

การศึกษาพฤติกรรมการเรียนรู้ภาษาจีนผ่าน Social Media ของนักศึกษา
หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
**The study of Chinese language learning behavior through social media
by students in the Chinese language education program at
Nakhon Pathom Rajabhat University**

วิภาวี วันละ

WIPAWEE WANLA

Nakhon Pathom Rajabhat University

E-Mail: wipaweewanla@gmail.com

Received: 04 October 2024 / Revised: 15 November 2024 / Accepted: 20 November 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเรียนรู้ภาษาจีนผ่าน Social Media ของนักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ผู้วิจัยแบ่งวิธีดำเนินการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน 1) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามแบบเลือกตอบเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากนักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีน จำนวน 80 คน ประกอบด้วยคำถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมการเรียนภาษาจีนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ Social Media ของนักศึกษาและประโยชน์ในการเรียนรู้ภาษาจีนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ แล้วจึงนำมาหาค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลและคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 2) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ในการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 16 คน ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับวิธีการเรียนรู้ภาษาจีนภาษาจีนผ่าน Social Media ประโยชน์จากการเรียนผ่าน Social Media และการนำความรู้จากการเรียนภาษาจีนไปประยุกต์ใช้ในการเรียนในชั้นเรียนและนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน แล้วจึงนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่านักศึกษาเคยเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media จำนวนร้อยละ 93.75 โดยนิยมเรียนผ่าน Social Media ชื่อว่า TikTok คิดเป็นร้อยละ 31.25 ซึ่งเป็น Social Media สำหรับแสดงวิดีโอขนาดสั้นตรงตามรูปแบบการสอนที่ผู้เรียนนิยมเรียนรู้สูงสุดคือรูปแบบการสอนผ่านคลิปวิดีโอ คิดเป็นร้อยละ 57.50 เมื่อวิเคราะห์ถึงประโยชน์ในการเรียนรู้ภาษาจีนผ่าน Social Media นั้น ผู้เรียนสามารถเลือกเรียนรู้ทั้งด้านเนื้อหาและรูปแบบการสอนได้อย่างที่ตนเองต้องการ โดยเนื้อหาใน Social Media จะกำหนดเฉพาะเรื่องและเป็นรูปแบบที่สรุปองค์ความรู้ทำให้เนื้อหากระชับและน่าเรียนรู้ โดยเนื้อหาที่ผู้เรียนเลือกเรียนส่วนใหญ่มักเป็นเนื้อหาที่ผู้เรียนสนใจและอยากต่อยอดในการออกแบบการจัดการเรียนรู้ภาษาจีนผ่าน Social Media เช่นกัน เนื้อหาที่ผู้เรียนสนใจสูงสุดคือความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับประเทศจีน คิดเป็นร้อยละ 31.25 ซึ่งผู้ที่สอบผ่าน HSK ระดับ 2, 3 และ 4 ล้วนเคยเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media มาก่อน คิดเป็นร้อยละ 47.05 อาจารย์ผู้สอนสามารถนำผลการวิจัยไปออกแบบการสอนภาษาจีน โดยจัดทำคลิปการสอนสั้น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาบทเรียนในแต่ละสัปดาห์ เพื่อให้ผู้เรียนสามารถทบทวนหลังเลิกเรียนได้ สามารถทบทวนซ้ำ ๆ ได้ทุกที่ทุกเวลา ลดความกดดันจากการเรียนรู้ในห้องเรียนเพราะสามารถทบทวนเรียนรู้เพิ่มเติมนอกเวลาได้ อีกทั้งยังได้แนวทางในการออกแบบการจัดการเรียนรู้ของตนเองด้วย

คำสำคัญ: พฤติกรรม สื่อสังคมออนไลน์ Social Media การเรียนรู้ ภาษาจีน

ABSTRACT

This research aims to study the Chinese language learning behavior through social media of students in the Chinese language education program at Nakhon Pathom Rajabhat University. The researcher divided the research process into two parts: 1) Quantitative data was collected using a multiple-choice questionnaire from 80 Chinese language students. The questionnaire included questions about general information, Chinese language learning behavior through social media, and the benefits of learning Chinese through social media. The data was then gathered for analysis and used to select key informants. 2) Qualitative data was collected through in-depth interviews with 16 key informants, focusing on methods of learning Chinese through social media, the benefits of learning through social media, and the application of Chinese language knowledge in both classrooms learning and daily life. The interview data was then analyzed descriptively.

The research found that 93.75% of students had learned Chinese through social media, with TikTok being the most popular platform at 31.25%. TikTok, a social media platform for short videos, aligns with the most preferred learning method, which is video clips, favored by 57.50% of the students. The benefits of learning Chinese through social media include the ability to choose both the content and the learning style according to individual preferences. The content on social media tends to be concise, focusing on specific topics, which helps to condense knowledge and avoid overwhelming the learner. The content most sought after by learners is general knowledge about China, at 31.25%. Additionally, 47.05% of students who passed the HSK levels 2, 3, and 4 had previously learned Chinese through social media. The research results can be used by instructors to design Chinese language teaching methods, such as creating short instructional clips related to weekly lesson content, allowing students to review after class. This approach enables students to review the material repeatedly, anytime and anywhere, reducing the pressure of classroom learning and offering a way to extend their learning outside of class, while also providing a guide for designing their own learning strategies.

keywords: behavior, social media, learning, Chinese language

บทนำ

ประเทศจีนถือได้ว่าเป็นประเทศมหาอำนาจและมีอิทธิพลหลายด้านกับสังคมโลกปัจจุบัน ดังนั้นการเรียนรู้ภาษาจีนนั้นจึงเป็นที่นิยมแพร่หลายสำหรับผู้เรียนชาวต่างชาติทุกเพศทุกวัย โดยประเทศไทยนั้นได้บรรจุหลักสูตรภาษาจีน ตั้งแต่ระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา ไปจนถึงระดับอุดมศึกษา โดยได้รับการสนับสนุนจากทั้งรัฐบาลไทยและรัฐบาลจีนในการเอื้ออำนวยแนวทางในการจัดการเรียนการสอน ตลอดจนการสนับสนุนงบประมาณ ครูอาสาสมัครชาวจีน และสื่อการสอนที่หลากหลาย เพื่อให้ผู้เรียนเกิดผลกับการเรียนรู้ภาษาจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเรียนภาษานอกจากจะต้องฝึกทักษะฟัง พูด อ่าน เขียนและทักษะการสื่อสารแล้วนั้น ทักษะเหล่านี้ยังควรได้รับการพัฒนาตลอดเวลา เมื่อฝึกทักษะเหล่านี้อย่างต่อเนื่องจะเกิดความคล่องแคล่วขึ้น และหากไม่ฝึกฝนทักษะเป็นประจำก็จะทำให้ทักษะเหล่านั้นเสื่อมถอยไป การจัดการเรียนการสอนภาษาจีนในประเทศไทย อุปสรรคสำคัญอย่างหนึ่งคือสิ่งแวดล้อมทางภาษาที่ไม่เอื้ออำนวย ผู้เรียนนำภาษาไปสื่อสารในการใช้ชีวิตประจำวันได้ค่อนข้างน้อย ดังนั้นในหลาย ๆ หลักสูตรการศึกษาภาษาจีน จึงมักมีโครงการศึกษาแลกเปลี่ยนเพื่อให้ผู้เรียนได้ไปเรียนรู้ ณ ประเทศเจ้าของภาษา มีทั้งหลักสูตรระยะสั้นและระยะยาว เพื่อให้ผู้เรียนได้เกิดการบูรณาการภาษากับชีวิตจริง แต่อย่างไรก็ตาม การจัดการเรียนการสอนในประเทศไทยก็ยังคงต้องดำเนินการอยู่ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมก่อนไปใช้ชีวิตที่ประเทศจีน โดยการเตรียมความพร้อม

ระหว่างที่ศึกษา ณ ประเทศไทยเพื่อเตรียมความพร้อมนั้น จำเป็นต้องสร้างแนวทางกระตุ้นให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ภาษาจีนนอกเวลาเรียนให้ได้มากที่สุด และการเรียนผ่าน Social Media ก็เป็นอีกหนึ่งตัวเลือกที่น่าสนใจ ธนะวัชร จริยะภูมิ และพัลลภ พิริยะสุรวงศ์ (2559) กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์ (social media) คือ สื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสาร ซึ่งอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ ไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์ โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือผู้รับสารด้วยกันเอง

จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นพบว่า ปัจจุบันมีการสร้าง Social Media ในการสอนภาษาจีนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวณิด สุขสมบูรณ์วงศ์ และคณะ (2565) ที่กล่าวว่า ปัจจุบันนี้ผู้สอนภาษาจีนหลายแห่ง เริ่มมีการนำเพลงจีนและมิวสิกวิดีโอภาษาจีนที่มีชื่อเสียงจากช่องทางต่าง ๆ โดยเฉพาะเว็บไซต์ยูทูบ (YouTube) แอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) และจูจู้ (JOOX) มาใช้เป็นสื่อการสอนทั้งในด้านคำศัพท์ภาษาจีน วัฒนธรรมจีน ตลอดจนการฝึกฝน การแปลภาษาจีน เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความรู้สึกผ่อนคลาย เกิดแรงจูงใจ สามารถซึมซับรับรู้และจดจำภาษาจีนได้ดียิ่งขึ้น การนำเสนอความรู้ภาษาจีนผ่าน Social Media มีหลากหลายรูปแบบ โดยแต่ละแบบใช้ระยะเวลาในการนำเสนอแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความยากง่ายของเนื้อหา และส่วนมากมักเจาะจงในความรู้เรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ แล้วสรุปองค์ความรู้ให้กระชับและเข้าใจง่าย ทั้งในรูปแบบวิดีโอและรูปภาพหรือตัวอักษร ผ่าน Social Media เช่น Facebook, TikTok, Intragram หรือ Twitter เนื่องจาก Social Media เหล่านี้เข้าถึงง่ายและใช้ผ่านมือถือแบบ Smart Phone ซึ่งผู้คนส่วนมากมักพกติดตัวและจำเป็นต้องใช้เหมือนปัจจัย 4 ของชีวิต โดย Social Media เหล่านี้ล้วนเป็นสื่อที่คนไทยใช้มากที่สุด (อินโซท์เอรา. 20 มิถุนายน 2567 : ออนไลน์) คนส่วนใหญ่มักมีสมาธิในการเรียนรู้ที่ต่างกัน การใช้ Social Media เหล่านี้จะมีหน้า feed ซึ่งขึ้นข้อความ รูปภาพ วิดีโอ ของเพจหรือบุคคลที่เราติดตาม เมื่อเข้าใช้ Social Media ข้อมูลต่าง ๆ จะผ่านตาของผู้ใช้ซึ่งสามารถรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับภาษาจีนไม่มากนักน้อย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสนใจของผู้เรียนด้วย

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงให้ความสนใจแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์การเรียนรู้ภาษาจีนผ่าน Social Media ของนักศึกษา หากติดตามสื่อสังคมออนไลน์เหล่านี้แล้วจะส่งผลต่อการเรียนรู้ภาษาจีนของผู้เรียนหรือไม่ และนำผลการศึกษาดังกล่าวไป ประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอน เพื่อเพิ่มให้ประสิทธิภาพการเรียนรู้ให้กับผู้เรียนมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาการศึกษากิจกรรมการเรียนรู้ภาษาจีนผ่าน Social Media ของนักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม และหาแนวทางในการจัดการเรียนรู้ภาษาจีนให้มีประสิทธิภาพ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยแบ่งวิธีการดำเนินการวิจัยเป็นสองส่วนคือ การวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อเก็บรวบรวมและศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสถิติและพฤติกรรมการณ์การเรียนรู้ภาษาจีน การศึกษาพฤติกรรมการณ์การเรียนรู้ภาษาจีนผ่าน Social Media ของนักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม และการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการเรียนรู้ภาษาจีนผ่าน Social Media ประโยชน์จากการเรียนรู้ผ่าน Social Media ตลอดจนการนำความรู้จาก Social Media ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักศึกษาครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาจีน ชั้นปีที่ 1-4 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จำนวน 80 คน เนื่องจากเป็นนักศึกษาที่เรียนภาษาจีนเป็นวิชาเอก และผู้ที่มีอุปกรณ์ที่สามารถเข้าถึง Social Media ได้ทุกที่ทุกเวลา

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) จำนวน 16 คน ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) จากผู้ที่ตอบแบบสอบถามเชิงปริมาณว่า “เคยเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media หรือไม่ และสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในชั้นเรียนและชีวิตประจำวันอย่างไร” ชั้นปีละ 4 คน รวม 16 คน ซึ่งในการนำเสนอข้อมูลในบทความวิจัยฉบับนี้จะให้รหัส A1-A16 แทนผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ 1-16

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเรียนรู้ภาษาจีนผ่าน Social Media ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดจำนวน 11 ข้อ แบ่งเป็น 2 ตอน ตอนที่ 1 และตอนที่ 2 เป็นคำถามแบบเลือกตอบเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการเรียนรู้ภาษาจีนผ่าน Social Media ของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับประโยชน์ในการเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media จากนั้นจึงนำแบบสอบถามส่งให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสม (IOC) แล้วดำเนินการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้แนวคำถามสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง แบ่งประเด็นคำถามออกเป็น 3 ตอน ตอนที่ 1 ประเด็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเรียนรู้ภาษาจีนผ่าน Social Media ตอนที่ 2 ประเด็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือก Social Media เพื่อเรียนรู้ภาษาจีน และตอนที่ 3 ประเด็นเกี่ยวกับการนำความรู้ภาษาจีนที่ได้เรียนผ่าน Social Media ไปประยุกต์ใช้ในการเรียนและการใช้ชีวิตด้านอื่น ๆ ลักษณะคำถามสัมภาษณ์เป็นแบบปลายเปิด ไม่มีการเรียงลำดับหัวข้อคำถาม โดยแนวคำถามสัมภาษณ์นั้น ผ่านการปรับปรุงและการตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสมจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามลำดับขั้นตอนคือ ประสานนักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีนทุกคนเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล โดยมีเกณฑ์คัดเข้าคือต้องเป็นผู้ที่มีอุปกรณ์ที่สามารถเข้าถึงสัญญาณอินเทอร์เน็ต จากนั้นจึงสร้างแบบสอบถามออนไลน์ผ่านช่องทาง Google Forms โดยส่งลิงก์เพื่อตอบแบบสอบถามโดยใช้โทรศัพท์มือถือหรือคอมพิวเตอร์ แล้วนำผลการตอบแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้อง และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยนัดหมายวันและเวลาสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 16 คน จากนั้นจึงสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมดตามแนวคำถามสัมภาษณ์ที่ได้เตรียมไว้แล้ว ใช้เวลาสัมภาษณ์คนละไม่เกิน 30 นาที ก่อนการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะอธิบายวัตถุประสงค์ และขั้นตอนต่าง ๆ อย่างไม่ปิดบัง ระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้วิธีการจดบันทึก ร่วมกับการบันทึกเสียงสนทนาซึ่งต้องได้รับการอนุญาตจากผู้ให้ข้อมูลเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ในการสัมภาษณ์จะเป็นการสนทนาแบบธรรมชาติ ไม่มีการบังคับหรือฝืนใจผู้ให้ข้อมูลในการตอบคำถาม ผู้ให้ข้อมูลสามารถปฏิเสธการตอบคำถาม รวมทั้งยุติการสนทนาได้ตลอดเวลา และการสัมภาษณ์จะ

เป็นไปอย่างต่อเนื่องจนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว (data saturation) เมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลไปตรวจสอบความถูกต้องจากผู้ให้ข้อมูลอีกครั้งหนึ่ง แล้วจึงวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ คือ ค่าความถี่ (frequency) และ ค่า ร้อยละ (percentage) จากแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และตอนที่ 2 พฤติกรรมการเรียนรู้ภาษาจีนผ่าน Social Media ซึ่งประกอบด้วยอุปกรณ์ในการใช้เรียนรู้ภาษาจีนผ่าน Social Media ระยะเวลาในการเรียนรู้ภาษาจีนผ่าน Social Media ช่วงเวลาเฉลี่ยในการเรียนรู้ภาษาจีนผ่าน Social Media ช่องทาง Social Media ที่เลือกในการเรียนรู้ภาษาจีนผ่าน Social Media รวมไปถึงเนื้อหาที่สนใจในการเรียนรู้ จากนั้นจึงวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 3 แรงจูงใจ ประเด็นในการตัดสินใจ และการนำความรู้ที่เรียนรู้ภาษาจีนผ่าน Social Media ไปประยุกต์ใช้ โดยรวบรวมข้อมูลเพื่อพรรณนาและสรุปเป็นรายด้าน แล้วจึงนำข้อมูลดังกล่าว มาพิจารณาคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญต่อไป

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งดำเนินการตามขั้นตอนคือ บันทึกข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยการใช้เครื่องบันทึกเสียงเพื่อบันทึกทุกรายละเอียดของคำพูด แล้วนำมาถอดเนื้อหาการสัมภาษณ์อย่างละเอียด ประกอบกับสมุดจดบันทึกระหว่างการสัมภาษณ์ จากนั้นจึงตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ แล้วนำข้อมูลดังกล่าวมาจำแนกข้อมูล จัดระบบข้อมูลที่ได้ให้เป็นหมวดหมู่ (category) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (descriptive analysis) จากการตีความและสรุปเป็นข้อค้นพบต่อไป

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 80 คน แบ่งเป็นเพศชาย จำนวน 7 คน เพศหญิง จำนวน 69 คน และเพศทางเลือก จำนวน 4 คน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบร้อยละของนักศึกษาที่เคยเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวนคนที่เคยเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media	จำนวนคนที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media	รวม
ชาย	7 (8.75%)	-	7 (8.75%)
หญิง	64 (80.0%)	5 (6.25%)	69 (86.25%)
เพศทางเลือก	4 (5.00%)	-	4 (5.00%)
รวม	75 (93.75%)	5 (6.25%)	80 (100.0%)

จากตารางที่ 1 พบว่า ในปีการศึกษา 2566 สาขาวิชาภาษาจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม มีนักศึกษาตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด จำนวน 80 คน แบ่งเป็นเพศชาย จำนวน 7 คน เพศหญิง จำนวน 69 คน เพศทางเลือก จำนวน 4 คน มีจำนวนผู้ที่เคยเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media ทั้งหมด จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 93.75 แบ่งเป็นเพศชาย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 และเพศหญิง จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 ในขณะที่จำนวนคนที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media มีแต่เพศหญิงเท่านั้น จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบอัตราส่วนของผู้ที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media พบว่า เพศหญิง ไม่เคยเรียนภาษาจีนผ่านสื่อ Social Media มากกว่าเพศชายและเพศทางเลือก คิดเป็นร้อยละ 80.00

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบร้อยละของนักศึกษาที่เคยเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media จำแนกตามลำดับชั้นปี

ระดับชั้นปี	จำนวนคนที่เคยเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media	จำนวนคนที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media	รวม
ชั้นปี 1	30 (37.50%)	3 (3.75%)	33 (41.25%)
ชั้นปี 2	14 (17.50%)	-	14 (17.50%)
ชั้นปี 3	17 (21.25%)	1 (1.25%)	18 (22.50%)
ชั้นปี 4	14 (17.50%)	1 (1.25%)	15 (18.75%)
รวม	75 (93.75%)	5 (6.25%)	80 (100.00%)

จากตารางที่ 2 พบว่านักศึกษาชั้นปีที่ 1 เคยเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media มากที่สุด จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25 รองลงมาคือชั้นปีที่ 3 จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 ระดับชั้นปีที่ 4 จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 และชั้นปีที่ 2 จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50

เมื่อเปรียบเทียบแต่ละชั้นปีพบว่า นักศึกษาชั้นปีที่ 1 เคยเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media มากที่สุด จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาคือชั้นปีที่ 3 จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 ชั้นปีที่ 2 และชั้นปีที่ 4 เท่ากัน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบร้อยละของนักศึกษาที่เคยเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media จำแนกตามลำดับผลสอบวัดระดับภาษาจีน (HSK)

ระดับผลสอบ HSK	จำนวนคนที่เคยเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media	จำนวนคนที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media	รวม
ระดับที่ 1	-	-	-
ระดับที่ 2	9 (11.25%)	2 (2.50%)	11 (13.75%)
ระดับที่ 3	9 (11.25%)	-	9 (11.25%)
ระดับที่ 4	6 (7.50%)	-	6 (7.50%)
ระดับที่ 5	-	-	-
ระดับที่ 6	-	-	-
ไม่เคยสอบ	51 (63.75%)	3 (3.75%)	54 (67.50%)
รวม	75 (93.75%)	5 (6.25%)	80 (100.00%)

จากตารางที่ 3 พบว่า ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาที่ไม่เคยสอบ HSK มาก่อน จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 รองลงมาคือสอบได้ระดับที่ 2 จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 และระดับที่ 4 น้อยที่สุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 ในขณะที่เมื่อพิจารณาเฉพาะนักศึกษาที่เคยเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media พบว่า ส่วนใหญ่เคยเรียนแต่ไม่เคยสอบ HSK จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 63.75 รองลงมาคือสอบได้ระดับที่ 2 และระดับที่ 3 เท่ากัน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 และระดับที่ 4 น้อยที่สุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบจากผลการสอบวัดระดับภาษาจีน พบว่านักศึกษาที่สอบ HSK ผ่านระดับ 2 ระดับ 3 และระดับ 4 ล้วนเคยเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media คิดเป็นร้อยละ 93.75 รองลงมาคือคือนักศึกษาที่สอบ HSK

ตารางที่ 4 ร้อยละของ Social Media ที่นักศึกษาใช้ในการเรียนภาษาจีนมากที่สุด

Social Mediaที่ใช้ในการเรียนภาษาจีน	จำนวนคน	ร้อยละ
TikTok	25	31.25
YouTube	21	26.25
Facebook	18	22.50
Instagram	7	8.75
Line	1	1.25
อื่น ๆ	8	10.00
รวม	80	100.00

จากตารางที่ 4 Social Media ที่นักศึกษาส่วนใหญ่เลือกเรียนภาษาจีนมากที่สุดคือ TikTok จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 อันดับที่ 2 คือ YouTube จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 อันดับที่ 3 คือ Facebook จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 และน้อยที่สุด คือ Line จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ร้อยละของประเภทอุปกรณ์ที่นักศึกษาใช้ในการเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media

สื่อ Social Media ที่ใช้ในการเรียนภาษาจีน	จำนวนคน	ร้อยละ
Smartphone	51	63.75
Tablet/iPad	21	26.25
Laptop	4	5.00
Computer PC	1	1.25
อื่น ๆ	3	3.75
รวม	80	100.00

ตารางที่ 5 พบว่าประเภทอุปกรณ์ที่นักศึกษาเลือกใช้เรียนภาษาจีนผ่านสื่อ Social Media มากที่สุดคือ Smartphone จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 63.75 รองลงมาคือ Tablet/iPad จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 รองลงมาคือ Laptop จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และน้อยที่สุด คือ Computer PC จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ร้อยละของความสนใจรูปแบบการสอนภาษาจีนผ่าน Social Media ของนักศึกษา

รูปแบบการสอนภาษาจีนผ่านสื่อ Social Media	จำนวนคน	ร้อยละ
สอนผ่านคลิปวิดีโอ	46	57.50
สอนผ่านรูปภาพและตัวอักษร	23	28.75
สอนผ่านรูปภาพ	6	7.50
สอนผ่านตัวอักษร	4	5.00
หลายวิธีผสมกัน	1	1.25
รวม	80	100.00

ตารางที่ 6 พบว่า รูปแบบการสอนภาษาจีนผ่าน Social Media มากที่สุดคือ สอนผ่านคลิปวิดีโอ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 รองลงมาคือ สอนผ่านรูปภาพและตัวอักษร จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 รองลงมาคือ สอนผ่านรูปภาพ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 และน้อยที่สุดคือ หลายวิธีผสมกัน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ร้อยละของความสนใจเนื้อหาการสอนภาษาจีนผ่าน Social Media ของนักศึกษา

เนื้อหาการสอนภาษาจีนผ่านสื่อ Social Media ที่นักศึกษาสนใจ	จำนวนคน	ร้อยละ
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับประเทศจีน	25	31.25
ไวยากรณ์	15	18.75
ตัวอย่างข้อสอบ HSK	12	15.00
อักษรจีน	12	15.00
วัฒนธรรมจีน	10	12.50
ศัพท์อักษรพินอิน	5	6.25
สำนวนสุภาษิตจีน	1	1.25
รวม	80	100.00

ตารางที่ 7 พบว่า ความสนใจเนื้อหาการสอนภาษาจีนผ่าน Social Media ของนักศึกษามากที่สุดคือ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับประเทศจีน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 รองลงมาคือ ไวยากรณ์ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 รองลงมาคือ ตัวอย่างข้อสอบ HSK และอักษรจีน เท่ากัน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และน้อยที่สุด คือ สำนวนสุภาษิตจีน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ร้อยละของจำนวนครั้งต่อวันในการเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media ของนักศึกษา

จำนวนครั้ง/วัน	จำนวนคน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ครั้ง	45	56.25
6-10 ครั้ง	26	32.50



จำนวนครั้ง/วัน	จำนวนคน	ร้อยละ
11-15 ครั้ง	5	6.25
มากกว่า 15 ครั้ง	4	5.00

ตารางที่ 8 พบว่า จำนวนครั้งต่อวันในการเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media ของนักศึกษา มากที่สุดคือ ต่ำกว่า 5 ครั้ง จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 รองลงมาคือ 6-10 ครั้ง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมาคือ 11-15 ครั้ง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 15 ครั้ง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 ร้อยละของจำนวนเนื้อหาความรู้ภาษาจีนที่นักศึกษาเลือกเรียนผ่าน Social Media ใน 1 วัน

จำนวนเนื้อหาความรู้/วัน	จำนวนคน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 เรื่อง	56	70.00
6-10 เรื่อง	23	28.75
11-15 เรื่อง	-	-
มากกว่า 15 เรื่อง	1	1.25

ตารางที่ 9 พบว่า จำนวนเนื้อหาความรู้ภาษาจีนที่นักศึกษาเลือกเรียนผ่าน Social Media ใน 1 วัน มากที่สุดคือ ต่ำกว่า 5 เรื่อง จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ 6-10 เรื่อง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 15 เรื่อง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 ร้อยละของช่วงเวลาที่นักศึกษาเลือกเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media บ่อยที่สุด

ช่วงเวลา	จำนวนคน	ร้อยละ
7.00-10.59 น.	3	3.75
11.00-12.59 น.	7	8.75
13.00-16.59 น.	11	13.75
17.00-21.59 น.	41	51.25
22.00-00.59 น.	18	22.50
รวม	80	100.00

ตารางที่ 10 พบว่า ช่วงเวลาที่นักศึกษาเลือกเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media บ่อยที่สุดคือ ช่วงเวลา 17.00-21.59 น. จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 51.25 รองลงมาคือ 22.00-00.59 น. จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 รองลงมาคือ 13.00-16.59 น. จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 และน้อยที่สุด คือ 7.00-10.59 น. จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 ร้อยละของจำนวนเพจ Social Media การสอนภาษาจีนที่นักศึกษาติดตาม

จำนวนเพจที่นักศึกษาติดตาม	จำนวนคน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 เพจ	32	40.00
6-10 เพจ	27	33.75
11-15 เพจ	5	6.25
มากกว่า 15 เพจ	16	20.00

ตารางที่ 11 พบว่า จำนวน เพจ Social Media การสอนภาษาจีนที่นักศึกษาติดตามมากที่สุด ต่ำกว่า 5 เพจ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ 6-10 เพจ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 33.75 รองลงมาคือ มากกว่า 15 เพจ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และน้อยที่สุด 11-15 เพจ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยมีนักศึกษาให้ข้อมูลสำคัญโดยการตอบคำถามปลายเปิด จำนวน 16 คน สามารถสรุปประเด็นสำคัญดังนี้

1. แรงจูงใจในการเรียนรู้ภาษาจีนผ่าน Social Media

แรงจูงใจที่ทำให้ผู้เรียนชอบเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media นั้น คือ ผู้เรียนสามารถเลือกเนื้อหาการเรียนรู้ที่ตนเองสนใจ โดยสามารถเลือกเรียนเนื้อหาที่สรุปองค์ความรู้เฉพาะเรื่อง เข้าใจง่ายในระยะเวลาที่ค่อนข้างสั้นและวิธีการนำเสนอไม่ซับซ้อนและไม่ยึดเยื้อ โดยการสอนภาษาจีนผ่าน Social Media นั้นมีหลายรูปแบบ เช่น สอนผ่านคลิปวิดีโอ สอนผ่านรูปภาพและตัวอักษร สอนผ่านรูปภาพ สอนผ่านตัวอักษรและสอนหลายวิธีผสมกัน โดยรูปแบบที่ผู้เรียนสนใจมากที่สุดคือการสอนผ่านคลิปวิดีโอ ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยฉบับนี้ว่า Social Media ที่ผู้เรียนนิยมใช้ในการเรียนภาษาจีนมากที่สุด คือ TikTok หากผู้เรียนยังไม่เข้าใจก็สามารถทบทวนซ้ำหรือหาแหล่งข้อมูลใหม่เรียนรู้ได้ทันที สามารถเปรียบเทียบความถูกต้องจากแต่ละ Social Media ที่ตนเองเรียนรู้เพื่อให้ความรู้ที่ได้รับนั้นถูกต้องและน่าเชื่อถือที่สุด

2. นักศึกษาใช้การตัดสินใจในการเลือกติดตาม Social Media อย่างไร

ปัจจุบันการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนผ่าน Social Media มีจำนวนที่ค่อนข้างมาก และช่องทาง Social Media ก็มีหลากหลายช่องทางให้เลือกใช้งาน เช่น TikTok, YouTube, Facebook, Instagram และ Line เป็นต้น ซึ่งผู้เรียนสามารถเลือกใช้งานตามความพึงพอใจโดยมักมีสาเหตุการเลือกใช้หลัก ๆ ดังนี้ การใช้งานที่ง่ายไม่ซับซ้อนและเป็น Social Media ที่ตนเองมีอัตราการเข้าใช้งานต่อวันค่อนข้างบ่อย นอกจากเหตุผลที่กล่าวมาสาเหตุในการจะเลือกติดตามขึ้นอยู่กับเนื้อหาการเรียนรู้ที่ผู้เรียนสนใจและเป็นเนื้อหาที่มีและต่างจากโครงสร้างหลักสูตรที่นักศึกษาเลือกเรียน โดยงานวิจัยฉบับนี้ได้สรุปเนื้อหาไว้ 7 ด้านประกอบด้วย เนื้อหาด้านความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับประเทศจีน ไวยากรณ์ ข้อสอบ HSK อักษรจีน วัฒนธรรมจีน สัทอักษรพินอิน และสำนวนสุภาพจีน โดยเนื้อหาที่ผู้เรียนสนใจผ่าน Social Media มากที่สุดคือเนื้อหาความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับประเทศจีน คิดเป็นร้อยละ 31.25 และผู้เรียนจะเลือกติดตาม Social Media ที่มีคนติดตามจำนวนมาก หรือผู้สร้างเพจเป็นบุคคลน่าเชื่อถือ เช่น เป็นผู้สอนตามหน่วยงานสถานศึกษาหรือติวเตอร์ผู้มีชื่อเสียง อีกทั้งจะเลือกผู้สอนที่สอนเข้าใจง่าย มีเคล็ดลับวิธีหรือกลยุทธ์ในการช่วยจดจำ จะทำให้ผู้เรียนตัดสินใจในการติดตามง่ายขึ้นซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอดิพล เปียทอง, เยาวภา โชติวิชัย และ สุภพิชญ์

ประเสริฐ (2558) ที่กล่าวว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเอง พบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมการสอนของอาจารย์เป็นปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุดเป็นลำดับแรก รองลงมาคือความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน

3. หลังจากศึกษาภาษาจีนผ่านสื่อ Social Media นักศึกษาได้นำความรู้ที่เรียนไปประยุกต์ใช้ในการเรียนหรือในชีวิตประจำวันหรือไม่ อย่างไร

หลังจากได้เรียนรู้ภาษาจีนผ่าน Social Media แล้ว นักศึกษาส่วนใหญ่เกิดแรงบันดาลใจ และอยากที่จะสร้าง Social Media เพื่อจัดการเรียนการสอนภาษาจีนให้ผู้อื่นได้เรียนรู้อย่างที่ตนเองได้เรียนรู้มา ซึ่งตรงกับศาสตร์วิชาของผู้เรียน ที่จะไปเป็นครูสอนภาษาจีนในอนาคต อาวุธของครูคือสื่อ สื่อการสอนที่มีประสิทธิภาพ จะช่วยส่งเสริมและพัฒนาผู้เรียนให้มีประสิทธิภาพได้เช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานของวิจัยของปณิตตา อินทรักษา (2562) กล่าวว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มีความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว และมีบทบาทที่สำคัญในฐานะการเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศ พัฒนาการศึกษาและพัฒนากระบวนการจัดการเรียนรู้ให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น ผู้เรียนสามารถเกิดการเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็วมีประสิทธิภาพสูงกว่าการเรียนรู้ที่ไม่ใช้เทคโนโลยี เกิดแรงจูงใจในการเรียนรู้ และประหยัดเวลาในการจัดการเรียนการสอน ทั้งนี้ในการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์นั้นผู้สอนและผู้เรียนสามารถใช้การติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต แสวงหาความรู้ได้ทุกที่ทุกเวลาเกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต เกิดองค์ความรู้ใหม่ และงานวิจัยฉบับนี้พบว่าขึ้นปีที่ 1 อยากเปิดช่องทาง Social Media ของตนเองต้องการสอนภาษาจีนในระดับเริ่มต้น โดยสนใจเกี่ยวกับเนื้อหาด้านสัทอักษรพินอิน สนใจในการทำลูกเล่นในการนำเสนอให้น่าสนใจเพื่อดึงดูดผู้เรียนด้วยสื่อที่ทันสมัย ส่วนชั้นปีอื่นมีความสนใจในการสร้าง Social Media ในการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนเช่นกัน โดยเน้นไปที่คำศัพท์หรือประโยคที่ใช้สื่อสารจริงในชีวิตประจำวัน ไวยากรณ์จีน ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับประเทศจีน และวัฒนธรรมจีน เป็นต้น เพราะเล็งเห็นว่ามีความประโยชน์และเป็นการทบทวนความรู้ของตนเองด้วย

การอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการเรียนรู้ภาษาจีนผ่าน Social Media ของนักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการศึกษาวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

1. ด้านรายละเอียดเกี่ยวกับการเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media

1.1 ช่องทาง Social Media ที่ผู้เรียนให้ความสนใจ

นักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ร้อยละ 93.75 เคยเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media โดยเฉพาะชั้นปีที่ 1 มีจำนวนผู้เรียนภาษาจีนผ่าน Social Media มากกว่าทุกชั้นปี เนื่องด้วยความรู้ทางภาษาจีนยังค่อนข้างน้อย ประกอบกับเป็นช่วงแรกเริ่มในการศึกษาในมหาวิทยาลัย โดยโครงสร้างหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิตนั้น ไม่ได้ศึกษาเพียงภาษาจีนด้านเดียว แต่ยังต้องศึกษาความรู้พื้นฐานทั่วไป และที่สำคัญยังต้องศึกษาศาสตร์ทางด้านวิชาชีพครูควบคู่กันไปด้วย โดยเฉพาะชั้นปีที่ 1 ที่ได้ศึกษารายวิชาภาษาจีนน้อยกว่าชั้นปีที่สูงขึ้น จึงทำให้ผู้เรียนมีความกระตือรือร้นในการเรียนรู้ภาษาจีนจากช่องทางอื่นมากขึ้น ซึ่งการเรียนรู้ภาษาจีนผ่าน Social Media ปัจจุบันเข้าถึงได้ง่ายและวิธีการใช้งานไม่ซับซ้อน โดยผู้เรียนร้อยละ 63.75 เลือกเรียนภาษาจีนผ่านอุปกรณ์ มือถือ Smartphone เพราะเป็นอุปกรณ์ที่ใช้พกติดตัวตลอดเวลา และมีน้ำหนักค่อนข้างเบา สามารถเชื่อมต่อเครือข่ายสัญญาณ WIFI หรือใช้งานตาม

เครือข่ายมือถือ Smartphone ต่าง ๆ โดยสามารถเข้าถึงสัญญาณอินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา นอกจากนี้ช่องทางที่นักศึกษาเลือกใช้ในการเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 31.25 คือ TikTok โดย TikTok เป็น Social Media สำหรับแสดงวิดีโอขนาดสั้นและเป็นที่สำหรับเนื้อหาที่สนุกสนานและนำเสนอเนื้อหาด้านบวกที่ถูกสร้างขึ้นโดยบุคคลที่มีตัวตนจริงๆ ทั่วโลก (ตึกตอก. 2 กรกฎาคม 2567 : ออนไลน์) ซึ่งสอดคล้องกับรูปแบบการสอนภาษาจีนผ่าน Social Media ที่นักศึกษานิยมเรียนรู้สูงสุดคือการสอนผ่านคลิปวิดีโอคิดเป็นร้อยละ 57.50 ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลแต่ละท่านดังนี้

“โดยปกติแล้วมักเข้าใช้งาน Social Media ด้วย TikTok เป็นประจำ เพราะชอบดูคลิปวิดีโอ ด้วยการสอนภาษาจีนบรรยายผ่านคลิปวิดีโอสั้น ๆ ทำให้เข้าใจง่าย หากยังไม่เข้าใจก็สามารถเลื่อนฟังซ้ำได้” (ผู้ให้ข้อมูล P2, 9 มิถุนายน พ.ศ.2567)

“ชอบเรียนภาษาจีนจาก เพจ Facebook และ TikTok เพราะเข้าถึงง่ายเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลาและสามารถสนทนาโต้ตอบกับผู้สอนได้ตลอดเวลา” (ผู้ให้ข้อมูล P6, 9 มิถุนายน พ.ศ.2567)

“ชอบศึกษาภาษาจีนผ่าน Social Media เพราะเนื้อหาค่อนข้างทันสมัย และมักมีเนื้อหาทันตามความสถานการณ์หรือเหตุการณ์สำคัญ ๆ เนื้อหาบางส่วนไม่มีในเนื้อหาบทเรียน ได้ความรู้ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น และได้เรียนรู้วิธีการสอนที่หลากหลาย” (ผู้ให้ข้อมูล P11, 9 มิถุนายน พ.ศ.2567)

1.2 จำนวนเนื้อหาความรู้/ จำนวน Social Media และช่วงเวลา que ผู้เรียนเรียนรู้ภาษาจีนต่อวัน

นักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม มักเรียนรู้ภาษาจีนหลังช่วงเวลาเรียน โดยช่วงเวลา que ผู้เรียนนิยมเรียนสูงสุด คือช่วงเวลา 17.00-21.59 น. คิดเป็นร้อยละ 51.25 และรองลงมาคือช่วง 22.00-00.59 น. ดังนั้นช่วงเวลา que ควรลงเนื้อหาการสอนผ่าน Social Media มากที่สุด โดยจำนวนเนื้อหาความรู้ที่เรียนต่อวันและจำนวน Social Media ที่ติดตามนั้น คือต่ำกว่า 5 เรื่องต่อวัน และส่วนใหญ่ติดตามน้อยกว่า 5 เพจ ดังนั้นเนื้อหาความรู้ที่จะนำเสนอต่อวันนั้น จึงไม่ควรเกิน 5 เรื่องต่อวัน

“ช่วงเวลา que สดวกและพร้อมเรียนรู้ภาษาจีนผ่าน Social Media คือช่วง 18.00-19.00 น. เพราะเป็นช่วงเวลาพักผ่อนก่อนทานอาหารเย็น บางครั้งจะตั้งใจเพื่อเข้าเพจโดยตรงเพื่อเรียนรู้เรื่องที่ตนยังสงสัย แต่บางครั้งเรียนรู้โดยที่เนื้อหาที่น่าสนใจหน้า Feed และได้เรียนรู้ผ่านตาโดยบังเอิญ” (ผู้ให้ข้อมูล P15, 9 มิถุนายน พ.ศ.2567)

“ตนเองชอบเรียนภาษาจีน ผ่าน Social Media โดยช่องทางที่ติดตามมากที่สุดคือ Facebook และ TikTok โดยเนื้อหาที่เรียนรู้มักไม่เกิน 5 เรื่องต่อวัน ส่วนใหญ่จะเน้นเรียนเนื้อหาด้านไวยากรณ์ หากเรียนหลายเรื่องต่อวันเกรงว่าจะสับสนและจำไม่ได้” (ผู้ให้ข้อมูล P1, 9 มิถุนายน พ.ศ.2567)

“เป็นคนชอบเล่น Social Media มาก ติดตามจำนวนเพจการสอนภาษาจีนหลายเพจโดยส่วนมากมักเลือกเพจจากวิธีการสอนที่น่าสนใจ หากเป็นคลิปจะเลือกดูคลิปที่ผู้สอนมีลูกเล่นในการสอนและมีเคล็ดลับในการช่วยจำโดยเพจเหล่านี้มีไม่มาก จึงมีการติดตามไม่ถึง 5 เพจ” (ผู้ให้ข้อมูล P7, 9 มิถุนายน พ.ศ.2567)

2. ประโยชน์จากการเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media

2.1 ใช้เพื่อพัฒนาการเรียนภาษาจีนตามหลักสูตรที่เลือกเรียน

จำนวนนักศึกษาที่มีความนิยมในการเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media นั้นมีจำนวนมาก เพราะเป็นการสอนที่สรุปความรู้เฉพาะเรื่องในรูปแบบการสอนที่หลากหลาย ผู้เรียนสามารถเลือกเนื้อหาการเรียนรู้อบรมไปจนถึงเลือก Social Media ที่ผู้เรียนมีความรู้สึว่าเข้าใจง่ายและสามารถนำไปต่อยอดความรู้ได้ อีกทั้งสามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา โดยสอดคล้องกับทฤษฎีการเชื่อมโยงของ Thorndike (1874-1949) คือ กฎแห่งการฝึกหัด (law of exercise) หมายถึง สิ่งใดก็ตามหากมีการกระทำซ้ำ ๆ บ่อย ๆ จะทำให้การเรียนรู้ที่คงทนถาวร

และสิ่งใดก็ตามหากกระทำไม่บ่อย หรือปล่อยทิ้งไว้นาน ๆ ย่อมทำได้ไม่ดีเหมือนเดิม หรือในที่สุดก็เกิดการลืม ในที่สุด หรือเรียกว่ากฎแห่งการไม่ใช้ (law of disuses) ดังนั้น การฝึกฝนจึงเป็นสิ่งที่จำเป็น และในการจัดการเรียนรู้แต่ละครั้ง ผู้สอนควรจะต้องกำหนดให้มีการฝึกปฏิบัติอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ที่คงทนถาวร (จันทร์จิรา จุมพลหล้า. 2560)

ปัจจุบันมีผู้จัดทำสื่อการเรียนการสอนผ่าน Social Media มีจำนวนมากผู้เรียนจึงสามารถเลือกตามความชอบของตนเองได้ โดยการเรียนผ่าน Social Media สามารถลดความกดดันจากการเรียนการสอนที่จัดภายในห้องเรียนที่เรียนรู้กับตัวผู้สอนโดยตรง มาเรียนรู้ด้วยตนเองผ่าน Social Media โดยสามารถทบทวนความรู้ซ้ำ ๆ จนกว่าจะเข้าใจ หรือผู้เรียนบางคนเลือกเรียน ผ่าน Social Media เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าเรียนในห้องเรียนจริง เพื่อให้การเรียนรู้ในห้องเข้าใจง่ายมากขึ้น หากพบข้อแตกต่างระหว่างการเรียนรู้ผ่าน Social Media กับการเรียนรู้ในห้อง หรือพบข้อสงสัยด้านอื่นก็สามารถสอบถามและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับอาจารย์ผู้สอนในรายวิชานั้น ๆ ได้ ซึ่งเป็นประโยชน์ทั้งผู้เรียนและผู้สอนในการพบองค์ความรู้ใหม่ ๆ

“หากมีเวลว่างมักเข้าไปเรียนภาษาจีนเพิ่มเติมจาก Social Media ส่วนมากมักจะเลือกเนื้อหาที่เคยเรียนรู้มาจากห้องเรียนแล้ว เนื่องจากต้องการทบทวนความรู้เดิมให้แน่น และได้เรียนรู้วิธีการสอนเนื้อหาเดียวกัน แต่มีวิธีการสอนที่หลากหลาย” (ผู้ให้ข้อมูล P3, 9 มิถุนายน พ.ศ.2567)

2.2 ใช้เพื่อการพัฒนาการเรียนภาษาจีนนอกเหนือจากหลักสูตรที่เลือกเรียน

ปัจจุบันการเรียนภาษาจีนมีหลายศาสตร์และหลายแขนงผู้เรียนสามารถเลือกเรียนรู้ได้ตามความสนใจ ซึ่งความสนใจในการเรียนรู้ของแต่ละบุคคลล้วนมีความแตกต่างกัน บางศาสตร์ที่บรรจุในหลักสูตรของโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยฯ อาจไม่ตรงหรือเพียงพอกับความต้องการของผู้เรียนได้อย่างครบถ้วน การเลือกเรียนภาษาจีน จาก Social Media จึงเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่น่าสนใจ โดยสามารถเลือกเรียนเนื้อหาการเรียนรู้ได้หลากหลาย เช่น ภาษาจีนเพื่อธุรกิจ ภาษาจีนทางการแพทย์ และภาษาจีนสำหรับงานบริการ เป็นต้น โดยหากจบการศึกษาจากศาสตร์ที่ศึกษามาแล้วยังหางานที่เกี่ยวข้องไม่ได้ ก็ยังมีช่องทางหางานอื่น ๆ ที่ยังคงเกี่ยวข้องกับภาษาจีนที่ผู้เรียนได้ศึกษาเพิ่มเติมมาอีกด้วย

“เริ่มแรกที่ศึกษาภาษาจีนมีสนใจอยากเป็นครูภาษาจีน เมื่อเรียนไปสักพักก็สนใจเกี่ยวกับการทำธุรกิจค้าขายกับจีน เพราะเห็นว่าเป็นอีกช่องทางสร้างรายได้ และปัจจุบันจีนก็มีธุรกิจค้าออนไลน์ที่หลากหลายน่าสนใจ จึงต้องการเรียนเพิ่มเติมผ่านช่องทาง Social Media โดยเน้นที่ธุรกิจนำเข้าส่งออกและการค้าขายออนไลน์” (ผู้ให้ข้อมูล P5, 9 มิถุนายน พ.ศ.2567)

3. ด้านการประยุกต์ความรู้ภาษาจีนจากการเรียนผ่าน Social Media

3.1 นำไปใช้เป็นแนวทางในการจัดทำสื่อการเรียนรู้

ปัจจุบันการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนผ่าน Social Media นั้นมีความหลากหลายทั้งรูปแบบการสอนและเนื้อหาการเรียนรู้ เนื้อหาความรู้ภาษาจีนนั้นงานวิจัยฉบับนี้ได้สรุปเนื้อหาไว้ 7 ด้านประกอบด้วย เนื้อหาด้านความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับประเทศจีน ไวยากรณ์ ข้อสอบ HSK อักษรจีน วัฒนธรรมจีน สัทอักษรพินอิน และสำนวนสุภาษิตจีน โดยผู้เรียนได้ประยุกต์ใช้ความรู้มาใช้ในการสื่อสารและใช้ในการสอบ HSK (การทดสอบวัดระดับความรู้ทางภาษาจีน) โดยพบว่าผู้ที่เคยเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media นั้น สอบผ่าน HSK ระดับ 2, 3 และ 4 โดยผู้ที่สอบผ่านล้วนเคยเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media มาก่อน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 47.05 และมีผู้ที่สอบผ่านระดับ 2 จำนวน 2 คน โดยที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media คิดเป็นร้อยละ 66.67 ประโยชน์นอกเหนือจากสอบวัดผลความรู้ภาษาจีนผ่านแต่ละระดับแล้ว ยังสร้างแนวทางในการต่อยอด



ความรู้เรื่องการจัดทำสื่อการเรียนรู้ด้วย เพราะในหนึ่งเนื้อหาความรู้สามารถมีวิธีการสอนที่หลากหลาย ผู้เรียนสามารถเลือกใช้วิธีที่ตนเรียนรู้แล้วเข้าใจง่ายมาปรับใช้ในศาสตร์หรือรูปแบบวิธีการสอนของตนเอง

“ส่วนตัวชอบถ่ายวิดีโอสอนคำศัพท์ภาษาจีน และยกตัวอย่างประโยคภาษาจีนลงในแพลตฟอร์มออนไลน์ เนื้อหาเกี่ยวกับคำศัพท์ทั่วไป และไวยากรณ์ง่าย ๆ เวลาเรียนรู้ภาษาจีนจากคลิปวิดีโอต่าง ๆ ก็มักจะสังเกตทำทาง น้ำเสียง รูปแบบและวิธีการนำเสนอมาปรับใช้ในรูปแบบของตนเอง” (ผู้ให้ข้อมูล P4, 9 มิถุนายน พ.ศ.2567)

“สนใจจัดทำเพจการเรียนรู้ภาษาจีนในด้านการฟังและพูด เพราะเป็นหลักสำคัญในการใช้ภาษาจีน เช่น นำเสนอการใช้ไวยากรณ์ต่างๆในแต่ละสถานการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในชีวิตประจำวัน” (ผู้ให้ข้อมูล P8, 9 มิถุนายน พ.ศ.2567)

4. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์ในการจัดการเรียนการสอน

4.1 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิจัยที่ได้อภิปรายมาแล้ว แสดงให้เห็นว่า การเรียนภาษาจีนผ่าน Social Media สามารถพัฒนาความรู้ทางภาษาจีนได้เป็นอย่างดี ผู้สอนสามารถนำแนวคิดที่ศึกษาได้จากผู้เรียนไปประยุกต์และพัฒนาการเรียนการสอนในรูปแบบภาษาจีนผ่าน Social Media เพื่อที่ผู้เรียนสามารถทบทวนหรือเรียนเสริมความรู้นอกเวลาเรียน และลดความกดดันจากการเรียนในห้องเรียน และสามารถพัฒนาทักษะด้านภาษาจีนให้ตรงกับจุดประสงค์การเรียนรู้ที่ตั้งเป้าประสงค์ไว้

4.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาการเรียนรู้ใน Social Media ว่าขาดแคลนเนื้อหาความรู้ทางด้านใดบ้าง เพื่อจะได้ทราบแนวทางในการออกแบบสร้างสรรค์เนื้อหาความรู้ภาษาจีนด้านอื่น ๆ ให้เพิ่มมากขึ้น รวบรวมวิธีการสอนของแต่ละเพจเพื่อสะสมคลังวิธีการสอนที่น่าสนใจให้ผู้เรียนได้ศึกษาและนำไปใช้ประโยชน์ต่อไปในภายภาคหน้า รวมไปถึงศึกษาข้อดีข้อเสียของการเรียนรู้ภาษาจีนผ่าน Social Media ด้วย

เอกสารอ้างอิง

จันทร์จิรา จุมพลหล้า. (2560) เอกสารประกอบการสอนรายวิชาการออกแบบและจัดการเรียนรู้.

อุดรธานี : ศูนย์การศึกษาบึงกาฬ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.

ติกติก. (2566) คู่มือผู้ใช้งานใหม่. ออนไลน์] จาก : <https://www.tiktok.com/safety/th-th/new-user-guide> (2 กรกฎาคม 2567)

ธนวิษฐ์ จริยะภูมิ และพัลลภ พิริยะสุรวงศ์. (มกราคม-เมษายน 2559) “กิจกรรมการเรียนรู้ด้วยการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์” วารสารปัญญาภิวัฒน์. 8 (1) หน้า 190-199.

ปณิตตา อินทรักษา. (ตุลาคม-ธันวาคม 2562) “การจัดการเรียนรู้ด้วยสังคมออนไลน์” วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร. 21 (4) หน้า 357-365.

วศิน สุขสมบูรณ์วงศ์, สุพรรณิ น้อยอินวงศ์, ณัฐชนน แสงปัญญา และสรวิชัย ประดาพล. (มกราคม-มิถุนายน 2565) “การศึกษาพฤติกรรมการเรียนรู้ภาษาจีนของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม” วารสารมนุษยสังคมศิลปาสาร. 4 (1) หน้า 28-44.

อดิพล เปี้ยทอง, เยาวภา โชติวิชัย และสุภพิชญ์ ประเสริฐนุ. (มกราคม-มิถุนายน 2558) “ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม” วารสารจันทรเกษมสาร. 21 (40) หน้า 137-145.

อินไซต์เอร่า. (2566) สรุปสถิติผู้ใช้งาน Social Media ผ่าน Platform ยอดนิยมในไทย. [ออนไลน์]
จาก : <https://www.insightera.co.th/social-media-statshot-2023/> (20 มิถุนายน 2567)

	Name and Surname (姓名) :
	WIPAWEE WANLA
	Highest Education (最高学历) :
	Master's degree
	University or Agency (任职院校或单位) :
	Nakhon Pathom Rajabhat University
	Field of Expertise (专业领域) :
	- Teaching Chinese to Speakers of Other Languages - Chinese International Education
	Address (地址) :
	85 Malaiman Road, Muang, Nakhon Pathom 73000

