

การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการรับรู้ คำหลายความหมายในภาษาไทยของนักศึกษาจีนที่เรียน สาขาวิชาภาษาไทยในเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วงประเทศจีน*

สุนีย์ ลีลาพรพินิจ¹, เพ็ญพิสุทธิ์ สีกาแก้ว², ประภัสสร นิกธสวดี³ และ เชียหลิง หลาน⁴
สายงานวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต¹, วิทยาลัยนานาชาติจีน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต²,
คณะกรรมการจัดการการศึกษาเชิงสร้างสรรค์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์³ และ หลักสูตรภาษาและ
วัฒนธรรมเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มหาวิทยาลัยภาษาต่างประเทศกว่างซี ประเทศจีน⁴

E-mail: sunee.lee@dpu.ac.th¹, penpisut.sik@dpu.ac.th²,
prapatsomnik@pim.ac.th³, 261687842@qq.com⁴

วันที่รับบทความ: 27 ธันวาคม 2566

วันที่ไขบทความ: 20 มีนาคม 2567

วันที่รับบทความ: 24 เมษายน 2567

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการรับรู้คำหลายความหมายในภาษาไทยของนักศึกษาจีนที่เรียนสาขาวิชาภาษาไทยในเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง โดยใช้วิธีวิจัยเชิงผสมผสาน ด้วยการเก็บข้อมูลจากนักศึกษาจีนในระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 3-4 จำนวน 108 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาจีนใช้มากที่สุด คือ TikTok ประเภทของแพลตฟอร์มที่ใช้มากที่สุด คือ เว็บไซต์กูเกิล (Google) ประเภทของสื่อออนไลน์ไทยที่ใช้เพื่อการเรียนและพัฒนาทักษะภาษาไทยมากที่สุด คือ ละคร โดยระยะเวลาที่เข้าใช้มากที่สุด คือ 1 ชั่วโมง-น้อยกว่า 2 ชั่วโมง ส่วนความถี่ในการใช้แพลตฟอร์มและสื่อสังคมออนไลน์ไทยในแต่ละสัปดาห์ พบว่า นักศึกษาจีนส่วนใหญ่ไม่เคยใช้ ทำให้ศักยภาพของสื่อในการถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับคำหลายความหมายให้กับผู้เรียนชาวจีนยังไม่สามารถใช้งานได้เต็มที่

ปัจจัยด้านชาติพันธุ์ไม่มีผลต่อความถี่ในการใช้แพลตฟอร์มและการรับชมสื่อออนไลน์ไทย โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ปัจจัยด้านชั้นปีการศึกษากลับมีผล

* บทความวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตประเภท Investigator Initiated Project (IIP) ประจำปีการศึกษา 2565 และทุนสนับสนุนการวิจัยในโครงการ “การพัฒนาอย่างยั่งยืนในการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยภายใต้ความร่วมมือระหว่างไทยจีน” จากหัวข้อวิจัยพิเศษระดับอุดมศึกษานานาชาติ ตามแผนพัฒนาการศึกษากว่างซี เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง สาธารณะรัฐประชาชนจีน ประจำปี 2564

ต่อความถี่ในการรับชมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (<0.05) รูปแบบพฤติกรรมกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเรียนและพัฒนาทักษะภาษาไทยของนักศึกษาจีนมีพฤติกรรม การ “เสพ” หรือ “รับเข้า” มากกว่าการ “ใช้” หรือ “ส่งออก” ความคิดเห็นของนักศึกษาจีนเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการรับรู้คำหลายความหมาย ในภาษาไทยอยู่ในระดับปานกลาง โดยหัวข้อที่นักศึกษาเห็นด้วยมากที่สุด คือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำ ทำให้รู้จักคำหลายความหมายในภาษาไทยมากขึ้น และเห็นตัวอย่าง การใช้คำหลายความหมายในประโยคต่าง ๆ

คำสำคัญ: พฤติกรรมกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ การรับรู้คำหลายความหมายภาษาไทย นักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทย

Impact of Online Social Media Usage Behavior on Perceptions of Thai Polysemous Words among Chinese Students Studying Thai Language in Guangxi Zhuang Autonomous Region, China

Sunee Leelapornpinit¹, Penpisut Sikakaew², Prapatsorn Nikornsawat³ and Xialing Lan⁴
Research Development and Innovation, Dhurakij Pundit University¹, Chinese International College, Dhurakij Pundit University², School of Creative Educational Management, Panyapiwat Institute of Management³ and School of Southeast Asian Language and Culture, Guangxi University of Foreign Languages, China⁴
E-mail: sunee.lee@dpu.ac.th¹, penpisut.sik@dpu.ac.th², prapatsornnik@pim.ac.th³, 261687842@qq.com⁴

Received: December 27, 2023

Revised: March 20, 2024

Accepted: April 24, 2024

Abstract

The purpose of this research is to study the online social media usage behavior which affects on the perception of Thai polysemous words among Chinese students studying Thai language in the Greater China region, particularly in Guangzhou area by utilize the mixed method. Data was collected from 108 Chinese students at the undergraduate level, specifically in their third and fourth years. The research tools used for data collection were questionnaires. Statistics used for data analysis included mean and standard deviation, and statistics for hypothesis testing were one-way analysis of variance.

The results indicate that the type of online social media that Chinese students mostly use is TikTok, and the predominant platform is Google's website. In terms of online social media used for learning and developing Thai language skills is dramas, the majority of students spend 1 to less than 2 hours using these platforms. Regarding the frequency of using Thai platforms and Thai online social media per week, it was found that the majority of Chinese students do not use them. Yet, the media's potential to convey stories about multiple words to Chinese learners is not yet fully available.

The research indicates that factors related to ethnicity have no statistically significant impact on the frequency of using Thai platforms and watching online media. On the other hand, factors related to academic year have a statistically significant impact (<0.05) on the frequency of watching

online social media. The usage behavior of online social media for learning and developing Thai language skills among Chinese students tends to involve more “consumption” rather than “active use”. Opinions about the behavior of using online social media which affects on the perception of Thai polysemous words are moderately in agreement. The topic that students mostly agree with is that regularly using online social media helps them become more familiar with Thai polysemous words. They also find examples of the use of multiple meanings in different sentences.

Keywords: Online Social Media Usage Behavior, Perceptions of Polysemous Words, Thai Language, Chinese Students

บทนำ

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงและสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของมนุษย์ทั่วทุกมุมโลกผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ที่ไม่เพียงเพื่อการติดต่อสื่อสารกับผู้คนทั่วทุกมุมโลกแต่ยังเป็นแพลตฟอร์มที่สะดวกต่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อมูลความรู้ระหว่างบุคคลที่มีวัฒนธรรมและภาษาที่แตกต่างกัน สื่อสังคมออนไลน์จึงไม่ใช่แค่เครื่องมือที่เชื่อมปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของผู้คนเท่านั้น แต่ยังสามารถสร้างสภาวะการรับรู้และการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ ทั้งยังสามารถช่วยพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศได้เป็นอย่างดี

การรับรู้ (Perceptions) คือ กระบวนการที่ระบบประสาทของมนุษย์ใช้เพื่อตีความและแปลความหมายของข้อมูลจากสิ่งต่าง ๆ ในสิ่งแวดล้อม เพื่อช่วยในการทำความเข้าใจและตีความสถานการณ์ ซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญในกระบวนการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ

เมื่อสืบค้นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้คำหลายความหมายภาษาไทยในฐานะข้อมูลวิจัย China National Knowledge Infrastructure (CNKI) ซึ่งเป็นฐานข้อมูลที่รวบรวมงานวิจัยทั้งบทความ วิทยานิพนธ์ และประชุมวิชาการต่าง ๆ ในประเทศจีน ด้วยคำว่า “คำหลายความหมายภาษาไทย” พบว่า มีเพียงการศึกษาคำกรับรู้เรื่องการรับรู้คำหลายความหมายภาษาจีนของผู้เรียนภาษาจีนชาวไทยเท่านั้น ผู้วิจัยจึงยังไม่พบการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการรับรู้คำหลายความหมายในภาษาไทย ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาในประเด็นดังกล่าว โดยคำหลายความหมายถือเป็นปรากฏการณ์ทางภาษารูปแบบหนึ่งที่ทำให้คำ 1 คำ มีหลายความหมาย ซึ่งความหมายเหล่านั้นจะสัมพันธ์หรือไม่สัมพันธ์กันก็ได้ กระบวนการดังกล่าวเป็นกระบวนการทางปริชาน (cognitive processes) ซึ่งวงความหมายของคำอาจถูกขยายผ่านการใช้ภาษาในเชิงอุปลักษณ์ สัญลักษณ์ หรือนามนัย เพื่อเชื่อมโยงวงความหมายหรือมนทัศน์ของคำเข้าด้วยกัน (Hanegreefs, 2004 อ้างถึงใน รุ่งทิพย์ รัตนภานุศร และคณะ, 2549) ปรากฏการณ์ที่กล่าวถึงข้างต้นส่งผลให้ภาษากลายเป็นสื่อที่มีความหมายหลากหลายและลึกซึ้งตามลักษณะและพื้นที่ที่ใช้งาน

อย่างไรก็ตามการศึกษาเรื่องคำหลายความหมายนั้นส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่การศึกษาในประเด็นของความหมาย เช่น คำหลายความหมายของคำกริยา (กาจบัณฑิต วงศ์ศรี, 2547; จิรัชย์ หิรัญรัตน์, 2550; ชัชวดี ศรลัมภ์, 2538; รุ่งทิพย์ รัตนภานุศรและคณะ, 2549; สุรีเนตร จรัสจรุงเกียรติ, 2559; โสภาวรณ แสงไชย, 2537 อ้างถึงใน โสมรวิ สมเพชร, 2563) คำหลายความหมายของคำบุพบท (ศุภชัย ต๊ะวิชัย, 2557 อ้างถึงใน โสมรวิ สมเพชร, 2563) การศึกษาเปรียบเทียบคู่คำภาษาไทยและจีน (ภัทรา พิเชษฐศิลป์, 2556



อ้างถึงใน โสมรวิ สมเพชร, 2563) ขณะที่การศึกษาวิจัยด้านการรับรู้คำหลายความหมาย พบเพียงงานวิจัยของวดิน สุขสมบุรณ์วงศ์ (2563) ที่ศึกษาความเข้าใจคำอุปลักษณรรสชาติของอาหารในภาษาจีนของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม โดยผลการศึกษาพบว่า อุปลักษณ์เชิงมโนทัศน์ของรสชาตินี้ในภาษาจีนมีความแตกต่างกับภาษาไทย ทำให้ผู้เรียนภาษาจีนชาวไทยอาจมีความเข้าใจคลาดเคลื่อนในส่วนความหมายของรสชาติเปรี้ยวและหวาน อาจเป็นอุปสรรคในการสื่อสารและการตีความภาษาในอนาคต

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาในประเด็นพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการรับรู้คำหลายความหมายในภาษาไทยกับกลุ่มนักศึกษาจีนที่เรียนสาขาวิชาภาษาไทยในเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วงประเทศจีน โดยกำหนดพื้นที่การวิจัยเป็นมหาวิทยาลัยในเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการเรียนการสอนสาขาวิชาภาษาไทยมากเป็นอันดับต้นของประเทศจีน และยังเป็นพื้นที่ที่มีชาติพันธุ์จ้วงอาศัยอยู่มากที่สุด การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการรับรู้คำหลายความหมายในภาษาไทยของนักศึกษาจีนที่เรียนสาขาวิชาภาษาไทยในเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วงประเทศจีน ในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการเรียนการสอนภาษาไทยในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการรับรู้คำหลายความหมายในภาษาไทยของนักศึกษาจีนที่เรียนสาขาวิชาภาษาไทยในเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง

สมมติฐานการวิจัย

H1 นักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทยในเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วงที่มีชาติพันธุ์ต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการรับรู้คำหลายความหมายในภาษาไทยต่างกัน

H2 นักศึกษาสาขาวิชาภาษาไทยในเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วงที่มีชั้นปีการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการรับรู้คำหลายความหมายในภาษาไทยต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

เกณฑ์ในการกำหนดพื้นที่การวิจัย ผู้วิจัยคัดเลือกพื้นที่ในการวิจัยจากประเด็นด้านการเป็นพื้นที่ที่มีการเรียนการสอนภาษาไทยเป็นอันดับต้นของประเทศ อ้างอิงจาก

งานวิจัยของจรัสศรี จิรภาส (2562) และประเด็นในด้านการเป็นพื้นที่ที่มีทุนวิจัยด้านภาษาไทยมากที่สุด อ้างอิงจากงานวิจัยของ Sikakaew et al., (2022) ทั้งยังเป็นพื้นที่ที่ได้รับ การคัดเลือกให้เป็นพื้นที่สำหรับพัฒนาบุคลากรด้านภาษาไทยด้วย โดยอ้างอิงจากบท สัณเคราะห์ของฉิน ชงหลิง และเพ็ญพิสุทธิ์ สีกาแก้ว (2022) เพื่อศึกษาทักษะการรับรู้ ของนักศึกษาชาวจีนที่มีต่อคำหลายความหมาย

เกณฑ์ในการกำหนดกลุ่มคำที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยกำหนดชุดคำหลาย ความหมายในการศึกษาครั้งนี้เป็นชุดคำบอกรสชาติ ซึ่งถือเป็นชุดคำพื้นฐานสำหรับสอน ภาษาไทยให้ชาวต่างชาติตามกรอบงานวิจัยของรุ่งฤดี แผลงศร (2554) และเป็นชุดคำ ที่แสดงการรับรู้ด้วยประสาทสัมผัส ซึ่งเป็นกลุ่มคำที่มีหลายความหมาย ครอบคลุมทั้ง มโนทัศน์ที่เกี่ยวกับการรับรู้ด้วยประสาทสัมผัส มโนทัศน์ปริชาน และมโนทัศน์ด้านอารมณ์ ความรู้สึก (Hanegreefs, 2004 อ้างถึงใน รุ่งทิพย์ รัตนภาณุศร และคณะ, 2549)

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกรณีศึกษา โดยผู้ให้ข้อมูลคือ นักศึกษาจีนที่เรียนสาขาวิชาภาษาไทยในมหาวิทยาลัยในเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง ในระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 3-4 จำนวน 108 คน จากจำนวนนักศึกษาทั้งหมด 500 คน โดยใช้สูตรคำนวณของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973)

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการด้วยวิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (mixed method) อันประกอบด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยผ่านแบบสอบถามพฤติกรรมการใช้ สื่อสังคมออนไลน์ และการสัมภาษณ์นักศึกษาจีนที่เรียนสาขาวิชาภาษาไทยเกี่ยวกับปัญหา และปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คำที่มีหลายความหมายในภาษาไทย โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ กระบวนการทางปริชาน (cognitive processes) และการรับรู้ด้วยประสาทสัมผัส (perception category) โดยกำหนดชุดคำบอกรสชาติภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติ ตามกรอบวิจัยของรุ่งฤดี แผลงศร (2554) และเป็นชุดคำที่เป็นคำที่มีหลายความหมาย อันประกอบไปด้วยคำว่า “เค็ม เผ็ด ขม เปรี้ยว หวาน” เพื่อสร้างเครื่องมือเก็บข้อมูล

2. กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยเก็บข้อมูลจากนักศึกษาจีนที่เรียนสาขาวิชาภาษาไทยในมหาวิทยาลัยในเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วงในระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 3-4 จำนวน 108 คน จากจำนวนนักศึกษาทั้งหมด 500 คน โดยใช้สูตรคำนวณของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973)



3. สร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือให้สัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยเครื่องมือการวิจัยได้เสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ด้านภาษาไทย ภาษาศาสตร์ และด้านสถิติวิจัย ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยมีค่าเฉลี่ยดัชนีความสอดคล้อง (IOC) >0.50

4. เก็บรวบรวมข้อมูลจากเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยข้างต้น

5. วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีคำถามทั้งหมด 3 ข้อ ได้แก่ เพศ ชาติพันธุ์ และชั้นปีการศึกษา มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด ส่วนด้านพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ แบ่งเป็น 5 ข้อ ได้แก่ (1) ประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (2) ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่เข้าใช้มากที่สุด (3) ประเภทของแพลตฟอร์มภาษาไทยที่นักศึกษาเข้าถึง เวลา และความถี่ในการใช้โดยเฉลี่ยใน 1 สัปดาห์ (4) ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ภาษาไทยที่นักศึกษาเข้าถึง เวลา และความถี่ในการรับชมโดยเฉลี่ยใน 1 สัปดาห์ และ (5) พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเรียนและพัฒนาทักษะภาษาไทย โดยแบ่งเป็น 6 ระดับ ได้แก่ (1) ไม่เคยปฏิบัติ (ค่าเฉลี่ย 0.00 - 0.99) (2) แทบจะไม่ปฏิบัติ (ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80) (3) ปฏิบัติน้อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60) (4) ปฏิบัติบางครั้ง (ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40) (5) ปฏิบัติบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20) และ (6) ปฏิบัติเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00)

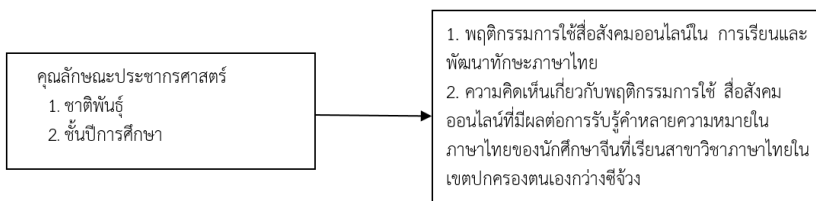
6. สรุป และอภิปรายผลการวิจัย

แนวคิดทฤษฎีและกรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้แนวคิดเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับการเรียนภาษาต่างประเทศมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ โดยสัมพันธ์กับปัจจัยด้านชาติพันธุ์และชั้นปีการศึกษา

ภาพ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



หมายเหตุ. จาก ผู้วิจัย; 2566

สื่อสังคมออนไลน์มิได้เป็นเพียงเครื่องมือที่มีแค่เนื้อหาและข้อมูลข่าวสารเท่านั้น แต่ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์สามารถสร้างกลุ่มหรือเครือข่ายที่สามารถเชื่อมโยงผู้ใช้จากทั่วทุกมุมโลกเข้าด้วยกันเพื่อให้เกิดประโยชน์ในด้านการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ ทั้งยังสามารถช่วยพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นด้านไวยากรณ์ คำศัพท์ การฟัง การออกเสียง การพูด การอ่าน หรือการเขียนได้ (Lomicka & Loard, 2016 อ้างถึงใน โรสลีน่า สุมาลี, 2562) มีงานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับการเรียนและการพัฒนาทักษะทางภาษา โดยส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษาภาษาอังกฤษ เช่น งานวิจัยเรื่องการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียนที่มีความสามารถด้านการพูดภาษาอังกฤษระดับสูงและปัจจัยที่ส่งเสริมความสามารถด้านการพูดของโรสลีน่า สุมาลี (2562) ผลการวิจัยพบว่า YouTube เป็นสื่อออนไลน์อันดับหนึ่งที่ผู้เรียนใช้เรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยการดูภาพยนตร์ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ทำให้ผู้เรียนมีโอกาสได้ใช้ภาษาอังกฤษกับคนทั่วโลก อีกทั้งเนื้อหาภาษาอังกฤษบนสื่อสังคมออนไลน์มีความน่าสนใจ จึงทำให้ผู้เรียนมีแรงจูงใจในการพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษได้ดี

นอกจากนี้รูปแบบของสื่อสังคมออนไลน์ประเภทต่าง ๆ ยังมีผลต่อการรับรู้ จดจำ และการนำไปใช้ของนักศึกษาอีกด้วย ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยเชิงทดลองของ Opgenhaffen และ d'Haenens (2011 อ้างถึงใน บุปผา เมฆศรีทองคำ และขจรจิต บุณนาค, 2556) ที่ศึกษาเรื่อง “การทดสอบองค์ความรู้: ผลกระทบของรูปแบบข่าวออนไลน์ต่อการเรียนรู้จากข้อมูลข่าว” พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะสื่อสารมวลชนจาก Catholic University of Leuven ประเทศเบลเยียม ซึ่งเป็นกลุ่มทดลองที่มีความชำนาญในการใช้อินเทอร์เน็ตมีการรับรู้ จดจำ และได้รับประโยชน์จากรูปแบบข่าวที่มีความซับซ้อนมากกว่าผู้ที่ไม่มีความชำนาญในการใช้อินเทอร์เน็ต

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้ได้ออกแบบสอบถามพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการรับรู้คำหลายความหมายในภาษาไทยของนักศึกษาจีนที่เรียนสาขาวิชาภาษาไทยในเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง จำนวน 108 คน โดยผลการศึกษสามารถแบ่งออกเป็น 4 หัวข้อ ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 เพศและกลุ่มชาติพันธุ์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 93.52 เป็นเพศชาย มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.48 และส่วนใหญ่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ฮั่น (汉族) จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 64.81 ขณะที่ชาติพันธุ์จ้วง (壮族) มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 28.70 และยังมีกลุ่มชาติพันธุ์อื่น ๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.48 ตัวอย่างเช่น กลุ่มชาติพันธุ์อี๋ (彝族) กลุ่มชาติพันธุ์หมั้น (满族) และกลุ่มชาติพันธุ์เหมียว (苗族) เป็นต้น

1.2 มหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยภาษาต่างประเทศกว่างซี (广西外国语学院) จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 39.81 มหาวิทยาลัยชนชาติกว่างซี (广西民族大学) จำนวน 27 คน ร้อยละ 25 มหาวิทยาลัยกว่างซี (广西大学) จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 มหาวิทยาลัยครุศาสตร์กว่างซี (广西师范大学) จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.85 มหาวิทยาลัยไปเซอ (百色学院) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.93 และอยู่ในมหาวิทยาลัยอื่น ๆ เช่น สถาบันเซียงซือหู (相思湖学院) มหาวิทยาลัยเป่ย์ปู้วาน (北部湾大学) มหาวิทยาลัยเหอฉี (河池学院) และมหาวิทยาลัยก๊วยหลิน (桂林学院) จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 24.07

1.3 ชั้นปีการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักศึกษาชั้นปี 3 จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 60.19 และนักศึกษาชั้นปี 4 จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 39.81

2. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยทั่วไป

2.1 ประสบการณ์ในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์

ผลการวิจัยพบว่า มีนักศึกษาจีนที่เรียนสาขาวิชาภาษาไทยมีประสบการณ์ในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มากกว่า 4 ปีขึ้นไป จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 57.41 มีประสบการณ์เป็นเวลา 3-4 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 15.74

มีประสบการณ์เป็นเวลา 1-2 ปี จำนวน 15 คน ร้อยละ 13.89 และมีประสบการณ์น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 14 คน ร้อยละ 12.96

2.2 ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาเข้าใช้มากที่สุด

จากผลสำรวจประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาเข้าใช้มากที่สุด สามารถแบ่งเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1) สื่อโซเชียลมีเดีย อันประกอบด้วย ตี๊กต็อก (Tiktok) จำนวน 27 คน อินสตาแกรม (Instagram) จำนวน 14 คน ทวิตเตอร์ (Twitter) จำนวน 7 คน วีแชต (WeChat) จำนวน 7 คน เฟซบุ๊ก (Facebook) จำนวน 5 คน ไลน์ (Line) จำนวน 3 คน คิวคิว (QQ) จำนวน 2 คน เสี่ยวหงชู (XiaoHongShu) จำนวน 1 คน และ เว่ยป้อ (Weibo) จำนวน 1 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 67 คน คิดเป็นร้อยละ 62.04

2) เครื่องมือค้นหาและเว็บไซต์ข้อมูล ได้แก่ เว็บไซต์กูเกิล (Google) จำนวน 27 คน ไมโครซอฟท์ บิง (Microsoft Bing) จำนวน 2 คน เว็บไซต์วิกิพีเดีย Wikipedia จำนวน 5 คน จำนวนรวม 34 คน คิดเป็นร้อยละ 31.48

3) วิดีโอแชร์วิส (Video Sharing Platform) คือ ยูทูบ (YouTube) จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.63

4) สื่อข่าวออนไลน์ คือ ไทยรัฐ (Thairath) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.93

5) แพลตฟอร์มการประชุมออนไลน์ คือ Tencent Meeting (VooV) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.93

2.3 ประเภทของแพลตฟอร์มภาษาไทยที่นักศึกษาเข้าถึงและความถี่ในการใช้

ประเภทของแพลตฟอร์มภาษาไทยที่นักศึกษาเข้าถึงและความถี่ในการใช้ มี 4 แพลตฟอร์ม โดยสำรวจความถี่ที่ใช้ในแต่ละแพลตฟอร์มเฉลี่ยใน 1 สัปดาห์ แบ่งออกเป็น 1) ไม่เคยใช้ 2) ใช้บ้าง (น้อยกว่าร้อยละ 25) 3) ใช้บ่อย (ร้อยละ 25-50) 4) ใช้เกือบทุกวัน (ร้อยละ 51-75) และ 5) ใช้ทุกวัน (มากกว่าร้อยละ 75) รายละเอียดแยกตามแพลตฟอร์มดังนี้

1) เฟซบุ๊ก (Facebook) พบว่า มีผู้ที่ไม่เคยใช้ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 52.78 ใช้บ้าง จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 37.96 ใช้บ่อย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 และใช้เกือบทุกวัน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.93 แต่ไม่ปรากฏผู้ใช้ทุกวัน

2) ทวิตเตอร์ (Twitter) พบว่า มีผู้ที่ไม่เคยใช้ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 57.41 ใช้บ้าง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 27.78 ใช้บ่อย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1 ใช้เกือบทุกวัน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.78 และใช้ทุกวัน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.93

3) อินสตาแกรม (Instagram) พบว่า มีผู้ที่ไม่เคยใช้ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 47.22 ใช้บ้าง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 30.56 ใช้บ่อย จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 15.74 ใช้เกือบทุกวัน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.63 และใช้ทุกวัน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.85

4) ไลน์ (Line) พบว่า มีผู้ที่ไม่เคยใช้ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 49.07 ใช้บ้าง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 31.48 ใช้บ่อย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11 ใช้เกือบทุกวัน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.56 และใช้ทุกวัน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.78

2.4 ประเภทสื่อสังคมออนไลน์ภาษาไทยที่นักศึกษาเข้าถึงและความถี่ในการรับชม

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ภาษาไทยที่นักศึกษาจีนเข้าถึง จำนวน 108 คน สามารถแบ่งออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้ 1) ละคร 2) ภาพยนตร์ 3) การ์ตูน 4) รายการในยูทูป 5) ข่าว และ 6) สารคดี โดยความถี่ในการรับชมเฉลี่ยใน 1 สัปดาห์ แบ่งออกเป็น 1) ไม่เคยรับชม 2) รับชมบ้าง (น้อยกว่าร้อยละ 25) 3) รับชมบ่อย (ร้อยละ 25-50) 4) รับชมเกือบทุกวัน (ร้อยละ 51-75) และ 5) รับชมทุกวัน (มากกว่าร้อยละ 75) โดยมีรายละเอียดแบ่งตามประเภทได้ดังนี้

1) ละคร พบว่า มีผู้ที่ไม่รับชมละคร จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 31.48 รับชมบ้าง จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 36.11 รับชมบ่อย จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 23.15 รับชมเกือบทุกวัน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.48 และรับชมทุกวัน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.78

2) ภาพยนตร์ พบว่า มีผู้ที่ไม่รับชมภาพยนตร์ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 26.85 รับชมบ้าง จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 48.15 รับชมบ่อย จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 รับชมเกือบทุกวัน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.78 และรับชมทุกวัน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.93

3) การ์ตูน พบว่า มีผู้ที่ไม่รับชมการ์ตูน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 58.33 รับชมบ้าง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 27.78 รับชมบ่อย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11 และรับชมเกือบทุกวัน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.78 แต่ไม่มีผู้รับชมทุกวัน

4) **รายการในยูทูป** พบว่ามีผู้ที่ไม่รับชมรายการในยูทูป จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 42.59 รับชมบ้าง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 37.04 รับชมบ่อย จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 15.74 และรับชมเกือบทุกวัน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.63 แต่ไม่มีผู้รับชมทุกวัน

5) **รายการข่าว** พบว่ามีผู้ที่ไม่รับชมข่าว จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 25 รับชมบ้าง จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 59.26 รับชมบ่อย จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 12.04 และรับชมเกือบทุกวัน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.70 แต่ไม่มีผู้รับชมทุกวัน

6) **สารคดี** พบว่ามีผู้ที่ไม่รับชมสารคดี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 รับชมบ้าง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 30.56 รับชมบ่อย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11 รับชมเกือบทุกวัน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.85 และรับชมทุกวัน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.93

3. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเรียนและพัฒนาทักษะภาษาไทย

ประเภทของแพลตฟอร์ม แอปพลิเคชัน และเว็บไซต์ที่นักศึกษาจีนใช้มากที่สุดคือ เว็บไซต์กูเกิล (Google) ใช้เพื่อสืบค้นข้อมูล มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 45.37 รองอันดับสองคือ ตี๊กต็อก (Tiktok) มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 13.89 รองอันดับสามคือ อินสตาแกรม (Instagram) และยูทูป (Youtube) มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.26 และรองอันดับสี่คือ เฟซบุ๊ก (Facebook) และอื่น ๆ เช่น บิลิบิลี (Bilibili) มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.48

ส่วนประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ภาษาไทยที่นักศึกษาจีนเข้าใช้เพื่อการศึกษาและพัฒนาทักษะภาษาไทยมากที่สุดคือ ละคร มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองอันดับสองคือ ภาพยนตร์ มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 27.78 รองอันดับสามคือ ข่าว มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 15.74 และรองอันดับสี่คือ รายการในยูทูป มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 14.81

ระยะเวลาที่นักศึกษาจีนเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการศึกษาและพัฒนาทักษะภาษาไทย ระยะเวลาที่ใช้มากที่สุดคือ 1 ชั่วโมง-น้อยกว่า 2 ชั่วโมง มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 54.63 รองลงมาคือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 37.04 ระยะเวลา 2 ชั่วโมง-น้อยกว่า 3 ชั่วโมง มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.48 และพบน้อยที่สุดคือ ระยะเวลามากกว่า 3 ชั่วโมง มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.85

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเรียนและพัฒนาทักษะภาษาไทยของนักศึกษาจีนอยู่ในระดับการปฏิบัติบางครั้ง ($\bar{x}=3.06$, $S.D.=0.14$) โดยหัวข้อ

ที่นักศึกษาามีระดับการปฏิบัติมากที่สุดสามอันดับแรก คือ อันดับหนึ่ง ใช้ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ในการพัฒนาทักษะภาษาไทย (\bar{x} =3.50, S.D.=1.39) อันดับสองหาโอกาสนำคำหลายความหมายในภาษาไทยที่ท่านเรียนรู้จากสื่อสังคมออนไลน์ไปใช้ในชีวิตประจำวัน (\bar{x} =3.31, S.D.=1.35) ส่วนอันดับสาม เรียนภาษาไทยออนไลน์บนสื่อสังคมออนไลน์ (\bar{x} =3.30, S.D.=1.44) ดังแสดงรายละเอียดในตาราง 1

ตาราง 1

ระดับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเรียนและพัฒนาทักษะภาษาไทย

| ระดับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเรียนและพัฒนาทักษะภาษาไทย | \bar{x} | S.D. | รูปแบบพฤติกรรม | ระดับพฤติกรรม |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|-------------------------------|-------------------|
| 1. ท่านมีโอกาสใช้ภาษาไทยสื่อสารกับคนไทยบนสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ไลน์ เฟซบุ๊ก ฯลฯ | 2.91 | 1.70 | ใช่ | ปฏิบัติ บางครั้ง |
| 2. ท่านมีโอกาสได้อ่านข้อความที่โพสต์ในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ฯลฯ | 2.83 | 1.68 | เสพ | ปฏิบัติ บางครั้ง |
| 3. ท่านมีโอกาสใช้ภาษาไทยในการเขียนข้อความหรือเขียนสถานะ (status) บนสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ฯลฯ | 2.56 | 1.79 | ใช่ | ปฏิบัติ บางครั้ง |
| 4. ท่านมีโอกาสได้ดูละครหรือซีรีส์ไทยในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ยูทูบ เน็ตฟลิกซ์ (Netflix) ฯลฯ | 3.19 | 1.54 | เสพ | ปฏิบัติ บางครั้ง |
| 5. ท่านมีโอกาสได้ดูภาพยนตร์ไทยในสื่อสังคมออนไลน์ | 3.18 | 1.52 | เสพ | ปฏิบัติ บางครั้ง |
| 6. ท่านมีโอกาสได้ดูสารคดีในสื่อสังคมออนไลน์ | 2.72 | 1.71 | เสพ | ปฏิบัติ บางครั้ง |
| 7. ท่านมีโอกาสได้อ่านหรือฟังข่าวหรือบทความในสื่อสังคมออนไลน์ | 3.12 | 1.43 | เสพ | ปฏิบัติ บางครั้ง |
| 8. ท่านมีโอกาสได้ดูรายการต่าง ๆ ในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น รายการท่องเที่ยว ทำอาหาร เกมโชว์ ฯลฯ | 3.15 | 1.53 | เสพ | ปฏิบัติ บางครั้ง |
| 9. ท่านเคยบันทึกคลิปวิดีโอโดยใช้ภาษาไทยในการพูดหรืออ่านและโพสต์ลงบนสื่อสังคมออนไลน์ | 2.68 | 1.75 | ใช่ | ปฏิบัติ บางครั้ง |
| 10. เมื่อพบคำศัพท์หรือสำนวนไทยที่ไม่รู้ความหมายบนสื่อสังคมออนไลน์ท่านจะศึกษาหาความหมายของคำศัพท์หรือสำนวนเหล่านั้น | 3.28 | 1.50 | ค้นคว้า | ปฏิบัติ บางครั้ง |
| 11. ท่านศึกษาหาความหมายและบันทึกคำหลายความหมายในภาษาไทยที่ท่านเรียนรู้จากสื่อสังคมออนไลน์ | 3.16 | 1.47 | ค้นคว้า | ปฏิบัติ บางครั้ง |
| 12. ท่านหาโอกาสนำคำหลายความหมายในภาษาไทยที่ท่านเรียนรู้จากสื่อสังคมออนไลน์ไปใช้ในชีวิตประจำวัน | 3.31 | 1.35 | ค้นคว้า | ปฏิบัติ บางครั้ง |
| 13. ท่านเรียนภาษาไทยออนไลน์บนสื่อสังคมออนไลน์ | 3.30 | 1.44 | ใช่ | ปฏิบัติ บางครั้ง |
| 14. ท่านใช้ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ในการพัฒนาทักษะภาษาไทย | 3.50 | 1.39 | ใช่ | ปฏิบัติ บ่อยครั้ง |
| รวมทุกด้าน | 3.06 | 0.14 | เสพ (6), ใช่ (5), ค้นคว้า (3) | ปฏิบัติ บางครั้ง |

จากตาราง 1 มีข้อสังเกตที่น่าสนใจเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเรียนและพัฒนาทักษะภาษาไทยของนักศึกษาจีนคือ แบบแผนทางพฤติกรรมด้านการ “เสพ, ค้นคว้า” หรือการ “รับเข้า” ของนักศึกษามีมากกว่าการ “ใช้” หรือการ “ส่งออก” ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมและแบบแผนในการเรียนที่นักศึกษาเลือกที่จะ “รับเข้า” มากกว่าการ “ส่งออก”

4. ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการรับรู้คำหลายความหมายในภาษาไทย

ความคิดเห็นของนักศึกษาจีนเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการรับรู้คำหลายความหมายในภาษาไทยอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ($\bar{x}=3.34$, S.D.=0.11) โดยหัวข้อที่นักศึกษาเห็นด้วยมากที่สุดสามอันดับแรก คือ อันดับหนึ่ง การใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำทำให้รู้จักคำหลายความหมายในภาษาไทยมากขึ้น ($\bar{x}=3.59$, S.D.=1.22) และเห็นตัวอย่างการใช้คำหลายความหมายในประโยคต่าง ๆ ($\bar{x}=3.59$, S.D.=1.2) อันดับสอง การใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำทำให้เข้าใจคำหลายความหมายในภาษาไทยมากขึ้น ($\bar{x}=3.58$, S.D.=1.25) และมีผลต่อการรับรู้และเข้าใจคำหลายความหมายในภาษาไทยอย่างมาก ($\bar{x}=3.58$, S.D.=1.31) ส่วนอันดับสาม ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักและเข้าใจว่า คำว่า “เปรี้ยว” เป็นคำที่มีหลายความหมายจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{x}=3.26$, S.D.=1.41) ดังแสดงรายละเอียดในตาราง 2

ตาราง 2

ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการรับรู้คำหลายความหมายในภาษาไทย

| ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการรับรู้คำหลายความหมายในภาษาไทย | \bar{x} | S.D. | ระดับความคิดเห็น |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|------------------|
| 1. การใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำทำให้ท่านรู้จักคำหลายความหมายในภาษาไทยมากขึ้น | 3.59 | 1.22 | มาก |
| 2. การใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำทำให้ท่านเข้าใจคำหลายความหมายในภาษาไทยมากขึ้น | 3.58 | 1.25 | มาก |
| 3. การใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำทำให้ท่านเห็นตัวอย่างการใช้คำหลายความหมายในประโยคต่าง ๆ | 3.59 | 1.2 | มาก |
| 4. ท่านรู้จักและเข้าใจว่า คำว่า “หวาน” เป็นคำที่มีหลายความหมายจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ | 3.21 | 1.34 | ปานกลาง |
| 5. ท่านรู้จักและเข้าใจว่า คำว่า “เปรี้ยว” เป็นคำที่มีหลายความหมายจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ | 3.26 | 1.41 | ปานกลาง |
| 6. ท่านรู้จักและเข้าใจว่า คำว่า “เค็ม” เป็นคำที่มีหลายความหมายจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ | 3.04 | 1.45 | ปานกลาง |

| | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|---------|
| 7. ท่านรู้จักและเข้าใจว่า คำว่า “เน็ต” เป็นคำที่มีหลายความหมายจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ | 3.11 | 1.47 | ปานกลาง |
| 8. ท่านรู้จักและเข้าใจว่า คำว่า “ชม” เป็นคำที่มีหลายความหมายจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ | 3.08 | 1.47 | ปานกลาง |
| 9. การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของท่านมีผลต่อการรับรู้และเข้าใจคำหลายความหมายในภาษาไทยอย่างมาก | 3.58 | 1.31 | มาก |
| รวมทุกด้าน | 3.34 | 0.11 | ปานกลาง |

สรุปผลการวิจัย

1. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยทั่วไปของนักศึกษาจีนที่เรียนสาขาวิชาภาษาไทยในเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง จำนวน 108 คน เป็นนักศึกษาชั้นปี 3 จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 60.19 และนักศึกษาชั้นปี 4 จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 39.81 นักศึกษาจีนที่เรียนสาขาวิชาภาษาไทยจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 57.41 มีประสบการณ์ในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มากกว่า 4 ปีขึ้นไป โดยประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาจีนเข้าใช้มากที่สุดสามอันดับแรก คือ อันดับหนึ่ง ติดต่องาน อันดับสอง อินสตาแกรม และอันดับสาม ทวิตเตอร์และวีแชต

2. ประเภทของแพลตฟอร์ม แอปพลิเคชัน และเว็บไซต์ที่นักศึกษาจีนใช้มากที่สุดคือ เว็บไซต์ทูกูเกิล ใช้เพื่อสืบค้นข้อมูล ส่วนประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ไทยที่นักศึกษาจีนเข้าใช้เพื่อการเรียนและพัฒนาทักษะภาษาไทยมากที่สุดคือ ละคร มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ระยะเวลาที่นักศึกษาจีนเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนและพัฒนาทักษะภาษาไทยมากที่สุดคือ 1 ชั่วโมง-น้อยกว่า 2 ชั่วโมง มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 54.63 ส่วนความถี่ในการใช้แพลตฟอร์มและสื่อสังคมออนไลน์ไทยในแต่ละสัปดาห์ พบว่าพฤติกรรมของนักศึกษาจีนส่วนใหญ่ไม่เคยใช้

3. ปัจจัยด้านชาติพันธุ์และชั้นปีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการรับรู้คำหลายความหมายในภาษาไทยนั้นมีผลต่างกัน กล่าวคือ ปัจจัยด้านชาติพันธุ์ไม่มีผลต่อความถี่ในการใช้แพลตฟอร์มภาษาไทยและการรับชมสื่อสังคมออนไลน์ โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (>0.05) ส่วนปัจจัยด้านชั้นปีการศึกษามีผลต่อความถี่ในการรับชมสื่อออนไลน์ประเภทการ์ตูนและข่าวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (<0.05)

4. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเรียนและพัฒนาทักษะภาษาไทยของนักศึกษาจีนอยู่ในระดับการปฏิบัติบางครั้ง โดยหัวข้อที่นักศึกษาจีนมีระดับการปฏิบัติมากที่สุดสามอันดับแรก คือ อันดับหนึ่ง ใช้ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ในการพัฒนาทักษะภาษาไทย อันดับสอง หาโอกาสสนำคำหลายความหมายในภาษาไทยที่ท่านเรียนรู้จากสื่อสังคมออนไลน์ไปใช้ในชีวิตประจำวัน ส่วนอันดับสาม เรียนภาษาไทยออนไลน์บนสื่อสังคมออนไลน์

5. ความคิดเห็นของนักศึกษาจีนเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการรับรู้คำหลายความหมายในภาษาไทยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งแตกต่างกับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ทำให้นักศึกษารู้จัก เข้าใจ และเห็นตัวอย่างของคำหลายความหมายในภาษาไทยที่อยู่ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นว่า นักศึกษาเห็นด้วยว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์ทำให้นักศึกษารู้จักและได้เห็นตัวอย่างของคำหลายความหมายมากขึ้น แต่การนำไปใช้จริง โดยเฉพาะกลุ่มคำหลายความหมายประเภทคำบอกรสชาติ อาจไม่ได้สร้างการรับรู้ เข้าใจ และทำให้เห็นเป็นตัวอย่างในเชิงประจักษ์มากนัก

อภิปรายผลการวิจัย

1. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยทั่วไปของนักศึกษาจีนที่เรียนสาขาวิชาภาษาไทยในเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มากกว่า 4 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 57.41 แสดงให้เห็นว่า นักศึกษามีโอกาสรับสื่อและเลือกใช้สื่อต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับความสนใจและความต้องการของตนเองจากกิจกรรมในและนอกห้องเรียน ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้จะทำให้นักศึกษาได้เห็นและเรียนรู้การใช้คำศัพท์และสื่อที่มีลักษณะทางภาษาและวัฒนธรรมที่แตกต่าง จนทำให้เกิดประสบการณ์การรับรู้คำที่มีหลายความหมายและมีทักษะในการเลือกใช้ความหมายของคำศัพท์ที่เหมาะสมกับสถานการณ์หรือบริบทต่าง ๆ เพิ่มขึ้น ทั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาสภาพการเรียนรู้ภาษาไทยของนักศึกษาชาวจีน สาขาวิชาภาษาไทย ระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัย ณ มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน ของ Chen (2562) ที่ว่า การดูละคร ภาพยนตร์ ข่าว รายการโทรทัศน์ และวิดีโอไทยเป็นวิธีการเรียนภาษาไทยที่ผู้เรียนจะได้รับประโยชน์มากเป็นอันดับที่สองรองจากการพูดคุยกับคนไทย

2. แม้ว่าพฤติกรรมของนักศึกษาจีนส่วนใหญ่ไม่เคยใช้แพลตฟอร์มและสื่อสังคมออนไลน์ไทย แต่เมื่อพิจารณาเฉพาะกลุ่มที่เคยใช้จะพบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มใช้บ้าง (น้อยกว่าร้อยละ 25) ซึ่งแสดงให้เห็นว่ายังคงมีกลุ่มนักศึกษาจีนส่วนหนึ่งที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ไทยอยู่ ประกอบกับมาตรการควบคุมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของรัฐบาลจีนก็มีความเข้มงวดมากขึ้น (Jirattikorn, 2023) ทำให้นักศึกษาจีนมีข้อจำกัดในการเข้าถึงแพลตฟอร์มและสื่อต่าง ๆ ด้วย

3. ละครเป็นสื่อสังคมออนไลน์ไทยที่นักศึกษาจีนเข้าใช้เพื่อการเรียนและพัฒนาทักษะภาษาไทยมากที่สุด เนื่องจากผู้ชมในประเทศจีนมาจากบริบททางสังคมที่แตกต่างออกไป ทำให้ผู้ชมมองหาสิ่งแปลกใหม่หรือสิ่งที่ขาดหายไปในสังคมตนเอง เช่น ชีวิตในโรงเรียน ความสัมพันธ์แบบรุ่นพี่รุ่นน้อง ความรักโรแมนติกของวัยรุ่นหนุ่มสาว หรือ



เรื่องต้องห้ามที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางเพศ (อัมพร จิรัฐติกร และคณะ, 2562) นอกจากนี้ในปัจจุบันละครไทยที่ออกอากาศในประเทศจีนบนแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ตทีวี (Internet TV) ถือเป็นช่องทางการรับชมละครไทยของผู้ชมชาวจีนที่ได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากมีจำนวนละครไทยมากกว่า 300 เรื่องให้เลือกรับชม (Chen, 2011)

4. ปัจจัยด้านชั้นปีการศึกษา นอกจากมีผลต่อความถี่ในการรับชมสื่อสังคมออนไลน์ประเภทการ์ตูนและข่าวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (<0.05) แล้ว นักศึกษาชั้นปี 4 ยังมีความถี่ในการใช้แพลตฟอร์มภาษาไทยและรับชมสื่อสังคมออนไลน์มากกว่าชั้นปี 3 ยกเว้นการรับชมสื่อสังคมออนไลน์ประเภทข่าว นักศึกษาชั้นปี 3 มีความถี่ในการรับชมข่าว (ร้อยละ 76.9) มากกว่านักศึกษาระดับชั้นปี 4 (ร้อยละ 72.1) คิดเป็นร้อยละ 4.8 ทั้งนี้จะสัมพันธ์กับรายวิชาในหลักสูตรของนักศึกษาจีนสาขาวิชาภาษาไทยชั้นปี 3 ซึ่งจะมีรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการอ่านหนังสือพิมพ์หรือภาษาไทยในสื่อมวลชน ทำให้นักศึกษาชั้นปี 3 มีโอกาสได้อ่านหรือดูข่าว รวมถึงได้ฝึกทักษะการอ่านจับใจความ อ่านเชิงวิเคราะห์ และวิจารณ์ข่าวประเภทต่าง ๆ ในรายวิชาดังกล่าวด้วย

5. รูปแบบพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเรียนและพัฒนาทักษะภาษาไทยของนักศึกษาจีน พบว่า แบบแผนทางพฤติกรรมด้านการ “เสพ, ค้นคว้า” หรือการ “รับเข้า” ของนักศึกษามีมากกว่าการ “ใช้” หรือการ “ส่งออก” สะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมและแบบแผนในการเรียนที่ผู้เรียนเลือกที่จะ “รับเข้า” มากกว่าการ “ส่งออก” และอาจหมายถึงโอกาสในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อ “ส่งออก” สารเป็นภาษาไทยนั้นยังมีค่อนข้างน้อย ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix เพื่อหาแนวทางส่งเสริมและสนับสนุนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเรียนและพัฒนาทักษะภาษาไทยของนักศึกษาจีนไว้ดังนี้



ตาราง 3

แนวทางส่งเสริมและสนับสนุนพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเรียนและพัฒนาทักษะภาษาไทยของนักศึกษาจีน

| S | W | O | T |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ผู้เรียนสนใจและยินดีใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเรียนภาษาไทย | อัตราการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์น้อย | ช่องทางแพลตฟอร์มและสื่อสังคมออนไลน์ไทยมีหลากหลาย | ช่องทางในการเผยแพร่ถูกปิดกั้นจากระบบของจีน |
| ผู้เรียนส่วนใหญ่สนใจสื่อประเภทละคร | ละครไทยวัยรุ่นที่ออกอากาศในจีนส่วนใหญ่ใช้ภาษาวัยรุ่นและมีคำไม่สุภาพอยู่มาก | การนำเสนอละครที่สอดแทรกทั้งวัฒนธรรม ค่านิยม และการใช้ภาษาไทยร่วมสมัย | ข้อจำกัดของการเข้าถึงสื่อ |
| ผู้เรียนเลือกใช้เวลาไม่เกินสองชั่วโมงในการเข้าถึงสื่อในแต่ละสัปดาห์ | ข้อจำกัดของเวลาในการใช้ชีวิตและการเรียน | การผลิตสื่อที่มีความยาวไม่มากในแต่ละตอน | |
| T | O | W | S |
| SO (กลยุทธ์เชิงรุก) ความสนใจและยินดีใช้สื่อ / ช่องทางและมาตรการสื่อของจีน ทำให้เกิดแนวทางการส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้เรียนได้เข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ในไทยได้หลากหลาย รวมทั้งส่งเสริมการใช้เวลาในการใช้สื่อและรับชมสื่อมากขึ้น | WO (กลยุทธ์เชิงแก้ไข) ช่องทางและมาตรการสื่อของจีน / โอกาสในการเผยแพร่และสร้างสื่อ ทำให้เกิดแนวทางการสร้างสรรค์สื่อสังคมออนไลน์ที่ดีเพื่อเผยแพร่ภาษาไทยและวัฒนธรรมไทย โดยอาศัยความร่วมมือและการส่งเสริมจากภาครัฐ | ST (กลยุทธ์เชิงป้องกัน) ความสนใจและยินดีใช้สื่อ / มาตรการสื่อของจีนและข้อจำกัดของการเข้าถึงสื่อทำให้เกิดแนวทางการหาโอกาสให้ผู้เรียนได้เข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ในไทยมากขึ้น | WT (กลยุทธ์เชิงรับ) ช่องทางและมาตรการสื่อของจีน / อัตราการเข้าถึงที่ค่อนข้างน้อย ทำให้เกิดแนวทางการส่งเสริมให้ผู้เรียนเข้าถึงช่องทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ |

ผู้วิจัยเห็นว่า สื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อการรับรู้คำหลายความหมายภาษาไทยสำหรับนักศึกษาชาวจีน แต่อัตราการเข้าถึงสื่อไทยของนักศึกษาชาวจีนยังมีจำนวนไม่มาก ทำให้ศักยภาพของสื่อที่มีผลต่อการรับรู้และความเข้าใจคำหลายความหมายยังไม่ได้ถูกนำมาใช้มากนัก ดังนั้นผู้วิจัยจึงเสนอแนะว่า ควรส่งเสริมความรู้ด้าน คำหลายความหมายผ่านสื่อ โดยผู้สอนอาจเป็นผู้กำหนดและคัดเลือกรูปแบบของสื่อต่าง ๆ ในการเรียนการสอน เพื่อสามารถพัฒนาทักษะการรับรู้คำหลายความหมายของผู้เรียนชาวต่างชาติได้

6. ข้อคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการรับรู้คำที่มีหลายความหมายในภาษาไทยมีดังนี้ ประการแรก การเรียนรู้ผ่านวิดีโอและสื่อออนไลน์ช่วยให้นักศึกษาบางคนเรียนภาษาไทยได้ดีขึ้น ประการที่สอง สื่อสังคมออนไลน์ช่วยในการเข้าใจคำที่มีหลายความหมายในภาษาไทยและเข้าถึงวัฒนธรรมไทย รวมทั้งช่วยในการเรียนรู้คำในเนื้อหาหลากหลาย ประการที่สาม การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อรับข้อมูลและเรียนรู้คำศัพท์ใหม่เป็นวิธีที่สะดวกและรวดเร็ว ประการที่สี่ ควรส่งเสริมการพัฒนาภาษาไทยและความเข้าใจในความหมายของคำ และประการสุดท้าย บางครั้งการรับข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์อาจทำให้นักศึกษาบางคนมีความสับสนเกี่ยวกับความหมายของคำ



ข้อเสนอแนะ

1. แนวทางการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยในด้านผู้สอน สื่อ และผู้เรียน กล่าวคือ ด้านผู้สอน ควรนำสื่อสมัยใหม่มาใช้เป็นเครื่องมือในการเรียนภาษาและวัฒนธรรมไทยมากขึ้น เพื่อให้ผู้เรียนได้เห็นคำศัพท์ที่หลากหลาย และทำให้เข้าใจความหมายที่หลากหลายของคำมากขึ้น ด้านสื่อ หากมีข้อจำกัดในการเข้าถึงสื่อ ผู้สอนควรหาหนทางในการเข้าถึงสื่อจากประเทศไทย โดยอาจบันทึกวิดีโอหรือนำข้อมูลภาษาบางส่วนไปใช้เป็นสื่อประกอบการสอน ตลอดจนควรส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้เรียนเข้าถึงสื่อออนไลน์เพื่อเรียนภาษาและวัฒนธรรมไทยให้มากขึ้น บ่อยขึ้น และ ด้านผู้เรียน ควรหาโอกาสใช้ประโยชน์ในการ “ส่งออก” ภาษาไทย หรือฝึกฝนภาษาไทยผ่านช่องทางออนไลน์ให้มากขึ้น
2. แนวทางต่อยอดในการทำวิจัย ศึกษาการรับรู้วัฒนธรรมและภาษาไทยผ่านซีรีส์หรือละครไทยของนักศึกษาจีน เนื่องจากละครไทยเป็นสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในกลุ่มผู้ชมชาวจีน โดยเฉพาะละคร ซีรีส์วาย

เอกสารอ้างอิง

- จรัสศรี จิรภาส. (2562). “ศึกษาไทย” และ “ไทยศึกษา” ในประเทศจีน. วารสารภาษา และวัฒนธรรม, 38(2), 94-118.
- ฉิน ชงหลิง และ เพ็ญพิสุทธิ์ สีกาแก้ว. (2022, 1 มีนาคม). ยุทธศาสตร์ BRI กั้นนโยบาย การพัฒนาบุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาไทยในประเทศจีน. Dhurakij Pundit University (DPU). <https://www.dpu.ac.th/dpurdi/analysis/32>.
- ทรศนีร์ คีรีศรี และ สมิหลา คีรีศรี. (2562). รายงานการวิจัยพฤติกรรมการใช้ สื่อสังคมออนไลน์ในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลา. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย. <https://www.repository.rmutsv.ac.th/bitstream/handle/123456789/3383/FullText.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- บุปผา เมฆศรีทองคำ และ ขจรจิต บุณนาค. (2556). รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ เรื่อง พฤติกรรมการบริโภคข่าวของคนต่างวัยในสังคมไทย. สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สถาบันอิศรา และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.). <https://www.presscouncil.or.th/wp-content/uploads/2014/06/vijaibufpha1.pdf>
- รุ่งทิพย์ รัตนภานุสร และคณะ. (2549). การมีหลายความหมายของคำกริยา เห็น ในภาษาไทย. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 4(1), 136-157.
- รุ่งฤดี แผลงสร. (2554). การกำหนดคำศัพท์พื้นฐานภาษาไทยสำหรับผู้เรียน ชาวต่างประเทศระดับต้น. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 2(2), 165-188.
- โรสลีน่า สุมาลี. (2562). การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักเรียนที่มีความสามารถ ด้านการพูดภาษาอังกฤษระดับสูงและปัจจัยที่ส่งเสริมความสามารถ ด้านการพูด. [วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- วดิน สุขสมบูรณ์วงศ์. (2563). การศึกษาความเข้าใจคำอุปสรรครสชาติของอาหาร ในภาษาจีนของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม. วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 11(1), 61-73.

- โสมรวิ สมเพชร. (2563). การขยายความหมายของคำว่า “ก๊าด” ในภาษาไทย: การศึกษาตามแนววรรณคดีปริชาน. *วารสารภาษาและวรรณคดีไทย*, 37(2), 1-36.
- อัมพร จิรัฐติกร และคณะ. (2562). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการการบริโภคละครโทรทัศน์ไทยผ่านเว็บไซต์ในกลุ่มประเทศอาเซียนและจีน: กรณีศึกษาประเทศเวียดนาม ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และจีน. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกว.). https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:165645#
- Chen, F. (2011). *The research on the spreading of Thai drama in China*. [Unpublished master's thesis]. Chongqing University.
- Chen, Y. (2562). สภาพการเรียนรู้ภาษาไทยของนักศึกษาชาวจีน สาขาวิชาภาษาไทย ระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัย ณ มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน. [วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. DSpace at Srinakharinwirot University. <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/465/1/g5581110011.pdf>
- Jirattikorn, A. (2023). Carnavalesque communities: Thai TV dramas and the Chinese censorship. *INTER-ASIA CULTURAL STUDIES*, 24(5), 776-792.
- Sikakaew, P., Thamsatitsuk, K., Mo, L. F., Huang, X. C., & Chen, X. L. (2022). The tendency analysis of Thai language research in China during 2013-2020: A study on CNKI database. In *DPU International Conference on Business, Innovation and Social Sciences 2022* (pp. 166-175). DOI Foundation. <https://doi.org/10.29754/caicctbs.202205.0017>.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. Harper and Row Publications.