

การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้ ศิลปวัฒนธรรมล้านนา : กรณีศึกษานักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

A STUDY OF SOCIAL MEDIA USAGE BEHAVIOR FOR LEARNING LANNA ARTS AND CULTURE : A CASE STUDY OF UNIVERSITY STUDENTS IN CHIANG MAI

รัฐพล พรหมมาศ* และประโยชน์ มีสกุล**

RATTAPHOL PHROMMAS AND PRAYOCH MEESAKUL

(Received: June 20, 2023; Revised: October 24, 2023; Accepted: April 25, 2024)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมล้านนาของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยกลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่จำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 19 - 21 ปี มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด ส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เรียงลำดับตามการใช้งานคือ เพื่อการติดต่อสื่อสาร เพื่อความบันเทิง และการค้นคว้าหาข้อมูลต่าง ๆ โดยใช้ผ่านสมาร์ทโฟนเป็นช่องทางหลัก ระยะเวลาในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยในหนึ่งวันคือ 3 - 4 ชั่วโมง และแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ เฟซบุ๊ก สำหรับการใช้งานเพื่อการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมล้านนานั้น เหตุผลสำคัญคือเพื่อจัดทำรายงานหรือการค้นคว้าสำหรับทำผลงานวิจัยตามที่ได้รับมอบหมาย รวมถึงทำการศึกษาค้นคว้าเนื่องจากมีความสนใจศึกษาหาความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรมล้านนาตามความชอบส่วนตัว รวมถึงค้นคว้าข้อมูลเหล่านี้ เพื่อใช้ในการพัฒนาต่อยอดสร้างสรรค์ผลงาน สำหรับข้อจำกัดในการค้นคว้าหาข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์นั้นคือข้อมูลที่ได้นั้นจะเป็นภาพถ่ายเป็นส่วนใหญ่ ข้อมูลส่วนของเนื้อหาจะขาดแหล่งอ้างอิงที่มาส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของข้อมูล แต่โดยรวมแล้วการค้นคว้าหาข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่อง

* สำนักวิชาการสื่อสารมวลชน คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Academic Affairs Office, Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University

** ภาควิชาศึกษาทั่วไป วิทยาลัยนาฏศิลป์เชียงใหม่ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

Department of General Education, Chiang Mai College of Dramatic Arts, Bunditpatanasilpa Institute of Fine Arts

ทางการค้นคว้าที่กลุ่มนักศึกษาเลือกใช้งาน เนื่องจากสามารถทำการค้นคว้าหาข้อมูลได้สะดวกทั้งข้อมูล ภาพ เสียง และภาพเคลื่อนไหว โดยปราศจากข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่
คำสำคัญ : พฤติกรรมการใช้สื่อ ศิลปวัฒนธรรมล้านนา สื่อสังคมออนไลน์

Abstract

This research aims to study the behavior of using social media for learning about Lanna art and culture among university students in Chiang Mai. A quantitative research method was employed, with a sample group consisting of 400 undergraduate students from Chiang Mai University selected through multi-stage sampling. The data collection tool was a questionnaire, and the statistical methods used for data analysis included percentage, mean, and standard deviation.

The research results revealed that most respondents were female, aged between 19 and 21 years old, and domiciled in other provinces. Most of them used social media primarily for communication, entertainment, and information searching, with smartphones being the main device. The average time spent on social media was 3–4 hours per day, and the most popular application was Facebook. Regarding the use of social media for learning about Lanna arts and culture, the primary motivation was to gather information for assignments or research projects. Additionally, many students expressed an interest in learning about Lanna arts and culture based on personal preferences and to further develop creative works. However, limitations were identified, such as the predominance of photographs over textual information and the lack of references in content, which affected its reliability. Despite these limitations, social media remained the preferred medium for researching information due to its convenience and accessibility, offering a combination of text, images, audio, and video without restrictions on time and location.

Keywords: Behavior of Using Social Media, Lanna Arts and Culture, Social Media, Arts and Culture

บทนำ

คำว่า “ศิลปวัฒนธรรม” หมายถึง ผลงานหรือกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น ตั้งแต่ ภาษา ขนบธรรมเนียมประเพณี ศาสนา กฎหมาย ศิลปะ จริยธรรม ตลอดจนวิทยาการและเทคโนโลยีต่าง ๆ ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่าวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือที่มนุษย์คิดค้นขึ้นเพื่อช่วยให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ในโลกนี้ โดยการดำรงชีวิตของมนุษย์จำเป็นต้องรู้จักใช้ประโยชน์จากธรรมชาติและควบคุมความประพฤติของมนุษย์ด้วยกัน (วรวิธ สุวรรณฤทธิ์, 2549, น. 47) ในส่วนของ “ศิลปวัฒนธรรมล้านนา” หมายถึงสิ่งที่แสดงออกถึงภูมิปัญญาของชาวล้านนา ซึ่งสะท้อนศิลปวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่น โดยล้านนาเป็นดินแดนที่ตั้งอยู่ทางภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ครอบคลุมพื้นที่ 8 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ น่าน พะเยา แพร่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง และลำพูน ซึ่งเป็นอาณาจักรที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานและถือเป็นแหล่งอารยธรรมที่เก่าแก่แห่งหนึ่ง โดยพบหลักฐานทางวัฒนธรรม เช่น เครื่องมือเครื่องใช้และผลงานศิลปกรรมในแหล่งโบราณคดีต่าง ๆ (ณัฐพล อยู่รุ่งเรืองศักดิ์, 2558, น. 16) ความเจริญรุ่งเรืองของศิลปวัฒนธรรมล้านนาที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ได้รับการสืบทอดและเป็นที่รู้จักแพร่หลายจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ศิลปวัฒนธรรมล้านนาคือควรค่าแก่การอนุรักษ์และรักษาให้องค์ความรู้นี้คงอยู่ต่อไปอย่างยั่งยืน

ในอดีตการสั่งสอนทางด้านศิลปวัฒนธรรมล้านนา ใช้รูปแบบการถ่ายทอดด้วยสือ บุคคลจากคนรุ่นก่อนสู่คนรุ่นหลัง ร่วมกับจากผลงานต่าง ๆ ที่ได้มีการเก็บรักษาไว้ซึ่งสิ่งเหล่านี้ค่อย ๆ เสื่อมสลายลงไปตามกาลเวลา รวมถึงเป็นการจำกัดองค์ความรู้ไว้กับคนเพียงบางกลุ่มเท่านั้น (อรมน ปั่นทอง และวรวิทย์ ประสิทธิ์ผล, 2564, น. 156) ประเด็นนี้มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้เล็งเห็นถึงคุณค่าของการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมล้านนา โดยได้ออกแบบระบบและกลไกการบริหารงานให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Objectives - SO) ที่กำหนดไว้ทั้ง 6 ด้าน ซึ่ง “SO3 สร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านล้านนาสร้างสรรค์ (Creative Lanna Platform)” เป็นหนึ่งใน “แผนพัฒนาการศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะที่ 13 (พ.ศ.2566-2570)” โดยได้ระบุให้ คณะ สถาบัน และสำนักงานต่าง ๆ ทำการรวบรวมองค์ความรู้และแหล่งขององค์ความรู้ด้านล้านนาคดียของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่อย่างเป็นระบบ มีมาตรฐาน สามารถสืบค้นผ่านระบบออนไลน์ได้เพื่อการถ่ายทอดและเผยแพร่องค์ความรู้ล้านนาให้กับสถาบันการศึกษาและประชาชนผู้สนใจสามารถนำไปพัฒนาให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมต่อไป (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2566, น. 1-3) ซึ่งนักศึกษาเยาวชนคนรุ่นใหม่เองก็เริ่มมีความตระหนัก รวมถึงการให้ความสนใจ

การศึกษาสิ่งเหล่านี้เพิ่มมากขึ้น โดยนักศึกษากลุ่มเจนเนอเรชั่น ซี (Generation Z) จะเป็นกลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2538-2553 เป็นผู้ที่เกิดมาพร้อมทางด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัยส่งผลให้การติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว (ฉัตรพร เพ็ชรล้ำ, เพชรรัตน์ วิริยะสืบพงศ์ และศรัญญา แสงลัมสุวรรณ, 2565, น. 35) มีความเชื่อมั่นในตัวเองสูง รวมถึงมีพฤติกรรมในการชอบค้นคว้าแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง มีได้อาศัยการค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร แต่ใช้การศึกษาค้นคว้าผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต อาศัยเพียงสัญญาณอินเทอร์เน็ต และอุปกรณ์เชื่อมต่อ เนื่องจากการสืบค้นที่รวดเร็ว สามารถทำได้โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่



ภาพที่ 1 ภาพวัดสวนดอก วัดที่อยู่คู่กับเมืองเชียงใหม่มากกว่า 700 ปี
ที่มา : คณะผู้วิจัย



ภาพที่ 2 ภาพแสดงถึงความสนใจของคนกลุ่มเจนเนอเรชั่น ซี ที่มีต่อศิลปวัฒนธรรมล้านนา
ที่มา : คณะผู้วิจัย

ข้อมูลจาก Hootsuite & We Are Social (2023, p. 3) พบว่า พฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก เพิ่มจำนวนสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี ค.ศ. 2019 รวมถึงจำนวนชั่วโมงโดยเฉลี่ยในการใช้งานอินเทอร์เน็ตในแต่ละวันก็เพิ่มสูงขึ้น รวมถึงประเทศไทย โดยสื่อที่เข้ามามีส่วนสำคัญในการใช้งานนั้นก็คือสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

โดย “Social” หมายถึง สังคม ซึ่งในที่นี้หมายถึงสังคมออนไลน์ ซึ่งมีขนาดใหญ่และกว้างขวางในปัจจุบัน และ “Media” หมายถึง สื่อ ซึ่งก็คือ เนื้อหา เรื่องราว บทความ ดังนั้น สื่อสังคมออนไลน์จึงหมายถึงสื่อที่มีการตอบสนองทางสังคมได้หลายทิศทาง โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรือก็คือเว็บไซต์ที่บุคคลบนโลกนี้สามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้อย่างทั่วถึง ผลการศึกษาของ Infoquest (2023, p. 5) ได้รายงานไว้อย่างชัดเจนว่าภูมิทัศน์สื่อของไทย (ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ เส้นเวลา ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร ผ่าน ช่องทางสื่อ ลักษณะเนื้อหาสื่อ) นั้นเปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง อันเป็นผลสืบเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของโลกหลังยุคการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 โดยจำนวนผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทยนั้นเพิ่มจำนวนสูงขึ้นมากจากคนกลุ่มเจนเนอเรชั่น ซี โดยอ้างอิงจากจำนวนบัญชีผู้ใช้งาน คนกลุ่มนี้มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่หลากหลาย โดยแอปพลิเคชันหรือโปรแกรม ที่ได้รับความนิยมใช้งานสำหรับการค้นคว้านั้นจะเป็นโปรแกรม เฟซบุ๊ก (Facebook), ไลน์ (Line), อินสตาแกรม (Instagram), ทวิตเตอร์ (Twitter) และติ๊กต็อก (Tiktok) ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้การค้นคว้าหาข้อมูลของนักศึกษาเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างสิ้นเชิง ลดการใช้บริการห้องสมุด การค้นคว้าผ่านหนังสือ ตำรา แต่ใช้วิธีการค้นคว้าข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางหลัก ดังนั้นการจัดการเรียนการสอนให้กับนักศึกษาในยุคปัจจุบัน ทำให้ผู้สอนต้องนำเทคโนโลยีเหล่านี้เข้ามาจัดการเรียนรู้ตามความเหมาะสม และตามความต้องการของผู้เรียน (ปัทมาธิตา อินทรักษา, 2562, น. 364)

ผลจากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเรียนรู้ของนักศึกษาไทย ชี้ให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการเรียนรู้ของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา นักศึกษามักใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการค้นหาข้อมูล แลกเปลี่ยนความรู้ และสื่อสารกับเพื่อนร่วมชั้น รวมถึงการติดตามข่าวสารและการนำเสนอผลงานในรูปแบบการทำงานกลุ่มหรือการส่งงานที่ได้รับมอบหมาย (ชนันรัตน์ รูปใหญ่, 2564, น. 289-290) ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้มหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีนโยบายส่งเสริมการบูรณาการองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมล้านนาในการจัดการเรียนการสอน คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในฐานะสถาบันการศึกษาชั้นนำด้านการสื่อสาร ได้มอบหมายให้คณะวิจัยวางแผนและทดลองบูรณาการเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมล้านนาลงในกระบวนวิชาต่าง ๆ โดยมีแผนการเริ่มดำเนินการในภาคการศึกษาที่ 1/2566 การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมล้านนาของนักศึกษา เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนการจัดการเรียน

การสอนที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงตอบสนองวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัยในด้านการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมล้านนาในบริบทของการศึกษาและการสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมล้านนาของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

วิธีการศึกษา

การดำเนินโครงการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยในรูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2565 มีบัญชีใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ และเคยใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในการค้นคว้าข้อมูลศิลปวัฒนธรรมล้านนา ในช่วงระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน

กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงใช้วิธีการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Infinite Population) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% โดยใช้สูตรของ W.G. Cochran (สมชาย วรกิจเกษมสกุล, 2554, น. 169) ซึ่งจากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 384.16 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถามจึงเพิ่มจำนวนเป็น 400 ตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ดำเนินการตามแนวทางดังต่อไปนี้

1) กำหนดประชากรที่ต้องการศึกษา โดยประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้คือนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในการศึกษา

2) การแบ่งกลุ่มประชากรจากนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งเป็นกลุ่มที่เหมาะสมในการศึกษาเนื่องจากเป็นกลุ่มที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเรียนรู้และค้นคว้า

3) กลุ่มตัวอย่างเบื้องต้นคือ นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2565 ได้รับการคัดเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างเบื้องต้น เนื่องจากเป็นกลุ่มที่สามารถตอบสนองต่อการศึกษาดังตรงตามวัตถุประสงค์

4) การสุ่มกลุ่มตัวอย่างสุดท้ายจากนักศึกษาที่มีบัญชีใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ และเคยใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมล้านนา ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา การกำหนดเงื่อนไขนี้ช่วยจำกัดกลุ่มตัวอย่างให้อยู่ในกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องกับหัวข้อการศึกษาอย่างชัดเจน

นอกจากนี้ ในการจัดทำแบบสอบถาม ได้มีการออกแบบให้ผู้ตอบสามารถตอบแบบสอบถามได้เพียง 1 ครั้ง โดยต้องเข้าสู่ระบบด้วย E-mail ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อควบคุมความถูกต้องและป้องกันการตอบซ้ำ ทำให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

เครื่องมือในการวิจัย

ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 4 ส่วน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง (แบบสอบถามซึ่งไม่ผ่านคำถามคัดกรองจะไม่นำมาวิเคราะห์)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 4 ผลงานศิลปวัฒนธรรมล้านนาซึ่งค้นคว้าจากสื่อสังคมออนไลน์ ความคิดเห็นอื่น ๆ

การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ

1. ศึกษางานเอกสารรวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมากำหนดประเด็นและข้อคำถามสำหรับแบบสอบถาม

2. นำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาความถูกต้องของเนื้อหารายข้อคำถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Index of Item Objective Congruence : IOC) อยู่ระหว่าง 0.67-1.00

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 สร้างแบบสอบถามออนไลน์ โดยใช้โปรแกรม Google Form

ขั้นตอนที่ 2 การจัดเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ในงานวิจัยนี้ ดำเนินการโดยการส่งลิงก์แบบสอบถามไปยังสื่อสังคมออนไลน์ของเพจ "ลูกช้าง มช." ซึ่งเป็นเพจที่เกี่ยวข้องกับนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ การเก็บข้อมูลจะดำเนินการตามความสมัครใจของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีการใช้คำถามคัดกรอง เพื่อรวบรวมข้อมูลเฉพาะกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในการ

ค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมล้านนาในช่วงระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือนที่ผ่านมา จนได้จำนวนแบบสอบถามครบ 400 ชุด

ทั้งนี้ แบบสอบถามถูกสร้างผ่าน Google Form ภายใต้การจัดการของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยสามารถควบคุมกระบวนการคัดกรองกลุ่มตัวอย่างเฉพาะนักศึกษา และการเข้าสู่ระบบเพื่อทำแบบสอบถามจำกัดเฉพาะการใช้งาน E-mail ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งผู้ตอบสามารถตอบแบบสอบถามได้เพียง 1 ครั้งเท่านั้น นอกจากนี้ ในการตอบคำถามคัดกรองกลุ่มตัวอย่างยังมีการสอบถามถึง รหัสกระบวนวิชาที่ได้ลงทะเบียนเรียนและมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการค้นคว้าข้อมูลศิลปวัฒนธรรมล้านนา ข้อมูลเหล่านี้สามารถตรวจสอบและอ้างอิงได้จากฐานข้อมูลของสำนักทะเบียนและวัดผล เพื่อให้แน่ใจว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้มาเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยอย่างแท้จริง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้วิธีการสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) มาวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ความถี่ (frequency) ร้อยละ (percentage)

ผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	149	37.25
หญิง	251	62.75
รวม	400	100

ที่มา : คณะวิจัย

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25 และเพศหญิง จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชา

กลุ่มสาขาวิชา	จำนวน	ร้อยละ
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	211	52.75
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	113	28.25
วิทยาศาสตร์สุขภาพ	76	19.00
รวม	400	100

ที่มา : คณะวิจัย

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักศึกษาในกลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.75 กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 และกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับชั้น

ระดับชั้น	จำนวน	ร้อยละ
กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 1	113	28.25
กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 2	126	31.5
กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 3	111	27.75
กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 4	37	9.25
กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นอื่น ๆ	13	3.25
รวม	400	100

ที่มา : คณะวิจัย

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 1 จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 ชั้นปีที่ 2 จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 ชั้นปีที่ 3 จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 ชั้นปีที่ 4 จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 และชั้นปีอื่น ๆ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 18 ปี	102	25.50
อายุ 19 – 21 ปี	221	55.25
อายุมากกว่า 22 ปี	77	19.25
รวม	400	100

ที่มา : คณะวิจัย

จากตารางที่ 4 พบว่า ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ช่วงอายุ ต่ำกว่า 18 ปี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 ช่วงอายุ 19 – 21 ปี จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.25 และอายุมากกว่า 22 ปี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.25

2. ข้อมูลพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

ผลการสำรวจข้อมูลพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำเสนอเป็นตารางประกอบความเรียง ดังนี้

ตารางที่ 5 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

ลำดับที่	พฤติกรรมการใช้งาน สื่อสังคมออนไลน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ คำตอบ
1	การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละวัน - ใช้งานน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน - ใช้งาน 1 – 2 ชั่วโมงต่อวัน - ใช้งาน 3 – 4 ชั่วโมงต่อวัน - ใช้งานมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อวัน	19 67 226 88	4.75 16.75 56.50 22.00
2	ช่วงเวลาการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ - 06.01 – 12.00 นาฬิกา - 12.01 – 18.00 นาฬิกา - 18.01 – 00.00 นาฬิกา - 00.01 – 06.00 นาฬิกา	58 112 179 51	14.50 28.00 44.75 12.75
3	สื่อสังคมออนไลน์ซึ่งมีการใช้งานมากที่สุดในการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ - Facebook - Line - Instagram - Twitter - Tiktok - อื่น ๆ เช่น Discord	203 68 78 36 13 2	50.75 17.00 19.50 9.00 3.25 0.50
4	การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ - อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ - Smartphone หรืออุปกรณ์เชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ต - ใช้งานทั้ง 2 รูปแบบ	61 216 123	15.25 54.00 30.75
5	วัตถุประสงค์ของการค้นคว้างานศิลปวัฒนธรรมล้านนา - เพื่อจัดทำรายงาน/ค้นคว้าสำหรับงานวิจัย - มีความสนใจศึกษาหาความรู้ / ความชอบส่วนตัว - เพื่อการพัฒนาต่อยอดสร้างสรรค์ผลงาน - อื่น ๆ	179 109 89 23	44.75 27.25 22.25 5.75
6	ประเภทของข้อมูลซึ่งค้นคว้าจากสื่อสังคมออนไลน์ - เนื้อหาประเภทบทความ งานวิชาการ - คลิปวิดีโอซึ่งเกี่ยวข้อง - ทั้งสองประเภท	173 89 138	43.25 22.25 34.50

ที่มา : คณะวิจัย

จากตารางที่ 5 แสดงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้ 1) ด้านการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละวัน พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ 3 - 4 ชั่วโมง ต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 56.5

2) ด้านช่วงเวลาการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในช่วงเวลา 18.01 - 00.00 นาฬิกา คิดเป็นร้อยละ 44.75

3) ด้านสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งมีการใช้งานมากที่สุดในการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ประเภท เฟซบุ๊กในการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 50.75

4) ด้านการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ Smartphone หรืออุปกรณ์เชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 54

5) ด้านวัตถุประสงค์ของการค้นคว้างานศิลปวัฒนธรรมล้านนา พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์โดยมีวัตถุประสงค์ของการค้นคว้างานศิลปวัฒนธรรมล้านนา เพื่อจัดทำรายงาน/ค้นคว้าสำหรับงานวิจัย คิดเป็นร้อยละ 44.75 และ

6) ด้านประเภทของข้อมูลซึ่งค้นคว้าจากสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ประเภท เนื้อหาประเภทบทความ งานวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 43.25

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการค้นคว้าผลงานศิลปวัฒนธรรมล้านนาจากสื่อสังคมออนไลน์ ข้อสังเกต และความคิดเห็นอื่น ๆ สามารถสรุปประเด็นสำคัญออกมาได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ของการค้นคว้างานศิลปวัฒนธรรมล้านนาเพื่อจัดทำรายงาน การค้นคว้าเพื่อประกอบการทำงานส่งอาจารย์ สำหรับการค้นคว้าโดยมาจากความสนใจศึกษาหาความรู้ หรือจากความชอบส่วนตัว จะเป็นผลสืบเนื่องจากการรับชมละครแล้วเกิดความสนใจในบางประเด็น เช่น ตัวบุคคล สถานที่ในประวัติศาสตร์ ชุดการแต่งกาย อาหาร ประเพณี ของล้านนา และเพื่อการพัฒนาต่อยอดสร้างสรรค์ผลงานโดยเป็นการค้นคว้าเพื่อประกอบการจัดทำโครงการการผลิตสื่อ หรือผลงานศิลปะนิพนธ์ การค้นคว้าผู้ตอบแบบสอบถาม จะใช้วิธีการค้นคว้าผ่านเฟซบุ๊ก โดยใช้คำสำหรับการค้นหา (Keyword) ซึ่งระบบค้นหาของเฟซบุ๊ก จะนำเข้าสู่กลุ่มหรือเฟซบุ๊กเพจ เว็บไซต์ ฐานข้อมูล ไฟล์เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงคลิปวิดีโอที่เกี่ยวข้อง ข้อสังเกตของกลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็นมานั้น ส่วนใหญ่จะมีการตั้งคำถามถึงความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับ ภาพถ่ายที่ได้นั้นเป็นไฟล์ขนาดเล็ก มีข้อจำกัดในการนำไปใช้งานต่อ คลิปวิดีโอมีจำนวนน้อย รวมถึงข้อมูลส่วนของเนื้อหาจะขาดการอ้างอิงถึงที่มา ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของข้อมูล

สรุป

การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมล้านนาของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ เป็นรายงานศึกษาเบื้องต้น (Inception Report) สำหรับนำมาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการเรียนการสอน รวมถึงตอบสนองวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัยในด้านล้านนาสร้างสรรค์ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 62.75 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 37.25 เป็นเพศชาย 149 คน โดยร้อยละ 52.75 เป็นนักศึกษาสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ร้อยละ 28.25 เป็นนักศึกษาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และร้อยละ 19.00 เป็นนักศึกษาวิทยาศาสตร์สุขภาพ ซึ่งกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 1 ร้อยละ 28.25 ชั้นปีที่ 2 ร้อยละ 31.5 ชั้นปีที่ 3 ร้อยละ 27.75 ชั้นปีที่ 4 ร้อยละ 9.25 และชั้นปีอื่น ๆ ร้อยละ 3.25 มีช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ช่วงอายุ ต่ำกว่า 18 ปี ร้อยละ 25.50 ช่วงอายุ 19 - 21 ปี ร้อยละ 55.25 และอายุมากกว่า 22 ปี ร้อยละ 19.25

2. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า

- 1) นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ 3 - 4 ชั่วโมงต่อวัน
- 2) นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในช่วงเวลา 18.01 - 00.00 นาฬิกา
- 3) นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ประเภท Facebook ในการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ
- 4) นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ Smartphone หรืออุปกรณ์เชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ต
- 5) นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์โดยมีวัตถุประสงค์ของการค้นคว้างานศิลปวัฒนธรรมล้านนา เพื่อจัดทำรายงาน/ค้นคว้าสำหรับงานวิจัย และ
- 6) นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ประเภท เนื้อหาประเภทบทความ งานวิชาการ

3. วัตถุประสงค์ของการค้นคว้างานศิลปวัฒนธรรมล้านนาเพื่อจัดทำรายงาน การค้นคว้าเพื่อประกอบการทำงานส่งอาจารย์ สำหรับการค้นคว้าโดยมาจากความสนใจศึกษาหาความรู้ หรือจากความชอบส่วนตัว การค้นคว้าเพื่อประกอบการจัดทำโครงการ การผลิตสื่อ หรือผลงานศิลปะนิพนธ์ การค้นคว้าผู้ตอบแบบสอบถาม จะใช้วิธีการค้นคว้าผ่านเฟซบุ๊ก โดยใช้คำสำหรับการค้นหา (Keyword)

อภิปรายผล

1. จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 62.75 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 37.25 เป็นเพศชาย 149 คน ซึ่งเป็นไปตามข้อมูลสถิติของนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่สรุปว่ามีจำนวนนักศึกษาหญิงมากกว่าจำนวนนักศึกษาชาย ประมาณร้อยละ 62 (สำนักทะเบียนและประมวลผล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2566, น. 1) และสอดคล้องกับผลการสำรวจของ Hootsuite & We Are Social (2023, p. 5) ที่ระบุไว้ชัดเจนว่าผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในไทยนั้น จะเป็นผู้ใช้งานเพศหญิงกว่ามากกว่าเพศชาย โดยร้อยละ 52.75 เป็นนักศึกษาสายมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ร้อยละ 28.25 เป็นนักศึกษาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และร้อยละ 19.00 เป็นนักศึกษาวิทยาศาสตร์สุขภาพ ซึ่งกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 1 ร้อยละ 28.25 ชั้นปีที่ 2 ร้อยละ 31.5 ชั้นปีที่ 3 ร้อยละ 27.75 ชั้นปีที่ 4 ร้อยละ 9.25 และชั้นปีอื่น ๆ ร้อยละ 3.25 มีช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ช่วงอายุ ต่ำกว่า 18 ปี ร้อยละ 25.50 ช่วงอายุ 19 - 21 ปี ร้อยละ 55.25 และอายุมากกว่า 22 ปี ร้อยละ 19.25 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมล้านนา เป็นรายวิชาเรียนพื้นฐานของนักศึกษาสายมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ชั้นปีที่ 2 ซึ่งส่วนใหญ่อยู่อายุ 19-21 ปี ทำให้นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมล้านนามากกว่ากลุ่มสาขาวิชาอื่น ๆ สอดคล้องกับกระบวนการวิชาในโครงสร้างหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน จะมีกระบวนการวิชาซึ่งนักศึกษาต้องเรียนรู้เกี่ยวกับองค์ความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรมล้านนา (คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2566, น. 17-25) เนื่องจากยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ นั้น ได้กำหนดเป้าหมายกลยุทธ์ด้านล้านนาสร้างสรรค์ไว้เป็น 1 ในยุทธศาสตร์สำคัญ ในการจัดการเรียนการสอนนอกเหนือจากกระบวนการวิชาซึ่งสอนเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมล้านนาแล้ว ในกระบวนการวิชาอื่น ๆ อาจารย์ผู้สอนต้องบูรณาการเข้าไปในกระบวนการวิชา เช่น วิชาด้านการวิจัย ด้านการผลิตสื่อสร้างสรรค์ เนื่องจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ได้ให้ความสำคัญต่อการรักษาองค์ความรู้ภูมิปัญญาและศิลปวัฒนธรรมล้านนาให้คงอยู่ พร้อมสืบสาน และผสมผสานให้เข้ากับวัฒนธรรมสมัยของวิถีชีวิตในยุคปัจจุบัน (สำนักงานขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2566, น. 1)

2. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

2.1 นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ 3 - 4 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งจะมากกว่าค่าเฉลี่ยการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในภาพรวมเล็กน้อย และเพื่อมองภาพรวม พบว่าจำนวนการใช้งานอินเทอร์เน็ตรวมในแต่ละวันของคนไทยมีจำนวนเวลา

ลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้านี้ ทั้งนี้อาจเป็นผลมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัสโควิด 19 เริ่มคลี่คลาย คนเริ่มกลับมาใช้ชีวิตตามปกติ แต่ยังถือได้ว่าจำนวนการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างสูงในแต่ละวัน ประเด็นนี้สอดคล้องกับผลการศึกษา “การจัดการธุรกิจของผู้ขายสินค้าออนไลน์ทางแพลตฟอร์มโซเชียลคอมเมอร์ชในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดโควิด-19” ของ อริสรา อุตตมาร (2565, น.74) ที่ได้สรุปไว้อย่างชัดเจนว่า ถึงแม้สถานการณ์จะคลี่คลาย แต่การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารของคนไทย ก็ยังมีจำนวนเวลาที่ลดลงมากนัก แสดงได้ให้อย่างชัดเจนว่า ภูมิทัศน์สื่อของไทยเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างสิ้นเชิง

2.2 นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในช่วงเวลา 18.01 - 00.00 นาฬิกา ทั้งนี้อาจเนื่องจากเป็นช่วงเวลาว่างหลังจากเสร็จสิ้นจากการเรียนหรือการทำงาน ในประเด็นพฤติกรรมการใช้งานนี้ จะสอดคล้องกับการศึกษาของ ชมพูนุท นรินทรางกุล ณ อยุธยา และประณีต ใจหนัก (2563, น. 23) ซึ่งได้ศึกษาในประเด็น “ความสัมพันธ์ระหว่างโซเชียลมีเดียและการตอบสนองของผู้บริโภคในการเข้าถึงข้อมูลทางการตลาด” ซึ่งผลการวิจัยระบุว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจะผู้ใช้งานโซเชียลมีเดียในช่วงเวลาว่างหลังจากการทำงานหรือการศึกษา

2.3 นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ประเภท เพชบุ๊กในการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ อาจเนื่องจากเพชบุ๊กมีคุณสมบัติที่โดดเด่นกว่าสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ซึ่งมุ่งเน้นไปในด้านการสื่อสาร Facebook สามารถเชื่อมต่อกับระบบค้นหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ตได้ทั้ง กูเกิล (google) ยาฮู (yahoo) และบิง (Bing) นอกจากนั้น เพชเพชบุ๊ก มีข้อมูลน่าเชื่อถือ สามารถใช้อ้างอิงทางวิชาการได้นั้นส่วนใหญ่อุบัติจัดทำโดยหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้น ๆ สอดคล้องกับ ทิตยา จัษฎศรีแก้ว และคณะ (2566, น. 881) ที่กล่าวว่า Facebook เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีให้บริการมาอย่างยาวนานตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2547 มีรูปแบบการให้บริการด้านการค้นคว้าข้อมูลอย่างครบถ้วนทั้งในรูปแบบไฟล์เอกสาร รูปภาพ และวิดีโอ รวมทั้งยังสามารถสื่อสารพูดคุยโต้ตอบกับเจ้าของเนื้อหานั้น ๆ ได้ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เสกสรร สายสีสด และคณะ (2564, น. 24) ที่ได้ผลการวิจัยที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันคือ นักเรียน นักศึกษามีความสนใจเลือกใช้แอปพลิเคชันที่ความสะดวก ใช้ง่าย มีการบอกต่อ มีส่วนร่วมในการสื่อสารที่รวดเร็ว และเผยแพร่สู่โลกออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว

2.4 นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ผ่านโทรศัพท์อัจฉริยะหรืออุปกรณ์เชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ต อาจเนื่องมาจากเป็นเพราะเป็นอุปกรณ์

ที่ใช้งานสะดวกเนื่องจากใช้ในการติดต่อสื่อสาร และการทำงานในชีวิตประจำวันอยู่แล้ว ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ยุพดี หวลอารมณ์, จิตภา อมรวงูร และวัชรภรณ์ เจริญสะอาด (2564, น. 43-44) ที่ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการเรียนการสอนภาษาจีนผ่านแอปพลิเคชัน สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้ ที่พบว่า นักศึกษานิยมใช้เฟซบุ๊ก ในการศึกษาค้นคว้าเพื่อหาข้อมูลต่าง ๆ ด้วยตนเองในการศึกษาค้นคว้าเพื่อหาข้อมูลต่าง ๆ ด้วยตนเอง โดยมีการใช้งาน โทรศัพท์อัจฉริยะ หรืออุปกรณ์เชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ต เป็นอุปกรณ์หลัก แต่มีแนวโน้มที่จะเป็นการใช้งานควบคู่ไปกับอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ประเด็นนี้สอดคล้องกับผลสำรวจของ Hootsuite & We Are Social (2023, p. 15) ที่มีข้อมูลทางสถิติชี้ให้เห็นว่าคนไทยมีพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตจากอุปกรณ์มากกว่า 1 อย่าง ในผู้ใช้งานคนเดียวกัน

2.5 นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์โดยมีวัตถุประสงค์ของการค้นคว้างานศิลปวัฒนธรรมล้านนา เพื่อจัดทำรายงาน/ค้นคว้าสำหรับงานวิจัย จะประสบปัญหาสำคัญคือความน่าเชื่อถือของข้อมูล รวมถึงการอ้างอิงถึงแหล่งที่มา อาจเนื่องมาจากข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์นั้น จะเป็นข้อมูลชั้นทุติยภูมิผ่านการคัดลอกหรือเผยแพร่ต่อกันมา โดยที่มิได้มีการอ้างอิงอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ รวมถึงการตรวจสอบย้อนกลับไปถึงความถูกต้องหรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูล สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วัฒน ภูวทิศ (2560, น. 140 -142) ซึ่งได้ทำการวิจัยเรื่อง ผู้สื่อข่าวกับการใช้ประโยชน์และความน่าเชื่อถือของข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรายงานข่าวสารซึ่งระบุไว้อย่างชัดเจนว่า แม้ปัจจุบันนี้วงการสื่อมวลชน จะใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาเบาะแสของข่าว รายงานข่าวสาร แต่ความน่าเชื่อถือของข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง เพราะข้อมูลไม่ได้ผ่านการตรวจสอบ ทำให้ไม่สามารถนำข้อมูลทั้งหมดไปใช้ได้ทันที จึงต้องตรวจสอบด้วยการส่งผู้สื่อข่าวลงพื้นที่ซ้ำหรือวิเคราะห์ข้อมูลในออนไลน์ว่ามีบริบทแวดล้อมที่เป็นการสร้างข้อมูลขึ้นเอง นอกจากนั้นปัญหาการใช้ข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ พบว่าข้อมูลมีความผิดพลาด ขาดความน่าเชื่อถือ รวมถึงละเมิดสิทธิส่วนบุคคล และลิขสิทธิ์ ซึ่งแนวทางในการแก้ไขปัญหานี้ อาจารย์ผู้สอนควรให้คำแนะนำในการค้นคว้าข้อมูลกับนักศึกษาอย่างถูกต้อง รวมถึงการตรวจสอบแหล่งที่มาและความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ทิพนันทร ปาसान่า และณัฐพัชร วงศ์ณรัตน์ (2566 น. 321 - 322) ที่ได้ให้ข้อสรุปที่น่าสนใจไว้ดังนี้ ในการนำข้อมูลที่ได้จากสืบค้นผ่านระบบออนไลน์ไปใช้จะต้องพิจารณาหลักการประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล ได้แก่ ความทันสมัยของข้อมูล ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล ความสอดคล้องกับการใช้งาน

ความถูกต้องแม่นยำ และจุดมุ่งหมายของแหล่งข้อมูล ต้องมีการอ้างอิงข้อมูลอย่างเหมาะสม และถูกจริยธรรม โดยบันทึกข้อมูลแหล่งอ้างอิงไว้ในบรรณานุกรมทุกครั้ง

2.6 นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ประเภท เนื้อหาประเภทบทความ งานวิชาการ อาจเนื่องมาจากเป็นแหล่งทรัพยากรที่เข้าถึงได้ มีความน่าเชื่อถือทางวิชาการ สามารถเรียนรู้ได้นอกห้องเรียน สอดคล้องกับการศึกษาของ กนิฐา แสงกระจ่าง และณมน จีรังสุวรรณ (2560, น. 26-27) ที่ได้สรุปไว้ในรายงานวิจัยเรื่อง แหล่งทรัพยากรการศึกษาแบบเปิดสำหรับการเรียนการสอนในยุคดิจิทัลว่า บทความ งานวิชาการ เป็นส่วนประกอบด้านการศึกษาที่สำคัญในการพัฒนาของการเรียนการสอน ในยุคดิจิทัลรวมกับแหล่งทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิดเพื่อให้ผู้เรียนมีแหล่งการเรียนรู้ ที่พัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ของผู้เรียนทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน

3. วัตถุประสงค์ของการค้นคว้างานศิลปวัฒนธรรมล้านนานั้นมีหลายประการ เช่น การจัดทำรายงานเพื่อส่งอาจารย์ การค้นคว้าเพื่อเพิ่มพูนความรู้จากความสนใจส่วนตัว หรือ เพื่อประกอบการจัดทำโครงการ การผลิตสื่อ หรือผลงานศิลปะนิพนธ์ ในการค้นคว้าผู้ตอบ แบบสอบถามมักใช้วิธีการค้นคว้าผ่าน เฟซบุ๊ก โดยใช้ คำสำหรับการค้นหา (Keyword) ซึ่งสะดวกและง่ายต่อการใช้งาน ผู้ค้นคว้าสามารถเลือกหัวข้อที่สนใจ เช่น วัดในจังหวัด เชียงใหม่ เครื่องแต่งกายล้านนา หรืออาหารเมืองเหนือ และใช้คำเหล่านี้ร่วมกับชื่อจังหวัด หรือล้านนา เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ตรงกับเนื้อหาที่ต้องการมากที่สุด ระบบการค้นหาของ เฟซบุ๊กช่วยให้สามารถเข้าถึงเนื้อหาต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น ไม่ว่าจะเป็นโพสต์ กลุ่ม เพจ หรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับคำค้นหาคำเฉพาะ เช่น ชื่อบุคคล สถานที่ หรือหัวข้อ ที่เกี่ยวข้อง เป็นเครื่องมือที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการค้นหาข้อมูลที่ตรงตามความต้องการ ของผู้ค้นคว้า แนวทางการใช้แฮชแท็ก (Hashtag) หรือการแท็ก (Tag) ในการค้นหาข้อมูล ก็เป็นที่นิยม เนื่องจากช่วยให้เข้าถึงเนื้อหาที่เกี่ยวข้องได้รวดเร็วและสะดวก การค้นหา ด้วยวิธีการนี้ได้รับการสนับสนุนจากผลงานของ ภูรดา ประเสริฐศรี และคณะ (2566, น. 102) ที่ชี้ให้เห็นว่าผู้ใช้งานสามารถค้นหาสินค้าหรือบริการผ่านแฮชแท็กได้อย่างรวดเร็วและตรง ตามความต้องการ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณัฐฉา สุวรรณทิพย์, ทศนาวิ แก้วสนิท และกรกฎ จำเนียร (2560, น. 87) ที่ศึกษาเรื่องการสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรม เพื่อการอนุรักษ์ความหลากหลายทางศิลปวัฒนธรรมตลาดน้ำคลองแดน ที่ได้ยืนยันถึง ความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ในการเข้าถึงข้อมูลทางศิลปวัฒนธรรม โดยเน้นถึงความ สะดวก รวดเร็ว และความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลได้ทุกที่ทุกเวลา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัยในครั้งนี้

1.1 ผู้สอนควรทำการรวบรวมแหล่งค้นคว้าในสื่อสังคมออนไลน์ที่มีความน่าเชื่อถือให้กับผู้เรียนเพื่อความสะดวกในการค้นคว้า รวมถึงการได้มาซึ่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เนื่องจากข้อจำกัดในการค้นคว้าหาข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์นั้น ส่วนมากขาดแหล่งอ้างอิงที่มาส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของข้อมูล

1.2 ผู้สอนควรทำการสร้างเฟซบุ๊กเพจ เพื่อการเรียนรู้ขึ้นมา รวมถึงเชื่อมโยงเข้าสู่เว็บไซต์ เพื่อแก้ไขปัญหาคุณภาพของภาพถ่ายมีคุณภาพต่ำ รวมถึงการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเพจ เพราะนอกเหนือจากประโยชน์ในการอ้างอิงแล้ว ยังสามารถใช้ประโยชน์ในการขยายสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ได้ การที่เฟซบุ๊กเพจมีจำนวนผู้ใช้งานหรือมีผู้ให้ความสนใจจำนวนมาก จะเป็นการกระตุ้นให้ผู้ใช้งานอื่น ๆ นอกเหนือจากนักศึกษา สามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้ที่สนใจสามารถทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มอื่น ๆ เพื่อขยายผลต่อการจัดทำแหล่งการเรียนรู้ด้านศิลปวัฒนธรรมล้านนาให้กับประชาชน นักท่องเที่ยว รวมถึงผู้ที่สนใจ สามารถเข้ามาทำการศึกษารเรียนรู้ได้ รวมถึงอาจมีการศึกษาในเรื่องการใช้สื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ เนื่องจากแนวโน้มของคนกลุ่มเจนเนอเรชั่น ซี เริ่มมีพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่หลากหลายมากขึ้น

รายการอ้างอิง

กนิฐา แสงกระจ่าง และณมน จีรังสุวรรณ. (2560). “แหล่งทรัพยากรการศึกษาแบบเปิดสำหรับการเรียนการสอนในยุคดิจิทัล”. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 6, 1: 19-27.

คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2566). **หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2566)**. เชียงใหม่: คณะกรรมการสื่อสารมวลชน.

ฉัตรพร เพ็ชรล้ำ, เพชรรัตน์ วิริยะสีบพงศ์ และศรัญญา แสงลิมสุวรรณ. (2565). “อิทธิพลของภาวะผู้นำที่มีผลต่อความคิดในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ของคนเจนเนอเรชั่น ซี : กรณีศึกษา นิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา”. วารสารกลยุทธ์และ
ความสามารถทางการแข่งขันองค์กร, 1, 1, 32-43.

- ชนันรัตน์ รูปใหญ่. (2564). “การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของนักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี”. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี**, 13, 1: 288-296
- ชมพูนุท นรินทรางกูร ณ อยุธยา และประณีต ใจหนัก. (2563). “ความสัมพันธ์ระหว่างโซเชียลมีเดียและการตอบสนองของผู้บริโภคในการเข้าถึงข้อมูลทางการตลาด”. **วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม**, 2, 2, 11-25.
- จิตยา จุ้ยศรีแก้ว และคณะ. (2566). “คุณภาพของเว็บไซต์และเพจเฟซบุ๊กภาษาไทยที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสมุนไพรและผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร”. **วารสารเภสัชกรรมไทย**, 15, 4, 873-883.
- ณัฐพล อยู่รุ่งเรืองศักดิ์. (2558). **ประวัติศาสตร์ล้านนาฉบับสังเขป**. นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ณัฐวุฒิ สุวรรณทิพย์, ทศนาวดี แก้วสนิท และกรกฎ จำเนียร. (2560). “การสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรมเพื่อการอนุรักษ์ความหลากหลายทางศิลปวัฒนธรรมตลาดน้ำคลองแดน: ตลาดน้ำสามคลองสองเมืองของจังหวัดสงขลาและจังหวัดนครศรีธรรมราช”. **วารสารการจัดการสมัยใหม่**, 15, 2: 77-89.
- ทิพนตร ปาสนานำ และ ณัฐพัชร วงศ์ณรัตน์. (2566). “การสืบค้นข้อมูลและการนำข้อมูลไปใช้”. **วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น**, 7, 3: 307 - 324
- ปณิตตา อินทรักษา. (2562). “การจัดการเรียนรู้ด้วยสื่อสังคมออนไลน์”. **วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร**, 21, 4: 357-365.
- ภรดา ประเสริฐศรี และคณะ (2566). “การประชาสัมพันธ์ทางการตลาดผ่านเซเลบริตี้บนอินสตาแกรม ของสินค้าหลักข้าวไร่แบรนด์เนมในประเทศไทย”. **วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม**, 5, 1: 95-113.
- มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2566). **แผนพัฒนาการศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะที่ 13**. [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2566. เข้าถึงจาก <https://www.cmu.ac.th/th/article/f863d323-4073-4d51-adc3-cdea35e74398>
- ยุพดี หวลอารมณ์, จิตภา อมรางกูร และวัชรภรณ์ เจริญสะอาด. (2564). “การจัดการเรียนการสอนภาษาจีนผ่านแอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้”. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี**, 10, 1: 37-52.

วรวิธ สุวรรณฤทธิ์. (2549). **วิถีไทย**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

วัฒน ภูวทิศ. (2560). “ผู้สื่อข่าวกับการใช้ประโยชน์และความน่าเชื่อถือของข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรายงานข่าวสาร”. **วารสารศรีนครินทร์วิจัยและพัฒนา**, 9, 17:135 - 144

สมชาย วรภิเษมสกุล. (2554). **ระเบียบวิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ ๒.อุดรธานี : อักษรศิลป์การพิมพ์.

สำนักงานขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2566). **ทำไม...ต้องมี CMU Lanna Portal**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2566. เข้าถึงจาก <https://creativelanna.cmu.ac.th/th/Content/9F0B3F21-5893-464F-A8E5-115B9298DAA3>

สำนักทะเบียนและประมวลผล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2566). **สถิติข้อมูลนักศึกษาที่มีสถานภาพนักศึกษา ณ ปัจจุบัน**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 11 มกราคม 2566. เข้าถึงจาก <https://statistic.reg.cmu.ac.th/stat/s001/001>

เสกสรร สายสีสด และคณะ. (2564). “การศึกษาพฤติกรรมการใช้และความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TikTok ของนักเรียน นักศึกษาในเขตเทศบาลนครอุดรธานี” . **วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม**, 2, 3: 11-26.

อรมน ปั่นทอง และวรวิทย์ ประสิทธิ์ผล. (2564). “แนวทางการสื่อสารเพื่อสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมหัตถกรรมผ้าทอไทยพวนบ้านใหม่ จังหวัดนครนายก”. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์**, 5, 1: 146-160.

อริสรา อุตตมากร. (2565). **การจัดการธุรกิจของผู้ขายสินค้าออนไลน์ทางแพลตฟอร์มโซเชียลคอมเมอร์ซในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดโควิด-19**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ สำนักวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

Hootsuite & We Are Social. (2023). **Digital 2023: Thailand**. [online]. Retried 11 March 2023. from <https://datareportal.com/reports/digital-2023-thailand>

Infoquest. (2023) **Thailand Media Landscape 2023**. [online]. Retried 7 March 2023. from <https://www.infoquest.co.th/thailand-media-landscape-2023/overview-en>