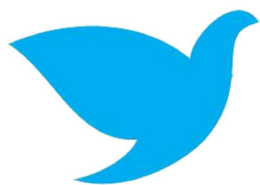


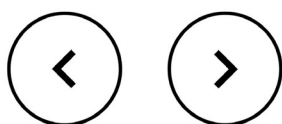


รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการครั้งที่ 12

งานวิจัยและงานสร้างสรรค์
ทางนิเทศศาสตร์



เครือข่ายนิเทศศาสตร์
COMMUNICATION
CONSORTIUM



08 | 07 | 2022

ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

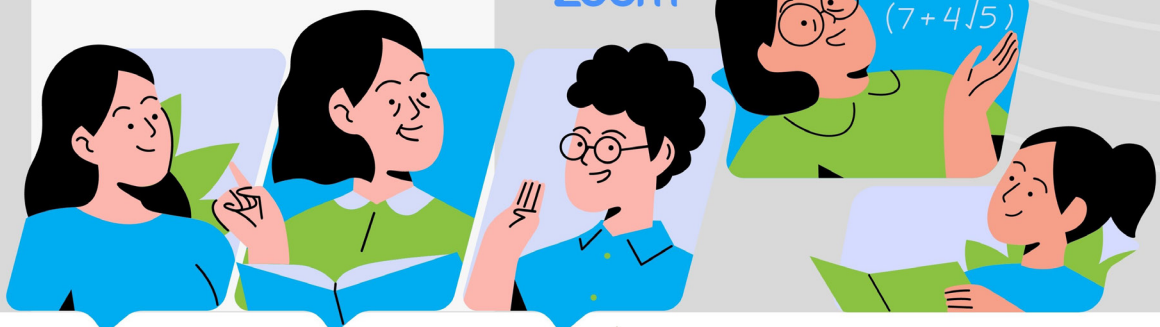
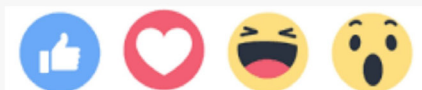
- รศ. ธีรบัณฑิต อันวาศิรวงศ์
- รศ. ดร. กฤษณ์ ทองเลิศ

- รศ. ดร. กุลธิดา ธรรมวิทักษ์
- รศ. ดร. นภวรรณ ตันติเวชกุล

- รศ. อวยพร พาณิช
- ผศ. ดร. ศศิพรรณ บิลมาโนชญ์

- ผศ. ดร. กาญจนา มีศิลปวิทย์
- ผศ. สมเกียรติ รุ่งเรืองวิริยะ

- อ. มนต์ศักดิ์ เกษศิริรินทร์เทพ
- อ. สมคเน วรวิวัฒน์



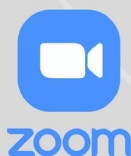
The Proceedings of the 12th Academic Conference on Communication Research and Creative Works

จัดโดย

- เครือข่ายนิเทศศาสตร์
- สมาคมธุรกิจการถ่ายภาพ

วันศุกร์ที่ 8 กรกฎาคม 2565
เวลา 08.30 น. - 12.30 น.
ณ มหาวิทยาลัยสยาม

ด้วยระบบการประชุมทางไกล
ผ่านจอภาพ โดยแอปพลิเคชัน



สารบัญ

หน้า

• รายชื่อสถาบันเครือข่ายนิเทศศาสตร์ที่ร่วมจัดการประชุมงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์” ครั้งที่ 12_____	5
• รายชื่อคณะกรรมการผู้จัดงานประชุมวิชาการงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์ครั้งที่ 12_____	6
• รายชื่อสถาบันการศึกษาที่เข้าร่วมการประชุมวิชาการงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์ครั้งที่ 12_____	7
• กำหนดการการจัดงานประชุมวิชาการงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์ครั้งที่ 12_____	9



กลุ่ม 1: ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

รองศาสตราจารย์ ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์

รองศาสตราจารย์ ดร. กฤษณ์ ทองเลิศ

การบริหารและจัดการกันตนาฟิล์มแล็บเพื่อให้ได้มาตรฐานสากล

• ณาณัฐธัญ วังศ์บ้านคู่_____	14
------------------------------	----

กระบวนการรู้เท่าทันสื่อในนิเวศสื่อที่สื่อและผู้คนต่างเป็นผู้กำหนด

• พนม คลี่ฉายา_____	27
---------------------	----

รัฐบาลไทยกับการสนับสนุนภาพยนตร์ไทยในตลาดต่างประเทศ

• มนฤดี ธาดาอำนวยชัย_____	32
---------------------------	----

การคืนชีพของหนังจีนกำลังภายใน

• พัทธ์กษพงศ์ พงษ์พิพัฒน์_____	37
--------------------------------	----

งานสร้างสรรค์ภาพถ่ายเชิงสารคดีชุด “Once in aLifetime”

• นริส พิเชษฐพันธ์_____	46
-------------------------	----

การสื่อสารความงามภาพถ่ายได้นำเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติได้ทะเล

• กิตติธัช ศรีฟ้า_____	53
------------------------	----

หนังแห่งความเคียดแค้น “อุกอ้งเจี๊ยะ” จากภาพจำ “โง่ จน เจ็บ” ของคนอีสาน กรณีศึกษา

ผู้ข่าวไต้หวัน 3 หมา น แอนด์ เดอะ คำผาน

• ทิฆัมพร ภูพานา_____	60
-----------------------	----



กลุ่ม 2: ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

รองศาสตราจารย์ ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์

รองศาสตราจารย์ ดร. กฤษณ์ ทองเลิศ

การป้ายมัลทินในรูปแบบ “ตรา” โควิด-19 กับตัวตนที่ถูก “ตี” จากสังคม : การสื่อสารเพื่อ ป้องกันการตีตราทางสังคมในสถานการณ์โควิด-19	
• ชีรวันท์ โอภาสบุตร พลอยชนก แสนอาทิตย์	74
การสร้างสุนทรียภาพจากความคลุมเครือทางการสื่อสารด้วยการแต่งหน้าของผู้ร่วม แข่งขันในรายการเปลี่ยนหน้าทำโพว Sing Your Face Off	
• ฤกษ์ คำนนท์	89
MEB - Startup เพื่อคนรักการอ่านกับการดำเนินธุรกิจแบบ Cockroach Startup	
• ปัญญรัตน์ วันทอง ปิยณัท วงศ์ยอด เมธา เห่งคำแก้ว	99
มนต์เสน่ห์แห่งการบันทึกภาพพลุ	
• ณัฐวุฒิ สิงห์หนองสรวง	114
การสร้างสรรค์ภาพถ่ายแสดงความย้อนแย้งและล้อเลียน ชุด “What if... a Mask is not Enough”	
• เวทิต ทองจันทร์	123
อัตวิเคราะห์วิทยานิพนธ์ปริญญาโททางด้านภาพยนตร์ระหว่างปี พ.ศ. 2560 - 2562	
• จารุณี วรรณศิริกุล ปิยะศักดิ์ ชมจันทร์	130



กลุ่ม 3: ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

รองศาสตราจารย์ อวยพร พานิช

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิพรรณ บิลมานิชญ์

หน้าจอสองในสื่อส่งผ่านสัญญาณต่อเนื่อง : การสร้างสรรค์รูปแบบและเนื้อหาสำหรับเด็ก	
• จิราพร ยังสุข	144
การวิพากษ์แก่นจินตนาการของผู้สร้างแรงกระตุ้นทางสื่อออนไลน์ยูทูบในรายการท่องเที่ยว เดอะไกจันทรูป	
• กัญฉกาจ ตระการบุญชัย	150
การสร้างสรรค์เนื้อหาเสียงออนไลน์สำหรับเด็กปฐมวัยบนพอดแคสต์	
• จุฑาธิป เอี่ยมสด	162
ปัจจัยที่ทำให้ชาวอุตุอาระเบียพาวิลเลียนได้รับรางวัล “Best Pavillion” ณ เอ็กโป ดูไบ 2020	
• ปัญญรัตน์ วันทอง, บริรักษ์ บุญยรัตพันธุ์ และอัลฮูดา ชนิดพัฒนา	171
การพัฒนาความสามารถการสอนออนไลน์ โครงการการพัฒนาแบบการเรียนรู้การสอน วิถีใหม่	
• สุชาวัลย์ ธรรมสังวาลย์ และประกิจ อาษา	186

การออกแบบกราฟิกชุด “สองฝั่งคลองภาษีเจริญ” เพื่อสื่อสารเอกลักษณ์ชุมชน ผ่านการวาดภาพฝาผนัง ณ ซอยเพชรเกษม 27 เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร	
• สุธาวลัย ธรรมสังวาลย์	198
การผลิตวีดิทัศน์และป้ายนิทรรศการเพื่อนำเสนอผลงานเครือข่ายพัฒนา	
• สุทธิ เรืองรัตนสุนทร สุธาวลัย ธรรมสังวาลย์	212

กลุ่ม 4: ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา มีศิลปิกภัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สมเกียรติ รุ่งเรืองวิริยะ

พฤติกรรมการซื้อขายออนไลน์ของผู้สูงอายุในภาวะการระบาดโรคโควิด-19	
• วโรชา สุทธิรักษ์	219
การติดต่อเพื่อสื่อความหมายในสารคดีสั้นศิลปะบรรจบ ตอนละครชาตรีเมืองเพชร	
• เจตน์จันทร์ เกิดสุข และลัทธสิทธิ์ ทวีสุข	226
การถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณาด้วยเทคนิค Bullet Time Shot กรณีศึกษา โฆษณาผลิตภัณฑ์ผ้าอนามัยแบบกางเกงไซไฟ	
• ณัฐพงศ์ แยมเจริญ และอภิเชษฐ์ ธนินรัษฎภัทร์	234
ภาพซิลลูเอท (Silhouettes) : ภาพถ่าย 2 มิติที่มีคุณค่า	
• ณัฐพล ชยุติรัตน์	243
สไปเดอร์แมน อภิมหาวีรบุรุษในยุคหลังสมัยใหม่	
• สมเกียรติ ศรีเพชร และศิริชัย ศิริกายะ	253

รายชื่อสถาบันเครือข่ายนิเทศศาสตร์ที่ร่วมจัดการประชุม
“งานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์” ครั้งที่ 12



- มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
- มหาวิทยาลัยนเรศวร
- มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
- มหาวิทยาลัยรังสิต
- มหาวิทยาลัยสยาม
- สถาบันกัณฑ์นา

รายชื่อสถาบันการศึกษาที่เข้าร่วมการประชุมวิชาการ
“งานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์” ครั้งที่ 12



- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
- มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
- มหาวิทยาลัยนเรศวร
- มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
- มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
- มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
- มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- มหาวิทยาลัยรังสิต
- มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- มหาวิทยาลัยสยาม
- มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- สถาบันกัณฑ์นา

รายชื่อคณะกรรมการจัดงานประชุมวิชาการ
“งานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์” ครั้งที่ 12

ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ศิริกายะ

อำนวยการ ปิยะศักดิ์ ชมจันทร์
ณัฐวุฒิ สิงห์หนองสง
ชญาณี ฉลาตธัญกิจ

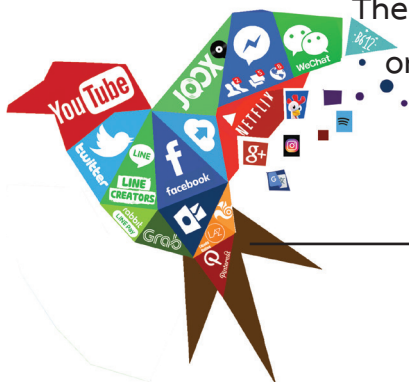
ผู้ดำเนินการประชุม จารุณี วรรณศิริกุล
สุธาวัลย์ ธรรมสังวาลย์
ชญาณี ฉลาตธัญกิจ
สมเกียรติ ศรีเพชร
เอกสิทธิ์ อวยชัยวัฒน์

บรรณาธิการฝ่ายศิลปกรรม สุธาวัลย์ ธรรมสังวาลย์

ประเมินผล ชีรวันท์ โอภาสบุตร

กำหนดการประชุมวิชาการ“งานวิจัยและ งานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์” ครั้งที่ 12

The Proceedings of the 10th Academic Conference
on Communication Research and Creative Works



กลุ่มที่ 1 ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

รองศาสตราจารย์ ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์

รองศาสตราจารย์ ดร. กฤษณ์ ทองเลิศ

กลุ่มที่ 2 ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

รองศาสตราจารย์ ดร.กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์

รองศาสตราจารย์ ดร.นภวรรณ ตันติเวชกุล

กลุ่มที่ 3 ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

รองศาสตราจารย์ อวยพร พานิช

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิพรรณ บิลมานโนชญ์

กลุ่มที่ 4 ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา มีศิลปวิกัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สมเกียรติ รุ่งเรืองวิริยะ

กลุ่มที่ 5 ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

อาจารย์มนต์ศักดิ์ เกษศิริรินทร์เทพ

อาจารย์สมคนเ วรวิวัฒน์

กลุ่มที่ 1 ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

รองศาสตราจารย์ ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์

รองศาสตราจารย์ ดร. กฤษณ์ ทองเลิศ



เวลา	ผู้นำเสนอ	ชื่อผลงาน	สถาบัน
09.00 น. - 09.30 น.	ณัฏฐ์ธัญ วังบ้านตุ๋	การบริหารและจัดการกันตนาฟิล์มแล็บเพื่อให้ได้มาตรฐานสากล	สถาบันกันตนา
09.31 น. - 10.00 น.	พนม คลี่ฉายา	กระบวนการค้นคว้าหาหนังสือในเวบไซต์ที่สื่อและผู้คนต่างเป็นผู้กำหนด	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
10.01 น. - 10.30 น.	มนฤดี ธาดานวนิชย์	รัฐบาลไทยกับการสนับสนุนภาพยนตร์ไทยในตลาดต่างประเทศ	บริษัทไจแอนท์พิกเจอร์สจำกัด
10.31 น. - 11.00 น.	พิทักษ์พงศ์ พงษ์พิพัฒน์	การคืนชีพของหนังเงินกำลังภายใน	มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
11.01 น. - 11.30 น.	นริส พิเชษฐพันธ์	งานสร้างสรรค์ภาพถ่ายเชิงสารคดีชุด "Once in a Lifetime"	มหาวิทยาลัยหอการค้า
11.31 น. - 12.00 น.	กิตติชัย ศรีฟ้า	การสื่อสารความงามภาพถ่ายได้นำเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติได้ทะเล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
12.01 น. - 12.30 น.	ทิมพร ภูพินนา	หนังแห่งความเคียดแค้น "อุกอ้งเจ้" จากภาพจำ "โจ้ จันเจ๊า" ของคนอีสาน กรณีศึกษา ผู้ป่วยไต้หวัน 3 หมาน แอนด์ เดอะ คำผาน	มหาวิทยาลัยรามคำแหง



กลุ่มที่ 2 ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

รองศาสตราจารย์ ดร.กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์

รองศาสตราจารย์ ดร.นภวรรณ ต้นติเวชกุล

เวลา	ผู้นำเสนอ	ชื่อผลงาน	สถาบัน
09.00 น. - 09.30 น.	ธีรวัฒน์ โอภาสบุตร พลอยชนก แสนอาทิตย์	การป้ายมลทินในรูปแบบ "ตรา" โควิด-19 กับตัวคนที่ถูก "ตี" จากสังคม : การสื่อสารเพื่อป้องกันการตีตราทางสังคมใน สถานการณ์โควิด-19	มหาวิทยาลัย สยาม
09.31 น. - 10.00 น.	กฤษณ์ คำนนท์	การสร้างสุนทรียภาพจากความคลุมเครือทางการสื่อสาร ด้วยการแต่งหน้าของผู้ร่วมแข่งขันในรายการเปลี่ยนหน้า ท้าโชว์ Sing Your Face Off	มหาวิทยาลัยราชภัฏ ศรีสะเกษ
10.01 น. - 10.30 น.	ปัญญารัตน์ วันทอง ปิยณัฐ วงศ์ยอด เมธา เหิงคำแก้ว	MEB - Startup เพื่อคนรักการอ่านกับการดำเนินธุรกิจ แบบ Cockroach Startup	มหาวิทยาลัย สยาม
10.31 น. - 11.00 น.	ณัฐวุฒิ สิงห์หนองสง	มนต์เสน่ห์แห่งการบันทึกภาพพลุ	มหาวิทยาลัย สยาม
11.01 น. - 11.30 น.	เวทิต ทองจันทร์	การรังสรรค์ภาพถ่ายแสดงความย้อนแย้งและล้อเลียน ชุด "What if... a Mask is not Enough"	มหาวิทยาลัย นเรศวร
11.31 น. - 12.00 น.	จารุณี วรรณศิริกุล ปิยะศักดิ์ ชมจันทร์	อัตวิเคราะห์วิทยานิพนธ์ปริญญาโททางด้านภาพยนตร์ ระหว่างปี พ.ศ. 2560 - 2562	มหาวิทยาลัย สยาม

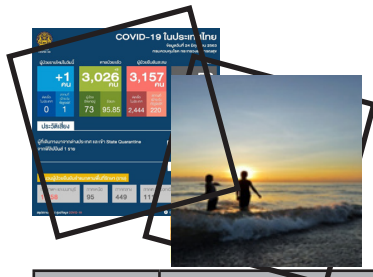
กลุ่มที่ 3 ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

รองศาสตราจารย์ อวยพร พานิช

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิพรรณ บิลมานิชญ์



เวลา	ผู้นำเสนอ	ชื่อผลงาน	สถาบัน
09.00 น. - 09.30 น.	จิราพร ยังสุข	หน้าจอที่สองในสื่อส่งผ่านสัญญาณต่อเนื่อง : การสร้างสรรค์รูปแบบและเนื้อหาสำหรับเด็ก	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
09.31 น. - 10.00 น.	กัญฉกาจ ตระการบุญชัย	การวิพากษ์แก่นจินตนาการของผู้สร้างแรงกระตุ้นทางสื่อออนไลน์ยูทูบในรายการท่องเที่ยว เดอะไกด์ทริป	มหาวิทยาลัย สยาม
10.01 น. - 10.30 น.	จุฑาธิป เอี่ยมสด	การสร้างสรรค์เนื้อหาเสียงออนไลน์สำหรับเด็กปฐมวัยบนพอดแคสต์	สถาบันกัณทนา
10.31 น. - 11.00 น.	ปัญญรัตน์ วันทอง บริษัท บุษยรัตน์พันธุ์ อัลสตาร์ ชนิตพัฒนา	ปัจจัยที่ทำให้ชาอุดีอาระเบียพาววิลเลียนได้รับรางวัล "Best Pavillion" ณ เอ็กโป ดูไบ 2020	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
11.01 น. - 11.30 น.	ประกิจ อาษา สุธาวัลย์ ธรรมสังวาลย์	การพัฒนาความสามารถการสอนออนไลน์โครงการการพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนวิถีใหม่	มหาวิทยาลัย สยาม
11.31 น. - 12.00 น.	สุธาวัลย์ ธรรมสังวาลย์	การออกแบบกราฟิกชุด "สองฝั่งคลองภาษีเจริญ" เพื่อสื่อสารเอกลักษณ์ชุมชน ผ่านการวาดภาพฝาผนัง ณ ซอยเพชรเกษม 27 เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร	มหาวิทยาลัย สยาม
12.01 น. - 12.30 น.	สุทธิ เรืองรัตนสุนทร สุธาวัลย์ ธรรมสังวาลย์	การผลิตวีดิทัศน์และป้ายนิทรรศการเพื่อนำเสนอผลงานเครือข่ายพัฒนา	มหาวิทยาลัย สยาม



กลุ่มที่ 4 ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา มีศิลป์วิกัย,

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สมเกียรติ รุ่งเรืองวิริยะ

เวลา	ผู้นำเสนอ	ชื่อผลงาน	สถาบัน
09.00 น. - 09.30 น.	วโรชา สุทธิรักษ์	พฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุในภาวะการระบาดของโรคโควิด-19	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต
09.31 น. - 10.00 น.	"เจตน์จันทร์ เกิดสุข ลัทธสิทธิ์ ทวีสุข"	การติดต่อเพื่อสื่อความหมายในสารคดีสั้นศิลปะบรรจบ ตอนละครชาตรีเมืองเพชร	มหาวิทยาลัยนานาชาติ แสตมฟอร์ด มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครปฐม
10.01 น. - 10.30 น.	"ณัฐพงศ์ แยมเจริญ อภิเชษฐ์ ธนินรัฐภัทร"	การถ่ายทำภาพยนตร์โฆษณาด้วยเทคนิค Bullet Time Shot กรณีศึกษา โฆษณาผลิตภัณฑ์ผ้าอนามัยแบบกางเกง โซฟี	มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต มหาวิทยาลัย อัสสัมชัญ
10.31 น. - 11.00 น.	ณัฐพล ชยุติรัตน์	ภาพซิลลูเอท (Silhouettes) : ภาพถ่าย 2 มิติที่มีคุณค่า	มหาวิทยาลัย สยาม
11.01 น. - 11.30 น.	"สมเกียรติ ศรีเพ็ชร ศิริชัย ศิริกายะ"	สไปเดอร์แมน อภิมหาวีรบุรุษในยุคหลังสมัยใหม่	มหาวิทยาลัย สยาม

กลุ่มที่ 5 ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย



เวลา	ผู้นำเสนอ	ชื่อผลงาน	สถาบัน
09.00 น. - 09.30 น.	ปราชญ์ สุขสายชลธาร	ภาพยนตร์สั้น เรื่อง "นักเรียน นักหลง"	สถาบันกัณฑ์นา
09.31 น. - 10.00 น.	เมธาวี ขาญกระบี่	ภาพยนตร์สารคดีสั้น เรื่อง "After the Rain"	สถาบันกัณฑ์นา
10.01 น. - 10.30 น.	อัฒม์ ชัยวิริยะวงศ์	แอนิเมชัน เรื่อง "Horns"	สถาบันกัณฑ์นา

หน้าจอที่สองในสื่อส่งผ่านสัญญาณต่อเนื่อง การสร้างสรรครูปแบบและเนื้อหาสำหรับเด็ก

The second screen for streaming media

The pattern creation and content for children

จิราพร ยังสุข

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสร้างสรรครูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของการสื่อสารหน้าจอที่สอง (Second Screen) ในสื่อส่งผ่านสัญญาณต่อเนื่อง (Streaming Media) ที่เหมาะสมสำหรับเด็ก โดยสังเคราะห์จากผลงานการผลิตรายการโทรทัศน์ดิจิทัลของนักศึกษา เพื่อออกอากาศทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ประกอบการสัมภาษณ์ การรวบรวมเอกสาร งานวิจัย เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ความรู้ใหม่เป็นเครื่องมือในการศึกษา เพื่อประโยชน์ในการนำไปพัฒนาและประยุกต์ใช้ในการผลิตรายการได้จริงต่อไป

ผลการศึกษาพบว่า การสร้างสรรครูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาที่เหมาะสมสำหรับเด็ก ผ่านการสื่อสารหน้าจอที่สอง (Second Screen) นั้น ควรส่งเสริมให้สามารถนำเสนอได้ในทุกแพลตฟอร์ม (Platform) โดยมีสื่อโทรทัศน์เป็นตัวตั้งต้น ซึ่งมีการออกอากาศเป็นประจำตามผังรายการที่กำหนดไว้ และมีสื่อออนไลน์เป็นตัวช่วยในการเพิ่มเติมเนื้อหาเข้าไปเพื่อให้ผู้ชมเห็นบ่อยขึ้นและเข้าถึงเนื้อหารายการได้มากขึ้น รวมถึงควรมีการกำหนดแนวความคิดที่ชัดเจน มีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ โดยอยู่บนพื้นฐานความเข้าใจในกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง ด้านเนื้อหารายการควรเป็นรายการที่จุดประเด็นชวนให้เด็กได้ฝึกคิด เน้นสร้างเสริมจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ ส่งเสริมทักษะในการใช้ชีวิต และให้ได้แสดงออกอย่างอิสระและเป็นธรรมชาติ โดยเป็นรายการที่เด็กและพ่อแม่ ผู้ปกครอง สามารถดูร่วมกันได้

คำสำคัญ : หน้าจอที่สอง, สื่อส่งผ่านสัญญาณต่อเนื่อง, การสร้างสรรครูปแบบและเนื้อหา

Abstract

This article has objective for study the presentation pattern and content creation of the second screen for streaming media which is suitable for children. This is extracted from the TV and digital media production for going on air on the student's online platform together with collecting information for study, analysis, and extract new knowledge for the educational tools. This is for the benefit of developing and applying with media production in the digital era.

* อาจารย์ประจำสาขาวิชาวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

The study found that creating the pattern for presentation and content which is suitable for children via the second screen should be presented on all platforms. It should start with the TV which has showtime schedule and social media for additional content. This would help audiences accessing the content and understanding the content more. The pattern for presenting should be defined clearly with the attractive presentation and based on the target's understanding. The content should be the show which encourage children on thinking, imagination, creative, life matters, and natural freedom of expression. It should be the show for children and parents, family, are able to join.

Key words: second screen, streaming media, pattern and content creation

บทนำ

เมื่อวิวัฒนาการด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัยเป็นสิ่งที่ได้รับความสนใจ และถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารมวลชน เห็นได้จากการนำอุปกรณ์ใหม่ๆ ที่สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้อย่างง่ายดายและทั่วถึง โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ที่ปัจจุบันยังคงเป็นสื่อหลัก แต่ก็ยังมีสื่อใหม่อย่างเช่นสื่อออนไลน์เกิดขึ้นมาแบ่งความนิยมออกไป ทำให้ปัจจุบันสามารถรับชมรายการได้หลายช่องทาง เช่น คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต อีกทั้งพฤติกรรมการรับชมของผู้ชมก็เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้ธุรกิจโทรทัศน์เกิดการแข่งขันที่เข้มข้นเพิ่มขึ้นจากเดิม การรับชมไม่ยึดติดกับเพียงหน้าจอโทรทัศน์อย่างเดียว ผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศน์จึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ใหม่เพื่อเพิ่มช่องทางและเนื้อหารายการที่สามารถเข้าถึงช่องทางอื่นๆ ให้แก่ผู้ชมมากขึ้น พร้อมกับเชื่อมโยงการนำเสนอเนื้อหาเข้ากับสื่อสังคมออนไลน์ขณะรับ

ชมรายการ ไม่ว่าจะเป็นเฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twister) อินสตาแกรม (Instagram) ฯลฯ อันเป็นที่มาของ “การสื่อสารบนหน้าจอที่สอง (Second Screen)” ที่ปัจจุบันได้รับความนิยมและถูกปรับเปลี่ยนให้กลายเป็นการสร้างมูลค่าทางการตลาดในการสร้างสรรค์รูปแบบการนำเสนอ เนื้อหา และการโฆษณา

การสื่อสารบนหน้าจอที่สอง หรือ Second Screen นับเป็นวิธีการหนึ่งที่มีผลิตรายการสามารถสื่อสารกับผู้ชมได้ด้วยการสื่อสารแบบสองทาง (Two way Communication) มากกว่าในอดีต ทั้งนี้เพราะมีความสะดวกสบายในการใช้งาน มีความน่าสนใจในการดึงดูดผู้ใช้งานมีปฏิปักษ์ิริยาตอบกลับ ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของอุปกรณ์ในการรับชมควบคู่กับการทำงานของระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้รับสารเปลี่ยนไป มีการเชื่อมโยงเข้าสู่สื่อสังคมออนไลน์ขณะรับชมรายการ และสามารถมีส่วนร่วมในรายการด้วยการแสดงความคิดเห็นตอบโต้กันทันทีในวงกว้าง

ด้วยเหตุนี้ การส่งเสริมให้เนื้อหาที่เหมาะสมสำหรับผู้ชม ผ่านการสื่อสารหน้าจอที่สอง (Second Screen) นั้น ควรทำให้สามารถนำเสนอได้ในทุกแพลตฟอร์ม (Platform) และบูรณาการผู้ชมเพื่อให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ด้วย เช่น ให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในการสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ (เช่น เชื้อสถาปนศิริ, 2556) โดยเฉพาะผู้ชมที่เป็นเด็กที่ควรมีการกำหนดแนวความคิดที่ชัดเจน มีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ สนุกสนาน โดยอยู่บนพื้นฐานความเข้าใจในกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง เนื้อหารายการสามารถจุดประเด็นชวนให้เด็กได้คิด เน้นสร้างเสริมจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ ส่งเสริมทักษะในการใช้ชีวิต และให้ได้แสดงออกอย่างอิสระและเป็นธรรมชาติของตนเอง เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ชมเป้าหมายรายการและได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น

ทั้งนี้ ผู้เขียนได้อภิปรายวัตถุประสงค์ของการศึกษา การสร้างสรรค์รูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาของการสื่อสารหน้าจอที่สอง (Second

Screen) ในสื่อส่งผ่านสัญญาณต่อเนื่อง (Streaming Media) ที่เหมาะสมสำหรับเด็ก ผ่านการวิเคราะห์ผลงานการผลิตรายการโทรทัศน์ดิจิทัลของนักศึกษา เพื่อออกอากาศทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ประกอบการสัมภาษณ์ การรวบรวมเอกสาร งานวิจัย เพื่อได้องค์ความรู้ใหม่เป็นในการนำไปพัฒนาและประยุกต์ใช้ในการผลิตรายการได้จริงต่อไป

โทรทัศน์ดิจิทัลในศตวรรษที่ 21 กับพฤติกรรมเปิดรับสื่อหลายหน้าจอ

ปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้สื่อโทรทัศน์รองรับการสื่อสารแบบตอบกลับ (Feedback) ได้ในทันทีมากกว่าในอดีต ที่ถูกมองว่าเป็นการสื่อสารทางเดียวมาโดยตลอด เมื่ออินเทอร์เน็ต สื่อออนไลน์ และสื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคนในยุคนี้อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ สื่อโทรทัศน์จึงก้าวไปสู่ความเป็นโซเชียลทีวี (Social TV) ที่ผู้ชมสามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์ระหว่างการรับชมโทรทัศน์เพื่อแสดงความคิดเห็น หรือแชท (Chat) กับเครือข่ายเพื่อน ซึ่งเป็นการตอบสนองพฤติกรรมการชอบสนทนาหรือใช้สื่อสังคมออนไลน์ในระหว่างการรับชมโทรทัศน์ของผู้บริโภคผ่าน “จอที่สอง” (Second Screen) นั่นเอง (นุติ หนูไพโรจน์, 2564)

หากตั้งข้อสังเกตให้คิดจะพบว่า ปัจจุบันการรับชมข้อมูลข่าวสารจากช่องการสื่อสารต่างๆ ของผู้ชมมีความหลากหลายและซับซ้อนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงเกิดช่องทางที่ทำให้ผู้ชมสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้วยวิธีการต่างๆ ที่อำนวยความสะดวกและสอดคล้องกับการดำเนินชีวิต (Life Style) มากขึ้น ในอดีตผู้ชมเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดั้งเดิม (Traditional Media) อย่างโทรทัศน์แต่ปัจจุบันพัฒนาอุปกรณ์การสื่อสารที่มีขนาดและคุณสมบัติที่แตกต่างออกไป ได้แก่ โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ (Smartphone) แท็บเล็ต (Tablet) แอปพลิเคชัน (Application) โทรทัศน์ดิจิทัล (Digital TV) รวมถึงการเข้ามามีบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) วิดีโอออนไลน์ (Video Online) อินสตาแกรม (Instagram) และ

เว็บบล็อก (Blog) ผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป เพราะมีสื่อหน้าจอลือเลือก (Alternative Media on Screen) ให้ได้เลือกตามความพึงพอใจและเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับลักษณะการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคล (ศุภศิลป์ กุลจิตต์เรืองศรี, 2558) ดังนั้น จึงเป็นข้อมูลสำคัญที่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จะพิจารณาเพื่อปรับตัวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ที่ไม่ใช่การดูทีละจอ แต่กลายเป็นพฤติกรรมแบบ “ทำกิจกรรมหลายอย่าง เสพสื่อหลายอย่าง ในเวลาเดียวกัน” (Multi Screen) (ชาม เชื้อสถาปนศิริ, 2557) ส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตรายการโทรทัศน์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะผู้ชมมีพฤติกรรมรับชมไม่เหมือนเดิม ประกอบกับมีสื่อให้เลือกเพิ่มมากขึ้น เข้ามามีบทบาทในการดำรงชีวิต รวมทั้งการเกิดของโทรทัศน์ดิจิทัล ผู้ผลิตรายการจึงต้องมีการวางแผนการดำเนินงาน การสร้างสรรค์รูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ชมแต่ละกลุ่ม เพื่อเป็นการสร้างฐานผู้ชมและช่วงชิงฐานผู้ชมให้กลับมาชมรายการได้

แนวทางการสร้างสรรค์รูปแบบการนำเสนอ และเนื้อหา ของการสื่อสารหน้าจอที่สอง (Second Screen) สำหรับเด็ก

สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนได้ทุกเพศทุกวัย มีการนำเสนอรายการที่ให้ความรู้ ความบันเทิง ส่งเสริมทักษะด้านต่างๆ แก่ผู้ชม มีงานวิจัยที่ค้นพบว่า เด็กอายุมากกว่า 2 ปี เริ่มเข้าใจและสนใจโปรแกรมต่างๆ ที่รับชมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่อาจช่วยเสริมสร้างทักษะด้านสังคม ภาษา และส่งเสริมให้มีความพร้อมในการเรียนมากขึ้นหากผู้ปกครองเลือกรายการที่มีคุณภาพ ทั้งยังมีการผลิตขึ้นมาสำหรับเด็กโดยตรง (วีระศักดิ์ ชลไชยะ, 2556)

จากการศึกษาพบว่า แนวทางการสร้างสรรค์รูปแบบการนำเสนอ และเนื้อหา ของการสื่อสารหน้าจอที่สอง (Second Screen) สำหรับเด็ก ควรมีการกำหนดแนวความคิดที่ชัดเจน ให้ความสำคัญในการคัดเลือกเนื้อหา และเทคนิคการสร้างเรื่องและเนื้อหา

ของรายการ เพราะเนื้อหาหรายการนั้นมีบทบาทสำคัญต่อเด็ก เนื่องจากวันเด็กเป็นวัยแห่งการสร้างสรรค์จินตนาการ สอดคล้องกับที่ W. Scharmm (1979, อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ และคณะ 2554:95) ที่เสนอให้แบ่งเนื้อหาของสื่อในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการทำหน้าที่สร้างสรรค์จินตนาการของเด็กออกเป็น 2 ประเภทหลักๆ คือ เนื้อหาแบบแฟนตาซี (Fantasy content) และเนื้อหาแบบเป็นจริง (Reality content)

เช่นเดียวกับที่ Fisch (อ้างใน Daniel R. Anderson, Heather J. Lavign และ Katherine G. Hanson 2013: 638) อธิบายว่า เนื้อหารายการโทรทัศน์แบ่งได้ 2 ประเภทหลักๆ คือ ความบันเทิง (Entertainment) และสาระ (Education) ในกระบวนการรู้คิดทั้งสองส่วนนี้แยกจากกันด้วยระบบความจำของเด็กที่มีจำกัด ฉะนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องผสมผสานเนื้อหาระหว่างความบันเทิงกับสาระความรู้เข้าไว้ด้วยกันในรายการเด็ก จะเป็นส่วนช่วยให้เด็กเข้าใจในเนื้อหาสาระที่เป็นส่วนของสาระความรู้มากขึ้นนั่นเอง

นอกจากเนื้อหาหรายการต้องเป็นประเด็นที่เด็กต้องรู้ อยากรู้ และควรรู้แล้ว เนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่ดีต้องมีประโยชน์แก่เด็กด้วย ซึ่งอิทธิพล ปริติประสงศ์ (2555) ได้ทำการจัดระดับเนื้อหาหรายการไว้ 3 ระดับ ดังนี้

1. ระดับความรู้ คือ การทำให้ได้รับข้อมูลในประเด็นสำคัญ รวมถึงทำให้เห็นผลกระทบหรือถูกคิดในประเด็นปัญหาต่างๆ ได้

2. ระดับการสร้างทักษะ คือ เนื้อหารายการเน้นเสริมสร้างทักษะพื้นฐานสำคัญๆ เพื่อให้เด็กสามารถจัดการต่อสถานการณ์ในแต่ละประเด็นได้ รวมทั้งสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการได้รับผลกระทบนั้นๆ ได้

3. ระดับการสร้างการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและทัศนคติ คือ เนื้อหารายการสามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้านวิถีคิดและรสนิยม

เมื่อพิจารณาจากประเด็นที่กล่าวมาในข้างต้น ประกอบกับการวิเคราะห์ผลผลงานการผลิต

รายการโทรทัศน์ดิจิทัลของนักศึกษา เพื่อออกอากาศทางแพลตฟอร์มออนไลน์ พบว่า ควรมีการกำหนดแนวความคิดที่ชัดเจน มีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ โดยอยู่บนพื้นฐานความเข้าใจในกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง ด้านเนื้อหาหรายการควรเป็นรายการที่จุดประเด็นชวนให้เด็กได้ฝึกคิด เน้นสร้างเสริมจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ ส่งเสริมทักษะในการใช้ชีวิต และให้ได้แสดงออกอย่างอิสระและเป็นธรรมชาติโดยเป็นรายการที่เด็กและพ่อแม่ ผู้ปกครองสามารถดูร่วมกันได้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของพรสุรีย์ วิภาศิริมิตร (2560) ที่ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชน ได้แก่ 1) การผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กเล็ก 2) การผลิตรายการสำหรับเด็ก อายุ 6-12 ปี และ 3) การผลิตรายการสำหรับเด็ก อายุ 13-18 ปี

1. การผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กเล็ก ควรมุ่งเน้นความสำคัญกับเนื้อหาของรายการนำเสนอเรื่องราวที่เข้าใจง่าย เป็นเรื่องที่เด็กในวัยนี้สนใจ เสริมสร้างทักษะการฝึกคิดวิเคราะห์ สะท้อนมุมมองของเด็ก และทอดแทรกความรู้ด้านวิชาการ สำหรับรูปแบบการนำเสนอของรายการควรใช้รูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมกับแนวความคิดของรายการ ซึ่งไม่มีรูปแบบที่ตายตัว แต่รูปแบบที่เหมาะสมกับเด็กเล็กคือการประกวด การนำเสนอรายการสำหรับเด็กเล็กนั้น ควรสร้างความรู้สึกถึงความเป็นเพื่อนกับเด็กได้เป็นอย่างดี

2. การผลิตรายการสำหรับเด็ก อายุ 6-12 ปี เนื้อหาควรมุ่งเน้นส่งเสริมทักษะการใช้ชีวิตในสังคมของเด็ก ได้แก่ การปลูกฝังคุณค่าและความภาคภูมิใจในตนเอง ส่งเสริมให้เด็กได้ใช้เวลาร่วมกับผู้คนรอบข้างมากขึ้น ส่งเสริมให้เด็กได้มีทักษะแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า รู้จักการทำงานร่วมกับผู้อื่นและการทำงานเป็นทีม (Team Work) และการยอมรับในความต่าง ขณะที่รูปแบบการนำเสนอควรสนุกสนาน กระชับรวดเร็ว ใช้คอมพิวเตอร์กราฟิกเพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับรายการ สอดแทรกสาระ ไม่เป็นพิษภัย ใช้การกระตุ้นหรือจุดประกายให้เด็กในวัยนี้อยากเรียนรู้ด้วยตนเอง ส่งเสริมและกระตุ้นกระบวนการ

คิดทางวิทยาศาสตร์ สร้างความรู้สึกความเป็นเพื่อน
กับผู้ชม

3. การผลิตรายการสำหรับเด็ก อายุ 13-18 ปี เนื้อหาของรายการควรทันสมัย น่าสนใจ มีความแปลกใหม่ เป็นเรื่องใกล้ตัว ควรนำเสนอเนื้อหาทั้งด้านบวกและด้านลบ เพื่อให้เด็กได้รับรู้โลกแห่งความเป็นจริง เนื้อหารายการที่ดีและเหมาะสมสำหรับผู้ชมที่เป็นเด็กวัยรุ่น ควรมีเนื้อหารายการประกอบด้วย 3 ส่วนสำคัญ ได้แก่ เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับวัยรุ่นโดยตรง เนื้อหาที่วัยรุ่นยังไม่เคยรู้ และเนื้อหาส่วนที่น่าค้นหา นำหาคำตอบ รูปแบบการนำเสนอเน้นความสนุกสนาน ทำทาย ไม่ใส่เนื้อหาที่เป็นความรู้หรือวิชาการมากเกินไป เข้าใจง่าย มีการนำเสนอที่สั้น กระชับ แปลกใหม่ เมื่อดูรายการแล้วสามารถนำไปประเด็นหรือเรื่องราวไปพูดคุยแลกเปลี่ยนกับเพื่อนๆ ได้

บทสรุป

แม้ว่าการสร้างสรรค์รูปแบบการนำเสนอ และเนื้อหาของ Second Screen ในระบบ (Streaming Media) ที่เหมาะสมสำหรับเด็ก จะเป็นความท้าทายที่ผู้ผลิตรายการ เพื่อสร้างประสบการณ์ในการรับชมรายการผ่านนวัตกรรมของผู้ชม และเสริมสร้างข้อได้เปรียบของผู้ผลิตรายการที่ต้องดึงดูดและตรึงความสนใจของผู้ชมที่มีพฤติกรรมการรับชมรายการเปลี่ยนแปลงไป ผู้ผลิตรายการควรตระหนักและวางแผนการผลิตรายการอย่างรอบคอบภายใต้การสร้างสรรค์รูปแบบและเนื้อหารายการ ที่ต้องกำหนดแนวความคิดให้ชัดเจน มีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ ภายใต้พื้นฐานความเข้าใจในกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง เนื้อหารายการควรจุดประเด็นชวนให้ได้ฝึกคิด สร้างเสริมจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ ส่งเสริมทักษะในการใช้ชีวิต และได้แสดงออกอย่างอิสระและเป็นธรรมชาติ และควบคุมคุณภาพของเนื้อหารายการ โดยคำนึงถึงคุณค่าและมีประโยชน์ต่อสังคมด้วย

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (ม.ป.ป.) พระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ พ.ศ. 2550, (ม.ป.ท.).

กลุ่มการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพเด็ก สำนักส่งเสริมและพิทักษ์เด็ก สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก เยาวชน ผู้ด้อยโอกาส และผู้สูงอายุ (ม.ป.ป.) คู่มือแนวทางการจัดกิจกรรมด้วยสื่อ

สร้างสรรค์คุณธรรม จริยธรรม : วรรณกรรมสำหรับเด็กและเยาวชน, ม.ป.ท

กาญจนา แก้วเทพ นันทกา สุธรรมประเสริฐ และเอกธิดา เสริมทอง. (2554). ผู้คนที่หลากหลายในการสื่อสาร : เด็ก สตรีและผู้สูงอายุ. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์.

ชาคริยา อีเรนตร. (2551). “ผลกระทบของสื่อที่มีต่อเด็ก”. ใน นิชรา เรื่องดารกานนท์ และคนอื่น ๆ (บรรณาธิการ), ตำราพัฒนาการและพฤติกรรมเด็ก, 57-69. กรุงเทพฯ: โอลิสติก พับลิชชิ่ง.

ธาม เชื้อสถาปนศิริ. (2557). USER-GENERATED CONTENT. (20 ธันวาคม 2564). สืบค้นจาก Positioning Magazine. <http://www.positioningmag.com/content/%E2%80%99Cuser-generatedcontent%E2%80%99D>

ธีรพัฒน์ อังศุขवाल (2555). กว่าจะเป็น Family Awards รายการโทรทัศน์ในดวงใจครอบครัว: แนวคิดกระบวนการ และประสบการณ์, ภาพพิมพ์: เครือข่ายเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ.

ดนยา วสุวัต วิมลทิพย์ มุสิกพันธ์. (2560). แนวทางการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมในเด็กวัย 3-6 ปี. วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 (2560): กรกฎาคม-ธันวาคม 2560.

นุติ หนูไฟโรจน์. (19 มกราคม 2565). นวัตกรรมการจัดการการสร้างประสบการณ์ การใช้หน้าจอที่สอง (Second Screen) ในองค์กรสื่อโทรทัศน์. [Download]. สืบค้นจาก <http://ndeenupairoj.blogspot.com/2013/10/second-screen.html>

นันทพร แบบประเสริฐ. (3 กุมภาพันธ์ 2565). กลยุทธ์การสร้างสรรค์ Second Screen ในสื่อโทรทัศน์ ยุคดิจิทัล. [Download]. สืบค้นจาก <http://gscm.nida.ac.th/uploads/files/1600056252.pdf>

พรรณพิมล วิปุลากร. (2554). ทำไมเด็กจึงต้องรู้เท่าทันสื่อ. ใน ธารม เชื้อสถาปนศิริ. รู้ทันสื่อ. กรุงเทพมหานคร : บริษัทออฟเซ็ท ครีเอชั่น จำกัด. หน้า 43-54.

พรสุรีย์ วิภาศรีนิมิต. (2560). แนวทางการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนให้เป็นที่ยอมรับและได้รับความนิยม. วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 : กรกฎาคม-ธันวาคม 2560.

วีระศักดิ์ ชลไชยะ. (2556). “ผลของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่อการพัฒนาพฤติกรรมและสุขภาพของเด็ก”. ใน ทิพย์วรรณ หรรษคุณาชัย และคนอื่นๆ (บรรณาธิการ), ตำราพัฒนาการและพฤติกรรมเด็ก, เล่ม 3, การดูแลเด็กสุขภาพดี, 70-72. ม.ป.ท.: ปิยอนด์ เอ็นเทอร์ไพรซ์.

ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจี๊วงค์. (2558). การปรับตัวของรายการโทรทัศน์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหลายหน้าจอ. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 : ตุลาคม-มีนาคม 2558.

อิทธิพล ปรีดีประสงค์.(2555). ร่าง คู่มือการพัฒนารายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมการศึกษาและการเรียนรู้สำหรับเด็ก. กรุงเทพมหานคร : สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว.

ภาษาอังกฤษ

Anderson, Daniel A. Lavigne , Heather J. and Hanson, Katherine G. (2013) The Educational Impact of Television. Media Effects / Media Psychology. USA : Blackwell Publishing Ltd.

Thanachart Numnonda. (2021, December 15). Technology Trends 2014. Retrieved October 12, 2013, from Tanachart : <http://thanachart.org/2013/09/06/technology-trends-2014/>