



การสื่อสารอัตลักษณ์เด็กผ่าน Youtube COMMUNICATION IDENTITY OF YOUTUBE

วันที่รับต้นฉบับบทความ: 25 มกราคม 2563

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 17 กุมภาพันธ์ 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 22 กุมภาพันธ์ 2563

เยาวนารถ พันธุ์เพ็ง*

Yaowanart Panpeng

บทคัดย่อ

การสื่อสารอัตลักษณ์เด็กผ่านยูทูป (Youtube) เด็กมีวิธีการเรียนรู้ผ่านระบบสัญลักษณ์ในโลกดิจิทัล เด็กที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีโลกดิจิทัลสมัยใหม่ (digital generation) จึงมีมุมมองในโลก สังคม และวัฒนธรรม แตกต่างไปจากเด็กในโลกยุคก่อนดิจิทัล (pre-digital generation) ด้วยสื่อใหม่ที่มีบทบาทในการมีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ตัวตน (self) และการสร้างอัตลักษณ์ (identity) ของเด็กในโลกสมัยใหม่ สื่อที่มีการสื่อสารผ่านภาพเคลื่อนไหว และเสียง หรือวิดีโอ (video) ผ่านการแบ่งปันผ่านสื่อสังคมเครือข่ายอย่าง ยูทูป (Youtube) นับเป็นสื่อที่กำลังอยู่ในกระแสนิยมของเด็กเป็นอย่างมาก ในทุกครอบครัว ทุกสถานที่ ภาพเด็กที่จ้องมองดูสื่อวิดีโอในยูทูปแทบจะเป็นภาพธรรมดาเหมือนภาพเด็กดูโทรทัศน์ในยุคสมัยก่อนหน้า

เมื่อเด็กรับสารจากสื่อยูทูป (Youtube) เด็กเกิดการรับรู้ เรียนรู้ ถอดรหัส ตีความ เข้าใจ และแสดงออกทางภาษา ท่าทาง พฤติกรรม เป็นกระบวนการสื่อสารที่เกิดขึ้น แสดงถึงการรับสาร (passive) นั้น อาจจะยังไม่เห็นพฤติกรรมที่แสดงออกในทันที เช่น การเลียนแบบท่าทางตัวละครจากสื่อ ภาษาที่ใช้ ซึ่งหมายถึงอัตลักษณ์ แต่เด็กจะมีการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ และสนองตอบกลับไปยังสื่อยูทูป (Youtube) ในเรื่องหรือเนื้อหาซ้ำ ๆ กับที่เคยดูด้วยการบันทึกวิดีโอของตนเองเพื่อแบ่งปันหรือแชร์ไปในยูทูป (Youtube) ด้วยเช่นกัน

คำสำคัญ: การสื่อสาร, อัตลักษณ์, ยูทูป, เด็ก

ABSTRACT

Communication of baby identity through Youtube. Children have a way to learn through the symbol system in the digital world. Children who grow up with modern digital technology (digital generation) have a different perspective on the world,

* รองศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาออกแบบสื่อสาร มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี e-Mail: 41970245@Chonburi.spu.ac.th



society, and culture different from children in the pre-digital generation world, with new media that play a role in relationships. Towards self-awareness and identity creation of children in the modern world media that communicate through animation and audio or video through sharing via social media networks such as Youtube is considered to be a popular trend among children in every family and every place. Pictures of children staring at video media on Youtube almost as healthy as a child watching television in an earlier era.

When children receive messages from Youtube media, Children are born, perceive, learn, decipher, interpret, understand, and express themselves in language, gestures, behaviors as a communication process that occurs. Indicates that exposure (passive) may not see the behavior immediately expressed, such as the imitation of gestures, characters from the language used, which means identity. Nevertheless, the child will have an expression of identity. And responding to Youtube media repeatedly about the content or content As they have previously watched by recording their videos to share Or share on Youtube too.

Keywords: communication, identity, Youtube, children.

บทนำ

การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ในปัจจุบัน นับว่าเป็นสิ่งที่ทุกคนคุ้นเคย อินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ ซึ่งล้วนเข้ามามีบทบาทในการอำนวยความสะดวกให้กับการใช้ชีวิต เพิ่มความรวดเร็วในการสื่อสาร และเข้ามามีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบพฤติกรรมในการดำรงชีวิต โดยเฉพาะกลุ่มเด็กที่เข้าถึงและใกล้ชิดกับสื่อใหม่มากขึ้นทุกวัน เนื่องจากเป็นกลุ่มที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยี ดังจะเห็นได้จากเด็กบางคนยังอ่านหนังสือไม่ออกและเขียนไม่ได้ แต่สามารถเล่นแอปพลิเคชันในคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ตหรือสมาร์ทโฟนได้อย่างคล่องแคล่ว โดยไม่ต้องมีผู้สอน การเข้าถึงสื่อยูทูป (Youtube) ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเด็กเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ยูทูปจึงมีแอปพลิเคชัน ยูทูป คิดส์ (Youtube Kids) เพื่อเป็นการคัดกรองเนื้อหาที่เหมาะสมกับเด็ก พ่อแม่สามารถควบคุมการดูยูทูปของลูกแบบ 360 องศา ทั้งด้านเนื้อและเวลา (แม่บ้าน, ออนไลน์, 2562) โดยแบ่งเป็นหมวดหลัก ๆ ได้แก่ แนะนำ (recommend) โชว์ (show) เพลง (music) เรียนรู้ (learning) และสำรวจ (explore)

สำหรับการเลือกดูสื่อยูทูปของเด็กนั้น จะเลือกโดยดูวิดีโอคลิปประเภทเนื้อหาคล้ายกับที่ ยูทูป คิดส์ ได้แบ่งไว้ แต่จะไม่มีมีการคัดกรองเนื้อหา ดังนั้นเนื้อหาที่เด็กดูจะมีความหลากหลายมาก และเด็กจะรับรู้การสื่อสาร เกิดพฤติกรรมเลียนแบบ รับสื่อทั้งทางบวกและลบเข้าไปหากไม่มีผู้ปกครอง



คอยแนะนำ ในขณะที่การสื่อสารเป็นเครื่องมือ (instrument) และวิธีการ (means) ในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใดอย่างหนึ่ง ทั้งต่อปัจเจกบุคคล องค์กร และสังคม การสื่อสารผ่านสื่อยูทูบจึงต้องเข้าใจองค์ประกอบการสื่อสาร ซึ่งระดับบุคคลที่เป็นเด็กถือเป็นกลุ่มผู้รับสารที่ต้องสืบทอดสิ่งที่เกิดขึ้นในปัจจุบันไปสู่อนาคต โดยถูกหล่อหลอมเนื้อหาที่ส่งผ่านสื่อให้เกิดเป็นตัวตน เป็นผลผลิตที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ และมีอัตลักษณ์ของตนเอง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์เด็กผ่านสื่อยูทูบ (Youtube)
2. เพื่อวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารของเด็กผ่านสื่อยูทูบ (Youtube)

เด็กกับการสื่อสารอัตลักษณ์

การเรียนรู้ของเด็กในช่วงวัยแรกมีอิทธิพลต่อโอกาสต่าง ๆ ในชีวิต ความเป็นอยู่ที่ดี และความรู้สึกถึงการเชื่อมโยง การมองโลกในแง่ดี และการมีส่วนร่วม จะช่วยให้เด็กพัฒนาทัศนคติเชิงบวกต่อการเรียนรู้ ในสภาพแวดล้อมช่วงปฐมวัย เด็กจะมีพัฒนาการถึงการรับรู้การเป็นส่วนหนึ่ง การได้รับการยอมรับ เด็กจะรู้สึกผูกพันและไว้วางใจต่อผู้ที่ดูแล ผลลัพธ์การเรียนรู้ข้อหนึ่งของกระทรวงศึกษาธิการ การจ้างงานและความสัมพันธ์ในสถานทำงานแห่งรัฐบาลออสเตรเลีย พบว่าเด็กมีความรู้สึกรับรู้อย่างแรงกล้าในอัตลักษณ์ เด็กเรียนรู้เกี่ยวกับตนเองและสร้างอัตลักษณ์ของตนเองในบริบทของครอบครัวและชุมชน ซึ่งรวมถึงความสัมพันธ์กับคน สถานที่และสิ่งของ การกระทำ และการตอบสนองของผู้อื่น ตัวอย่างกรณีการบันทึกวิดีโอของเด็กจิว อายุ 5 ปี ในการสาธิตการเล่นของเล่นแต่ละอย่าง โดยมีพ่อแม่เป็นคนคอยบันทึกวิดีโอและบอกบทถ่ายทอดทำให้เด็กเล่าเรื่องราวผ่านสื่อยูทูบ อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ไม่คงที่ หล่อหลอมจากประสบการณ์ เมื่อเด็กมีประสบการณ์ในเชิงบวก เด็กจะพัฒนาความเข้าใจตนเองอย่างมีนัยสำคัญ มีความรู้สึกถึงการรับรู้การเป็นส่วนหนึ่ง ความสัมพันธ์เป็นรากฐานสำหรับการสร้างอัตลักษณ์ “ฉันเป็นใคร” “ฉันเป็นส่วนหนึ่งได้อย่างไร” และ “สิ่งที่มีอิทธิพลต่อฉัน”

การกลายเป็น ได้แก่ การที่เด็กสร้างและหล่อหลอมอัตลักษณ์ของตนเอง โดยผ่านประสบการณ์ที่เกิดขึ้นมา และความสัมพันธ์ซึ่งรวมถึงการเปลี่ยนแปลงและการเปลี่ยนผ่าน เด็กมักจะเรียนรู้อยู่เสมอถึงผลกระทบของความเชื่อและค่านิยมส่วนตัวของพวกเขา ตัวแทนของเด็ก เช่นเดียวกับกับคำแนะนำ การดูแลเอาใจใส่ และการสอนโดยครอบครัวและนักการศึกษาช่วยหล่อหลอมให้เด็กได้ประสบการณ์ของการกลายเป็น

การรับรู้และการเรียนรู้ของเด็กถือว่าเป็นขั้นตอนแรกในการสื่อสาร การรับรู้คือกระบวนการประมวลผลและตีความข้อมูลต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวเราที่มากกระทบประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ ตา หู จมูก



ลื่น และผิวหนัง ซึ่งต้องอาศัยประสบการณ์เดิมช่วยในการตีความและการแปลความหมาย การรับรู้ทำให้เกิดการเรียนรู้ ถ้าไม่มีการรับรู้ การเรียนรู้ก็เกิดไม่ได้ โดยเกิดขึ้นจากส่วนประกอบ ดังนี้

1. อาการสัมผัส หมายถึง สิ่งเร้าที่ผ่านเข้ามากระทบอวัยวะรับสัมผัสเพื่อให้คนรับรู้ภาวะแวดล้อมรอบตัว ปกติเมื่อเราได้รับสัมผัสอย่างใดอย่างหนึ่งแล้ว มักจำแนกอาการสัมผัสนั้น ๆ ตามประสบการณ์ที่ตนมีอยู่เกือบทุกครั้ง

2. การแปลความหมายจากอาการสัมผัส การแปลความหมายนี้ขึ้นอยู่กับความชัดเจนในการดำรงชีวิต สามารถรับรู้ได้จากการสัมผัสโดยดูจากกิริยาท่าทาง และลักษณะคำพูดนั้นได้

3. ความรู้เดิมหรือประสบการณ์เดิม ได้แก่ ความคิด ความรู้และการกระทำที่เคยทำในอดีต มีความสำคัญมากสำหรับการตีความหมายหรือแปลความหมายของการสัมผัสได้โดยแจ่มชัด

การรับรู้และการเรียนรู้จึงมีความเกี่ยวข้องกัน ถ้าไม่มีการรับรู้การเรียนรู้ย่อมเกิดขึ้นไม่ได้ เพราะหากเราไม่มีประสบการณ์เดิมอยู่เลย การเรียนรู้จึงมีขอบเขตกว้างขวางและซับซ้อนมาก ซึ่งต้องเกี่ยวข้องกับการจัดระเบียบความคิดรวบยอด เจตคติ และอื่น ๆ อีกมากมาย

เด็กจะได้รับประสบการณ์จากหลายวิธีการที่แตกต่างกัน เด็กจะนำประสบการณ์ ทักษะ ความคาดหวัง ความรู้ และทักษะที่มีความหลากหลายนี้มาใช้ในการเรียนรู้ของเขา เนื่องจากการเรียนรู้ของเด็กมีความซับซ้อน และเป็นลักษณะองค์รวม ประเด็นทางด้านร่างกาย สังคม อารมณ์ส่วนตัว จิตวิญญาณ ความคิดสร้างสรรค์ องค์ความรู้และภาษาของการเรียนรู้ ได้ถูกร้อยเรียงอย่างประณีต และผสานสัมพันธ์เข้าด้วยกัน การเล่นเป็นบริบทสำหรับการเรียนรู้ที่ช่วยให้มีการแสดงออกของบุคลิกภาพและความเป็นเอกลักษณ์ ช่วยเสริมลักษณะพื้นฐานนิสัย เช่น ความอยากรู้อยากเห็นและความคิดสร้างสรรค์ ช่วยให้เชื่อมโยงระหว่างประสบการณ์เก่าและการเรียนรู้ใหม่ ช่วยเด็กในการพัฒนาความสัมพันธ์และแนวความคิด และช่วยกระตุ้นความรู้สึกของความเป็นอยู่ที่ดี

ในการสร้างอัตลักษณ์ ลาวันย์ สังขพันธ์านนท์ (2552) กล่าวว่า มโนทัศน์เรื่องอัตลักษณ์ในแนวคิดของนักทฤษฎีหลักสมัยใหม่ หมายถึงความพยายามที่จะนิยามและบ่งบอกตนเองของปัจเจก ว่าตนคือใคร ต่างกับคนอื่นอย่างไร โดยการนิยามและการบ่งบอกนั้นสัมพันธ์กับบริบททางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งอาจจะมีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงและเลื่อนไหลได้ตลอดเวลา อัตลักษณ์ในความหมายทางสังคมหรือกลุ่มชาติพันธุ์ เป็นอัตลักษณ์ที่แสดงถึงตัวตนทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ว่าคือใคร ต่างจากคนอื่นอย่างไร

ฉลาดชาย รมิตานนท์ (2545) กล่าวว่า อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นลอย ๆ ตามธรรมชาติ แต่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการสร้างของวัฒนธรรมในช่วงเวลาหนึ่ง และวัฒนธรรมก็เป็นสิ่งก่อสร้างทางสังคม (social construct) นอกจากนี้วัฒนธรรมก็ไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่งหรือตายตัว หากแต่มีรูปแบบเป็นวงจรที่เรียกว่า วงจรแห่งวัฒนธรรม (circuit of culture) ดังนั้นอัตลักษณ์ทั้งหลายจึงมีกระบวนการถูกผลิต (produced) ให้เกิดขึ้น สามารถถูกบริโภค (consumed) และถูกควบคุมจัดการ (regulated)



อยู่ในวัฒนธรรมเหล่านั้น และมีการสร้างความหมายต่าง ๆ (creating meaning) ผ่านทางระบบต่าง ๆ ของการสร้างภาพตัวแทน (symbolic system of representation) ที่เกี่ยวกับตำแหน่งแห่งที่ต่าง ๆ ทางอัตลักษณ์อันหลากหลายที่เลือกใช้มาเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง

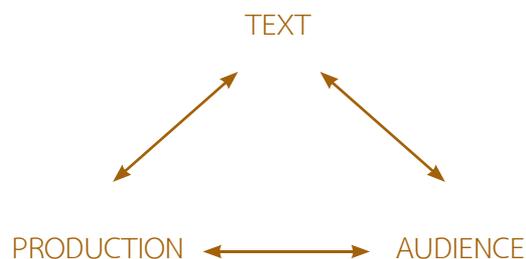
การสร้างอัตลักษณ์ของเด็กผ่านยูทูบ (Youtube) เมื่อเด็กได้รับสื่อที่มีเนื้อหาแสดงออกถึงตัวตนของตัวละครในวิดีโอ ทำให้เด็กเกิดพฤติกรรมเลียนแบบ ทำตาม โดยแสดงออกทางภาษา ทำทางการแต่งตัว และพฤติกรรมอื่น ๆ เช่น การดูวิดีโอคลิปการ์ตูนเรื่อง เจ้าหญิงเอลซ่า ทำให้ชอบตัวละครเจ้าหญิง อยากรู้อยากเห็นเหมือนเจ้าหญิงเอลซ่า การแสดงท่าทางเลียนแบบ ซึ่งการสร้างอัตลักษณ์ของเด็กอาจจะไม่ได้เกิดจากการดูการ์ตูนเรื่องเจ้าหญิงเอลซ่าเพียงอย่างเดียว เพราะในสังคมวัฒนธรรมเด็กในวัยเดียวกันมีความชื่นชอบการ์ตูนเรื่องดังกล่าวด้วย จึงทำให้เกิดวงจรแห่งวัฒนธรรม มีการสร้างความหมายผ่านการแต่งกาย การแสดงออกทางภาษา การเลียนแบบตัวละคร ส่งผลทางการตลาดในเรื่องการขายอุปกรณ์ของใช้เด็กเป็นรูปเจ้าหญิงเอลซ่า



ภาพที่ 1 อุปกรณ์ของใช้เด็กเป็นรูปเจ้าหญิงเอลซ่า

ซึ่งเป็นผลมาจากสื่อใหม่ที่ได้แพร่กระจายไปสู่กลุ่มเป้าหมายในวัยเดียวกัน ดังจะเห็นว่าในตลาดปัจจุบัน มีสินค้าของเด็กที่มีรูปภาพเจ้าหญิงเอลซ่า หรือสัญลักษณ์เพื่อดึงดูดความสนใจของเด็กเป็นอย่างมาก

ในวิธีการศึกษาทางวัฒนธรรม ในงานวิจัยเรื่องเด็กและสื่อของ เดวิด เบคกิงแฮม (Buckingham, 2012, p. 98)



ภาพที่ 2 การสื่อสารวัฒนธรรม



ทฤษฎีของสำนักกวีพัฒนธรรมศึกษาสนใจในการวิเคราะห์ผู้รับสาร โดยมีความเชื่อว่า ผู้รับสารนั้นไม่ได้ Passive แต่ผู้รับสารจะมี Active หมายถึง การไม่ได้เป็นการเลือกเปิดรับและการเลือกใช้สื่อ/สารเท่านั้น แต่ยังเลือกอ่านความหมาย/ตีความหมายสารในขั้นตอนการถอดรหัสอีก เพราะเชื่อว่าความหมายในสารนั้นมิได้ผูกขาดจากฝ่ายผู้ผลิต/ผู้ใส่รหัสเท่านั้น หากแต่ผู้รับสารเองจะสร้างความหมายในขั้นตอนของการถอดรหัสได้ ซึ่งสนใจภูมิหลังทางวัฒนธรรมที่เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการถอดรหัสของผู้รับสารมากกว่า การวิเคราะห์ผู้รับสารจึงต้องเริ่มจากการพิจารณาที่ตัวเนื้อหา (text) หรือตัวสื่อว่ามีผลหรือมีความสัมพันธ์ต่อผู้รับสารอย่างไร และต้องพิจารณาบริบทของการรับสาร (audience) หมายถึง ผู้รับสาร คือเด็กที่อาจจะไม่เข้าใจหรือไม่ได้รับรู้ (perception) และถูกโน้มน้าวได้ง่าย ๆ หากแต่เด็กเองก็จะสร้างความหมายในขั้นตอนของการถอดรหัสได้ โดยมีการสื่อสารผ่านสัญญาณ สิ่งประกอบสร้าง (construct) ขึ้น โดยผลการวิจัยด้านการรับรู้ จดจำ และตีความของเด็ก พบว่าตัวแปรด้านอายุและสถานภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัวมีผลต่อการรับรู้ การจดจำ และตีความ วัฒนธรรมจึงเป็นกระบวนการของสังคมที่สรุปได้ว่า เริ่มเกิดการผลิตจากวัตถุหรือเนื้อหาที่มีการทำให้เกิดขึ้น โดยเนื้อหานั้นจะมีความหมายเฉพาะ เมื่อผู้รับสารนั้นได้ตีความหรือได้วิเคราะห์จากการอ่าน ซึ่งจะย้อนกลับไปสู่กระบวนการผลิตซ้ำ (production) ได้อีก

สรุป

เด็กเรียนรู้เกี่ยวกับตนเองและสร้างอัตลักษณ์ของตนเองในบริบทของครอบครัวและชุมชน ซึ่งรวมถึงความสัมพันธ์กับคน สถานที่และสิ่งของ การกระทำและการตอบสนองของผู้อื่น ตัวอย่างกรณีการบันทึกวิดีโอของเด็กจิ๋ว อายุ 5 ปี ในการสาธิตการเล่นของเล่นแต่ละอย่าง โดยมีพ่อแม่เป็นคนคอยบันทึกวิดีโอและบอกบทถ่ายทอด ทำให้เด็กเล่าเรื่องราวผ่านสื่อยูทูป (Youtube) ซึ่งเป็นช่องทางในการสื่อสารอัตลักษณ์ โดยมีกระบวนการถูกผลิต (produced) ให้เกิดขึ้น สามารถถูกบริโภค (consumed) และถูกควบคุมจัดการ (regulated) อยู่ในวัฒนธรรมนั้น และมีการสร้างความหมาย (creating meaning) ผ่านการสร้างภาพตัวแทน (symbolic system of representation) เพื่อให้ผู้รับสาร (ในที่นี้หมายถึงเด็ก) ได้เกิดการรับรู้และการเรียนรู้ ซึ่งผู้รับสารนั้นไม่ได้รับสารเพียงอย่างเดียว แต่จะมีการเปิดรับสารและเลือกใช้สื่อ/สาร โดยมีการตีความหมายสารในขั้นตอนการถอดรหัส และทำการผลิตสื่อซ้ำ อาทิ การบันทึกวิดีโอการเล่นที่เคยชมเผยแพร่ซ้ำต่อไป นับเป็นวิธีการสื่อสารทางวัฒนธรรม โดยแสดงอัตลักษณ์ของเด็กออกมาจากการรับสารผ่านยูทูป

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาการสื่อสารของเด็กผ่านสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบอัตลักษณ์
2. ควรวิเคราะห์วิถีชีวิต (lifestyle) ที่แสดงอัตลักษณ์ของเด็ก



บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ, นันทกา สุธรรมประเสริฐ และเอกธิดา เสริมทอง. (2554). *ผู้คนที่หลากหลายในการสื่อสาร: เด็ก สตรีและผู้สูงอายุ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.
- ฉลาดชาย รมิตานนท์. (2545). *แนวคิดในการสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นไทย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- แม่บ้าน. (2562). *แม่ต้องรู้ Youtube Kids (ยูทูป คிடส์) คืออะไร กับ 5 ฟังก์ชัน ควบคุมเนื้อหาเวลาที่ลูกดู* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.amarinbabyandkids.com/parenting/toddler/how-youtube-kids-work/> [2563, 12 มกราคม].
- เขาวนารถ พันธุ์เพ็ง. (2559). การสร้างอัตลักษณ์เด็กผู้หญิงผ่านวรรณกรรมนิทาน เรื่อง “กุงกิง”. *วารสารสุทธิปริทัศน์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์*, 30(95), หน้า 28-36.
- ลาวัณย์ สังขพันธานนท์. (2552). การประกอบสร้างอัตลักษณ์ในนิทานพื้นเมืองลาวลุ่ม. *วารสารมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 6(3), หน้า 107-125.
- Buckingham, D. (2012). Children and media: A cultural studies approach. *MATRIZes*, 5(2), p. 93-121.