



บทความวิชาการ (Academic Article)

การศึกษาแนวคิดการออกแบบเนื้อหาและนำเสนองานด้านนาฏศิลป์ ที่ประสบความสำเร็จในแอปพลิเคชัน TikTok กรณีศึกษา: ครูเทเท และป้าปุยนางรำพาเที่ยว

Concept of Content Design within A Successful Thai Dance Application in TikTok:

Case Study of Tatae and Pa Pui Nang Ram Pha Thiao

ศศิชา งามสะอาด / Sasicha Ngamsa-ard

นักศึกษา, คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Student, Faculty of Fine and Applied Arts, Sunandha Rajabhat University

S63126613040@ssru.ac.th

ศักดิ์ชัย เอี่ยมกระสินธุ์ / Sakchai Iamkrasin

อาจารย์, คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Lecture, Faculty of Fine and Applied Arts, Sunandha Rajabhat University

Sakchai.ia@ssru.ac.th

Received: November 10, 2023 Revised: March 29, 2024 Accepted: July 21, 2024 Published: July 29, 2024

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบ แนวทางการสร้างเนื้อหา รวมถึงปัจจัยที่ทำให้ การนำเสนอความรู้ทางด้านนาฏศิลป์ไทยได้รับความนิยมผ่านแพลตฟอร์มติ๊กต็อก (TikTok) กรณีศึกษา: ครูเทเท และป้าปุยนางรำพาเที่ยว โดยนำเสนอประเด็นการออกแบบเนื้อหาทางด้านการศิลปะการแสดงในปัจจุบัน ผ่านทางแอปพลิเคชัน TikTok ผู้เขียนต้องการศึกษาหาความแตกต่างตลอดจนจุดคิดร่วมของอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) กลุ่มคนที่ประสบความสำเร็จและได้รับความนิยมทางด้านการสร้างคอนเทนต์เกี่ยวกับนาฏศิลป์ โดยผู้เขียนได้กำหนดกรณีศึกษาอินฟลูเอนเซอร์ที่ผู้ชมรู้จักกันในนาม ครูเทเท และป้าปุยนางรำพาเที่ยว ผ่านแพลตฟอร์ม TikTok ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่สามารถเข้าถึงผู้ใช้งานได้ทุกกลุ่มความสนใจ ไม่จำกัดเพศ สามารถใช้งานได้ทุกช่วงวัย โดยกรณีศึกษาทั้ง 2 กรณีได้มีการสร้างสรรค์เนื้อหาโดยผ่านวิธีคิดที่น่าสนใจ เช่น การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน และมีการทำความเข้าใจกับกลุ่มฐานผู้ชม การสร้างเนื้อหาที่เป็น การตอบคำถามผ่านเนื้อหารายการ ตลอดจนเลือกเทคนิคและการนำเสนอเนื้อหาของตนเองด้วยรูปแบบ ที่น่าสนใจ

คำสำคัญ: ติ๊กต็อก, การออกแบบเนื้อหาทางด้านนาฏศิลป์, ครูเทเท, ป้าปุยนางรำพาเที่ยว



Abstract

This paper aims to study the format and guidelines of creating and presenting Thai classical dance knowledge through the application of ‘TikTok’ by studying the case study of Tatae and Pa Pui Nang Ram Pha Thiao. The paper presents the issue of art content design through social media, TikTok by studying the differences and similarities of a group of successful influencers in the area of Thai classical dance content in TikTok, including Tatae and Pa Pui Nang Ram Pha Thiao. Both cases used the tactics of content creation such as making a clear goal, putting an effort on knowledge the audiences, preparing answers from Q&A session while going live, selecting interesting methods of presenting contents with personal style.

Keywords: TikTok, Thai classical dance content creation, Tatae, Pa Pui Nang Ram Pha Thiao

บทนำ

แอปพลิเคชัน (Application) ตี๊กต็อก (TikTok) คือแอปพลิเคชันที่มีมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 จนถึงปัจจุบัน โดยมีฟังก์ชัน (Function) การใช้งานที่หลากหลาย โดยมีจุดเด่นในการสร้างคลิปวิดีโอสั้น ตั้งแต่ 15 วินาที และความยาวสูงสุดไม่เกิน 10 นาที โดยแอปพลิเคชัน TikTok นับเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยม เข้าถึงได้ง่ายในทุกเพศทุกวัย เป็นแพลตฟอร์มที่เผยแพร่และรับข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและกระชับ สามารถสร้างคอนเทนต์ (Content) เพื่อบอกเล่าความเป็นตัวเองผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ได้ โดยเนื้อหาในวิดีโอที่สร้างสรรค์ได้หลายแบบ เช่น การลิปซิงค์ หรือเรียกว่า การร้องเพลง ทำปากตามแผ่นเสียงที่มีในแอปพลิเคชัน การเต้นประกอบเพลง การเล่นเกมตลก การรีวิวอาหารและสินค้า การโปรโมทสินค้าต่าง ๆ หรือแม้แต่การเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม เช่น การฟ้อน การรำ เป็นต้น ซึ่งแอปพลิเคชันนี้ได้พัฒนาขึ้นให้สามารถใช้งานได้ง่าย เหมาะกับคนรุ่นใหม่ และเหมาะแก่การใช้งานบนโทรศัพท์มือถือ สมาร์ทโฟน และแท็บเล็ต (เสกสรร สายสีเสด, 2566)

เนื่องจากในปี พ.ศ. 2562 เป็นช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (COVID-19) ส่งผลกระทบทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ต้องปิดตัวลง และการทำงานจากบ้าน (Work From Home) ได้ถูกปรับใช้ในหลาย ๆ องค์กร จึงทำให้ผู้คนมีเวลาอยู่กับตัวเองและครีเอทคอนเทนต์ดี ๆ ได้มากขึ้น (New Digital Term) และยังมีคนจำนวนมากผันตัวไปเป็น อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) เพื่อสร้างชื่อเสียง สร้างรายได้ผ่านช่องทาง TikTok ผู้ใช้งานบางกลุ่มออกจากการประจำเพื่อมาสร้างรายได้ในแอปพลิเคชัน TikTok แทน หรือทำเป็นอาชีพเสริม เช่น ช่องพิมรี่พายขายทุกอย่าง ช่องครู kangg คอนเทนต์เกี่ยวกับการเต้น ช่องฝ้ายใช้เท้าแต่งหน้า เป็นต้น และยังมีคนอีกจำนวนมากที่ประสบความสำเร็จจากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok ทางด้านนาฏศิลป์ เช่น ช่อง photographerdd หรือรู้จักกันในนาม ช่างภาพดีดี สร้างคอนเทนต์เกี่ยวกับศิลปะการแสดง นาฏศิลป์ของหลาย ๆ สถาบัน ช่อง TGPT เกี่ยวกับการซ้อมการแสดงโขน และช่องที่มีชื่อเสียงและประสบความสำเร็จทางด้านนาฏศิลป์ที่ผู้เขียนได้นำมาเป็นกรณีตัวอย่าง คือ ครูเทเท่ และป้าปุ๋ยนางรำพาเที่ยว เป็นต้น



จากข้อมูลดังกล่าวผู้เขียนมีความสนใจที่จะศึกษาแนวคิดการออกแบบเนื้อหาและนำเสนองานด้านนาฏศิลป์ที่ประสบความสำเร็จในแอปพลิเคชัน TikTok กรณีศึกษา: ครูเทเท และ ป้าปุ๋ยนางรำพาเที่ยว เพราะในปัจจุบันเด็กและคนรุ่นใหม่ให้ความสนใจกับสื่อสังคมออนไลน์เป็นจำนวนมาก รวมถึงแอปพลิเคชัน TikTok ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่เข้าถึงง่าย เฟลิดเฟลิน ใช้เวลาไม่นาน เป็นช่องทางที่ผู้คนในยุคนี้ให้ความสนใจเป็นอย่างมาก ผู้เขียนจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการสร้างคอนเทนต์ทางด้านนาฏศิลป์ ผ่านทางแอปพลิเคชัน TikTok เพื่อให้เกิดการพัฒนาและนำไปปรับใช้ในหลายแขนงวิชา นอกจากแอปพลิเคชันนี้จะให้ความบันเทิงแล้วยังสามารถสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ผู้ใช้งานอีกด้วย ทั้งนี้ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ในการเพิ่มช่องทางการเผยแพร่องค์ความรู้ทางด้านศิลปะการแสดงโดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านนาฏศิลป์ไทยเพื่อให้เกิดความเข้าใจ ตลอดจนสามารถนำองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกัมนาฏศิลป์ไทยได้แพร่หลายเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลาย ทันสมัย แต่ยังคงดำรงรักษาไว้ซึ่งขนบประเพณีอันงดงามของนาฏศิลป์ไทยต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษารูปแบบ แนวทางการสร้างเนื้อหา รวมถึงปัจจัยที่ทำให้การนำเสนอความรู้ทางด้านนาฏศิลป์ไทยได้รับความนิยมผ่านแอปพลิเคชัน TikTok กรณีศึกษา: ครูเทเท และ ป้าปุ๋ยนางรำพาเที่ยว

บททวนวรรณกรรม

TikTok คืออะไร

TikTok คือ แอปพลิเคชัน สัญชาติจีนในปี พ.ศ. 2560 และได้กลายเป็นแอปพลิเคชันที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ในปี พ.ศ. 2562 TikTok ถูกดาวน์โหลดจากผู้ใช้งานทั่วโลกมากกว่า 738 ล้านครั้ง ทำให้เป็นหนึ่งในความนิยมที่สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มของเทคโนโลยี และสะท้อนการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของผู้ใช้งานทางสื่อออนไลน์ด้วย (ปิยนุช จึงสมานกุล, 2563) โดยตัวอย่างหน่วยงานบริษัท คุณวาเลนไทน์ (VValentines) เป็นอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ที่ประสบความสำเร็จทางด้าน หมวดแฟชั่น ความงาม โดยเน้นการทำคอนเทนต์วีวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บำรุงผิว และเครื่องสำอางเป็นหลัก ด้วยเอกลักษณ์ที่เรียบง่าย ชัดเจน ส่งผลให้คุณวาเลนไทน์มีผู้ติดตามใน TikTok กว่า 56,000 คน ซึ่งถือว่าการประสบความสำเร็จในการใช้แอปพลิเคชัน TikTok เช่นเดียวกัน (ชัชญา สุกุณา, 2567)

แอปพลิเคชัน TikTok หรือ “Douyin” (เตาอิน) ที่รู้จักกันในประเทศจีนนั้นเป็น แพลตฟอร์ม (Platform) ในรูปแบบออนไลน์ที่เปิดตัวครั้งแรกเมื่อเดือนกันยายน ปี พ.ศ. 2559 ต่อมาในปี พ.ศ. 2561 TikTok ได้รับความนิยมในฐานะช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ผ่านวิธีการเผยแพร่วิดีโอ ความยาวสั้น ๆ เพื่อให้ผู้ชมบนโลกออนไลน์ได้เข้ามาชม ซึ่งภายในแอปพลิเคชันดังกล่าว มีทั้งการใช้เสียง ภาพ ตลอดจนกราฟิก (Graphics) ต่าง ๆ เพื่อช่วยส่งเสริมให้ผู้ใช้งานทั้งในฐานะผู้ผลิตสื่อและผู้ชมเกิดความสนุกสนานชวนให้ติดตามผ่านเครื่องมือที่ไม่ยุ่งยาก เข้าใจง่าย ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ที่เข้ามาชมสื่อในแพลตฟอร์มนี้คือ ผู้คนที่ให้สนใจในด้านความบันเทิง รวมถึงผู้ใช้งานบางกลุ่มเลือกใช้ช่องทางดังกล่าวเพื่อสร้างสรรค์สาระอื่น ๆ ในรูปแบบคลิปวิดีโอ ตลอดจน TikTok ยังเป็นช่องทางในการสร้างอัตลักษณ์ของบุคคล นำเสนอความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะบุคคลให้ปรากฏสู่สายตาของสังคม และยังเป็นช่องทางในการสร้างรายได้ให้ผู้ผลิต

คลิปวิดีโอที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมอีกด้วย โดยลักษณะเนื้อหาในคลิปมีทั้งรูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความบันเทิง สร้างรายได้ รวมถึง TikTok เป็นแอปพลิเคชันที่มีความหลากหลายทางด้านกิจกรรม เช่น การรีวิวสินค้า การเต้น ไลฟ์สไตล์ในชีวิตประจำวัน การไลฟ์สด หรือการประชาสัมพันธ์งานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่กำลังเกิดขึ้นเพื่อให้ผู้ใช้งานบนแพลตฟอร์ม TikTok สามารถเข้าถึงและได้รับรู้ข่าวสารรวดเร็วมากขึ้น ซึ่งตอบโจทย์แก่ผู้ใช้งานในปัจจุบัน ทุกเพศ ทุกวัย เพราะมีเนื้อหาที่หลากหลายและเป็นที่น่าสนใจสำหรับผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ที่จะสร้างวิดีโอเพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการประชาสัมพันธ์เนื้อหาหรือแบ่งปันบนโลกออนไลน์ (Fillgoods, 2565; Sathitaphorn, 2563)

Eric (2566) กล่าวว่า ในปี พ.ศ. 2566 มีการคาดการณ์ถึงความนิยมของ TikTok เพิ่มขึ้นตลอดปีทั้งในหมู่อินฟลูเอนเซอร์หรือสินค้าต่าง ๆ สอดคล้องกับ นีล ชาฟเฟอร์ (Neal Schaffer) บล็อกเกอร์ด้านดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง คาดการณ์ว่า TikTok จะสามารถก้าวขึ้นไปเป็นแพลตฟอร์มอินฟลูเอนเซอร์มาร์เก็ตติ้ง (Influencer Marketing) อันดับหนึ่งในปี พ.ศ. 2566

ภาพที่ 1 ภาพสถิติผู้ใช้งาน TikTok ปี 2566 ในประเทศไทย



หมายเหตุ. จาก สถิติ + เทรนด์ Influencer Marketing บน TikTok ปี 2023, โดย Eric P., 2566, MOTIVE INFLUENCE (<https://www.motiveinfluence.com/blog/marketing/สถิติ--เทรนด์-Influencer-Marketing-บน-TikTok-ปี-2023/570>).

ตัวเลขที่เผยแพร่จาก ByteDance บริษัทแม่ของติ๊กต็อก เมื่อช่วงต้นปี พ.ศ. 2566 (ค.ศ. 2023) ระบุว่า แพลตฟอร์ม TikTok มีผู้ใช้ 40.28 ล้านคน ในประเทศไทย โดยสามารถแบ่งเป็นผู้หญิงร้อยละ 60 ในขณะที่ร้อยละ 40 เป็นผู้ชาย ซึ่งการเติบโตของผู้ใช้ TikTok ในประเทศไทยเพิ่มขึ้น 4.5 ล้าน (+12.5 เปอร์เซ็นต์) ระหว่างปี พ.ศ. 2565-2566 (ค.ศ. 2022 - 2023) มีการคาดการณ์ว่าเมื่อสิ้นสุดปี พ.ศ. 2566 (ค.ศ. 2023) TikTok มีโอกาสแซงหน้าเฟซบุ๊ก (Facebook) และขึ้นมาคว้าอันดับหนึ่งของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้มากที่สุดในประเทศไทย (Eric, 2566)



ช่วงเวลาโพสต์เนื้อหาลงแพลตฟอร์มติ๊กต็อก (TikTok) ที่ดีที่สุด

ติ๊กต็อก (TikTok) ถือเป็นแพลตฟอร์มที่มีค่าเฉลี่ยอายุของผู้ใช้งานอยู่ที่ประมาณ 13-25 ปี และมีการศึกษาช่วงเวลาที่เหมาะสมถึงการเผยแพร่เนื้อหาในคลิปวิดีโอ กลุ่มผู้ใช้งานถือเป็นเรื่องสำคัญ เพราะหากเลือกเวลาที่เหมาะสม จะทำให้จำนวนผู้ชมเพิ่มขึ้นตามไปด้วย โดยเวลาโพสต์ที่ทาง TikTok แนะนำมีด้วยกันวันละ 3 เวลา (ตามเวลาประเทศไทย) คือ

วันจันทร์: 06.00 น., 10.00 น. และ 22.00 น.

วันอังคาร: 02.00., 04.00 น. และ 09.00 น.

วันพุธ: 07.00 น., 08.00 น. และ 23.00 น.

วันพฤหัสบดี: 09.00 น., 12.00 น. และ 19.00 น.

วันศุกร์: 05.00 น., 13.00 น. และ 15.00 น.

วันเสาร์: 11.00 น., 19.00 น. และ 20.00 น.

วันอาทิตย์: 07.00 น., 08.00 น. และ 16.00 น.

(Sathitaphorn, 2563)

กระบวนการผลิตวิดีโอสู่แพลตฟอร์มติ๊กต็อก (TikTok)

ระบบจัดการออเดิร์ฟและสต็อกออนไลน์ (ZORT) ได้กล่าวถึงวิธีการสร้างเนื้อหาบนแพลตฟอร์ม TikTok ที่เหมาะสม มีขั้นตอนดังนี้

1. เปิดแอปพลิเคชันติ๊กต็อกเข้าไปหน้าโปรไฟล์ของผู้ใช้งาน
2. แตะที่เครื่องหมายบวก (+) ซึ่งอยู่ด้านล่างของหน้าจอ
3. เลือกจำนวนเวลาในการบันทึกวิดีโอ ซึ่งมี 15 วินาที 60 วินาที และสูงสุด 10 นาที
 - กรณีที่เลือก 15 วินาที แพลตฟอร์มจะทำการหยุดบันทึกโดยอัตโนมัติหลังจากบันทึกไป 15 วินาที
 - กรณีที่เลือก 60 วินาที ผู้ใช้งานสามารถหยุดการบันทึกเองได้ตลอดเวลา หรือสามารถปล่อยให้วิดีโอหยุดบันทึกอัตโนมัติ หลังจากบันทึกไป 60 วินาที

4. แตะปุ่มสีแดง เพื่อเริ่มและหยุดการบันทึกวิดีโอ แล้วแตะเครื่องหมายถูก

5. สามารถปรับแต่งคลิปวิดีโอเองได้เพียงแค่แตะที่ปรับแต่งคลิปที่มุมขวาด้านบน

6. จากนั้นเลื่อนแถบสีแดงไปทางซ้ายหรือขวาและกำหนดระยะเวลาที่ต้องการสำหรับวิดีโอ

ทั้งนี้ผู้ใช้งานสามารถเลือกไฟล์วิดีโอที่มีอยู่ในอุปกรณ์มาอัปโหลด (Upload) ลงบน TikTok ได้ ซึ่งใช้วิธีการเดียวกันกับการสร้างวิดีโอผ่านแอปพลิเคชัน TikTok (ZORT, 2566)

กระบวนการคิดเนื้อหารายการเพื่อให้ได้รับความนิยมในสื่อออนไลน์

การสร้างเนื้อหา (Content) เป็นปัจจัยในการนำเสนอ ความเป็นตัวเองหรือสินค้า ให้แก่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดความสนใจและสร้างกลุ่มผู้ติดตามที่มีคุณภาพและให้ความสนอกสนใจกับช่องของเราอย่างแท้จริง โดยกระบวนการคิดคอนเทนต์ที่น่าสนใจมีดังนี้



1. กำหนดเป้าหมาย

ต้องการ Awareness (ทำให้เป็นที่รู้จัก)

ต้องการ Lead generation (ทำให้เกิดฐานข้อมูลมากขึ้น)

ต้องการ Conversion (ทำให้เกิดยอดขาย)

2. ทำความรู้จักลูกค้าของเราอย่างลึกซึ้ง

เรากำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพียงเลือกนอก เลือกนอกคือ ข้อมูลพื้นฐาน เช่น (อายุ เพศ ที่อยู่ การศึกษา ความสนใจ)

3. ตอบปัญหาผ่าน Content

การสร้าง Content เพื่อตอบปัญหาในสิ่งที่ผู้ใช้งานอยากรู้ไม่ต้องไปค้นหาเพิ่มเติม หรือเสียเวลาดค้นหา Content นั้นจะตอบโจทย์ความต้องการในวงกว้างเป็นอย่างดี

4. เลือกใช้ เทคนิค Content ที่น่าดึงดูด

5. รูปแบบการนำเสนอ

ใช้รูปแบบที่เข้าใจง่าย กระชับ เข้าถึงได้ง่าย (Steps Academy, 2560)

ในการผลิตสื่อคอนเทนต์ออกมานั้น ผู้ผลิตต้องค้นหาความเป็นตัวเองก่อน และสร้างคอนเทนต์ออกมาให้เป็นตัวเองมากที่สุดเพื่อให้เป็นที่จดจำ โดยคอนเทนต์มีหลายรูปแบบ ซึ่งเป็นคอนเทนต์ที่อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) นิยมใช้ ได้แก่

- Content แบบเรียลไทม์
- Content เชิงความรู้
- Content แบบถาม - ตอบ (FAQ)
- Content สร้างแรงบันดาลใจ
- Content แบบโปรโมชัน
- Content ที่จะช่วยแก้ไขปัญหา
- Content ที่กระตุ้น Interactive

จากข้อมูลข้างต้นเป็นส่วนหนึ่งของคอนเทนต์ที่น่าสนใจ ที่สามารถนำไปปรับใช้ให้เข้ากับตัวตน ของผู้สร้างงานได้ ที่สำคัญก่อนจะผลิตคอนเทนต์จะต้องรู้จักตัวเองก่อนว่าคือใคร ต้องการพูดเรื่องอะไร ให้ใครฟัง เพื่อให้สามารถสร้างคอนเทนต์นั้นออกมาได้อย่างสมบูรณ์ (Aksarapak, 2564)

ติ๊กต็อก (TikTok) กับงานด้านนาฏศิลป์ไทย

การแสดงนาฏศิลป์ หมายถึง ศิลปะการฟ้อนรำหรือความรู้แบบแผนของการฟ้อนรำเป็นสิ่งที่มนุษย์ประดิษฐ์ขึ้นด้วยความประณีตงดงาม ให้ความบันเทิง เพื่อโน้มน้าวอารมณ์และความรู้สึกของผู้ชมให้คล้อยตาม ศิลปะการแสดงประเภทนี้ต้องอาศัยการบรรเลงดนตรีและการขับร้องเข้าร่วมด้วย เพื่อส่งเสริมให้การแสดงเกิดคุณค่ายิ่งขึ้น ศิลปะของการร้องรำทำเพลงนาฏศิลป์ถือเป็นส่วนหนึ่งของศิลปะหลายแขนง อันประกอบด้วย จิตรกรรม สถาปัตยกรรม วรรณคดี ดนตรี และนาฏศิลป์ เป็นเสมือนแหล่งรวมศิลปะและการแสดงหลายรูปแบบเข้าด้วยกันโดยมีมนุษย์เป็นศูนย์กลางในการสร้างสรรค์ อนุรักษ์ และถ่ายทอดสืบต่อไป

(Guru, 2556) ด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนไป ทำให้มีการเผยแพร่นาฏศิลป์ผ่านทางสื่อออนไลน์ (Online) มากขึ้น และทำให้ผู้ชมรู้จักศิลปะวัฒนธรรมไทยมากขึ้นด้วย การศึกษาแนวคิดการสร้างสรรคผลงานทางด้านนาฏศิลป์ผ่านช่องทาง TikTok นี้ ผู้เขียนได้กำหนดกรณีศึกษาอินฟลูเอนเซอร์ที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์คัดเลือกเป็นกรณีศึกษา ได้แก่

1. เป็นผู้ใช้งานและนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับนาฏศิลป์ไทย
2. มียอดผู้ติดตามผ่านแอปพลิเคชัน TikTok มากกว่า 100,000 คน
3. มีการเผยแพร่สื่อ คลิปวิดีโอที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับนาฏศิลป์ไทยอย่างสม่ำเสมอ

จากเกณฑ์ดังกล่าว ผู้เขียนได้ทำการศึกษาและพิจารณา และได้กรณีศึกษาที่น่าสนใจทั้งสิ้น 2 กรณีศึกษา ได้แก่

กรณีศึกษาที่ 1: ช่อง nalinthakittiwon

นางสาวนลินทา กิตติวรรณ รู้จักในนาม ป้าปุ๋ยนางรำพาเที่ยว ศิลปินอิสระทางด้านวัฒนธรรม คณะ ThaiMeDee มียอดผู้ติดตามปัจจุบันอยู่ที่ 489.7K (TV5HD ONLINE, 2566) เกิดที่จังหวัดลำพูน และเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คณะวิจิตรศิลป์ เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ศิลปะ ตั้งแต่อายุ 19 และได้มีโอกาสไปต่างประเทศเพื่อไปเผยแพร่วัฒนธรรมของสถานทูต โดยที่มาของชื่อ ป้าปุ๋ยนางรำนั้น เพราะมีคณะกรรมการแสดงของตนเองโดยมีรุ่นน้องในคณะซึ่งอายุน้อยกว่าทั้งหมด เด็กรุ่นใหม่ที่ได้มาร่วมงานคณะเริ่มเรียกป้า จึงเป็นที่มาของป้าปุ๋ยนางรำ โดยคณะ ThaiMeDee มีผู้แสดงจาก ภาคเหนือ อีสาน ได้ สมาชิกที่เข้าร่วมคณะกรรมการแสดงคือคนที่สนใจศิลปะวัฒนธรรมและเป็นคนไทยโดยมาจากทั่วประเทศและทุกคนมีดีจึงเป็นที่มาของ ชื่อคณะ ThaiMeDee ที่ผู้ติดตามรู้จักกันในปัจจุบัน (สายสวรรค์ ชัยนัย, 2566)

ภาพที่ 2 ช่อง nalinthakittiwon



หมายเหตุ. จาก แพลตฟอร์ม TikTok ช่อง nalinthakittiwon. โดย นลินทา กิตติวรรณ, ม.ป.ป., TikTok
(https://www.TikTok.com/@puinalintha?_t=8ggyQhkK1uE&_r=1)

เนื้อหาที่ป่าปุยนางรำพาเที่ยวสร้างสรรค์ชิ้นมานั้น เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวกับเบื้องหลังการแสดง นาฏศิลป์ไทย การบันทึกและเผยแพร่ภาพบรรยากาศการแสดงฟ้อนรำที่ต่างประเทศ สอนการทำดอกไม้ทัดหู สอนหม่สไบ และศิราภรณ์ โดยวิธีการนำเสนอจะเป็นการถ่ายวิดีโอเกี่ยวกับการฟ้อนรำ และใส่เสียงพากย์ ประกอบ โดยมักจะเปิดต้นคลิปด้วยคำว่า “สุเขา” ซึ่งแปลว่า พวกเธอ เสมอ

กรณีศึกษาที่ 2: ช่อง tatae567

นายอภิชาติ คล้ามทุ่ง รู้จักในนาม ครูเทเท่ นักสร้างคอนเทนต์ (Content Creator) และคุณครู โรงเรียนสรรพวิทยาคม จังหวัดตาก มียอดผู้ติดตามปัจจุบัน 156.0K จบการศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ คณะครุศาสตร์ สาขานาฏศิลป์ มีผลงานทางด้านศิลปะการแสดง ดังนี้

ผลงาน

- รางวัล รองชนะเลิศอันดับ 1 การประกวด OBOC TikTek OBEC TikTok เด็กดีเยี่ยม 1 ครูดีเยี่ยม 1 จัดโดยสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.)
- รางวัล เหรียญทอง การประกวดคลิปกิจกรรมการพัฒนาทักษะการสอน

ภาพที่ 3 ช่อง TikTok ครูเทเท่



หมายเหตุ. จาก แพลตฟอร์ม TikTok ช่อง tatae567. โดย อภิชาติ คล้ามทุ่ง, ม.ป.ป., TikTok
(https://www.TikTok.com/@tatae567?_t=8ggyNsEFAtV&_r=1)

เนื้อหาในแพลตฟอร์ม TikTok ของครูเทเท่นั้นเกี่ยวกับการสร้างคอนเทนต์ที่มุ่งเน้นนำเสนอความสนุกสนาน ด้านนาฏศิลป์ไทยในสายอาชีพครูนาฏศิลป์ โดยมีการสร้างสรรค์เนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องราวการสอน เรื่องราวเด็กนักเรียนนาฏศิลป์การสร้างแรงบันดาลใจ

การวิเคราะห์ผลการศึกษา

จากการศึกษาพบว่า กรณีศึกษาทั้งสองมีการสร้างเนื้อหาที่แตกต่างกันและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยผู้เขียนสามารถวิเคราะห์ผลจากการศึกษา ตามตารางที่ 1 ดังนี้



ตารางที่ 1 ผลการศึกษาการนำเสนอเนื้อหาด้านนาฏศิลป์ผ่านสื่อออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม TikTok กรณีศึกษาครูเทเท และป้าป๋วยนางรำพาเที่ยว

ผลการศึกษาการนำเสนอเนื้อหาด้านนาฏศิลป์ผ่านสื่อออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม TikTok		
ประเด็นการศึกษา	ช่อง nalinthakittiwan	ช่อง tatae567
ด้านเนื้อหา	เนื้อหาในช่องป้าป๋วยนางรำพาเที่ยวเป็นการสร้างเนื้อหาเพื่อความรู้ทางด้านศิลปะการแสดงนาฏศิลป์ไทย ทั้งเบื้องหลังการแสดง พูดให้ความรู้ด้านเครื่องแต่งกาย เทคนิคการแสดง การเดินทางไปปราสาทที่ต่าง ๆ เป็นต้น	เนื้อหาช่องครูเทเท เป็นการสร้างเนื้อหาเพื่อความรู้ ความบันเทิง ถ่ายทอดในมุมมองของคุณครูนาฏศิลป์โรงเรียนสรรพวิทยาคม เนื้อหาส่วนใหญ่ให้ความบันเทิงแก่ผู้ชม และบางส่วนกล่าวถึงไลฟ์สไตล์ส่วนตัวของครูเทเท
ด้านการแสดง	การแสดงเน้นความเป็นธรรมชาติ ถ่ายสถานการณ์ที่กำลังปฏิบัติ หรือ Live อยู่เพื่อให้ผู้ชมที่ติดตามได้ติดตามผลงานและได้ความรู้ในการปฏิบัติงาน ทั้งเบื้องหน้าเบื้องหลัง	การแสดงเน้นความเป็นธรรมชาติ การเรียนการสอน การเล่าเรื่องราว ไลฟ์สไตล์ส่วนตัวในการปฏิบัติหน้าที่ คุณครู รวมถึงการแสดงรำ การเต้น การรีวิวสินค้าและกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในโรงเรียนอีกด้วย
ด้านนักแสดง	ผู้แสดงที่ให้ความรู้ทางการแสดง และเป็นผู้สร้างเนื้อหา คือตัวของผู้สร้างสรรค์งาน ส่วนในบางคลิปนั้นนักแสดงคือ นางรำในคณะ ThaiMeDee แอดมินช่อง nalinthakittiwan ตลอดจนแขกรับเชิญคนอื่น ๆ	ผู้แสดงที่ให้ความบันเทิงทางด้านศิลปะการแสดงคือตัวของเจ้าของช่อง หรือคุณครูเทเทนั่นเอง ส่วนในบางคลิปนั้นเป็นเด็กนักเรียน โรงเรียนสรรพวิทยาคม
ด้านความยาวของเนื้อหา	มีความยาวของเนื้อหา เป็นคลิปวิดีโอสั้น ๆ 30 วินาที บางเนื้อหาที่มีการให้ความรู้ทางด้านนาฏศิลป์ หรือทางการแต่งกายเกี่ยวกับนาฏศิลป์ไทย คลิปวิดีโอจะอยู่ที่ประมาณ 1-2 นาที	มีความยาวของเนื้อหาแต่ละคลิปที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่เผยแพร่ โดยความยาวของเนื้อหาส่วนใหญ่จะไม่เกิน 1 นาที และมีบางเนื้อหาที่มีคลิปวิดีโอยาวสูงสุดถึง 3 นาที



ตารางที่ 1 ผลการศึกษาการนำเสนอเนื้อหาด้านนาฏศิลป์ผ่านสื่อออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม TikTok กรณีศึกษาครูเทห์
และป้าป๋วยนางรำพาเที่ยว (ต่อ)

ผลการศึกษาการนำเสนอเนื้อหาด้านนาฏศิลป์ผ่านสื่อออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม TikTok		
ประเด็นการศึกษา	ช่อง nalinthakittiwan	ช่อง tatae567
ด้านเสียงและดนตรีประกอบ	เสียงที่ผู้ใช้นำมาใช้ในการสร้างเนื้อหา ประกอบไปด้วย เสียงบรรยาย เสียงสนทนา และเสียงดนตรี เช่น ดนตรีไทย ดนตรีที่กำลังเป็นที่นิยมในแพลตฟอร์ม TikTok	เสียงที่ผู้ใช้นำมาใช้ในการสร้างเนื้อหา ประกอบไปด้วย เสียงบรรยาย เสียงสนทนา และเสียงดนตรี โดยส่วนใหญ่จะเป็นเสียงพากย์ แยกออกมาจากคลิปวิดีโอและจะมีการใช้เสียงเพลงมาประกอบในการสร้างเนื้อหาการรำการเต้น
ด้านความถี่ในการสร้างเนื้อหา	มีการอัปเดตเนื้อหาลงแพลตฟอร์ม TikTok อย่างสม่ำเสมอ ทุกวัน วันละ 1-2 คลิป	มีการอัปเดตเนื้อหาลงแพลตฟอร์ม TikTok ตามช่วงเวลาที่เหมาะสมโดยส่วนใหญ่จะอัปเดต เนื้อหาสองวันแล้วจึงเว้น หรือบางช่วงเวลาอาจมีการอัปเดตเนื้อหาลงในแพลตฟอร์ม TikTok ทุกวัน วันละ 1-2 คลิป
ด้านประโยชน์	ให้ความรู้ ความบันเทิงในด้านศิลปะการแสดงไทย เป็นเหตุให้ผู้ชมผู้ติดตามนำองค์ความรู้ เนื้อหาที่ผู้สร้างได้ถ่ายทอดความรู้ทางด้านนาฏศิลป์ ออกมาทางแพลตฟอร์ม TikTok ไปปฏิบัติใช้ในการแสดง	ให้ความบันเทิง สนุกสนานในด้านการเรียนการสอนทางด้านศิลปะการแสดงผ่านมุมมองของครูนาฏศิลป์ไทยในปัจจุบัน ทำให้เป็นแรงบันดาลใจและมีความสุขในการเรียนนาฏศิลป์ไทย

หมายเหตุ. จาก ผลการศึกษาการนำเสนอเนื้อหาด้านนาฏศิลป์ผ่านสื่อออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม TikTok กรณีศึกษาครูเทห์และป้าป๋วยนางรำพาเที่ยว โดย ศศิชา งามสะอาด, 2566 (https://www.TikTok.com/@tatae567?_t=8ggyNsEFAtV&_r=1) (https://www.TikTok.com/@puinalintha?_t=8ggyQhkK1uE&_r=1)

สรุป

จากการศึกษาแนวคิดการออกแบบเนื้อหาด้านนาฏศิลป์ผ่านแอปพลิเคชัน TikTok กรณีศึกษา: ครูเทเพ่ และป้าปุ๋ยนางรำพาเที่ยว ผู้เขียนได้ศึกษาการนำเสนอเนื้อหาด้านนาฏศิลป์ผ่านสื่อออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม TikTok โดยผู้เขียนได้นำข้อมูลที่ศึกษาพบมาเทียบเคียงกับกระบวนการคิดเนื้อหารายการเพื่อให้ได้รับความนิยมในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. การกำหนดเป้าหมาย

กรณีศึกษาทั้ง 2 ท่าน มีการกำหนดเป้าหมายในการสร้างคอนเทนต์เพื่อต้องการสร้างตัวตนและเป็นที่ยอมรับในแอปพลิเคชัน TikTok โดยครูเทเพ่ มีกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มนักเรียน และบุคลากรทางการศึกษา ในส่วนของ ป้าปุ๋ยนางรำพาเที่ยว คือกลุ่มประชากรทั่วไปที่ให้ความสนใจทางด้านนาฏศิลป์

2. ทำความรู้จักลูกค้าของเราอย่างลึกซึ้ง

จากการศึกษาเนื้อหาของกรณีศึกษา พบว่า กรณีศึกษาทั้ง 2 ท่าน มีกลุ่มเป้าหมายตรงตามข้อที่ 2 คือ ทำความรู้จักลูกค้าของตนเองอย่างลึกซึ้ง โดยการมุ่งให้ความสนใจไปที่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มคนที่สนใจทางด้านนาฏศิลป์ในทุกเพศและทุกช่วงวัย

3. ตอบปัญหาผ่านคอนเทนต์

ในการสร้างคอนเทนต์กรณีศึกษาทั้งสองท่าน ได้มีการสร้างคอนเทนต์เพื่อเป็นการตอบคำถามในสิ่งที่ผู้ชมต้องการรู้ ตามตัวอย่างใน ภาพที่ 4 ซึ่งเป็นเนื้อหาที่มุ่งเน้นการตอบคำถามเกี่ยวกับเทคนิคในการใส่ศิราภรณ์ ที่แตกต่างกันโดยใช้เวลาประมาณ 2 นาที

ภาพที่ 4 ตัวอย่างการตอบคำถามผ่านคอนเทนต์ของป้าปุ๋ยนางรำพาเที่ยว



หมายเหตุ. จาก แพลตฟอร์ม TikTok ช่อง nalinthakittivan. โดย นลินทา กิตติวรรณ, ม.ป.ป., TikTok (<https://vt.TikTok.com/ZSFPHxaUY/>)

ภาพที่ 5 ตัวอย่างการตอบคำถามผ่านคอนเทนต์ของ ครูเทเท



หมายเหตุ. จาก แพลตฟอร์ม TikTok ช่อง tatae567. โดย อภิชาติ คล้ามทุ่ง, ม.ป.ป., TikTok (<https://n9.cl/b1akt>)

4. เลือกใช้เทคนิคคอนเทนต์ที่น่าดึงดูด

- ด้านครูเทเท ได้ใช้เทคนิคการนำเสนอคอนเทนต์ผ่านการเรียนการสอนนักเรียนในสถานศึกษา ซึ่งช่วยสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement) ให้ผู้ชมรู้สึกถึงความเป็นครูของตัวผู้นำเสนอ
- ด้านป้าปุ๋ยนางรำพาเที่ยว ใช้เทคนิคการสร้างนำเสนอคอนเทนต์โดยการรำในสถานที่ต่าง ๆ สร้างความรู้สึกใกล้ชิดและติดตามของผู้ชมรวมถึงสร้างความหลากหลายของบรรยากาศทำให้ผู้ชมเกิดความอยากติดตามเนื้อหาของช่องได้อย่างต่อเนื่อง

5. รูปแบบการนำเสนอ

กรณีตัวอย่างทั้ง 2 ท่าน ได้นำเสนอในรูปแบบวิดีโอผ่านทางแอปพลิเคชัน TikTok เหมือนกัน และได้มีการตั้งหัวข้อหน้าคลิปเพื่อความน่าสนใจ และน่าติดตาม

จากที่ผู้เขียนศึกษาการนำเสนอเนื้อหาด้านนาฏศิลป์ผ่านสื่อออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์ม TikTok จากป้าปุ๋ยนางรำพาเที่ยว และครูเทเท มีความสอดคล้องกับกระบวนการคิดเนื้อหารายการเพื่อให้ได้รับความนิยมในสื่อสังคมออนไลน์ทั้ง 5 ข้อ ที่ผู้เขียนได้ศึกษามาจึงถือได้ว่ากรณีตัวอย่างทั้ง 2 ท่าน ถือเป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จทางช่องทางแอปพลิเคชัน TikTok



อภิปรายผล

จากการศึกษาผู้เขียนค้นพบว่าในปัจจุบันที่เทคโนโลยีมีการพัฒนาขึ้น มีผู้เชี่ยวชาญทางด้านศิลปะการแสดงจำนวนไม่น้อยได้ให้ความสนใจในการนำองค์ความรู้ที่มีทางด้านศาสตร์ทางนาฏศิลป์มาประยุกต์ใช้ร่วมกับเทคโนโลยีที่ทันสมัยอย่างมีหลักการ และมีเหตุผลรวมถึงศาสตร์ทางด้านอื่น ๆ ด้วย โดยครูเทห์ และป้าปัญนางรำพาเที่ยวได้มีการปรับตัวเข้ากับสังคมออนไลน์ได้อย่างเป็นธรรมชาติ เป็นตัวของตัวเอง และได้นำเอานาฏศิลป์ไทยเบื้องต้นมาประยุกต์เป็นองค์ความรู้ ผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งได้รับความนิยมจากผู้ติดตาม ตามหลักกระบวนการทั้ง 5 ข้อ ได้แก่ 1) การกำหนดเป้าหมาย 2) ทำความรู้จักลูกค้าอย่างลึกซึ้ง 3) ตอบปัญหาผ่านคอนเทนต์ 4) เลือกใช้เทคนิคคอนเทนต์ที่น่าดึงดูด และ 5) รูปแบบการนำเสนอ ซึ่งผู้เขียนเชื่อว่ากระบวนการ และวิธีคิดนี้สามารถใช้ได้กับองค์ความรู้ทุกประเภท ซึ่งขึ้นอยู่กับผู้คิดคอนเทนต์จะสร้างอย่างไร

ข้อเสนอแนะ

บทความวิชาการนี้เป็นองค์ความรู้เบื้องต้นที่ผู้สนใจสามารถพัฒนาไปสู่การศึกษาวิจัยหรือนำไปสู่ประเด็นที่เกี่ยวกับการสร้างเนื้อหาเพื่อให้เกิดรายได้และประยุกต์องค์ความรู้ที่ได้นี้เพื่อต่อยอดการถ่ายทอดงานศิลปะหรือองค์ความรู้ในแขนงอื่น ๆ ได้ และผลจากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ยังเป็นประโยชน์เป็นแนวคิดในการสร้างสรรค์เนื้อหาทางด้านศิลปะการแสดงนาฏศิลป์ไทย หรือแขนงวิชาอื่น ๆ ซึ่งมีใช้เพียงแค่แอปพลิเคชันอย่าง TikTok เท่านั้น ปัจจุบันมีหลายแอปพลิเคชันที่ผู้ใช้งานสามารถใช้เพื่อสร้างเนื้อหาสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์ ด้วยเหตุผลหลายประการของแต่ละบุคคลหรือช่องทางนั้น ๆ โดยรูปแบบการสร้างเนื้อหาของอินฟลูเอนเซอร์แต่ละคนล้วนแตกต่างกัน และมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเป็นที่จดจำของผู้รับชม

ผู้เขียนมีข้อเสนอแนะว่าในแขนงศิลปะการแสดงนาฏศิลป์ไทยนั้น สามารถใช้แพลตฟอร์ม TikTok ในการสร้างสรรค์เนื้อหาอื่น ๆ เกี่ยวกับการแสดงนาฏศิลป์ไทยฉบับตนเองได้ เพื่อให้ช่องของผู้สร้างเป็นที่รู้จักมากขึ้นควรเพิ่มเนื้อหาลงในแพลตฟอร์ม TikTok ทุก ๆ วัน หรือวันเว้นวัน เพื่อให้เกิดการเคลื่อนไหวและควรลงในเวลาที่เหมาะสม รู้จักเวลาในการลงเนื้อหาเพื่อให้ยอดผู้ชมเพิ่มมากขึ้น และสามารถสร้างตัวตนบนแพลตฟอร์ม TikTok ได้ง่ายมากขึ้น นอกจากนี้การเลือกเนื้อหาเกี่ยวกับนาฏศิลป์ที่จะใช้ลงถือเป็นสิ่งสำคัญ เช่น การประชาสัมพันธ์เนื้อหาหรือผลงานที่กำลังจะเกิดขึ้น การถ่ายเบื้องหลังการทำงาน การแต่งกาย การทำฉาก หรือการซ้อมนั้น ก็สามารถนำมาสร้างเนื้อหาเพื่อเผยแพร่เรื่องราวทางนาฏศิลป์ให้ผู้ชมได้รู้จักและเห็นมุมมองในการทำงานของศิลปะการแสดงนาฏศิลป์อีกด้วย



การนำเสนอเนื้อหาผ่านทางแอปพลิเคชัน TikTok ในปัจจุบัน ต้องใช้องค์ความรู้ของศาสตร์วิชาอื่น ๆ เข้ามาประกอบรวมด้วยจึงจะทำให้เนื้อหาที่มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เช่น ศาสตร์ทางด้านดนตรี ละคร ฉาก และเรื่องแสง เป็นต้น โดยการที่จะทำให้เนื้อหานั้นเกิดความน่าสนใจและทำให้ TikTok ยังสามารถเป็นสื่อในการเผยแพร่เนื้อหาทางด้านนาฏศิลป์ได้ สามารถสังเกตได้จากกระแสความสนใจของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปตามช่วงยุคสมัยเพื่อผลิตเนื้อหาหรือประยุกต์เนื้อหาให้ตรงตามกระแสหรือความนิยมของสังคม

รายการอ้างอิง

- ชัชญา สกุนดา. (2567). การวิเคราะห์เนื้อหาการสื่อสารแบรนด์บุคคลผ่านแอปพลิเคชัน TikTok กรณีศึกษา คุณวาเลนไทน์ เจ้าของแบรนด์วาลีเชน: *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 28(1), 171.
<https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jca/article/view/269673/180189>
- นลินทา กิตติวรรณ. (ม.ป.ป.). nalinthakittiwan. PUINALINTHA.
https://www.TikTok.com/@puinalintha?_t=8ggyQhkK1uE&_r=1
- ปิยนุช จึงสมานกุล. (2563). *องค์ประกอบของแอปพลิเคชัน TikTok ที่ทำให้เกิดแรงกระตุ้นในการซื้อสินค้าของกลุ่มเจนเอเรชั่นซีในประเทศไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล]. CMMU Digital Archive.
<https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/3935/1/TP%20MM.074%202563.pdf>
- สายสวรรค์ ขยันยิ่ง. (2566, 6 กรกฎาคม). *เรื่องเล่าข่าวดีกับสายสวรรค์-รู้จักบำปยุนางรำพาเที่ยว*. TV5HD ONLINE. <https://youtu.be/9QMIEF0o0Y0?si=AyIS2PtNCL60Zgqq>
- เสกสรร สายสีสอด. (2564). การศึกษาพฤติกรรมการใช้และความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TikTok ของนักเรียนนักศึกษาในเขตเทศบาลนครอุดรธานี. *วารสารวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 2(3), 15-16.
<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jmspsru/article/view/252826/170087>
- อภิชาติ คล้ามทุ่ง. (ม.ป.ป.). *ครูเทเท*. TATAE567. https://www.TikTok.com/@tatae567?_t=8ggyNsEFAtV&_r=1
- Aksarapak C. (2564, 13 กันยายน). *7 ตัวอย่างคอนเทนต์ที่น่าสนใจบนออนไลน์ พร้อมตัวช่วยสุดเจ๋งไว้คิดคอนเทนต์ปังๆ*. CONTENTSHIFU. <https://contentshifu.com/blog/7-ideas-for-contents>
- Eric, P. (2566, 20 พฤศจิกายน). *สถิติ + เทรนด์ Influencer Marketing บน TikTok ปี 2023*. MOTIVE INFLUENCE.
<https://www.motiveinfluence.com/blog/marketing/สถิติ--เทรนด์-Influencer-Marketing-บน-TikTok-ปี-2023/570>
- Fillgoods. (2565, 14 มีนาคม). *ตอบข้อสงสัย TikTok คืออะไร ทำไมอยู่ดี ๆ ถึงเป็นแพลตฟอร์มมาแรง*. <https://fillgoods.co/blog/ตอบข้อสงสัย-TikTok-คืออะไร-ทำไม>



Guru. (2556, 26 พฤศจิกายน). *นาฏศิลป์ไทย (คืออะไร หมายถึง ความหมาย)*. GURU.

<https://guru.sanook.com/2272/>

New Digital Team. (ม.ป.ป). *ยุควิกฤติCOVID ที่กลายเป็นยุครุ่งเรืองของ TikTok*. NOW247.

https://now247.pro/TikTok_during_covid19/

Sathitaphorn, C. (2563, 13 เมษายน). *TikTok คือแอปอะไร ทำไมถึงมาแรง*. CLIB.PSU.

<https://clib.psu.ac.th/km/what-is-TikTok/>

Steps Academy. (2560, 1 กันยายน). *5 ขั้นตอนกระบวนการคิด Content ให้ปังบนโลกออนไลน์*.

STEPSTRAINING. <https://stepstraining.co/content/5-steps-create-content>

Zort. (2566, 4 มกราคม). *แชร์เทคนิคการทำคลิป TikTok ยังไงให้ปัง ใคร ๆ ก็สามารทำได้*. Zortout.

<https://zortout.com/blog/how-to-make-a-tiktok-clip>