

การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังรายการพ็อดคาสท์



บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศศาสตร์
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2560
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

DIGITAL LITERACY OF PODCAST AUDIENCE



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts (Communication Arts) Program in Communication

Arts

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2017

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังรายการพ็อดคาสท์

โดย

นางสาวปวรรัตน์ ระวัง

สาขาวิชา

นิเทศศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พนม คลีฉายา

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

.....คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

(ศาสตราจารย์ ดร. ปาวิชาต สถาปิตานนท์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. วรวรรณ องค์กรุฑรศึกษา)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พนม คลีฉายา)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร. กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ปวรัตน์ ระวัง : การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังรายการพ็อดคาสท์ (DIGITAL LITERACY OF PODCAST AUDIENCE) อ.ที่ปริกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ผศ. ดร. พนม คลีฉายา, 182 หน้า.

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. อธิบายความเหมาะสมของเนื้อหารายการพ็อดคาสท์ และ 2. อธิบายการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลในรายการพ็อดคาสท์ของผู้ฟังรายการ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการวิจัยด้วยการวิเคราะห์เนื้อหารายการพ็อดคาสท์ประเภทไฟล์เสียงภาษาไทย สุ่มเลือกจากกลุ่มรายการพ็อดคาสท์ในช่วงเดือนธันวาคม 2560 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2561 รวมจำนวนรายการที่นำมาวิเคราะห์ 104 ตอน หลังจากนั้นดำเนินการสนทนากลุ่มผู้ฟังรายการพ็อดคาสท์จำนวน 4 กลุ่ม ได้แก่ วิทยทำงานชายและหญิง และนักเรียนมัธยมชายและหญิง กลุ่มละ 6-7 คน

ผลการวิจัย ด้านการใช้ภาษา พบว่า มีเนื้อหารายการที่อาจทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ไม่เหมาะสมในเรื่องการใช้ภาษาในรายการสนทนา ด้านพฤติกรรมและความรุนแรง พบว่า มีเนื้อหารายการที่อาจนำไปสู่ความรุนแรงและอันตรายโดยแทรกเป็นส่วนประกอบของรายการ และเรื่องทางเพศ พบในบทสนทนาหรือคำพูดที่สร้างค่านิยมเรื่องเพศที่ไม่เหมาะสมปรากฏอยู่ รวมถึงเนื้อหาทางเพศที่ล่อแหลม

สำหรับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังรายการพ็อดคาสท์ พบว่า กลุ่มวิทยทำงานและกลุ่มนักเรียนมัธยม มีความสามารถในการเข้าถึงพ็อดคาสท์สูง สามารถควบคุมการใช้งานได้ด้วยตนเอง มีความสามารถในการทำความเข้าใจและใช้ความคิดในเชิงวิพากษ์ถึงคุณภาพ ความน่าเชื่อถือ และมุมมองการผลิตเนื้อหาของผู้ผลิตได้ดี สามารถวิเคราะห์และประเมินข้อดีข้อเสีย คุณค่าและประโยชน์ รวมถึงโทษภัยอันตรายของเนื้อหารายการที่แฝงเรื่องธุรกิจการค้า และเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในเรื่องพฤติกรรมและความรุนแรง เรื่องทางเพศ และการใช้ภาษา อย่างไรก็ตาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะของการคล้อยไปตามที่สื่อกำหนด โดยมีการให้เหตุผลประกอบการกระทำที่คล้อยตามเนื้อหา

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์

ลายมือชื่อนิสิต

ปีการศึกษา 2560

ลายมือชื่อ อ.ที่ปริกษาหลัก

5984861028 : MAJOR COMMUNICATION ARTS

KEYWORDS: PODCAST / DIGITAL LITERACY / OTT / OVER THE TOP / PODCASTS

PRAWORN RAT RAWENG: DIGITAL LITERACY OF PODCAST AUDIENCE. ADVISOR: ASST.
PROF. PHNOM KLEECHAYA, Ph.D., 182 pp.

The study's objectives are 1) to describe suitability of podcast contents 2) to explain digital literacy of podcast audience. The research using qualitative research methodology. The content analysis is conducted by sampling podcast programs in Thai language during December 2017 to February 2018, totaling of 104 episodes. Then, the 4 different focus groups of podcast audience including both male and female of working-age group and high school group are conducted, in which each group contains around 6 - 7 people.

The result of content analysis indicates that an inappropriate use of language might lead to inappropriate learning of language, which is frequently found in conversational programs. Regarding to behavioral and violence concern, the research shows that inappropriate and aggressive conversation, inserted in but not main contents, is often founded in the programs. In addition, sexual matter is found that the inappropriate sexual content has contained with explicit and implicit sexual conversations

The focus group's result indicates the digital literacy of podcast audience. In terms of accessibility, the podcast audiences are able to access to the podcast content, to manage and control by themselves, whilst in terms of comprehension, the audiences are able to understand and distinguish the quality, reliability and program host's intention. They are also aware that non-essential elements are added in order to make the content to be more attractive. Furthermore, in terms of analysis and evaluation, the podcast audiences are able to analyze and evaluate the benefits, drawbacks, values, dangers of trafficking content, and commercialized content, as well as the inappropriate use of language in conversational program such as sexual abuse, aggressive behavior and violence. At last, in terms of response, it is found from the group of study that some of podcast audiences prefer these media and seems to behave responsively according to provider's lead, which this audiences can also provide explanation behind their deference in this study.

Field of Study: Communication Arts

Student's Signature

Academic Year: 2017

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พนม คลีฉายา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ที่สละเวลาอันมีค่ามาแนะนำสั่งสอน และเป็นທີ່ปรึกษาให้กับวิทยานิพนธ์ครั้งแรก (และครั้งเดียว) ของหนูค่ะ อาจารย์ คือ ผู้ชี้ทางสว่างเวลาที่หนูหาทางออกไม่เจอ อาจารย์คอยให้กำลังใจตลอดการทำวิจัยด้วยคำว่า “ไม่เห็นมีอะไรเลย เธอบ้ารีป่าว มันเสร็จแล้วเนี่ย” ขอขอบคุณค่ะที่เอ็นดูหนู ที่รับหนูเป็นลูกศิษย์ และสุดท้ายขอขอบคุณค่ะที่ทำให้หนูกล้าที่จะเลือกทำวิทยานิพนธ์

ขอขอบคุณรองศาสตราจารย์ ดร. วรวรรณ องค์กรุฑรรักษา ประธานกรรมการ และรองศาสตราจารย์ ดร. กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์ กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย ที่ให้คำแนะนำที่มีคุณค่ากับการพัฒนางานวิจัยของหนู มาตลอดตั้งแต่เริ่มต้นจนจบ งานวิจัยของหนูมีคุณค่าได้มากขนาดนี้เพราะความเมตตาของอาจารย์นะคะ

ขอบคุณครอบครัวนะจ๊ะ ที่คอยให้กำลังใจกำลังใจ และของกิน (อย่างมหาศาล) มาเติมพลังตลอดเวลาที่หนูขลุกอยู่กับงานวิจัย พร้อมกำลังใจที่บอกว่า “ยังไม่อ้วนลูก กินไปๆ เราใช้สมอง เรียนจบค่อยลด” นอกจากอาจารย์แล้วก็มีแต่พ่อกับแม่แหละ ที่ชื่นชมและเห็นคุณค่างานวิจัยของหนู (ถึงขนาดอ่านจบไป 4 รอบแล้ว สงสัยจะทำการแข่งกับอาจารย์ที่ปรึกษา)

ขอบคุณพี่จิ้น LINE MAN ส่วนตัว นอกจากคอยรับ-ส่งแล้ว ยังคอยด่าด้วย คนอะไรนอกจากช่วยงานแล้วยังช่วยด่าได้ตลอดเวลา แต่คำด่าของพี่ก็เป็นแรงผลักดันเราได้ มีพี่คนเดียวที่ด่าแล้วเราต้องฟัง (ความจริงคือเหนื่อยจะเถียง 55)

ขอบคุณ พี่เอ๋ นางสาวณิรัตน์ กำจรกิจการ หัวหน้าที่เมตตาอนุญาตให้หนูลางานมาทำวิทยานิพนธ์ ขอขอบคุณเพื่อนที่ทำงาน ที่คอยเป็นกำลังใจ คอยรับฟังเสียงบ่นโอดครวญตลอดเวลาที่ทำวิจัยและให้กำลังใจด้วยคำพูดว่า “รีบเรียนให้จบแล้วกลับมาทำงานได้แล้ว” ขอขอบคุณพี่เต็นท์ที่ผลึกไสหนูมาเรียนต่อโท

ขอบคุณเพื่อนๆ ป.โท Nitade CU ทุกคน ขอขอบคุณช่วงเวลา 2 ปีที่ทำให้เราได้มารู้จักกัน โดยเฉพาะแก๊งเทสโตสซึม (ไปเซเวนเอาอะไรมัย) พี่อิว พี่ก๊อตจิ แพร เน็ต ที่เป็นกำลังใจให้กันและกัน คอยรับฟังปัญหา เม้าชาวบ้าน และชวนกันไปกินหมูกระทะ ขอขอบคุณแก๊งลูกสาวเจ้าพ่อ (และศาลเจ้าแม่เจี๊ยบ) พี่เจี๊ยบ พี่ปุ่น เนยหวานที่อยู่ด้วยกันในช่วงชีวิตของการทำวิจัย เราช่วยกันเรียนรู้และแก้ปัญหาจนตอนนี้กล้าพูดได้เลยว่าพวกเราเป็นเซียน E-Thesis ไปแล้ว 555

ขอบคุณตัวเองที่กัดฟัน อดทน สู้ ผื่น (บางทีก็กัดลึกสิน) ในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนเสร็จ เย!! ย้อนกลับมามองก็ขงงๆ ว่าทำไปบ่นไปก็จบได้เนอะลูกไม้...แคงมาก

และสุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกล่าวปิดท้ายว่า...การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีจุดประสงค์หลักประการเดียว คือ เพื่อการศึกษาเท่านั้น มิได้มีเจตนาทำให้เกิดความเสียหายต่อผู้ผลิตหรือเนื้อหารายการ Podcast แต่อย่างใด ซึ่งผู้วิจัยหวังอย่างที่สุดของหัวใจว่า งานวิจัยชิ้นนี้จะได้เป็นส่วนเล็กๆ ที่จะสามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐาน เพื่อพัฒนาสื่อ Podcast ของคนไทย รวมถึงได้ทำให้คนไทยได้รู้จักกับ Podcast แม้เพียงคนเดียวก็ถือว่าความตั้งใจของผู้วิจัยสำเร็จแล้ว...ขอบคุณค่ะ

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญภาพ	ญ
สารบัญตาราง.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญ.....	1
ปัญหาคำวิจัย.....	12
วัตถุประสงค์การวิจัย	12
ขอบเขตการวิจัย	12
นิยามศัพท์.....	12
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	20
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
1. แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอื่นที่ไม่ใช่โครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ (Over The Top: OTT)	22
2. แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง	29
3. แนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งประเภท รูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการวิทยุกระจายเสียง ...	37
4. แนวคิดเกี่ยวกับระดับความเหมาะสมของรายการ	52
5. แนวทางการกำกับดูแลเนื้อหาบนสื่อออนไลน์.....	58
6. แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล.....	60
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	64
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	69

ขั้นตอนที่ 1. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)	70
1.1 แหล่งข้อมูลและวิธีสุ่มรายการ.....	70
1.2 หน่วยการวิเคราะห์	76
1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	77
1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	77
1.5 การนำเสนอข้อมูล.....	77
ขั้นตอนที่ 2. การสนทนากลุ่ม (Focus Group).....	78
2.1 ผู้ร่วมสนทนากลุ่มและวิธีการคัดเลือก	78
2.2 การเก็บข้อมูล	78
2.3 รายละเอียดวันจัดการสนทนากลุ่ม.....	79
2.4 ประเด็นคำถามในการสนทนากลุ่ม.....	79
2.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	80
2.6 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	80
2.7 การนำเสนอข้อมูล.....	80
บทที่ 4 ความเหมาะสมของเนื้อหารายการพ็อดคาสท์.....	81
ส่วนที่ 1. เนื้อหารายการพ็อดคาสท์.....	82
1.1 ประเภทการให้บริการโอทีทีของรายการพ็อดคาสท์	82
1.1.1 การแบ่งประเภทตามเกณฑ์ผู้ให้บริการ	82
1.1.2 การแบ่งประเภทตามเกณฑ์วิธีการหารายได้	85
1.1.3 การแบ่งประเภทตามเกณฑ์เนื้อหา.....	89
1.2 ประเภทรายการพ็อดคาสท์.....	91
1.3 รูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการพ็อดคาสท์	95
ส่วนที่ 2. ความเหมาะสมของเนื้อหารายการพ็อดคาสท์.....	105

2.1 ด้านการใช้ภาษา	106
2.2 ด้านพฤติกรรมและความรุนแรง	115
2.3 เรื่องทางเพศ	120
บทที่ 5 การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังรายการพ็อดคาสต์.....	125
ส่วนที่ 1. การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังพ็อดคาสต์วัยทำงานเพศชายและเพศหญิง	126
1.1 ด้านความสามารถในการเข้าถึงพ็อดคาสต์	126
1.2 ด้านความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาพ็อดคาสต์.....	128
1.3 ด้านความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินมุมมองหรือเนื้อหาที่จูงใจละไว้	131
1.4 ด้านการมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหาพ็อดคาสต์.....	137
ส่วนที่ 2. การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังพ็อดคาสต์นักเรียนมัธยมเพศชายและเพศหญิง	139
2.1 ด้านความสามารถในการเข้าถึงพ็อดคาสต์	139
2.2 ด้านความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาพ็อดคาสต์.....	140
2.3 ด้านความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินมุมมองหรือเนื้อหาที่จูงใจละไว้	142
2.4 ด้านการมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหาพ็อดคาสต์.....	148
บทที่ 6 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	151
สรุปผลการวิจัย.....	152
อภิปรายผล.....	161
ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้	168
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป.....	168
รายการอ้างอิง	169
ภาคผนวก.....	173
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	182

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1.1 ร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปที่ใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือทุกประเภท และโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน พ.ศ. 2555 – 2559	2
ภาพที่ 1.2 ร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปที่ใช้โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต จำแนกตามกิจกรรมที่ใช้.....	3
ภาพที่ 1.3 Logo แอปพลิเคชันพ็อดคาสท์ (Podcast) บนโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน ระบบ iOS	4
ภาพที่ 1.4 ตัวอย่างเนื้อหารายการพ็อดคาสท์ (Podcast).....	5
ภาพที่ 1.5 แอปพลิเคชันพ็อดคาสท์ (Podcast) ในหน้าแอปพลิเคชันแอปสโตร์ (App Store) บนโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน ระบบ iOS.....	6
ภาพที่ 1.6 ตัวอย่างแอปพลิเคชันพ็อดคาสท์ (Podcast) บนโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน ระบบ iOS	7
ภาพที่ 2.1 โครงสร้างพื้นฐานของโอทีที (OTT).....	25
ภาพที่ 2.2 ช่วงเวลาของพัฒนาการวิทยุกระจายเสียงสากล	31
ภาพที่ 2.3 แสดงกระบวนการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง.....	36
ภาพที่ 4.1 ตัวอย่างการขอรับการสนับสนุนค่าดำเนินการของพ็อดคาสท์ “Nerd Loyalty”	87
ภาพที่ 4.2 ตัวอย่างการขอรับการสนับสนุนค่าดำเนินการของพ็อดคาสท์ “WitCast”	88

สารบัญตาราง

ตารางที่ 2.1 แนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการ	54
ตารางที่ 3.1 แสดงแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ณ วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2561	71
ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละการแบ่งประเภทการให้บริการโอทีทีของรายการ พ็อดคาสต์ แบ่งตามเกณฑ์ผู้ให้บริการ	82
ตารางที่ 4.2 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละการแบ่งประเภทการให้บริการโอทีทีของรายการ พ็อดคาสต์ แบ่งตามเกณฑ์วิธีการหารายได้	86
ตารางที่ 4.3 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละการแบ่งประเภทการให้บริการโอทีทีของรายการพ็อด คาสต์ แบ่งตามเกณฑ์เนื้อหา	89
ตารางที่ 4.4 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละการแบ่งประเภทรายการพ็อดคาสต์	92
ตารางที่ 4.5 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการพ็อดคาสต์	96
ตารางที่ 4.6 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของรายการพ็อดคาสต์ที่มีเนื้อหาเข้าข่ายไม่เหมาะสม ตามแนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ตามประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556	106
ตารางที่ 4.7 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของรายการพ็อดคาสต์ที่มีเนื้อหาเข้าข่ายไม่เหมาะสม ด้านการใช้ภาษา	107
ตารางที่ 4.8 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของรายการพ็อดคาสต์ที่มีเนื้อหาเข้าข่ายไม่เหมาะสม ด้านพฤติกรรมและความรุนแรง	115
ตารางที่ 4.9 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของรายการพ็อดคาสต์ที่มีเนื้อหาเข้าข่ายไม่เหมาะสม เรื่องทางเพศ	120

บทที่ 1

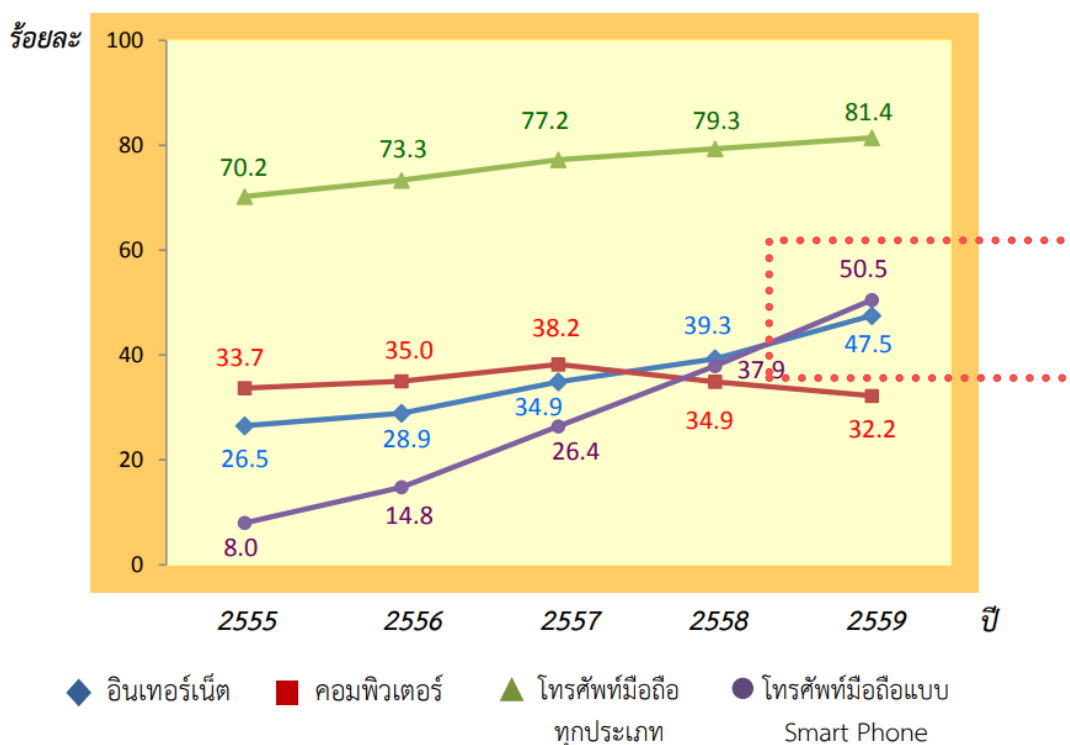
บทนำ

ที่มาและความสำคัญ

ในยุคที่อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทสำคัญในการช่วยให้ผู้บริโภคสามารถรับเนื้อหา รายการผ่านการนำเสนอของสื่อออนไลน์ ด้วยความก้าวหน้าและพัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสาร โลกได้เข้าสู่ยุคหลอมรวมสื่อ กล่าวคือ สื่อประเภทต่างๆ ที่แต่ก่อนมีคุณลักษณะและบทบาทหน้าที่ สำคัญเฉพาะตัว กลับหลอมรวมและสอดประสานกันอย่างลงตัวจนเราแทบจะไม่สามารถแยกสื่อ ประเภทต่างๆ ออกจากกันได้อย่างสิ้นเชิง และด้วยเทคโนโลยีการเชื่อมต่อด้วยสัญญาณดิจิทัล ทำให้ การนำเสนอเนื้อหารายการประเภท ภาพ เสียง หรือวิดีโอ ที่แต่เดิมจะออกอากาศผ่านสื่อสารมวลชน ดั้งเดิม ได้แก่ สื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่อโทรทัศน์ สามารถเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ โดยอาศัย โครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูล ข่าวสาร หรือเนื้อหารายการ ต่างๆ ที่ตนเองต้องการ ได้อย่างรวดเร็วและแสนง่ายดาย เพียงแค่มีอุปกรณ์รองรับสัญญาณ เช่น คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เป็นต้น ประกอบกับพฤติกรรมการ บริโภคสื่อของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือ มีความต้องการด้านเนื้อหารายการที่หลากหลาย ด้านระยะเวลาการรับสื่อที่มีจำกัด รวมถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคมีความเร่งรีบและ ต้องการความเร็ว การนำเสนอเนื้อหารายการของสื่อดั้งเดิมต่างปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับ ความต้องการของผู้บริโภคปัจจุบัน

เมื่อพิจารณาจากผลสำรวจพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยี และการเชื่อมต่อ อินเทอร์เน็ตในครัวเรือนของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2559) แสดงให้เห็นแนวโน้มการใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน ในช่วงระยะเวลา 5 ปี ระหว่างปี พ.ศ.2555 – 2559 ของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 26.5 (จำนวน 16.6 ล้านคน) เป็นร้อยละ 47.5 (จำนวน 29.8 ล้านคน) ผู้ใช้โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 8.0 (จำนวน 5 ล้านคน) เป็นร้อยละ 50.5 (จำนวน 31.7 ล้านคน)

ภาพที่ 1.1 ร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปที่ใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือทุกประเภท และโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน พ.ศ. 2555 - 2559

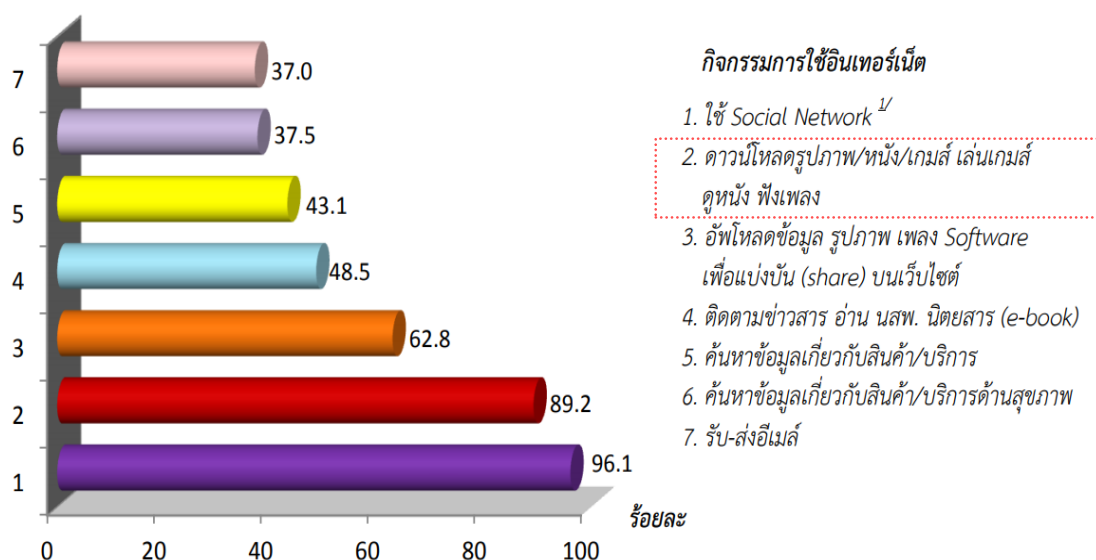


ที่มา: สํารวจการมีกรใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2559 วันที่เข้าถึงข้อมูล 10 ธันวาคม 2560. แหล่งที่มา

<http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/icthh59.pdf>

นอกจากนี้ จากผลสำรวจกิจกรรมการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ตในช่วงเดือนมิถุนายน - กรกฎาคม พ.ศ. 2560 จากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (2560) พบว่า ผู้บริโภคนิยมใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อรับชมโทรทัศน์และฟังเพลงผ่านอินเทอร์เน็ตมากถึงร้อยละ 60.7 โดยอยู่ในอันดับที่ 4 จากกิจกรรมการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ตทั้งหมด ใกล้เคียงกับผลสำรวจการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟนจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2559) แสดงให้เห็นกิจกรรมที่ประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปใช้ผ่านโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน คือ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) ร้อยละ 96.1 รองลงมา คือ ใช้ในการดาวน์โหลดรูปภาพ ชมภาพยนตร์ และฟังเพลง มากถึงร้อยละ 89.2

ภาพที่ 1.2 ร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปที่ใช้โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน ในการเข้าถึง อินเทอร์เน็ต จำแนกตามกิจกรรมที่ใช้



ที่มา: สํารวจการมีกรใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2559. วันที่เข้าถึงข้อมูล 10 ธันวาคม 2560. แหล่งที่มา

<http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/icthh59.pdf>

จากภาพที่ 1.1 และ 1.2 อาจสรุปได้ว่าปัจจุบันพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคได้เปลี่ยนไปจากเดิมอย่างสิ้นเชิง จากที่ต้องรอชมรายการโทรทัศน์ตามเวลาที่ออกอากาศตามผังรายการ เปลี่ยนมาเป็นการรับชมรายการที่ตนเองชื่นชอบผ่านทางเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันต่างๆ โดยสามารถเลือกรับชมได้ทั้งรายการสดหรือรายการย้อนหลังผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยไม่ต้องรอชมรายการเหล่านั้นผ่านสื่อวิทยุหรือสื่อโทรทัศน์แบบเดิม สอดคล้องกับที่ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2558) ให้ความเห็นแก่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์แบบดั้งเดิมว่า ผู้ผลิตรายการที่แพร่ภาพบนระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิมอยู่แล้ว อาจมีการนำเสนอเนื้อหารายการแบบกระชับหรืออาจนำเนื้อหารายการที่ไม่ได้แพร่ภาพผ่านทางโทรทัศน์เนื่องจากมีข้อจำกัดในด้านระยะเวลาการแพร่ภาพ เช่น ฉากพิเศษ เบื้องหลังรายการ บทสัมภาษณ์พิเศษ มาแพร่ภาพผ่านโทรทัศน์ออนไลน์ โดยผู้ชมสามารถเลือกชมช่วงที่ตนเองสนใจ โดยเฉพาะได้ เพื่อดึงดูดให้ผู้ชมที่ชมรายการผ่านทางระบบโทรทัศน์หันมารับชมรายการทางโทรทัศน์

ออนไลน์ โดยการให้บริการ เว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชัน ที่ทำหน้าที่ส่งเนื้อหารายการไปยังผู้รับบริการ ผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตตรงกับคำจำกัดความของคำว่า “การให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ ผ่านโครงข่ายอื่นที่มีใช้โครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์” หรือ บริการโอทีที (Over the Top: OTT) ตามที่คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) กำหนด

พ็อดคาสต์ (Podcast) เป็นเทคโนโลยีแพร่ภาพกระจายเสียง หรือนำเสนอเนื้อหา รายการต่างๆ ทั้งไฟล์วีดิโอ และไฟล์เสียงในลักษณะการพูดคุย เล่าเรื่อง บรรยาย เนื้อหารายการต่างๆ ผ่านอินเทอร์เน็ต โดยผู้รับบริการพ็อดคาสต์ สามารถเลือกฟังเนื้อหารายการได้ทุกที่ทุกเวลาตามความต้องการและความสะดวกของตนเอง เพียงมีอุปกรณ์ที่รองรับสัญญาณอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ ผู้รับบริการพ็อดคาสต์สามารถดัดสมัครเพื่อรับตอนใหม่ได้โดยอัตโนมัติ และด้วยลักษณะการนำเสนอ รายการที่เป็นสื่อเสียง ผู้บริโภคจึงสามารถรับฟังรายการพ็อดคาสต์โดยไม่ต้องใช้การจดจ่อมากนัก และยังสามารถรับฟังในขณะที่ทำกิจกรรมอย่างอื่นร่วมไปด้วยได้

ภาพที่ 1.3 Logo แอปพลิเคชันพ็อดคาสต์ (Podcast) บนโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน ระบบ iOS



"พ็อดคาสต์ (Podcast) คือ บริการคล้ายสถานีวิทยุส่วนตัว ที่ผู้ดำเนินรายการสามารถพูดคุย เล่าเรื่องราวต่างๆ ผ่านทางออนไลน์ ซึ่งจะแตกต่างกับสถานีวิทยุที่ใช้คลื่นความถี่ในการส่งกระจายเสียง คือ พ็อดคาสต์สามารถเลือกฟังตอนไหนก็ได้" (พ็อดคาสต์คืออะไร, 2560) สอดคล้องกับ บริษัท แอปเปิล จำกัด ที่ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า Apple ได้ให้นิยามของพ็อดคาสต์ว่า “พ็อดคาสต์ (Podcast) คือ รายการที่สามารถรับชมและรับฟังตอนต่างๆ ได้ทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งโดยปกติแล้วพ็อดคาสต์จะเป็นเทปบันทึกเสียงหรือวีดิโอต้นฉบับ แต่ในบางครั้งก็อาจเป็นเทปบันทึกรายการ

โทรทัศน์หรือรายการวิทยุที่ออกอากาศจริง การบรรยาย การแสดง หรือการแสดงอื่นๆ (Event)” อาจกล่าวได้ว่า พ็อดคาสต์เปรียบเสมือนสถานีวิทยุออนไลน์ ที่มีผู้ดำเนินรายการ ตลอดจนเนื้อหา รายการจะเกี่ยวข้องกับเรื่องราวต่างๆ ทั่วไป ตามแต่ความถนัดและความสนใจของนักจัดรายการ เป็นการรวบรวมข้อดีของสื่อวิทยุกระจายเสียงทั้งหมดเข้ามา และเพิ่มการเข้าถึงที่สะดวกและง่ายดาย เพียงแค่อาศัยเทคโนโลยีออนไลน์ที่มีอยู่รอบๆ ตัว

ภาพที่ 1.4 ตัวอย่างเนื้อหารายการพ็อดคาสต์ (Podcast)

Witcast
December 2 at 6:33pm · 🌞

HobbyCast กลับมาแล้ว - ตอนที่ 3 ings อาน์นเ้าเมืองหลังการทำสบู่แก้วมังกร และ สบู่กาแฟ (จริงๆ เ้าไว้ตั้งแต่ 3 เดือนก่อนนะะ เพิ่งได้เอามาปล่อย) + ตอนนี้สอนเบสิก SOAP 101 เริ่มตั้งแต่การทำสบู่มีประเภทไหนบ้าง Hot Process, Cold Process, การออกแบบ, การผสม, การควบคุมอุณหภูมิ, การเท มีเล้าหมต... แจกเริ่มจะไม่สามัญชน แล้ว ต่อไป Witcast อาจได้พิธีกรสายเดร์มี (แต่ขอเทียบในสมัครกับของน้องเออปราง ก่อนนะ) <http://www.witcastthailand.com/hobbycast-soap-03/>
หุตสิ่ง Witcast ขออภัยที่ห่างหายนานมาก ... See More



HobbyCast – อาน์นทำสบู่ ตอนที่ 3 – เบสิกของสบู่ (Soap101) เริ่มตั้งแต่ Hot vs Cold Process ต่างกันอย่างไร + เล้ามือ

THE ENSURE
THE ENSURE - Men and Wo...
PodB Me



ผู้ชายหรือผู้หญิงกันแน่ ใครที่เป็นคู่

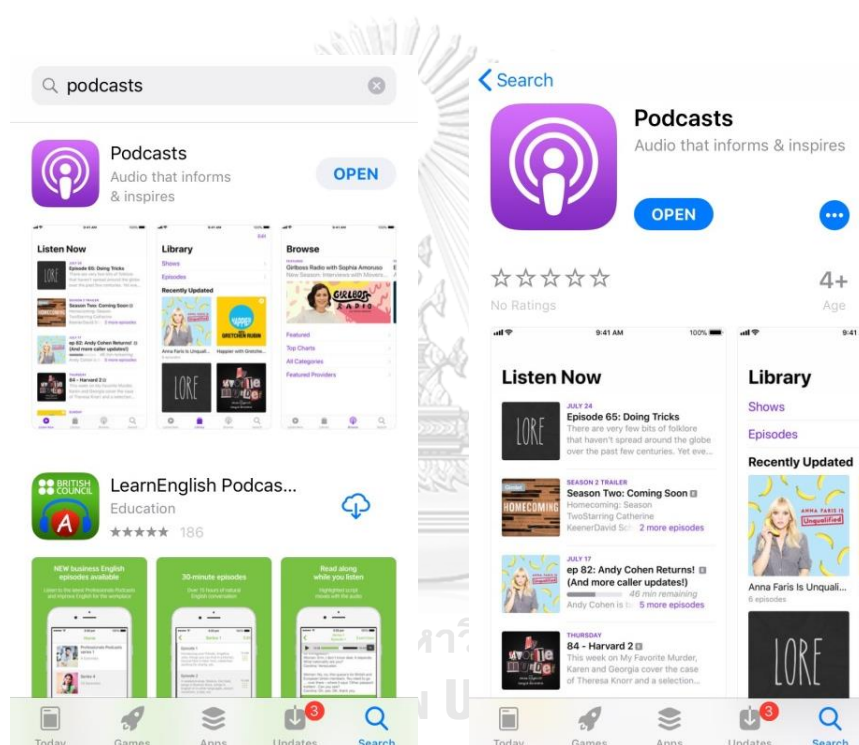
Men and Women รายการที่จะทำให้คุณเพลินไปกับเรื่องความเท่าเทียมของผู้หญิงและผู้ชายในเรื่องต่างๆ เพราะความเท่าเทียมกันทางสังคมของไทย ยังคงเป็นเรื่องที่ถกเถียงกันอยู่ แม้ว่ายุคสมัยจะเปลี่ยนไป แต่คำสอนของผู้ลัทธิใหญ่ก็ยังคงอยู่ ในคดีจี้กัลเบบมีมาฟังกันว่า ความเท่าเทียมกันระหว่างหญิงชายจะเป็นอย่างไร?

แหล่งที่มา: <https://web.facebook.com/witcastthailand/>

<https://www.ensurecommunication.com>

จากภาพที่ 1.4 แสดงตัวอย่างเนื้อหารายการพ็อดคาสท์ ที่ผู้ผลิตเนื้อหานำมาเผยแพร่บนสังคมออนไลน์ต่างๆ เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ หรือแม้กระทั่งหน้าเว็บไซต์ของตัวเอง ซึ่งนอกจากจะใช้เป็นช่องทางในการโปรโมทรายการและเป็นช่องทางในการติดต่อ พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับกลุ่มผู้ฟังรายการเดิมแล้ว ยังอาจทำให้ได้จำนวนกลุ่มผู้ฟังรายใหม่ๆเพิ่มขึ้น จากช่องทางต่างๆ เหล่านี้อีกด้วย

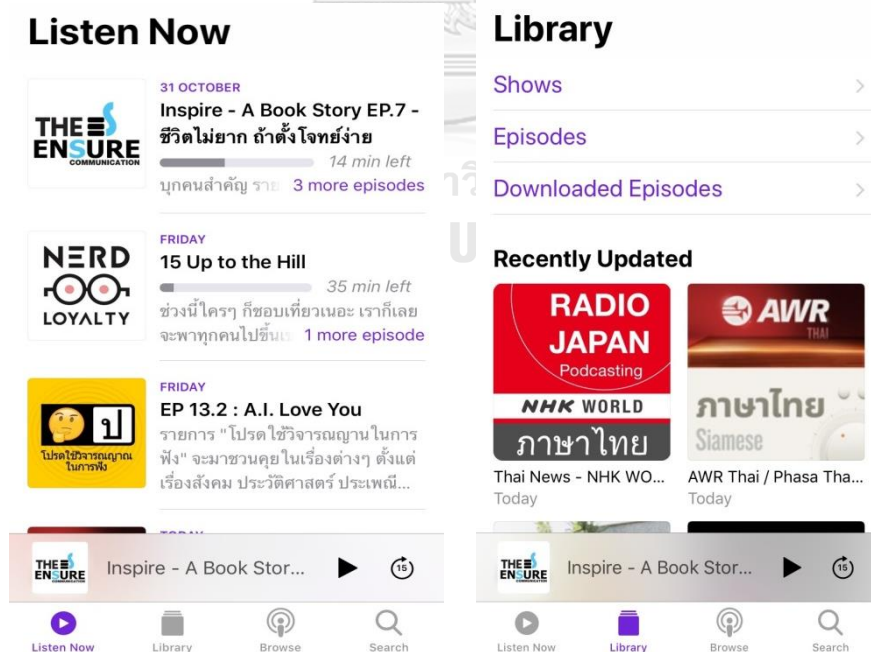
ภาพที่ 1.5 แอปพลิเคชันพ็อดคาสท์ (Podcast) ในหน้าแอปพลิเคชันแอปสโตร์ (App Store) บนโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟน ระบบ iOS

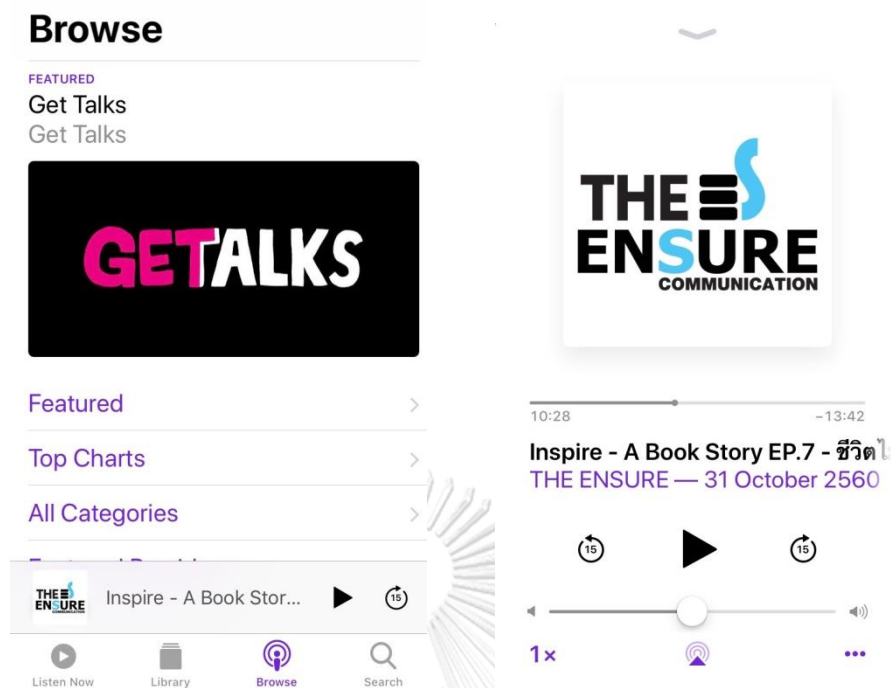


พ็อดคาสท์ (Podcast) อาจไม่ใช่คำใหม่ในวงการสื่อสารของโลก โดยบริษัทแอปเปิล จำกัด ทำการเปิดตัวพ็อดคาสท์ในปลายปี ค.ศ. 2004 (พ.ศ. 2547) ซึ่งผู้รับบริการสามารถฟังพ็อดคาสท์ผ่านแอปพลิเคชันไอจูน (iTunes) และเพียงปีเดียวเท่านั้น พจนานุกรมนิวออกฟอร์ดอเมริกัน (New Oxford American) ได้จัดให้คำว่า พ็อดคาสท์เป็นคำศัพท์ที่น่าสนใจแห่งปี ค.ศ. 2005 (พ.ศ. 2548) และต่อมามีการบัญญัติศัพท์พ็อดคาสท์พร้อมความหมายลงในพจนานุกรมออกฟอร์ด อเมริกัน (Oxford American) ฉบับที่ตีพิมพ์ในปี ค.ศ. 2006 (พ.ศ. 2549) เป็นต้นมา ต่อมามีการปรับเปลี่ยนความหมายของพ็อดคาสท์ตามเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างต่อเนื่อง จนปัจจุบันในปี พ.ศ. 2561 พจนานุกรมออกฟอร์ด อเมริกัน (Oxford American) ได้ให้ความหมายพ็อดคาสท์ ว่า “A

digital audio file made available on the Internet for downloading to a computer or mobile device, typically available as a series, new instalments of which can be received by subscribers automatically.” หมายถึง “ไฟล์เสียงดิจิทัลบนอินเทอร์เน็ต โดยทั่วไปมีลักษณะเป็นชุด (Series) และสามารถรับตอนใหม่ได้โดยอัตโนมัติเมื่อกดสมัครเพื่อรับตอนใหม่” โดยสำหรับประเทศไทยเริ่มรู้จักกับพ็อดคาสท์ ช่วงปลายปี พ.ศ. 2551 สามารถดาวน์โหลดฟังได้ทั้งในคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟน และเครื่องรับ mp3 โดยมีหลากหลายรายการ หลากหลายเนื้อหา เพื่อให้ผู้ฟังสามารถเลือกฟังได้ตามความชอบ และสามารถรับฟังได้ทุกเวลาเมื่อต้องการ ด้วยศักยภาพของพ็อดคาสท์ ปัจจุบันบริษัท แอปเปิล จำกัด ได้ติดตั้งพ็อดคาสท์เป็นแอปพลิเคชันหลักของผลิตภัณฑ์ในเครื่องของแอปเปิลที่ใช้งานผ่านระบบ iOS ทั้งหมด นอกจากนี้ โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟนในระบบอื่นๆ รวมถึงเว็บเบราว์เซอร์ ต่างเริ่มมีแอปพลิเคชันสำหรับรองรับการรับฟังพ็อดคาสท์ (Podcast Player) เพื่อตอบสนองความต้องการพ็อดคาสท์ของผู้บริโภคในปัจจุบัน

ภาพที่ 1.6 ตัวอย่างแอปพลิเคชันพ็อดคาสท์ (Podcast) บนโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟน ระบบ iOS





จากที่กล่าวมา เราสามารถสรุปประโยชน์ภาพรวมของพ็อดคาสท์ที่ทำให้ พ็อดคาสท์เริ่มกลายมาเป็นสื่อกระจายเสียงที่คนไทยให้ความสนใจ ดังนี้

1. พ็อดคาสท์ คือ การยกความบันเทิงทางด้านเสียงเพื่อให้บริการผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต
2. สามารถดาวน์โหลดพ็อดคาสท์ไว้ในโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟนเพื่อเก็บไว้ฟังแบบออฟไลน์ (Offline) ได้ ผู้บริโภคจึงรับฟังได้แม้ตอนที่ไม่มี การเชื่อมต่อ กับระบบอินเทอร์เน็ต
3. ไม่ต้องจดจ่ออยู่กับภาพ ไม่ต้องใช้ความตั้งใจในการฟังมาก ทำให้สามารถทำกิจกรรมอื่นๆ ควบคู่ขณะฟังพ็อดคาสท์ได้ เช่น ระหว่างขับรถ ออกกำลังกาย เป็นต้น
4. ไฟล์เสียงมีขนาดเล็ก จึงไม่ทำให้เปลืองอินเทอร์เน็ต (Grab it on a go)
5. เข้าถึงง่ายเพียงแค่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ก็สามารถฟังพ็อดคาสท์บนโทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟนได้
6. เนื้อหารายการพ็อดคาสท์มีมากมายหลากหลายให้เลือกรับฟัง ตั้งแต่เรื่องราวรอบตัวในชีวิตประจำวัน ข่าว เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม เทคโนโลยีต่างๆ และมีมากกว่า 100 ภาษา และมีการแบ่งประเภทรายการ (Category) ที่ชัดเจน ทำให้สามารถเจาะเลือก รับฟังเรื่องที่ตนเองสนใจได้
7. พ็อดคาสท์แต่ละช่องจะมีรายการคุณลักษณะเฉพาะตัว นำเสนอเรื่องราวเฉพาะกลุ่ม

8. สามารถสมัครรับการแจ้งเตือนตอนใหม่ได้ เช่น ถ้าเราชอบพ็อดคาสท์เรื่องใด เราสามารถกดติดตาม (Subscribed) เพื่อเชื่อมข้อมูล เมื่อพ็อดคาสท์นั้นมียุติตอนใหม่ออกมา จะแจ้งให้เรา เราได้ทราบก่อนใคร

ด้วยความสะดวกในการเข้าถึงเนื้อหารายการพ็อดคาสท์ รวมถึงการแพร่กระจายของเนื้อหาอย่างรวดเร็ว และมีความหลากหลายและกว้างขวาง ผู้ผลิตรายการอาจมีการนำเสนอเนื้อหาที่แฝงการโฆษณาหรือธุรกิจการค้า รวมถึงอาจมีการนำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในเรื่องพฤติกรรมความรุนแรง เรื่องทางเพศ หรือเรื่องการใช้ภาษาเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้เปิดรับเนื้อหารายการของตนเอง งานวิจัยของ ชนัญสรุ อรพน ฌ อยุธยา (2556) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า เนื้อหารายการที่อาจเป็นภัยในกิจการโทรทัศน์ ที่มีความเสี่ยงจะเกิดผลกระทบในเชิงลบต่ออารมณ์ ความคิด และการใช้เหตุผลของเด็กและเยาวชนที่เปิดรับ โดยมีขอบเขตที่เป็นสากลในการกำกับดูแล ได้แก่ เพศ ความรุนแรง การใช้ภาษาหยาบคายและการเลือกปฏิบัติ ซึ่งหากกล่าวในแง่มุมมองของการกำกับดูแลเนื้อหาที่ออกอากาศผ่านสื่อมวลชนดั้งเดิม ได้แก่ วิทยุ และโทรทัศน์ ปัจจุบันมีสำนักงาน กสทช. ทำหน้าที่ในการกำกับดูแลสื่อวิทยุและโทรทัศน์ โดยมีการออกประกาศ หลักเกณฑ์ต่างๆ เพื่อควบคุมเนื้อหารายการโทรทัศน์และวิทยุที่ไม่เหมาะสมแก่เด็กและเยาวชนที่เป็นกลุ่มที่อ่อนไหวต่อการเปิดรับสื่อมวลชน ได้แก่ “ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556” และ “ประกาศสำนักงาน กสทช. เรื่อง แนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์” ซึ่งเป็นไปตามที่ นที ศุกลรัตน์ รองประธาน กสทช. กล่าวว่า ความท้าทายในการกำกับดูแลในช่วงที่ผ่านมาของ กสทช. คือ การใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์ในการเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสม (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2560)

การจัดระดับความเหมาะสมของรายการ เป็นมาตรการกำกับดูแลเนื้อหารายการของ กสทช. มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนรายการโทรทัศน์ให้มีคุณภาพ ส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับเด็กและเยาวชน รวมถึงยังเป็นการป้องกันเด็กและเยาวชนจากการบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสมกับวัย โดยหนึ่งในหลักเกณฑ์การพิจารณาระดับความเหมาะสมของรายการ คือ พิจารณาจากเนื้อหาที่ควรมีการจำกัด โดยจะพิจารณาจากภาพ เสียง และเนื้อหาในรายการ ประกอบกับเจตนาในการผลิต และการจัดทำวัตถุประสงค์และวิธีการในการนำเสนอภาพ หรือเสียง น้ำหนักของการดำเนินเรื่อง รวมทั้ง มุมกล้องของการถ่ายทำ ที่ทำให้ผู้ชมรับรู้ในทางที่ไม่เหมาะสม และอาจมีผลต่อการพัฒนาค่านิยมและพฤติกรรมในด้านลบ โดยพิจารณาใน 3 ประเด็น คือ 1. พฤติกรรมและความรุนแรง 2. เรื่องทางเพศ และ 3. ภาษา (ประกาศสำนักงาน กสทช. เรื่อง แนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการ

โทรทัศนตามประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556, 2556) โดยเจตนาในการออกหลักเกณฑ์การจัดระดับความเหมาะสมของสำนักงาน กสทช. เพื่อป้องกัน และคุ้มครองเด็กและเยาวชนจากเนื้อหารายการที่ไม่เหมาะสม สอดคล้องกับที่ พนา ทองมีอาคม และคณะ (2559) ให้ความเห็นว่า การจัดลำดับและชนิดของเนื้อหา (Rating) เป็นมาตรการที่องค์กรกำกับสามารถนำมาร่วมใช้ได้ วิธีนี้เป็นการบอกหรือเตือนผู้ใช้สื่อให้รู้ล่วงหน้าว่ารายการที่จะรับชมมีเนื้อหาประเภทใด หรือมีระดับความรุนแรงเพียงไร มาตรการนี้ไม่ละเมิดสิทธิการแสดงออกที่รัฐธรรมนูญรองรับไว้ ดังนั้น การวิจัยในครั้งนี้ จึงจะนำหลักการพิจารณาความเหมาะสมตาม “ประกาศสำนักงาน กสทช. เรื่อง แนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศนตามประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556” มาใช้เทียบเคียงกับการพิจารณาความเหมาะสมของเนื้อหา รายการพ็อดคาสท์ในด้านพฤติกรรมและความรุนแรง เรื่องทางเพศ และการใช้ภาษา

จากที่กล่าวมาปัจจุบันประเทศไทยใช้มาตรการในการจัดระดับความเหมาะสมของเนื้อหารายการที่แพร่ภาพกระจายเสียง เพื่อการควบคุมเนื้อหารายการที่อาจมีเนื้อหาไม่เหมาะสมในสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์เท่านั้น และยังไม่มีการในการกำกับดูแลเนื้อหารายการที่ออกอากาศผ่านสื่อดิจิทัล หรือบริการโอทีที รวมถึงในพ็อดคาสท์ ดังนั้น การรู้เท่าทันสื่อ เป็นอีกทักษะที่จำเป็นของผู้บริโภคสื่อในปัจจุบัน เพื่อใช้เป็นภูมิคุ้มกันให้ตัวเองในการเสพสื่อและรับข้อมูลข่าวสารหรือเนื้อหารายการที่มีอยู่มากมายและปรากฏทั่วไปในสื่อออนไลน์อย่างชาญฉลาดและรู้เท่าทัน ซึ่ง พนม คลีฉายา (2559) ได้กำหนดนิยามรวมถึงกรอบการวัดการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลเอาไว้ว่า การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการเข้าถึงและรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อดิจิทัลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ความสามารถของบุคคลในการตระหนักรู้โดยใช้ความรู้ต่างๆ เพื่อทำความเข้าใจ วิเคราะห์ ประเมิน และวิพากษ์เนื้อหาจากสื่อดิจิทัล แล้วจัดเก็บเนื้อหาเหล่านั้นด้วยตนเอง โดยไม่หลงเชื่อ รับรู้ คิด หรือมีพฤติกรรมเป็นไปตามที่สื่อดิจิทัลกำหนด และสะสมเป็นความรู้เพื่อนำไปสู่พฤติกรรม และพัฒนาจนเกิดความเคยชิน และเป็นนิสัยการใช้และตอบสนองต่อสื่อดิจิทัล โดยไม่หลงไปตามที่สื่อชี้นำ โดยวัดได้จากความสามารถของบุคคล 4 ด้าน ได้แก่ 1. ความสามารถในการเข้าถึงสื่อพ็อดคาสท์ 2. ความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาสื่อพ็อดคาสท์ 3. ความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินเนื้อหาที่สนใจละเอียดในเรื่องธุรกิจการค้า เรื่องพฤติกรรมและความรุนแรง เรื่องเพศ และการใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม 4. การมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหาสื่อพ็อดคาสท์ ซึ่งหากผู้รับสารเป็นผู้ที่มีความรู้เท่าทันสื่อจะมีวิธีการจัดการกับสื่อและเนื้อหาต่างๆ ที่มีมากมาย สามารถต่อรองกับด้านลบและนำด้านบวกจากสื่อมาใช้งานได้ (รู้เท่าทันสื่อ, 2554)

ทุกวันนี้เราอยู่ในยุคที่ข้อมูลข่าวสารหลั่งไหลเข้ามาหาเราตั้งแต่ตื่นจนถึงเข้านอน ผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สอดคล้องกับรายงานผลการดำเนินงานประจำปี 2559 คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (2560) รายงานสภาพตลาดกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ว่า พฤติกรรมการรับสื่อของผู้บริโภคที่เข้าถึงสื่อผ่านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์แบบพกพามากขึ้น เพื่อเปิดรับสื่อออนไลน์ หรือบริการโอทีที แทนที่การรับชมรายการผ่านเครื่องรับโทรทัศน์แบบดั้งเดิม พ็อดคาสท์ เป็นอีกหนึ่งบริการที่แสดงให้เห็นถึงการปรับเปลี่ยนรูปแบบการกระจายเสียงจากวิทยุแบบดั้งเดิม เป็นอีกหนึ่งบริการโอทีที (OTT) ในประเทศไทยที่สามารถตอบโจทย์พฤติกรรมกรับสื่อของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป และปัจจุบันฐานผู้ฟังพ็อดคาสท์ (Podcast) เริ่มจะมีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ และอาจกลายเป็นสื่อที่มีอิทธิพลมากขึ้นอีกสื่อหนึ่งในอนาคตตามที่ สตีฟ จ๊อบส์ (Steve Jobs) ผู้บริหารสูงสุดของบริษัท แอปเปิล จำกัด ในขณะนั้น และเป็นผู้ให้กำเนิดผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าแอปเปิล (Apple) เคยกล่าวไว้ว่า “พ็อดคาสท์ คือเทคโนโลยีต่อไปของวิทยุกระจายเสียง และผู้ฟังสามารถสมัครเพื่อรับพ็อดคาสท์ได้โดยไม่เสียค่าบริการ และจะมีตอนออกใหม่ ตาวันไหลดอตโน้มนัดี้ ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต ส่งไปยังเครื่องคอมพิวเตอร์และไอพอด (iPod) ของผู้ฟัง” (Apple takes podcasting mainstream, 2005) ซึ่งพ็อดคาสท์ถือเป็นสื่อใหม่ หรือบริการโอทีทีที่ตามคำจำกัดความของ กสทช. ซึ่งปัจจุบันสื่อใหม่ ยังไม่มีการกำกับดูแลการประกอบกิจการสำหรับสื่อใหม่หรืออินเทอร์เน็ตที่ชัดเจน จึงทำให้ยังมีช่องว่างในการปกป้องประชาชนอยู่มาก

ดังนั้น ผู้วิจัยสนใจจะศึกษาเพื่อวิเคราะห์ความเหมาะสมของเนื้อหารายการพ็อดคาสท์ ในด้านพฤติกรรมและความรุนแรง เรื่องทางเพศ และการใช้ภาษา ตามหลักเกณฑ์การพิจารณาเนื้อหาที่ควรมีการจำกัด ตาม “ประกาศสำนักงาน กสทช. เรื่อง แนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์” ใน 3 ด้าน คือ 1. ด้านพฤติกรรมและความรุนแรง 2. เรื่องทางเพศ และ 3. ภาษาที่ใช้ รวมถึงศึกษาการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังรายการพ็อดคาสท์ใน 4 ด้าน ได้แก่ 1. ความสามารถในการเข้าถึงสื่อพ็อดคาสท์ 2. ความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาสื่อพ็อดคาสท์ 3. ความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินเนื้อหาที่จูงใจละไว้ในเรื่องธุรกิจการค้า เรื่องพฤติกรรมและความรุนแรง เรื่องเพศ และการใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม 4. การมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหาสื่อพ็อดคาสท์ โดยมีปัญหานำวิจัย ดังต่อไปนี้

ปัญหานำวิจัย

1. ความเหมาะสมของเนื้อหาด้านพฤติกรรมและความรุนแรง ด้านการใช้ภาษา และเรื่องทางเพศในรายการพ็อดคาสต์ เป็นอย่างไร
2. ผู้ฟังรายการพ็อดคาสต์มีการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลในรายการพ็อดคาสต์อย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่ออธิบายความเหมาะสมของเนื้อหาด้านพฤติกรรมและความรุนแรง ด้านการใช้ภาษา และเรื่องทางเพศในรายการพ็อดคาสต์
2. เพื่ออธิบายการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลในรายการพ็อดคาสต์ของผู้ฟังรายการ

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่ออธิบายความเหมาะสมของเนื้อหาด้านพฤติกรรมและความรุนแรง ด้านการใช้ภาษา และเรื่องทางเพศที่พบในรายการพ็อดคาสต์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ร่วมกับการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) จากรายการพ็อดคาสต์ประเภทไฟล์เสียง (Audio) ภาษาไทย ระหว่างเดือนธันวาคม 2560 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2561 จากแอปพลิเคชันพ็อดคาสต์บนโทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟนในระบบ iOS ประกอบกับอธิบายการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังพ็อดคาสต์ โดยใช้รูปแบบงานวิจัย คือ การสนทนากลุ่ม (Focus Group)

นิยามศัพท์

1. บริการโอทีที (Over The Top : OTT) หมายถึง บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอื่นที่ไม่ใช่โครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ หรือ การให้บริการ เว็บไซต์ หรือ แอปพลิเคชัน ที่ทำหน้าที่เผยแพร่เนื้อหารายการ ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตใดก็ได้ โดยที่ผู้ให้บริการไม่ต้องลงทุนในโครงข่ายสัญญาณโทรคมนาคมเอง ซึ่งประเภทการให้บริการโอทีที สามารถแบ่งได้ 3 รูปแบบ ดังนี้

1.1 แบ่งตามผู้ให้บริการโอทีที ได้แก่

1.1.1 บริการโอทีทีโดยผู้ใช้บริการผลิตขึ้นเอง (User Generated Content: UGC) หมายถึง ผู้ให้บริการโอทีทีที่เกิดขึ้นใหม่จากผู้ให้บริการรายบุคคล หรือกลุ่มบุคคลผลิตเนื้อหาขึ้น และ

อัปโหลดลงในแพลตฟอร์มโอทีที มีความเป็นอิสระและเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในเนื้อหารายการที่ตนเองผลิตขึ้น โดยผู้ให้บริการในลักษณะนี้จะไม่มีความเกี่ยวข้องกับผู้ผลิตเนื้อหารายเดิม

1.1.2 บริการโอทีทีโดยสื่อมวลชนดั้งเดิม (Mass Media Provider) หมายถึง ผู้ให้บริการโอทีทีที่เป็นผู้ให้บริการกระจายเสียงหรือสถานีวิทยุ หรือผู้ให้บริการโทรทัศน์ในระบบต่างๆ อยู่ก่อนแล้ว

1.1.3 บริการโอทีทีโดยผู้ให้บริการโทรคมนาคม (Telco Provider) หมายถึง ผู้ให้บริการโอทีทีที่เป็นผู้ให้บริการโทรคมนาคมรายเดิมในตลาด เป็นกลุ่มที่มีการถือครองเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์

1.1.4 บริการโอทีทีที่เกิดจากการรวมตัวระหว่างผู้ให้บริการรายเดิม (Collaborated Providers) หมายถึง ผู้ให้บริการโอทีทีที่เกิดจากการรวมตัวระหว่างผู้ให้บริการรายเดิมประเภทต่างๆ เข้าด้วยกัน

1.2 แบ่งตามวิธีการหารายได้จากบริการโอทีที ได้แก่

1.2.1 รูปแบบการหารายได้จากค่าบริการสมาชิก (Subscription Video on Demand: SVoD) หมายถึง การเก็บค่าบริการแบบรายเดือน หรือรายปี โดยสมาชิกสามารถรับเนื้อหาในบริการโอทีทีได้ตามระยะเวลาหรือข้อกำหนดสำหรับสมาชิก รวมถึงค่าบริการที่คิดเป็นรายครั้งที่รับบริการ หรือการเก็บค่าบริการในการเลือกซื้อหรือดาวน์โหลดไฟล์เนื้อหาสมาชิก

1.2.2 รูปแบบการหารายได้จากโฆษณา (Advertising-Based Video on Demand: AVoD) หมายถึง การหารายได้จากโฆษณาจากเจ้าของสินค้าหรือบริการ หรือบริษัทโฆษณา โดยที่ผู้ให้บริการโอทีทีไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงเนื้อหา

1.2.3 การให้บริการโอทีทีแบบไม่หารายได้ (OTT as a Feature) หมายถึง การให้บริการโอทีทีที่ไม่ได้มีจุดประสงค์ในการหารายได้ แต่ให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวก และเป็นการรักษาฐานลูกค้าเอาไว้

1.3 แบ่งตามเนื้อหาที่ให้บริการบนโอทีที ได้แก่

1.3.1 เนื้อหาสำหรับบุคคลทั่วไป (Mass Content) หมายถึง เนื้อหารายการที่ผู้บริโภคให้ความสนใจและติดตามเป็นจำนวนมาก โดยเนื้อหาจะเป็นภาษาประจำชาติ ภาษาอังกฤษ หรือภาษาอื่นใดที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่สามารถรับรู้ และเข้าใจได้ผ่านการฟัง

1.3.2 เนื้อหาที่เป็นที่สนใจเฉพาะกลุ่ม (Niche Content) หมายถึง เนื้อหารายการที่ผู้บริโภคให้ความสนใจเฉพาะกลุ่ม อาจอยู่ในภาษาอื่นนอกเหนือจากภาษาประจำชาติ หรือภาษาอังกฤษ หรือเนื้อหาที่ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมอื่นๆ ก็ได้

2. พ็อดคาสท์ หมายถึง การแพร่ภาพและกระจายเสียงด้วยไฟล์ดิจิทัลผ่านระบบ อินเทอร์เน็ตในลักษณะการพูดคุย เล่าเรื่อง สนทนา สัมภาษณ์ โดยมีความหลากหลายของเนื้อหา ผู้ใช้งานสามารถรับฟังเนื้อหารายการได้บนอุปกรณ์ที่รองรับ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ หรือ โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟน เครื่องเล่น mp3 เป็นต้น โดยไม่มีข้อจำกัดด้านระยะเวลาหรือสถานที่ ในการรับฟัง

3. ความเหมาะสมของรายการพ็อดคาสท์ หมายถึง การพิจารณาความเหมาะสมของ เนื้อหารายการพ็อดคาสท์ สามารถพิจารณาได้จากเสียงหรือเนื้อหาในรายการ และองค์ประกอบอื่นๆ ในรายการ ได้แก่ เสียงพูด น้ำเสียง อักษรวิธี สื่ภาพการพูด การสื่อความหมาย เสียงเพลง เสียง ประกอบ เจตนาในการผลิตเนื้อหา วิธีการนำเสนอเนื้อหา น้ำหนักของการดำเนินเรื่อง โดยพิจารณา ใน 3 ประเด็น ได้แก่

3.1 พฤติกรรมและความรุนแรง พิจารณาจากเสียงหรือเนื้อหารายการที่อาจทำให้เกิด การเรียนรู้ที่ไม่เหมาะสมในเรื่องพฤติกรรมที่รุนแรง หรือพฤติกรรมที่นำไปสู่ความรุนแรงและอันตราย ประกอบด้วย

3.1.1 การนำเสนอพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม หรือชักนำให้เกิดผลรุนแรงต่อจิตใจ ของผู้ฟังรายการพ็อดคาสท์ ทำให้เกิดความรู้สึก เช่น ความหดหู่ ความเศร้า ความเครียด ความ สะเทือนใจ สะเทือนขวัญอย่างรุนแรง หวาดกลัว วิตถก รวมถึงองค์ประกอบอื่นๆ ของรายการที่ทำให้ ผู้ชมตกใจกลัว ความน่าเกลียด สยดสยอง ขยะแขยง

3.1.2 การนำเสนอความรุนแรงที่กระทำต่อตนเอง บุคคลอื่น สิ่งมีชีวิตและวัตถุ

3.1.3 การนำเสนอการใช้อาวุธ ยาเสพติด ของมีเงินเมา การพนัน การค้าประเวณี การกระทำความผิดในรูปแบบต่างๆ รวมถึงเนื้อหาที่ขัดต่อศีลธรรม และความสงบสุขของสังคม

3.1.4 การนำเสนอที่ชักนำให้เกิดการอคติ การเลือกปฏิบัติอันนำมาซึ่งการต่อต้าน หรือล่วงละเมิดบุคคลหรือกลุ่มบุคคล การส่งเสริม การสร้างทัศนคติ ความเชื่อ การชักจูงใจให้เกิดการ ล่วงละเมิดหรือการต่อต้าน การดูหมิ่นเหยียดหยาม การลดทอนหรือการละเมิดศักดิ์ศรีความเป็น มนุษย์ ละเมิดสิทธิมนุษยชน การส่งเสริมหรือชักจูงให้เกิดการต่อต้าน ดูหมิ่น สร้างทัศนคติเชิงลบ การ ล้อเลียนให้เกิดความอายจนกลายเป็นตัวตลกในสังคม ในประเด็นต่างๆ เช่น เชื้อชาติ สัญชาติ ชาติพันธุ์ เพศ รสนิยมทางเพศ ชนชั้น สถานะ สภาพทางเศรษฐกิจ อายุ ศาสนา สีมืด โรคหรือภาวะ สุขภาพความพิการทั้งทางร่างกาย จิตใจ และสติปัญญา

3.2 เรื่องทางเพศ พิจารณาจากเสียงหรือเนื้อหารายการที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ไม่เหมาะสมในเรื่องทางเพศ ประกอบด้วย

3.2.1 บทสนทนาหรือคำพูดเกี่ยวกับการนำเสนอการแต่งกาย การแสดงออกทางเพศ ท่าทางหรือกิริยาที่ไม่เหมาะสมทางเพศ การล่วงละเมิดทางเพศ เนื้อหาทางเพศที่ล่อแหลม ส่งผลให้เกิดความรู้สึกทางเพศ ลามกอนาจาร

3.2.2 การสร้างค่านิยมเรื่องเพศที่ไม่เหมาะสมกับสังคมและวัฒนธรรมไทย และการสร้างทัศนคติทางลบเกี่ยวกับเนื้อหาทางเพศในทุกประเด็น เช่น การเหยียดเพศ เป็นต้น

3.3 การใช้ภาษา พิจารณาจากเสียงหรือเนื้อหารายการที่อาจทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ไม่เหมาะสมในเรื่องการใช้ภาษา ไวยากรณ์ ประกอบด้วย

3.3.1 การใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม ล่อแหลม หมิ่นเหม่ สื่อความหมายเชิงลบ

3.3.2 การใช้ภาษาที่ก้าวร้าว รุนแรง ดูหมิ่น นำมาซึ่งการลดทอนศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

3.3.3 การใช้ภาษาสแลง หยาบคาย

4. การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังรายการพ็อดคาสท์ หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการเข้าถึงและเปิดรับเนื้อหาในสื่อพ็อดคาสท์ สามารถทำความเข้าใจเนื้อหาอย่างแจ่มชัดทั้งความหมายโดยตรงและโดยนัย สามารถวิเคราะห์และประเมินผลกระทบด้านดีและความเสี่ยงภัยจากเนื้อหา มีความตระหนักรู้โดยไม่หลงเชื่อ คิด หรือแสดงพฤติกรรมไปตามที่สื่อกำหนด และสามารถพัฒนาจนเป็นความเคยชินในการตอบสนองต่อเนื้อหาโดยไม่หลงรับรู้อัตโนมัติ 4 ด้าน ได้แก่

4.1 ด้านความสามารถในการเข้าถึงพ็อดคาสท์ หมายถึง ความสามารถในการเปิดรับและเข้าถึงเนื้อหา สามารถควบคุมการใช้งาน สามารถค้นหาเนื้อหา สามารถเข้าถึงข้อมูล และนำมาใช้ในงานของตนเองได้

4.2 ด้านความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาพ็อดคาสท์ หมายถึง ความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหา สามารถใช้ความคิดในเชิงวิพากษ์เพื่ออธิบายถึงคุณภาพ ความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือของเนื้อหาหรือมุมมองของผู้ผลิตเนื้อหา สามารถทำความเข้าใจเนื้อหาอย่างแจ่มชัดทั้งทางตรงและโดยนัย เข้าใจหน้าที่ของภาษาที่ใช้ในสื่อ เข้าใจว่าเนื้อหาที่ผลิตขึ้นมีวัตถุประสงค์อย่างไร และตระหนักรู้ว่าสื่อสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และเลือกส่งเนื้อหาไปยังกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มได้

4.3 ด้านความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินมุมมองหรือเนื้อหาที่จูงใจละไว้ หมายถึง ความสามารถในการประเมินผลกระทบด้านดี และด้านความเสี่ยงภัยของเนื้อหาในเรื่อง ธุรกิจการค้า เรื่องพฤติกรรมและความรุนแรง เรื่องทางเพศ และการใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม โดยสามารถนำหลักความรับผิดชอบและจริยธรรมไปจัดการกับเนื้อหาได้

4.4 ด้านการมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหาพ็อดคาสท์ หมายถึง การไม่หลงรับรู้อหรือเชื่อไปตามที่สื่อกำหนด และไม่แสดงพฤติกรรมไปตามที่สื่อกำหนด สามารถพัฒนาจนเป็นความเคยชินหรือสร้างเป็นประสบการณ์ชีวิตในการตอบสนองต่อเนื้อหาโดยไม่หลงรับรู้อไปตามสื่อ

5. ประเภทรายการ หมายถึง การจำแนกลักษณะและองค์ประกอบต่างๆ ของรายการ ได้แก่ แก่นเรื่อง เนื้อเรื่อง โครงเรื่อง อารมณ์ เสียง ของรายการพ็อดคาสท์ แบ่งได้ 17 ประเภท ได้แก่

5.1 รายการข่าวสาร หมายถึง รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ปัจจุบัน หรือข้อเท็จจริงที่เป็นประเด็นสาธารณะ และเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ประเด็นที่มีความเห็นโต้แย้งกันในสังคม ประเด็นทางการเมืองทั้งในระดับชาติและในระดับท้องถิ่น ประเด็นที่เกี่ยวกับนโยบายสาธารณะ โดยไม่รวมเนื้อหาที่เป็นเรื่องบันเทิง

5.2 รายการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการปกครองในระบอบประชาธิปไตย หมายถึง รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างและส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบการปกครอง และระบบสังคมที่ให้หลักประกันพื้นฐานสำหรับสิทธิเสรีภาพในด้านต่างๆ การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ธรรมชาติขององค์กรภาครัฐและองค์กรอิสระ และการสร้างความเท่าเทียมในสังคม

5.3 รายการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม หมายถึง รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมการศึกษา ค่านิยม การประพฤติปฏิบัติที่ดีงามและสำนึกเกี่ยวกับความถูกต้องบนบรรทัดฐานและมาตรฐานทางพฤติกรรมที่เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับของสังคม ส่งเสริมการสร้างสรรค์ผลงานด้วยฝีมือและทักษะเฉพาะ ส่งเสริมวิถีการดำเนินชีวิตและการแสดงออกผ่านภาษา ดนตรี วรรณกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม การละครการแสดงพื้นบ้านและวัฒนธรรม นิยม เป็นต้น

5.4 รายการให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม หมายถึง รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการในการจัดสรรทรัพยากร การผลิต การจำหน่ายแจก การบริโภค และการใช้สอยสิ่งต่างๆ ในสังคม ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและกลุ่มคนในสังคม ความเปลี่ยนแปลงทางสังคม การสร้างความพร้อมและเสริมศักยภาพให้คนในสังคม ทั้งในด้านสุขภาพอนามัย การศึกษา จิตใจ คุณธรรม การประกอบอาชีพ และการให้ความสำคัญและตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ

5.5 รายการเด็กและเยาวชน หมายถึง รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพัฒนาเด็กและเยาวชนในระบบวิถีคิด ความรู้เรื่องวิชาการและศาสตร์สาขาต่างๆ พัฒนาด้านคุณธรรมจริยธรรม การเรียนรู้เกี่ยวกับทักษะชีวิต การเรียนรู้ ยอมรับ เข้าใจ และชื่นชมในความหลากหลายของสังคม การพัฒนาความสัมพันธ์ของคนในครอบครัวและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งต้องไม่มีเนื้อหาที่แสดงออกถึงพฤติกรรมด้านความรุนแรง เรื่องทางเพศ และภาษา

5.6 รายการท้องถิ่น หมายถึง รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อแสดงให้เห็นพัฒนาการและความสามารถรวมถึงศักยภาพของท้องถิ่น เปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นได้แสดงออก และอนุรักษ์และพัฒนาศิลปะ วัฒนธรรมท้องถิ่น ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมด้านต่าง ๆ ของท้องถิ่น รวมทั้งการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับท้องถิ่น และการนำประเด็นปัญหาในท้องถิ่นมาถกเถียงเพื่อหาทางออก

5.7 รายการวิทยาศาสตร์และสุขภาพ หมายถึง รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ในธรรมชาติ กระบวนการที่อธิบายปรากฏการณ์ต่าง ๆ ด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ การใช้เหตุผลและการตรวจสอบอย่างเป็นระบบ เทคโนโลยี นวัตกรรม การเสริมสร้างภาวะที่สมบูรณ์ทั้งทางร่างกายและจิตใจของคนในสังคม ตลอดจนการสร้างสิ่งแวดล้อม

5.8 รายการกีฬา หมายถึง รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับกีฬา ส่งเสริม พัฒนาการเล่นกีฬาและการออกกำลังกาย เพื่อสุขภาพที่ดีรวมทั้งส่งเสริมการมีน้ำใจนักกีฬาและการเคารพกติกา และให้รวมถึงรายการถ่ายทอดกีฬาและรายการปกิณกะเกี่ยวกับกีฬา

5.9 รายการข่าวสารและบันเทิง หมายถึง รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเสนอเนื้อหาที่ผสมผสานกันระหว่างรายการข่าวสารและรายการที่ให้ความเพลิดเพลิน รายการที่เป็นประเด็นที่ประชาชนสนใจ เช่น ข่าวดาราดารา ข่าวบันเทิง เป็นต้น

5.10 รายการบันเทิง หมายถึง รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อความสำราญ ความเพลิดเพลิน ความพึงพอใจแก่ผู้รับชม โดยไม่รวมถึงรายการที่ขายสินค้าและบริการ

5.11 รายการพิเศษ หมายถึง รายการที่ไม่ได้ปรากฏในผังรายการตามปกติ อาจเป็นการสร้างขึ้น หรือถ่ายทอดจากเหตุการณ์จริง หรืออาจเป็นรายการที่เป็นวาระไม่ต่อเนื่อง

5.12 รายการเพลง หมายถึง รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเสนอภาพและเสียงอันเกิดจากเครื่องดนตรี เสียงร้องในจังหวะ ทำนอง และการเรียบเรียงที่แสดงออกถึงสุนทรียภาพและอารมณ์

5.13 รายการภาพยนตร์ หมายถึง รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเสนอภาพและเสียง หรือภาพเพียงอย่างเดียว ซึ่งนำมาฉายให้เห็นเป็นภาพเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง เป็นการถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ หรือเป็นการแสดงหรือสร้างขึ้นจากจินตนาการของผู้สร้างก็ได้

5.14 รายการตลก หมายถึง รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเสนอเนื้อหาอันน่าขบขัน ชวนหัว และเบาสมอง

5.15 รายการละคร หมายถึง รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเสนอเรื่องราวผ่านตัวละคร ที่มีความสัมพันธ์ ความขัดแย้ง และธรรมชาติของมนุษย์ โดยใช้การแสดงและมีบทสนทนา

5.16 รายการภาพยนตร์สารคดี หมายถึง รายการภาพยนตร์ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจ เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เป็นข้อเท็จจริง หรือประวัติศาสตร์ โดยอาศัยแหล่งข้อมูลที่สามารถตรวจสอบความน่าเชื่อถือได้

5.17 รายการประเภทบริการสาธารณะ หมายถึง รายการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้สาธารณชนประโยชน์แก่ประชาชนและสังคม ให้มีความสงบ มีความสุข และเสมอภาค โดยรูปแบบรายการนิยมนำเสนอแบบประกาศแจ้งความ การให้ความรู้ ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น ประกาศทางราชการ ประกาศที่เกี่ยวกับสาธารณชนประโยชน์ เป็นต้น

6. รูปแบบรายการ หมายถึง แนวทางมาตรฐานที่กำหนดเทคนิคหรือวิธีการนำเสนอรายการวิทยุกระจายเสียงประเภทต่างๆ เพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซากจำเจ และสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ฟังไว้ให้ได้มากที่สุด แบ่งได้ 14 รูปแบบ ได้แก่

6.1 รายการที่มีผู้ดำเนินรายการคนเดียว (Straight talk program) หมายถึง รายการที่มีผู้ดำเนินรายการเพียงคนเดียวพูดคุยกับผู้ฟัง นำเรื่องราวต่างๆ ผ่านการเล่าหรือพูดคุยกับผู้ฟังโดยตรง มีความเป็นธรรมชาติ และกันเอง ไม่มีบทที่เขียนเตรียมไว้

6.2 รายการสนทนา (Conversational program) หมายถึง รายการที่มีการพูดคุยของผู้ร่วมรายการตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป และการกำหนดประเด็นที่จะใช้สนทนาไว้ก่อนแล้ว โดยมีคนหนึ่งเป็นผู้ดำเนินการสนทนา และคอยควบคุมการสนทนาให้อยู่ภายใต้ขอบเขตที่กำหนด โดยทั้ง 2 ฝ่ายจะมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

6.3 รายการสัมภาษณ์ (Interview program) หมายถึง รายการที่มีผู้ร่วมรายการตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ประกอบด้วยผู้สัมภาษณ์ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ตั้งคำถาม และผู้ถูกสัมภาษณ์จะเป็นผู้ตอบคำถาม โดยผู้สัมภาษณ์จะต้องคอยป้อนคำถามให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ให้ได้มากที่สุด โดยสามารถถามเพิ่มเติมเพื่อให้เข้าใจยิ่งขึ้นได้ แต่ต้องไม่สอดแทรกความคิดเห็นส่วนตัว

6.4 รายการอภิปราย (Discussion program) หมายถึง รายการที่มีผู้ร่วมรายการหลายคน แต่ไม่ควรเกิน 5 คน วัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ฟังได้รับฟังความคิดเห็นที่หลากหลายของบุคคลต่างๆ ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ในเรื่องที่อยู่ในความสนใจของผู้ฟัง ส่วนมากจะเป็นประเด็นขัดแย้ง และเป็นข้อโต้เถียงของคนในสังคม อาจเป็นการเชิญบุคคลมาร่วม โดยผู้ดำเนินรายการจะทำหน้าที่ในการอภิปราย ควบคุมให้รายการดำเนินไปตามแนวทางที่วางไว้

6.5 รายการบรรยาย หมายถึง การใช้เสียงเดียว โดยเป็นการพูดจากนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆ และรายการส่วนใหญ่จะเป็นรายการเพื่อการศึกษา

6.6 รายการบทความ (Straight program) หมายถึง รายการที่ผู้ดำเนินรายการใช้เสียงเดียวตลอดรายการ เน้นให้ความรู้แก่ผู้ฟังโดยตรง มีลักษณะค่อนข้างเป็นทางการ อาจเป็นรายการเดี่ยว หรือแทรกอยู่ในรายการรูปแบบอื่นๆ ก็ได้ ไม่มีการเปิดดนตรีหรือการค้นรายการ

6.7 รายการสารคดี (Documentary or Feature program) หมายถึง รายการที่ให้ความรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งลึกลงไปเพียงเรื่องเดียว โดยต้องเป็นเรื่องจริงหรืออ้างอิงจากของจริง และนำเสนอในหลายแง่มุม ใช้เสียงหลากหลายเสียง เช่น เสียงพูด เสียงดนตรี เสียงประกอบผสมผสานกัน

6.8 รายการนิตยสารทางอากาศ (Magazine program) หมายถึง รายการที่ประกอบด้วยเรื่องหลายเรื่องในรายการเดียวกัน โดยผู้ดำเนินรายการจะพูดเพื่อเชื่อมโยงแต่ละเรื่องให้เกี่ยวเนื่องกันไปตลอดทั้งรายการ โดยใช้วิธีการนำเสนอที่หลากหลาย เช่น บทความ สัมภาษณ์ สารคดี ละคร สนทนา เป็นต้น

6.9 รายการเพลง (Music program) หมายถึง การเสนอเสียงดนตรีและเสียงเพลง มีหลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ของสถานีและผู้ดำเนินรายการ

6.10 รายการข่าว (News program) หมายถึง รายการที่นำเสนอเหตุการณ์สำคัญ แบ่งเป็นประเภทต่างๆ เช่น ข่าวการเมือง ข่าวกีฬา ข่าวนันทนาการ ข่าวสังคม ข่าวเศรษฐกิจ เป็นต้น โดยสามารถใช้วิธีการนำเสนอได้หลากหลายรูปแบบ

6.10.1 การอ่านข่าว หมายถึง การอ่านข่าวจากบทข่าวที่มีการเรียบเรียงขึ้น โดยผู้อ่านหรือผู้ประกาศข่าวต้องทำการซักซ้อม ศึกษา ทำความเข้าใจข่าวนั้นๆ โดยการอ่านข่าวต้องใช้ น้ำเสียงที่มีความเหมาะสม น่าเชื่อถือ และน่าฟัง

6.10.2 การรายงานข่าว หมายถึง การรายงานข่าวที่มีการติดต่อเสียงจริงที่เกี่ยวข้องกับข่าวมาประกอบการรายงานข่าว

6.10.3 การวิเคราะห์ข่าว หมายถึง การรายงานข่าวให้ผู้ฟังได้รับรู้ถึงเบื้องหน้า เบื้องหลัง ผลกระทบที่เกิดขึ้นเป็นสำคัญ

6.10.4 นิวส์ทอล์ก หมายถึง การรายงานข่าวจากหน้าหนังสือพิมพ์ โดยการนำมาคุยเป็นข่าว หรือเล่าข่าว โดยจะเน้นที่ข่าวต่างๆ ไป โดยสามารถเชิญผู้ที่เกี่ยวข้องในข่าวมาร่วมสนทนาด้วยก็ได้

6.11 รายการตอบปัญหา (Quiz program) หมายถึง รายการตอบปัญหาทางวิทยุกระจายเสียง มักใช้วิธีการตอบปัญหาทางโทรศัพท์ อาจเป็นการตั้งคำถามให้ผู้ฟังร่วมตอบ และมีการแจกรางวัลร่วมด้วย

6.12 รายการละครวิทยุ (Music program) หมายถึง รายการที่มีการแสดงบทบาทสมมติตามเนื้อเรื่องที่มีบท โดยใช้ศิลปะการใช้เสียง 3 เสียง ได้แก่ เสียงพูด เสียงดนตรี และเสียงประกอบ เพื่อช่วยสร้างอารมณ์และความรู้สึกให้ผู้ฟังได้สมจริงมากขึ้น

6.13 รายการปักษิณกะ (Variety program) หมายถึง รายการที่มีการนำเสนอในรูปแบบต่างๆ มารวมกันอยู่ในรายการเดียว หรือมีหลายเรื่อง คล้ายกับรายการนิตยสาร แต่จะไม่มี การเชื่อมโยงแต่ละเรื่องให้เป็นเรื่องเดียว จะเป็นลักษณะผสมปนเปกันไป โดยจะมุ่งเน้นความบันเทิงเป็นหลัก

6.14 รายการสารละคร (Docu-drama program) หมายถึง รายการที่ให้ความรู้ไปพร้อมกับความบันเทิง โดยมีตัวละครเป็นตัวนำเข้าสู่เรื่องที่เป็นความรู้ ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องที่เข้าใจยาก จึงนิยมสร้างเป็นละคร

7. วิธีการนำเสนอรายการ หมายถึง คือ วิธีการนำเสนอเนื้อหา เรื่องราว สารต่างๆ มาประกอบกันเข้าเป็นรายการกระจายเสียง โดยมีการจัดลำดับเนื้อหาให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้ฟัง ด้วยลีลาการพูด น้ำเสียง เสียงเพลง และเสียงประกอบที่เหมาะสมกับรูปแบบของรายการ เพื่อให้รายการเป็นที่น่าสนใจ ไม่น่าเบื่อ และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของรายการ แต่ยังคงมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทั้งในแง่ของเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับประเภทการให้บริการโอทีทีของพีดคาสท์ ประเภทรายการพีดคาสท์ และรูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการพีดคาสท์ของประเทศไทย รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับความเหมาะสมของเนื้อหารายการบนพีดคาสท์ในด้านพฤติกรรมและความรุนแรง เรื่องทางเพศ และการใช้ภาษา
2. ได้ข้อมูลเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังพีดคาสท์เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดแนวทาง แผนนโยบาย และหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลสื่อพีดคาสท์ ซึ่งเป็นบริการโอทีทีในประเทศไทยต่อไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังรายการพ็อดคาสต์” ผู้วิจัยจะอิงกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอื่นที่ไม่ใช่โครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ (Over The Top) หรือ โอทีที (OTT) รวมถึงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อโทรคมนาคม สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อวิทยุกระจายเสียง เพื่อใช้เป็นกรอบในการศึกษา ลักษณะการให้บริการของพ็อดคาสต์ (Podcast) ประเภทรายการ รูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการ ความเหมาะสมของรายการ รวมถึงการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังรายการพ็อดคาสต์ โดยมีรายละเอียด แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับบริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอื่นที่ไม่ใช่โครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ (Over The Top: OTT)
2. แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง
3. แนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งประเภท รูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการวิทยุกระจายเสียง
4. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดระดับความเหมาะสมของรายการวิทยุกระจายเสียง
5. แนวทางการกำกับดูแลเนื้อหาบนสื่อออนไลน์
6. แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอื่นที่ไม่ใช่โครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ (Over The Top: OTT)

บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอื่นที่ไม่ใช่โครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ (Over The Top) หรือ โอทีที (OTT) หมายถึง การให้บริการ เว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชัน ที่ทำหน้าที่ส่งเนื้อหารายการไปสู่ผู้รับบริการปลายทางผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตใดก็ได้ (สภาพการแข่งขันและแนวทางการกำกับดูแลกิจการ Over The Top : OTT, 2560) ตามนิยามของ Federal Communication Commission (FCC) หรือ คณะกรรมการกลางกำกับดูแลกิจการสื่อสารของสหรัฐอเมริกา ได้จำแนกการให้บริการโอทีทีที่เป็นแพลตฟอร์มรูปแบบหนึ่งของการให้บริการของกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ กล่าวคือ เป็นการบริการแบบวีดีโอออนไลน์ หรือบริการสื่อสารแพรภาพ และเสียงผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต อาจกล่าวได้ว่าบริการโอทีทีเป็นการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต โดยที่ผู้ให้บริการไม่ต้องลงทุนในโครงข่ายสัญญาณโทรคมนาคมเอง เป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ที่กำลังมีบทบาทสำคัญในยุคปัจจุบัน โดยโครงสร้างและหลักการพื้นฐานของระบบโอทีทีเป็นการรวบรวมและผสมผสานของเทคโนโลยีโครงข่ายระบบสื่อสารโทรคมนาคมระบบอินเทอร์เน็ต และกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ซึ่งมีโครงสร้างพื้นฐาน ดังนี้

ระบบสื่อสารโทรคมนาคม (Telecommunication)

ระบบการสื่อสารโทรคมนาคม เกิดจากความต้องการติดต่อสื่อสารของมนุษย์ จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งในระยะไกล เพื่อให้ได้รับรู้ข้อมูล ข่าวสาร ที่ผู้ส่งสารต้องการส่งออกไปยังผู้รับสาร ปลายทาง มนุษย์จึงประดิษฐ์คิดค้นวิธีการส่งข้อมูล ข่าวสารให้ได้รวดเร็ว เริ่มตั้งแต่ใช้มนุษย์เองเป็นผู้ส่งสาร ต่อมาจึงเริ่มใช้สัตว์เป็นพาหนะในการนำส่งสาร ต่อมาจึงเริ่มคิดค้นการใช้สัญลักษณ์ต่างๆ แทนการส่งสาร เช่น การส่งสัญญาณควัน การส่งสัญญาณเสียง ตามลำดับ จนมีการพัฒนาด้วยการนำสื่อที่สร้างได้จากธรรมชาติ ที่อยู่บนพื้นฐานของการสื่อสารเชิงแสง เรียกว่า ระบบสัญลักษณ์เชิงแสง (Semaphore) ซึ่งถือเป็นการสื่อสารโทรคมนาคมระบบแรกของโลก

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ให้นิยาม “โทรคมนาคม หมายถึง การส่ง การกระจาย หรือการรับภาพ เครื่องหมาย สัญญาณ ข้อเขียน เสียง หรือการทำให้เข้าใจด้วยวิธีใดๆ โดยอาศัยระบบสาย วิทยุสื่อสาร หรือระบบแม่เหล็กไฟฟ้าอื่นๆ” นอกจากนี้หน่วยงานระหว่างประเทศที่มีบทบาทหน้าที่หลักในการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศในด้านการติดต่อสื่อสารโทรคมนาคม และกำหนดมาตรฐานเทคโนโลยีด้านโทรคมนาคมและคลื่นความถี่ระหว่างประเทศ (คลังความรู้ สทศอ., 2557) หรือ สหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (International Telecommunication Union: ITU) กำหนดความหมายของโทรคมนาคม หมายถึง “any

transmission, emission, or reception of signs, writings, images, and sounds; or intelligences of any nature by wire, radio, visual, or other electromagnetic system” หมายถึง การส่งแพร่กระจาย การรับสัญญาณ ข้อความ รูปภาพ และเสียง หรือกระบวนการที่คิดค้นขึ้นเพื่อการใช้งานสายส่ง คลื่นวิทยุ การมองเห็น หรือระบบทางแม่เหล็กไฟฟ้า

ระบบอินเทอร์เน็ต (Internet)

ระบบอินเทอร์เน็ต เป็นการเชื่อมโยงเครือข่ายคอมพิวเตอร์อย่างน้อย 2 เครื่องเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดการสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลโดยใช้เครือข่ายที่เป็นมาตรฐานเดียวกันเป็นตัวเชื่อมโยง นับว่าเป็นส่วนหนึ่งของพัฒนาการความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคม ช่วยให้มนุษย์สามารถติดต่อ สื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลถึงกันได้แม้ว่าจะอยู่ห่างไกลกัน การเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วของอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ตอบสนองผู้บริโภคด้านการสื่อสารโทรคมนาคมมากมาย รวมถึงการนำมาใช้ในการเชื่อมต่อเพื่อนำส่งข้อมูลจากสื่อกระจายเสียงและสื่อโทรทัศน์ไปยังผู้บริโภคอีกด้วย

องค์ประกอบหลักของเทคโนโลยีที่เป็นพื้นฐานของอินเทอร์เน็ต ได้แก่ การสื่อสารระหว่างกันโดยใช้ 1. ทีซีพี (Transmission Control Protocol: TCP) และไอพี (Internet Protocol: IP) รวมเรียกว่า ทีซีพี ไอพี (TCP/IP) 2. แพ็กเก็ต (Packet Switching Network)

1. ทีซีพี ไอพี (Transmission Control Protocol / Internet Protocol TCP : TCP/IP) เป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับแบ่งข้อมูลออกมาเป็นแพ็กเก็ต โดยทีซีพี (TCP) ทำหน้าที่เป็นมาตรฐานการแบ่งข้อมูลออกเป็นแพ็กเก็ต และคอยตรวจสอบว่าแต่ละแพ็กเก็ตมีการนำส่งข้อมูลถึงปลายทางรอบแล้วหรือไม่ จากนั้นไอพี (IP) จะทำหน้าที่ในการนำแพ็กเก็ตจากเครื่องคอมพิวเตอร์ต้นทาง ไปส่งยังเครื่องคอมพิวเตอร์ปลายทาง

2. แพ็กเก็ต (Packet Switching Network) การทำงาน คือ ข้อมูลจะถูกแปลงออกมาเป็นสัญญาณดิจิทัล จากนั้นจะมีการแบ่งข้อมูลออกเป็นส่วนเล็กๆ ที่มีขนาดเท่ากันหมด เรียกว่า แพ็กเก็ต (Packet) โดยแต่ละแพ็กเก็ต จะถูกส่งไปยังเส้นทางต่างๆ และจะถูกรวมเป็นข้อมูลส่วนเดียวกันที่ปลายทาง โดยขนาดของแพ็กเก็ตขึ้นอยู่กับประเภทของเครือข่าย

บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอื่นที่ไม่ใช่โครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ (Over The Top)

ที่ประชุมคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. นัดพิเศษ ครั้งที่ 2/2560 เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2560 ได้มีมติกำหนดให้ “บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอื่นที่ไม่ใช่โครงข่ายกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ (Over

The Top) หรือ โอทีที (OTT) เป็นกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์” ซึ่งต้องมีการกำกับดูแล เช่นเดียวกับกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์แบบทั่วไป โดยให้ผู้บริการโอทีทีต้องปฏิบัติตาม หมายความว่าด้วยการประกอบกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ หลักเกณฑ์ และเงื่อนไขของการ บริหารเช่นเดียวกับผู้รับใบอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ที่ไม่ใช้คลื่นความถี่

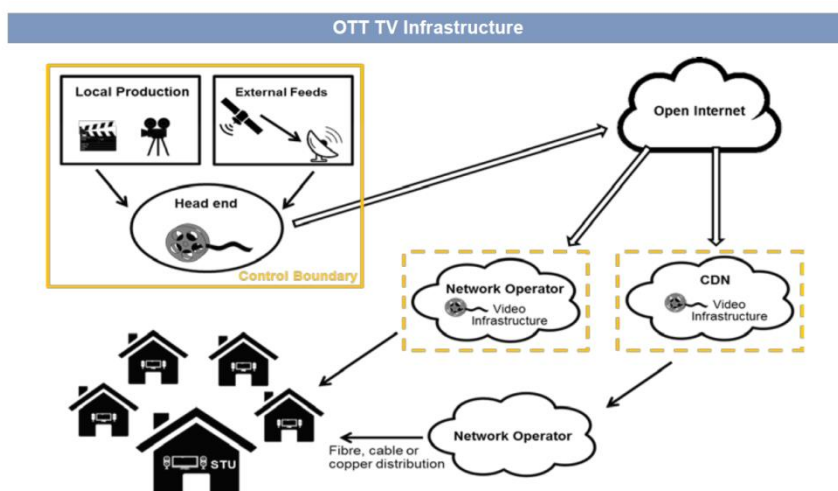
บริการโอทีที (OTT) เป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน ที่มี พฤติกรรมการรับสื่อกระจายเสียงและสื่อโทรทัศน์ที่เปลี่ยนไป ประกอบกับ ผู้ให้บริการกระจายเสียง และโทรทัศน์ต้องการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่นๆ ทำให้เกิดเป็นบริการรูปแบบใหม่ที่ เรียกว่า บริการโอทีที ซึ่งอาศัยเพียงเทคโนโลยีโทรคมนาคม โดยการเชื่อมต่อด้วยเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ตที่มีความก้าวหน้าและมีการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง ก็ทำให้ผู้บริโภคสามารถรับชมรายการ ทางวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ได้ทุกที่ ทุกเวลาที่ต้องการ โดยบริการโอทีทีเกิดจากการหลอม รวมกันระหว่างกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ซึ่งเป็นสองเทคโนโลยีที่มี ลักษณะทางเทคนิคต่างกันมาก โดยกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์เป็นการส่งภาพและเสียงใน ปริมาณมากไปยังสาธารณะและเป็นการสื่อสารทางเดียว (one-way communication) ในขณะที่ กิจการโทรคมนาคมเป็นการสื่อสารสองทาง (two-way communication) เป็นการส่งข้อมูลข่าวสาร ระหว่างบุคคล ที่ไม่ได้เน้นการส่งข้อมูลในปริมาณมาก แต่ผู้ใช้บริการสามารถส่งข้อมูลกลับมายัง โครข่ายได้ (รายงานหลักสูตร Over the Top (OTT) Services & System สำนักงาน กสทช., 2560)

โครงสร้างพื้นฐานของระบบโอทีที

จากภาพที่ 2.1 แสดงโครงสร้างพื้นฐานของระบบโอทีที โดยผู้ให้บริการโอทีทีมีขอบเขต การควบคุม (Control Boundary) เฉพาะส่วนของเนื้อหาและส่วนของระบบอุปกรณ์รวมระบบต้น ทาง (Head end) เท่านั้น โดยส่วนของเนื้อหาที่มาจาก 2 ช่องทาง ได้แก่ 1. จากการผลิตเนื้อหาขึ้น เอง (Local Production) 2. การนำเนื้อหาจากแหล่งอื่น (External Feeds) โดยมีหลักการทำงาน คือ เนื้อหาทั้งหมดจะถูกนำมารวมไว้ที่ Head end เพื่อแปลงสัญญาณที่รับเข้ามาเพื่อจัดเรียงเนื้อหา ทั้งหมดใหม่ จากนั้นผู้ให้บริการโอทีทีจะทำการส่งเนื้อหาที่จัดเรียงเรียบร้อยแล้วขึ้นไปบนระบบ อินเทอร์เน็ตโครงข่ายใดก็ได้ (Open Internet) เพื่อส่งเนื้อหาดังกล่าวไปยังผู้ใช้บริการ จากนั้นเนื้อหา ต่างๆ จะถูกส่งต่อไปเก็บไว้ที่ Video Infrastructure ของผู้ให้บริการโครงข่ายอินเทอร์เน็ตต่างๆ โดย ผู้ใช้บริการปลายทางสามารถเข้าไปรับชมได้ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตที่ตนเองใช้อยู่ (Unmanaged Network) ซึ่งข้อดีของโครงข่ายดังกล่าว คือ ผู้ให้บริการโอทีทีไม่ต้องลงทุนสร้างระบบโครงข่ายเพื่อส่ง สัญญาณเอง แต่ข้อเสีย คือ ผู้ให้บริการโอทีทีสามารถควบคุมคุณภาพของบริการโอทีทีของตนเองได้ ในกรณีที่มีผู้เข้ารับบริการเนื้อหาเป็นจำนวนมาก คุณภาพความคมชัดของเนื้อหาอาจลดลง ความเร็ว

อาจช้าลงและไม่ราบรื่น จึงทำให้ผู้ให้บริการโอทีทีที่แก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยการลงทุนในการติดตั้งจุดพักสัญญาณ (Content Delivery Network: CDN) ไว้บริเวณต่างๆ ที่ใกล้กับผู้บริโภค เพื่อรักษาคุณภาพของเนื้อหาบริการโอทีทีของตน และช่วยลดภาระจากการใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้ให้บริการโครงข่ายรายอื่นๆ

ภาพที่ 2.1 โครงสร้างพื้นฐานของโอทีที (OTT)



ที่มา: รายงานหลักสูตร Over the Top (OTT) Services & System สำนักงาน กสทช., 2560

การแบ่งประเภทบริการโอทีที

จากรายงานหลักสูตร Over the Top (OTT) Services & System ของสำนักงาน กสทช. และบริษัท ไทม์ คอนซัลติ้ง จำกัด (2560) ได้กล่าวถึงการแบ่งประเภทของบริการโอทีที (OTT) ประเภทกิจการโทรทัศน์ไว้ 3 รูปแบบ ดังนี้

1. แบ่งตามผู้ให้บริการโอทีที โดยใช้เกณฑ์ต้นกำเนิดของผู้ให้บริการเป็นหลักเกณฑ์ในการแบ่งประเภท ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 6 ประเภท ได้แก่

1.1 บริการโอทีทีโดยผู้ให้บริการรายใหม่ (Independent OTT TV Provider) คือ ผู้ให้บริการโอทีทีที่เกิดขึ้นใหม่ มีความเป็นอิสระ และไม่ได้มีความเกี่ยวข้องกับผู้ผลิตเนื้อหารายการ ผู้ให้บริการโทรคมนาคม ผู้ให้บริการช่องโทรทัศน์รายเดิมที่อยู่ในตลาด เป็นกลุ่มที่ต้องเริ่มต้นด้านเนื้อหา ด้านฐานลูกค้าใหม่ทั้งหมด และมีช่องทางการตลาดในระดับต่ำ จึงทำให้ผู้ให้บริการกลุ่มนี้ต้องลงทุนมากกว่าผู้ให้บริการโอทีทีประเภทอื่นๆ

1.2 บริการโอทีที โดยผู้ผลิตเนื้อหา (OTT TV from Content Producer) คือ ผู้ให้บริการโอทีทีที่เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในเนื้อหารายการที่ตนเองผลิตขึ้น เช่น ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ ผู้ผลิตภาพยนตร์ หรือซีรีส์ เป็นต้น ผู้ให้บริการโอทีทีกลุ่มนี้มีทรัพยากรด้านเนื้อหาในการเริ่มต้นให้บริการโอทีทีซึ่งเป็นข้อได้เปรียบมาก

1.3 บริการโอทีทีโดยผู้ให้บริการช่องโทรทัศน์แบบ Free TV (OTT TV from Free TV Provider) คือ ผู้ให้บริการโอทีทีที่เป็นผู้ให้บริการช่องรายการโทรทัศน์แบบ Free TV อยู่ก่อนแล้ว โดยจะใช้บริการโอทีทีเป็นช่องทางเลือกให้กับผู้บริโภคในการเข้าถึงเนื้อหาและบริการ

1.4 บริการโอทีทีโดยผู้ให้บริการช่องโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก (OTT TV from Pay TV Provider) คือ ผู้ให้บริการโอทีทีที่เป็นผู้ให้บริการช่องรายการโทรทัศน์แบบ Pay TV อยู่ก่อนแล้ว โดยจะใช้บริการโอทีทีเป็นช่องทางเลือกให้กับผู้บริโภคในการเข้าถึงเนื้อหาและบริการ โดยกลุ่มนี้สามารถจำกัดสิทธิ์ในการเข้าถึงบริการโอทีทีให้เฉพาะผู้ใช้บริการ Pay TV เท่านั้น

1.5 บริการโอทีทีโดยผู้ให้บริการโทรคมนาคม (OTT TV from Telco Provider) คือ ผู้บริการโอทีทีที่เป็นผู้ให้บริการโทรคมนาคมรายเดิมในตลาด เป็นกลุ่มที่มีการถือครองเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ โดยมีฐานลูกค้าเดิมอยู่จึงสามารถต่อยอดการให้บริการโอทีทีจากลูกค้าเดิมได้

1.6 บริการโอทีทีที่เกิดจากการรวมตัวระหว่างผู้ให้บริการรายเดิม (OTT TV from Collaborated Providers) คือ ผู้บริการโอทีทีที่เกิดจากการรวมตัวระหว่างผู้บริการประเภทต่างๆ เพื่อจะนำข้อได้เปรียบของผู้ให้บริการแต่ละประเภทมาเสริมสร้างให้กับบริการโอทีทีเป็นการลดภาระลงทุนด้านเนื้อหา และช่องทางการตลาดในการเริ่มต้นให้บริการ

2. แบ่งตามวิธีการหารายได้จากบริการโอทีที โดยใช้เกณฑ์ในการคิดบริการในรูปแบบต่างๆ สามารถแบ่งได้เป็น 5 ประเภท ได้แก่

2.1 รูปแบบการหารายได้จากค่าบริการเก็บค่าสมาชิก (Subscription Video on Demand: SVoD) คือ การเก็บค่าบริการแบบรายเดือน หรือรายปีก็ได้ โดยสมาชิกสามารถรับชมเนื้อหาในบริการโอทีทีได้ตามระยะเวลาหรือข้อกำหนดสำหรับสมาชิก เช่น การหารายได้ของ Netflix Primetime เป็นต้น

2.2 รูปแบบการหารายได้จากค่าบริการเป็นรายครั้ง (Transactional Video on Demand: TVoD) แบ่งเป็น 2 รูปแบบย่อย คือ 1. การเก็บค่าบริการต่อครั้งในการรับชม (Pay-per-view: PPV) หรือการคิดค่าบริการต่อครั้งต่อเรื่องที่รับชม และ 2. การซื้อเพื่อเก็บ (Download to Own: DTO) หรือดาวน์โหลดไฟล์เนื้อหาามาเก็บไว้ ซึ่งสามารถรับชมกี่ครั้ง ในเวลาใดก็ได้

2.3 รูปแบบการหารายได้จากโฆษณา (Advertising-Based Video on Demand: AVoD) คือ การหารายได้จากโฆษณาจากเจ้าของสินค้าหรือบริการ หรือบริษัทโฆษณา โดยที่ผู้ให้บริการโอทีที (OTT) ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงเนื้อหา เช่น YouTube , Line TV เป็นต้น

2.4 รูปแบบการหารายได้จากการเก็บค่าบริการเพิ่มเติมจากบริการเสริม (Freemium) คือ การหารายได้จาก 3 รูปแบบข้างต้น โดยไม่มีการเก็บค่าบริการจากผู้ให้บริการ กล่าวคือ ผู้ให้บริการโอทีทีจะหารายได้จากโฆษณา (AVoD) และเก็บค่าบริการเสริมเพิ่มเติมจากผู้ใช้งาน หากต้องการบริการเสริม เช่น ผู้ให้บริการพื้นฐานสามารถรับชมเนื้อหาได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายแต่ต้องรับชมโฆษณา แต่หากสมัครบริการเสริมเพิ่มเติมจะไม่มีโฆษณาคั่นรายการ เป็นต้น

2.5 การให้บริการโอทีทีแบบไม่หารายได้ (OTT TV as a Feature) มักพบในผู้ให้บริการโอทีทีที่มีฐานลูกค้าเดิมอยู่แล้ว และต้องการเพิ่มช่องทางให้กลุ่มลูกค้าของตนสามารถเข้าถึงเนื้อหาหรือรายการตามแพ็คเกจที่ตนเป็นสมาชิก ทั้งนี้ เพื่ออำนวยความสะดวก และเป็นการรักษาฐานลูกค้า หรือป้องกันไม่ได้เสียฐานลูกค้านี้ไป

3. แบ่งตามเนื้อหาที่ให้บริการบนโอทีที สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่

3.1 เนื้อหาที่เป็นที่สนใจโดยทั่วไป (Mass Content) คือ เนื้อหารายการ ภาพยนตร์ ซีรีส์ ละคร ที่ผู้บริโภคให้ความสนใจและติดตามเป็นจำนวนมาก โดยเนื้อหาจะเป็นภาษาประจำชาติ ภาษาอังกฤษ หรือภาษาอื่นใดที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่สามารถรับรู้ และเข้าใจได้ผ่านการฟัง หรืออ่าน คำบรรยายในภาษาประจำชาติของตน เช่น ภาพยนตร์ฮอลลีวูด ซีรีส์เกาหลีได้พร้อมคำบรรยายภาษาไทย หรือ ละครไทย เป็นต้น

3.2 เนื้อหาที่เป็นที่สนใจเฉพาะกลุ่ม (Niche Content) คือ เนื้อหารายการ ภาพยนตร์ ซีรีส์ ละคร ที่ผู้บริโภคให้ความสนใจเฉพาะกลุ่ม อาจอยู่ในภาษาอื่นนอกเหนือจากภาษาประจำชาติ หรือภาษาอังกฤษ หรือเนื้อหาที่ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมอื่นๆ ก็ได้ เช่น การ์ตูนอนิเมะจากประเทศญี่ปุ่น รายการแข่งขันกีฬา เช่น รถแข่งสูตรหนึ่ง (Formula 1) เป็นต้น

3.3 เนื้อหาที่ผู้ให้บริการในแพลตฟอร์มผลิตขึ้นเอง (User Generated Content: UGC) คือ เนื้อหาที่ผู้บริการรายบุคคล หรือกลุ่มบุคคลผลิตขึ้น และอัปโหลดลงในแพลตฟอร์มแบ่งปันวิดีโอต่างๆ เช่น Youtube, Vine, Vimeo เป็นต้น โดยผู้ให้บริการในลักษณะนี้จะไม่มีความเกี่ยวข้องกับผู้ผลิตเนื้อหาเดิม เช่น การจัดทำวิดีโอแสดงวิธีทำอาหารต่างๆ เป็นต้น

การแบ่งประเภทการให้บริการโอทีที ตามรายงานหลักสูตร Over the Top (OTT) Services & System ของสำนักงาน กสทช. ข้างต้นนั้น เป็นการศึกษาเฉพาะการให้บริการโอทีทีประเภทกิจการโทรทัศน์ ดังนั้น ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้มีการนำการแบ่งประเภทบริการโอทีทีข้างต้น มาปรับให้เหมาะสมกับประเภทการให้บริการโอทีทีบนพ็อดคาสท์ (Podcast) โดยแบ่งตามประเภทการให้บริการโอทีทีได้ 3 รูปแบบ ดังนี้

1.1 แบ่งตามผู้ให้บริการโอทีที ได้แก่

1.1.1 บริการโอทีทีโดยผู้ใช้บริการผลิตขึ้นเอง (User Generated Content: UGC) หมายถึง ผู้ให้บริการโอทีทีที่เกิดขึ้นใหม่จากผู้ให้บริการรายบุคคล หรือกลุ่มบุคคลผลิตเนื้อหาขึ้น และอัปโหลดลงในแพลตฟอร์มโอทีที มีความเป็นอิสระและเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในเนื้อหารายการที่ตนเองผลิตขึ้น โดยผู้ให้บริการในลักษณะนี้จะไม่มีความเกี่ยวข้องกับผู้ผลิตเนื้อหาเดิม

1.1.2 บริการโอทีทีโดยสื่อมวลชนดั้งเดิม (Mass Media Provider) หมายถึง ผู้ให้บริการโอทีทีที่เป็นผู้ให้บริการกระจายเสียงหรือสถานีวิทยุ หรือผู้ให้บริการโทรทัศน์ในระบบต่างๆ อยู่ก่อนแล้ว

1.1.3 บริการโอทีทีโดยผู้ให้บริการโทรคมนาคม (Telco Provider) หมายถึง ผู้ให้บริการโอทีทีที่เป็นผู้ให้บริการโทรคมนาคมรายเดิมในตลาด เป็นกลุ่มที่มีการถือครองเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์

1.1.4 บริการโอทีทีที่เกิดจากการรวมตัวระหว่างผู้ให้บริการรายเดิม (Collaborated Providers) หมายถึง ผู้ให้บริการโอทีทีที่เกิดจากการรวมตัวระหว่างผู้ให้บริการรายเดิมประเภทต่างๆ เข้าด้วยกัน

1.2 แบ่งตามวิธีการหารายได้จากบริการโอทีที ได้แก่

1.2.1 รูปแบบการหารายได้จากการเก็บค่าสมาชิก (Subscription Video on Demand: SVoD) หมายถึง การเก็บค่าบริการแบบรายเดือน หรือรายปี โดยสมาชิกสามารถรับเนื้อหาในบริการโอทีทีได้ตามระยะเวลาหรือข้อกำหนดสำหรับสมาชิก รวมถึงค่าบริการที่คิดเป็นรายครั้งที่รับบริการ หรือการเก็บค่าบริการในการเลือกซื้อหรือดาวน์โหลดไฟล์เนื้อหาสมาชิก

1.2.2 รูปแบบการหารายได้จากโฆษณา (Advertising-Based Video on Demand: AVoD) หมายถึง การหารายได้จากการโฆษณาจากเจ้าของสินค้าหรือบริการ หรือบริษัทโฆษณา โดยที่ผู้ใช้บริการโอทีทีไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงเนื้อหา

1.2.3 การให้บริการโอทีทีแบบไม่หารายได้ (OTT as a Feature) หมายถึง การให้บริการโอทีทีที่ไม่ได้มีจุดประสงค์ในการหารายได้ แต่ให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวก และเป็นการรักษาฐานลูกค้าเอาไว้

1.3 แบ่งตามเนื้อหาที่ให้บริการบนโอทีที ได้แก่

1.3.1 เนื้อหาที่เป็นที่สนใจโดยทั่วไป (Mass Content) หมายถึง เนื้อหารายการที่ผู้บริโภคให้ความสนใจและติดตามเป็นจำนวนมาก โดยเนื้อหาจะเป็นภาษาประจำชาติ ภาษาอังกฤษ หรือภาษาอื่นใดที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่สามารถรับรู้ และเข้าใจได้ผ่านการฟัง

3.3.2 เนื้อหาที่เป็นที่สนใจเฉพาะกลุ่ม (Niche Content) หมายถึง เนื้อหารายการที่ผู้บริโภคให้ความสนใจเฉพาะกลุ่ม อาจอยู่ในภาษาอื่นนอกเหนือจากภาษาประจำชาติ หรือ ภาษาอังกฤษ หรือเนื้อหาที่ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมอื่นๆ ก็ได้

2. แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ให้นิยาม “วิทยุกระจายเสียง หมายถึง การแพร่สัญญาณเสียงออกอากาศโดยใช้คลื่นวิทยุ” และ “โทรทัศน์ หมายถึง กระบวนการ ถ่ายทอดเสียงและภาพได้พร้อมกันจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยวิธีเปลี่ยนคลื่นเสียงและภาพให้เป็น คลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าออกสู่อากาศ” และ “สื่อสารมวลชน หมายถึง กระบวนการติดต่อสื่อสารสู่มวลชน โดยส่งสารผ่านสื่อมวลชน” โดยนักสื่อสารมวลชนกล่าวถึงวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ ว่าเป็น หนึ่งในสื่อสารมวลชนรูปแบบหนึ่ง ดังนั้น วิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ในแง่ของสื่อมวลชน จึง หมายถึง การสื่อสารระยะไกลผ่านเสียง ภาพ หรือภาพและเสียงไปสู่สาธารณะชนจำนวนมาก สารที่ ถูกส่งผ่านจากวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์

อารดา ครุจิต (2557) อธิบายประวัติและพัฒนาการวิทยุกระจายเสียงสากลโดยแบ่งเป็น 4 ช่วงเวลา ได้แก่

1. โทรเลข

ปี ค.ศ. 1837 (พ.ศ. 2380) แซมวล มอร์ส (Samuel Morse) เริ่มการรับส่งสัญญาณ โทรเลข หรือ รหัสมอร์ส (Morse Code) และทำการส่งโทรเลขสำเร็จ โดยการสื่อสารผ่านสายขด ลวดทองแดงจากจุดหนึ่งไปจุดหนึ่ง โดยมีเครื่องรับปลายทางถือเป็นการสื่อสารยุคแรกของสื่อ อิเล็กทรอนิกส์

ปี ค.ศ. 1858 (พ.ศ. 2401) ไซรัส เวสต์ฟิลด์ (Cyrus Westfield) ทดลองวางระบบ โทรเลขเพื่อติดต่อสื่อสารระหว่างยุโรป กับสหรัฐอเมริกาได้สำเร็จ ด้วยการวางสายเคเบิลใต้น้ำข้าม มหาสมุทรแอตแลนติก ซึ่งถือเป็นการส่งโทรเลขอย่างเป็นทางการครั้งแรกระหว่างสมเด็จพระราชินี วิกตอเรียแห่งอังกฤษ และ ประธานาธิบดีเจมส์ บุชแคนเนน แห่งสหรัฐอเมริกา โดยมีใจความสำคัญคือ การแสดงความยินดีต่อความสำเร็จในการเชื่อมโทรคมนาคมระหว่าง 2 ทวีป

ต่อมาในปี ค.ศ. 1876 (พ.ศ. 2419) อเล็กซานเดอร์ เกรแฮม เบลล์ (Alexander Graham Bell) ประดิษฐ์เครื่องรับโทรศัพท์และจดลิวซ์สิทธิ์โทรศัพท์เป็นเครื่องแรกในสหรัฐอเมริกา ทั้งโทรเลขและโทรศัพท์จึงเป็นเทคโนโลยีโทรคมนาคมอิเล็กทรอนิกส์แรกที่ทำให้การติดต่อสื่อสารกันรวดเร็วขึ้น

2. วิทยุโทรเลขไร้สาย

ภายหลังจากเจมส์ แมกซ์เวลล์ (James Clerk Maxwell) ค้นพบทฤษฎีคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า รูดอล์ฟ ไฮน์ริช เฮิร์ตซ์ (Rudolph Heinrich Hertz) ก็ได้ค้นพบการทำงานของคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า หรือ คลื่นวิทยุ และสามารถผลิตเครื่องมือที่สามารถนำคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าในอากาศมาใช้ในการสื่อสาร โลกจึงเรียกมาตรวัดความถี่คลื่นวิทยุว่า เฮิร์ตซ์ (Hertz)

ต่อมาในปี ค.ศ. 1896 (พ.ศ. 2439) กุกลีเอลโม มาร์โคนี (Guglielmo Marconi) คิดค้นวิธีส่งโทรเลขโดยไม่ผ่านสาย หรือ วิทยุโทรเลขไร้สาย (Wireless Telegraph) ระหว่างเกาะนิวฟันด์แลนด์ และเมืองคอร์นวอลล์ ได้สำเร็จและจดสิทธิบัตรด้านการคิดค้นอุปกรณ์ด้านวิทยุโทรเลขมากมาย ซึ่งเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ที่เป็นเหตุการณ์สำคัญที่ผลักดันให้โลกก้าวสู่การสื่อสารไร้สายและเป็นรากฐานของการพัฒนาวิทยุกระจายเสียงตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาคือ กรณีเรือเดินสมุทรขนาดใหญ่ไททานิกชนภูเขาน้ำแข็ง โดยวิทยุโทรเลขของมาร์โคนีถูกใช้งานเพื่อติดต่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยได้จำนวนหนึ่ง

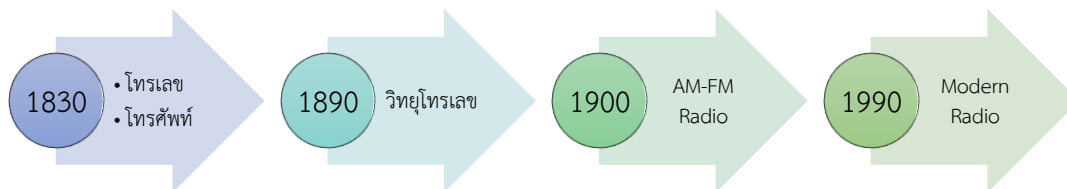
3. วิทยุกระจายเสียง

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งแรกของโลกเกิดขึ้นที่เมืองพิตส์เบิร์ก สหรัฐอเมริกา คือ สถานีเคดีเคเอ (KDKA) ในปี ค.ศ. 1920 (พ.ศ. 2463) มีบทบาทสำคัญในช่วงสงครามโลก ครั้งที่ 2 และทำให้วิทยุกระจายเสียงเริ่มเข้าสู่รูปแบบของสื่อเพื่อการค้า และจากนั้นมีการคิดค้นวิธีการส่งในระบบเอเอ็ม (AM) และต่อมาในปี ค.ศ. 1933 (พ.ศ. 2476) เอ็ดวิน อาร์มสตรอง (Edwin Armstrong) คิดค้นวิธีการส่งในระบบเอฟเอ็ม (FM)

4. วิทยุดิจิทัล

โลกได้พัฒนาระบบการส่งสัญญาณด้วยระบบดิจิทัล คือ การส่งสัญญาณในรูปแบบภาษาคอมพิวเตอร์ด้วยเลขศูนย์กับหนึ่ง

ภาพที่ 2.2 ช่วงเวลาของพัฒนาการวิทยุกระจายเสียงสากล



ที่มา: อารดา ครุจิต, 2557: 19

สุทธิ ชัดติยะ (2555) อธิบายประวัติวิทยุกระจายเสียงไทยไว้ว่า ประเทศไทยเริ่มให้ความสนใจกิจการวิทยุกระจายเสียงเริ่มตั้งแต่รัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ประมาณ พ.ศ. 2447 ต่อมาในปี พ.ศ. 2456 พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงโปรดเกล้าให้มีการจัดตั้งสถานีวิทยุโทรเลขโดยใช้เครื่องรับ-ส่งแบบมาร์โคนีและเทเลฟงเคน ต่อมาในปี พ.ศ. 2469 นายพลเอก กรมหลวงกำแพงเพชรอัครโยธิน ได้รับโปรดเกล้าฯ ให้เป็นประธานกรรมการกำหนดคลื่นวิทยุ ต่อมาทรงติดตั้งเสาอากาศบนหลังคาวังบ้านดอกไม้ และใช้ห้องบนพระตำหนักเป็นห้องส่ง ใช้ชื่อสถานีว่า “HS1PJ” ต่อมาปี พ.ศ. 2471 ได้มีการทดลองส่งกระจายเสียงวิทยุกระจายเสียงคลื่นสั้นความยาวคลื่นประมาณ 47 เมตร ที่กรมไปรษณีย์โทรเลข ปากคลองอ่างโอง วัดราชบูรณะฯ (วัดเลียบ) และเริ่มส่งกระจายเสียงอย่างจริงจังในวันที่ 31 พฤษภาคม พ.ศ. 2471 ใช้ชื่อสถานีว่า “HS4PJ” ต่อมามีการทดลองส่งวิทยุกระจายเสียงคลื่นยาว ความยาวคลื่นประมาณ 320 เมตร กำลังส่ง 1,000 วัตต์ ใช้ชื่อสถานีว่า “HS11PJ” โดยมีกำลังการกระจายเสียงครอบคลุมพื้นที่ภายในประเทศไทย ซึ่งสามารถรับฟังได้จึงได้มีการสร้างเครื่องรับวิทยุที่เรียกว่า เครื่องแร่ กันเป็นจำนวนมาก จนในที่สุดได้มีการจัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งแรกของประเทศไทยในชื่อ “สถานีวิทยุกรุงเทพฯ พญาไท” ใช้สัญญาณเรียกขานว่า “HSP1” ตั้งอยู่ ณ พระที่นั่งไวยุญตเทพสถานวังพญาไท และเริ่มเปิดทำการส่งกระจายเสียงในวันที่ 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2473 ซึ่งตรงกับวันฉัตรมงคล และได้อัญเชิญพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว ความว่า “การวิทยุกระจายเสียงที่ได้เริ่มจัดขึ้น และทำการทดลองตลอดมานั้น ก็ด้วยมุ่งหมายว่าจะส่งเสริมการศึกษา การค้าขาย และการบันเทิงแก่พสกนิกรประชาชน” จึงถือว่าวันนี้เป็น “วันวิทยุกระจายเสียงไทย”

องค์ประกอบของการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง

ศุภางค์ นันตา (2553) กล่าวว่า วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อมวลชนที่ได้รับการยอมรับเป็นการทั่วไปว่าสามารถเข้าถึงประชาชนได้มากที่สุดทั้งด้านเวลา ด้านความรวดเร็ว และด้านปริมาณของผู้รับฟัง เนื่องจาก เป็นสื่อที่ทำให้ผู้รับฟังรู้สึกคล้อยตามและเข้าใจได้ง่าย ซึ่งการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงนั้น จำเป็นต้องมีรูปแบบที่สอดคล้องกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายด้วย ซึ่งการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงนั้นเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ ไม่มีกฎเกณฑ์ที่ตายตัว แต่มีองค์ประกอบพื้นฐานสำคัญที่เป็นแนวทางในการผลิตรายการที่มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ผู้ฟัง

ผู้ผลิตรายการต้องทราบว่าคุณสมบัติผู้ฟังรายการเป็นใคร โดยการศึกษาข้อมูลทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการรับฟังว่าเป็นผู้ฟังกลุ่มไหน เพื่อช่วยให้ผู้ผลิตรายการใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ในการผลิตรายการ

2. เนื้อหา

เรื่องราวที่ผู้ผลิตต้องการจะนำเสนอให้แก่ผู้ฟังกลุ่มเป้าหมาย โดยต้องพิจารณาขอบข่ายของเนื้อหา ความยากง่าย และแบ่งสรรเนื้อหาที่จะนำเสนอในแต่ละช่วงของรายการด้วย ซึ่งเนื้อหารายการประกอบไปด้วยส่วนสำคัญ คือ เนื้อหา ภาษาที่ใช้ และลีลาในการนำเสนอรายการ

3. วิธีการนำเสนอ

คือ วิธีการนำเสนอกระบวนการที่จะนำเนื้อหา เรื่องราว สารต่างๆ มาประกอบกันเข้าเป็นรายการวิทยุกระจายเสียง โดยมีการจัดลำดับเนื้อหา และวิธีการนำเสนอให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย โดยใช้การนำเสนอด้วย ลีลาการพูด น้ำเสียง และเสียงประกอบที่เหมาะสมกับรูปแบบของรายการ เพื่อให้รายการเป็นที่น่าสนใจ ไม่น่าเบื่อ แต่ยังคงมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทั้งในแง่ของเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ

4. เวลาออกอากาศ

ช่วงเวลาและความยาวของรายการ ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบการผลิตรายการด้วยว่าจะบรรจุเนื้อหาเพียงพอหรือไม่ และเป็นที่ยังพอใจแก่ผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายหรือไม่

5. การประเมินผล

เพื่อประเมินความสำเร็จหรือความพึงพอใจจากผู้ฟังรายการ เพื่อจะได้นำไปปรับปรุงและพัฒนาการผลิตรายการวิทยุเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการวางแผนกลยุทธ์การผลิต และการจัดรายการของสถานีวิทยุต่อไป

องค์ประกอบของเสียง

เนื่องจาก สื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อเสียงโดยเฉพาะ จึงให้ความสำคัญกับการใช้เสียง เพื่อสร้างจินตนาการให้ผู้ฟังผ่านเสียง เพื่อให้ผู้ฟังสามารถเข้าใจความหมายและความเข้าใจเนื้อหาของรายการได้อย่างชัดเจน โดยองค์ประกอบของเสียงในรายการวิทยุกระจายเสียงมี 3 ส่วน ดังนี้ (เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์, 2546)

1. เสียงพูด

เสียงพูดและเสียงสนทนาถือเป็นส่วนประกอบหลักในรายการวิทยุกระจายเสียง เพราะเป็นเสียงที่ทำหน้าที่ในการสื่อความหมายให้กับผู้ฟังรายการ ดังนั้น การนำเสนอเสียงพูดในรายการต้องประกอบไปด้วยความรู้ ความชำนาญ เพื่อให้ผู้ฟังรายการสามารถตีความข้อความที่ได้รับฟังได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม และไม่ผิดพลาด นอกจากนี้หากน้ำเสียงของผู้ดำเนินรายการแต่ละคนมีความไพเราะและมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน ก็จะทำให้รายการมีความเป็นธรรมชาติและมีเอกลักษณ์ที่เป็นของตัวเอง ซึ่งจะต้องมีองค์ประกอบ ดังนี้

1.1 น้ำเสียงที่ชัดเจน สามารถสื่อความหมายตามบทบาทนั้นๆ ได้ เหมาะกับรูปแบบรายการ และผู้ฟังต้องแยกแยะได้ว่าเป็นเสียงเด็ก เสียงผู้ใหญ่ เสียงผู้หญิง หรือเสียงผู้ชาย เป็นต้น

1.2 อักษรวิธีถูกต้อง เสียงที่ใช้ในงานวิทยุกระจายเสียงต้องมีการออกเสียงในการพูดหรือการอ่านอย่างถูกต้อง ชัดเจน ตามอักษรวิธี รู้จักเว้นวรรคตอน เว้นช่วงของคำ การให้น้ำหนักคำ การออกเสียง ร เรือ ล ลิง เสียงควบกล้ำ ข้อความที่เปล่งเสียงออกมาจึงสามารถสื่อความหมายได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน

1.3 ลีลาการนำเสนอที่น่าฟัง คือ ควรมีลีลาในการอ่านหรือการพูดที่เป็นเอกลักษณ์ของผู้ดำเนินรายการ เช่น การดำเนินรายการที่มีการพูดคุยเป็นธรรมชาติ การใช้เสียงให้เหมาะสมกับรูปแบบรายการ มีจังหวะจะโคน มีการแบ่งวรรคตอนในการอ่าน

1.4 สื่อความหมายได้ แสดงอารมณ์ความรู้สึกให้ได้ตามบท หรือข้อความที่ต้องการนำเสนอ

2. เสียงเพลง

ถือเป็นเสียงที่สร้างสีสัน บรรยากาศ อารมณ์ ความรู้สึกต่างๆ ให้แก่ผู้ฟัง เป็นอีกเสียงที่มีความสำคัญในงานด้านวิทยุกระจายเสียง ดังนั้น ต้องมีหลักการในการคัดเลือกเพลงเพื่อนำมาใช้นำเสนอในรายการอย่างเหมาะสม ดังนี้

2.1 เพลงประจำรายการ เป็นเพลงที่เป็นสัญลักษณ์หรือเอกลักษณ์ของรายการ และต้องการให้ผู้ฟังจดจำรายการได้ ลีลาของเพลงจะเหมาะสมกับรูปแบบเนื้อหาของรายการ

2.2 เพลงเชื่อมระหว่างรายการ หรือเชื่อมในรายการเอง อาจเป็นเพลงบรรเลง หรือเพลงที่มีเนื้อร้องก็ได้ขึ้นอยู่กับเนื้อหา หรือบรรยากาศในรายการ มักใช้ในรายการสารคดี

2.3 เพลงที่ใช้เพื่อสร้างอารมณ์ ความรู้สึก ใช้ในรายการบรรยาย สารคดี ละคร เพื่อให้เหมาะสมกับบุคลิก หรือกิริยาอาการที่เกิดขึ้นตามบทของรายการ

2.4 เพลงที่ใช้สร้างบรรยากาศ และสื่อความหมายของเสียงให้ชัดเจนขึ้น เช่น สื่อถึงบรรยากาศที่วังเวง เจ็บสงบ อาจใช้เสียงไวโอลินบรรเลง เป็นต้น

2.5 เพลงคั่นระหว่างรายการต่อรายการ

2.6 เพลงที่ใช้เพื่อแสดงการเปลี่ยนแปลงเวลา สถานที่ และฉาก ใช้กับรายการ สารคดี หรือละคร

3. เสียงประกอบ

เสียงประกอบ (Sound effect) เป็นส่วนประกอบที่สำคัญเนื่องจากเข้ามาช่วยสร้างจินตนาการให้กับผู้ฟัง รวมถึงบอกเล่าเนื้อหาสาระได้สอดคล้องกับรูปแบบรายการที่นำเสนอต่อผู้ฟัง โดยเสียงประกอบสามารถสร้างได้ 1. จากแผ่นซีดีที่ได้รวมรวบไว้แล้ว 2. การบันทึกด้วยตัวเอง เช่น เสียงคลื่นน้ำทะเล 3. ผลิตขึ้นเองในห้องบันทึกเสียง

นอกจากนี้ เสียงประกอบยังมีความสำคัญในแง่ของการบ่งบอกเวลา บอกสถานที่ และช่วงเวลา บอกการกระทำ อากัปกริยาต่างๆ หรืออาจช่วยสร้างบรรยากาศ หรือมิติที่แปลกๆ ใหม่ๆ สร้างอารมณ์ให้กับฉากบรรยากาศต่างๆ ได้

กระบวนการผลิตวิทยุกระจายเสียง

เป็นการนำเสนอเนื้อหา ความรู้ ความบันเทิง โดยใช้รูปแบบ และวิธีการนำเสนอรายการ ในแบบต่างๆ เพื่อให้รายการนั้นบรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ โดยกระบวนการผลิต

วิทยุกระจายเสียงสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้ (สุรางค์ นันทา, 2553)

1. ขั้นตอนวางแผนการผลิตรายการ

ผู้ผลิตรายการและทีมงานต้องร่วมกันวางแผน ดังนี้

1.1 การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงต้องไม่ขัดกับวัตถุประสงค์และนโยบายของสถานี

1.2 วิเคราะห์และกำหนดกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายให้ชัดเจน

1.3 ความมุ่งหมายของรายการต้องการเน้นผลิตรายการเพื่อวัตถุประสงค์ใด

1.4 รูปแบบและประเภทของรายการที่ควรจะมีผลผลิต ประเด็นเนื้อหา

1.5 ตารางการออกอากาศต้องวางแผน ตรวจสอบเพื่อให้ได้ความยาวของรายการและวัน เวลา ในการออกอากาศ เพื่อกำหนดขอบเขตของเนื้อหาและการทำงานให้ถูกต้อง

1.6 อุปกรณ์ที่ใช้สนับสนุนการผลิตรายการที่จำเป็น

1.7 เวลาที่ใช้ในการผลิตรายการต้องมีเพียงพอกับการศึกษาหาข้อมูล

การวางแผน การผลิตรายการ การเขียนบท เป็นต้น

1.8 งบประมาณและทรัพยากรการผลิตรายการ

2. ชั้นเตรียมการผลิตรายการ

2.1 ชั้นการเขียนบท ผู้ผลิตรายการมอบหมายให้ผู้เขียนนำแนวคิดและประเด็นเนื้อหาอย่างกว้างๆ ไปสร้างจินตนาการและเรียบเรียงออกมาเป็นคำพูด เสียงเพลง เสียงประกอบ เสียงดนตรีอื่นๆ โดยผู้เขียนจะเขียนโครงร่างคร่าวๆ แล้วนำมาพิจารณาร่วมกันอีกครั้ง ว่าเนื้อหา รูปแบบของรายการมีความเหมาะสมถูกต้องหรือไม่ เทคนิคและส่วนประกอบอื่นๆ ของรายการเป็นที่น่าสนใจเพียงพอหรือไม่ เพื่อพัฒนาและปรับปรุงรายการให้มีคุณภาพและสมบูรณ์ที่สุด

2.2 ชั้นประสานงานและเตรียมอุปกรณ์ คือ เตรียมอุปกรณ์ เตรียมการนัดหมายผู้แสดง ผู้ดำเนินรายการ วิทยากร เจ้าหน้าที่เทคนิค เพื่อเตรียมตัวปฏิบัติงานตามแผนการผลิตรายการที่วางไว้

2.3 ชั้นซักซ้อม เพื่อลดความผิดพลาดทั้งด้านเนื้อหา การพูด การแสดง โดยการอ่านบทไป่มาตามลำดับตั้งแต่ต้นจนจบรายการ เรียกว่าการซ้อมแห้ง เป็นการซ้อมคิวและความถูกต้องทั้งด้านเนื้อหาและการออกเสียง โดยควรจับเวลาอย่างคร่าวๆ ด้วย ส่วนการซ้อมอีกลักษณะหนึ่ง เรียกว่าการซ้อมจริง เป็นการซ้อมกับไมโครโฟนในตำแหน่งที่จะใช้จริงและซ้อมภายในห้องบันทึกเสียง

3. ชั้นดำเนินการผลิต

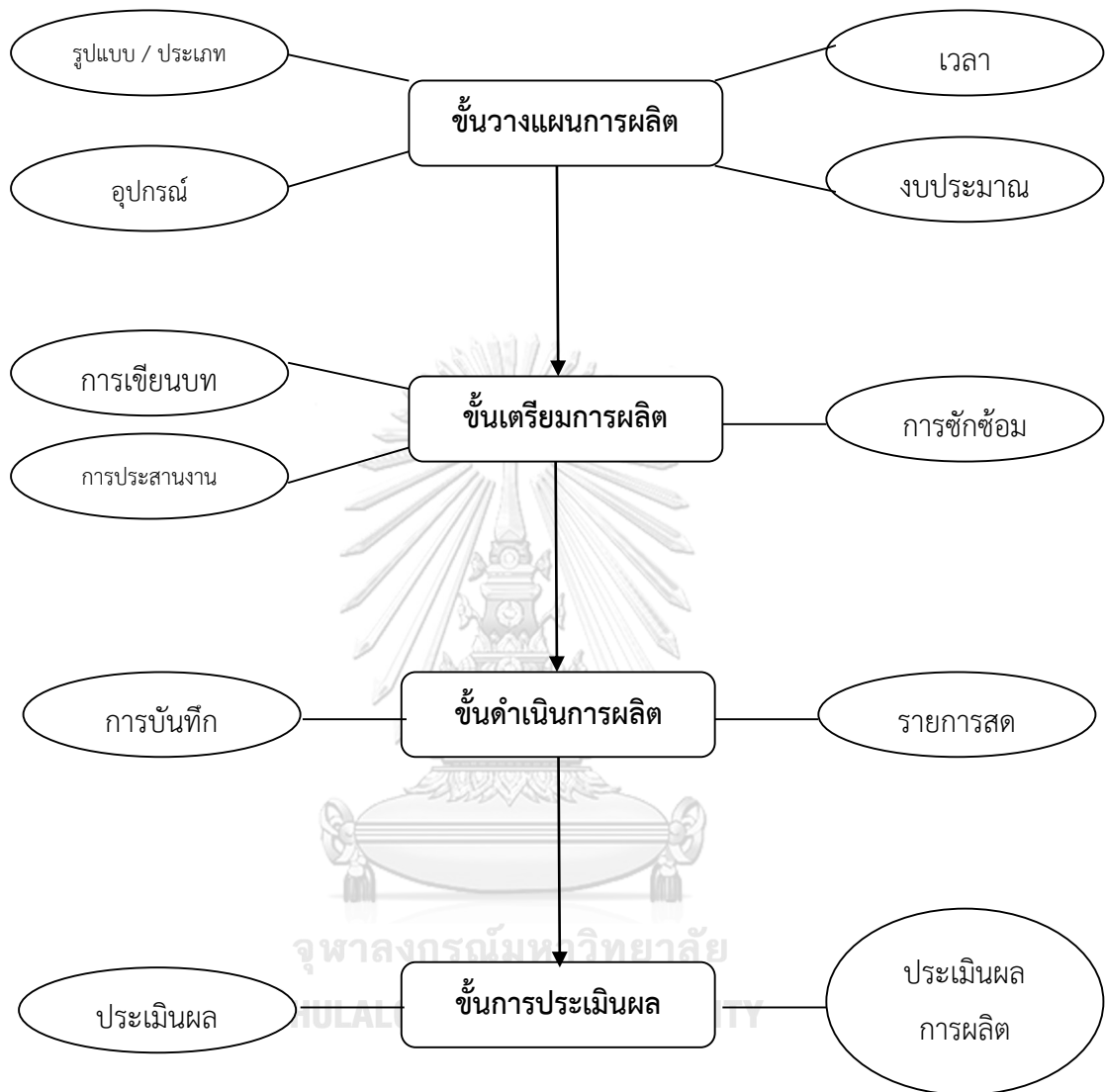
สามารถดำเนินการโดยการบันทึกเสียงเอาไว้ก่อน และนำไปออกอากาศหรือแบบรายการสดก็ได้ ขึ้นอยู่กับรูปแบบรายการนั้นๆ กระบวนการตัดต่อและเรียบเรียงเสียงออกมาเป็นชิ้นงานที่สมบูรณ์ ทำด้วยกระบวนการ ได้แก่ การตัดต่อเสียงพูด การปรับแต่งเสียง การใส่เสียงดนตรีและเสียงประกอบ การเรียบเรียงเสียง

ปัจจุบันด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่มีส่วนช่วยปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิตรายการวิทยุเพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้ฟังในรูปแบบการผลิตรายการวิทยุออนไลน์ โดยการกระจายเสียงผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผู้ฟังสามารถเลือกรับฟังช่วงเวลาใดก็ได้ ไม่จำกัดเวลาในการออกอากาศแบบเดิม อย่างไรก็ตาม การผลิตรายการวิทยุออนไลน์ก็ยังคงใช้หลักการและกระบวนการผลิตรายการวิทยุตามขั้นตอนต่างๆ เช่นกัน

4. ชั้นประเมินผล

เพื่อประเมินผลข้อบกพร่องและหาทางแก้ไขในการทำงานครั้งต่อไปให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ภาพที่ 2.3 แสดงกระบวนการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง



ที่มา: ศุภางค์ นันทา, 2553: 22-23

การวิจัยนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเฉพาะรายการพ็อดคาสท์ที่เป็นไฟล์เสียง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้แนวคิดเกี่ยวกับรายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อเป็นกรอบในการวิเคราะห์เนื้อหารายการพ็อดคาสท์

3. แนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งประเภท รูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการวิทยุกระจายเสียง

การแบ่งประเภทรายการวิทยุกระจายเสียง

ประเภทรายการ (Genre) มาจากภาษาฝรั่งเศส หมายถึง ชนิด ตระกูล หรือประเภท ใช้เพื่อจำแนกแยกลักษณะหรือประเภทของงานศิลปะและงานสร้างสรรค์ต่างๆ รวมถึงมีการนำมาประยุกต์ใช้ในการจำแนกประเภทงานสร้างสรรค์ในสื่อโทรทัศน์ต่างๆ ได้แก่ ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ อีกด้วย โดยการวิเคราะห์ประเภทรายการละครให้ดูที่องค์ประกอบต่างๆ ได้แก่ โครงเรื่อง ตัวละคร แก่นเรื่อง ภาษา ดนตรี ฉาก โดยละครที่มีองค์ประกอบเหมือนกันจะจัดอยู่ในประเภทเดียวกัน (Creeber, 2008, อ้างถึงใน กรรณิกา รุ่งเจริญพงษ์, 2557)

ต่อมาในปี ค.ศ. 1960 เริ่มมีการจัดประเภทภาพยนตร์ฮอลลีวูดโดยบริษัทผู้ผลิต ภาพยนตร์มีการกำหนดมาตรฐานในการผลิตภาพยนตร์แต่ละประเภทว่าต้องมีส่วนประกอบอะไรบ้าง เช่น แก่นเรื่อง โครงเรื่อง อารมณ์ การแต่งกาย ฉาก เป็นต้น ซึ่งการจัดประเภทภาพยนตร์ยังทำให้ผู้ชมทราบลักษณะภาพยนตร์ที่กำลังจะรับชมว่ามีลักษณะอย่างไร ตรงกับความคาดหวังของผู้ชมหรือไม่ เป็นการเพิ่มแนวโน้มในการจ่ายเงินเพื่อเข้าชมภาพยนตร์เรื่องนั้นอีกด้วย (Neale, 1993, อ้างถึงใน กรรณิกา รุ่งเจริญพงษ์, 2557) และต่อมาจึงเริ่มมีการจำแนกประเภทรายการสำหรับสื่อวิทยุ และสื่อโทรทัศน์

สมสุข หินวิมาน (2551) กล่าวว่า สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อสาธารณะประเภทที่มีคนเข้าถึงได้เป็นจำนวนมาก และมีความหลากหลาย ดังนั้น จึงต้องมีการจำแนกประเภทรายการ เพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้รับสาร

นอกจากนี้ กรรณิกา รุ่งเจริญพงษ์ (2557) ได้ให้เหตุผลของการจัดประเภทรายการวิทยุ และโทรทัศน์ ซึ่งแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่

1. ด้านผู้ผลิตรายการ เนื่องจากการผลิตรายการแต่ละประเภทจะมีแนวทางการผลิต รวมถึงองค์ประกอบที่แต่ละรายการต้องมีแตกต่างกัน ดังนั้น ผู้ผลิตต้องรักษาแนวการเล่าเรื่อง หรือองค์ประกอบของรายการแต่ละประเภทไว้ให้ได้อย่างถูกต้อง เพื่อให้เกิดความชัดเจน
2. ด้านผู้ฟังรายการ เพื่อสนองความต้องการ ความคาดหวังของผู้รับสารในรายการแต่ละประเภท โดยหากรายการที่ไม่มีองค์ประกอบที่ผู้ฟังคาดหวังไว้ อาจส่งผลให้ผู้ฟังไม่เลือกรับสารจากรายการนั้นๆ

3. ด้านเนื้อหารายการ เนื่องจากในสังคมปัจจุบันมีการเกิดขึ้นของประเภทรายการใหม่ๆ อยู่บ่อยครั้ง ซึ่งเกิดจากความคิด การพัฒนา และการสร้างสรรค์เนื้อหาเพื่อให้เกิดเนื้อหาใหม่ๆ ที่สนองต่อผู้รับสารที่เปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ยังเพื่อสะท้อนให้เห็นถึงแนวคิดหรือค่านิยมผ่านเนื้อหารายการในแต่ละยุคแต่ละสมัย ดังนั้นจึงต้องมีการจำแนกประเภทรายการเพื่อเกิดความชัดเจนด้านเนื้อหาอีกด้วย

การแบ่งประเภทรายการวิทยุกระจายเสียงสามารถแบ่งตามหลักเกณฑ์ต่างๆ ได้หลากหลายแนวคิด โดยจากเอกสารการสอนชุดวิชาการจัดและผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงเบื้องต้นของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา สาขาวิชานิเทศศาสตร์ (2549) ได้กล่าวถึงแนวคิดการแบ่งประเภทรายการวิทยุกระจายเสียงที่สำคัญ 4 แนวคิด ได้แก่

1. แนวคิดการจัดประเภทรายการวิทยุกระจายเสียงตามบทบาทหน้าที่สื่อมวลชน
2. แนวคิดการจัดประเภทรายการวิทยุกระจายเสียงตามกลุ่มเป้าหมาย
3. แนวคิดการจัดประเภทรายการวิทยุกระจายเสียงตามเนื้อหา
4. แนวคิดการจัดประเภทรายการวิทยุกระจายเสียงตามเทคนิคการผลิตรายการ

โดยแนวคิดการจัดประเภทรายการวิทยุกระจายเสียงตามบทบาทหน้าที่สื่อมวลชน สุทธิชาติติยะ (2555) ได้กล่าวเพิ่มเติมไว้ 4 รูปแบบ ดังนี้

1. รายการประเภทข่าว คือ รายการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อบอกกล่าว ข้อมูล แจ้งข่าวสาร เรื่องราว และเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมในช่วงเวลานั้นๆ ซึ่งจะเป็นการนำเสนอตามข้อเท็จจริง และมีความเป็นกลาง ดังนั้น รูปแบบรายการข่าวจึงนิยมนำเสนอด้วยการอ่านข่าว การรายงานข่าว การวิเคราะห์ข่าว การบรรยายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หรือการถ่ายทอดเสียง ณ จุดเกิดเหตุ
2. รายการประเภทบริการสาธารณะ คือ รายการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้สาธารณชนประโยชน์แก่ประชาชน และสังคม ให้มีความสงบ มีความสุข และเสมอภาค เนื้อหารายการจะคล้ายคลึงกับประเภทรายการข่าว แต่แตกต่างกันที่รายการข่าวจะเป็นการนำเสนอเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใหม่ๆ และเป็นเรื่องราวที่อยู่ในความสนใจของประชาชน โดยรูปแบบรายการนิยมนำเสนอแบบประกาศแจ้งความ การให้ความรู้ ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น ประกาศทางราชการ ประกาศที่เกี่ยวกับสาธารณะประโยชน์ เป็นต้น
3. รายการประเภทความรู้หรือการศึกษา คือ รายการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งให้เกิดประโยชน์ในการใช้ความคิด สติ ปัญญา ความรู้ความเข้าใจ หรือทักษะเรื่องใดเรื่องหนึ่ง อาจเป็นรายการเพื่อส่งเสริมการศึกษาก็ได้ ทั้งนี้ เพื่อนำความรู้ที่ได้ไปพัฒนาเพื่อให้เกิดประโยชน์ในด้านต่างๆ แก่สังคมต่อไป โดยรูปแบบรายการนี้นิยมนำเสนอแบบรายการสารคดี การอภิปราย การสัมภาษณ์ การรายงานบทความ การสนทนา เป็นต้น

4. รายการประเภทความบันเทิง คือ เป็นรายการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิง ไม่นับเนื้อหาทางวิชาการ เน้นให้เกิดความสนุกสนาน เพลิดเพลินให้กับผู้ฟัง เพื่อให้ผู้ฟังได้ผ่อนคลาย ความเครียดและพักผ่อนหย่อนใจ รูปแบบรายการนี้นิยมนำเสนอแบบรายการเพลง รายการนิตยสาร รายการละคร รายการปกิณกะ เป็นต้น

หรือที่กรณีกา รุ่งเจริญพงษ์ และอรดา ครุจิต (2557) ได้ใช้แนวคิดการจัดประเภท รายการวิทยุกระจายเสียงตามเนื้อหาออกเป็น 2 ประเภทกว้างๆ ได้แก่

1. ประเภทสาระ ได้แก่ รายการข่าว และรายการสารคดี
2. ประเภทบันเทิง ได้แก่ รายการชิตคอม รายการละคร รายการเกมโชว์ รายการ ทอล์คโชว์ รายการเรียลลิตี้ กีฬา และรายการดนตรี

นอกจากการแบ่งรูปแบบรายการวิทยุและโทรทัศน์ของนักวิชาการด้านสื่อมวลชน แล้ว หากมองในมุมของการกำกับดูแลกิจการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ของประเทศไทย กสทช. ได้มีการจัดรูปแบบประเภทรายการที่จำเป็นต้องระบุประเภทรายการไว้ในผังรายการวิทยุและ โทรทัศน์ ซึ่งมีทั้งหมด 16 ประเภท ตามที่ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการ สำหรับการให้บริการกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 4 กำหนดไว้ในภาคผนวก ค ดังนี้

1. ประเภทรายการข่าวสาร หมายถึง รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเสนอ เนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์ปัจจุบันหรือเหตุการณ์ที่เป็นข้อเท็จจริงที่เป็นประเด็นสาธารณะและเป็น ประโยชน์ต่อสาธารณะ ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบรายการข่าว เล่าข่าว และวิเคราะห์ข่าว รายการสนทนา ปัญหาเหตุการณ์ปัจจุบัน และรวมถึงเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่มีความคิดเห็นโต้แย้งกันในสังคม ประเด็นทางการเมืองทั้งในระดับชาติและในระดับท้องถิ่น และประเด็นที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย สาธารณะ ซึ่งไม่รวมเนื้อหาที่เป็นเรื่องบันเทิง

รายการข่าว ได้แก่ รายการที่นำเสนอเกี่ยวกับเหตุการณ์ปัจจุบัน โดยมุ่งให้เห็น องค์ประกอบในเชิงข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ในแง่ของใคร ทำอะไร หรือเกิดอะไรขึ้นที่ไหน เมื่อใด อย่างไร และผลกระทบของเหตุการณ์ดังกล่าว โดยอยู่บนพื้นฐานทางจริยธรรมด้านวารสารศาสตร์

รายการเล่าข่าว ได้แก่ รายการที่นำเนื้อหาข่าวมาเล่าให้ผู้รับชมหรือผู้รับฟังเข้าใจได้ ง่ายขึ้น โดยยึดโยงกับข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เป็นข่าว ซึ่งจะต้องปราศจากอคติหรือความคิดเห็น ส่วนตัวของผู้ดำเนินรายการ ทั้งนี้ โดยให้อยู่บนพื้นฐานทางจริยธรรมด้านวารสารศาสตร์

รายการวิเคราะห์ข่าว ได้แก่ รายการที่นำเสนอข่าวด้วยการเจาะลึกข้อมูล การ ตรวจสอบถึงที่มา องค์ประกอบของปัญหา หรือปรากฏการณ์ที่เป็นข่าวอย่างรอบด้านและลุ่มลึก เพื่อ เป็นฐานสำหรับความเข้าใจและการอภิปรายอย่างมีเหตุมีผลในประเด็นข่าวดังกล่าว โดยให้อยู่บน พื้นฐานทางจริยธรรมด้านวารสารศาสตร์

รายการสนทนาปัญหาเหตุการณ์ปัจจุบัน ได้แก่ รายการที่มีการนำเสนอข่าวหรือเหตุการณ์ปัจจุบันผ่านการสนทนาระหว่างผู้ดำเนินรายการและผู้ที่เป็นแขกรับเชิญในรายการ ซึ่งต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ ประสบการณ์ หรือมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับเหตุการณ์หรือปัญหาดังกล่าว ทั้งนี้ เพื่อวิเคราะห์ถึงประเด็นปัญหาและแสวงหาทางออกที่เป็นไปได้ โดยให้อยู่บนพื้นฐานทางจริยธรรมด้านวารสารศาสตร์

2. ประเภทรายการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการปกครองในระบอบ

ประชาธิปไตย หมายถึง รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างและส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบการปกครองและระบบสังคมที่ให้หลักประกันพื้นฐานสำหรับสิทธิเสรีภาพ โดยเฉพาะเสรีภาพในการแสดงออก สิทธิทางการเมือง สิทธิพลเมือง สิทธิมนุษยชน การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ทั้งที่ผ่านการเลือกตั้งและการเคลื่อนไหวของภาคประชาชน การกระจายอำนาจส่วนท้องถิ่น ธรรมนูญขององค์กรภาครัฐ และองค์กรอิสระ และการสร้างความเท่าเทียมในสังคมและประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

3. ประเภทรายการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม หมายถึง รายการ

ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย เพื่อส่งเสริมค่านิยม การประพฤติปฏิบัติที่ดีงามและสำนึกเกี่ยวกับความถูกต้องและผิดบนบรรทัดฐานและมาตรฐานทางพฤติกรรมที่เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับของสังคม หรือเพื่อส่งเสริมการสร้างสรรค์ผลงานด้วยฝีมือและทักษะเฉพาะ ตลอดจนเพื่อส่งเสริมวิถีการดำเนินชีวิตและการแสดงออกผ่านภาษา ดนตรีวรรณกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม การละครการแสดงพื้นบ้านและวัฒนธรรมนิยม เป็นต้น

4. ประเภทรายการให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต

และสิ่งแวดล้อม หมายถึง รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการในการจัดสรรทรัพยากร การผลิต การจำหน่ายแจก การบริโภค และการใช้สอยสิ่งต่างๆ ในสังคม ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับนานาชาติ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและกลุ่มคนในสังคม ความเปลี่ยนแปลงทางสังคม ในด้านต่างๆ การสร้างความพร้อมและเสริมศักยภาพให้คนในสังคม ทั้งในด้านสุขภาพอนามัย การศึกษา จิตใจ คุณธรรม การประกอบอาชีพ และการดำรงชีวิตในสังคมในทุกขั้นตอนของชีวิต การให้ความสำคัญและตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ อาทิ ป่าไม้ สัตว์ป่า อากาศ ดิน น้ำ แร่ธาตุ เป็นต้น

5. ประเภทรายการเด็กและเยาวชน หมายถึง รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพัฒนาเด็กและเยาวชนในระบบวิถีคิด ความรู้ในเรื่องวิชาการ ตลอดจนความรู้ในศาสตร์สาขาต่างๆ การพัฒนาด้านคุณธรรม และจริยธรรม การเรียนรู้เกี่ยวกับทักษะชีวิต การเรียนรู้ ยอมรับ เข้าใจ และชื่นชมความหลากหลายในสังคม หรือการพัฒนาความสัมพันธ์ของคนในครอบครัวและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลซึ่งต้องไม่มีเนื้อหาที่แสดงออกถึงพฤติกรรมด้านความรุนแรง เรื่องทางเพศ และภาษา

6. ประเภทรายการท้องถิ่น หมายถึง รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อแสดงให้เห็นถึงพัฒนาการและความสามารถหรือศักยภาพของท้องถิ่น เปิดโอกาสให้คนในสังคมหรือท้องถิ่นได้แสดงออก และอนุรักษ์และพัฒนาศิลปะ วัฒนธรรมท้องถิ่น หรือเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมด้านต่าง ๆ ของท้องถิ่น รวมทั้งการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับท้องถิ่น และการนำประเด็นปัญหาในท้องถิ่นมาถกเถียงเพื่อหาทางออก

7. ประเภทรายการวิทยาศาสตร์และสุขภาพ หมายถึง รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ในธรรมชาติ ทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต กระบวนการที่สามารถอธิบายปรากฏการณ์ต่าง ๆ ด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ การใช้เหตุผลและการตรวจสอบอย่างเป็นระบบ เทคโนโลยี นวัตกรรม การเสริมสร้างภาวะที่สมบูรณ์ทั้งทางร่างกายและจิตใจของคนในสังคม ตลอดจนการสร้างสิ่งแวดล้อมที่เอื้ออำนวยไปสู่ภาวะดังกล่าว

8. ประเภทรายการกีฬา หมายถึง รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับประเภทของกีฬา ส่งเสริม พัฒนาการเล่นกีฬาและการออกกำลังกาย เพื่อสุขภาพที่ดีรวมทั้งส่งเสริมการมีน้ำใจนักกีฬาและการเคารพกติกา และให้รวมถึงรายการถ่ายทอดกีฬาและรายการปกิณกะเกี่ยวกับกีฬา

9. ประเภทรายการข่าวสารและบันเทิง หมายถึง รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเสนอเนื้อหาอันผสมผสานกันระหว่างรายการข่าวสารและรายการที่ให้ความสำคัญและความเพลิดเพลิน และรวมถึงประเด็นที่ประชาชนให้ความสนใจ เช่น ข่าวดาราดารา ข่าวบันเทิง เป็นต้น

10. ประเภทรายการบันเทิง หมายถึง รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ความสำคัญ ความเพลิดเพลิน ความพึงพอใจแก่ผู้รับชม ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบเกมโชว์ ทอล์คโชว์ หรือวาไรตี้ แต่ไม่รวมถึงรายการที่ขายสินค้าและบริการ

11. ประเภทรายการพิเศษ หมายถึง รายการที่ไม่ได้ปรากฏในผังรายการตามปกติซึ่งอาจเป็นการสร้างขึ้น หรือถ่ายทอดออกอากาศจากเหตุการณ์จริงก็ได้ หรืออาจออกอากาศเป็นวาระที่ไม่ต่อเนื่อง

12. ประเภทรายการเพลง หมายถึง รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเสนอภาพและเสียงอันเกิดจากเครื่องดนตรี เสียงร้อง จังหวะ ทำนองและการเรียบเรียงที่แสดงออกถึงสุนทรียภาพและอารมณ์

13. ประเภทรายการภาพยนตร์ หมายถึง รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเสนอภาพและเสียง หรือภาพเพียงอย่างเดียว ซึ่งสามารถนำมาฉายให้เห็นเป็นภาพเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง เป็นการถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ หรือเป็นการแสดงหรือสร้างขึ้นจากจินตนาการของผู้สร้างก็ได้

14. ประเภทรายการตลก หมายถึง รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเสนอเนื้อหาอันน่าขบขัน ชวนหัว และเบาสมอง

15. ประเภทรายการละคร หมายถึง รายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเสนอเรื่องราวผ่านตัวละครอันเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ ความขัดแย้ง และธรรมชาติของมนุษย์ โดยใช้การแสดงและบทสนทนา

16. ประเภทรายการภาพยนตร์สารคดี หมายถึง รายการภาพยนตร์ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เป็นข้อเท็จจริง หรือประวัติศาสตร์ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา ศิลปะ วัฒนธรรม โดยอาศัยแหล่งข้อมูลทางเอกสารหรือแหล่งข้อมูลบุคคลที่เป็นทางการ วิชาการ หรือสามารถตรวจสอบความน่าเชื่อถือได้

จากแนวคิดข้างต้น ผู้วิจัยได้แบ่งประเภทรายการพ็อดคาสท์ (Podcast) เป็น 17 ประเภท ดังนี้

1. รายการข่าวสาร
2. รายการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการปกครองในระบอบประชาธิปไตย
3. รายการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม
4. รายการให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม
5. รายการเด็กและเยาวชน
6. รายการท้องถิ่น
7. รายการวิทยาศาสตร์และสุขภาพ
8. รายการกีฬา
9. รายการข่าวสารและบันเทิง
10. รายการบันเทิง
11. รายการพิเศษ
12. รายการเพลง
13. รายการภาพยนตร์
14. รายการตลก
15. รายการละคร

16. รายการภาพยนตร์สารคดี

17. รายการประเภทบริการสาธารณะ

รูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียง (Radio Program Format)

รูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียง หากมีรูปแบบเดียวกันทั้งรายการ ผู้ฟังอาจเกิดความเบื่อหน่ายได้ง่าย เนื่องจากวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่มองไม่เห็นภาพ สามารถได้ยินเฉพาะเสียงเท่านั้น จึงมีโอกาที่ผู้ฟังจะเลิกฟังได้ง่าย ดังนั้น นักวิทยุกระจายเสียงจึงพยายามพัฒนารูปแบบและเทคนิคการนำเสนอรายการ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ฟังเอาไว้

เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดและผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงเบื้องต้น ของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์ (2549) ได้กล่าวถึงรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียง หมายถึง เทคนิคหรือวิธีการในการนำเสนอรายการประเภทต่างๆ ให้มีความหลากหลายเพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซากจำเจ และสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ฟังไว้ให้ได้มากที่สุด โดยมีรายละเอียด 14 ประเภท ได้แก่

1. รายการพูดคุยกับผู้ฟัง (Straight talk program)

หมายถึง รายการที่มีผู้ดำเนินรายการเพียงคนเดียว โดยการนำเรื่องราวต่างๆ มาเล่าหรือพูดคุยกับผู้ฟังโดยตรง มีลักษณะเป็นธรรมชาติ เป็นกันเอง ไม่มีการอ่านจากบทที่เขียนเตรียมไว้

2. รายการสนทนา (Conversational program)

หมายถึง รายการที่มีการพูดคุยของผู้ร่วมรายการตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มีการกำหนดเรื่องและประเด็นที่จะใช้สนทนาไว้ก่อนแล้ว โดยจะมีคนหนึ่งเป็นผู้ดำเนินการสนทนา คอยควบคุมการสนทนาให้อยู่ภายใต้ขอบเขต และทั้งสองฝ่ายจะมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันได้

3. รายการสัมภาษณ์ (Interview program)

หมายถึง รายการที่มีผู้ร่วมรายการตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ประกอบด้วยผู้สัมภาษณ์ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ตั้งคำถาม และผู้ถูกสัมภาษณ์ จะเป็นผู้ตอบคำถาม โดยลักษณะสำคัญคือผู้สัมภาษณ์จะต้องคอยป้อนคำถามให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ให้ได้มากที่สุด โดยสามารถถามเพิ่มเติมเพื่อให้เข้าใจยิ่งขึ้นได้ แต่ต้องไม่สอดแทรกความคิดเห็นส่วนตัว

4. รายการอภิปราย (Discussion program)

หมายถึง รายการที่มีผู้ร่วมรายการหลายคน แต่ไม่ควรเกิน 4 คน เนื่องจากหากมีจำนวนมากเกินไปอาจทำให้ผู้รับฟังรายการเกิดความสับสนเพราะไม่สามารถมองเห็นภาพขณะฟังได้ วัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ฟังได้รับฟังความคิดเห็นที่หลากหลายของบุคคลต่างๆ ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยผู้ดำเนินรายการ จะทำหน้าที่ในการอภิปราย ควบคุมให้รายการดำเนินไปตามแนวทางที่วางไว้ โดยจะไม่เข้าไปร่วมแสดงความคิดเห็น

5. รายการบทความ (Straight program)

หมายถึง รายการที่มีผู้พูดเพียงคนเดียว โดยใช้เสียงเดียวตลอดรายการ เน้นให้ความรู้แก่ผู้ฟังโดยตรง มีลักษณะค่อนข้างเป็นทางการมากกว่าการพูดคุยปกติ อาจเป็นรายการเดี่ยว หรือแทรกอยู่ในรายการรูปแบบอื่นๆ ก็ได้ โดยการจัดรายการรูปแบบบทความนี้ไม่ควรมีความยาวเกิน 3-5 นาที เนื่องจากเป็นการบรรยายด้วยเสียงพูดของคนเดียวตลอดทั้งรายการ ไม่มีการเปิดดนตรี หรือการค้นรายการ อาจทำให้ผู้ฟังเกิดความเบื่อหน่ายได้

6. รายการสารคดี (Documentary or Feature program)

หมายถึง รายการที่ให้ความรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งลึกลงไปเพียงเรื่องเดียว โดยจะต้องเป็นเรื่องจริงหรืออ้างอิงจากของจริง โดยจะนำเสนอในหลายๆ แง่มุม และใช้การนำเสนอในลักษณะที่หลากหลายเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ฟัง เช่น การบรรยาย การแสดงความคิดเห็น การสัมภาษณ์ เป็นต้น ซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ 1. สารคดีแบบเข้มข้น 2. สารคดีเบาสมอง

7. รายการนิตยสารทางอากาศ (Magazine program)

หมายถึง รายการที่ประกอบด้วยเรื่องหลายเรื่องในรายการเดียวกัน โดยผู้ดำเนินรายการจะพูดเพื่อเชื่อมโยงแต่ละเรื่องให้เกี่ยวกันไปตลอดทั้งรายการ โดยใช้วิธีการนำเสนอที่หลากหลาย เช่น บทความ สัมภาษณ์ สารคดี ละคร สนทนา เป็นต้น

8. รายการเพลง (Music program)

เป็นรายการที่มีมากที่สุด ในสถานีวิทยุกระจายเสียง เนื่องจากธรรมชาติของสื่อวิทยุเป็นสื่อเสียง จึงเหมาะกับการเสนอเสียงดนตรีและเสียงเพลงมากที่สุด ซึ่งการจัดรายการเพลงจะมีหลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ของสถานีและผู้ดำเนินรายการ

9. รายการข่าว (News program)

หมายถึง รายการที่นำเสนอรายงานเหตุการณ์สำคัญต่างๆ มีการแบ่งข่าวออกเป็นประเภทต่างๆ เช่น ข่าวการเมือง ข่าวกีฬา ข่าวบันเทิง ข่าวสังคม ข่าวเศรษฐกิจ เป็นต้น ซึ่งสามารถใช้วิธีการนำเสนอที่หลากหลายรูปแบบ เช่น อ่านข่าวโดยผู้วิจารณ์ข่าว สก๊อปข่าว สารคดีเชิงข่าว เป็นต้น

10. รายการบรรยายเหตุการณ์ (Commentary program)

หมายถึง รายการที่มีการผลิตขึ้นนอกห้องส่งของสถานี เช่น การรายงานข่าวที่เป็นเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดว่าจะเกิดขึ้นมาก่อน หรืออาจเป็นการเฝ้าติดตามเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นและยังดำเนินอยู่ โดยจะมีผู้สื่อข่าวทำหน้าที่ในการรายงานข่าวเข้ามายังสถานีนั้นๆ การถ่ายทอดเหตุการณ์เป็นการรายงานเหตุการณ์สำคัญที่ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสนใจ ส่วนใหญ่จะเป็นเหตุการณ์ที่มีกำหนดการที่ชัดเจน แน่นนอน โดยมีผู้บรรยายทำหน้าที่ในการเล่า หรือถ่ายทอดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น การรายงานสภาพการณ์จริง เป็นการบรรยายบรรยากาศที่มีอยู่ตามความเป็นจริงที่ผู้บรรยายได้ไปพบเห็นและถ่ายทอดออกมาให้ผู้ฟังได้ฟัง เช่น การบรรยายสารคดีเชิงประวัติศาสตร์

11. รายการตอบปัญหา (Quiz program)

หมายถึง รายการตอบปัญหาทางวิทยุกระจายเสียง แต่ปัจจุบันไม่ได้รับความนิยมเท่ากับ รายการตอบปัญหาทางโทรทัศน์ โดยมากในรายการวิทยุกระจายเสียงมักใช้วิธีการตอบปัญหาทาง โทรทัศน์ ซึ่งบางรายการมีการตั้งคำถามให้ผู้ฟังโทรศัพท์เข้ามาตอบ หรืออาจเป็นการส่งข้อความสั้น และมีการแจกรางวัลร่วมด้วย

12. รายการละครวิทยุ (Music program)

หมายถึง รายการที่มีการแสดงบทบาทสมมติตามเนื้อเรื่อง ที่มีบท แต่การจะนำมาทำ เป็นละครวิทยุต้องใช้ศิลปะการใช้เสียง 3 เสียง ได้แก่ เสียงพูด เสียงดนตรี และเสียงประกอบ ซึ่งแต่ ละเสียงจะช่วยสร้างอารมณ์และความรู้สึกให้ผู้ฟังได้สมจริงมากขึ้น

13. รายการปิกนิกะ (Variety program)

หมายถึง รายการที่มีการนำเสนอในรูปแบบต่างๆ มารวมกันอยู่ในรายการเดียว หรือมี หลายเรื่อง คล้ายกับรายการนิตยสาร แต่จะไม่มี การเชื่อมโยงแต่ละเรื่องให้เป็นเรื่องเดียว จะเป็น ลักษณะผสมปนเปกันไป โดยจะมุ่งเน้นความบันเทิงเป็นหลัก

14. รายการสาระละคร (Docu-drama program)

หมายถึง รายการที่ให้ความรู้ไปพร้อมกับความบันเทิง จะให้ตัวละครเป็นตัวนำเข้าสู่เรื่อง ที่เป็นความรู้ ทำให้ผู้ฟังเพลิดเพลิน ไม่เบื่อ เกิดความสนุกสนานไปพร้อมๆ กับได้รับความรู้ ส่วนใหญ่ จะเป็นเรื่องที่เข้าใจยาก จึงนิยมสร้างเป็นละคร

นอกจากนี้ ศุภางค์ นันตา (2553) ได้อธิบายถึงวิธีการหรือเทคนิคการนำเสนอรายการ วิทยุกระจายเสียงในรูปแบบต่างๆ ดังนี้

1. รูปแบบการนำเสนอรายการข่าววิทยุกระจายเสียง

รายการข่าว เป็นรายการวิทยุกระจายเสียงประเภทหนึ่งที่มีเนื้อหาสำคัญ คือ ข่าวสาร เหตุการณ์ หรือข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นสดใหม่ ทันต่อเหตุการณ์ และเป็นที่น่าสนใจของประชาชนอย่าง กว้างขวาง ดังนั้น การนำเสนอรายการข่าวจึงมักเป็นการออกอากาศรายการประจำที่มีการกำหนด ช่วงเวลาของรายการไว้อย่างชัดเจน หรือหากมีกรณีข่าวด่วน สามารถออกอากาศสอดแทรกระหว่าง ช่วงเวลาของรายการใดรายการหนึ่งได้ ดังนั้น สามารถจำแนกรูปแบบการนำเสนอ ได้ดังนี้

1.1 ข่าวอ่าน คือ การอ่านข่าวจากบทข่าวที่มีการเรียบเรียงขึ้น โดยผู้อ่านหรือผู้ ประกาศข่าวต้องทำการซักซ้อม ศึกษา ทำความเข้าใจข่าวนั้นๆ โดยการอ่านข่าวต้องใช้น้ำเสียงที่มี ความเหมาะสม น่าเชื่อถือ และน่าฟัง มักพบมากได้ในข่าวภาคหลัก หรือข่าวต้นชั่วโมงของสถานี วิทยุกระจายเสียง

1.2 ข่าวประกอบเสียง คือ การรายงานข่าวที่มีการตัดต่อเสียงจริงที่เกี่ยวข้องกับข่าว มาประกอบการรายงานข่าว เช่น เสียงสัมภาษณ์จากแหล่งข่าว การแสดงความคิดเห็นของประชาชน ทั่วไปต่อประเด็นใดประเด็นหนึ่งของข่าว เป็นต้น โดยมีวิธีการผลิต คือ ต้องนำเสียงประกอบมา เรียบเรียงตัดต่อใหม่ให้สั้น กระชับ ตรงประเด็น และนำมาแทรกระหว่างการนำเสนอข่าว เพื่อเป็นการ สร้างความน่าเชื่อถือให้กับข่าวยิ่งขึ้น

1.3 การรายงานข่าวของผู้สื่อข่าว คือ การรายงานข่าวจากข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นใน เหตุการณ์ โดยมีการรวบรวมรายละเอียดของประเด็นต่างๆ ที่ผู้สื่อข่าวได้ไปติดตามมา แล้วนำมาตัด ต่อ และเรียบเรียงใหม่ด้วยภาษาที่สั้น กระชับ ตรงประเด็น

1.4 การสัมภาษณ์ข่าว คือ การสัมภาษณ์เชิงลึกบุคคลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นในข่าว สามารถนำมาประกอบเป็นส่วนหนึ่งของรายการข่าว หรืออาจเป็นรายการสัมภาษณ์ข่าวตลอดรายการ ก็ได้

1.5 การรายงานข่าวจากสถานที่เกิดเหตุการณ์/การรายงานข่าวนอกสถานที่ คือ การ รายงานข่าว ณ จุดเกิดเหตุ อาจใช้เสียงของผู้สื่อข่าวโดยตรง หรือเสียงบุคคลสำคัญ เสียงเหตุการณ์ หรือเสียงความเห็นของประชาชนประกอบกับข่าวนั้นๆ อาจเป็นการรายงานสด หรือบันทึกเสียงไว้ ล่วงหน้าแล้วนำมาตัดต่อก่อนนำเสนอก็ได้ ส่วนใหญ่การรายงานข่าวในรูปแบบนี้มักเป็นข่าวที่ น่าตื่นเต้นและมีความสูญเสีย หรือเป็นข่าวที่บรรยายบรรยากาศที่น่าสนใจก็สามารถนำเสนอได้

1.6 รายการนิตยสารข่าว คือ การนำเสนอในรูปแบบที่มีความหลากหลายและเป็น กันเองกับผู้ฟัง โดยใช้การอ่านข่าวในห้องส่ง รวมถึงเทคนิคการสัมภาษณ์ การรายงานข่าวนอกสถานที่ หรือเป็นข่าวประกอบเสียงก็ได้

1.7 รายการสารคดีข่าว คือ การนำเสนอเหตุการณ์ที่เป็นข่าวมานำเสนอในลักษณะสารคดี เชิงข่าวด้วยการนำตัวจริงเสียงจริงของบุคคลที่เป็นข่าวมาถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึก ผ่านการตัดต่อ ด้วยเสียงประกอบเสียงดนตรี

1.8 รายการวิเคราะห์ข่าว คือ การรายงานข่าวให้ผู้ฟังได้รับรู้ถึงเบื้องหน้า เบื้องหลัง ผลกระทบที่เกิดขึ้นเป็นสำคัญ ส่วนใหญ่จะเป็นข่าวที่มีความสำคัญมากๆ หรือมีผลกระทบต่อผู้คนใน วงกว้าง

1.9 รายการนิวส์ทอล์ค คือ การรายงานข่าวจากหน้าหนังสือพิมพ์ โดยการนำมาคุย เป็นข่าว หรือเล่าข่าว โดยจะเน้นที่ข่าวทั่วไป โดยสามารถเชิญผู้ที่เกี่ยวข้องในข่าวมาร่วมสนทนา ด้วยก็ได้

2. รูปแบบการนำเสนอรายการสารคดี

รายการสารคดี คือ การนำเสนอเนื้อหาสาระในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างละเอียด เจาะลึก และมีวิธีการนำเสนอที่หลากหลาย ซึ่งต้องเป็นการนำเสนอข้อเท็จจริง ใช้เสียงจริงของบุคคล หรือจำลองเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้นๆ ซึ่งสามารถจำแนกรูปแบบการนำเสนอได้ ดังนี้

2.1 การนำเสนอรายการเดี่ยวโดยเฉพาะ คือ การนำเสนอรายละเอียดที่เจาะลึกในแง่มุมต่างๆ เพื่อให้ผู้ฟังได้รับความรู้มากที่สุด ดังนั้น ผู้ผลิตรายการจำเป็นต้องศึกษาค้นคว้าข้อมูลอย่างเต็มที่ โดยยังมีลักษณะเป็นการใช้เสียงจริงมากเท่าไร ก็ยิ่งทำให้รายการมีคุณค่าแก่ความน่าเชื่อถือมากขึ้นเท่านั้น โดยมากเป็นรายการเดี่ยวโดดๆ และมีความยาวพอสมควร จึงต้องพยายามใช้รูปแบบต่างๆ เข้ามาประกอบกับเนื้อหาในแต่ละช่วง เพื่อให้ดูมีความหลากหลายและไม่น่าเบื่อ และทำให้รายการมีสีสัน น่าสนใจมากขึ้น

2.2 การนำเสนอเป็นส่วนหนึ่งของรายการ คือ การนำเสนอในส่วนใดส่วนหนึ่งของรายการใดก็ตาม ส่วนมากจะเป็นส่วนหนึ่งของรายการนิตยสารทางอากาศ ความยาวจะไม่มาก และเนื้อหาจะไม่ละเอียดมากนัก

2.3 การนำเสนอเนื่องในโอกาสพิเศษ คือ การนำเสนอวันสำคัญต่างๆ เป็นโอกาสไป

3. การนำเสนอรายการนิตยสารทางอากาศ

เป็นรายการที่มีการนำเสนอเนื้อหาสาระที่มีความหลากหลายในรายการเดี่ยว โดยจะมีบทเพื่อเชื่อมรายการ และเรื่องที่น่าสนใจเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย และมีวิธีการนำเสนอที่หลากหลาย เช่น การนำเสนอด้วยรูปแบบข่าว สารคดี การพูดคุย ละคร รายการ สัมภาษณ์ บรรยายนอกสถานที่ บทความ เป็นต้น

4. รูปแบบการนำเสนอรายการสัมภาษณ์

เป็นการนำเสนอในลักษณะการพูดคุยที่ประกอบด้วย 2 ฝ่าย คือ ผู้สัมภาษณ์ทำหน้าที่เป็นตัวแทนผู้ฟังเพื่อซักถามข้อมูลที่เป็นปัญหาและต้องการความกระจ่าง และผู้ให้สัมภาษณ์ คือ ผู้ที่ตอบคำถามและอธิบายประเด็นตามที่ถูกสัมภาษณ์ และให้คำตอบตามที่ผู้ฟังสนใจ

5. รูปแบบการนำเสนอรายการสนทนา

เป็นการเสนอการพูดคุยตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป แต่มีเนื้อหาที่สนทนาไปในทิศทางเดียวกัน และมีผู้ดำเนินรายการทำหน้าที่คอยควบคุมให้การสนทนาเป็นไปตามแนวทางหรือขอบเขตที่วางไว้

6. รูปแบบการนำเสนอรายการอภิปราย

เป็นการอภิปรายตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป เพื่อให้ข้อมูลในเรื่องที่อยู่ในความสนใจของผู้ฟัง ส่วนมากจะเป็นประเด็นขัดแย้ง และเป็นข้อโต้เถียงของคนในสังคม อาจเป็นการเชิญบุคคลมาร่วมอภิปรายโดยบันทึกเสียงไว้ล่วงหน้า หรืออภิปรายออกอากาศสดก็ได้

7. รูปแบบการนำเสนอรายการเพลง

รายการเพลงเป็นรายการที่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง เนื่องจาก ธรรมชาติของการนำเสนอสื่อวิทยุกระจายเสียงที่เป็นสื่อเสียง ซึ่งสามารถจำแนกรูปแบบการนำเสนอ ได้ดังนี้

7.1 รูปแบบรายการเพลงตามคำขอ คือ การเปิดโอกาสให้ผู้ฟังทางบ้านขอเพลงเข้ามาในรายการด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ฟัง ซึ่งการนำเสนอรายการด้วยวิธีจัดเพลงตามคำขอนี้เป็นวิธีการที่สามารถสำรวจความนิยมของรายการได้ด้วย

7.2 รูปแบบบล็อก คือ การกำหนดผังรายการ หรือช่วงเวลาเป็นบล็อกกว้างๆ ว่าในแต่ละช่วงเวลาจะนำเสนอรายการเพลงประเภทใด

7.3 รูปแบบนาฬิกา คือ การนำเสนอรายการเพลงที่ออกแบบมาโดยมีกรอบชัดเจนว่าภายในระยะเวลารายการ จะประกอบด้วยอะไรบ้างในรายการ เช่น เพลง สปอตโฆษณา พุดสลั เพลง เกม ข่าวต้นชั่วโมง เป็นต้น

7.4 รูปแบบการนำเสนอศิลปิน หรือแขกรับเชิญ คือ การนำศิลปินหรือแขกรับเชิญที่กำลังมีผลงานและเพลงกำลังได้รับความนิยมในขณะนั้น มาให้สัมภาษณ์พูดคุยผ่านรายการ

8. รูปแบบการนำเสนอรายการละครวิทยุ

เป็นการนำเสนอเรื่องราวโดยถ่ายทอดอารมณ์ผ่านการแสดงด้วยคำพูด ดนตรี และเสียงประกอบ ทำให้ผู้ฟังสามารถจินตนาการเห็นภาพเหตุการณ์ ต่างทาง อารมณ์ ความรู้สึกคล้อยตามไปกับเรื่อง ซึ่งสามารถจำแนกรูปแบบการนำเสนอ ได้ดังนี้

8.1 การนำเสนอเป็นช่วงรายการละครวิทยุโดยตรง

8.2 การนำเสนอรายการละครวิทยุเป็นส่วนหนึ่งของรายการหลัก

จากแนวคิดข้างต้น ผู้วิจัยได้แบ่งรูปแบบการนำเสนอรายการเพื่อใช้ในการศึกษาและอธิบายรูปแบบรายการของบริการไอทีที บนพ็อดคาสท์ (Podcast) เป็น 14 ประเภท ดังนี้

1. รายการที่มีผู้ดำเนินรายการคนเดียว (Straight talk program)
2. รายการสนทนา (Conversational program)
3. รายการสัมภาษณ์ (Interview program)
4. รายการอภิปราย (Discussion program)
5. รายการบทความ (Straight program)
6. รายการสารคดี (Documentary or Feature program)
7. รายการนิตยสารทางอากาศ (Magazine program)
8. รายการเพลง (Music program)
9. รายการข่าว (News program)

- 9.1 การอ่านข่าว
- 9.2 การรายงานข่าว
- 9.3 การวิเคราะห์ข่าว
- 9.4 นิวส์ทอล์ค
10. รายการบรรยายเหตุการณ์ (Commentary program)
11. รายการตอบปัญหา (Quiz program)
12. รายการละครวิทยุ (Music program)
13. รายการปกิณกะ (Variety program)
14. รายการสารระละคร (Docu-drama program)

วิธีการนำเสนอเนื้อหารายการวิทยุกระจายเสียง

จากการอธิบายประเภทรายการ และรูปแบบของรายการวิทยุกระจายเสียงที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันแล้ว รายการแต่ละประเภทยังสามารถผลิตออกมาได้หลายรูปแบบและมีเทคนิคและวิธีการนำเสนอที่แตกต่างกัน กรณีศึกษา รุ่งเจริญพงษ์ (2557) กล่าวไว้ว่า การเปลี่ยนแปลงวิธีการนำเสนอรายการประเภทต่างๆ สามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เนื่องจากสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์เปิดโอกาสให้ผู้ผลิตรายการได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ ค้นหาวิธีการนำเสนอในรูปแบบใหม่ๆ อยู่เสมอ

เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดและผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงเบื้องต้น ของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์ (2549) ได้กล่าวถึงวิธีการนำเสนอรายการแบ่งตามบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน ได้แก่

1. รายการประเภทข่าวสาร นิยมนำเสนอข่าวด้วยวิธีการนำเสนอได้หลากหลายรูปแบบ ได้แก่

- 1.1 การอ่านข่าว หมายถึง การที่ผู้ประกาศข่าวนั่งอ่านข่าวในห้องส่งสถานีข่าว
- 1.2 การรายงานข่าว หมายถึง การที่มีผู้สื่อข่าวออกไปทำข่าว แล้วรายการเข้ามายังสถานีทันทีทันใด ทำให้รายการข่าวมีสีสัน และความน่าเชื่อถือ
- 1.3 การวิเคราะห์ข่าว หมายถึง การหยิบยกข่าว หรือเหตุการณ์สำคัญที่กำลังอยู่ในความสนใจของประชาชนมาวิเคราะห์ถึงสาเหตุ
- 1.4 การวิจารณ์ข่าว หมายถึง การแสดงความคิดเห็นของผู้วิจารณ์ที่มีต่อข่าวหรือเหตุการณ์นั้น
- 1.5 ข่าวประกอบเสียง หมายถึง การสัมภาษณ์แหล่งข่าวที่เกี่ยวข้องกับข่าวหรือเหตุการณ์นั้น

- 1.6 สก๊อปข่าว หมายถึง การรวบรวมหรือประมวลเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับข่าวนั้น และนำมาเรียบเรียงให้นำสนใจ
2. รายการประเภทความรู้และการศึกษา มีรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย ได้แก่
- 2.1 การนำเสนอบทความ หมายถึง การใช้เสียงคนคนเดียวไม่มีดนตรีประกอบ
 - 2.2 การนำเสนอแบบบรรยาย หมายถึง การใช้เสียงเดียว โดยเป็นการพูดจากนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆ และรายการส่วนใหญ่จะเป็นรายการเพื่อการศึกษา
 - 2.3 การนำเสนอแบบสารคดี หมายถึง การใช้เสียงหลายเสียง ประกอบด้วยเสียงพูด เสียงดนตรี และเสียงประกอบ ผสมผสานกับการสัมภาษณ์ การบรรยาย และการสนทนาเป็นต้น
 - 2.4 การนำเสนอแบบสนทนา หมายถึง การใช้เสียง 2 คนพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันในเรื่องราวที่กำหนดไว้
 - 2.5 การนำเสนอด้วยการสัมภาษณ์ หมายถึง การใช้เสียงคน 2 คน โดยฝ่ายหนึ่งเป็นฝ่ายตั้งคำถาม อีกฝ่ายหนึ่งเป็นผู้ตอบ
 - 2.6 การนำเสนอด้วยการอภิปราย หมายถึง การใช้เสียงหลายเสียง โดยไม่ควรเกิน 5 คน เป็นการแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างกันในเรื่องที่กำหนดไว้
3. รายการประเภทบันเทิงและสาระบันเทิง เป็นรายการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ฟังเกิดความสุข ความเพลิดเพลิน ผ่อนคลาย ดังนั้น จึงไม่จำเป็นต้องมีสาระความรู้มากนัก อาจมีความรู้เบาๆแทรกอยู่ได้ ซึ่งมีวิธีการนำเสนอ ได้แก่
- 3.1 การนำเสนอรายการเพลงแบบไม่เป็นทางการ หมายถึง รายการเพลงที่จัดอยู่ทั่วไป โดยมีผู้ดำเนินรายการ ทำหน้าที่พูดคุย รับโทรศัพท์ เปิดเพลง และควบคุมเสียงด้วยตนเอง มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟังโดยตรง
 - 3.2 การนำเสนอรายการเพลงแบบเป็นทางการ หมายถึง รายการที่ผู้จัดรายการต้องการให้ผู้ฟังเกิดสุนทรียรส มีความซาบซึ้ง ตี๋มด้าในเสียงดนตรีอย่างแท้จริง เช่น เพลงคลาสสิก
 - 3.3 การนำเสนอละครวิทยุ หมายถึง การแสดงบทบาทสมมุติโดยใช้เสียงพูด เสียงดนตรี และเสียงประกอบ สร้างจินตนาการขึ้นในใจของผู้ฟัง
 - 3.4 การนำเสนอนิทาน หมายถึง การเล่าเรื่องโดยการทำเสียงต่างๆ มีผู้เล่าเพียงคนเดียว เหมาะสำหรับกลุ่มผู้ฟังที่เป็นเด็ก
 - 3.5 การนำเสนอรายการปกิณกะ หมายถึง การนำเสนอรายการที่ประกอบด้วยเรื่องหลายเรื่องในรายการเดียว โดยจะเน้นหนักในด้านความบันเทิง และจะไม่มีารพูดเชื่อมโยงรายการเหมือนรายการนิตยสารทางอากาศ
 - 3.6 การนำเสนอแบบพูดคุย หมายถึง การพูดด้วยเสียงคนๆ เดียว เนื้อหาที่พูดอาจให้ความรู้ แต่จะเป็นการพูดแบบฟังสบาย เบาสมอง กึ่งสาระกึ่งบันเทิง เช่น การเล่าเรื่องตลกขบขัน

3.7 การนำเสนอรายการนิตยสารทางอากาศ หมายถึง รายการที่ประกอบด้วยเรื่องราวต่างๆ หลากหลาย ได้แก่ ข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง และมีการเชื่อมโยงเรื่องราวเข้าด้วยกัน

3.8 การนำเสนอรายการสาระละคร หมายถึง การนำเสนอรายการที่นำเสนอเนื้อหาที่เป็นสาระมาสร้างเรื่องราวเป็นบทละคร เพื่อนำเข้าสู่ความรู้ทางวิชาการ

4. รายการบริการสาธารณะ นิยมนำเสนอหลายรูปแบบ โดยไม่มีการหารายได้จากการโฆษณาหรือบริการทางธุรกิจ ดังนี้

4.1 การนำเสนอข่าวบริการ หมายถึง การอ่านข่าว หรือข่าวแทรกในรายการอื่นๆ

4.2 การนำเสนอด้วยการรายงานเหตุการณ์ หมายถึง การรายงานโดยผู้สื่อข่าว หรือเจ้าหน้าที่ในการรายงาน เช่น การจรรยา การพยากรณ์อากาศ

4.3 การนำเสนอด้วยสปอตตรงรงค์ หมายถึง การอ่านโดยผู้ประกาศ หรือเป็นสปอตที่ผลิตสำเร็จรูป โดยไม่มีการหารายได้จากการโฆษณาหรือบริการทางธุรกิจ

4.4 การนำเสนอด้วยการตอบปัญหา หมายถึง การที่มีผู้ฟังรายการติดต่อเข้ามาในรายการเพื่อถามปัญหาต่างๆ โดยมีผู้เชี่ยวชาญในการตอบคำถาม

นอกจากนี้ ศุภางค์ นันตา (2553) กล่าวว่า วิธีการนำเสนอรายการวิทยุกระจายเสียงเป็นกระบวนการที่จะนำเสนอเนื้อหา เรื่องราว สาระต่างๆ มาประกอบกันเข้าเป็นรายการวิทยุกระจายเสียง โดยมีการจัดลำดับเนื้อหา และวิธีการนำเสนอให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย โดยใช้การนำเสนอด้วย สื่การพูด น้ำเสียง และเสียงประกอบที่เหมาะสมกับรูปแบบของรายการ เพื่อให้รายการเป็นที่น่าสนใจ ไม่น่าเบื่อ แต่ยังคงมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ทั้งในแง่ของเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ

ผู้วิจัยจะใช้แนวคิดข้างต้นในการอธิบายวิธีการนำเสนอรายการพ็อดคาสท์ (Podcast) โดยมีองค์ประกอบในการอธิบาย ได้แก่ วิธีการลำดับเนื้อหา เสียงพูด กล่าวคือ จำนวนผู้ดำเนินรายการ ความชัดเจน การใช้อักขระวิธีที่ถูกต้อง สื่การนำเสนอ และการสื่อความหมาย เสียงเพลง กล่าวคือ เพลงประจำรายการ เพลงเชื่อมรายการ เพลงสร้างอารมณ์ เพลงสร้างบรรยากาศ และเพลงเปลี่ยนฉาก เวลา หรือสถานที่ เสียงประกอบ

4. แนวคิดเกี่ยวกับระดับความเหมาะสมของรายการ

การจัดระดับความเหมาะสมของสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่อโทรทัศน์ เป็นมาตรการสำคัญที่สนับสนุนให้รายการต่างๆ ผลิตเนื้อหาเพื่อการส่งเสริมการศึกษาและการเรียนรู้ให้กับเด็ก และเยาวชน รวมถึงยังเป็นเครื่องมือในการปกป้องเด็กและเยาวชนจากการบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสมกับวัย “การจัดลำดับและชนิดของเนื้อหา (Rating) เป็นมาตรการที่องค์กรกำกับสามารถนำมาร่วมใช้ได้ วิธีนี้เป็นการบอกหรือเตือนผู้ใช้สื่อให้รู้ล่วงหน้าว่ารายการที่จะรับชมมีเนื้อหาประเภทใด หรือมีระดับความรุนแรงเพียงไร มาตรการนี้ไม่ละเมิดสิทธิการแสดงออกที่รัฐธรรมนูญรองรับไว้” (พนา ทองมีอาคม, 2559)

สำนักงาน กสทช. กำหนดหลักเกณฑ์ในการจัดระดับความเหมาะสมของเนื้อหารายการ ในกิจการโทรทัศน์ โดยออกเป็นประกาศสำนักงาน กสทช. เรื่อง “แนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ตามประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556” ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา ระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ ประกอบด้วย 2 หลักเกณฑ์ คือ หลักเกณฑ์ของระบบการ จำแนกเนื้อหาที่ควรมีการจำกัด และหลักเกณฑ์ของระบบการจำแนกเนื้อหาที่ควรมีการส่งเสริม ซึ่งมี รายละเอียด ดังนี้

1. หลักเกณฑ์ของระบบการจำแนกเนื้อหาที่ควรมีการจำกัด พิจารณาจากภาพ เสียง และเนื้อหาในรายการ ประกอบกับเจตนาการผลิต การจัดทำวัตถุประสงค์ และวิธีการในการนำเสนอ ภาพ เสียง หรือเนื้อหา น้ำหนักการดำเนินเรื่อง มุมกล้องการถ่ายทำ ที่ทำให้ผู้ชมรับรู้ในทางที่ไม่เหมาะสม และอาจมีผลต่อค่านิยมและพฤติกรรมในด้านลบ โดยพิจารณาใน 3 ประเด็น คือ

1. พฤติกรรมและความรุนแรง 2. การใช้ภาษา 3. เรื่องทางเพศ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. พฤติกรรมและความรุนแรง พิจารณาจากภาพ เสียง หรือเนื้อหาที่อาจทำให้เกิด การเรียนรู้ที่ไม่เหมาะสมในเรื่องพฤติกรรมที่รุนแรง หรือพฤติกรรมที่นำไปสู่ความรุนแรงและอันตราย ประกอบด้วย

1.1 การแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมและการนำเสนอที่ก่อให้เกิดผล รุนแรงต่อจิตใจของผู้ชม ทำให้เกิดความรู้สึก เช่น ความหดหู่ ความเศร้า ความเครียด ความสะเทือน ใจ อย่างรุนแรง รวมถึงองค์ประกอบของรายการที่ทำให้ผู้ชมตกใจกลัว ความน่าเกลียด สยดสยอง ขยะแขยง

1.2 การใช้ความรุนแรงกระทำต่อตนเอง บุคคลอื่น สิ่งมีชีวิตและวัตถุ

1.3 การใช้อาวุธ ยาเสพติด การแสดงภาพของการกระทำความผิดในรูปแบบ ต่างๆ รวมถึงเนื้อหาที่ขัดต่อศีลธรรม และความสงบสุขของสังคม

1.4 การนำเสนอที่ชักนำให้เกิดการอคติ การเลือกปฏิบัติอันนำมาซึ่งการต่อต้าน หรือล่วงละเมิดบุคคลหรือกลุ่มบุคคล รวมถึงการส่งเสริม การสร้างทัศนคติ ความเชื่อ การชักจูงใจให้เกิดการล่วงละเมิดหรือการต่อต้าน การดูหมิ่นเหยียดหยาม การลดทอนหรือการละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ละเมิดสิทธิมนุษยชน การส่งเสริมหรือชักจูงให้เกิดการต่อต้าน ดูหมิ่น สร้างทัศนคติเชิงลบ การล้อเลียนให้เกิดความอาย จนกลายเป็นตัวตลกในสังคม ในประเด็นต่างๆ เช่น เชื้อชาติ สัญชาติ ชาติพันธุ์ เพศ รสนิยมทางเพศ ชนชั้น สถานะ สภาพทางเศรษฐกิจ อายุ ศาสนา สีผิว โรคหรือภาวะสุขภาพความพิการทั้งทางร่างกาย จิตใจ และสติปัญญา

2. การใช้ภาษา พิจารณาจากภาพ เสียง หรือเนื้อหาที่อาจทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ไม่เหมาะสมในเรื่องการใช้ภาษา ไวยากรณ์ การใช้ภาษาที่ล่อแหลม หมิ่นเหม่ สื่อความหมายเชิงลบ การใช้ภาษาที่ก้าวร้าว ดูหมิ่น ลดทอนศักดิ์ศรีของผู้ฟัง

3. เรื่องทางเพศ พิจารณาจากภาพ เสียง หรือเนื้อหาที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ไม่เหมาะสมด้านการแต่งกาย การแสดงออกทางเพศ ท่าทางหรือกิริยาที่ไม่เหมาะสมทางเพศ การล่วงละเมิดทางเพศ บทสนทนาหรือคำพูดเกี่ยวกับเนื้อหาทางเพศที่ล่อแหลม ไม่เหมาะสม สร้างทัศนคติทางลบเกี่ยวกับเนื้อหาทางเพศในทุกประเด็น เช่น การเหยียดเพศ เป็นต้น

2. หลักเกณฑ์ของระบบการจำแนกเนื้อหาที่ควรมีการส่งเสริม พิจารณาเนื้อหาในรายการที่สนับสนุนด้านการศึกษาและการพัฒนาการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน ซึ่งเกณฑ์ในการพิจารณามี 6 ประเด็น คือ

1. เนื้อหาที่ส่งเสริมให้เกิดระบบวิธีคิด
2. เนื้อหาที่ส่งเสริมความรู้ในเรื่องวิชาการ และความรู้ในศาสตร์สาขาต่างๆ
3. เนื้อหาที่ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาด้านคุณธรรม จริยธรรม
4. เนื้อหาที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับทักษะชีวิต
5. เนื้อหาที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ ยอมรับ เข้าใจ ความหลากหลายในสังคม
6. เนื้อหาที่ส่งเสริมการพัฒนาความสัมพันธ์ของคนในครอบครัวและความสัมพันธ์

ระหว่างบุคคล

ตารางที่ 2.1 แนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการ

ระดับความเหมาะสม	พฤติกรรมและ ความรุนแรง	ภาษา	เรื่องทางเพศ
ป (3-5ปี)	0	0	0
ด (6-12ปี)	0	1	0
ท (ทุกวัย)	1	1	1
น 13 (น้อยกว่า 13 ควรได้รับคำแนะนำ)	2	2	1
น 18 (น้อยกว่า 18 ควรได้รับคำแนะนำ)	2	2	2
ฉ (เฉพาะผู้ใหญ่)	3	3	3

ที่มา : ประกาศสำนักงาน กสทช. เรื่อง แนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ตามประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556

นอกจากนี้ สำนักงาน กสทช. มีข้อเสนอในการผลิตรายการ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ผลิตรายการระดับต่าง และใส่ใจการนำเสนอประเด็นต่างๆ ในรายการระดับต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในรายการระดับ ป ด ท โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. การนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับความรุนแรง โดยเฉพาะการแสดงถึงพฤติกรรมที่นำไปสู่อันตรายและเด็กสามารถเลียนแบบได้ ผู้ผลิตควรพิจารณาใช้เทคนิคพิเศษเพื่อลดความรุนแรงในกรณีที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงการนำเสนอได้ เช่น การลดความชัดเจนของภาพ (Blur) การเพิ่มความเร็วของภาพ (Fast Speed) การลดโทนสี ฯลฯ

2. การนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับความรุนแรงในรูปแบบจินตนาการ (Fantasy Violence) สำหรับรายการในระดับ ป ผู้ผลิตสามารถนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับความรุนแรงได้ เฉพาะในกรณีที่ตัวละครที่เกี่ยวข้องกับความรุนแรงดังกล่าวไม่ใช่มนุษย์ หรือมีลักษณะคล้ายคลึงกับมนุษย์เท่านั้น ทั้งนี้ ต้องไม่เป็นเนื้อหาหลักของเรื่องของการนำเสนอ และต้องไม่นำเสนอในลักษณะชี้แนะหรือชักจูงด้วย

หากตัวละครที่มีพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรุนแรงเป็นมนุษย์ หรือมีลักษณะคล้ายคลึงกับมนุษย์ไม่ควรจัดอยู่ในระดับ ป ผู้ผลิตจะต้องพิจารณาประเด็นของความรุนแรงที่น่าเสนอว่าควรอยู่ใน ระดับ ด หรือ ท แม้ตัวละครที่มีพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรุนแรง จะไม่มีลักษณะเป็นมนุษย์ หรือคล้ายคลึงกับมนุษย์ แต่ประเด็นความรุนแรงที่น่าเสนอ ไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของระดับ ป โดยอาจมีการใช้ความรุนแรงต่อตนเองหรือต่อผู้อื่น หรือเป็นเนื้อหาหลักของเรื่องหรือของการนำเสนอ หรือนำเสนอในลักษณะชี้แนะชักจูง ผู้ผลิตก็ควรพิจารณาประเด็นของความรุนแรงที่น่าเสนอว่าจะอยู่ในระดับ ด หรือ ท เช่นเดียวกัน

3. รายการการ์ตูนสำหรับเด็กไม่ควรนำเสนอความรุนแรงเป็นเนื้อหาหลักของเรื่องและควรหลีกเลี่ยงการเสนอความรุนแรงที่อาจเลียนแบบได้
4. การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงทางจิตใจและความปลอดภัยของเด็ก เช่น ประเด็นความขัดแย้งในครอบครัว ความตาย อาชญากรรม ฯลฯ
5. การนำเสนอภาพความรุนแรงที่สมจริงสมจัง ซึ่งอาจทำให้เกิดความเข้าใจว่าการใช้ความรุนแรงเป็นวิธีที่ดีที่สุดในการแก้ไขปัญหา หรือความขัดแย้ง
6. การนำเสนอเนื้อหาที่เป็นการชักจูงหรือสนับสนุนวิธีการแก้ปัญหาที่มอมเมา หรือขัดต่อหลักเหตุผลที่เป็นจริงและศีลธรรมอันดีของสังคม เช่น การทำแท้ง การมีเพศสัมพันธ์ที่ไม่ปลอดภัย
7. การนำเสนอภาพความรุนแรงที่สมจริงสมจังที่อาจมีผลกระทบ ทั้งกรณีที่ได้กและเยาวชนเป็นเหยื่อ และเป็นผู้กระทำ
8. การสัมภาษณ์เด็กหรือเยาวชน รวมถึงการให้เด็กที่ยังไม่สามารถช่วยเหลือตนเองได้ร่วมรายการ ต้องได้รับความยินยอมจากพ่อแม่ หรือผู้ปกครองก่อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสัมภาษณ์ในประเด็นที่ละเอียดอ่อน เด็กไม่ควรต้องตอบคำถามเกี่ยวกับเรื่องที่เกิดความสามารถที่จะตอบได้อย่างเหมาะสม
9. การร่วมรายการของเด็กไม่ควรส่งผลกระทบต่อเด็กในทางเสียหายแก่เด็กในภายหลัง เช่น ถูกทำโทษ กลั่นแกล้ง ทำร้ายร่างกายหรือล้อเลียนให้อับอาย ฯลฯ
10. การนำเสนอภาพหรือเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเสี่ยงอันตราย หรือบาดเจ็บ ต้องมีคำเตือนถึงอันตรายจากการเลียนแบบ โดยไม่มีผู้เชี่ยวชาญดูแลใกล้ชิด เช่น การใช้เครื่องออกกำลังกาย การปีนป่าย การขับซิ่งรถยนต์ จักรยานยนต์ ฯลฯ
11. การนำเสนอที่ทำให้เกิดทัศนคติในด้านลบเกี่ยวกับบุคคล เช่น ตำรวจ พระภิกษุ และสถานที่ที่ควรระมัดระวัง เช่น บ้าน โรงเรียน โรงพยาบาล ฯลฯ

12. การใช้คำหรือภาษาที่ไม่เหมาะสม ได้แก่ คำสบถเกี่ยวกับเรื่องเพศ ถ้อยคำที่เหยียดเชื้อชาติ เผ่าพันธุ์ คำที่เกี่ยวกับการคุกคามทางเพศ หรือลดทอนความเท่าเทียมของแต่ละเพศ การล้อเลียนเรื่องการเจ็บป่วย ความพิการ รสนิยมทางเพศ และความเชื่อทางศาสนา รวมทั้ง การนำคำทางศาสนามาใช้ในลักษณะดูหมิ่น

13. การแต่งกายของพิธีกร ผู้ดำเนินรายการ และผู้ร่วมรายการในสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ทางศาสนา เช่น วัด โบสถ์ วิหาร หรือสถานที่เฉพาะ เช่น พระราชวัง พระที่นั่ง รวมถึงการร่วมกิจกรรมบางประเภท เช่น งานศพ ทำบุญใส่บาตร เวียนเทียน

14. การผลิตรายการประเภทปกิณกะ (Variety) ผู้ผลิตควรกำหนดระดับความเหมาะสมของรายการที่ชัดเจนเป็นระดับเดียวตลอดอายุการออกอากาศของรายการ ตามจุดประสงค์และกลุ่มเป้าหมายก่อนการผลิต แม้ว่าแต่ละตอนที่ออกอากาศ (Episode) หรือแต่ละช่วง (Segment) ของรายการในตอนนั้นๆ อาจมีเนื้อหาที่แตกต่างกัน โดยผู้ผลิตต้องควบคุมภาพเสียงและเนื้อหา ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของระดับความเหมาะสมที่กำหนดด้วย

15. การนำเสนอข่าว ในลักษณะพูดคุย วิเคราะห์วิจารณ์ มีการแสดงความคิดเห็นของพิธีกรหรือผู้ร่วมรายการ ซึ่งอาจมีการชี้นำชักจูงโน้มน้าวให้ผู้ชมคล้อยตามหรือขัดแย้ง หรือมีการพาดพิงถึงบุคคลที่สาม ขอให้อยู่ในดุลยพินิจของสถานีฯ ว่าสมควรต้องเป็นรายการที่ต้องมีการจัดระดับความเหมาะสมหรือไม่

16. การพิจารณากำหนดความเหมาะสมระดับ ด และ ท ผู้ผลิตควรคำนึงถึงจุดประสงค์ของรายการ เนื้อหาหลักที่นำเสนอ และกลุ่มเป้าหมายของผู้ชมประกอบกัน ทั้งนี้ ผู้ผลิตควรคำนึงว่าการนำเสนอภาพ เสียงและเนื้อหาในรายการระดับ ท จะต้องให้ผู้ชมที่เป็นเด็กและเยาวชนสามารถรับชมได้ตามลำพังอย่างปลอดภัยด้วย เช่น รายการที่มีเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมายหลัก เป็นกลุ่มวัยรุ่นหรือผู้ชมที่มีอายุ 12 ปีขึ้นไป และมีประเด็นด้านพฤติกรรมและความรุนแรง ด้านภาษา และเรื่องเพศ ในระดับ 1 ควร จัดอยู่ในระดับ ท เป็นต้น

17. การพิจารณากำหนดความเหมาะสมของรายการแต่ละระดับ ต้องพิจารณาถึงองค์ประกอบในทุกประเด็น โดยให้ถือระดับที่สูงที่สุดของประเด็นใดประเด็นหนึ่งเป็นหลัก

18. การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับค่านิยมเรื่องเพศที่ไม่เหมาะสมกับสังคมและวัฒนธรรมไทย เช่น การนอกใจคู่สมรส การมีภรรยาหลายคน การมีความสัมพันธ์ทางเพศกับหลายคนในช่วงเวลาเดียวกัน หรือการมีความสัมพันธ์ทางเพศก่อนเวลาและวัยอันควร ในรายการระดับ ท และ น 13 ซึ่งสามารถนำเสนอได้ในกรณีที่เป็นไปตามบริบทของเรื่อง หรือเค้าโครงเรื่องเดิมที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้นั้น ผู้ผลิตต้องระมัดระวังเป็นพิเศษ ที่จะไม่นำเสนอในลักษณะชี้นำ ชักจูง และเป็นองค์ประกอบที่พบบ่อย โดยควรพิจารณาวิธีในการนำเสนอ และพยายามหลีกเลี่ยงการนำเสนอภาพ และเสียงที่แสดงถึงพฤติกรรมเกี่ยวกับค่านิยมที่ไม่เหมาะสม ประกอบกับ การแสดงออกถึงการมีสัมพันธ์ภาพทางเพศ

หรือกิริยาท่าทางที่สื่อความหมายทางเพศด้วย เช่น ประเด็นการนอกใจคู่สมรส ผู้ผลิตอาจสื่อให้ผู้ชมเข้าใจด้วยบทสนทนา หรือพฤติกรรมอื่นๆ ของตัวละครแทน เช่น นิ่งรถไปด้วยกัน จูงมือเดินเข้าห้อง ฯลฯ โดยไม่มีภาพการแสดงออกถึงการมีสัมพันธ์ภาพทางเพศ ที่จะส่งผลให้ผู้ชมเกิดความรู้สึก เช่น การโอดมน ลูบไล้ หรือกอดจูบ เป็นต้น

19. ในการจัดระดับความเหมาะสมของรายการ ผู้ผลิตควรคำนึงถึงผลกระทบต่อพัฒนาการและประโยชน์สุขของผู้ชมเป็นหลัก โดยเฉพาะผู้ชมที่เป็นเด็กและเยาวชน หากเนื้อหาที่นำเสนอในรายการ มีประเด็นที่อาจล่อแหลม หรือเสี่ยงต่อประโยชน์สุข และความปลอดภัยทางร่างกาย จิตใจอารมณ์ และศักดิ์ศรี ของเด็กและเยาวชน ผู้ผลิตควรพิจารณาจัดความเหมาะสมของรายการนั้นในระดับ น13 น18 หรือ ฉ เพื่อให้ผู้ชม และผู้ปกครองระมัดระวัง คอยให้คำแนะนำและไม่ปล่อยให้เด็กและเยาวชนรับชมตามลำพัง

20. รายการบันเทิงที่มีความยาวไม่เกิน 5 นาที ไม่ว่าจะประเภทสาระความรู้ หรือบันเทิง ผู้ผลิตและสถานีควรพิจารณาถึงรูปแบบ เนื้อหาของรายการ ตลอดจนภาพและเสียงที่นำเสนอว่าจำเป็นต้องมีการจัดระดับความเหมาะสมหรือไม่ หากเป็นรายการที่มีเนื้อหา ภาพหรือเสียงที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้ชม โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน ก็ควรมีการกำหนดระดับความเหมาะสม ทั้งนี้ โดยขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของทางสถานีฯ

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยจะนำแนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ที่กล่าวมาข้างต้น เพื่อใช้เทียบเคียงในการพิจารณาความเหมาะสมของเนื้อหารายการพ็อดคาสต์ ในด้านพฤติกรรมและความรุนแรง ความเหมาะสมด้านการใช้ภาษา และความเหมาะสมเรื่องทางเพศ โดยได้ให้นิยามความเหมาะสมของรายการพ็อดคาสต์ หมายถึง การจำแนกเนื้อหารายการพ็อดคาสต์ โดยใช้หลักเกณฑ์ของระบบการจำแนกเนื้อหาที่ควรมีการจำกัด เป็นเกณฑ์การพิจารณาความเหมาะสมของรายการพ็อดคาสต์ พิจารณาจากเสียงหรือเนื้อหาในรายการ และองค์ประกอบอื่นๆ ในรายการ ได้แก่ เสียงพูด น้ำเสียง อักษรวิธี ลีลาการพูด การสื่อความหมาย เสียงเพลง เสียงประกอบเจตนาในการผลิตเนื้อหา วิธีการนำเสนอเนื้อหา น้ำหนักของการดำเนินเรื่อง โดยพิจารณาใน 3 ประเด็น ได้แก่ 1. พฤติกรรมและความรุนแรง 2. เรื่องทางเพศ 3. การใช้ภาษา

5. แนวทางการกำกับดูแลเนื้อหาบนสื่อออนไลน์

การกำกับดูแลสื่อออนไลน์ในประเทศไทย กฎหมายควบคุมสื่อของหน่วยงานกำกับดูแลภาครัฐยังไม่ครอบคลุมไปถึงสื่อออนไลน์ กสทช. ยังไม่มีอำนาจเข้าไปควบคุมสื่อออนไลน์ รวมถึงไม่มีเครื่องมือในการบังคับใช้กฎหมายเพื่อบังคับใช้กับผู้ผลิตเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ เฉกเช่นสื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ ที่ต้องมีการขอใบอนุญาตประกอบกิจการ การกำกับดูแลเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ในปัจจุบันใช้หลักในการกำกับดูแลตนเอง ผลวิจัยของ สกฤตศรี ศรีสารคามรา (2557) กล่าวว่า หลักจริยธรรมในการปฏิบัติงานข่าวบนสื่อออนไลน์และสื่อสังคมของผู้สื่อข่าวมาจากการพิจารณาตามหลักจริยธรรมหรือสามัญสำนึกในการทำข่าวของผู้สื่อข่าวโดยใช้ประสบการณ์และวิจารณญาณในการตัดสินใจมากกว่ายึดตามกรอบแนวปฏิบัติที่มีอยู่ จึงเกิดการรวบรัดตัวกันของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อและองค์กรข่าว นำหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณในการนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร เผยแพร่เนื้อหาบนสื่อออนไลน์

สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติและสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย ร่วมกันออกแนวปฏิบัติในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชน พ.ศ. 2553 เพื่อให้นักสื่อมวลชนใช้เป็นแนวทางในการใช้ประโยชน์จากข้อมูลหรือข่าวสารจากสื่อออนไลน์ ในการเผยแพร่หรือนำเสนอเนื้อหาผ่านองค์กรข่าวต่อสาธารณะ โดยสรุปดังนี้

1. แนวปฏิบัติการใช้สื่อออนไลน์ขององค์กรสื่อมวลชน

1.1 การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหรือความคิดเห็นขององค์กรสื่อมวลชนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ให้ยึดกรอบจริยธรรมของวิชาชีพสื่อมวลชนของสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติและสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยอย่างเคร่งครัด

1.2 องค์กรสื่อควรมีหลักในการอ้างอิงถึงองค์กร ได้แก่ ชื่อองค์กรสื่อมวลชนที่ทำการเผยแพร่ข้อมูล สัญลักษณ์ หรือชื่อย่อที่แสดงถึงองค์กร และมาตรการทางเทคนิคในการยืนยันสถานะและความมีตัวตนขององค์กรสื่อมวลชน

1.3 การนำเสนอข้อมูลข่าวสารต้องไม่สร้างความเกลียดชังระหว่างคนในสังคม ไม่ยุยงให้เกิดความรุนแรงจนนำไปสู่ความขัดแย้งเสียหายในชาติ

1.4 องค์กรสื่อมวลชนต้องให้ความเคารพและยอมรับข้อมูล ข่าวสาร ภาพ ที่ผลิตขึ้นโดยบุคคลอื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การคัดลอกข้อความใดๆ จากสื่อสังคมออนไลน์ต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าของข้อความก่อน และต้องอ้างอิงถึงแหล่งที่มาของข้อความหรือข้อมูลด้วย

2. แนวปฏิบัติการใช้สื่อออนไลน์ของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน

2.1 การนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร หรือการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน กรณีใช้ชื่อบัญชีผู้ใช้งาน (User Account) ที่ระบุต้นสังกัด หรือชื่อที่ระบุตัวตนที่สื่อถึงความเป็นผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน ให้ระมัดระวังและปฏิบัติตามข้อบังคับจริยธรรมอย่างเคร่งครัดในเรื่องความถูกต้อง สมดุล และการใช้ภาษาที่เหมาะสม

2.2 การรายงานบนสื่อสังคมออนไลน์ ให้แยกระหว่างข่าว กับ ความเห็นออกจากกัน โดยชัดเจน ระวังการย่อความที่ทำให้ข้อเท็จจริงบิดเบือน

2.3 หากเวลาเป็นสาระสำคัญของการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ให้ตระหนักถึงมิติของเวลาในการนำเสนอด้วย

2.4 ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนต้องตระหนักอยู่เสมอว่า พื้นที่บนสื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่สาธารณะ ไม่ใช่พื้นที่ส่วนบุคคล ข้อมูลที่รายงานออกไปจะถูกบันทึกและมีผลทางกฎหมายได้

2.5 ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนพึงระวังการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ สิทธิเด็ก สตรี ภาพลามกอนาจาร หวาดเสียว รุนแรง

2.6 ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนพึงระวังการหาข่าวหรือภาพจากสื่อสังคมออนไลน์ ต้องมีการตรวจสอบให้รอบคอบถี่ถ้วน

2.7 กรณีผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนรายงานข้อมูลผิดพลาด ให้รีบดำเนินการแก้ไขทันที พร้อมแสดงการขอโทษต่อบุคคลหรือองค์กรที่ได้รับความเสียหาย โดยต้องให้ผู้ที่ได้รับความเสียหายมีโอกาสในการชี้แจงข้อมูลของตนด้วย

นอกจากนี้ กสทช. ยังมีคู่มือจริยธรรมและการกำกับดูแลตนเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เพื่อใช้เทียบเคียงในการร่วมกันกำกับดูแลเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ตามหลักการจริยธรรมสื่อมวลชน จำนวน 8 หลักการ ดังนี้

หลักการ 1 ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เที่ยงตรง ครบถ้วน สมดุล และเป็นธรรม

หลักการ 2 สิทธิมนุษยชน สิทธิส่วนบุคคล สิทธิในครอบครัว เกียรติยศชื่อเสียง ข้อมูลส่วนตัว

หลักการ 3 ความอิสระทางวิชาชีพ ความรับผิดชอบต่อสังคมและผลกระทบต่อผู้บริโภค

หลักการ 4 เคารพในสิทธิและทรัพย์สินทางปัญญา

หลักการ 5 ส่งเสริมการทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีของชาติเพื่อสร้างสรรค์สังคม ตลอดจนคำนึงถึงมรดกอันล้ำค่าและภูมิปัญญาท้องถิ่น

หลักการ 6 ปกป้องเด็กและเยาวชนจากเนื้อหาที่มีความเสี่ยงและเด็กที่ปรากฏในสื่อ

หลักการ 7 การให้พื้นที่สาธารณะ ข่าวสารสาธารณะในเหตุการณ์สาธารณะที่สำคัญ

หลักการ 8 การสื่อสารที่สร้างความเกลียดชัง

ผู้วิจัยศึกษาแนวทางการกำกับดูแลเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ เพื่ออธิบายสรุปผลการวิเคราะห์รายการ และความเหมาะสมของเนื้อหาที่ออกอากาศบนพ็อดคาสท์ ผ่านกรอบจริยธรรมและจรรยาบรรณในการเผยแพร่หรือนำเสนอเนื้อหาบนระบบอินเทอร์เน็ตไปสู่สาธารณชน

6. แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล

ด้วยข้อมูลข่าวสารและเนื้อหารายการที่มีอยู่มากมายและปรากฏทั่วไปในสื่อออนไลน์ การเสริมสร้างภาวะการรู้เท่าทันเนื้อหาในสื่อออนไลน์จึงมีความจำเป็นสำหรับการใช้ชีวิตของคนในยุคหลอมรวมสื่อ เพื่อใช้เป็นภูมิคุ้มกันให้ตัวเองในการเสพสื่ออย่างชาญฉลาดและรู้เท่าทัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการรู้ทันสื่อ (Media Literacy) ซึ่งนิยามของการรู้เท่าทันสื่อมีหลากหลายแนวคิด ความเห็นแตกต่างกันไปตามแต่มุมมองของบุคคลหรือองค์กร

A. Silverblatt (1995) ให้ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง ความสามารถในการเลือกและทำความเข้าใจ จากการตีความเนื้อหา รูปแบบ ผลกระทบ อุตสาหกรรม และการผลิตเนื้อหา โดยบุคคลสามารถตั้งคำถาม ประเมินผล สร้างสรรค์และผลิตสื่อได้อย่างรอบคอบต่อสื่อที่เราได้อยู่ ทั้งนี้ Potter (2005) กล่าวถึงภาพรวมของการรู้เท่าทันสื่อ ว่าเป็นมุมมองของแต่ละบุคคลที่จะใช้เปิดรับสื่อและตีความจากเนื้อหาในสื่อ โดยมุมมองของแต่ละบุคคลจะมาจากความรู้พื้นฐานที่แต่ละคนมี ซึ่งต้องใช้ทักษะและข้อมูลข่าวสารในสื่อประกอบกับข่าวสารจากความเป็นจริง เพื่อใช้สื่อสารด้วยความตระหนักรู้ต่อเนื้อหาและตอบสนองต่อเนื้อหาอย่างมีสติและรู้เท่าทัน

พนม คลีฉายา (2557) ให้ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อกระแสหลักว่า เป็นความสามารถของบุคคลในการตระหนักรู้ต่อประเด็นสำคัญ ได้แก่ ตระหนักรู้ต่อการคัดเลือกเนื้อหา กรอบการรับรู้ ประเภทเนื้อหา วิธีการนำเสนอ และความแตกต่างของเนื้อหาในสื่อแต่ละแห่งว่าเป็นผลมาจากองค์กรธุรกิจสื่อ การเมือง การค้า สถานการณ์แวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและความสนใจของสื่อ ตระหนักรู้ถึงผลกระทบของสื่อต่อการรับรู้ ความรู้ ความเชื่อ ทักษะคิด พฤติกรรมของบุคคล ค่านิยม บรรทัดฐานทางสังคม ตระหนักรู้ถึงความต้องการและสถานการณ์การใช้สื่อของตนเอง ซึ่งบุคคลจะใช้อการตระหนักรู้ต่างๆ เหล่านี้เพื่อทำความเข้าใจ วิเคราะห์ ประเมิน และวิพากษ์เนื้อหาจากสื่อกระแสหลัก แล้วดำเนินการเพื่อจัดเก็บเนื้อหาเหล่านั้นด้วยตนเอง โดยไม่หลงเชื่อ รับรู้ คิด หรือมีพฤติกรรมเป็นไปตามที่สื่อกำหนด และยังคงสะสมเป็นความรู้เพื่อสร้างพฤติกรรมในการสนองตอบสื่อ และเลือกใช้สื่อ และพัฒนาจนเกิดความเคยชิน ให้เป็นนิสัยในการใช้และตอบสนองต่อสื่อโดยไม่หลงเชื่อไปตามสื่อ

นอกจากการรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นความสามารถในการตระหนักรู้ของแต่ละบุคคลที่จะใช้ในการตีความเนื้อหา และใช้สื่ออย่างมีประโยชน์แล้ว Silverblatt (1995) ยังมองว่าการรู้เท่าทันสื่อควรมีองค์ประกอบ ด้วยกัน 5 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ตระหนักรู้ถึงผลกระทบของสื่อที่มีต่อบุคคลและสังคม ซึ่งการตระหนักรู้นี้จะช่วยย้าเตือนถึงการเปลี่ยนแปลงทางความคิดและการกระทำเป็นผลมาจากสื่อ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อและส่งเสริมทักษะความคิดในการตอบสนองต่อเนื้อหาในสื่อด้วยตนเอง โดยไม่หลงเชื่อไปตามสื่อโดยง่าย
2. ความเข้าใจต่อกระบวนการผลิตเนื้อหาในสื่อ การเผยแพร่เนื้อหา และการตีความจากกระบวนการของสื่อ
3. การพัฒนากลยุทธ์เพื่อวิเคราะห์ และอภิปรายเนื้อหาในสื่อเพื่อให้บุคคลสามารถตีความหมายของสื่อได้โดยรู้เท่าทัน
4. การตระหนักรู้ถึงเนื้อหาในสื่อที่สะท้อนให้เห็นถึงสังคม วัฒนธรรม และตัวตนของเราที่อยู่ในสังคม
5. การเพิ่มพูนความสนุกสนาน เพลิดเพลิน จะเกิดจากที่ตัวเราฝึกฝนการรู้เท่าทันสื่ออยู่ตลอดเวลา จะทำให้เราเข้าใจเนื้อหาในสื่อและชื่นชอบเนื้อหาที่ดีในสื่อได้

Livingstone (2004) กล่าวถึงการรู้เท่าทันสื่อ และให้ข้อสังเกตต่อการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์โดยเฉพาะ โดยให้ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึง การวิเคราะห์ การประเมิน รวมถึงการสร้างสรรค์และผลิตข้อความในบริบทต่างๆ ซึ่งต้องพิจารณาองค์ประกอบที่กล่าวมารวมกัน ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อแพร่ภาพและกระจายเสียง และสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่ง Livingstone ยังมองว่าสื่ออินเทอร์เน็ตยังเป็นช่องว่างที่น่ากังวลในการสร้างการรู้เท่าทันอยู่ โดยองค์ประกอบการรู้เท่าทันสื่อที่ต้องนำมาพิจารณารวมกัน มีองค์ประกอบ 4 ส่วน ได้แก่

1. การเข้าถึง (Access) คือ กระบวนการต่างๆ ของสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น การเข้าถึงสื่อจึงเป็นกระบวนการที่จำเป็นที่ผู้สร้างสื่อและเนื้อหาต้องทำให้ผู้ใช้สื่อสามารถเข้าถึงเนื้อหาเหล่านั้นได้โดยง่าย สามารถรับรู้การเปลี่ยนแปลงทั้งด้านข้อมูลข่าวสาร การพัฒนา รวมถึงอุปกรณ์เทคโนโลยีต่างๆ ได้ทั่วถึง อย่างไรก็ตาม ปัญหาสำคัญของสังคม คือ เรื่องความไม่เท่าเทียม หรือความเหลื่อมล้ำระหว่างสังคมเมือง และสังคมชนบท ความไม่เท่าเทียมในการเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ต และการติดต่อสื่อสาร ซึ่งปรากฏการณ์นี้ยังคงดำเนินต่อไปตลอด ดังนั้น การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจึงเป็นเรื่องสำคัญ

2. การวิเคราะห์ (Analysis) คือ โดยปกติแล้วผู้ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อแพรรภาพและกระจายเสียงต้องมีทักษะในการวิเคราะห์เนื้อหา โดยผู้ใช้สื่อมักจะเชื่อถือในผู้ผลิตรายการ ประเภทรายการ เทคโนโลยีการแพรรภาพกระจายเสียง กลุ่มตัวแทนต่างๆ อย่างไรก็ตามทักษะในการวิเคราะห์สื่ออินเทอร์เน็ตยังมีน้อย ดังนั้น ผู้ใช้สื่อจะต้องมีทักษะในการวิเคราะห์เนื้อหาที่เผยแพร่ผ่านอินเทอร์เน็ต เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากช่องทางออนไลน์ได้

3. การประเมิน (Evaluation) คือ ขั้นตอนที่ค่อนข้างยุ่งยาก เนื่องจากขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมต่างๆ เช่น สุนทรียภาพ การเมือง อุดมคติ หรือเศรษฐกิจ ซึ่งเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของสื่อที่นำเสนอเรื่องราวที่กล่าวมามีความแตกต่างกันออกไป ผู้ใช้สื่อต้องประเมินด้วยว่าเนื้อหาที่สื่อนำเสนออาจเกี่ยวกับการเมือง เช่น เป็นการนำเสนอเพื่อสนับสนุนพรรคการเมืองหรือไม่ หรือการนำเสนออื่นเพื่อต้องการชักนำให้เปลี่ยนแนวความคิดหรือไม่ เช่น พวกเหยียดสีผิว หรือในเรื่องศาสนา ดังนั้น สื่อต้องประเมินเนื้อหาเหล่านั้นให้รอบคอบก่อนนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ หรือความจริงแล้วเนื้อหาที่มีความละเอียดอ่อนเหล่านี้ควรจะนำเสนอผ่านสื่อแบบดั้งเดิมซึ่งเป็นหน้าที่ของสื่อที่ต้องประเมินเป้าหมายของเนื้อหานั้นก่อนนำเสนอสู่สาธารณะ

4. การสร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creation) คือ แต่เดิมทักษะในการผลิตเนื้อหาผลิตข้อความเชิงสัญลักษณ์ ต้องใช้ผู้ที่มีประสบการณ์ในการผลิตและเข้าใจต่อกระบวนการผลิตสื่อสร้างสรรค์สื่อได้อย่างลึกซึ้งในเรื่องขนบธรรมเนียม และจริยธรรมในการสร้างสรรค์สื่อ แต่ด้วยการสร้างสรรค์เนื้อหาในโลกออนไลน์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ผู้ใช้งานต่างสามารถสร้างเนื้อหาและนำเสนอได้เองไม่มีการควบคุมคุณภาพและจริยธรรม การสร้างสรรค์สื่อจึงจำเป็นต้องมีการสร้างการรู้เท่าทันเพื่อให้เกิดการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นสื่อสนับสนุนให้บุคคลมีโอกาสรสร้างสรรคเนื้อหาและเป็นช่องทางในการใช้ประโยชน์แก่สาธารณะมากที่สุด

สอดคล้องกับ พนม คลีฉายา (2559) ได้กำหนดนิยามรวมถึงกรอบการวัดการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลเอาไว้ว่า การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการเข้าถึงและรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อดิจิทัลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ความสามารถของบุคคลในการตระหนักรู้โดยใช้ความรู้ต่างๆ เพื่อทำความเข้าใจ วิเคราะห์ ประเมิน และวิพากษ์เนื้อหาจากสื่อดิจิทัล แล้วจัดเก็บเนื้อหาเหล่านั้นด้วยตนเอง โดยไม่หลงเชื่อ รับรู้ คิด หรือมีพฤติกรรมเป็นไปตามที่สื่อดิจิทัลกำหนด และสะสมเป็นความรู้เพื่อนำไปสู่พฤติกรรม และพัฒนาจนเกิดความเคยชิน และเป็นนิสัยการใช้และตอบสนองต่อสื่อดิจิทัล โดยไม่หลงไปตามที่สื่อชักนำ โดยสามารถวัดได้จากความสามารถของบุคคล 4 ด้าน ได้แก่

ด้านที่ 1 ความสามารถในการเข้าถึงสื่อดิจิทัล หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการครอบครองอุปกรณ์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต เข้าถึงเนื้อหาหรือบริการบนอินเทอร์เน็ต และการใช้งานอินเทอร์เน็ต ค้นหาเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ต สร้างหรือผลิตเนื้อหาด้วยตนเอง มีปฏิสัมพันธ์ ตอบโต้ สร้างการมีส่วนร่วมบนอินเทอร์เน็ตได้ รวมถึงสามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ บนอินเทอร์เน็ตและนำมาใช้ในในงานของตนเองได้

ด้านที่ 2 ความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาสื่อดิจิทัล หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการประเมิน ทำความเข้าใจ และใช้ความคิดในเชิงวิพากษ์ไปวิเคราะห์คุณภาพ ความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือของเนื้อหาและมุมมองการผลิตของผู้ผลิตเนื้อหาได้ มีความเข้าใจในเนื้อหาอย่างแจ่มชัด ทั้งความหมายทางตรงและความหมายโดยนัย ตีความถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวบทที่สร้างด้วยเทคโนโลยีกับการอ่านตัวบท วิเคราะห์ถึงการทำหน้าที่ของภาษาในสื่อดิจิทัล เข้าใจว่าเนื้อหาที่ผลิตขึ้นเพื่อสื่อความหมายโดยมีวัตถุประสงค์โดยเฉพาะ อิทธิพลเชิงธุรกิจการค้าที่แฝงมาพร้อมๆ กับเนื้อหา และมีการตระหนักรู้ว่าสื่อมีวิธีการสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ และรู้ว่ากลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มใช้และตอบสนองต่อเนื้อหาที่ต่างกันออกไป

ด้านที่ 3 ความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินเนื้อหาสื่อดิจิทัล หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการวิเคราะห์และประเมินผลกระทบของเนื้อหาทั้งด้านดีและความเสี่ยงอันตรายจากการใช้อินเทอร์เน็ต และสามารถนำหลักการด้านความรับผิดชอบและจริยธรรมมาใช้ในการจัดการกับเนื้อหาเพื่อให้เหมาะสมกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสารและสร้างเป็นประสบการณ์ชีวิตของตัวเองได้

ด้านที่ 4 การมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหาสื่อดิจิทัล หมายถึง ความสามารถของบุคคลในเรื่องความตั้งใจไม่หลงรับรู้ว่า เชื่อ คิด หรือแสดงพฤติกรรมไปตามที่สื่อดิจิทัลกำหนด

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แนวคิด งานวิจัย และกรอบการวัดการรู้เท่าทันเนื้อหาสื่อดิจิทัลของ พนม คลีฉายา (2559) มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยการรู้เท่าทันเนื้อหาของผู้ฟังรายการบนพ็อดคาสท์ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดนิยาม การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลในรายการพ็อดคาสท์ของผู้ฟัง หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการเข้าถึงและเปิดรับเนื้อหาในสื่อพ็อดคาสท์ สามารถทำความเข้าใจเนื้อหาอย่างแจ่มชัดทั้งความหมายโดยตรงและโดยนัย สามารถวิเคราะห์และประเมินผลกระทบด้านดีและความเสี่ยงภัยจากเนื้อหา มีความตระหนักรู้โดยไม่หลงเชื่อ คิด หรือแสดงพฤติกรรมไปตามที่สื่อกำหนด และสามารถพัฒนาจนเป็นความเคยชินในการตอบสนองต่อเนื้อหาโดยไม่หลงรับรู้ไปตามสื่อ ซึ่งสามารถวัดได้ 4 ด้าน ได้แก่

1. ด้านความสามารถในการเข้าถึงพ็อดคาสท์ หมายถึง ความสามารถในการเปิดรับและเข้าถึงเนื้อหา สามารถควบคุมการใช้งาน สามารถค้นหาเนื้อหา สามารถเข้าถึงข้อมูล และนำมาใช้งานของตนเองได้

2. ด้านความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาพ็อดคาสท์ หมายถึง ความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหา สามารถใช้ความคิดในเชิงวิพากษ์เพื่ออธิบายถึงคุณภาพ ความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือของเนื้อหาหรือมุมมองของผู้ผลิตเนื้อหา สามารถทำความเข้าใจเนื้อหาอย่างแจ่มชัดทั้งทางตรงและโดยนัย เข้าใจหน้าที่ของภาษาที่ใช้ในสื่อ เข้าใจว่าเนื้อหาที่ผลิตขึ้นมีวัตถุประสงค์อย่างไร และตระหนักรู้ว่าสื่อสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และเลือกส่งเนื้อหาไปยังกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มได้

3. ด้านความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินมุมมองหรือเนื้อหาที่จูงใจละไว้ หมายถึง ความสามารถในการประเมินผลกระทบด้านดี และด้านความเสี่ยงของเนื้อหาในเรื่องธุรกิจการค้า เรื่องพฤติกรรมและความรุนแรง เรื่องทางเพศ และการใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม โดยสามารถนำหลักความรับผิดชอบและจริยธรรมไปจัดการกับเนื้อหาได้

4. ด้านการมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหาพ็อดคาสท์ หมายถึง การไม่หลงรับรู้ว่าหรือเชื่อไปตามที่สื่อกำหนด และไม่แสดงพฤติกรรมไปตามที่สื่อกำหนด สามารถพัฒนาจนเป็นความเคยชินหรือสร้างเป็นประสบการณ์ชีวิตในการตอบสนองต่อเนื้อหาโดยไม่หลงรับรู้ว่าไปตามสื่อ

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชิตชนก ชนะกะย (2550) ศึกษาเรื่อง “การรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร” โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ผลวิจัยในส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรของผู้ฟังรายการวิทยุอินเทอร์เน็ตที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่อายุ 20 – 29 ปี รองลงมาเป็นอายุต่ำกว่า 20 ปี และ 30 – 39 ปี ตามลำดับ โดยมีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด ผลการวิจัยในส่วนที่ 2 แสดงให้เห็นปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยุอินเทอร์เน็ต โดยพบว่า ผู้ฟังให้ความสำคัญกับประโยชน์ที่ได้จากความเพลิดเพลินจากการฟังเพลง รองลงมา คือ ความสะดวกในการใช้งาน และสามารถทำงานและฟังรายการพร้อมกันได้ 2. ปัจจัยด้านเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์ของวิทยุอินเทอร์เน็ต พบว่า ผู้ฟังให้ความสำคัญในส่วนของการปรับเปลี่ยนข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลามากที่สุด รองลงมา คือ สามารถเรียกดูภาพวิดีโอสด และย้อนหลังได้ตามความต้องการ และมีตัวอักษรหรือรูปภาพเป็นไอคอนเพื่อเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลอื่นได้อีก 3. ปัจจัยด้านประเภทรายการ โดยรายการที่มีผู้ฟังมากที่สุด ได้แก่

ประเภทรายการบันเทิง รองลงมา คือ ประเภทรายการที่ให้ความรู้ และประเภทรายการที่ให้ข่าวสาร

4. ปัจจัยด้านรูปแบบรายการ พบว่า ในรายการประเภทข่าวสาร มีรูปแบบการรายงานข่าว เป็นรูปแบบที่ผู้ฟังรับฟังมากที่สุด ประเภทรายการสาระความรู้ มีรูปแบบพูดคุยกับผู้ฟัง เป็นรูปแบบที่ผู้ฟังรับฟังมากที่สุด และรายการประเภทบันเทิง มีรายการสนทนา เป็นรูปแบบที่ผู้ฟังรับฟังมากที่สุด

5. ปัจจัยด้านเนื้อหารายการ พบว่า ในรายการประเภทข่าวสาร ข่าวบันเทิง เป็นเนื้อหาที่ผู้ฟังรับฟังมากที่สุด ประเภทรายการสาระความรู้ เนื้อหาท่องเที่ยว เป็นเนื้อหาที่ผู้ฟังรับฟังมากที่สุด และรายการประเภทบันเทิง เพลงไทยสากล เป็นเนื้อหาที่ผู้ฟังรับฟังมากที่สุด

ฉัตร อารยะกุล (2558) ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับฟังข่าวสารทางวิทยศาสตร์ และความพึงพอใจของผู้ฟังพ็อดคาสท์ที่มีต่อรายการวิทยศาสตร์” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังพ็อดคาสท์รายการวิทยศาสตร์ ณ วันที่ 11 เมษายน 2558 จำนวน 400 คน ผลการวิจัยปรากฏว่า 1. ด้านลักษณะทางประชากรพบว่าเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 19 - 23 ปี เป็นจำนวนมากที่สุด รองลงมา คือ อายุ 24 - 28 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด 2. ประเด็นเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับฟังข่าวสารทางวิทยศาสตร์ของผู้ฟังพ็อดคาสท์ในรายการวิทยศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีการติดตามรับฟังรายการวิทยศาสตร์ที่เป็นรายการทางพ็อดคาสท์เป็นระยะเวลามากกว่า 2 ปี และมีระยะเวลาในการรับฟังรายการ 1 - 2 ชั่วโมงในแต่ละครั้ง โดยมีลักษณะการรับฟัง คือ ฟังทุกหัวข้อและทุกช่วงตั้งแต่ต้นจนจบ และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะรับฟังรายการขณะพักผ่อนมากที่สุด รองลงมาเป็นการรับฟังรายการระหว่างเดินทาง และรับฟังขณะทำงาน ตามลำดับ นอกจากนี้เมื่อถามถึงสาเหตุที่เริ่มรู้จักและรับฟังรายการส่วนใหญ่มาจาก ติดตามผลงานของผู้ดำเนินรายการอยู่แล้ว รองลงมาคือ ทราบจากเพื่อน และวัตถุประสงค์หลักที่เปิดรับฟังรายการวิทยศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบว่า เนื่องจากติดตามข่าวสารต่างๆ เพราะชื่นชอบเป็นการส่วนตัว รองลงมา คือ ฟังเพราะว่าง ฟังเพื่อความเพลินเพลิน ผ่อนคลายความตึงเครียด

3. ประเด็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ฟังพ็อดคาสท์ที่มีต่อรายการวิทยศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อช่องทางการสื่อสารพ็อดคาสท์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพึงพอใจด้านผู้ดำเนินรายการ เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ พึงพอใจในช่องทางการสื่อสารผ่านพ็อดคาสท์ ซึ่งในประเด็นนี้เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความชื่นชอบและอยากติดตามข่าวสารทางวิทยศาสตร์จากพ็อดคาสท์รายการวิทยศาสตร์ต่อไปเรื่อยๆ รองลงมา ผู้รับฟังรู้สึกคุ้มค่ากับการเสียค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อได้ติดตามข่าวสารวิทยศาสตร์จากรายการวิทยศาสตร์ และอันดับสาม คือ ช่องทางพ็อดคาสท์ทำให้ผู้รับฟังรายการวิทยศาสตร์ได้อย่างชัดเจน

อานวัฒน์ บุตรจันทร์ (2552) ศึกษาเรื่อง “ผลของการสอนเสริมด้วยพ็อคคาสต์โดยใช้ กลวิธีในการกำกับตนเองในรายวิชาการผลิตสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการศึกษา ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการ เรียนและการกำกับตนเองของนิสิตระดับปริญญาบัณฑิต” เพื่อสำรวจความพึงพอใจของนิสิตที่มีต่อ การเรียนสอนเสริมด้วยพ็อคคาสต์ ผลการวิจัย พบว่า นิสิตมีความพึงพอใจระดับมาก เรียงตามลำดับ ดังนี้ สื่อที่ใช้ที่มีความน่าสนใจ ความรู้ต่างๆที่ได้รับเพิ่มเติม การทบทวนบทเรียน และความยาวของ การนำเสนอมีความเหมาะสม

มูหำหมัด สาแลบิง และกัลยาณี เจริญช่าง นุชมี (2557) ศึกษาเรื่อง “การนำเสนอ รูปแบบการเรียนรู้ด้วยพ็อคคาสต์เพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษามลายูในประชาคมอาเซียน สำหรับนิสิตปริญญาตรี” พบว่า รูปแบบการเรียนรู้พ็อคคาสต์เพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษามลายู สำหรับนิสิตปริญญาตรี ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ การเตรียมความพร้อม การนำเสนอ แบ่งปัน อภิปรายร่วมกัน และการประเมินตามสภาพจริง นอกจากนี้ พบว่า รูปแบบการเรียนรู้ด้วย พ็อคคาสต์เพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษามลายูมีคุณภาพในระดับดีมาก

สุพัตรา นครสันติภาพ (2543) ศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์รูปแบบรายการวิทยุ : กรณีศึกษา : สถานีวิทยุกระจายเสียงเอฟ.เอ็ม 100.5 เมกะเฮิร์ตซ์ ขององค์การสื่อสารมวลชนแห่ง ประเทศไทย” เพื่อศึกษารูปแบบรายการที่นำเสนอตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ วันเสาร์ และวันอาทิตย์ ทางสถานีวิทยุกระจายเสียง เอฟ.เอ็ม. 100.5 Mhz พบว่า รูปแบบรายการสนทนาพบมากที่สุด รองลงมาเป็นรูปแบบพูดคุย รูปแบบรายการข่าว และรูปแบบการถ่ายทอดข่าว วิเคราะห์ข่าว

สกุลศรี ศรีสารคามรา (2557) ศึกษาเรื่อง “จรรยาบรรณการใช้สื่อออนไลน์และสื่อสังคมใน กระบวนการสื่อข่าวของไทยในยุคดิจิทัล” เป็นงานวิจัยที่ได้รับทุนอุดหนุนจากสภาการหนังสือพิมพ์ แห่งชาติ และสถาบันอิศรา มูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย โดยการสนับสนุนจากสำนักงาน กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาแนวทางในการ กำหนดกรอบจรรยาบรรณการปรับเปลี่ยนบทบาทของสื่อเพื่อรักษามาตรฐานทางวิชาชีพในยุคดิจิทัล ผลการวิจัยแบ่งเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

1. จรรยาบรรณในการใช้สื่อออนไลน์และสื่อสังคม (Social Media) ในกระบวนการสื่อ ข่าวของผู้ปฏิบัติงานข่าว โดยผลการวิจัยพบว่าหลักจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานข่าวบนสื่อออนไลน์และ สื่อสังคมของผู้สื่อข่าวมาจากการพิจารณาตามหลักจรรยาบรรณหรือสามัญสำนึกในการทำข่าวของ ผู้สื่อข่าวโดยใช้ประสบการณ์และวิจารณญาณในการตัดสินใจมากกว่ายึดตามกรอบแนวปฏิบัติที่มีอยู่ เดิม โดยสามารถใช้หลักจรรยาบรรณการใช้สื่อร่วมกันกับหลักการของสื่อดั้งเดิมได้ ดังนั้น ปัญหาด้าน จรรยาบรรณเกิดจากเทคนิคการใช้งานสื่อที่มีลักษณะเฉพาะและบทบาทที่เปลี่ยนแปลงไปเมื่อ

กระบวนการสื่อสารเปลี่ยนแปลง รวมถึงแรงกดดันจากการรักษาผลประโยชน์ทางธุรกิจและการตลาดขององค์กรอีกด้วย ซึ่งบทบาทของผู้สื่อข่าวในยุคดิจิทัลนั้น ผู้สื่อข่าวต้องมีบทบาทในฐานะผู้คัดกรองข่าวสารที่เพิ่มขึ้น จึงต้องมีความรับผิดชอบต่อการหาข้อมูล การนำเสนอข้อมูล และการจัดลำดับข่าวสารที่เข้มข้นมากขึ้น นอกจากนี้ ประเด็นที่ต้องมีการทบทวนบทบาทในกระบวนการสื่อสารของผู้ปฏิบัติงานข่าว ได้แก่ ความถูกต้อง ความเป็นกลาง การรักษาสมดุล ความโปร่งใส จุดยืนเรื่องการแสดงออกทางความคิด บทบาทในการคัดกรองข่าว และการประสานสังคมไม่สร้างความขัดแย้ง

2. กรอบจริยธรรมในการรายงานข่าวผ่านสื่อออนไลน์และสื่อสังคม ผลการวิจัย พบว่า ควรมีการกำหนดกรอบในภาพกว้างควบคู่กับคำอธิบายการใช้งานในลักษณะของคู่มือ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถนำไปปรับใช้กับงานได้จริง โดยการร่างกรอบจริยธรรมแนวปฏิบัติในสื่อออนไลน์และสื่อสังคม ควรมีกรอบในการพิจารณา ได้แก่ กรอบความรับผิดชอบของตนเองต่อสังคม กรอบทางวิชาชีพ กรอบข้อบังคับทางกฎหมาย กรอบการใช้งานประสิทธิภาพของสื่อออนไลน์และสื่อสังคม และกรอบการตลาดและโมเดลทางธุรกิจขององค์กร

เพ็ญพักตร์ เตียวสมบุญภักจ (2557) ทำการศึกษาเรื่อง “ความรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้โทรศัพท์มือถือภายใต้ภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ที่เปลี่ยนไป” โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ คือ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ร่วมกับวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ คือ การสนทนากลุ่มกับประชาชนผู้ชมโทรทัศน์ ผลการวิจัย พบว่า 1. ประชาชนผู้ใช้สื่อมีความรู้เท่าทันสื่อในระดับค่อนข้างต่ำ 2. ปัจจัยด้านประชากร ยกเว้นลักษณะทางเพศมีผลต่อความรู้เท่าทันสื่อ กล่าวคือ ผู้มีอายุมากมีคะแนนความรู้เท่าทันสื่อมากกว่าผู้มีอายุน้อย ผู้มีรายได้สูงมีคะแนนความรู้เท่าทันสื่อมากกว่าผู้มีรายได้ต่ำ ผู้มีการศึกษาสูงมีคะแนนความรู้เท่าทันสื่อสูงกว่าผู้มีการศึกษาต่ำ 3. การเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีมีอิทธิพลและมีความสัมพันธ์กับระดับความรู้เท่าทันสื่อ 4. รูปแบบการใช้สื่อโทรทัศน์มีผลต่อความรู้เท่าทันสื่อ กล่าวคือ ยิ่งชมโทรทัศน์ถี่มากยิ่งมีแนวโน้มรู้เท่าทันสื่อมาก ยิ่งใช้เวลาชมโทรทัศน์แต่ละครั้งนานมากยิ่งมีแนวโน้มจะรู้เท่าทันสื่อมาก 5. ผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ในภูมิทัศน์สื่อใหม่มีระดับความรู้เท่าทันสื่อสูงกว่าผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ในภูมิทัศน์สื่อเก่า โดยผลการสนทนากลุ่มยืนยันว่า ผู้เข้าร่วมสนทนามีความรู้เท่าทันสื่อค่อนข้างต่ำ

พนม คลีฉายา (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การใช้งาน ความเสี่ยง การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล และแนวทางการสอนเพื่อการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล สำหรับนักเรียนมัธยมในประเทศไทย ระยะที่ 1” เพื่อสำรวจและวัดการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักเรียนมัธยมชั้นปีที่ 1 – 6 จำนวน 772 คน โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจเป็นหลัก และวิธีการวิจัยแบบการสัมภาษณ์เจาะลึกเป็นรอง ผลการวิจัย พบว่า นักเรียนมัธยมมีการใช้โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟน เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตทันทีหลังตื่นนอน และใช้ตลอดทั้ง

วันในช่วงเวลาว่างจากการเรียนจนถึงก่อนเข้านอน โดยใช้เพื่อดูหนัง ฟังเพลงผ่านโทรศัพท์มือถือ ใช้แอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก ไลน์ สนทนาและส่งไฟล์งานหรือการบ้านกับกลุ่มเพื่อน และเล่นเกมอยู่บ่อยๆ และใช้งานในแต่ละครั้งเป็นเวลาประมาณ 1 – 2 ชั่วโมง ผลการวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลในเนื้อหาโฆษณาเกินจริง และเพศอยู่ในระดับสูงมาก โดยสามารถทำความเข้าใจ วิเคราะห์และประเมินเนื้อหา และการมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหาอยู่ในระดับที่สูง ยกเว้น ในเนื้อหาเกม พบว่าความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินเนื้อหา และการมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหาอยู่ในระดับปานกลาง



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังรายการพ็อดคาสต์” เป็นการศึกษาด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้รูปแบบงานวิจัย คือ การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ร่วมกับการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่อวิเคราะห์เนื้อหารายการพ็อดคาสต์ ประกอบกับการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่ออธิบายการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลในรายการพ็อดคาสต์ของผู้ฟัง ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินขั้นตอนการศึกษาวิจัย 2 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ขั้นตอนที่ 2. การสนทนากลุ่ม (Focus Group)

โดยมีรายละเอียด ดังนี้



ขั้นตอนที่ 1. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ร่วมกับการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยมีเนื้อหาที่นำมาวิเคราะห์ คือ เนื้อหารายการพ็อดคาสต์ (Podcast) เพื่ออธิบายความเหมาะสมของเนื้อหารายการพ็อดคาสต์ในด้านพฤติกรรมและความรุนแรง ด้านการใช้ภาษา และเรื่องทางเพศในรายการพ็อดคาสต์ รวมถึงอธิบายประเภทการให้บริการโอทีที (OTT) พ็อดคาสต์ ประเภทรายการ รูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 แหล่งข้อมูลและวิธีสุ่มรายการ

ผู้วิจัยศึกษารายการพ็อดคาสต์ประเภทไฟล์เสียง (Audio) ภาษาไทยจาก แอปพลิเคชันพ็อดคาสต์บนโทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟนในระบบ iOS จากการจัดกลุ่มพ็อดคาสต์ ออกเป็น 16 กลุ่มรายการ (Category) เก็บข้อมูล ณ วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2561 ซึ่งมีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 เลือกรายการพ็อดคาสต์ เลือกพ็อดคาสต์ตามการจัดกลุ่มรายการ (Category) ซึ่งมีจำนวน 16 กลุ่มรายการ ใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกรายการพ็อดคาสต์ภาษาไทยที่ได้รับความนิยมสูงสุด 3 อันดับแรกของแต่ละกลุ่มรายการตามการจัดอันดับของพ็อดคาสต์ ได้รายการพ็อดคาสต์ทั้งสิ้น 37 พ็อดคาสต์ จาก 16 กลุ่มรายการ

ขั้นที่ 2 เลือกตอน (Episode) สุ่มเลือกตอนของพ็อดคาสต์จำนวน 3 ตอนจากแต่ละพ็อดคาสต์ที่เลือกมาได้จากข้อ 2.1 โดยสุ่มด้วยวิธีการสุ่มแบบง่ายด้วยการจับฉลากเดือนละ 1 ตอน นับจากเดือนกุมภาพันธ์ 2561 ย้อนหลังไป 2 เดือน ทั้งนี้ หากในเดือนไหนไม่มีตอนออกอากาศ จะเลือกเดือนย้อนหลังถัดไป จนได้ครบตามจำนวนที่กำหนด ดังนั้น ได้แหล่งข้อมูลที่จะศึกษาจากรายการพ็อดคาสต์ 37 พ็อดคาสต์ ๆ ละ 3 ตอน รวมทั้งสิ้น 104 ตอน

สรุปผลของการสุ่มเลือกแหล่งข้อมูล ปรากฏว่า ได้รายการพ็อดคาสต์ที่มีเนื้อหาภาษาไทย ณ วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2561 จำนวน 15 กลุ่มรายการ แบ่งเป็น 37 พ็อดคาสต์ และมีแหล่งข้อมูลในการศึกษาทั้งสิ้น 104 ตอน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ณ วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2561

กลุ่มรายการ	พื้ดคาศท์	ตอน	วัน/เวลาเผยแพร่
ศิลปะ (Arts)	Bangkokoi Book Review	EP39 สิ่งโตนอกคอก/ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ	18 กุมภาพันธ์ 2561
		EP36 เจ้าชายน้อย/ว่าด้วยความสุข	1 มกราคม 2561
		EP 35 ราตรีมหัศจรรย์/Slow/ของฝากจากทะเล	14 ธันวาคม 2560
	Design ไป บ่น ไป	dppd live #4.2 ตัวอักษรในสื่อดิจิทัล	2 พฤศจิกายน 2553
		dppd live #19 ปัญหาทางป้ายของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	1 ตุลาคม 2553
		dppd live #18 ทำอย่างไรให้กราฟฟิกไทยได้มาตรฐานสากล	30 มีนาคม 2553
	เด็กตีบวก	เด็กตีบวก Season 2 EP1 โลกนี้ไม่มีอยู่จริง	9 พฤศจิกายน 2560
		TECT+10 Very Very Strong Fire Claymore (Special EP)	24 กรกฎาคม 2560
		เด็กตีบวก EP10 คณะนักคิด/Thesis/ชีวิตมนุษย์เงินเดือน (Season Final)	16 มิถุนายน 2560
	ธุรกิจ (Business)	The Secret Sauce	TSS21 SEA Thailand บริษัทใหญ่แต่ใจยังสตาร์ทอัพ เจ้าของ RoV, Shopee และ Airpay
TSS19 AIS สร้างคน สร้าง Ecosystem จาก CEO ที่โตมาจากพนักงานตอกบัตร			22 มกราคม 2561
TSS17 KBank เจ้าของตลาด Mobile Banking ที่ตอกย้ำว่าการเริ่มก่อนย่อมได้เปรียบ			16 ธันวาคม 2560
Mission to the Moon		EP.6 เทคนิคการตลาดโดยใช้หลักจิตวิทยา Social Proof	20 มิถุนายน 2560
		EP.4 ลักษณะของพนักงาน "ดาวรุ่ง" (Rising Star)	4 มีนาคม 2560
		EP.3 เคล็ดลับการพรีเซนต์แบบมืออาชีพ	21 กุมภาพันธ์ 2560

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

กลุ่มรายการ	พ็อดคาสต์	ตอน	วัน/เวลาเผยแพร่
	Foundercast	EP 16: ค่ายกับคุณ Co-founder, Yggdrazil	7 พฤศจิกายน 2560
		EP 15 : ค่ายกับคุณทอม Co-founder, Sellsuki	30 กันยายน 2560
		EP 13: คุณกับคุณยอด CEO & Co-founder, Wongnai	3 สิงหาคม 2560
ตลก เปาสมอง (Comedy)	หมูป่าออนแอร์	Moopaa Talk EP00.1: ปีเก่า Vs ปีใหม่	3 มกราคม 2561
		ซีอีวฟริก EP 12: อาหารเจ	16 ตุลาคม 2560
		น้ำปลาฟริก EP 10: สภากาแฟ	8 มิถุนายน 2560
การศึกษา (Education)	ณอน บูรณะ หิรัญ Podcast	ณอน Postcast #27 โปรเซน หสรรัฐ, แอนด์ (Hand Inner Game), ขุนเขา สินธุเสน เซจรบบุตร	20 มกราคม 2561
		ณอน Postcast #25 ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ	6 ธันวาคม 2560
		ณอน Postcast #21 ดร.วรภัทร์ ภูเจริญ (Dr. Woraphat Phucharoen)	1 พฤศจิกายน 2560
	ภาษาอังกฤษ สำนวนอเมริกัน	กุมภาพันธ์ 18, 2018	18 กุมภาพันธ์ 2561
		มกราคม 28, 2018	28 มกราคม 2561
	มาเรียน ภาษาญี่ปุ่น กันเถอะ	บทเรียนที่ 32	20 พฤศจิกายน 2560
		บทเรียนที่ 28	23 ตุลาคม 2560
		บทเรียนที่ 24	25 กันยายน 2560
	เกมและงานอดิเรก (Games & Hobbies)	jipataalk จิปาทอล์ค	EP5 - เกมไม่ใช่ปัญหา *โปรดใช้วิจารณญาณในการเล่น
EP2 - Past Present Future of Sneakers			6 กุมภาพันธ์ 2560
MAG podcast		MAG-A-SEEN (รีวิว ไม่สปอยล์): Beyond Skyline (อสูรท้านรก)	10 พฤศจิกายน 2560
		MAG-A-SEEN (สปอยล์...ยับ!): The Foreigner (2 โคตรพยัคฆ์ผู้ยิ่งใหญ่)	4 ตุลาคม 2560
		MAG-A-SEEN (รีวิว ไม่สปอยล์): Marry and the Wich's Flower (แมรี่ผจญแดนแม่มด)	26 กันยายน 2559
As a Podcast		Thinking as a hobby - EP 12: Atheist	5 กุมภาพันธ์ 2561
		Game as a career - EP 19: Party Game	8 มกราคม 2561
		นับ1ไม่ถึง3 : EP 1 - Politic	15 ธันวาคม 2560

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

กลุ่มรายการ	พ็อดคาสท์	ตอน	วัน/เวลาเผยแพร่
สุขภาพ (Health)	New Year New You	NYNY31 5 วิธีคิดสำหรับคนที่อยากปล่อยวางกับ ชีวิตให้มากขึ้น	30 มกราคม 2561
	Changkhui: KiloZero (กิโลที่ ศูนย์)	KiloZero 14 1,222 km in 30 Days By Gasinpoj Namsitthirote	11 กรกฎาคม 2558
		KiloZero 13 Ultra running Experience By Pok	15 มีนาคม 2558
		KiloZero 12 Fifteen Running Principles for Runners by Sathavorn Chanpongsri	2 พฤศจิกายน 2557
	Death Space	EP.22 คุณร็มภา กำเนิดรัตน์: ชีวิตสอนอะไรเราบ้าง	6 สิงหาคม 2559
		สายน้ำ: บทอันมนำเพื่อความตื่นรู้	16 กรกฎาคม 2559
		EP.20 อาจารย์จันทิมา รักษาเสรี (อ.แต่ม): ชีวิตสอนอะไรเราบ้าง	5 มิถุนายน 2559
เด็กและ ครอบครัว (Kids & Family)	Tomayard	EP4 Movie Cast รักไร้เสียง	6 เมษายน 2560
		EP3-1 มหกรรมดองหนังสือ	27 มีนาคม 2560
		EP2 การ์ตูนแม่ไร่สาระ	12 กันยายน 2559
เพลง (Music)	Multiple Eargasms	ME22 อังค์ วรินทร์ จากสมาชิกเกิร์ลแบนด์สู่ ศิลปินซินธ์ป๊อปชาวด 80 ถึงจะเกิดไม่ทันแต่อินได้	8 กุมภาพันธ์ 2561
		ME18 ป๊อปใสๆ แบบ Superbaker / ร็อกสุดๆ แบบStarfish กับสองบุคลิกของวงเดียว	12 มกราคม 2561
		ME15 The Rube ความลงตัวของไทยดั้งเดิมและ ไทยสากล	16 ธันวาคม 2560
ข่าวและ การเมือง (News & Politics)	NHK WORLD RADIO JAPAN	NHK WORLD RADIO JAPAN - Thai new at 20;30 (JST)	17 กุมภาพันธ์ 2561
	ประเด็นวันนี้	กาแฟ	8 กุมภาพันธ์ 2561
		เลือกอย่างไรให้คุ้มกับความพยายามของตน-3	15 มกราคม 2561
		การประชุมอินเทอร์เน็ตโลกครั้งที่ 4	22 ธันวาคม 2560
	ข่าวสดสายตรง จาก VOA	กุมภาพันธ์ 16, 2018	15 กุมภาพันธ์ 2561
		มกราคม 22, 2018	21 มกราคม 2561

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

กลุ่มรายการ	พื้ดคาศท์	ตอน	วัน/เวลาเผยแพร่
ศาสนาและ ความเชื่อเรื่อง จิตวิญญาณ (Religion & Spirituality)	หลวงพ่ ปราโมทย์ วัดสวนสันติ ธรรม	กรรมเก่า กรรมใหม่ : หลวงพ่ปราโมทย์ 21 ม.ค. 61 A (610112A)	12 กุมภาพันธ์ 2561
		ฝึกจากความกลัว : หลวงพ่ปราโมทย์ 30 ธ.ค. 60 B (601230B)	19 มกราคม 2561
		อริยสัจแห่งจิต : หลวงพ่ปราโมทย์ 2 ธ.ค. 60 A (601202A)	24 ธันวาคม 2560
	ฆราวาสธรรม เพื่อการเจริญสติ	ภพของนักปฏิบัติ - อ.ประสานสนทนาธรรมตาม กาล 18 M Academy 26 ก.ย. 60 (psn601126A)	2 กุมภาพันธ์ 2561
		ความเพียรชอบ - หม่อมอน คอร์สรู้กายรู้ใจ พื้นฐานสู่ความรู้แจ้งนครสวรรค์ 19 พ.ย. 60 (tns601119)	25 มกราคม 2561
		psn600902B อ.ประสาน - สมาธิ คอร์สเพื่อธรรม 2 ก.ย. 60	5 ธันวาคม 2560
	ดังตฤณวิสุทธ 1	หมวดช่วยเหลือนตนเอง 4 138 ทำอย่างไร จิตถึงจะปล่อยวางได้	2 มกราคม 2559
		หมวดความรัก 3 29 ตัดใจจากคนรักได้อย่างไร	1 ธันวาคม 2558
		หมวดความรัก 3 20 คบและคุยกับคนมีแฟนแล้ว ผิดไหม	30 พฤศจิกายน 2558
	วิทยาศาสตร์ และการแพทย์ (Science & Medicine)	witcast	wiTThai - s02e01 "Space Weather Man" อ. เดวิด รูฟโฟโล ผู้รักการศึกษารังสีคอสมิก และรัก ประเทศไทย
wiTcast ep 60 - เบิงดาควีเวนต์อวกาศปี 2018			13 มกราคม 2561
Long Take 05 - Star wars: The Last Jedi			16 ธันวาคม 2560
Nerd Loyalty		Nerd Loyalty 16 Down To The Sea	15 มกราคม 2561
		Nerd Loyalty 15 Up To The Hill	29 ธันวาคม 2560
		Nerd Loyalty 14 Ig Nobel	22 พฤศจิกายน 2560
Changkhui: Changkhui Kab Mor (ข้าง คุยกับหมอ)		หมอจิว: 44 The Baby Business, Chepter 7	14 กรกฎาคม 2554
		หมอจิว: 43 The Baby Business, Chepter 6	14 มิถุนายน 2554
		หมอจิว: 42 The Baby Business, Chepter 5	24 พฤษภาคม 2554

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

กลุ่มรายการ	พ็อดคาสท์	ตอน	วัน/เวลาเผยแพร่
สังคมและวัฒนธรรม (Society & Culture)	The Money Case by The Money Coach	TMC23 อีสรภาพทางการเงิน คือชีวิตที่ได้ออกแบบเอง	4 กุมภาพันธ์ 2561
		TMC20 วางแผนเกษียณ : เริ่มต้นไหน เก็บอย่างไร และเท่าถึงจะพอใช้หลังเกษียณ	14 มกราคม 2561
		TMC14 เงินซื้อความสุขได้จริงหรือไม่? และทำไมเราควรใช้เงินไปเที่ยวบ้าง	26 พฤศจิกายน 2560
	Get Talks	สัพเพHEYไว้ว่า EP32 : วาเลนไทน์ก็ทีก็ไม่มีแฟน	12 กุมภาพันธ์ 2561
		พักกอง พักคุย : ว่าด้วยความเป็นอาชีพสไตล์ลิสต์	16 มกราคม 2561
		ซาบูกบารัก EP 23 : เธอเปลี่ยนใจหรือใครเปลี่ยนเธอ	12 ธันวาคม 2560
	นักเรียนนอก	NRN17 นภพัฒน์จักษ์ อัดตันทน์กับการเรียนสื่อสารมวลชนที่อังกฤษ ในช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อของสิ่งพิมพ์และออนไลน์	28 ธันวาคม 2560
		NRN10 ไปเรียนกราฟิกดีไซน์ที่ซานฟรานซิสโกจนได้รับเชิญเข้าทำงานที่ Apple	7 พฤศจิกายน 2560
		NRN9 ไปเรียนต่อที่สวีเดนประเทศแห่งความสุขที่อุณหภูมิ -10 องศา	10 ตุลาคม 2560
	กีฬาและสันทนาการ (Sports & Recreation)	ครูเท่ง ไตรต็อก (tri-talk)	ครูเท่ง ไตรต็อก (tri-talk) EP14 Best Race Outcome Part 2
ครูเท่ง ไตรต็อก (tri-talk) EP13 Best Race Outcome Part 1			27 มกราคม 2561
ครูเท่ง ไตรต็อก (tri-talk) EP12 Iron Doctor คุณหมอนักไตร Part2			5 ธันวาคม 2555
เทคโนโลยี (Technology)	Daily IT by Ceemeagain	7 พฤติกรรมสุดยี้บนโลกโซเชียล	4 สิงหาคม 2557
		ค้นหาคนจากภาพเพียงใช้ Google	30 มิถุนายน 2557
		Fake Call Location	2 ธันวาคม 2555
	Galaxy Podcast	เที่ยวที่แล้ว EP2 : เที่ยวเกาหลี	17 กุมภาพันธ์ 2561
		Dog's Nation EP2 : อาหารหมา	23 มกราคม 2561

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

กลุ่มรายการ	พืดคาศท์	ตอน	วัน/เวลาเผยแพร่
		เข้าหูซ้าย ทะลุหูขวา EP 3 : Rhythm & Boyd	24 ธันวาคม 2560
	The Ensure	Gu Talk_EP 41 - Eeperience Provider	22 มกราคม 2561
		The Ensure - Men and Women EP.6 - ผู้ชายหรือผู้หญิงกันแน่ ใครที่เป็นอื่น	13 ธันวาคม 2560
		The Ensure - Law Case EP.7 แดนกรรมสิทธิ์	6 พฤศจิกายน 2560
รายการทีวี และภาพยนตร์ (TV & Movies)	Changkhuai : ไม่หลับไม่นอน	ไม่หลับไม่นอน 93 Billboard No.1 in 1986	5 กุมภาพันธ์ 2561
		ไม่หลับไม่นอน 92 NFL Live Experience	9 มกราคม 2561
		ไม่หลับไม่นอน 90 A Tribute to Prince	3 พฤษภาคม 2560
	Thaipbs radio - หน้าต่างโลก	หมีขั้วโลกคอยาก	12 กุมภาพันธ์ 2561
		ทำอย่างไรให้เรามีความสุข	3 มกราคม 2561
		เมื่อโลกนี้ไม่มีวัยเกษียณอายุ	7 ธันวาคม 2560
	Thaipbs radio - คิดบนรอยต่อ	กลยุทธ์สตาร์บัคส์	6 กุมภาพันธ์ 2561
		อนาคตได้ล่า ระวังสมองกลแย่งงาน	16 มกราคม 2561
		ศรัทธามารเก็ตติ้ง	12 ธันวาคม 2560

1.2 หน่วยการวิเคราะห์

ผู้วิจัยได้กำหนดหน่วยการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) เนื้อหาพืดคาศท์ โดยใช้แก่นของเนื้อหาเป็นหลัก (Theme) เพื่อจัดกลุ่มแยกประเภทรายการ รูปแบบรายการ และความเหมาะสมของรายการในด้านพฤติกรรมและความรุนแรง การใช้ภาษา และเนื้อหาเรื่องทางเพศ ในส่วนของความเหมาะสมในการใช้ภาษา จะใช้หน่วยวิเคราะห์เป็นคำ (Word) ที่เข้าข่ายไม่เหมาะสม โดยยึดนิยามความหมายของพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ดังนี้

“ภาษาสแลง” หมายถึง ถ้อยคำหรือสำนวนที่ใช้เข้าใจกันเฉพาะกลุ่มหรือชั่วระยะเวลาหนึ่ง ไม่ใช่ภาษาที่ยอมรับกันว่าถูกต้อง

“หยาบคาย” หมายถึง ไม่สุภาพ ไม่เรียบร้อย

“กู” หมายถึง คำใช้แทนตัวผู้พูด ในปัจจุบันมักถือกันว่าไม่สุภาพ เป็นสรรพนามบุรุษที่ 1

“มึง” หมายถึง คำใช้แทนผู้ที่เราพูดด้วย, มักถือกันว่าไม่สุภาพหรือหยาบคาย เป็นสรรพนามบุรุษที่ 2

“ล่อแหลม” หมายถึง หมิ่นเหม่ อยู่ในที่ใกล้อันตราย

“หมิ่นเหม่” หมายถึง อาการที่เข้าไปหรืออยู่ในสถานที่หรือสถานการณ์ใกล้อันตราย หรือเสียหาย เป็นต้น

“ก้าวร้าว” หมายถึง เกะกะระราน ใ้กับกิริยาและวาทะที่กระต้างและล่วงเกินผู้อื่น

“รุนแรง” หมายถึง หนักมาก แรงมาก เกินปกติ

“ดูหมิ่น” หมายถึง แสดงกิริยาท่าทาง พุด หรือเขียน เป็นเชิงดูถูกว่ามีฐานะต่ำต้อย หรือไม่ดีจริงไม่เก่งจริง เป็นต้น

ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Description Analysis) เพื่ออธิบายรายละเอียดตามการปรากฏของเนื้อหา

1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้ตารางวิเคราะห์ (Coding Sheet) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ความเหมาะสมของรายการพหุศาสตร์ ประเภทการให้บริการโอทีทีของพหุศาสตร์ ประเภทรายการ รูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการ

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเป็นผู้ลงรหัสการวิเคราะห์เนื้อหาด้วยตัวเองทั้งหมด โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เป็นหลัก โดยใช้จำนวนความถี่ ร้อยละ ของเนื้อหาที่ปรากฏ และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) เป็นรอง โดยนำตัวอย่างที่ปรากฏในรายการมาอธิบายประกอบการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

1.5 การนำเสนอข้อมูล

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการพหุศาสตร์ของการวิจัยครั้งนี้จะนำเสนอในรูปแบบการบรรยายพรรณนาเนื้อหา (Description) ในบทที่ 4 ความเหมาะสมของเนื้อหาของรายการพหุศาสตร์

ขั้นตอนที่ 2. การสนทนากลุ่ม (Focus Group)

หลังจากขั้นตอนการวิเคราะห์เนื้อหารายการแล้ว ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์เนื้อหา มาดำเนินการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อที่จะอธิบายการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลในรายการพ็อดคาสต์ของผู้ฟังในด้านความสามารถในการเข้าถึงเนื้อหารายการ ความเข้าใจเนื้อหารายการพ็อดคาสต์ ความสามารถการวิเคราะห์และประเมินมุมมองเนื้อหาที่จูงใจละไว้ในเรื่องธุรกิจการค้า ความรุนแรง การใช้ภาษา และเรื่องเพศที่ไม่เหมาะสม และการมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหารายการพ็อดคาสต์ ซึ่งมีขั้นตอน ดังนี้

2.1 ผู้ร่วมสนทนากลุ่มและวิธีการคัดเลือก

ผู้วิจัยคัดเลือกผู้เข้าร่วมสนทนาจากผู้ฟังรายการพ็อดคาสต์ภาษาไทยซึ่งแบ่งเป็น 4 กลุ่มตัวอย่าง โดยแต่ละกลุ่มให้มีทั้งเพศหญิงและเพศชาย ดังนี้

- (1) นักเรียนมัธยมเพศชาย อายุ 13 - 18 ปี จำนวน 6 - 10 คน
- (2) นักเรียนมัธยมเพศหญิง อายุ 13 - 18 ปี จำนวน 6 - 10 คน
- (3) วัยทำงานเพศชาย อายุ 23 - 35 ปี จำนวน 6 - 10 คน
- (4) วัยทำงานเพศหญิง อายุ 23 - 35 ปี จำนวน 6 - 10 คน

โดยวิธีการคัดเลือก ผู้วิจัยคัดเลือกผู้เข้าร่วมสนทนาโดยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ที่เคยฟังรายการพ็อดคาสต์ และสมัครใจที่จะเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยทำการประกาศรับสมัครในสื่อสังคมออนไลน์ของรายการพ็อดคาสต์ เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก แพนเพจรายการ เป็นต้น

2.2 การเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยนัดหมายตามวัน เวลา และสถานที่ในการสนทนากลุ่มตามที่กลุ่มตัวอย่างทุกคนสามารถเข้าร่วมการสนทนาได้ตรงกัน โดยผู้วิจัยดำเนินการโดยนำสนทนาด้วยตัวเอง และทำการสนทนาตามประเด็นคำถามที่ตั้งไว้ เพื่อให้การสนทนากลุ่มเป็นไปอย่างเป็นระบบในทุกกลุ่ม นอกจากนี้ ผู้วิจัยจะนำตัวอย่างเนื้อหารายการพ็อดคาสต์ที่ได้จากขั้นตอนการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) มาเปิดเพื่อให้ผู้ร่วมสนทนาพร้อมพูดคุยต่อประเด็นการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลในรายการพ็อดคาสต์ ผู้วิจัยจะใช้การจดบันทึกข้อมูล และบันทึกเทปเสียงผู้ร่วมสนทนา และนำมาถอดเทปเสียงเพื่อสรุปและวิเคราะห์ข้อมูลการสนทนากลุ่ม

2.3 รายละเอียดวันจัดการสนทนากลุ่ม

ผู้วิจัยทำการจัดการสนทนากลุ่มที่ห้องประชุม 707 ชั้น 7 อาคารมงกุฎสมเด็จพระสังฆราช คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยผู้วิจัยได้เลือกวันและเวลาตามที่กลุ่มตัวอย่างทุกคนสามารถเข้าร่วมการสนทนาได้ตรงกัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- (1) วิทยากรพิเศษชาย วันที่ 12 พฤษภาคม 2561 เวลา 10.00 - 12.00 น.
- (2) นักเรียนมัธยมเพศหญิง วันที่ 19 พฤษภาคม 2561 เวลา 10.00 - 12.00 น.
- (3) นักเรียนมัธยมเพศชาย วันที่ 19 พฤษภาคม 2561 เวลา 13.00 - 15.00 น.
- (4) วิทยากรพิเศษหญิง วันที่ 20 พฤษภาคม 2561 เวลา 10.00 - 12.00 น.

อย่างไรก็ตาม ในส่วนของการทำการเก็บข้อมูลกับเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามแนวทางจริยธรรมการวิจัยในเด็ก โดยมีการอธิบายขั้นตอนและรายละเอียดการวิจัยทั้งหมดก่อนทำการสนทนากลุ่ม และให้ผู้ปกครองยินยอมและลงนามในเอกสารยินยอมเพื่อเข้าร่วมการสนทนากลุ่มสำหรับเยาวชน ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างไว้เป็นความลับ และจะเปิดเผยเฉพาะส่วนของผลการวิจัยและใช้นามสมมุติแทนชื่อของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มเท่านั้น และเสนอข้อมูลผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มในภาคผนวก

2.4 ประเด็นคำถามในการสนทนากลุ่ม

ผู้วิจัยกำหนดประเด็นคำถามในการสนทนากลุ่มออกเป็น 4 ประเด็น ได้แก่

- (1) ด้านความสามารถในการเข้าถึงเนื้อหารายการพ็อดคาสต์
 - เริ่มรู้จักพ็อดคาสต์ได้อย่างไร
 - ใช้ช่องทางใดในการฟังพ็อดคาสต์
 - วิธีการใช้งานพ็อดคาสต์
 - วัตถุประสงค์หลักที่รับฟังรายการพ็อดคาสต์
- (2) ความเข้าใจเนื้อหารายการพ็อดคาสต์
 - อธิบายเป้าหมาย / วัตถุประสงค์ของเนื้อหา
 - ระบุผู้สร้างหรือเจ้าของเนื้อหารายการ
 - ความรู้ในการผลิตรายการพ็อดคาสต์
 - ความน่าเชื่อถือของรายการพ็อดคาสต์
- (3) การวิเคราะห์และประเมินมุมมองหรือเนื้อหาที่สนใจละไว้ในเรื่องธุรกิจการค้า
ความรุนแรง การใช้ภาษา และเรื่องเพศที่ไม่เหมาะสม

- รายการนี้มีคุณค่าหรือไม่ อย่างไร
- เนื้อหารายการนี้ชักนำให้ผู้ฟังหลงเชื่อได้หรือไม่ อย่างไร
- ความเข้าใจ/ตีความในเนื้อหาทั้งความหมายทางตรงและความหมาย

โดยนัย

- รายการพ้อดคาสท์มีการนำเสนอสินค้าในเชิงธุรกิจการค้าหรือไม่
- เนื้อหารายการนี้เกินจริงหรือไม่ อย่างไร

(4) การมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหารายการพ้อดคาสท์

- หลังฟังรายการพ้อดคาสท์ท่านมีพฤติกรรมใดบ้างที่เคยทำ เช่น นำไปสนทนาต่อ แสดงความเห็นไปยังรายการ ร่วมบริจาคสนับสนุนรายการ ซื้อสินค้าสนับสนุนรายการ
- ท่านจะฟังรายการพ้อดคาสท์ต่อหรือไม่
- ท่านมีความเห็นอย่างไรที่ว่าผู้ดำเนินรายการสามารถชักจูงให้ผู้ฟังมีพฤติกรรมหรือหลงเชื่อตามที่กำหนดได้

2.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยจัดทำคำถามการสนทนากลุ่มแบบกึ่งโครงสร้าง ใช้สมุดจดบันทึกข้อมูล เครื่องบันทึกเสียง และมีผู้ช่วยคอยอำนวยความสะดวกตลอดเวลาในการสนทนากลุ่ม

2.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาด้วยวิธีการสรุปแก่นสาระของข้อมูลจากการสนทนากลุ่มตามประเด็นและนियามการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล

2.7 การนำเสนอข้อมูล

ผลการสนทนากลุ่มจะนำเสนอในรายงานวิจัยในบทที่ 5 การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังรายการพ้อดคาสท์ เพื่ออธิบายการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลในรายการพ้อดคาสท์ของผู้ฟัง

บทที่ 4

ความเหมาะสมของเนื้อหารายการพ็อดคาสต์

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากรายการพ็อดคาสต์ประเภทไฟล์เสียง (Audio) ภาษาไทย ระหว่างเดือนธันวาคม 2560 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2561 จากแอปพลิเคชันพ็อดคาสต์บนโทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟนในระบบ iOS จำนวนทั้งสิ้น 104 ตอน โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณนับจำนวนความถี่ ร้อยละ ของเนื้อหาที่ปรากฏ และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ นำตัวอย่างที่ปรากฏในรายการมาอธิบายประกอบการวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยในบทนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอผลวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1. เนื้อหารายการพ็อดคาสต์

ในส่วนนี้ประกอบด้วยประเด็นการวิเคราะห์ 3 ประเด็น ดังต่อไปนี้

- 1.1 ประเภทการให้บริการโอทีทีของรายการพ็อดคาสต์ แบ่งออกเป็น 3 เกณฑ์
 - 1.1.1 การแบ่งประเภทตามผู้ให้บริการ
 - 1.1.2 การแบ่งประเภทตามวิธีการหารายได้
 - 1.1.3 การแบ่งประเภทตามเนื้อหา
- 1.2 ประเภทรายการพ็อดคาสต์
- 1.3 รูปแบบรายการพ็อดคาสต์

ส่วนที่ 2. ความเหมาะสมของเนื้อหารายการพ็อดคาสต์

ในส่วนนี้ประกอบด้วยประเด็นการวิเคราะห์ 3 ประเด็น ดังต่อไปนี้

- 2.1 ด้านพฤติกรรมและความรุนแรง
- 2.2 เรื่องทางเพศ
- 2.3 ด้านการใช้ภาษา

ส่วนที่ 1. เนื้อหารายการพ็อดคาสท์

ในส่วนนี้จะมีการวิเคราะห์ใน 3 ประเด็นย่อย ซึ่งจะเป็นการวิเคราะห์ในเชิงปริมาณและการอธิบายถึงตัวอย่างรายการ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 ประเภทการให้บริการโอทีทีของรายการพ็อดคาสท์

ในส่วนของการให้บริการโอทีทีของรายการพ็อดคาสท์ ได้ใช้เกณฑ์การแบ่งประเภทออกเป็น 3 เกณฑ์ ได้แก่

1.1.1 การแบ่งตามเกณฑ์ผู้ให้บริการ

1.1.2 การแบ่งตามเกณฑ์วิธีการหารายได้

1.1.3 การแบ่งตามเกณฑ์เนื้อหา

ผลการวิเคราะห์การจัดประเภทตามเกณฑ์ดังกล่าวข้างต้นมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1.1.1 การแบ่งประเภทตามเกณฑ์ผู้ให้บริการ

การแบ่งประเภทการให้บริการโอทีทีของรายการพ็อดคาสท์ตามเกณฑ์ผู้ให้บริการ จะพิจารณาจากต้นกำเนิดรายการ จากการวิเคราะห์เนื้อหาและองค์ประกอบของรายการพ็อดคาสท์ จำนวน 104 ตอน ผลปรากฏตามตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละการแบ่งประเภทการให้บริการโอทีทีของรายการพ็อดคาสท์ แบ่งตามเกณฑ์ผู้ให้บริการ

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ลำดับ	การแบ่งประเภทการให้บริการโอทีทีตามเกณฑ์ผู้ให้บริการ	จำนวนตอนที่ปรากฏ	ร้อยละ
1	ผลิตโดยผู้ให้บริการผลิตขึ้นเอง	87	83.65
2	ผลิตโดยสื่อมวลชนดั้งเดิม	17	16.35
รวม		104	100.00

จากตารางที่ 4.1 เมื่อแบ่งรายการพ็อดคาสท์ตามเกณฑ์ผู้ให้บริการโอทีที พบว่า เป็นรายการพ็อดคาสท์ที่ผลิตโดยผู้ให้บริการผลิตขึ้นเองมากที่สุด จำนวน 87 ตอน คิดเป็นร้อยละ 83.65 และเป็นรายการพ็อดคาสท์ที่ผลิตโดยสื่อมวลชนดั้งเดิม จำนวน 17 ตอน คิดเป็นร้อยละ 16.35

เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดของรายการพ็อดคาสต์ที่ผลิตโดยผู้ใช้บริการผลิตขึ้นเองพบว่า มีรายการที่ผลิตขึ้นโดยเจ้าของรายการในหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ 1. รายการที่เจ้าของเป็นบุคคลธรรมดา 2. รายการที่เจ้าของเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง 3. รายการที่เจ้าของเป็นกลุ่มบุคคล 4. รายการที่ผลิตขึ้นโดยนิติบุคคลหรือบริษัท

ตัวอย่าง รายการพ็อดคาสต์ที่เจ้าของเป็นบุคคลธรรมดา เช่น พ็อดคาสต์ “Bangkokoi Book Review” เป็นพ็อดคาสต์ที่รีวิวนหนังสือในลักษณะเป็นกันเอง โดยมีผู้ดำเนินรายการหลัก 2 คน เป็นคนที่ชื่นชอบในการอ่านหนังสือ ดำเนินรายการด้วยรูปแบบการสนทนาสลับกับรีวิวนหนังสือที่ตนเองอ่านมา โดยเริ่มตั้งแต่การอธิบายรายละเอียดของปก ลักษณะกระดาษ และเนื้อเรื่องโดยย่อของหนังสือ พ็อดคาสต์ “FounderCast” เป็นพ็อดคาสต์ที่จะเชิญผู้ประกอบการยุคใหม่ของไทยมาสัมภาษณ์ ดำเนินรายการโดยมีผู้ดำเนินรายการหลัก 2 คน สลับกันสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เชิญมาแต่ละตอน พ็อดคาสต์ “Nerd Loyalty” พ็อดคาสต์ที่รวมบทสนทนาของผู้ดำเนินรายการที่เรียกตัวเองว่า “เด็กเนิร์ด” มาเล่าเรื่องวิทยาศาสตร์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน โดยมีแนวคิดหลักรายการ (Concept) ว่า “วิทย์ทุกที่ ดีทุกทำ”

นอกจากนี้ยังพบรายการที่เจ้าของรายการเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น พ็อดคาสต์ “ฉนวนบูรณะศิริรัฐ Podcast” มีผู้ดำเนินรายการหลักคือ คุณฉนวน บูรณะศิริรัฐ เป็นผู้ที่ได้รับฉายาว่า ผู้สร้างแรงบันดาลใจให้กับคนนับล้านผ่านโลกออนไลน์ มีชื่อเสียงจากคลิปวิดีโอสร้างแรงบันดาลใจให้คนไทย และแนวคิดชีวิตคิดบวก จนกลายเป็นเน็ตไอดอลคิดบวกที่มีคนติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจในขณะนี้มากกว่า 2 ล้านคน พ็อดคาสต์ “ดั่งตถุณวิสุชตร 1” เป็นพ็อดคาสต์ที่นำเสนอคำถามและคำตอบเกี่ยวกับการดำเนินชีวิต โดยใช้หลักธรรมคำสั่งสอนทางพระพุทธศาสนา โดยมีผู้ดำเนินรายการคือ คุณดั่งตถุณ เป็นนามปากกาของคุณศรัณย์ ไมตรีเวช ผู้เขียนบทความธรรมะในพระพุทธศาสนาที่มีผลงานในหน้านิตยสารและหนังสือธรรมะ รวมถึงนิยายแทรกคติธรรมต่างๆ และแนวทางการปฏิบัติธรรม นำเสนอผ่านโลกออนไลน์

นอกจากนี้ ยังพบรายการที่เจ้าของเป็นกลุ่มบุคคล ที่ไม่ได้ระบุชัดเจนว่าตั้งขึ้นเป็นนิติบุคคลหรือบริษัท เช่น พ็อดคาสต์ “Changkhui Podcast” ช่างคุย เป็นพ็อดคาสต์ที่มีชื่อเสียง และถือได้ว่าเป็นพ็อดคาสต์ภาษาไทยรายการแรกๆ ของประเทศไทย มีอายุมากกว่า 10 ปี เกิดมาจากการที่ผู้ก่อตั้งได้ฟังรายการพ็อดคาสต์ของต่างประเทศและเกิดความสงสัยว่า ทำไมเราไม่มีรายการดีๆ แบบนี้เป็นภาษาไทยบ้าง จึงได้ริเริ่มทำพ็อดคาสต์ภาษาไทย ออกอากาศตอนแรกในปี พ.ศ. 2549 เป็นพ็อดคาสต์ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ใหม่ๆ เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูล โดยจะเน้นการพูดคุยเจาะลึกลงไปในแต่ละเรื่อง โดยปัจจุบันรายการต่างๆ ในเครือของพ็อดคาสต์ช่างคุย ได้มีการแยกตัว

ออกมาเป็นพ็อดคาสท์ของแต่ละรายการเอง แต่ยังคงใช้ชื่อของ “ช่างคุย” รวมอยู่ในชื่อพ็อดคาสท์ด้วย เช่น พ็อดคาสท์ “ช่างคุยรายวัน” พ็อดคาสท์ “ช่างคุยไม่หลับไม่นอน” พ็อดคาสท์ “ช่างคุยกิโลที่ศูนย์” พ็อดคาสท์ “ช่างคุยกับหมอ” เป็นต้น พ็อดคาสท์ “WitCast” พ็อดคาสท์ที่มีแนวคิดหลักของรายการ (Concept) ว่า “รายการคุยวิทย์ติดตลก พกไว้ฟังยามเปลี่ยวสมอง” ก่อตั้งโดยสมาชิก 3 คน คือ คุณแทนไท ประเสริฐกุล คุณปองแปง อาจารย์ จันทมาศ และคุณอาบัน สามัญชน เป็นพ็อดคาสท์พูดคุยเล่าเรื่องราวทางวิทยาศาสตร์แบบเฮฮา โดยมีตอนแรกออกอากาศตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 มีรายการ “WitCast” เป็นรายการหลัก รายการ “Long Take” เป็นรายการรีวิวกาพย์ยนตร์ หนังสือ เกม รวมถึงซีรีส์ และรายการ “WitThai” เป็นรายการสัมภาษณ์นักวิจัยที่มีผลงานในประเทศไทย พ็อดคาสท์ “Get Talk” พ็อดคาสท์ที่มีรายการที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับต้นๆ ของพ็อดคาสท์ประเทศไทย หากถามผู้ฟังรายการพ็อดคาสท์ถึงรายการโปรด จะต้องมีการในรายชื่อรายการในเครือข่ายของ “Get Talk” รวมอยู่ด้วย ตัวอย่างรายการพ็อดคาสท์ที่ได้รับความนิยมในเครือ “Get Talk” ได้แก่ รายการ “สัพเพHEYไรว่า” รายการว่าไรต์พูดคุยทั่วไป โดยกลุ่มเพื่อนสนิทที่จะมาพูดคุยดำเนินรายการผ่านมุมมองของเพื่อนทั้ง 4 คน 4 แนว รายการ “ซาบูนางรัก” รายการเล่าประสบการณ์ความรักผ่านมุมมองต่างๆ รายการ “ยูรูป” รายการเล่าเรื่องสยองขวัญโดยผู้ดำเนินรายการ และเล่าเรื่องสยองขวัญจากที่บ้าน

ทั้งนี้ ยังพบพ็อดคาสท์ที่ผลิตขึ้นโดยนิติบุคคลหรือบริษัท ได้แก่ พ็อดคาสท์ “The Standard Podcast” พ็อดคาสท์ในเครือของสำนักข่าวออนไลน์ The Standard หรือบริษัท เดอะสแตนดาร์ด จำกัด นำทีมโดยคุณโหม่ง วงศ์ทอง ชัยณรงค์สิงห์ อดีตบรรณาธิการนิตยสาร “a day” โดยพ็อดคาสท์ “The Standard Podcast” เป็นหนึ่งในธุรกิจสื่อของ The Standard ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนทั้งสิ้น 11 พ็อดคาสท์ ได้แก่ พ็อดคาสท์ “We Need To Talk” พ็อดคาสท์ “The Money Case by The Money Coach” พ็อดคาสท์ “The Secret Sauce” พ็อดคาสท์ “Eargasms Deep Talk” พ็อดคาสท์ “นักเรียนนอก” พ็อดคาสท์ “เทยเท่” พ็อดคาสท์ “Random Wisdom” พ็อดคาสท์ “Balanced Mama” พ็อดคาสท์ “R U OK” พ็อดคาสท์ “I Hate My Job” พ็อดคาสท์ “New Year New You”

เมื่อวิเคราะห์ลงไปในเรื่องรายละเอียดของรายการพ็อดคาสท์ที่ผลิตโดยสื่อมวลชนดั้งเดิม จะพบว่า เป็นการรวบรวมเนื้อหาที่ออกอากาศผ่านทางสถานีวิทยุ หรือวิทยุที่ออกอากาศผ่านทางอินเทอร์เน็ต (Online Radio) เพื่อมาอัปโหลดและให้บริการบนพ็อดคาสท์ โดยพบว่า เป็นพ็อดคาสท์ที่มาจากสถานีวิทยุกระจายเสียงที่กระจายเสียงระหว่างประเทศ และพ็อดคาสท์ที่มาจากสถานีวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย

ตัวอย่าง รายการวิทยุกระจายเสียงที่กระจายเสียงระหว่างประเทศ เช่น พ็อดคาสต์ “ข่าวสดสายตรงจาก VOA ภาคภาษาไทย 6.30 - 7.00 น.” เป็นพ็อดคาสต์ในเครือข่ายของสำนักข่าวว้อย ออฟ อเมริกา ภาคภาษาไทย (VOA) สถานีตั้งอยู่ ณ กรุงวอชิงตัน ประเทศสหรัฐอเมริกา และมีการออกอากาศเป็นภาษาต่างๆ ทั่วโลก รวมถึงภาษาไทยด้วย โดยภายหลังออกอากาศในสถานีหลัก จะมีการนำรายการมาอัปโหลดผ่านช่องทางพ็อดคาสต์ เป็นการเพิ่มช่องทางในการรับฟังรายการให้แก่ผู้ที่ต้องการฟังรายการข่าวของสำนักข่าวว้อย ออฟ อเมริกา พ็อดคาสต์ “มาเรียนภาษาญี่ปุ่น” เป็นพ็อดคาสต์ในเครือข่ายของสำนักข่าวเอ็นเอชเค เวิลด์ เรดิโอ (NHK World Radio) หรือบริษัทผู้แพร่ภาพและกระจายเสียงสาธารณะรายเดียวแห่งประเทศไทย ญี่ปุ่น สถานีตั้งอยู่ ณ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น และมีการออกอากาศเป็นภาษาต่างๆ ทั่วโลก รวมถึงภาษาไทยด้วย เป็นรายการเกี่ยวกับการสอนภาษาญี่ปุ่นโดยเจ้าของภาษา มีการแบ่งออกเป็นบทเรียนต่างๆ และมีการอัปเดตทุกสัปดาห์ และพ็อดคาสต์ “ประเด็นวันนี้” เป็นพ็อดคาสต์ของสถานีวิทยุของรัฐบาลจีนที่กระจายเสียงสู่ทั่วโลก และมีการแปลเป็นภาษาต่างๆ รวมถึงภาษาไทยด้วย พ็อดคาสต์รายงานข่าว และเหตุการณ์สำคัญต่างๆ ในประเทศจีนเป็นภาษาไทย

นอกจากนี้ยังพบ พ็อดคาสต์ที่มาจากรายการวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย คือ พ็อดคาสต์ในเครือข่ายของสำนักข่าวไทยพีบีเอส เป็นพ็อดคาสต์ที่นำรายการที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุออนไลน์ของสำนักข่าวไทยพีบีเอส ในชื่อ “ThaiPBS Radio” มาออกอากาศเพิ่มในช่องทางพ็อดคาสต์ โดยในทุกๆ รายการจะมีจิงเกิ้ลหลักของสถานีก่อนเข้าสู่เนื้อหาของรายการ เช่น พ็อดคาสต์ “ThaiPBS Radio - หน้าต่างโลก” พ็อดคาสต์ “ThaiPBS Radio - คิดบนรอยต่อ” พ็อดคาสต์ “ThaiPBS Radio - หลบมุมอ่าน” พ็อดคาสต์ “ThaiPBS Radio - เกษตรบ้านเรา”

1.1.2 การแบ่งประเภทตามเกณฑ์วิธีการหารายได้

การแบ่งประเภทการให้บริการโอทีทีของรายการพ็อดคาสต์ ตามเกณฑ์วิธีการหารายได้ พิจารณาจากการหารายได้ของพ็อดคาสต์ จากการวิเคราะห์เนื้อหาและองค์ประกอบของรายการพ็อดคาสต์ จำนวน 104 ตอน ผลปรากฏตามตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละการแบ่งประเภทการให้บริการโอทีทีของรายการ
พ็อดคาสต์ แบ่งตามเกณฑ์วิธีการหารายได้

ลำดับ	การแบ่งประเภทการให้บริการโอทีที ตามเกณฑ์วิธีการหารายได้	จำนวนตอนที่ปรากฏ	ร้อยละ
1	การให้บริการโอทีทีแบบไม่หารายได้	96	92.31
2	การหารายได้จากโฆษณา	8	7.69
รวม		104	100.00

จากตารางที่ 4.2 เมื่อแบ่งรายการพ็อดคาสต์ตามเกณฑ์วิธีการหารายได้ พบว่า เป็นรายการพ็อดคาสต์แบบไม่หารายได้มากที่สุด จำนวน 96 ตอน คิดเป็นร้อยละ 92.31 และเป็นรายการพ็อดคาสต์ที่หารายได้จากการโฆษณา จำนวน 8 ตอน คิดเป็นร้อยละ 7.69

เมื่อวิเคราะห์ลงไปในเรื่องละเอียดของการให้บริการโอทีทีแบบไม่หารายได้ พบว่า เป็นการให้บริการพ็อดคาสต์ที่ไม่ได้มีจุดประสงค์หลักในการหารายได้ โดยจากการวิเคราะห์พบว่าสามารถแบ่งวัตถุประสงค์ในการให้บริการพ็อดคาสต์ได้ ดังนี้ 1. เพื่อนำเสนอสิ่งที่ตนเองมีความสนใจ 2. เพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึงเนื้อหาขององค์กรหรือธุรกิจหลัก

ตัวอย่าง พ็อดคาสต์ที่ให้บริการเพื่อเสนอสิ่งที่ตนเองมีความรู้และความสนใจ ได้แก่ พ็อดคาสต์ “Bangkokoi Book Review” เป็นพ็อดคาสต์ที่รีวิวหนังสือของผู้ดำเนินรายการ 2 คนที่ชอบอ่านหนังสือ และอยากถ่ายทอดไปยังผู้ฟังที่รักในการอ่านเหมือนกัน พ็อดคาสต์ “Tomayard” เป็นพ็อดคาสต์พูดคุยกับเรื่องการ์ตูนญี่ปุ่น มังงะ อนิเมะ จากผู้ดำเนินรายการหลัก 2 คนที่ชื่นชอบในการ์ตูนญี่ปุ่น พ็อดคาสต์ “หมูป่าออนแอร์” เป็นพ็อดคาสต์ที่นำกลุ่มเพื่อนที่รักในการทำอาหารมาพูดคุย แสดงความเห็นเกี่ยวกับเรื่องอาหาร รูปแบบรายการคือรายการสนทนาภาษาเป็นกันเอง

นอกจากนี้ยังพบพ็อดคาสต์ที่ให้บริการเพื่อวัตถุประสงค์ในการเพิ่มช่องทางการเข้าถึงเนื้อหาขององค์กรหรือธุรกิจหลัก ได้แก่ 1. พ็อดคาสต์ที่ให้บริการเพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึงเนื้อหาสถานีวิทยุกระจายเสียงหลักให้แก่ผู้ฟังรายการ กล่าวคือ เป็นการนำรายการที่ออกอากาศในสถานีวิทยุหลักมาอัปโหลดเพื่อให้บริการในรูปแบบพ็อดคาสต์ เช่น พ็อดคาสต์ในเครือของสถานีวิทยุออนไลน์ของสำนักข่าวไทยพีบีเอส (ThaiPBS Radio) เช่น พ็อดคาสต์ “ThaiPBS Radio - หน้าต่างโลก” พ็อดคาสต์ “ThaiPBS Radio - คิดบนรอยต่อ” พ็อดคาสต์ในเครือข่ายของสำนักข่าววอย ออฟ อเมริกา ภาควิทยุภาษาไทย (VOA) เช่น พ็อดคาสต์ “ภาษาอังกฤษสำนวนอเมริกัน” พ็อดคาสต์ในเครือข่ายของ

สำนักข่าวเอ็นเอชเค เวิลด์ เรดิโอ (NHK World Radio) ประเทศญี่ปุ่น เช่น พ็อดคาสต์ “มาเรียน ภาษาญี่ปุ่น” และ 2. พ็อดคาสต์ที่ให้บริการเพื่อสนับสนุนธุรกิจหลัก กล่าวคือ เป็นการใช้จ่ายช่องทางพ็อดคาสต์ในการสร้างการรับรู้ตราสินค้าเพื่อขยายฐานลูกค้าและเข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งพบว่าเป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับสื่อออนไลน์ ได้แก่ พ็อดคาสต์ “The Ensure” หนึ่งในบริการของเว็บไซต์ที่นำเสนอข่าว บทความ สารระความรู้ เทคโนโลยี และรายงานความเคลื่อนไหวของโลกในชื่อ www.ensurecommunication.com พ็อดคาสต์ “Mission to the Moon” เป็นหนึ่งในบริการเว็บไซต์ <http://www.missiontothemoon.co> เว็บไซต์ให้สาระความรู้ด้านการดำเนินธุรกิจ การสร้างแรงบันดาลใจ รวมถึงการรีวิวหนังสือ พ็อดคาสต์ “นักเรียนนอก” พ็อดคาสต์ในเครือของสำนักงานข่าวออนไลน์ The Standard

นอกจากนี้ ยังพบพ็อดคาสต์ที่ไม่ได้มีวัตถุประสงค์หลักในการหารายได้ แต่มีการขอรับบริจาค หรือได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการสนับสนุนค่าดำเนินงาน หรือจัดทำพ็อดคาสต์เพื่อออกอากาศเท่านั้น เช่น พ็อดคาสต์ “Nerd Loyalty” มีการขอรับการสนับสนุนค่าดำเนินการ โดยจะกล่าวถึงเว็บไซต์และวิธีการบริจาคไว้ในตอนท้ายการออกอากาศ

ภาพที่ 4.1 ตัวอย่างการขอรับการสนับสนุนค่าดำเนินการของพ็อดคาสต์ “Nerd Loyalty”

Rewards are Nerd Loyalty's thank you for being a passionate fan:

- ขอบคุณจากใจ** (chosen by 1 patron)
\$1.00+ per month
 - แค่ \$1 ก็ดีค่า ขอคุณนะ :)
- \$1.00+ per month**
I just want to support Nerd Loyalty.
- โห้ว ผู้มีพระคุณ!** (chosen by 3 patrons)
\$5.00+ per month
 - เราจะปลารบภาคชื่อในช่องฟายรายการใหม่ xD

Nerd Loyalty
3 patrons

Thank you for joining Nerd Loyalty on their journey to \$15.00 per month

ตอนนี้เราต้องสมัครมียูทูปแบบ Premium ของ Soundcloud แล้วละ
เราสัญญาว่าจะสร้างสรรคเนื้อหารายการออกมาให้คุ้มค่ากับเวลาขี้โผล่แบบขยันลิ้มเค็ลเลยละ!

พ็อดคาสต์ “WitCast” มีการเปิดช่องทางการบริจาคเพื่อเป็นค่าดำเนินการในรายการ

ภาพที่ 4.2 ตัวอย่างการขอรับการสนับสนุนค่าดำเนินการของพ็อดคาสต์ “WitCast”



เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดของพ็อดคาสต์ที่มีการหารายได้จากโฆษณา พบว่า มีการโฆษณา 2 รูปแบบ ได้แก่ 1. สปอตโฆษณา 2. ผู้ดำเนินรายการพูดแทรกระหว่างดำเนินรายการ

ตัวอย่าง พ็อดคาสต์ที่มีสปอตโฆษณา เช่น พ็อดคาสต์ “New Year New You” พ็อดคาสต์ในเครือของสำนักงานข่าวออนไลน์ The Standard นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเปลี่ยนตัวเองให้เป็นคนใหม่ต้อนรับปีใหม่ ออกอากาศทุกวันเฉพาะเดือนมกราคม 2561 มีจำนวนทั้งสิ้น 31 ตอน โดยเมื่อจบรายการจะมีสปอตโฆษณาท้ายรายการของบริษัทอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างและพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ บริษัท เอสซี แอสเสท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยมีข้อความว่า “ชีวิตที่ดีมาจากจุดเริ่มต้นที่ดี For Good Morning SC ASSET” และพ็อดคาสต์ “The Money Case by The Money Coach” พ็อดคาสต์ในเครือของสำนักงานข่าวออนไลน์ The Standard ตอนท้ายรายการจะมีสปอตโฆษณาของธนาคารไทยพาณิชย์

นอกจากนี้ยังพบว่า พ็อดคาสต์ที่ผู้ดำเนินรายการพูดโฆษณาสินค้าหรือบริการแทรกระหว่างดำเนินรายการ ซึ่งพบว่าเป็นสินค้าหรือบริการของเจ้าของพ็อดคาสต์เอง เช่น พ็อดคาสต์ “ณอน บุรณะหิรัญ Podcast” คุณณอน เน็ตไอเดอลคิตบวก มีการพูดนำเสนอหนังสือของตนเอง

รวมถึงคอร์สเรียนต่างๆ ของตนเอง และเขารับเชิญที่มาร่วมในรายการ เช่น คอร์สทักษะชีวิตที่กำลังจะเปิด เพื่อเชิญชวนผู้ฟังเข้าร่วม พ็อดคาสต์ “ครูเท่ง ไตรต็อก (tri-talk)” พ็อดคาสต์ที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับกีฬามารathon (Endurance Sports) ต่างๆ เช่น การวิ่ง การปั่น หรือไตรกีฬา และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับกีฬามารathon โดยมีครูเท่ง ครูสอนกีฬามารathon เป็นผู้ดำเนินรายการ โดยระหว่างพูดคุย ดำเนินรายการจะมีการกล่าวนำเสนอเว็บไซต์ และแนะนำตัวว่าเป็นครูสอนด้านกีฬาเพื่อแนะนำให้ผู้ฟังรับทราบ พ็อดคาสต์ “Get Talk” พ็อดคาสต์ภาษาไทยที่มีผู้ฟังมากที่สุด มีการขายบัตรงาน Meeting ให้แก่แฟนรายการ “งาน Get talks Festival” และพ็อดคาสต์ “WitCast” มีสินค้าที่เป็นแบรนด์ของตัวเองและนำเสนอในรายการ เช่น หนังสือ กระดาษโน้ต เป็นต้น

1.1.3 การแบ่งประเภทตามเกณฑ์เนื้อหา

การแบ่งประเภทการให้บริการโอทีทีของรายการพ็อดคาสต์ ตามเกณฑ์เนื้อหารายการพิจารณาจากเนื้อหารายการที่ออกอากาศในพ็อดคาสต์ จากการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการพ็อดคาสต์ จำนวน 104 ตอน ผลวิเคราะห์ตามตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละการแบ่งประเภทการให้บริการโอทีทีของรายการพ็อดคาสต์ แบ่งตามเกณฑ์เนื้อหา

ลำดับ	การแบ่งประเภทการให้บริการโอทีทีตามเกณฑ์เนื้อหา	จำนวนตอนที่ปรากฏ	ร้อยละ
1	เนื้อหาสำหรับความสนใจเฉพาะกลุ่ม	53	50.96
2	เนื้อหาสำหรับบุคคลทั่วไป	51	49.04
รวม		104	100.00

จากตารางที่ 4.3 การแบ่งประเภทการให้บริการโอทีทีของรายการพ็อดคาสต์ ตามเกณฑ์เนื้อหา พบว่า เป็นรายการพ็อดคาสต์ที่มีเนื้อหาสำหรับความสนใจเฉพาะกลุ่ม จำนวน 53 ตอน คิดเป็นร้อยละ 50.96 และเป็นรายการพ็อดคาสต์ที่ให้บริการเนื้อหาที่เป็นที่สนใจโดยทั่วไป จำนวน 51 ตอน คิดเป็นร้อยละ 49.04

เมื่อวิเคราะห์ลงไปรายละเอียดของรายการที่มีเนื้อหาสำหรับความสนใจเฉพาะกลุ่มพบว่า เนื้อหารายการจะเป็นการนำเสนอรายละเอียดของแต่ละเรื่อง ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น รายการรีวิวหนังสือ รายการเกี่ยวกับสถาปัตยกรรม รายการเกี่ยวกับการทำธุรกิจ รายการสอน

ภาษา รายการกีฬาเฉพาะทาง รายการธรรมะ รายการสำหรับผู้สนใจศึกษาต่อหรือทำงานที่ต่างประเทศ รายการเกี่ยวกับการตุนญี่ปุ่น ซึ่งพบว่ารายการที่นำเสนอเนื้อหาสำหรับความสนใจเฉพาะกลุ่มนี้จะมีรูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการ ได้แก่ รายการที่ผู้ดำเนินรายการเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆ อยู่แล้ว รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ที่มีประสบการณ์ในเรื่องนั้นๆ และรายการสอนภาษา

ตัวอย่าง รายการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ที่มีประสบการณ์ในเรื่องนั้นๆ เช่น พ็อดคาสต์ “ครูแห่ง ไตรต็อก (tri-talk)” คือ พ็อดคาสต์ที่ทำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับกีฬามาราธอน (Endurance Sports) ต่างๆ เช่น การวิ่ง การปั่น หรือไตรกีฬา เป็นต้น โดยผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ฝึกสอนกีฬามาราธอน มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้รายละเอียดของกีฬา คำแนะนำ รวมถึงให้แรงบันดาลใจสำหรับนักกีฬาที่กำลังฝึกซ้อม นอกจากนี้ยังมีการสัมภาษณ์นักกีฬามาราธอน เพื่อเป็นการถ่ายทอดประสบการณ์ตรงจากผู้เล่นจริงไปยังผู้ฟังรายการ พ็อดคาสต์ “The Secret Sauce” พ็อดคาสต์สัมภาษณ์ผู้ก่อตั้ง หรือผู้บริหารบริษัทที่มีชื่อเสียง เกี่ยวกับเคล็ดลับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ พ็อดคาสต์ “นักเรียนนอก” เป็นพ็อดคาสต์สำหรับผู้สนใจศึกษาต่อหรือทำงานที่ต่างประเทศ เป็นการบอกเล่าประสบการณ์ตรงจากแขกรับเชิญเป็นผู้ที่เคยไปศึกษาต่อ หรือทำงานที่ต่างประเทศ พ็อดคาสต์ “หลวงพ่อบราโมทย์ วัดสวนสันติธรรม” รายการบรรยายธรรมะของหลวงพ่อบราโมทย์ วัดสวนสันติธรรม เป็นพ็อดคาสต์ที่รวบรวมการแสดงธรรมเทศนาของหลวงพ่อบราโมทย์ ตามสถานที่ต่างๆ มารวมไว้ในพ็อดคาสต์ เพื่อนำเสนอแก่ผู้ฟังที่มีความสนใจ พ็อดคาสต์ “Changkhui KiloZero (ช่างคุย กิโลที่ศูนย์)” พ็อดคาสต์ที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับกีฬาวิ่ง โดยจะมีแขกรับเชิญเป็นนักวิ่งระดับประเทศ และเป็นที่รู้จักกันดีในวงการนักวิ่ง พูดคุย ให้ความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับกีฬาวิ่ง

นอกจากนี้ยังพบรายการสอนภาษาต่างประเทศ ได้แก่ รายการสอนภาษาญี่ปุ่นในพ็อดคาสต์ “มาเรียนภาษาญี่ปุ่นกันเถอะ” เป็นพ็อดคาสต์ในเครือข่ายของสำนักข่าวเอ็นเอชเค เวิลด์เรดิโอ (NHK World Radio) หรือบริษัทผู้แพร่ภาพและกระจายเสียงสาธารณะรายเดียวแห่งประเทศไทย ญี่ปุ่น และรายการสอนภาษาอังกฤษในพ็อดคาสต์ “ภาษาอังกฤษสำนวนอเมริกัน” เป็นพ็อดคาสต์ในเครือข่ายของสำนักข่าววอยซ์ ออฟ อเมริกา (VOA) ซึ่งพ็อดคาสต์ทั้ง 2 รายการ เป็นพ็อดคาสต์ที่มาจากสถานีวิทยุกระจายเสียงที่กระจายเสียงระหว่างประเทศโดยมีสถานีแม่ข่ายตั้งอยู่ ณ ประเทศที่ผลิตรายการ โดยมีการแพร่กระจายเสียงหลายภาษาทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยด้วย

เมื่อวิเคราะห์ลงไปในรายละเอียดของรายการที่มีเนื้อหาสำหรับบุคคลทั่วไป พบว่าเป็นรายการทั่วไปที่ผู้ฟังทั่วไปสามารถรับฟังได้ โดยจะเป็นพ็อดคาสต์ที่ให้ความบันเทิง หรือเป็นพ็อดคาสต์ที่ให้สาระ แต่มีวิธีการนำเสนอที่ไม่หนัก ฟังสบาย ผ่อนคลาย เช่น การสนทนา การพูดคุยกับผู้ฟัง อย่างเป็นกันเอง และพ็อดคาสต์ที่นำเสนอข่าวประจำวัน

ตัวอย่าง พ็อดคาสต์ที่ให้ความบันเทิง ได้แก่ พ็อดคาสต์ “Eargasms Deep Talk” รายการสัมภาษณ์ศิลปินที่กำลังมีผลงาน โดยในรายการมีการนำเสนอในหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ การสัมภาษณ์ การแสดงดนตรีสด ทำให้ผู้ฟังได้รับความเพลิดเพลินตลอดรายการ พ็อดคาสต์ “หมูป่าออนแอร์” พ็อดคาสต์พูดคุยเรื่องทั่วไปในชีวิตประจำวันระหว่างกลุ่มผู้ดำเนินรายการที่เป็นเพื่อนกัน เนื้อหาจะเป็นเรื่องที่คนทั่วไปเข้าถึงได้ เช่น พูดคุยเรื่องการทานอาหารในเทศกาล “กินเจ” พูดคุยเรื่องกาแฟ เป็นต้น พ็อดคาสต์ “Witcast” รายการสาระบันเทิงที่ให้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ในรูปแบบเล่าเรื่องราว พูดคุย เป็นกันเอง ทำให้การฟังรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ที่เป็นเรื่องยาก กลายเป็นเรื่องที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้

นอกจากนี้ยังพบว่าพ็อดคาสต์ที่นำเสนอข่าวสารประจำวัน ที่เกิดจากการนำเสนอข่าวในสถานีวิทยุหลัก แล้วนำมาอัปโหลดเพื่อให้ผู้ฟังสามารถรับฟังได้ทางพ็อดคาสต์ เช่น พ็อดคาสต์ “ข่าวสดสายตรงจาก VOA ภาควิทยุภาษาไทย 6.30 - 7.00 น.” และพ็อดคาสต์ “NHK WORLD RADIO JAPAN”

1.2 ประเภทรายการพ็อดคาสต์

ในส่วน of ประเภทรายการพ็อดคาสต์ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการพ็อดคาสต์จำนวน 104 ตอน โดยใช้เกณฑ์การแบ่งประเภทรายการตามประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 4 เพื่ออธิบายประเภทรายการพ็อดคาสต์ โดยจะนำเสนอในรูปแบบตารางแสดงข้อมูลตามตารางที่ 4.4 พร้อมอธิบายตัวอย่างประกอบ

ตารางที่ 4.4 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละการแบ่งประเภทรายการพื้ดคาศท์

ลำดับ	การแบ่งประเภทรายการพื้ดคาศท์	จำนวนตอนที่ปรากฏ	ร้อยละ
1	รายการให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม	40	38.46
2	รายการบันเทิง	28	26.92
3	รายการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม	18	17.31
4	รายการวิทยาศาสตร์และสุขภาพ	8	7.69
5	รายการกีฬา	6	5.77
6	รายการข่าวสาร	3	2.88
7	รายการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการปกครองในระบอบประชาธิปไตย	1	0.96
รวม		104	100

จากตารางที่ 4.4 เมื่อแบ่งประเภทรายการพื้ดคาศท์ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด พบว่าประเภทรายการให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม มีจำนวนมากที่สุด 40 ตอน คิดเป็นร้อยละ 38.46 รองลงมาเป็นประเภทรายการบันเทิง มีจำนวน 28 ตอน คิดเป็นร้อยละ 26.92 ประเภทรายการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม มีจำนวน 18 ตอน คิดเป็นร้อยละ 17.31 ประเภทรายการวิทยาศาสตร์และสุขภาพ มีจำนวน 8 ตอน คิดเป็นร้อยละ 7.69 ประเภทรายการกีฬา มีจำนวน 6 ตอน คิดเป็นร้อยละ 5.77 ประเภทรายการข่าว มีจำนวน 3 ตอน คิดเป็นร้อยละ 2.88 ประเภทรายการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการปกครองในระบอบประชาธิปไตย มีจำนวน 1 ตอน คิดเป็นร้อยละ 0.96 ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์ลงไปนัยละเอียดของรายการประเภทให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม พบว่า มีรายการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจ รายการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์และความเปลี่ยนแปลงในสังคม และรายการให้ความรู้ความเข้าใจเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิต

ตัวอย่างรายการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจ เป็นรายการพ็อดคาสต์ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจในกระบวนการในการจัดสรรทรัพยากร การผลิต การจำหน่ายจ่ายแจก การบริโภค การใช้สอยสิ่งต่างๆ ในสังคม พบใน พ็อดคาสต์ “Thaipbs radio – คิดบนรอยต่อ” พ็อดคาสต์ในเครือข่ายของสถานีวิทยุออนไลน์ Thaipbs radio รายการที่มีผู้ดำเนินรายการร่วมพูดคุย แลกเปลี่ยนทัศนคติในหัวข้อที่ตั้งขึ้นในแต่ละตอน โดยเป็นเรื่องเกี่ยวกับเศรษฐกิจภายในประเทศ และต่างประเทศ มีการนำข้อมูล สถิติ และข่าวสารต่างๆ สอดแทรกตลอดทั้งรายการ ตัวอย่างรายการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์และความเปลี่ยนแปลงในสังคม พบใน พ็อดคาสต์ “Design ไป บ่นไป” รายการสนทนาชวนพูดคุย อภิปรายข้อดี ข้อเสียของงานออกแบบ โดยมีสถาปนิกร่วมดำเนินรายการเพื่อให้ความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับงานออกแบบต่างๆ พ็อดคาสต์ “ประเด็นวันนี้” นำเสนอประเด็นทางสังคมในประเทศจีน โดยมีผู้ดำเนินรายการเป็นคนจีนที่สามารถพูดภาษาไทยได้ร่วมดำเนินรายการ ต่อมาตัวอย่างรายการให้ความรู้ความเข้าใจเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิต เป็นพ็อดคาสต์ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างความพร้อมและเสริมศักยภาพให้คนในสังคมในด้านต่างๆ พบใน พ็อดคาสต์ “Mission to the Moon” รายการที่ให้แรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต และการประกอบอาชีพ พ็อดคาสต์ “The Money Case by The Money Coach” พ็อดคาสต์ในเครือข่ายของสำนักข่าวออนไลน์ The Standard พ็อดคาสต์ที่ให้ความรู้และวิธีการดูแลจัดการเงิน เพื่อให้ผู้ฟังสามารถออกแบบชีวิตได้ตามที่ต้องการ

เมื่อวิเคราะห์ลงไปในรายละเอียดของรายการประเภทบันเทิง พบว่า เป็นพ็อดคาสต์ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างความสำราญ เพลิดเพลิน ความพึงพอใจให้แก่ผู้ฟัง โดยมีเนื้อหาในเรื่องราวที่หลากหลาย ได้แก่ ภาพยนตร์ ดนตรี เกมและการ์ตูน อาหาร ความรัก และเรื่องทั่วไป ตัวอย่างรายการบันเทิงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ ได้แก่ พ็อดคาสต์ “MAG podcast” พ็อดคาสต์วิเคราะห์วิจารณ์ภาพยนตร์ที่กำลังเข้าฉายหรือที่กำลังได้รับความนิยมและเป็นกระแสในขณะนั้น รวมถึงให้ข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์กำลังจะเข้าฉายเพื่อให้ผู้ฟังมีข้อมูลในการตัดสินใจที่จะรับชมภาพยนตร์ ตัวอย่างรายการบันเทิงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับดนตรี ได้แก่ พ็อดคาสต์ “Eargasms Deep Talk” รายการสัมภาษณ์ศิลปินที่กำลังมีผลงาน เป็นพ็อดคาสต์ที่ผลิตโดยสำนักข่าวออนไลน์ The Standard และพ็อดคาสต์ “Galaxy Podcast” ในรายการ “เข้าหูซ้าย ทะลุหูขวา” ตอนที่ 3 “Rhythm & Boyd” รายการพูดคุยกับผู้ฟัง โดยผู้ดำเนินรายการนำเพลงในอัลบั้ม Rhythm & Boyd มาเปิดพร้อมบรรยายเรื่องราว เนื้อหาของเพลง ต่อมาเป็นตัวอย่างรายการบันเทิงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเกมและการ์ตูน ได้แก่ พ็อดคาสต์ “Tomayard” พ็อดคาสต์ที่รวบรวมความบันเทิงเกี่ยวกับการ์ตูนญี่ปุ่นและเกมที่ได้รับคามนิยม โดยมีผู้ดำเนินรายการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ตัวอย่างรายการบันเทิงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรัก ได้แก่ พ็อดคาสต์ “Get Talks” ในรายการ “ซาบู่บางรัก

ตอน เธอเปลี่ยนใจหรือใครเปลี่ยนเธอ” และรายการ “สัพเพHEYไว้ว่า ตอนวาเลนไทน์ก็ทีก็ไม่มีแฟน” พ็อดคาสต์พูดคุยกันระหว่างผู้ดำเนินรายการที่เป็นกลุ่มเพื่อน ใช้ภาษาไม่เป็นทางการเล่าเรื่องเกี่ยวกับความรักในประเด็นต่างๆ ที่ตั้งขึ้นมาในแต่ละตอน ตัวอย่างรายการบันเทิงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร ได้แก่ พ็อดคาสต์ “หมูป่าออนแอร์” ในรายการ “น้ำปลาพริก” รายการที่มีผู้ดำเนินรายการพูดคุยเกี่ยวกับเรื่องอาหารในประเด็นที่ตั้งขึ้นมาในแต่ละตอน เช่น กาแฟ อาหารเจ เป็นต้น ตัวอย่างรายการบันเทิงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกีฬา ได้แก่ พ็อดคาสต์ “Changkhuai : ไม่หลับไม่นอน” ตอนที่ 92 “NFL Live Experience” พ็อดคาสต์ที่ชวนผู้ดำเนินรายการและผู้ฟังรายการพูดคุยเรื่องราวที่ผู้จัดรายการมีความสนใจ โดยในตอนที่กำลังมานี้เป็นการพูดคุยเกี่ยวกับกีฬาอเมริกันฟุตบอล ตัวอย่างรายการบันเทิงทั่วไป ได้แก่ พ็อดคาสต์ “ฉอน บูรณะหิรัญ Podcast” พูดคุยเรื่องราวในชีวิตประจำวันทั่วไปตามประเด็นที่ตั้งขึ้นมาในแต่ละตอน และพ็อดคาสต์ “Galaxy Podcast” ที่รวบรวมรายการพ็อดคาสต์ที่มีเนื้อหาหลากหลายนำเสนอในรูปแบบรายการบันเทิง

นอกจากนี้ เมื่อวิเคราะห์ลงไปรายการละเอียดยของประเภทรายการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม พบว่า มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการศึกษาและเรื่องเกี่ยวกับศาสนา โดยตัวอย่างรายการเกี่ยวกับการศึกษา เป็นรายการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมการศึกษา พบในพ็อดคาสต์ “นักเรียนนอก” รายการพ็อดคาสต์ที่สัมภาษณ์ผู้ที่เคยศึกษารวมถึงทำงานในต่างประเทศ เพื่อบอกเล่าประสบการณ์การเรียน การใช้ชีวิตในต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีพ็อดคาสต์สอนภาษา ได้แก่ พ็อดคาสต์ “ภาษาอังกฤษสำนวนอเมริกัน” พ็อดคาสต์สอนภาษาอังกฤษ และพ็อดคาสต์ “มาเรียนภาษาญี่ปุ่น ตัวอย่างรายการเกี่ยวกับศาสนาและการดำรงชีวิตตามหลักศาสนา ได้แก่ พ็อดคาสต์ “หลวงพ่อบราโมทย์ วัดสวนสันติธรรม” พ็อดคาสต์ “ขราวาสธรรม เพื่อการเจริญสติ” และพ็อดคาสต์ “ดังตฤณวิสุต 1” พ็อดคาสต์ที่เผยแพร่พระธรรมคำสั่งสอนในพระพุทธศาสนา นอกจากนี้ยังมีพ็อดคาสต์ “As a Podcast” ในรายการ “Thinking as a hobby ตอนที่ 12 Atheist” พูดคุยเกี่ยวกับกลุ่มคนที่ไม่มีศาสนา หรือไม่เชื่อการมีอยู่ของในพระเจ้า (Atheist)

นอกจากนี้ เมื่อวิเคราะห์ประเภทรายการวิทยาศาสตร์และสุขภาพ เป็นพ็อดคาสต์ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ในธรรมชาติ กระบวนการที่อธิบายปรากฏการณ์ต่างๆ โดยพบว่ามีผู้ดำเนินรายการใน 2 ลักษณะ ได้แก่ ผู้ดำเนินรายการเป็นคนทั่วไปและผู้ดำเนินรายการเป็นผู้เชี่ยวชาญเรื่องวิทยาศาสตร์และสุขภาพ ตัวอย่างรายการพ็อดคาสต์ที่ดำเนินรายการโดยบุคคลทั่วไป ได้แก่ พ็อดคาสต์ “Nerd Loyalty” รายการที่มีผู้ดำเนินรายการ 2 คน ร่วมกันเล่าเรื่องวิทยาศาสตร์ในชีวิตประจำวันด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย และตัวอย่างรายการพ็อดคาสต์ที่ผู้ดำเนินรายการเป็นผู้เชี่ยวชาญเรื่องวิทยาศาสตร์และสุขภาพ หรือมีการเชิญแขกรับเชิญที่มี

ความรู้ความเชี่ยวชาญในงานด้านวิทยาศาสตร์มาให้สัมภาษณ์ ได้แก่ พ็อดคาสต์ “Witcast” รายการพ็อดคาสต์ที่ผู้ดำเนินรายการนำเสนอเรื่องทางวิทยาศาสตร์ที่เข้าถึงยากให้คนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ ด้วยวิธีการนำเสนอและการอธิบายที่เข้าใจได้ง่ายๆ พ็อดคาสต์ “ช่างคุยกับหมอ” พ็อดคาสต์ในเครือข่ายของ “ช่างคุย พ็อดคาสต์” รายการพ็อดคาสต์เกี่ยวกับสุขภาพโดยมีนายแพทย์มาเป็นแขก รับเชิญให้ความรู้เรื่องสุขภาพและการแพทย์ในแต่ละหัวข้อ

ต่อมา เมื่อวิเคราะห์ประเภทรายการประเภทรายการกีฬา พบว่า พ็อดคาสต์ “ช่างคุย กีฬาที่ศูนย์” พ็อดคาสต์ในเครือข่ายของ “ช่างคุย พ็อดคาสต์” เป็นรายการพ็อดคาสต์ที่รวบรวมเรื่องราวเกี่ยวกับกีฬาวิ่ง โดยมีการเชิญผู้เชี่ยวชาญหรือนักกีฬาวิ่งมาร่วมพูดคุยในรายการ ให้ความรู้เชิงลึกและสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้รักกีฬาวิ่ง นอกจากนี้ยังพบว่ามีพ็อดคาสต์ “ครูเท่ง ไตรต็อก (tri-talk)” พ็อดคาสต์ที่ทำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับกีฬามารathon (Endurance Sports) ต่างๆ เช่น การวิ่ง การปั่น หรือไตรกีฬา เป็นต้น โดยผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ฝึกสอนกีฬามารathon มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้รายละเอียดของกีฬา คำแนะนำ รวมถึงให้แรงบันดาลใจสำหรับนักกีฬาที่กำลังฝึกซ้อม

นอกจากนี้ เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดของประเภทรายการข่าวสาร พบในพ็อดคาสต์ที่มีเนื้อหาที่ออกอากาศผ่านทางสถานีวิทยุหรือวิทยุทางอินเทอร์เน็ตที่เป็นช่องทางออกอากาศหลัก แล้วนำอัปโหลดเพื่อให้บริการในรูปแบบรายการพ็อดคาสต์ ได้แก่ พ็อดคาสต์ “ข่าวสดสายตรงจาก VOA ภาควิทยุภาษาไทย 6.30 - 7.00 น.” และพ็อดคาสต์ “NHK WORLD RADIO JAPAN”

และเมื่อวิเคราะห์ประเภทรายการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการปกครองในระบอบประชาธิปไตย รายการพ็อดคาสต์ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจในการปกครองในระบอบประชาธิปไตย การเมือง และรัฐบาลไทย พบในพ็อดคาสต์ “As a Podcast” ตอน “Politic” พ็อดคาสต์ที่ดำเนินรายการโดยบุคคลทั่วไปที่จะมาชวนคิดชวนคุย แสดงทรรศนะต่างๆ เกี่ยวกับการเมืองไทยในปัจจุบัน

1.3 รูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการพ็อดคาสต์

ในส่วนของรูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการพ็อดคาสต์ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์เนื้อหา รายการพ็อดคาสต์ จำนวน 104 ตอน เพื่ออธิบายรูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการพ็อดคาสต์ โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางแสดงข้อมูลตามลำดับสูงสุด ตามตารางที่ 4.5 พร้อมอธิบาย ตัวอย่างประกอบ

ตารางที่ 4.5 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการพ็อดคาสต์

ลำดับ	การแบ่งรูปแบบรายการพ็อดคาสต์	จำนวนตอนที่ปรากฏ	ร้อยละ
1	รายการสนทนา	44	42.31
2	รายการสัมภาษณ์	23	22.12
3	รายการที่มีผู้ดำเนินรายการคนเดียว	13	12.50
4	รายการบรรยาย	10	9.62
5	รายการอภิปราย	8	7.69
6	รายการข่าว	3	2.88
7	รายการปกิณกะ	3	2.88
รวม		104	100

จากตารางที่ 4.5 เมื่อแบ่งรูปแบบรายการพ็อดคาสต์ตามเกณฑ์ข้างต้น พบว่า มีรายการที่มีการนำเสนอโดยใช้การสนทนามากที่สุด มีจำนวน 44 ตอน คิดเป็นร้อยละ 42.31 รองลงมาใช้รูปแบบการสัมภาษณ์ มีจำนวน 23 ตอน คิดเป็นร้อยละ 22.12 รูปแบบรายการที่มีผู้ดำเนินรายการคนเดียว มีจำนวน 13 ตอน คิดเป็นร้อยละ 12.50 รูปแบบการบรรยาย มีจำนวน 10 ตอน คิดเป็นร้อยละ 9.62 รูปแบบการอภิปราย มีจำนวน 8 ตอน คิดเป็นร้อยละ 7.69 และรูปแบบรายการข่าว และรูปแบบรายการปกิณกะ มีจำนวน 3 ตอน คิดเป็นร้อยละ 2.88 ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์ลงไปในเรื่องรายละเอียดของรูปแบบรายการสนทนา พบว่ามีรายการที่นำเสนอด้วยวิธีการสนทนาใน 2 รูปแบบ ได้แก่ การสนทนาที่เป็นทางการ และการสนทนาที่ไม่เป็นทางการ

ตัวอย่างรายการการสนทนาที่เป็นทางการ มีลักษณะการนำเสนอค่อนข้างมีระบบระเบียบ มีการกำหนดสคริปต์ให้ผู้ดำเนินรายการชัดเจน และมีการควบคุมเนื้อหารายการให้เป็นไปตามสคริปต์ที่วางเอาไว้ ได้แก่ พ็อดคาสต์ “ประเด็นวันนี้” รายการที่มีผู้ดำเนินรายการ 2 คนพูดคุยกันในประเด็นต่างๆ ในชีวิตประจำวัน ผลิตโดยสถานีวิทยุซีอาร์ไอ (China Radio International) ของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน มีการกระจายเสียงระหว่างประเทศและมีการแปลเป็นหลายภาษารวมถึงในประเทศไทยด้วย พ็อดคาสต์ “มาเรียนภาษาญี่ปุ่น” พ็อดคาสต์สอนภาษาญี่ปุ่นจากสำนักข่าวเอ็นเอชเค เวิลด์ เรดิโอ (NHK World Radio) หรือบริษัทผู้แพร่ภาพและกระจายเสียงสาธารณะรายเดียวแห่งประเทศไทย มีการออกอากาศเป็นภาษาต่างๆ ทั่วโลก รวมถึงภาษาไทยด้วย

ตัวอย่าง

ผู้ดำเนินรายการ 1: ...วันนี้เราจะมาคุยเรื่องสนุกๆ อีกเรื่องหนึ่งที่เพิ่งเกิดขึ้นที่จีน คือ การประชุมอินเทอร์เน็ตโลกครั้งที่ 4 จัดขึ้นที่เมืองอูเจิ้น ประเด็นหลักๆ ในการประชุมครั้งนี้คือการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล เศรษฐกิจแบ่งปัน จับมือกันเพื่อเสริมสร้างประชาคมที่มีอนาคตที่สดใสบนโลกไซเบอร์ มุ่งค์กรสารสนเทศระดับโลกมาร่วมประชุมค่ะ

ผู้ดำเนินรายการ 2: ...ในงานนี้นะคะเป็นงานที่ยิ่งใหญ่ระดับโลกจริงๆ เพราะประธานาธิบดี สี จิ้น ผิง ได้มีการส่งสาส์นมาแสดงความยินดีกับการประชุมในครั้งนี้ด้วย...

(พ็อดคาสท์: ประเด็นวันนี้

ตอน: การประชุมอินเทอร์เน็ตโลกครั้งที่ 4, 2560)

นอกจากนี้ยังพบว่ามีกรสนทนาที่ไม่เป็นทางการ เป็นรายการสนทนาที่มีการนำเสนอแบบเป็นกันเอง ให้อารมณ์การฟังสบายๆ มีการกำหนดเฉพาะหัวข้อหลักในการสนทนาในแต่ละตอน โดยให้ผู้ดำเนินรายการพูดคุยสนทนากันเอง มีทั้งรายการที่มีผู้สนทนา 2 คน และรายการที่มีผู้สนทนา มากกว่า 2 คน โดยรายการที่มีผู้สนทนา 2 คน เช่น พ็อดคาสท์ “Bangkokoi Book Review” ผู้ดำเนินรายการ 2 คนร่วมกันรีวิวหนังสือที่น่าสนใจ พ็อดคาสท์ “Mission to the Moon” พ็อดคาสท์ให้แรงบันดาลใจ โดยผู้ดำเนินรายการจะร่วมพูดคุยกันประเด็นที่ตั้งเอาไว้ในแต่ละตอน พ็อดคาสท์ “ช่างคุยไม่หลับไม่นอน” พ็อดคาสท์ที่มีการออกอากาศมามากกว่า 10 ปี โดยเป็นการพูดคุยกันระหว่างผู้ดำเนินรายการ 2 คน ในประเด็นต่างๆ ในสังคม เช่น บันเทิง กีฬา โดยจะเน้นไปในเรื่องราวที่เกิดขึ้นในต่างประเทศ

ตัวอย่าง

ผู้ดำเนินรายการ 1: ...เล่มนี้มันอมตะ และเราเองก็ได้ยืมมานานแล้ว อะไรทำให้หนักหีบมันขึ้นมาอ่านอีกสักรอบนึง...

ผู้ดำเนินรายการ 2: ... นึกูู้สึกว่าตอนปลายปีต้องเป็นช่วงที่เราต้องทบทวนชีวิต มันควรจะเป็นหนังสือที่ทำให้เราได้อยู่กับตัวเองแล้วก็มองสิ่งรอบข้างได้อย่างแจ่มแจ้งมากขึ้น ก็เลยคิดว่าเจ้าชายน้อยน่าจะเป็นวรรณกรรมที่อยู่ในโทนนั้น...

ผู้ดำเนินรายการ 1: อืม เหมาะกับการอ่านช่วงปลายปีวันหยุดยาวปีใหม่

ผู้ดำเนินรายการ 2: ใช่ เป็นการทบทวนตัวเอง สำหรับความคิดของนกนะคะ...

(พ็อดคาสท์: Bangkokoi Book Review

ตอน: EP36 เจ้าชายน้อย/ว่าด้วยความสุข, 2561)

นอกจากนี้ยังพบพ็อดคาสต์ที่มีผู้ดำเนินรายการมากกว่า 2 คน เช่น พ็อดคาสต์ “หมูป่า ออนแอร์” พ็อดคาสต์ “เต็กตีบวก” พ็อดคาสต์ “Get Talks” พ็อดคาสต์ “Tomayard” เป็นต้น โดยเป็นพ็อดคาสต์ที่มีผู้สนทนามากกว่า 2 คนขึ้นไป แต่ไม่เกิน 5 คน ใช้ภาษาพูดที่ไม่เป็นทางการ พูดคุยกันในลักษณะที่เป็นกันเอง มีความเป็นธรรมชาติ ไหลลื่น เหมือนเพื่อนพูดคุยกัน

ตัวอย่าง

ผู้ดำเนินรายการ 1: ... แล้วนี่ไปเรียนกินมนาน
 ผู้ดำเนินรายการ 2: 6 เดือน... ครึ่งปี
 ผู้ดำเนินรายการ 3: 6 เดือนนี้ได้เป็นไบเซอร์มาเสร็จสับเรียบร้อยแล้ว
 ผู้ดำเนินรายการ 1: ได้ไบเซอร์มา แต่สุดท้ายเราก็ต้องออกไปผจญกันเองอยู่ดี
 ผู้ดำเนินรายการ 3: มีคนไม่ได้ หรือไม่ผ่านไบเซอร์ของเค้ามะ
 (พ็อดคาสต์: Get Talks รายการ: พักกอง พักคุย
 ตอน: ว่าด้วยความเป็นอาชีพสไตลิสต์, 2560)

เมื่อวิเคราะห์ลงไปจากรายละเอียดของรูปแบบรายการสัมภาษณ์ พบว่า มีรูปแบบรายการสัมภาษณ์ในหลายลักษณะ ได้แก่ รายการที่มีผู้สัมภาษณ์ 1 คน สัมภาษณ์แขกรับเชิญ 1 คน รายการที่มีผู้สัมภาษณ์ 1 คน สัมภาษณ์แขกรับเชิญตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป หรือเป็นกลุ่มบุคคล และรายการที่มีผู้สัมภาษณ์ 2 คน ร่วมกันสัมภาษณ์แขกรับเชิญ

ตัวอย่าง รายการที่มีผู้สัมภาษณ์ 1 คน สัมภาษณ์แขกรับเชิญ 1 คน เช่น พ็อดคาสต์ “The Secret Sauce” สัมภาษณ์ผู้บริหารสินค้าหรือบริการที่เป็นที่รู้จักในประเทศไทย ถึงเคล็ดลับความสำเร็จของสินค้านั้นๆ พ็อดคาสต์ “นักเรียนนอก” สัมภาษณ์นักเรียน หรือผู้ที่เคยทำงานที่ต่างประเทศ และพ็อดคาสต์ “Death Space” สัมภาษณ์ผู้ที่ใช้ชีวิตเฉียดความตายและแนวทางการดำรงชีวิตในแต่ละวันโดยให้ระลึกและมีสติรู้ตัวตลอดเวลาว่าความตายนั้นใกล้เรานิดเดียว นอกจากนี้ยังพบรายการที่มีผู้สัมภาษณ์ 1 คน สัมภาษณ์แขกรับเชิญตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป หรือเป็นกลุ่มบุคคล เช่น พ็อดคาสต์ “Eargasms Deep Talk” หรือในชื่อเดิมคือ พ็อดคาสต์ “Multiple Eargasms” สัมภาษณ์กลุ่มศิลปินหรือนักร้องที่กำลังมีผลงานเพลงในทุกแง่มุมโดยผู้ดำเนินรายการ คือ “คุณแพท บุญสินสุข” ผู้คร่ำหวอดในวงการเพลงมากกว่า 20 ปี

ตัวอย่าง

- ผู้สัมภาษณ์: ... ผมรู้สึกว่าจะตั้งแต่คุยกันมา อีกสิ่งหนึ่งที่เห็นชัดที่สุดก็คือจากที่ธนาคาร เป็นเจ้า ตอนนี้เริ่มกลับด้านแล้ว กลายเป็นลูกค้าที่เริ่มใหญ่ขึ้นมีสิทธิมีเสียง มากขึ้น เลยอยากรู้ว่าวิธีคิดของผู้บริหารต้องเปลี่ยนเยอะขนาดไหน และ เปลี่ยนไปในทิศทางไหน ทักษะที่ต้องเปลี่ยนไปอย่างไรบ้างครับ...
- ผู้ให้สัมภาษณ์: ...คำว่า Customer Centric เราพูดกันมานานจะ 8-9 ปีแล้ว แต่วันนี้พอมันเป็น อย่างนั้นขึ้นมามีจริง ๆ ก็ต้องปรับตัวเยอะเหมือนกันครับ องค์กรส่วนใหญ่ ในประเทศเรา Customer Centric คือ ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ตัวเองคิดว่าดี แล้วหวังว่าทุกคนที่เป็นลูกค้าจะชอบ แต่วันนี้มันกลับด้านกัน ลูกค้าจะชอบ สิ่งที่มีมันตรงกับจริตเค้า มันก็เลยผลิตรายาก เป็นไปได้ยาก โดยผู้ผลิตต้องคอย ฟังลูกค้าแล้วต้องแยกแยะว่าส่วนไหนที่ยอมรับที่จะทำได้ โดยที่สามารถ ควบคุมต้นทุนของตนเอง ไม่ให้มันหลุดออกไปซะจนไม่สามารถขายได้ใน ราคาที่เหมาะสม..

(พ็อดคาสท์: The Secret Sauce

ตอน: TSS17 KBank, 2560)

นอกจากนี้ยังพบรายการที่มีผู้สัมภาษณ์ 2 คน เช่น พ็อดคาสท์ “Witcast” และพ็อด คาสท์ “Foundercast” มีผู้ดำเนินรายการ 2 คน ช่วยกันสัมภาษณ์แขกรับเชิญในเรื่องราวที่แขกรับ เชิญเป็นผู้มีประสบการณ์ หรือเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆ ลงลึกในรายละเอียด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตัวอย่าง

- ผู้สัมภาษณ์ 1: ...คุณแบ่งครั้งรับวันนี้เรามาสัมภาษณ์กับหนึ่งใน Co-Founder เกมที่ร้อนแรงที่สุดใน ช่วงนี้
- ผู้สัมภาษณ์ 2: ...ใช่ครับ น่ากลัวด้วย
- ผู้สัมภาษณ์ 1: ...น่ากลัวด้วยหรอ นั่นก็คือ คุณศรุต ทับลอย หรือคุณแช็คนั่นเองนะครับ ...เอ่อ ขอ ด่วนรับคุณแช็คด้วยนะครับ สวัสดีครับ
- ผู้สัมภาษณ์ 2: สวัสดีครับ
- ผู้ให้สัมภาษณ์: สวัสดีครับ...

(พ็อดคาสท์: Foundercast

ตอน: EP 16: คุยกับคุณแช็ค Co-founder, Yggdrasil, 2561)

เมื่อวิเคราะห์ลงไปในเรื่องละเอียดของรูปแบบรายการที่มีผู้ดำเนินรายการคนเดียว พบว่ามีการนำเสนอเนื้อหารายการในรูปแบบ การพูดคุยแบบเล่าเรื่องทั่วไป และการพูดคุยแบบเป็นกันเอง ตัวอย่าง รายการพ็อดคาสท์ที่ใช้การพูดคุยกับผู้ฟังด้วยวิธีการเล่าเรื่องราว ได้แก่ พ็อดคาสท์ “Mission to the Moon” พ็อดคาสท์ “The Money Case by The Money Coach” พ็อดคาสท์ “Galaxy Podcast” และพ็อดคาสท์ “The Ensure” ซึ่งพบว่าจะเป็นพ็อดคาสท์ที่มีผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ชาย

ตัวอย่าง

ผู้ดำเนินรายการ: ... เจอกันเป็นประจำทุกๆ วันจันทร์นะครับ เข้าวันที่สวดไสเหลือเกิน สำหรับหลายๆ คนนะครับ สำหรับบางคนอาจเป็นวันที่ทรมาน โหย ได้พักมา 2 วันยังไม่หายเหนื่อยหายล้าเลย ต้องกลับมาทำงานอีกแล้ว แต่ก็มีส่วนคนที่ตื่นเข้ามาวันจันทร์ก็อยากมาทำงาน โดยคนกลุ่มนี้มักจะเป็นกลุ่มคนที่ผมพบว่าเค้าเป็นคนที่มีเป้าหมายชัดเจนมากกว่าเค้ามาทำงานเพื่ออะไร สิ้นเดือนปุ๊บก็จะมีเงินเก็บ เงินออม เพื่อให้ชีวิตเป็นไปตามเป้าหมายที่เค้าวางแผนหรือต้องการได้นะครับ แต่ทุกคนก็มีวันจันทร์ที่ไม่เหมือนกันนะครับ วันนี้ผมจะมาพูดคุยเรื่องสำคัญ คือ เรื่องวางแผนการเงินวัยเกษียณ...

(พ็อดคาสท์: The Money Case by The Money Coach

ตอน: TMC20 วางแผนเกษียณ, 2561)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นอกจากนี้ยังพบว่ามีรายการพ็อดคาสท์ที่ใช้วิธีการนำเสนอด้วยภาษาพูดคุยแบบเป็นกันเอง ใช้น้ำเสียงสดใส ร่าเริง สร้างความมีชีวิตชีวาให้กับรายการ ได้แก่ พ็อดคาสท์ “New Year New You” พ็อดคาสท์ “Daily IT by Ceemeagain” ซึ่งพบว่าจะเป็นพ็อดคาสท์ที่มีผู้ดำเนินรายการเป็นผู้หญิง

ตัวอย่าง

ผู้ดำเนินรายการ: ... ปีที่ผ่านมาอะคะจูนมีเรื่องที่ทำให้ตัวเองอยู่เรื่องนึงคะ นั่นก็คือ การที่ตัวจูนเองค่อนข้างแบบ ชอบเครียด วิตกกังวล แล้วก็คิดมากเกินไปอะไรแบบนี้ ซึ่งบางทีเรารู้สึกว่าชีวิตเราก็ไม่ได้แย่อะไรมากมายอะไร อาจจะเป็นอย่างหลายคนนะ แต่ทำไมไม่รู้จะชอบคิดมาก ชอบกังวลกับอนาคต ชอบโทษตัวเองต่างๆ นานา อะคะ แล้วเวลาบ่นก็ชอบบ่นให้กับเพื่อน หรือคน

ใกล้ๆ ตัวฟัง จนคนใกล้ตัวมักจะบอกกับเราว่าให้ปล่อยวางเนี่ยแหละค่ะ
วันนี้จูนเลยจะมาพูดถึง New Year Resolution ที่จูนอยากทำให้ได้นะคะ
นั่นก็คือการรู้จักปล่อยวางค่ะ...

(พืดคาศท์: New Year New You

ตอน: วิธีคิดสำหรับคนที่อยากปล่อยวางกับชีวิตให้มากขึ้น, 2561)

เมื่อวิเคราะห์ลงไปในรายละเอียดของรูปแบบรายการบรรยาย พบว่า เป็นรายการ
ประเภทบรรยายธรรมโดยพบได้ทั้งแบบบรรยายธรรมโดยพระสงฆ์ บรรยายธรรมโดยนักบวชหรือผู้
ปฏิบัติธรรมที่ได้รับการยอมรับ และบรรยายธรรมประกอบเสียงเพลง

ตัวอย่าง รายการพืดคาศท์บรรยายธรรมที่ใช้วิธีการบรรยายโดยพระสงฆ์ คือพืด
คาศท์ “หลวงพ่อปราโมทย์ วัดสวนสันติธรรม” เป็นพืดคาศท์ที่รวบรวมการเทศน์และการบรรยาย
ธรรมของ หลวงพ่อปราโมทย์ วัดสวนสันติธรรมตามสถานที่ต่างๆ แล้วนำมาอัดโหลกลงในพืดคาศท์

ตัวอย่าง

หลวงพ่อปราโมทย์: ...ในชีวิตคนเราไม่แน่นอน ที่ทำให้คนไทยตายเยอะๆ ถ้าเป็นโรคก็
โรคมะเร็ง เป็นแชมป์ สาเหตุการตายหลักๆ ตัวนี้คืออุบัติเหตุ เค้บอกให้
ใส่หมวกกันน็อคก็เม่อยากใส่ รู้สึกเสียเสรีภาพในการเอาหัวโขกพื้น
(หัวเราะ) เสรีเยอะไปจนไม่มีระเบียบวินัย หรือเมาเหล้าแล้วขับรถเนี่ย ไม่
ถูกอยู่แล้ว ชีวิตเป็นของไม่แน่นอนนะ เราไม่เมาเหล้าขับรถดี ถูกกฎจราจร
แต่ไอ้ขึ้นมาทาบเรา มันชนเราได้ ปีนข้ามเกาะมา...

(พืดคาศท์: หลวงพ่อปราโมทย์ วัดสวนสันติธรรม

ตอน: กรรมเก่า กรรมใหม่, 2561)

นอกจากนี้ รายการพืดคาศท์ธรรมที่บรรยายโดยผู้ปฏิบัติธรรมหรือนักบวช ได้แก่
พืดคาศท์ “ฆราวาสธรรม เพื่อการเจริญสติ” การเป็นบรรยายเพื่อการฝึกปฏิบัติ และพืดคาศท์
“ดั่งตถุณวิสุขตร 1” เป็นพืดคาศท์รวบรวมคำถามและคำตอบเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตในปัจจุบันโดย
ใช้หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเป็นแนวทาง

ตัวอย่าง

ผู้บรรยาย:

...คำถามวันนี้ถามมาว่าการปล่อยวาง การไม่คิดถึงสิ่งที่ทุกข์ หรือคิดถึง ความทุกข์ให้น้อยที่สุด เราต้องเริ่มจากอะไรก่อน และทำอย่างไรให้คิดถึงเรื่อง ทุกข์น้อยที่สุด ...แหม ความทุกข์ ถ้าหากว่ามันเกิดขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่ง เรื่องที่เป็นทุกข์อย่างหนัก ก็ขอให้มองว่าใจมันยึดเรื่องนั้นๆ อย่างเหนียว แน่น คือ พุทธศาสนาซึ่งเข้ามาที่อาการของใจเป็นสำคัญ ว่าใจยึดหรือไม่ยึด ถ้าหากว่ายังยึดอยู่ท่านเรียกว่ามีอุปทาน อุปทานในทางพระพุทธศาสนา คือ การยึดมั่นถือมั่น หลงยึดมั่นถือมั่นแบบสำคัญผิด

(พืดคาสท์: ดั่งตฤณวิสุตตร 1

ตอน: หมวดช่วยเหลือตนเอง 4 138 ทำอย่างไร จิตถึงจะปล่อยวางได้, 2559)

และพบการบรรยายธรรมประกอบดนตรี ได้แก่ พืดคาสท์ “Death Space” ตอน “สายน้ำ: บทน้อมนำเพื่อความตื่นรู้” เป็นไฟล์เสียงที่ใช้ในการฝึกปฏิบัติธรรมโดยต้นเรื่องเป็นการ บรรยายธรรมให้เกิดความผ่อนคลาย จากนั้นจะเป็นเสียงดนตรีเพื่อการทำสมาธิ

เมื่อวิเคราะห์ลงไปในรายละเอียดของรูปแบบรายการอภิปราย พบว่า มีการอภิปรายใน 3 ลักษณะ ได้แก่ การอภิปรายโดยผู้ดำเนินรายการหรือผู้ร่วมรายการที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญใน หัวข้อที่จะอภิปราย การอภิปรายโดยนักสื่อสารมวลชน และการอภิปรายโดยบุคคลทั่วไป

ตัวอย่าง การอภิปรายโดยผู้ดำเนินรายการหรือผู้ร่วมรายการที่มีความรู้และความ เชี่ยวชาญ ได้แก่ พืดคาสท์ “Design ไป บ่นไป” เป็นรายการที่รวบรวมผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ งานด้านสถาปัตยกรรมและการออกแบบ มาร่วมพูดคุยแสดงความคิดเห็นและมุมมองที่แตกต่างกันไป ในหัวข้อที่ตั้งขึ้นมาเพื่ออภิปราย

ตัวอย่าง

ผู้ดำเนินรายการ 1:

...ผมว่าไม่ใช่ตัวอย่างเดียวมั้งครับอาจารย์ มันไม่มีระบบบอครับ ผมรู้สึก ว่า คนที่ทำไว้ไม่ได้มีความเข้าใจว่า Way Finding System คืออะไร คำถาม ของมันคืออะไร เหมือนเค้ามีข้อมูลมาก็เอาแปะๆ รวมร่างมันเลย

ผู้ดำเนินรายการ 2:

มันเหมือนด่วนๆอะ ผมมองว่า เหมือนอาจารย์บอกว่าพุงนี้ส่งแล้วเค้าก็ เผลอกันคืนนี้

ผู้ดำเนินรายการ 3:

อ้อแสดงว่าเคยเห็นอะไรแบบนี้บ่อย

- ผู้ดำเนินรายการ 2: มันก็เลยเหมือนเดาได้ เหมือนเราต้องรีบๆ ก็เลยส่งไปแบบแปะเลย มันไม่ได้ถูกเอาสุนทรียใส่เข้าไปแล้ว
- ผู้ดำเนินรายการ 1: แล้วตอนผมเปิดไปให้อาจารย์ที่นั่นดูเนี่ย เค้กั้งว่า ตัวหนังสือภาษาอังกฤษ นี่มันฟอนต์แเอเรียลนี่ คือโดยประวัติการออกแบบหรือคนที่เรียนดีไซน์เค้าจะไม่ใช้แเอเรียลกันนะครับ เพราะฟอนต์แเอเรียล มันคือร่างโคลนของ ฟอนต์เฮเวนติกา อย่างน้อยๆ เค้าจะใช้ฟอนต์เฮเวนติกา หน้อยได้ไหมถ้าคิดไม่ออก แต่ดันใช้ฟอนต์แเอเรียล ซึ่งฟอนต์มันก็คุณภาพไม่ดีอยู่แล้ว
- ผู้ดำเนินรายการ 2: มันคือ ฟอนต์เลียนแบบ
- ผู้ดำเนินรายการ 1: ใช้...รู้สึกคนทำคงไม่ได้ทำดีไซน์มาโดยตรงอะไรแบบเนี่ย
- ผู้ดำเนินรายการ 2: ผมเดาอีกเรื่องนะ ไอ้ฟอนต์แเอเรียลเนี่ยน่าจะเป็น Default ของเครื่อง PC แบบพิมพ์มาแล้วเค้าก็ซัดเลยไง พิมพ์มายังไงฉันก็เอาแบบนั้น นี่ก็แสดงถึงความมั่งง่าย

(พ็อดคาสท์: Design ไป บ่นไป

ตอน: dpdp live #19 ปัญหงานป้ายของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ, 2553)

นอกจากนี้ยังพบว่ามีการอภิปรายโดยสื่อมวลชน เป็นการพูดคุยและแสดงความคิดเห็นหรือมุมมองในหัวข้อที่ตั้งขึ้นมา โดยมีสื่อมวลชนเป็นผู้แสดงทรรศนะ พบในพ็อดคาสท์ของสถานีวิทยุออนไลน์ในเครือของ ThaiPBS Radio ได้แก่ พ็อดคาสท์ “ThaiPBS Radio – คิดบนรอยต่อ”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตัวอย่าง

- ผู้ดำเนินรายการ 1: สวัสดีค่ะท่านผู้ฟัง พบกับดิฉัน นภาพร พิพัฒน์ กับรายการคิดบนรอยต่อ ในสัปดาห์นี้ ดิฉันจะพาท่านผู้ฟังไปสำรวจอนาคตค่ะ กับคำถามที่น่าสนใจซึ่งจริงๆแล้วเป็นคำถามที่น่าสะพรึงกลัวค่ะ คำถามมีอยู่ว่า สมองกลหรือปัญญาประดิษฐ์หรือหุ่นยนต์ จะเข้ามาแย่งงานของคนในอนาคตจริงหรือไม่จริงเท็จประการใดเป็นสิ่งที่ชวนหาคำตอบค่ะ วันนี้ดิฉันชวนคุณสมหทัย โมสิกะ อดีตหัวหน้าข่าวต่างประเทศ ประชาชาติธุรกิจ มาชวนคิดชวนคุยประเด็นนี้อย่างเจาะลึก...สวัสดีค่ะคุณสมหทัย
- ผู้ดำเนินรายการ 2: สวัสดีค่ะคุณนภาพร สวัสดีค่ะคุณผู้ฟัง

ผู้ดำเนินรายการ 1: คุณสมหทัยคะ จริงหรือไม่ที่ว่าหุ่นยนต์ สมองกล ระบบอัตโนมัติ และ ปัญญาประดิษฐ์ จะทำให้เราคนหลายสิบล้านคนไม่มีงานทำในอนาคต

ผู้ดำเนินรายการ 2: อันนี้ก็ทั้งจริงและไม่จริงนะคะ...

(พ็อดคาสท์: ThaiPBS Radio – คิดบนรอยต่อ

ตอน: อนาคตไร้ค่า ระวังสมองกลแย่งงาน, 2561)

นอกจากนี้ยังพบรูปแบบการอภิปรายโดยบุคคลทั่วไป โดยจะมีการตั้งประเด็นการ อภิปราย โดยผู้ดำเนินรายการ หรือผู้ร่วมรายการเป็นบุคคลธรรมดา และพูดคุยแสดงความคิดเห็นที่ หลากหลายของบุคคลต่างๆ ในเรื่องทั่วไปที่สามารถพบเจอได้ในชีวิตประจำวัน เช่น พ็อดคาสท์ “The Ensure” ในรายการ “Men and Women ตอนที่ 6 ผู้ชายหรือผู้หญิงกันแน่ ใครที่เป็นอื่น”

ตัวอย่าง

ผู้ดำเนินรายการชาย: ...ถ้าคุณมีสามีแล้ว แล้วคุณไปเจอผู้ชายในสเป็ค แล้วเค้าก็มาจีบคุณ ทั้งๆ ที่ เค้ารู้ว่าคุณมีสามีอยู่แล้ว แล้วคุณยังจะเปิดโอกาสให้ผู้ชายคนนั้นรีปาว ผม ไม่ต้องการคำตอบที่สวยหรูดูเป็นนางเอก เป็นที่เป็นตัวคุณจริงๆ

ผู้ดำเนินรายการหญิง: ...ถ้าเป็นสามีที่ตกลงจะอยู่ด้วยกัน มีพันธะสัญญาต่อกันก็คงไม่มีปัญหา ต่อ ให้มีคนหล่อสักร้อยเท่าพันเท่า เราก็คงได้แต่...อืม

ผู้ดำเนินรายการชาย: ...นี่คุณตอบแบบสวยอะ

ผู้ดำเนินรายการหญิง: ...อ้าว ดิฉันพูดความจริง มันต้องมีพันธะสัญญาต่อกันซิคุณ ไม่ใช่เราเป็น แพนกันเฉยๆ

CHULALONGKORN UNIVERSITY

(พ็อดคาสท์: The Ensure รายการ: Men and Women

ตอนที่ 6 - ผู้ชายหรือผู้หญิงกันแน่ ใครที่เป็นอื่น, 2560)

เมื่อวิเคราะห์ลงไปในเรื่องละเอียดของรูปแบบรายการปกิณกะ หรือที่เรียกกันว่ารายการ วาไรตี้ เป็นรูปแบบรายการพ็อดคาสต์ที่มักจะพบได้ในรายการประเภทบันเทิง โดยมีทั้งรูปแบบที่เป็น ทางการ และรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ โดยตัวอย่างรายการปกิณกะแบบเป็นทางการ ได้แก่ พ็อดคาสต์ “ภาษาอังกฤษสำนวนอเมริกัน” มีการแบ่งรายการออกเป็นหลายช่วง และมีการนำเสนอในหลาย รูปแบบรวมอยู่ในรายการเดียว โดยในแต่ละช่วงของรายการจะมีดนตรีคั่นระหว่างช่วงรายการ มีการ วางแผนและเตรียมสคริปต์รายการไว้เป็นแล้ว โดยในช่วงแรกของรายการเป็นการสอนภาษาอังกฤษ และช่วงที่ 2 จะเป็นการอ่านบทบรรณาธิการ และปิดท้ายรายการด้วยการเปิดเพลงสากล เนื่องจาก เป็นพ็อดคาสต์ในเครือข่ายของสำนักข่าวว็อย ออฟ อเมริกา ภาคภาษาไทย (VOA) ของประเทศ

สหรัฐอเมริกา และมีการออกอากาศเป็นภาษาต่างๆ ทั่วโลก รวมถึงภาษาไทยจึงมีลักษณะที่เป็นทางการ

นอกจากนี้ตัวอย่างรายการลักษณะไม่เป็นทางการ ได้แก่ “ฌอน บูรณะหิรัญ Podcast” ตอนที่ 27 เป็นพ็อดคาสต์ที่จัดโดย “คุณฌอน บูรณะหิรัญ” เป็นผู้ดำเนินรายการหลัก และได้เชิญผู้ดำเนินรายการร่วมอีก 3 ท่าน พูดคุยในประเด็นที่ตั้งไว้เป็นแก่นหลักของตอน โดยมีการแบ่งรายการออกเป็นรูปแบบสนทนา เล่นเกม และตอบคำถามจากผู้ฟังผสมผสานกันไปตลอดทั้งรายการ

ตัวอย่าง

(00:00:40)	ช่วงแนะนำแขกรับเชิญ ได้แก่ คุณขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร คุณโปรเซน สหรัฐ มานิตยกุล คุณแฮนด์ Inner Game นิเวศน์ เชื้อนุ่น
(00:01:30)	อัปเดตผลงานของผู้ร่วมดำเนินรายการ
(00:05:50)	สนทนาในประเด็น “วิธีจีบสาวของทั้ง 4 ท่าน”
(00:32:35)	เล่นเกม “Who Am I”
(01:09:00)	ตอบคำถามจากผู้ฟัง “นิยามความสำเร็จของทั้ง 4 ท่าน”
(01:35:00)	เล่นเกม “เพี้ยน เปลี่ยน ทาย”
(01:53:30)	สนทนาในประเด็น “ทักษะชีวิตที่สำคัญที่สุดของทั้ง 4 ท่าน”
(02:15:00)	เล่นเกม “คำถามทายพฤติกรรม”
(02:46:25)	สนทนาในประเด็น “พลังวิเศษที่ทั้ง 4 ท่านอยากมี พร้อมเหตุผลประกอบ”

(พ็อดคาสต์: ฌอน บูรณะหิรัญ Podcast
ตอน: ฌอน Postcast #27, 2561)

ส่วนที่ 2. ความเหมาะสมของเนื้อหารายการพ็อดคาสต์

ในส่วนการวิเคราะห์ความเหมาะสมของเนื้อหารายการพ็อดคาสต์ ผู้วิจัยใช้หลักเกณฑ์การพิจารณาจากเนื้อหาที่ควรมีการจำกัดตาม “ประกาศสำนักงาน กสทช. เรื่อง แนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ตามประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556” เป็นเกณฑ์การพิจารณาความเหมาะสมของรายการพ็อดคาสต์ ซึ่งจะพิจารณาจากเสียงหรือเนื้อหาในรายการ และองค์ประกอบอื่นๆ ในรายการ ได้แก่ เสียงพูด น้ำเสียง อักษรวิธี ลีลาการพูด การสื่อความหมาย เสียงเพลง เสียง

ประกอบ เจตนาในการผลิตเนื้อหา วิธีการนำเสนอเนื้อหา น้ำหนักของการดำเนินเรื่อง โดยพิจารณา เนื้อหาที่เข้าข่ายไม่เหมาะสมใน 3 ด้าน ได้แก่

- 2.1 ด้านพฤติกรรมและความรุนแรง
- 2.2 เรื่องทางเพศ
- 2.3 ด้านการใช้ภาษา

ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหารายการพ็อดคาสต์ที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสมตามเกณฑ์เรียงตามลำดับสูงสุด ดังตารางที่ 4.6 ดังนี้

ตารางที่ 4.6 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของรายการพ็อดคาสต์ที่มีเนื้อหาเข้าข่ายไม่เหมาะสมตามแนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ตามประกาศ กสทช. เรื่องหลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556

ลำดับ	ประเด็นเนื้อหาที่เข้าข่ายไม่เหมาะสม	จำนวนตอนที่ปรากฏ	ร้อยละ	จำนวนตอนที่ไม่มีปรากฏ	ร้อยละ
1	ด้านการใช้ภาษา	41	39.42	63	60.58
2	ด้านพฤติกรรมและความรุนแรง	20	19.23	84	80.77
3	เรื่องทางเพศ	12	11.54	92	88.46

n = 104

จากตารางที่ 4.6 พบว่า จากการวิเคราะห์เนื้อหารายการพ็อดคาสต์ทั้งสิ้น 104 ตอน ปรากฏว่ามีรายการพ็อดคาสต์ที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสมตามเกณฑ์ด้านการใช้ภาษามากที่สุด จำนวน 41 ตอน คิดเป็นร้อยละ 39.42 รองลงมาเป็นรายการพ็อดคาสต์ที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสมตามเกณฑ์ด้านพฤติกรรมและความรุนแรง จำนวน 20 ตอน คิดเป็นร้อยละ 19.23 และรายการพ็อดคาสต์ที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสมตามเกณฑ์เรื่องทางเพศ จำนวน 12 ตอน คิดเป็นร้อยละ 11.54 โดยมีรายละเอียดแต่ละด้าน ดังนี้

2.1 ด้านการใช้ภาษา

ในส่วนของเนื้อหาที่เข้าข่ายไม่เหมาะสมตามเกณฑ์ด้านการใช้ภาษา จะพิจารณาจากเนื้อหาหรือองค์ประกอบของรายการ โดยผลการวิเคราะห์พบว่า มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมด้านการใช้ภาษาใน 3 ประเด็น เรียงตามลำดับสูงสุด ดังตารางที่ 4.7 ดังนี้

ตารางที่ 4.7 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของรายการพ้องคาสท์ที่มีเนื้อหาเข้าข่ายไม่เหมาะสมด้านการใช้ภาษา

ลำดับ	ประเด็นความเหมาะสมด้านการใช้ภาษา	จำนวนตอนที่ปรากฏ	ร้อยละ	จำนวนตอนที่ไม่มีปรากฏ	ร้อยละ
1	การใช้ภาษาสแลง หยาบคาย	24	23.08	80	76.92
2	การใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม ล่อแหลม หมิ่นเหม่ สื่อความหมายเชิงลบ	10	9.62	94	90.38
3	การใช้ภาษาที่ก้าวร้าว รุนแรง ดูหมิ่น นำมาซึ่งการลดทอนศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์	7	6.73	97	93.27

n = 104

จากตารางที่ 4.7 พบว่า จากการวิเคราะห์เนื้อหารายการพ้องคาสท์ทั้งสิ้น 104 ตอน โดยใช้หน่วยวิเคราะห์เป็นคำ (Word) ตามความหมายของพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ปรากฏรายการพ้องคาสท์ที่มีเนื้อหาเข้าข่ายไม่เหมาะสมด้านการใช้ภาษาในประเด็นการใช้ภาษาสแลง หยาบคาย มากที่สุด มีจำนวน 24 ตอน คิดเป็นร้อยละ 23.08 รองลงมาเป็นประเด็นการใช้ภาษาล่อแหลม หมิ่นเหม่ สื่อความหมายเชิงลบ มีจำนวน 10 ตอน คิดเป็นร้อยละ 9.62 และประเด็นการใช้ภาษาก้าวร้าว รุนแรง ดูหมิ่น ลดทอนศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้ฟัง มีจำนวน 7 ตอน คิดเป็นร้อยละ 6.73 ตามลำดับ โดยผู้วิจัยจะนำเสนอตัวอย่างในแต่ละประเด็น โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การใช้ภาษาสแลง หยาบคาย

ในส่วนของเนื้อหาเข้าข่ายไม่เหมาะสมด้านการใช้ภาษาในประเด็นการใช้ภาษาสแลงและคำหยาบคาย ผู้วิจัยใช้หน่วยวิเคราะห์โดยใช้คำตามความหมายของพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ให้ความหมายคำว่า ภาษาสแลงและคำหยาบคาย ดังนี้

“ภาษาสแลง” หมายถึง ถ้อยคำหรือสำนวนที่ใช้เข้าใจกันเฉพาะกลุ่มหรือชั่วระยะเวลาหนึ่ง ไม่ใช่ภาษาที่ยอมรับกันว่าถูกต้อง

“หยาบคาย” หมายถึง ไม่สุภาพ ไม่เรียบร้อย

เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดของรายการพ็อดคาสต์ที่มีเนื้อหาเข้าข่ายไม่เหมาะสม ด้านการใช้ภาษาในประเด็นการใช้ภาษาสแลง และคำหยาบคาย พบว่า รายการเป็นรายการพ็อดคาสต์ที่ผลิตขึ้นโดยผู้ใช้บริการเอง (User Generated Content: UGC) ได้แก่ 1. รายการที่เจ้าของเป็นบุคคลธรรมดา 2. รายการที่เจ้าของเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง 3. รายการที่เจ้าของเป็นกลุ่มบุคคล 4. รายการที่ผลิตขึ้นโดยนิติบุคคลหรือบริษัท

ตัวอย่าง รายการที่เจ้าของเป็นบุคคลธรรมดาและมีการใช้ภาษาหยาบคาย เช่น พ็อดคาสต์ “หมูป่าออนแอร์” รายการ “น้ำปลาพริก ตอนที่ 10 สภากาแพ” รายการพ็อดคาสต์ที่มีผู้ดำเนินรายการ 3 – 4 คน ร่วมสนทนา ในหัวข้อที่ตั้งไว้ในแต่ละตอน โดยมีวิธีการนำเสนอโดยใช้ภาษาพูดที่ไม่เป็นทางการในการสนทนา ผู้ฟังจะได้รับความรู้สึกเป็นกันเอง ผ่อนคลายเหมือนนั่งฟังเพื่อนพูดคุยกัน

ตัวอย่าง

- ผู้ดำเนินรายการ 1: ... มันจะมีคนที่ไม่กินกาแพ แล้วก็มากินเพื่อที่จะต้องการให้ตื่น คนนั้นคือนน (คนที่เคยมาเป็นแขกรับเชิญในรายการหมูป่าทอล์ก) มันอยู่ในช่วงทำหนังสือปะ ต้องทำหามรุ่งหามค่ำ มันถามกูว่า ต้องกินกาแพให้_ อะไรจะตื่นให้_ กูแปลกใจมาก ให้_ กาแพอะไรมันก็ควรจะต้องทำให้มันตื่นอยู่แล้วนี่ หว่า จนโตกูฟังมารู้ว่าบางคนเค้าไม่กินกาแพ เค้าจะกินกาแพเพื่อให้ตื่นเท่านั้น...
- ผู้ดำเนินรายการ 2: กินกาแพเพื่อวาระพิเศษ
- ผู้ดำเนินรายการ 1: โลกของกาแพเนี่ยนะ สมมุติคนทั่วไปไปกินซูชิแล้วไม่ชอบ ซูชิให้_ ไรเนี่ย ตลาดนัดให้_ ไรอย่างเนี่ย แล้วมึงพาคนเนี่ย ไปกิน Hi-End ซูชิอะ ยังไงมันก็ต้อง_ ให้อ้ให้_ ชอบแน่นอนอะ เพราะแม่งรสชาติแม่งต่างกันมาก
- ผู้ดำเนินรายการ 3: อืม จริงๆ
- ผู้ดำเนินรายการ 1: แต่ในขณะเดียวกัน มึงไม่สามารถทำอย่างนี้กับกาแพได้เว้ย คือมึงไม่ชอบอยู่แล้ว แล้วมึงไปกินกาแพแบบที่คน Hi-End กินอะ เพราะแม่งมันก็คือรสขมอะ ไม่เห็นอร่อยเลยอะไรแบบเนี่ย มันไม่ใช่ของที่กินง่าย

(พ็อดคาสต์: หมูป่าออนแอร์

รายการ: น้ำปลาพริก ตอน: EP 10 สภากาแพ, 2560)

ตัวอย่าง รายการที่เจ้าของเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงและมีการใช้ภาษาหยาบคาย เช่น พ็อดคาสต์ “ณอน บุรณะหิรัญ Podcast” ตอนที่ 27 ในตอนนี้คุณณอน บุรณะหิรัญ นักสร้างแรงบันดาลใจบนโลกออนไลน์ เชิญเพื่อนที่เป็นนักเขียนและนักสร้างแรงบันดาลใจ 3 ท่าน มาร่วมสนทนาแบบเป็นกันเองในรายการ มีการใช้ภาษาพูดที่ไม่เป็นทางการ ผู้ฟังจะได้รับความรู้สึกเป็นกันเองเหมือนฟังเพื่อนสนทนากัน

ตัวอย่าง

ผู้ดำเนินรายการ: ... เราก็ดิ้นเข้าไปพักเธอแล้ว Hey hi! แล้วเค้าก็หันมาครีบแล้วพูดว่า “What the F_ck... What the F_ck...” แปลว่า มาทำให้_อะไรเนี่ย...
(พ็อดคาสต์: ณอน บุรณะหิรัญ Podcast
ตอน: 27, 2561)

ตัวอย่าง รายการที่เจ้าของเป็นกลุ่มบุคคลที่รวมตัวกันเพื่อทำรายการพ็อดคาสต์และมีการใช้ภาษาหยาบคาย ได้แก่ พ็อดคาสต์ “Get talk” รายการ “สัพเพHEYไรว่า ตอนที่ 32 : วาเลนไทน์ก็ทีก็ไม่มีแฟน” รายการสนทนาระหว่างกลุ่มเพื่อนที่รวมตัวกัน เพื่อจัดรายการพ็อดคาสต์ในรูปแบบการสนทนาในหัวข้อที่ตั้งไว้

ตัวอย่าง

“...ผู้ชายเค้ามีคำหยาบๆ คำนี้ ที่ใช้กับเรื่องพวกนี้แหละ ทุกคนน่าจะรู้จักอะ
ขอพูดได้ปะวะ ชอบมากเลยแบบเวลาคนด่าแล้วมันอึ้งๆ ดินะ โหไอ้เหี้ย_
สมมุติเรานัดเพื่อนไว้...มึงนัดกูไว้แล้วกูบอกว่ากูไม่ว่าง กูไปกับเพื่อนกูก่อนนะ
มันก็จะบอก “โธไอ้เหี้ย_เห็น_ (หอ-สระอี) ตีกว่าเพื่อน”
มันเป็นคำหยาบที่แบบ ไอ้เหี้ย_มันสะอึกนิดนึง แต่มันก็..แล้วไงอะ ไซ่ๆ ก็ตอบว่าไซ่ (ข้า) ... “

“...เวลาบอกเลิกผู้ชายในวันเกิดบอกว่า “จำไว้จนวันตายเลยนะมึงไอ้หน้าหมา” แบบนี้หรอ (ข้า)...”

“...บ้าอันนั้นมันจบไปแล้ว ไอ้ส_ค_ย_เหี้ย_ (ข้า) ...”

(พ็อดคาสต์: Get Talks

รายการ: สัพเพHEYไรว่า ตอน: EP32 วาเลนไทน์ก็ทีก็ไม่มีแฟน, 2561)

ตัวอย่าง รายการที่ผลิตขึ้นโดยนิติบุคคลหรือบริษัทและมีการใช้ภาษาหยาบคาย ได้แก่ พ็อดคาสต์ “Eargasms Deep Talk” ตอน “ME18 Superbake” รายการสัมภาษณ์ศิลปินที่กำลังมีผลงาน หนึ่งรายการในเครือของสำนักข่าวออนไลน์ The Standard

ตัวอย่าง

ผู้ดำเนินรายการ: เพลงต่อไปครับน่าจะเป็นซิงเกิ้ลแรกที่มีเอ็มวี และเป็นเพลงที่ผมนึกว่าเป็น 1 ใน 2 เพลงที่ติดหู แล้วก็เอาตายที่สุดครับ “แค่ผ่านมาเจอ” คุณกอล์ฟ ครับ

ผู้ให้สัมภาษณ์: “แค่เธอเดินผ่าน” ค่ะ

ผู้ดำเนินรายการ: เออวะ ไอ้เหี้ย_เหี้ยในนี้พิมพ์ผิดวะ เหี้ยแย่มากเลย เอาใหม่!

--- ซ้ำ ---

(พ็อดคาสต์: Eargasms Deep Talk

ตอน: ME18 Superbake, 2561)

นอกจากนี้ ยังพบการใช้คำสรรพนาม “กู” “มึง” ซึ่งเป็นคำหยาบคาย ตาม ความหมายของพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ดังนี้

“กู” หมายถึง คำใช้แทนตัวผู้พูด ในปัจจุบันมักถือกันว่าไม่สุภาพ เป็นสรรพนามบุรุษ ที่ 1

“มึง” หมายถึง คำใช้แทนผู้ที่เราพูดด้วย มักถือกันว่าไม่สุภาพหรือหยาบคาย เป็น สรรพนามบุรุษที่ 2

โดยพบในรายการที่ผู้ดำเนินรายการมีความสนิทสนมกัน หรือเป็นกลุ่มเพื่อนกัน หรือ เพื่อการเพิ่มอรรถรสให้เนื้อหาที่กำลังนำเสนอ ซึ่งพบว่า มีการใช้สรรพนามดังกล่าวตลอดทั้งรายการ จนเป็นเนื้อเดียวกับเนื้อหารายการ

ตัวอย่าง

“...ของแถมไม่ว่าจะสำนักพิมพ์ไหนก็ตามนะ กูก็จะแบบ อืม..ไม่ต้องแถมก็ได้ กูไม่เอา...”

(พ็อดคาสต์: Tomayard

ตอน: EP3-1 มหกรรมดองหนังสือ, 2560)

“...ดูจากตัวมึงหน้ามึง คำก็ไม่กล้าแล้ว ก็ใช่เงาะคำกลัวโดนมึงต๋อยเง...”

(พ็อดคาสท์: Get Talks

รายการ: ซาบูบารัก ตอน: EP 23 เธอเปลี่ยนใจหรือใครเปลี่ยนเธอ, 2560)

“...เดทแรกในวาเลนไทน์ของกู หรือ ตอนนั้นโสดแล้วก็คิดจะคิด
อึด_กในใจ นึกออกปะ ก็ไม่ค่อยจะออกไปไหน... เนี่ยเหมือนที่พี่เคยถามอะ
ถ้าให้เลือกระหว่างเนื้ออย่างกับดอกไม้อะ
กูขอเลือกให้มี_ซื้อดอกไม้ให้กูแล้วพากูไปกินเนื้ออย่างด้วย...”

(พ็อดคาสท์: Get Talks

รายการ: สัพเพHEYไร้ว้า ตอน: EP32 วาเลนไทน์ก็ทีก็ไม่มีแฟน, 2561)

ต่อมาในประเด็นคำสแลง พบรายการพ็อดคาสท์ที่มีการใช้คำสแลงในรายการ เช่น พ็อดคาสท์ Get Talks รายการสัพเพHEYไร้ว้า ตอน EP32 วาเลนไทน์ก็ทีก็ไม่มีแฟน มีการใช้คำสแลง ตามความหมายของพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ได้แก่ “Netflix and Chill” ในรายการ โดยตอนท้ายผู้ดำเนินรายการได้อธิบายความหมายของคำว่า “Netflix and Chill” ใน รายการ ดังนี้

ตัวอย่าง

“... Netflix and Chill มันแปลว่าเฮ้_นะเว้ย มันเป็น Idiom
Netflix and Chill มันแปลว่า เฮ้_แบบเวลาคนถามว่าทำอะไร คำก็จะบอกว่า
“มาบ้านเราดี บ้านเรามี Netflix and Chill” นั่นอะ มันจะเฮ้_นะ...”

(พ็อดคาสท์: Get Talks

รายการ: สัพเพHEYไร้ว้า ตอน: EP32 วาเลนไทน์ก็ทีก็ไม่มีแฟน, 2561)

การใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม ล่อแหลม หมิ่นเหม่

ในส่วนของเนื้อหาที่เข้าข่ายไม่เหมาะสมด้านการใช้ภาษา ในประเด็นการใช้ภาษาที่ ไม่เหมาะสม ล่อแหลม หมิ่นเหม่ สื่อความหมายเชิงลบ ผู้วิจัยใช้หน่วยวิเคราะห์โดยใช้คำตาม ความหมายของพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ให้ความหมายคำว่า ล่อแหลม หมิ่น เหม่ ดังนี้

“ล่อแหลม” หมายถึง หมิ่นเหม่ อยู่ในที่ใกล้อันตราย

“หมิ่นเหม่” หมายถึง อาการที่เข้าไปหรืออยู่ในสถานที่หรือสถานการณ์ใกล้อันตราย หรือเสียหาย เป็นต้น

ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดของรายการพ็อดคาสต์ที่มีเนื้อหาเข้าข่ายไม่เหมาะสม ด้านการใช้ภาษาในประเด็นการใช้ภาษาล่อแหลม หมิ่นเหม่ สื่อความหมายเชิงลบพบว่า รายการการ เป็นรายการพ็อดคาสต์ที่ผลิตขึ้นโดยผู้ใช้บริการเอง (User Generated Content: UGC) โดยตัวอย่าง การใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสมทำให้การนำเสนอเนื้อหาสื่อความหมายเชิงลบ ดังนี้

ตัวอย่าง

- ผู้ดำเนินรายการ 1: ...เพื่อนสนิทผมคนนึงแต่งงาน มันเล่าให้ฟังซึ้งนึ่ง ผมฟังก็น้ำตาซึม เหมือนกันนะ มีอยู่วันนึง 2 คนเนี่ย ผู้หญิงนะมีตังติดตัวอยู่แค่ 2,000 บาท ไอ้ผู้ชายเป็นฟรีแลนซ์เป็นเพื่อนผม สนิทกัน แล้วประมาณว่ามันไม่มีตัง มันก็ เกรียด ไปปรึกษาเพื่อนอีกคน แล้วพอตีแฟนเค้าได้ยิน แฟนก็เดินไปกดตังใน บัญชี 2,000 สุดท้ายในบัญชี แล้วก็ยื่นแบงค์ 1,000 แล้วบอกว่า “เธอเอาไป พันนึ่ง เราใช้อีกพันนึ่ง” อะไรแบบเนี่ย
- ผู้ดำเนินรายการ 2: ...ร้อยละ 20 (ข้า)
- ผู้ดำเนินรายการ 1: แม่ น้ำตาซึมเลยไอ้เหี้ย ซึ้งไอ้เหี้ย
- ผู้ดำเนินรายการ 2: จริงปะเนี่ย
- ผู้ดำเนินรายการ 1: ไม่ใช่ ไม่ได้คิดดอก เค้าก็บอกว่าเหี้ย เราเป็นแฟนกันแล้วเราก็ต้องเผชิญหน้า ไอ้สิ่งๆนี้ด้วยกัน
- ผู้ดำเนินรายการ 2: ตอนเอาไปเป็นเงิน ตอนคืน คืนเป็นตัวละกัน (ข้า)
- ผู้ดำเนินรายการ 1: คืนเป็นดอก (ข้า)
- ผู้ดำเนินรายการ 2: หลายดอกเลยนะเนี่ย (ข้า)

(พ็อดคาสต์: Get Talks

รายการ: ชาบูบางรัก ตอน: EP 23 เธอเปลี่ยนใจหรือใครเปลี่ยนเธอ, 2560)

ตัวอย่าง

- ผู้ดำเนินรายการ: ...ทนายไกด์นี้ค่าตัวแพงไหมครับ
- แขกรับเชิญ: ผมว่าเราอย่าไปพูดถึงมันเลยดีกว่าครับ
- ผู้ดำเนินรายการ: ผมอยากรู้ Rate ในการรับ แล้วถ้าสมมุติว่าเป็นสาว ๆ สวย ๆ มาจ้าง

ทำให้ฟรีเปล่า (ข้า) ล่อเปารีเปล่าเนี้ย
 แขกรับเชิญ: ตอบยากจังเลยครับ ไม่ตอบละกันนะครับ (ข้า)
 ผู้ดำเนินรายการ: อ้อๆๆ โอเคครับ อาจจะมีอะไรล่อแหลมบ้าง (ข้า)
 (พืดคาสท์: The Ensure
 รายการ: Law Case ตอน: EP.7 แคมกรรรมสิทธิ์, 2560)

ตัวอย่าง

ผู้ดำเนินรายการ 1: ...เทปนี้ผมขออนุญาตทำตัวเป็นคนโสด 1 เทป
 ผู้ดำเนินรายการ 2: อ้อเหมือนทุกครั้งทีไปเกี่ยวกับกู 2 คน
 ผู้ดำเนินรายการ 1: ไซ้...ในอดีตๆ
 ผู้ดำเนินรายการ 2: ในอดีตคือเมื่อวาน (ข้า)
 (พืดคาสท์: Get Talks
 รายการ: สัพเพHEYไรว่า ตอน: EP32 วาเลนไทน์ก็ทีก็ไม่มีแฟน, 2561)

การใช้ภาษาที่ก้าวร้าว รุนแรง ดูหมิ่น นำมาซึ่งการลดทอนศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

ของผู้ฟัง

ในส่วนของเนื้อหาที่เข้าข่ายไม่เหมาะสมด้านการใช้ภาษา ในประเด็นการใช้ภาษาที่ก้าวร้าว รุนแรง ดูหมิ่น นำมาซึ่งการลดทอนศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้ฟัง ผู้วิจัยใช้หน่วยวิเคราะห์โดยใช้คำตามความหมายของพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ให้ความหมายคำว่าก้าวร้าว รุนแรง ดูหมิ่น ดังนี้

“ก้าวร้าว” หมายถึง เกะกะระราน ไซ้กับกิริยาและวาจาที่กระด้างและล่วงเกินผู้อื่น

“รุนแรง” หมายถึง หนักมาก แรงมาก เกินปกติ

“ดูหมิ่น” หมายถึง แสดงกิริยาท่าทาง พุด หรือเขียน เป็นเชิงดูถูกว่ามีฐานะต่ำต้อยหรือไม่ดีจริงไม่เก่งจริง เป็นต้น

เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดของรายการพืดคาสท์ที่มีเนื้อหาเข้าข่ายไม่เหมาะสมด้านการใช้ภาษา ในประเด็นการใช้ภาษาที่ก้าวร้าว รุนแรง ดูหมิ่น นำมาซึ่งการลดทอนศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้ฟัง พบตัวอย่างในรายการ พบว่า ทุกรายการเป็นรายการพืดคาสท์ที่ผลิตขึ้นโดยผู้ให้บริการเอง (User Generated Content: UGC) ดังนี้

ตัวอย่าง

- ผู้ดำเนินรายการ 1: จริงๆ ผู้ชายเราก็มีความลุกทุ่งอยู่ในตัวทั้งนั้นแหละ ตั้งแต่ชอบเสก โลโซ แล้วแหละ
- ผู้ดำเนินรายการ 2: เมื่อก่อนเคยชอบ จนกระทั่งต่อ...เห้ยจะโดนฟ้องปะวะ เห็ _ ... จนกระทั่งพี่เค้ามีคดีขึ้นมาอะไรแบบเนี่ยนะครับ ประมาณนั้น
- ผู้ดำเนินรายการ 3: อย่าไปยุ่งกับเค้า
- ผู้ดำเนินรายการ 2: แต่เค้ามีหลายคดีเลยนะหลังจากนั้นเป็นต้นมาอะ
- ผู้ดำเนินรายการ 3: แต่เค้าก็ทำอะไรหลายอย่างนะ อย่างเช่น...ทำโทรศัพท์อะไรแบบนี้
- ผู้ดำเนินรายการ 1: ทำโทรศัพท์เอง คู่มาก...โทรศัพท์หรือว่าระเบิดก็ไม่รู้ให้ _ ...ปรากฏแม่ _ มาต่อไอ้เห็ _ ที่บ้านนี่กูซอคเลยนะ
- ผู้ดำเนินรายการ 2: คอนเสิร์ตกับน้อยวงพรุณีย์...ก็มีเรื่อง
- ผู้ดำเนินรายการ 1: มันเป็นกิมมิกพี เค้าจะโปรโมทว่า คนไทย...
- ผู้ดำเนินรายการ 2: พอๆ...อย่าขี้ๆ
- ผู้ดำเนินรายการ 1: อ้อๆ ไม่ต้องละนะ
- ผู้ดำเนินรายการ 3: กูว่ารายการอะ ปีหน้าไม่มีละ

(พ็อดคาสท์: Get Talks

รายการ: ชาบูบางรัก ตอน: เธอเปลี่ยนใจหรือใครเปลี่ยนเธอ, 2560)

ตัวอย่าง

- ผู้ดำเนินรายการ 1: ... ปาร์ตี้เกมที่สงบสุขที่สุดคือบิงโก คือมันก็ปาร์ตี้นะ แต่มันช่างจะสงบสุขเหลือเกิน อาจจะเหมาะกับคนที่สูงวัย แต่เอาจริงๆ มันเป็นเกมที่ไม่มีควมตื่นเต้นใดๆ ตอนนี่ผู้ฟังอายุ 20 ที่เล่นเกมอยู่มือสั้นเลยนะ นี่กูแก่แล้วหรอ
- ผู้ดำเนินรายการ 2: ...เป็นปาร์ตี้เกมของบ้านพักคนชรา (ข้า) นั่นคือสนุกมากแล้ว...ขอโทษนะครับไม่ได้ดูถูก...(ข้า)...

(พ็อดคาสท์: As a Podcast

ตอน: Game as a career - EP 19: Party Game, 2560)

ตัวอย่าง

- ผู้ดำเนินรายการ 1: ...ถ้าบ้านเรือนแถวนั้นไปร้องเรียนอะ น่าจะมีการแก้กฎหมาย แต่ว่าถ้าคุณเอ่อ...คุณอินทรีแดง (นามสมมุติ) เนี่ย เอาตั้งไปตีหน้าเค้า...เค้าก็เจ็บ
- ผู้ดำเนินรายการ 2: ไปเคาะประตูอะ ออกมาหน่อยยื่นหัวมา

ผู้ดำเนินรายการ 1: คุณใช้ไหมค์จะทำเรื่องฟ้องคอนโดหลังนี้ที่กำลังจะสร้าง เอาไป 500,000 บาทแล้ว ตีหัวตัง “แป๊ะ” แล้วเจียบ

ผู้ดำเนินรายการ 2: แต่อินทรีย์แดงเค้าต้องผดุงความยุติธรรมไม่ใช่หรือ

ผู้ดำเนินรายการ 1: ไม่ดิคุณอย่ามาโยงเอ็งอะไร

(พ็อดคาสท์: เต็กตีบวก

ตอน: TECT+10 Very Very Strong Fire Claymore, 2560)

2.2 ด้านพฤติกรรมและความรุนแรง

ในส่วนของเนื้อหาที่เข้าข่ายไม่เหมาะสมตามเกณฑ์ด้านพฤติกรรมและความรุนแรง จะพิจารณาจากเนื้อหาหรือองค์ประกอบของรายการ โดยผลการวิเคราะห์พบว่า มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมด้านพฤติกรรมและความรุนแรง ใน 3 ประเด็น เรียงตามลำดับสูงสุด ดังตารางที่ 5.8 ดังนี้

ตารางที่ 4.8 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของรายการพ็อดคาสท์ที่มีเนื้อหาเข้าข่ายไม่เหมาะสมด้านพฤติกรรมและความรุนแรง

ลำดับ	ประเด็นความเหมาะสมด้านพฤติกรรมและความรุนแรง	จำนวนตอนที่ปรากฏ	ร้อยละ	จำนวนตอนที่ไม่มีปรากฏ	ร้อยละ
1	การนำเสนอการใช้อาวุธ ยาเสพติดของมีนเมา การพนัน การค้าประเวณี หรือการกระทำความผิดและเนื้อหาที่ขัดต่อศีลธรรม และความสงบสุขของสังคม	11	10.58	93	89.42
2	การนำเสนอความรุนแรงที่กระทำต่อตนเอง บุคคลอื่น สิ่งมีชีวิตและวัตถุ	5	4.81	99	95.19
3	การนำเสนอพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม หรือชักนำให้เกิดผลรุนแรงต่อจิตใจ	4	3.85	100	96.15

n = 104

จากตารางที่ 5.8 พบว่า จากการวิเคราะห์เนื้อหารายการพ็อดคาสท์ทั้งสิ้น 104 ตอน ปรากฏรายการพ็อดคาสท์ที่มีเนื้อหาเข้าข่ายไม่เหมาะสมด้านพฤติกรรมและความรุนแรงในประเด็น การนำเสนอการกระทำความผิดและเนื้อหาที่ขัดต่อศีลธรรม และความสงบสุขของสังคม มากที่สุด จำนวน 11 ตอน คิดเป็นร้อยละ 10.58 รองลงมาเป็นประเด็นการนำเสนอความรุนแรงที่กระทำต่อตนเอง บุคคลอื่น สิ่งมีชีวิตและวัตถุ จำนวน 5 ตอน คิดเป็นร้อยละ 4.81 และประเด็นการนำเสนอ พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม หรือชักนำให้เกิดผลรุนแรงต่อจิตใจ มีจำนวน 4 ตอน คิดเป็นร้อยละ 3.85 ตามลำดับ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดของรายการพ็อดคาสท์ที่มีเนื้อหาเข้าข่ายไม่เหมาะสมด้าน พฤติกรรมและความรุนแรง ในประเด็นการนำเสนอการกระทำความผิดและเนื้อหาที่ขัดต่อศีลธรรม และความสงบสุขของสังคม อันได้แก่ การนำเสนอการใช้อาวุธ ยาเสพติด ของมีเงินเมา การพนัน การค้าประเวณี และการกระทำความผิดในรูปแบบต่างๆ พบว่า ในส่วนของการนำเสนอการใช้อาวุธ พบในพ็อดคาสท์ “As a Podcast” รายการ “นับ1ไม่ถึง3 ตอนที่ 1 Politic” รายการสนทนาเรื่อง การเมืองและการทหารของประเทศไทย โดยมีผู้ดำเนินรายการยกตัวอย่างการใช้อาวุธปืนของทหาร/ ตำรวจของไทย

ตัวอย่าง

ผู้ดำเนินรายการ 1: ตอนนี้ทางบกของเราไม่ค่อยมีสงครามชายแดนเท่าไร โอเคมันอาจจะ มีทางภาคใต้จริงแต่ว่า เรายังระบุนฝ่ายตรงข้ามไม่ได้เลยอะ หมายถึงตาม หน้าสี่อะนะ เราก็เลยไม่รู้จะเอาปืนไปยิงใครอะ

ผู้ดำเนินรายการ 2: ยิงประชาชนไง อ่าวแบบปี 53 ไง อาวุธสงครามอะ...

(พ็อดคาสท์: As a Podcast

รายการ: นับ1ไม่ถึง3 ตอน: EP 1 Politic, 2560)

นอกจากนี้ยังพบในพ็อดคาสท์ “เด็กตีบวก” ในตอน “TECT+10 Very Very Strong Fire Claymore” ผู้ดำเนินรายการกล่าวถึงการหนีเอาตัวรอดจากเพลิงไหม้อาคารสูง โดยกล่าวว่าหาก กระจกในตัวอาคารเป็นกระจกนิรภัย ไม่สามารถทุบเพื่อหนีออกมาได้ คงต้องพกปืน

ตัวอย่าง

ผู้ดำเนินรายการ 1: แล้วถ้าเค้าทำกระจกแบบหนาอะ เป็นกระจกนิรภัยเลยอะ

ผู้ดำเนินรายการ 2: ผมว่าต้องพกปืน

ผู้ดำเนินรายการ 1: ผมว่าคุณทำได้ทุกอย่างแล้วแหละ

(พ็อดคาสท์: เต็กตีบวก

ตอน: TECT+10 Very Very Strong Fire Claymore, 2560)

ในส่วนของการนำเสนอเรื่องยาเสพติด มีการกล่าวถึงในพ็อดคาสท์ “Get talk” รายการ “พักกอง พักคุย ตอน ว่าด้วยความเป็นอาชีพสโตนิสต์” ผู้ดำเนินรายการพูดถึงเรื่องการแต่งกายของผู้ที่เป็นแบบ โดยมีการกล่าวถึงคำว่า “เนื้อ” ซึ่งเนื้อเป็นคำแสลง สื่อความหมาย คือ “กัญชา”

ตัวอย่าง

ผู้ดำเนินรายการ 1: แล้วอย่างเงี้ยเสื้อยืดแหละ คอกลมกับคอวี ต่างกันไหม

ผู้ดำเนินรายการ 2: ต่างนะ บางคนคอตันใส่คอกลม มันก็จะดูยิ่งต้น เวลาเราใส่เสื้อผ้าเราต้องดูคอของลูกค้ำด้วยนะ ถ้าลูกค้ำค่อนข้างจะมีเนื้อ ควรใส่คอวี มากกว่าที่จะใส่คอกลม

ผู้ดำเนินรายการ 3: มี “เนื้อ” ...(ฮา) ลูกค้ำจะอารมณ์ดีทั้งวัน

ผู้ดำเนินรายการ 1: ลูกค้ำที่ชอบออกไปกินแป๊ปซี่ตอนเล่นเกม

ผู้ดำเนินรายการ 2: มีความค่อแห้ง (ฮา)

พ็อดคาสท์ “Get talk”

รายการ: พักกอง พักคุย ตอน: ว่าด้วยความเป็นอาชีพสโตนิสต์, 2561”

นอกจากนี้ยังพบว่าในพ็อดคาสท์ “Tomayard ตอน EP2 การ์ตูนแม่งไร้สาระ” มีการนำเสนอเนื้อหาตัวละครในการ์ตูนที่มีการสูบบุหรี่แล้วดูเท่

ตัวอย่าง

ผู้ดำเนินรายการ 1: ...ละครในการ์ตูนเรื่อง นานะ เกือบทุกตัว จะสูบบุหรี่นะ ส่วนใหญ่เค้าก็จะสูบบุหรี่กัน ไม่ว่าจะตอนคุยเล่น ตอน Relax

ผู้ดำเนินรายการ 2: มันดูเท่ใช่ปะ

ผู้ดำเนินรายการ 1: เออๆ เค้าจะสูบลอดไม่ว่าจะตอนขึ้นแสดงคอนเสิร์ต แสดงเสร็จก็จะสูบลอด และการที่เราดูภาพนั้นซ้าๆ แล้วผมเป็นคนทีอ่านการ์ตูนแล้วภาพมันวิ่งในหัวด้วยไง มันก็จะดูแบบเพิ่มความ Cool เข้าไป แบบมันดูเท่ จากที่ผมเป็นคนทีเกลียดเรื่องบุหรี่ยิ่งมากนะ กลายเป็นผมเห็นภาพมันประสบความสำเร็จพร้อมบุหรี่ยี่ตลอดเวลา อ่านไปเรื่อยๆ อ่านเกือบๆ เดือน อ่านวนไป 2-3

รอบ อยู่ดีๆ ผมก็อยากสูบบุหรี่ขึ้นมา ผมก็เลยเลิกอ่านเลย นั่นคือข้อเสียที่
ผมเจอตอนอ่านการ์ตูน...

(พ็อดคาสท์: Tomayard
ตอน: EP2 การ์ตูนแม่งไร้สาระ, 2559)

เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดของรายการพ็อดคาสท์ที่มีเนื้อหาเข้าข่ายไม่เหมาะสมด้าน
พฤติกรรมและความรุนแรง ในประเด็นการนำเสนอความรุนแรงที่กระทำต่อตนเอง บุคคลอื่น
สิ่งมีชีวิตและวัตถุ พบในรายการที่เกี่ยวข้องกับการ์ตูน หรือเกม โดยพบในตัวอย่างการรีวิวการ์ตูนเรื่อง
Movie cast ของ พ็อดคาสท์ “Tomayard ตอน EP4 Movie Cast รักไร้เสียง”

ตัวอย่าง

- ผู้ดำเนินรายการ 1: ... หลังจากนั้นก็กลายเป็นว่าไม่มีเพื่อน ไม่มีอนาคต ไม่มีอะไรเลย แล้วพอ
ผ่านไปอีกหลายปีเลย เค้าก็กลับมาคิดแล้วก็ตั้งเป้าหมายให้กับตัวเองว่า
เราจะแก้แค้น
- ผู้ดำเนินรายการ 2: แก้แค้นหรือครับ โละฆ่าทุกคนที่มันเคยแกล้งเราอย่างนี้
- ผู้ดำเนินรายการ 1: ฆ่ามันให้หมด
- ผู้ดำเนินรายการ 2: ไม่ใช่ เรื่องนี้ไม่น่าจะใช่แนวนั้น
- ผู้ดำเนินรายการ 1: มึงก็ซัดกูซิไม่ใช่เห็นด้วย

(พ็อดคาสท์: Tomayard
ตอน: EP4 Movie Cast รักไร้เสียง, 2560)

อีกตัวอย่างเป็นการพูดคุยเกี่ยวกับเรื่องเกม โดยมีการเล่าถึงพฤติกรรมการทำร้ายสัตว์
ได้แก่ แมว ในการรีวิวเกม Exploding Kitten หรือที่เรียกกันว่าเกมแมวระเบิด ในพ็อดคาสท์ “As a
Podcast ตอน Game as a career - EP 19: Party Game”

ตัวอย่าง

- ผู้ดำเนินรายการ 1: ... Exploding Kitten คือเกมที่แต่ละคนจะจั่วการ์ดแมวจากกอง ซึ่งการ์ด
แมวกี่จะมีหลายๆ ประเภท แล้วก็จะมีการ์ดแมวระเบิดอยู่ ง่ายๆ เลย คือ
ใครจั่วได้แมวระเบิดเนี่ย คนนั้นตาย มันเป็นเกมที่สั้นๆ เกมเร็วๆ
- ผู้ดำเนินรายการ 2: จริงๆ ลึกลับ แล้วเนี่ยคนเราอยากระเบิดแมวเว้ย ในใจอะ ออกก็เลยตั้ง
- ผู้ดำเนินรายการ 1: จริงหรือวะ ทำไม่จิตใจช่างโหดร้าย

ผู้ดำเนินรายการ 2: ก็แมวมันดูเป็นสัตว์ที่น่ารัก แล้วมันก็เห็นมนุษย์เป็นทาสอะ การได้เอาคืน บ้างมันก็รู้สึกดีนะ

(พ็อดคาสท์: As a Podcast

รายการ: Game as a career ตอน: EP 19 Party Game, 2560)

เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดของรายการพ็อดคาสท์ที่มีเนื้อหาเข้าข่ายไม่เหมาะสมด้าน พฤติกรรมและความรุนแรง ในประเด็นการนำเสนอพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม หรือชักนำให้เกิดผล รุนแรงต่อจิตใจของผู้ฟังรายการพ็อดคาสท์ ทำให้เกิดความรู้สึก เช่น ความหดหู่ ความเศร้า ความเครียด ความสะเทือนใจ สะเทือนขวัญอย่างรุนแรง หวาดกลัว วิตก รวมถึงองค์ประกอบอื่นๆ ของรายการที่ทำให้ผู้ชมตกใจกลัว ความน่าเกลียด สยดสยอง ขยะแขยงพบในพ็อดคาสท์ “เด็กตีบวก ตอน TECT+10 Very Very Strong Fire Claymore” ผู้ดำเนินรายการอธิบายให้ผู้ฟังเห็นภาพศพ เหยื่อเพลิงไหม้ครั้งประวัติศาสตร์ที่ ซานติก้าดับได้อย่างน่าสยดสยอง

ตัวอย่าง

ผู้ดำเนินรายการ 1: ... พวกไฟไหม้ครั้งประวัติศาสตร์ที่มันสำคัญๆ เช่น ซานติก้า อันนั้นก็ไหม้ ทั้งดับเลย หุยตายเป็นร้อยคนอะ...

ผู้ดำเนินรายการ 2: มึงเคยเสิร์ชดูรูปปะ รูปที่เค้าไหม้กัน คนอะมันเป็นปฏิกามกรรมเลย คุณลองนึกภาพว่าคนกำลังว่ายน้ำท่าฟรีสไตล์อยู่ในยางมะตอย คุณลองนึก ภาพสระว่ายน้ำ แต่ผิวของสระว่ายน้ำเป็นยางมะตอย แล้วคนว่ายน้ำท่าฟรี สไตล์อยู่ในนั้นอะ ไม่ใช่คนเดียววะ เป็นร้อยๆคน นั่นคือภาพ โศกนาฏกรรม คือ คนพวกนั้นอะเป็นก้อนดำ มันไม่ใช่เนื้อด้วยอะ มันเป็นคนดำๆ ว่ายอยู่

ผู้ดำเนินรายการ 3: อันนี้เริ่มสยดสยองแล้ว

(พ็อดคาสท์: เด็กตีบวก

ตอน: TECT+10 Very Very Strong Fire Claymore, 2560)

ตัวอย่างต่อมา เป็นรายการของพ็อดคาสท์ “Get Talks รายการ พักกอง พักคุย ตอน ว่าด้วยความเป็นอาชีพสไตลิสต์” ผู้ดำเนินรายการคนหนึ่งพยายามอธิบายสภาพตอนที่ตนเองได้รับ บาดเจ็บเอ็นข้อเท้าฉีก

ตัวอย่าง

- ผู้ดำเนินรายการ 1: ... มีอยู่ช่วงนึง แนนขาพลิกแล้วเอ็นแนนขาตื้อปะ เอ็นข้อเท้าอะ
- ผู้ดำเนินรายการ 2: เอ็นเกือบขาดๆ เออไม่ได้ขาด เรียกว่าฉีก
- ผู้ดำเนินรายการ 1: มันก็เหลือเนื้อเป็นตุงๆ นิดหน่อย
- ผู้ดำเนินรายการ 3: ยุ่ยๆเหมือนเราหันหมูไม่ขาดใช่ปะอะ
- ผู้ดำเนินรายการ 1: เออใช่ๆ
- ผู้ดำเนินรายการ 3: ...คือ กินสเต็กบ่อยไงแล้วสั่งแบบ Medium ไปแล้วหันโคตรยาก เช็_แม่_ มีดไม่คมกูแทบจะเอาปากขึ้นไปแบบ...

(พ็อดคาสท์: Get Talks

รายการ: พักกอง พักคุย ตอน: ว่าด้วยความเป็นอาชีพสไตลิสต์, 2561”

2.3 เรื่องทางเพศ

ในส่วนของเนื้อหาที่เข้าข่ายไม่เหมาะสมตามเกณฑ์เรื่องทางเพศ จะพิจารณาจากเนื้อหา หรือองค์ประกอบของรายการ โดยผลการวิเคราะห์พบว่า มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมเรื่องทางเพศใน 2 ประเด็น เรียงตามลำดับสูงสุด ดังตารางที่ 4.9 ดังนี้

ตารางที่ 4.9 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของรายการพ็อดคาสท์ที่มีเนื้อหาเข้าข่ายไม่เหมาะสมเรื่องทางเพศ

ลำดับ	ประเด็นความเหมาะสมเรื่องทางเพศ	จำนวนตอนที่ปรากฏ	ร้อยละ	จำนวนตอนที่ไม่มีปรากฏ	ร้อยละ
1	บทสนทนาหรือคำพูดที่ไม่เหมาะสมเรื่องทางเพศ ส่งผลให้เกิดความรู้สึกทางเพศ ลามกอนาจาร	10	9.62	94	90.38
2	การสร้างค่านิยมเรื่องเพศที่ไม่เหมาะสมกับสังคมและวัฒนธรรมไทย และการสร้างทัศนคติทางลบเกี่ยวกับเนื้อหาทางเพศ	2	1.92	102	98.08

n = 104

จากตารางที่ 5.9 พบว่า จากการวิเคราะห์เนื้อหารายการพ็อดคาสต์ทั้งสิ้น 104 ตอน ปรากฏรายการพ็อดคาสต์ที่มีเนื้อหาเข้าข่ายไม่เหมาะสมเรื่องทางเพศ ในประเด็นบทสนทนาหรือ คำพูดที่ไม่เหมาะสมเรื่องทางเพศ มากที่สุด มีจำนวน 10 ตอน คิดเป็นร้อยละ 9.62 และการสร้าง ค่านิยมเรื่องเพศที่ไม่เหมาะสม มีจำนวน 2 ตอน คิดเป็นร้อยละ 1.92 โดยผู้วิจัยจะนำเสนอตัวอย่างใน แต่ละประเด็น โดยมีรายละเอียด ดังนี้

เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดของรายการพ็อดคาสต์ที่มีเนื้อหาเข้าข่ายไม่เหมาะสมเรื่อง ทางเพศ ในประเด็นบทสนทนาหรือคำพูดเกี่ยวกับการนำเสนอการแต่งกาย การแสดงออกทางเพศ ท่าทางหรือกิริยาที่ไม่เหมาะสมทางเพศ การล่วงละเมิดทางเพศ เนื้อหาทางเพศที่ล่อแหลม ส่งผลให้ เกิดความรู้สึกทางเพศ ลามกอนาจาร พบในรายการพ็อดคาสต์ “เด็กตีบวก ตอน Season 2 EP1 โลก นี้ไม่มีอยู่จริง” ผู้ดำเนินรายการอธิบายการใช้เทคโนโลยี VR ในการดูหนังโป๊

ตัวอย่าง

ผู้ดำเนินรายการ 1: สมมุติผมดูหนังโป๊อยู่ ผมใส่แว่น VR เห็นเลย เห็นกิจกรรม อันนี้เค้าเรียก VR ใหม่

ผู้ดำเนินรายการ 2: VR ซิ ผมไปญี่ปุ่นมา ผมเข้าร้าน Sex shop มี VR หนังโป๊ หนังโป๊ที่ผ่าน ทำด้วยระบบ VR ปกติคุณดูหนังโป๊คุณจะเป็นบุคคลที่ 3 มองเค้าเอากัน แต่อันนี้ คุณจะเป็นบุคคลที่ 1 เหมือนคุณกำลังสับเค้าอยู่อะ

ผู้ดำเนินรายการ 1: แล้วเค้ามีอุปกรณ์อื่น ให้ไหม

ผู้ดำเนินรายการ 2: โอ้ยเยอะ คือ คุณจะเลือกซื้อรีปาวก็แล้วแต่ที่หลักๆต้องมี VR

(พ็อดคาสต์: เด็กตีบวก

ตอน: เด็กตีบวก Season 2 EP1 โลกนี้ไม่มีอยู่จริง, 2560)

นอกจากนี้ยังพบการใช้คำพูดล่อแหลมสื่อความหมายไปทางลามกอนาจาร ใน พ็อดคาสต์ “Get Talks รายการ สัพเพHEYไร้วัว ตอน EP32 : วาเลนไทน์ก็ทีก็ไม่มีแฟน”

ตัวอย่าง

ผู้ดำเนินรายการ 1: เวลากินช็อคโกแลตมัน มัน...มันจะค่อนข้าง...

ผู้ดำเนินรายการ 2: จะเจ็ย_

ผู้ดำเนินรายการ 3: ไซ้ ประมาณนั้น สร้างบรรยากาศทางอารมณ์

ผู้ดำเนินรายการ 1: บางทีมีก็ตรงเนอะ

(พ็อดคาสท์: Get Talks

รายการ: สัพเพHEYไว้ว่า ตอน: EP32 วาเลนไทน์ก็ทีก็ไม่มีแพลน, 2561)

เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดของรายการพ็อดคาสท์ที่มีเนื้อหาเข้าข่ายไม่เหมาะสมทางเพศ พบว่า ประเด็นการสร้างค่านิยมเรื่องเพศที่ไม่เหมาะสมกับสังคมและวัฒนธรรมไทย และประเด็นการสร้างทัศนคติทางลบเกี่ยวกับเนื้อหาทางเพศ

โดยประเด็นการสร้างค่านิยมเรื่องเพศที่ไม่เหมาะสมกับสังคมและวัฒนธรรมไทย พบในรายการพ็อดคาสท์ที่มีการสนทนาถึงค่านิยมของวัยรุ่นเกี่ยวกับการเสียตัวในวันวาเลนไทน์ ซึ่งผู้ดำเนินรายการมองว่าการเสียตัวในวันวาเลนไทน์ไม่ใช่เรื่องผิด หรือไม่เหมาะสมกับวัฒนธรรมไทย เนื่องจากเป็นเรื่องธรรมชาติ การเสียตัวสามารถเกิดขึ้นเมื่อไหร่ วันใดก็ได้ อย่างไรก็ตาม ผู้ดำเนินรายการมีการพูดแนะนำให้กับผู้ฟังตอนท้ายของประเด็นถึงการมีความรับผิดชอบต่อสิ่งที่ตนกระทำขึ้นด้วย

ตัวอย่าง

ผู้ดำเนินรายการ 1: วันวาเลนไทน์เป็นวันเสียตัวแห่งชาติ

ผู้ดำเนินรายการ 2: เหี้ยจริงหรือ ไม่น่าเชื่อเลยนะเนี่ย (ฮา)

ผู้ดำเนินรายการ 3: วันวาเลนไทน์กับวันลอยกระทงวันไหนคนเสียตัวมากกว่ากัน

ผู้ดำเนินรายการ 2: เออ มันเป็นคำถามที่เราอยากรู้มากเลย

....ผู้ดำเนินรายการผลัดกันให้ความเห็น...

ผู้ดำเนินรายการ 2: แต่เราว่ามันมีสิทธิ์เป็นวาเลนไทน์นะ เพราะว่า “14 กุมภาพันธ์ 15 พฤษภาคม 16 กรกฎาคม 1 สิงหาคม 1 กันยายน 1 ตุลาคม 1 พฤศจิกายน 1 ธันวาคม” เริ่มอ้วนมีฤๅนา กรกฏาฝากครรรร์ สิงหาคมสุพรรณค์ เจอกันพฤศจิกายน” (ฮา)

ผู้ดำเนินรายการ 3: อ้อคือคนที่คลอตลูกเดือนพฤศจิกายนนี่คือผลพวงจากการ...

ผู้ดำเนินรายการ 2: ไซ้ๆ (ฮา) ..เราว่าวันลอยกระทงมันไม่น่าเสีย มันเหมือนไม่ตั้งใจเสียอะ มันก็แค่มันที่ออกกลางคืนเฉยๆ นึกออกปะ แต่วันวาเลนไทน์มันมีเหตุผลให้มาเสียใจ มันเป็นวันแห่งความรัก

ผู้ดำเนินรายการ 3: ...แต่ไม่ต้องวันวาเลนไทน์เค้าก็เย่ กันปะวะ

ผู้ดำเนินรายการ 2: ไซ้ๆเลยไม่ได้รู้สึกว่ามันเป็นประเด็นอะไรขนาดนั้น ก็แค่ว่าป้องกันก็พอ หรือว่าเสียวันวาเลนไทน์มันจะมีความโรแมนติก ประมาณว่า “เออวันแห่งความรัก เรามาจัดกัน 3 ดอก” อะไรแบบเนี่ย

ผู้ดำเนินรายการ 1: เท่าจำนวนดอกไม้ที่กุซ้อ

ผู้ดำเนินรายการ 2: จริงๆ เรื่องการมีเพศสัมพันธ์หรือเสียตัวอะไรเนี่ย เดี๋ยวนี้มันก็เฉยๆนะ อย่างน้อยก็อย่าเป็นภาระคนอื่น อายุเท่าไรก็ได้แต่ต้องรู้จักการป้องกันละ มีความรับผิดชอบ ไม่ใช่ไปสดแล้วทิ้ง แล้วมีปัญหาอะไรแบบเนี่ย คือเราไม่สนใจว่าประถมนั้นจะมีอะไรกัน จะเอากันอะไรแบบเนี่ย เราไม่ซีเรียส แต่ถ้ามันมีความคิดว่า “เห้ย เธอต้องป้องกันนะ เพราะว่าเดี๋ยวท้องไปเนี่ย ไม่ได้ั้นะเพราะเราต้องเรียนต่อมัธยม” อะไรแบบเนี่ย มันโอเคนะ

ผู้ดำเนินรายการ 3: แต่มันก็ไม่ใช่เด็กทุกคนจะมีความคิดแบบนี้

(พ็อดคาสท์: Get Talks

รายการ: สัพเพHEYไว้ว่า ตอน: EP32 วาเลนไทน์ก็ทีที่ไม่มีแฟน, 2561)

นอกจากนี้ในประเด็นการสร้างทัศนคติทางลบในเรื่องเพศ เช่น การพูดล้อเลียนเพศที่ 3 พบในรายการ Witcast ผู้ดำเนินรายการคนที่ 1 พูดคำว่า “ล่อยกระทง ลอยกระทเหย” ซึ่งผู้ดำเนินรายการคนที่ 2 กล่าวว่า นี่มันสมัยไหนแล้วยังมีการล้อเลียน “กระทเหย” อยู่อีกหรือ โดยผู้ดำเนินรายการคนที่ 1 ก็ได้แก้ตัวว่า “ผมพูดด้วยความเคารพนะครับ”

ตัวอย่าง

ผู้ดำเนินรายการ 1: ยินดีต้อนรับเข้าสู่รายการ Witcast EP แรกของปีครับ สวัสดีปีใหม่ครับ

ผู้ดำเนินรายการ 2: สวัสดีปีใหม่ วาเลนไทน์ สงกรานต์ คริสมาส ลอยกระทงกระทเหย อะไรเนี่ย มาครบเลย

ผู้ดำเนินรายการ 1: โอ้ยอะไรเนี่ยป้องกันคุณชอบล้อกระทเหย

ผู้ดำเนินรายการ 2: (ขำ) เดี่ยว ผมแค่พูดขำๆ

ผู้ดำเนินรายการ 1: นี่มันปี 2018 แล้วนะปอง

ผู้ดำเนินรายการ 2: ผมแค่รู้สึกว่าคุณมันล้อจงกัณฑ์ พูดๆด้วยความให้เกียรตินะ กระทเหย นะ ฮะ...

(พ็อดคาสท์: Witcast

ตอนที่ 60 : เบิ่งตาดูอีเวนต์อวกาศปี 2018, 2561)

อย่างไรก็ดี พบว่า ในพ็อดคาสท์ที่มีการใช้ภาษาหรือการนำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในประเด็นด้านพฤติกรรม เรื่องเพศ และเรื่องการใช้ภาษา มีการพูดเตือน และชี้แนะก่อนฟังรายการได้แก่ พ็อดคาสท์ “Get Talks”

ตัวอย่าง

“...สวัสดีค่ะคุณผู้ชม กลับมาพบกับพวกเราอีกครั้งนะคะกับรายการคลับสัพเพ พี่ช้อยกลับมาอีกครั้งค่ะกับเทปของความรักวันนี้ค่ะ ก่อนอื่นพี่ช้อยต้องขอเตือนก่อนว่า เทปนี้เหมาะสำหรับผู้ฟังที่มีอายุมากกว่า 18 ปี ขึ้นไปค่ะ อาจมีถ้อยคำที่ไม่เหมาะสม รบกวนช่วยใช้วิจารณญาณในการรับฟังกันด้วยนะคะ อ้อ พี่ช้อยขอเตือนกันอีกสักนิดนะคะ เทปนี้อาจไม่เหมาะกับคนมีคู่สักเท่าไรนัก เพราะคนโสดเค้าจะคุยกันค่ะ เราจะแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แลกเปลี่ยนมุมมองกันในมุมมองของคนโสด อาจมีการพาดพิงในส่วนของคนมีคู่ได้ ยังไงเราเตือนคุณแล้วนะคะ...”

(พ็อดคาสท์: Get Talks

ตอน: สัพเพHEYไรว่า EP32 : วาเลนไทน์ก็ทีก็ไม่มีแฟน, 2561)



บทที่ 5

การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังรายการพ็อดคาสต์

ผู้วิจัยทำการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของผู้ฟังรายการพ็อดคาสต์ จำนวน 4 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ 1. นักเรียนมัธยมเพศชาย 2. นักเรียนมัธยมเพศหญิง 3. วัยทำงานเพศชาย 4. วัยทำงานเพศหญิง รวมทั้งสิ้น 26 คน ใช้วิธีเลือกผู้เข้าร่วมสนทนาด้วยวิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ที่เคยฟังรายการพ็อดคาสต์ และสมัครใจที่จะเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม และเป็นตัวแทนของประชากรที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน เพื่ออธิบายการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังรายการพ็อดคาสต์ใน 4 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านความสามารถในการเข้าถึงพ็อดคาสต์ 2. ด้านความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาพ็อดคาสต์ 3. ด้านความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินมุมมองหรือเนื้อหาที่งใจละเอียด 4. ด้านการมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหาพ็อดคาสต์ โดยในบทนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการสนทนากลุ่ม แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังพ็อดคาสต์วัยทำงานเพศชายและเพศหญิง

ส่วนที่ 2 การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังพ็อดคาสต์นักเรียนมัธยมเพศชายและเพศหญิง

โดยรายละเอียดผลการสนทนากลุ่มมี ดังนี้

ส่วนที่ 1. การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังพ็อดคาสท์วัยทำงานเพศชายและเพศหญิง

ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการสนทนากลุ่มการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังพ็อดคาสท์ในกลุ่มวัยทำงานทั้งเพศชายและเพศหญิง โดยจะทำการอธิบายตามการวัดความสามารถของบุคคลใน 4 ด้าน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ด้านความสามารถในการเข้าถึงพ็อดคาสท์

ด้านความสามารถในการเข้าถึงเนื้อหารายการพ็อดคาสท์ ผู้วิจัยทำการตั้งคำถามผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มว่า รู้จักพ็อดคาสท์ได้อย่างไร ใช้ช่องทางใดในการฟังพ็อดคาสท์ และขอทราบวิธีการใช้งานพ็อดคาสท์ พบว่า วัยทำงานเพศชายมีความสามารถในการเข้าถึงสื่อพ็อดคาสท์ได้เป็นอย่างดี สามารถอธิบายถึงลักษณะการทำงานของสื่อดิจิทัลว่าสามารถเชื่อมโยงโปรแกรม แอปพลิเคชัน หรือเว็บไซต์ต่างๆ เข้าด้วยกัน

“...ผมเล่นทวิตเตอร์แล้วก็มีคนแนะนำพ็อดคาสท์
ก็เลยลองฟังดู เออ มันก็เหมือนรายการวิทยุนะ...”

(คุณซี, กลุ่มวัยทำงานเพศชาย)

“...พอดีอ่านเว็บบอร์ดแล้วเค้าแนะนำรายการในพ็อดคาสท์เลยลองฟัง...”

(คุณเอฟ, กลุ่มวัยทำงานเพศชาย)

“...ตอนแรกมาจาก App Spotify แล้วมันจะมีฟังก์ชันพ็อดคาสท์
ก็เลยลองฟังดู มันมีหลายรายการมาก

กตๆ ไป ปรากฏว่าเจอเต็มเลย เจอในเว็บ Sound Cloud ก็มี...”

(คุณอี, กลุ่มวัยทำงานเพศชาย)

สอดคล้องกับวัยทำงานเพศหญิง พบว่า มีความสามารถเข้าถึงเนื้อหารายการพ็อดคาสท์ได้เป็นอย่างดี รู้วิธีการเข้าใช้งานเว็บไซต์ต่างๆ นอกจากนี้ พบว่า วัยทำงานเพศหญิงมีการนำข้อมูลที่ได้จากสื่อพ็อดคาสท์มาใช้ให้เป็นประโยชน์กับตนเองได้

“...เวลาอ่านเว็บไซต์ที่เกี่ยวกับการฝึกภาษาอังกฤษ
เห็นมีคนพูดถึงพ็อดคาสท์เยอะอยู่ แล้วพอเปลี่ยนมาใช้ไอโฟน
ก็เลยลองมาฟังดู มันเป็น App ที่ทำให้เราหาอะไรดีๆ ได้เองเลย
ไม่เหมือนวิทยุที่เราต้องรอว่าเค้าจะนำเสนออะไร...”

(คุณวายุ, กลุ่มวิจัยทำงานเพศหญิง)

“...หาอะไรทำตอนว่างๆ คือเราเป็นคนไม่ชอบความเงิบ
แต่ก็ไม่ได้ชอบฟังเพลง ฟังพ็อดคาสท์มันให้อะไรมากกว่าฟังเพลง...”

(คุณวี, กลุ่มวิจัยทำงานเพศหญิง)

นอกจากนี้ พบว่า วิทยุทำงานทั้งเพศชายและเพศหญิงสามารถควบคุมการใช้งานพ็อดคาสท์
ได้ด้วยตัวเอง สามารถค้นหารายการพ็อดคาสท์ที่มีเนื้อหาตามความสนใจของตนเอง มีการแสดงการ
ตัดสินใจฟังหรือไม่ฟังรายการที่มีความยาวมากเกินไป และสามารถเลือกเปิดรับเฉพาะรายการพ็อด
คาสท์ที่สนใจรับฟังได้

“...บางรายการยาวเกินก็จะไม่ฟัง เลยเลือกฟังที่ครึ่งชั่วโมงแทน เช่น Omnivore...”

(คุณอี, กลุ่มวิจัยทำงานเพศชาย)

“...เสิร์ชหารายการได้จาก itune ก็จะมี Witcast หรือที่มาจากเว็บไซต์ก็มี...”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

(คุณดี, กลุ่มวิจัยทำงานเพศชาย)

“...ตามมาจกแฟนเพจ Mission to the moon
แต่เสียงมันไม่ดี เลยไปฟังรายการอื่นที่มันแนะนำ
ก็ไปเจอรายการในเครือ The Standards ทำได้ดี เลยฟัง...”

(คุณบี, กลุ่มวิจัยทำงานเพศชาย)

“...อยากฟังแต่เสียงไป ปกติก็ดูพวก The shock
จาก Youtube จาก Live ก็มีแหละ แต่เปลืองเน็ต
เราไม่ได้อยากดูภาพ เราอยากฟังแค่เสียง...”

(คุณยู, กลุ่มวิจัยทำงานเพศหญิง)

“...ชอบเลือก เวลาหาข้อมูลอะไรก็หาหลายๆทาง
เอามาเปรียบเทียบข้อดีข้อเสีย
ดูความเห็นคนอื่นๆ ด้วยแหละ แล้วก็พอได้ลองฟัง Podcast
ก็รู้สึกที่เปิดโลกตินะ ได้ฟังความเห็นคนอื่น तरहคนคนอื่น
บางรายการนี้กว่าอ่านเว็บพันทิปอยู่...”

(คุณเมย์, กลุ่มวัยทำงานเพศหญิง)

นอกจากนี้ พบว่า วัยทำงานทั้งเพศชายและเพศหญิงมีการนำข้อมูลที่ได้ฟังจากพ็อดคาสท์ไปเก็บไว้เป็นคลังความรู้เพิ่มเติมให้ตัวเองนอกเหนือจากการเปิดรับสื่อต่างๆ เช่น การอ่านหนังสือ และยังนำเอาข้อมูลที่ได้จากเนื้อหารายการมาใช้ประโยชน์ได้ เช่น เพิ่มเติมองค์ความรู้ ทั้งเรื่องความคิดหรือมุมมองที่หลากหลาย รวมถึงนำมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน

“...บางเรื่องเราจะอึ้งมากเลยว้าเหว้ย เค้ารู้ได้ไง ขนาดเราอ่านหนังสือแล้ว
เรายังไม่รู้เลย เหมือนเค้าสนใจด้านอื่นๆ แล้วเค้าเอามาเล่าให้เราฟังด้วย...”

(คุณเอ, กลุ่มวัยทำงานเพศชาย)

“...ฟังประสบการณ์ชีวิตเค้า ได้ฟังวัฒนธรรมต่างประเทศ
เพิ่มมุมมองให้เรา ขยายโลกจากที่เราเคยรู้จัก...”

(คุณแซด, กลุ่มวัยทำงานเพศหญิง)

“...เอาเรื่องวิทย์ที่เข้าใจง่ายมาทำได้ดีมากๆ
ทำให้วิทยาศาสตร์มันใกล้ตัว ย่อยง่ายขึ้น...”

(คุณวี, กลุ่มวัยทำงานเพศหญิง)

1.2 ด้านความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาพ็อดคาสท์

ด้านความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาพ็อดคาสท์ ผู้วิจัยเปิดตัวอย่างพ็อดคาสท์ และได้ตั้งคำถามเพื่อวัดความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาพ็อดคาสท์ พบว่า วัยทำงานทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความเข้าใจเนื้อหารายการและสามารถใช้ความคิดในเชิงวิพากษ์ถึงคุณภาพ ความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ และอธิบายมุมมองการผลิตของผู้ผลิตเนื้อหาได้

“...ถ้าพูดถึงการจัดรายการของ The Standard
แทบทุกรายการจะมีการตัดไฮไลท์มาเพื่อดึงดูดความสนใจ
มีการใช้เพลงประกอบ ผมมองว่ามันดีนะ เป็นการปูเรื่อง
การเซ็ทโทนอารมณ์ของผู้ฟังก่อน มีผลทำให้รายการนี้น่าสนใจ น่าเชื่อถือ...”

(คุณซี, กลุ่มวิทยุทำงานเพศชาย)

“...รายการเอาคนที่มีโอกาสได้ไปทำงานจริงๆ มาให้สัมภาษณ์
จะเป็นประโยชน์ให้กับนักเรียนที่อยากไปเรียนเมืองนอก และหางานทำที่เมืองนอก
เป็นลักษณะนี้เกือบทั้งหมดของเครื่องนี้เค้านะ ดึงคนเก่งๆ มาสัมภาษณ์...”

(คุณเอ, กลุ่มวิทยุทำงานเพศชาย)

“...ความน่าเชื่อถืออยู่ที่ผู้มาให้สัมภาษณ์
เป็นคนที่มีการประกอบอาชีพจริงมาถ่ายทอด...”

(คุณเอฟ, กลุ่มวิทยุทำงานเพศชาย)

“...รายการนี้จะพูดเยอะมาก พูดไปเรื่อยๆ 2-3 ชั่วโมง
เราก็ฟังไปคิดไป คุ่มมมองเค้า แล้วคนที่มาร่วมจัดก็เป็นนักเขียน
เราก็พอรู้ประวัติเค้ามาก่อน เราก็เลยฟัง...”

(คุณแซด, กลุ่มวิทยุทำงานเพศหญิง)

นอกจากนี้ พบว่า วิทยุทำงานทั้งเพศชายและเพศหญิง มีการให้ข้อสังเกตถึงพ็อดคาสท์ที่
ได้รับความนิยมและมีผู้ฟังจำนวนมากถึงการนำเสนอเนื้อหาสู่สาธารณะในแต่ละครั้ง จะมีกระบวนการ
ตรวจสอบจากผู้ฟังที่รับฟังรายการอยู่ คู่ขนานด้วย ดังนั้น เรื่องคุณภาพ ความถูกต้อง และความ
น่าเชื่อถือจึงเป็นเรื่องที่สื่อต้องให้ความสำคัญ

“...หนูมองว่าสื่อใหญ่เค้าจะต้องมีการ Re-check ตัวเองอยู่แล้ว
อย่างรายการของ The Standard น่าเชื่อถือนะ
และบางรายการมันคือการฟังเพื่อนคุยกัน
รู้สึกมีส่วนร่วมให้เราได้คิดไปพร้อมกับเพื่อน ดูจริงใจ...”

(คุณเอ็ก, กลุ่มวิทยุทำงานเพศหญิง)

“...คนที่มีชื่อเสียงถ้ามาให้ข้อมูลจะน่าเชื่อถือกว่า
เพราะเค้าอยู่ในที่โล่ง ถ้าโกหกก็จะโดนโจมตีได้
ทำให้มีคนช่วยตรวจสอบข้อมูลมากขึ้น...”

(คุณวายุ, กลุ่มวัยทำงานเพศหญิง)

นอกจากนี้ พบว่า วัยทำงานทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเข้าใจในจุดประสงค์การ
นำเสนอรายการ รู้ความหมายทั้งโดยตรงและโดยนัยได้เป็นอย่างดี และพบว่า วัยทำงานเพศชายยังใช้
ความคิดเชิงวิพากษ์ไปถึงสังคมภาพรวมด้วย

“...พูดเรื่องแรงบันดาลใจการใช้ชีวิตที่เป็นประโยชน์ต่อชีวิตประจำวันของทุกคน
มันส่งผลไปถึงส่วนรวมด้วยนะ เพราะเรายู่กับคนหมู่มาก
เอาทักษะชีวิตไปใช้ในสังคม เราก็ต้องใช้ทักษะเพื่อประนีประนอม
เค้าก็ขายคอร์สเค้าแหละ เพราะพิธีกรจะวิวาเป็นพิเศษ
เห็นด้วยมากเกินเหตุ เพราะเค้ามีธุรกิจร่วมกัน...”

(คุณอี, กลุ่มวัยทำงานเพศชาย)

“...การที่เค้าพูดมาไม่ใช่ทั้งหมดของสิ่งที่เค้าจะสื่อนะคะ
ต้องไปฟังต่อในคอร์สจะได้ครบๆ
แต่ก็คิดว่าเรื่องที่เค้าพูดมาก็ใกล้หมดแล้วนะคะ
อีกนิดเดียวก็ครบประเด็นแล้ว ไม่ต้องไปฟังเค้าพูดก็ได้...”

(คุณเมย์, กลุ่มวัยทำงานเพศหญิง)

ในขณะเดียวกัน พบว่า วัยทำงานทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความตระหนักรู้ว่าพ็อดคาสท์
สามารถส่งเนื้อหาไปยังกลุ่มผู้รับสารเป้าหมายตามที่ผู้ผลิตรายการต้องการได้ มีความคิดเชิงวิพากษ์ถึง
จุดประสงค์ในการส่งเนื้อหาให้กลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันของแต่ละรายการ

“...เค้าพยายามทำให้เรื่องทักษะชีวิตดูน่าสนใจ
โดยการใช่วิธีนำเสนอแบบให้คนจริงๆ ที่ได้รับการยอมรับจากคนทั่วไป
มาถ่ายทอดประสบการณ์ของคนๆ นั้น...”

(คุณบี, กลุ่มวัยทำงานเพศชาย)

“...ด้วยรูปแบบเพื่อนคุยกัน ก็ต้องมีการใส่อารมณ์เพื่อให้คนฟังรู้สึกเข้าถึงรายการ
ไม่แน่ใจว่าถ้าเด็กมาฟังจะส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบรีปาวนะ...”

(คุณวี, กลุ่มวิทยทำงานเทศหญิง)

“...เป็นสิ่งที่เราพูดในชีวิตประจำวัน คำก็ดูพูดกับเพื่อน
มันเป็นการเสริมอารมณ์การพูดคุย
คนฟังจะชอบ เพราะได้อรรถรสเพิ่มขึ้น...”

(คุณเอ็ก, กลุ่มเทศหญิงวิทยทำงาน)

นอกจากนี้ ยังพบว่า วิทยทำงานเทศชายใช้ความคิดเชิงวิพากษ์ถึงพ็อดคาสท์เป็นสื่อดิจิทัลที่มีเทคนิคและวิธีการสื่อสารเนื้อหาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ฟัง และเพื่อส่งเนื้อหารายการให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ

“...รายการนี้มีการปล่อยไฮไลท์ช่วงสำคัญออกมาก่อน
ทำให้รายการน่าดึงดูด คนฟังจะได้รู้ว่าจะได้ฟังอะไร
มีการใช้เพลงเปิดและปิดท้ายรายการ
และมีการพักเบรกเป็นช่วงๆ ทำให้สามารถหยุดพักการฟังได้ตามต้องการ...”

(คุณเอ, กลุ่มวิทยทำงานเทศชาย)

1.3 ด้านความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินมุมมองหรือเนื้อหาที่จูงใจละไว้

ผู้วิจัยเปิดตัวอย่างพ็อดคาสท์ที่มีการแฝงเนื้อหาที่ผู้ผลิตมีการจูงใจละไว้ในเรื่องธุรกิจการค้า และการนำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในเรื่องพฤติกรรมความรุนแรง เรื่องทางเพศ และการใช้ภาษาในรายการพ็อดคาสท์ และตั้งคำถามเพื่อวัดความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินมุมมองหรือเนื้อหาที่จูงใจละไว้ของกลุ่มผู้ฟังพ็อดคาสท์ โดยมีผลการสนทนากลุ่ม ดังนี้

เนื้อหาที่แฝงเรื่องธุรกิจการค้า

ผลการสนทนาในด้านเนื้อหาที่แฝงเรื่องธุรกิจการค้า พบว่า กลุ่มวิทยทำงานทั้งเทศชายและเทศหญิงสามารถแยกแยะระหว่างเนื้อหารายการ และเรื่องที่แฝงธุรกิจการค้าได้

“...อยู่ดีๆ มันว้าวขึ้นมา มันดูไม่จริงจัง ชงเองกินเองมาเรื่อยๆ
ถ้าจะมาทางนี้ก็น่าจะทำสคิปให้มันเนียนหน่อย
อันนี้มันไม่ค่อยเนียน...”

(คุณบี, กลุ่มวัยทำงานเพศชาย)

“...เค้าไม่ได้เน้นเนื้อหาตรง I MESSAGE ที่เค้านำเสนออะ
เหมือนเค้าพูดไปเรื่อยๆ ไม่ได้เน้น
แล้วไปสรุปตอนสุดท้ายว่าไป Work shop กัน...”

(คุณวี, กลุ่มวัยทำงานเพศหญิง)

นอกจากนี้ พบว่า กลุ่มวัยทำงานทั้งเพศชายและเพศหญิง สามารถประเมินข้อดีข้อเสีย และประเมินถึงคุณค่าหรือประโยชน์ของเนื้อหาที่เปิดรับได้ นอกจากนี้ ยังสามารถเลือกเอาเนื้อหาที่เป็นประโยชน์มาปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้

“...นำเสนอด้วยวิธีให้เล่าทักษะชีวิตของแต่ละคน
เป็นการผสมผสานสิ่งที่จะเสนอขายผ่านวิธีเล่าเรื่องแบบนี้
ก็ยังมีส่วนที่คนฟังได้ประโยชน์นะ เป็นการใช้ทักษะการเล่าเรื่อง
แต่ก็อย่าเยอะมาก ให้อยู่ในกรอบของความจริงใจ
อยากให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ จะดูดีกว่า...”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (คุณจี, กลุ่มวัยทำงานเพศชาย)

CHULALONGKORN UNIVERSITY

“...พูดเรื่องพื้นฐานการใช้ชีวิต
ว่าทำยังไงให้เราใช้ชีวิตอยู่กับคนอื่นโดยไม่มีปัญหา
ซึ่งสิ่งสำคัญก็คือการสื่อสารที่ถูกต้อง...”

(คุณเอ็ก, กลุ่มวัยทำงานเพศหญิง)

“...หาวิธีที่ดีกว่านี้ได้ไหม บอกไม่หมด
แล้วให้ไปฟังต่อในคอร์ส รับไม่ได้...”

(คุณวายุ, กลุ่มวัยทำงานเพศหญิง)

อย่างไรก็ตาม พบว่า วิทยทำงานเพศชายให้ข้อเสนอแนะต่อรูปแบบการแฝงขายสินค้า หรือบริการของรายการพ็อดคาสท์เพิ่มเติมว่า การนำเสนอเนื้อหาหรือแม้การขายของ ต้องทำด้วยความจริงใจ ไม่มีผลประโยชน์แอบแฝง นำเสนอทางเลือก และเปิดโอกาสให้ผู้รับสารสามารถตัดสินใจได้เอง

“...ต้องดูว่าเค้าขายหนักขนาดไหน ถ้ารายการมีชั่วโมงเดียว แล้วก็พูตๆ ทั้งชั่วโมงแล้วบอกว่า ถ้าคุณอยากูก็มาเรียนกับเราซิ อันนี้ไม่โอเคนะ ไม่จริงใจ แต่ถ้าเค้าอธิบาย Concept แล้วเชิญคนที่สนใจมาทำ Workshop ต่อกับเรา ถ้าแบบนี้ผมโอเคนะว่าแบบ คุณจริงใจ คุณให้ข้อมูล ให้ทางเลือกเรา...”
(คุณซี, กลุ่มเพศชายวัยทำงาน)

เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในเรื่องพฤติกรรมความรุนแรง

จากสนทนาพบว่า กลุ่มวัยทำงานทั้งเพศชายและเพศหญิงสามารถวิเคราะห์ข้อดีและข้อเสีย และประเมินมุมมองการผลิตเนื้อหารายการ ที่มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในเรื่องพฤติกรรมความรุนแรงได้ สามารถนำหลักจริยธรรมและความรับผิดชอบของสื่อและนำจริยธรรมที่เป็นพื้นฐานของตนเองมาคิดวิเคราะห์ร่วมด้วย

“...ผมมองในมุมว่า ผู้ปกครองควรให้คำแนะนำมากกว่า คือไม่เกี่ยวกับเนื้อหาจะรุนแรงหรือไม่ แต่ที่สำคัญกว่านั้นต้องมีวิจารณ์จากผู้จัดที่อาจต้องมีการขมวดตอนท้าย ว่ามีข้อดีข้อเสียอะไรโดยเฉพาะสื่อที่เป็นออนไลน์ สื่อสาธารณะ...”
(คุณซี, กลุ่มวัยทำงานเพศชาย)

“...พ็อดคาสท์ก็คือการเล่าเรื่องให้คนอื่นฟัง หรืออ่านหนังสือให้ฟัง ไม่ได้รุนแรงขนาดนั้น ผมคิดว่าคนที่ฟังพ็อดคาสท์เนี่ยเป็นคนที่เริ่มมีวุฒิภาวะแล้ว”
(คุณอี, กลุ่มวัยทำงานเพศชาย)

“...มันอยู่ที่เราจะเลือกรับนะ ก็เหมือนเกมที่เราเลือกเล่นได้...”
(คุณวี, กลุ่มวัยทำงานเพศหญิง)

นอกจากนี้ กลุ่มวัยทำงานทั้งเพศชายและเพศหญิง ยังให้ความเห็นเชิงวิเคราะห์ในเรื่ององค์ประกอบที่จะก่อให้เกิดความรุนแรงได้ นั่นคือ ต้องมีภาพประกอบจะยิ่งส่งเสริมเนื้อหาให้มีความรุนแรงมากกว่าการได้ยินเพียงแค่เสียงอย่างเดียว

“...ถึงพืดคาสท์จะนำเสนอความรุนแรง
ผมก็มองว่าไม่รุนแรงด้วยความที่มันอาจมีแค่เสียง
และผมว่าถ้าคนฟังไม่ชอบก็คงไม่เปิดรับสื่อแต่แรกด้วย...”

(คุณดี, กลุ่มวัยทำงานเพศชาย)

“...ถ้าเด็กก็คงไม่มาฟัง เค้ายคงเปิดในยูทูปมากกว่า เพราะเค้าต้องเห็นภาพด้วย...”

(คุณอี, กลุ่มวัยทำงานเพศชาย)

“...มันมีแต่เสียง ไม่เห็นภาพโงะ เค้ายจะพยายามอธิบายให้เราเห็นภาพ...”

(คุณเอ็ก, กลุ่มวัยทำงานเพศหญิง)

เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในเรื่องทางเพศ

จากการสนทนา พบว่า กลุ่มวัยทำงานทั้งเพศชายและเพศหญิง สามารถใช้ความคิดวิเคราะห์แยกแยะระหว่างเนื้อหาที่ดีและไม่เหมาะสมในเรื่องทางเพศได้ และประเมินคุณค่าของเนื้อหาโดยใช้หลักความรับผิดชอบและจริยธรรมได้และมีการพูดคุยกันอย่างมากเปิดกว้างมาก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

“...มันแรงตั้งแต่ชื่อรายการแล้ว...”

(คุณดี, กลุ่มวัยทำงานเพศชาย)

“...ตอนต้นรายการเค้าจะบอกอยู่แล้วว่าเหมาะกับคน 18 ปีขึ้นไป
ถ้าใครรับได้ ฟังได้ ก็ฟังเลย เขาก็มีวิธีจัดการกับวุฒิภาวะของคนฟัง...”

(คุณซี, กลุ่มวัยทำงานเพศชาย)

“...มีส่วนที่ดี และส่วนที่ต้องปรับ ส่วนดีคือเค้าเตือนก่อน
ส่วนที่ต้องปรับคือการใช้คำสื่อเรื่องเพศเนี่ย...”

(คุณเมย์, กลุ่มวัยทำงานเพศหญิง)

นอกจากนี้ พบว่า กลุ่มวัยทำงานเพศหญิงให้ความสำคัญในประเด็นนี้เป็นพิเศษ โดยมีความเห็นไปในทางเดียวกันว่าการนำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในเรื่องเพศ ผู้ผลิตรายการและผู้ฟังรายการต้องร่วมกันรับผิดชอบทั้ง 2 ฝ่าย และพบว่า วัยทำงานเพศหญิงแสดงความห่วงใยต่อผู้ฟังที่เป็นกลุ่มเด็กและวัยรุ่นเป็นพิเศษ

“...เค้าเป็นสื่อเค้ามีหน้าที่นำเสนอ เราเป็นคนฟังเราก็มีหน้าที่แยกแยะ
เหมือนเราต้องรับผิดชอบร่วมกันทั้งคนจัดและคนฟังค่ะ...”

(คุณเอ็ก, กลุ่มวัยทำงานเพศหญิง)

“...รายการนี้ค่อนข้างเข้าใจวัยรุ่นนะคะ
คือในเมื่อห้ามไม่ได้ก็สอดแทรกคำสอนไปแล้วกัน
เนื้อหาโอเคนะ แล้วยังคงความสนุกในแบบของรายการเค้า...”

(คุณวายุ, กลุ่มวัยทำงานเพศหญิง)

“...อยากให้ผู้จัดรายการมีจรรยาบรรณ
มีความรับผิดชอบต่อเนื้อหาที่ตัวเองพูดนะคะ
ถ้าสังเกตดูรายการนี้จะมีการเรทตัวเองตลอดนะคะ
อย่างถ้าเค้าเปลือยออกมาเค้าก็จะบอกว่า
อ้อแต่ถ้าน้องๆ ประหม่าฟังอยู่ น้องๆ ก็อย่าฟังเลยนะ
อะไรแบบเนี่ย แต่บางทีเค้าก็พูดกันเพลินก็คงจะมีลืมนะ...”

CHULALONGKORN UNIVERSITY (คุณวี, กลุ่มวัยทำงานเพศหญิง)

“...ถ้าเป็นไปได้ทำคำให้ซอพลงก็ไม่ได้ทำให้ความน่าสนใจลดลงนะคะ
เรื่องแบบนี้ไม่ใช่เด็กทุกคนที่จะคิดได้นะ...”

(คุณอาย, กลุ่มวัยทำงานเพศหญิง)

ในขณะที่ พบว่า วัยทำงานเพศชายไม่ได้มองว่าเนื้อหาเรื่องเพศเป็นเรื่องไม่เหมาะสม แต่ให้ความเห็นเชิงว่าเป็นการใช้ภาษามากกว่าที่ไม่เหมาะสม

“...นี่ถ้าตอนจบไม่มีขมวดปมคำสอนจะงมมากว่า
เป็นคุณเป็นสื่อ แถมเป็นผู้หญิง กล้าพูดคำว่าเย่_ออกรายการได้ยังไง ...”

(คุณเอ, กลุ่มวัยทำงานเพศชาย)

“...มันเรื่องธรรมดาทั่วไปนะครับ แต่ด้วยวัฒนธรรมไทยมันไม่เปิด
แต่บางคำมันก็แรงไป ผมฟังก็สะดุ้งนิดนึง...”

(คุณอี, กลุ่มวัยทำงานเพศชาย)

“...จริงๆรายการนี้พูดคำหยาบได้น่าฟังนะ เด็กๆสามารถเลือกเอาไปใช้ได้...”

(คุณซี, กลุ่มวัยทำงานเพศชาย)

เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในเรื่องการใช้ภาษา

จากการสนทนา พบว่า กลุ่มวัยทำงานทั้งเพศชายและเพศหญิง สามารถวิเคราะห์และประเมินมุมมองเนื้อหารายการที่ไม่เหมาะสมในด้านการใช้ภาษา สามารถวิเคราะห์ข้อดีและข้อเสีย และนำหลักจริยธรรมมาใช้จัดการกับเนื้อหาได้

“...จะมองว่าภาษาแบบนี้เป็นคำหยาบไหมอะ
ต้องดูที่เค้ามีเจตนาอะไรในประโยคนั้น
คนฟังเค้าจะรู้สึกได้นะครับ...”

(คุณอี, กลุ่มวัยทำงานเพศชาย)

“...เหมือนเพื่อนคุยกัน กู มึง ไม่ได้เสียหาย
แสดงถึงระดับความสัมพันธ์แบบว่าสนิทกันมาก...”

(คุณดี, กลุ่มวัยทำงานเพศชาย)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

นอกจากนี้ยัง พบว่า วัยทำงานเพศชายและเพศหญิง ให้ความเห็นว่าพ็อดคาสต์เป็นสื่อออนไลน์ซึ่งสามารถใช้ภาษาได้อย่างเสรี และการใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสมบ้างในบางครั้งเป็นการส่งเสริมเนื้อหารายการที่น่าสนใจ เสริมสร้างอารมณ์และจินตนาการให้กับผู้ฟังได้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะหากเปรียบเทียบกับสื่ออื่นๆ อย่างเช่น สื่อวิทยุ การใช้ภาษาไม่สุภาพบ้างในบางครั้ง คือ เสน่ห์อีกอย่างหนึ่งของพ็อดคาสต์

“...เราฟังพ็อดคาสต์นะครับไม่ได้ฟังวิทยุ ถ้าฟังวิทยุอะ
เราจะคาดหวังความสุภาพเพราะมันจะมีหน่วยงานกำกับมาดูแล

แต่พ็อดคาสต์นี้มันอยู่บนอินเทอร์เน็ต

เราก็มองภาพว่า เป็น Free zone อะ ใครจะทำอะไรก็ได้

มันเลยเป็นจุดหนึ่งที่ทำให้พ็อดคาสท์มีความน่าสนใจ...”

(คุณซี, กลุ่มวัยทำงานเพศชาย)

“...เราดูที่ทัศนคติ Attitude ของผู้ดำเนินรายการ
มากกว่าไปโฟกัสที่ภาษา ภาษาบางครั้งช่วยเสริม Content
ให้คนฟังเข้าถึงอารมณ์มากขึ้น...”

(คุณวี, กลุ่มวัยทำงานเพศหญิง)

“...ภาษาหยาบคายไม่ได้ช่วยให้เรื่องน่าสนใจนะ
เพราะความน่าสนใจมันคือสไตล์ มันคือการเล่าเรื่อง
การพูดคำหยาบมันก็คือ การใส่อารมณ์ Felling...”

(คุณเอ็ก, กลุ่มวัยทำงานเพศหญิง)

“...เท่าที่ฟังเรารับได้ มันเสริมเนื้อหาสื่ออารมณ์เฉยๆ
แต่เดี๋ยวก ถ้าฟังแล้วเพลิน คิดว่าดีแล้วไปพูดตาม
อาจคิดว่าเท่ทำแบบนี้ ก็พูดยากนะว่าต้องโทษใคร...”

(คุณเมย์, กลุ่มวัยทำงานเพศหญิง)

1.4 ด้านการมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหาพ็อดคาสท์

ด้านการมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหาในสื่อพ็อดคาสท์ พบว่า กลุ่มวัยทำงานทั้ง
เพศชายและหญิง มีการเปิดรับเนื้อหาสื่อและนำเนื้อหาที่ได้รับนั้นมาไตร่ตรองก่อนที่จะเชื่อ คิด หรือ
หลงรับรู้อีกตามที่สื่อกำหนด

“...ถ้าจะมาขายของ ต้องดูความจริงใจเค้าก่อนว่าเค้าทำอะไรเราบ้าง
แล้วเราจะเอาไปใช้จริงหรือป่าว ต่อต้านการถูกขายคอร์สนะ
รู้สึกถูกลอกให้ไป แต่เนื้อหาที่น่าสนใจในรายการ
สิ่งที่เป็นประโยชน์ในชีวิตของแต่ละคน
คนฟังสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน
เป็นทักษะที่สามารถนำมาใช้ในสังคมได้ดี ...”

(คุณเอ, กลุ่มวัยทำงานเพศชาย)

“...ฟังดูว่าเค้าคิดยังไง ไปเจออะไรมา ปฏิกริยาโต้ตอบ
แต่ละสถานการณ์เป็นยังไง เราก็เอามาปรับใช้กับตัวเอง
แล้วเค้าชวนเพื่อนมาพูด เพื่อนก็เป็น Life Coach มาพูดอีกเนอะ
เราก็เออสินะ ได้ฟังเค้าสอนฟรีๆ...”

(คุณแซด, กลุ่มวัยทำงานเพศหญิง)

อย่างไรก็ตาม พบว่า กลุ่มวัยทำงานทั้งเพศชายและหญิง มีพฤติกรรมคล้อยไปตามที่สื่อ
กำหนดบางครั้ง โดยจะมีการให้เหตุผลประกอบเพื่ออธิบายการกระทำของตัวเอง

“...Witcast นี้ฟังมานานรายการเค้าดีมาก จัดสนุก
ชอบในเนื้อหารายการกับลีลาการนำเสนอของผู้จัด
จนมันความผูกพัน เคยบริจาคช่วยสนับสนุนรายการครั้งนึง...”

(คุณซี, กลุ่มวัยทำงานเพศชาย)

“...เคยซื้อไก่คณะอักษรไปฝากพี่คนจัด เพราะชอบเนื้อหารายการ ชอบเนื้อหาเรื่องราว..”

(คุณจี, กลุ่มวัยทำงานเพศชาย)

“...เราเคยบริจาคเงินให้รายการนะ
วันนั้นที่งานหนังสือเดินเจอคนจัดรายการเลยบริจาคเงินให้ไป
เพราะเรารู้ว่าเค้าเอาเงินไปทำอะไร ส่วนไหนในรายการ
เรารู้จุดประสงค์เค้า แล้วรายการถูกจริตกับเรา...”

(คุณวี, กลุ่มวัยทำงานเพศหญิง)

สรุปว่า การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังพ็อดคาสต์ของกลุ่มวัยทำงานเพศชายและเพศหญิง
ทั้ง 4 ด้าน พบว่า กลุ่มวัยทำงานทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความสามารถในการเข้าถึงสื่อดิจิทัลและ
สามารถควบคุมการใช้งานสื่อดิจิทัลได้ด้วยตนเอง มีความสามารถในการทำความเข้าใจและใช้
ความคิดในเชิงวิพากษ์ถึงคุณภาพ ความน่าเชื่อถือ และมุมมองการผลิตเนื้อหาของผู้ผลิตได้ สามารถ
วิเคราะห์และประเมินข้อดี ข้อเสียต่อตัวเองและสังคมภาพรวม สามารถแยกแยะระหว่างเนื้อหา
รายการกับเนื้อหาที่แฝงธุรกิจการค้าได้ สามารถประเมินคุณค่าและประโยชน์ รวมถึงโทษภัย อันตราย
ของเนื้อหารายการที่แฝงธุรกิจการค้า และเนื้อหาพ็อดคาสต์ที่ไม่เหมาะสมทั้งในเรื่องพฤติกรรม
และความรุนแรง เพศ และการใช้ภาษา นอกจากนี้ มีการใช้ความคิดในเชิงเปรียบเทียบกับสื่อต่างๆ

ได้ และในด้านการมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหาในสื่อพ็อดคาสต์ พบว่า กลุ่มวัยทำงานทั้งเพศชายและหญิง มีการเปิดรับเนื้อหาสื่อและนำเนื้อหาที่ได้รับนั้นมาไตร่ตรองก่อนที่จะหลงเชื่อไปตามที่สื่อกำหนด อย่างไรก็ตาม พบว่า กลุ่มวัยทำงานทั้งเพศชายและหญิง มีพฤติกรรมคล้อยไปตามที่สื่อกำหนดบางครั้ง โดยจะมีการให้เหตุผลประกอบเพื่ออธิบายกระทำของตัวเอง

ส่วนที่ 2. การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังพ็อดคาสต์นักเรียนมัธยมเพศชายและเพศหญิง

ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการสนทนากลุ่มการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังพ็อดคาสต์ในกลุ่มนักเรียนมัธยมทั้งเพศชายและเพศหญิง โดยจะทำการอธิบายตามการวัดความสามารถของบุคคลใน 4 ด้าน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ด้านความสามารถในการเข้าถึงพ็อดคาสต์

ในด้านความสามารถในการเข้าถึงเนื้อหารายการพ็อดคาสต์ ผู้วิจัยทำการตั้งคำถามผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มว่า รู้จักพ็อดคาสต์ได้อย่างไร ใช้ช่องทางใดในการฟังพ็อดคาสต์ และขอทราบวิธีการใช้งานพ็อดคาสต์ พบว่า กลุ่มนักเรียนมัธยมทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความสามารถในการเข้าถึงเนื้อหาพ็อดคาสต์ได้ และมีความสามารถควบคุมการใช้งานและการเข้าถึงเนื้อหาได้ด้วยตัวเอง และสามารถนำข้อมูลที่ได้รับมาเพื่อสร้างเป็นองค์ความรู้และใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน

“...มีช่วงว่าง ไม่รู้จะทำอะไร ผมก็หาในเน็ตไปเรื่อยๆก็เจอพ็อดคาสต์...”

(คุณเอช, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย)

“...ผมชอบหาอะไรฟังเป็นเพื่อนแก้เหงาครับ...”

(คุณไอ, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย)

“...ฟังระหว่างทำกิจกรรม เช่น ทำการบ้าน ก็เปิดคอมฟังไปด้วยเลย...”

(คุณอาร์, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

“...ฟังแก้เบื่อเวลาทำการบ้าน มันเพลิน หรือไม่ก็จะฟังก่อนนอน...”

(คุณพี, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

“...ฟังคนพูดภาษาอังกฤษสำเนียงดีๆ ยิ่งเอาดารามายิ่งประทับใจ

เวลาเค้าพูดภาษาอังกฤษสำเนียงดีๆ หนูยิ่งชอบ

เอาไว้ฝึกภาษาเพราะเวลาฟังพ็อดคาสท์มันไม่มีซับให้อ่าน...”

(คุณเอส, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

นอกจากนี้ พบว่า กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย มักจะเริ่มเข้าถึงเนื้อหาพ็อดคาสท์จากเพื่อนแนะนำ หรือฟังตามเพื่อน

“...ฟังกับเพื่อนตอนนั้น ที่สนใจจะไปเรียนเมืองนอก...”

(คุณเจ, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย)

“...เพื่อนบอกให้ฟัง ถ้าบางรายการยาวๆ ฟัง 5 นาทีผมก็ปิด

แล้วค่อยให้เพื่อนมาเล่าต่อ...”

(คุณแอล, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย)

“...เริ่มฟังก็ฟังกับเพื่อน เพื่อนแนะนำให้ฟัง...”

(คุณไอ, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย)

2.2 ด้านความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาพ็อดคาสท์

ด้านความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาพ็อดคาสท์ ผู้วิจัยเปิดตัวอย่างพ็อดคาสท์ และตั้งคำถามเพื่อวัดความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาพ็อดคาสท์ พบว่า กลุ่มนักเรียนมัธยมทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความเข้าใจในเนื้อหาได้ดีและสามารถอธิบายเนื้อหารายการได้

“...สำหรับคนไทยที่ไม่เคยไปต่างประเทศ จะได้ว่าควรเตรียมตัวอย่างไร

ถ้าคนที่ไม่ได้ไปต่างประเทศ ก็จะได้เรียนรู้วัฒนธรรมจากที่เค้าเล่า...”

(คุณเจ, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

“...รายการนี้เหมือนการแชร์ประสบการณ์ แชร์ให้เพื่อนฟังแล้วจะได้ไปเรียนตาม...”

(คุณที, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

นอกจากนี้ พบว่า กลุ่มนักเรียนมัธยมทั้งเพศชายและเพศหญิง สามารถใช้ความคิดเชิงวิพากษ์ในเรื่องความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของเนื้อหาได้ดีด้วยวิธีการตรวจสอบองค์ประกอบของรายการ เช่น ผู้ดำเนินรายการมีประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญของแขกรับเชิญในรายการ เป็นต้น

“...ความหลากหลายของแขกรับเชิญ ทำให้รายการมีสีสัน
ทำให้ได้เห็นอะไรแตกต่างเพิ่มขึ้น ได้เห็นหลากหลายมุมมอง...”

(คุณไอ, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย)

“...การเอาคนที่มีความสามารถตรงมาเล่าให้ฟัง ผู้ฟังจะสนใจและเข้าถึงได้ง่ายกว่า...”

(คุณอาร์, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

“...การเอาคนที่เชี่ยวชาญ มีความสามารถตรง
คือเอาเรื่องที่ท่านมาแล้วมาพูด ทำให้น่าเชื่อถือได้...”

(คุณคิว, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

นอกจากนี้ พบว่า กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชายและเพศหญิง มีความตระหนักรู้ว่าสื่อสามารถเลือกสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้

“...ได้นะครับ ในสื่อหนึ่งยังมีตั้งหลายรายการ
เค้าก็เลือกกลุ่มเป้าหมายของเค้าแล้ว...”

(คุณเจ, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย)

“...รายการนี้เหมาะกับเด็กที่สนใจจะไปเรียนเมืองนอก
ใช้ฟังเป็นแนวทางการใช้ชีวิต...”

(คุณเค, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย)

“...ถ้าคนอยากไปเรียนต่อจะได้แรงบันดาลใจ
ถ้าคนทั่วไปก็จะได้รับความบันเทิง...”

(คุณอาร์, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

นอกจากนี้ ยังพบว่า กลุ่มนักเรียนมัธยมทั้งเพศชายและเพศหญิง ทราบความหมายที่แฝงมากับเนื้อหา ทั้งความหมายโดยตรงและความหมายโดยนัยได้ และสามารถเลือกนำเนื้อหารายการที่มีประโยชน์มาใช้ในชีวิตประจำวันได้

“...พูดเรื่องทักษะชีวิตและการสื่อสารโดยคุณฉอน...”

(คุณไอ, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย)

“...คุณฉอนเค้าก็พูดเรื่อง Communication ของเค้า มีแนะนำหนังสือ แล้วก็คอร์ส Work Shop ที่เค้าจะทำมั้งนะ ผมฟังไม่ค่อยออก เค้าพูดไม่ชัด...”

(คุณเอช, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย)

“...บางคนก็ฟังเพื่อเก็บข้อมูลไว้ ไม่ได้เอาไปใช้ที่ไหนหรอก...”

ฟังเพลินๆ มีคนมาเล่าให้ฟัง ก็ดี ไม่ต้องอ่านเอง...”

(คุณพี, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

“...เค้ามีวิธีการสอนที่เอาไปใช้ได้นะคะ

อย่างเวลาพูดอย่าใช้คำว่าคุณไม่ล้างจาน

แต่กลับให้ใช้คำว่าฉันไม่โอเคที่คุณไม่ล้างจาน...”

(คุณที, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

2.3 ด้านความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินมุมมองหรือเนื้อหาที่จูงใจละเอียด

ผู้วิจัยเปิดตัวอย่างพ็อคคาสท์ที่มีการแฝงเนื้อหาที่ผู้ผลิตมีการจูงใจละเอียดในเรื่องธุรกิจ การค้า และการนำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในเรื่องพฤติกรรมความรุนแรง เรื่องทางเพศ และการใช้ภาษาในรายการพ็อคคาสท์ และตั้งคำถามเพื่อวัดความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินมุมมองหรือเนื้อหาที่จูงใจละเอียดของกลุ่มผู้ฟัง โดยมีผลการสนทนากลุ่ม ดังนี้

เนื้อหาที่แฝงเรื่องธุรกิจการค้า

ผู้วิจัยถามว่าเนื้อหารายการนี้มีคุณค่าหรือมีประโยชน์หรือไม่ เพื่อชวนพูดคุยในประเด็นความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินมุมมองหรือเนื้อหาที่จูงใจแฝงเรื่องธุรกิจการค้า พบว่า

นักเรียนมัธยมเพศชายและหญิงสามารถแยกแยะความแตกต่างของเนื้อหารายการและการโฆษณา ออก สามารถใช้ความคิดในการวิเคราะห์ประโยชน์และคุณค่าของเนื้อหาที่สื่อต้องการนำเสนอ สามารถประเมินข้อดีข้อเสียในรายการได้

“...เค้าใช้วิธีเนียนๆ ในการพูดรวมๆ เข้าไปในเนื้อหารายการเลย...”

(คุณเอส, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

“...ถ้าไม่นับที่เค้าแอบขายคอร์ส ถือว่าเนื้อหาน่าสนใจเลยนะครับ
เพราะคุณฉอนเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในด้านการพัฒนาตัวเอง
รวมทั้งกระแสการพัฒนาตัวเองในปัจจุบันกำลังได้รับความนิยม
แต่เค้าพูดไม่ชัดผมฟังไม่รู้เรื่องนะ...”

(คุณไอ, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย)

นอกจากนี้ พบว่า นักเรียนมัธยมทั้งเพศชายและเพศหญิงมองว่า การโฆษณาเชิงธุรกิจ เป็นเรื่องปกติของการนำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อ และมองว่าทุกรายการต้องมีการขายของ แต่ต้องอยู่ใน ปริมาณที่พอดีไม่ควรมากเกินไป โดยพบพฤติกรรมกรรมการปิดหรือกดข้ามโฆษณาที่มากเกินไป

“...ถ้าเนื้อหาดี มีการขายของแทรกก็โอเคแหละ ก็ฟังอยู่...”

(คุณเจ, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย)

“...ผมฟังได้ ทุกรายการก็ต้องทำแบบนี้ เยอะก็กดข้าม ถ้าข้ามไม่ได้ก็ไม่ฟัง...”

(คุณแอล, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย)

“...ปกติมากครับ ขายของมีทุกรายการ แต่อย่าเยอะไป
เยอะมากก็ไม่ฟังนะเสียเวลา...”

(คุณเอ็น, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย)

“...ก็ไม่ผิดนะคะถ้าเค้าจะมีการโฆษณา แต่อย่ามีมากเกินไป...”

(คุณโอ, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

“...ก็โอเคอยู่นะถ้าจะมีโฆษณาแฝง เพราะ Podcast ก็ทำให้ฟังฟรี
จะมีการหารายได้บ้างก็ไม่เป็นไร...”

(คุณอาร์, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

“...โอเคเนะคะกับการขายของ ถ้าพูดมากๆ มันกดข้ามไปได้
คือ หนูก็จะฟังได้ ถ้าไม่ขายมากจนเกินไป...”

(คุณที, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

นอกจากนี้ ยังพบว่า กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง มีการประเมินถึงวิธีการนำเสนอของผู้
ดำเนินรายการ และมองว่าผู้ดำเนินรายการควรให้ความสำคัญกับวิธีการนำเสนอ เนื่องจากจะส่งผลต่อ
คุณภาพของเนื้อหาที่จะส่งไปยังผู้ฟัง

“...เค้าถ่ายทอดไม่ได้น่าสนใจ ทำให้เนื้อหาที่เค้าต้องการจะสื่อสารถูกลดคุณค่าลง
เสียตายเนื้อหาดีๆ ที่เค้าต้องการจะสื่อมันถูกลดค่า...”

(คุณเอส, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

“...เรื่องนี้น่าเรียนนะคะ แต่วิธีการนำเสนอของเค้าไม่โอเค...”

(คุณที, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในเรื่องพฤติกรรมความรุนแรง

จากสนทนา พบว่า นักเรียนมัธยมทั้งเพศชายและหญิง สามารถแยกแยะได้ว่าเนื้อหาที่
สื่อแนะนำเหมาะสมหรือไม่ในเรื่องพฤติกรรมความรุนแรง

“...ที่เค้าเล่าในเกมผมก็ไม่เคยใช้ความรุนแรงในชีวิตจริง เพราะถ้าทำคงรับตัวเองไม่ได้...”

(คุณเอ็ม, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย)

“...เวลาผู้ดำเนินรายการพูดไปหัวเราะไปเลยในตอนพูด
ไม่รุนแรงหรอก เล่าเรื่องขำกันมันก็แค่เรื่องความสะใจ
แต่ระบายอารมณ์ชั่วครวญ อยู่ที่ตัวเอง...”

(คุณเอช, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย)

นอกจากนี้ พบว่า นักเรียนมัธยมทั้งเพศชายและหญิง สามารถใช้ความคิดในการวิเคราะห์ประโยชน์และคุณค่าของเนื้อหา รวมถึงความเสี่ยงจากเนื้อหาที่สื่อนำเสนอได้ โดยมองว่าอยู่ที่วุฒิภาวะของผู้ฟังเป็นสำคัญ

“...เค้าอธิบายข้อดีข้อเสียของเกมด้วยนะคะ
เพราะเกมทุกเกมก็ต้องมีทั้งข้อดีและข้อเสีย
อยู่ที่ว่าเราจะรับและเอาไปใช้ในทางไหนมากกว่า...”

(คุณคิว, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

“...เกมที่มีความรุนแรงมันก็มีทั้งข้อดีและข้อเสีย
ก็อยู่ที่ว่าสื่อว่าจะให้ไปในทิศทางไหน...”

(คุณคิว, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

“...เนื้อหาอะไรก็ออกอากาศได้
ขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายมากกว่าว่าจะเลือกฟังยังไง...”

(คุณโอ, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

“...ขึ้นอยู่กับวุฒิภาวะของคนฟังเลย
ถ้าเด็กๆ ก็อาจทำให้เลียนแบบได้...”

(คุณเอส, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

นอกจากนี้ ผู้วิจัยพบข้อสังเกตว่า นักเรียนมัธยมเพศชายมักมีความมั่นใจในตัวเองค่อนข้างสูงว่าสามารถแยกแยะข้อดีข้อเสียและไม่มีพฤติกรรมเลียนแบบตามที่สื่อนำเสนอ

“...ความรุนแรงในสื่อมันอยู่ที่วิจารณ์ญาณคนฟัง
สื่อพ็อดคาสท์ ไม่ได้รับความนิยมนานนั้น
เราไปหาความรุนแรงจากที่อื่นก็ได้...”

(คุณโอ, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย)

“...มันก็ไม่เหมาะหรอกแต่ก็ไม่มาก คนฟังก็ต้องมีวิจารณ์ญาณ...”

(คุณเจ, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย)

“...เรื่องความรุนแรงในสื่อ ผู้ฟังแยกแยะได้อยู่แล้ว
ผู้ใหญ่อ่านข่าวมากไป ชอบคิดแง่ลบ...”

(คุณเอิ้น, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย)

“...ผมว่ามันต้องเป็นเกมที่สนุกมากแน่ๆ คุณค่ามีความสุขเวลาอธิบาย
แต่ถ้าผู้ใหญ่มาฟังมันก็น่าจะรุนแรง เค้าจะมองเชิงลบ
มากกว่าคนรุ่นราวคราวเดียวกับเรามาฟัง...”

(คุณเอ็ม, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย)

เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในเรื่องทางเพศ

จากการสนทนา พบว่า นักเรียนมัธยมเพศชาย สามารถใช้ความคิดในการวิเคราะห์
ประโยชน์และคุณค่าของเนื้อหา และประเมินความเสี่ยงของเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมเรื่องทางเพศได้

“...รายการนี้ดีตรงที่บอกว่าถ้าจะมีอะไรก็ให้ป้องกัน
แต่บางคำมันไม่ควรจะพูดนะครับ บางประโยคมันก็แรงก็เกินไป
ใครจะเอากันก็ตามสบาย เด็กประถมอะไรแบบนี้
สนับสนุนให้คนไปเอากันมากกว่าทำมาหากินร่วมกัน...”

(คุณเค, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย)

“...จริงๆ ผมว่าเค้าอยากจัดอะไรก็จัดไปเลยครับ
แล้วเค้าจะได้รับเสียงวิพากษ์วิจารณ์จากสังคมเอง
คนพูดก็ต้องรับผิดชอบตัวเองอยู่แล้วครับ...”

(คุณเจ, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย)

สอดคล้องกับนักเรียนมัธยมเพศหญิง พบว่า สามารถใช้ความคิดในเชิงวิพากษ์ต่อเนื้อหา
ที่แฝงเรื่องทางเพศได้ สามารถนำเนื้อหาไปเปรียบเทียบกับการนำเสนอของสื่อได้ และสามารถนำ
ประสบการณ์ส่วนตัวและค่านิยมหลักของสังคม มาปรับใช้กับการรับเนื้อหารายการได้ และพบว่า
กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิงแนะนำให้มีการจัดเรตติ้งสำหรับผู้ฟัง

“...ด้วยค่านิยมของสังคมไทยมันไม่ค่อยเปิดเผยเรื่องเพศอะคะ
มันไม่ใช่เรื่องที่เราคุยได้ทุกกับทุกคน ก็ต้องแล้วแต่คนว่าจะฟังได้หรือไม่

แต่ส่วนตัวหนูมันธรรมดา อยู่ที่คนฟังคะว่าจะเลือกฟังไหม...”

(คุณเอส, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

“...รายการนี้เรียลมากเลยนะคะ บางคำเราพูดให้สุภาพขึ้นได้นะคะ

ความหมายไม่ได้เปลี่ยน คำว่า เย้_ อะคะ...”

(คุณพี, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

“...ปกติหนูก็ฟังได้ แต่ถ้าให้ตีควรมีการจัดเรตติ้งคนฟัง

เพราะถ้าคนฟังมีวุฒิภาวะก็โอเค ถ้าไม่มีเสียงจะเลียนแบบ...”

(คุณโอ, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

“...โอเคกับรายการ แต่ถ้ามีการขึ้นเรตติ้งหน่อยก็จะดี

จะได้มีการคอยเตือนคนฟังหน่อย...”

(คุณอาร์, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในเรื่องการใช้ภาษา

จากการสนทนาพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักเรียนมัธยมทั้งเพศชายและเพศหญิง สามารถใช้ความคิดในการวิเคราะห์และประเมินผลกระทบด้านดี และด้านความเสี่ยงของเนื้อหาที่มีการใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสมได้

“...ถ้ามองว่าพูดคุยกับเพื่อน ก็ปกตินะครับ แต่ถ้าคุยกับคนอื่น เช่น อาจารย์ ก็ไม่ใช่แหละ

ถ้าคุยกับเพื่อนแล้วพูดเพราะๆ มันก็ดูดีจจริต...”

(คุณเอช, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย)

“...สมัยนี้เปิดเค้าเปิดแล้ว อยู่ที่ว่าเราคุยกับใครด้วยครับ...”

(คุณเอ็น, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย)

“...คนเป็นสื่อเค้าก็ต้องคิดนะคะว่าถ้าใช้คำหยาบมากเกินไป

ไปมันจะเป็นผลลบให้ตัวเค้า หรือตัวรายการเองหรือไม่...”

(คุณคิว, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

“...จะพูดยังไงก็ได้ ขอให้ฟังแล้วสิ้นไหล ไม่ต้องฝืน ดีที่สุดค่ะ...”

(คุณที, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

นอกจากนี้ พบข้อสังเกตว่า กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย มองว่าการใช้คำหยาบเป็นเรื่องปกติในชีวิตประจำวันไปแล้ว อาจกล่าวได้ว่า สังคมและสภาพแวดล้อมหลอมรวมให้คำหยาบกลายเป็นเรื่องปกติทั่วไปๆ ได้

“...คำหยาบเป็นเรื่องทั่วไปในชีวิตประจำวัน

ไม่ต้องไปเลียนแบบจากสื่อหรือใครครับ...”

(คุณเอ็น, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย)

“...คำหยาบเป็นเรื่องปกติเวลาพูดกับเพื่อน

ขึ้น ม.ต้นมาก็พูดคำหยาบแล้ว...”

(คุณแอล, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย)

2.4 ด้านการมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหาพ็อดคาสต์

ด้านการมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหาในสื่อพ็อดคาสต์ พบว่า กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย ค่อนข้างมีความเชื่อมั่นในตัวเองมากกว่าจะไม่หลงเชื่อไปตามที่สื่อกำหนด และพบว่าการใช้อารมณ์ความรู้สึกในการตัดสินใจจะเชื่อหรือไม่เชื่อตามที่สื่อกำหนด

“...เค้าจะฟังคล้ายเครียด ผมว่าผู้ใหญ่คิดไปเองมากกว่าว่ามันรุนแรง ...”

(คุณเอ็น, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย)

“...ผู้ใหญ่คิดมากเกินไป คนเปิดฟังพ็อดคาสต์ได้

ก็น่าจะมีการรู้ตัวระดับหนึ่งนะ ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ...”

(คุณเอ, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย)

“...ต้องดูที่เนื้อหาครับว่าผมต้องการจะฟังรีปาว...”

(คุณเอช, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย)

ในขณะที่ กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง ไม่หลงเชื่อไปตามที่สื่อกำหนด โดยมีการวิเคราะห์ถึงวุฒิภาวะของผู้รับสารเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากพ็อดคาสท์เป็นสื่อสาธารณะ สื่อสามารถนำเสนออะไรก็ได้ คนฟังเองต้องรู้จักเลือก

“...ฟังมันก็อินกันอยู่แล้วแหละ แต่มันอยู่ที่วุฒิภาวะของคนฟังด้วยค่ะ
เราก็ต้องรู้ตัวก่อนว่าเรากำลังเอาตัวเองเข้าไปอยู่กับอะไร
ไม่จำเป็นต้องไปบังคับเค้าว่าคุณต้องออกอย่างนี้นะ ห้ามนั่นห้ามนี่นะ
เราในฐานะคนฟังต้องรู้ตัวเอง เราสามารถเลือกได้...”

(คุณเอส, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

“...ออกอากาศได้แต่อยู่ที่ตัวคนฟัง คนฟังมีสิทธิจะรับหรือไม่รับ
ถามว่าฟังมากไปจะไปกระตุ้นให้เค้าอยากแสดงออกมากขึ้นไหม
มันก็อยู่ที่คนด้วย...”

(คุณโอ, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

นอกจากนี้ ยังพบว่า กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง มีความตระหนักรู้ว่าสื่อพ็อดคาสท์สามารถโน้มน้าวใจให้ผู้ฟังคล้อยตามได้

“...ถ้าฟังบ่อยๆ อาจซึมซับจนทำให้อยากไปเรียน
อาจทำให้ซึมซับข้อมูล ทำให้เกิดอยากไปเรียนต่างประเทศนะ...”

(คุณพี, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

“...ถึงเราไม่ได้อยากไปต่างประเทศ...”

แต่การเปิดมาฟังก็อาจทำให้เราเปลี่ยนใจอยากไปต่างประเทศได้

(คุณเอ, กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง)

กล่าวโดยสรุป การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังพ็อดคาสท์ของกลุ่มนักเรียนมัธยมทั้ง 4 ด้านพบว่า กลุ่มนักเรียนมัธยมทั้งเพศชายและเพศหญิง ความสามารถในการเข้าถึงสื่อดิจิทัลได้ดี และสามารถควบคุมการใช้งานสื่อดิจิทัลได้ด้วยตนเอง อย่างไรก็ตาม พบว่า นักเรียนมัธยมเพศชายมักเข้าถึงสื่อพ็อดคาสท์จากการที่มีเพื่อนแนะนำหรือฟังตามเพื่อน ต่อมาในด้านความเข้าใจเนื้อหา พบว่า กลุ่มนักเรียนมัธยมทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาพ็อดคาสท์

สามารถอธิบายเนื้อหารายการ ทั้งความหมายโดยตรงและโดยนัยที่เนื้อหารายการสื่อได้ สามารถใช้ความคิดในเชิงวิเคราะห์ถึงข้อดี ข้อเสียของเนื้อหาที่นำเสนอผ่านสื่อพอดคาสต์ได้ และรู้ว่าเนื้อหาที่สื่อออกมาจะมีอิทธิพลกับคนฟัง และแยกแยะว่าเนื้อหาใดเหมาะสมหรือไม่เหมาะสมได้ โดยใช้อาศัยประสบการณ์ส่วนตัวที่ผ่านมา นอกจากนี้ มักพบว่า นักเรียนมัธยมเพศชายมีความมั่นใจในตัวเองค่อนข้างสูงว่าสามารถแยกแยะข้อดีข้อเสียและไม่หลงเชื่อไปตามสื่อ และในด้านการมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหาในสื่อพอดคาสต์ พบว่า นักเรียนมัธยมเพศชายและเพศหญิงมีการตระหนักรู้ไม่หลงรับรู้หรือเชื่อไปตามที่สื่อกำหนด



บทที่ 6

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังรายการพ็อดคาสต์” เป็นการศึกษาด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) คือ การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ร่วมกับการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่ออธิบายเนื้อหาของรายการพ็อดคาสต์ และความเหมาะสมของเนื้อหาในด้านพฤติกรรมและความรุนแรง ด้านการใช้ภาษา และเรื่องทางเพศ จากรายการพ็อดคาสต์ประเภทไฟล์เสียง (Audio) ภาษาไทย จากแอปพลิเคชันพ็อดคาสต์บนโทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟนในระบบ iOS จำนวนทั้งสิ้น 104 ตอน ประกอบกับการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่ออธิบายการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังรายการพ็อดคาสต์ทั้ง 4 ด้าน โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของผู้ฟังรายการพ็อดคาสต์จำนวน 4 กลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น 26 คน ผู้วิจัยแบ่งผลการวิจัยออกเป็น 3 ส่วน ตามประเด็นการวิจัย และในตอนท้ายของบทจะเป็นการอภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถสรุปผลจากการวิเคราะห์เนื้อหา และการสนทนากลุ่มตามประเด็นการวิจัยได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1. การวิเคราะห์เนื้อหารายการพ็อดคาสต์

จากการวิเคราะห์เนื้อหารายการพ็อดคาสต์ใน 3 ประเด็น ได้แก่ ประเภทการให้บริการโอทีทีของพ็อดคาสต์ ประเภทรายการพ็อดคาสต์ และรูปแบบและวิธีการนำเสนอพ็อดคาสต์ มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1.1 ประเภทการให้บริการโอทีทีของพ็อดคาสต์

การแบ่งประเภทการให้บริการโอทีทีของพ็อดคาสต์ สามารถแบ่งออกได้ 3 เกณฑ์ โดยมีรายละเอียดแต่ละเกณฑ์ ดังนี้

1.1.1 การแบ่งประเภทตามเกณฑ์ผู้ให้บริการ

จากการวิเคราะห์เนื้อหารายการพ็อดคาสต์ จำนวน 104 ตอน พบว่า เป็นรายการพ็อดคาสต์ที่ผลิตโดยผู้ให้บริการผลิตขึ้นเองมากที่สุด จำนวน 87 ตอน คิดเป็นร้อยละ 83.65 และเป็นรายการพ็อดคาสต์ที่ผลิตโดยสื่อมวลชนดั้งเดิม จำนวน 17 ตอน คิดเป็นร้อยละ 16.35

เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดของรายการพ็อดคาสต์ที่ผลิตโดยผู้ให้บริการผลิตขึ้นเอง พบว่า มีรายการที่ผลิตขึ้นโดยเจ้าของรายการในหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ 1. รายการที่เจ้าของเป็นบุคคลธรรมดา 2. รายการที่เจ้าของเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง 3. รายการที่เจ้าของเป็นกลุ่มบุคคล 4. รายการที่ผลิตขึ้นโดยนิติบุคคลหรือบริษัท

นอกจากนี้เมื่อวิเคราะห์ลงในรายละเอียดของรายการพ็อดคาสต์ที่ผลิตโดยสื่อมวลชนดั้งเดิม จะพบว่า เป็นการรวบรวมเนื้อหาที่ออกอากาศผ่านทางสถานีวิทยุ หรือวิทยุที่ออกอากาศผ่านทางอินเทอร์เน็ต เพื่อมาอัปโหลดและให้บริการบนพ็อดคาสต์ โดยพบว่า เป็นพ็อดคาสต์ที่มาจากสถานีวิทยุกระจายเสียงที่กระจายเสียงระหว่างประเทศ และพ็อดคาสต์ที่มาจากสถานีวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย

1.1.2 การแบ่งประเภทตามเกณฑ์วิธีการหารายได้

จากการวิเคราะห์เนื้อหารายการพ็อดคาสต์ จำนวน 104 ตอน พบว่า เป็นรายการพ็อดคาสต์แบบไม่หารายได้มากที่สุด จำนวน 96 ตอน คิดเป็นร้อยละ 92.31 และเป็นรายการพ็อดคาสต์ที่หารายได้จากโฆษณา จำนวน 8 ตอน คิดเป็นร้อยละ 7.69

เมื่อวิเคราะห์ลงไป ในรายละเอียดของการให้บริการโอทีที่แบบไม่หารายได้ พบว่า เป็นการให้บริการพ็อดคาสต์ที่ไม่ได้มีจุดประสงค์ในการหารายได้ โดยมีวัตถุประสงค์ในการให้บริการพ็อดคาสต์สามารถแบ่งได้ ดังนี้ 1. เพื่อนำเสนอสิ่งที่ตนเองมีความสนใจ 2. เพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึงเนื้อหาขององค์กรหรือธุรกิจหลัก

นอกจากนี้ เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดของพ็อดคาสต์ที่มีการหารายได้จากโฆษณา พบว่า มีการโฆษณา 2 รูปแบบ ได้แก่ 1. สปอตโฆษณา 2. ผู้ดำเนินรายการพูดแทรกระหว่างดำเนินรายการ โดยยังพบว่า พ็อดคาสต์ที่ผู้ดำเนินรายการพูดโฆษณาสินค้าหรือบริการแทรกระหว่างดำเนินรายการ เป็นสินค้าหรือบริการของเจ้าของพ็อดคาสต์เอง

1.1.3 การแบ่งประเภทตามเกณฑ์เนื้อหา

จากการวิเคราะห์เนื้อหาหารายการพ็อดคาสต์ จำนวน 104 ตอน พบว่า เป็นรายการพ็อดคาสต์ที่มีเนื้อหาสำหรับความสนใจเฉพาะกลุ่ม จำนวน 53 ตอน คิดเป็นร้อยละ 50.96 และเป็นรายการพ็อดคาสต์ที่ให้บริการเนื้อหาที่เป็นที่สนใจโดยทั่วไป จำนวน 51 ตอน คิดเป็นร้อยละ 49.04

เมื่อวิเคราะห์ลงไป ในรายละเอียดของรายการที่มีเนื้อหาสำหรับความสนใจเฉพาะกลุ่ม พบว่า เนื้อหารายการจะเป็นการนำเสนอรายละเอียดของแต่ละเรื่อง ไปเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น รายการรีวิวหนังสือ รายการเกี่ยวกับสถาปัตยกรรม รายการเกี่ยวกับการทำธุรกิจ รายการสอนภาษา รายการกีฬาเฉพาะทาง รายการธรรมะ รายการสำหรับผู้สนใจศึกษาต่อหรือทำงานที่ต่างประเทศ รายการเกี่ยวกับการ์ตูนญี่ปุ่น ซึ่งพบว่า รายการที่นำเสนอเนื้อหาสำหรับความสนใจเฉพาะกลุ่มนี้จะมีรูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการ ได้แก่ รายการที่ผู้ดำเนินรายการเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆ อยู่แล้ว รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ที่มีประสบการณ์ในเรื่องนั้นๆ และรายการสอนภาษา

นอกจากนี้ เมื่อวิเคราะห์ลงไป ในรายละเอียดของรายการที่มีเนื้อหาสำหรับบุคคลทั่วไป พบว่า เป็นรายการทั่วไปที่ผู้ฟังทั่วไปสามารถรับฟังได้ โดยจะเป็นพ็อดคาสต์ที่ให้ความบันเทิง หรือเป็นพ็อดคาสต์ที่ให้สาระแต่มีวิธีการนำเสนอที่ไม่หนัก ฟังสบาย ผ่อนคลาย เช่น การสนทนา การพูดคุยกับผู้ฟังอย่างเป็นกันเอง และพ็อดคาสต์ที่นำเสนอข่าวประจำวัน ที่เกิดจากการนำเสนอข่าวในสถานีวิทยุหลัก แล้วนำมาอัปโหลดเพื่อให้ผู้ฟังสามารถรับฟังได้ทางพ็อดคาสต์

1.2 ประเภทรายการพ็อดคาสต์

จากการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อแบ่งประเภทรายการพ็อดคาสต์ จำนวน 104 ตอน โดยใช้เกณฑ์การแบ่งประเภทรายการ จำนวน 17 ประเภท พบว่า ประเภทรายการให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม มีจำนวนมากที่สุด 40 ตอน คิดเป็นร้อยละ

38.46 รองลงมาเป็นประเภทรายการบันเทิง มีจำนวน 28 ตอน คิดเป็นร้อยละ 26.92 ประเภทรายการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม มีจำนวน 18 ตอน คิดเป็นร้อยละ 17.31 ประเภทรายการวิทยาศาสตร์และสุขภาพ มีจำนวน 8 ตอน คิดเป็นร้อยละ 7.69 ประเภทรายการกีฬา มีจำนวน 6 ตอน คิดเป็นร้อยละ 5.77 ประเภทรายการข่าว มีจำนวน 3 ตอน คิดเป็นร้อยละ 2.88 ประเภทรายการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการปกครองในระบอบประชาธิปไตย มีจำนวน 1 ตอน คิดเป็นร้อยละ 0.96 ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์ลงไปนในรายละเอียดของรายการประเภทให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม พบว่า มีรายการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจ รายการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์และความเปลี่ยนแปลงในสังคม และรายการให้ความรู้ความเข้าใจเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิต

เมื่อวิเคราะห์ลงไปนในรายละเอียดของรายการประเภทบันเทิง พบว่า เป็นพ็อดคาสท์ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างความสำราญ เพลิดเพลิน ความพึงพอใจให้แก่ผู้ฟัง โดยมีเนื้อหาในเรื่องราวที่หลากหลาย ได้แก่ ภาพยนตร์ ดนตรี เกมและการ์ตูน อาหาร ความรัก และเรื่องทั่วไป

ต่อมาเมื่อวิเคราะห์ลงไปนในรายละเอียดของประเภทรายการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม พบว่า มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการศึกษาและเรื่องเกี่ยวกับศาสนา พุทธ

นอกจากนี้ เมื่อวิเคราะห์ประเภทรายการวิทยาศาสตร์และสุขภาพ เป็นพ็อดคาสท์ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ในธรรมชาติ กระบวนการที่อธิบายปรากฏการณ์ต่างๆ โดยพบว่า มีการดำเนินรายการใน 2 ลักษณะ ได้แก่ ผู้ดำเนินรายการเป็นคนทั่วไปและผู้ดำเนินรายการเป็นผู้เชี่ยวชาญเรื่องวิทยาศาสตร์และสุขภาพ

เมื่อวิเคราะห์ประเภทรายการประเภทรายการกีฬา พบว่า เป็นพ็อดคาสท์ที่มีการเชิญผู้เชี่ยวชาญหรือนักกีฬาวิ่งมาร่วร่วมพูดคุยในรายการ ให้ความรู้เชิงลึกและสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้รักกีฬาวิ่ง และพ็อดคาสท์ที่ผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ฝึกสอนกีฬามาราธอน มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้รายละเอียดของกีฬา คำแนะนำ รวมถึงให้แรงบันดาลใจสำหรับนักกีฬาที่กำลังฝึกซ้อม

นอกจากนี้ เมื่อวิเคราะห์นในรายละเอียดของประเภทรายการข่าวสาร พบในพ็อดคาสท์ที่มีเนื้อหาที่ออกอากาศผ่านทางสถานีวิทยุหรือวิทยุทางอินเทอร์เน็ตที่เป็นช่องทางออกอากาศหลัก แล้วนำอัปโหลดเพื่อให้บริการในรูปแบบรายการพ็อดคาสท์

เมื่อวิเคราะห์ประเภทรายการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการปกครองในระบอบประชาธิปไตยพบ พ็อดคาสท์สนทนาเรื่องการเมือง แสดงทรรศนะต่างๆ เกี่ยวกับการเมืองไทยในปัจจุบัน

1.3 รูปแบบรายการพืดคาศท์

จากการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อแบ่งรูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการพืดคาศท์ จำนวน 14 รูปแบบ พบว่า มีรายการที่มีการนำเสนอโดยใช้การสนทนามากที่สุด มีจำนวน 44 ตอน คิดเป็นร้อยละ 42.31 รองลงมาใช้รูปแบบการสัมภาษณ์ มีจำนวน 23 ตอน คิดเป็นร้อยละ 22.12 รูปแบบรายการที่มีผู้ดำเนินรายการคนเดียว มีจำนวน 13 ตอน คิดเป็นร้อยละ 12.50 รูปแบบการบรรยาย มีจำนวน 10 ตอน คิดเป็นร้อยละ 9.62 รูปแบบการอภิปราย มีจำนวน 8 ตอน คิดเป็นร้อยละ 7.69 และรูปแบบรายการข่าวและรูปแบบรายการปกิณกะ มีจำนวน 3 ตอน คิดเป็นร้อยละ 2.88 ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์ลงไปในเรื่องรายละเอียดของรูปแบบรายการสนทนา พบว่า มีรายการที่นำเสนอด้วยวิธีการสนทนาใน 2 รูปแบบ ได้แก่ การสนทนาที่เป็นทางการ มีลักษณะการนำเสนอค่อนข้างมีระบบระเบียบ มีการกำหนดสคริปต์ให้ผู้ดำเนินรายการชัดเจน และมีการควบคุมเนื้อหารายการให้เป็นไปตามสคริปต์ที่วางเอาไว้ และการสนทนาที่ไม่เป็นทางการ เป็นรายการสนทนาที่มีการนำเสนอแบบเป็นกันเอง ให้อารมณ์การฟังสบายๆ มีการกำหนดเฉพาะหัวข้อหลักในการสนทนาในแต่ละตอน โดยให้ผู้ดำเนินรายการพูดคุยสนทนากันเอง มีทั้งรายการที่มีผู้สนทนา 2 คน และรายการที่มีผู้สนทนามากกว่า 2 คน

ต่อมาเมื่อวิเคราะห์ลงไปในเรื่องรายละเอียดของรูปแบบรายการสัมภาษณ์ พบว่า มีรูปแบบรายการสัมภาษณ์ในหลายลักษณะ ได้แก่ รายการที่มีผู้สัมภาษณ์ 1 คน สัมภาษณ์แขกรับเชิญ 1 คน รายการที่มีผู้สัมภาษณ์ 1 คน สัมภาษณ์แขกรับเชิญตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป หรือเป็นกลุ่มบุคคล และรายการที่มีผู้สัมภาษณ์ 2 คน ร่วมกันสัมภาษณ์แขกรับเชิญ

ต่อมาเมื่อวิเคราะห์ลงไปในเรื่องรายละเอียดของรูปแบบรายการที่มีผู้ดำเนินรายการคนเดียว พบว่า มีการนำเสนอเนื้อหารายการในรูปแบบการพูดคุยแบบเล่าเรื่องทั่วไปซึ่งพบว่า จะเป็นพืดคาศท์ที่มีผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ชาย และการพูดคุยแบบเป็นกันเอง พบว่า จะเป็นพืดคาศท์ที่มีผู้ดำเนินรายการเป็นผู้หญิง

นอกจากนี้ เมื่อวิเคราะห์ลงไปในเรื่องรายละเอียดของรูปแบบรายการบรรยาย พบว่า เป็นรายการประเภทธรรมะโดยพบได้ทั้งแบบบรรยายธรรมโดยพระสงฆ์ บรรยายธรรมโดยนักบวชหรือผู้ปฏิบัติธรรมที่ได้รับการยอมรับ และบรรยายธรรมประกอบเสียงเพลง

ต่อมาเมื่อวิเคราะห์ลงไปในเรื่องรายละเอียดของรูปแบบรายการอภิปราย พบว่า มีการอภิปรายใน 3 ลักษณะ ได้แก่ การอภิปรายโดยผู้ดำเนินรายการหรือผู้ร่วมรายการที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญในหัวข้อที่จะอภิปราย การอภิปรายโดยนักสื่อสารมวลชน และการอภิปรายโดยบุคคลทั่วไป

นอกจากนี้ เมื่อวิเคราะห์ลงไปในเรื่องรายละเอียดของรูปแบบรายการปกิณกะ เป็นรูปแบบรายการพืดคาศท์ที่จะพบในรายการประเภทบันเทิง โดยมีทั้งรูปแบบที่เป็นทางการมีการ แบ่ง

รายการออกเป็นหลายช่วงและมีการนำเสนอในหลายรูปแบบรวมอยู่ในรายการเดียว โดยในแต่ละช่วงของรายการจะมีดนตรีคั่นระหว่างช่วงรายการ มีการวางแผนและเตรียมสคลิปรายการไว้แล้ว และรูปแบบที่ไม่เป็นทางการมีการแบ่งรายการออกเป็นรูปแบบสนทนา เล่นเกม และตอบคำถามจากผู้ฟัง ผสมผสานกันไปตลอดทั้งรายการ

ส่วนที่ 2. การวิเคราะห์ความเหมาะสมของเนื้อหาพ็อดคาสต์

จากการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อพิจารณาความเหมาะสมของรายการพ็อดคาสต์ ใน 3 ประเด็น พบว่า มีรายการพ็อดคาสต์ที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสมตามเกณฑ์ด้านการใช้ภาษามากที่สุด จำนวน 41 ตอน คิดเป็นร้อยละ 39.42 รองลงมาเป็นรายการพ็อดคาสต์ที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสมตามเกณฑ์ด้านพฤติกรรมและความรุนแรง จำนวน 20 ตอน คิดเป็นร้อยละ 19.23 และรายการพ็อดคาสต์ที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสมตามเกณฑ์เรื่องทางเพศ จำนวน 12 ตอน คิดเป็นร้อยละ 11.54 โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ ดังนี้

2.1 ด้านการใช้ภาษา

ในส่วนของเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมตามเกณฑ์ด้านการใช้ภาษา พบว่า เป็นรายการพ็อดคาสต์ที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสมด้านการใช้ภาษาในประเด็นการใช้ภาษาสแลง หยาบคาย มากที่สุด มีจำนวน 24 ตอน คิดเป็นร้อยละ 23.08 รองลงมาเป็นประเด็นการใช้ภาษาล่อแหลม หมิ่นเหม่ สื่อความหมายเชิงลบ มีจำนวน 10 ตอน คิดเป็นร้อยละ 9.62 และประเด็นการใช้ภาษาก้าวร้าว รุนแรง ดูหมิ่น ลดทอนศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้ฟัง มีจำนวน 7 ตอน คิดเป็นร้อยละ 6.73 ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดของรายการพ็อดคาสต์ที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสมตามเกณฑ์ด้านการใช้ภาษา พบว่า ทุกรายการเป็นรายการพ็อดคาสต์ที่ผลิตขึ้นโดยผู้ให้บริการเอง นอกจากนี้ ยังพบการใช้คำสรรพนาม “กู” “มึง” ในรายการที่ผู้ดำเนินรายการมีความสนิทสนมกัน หรือเป็นกลุ่มเพื่อนกัน หรือเพื่อการเพิ่มอรรถรสให้เนื้อหาที่กำลังนำเสนอ ซึ่งพบว่า มีการใช้สรรพนามดังกล่าวตลอดทั้งรายการ จนเป็นเนื้อเดียวกับเนื้อหารายการ

2.2 ด้านพฤติกรรมและความรุนแรง

ในส่วนของเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมตามเกณฑ์ด้านพฤติกรรมและความรุนแรง พบว่า เป็นรายการพ็อดคาสต์ที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสมด้านพฤติกรรมและความรุนแรงในประเด็นการนำเสนอการกระทำความผิดและเนื้อหาที่ขัดต่อศีลธรรม และความสงบสุขของสังคม มากที่สุด จำนวน 11 ตอน คิดเป็นร้อยละ 10.58 รองลงมาเป็นประเด็นการนำเสนอความรุนแรงที่กระทำต่อตนเอง บุคคลอื่น

สิ่งมีชีวิตและวัตถุ จำนวน 5 ตอน คิดเป็นร้อยละ 4.81 และประเด็นการนำเสนอพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม หรือชักนำให้เกิดผลรุนแรงต่อจิตใจ มีจำนวน 4 ตอน คิดเป็นร้อยละ 3.85 ตามลำดับ ทั้งนี้ ในประเด็นการนำเสนอการกระทำความผิดและเนื้อหาที่ขัดต่อศีลธรรม และความสงบสุขของสังคม พบการนำเสนอการใช้อาวุธ ยาเสพติด ของมีเงินมาในรายการพ็อดคาสต์ และในประเด็นการนำเสนอความรุนแรงที่กระทำต่อตนเอง บุคคลอื่น สิ่งมีชีวิตและวัตถุ พบในรายการที่เกี่ยวข้องกับการดูน หรือเกม

2.3 เรื่องทางเพศ

ในส่วนของเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมตามเกณฑ์เรื่องทางเพศ พบว่า เป็นรายการพ็อดคาสต์ที่มีเนื้อหาเข้าข่ายไม่เหมาะสมเรื่องทางเพศ ในประเด็นบทสนทนาหรือคำพูดที่ไม่เหมาะสมเรื่องทางเพศ มากที่สุด มีจำนวน 10 ตอน คิดเป็นร้อยละ 9.62 และการสร้างค่านิยมเรื่องเพศที่ไม่เหมาะสม มีจำนวน 2 ตอน คิดเป็นร้อยละ 1.92 โดยพบการสนทนาเรื่องการมีเพศสัมพันธ์ของเด็กและเยาวชนอย่างโจ่งแจ้ง และใช้ภาษาไม่สุภาพ อย่างไรก็ตาม ตอนท้ายของบทสนทนา ผู้ดำเนินรายการมีการสอดแทรกความคิดเรื่องการมีเพศสัมพันธ์อย่างปลอดภัยและให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย

ส่วนที่ 3. การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังพ็อดคาสต์

สรุปผลการสนทนากลุ่มการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังพ็อดคาสต์ สามารถสรุปแยกตามการวัดความสามารถของบุคคลใน 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านความสามารถในการเข้าถึงพ็อดคาสต์
2. ด้านความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาพ็อดคาสต์
3. ด้านความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินมุมมองหรือเนื้อหาที่จูงใจได้
4. ด้านการมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหาพ็อดคาสต์

3.1 ด้านความสามารถในการเข้าถึงพ็อดคาสต์

ผู้ฟังพ็อดคาสต์วัยทำงานและนักเรียนมัธยม มีความสามารถในการเข้าถึงสื่อพ็อดคาสต์ได้เป็นอย่างดี รู้ลักษณะการทำงานของสื่อดิจิทัล สามารถควบคุมการใช้งานพ็อดคาสต์ได้ด้วยตัวเอง เช่น สามารถเสิร์ชหารายการพ็อดคาสต์ การตัดสินใจฟังหรือไม่ฟังรายการที่มีความยาวมากจนเกินไป และสามารถเลือกเปิดรับเฉพาะรายการพ็อดคาสต์ที่สนใจรับฟังได้ นอกจากนี้ ผู้ฟังพ็อดคาสต์ยังมีการนำข้อมูลที่ได้ฟังจากพ็อดคาสต์ไปเก็บไว้เป็นคลังความรู้เพิ่มเติมให้ตัวเองนอกเหนือจากการรับสื่อ

ต่างๆ เช่น การอ่านหนังสือ และยังสามารถนำเอาข้อมูลที่ได้จากเนื้อหารายการมาใช้ประโยชน์ในงานรวมถึงนำมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันอีกด้วย

นอกจากนี้ ยังพบว่า วัยทำงานเพศชาย มักมีการให้คำอธิบายถึงลักษณะการทำงานของสื่อดิจิทัลว่า สามารถเชื่อมโยงโปรแกรม แอปพลิเคชัน หรือเว็บไซต์ต่างๆ เข้าด้วยกัน รวมถึงสามารถเข้าถึงสื่อพอดคาสต์ที่ได้จากการเข้าใช้สื่อออนไลน์อื่นๆ เช่น เว็บบอร์ด ทวิตเตอร์ แล้วจึงรู้จักและเข้าถึงสื่อพอดคาสต์

ในขณะที่กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชายจะเริ่มเข้าถึงเนื้อหาพอดคาสต์จากมีเพื่อนแนะนำหรือฟังตามเพื่อน อย่างไรก็ตาม กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย ก็ยังสามารถควบคุมการเข้าถึงเนื้อหาด้วยตัวเองได้ เช่น หากเนื้อหารายการไม่เป็นที่สนใจก็จะไม่ฟังต่อ

3.2 ด้านความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาพอดคาสต์

ผู้ฟังพอดคาสต์วัยทำงานและนักเรียนมัธยม มีความเข้าใจเนื้อหารายการและสามารถใช้ความคิดเชิงวิพากษ์ถึงคุณภาพ ความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ และอธิบายมุมมองการผลิตของผู้ผลิตเนื้อหาได้ โดยพบว่า กลุ่มวัยทำงานเพศหญิงใช้ความคิดในการวิพากษ์ถึงต้นแหล่งหรือผู้ผลิตรายการ โดยหากเป็นองค์กรสื่อหรือองค์กรขนาดใหญ่ที่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง เนื้อหารายการยิ่งต้องมีคุณภาพถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือสูง เนื่องจาก จะมีกระบวนการตรวจสอบเนื้อหาจากสังคมหรือผู้ฟังคู่ขนานไปด้วย โดยการนำเสนอเนื้อหาออกสู่สายตาประชาชน สังคมจะเป็นผู้ตรวจและควบคุมการนำเสนอสอดคล้องกับกลุ่มวัยทำงานเพศชาย พบว่า มีความคิดเชิงวิพากษ์ในการเปรียบเทียบองค์กรสื่อที่ได้รับการยอมรับจากผู้ฟัง ว่ามีรูปแบบการดำเนินรายการที่ชัดเจนซึ่งมีผลทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ

นอกจากนี้ พบว่า กลุ่มนักเรียนมัธยมทั้งเพศชายและเพศหญิง สามารถใช้ความคิดเชิงวิพากษ์ในเรื่องความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของเนื้อหาได้ดีด้วยวิธีการตรวจสอบองค์ประกอบของรายการ เช่น ผู้ดำเนินรายการมีประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญของแขกรับเชิญในรายการ เพลงประกอบ เป็นต้น ต่างมีผลทำให้เนื้อหารายการมีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือ

ต่อมาในประเด็นความเข้าใจความหมายทั้งความหมายโดยตรงและความหมายโดยนัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม มีความเข้าใจความหมายทั้งทางตรงและโดยนัยได้ สามารถใช้ความคิดเชิงวิพากษ์ในการอธิบายความเป็นเหตุเป็นผลได้ พบว่า วัยทำงานเพศชายยังใช้ความคิดเชิงวิพากษ์ไปถึงสังคมภาพรวม

นอกจากนี้ ในประเด็นการตระหนักรู้ว่า สื่อสามารถเลือกสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ พบว่า ผู้ฟังพอดคาสต์มีความสามารถในการตระหนักรู้ว่าพอดคาสต์แต่ละรายการมีจุดประสงค์ในการส่งเนื้อหาให้กลุ่มเป้าหมายได้แตกต่างกัน และสามารถส่งสารให้กลุ่มเป้าหมายได้

โดยยังพบกลุ่มวัยทำงานเพศชาย มองว่าพ็อดคาสต์เป็นสื่อดิจิทัลที่มีเทคนิคและวิธีการสื่อสารเนื้อหา เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ

3.3 ด้านความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินมุมมองหรือเนื้อหาที่จูงใจละไว้

การสรุปผลในด้านนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอแยกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

3.3.1 เนื้อหาที่แฝงเรื่องธุรกิจการค้า

ผู้ฟังพ็อดคาสต์วัยทำงานและนักเรียนมัธยม สามารถประเมินคุณค่าและประโยชน์ รวมถึงโทษภัย อันตรายของเนื้อหารายการที่แฝงเรื่องธุรกิจการค้า นอกจากนี้ ยังสามารถเลือกเนื้อหาที่เป็นประโยชน์มาปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ และยังพบว่า กลุ่มวัยทำงานเพศชาย ให้ข้อเสนอแนะต่อรูปแบบการแฝงขายสินค้า หรือบริการของรายการพ็อดคาสต์เพิ่มเติมว่า การนำเสนอเนื้อหาหรือแม้ การขายของ ต้องทำด้วยความจริงใจ ไม่มีผลประโยชน์แอบแฝง นำเสนอทางเลือก และเปิดโอกาสให้ผู้รับสารสามารถตัดสินใจได้เอง

ในขณะที่ พบว่า นักเรียนมัธยมทั้งเพศชายและเพศหญิงมองว่า การโฆษณาเชิงธุรกิจ เป็นเรื่องปกติของการนำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อ และมองว่า ทุกรายการต้องมีการขายของ แต่ต้องอยู่ในปริมาณที่รับได้ และไม่มากเกินไป โดยพบพฤติกรรมการปิดหรือกดข้ามโฆษณาที่มากเกินไป

นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง มีการประเมินถึงวิธีการนำเสนอของผู้ดำเนินรายการ และมองว่าผู้ดำเนินรายการ หรือสื่อเองควรให้ความสำคัญ เนื่องจากจะส่งผลต่อคุณภาพของเนื้อหาที่จะส่งไปยังผู้ฟัง

3.3.2 เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในเรื่องพฤติกรรมและความรุนแรง

ผู้ฟังพ็อดคาสต์วัยทำงานและนักเรียนมัธยม สามารถประเมินคุณค่าและประโยชน์ รวมถึงโทษภัยอันตรายของเนื้อหารายการที่ไม่เหมาะสมด้านความรุนแรงได้ สามารถนำหลักจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสื่อและตัวผู้รับสื่อเองมาวิเคราะห์ร่วมด้วย

อย่างไรก็ดี กลุ่มวัยทำงานทั้งชายและหญิง มีความเห็นเชิงวิเคราะห์ในเรื่ององค์ประกอบที่จะก่อให้เกิดความรุนแรงตรงกันว่า นั่นคือ ต้องมีภาพประกอบจะยิ่งส่งเสริมเนื้อหาให้มีความรุนแรงมากกว่าได้ยินเพียงแค่เสียงอย่างเดียว

ในขณะที่ พบว่า นักเรียนมัธยมเพศชายมีความมั่นใจในตัวเองค่อนข้างสูงว่าสามารถแยกแยะข้อดีข้อเสียและไม่มีพฤติกรรมเลียนแบบตามที่สื่อแนะนำ และนักเรียนมัธยมเพศหญิง แนะนำให้มีการจัดระดับความเหมาะสม หรือ เรตติ้งสำหรับผู้ฟังรายการ

3.3.3 เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในเรื่องทางเพศ

ผู้ฟังพ็อดคาสต์วัยทำงานและนักเรียนมัธยม สามารถใช้ความคิดวิเคราะห์และประเมินเรื่องความรับผิดชอบต่อจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหาไม่เหมาะสมเรื่องทางเพศผ่านสื่อพ็อดคาสต์

และมีการพูดคุยกันอย่างเปิดกว้างมาก โดยเฉพาะกลุ่มวัยทำงานเพศหญิง พบว่า ให้ความสำคัญในประเด็นนี้เป็นพิเศษ โดยมีความเห็นไปในทางเดียวกันว่า การนำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในเรื่องเพศ ผู้ผลิตรายการและผู้ฟังรายการต้องร่วมมารับผิดชอบทั้ง 2 ฝ่าย และกลุ่มวัยทำงานเพศหญิง แสดงความห่วงใยต่อผู้ฟังที่เป็นกลุ่มเด็กและวัยรุ่นเป็นพิเศษ

นอกจากนี้พบว่า วัยทำงานเพศชายไม่ได้มองว่าเนื้อหาเรื่องเพศเป็นเรื่องไม่เหมาะสม แต่ให้ความเห็นเชิงว่า เป็นการใช้ภาษามากกว่าที่ไม่เหมาะสม และสื่อควรมีเสรีภาพในการนำเสนอเนื้อหา สอดคล้องกับผู้ฟังนักเรียนมัธยมทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความเห็นตรงกันว่า อยากให้สื่อมีเสรีภาพในการนำเสนอเรื่องทางเพศ แต่ควรมีการจัดระดับความเหมาะสม หรือ เรตติ้งให้ผู้ฟังทราบด้วย

3.3.4 เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในเรื่องการใช้ภาษา

ผู้ฟังพอดคาสต์วัยทำงานและนักเรียนมัธยม มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า พอดคาสต์เป็นสื่อออนไลน์ซึ่งสามารถใช้ภาษาได้อย่างเสรี และการใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสมบ้างในบางครั้งเป็นการส่งเสริมเนื้อหารายการที่น่าสนใจ เสริมสร้างอารมณ์และจินตนาการให้กับผู้ฟังได้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มวัยทำงานเพศชาย พบว่า มีการเปรียบเทียบสื่ออื่นๆ อย่างเช่น สื่อวิทยุหลัก และยังให้ข้อเสนอแนะว่า การใช้ภาษาไม่สุภาพบ้างในบางครั้ง คือ เสน่ห์อีกอย่างหนึ่งของพอดคาสต์

นอกจากนี้ พบข้อสังเกตว่า กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย มองว่าการใช้คำหยาบเป็นเรื่องปกติในชีวิตประจำวันไปแล้ว อาจกล่าวได้ว่า สังคมและสภาพแวดล้อมหลอมรวมให้คำหยาบกลายเป็นเรื่องปกติทั่วไปๆ ได้ สอดคล้องกับความเห็นของนักเรียนมัธยมเพศหญิง ที่มองถึงเรื่องการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ มีความเป็นธรรมชาติ

3.4 ด้านการมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหาพอดคาสต์

จากการสนทนากลุ่มกับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด พบว่า มีการแสดงความเห็นและพฤติกรรมที่ตอบสนองต่อสื่อที่หลากหลาย โดยพบว่าผู้ฟังพอดคาสต์วัยทำงาน นักเรียนมัธยมเพศชาย และเพศหญิง มีการเปิดรับเนื้อหาสื่อและนำเนื้อหาที่ได้รับนั้นมาไตร่ตรองก่อนที่จะเชื่อ หรือมีพฤติกรรมไปตามที่สื่อกำหนด อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าผู้ฟังพอดคาสต์วัยทำงานและนักเรียนมัธยม จะมีความรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลในด้านความสามารถในการเข้าถึง ความสามารถในการทำความเข้าใจ และความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินเนื้อหา แต่ก็ยังพบว่า มีการตัดสินใจแสดงพฤติกรรมตามที่สื่อกำหนด โดยมีการหาเหตุผลมาอธิบายการกระทำของตัวเอง

นอกจากนี้ ยังพบว่า กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย ค่อนข้างมีความเชื่อมั่นในตัวเองมากว่าจะไม่หลงเชื่อไปตามที่สื่อกำหนดซึ่งก็แสดงให้เห็นว่ายังมีแนวโน้มที่จะหลงไปตามสื่อได้

อภิปรายผล

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอการอภิปรายผลโดยมีรายละเอียดดังนี้

ความเหมาะสมของเนื้อหาพ็อดคาสท์

การอภิปรายผลในเรื่องความเหมาะสมของเนื้อหาพ็อดคาสท์ ผู้วิจัยนำเสนอประเด็นอภิปรายแยกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

ด้านการใช้ภาษาบนพ็อดคาสท์

ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของเนื้อหาพ็อดคาสท์ใน 3 ด้าน มักพบการนำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในด้านการใช้ภาษา ในประเด็นการใช้ภาษาสแลง หยาบคาย โดยจะพบในลักษณะที่การดำเนินรายการด้วยรูปแบบการพูดคุย หรือเล่าเรื่อง หรือสนทนากันในลักษณะของกลุ่มเพื่อน ซึ่งจากการวิเคราะห์เนื้อหาพบในรายการพ็อดคาสท์ที่เกิดจากผู้ให้บริการผลิตขึ้นเอง (User Generated Content: UGC) ในขณะที่พ็อดคาสท์ที่ต้นแหล่งมาจากสื่อมวลชนดั้งเดิม มักไม่พบประเด็นการใช้ภาษาไม่เหมาะสม สามารถอธิบายได้ว่า รายการพ็อดคาสท์ที่เกิดจากผู้ให้บริการผลิตขึ้นเอง (User Generated Content: UGC) ผู้ผลิตเป็นบุคคลธรรมดา บุคคลที่มีชื่อเสียง หรือกลุ่มบุคคลที่มารวมตัวกันเพื่อผลิตหรือสร้างสรรค์เนื้อหาที่ตนเองมีความสนใจหรือมีความเชี่ยวชาญ และนำเสนอผ่านสื่อพ็อดคาสท์ ซึ่งลักษณะเด่นของการนำเสนอเนื้อหาจากผู้ให้บริการผลิตขึ้นเอง คือ เป็นเนื้อหาต้นฉบับ (Original) ที่ผลิตและจัดทำขึ้นเพื่อที่จะนำเสนอเฉพาะสื่อพ็อดคาสท์เท่านั้น นอกจากนี้ กลุ่มผู้ฟังเอง ยังเป็นกลุ่มคนที่มีความสนใจเฉพาะด้านจริงๆ สอดคล้องกับประชาชาติธุรกิจออนไลน์ (2561) กล่าวถึงพ็อดคาสท์ว่า เป็นสื่อที่มีเนื้อหาสำหรับคนที่มีความสนใจเฉพาะกลุ่ม ส่วนหนึ่งมาจากกลุ่มผู้ผลิตพ็อดคาสท์ที่มีความสนใจเฉพาะเรื่องเหมือนกัน นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่า ด้วยลักษณะรูปแบบการนำเสนอของพ็อดคาสท์ที่เกิดจากผู้ให้บริการผลิตขึ้นเอง มักพบในรูปแบบสนทนาเล่าเรื่อง พูดคุยกับผู้ฟัง ซึ่งเป็นลักษณะการนำเสนอเนื้อหาเพื่อให้เกิดความใกล้ชิด ให้อารมณ์ความรู้สึกที่ค่อนข้างผ่อนคลาย ไม่กังวลมากนัก และด้วยลีลาการนำเสนอที่เป็นกันเอง จึงทำให้ผู้ผลิตเนื้อหาพ็อดคาสท์อาจไม่ได้ระมัดระวัง หรือให้ความสำคัญกับการใช้ภาษาในการนำเสนอเนื้อหาเท่าที่ควร

ในขณะที่พ็อดคาสท์ที่ต้นแหล่งมาจากสื่อมวลชนดั้งเดิม มักไม่พบประเด็นการใช้ภาษาไม่เหมาะสม โดยสามารถอธิบายได้ว่า ด้วยลักษณะการนำเสนอเนื้อหาจะเป็นในรูปแบบของการนำเนื้อหาที่ออกอากาศผ่านสถานีวิทยุหลัก หรือสถานีวิทยุออนไลน์นำมาออกอากาศซ้ำ (Re-run) โดยมีการนำมาทั้งรายการ หรือตัดเฉพาะบางช่วงบางตอนมานำเสนอ ซึ่งการออกอากาศเนื้อหาพ็อดคาสท์ผ่านสื่อสาธารณะ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง มีกลไกการกำกับดูแลโดยองค์กรกำกับสื่อ

ของรัฐ หรือ สำนักงาน กสทช. ที่กำหนดให้สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง ต้องมีการจัดระดับความเหมาะสมของรายการเพื่อเป็นเครื่องมือในการปกป้องเด็กและเยาวชนจากการบริโภคสื่อที่ไม่เหมาะสมกับวัย (ตามประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกิจการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556) สอดคล้องกับที่ พนา ทองมีอาคม (2559) กล่าวถึงความสำคัญของการจัดความเหมาะสมของเนื้อหาว่า เป็นมาตรการที่องค์กรกำกับสามารถนำมาใช้เพื่อเตือนผู้ใช้สื่อให้รู้ล่วงหน้าว่ารายการที่จะรับชมหรือรับฟังมีเนื้อหาหรือระดับความรุนแรงเพียงใด ดังนั้น การนำเสนอเนื้อหาที่อดคาศ์จากผู้ผลิตที่นำเนื้อหาจากสื่อมวลชนดั้งเดิม จึงมักไม่พบประเด็นการใช้ภาษาไม่เหมาะสม

ด้านพฤติกรรมและความรุนแรง

ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของเนื้อหารายการพอดคาศ์ในด้านพฤติกรรมและความรุนแรง มักไม่พบในการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นเรื่องหลัก และไม่ได้ปรากฏชัดเจนจนเป็นแก่นของเนื้อหา แต่เนื้อหาด้านพฤติกรรมและความรุนแรงมักจะสอดแทรกอยู่ในเนื้อหาที่ถูกนำเสนอ หรือเล่าเรื่องในรายการในแต่ละตอน ซึ่งจากการวิเคราะห์ มักพบการนำเสนอเนื้อหาที่มีพฤติกรรมและความรุนแรงที่ไม่เหมาะสม ในประเด็นเกี่ยวกับการนำเสนอการใช้อาวุธ ยาเสพติด หรือการกระทำผิดที่ขัดต่อความสงบสุขของสังคม เช่น รายการที่พูดดำเนินรายการอธิบายเนื้อเรื่องของเกมที่มีการจำลองตัวเองเป็นโจร จากนั้นต้องไปทำภารกิจต่างๆ ไปไล่ปล้น ไล่ฆ่าผู้คนบนท้องถนน เป็นต้น โดยมักพบในรายการที่มีการสนทนาเรื่องการ์ตูน และเกม สามารถอธิบายได้ว่า ด้วยรูปแบบรายการสนทนา เป็นรายการที่มีจุดเด่น คือ มีผู้ดำเนินรายการ ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป เพื่อนำเรื่องราวต่างๆ มาเล่า หรือพูดคุยในรายการให้กับผู้ฟัง ด้วยลีลาการดำเนินรายการที่เป็นธรรมชาติ เป็นกันเอง และมีการแลกเปลี่ยนทรรศนคติและความเห็นซึ่งกันและกัน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์, 2549) ทำให้การนำเสนอการอธิบายพฤติกรรมและความรุนแรง จะพบว่าสอดแทรกอยู่ในเนื้อหาหลักในแต่ละตอน

เรื่องทางเพศ

ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของเนื้อหารายการพอดคาศ์ในเรื่องทางเพศ มักพบใน 1. บทสนทนาหรือคำพูดที่ล่อแหลม ส่งผลให้เกิดความรู้สึกทางเพศหรือลามกอนาจาร 2. บทสนทนาหรือคำพูดที่เป็นการสร้างค่านิยมเรื่องเพศที่ไม่เหมาะสมกับสังคมและวัฒนธรรมไทยอย่างโจ่งแจ้ง สามารถอธิบายได้ว่า สื่อพอดคาศ์ คือ สื่อเสียง สามารถเทียบเคียงลักษณะการนำเสนอรายการเหมือนวิทยุกระจายเสียงทั่วไป นั่นคือ เป็นการนำเสนอเนื้อหาผ่านเสียงประเภทต่างๆ และคำพูดเท่านั้น ดังนั้น การนำเสนอเนื้อหาเพื่อสื่อความหมายให้ผู้ฟังสามารถเข้าใจได้ชัดเจนจึงต้องอาศัย

วิธีการใช้คำที่ทำให้เกิดจินตนาการให้ผู้ฟังเห็นภาพและมีอารมณ์ร่วมกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ สอดคล้องกับที่ สุภางค์ นันทา (2553) กล่าวว่า สื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อเสียงโดยเฉพาะ จึงให้ความสำคัญกับการใช้เสียง นอกจากนี้เพื่อสร้างจินตนาการให้ผู้ฟังผ่านเสียงเพื่อให้ผู้ฟังสามารถเข้าใจ ความหมายและความเข้าใจเนื้อหาของรายการได้อย่างชัดเจน และสอดคล้องกับที่ เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2546) ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบของเสียงในรายการวิทยุกระจายเสียงมี 3 ส่วน โดย เสียงพูดและเสียงสนทนาถือเป็นส่วนประกอบหลักเพื่อให้ผู้ฟังรายการสามารถตีความข้อความที่ได้รับฟังได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม และไม่ผิดพลาด และงานวิจัยของ ธีรวัช เจนวัชรรักษ์ (2554) ศึกษาการสร้างออดิโอเดสคริปต์ชั้นในภาพยนตร์การ์ตูน พบว่า การสื่อสารอารมณ์ผ่านการบรรยายเล่าเรื่อง เป็นลักษณะของเสียงที่จะต้องทำหน้าที่เป็นภาพและทำหน้าที่แทนการแสดง ดังนั้น ทักษะในการใช้เสียงเพื่อสื่ออารมณ์จึงเป็นเรื่องที่สำคัญพอๆ กับการเลือกคำเพื่อสื่อสารเรื่อง จากเอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงกล่าวได้ว่า มักจะพบเนื้อหาเรื่องทางเพศที่ไม่เหมาะสมในบทสนทนาหรือคำพูดของผู้ดำเนินรายการ เนื่องจาก ต้องการอธิบายเพื่อสื่อความหมายและภาพ จินตนาการให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยพบข้อสังเกตว่า ถึงแม้จะมีการนำเสนอเนื้อหาเรื่องเพศที่ไม่เหมาะสม แต่ผู้ดำเนินรายการจะมีการกล่าวเตือนและให้คำแนะนำภายหลังจบประเด็นการสนทนา โดยจากการวิเคราะห์เนื้อหา พบว่า มีรายการที่นำเสนอเรื่องเพศที่ไม่เหมาะสม ในประเด็นการใช้คำพูดที่เป็นการสร้าง ค่านิยมเรื่องเพศที่ไม่เหมาะสมกับสังคมและวัฒนธรรมไทย อย่างไรก็ตาม ผู้ดำเนินรายการจะมีการกล่าวเตือนหลังจบประเด็นการสนทนาด้วยการให้คำแนะนำ และข้อคิดจากเรื่องที่สนทนาเพื่อให้ผู้ฟัง ได้ฉุกคิด เช่น ผู้ดำเนินรายการกล่าวถึงการมีเพศสัมพันธ์ว่าไม่ใช่เรื่องผิด แต่ต้องอย่าลืมนึกถึงความ ปลอดภัย และต้องไม่เป็นภาระของสังคม ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการที่ผู้ดำเนินรายการมีทักษะในเรื่อง จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม มีการให้ความสำคัญต่อการพิจารณาที่จะนำเสนอเนื้อหา ก่อน ออกอากาศ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สกุศลศรี ศรีสารคาม (2557) ที่พบว่า ผู้สื่อข่าวจะนำทักษะ ประสบการณ์และวิจารณญาณในเรื่องจริยธรรมในการนำเสนอข่าวของตนมาใช้ในการตัดสินใจ นำเสนอข้อมูล มากกว่ายึดตามกรอบแนวปฏิบัติที่มีอยู่เดิม

การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังรายการพ็อดคาสต์

การอภิปรายผลในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังรายการพ็อดคาสต์ ผู้วิจัยนำเสนอประเด็นอภิปรายแยกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

ด้านความสามารถในการเข้าถึงพ็อดคาสต์

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ฟังพ็อดคาสต์วัยทำงานและนักเรียนมัธยม มีความสามารถในการเข้าถึงเนื้อหารายการพ็อดคาสต์อยู่ในระดับสูง โดยพบว่า สามารถเปิดฟังรายการพ็อดคาสต์ได้ตามความต้องการ หรือเลือกที่จะเปลี่ยน หรือเลิกฟังรายการพ็อดคาสต์ที่ไม่ตรงตามความสนใจ สามารถควบคุมการใช้งานพ็อดคาสต์ได้ด้วยตัวเอง เช่น พ็อดคาสต์ที่มีระยะเวลามากเกินไป หรือพ็อดคาสต์ที่คุณภาพเสียงต่ำกว่าที่ผู้ฟังจะรับได้ เช่น มีเสียงรบกวนหรือระดับเสียงของผู้ดำเนินรายการไม่สม่ำเสมอทั้งรายการ มีดั่งบ้างเบาบ้างสลับกันไป นอกจากนี้ ยังมีความสามารถในการค้นหาเนื้อหาหรือรายการที่ต้องการรับฟังโดยใช้ระบบค้นหารายการได้ ซึ่งผู้ใช้สื่อในลักษณะนี้ เป็นผู้รับสารเชิงรุก (Active Audience) หมายถึง ผู้รับสารที่มีวิธีการจัดการกับสื่อ สามารถต่อรองกับด้านลบและนำด้านบวกจากสื่อมาใช้งานได้ ตลอดจนเป็นผู้ที่มีความรู้เท่าทันสื่อ และเนื้อหาต่างๆ ที่มีมากมายผ่านสื่อ (รู้เท่าทันสื่อ, 2554) สอดคล้องกับที่ ยูบล เบ็ญจรงค์กิจ (2534) กล่าวถึงแนวคิดผู้รับสารเชิงรุก (Active Audience) ตามทฤษฎีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ (Uses and Gratifications Theory) โดยจะเน้นที่ผู้รับสารเป็นคนตัดสินใจที่เลือกใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเองเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับพื้นฐานของการรู้เท่าทันสื่อที่ Buckingham (2008) ได้เสนอว่า การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลนั้นต้องเริ่มจากพื้นฐานความรู้ในการเข้าถึงและเลือกใช้ทรัพยากรในการใช้งานสื่อดิจิทัลได้ รู้จักการเชื่อมโยงของระบบต่างๆ และการใช้งานของเสิร์ชเอ็นจิน

นอกจากนี้ จากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย มักจะเริ่มเข้าถึงเนื้อหาพ็อดคาสต์จากการที่เพื่อนแนะนำ หรือฟังรายการตามเพื่อน ซึ่งสามารถอธิบายได้ตามทฤษฎีจิตสังคม (Psychological Theory) ของ Erik Erikson กล่าวว่า ในช่วงอายุ 13-20 ปี เป็นช่วงของการแสวงหาอัตลักษณ์ของบุคคล โดยมีอิทธิพลจากกลุ่มเพื่อนในวัยเดียวกันและความรู้สึกได้รับการยอมรับจากสังคมแวดล้อม เด็กวัยนี้จะค่อยๆ พัฒนาความเป็นตัวของตัวเองขึ้น และจะแสวงหาตนตามอุดมคติ และค้นหาอัตลักษณ์เพื่อปรับตัวให้เข้ากับบทบาทต่างๆ ในสังคม (นพมาศ ธีรเวคิน, 2555)

ด้านความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาพ็อดคาสต์

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ฟังพ็อดคาสต์วัยทำงาน มีความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหา รายการพ็อดคาสต์และสามารถใช้ความคิดในเชิงวิพากษ์ถึงคุณภาพ ความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ และอธิบายมุมมองการผลิตของผู้ผลิตเนื้อหาได้ในระดับสูง โดยมักพบว่า กลุ่มวัยทำงานทั้งเพศชาย และเพศหญิง มีกระบวนการตรวจสอบและแยกแยะความถูกต้องและความน่าเชื่อถือได้โดยดูจากต้น แหล่งของรายการ หรือจากองค์กรของผู้ผลิตเนื้อหา ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า กรณีที่ 1 เป็นพ็อดคาสต์ ที่เกิดจากผู้ให้บริการผลิตขึ้นเอง (User Generated Content: UGC) เช่น พ็อดคาสต์ในเครือของ สำนักข่าวออนไลน์ The Standard จะมีความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของเนื้อหาที่นำเสนอ เนื่องจาก เป็นองค์กรสื่อขนาดใหญ่ที่ได้รับการยอมรับ และเป็นที่ยูจักษ์กันในวงกว้าง ดังนั้น ในการ นำเสนอข้อมูล หรือเนื้อหาใดๆ ต้องพิจารณาความถูกต้องก่อนส่งเนื้อหาไปสู่ผู้ฟัง เนื่องจากเป็นสื่อ ขนาดใหญ่ จะมีภาคสังคมหรือผู้ฟังรายการคอยทำหน้าที่ตรวจสอบเนื้อหารายการคู่ขนานไปด้วย กรณีที่ 2 เป็นพ็อดคาสต์ที่ต้นแหล่งมาจากสื่อมวลชนดั้งเดิม จะมีกระบวนการกลั่นกรอง และ ตรวจสอบเนื้อหา ก่อนนำเสนอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ เย็นจะบก (2556) ให้ความเห็นไว้ ว่า ความน่าเชื่อถือของสื่อกระแสหลักได้ผ่านกระบวนการกลั่นกรองและควบคุมโดยกองบรรณาธิการ และองค์กรที่เป็นเจ้าของสื่อที่มีกระบวนการกลั่นกรอง คัดสรรอย่างชัดเจนจึงทำให้มีความน่าเชื่อถือ ในขณะที่สื่อใหม่เป็นสื่อที่ผลิตได้ง่าย เนื่องจากต้องมีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ ทำให้ไม่มี กระบวนการกลั่นกรองและควบคุมความถูกต้อง และไม่สามารถยืนยันความเป็นเจ้าของสื่อได้ชัดเจน ซึ่งมีผลต่อความน่าเชื่อถือได้ อย่างไรก็ตาม พบว่า กลุ่มวัยทำงานเพศชายสามารถอธิบายและเข้าใจใน เทคนิคและวิธีการสื่อสารเนื้อหาเพื่อให้เข้าถึงผู้ฟังกลุ่มเป้าหมาย เช่น พ็อดคาสต์ที่ต้นแหล่งเป็นองค์กร สื่อขนาดใหญ่ที่ได้รับการยอมรับ จะมีการตัดช่วงไฮไลท์ของแต่ละตอนมาออกอากาศตอนต้นรายการ เพื่อดึงดูดผู้ฟังให้ฟังรายการต่อเนื่องไปตลอดทั้งรายการ สอดคล้องกับที่ Silverblatt (1995) กล่าวว่า ความสามารถในการเข้าใจกระบวนการผลิตเนื้อหา และเผยแพร่เนื้อหา เป็นองค์ประกอบของการ รู้เท่าทันสื่อด้วย

นอกจากนี้ จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มนักเรียนมัธยม มีความสามารถในการทำความเข้าใจ เนื้อหารายการพ็อดคาสต์และสามารถใช้ความคิดในเชิงวิพากษ์ถึงคุณภาพ ความถูกต้อง ความ น่าเชื่อถือสูง โดยมักพบว่านักเรียนมัธยมจะมีกระบวนการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเนื้อหา โดย พิจารณาจากองค์ประกอบต่างๆ ของรายการ ได้แก่ ผู้ผลิตรายการ ผู้ดำเนินรายการ ประเภทรายการ เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ พนม คลีฉายา (2559) ที่พบว่าการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักเรียน มัธยมในด้านความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาพ็อดคาสต์อยู่ในระดับสูง ซึ่งสามารถอธิบาย ตามแนวคิดของ Livingstone (2004) ที่กล่าวว่า ทักษะในการวิเคราะห์องค์ประกอบต่างๆ เช่น

เนื้อหา ผู้ผลิตรายการ ประเภทรายการ เทคโนโลยีการแพร่ภาพกระจายเสียงเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการพิจารณาเนื้อหาในสื่อออนไลน์ เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากช่องทางออนไลน์ได้

ด้านความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินมุมมองหรือเนื้อหาที่จิตใจจะไว้

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ฟังพอดคาสท์วัยทำงานและนักเรียนมัธยม มีความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินมุมมองหรือเนื้อหาที่จิตใจจะไว้ในระดับสูง โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างสามารถประเมินคุณค่า โดยดึงเอาประโยชน์จากเนื้อหารายการมาใช้ให้เกิดประโยชน์ และรู้ถึงโทษภัยและอันตรายของเนื้อหาที่แฝงเรื่องทางธุรกิจได้ และมีความสามารถในการวิเคราะห์และแยกแยะระหว่างเนื้อหารายการ และการโฆษณาออกจากกันได้ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักเรียนมัธยมของ พนม คลีฉายา (2559) ที่พบว่า การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักเรียนมัธยมในด้านความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินมุมมองหรือเนื้อหาที่จิตใจจะไว้ในเรื่องเนื้อหาโฆษณาเกินจริงอยู่ในระดับสูงมาก

นอกจากนี้ ผลการวิจัยบ่งชี้ว่า กลุ่มนักเรียนมัธยมทั้งชายและหญิง มีมุมมองว่าการโฆษณาในสื่อเป็นเรื่องปกติทั่วไป สามารถกระทำได้แต่ต้องอยู่ในปริมาณที่พอดี ไม่มากจนเกินไปจนทำให้ผู้ฟังเกิดความรำคาญ และจะกลายเป็นพฤติกรรมหลีกเลี่ยงการโฆษณาได้ ซึ่งจากการสนทนาพบว่า ผู้ฟังกลุ่มตัวอย่างมีวิธีการหลีกเลี่ยงการโฆษณาด้วยการปิดรับสื่อไปเลยหรือลดการรับโฆษณานั้นๆ ด้วยวิธีการเพิกเฉย หรือกดข้ามโฆษณาไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ อังคณา จงไทย (2558) ที่พบว่า เจนเนอเรชั่น Z มีการหลีกเลี่ยงโฆษณาในสื่อหลอมรวมสูงสุด เนื่องจาก กลุ่มที่เกิดขึ้นมาพร้อมกับสื่อดิจิทัล (Digital Native) มีความรู้ด้านเทคโนโลยีจึงรู้วิธีการหลีกเลี่ยงการโฆษณาเป็นอย่างดี และมีทัศนคติต่อโฆษณาว่าเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแต่รู้กลั้วสิทธิส่วนตัว อย่างไรก็ตาม จากพฤติกรรมหลีกเลี่ยงการโฆษณาของกลุ่มตัวอย่าง สามารถอธิบายเพิ่มเติมด้วยธรรมชาติของสื่อเสียง คือ สามารถนำเสนอข้อมูลด้วยความรวดเร็ว ผู้บริโภคสื่อจะสามารถเข้าถึงข้อมูล หรือเนื้อหาได้ตามต้องการ ซึ่งหากมีโฆษณาหรือการแฝงธุรกิจการค้า อาจทำให้การเข้าถึงข้อมูลนั้นๆ ช้าลง สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการหลีกเลี่ยงการโฆษณาของคน จากงานวิจัยของ Cho และ Choen (2004) พบว่าตัวแปรที่ส่งผลต่อการหลีกเลี่ยงการโฆษณา ได้แก่ โฆษณาเป็นอุปสรรคต่อการเข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการ การกระจุกตัวของโฆษณาที่มีมากเกินไปจนทำให้เกิดความสับสน และการมีประสบการณ์แรกเริ่มในแง่ลบกับการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต

ด้านการมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหาพ็อดคาสท์

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ฟังพ็อดคาสท์วัยทำงานและนักเรียนมัธยมมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อเนื้อหาจากสื่อพ็อดคาสท์ที่หลากหลายแตกต่างกันไป ซึ่งจากผลการสนทนากลุ่มในด้านความสามารถในการเข้าถึง ความสามารถในการทำความเข้าใจ และความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินเนื้อหานั้น กลุ่มตัวอย่างมีการแสดงออกมาได้อย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม ในด้านการมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหาพ็อดคาสท์ พบว่า ถึงแม้ว่าผู้ฟังพ็อดคาสท์วัยทำงานและนักเรียนมัธยมจะมีความรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล ในด้านความสามารถในการเข้าถึง ความสามารถในการทำความเข้าใจ และความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินเนื้อหา แต่ก็ยังพบว่า มีการตัดสินใจแสดงพฤติกรรมตามที่สื่อกำหนด โดยมีการหาเหตุผลมาอธิบายการกระทำของตัวเอง เช่น การที่กลุ่มผู้ฟังวัยทำงาน มีการบริจาคเงินเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานในพ็อดคาสท์ที่ตนเองชื่นชอบ โดยเหตุผลที่บริจาคเพราะชื่นชอบผู้ดำเนินรายการ รวมถึงลีลา และวิธีการนำเสนอเนื้อหา และทราบด้วยว่าเงินที่ตนเองบริจาค่นั้นจะถูกนำไปใช้เพื่อจุดประสงค์อะไร โดยเป็นจุดประสงค์ที่ตนเองรับได้ (คุณวี วัยทำงานเพศหญิง, สนทนากลุ่ม) หรือการที่กลุ่มผู้ฟังรายการมีการส่งเรื่องราวของตนเองเข้าไปยังรายการเพื่อให้ผู้ดำเนินรายการเล่าออกอากาศ รวมถึงเมื่อเจอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่รายการพ็อดคาสท์แต่ละตอนตั้งเอาไว้ จะมีการใส่แฮชแทค (#) เพื่อส่งเรื่องราวที่ตนเองไปพบเจอมาเข้าไปในรายการ โดยให้เหตุผลว่าเพื่อแบ่งปันเรื่องราวให้ผู้ดำเนินรายการไปเล่าในรายการต่อได้ (คุณจี วัยทำงานเพศชาย, สนทนากลุ่ม) เป็นต้น ซึ่งสามารถอธิบายเทียบเคียงได้จากงานวิจัยของ พนม คลีฉายา (2557) ศึกษาการรู้เท่าทันสื่อกระแสหลัก ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ กล่าวว่า การรู้เท่าทันสื่อนอกจากจะมุ่งวัดความสามารถในเชิงความรู้แล้ว ยังควรศึกษาเพิ่มเติมการวัดความรู้เท่าทันสื่อในด้านอารมณ์ ค่านิยม และสุนทรียภาพของบุคคลเพิ่มเติมด้วย ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า กลุ่มผู้ฟังอาจมีการใช้อารมณ์ในการตัดสินใจแสดงพฤติกรรมตามที่สื่อกำหนด

นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย ค่อนข้างมีความเชื่อมั่นในตัวเองมากว่าจะไม่หลงเชื่อไปตามที่สื่อกำหนด จากตัวอย่างการแสดงความคิดเห็นต่อเนื้อหารายการที่ไม่เหมาะสมในด้านต่างๆ เช่น นักเรียนมัธยมเพศชายมองว่ารายการที่นำเสนอความรุนแรงในเกม เพื่อให้ผู้ฟังได้คลายเครียด ผู้ใหญ่คิดไปเองว่ามันคือความรุนแรง หรือจากความเห็นที่พบในการสนทนากลุ่มว่า “...ผู้ใหญ่คิดมากเกินไป คนเปิดฟังพ็อดคาสท์ได้ก็น่าจะมีความรู้ตัวระดับหนึ่งนะ ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ...” (คุณเอ นักเรียนมัธยมเพศชาย, สนทนากลุ่ม) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า เป็นลักษณะของในการป้องกันตัวเอง (Defense mechanism) โดยผู้ฟังจะมีการหาเหตุผลมาสนับสนุนการกระทำของตัวเองเพื่อปกป้องความรู้สึกของตนซึ่งเป็นวิธีการช่วยผ่อนคลายเป็นภาวะอารมณ์ต่างๆ ชั่วคราว ซึ่งก็แสดงให้เห็นว่า ยังมีแนวโน้มที่จะหลงไปตามสื่อได้ สอดคล้องกับงานวิจัย พนม คลีฉายา (2559) ทำการศึกษาเรื่องการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักเรียนมัธยม พบว่า ในด้านการรู้เท่าทันเนื้อหาในเกม นักเรียนมัธยมมี

การมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหาในระดับปานกลาง และงานวิจัยของ สุภารัตน์ แก้วสุทธิ (2553) พบว่า กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี หรือกลุ่มนักเรียนมัธยม เป็นกลุ่มที่นำเป็นหัวงในเรื่องพฤติกรรมในการป้องกันตัวเองจากการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลทางอินเทอร์เน็ต

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. องค์กรที่มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลสื่อ หรือ กสทช. ควรให้การส่งเสริมผู้ผลิตเนื้อหาที่เป็นผู้ใช้บริการ (User Generated Content) เช่น การสนับสนุนการจัดฝึกอบรมเพื่อให้หลักจริยธรรมและเสริมสร้างจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม ให้ผู้ผลิตสื่อได้ระมัดระวังการนำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อ โดยเฉพาะเนื้อหาด้านพฤติกรรมและความรุนแรง เพศ และการใช้ภาษาให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น

2. องค์กรธุรกิจสามารถใช้พ็อดคาสต์เป็นสื่อเสริมเพื่อทำการสื่อสารทางการตลาดกับกลุ่มเป้าหมาย นอกเหนือจากการทำการตลาดผ่านสื่อหลัก ในลักษณะการให้รายละเอียดหรือข้อมูลของสินค้าหรือบริการเพิ่มเติม โดยการสอดแทรกลงไปในเรื่องหารายการ หรือทำให้สินค้ามีความเกี่ยวข้องกับเนื้อหารายการ ผู้ฟังจะสามารถสัมผัสได้ถึงความเป็นมิตรของผู้นำเสนอเนื้อหา โดยพ็อดคาสต์อาจจะเป็นช่องทางที่ไม่เหมาะสมจะใช้เป็นสื่อโฆษณา

3. องค์กรทั่วไปสามารถประยุกต์ใช้พ็อดคาสต์เป็นสื่อช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ เพื่อให้ข้อมูล ความรู้ กับกลุ่มผู้ฟังที่มีความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นการเฉพาะได้ เช่น การนำเสนอเนื้อหารายการที่เป็นสาระความรู้สอดแทรกความบันเทิง เพื่อเพิ่มช่องทางการนำเสนอเนื้อหาให้เข้าถึงผู้ฟังมากยิ่งขึ้น

4. องค์กรที่เป็นกิจการแพร่ภาพกระจายเสียง เช่น สถานีวิทยุ สถานีโทรทัศน์ต่างๆ สามารถใช้พ็อดคาสต์เป็นสื่อเสริม ในการนำเนื้อหารายการที่ออกอากาศผ่านสถานีหลัก และนำมาออกอากาศซ้ำ (Re-run) โดยจะนำมาทั้งรายการหรือตัดเฉพาะบางช่วงมานำเสนอผ่านพ็อดคาสต์ เพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึงเนื้อหารายการ และขยายกลุ่มผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

ควรศึกษาเพิ่มเติมในเชิงนโยบายทั้งในด้านการส่งเสริมและสนับสนุน เพื่อให้พ็อดคาสต์เป็นช่องทางสำหรับการศึกษาเรียนรู้ ควบคู่ไปกับการศึกษาเชิงนโยบายในด้านการกำกับดูแลเนื้อหาในด้านการใช้ภาษา ด้านพฤติกรรมและความรุนแรง และเรื่องทางเพศที่ไม่เหมาะสม และอาจเป็นภัยต่อการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน โดยจะต้องไม่ทำให้ให้เสรีภาพในการนำเสนอเนื้อหา และเอกลักษณ์ของสื่อพ็อดคาสต์เสียไป

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- OTT (Over the Top) คืออะไร. (2560, 12 พฤษภาคม). วันที่เข้าถึงข้อมูล 11 ธันวาคม 2560, Retrieved from <https://bact.cc/2017/what-is-ott/>
- Podcast. (2552, 20 กุมภาพันธ์). วันที่เข้าถึงข้อมูล 22 มกราคม 2561, Retrieved from <https://www.gotoknow.org/posts/2434971>
- Podcasts รายการวิทยุออนไลน์ที่กำลังมา, ใครก็เป็นเจ้าของได้, พร้อมแนะนำรายการน่าฟังสำหรับผู้เริ่มต้น. (2560, 8 สิงหาคม). วันที่เข้าถึงข้อมูล 22 มกราคม 2561, Retrieved from <https://www.mangozero.com/what-is-podcasts/>
- Suetrong, A., & Chongapiratanakul, B. (2559). การใช้เทคโนโลยีพอดคาสต์เพื่อพัฒนาการฟังภาษาอังกฤษ (The Use of Podcast for English Listening Development). วารสารวิชาการศิลปศาสตร์ประยุกต์, มกราคม-มิถุนายน 2559, 39-47.
- เพ็ญพักตร์ เตียวสมบุญกิจ. (2557). ความรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้โทรทัศน์ภายใต้ภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ที่เปลี่ยนไป. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์ดุสิต สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เมื่อคนฟัง “Podcast” มากขึ้น โอกาสของคนทำคอนเทนต์คืออะไร. (2560, 4 ธันวาคม). วันที่เข้าถึงข้อมูล 17 มกราคม 2561, Retrieved from <https://www.marketingoops.com/exclusive/opinion/podcast-and-hidden-content-advertising-opportunity/>
- แนะนำ 5 Podcast ที่น่าสนใจ ไว้ฟังแก้เบื่อยามรถติด. (2560, 23 กุมภาพันธ์). วันที่เข้าถึงข้อมูล 17 มกราคม 2561, Retrieved from <http://www.cracknerd.com/แนะนำ-podcast/>
- กระแสนำ Podcast จะกลับมาหรือเปล่า. (2560, 3 มกราคม). วันที่เข้าถึงข้อมูล 11 ธันวาคม 2560, Retrieved from <http://thumbsup.in.th/2017/01/podcast-is-back/>
- ชนัญสราร อรพน อยุธยา. (2556). การกำกับดูแลเนื้อหารายการที่อาจเป็นภัยในกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยเพื่อคุ้มครองเด็กและเยาวชนภายใต้ภาวะสื่อที่หลอมรวม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์ดุสิต สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชลิตา ศรีนวล. (2558). Over-the-Top (OTT): สงคราม ที่เพิ่งเริ่มต้นในระบบนิเวศใหม่ ของเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร. วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศ, 11(1), 74-81.

- ชิดชนก ชะนะภักย์. (2550). การรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ณัฏฐ อารยะกุล. (2558). พฤติกรรมการเปิดรับฟังข่าวสารทางวิทยาศาสตร์ และความพึงพอใจของผู้ฟังพอดคาสท์ที่มีต่อรายการวิทยุแคสต์. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- นพมาศ ชีระเวคิน. (2555). จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พนม คลี่ฉายา. (2557). การรู้เท่าทันสื่อมวลชนกระแสหลักของคนกรุงเทพมหานคร. วารสารนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 32(2), 1-24.
- พนม คลี่ฉายา. (2559). การใช้งาน ความเสี่ยง การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล และแนวทางการสอนเพื่อการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล สำหรับนักเรียนมัธยมในประเทศไทย. วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์, 20(1), 46-57.
- พนา ทองมีอาคม และคณะ. (2559). เรียนรู้เรื่องสื่อ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท สามเจริญพานิชย์ (กรุงเทพ) จำกัด.
- พรทิพย์ เย็นจะบก. (2556). การรู้เท่าทันสื่อบนสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย: กรณีศึกษาเฉพาะสื่อกระแสหลักและสื่อใหม่ ในช่วงเวลาหาเสียงเลือกตั้งปี พ.ศ. 2554. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2549a). เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดและผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงเบื้องต้น หน่วยที่ 1-7. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2549b). เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดและผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงเบื้องต้น หน่วยที่ 8-5. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- รวม 20 Podcast ไทย ที่น่าติดตาม. (2560, 15 กันยายน). วันที่เข้าถึงข้อมูล 14 ธันวาคม 2560, Retrieved from <https://www.iphoneapptube.com/news/20-podcast-thai-you-should-subscribe/>
- รู้เท่าทันสื่อ. (2554). (ชาม เชื้อสถาปนศิริ Ed.). กรุงเทพมหานคร: บริษัท ออฟเซ็ท ครีเอชั่น จำกัด.

- รู้จัก Podcast (พ็อดคาสต์) สถานีวิทยุส่วนตัว ที่เริ่มกลับมามีกระแส (เล็กๆ) อีกครั้ง. (2560, 14 กันยายน). วันที่เข้าถึงข้อมูล 14 ธันวาคม 2560, Retrieved from <https://www.iphoneapptube.com/ios-app/podcast-everything-you-need-to-know/>
- วิวัฒนาการวิทยุในต่างประเทศ. (2552, 10 มิถุนายน). วันที่เข้าถึงข้อมูล 6 ธันวาคม 2560, Retrieved from <http://oknation.nationtv.tv/blog/rt201dpu/2009/06/10/entry-1>
- ศุภางค์ นันทา. (2552). หลักการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์. มหาสารคาม: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ศุภางค์ นันทา. (2553). การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงเบื้องต้น. มหาสารคาม: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สกุลศรี ศรีสารคามรา. (2557). จริยธรรมการใช้สื่อออนไลน์และสื่อสังคมในกระบวนการสื่อข่าวของสื่อไทยในยุคดิจิทัล: รายงานวิจัยจากสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ, สถาบันอิศรา มูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).
- สมสุข หินวิมาน และคณะ. (2557). ความรู้เบื้องต้นทางวิทยุและโทรทัศน์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สารานุกรมโทรคมนาคมไทย. (2552). วันที่เข้าถึงข้อมูล 11 กุมภาพันธ์ 2561, Retrieved from http://www.thaitelecomkm.org/TTE/topic/attach/Definition_of_Telecommunications/index.php
- สาวกโซเซียลมีเดียหุ! เทรนด์ Podcast เมืองไทยกลับมาอีกครั้ง..จะติดหรือจะดับ. (2559, 8 พฤศจิกายน). วันที่เข้าถึงข้อมูล 17 มกราคม 2561, Retrieved from https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1478515063
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2560a). รายงานผลการดำเนินงานประจำปี 2559 คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์. กรุงเทพมหานคร.
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2560b). สภาพการแข่งขันและแนวทางการกำกับดูแลกิจการ Over The Top : OTT, โครงการศึกษาแนวทางการกำกับดูแลการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์แบบ Over The Top. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2559, 11 ธันวาคม). สํารวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2559. วันที่เข้าถึงข้อมูล 10 ธันวาคม 2560, Retrieved from <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/icthh59.pdf>

สำหรับแฟนๆ พ็อดคาสท์: คำถามที่พบบ่อย. (2560). วันที่เข้าถึงข้อมูล 17 มกราคม 2561 , Retrieved from <https://www.apple.com/th/itunes/podcasts/fanfaq.html>

สุทธิติ ชัดติยะ. (2555). หลักการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ประชยูร วงศ์พันธ์ตั้ง จำกัด.

ฮาวทูง่าย ๆ สเตปบายสเตปสำหรับคนอยากเริ่มต้นทำพอดแคสต์ของตัวเอง. (2561, 22 มกราคม). วันที่เข้าถึงข้อมูล 22 มกราคม 2561, Retrieved from <https://thestandard.co/podcast/newyearnewyou22/>

ภาษาอังกฤษ

Abdous, M., Facer, B., & Yen, C. (2015). Trends in Podcast Download Frequency Over Time, Podcast Use, and Digital Literacy in Foreign Language and Literature Courses. *International Journal of Distance Education Technologies*, 13(2), 15.

Bashford, S. (2006). The revolution masterclass on podcasting. *Revolution*, 62-64.

Buckingham, D. (2004). *The media literacy of children and young people*. London: Mcgraw Hill.

Cho, C. H., & Cheon, H. J. (2004). Why do people avoid advertising on the internet. *Journal of Advertising*, 33(4), 89-97.

Daniels, G. (2014, 9 April). FCC defends criticism from broadcasters and says OTT is good news. Retrieved January 17, 2018 from <http://www.telecomtv.com/articles/policy-and-regulation/fcc-defends-criticism-from-broadcasters-and-says-ott-is-good-news-11292/>

Livingstone, s. (2004). What is media literacy? . *Intermedia*, 32(3), 18-20.

Potter, J. W. (2004). *Theory of media literacy: A cognitive approach*. Santa Barabana: Sage Publications.

Potter, J. W. (2016). *Media literacy* (8 ed.). Santa Barabana: Sage Publications.

Silverblatt, A. (1995). *Media literacy: Keys to interpreting media messages*. Westpost: Praeger.



ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ข้อมูลผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม

ผู้วิจัยทำการจัดการสนทนากลุ่มที่ห้องประชุมที่ 707 ชั้น 7 อาคารมงกุฎสมเด็จพระสังฆราช คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยมีจำนวนผู้เข้าร่วมสนทนาทั้งสิ้น 26 คน โดยมีรายละเอียดของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม ดังนี้

กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย

การสนทนากลุ่มเมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม 2561 เวลา 13.00 - 15.00 น. ผู้เข้าร่วมสนทนา จำนวน 7 คน ดังนี้

ลำดับ	นามสมมุติ	อายุ (ปี)	อาชีพ	ระยะเวลาที่ฟังพ็อดคาสท์
1	คุณเอช	18	นักเรียน	ต่ำกว่า 6 เดือน
2	คุณไอ	17	นักเรียน	ต่ำกว่า 6 เดือน
3	คุณเจ	17	นักเรียน	ต่ำกว่า 6 เดือน
4	คุณเค	15	นักเรียน	ต่ำกว่า 6 เดือน
5	คุณเอล	17	นักเรียน	ต่ำกว่า 6 เดือน
6	คุณเอ็ม	17	นักเรียน	ต่ำกว่า 6 เดือน
7	คุณเอ็น	17	นักเรียน	ต่ำกว่า 6 เดือน

กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง

การสนทนากลุ่มเมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม 2561 เวลา 10.00 - 12.00 น. ผู้เข้าร่วมสนทนา จำนวน 6 คน ดังนี้

ลำดับ	นามสมมุติ	อายุ (ปี)	อาชีพ	ระยะเวลาที่ฟังพ็อดคาสท์
1	คุณโอ	18	นักเรียน	1 - 2 ปี
2	คุณพี	16	นักเรียน	1 - 2 ปี
3	คุณคิว	15	นักเรียน	ต่ำกว่า 6 เดือน
4	คุณอาร์	17	นักเรียน	2 - 3 ปี เดือน
5	คุณเอส	17	นักเรียน	ต่ำกว่า 6 เดือน
6	คุณที	16	นักเรียน	1 - 2 ปี

กลุ่มวัยทำงานเพศชาย

การสนทนากลุ่มเมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2561 เวลา 10.00 - 12.00 น. ผู้เข้าร่วม
สนทนา จำนวน 7 คน ดังนี้

ลำดับ	นามสมมุติ	อายุ (ปี)	อาชีพ	ระยะเวลาที่ฟัง พ็อดคาสท์
1	คุณเอ	30	พนักงานบริษัทเอกชน	มากกว่า 4 ปี
2	คุณบี	29	เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ	1 - 2 ปี
3	คุณซี	31	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ	มากกว่า 4 ปี
4	คุณดี	26	เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ	2 - 3 ปี
5	คุณอี	27	เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ	6 เดือน - 1 ปี
6	คุณเอฟ	30	พนักงานบริษัทเอกชน	2 - 3 ปี
7	คุณจี	24	พนักงานบริษัทเอกชน	3 - 4 ปี

กลุ่มวัยทำงานเพศหญิง

การสนทนากลุ่มเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2561 เวลา 10.00 - 12.00 น. ผู้เข้าร่วม
สนทนา จำนวน 6 คน ดังนี้

ลำดับ	นามสมมุติ	อายุ (ปี)	อาชีพ	ระยะเวลาที่ฟัง พ็อดคาสท์
1	คุณยู	28	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ	2 - 3 ปี
2	คุณแซด	30	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ	6 เดือน - 1 ปี
3	คุณวี	30	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ	1 - 2 ปี
4	คุณเอ็ก	24	พนักงานบริษัทเอกชน	6 เดือน - 1 ปี
5	คุณวาย	24	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ	1 - 2 ปี
6	คุณเมย์	30	พนักงานบริษัทเอกชน	1 - 2 ปี

ตัวอย่างรายการพ็อดคาสท์ที่ใช้เปิดเพื่อทำงานสนทนากลุ่ม

ผู้วิจัยเปิดไฟล์เสียงพ็อดคาสท์ที่มีเนื้อหาที่แฝงธุรกิจการค้าและความไม่เหมาะสมในด้านพฤติกรรมความรุนแรง เพศ ภาษาที่ใช้ และตั้งคำถามดังนี้

1. เนื้อหาพ็อดคาสท์ที่แฝงธุรกิจการค้า

ผู้ร่วมสนทนาคนที่ 1 :	ก่อนไป มีคำถามหนึ่งอยากถามทุกคน เพราะว่า ฌอน กำลังจะเปิดสิ่งที่มีชื่อว่า “ทักษะชีวิต” แสนเลยถามทุกคนว่า ทักษะชีวิตที่สำคัญที่สุดของแต่ละคนคืออะไร ที่ถามนี้แสนว่ามันจะให้คุณค่าแก่คนดูเพราะว่า ถ้าเรารู้ว่าทักษะชีวิตอะไรสำคัญที่สุด แล้วคนดูเห็นก็จะได้ไปเฝ้หาเองต่อว่าฉันต้องสร้างทักษะนี้
ผู้ร่วมสนทนาคนที่ 2 :	สำหรับฌอน คือ ทักษะชีวิตที่สำคัญ คือ Communication คือ การสื่อสาร เหมือน 90% ของชีวิตเรามันต้องทำอะไรกับคนอื่น แล้วถ้าเรามีวิธีสื่อสารแบบไม่ให้คนนี้โกรธ แบบว่าพูดตรงได้แบบมีศิลปะ ...อย่างเราจะบอกให้อีกคนนึงเปลี่ยน แต่เราไม่ยอมให้เค้ารู้สึกไม่ดีกับที่เราพูด ผมคิดว่าในทุกด้านของชีวิตถ้าเราสื่อสารได้ดี มันก็จะสงบ ... อันนี้เราก็จะมีในทักษะชีวิต สื่อสารกับลูก สื่อสารกับคู่รักของเรา สื่อสารกับพ่อแม่ สอนเลย สอนเป็นประโยคเลยด้วย ก็ถ้าสนใจ อีกพักนึงเราก็จะมีวิดีโอ หรือ ภาพที่คนเคยมาร่วม Work Shop มาให้ชม
ผู้ร่วมสนทนาคนที่ 3 :	Good Answer ฌอนตอบดีมาก สกิลทักษะชีวิตที่กำลังคิดจะทำทักษะชีวิตเนี่ย แล้วอีกอย่างคำตอบคุณเร็วมากเลยที่บอกว่าทักษะการสื่อสาร (เสียงจากพ็อดคาสท์ ฌอน บุรณะหิรัญ Podcast ตอนที่ 27, 20 มกราคม 2561)

2. เนื้อหาพ็อดคาสท์ที่แฝงพฤติกรรมและความรุนแรงที่ไม่เหมาะสม

ผู้ร่วมสนทนาคนที่ 1:	เกมที่มีประเด็นทุกปี นั่นก็คือเกม GTA เกมที่จะจำลองเราเป็นโจร เป็นตำรวจ เป็นมาเฟีย ถ้าไม่ฆ่าคนนี่เป็นมาเฟียได้มะ
ผู้ร่วมสนทนาคนที่ 2:	เป็นอะไรก็ได้แล้วแต่เนื้อเรื่อง อย่างภาค 5 ภาคล่าสุด เราได้เล่นเป็นหมา แล้วก็ไปไล่กัดเค้า
ผู้ร่วมสนทนาคนที่ 2:	แล้วเราสามารถฆ่าใครได้ไหมเป็นหมาเนี่ย
ผู้ร่วมสนทนาคนที่ 3:	มีไปปล้นรถ ปล้นอะไรแบบนี้ไหม
ผู้ร่วมสนทนาคนที่ 1:	โห มีทุกภาค แต่ก็มีเหมือนกันที่พ่อแม่ไม่ค่อยอยากให้เล่น GTA แต่เราก็อยากเล่นไง เราก็บอกพ่อแม่ว่าเออเราจะเล่นเป็นคนดี ก็พยายามขับรถตรงตามกฎจราจร ห้ามฝ่าไฟแดง ห้ามสวนเลน อะไรแบบนี้ แต่กิเลสมันอยากเอาไม้ไปทุบหัวคน ไปกระชาก ไปปล้นรถ
ผู้ร่วมสนทนาคนที่ 3:	ระบายนารมณ์ๆ
ผู้ร่วมสนทนาคนที่ 1:	แต่ถ้าถามว่าเกมนี้มันมีข้อดีไหม ก็มีอะ แต่มันอาจจะทำให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบได้ง่ายด้วยมั้ง ก็ไม่รู้เหมือนกัน แต่เราเชื่อว่าเกมทุกเกมมันก็ต้องมีข้อดีแหละ
ผู้ร่วมสนทนาคนที่ 2:	อย่างเกมนี้ก็ผ่อนคลาย ให้ความสุขก็แค่นั้น
ผู้ร่วมสนทนาคนที่ 3:	ความสุขแบบ เป็นหมาไปไล่กัดคนแบบเนี่ยนะ
ผู้ร่วมสนทนาคนที่ 2:	มันก็มีอย่างอื่นไง ช่วยคุณยายข้ามถนน หรือเห็นตำรวจจับโจร เราก็วิ่งไปต๋อยโจรที่นั่นแล้วเราก็จะได้ตั้งกลับมา
ผู้ร่วมสนทนาคนที่ 1:	แต่นั้นก็เป็นส่วนน้อยในเกม

(เสียงจากพ็อดคาสท์ Jipatalk จิปาทอล์ค รายการเกมไม่ใช่ปัญหา ตอนที่ 5 โปรดใช้วิจารณญาณในการเล่น, 7 มีนาคม 2560)

3. เนื้อหาพ็อดคาสท์ที่แฝงเรื่องเพศที่ไม่เหมาะสม

ผู้ดำเนินรายการ 1:	วันวาเลนไทน์เป็นวันเสียตัวแห่งชาติ
ผู้ดำเนินรายการ 2:	เหยยจริงหรือ ไม่น่าเชื่อเลยนะเนี่ย (ข้า)
ผู้ดำเนินรายการ 3:	วันวาเลนไทน์กับวันลอยกระทงวันไหนคนเสียตัวมากกว่ากัน
ผู้ดำเนินรายการ 2:	เออ มันเป็นคำถามที่เราอยากรู้มากเลย ...ผู้ดำเนินรายการผลัดกันให้ความเห็น...
ผู้ดำเนินรายการ 2:	แต่เราว่ามันมีสิทธิ์เป็นวาเลนไทน์นะ เพราะว่า “14 กุมภาพันธ์ 15 พฤษภาคม 16 นั่งกลุ่มยาคุมไม่ทัน เริ่มอ้วนมีภูษา กรกฏาฝากครรรค์ สิงหาคมสุพรรณค์ เจอ กันพฤศจิกายน” (ข้า)
ผู้ดำเนินรายการ 3:	อ้อคือคนที่คลอตลูกเดือนพฤศจิกายนคือผลพวงจากการ
ผู้ดำเนินรายการ 2:	ใช้ๆๆ (ข้า) ..เราว่าวันลอยกระทงมันไม่น่าเสีย มันเหมือนไม่ตั้งใจเสียอะ มันก็แค่มันที่ออกกลางคืนเฉยๆ นึกออกปะ แต่วันวาเลนไทน์มันมีเหตุผล ให้นำเสียใจ มันเป็นวันแห่งความรัก
ผู้ดำเนินรายการ 3:	...แต่ไม่ต้องวันวาเลนไทน์เค้าก็เย่_ กันปะวะ
ผู้ดำเนินรายการ 2:	ใช่ๆๆ เลยไม่ได้รู้สึกว่ามันเป็นประเด็นอะไรขนาดนั้น ก็แค่ปกป้องกันก็พอ หรือว่าเสียวันวาเลนไทน์มันจะมีความโรแมนติก ประมาณว่า เออวันแห่ง ความรัก เรามาจัดกัน 3 ดอก อะไรแบบเนี่ย
ผู้ดำเนินรายการ 1:	เท่าจำนวนดอกไม้ที่กูซื้อ
ผู้ดำเนินรายการ 2:	จริงๆ เรื่องการมีเพศสัมพันธ์หรือเสียตัวอะไรเนี่ย เดี๋ยวนี้มันก็เฉยๆนะ อย่างน้อยก็อย่าเป็นภาระคนอื่น อายุเท่าไรก็ได้แต่ต้องรู้จักการป้องกันละ มีความรับผิดชอบ ไม่ใช่ไปสดแล้วท้อง แล้วมีปัญหาอะไรแบบเนี่ย คือเรา ไม่สนใจว่าประถมนมันจะมีอะไรกัน จะเอากันอะไรแบบเนี่ย เราไม่ ซีเรียสนะ แต่ถ้ามันมีความคิดว่า “เหยย เธอต้องป้องกันนะ เพราะว่าเดี๋ยว ท้องไปเนี่ย ไม่ได้นะเพราะเราต้องเรียนต่อมัธยม” อะไรแบบเนี่ย มันโอเค นะ
ผู้ดำเนินรายการ 3:	แต่มันก็ไม่ใช่เด็กทุกคนจะมีความคิดแบบนี้ละ

(เสียงจากพ็อดคาสท์ Get Talks รายการสัพเพHEYไว้ว่า ตอนที่ 32 วาเลนไทน์ที่ก็ไม่มีแฟน,
12 กุมภาพันธ์ 2561)

4. เนื้อหาพ็อดคาสท์ที่แฝงด้านภาษาที่ไม่เหมาะสม

ผู้ดำเนินรายการ 1:	... มันจะมีคนที่ไม่กินกาแฟ แล้วก็มากินเพื่อที่จะต้องการให้ตื่น คนนั้นคือนน (คนที่เคยมาเป็นแขกรับเชิญในรายการหมูป่าทอล์ก) มันอยู่ในช่วงทำหนังสือปะ ต้องทำหามรุ่งหามค่ำ มันถามกูว่า ต้องกินกาแฟให้_ อะไรจะตื่นให้_ กูแปลกใจมาก ให้_ กาแฟอะไรมันก็ควรจะต้องทำให้มีง ตื่นอยู่แล้วนี่หว่า จนโตกูพึ่งมารู้ว่าบางคนเค้าไม่กินกาแฟ เค้าจะกินกาแฟเพื่อให้ตื่นเท่านั้น...
ผู้ดำเนินรายการ 2:	กินกาแฟเพื่ออาระพิเศษ
ผู้ดำเนินรายการ 1:	โลกของกาแฟเนี่ยนะ สมมุติคนทั่วไปไปกินซูชิแล้วไม่ชอบ ซูชิให้_ ไรเนี่ย ตลาดนัดให้_ ไรอย่างเนี่ย แล้วมีงพาคนเนี่ย ไปกิน Hi-End ซูชิอะ ยังไงมันก็ต้อง ไอ้ให้_ ชอบแน่นอนอะ เพราะแม่่งรสชาติแม่่งต่างกันมาก
ผู้ดำเนินรายการ 3:	อืม จริงๆๆ
ผู้ดำเนินรายการ 1:	แต่ในขณะที่เดียวกัน มีงไม่สามารถทำอย่างนี้กับกาแฟได้เว้ย คือมีงไม่ชอบอยู่แล้ว แล้วมีงไปกินกาแฟแบบที่คน Hi-End กินอะ เพราะแม่่งมันก็คือรสขมอะ ไม่เห็นอร่อยเลยอะไรแบบเนี่ย มันไม่ใช่ของที่กินง่าย (เสียงจากพ็อดคาสท์หมูป่าออนแอร์ รายการน้ำปลาพริก ตอนที่ 10 สภากาแฟ, 8 มิถุนายน 2560)

แนวคำถามการสนทนากลุ่ม การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังรายการพ็อดคาสท์

1. ด้านความสามารถในการเข้าถึงพ็อดคาสท์

- พ็อดคาสท์สามารถรับฟังได้จากช่องทางใดบ้าง อย่างไร
- แอปพลิเคชัน โปรแกรมเว็บไซต์ ที่ใช้ฟังพ็อดคาสท์มีอะไรบ้าง
- วิธีการเข้าถึงพ็อดคาสท์
- ถ้าต้องการค้นหารายการพ็อดคาสท์ที่สนใจต้องทำอย่างไร
- เคยแชร์ Link พ็อดคาสท์ที่ชื่นชอบหรือไม่
- ถ้าฟังรายการพ็อดคาสท์แล้วต้องการแสดงความคิดเห็น จะทำอย่างไร
- หากต้องการสร้างรายการพ็อดคาสท์ ท่านสามารถทำได้หรือไม่ อย่างไร
- เคยนำเนื้อหารายการพ็อดคาสท์ไปใช้ต่อในชีวิตประจำวันหรือไม่ อย่างไร

2. ด้านความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาพ็อดคาสท์

- รายการนี้ให้ข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วนหรือไม่ อย่างไร
- รายการนี้ให้ข้อมูลน่าเชื่อถือหรือไม่ อย่างไร
- รายการนี้มีวัตถุประสงค์อะไร
- รายการนี้ใช้วิธีใดในการดึงดูดความสนใจของผู้ฟัง
- เนื้อหารายการนี้สามารถส่งตรงถึงท่านได้โดยตรงหรือไม่ อย่างไร
- รายการนี้สามารถส่งตรงมาถึงท่านโดยตรง โดยใช้วิธีการนำเสนอแบบใด

CHULALONGKORN UNIVERSITY

3. ด้านความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินมุมมองหรือเนื้อหาที่จูงใจละไว้

เนื้อหาที่แฝงธุรกิจการค้า

- เนื้อหารายการนี้มีคุณค่าหรือไม่ อย่างไร
- เนื้อหารายการนี้ชักนำให้ผู้ฟังหลงสมัครลงคอร์สได้หรือไม่ อย่างไร
- เนื้อหารายการนี้เกินจริงหรือไม่ อย่างไร
- ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นฟังรายการนี้ไหม อย่างไร

เนื้อหาที่แฝงพฤติกรรมและความรุนแรงที่ไม่เหมาะสม

- เนื้อหารายการนี้มีประโยชน์ต่อผู้ฟังหรือไม่ อย่างไร
- เนื้อหารายการนี้ชักนำพฤติกรรมและความรุนแรงให้แก่ผู้ฟังหรือไม่ และส่งผลเสียต่อผู้ฟังหรือไม่ อย่างไร
- เนื้อหารายการนี้ปลูกฝังความรุนแรงให้แก่ผู้ฟังหรือไม่ อย่างไร
- ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นฟังรายการนี้หรือไม่ อย่างไร

เนื้อหาที่แฝงเรื่องทางเพศที่ไม่เหมาะสม

- เนื้อหารายการนี้มีประโยชน์ต่อผู้ฟังหรือไม่ อย่างไร
- เนื้อหารายการนี้ชักนำให้ผู้ฟังมีพฤติกรรมทางเพศที่ไม่เหมาะสมหรือไม่ อย่างไร
- เนื้อหารายการนี้ไม่เหมาะสมตามหลักจริยธรรมของสังคมหรือไม่ อย่างไร
- ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นฟังรายการนี้หรือไม่ อย่างไร

เนื้อหาที่แฝงการใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม

- เนื้อหารายการนี้มีประโยชน์ต่อผู้ฟังหรือไม่ อย่างไร
- เนื้อหารายการนี้ชักนำให้ผู้ฟังมีการใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสมหรือไม่ อย่างไร
- เนื้อหารายการนี้ไม่เหมาะสมตามหลักจริยธรรมของสังคมหรือไม่ อย่างไร
- จะแนะนำให้ผู้อื่นฟังรายการนี้หรือไม่ อย่างไร

4. ด้านการมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหาพ็อดคาสท์

- ท่านเชื่อหรือไม่ว่าผู้ดำเนินรายการสามารถชักจูงผู้ฟังให้คิด หรือเชื่อไปตามที่สื่อกำหนด อย่างไร
- ท่านเคยสนับสนุนรายการ บริจาค หรือมีพฤติกรรมตามเนื้อหารายการหรือไม่ อย่างไร

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวปวรรัตน์ ระวังง เกิดวันที่ 2 สิงหาคม พ.ศ. 2531 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจากโรงเรียนสามเสนวิทยาลัย สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรวารสารศาสตร์บัณฑิต จากคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปี 2559 โดยได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากสำนักงาน กสทช.

