

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย เรื่อง การพัฒนารูปแบบรายการพอดคาสต์เพื่อการเรียนรู้ สำหรับการศึกษาทางไกลในระดับอุดมศึกษาของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช โดยผู้วิจัยได้ศึกษาหลักการแนวคิด และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 แนวทางการปฏิรูปการเรียนการสอนและการให้บริการสื่อการสอนของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

ตอนที่ 2 สื่อใหม่ (New Media)

ตอนที่ 3 พอดคาสต์เพื่อการเรียนรู้ (Podcast for Learning)

ตอนที่ 4 การออกแบบสาร (Message Design)

ตอนที่ 5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 1 แนวทางการปฏิรูปการเรียนการสอนและการให้บริการสื่อการสอนของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (มสธ.) เป็นมหาวิทยาลัยเปิดแห่งแรกของประเทศไทย มีการศึกษาตามหลักสูตรการศึกษาที่อยู่ในรูปแบบสถาบันการศึกษาทางไกล มีการจัดการเรียนการสอนทางไกล เป็นสถานศึกษาแบบไม่มีชั้นเรียนของตนเอง โดยผู้เรียนและผู้สอนอยู่ต่างถิ่นต่างที่กันถ่ายทอดเนื้อหาและประสบการณ์ด้วยระบบการสอนทางไกลผ่านสื่อการสอน ซึ่งนับตั้งแต่มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช เปิดรับนักศึกษาและเริ่มจัดการเรียนการสอนในปี พ.ศ. 2523 ได้ใช้สื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลักและใช้สื่อวิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อเสริมมาจนถึงปัจจุบันเป็นเวลากว่า 40 ปี ใช้ระบบสื่อการสอนทางไปรษณีย์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หรือวิธีการอื่นที่ผู้ศึกษาสามารถเรียนได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องมาเข้าชั้นเรียนตามปกติ ใช้สื่อคอมพิวเตอร์เพิ่มเติมเมื่อเทคโนโลยีพัฒนาเข้าสู่ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2565) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการเรียนการสอนทางไกลโดยเพื่อให้ออกสนองต่อยุทธศาสตร์ของแผนการศึกษาแห่งชาติ มีวิสัยทัศน์ให้ “คนไทยทุกคนได้รับการศึกษาและเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างมีคุณภาพ ดำรงชีวิต อย่างเป็นสุข สอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และการเปลี่ยนแปลงของ โลกศตวรรษที่ 21” (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560) และยุทธศาสตร์ที่ 5 การพัฒนากำลังคนให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคม

ดิจิทัล เพื่อสร้างและพัฒนาบุคลากรผู้ทำงานให้มีความสามารถในการสร้างสรรค์และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างชาญฉลาดในการประกอบอาชีพ

อย่างไรก็ตามด้วยบริบทปัจจุบันที่อยู่บนฐานการเรียนรู้ยุคดิจิทัล มีรูปแบบสื่อและช่องทางการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงและหลากหลายตามยุคสมัยและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเป็นพลวัต กอปรกับเหตุการณ์วิกฤตจากการระบาดของไวรัส COVID -19 ทำให้ภาคธุรกิจและองค์กรต่าง ๆ ได้มีการปรับตัวครั้งใหญ่ และเห็นถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงดิจิทัล (Digital Transformation) เร็วกว่าที่คิด ก่อให้เกิดรูปแบบวิถีชีวิตเป็นความปกติใหม่ (New Normal) เช่น การทำงานจากที่บ้าน (Work From Home) การจัดงานแบบเสมือนจริง (Virtual Event) และการฝึกอบรมออนไลน์ (Online Training) เป็นต้น องค์กรหลายแห่งจึงต้องเร่งวางแผนเพื่อเตรียมความพร้อมด้านทักษะของพนักงาน ทั้ง Reskill, Upskill, New skill ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในปัจจุบัน สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2561 – 2580) อีกทั้งในช่วงเวลาที่ผ่านมามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชได้ประสบปัญหาหลายด้าน โดยเฉพาะด้านจำนวนนักศึกษาที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง และปัญหาด้านการพัฒนาระบบการจัดการศึกษาทางไกลให้มีประสิทธิภาพทันสมัย (คณะกรรมการปฏิรูปมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2561)

แผนพัฒนามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชฉบับใหม่ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ฉบับใหม่ โดยมุ่งเน้นให้มหาวิทยาลัยมีการปรับตัวให้ก้าวทันกับบริบทภายนอกที่ท้าทายยิ่งขึ้น มุ่งสร้างตัวตนใหม่ของมหาวิทยาลัยให้ แข็งแกร่ง เน้นการจัดการศึกษาตลอดชีวิต ทั้งในระบบ นอก ระบบ และตามอัธยาศัย ให้ทันสมัยตอบสนองการเรียนรู้ และทักษะของโลกอนาคต เน้นการวิจัย เพื่อสร้างนวัตกรรมที่สนับสนุนการพัฒนาการศึกษาของมหาวิทยาลัย และ นวัตกรรมทางสังคมที่ส่งผลต่อการพัฒนาประเทศ เน้นบูรณาการการทำงานจากทุกภาคส่วนทั้งรัฐ เอกชน ท้องถิ่น ชุมชน ร่วมกันขับเคลื่อนการพัฒนาพื้นที่ภายใต้ความเชี่ยวชาญและภารกิจหลักของมหาวิทยาลัย เน้นการพัฒนาระบบ การบริหารภายในองค์กรให้มีผลสัมฤทธิ์สูง และมีหลักธรรมาภิบาล ทั้ง โครงสร้างองค์กร การบริหาร กฎ ระเบียบ การเงินการคลัง อัตราค่าเล่าเรียน และการพัฒนาบุคลากร สอดคล้องกับสิ่งที่มหาวิทยาลัยจะเป็นในอนาคต รวมไปถึงการวางโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพที่เหมาะสมสำหรับทุกคนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และท้ายสุดการวางโครงสร้าง พื้นฐานด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศให้ทันสมัยมีเสถียรภาพและเพียงพอต่อการขับเคลื่อนเป็น Digital University ทั้งนี้เป้าหมายในแผนพัฒนามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – พ.ศ. 2580) ในระยะที่ 1 ปฏิรูปฐานรากให้แข็งแกร่ง (พ.ศ. 2561-2565) : มีรายละเอียดมุ่งเน้นการปฏิรูป ดังนี้ 1) พัฒนางค์กรให้มุ่งสู่การให้บริการทางการศึกษาอย่างมีคุณภาพ ด้วย

นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ 2) พัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของบุคคล ชุมชน และสังคม 3) พัฒนา Digital Education 4) สร้างความเสมอภาคและลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาทั้งในเชิงปริมาณ และคุณภาพ และ 5) จับมือร่วมกับภาครัฐเอกชน ชุมชนและประชาสังคม โดยมีรายละเอียดพันธกิจดังต่อไปนี้

พันธกิจที่ 1 จัดให้มีการศึกษาอย่างต่อเนื่อง ตลอดชีวิต

พันธกิจที่ 2 วิจัยพัฒนาองค์ความรู้ และนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาบุคคล ชุมชน สังคม และประเทศ

พันธกิจที่ 3 บริการวิชาการ เพื่อบูรณาการความรู้ไปใช้ประโยชน์ต่อชุมชน สังคม และประเทศให้มั่นคงและยั่งยืน

พันธกิจที่ 4 เรียนรู้ อนุรักษ์ ฟื้นฟู สืบสาน และเผยแพร่ศิลปและวัฒนธรรม

พันธกิจที่ 5 พัฒนางค์กรให้มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน และมีธรรมาภิบาล

อีกทั้ง มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มีนโยบายในการขับเคลื่อนสู่การเป็นมหาวิทยาลัยดิจิทัล (Digital University) โดยเกี่ยวข้องกับแผนยุทธศาสตร์ที่หลากหลายในการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ระบบการเรียนการสอน (Digital Education) และระบบการให้บริการต่าง ๆ (Digital Services) เพื่อรองรับการเป็นมหาวิทยาลัยดิจิทัล ทั้งด้านการบริหารจัดการ การดำเนินการ การบริการ ตลอดจนการพัฒนาบุคลากรสู่สังคมแห่งอนาคต (Social Transform) ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น

ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างการเรียนการสอน และการวัดประเมินผล มสธ. ให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของโลกและท้องถิ่น ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และความเสมอภาคทางการศึกษา โดยมีเป้าประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนการสอนในระบบ และพัฒนาการจัดการเรียน การสอนนอกระบบ และตามอัธยาศัยที่สามารถตอบสนองความหลากหลายของผู้เรียนและทักษะในอนาคตของโลกได้อย่างเหมาะสม

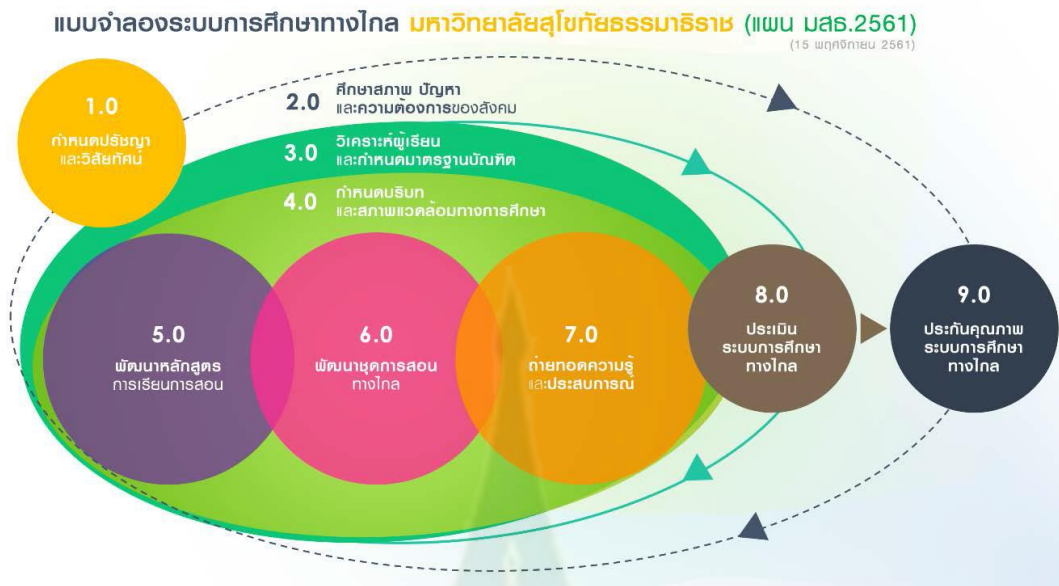
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับมาตรฐานการศึกษาสู่สากลตามอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย โดยมีเป้าประสงค์เพื่อพัฒนาสื่อและแพลตฟอร์มการเรียนการสอนด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย หลากหลายสอดคล้องความต้องการของนักศึกษา ผู้เรียน และเหมาะสมกับอัตลักษณ์ของ มสธ. อีกทั้งยังมีกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาสภาพแวดล้อมทางการเรียนรู้ รูปแบบ และประเภทของสื่อที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการณ์การเรียนรู้ของนักศึกษา ผู้เรียน เฉพาะกลุ่มมากขึ้น รวมถึงรองรับการเรียนการสอนออนไลน์เต็มรูปแบบในอนาคต

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาระบบบริการการศึกษาให้มีคุณภาพ และจัดกิจกรรม นักศึกษา / ผู้เรียนที่ส่งเสริมผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ และประสบการณ์ให้สอดคล้องกับทักษะใหม่ในอนาคต

และคนไทย 4.0 โดยมีเป้าประสงค์เพื่อให้มีระบบบริการการศึกษาที่สอดคล้องกับหลักสูตร/ชุดวิชา ความต้องการของนักศึกษา/ผู้เรียน และช่วงเวลาที่ยืดหยุ่นอย่างเหมาะสม ที่นำไปสู่การเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา และลดการออกกลางคันของนักศึกษา และเพื่อให้นักศึกษา/ผู้เรียน มีทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเองตลอดชีวิต และมีความสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก และสังคมได้อย่างเหมาะสม

ยุทธศาสตร์ที่ 11 พัฒนาระบบเทคโนโลยี รองรับ Digital University for Personalized lifelong Learning (PLL) โดยมีเป้าประสงค์เพื่อพัฒนาระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีมาตรฐาน และทันสมัยสำหรับใช้ในการบริหาร การบริการ และการจัดการเรียนการสอนทางไกลที่ตอบสนอง ต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมและองค์กร

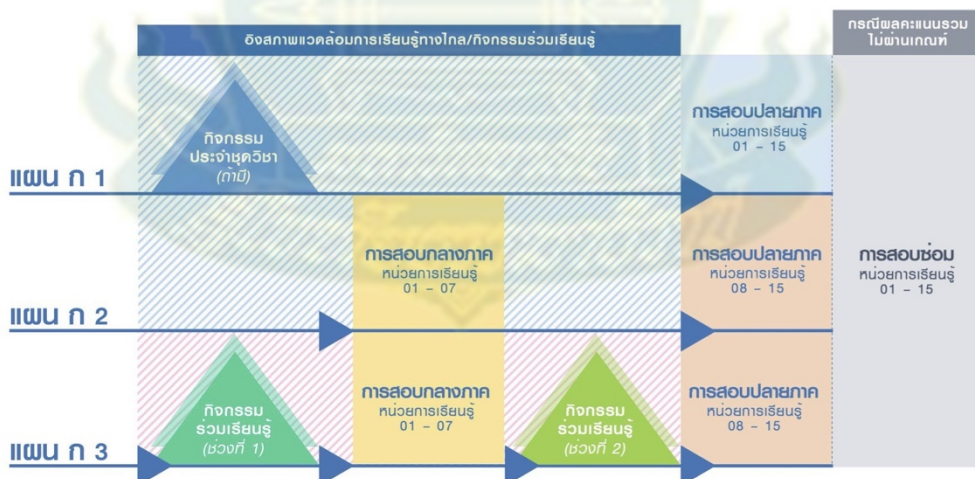
นอกจากนี้แล้วจากการประชุมสภามหาวิทยาลัยครั้งที่ 1/2562 วันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2562 เรื่องการปฏิรูปมหาวิทยาลัย คณะอนุกรรมการแก้ไขปัญหาและพัฒนาระบบการศึกษาทางไกลซึ่งอยู่ภายใต้คณะกรรมการปฏิรูป มสธ. ได้มีแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขระบบการเรียนการสอนทางไกลให้มีประสิทธิภาพ มีคุณภาพและได้มาตรฐาน โดยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเหมาะสมกับยุค 4.0 มาใช้ในการปรับปรุงระบบการเรียนการสอนทางไกลของ มสธ. คือ รูปแบบ “Distance Teaching and Blended Learning” เป็นการจัดการศึกษาแบบผสมผสานระหว่างเนื้อหาสาระทางวิชาการกับกิจกรรมร่วมเรียนรู้ (Blended Learning Environment) โดยผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กับอาจารย์ผู้สอน วิทยากรและนักศึกษาด้วยกัน เพื่อเพิ่มเติมความรู้ ทักษะและสร้างทัศนคติที่ดีต่อการเรียนรู้ร่วมกัน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2562) และจากแบบจำลองระบบการศึกษาทางไกล มสธ. 2561 หรือ แผน มสธ. 2561 จำแนกออกเป็น 2 ระดับ คือ ระดับแนวคิด และระดับที่ประยุกต์ให้รองรับการจัดการศึกษาตามระบบการศึกษาทางไกลของมหาวิทยาลัยในระดับต่าง ๆ คือ ระดับปริญญาตรี ระดับบัณฑิตศึกษาและระดับต่ำกว่าปริญญา โดยให้สามารถรองรับสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่หลากหลาย คือ สภาพแวดล้อมการศึกษาทางไกล (open and distance learning environment) สภาพแวดล้อมเสมือนจริง (virtual learning environment) และสภาพแวดล้อมแบบกิจกรรมร่วมเรียนรู้ (blended learning environment) ซึ่งองค์ประกอบของแผน มสธ. 2561 หรือแบบจำลองระบบการศึกษาทางไกล มสธ. 2561 ประกอบไปด้วย 9 องค์ประกอบ รายละเอียดดังภาพ



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองระบบการศึกษาทางไกล มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (แผน มสธ., 2561)

ทั้งนี้การจัดการเรียนการสอนแบบเรียนรู้ด้วยตนเองทั้งในระดับปริญญาตรี ระดับบัณฑิตศึกษา ระดับต่ำกว่าปริญญา จะมีรูปแบบและลักษณะการจัดการเรียนการสอนที่ต่างกันอย่างสิ้นเชิง ดังต่อไปนี้

แผนการจัดการศึกษาแบบเรียนรู้ด้วยตนเอง มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ระดับปริญญาตรี
(18 ธันวาคม 2561)



ภาพที่ 2.2 แผนการจัดการศึกษาแบบเรียนรู้ด้วยตนเองในระดับปริญญาตรี มสธ. (แผน มสธ., 2561)

การจัดการเรียนการสอนระดับปริญญาตรี แบ่งออกเป็น 3 แผน คือ แผน ก1 ศึกษาด้วยตนเองจากการทำกิจกรรมประจำชุดวิชา (ถ้ามี) และสอบปลายภาค แผน ก 2 มีการสอบกลางภาคและปลายภาค และแผน ก 3 ที่มีการจัดกิจกรรมร่วมเรียนรู้ 2 ครั้ง ๆ ละ 12 ชั่วโมง รวมทั้งการสอบกลางภาคและปลายภาค โดยกิจกรรมร่วมเรียนรู้จะมีการเก็บคะแนน โดยทุกแผนเปิดให้สอบซ่อมได้

การจัดการเรียนการสอนระดับบัณฑิตศึกษา ครอบคลุมการศึกษาทั้งในระดับประกาศนียบัตรบัณฑิต 1 ปี ระดับปริญญาโท (แผน ก1 และ ก2 และแผน ข) ระดับประกาศนียบัตรบัณฑิตชั้นสูง และระดับปริญญาเอก (แผน ก1 และแผน ก2) โดยสภาพแวดล้อมการเรียนรู้สำหรับการจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คือ การจัดการศึกษาในระบบการศึกษาทางไกล โดยพัฒนาชุดการสอนแบบเรียนด้วยตนเองกับกิจกรรมร่วมเรียนรู้ (blended learning environment)

การจัดการเรียนการสอนระดับต่ำกว่าปริญญา ครอบคลุมทั้งการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย โดยในส่วนของศึกษานอกระบบครอบคลุมการจัดการศึกษาแบบโมดูล (modular approach) มีค่า 1-3 หน่วยกิต มุ่งพัฒนาคุณภาพชีวิต เสริมการทำงาน และงานอดิเรก และการจัดการศึกษาในระดับประกาศนียบัตร และโครงการสัมฤทธิ์บัตรซึ่งมีลักษณะเป็นชุดวิชา ๆ ละ 6 หน่วยกิต รวมทั้งการจัดการเรียนการสอนในรูปแบบบริการวิชาการแก่สังคม

กล่าวโดยสรุปจากแนวทางในการปฏิรูปการเรียนการสอนและการให้บริการสื่อการสอนของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช เพื่อขับเคลื่อนสู่การเป็นมหาวิทยาลัยดิจิทัล (Digital University) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชมุ่งเน้นสนับสนุนทั้งแนวทางการพัฒนาสื่อและแพลตฟอร์มการเรียนการสอนให้ทันยุคสมัยรองรับกับความต้องการของนักศึกษา/ผู้เรียนที่หลากหลาย และตอบสนองความหลากหลายของผู้เรียนและทักษะในอนาคตของโลกได้ การวิจัยและพัฒนาสื่อใหม่หรือบูรณาการผสมผสานกลยุทธ์และเทคโนโลยีการพัฒนาสื่อดิจิทัลสมัยใหม่ รวมถึงวิธีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน การสร้างและถ่ายทอดประสบการณ์ทางการเรียนรู้จะมีส่วนสำคัญที่ส่งผลให้ระบบการเรียนการสอนทางไกลในยุคดิจิทัลมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ตอนที่ 2 สื่อใหม่

สื่อใหม่ (New Media) หรือ สื่อดิจิทัลสมัยใหม่ (New Digital Media) เข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการสื่อสารยุคปัจจุบัน โดย Rogers (2003) ได้ให้ความหมายของ “สื่อใหม่” ว่าเป็นเทคโนโลยีหรือสื่อการเรียนรู้ที่เอื้ออำนวยให้เกิดการถ่ายทอด แลกเปลี่ยน แบ่งปันข้อมูลข่าวสารของคนจำนวนมากผ่านระบบการสื่อสารที่มีคอมพิวเตอร์เป็นศูนย์กลาง ซึ่งจาก

วิวัฒนาการจะเห็นได้ชัดเจนว่าจากยุคดั้งเดิมมนุษย์ใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลโดยใช้คำพูด เสียงพูด และการใช้ภาพวาดสัญลักษณ์เป็นเครื่องมือสื่อสาร ต่อมาเกิดการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีจึงส่งผลให้เกิดการพัฒนาการทางการด้านสื่อสารมากขึ้น จึงเกิดเป็นการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน ทั้งนี้สื่อมวลชนที่เกิดขึ้นในปัจจุบันมีหลากหลายประเภท เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น แต่ส่วนใหญ่แล้ว ในปัจจุบันการสื่อสารได้มุ่งเน้นแบบเฉพาะเจาะจงตัวบุคคลมากขึ้น แต่ก็มีหลากหลายในเวลาเดียวกันจึงสามารถเรียกการสื่อสารรูปแบบนี้ว่า "สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์"

สุนิสา เมืองแก้ว และธีรภัทร วรรณกุล (2562) ได้กล่าวถึงสื่อใหม่ว่า คือ สื่อที่มีรูปแบบและลักษณะที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกันซึ่งกล่าวคือเป็นการสื่อสารแบบสองทาง โดยใช้ระบบเทคโนโลยีสื่อดั้งเดิมผนวกเข้ากับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีแบบปฏิสัมพันธ์ ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านระบบเครือข่าย และมีศักยภาพเป็นสื่อผสม สื่อยังทำหน้าที่ได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความ ปัจจุบันสื่อใหม่พัฒนาขึ้นอย่างหลากหลายที่เป็นที่รู้จักและนิยมมาก คือ สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในอนาคต สื่อใหม่จะพัฒนายิ่งขึ้น โดยการนำเอาสื่อดั้งเดิมโดยเฉพาะอย่างยิ่ง สื่อโทรทัศน์มาผนวกรวมกับสื่ออินเทอร์เน็ต เรียกว่า สื่อโทรทัศน์แบบปฏิสัมพันธ์ สามารถทำหน้าที่ส่งสารหลายอย่างพร้อมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความ เมื่อผู้บริโภคชมรายการโทรทัศน์แบบเฉพาะบุคคล จะสามารถมีปฏิสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตได้ในเวลาเดียวกัน ดังนั้นสื่อไม่ว่าจะเป็นสื่อดั้งเดิมหรือสื่อใหม่เป็นพลวัตที่ไม่หยุดนิ่ง แต่มีจุดมุ่งหมายเหมือนกัน คือ การนำพาข้อมูลข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยปัจจุบันรูปแบบการสื่อสารได้เปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถแลกเปลี่ยนบทบาทหน้าที่กันได้ตลอดเวลา

กล่าวโดยสรุป รูปแบบสื่อยุคใหม่ หมายถึง การนำรูปแบบการใช้ชีวิตและประสบการณ์ในการใช้สื่อของบุคคล (lifestyle media) มาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างกลยุทธ์ทางการสื่อสาร ตามองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารแบบใหม่ ได้แก่ ช่องทางใหม่ การปฏิสัมพันธ์ เนื้อหาแบบใหม่ เนื้อหาใหม่ และการค้นหาข้อมูลแบบใหม่

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อและสื่อใหม่

ทฤษฎีสื่อ (Media Theory)

ทฤษฎีนี้อยู่บนพื้นฐานองค์ความรู้เกี่ยวกับสื่อ โดยมีแนวคิดพื้นฐานมาจาก Meyrowitz's (1993 อ้างถึงใน Richey, Klein, & Tracy, 2011) ซึ่งมีมุมมองของแนวทางการจัดการสื่อ 3 แนวทาง ดังนี้

1) สื่อเปรียบเสมือนกับท่อน้ำเพื่อให้น้ำไหลเพื่อการนำเสนอซึ่งความเป็นจริง การรับรู้และการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ของการใช้สื่อซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด “กรวยประสบการณ์” ของ Edgar Dale

2) สื่อเปรียบเสมือนกับภาษาที่เป็นองค์ประกอบของโครงสร้าง หมายถึง สื่อที่ใช้ในการเรียนการสอนสามารถสื่อความหมายหรือถ่ายทอดเรื่องราวได้เหมือนภาษา

3) สื่อเปรียบเสมือนกับสภาพแวดล้อมทางการเรียนรู้ผ่านปฏิสัมพันธ์ด้วยเทคโนโลยี กล่าวได้ว่า สื่อสามารถสร้างสภาพแวดล้อมด้วยการปรับโครงสร้างทางการรับรู้ผ่านบริบททางเทคโนโลยีได้

การประยุกต์ใช้ทฤษฎีสื่อและกระบวนการพัฒนาทรัพยากรสื่อทางการศึกษา สื่อเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญมากในการสอน การออกแบบระบบการเรียนการสอน หรือการออกแบบและพัฒนาสื่อการศึกษา คำนี้ในองค์ประกอบต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1) เนื้อหา (Content) สื่อนั้นต้องสัมพันธ์กับเนื้อหาและความหมายที่ต้องการจะสื่อ

2) ลักษณะผู้เรียน (Learner characteristic) เป็นสื่อที่เหมาะสมกับวัย ระดับชั้น ความรู้ และประสบการณ์ของผู้เรียน

3) กลยุทธ์การสอน (Instructional Strategies) สื่อต้องสัมพันธ์กับเนื้อหาบทเรียน จุดมุ่งหมายและกลยุทธ์ที่จะสอน

4) สภาพแวดล้อม (Environment) สื่อจะต้องเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม บริบทการนำไปใช้

5) การจัดการ (Management) สื่อนั้นต้องมีการบริหารจัดการที่เหมาะสม ควบคุมกับเวลาและการลงทุน

ทั้งนี้ข้อควรระวัง สื่อที่พัฒนาขึ้นหรือสื่อที่ถูกเลือกใช้จะต้องไม่เน้นให้เป็นแบบฉบับในการออกแบบการสอน เพราะสื่อเป็นได้ทั้งตัวที่กระตุ้นและทำให้เกิดการต่อต้าน

ความสำคัญของสื่อ

สื่อ นับว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญในกระบวนการสื่อสาร (communication process) โดยอาศัยขั้นตอนของการสื่อสาร จากผู้ส่งสารทำการส่งสารไปยังผู้รับสาร ผ่านช่องทางการสื่อสาร และอาจมีปฏิริยาสะท้อนกลับจากผู้รับสารสู่ผู้ส่งสาร โดยในกระบวนการสื่อสารนั้น ผู้ส่งสารจะทำหน้าที่เป็นผู้รับสารในบางขณะ และผู้รับสารก็จะทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารในบางขณะสลับสับเปลี่ยนกันไปตามบทบาทในขณะนั้น ทั้งนี้ในกระบวนการสื่อสารอาจมีเป็นสิ่งรบกวนหรือกีดขวางการสื่อสารได้

สื่อดิจิทัล

ยุคดิจิทัล (Digital Age) ทำให้วิถีชีวิตของผู้คนในยุคนี้มีความใกล้ชิดกับเทคโนโลยีอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เทคโนโลยีถูกนำมาใช้ในการอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ตั้งแต่การสื่อสาร การเข้าถึงข่าวสารข้อมูลสารสนเทศและความบันเทิงโดยใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต หรือ สมาร์ทโฟนที่เชื่อมต่อกับสัญญาณอินเทอร์เน็ต ดังนั้นในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตจึงมีบทบาทในการ เชื่อมโยงทั่วทุกมุมโลกเข้าด้วยกัน นอกจากนี้ยังเป็นกุญแจสำคัญที่ทำให้ผู้สร้างสรรค์ผลงานมี โอกาสได้เผยแพร่ผลงานหรือองค์ความรู้ของตนเองในรูปแบบสื่อดิจิทัล (Digital Media) ทั้ง ข้อความ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหวและเสียง ผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ยูทูบ (YouTube) หรือเว็บไซต์ต่าง ๆ เป็นต้น การค้นหาผลงานเหล่านี้จึงทำได้ โดยง่ายด้วยโปรแกรมค้นหา (Search Engine) เป็นผลให้วิทยาการใหม่ ๆ ถูกถ่ายทอดจากซีกโลก หนึ่งไปยังอีกซีกโลกหนึ่งอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดการแบ่งปันความรู้ไปสู่แนวความคิดการเรียนรู้ตลอด ชีวิต (Lifelong Learning) บนแหล่งทรัพยากรด้านการศึกษาแบบเปิด (Open Educational Resources: OER)

การพัฒนาเนื้อหาสำหรับสื่อออนไลน์ต้องทำผ่านสิ่งที่เรียกว่า “storytelling” โดยมี กุญแจสำคัญในการถ่ายทอดเรื่องราวอยู่ที่ความสามารถในการเชื่อมโยงเรื่องราวดังกล่าวนั้นให้อยู่ ในชีวิตประจำวันของผู้บริโภค (ปิยะชาติ อิศรภักดี, 2560) ทั้งนี้ จะต้องสร้างประสบการณ์ร่วม เหมือนว่าเรื่องเล่าเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของผู้รับสาร ตลอดจนจะต้องสร้างเรื่องราวที่สามารถ นำไปสู่การมีปฏิสัมพันธ์หรือมีส่วนร่วมต่อเนื้อหาของผู้รับสารได้

สำหรับวิธีการสื่อสารออนไลน์ที่ควรพิจารณานำไปใช้ เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของ เรื่องราวและโอกาสในการรับรู้การณรงค์ในยุคดิจิทัล (นิษฐา หุ่นเกษม, 2561) ได้แก่

- (1) การถ่ายทอดเรื่องราวด้วยการเขียน
- (2) การถ่ายทอดเรื่องราวด้วยภาพ
- (3) การถ่ายทอดเรื่องราวแบบผสมผสาน (ภาพ ตัวเลข และงานเขียน) หรืออาจใช้วิธีการ นำเสนอเนื้อหาในแบบอินโฟกราฟิก และ
- (4) การถ่ายทอดเรื่องราวแบบเคลื่อนไหว

การหลอมรวมสื่อ (Media Convergence)

การหลอมรวมเทคโนโลยีสื่อ เป็นการพัฒนาเข้ามาใกล้กันของเทคโนโลยี มี ลักษณะเป็น การวิวัฒนาการมาพบกันของเทคโนโลยี ทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ เทคโนโลยีการแพร่ภาพและเสียง (Broadcast and Motion Picture Technology) เทคโนโลยีการพิมพ์ (Print and Publishing

Technology) และเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ (Computer Technology) โดยมีเทคโนโลยี สื่อสาร โทรคมนาคม (Telecommunication Technology) อาทิ เครือข่าย 4G เป็นปัจจัยสนับสนุน

สุณิสสา เมืองแก้ว และ ชีรภัทร วรรณฤมล (2562) กล่าวว่า การหลอมรวมสื่อ หมายถึง เครือข่ายการสื่อสารที่เกิดจากการหลอมรวมระหว่างเครือข่ายโทรศัพท์ ซึ่งเป็นเครือข่ายสาธารณะ (public network) เครือข่ายเคเบิลทีวี ซึ่งเป็นเครือข่ายเอกชน (private network) และเครือข่ายอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นเครือข่ายประชาชน (people network) เช่น การหลอมรวมสื่อของสถานีวิทยุที่มีการเผยแพร่เนื้อหารายการผ่านเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน และสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ร่วมกับการเผยแพร่เนื้อหารายการผ่านช่องทางสื่อดั้งเดิม คือ การส่งกระจายเสียงผ่านคลื่นวิทยุ

Straubhaar & LaRose (2000) ได้ให้ความหมายของการหลอมรวมสื่อว่า การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วไปสู่ยุคสังคมสารสนเทศ (Information Society) เนื่องจากความก้าวหน้าของเครือข่ายคอมพิวเตอร์ และการสื่อสารโทรคมนาคม ทำให้เกิดการผสมผสานกลมกลืนหรือการหลอมรวมกัน ของสื่อต่าง ๆ ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ โทรศัพท์ รวมไปถึงคอมพิวเตอร์ ซึ่งไม่สามารถแบ่งแยกความแตกต่างของสื่อเหล่านั้นได้ การหลอมรวมของสื่อทำให้เกิดบริการใหม่ ๆ ที่ใช้เทคโนโลยีดังกล่าวอย่างมากมาย ข้อมูลที่ถูกส่งผ่านเทคโนโลยีและสื่อดิจิทัล มีได้ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง และข้อความ ซึ่งถูกจัดเก็บไว้ใช้ในพื้นที่การเก็บข้อมูลสามารถเก็บเนื้อหาและแสดงผลข้อมูลไว้ในอุปกรณ์ที่มีขนาดเล็ก เช่น สมาร์ทโฟน และอุปกรณ์พกพา การเข้าถึงข้อมูลของสื่อทำได้ง่ายและรวดเร็ว และสามารถเข้าถึงได้ในรูปแบบที่ไม่เป็นเส้นตรง คือ การเข้าถึงได้ในทุกช่วงของเนื้อหา และสามารถข้ามไปยังช่วงต่าง ๆ ได้ เช่น การดูภาพยนตร์ไม่จำเป็นต้องดูจากต้นจนจบเรื่อง แต่สามารถเลือกดูได้ ในตอนและฉากที่ผู้ชมต้องการ การจัดการข้อมูลและเนื้อหาสามารถทำได้ง่ายและรวดเร็ว

บทบาทของสื่อใหม่

แม็คควอล (Dennis McQuail, 1994 อ้างถึงใน อูราเพ็ญ ยิ้มประเสริฐ, 2557) เห็นว่าบทบาทของสื่อโดยทั่วไปควรมี หน้าที่พึงประสงค์ 5 ประการคือ

1. การให้ข่าวสาร (information)
 - การให้ข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์และสภาพการณ์ในสังคมและในโลก
 - บอกให้ทราบถึงสัมพันธภาพแห่งอำนาจ
 - ช่วยส่งเสริมให้เกิดความคิดใหม่ ๆ การปรับตัวและความก้าวหน้า
2. การประสานสัมพันธ์ (correlation)

- อธิบาย แปลความและวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับความหมายของเหตุการณ์ ต่าง ๆ และข่าวสาร

- ให้การสนับสนุนแก่สถาบันหลักของสังคมและบรรทัดฐานต่าง ๆ
- เสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม
- ประสานเชื่อมโยงกลุ่มคนและกิจกรรมต่าง ๆ เข้าด้วยกัน
- กำหนดว่าเรื่องใดสำคัญมากน้อยกว่าหรือการกำหนดวาระทางสังคม

3. การสร้างความต่อเนื่องทางสังคม (continuity)

- ถ่ายทอดวัฒนธรรมหลักและยอมรับวัฒนธรรมย่อยหรือวัฒนธรรมทางเลือก และวัฒนธรรมใหม่

- เสริมสร้างและดำรงไว้ซึ่งค่านิยมพื้นฐานของสังคม

4. การให้ความเพลิดเพลินแก่สมาชิกของสังคม (entertainment)

- ให้ความสนุกสนานเพลิดเพลินและวิธีการพักผ่อนหย่อนใจ
- ลดระดับความเครียดและข้อขัดแย้งทางสังคม

5. การรณรงค์ทางสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ (mobilization)

- รณรงค์ด้านการเมือง สงคราม การพัฒนาทางเศรษฐกิจ และการทำงาน เพื่อวัตถุประสงค์ของส่วนรวม

ตอนที่ 3 พอดคาสต์เพื่อการเรียนรู้

พอดคาสต์ (Podcast) เป็นการปรับตัวเพื่อประยุกต์ใช้สื่อใหม่ในการนำเสนอเนื้อหาให้เหมาะสมกับยุคปัจจุบันมากขึ้น จากวิทยุที่กระจายเสียงผ่านคลื่นในช่องทางออนแอร์ (on air) ไปสู่การกระจายเสียง และภาพผ่านเทคโนโลยีสื่อใหม่ในช่องทางออนไลน์ (online) ควบคู่กันไป ในลักษณะการหลอมรวมสื่อ ซึ่งถือเป็นทางเลือกทางรอดของสื่อวิทยุในยุคปัจจุบัน ซึ่งการหลอมรวมสื่อนี้เป็นการผสมผสานเครื่องมือการสื่อสารทุกอย่างทั้งสื่อเก่าและสื่อใหม่ การผสมผสานระหว่างสื่อดิจิทัลด้วยกัน รวมถึงการใช้กลยุทธ์เพื่อเพิ่มพลัง ของการสื่อสารให้มีประสิทธิผลสูงสุด

รายการเสียงเพื่อการเรียนรู้

ในยุคก่อนระบบการแพร่เสียงเพื่อการศึกษาทางอินเทอร์เน็ตหรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “เว็บคาสต์” (Webcast) เป็นทั้งระบบการแพร่เสียงตามสาย และการแพร่เสียงไร้สายรวมอยู่ด้วยกัน และเนื่องจากเป็นระบบที่เป็นที่นิยมและมีความสำคัญต่อการศึกษาในปัจจุบัน จึงจัดออกเป็นอีกหนึ่งประเภทโดยเฉพาะ เว็บคาสต์ เป็นระบบการแพร่เสียงผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นเครือข่ายการสื่อสารที่มีขนาดใหญ่ที่สุด ครอบคลุมผู้ใช้งานไปทั่วโลก ระบบ

การแพร่เสียงเพื่อการศึกษามีความสำคัญ ทำให้เกิดกระบวนการเกี่ยวกับการบันทึกและการแพร่เสียงที่เป็นเอกลักษณ์ สามารถตอบสนองต่อความจำเป็นในการแพร่เสียงเพื่อการศึกษา สามารถสร้างและให้ประสบการณ์เสมือนจริงทางเสียง และการผสมผสานเครือข่ายการแพร่เสียงเพิ่มประสิทธิภาพการขยายโอกาสทางการศึกษา (นิคม ทาแดง และธนิต ภูศิริ, 2540) การนำเสนอเนื้อหา ความรู้ ความบันเทิง โดยใช้รูปแบบกลยุทธ์ในการถ่ายทอดและวิธีการนำเสนอรายการในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้รายการนั้นบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

พอดคาสต์เพื่อการเรียนรู้ (Podcast for Learning)

1) ความหมายของพอดคาสต์เพื่อการเรียนรู้

พอดคาสต์ หรือ พอดคาสต์ (Podcast) เป็นการเผยแพร่และกระจายเสียงด้วยไฟล์ดิจิทัลผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในรูปแบบและลักษณะที่แตกต่างกันตามการออกแบบ เช่น การบรรยาย พูดคุย เล่าเรื่อง สนทนา สัมภาษณ์ โดยมีความหลากหลายของเนื้อหา ซึ่งผู้รับฟังสามารถรับฟังเนื้อหารายการพอดคาสต์ได้ทุกที่ ทุกเวลา ผ่านอุปกรณ์ที่รองรับ เช่น เครื่องเล่น MP3 โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน หรือเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น (ปวรรัตน์ ระวัง, 2560)

สื่อที่มาในรูปแบบของเสียงที่ดาวน์โหลดได้มากกว่าสื่อในรูปแบบของภาพเคลื่อนไหว นอกจากนี้แล้ว Rainsbury & McDonnell (2006) กล่าวว่า พอดคาสต์ คือเสียงที่สามารถดาวน์โหลดได้ หรือไฟล์วิดีโอที่บรรจุไว้ในอุปกรณ์พกพาและสามารถนำมาฟังได้ในเวลาที่ว่าง

2) ประเภทการให้บริการพอดคาสต์

พอดคาสต์เตอร์ในประเทศไทยถูกแบ่งออกเป็นพอดคาสต์เตอร์ประเภทบุคคล ที่จัดเป็นงานอดิเรก และผู้จัดทำรายการในนามบริษัทและองค์กร ซึ่งประเด็นนี้แตกต่างจากพอดคาสต์เตอร์ในสหรัฐอเมริกาอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากพอดคาสต์เตอร์ผู้จัดรายการประเภทบุคคลและกลุ่มบุคคลยังคงไม่สามารถรองซีพีได้ด้วยการจัดรายการพอดคาสต์ และแม้ว่าจะเป็นพอดคาสต์เตอร์ที่ถูกจ้างมาให้จัดรายการ ส่วนหนึ่งเป็นเพียงการทำรายการเพื่อเพิ่มความหลากหลายในการบริโภคสื่อให้กับผู้บริโภคเท่านั้น

3) รูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการพอดคาสต์

รูปแบบรายการเป็นแนวทางในการกำหนดมาตรฐานหรือเทคนิค วิธีการนำเสนอรายการวิทยุกระจายเสียงประเภทต่างๆ เพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซากจำเจ และสามารถดึงดูดความสนใจผู้ฟังไว้ให้ได้มากที่สุด แบ่งรูปแบบรายการออกเป็น 1) รายการที่มีผู้ดำเนินการคนเดียว 2) รายการสนทนา 3) รายการสัมภาษณ์ 4) รายการอภิปราย 5) รายการบรรยาย 6) รายการบทความ 7) รายการสารคดี 8) รายการนิตยสารทางอากาศ 9) รายการเพลง 10) รายการข่าว

11) รายการตอบปัญหา 12) รายการละครวิทยุ 13) รายการปกิณกะ และ 14) รายการสาระ
ละคร

วิธีการนำเสนอ เป็นวิธีการนำเสนอเรื่องราว สาระต่างๆ มาประกอบกันเข้าเป็นรายการ
วิทยุกระจายเสียง โดยมีการจัดลำดับเนื้อหาให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้ฟังด้วยลีลา น้ำเสียง
เสียงเพลง เสียงประกอบที่เหมาะสมกับรูปแบบรายการ เพื่อให้รายการเป็นที่น่าสนใจ ไม่น่า
เบื่อ และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของรายการ แต่ยังคงมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทั้งในแง่
ของเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ

4) องค์ประกอบของรูปแบบรายการพอดคาสต์

1. องค์ประกอบด้านรูปแบบและลักษณะของรายการ

รูปแบบและเนื้อหาของรายการพอดคาสต์ (นับทอง ทองใบ, 2562) แบ่งตาม
เนื้อหา ได้ออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ประกอบไปด้วย

1) กลุ่มที่เน้นเนื้อหาเฉพาะ กลุ่มนี้ยกให้เนื้อหา (Content) เป็นตัวเอก มีธีม
(Theme) รายการชัดเจน เสนอเรื่องราวเฉพาะเจาะจงคนกลุ่มเล็ก โดยผู้จัดมีความเป็น
ผู้เชี่ยวชาญ (Specialist) รู้จริงในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

2) กลุ่มเน้นนักจัดรายการ หรือ พอดแคสเตอร์เป็นรายการที่เนื้อหาไม่ได้มี
คอนเทนต์แบบเจาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งชัดเจน แต่อาศัยผู้จัดรายการเป็นคนที่มีชื่อเสียงในสังคม มี
ความรู้หลายด้านจนสามารถหยิบประเด็นกระแสรอบข้างมาถ่ายทอดเนื้อหาที่มีความหลากหลาย
(Variety) และทันสมัยได้

3) กลุ่มองค์กร และกลุ่มสื่อที่มีเนื้อหาหลากหลายให้เลือก พอดคาสต์ที่ได้รับ
การกล่าวถึงค่อนข้างมาก และสามารถผลิตได้อย่างต่อเนื่อง มาจากกลุ่มที่จัดทำโดยกลุ่มสื่อ
ประเภทสำนักข่าวออนไลน์ เพราะกลุ่มนี้จะมีชื่อพอดคาสต์เปรียบเหมือนชื่อช่อง (Channel)
แบบรายการโทรทัศน์ หรือช่อง YouTube ที่มีคอนเทนต์กว้างครอบคลุมหลายด้านให้เลือก โดยมี
รายการย่อย ๆ ที่มีธีมรายการเฉพาะ และเป็นธีมที่ไม่หลุดจากแนวคิดหลัก (concept) หรือจุดยืน
ของช่อง

ผู้ผลิตรายการต่างมีการกำหนดรูปแบบของรายการพอดคาสต์ โดยที่ผู้ผลิต
รายการมีความต้องการให้เนื้อหาที่มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองผู้ฟังที่มีความแตกต่าง
หลากหลาย และตรงตามเป้าหมายที่ต้องการใช้พอดคาสต์ หรือเป็นการกำหนดให้รูปแบบรายการ
ตรงตามกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ซึ่งในส่วนนี้จะมีการกำหนดรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป ตามรูปแบบ
ที่ผู้จัดรายการแต่ละคนนัด ผู้จัดรายการพอดคาสต์ในประเทศไทย (อาลี ปรียากร, 2560)
สามารถแบ่งรูปแบบรายการได้เป็น

- รายการพูดคุยแบบจัดคนเดียว (Straight Talk Programme)
- รายการสัมภาษณ์ (Interview Programme)
- รายการสนทนา (Conversational Programme)
- รายการอภิปราย (Discussion Programme)
- รายการปิกนิก (Variety Programme)

2. องค์ประกอบด้านเนื้อหารายการ

การผลิตสื่อที่นำเสนอเนื้อหา และเนื่องจากพอดคาสต์เป็นสื่อลักษณะหนึ่งที่จะเข้าถึงคนได้ไม่ยาก ผู้ฟังรายการจึงอาจเป็นใครก็ได้ เพราะฉะนั้นเนื้อหาที่นำเสนอจึงมีความสำคัญ เพราะหากผู้ผลิตรายการนำเสนอเนื้อหาที่คาดเคลื่อน หรือไม่เป็นความจริง ผู้ฟังอาจรับข้อมูลที่ผิดไปจากความเป็นจริง ดังนั้นการเตรียมเนื้อหาที่จะนำเสนอ จึงถือเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการผลิตรายการพอดคาสต์ ผู้ผลิตรายการส่วนหนึ่งได้มีการพูดถึงความสำคัญของการเตรียมเนื้อหาและขั้นตอนในการเตรียมเนื้อหาสำหรับผลิตรายการ ไว้ดังนี้

- 1) การกำหนดรูปแบบและแนวคิดของรายการ
- 2) การเตรียมเนื้อหารายการ
- 3) การเตรียมบทรายการ และการลำดับเนื้อหา ผู้ผลิตรายการควรมีเทคนิคในการเตรียมบทรายการ หรือการลำดับเนื้อหาที่แตกต่างกันออกไป ตัวอย่างเช่น การเตรียมบทแบบวางโครงเรื่อง การเตรียมบทรายการแบบวางประเด็นสำคัญ (Bullet Point) และการเตรียมลำดับเนื้อหาแบบละเอียดเป็นขั้นตอน

- 4) การประสานงานผู้ร่วมรายการสัมภาษณ์
- 5) ผู้ฟังรายการกับการมีส่วนร่วมในการกำหนดเนื้อหารายการ

3. องค์ประกอบด้านการผลิตรายการ

อาลี ปรียากร (2560) ได้กล่าวว่า การเตรียมการด้านเนื้อหาสำหรับการผลิตรายการพอดคาสต์ โดยผลการวิจัยมีการประยุกต์การศึกษาและทบทวนวรรณกรรมในส่วนของแนวคิดเกี่ยวกับรายการและการผลิต รายการ (Programme Production) โดนสามารถแบ่งรายละเอียดต่าง ๆ ได้ดังนี้

- 1) การกำหนดรูปแบบและแนวคิดของรายการ
- 2) การเตรียมเนื้อหารายการ
- 3) การเตรียมบทรายการ และการลำดับเนื้อหา
- 4) การประสานงานผู้ร่วมรายการสัมภาษณ์
- 5) ผู้ฟังรายการกับการมีส่วนร่วมในการกำหนดเนื้อหารายการ

นอกจากนี้ อาลี ปรียากร และกุลทิพย์ ศาสตรระจิก (2561) ได้ศึกษารูปแบบ การสร้างสรรค์รายการพอดคาสต์หรือการผลิตรายการพอดคาสต์ในประเทศไทย จากผู้ให้ข้อมูล 2 กลุ่มหลัก ประกอบไปด้วย 1) ผู้ผลิตรายการพอดคาสต์ที่เผยแพร่อย่างต่อเนื่อง และ 2) ผู้ฟัง รายการพอดคาสต์มากกว่า 1 ปี ผลการศึกษาพบว่า 1) กระบวนการเตรียมการผลิตรายการเสียง เพื่อเผยแพร่ผ่านพอดคาสต์ ประกอบไปด้วย 1.1) การทำความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดทำรายการ ผ่านช่องทางพอดคาสต์ 1.2) การเตรียมผลิตรายการและการออกแบบเนื้อหารายการ

แต่ทั้งนี้ในกระบวนการผลิตรายการพอดคาสต์สำหรับผู้ผลิตรายการถือเป็น เรื่องที่ไม่ยากจนเกินไปนัก โดย นันททอง ทองใบ (2562) ได้กล่าวไว้ว่า รายการพอดคาสต์ผลิตง่าย ในมุมมองของผู้ผลิต การสร้างสรรค์สื่อเสียงยอมทำได้ง่ายกว่าสื่อภาพเคลื่อนไหว เพราะต้นทุนต่ำไม่ ต้องห่วงงบประมาณในการถ่ายทำและตัดต่อ ไม่ต้องเสียเวลาในการคิดเตรียมภาพหรือที่ทีมงาน ขอแค่มีแนวคิดและคอนเทนต์ที่สดใหม่ ยิ่งปัจจุบันโทรศัพท์มีคุณภาพมากพอสำหรับอัดเสียงและใช้ ซอฟต์แวร์ตัดต่อเสียงเบ็ดเสร็จได้ในทันที ดังนั้นใครก็สามารถเป็นพอดแคสเตอร์ได้ และความง่าย ในการผลิตก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้มีผู้หันมาสร้างสรรค์พอดคาสต์มากขึ้น และเกิดคอนเทนต์ที่ หลากหลายตามมา

4. องค์ประกอบด้านผู้จัดรายการ หรือ พอดแคสเตอร์

พอดแคสเตอร์แบ่งออกเป็นประเภทบุคคล และกลุ่มบุคคลที่จัดรายการเป็น ของตนเอง และพอดแคสเตอร์ผู้จัดรายการในนามบริษัทและองค์กร

นอกเหนือจากนี้แล้ว (นันททอง ทองใบ, 2562) ยังได้แบ่งคุณสมบัติของพอด แคสเตอร์ที่ได้รับความนิยม ออกเป็น 4 ประเภท ดังต่อไปนี้

1) พอดแคสเตอร์ : ผู้เชี่ยวชาญ (Specialist) แมย์ทูปเบอร์ มีลักษณะเป็นผู้ ทรงอิทธิพลต่อผู้รับสาร (Influencer) ที่มา (Background) ของพอดแคสเตอร์มักไม่ใช่คน ธรรมดาสามัญที่เป็นตัวแทนของคนทั่วไป หรือคนที่พูดเก่งและเน้นความบันเทิง แต่ต้องเป็นผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ และยังมีชื่อเสียงในโลกออนไลน์ เป็นบล็อกเกอร์ที่มีฐานผู้ติดตามอยู่ แล้วยังส่งเสริมให้พอดคาสต์ได้รับความนิยมไปด้วย

2) พอดแคสเตอร์ : นักเล่าเรื่อง (Storyteller) สามารถถ่ายทอดเรื่องยาก ให้กลายเป็นเรื่องง่าย โดยสร้างอารมณ์ร่วมจากผู้ฟังผ่านองค์ประกอบของเรื่องราว (Story) ที่มีตัว ละคร ปมปัญหา การดิ้นรนแก้ปัญหา และจุดพลิกผันที่นำไปสู่บทสรุป

3) พอดแคสเตอร์ : นักคัดสรรประเด็น (Curator) พอดแคสเตอร์ที่รู้จักสรุป เลือกจับประเด็น คัดกรองเนื้อหา คอนเทนต์ ที่น่าสนใจหรือแง่มุมที่แปลกใหม่ แตกต่างจากคน อื่นๆ มาเป็นหัวข้อในการเล่าเรื่อง ย่อมทำให้มีผู้ติดตาม

4) พอดแคสเตอร์ : นักจัดรายการ (Host) ไม่ใช่ผู้รู้ทุกคนจะสามารถจัดรายการได้เพราะพอดแคสเตอร์ยังต้องการวิธีสื่อสารด้วยเสียงพูด ดังนั้น อักษรระการออกเสียงจึงต้องชัดเจน น้ำเสียงน่าฟัง รู้จักใช้ภาษาและมีอารมณ์ขัน แตกต่างจากการจัดรายการเพลง ตามกระแสในวิทยุที่ตีเจมกเน้นน้ำเสียงสูงต่ำ เล่นคำให้หือหวาตลอดเวลา เพราะพอดแคสเตอร์จะเน้นภาษาพูดแบบเพื่อนคุยกัน ที่อาจมีคำหยาบคายบ้าง เพราะการใช้ภาษาเหล่านั้นแสดงความใกล้ชิดกับกลุ่มเป้าหมาย และสร้างความรู้สึกเป็นคนกลุ่มเดียวกัน

5. องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐาน

การผลิตรายการคือการใช้ความสามารถในการจัดการทางด้านเทคนิค ซึ่งสามารถแบ่ง รายละเอียดของการจัดการได้ดังต่อไปนี้

- 1) การบริหารจัดการด้านวันเวลาในการบันทึกเสียง
- 2) การใช้อุปกรณ์ในการบันทึกเสียง
- 3) สถานที่ในการบันทึกเสียง
- 4) การจัดการด้านคุณภาพของเสียง
- 5) การใช้ซอฟต์แวร์ตัดต่อและเรียบเรียงไฟล์เสียง
- 6) การใช้เสียงเพลงประกอบรายการ
- 7) ความยาวของรายการ
- 8) การตั้งชื่อตอนและการเขียนอธิบายเนื้อหา
- 9) ภาพปกรายการ

5) ระยะเวลาและความถี่ในการรับฟังรายการพอดคาสต์

กมลรัตน์ กิจถาวรรัตน์ (2564) ได้ระบุว่า ได้ทำการศึกษาผู้ใช้พอดคาสต์ในประเทศไทย โดยมีการระบุว่า ระยะเวลาในการฟังรายการพอดคาสต์ของในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย 31.69 นาที และมีจำนวนรายการที่ลงทะเบียนติดตามโดยเฉลี่ย 4.42 รายการ ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณการใช้พอดคาสต์ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านความบันเทิงมีผลต่อปริมาณการใช้พอดคาสต์อย่างมีนัยสำคัญ โดยปัจจัยดังกล่าว ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ความต้องการความบันเทิง ความรู้สึกผ่อนคลาย และความรู้สึกสนุกสนานเพลิดเพลิน

ดิวิษ ประกายนต์ และปฐมมา สตะเวทิน (2564) ระบุว่า พฤติกรรมในการเข้ารับฟังของกลุ่มผู้ฟังพอดคาสต์ในประเทศไทยที่รับฟังรายการพอดคาสต์เป็นประจำจะเข้ารับฟังในช่วงเวลาเช้า โดยใช้ระยะเวลาไม่เกิน 40 นาที นอกจากนี้แล้ว กลุ่มผู้ฟังยังให้ความสนใจในหมวดหมู่เนื้อหาสาระความรู้เป็นหลัก และในด้านของทัศนคติต่อการฟังพอดคาสต์ ผู้ฟังพอดคาสต์ในประเทศไทยเห็นว่าพอดคาสต์เป็นเหมือนห้องสมุดทางเสียงที่สามารถเลือกฟังเนื้อหาได้ตามต้องการ สำหรับใน

เรื่องรูปแบบของการรับสื่อ ระบุว่าแพลตฟอร์มที่มีส่วนสำคัญในการรับสารและการโปรโมตของช่องรายการพอดคาสต์คือเฟซบุ๊ก และยังพบอีกว่ากลุ่มผู้ฟังให้ความสนใจและเลือกรับฟังรายการพอดคาสต์ผ่านลิงค์การเข้ารับฟังผ่านการนำเสนอด้วยภาพเพื่อการสื่อสารมากกว่าการใส่แคปชั่นในระบบเผยแพร่ ซึ่งเกิดผลลัพธ์ที่เห็นผลลัพธ์เชิงประสิทธิผลได้ดีกว่าโดยสามารถวัดผลได้จากปริมาณการคลิกเพื่อเข้ารับฟังเป็นหลัก ทั้งหมดนี้สามารถใช้เป็นแนวทางให้นักการตลาดหรือผู้จัดพอดคาสต์ในการทำการตลาดการสื่อสาร และการโปรโมตช่องรายการพอดคาสต์บนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กในประเทศไทย

จากการศึกษาของ อาทิตยา ทรัพย์สินวิวัฒน์ และ รัตนาดี เศรษฐจิตร (2563) ที่ทำการศึกษากการเปิดรับสื่อพอดคาสต์ของกลุ่มเจนเอเรชันวาย ที่มีต่อองค์ประกอบการสื่อสารของพอดคาสต์ได้กล่าวว่า โดยเฉลี่ยเปิดรับสื่อพอดคาสต์ 1-2 วันต่อสัปดาห์ ครั้งละประมาณ 41 นาที ส่วนใหญ่เปิดรับฟังจากบ้าน รองลงมาคือ บนยานพาหนะขณะกำลังเดินทาง ในแง่การปฏิสัมพันธ์กับรายการพอดคาสต์พบว่า จะกดไลก์ (Like) โดยจะเปิดรับฟังผ่านแอปพลิเคชัน Spotify มากที่สุด รองลงมาคือ Google Podcasts และ Soundcloud ทั้งนี้เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับสื่อพอดคาสต์เนื่องจากติดตามความรู้ใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น รองลงมาคือ เพื่อนำความรู้ไปต่อยอดในการทำธุรกิจสร้างสรรค์และเพื่อความบันเทิง/ พักผ่อน / ผ่อนคลาย

6) ปัจจัยและเหตุผลในการใช้และรับฟังพอดคาสต์

จากการศึกษาของ กมลรัตน์ กิจถาวรรัตน์ (2564) ได้ระบุว่า ปัจจัยและเหตุผลในการฟังพอดคาสต์สามารถสรุปได้ว่ามีปัจจัยหลัก 3 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านข้อมูลและความรู้ ปัจจัยด้านความบันเทิง และปัจจัยทางด้านสังคม ซึ่ง กมลรัตน์ กิจถาวรรัตน์ ได้ระบุว่าถึงการศึกษาของ Chan-Olmsted & Wang (2020, กมลรัตน์ กิจถาวรรัตน์, 2564) เป็นแนวคิดที่มีความทันสมัยและครอบคลุมปัจจัยและเหตุผลหลัก ซึ่ง Chan-Olmsted & Wang ได้นำทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications) มาปรับปรุงให้เหมาะสมกับการศึกษาถึงปัจจัยในการฟังพอดคาสต์ และได้ระบุว่าเหตุจูงใจในการฟังพอดคาสต์ สามารถจัดหมวดหมู่แยกกันทั้งหมด 7 ข้อ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านความเหนือกว่าสื่อเสียงชนิดอื่น (Audio Platform Superiority) คือ ผู้ฟังสามารถฟังได้ทุกที่ ทุกเวลา, ความสะดวกในการใช้งาน, ความหลากหลายและไม่ซ้ำใครของเนื้อหารายการ, และผู้ฟังสามารถเลือกรับฟังแค่รายการที่สนใจได้

2. ปัจจัยด้านการหลีกหนีจากความเป็นจริง/การฆ่าเวลา (Escapism/Pastime) คือ การรับฟังพอดคาสต์ทำให้ผู้ฟังรู้สึกเหมือนได้หลบออกจากกิจกรรมหรือสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น หรือเป็นการหาอะไรทำในเวลาว่าง

3. ปัจจัยด้านการแสดงออกถึงความเป็นตนเอง/สังคม (Personal/Communal Identification) คือ การรับฟังพอดคาสต์ทำให้ผู้ฟังเข้าใจตัวเองมากขึ้น รู้สึกตัวเองเป็นคนที่ไม่เหมือนใคร หรือ รู้สึกมีความเป็นหนึ่งเดียวกันกับสังคม

4. ปัจจัยด้านการรู้สึกเชื่อมต่อกับคนอื่น (Companion/Connection) คือ การรับฟังพอดคาสต์ทำให้ผู้ฟังรู้สึกไม่โดดเดี่ยว หรือ ทำให้ได้รู้ถึงชีวิตคนอื่นที่ปกติแล้วจะไม่มีโอกาสได้รู้

5. ปัจจัยด้านความบันเทิง (Entertainment) คือ เมื่อได้รับฟังพอดคาสต์ผู้ฟังรู้สึกสนุกสนาน ผ่อนคลาย

6. ปัจจัยด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับสังคม (Social Interaction) คือ เมื่อฟังพอดคาสต์แล้วผู้ฟังสามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์การฟังกับเพื่อน หรือครอบครัวได้ หรือ การได้ฟังพอดคาสต์พร้อมกับเพื่อนหรือครอบครัว

7. ปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสาร (Information) คือผู้ฟังพอดคาสต์มีวัตถุประสงค์ในการฟังเพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่ หรือเพื่อติดตามข้อมูลข่าวสาร

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Perks, Turner, & Tollison (2019) ที่ได้ทำการศึกษาและพัฒนาทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications) ของผู้ฟังพอดคาสต์และพบว่าผู้ฟังพอดคาสต์มีความพึงพอใจต่อการฟังพอดคาสต์ทั้งหมด 4 ด้านด้วยกัน ดังนี้ 1) ด้านสาระผสมบันเทิง (Controlling Edutainment) 2) ด้านการบอกเล่าเรื่องราว (Storytelling Transportation) 3) ด้านการมีส่วนร่วมกับสังคม (Social Engagement) 4) ด้านการทำงานหลายอย่างในเวลาเดียวกัน (Multitasking) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Samuel-Azran, Laor, & Tal (2019) ที่ได้ทำการศึกษาถึงเหตุผลในการตัดสินใจรับฟังพอดคาสต์ของผู้ฟัง โดยมีสาเหตุหลัก ได้แก่ 1) เพื่อตอบสนองความต้องการทางสติปัญญา (Cognitive Need) เนื่องจากพอดคาสต์มีเนื้อหารายการที่มีความหลากหลายและมีข้อมูลในเชิงลึกสามารถถกเถียงในแต่ละประเด็นและนำเสนอเป็นตอน ๆ ได้ เมื่อเทียบกับสื่อชนิดอื่น ๆ ทำให้ผู้ฟังส่วนใหญ่ที่ต้องการข้อมูลดังกล่าว เลือกรับฟังพอดคาสต์แทนสื่อชนิดอื่น ๆ ได้ 2) เพื่อตอบสนองความต้องการทางสังคม (Social Need) 3) เพื่อความบันเทิง (Entertainment) การรับฟังพอดคาสต์ทำให้ผู้ฟังรู้สึกสนุกสนานไปกับเนื้อหาและได้รับความรู้ไปพร้อมกัน ถือเป็นกิจกรรมฆ่าเวลาที่มีประโยชน์ 4) เพื่อเป็นงานอดิเรก (Hobby) ผู้ฟังบางส่วนมักจะเลือกรับฟังพอดคาสต์เป็นกิจกรรมหลักในเวลาพักผ่อน 5) เพื่อเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้นอนหลับ (A Tool that Helps Going to Sleep) ผู้ฟังบางส่วนพบว่าการฟังพอดคาสต์ช่วยให้รู้สึกผ่อนคลายจากการฟังเสียงของผู้จัดที่มีลักษณะการพูดที่ราบเรียบ ทำให้ผู้ฟังรู้สึกง่วงนอน

7) การประเมินและวัดผลรายการ Podcast

การประเมินผลหรือวัดผลรายการ Podcast สามารถแบ่งการประเมินผลได้ ออกเป็น 2 แบบ ดวิษ ประกายนต์ (2563) ดังนี้

1. ยอดดาวน์โหลดหรือยอดผู้ติดตาม (Download & Listener) ขั้นตอนแรกในการประเมินผลว่า มีคนสนใจรายการ Podcast ของเราเท่าไร ซึ่งขั้นตอนนี้ จะเป็นการดูจากช่องทางที่ลง Podcast เพียงเท่านั้น ต้องเริ่มจากจำนวนยอดดาวน์โหลดหรือยอด ผู้ติดตาม (Subscriber) มีจำนวนเท่าไร โดยหากมียอดผู้ติดตามจำนวนมาก อาจหมายถึงรายการ Podcast ได้รับความนิยมสูง ในทางกลับกันหากมียอดผู้ติดตามจำนวนน้อย อาจหมายถึงรายการ Podcast ยังไม่เป็นที่นิยม

2. ยอดการมีส่วนร่วม (Social Media Engagement) หากมีการโปรโมตรายการ Podcast ในช่องทางอื่นที่นอกเหนือจากช่องทางหลักของ Podcast แล้ว จะสามารถวัดการมีส่วนร่วมของผู้ที่มาฟังหรือผู้ติดตาม เช่น หากมีการลงโปรโมตใน Facebook จะสามารถวัดยอดการมีส่วนร่วมกับรายการ Podcast ได้จากยอด Like, Comment, Share หรือยอดการคลิกที่ปุ่ม Listen เพื่อไปฟังรายการในช่อง Podcast นอกจากนี้ยังมีเครื่องมือที่สามารถวัดความรู้สึกหรือทัศนคติของคนฟังที่มีต่อรายการ Podcast เรียกว่า Social Listening Tool หากต้องการทราบแบบละเอียด เป็นต้น

8) ประโยชน์ของพอดคาสต์

นอกจากนี้แล้ว ปวรรัตน์ ระวัง (2560) ได้สรุปคุณลักษณะ ความสามารถและประโยชน์ของพอดคาสต์ที่ทำให้สื่อประเภทพอดคาสต์ ที่ทำให้ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(1) พอดคาสต์ เป็นการนำเสนอทั้งในด้านความบันเทิงผ่านการนำเสนอเนื้อหาด้วยเสียงผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

(2) ผู้ฟังสามารถดาวน์โหลดสื่อเสียงพอดคาสต์ไว้ในอุปกรณ์มือถือและบนสมาร์ทโฟนของแต่ละบุคคลเพื่อเก็บไว้ฟังได้แบบออฟไลน์ (Offline) ในกรณีที่ไม่มี การเชื่อมต่อ กับระบบอินเทอร์เน็ต

(3) ผู้รับฟังสื่อพอดคาสต์ไม่ต้องจดจ่อกับหน้าจอคอมพิวเตอร์ในการรับชมภาพ และสามารถรับฟังขณะทำกิจกรรมอื่น ๆ ควบคู่กับฟังพอดคาสต์ได้

(4) พอดคาสต์เป็นไฟล์เสียงที่มีขนาดไฟล์ไม่ใหญ่ จึงทำให้ไม่เปลืองอินเทอร์เน็ต

(5) สามารถเข้าถึงและรับฟังสื่อพอดคาสต์ได้ง่าย ระบบไม่ซับซ้อน

(6) เนื้อหารายการพอดคาสต์มีให้เลือกออรับฟังหลากหลาย โดยมีทั้งเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวรอบตัว เรื่องราวในชีวิตประจำวัน ข่าว เศรษฐกิจ การเมือง สังคมและวัฒนธรรมมีการแบ่งประเภทเนื้อหารายการที่ชัดเจน ทำให้ผู้ฟังสามารถเลือกรับฟังเรื่องที่สนใจได้โดยเฉพาะ

(7) รายการพอดคาสต์แต่ละช่อง แต่ละแบรนด์จะมีการนำเสนอรายการที่มีคุณลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งออกแบบการนำเสนอเรื่องราวได้เฉพาะกลุ่ม หรือเจาะจงกลุ่มเป้าหมายได้

(8) ผู้รับฟังรายการพอดคาสต์สามารถสมัครสมาชิกเพื่อการรับฟังรายการที่ชื่นชอบ หรือสามารถติดตาม (Subscribed) เพื่อเชื่อมข้อมูลรายการพอดคาสต์นั้น ๆ ได้ โดยระบบจะมีการแจ้งเตือนรายการในตอนใหม่ ๆ ได้ให้สมาชิกได้รับทราบและสามารถเข้าฟังได้ก่อนใคร

9) ความท้าทายของการใช้พอดคาสต์เพื่อการเรียนรู้

แนวโน้มจำนวนผู้ฟังพอดคาสต์ในประเทศไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ส่วนหนึ่งเป็นผลพวงเนื่องมาจากความสะดวกในการเข้าถึงเทคโนโลยี อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ฟังพอดคาสต์ในสหรัฐอเมริกา จำนวนผู้ฟังพอดคาสต์ในประเทศไทยยังคงเป็นกลุ่มเฉพาะปัญหาที่ทำให้มีผู้เข้าฟังพอดคาสต์เป็นจำนวนไม่มากเกิดจากการขาดความรู้ในการเข้าถึงเทคโนโลยี และในปัจจุบันมหาวิทยาลัยในประเทศไทยยังไม่มีการนำพอดคาสต์มาเป็นช่องทางในการเรียนการสอนอย่างจริงจัง (ชนินทร์ เพ็ญสูตร, 2561) อีกทั้งการพัฒนาคุณภาพรายการพอดคาสต์ทั้งทางด้านเนื้อหาและสาระยังคงเป็นสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญ

การใช้พอดคาสต์เพื่อการเรียนรู้ ควรมีแนวทางในการออกแบบและพัฒนาทั้งในเชิงคุณภาพ การให้ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีเพื่อการเข้าถึงและรับชมรับฟัง รวมไปถึงการเข้าร่วมกับกระบวนการจัดการเรียนการสอนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพทางการเรียนรู้ที่ดีขึ้น

10) แนวทางการออกแบบและพัฒนารายการพอดคาสต์

การผลิตรายการเสียงเป็นการนำเสนอเนื้อหา ความรู้ ความบันเทิง โดยใช้รูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการในแบบต่างๆ เพื่อให้รายการนั้นบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยกระบวนการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ขั้นตอน (ศุภางค์ นันตา, 2553) ดังนี้

(1) ขั้นการวางแผน ผู้ผลิตรายการและทีมงานต้องร่วมกันวางแผน ดังนี้ การผลิตรายการต้องไม่ขัดกับวัตถุประสงค์และนโยบาย วิเคราะห์กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายให้ชัดเจน ความมุ่งหมายของรายการต้องการเน้นเพื่อวัตถุประสงค์ใด รูปแบบและรายการที่จะผลิตเป็นแบบใด ประเด็นและเนื้อหา อุปกรณ์ที่ใช้ ระยะเวลา รวมไปถึงงบประมาณ

(2) ขั้นเตรียมการผลิตรายการ เริ่มตั้งแต่การเขียนบท นำแนวคิด และประเด็น เนื้อหา สร้างจินตนาการและเรียบเรียงออกมาเป็นคำพูด เสียงเพลง เสียงประกอบ เสียงดนตรี ผู้เขียนเนื้อหาจะเขียนโครงร่างคร่าวๆ ว่ารูปแบบของรายการมีความเหมาะสมถูกต้องหรือไม่ เทคนิค ส่วนประกอบอื่นๆ เป็นที่น่าสนใจเพียงพอหรือไม่ เพื่อพัฒนาและปรับปรุงรายการให้มีคุณภาพและสมบูรณ์ที่สุด

(3) ขั้นดำเนินการผลิตรายการ โดยสามารถดำเนินการบันทึกเสียงผ่าน กระบวนการตัดต่อและเรียบเรียงเสียง ปรับแต่งเสียง ใส่เสียงดนตรี เสียงประกอบ และเรียบเรียง เส้นเสียง และจึงนำไปออกอากาศ

(4) ขั้นการประเมินผล เพื่อประเมินผลข้อบกพร่องและหาทางแก้ไขในการทำงานครั้งต่อไปให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ตอนที่ 4 การออกแบบสาร (Message Design)

หลักการออกแบบสาร (Message Design Principle)

การออกแบบสาร (Message Design) เป็นแนวคิดในการรวมองค์ประกอบที่สำคัญ ทางด้านการสอน การเรียนรู้ และสื่อเข้าไปด้วยกัน เน้นการวางแผน พัฒนา วิเคราะห์เพื่อบรรลุ วัตถุประสงค์ในการสื่อสาร เนื้อหา ความรู้เพื่อการเรียนการสอน การออกแบบสารเกี่ยวข้องกับ การถ่ายทอดข้อมูลที่ส่งผลต่อการได้รับการใส่ใจ (Attention) การรับรู้ (Perception) และความ เข้าใจ (Comprehension) รวมทั้งความคงทนในการจำ (Retention) และการเรียกข้อมูลออกมา ใช้ (Retrieval) การออกแบบสารเพื่อการเรียนรู้ มุ่งเน้นกระบวนการคิด (Cognitive Processes) (สุมาลี ชัยเจริญ, 2554) การออกแบบสารเพื่อการเรียนการสอน เกี่ยวข้องหลักการสำคัญดังนี้ การออกแบบข้อความ การแสดงผลคอมพิวเตอร์ โครงสร้างการสื่อสาร และการออกแบบสาร สำหรับการสอนและการเรียนรู้ เป็นต้น

การประยุกต์ใช้หลักการออกแบบสารเพื่อกระบวนการออกแบบและพัฒนาทรัพยากร สื่อการศึกษา ควรคำนึงถึงการมุ่งเน้นการออกแบบที่กระตุ้นกระบวนการคิดของผู้เรียนที่ทำให้เกิด การเรียนรู้อย่างแท้จริง ส่งเสริมหรือช่วยทางการเรียนรู้ เกี่ยวโยงสัมพันธ์กับการนำไปใช้ กลยุทธ์ ทางการเรียนการสอน นอกจากนี้แล้วนิษฐา หรุ่นเกษม (2560) ยังได้กล่าวไว้ว่า ในการออกแบบ เนื้อหาสารนั้นมีประเด็นที่จะต้องพิจารณาประกอบกันด้วย การให้ความสำคัญกับการคัดเลือก สาร การออกแบบสาร และการนำเสนอสาร

การออกแบบสื่อสาร (Communication Design) เป็นการออกแบบที่มุ่งสร้างความ เข้าใจระหว่างบุคคล ซึ่งอาจสื่อความเข้าใจกันด้วยตัวอักษรหรือสัญลักษณ์ ซึ่งการสื่อความหมาย

นี้จะปรับปรุงรูปแบบมาจากสิ่งแวดล้อมรอบตัว นอกจากนี้การออกแบบสื่อสารยังเป็นการออกแบบที่มุ่งให้สื่อส่งไปนั้น เข้าใจง่าย จดจำง่าย ดึงดูดความสนใจด้วยวิธีการจัดทำเป็นตัวอักษร ภาพสัญลักษณ์ สื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา แคตตาล็อก โบชัวร์ และการแพร่ภาพ เสียงทางสื่อต่าง ๆ เป็นต้น การออกแบบการสื่อสารที่อยู่ในโลกวิถีใหม่ จึงเป็นการสร้างสรรค์ออกแบบการสื่อสารแต่ละประเภทหรือตอบสนองต่อความต้องการการสื่อสารการใช้ชีวิตวิถีใหม่ไปพร้อมกัน (พิชญา สุกุลวิทย์ และคณะ, 2564)

การออกแบบสารวิถีใหม่

สำราญ แสงเดือนฉาย (2563) ได้กล่าวไว้ว่า การออกแบบสารในรูปแบบชีวิตวิถีใหม่ที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์มีรูปแบบกลวิธีการออกแบบสาร ดังนี้

1. การสร้างความประทับใจแรก เป็นการออกแบบสารที่ต้องสร้างการผัสสะทางอารมณ์ (Emotion Design) ให้รับรู้ได้ถึงแก่นแนวคิดของสาร
2. สดใหม่ สารที่ออกแบบจะต้องทำหน้าที่ในการบอกเล่า เผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่าง ๆ หรือประเด็นความสนใจที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ ที่ตรงกับความต้องการและช่องทางการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย
3. การออกแบบสารจะต้องมีประเด็นของเรื่องราวที่น่าเสนอที่ชัดเจน สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย สารที่ออกแบบจะต้องเป็นเรื่องที่ผู้รับสารสนใจ เป็นประโยชน์ และมีส่วนร่วมในการแสดงทัศนคติ
4. สั้นกระชับ เข้าใจง่าย การออกแบบสารจะต้องสร้างการจดจำได้ง่าย เกิดความเข้าใจได้โดยทันที และต้องสร้างกระแสสังคม เช่น Twitter ที่สื่อสารด้วยถ้อยคำสั้น ๆ ในการสื่อสารปรากฏการณ์ทางสังคม เป็นต้น
5. เล่าเรื่องข้ามสื่อ การออกแบบสารในยุคสื่อดิจิทัล ผู้ออกแบบสารจะต้องออกแบบสารและค้นหากลวิธีการเล่าเรื่องในเรื่องที่ต้องการเล่า นั้น ๆ ให้สามารถไปนำเสนอได้หลากหลายสื่อ และเหมาะสมกับธรรมชาติของสื่อ นั้น ๆ
6. ความจริง ความดี ความงาม การออกแบบสารจะต้องนำเสนอ “ความจริง” ผู้ออกแบบสารจะต้องตรวจสอบยืนยันความถูกต้องของข้อมูล เพราะสารที่ออกแบบย่อมส่งผลกระทบต่อผู้รับสารนอกเหนือจากความเข้าใจในสารที่ตรงแล้วสารนั้นจะต้องสร้างความรู้ สร้างการรับรู้ และสร้างทัศนคติกับผู้รับสาร “ความดี” คือสารจะต้องทำหน้าที่ในการจรรโลงสังคม “ความงาม” สารต้องก่อให้เกิดคุณค่าทางจิตใจ

นอกจากนี้แล้ว พิชญา สุกุลวิทย์ และคณะ (2564) ยังได้ระบุว่า สารในรูปแบบการสื่อสารวิถีใหม่ ต้องสอดคล้องกับเทคโนโลยีดิจิทัล ลักษณะของสารที่ผู้ใช้สารสื่อสารกันเป็นการสื่อสารบนโลกสังคมออนไลน์ โดยมีรูปแบบและลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

1. การสื่อสารด้วยภาพ (Visual Thinking) คือ กระบวนการออกแบบความคิดที่จะช่วยสร้าง “วิธี” คิดใหม่ คิดและมองอะไรชัดขึ้น ง่ายขึ้น เห็นความเชื่อมโยงในสิ่งต่าง ๆ โดยใช้ภาพเป็นองค์ประกอบในการสื่อความ ลักษณะการสื่อสารต่าง ๆ คือ เร้าการคิดด้วยภาพง่าย ๆ (Visual Note-Taking) ใช้ภาพช่วยเล่าเรื่อง (Visual Aid for Storytelling) ช่วยระดมไอเดียด้วยภาพ (Visual Facilitation) เป็นต้น

2. การสื่อสารด้วยข้อความ (Text Message) คือ ข้อมูลที่เป็นข้อความ ซึ่งหมายรวมถึงตัวเลข ตัวอักษร เครื่องหมายต่าง ๆ หรืออาจจะรวมถึงการส่งในรูปแบบเสียงได้ ขึ้นอยู่กับตัวสื่อหรือที่เรียกว่า แอปพลิเคชันที่รองรับการสื่อสารในลักษณะที่จะส่งสารไป

3. สัญลักษณ์ (Emoticon & Sticker) คือ ชุดของสัญลักษณ์ต่าง ๆ หรือภาพขนาดเล็กที่มีจุดประสงค์เพื่อแสดงสีหน้าของมนุษย์และสื่อถึงอารมณ์เป็นรูปแบบหนึ่งของลักษณะน้ำเสียงที่ใช้กันแพร่หลายในการแทนข้อความเพื่อส่งสารไปถึงผู้รับสาร ผู้รับสารตีความหมายสารผ่านสัญลักษณ์นี้ได้อย่างรวดเร็ว

4. การเผยแพร่เสียงบนแพลตฟอร์ม (Podcast) คือรายการเผยแพร่เสียงผ่านทางสถานีออนไลน์ (Platform) โดยมีผู้ดำเนินรายการออกมาเล่าเรื่องต่าง ๆ หรืออาจเป็นการให้สัมภาษณ์ให้อารมณ์คล้ายกับการฟังวิทยุ

ตอนที่ 5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศไทย

มูหาหมัด และกัลยาณี (2560) ได้ศึกษาผลการเรียนรู้ด้วยพอดคาสต์เพื่อส่งเสริมทักษะการสื่อสารภาษามลายู สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนที่เรียนด้วยพอดคาสต์เพื่อส่งเสริมทักษะการสื่อสารภาษามลายู หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และนักศึกษามีความพึงพอใจต่อการเรียนด้วยพอดคาสต์เพื่อส่งเสริมทักษะการสื่อสารภาษามลายู สำหรับนักศึกษาปริญญาตรีในระดับมาก

ปวรรัตน์ ระเวง (2560) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังรายการพอดคาสต์ พบว่า กลุ่มวัยทำงานและกลุ่มนักเรียนมัธยมมีความสามารถในการเข้าถึงและรับฟังรายการพอดคาสต์สูง โดยผู้ฟังเหล่านี้สามารถควบคุมการใช้งานระบบและการเลือกรับฟังรายการได้ด้วยตนเอง รวมไปถึงมีความสามารถในการทำความเข้าใจและใช้ความคิดในเชิงวิพากษ์ในด้าน

คุณภาพและความน่าเชื่อถือของเนื้อหารายการพอดคาสต์ มุมมองการผลิตเนื้อหาของผู้ผลิต ทั้งนี้ผู้ฟังรายการพอดคาสต์สามารถวิเคราะห์และประเมินข้อดีข้อเสียจากการรับฟัง อธิบายคุณค่าและประโยชน์จากการรับฟัง รวมถึงระบุโทษและอันตรายจากการรับฟังเนื้อหารายการที่นำเสนอแฝงไปกับเรื่องธุรกิจการค้า เนื้อหารายการที่นำเสนอเรื่องพฤติกรรมและความรุนแรง เรื่องเพศและการใช้ภาษา เป็นต้น

ดิวิซ ประภายนต์ และปฐมมา สตะเวทิน (2564) ได้ทำการศึกษา พฤติกรรมการรับฟังรายการพอดคาสต์ในประเทศไทยของกลุ่มผู้ฟังพอดคาสต์ พบว่า พฤติกรรมการรับฟังของกลุ่มผู้ฟังพอดคาสต์จะนิยมรับฟังรายการในช่วงเช้า โดยใช้ระยะเวลาไม่เกิน 40 นาที นอกจากนี้แล้ว กลุ่มผู้ฟังมีความสนใจในหมวดหมู่เนื้อหาสาระความรู้เป็นหลัก และทัศนคติของผู้ฟังยังมีความเห็นว่าพอดคาสต์เปรียบเสมือนห้องสมุดเสียง ที่ผู้รับฟังสามารถเลือกฟังเนื้อหาตามความสนใจและความต้องการ นอกจากนี้แล้วรูปแบบการรับฟังสื่อรายการพอดคาสต์ พบว่า แพลตฟอร์มที่มีส่วนสำคัญในการรับสารและการโปรโมตของรายการพอดคาสต์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ทั้งนี้ผู้รับฟังรายการมีความสนใจเลือกรับฟังผ่านลิงค์การเข้ารับฟังในภาพการสื่อสารมากกว่าใส่ในแคปชั่น และจากการศึกษายังระบุว่าผู้ฟังรายการพอดคาสต์สนใจเลือกรับฟังผ่านลิงค์เชื่อมโยงการเข้ารับฟังที่เป็นภาพที่ใช้ในการสื่อสารมากกว่าการระบุหรือใส่แคปชั่น ซึ่งเกิดผลลัพธ์ที่เห็นผลลัพธ์เชิงประสิทธิผลได้ดีกว่าโดยสามารถวัดผลได้จากปริมาณการคลิกเพื่อเข้ารับฟังเป็นหลัก

งานวิจัยต่างประเทศ

Fietze (2009) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้พอดคาสต์ของผู้เรียนในระดับอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยในประเทศเยอรมัน ผลการวิจัยจากการสำรวจนักศึกษาที่ University of Flensburg มีผู้เรียนเข้าร่วมการศึกษาครั้งนี้ทั้งสิ้น 148 คน ผู้เรียนส่วนใหญ่ไม่มีประสบการณ์ในการใช้พอดคาสต์ พอดคาสต์การบรรยาย (lecture podcasts) เป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสาร สมุดบันทึกถูกใช้ป็นสื่อหลักเพื่อการฟังการบรรยายที่บันทึกไว้ จุดที่น่าสนใจในการศึกษาครั้งนี้คือการย้อนกลับการเรียนรู้หรือตามทันการบรรยายในเวลาต่อมา วัตถุประสงค์หลักคือการเตรียมความพร้อมล่วงหน้าก่อนการสอบข้อเขียน อย่างเป็นระบบ มากกว่าครึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาโอกาสที่จะใช้พอดคาสต์เพื่อทดแทนการเข้าร่วมการบรรยาย ปัจจัยหนึ่งในการประสบความสำเร็จของการใช้การบรรยายพอดคาสต์คือผู้เรียนสามารถนำการบรรยายที่บันทึกไว้กลับมาใช้ใหม่ได้ผ่านสื่อพอดคาสต์ถือว่าเป็นแนวทางที่จะรวมเนื้อหาของการบรรยายให้ดีขึ้นเรื่อย ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

Kay & Kletschin (2012) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การประเมินการใช้วีดิโอพอดคาสต์โดยใช้ปัญหาเป็นฐานเพื่อสอนคณิตศาสตร์ในระดับอุดมศึกษา วีดิโอพอดคาสต์ที่ใช้ปัญหาเป็นฐานให้คำอธิบายสั้นๆ ทั้งบนเว็บและสื่อเสียงเกี่ยวกับวิธีการแก้ปัญหาในขั้นตอนเฉพาะแต่ละสาขาวิชา เช่น คณิตศาสตร์หรือวิทยาศาสตร์ ชุดวีดิโอพอดคาสต์ที่มีปัญหาเป็นฐานจำนวน 59 เรื่อง ครอบคลุมสาระสำคัญ 5 ประเด็น (ฟังก์ชัน การแก้สมการ ฟังก์ชันเชิงเส้น ฟังก์ชันเอกซ์โพเนนเชียลและลอการิทึม และฟังก์ชันตรีโกณมิติ) ถูกสร้างขึ้นเป็นเครื่องมือการเรียนรู้ด้วยตนเองและถูกใช้โดยผู้เรียนในระดับอุดมศึกษาจำนวน 288 คน ที่ผ่านการเรียนทักษะพื้นฐานแคลคูลัสในช่วง 3 สัปดาห์ ผลการวิจัยพบว่าผู้เรียนส่วนใหญ่ใช้วีดิโอพอดคาสต์ในระดับมาก และจัดอันดับว่ามีประโยชน์หรือมีประโยชน์อย่างมาก มุมมองของพวกเขาคือใช้งานง่าย เป็นเครื่องมือการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ และอธิบายความรู้เกี่ยวกับแนวคิดพื้นฐานแคลคูลัสที่สำคัญเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

Abdous et al. (2012) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพเชิงวิชาการของพอดคาสต์ โดยเป็นการศึกษาเปรียบเทียบการใช้พอดคาสต์แบบผสมผสานและแบบเสริมในชั้นเรียนภาษาที่สอง พบว่า พอดคาสต์ได้รับการยอมรับในระดับอุดมศึกษามากขึ้น สิ่งสำคัญคือการตรวจสอบประสิทธิภาพในการปรับปรุงประสบการณ์การเรียนรู้ของนักเรียน การศึกษาในครั้งนี้ได้ทำการตรวจสอบประสิทธิภาพของพอดคาสต์ที่รวมอยู่ในหลักสูตร (PIC: podcasts integrated into the curriculum) และพอดคาสต์ซึ่งถือเป็นวัสดุเสริม (PSM: podcasts as supplemental material) เมื่อพิจารณาจากประสบการณ์เชิงประจักษ์เกี่ยวกับประสิทธิภาพของพอดคาสต์ การศึกษานี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักเรียนที่ลงทะเบียนเรียนในหลักสูตรภาษาในระดับแรกและระดับสูง ผลลัพธ์แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่สรุปไม่ได้ระหว่างผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักเรียนจากการใช้พอดคาสต์ในรูปแบบ PIC อย่างไรก็ตามในทางกลับกันข้อค้นพบระบุว่ามีความสัมพันธ์ที่ติระหว่างการใช้พอดคาสต์ในรูปแบบ PSM และผลการเรียนขั้นสุดท้ายของนักเรียนโดยเฉพาะอย่างยิ่งในหลักสูตรระดับสูง

Hubackova. (2013) ได้ศึกษาการใช้พอดคาสต์ในการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย โดยพอดคาสต์เป็นปรากฏการณ์ที่ได้เห็นการพัฒนาอย่างมากในไม่กี่ปีที่ผ่านมา พอดคาสต์เป็นไฟล์เสียงหรือวีดิโอที่สามารถดาวน์โหลดลงคอมพิวเตอร์และเล่นได้ พอดคาสต์ส่วนใหญ่ฟรีและไม่มีโฆษณาเพิ่มซึ่งสำคัญมากสำหรับความต้องการของครู พอดคาสต์นั้นเริ่มต้นในปี 2004 เป็นทางเลือกหนึ่งของการกระจายเสียงทางวิทยุผ่านอินเทอร์เน็ต ในการดาวน์โหลดพอดคาสต์ใช้เพียงแค่คอมพิวเตอร์และการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตโดยไม่จำเป็นต้องมีซอฟต์แวร์เฉพาะหรือเครื่องเล่น MP3