

การศึกษาและการออกแบบสื่อเพื่อการเรียนรู้สำหรับการผลิตรายการพอดแคสต์ในบริบทผู้ใช้ชาวไทย

RESEARCH AND DESIGN FOR LEARNING MEDIA ABOUT CREATING PODCAST
FOR THAI PEOPLEศลิษา กระเทศ¹ ปิลันณณ์ ปุณณูประภา² และ นพดล อินทร์จันทร์³

Salisa Grates, Pilan Poonyaprapha and Noppadol Inchan

Article History

Received: 10-06-2022; Revised: 06-12-2023; Accepted: 06-12-2023

<https://doi.org/10.14456/issc.2023.73>

บทคัดย่อ

การศึกษาและการออกแบบสื่อเพื่อการเรียนรู้สำหรับการผลิตรายการพอดแคสต์ในบริบทผู้ใช้ชาวไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อประมวลความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการพอดแคสต์ และเพื่อผลิตสื่อการเรียนรู้การผลิตรายการพอดแคสต์อินโฟกราฟิกส์ โดยมีผลที่คาดว่าจะได้รับคือ ได้ข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตรายการพอดแคสต์ที่นำไปสู่สื่อการเรียนรู้การผลิตรายการพอดแคสต์ในรูปแบบอินโฟกราฟิกส์ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยแบบการวิจัยและพัฒนา โดยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ขั้นตอนที่ 1 เป็นขั้นตอนการประมวลข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตรายการพอดแคสต์ โดยที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตรายการพอดแคสต์จากแหล่งข้อมูล ทั้งหนังสือและวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการผลิตพอดแคสต์จำนวน 4 ท่าน พบว่ามีประเด็นสำคัญแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านเทคนิคการผลิต และด้านธุรกิจ ต่อมาในขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยได้ออกแบบและจัดทำสื่อการเรียนรู้การผลิตพอดแคสต์ต้นแบบ จำนวน 5 แบบ เพื่อนำไปประเมินสื่อการเรียนรู้ การผลิตพอดแคสต์ในขั้นตอนถัดไปในส่วนขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยได้นำต้นแบบสื่อการเรียนรู้การผลิตพอดแคสต์ทั้ง 5 แบบ มาทำการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิทางวิชาการทั้งหมด 3 ท่าน เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะสำหรับนำไปพัฒนาต้นแบบที่สมบูรณ์ต่อไป ในขั้นตอนที่ 4 ผู้วิจัยนำข้อเสนอแนะมาพัฒนาสื่อการเรียนรู้ในการผลิตพอดแคสต์ โดยเริ่มจากประเด็นสิ่งที่ต้องคงไว้และสิ่งที่ต้องปรับปรุง หรือเสริมเข้าไปตามข้อเสนอแนะที่ได้รับมา เพื่อให้ได้สื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับการผลิตรายการพอดแคสต์ที่มีคุณภาพในการสื่อสารตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

คำสำคัญ: สื่อการเรียนรู้; พอดแคสต์

¹นิสิตระดับปริญญาโท วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Master's degree, College of Social Communication Innovation, Srinakharinwirot University

E-mail: Praegrates@gmail.com *Corresponding author

²⁻³อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Advisor, College of Social Communication Innovation, Srinakharinwirot University

ABSTRACT

The objectives of Research and design for learning media about creating podcast for Thai people are to compile knowledge related to podcasting and to produce infographics podcasting learning materials by which the expected results are 1. Information about podcasting, 2. Podcasting learning material in the form of infographics. In this research, the researcher has used the research and development method which is divided into 4 stages. The first stage is the podcasting information processing. The researcher studied information about podcasting from 2 books, 1 dissertation, and in-depth interviews with 4 experts related to podcasting. Three important issues were found, namely, content, production techniques, and business. Then, in the second stage, the researcher designed and prepared 5 podcasting learning material prototypes for evaluation by experts. Stage three, the researcher presented all 5 podcasting learning material prototypes for 3 experts to evaluate. The experts were to consider and select only one design, and later provide suggestions for further development. In stage 4, the researchers modified the podcasting learning materials based on the data obtained from the expert through performance assessment form by starting with the issue of details that must be maintained and improved, or added to according to the recommendations received in order to obtain the best quality learning materials for podcasting.

Keywords: podcast; learning media

1. บทนำ

ปัจจุบันวิถีการดำเนินชีวิตของมนุษย์มีความเปลี่ยนแปลงไปมีความเจริญก้าวหน้าทางด้านต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเศรษฐกิจ หรือด้านเทคโนโลยี ทำให้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนเรามีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมค่อนข้างมาก ในยุคที่ “สื่อใหม่” เข้ามามีบทบาทกับวิถีชีวิตผู้บริโภค ผู้บริโภค ผู้ผลิตสื่อแพร่ภาพกระจายเสียงแบบดั้งเดิมมีการปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ด้วยการนำเนื้อหารายการมาเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ โดยอาศัยเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในการสื่อสารเนื้อหาไปสู่ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงเนื้อหารายการที่ต้องการได้อย่างง่ายดาย สะดวก รวดเร็ว ผ่านการให้บริการผ่านทางเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันที่ทำหน้าที่ส่งเนื้อหารายการผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต

อ้างอิงจากพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยจากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ETDA ได้รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561 ประชากรไทยในปี 2560 มีจำนวนทั้งสิ้น 66,188,503 คน และในจำนวนดังกล่าวมีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสูงถึง 45,189,944 คน คนไทยใช้ Internet เฉลี่ยวันละ 10 ชั่วโมง 5 นาที เพิ่มขึ้นจาก ปี 2560 3 ชั่วโมง 30 นาที นอกจากนี้ เทคโนโลยีที่ทันสมัยยังช่วยกระตุ้นให้คนไทยมีความต้องการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น การที่วิถีชีวิตคนไทยเริ่มเปลี่ยนไปสู่ดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมต่าง ๆ ผ่านออนไลน์มากกว่าแบบดั้งเดิม รวมถึงการที่อุปกรณ์เคลื่อนที่ทั้งหลายไม่ว่าจะเป็น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต ล้วนมีราคาถูกลง ทำให้คนทุกเพศทุกวัยสามารถเข้าถึงและเป็นเจ้าของได้ง่ายขึ้น

พอดแคสต์ (Podcast) เป็นสื่อวิดีโอหรือเสียงเผยแพร่ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สามารถเล่นบนเครื่องเล่นแบบพกพา และคอมพิวเตอร์ พอดแคสต์เป็นอีกหนึ่งบริการที่แสดงให้เห็นถึงการปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการวิทยุแบบดั้งเดิมสู่การกระจายเสียงบนโลกออนไลน์ มีลักษณะการให้บริการคล้ายสถานีวิทยุส่วนตัว มีผู้ดำเนินรายการนำเสนอเนื้อหารายการในลักษณะที่เป็นการพูดคุยเล่า

เรื่องบรรยาย เนื้อหาต่าง ๆ จากความนิยมของรายการพอดแคสต์ต่าง ๆ ในระดับสากล สถิติจาก The Meteoric Rise of Podcasting พบว่า ในปัจจุบันมีพอดแคสต์จำนวนกว่า 550,000 พอดแคสต์ 18.5 ล้านตอน และมีมากกว่า 100 ภาษา ส่งผลให้เกิดผู้ฟังรายการพอดแคสต์ในประเทศไทยด้วยเช่นกัน สิ่งที่ทำให้พอดแคสต์ได้รับการยอมรับและมีความยั่งยืนในสังคมไทยคือ รูปแบบการผลิตและการรับสื่อที่มีความโดดเด่นกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ ผ่านการสร้างความรู้ความผูกพันบางอย่างขึ้นระหว่างผู้ฟังและผู้จัดรายการพอดแคสต์ ในแบบที่สื่ออื่นทำได้ยากกว่า (โตมร สุขปรีช, 2561) นอกจากนี้ ในปัจจุบันสื่อโทรทัศน์ วิทยุ องค์กร และสำนักข่าวออนไลน์ในประเทศไทยได้เริ่มจัดทำพอดแคสต์เพื่อเป็นการขยายฐานผู้บริโภคอีกด้วย (อานวัณณ์ บุตรจันทร์, 2552)

นอกจากนี้จากผลการศึกษาของ Adobe Analytics ในส่วนของ Podcast and Audiobook Inside ยังระบุว่า มีการใช้ Podcast App เพิ่มขึ้นกว่า 60% ตั้งแต่เดือนมกราคม 2561 โดยทาง Adobe คาดการณ์ว่าแนวโน้มการเติบโตนี้จะยังคงดำเนินต่อไป ขณะที่ผู้ฟัง Podcast มากกว่า 45% บอกว่ามีแนวโน้มที่จะฟัง Podcast มากขึ้นในอนาคตด้วย โดยผู้ฟังมากกว่า 52% ระบุว่าฟัง Podcast ระหว่างเดินทางไปทำงานหรือในขณะทำงาน ผู้ฟังชื่นชอบ Podcast เพราะเป็นประสบการณ์รองที่ดี ช่วยฆ่าเวลาได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะในขณะรถติด จากการรายงานการประเมินสภาพจราจรทั่วโลก ประจำปี 2560 จาก INRIX Global Traffic Scorecard ระบุว่าไทยเป็นประเทศที่มีการจราจรติดขัดมากที่สุดในโลก โดยเสียเวลาเฉลี่ยราว 56 ชั่วโมงต่อปีไปกับรถติดบนถนน ซึ่งเป็นอันดับที่ 1 ในทวีปเอเชีย จึงทำให้คนไทยมีแนวโน้มที่จะมีเวลาฟังพอดแคสต์มากยิ่งขึ้น

นอกจากการที่พอดแคสต์จะมีแนวโน้มของผู้ฟังมากขึ้นแล้ว ยังมีจำนวนผู้ที่สนใจอยากมีรายการพอดแคสต์เป็นของตัวเองอยู่ไม่น้อย เช่น ในงาน Are 'PODCASTS' the new frontier of brand storytelling? ที่จัดโดย AIS D.C. และ HUBBA Thailand นายพลสันต์ นกน่วม ผู้ริเริ่มการผลิตรายการพอดแคสต์รายแรกของเมืองไทยภายใต้ชื่อ GetTalks Podcast ได้กล่าวว่า มักจะมีแฟนเพจสอบถามเข้ามาเสมอเกี่ยวกับขั้นตอนการผลิตรายการพอดแคสต์ โดยคำถามมีประเด็นหลักทั้ง 4 ประเด็น ได้แก่ พอดแคสต์คืออะไร พอดแคสต์ทำอย่างไร คิดคอนเทนต์พอดแคสต์อย่างไร และจะสร้างรายได้จากพอดแคสต์ได้อย่างไร ปัญหาที่กล่าวมาล้วนมีต้นเหตุมาจากที่สื่อการเรียนรู้การผลิตรายการพอดแคสต์ภาษาไทยยังมีจำนวนไม่เพียงพอต่อความต้องการ อีกทั้งยังกระจัดกระจาย ทำให้ยากต่อการศึกษา การวิจัยครั้งนี้จึงมีความตั้งใจที่จะศึกษา รวบรวมวิเคราะห์ข้อมูลของพอดแคสต์ที่ประสบความสำเร็จ เพื่อพัฒนาสื่อการสอนการผลิตรายการพอดแคสต์ในรูปแบบอินโฟกราฟิกส์ที่ง่ายต่อการเข้าถึงสำหรับผู้สนใจผลิตรายการพอดแคสต์ สนับสนุนการเรียนรู้ด้วยตนเองได้ทุกที่และทุกเวลาโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อประมวลความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการพอดแคสต์
2. เพื่อผลิตสื่อการเรียนรู้สำหรับการผลิตรายการพอดแคสต์ในรูปแบบอินโฟกราฟิกส์

3. การทบทวนวรรณกรรม

ในการวิจัยเรื่องการศึกษาและการออกแบบสื่อเพื่อการเรียนรู้การผลิตรายการพอดแคสต์ในบริบทผู้ใช้ชาวไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลพื้นฐานจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นความรู้ประกอบในการศึกษาค้นคว้าและพัฒนาในหัวข้อต่อไป ดังนี้

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพอดแคสต์ (Podcast)

พอดแคสต์ หมายถึง สื่อประเภทมัลติมีเดีย ประเภทไฟล์เสียงหรือวิดีโอ ในระยะเริ่มแรกของพอดแคสต์ ได้ใช้รูปแบบการเผยแพร่ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ด้วยการใช้ระบบอาร์เอสเอส (RSS : RSS Feeds) กล่าวคือการปล่อยให้เครื่องเล่นพกพาหรือคอมพิวเตอร์ต่าง ๆ ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ต่อมามีการพัฒนาเว็บไซต์สำหรับการเปิดรับฟังพอดแคสต์ในรูปแบบสตรีมมิ่ง มีเว็บไซต์ให้

บริการที่เป็นเซิร์ฟเวอร์รองรับไฟล์เสียงจำนวนมาก อาทิ เว็บไซต์ SoundCloud หรือแม้แต่เว็บไซต์ผู้ให้บริการอัปโหลดภาพและเสียง เช่น YouTube เป็นต้น (อาลี ปรียากร, 2560) พอดแคสต์มีการให้บริการคล้ายสถานีวิทยุส่วนตัว ผู้รับบริการสามารถรับฟังเนื้อหา รายการได้ตามความสนใจของตนเอง ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ โดยในพอดแคสต์ 1 ช่องอาจมีหลายรายการ หรือมีรายการเดียว แต่แบ่งการนำเสนอเป็นตอน (Episode) (ปรวิรัตน์ ระวัง, 2560) การสร้างรายการพอดแคสต์มีขั้นตอน ดังนี้ 1. วิเคราะห์เนื้อหาและ สื่อที่ต้องการใช้ 2. บันทึกเสียงด้วยโปรแกรมต่าง ๆ หลังจากบันทึกแล้วจึงนำเสียงมาตัดต่อ 3. นำสื่อที่จัดเตรียมขึ้นไปไว้บนเว็บไซต์ที่ สร้างขึ้น (อานวัณณ์ บุตรจันทร์, 2552)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบอินโฟกราฟิกส์

อินโฟกราฟิกส์ (Infographic หรือ Information Graphic) หากแปลตรงตัวก็คือ ภาพหรือกราฟิกซึ่งบ่งชี้ถึงข้อมูล ไม่ว่าจะ เป็นสถิติ ความรู้ ตัวเลข ฯลฯ หรือข้อเท็จจริงต่าง ๆ เรียกได้ว่า “เป็นตัวแทนข้อมูลสื่อมาเป็นภาพ” เป็นการย่อข้อมูลเพื่อให้ ประมวลผลได้ง่าย เพียงแค่กวาดตามอง (อาศิรา พนาราม, 2557) และเป็นการนำข้อมูลที่เข้าใจยากหรือข้อมูลจำนวนมาก มานำเสนอ ในรูปแบบต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์ มุ่งองค์ประกอบที่สำคัญ คือ หัวข้อที่น่าสนใจ ภาพ หรือ เสียง ซึ่งจะต้องรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ให้ เพียงพอ แล้วนำมาสรุป วิเคราะห์เรียบเรียง แสดงออกมาเป็นภาพจึงจะดึงดูดความสนใจได้ ช่วยลดเวลาในการอธิบายเพิ่มเติม ทำให้ การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น (จงรัก เทشنا, 2557) อินโฟกราฟิกส์สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท (Wang Kai, 2013) ดังนี้ 1. แผนภูมิข้อมูล (Data Chart) เหมาะสำหรับข้อมูลพื้นฐาน 2. แผนภูมิภาพ (Illustration Chart) มีคุณสมบัติที่ให้ความรู้สึกพิเศษของ ศิลปะ แผนภูมิภาพถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในการออกแบบอินโฟกราฟิกส์ 3. แผนภูมิแผนที่ (Map Chart) เป็นแผนภูมิที่แตกต่าง โดยสิ้นเชิง ซึ่งประกอบด้วยกราฟิก เส้น หรือแถบสี นำมาจัดวางร่วมกันจนเกิดรูปทรงที่พิเศษ

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

กระบวนการเลือกรับข่าวสาร หรือการเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย การกลั่นกรอง 4 ลำดับขั้นตอน (ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์, 2554) ดังนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Expose) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสาร จากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง
2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่สนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมัก เลือกตามความคิดเห็นและความสนใจของตนเอง เพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่
3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็ใช้ ว่าจะรับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนมักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกัน
4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจไม่เห็นด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่

ปัจจุบันสื่อใหม่เป็นสื่อที่มีการนำเอาเทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้ และเป็นการสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) ซึ่งเป็นสื่อที่ผู้ส่งสารสามารถโต้ตอบระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้นอกจากนี้ ผู้รับสารยังสามารถเป็นผู้สร้างสารได้อีกด้วย จาก การพัฒนาและเติบโตของอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมโลกทั้งใบให้เล็กลง สื่อใหม่ที่เข้ามามีบทบาทในการสื่อสารในยุคดิจิทัลนั้น ย่อมส่งผล ต่อสื่อดั้งเดิม (Traditional Media) ทั้งในด้านปริมาณการรับสื่อของผู้บริโภคที่มีจำนวนลดลงอย่างเห็นได้ชัด ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ กระดาษเสียง เป็นต้น (Kent Wertine, 2551)

สื่อใหม่ในยุคดิจิทัลมีดังนี้ 1. เว็บไซต์ (Website) 2. เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) 3. แอปพลิเคชัน live chat หรือ Instant Massaging 4. วิดีโอออนไลน์ 5. เกมส์ และแอปพลิเคชัน (Digital Game / Application) 6. จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Email)

แนวคิดการวางแผนสื่อ (Media Planning)

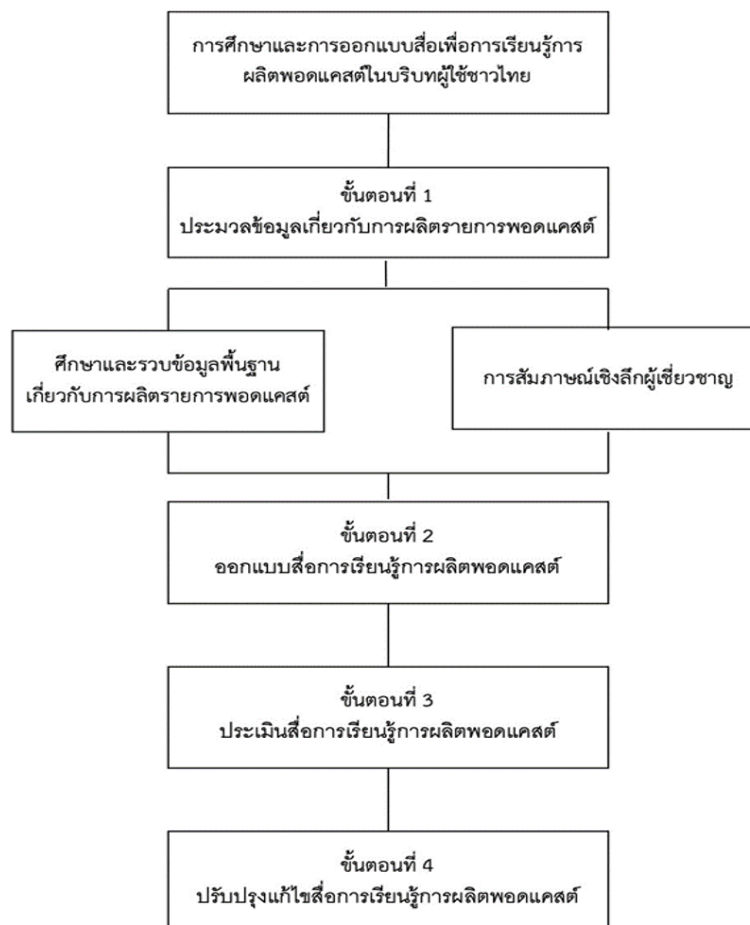
การวางแผนสื่อ หรือ Media Planning เป็นกระบวนการในการตัดสินใจในด้านการส่งเสริมการตลาด ไปยังกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสาร แผนการใช้สื่อ (Media Plan) เป็นแนวทางในการเลือกใช้สื่อ โดยมีการกำหนด วัตถุประสงค์รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์ในการสื่อสาร ให้มีประสิทธิภาพในต้นทุนที่ต่ำที่สุด โดยมีกระบวนการดังนี้

1. การวิเคราะห์ตลาดและการระบุตลาดเป้าหมาย (Market analysis and Target market Identification) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก ในธุรกิจการแข่งขันของสินค้าหรือบริการที่ต้องการสื่อสาร
2. การกำหนดวัตถุประสงค์ด้านสื่อ (Establishing Media Objective) เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางการสื่อสารและการตลาด
3. การพัฒนาและดำเนินการกลยุทธ์ด้านสื่อ (Developing and Implementing Media Strategies) กำหนดแนวทางว่าจะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งมาได้หรือไม่ โดยมีเกณฑ์ในการพัฒนาแผนด้านสื่อ
4. การประเมินผลและติดตามผล (Evaluation and Follow-up) เมื่อมีการดำเนินการตามขั้นตอนการวางแผนสื่อแล้ว จำเป็นต้องมีการประเมินเพื่อวัดประสิทธิผลของสื่อว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่

4. กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิด



5. ระเบียบวิธีวิจัย

การดำเนินการศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีการกำหนดขอบเขตวิจัย โดยศึกษาแนวทางการผลิตรายการพอดแคสต์จากหนังสือ งานวิจัย และรายการพอดแคสต์ที่ประสบความสำเร็จ เพื่อพัฒนาสื่อการเรียนรู้สำหรับผลิตรายการพอดแคสต์ในรูปแบบอินโฟกราฟิกส์สำหรับผู้สนใจ

ผู้วิจัยได้แบ่งวิธีการดำเนินการวิจัยออกเป็น 4 ขั้นตอน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ นอกจากศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการผลิตรายการพอดแคสต์ ได้มีการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านพอดแคสต์ โดยผู้ที่ให้ข้อมูลล้วนเป็นผู้ผลิตพอดแคสต์ที่ติด 100 อันดับ Podcast ยอดนิยมของประเทศไทยใน Spotify เป็นเวลากว่า 3 เดือนติดต่อกัน ทั้งหมดจำนวน 4 ท่าน โดยมีการออกแบบโครงสร้างของคำถามที่สามารถนำไปใช้ในการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง หรือการสัมภาษณ์แบบชี้แนะ (Guided Interview) และวิเคราะห์ข้อมูลจากบทสัมภาษณ์ในประเด็นที่สำคัญ โดยนำข้อความหรือประโยคที่มีความหมายเหมือนกันหรือใกล้เคียง กันมาไว้ในกลุ่มเดียวกัน ในขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยได้ออกแบบ และ จัดทำสื่อการเรียนรู้สำหรับการผลิตรายการพอดแคสต์ในรูปแบบ อินโฟกราฟิก จำนวน 5 ต้นแบบ ในส่วนขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยได้นำต้นแบบสื่อการเรียนรู้มาประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ ทั้งหมด 3 ท่าน ในการคัดเลือกรูปแบบที่เหมาะสมเพื่อพัฒนาเป็นสื่อการเรียนรู้สำหรับการผลิตรายการพอดแคสต์ที่สมบูรณ์ต่อไปในขั้นตอนที่ 4 ปรับปรุงแก้ไขสื่อการเรียนรู้สำหรับการผลิตรายการพอดแคสต์ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

6. ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาและการออกแบบสื่อเพื่อการเรียนรู้การผลิตรายการพอดแคสต์ในบริบทผู้ใช้ชาวไทย” ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยตามวิธีการดำเนินการวิจัยออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ประมวลข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตรายการพอดแคสต์

จากการที่ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตรายการพอดแคสต์จากหนังสือ Podcast For Dummies โดย Tee Morris and Chuck Tomasi และ Podcast Solution The Complete guide to Audio and Video Podcasting โดย Michael W. Geoghegan and Dan Klas และวิทยานิพนธ์เรื่อง “การศึกษาแนวทางการผลิตรายการกระจายเสียงเพื่อเผยแพร่ผ่านรูปแบบรายการพอดแคสต์ในประเทศไทย” ของอาลี ปรียากร ผู้วิจัยพบว่าการเริ่มทำรายการพอดแคสต์ต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับ เป้าหมาย, วัตถุประสงค์, ศึกษาจุดเด่น จุดด้อยของรายการพอดแคสต์อื่นๆ, เปรียบเทียบสื่อพอดแคสต์กับสื่อในช่องทางอื่น ๆ รวมไปถึงรายละเอียดการออกอากาศ เช่น ระยะเวลา ความถี่ของการออกอากาศ เป็นต้น หลังจากนั้นจึงกำหนดรูปแบบและแนวคิดของรายการเพื่อเป็นการครอบคลุมในการกำหนดเนื้อหาโดยจะเริ่มต้นจากการคิดและเลือกประเด็นในการพูดคุย โดยการกำหนดเนื้อหาควรเป็นหัวข้อเชิงบวก สร้างสรรค์ ผู้ดำเนินรายการสามารถพูดได้อย่างมั่นใจ และต้องคำนึงด้วยว่าการเลือกเนื้อหาต้องมีความไปกันได้กับรูปแบบและแนวคิดของรายการ

หลังจากได้เนื้อหาเรียบร้อยแล้ว ควรเตรียมไมโครโฟนสำหรับบันทึกเสียง และหูฟังสำหรับขั้นตอนการบันทึกเสียงและขั้นตอนโปรดัคชั่น โดยควรเลือกชนิดของไมโครโฟนให้เหมาะสมกับงบประมาณและรูปแบบของรายการ และถ้าหากมีงบประมาณอาจมีอุปกรณ์เพิ่มเติมเช่น มิกเซอร์ เป็นต้น นอกจากนี้การเตรียมสภาพแวดล้อมในการอัดรายการถือเป็นเรื่องสำคัญอีกเรื่องหนึ่งเนื่องจากหากเลือกสถานที่ที่มีเสียงรบกวนเยอะอาจทำให้ยากต่อการจัดเสียงรบกวนหรืออาจได้ไฟล์เสียงที่คุณภาพไม่ดีจนต้องทำการบันทึกใหม่

ในการบันทึกเสียงควรนั่งท่าที่เป็นธรรมชาติให้อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสมเพื่อให้ได้เสียงที่มีคุณภาพที่สุด ควรพูดทีละคน เป้าหมายของพอดแคสต์ควรชัดเจน น่าเชื่อถือ นอกจากนี้ควรตรวจสอบอุปกรณ์ให้พร้อมใช้งาน และควรมีการสำรองข้อมูลทุกครั้งเพื่อป้องกันการความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นได้ และถ้าเป็นการสัมภาษณ์ควรมีการขออนุญาตก่อนบันทึกเสียงทุกครั้ง โดยอาจมีโครงร่างเนื้อหาหรือลำดับของเรื่องที่จะคร่าวๆเป็นหัวข้อเพื่อไม่ให้หลุดประเด็น

เมื่ออัดรายการเรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการตัดต่อเสียงหรือขั้นตอนโปรดัคชั่นโดยสามารถเลือกใช้โปรแกรมได้ตามความถนัด เช่น GarageBand , Audacity หรือ Adobe Audition ซึ่งในขั้นตอนนี้อาจรวมไปถึงการสร้างจุดเด่น หรือ ภาพจำให้รายการ เช่น การทำจิงเกิ้ล (Jingle) หรือ การทักทายก่อนเข้ารายการ (Intro greeting) เป็นต้น

โดยเมื่อขั้นตอนโปรดัคชั่นเรียบร้อยแล้ว ต้องทำการอัปโหลดไฟล์เสียงผ่านช่องทางการเผยแพร่ต่าง ๆ เช่น ช่องทาง iTunes โดยบริษัท Apple Inc. หรือเว็บไซต์อื่น ๆ ซึ่งในขั้นตอนนี้อาจต้องคำนึงถึงการตั้งชื่อตอนและเขียนคำอธิบายเนื้อหาให้ดึงดูดความสนใจของผู้ฟัง หรือผู้ที่พบหัวข้อรายการผ่านช่องทาง Search Engine ต่าง ๆ

การประชาสัมพันธ์ถือว่าเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญไม่แพ้ขั้นตอนอื่นๆ เนื่องจากเป็นช่องทางในการแนะนำรายการ โดยผู้ผลิตส่วนมากเลือกใช้ช่องทางออนไลน์เพราะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย หรืออาจเป็นการบอกต่อแบบปากต่อปากก็ได้

ในการสร้างรายได้จากรายการพอดแคสต์ มีหลากหลายวิธี เช่น การรับเงินค่าโฆษณา, การรับวีวีจากสปอนเซอร์ หรืออาจขอรับเงินบริจาคจากผู้ติดตามรายการพอดแคสต์ การสมัครสมาชิกแบบชำระเงิน การจัดรายการเชิงวิชาการเพื่อให้ตรงกับวัตถุประสงค์ขององค์กรต่าง ๆ ที่มีกิจกรรมที่มอบเงินทุน หรือ ขายของที่เกี่ยวกับรายการพอดแคสต์ โดยเจ้าของรายการพอดแคสต์ควรเริ่มจากการศึกษากลุ่มผู้ฟังว่าผู้ฟังรายการพอดแคสต์ยินดีจ่ายเงินเพื่ออะไร

สิ่งที่ผู้ผลิตรายการพอดแคสต์ควรคำนึงถึงคือ ผลตอบรับจากผู้ฟัง และควรส่งเสริมให้ผู้ฟังแสดงความคิดเห็นเพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงแก้ไข คุณภาพของเนื้อหา หรือรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาต่อไป โดยอาจจะดูผลตอบรับจากผู้ฟังรายการจากสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญ (In-depth Interview) ในด้านเนื้อหาและผู้เชี่ยวชาญการผลิตพอดแคสต์ ผู้วิจัยพบได้ว่าเนื้อหาควรเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงเป็นสิ่งแรกในการผลิตรายการพอดแคสต์ ซึ่งเนื้อหาควรจะเป็นสิ่งที่ผู้ฟังสามารถจินตนาการเป็นภาพตามได้อย่างง่ายดาย มีประโยชน์ต่อผู้ฟัง และมีความถูกต้องครบถ้วน ไม่ลอกเนื้อหาจากแหล่งอื่นเพื่อมาจัดทำรายการ และหากนำเสนอเนื้อหาผิด ควรรีบดำเนินการแก้ไข โดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่านได้ลงความเห็นในเรื่องขั้นตอนก่อนการผลิตพอดแคสต์ออกมาหนึ่งรายการ ควรกำหนดรูปแบบรายการ ทิศทางของเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาอย่างชัดเจนก่อนเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ ผู้ดำเนินรายการหรือแขกรับเชิญ ควรเลือกผู้ที่มีบุคลิกที่เข้ากับรูปแบบรายการ รวมไปถึงทิศทางของเนื้อหาของรายการด้วย ผู้เชี่ยวชาญบางท่านแนะนำให้ศึกษาข้อมูลจาก เว็บไซต์ Google Analytics ข้อมูลที่อยู่บนสื่อสังคมออนไลน์ หรือข้อมูลที่อยู่บนแพลตฟอร์มพอดแคสต์ เพื่อเป็นอีกวิธีที่ช่วยในการคิดเนื้อหา นอกจากนี้ ผู้ผลิตรายการควรรู้ว่าผลิตรายการให้ใครฟัง และกลุ่มผู้ฟังกำลังสนใจอะไรอยู่ หรือมีเนื้อหาอะไรที่มีประโยชน์ แก้ปัญหา หรือทำให้ชีวิตผู้ฟังดีขึ้น โดยเมื่ออัดรายการเสร็จเรียบร้อยแล้ว อาจลองฟังเองก่อนหรือให้บุคคลรอบข้าง ช่วยฟัง เพื่อรับความคิดเห็นสำหรับนำไปปรับปรุงแก้ไข ซึ่งเป็นสิ่งหนึ่งที่ผู้เชี่ยวชาญหลายท่านให้ความสำคัญ โดยการรวบรวมผลตอบรับจากการทำรายการนั้นๆ จะช่วยปรับปรุงแก้ไขเนื้อหาหรือวิธีการนำเสนอ ให้ดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นจากแพลตฟอร์มพอดแคสต์ หรือสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เป็นต้น

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในด้านเทคนิคกับผู้เชี่ยวชาญการผลิตพอดแคสต์ ผู้วิจัยพบว่า ไมค์ คืออุปกรณ์สำคัญสำหรับการจัดรายการ โดยไมค์หลัก ๆ ที่นิยมใช้มีอยู่ 2 ประเภท คือ ไมค์ไดนามิก เป็นไมค์ที่สามารถจับเสียงเฉพาะคนที่อยู่ตรงหน้าเท่านั้นได้ และ ไมค์คอนเดนเซอร์ เป็นไมค์ที่สามารถเก็บเสียงทุกอย่างรอบไมค์ได้ทั้งหมด โดยไมค์ทั้ง 2 ชนิดล้วนมีข้อดีข้อเสียที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับรูปแบบ และจำนวนผู้ดำเนินรายการ แต่สำหรับผู้เริ่มต้นจัดรายการพอดแคสต์ผู้เชี่ยวชาญหลายท่านแนะนำให้ใช้โทรศัพท์มือถือในการอัดไปก่อนก็ได้ โดยต้องหาสถานที่ที่มีเสียงรบกวนน้อยที่สุด และอุปกรณ์ที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือ โปรแกรมต่าง ๆ เช่น Audition, Adobe Premiere, GarageBand หรือ Audacity หากอัดจากแอปพลิเคชัน Anchor ก็สามารถเข้าสู่กระบวนการโปรดัคชั่นได้เลย โดยผู้เชี่ยวชาญหลายท่านเลือกใช้แอปพลิเคชันนี้ เนื่องจากเป็นแอปพลิเคชันที่ใช้ฟรี สะดวก และสามารถอัดพร้อมตัดต่อเสียงได้ในตัว และอุปกรณ์สุดท้ายที่สำคัญคือ โฮสต์ ผู้เชี่ยวชาญส่วนมากเลือกใช้ Podbean เนื่องจากมีความเสถียร และมีสถิติที่แสดงหลังบ้านละเอียดมากกว่าโฮสต์อื่น ๆ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในด้านธุรกิจกับผู้เชี่ยวชาญการผลิตพอดแคสต์ ผู้วิจัยพบว่า ที่มาของรายได้นั้นมาจากหลากหลายช่องทาง โดยคล้ายกับการจัดรายการวิทยุ แบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ แบบที่ 1 Tie in เป็นการพูดถึงสินค้าแบบตรง ๆ แบบที่ 2 Branded Podcast หรือ Interview ซึ่งมีไว้สำหรับการสัมภาษณ์ผู้บริหาร หรือใครก็ตามแต่ที่อยากสร้าง Personal Brand หรือ อยากโปรโมทธุรกิจ แบบที่ 3 คือ จิงเกิ้ล เป็น สปอตโฆษณาง่าย ๆ เหมือนสปอตโฆษณาของวิทยุ แต่ด้วยปัจจุบันข้อจำกัดในการวิเคราะห์ข้อมูลหลังบ้าน การลงโฆษณากับสื่อบroadcast ยังไม่สามารถตอบคำถามว่า หากลูกค้าตัดสินใจลงโฆษณา จะต้องอะไรที่จำเป็นต้องได้กลับไปเหมือนช่องทางอื่น ๆ เช่น อาจรู้แค่จำนวนคนฟัง แต่ไม่สามารถรู้ว่าจำนวนคนที่ฟังจบจริง ๆ มีจำนวนเท่าไร ด้วยเหตุนี้ผู้ผลิตรายการพอดแคสต์รายใหญ่จึงปรับตัวทำเป็นสตูดิโอและโปรดักชั่นเข้าหาคู่ค้าไปด้วย คือ การรับผลิตรายการตามความต้องการของลูกค้า หรือ การรับทำสปอตโฆษณา เป็นต้น โดยการผู้เชี่ยวชาญได้ลงความเห็นเพิ่มเติมว่า Online Publisher เป็นคู่แข่งที่มีผลกระทบ เพราะกลุ่มลูกค้าตรงกัน ฉะนั้น ลูกค้าจะพิจารณาจากตัวสินค้าว่าต้องการให้ผู้ฟังเห็นภาพ หรือได้ยินเสียงมากกว่ากัน โดยผู้เชี่ยวชาญแนะนำว่า ถ้าต้องสร้างแบรนด์ให้เป็นที่จดจำ ควรใช้การโฆษณาแบบ จิงเกิ้ล เพราะเป็นวิธีสร้างการจดจำด้วยการค่อย ๆ ต่อยเข้าทุกวันจนผู้คนจดจำไปเอง แต่หากต้องการให้เกิดการสั่งซื้อ การติดตามเพจ หรือการร่วมงานการโฆษณาแบบ Interview จะเห็นผลมากกว่า

ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบและจัดทำสื่อการเรียนรู้การผลิตพอดแคสต์

จากข้อมูลที่ได้จากการประมวลข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตรายการพอดแคสต์ โดยทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตรายการพอดแคสต์จาก 3 แหล่งข้อมูล และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการผลิตพอดแคสต์ จำนวน 4 ท่าน สามารถจัดทำต้นแบบสื่อการเรียนรู้การผลิตพอดแคสต์ได้ทั้งหมด 5 แบบ ดังนี้

ภาพที่ 2

รวมต้นแบบสื่อการเรียนรู้การผลิตพอดแคสต์ 5 แบบ



ขั้นตอนที่ 3 ประเมินสื่อการเรียนรู้การผลิตพอดแคสต์โดยผู้เชี่ยวชาญ

ผู้วิจัยนำแบบประเมินประสิทธิภาพต้นแบบสื่อการเรียนรู้ให้ผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งคัดเลือกจากผู้ที่มีความสามารถเฉพาะทาง และมีคุณสมบัติที่เหมาะสมทั้งหมด 3 ท่าน โดยพิจารณาสามารถแบ่งเป็น 2 ประเด็น ได้แก่

1. ด้านเนื้อหา

จากแบบประเมินประสิทธิภาพด้านเนื้อหาในส่วนของความสมบูรณ์ ครบถ้วน ถูกต้องของเนื้อหา พบว่า ผู้เชี่ยวชาญเลือกไม่เหมือนกัน แต่ละท่านเลือกแบบที่ 1 3 และ 4 ซึ่งแบบที่ 1 และ แบบที่ 3 มีเนื้อหาเหมือนกัน แตกต่างกันเพียงในส่วนของการออกแบบเท่านั้น ส่วนแบบที่ 4 มีเนื้อหาที่ละเอียดมากกว่า ในการจัดเรียงลำดับเนื้อหา ผู้เชี่ยวชาญเลือกต่างกัน โดยเลือก แบบที่ 1 2 และ 4 ซึ่งแบบที่ 1 และ แบบที่ 2 นั้นมีลำดับการเรียงเนื้อหาเหมือนกัน ต่างกันที่การจัดเรียงแนวตั้งแนวนอน ปริมาณและการแบ่งหมวดหมู่ของเนื้อหา ผู้เชี่ยวชาญเลือกได้มีความเห็นต่างกัน โดยแต่ละท่านเลือกแบบที่ 1 2 และ 3 ซึ่งทั้ง 3 แบบมีปริมาณและการแบ่งหมวดหมู่ของเนื้อหาที่ใกล้เคียงกันแตกต่างกันเพียงในส่วนของการออกแบบเท่านั้น ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ในเนื้อหา ผู้เชี่ยวชาญได้เลือกแบบที่ 1 และ 2

นอกจากนี้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านมีความเห็นเพิ่มเติมตรงกันว่าปริมาณเนื้อหาทั้งหมดมีปริมาณค่อนข้างมาก ดังนั้น การนำมาเสนอสื่อการเรียนรู้ในรูปแบบ Infographic อาจทำให้เนื้อหาสำคัญต้องถูกตัดทอนลงไป หรือให้ใจความที่ไม่ครบถ้วนนัก

2. ด้านการออกแบบ

จากแบบประเมินประสิทธิภาพด้านการออกแบบพบว่า ในการเลือกใช้สีพื้นรวม รูปแบบตัวอักษร (ขนาด และ สี) องค์ประกอบของภาพและภาพประกอบสอดคล้องกับเนื้อหา แบบที่ 1 และ 3 ถูกเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งในแบบที่ 1 และ แบบที่ 3 นั้นใช้รูปแบบตัวอักษร kanit เหมือนกัน ด้านขนาดของชิ้นงาน ผู้เชี่ยวชาญเลือกแบบที่ 1 และ 4 โดยต่างกันแบบที่ 4 ใช้ขนาด A4 ในส่วนของข้อเสนอแนะ ควรปรับขนาดให้สามารถใช้ประชาสัมพันธ์ได้อย่างหลากหลายช่องทาง โดยให้ครอบคลุมสำหรับการมองเห็น 1 ครั้ง ซึ่งก็สอดคล้องกับข้อเสนอจากอีกหนึ่งผู้เชี่ยวชาญที่แนะนำว่าการทำลงหน้ากระดาษขนาด A4 ตามแบบที่ 4 สามารถนำไปใช้ได้สะดวก คมค่า และเป็นสัดส่วนที่มีความเป็นมาตรฐานที่สุด นอกจากนี้ผู้เชี่ยวชาญอีกหนึ่งท่านได้ให้คำแนะนำว่าสื่ออินโฟกราฟิกส์เพื่อการเรียนรู้ควรอยู่ในรูปแบบที่อ่านง่ายสบายตา หากการวาง เลเอาท์และการใช้สีไม่ชวนให้รู้สึกน่าอ่าน หรือสร้างความลำบากให้กับผู้อ่าน สื่อของเราอาจไม่บรรลุจุดประสงค์ได้

ขั้นตอนที่ 4 ปรับปรุงแก้ไขสื่อการเรียนรู้การผลิตพอดแคสต์ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

จากที่ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาต้นแบบสื่อการเรียนรู้ ผู้วิจัยก็ได้นำต้นแบบสื่อการเรียนรู้การผลิตพอดแคสต์ แบบที่ 1 มาตั้งต้นปรับปรุงตามคำแนะนำและข้อเสนอแนะ โดย แบ่งการแก้ไขเป็นทั้งหมด 3 ส่วน ดังนี้

1. ส่วนที่คงไว้เหมือนเดิม คือ ปริมาณ การจัดเรียงลำดับ การแบ่งหมวดหมู่ของเนื้อหา ภาษาที่ใช้ และแนวทางในการในส่วนของการออกแบบ

2. ส่วนที่ต้องแก้ไข คือ ขนาดของชิ้นงานแก้ไขเป็นขนาด A4

3. ส่วนที่ต้องเพิ่มเติม คือ QR Code สำหรับสแกนเข้าไปดูเนื้อหาเพิ่มเติมที่ไม่สามารถนำมาใส่ลงในสื่อการเรียนรู้การผลิตพอดแคสต์ในรูปแบบอินโฟกราฟิกส์ได้

ภาพที่ 3

สื่อการเรียนรู้การผลิตพอดแคสต์หลังปรับแก้ไข



7. อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยเรื่องการศึกษาและการออกแบบสื่อเพื่อการเรียนรู้การผลิตรายการพอดแคสต์ในบริบทผู้ใช้ชาวไทยโดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยทั้งหมด 2 ข้อ ได้แก่ 1. เพื่อประมวลความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการพอดแคสต์ 2. เพื่อผลิตสื่อการเรียนรู้การผลิตรายการพอดแคสต์อินโฟกราฟิกส์สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

ในส่วนของการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตรายการพอดแคสต์ จากหนังสือภาษาต่างประเทศและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวข้องรวมไปถึงข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตรายการพอดแคสต์แล้วนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้พบประเด็นสำคัญทั้งหมด 3 ด้าน คือ 1. ด้านเนื้อหา 2. ด้านเทคนิคการผลิต 3. ด้านธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาลี ปรียากร (2560) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาแนวทางการผลิตรายการกระจายเสียงเพื่อเผยแพร่ผ่านรูปแบบรายการพอดแคสต์ในประเทศไทยที่มีการกล่าวถึงการเตรียมการวางแผนเนื้อหาการเตรียมการจัดการด้านเทคนิคก่อนการผลิตรายการ และการสร้างรายได้จากการผลิตรายการพอดแคสต์

จากการที่ผู้วิจัยได้ประมวลความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการพอดแคสต์ ผู้วิจัยได้เล็งเห็นว่าในปัจจุบันผู้วิจัยไม่พบสื่อการเรียนรู้การผลิตพอดแคสต์ในรูปแบบอินโฟกราฟิกส์ที่เป็นภาษาไทยผู้วิจัยจึงพัฒนาสื่อการเรียนรู้การผลิตพอดแคสต์ในรูปแบบอินโฟกราฟิกส์ ผู้วิจัยได้นำประมวลความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการพอดแคสต์มาพัฒนาออกมาเป็นต้นแบบสื่อการเรียนรู้การผลิตพอดแคสต์ในรูปแบบอินโฟกราฟิกส์ ทั้งหมด 5 แบบ โดยต้นแบบทั้ง 5 แบบนี้ผ่านการประเมินประสิทธิภาพและการเสนอแนะโดยผู้เชี่ยวชาญผู้วิจัยได้ปรับปรุงแก้ไขจนออกมาเป็นสื่อการเรียนรู้การผลิตพอดแคสต์ฉบับแก้ไข ที่สามารถใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้ที่สนใจทำรายการพอดแคสต์ มีความรู้พื้นฐานมากเพียงพอเพื่อที่จะผลิตรายการพอดแคสต์ด้วยตนเองได้โดยไม่จำเป็นต้องหาข้อมูลจากหลายแหล่ง เป็นจุดรวมของข้อมูลต่าง ๆ ตั้งแต่ การเตรียมเนื้อหา การผลิตรายการ ตลอดจนการหารายได้จากรายการ พอดแคสต์ อย่างไรก็ตาม สื่ออินโฟกราฟิกส์นั้นมีข้อจำกัด เรื่องพื้นที่ โดยสื่อการเรียนรู้ฉบับแก้ไข ผู้วิจัยได้เลือกขนาด A4 ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งขนาด A4 เป็นกระดาษขนาดมาตรฐานที่มีการใช้งานกันมากที่สุดในโลก นำไปใช้ได้หลากหลายสถานการณ์ และสามารถมองเห็นข้อมูลทั้งได้ในครั้งเดียว ซึ่งแตกต่างจากต้นแบบ แบบที่ 1, 2 และ 3 ที่มีลักษณะยาว ไม่สามารถดูครบได้ในครั้งเดียว จากข้อจำกัดในด้านพื้นที่ ผู้วิจัยได้เพิ่มเติม QR Code สำหรับผู้รับสื่อ เพื่อสามารถดูข้อมูลในส่วนที่ไม่สามารถใส่ลงในอินโฟกราฟิกส์ได้

8. องค์ความรู้ที่ได้รับ

ในการผลิตรายการพอดแคสต์การกำหนดเป้าหมาย หรือ วัตถุประสงค์ในการผลิตรายการ และการกำหนดโครงสร้างของรายการ จัดลำดับของเนื้อหาเขียนโครงร่างเนื้อหา,กำหนดผู้ดำเนินรายการ และ แขกรับเชิญ และ กำหนดความยาว และ ความถี่ของรายการ จัดได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญที่ควรคำนึงถึงมากที่สุดในด้านเนื้อหาการเตรียมอุปกรณ์สำหรับบันทึกเสียง โดยเลือกใช้ตามความเหมาะสมและงบประมาณ รวมไปถึงการบันทึกเสียงในสภาพแวดล้อมที่มีเสียงรบกวนน้อยที่สุด นอกจากนี้ยังจะต้องไฟล์ที่ได้จากการบันทึกเสียงมาหา การตัดต่อ อีกทั้งยังต้องเพิ่มการจดจ ด้วยอาศัยเพลง ประกอบ หรือ การทักทายก่อนเข้ารายการ ผ่านโปรแกรมตามความถนัด สุดท้ายเป็นการอัปโหลดไฟล์เสียงที่เสร็จสมบูรณ์แล้วไว้กับช่องทางต่าง ๆ ที่ใช้ทำการเผยแพร่เป็นสิ่งสำคัญที่ควรคำนึงถึงมากที่สุดในด้านเทคนิคการผลิตรายการพอดแคสต์

9. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

สื่อการเรียนรู้การผลิตพอดแคสต์ที่ผู้วิจัยได้จัดทำนั้นเป็นเพียงข้อมูลโดยสรุปให้เห็นภาพรวมของแนวทางการผลิตพอดแคสต์ผู้วิจัยจึงคิดว่าสามารถนำไปขยายต่อยอดเป็นบทเรียนในชั้นเรียนหรือสร้างบทเรียนในการอบรมสัมมนาโดยการอ้างอิงจากสื่อการเรียนรู้การผลิตพอดแคสต์เป็นข้อมูลตั้งต้นได้ผู้เข้าร่วมชั้นเรียนหรืออบรมสัมมนาจะได้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็นและได้ลองลงมือทำจริงผู้สอนจะได้คอยติดตามและให้คำปรึกษากับผู้เรียนหรือผู้เข้าร่วมอบรมสัมมนาเสมอเพื่อเพิ่มเติมเนื้อหาในส่วนที่ผู้เรียนเกิดความสงสัย

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้จัดทำสื่อการเรียนรู้ในรูปแบบอินโฟกราฟิกส์ ซึ่งยังมีข้อจำกัดในด้านพื้นที่ที่มีความจำกัด อีกทั้งยังเป็นภาพนิ่งและตัวอักษรบรรยาย ดังนั้น นำเนื้อหาที่อยู่ใน QR code มาพัฒนาเป็นสื่อในรูปแบบวิดีโอเนื่องจากสื่อในรูปแบบวิดีโอสามารถสื่อสารไปยังคนกลุ่มใหญ่ได้และการเรียนรู้จากสื่อวิดีโอผู้รับสารจะได้ยินทั้งเสียงและเห็นภาพซึ่งทำให้ผู้รับสารสามารถสร้างประสบการณ์ที่เป็นรูปธรรมได้เป็นอย่างดีและเสียงก็สามารถทำให้ผู้รับสารเกิดการเรียนรู้ได้อีกทางหนึ่งด้วย

รายการอ้างอิง

- Kent Wertime, I. F. (2551). *Digi Marketing เปิดโลกนิเวศเดียวและการตลาดดิจิทัล*. เนชั่นบุ๊คส์.
- Plejung. (2554, 12 กันยายน). *อะไรคือ Infographic ? มีไว้ทำอะไร*. <http://www.pleplejung.com/2011/12>
- Wang Kai. (2013). *Infographics & Data Visualizations*. Design Media Publishing Limited
- จรงค์ เทศนา. (2557,13 ตุลาคม). *อินโฟกราฟิกส์ (Infographics)*. https://chachoengsao.cdd.go.th/wp.content/uploads/sites/9/2019/01/infographics_information.pdf
- โตมร สุขปรีช. (2561,13 ตุลาคม). *podcast 2018*. <http://bit.ly/2v3cbVv>
- ปวรรัตน์ ระวัง. (2560). *การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังรายการพอดคาสท์*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ดีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์. (2554). *ทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ดีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- สุเทพ พานิชพันธุ์. (2541). *ความพึงพอใจของเกษตรกรในการเข้าร่วมโครงการปรับโครงสร้างและระบบการผลิตการเกษตร จังหวัดอุบลราชธานี*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ดีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- อานวัณน์ บุตรจันทร์. (2552). *ผลของการสอนเสริมด้วยพอดคาสต์โดยใช้กลวิธีในการกำกับตนเอง ในรายวิชาการผลิตสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อการศึกษาที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการกำกับตนเองของนิสิตระดับปริญญาบัณฑิต*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ดีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อาศิรา พนาราม. (2557, 13 กันยายน). *Infographic เทรนด์มาแรงในสังคม “เครือข่ายนิยม”*. <http://www.tcdc.or.th>
- อาลี ปรียากร. (2560). *การศึกษาแนวทางการผลิตรายการกระจายเสียงเพื่อเผยแพร่ ผ่านรูปแบบรายการพอดคาสต์ในประเทศไทย*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ดีพิมพ์]. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.