

แนวทางการผลิตรายการกระจายเสียงผ่านรูปแบบรายการ พอดแคสต์ในประเทศไทย

The Creation Process of the Podcast Programming in Thailand.

อาลี ปรียากร
กุลทิพย์ ศาสตรระรุจิ

Abstract

The creation process study of the broadcast programming via Podcast channel in Thailand aims to 1) Explore a preparing process before broadcast programming via Podcast channel (pre-production). 2) Explore a Podcast programming in terms of a content presentation and Technical management. 3) Explore a Podcast post-production; Publishing management and Evaluation. This study applied the qualitative approach in which the researcher classified data collection method into 2 data. A primary data; In-depth interview with Podcast producer (Podcaster) and Podcast listener. A secondary data from documentary research.

The findings can be summarized as follows: 1) The preparation process (pre-production stage); The Podcaster needs to understand about broadcast programming via Podcast channel and to prepare a technical management for programme production. 2) Podcast production stage; The Podcaster needs to set a content presentation and Technical management for Podcast programming. 3) Podcast post-production stage; The Podcaster needs to select a podcast channel for publishing, a public relations channel and a popularity survey.

Keywords : Programme Production, Podcaster, Podcast Programming

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางการผลิตรายการพอดแคสต์ในบริบทของสังคมไทย โดยแบ่งวัตถุประสงค์การวิจัยเป็น 3 ข้อ ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาระบบการเตรียมการผลิตรายการกระจายเสียงผ่านช่องทางพอดแคสต์ 2) เพื่อศึกษาการนำเสนอเนื้อหาการจัดการทางด้านเทคนิคขณะทำการผลิตรายการ 3) เพื่อศึกษาการจัดการเผยแพร่รายการ การติดตามประเมินผลหลังการเผยแพร่รายการ โดยใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ แบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ข้อมูลปฐมภูมิ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ผลิตรายการพอดแคสต์ กับผู้ฟังรายการพอดแคสต์ 2) ข้อมูลทุติยภูมิจากการใช้วิธีการวิจัยเชิงเอกสาร

ผลการวิจัยสามารถแบ่งแนวทางการผลิตรายการพอดแคสต์ได้ออกเป็น 3 ด้าน ตามกระบวนการการผลิตรายการ ได้แก่ 1) ด้านกระบวนการเตรียมการผลิตก่อนการผลิตรายการ ผู้ผลิตรายการจะมีการทำความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดทำรายการกระจายเสียงผ่านช่องทางพอดแคสต์ การเตรียมการผลิตรายการและการออกแบบเนื้อหารายการ และการเตรียมการจัดการด้านเทคนิคก่อนการผลิตรายการ 2) ด้านการผลิตรายการพอดแคสต์ ผู้ผลิตรายการมีการกำหนดรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในรายการพอดแคสต์ และการจัดการด้านเทคนิคในการจัดรายการพอดแคสต์ในการผลิตรายการ 3) ด้านการเผยแพร่รายการพอดแคสต์ ผู้ผลิตรายการในประเทศไทยจะมีการคัดเลือกช่องทางสำหรับเผยแพร่รายการ, การคัดเลือกช่องทางในการประชาสัมพันธ์รายการ โดยมีการสำรวจความนิยม และมีการคิดโมเดลสร้างรายได้จากการผลิตรายการ ซึ่งในด้านนี้ ผู้ผลิตรายการจะมีการประเมินผลรายการด้านต่าง ๆ และมีการสำรวจผลตอบรับจากผู้ฟังรายการเพื่อนำไปพัฒนาการนำเสนอเนื้อหา หรือรูปแบบรายการต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ : กระบวนการผลิตรายการ, ผู้ผลิตรายการ, รายการพอดแคสต์

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

พอดแคสต์ (Podcast) คือคำที่ผสมระหว่างตัวย่อ POD (Personal On-Demand) กับการตัดคำจากคำว่า Broadcasting หรือการออกอากาศ การกระจายเสียง กลายเป็นคำว่า Podcasting ตัดคำให้สั้นเหลือคำว่า Podcast (อานวัณน์ บุตรจันทร์, 2552) ทั้งนี้ยังมีกรกล่าวถึงคำว่าพอดแคสต์ว่ามาจากคำว่า iPod (ไอพอด) เครื่องเล่นเพลงพกพาผลิตโดย Apple Inc. ผสมกับคำว่า Broadcasting เช่นกัน (Hammersley, 2004) ซึ่ง Apple ถือเป็นบริษัทเทคโนโลยีที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาพอดแคสต์ใน iTunes รวมทั้งบรรจุฟังก์ชันการใช้งานพอดแคสต์ลงเครื่องเล่น iPod จนถึงอุปกรณ์ระบบปฏิบัติการ iOS ในเวลาต่อมา โดยพอดแคสต์ถือเป็นสื่อมัลติมีเดีย ประเภทไฟล์เสียงหรือวิดีโอ ในช่วงระยะเริ่มแรกของพอดแคสต์ได้ใช้รูปแบบการเผยแพร่ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตด้วยการใช้ระบบ RSS (RSS Feeds) กล่าวคือระบบที่ทำการปล่อยให้เครื่องเล่นพกพาหรือเครื่องคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตทำการดาวน์โหลดไฟล์สื่อชนิดต่าง ๆ ด้วยตนเอง อย่างไรก็ตาม ในระยะเวลาต่อมาได้มีการพัฒนาเว็บไซต์สำหรับการเปิดรับฟังพอดแคสต์ในรูปแบบสตรีมมิ่ง มีเว็บไซต์ให้บริการที่เป็นเซิร์ฟเวอร์รองรับไฟล์เสียงจำนวนมาก อาทิ เว็บไซต์ Sound Cloud เว็บไซต์ YouTube เป็นต้น

ช่วงเดือนเมษายน ปี ค.ศ. 2004 Adam Curry อดีตนักแสดงตลกช่อง MTV ร่วมมือกับ Dave Winer นักพัฒนาซอฟต์แวร์ สร้างโปรแกรมที่ชื่อ iPodder ที่ทำให้ระบบสามารถดาวน์โหลดข้อมูลเสียงจากอินเทอร์เน็ตผ่านโปรแกรมบรรจุลงไปที่เครื่องเล่นไอพอดของเจ้าของเครื่องแบบอัตโนมัติหากเจ้าของเครื่องกดติดตาม (Subscribe) ผู้เผยแพร่เสียงนั้น ๆ ซึ่งหลังจากสร้างโปรแกรมนี้อีกก็เกิดจุดเริ่มต้นของการผลิตรายการพอดแคสต์ขึ้นมา รายการพอดแคสต์รายการแรกในโลกที่มีชื่อว่า The Daily Source Code ของ Adam Curry จึงได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง (Watson, 2005)

ในช่วงระยะเวลา 10 ปี การรับฟังรายการพอดแคสต์เติบโตอย่างต่อเนื่อง รายงานจาก Edison Research and Triton Digital (2017) เมื่อช่วงเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ ค.ศ. 2017 พบว่าคนทั่วไปในสหรัฐอเมริกา แคนาดา สหราชอาณาจักรรู้จักคำว่าพอดแคสต์สูงถึงร้อยละ 60 โดยแบ่งเป็นเคยฟังร้อยละ 40 ฟังทุกเดือนร้อยละ 24 ฟังทุกสัปดาห์ ร้อยละ 15 โดยมีการประมาณการว่ามีจำนวนผู้ฟังเป็นประจำสูงถึง 42 ล้านคน ในสหรัฐอเมริกา และมากกว่า 70 ล้านคนจากสามประเทศดังกล่าว และรายงานของ The Nielsen Company ที่ว่าผู้ฟังรายการพอดแคสต์มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั่วโลก ทั้งยังนำเสนอจำนวนรายการนับเฉพาะใน iTunes มีผู้ที่อัปโหลดไฟล์เสียงพอดแคสต์อย่างต่อเนื่องมากกว่า 5 แสนบัญชีรายชื่อ รวมเนื้อหารายการมากกว่า 100 ภาษาทั่วโลก (The Nielsen Company, 2017) ข้อมูลดังกล่าวบ่งบอกได้ว่าพอดแคสต์เป็นเทคโนโลยีที่ได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในระดับสากล

จากความนิยมของรายการพอดแคสต์ต่าง ๆ ในระดับสากล ส่งผลให้เกิดผู้ฟังรายการในประเทศไทยด้วยเช่นกัน โดยจากการรับฟังรายการเหล่านั้นทำให้ “ภาสกร หงษ์หยก” ที่เป็นผู้ฟังรายการพอดแคสต์ภาษาอังกฤษหลากหลายรายการ ได้สร้างสรรค์รายการพอดแคสต์ภาษาไทยเป็นรายการแรก เนื่องจากเกิดความต้องการในการผลิตรายการพอดแคสต์ที่เป็นรายการภาษาไทย จึงเป็นที่มาของรายการที่มีชื่อว่า ‘ช่างคุย’ รายการพอดแคสต์ที่เป็นการทดลองจัดทำรายการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างเพื่อนโดยมีจุดประสงค์เพื่อเป็นการบันทึกความรู้ ความเข้าใจต่าง ๆ และเป็นการกระจายความรู้ไปสู่ผู้ที่ให้ความสนใจ โดยเน้นการพูดคุยที่เจาะลึกลงไป ในประเด็นต่าง ๆ เผยแพร่ครั้งแรกเมื่อวันที่ 20 สิงหาคม พ.ศ. 2549 ทางเว็บไซต์ที่ใช้ชื่อว่า Changkhui.com ถือได้ว่าต้นกำเนิดของรายการพอดแคสต์ภาษาไทยเกิดขึ้นภายหลังจากรายการพอดแคสต์รายการแรกของ Adam Curry ประมาณ 2 ปี 4 เดือน แต่ในช่วงเวลานั้นจำนวนผู้ฟังรายการพอดแคสต์และจำนวนรายการพอดแคสต์ในประเทศไทยยังมีอยู่ในวงจำกัดมาก เนื่องจากในเวลานั้น

ทั้งอัตราการใช้อินเทอร์เน็ต การเข้าถึงอุปกรณ์ Smart Device ต่าง ๆ ของคนไทยยังมีอยู่อย่างจำกัดและการที่ยังไม่มีสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่เป็นช่องทางในการสื่อสารแบบในปัจจุบัน

หากพิจารณาความนิยมของรายการพอดแคสต์ในระดับสากลที่มากขึ้นอย่างต่อเนื่องประกอบกับการพิจารณาจากอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตและการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของคนไทย โดยสามารถสันนิษฐานเบื้องต้นได้ว่ามีการใช้งานพอดแคสต์มากขึ้น จากทั้งจำนวนรายการพอดแคสต์ที่มีมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และยอดผู้ฟังต่อตอนที่มากขึ้นตามลำดับปัจจุบันมีรายการพอดแคสต์ที่ได้เผยแพร่อย่างต่อเนื่องและเป็นที่ยอมรับในระดับหนึ่งในวงการพอดแคสต์ประเทศไทย อาทิ การเผยแพร่สู่สาธารณะผ่านช่องทางพอดแคสต์ เมื่อวันที่ 16 มิถุนายน พ.ศ. 2555 ของรายการพอดแคสต์ที่ใช้ชื่อว่า ‘WITcast’ รายการที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ในแง่มุมต่าง ๆ ดำเนินรายการโดยแทนไท ประเสริฐกุล, อาบัน สามัญชน และอาจารย์จก จันทมาศ ที่ทำการนำเสนอเนื้อหาหลากหลายเรื่องราวเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์สอดแทรกความบันเทิงต่าง ๆ ในลักษณะการพูดคุยแบบเพื่อนสนทนาซึ่งกันหรือเมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2559 เกิดการเผยแพร่รายการพอดแคสต์ชื่อว่า ‘Omnivore’ รายการพอดแคสต์ที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต การอยู่ร่วมกันในสังคมของมนุษย์ในแง่มุมต่าง ๆ โดย โทมัส สุขปรีชา และทีปกร วุฒิพิทยามงคล ซึ่งทั้ง 2 รายการดังกล่าวเป็นรายการที่ผู้จัดรายการมีชื่อเสียงและมีผลงานด้านการสื่อสาร เช่น การเขียนหนังสือ รายการโทรทัศน์ซึ่งทำให้รายการพอดแคสต์ได้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นในสังคมไทย

รวมถึงการเกิดขึ้นของช่องรายการพอดแคสต์ในรูปแบบสถานี (Podcast Station) กล่าวคือ ช่องรายการพอดแคสต์ที่ก่อตั้งขึ้น โดยเป็นช่องที่มีรายการในสังกัดหลากหลายรายการ เช่น ช่องรายการพอดแคสต์ ‘The Standard Podcast’ ของสำนักสื่อออนไลน์ The Standard หรือการเกิดขึ้นของช่องรายการพอดแคสต์จากผู้ผลิตอิสระ เช่น GetTalks, Infinity Podcast, โลกไปไกลแล้ว ที่เกิดจาก

การรวมกลุ่มผู้ผลิตรายการในการสร้างสรรค์ช่องรายการพอดแคสต์ในฐานะกลุ่มผู้ผลิตอิสระที่พยายามพัฒนารูปแบบรายการและเผยแพร่ตอนต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องซึ่งทำให้เห็นได้ว่าทั้งผู้ผลิตรายการและผู้ฟังรายการพอดแคสต์ในประเทศไทยมีจำนวนที่เพิ่มขึ้นตามลำดับในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา

สิ่งที่ทำให้สื่อประเภทพอดแคสต์ได้รับการยอมรับและจะเกิดความยั่งยืนได้ในสังคมไทย คือรูปแบบการผลิตและการรับสื่อที่มีความโดดเด่นกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ ดังที่ โทมัส สุขปรัชญา (2561) กล่าวว่า พอดแคสต์ไม่เหมือนสื่ออื่นเพราะพอดแคสต์ได้มอบความซิดเชื้อ (Intimacy) ให้แก่ผู้ที่ได้รับฟัง เวลาฟังพอดแคสต์ คนส่วนใหญ่ไม่ได้ฟังจากลำโพงใหญ่ ๆ แต่มักจะฟังผ่านหูฟัง เป็นการฟังตามลำพังคนเดียว จึงคล้ายกับว่าผู้จัดรายการของรายพอดแคสต์นั้น ๆ มา นั่งเล่าเรื่องให้ฟังที่ริมหู จึงเกิดความผูกพันบางอย่างขึ้นระหว่างผู้ฟังกับผู้จัดพอดแคสต์ในแบบที่สื่ออื่นทำได้ยากกว่า

หากมองถึงโอกาสของผู้จัดรายการพอดแคสต์ในประเทศไทย โดยอ้างอิงพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตของคนไทย จากรายงานของ “We Are Social” และ “Hootsuite” ได้เผยว่าปัจจุบันมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตประมาณ 57 ล้านคน โดยถ้าวัดเฉพาะการใช้งานอินเทอร์เน็ตบนสมาร์โฟน ประเทศไทยเป็นประเทศที่ใช้เวลาต่อวันมากที่สุดในโลก นอกจากนี้คนไทยยังใช้เวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์และใช้เวลาไปกับการดูทีวีบนอินเทอร์เน็ตรวมเวลาไม่ต่ำกว่า 3-4 ชั่วโมงต่อหนึ่งวัน (Brand Buffet, 2561) ตัวเลขดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าคนไทยเข้าถึงอินเทอร์เน็ตกันได้โดยทั่วไป และใช้เวลาอยู่กับอุปกรณ์ที่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ด้วยระยะเวลาที่ยาวนานต่อหนึ่งวัน ซึ่งถือเป็นโอกาสอันดีของบุคคลที่จะใช้ช่องทางการกระจายเสียงในรูปแบบรายการพอดแคสต์ในการแบ่งสัดส่วนผู้ฟังรายการจากจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตดังกล่าว

ด้วยที่มาและความสำคัญที่ได้กล่าว ทำให้ถึงแม้ว่าในประเทศไทยเวลานี้ ทั้งผู้ผลิตรายการและผู้ฟังรายการจะยังมีลักษณะเฉพาะกลุ่มเมื่อเทียบกับในระดับสากล แต่ด้วยรูปแบบของการสร้างสรรค์รายการ หรือการเข้าถึง

สื่อประเภทนี้ในมุมมองของผู้เปิดรับสื่อทำได้ไม่ซับซ้อนมากนัก รวมทั้งอัตราการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของคนไทยที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีแนวโน้มที่จะมีจำนวนรายการและจำนวนผู้ฟังมากขึ้นตามลำดับ ซึ่งเป็นเหตุผลจตุประภาให้เกิดการทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ โดยการวิจัยในครั้งนี้มีความตั้งใจที่จะทำการศึกษา รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งการนำเสนอเป็นขั้นตอนต่าง ๆ ของการผลิตรายการพอดแคสต์ เพื่อให้เกิดแนวทางต่อผู้ผลิตอิสระ สื่อมวลชนองค์กร และบุคคลที่สนใจ ในการทำการผลิตรายการพอดแคสต์ หรือการดัดแปลงปรับเปลี่ยนเนื้อหาสื่อประเภทอื่น ๆ มาเป็นรูปแบบรายการพอดแคสต์ในสังคมไทยต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษากระบวนการเตรียมการผลิตรายการกระจายเสียงผ่านช่องทางพอดแคสต์
2. เพื่อศึกษาการนำเสนอเนื้อหา การจัดการทางด้านเทคนิคขณะทำการผลิตรายการ
3. เพื่อศึกษาการจัดการเผยแพร่รายการ การติดตามประเมินผลหลังการเผยแพร่รายการ

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมุ่งเน้นศึกษารูปแบบการสร้างสรรค์รายการพอดแคสต์หรือการผลิตรายการพอดแคสต์ในประเทศไทย ทั้งในแง่การเตรียมการผลิตรายการ การออกแบบเนื้อหาสาร กระบวนการนำเสนอหรือวิธีการนำเสนอ การเผยแพร่รายการรวมทั้งการจัดการทางด้านเทคนิคต่าง ๆ สำหรับการทำการพอดแคสต์ โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 กลุ่ม คือ 1) ผู้ผลิตรายการพอดแคสต์ที่เผยแพร่รายการพอดแคสต์อย่างต่อเนื่องจำนวน 7 คน; ผู้ผลิตรายการช่างคุย, WiTcast, GetTalks, Infinity Podcast, GULaxy Podcast, ออฟฟิศ 0.4 และ ครูซัน 2) ผู้ฟังรายการพอดแคสต์ที่รับฟังรายการพอดแคสต์เป็นประจำมากกว่า 1 ปี จำนวน 5 คน และจากการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ

โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงเอกสาร จากการรวบรวมข้อมูลที่นำเสนอเกี่ยวกับวิธีการการผลิตรายการพอดแคสต์ ทั้งจากเว็บไซต์และหนังสือ ตำราต่าง ๆ

ผลการวิจัย

1. กระบวนการเตรียมการผลิตรายการกระจายเสียงเพื่อเผยแพร่ผ่านพอดแคสต์

1.1 การทำความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดทำรายการผ่านช่องทางพอดแคสต์

หากมีความตั้งใจในการผลิตรายการกระจายเสียงผ่านรูปแบบรายการพอดแคสต์ ผู้ผลิตรายการจำเป็นต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดทำรายการผ่านช่องทางนี้ โดยก่อนที่ผู้ผลิตรายการพอดแคสต์จะเริ่มทำการผลิตรายการ หรือ มีความต้องการที่จะผลิตรายการผ่านช่องทางนี้ จะมีการทำความเข้าใจ เป้าหมาย และรับรู้ถึงประโยชน์ด้านต่าง ๆ ของการทำรายการพอดแคสต์ดังนี้

- การทำความเข้าใจด้านการใช้งานและรูปแบบของพอดแคสต์โดยผู้ผลิตรายการจะทำการพิจารณารูปแบบหรือวิธีการทำงานของพอดแคสต์ จากการศึกษาว่า วิธีการในการเผยแพร่ข้อมูลไฟล์เสียงผ่านช่องทางผู้ให้บริการพอดแคสต์ได้อย่างไร การเผยแพร่ข้อมูลแบบ RSS Feeds ทำอย่างไร, การเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์แบบสตรีมมิ่ง (Streaming) เป็นอย่างไร รวมทั้งการทำความเข้าใจว่าผู้ใช้งานหรือผู้ฟังรายการรับฟังรายการจากแหล่งใด ซึ่งผู้ผลิตรายการพอดแคสต์ในประเทศไทยหลากหลายรายการในปัจจุบันนิยมใช้เว็บไซต์ SoundCloud และ เผยแพร่ผ่าน iTunes เป็นหลัก

- เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของการใช้พอดแคสต์ในการผลิตรายการกระจายเสียงเนื่องจากพอดแคสต์เป็นสื่อดิจิทัลที่เข้าถึงคนได้ง่าย เพียงแต่ในปัจจุบันยังมีผู้ฟังเฉพาะกลุ่ม และยังไม่ทั่วถึงคนทั่วไปในสังคมมากนัก ผู้ผลิตรายการพอดแคสต์ในประเทศไทยปัจจุบันจึงมีเป้าหมายในการผลิตรายการพอดแคสต์แตกต่างกันไป เช่น การจัดรายการพอดแคสต์เพื่อเป็นการถ่ายทอดความรู้ที่ตนมีผ่านช่องทางการสื่อสารทางเลือกใหม่, ผลิตรายการพอดแคสต์เป็นงานอดิเรก จากการชอบพูดคุยประเด็นต่าง ๆ กับเพื่อน

อยู่แต่เดิมอยู่แล้ว คิดว่าเรื่องที่คุยนั้นจะเป็นประโยชน์ และสร้างความบันเทิงต่าง ๆ ได้ หากมีการบันทึกเสียงและเผยแพร่ให้คนอื่นได้รับรู้เรื่องราวเหล่านั้นด้วย ก็จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ฟัง, ผู้จัดรายการที่ต้องการพัฒนาความรู้ของตน เพิ่มความรู้ของตนด้วยการจัดรายการพอดแคสต์ นอกจากนี้จะได้ค้นคว้าเรื่องราวมาถ่ายทอด ยังได้พัฒนาทักษะการสื่อสารต่าง ๆ อีกด้วย

- ประโยชน์ของการใช้พอดแคสต์ทดแทนการผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่ในช่องทางอื่น ๆ ผู้ผลิตรายการพอดแคสต์จะทำการศึกษาประโยชน์ของการใช้พอดแคสต์ทดแทนการใช้งานสื่อประเภทอื่น เช่น ทดแทนการผลิตรายการและเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ YouTube ที่ต้องมีการสร้างสรรค์ทั้งภาพและเสียง หรือการใช้งานพอดแคสต์ทดแทนการผลิตสื่อในสื่อเก่า เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ หรือแม้กระทั่งสื่อเก่าที่มีรูปแบบการกระจายเสียงเหมือนกันอย่างวิทยุ โดยที่ผู้ผลิตรายการพอดแคสต์ต่างมีความเข้าใจถึงข้อดีและสามารถเปรียบเทียบถึงประโยชน์ของการใช้พอดแคสต์ทดแทนสื่ออื่นในแง่ความง่ายในการผลิต และตรงกับความต้องการในการสื่อสารเนื้อหาในรูปแบบการใช้เสียงสามารถเล่า อธิบาย หรือพูดคุย สัมภาษณ์ต่าง ๆ และสื่อสารกับผู้ฟังรายการได้ง่าย

1.2 การเตรียมการผลิตรายการและการออกแบบเนื้อหารายการ

- การกำหนดรูปแบบและแนวคิดรายการผู้ผลิตรายการพอดแคสต์จะทำการกำหนดรูปแบบของรายการตั้งแต่แรกเริ่ม เพื่อว่าจะวางรูปแบบของรายการว่าเป็นลักษณะใด ตัวอย่างเช่น รายการ Minimalist's Diary จากช่อง Infinity Podcast จะเป็นรายการเล่าเรื่องของผู้จัดรายการเพียงคนเดียว มีการสื่อสารประเด็นต่าง ๆ ในลักษณะการเล่าเรื่อง (Story Telling) อีกรูปแบบหนึ่งคือรายการลักษณะสัมภาษณ์ เช่น รายการ WitThai จากช่อง WitCast ซึ่งจะเป็นรายการพูดคุยสัมภาษณ์ นักวิจัย นักวิทยาศาสตร์ที่เผยแพร่งานวิจัยที่น่าสนใจ และอีกหนึ่งรูปแบบรายการที่เป็นที่นิยมในประเทศไทย คือรายการพูดคุยในลักษณะเพื่อนคุยกัน ตัวอย่างเช่น รายการในช่อง

GetTalks ทั้งหมด และรายการออฟฟิศ 0.4 เป็นต้นซึ่งจะมีการกำหนดแนวคิดของรายการที่จะถูกวางไว้อย่างกว้าง ๆ การกำหนดแนวคิดของรายการเป็นการกำหนดทิศทางของเนื้อหาในรายการ เช่น รายการ Minimalist's Dairy ทางช่อง Infinity Podcast เป็นการนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด Minimalist ในแง่มุมต่าง ๆ หรือรายการออฟฟิศ 0.4 สื่อสารเรื่องที่ของมนุษย์เงินเดือนหรือพนักงานออฟฟิศต่างมีประสบการณ์ร่วม

- การเตรียมเนื้อหารายการเป็นการออกแบบเนื้อหารายการ จะเริ่มต้นจากการคิดหรือคัดเลือกประเด็นในการพูดคุย หรือ คิดประเด็นที่จะมาเล่าในรายการในตอนนั้น ๆ ซึ่งจะมีการกำหนดเนื้อหาโดยผู้จัดรายการหรือเป็นผู้พูดคุยกันระหว่างผู้จัดว่ามีเรื่องใดเหมาะที่จะนำมาแนะนำ เนื้อหาแบบใดสามารถนำมาแนะนำในรายการและเข้ากับแนวคิดของรายการ โดยจะมีการวางประเด็นไว้และผู้จัดรายการทำการเตรียมเนื้อหาแนะนำในรายการ การออกแบบเนื้อหารายการของแต่ละรายการจะมีลักษณะที่เฉพาะตัว แต่ละรายการมีวิธีการเตรียมเนื้อหาที่ไม่เหมือนกัน โดยผู้ผลิตรายการพอดแคสต์ต่างให้ความสำคัญของการเตรียมเนื้อหา และการนำเสนอเนื้อหาที่ถูกต้อง

- การเตรียมบทรายการและการลำดับเนื้อหา เนื่องจากการนำเสนอในรูปแบบรายการพอดแคสต์ที่ให้อิสระกับผู้จัดรายการว่าจะจัดแบบใด การใช้ภาษา การลำดับเนื้อหา การนำเสนอเนื้อหาแบบใด ขึ้นอยู่กับตัวผู้ผลิตรายการเป็นหลัก และจากการที่ไม่ใช่รายการที่อาจเผยแพร่สด ทำให้สามารถแก้ไขข้อมูลได้เมื่อผู้จัดรายการสื่อสารเนื้อหาผิด หรือเมื่อบันทึกเสียงเสร็จ สิ่งที่พูดไปอาจไม่ตรงกับความต้องการของตนเอง ก็สามารถบันทึกรายการใหม่ หรือเลือกที่จะไม่เผยแพร่ตอนนั้น ๆ ได้ ผู้จัดรายการจึงไม่นิยมทำการเขียนบทหรือเตรียมสคริปต์แบบตายตัวชัดเจน หากแต่เป็นการเขียนโครงร่างเนื้อหาหรือเป็นลำดับของเรื่องที่จะนำเสนอเท่านั้น ซึ่งในระหว่างการนำเสนอประเด็นที่ได้ตั้งไว้ ก็จะมีการเล่าเรื่องยกตัวอย่างต่าง ๆ หรือพูดเนื้อหาอื่น ๆ นอกจากประเด็นที่ได้ตั้งไว้ได้เช่นกัน

- การประสานงานผู้ร่วมรายการสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์ถือเป็นรูปแบบรายการพอดแคสต์ที่เป็นที่นิยมอีกแบบหนึ่ง เนื่องจากการได้รับสาระประโยชน์ต่าง ๆ จากผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ที่ได้รับเชิญมาสัมภาษณ์ในรายการ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีอิทธิพลทางด้านความคิดในมุมมองต่าง ๆ ที่เป็นคนที่มีการติดตามอยู่เดิม (Media Influencer) ข้อดีของการเชิญบุคคลเหล่านี้มาออกรายการ สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ฟังในวงกว้างได้มากยิ่งขึ้น มีผู้รู้จักรายการมากขึ้น โดยการติดต่อประสานงานผู้ร่วมรายการสัมภาษณ์นั้นจากการที่ผู้ผลิตรายการพอดแคสต์ถือเป็นสื่อมวลชนในลักษณะหนึ่ง จึงจำเป็นต้องใช้ทักษะการประสานงานที่เป็นทางการ หรือ หากผู้จัดรายการมีความสนิทสนม หรือ มีคนรู้จักใกล้ชิดตัวบุคคลเหล่านั้น ก็จะทำให้ประสานงานมาร่วมรายการพอดแคสต์นั้นง่ายขึ้น

- ผู้ฟังรายการสามารถมีส่วนร่วมในการกำหนดเนื้อหารายการ เนื่องจากลักษณะของรูปแบบรายการที่เข้าถึงได้ง่าย รวมทั้งช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับผู้ผลิตรายการต่าง ๆ สามารถทำได้ไม่ยาก ผู้ฟังสามารถแนะนำเนื้อหาที่ต้องการรับฟังจากผู้จัดรายการได้ โดยที่ผู้จัดรายการพอดแคสต์ต่างมีความยินดีที่จะได้สื่อสารเนื้อหาที่ผู้ฟังต้องการฟังเช่นกัน หลากหลายรายการมีการเชิญผู้ฟังรายการไปออกรายการ เช่น รายการยูทูบ รายการ Witcast โดยอาจจะเป็นลักษณะของการโทรศัพท์พูดคุย (Phone in) หรือเป็นการเชิญผู้ฟังรายการที่ได้รับการพิจารณาแล้วว่าเป็นบุคคลที่มีแง่มุมต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับเนื้อหาการไปพูดคุยกันในรายการ บางรายการจะเป็นลักษณะที่ผู้ฟังรายการมีเรื่องราวที่สอดคล้องกับเนื้อหาการและมีความต้องการไปเล่าเรื่อง และร่วมอัดรายการด้วย ทำการติดต่อผู้จัดรายการโดยตรงและผู้จัดรายการเชิญมาออกรายการ เป็นต้น

2. การนำเสนอเนื้อหา และการจัดการทางด้านเทคนิคขณะทำการผลิตรายการ

2.1 การนำเสนอในรายการพอดแคสต์

- อารมณ์ของรายการและลักษณะของเนื้อหาในรายการ เกิดขึ้นจากเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของการทำรายการ ผู้ผลิตรายการจะสร้างบรรยากาศให้เป็น

กันเองหรือเป็นทางการมากนักน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของการทำรายการของผู้ผลิตรายการนั้น ๆ เนื่องจากเป็นช่องทางที่ทุกคนสามารถเผยแพร่ในรูปแบบใดก็ได้ตามที่ต้องการ รายการพอดแคสต์จึงเป็นรายการที่มีการใช้ระดับภาษาของผู้จัดรายการแตกต่างจากสื่อดั้งเดิมที่เป็นสื่อกระจายเสียงเหมือนกันอย่างวิทยุ กล่าวคือ ผู้จัดรายการพอดแคสต์จะใช้ภาษาพูดในระดับกันเอง จนถึงระดับไม่เป็นทางการ ตามการแบ่งระดับภาษาตามหลักภาษาไทย ซึ่งถือเป็นข้อโดดเด่นของการจัดรายการพอดแคสต์ที่ทำให้มีความเป็นกันเองระหว่างผู้จัดรายการด้วยกัน และระหว่างผู้จัดรายการกับผู้ฟังรายการ รายการต่าง ๆ จะมีการวางลักษณะของการพูดคุยกันระหว่างผู้จัดรายการไว้อย่างคร่าว ๆ เหมือนกับรูปแบบรายการวิทยุ ตัวอย่างเช่น รายการในช่อง GetTalks ได้วางรูปแบบของการพูดคุยแบบรายการสนทนา เป็นรายการพูดคุย แต่เป็นการพูดคุยกันระหว่างผู้ดำเนินรายการตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยมีการกำหนดรูปแบบของรายการว่าเปรียบเหมือนรายการที่ให้เพื่อนสนิหนามันคุยกัน ซึ่งส่งผลให้รายการต่าง ๆ ในช่องมีลักษณะเป็นกันเอง บางรายการจะมีลักษณะคล้ายการมาพูดคุยสังสรรค์กันระหว่างผู้จัดรายการ เพียงแต่มีการตั้งประเด็นในการพูดคุยขึ้นมา

- การใช้ภาษาพูด และลีลาการพูด จะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้จัดรายการนั้น ๆ โดยการใช้ภาษาเป็นลักษณะเฉพาะตัวของแต่ละคน รายการพอดแคสต์แต่ละรายการจะมีการใช้ลีลาในการพูดแตกต่างกัน แต่ส่วนใหญ่แล้วในการจัดรายการพอดแคสต์ การพูดคุยกันในรายการจะมีลักษณะเป็นกันเองมากกว่าในวิทยุกระจายเสียงโดยการใช้ภาษาพูดหรือลีลาการพูดนั้น หากผู้ผลิตรายการที่ไม่เคยลองจัดรายการ อาจทำการทดลองจัดรายการ จากการลองบันทึกเสียงและรับฟังเสียงพูดของตนเอง เพื่อวิเคราะห์ข้อบกพร่องต่าง ๆ เช่น การพูดแบบไม่มั่นใจ การเว้นช่องว่างระหว่างการพูด จังหวะการหายใจเสียงจากการกระทบกันของปากกับลิ้นที่ไม่ได้ตั้งใจให้เกิด ซึ่งผู้ผลิตรายการสามารถปรับเปลี่ยนและฝึกฝนให้คล่องแคล่วได้ จากการสั่งสมประสบการณ์ในการจัดรายการ

- การลำดับเนื้อหาหรือการนำเสนอเนื้อหาต่าง ๆ ในรายการ การจัดลำดับเนื้อหาในรายการพอดแคสต์ ผู้จัดรายการจะมีการวางโครงร่างของเนื้อหาไว้อย่างคร่าว ๆ เช่น จากการที่ผู้ผลิตวางรูปแบบรายการว่าเป็นรายการพูดคุย โดยเป็นรายการที่ผู้ผลิตตั้งใจพูดกับผู้ฟังโดยตรง โดยผู้ดำเนินรายการเป็นผู้พูดเพียงคนเดียว จะมีการใช้การวางลำดับเนื้อหาคร่าว ๆ แล้วพูดตามประเด็นที่ได้ลำดับไว้ โดยอาจมีการใช้เทคนิคของเล่าเรื่อง (Story Telling) มาประกอบด้วย หรืออย่างไรในรายการสัมภาษณ์ จะมีการวางลำดับของคำถามที่เป็นขั้นเป็นตอน เนื้อหาจะมีความเป็นเอกภาพและมีลำดับของเนื้อหาที่น่าสนใจ โดยส่วนใหญ่ผู้จัดรายการจะมีการวางลำดับเนื้อหาในลักษณะคล้ายกับการเขียนบทความ หรือลำดับเรื่องในภาพยนตร์ กล่าวคือ มีการวางลำดับส่วนนำ ส่วนเนื้อหา ส่วนสรุป

2.2 การจัดการด้านเทคนิคในการจัดรายการพอดแคสต์

- การใช้อุปกรณ์และสถานที่ในการบันทึกเสียงขณะผลิตรายการการจัดการด้านคุณภาพเสียงในรายการพอดแคสต์ ผู้ผลิตรายการพอดแคสต์จะเริ่มต้นทดลองจัดรายการด้วยการเลือกใช้อุปกรณ์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายมากนัก กล่าวคือ ทำการบันทึกเสียงผ่านแอปพลิเคชันเพื่อการอัดเสียงในสมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ตในการบันทึกเสียง โดยรูปแบบดังกล่าวให้ไฟล์เสียงที่มีคุณภาพดีพอใช้

หากผู้จัดรายการต้องการคุณภาพเสียงที่ดีขึ้นจะใช้เครื่องอัดเสียงที่มีไมโครโฟนคุณภาพดี หรือการใช้ไมโครโฟนประเภทไดนามิก/คอนเดนเซอร์ที่สามารถเชื่อมต่อโดยตรงเข้ากับเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะให้คุณภาพเสียงที่ดีกว่าการใช้เครื่องมือสมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ตในการบันทึกเสียง

โดยคัดเลือกสถานที่บันทึกเสียงที่มีเสียงรบกวนและเสียงสะท้อนน้อย ผู้จัดรายการสามารถทดลองเทียบสถานที่อัดเสียงว่าห้องใดเสียงสะท้อนหรือเสียงก้องน้อยกว่ากัน โดยการฟังเปรียบเทียบไฟล์เสียงที่อัดนั้นผ่านหูฟัง หรือจะใช้วิธีจัดการห้องอัดเสียงในรูปแบบห้องอัดรายการ มีการใช้อุปกรณ์ลดเสียงสะท้อนในห้อง ตัวอย่างเช่น ผู้ผลิตรายการ Gulaxy Podcast ทำการดัดแปลงห้อง

ในคอนโดมิเนียมขนาดเล็กเป็นห้องอัดรายการ มีการบุผนังห้อง และใช้อุปกรณ์ลดเสียงสะท้อน มีการใช้ไมโครโฟนคอนเดนเซอร์คุณภาพดี และมีการใช้ Mixer ต่อเข้ากับคอมพิวเตอร์ โดยเป็นการจัดทำห้องอัดรายการพอดแคสต์ที่มีการใช้ห้องอัดร่วมกันของผู้ผลิตรายการอิสระ ใช้ชื่อว่า “บ้านดอยปุ๋ย” และในอีกลักษณะหนึ่งคือการจัดการห้องอัดและการจัดการอุปกรณ์ที่เหมือนสถานีวิทยุกระจายเสียงทั่วไป เช่น ห้องอัดรายการพอดแคสต์สำนักสื่อออนไลน์ The Standard เป็นต้น

- การใช้ซอฟต์แวร์จัดการไฟล์เสียงหลังจากได้รับไฟล์เสียงดิบที่เป็นเนื้อหารายการแล้ว ผู้จัดรายการพอดแคสต์จะนำไฟล์เสียงเข้าไปทำการตัดต่อและเรียบเรียงโดยใช้ซอฟต์แวร์อาทิ Garage Band, Audacity และ Adobe Audition เป็นต้นซึ่งการนำไฟล์มาเรียบเรียง ตัดต่อในซอฟต์แวร์ นอกจากจะนำส่วนที่ต้องการตัดออกไปจากรายการแล้ว จะมีการจัดการใช้ซอฟต์แวร์เพื่อการลดเสียงรบกวน ลดเสียงก้อง เสียงสะท้อนต่าง ๆ จากไฟล์เสียงที่อัดไว้ และใส่เพลงเปิดปิดรายการต่าง ๆ ได้เพิ่มเติมตามที่คุณจัดรายการต้องการ

- การใช้เสียงเพลงประกอบรายการการใช้เพลงและเสียงประกอบที่ใช้ในรายการเป็นวิธีการที่ช่วยให้ผู้ฟังรายการจดจำรายการได้ ผู้ผลิตรายการจะเลือกใช้เพลงในลักษณะจิงเกิ้ล (Jingle) กล่าวคือ เพลงประจำรายการซึ่งอาจมีการบอกชื่อรายการ แนวคิดรายการ ชื่อหรือนามแฝงของผู้จัดรายการ มีท่วงทำนองดนตรีที่กระชับเร้าใจ และสร้างความสนใจให้ผู้ฟังสามารถจดจำลักษณะเฉพาะของรายการได้ โดยปกติจิงเกิ้ลจะมีความยาว 10-20 วินาที ซึ่งควรเลือกใช้เพลงที่ไม่ติดเรื่องลิขสิทธิ์หรืออาจทำการแต่งเพลงขึ้นมาใหม่และทำการอัดเสียงด้วยเครื่องมือที่มี ตัวอย่างเช่น รายการ WITcast มีการใช้เพลงเปิดรายการที่แต่งขึ้นมาเอง แต่ผู้ฟังรายการทุกคนฟังครั้งเดียวแล้วจดจำได้

- ความยาวของรายการ เนื่องจากว่าพอดแคสต์เป็นช่องทางที่ไม่จำกัดเรื่องระยะเวลาต่าง ๆ ในการ Upload ไฟล์ของแต่ละตอน ซึ่งได้ให้อิสระกับผู้ผลิตรายการ

ในการกำหนดความยาวของรายการพอดแคสต์แต่ละตอน ผู้ผลิตรายการพอดแคสต์จึงเลือกใช้ความยาวของรายการโดยมีตั้งแต่รายการความยาว 10 นาที รายการความยาวประมาณ 30 นาที-1 ชั่วโมง รายการที่มีความยาว 1.30-2 ชั่วโมง ไปจนถึงรายการที่มีความยาว 3-4 ชั่วโมง ส่วนผู้ฟังรายการพอดแคสต์มีทางเลือกที่แตกต่างกันโดยขึ้นอยู่กับกิจกรรมที่ทำขณะรับฟังรายการพอดแคสต์เป็นหลัก หากมีเวลาในการรับฟังนานก็สามารถรับฟังรายการพอดแคสต์ที่มีความยาวของแต่ละตอนนานได้ โดยทั้งผู้ผลิตรายการและผู้ฟังรายการส่วนใหญ่แนะนำว่ารายการพอดแคสต์หนึ่งตอนควรมีระยะเวลาไม่เกินตอนละ 1 ชั่วโมง

- การตั้งชื่อตอนและเขียนคำอธิบายเนื้อหาถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการทำรายการพอดแคสต์ เนื่องจากการตั้งชื่อตอนเป็นการทำให้ผู้ฟังเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาของตอนนั้น ๆ การตั้งชื่อตอนให้ดึงดูด สามารถทำให้ผู้ฟังกดเข้ามาฟังรายการได้มากยิ่งขึ้น รวมทั้งทำให้ผู้ที่ต้องการสืบค้นข้อมูลใน Search Engine ต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ Google หรือช่อง Search ในแพลตฟอร์มผู้ให้บริการไฟล์เสียงพอดแคสต์เอง สามารถเข้าถึงรายการพอดแคสต์ที่ผลิตออกไปได้มากขึ้น การเขียนคำอธิบายเนื้อหาเป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน เนื่องจากการแสดงให้ผู้ฟังรับรู้เนื้อหาคร่าว ๆ ก่อนการกดฟังได้

- การออกแบบสัญลักษณ์รายการและภาพปกรายการ การทำภาพปกหรือที่เรียกกันว่า Cover ถือเป็นสิ่งที่ผู้จัดรายการให้ความสำคัญ เนื่องจากว่ารายการพอดแคสต์เป็นสื่อที่ก่อนผู้ฟังจะเข้าไปรับฟัง ต้องเห็นภาพปกของแต่ละตอน ซึ่งสามารถออกแบบได้ตามทักษะของแต่ละบุคคล ผู้ผลิตรายการอาจต้องมีทักษะในการออกแบบ หรืออาจไม่จำเป็นต้องมีทักษะด้านการออกแบบมากนัก ดังเช่นผู้ผลิตรายการ ออฟฟิศ 0.4 สามารถใช้ซอฟต์แวร์ Microsoft PowerPoint ที่ใช้ในการออกแบบการนำเสนอต่าง ๆ เข้าถึงผู้ใช้งานโดยทั่วไป แต่สามารถประยุกต์ในการออกแบบสัญลักษณ์รายการและภาพปกรายการ แต่ก็ให้ภาพที่สวยงาม จดจำได้ง่าย

3. การจัดการเผยแพร่รายการ การติดตามประเมินผลหลังการเผยแพร่รายการ

3.1 การคัดเลือกช่องทางสำหรับเผยแพร่รายการ

ผู้ผลิตรายการพอดแคสต์ในประเทศไทยส่วนใหญ่ใช้ช่องทางเว็บไซต์ SoundCloud ที่เป็นช่องทางให้บริการฝากไฟล์เสียง โดยเป็นเว็บไซต์ที่อนุญาตให้ผู้ใช้งานทดลองฝากไฟล์เสียงได้ฟรี 180 นาที หลังจากนั้นหากมีความต้องการเผยแพร่ไฟล์เสียงเพิ่มเติม จะมีค่าบริการแบบรายเดือน หรือแบบรายปี ซึ่งผู้ใช้งานที่เป็นผู้ผลิตรายการพอดแคสต์ในประเทศไทยนิยมให้บริการแบบไม่จำกัดจำนวนไฟล์และขนาดไฟล์ (Pro Unlimited) ซึ่งเป็นที่มาให้เกิดการใช้พื้นที่ในหนึ่งบัญชีผู้ใช้งาน (Profile) เดียวกันเกิดเป็นลักษณะช่องรายการหรือสถานีพอดแคสต์ต่าง ๆ อาทิ Get Talks, โลกไปไกลแล้ว, Infinity Podcast ที่ผู้เป็นเจ้าของบัญชีผู้ใช้งานเปิดโอกาสให้ผู้จัดรายการอิสระมารวมกันจัดรายการของตนเอง เนื่องจากมีพื้นที่ในการ Upload ไฟล์เสียงแบบไม่จำกัดโดยจะมีค่าใช้จ่ายเช่นกัน

นอกจากช่องทางการเผยแพร่อย่างเว็บไซต์ Sound Cloud อีกหนึ่งช่องทางที่ผู้ผลิตรายการพอดแคสต์ในประเทศไทยนิยมเผยแพร่ควบคู่กันไป คือ การเผยแพร่ผ่านช่องทาง iTunes ของบริษัท Apple Inc. ซึ่งทำการเผยแพร่ลงแอปพลิเคชัน iTunes ในเครื่องคอมพิวเตอร์ และทำการเผยแพร่ลงแอปพลิเคชัน Podcasts สำหรับ Smart Device ระบบปฏิบัติการ iOS รวมทั้งช่องทางผู้ให้บริการรับฟังพอดแคสต์อื่น ๆ เช่น Podcast Addict แต่โดยส่วนใหญ่จะเป็นในลักษณะของการ Upload ลง Sound Cloud ในแบบที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น ซึ่งทำการ Upload อัตโนมัติในแอปพลิเคชัน iTunes และ Podcasts โดยที่ผู้ฟังไม่จำเป็นต้องใช้ช่องทาง Sound Cloud ก็รับฟังได้

ปัจจุบันช่องทางการเผยแพร่รายการที่เป็นศูนย์กลางการกระจายเสียงรายการพอดแคสต์ คือ ช่องทาง iTunes ของบริษัท Apple Inc. ซึ่งอนุญาตให้ผู้ใช้งานที่มีบัญชี (User Account) ที่สมัครไว้กับแพลตฟอร์มที่ให้บริการ หรือที่เรียกว่า Apple ID สามารถเผยแพร่รายการผ่าน iTunes Store ได้ฟรี และผู้ฟังสามารถรับฟังได้ฟรีเช่นกัน โดยหาก

ผู้ใช้งาน Upload ไฟล์เสียงแล้วเรียบร้อย ระบบจะทำการเผยแพร่ไปยัง Server ที่ดึงข้อมูลจาก iTunes ไปลงในแพลตฟอร์มของเว็บไซต์อื่น ๆ เช่น เว็บไซต์ PodBean, เว็บไซต์ Overcast ซึ่งผู้ให้บริการเหล่านั้นก็มีแอปพลิเคชันให้บริการเช่นกัน

3.2 ช่องทางในการประชาสัมพันธ์รายการ

- การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นวิธีที่รายการพอดแคสต์ในประเทศไทยเลือกใช้กันอย่างมาก ทั้งการใช้สื่อสังคมออนไลน์ Facebook Pages หรือ Twitter เนื่องจากเป็นช่องทางในการเข้าถึงผู้ฟังรายการเป้าหมายได้ง่าย ผู้จัดรายการพอดแคสต์รายการต่าง ๆ จะใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นช่องทางที่ตนเองถนัดและใช้งานเป็นหลัก อาทิ ผู้จัดรายการหลากหลายรายการเป็นผู้ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ Twitter ที่ตัวผู้จัดรายการเองมีผู้ติดตามจำนวนมาก ในการสื่อสารกับผู้ฟังรายการเป้าหมายที่เป็นผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ Twitter เช่นกัน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้คนทั่วไปเริ่มรู้จักรายการพอดแคสต์มากยิ่งขึ้น

- การสร้างเว็บไซต์ของรายการพอดแคสต์ บางรายการมีการสร้างเว็บไซต์ขึ้นมา อาทิ เว็บไซต์ Changkui.com, เว็บไซต์ The Standard Podcast, เว็บไซต์ WiTcast Thailand ที่เป็นช่องรายการที่มีเว็บไซต์อย่างเป็นทางการและมีลักษณะการแบ่งหมวดหมู่รายการต่าง ๆ ที่ชัดเจน ทำให้ผู้ฟังรายการสามารถเข้าถึงเนื้อหารายการได้อย่างง่ายดาย สามารถสืบค้นเนื้อหาย้อนหลังต่าง ๆ ในการรับฟังได้โดยสะดวก และมีการเขียนอธิบายเนื้อหารายการตอนต่าง ๆ (Description) เพื่อให้ผู้ฟังสามารถอ่านเนื้อหาโดยสรุปก่อนการตัดสินใจเปิดรับฟังหรือมีการนำภาพต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่สื่อสารมาลงเพิ่มเติมในเว็บไซต์ เป็นการประกอบคำอธิบายจากเนื้อหารายการที่พูดสื่อสารไป

3.3 การสำรวจความนิยม

สามารถใช้วิธีเบื้องต้นได้ด้วยการดูจากยอดผู้กดเล่นไฟล์เสียงนั้น ๆ (Views) ในแพลตฟอร์มของผู้ให้บริการไฟล์เสียงพอดแคสต์ ซึ่งจะมีการแสดงยอดผู้ฟังรวม

และในรายละเอียดปลีกย่อยต่าง ๆ ที่เป็นข้อมูลเบื้องต้นที่สามารถเห็นได้เฉพาะผู้ที่ทำการเผยแพร่รายการ (Insight) เช่น อายุของผู้ฟังรายการ ตำแหน่งที่อยู่ของผู้ที่เปิดรับฟังรายการ หรือสามารถตรวจสอบยอดการดาวน์โหลดรายการ การติดอันดับความนิยม (Top Charts) ในแอปพลิเคชัน Podcasts เป็นต้น อีกส่วนหนึ่งของการสำรวจความนิยมรายการ คือการดูผลตอบรับจากผู้ฟังรายการ (Feedback) ที่พูดถึงรายการ โดยผู้ผลิตรายการพอดแคสต์จะใช้วิธีตรวจสอบจากผู้ที่มาแสดงความคิดเห็นในสื่อสังคมออนไลน์ของรายการ จำนวนผู้ที่แชร์โพสต์ของรายการ โดยวิธีที่นิยมใช้กันอย่างมากในกลุ่มผู้จัดรายการพอดแคสต์ในประเทศไทย คือ การใช้ Hashtags สำหรับรายการที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ Twitter เพื่อเป็นการแบ่งหมวดหมู่ของผู้ที่พูดถึงรายการได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

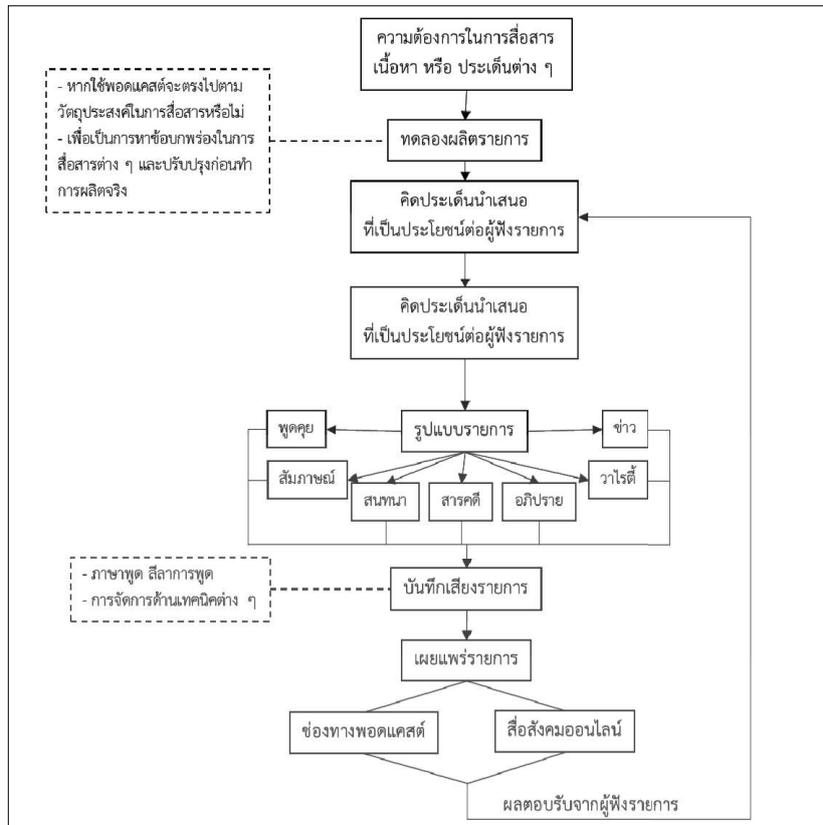
ผลการวิจัยทำให้ค้นพบแนวทางการผลิตรายการกระจายเสียงผ่านรูปแบบรายการพอดแคสต์ ด้วยกระบวนการผลิตที่ไม่ได้มีอะไรที่ซับซ้อนมากจนเกินไปนัก การริเริ่มใช้ช่องทางพอดแคสต์ ถือเป็นสื่อทางเลือกที่มีความเหมาะสม ดังที่ผู้ผลิตรายการพอดแคสต์ปัจจุบันในประเทศไทย ต่างก็เป็นผู้ที่มีความต้องการนำเสนอเนื้อหาหรือมีความต้องการสื่อสารประเด็นต่าง ๆ เพื่อให้เนื้อหาสารที่ต้องการสื่อสารนั้นไปสู่ผู้รับสาร ด้วยรูปแบบที่มอบอสิระให้กับผู้ผลิตรายการ ในการสามารถจัดการเนื้อหารายการรูปแบบรายการ อารมณ์ของรายการ ความยาวของรายการ และส่วนประกอบอื่น ๆ ของรายการได้อย่างอิสระ ตามแบบที่บุคคลนั้น ๆ มีความต้องการด้วยคุณลักษณะของรายการพอดแคสต์ที่เป็นสื่อดิจิทัลสมัยใหม่ และด้วยรูปแบบที่เปิดโอกาสให้บุคคลใดก็ได้สามารถเป็นผู้ผลิตรายการได้ เป็นเหตุผลที่ทำให้ ผู้ผลิตรายการต่างมีความสนใจ และเริ่มทำการผลิตรายการพอดแคสต์ด้วยตนเอง

การผลิตรายการพอดแคสต์จำเป็นต้องพึ่งพาองค์ความรู้ของการออกแบบเนื้อหาสาร โดยสามารถอธิบายได้ด้วย แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเนื้อหาสาร (Message

Design) ผู้ผลิตรายการต่างจำเป็นต้องมีทักษะในการสร้างสรรค์ โดยที่อาจมีทักษะการนำเสนอที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งแนวคิดดังกล่าวได้ให้ความสำคัญต่อการสื่อสารเนื้อหาไปสู่ผู้รับสาร ผู้ผลิตสื่อประเภทต่าง ๆ จำเป็นต้องมีความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ สอดคล้องกับ เจษฎากร หอมกลิ่น (2559) ที่ได้นำเสนอเกี่ยวกับแนวคิดดังกล่าวในงานวิจัยเกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์ โดยในงานวิจัยดังกล่าว มีการอธิบายถึงความสำคัญของผู้ผลิตรายการต่อกระบวนการคิด และการสร้างสรรค์ของรายการที่ได้นำเสนอออกไปต่อผู้รับสื่อ

แต่หากพิจารณาถึงผลการวิจัยนี้ในด้านที่มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตรายการ สามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดเกี่ยวกับรายการและการผลิตรายการ (Programme Production) ที่เป็นแนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการสำหรับรายการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ ซึ่งในการผลิตรายการพอดแคสต์นั้น มีกระบวนการผลิตที่สอดคล้องกับแนวคิดดังกล่าว ด้วยรูปแบบของรายการและส่วนประกอบต่าง ๆ ของรายการที่มีวิธีการไม่แตกต่างกันมากนัก โดยหากอ้างอิงจากคำอธิบายของ สุมณ อยู่สิน (2543) ที่การผลิตรายการจะมีขั้นตอนประกอบย่อยต่าง ๆ ที่สามารถสรุปได้ขั้นตอนใหญ่ได้ 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นตอนเตรียมการก่อนผลิต (Pre-Production) 2) ขั้นตอนการผลิต (Production) 3) ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) ซึ่งจาก 3 ขั้นตอนดังกล่าว มีความสอดคล้องกับกระบวนการผลิตรายการทั้ง 3 ขั้นตอนของการผลิตรายการพอดแคสต์ในผลการวิจัยครั้งนี้ โดยผลการวิจัยดังกล่าวมีความสอดคล้องกับกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์จากงานวิจัยของ กระรัตพลอย ถ้ำแก้ว (2558)

โดยผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำเสนอแนวทางการผลิตรายการพอดแคสต์สำหรับผู้ผลิตรายการโดยทั่วไป โดยผู้วิจัยได้สรุปและนำเสนอออกมาเป็นแผนภาพได้เป็นกระบวนการดังนี้



ข้อเสนอแนะ

1) การผลิตสื่อดิจิทัลประเภทพอดแคสต์เหมาะสมกับผู้ที่มีความต้องการในการสื่อสารเนื้อหาหรือประเด็นใด ๆ ก็ตามที่มีความต้องการจะนำเสนอ ดังนั้นด้วยความง่ายของการผลิตสื่อชนิดนี้ ที่ถือเป็นสื่อทางเลือกประเภทหนึ่งในปัจจุบัน ผู้มีความต้องการในการสื่อสารเนื้อหาต่าง ๆ สามารถลงมือปฏิบัติได้ทันที ด้วยอุปกรณ์บันทึกเสียงที่มีถือเป็นการทดลองว่าตนเองสามารถเป็นนักสื่อสารด้วยเสียงได้หรือไม่ หากพบว่าการสื่อสารด้วยเสียงในรูปแบบนี้ตรงกับวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร สามารถทำการผลิตรายการออกมาเป็นรายการกระจายเสียงผ่านรูปแบบรายการพอดแคสต์ได้อย่างเต็มที่ ในระบบที่อนุญาตให้ผู้ใช้สามารถอัปโหลดไฟล์เสียงโดยไม่มีจำกัดข้อมูล

การพัฒนาารูปแบบต่าง ๆ ของการผลิตสื่อในปัจจุบันหรือการผลิตสื่อในบริบทสื่อดิจิทัลสมัยใหม่ ทำให้ข้อจำกัดต่าง ๆ ในการผลิตสื่อค่อยลดลง เมื่อเทียบกับการผลิตสื่อ

เพื่อสื่อสารกับผู้รับสื่อในอดีต ถือเป็นข้อดีหากผู้รับสื่อ หรือผู้รับสาร มีความต้องการเปลี่ยนแปลงตนเองเป็นผู้ผลิตสื่อหรือผู้ส่งสาร และเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการผลิตสื่อชนิดนี้ ควรมีความใส่ใจด้านคุณภาพ ทั้งคุณภาพของเนื้อหาที่นำเสนอ และคุณภาพในเชิงเทคนิคที่ได้นำเสนอออกมา เพื่อให้เกิดมีผู้ฟังหรือผู้รับสื่อมาติดตามรับฟังรายการที่ได้นำเสนอออกไปอย่างยั่งยืนมากที่สุด

2) ผู้ผลิตสื่อในสื่อแบบดั้งเดิม หรือผู้ผลิตรายการในสื่อดั้งเดิม ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ควรมีการปรับตัวและเปิดรับการเติบโตของสื่อประเภทพอดแคสต์ อย่างเช่นสำนักสื่อในต่างประเทศที่มีการเพิ่มหมวดเนื้อหาพอดแคสต์เพื่อตอบสนองกับความต้องการของผู้รับสื่อ การปรับตัวในลักษณะนี้จะช่วยให้สำนักสื่อต่าง ๆ สามารถนำเสนอเนื้อหาต่าง ๆ ได้โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องช่องทางการนำเสนอที่ผู้รับสื่อยังสามารถเปิดรับเนื้อหาสารที่ผู้ส่งสารได้นำเสนอได้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- กะรัตพลอย ถ้ำแก้ว และสุกัญญา สมไพบูลย์. (2558). กระบวนการผลิต การนำเสนอ และการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ ในรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์. *วารสารนิเทศศาสตร์*, 33(2), 71-90.
- เจษฎากร หอมกลิ่น และสุกัญญา สมไพบูลย์. (2559). การสื่อสารวิทยาศาสตร์ในรายการ “เมกาเคลเวอร์ ฉลาดสุด ๆ.” *วารสารนิเทศศาสตร์*, 34(1), 45-60.
- โตมร สุขปรีชา. (2561). *Podcasts 2018*. สืบค้นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2561, จาก <https://bit.ly/2v3cbVv>
- สุนน อยู่สิน. (2543). แนวคิดในการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง หน่วยที่ 1-7*. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อานวัฒน์ บุตรจันทร์. (2552). ผลของการสอนเสริมด้วยพอดคาสต์โดยใช้กลวิธีในการกำกับตนเอง ในรายวิชาการผลิตสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อการศึกษาที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการกำกับตนเอง ของนิสิตระดับปริญญาบัณฑิต (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย). <https://doi.org/10.14457/CU.the.2009.603>
- Brand Buffet. (2561). *สถิติผู้ใช้ดิจิทัลทั่วโลก “ไทย” เสพติดเน็ตมากสุดในโลก-“กรุงเทพ” เมืองผู้ใช้ Facebook สูงสุด*. สืบค้นเมื่อ 9 เมษายน 2561, จาก <https://bit.ly/2HeSjtW>

ภาษาอังกฤษ

- Edison Research and Triton Digital. (2017). *THE PODCAST CONSUMER 2017 #PodCon17*. Retrieved from <https://bit.ly/2rkxgEI>
- Hammersley, B. (2004). *Audible revolution*. Retrieved from <https://bit.ly/2CKgCqS>
- The Nielson Company. (2017). *Nielson Podcast Insights: A Marketer’s Guide to Podcasting (Q3 2017)*. Retrieved from <https://bit.ly/2yKpqpF>
- Watson, S. (2005). *How Podcasting Works*. Retrieved from <https://bit.ly/2xMrYte>