

การรู้เท่ากันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังรายการพอดแคสต์

DIGITAL LITERACY OF PODCAST AUDIENCE

ปวารัตน์ ระเวง
พนน คลีเดีย

Abstract

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

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

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

Keywords : Digital Media Literacy, Podcast

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มุ่งอธิบายความเหมาะสมของเนื้อหารายการพอดแคสต์และอธิบายการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลในรายการพอดแคสต์ โดยใช้ระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพดำเนินการวิจัยด้วยการวิเคราะห์เนื้อหารายการพอดแคสต์ประเภทไฟล์เสียงภาษาไทย กลุ่มเลือกจากกลุ่มรายการพอดแคสต์ในช่วงเดือนธันวาคม 2560 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2561 รวมจำนวนรายการที่นำมารวบรวม 104 ตอน จำนวนนี้ดำเนินการสนทนากลุ่มผู้ฟังรายการพอดแคสต์จำนวน 4 กลุ่ม ได้แก่ วัยทำงานชายและหญิง และนักเรียนมัธยมชายและหญิง กลุ่มละ 6-7 คน

ผลการวิจัย ด้านการใช้ภาษา พบว่า มีเนื้อหารายการที่อาจทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ไม่เหมาะสมในเรื่องการใช้ภาษาในรายการสนทนา ด้านพฤติกรรมและความรุนแรง พบว่า มีเนื้อหารายการที่อาจนำไปสู่ความรุนแรงและอันตราย โดยแทรกเป็นส่วนประกอบของรายการ และเรื่องทางเพศ พบในบทสนทนาหรือคำพูดที่สร้างค่านิยมเรื่องเพศที่ไม่เหมาะสมปราศจากอยู่ รวมถึงเนื้อหาทางเพศที่ล่อแหลม

สำหรับการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังรายการพอดแคสต์ พบว่า กลุ่มวัยทำงานและกลุ่มนักเรียนมัธยม มีความสามารถในการเข้าถึงพอดแคสต์สูง สามารถควบคุมการใช้งานได้ด้วยตนเอง มีความสามารถในการทำความเข้าใจและใช้ความคิดในการวิเคราะห์สื่อ และ มุ่งมองการผลิตเนื้อหาของผู้ผลิตได้ดี สามารถวิเคราะห์และประเมินข้อดีข้อเสีย คุณค่าและประโยชน์ รวมถึงโทษภัยอันตรายของเนื้อหารายการที่แฝงเรื่องธุรกิจการค้า และเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในเรื่องพฤติกรรมและความรุนแรง เรื่องทางเพศ และการใช้ภาษา อย่างไรก็ตาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะของการคล้อยไปตามที่สื่อกำหนด โดยมีการให้เหตุผลประกอบการกระทำที่คล้อยตามเนื้อหานั้น

คำสำคัญ : การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล, พอดแคสต์

บทนำ

ในยุคที่ “สื่อใหม่” เข้ามารีบบทบาทกับวิถีชีวิตริโภค ในปัจจุบัน ผู้ผลิตสื่อแพร่ภาพกระจายเสียงแบบดั้งเดิม อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ หรือแม้แต่สื่อวิทยุ ต่างมีการปรับตัวเพื่อให้สอดรับกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อที่เปลี่ยนไป ด้วยการนำเนื้อหารายการมาเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ ด้วยการอาศัยเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในการส่งเนื้อหาไปสู่ผู้บริโภค ผู้บริโภคจะสามารถเข้าถึงเนื้อหารายการที่ต้องการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และง่ายดาย ซึ่งสอดคล้องตามรายงานผลการดำเนินงานประจำปี 2559 คณะกรรมการ กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (2560) รายงานสภาพตลาดกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ว่า พฤติกรรมการรับสื่อของผู้บริโภค มีการเข้าถึงสื่อผ่านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์แบบพกพามากขึ้น เพื่อเปิดรับสื่อออนไลน์แทนที่การรับชมรายการผ่านเครื่องรับโทรทัศน์แบบดั้งเดิม โดยการให้บริการ เว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันที่ทำหน้าที่ส่งเนื้อหารายการไปยังผู้รับบริการผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตตรงกับคำจำกัดความของคำว่า “การให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ผ่านเครื่องข่ายอินเทอร์เน็ต” หรือ “บริการอ็อฟท็อป” (Over the Top: OTT) ตามที่คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) กำหนด

พอดแคสต์ (Podcast) เป็นอีกหนึ่งบริการโอลีฟีทีที่ที่แสดงให้เห็นถึงการปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการวิทยุแบบดั้งเดิมสู่การกระจายเสียงบนโลกออนไลน์ มีลักษณะการให้บริการคล้ายสถานีวิทยุส่วนตัว มีผู้ดำเนินรายการนำเสนอนิยามรายการในลักษณะการพูดคุย เล่าเรื่องบรรยาย เนื้อหาต่าง ๆ โดยในพอดแคสต์ 1 ช่อง อาจมีหลายรายการ หรือมีรายการเดียวแต่แบ่งการนำเสนอเป็นตอน (Episode) ได้ ซึ่งผู้รับบริการพอดแคสต์สามารถเลือกฟังเนื้อหารายการได้ทุกที่ทุกเวลาตามความต้องการและความสะดวกของตนเอง เพียงมีอุปกรณ์ที่รองรับสัญญาณอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ผู้รับบริการสามารถกดสมัครเพื่อรับ

ตอนใหม่ได้โดยอัตโนมัติ โดยลักษณะเด่นของการนำเสนอรายการที่เป็นสื่อเสียง ผู้บริโภคจึงสามารถรับฟังรายการพอดแคสต์โดยไม่ต้องใช้การจดจ่อมากนัก และยังสามารถรับฟังในขณะทากิจกรรมอย่างอื่นร่วมไปด้วยได้ ข้อมูลล่าสุดจาก บริษัท แอปเปิล จำกัด เปิดเผยว่าได้ติดตั้งพอดแคสต์ เป็นแอปพลิเคชันหลักของผลิตภัณฑ์ในเครือของแอปเปิล ที่ใช้งานผ่าน ระบบ iOS ทั้งหมด ทำให้ผู้บริโภคที่ใช้งาน ผลิตภัณฑ์แอปเปิลซึ่งมีจำนวนกว่า 1,300,000,000 เครื่อง ทั่วโลก (ข้อมูล ณ วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2561) สามารถรับฟัง พอดแคสต์ได้ทันทีโดยไม่ต้องดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน เพิ่มเติม

พอดแคสต์ (Podcast) จึงนับเป็นอีกหนึ่งทางเลือก ให้กับผู้ผลิtn เนื้อหารายการที่จะใช้เป็นช่องทางเพื่อส่งเนื้อหา รายการไปยังผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม หากผู้ผลิtn เนื้อหาอาศัย ช่องทางพอดแคสต์ในการแพร่ภาพหรือกระจายเสียง โดยมีการແงในเรื่องธุรกิจการค้า หรือมีการนำเสนอเนื้อหา ที่มีการสอดแทรกพูดคุยและความรุนแรง การใช้ภาษา และเรื่องเพศที่ไม่เหมาะสม อาจส่งผลกระทบ หรือเกิด การเรียนรู้ที่ไม่เหมาะสมจากเนื้อหารายการของเด็กและ เยาวชนที่ยังไม่มีภูมิคุ้มกันในการรับสื่อ สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ชนัญสรา อรพน ณ อุยุธยา (2556) ซึ่งเห็นว่า เนื้อหารายการที่อาจเป็นภัยในกิจกรรมทางเด็กนั้นที่มีความเสี่ยง จะเกิดผลกระทบในเชิงลบต่ออารมณ์ ความคิด และการใช้ เหตุผลของเด็กและเยาวชนที่ได้รับ โดยมีข้อเขตที่เป็น สถาลที่ต้องกำกับดูแล ได้แก่ เพศ ความรุนแรง การใช้ภาษา หยาบคายและการเลือกปฏิบัติ

สิ่งที่น่ากังวล คือ ปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีมาตรการ ในการกำกับดูแลเนื้อหารายการที่ออกอากาศผ่านสื่อดิจิทัล หรือบริการโอดิที รวมถึงในพอดแคสต์ที่อาจมีการ นำเสนอรายการไม่เหมาะสมกับเด็กและเยาวชน ซึ่งจาก งานวิจัยของ มรรยาท อัครจันทร์ชิต (2556) กล่าวถึงสื่อ ที่ให้ข้อมูลผ่านทางเสียงว่า การฟังเพียงอย่างเดียวสามารถ กระตุ้นพัฒนาการทางความคิด และสร้างจินตนาการได้ดี กว่าสื่ออื่น ๆ ดังนั้น “การรู้เท่าทันสื่อ” จึงเป็นอีกทักษะที่ จำเป็นของผู้บริโภคสื่อในปัจจุบัน เพื่อใช้เป็นเกราะป้องกัน

ตัวเองในการสื่อสารและรับข้อมูลข่าวสารอย่าง恰ตถ รู้เท่าทัน และไม่คล้อยตามสิ่งที่สื่อนำเสนอได้ด้วย โดยงานวิจัย ของ พนม คลี่จิรา (2559) ได้กำหนดนิยามและกรอบการตัด การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลเอาไว้ว่า การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการเข้าถึงและรับข้อมูล ข่าวสารจากสื่อดิจิทัลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ความสามารถ ของบุคคลในการตระหนักรู้โดยใช้ความรู้ต่าง ๆ เพื่อ ทำความเข้าใจ วิเคราะห์ ประเมิน และวิพากษ์เนื้อหา จากสื่อดิจิทัล แล้วจัดเก็บเนื้อหาเหล่านั้นด้วยตนเอง โดยไม่ หลงเชื่อ รับรู้ คิด หรือมีพฤติกรรมเป็นไปตามที่สื่อดิจิทัล กำหนด และสะสมเป็นความรู้เพื่อนำไปสู่พฤติกรรม และ พัฒนาจันเกิดความเคยชิน และเป็นนิสัยการใช้และ ตอบสนองต่อสื่อดิจิทัล โดยไม่หลงไปตามที่สื่อชี้นำ สอดคล้องกับ ราม เข็มสถาปนศิริ (2554) ที่กล่าวว่า หากผู้รับสารเป็นผู้ที่มีความรู้เท่าทันสื่อจะมีวิธีการจัดการ กับสื่อและเนื้อหาต่าง ๆ ที่มีมากมาย และสามารถต่อรอง กับด้านลบและนำด้านบวกจากสื่อมาใช้งานได้

งานวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาความเหมาะสมของเนื้อหา รายการพอดแคสต์ในด้านพุติกรรมและความรุนแรง การใช้ภาษา และเรื่องเพศ เพื่อจะได้ข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหา รายการพอดแคสต์ที่แท้จริง รวมถึงอธิบายทักษะการรู้เท่าทัน สื่อดิจิทัลของกลุ่มผู้ฟังรายการพอดแคสต์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ ต่อการหาแนวทางการกำกับดูแลเนื้อหารายการพอดแคสต์ ซึ่งเป็นบริการโอดิทีที่ในประเทศไทยอย่างมีประสิทธิภาพ ต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่ออธิบายประเภทการให้บริการโอดิทีที่ของรายการ พอดแคสต์ ประเภทรายการพอดแคสต์ และรูปแบบ รายการพอดแคสต์

2. เพื่ออธิบาย ความเหมาะสม ของเนื้อหา ด้านพุติกรรมและความรุนแรง ด้านการใช้ภาษา และเรื่อง ทางเพศในรายการพอดแคสต์

3. เพื่ออธิบายการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลในรายการ พอดแคสต์ของผู้ฟังรายการ

การอนุมัติคุณค่าทางการค้า

แนวคิดเกี่ยวกับพอดแคสต์

บริษัท แอปเปิล จำกัด ได้ให้นิยาม พอดแครสต์ หมายถึง รายการที่สามารถรับชมและรับฟังตอนต่อๆ กัน ได้ทาง อินเทอร์เน็ต โดยปกติจะเป็นเทปบันทึกเสียงหรือวิดีโอ ตันฉบับ แต่ในบางครั้งก็อาจเป็นเทปบันทึกรายการโทรทัศน์ หรือรายการวิทยุที่ออกอากาศจริง การบรรยาย การแสดง หรือการแสดงอื่นๆ (Event) สอดคล้องกับพจนานุกรม อ็อกซ์ฟอร์ด อเมริกัน (Oxford American) พ.ศ. 2561 ให้ ความหมาย พอดแครสต์ หมายถึง ไฟล์เสียงในระบบดิจิทัล ที่ให้บริการบนอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้บริการสามารถดาวน์โหลด พอดแครสต์ เพื่อรับฟังทางคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์มือถือ และสามารถรับตอนใหม่ได้โดยอัตโนมัติ เมื่อคัดลอกมัคคุร รับบริการ

พอดแคสต์ มีลักษณะการให้บริการคล้ายสถานีวิทยุ ส่วนตัว ผู้รับบริการสามารถเลือกรับฟังเนื้อหารายการ ได้ตามความสนใจของตนเองได้ทั้งแบบออนไลน์ และแบบออฟไลน์ โดยการดาวน์โหลดไฟล์พอดแคสต์เข้ามาเก็บไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ หรือโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน หรือรับฟังผ่านเว็บเบราว์เซอร์ หรือแอปพลิเคชันที่รองรับ โดยในพอดแคสต์ 1 ช่อง อาจมีหลายรายการ หรือมีรายการเดียวแต่แบ่งการนำเสนอเป็นตอน (Episode) ที่ได้

พอดแคสต์ (Podcast) เกิดขึ้นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2004 (พ.ศ. 2547) โดยบริษัท แอปเปิล จำกัด ทำการเปิดตัวพอดแคสต์ให้ผู้รับบริการสามารถฟังพอดแคสต์ได้ผ่านแอปพลิเคชัน iTunes อย่างไรก็ตาม ปัจจุบัน บริษัท แอปเปิล จำกัด ได้ตัดตั้งพอดแคสต์เป็นแอปพลิเคชัน หลักของผลิตภัณฑ์ในเครือของแอปเปิลที่ใช้งานผ่านระบบ iOS ทั้งหมด โดยปัจจุบันมีผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์แอปเปิลจำนวนกว่า 1,300,000,000 เครื่องทั่วโลก (ข้อมูล ณ วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2561)

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดระดับความหมายสุน

การจัดระดับความเหมาะสมของสื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อโทรทัศน์ เป็นมาตรการสำคัญที่สนับสนุนให้รายการ

๗ ๗ ๗ ผลิตเนื้อหาเพื่อการส่งเสริมการศึกษาและเรียนรู้ให้กับเด็ก และเยาวชน รวมถึงยังเป็นเครื่องมือในการปกป้องเด็กและเยาวชนจากการบุกรุกสื่อที่ไม่เหมาะสมกับวัย โดยปัจจุบันมีสำนักงาน กสทช. ทำหน้าที่ในการกำกับดูแลสื่อวิทยุและโทรทัศน์ โดยมีการออกประกาศหลักเกณฑ์ต่าง ๆ เพื่อควบคุมเนื้อหารายการโทรทัศน์และวิทยุที่ไม่เหมาะสมแก่เด็กและเยาวชนที่เป็นกลุ่มที่อ่อนไหวต่อการปิดรับสื่อมวลชน ได้แก่ “ประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกิจกรรมกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556” และ “ประกาศ สำนักงาน กสทช. เรื่อง แนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์” โดยหนึ่งในหลักเกณฑ์การพิจารณา ระดับความเหมาะสมของรายการ คือ พิจารณาจากเนื้อหา ที่ควรมีการจำกัด โดยจะพิจารณาจากภาพ เสียง และเนื้อหาในรายการ ประกอบกับเจตนาในการผลิต และการจัดทำวัตถุประสงค์และวิธีการในการนำเสนอภาพ หรือเสียง น้ำหนักของการดำเนินเรื่อง รวมทั้ง มุกกล้อของ การถ่ายทำ ที่ทำให้ผู้ชมรับรู้ในทางที่ไม่เหมาะสม และอาจมีผลต่อการพัฒนาค่านิยมและพฤติกรรมในด้านลบ โดยพิจารณาใน 3 ประเด็น คือ 1. พฤติกรรมและความรุนแรง 2. เรื่องทางเพศ และ 3. ภาษา ดังนั้น การวิจัยในครั้งนี้ จึงจะนำหลักการพิจารณาความเหมาะสมตาม “ประกาศ สำนักงาน กสทช. เรื่อง แนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ตามประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556” มาใช้เทียบเคียงกับการพิจารณาความเหมาะสมของเนื้อหารายการพอดแคสต์ในด้านพฤติกรรมและความรุนแรง เรื่องทางเพศ และการใช้ภาษา

แนวคิดการรู้เท่ากันสื่อดิจิทัล

Silverblatt (1995) ให้ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ
หมายถึง ความสามารถในการเลือกและทำความเข้าใจ
จากการตีความเนื้อหา รูปแบบ ผลกรอบ อุตสาหกรรม
และการผลิตเนื้อหา โดยบุคคลสามารถตั้งคำถาม ประเมินผล
สร้างสรรค์และผลิตสื่อได้อย่างรอบคอบต่อสื่อที่รับ ซึ่งมี
5 องค์ประกอบดังนี้

1. ตระหนักรู้ถึงผลกระทบของสื่อที่มีต่อบุคคลและสังคม ซึ่งการตระหนักรู้นี้จะช่วยย้ำเตือนถึงการเปลี่ยนแปลงทางความคิดและการกระทำเป็นผู้มาจากสื่อ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อและส่งเสริมทักษะความคิดในการตอบสนองต่อเนื้อหาในสื่อด้วยตนเองโดยไม่หลงเชื่อไปตามสื่อโดยง่าย

2. ความเข้าใจต่อกระบวนการผลิตเนื้อหาในสื่อ การเผยแพร่เนื้อหา และการตีความจากกระบวนการของสื่อ

3. การพัฒนาศักยภาพเพื่อวิเคราะห์ และอภิปรายเนื้อหาในสื่อเพื่อให้บุคคลสามารถตีความหมายของสื่อได้โดยรู้เท่าทัน

4. การตระหนักรู้ถึงเนื้อหาในสื่อที่สะท้อนให้เห็นถึงสังคม วัฒนธรรม และตัวตนของเราที่อยู่ในสังคม

5. การเพิ่มพูนความสนุกสนาน เพลิดเพลิน จะเกิดจากที่ตัวเราฝึกฝนการรู้เท่าทันสื่ออยู่ตลอดเวลา จะทำให้เราเข้าใจเนื้อหาในสื่อและขึ้นขอบเนื้อหาที่ดีในสื่อได้

สอดคล้องกับที่ Livingstone (2004) กล่าวถึงการรู้เท่าทันสื่อด้วยเฉพาะสื่อออนไลน์ หมายถึง การเข้าถึงการวิเคราะห์ การประเมิน รวมถึงการสร้างสรรค์และผลิตข้อความในบริบทต่าง ๆ และที่ Potter (2005) กล่าวถึงภาพรวมของการรู้เท่าทันสื่อ ว่าเป็นมุมมองของแต่ละบุคคลที่จะใช้เปิดรับสื่อและตีความจากเนื้อหาในสื่อ โดยมุ่งมองของแต่ละบุคคลจะมาจากความรู้พื้นฐานที่แต่ละคนมี ซึ่งต้องใช้ทักษะและข้อมูลข่าวสารในสื่อประกอบกับข่าวสารจากความเป็นจริง เพื่อใช้สื่อสารด้วยความตระหนักรู้ต่อเนื้อหาและตอบสนองต่อเนื้อหาอย่างมีสติและรู้เท่าทัน

นอกจากนี้ พนม คลี่ฉايا (2559) ได้กำหนดนิยามและกรอบการวัดการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลเอาไว้ว่า การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการเข้าถึงและรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อดิจิทัลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ความสามารถของบุคคลในการตระหนักรู้โดยใช้ความรู้ต่าง ๆ เพื่อทำความเข้าใจ วิเคราะห์ ประเมิน และวิพากษ์เนื้อหาจากสื่อดิจิทัล และจัดเก็บเนื้อหาเหล่านั้นด้วยตนเอง โดยไม่หลงเชื่อ รับรู้ คิด หรือมีพฤติกรรมเป็นไปตามที่สื่อดิจิทัล

กำหนด และสะท้อนความรู้ที่นำไปสู่พัฒนารูปแบบ และพัฒนาจิตความคิดเชิงชั้น และเป็นมิสัยการใช้และตอบสนองต่อสื่อดิจิทัล โดยไม่หลงไปตามที่สื่อชี้นำ โดยสามารถวัดได้จากความสามารถของบุคคล 4 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ 1 ความสามารถในการเข้าถึงสื่อดิจิทัล ด้านที่ 2 ความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาสื่อดิจิทัล ด้านที่ 3 ความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินเนื้อหาสื่อดิจิทัล ด้านที่ 4 การมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหาสื่อดิจิทัล

ดังนั้น การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แนวคิด งานวิจัย และกรอบการวัดการรู้เท่าทันเนื้อหาสื่อดิจิทัลของ พนنم คลี่ฉايا (2559) มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยการรู้เท่าทันเนื้อหาของผู้ฟังรายการบนพอดแคสต์ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดนิยาม การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลในรายการพอดแคสต์ของผู้ฟังหมายถึง ความสามารถของบุคคลในการเข้าถึงและเปิดรับเนื้อหาในสื่อพอดแคสต์ สามารถทำความเข้าใจเนื้อหาอย่างแจ่มชัดทั้งความหมายโดยตรงและโดยนัย สามารถวิเคราะห์และประเมินผลกระทบด้านดีและความเสี่ยงภัยจากเนื้อหา มีความตระหนักรู้โดยไม่หลงเชื่อ คิด หรือแสดงพฤติกรรมไปตามที่สื่อกำหนด และสามารถพัฒนาจนเป็นความคิดเชิงชั้นในการตอบสนองต่อเนื้อหาโดยไม่หลงรับรู้ไปตามสื่อ ซึ่งสามารถวัดได้ 4 ด้าน ได้แก่

1. ด้านความสามารถในการเข้าถึงพอดแคสต์ หมายถึง ความสามารถในการเปิดรับและเข้าถึงเนื้อหา สามารถควบคุมการใช้งาน สามารถค้นหาเนื้อหา สามารถเข้าถึงข้อมูล และนำมามาใช้ในงานของตนเองได้

2. ด้านความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหา พอดแคสต์ หมายถึง ความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหา สามารถใช้ความคิดในเชิงวิพากษ์เพื่ออธิบายถึงคุณภาพ ความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือของเนื้อหาหรือมุ่งมองของผู้ผลิตเนื้อหา สามารถทำความเข้าใจเนื้อหาอย่างแจ่มชัดทั้งทางตรงและโดยนัย เข้าใจหน้าที่ของภาษาที่ใช้ในสื่อ เข้าใจว่าเนื้อหาที่ผลิตขึ้นมีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง และตระหนักรู้ว่าสื่อสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายและเลือกส่งเนื้อหาไปยังกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มได้

3. ด้านความสามารถในการวิเคราะห์และประเมิน

มุ่งมองหรือเนื้อหาที่จะใจลึกไว้ หมายถึง ความสามารถในการประเมินผลกรอบด้านตี่ และด้านความเสี่ยงภัยของเนื้อหาในเรื่องธุรกิจการค้า เรื่องพฤติกรรมและความรุนแรง เรื่องทางเพศ และการใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม โดยสามารถนำหลักความรับผิดชอบและจริยธรรมไปจัดการกับเนื้อหาได้

4. ด้านการมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหา พอดแคสต์ หมายถึง การไม่หลงรับรู้หรือเชื่อไปตามที่สื่อกำหนด และไม่แสดงพฤติกรรมไปตามที่สื่อกำหนด สามารถพัฒนาจนเป็นความเคยชินหรือสร้างเป็นประสบการณ์ชีวิตในการตอบสนองต่อเนื้อหาโดยไม่หลงรับรู้ไปตามสื่อ

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่ออธิบายประเภทการให้บริการใดที่ทิ้งของพอดแคสต์ ประเภทการพอดแคสต์ รูปแบบรายการพอดแคสต์ และความเหมาะสมของเนื้อหารายการพอดแคสต์ จำนวนนี้ทำการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่ออธิบายการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลในรายการพอดแคสต์ของผู้ฟัง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาร่วมกับการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ด้วยการสุ่มเลือกรายการพอดแคสต์ประเภทไฟล์เสียง (Audio) ภาษาไทย ระหว่างเดือนธันวาคม 2560 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2561 จากแอปพลิเคชันพอดแคสต์บนโทรศัพท์มือถือสามารถท์ไฟล์ในระบบ iOS โดยเลือกพอดแคสต์ตามการจัดกลุ่มรายการ (Category) ซึ่งมีจำนวน 16 กลุ่มรายการ ใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกรายการพอดแคสต์ภาษาไทยที่ได้รับความนิยมสูงสุด 3 อันดับแรกของแต่ละกลุ่มรายการ ตามการจัดอันดับของพอดแคสต์ จำนวนนี้เลือกตอน (Episode) โดยสุ่มเลือกตอนของพอดแคสต์จำนวน 3 ตอน จากแต่ละพอดแคสต์ที่เลือกมา ก่อนหน้า โดยสุ่มด้วยวิธีการสุ่มแบบง่ายด้วยการจับฉลากเดือนละ 1 ตอน นับจาก

เดือนกุมภาพันธ์ 2561 ย้อนหลังไป 2 เดือน ทั้งนี้ หากในเดือนไหนไม่มีการออกอากาศ จะเลือกเดือนย้อนหลังถัดไปจนได้ครบตามจำนวนที่กำหนด รวมได้พอดแคสต์ที่จะนำมาศึกษาทั้งสิ้น 104 ตอน จากนั้นใช้ตารางลงรหัส (Coding Sheet) เป็นเครื่องมือในการวิจัยเพื่อใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหารายการโดยใช้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นหลักใช้จำนวนความถี่ ร้อยละ ของเนื้อหาที่ปรากฏ และใช้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นรองโดยนำตัวอย่างที่ปรากฏในรายการมาอธิบายประกอบการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

ผู้วิจัยวิเคราะห์เนื้อหารายการจากแก่นของเนื้อหา เป็นหลัก (Theme) เพื่อจัดกลุ่มแยกประเภทรายการ รูปแบบรายการ และความเหมาะสมของรายการในด้าน พฤติกรรมและความรุนแรง การใช้ภาษา และเนื้อหาเรื่องทางเพศ โดยยึดตามแนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการ สำหรับการให้บริการกิจกรรมกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 และในส่วนของความเหมาะสมในด้านการใช้ภาษา จะใช้หน่วยวิเคราะห์เป็นคำ (Word) ที่เข้าข่ายไม่เหมาะสม ตามนิยามความหมายของพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ร่วมด้วย

การสนทนากลุ่ม (Focus Group)

ผู้วิจัยใช้การสนทนากลุ่มกับผู้ที่เคยฟังรายการพอดแคสต์ และสมัครใจที่จะเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกผู้ฟังรายการพอดแคสต์ภาษาไทยโดยให้มีทั้งเพศหญิงและเพศชาย แบ่งเป็นจำนวน 4 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ 1. นักเรียนมัธยม เพศชายอายุ 13-18 ปี 2. นักเรียนมัธยมเพศหญิงอายุ 13-18 ปี 3. วัยทำงานเพศชายอายุ 23-35 ปี 4. วัยทำงานเพศหญิง อายุ 23-35 ปี กลุ่มละ 6-7 คน

จำนวนผู้วิจัยใช้วิธีการวัดความรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลจากความสามารถของบุคคล 4 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ 1 ความสามารถในการเข้าถึงสื่อดิจิทัล ด้านที่ 2 ความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาสื่อดิจิทัล ด้านที่ 3 ความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินเนื้อหาสื่อดิจิทัล ด้านที่ 4 ความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินเนื้อหาสื่อดิจิทัล

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เนื้อหารายการพอดแคสต์

ผู้จัดนำเสนอผลการวิเคราะห์เนื้อหารายการพอดแคสต์ จำนวน 104 ตอน ออกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ ประเภท การให้บริการโดยทีมของพอดแคสต์ ประเภทรายการพอดแคสต์ และรูปแบบรายการพอดแคสต์ โดยมีรายละเอียดแต่ละ ประเด็น ดังนี้

1.1 ประเภทการให้บริการโดยทีมของพอดแคสต์

การแบ่งประเภทตามเกณฑ์ผู้ให้บริการ พบว่า เป็นรายการพอดแคสต์ที่ผลิตโดยผู้ใช้บริการผลิตขึ้นเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.65 ซึ่งมีเจ้าของรายการ ในหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ รายการที่เจ้าของเป็นบุคคล ธรรมดា รายการที่เจ้าของเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง รายการที่เจ้าของเป็นกลุ่มบุคคล และ รายการที่ผลิตขึ้นโดย นิติบุคคลหรือบริษัท ต่อมาเป็นรายการพอดแคสต์ที่ผลิต โดยสื่อมวลชนดังเดิม คิดเป็นร้อยละ 16.35 โดยพบว่า เป็นการรวบรวมเนื้อหาที่ออกอากาศผ่านทางสถานีวิทยุ หรือวิทยุที่ออกอากาศผ่านทางอินเทอร์เน็ตและนำรายการ มาอัพโหลดและให้บริการบนพอดแคสต์ โดยมีทั้งผู้ผลิต จากสถานีวิทยุกระจายเสียงระหว่างประเทศ และผู้ผลิต จากสถานีวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย

การแบ่งประเภทตามเกณฑ์วิธีการหารายได้ พบว่า เป็นรายการพอดแคสต์แบบไม่หารายได้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.31 โดยมีจุดประสงค์ในการนำเสนอ คือ 1. เพื่อนำเสนอสิ่งที่ตนเองมีความสนใจ 2. เพื่อเพิ่มช่องทาง การเข้าถึงเนื้อหาขององค์กรหรือธุรกิจหลัก ต่อมา เป็นรายการพอดแคสต์ที่หารายได้จากการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 7.69 โดยมีรูปแบบการโฆษณาแบบ 1. สปอตโฆษณา 2. ผู้ดำเนินรายการ พูดแทรกระหว่างดำเนินรายการ

การแบ่งประเภทตามเกณฑ์เนื้อหา พบว่า เป็นรายการ พอดแคสต์ที่มีเนื้อหารำรับความสนใจเฉพาะกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 50.96 โดยเป็นรายการที่มีการนำเสนอเนื้อหา หรือ รายละเอียดเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น รายการรีวิว หนังสือ รายการเกี่ยวกับสถานีตีกิรรม รายการเกี่ยวกับ

การทำธุรกิจ รายการสอนภาษา รายการกีฬาเฉพาะทาง รายการธรรมะ รายการสำหรับผู้ที่สนใจศึกษาต่อหรือ ทำงานที่ต่างประเทศ รายการเกี่ยวกับการศึกษาปัจจุบัน ซึ่งพบว่า รายการที่นำเสนอเนื้อหารำรับความสนใจเฉพาะกลุ่มนี้ จะมีรูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการ ได้แก่ รายการที่ผู้ดำเนินรายการเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ อยู่แล้ว รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ที่มีประสบการณ์ในเรื่องนั้น ๆ และรายการสอนภาษา ต่อมา เป็นรายการพอดแคสต์ที่ให้บริการเนื้อหาที่เป็นที่สนใจ โดยทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 49.04 พบว่า เป็นรายการทั่วไป ที่ผู้ฟังทั่วไปสามารถรับฟังได้ โดยจะเป็นพอดแคสต์ที่ให้ความบันเทิง หรือเป็นพอดแคสต์ที่ให้สาระแต่วิธีการนำเสนอที่ไม่หนัก พังสาย ผ่อนคลาย เช่น การสนทนากับผู้ฟังอย่างเป็นกันเอง และพอดแคสต์ที่นำเสนอข่าวประจำวัน โดยนำเสนอหารายการมาจากสถานีวิทยุ กระจายเสียง

1.2 ประเภทรายการพอดแคสต์

พบว่า มีประเภทรายการให้ความรู้ความเข้าใจในการ พัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม จำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.46 รองลงมาเป็น ประเภทรายการบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 26.92 ประเภท รายการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 17.31 ประเภทรายการวิทยาศาสตร์และ สุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 7.69 ประเภทรายการกีฬา คิดเป็นร้อยละ 5.77 ประเภทรายการข่าว คิดเป็นร้อยละ 2.88 ประเภทรายการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการปกครอง ในระบบประชาธิปไตย คิดเป็นร้อยละ 0.96 ตามลำดับ

1.3 รูปแบบรายการพอดแคสต์

พบว่า มีรายการที่มีการนำเสนอโดยใช้การสนทนา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.31 รองลงมาใช้รูปแบบ การสัมภาษณ์ คิดเป็นร้อยละ 22.12 รูปแบบรายการที่มี ผู้ดำเนินรายการคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 12.50 รูปแบบ การบรรยาย คิดเป็นร้อยละ 9.62 รูปแบบการอภิปราย คิดเป็นร้อยละ 7.69 รูปแบบรายการข่าวและรูปแบบ รายการปกิณกะ คิดเป็นร้อยละ 2.88

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความเหมาะสมของเนื้อหาพอดแคสต์

ผลการวิเคราะห์เนื้อหารายการพอดแคสต์ จำนวน 104 ตอน เพื่อพิจารณาความเหมาะสมของรายการพอดแคสต์ใน 3 ประเด็น พบว่า มีรายการพอดแคสต์ที่มีเนื้อหามากไม่เหมาะสมตามเกณฑ์ด้านการใช้ภาษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.42 รองลงมาเป็นรายการพอดแคสต์ที่มีเนื้อหามากไม่เหมาะสมตามเกณฑ์ด้านพฤติกรรมและความรุนแรง คิดเป็นร้อยละ 19.23 และรายการพอดแคสต์ที่มีเนื้อหามากไม่เหมาะสมตามเกณฑ์เรื่องทางเพศ คิดเป็นร้อยละ 11.54 โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ ดังนี้

2.1 ด้านการใช้ภาษา

พบว่า เป็นรายการพอดแคสต์ที่มีเนื้อหามากไม่เหมาะสม ด้านการใช้ภาษาในประเด็นการใช้ภาษาและ หยาบคายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.08 รองลงมาเป็นประเด็นการใช้ภาษาล้อแหลม หมิ่นเหม่ สื่อความหมายเชิงลบ คิดเป็นร้อยละ 9.62 และประเด็นการใช้ภาษาถ้าร้าว รุนแรง ดูหมิ่น ลดthonศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้ฟัง คิดเป็นร้อยละ 6.73 ตามลำดับ โดยพบว่า ทุกรายการเป็นพอดแคสต์ที่ผลิตขึ้นโดยผู้ใช้บริการเอง นอกจากนี้ ยังพบการใช้คำสรพนาม “กู” “เมี๊ย” ในรายการที่ผู้ดำเนินรายการ มีความสนใจที่สุด หรือเป็นกลุ่มเพื่อนกัน หรือเพื่อการเพิ่มอรรถรสให้เนื้อหาที่กำลังนำเสนอ ซึ่งพบว่า มีการใช้สรพนามตั้งกล่าวต่อตลอดทั้งรายการจนเป็นเนื้อเดียวกับเนื้อหารายการ

2.2 ด้านพฤติกรรมและความรุนแรง

พบว่า เป็นรายการพอดแคสต์ที่มีเนื้อหามากไม่เหมาะสม ด้านพฤติกรรมและความรุนแรงในประเด็นการนำเสนอ การกระทำการผิดและเนื้อหาที่ขัดต่อศีลธรรม และความสงบสุขของสังคมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.58 รองลงมาเป็นประเด็นการนำเสนอความรุนแรงที่กระทำต่อตนเอง บุคคลอื่น สิ่งมีชีวิตและวัตถุ คิดเป็นร้อยละ 4.81 และประเด็นการนำเสนอพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม หรือซากนำไปเกิดผลรุนแรงต่อจิตใจ คิดเป็นร้อยละ 3.85 ตามลำดับ ทั้งนี้ ในประเด็นการนำเสนอการกระทำการผิดและเนื้อหา

ที่ขัดต่อศีลธรรม และความสงบสุขของสังคม พบการนำเสนอ การใช้อาวุธ ยาเสพติด ของมีนมาในรายการพอดแคสต์ และในประเด็นการนำเสนอความรุนแรงที่กระทำต่อตนเอง บุคคลอื่น สิ่งมีชีวิตและวัตถุ สอดแทรกอยู่ในรายการที่เกี่ยวกับการทูน หรือเกม

2.3 เรื่องทางเพศ

พบว่า เป็นรายการพอดแคสต์ที่มีเนื้อหาเข้าข่ายไม่เหมาะสมเรื่องทางเพศ ในประเด็นบสนทนาหรือคำพูดที่ไม่เหมาะสมเรื่องทางเพศ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.62 และการสร้างค่านิยมเรื่องเพศที่ไม่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 1.92 โดยพบการสนทนาเรื่องการมีเพศสัมพันธ์ของเด็กและเยาวชนอย่างเงี้ยงเง่า และใช้ภาษาไม่สุภาพ อย่างไรก็ได้ ตอนท้ายของบสนทนา ผู้ดำเนินรายการมีการสอดแทรกความคิดเรื่องการมีเพศสัมพันธ์อย่างปลดภัยและให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย

ส่วนที่ 3. การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังพอดแคสต์

ผู้จัดจะนำเสนอผลการสนทนาครุ่ม เพื่ออธิบาย การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังรายการพอดแคสต์ ออกเป็น 4 ประเด็น โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.1 ด้านความสามารถในการเข้าถึงพอดแคสต์

ผู้ฟังพอดแคสต์วัยทำงานและนักเรียนมัธยม มีความสามารถในการเข้าถึงสื่อดิจิทัล สามารถควบคุมการใช้งานพอดแคสต์ ได้ด้วยตัวเอง เช่น สามารถเสิร์ชหารายการพอดแคสต์ การตัดสินใจฟังหรือไม่ฟังรายการที่มีความยาวมากจนเกินไป และสามารถเลือกเปิดรับเฉพาะรายการพอดแคสต์ที่สนใจได้ นอกจากนี้ ผู้ฟังพอดแคสต์มีการนำข้อมูลที่ได้ฟังจากพอดแคสต์ไปเก็บไว้เป็นคลังความรู้เพิ่มเติมให้ตัวเอง และยังนำเอาข้อมูลที่ได้จากเนื้อหารายการมาใช้ประโยชน์ในงานรวมถึงนำมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันอีกด้วย นอกจากนี้ ยังพบว่า วัยทำงานเพศชาย มีการให้คำอธิบายถึงลักษณะการทำงานของสื่อดิจิทัลว่า สามารถเขื่อมโยงโปรแกรม แอปพลิเคชัน หรือเว็บไซต์ต่าง ๆ เข้าด้วยกัน รวมถึงสามารถเข้าถึงสื่อพอดแคสต์ได้จากการเข้าใช้สื่อออนไลน์อื่น ๆ เช่น เว็บบอร์ด ทวิตเตอร์ และจีรังรักและเข้าถึงสื่อพอดแคสต์

ในขณะที่กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชายจะเริ่มเข้าถึงเนื้อหาพอดแคสต์จากมือถือและนำ หรือพังตามเพื่อน อย่างไรก็ได้ กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย ก็ยังสามารถควบคุมการเข้าถึง เนื้อหาด้วยตัวเองได้ เช่น หากเนื้อหารายการไม่เป็นที่สนใจ ก็จะไม่ฟังต่อ

3.2 ด้านความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาพอดแคสต์

ผู้ฟังพอดแคสต์วัยทำงานและนักเรียนมัธยม มีความเข้าใจ เนื้อหารายการและสามารถใช้ความคิดในการวิพากษ์ถึง คุณภาพ ความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ และอธิบายมุมมอง การผลิตของผู้ผลิตเนื้อหาได้ โดยพบว่า กลุ่มวัยทำงาน เพศหญิงใช้ความคิดในการวิพากษ์ถึงต้นแหล่งหรือผู้ผลิต รายการ โดยหากเป็นองค์กรสื่อหรือองค์กรขนาดใหญ่ที่เป็น ที่รู้จักในวงกว้าง เนื้อหารายการยิ่งต้องมีคุณภาพ ถูกต้อง และมีความน่าเชื่อถือสูง เนื่องจาก จะมีกระบวนการตรวจสอบ เนื้อหาจากสังคมหรือผู้ฟังคุ่นนานไปด้วย สถาคล้องกับ กลุ่มวัยทำงานเพศชาย พบว่า มีความคิดเชิงวิพากษ์ในการ เปรียบเทียบองค์กรสื่อที่ได้รับการยอมรับจากผู้ฟัง ว่ามี รูปแบบการดำเนินรายการที่ชัดเจนซึ่งมีผลทำให้เกิดความ น่าเชื่อถือ นอกจากนี้ พบว่า กลุ่มนักเรียนมัธยมทั้งเพศชาย และเพศหญิง สามารถใช้ความคิดเชิงวิพากษ์ในเรื่อง ความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของเนื้อหาได้ด้วยวิธีการ ตรวจสอบองค์ประกอบของรายการ เช่น ผู้ดำเนินรายการ มีประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญของแขกรับเชิญในรายการ เพลงประกอบ ต่างมีผลทำให้เนื้อหารายการมีความน่าสนใจ และน่าเชื่อถือ

ต่อมาในประเด็นความเข้าใจความหมายทั้งความหมาย โดยตรงและความหมายโดยนัย พบร้า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม มีความเข้าใจความหมายทั้งทางตรงและโดยนัยได้ สามารถใช้ความคิดเชิงวิพากษ์ในการอธิบายความเป็นเหตุ เป็นผลได้ และพบว่า วัยทำงานเพศชายยังใช้ความคิด เชิงวิพากษ์ไปถึงสังคมภาพรวม

นอกจากนี้ ในประเด็นการตระหนักรู้ว่าสื่อสามารถ เลือกสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ พบร้า ผู้ฟัง พอดแคสต์มีความสามารถในการตระหนักรู้ว่าพอดแคสต์

แต่ละรายการมีจุดประสงค์ในการส่งเนื้อหาให้กลุ่มเป้าหมาย ได้แตกต่างกัน และสามารถส่งสารให้กลุ่มเป้าหมายได้ โดยยังพบกลุ่มวัยทำงานเพศชาย มองว่าพอดแคสต์ เป็นสื่อดิจิทัลที่มีเทคนิคและวิธีการสื่อสารเนื้อหาเพื่อให้ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ

3.3 ด้านความสามารถในการวิเคราะห์และประเมิน มุมมองหรือเนื้อหาที่จะใจจะรับ

ผลการวิเคราะห์ในด้านนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอแยกเป็น 4 ด้าน

เนื้อหาที่แฟรงเรื่องธุรกิจการค้า

ผู้ฟังพอดแคสต์วัยทำงานและนักเรียนมัธยม สามารถ ประเมินคุณค่าและประโยชน์ รวมถึงโทนเสียง อันตราย ของเนื้อหารายการที่แฟรงเรื่องธุรกิจการค้า นอกจากนี้ ยังสามารถ เลือกเนื้อหาที่เป็นประโยชน์มารับใช้ในชีวิตประจำวันได้ และยังพบว่า กลุ่มวัยทำงานเพศชาย ให้ข้อเสนอแนะต่อรูปแบบ การแฟรงขายสินค้า หรือบริการของรายการพอดแคสต์ เพิ่มเติมว่า การนำเสนอเนื้อหาหรือแม้การขายของ ต้องทำ ด้วยความจริงใจ ไม่มีผลประโยชน์ตอบแทน นำเสนอทางเลือก และเปิดโอกาสให้ผู้รับสารสามารถตัดสินใจได้เอง ในขณะที่ พบร้า นักเรียนมัธยมทั้งเพศชายและเพศหญิงมองว่า การโฆษณาเชิงธุรกิจเป็นเรื่องปกติของการนำเสนอเนื้อหา ผ่านสื่อ และมองว่าทุกรายการต้องมีการขายของ แต่ต้อง อยู่ในปริมาณที่รับได้ และไม่มากเกินไป โดยพบทดิกรรม การปิดหรือกดข้ามโฆษณาที่มากเกินไป นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศหญิง มีการประเมินถึงวิธีการ นำเสนอของผู้ดำเนินรายการ และมองว่าผู้ดำเนินรายการ หรือสื่อเองควรให้ความสำคัญ เนื่องจากจะส่งผลต่อคุณภาพ ของเนื้อหาที่จะส่งไปยังผู้ฟัง

เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในเรื่องพฤติกรรมและความรุนแรง

ผู้ฟังพอดแคสต์วัยทำงานและนักเรียนมัธยม สามารถ ประเมินคุณค่าและประโยชน์ รวมถึงโทนเสียง อันตรายของเนื้อหารายการที่ไม่เหมาะสมด้านความรุนแรงได้ สามารถนำหลักจริยธรรมและความรับผิดชอบของสื่อและ ตัวผู้รับสื่อเองมาคิดวิเคราะห์ร่วมด้วย อย่างไรก็ได้ กลุ่มวัย ทำงานทั้งชายและหญิง มีความเห็นเชิงวิเคราะห์ในเรื่อง

องค์ประกอบที่จะก่อให้เกิดความรุนแรงตรงกันว่า ต้องมีภาพประกอบจะยิ่งส่งเสริมเนื้อหาให้มีความรุนแรงมากกว่าได้ยินเพียงแค่เสียงอย่างเดียว ในขณะที่ พบว่า นักเรียนมัธยม เพศชายมีความมั่นใจในตัวเองค่อนข้างสูงว่าสามารถแยกแยะ ข้อดีข้อเสียและไม่มีพฤติกรรมเลียนแบบตามที่สื่อนำเสนอ และนักเรียนมัธยมเพศหญิงแนะนำให้มีการจัดระดับ ความเหมาะสม หรือ เรตติ้งสำหรับผู้ฟังรายการ

เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในเรื่องทางเพศ

ผู้ฟังพอดแคสต์วัยทำงานและนักเรียนมัธยม สามารถใช้ ความคิดวิเคราะห์และประเมินเรื่องความรับผิดชอบและ จริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหาไม่เหมาะสมเรื่องทางเพศ ผ่านสื่อพอดแคสต์ และมีการพูดคุยกันอย่างเปิดกว้างมาก โดยเฉพาะกลุ่มวัยทำงานเพศหญิง พบว่า ให้ความสำคัญ ในประเด็นนี้เป็นพิเศษ โดยมีความเห็นไปในทางเดียวกันว่า การนำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในเรื่องเพศ ผู้ผลิตรายการ และผู้ฟังรายการต้องร่วมกับรับผิดชอบทั้ง 2 ฝ่าย และกลุ่ม วัยทำงานเพศหญิง แสดงความห่วงใยต่อผู้ฟังที่เป็นกลุ่มเด็ก และวัยรุ่นเป็นพิเศษ นอกจากนี้พบว่า วัยทำงานเพศชาย ไม่ได้มองว่าเนื้อหาเรื่องเพศเป็นเรื่องไม่เหมาะสม แต่ให้ ความเห็นเชิงว่า เป็นการใช้ภาษามากกว่าที่ไม่เหมาะสม และสื่อความมีเสรีภาพในการนำเสนอเนื้อหา สอดคล้องกับ ผู้ฟังนักเรียนมัธยมทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความเห็นตรงกัน ว่า อยากให้มีเสรีภาพในการนำเสนอเรื่องทางเพศ แต่ควรมีการจัดระดับความเหมาะสม หรือ เรตติ้งให้ผู้ฟัง ทราบด้วย

เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในเรื่องการใช้ภาษา

ผู้ฟังพอดแคสต์วัยทำงานและนักเรียนมัธยม มีความเห็น ไปในทิศทางเดียวกันว่าพอดแคสต์เป็นสื่อออนไลน์ซึ่ง สามารถใช้ภาษาได้อย่างเสรี และการใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม บ้างในบางครั้งเป็นการส่งเสริมเนื้อร้ายการให้นำเสนอใน เสิริมสร้างอารมณ์และจินตนาการให้กับผู้ฟังได้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มวัยทำงานเพศชาย พบว่า มีการเบรียบเทียบ สื่ออื่น ๆ อย่างเช่น สื่อวิทยุหลัก และยังให้ข้อเสนอแนะว่า การใช้ภาษาไม่สุภาพบ้างในบางครั้ง คือ เสน่ห์อีกอย่างหนึ่ง ของพอดแคสต์ นอกจากนี้ พบข้อสังเกตว่า กลุ่มนักเรียน

มัธยมเพศชาย มองว่าการใช้คำหยาบเป็นเรื่องปกติในชีวิต ประจำวันไปแล้ว อาจกล่าวได้ว่า สังคมและสภาพแวดล้อม หลอมรวมให้คำหยาบคายเป็นเรื่องปกติทั่วไป ๆ ได้ สอดคล้องกับความเห็นของนักเรียนมัธยมเพศหญิง ที่มองว่า เป็นเรื่องการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ มีความเป็นธรรมชาติ

3.4 ด้านการมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหา พอดแคสต์

ผู้ฟังพอดแคสต์วัยทำงานและนักเรียนมัธยม มีการ แสดงความเห็นและพูดคุยที่ตอบสนองต่อสื่อที่หลากหลาย โดยพบว่ามีการเปิดรับเนื้อหาสื่อและนำเสนอเนื้อหาที่ได้รับนั้น มาตรต่องก่อนที่จะเชื่อ หรือมีพฤติกรรมไปตามที่ สื่อกำหนด อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าผู้ฟังพอดแคสต์ วัยทำงานและนักเรียนมัธยมจะมีความรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล ในด้านความสามารถในการเข้าถึง ความสามารถในการ ทำความเข้าใจ และความสามารถในการวิเคราะห์และ ประเมินเนื้อหา แต่ก็ยังพบว่า มีการตัดสินใจแสดงพูดคุย ตามที่สื่อกำหนด โดยมีการหาเหตุผลมาอธิบายการกระทำ ของตัวเอง นอกจากนี้ ยังพบว่า กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย ค่อนข้างมีความเชื่อมั่นในตัวเองมากว่าจะไม่หลงเชื่อไปตาม ที่สื่อกำหนดซึ่งก็แสดงให้เห็นว่า yang มีแนวโน้มที่จะหลงไป ตามสื่อได้

อภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์การวิจัย และผลการวิจัยที่กล่าวมา ผู้วิจัยขอนำเสนอประเด็นการอภิปรายดังต่อไปนี้

1. ความเหมาะสมของเนื้อหาพอดแคสต์

ด้านการใช้ภาษาบนพอดแคสต์ ผลการวิเคราะห์ ความเหมาะสมของเนื้อหารายการ พอดแคสต์ใน 3 ด้าน นักพากย์การนำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในด้านการใช้ภาษา ในประเด็นการใช้ภาษาสlang หยาบคาย โดยจะพบในลักษณะ ที่การดำเนินรายการด้วยรูปแบบการพูดคุย หรือเล่าเรื่อง หรือสนทนากันในลักษณะของกลุ่มเพื่อน ซึ่งจากการวิเคราะห์ เนื้อหามักพบในรายการพอดแคสต์ที่เกิดจากผู้ใช้บริการ ผลิตขึ้นเอง (User Generated Content: UGC) ในขณะที่ พอดแคสต์ที่ตั้นแหล่งมาจากการสื่อมวลชนตั้งเดิม มักไม่พบ

ประเด็นการใช้ภาษาไม่เหมาะสม สามารถอธิบายได้ว่า รายการพอดแคสต์ที่เกิดจากผู้ใช้บริการผลิตขึ้นเอง (User Generated Content: UGC) ผู้ผลิตเป็นบุคคลธรรมดา บุคคลที่มีชื่อเสียง หรือกลุ่มบุคคลที่มาร่วมตัวกันเพื่อผลิต หรือสร้างสรรค์เนื้อหาที่ตนเองมีความสนใจหรือมีความ เชี่ยวชาญ และนำเสนอผ่านสื่อพอดแคสต์ ซึ่งลักษณะเด่น ของการนำเสนอเนื้อหาจากผู้ใช้บริการผลิตขึ้นเอง คือ เป็นเนื้อหาต้นฉบับ (Original) ที่ผลิตและจัดทำขึ้นเพื่อ นำเสนอเฉพาะสื่อพอดแคสต์เท่านั้น นอกจากนี้ กลุ่มผู้ฟังเอง ยังเป็นกลุ่มคนที่มีความสนใจเรื่องเฉพาะด้าน สดคล่องกับ ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ (2561) กล่าวถึงพอดแคสต์ว่า เป็นสื่อที่มีเนื้อหาสำหรับคนที่มีความสนใจเฉพาะกลุ่ม ลักษณะนี้มาจากกลุ่มผู้ผลิตพอดแคสต์ที่มีความสนใจเฉพาะเรื่อง เหมือนกัน นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่า ด้วยลักษณะรูปแบบ การนำเสนอของพอดแคสต์ที่เกิดจากผู้ใช้บริการผลิตขึ้นเอง มักพับในรูปแบบการสนทนา เล่าเรื่อง พูดคุยกับผู้ฟัง ซึ่ง เป็นลักษณะการนำเสนอเนื้อหาเพื่อให้เกิดความใกล้ชิด ให้ความรู้ความเข้าใจที่ค่อนข้างfonคลาย ไม่กังวลมากนัก และด้วยลักษณะการนำเสนอที่เป็นกันเอง จึงทำให้ผู้ผลิตเนื้อหา พอดแคสต์อาจไม่ได้รับมัดระวัง หรือให้ความสำคัญกับ การใช้ภาษาในการนำเสนอเนื้อหาเท่าที่ควร

ในขณะที่พอดแคสต์ที่ต้นแหล่งมาจากการสื่อมวลชน
ดังเดิม มักไม่พึ่งประดิษฐ์การใช้ภาษาไม่เหมาะสม โดย
สามารถอธิบายได้ว่า ด้วยลักษณะการนำเสนอเนื้อหา
จะเป็นในรูปแบบของการนำเสนอเนื้อหาที่ออกอากาศผ่านสถานี
วิทยุหลัก หรือสถานีวิทยุออนไลน์นำเสนอออกอากาศซ้ำ
(Re-run) โดยมีการนำมารีรันรายการ หรือตัดเฉพาะบางช่วง
บางตอนนำเสนอ อีกทั้งการออกอากาศเนื้อหารายการ
ผ่านสื่อสารมวลชน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง
มีกลไกการกำกับดูแลโดยองค์กรกำกับสื่อของรัฐ หรือ
สำนักงาน กสทช. ที่กำหนดให้สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง
ต้องมีการจัดระดับความเหมาะสมของรายการเพื่อเป็น
เครื่องมือในการปกป้องเด็กและเยาวชนจากการปริโภคสื่อ
ที่ไม่เหมาะสมกับวัยตามประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์
การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกิจกรรมกระจายเสียง

หรือโทรศัพท์ พ.ศ. 2556 สอดคล้องกับที่ พนา ทองมีอาคม (2559) กล่าวถึงความสำคัญของการจัดความเหมาะสม ของน้องสาวว่า เป็นมาตรการที่องค์กรกำกับสามารถนำมาใช้ เพื่อเตือนผู้ใช้สื่อให้รู้ถึงหน้าที่การรับชมหรือรับฟัง มิเนื้อหาหรือระดับความรุนแรงพิยงใด ดังนั้น การนำเสนอ เนื้อหาพอดแคสต์จากผู้ผลิตที่นำเสนอจากสื่อมวลชน ดังเดิม จึงมักไม่พบประเดิมการใช้ภาษาไม่เหมาะสม

ด้านพฤติกรรมและความรุนแรง ผลการวิเคราะห์
ความเหมาะสมของเนื้อหารายการพอดแคสต์ในด้าน¹
พฤติกรรมและความรุนแรง มักไม่พบในการนำเสนอเนื้อหา
ที่เป็นเรื่องหลัก และไม่ได้ pragmachi จึงเป็นแก่น
ของเนื้อหา แต่เนื้อหาด้านพฤติกรรมและความรุนแรงมักจะ²
สอดแทรกอยู่ในเนื้อหาที่ถูกนำเสนอ หรือเล่าเรื่องในรายการ
ในแต่ละตอน ซึ่งจากการวิเคราะห์ มักพบการนำเสนอเนื้อหา
ที่มีพฤติกรรมและความรุนแรงที่ไม่เหมาะสม ในประเด็นเกี่ยวกับ
การนำเสนอการใช้อาวุธ ยาเสพติด หรือการกระทำผิดที่ขัดต่อ³
ความสงบสุขของสังคม เช่น รายการที่ผู้ดำเนินรายการอธิบาย
เนื้อเรื่องของเกมที่มีการจำลองตัวเองเป็นโจรสลัด จากนั้นต้อง⁴
ไปทำการกิตติมวย ไปปล้น ไล่ฆ่าผู้คนบนท้องถนน เป็นต้น
โดยมักพบในรายการที่มีการสนับสนุนเรื่องการตุน และเกม
สามารถอธิบายได้ว่า ด้วยรูปแบบรายการสนับสนุน เป็นรายการ
ที่มีจุดเด่น คือ มีผู้ดำเนินรายการ ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป เพื่อ⁵
นำเรื่องราวต่าง ๆ มาเล่า หรือพูดคุยในรายการให้กับผู้ฟัง
ด้วยลีลาการดำเนินรายการที่เป็นธรรมชาติ เป็นกันเอง และ⁶
มีการแลกเปลี่ยน ทัศนคติและความเห็นซึ่งกันและกัน⁷
(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์,⁸
2549) ทำให้การนำเสนอการอธิบายพฤติกรรมและความรุนแรงจะพบว่าสอดแทรกอยู่ในเนื้อหาหลักในแต่ละตอน

เห็นอ่อนวิทยุกระจายเสียงที่ว่าไป นั่นคือ เป็นการนำเสนอเนื้อหาผ่านเสียงประเททต่าง ๆ และคำพูดเท่านั้น ดังนั้น การนำเสนอเนื้อหาเพื่อสื่อความหมายให้ผู้ฟังสามารถเข้าใจได้ชัดเจนจึงต้องอาศัยวิธีการใช้คำที่ทำให้เกิดจินตนาการ ให้ผู้ฟังเห็นภาพและมีอารมณ์ร่วมกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ สองคล้องกับที่ ศุภวงศ์ นันดา (2553) กล่าวว่า สื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อเสียงโดยเฉพาะ จึงให้ความสำคัญ กับการใช้เสียง นอกเหนือนี้เพื่อสร้างจินตนาการให้ผู้ฟังเข้าใจ ความหมายและความเข้าใจในเนื้อหาของรายการได้อย่าง ชัดเจน และสองคล้องกับที่ อ้วจิต วีรอนนีตรัตน์ (2546) ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบของเสียงในรายการวิทยุ กระจายเสียงมี 3 ส่วน โดยเสียงพูดและเสียงสนทนานี้เป็น ส่วนประกอบหลักเพื่อทำให้ผู้ฟังรายการสามารถตีความ ข้อความที่ได้รับฟังได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม และไม่ผิดพลาด และงานวิจัยของ ธีรวรชต เจนวชรรักษ์ (2554) ศึกษา การสร้างออดิโอเดสกิร์ปท์ขั้นในภาพยนต์การตูน พบร้า การสื่อสารอารมณ์ผ่านการบรรยายเล่าเรื่อง เป็นลักษณะ ของสื่อเสียงที่จะต้องทำหน้าที่เป็นทั้งภาพและทำหน้าที่ แทนการแสดง ดังนั้น ทักษะในการใช้เสียงเพื่อสื่ออารมณ์ จึงเป็นเรื่องที่สำคัญพอ ๆ กับการเลือกคำเพื่อสื่อสารเรื่อง จากเอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงกล่าว ได้ว่า มักจะพบเนื้อหาเรื่องทางเพศที่ไม่เหมาะสมใน บทสนทนารือคำพูดของผู้ดำเนินรายการ เนื่องจาก ต้องการอธิบายเพื่อสื่อความหมายและภาพจินตนาการ ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยพบข้อสังเกตว่า ถึงแม้จะมีการนำเสนอเนื้อหา เรื่องเพศที่ไม่เหมาะสม แต่ผู้ดำเนินรายการจะมีการกล่าว เดือนและให้คำแนะนำภายหลังจบประเด็นการสนทนารือ โดยจากการวิเคราะห์เนื้อหา พบร้า มีรายการที่นำเสนอ เรื่องเพศที่ไม่เหมาะสม ในประเด็นการใช้คำพูดที่เป็นการ สร้างค่านิยมเรื่องเพศที่ไม่เหมาะสมกับสังคมและวัฒนธรรม ไทย อย่างไรก็ตาม ผู้ดำเนินรายการจะมีการกล่าวเตือนหลัง จบประเด็นการสนทนาด้วยการให้คำแนะนำ และข้อคิดจาก เรื่องที่สนทนาเพื่อให้ผู้ฟังได้ฉุกคิด เช่น ผู้ดำเนินรายการ กล่าวถึงการมีเพศสัมพันธ์ว่าไม่ใช่เรื่องผิด แต่ต้องอย่าลืม

นึกถึงความปลอดภัย และต้องไม่เป็นภาระของสังคม ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการที่ผู้ดำเนินรายการมีทักษะในเรื่อง จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม มีการให้ความสำคัญ ต่อการพิจารณาที่จะนำเสนอเนื้อหา ก่อนออกอากาศ สองคล้องกับผลการวิจัยของ ศกุลศรี ศรีสาราม (2557) ที่พบว่า ผู้สื่อข่าวจะนำทักษะ ประสบการณ์และวิจารณญาณ ในเรื่องจริยธรรมในการนำเสนอข่าวของตนมาใช้ในการ ตัดสินใจนำเสนอข้อมูล มากกว่า 50% ตามกรอบแนวปฏิบัติ ที่มีอยู่เดิม

2. การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของผู้ฟังรายการพอดแคสต์

ด้านความสามารถในการเข้าถึงพอดแคสต์ ผลการวิจัย พบร้า ผู้ฟังพอดแคสต์วัยทำงานและนักเรียนมัธยม มีความสามารถในการเข้าถึงเนื้อหารายการพอดแคสต์อยู่ในระดับ สูง โดยพบว่า สามารถเปิดฟังรายการพอดแคสต์ได้ตาม ความต้องการ หรือเลือกที่จะเปลี่ยน หรือเลิกฟังพอดแคสต์ ที่ไม่ตรงตามความสนใจ สามารถควบคุมการใช้งานพอดแคสต์ ได้ด้วยตัวเอง เช่น พอดแคสต์ที่มีระยะเวลาเกินไป หรือ พอดแคสต์ที่คุณภาพเสียงต่ำกว่าที่ผู้ฟังจะรับได้ เช่น มีเสียงรบกวน หรือระดับเสียงของผู้ดำเนินรายการ ไม่สม่ำเสมอทั้งรายการ มีดังบ้างเบาบางสลับกันไป นอกจากนี้ ยังมีความสามารถในการค้นหาเนื้อหาหรือ รายการที่ต้องการรับฟังโดยใช้ระบบค้นหารายการได้ ซึ่ง ผู้ใช้สื่อในลักษณะนี้เป็นผู้รับสารเชิงรุก (Active Audience) หมายถึง ผู้รับสารที่มีวิธีการจัดการกับสื่อ สามารถต่อรอง กับด้านลบและนำด้านบวกจากสื่อมาใช้งานได้ ตลอดจน เป็นผู้ที่มีความรู้เท่าทันสื่อ และเนื้อหาต่าง ๆ ที่มีมากมาย ผ่านสื่อ (รู้เท่าทันสื่อ, 2554) สองคล้องกับที่ ยุบล เบญจรงค์กิจ (2534) กล่าวถึงแนวคิดผู้รับสารเชิงรุก (Active Audience) ตามทฤษฎีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ (Uses and Gratifications Theory) โดยจะเน้นที่ผู้รับสาร เป็นคนตัดสินใจที่เลือกใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการ ของแต่ละบุคคลโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตัวเอง เป็นหลัก ซึ่งสองคล้องกับพื้นฐานของ การรู้เท่าทันสื่อ ที่ Buckingham (2008) ได้เสนอว่า การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลนั้น ต้องเริ่มจากพื้นฐานความรู้ในการเข้าถึงและเลือกใช้

ทรัพยากรในการใช้งานสื่อดิจิทัลได้ รู้จักการเชื่อมโยงของระบบต่าง ๆ และการใช้งานของสื่อเชิงอิเล็กทรอนิกส์

นอกจากนี้ จากการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษา มักจะเริ่มเข้าถึงเนื้อหาพอดแคสต์จากการที่เพื่อนแนะนำ หรือฟังรายการตามเพื่อน ซึ่งสามารถอธิบายได้ตามทฤษฎีจิตสังคม (Psychological Theory) ของ Erik Erikson กล่าวว่า ในช่วงอายุ 13-20 ปี เป็นช่วงของการแสวงหาอัตลักษณ์ของบุคคล โดยมีอิทธิพลจากกลุ่มเพื่อน ในวัยเดียวกันและความรู้สึกได้รับการยอมรับจากสังคม แวดล้อม เด็กยังนี้จะค่อย ๆ พัฒนาความเป็นตัวของตัวเองขึ้น และจะแสวงหาตัวตนตามอุดมคติ และค้นหาอัตลักษณ์เพื่อปรับตัวให้เข้ากับบทบาทต่าง ๆ ในสังคม (นพมาศ ชีรเวศิน, 2555)

ด้านความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาพอดแคสต์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ฟังพอดแคสต์วัยทำงาน มีความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหารายการพอดแคสต์ และสามารถใช้ความคิดในเชิงวิพากษ์คุณภาพ ความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ และอธิบายมุมมองการผลิตของผู้ผลิต เนื้อหาได้ในระดับสูง โดยมักพบว่า กลุ่มวัยทำงานทั้งเพศชายและเพศหญิง มีกระบวนการตรวจสอบและแยกแยะความถูกต้องและความน่าเชื่อถือได้โดยดูจากต้นแหล่งของรายการ หรือจากองค์กรของผู้ผลิตเนื้อหา ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า กรณีที่ 1 เป็นพอดแคสต์ที่เกิดจากผู้ใช้บริการผลิตขึ้นเอง (UGC) เช่น พอดแคสต์ในเครือของสำนักข่าวออนไลน์ The Standard จะมีความน่าเชื่อถือ และความถูกต้องของเนื้อหาที่นำเสนอ เนื่องจากเป็นองค์กรสื่อขนาดใหญ่ที่ได้รับการยอมรับ และเป็นที่รู้จักกันในวงกว้าง ดังนั้น ในการนำเสนอข้อมูลหรือเนื้อหาใด ๆ ต้องพิจารณาความถูกต้องก่อนส่งเนื้อหาไปสู่ผู้ฟัง เนื่องจากเป็นสื่อขนาดใหญ่ จะมีภาคสังคมหรือผู้ฟังรายการอยู่ท่าน้ำที่ตรวจสอบเนื้อหารายการคุ้นเคยไปด้วย กรณีที่ 2 เป็นพอดแคสต์ที่ต้นแหล่งมาจากการสื่อมวลชนดังเดิม จะมีกระบวนการกรอง และตรวจสอบเนื้อหา ก่อนนำเสนอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ เย็นจะบก (2556) ให้ความเห็นไว้ว่า ความน่าเชื่อถือของสื่อจะส่งผลให้ผ่าน

กระบวนการกรองและควบคุมโดยกองบรรณาธิการ และองค์กรที่เป็นเจ้าของสื่อที่มีกระบวนการกรองและคัดสรรอย่างชัดเจนจึงทำให้มีความน่าเชื่อถือ ในขณะที่สื่อใหม่เป็นสื่อที่ผลิตได้ง่าย เนื่องจากต้องมีความรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ ทำให้ไม่มีกระบวนการกรองและควบคุมความถูกต้อง และไม่สามารถยืนยันความเป็นเจ้าของสื่อได้ชัดเจน ซึ่งมีผลต่อความน่าเชื่อถือได้อย่างไรก็ตาม พบว่า กลุ่มวัยทำงานเพศชายสามารถอธิบายและเข้าใจในเทคนิคและวิธีการสื่อสารเนื้อหาเพื่อให้เข้าถึงผู้ฟังกลุ่มเป้าหมาย เช่น พอดแคสต์ที่ต้นแหล่งเป็นองค์กรสื่อขนาดใหญ่ที่ได้รับการยอมรับ จะมีการตัดช่วงไฮไลท์ของแต่ละตอนมาออกอากาศตอนต้นรายการ เพื่อดึงดูดผู้ฟังให้ฟังรายการต่อเนื่องไปต่ออีกทั้งรายการ สอดคล้องกับที่ Silverblatt (1995) กล่าวว่า ความสามารถในการเข้าใจกระบวนการผลิตเนื้อหา และเผยแพร่เนื้อหา เป็นองค์ประกอบของการรู้เท่าทันสื่อด้วย

นอกจากนี้ จากการวิจัย พบว่า กลุ่มนักเรียนมัธยม มีความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหารายการพอดแคสต์ และสามารถใช้ความคิดในเชิงวิพากษ์คุณภาพ ความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือสูง โดยมักพบว่า นักเรียนมัธยมจะมีกระบวนการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเนื้อหา โดยพิจารณาจากองค์ประกอบต่าง ๆ ของรายการ ได้แก่ ผู้ผลิตรายการ ผู้ดำเนินรายการ ประเภทรายการ เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ พนม คลีชาญา (2559) ที่พบว่า การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักเรียนมัธยมในด้านความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหารายการพอดแคสต์อยู่ในระดับสูง ซึ่งสามารถอธิบายตามแนวคิดของ Livingstone (2004) ที่กล่าวว่า ทักษะในการวิเคราะห์องค์ประกอบต่าง ๆ เช่น เนื้อหา ผู้ผลิตรายการ ประเภทรายการ เทคโนโลยีการเผยแพร่ภาพ กระจายเสียงเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการพิจารณาเนื้อหาในสื่อออนไลน์ เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากช่องทางออนไลน์ได้

ด้านความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินมุมมองหรือเนื้อหาที่จะให้ไว้ ผลการวิจัย พบว่า ผู้ฟังพอดแคสต์วัยทำงานและนักเรียนมัธยม มีความสามารถ

ในการวิเคราะห์และประเมินมุมมองหรือเนื้อหาที่จะใจกลาง
ในระดับสูง โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างสามารถประเมินคุณค่า
โดยดึงเอาประโยชน์จากเนื้อหารายการมาใช้ให้เกิด
ประโยชน์ และรู้สึกโภคภัยและอันตรายของเนื้อหาที่แห่ง
เรื่องทางธุรกิจได้ และมีความสามารถในการวิเคราะห์และ
แยกแยะระหว่างเนื้อหารายการ และการโฆษณาออกจาก
กันได้ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล
ของนักเรียนมัธยมของ พนบ คลีชาญา (2559) ที่พบว่า
การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลของนักเรียนมัธยมในด้านความ
สามารถในการวิเคราะห์และประเมินมุมมองหรือเนื้อหาที่
จะใจกลางในเรื่องเนื้อหาโฆษณาเกินจริงอยู่ในระดับสูงมาก

นอกจากนี้ ผลการวิจัยปัจจุบัน กลุ่มนักเรียนมัธยมทั้งชายและหญิง มีมุมมองว่าการโฆษณาในสื่อเป็นเรื่องปกติ ทั่วไป สามารถกระทำได้แต่ต้องอยู่ในปริมาณที่พอตี้ ไม่มาก จนเกินไปจนทำให้ผู้ฟังเกิดความรำคาญ และจะกล่าวเป็นพูดติ่รรมหรือเลี่ยงการโฆษณาได้ ซึ่งจากการสนทนากัน พบว่า ผู้ฟังกลุ่มตัวอย่างมีวิธีการหลีกเลี่ยงการโฆษณา ด้วยการปิดรับสื่อไปเลยหรือลดการรับโฆษณาอีกนั้น ๆ ด้วยวิธีการเพิกเฉย หรือกดข้ามโฆษณาไป ลดคล้อย跟 กัน งานวิจัยของ อังคณา จงไวย (2558) ที่พบว่า เ Jenenne ชั้น Z มีการหลีกเลี่ยงโฆษณาในสื่อหลอมรวมสูงสุด เนื่องจาก กลุ่มที่เกิดขึ้นมาพร้อมกับสื่อดิจิทัล (Digital Native) มีความรู้ด้านเทคโนโลยีสูง วิธีการหลีกเลี่ยงการโฆษณา เป็นอย่างดี และมีทัศนคติต่อโฆษณาว่าเป็นการสร้างภาพลักษณ์ ที่ดีแต่รุกถ้าสิทธิส่วนตัว อย่างไรก็ตามจากพูดติ่รรม หลีกเลี่ยงการโฆษณาของกลุ่มตัวอย่าง สามารถอธิบาย เพิ่มเติมด้วยธรรมชาติของสื่อเสียง คือ สามารถนำเสนอ ข้อมูลด้วยความรวดเร็ว ผู้บริโภคก็จะสามารถเข้าถึงข้อมูล หรือเนื้อหาได้ตามต้องการ ซึ่งหากมีโฆษณาหรือการแฝง ธุรกิจการค้า อาจทำให้การเข้าถึงข้อมูลนั้น ๆ ชักชั่ง ลดคล้อย跟 กัน แนวคิดเรื่องการหลีกเลี่ยงการโฆษณาของคน จากการวิจัย ของ Cho และ Choen (2004) พบว่า ตัวแปรที่ส่งผลต่อ การหลีกเลี่ยงการโฆษณา ได้แก่ โฆษณาซึ่งเป็นอุปสรรคต่อ การเข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการ การกระจุกตัวของโฆษณาที่มี มากเกินไปจนทำให้เกิดความสับสน และการมีประสบการณ์ แรกเริ่มในแลบกับการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต

ด้านการมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหาพอดแคสต์ ผลการวิจัย พบว่า ผู้ฟังพอดแคสต์วัยทำงานและนักเรียนมีรยมมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อเนื้อหาจากสื่อพอดแคสต์ที่หลากหลายแตกต่างกันไป ซึ่งจากผลการสอนหากลุ่มในด้านความสามารถในการเข้าถึงความสามารถในการทำความเข้าใจ และความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินเนื้อหานั้น กลุ่มตัวอย่างมีการแสดงออกมาได้อย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม ในด้านการมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหาพอดแคสต์ พบว่า ถึงแม้ว่าผู้ฟังพอดแคสต์วัยทำงานและนักเรียนมีรยมจะมีความรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล ในด้านความสามารถในการเข้าถึงความสามารถในการทำความเข้าใจ และความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินเนื้อหา แต่ก็ยังพบว่า มีการตัดสินใจแสดงพฤติกรรมตามที่สื่อกำหนด โดยมีการหาเหตุผลมาอธิบายการกระทำของตัวเอง เช่น การที่กลุ่มผู้ฟังวัยทำงาน มีการบริจาคมเงินเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานในพอดแคสต์ที่ตนเองชื่นชอบ โดยเหตุผลที่บริจาคมฯ ชื่นชอบผู้ดำเนินรายการ รวมถึงลีลา และวิธีการนำเสนอเนื้อหา และทราบด้วยว่าเงินที่ตนเองบริจาคนั้นจะถูกนำไปใช้เพื่อจุดประสงค์อะไร โดยเป็นจุดประสงค์ที่ตนเองรับได้ (คุณวี วัยทำงานเพศหญิง, สนทนากลุ่ม) หรือการที่กลุ่มผู้ฟังรายการมีการส่งเรื่องราวของตนเข้าไปยังรายการเพื่อให้ผู้ดำเนินรายการเล่าออกอากาศ รวมถึงเมื่อเจอนิءอหที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่รายการพอดแคสต์แต่ละตอนตั้งเออไว้ จะมีการใส่แซชแท็ก (#) เพื่อส่งเรื่องราวที่ตนเองไปพบเจอมาเข้าไปในรายการ โดยให้เหตุผลว่าเพื่อแบ่งปันเรื่องราวให้ผู้ดำเนินรายการไปเล่าในรายการต่อได้ (คุณวี วัยทำงานเพศชาย, สนทนากลุ่ม) เป็นต้น ซึ่งสามารถอธิบายเหยียบเคียงได้จากการวิจัยของ พนม คลีฉายา (2557) ศึกษาการรู้เท่าทันสื่อกระแสหลัก ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ กล่าวว่า การรู้เท่าทันสื่อจากจะมุ่งวัดความสามารถในเชิงความรู้แล้ว ยังควรศึกษาเพิ่มเติมการวัดความรู้ท่าทันสื่อในด้านอารมณ์ ค่านิยม และสุนทรียภาพของบุคคลเพิ่มด้วย ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า กลุ่มผู้ฟังอาจมีการใช้อารมณ์ในการตัดสินใจแสดงพฤติกรรมตามที่สื่อกำหนด

นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มนักเรียนมัธยมเพศชาย ค่อนข้างมีความเชื่อมั่นในตัวเองมาก ว่าจะไม่หลงเข้าไปตามที่ สื่อกำหนด จากตัวอย่างการแสดงความคิดเห็นต่อเนื้อหา รายการที่ไม่เหมาะสมในด้านต่าง ๆ เช่น นักเรียนมัธยม เพศชายมองว่ารายการที่นำเสนอความรุนแรงในเกม เพื่อให้ ผู้ฟังได้คลายเครียด ผู้ใหญ่คิดไปเองว่ามันคือความรุนแรง หรือจากความเห็นที่พบในการสนทนากลุ่มว่า “...ผู้ใหญ่ คิดมากเกินไป คนเปิดฟังพอดแคสต์ได้กินป่าจะมีการรู้ตัว ระดับหนึ่งนะ ไม่เชื่ออะไรจ่าย ๆ...” (คุณเอ นักเรียนมัธยม เพศชาย, สนทนากลุ่ม) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า เป็นลักษณะ การป้องกันตัวเอง (Defense mechanism) โดยผู้ฟังจะมี การหาเหตุผลมาสนับสนุนการกระทำของตัวเอง เพื่อ ปกป้องความรู้สึกของตนซึ่งเป็นวิธีการช่วยผ่อนคลาย สถานะอารมณ์ต่าง ๆ ชั่วคราว ซึ่งก็แสดงให้เห็นว่า ยังมี แนวโน้มที่จะหลงไปตามสื่อได้ สอดคล้องกับงานวิจัย พนม คลีฉยา (2559) ทำการศึกษาเรื่องการรู้เท่าทัน สื่อดิจิทัลของนักเรียนมัธยม พบร่วม ในการรู้เท่าทัน เนื้อหาในเกม นักเรียนมัธยมมีการมีปฏิสัมพันธ์อย่าง ปลดปล่อยต่อเนื้อหาในระดับปานกลาง และงานวิจัยของ สุภารัตน์ แก้วสุทธิ (2553) พบร่วม กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี หรือกลุ่มนักเรียนมัธยม เป็นกลุ่มที่ น่าเป็นห่วงในเรื่องพฤติกรรมในการป้องกันตัวเองจาก การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลทางอินเทอร์เน็ต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. องค์กรที่มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลสื่อ หรือ กสทช. ควรให้การส่งเสริมผู้ผลิตเนื้อหาที่เป็นผู้ใช้บริการ (User Generated Content) เช่น การสนับสนุนการจัด ฝึกอบรมเพื่อให้หลักจริยธรรมและเสริมสร้างจิตสำนึกร่วม รับผิดชอบต่อสังคม ให้ผู้ผลิตสื่อได้ระมัดระวังการนำเสนอ

เนื้อหาผ่านสื่อ โดยเฉพาะเนื้อหาด้านพุทธิกรรมและความ รุนแรง เพศ และการใช้ภาษาให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น

2. องค์กรธุรกิจสามารถใช้พอดแคสต์เป็นสื่อเสริมเพื่อ ทำการสื่อสารทางการตลาดกับกลุ่มเป้าหมาย นอกเหนือ จากการทำการตลาดผ่านสื่อหลัก ในลักษณะการให้ รายละเอียดหรือข้อมูลของสินค้าหรือบริการเพิ่มเติม โดย การสอดแทรกลงไปในเนื้อหารายการ หรือทำให้สินค้า มีความเกี่ยวพันกับเนื้อหารายการ ผู้ฟังจะสามารถสัมผัสถึง ความเป็นมิตรของผู้นำเสนอเนื้อหา โดยพอดแคสต์อาจจะ เป็นช่องทางที่ไม่เหมาะสมจะใช้เป็นสื่อโฆษณา

3. องค์กรที่ไว้ปะสามารถประยุกต์ใช้พอดแคสต์เป็นสื่อ ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ เพื่อให้ข้อมูล ความรู้ กับกลุ่มผู้ฟังที่ มีความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นการเฉพาะได้ เช่น การนำเสนอเนื้อหารายการที่เป็นสาระความรู้สอดแทรก ความบันเทิง เพื่อเพิ่มช่องทางการนำเสนอเนื้อหาให้เข้าถึง ผู้ฟังมากยิ่งขึ้น

4. องค์กรที่เป็นกิจการแพร่ภาพกระจายเสียง เช่น สถานีวิทยุ สถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ สามารถใช้พอดแคสต์เป็น สื่อเสริม ในการนำเสนอเนื้อหารายการที่ออกอากาศผ่านสถานี หลัก และนำมารอออกอากาศซ้ำ (Re-run) โดยจะนำมายัง รายการหรือตัดเฉพาะบางช่วงมานำเสนอผ่านพอดแคสต์ เพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึงเนื้อหารายการ และขยายกลุ่มผู้ บริโภค

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

ควรศึกษาเพิ่มเติมในเชิงนโยบายทั้งในด้านการส่ง เสริมและสนับสนุน เพื่อให้พอดแคสต์เป็นช่องทางสำหรับ การศึกษาเรียนรู้ ควบคู่ไปกับการศึกษาเชิงนโยบายในด้าน การกำกับดูแลเนื้อหาในด้านการใช้ภาษา ด้านพุทธิกรรม และความรุนแรง และเรื่องทางเพศที่ไม่เหมาะสม และอาจ เป็นภัยต่อการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน โดยจะต้องไม่ ทำให้เสรีภาพในการนำเสนอเนื้อหา และเอกสารลักษณ์ของสื่อ พอดแคสต์เสียไป

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

OTT (Over the Top) คืออะไร. (2560, 12 พฤษภาคม). วันที่เข้าถึงข้อมูล 11 ธันวาคม 2560, Retrieved from <https://bact.cc/2017/what-is-ott/>

Podcast. (2552, 20 กุมภาพันธ์). วันที่เข้าถึงข้อมูล 22 มกราคม 2561, Retrieved from <https://www.gotoknow.org/posts/2434971>

Suetrong, A., & Chongapiratanakul, B. (2559). การใช้เทคโนโลยีพอดคาสต์เพื่อพัฒนาการฟังภาษาอังกฤษ (The Use of Podcast for English Listening Development). วารสารวิชาการศิลปศาสตร์ประยุกต์, มกราคม-มิถุนายน 2559, 39-47.

เพ็ญพักตร์ เตียวสมบูรณ์กิจ. (2557). ความรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้โทรทัศน์ภายใต้ภูมิทัศน์ลือโทรทัศน์ที่เปลี่ยนไป. วิทยานิพนธ์ปริญญาในสาขาสื่อสารดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นัญสรา อรพน อยุธยา. (2556). การกำกับดูแลเนื้อหารายการที่อาจเป็นภัยในกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยเพื่อคุ้มครองเด็ก และเยาวชนภายใต้ภาวะสื่อที่หลอมรวม. วิทยานิพนธ์ปริญญาในสาขาสื่อสารดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชลิตา ศรีนวล. (2558). Over-the-Top (OTT): สงคราม ที่เพิ่งเริ่มต้นในระบบบินเวศใหม่ ของเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร. วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศ, 11(1), 74-81.

ชิดชนก ชนะภัย. (2550). การรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตของชาวกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ณัฐร อะรยากุล. (2558). พฤติกรรมการเปิดรับฟังข่าวสารทางวิทยาศาสตร์ และความพึงพอใจของผู้ฟังพอดคาสต์ที่มีต่อรายการวิทย์แคลต์. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

นพมาศ ชีรเวศิน. (2555). จิตวิทยาลั่งค์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พนน คลีชาญา. (2557). การรู้เท่าทันสื่อมวลชนกระแสหลักของคนกรุงเทพมหานคร. วารสารนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 32(2), 1-24.

พนน คลีชาญา. (2559). การใช้งาน ความเสี่ยง การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล และแนวทางการสอนเพื่อการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล สำหรับนักเรียนมัธยมในประเทศไทย. วารสารนิเทศศาสตร์บริทัศน์, 20(1), 46-57.

พนา ทองมีอาคม และคณะ. (2559). เรียนรู้เรื่องสื่อ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท สามเจริญพานิชย์ (กรุงเทพ) จำกัด.

พรทิพย์ เย็นจะบก. (2556). การรู้เท่าทันสื่อบนสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย: กรณีศึกษา เอฟอาสื่อกระแสหลักและสื่อใหม่ ในช่วงเวลาหาเสียงเลือกตั้งปี พ.ศ. 2554. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

มรรยาท อัครจันทร์อัตติ. (2556). สถานภาพปัจจุบันของการออกอากาศรายการวิทยุสำหรับเด็กและพัฒนาระบบสื่อวิทยุของเด็กไทย. วารสารนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 31(3), 63-80.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช. (2549a). เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดและผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงเบื้องต้น หน่วยที่ 1-7. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช. (2549b). เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดและผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงเบื้องต้น หน่วยที่ 8-5. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช.

รัชดาทันสีอ. (2554). (รวม เข็มสถาปนศิริ Ed.). กรุงเทพมหานคร: บริษัท ออฟเช็ค ครีเอชั่น จำกัด.

รัชดา Podcast (พ็อดคาสต์) สถานวิทยุส่วนตัว ที่เริ่มกลับมาเมื่อกระแส (เล็กๆ) อีกครั้ง. (2560, 14 กันยายน). วันที่เข้าถึงข้อมูล 14 ธันวาคม 2560, Retrieved from <https://www.iphoneapptube.com/ios-app/podcast-everything-you-need-to-know/>

ศุภวงศ์ นันดา. (2552). หลักการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์. มหาสารคาม: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ศุภวงศ์ นันดา. (2553). การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงเบื้องต้น. มหาสารคาม: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สกุลศรี ศรีสารคามรา. (2557). จริยธรรมการใช้สื่อออนไลน์และสื่อสังคมในกระบวนการสื่อข่าวของสื่อไทยในยุคดิจิทัล: รายงานวิจัยจากสภากาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ, สถาบันอิศรา มูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).

สมสุข ทินวิมาน และคณะ. (2557). ความรู้เบื้องต้นทางวิทยุและโทรทัศน์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2560a). รายงานผลการดำเนินงานประจำปี 2559 คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ กรุงเทพมหานคร.

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2560b). สภาพการแข่งขันและแนวทางการกำกับดูแลกิจการ Over The Top : OTT, โครงการศึกษาแนวทางการกำกับดูแลและการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์แบบ Over The Top. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.

สำหรับแพน ๆ พอดแคสต์: คำถามที่พบบอย. (2560). วันที่เข้าถึงข้อมูล 17 มกราคม 2561, Retrieved from <https://www.apple.com/th/itunes/podcasts/fanfaq.html>

สุทธิ ชัตติยะ. (2555). หลักการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ประยุรวงศ์พริ้นติ้ง จำกัด. หวานງ่าย ๆ สเตบบายสเตบสำหรับคนอยากรีเมตตันทำพอดแคสต์ของตัวเอง. (2561, 22 มกราคม). วันที่เข้าถึงข้อมูล 22 มกราคม 2561, Retrieved from <https://thestandard.co/podcast/newyearnewyou22/>

ภาษาอังกฤษ

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

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

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

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

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

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

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

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

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