Interdisciplinary Academic and Research Journal, 6 (5), September-October 2026
Old ISSN 2774-0374: New ISSN 2985-2749
Website: https://so03.tci-thaijo.org/index.php/IARJ/index
Article ID: e297690

Factors and Storytelling Strategies Influencing Audiences' Decisions to Watch Science Communication Video Podcasts on YouTube in Bangkok

Panom Wanasiri, Prapas Nualnetr and Kanokrat Yossakrai
Faculty of Communication Arts, Bangkokthonburi University, Thailand
E-mail: panom855@hotmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0009-0009-0048-4563
E-mail: m.com.arts@bkkthon.ac.th, ORCID ID: https://orcid.org/0009-0000-7655-0656
E-mail: kanokraty@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0009-0009-3914-7871
Received 26/01/2026 Revised 31/01/2026 Accepted 26/02/2026

Abstract

Background and Aims: The expansion of YouTube has positioned video podcasts as a significant medium for knowledge dissemination, particularly science storytelling programs that rely on storytelling strategies to make complex scientific content more accessible and engaging. However, audiences' viewing decisions in large urban contexts such as Bangkok are influenced by multiple factors, including demographics, viewing behaviors, and narrative formats. Therefore, it is necessary to examine the factors and audience perceptions associated with this type of media. Objective of this research: To examine demographic factors and storytelling strategies that influence audiences' decisions to watch science storytelling video podcasts on YouTube in Bangkok, as well as to identify the narrative formats employed in these programs.

Methodology: This study employed a quantitative research design and collected data from a sample of 400 respondents in Bangkok using a closed-ended online questionnaire. The instrument consisted of 37 items measured on a five-point Likert scale. Content validity was examined by assessing the consistency between the questionnaire items and the research objectives and conceptual framework. The results were used to calculate the Index of Item-Objective Congruence (IOC), which yielded a value of 0.89, indicating that the instrument demonstrated an acceptable level of content validity. The collected data were subsequently analyzed using descriptive statistics.

Results: The findings reveal that audiences of science storytelling programs on YouTube in Bangkok are predominantly working-age individuals with tertiary education and high levels of digital media literacy. Demographic factors are significantly associated with viewing patterns and media selection decisions. Audiences demonstrate a stronger preference for storytelling strategies that enhance cognitive clarity and perceived credibility over those emphasizing dramatic complexity. Furthermore, storytelling formats that contextualize scientific content within everyday life and are structured to accommodate urban lifestyles are more likely to facilitate audience engagement and reflective understanding.

Citation:
Wanasiri, P., Nualnetr, P., & Yossakrai, K. (2026). Factors and Storytelling Strategies Influencing Audiences' Decisions to Watch Science Communication Video Podcasts on YouTube in Bangkok. Interdisciplinary Academic and Research Journal, 6(5), e297690; DOI: https://doi.org/10.60027/iarj.2026.e297690

Interdisciplinary Academic and Research Journal, 6 (5), September-October 2026
Old ISSN 2774-0374: New ISSN 2985-2749
Website: https://so03.tci-thaijo.org/index.php/IARJ/index
Article ID: e297690

Conclusion: This study demonstrates that audiences' decisions to watch science storytelling video podcasts in Bangkok are influenced by perceived credibility, relevance to everyday life, and storytelling strategies that facilitate meaning-making and comprehension. From a communication perspective, effective program design should prioritize connecting scientific knowledge with audiences' lived experiences and contribute to the advancement of communication scholarship. These findings highlight the role of narrative design and audience-centered approaches in shaping the outcomes of science communication within digital media environments.

Keywords: YouTube; Video Podcast; Science Storytelling; Viewing Decision; Storytelling Strategies

Citation:
Wanasiri, P., Nualnetr, P., & Yossakrai, K. (2026). Factors and Storytelling Strategies Influencing Audiences' Decisions to Watch Science Communication Video Podcasts on YouTube in Bangkok. Interdisciplinary Academic and Research Journal, 6(5), e297690; DOI: https://doi.org/10.60027/iarj.2026.e297690

Interdisciplinary Academic and Research Journal, 6 (5), September-October 2026
Old ISSN 2774-0374: New ISSN 2985-2749
Website: https://so03.tci-thaijo.org/index.php/IARJ/index
Article ID: e297690

ปัจจัยและกลยุทธ์การเล่าเรื่องที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรับชมวิดีโอพอดแคสต์ด้านการสื่อสารวิทยาศาสตร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ (YouTube) ของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร

พนม วรรณศิริ, ประภาส นวลเนตร และกนกรัตน์ ยศไกร
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

บทคัดย่อ

ภูมิหลังและวัตถุประสงค์การวิจัย: การขยายตัวของแพลตฟอร์มยูทูบทำให้วิดีโอพอดแคสต์กลายเป็นสื่อสำคัญในการสื่อสารองค์ความรู้ โดยเฉพาะรายการที่มีการเล่าเรื่องทางวิทยาศาสตร์ที่ต้องอาศัยกลวิธีการเล่าเรื่องเพื่อทำให้เนื้อหาที่ซับซ้อนเข้าใจง่ายและน่าติดตามมากขึ้น อย่างไรก็ตามการตัดสินใจเลือกรับชมของผู้ชมในเขตเมืองใหญ่ เช่น กรุงเทพมหานคร ยังขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยฯ ทั้งด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับ และรูปแบบการเล่าเรื่อง จึงจำเป็นต้องศึกษาปัจจัยและการรับรู้ของผู้ชมที่มีต่อสื่อประเภทดังกล่าวเพื่อศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์ กลวิธีในการเล่าเรื่อง ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการวิดีโอพอดแคสต์บนแพลตฟอร์มยูทูบ (YouTube) ประเภทรายการเรื่องเล่าทางวิทยาศาสตร์ของผู้ชมผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครและรูปแบบเรื่องเล่าของรายการ

ระเบียบวิธีการวิจัย: การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยแบบสอบถามออนไลน์แบบปลายปิด ที่มีมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 37 ข้อ ซึ่งผ่านการพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการวิจัย จากนั้นได้นำผลการประเมินมาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ซึ่งมีค่า 0.89 แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือมีความตรงเชิงเนื้อหาอยู่ในระดับเหมาะสม จากนั้นนำข้อมูลไปทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย: ผลการวิจัยพบว่า ผู้ชมรายการเรื่องเล่าทางวิทยาศาสตร์บนยูทูบในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นวัยทำงาน มีการศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา และคุ้นเคยกับสื่อดิจิทัล โดยปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการเปิดรับชมและการตัดสินใจเลือกรับชมสื่อ ผู้ชมให้ความสำคัญกับกลวิธีการเล่าเรื่องที่ช่วยเสริมความเข้าใจและความน่าเชื่อถือมากกว่าความซับซ้อนเชิงดราม่า และยังมีความนิยมรูปแบบเรื่องเล่าที่เชื่อมโยงวิทยาศาสตร์กับชีวิตประจำวันทำให้เข้าใจได้ง่ายพร้อมทั้งมีการนำเสนอเหมาะสมกับจังหวะชีวิตคนในเมืองซึ่งทำให้ผู้ชมคิดตามได้

สรุปผล: การศึกษาวิจัยในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจเลือกรับชมวิดีโอพอดแคสต์ประเภทรายการเรื่องเล่าทางวิทยาศาสตร์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมโยงกับชีวิตประจำวัน และกลวิธีการเล่าเรื่องที่เอื้อต่อกระบวนการสร้างความหมายและความเข้าใจ และในมุมมองทางการสื่อสาร การออกแบบรายการที่มีประสิทธิผลควรให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ให้เข้ากับประสบการณ์ชีวิตของผู้รับชมและช่วยเติมเต็มองค์ความรู้ด้านการสื่อสาร จะเห็นได้ว่าบทบาทของการออกแบบเรื่องเล่าและแนวทางที่ยึดผู้ชมเป็นศูนย์กลางในการกำหนดผลลัพธ์ของการสื่อสารวิทยาศาสตร์ในสภาพแวดล้อมสื่อดิจิทัล

คำสำคัญ: ยูทูบ, วิดีโอพอดแคสต์, เรื่องเล่าทางวิทยาศาสตร์, การตัดสินใจเลือกรับชม, กลวิธีการเล่าเรื่อง

Citation:
Wanasiri, P., Nualnetr, P., & Yossakrai, K. (2026). Factors and Storytelling Strategies Influencing Audiences' Decisions to Watch Science Communication Video Podcasts on YouTube in Bangkok. Interdisciplinary Academic and Research Journal, 6(5), e297690; DOI: https://doi.org/10.60027/iarj.2026.e297690

Interdisciplinary Academic and Research Journal, 6 (5), September-October 2026
Old ISSN 2774-0374: New ISSN 2985-2749
Website: https://so03.tci-thaijo.org/index.php/IARJ/index
Article ID: e297690

บทนำ

ในปัจจุบันวิทยุกระจายเสียงได้ปรับตัวจากรูปแบบการออกอากาศแบบดั้งเดิมสู่รูปแบบวิทยุออนไลน์ อันเป็นผลจากการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลและกระบวนการหลอมรวมของสื่อ (media convergence) ซึ่งทำให้เส้นแบ่งระหว่างสื่อประเภทต่าง ๆ ลดความชัดเจนลง (Jenkins, 2006) การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวไม่เพียงส่งผลต่อโครงสร้างการผลิตและการเผยแพร่เนื้อหาเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อรูปแบบการเข้าถึงและพฤติกรรมการบริโภคสื่อของผู้รับสาร โดยเฉพาะในสังคมเมืองที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์ดิจิทัลอย่างแพร่หลาย (Castells, 2010) ภายใต้บริบทดังกล่าว สื่อวิทยุจึงขยายบทบาทจากการเป็นสื่อกระจายเสียงทางเดียวไปสู่สื่อดิจิทัลที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมผู้ฟังในยุคปัจจุบันได้อย่างยืดหยุ่น ซึ่งแม้ว่ารูปแบบการผลิตและช่องทางการเผยแพร่ของสื่อวิทยุจะเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของเทคโนโลยี แต่ “เสียง” ยังคงเป็นแก่นสำคัญของการสื่อสารทางวิทยุ โดยทำหน้าที่เป็นเครื่องมือหลักในการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร และความบันเทิง เสียงมีศักยภาพในการสร้างจินตภาพ กระตุ้นอารมณ์ และสร้างความใกล้ชิดระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งเป็นคุณลักษณะเฉพาะของสื่อวิทยุที่ยังคงคุณค่าอยู่ในยุคดิจิทัล (McLuhan, 1964; Crisell, 1994) วิทยุออนไลน์จึงมิได้เป็นเพียงการเปลี่ยนแพลตฟอร์มการเผยแพร่ หากแต่เป็นการขยายขอบเขตของการสื่อสารด้วยเสียงให้สามารถเข้าถึงผู้ชมผู้ฟังได้อย่างกว้างขวางผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และสอดรับกับรูปแบบการใช้ชีวิตที่เน้นความสะดวกและความยืดหยุ่นของผู้คนในยุคดิจิทัล

วิทยุออนไลน์มีจุดเด่นด้านความยืดหยุ่นในการผลิตและการเผยแพร่เนื้อหา ผู้ผลิตรายการสามารถสร้างสรรค์เนื้อหาได้โดยไม่จำเป็นต้องพึ่งพาโครงสร้างของสถานีวิทยุขนาดใหญ่หรือข้อจำกัดด้านเวลาออกอากาศ ขณะเดียวกันผู้ชมผู้ฟังสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านอุปกรณ์ดิจิทัล (Berry, 2016) ความยืดหยุ่นดังกล่าวนำไปสู่การเติบโตของพอดแคสต์และวิดีโอพอดแคสต์ ซึ่งกลายเป็นรูปแบบสำคัญของวิทยุออนไลน์ โดยเฉพาะในด้านเนื้อหาการศึกษาและสาระความรู้ หนึ่งในประเภทเนื้อหาที่ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คือ รายการเรื่องเล่าทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งสะท้อนการเปลี่ยนบทบาทของวิทยาศาสตร์จากองค์ความรู้เชิงวิชาการสู่เนื้อหาที่สามารถสื่อสารกับสาธารณชนผ่านกระบวนการเล่าเรื่อง โดยอาศัยการเปรียบเทียบ จินตนาการ และการออกแบบเสียงเพื่อช่วยอธิบายเนื้อหาที่ซับซ้อนให้เข้าใจง่ายและน่าติดตาม (Fisher, 1987; Dahlstrom, 2014)

การเติบโตของแพลตฟอร์ม YouTube ได้ขยายขอบเขตของการเล่าเรื่องทางวิทยาศาสตร์จากสื่อเสียงไปสู่รูปแบบวิดีโอพอดแคสต์ ซึ่งผสมผสานเสียง ภาพ กราฟิก และแอนิเมชันเข้าด้วยกัน ทำให้การสื่อสารเนื้อหานามธรรมมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Guo et al., 2014) นอกจากนี้ รูปแบบดังกล่าวยังเอื้อให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้ชมผ่านการแสดงความคิดเห็นและการแลกเปลี่ยนมุมมอง ส่งผลให้ผู้รับสารมีบทบาทในการร่วมสร้างความหมายของเนื้อหา (Jenkins et al., 2013) ในบริบทของสังคมไทย รายการเรื่องเล่าทางวิทยาศาสตร์บน YouTube ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เนื่องจากตอบสนองความต้องการของผู้ชมที่แสวงหาคำอธิบายเชิงเหตุผลท่ามกลางสภาพแวดล้อมของข้อมูลข่าวสารจำนวนมากและปัญหาข่าวปลอม (OECD, 2018)

ทั้งนี้ยังคงขาดงานวิจัยเชิงประจักษ์ที่ศึกษาปัจจัยและกลวิธีการเล่าเรื่องที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยในประเด็นดังกล่าวจึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการสื่อสารวิทยาศาสตร์และการปรับตัวของสื่อวิทยุออนไลน์ในสังคมดิจิทัลอย่างยั่งยืน

Citation:
Wanasiri, P., Nualnetr, P., & Yossakrai, K. (2026). Factors and Storytelling Strategies Influencing Audiences' Decisions to Watch Science Communication Video Podcasts on YouTube in Bangkok. Interdisciplinary Academic and Research Journal, 6(5), e297690; DOI: https://doi.org/10.60027/iarj.2026.e297690

Interdisciplinary Academic and Research Journal, 6 (5), September-October 2026
Old ISSN 2774-0374: New ISSN 2985-2749
Website: https://so03.tci-thaijo.org/index.php/IARJ/index
Article ID: e297690

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์ กลวิธีในการเล่าเรื่อง ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการวิดีโอพอดแคสต์บนแพลตฟอร์มยูทูบ (YouTube) ประเภทรายการเรื่องเล่าทางวิทยาศาสตร์ของผู้ชมผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครและรูปแบบเรื่องเล่าของรายการ

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดประชากรศาสตร์ (Demographic Perspectives) เป็นแนวคิดพื้นฐานที่ใช้ในการศึกษาและอธิบายพฤติกรรมของมนุษย์ในมิติต่าง ๆ โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์ลักษณะและองค์ประกอบของกลุ่มประชากร เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพทางสังคม ซึ่งตัวแปรเหล่านี้มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิต ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคสื่อของแต่ละบุคคล งานวิจัยร่วมสมัยด้านพฤติกรรมสื่อดิจิทัลชี้ให้เห็นว่า ความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ยังคงเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดรูปแบบการเลือกรับชมเนื้อหาออนไลน์ โดยเฉพาะในแพลตฟอร์มวิดีโอ เช่น YouTube ซึ่งผู้ใช้แต่ละช่วงวัยและระดับการศึกษามีความต้องการเนื้อหาและรูปแบบการรับชมที่แตกต่างกัน (Pew Research Center, 2021; Newman et al., 2023) ภายใต้กรอบแนวคิดดังกล่าว ทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory) ยังคงถูกนำมาใช้ในการอธิบายพฤติกรรมผู้รับสาร โดยมองว่าผู้ชมมีบทบาทเชิงรุกในการเลือกใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งแรงจูงใจในการใช้สื่อย่อมแตกต่างกันไปตามลักษณะประชากรศาสตร์ เช่น วัย เพศ และระดับการศึกษา (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974; Sundar & Limperos, 2013) ทั้งนี้ วิดีโอพอดแคสต์จึงเป็นหนึ่งในสื่อดิจิทัลที่ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสื่อออนไลน์ เพื่อระบุแนวโน้มการเลือกรับชมเนื้อหาในแต่ละกลุ่มประชากรอย่างเป็นระบบ

แนวคิดสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Concepts) อธิบายว่าสื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่การสื่อสารที่มีบทบาทสำคัญในสังคมร่วมสมัย โดยเฉพาะแพลตฟอร์ม YouTube ซึ่งถูกมองว่าเป็นส่วนหนึ่งของระบบนิเวศของสื่อ (Media Ecosystem) ที่เอื้อต่อการเข้าถึง การสร้างสรรค์ และการแลกเปลี่ยนเนื้อหาอย่างกว้างขวาง งานวิจัยล่าสุดชี้ให้เห็นว่า YouTube ไม่ได้เป็นเพียงแพลตฟอร์มความบันเทิง แต่ยังเป็นแหล่งเรียนรู้และแหล่งข้อมูลเชิงวิชาการที่สำคัญของผู้ใช้ในยุคดิจิทัล (Burgess & Green, 2018; Cunningham & Craig, 2019) แนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Cognitive Theory) ของ Bandura (2001) ยังสามารถอธิบายพฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้ชมผ่านแบบอย่างในสื่อออนไลน์ได้ โดยผู้ชมสามารถเรียนรู้ทัศนคติและพฤติกรรมจากผู้ดำเนินรายการหรือผู้สร้างเนื้อหา ขณะเดียวกัน แนวคิดวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม (Participatory Culture) ของ Jenkins (2006) ได้รับการต่อยอดในบริบทแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยชี้ว่าการมีส่วนร่วม เช่น การกดไลก์ แสดงความคิดเห็น และการแชร์ มีบทบาทสำคัญต่อการแพร่กระจายและความนิยมของเนื้อหา ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมของผู้ใช้รายอื่นผ่านกลไกอัลกอริทึมของแพลตฟอร์ม (Kaye, Chen, & Zeng, 2021)

แนวคิดการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง (Broadcasting & Podcasting Framework) ชี้ให้เห็นว่า แม้ว่าพอดแคสต์จะเป็นสื่อดิจิทัลที่พัฒนาในยุคใหม่ แต่โครงสร้างการนำเสนอเนื้อหายังคงได้รับอิทธิพลจากการจัดรายการวิทยุกระจายเสียงแบบดั้งเดิม โดยเฉพาะในด้านรูปแบบรายการ ลำดับการนำเสนอ และบทบาทของผู้ดำเนินรายการ แนวคิดทฤษฎีรูปแบบรายการ (Format Theory) อธิบายว่า รูปแบบของรายการ เช่น รายการข่าว บทสัมภาษณ์ หรือรายการเล่าเรื่อง ส่งผลต่อการรับรู้และความเข้าใจของผู้ฟังหรือผู้ชม ขณะเดียวกัน แนวคิดการ

Citation:
Wanasiri, P., Nualnetr, P., & Yossakrai, K. (2026). Factors and Storytelling Strategies Influencing Audiences' Decisions to Watch Science Communication Video Podcasts on YouTube in Bangkok. Interdisciplinary Academic and Research Journal, 6(5), e297690; DOI: https://doi.org/10.60027/iarj.2026.e297690

Interdisciplinary Academic and Research Journal, 6 (5), September-October 2026
Old ISSN 2774-0374: New ISSN 2985-2749
Website: https://so03.tci-thaijo.org/index.php/IARJ/index
Article ID: e297690

กลั่นกรองข่าวสาร (Gatekeeping) ยังคงมีความสำคัญในบริบทของพอดแคสต์และสื่อออนไลน์ เนื่องจากผู้ผลิตรายการเป็นผู้คัดเลือกประเด็น จัดลำดับข้อมูล และกำหนดทิศทางการเล่าเรื่อง งานวิจัยด้านพอดแคสต์ในช่วงหลังพบว่า รายการที่มีโครงสร้างชัดเจน เช่น การเปิดเรื่อง การดำเนินเนื้อหา และการสรุปประเด็น มีแนวโน้มช่วยเพิ่มความเข้าใจและการรับชมต่อเนื่องของผู้ฟังได้ดีกว่ารายการที่ขาดโครงสร้างที่เป็นระบบ (McHugh, 2016; Spinelli & Dann, 2019)

แนวคิดเรื่องเล่าความเชื่อข้อมูลวิทยาศาสตร์ (Science Communication & Narrative Belief) มุ่งศึกษาแนวทางการสื่อสารความรู้ทางวิทยาศาสตร์ให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจและยอมรับข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ แนวคิดการสื่อสารวิทยาศาสตร์ (Science Communication Theory) เน้นการถ่ายทอดเนื้อหาที่ซับซ้อนให้เข้าใจง่ายและเหมาะสมกับบริบทของผู้รับสาร งานวิจัยร่วมสมัยชี้ว่าการใช้การเล่าเรื่องเป็นเครื่องมือสำคัญในการลดช่องว่างระหว่างนักวิทยาศาสตร์กับสาธารณชน (Dahlstrom, 2014; Schäfer & Fendrich, 2020) ควบคู่กับแนวคิดการดื่มด่ำในเรื่องเล่า (Narrative Transportation Theory) ซึ่งอธิบายว่า เมื่อผู้ชมมีส่วนร่วมทางอารมณ์กับเรื่องเล่า จะเพิ่มระดับการจดจำและความเชื่อถือในข้อมูล งานวิจัยพบว่า เรื่องเล่าวิทยาศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับประสบการณ์จริง การใช้อุปมาอุปไมย และการอธิบายด้วยภาษาที่ไม่เป็นทางการจนเกินไป สามารถเพิ่มความเข้าใจและความเชื่อถือของผู้ชมได้อย่างมีนัยสำคัญ (Green & Brock, 2000; Dahlstrom & Ho, 2012)

แนวคิดกลวิธีการเล่าเรื่องรายการเรื่องเล่าความเชื่อข้อมูลวิทยาศาสตร์ (Narrative Strategies in Science Storytelling) อธิบายว่าการนำเสนอเนื้อหาวิทยาศาสตร์ในรูปแบบวิดีโอพอดแคสต์ ซึ่งผสานภาพและเสียงเข้าด้วยกัน ก่อให้เกิดกลวิธีการเล่าเรื่องที่มีอิทธิพลต่อการดึงดูดความสนใจและการตัดสินใจเลือกรับชมของผู้ชม กลวิธีดังกล่าวประกอบด้วยการออกแบบโครงเรื่อง (Story Arc) การสร้างตัวละครหรือบทบาทของผู้เล่าเรื่อง (Characterization) และการเล่าเรื่องแบบสื่อผสม (Multimodal Storytelling) งานวิจัยด้านสื่อดิจิทัลและวิดีโอออนไลน์พบว่า การใช้เทคนิคการดึงดูดความสนใจตั้งแต่ช่วงต้นเรื่อง (Hook) การลดความซับซ้อนของเนื้อหา (Simplification) และการใช้กรอบอารมณ์ (Emotion-framing) สามารถเพิ่มอัตราการรับชมต่อเนื่อง การมีส่วนร่วม และการจดจำเนื้อหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Guo, Kim, & Rubin, 2014; Mayer, 2020; Welbourne & Grant, 2016) ดังนั้น แนวคิดกลวิธีการเล่าเรื่องจึงมีบทบาทสำคัญในการวิเคราะห์ว่าปัจจัยด้านเนื้อหาและรูปแบบการเล่าเรื่องใดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการวิดีโอพอดแคสต์ด้านวิทยาศาสตร์ของผู้ชมผู้ฟัง

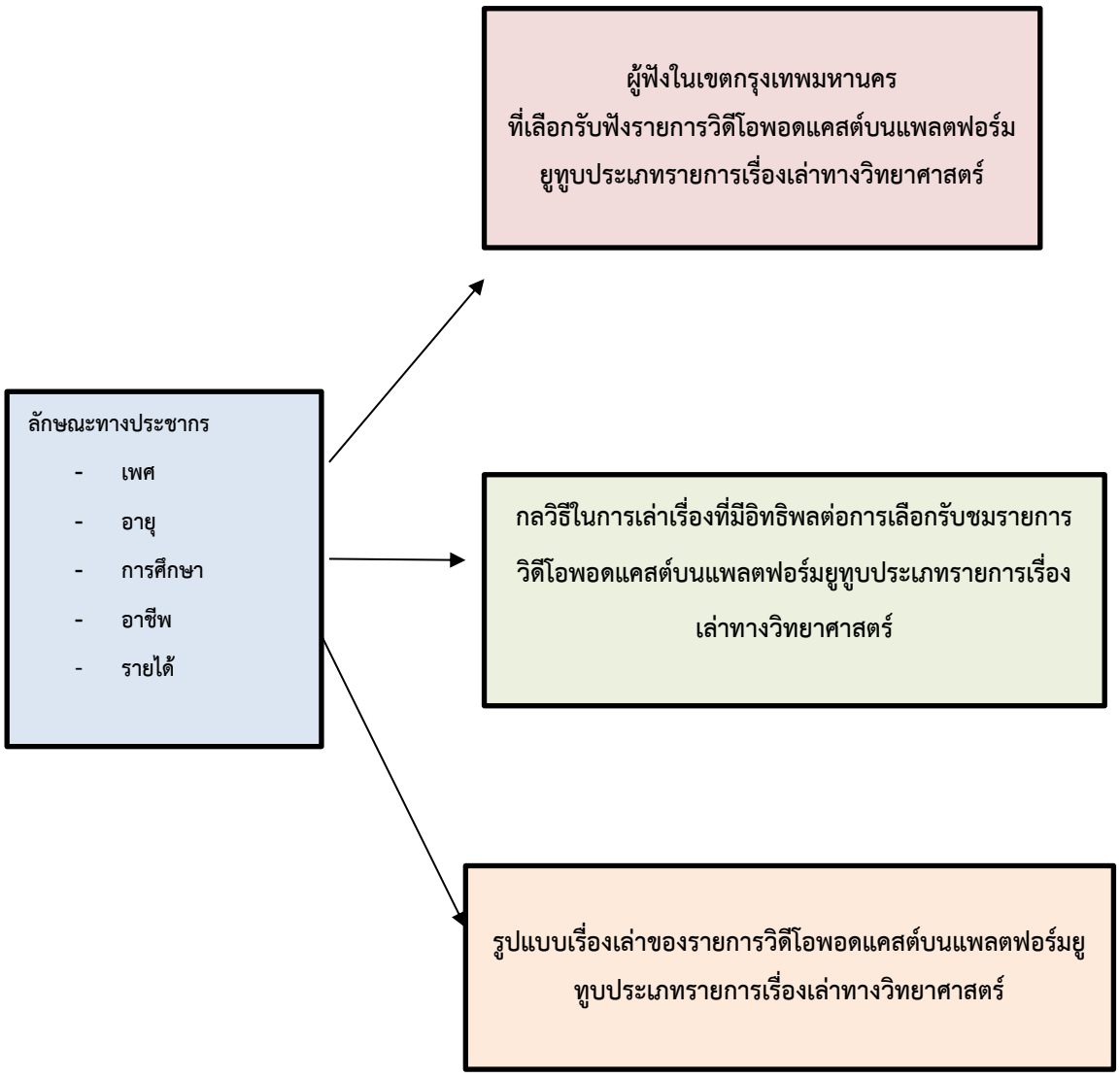
จากข้อมูลที่กล่าวมา พฤติกรรมการเลือกรับชมสื่อของผู้ชมในยุคดิจิทัลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลายด้าน ทั้งลักษณะประชากรศาสตร์ บริบทของแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ รูปแบบการจัดรายการ และลักษณะการนำเสนอเนื้อหา โดยเฉพาะวิดีโอพอดแคสต์บนแพลตฟอร์ม YouTube ซึ่งกลายเป็นช่องทางสำคัญในการเผยแพร่เนื้อหาความรู้และวิทยาศาสตร์แก่สาธารณชน อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่ผ่านมาโดยส่วนใหญ่ยังมุ่งศึกษาการใช้สื่อหรือพอดแคสต์ในภาพรวม และยังขาดการศึกษาเชิงลึกที่มุ่งเน้นถึง “ปัจจัยและกลวิธีการเล่าเรื่อง” ที่ส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการวิดีโอพอดแคสต์ด้านวิทยาศาสตร์ ขณะเดียวกันแนวคิดการสื่อสารวิทยาศาสตร์และการเล่าเรื่องชี้ให้เห็นว่า การนำเสนอข้อมูลวิทยาศาสตร์ในรูปแบบเรื่องเล่าสามารถช่วยเพิ่มความเข้าใจ ความน่าเชื่อถือ และความน่าสนใจแก่ผู้ชม โดยเฉพาะกลุ่มผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นกลุ่มคนเมืองที่มีความคุ้นเคยกับสื่อดิจิทัลและมีทางเลือกในการรับชมสูง ดังนั้น การศึกษาปัจจัยและกลวิธีการเล่าเรื่องที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการวิดีโอพอดแคสต์ประเภทรายการเรื่องเล่าทางวิทยาศาสตร์จึงมีความสำคัญ เพื่อเติมเต็ม

Citation:
Wanasiri, P., Nualnetr, P., & Yossakrai, K. (2026). Factors and Storytelling Strategies Influencing Audiences' Decisions to Watch Science Communication Video Podcasts on YouTube in Bangkok. Interdisciplinary Academic and Research Journal, 6(5), e297690; DOI: https://doi.org/10.60027/iarj.2026.e297690

Interdisciplinary Academic and Research Journal, 6 (5), September-October 2026
Old ISSN 2774-0374: New ISSN 2985-2749
Website: https://so03.tci-thaijo.org/index.php/IARJ/index
Article ID: e297690

ช่องว่างองค์ความรู้ทางวิชาการ และเป็นแนวทางในการพัฒนาเนื้อหาและรูปแบบรายการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและบริบทของผู้ชมในสังคมเมืองอย่างมีประสิทธิภาพ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยและกลยุทธ์การเล่าเรื่องที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรับชมวิดีโอพอดแคสต์ด้านการสื่อสารวิทยาศาสตร์บนแพลตฟอร์มยูทูบของผู้ชมในกรุงเทพมหานครผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าโดยลำดับดังนี้

Citation:
Wanasiri, P., Nualnetr, P., & Yossakrai, K. (2026). Factors and Storytelling Strategies Influencing Audiences' Decisions to Watch Science Communication Video Podcasts on YouTube in Bangkok. Interdisciplinary Academic and Research Journal, 6(5), e297690; DOI: https://doi.org/10.60027/iarj.2026.e297690

Interdisciplinary Academic and Research Journal, 6 (5), September-October 2026
Old ISSN 2774-0374: New ISSN 2985-2749
Website: https://so03.tci-thaijo.org/index.php/IARJ/index
Article ID: e297690

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง: ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ชมผู้ฟังรายการวิดีโอพอดแคสต์บนแพลตฟอร์มยูทูบ (YouTube) ประเภทรายการเรื่องเล่าทางวิทยาศาสตร์ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างได้มาจากการสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยใช้วิธีการสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 400 คน ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างให้เพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติและสามารถสะท้อนพฤติกรรมการเลือกรับชมของผู้ชมผู้ฟังในบริบทสังคมเมืองได้อย่างเหมาะสม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล: เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ประกอบด้วยคำถามแบบปลายปิดเป็นหลัก รวมทั้งสิ้น 37 ข้อ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลประชากรศาสตร์ กลวิธีการเล่าเรื่องในรายการวิดีโอพอดแคสต์และรูปแบบการรับชม โดยทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์แบบปลายปิด ที่มีมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 37 ข้อ ซึ่งผ่านการพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการวิจัย จากนั้นได้นำผลการประเมินมาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ซึ่งมีค่า 0.89 แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือมีความตรงเชิงเนื้อหาอยู่ในระดับเหมาะสม

การเก็บรวบรวมข้อมูล:การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่กำหนด ผู้วิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและขอความยินยอมจากผู้ตอบแบบสอบถามก่อนการเก็บข้อมูล ทั้งนี้ การตอบแบบสอบถามเป็นไปโดยสมัครใจ และข้อมูลที่ได้รับถูกนำไปใช้เพื่อการวิจัยเท่านั้น หลังจากสิ้นสุดการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความครบถ้วนและความสมบูรณ์ของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล : ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามถูกนำไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะประชากรศาสตร์ กลวิธีในการเล่าเรื่องที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการวิดีโอพอดแคสต์บนแพลตฟอร์มยูทูบ (YouTube) ประเภทรายการเรื่องเล่าทางวิทยาศาสตร์ของผู้ชมผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครและรูปแบบเรื่องเล่าของรายการ

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการวิดีโอพอดแคสต์ประเภทรายการเรื่องเล่าทางวิทยาศาสตร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ชมผู้ฟังรายการวิดีโอพอดแคสต์ประเภทรายการเรื่องเล่าทางวิทยาศาสตร์ในเขตกรุงเทพมหานครเป็นประชากรวัยทำงานเป็นหลัก มีสัดส่วนเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย และส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุวัยผู้ใหญ่ตอนต้นถึงวัยทำงานตอนกลาง โดยมีระดับการศึกษาในระดับอุดมศึกษาเป็นสัดส่วนสูง ลักษณะดังกล่าวสะท้อนถึงกลุ่มผู้ใช้สื่อดิจิทัลที่มีความคุ้นชินกับเทคโนโลยี มีทักษะในการตีความสาร และสามารถประเมินความน่าเชื่อถือของเนื้อหาทางวิทยาศาสตร์ได้ ในด้านอาชีพและรายได้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความหลากหลายทางอาชีพ โดยมีรายได้อยู่ในระดับต่ำถึงปานกลางเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งสอดคล้องกับบริบทของประชากรเมืองใหญ่ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ดังกล่าวเอื้อต่อการเลือกรับชมสื่อที่เข้าถึงได้ง่าย ไม่มีค่าใช้จ่าย และสามารถรับชมได้ตามเวลาที่สะดวก เช่น แพลตฟอร์มยูทูบ ทั้งนี้ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และบริบทการทำงานมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการเปิดรับชม ความคาดหวังต่อเนื้อหา และการตัดสินใจเลือกรับชมรายการเรื่องเล่าทางวิทยาศาสตร์ในสื่อดิจิทัล

Citation:
Wanasiri, P., Nualnetr, P., & Yossakrai, K. (2026). Factors and Storytelling Strategies Influencing Audiences' Decisions to Watch Science Communication Video Podcasts on YouTube in Bangkok. Interdisciplinary Academic and Research Journal, 6(5), e297690; DOI: https://doi.org/10.60027/iarj.2026.e297690

Interdisciplinary Academic and Research Journal, 6 (5), September-October 2026
Old ISSN 2774-0374: New ISSN 2985-2749
Website: https://so03.tci-thaijo.org/index.php/IARJ/index
Article ID: e297690

2. ผลการศึกษากลวิธีในการเล่าเรื่องที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการวิดีโอพอดแคสต์ประเภทรายการเรื่องเล่าทางวิทยาศาสตร์ของผู้ชมผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีการเล่าเรื่องของรายการวิดีโอพอดแคสต์ประเภทรายการเรื่องเล่าทางวิทยาศาสตร์บนแพลตฟอร์มยูทูบโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$= 3.38, S.D. = 0.263) สะท้อนว่าแม้ผู้ชมจะเห็นความสำคัญของกลวิธีการเล่าเรื่องในระดับหนึ่ง แต่ความเข้มข้นของการรับรู้แตกต่างกันตามลักษณะกลวิธีที่สนับสนุนความเข้าใจเชิงความหมายและการตีความของสารวิทยาศาสตร์มากกว่ากลวิธีแบบการสร้างโครงเรื่องเชิงละครหรือเทคนิคการเล่าเรื่องที่ซับซ้อนมาก

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่ากลวิธีที่ได้รับการรับรู้ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การใช้สัญลักษณ์เชิงจิตวิทยา สังคมวิทยา และมานุษยวิทยา ทั้งนี้เป็นผลมาจากพฤติกรรมเชิงบริบทการใช้เวลาและการใช้ชีวิตในเมืองมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจเปิดรับชมเป็นอย่างมาก ซึ่งในการเล่าเรื่องมีการให้ความสำคัญสูงต่อกลวิธีที่ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจ ความน่าเชื่อถือ และการกำกับความหมายของสารวิทยาศาสตร์ มากกว่ากลวิธีที่เน้นความซับซ้อนเชิงดรามาหรือเทคนิคการเล่าเรื่องแบบละครและกลวิธีที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมมากที่สุด ได้แก่ การใช้สัญลักษณ์เชิงจิตวิทยา สังคม และมนุษยศาสตร์ การใช้เสียงประกอบที่เหมาะสม การเล่าเรื่องแบบไม่เป็นเส้นตรง และการนำเสนอจากหลายมุมมอง ซึ่งช่วยทำให้เนื้อหาวิทยาศาสตร์มีความใกล้ตัว เข้าใจง่าย และน่าติดตาม ขณะที่กลวิธีด้านการสร้างตัวละครที่ซับซ้อน การใช้โครงเรื่องหลายเส้น หรือการเร้าอารมณ์เชิงเทคนิค ได้รับการรับรู้ในระดับต่ำกว่า สะท้อนว่าผู้ชมให้ความสำคัญกับสาระและความหมายมากกว่าความซับซ้อนของโครงเรื่อง

3. ผลการศึกษารูปแบบเรื่องเล่าของรายการวิดีโอพอดแคสต์ประเภทรายการเรื่องเล่าทางวิทยาศาสตร์ที่ผู้ชมผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสนใจและเลือกติดตามรับชม

ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการเล่าเรื่องที่มีอิทธิพลต่อการเปิดรับชมรายการวิดีโอพอดแคสต์บนแพลตฟอร์มยูทูบ (YouTube) ประเภทรายการเรื่องเล่าทางวิทยาศาสตร์ของผู้ชมผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 3.72, S.D. = 0.48) ทั้งนี้การเรื่องเล่าทางวิทยาศาสตร์จะถูกเลือกเปิดรับชมมากขึ้นเมื่อสามารถเชื่อมโยงกับสถานการณ์จริงและประสบการณ์ชีวิตของผู้ชมในเมือง เช่น การทำงาน การเดินทาง สุขภาพ เทคโนโลยี หรือประเด็นร่วมสมัยในสังคมเมือง รูปแบบที่สามารถเชื่อมโยงเนื้อหาทางวิทยาศาสตร์เข้ากับชีวิตประจำวันและบริบทของสังคมเมือง โดยเฉพาะเรื่องเล่าที่ช่วยอธิบายปรากฏการณ์ใกล้ตัว ปัญหาที่พบในชีวิตจริง หรือประเด็นร่วมสมัยผ่านกรอบคิดทางวิทยาศาสตร์ นอกจากนี้ ผู้ชมมีแนวโน้มเลือกรับชมรายการที่มีรูปแบบการนำเสนอเหมาะสมกับจังหวะชีวิต เช่น ความยาวเนื้อหาที่พอดี การแบ่งตอนชัดเจน และสามารถรับชมได้ในช่วงเวลาพักผ่อนหรือระหว่างทำกิจกรรมอื่น รูปแบบเรื่องเล่าที่เปิดพื้นที่ให้ผู้ชมคิดตาม ตั้งคำถาม และมีส่วนร่วมทางความคิดมากกว่าการเล่าแบบเส้นตรงหรือเชิงดรามาจัดจ้าน จึงมีแนวโน้มสร้างการติดตามอย่างต่อเนื่องในกลุ่มผู้ชมเขตกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการวิดีโอพอดแคสต์บนแพลตฟอร์มยูทูบ (YouTube) ประเภทรายการเรื่องเล่าทางวิทยาศาสตร์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ชมผู้ฟังรายการวิดีโอพอดแคสต์ประเภทรายการเรื่องเล่าทางวิทยาศาสตร์ในเขตกรุงเทพมหานครเป็นประชากรวัยทำงานเป็นหลัก มีระดับการศึกษาในระดับอุดมศึกษาสัดส่วนสูง และมีความ

Citation:
Wanasiri, P., Nualnetr, P., & Yossakrai, K. (2026). Factors and Storytelling Strategies Influencing Audiences' Decisions to Watch Science Communication Video Podcasts on YouTube in Bangkok. Interdisciplinary Academic and Research Journal, 6(5), e297690; DOI: https://doi.org/10.60027/iarj.2026.e297690

Interdisciplinary Academic and Research Journal, 6 (5), September-October 2026
Old ISSN 2774-0374: New ISSN 2985-2749
Website: https://so03.tci-thaijo.org/index.php/IARJ/index
Article ID: e297690

หลากหลายทางอาชีพและรายได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดประชากรศาสตร์ที่ชี้ว่าลักษณะทางประชากรมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและการตัดสินใจบริโภคเนื้อหา (Kotler, 2003; McQuail, 2010)

การที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยผู้ใหญ่ตอนต้นถึงวัยทำงานตอนกลาง สะท้อนว่ากลุ่มดังกล่าวเป็นผู้ใช้สื่อดิจิทัลอย่างสม่ำเสมอ มีพฤติกรรมการรับชมสื่อออนไลน์เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน และให้ความสำคัญกับเนื้อหาที่สามารถให้ทั้งความรู้และความบันเทิงควบคู่กัน โดยเฉพาะเนื้อหาทางวิทยาศาสตร์ที่ถูกนำเสนอในรูปแบบเรื่องเล่า ซึ่งช่วยลดความซับซ้อนของสารและเอื้อต่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง

ซึ่งเมื่อพิจารณาในมิติของบริบทพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นสังคมเมืองขนาดใหญ่ที่มีลักษณะการดำเนินชีวิตเร่งรีบ มีต้นทุนการใช้ชีวิตสูง และมีข้อจำกัดด้านเวลา พบว่าสัดส่วนผู้มีรายได้ระดับต่ำถึงปานกลาง รวมถึงผู้ประกอบอาชีพที่มีเวลาว่างไม่แน่นอน มีแนวโน้มเลือกใช้แพลตฟอร์มยูทูบเป็นช่องทางหลักในการรับชม เนื่องจากเป็นสื่อที่เข้าถึงได้ง่าย ไม่มีค่าใช้จ่าย และสามารถรับชมได้ตามช่วงเวลาที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตของตน บริบทดังกล่าวสามารถมองได้ว่าเป็นตัวแปรแทรกซ้อนสำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สื่อดิจิทัลของผู้รับสารในเขตเมืองหลวง

นอกจากนี้ สัดส่วนผู้มีรายได้ระดับต่ำถึงปานกลางและการประกอบอาชีพที่มีเวลาว่างไม่แน่นอน เอื้อให้ยูทูบเป็นแพลตฟอร์มหลักในการรับชม เนื่องจากเข้าถึงได้ง่าย ไม่มีค่าใช้จ่าย และสามารถรับชมได้ตามช่วงเวลาที่สะดวก ผลดังกล่าวสนับสนุนแนวคิดการใช้และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory) ที่อธิบายว่าผู้รับสารเลือกใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะของตนในบริบทชีวิตจริง

จากศึกษากลวิธีในการเล่าเรื่องที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการวิดีโอพอดแคสต์บนแพลตฟอร์มยูทูบ (YouTube) ประเภทรายการเรื่องเล่าทางวิทยาศาสตร์ของผู้ชมผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ชมผู้ฟังให้ความสำคัญกับกลวิธีการเล่าเรื่องที่ช่วยสร้างความเข้าใจ ความน่าเชื่อถือ และความหมายของสารวิทยาศาสตร์ มากกว่ากลวิธีที่เน้นความซับซ้อนของโครงเรื่องหรือการเร้าอารมณ์เชิงดราม่า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารวิทยาศาสตร์ (Science Communication) ที่เน้นการทำให้สาระเชิงวิชาการเข้าถึงได้ เข้าใจง่าย และเชื่อมโยงกับประสบการณ์ของผู้รับสาร (Bucchi & Trench, 2014)

กลวิธีที่ได้รับการประเมินในระดับสูง เช่น การใช้สัญลักษณ์เชิงสังคมและมนุษยศาสตร์ การใช้เสียงประกอบที่เหมาะสม และการนำเสนอหลายมุมมอง ช่วยกำกับการรับรู้และลดภาระทางความคิดของผู้ชม ทำให้เนื้อหาทางวิทยาศาสตร์ซึ่งมีความซับซ้อนสามารถถูกตีความได้อย่างเป็นระบบ ขณะที่กลวิธีอย่างการใช้ตัวละครที่มีมิติหรือโครงเรื่องหลายเส้นได้รับการรับรู้ในระดับต่ำ สะท้อนว่าผู้ชมมิได้คาดหวังรูปแบบการเล่าเชิงละครในรายการวิทยาศาสตร์ แต่ต้องการความชัดเจนและสาระเป็นแกนหลัก ผลดังกล่าวยังสอดคล้องกับแนวคิด Cognitive Load Theory ที่ระบุว่าการนำเสนอสารที่ซับซ้อนเกินไปอาจเพิ่มภาระทางความคิดและลดประสิทธิภาพการเรียนรู้ โดยเฉพาะในบริบทการรับชมวิดีโอพอดแคสต์ที่ผู้ชมอาจรับฟังควบคู่กับกิจกรรมอื่น

จากการศึกษารูปแบบเรื่องเล่าของรายการวิดีโอพอดแคสต์ประเภทรายการเรื่องเล่าทางวิทยาศาสตร์ที่ผู้ชมผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสนใจและเลือกติดตามรับชม

ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบเรื่องเล่าที่ผู้ชมผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสนใจและเลือกติดตามรับชมมากที่สุด คือรูปแบบที่สามารถเชื่อมโยงเนื้อหาทางวิทยาศาสตร์เข้ากับชีวิตประจำวันและบริบทสังคมเมือง โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน สุขภาพ เทคโนโลยี และปรากฏการณ์ร่วมสมัย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการเล่าเรื่องเชิงอรรถประโยชน์ (Narrative Utility) ที่มองว่าเรื่องเล่าจะมีพลังเมื่อผู้รับสารสามารถนำไป

Citation:
Wanasiri, P., Nualnetr, P., & Yossakrai, K. (2026). Factors and Storytelling Strategies Influencing Audiences' Decisions to Watch Science Communication Video Podcasts on YouTube in Bangkok. Interdisciplinary Academic and Research Journal, 6(5), e297690; DOI: https://doi.org/10.60027/iarj.2026.e297690

Interdisciplinary Academic and Research Journal, 6 (5), September-October 2026
Old ISSN 2774-0374: New ISSN 2985-2749
Website: https://so03.tci-thaijo.org/index.php/IARJ/index
Article ID: e297690

อธิบายหรือใช้ประโยชน์ในชีวิตจริงได้ ซึ่งเมื่อขยายกรอบการอภิปรายให้ครอบคลุมมิติจิตวิทยาสังคม พบว่าการเลือกรับชมเนื้อหาที่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงของผู้ชมมิได้มีเป้าหมายเพียงการแสวงหาความรู้เท่านั้น หากยังสะท้อนความต้องการด้านความมั่นคงทางจิตใจและการปรับตัวต่อความไม่แน่นอนของสังคมเมืองในยุคปัจจุบัน เรื่องเล่าทางวิทยาศาสตร์ในลักษณะดังกล่าวทำหน้าที่เป็นกลไกทางการสื่อสารที่ช่วยจัดระเบียบความคิด ลดความคลุมเครือของปรากฏการณ์ร่วมสมัย และช่วยให้ผู้ชมสามารถทำความเข้าใจโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้ดีขึ้น

นอกจากนี้การที่ผู้ชมให้ความสำคัญกับความเหมาะสมของช่วงเวลาการรับชมและความยาวของเนื้อหาสะท้อนถึงลักษณะการบริโภคสื่อในสังคมเมืองที่มีข้อจำกัดด้านเวลา รูปแบบเรื่องเล่าที่กระชับ แบ่งตอนชัดเจน และรับชมได้ในช่วงพักผ่อนหรือระหว่างกิจกรรม จึงมีแนวโน้มสร้างการติดตามอย่างต่อเนื่องมากกว่ารูปแบบเนื้อหาที่ยาวหรือซับซ้อน ทั้งนี้ผลการศึกษานี้สนับสนุนแนวคิดสื่อใหม่และวัฒนธรรมการรับชมแบบยืดหยุ่น (Media Convergence และ On-demand Viewing) ที่ชี้ว่าความสำเร็จของเนื้อหาไม่ได้ขึ้นอยู่กับสาระเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับการออกแบบรูปแบบการเล่าให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและจังหวะเวลาของผู้ชม

ข้อเสนอแนะของการวิจัย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานด้านการศึกษาและการสื่อสารวิทยาศาสตร์ควรสนับสนุนการผลิตสื่อวิดีโอพอดแคสต์ที่ใช้กลวิธีการเล่าเรื่องเพื่อเผยแพร่ความรู้ทางวิทยาศาสตร์สู่สาธารณชนอย่างเป็นระบบ

2. ควรกำหนดแนวทางหรือกรอบมาตรฐานในการพัฒนาสื่อดิจิทัลด้านวิทยาศาสตร์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและคุณภาพของเนื้อหา

3. ภาครัฐและสถาบันการศึกษาควรส่งเสริมความร่วมมือกับผู้ผลิตสื่อออนไลน์ในการพัฒนาเนื้อหาวิทยาศาสตร์ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับชมของคนเมือง

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. ผู้ผลิตรายการควรออกแบบเนื้อหาและรูปแบบการเล่าเรื่องให้เหมาะสมกับลักษณะประชากรศาสตร์และวิถีชีวิตของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ควรใช้กลวิธีการเล่าเรื่องที่ช่วยลดความซับซ้อนของเนื้อหาวิทยาศาสตร์ เช่น การเล่าเรื่องผ่านตัวอย่างเหตุการณ์ หรือคำถามใกล้ตัวผู้ชม

3. ควรพัฒนารูปแบบการนำเสนอให้สอดคล้องกับลักษณะของแพลตฟอร์ม YouTube เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมและการติดตามรับชมอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. การศึกษาครั้งต่อไปควรขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังพื้นที่อื่นนอกเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างด้านพฤติกรรมการเลือกรับชม

2. ควรศึกษากลวิธีการเล่าเรื่องเชิงลึกในมิติอื่น ๆ เช่น อารมณ์ ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการ หรือการใช้ภาพและเสียงประกอบ

3. ควรมีการวิจัยเชิงทดลองหรือเชิงเปรียบเทียบรูปแบบรายการ เพื่อประเมินประสิทธิภาพของกลวิธีการเล่าเรื่องทางวิทยาศาสตร์ในสื่อดิจิทัล

Citation:
Wanasiri, P., Nualnetr, P., & Yossakrai, K. (2026). Factors and Storytelling Strategies Influencing Audiences' Decisions to Watch Science Communication Video Podcasts on YouTube in Bangkok. Interdisciplinary Academic and Research Journal, 6(5), e297690; DOI: https://doi.org/10.60027/iarj.2026.e297690

เอกสารการอ้างอิง

Bandura, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. *Media Psychology, 3*(3), 265–299. https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0303_03

Berry, R. (2016). Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word “radio.” *The Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media, 14*(1), 7–22. https://doi.org/10.1386/rjao.14.1.7_1

Bucchi, M., & Trench, B. (Eds.). (2014). *Routledge handbook of public communication of science and technology* (2nd ed.). Routledge.

Burgess, J., & Green, J. (2018). *YouTube: Online video and participatory culture* (2nd ed.). Polity Press.

Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.

Crisell, A. (1994). *Understanding radio*. Routledge.

Cunningham, S., & Craig, D. (2019). *Social media entertainment: The new intersection of Hollywood and Silicon Valley*. New York University Press.

Dahlstrom, M. F. (2014). Using narratives and storytelling to communicate science with non-expert audiences. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America, 111*(Suppl. 4), 13614–13620. https://doi.org/10.1073/pnas.1320645111

Dahlstrom, M. F., & Ho, S. S. (2012). Ethical considerations of using narrative to communicate science. *Science Communication, 34*(5), 592–617. https://doi.org/10.1177/1075547012454597

Fisher, W. R. (1987). *Human communication as narration: Toward a philosophy of reason, value, and action*. University of South Carolina Press.

Green, M. C., & Brock, T. C. (2000). The role of transportation in the persuasiveness of public narratives. *Journal of Personality and Social Psychology, 79*(5), 701–721. https://doi.org/10.1037/0022-3514.79.5.701

Guo, P. J., Kim, J., & Rubin, R. (2014). How video production affects student engagement: An empirical study of MOOC videos. In *Proceedings of the First ACM Conference on Learning at Scale* (pp. 41–50). https://doi.org/10.1145/2556325.2566239

Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. SAGE.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.

Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York University Press.

Citation:
Wanasiri, P., Nualnetr, P., & Yossakrai, K. (2026). Factors and Storytelling Strategies Influencing Audiences’ Decisions to Watch Science Communication Video Podcasts on YouTube in Bangkok. Interdisciplinary Academic and Research Journal, 6(5), e297690; DOI: https://doi.org/10.60027/iarj.2026.e297690

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 19–32). SAGE.

Kaye, D. B. V., Chen, X., & Zeng, J. (2021). The co-evolution of two Chinese mobile short video apps: Parallel platformization of Douyin and TikTok. *Mobile Media & Communication, 9*(2), 229–253. https://doi.org/10.1177/2050157920952120

Kotler, P. (2003). *Marketing management* (11th ed.). Prentice Hall.

Mayer, R. E. (2020). *Multimedia learning* (3rd ed.). Cambridge University Press.

McHugh, S. (2016). How podcasting is changing the audio storytelling genre. *The Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media, 14*(1), 65–82. https://doi.org/10.1386/rjao.14.1.65_1

McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. McGraw-Hill.

McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). SAGE.

Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2023). *Digital news report 2023*. Reuters Institute for the Study of Journalism. https://www.digitalnewsreport.org/

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2018). *The future of education and skills: Education 2030*. OECD Publishing. https://www.oecd.org/education/2030-project/

Pew Research Center. (2021). *Social media use in 2021*. Pew Research Center.

Schäfer, M. S., & Fähnrich, B. (2020). Communicating science in organizational contexts: Toward an "organizational turn" in science communication research. *Journal of Communication, 70*(3), 375–398. https://doi.org/10.1093/joc/jqaa007

Spinelli, M., & Dann, L. (2019). *Podcasting: The audio media revolution*. Bloomsbury Academic.

Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2013). Uses and Gratifications 2.0: New gratifications for new media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 57*(4), 504–525. https://doi.org/10.1080/08838151.2013.845827

Welbourne, D. J., & Grant, W. J. (2016). Science communication on YouTube: Factors that affect channel and video popularity. *Public Understanding of Science, 25*(6), 706–718. https://doi.org/10.1177/0963662515572068

Citation: Wanasiri, P., Nualnetr, P., & Yossakrai, K. (2026). Factors and Storytelling Strategies Influencing Audiences' Decisions to Watch Science Communication Video Podcasts on YouTube in Bangkok. Interdisciplinary Academic and Research Journal, 6(5), e297690; DOI: https://doi.org/10.60027/iarj.2026.e297690