

กรอบคิดการศึกษาสื่อเสียงในยุคดิจิทัล: จากวิทยุกระจายเสียงสู่ พ็อดคาสต์และการเล่าเรื่องข้ามสื่อ

Framework for Study Audio Media in Digital Era: from Radio to Podcast and Transmedia Storytelling

ศิวพร สุกฤตตานนท์
Siwaporn Sukittanon

คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50200

Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai 50200 Thailand

*Corresponding Author E-mail: siwaporn.s@cmu.ac.th

(Received: November 10, 2022; Revised: June 9, 2023; Accepted: June 9, 2023)

บทคัดย่อ

วิทยุกระจายเสียงและพ็อดคาสต์สื่อสารกับผู้รับสารผ่านเสียง แต่ด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารทั้งสองประเภทได้พัฒนารูปแบบเนื้อหา การนำเสนอ การผลิต และการเผยแพร่ที่แตกต่างกัน กรอบคิดการศึกษาพ็อดคาสต์ซึ่งเป็นสื่อเสียงในยุคดิจิทัลจึงควรครอบคลุมทั้งแนวคิดพื้นฐานของสื่อเสียงรวมถึงลักษณะเฉพาะของสื่อยุคดิจิทัล บทความนี้เสนอให้ขยายกรอบคิด PodCred Framework (Tsagkias et al., 2010) ซึ่งรวบรวมตัวชี้วัดพยากรณ์ความมีชื่อเสียงของพ็อดคาสต์ดังนี้ 1) ด้านเนื้อหา ควรศึกษาเนื้อหาที่นำเสนอผ่านการพูดและความสม่ำเสมอของเนื้อหา ควรเพิ่มตัวชี้วัดประเภทเนื้อหาตามหมวดหมู่เนื้อหาของพ็อดคาสต์ 2) ด้านผู้ดำเนินรายการศึกษาวาทะ วิธีการพูด และภาพลักษณ์ 3) บริบทแวดล้อม ศึกษาจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตกับผู้ฟัง การอยู่รอดทางธุรกิจ และขยายตัวชี้วัดช่องทางการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่อาจรวมถึงช่องทางที่เป็นทางการ ช่องทางกลุ่มแฟนสร้างขึ้น สื่อสังคมออนไลน์ พื้นที่สาธารณะออนไลน์ 4) ด้านเทคนิคและการผลิต ศึกษาจากการผลิต ลักษณะผลิตภัณฑ์

วารสารการสื่อสารและสื่อบูรณาการ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2566

การเผยแพร่โดยควรตัดตัวชี้วัดด้านเทคโนโลยีที่ล้าสมัย และเพิ่มตัวชี้วัดรูปแบบการนำเสนอ (format) ของรายการ และท้ายที่สุดควรเพิ่มหมวดหมู่ที่รอบคอบ PodCred Framework ไม่ได้กล่าวถึงคือ 5) ด้านการเล่าเรื่องข้ามสื่อ โดยศึกษาจากการเล่าเรื่องแบบ Transmedia Storytelling และ Cross media Storytelling ของผู้ผลิตพ็อดคาสต์

คำสำคัญ: วิทยูกระจายเสียง, พ็อดคาสต์, สื่อเสียงดิจิทัล, การเล่าเรื่องข้ามสื่อ

Abstract

Radio broadcasting and podcasting are forms of communication with recipients through sound. However, with advancements in communication technology, both types of media have developed different formats for content creation, presentation, production, and dissemination. This article proposes an extended version of the PodCred Framework (Tsagkias et al., 2010) to analyze podcasts using the following criteria: 1) Content, which includes the spoken message, the consistency of the topic, and the genre of the podcast. 2) Podcaster, which covers the profile, speaking style, and language of the host. 3) Context, which examines the interaction between the host and the listeners, as well as the business opportunities related to the podcast. This article also suggests exploring the host's official platform, the fan platforms of the podcast, social media, and public forums as tools for interaction. 4) Technical execution, which evaluates the production, distribution, and packaging of the podcast. This article recommends removing an outdated technological criterion from the original framework and adding program formats as an additional criterion under production. Lastly, it is recommended to include the 5th category, transmedia storytelling, which the PodCred Framework does not mention.

Keywords : Radio, Podcast, Digital Audio Media, Transmedia Storytelling
บทนำ

เสาหลักของสื่อมวลชนยุคเฟื่องฟูอันได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ต่างต้องปรับตัวและเปลี่ยนรูปแบบให้เข้ากับยุคดิจิทัล เนื่องจากอินเทอร์เน็ตนำทั้งทางเลือกใหม่และความท้าทายมาสู่สื่อมวลชนยุคดั้งเดิม วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ต่างต้องปรับตัวให้อยู่รอด โทรทัศน์มีการเสนอทางเลือกการรับชมแบบ OTT TV (over-the-top TV) ที่ให้บริการเนื้อหาโทรทัศน์ ภาพยนตร์ วิดีโอ ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต Berry (2016) ได้ศึกษาพัฒนาการของวิทยุกระจายเสียงและกล่าวว่าวิทยุมีพัฒนาการเพื่อให้อยู่รอดในยุคดิจิทัล ซึ่งเทคโนโลยีและรูปแบบการบริโภคสื่อของผู้ใช้ได้ถูกเปลี่ยนแปลงไปเป็นอันมาก เริ่มจากการปรับเปลี่ยนการกระจายเสียงผ่านเว็บ (web broadcasting) ทำให้เกิดวิทยุออนไลน์ที่เผยแพร่ได้ทั่วโลก ไม่ถูกจำกัดด้วยพื้นที่และระยะของคลื่นวิทยุ วิทยุออนไลน์ยังทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนิยามของสื่อวิทยุแบบดั้งเดิมที่กล่าวว่า “วิทยุเป็นสื่อเสียง” (auditory medium) เป็น “สื่อบอด” (blind media) เนื่องจากสื่อวิทยุในปัจจุบันนำเสนอทั้งภาพเคลื่อนไหวภาพนิ่ง และเสียงผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ รวมถึงแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ

พ็อดคาสต์เป็นสื่อเสียงยุคดิจิทัลและมีลักษณะคล้ายกับ OTT TV เพียงแต่เน้นเสียงมากกว่าภาพประกอบเสียง พ็อดคาสต์เกิดขึ้นจากการอ้างอิงรูปแบบการนำเสนอของสื่อดั้งเดิมคือวิทยุกระจายเสียง Hammersley (2004) เป็นหนึ่งในผู้บุกเบิกใช้สื่อนี้และกล่าวถึงรายการพ็อดคาสต์ของตนเทียบเคียงไปกับวิทยุกระจายเสียงว่า “พ็อดคาสต์เป็นรายการใหม่ที่เฟื่องฟูมากสำหรับนักวิทยุสมัครเล่น รายการวิทยุแบบนี้สร้างอิสระให้กับผู้ฟังโดยไม่ต้องยึดติดกับเวลาและสถานที่ฟังอีกต่อไป และยังทำให้คนฟังสื่อสารกลับมายังผู้ผลิตรายการได้อีกด้วย” พ็อดคาสต์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างในปี ค.ศ. 2014 หลังจากทีรายการพ็อดคาสต์ “Serial” ดำเนินรายการโดยนักหนังสือพิมพ์ชื่อดังทางวิทยุสาธารณะของประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งหันมาทำรายการแนวคดีอาชญากรรมและสืบสวนจนเกิดพ็อดคาสต์ที่ประสบความสำเร็จอย่างสูง โดยรายการนี้ทำให้ผู้ฟังทั่วไปเปลี่ยนมุมมองกับพ็อดคาสต์ซึ่งเดิมคนทั่วไปคิดว่าพ็อดคาสต์เป็นสื่อที่เน้นเรื่องเทคโนโลยี หรือเป็นเนื้อหาของคนเฉพาะกลุ่ม (Hancock & McMurtry, 2018)

Berry (2016) เป็นผู้ที่ศึกษาพัฒนาการของพ็อดคาสต์อย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ยุคเริ่มต้นและได้ระบุว่าทุกครั้งที่มีการมีสื่อใหม่ ๆ เกิดขึ้น วิธีที่ง่ายที่สุดในการนิยามสื่อใหม่นั้นคือการเทียบเคียงกับสื่อดั้งเดิมที่มีอยู่ นั่นก็คือวิทยุ แม้ว่าพ็อดคาสต์มีความเกี่ยวข้องกับสื่อวิทยุแต่ก็มีความแตกต่างจากวิทยุในหลายแง่มุม พ็อดคาสต์ใช้รูปแบบของวิทยุในการผลิตรายการแต่มีเอกลักษณ์และข้อได้เปรียบของมันเอง พ็อดคาสต์ถูกผลิตเพื่อเผยแพร่ผ่านการดาวน์โหลดเพื่อรับฟังเพียงอย่างเดียว ทำให้ไม่ถูกจำกัดในเวลาในการออกอากาศ ต่างจากรายการวิทยุที่เวลาออกอากาศถูกจำกัดโดยผังรายการของสถานี พ็อดคาสต์ไม่ใช่ทางเลือกสำรองแต่เป็นช่องทางใหม่สำหรับการเผยแพร่ออกอากาศและอาจเป็นคู่แข่งของวิทยุกระจายเสียง พ็อดคาสต์เป็นช่องทางสำหรับผู้ผลิตเนื้อหาใหม่ ๆ ที่สนใจวิทยุแต่ไม่สามารถก้าวเข้าไปในอุตสาหกรรมคลื่นวิทยุกระจายเสียงที่มีข้อกำหนดที่เคร่งครัดของสถานีหรือกฎหมายสื่อสารมวลชน การบริหาร รวมถึงตารางการทำงาน พ็อดคาสต์ยังเป็นช่องทางใหม่สำหรับการดึงดูดกลุ่มผู้ฟังอายุน้อยหรือกลุ่มผู้ฟังอื่น ๆ ที่รายการวิทยุต้องการเข้าถึงแต่ไม่สามารถทำได้ผ่านวิทยุกระจายเสียงแบบดั้งเดิม สำหรับสถานีวิทยุการนำรายการวิทยุไปเผยแพร่แบบพ็อดคาสต์อีกทางหนึ่งยังทำให้ได้ฐานผู้ฟังที่มีอายุน้อยลงและผู้ฟังกลุ่มใหม่ที่เดิมไม่สะดวกฟังรายการในช่วงเวลาที่ออกอากาศทางวิทยุ ผู้ฟังวิทยุและพ็อดคาสต์มีระดับการมีส่วนร่วมและความกระตือรือร้นต่างกัน ผู้ฟังวิทยุใช้ความพยายามน้อยมากในการฟัง เพียงแค่หมุนหาคลื่นหรือเปิดวิทยุก็จะได้รับฟังรายการตามช่วงเวลาที่ยังออกอากาศ ซึ่งต่างจากผู้ฟังพ็อดคาสต์ที่ต้องมีความพึงพอใจหรือความต้องการเนื้อหาเฉพาะบางอย่างมาก่อนแล้ว หลังจากนั้นจึงมีพฤติกรรมต่อเนื่องคือค้นหาเนื้อหาที่ต้องการรวมถึงการจัดตารางเวลาเพื่อการฟังเนื้อหานั้น ๆ ของตนเอง แม้ว่าจะมีสื่อกลางที่เป็นแหล่งรวบรวมไฟล์เสียงพ็อดคาสต์เช่น iTunes, Spotify, Pocketcast ผู้ฟังพ็อดคาสต์ก็ยังมีอำนาจในการควบคุมการใช้สื่อสูงมากผ่านการค้นหาเนื้อหา เลือกสรรรายการ เลือกตอน กำหนดเวลา และสถานที่ในการฟังด้วยตนเอง ระดับความจดจ่อในการฟังเนื้อหาของผู้ใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงและพ็อดคาสต์ยังต่างกัน ผู้ฟังวิทยุใช้การฟังวิทยุเป็นส่วนหนึ่งของการทำกิจกรรมอื่นระหว่างวัน แต่ผู้ฟังพ็อดคาสต์มักจะฟังรายการพ็อดคาสต์ที่ตนเองเลือกบนพื้นฐานความสนใจ ดังนั้นการฟังจึงมีความจดจ่อมากกว่า บางครั้งผู้ฟังพ็อดคาสต์จึงหยุดทำกิจกรรมอื่น ๆ หรือเลือกเวลาเพื่อฟังเนื้อหาพ็อดคาสต์แต่เพียงอย่างเดียวถือได้ว่าพ็อดคาสต์เป็นสื่อที่มีความใกล้ชิดกับผู้ฟังสูง และประเด็นสุดท้ายประสบการณ์การฟัง

พ็อดคาสต์มีความเป็นส่วนตัวสูงกว่าวิทยุ ความเป็นส่วนตัวของพ็อดคาสต์เริ่มตั้งแต่การเลือกสรรเนื้อหาที่ตรงกับความสนใจของตัวเองของผู้ฟัง รวมถึงวิธีการฟังพ็อดคาสต์ซึ่งมักฟังโดยการดาวน์โหลดไฟล์เสียง และการฟังผ่านหูฟังยังทำให้เกิดความใกล้ชิดระหว่างผู้จัดรายการและผู้ฟังรวมถึงให้ประสบการณ์การฟังที่เป็นส่วนตัวต่างจากการฟังวิทยุที่มักต้องฟังผ่านเครื่องรับและเปิดฟังขณะทำอย่างอื่นไปด้วย

จากพัฒนาการและลักษณะของสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่อเสียงยุคดิจิทัลอย่างพ็อดคาสต์ที่ได้ทบทวนมานั้น กล่าวได้ว่าวิทยุกระจายเสียงและพ็อดคาสต์มีบางแง่มุมที่เกี่ยวข้องกันและมีหลายด้านที่ต่างกันโดยสิ้นเชิง เมื่อเทียบกับวิทยุกระจายเสียงแล้ว พ็อดคาสต์เป็นสื่อเสียงรูปแบบใหม่มีผู้ผลิตที่มาจากหลายสาขาอาชีพและยังไม่มีผู้ศึกษาพ็อดคาสต์มากนัก ในทศวรรษที่ผ่านมา Tsagkias et al. (2010) ได้พัฒนารอบคิด PodCred Framework เพื่อใช้ประเมินความน่าเชื่อถือและคุณภาพของพ็อดคาสต์และพยากรณ์โอกาสความมีชื่อเสียงของพ็อดคาสต์ แต่ในช่วงระยะเวลาสิบปีหลังของกรอบคิด สื่อพ็อดคาสต์ได้ปรับเปลี่ยนไปอย่างมากเช่นกัน บทความนี้จึงหยิบยกแนวคิดที่ใช้เพื่อศึกษาสื่อวิทยุกระจายเสียงและพ็อดคาสต์ และแนวคิดการเล่าเรื่องข้ามสื่อมาใช้ประกอบเพื่อขยายและพัฒนารอบคิด PodCred Framework ให้ทันสมัยและเหมาะสมกับการศึกษาพ็อดคาสต์ในยุคปัจจุบัน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

PodCred Framework กรอบคิดการประเมินพ็อดคาสต์

หลังจากปี ค.ศ. 2004 พ็อดคาสต์เริ่มเป็นที่รู้จักและมีผู้ผลิตรายการออกมาเป็นจำนวนมาก Tsagkias et al. (2010) ศึกษาและพัฒนารอบคิด PodCred Framework เพื่อใช้ประเมินความน่าเชื่อถือและคุณภาพของพ็อดคาสต์โดยรวมตัวชี้วัดที่จะสามารถพยากรณ์ความมีชื่อเสียงของพ็อดคาสต์ กรอบคิด PodCred Framework สนใจคุณลักษณะ 4 ด้านของสื่อ คือ เนื้อหาผู้ผลิต ผู้ดำเนินรายการ พ็อดคาสต์ บริบทแวดล้อม และเทคนิคและการผลิตพ็อดคาสต์

ด้านเนื้อหา เป็นปัจจัยที่ได้รับน้ำหนักมากที่สุด มีจำนวนคุณลักษณะเพื่อพยากรณ์เป็นสัดส่วนมากกว่าด้านอื่น ๆ โดยกรอบคิดนี้ระบุว่าเนื้อหาพ็อดคาสต์จะพิจารณาจากความน่าเชื่อถือของสารและความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร (message and source credibility) PodCred Framework ระบุว่าความน่า

เชื่อถือของเนื้อหาจากปัจจัยภายในเนื้อหาพ็อดคาสต์เองและปัจจัยด้านผู้ผลิต/ผู้ดำเนินรายการพ็อดคาสต์ ปัจจัยภายในเนื้อหาพ็อดคาสต์ (content) หมายถึงเนื้อหาพ็อดคาสต์ที่ถ่ายทอดโดยผู้ดำเนินรายการซึ่งควรมีหัวข้อชัดเจน ใช้แขกรับเชิญข้อมูลน่าเชื่อถือ เป็นข้อเท็จจริง มีการอภิปรายถกเถียงหรือวิพากษ์จากประสบการณ์จริงให้คำแนะนำ มีการอ้างอิงแหล่งข้อมูล และนอกจากเนื้อหาที่ผู้ฟังรับฟังแล้วยังต้องให้ความสำคัญกับความสม่ำเสมอของเนื้อหาอีกด้วยได้แก่ การมีหัวข้อหลักเป็นร่มใหญ่คลุมทุกตอนย่อย (episode) มีโครงสร้างของตอนย่อย เนื้อหาตอนย่อยเชื่อมโยงกัน เผยแพร่สม่ำเสมอ

ปัจจัยด้านผู้ผลิต/ผู้ดำเนินรายการพ็อดคาสต์ (podcaster) ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือกับพ็อดคาสต์เช่นกัน โดยให้ความสำคัญกับตัวชี้วัด 3 ข้อย่อยคือ จังหวะวาหะ วิธีการพูด และภาพลักษณ์ของผู้ดำเนินรายการ ด้านวาหะผู้ดำเนินรายการควรพูดคล่อง มีความเร็วในการพูดที่ฟังง่าย พูดชัดเจน เลือกสรรถ้อยคำมาใช้ มีสำเนียง (accent) เฉพาะ ใช้วิธีการพูดจาแบบพูดคุยสนทนา ใช้ประโยคที่ซับซ้อน เล่าเรื่องส่วนตัว ใช้คำศัพท์สวยงามและสร้างสรรค์ ใช้คำอุปมาอุปไมย ใช้ถ้อยคำกินใจ ใช้ภาษาปาก มีอารมณ์ขัน นำเสนอกระชับ และสุดท้ายควรใช้ชื่อบุคคลหรือสถานที่สำคัญเป็นชื่อของพ็อดคาสต์ ผู้ผลิตพ็อดคาสต์มีประวัติการทำงานยาวนาน มีชื่อเสียง ผู้ผลิตสังกัดบริษัทหรือองค์กรมีชื่อเสียงนอกวงการพ็อดคาสต์

ด้านบริบทแวดล้อม ประกอบด้วย 2 ปัจจัยคือ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้ดำเนินรายการกับผู้ฟังและการอยู่รอดของธุรกิจ โดยมีตัวชี้วัดย่อยเช่น การรับข้อความและความคิดเห็นจากผู้ฟัง มีพื้นที่สำหรับการพูดคุยและแสดงความคิดเห็น หน้าเพจของพ็อดคาสต์สามารถคลิกเชื่อมโยงไปหน้าอื่น ๆ ได้ และปัจจัยด้านความอยู่รอดของธุรกิจพิจารณาจากชื่อเสียงของพ็อดคาสต์ เช่น การนำรายการวิทยุกระจายเสียงที่เป็นที่รู้จักอยู่แล้วมาเผยแพร่ซ้ำ รางวัลที่พ็อดคาสต์เคยได้รับ จำนวนผู้สนับสนุนและโฆษณา รวมถึงการมีร้านค้าของรายการพ็อดคาสต์

ด้านเทคนิคและการผลิตพ็อดคาสต์ ให้ความสำคัญกับ 3 ปัจจัยย่อย เทคนิคการผลิต ลักษณะผลิตภัณฑ์พ็อดคาสต์ และการเผยแพร่พ็อดคาสต์ ตัวชี้วัดย่อยด้านเทคนิคการผลิตอิงอยู่กับสื่อเสียงดั้งเดิม เช่น การมีบทนำเปิดรายการ การใช้จingle การใช้เพลงประกอบ เสียงประกอบ การตัดต่อไฟล์เสียง คุณภาพเสียงระดับห้องบันทึกเสียง ส่วนลักษณะผลิตภัณฑ์อิงกับเทคโนโลยีดิจิทัลพิจารณาจาก การให้ข้อมูลพ็อดคาสต์ครบถ้วนบนฟีด (feed-level metadata) ให้ข้อมูลระดับตอนย่อย

(episode) คำโปรยสรุปเนื้อหารายการ ชื่อตอนย่อ มีไฟล์เสียงให้เลือกดาวน์โหลด หลากหลายขนาด มีตราสัญลักษณ์ นำเสนอพร้อมกับภาพกราฟิกประจำตอนย่อ ส่วนด้านการเผยแพร่พ็อดคาสต์ เช่น ชื่อโดเมนจดจำง่าย เผยแพร่ผ่านช่องทางเผยแพร่พ็อดคาสต์ มีหน้าเพจ มีหน้าเว็บท่าของรายการพ็อดคาสต์ (podcast [ortal] และดาวน์โหลดไฟล์ได้ง่าย

ตารางที่ 1 ลักษณะ 4 ด้านและตัวชี้วัดเพื่อประเมินพ็อดคาสต์ตามกรอบคิด PodCred Framework

เนื้อหา	ผู้ดำเนินรายการพ็อดคาสต์	บริบทแวดล้อม	เทคนิคและการผลิต พ็อดคาสต์
- เนื้อหาผ่านการพูด - ความสม่ำเสมอของเนื้อหา	- จังหวะวาตะ - วิธีการพูด - ภาพลักษณ์	- ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้ดำเนินรายการกับผู้ฟัง - การอยู่รอดของธุรกิจ	- เทคนิคการผลิต - ลักษณะผลิตภัณฑ์ - การเผยแพร่

ประเภทรายการและเนื้อหา

สื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อดั้งเดิมและผ่านการพัฒนารูปแบบรายการและการนำเสนอให้เข้ากับเทคโนโลยีการเผยแพร่อย่างต่อเนื่องจากพัฒนาการสื่อที่ยาวนาน ประเภทรายการวิทยุกระจายเสียงจึงถูกแบ่งได้หลายวิธีโดยใช้เกณฑ์ที่แตกต่างกันเช่น การจัดประเภทรายการวิทยุตามบทบาทหน้าที่สื่อมวลชนของวิทยุกระจายเสียงอาจแบ่งได้ถึง 6 ประเภท คือ รายการข่าว เสนอเหตุการณ์อย่างตรงไปตรงมาตามที่เกิดขึ้นจริง รายการเพื่อการศึกษา เสนอสาระที่เป็นความรู้ ประสบการณ์ ทักษะ และความชำนาญ รายการโน้มน้าวและจูงใจ เป็นรายการที่มุ่งเปลี่ยนแปลงทัศนคติและค่านิยมของผู้ฟัง รายการบันเทิง เป็นรายการที่มุ่งให้เกิดความเพลิดเพลิน รายการโฆษณาประชาสัมพันธ์ มุ่งเน้นให้ผู้ฟังคล้อยตามกับคุณภาพ และความดีของผลิตภัณฑ์และบริการที่โฆษณารวมถึงความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับองค์กร รายการบริการสาธารณะ เป็นรายการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อ

ให้สาธารณะประโยชน์กับประชาชน เช่น ประกาศให้ความรู้ ประกาศราชการ (สุทธิ ชัดติยะ, 2555; มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2549) แต่หากแบ่งประเภท รายการวิทยตามกลุ่มผู้ฟังและสาขาวิชาชีพ อาจแบ่งเป็นรายการเด็ก รายการวัยรุ่น รายการแม่บ้าน รายการผู้สูงอายุ หากยึดตามสาขาวิชาชีพหรือเนื้อหาเป็นหลัก อาจจำแนกเป็น รายการเพื่อเกษตรกร รายการเพื่อนักธุรกิจ เป็นต้น

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ใช้เนื้อหาหลักของรายการเพื่อเป็นเกณฑ์การ แบ่งประเภทรายการแบ่งเป็น 16 ประเภท คือ รายการข่าวสาร ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเสนอเนื้อหาเหตุการณ์ปัจจุบัน ข้อเท็จจริง ประเด็นสาธารณะที่เป็น ประโยชน์ต่อสังคม รายการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในระบอบประชาธิปไตย มี วัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างและส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบการ ปกครอง รายการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม มีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อส่งเสริมการศึกษาในระบบ นอกระบบ การศึกษาตามอัธยาศัย รายการให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต สิ่งแวดล้อม มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการจัดสรรทรัพยากร คุณค่าของสิ่ง แวดล้อมทางธรรมชาติ รายการเด็กและเยาวชน มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพัฒนาเด็ก และเยาวชน รายการท้องถิ่น มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อแสดงศักยภาพของท้องถิ่น ให้ โอกาสคนในท้องถิ่นได้แสดงออก รายการวิทยาศาสตร์และสุขภาพ หมายถึง รายการ ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ในธรรมชาติ กระบวนการคิด แบบวิทยาศาสตร์ รายการกีฬา นำเสนอกีฬาประเภทต่าง ๆ ส่งเสริมการเล่นกีฬา ออกกำลังกาย การมีน้ำใจนักกีฬา การถ่ายทอดกีฬา รายการข่าวสารและบันเทิง นำเสนอเนื้อหาที่ผสมผสานกันระหว่างรายการข่าวและรายการบันเทิง รายการบันเทิง ให้ความสำคัญ รายการ เพลิดเพลิน แต่ไม่รวมรายการขายสินค้าและบริการ รายการ ประเภทรายการพิเศษ เป็นรายการที่ไม่ได้ปรากฏในผังปกติ อาจเป็นรายการที่ สร้างเอง ถ่ายทอดสดหรือรายการที่ออกเป็นวาระไม่ต่อเนื่อง รายการเพลง นำเสนอ ภาพและเสียงอันเกิดจากเครื่องดนตรี เสียงร้อง จังหวะ ทำนอง รายการภาพยนตร์ นำเสนอภาพและเสียงหรือภาพเพียงอย่างเดียว ซึ่งสามารถนำมาฉายเป็นภาพ เคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง รายการตลก มีเนื้อหาอันน่าขบขันเบาสบาย รายการละคร นำเสนอเรื่องราวผ่านตัวละครอันเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ ความขัดแย้ง ธรรมชาติ มนุษย์ โดยการใช้การแสดงและบทสนทนา รายการสารคดี สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยว

กับเหตุการณ์ที่เป็นข้อเท็จจริง

พ็อดคาสต์ เป็นสื่อใหม่ที่ผู้ใช้งานหรือผู้ฟังมีบทบาทต่างกับผู้ฟังวิทยุกระจายเสียง ผู้ฟังพ็อดคาสต์มีบทบาทเชิงรุก กล่าวคือผู้ฟังทำหน้าที่แสวงหาเนื้อหาและดาวน์โหลดเพื่อรับฟังด้วยตนเอง ผู้ให้บริการพ็อดคาสต์นิยมแบ่งหมวดหมู่ของสื่อตามความนิยม (top chart) และโดยประเภทเนื้อหา (genre) ช่องทาง Spotify ช่องทาง AppleiTune รวมถึงเว็บไซต์จัดอันดับพ็อดคาสต์ Chartable.com มีแบบแผนในการแยกเนื้อหาพ็อดคาสต์ในรูปแบบเดียวกันโดยแบ่งเป็น 17 ประเภท คือ ศิลปะ ธุรกิจ ตลกขบขัน การศึกษา เรื่องแต่ง สุขภาพ ประวัติศาสตร์ นันทนาการ เพลง ข่าว ศาสนาและความเชื่อ วิทยาศาสตร์ สังคมและวัฒนธรรม กีฬา เทคโนโลยี อาชญากรรมเรื่องจริง โทรทซ์ส์และภาพยนตร์

เนื่องจากพ็อดคาสต์เป็นสื่อที่ถูกผลิตไว้มาก่อนในรูปแบบไฟล์เสียงหรือภาพเคลื่อนไหวจากนั้นจึงนำไปเผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ เนื้อหาพ็อดคาสต์จึงไม่เน้นความสดแต่เป็นเนื้อหาแบบ “Evergreen” เพื่อให้ผู้ฟังเข้าถึงและดาวน์โหลด (Spinelli & Dann, 2019) “Evergreen” เป็นเนื้อหาที่ไม่เสื่อมค่าตามกาลเวลา เนื้อหาที่ยังคงมีคุณค่าไม่ว่าเวลาจะผ่านไปนานเพียงใดเนื้อหานั้น ๆ ก็ยังคงดูเหมือนสดใหม่และน่าสนใจอยู่ตลอดเวลา (Sitthinunt, 2016) ส่วนประเภทของเนื้อหา ยอดนิยมในพ็อดคาสต์ผลการศึกษาเนื้อหาพ็อดคาสต์ในปีค.ศ. 2009 พบว่าเนื้อหาที่เน้นความบันเทิงเป็นเนื้อหาที่ได้รับความนิยมสูงสุด (Gunawardena et al., 2009) ส่วนการสำรวจโดย Edison Research (2019) ในสหรัฐอเมริกาพบว่าเนื้อหาพ็อดคาสต์ที่ผู้บริโภคสนใจใกล้เคียงกัน 7 ลำดับแรก ได้แก่ ดนตรี ข่าว บันเทิง/ดารา/ข่าว ชุบชีพ ประวัติศาสตร์ กีฬา อาหาร เรื่องลึกลับคดีอาชญากรรม

อีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เนื้อหาพ็อดคาสต์มีลักษณะเฉพาะที่ต่างจากวิทยุ คือพ็อดคาสต์ไม่มีขีดจำกัดในด้านเวลาการนำเสนอต่างจากวิทยุกระจายเสียงที่รายการต่าง ๆ ถูกกำหนดตายตัวแบบตารางเวลาเผยแพร่ การวิเคราะห์ข้อมูลอภิพันธุ์ (metadata) จากพ็อดคาสต์ 10 ล้านตอน เน้นเฉพาะแบบที่มีแต่เสียงไม่มีภาพ พบว่าความยาวเฉลี่ยของพ็อดคาสต์แต่ละตอนคือ 43 นาที เมื่อนักวิจัยใช้ค่ามัธยฐาน (median) พบว่ารายการพ็อดคาสต์มีความยาวเฉลี่ย 38 นาที ความยาวของรายการมีแนวโน้มแตกต่างกันตามประเภทเนื้อหาด้วย พ็อดคาสต์เกมส์และเพลงมีแนวโน้มจะมีความยาวต่อตอนสูงที่สุด ขณะที่พ็อดคาสต์การศึกษา ธุรกิจ มีความยาวต่อตอนสั้นกว่า (Misener, 2018) จากวิถิปฏินี้ชี้ให้เห็นว่าความยาวของ

พืดคาศดไม่มีระยะเวลาหรือรูปแบบที่ต้งยัดถือเป็นมาตรฐาน แต่เปิดโอกาสให้ผู้ผลิตกำหนดเองและยืดหยุ่นความยาวได้ขึ้นอยู่กับเนื้อหาหรือรูปแบบการนำเสนอ

รูปแบบการนำเสนอ

วิธีการนำเสนอรายการเป็นกระบวนการที่จะนำเนื้อหาหรือเรื่องราวของรายการไปสู่ผู้ฟังอย่างมีศิลปะ หลักการเบื้องต้นในการนำเสนอของสื่อวิทยุมี 5 ส่วนคือ ภาษาพูด ที่ควรเป็นภาษาเรียบง่าย ประโยคสั้น ๆ กะทัดรัด เหมาะสมกับสภาพการฟัง สื่การพูด เหมือนกับการพูดคุยกับเพื่อน เหมาะสมกับรูปแบบรายการ ไม่ตู่ถูกคนฟังหรือคิดว่าคนฟังรู้ไม่เท่าตนเอง ดนตรีหรือเพลงประกอบ จะช่วยให้รายการน่าฟังและผ่อนคลาย การใช้เพลงประกอบรายการรวมถึงเพลงแนะนำรายการ เพลงคั่นรายการ เพลงประกอบเพื่อสร้างบรรยากาศหรือเป็นเนื้อหาส่วนหนึ่งของรายการ เพลงคั่นเพื่อเปลี่ยนฉากหรือเรื่องราวที่จะพูด เสียงประกอบเป็นเสียงที่เกิดขึ้นในธรรมชาติหรือเสียงที่ประดิษฐ์ขึ้นใช้สอดแทรกในรายการ ทำให้มีบรรยากาศสมจริง ช่วยให้ผู้ฟังสร้างจินตนาการตาม ความหลากหลาย (variety) และความเป็นอันหนึ่งอันเดียว (unity) ขณะที่ความหลากหลายจะสร้างความน่าสนใจให้กับผู้ฟัง แต่ในภาพรวมแล้วรายการควรมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันขององค์ประกอบที่เิดกล่าวมาทั้งหมดด้วย (จุมพล รอดคำดี, 2525)

หลักการเบื้องต้นในการนำเสนอของสื่อวิทยุ 5 ข้อที่ได้กล่าวไปนั้นถือว่าเป็นมาตรฐานขั้นต้นที่ทุกรายการวิทยุควรมีและใช้ประกอบกับรูปแบบการนำเสนอ (Format) ซึ่งเน้นวิธีการและสื่การเสนอเนื้อหาสาระและสิ่งที่อยู่ในรายการวิทยุกระจายเสียง รูปแบบการนำเสนอในสื่อวิทยุมีหลากหลายรูปแบบจำแนกเป็น 14 แบบย่อยคือ 1. การดำเนินรายการคนเดียวหรือบรรยายคนเดียว (straight talk) เป็นรายการมีผู้พูดเพียงคนเดียวพูดคุยกับผู้ฟัง 2. การสนทนา (conversation) จะมีบุคคลมาพูดคุยกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ผู้ดำเนินรายการเป็นทั้งผู้ถามและคู่สนทนา ให้ความรู้และแสดงความคิดเห็นในประเด็นที่น่าสนใจ 3. การอภิปราย (discussion) เป็นรายการพูดคุยอีกแบบหนึ่ง แต่ไม่ใช่เป็นการพูดคุยกับผู้ฟังโดยตรง แต่เป็นการพูดคุยแสดงทัศนะต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง มีผู้ดำเนินการอภิปราย 1 คนป้อนประเด็นหรือคำถามให้ผู้ร่วมอภิปราย 4. การสัมภาษณ์ (interview) ผู้ดำเนินรายการสัมภาษณ์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่ต้องการให้ผู้ถูกสัมภาษณ์มาเล่าให้ฟัง 5. การนำเสนอข้อเท็จ

จริงแบบสารคดี (documentary feature) เป็นรายการที่มีรูปแบบการนำเสนอข้อเท็จจริงเพียงเรื่องเดียวโดยให้รายละเอียดอย่างลึกซึ้ง 6. การนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลายแบบรายการนิตยสาร (magazine) มีความหลากหลายในรูปแบบเนื้อหาสาระและวิธีการนำเสนอ เทียบได้กับนิตยสารสิ่งพิมพ์ที่มีหลายเรื่องในเล่มเดียวแต่เชื่อมโยงหรือการร้อยเรียงแต่ละเรื่องย่อยหรือแต่ละตอนให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความสอดคล้องและกลมกลืนกัน 7. รายการปิกนิกะ (variety) เป็นรายการที่ใช้การผสมรูปแบบการนำเสนอหลายรูปแบบรวมอยู่ในรายการเดียวกัน มีความหลากหลายทั้งการนำเสนอและเนื้อหา 8. การรายงานข่าว (news reporting) เป็นรูปแบบการนำเสนอจัดทำขึ้นเพื่อรายงานเหตุการณ์สำคัญ ๆ ที่เกิดขึ้นแล้วในวันหนึ่ง 9. การถ่ายทอดสดและการบรรยายเหตุการณ์ (commentary) เป็นรายการวิทยุกระจายเสียงที่ถ่ายทอดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในเวลานั้น ๆ เช่น งานมหกรรม หรืองานราชพิธีต่าง ๆ ผู้ดำเนินรายการบรรยายเหตุการณ์เสนอเรื่องราวต่าง ๆ ถ่ายทอดให้ฟัง บรรยายสิ่งที่เห็น และในบางครั้งอาจวิจารณ์เพิ่มเติม เช่น การถ่ายทอดกีฬา ฯลฯ 10. การตอบปัญหา (quiz) เป็นรายการวิทยุกระจายเสียงที่เชิญผู้ตอบปัญหามาร่วมรายการในห้องส่งหรือให้ผู้ฟังตอบปัญหากลับมาทางโทรศัพท์ในรูปแบบการแข่งขันความสามารถหรือถามคำถาม ข้อข้องใจ ข้อสงสัยมายังรายการผู้จัดรายการก็จะนำปัญหาเหล่านั้นมาเรียบเรียงและตอบคำถามออกอากาศต่อไป 11. การโต้วาที เป็นรายการวิทยุกระจายเสียงที่มีกลุ่มบุคคล 2 ฝ่ายคือฝ่ายเสนอกับฝ่ายค้านมาถกเถียงหรือกล่าวสนับสนุนในประเด็นที่กำหนดให้ 12. ละคร (radio drama หรือ radio play) เป็นรายการวิทยุกระจายเสียงที่เสนอเรื่องราวต่าง ๆ ด้วยการจำลองสถานการณ์เป็นละคร มีการกำหนดบทเจรจา การบรรยาย เพลง และเสียงประกอบเป็นองค์ประกอบสำคัญเพื่อให้รู้สึกสมจริง 13. รายการสาระละคร (docu-drama) บางครั้งเรียกว่า “สาระนิยาม” เป็นรูปแบบรายการที่มุ่งให้ความรู้ และความบันเทิงพร้อม ๆ กัน เป็นรายการที่ใช้รูปแบบของละครวิทยุผสมกับรูปแบบสารคดี โดยช่วงแรกจะเสนอรายการด้วยรูปแบบของละคร ต่อจากนั้นก็จะเปลี่ยนช่วงของการแก้ปัญหาโดยการเชิญผู้ทรงคุณวุฒิหลาย ๆ คนมาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา ซึ่งอาจทำได้หลายรูปแบบ เช่น การเสนอสาระเชิงวิชาการ การบรรยาย การสรุป การวิจารณ์หรือการอภิปราย 14. การนำเสนอแบบห้องเรียนจำลอง เป็นรายการวิทยุกระจายเสียงที่สมมติขึ้นในห้องส่ง นำเสนอเนื้อหาเหมือนกับการสอนจริงทุกประการ (นภาพรณ์ อัจฉริยะกุล และ จีรา

รักษ์ โพธิสุวรรณ, 2547, สุทธิรักษ์ วินิจสร, 2545)

รูปแบบการนำเสนอในพ็อดคาสต์มีความหลากหลายน้อยกว่าเมื่อเทียบกับวิทยุ เว็บไซต์ Buzzsprout.com ซึ่งให้บริการจัดเก็บและเผยแพร่พ็อดคาสต์ได้จัดกลุ่มการนำเสนออันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะและใช้กันแพร่หลายในกลุ่มผู้ผลิตพ็อดคาสต์ไว้ 6 แบบ แต่รูปแบบเหล่านี้ก็มีลักษณะและนิยามของการนำเสนอเหมือนกับวิทยุกระจายเสียงถึง 4 รูปแบบได้แก่ 1. ผู้ดำเนินรายการคนเดียว (monologue) เหมาะสำหรับผู้ผลิตที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านและต้องการแบ่งปันข้อมูลกับคนฟัง 2. มีผู้ดำเนินรายการร่วมหลายคน (multi-host) ที่คล้ายกับการสนทนา เหมาะสำหรับผู้ผลิตพ็อดคาสต์ที่อาจพูดไม่เก่ง 3. การสัมภาษณ์ (interview) เป็นรูปแบบการนำเสนอโดยเจ้าของรายการ/ผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ตั้งคำถาม และมีผู้เชี่ยวชาญทำหน้าที่ให้คำตอบ เหมาะกับรายการที่เสาะหาเรื่องใหม่ ๆ มาแนะนำคนฟัง 4. สนทนาโต๊ะกลม (roundtable) มีลักษณะเหมือนกับรูปแบบการอภิปรายของวิทยุกระจายเสียงเนื่องจากสนทนาโต๊ะกลมจะเชิญผู้เชี่ยวชาญมากกว่า 1 คน มาเพื่อตอบคำถาม ผู้ดำเนินรายการทำหน้าที่แจกคำถามและตะล่อมประเด็น รูปแบบการนำเสนออีก 2 แบบที่เหลือซึ่งเว็บไซต์ Buzzsprout.com ระบุไว้เป็นวิธีการนำเสนอที่พ็อดคาสต์ใช้งานและแตกต่างกับวิทยุกระจายเสียงอย่างชัดเจนซึ่งประกอบด้วย 1. การนำเสนอด้วยการเล่าเรื่อง (narrative) ที่ใช้ทั้งเทคนิคการพูดคนเดียวผสมกับการสัมภาษณ์เพื่อเล่าเรื่องราวที่มีหลายตอนและซับซ้อน ซึ่งมีความคล้ายกับการนำเสนอแบบละครวิทยุ แต่การเล่าเรื่องแบบพ็อดคาสต์ฟังว่าผู้ดำเนินรายการเป็นหลัก ไม่ใช่ตัวละครเล่าเรื่อง และ 2. สารคดี (documentary) มีนิยามรายการที่แตกต่างกับวิทยุกระจายเสียง เนื่องจากสารคดีทางพ็อดคาสต์ใช้การเล่าเรื่อง ผสมกับการให้ข้อมูลเชิงลึก เน้นขั้นตอนการผลิตซับซ้อนมุ่งสร้างความน่าสนใจ แต่สำหรับวิทยุกระจายเสียงสารคดีเป็นรายการที่มีรูปแบบการนำเสนอข้อเท็จจริงเพียงเรื่องเดียวอย่างลึกซึ้ง

นอกเหนือจากรูปแบบการนำเสนอทั้ง 6 แบบข้างต้น Hancock and McMurtry (2018) ยกรายการ “Serial Podcast” เป็นกรณีศึกษาของการสร้างรูปแบบการเล่าเรื่องแบบใหม่ในพ็อดคาสต์ที่เนื้อหามีความยืดหยุ่น แบ่งส่วนได้ แยกเป็นตอนย่อย ๆ และใช้รูปแบบการนำเสนอข้ามหลายช่องทาง (multi-platform podcast) และที่สำคัญให้ประสบการณ์การรับฟังสื่อเสียงแบบใหม่ โดยหากนานิยามเดิมของการนำเสนอแบบวิทยุกระจายเสียงมาใช้อย่างไม่สามารถอธิบายการนำเสนอ

ของ “Serial Podcast” ที่ไม่ยึดติดกับช่องทางการนำเสนอผ่านสื่อเดียวแบบวิทยุ ที่เน้นว่าสื่อเสียงต้องการภาษาที่สร้างจินตนาการเนื่องจากผู้ฟังไม่สามารถเห็นภาพ ประกอบได้ “Serial Podcast” ได้ใช้เว็บไซต์รายการเป็นส่วนหนึ่งของการนำเสนอ ร่วมกับการเล่าเรื่องผ่านสื่อเสียงของผู้ดำเนินรายการ ผู้ฟังใช้เว็บไซต์ของรายการ เพื่อดูภาพหลักฐานจากคดี ชมภาพที่เกี่ยวข้องกับคดี ผู้ดำเนินรายการเล่าเรื่องผ่าน พ็อดคาสต์ แต่มีสื่อเสริม คือ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ทำให้เกิดการเล่าเรื่องด้วย สื่อหลายประสาทสัมผัสและช่องทาง (multi-sensory and multi -platform narrative) กรณีศึกษานี้เป็นความใหม่ที่ทำให้พ็อดคาสต์เป็นช่องทางการเล่าเรื่อง ที่ซับซ้อนและดีกว่าวิทยุดั้งเดิม

Gunawardena et al. (2009) ซึ่งศึกษาพ็อดคาสต์ก่อนยุค “Serial Podcast” ถึงสิบปีพบผลการศึกษาที่ยืนยันเช่นกันว่าพ็อดคาสต์มีธรรมชาติการนำเสนอแบบไม่ยึดเพียงช่องทางเดียวแบบวิทยุกระจายเสียง ตั้งแต่ก่อนปี ค.ศ.2009 ผู้ผลิตพ็อดคาสต์มีการเผยแพร่เนื้อหาผ่านชนิดไฟล์ MIME Type หรือชนิดของสื่อ ที่หลากหลาย ไม่ได้จำเพาะเฉพาะไฟล์เสียง ผู้ผลิตพ็อดคาสต์เผยแพร่ไฟล์ผลงานที่เป็นทั้งไฟล์วิดีโอมีภาพประกอบเสียงอีกด้วย และยังพบว่าพ็อดคาสต์ที่ศึกษาร้อยละ 30 เผยแพร่ตอนย่อย (episode) สัปดาห์ละครั้ง มีเพียงร้อยละ 10 ที่เผยแพร่ตอนย่อยทุกวัน ส่วนวันในสัปดาห์ที่เผยแพร่กระจายทุกวัน แต่เวลาเช้าและค่ำเป็นเวลา ที่ผู้ผลิตพ็อดคาสต์สร้างกิจกรรมมากกว่าเวลาอื่น

การเล่าเรื่องข้ามสื่อ

Spinelli and Dann (2019) ศึกษาพัฒนาการของพ็อดคาสต์และระบุ ว่าผู้ฟังพ็อดคาสต์มีประสบการณ์ที่แตกต่างจากสื่อเสียงดั้งเดิมแบบวิทยุกระจายเสียง การฟังพ็อดคาสต์โดยใช้หูฟังขนาดเล็กสอดในหู (earbuds) ร่วมกับโทรศัพท์ที่สมาร์โฟนทำให้ผู้ฟังรับฟังเสียงที่ครบถ้วนและชัดเจน มีสมาธิจดจ่อ รับฟังได้ทุกพื้นที่แม้ในพื้นที่สาธารณะหรือขณะเดินทาง ผู้ฟังพ็อดคาสต์ยังควบคุมประสบการณ์ การฟังของตนได้ ทั้งการเลือกฟังซ้ำ การย้อนกลับไปฟังในส่วนที่ตนเองต้องการ ผู้ฟังมีส่วนร่วมสูงในการเลือกเนื้อหา โทรศัพท์สมาร์โฟนทำหน้าที่เชื่อมโยงเนื้อหา และการนำเสนอเข้ากับสื่อโซเชียลมีเดียหรือเว็บไซต์ทำให้ผู้ฟังสามารถมีส่วนร่วมกับผู้ผลิตและเนื้อหาได้ในระหว่างที่รับฟังอีกด้วย กล่าวได้ว่าพ็อดคาสต์ในฐานะสื่อที่เผยแพร่ผ่านอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดช่องทางการเล่าเรื่องข้ามสื่อได้ และผู้ผลิตพ็อดคาสต์

ก็ไม่ได้รื้อที่ที่จะทดลองใช้ประโยชน์จากจุดเด่นของแต่ละช่องทาง

เทคโนโลยีใหม่ ๆ ช่วยให้การเล่าเรื่องทำได้ซับซ้อนและน่าสนใจยิ่งขึ้น Miller (2014) แยกการเล่าเรื่องออกเป็น 2 รูปแบบคือการเล่าเรื่องแบบดั้งเดิม (traditional storytelling) และการเล่าเรื่องแบบดิจิทัล (digital storytelling) การเล่าเรื่องแบบดั้งเดิม เป็นการเล่าเรื่องที่คุ้นเคยกันดีในสื่อมวลชนยุคดั้งเดิมแบบ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ละคร ลักษณะที่โดดเด่น คือ เป็นการเล่าเรื่องโดยกำหนดไว้ก่อนมีการเขียนบท องค์ประกอบการเล่าเรื่องถูกกำหนดไว้ก่อน มีโครงเรื่องแบบ เส้นตรง (linear plot) เส้นทางการเล่าเรื่องมีจุดเริ่มต้นและสิ้นสุดตามลำดับ ผู้ผลิตทำหน้าที่สร้างสรรค์เรื่องราว ใช้การดูหรือการฟังเป็นหลัก เพื่อรับรู้เรื่องเล่า ผู้ชมแบบตั้งรับอย่างเดียว (experienced passively) มีตอนจบแบบเดียว (ไม่สามารถเปลี่ยนแปลง) ต่างจากการเล่าเรื่องบนสื่อดิจิทัล (digital storytelling) ที่เกิดขึ้นในยุคที่เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ และโทรศัพท์สมาร์ทโฟนพัฒนาอย่างเต็มที่รองรับการเล่าเรื่องแบบใหม่ การเล่าเรื่องแบบดิจิทัลส่วนใหญ่ใช้หลายเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกันนำมาเล่าเรื่องร่วมกัน ผู้ผลิตมีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสาร เส้นทางการเล่าเรื่องไม่เป็นเส้นตรงอีกต่อไป เหตุการณ์ไม่ถูกกำหนดให้เกิดขึ้นก่อนหลังอย่างตายตัว ใช้พื้นที่การเล่าเรื่องที่หลากหลาย เข้าถึงหลายประสาทสัมผัสเพื่อเล่า “โครงเรื่อง” เดียว และเปิดให้มีพื้นที่สร้างสรรค์รวมกลุ่มสำหรับผู้ใช้ (users community)

การเล่าเรื่องข้ามสื่อมีหลากหลายระดับ โดยมีคำที่ควรคำนึงถึง 2 คำ คือ “Transmedia” และ “Cross media” Kwon and Byun (2018) สรุปแนวคิดของ Henry Jenkins ซึ่งเป็นศาสตราจารย์ด้านการสื่อสารวารสารศาสตร์ และภาพยนตร์และเป็นคนแรกที่เสนอแนวคิดนี้โดยกล่าวว่าการเล่าเรื่องข้ามสื่อแบบ “Transmedia” เป็นการนำเสนอที่ใช้กระบวนการผสมผสานเรื่องเล่ากับการเผยแพร่อย่างเป็นระบบผ่านหลายช่องทางการสื่อสารเพื่อสร้างประสบการณ์ความบันเทิงที่เป็นเอกภาพและสอดคล้องกัน โดยหลักการแล้วสื่อที่ใช้เพื่อการเล่าเรื่องแต่ละสื่อทำหน้าที่แตกต่างกันเพื่อขยายประเด็นในเรื่องเล่านั้น นอกจากนั้นองค์ประกอบช่องทางการเล่าเรื่องแต่ละสื่อ ผู้รับสารหรือผู้ใช้ต้องเข้าถึงได้แบบแยกส่วน โดยการเล่าเรื่องแบบนี้จะต่างกับการนำเนื้อหาสื่อเดิมไปเผยแพร่ซ้ำหลายช่องทางซึ่งเรียกว่าการเล่าเรื่องข้ามสื่อแบบ Cross media storytelling ที่มีประโยชน์เพียงการเพิ่มโอกาสการเข้าถึงเนื้อหาเดิมในกลุ่มผู้ใช้งานรายใหม่ ๆ ไม่ได้มีการขยายกรอบเนื้อหาแต่อย่างใด

อภิปรายผลการศึกษา

แม้ว่าพ็อดคาสต์และวิทยุกระจายเสียงใช้การสื่อสารกับผู้รับสารผ่านเสียงเป็นหลักคล้ายกัน แต่ด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าขึ้น การค้นหา เข้าถึง และการดาวน์โหลดไฟล์ทำได้สะดวก การรับฟังพ็อดคาสต์ด้วยโทรศัพท์สมาร์ตโฟนทำให้ผู้ใช้งานมีจอภาพรับชมสื่อมัลติมีเดียประเภทอื่น ๆ เอื้อให้พ็อดคาสต์สื่อเสียงในยุคดิจิทัลมีรูปแบบการนำเสนอที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น ทั้งด้วยพฤติกรรมการรับสื่อและการใช้พ็อดคาสต์ที่แตกต่างกับวิทยุ การศึกษาสื่อเสียงยุคดิจิทัลจึงควรมีแนวทางการศึกษาที่แตกต่างจากวิทยุกระจายเสียงดั้งเดิม และด้วยการพัฒนาทางเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง กรอบคิดเพื่อศึกษาพ็อดคาสต์เองก็ควรได้รับการปรับเปลี่ยนเช่นกัน

ตารางที่ 2 กรอบคิด PodCred Framework และส่วนขยาย

	ตัวชี้วัดตามกรอบคิด PodCred Framework	ตัวชี้วัดที่เสนอเพิ่ม
เนื้อหาของพ็อดคาสต์ (podcast content)	- เนื้อหาผ่านการพูด - ความสม่ำเสมอของเนื้อหา	- เพิ่มเติมประเภทเนื้อหา - แจกแจงตามหมวดหมู่เนื้อหาของพ็อดคาสต์
ผู้ผลิตรายการพ็อดคาสต์ (podcaster)	- จังหวัดวาทะ - วิธีการพูด - ภาพลักษณ์	
บริบทแวดล้อม	- ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้ดำเนินรายการกับผู้ฟัง - การอยู่รอดของธุรกิจ	เพิ่มตัวชี้วัดช่องทางการสร้างปฏิสัมพันธ์: ช่องทางที่เป็นทางการ ช่องทางโดยกลุ่มแฟน สื่อสังคมออนไลน์ พื้นที่สาธารณะออนไลน์

	ตัวชี้วัดตามกรอบคิด PodCred Framework	ตัวชี้วัดที่เสนอเพิ่ม
เทคนิคและการผลิต พ็อดคาสต์	• เทคนิคการผลิต • ลักษณะผลิตภัณฑ์ • การเผยแพร่	• ตัดตัวชี้วัดด้านเทคโนโลยีที่ล้าสมัย • เพิ่มตัวชี้วัดรูปแบบการนำเสนอ (format)
การเล่าเรื่องข้ามสื่อ	ไม่มี	• เพิ่มตัวชี้วัดการนำเสนอข้ามสื่อ 2 แบบ Transmedia storytelling และ Cross media storytelling

การศึกษาค้นคว้าทบทวนแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับวิทยุกระจายเสียงและพ็อดคาสต์ รวมถึงกรอบคิด PodCred Framework ของ Tsagkias et al. (2010) เพื่อเสนอแนวทางการศึกษาพ็อดคาสต์ที่เข้ากับยุคสมัยยิ่งขึ้นเพื่อให้ผู้ที่สนใจศึกษาคูณลักษณะของพ็อดคาสต์สามารถนำคุณลักษณะ 4 ด้านของกรอบคิด PodCred Framework คือ (1) เนื้อหา (2) ผู้ผลิตรายการ พ็อดคาสต์ (3) บริบทแวดล้อม และ (4) เทคนิคและการผลิตพ็อดคาสต์ พร้อมทั้งตัวชี้วัดส่วนขยายที่ได้จากบทความนี้ไปเป็นกรอบในการศึกษาได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ด้านเนื้อหา PodCred Framework ซึ่งเดิมมุ่งประเมินความน่าเชื่อถือของสารเป็นหลักผ่านตัวชี้วัดที่ประเมินเนื้อหาพ็อดคาสต์ที่ถ่ายทอดโดยผู้ดำเนินรายการ รวมถึงความสม่ำเสมอของเนื้อหา ความสอดคล้องระหว่างหัวข้อหลักและตอนย่อย (episode) แต่ PodCred Framework ไม่รวมเอาตัวชี้วัดที่เป็นประเภทหรือหมวดหมู่ของเนื้อหาพ็อดคาสต์ไว้ด้วย บทความนี้เสนอแนะให้นำหมวดหมู่เนื้อหาพ็อดคาสต์ 17 ประเภทรวมเป็นตัวชี้วัดย่อยเพื่อนำผลการศึกษามาวิเคราะห์แนวโน้มเนื้อหาที่ผู้ฟังให้ความสนใจ รวมถึงนำประเภทเนื้อหาไปวิเคราะห์ร่วมกับองค์ประกอบอื่น ๆ ซึ่งอาจจะพบความสัมพันธ์ของเนื้อหากับลักษณะเฉพาะของ

ผู้ดำเนินรายการ รูปแบบการนำเสนอ เทคนิคและรูปแบบการผลิตเป็นต้น

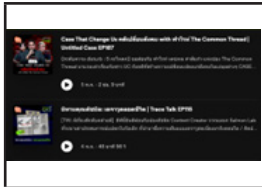
ด้านผู้ดำเนินรายการ PodCred Framework สร้างตัวชี้วัดเพื่อประเมินความเป็นไปได้ของพ็อดคาสต์ที่จะประสบความสำเร็จโดยตัวชี้วัดเหล่านั้นยังคงสามารถนำมาวิเคราะห์ผู้ดำเนินรายการพ็อดคาสต์ในยุคนี้นี้ได้เป็นอย่างดีไม่ว่าจะเป็นตัวชี้วัดเพื่อประเมินวาทะ (speech) วิธีการพูด ภาพลักษณ์และประวัติ (profile) สังเกต และการนำชื่อผู้ดำเนินรายการที่มีชื่อเสียงเป็นส่วนหนึ่งของชื่อพ็อดคาสต์

ด้านบริบทแวดล้อม PodCred Framework ระบุถึงตัวชี้วัดด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้ดำเนินรายการกับผู้ฟัง เช่น การรับข้อความและความคิดเห็น พื้นที่สำหรับการพูดคุยและแสดงความคิดเห็น และตัวชี้วัดโอกาสการอยู่รอดทางธุรกิจ เช่น ชื่อเสียง การได้รับรางวัล และโอกาสการสร้างรายได้ผ่านผู้สนับสนุน โฆษณา และร้านจำหน่ายสินค้าของรายการ มีประเด็นที่น่าสังเกต คือ การให้รางวัลพ็อดคาสต์ในด้านต่าง ๆ เป็นที่นิยมในตะวันตกและเป็นกิจกรรมประจำปี แต่ในบริบทประเทศไทยการประกวดหรือให้รางวัลพ็อดคาสต์ยังไม่แพร่หลายนัก ตัวชี้วัดย่อยนี้อาจไม่สามารถนำมาประเมินพ็อดคาสต์ไทย บทความนี้เสนอแนะให้ผู้ที่จะศึกษาในอนาคตให้ความสนใจกับพื้นที่สร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟัง เนื่องด้วยในยุคนี้ สื่อสังคมออนไลน์เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของทั้งผู้ผลิตและผู้ฟังพ็อดคาสต์ เปิดโอกาสให้ผู้ผลิตพ็อดคาสต์และผู้ฟังมีพื้นที่ปฏิสัมพันธ์ที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นพื้นที่เป็นทางการที่ผู้ผลิตพ็อดคาสต์สร้างขึ้น พื้นที่ที่กลุ่มแฟนรายการสร้างขึ้นเพื่อพูดคุยกันเอง พื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ส่วนตัวของผู้ดำเนินรายการ เว็บไซต์รายการ การแสดงความคิดเห็นตามพื้นที่สาธารณะอื่น ๆ กล่าวได้ว่าตัวชี้วัดด้านปฏิสัมพันธ์ของพ็อดคาสต์ในยุคปัจจุบันซับซ้อนมากกว่ายุคที่ PodCred Framework ถูกพัฒนาขึ้นในช่วงปีค.ศ. 2018-2010 นอกจากนั้นภายใต้บริบทแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับโอกาสทางธุรกิจมีการระบุถึงรูปแบบการเล่าเรื่องข้ามสื่อแบบ Cross Media โดย PodCred Framework ชี้ให้ประเมินการนำรายการวิทยุกระจายเสียงที่เป็นที่รู้จักอยู่แล้วมาเผยแพร่ซ้ำแบบพ็อดคาสต์ อย่างไรก็ตามในบทความนี้เสนอแนะให้นำตัวชี้วัดย่อยนี้ไปผนวกรวมกับหัวข้อการเล่าเรื่องข้ามสื่อจะทำให้เข้าใจลักษณะเฉพาะของการเล่าเรื่องในสื่อเสียงดิจิทัลชัดเจนกว่า

ด้านเทคนิค PodCred Framework ให้ความสำคัญกับเทคนิคการผลิตสื่อเสียงที่อิงอยู่กับเกณฑ์เดียวกับวิทยุกระจายเสียง อันได้แก่ การใช้จึงเกิดหรือดนตรีนำรายการ การใช้ดนตรีและเสียงประกอบในรายการ คุณภาพเสียงระดับห้อง

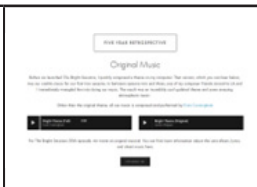
บันทึกเสียงและการตัดต่อไฟล์เสียง ส่วนลักษณะผลิตภัณฑ์เป็นเทคนิคการผลิตบนสื่อดิจิทัลเช่น การให้ข้อมูลพอดคาสต์ครบถ้วนบนพีดี การให้ข้อมูลระดับตอนย่อยมีไฟล์เสียงให้เลือกดาวน์โหลดหลายขนาด ใช้ตราสัญลักษณ์และภาพกราฟิกประจำตอนย่อย อย่างไรก็ตามด้วยเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงตัวชี้วัดย่อยเดิมที่ควรตัดออกคือการใช้ ID3 Tags ซึ่งพอดคาสต์ไม่นิยมใช้แล้วในปัจจุบัน ส่วนด้านการเผยแพร่พอดคาสต์ ตัวชี้วัดย่อยเดิมยังคงใช้ประโยชน์ได้อยู่ แต่มีข้อสังเกตคือ ปัจจุบันการผลิตพอดคาสต์นิยมผลิตเป็นภาพเคลื่อนไหวและไฟล์เสียงโดยแยกนำไฟล์วิดีโอไปเผยแพร่ทางยูทูบและนำเฉพาะไฟล์เสียงเผยแพร่แบบพอดคาสต์ เทคนิคการผลิตจึงควรขยายให้ครอบคลุมคุณภาพของภาพเคลื่อนไหวอีกด้วย และภายใต้หมวดหมู่เทคนิคการผลิต บทความนี้เสนอแนะให้เพิ่มตัวชี้วัดรูปแบบการนำเสนอของรายการ (format) โดยจะช่วยให้เปรียบเทียบได้ว่าพอดคาสต์มีการใช้รูปแบบรายการร่วมกับวิทยุกระจายเสียงหรือไม่ หรือหากใช้รูปแบบเดียวกันพอดคาสต์มีการประยุกต์หรือปรับเปลี่ยนวิธีการนำเสนอให้มีส่วนใดต่างจากรูปแบบของวิทยุกระจายเสียง เช่นหากใช้ตัวชี้วัดรูปแบบการนำเสนอก็จะอธิบายได้ว่า พอดคาสต์ใช้การเล่าเรื่อง (narrative) ที่ใช้ทั้งเทคนิคการพูดคนเดียวผสมกับการสัมภาษณ์เพื่อเล่าเรื่องราวที่มีหลายตอนและซับซ้อน ใช้ดนตรีประกอบ เรื่องอารมณ์คล้ายกับการนำเสนอแบบละครวิทยุ แต่การเล่าเรื่องแบบพอดคาสต์พึ่งพาผู้ดำเนินรายการเป็นหลักไม่ใช่ตัวละครเล่าเรื่อง เป็นต้น

ด้านการเล่าเรื่องข้ามสื่อ เป็นหมวดหมู่ที่บทความนี้เสนอให้เพิ่มขึ้นเพื่อเสริมให้ PodCred Framework สามารถอธิบายการเล่าเรื่องผ่านพอดคาสต์ในยุคปัจจุบันได้ โดยผู้เขียนสังเกตเห็นการเล่าเรื่องข้ามสื่อเพิ่มมากขึ้นทั้งในพอดคาสต์ไทยและตะวันตก กรณีตัวอย่างของไทยมีการนำเนื้อหาพอดคาสต์เดิมไปเผยแพร่ซ้ำหลายช่องทางแบบ Cross media storytelling ทั้งแบบไม่ดัดแปลงเลย หรือมีการปรับเนื้อหาเล็กน้อยให้เข้ากับรูปแบบของช่องทาง เช่น พอดคาสต์ “Untitled Case” เผยแพร่เรื่องจริง เรื่องสยองขวัญ เรื่องลึกลับ อาชญากรรม ทั้งในรูปแบบพอดคาสต์เสียง วิดีโอพอดคาสต์ทางยูทูบ และรูปเล่มหนังสือ

		
Untitled Case ไฟล์เสียงในช่องทาง Spotify	Untitled Case วิดีโอในช่องทาง ยูทูบ	Untitled Case แบบหนังสือ

ภาพที่ 1 การเล่าเรื่องข้ามสื่อของพ็อดคาสต์ไทยแบบ Cross media storytelling

การเล่าเรื่องข้ามสื่ออีกแบบหนึ่งที่ซับซ้อนกว่าคือ Transmedia storytelling ซึ่งเป็นการนำเสนอที่ใช้กระบวนการผสมผสานเรื่องเล่ากับการเผยแพร่อย่างเป็นระบบผ่านหลายช่องทางการเพื่อสร้างประสบการณ์ความบันเทิงที่เป็นเอกภาพและสอดคล้องกัน เช่น กรณีตัวอย่างพ็อดคาสต์ตะวันตก “The Bright Sessions” เรื่องแต่งแนวนวนิยาย Sci-Fi ที่เล่าเรื่องผ่านพ็อดคาสต์ เว็บไซต์ หนังสือ นวนิยายไตรภาคสำหรับเยาวชน และยังมีละครทางโทรทัศน์ที่น่าเคำโครงจากพ็อดคาสต์ไปผลิต ในเว็บไซต์ของพ็อดคาสต์นี้ระบุว่า “The Bright Sessions” เป็นจักรวาลที่รวมเอาพ็อดคาสต์ 3 ชุด และหนังสืออีก 3 ภาคเข้าด้วยกัน ผู้เขียนและผู้ผลิตพ็อดคาสต์เสนอเรื่องราวที่แตกต่างแต่เกี่ยวข้องกัน เล่าจากหลายทิศทางผ่านหลายสื่อ ผู้ใช้สื่อแต่ละประเภทจะได้รับความบันเทิงจากเนื้อหาที่แตกต่างกันแต่เสริม

		
The Bright Sessions Podcast	นวนิยายไตรภาคสำหรับเยาวชน	เว็บไซต์ และ Bonus Content (เนื้อหาพิเศษ)

ภาพที่ 2 การเล่าเรื่องข้ามสื่อของพ็อดคาสต์ตะวันตกแบบ Transmedia storytelling

ตัวชี้วัดเพื่อประเมินพหุศาสตร์ในหมวดหมู่ Transmedia Storytelling เมื่อเพิ่มเติมเป็นองค์ประกอบลำดับที่ 5 ของ PodCred Framework สามารถระบุตัวชี้วัดย่อย เช่น การเล่าเรื่องแบบ Cross media storytelling (การนำเนื้อหาเดิมไปเผยแพร่หลายช่องทาง/สื่อ) การเล่าเรื่องแบบ Transmedia storytelling (การเล่าเรื่องที่ต่างกัน ผ่านสื่อต่างชนิด แต่อยู่ภายในจักรวาลการเล่าด้วยโครงเรื่องเดียวกัน) จำนวนช่องทางหรือชนิดสื่อที่ผู้ผลิตพหุศาสตร์เลือกใช้ รูปแบบสื่อ (เสียง/ภาพนิ่ง/ภาพเคลื่อนไหว/สิ่งพิมพ์/สิ่งพิมพ์ออนไลน์ ฯลฯ) หมวดหมู่การเล่าเรื่องข้ามสื่อมีแนวโน้มที่จะถูกศึกษามากขึ้นต่อไปในอนาคตโดยพบในงานของ Raposo (2022) ที่ศึกษาเปรียบเทียบพหุศาสตร์ในโปรตุเกสและบราซิลในฐานะสื่อมัลติมีเดียและการเล่าเรื่องข้ามสื่อ กล่าวได้ว่าแนวโน้มของพหุศาสตร์ในอนาคตจะไม่ถูกจำกัดการศึกษาอยู่เพียงแค่สื่อในฐานะไฟล์เสียงแต่เพียงอย่างเดียว

ในยุคเริ่มต้นพหุศาสตร์ถูกมองว่าเป็นสื่อเสียงเช่นเดียวกับวิทยุหรือเป็นทางเลือกใหม่ของวิทยุกระจายเสียง แต่ปัจจุบันพหุศาสตร์ได้พัฒนาอัตลักษณ์สื่อกระทั่งมีจุดร่วมเพียงบางด้านเท่านั้นกับวิทยุ แม้ว่าแนวคิดรูปแบบการนำเสนอการใช้ภาษาพูด สื่ากาการพูด การใช้ดนตรีหรือเพลงประกอบ การใช้เสียงประกอบ การสร้างส่วนนำและจึงเกิดเพลงนำรายการที่เป็นเอกลักษณ์เป็นองค์ประกอบที่ผู้ผลิตพหุศาสตร์ยังคงยึดถือเป็นแบบแผนเช่นเดียวกันกับวิทยุ แต่ด้วยการเผยแพร่สื่อเสียงด้วยอินเทอร์เน็ตและการเปลี่ยนอุปกรณ์รับฟังมาสู่หูฟังแบบเสียบและโทรศัพท์สมาร์ตโฟนนำมาสู่การทดลองและสร้างสรรค์วิธีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบใหม่ๆ สอดรับกับผู้บริโภคที่นิยมใช้สื่อที่อายุน้อยลงและมีความชำนาญในการใช้สื่อออนไลน์ทำให้ผู้ผลิตพหุศาสตร์ในยุคดิจิทัลเลือกให้ประโยชน์สูงสุดจากสื่อใหม่ ๆ เหล่านั้น ทำให้เห็นรูปแบบการนำเสนอบางอย่างแบบวิทยุกระจายเสียงหายไปหรือถูกปรับเปลี่ยนใหม่ให้ใช้ได้ดีในพหุศาสตร์ ยิ่งไปกว่านั้นการเล่าเรื่องข้ามสื่อที่ทำได้อย่างง่ายดายผ่านการรับฟังพหุศาสตร์และรับชมภาพเคลื่อนไหวหรือตัวอักษรผ่านหน้าจอโทรศัพท์ สมาร์ทโฟน

ในแวดวงวิชาการเช่นกันการพัฒนากรอบคิดเพื่อนำไปศึกษาสื่อพหุศาสตร์จึงควรต้องมีการปรับเปลี่ยนให้เท่าทันกัน ในบทความนี้จึงขยายกรอบคิด PodCred Framework ซึ่งถูกพัฒนาเพื่อศึกษาพหุศาสตร์ในทศวรรษที่ผ่านมาให้ครอบคลุมการเล่าเรื่องข้ามสื่อเพื่อให้ผู้ศึกษามีประเด็นย่อยในการศึกษาและวิเคราะห์สื่อพหุศาสตร์ในยุคดิจิทัล ตัวชี้วัดการเล่าเรื่องข้ามสื่อหากมีการศึกษาอย่างกว้างขวางและมีการเผยแพร่กรอบคิด

ผู้ผลิตพ็อดคาสต์ไทยน่าจะกระตุ้นให้เกิดการทดลองและปรับเปลี่ยนรูปแบบการเล่าเรื่องในสื่อพ็อดคาสต์ไทยให้มีความซับซ้อนและน่าดึงดูดใจซึ่งท้ายที่สุดจะส่งผลต่อประสบการณ์ของผู้ใช้สื่อที่จะมีโอกาสเลือกใช้สื่อด้วยความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

จุมพล รอดคำดี. (2525). *คู่มือการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง*. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นภาพรณ อัจฉริยะกุล และ ชีรารักษ์ โพธิ์สุวรรณ. (2547). *เอกสารการสอนชุดวิชาการเขียนบทวิทยุกระจายเสียง*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2549). *เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาการจัดและผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงเบื้องต้น*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สุทธิ ขัตติยะ. (2555). *หลักการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์*. ประยูรวงศ์พรินต์ติ้ง.

สุทธิรักษ์ วินิจสร. (2545). เรื่องลับในรายการวิทยุ โทรทัศน์และโทรศัพท์ [วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

Berry, R. (2016). Part of the establishment: Reflecting on 10 years of podcasting as an audio medium. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 22, 661-671. <http://doi.org/10.1177/1354856516632105>

Edison Research. (2019). *The podcast consumer 2019*. <https://www.edisonresearch.com/the-podcast->

- Gunawardena, D., Karagiannis, T., Proutiere, A., & Vojnovic, M. (2009). Characterizing podcast services: publishing, usage, and dissemination. *Proceedings of the 9th ACM SIGCOMM conference on internet measurement 2009* (pp.209).<https://doi.org/10.1145/1644893.1644919.consumer-2019/>.
- Hammersley, B. (2004, February 12). *Audible revolution*. The guardian. <http://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>
- Hancock, D., & McMurtry, L. (2018). I know what a podcast is: Post-serial fiction and podcast media identity. In *linzres, D., Fox, N., Berry, R. (Eds), Podcasting: New Aural Cultures and Digital Media* (pp. 81-105). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-90056-8_5
- Kwon, Y., & Byun, D. (2018). An exploration of the limitations of transmedia storytelling: Focusing on the entertainment and education sectors. *Journal of Media and Communication Studies*. 10. 25-33. <http://doi.org/10.5897/JMCS2018.0607>.
- Miller, C. H. (2014). *Digital storytelling: A creator's guide to interactive entertainment (3rd Ed.)*. Focal Press/Elsevier.
- Misener, D. (2018, October 26). *I analyzed 10 million podcast episodes to find the average length*. Pacific content. <https://blog.pacific-content.com/how-long-is-the-average-podcast-episode-81cd5f8dff47>
- Raposo, R. (2022). Podcasts as multimedia and transmedia experiences: A comparative analysis of portuguese and brazilian podcasts. *Visuzl review.*, 10(3), 1–21. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3609>
- Sitthinunt. (2016, October 29). *Evergreen content v.s. topical content คอนเทนต์แบบไหนน่าทำมากกว่ากัน?* <https://contentshifu.com/blog/>

evergreen-content-vs-topical-content

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

Tsagkias, M., Larson, M., & De Rijke, M. (2010). Predicting podcast preference: An analysis framework and its application. *Journal of the Association for Information Science and Technology*. 61, (2) , 374–391. <https://doi.org/10.1002/asi.21259>