

บทคัดย่อ

รายการวิทยุไทย ซีซั่น 2 ใช้สื่อหลักในการเผยแพร่คือสื่อเสียงออนไลน์ประเภท podcast ทั้งหมด 10 ตอน และใช้สื่ออื่นๆ ประกอบรายการได้แก่ วิดีโอ 12 วิดีโอและอินโฟกราฟิก 10 ชุด ผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์รายการหลายช่องทาง ดำเนินงานโดยใช้การพูดคุยกับนักวิจัยไทยในหลากหลายสาขารอบคลุมทั้งทางด้านชีววิทยา เคมี ฟิสิกส์ การแพทย์ โบราณคดี และสังคมศาสตร์ เพื่อให้ผู้ฟังรายการได้รับความรู้ควบคู่กับความบันเทิงและอยากติดตามความก้าวหน้าของงานวิจัยไทยต่อไป โดยมีการเก็บข้อมูลทางสถิติการฟังและการเข้าถึงจากช่องทางต่างๆ (สถิติการกดฟังเฉลี่ยตอนละ 51,702 ครั้ง) รวมทั้งจัดทำแบบสอบถามซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถาม 626 คน รายการได้รับความพึงพอใจในภาพรวมในระดับมาก คะแนน 4.62 จากคะแนนเต็ม 5 ผู้ฟังมีความสนใจและพึงพอใจทั้งต่อนักวิจัย คุณภาพเสียง การตัดต่อ เนื้อหาทางวิชาการ บทบาทของพิธีกรและความสนุกสนานจากการฟัง กลยุทธ์การนำเสนอที่ให้ความรู้ควบคู่กับความบันเทิงช่วยส่งเสริมให้ผู้ฟังที่ไม่คุ้นเคยกับวิทยาศาสตร์ได้รับความรู้จากการสนทนาอย่างเป็นกันเอง และสามารถซึมซับข้อความของนักวิจัยได้อย่างเต็มที่ ทำให้มีผู้ฟังรายการที่ติดตามมาจากซีซั่นแรก 70.77% และเฟ้นรู้จัก สกว. จากการฟังซีซั่นที่สอง 12.62% โดยผู้ฟังนิยมอัปเดตรายการผ่านทางแฟนเพจ Witcats 50.52% และอัปเดตฟีด podcast ในแอป 22.77% และนิยมฟังรายการผ่านทางช่องทางแอปเล่น podcast 48.87% และ ทางเว็บไซต์ Witcastthailand 38.14% รายการวิทยุไทย ซีซั่น 2 ก่อให้เกิดการแสดงความคิดเห็นและพูดคุยทั้งในเชิงเนื้อหาทางวิชาการและทางสังคมอย่างกว้างขวาง ทำให้นักวิจัยเกิดความภาคภูมิใจในงานที่ตนเองทำ ทำให้นักเรียนนักศึกษามีข้อมูลการทำงานในสาขาต่างๆ ประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ และแก้ไขความรู้ความเข้าใจในพื้นฐานทางวิชาการและความเชื่อต่างๆ ของประชาชนทั่วไปให้ถูกต้อง จึงเป็นการเน้นย้ำบทบาทที่สำคัญของ สกว. และรายการวิทยุไทยในการเป็นสื่อกลางระหว่างนักวิจัยและผู้ฟังได้เป็นอย่างดี ซึ่งบทบาทดังกล่าวจะมีส่วนในการพัฒนาสังคมให้เกิดความรู้ทางวิทยาศาสตร์โดยผ่านความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ เพื่อเพิ่มกลุ่มเป้าหมายในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือประชาชนในพื้นที่ห่างไกลให้ได้รับข่าวสารงานวิจัยไทยมากขึ้นในอนาคต

คำสำคัญ : การสื่อสารเชิงกลยุทธ์, การเผยแพร่งานวิจัย, คนรุ่นใหม่, สื่อใหม่, พ็อดแคสต์, การสื่อสารวิทยาศาสตร์

Abstract

The project, “WiTThai Season Two,” was aimed to showcase interesting researchers and raise public awareness on research projects that received grants from Thailand Research Fund (TRF). It produced ten sets of audio podcast episodes, supplemental short videos and infographics. The entire season of the show covered ten research topics in various fields ranging from biology, chemistry, physics, medical science, archaeology, and other social sciences. These outputs were published via many online platforms, including Facebook (Fanpage: WiTcastThailand), Twitter (@twitcast3), website (www.witcastthailand.com), and podcast (WiTcast). The primary media type was the long-form podcast (audio format) as it was suitable for the in-depth interview format which allowed the interviewed researchers and, in some cases, communities concerned to express themselves and take time to elaborate the details freely. Complementary short videos were also presented to further enhance the audience’s understanding of the specific topics mentioned in the podcast show. The show strived to be both entertaining and informative, and to appeal to both general audiences and aspiring academics.

Based on the feedback collected from 626 listeners, the audience found the show overall to be highly satisfactory (average score: 4.62 out of 5). The listeners were satisfied in the show’s selection of guest researchers, sound quality and editing, educational contents, co-hosts’ roles, and entertaining value. Furthermore, they reflected that the show’s strategy in using humor and other emotional aspects helped draw their attention and improve their understanding of difficult or even formerly unfamiliar topics. They also got to know the researchers better as human beings with aspirations and determination to overcome obstacles in order to achieve their goals. The majority of the second season’s audience (70.77%) were followers from WiTThai Season One, while 12.62% stated that they were introduced to TRF for the first time through the second season.

The survey showed that the channels in which the audience were notified of a new episode were through Facebook Page (50.52%) and podcast apps (22.77%). The majority of the audience (48.87%) preferred to listen to the episodes through the

podcast apps and 38.14% through the website. Download statistics showed that on average, each episode was listened to 57,102 times.

WiTThai Season Two promoted an exchange of information and conversation among the audience and beyond, raising awareness in the Thai society for Thai research. The researchers who were starred in the show also expressed that they received a better recognition after broadcasting, hence pride and moral support to further their work. Students received more information to help them make informed choices on their careers and educations. The general public also benefited from accurate information that was both practical and stimulating to their intellectual interests.

The critical and unique roles of TRF in supporting Thai research arena were highlighted in the show. WiTThai Season Two succeeded in bridging the gap between the researchers and the audience, and encouraged a wider recognition for the significance of research in Thai society. It also supported an informal education that was widely accessible to distant audiences.

Keywords: Strategic Communication, Science Communication, Thai Research, Podcast