

Received: 20-02-2024
Revised: 05-07-2024
Accepted: 08-08-2024

จากHotline ไปพ็อดคาส: ผู้พิการทางการเห็นในประเทศไทยและการเปลี่ยนแปลงไป ของภูมิทัศน์สื่อเสียง

From Hotline to Podcast: Visually Impaired Audience in Thailand and the Changes in the Audio Media Landscape

ธีรวัช เจนวรรักษ์^{*1}

Theethavat Janevatcharak

thyjey@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องจากHotline ไปพ็อดคาส: ผู้พิการทางการเห็นในประเทศไทยและการเปลี่ยนแปลงไปของภูมิทัศน์สื่อเสียง จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะของภูมิทัศน์สื่อเสียงสำหรับผู้พิการทางการเห็น และแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงการเปิดรับสื่อเสียงของผู้พิการทางการเห็นในประเทศไทย โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสานวิธี โดยมีระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณด้วยวิธีการวิเคราะห์เอกสารปริมาณการเข้าใช้งานHotline 1414 และบริการ 1414 Plus จากปี พ.ศ.2555 - 2566 ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัยพบว่า มูลนิธิคนตาบอดไทย (TAB Foundation) ภายใต้การสนับสนุนจาก กสทช. ได้จัดทำช่องทางสื่อเฉพาะในรูปแบบHotline 1414 หลังจากนั้นสามปี ได้มีการเพิ่มช่องทางดิจิทัลสำหรับผู้พิการทางการเห็นในรูปแบบบริการ 1414 Plus ในการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อนี้ ผู้พิการทางการเห็นมีแนวโน้มการเปลี่ยนไปใช้สื่อที่เป็นแอปพลิเคชันมากขึ้นสวนทางกับปริมาณการเข้าใช้งานHotline 1414 โดยมีความสัมพันธ์ในเชิงลบในระดับสูงมาก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ $r = -0.916$ และมีนัยสำคัญทางสถิติ $p = 0.000$ ในขณะเดียวกัน อัตราการใช้งานพ็อดคาสของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยอยู่ในส่วนของผู้อยู่ในกระแส โดยพบว่าในปี 2020 ร้อยละ 44 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีการเข้าใช้งานสื่อพ็อดคาส แต่สำหรับผู้พิการทางการเห็นในประเทศไทยยังคงพบว่า อัตราการเข้าใช้งานบริการ 1414 Plus ยังคงมีอัตราเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ อย่างที่เคยเป็นมา ซึ่งสามารถสะท้อนได้ว่า ถึงแม้ว่าเกือบครึ่งหนึ่งของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย จะมีประสบการณ์กับสื่อพ็อดคาสแล้ว แต่สื่อพ็อดคาสยังไม่สามารถเข้ามาแทนที่การเข้าใช้แอปพลิเคชันของผู้พิการทางการเห็นได้ ตรงข้ามกับการเข้ามาของแอปพลิเคชันที่พบการเข้ามาแทนที่การเข้าใช้งานสื่อHotline ในขณะเดียวกันพบว่า ผู้พิการทางการเห็นบางส่วนเริ่มเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะผู้ผลิตสื่อพ็อดคาส ซึ่งทำให้เกิดเป็นเนื้อหาจากผู้ใช้งานในสื่อสังคมออนไลน์แบบพ็อดคาสที่มาจากผู้พิการทางการเห็น ที่จะเป็นจุดเริ่มต้นของการเปิดรับสื่อพ็อดคาสสำหรับผู้พิการทางการเห็นต่อไป

คำสำคัญ: พ็อดคาส, ผู้พิการทางการเห็น, ภูมิทัศน์สื่อ, การเปิดรับสื่อ, สื่อดิจิทัล

^{*} Corresponding Author

¹ สถาบันการศึกษานานาชาติ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Institute of International Studies, Ramkhamhaeng University

Abstract

This research – From Hotline to Podcast: Visually-Impaired Audience in Thailand and the Changes in Audio Media Landscape - was conducted to study the transformations of the media landscape for the visually-impaired audience in Thailand and their directions of behavioral changes in media exposure. This research employed a concurrent-mixed research method. The quantitative method was textual analysis, analyzing the number of accesses to Hotline 1414 and TAB2Read Application during 2012– 2023. The qualitative method was presented in the document analysis

The results showed that in 2012, TAB Foundation was supported by NBTC to set up the first specific medium for the visually-impaired audience, Hotline 1414. Three years later, the application TAB2Read was established. With the change in media landscape, the visually-impaired audience is exposed to the application in a positive direction, in contrast to the access to the Hotline 1414. The correlation between the two platforms was found negative correlation in a very strong relation with the Pearson's Correlation $r = -0.916$, and with statistical significance of $p = 0.000$. While it was found that 44% of Thai internet users exposed themselves to podcasts in 2020, falling in the Early Majority area, however, for the visually-impaired audience in Thailand, the graph of the TAB2Read application accessing was still rising as it used to be before. This could reflect that even though almost half of Thai people had their experience with podcasts, there was still no sign of disruption to the TAB2Read application for the visually-impaired audience, in contrast to when the application accessibility was introduced to the previous hotline. However, there was a sign of UGC (User-Generated Content) found with the podcast channels, founded and contributed by the visually-impaired user on the podcast social media platform.

Keywords: Podcast, Visually-Impaired Audience, Media Landscape, Media Exposure, Digital Media

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

Mark Poster ได้นำเสนอแนวคิดการเปลี่ยนแปลงของสื่อ จากสื่อยุคที่ 1 (Media Age 1) ไปยังสื่อยุคที่ 2 (Media Age 2) ผ่านแนวคิด New Media Theory (Littlejohn, & Foss, 2008) โดย Poster (1995) ระบุความแตกต่างของการเปลี่ยนผ่านของภูมิทัศน์สื่อในทั้ง 2 ยุค ว่า การเข้ามาของอินเทอร์เน็ตทำให้ภูมิทัศน์สื่อเกิดการเปลี่ยนผ่าน จากยุคที่หนึ่งที่มีสื่อมีความเป็นศูนย์กลาง หรือมีการรวมศูนย์ในลักษณะของสื่อสารมวลชน เป็นการสื่อสารทางเดียว (One-Way Communication) ส่วนมากแล้วมีการควบคุมโดยรัฐ หรือสังกัดรัฐ มีการนำเสนอเนื้อหาไปสู่มวลชนซึ่งเกิดการผลิตซ้ำของอุดมการณ์บางอย่างอันนำไปสู่ความไม่เท่าเทียมกัน จนเป็นการชี้แนะหรือหล่อหลอมสังคมไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง รวมถึงมีผู้รับสาร (มวลชน) ที่มีความหลากหลายกระจัดกระจาย ไปสู่ยุคที่ 2 ซึ่งเริ่มต้นขึ้นเมื่อราวทศวรรษที่ 1980 ช่วงที่โลกมีการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคอินเทอร์เน็ต ทำให้รูปแบบของภูมิทัศน์สื่อมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางกลับกัน กล่าวคือ ในยุคที่ 2 สื่อจะมีลักษณะออกจากศูนย์กลาง (Decentralized) มากขึ้น ผู้คนสามารถเป็นผู้ผลิตสื่อได้โดยไม่ต้องมีสถานะ หรือองค์กรในการผลิตสื่อ มีลักษณะเป็นการสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) อยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐได้น้อยลง มีลักษณะเป็นสื่อที่หลอมรวมมากขึ้น (Convergent Media) มีความเป็นปัจเจกมากขึ้น มีความเท่าเทียมมากขึ้น เพราะผู้รับสารแต่ละกลุ่มมีการเปิดรับและนำเข้าเนื้อหาที่มีความหลากหลายมากกว่าสื่อในยุคที่หนึ่ง

สิ่งที่ตามมาจากการเปลี่ยนแปลงในภูมิทัศน์สื่อคือ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดวิธีการสื่อสารของคนในสังคมได้ ตามแนวคิดของ McLuhan ในเรื่องการที่รูปแบบการสื่อสารมักถูกกำหนดโดยเทคโนโลยี (Technology Determinism) ที่กล่าวว่า การที่เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงไป จะส่งผลต่อรูปแบบการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้ใช้งาน เทคโนโลยีจึงทำหน้าที่เป็นตัวกำหนด

รูปแบบ และวิธีการสื่อสารของผู้คนในสังคมได้ (Littlejohn, & Foss, 2008) นอกจากนั้น การเปิดรับการเปลี่ยนแปลงของผู้รับสาร ยังมี ความเข้าใจแตกต่างกันออกไป ตามแนวคิด Diffusion of Innovation โดย Everett M. Rogers ในปี 1962 ที่กล่าวถึงการแบ่งผู้รับ สารออกเป็น 5 กลุ่ม ตามการปรับตัวเข้าสู่สื่อใหม่ที่เกิดขึ้น โดยร้อยละ 2.5 อยู่ในกลุ่มนวัตกรรม (Innovators) คือคนกลุ่มแรกสุดที่เป็นผู้ สร้างสรรค์ พัฒนา หรือเป็นคนทำให้เกิดสื่อใหม่ๆ ร้อยละ 13.5 อยู่ในกลุ่มผู้นำกระแส (Early Adopters) คือคนกลุ่มแรกๆ ที่เปิดรับสื่อ ใหม่นั้น เป็นกลุ่มทดลองใช้ ลองผิดลองถูก และเข้าไปยึดครองพื้นที่สื่อใหม่ก่อนกลุ่มอื่นๆ ตามมาด้วยร้อยละ 34 อยู่ในกลุ่มผู้อยู่ในกระแส (Early Majority) ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ ที่เริ่มเห็นว่าสื่อใหม่มีการใช้งาน และมีผลจากการใช้งานจากกลุ่มผู้นำกระแสก่อนหน้า จึงเป็นคน กลุ่มที่ 3 ที่เปิดรับ และมีการใช้งานสื่อใหม่นั้น หลังจากที่มีสื่อใหม่มีการใช้งานไปได้ระยะหนึ่ง กลุ่มผู้รับสารที่เข้ามาใช้งานต่อจากกลุ่มผู้ อยู่ ในกระแส คืออีกร้อยละ 34 ของผู้รับสาร ที่เข้ามาในกลุ่มผู้ตามกระแส (Late Majority) ซึ่งเป็นกลุ่มที่เริ่มมีการปรับตัวเข้าหาสื่อใหม่ หลังจากที่ยังมีคนกลุ่มใหญ่ได้เข้าไปใช้งานแล้ว กลุ่มสุดท้ายร้อยละ 16 อยู่ในกลุ่มผู้ล่าช้า (Laggards) คือกลุ่มผู้รับสารที่ไม่มีการปรับตัวเข้า หาสื่อใหม่ หรือมีการปรับตัวที่ช้ามาก หลังจากที่ยังมีคนทุกกลุ่มมีการเข้าไปใช้งานในสื่อใหม่ดังกล่าวแล้วเป็นระยะเวลาานาน (Baran, & Davis, 2012; Littlejohn, & Foss, 2008; Lohmahadej, 2021)

การเข้ามาของสื่อพ็อดคาส (Podcast) เป็นรูปแบบของสื่อเสียงใหม่ ที่สามารถอธิบายผ่านปรากฏการณ์ความเปลี่ยนแปลงของ ภูมิทัศน์สื่อจากทั้ง 2 ยุค จากการออกอากาศในลักษณะแบบมวลชน (Mass Broadcasting) ไปสู่ลักษณะของสื่อเสียงแบบส่วนบุคคล และตามความต้องการ (On-Demand Personalized Media) ซึ่งผู้รับสารเองสามารถเป็นผู้ผลิตและสร้างสรรค์เนื้อหาของตัวเองได้ และนำเข้าสู่ระบบเพื่อให้เกิดการเลือกเปิดรับอย่างเป็นสาธารณะ เป็นไปตามรูปแบบของสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้รับสารมีส่วนร่วมได้ใน ฐานะผู้ผลิตสื่อ และเกิดเนื้อหาที่เกิดจากผู้ใช้งาน (User Generated Content – UGC) ขึ้น (Manning, 2014; Bonini, 2015) โดย ลักษณะของพ็อดคาส สอดคล้องกับคุณสมบัติทั้ง 2 ประการของ UGC คือ (Looy, 2016) (1) สามารถเข้าถึงได้อย่างเป็นสาธารณะ และ (2) ผลิตและสร้างขึ้นจากผู้ใช้งานโดยตรง

คำว่า “พ็อดคาส” เริ่มต้นมีการใช้ในปี 2004 (พ.ศ. 2547) โดยมาจากการรวมเอาคำสองคำไว้ด้วยกัน คือ iPod และ Broadcasting ซึ่งนอกจากจะมีลักษณะเป็น UGC แล้ว พ็อดคาสยังเป็นสื่อเสียงที่สามารถดาวน์โหลดโดยผู้ใช้งานไว้สำหรับฟังเนื้อหาที่ ต้องการ และในเวลาที่จะดวกอีกด้วย (Bonini, 2015; Tarmawan, Rusdiyana, Salim, & Ulpah, 2021) พ็อดคาสเริ่มเข้ามาสู่ความ เป็นสื่อกระแสหลักในราวปี 2005 (พ.ศ. 2546) โดยในปี 2018 (พ.ศ. 2561) พบว่า มีผู้จัดรายการพ็อดคาสทั่วโลกกว่า 660,000 ช่อง และมีรายการรวมประมาณ 29 ล้านตอน ซึ่งพ็อดคาสยังมีแนวโน้มจำนวนผู้ฟังเพิ่มขึ้นทั่วโลกอีกด้วย (Rode, 2022; Suvarnaphaet, & Suvarnaphaet, 2021; Boon, 2022) โดยในยุคแรกของพ็อดคาส ผู้จัดรายการเป็นผู้ใช้งานทั่วไปที่เป็นผู้จัดแบบสมัครเล่น ซึ่งใช้เวลา ว่างและความสนใจส่วนตัวมาจัดเนื้อหารายการ และจัดทำให้อยู่ในรูปแบบของพ็อดคาส เพื่อนำเสนอตัวตนและใช้เวลาว่างให้เกิด ประโยชน์ ในขณะที่เดียวกันก็เริ่มมีผู้ใช้งานที่มีวัตถุประสงค์เชิงพาณิชย์เข้ามาในลักษณะของผู้จัดรายการแบบมืออาชีพ หรือคนดังในแวด วงต่างๆ รวมไปถึงสถานีโทรทัศน์ สถานีวิทยุ และหนังสือพิมพ์ที่ขยายฐานสื่อของตัวเองมาอยู่ในพ็อดคาสด้วยเช่นกัน ซึ่งภายหลังได้มีการ พัฒนาเป็นช่องทางหารายได้ในวิธีต่างๆ เช่น การระดมทุน การเปิดให้มีการสนับสนุน หรือโฆษณาต่างๆ ซึ่งเป็นยุคที่สอง (Second Age) ของพ็อดคาส (Bonini, 2015)

ในบริบทของประเทศไทย พ็อดคาสเป็นสื่อใหม่ที่มีการเติบโตของความนิยมขึ้นเรื่อยๆ โดยในปี 2021 จำนวนผู้เปิดรับสื่อพ็อด คาสในประเทศไทย มีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 6 ของโลก (Tonkit, 2021) โดยพ็อดคาสช่องแรกของประเทศไทยเริ่มขึ้นในวันที่ 20 สิงหาคม 2006 (พ.ศ.2549) โดยคุณภาสกร หงษ์หยก ในรายการ “ช่างคุย” ซึ่งมีเนื้อหารายการเกี่ยวกับเทคโนโลยี ที่มีนายช่างมานั่งคุย กันให้คนฟังได้รับฟัง และต่อมาได้มีการขยายขอบเขตเนื้อหารายการออกไปในหลายรูปแบบ โดยลักษณะของ พ็อดคาสในประเทศไทยมี ความสอดคล้องกับรูปแบบของผู้จัดพ็อดคาสทั้ง 2 แบบอย่างในสหรัฐอเมริกา คือ ในช่วงต้นเป็นรูปแบบ พ็อดคาสจากผู้จัดมือสมัครเล่น และผู้จัดอิสระ (2006 – 2015 หรือ พ.ศ. 2549 - 2558) และพ็อดคาสแบบมืออาชีพ หรือองค์กรสื่อ (2016 หรือ พ.ศ. 2559 ถึงปัจจุบัน)

(Prapayont, 2020; Suvarnaphaet, & Suvarnaphaet, 2021) ต่อมาในปี 2020 (พ.ศ. 2563) ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยกว่าร้อยละ 44 มีการเปิดรับสื่อพ็อดคาส (Boon, 2022)

พ็อดคาสถูกใช้เป็นสื่อสำหรับการเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนได้ผลดีและมีประสิทธิภาพ ด้วยเนื้อหาที่หลากหลายที่ผู้รับสารสามารถเปิดรับได้ด้วยการฟัง เช่น จิตวิทยา ธุรกิจ ภาษา การพัฒนาดนเอง ฯลฯ ด้วยรูปแบบและบรรยากาศของรายการที่มีความผ่อนคลาย ไม่ตึงเครียด แต่ในขณะที่ผู้รับสารก็ยังได้เนื้อหาสาระอยู่ พ็อดคาสจึงเป็นทางเลือกสำหรับการเรียนรู้ของผู้รับสาร (Tarmawan, Rusdiyana, Salim, & Ulpah, 2021) ซึ่งความนิยมจากการที่พ็อดคาสให้ทั้งสาระและความผ่อนคลายในเวลาเดียวกันนี้ สอดคล้องกับส่วนหนึ่งจากผลการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณการใช้พ็อดคาสในประเทศไทย ที่ระบุว่า ปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารมีการเปิดรับฟังสื่อพ็อดคาส ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านการเชื่อมต่อกับสังคม (2) ปัจจัยด้านการใช้เวลาอยู่กับตัวเอง (3) ปัจจัยด้านความสะดวกสบายในการใช้งานและรับฟังในขณะที่ทำงานอื่นด้วยได้ (4) ปัจจัยด้านความบันเทิง (5) ปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสาร และ (6) ปัจจัยด้านเนื้อหาของพ็อดคาส จากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่าง 413 คน แปรผลด้วยวิธีการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ พบว่า มีเพียงปัจจัยด้านความบันเทิงเพียงปัจจัยเดียวเท่านั้นที่ส่งผลต่อปริมาณการใช้พ็อดคาสอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) (Kijthavornrat, 2021) และผลการวิจัยนี้ ยังสอดคล้องกับการศึกษาการเปิดรับพ็อดคาสในบริบทของประเทศไต้หวันของ Chou, Ma, and Britt (2022) ที่พบว่า ปัจจัยด้านความบันเทิงเป็นปัจจัยที่เป็นเหตุของการเปิดรับสื่อพ็อดคาสมากที่สุด รองลงมาคือการหาข้อมูล และการเปิดเพื่อให้ผู้รับสารเป็นเพื่อนตามลำดับ ส่วนอีกสองปัจจัยคือการมีส่วนร่วมทางสังคม และความสะดวก ไม่มีนัยสำคัญเพียงพอที่จะเป็นปัจจัยในการเปิดรับสื่อพ็อดคาส นอกจากนี้ Kijthavornrat (2021) ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับฟังสื่อพ็อดคาสที่บ้านมากที่สุด รองลงมาคือรับฟังในรถยนต์ ส่วนตัวขณะเดินทาง รับฟังโดยเฉลี่ย 4.77 ตอนต่อสัปดาห์ และมีระยะเวลาเฉลี่ยต่อการรับฟังหนึ่งครั้งที่ 31.69 นาที

นอกจากกลุ่มผู้รับสารทั่วไปแล้ว ผู้รับสารอีกกลุ่มหนึ่งที่ได้ประโยชน์โดยตรงจากสื่อเสียงคือกลุ่มผู้พิการทางการเห็น เนื่องจากการรับสารจากภาพเป็นไปได้น้อยหรือเป็นไปไม่ได้เลย การเปิดรับสารจากสื่อเสียงจึงเป็นช่องทางสำคัญสำหรับผู้พิการทางการเห็นที่จะทำให้ได้รับทั้งข่าวสาร สาระ และความบันเทิง เพื่อชดเชยสิ่งที่ต้องรับรู้ผ่านการมองเห็น และเพื่อให้ผู้พิการทางการเห็นได้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นได้ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้มีนโยบายเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตคนพิการ จึงได้สนับสนุนมูลนิธิคนตาบอดไทย (TAB Foundation) จัดให้มีสายด่วน หรือ ฮอตไลน์ 1414 ซึ่งปัจจุบันใช้ชื่อบริการ 1414 Plus ที่จะให้บริการสื่อเสียงสำหรับผู้พิการทางการเห็นตั้งแต่ปี 2015 (พ.ศ.2558) เป็นต้นมา โดยบริการ 1414 Plus ยังมีบริการย่อยอีก 4 บริการ คือ (Braille-CET, 2019)

(1) สายด่วน 1414 ให้บริการข้อมูลข่าวสารคนพิการ ข่าวสารประจำวัน และหนังสือเสียง จำนวน 300 คู่สาย

(2) Tab2Read เป็นบริการข้อมูลข่าวสาร และหนังสือเสียงผ่านแอปพลิเคชัน และทางเว็บไซต์

(3) Tab Radio เป็นบริการวิทยุต้นแบบเพื่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ และข่าวสารต่างๆ ในรูปแบบรายการวิทยุ สามารถเข้าถึงได้โดยเว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน และ

(4) บริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) เป็นบริการเสียงบรรยายภาพสำหรับรายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ ตลอดจนการแสดงต่างๆ โดยสามารถเข้าถึงผ่านทางเว็บไซต์ ฮอตไลน์ 1414 และทางแอปพลิเคชันได้

พ็อดคาสเป็นสื่อเสียง และผู้รับสารกลุ่มที่ได้รับประโยชน์โดยตรงจากสื่อเสียงคือกลุ่มผู้พิการทางการเห็น การเข้ามาของพ็อดคาส น่าจะเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ทำให้เกิดประโยชน์สำหรับกลุ่มผู้พิการทางการเห็นได้ สำหรับบริบทประเทศไทยในปัจจุบัน ผู้พิการทางการเห็นจะมีช่องทางสายด่วน หรือฮอตไลน์ 1414 จากนโยบายของ กสทช. ที่ให้การสนับสนุนมูลนิธิคนตาบอดไทย ต่อมาผู้พิการทางการเห็นมีบริการ 1414 Plus เป็นความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีหนึ่งของผู้พิการทางการเห็นมีการปรับตัว และในวันนี้ การเข้ามาของพ็อดคาสซึ่งเป็นช่องทางสื่อเสียงในรูปแบบสื่อในยุคที่ 2 (Media Age 2) ที่เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้พิการทางการเห็นเปลี่ยนผ่านและมีช่องทางในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมากขึ้น รวมทั้งการเป็นผู้ส่งสารที่สามารถสร้างสรรค์เนื้อหาในลักษณะของสื่อเสียงได้จากผู้ใช้งานโดยตรงได้ในเวลาเดียวกัน ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อเสียงที่เกิดขึ้นกับกลุ่มผู้พิการทางการเห็นในประเทศไทย งานวิจัยนี้ จึง

ได้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะของภูมิทัศน์สื่อเสียงสำหรับผู้พิการทางการเห็น และแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงการเปิดรับสื่อเสียงของผู้พิการทางการเห็นในประเทศไทย เพื่อให้เห็นแนวทางความเป็นไปได้ในการพัฒนาสื่อพ็อดคาสต์ที่สามารถเกิดประโยชน์ต่อทั้งผู้พิการทางการเห็นในประเทศไทย และต่อสังคมที่จะสามารถเข้าใจผู้พิการทางการเห็นได้มากขึ้นต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาลักษณะของภูมิทัศน์สื่อเสียงสำหรับผู้พิการทางการเห็น และแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงการเปิดรับสื่อเสียงของผู้พิการทางการเห็นในประเทศไทย

นิยามศัพท์

ชอตไลน์ หมายถึง สายด่วนสำหรับการติดต่อผ่านทางโทรศัพท์เข้าไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง ในงานวิจัยนี้หมายถึง ช่องทางสายโทรศัพท์ติดต่อด่วนหมายเลข 1414 ที่เป็นการสนับสนุนของ กสทช. ให้มูลนิธิคนตาบอดไทยจัดทำขึ้นทั้ง 150 คู่สาย และปรับเปลี่ยนเป็น 300 คู่สายในปี พ.ศ. 2556 สำหรับผู้พิการทางการเห็นสามารถโทรเข้ามาเพื่อรับฟังข้อมูลข่าวสารได้ และหมายถึง บริการ 1414 Plus แอปพลิเคชัน Tab2Read ที่มีบริการ Tab2Read สำหรับข้อมูลข่าวสาร Tab Radio สำหรับการฟังวิทยุ 24 ชั่วโมง และ Audio Description ในละครโทรทัศน์ และภาพยนตร์ สำหรับผู้พิการทางการเห็นสามารถเข้ามารับฟังได้

พ็อดคาสต์ หมายถึง สื่อเสียงที่มีการเปิดให้รับฟังเป็นสาธารณะ และสามารถดาวน์โหลดได้ตามความต้องการ ผ่านการใช้งานแอปพลิเคชันด้านการฟัง เช่น iTunes, Soundcloud, Podbean, Spotify และอื่นๆ โดยทั้งนี้ ผู้ใช้งานที่เป็นบุคคลทั่วไป สามารถสร้างสรรค์ ผลิต และนำเข้าสื่อเสียงของตนเองได้ และเปิดเป็นสาธารณะให้ผู้ฟังทั่วไปสามารถเข้ารับฟัง ดาวน์โหลด หรือมีปฏิสัมพันธ์ได้ผ่านการกดถูกใจ การให้ความคิดเห็น หรือการแชร์ออกไปสู่แพลตฟอร์มสื่ออื่นๆ

ผู้พิการทางการเห็น หมายถึง บุคคลที่สูญเสียการมองเห็นตั้งแต่ระดับเล็กน้อยจนถึงบอดสนิท โดยแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ (1) ตาบอด หมายถึง บุคคลที่สูญเสียการมองเห็นมากจนต้องใช้สื่อสัมผัสและสื่อเสียง หากตรวจวัดสมรรถนะของสายตาข้างดีหลังจากแก้ไขแล้วอยู่ที่ 6/60 หรือ 20/200 จนถึงมองไม่เห็นแสงสว่าง และ (2) สายตาเลือนราง หมายถึง บุคคลที่สูญเสียการมองเห็นแต่ยังสามารถอ่านตัวอักษรตัวพิมพ์ขนาดใหญ่ได้ด้วยอุปกรณ์เครื่องช่วยความพิการ หากวัดความชัดเจนของสายตาข้างดีหลังจากแก้ไขแล้ว อยู่ที่ 6/18 หรือ 20/70 (Announcement of Ministry of Education: Determining of Types and Criteria of People with Disability in Education, 2009) โดยในงานวิจัยนี้หมายถึง กลุ่มผู้รับสารที่สูญเสียการมองเห็นอย่างใดอย่างหนึ่งตามนิยามข้างต้น

การเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อเสียง หมายถึง การเปลี่ยนแปลงไปขององค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการสื่อสาร ทั้งผู้ส่งสาร ผู้รับสาร สื่อ พื้นที่ของการสื่อสาร เวลาที่ใช้ในการสื่อสาร ลักษณะเนื้อหา อำนาจในการจัดการการสื่อสาร การมีส่วนร่วมในการสื่อสาร แพลตฟอร์มการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารด้วยเสียงเป็นหลัก ซึ่งเป็นผลจากการเคลื่อนตัวของความนิยมของผู้คนในสังคม ในการเปลี่ยนวิธีการสื่อสารจากรูปแบบหนึ่งไปยังอีกรูปแบบหนึ่ง โดยในงานวิจัยนี้หมายถึง การปรับเปลี่ยนช่องทางการรับสารของผู้พิการทางการเห็นในประเทศไทย จากการใช้ชอตไลน์ 1414 ไปยังการเปิดรับสื่อผ่านบริการ 1414 Plus และการเปลี่ยนแปลงการเปิดรับสื่อไปยังพ็อดคาสต์

ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย

1. เข้าใจการปรับตัวด้านการสื่อสารของผู้พิการทางการเห็นตามการเปลี่ยนแปลงไปของภูมิทัศน์สื่อเสียง
2. เข้าใจความต้องการ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และการใช้งานสื่อเสียงพ็อดคาสต์ของผู้พิการทางการเห็นในปัจจุบัน
3. เสนอแนะแนวทาง และวิธีการในการพัฒนาให้สื่อพ็อดคาสต์ เป็นช่องทางที่ผู้พิการทางการเห็นในประเทศไทยสามารถได้ประโยชน์ทั้งในฐานะผู้รับสาร และผู้สร้างสรรค์เนื้อหาต่อไป

วิธีการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง จากชอตไลน์ ไปพ็อดคาส: ผู้พิการทางการเห็นในประเทศไทยและการเปลี่ยนแปลงไปของภูมิทัศน์สื่อเสียง ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี (Concurrent-Mixed Method) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยแบบวิเคราะห์เนื้อหา (Textual Analysis) โดยวิเคราะห์จากข้อมูลจำนวนการเข้าใช้งานบริการชอตไลน์ 1414 ข้อมูลย้อนหลังตั้งแต่ปี 2012 – 2023 (พ.ศ. 2555 – 2566) บริการแอปพลิเคชัน Tab2Read ของผู้พิการทางการเห็นในประเทศไทย โดยเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลย้อนหลังตั้งแต่ปี 2015 – 2023 (พ.ศ. 2558 – 2566)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ ข้อมูลการเข้าใช้งานชอตไลน์ 1414 ปี 2012 - 2023 (พ.ศ. 2555 – 2566) บริการแอปพลิเคชัน Tab2Read ระยะเวลา 8 ปี ตั้งแต่ปี 2015 – 2023 (ข้อมูลเริ่มต้นเดือนมีนาคม พ.ศ. 2558 – 2566) จากการวิเคราะห์ข้อมูลของสถาบันคนตาบอดแห่งชาติเพื่อการวิจัยและพัฒนา และโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บข้อมูล ในขั้นต้นผู้วิจัยติดต่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลการเข้าใช้งานชอตไลน์ 1414 และแอปพลิเคชัน Tab2Read ไปยังสถาบันคนตาบอดแห่งชาติเพื่อการวิจัยและพัฒนา โดยทางสถาบันฯ ได้ใช้เวลารวบรวมข้อมูลการเข้าใช้งานของผู้พิการทางการเห็นในแพลตฟอร์มดังกล่าว และได้อนุเคราะห์ข้อมูลแก่ผู้วิจัย เพื่อทำการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลต่อไป โดยการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ ใช้เวลา 5 เดือน เริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม - พฤษภาคม 2567 ควบคู่กันไปกับการเก็บข้อมูลโดยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล ในการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากสถาบันคนตาบอดแห่งชาติเพื่อการวิจัยและพัฒนา มาทำการวิเคราะห์ในรูปแบบของสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงการเปิดรับสื่อของผู้พิการทางการเห็นในประเทศไทย และวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation) เพื่อศึกษาระดับความสัมพันธ์ของแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงการเปิดรับสื่อเสียงของผู้พิการทางการเห็นในประเทศไทย โดยนำเสนอเป็นค่ากลาง (Central Tendencies) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แผนภูมิ (Graphs and Charts) หรือตาราง (Tables) ตามความเหมาะสมของข้อมูลต่อไป

2. วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์จากเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Document Analysis) เพื่อศึกษาการเกิดขึ้นของแพลตฟอร์มสื่อเสียงในภูมิทัศน์สื่อเสียงสำหรับผู้พิการทางการเห็น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เอกสารที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับสถิติการเข้าใช้งานสื่อแอปพลิเคชัน TAB2Read ของผู้พิการทางการเห็น เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บข้อมูล ผู้วิจัยศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับเรื่องพฤติกรรม的开รับสื่อพ็อดคาสในประเทศไทย ประกอบกับการศึกษาข้อมูลการเข้าถึงสื่อแอปพลิเคชัน TAB2Read ของผู้พิการทางการเห็น รวมถึงศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม的开รับสื่อพ็อดคาสของผู้พิการทางการเห็นในประเทศไทย

การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บได้จากการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลด้านการเข้าถึงสื่อแอปพลิเคชัน TAB2Read ของผู้พิการทางการเห็นในประเทศไทย โดยนำเสนอในรูปแบบของความเรียง ตาราง (Tables) หรือแผนภาพ (Diagrams) ตามความเหมาะสมของข้อมูลต่อไป

ผลการวิจัย

จากการเก็บข้อมูลงานวิจัยเรื่อง จากชอตไลน์ ไปพ็อดคาส: ผู้พิการทางการเห็นในประเทศไทยและการเปลี่ยนแปลงไปของภูมิทัศน์สื่อเสียง ผู้วิจัยพบผลการวิจัย ดังนี้

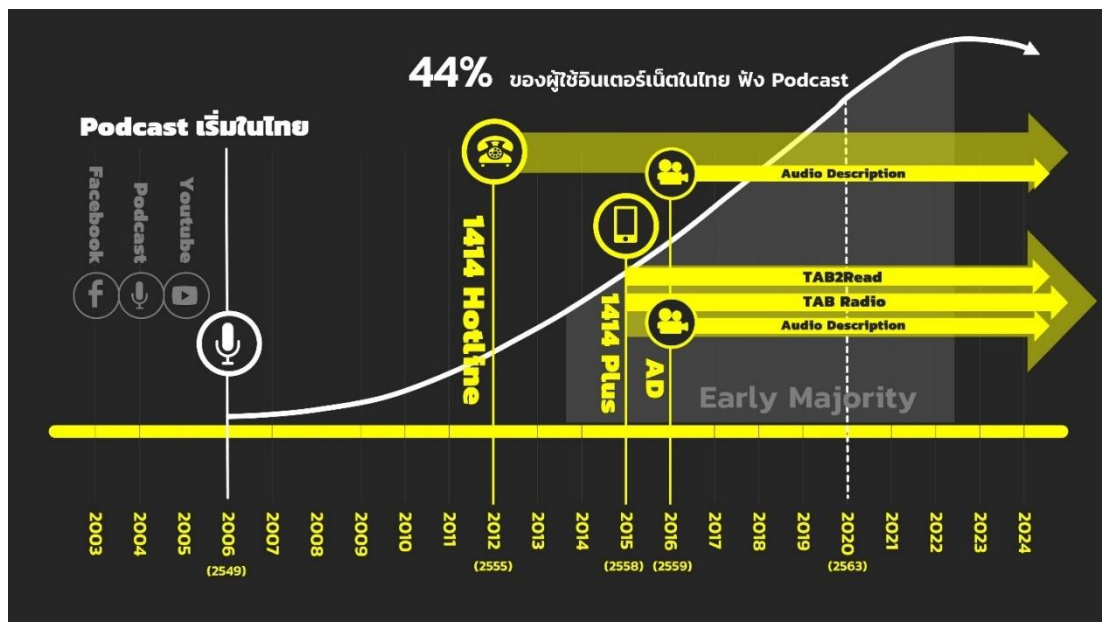
1. ภูมิทัศน์สื่อเสียงสำหรับผู้พิการทางการเห็น และแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงการเปิดรับสื่อเสียงของผู้พิการทางการเห็นในประเทศไทย

1.1 ลักษณะภูมิทัศน์สื่อเสียงสำหรับผู้พิการทางการเห็น

ในปี 2012 (พ.ศ. 2555) สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้มีนโยบายเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตคนพิการ ให้สามารถเข้าถึงซึ่งข้อมูลข่าวสารได้ด้วยตนเองมากที่สุด จึงได้สนับสนุนมูลนิธิคนตาบอดไทย จัดให้มีสายด่วน หรือ ฮอตไลน์ 1414 ขึ้น โดยมีคู่สายมากถึง 150 คู่สาย ก่อนจะเพิ่มเป็น 300 คู่สายในปี 2013 (พ.ศ. 2556) เป็นแพลตฟอร์มสื่อเสียงสำหรับผู้พิการทางการเห็นที่สามารถโทรศัพท์เข้ามาเพื่อรับฟังข่าวสาร สารที่เป็นประโยชน์ หรือหนังสือเสียงจากฐานข้อมูลที่มีของมูลนิธิคนตาบอดไทย

ต่อมา ในปี 2015 (พ.ศ. 2558) บริการฮอตไลน์ 1414 ได้มีการขยายขอบเขตบริการให้มีความเป็นสื่อดิจิทัลมากขึ้น โดยปรับเป็นบริการ 1414 Plus โดยบริการ 1414 Plus นั้น ประกอบด้วย 2 บริการสำคัญ คือ TAB2Read บริการสื่อเสียงสำหรับผู้พิการทางการเห็นในรูปแบบของข่าวสาร และหนังสือเสียง บริการ TABRadio เป็นบริการรายการวิทยุต้นแบบที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารในรูปแบบของรายการวิทยุ ซึ่งผู้พิการทางการเห็นสามารถเข้าถึงบริการ Tab2Read และ TABRadio ได้ทั้งทางแอปพลิเคชัน และทางเว็บไซต์ แตกต่างจากฮอตไลน์ 1414 ที่ผู้พิการทางการเห็นต้องใช้การโทรศัพท์เข้าไปตามคู่สายเพื่อเข้าถึงข้อมูล

ในปี 2016 (พ.ศ. 2559) บริการ 1414 Plus ได้มีการเพิ่มการให้บริการสื่อเสียงบรรยายภาพสำหรับผู้พิการทางการเห็น ซึ่งผู้พิการทางการเห็นสามารถเข้าถึง และรับฟังบริการสื่อเสียงบรรยายภาพของทั้งละคร ภาพยนตร์ต่างๆ ได้ทั้งจากทางแอปพลิเคชัน เว็บไซต์ และรวมถึงการโทรศัพท์เข้าไปเพื่อรับฟังจากฮอตไลน์ 1414 แบบดั้งเดิมได้อีกด้วย โดยได้ทำการสร้างแผนภาพเส้นเวลาของแพลตฟอร์มสื่อเสียงดังที่ได้กล่าวข้างต้น (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 ภาพแสดงเส้นเวลาของแพลตฟอร์มสื่อเสียงต่างๆ ตั้งแต่ปี 2003 (พ.ศ. 2546) จนถึงปี 2024 (พ.ศ. 2567)

จากแผนภาพเส้นเวลาในภาพที่ 1 จะเห็นได้ว่า ตั้งแต่ปี 2016 (พ.ศ. 2559) เป็นต้นมา ผู้พิการทางการเห็นมีสื่อเสียงในหลากหลายช่องทาง ทั้งสื่อที่เป็นสื่อทั่วไปอย่าง เพชฌกูฏ พ็อคคาส ยูทูบ รวมถึงช่องทางสื่อเสียงที่เป็นสื่อช่องทางเฉพาะทั้ง ฮอตไลน์ 1414 บริการ 1414 Plus ที่มีทั้งบริการ TAB2Read TABRadio และบริการเสียงบรรยายภาพ นอกจากนี้ยังมีสื่อดั้งเดิมอย่างวิทยุโทรทัศน์ และวิทยุกระจายเสียง ที่ผู้พิการทางการเห็นสามารถเข้าถึงได้

1.2 แนวโน้มความเปลี่ยนแปลงการเปิดรับสื่อเสียงของผู้พิการทางการเห็นในประเทศไทย

จากการเก็บข้อมูลด้านการเข้าถึงบริการฮอตไลน์ 1414 ของผู้พิการทางการเห็นในประเทศไทย จากสถาบันคนตาบอดแห่งชาติ เพื่อการวิจัยและพัฒนา พบข้อมูลดังแสดงในตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนการเข้าถึงบริการฮอตไลน์ 1414 ของผู้พิการทางการเห็น ปี 2012 – 2023 (พ.ศ. 2555 – 2566)

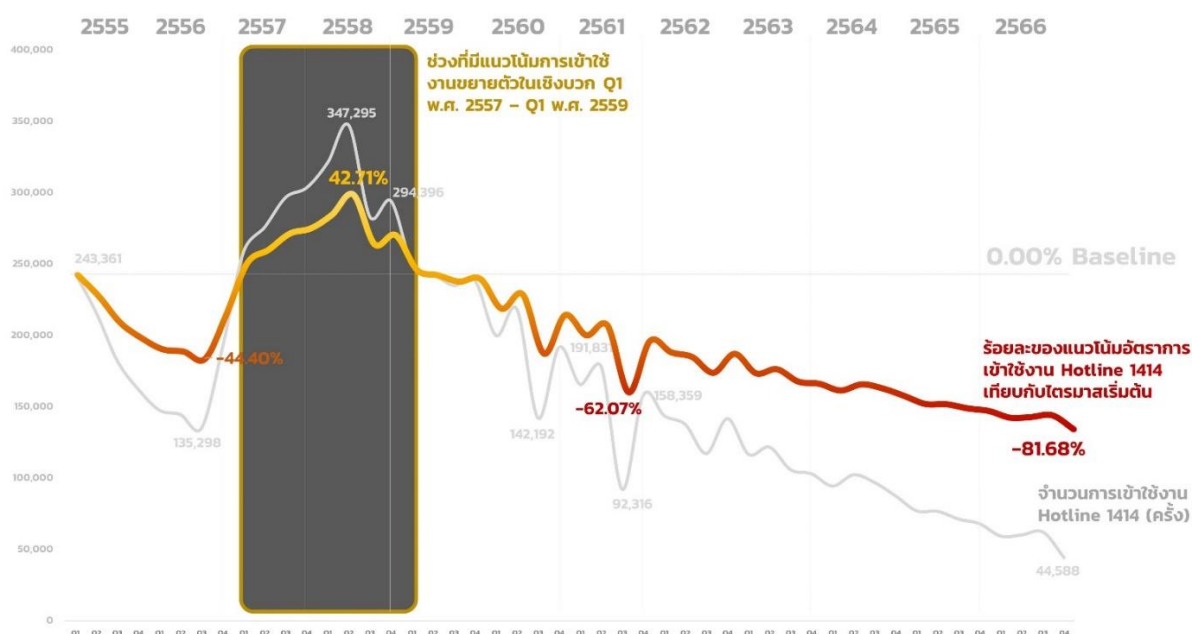
ปี	จำนวนการเข้าถึงตลอด ทั้งปี (ครั้ง)	จำนวนเฉลี่ยการเข้าถึง รายไตรมาส (ครั้ง)		แนวโน้มเมื่อเทียบกับ ไตรมาสก่อนหน้า	แนวโน้มเมื่อเทียบกับ กับไตรมาสเริ่มต้น
2555	2,410,372	Q1	243,361	0.00%	0.00%
		Q2	215,831	-11.31%	-11.31%
		Q3	182,136	-15.61%	-25.16%
		Q4	162,249	-10.92%	-33.33%
2556	1,85,8974	Q1	147,717	-8.96%	-39.30%
		Q2	144,647	-2.08%	-40.56%
		Q3	135,298	-6.46%	-44.40%
		Q4	191,996	+41.91%	-21.11%
2557	3,406,259	Q1	258,925	+34.86%	+6.40%
		Q2	275,973	+6.58%	+13.40%
		Q3	296,840	+7.56%	+21.98%
		Q4	303,681	+2.31%	+24.79%
2558	3,740,541	Q1	321,334	+5.81%	+32.04%
		Q2	347,295	+8.08%	+42.71%
		Q3	283,282	-18.43%	+16.40%
		Q4	294,396	+4.11%	+21.19%
2559	2,900,617	Q1	250,239	-15.16%	+2.83%
		Q2	243,145	-2.84%	-0.09%
		Q3	235,047	-3.33%	-3.42%
		Q4	238,442	+1.45%	-2.02%
2560	2,257,192	Q1	200,118	-16.07%	-17.77%
		Q2	218,255	+9.06%	-10.32%
		Q3	142,192	-34.85%	-41.57%
		Q4	191,831	+34.91%	-21.17%
2561	1,784,009	Q1	165,777	-13.58%	-31.88%

ปี	จำนวนการเข้าถึงตลอด ทั้งปี (ครั้ง)	จำนวนเฉลี่ยการเข้าถึง รายไตรมาส (ครั้ง)		แนวโน้มเมื่อเทียบกับ ไตรมาสก่อนหน้า	แนวโน้มเมื่อเทียบกับ กับไตรมาสเริ่มต้น
		Q2	178,217	+7.50%	-26.77%
		Q3	92,316	-48.20%	-62.07%
		Q4	158,359	+71.54%	-34.93%
2562	1,622,599	Q1	143,886	-9.14%	-40.88%
		Q2	137,722	-4.25%	-43.41%
		Q3	117,424	-14.74%	-51.75%
		Q4	141,835	+20.79%	-41.72%
2563	1,344,224	Q1	116,913	-17.57%	-51.96%
		Q2	121,894	+4.26%	-49.91%
		Q3	106,086	-12.97%	-56.41%
		Q4	103,181	-2.74%	-57.60%
2564	1,145,475	Q1	94,616	-8.30%	-61.12%
		Q2	102,473	+8.30%	-57.89%
		Q3	97,091	-5.25%	-60.10%
		Q4	87,645	-9.73%	-63.99%
2565	881,210	Q1	77,245	-11.87%	-68.26%
		Q2	76,888	-0.46%	-68.41%
		Q3	71,448	-7.08%	-70.64%
		Q4	68,156	-4.61%	-71.99%
2566	680,845	Q1	59,513	-12.68%	-75.55%
		Q2	60,409	+1.51%	-75.18%
		Q3	62,438	+3.36%	-74.34%
		Q4	44,588	-28.59%	-81.68%

จากข้อมูลการเข้าถึงสื่อ ฮอตไลน์ 1414 สำหรับผู้พิการทางการเห็น พบว่า หลังจากที่มีการเปิดให้บริการสำหรับผู้พิการทางการเห็นในปี 2012 (พ.ศ. 2555) ในช่วงปีแรกมีอัตราการเข้าถึงบริการที่ลดลง จนกระทั่งเมื่อเข้าสู่ปี 2014 (พ.ศ. 2557) การเข้าถึงบริการฮอตไลน์ 1414 มีแนวโน้มขยายตัวสูงขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสเริ่มต้นในการให้บริการ จนกระทั่งมีการขยายตัวสูงสุดในปี 2015 (พ.ศ. 2558) โดยมีจำนวนการเข้าถึงบริการสูงสุดจากข้อมูลทั้งหมด มากถึง 3,740,541 ครั้ง ในหนึ่งปี ซึ่งนับเป็นจุดสูงสุดของการเข้าถึงบริการฮอตไลน์ 1414 ตลอดระยะเวลา 12 ปีที่เปิดให้บริการแก่ผู้พิการทางการเห็น โดยหลังจากนั้น อัตราการเข้าใช้บริการก็ลดลงอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งข้อมูลในไตรมาสที่ 4 ของปี 2023 (พ.ศ. 2566) พบว่า ยอดการเข้าใช้งานฮอตไลน์ 1414 ลดลงไปกว่าร้อยละ 80

เมื่อเทียบกับไตรมาสเริ่มต้นให้บริการ และในปีเดียวกันเป็นปีที่มียอดรวมการเข้าถึงบริการฮอตไลน์ 1414 น้อยที่สุดในรอบ 12 ปี อยู่ที่ 680,845 ครั้ง โดยคิดเป็นสัดส่วนเพียง ร้อยละ 28.25 ของจำนวนครั้งการเข้าถึงใน 2012 (พ.ศ. 2555) โดยเมื่อนำข้อมูลแนวโน้มการเข้าถึงฮอตไลน์ 1414 ในแต่ละไตรมาสเทียบกับไตรมาสเริ่มต้น มานำเสนอผ่านแผนภูมิเชิงเส้น จะได้แผนภูมิดังแสดงในภาพที่ 2

นอกจากนี้ ยังพบข้อมูลที่น่าสนใจคือ จำนวนคู่สายที่มีการใช้งานมากที่สุดในแต่ละช่วงของวันอยู่ที่ช่วงเวลา 21.00 น. – 22.59 น. โดยมีอัตราการใช้คู่สายในการโทรเข้ามาเพื่อรับฟังข้อมูลข่าวสารอยู่ที่เฉลี่ย 102.50 คู่สาย จากทั้งหมด 300 คู่สาย และช่วงที่มีการใช้งานคู่สายน้อยที่สุดคือช่วงเวลา 7.00 น. – 7.59 น. โดยมีอัตราการใช้คู่สายเฉลี่ยอยู่ที่ 57 คู่สาย จาก 300 คู่สายเท่านั้น ส่วนในเรื่องการเข้าถึงเนื้อหา บริการฮอตไลน์ 1414 มีเนื้อหาที่ค่อนข้างจำกัด คือแบ่งออกเป็น ข่าวสารและประกาศจากสมาคม และข่าวสารจากเว็บไซต์และหนังสือพิมพ์อัตโนมัติ จากสถิติพบว่า ในการเข้าใช้บริการฮอตไลน์ 1414 ทั้งหมด มีการเข้าถึงข่าวสารและประกาศจากสมาคม 25,312,146 ครั้ง หรือร้อยละ 63.98 ของการเข้าถึงทั้งหมด และข่าวสารจากเว็บไซต์และหนังสือพิมพ์อัตโนมัติ 14,247,572 ครั้ง หรือคิดเป็นร้อยละ 36.02 ของการเข้าถึงทั้งหมด



ภาพที่ 2 แผนภูมิเส้นแสดงจำนวนการเข้าใช้งานฮอตไลน์ 1414 ตั้งแต่ปี 2012 - 2023 (พ.ศ.2555 - พ.ศ.2566) และแนวโน้มอัตราการเข้าใช้งานฮอตไลน์ 1414 เทียบกับไตรมาสเริ่มต้น

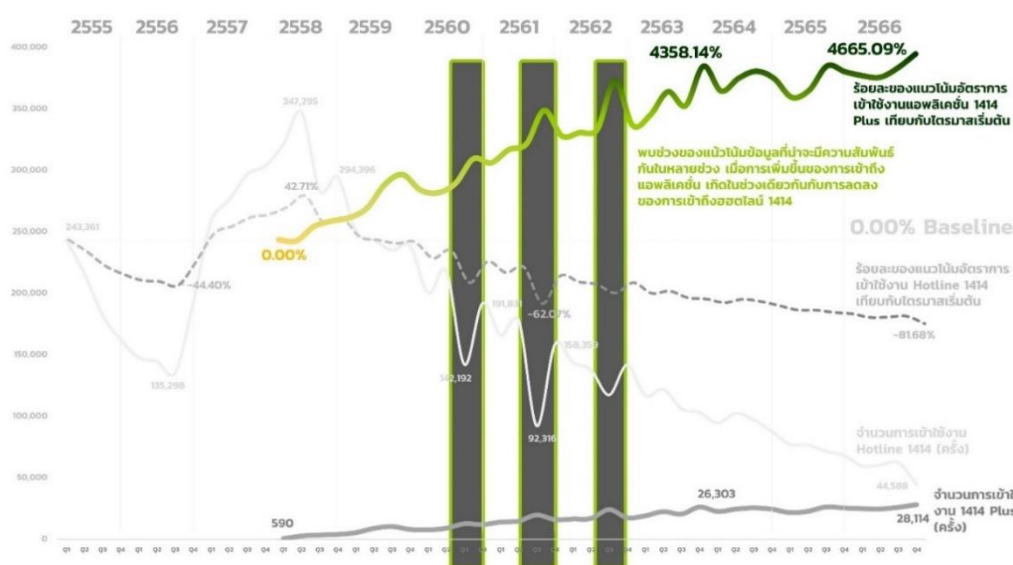
ต่อมา ในปี 2015 (พ.ศ.2558) บริการฮอตไลน์ 1414 ได้ขยายขอบเขตการเข้าถึงเพิ่มมากขึ้น และมีการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ระบบการเข้าถึงแบบดิจิทัล ในรูปแบบของบริการ 1414 Plus ที่มีการให้บริการในรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งแอปพลิเคชัน TAB 2 Read บริการหนังสือเสียงที่สามารถเปิดอ่าน และดาวน์โหลดได้ TABRadio สำหรับเปิดรับฟังข่าวสารในรูปแบบรายการวิทยุ และต่อมา ใน 2016 (พ.ศ. 2559) ได้มีการเพิ่มบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) โดยสามารถเข้าถึงได้ทั้งทางแอปพลิเคชัน และการใช้บริการ ฮอตไลน์ 1414 ซึ่งจากการเก็บข้อมูลด้านการเข้าถึงบริการ 1414 Plus ของผู้พิการทางการเห็นในประเทศไทย จากสถาบันคนตาบอดแห่งชาติเพื่อการวิจัยและพัฒนา พบข้อมูลดังแสดงในตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 จำนวนการเข้าถึงบริการ 1414 Plus ของผู้พิการทางการเห็น ปี 2015 - 2023 (พ.ศ. 2558 – 2566)

ปี	จำนวนการเข้าถึงทุก บริการตลอดทั้งปี (ครั้ง)	จำนวนเฉลี่ยการเข้าถึง รายไตรมาส (ครั้ง)		แนวโน้มเมื่อเทียบกับ ไตรมาสก่อนหน้า	แนวโน้มเมื่อเทียบกับ กับไตรมาสเริ่มต้น
2558	31,144* *ไตรมาสที่ 1 ข้อมูลเริ่มที่ เดือนมีนาคม	Q1	590	0.00%	0.00%
		Q2	2,699	+357.46%	+357.46%
		Q3	3,496.33	+29.54%	+492.60%
		Q4	3,989.33	+14.10%	+576.16%
2559	98,131	Q1	5,420	+35.86%	+818.64%
		Q2	8,898.67	+64.18%	+1,408.25%
		Q3	10,324.33	+16.02%	+1,649.89%
		Q4	8,067.33	-21.86%	+1,267.35%
2560	124,330	Q1	7,654	-5.12%	+1,197.29%
		Q2	9,064.67	+18.43%	+1,436.35%
		Q3	12,667.67	+39.75	+2,047.06%
		Q4	12,057	-4.82%	+1,943.56%
2561	194,027	Q1	13,991	+16.04%	+2,271.36%
		Q2	14,853	+6.16	+2,417.46%
		Q3	19,806.33	+33.35%	+3,257.01%
		Q4	16,025.33	-19.09%	+2,616.16%
2562	225,687	Q1	16,510.67	+3.03%	+2,698.42%
		Q2	16,971.33	+2.79%	+2,776.50%
		Q3	24,163.67	+43.38%	+3,995.54%
		Q4	17,583.33	-27.23%	+2,880.23%
2563	265,244	Q1	19,097	+8.61%	+3,136.78%
		Q2	22,537	+18.01%	+3,719.83%
		Q3	20,477.67	-9.14%	3,370.79%
		Q4	26,303	+28.45%	+4,358.14%
2564	291,654	Q1	22,639.67	-13.93%	+3,737.23%
		Q2	24,531	+8.35%	+4,057.80%
		Q3	25,558.33	+4.19%	+4,231.92%
		Q4	24,489	-4.18%	+4,050.68%
2565	289,029	Q1	21,711	-11.34%	+3,579.83%
		Q2	22,794	+4.99%	+3,763.39%
		Q3	26,346.33	+15.59%	+4,365.48%
		Q4	25,491.67	-3.24%	+4,220.62%
2566	311,230	Q1	24,896.67	-2.33%	+4,119.74%

ปี	จำนวนการเข้าถึงทุก บริการตลอดทั้งปี (ครั้ง)	จำนวนเฉลี่ยการเข้าถึง รายไตรมาส (ครั้ง)		แนวโน้มเมื่อเทียบกับ ไตรมาสก่อนหน้า	แนวโน้มเมื่อเทียบ กับไตรมาสเริ่มต้น
		Q2	24,672.67	-0.90%	+4,081.81%
		Q3	26,060	+5.62%	+4,316.95%
		Q4	28,114	+7.78%	+4,665.09%

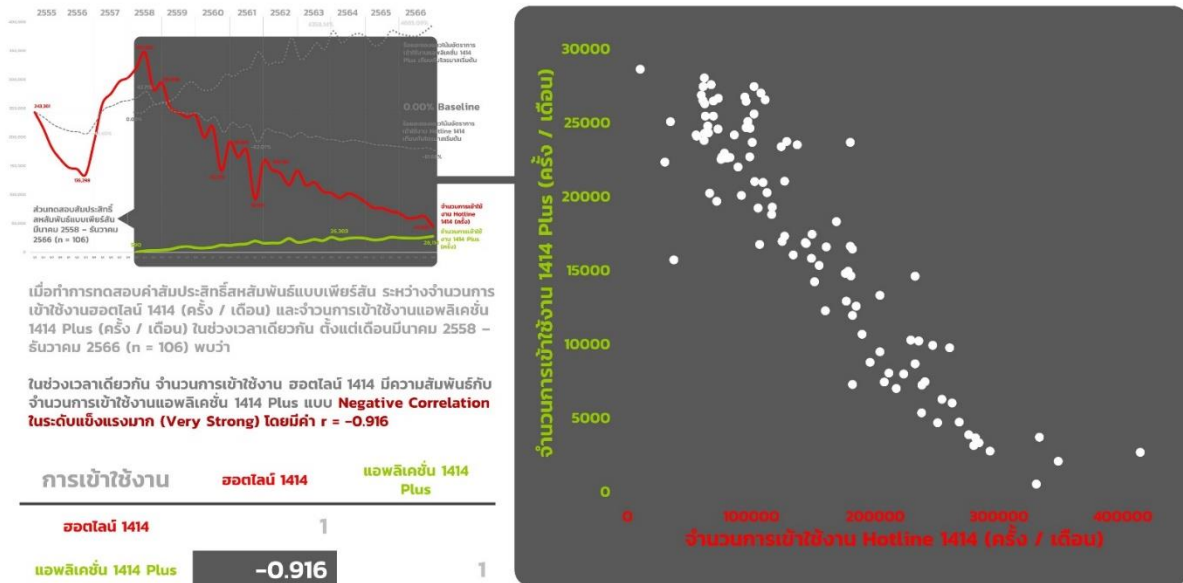
จากข้อมูลการเข้าถึงบริการ 1414 Plus สำหรับผู้พิการทางการเห็น พบว่า หลังจากที่มีการเปิดให้บริการสำหรับผู้พิการทางการเห็นในไตรมาสที่ 1 (เดือนมีนาคม) ปี 2015 (พ.ศ. 2558) แนวโน้มการเข้าใช้งานมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับไตรมาสเริ่มต้น โดยสถิติการเข้าใช้งานทั้งปีสูงสุดอยู่ที่ 311,230 ครั้ง ในปี 2023 (พ.ศ. 2566) โดยในไตรมาสที่ 4 ของปี มีแนวโน้มอัตราการเข้าใช้งานบริการ 1414 Plus เพิ่มมากกว่าไตรมาสเริ่มต้นถึง 4,665% ซึ่งถึงแม้ว่าตัวเลขการเข้าใช้งานบริการ 1414 Plus จะยังมีจำนวนครั้งที่น้อยกว่าการเข้าใช้งานฮอตไลน์ 1414 อยู่ค่อนข้างมาก แต่จะเห็นได้ว่าแนวโน้มอัตราการขยายตัวของการใช้งานบริการ 1414 Plus มีอัตราที่ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับไตรมาสเริ่มต้น ดังแสดงในภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แผนภูมิเส้นแสดงจำนวนการเข้าใช้งานบริการ 1414 Plus ตั้งแต่ปี 2015 - 2023 (พ.ศ.2558 - พ.ศ.2566) และแนวโน้มอัตราการเข้าใช้งานบริการ 1414 Plus เทียบกับไตรมาสเริ่มต้น

เมื่อพิจารณาแผนภูมิเส้นแสดงจำนวนการเข้าใช้งาน ฮอตไลน์ 1414 และแนวโน้มอัตราการเข้าใช้งานฮอตไลน์ 1414 เทียบกับไตรมาสเริ่มต้น คู่ไปกับแผนภูมิเส้นแสดงการเข้าใช้งานบริการ 1414 Plus และแนวโน้มอัตราการเข้าใช้งานบริการ 1414 Plus เทียบกับไตรมาสเริ่มต้น พบว่า มีหลายช่วงของข้อมูลทั้ง 4 ชุด ที่มีความสัมพันธ์กันในช่วงเวลาเดียวกันดังแสดงในภาพที่ 2 กล่าวคือ ในช่วงเวลาที่มีการเข้าใช้งานฮอตไลน์ 1414 มีการลดลง เป็นช่วงเวลาที่การเข้าใช้งานบริการ 1414 Plus มีการเพิ่มขึ้นอย่างสอดคล้องกัน ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลจำนวนการเข้าใช้งานฮอตไลน์ 1414 (ครั้ง / เดือน) และจำนวนการเข้าใช้งานบริการ 1414 Plus (ครั้ง / เดือน) ตั้งแต่เดือนมีนาคม ปี 2015 (พ.ศ. 2558) จนถึงเดือนธันวาคม ปี 2023 (พ.ศ. 2566) (n = 106) มาทำการสร้างแผนภูมิแบบจุด (Scattered Plot) และทดสอบเพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation (r)) พบว่า ข้อมูลทั้งสองชุดมีความสัมพันธ์กันใน

ลักษณะ Negative Correlation ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก (Very Strong) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ที่ -0.916 ($r = -0.916$) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติ $p = 0.000$ ($p < 0.05$) ดังแสดงในภาพที่ 4



ภาพที่ 4 แผนภูมิ Scatter Plot แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนการเข้าใช้งาน ออนไลน์ 1414 และจำนวนการเข้าใช้งานบริการ 1414 Plus ระหว่างเดือนมีนาคม ปี 2015 (พ.ศ.2558) – เดือนธันวาคม ปี 2023 (พ.ศ. 2566)

ข้อสังเกตประการหนึ่งจากข้อมูลที่พบ คือ ถึงแม้ว่าตั้งแต่ปี 2016 (พ.ศ. 2559) เป็นต้นมาจะมีบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) ในสื่อละครและภาพยนตร์เพิ่มเติม ซึ่งผู้พิการทางการเห็นสามารถเข้าถึงได้ทั้งจากทางบริการ 1414 Plus และจากทางบริการออนไลน์ 1414 แต่ยังคงพบว่าการเข้าใช้งานบริการออนไลน์ 1414 มีแนวโน้มและจำนวนการเข้าใช้งานที่ลดลงอย่างต่อเนื่องต่อไป เมื่อเทียบกับการเข้าใช้งานผ่านบริการ 1414 Plus ที่มีจำนวนการเข้าใช้งานและแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นดังกล่าว

นอกจากนี้ จากข้อมูลการเข้าถึงบริการ 1414 Plus ตั้งแต่ปี 2015 - 2023 (พ.ศ. 2558 – 2566) จากสถาบันคนตาบอดแห่งชาติเพื่อการวิจัยและพัฒนา ยังพบว่า ในการเข้าใช้งานบริการ 1414 Plus ของผู้พิการทางการเห็นนั้น ผู้พิการทางการเห็นที่เข้าใช้งานบริการ 1414 Plus มีการเข้าใช้งานเพื่ออ่าน (ฟัง) หนังสือเสียงมากที่สุด ถึง 69.89% ของกิจกรรมทั้งหมด หรือคิดเป็น 1,220,340 ครั้ง จากกิจกรรมรวมทั้งหมด 1,746,134 ครั้ง รองลงมาคือการเปิดอ่านหนังสือเสียงและดาวน์โหลดไฟล์เสียงนั้นไว้ด้วย คิดเป็น 15.54% ของกิจกรรมทั้งหมด และการดาวน์โหลดไฟล์เสียงอย่างเดียว โดยไม่ได้เปิดอ่าน (ฟัง) ที่หน้าแอปพลิเคชัน เป็นสัดส่วน 12.35% ของกิจกรรมทั้งหมด ส่วนกิจกรรมที่ผู้พิการทางการเห็นเข้าไปใช้งานน้อยที่สุดคือ การดาวน์โหลดและ/หรือการเปิดรับชมสื่อที่มีเสียงบรรยายภาพในสื่อบันเทิงอย่างละครและภาพยนตร์ โดยมีจำนวนครั้งรวมกันอยู่ที่เพียง 38,722 ครั้ง หรือคิดเป็นเพียง 2.21% ของกิจกรรมทั้งหมด เท่านั้น

2. แนวโน้มการเข้าใช้งานแอปพลิเคชัน TAB2Read ในช่วง Early Majority ของการใช้งานสื่อพอดคาสต์ในประเทศไทย

จากการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง พบว่า ในปี 2020 (พ.ศ. 2563) ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตชาวไทยร้อยละ 44 มีการใช้งานสื่อพอดคาสต์ โดยอยู่ในช่วงกลุ่มผู้อยู่ในกระแส (Early Majority) ตามแนวคิด Diffusion of Innovation ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ถึงร้อยละ 34 ของประชากรทั้งหมด ที่เริ่มเห็นว่าสื่อใหม่มีการใช้งาน และมีผลจากการใช้งานจากกลุ่มผู้นำกระแสก่อนหน้า จึงเป็นคนกลุ่มที่ 3 ที่เปิดรับและมีการใช้งานสื่อใหม่หลังจากที่สื่อใหม่มีการใช้งานไปได้ระยะหนึ่ง แต่ในขณะเดียวกัน กลับพบว่า ถึงแม้ว่าผู้ใช้งานสื่อพอดคาสต์ใน

ISSN (Online): 2985-1149

(คุณวันดี สันติเมธีวุฒิ) และผู้พิการทางการเห็น (คุณสโรชา กิตติศิริพันธุ์) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับมุมมองทั้งเหมือนกันและแตกต่างกันระหว่างบุคคลที่มีการมองเห็นเป็นปกติและผู้พิการทางการเห็น ผ่านการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ จำนวนทั้งสิ้น 52 ตอน เริ่มออกอากาศตั้งแต่วันที่ 6 มกราคม 2565 ถึงวันที่ 30 มีนาคม 2566 (ThaiPBS Podcast, n.d.) รวมถึงพ็อดคาสต์ที่จัดโดยสมาคมคนตาบอดจังหวัดนครราชสีมา ที่นำเสนอเรื่องราวที่น่าสนใจและเรื่องราวเกี่ยวกับคนตาบอด จำนวนทั้งสิ้น 20 ตอน เริ่มออกอากาศตั้งแต่วันที่ 4 ตุลาคม 2564 ถึงวันที่ 10 ตุลาคม 2565 (Nakornratchasima Association of the Blind Citizen, n.d.)

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง **จากชอตไลน์ ไปพ็อดคาสต์: ผู้พิการทางการเห็นในประเทศไทยและการเปลี่ยนแปลงไปของภูมิทัศน์สื่อเสียง** สามารถนำมาสู่ประเด็นในการอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังต่อไปนี้

1. ในภูมิทัศน์สื่อเฉพาะสำหรับผู้พิการทางการเห็นที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นการเปลี่ยนแปลงจาก Media Age 1 ไปยัง Media Age 2 ในลักษณะที่เป็นการเปลี่ยนแปลงแบบไม่สมบูรณ์

จากภูมิทัศน์สื่อสำหรับผู้พิการทางการเห็นที่เปลี่ยนแปลงไป จะสามารถเห็นได้ว่า ช่องทางการสื่อสารเฉพาะกลุ่มสำหรับผู้พิการทางการเห็นยังมีการขยายภูมิทัศน์สื่อให้มีความครอบคลุมกับการสื่อสารแบบดิจิทัลมากขึ้น โดยจากภูมิทัศน์สื่อของผู้พิการทางการเห็นพบว่า ผู้พิการทางการเห็นในประเทศไทยมีการเปิดรับสื่อเฉพาะที่อยู่ในระบบออนไลน์ อย่างชอตไลน์ 1414 ที่ต้องใช้ระบบการเข้าใช้งานผ่านการโทรศัพท์ไปยังระบบคู่สาย ซึ่งต่อมาได้มีการเพิ่มเติมช่องทางการให้บริการในรูปแบบบริการ 1414 Plus ซึ่งการปรับเปลี่ยนในลักษณะดังกล่าว เป็นการเปลี่ยนแปลงที่สอดคล้องกับทฤษฎี New Media (Poster, 1995) บางส่วน กล่าวคือบริการ 1414 Plus มีการรวมบริการในหลายๆ ส่วนมาไว้ในบริการเดียว ทำให้เกิดการรวมกันของสื่อในลักษณะ Convergent Media มากขึ้น ซึ่งเป็นไปตามรูปแบบการเปลี่ยนแปลงจาก Media Age 1 ไปยัง Media Age 2 ทำให้ผู้พิการทางการเห็นสามารถเข้าถึงบริการต่างๆ ได้จากสมาร์ตโฟน ทำให้เกิดความสะดวกในการใช้งานตามมา แต่ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงของสื่อเฉพาะสำหรับผู้พิการทางการเห็นนี้ ยังไม่สอดคล้องกับอีกหลายส่วนตามทฤษฎี New Media Theory ในหลายประการได้แก่ (1) ถึงแม้ว่าจะมีการเพิ่มเติมบริการในระบบที่มีความเป็นดิจิทัลอย่างบริการ 1414 Plus แต่รูปแบบการสื่อสารก็ยังคงเป็นรูปแบบการสื่อสารทางเดียว (One-Way Communication) อยู่ ผู้รับสารอย่างผู้พิการทางการเห็นยังไม่สามารถมีส่วนร่วมได้ในลักษณะการสื่อสารแบบสองทาง นอกจากการเข้าใช้งานเพื่อเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่มากขึ้น รวมถึง (2) การที่บริการ 1414 Plus ยังมีความเป็นสื่อในรูปแบบรวมศูนย์ (Centralized Media) ดังเช่นในรูปแบบ Media Age 1 อยู่ กล่าวคือ หน่วยงานที่ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารยังคงเป็นหน่วยงานของรัฐ (ในที่นี้คือ TAB Foundation ภายใต้การสนับสนุนของ กสทช.) โดยยังไม่มีกระจายศูนย์ในลักษณะที่ Media Age 2 ตามที่ได้กล่าวไว้ในทฤษฎี New Media Theory ทำให้การเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อเฉพาะของผู้พิการทางการเห็นนี้ เป็นการเปลี่ยนแปลงในลักษณะของการ “เพิ่มช่องทาง” การเข้าถึงสื่อ จากเดิมที่มีเพียง 1 ช่องทางในรูปแบบของสื่อออนไลน์แบบชอตไลน์ ในปี 2012 (พ.ศ. 2555) ให้ผู้พิการทางการเห็นสามารถเข้าถึงเพิ่มเติมได้ผ่านช่องทางบริการ 1414 Plus ตั้งแต่ปี 2015 (พ.ศ.2558) เป็นต้นมา แต่ยังไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่รูปแบบของสื่อดิจิทัลในลักษณะของ Media Age 2 อย่างสมบูรณ์

2. ในภูมิทัศน์สื่อสำหรับผู้พิการทางการเห็นที่เปลี่ยนแปลงไป มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของวิธีการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างชัดเจนและมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อภูมิทัศน์สื่อของผู้พิการทางการเห็นมีการเปลี่ยนแปลงไปจากชอตไลน์ 1414 ไปยังบริการ 1414 Plus ดังกล่าว พบข้อมูลการเข้าถึงที่ลดลงอย่างต่อเนื่องของบริการชอตไลน์ 1414 มีความสวนทางกันกับการเพิ่มขึ้นของการเข้าใช้งานผ่านบริการ 1414 Plus ที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน $r = -0.916$ สะท้อนความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับสูงมากในทิศทางลบ (Negative Correlation) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติ $p < 0.05$ จะเห็นได้ว่า การเปลี่ยนแปลงสื่อสำหรับผู้พิการทางการเห็นจากสื่อที่เป็นออนไลน์ไปยังสื่อที่มีความ

เป็นดิจิทัล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้พิการทางการเห็นที่เปลี่ยนแปลงไปในการเปิดรับและเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้ สอดคล้องกับแนวคิดเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technology Determinism) ที่ระบุว่า เทคโนโลยีทางการสื่อสารที่มีการเปลี่ยนแปลงไป จะส่งผลกระทบต่อรูปแบบการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้ใช้งานด้วยเช่นกัน เทคโนโลยีจึงทำหน้าที่เป็นตัวกำหนดรูปแบบและวิธีการสื่อสารของผู้คนในสังคมได้ในทางใดทางหนึ่ง (Littlejohn, & Foss, 2008) ซึ่งเมื่อพิจารณาภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไปดังแสดงในภาพที่ 1 นอกจากนี้ยังพบอีกว่า ถึงแม้จะมีการเพิ่มบริการสื่อเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) ประเภทละคร และภาพยนตร์ ที่ผู้พิการทางการเห็นสามารถเลือกเข้าถึงได้ทั้ง 2 ทาง ทั้งจากทางออนไลน์ 1414 และจากทางบริการ 1414 Plus ในปี 2016 (พ.ศ. 2559) กลับยังไม่ได้ทำให้ยอดการเข้าใช้งานออนไลน์ 1414 เพิ่มขึ้น แสดงให้เห็นว่า ในการเข้าถึงสื่อลักษณะเดียวกันของผู้พิการทางการเห็น (ในที่นี้คือสื่อเสียงบรรยายภาพ) ผู้พิการทางการเห็นเลือกที่จะเข้าถึงผ่านสื่อบริการ 1414 Plus เป็นหลัก เมื่อเทียบกับออนไลน์ 1414 ที่เปิดให้บริการมาก่อน

ข้อน่าสังเกตประการหนึ่งคือ เมื่อพิจารณายอดการเข้าถึงทั้งออนไลน์ 1414 และจากบริการ 1414 Plus แล้ว ถึงแม้ว่าร้อยละของการเข้าใช้งานเฉลี่ยรายไตรมาสเมื่อเทียบกับไตรมาสเริ่มต้นของบริการ 1414 Plus จะมีการเติบโตอย่างมาก (ดังแสดงในภาพที่ 3) แต่เมื่อพิจารณาตัวเลขในข้อมูลยอดการเข้าใช้งานเฉลี่ยรายไตรมาส ยังมีจำนวนที่อยู่เพียงแค่หลักหมื่นครั้งเท่านั้น เมื่อเทียบกับยอดการเข้าใช้งานเฉลี่ยรายไตรมาสของบริการออนไลน์ 1414 ที่สูงถึงหลักแสนครั้ง เป็นที่น่าสังเกตว่าจำนวนยอดการเข้าใช้งานที่ต่างกันอาจมีสาเหตุมาจากปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อของผู้พิการทางการเห็น เช่น ความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล (Digital Divide) ในกลุ่มผู้พิการทางการเห็น โดยกลุ่มผู้พิการทางการเห็นที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (Socio-Economic Status) ปานกลางถึงดี หรืออาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ที่สามารถใช้งานสมาร์ตโฟนได้ ทำให้สามารถเข้าใช้งานผ่านแอปพลิเคชันผ่านโทรศัพท์มือถือได้ ในขณะที่กลุ่มผู้พิการทางการเห็นที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมต่ำกว่า ซึ่งมีจำนวนมากกว่ายังคงต้องเข้าถึงบริการผ่านช่องทางออนไลน์ 1414 อยู่ ซึ่งอาจจะต้องมีการศึกษาวิจัยต่อไปในอนาคต

3. ถึงแม้ว่าสื่อพ็อดคาสต์ยังไม่สามารถมาแทนที่ (Disrupt) การเปิดรับสื่อผ่านทางบริการ 1414 Plus ได้ เหมือนที่เกิดขึ้นในการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อจากสื่อออนไลน์ 1414 ไปยังบริการ 1414 Plus แต่พบว่ากลุ่มผู้พิการทางการเห็นบางส่วนเริ่มมีความตื่นตัวในการผลิตเนื้อหาพ็อดคาสต์ในลักษณะ User-Generated Content

จากข้อมูลการเปิดรับสื่อพ็อดคาสต์ในประเทศไทย ในปี 2020 (พ.ศ. 2563) ที่ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยร้อยละ 44 มีการเปิดรับสื่อพ็อดคาสต์ (Boon, 2022) ซึ่งเมื่อพิจารณาร่วมกับแนวคิด Diffusion of Innovation พบว่า จำนวนผู้เปิดรับสื่อพ็อดคาสต์ดังกล่าว ตกอยู่ในช่วงกลุ่มผู้อยู่ในกระแส (Early Majority) ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ (ตั้งแต่ร้อยละ 16 - ร้อยละ 50 ของประชากรทั้งหมด ที่เริ่มมีการเปิดรับสื่อ) ที่เริ่มเห็นว่าสื่อใหม่มีการใช้งานได้ และมีผลจากการใช้งานจากกลุ่มผู้นำกระแสก่อนหน้า จึงเป็นคนกลุ่มที่ 3 จากทั้งหมด 5 กลุ่ม (กลุ่มนวัตกรรม กลุ่มผู้นำกระแส กลุ่มผู้อยู่ในกระแส กลุ่มผู้ตามกระแส และกลุ่มผู้ล่าช้า ตามลำดับ) ที่เปิดรับและมีการใช้งานสื่อใหม่นั้น (Baran, & Davis, 2012; Littlejohn, & Foss, 2008; Lohmahadej, 2021)

เมื่อพิจารณาจากช่วงเวลาเดียวกันพบว่า ในขณะที่การเปิดรับสื่อพ็อดคาสต์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยจะอยู่ในกลุ่มผู้อยู่ในกระแส เกือบครึ่งหนึ่งของประชากรไทยที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตมีการใช้งานสื่อพ็อดคาสต์ แต่ ปริมาณการเข้าใช้บริการ 1414 Plus ของกลุ่มผู้พิการทางการเห็นยังคงมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องอย่างที่เคยเป็นมา โดยเมื่อเปรียบเทียบกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อก่อนหน้านี้ที่มีการเข้ามาของบริการ 1414 Plus กับการมีอยู่ของออนไลน์ 1414 พบว่าการเข้าถึงสื่อออนไลน์ 1414 มีการลดลงอย่างมาก สวนทางกับปริมาณการเข้าถึงสื่อบริการ 1414 Plus ที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สิ่งที่สามารถเห็นได้จากทั้ง 2 สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อสำหรับผู้พิการทางการเห็น คือ บริการ 1414 Plus มีการเข้ามาสร้างการแทนที่ (Disruption) สื่อเดิมอย่างออนไลน์ 1414 ได้อย่างชัดเจนเมื่อพิจารณาจากแนวโน้มปริมาณการเข้าใช้งานที่สวนทางกัน ในขณะที่การเข้ามาของสื่อพ็อดคาสต์ยังไม่สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงในการเปิดรับสื่อของผู้พิการทางการเห็นได้

อย่างไรก็ตาม สำหรับสื่อพอดคาสต์สำหรับผู้พิการทางการเห็น เริ่มมีการใช้งานในลักษณะ User - Generated Content ตามแนวคิดของสื่อสังคมออนไลน์ ที่ผู้รับสารเองสามารถเป็นผู้ผลิตและสร้างสรรค์เนื้อหาของตัวเองได้ และนำเข้าสู่ระบบเพื่อให้เกิดการเลือกเปิดรับอย่างเป็นสาธารณะ เป็นไปตามรูปแบบของสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้รับสารมีส่วนร่วมได้ในฐานะผู้ผลิตสื่อ และเกิดเนื้อหาที่เกิดจากผู้ใช้งาน (User Generated Content – UGC) ขึ้น (Manning, 2014; Bonini, 2015) โดยลักษณะของพอดคาสต์ สอดคล้องกับคุณสมบัติทั้ง 2 ประการของ UGC คือ (1) สามารถเข้าถึงได้อย่างเป็นสาธารณะ และ (2) ผลิตและสร้างขึ้นจากผู้ใช้งานโดยตรง (Looy, 2016) โดยในปัจจุบัน เริ่มมีช่องพอดคาสต์ที่จัดทำขึ้นโดยผู้พิการทางการเห็นทั้งรายการเพื่อสนิท ช่องพอดคาสต์จากสมาคมคนตาบอด นครราชสีมา หรือแนวคิดช่องพอดคาสต์ “เราเหมือนกัน” เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารไปยังผู้พิการทางการเห็นและบุคคลทั่วไป และเริ่มมีการสร้างเนื้อหาที่มีความเฉพาะตัวในเรื่องของผู้พิการทางการเห็นมากขึ้น และในขณะเดียวกันก็เป็นเครื่องแสดงให้เห็นความตื่นตัวในความเปลี่ยนแปลงในเรื่องพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อของผู้พิการทางการเห็นเข้าสู่สื่อที่มีความเป็นดิจิทัล และมีความเป็น UGC มากขึ้น โดยการเริ่มต้นในส่วนนี้อาจอยู่ในส่วนนวัตกรรม (Innovator) ร้อยละ 2.5 ของประชากรทั้งหมด ที่เป็นคนกลุ่มแรกสุด ทำหน้าที่เป็นผู้สร้างสรรค์ พัฒนา หรือเป็นคนทำให้เกิดสื่อใหม่ๆ ตามแนวคิด Diffusion of Innovation ในด้านพฤติกรรมในการเปิดรับพอดคาสต์ของกลุ่มผู้พิการทางการเห็นได้ต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

จากผลและการอภิปรายผลการวิจัยเรื่อง จากชอตไลน์ ไปพอดคาสต์: ผู้พิการทางการเห็นในประเทศไทยและการเปลี่ยนแปลงไปของภูมิทัศน์สื่อเสียง สามารถนำมาสู่ข้อเสนอแนะได้ ดังต่อไปนี้

1. หากต้องการส่งเสริมให้ผู้พิการทางการเห็นมีการเข้าถึงสื่อพอดคาสต์มากขึ้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สมาคมคนตาบอดแห่งประเทศไทย มูลนิธิคนตาบอดไทย หรือ กสทช. ควรมีการเพิ่มเติมบริการในบริการ 1414 Plus โดยมีบริการเชื่อมโยงหรือค้นหาพอดคาสต์ตามความต้องการของผู้พิการทางการเห็น เนื่องจากช่องทางบริการ 1414 Plus ยังคงมีแนวโน้มการใช้งานเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ และยังเป็นสื่อดิจิทัลที่สามารถเชื่อมโยงไปยังแอปพลิเคชันอื่นๆ ได้ ดังนั้น หากเพิ่มบริการการเข้าถึงพอดคาสต์ไว้ในบริการ 1414 Plus จะสามารถส่งเสริมการเข้าถึงพอดคาสต์ และกระตุ้นการเรียนรู้ด้วยตนเองของผู้พิการทางการเห็นได้ด้วย

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้บริการ 1414 Plus ความเป็นสื่อใน Media Age 2 อย่างสมบูรณ์มากขึ้น โดยสามารถเพิ่มช่องทางพอดคาสต์ไว้ในบริการดังกล่าว นอกจากจะรองรับการสืบค้นของผู้พิการทางการเห็นแล้ว ควรต้องมีพื้นที่เพื่อทำให้เกิด UGC ในรูปแบบของพอดคาสต์สำหรับผู้พิการทางการเห็นเองด้วย เพื่อสร้างความออกจากศูนย์กลาง (Decentralization) และการสื่อสารแบบสองทาง (Two-Way Communication) อันเป็นคุณสมบัติของ Media Age 2 จึงจะทำให้การเปลี่ยนผ่านสื่อเฉพาะของผู้พิการทางการเห็นจากอนาล็อกสู่ความเป็นดิจิทัลมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และยังเป็นการกระตุ้นให้เกิดความตื่นตัวในการเป็นผู้ผลิตเนื้อหาของผู้พิการทางการเห็นได้

3. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องความเหลื่อมล้ำทางเทคโนโลยี (Digital Divide) ในกลุ่มผู้พิการทางการเห็น ที่อาจเป็นสาเหตุหนึ่งของความแตกต่างในตัวเลขการเข้าถึงทั้งช่องทางชอตไลน์ 1414 และบริการ 1414 Plus ที่มีความแตกต่างกันค่อนข้างมาก

4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการสร้างช่องทางสื่อพอดคาสต์ที่เจาะจงในกลุ่มผู้พิการทางการเห็นมากขึ้น ซึ่งสามารถเปิดโอกาสให้ผู้พิการทางการเห็นร่วมเป็นผู้สร้างสรรค์เนื้อหาที่มีความเฉพาะเจาะจงสำหรับกลุ่มผู้รับสารที่เป็นผู้พิการทางการเห็นได้มากขึ้น เพื่อเป็นการเปิดโอกาสรวมถึงการสร้างการเปลี่ยนแปลงทางภูมิทัศน์สื่อของผู้พิการทางการเห็น ให้เข้าสู่ความเป็นสื่อยุคที่ 2 ที่มีความสมบูรณ์มากขึ้น

บรรณานุกรม

- Announcement of Ministry of Education: Determining of Types and Criteria of People with Disability in Education. (2009, 8 June). *Government Gazette*. No.126 Section 80 D, page 45 – 47.
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2012). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future* (6th ed). Canada: Wadsworth Cengage Learning.
- Bonini, T. (2015). The ‘Second Age’ of Podcasting: Reframing Podcasting as a New Digital Mass Medium. *QUADERNS DEL CAC*, 41(18), 21 – 30.
- Boon, W. (2022). ‘Podcast’, Trendy-Like New Medium, but Podcasters Still Cannot Earn Their Income. Retrieved December 2, 2023, from <https://plus.thairath.co.th/topic/politics&society/101541>.
- Braille-CET. (2019). 1414 Plus, The World of Information for Visually-Impaired People. Retrieved from <http://www.braille-cet.in.th/Braille-new/?q=news-10088>.
- Chou, S., Ma, W., & Britt, R. K. (2022). The Development of a Podcast Motivations Scale for Taiwan. *Journal of Radio & Audio Media*, 30(2), 643–663. <https://doi.org/10.1080/19376529.2022.2044818>
- Kijthavornrat, K. (2021). *A Study of Factors Affecting the Quantity of Podcast Consumptions in Thailand* (Individual Study). College of Management, Mahidol University. Bangkok.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2008). *Theories of Human Communication* (9th ed). Canada: Wadsworth Cengage Learning.
- Lohmahadej, A. (2021). 5 Stages of Technology Adoption. Retrieved July 3, 2024, from <https://www.twfdigital.com/blog/2021/03/5-stages-of-technology-adoption/>.
- Looy, A. V. (2016). *Social Media Management: Technologies and Strategies for Creating Business Value*. London: Springer.
- Manning, J. (2014). Social Media, Definition and Classes of, in K. Harvey (Ed.), *Encyclopedia of Social Media & Politics*. Thousand Oaks. CA: Sage.
- Nakornratchasima Association of the Blind Citizen. (n.d.). *Podcast*. Retrieved July 28, 2024, from <https://www.radio-thai.com/podcasts/smaakhmkhntaabdnhkrraachsiimaa>.
- Poster, M. (1995). *The Second Media Age*. USA: Polity Press.
- Prapayont, D. (2020). *Customer Insights and Media Exposure of Podcast Listeners to Produce, Communicate, and Promote Podcast Channels Effectively on Facebook in Thailand* (Individual Study). Faculty of Communication Arts, Bangkok University. Bangkok.
- Rode. (2022). *The Evolution of Podcast*. Retrieved December 2, 2023, from <https://rode.com/en/about/news-info/the-evolution-of-the-podcast>.
- Suvarnaphaet, K. M., & Suvarnaphaet, P. (2021). Podcast in Thailand. *Interdisciplinary Academic and Research Journal*, 1(3), 39–46. <https://doi.org/10.14456/iarj.2021.14>
- Tarmawan, I., Rusdiyana, R., Salim, A. D. P., & Ulpah, A. P. (2021). The Role of Podcasts as an Alternative Media for Learning and Distribution of Audio Based Content. *International Journal of Research and Applied Technology (INJURATECH)*, 1(1), 1-8. <https://doi.org/10.34010/injuratech.v1i1.5453>

ThaiPBS Podcast. (n.d.). *Program: Close Friend*. Retrieved July 28 2024, from

<https://www.thaipbspodcast.com/podcast/closefriend>.

Tonkit. (2021). *In 2021, Thais Listen to Podcast at 6th Rank of the World*. Retrieved from

<https://tonkit360.com/84024>.

UNDP. (2022). “*Close Your Eyes. Open Your Heart*” to Thailand’s First Disability-Focused Podcast by People with Visual Impairment. Retrieved December 2, 2023, from

<https://www.thaileandsocialinnovationplatform.org/close-your-eyes-open-your-heart-to-thaileands-first-disability-focused-podcast-by-people-with-visual-impairment/>.