



ลมหายใจวิทยุกระจายเสียงในยุคดิจิทัล Radio Broadcasting Breath in the Digital Age

ครรชิต สิงหเสมานนท์
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ประเทศไทย

Kunchit Singhasemanond

E-mail: kunchit@eau.ac.th

Faculty of Communication Arts, Eastern Asia University, Thailand

Received: March 18, 2019 / Revised: June 4, 2019 / Accepted: June 4, 2019

บทคัดย่อ

วิกฤตของวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทยตั้งเค้าจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การส่งสัญญาณออกอากาศในลักษณะของการแพร่คลื่นความถี่ เปลี่ยนมาใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และระบบอินเทอร์เน็ตเชื่อมต่อออนไลน์ซึ่งมีผลต่อการใช้เครื่องรับวิทยุแบบเดิมในการรับฟัง ในปัจจุบันการรับฟังรายการวิทยุสามารถใช้สมาร์ตโฟนซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่มีบทบาทกับคนในยุคปัจจุบันที่ทุกคนต้องมี ใช้ระบบปฏิบัติการประยุกต์หรือแอปพลิเคชัน เป็นช่องทางทำให้เข้าถึงรายการหรือสถานีวิทยุกระจายเสียงได้ง่ายขึ้น ถึงแม้วิทยุกระจายเสียงยังคงมีการนำเสนอเนื้อหาในการรับฟังใกล้เคียงรูปแบบเดิม แต่ก็ปรับเปลี่ยนให้มีความทันสมัยและตอบรับกับสังคมรุ่นใหม่ การรับฟังในยุคดิจิทัลมีความจำเป็นที่ต้องเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงจะต้องปรับตัว เพื่อใช้เทคโนโลยีโดยเฉพาะการทำแอปพลิเคชันเพื่อยังคงดำเนินวิถีและเป็นลมหายใจให้กับวิทยุกระจายเสียง

คำสำคัญ: วิทยุกระจายเสียง; ยุคดิจิทัล



Abstract

The crisis of radio broadcasting in Thailand had blown from technological changes. The broadcast signal in the manner of frequency propagation, had changed to use computer technology and internet connection system online, which effectiveness the use of traditional radio receivers in listening. Nowadays, the audiences can use a smartphone, which have a device that has a role with people in today's era that everyone must have. Use an operating system or application, easier way to access programs or radio stations. Although radio broadcasts still present content in listening to the same format, but it will adjust to be modern and respond to the new society. Listening in the digital age, has necessary to have quick access. In particular, operators or producers of radio programs must adapt to use technology, especially making applications to continue to carry out the way and breath for radio broadcasting.

Keywords: Radio Broadcasting; Digital Age

บทนำ

การปรับตัวเกี่ยวกับสื่อต่าง ๆ ในปัจจุบัน โดยเฉพาะวิทยุกระจายเสียงซึ่งเดิมจัดเป็นหนึ่งในสื่อหลักของไทย กำลังมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเดิมที่เคยมีมากกว่า 88 ปี เริ่มจากประเทศไทยได้มีการส่งการกระจายเสียงอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2473 ในพิธีเปิด “สถานีวิทยุกรุงเทพฯ ที่ พญาไท” เป็นสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งแรกของประเทศไทยในระบบ AM (Amplitude Modulation) จนมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการส่งการกระจายเสียงเพิ่มขึ้นอีกระบบ คือ FM (Frequency Modulation) และยังคงใช้ทั้งสองระบบในการกระจายเสียงออกอากาศกันอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งล่าสุดวิทยุกระจายเสียงกำลังเข้าสู่ยุคการปรับเปลี่ยนโครงสร้างจากการส่งกระจายคลื่นความถี่วิทยุกระจายเสียงเดิมระบบอนาล็อก (analog) ที่เคยมีมาทั้งหมด เปลี่ยนให้เป็นคลื่นวิทยุกระจายเสียงระบบดิจิทัล (digital) ซึ่งคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) กำลังเร่งดำเนินการปรับปรุงเนื้อหาในส่วนของร่างแผนพัฒนากิจการกระจายเสียงและการทดลองระบบในปี พ.ศ.2561 จากสถานีที่ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการกระจายเสียง 5,727 สถานี (กสทช., 2559) หากแต่วิทยุกระจายเสียงระบบดิจิทัลมีประเด็นของความล่าช้าเมื่อเทียบกับวิทยุโทรทัศน์ได้ดำเนินการปรับเปลี่ยนไปเรียบร้อยแล้ว ซึ่งในความเป็นจริงวิทยุโทรทัศน์เริ่มหลังจากการออกอากาศวิทยุกระจายเสียง 25 ปี: 24 มิถุนายน พ.ศ. 2498 แต่เดิมวิทยุกระจายเสียงมีแผนการเปลี่ยนผ่านจากระบบอนาล็อกเดิมให้เป็นระบบดิจิทัล ตามแผนฉบับที่ 1 ปี พ.ศ. 2555-2559 แต่จากการทดลองระบบไม่มีความคืบหน้า (คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2559)



ซึ่งเหตุผลส่วนหนึ่งมาจากผู้ฟังวิทยุกระจายเสียงหันไปรับฟังผ่านทางอินเทอร์เน็ตหรือที่เราเรียกกันอีกชื่อหนึ่งว่า “วิทยุออนไลน์” ซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารแบบไร้พรมแดน และด้วยเหตุนี้จึงส่งผลให้การประกอบกิจการธุรกิจวิทยุกระจายเสียงเริ่มประสบกับปัญหาจากการเปลี่ยนแปลงจากการพัฒนาทางเทคโนโลยี

การเปลี่ยนแปลงเมื่อวิทยุกระจายเสียงเริ่มเข้าสู่ระบบดิจิทัล

ในวัฒนธรรมของวิทยุกระจายเสียงตั้งแต่เริ่มจนถึงปัจจุบัน ยังคงนำเสนอเนื้อหา (content) ที่มีรูปแบบตามผู้ฟังให้ความนิยมนับฟัง ได้แก่ รายการข่าว เพลงไทยสากล เพลงไทยลูกทุ่ง เพลงสากล สารความรู้ การศึกษา ข่าวสารจากหน่วยราชการสำคัญ ข่าวสารการจราจร รวมไปถึงรายการธรรมะ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547, หน้า 424) ซึ่งยังคงรูปแบบและการดำเนินการมาจนถึงปัจจุบันทั้งในระบบ AM และ FM หากแต่ยุคสมัยและการพัฒนาทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ มีความจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงด้านโครงสร้างของความสัมพันธ์การกระจายเสียง ซึ่งเหตุผลที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนการกระจายเสียงเข้าสู่ระบบดิจิทัล เพื่อจะทำให้ประชาชนได้รับโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและบริการที่มีความหลากหลาย เนื่องจากระบบใหม่จะทำให้มีจำนวนช่องรายการที่เพิ่มมากขึ้น มีคุณภาพที่ดีกว่าเดิม และเป็นสิ่งที่สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตสังคม เศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งในที่นี้จะขอกกล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงในสองส่วนด้วยกัน คือ

1. ส่วนที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงในด้านการจัดสรรคลื่นความถี่ โดยคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. ดำเนินการให้เกิดการจัดสรรคลื่นสัญญาณวิทยุกระจายเสียงจากระบบอนาล็อกเดิม (AM และ FM) เป็นระบบดิจิทัลหรือ DAB (Digital Audio Broadcasting) ทำให้ 1 ช่วงความถี่เดิมสามารถรองรับสถานีหรือช่องรายการได้มากขึ้นถึง 6-18 ช่องสัญญาณ เหมือนถนนเดิมแต่สร้างขยายช่องทางเพิ่มขึ้น เช่น ช่วงความถี่ FM 98-99 MHz ซึ่งเดิมสัญญาณในเขตกรุงเทพมหานครจะรับฟังความถี่ได้เพียงแค่ 98.0, 98.5 และ 99.0 หากแต่คลื่นสัญญาณในระบบดิจิทัลสามารถทำให้ความถี่สามารถกระจายได้เป็น 98.0, 98.05, 98.10, 98.15, 98.20 ...99.0 MHz ซึ่งมีคุณภาพที่ดีกว่าเดิมสัมพันธ์กับภาครับที่เป็นระบบดิจิทัล จะทำการถือคลื่นสัญญาณที่กำหนดไว้ได้ เป็นต้น

นอกจากนี้ในแต่ละช่องสัญญาณยังสามารถดูข้อความหรือภาพบนหน้าจอของวิทยุระบบดิจิทัลได้ในลักษณะของมัลติมีเดีย ซึ่งการเปลี่ยนผ่านจากวิทยุอนาล็อกเป็นวิทยุดิจิทัลนั้นไม่สามารถทำได้ในลักษณะเดียวกันกับทีวีดิจิทัลในลักษณะที่ทำการปิดให้บริการอนาล็อกแล้วเปิดบริการดิจิทัลได้อย่างทันที จะต้องใช้ระยะเวลาหนึ่งในการออกอากาศคู่ขนานระหว่างระบบ AM, FM และ วิทยุดิจิทัล โดยมีเนื้อหาในลักษณะเดียวกัน (คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2559) แต่ทั้งนี้ยังอยู่ในขั้นทดลองการดำเนินการและการออกอากาศ

2. ส่วนที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาช่องทางเพิ่มเติมจากการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เพื่อทำให้วิทยุกระจายเสียงสามารถสื่อสารออกไปนอกเหนือขอบเขตของความถี่ที่ครอบคลุมได้ นั่นก็คือวิทยุออนไลน์ ซึ่งก็เป็นผลพวงจากการใช้คลื่นความถี่ของวิทยุกระจายเสียงเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ต

ซึ่งสามารถเข้าถึงตามเว็บไซต์ของผู้ผลิตรายการและสามารถเป็นมัลติมีเดีย คือ สามารถรับได้ทั้งภาพ เสียง หรือตัวอักษร ผ่านทางคอมพิวเตอร์หรือสมาร์ทโฟน (smartphone) ตอบสนองในลักษณะการมีปฏิสัมพันธ์ (interactive) ได้ในทันที ซึ่งลักษณะนี้ทำให้ผู้รับฟังรายการวิทยุสามารถรับฟังที่ได้ก็ได้นอกกรณีการแพร่สัญญาณออกอากาศ เพียงแต่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต ก็สามารถรับฟังข้อมูลข่าวสาร ความบันเทิงได้อย่างเปิดกว้างมากยิ่งขึ้น ประกอบกับอุปกรณ์เครื่องรับฟังวิทยุในปัจจุบันก็มีรูปลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไปหรือแฝงตัวอยู่ในอุปกรณ์อื่น ๆ โดยเฉพาะโทรศัพท์เคลื่อนที่ (cellphone) จนมาถึงสมาร์ทโฟนในปัจจุบันที่เป็นอุปกรณ์สื่อสารที่ทุกคนต้องมีติดตัว ทำให้เกิดความสะดวกสบายในการพกเครื่องรับวิทยุเคลื่อนที่ติดตัวไปได้ทุกที่และสามารถรับฟังข้อมูลข่าวสารได้แบบตรงเวลา (realtime)

“วิทยุดิจิทัล” กับ “วิทยุออนไลน์”

ผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงส่วนใหญ่ยังมีความสับสนระหว่าง “วิทยุดิจิทัล” กับ “วิทยุออนไลน์” เหมือนกันหรือแตกต่างกันอย่างไร ผู้เขียนจะขอสรุปแบบรวบรัด คือ “วิทยุดิจิทัล” เป็นเรื่องของความถี่ที่ใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาเพิ่มขยายให้เกิดช่องสัญญาณที่กว้างขึ้น แต่ยังเป็นเรื่องของสัญญาณความถี่ ลักษณะการแพร่คลื่น และความครอบคลุมพื้นที่ของกำลังเครื่องส่ง ส่วน “วิทยุออนไลน์” คือ การนำเอาความถี่นั้นมาอาศัยช่องทางในระบบสารสนเทศหรืออินเทอร์เน็ต ทำให้การรับฟังนั้นสามารถไปไกลได้ทั่วโลกโดยใช้ www. (world wide web) เป็นช่องทางที่ขยายการรับฟังออกไปนอกเหนือจากคลื่นความถี่ที่ส่งออกอากาศปกติ ดังนั้นถ้าสถานีวิทยุวิทยุกระจายเสียงดิจิทัลนั้น ออกอากาศโดยใช้คลื่นความถี่อย่างเดียว ผู้ฟังก็สามารถรับฟังได้ในพื้นที่ครอบคลุมการออกอากาศ รับฟังได้จากเครื่องรับวิทยุภายในบ้านหรือเครื่องรับวิทยุรถยนต์ ในระหว่างการเดินทาง แต่ถ้าสถานีนั้นได้ทำการเชื่อมต่อการออกอากาศกับระบบอินเทอร์เน็ตเป็นวิทยุออนไลน์ ผู้ฟังไม่จำเป็นต้องอยู่ในพื้นที่ครอบคลุมการออกอากาศแต่สามารถฟังความถี่วิทยุนี้จากที่ไหนก็ได้ ไม่ว่าจะอยู่เหนือสุด ใต้สุดของประเทศ หรือต่างประเทศ เพียงแต่การรับฟังนั้นจะใช้คอมพิวเตอร์หรือสมาร์ทโฟนเป็นเครื่องรับสัญญาณวิทยุแทน และยังจะเกิดความสะดวกในการเข้าถึงมากขึ้นถ้าผู้ประกอบการสถานีได้สร้างแอปพลิเคชัน (application) ของรายการเพื่อนำเสนอทำให้ผู้ฟังเข้าถึงได้อย่างสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

วิทยุกระจายเสียงยังเป็นสื่อที่มีความสำคัญและมีความสัมพันธ์ต่างจากสื่ออื่น

สื่อใหม่โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ (social media) จะเข้ามามีบทบาทในสังคมปัจจุบัน แต่วิทยุกระจายเสียงยังจัดเป็นสื่อหลักที่ยังมีความสำคัญ มีความใกล้ชิดและเข้าถึงผู้ฟังได้ง่ายในบทบาทของผู้นำเสนอสาระในด้านเนื้อหาต่าง ๆ เพราะยังเป็นสื่อที่ยังคงความเป็นสื่อสดที่เด่นในด้านของการฟังเป็นหลัก จึงทำให้ผู้ฟังรายการสามารถจะเปิดรับฟังเนื้อหาของรายการโดยสามารถทำงาน หรือทำสิ่งอื่น ๆ ควบคู่ไปกับการฟังได้พร้อม ๆ กัน เช่น การฟังเพลง การฟังข่าวพร้อม ๆ กับการทำงานหรือการช้อปปิ้ง เป็นต้น ในสมัยก่อนความสำคัญของวิทยุกระจายเสียงจัดเป็นสื่อที่ใช้ในการโฆษณาชวนเชื่อทางการเมือง โดยเฉพาะถูกใช้เป็นเครื่องมือรณรงค์



ทางการเมืองระหว่างประเทศคู่สงคราม แต่ในอีกด้านหนึ่งก็จัดเป็นสื่อสารมวลชนยอดนิยม (popular medium) ที่มีความสำคัญเพื่อใช้ในด้านความบันเทิง (Entertain) โดยเฉพาะในประเทศทุนเสรีนิยม แต่ก็มีนักวิชาการด้านการศึกษาพยายามที่จะกำหนดนโยบายที่จะใช้วิทยุกระจายเสียงเพื่อประโยชน์ทางการศึกษา หรือแม้แต่วัฒนธรรมของสหราชอาณาจักรก็เสนอรูปแบบการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงเพื่อประโยชน์สาธารณะ (public service) ซึ่งแต่ละฝ่ายในสังคม มุ่งหวังที่จะให้สื่อวิทยุกระจายเสียงนำเสนอสารที่สอดคล้องกับอุดมคติของด้านตนเองให้มากที่สุด อย่างไรก็ตาม สื่อวิทยุกระจายเสียงจึงเติบโตเป็นสื่อมวลชนที่ให้ความบันเทิงและส่งเสริมสิทธิในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน รวมถึงการใช้สื่อเพื่อแสดงความคิดเห็นและสร้างการมีส่วนร่วมในกระบวนการทางสังคมมากยิ่งขึ้นจนถึงปัจจุบัน (อบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547, หน้า 386-387)

นอกจากนี้วิทยุกระจายเสียงจัดเป็นสื่อที่มีความใกล้ชิดกับผู้ฟังค่อนข้างมาก คุณสายทิพย์ มนตรีกุล ณ อยุธยา ได้กล่าวถึงข้อดีของวิทยุกระจายเสียง “เป็นสื่อที่มีความสัมพันธ์ระหว่างคนฟังกับผู้จัดรายการ ความสัมพันธ์ในความใกล้ชิดจะมีมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อประเภทอื่น เช่น หนังสือไม่สามารถเห็นผู้เขียน ผู้ชมรายการโทรทัศน์ก็ไม่สามารถพูดคุยกับผู้จัดรายการได้ ส่วนนักจัดรายการวิทยุหรือที่ทั่วไปนิยมเรียกว่า ดีเจ (D.J.) นั้นคือตัวตนจริง ๆ ของคน ๆ นั้น การจัดรายการสดไม่สามารถปรุงแต่งได้ นักจัดรายการวิทยุที่ประสบความสำเร็จจะมีลักษณะเฉพาะตัว (character) ที่ทำให้ผู้ฟังรู้สึกคุ้นเคย มีความสัมพันธ์ที่พอดีระหว่างผู้จัดกับผู้ฟังไม่ไกลไปเหมือนคนในครอบครัวที่พูดอะไรก็ไม่ฟัง ไม่ห่างไปจนไม่รู้จัก เป็นคนใจดีที่ขอเพลงก็เปิดให้ ถามคำถามหรือปรึกษาอะไรก็ตอบได้ อยู่ไปอยู่มาเกิดความผูกพันขึ้น” (แบรนด์ อินไซด์ (Brandinside), 2561)

เนื้อหา (content) ยังคงเป็นหัวใจสำคัญของวิทยุกระจายเสียง

การรับฟังรายการวิทยุในปัจจุบัน ยังเน้นที่เนื้อหาของรายการบันเทิงประเภทเพลง รายการข่าว รวมถึงรายการสาระความรู้ซึ่งประชาชนส่วนใหญ่ยังให้ความสำคัญกับการรับฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นแหล่งสาร รวมไปถึงจนถึงการกระจายเสียงในระดับชุมชน จากการศึกษาเรื่อง ความต้องการรายการวิทยุในอนาคตของสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีของ กุลกนิษฐ์ ทองเงา เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ฟังต่อรายการในอนาคต พบว่า ควรพัฒนารายการประเภทข่าวให้ทันสมัยต่อเหตุการณ์ และเพิ่มสาระความรู้ที่หลากหลาย ควรเชิญบุคคลสำคัญมาร่วมรายการโดยผู้ดำเนินรายการ และผู้ร่วมรายการต้องมีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ และรายการบันเทิงควรเพิ่มนักจัดรายการวัยรุ่นด้วยคลื่นจะได้มีสีสัน (กุลกนิษฐ์ ทองเงา, 2558, หน้า 9) ซึ่งจากข้อสรุปนี้เป็นเรื่องของเนื้อหา (content) ของวิทยุกระจายเสียงเป็นหลักมากกว่าที่จะเป็นประเด็นในเรื่องของความถี่หรือเทคโนโลยีดิจิทัลในการกระจายเสียงที่จะเกิดเปลี่ยนแปลงสอดคล้องกับความเห็นของคุณสายทิพย์ มนตรีกุล ณ อยุธยา ที่ได้กล่าวว่า การฟังวิทยุของคอนยุคปัจจุบันนั้นเปลี่ยนไป พฤติกรรมการฟังของผู้บริโภคก็เปลี่ยนไปเช่นกัน เพราะฉะนั้นต้องจัดรายการให้มากกว่าแค่การฟังเพลงอย่างเดียว

วิกฤตที่เริ่มก่อตัวของวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย

ในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา (2556-2560) เกิดการสั่นสะเทือนของวงการผู้ผลิตรายการวิทยุต่าง ๆ ในประเทศ สาเหตุหนึ่งเกิดมาจากการเพิ่มขึ้นอย่างไม่มีการควบคุมของสถานีวิทยุชุมชนในบ้านเรา ซึ่งก็ยังคงเป็นปัญหาในลักษณะของการคุกคาม (threat) ซึ่งหมายถึงวิกฤตที่ได้สร้างสถานการณ์ที่รุนแรง หรือปัญหาที่มากกว่าองค์การหรือหน่วยงานเคยประสบมา (วิภาคนันท์, นิมิตรพันธ์ และศิริจันทรา พลกนิษฐ, 2560, หน้า 47) ซึ่งส่งผลมาจนถึงทุกวันนี้ เฉพาะสถานีวิทยุที่ได้รับอนุญาตทดลองประกอบกิจการฯ ที่สามารถออกอากาศได้ มีจำนวนกว่า 3,304 ราย (www.broadcast.nbtc.go.th/radio/) และที่ยังไม่เข้ากระบวนการทางกรอบระเบียบของกฎหมายอีกจำนวนมาก รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีโดยมีการใช้ระบบโซเชียลมีเดียที่มุ่งหวังให้กลุ่มผู้ผลิตผลงานกับกลุ่มผู้ฟังสามารถเชื่อมต่อกันได้ หรือให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้ามาชมการแสดงสดของศิลปินได้ผ่านหน้าจอของคอมพิวเตอร์ ทำให้ผู้ผลิตรายการต้องเปลี่ยนแนวทางการบริหารโดยใช้เนื้อหาทางสังคม (Social content) และใช้แอปพลิเคชันกับ Facebook ให้เกิดปฏิสัมพันธ์กับคนฟังมากที่สุด การโต้ตอบกับคนฟังที่เปลี่ยนมาเป็นการสื่อสารแบบ 2 ทาง (2 Way Communication) การเล่นเกมโชว์ผ่าน Live Facebook ที่ใช้อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ใหม่ล่าสุด เพื่อช่วยในการออกอากาศ (broadcasts) เพื่อให้ทันกับกลุ่มคนฟังรุ่นใหม่ในปัจจุบัน (เดอะโมเมนต์, 2559) ผู้ประกอบการด้านวิทยุโดยเฉพาะรายการเพลงที่เคยประสบความสำเร็จ เป็นที่รู้จักกันดี เช่น SEED 97.5 FM, Hotwave, Click 98.5, Virgin Hitz, EFM, YES radio ต่างต้องเปลี่ยนแปลงเพื่อความอยู่รอดจากสิ่งที่กล่าวมาแล้วข้างต้น แต่ในส่วนเนื้อหาอื่น ๆ เช่น ด้านรายการกีฬา รายการรายงานการจราจร รายการข่าวและการนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ก็จะได้รับผลกระทบเช่นกันแต่ไม่รุนแรงเท่ากับกลุ่มของรายการเพลง หลายรายการถึงขั้นวิกฤตและยุติรายการไป เส้นทางของธุรกิจตลอดจนผู้อยู่ในวงการวิทยุกระจายเสียงคงไม่มีความมั่นคงเหมือนอดีตที่ผ่านมา

วิกฤตของวิทยุกระจายเสียงเมื่อเกิดขึ้น ถ้าหยิบยกหลักการเพื่อหาทางออกกับภาวะของปัญหา ผู้ประกอบการตลอดจนผู้จัดรายการควรมีแผนในการบริหารจัดการสถานการณ์ให้มีความเหมาะสมเพื่อหาทางออก หาวิธีการ ตลอดจนควบคุมไม่ให้วิกฤตเกิดการบานปลายและหาทางออกไม่ได้ ซึ่งผู้เขียนได้พิจารณาแนวทางของ Bateman and Snell ที่น่าสนใจและได้เสนอแนวทางออกของภาวะวิกฤตไว้ ดังนี้ (Bateman & Snell, 2004)

ขั้นตอนที่ 1 เข้าไปควบคุมสถานการณ์ให้ได้ (get control of the situation) ซึ่งจะต้องสามารถควบคุมสถานการณ์ให้เร็วที่สุด โดยจะต้องบ่งชี้ปัญหาที่แท้จริงให้ชัดเจนด้วยการอาศัยข้อมูลที่เชื่อมั่นได้เป็นพื้นฐาน จากนั้นต้องกำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่สามารถวัดประเมินผลได้เพื่อรับมือกับสถานการณ์

ขั้นตอนที่ 2 รวบรวมข้อมูลให้มากที่สุดที่จะเป็นไปได้ (gather as much information as possible) เพื่อทำความเข้าใจกับปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นจุดเริ่มต้นในการรับมือกับภาวะวิกฤต โดยการจัดการข้อมูลข่าวสารซึ่งมาจากหลาย ๆ แหล่ง โดยจำเป็นต้องมีผู้รับผิดชอบในการศึกษาข้อมูลอย่างลึกซึ้งในประเด็นต่าง ๆ

ขั้นตอนที่ 3 จัดตั้งศูนย์รวมการจัดการภาวะวิกฤต (set up a centralized crisis management center) ซึ่งในขณะที่ดำเนินการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับวิกฤตนั้น ผู้บริหารต้องเตรียมการโดยจัดตั้ง



ศูนย์รวมในการควบคุมและจัดการเกี่ยวกับปัญหาวิกฤต ซึ่งจะเป็นฐานในการสื่อสารทั้งหมดในช่วงภาวะวิกฤตนั้น นอกจากนี้องค์กรควรจัดเตรียมสถานที่ ๆ สะดวกสบายพร้อมด้วยอุปกรณ์และเครื่องมือสื่อสารสำหรับการทำงานด้านการสื่อสาร เพื่อรับรองสื่อมวลชน

ขั้นตอนที่ 4 สื่อสารด้วยความรวดเร็วและมีความสม่ำเสมอ (communication early and often) โฆษกหรือฝ่ายประชาสัมพันธ์ขององค์กรจำเป็นต้องพูดเท่าที่จะสามารถพูดได้ เพื่อให้ข้อเท็จจริงหรือแสดงความคิดเห็นโดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าวิกฤตนั้นเกี่ยวข้องกับภาวะคุกคามต่อชีวิตและทรัพย์สิน ต้องป้องกันมิให้กลุ่มผู้เกี่ยวข้องเกิดความรู้สึกตื่นตระหนก

ขั้นตอนที่ 5 เข้าใจพันธกิจของสื่อมวลชนในช่วงภาวะวิกฤต (understand the media's mission in crisis) องค์กรต้องมีความเข้าใจว่าสื่อมวลชนต้องทำงานในบรรยากาศที่มีการแข่งขันสูง ซึ่งทำให้ผู้สื่อข่าวทุกคนต่างก็อยากได้ข้อมูลก่อนใคร สิ่งที่สื่อมวลชนต้องการมากที่สุดคือ การเสนอเรื่องราวที่สมบูรณ์

ขั้นตอนที่ 6 สื่อสารโดยตรงกับกลุ่มผู้ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ (communication directly with affected constituents) องค์กรจำเป็นต้องสื่อสารกับพนักงาน ลูกจ้าง ฝ่ายขาย ฝ่ายรักษาความปลอดภัย พนักงานรับโทรศัพท์ และพนักงานต้อนรับ เนื่องจากกลุ่มคนเหล่านี้เป็นแหล่งข้อมูล ซึ่งสื่อมวลชนมักเห็นว่ามีส่วนสำคัญ ในการบอกกล่าวเล่าแง่มุมต่าง ๆ เกี่ยวกับวิกฤตที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ยังมีกลุ่มผู้เกี่ยวข้องภายนอกที่ต้องติดต่อสื่อสารด้วย ได้แก่ ลูกค้า ผู้ถือหุ้น และชุมชนที่เกี่ยวข้อง ผู้ป้อนวัตถุดิบ หน่วยบริการฉุกเฉิน ผู้เชี่ยวชาญและเจ้าหน้าที่ของรัฐ

ขั้นตอนที่ 7 อย่ากลัวที่จะขอโทษ (don't fear to apologize) ให้คิดว่าเราต้องการได้รับการปฏิบัติอย่างไร ถ้ามีเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้นในหลาย ๆ สถานการณ์อาจจะไม่มีสิ่งใดที่ถูกต้องหรือเหมาะสม แต่ขั้นตอนที่สำคัญ คือ ขอโทษอย่างจริงใจต่อความผิดพลาดที่เกิดขึ้นแม้จะเกิดจากความบกพร่องในองค์กรหรือเกิดจากปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ก็ตาม

ขั้นตอนที่ 8 จำไว้ว่าธุรกิจต้องดำเนินต่อไป (remember that business must continue) วิกฤตจะมีความสำคัญอย่างมากสำหรับมุมมองและความรู้ของฝ่ายบริหารในช่วงหนึ่ง อย่างไรก็ตามสำหรับกลุ่มอื่น ๆ แล้วจะมองว่าวิกฤตจะเกิดขึ้นแต่ธุรกิจต้องดำเนินต่อไป นอกเหนือจากองค์กรต้องหาทางแก้ไขปัญหาแล้วผู้บริหารจะต้องพยายามคาดคะเนผลกระทบของวิกฤตที่มีต่อส่วนงานอื่น ๆ ของธุรกิจด้วย

ขั้นตอนที่ 9 เตรียมแผนในทันที เพื่อหลีกเลี่ยงหรือป้องกันไม่ให้เกิดวิกฤตอื่นอีก (make plans to avoid another crisis immediately) ภายหลังจากผ่านพ้นวิกฤตแล้วฝ่ายประชาสัมพันธ์ควรร่วมมือกับฝ่ายบริหารในการสร้างความมั่นใจว่า หากมีวิกฤตเกิดขึ้นในอนาคต องค์กรจะมีการรับมือและเตรียมการแก้ไขปัญหาคิดดีกว่าเดิม นอกจากนี้ยังต้องมีการพัฒนาแผนป้องกัน แผนรับมือแก้ไข และแผนฉุกเฉินในกรณีทีแผนแรกที่วางไว้ไม่ประสบความสำเร็จ

วิทยุกระจายเสียงยังไม่ตาย แค่ปรับเปลี่ยนช่องทางไปใช้งานแอปพลิเคชัน

การขยายตัวของการรับฟังจะทำให้วิกฤตของวิทยุแบบคลื่นความถี่ที่เป็นอยู่ อาจทำให้เกิดผลดีมากขึ้น เพราะทำให้ฐานผู้ฟัง ความกว้างไกล รวมถึงผู้โฆษณาได้ประโยชน์มากยิ่งขึ้น และด้วยเหตุผลนี้ สมาร์ทโฟน จึงเป็นอุปกรณ์ที่ทุกคนมีติดตัวตั้งนั้นจึงถือเป็นความได้เปรียบของวิทยุในยุคดิจิทัลที่ทำให้ผู้ฟังสามารถรับฟังรายการวิทยุได้ทุกที่ ทุกเวลา และกว้างไกลได้มากยิ่งขึ้น พ็ชราพร ดิวังษ์ ได้กล่าวถึงผู้รับสารในปัจจุบัน มีโอกาสที่จะเลือกเนื้อหาและช่องทางที่เหมาะสมตามลักษณะของการดำเนินชีวิตของตนเอง นอกจากนี้ พฤติกรรมการสื่อสารในยุคดิจิทัลทำให้ผู้รับสารมีบทบาทเป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร สอดคล้องกับผลสำรวจของนิลเส็น มีเดียรีเสิร์ช ที่สำรวจพฤติกรรมการรับฟังคลื่น คุล ฟาเรนไฮท์ พบว่า มีผู้ฟังรายการผ่านช่องทางวิทยุระบบ FM กว่า 1.2 ล้านคน ผ่านช่องทางออนไลน์กว่า 1.8 แสนคน และฟังผ่านแอปพลิเคชันอีก 8 แสนคน แสดงให้เห็นว่าผู้ฟังนอกจากจะรับฟังรายการวิทยุผ่านคลื่นวิทยุแล้ว ยังเลือกช่องทางรับฟังผ่านคอมพิวเตอร์ และสมาร์ตโฟนเพิ่มมากขึ้น (พ็ชราพร ดิวังษ์, 2559, หน้า 226) และสอดคล้องกับความเห็นของคุณสายทิพย์ มนตรีกุล ณ อยุธยา ที่ยังคงเห็นว่า “หมดยุคที่ผู้ฟังจะหาซื้อหรือใช้เครื่องรับวิทยุแล้ว เลยทำให้เกิดความคิดว่า วิทยุตายแล้ว แต่ในความเป็นจริงวิทยุยังคงดำเนินอยู่เพียงแค่เปลี่ยนดีไวซ์หรือการยกเครื่องใหม่ ซึ่งทำให้การใช้ชีวิตสะดวกสบายมากขึ้น การรับฟังนั้นไม่ได้ฟังผ่านวิทยุอย่างเดียว ไม่ต้องถือเครื่องรับวิทยุ สามารถรับฟังได้ผ่านอุปกรณ์มือถือ สมาร์ตโฟน หรือ คอมพิวเตอร์ ซึ่งทำให้เห็นข้อดีของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งไม่ได้ทำให้วิทยุตาย แต่ทำให้สามารถรับฟังวิทยุได้สะดวกสบายขึ้นมาก ซึ่งตนให้ความสำคัญกับเรื่องของการออนไลน์มาเป็นระยะเวลานานและสัมผัสกับผู้ฟังรายการวิทยุตลอดเวลา มีการทำวิจัยตลอดเวลา จึงเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงไปที่จะไม่มีผลอะไรเลยถ้าสามารถตั้งรับให้ทัน ปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสิ่งที่จะเกิดประโยชน์มหาศาล” (แบรนด อินไซด์ (Brand Inside), 2561) ส่วนในความเห็นของคุณสายทิพย์ ที่เห็นขัดแย้งกับผลเรตติ้งของนิลเส็น มีเดียรีเสิร์ช เพราะเรตติ้งวัดกันด้วยตัวเลขของแบรนด์สินค้าที่โฆษณาโดยให้ความเห็นว่า “ข้อดีอีกอย่างหนึ่งของเทคโนโลยีในขณะที่วิกฤตจากตัวเลขเรตติ้งของนิลเส็นที่ไม่เป็นอย่างไร บางทีคิดว่ารายการมีชื่อเสียง แต่ เรตติ้งกลับไม่เป็นอย่างที่คิด ตอนนี้มีเทคโนโลยีออนไลน์มาช่วย ทำให้สามารถนับจำนวนคนฟังได้และรู้ไปถึงข้อมูลของผู้ฟังเหล่านั้นด้วยว่าเป็นใคร อายุเท่าไร ข้อมูลเหล่านั้นมาช่วยในด้านของการตลาดและลูกค้า พิจารณาตัวเลขจากออนไลน์ไปรวมกับเรตติ้งจากนิลเส็น กลายเป็นตัวเลขมหาศาลและสามารถทำให้มั่นใจได้ว่าเป็นตัวเลขของผู้ที่ฟังรายการจริง และมีตัวตนจริง จับต้องได้” สอดคล้องกับความเห็นของ สินธุ์ เกตรารัตน์ กรรมการผู้จัดการธุรกิจ นิลเส็น (ประเทศไทย) ได้กล่าวว่า เรตติ้ง ไม่ใช่ตัวตัดสิน แต่คนดู คนฟัง หรือประชากรทั้งหมด คือ ตัวตัดสิน นิลเส็น จะเป็นผู้รวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่เขาดูหรือชมผ่านมาแล้วนำมาประมวลผลแล้วใช้ระบบของนานาชาติมาวิเคราะห์กรองเอาเนื้อหาที่แท้จริงมารายงาน (สินธุ์ เกตรารัตน์, 2561, หน้า 93)



สมาร์ตโฟนกับแอปพลิเคชัน อุปกรณ์รับฟังวิทยุที่ทุกคนมี

การเปลี่ยนผ่านของสถานวิทยุในยุคดิจิทัล ได้ปรับเปลี่ยนเรื่องเครื่องมือในการผลิตเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ซึ่งห้องส่งหรือสตูดิโอในการผลิตรายการได้หันมาใช้คอมพิวเตอร์เป็นหลักในการควบคุม เช่น RCS, ZAM Broadcaster เป็นต้น ลักษณะของการใช้คอมพิวเตอร์ก็เพื่อ การตั้งการเล่นข้อมูลหรือเล่นข้อมูลจากการบันทึกการอัดโน้มนัด การตั้งเวลาการทำงานเป็นช่วง การบันทึกเสียง การตัดต่อเสียง การเชื่อมต่อช่วงและข้อมูลช่วง การใช้เพื่อควบคุมการเปิดสปีดโฆษณาตามสัญญา และตารางเวลาที่ให้กับลูกค้า การใช้เพื่อสืบค้นตามการเก็บดัชนีของข้อมูล การใช้เพื่อสืบค้นข้อมูลในระบบสารสนเทศ การใช้ร่วมกับระบบออนไลน์ในการจัดรายการวิทยุออนไลน์หรือการถ่ายทอดสดโดยผ่านสัญญาณอินเทอร์เน็ต การใช้ในการสื่อสารผ่าน social media ในลักษณะการสร้างปฏิสัมพันธ์ จึงเป็นจุดเริ่มต้นที่สามารถเชื่อมโยงกับการสร้างโปรแกรมประยุกต์ (application) เพื่อการเข้าถึงรายการได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การเปลี่ยนแปลงการรับฟังวิทยุของประชาชนโดยทั่วไป จะสามารถรับฟังได้จากเครื่องรับวิทยุที่ แผงตัวอยู่ในคอมพิวเตอร์โดยใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อฟังวิทยุออนไลน์ หรือใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ (cellphone) โดยใช้ฟังชั้นเฉพาะการรับฟังรายการวิทยุที่อุปกรณ์จัดทำไว้ ซึ่งตัวแปรของการรับฟังรายการวิทยุในลักษณะนี้คือ อุปกรณ์เล่นเพลงประเภท MP3 ที่มาพร้อมกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ มาจนถึงสมาร์ตโฟนในปัจจุบันที่จัดเป็นอุปกรณ์ที่ทุกคนต้องมีเพื่อการใช้งานแทบทุกคน มีตัวแปรสำคัญที่แย่งชิงพื้นที่การรับฟังวิทยุคือ แอปพลิเคชันอื่น ๆ เช่น MP4 Music box (Joox) เป็นต้น ซึ่งสมาร์ตโฟนที่ใช้กันในปัจจุบันใช้แอปพลิเคชันสำหรับการเข้าถึงรายการวิทยุ ซึ่งเป็นระบบออนไลน์ สามารถเข้าถึงสถานีเพื่อรับฟังข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ได้ง่าย แอปพลิเคชัน (application) หรือคนทั่วไปนิยมเรียกสั้น ๆ ว่า “แอป” จะหมายถึงโปรแกรมประยุกต์ที่อำนวยความสะดวกที่ถูกออกแบบมาเพื่อใช้กับสมาร์ตโฟน (mobile application) หรืออาจจะเป็นอุปกรณ์อื่น ๆ เช่น แท็บเล็ต (tablet) หรืออื่น ๆ ซึ่งมีผู้พัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อการใช้งานเป็นระบบปฏิบัติการที่รองรับกับอุปกรณ์ เช่น แอนดรอยด์ หรือ IOS และเพื่อรองรับความสะดวกสบายให้ผู้ใช้งานในเรื่องต่าง ๆ เช่น e-banking ของธนาคารต่าง ๆ BMA ระบบการจราจรของกรุงเทพมหานคร รูปแบบของแอปพลิเคชันสำหรับรายการหรือสถานีวิทยุ เป็นต้น



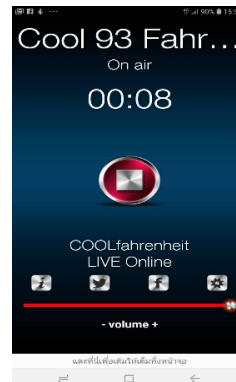
ภาพ 1 Radio Online และ Thailand Radio

ที่มา. จาก Radio Online (App ฟังวิทยุออนไลน์), โดย ไทยแวร์, 2558, ค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2562, จาก <https://software.thaiware.com/2738-Radio-Online-App.html> และ Thailand Radio, โดย แอปวิว, 2562, ค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2562, จาก <http://www.appview.in.th/thailand-radio/>

ทางออกของเวลานี้ทุกคนสามารถก็สร้างสถานีวิทยุออนไลน์ของตัวเองได้จากหลายช่องทาง มีแอปพลิเคชันมากมายที่ให้คุณทั่วไปทำหน้าที่เหมือนนักจัดรายการวิทยุ (D.J.) รวมถึงมีผู้ให้บริการถ่ายทอดการจัดรายการเพลงสด (music streaming) ซึ่งทำให้บุคคลทั่วไปสามารถมีรายการวิทยุของตัวเองได้ โดยถ้าเปรียบหน้าจอสของคอมพิวเตอร์ในช่วงเกือบ 20 ปีที่ผ่านมาได้สร้างไอคอนของโปรแกรมประยุกต์ที่ใช้งานต่าง ๆ เพื่อการเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมากยิ่งขึ้นโดยไม่ต้องใช้คำสั่งมาก เพียงดับเบิลคลิกเพียง 2 ครั้งเครื่องก็จะเข้าสู่โปรแกรมการทำงานของไอคอนนั้น ๆ ซึ่งไอคอนจะหมายถึง ภาพสัญลักษณ์ที่มีรูปร่างและลักษณะคล้ายตัวอักษรหรือสัญลักษณ์ใช้แทนคำสั่งต่าง ๆ เป็นทางลัด (short cut) เข้าสู่ระบบปฏิบัติการ ซึ่งเป็นหลักการสร้างลักษณะของแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ทั้งนี้เพื่อการเข้าถึงโปรแกรมประยุกต์ได้อย่างง่ายและรวดเร็ว โดยเฉพาะสถานีวิทยุและรายการวิทยุ จึงต้องมีการปรับตัวจากตัวเลขบนแผงหน้าปัทม์จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงเอาเทคโนโลยีแอปพลิเคชันมาใช้ เพื่อให้รายการวิทยุยังคงมีตัวตน มีชีวิตอยู่ หรือมีลมหายใจต่อยอดออกไป

เข้าถึงสถานีและรายการวิทยุกระจายเสียงได้อย่างสะดวกสบาย

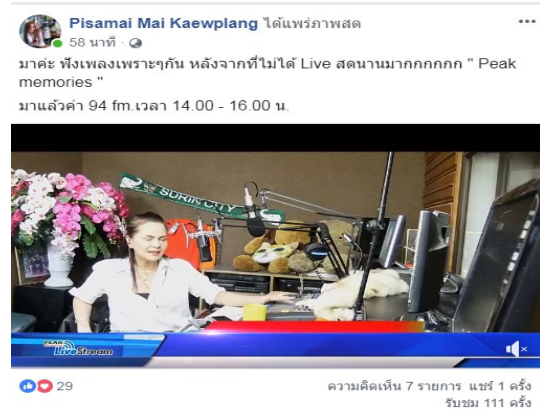
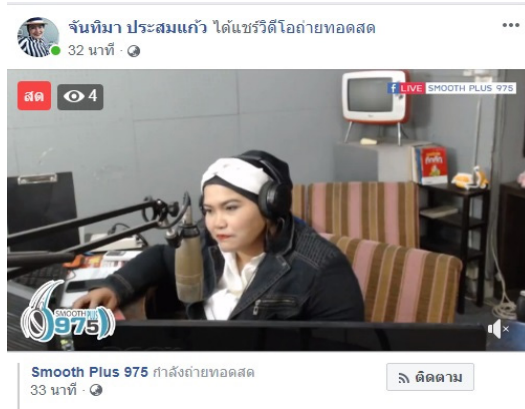
ผู้ประกอบการรายใหญ่ของวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย ซึ่งมีมากกว่า 15 ราย เช่น KCS Advertising, RK Media วิไลเซ็นเตอร์ ศิลามาร์เก็ตติ้ง เอ-โทมัส มีเดีย หรืออย่าง สกายไฮ เน็ตเวิร์ค นอกเหนือจากเวลาที่ประมวลสัมปทานเวลาของสถานีมาแล้ว การปรับเปลี่ยนเครื่องมือ อุปกรณ์ ระบบการออกอากาศในยุคดิจิทัลนี้ คงเป็นภาระสำคัญที่ต้องมีการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงอย่างขนานใหญ่ เพราะนอกเหนือเรื่องของการเปลี่ยนแปลงด้านคลื่นความถี่ดิจิทัลที่จะทำให้มีจำนวนผู้แข่งขันในการประกอบการมากยิ่งขึ้น การแข่งขันของรายการและสถานีในแต่ละพื้นที่ที่สูง แต่การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของผู้ฟังต้องเป็นเรื่องของผู้ประกอบการเองว่าจะมีแผนหรือกลยุทธ์อย่างไรในการดำเนินการ ยังมีผู้ประกอบการมากแต่ไม่สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายของการรับฟังได้อย่างชัดเจน ก็จะส่งผลกลับไปที่ผลการดำเนินการประกอบการ เรตติ้ง ผู้สนับสนุนสถานีหรือรายการ สิ่งที่ต้องดำเนินการในภาวะการณ์เช่นนี้คือ การลงทุนในการเชื่อมต่อภาคการออกอากาศกับระบบออนไลน์เพื่อให้ช่องทางการรับสารนั้นเป็นไปได้อย่างกว้างขวาง พร้อมกับใช้เทคโนโลยีการสร้างระบบปฏิบัติการประยุกต์หรือแอปพลิเคชันรายการหรือสถานีเพื่อเข้าถึงได้อย่างง่าย โดยเน้นการประชาสัมพันธ์และสื่อสารกับกลุ่มผู้ฟังเพื่อสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก



ภาพ 2 ภาพหน้าจอของแอปพลิเคชัน COOL 93 Fahrenheit

ที่มา. จาก Play store ในระบบ Android, ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2562, จาก <http://www.appview.in.th/thailand-radio/>

นอกจากนี้ผู้ประกอบการอาจใช้วิธีการสื่อสารแบบมัลติมีเดียหรือถ่ายทอดสดรายการ (Live stream) บนสื่อโซเชียลมีเดียอย่าง Facebook ที่สามารถสื่อสารได้ทั้งภาพ เสียง และตัวอักษรแบบมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ตัวอย่างเช่นรายการ Peak memories 94 FM. ของคุณพิสมัย-ปอลี แก้วปลั่ง จังหวัดสุรินทร์ รายการ Smooth Plus 97.5 โดยคุณจันทิมา ประสมแก้ว จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นต้น



ภาพ 3 ภาพถ่ายทอดสดใน Facebook ของ จันทิมา ประสมแก้ว

ที่มา. จาก Facebook-pisamail mai kaewplang, ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2562, จาก Facebook-pisamail mai kaewplang

บทสรุป

ในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาเปลี่ยนแปลงวิถีของระบบออนไลน์ให้เลือนหายไป หากแต่ในช่วงยุคเปลี่ยนผ่านทำให้คนส่วนใหญ่เกิดความเข้าใจว่า “วิทยุตายแล้ว” ซึ่งในความเป็นจริงสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาก็ยังคงปรากฏร่องรอยที่มีและเป็นไปตามวัฏจักรของโลกที่มีการปรับเปลี่ยนการผ่านยุคผ่านสมัยให้เกิดความลงตัว การหลอมรวมของสื่อในยุคปัจจุบัน (media convergence) ทำให้ผู้ฟังรายการวิทยุมีโอกาสและทางเลือกเพิ่มมากขึ้น ทิศทางของการแพร่คลื่นวิทยุกระจายเสียงที่เป็นสัญญาณหลักก็จะเปลี่ยนแปลงเป็นการแพร่สัญญาณคลื่นแบบดิจิทัลทำให้มีจำนวนช่องสถานี ความคมชัด และรายการเพิ่มมากขึ้น ส่วนของการเชื่อมต่อที่จะผ่านไปยังผู้ฟังก็จะมีปรับเปลี่ยนฟังก์ชัน โดยเน้นให้เกิดความเข้าถึงได้ง่ายโดยเฉพาะการใช้แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ซึ่งจะถือว่าเป็นอุปกรณ์เครื่องรับวิทยุพกพาที่ติดตัวผู้คนมากที่สุด เสมือนเป็นออกซิเจนช่วยต่อลมหายใจให้ชีวิตกับสื่อหลักอย่างวิทยุกระจายเสียงได้คงอยู่ต่อไป ประเด็นอยู่ที่ผู้บริหารและประกอบการด้านวิทยุกระจายเสียงทุกประเภท ไม่ว่าจะในด้านบันเทิง ข่าวสารข้อมูล หรือด้านการศึกษา จะหาทางออกฝ่าวิกฤตความก้าวระโดดทางการพัฒนาเทคโนโลยีนี้ได้อย่างไร ซึ่งต้องไม่ลืมว่า “เนื้อหา” (content) ยังคงมีการสื่อสารในลักษณะรูปแบบเดิม ๆ เพียงแต่การรับสารนั้นอาจมีการปรับเปลี่ยนให้มีเกิดการปฏิสัมพันธ์ (interactive) มากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามก็ต้องไม่ลืมแนวทางการประชาสัมพันธ์หรือวิธีการแจ้งให้ผู้ฟังหรือผู้รับสารได้รับทราบว่า รายการหรือสถานีได้มีการยกระดับ (upgrade) วิธีการทางเทคโนโลยีเพื่อสอดรับกับการใช้ชีวิตของคนในยุคใหม่



เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2559). *กสทช. เร่งผลักดันการเปลี่ยนผ่านวิทยุจากระบบอนาล็อกไปสู่ระบบดิจิตอล*. ค้นเมื่อ 27 ธันวาคม 2561, จาก <http://thaidigitalradio.com/กสทช-เร่งผลักดันการเปลี่ยน/>
- คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2559). *วิทยุดิจิตอลไทย อาจต้องเจอโรคเลื่อน*. ค้นเมื่อ 28 ธันวาคม 2561, จาก [https://themomentum.co/momentum-feature-radio-crisis-seed-975/](http://thaidigitalradio.com/กฤตนิษฐ์ ทองเงา. (2558). ความต้องการรายการวิทยุในอนาคตของสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 10(2), 1-12.</p><p>เดอะโมเมนตัม. (2559). <i>จุดจบของ SEED 97.5 FM วิกฤตคลื่นวิทยุ!?</i>. ค้นเมื่อ 27 ธันวาคม 2561, จาก <a href=)
- ไทยแวร์. (2558). *Radio Online (App ฟังวิทยุออนไลน์)*. ค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2562, จาก <https://software.thaiware.com/2738-Radio-Online-App.html>
- แบรนด์ อินไซด์ (Brand Inside). (2561). “วิทยุยังไม่ตายเพียงแค่เปลี่ยนดีไวซ์ เทคโนโลยีทำให้ชีวิตง่ายขึ้นมาก” *เรียนรู้การปรับตัวของสื่อวิทยุในยุคไฮบริดกับ “ฟีดแบค สายทิพย์”*. ค้นเมื่อ 28 ธันวาคม 2561, จาก <https://brandinside.asia/interview-djprechod-radio-adaptive/>
- พัชรภาพร ดิวังษ์. (2559). *กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดในวิทยุกระจายเสียงยุคดิจิทัล. วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 11(1), 217-228.*
- วิภาคณัญญ์ นิमितพันธ์ และศิริจันทรา พลกนิษฐ. (2560). *การจัดการภาวะวิกฤต. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยอีสต์เทิร์นเอเชีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ 7(1), 45-51.*
- สินธุ์ เกตุรัตน์. (2561). *เรตติ้ง ไม่ใช่ตัวตัดสิน แต่คนดูทั้งหมดคือตัวตัดสิน*. ในรายงานประจำปี 2561 กรุงเทพมหานคร: สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2547). *สื่อสารมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรมและสังคม*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- แอปวิว. (2562). *Thailand Radio*. ค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2562, จาก <http://www.appview.in.th/thailand-radio/>
- Bateman, T. S., & Snell, S. A. (2004). *Management the new competitive landscape*. New York: McGraw-Hill.

