

การปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหารายการวิทยุกระจายเสียงผ่านวิทยุออนไลน์
ในเครือบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด



นางสาวธารนิธิ พยัคฆราชศักดิ์

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2550

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**THE TRANSFORMATION OF FORM AND CONTENT OF BROADCAST RADIO PROGRAMS
THROUGH ONLINE RADIO OF CLICK RADIO CO., LTD**



Miss Thannithi Payagkaratchasak

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Mass Communication**

Department of Mass Communication

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2007

Copyright of Chulalongkorn University

ชารนธิ พยัคฆราชศักดิ์: การปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหารายการวิทยุกระจายเสียงผ่าน
วิทยุออนไลน์ในเครือบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด. (THE TRANSFORMATION OF FORM
AND CONTENT OF BROADCAST RADIO PROGRAMS THROUGH ONLINE
RADIO OF CLICK RADIO CO., LTD) อ. ที่ปรึกษา: รศ. สุธี พลพงษ์, 224 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหารายการที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงและผ่านสื่อ Online Radio ในโฮมเพจ www.thisislick.com และค้นหาปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหารายการที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงและผ่านสื่อ online radio ในโฮมเพจ www.thisislick.com โดยใช้การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้คือ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) และการวิเคราะห์เนื้อหา (Textual Analysis) โดยอาศัยแนวคิดเรื่องการเปลี่ยนแปลง (transform) แนวคิดที่เกี่ยวกับธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่ออินเทอร์เน็ต แนวคิดเรื่องการผสมผสานศักยภาพสื่อแนวคิดเรื่องเทคโนโลยีเป็นคำกำหนด แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงและรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียง และแนวคิดที่เกี่ยวกับรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์ มาเป็นกรอบความคิดเพื่อวิเคราะห์การปรับเปลี่ยนลักษณะรูปแบบและเนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงเมื่อนำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตในโฮมเพจ www.thisislick.com ตลอดจนค้นหาปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหา รายการที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงและผ่านสื่อ online radio ทาง www.thisislick.com

ผลการศึกษาพบว่า การปรับเปลี่ยนเนื้อหา ซึ่งรวมถึง ภาษา ปริมาณ เพลง ข่าว กิจกรรม ประชาสัมพันธ์ และเกม ของรายการวิทยุกระจายเสียงในเครือบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่านสื่อ online radio ในโฮมเพจ www.thisislick.com มีลักษณะดังนี้ คือ มีการใช้ภาษาที่เป็นทางการมากกว่า บรรจุปริมาณเนื้อหา มากกว่า สามารถเพิ่มรายละเอียดต่างๆ เข้ามา เช่น รายละเอียดของศิลปิน อัลบั้มเพลง ชาร์ตเพลง กิจกรรม ประชาสัมพันธ์ และกฎ กติกา ในการเล่นเกม ส่วนการการปรับเปลี่ยนรูปแบบ ซึ่งรวมถึงเทคนิคการนำเสนอ ลำดับขั้นการนำเสนอเนื้อหา ระยะเวลาในการออกอากาศ เวลาในการออกอากาศ และพื้นที่สื่อ ของรายการวิทยุกระจายเสียงในเครือบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่านสื่อ online radio ในโฮมเพจ www.thisislick.com มีลักษณะดังนี้ คือ มีความหลากหลาย มีถูกเล่นมากกว่า มีการเพิ่มภาพกราฟิก ใช้เทคนิคตัวอักษรและภาพเคลื่อนไหว อีกทั้ง รายละเอียดข้อมูลต่างๆ ก็ง่ายต่อการเรียกดู ไม่มีเวลาและพื้นที่จำกัด

ปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหา รายการที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงและผ่านสื่อ online radio ทาง www.thisislick.com ได้แก่ ปัจจัยทางด้านธรรมชาติและศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ต ปัจจัยทางด้านกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย และปัจจัยทางการตลาด

ภาควิชา..... การสื่อสารมวลชน..... ลายมือชื่อนิสิต..... 
สาขาวิชา..... การสื่อสารมวลชน..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... 
ปีการศึกษา..... 2550.....

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4785223428 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD: TRANSFORMATION/ CONTENT/ FORM/ FACTORS/ CLICK RADIO

THANNITHI PAYAGKARATCHASAK: THE TRANSFORMATION OF FORM AND CONTENT OF BROADCAST RADIO PROGRAMS THROUGH ONLINE RADIO OF CLICK RADIO CO., LTD. THESIS ADVISOR: ASSOC. PROF. SUTEE POLPHONG, 224 pp.

This research aims to indicate the the transformation of form and content radio broadcasting of Click Radio Co., Ltd. when broadcast in www.thisisclick.com and the factors influencing the transformation of form and content radio broadcasting of Click Radio Co., Ltd. when broadcast in www.thisisclick.com. Qualitative method is employed as well as transform and intertextuality theory, media nature of radio and internet theory, media convergence theory, technology determinism theory, fundamental elements of radio production and radio program format theory and format and content of website

The findings of research show the transformation of content radio broadcasting of Click Radio Co., Ltd. when broadcast in www.thisisclick.com is more formal language, more quantity and can add more details such as singer and album profile, charts, activities program. The transformation of form radio broadcasting of Click Radio Co., Ltd. when broadcast in www.thisisclick.com is more variety, attractive and there are some graphic and moveable characters and photo. It's also easier to read and no limit of space and time. The factors that influenced the transformation of content radio broadcasting of Click Radio Co., Ltd. when broadcast in www.thisisclick.com are media nature and media capability factor, audience factor and marketing factor.

Department.....Mass Communication.....Student's signature...*Thannithi*.....

Field of Study....Mass Communication.....Advisor's signature...*Sutee Polphong*.....

Academic Year...2007.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลือ ความกรุณา และความเอาใจใส่อย่างยิ่งของรองศาสตราจารย์ สุธี พลพงษ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้กรุณาให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นต่างๆ ที่เป็นประโยชน์และให้ความช่วยเหลือ เมื่อผู้วิจัยเกิดปัญหาต่างๆ รวมทั้ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติ กันภัย กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ให้ความเมตตา ให้คำปรึกษา ช่วยเหลือ แนะนำแนวทางแก่ผู้วิจัย และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ฌาณัญญ์ธัญ วังศ์บ้านคู่ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะต่างๆ อันมีส่วนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทศาสตร์วิชา ความรู้ต่างๆ แก่ผู้วิจัยระหว่างศึกษาในสถาบันแห่งนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ บริษัท คลิค เรดิโอ จำกัด คุณศิริชัย พุ่มจิตต์ คุณบรรกรณ์ หลงสวาสดี คุณพัทธวรรณ ศรีลาน คุณช่างน้อย กุญชร ณ อยุธยา คุณศรีจุฬา หยงสตาร์ คุณวรัญฐา พงษ์ธนานิกร และคุณอภิศรา เกิดชูชื่น ผู้ให้ความกรุณาในการให้สัมภาษณ์ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อจรัส และคุณแม่เพ็ญนิภา พัยคฆราชศักดิ์ กับความเสียสละที่ยิ่งใหญ่ในทุกด้าน ตั้งแต่ก้าวแรกของชีวิตจนถึงทุกๆ อย่างก้าวของชีวิตผู้วิจัย รวมทั้งให้การสนับสนุนทางด้านกำลังใจและให้กำลังใจมาโดยตลอด ขอขอบคุณคุณศรีมรัฐ พัยคฆราชศักดิ์ และคุณโดมฤทธิ์ พัยคฆราชศักดิ์ พี่ชายและน้องสาวที่คอยให้กำลังใจที่ดีเสมอมา ขอขอบคุณคุณณฤต เลิศอุตสาหกุล เพื่อนสนิทที่คอยให้คำปรึกษา ให้กำลังใจ ความช่วยเหลือ ความห่วงใย และกำลังใจที่ยามขาดแคลน ที่ขาดไม่ได้เพื่อนๆ ที่เรียนมาด้วยกันทุกคน คอยช่วยเหลือเรื่องข้อมูล ให้คำปรึกษา และกำลังใจมาโดยตลอด รวมทั้งเจ้าหน้าที่ประจำภาควิชา และเจ้าหน้าที่ฝ่ายต่างๆ ของมหาวิทยาลัยที่ช่วยเหลือผู้วิจัย และทุกคนที่ไม่ได้เอ่ยชื่อนาม แต่มีส่วนร่วมในการทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จ

ทุกความกรุณา ความช่วยเหลือ ทุกกำลังใจเป็นส่วนสำคัญที่ผลักดันให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เกิดความสำเร็จได้ ผู้วิจัยขอขอบสิ่งดีๆ เหล่านี้กลับคืนแก่ทุกท่านที่ได้เอ่ยชื่อนามและไม่ได้เอ่ยชื่อนามให้ได้รับและประสบแต่สิ่งดีๆ โดยทั่วกัน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหาคำวิจัย.....	8
1.3 วัตถุประสงค์ของการทำวิจัย.....	8
1.4 ข้อสันนิษฐานเบื้องต้น.....	8
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	9
1.6 นิยามศัพท์.....	9
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
บทที่ 2 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	12
2.1 แนวคิดที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง (transform).....	13
2.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่ออินเทอร์เน็ต.....	18
2.3 แนวคิดเรื่องการผสมผสานศักยภาพของสื่อ (Media Convergence).....	24
2.4 แนวคิดเรื่องเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด.....	25
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงและรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียง.....	28
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์.....	35
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	39
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	44
3.1 กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection).....	44

32	การเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	45
33	วิธีการเก็บข้อมูล.....	46
34	ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	48
35	กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
36	การนำเสนอข้อมูล.....	50

บทที่ 4 การปรับปรุงรูปแบบและเนื้อหารายการวิทยุกระจายเสียงในเครื่องของบริษัท คลิก เรดิโอ

	จำกัดในการนำเสนอผ่าน www.thisclick.com	51
41	การปรับปรุงรูปแบบและเนื้อหาของรายการ Get102.5 ในเครื่องของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com	54
	41.1 การปรับปรุงเนื้อหารายการ Get102.5 ในเครื่องของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com	54
	41.1.1 ภาษา.....	54
	41.1.2 ปริมาณ.....	61
	41.1.3 เพลง.....	72
	41.1.4 ข่าว.....	76
	41.1.5 กิจกรรม ประชาสัมพันธ์.....	78
	41.1.6 เกม.....	83
	41.2 การปรับปรุงรูปแบบรายการ Get102.5 ในเครื่องของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com	88
	41.2.1 เทคนิคการนำเสนอ.....	88
	41.2.2 ลำดับขั้นตอนการนำเสนอ.....	97
	41.2.3 ระยะเวลาในการออกอากาศ.....	103
	41.2.4 เวลาในการออกอากาศ.....	104
	41.2.5 พื้นที่สื่อ.....	105
42	การปรับปรุงรูปแบบและเนื้อหาของรายการ 103.5 FMOne ในเครื่องของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com	107
	421 การปรับปรุงเนื้อหารายการ 103.5 FMOne ในเครื่องของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com	107
	421.1 ภาษา.....	107

421.2	ปริมาณ.....	114
421.3	เพลง.....	123
421.4	ข่าว.....	126
421.5	กิจกรรม ประชาสัมพันธ์.....	127
421.6	เกม.....	132
422	การปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการ 103.5 FM One ในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com	136
4221	เทคนิคการนำเสนอ.....	136
4222	ลำดับขั้นตอนการนำเสนอ.....	145
4223	ระยะเวลาในการออกอากาศ.....	151
4224	เวลาในการออกอากาศ.....	152
4225	พื้นที่สื่อ.....	153
43	การปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาของรายการ 104.5 Fat Radio ในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com	155
431	การปรับเปลี่ยนเนื้อหารายการ 104.5 Fat Radio ในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com	155
431.1	ภาษา.....	155
431.2	ปริมาณ.....	161
431.3	เพลง.....	173
431.4	ข่าว.....	177
431.5	กิจกรรม ประชาสัมพันธ์.....	178
431.6	เกม.....	184
432	การปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการ 104.5 Fat Radio ในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com	184
4321	เทคนิคการนำเสนอ.....	184
4322	ลำดับขั้นตอนการนำเสนอ.....	194
4323	ระยะเวลาในการออกอากาศ.....	200
4324	เวลาในการออกอากาศ.....	201
4325	พื้นที่สื่อ.....	202
บทที่ 5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	206

51 สรุปผลการวิจัย.....	206
51.1 การปรับเปลี่ยนเนื้อหารายการวิทยุกระจายเสียงในเครือข่าย คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com	206
51.2 การปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียงในเครือข่าย คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com	211
51.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหารายการที่นำเสนอผ่านสื่อ วิทยุกระจายเสียงเมื่อนำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต www.thisclick.com	214
52 อภิปรายผล.....	215
53 ข้อจำกัดทางการวิจัย.....	221
54 ข้อเสนอแนะ.....	221
รายการอ้างอิง.....	222
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	224

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 ตารางแสดงรายละเอียดของค่ายเพลงต่างๆ ที่หันมาใช้อินเทอร์เน็ตในการประชาสัมพันธ์ศิลปินและองค์กร.....	6
2.1 ตารางเปรียบเทียบธรรมชาติของสื่อวิทยุและสื่ออินเทอร์เน็ต.....	23
4.1 การปรับเปลี่ยนเนื้อหารายการวิทยุกระจายเสียงในเครื่องของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัดในการนำเสนอผ่าน www.thisclick.com	52
4.2 การปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียงในเครื่องของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัดในการนำเสนอผ่าน www.thisclick.com	53

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
41 หน้าต่างของกิจกรรม Get Bingo	58
42 ตัวอย่างภาพ emotion ต่างๆ ที่ใช้สื่ออารมณ์ในเว็บไซต์ Get 102.5	60
43 ตัวอย่างโฮมเพจของ Get 102.5	65
44 ตัวอย่างภาพข่าวที่นำเสนอผ่านโฮมเพจของ Get 102.5	65
45 ตัวอย่างภาพข่าวกิจกรรมที่นำเสนอผ่านโฮมเพจของ Get 102.5	66
46 หน้าเว็บเพจ gallery ซึ่งเป็นภาพข่าวกิจกรรมที่ทางสถานีได้จัดขึ้น.....	66
47 หน้าเว็บเพจ Breaking Artist ของ Get 102.5	67
48 ตัวอย่างหน้าเว็บเพจภายใน Web Board ของ Get 102.5	67
49 ตัวอย่างหน้าเว็บเพจภายใน Request Box ของ Get 102.5	68
410 ตัวอย่างหน้าเว็บเพจ Get Insiders	68
411 ผังของรายการ Get 102.5	69
412 ตัวอย่างข้อมูลส่วนตัวของดีเจ.....	69
413 ตัวอย่างหน้าเว็บเพจแสดงชาร์ตเพลงของ Get 102.5	70
414 ตัวอย่างหน้าเว็บบอร์ดของรายการ Get 102.5	70
415 ตัวอย่างหน้าเว็บเพจ Get Archive	71
416 หน้าเว็บเพจ Breaking Artist ของ Get 102.5	75
417 ภาพตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรม meet & greet	80
418 ตัวอย่างหน้าเว็บเพจแสดงภาพกิจกรรมต่างๆ ของทางสถานี.....	81
419 หน้าต่างของกิจกรรม the fugitive	86
420 ตัวอย่างดีเจที่จัดรายการวิทยุของ Get 102.5	89
421 ตัวอย่างภาพเคลื่อนไหวภายในเว็บไซต์ www.thisisclick.com/102.5	92
422 ตัวอย่างหน้าต่าง get insiders	93
423 หน้าต่าง on air radio ผู้ฟังสามารถคลิกเข้าไปเพื่อรับฟังรายการสดของแต่ละสถานี.....	93
424 ตัวอย่างหน้าเว็บเพจภายใน Request Box ของ Get 102.5	94
425 ตัวอย่างหน้าเว็บเพจภายใน Web Board ของ Get 102.5	94
426 หน้าต่างการสำรวจความคิดเห็นของคนฟังต่อเพลงต่างๆ.....	95
427 ตัวอย่างโฮมเพจของ Get 102.5	102

428	หน้าเว็บเพจของกิจกรรมภายในเว็บไซต์ของ 103.5 FM One	112
429	ตัวอย่างภาพ emotion ต่างๆ ที่ใช้สื่ออารมณ์ในเว็บไซต์ 103.5 FM One.....	112
430	ตัวอย่างโฮมเพจของ 103.5 FM One.....	118
431	ตัวอย่างภาพข่าวกิจกรรมที่นำเสนอผ่านโฮมเพจของ103.5 FM One.....	119
432	หน้าต่าง gallery นำเสนอภาพข่าวกิจกรรมที่ทางสถานีได้จัดไป.....	119
433	ตัวอย่างหน้าเว็บบอร์ดของ 103.5 FM One.....	120
434	ตัวอย่างหน้าเว็บเพจภายใน Request Box ของ FM One.....	120
435	ผังรายการวิทยุ 103.5 FM One.....	121
436	ตัวอย่างข้อมูลส่วนตัวของดีเจในเว็บเพจ 103.5 FM One.....	121
437	แสดงชาร์ตเพลงบนหน้าเว็บเพจของ 103.5 FM One.....	124
438	แสดงหน้าต่างของกิจกรรม ดนตรีมีขา.....	129
439	หน้าต่าง gallery นำเสนอภาพข่าวกิจกรรมที่ทางสถานีได้จัดไป.....	130
440	หน้าต่างของกิจกรรม FM One Perfect Day.....	134
441	ตัวอย่างดีเจที่จัดรายการวิทยุของ 103.5 FM One.....	138
442	ตัวอย่างภาพเคลื่อนไหวภายในเว็บไซต์ ในโฮมเพจของ 103.5 FM One.....	141
443	หน้าต่าง on air radio ผู้ฟังสามารถคลิกเข้าไปเพื่อรับฟังรายการสดของแต่ละสถานี.....	142
444	ตัวอย่างหน้าเว็บเพจภายใน Request Box ของ FM One.....	142
445	ตัวอย่างหน้าเว็บบอร์ดของ 103.5 FM One.....	143
446	ตัวอย่างโฮมเพจของ 103.5 FM One.....	150
447	ตัวอย่างหน้าเว็บเพจของกิจกรรมในรายการ 104.5 Fat Radio	158
448	ตัวอย่างการลงพื้นที่หลังข้อความให้โดดเด่น สะดุดตา.....	159
449	ตัวอย่างภาพ emotion ต่างๆ ที่ใช้สื่ออารมณ์ในเว็บไซต์ 104.5 Fat Radio.....	159
450	หน้าต่างโฮมเพจของ 104.5 Fat Radio.....	165
451	ตัวอย่างเว็บเพจ Fat Radio Special Update.....	165
452	ภาพข่าวกิจกรรมที่นำเสนอผ่าน โฮมเพจ 104.5 Fat Radio.....	166
453	ตัวอย่าง gallery ภาพข่าวกิจกรรมที่ทางสถานีได้จัดไปแล้ว.....	166
454	หน้าต่างเว็บบอร์ดของ 104.5 Fat Radio.....	167
455	แสดง Fat No.1.....	167
456	หน้าต่าง request box ของ 104.5 Fat Radio.....	168
457	หน้าต่าง fat insiders ของ 104.5 Fat Radio.....	168

4.58	ผังรายการวิทยุ 104.5 Fat Radio.....	169
4.59	ตัวอย่างข้อมูลส่วนตัวของดีเจ.....	169
4.60	หน้าต่างแสดงชาร์ตเพลงของ 104.5 Fat Radio.....	170
4.61	หน้าต่างแสดงชาร์ตเพลงของ 104.5 Fat Radio.....	170
4.62	ตัวอย่างหน้าต่าง Fat Society.....	171
4.63	ตัวอย่างหน้าต่าง Fat Society.....	172
4.64	ภาพแสดงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอัลบั้มและศิลปิน.....	175
4.65	แสดงหน้าต่างของกิจกรรม in spy by fat film.....	181
4.66	หน้าต่างแสดงชาร์ตเพลงของ 104.5 Fat Radio.....	182
4.67	ตัวอย่างดีเจที่จัดรายการวิทยุของ 104.5 Fat Radio.....	186
4.68	ตัวอย่างภาพเคลื่อนไหวภายในเว็บไซต์ ในโฮมเพจของ 104.5 Fat Radio.....	189
4.69	ตัวอย่างหน้าต่าง Click Insiders.....	190
4.70	หน้าต่าง on air radio ผู้ฟังสามารถคลิกเข้าไปเพื่อรับฟังรายการสดของแต่ละสถานีได้.....	190
4.71	ตัวอย่างหน้าเว็บเพจภายใน Request Box ของ 104.5 Fat Radio.....	191
4.72	ตัวอย่างหน้าเว็บบอร์ดของ 104.5 Fat Radio.....	192
4.73	หน้าต่างโฮมเพจของ 104.5 Fat Radio.....	199

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปกติสังคมสื่อสารจะเปลี่ยนแปลงไปตามลักษณะของเทคโนโลยี ดังคำกล่าวที่ว่า “โลกของเราเล็กลงเรื่อยๆ ก็เพราะเทคโนโลยีการสื่อสาร” เทคโนโลยีการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทในการสื่อสารของคนเรา เริ่มต้นตั้งแต่ช่วงศตวรรษที่ 15 โดย **Johann Gutenberg** นักประดิษฐ์ชาวเยอรมัน ได้ประดิษฐ์ตัวเรียงพิมพ์ด้วยโลหะ และเป็นคนแรกที่นำการพิมพ์หนังสือเข้าสู่ทวีปยุโรป วิชา อุดมฉันท (2546) กล่าวในหนังสือ “โลกกระจายเสียง จากจุดเริ่มต้นสู่ยุคโลกาภิวัตน์” ว่า ในทศวรรษที่ 1990 โลกเกิดการปฏิวัติทางเทคโนโลยีครั้งใหญ่เรียกว่า **digital revolution** การส่งข้อมูลด้วยระบบแอนะล็อก (**analog**) ที่ใช้กันมาในอดีตถูกเปลี่ยนให้เป็นการส่งด้วยระบบดิจิทัล (**digital**) ระบบดิจิทัลทำให้ข้อมูลทุกชนิดสามารถผลิต เก็บบันทึกไว้ และแปรเปลี่ยนสู่กันไปได้โดยใช้ภาษาร่วมกันคือ ภาษาคอมพิวเตอร์ สิ่งนี้เป็นเหตุให้การผลิตสื่อภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ คนตรี เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อรวมเข้ากับเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านดาวเทียม และ สายใยแก้วหรือไฟเบอร์ออฟติก (**fiber optic-wired**) เข้าด้วยแล้ว ก็เกิดเป็น “ทางด่วนข้อมูล (**information superhighway**)” หรือ “โครงข่ายสำหรับการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารทั่วโลก (**global information infrastructure**)” โดยมีอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อใหม่ที่ทำให้โฉมหน้าของสื่อเปลี่ยนแปลงไปทุกวัน

อินเทอร์เน็ตเป็นการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ (**Computer-Mediated Communication**) ชนิดหนึ่ง ซึ่งเป็นช่องทางที่ก่อให้เกิดการสื่อสารสมัยใหม่ เป็นการปฏิสัมพันธ์กันของคนในสังคมผ่านคอมพิวเตอร์ (**Machine Interactivity**) เป็นสังคมข่าวสาร (**Information Society**) ที่มีข้อมูลและข่าวสารมากมายมหาศาล ผู้รับสารสามารถเลือกรับสารได้ตามความต้องการและความพอใจของตนเอง อีกทั้งสามารถเลือกรับสารได้มากมายหลายชนิด ปัจจุบัน การสื่อเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายนั้นกระทำผ่านสถาบันสื่อโดยมีสื่อเป็นช่องทาง (**Channel**) ในการลำเลียงข้อมูลไปสู่ผู้รับ

โลกในปัจจุบันนี้ได้มาถึงจุดเลี้ยวต่อที่วัฒนธรรมได้หักมุมจากสังคมที่แต่เดิมมีศูนย์กลางอยู่ที่เครือข่าย วิทยุ โทรทัศน์ และ โทรศัพท์ มาสู่เครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่อุดมไปด้วยข้อมูลข่าวสาร ซึ่งผลักดันให้สังคมก้าวสู่สังคมดิจิทัล (**Digital Society**) ข้อมูลจาก **Wikipedia** พบว่า โดยทุกวันนี้ทั่ว

โลกมีมนุษย์ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ประมาณ **200** ล้านคน หรือร้อยละ **32** ของประชากรโลกเฉพาะประเทศสหรัฐอเมริกาแห่งเดียว มีผู้ใช้ถึง **80** ล้านคน (ประมาณร้อยละ **29** ของพลเมืองสหรัฐอเมริกา) จากข้อมูลการสำรวจผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของชาวอเมริกัน พบว่า **1** ใน **3** ของชาวอเมริกันใช้อินเทอร์เน็ตในการจับจ่ายสินค้าผ่านเน็ต ปรึกษาแพทย์ผ่านเน็ต ฟังการถ่ายทอดวิทยุผ่านเน็ต ลงทุนผ่านเน็ต จ้างอบบ้านผ่านเน็ต ติดตามการขนส่งพัสดุผ่านเน็ต รับทราบข่าวสารผ่านเน็ต สนทนาโทรศัพท์ผ่านเน็ต รวมทั้งทำกิจกรรมการเมืองผ่านเน็ต และแม้กระทั่งสื่อสารรักกันผ่านเน็ต

กิจกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตต่างๆ เหล่านี้ แสดงให้เห็นแนวโน้มว่า มนุษย์เราไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ต เพียงเพื่อการส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ค้นหาข้อมูล หรือเพื่อการบันเทิงอีกต่อไปแล้ว แต่เป็นการปรับตัวใช้อินเทอร์เน็ตในการดำเนินวิถีชีพ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะสังคมดิจิทัลเป็นเวลาร่วมกว่า **30** ปีที่เครือข่าย **ARPANET (Advanced Research Projects Agency NETwork)** ซึ่งเป็นเครือข่ายสำนักงานโครงการวิจัยชั้นสูงของรัฐบาลอเมริกา ที่ช่วยให้หน่วยงานของรัฐบาล และสถาบันการศึกษาสามารถเชื่อมโยงสื่อสารถึงกัน และถือเป็นเครือข่ายเริ่มแรกที่ต่อมาได้ถูกพัฒนาให้เป็นเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน และเป็นเวลาร่วมกว่า **28** ปี ที่คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลแพร่หลายสู่โลก

อินเทอร์เน็ต หลังแปรสภาพจากเครือข่ายสื่อสารธรรมดาเป็นเครือข่ายอรรถประโยชน์สู่สาธารณชน (**Public Utility**) ประกอบกับแรงขับหนุนของประสิทธิภาพของชิพ (**Chip**) สมรรถภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ การวางโครงข่ายสื่อสารความถี่สูงด้วยเส้นใยนำแสง และโปรแกรมค้นคว้าหรือเบราว์เซอร์ (**Browser**) ที่ง่าย และสะดวกต่อการใช้งาน ด้วยเหตุนี้เอง จึงทำให้ชาวโลกหันมานิยมใช้อินเทอร์เน็ตในการสื่อสารและทำธุรกรรมร่วมกัน เป็นที่แน่นอนว่านับจากนี้ต่อไป การเติบโตของธุรกิจใหม่ๆ ในอินเทอร์เน็ต จะทำให้ตัวเลขของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกกระโดดเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว กระแสคลื่นเทคโนโลยีสารสนเทศถล่มไปทุกแควดวง ไม่ว่าจะเป็นแวดวงการศึกษา ธุรกิจ การเงิน การแพทย์ การท่องเที่ยว และการบริการ จนกล่าวได้ว่าข่าวสารและการสื่อสารต่างๆ แท้ที่มนุษย์เคยใช้งานมาต่างถูกแปลงเป็นดิจิทัล (**Digitized**) แล้วแทบทั้งสิ้น

นับจากนี้ไป การติดต่อสื่อสารที่มนุษย์ไม่เคยคาดคิดว่าจะสามารถทำได้มาก่อนก็จะปรากฏให้เห็นผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต นวัตกรรมและรูปแบบธุรกิจใหม่ๆ จะทยอยไหลหลากตามมา การดำเนินธุรกรรมต่างๆ บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต อาทิเช่น พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (**e-Commerce**) การศึกษาทางไกล (**e-Education**) โภชเวช (**e-Medicine**) โทรับันเทิง (**e-Entertainment**) และการเมืองอิเล็กทรอนิกส์ (**e-Politics**) ล้วนมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิต ความคิด และการทำงานของเร โดยในชีวิตประจำวันเราจะพบกับการจับจ่ายสินค้าแบบเชื่อมต่อตรง (**On-line**)

การเรียนการสอนที่อาจารย์บรรยายจากสถานที่แห่งหนึ่งผ่านไปยังนักศึกษาซึ่งอยู่อีกแห่งที่ห่างไกลออกไป การพบแพทย์แบบเชื่อมต่อตรงผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต รูปแบบการบันเทิงตามวันเวลาที่ต้องการของผู้ชม (**Video on Demand**) หรือจะเป็นการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองและการลงคะแนนเสียงแบบเชื่อมต่อตรง

คุณจรรยาพร แสงไชย และคณะได้กล่าวว่า แต่เดิมหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมยกย่องให้เป็นฐานันดรที่ 4 ที่มีบทบาทสำคัญต่อสังคม แต่ปัจจุบันต้องยอมรับว่าอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีอิทธิพลกับสังคมในวงกว้างขึ้น สามารถเป็นตัวแทนของการสื่อสารในระดับสากล และเป็น **“The Free Market World”** ที่กำลังได้รับความสนใจจากบุคคลต่างๆ ทั่วโลก อีกทั้งอินเทอร์เน็ตยังสามารถให้ภาพกราฟิกที่สวยงาม ให้รายละเอียดด้านข้อความได้อย่างเต็มที่ และสามารถโต้ตอบกันได้อย่างทันที สะดวกรวดเร็ว ไร้ปัญหาเรื่องระยะทาง และค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก อินเทอร์เน็ตจึงเป็นสื่อที่ **“Bigger and Better”**

Richsam(1997) ได้กล่าวถึงการกระจายสารสนเทศโดยผ่านโฮมเพจว่า สำหรับสื่อมวลชนในระยะแรกๆ อินเทอร์เน็ตเป็นเพียงสื่อที่เสริมสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่สื่อสิ่งพิมพ์ และสร้างความแปลกใหม่ในการนำเสนอข้อมูลที่ยังคงเป็นลายลักษณ์อักษร (**Text Based**) ระบบ **Multimedia** โดยตัวแปรสำคัญนั้นมาจากการที่เรามีเทคโนโลยีและประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น **Real Audio** และ **Real Video** ก่อให้พัฒนาการทางอินเทอร์เน็ต สื่อมวลชนแขนงต่างๆ เริ่มเล็งเห็นถึงแนวโน้มในความเป็นไปได้ที่จะผลิตสารสนเทศในราคาต้นทุนที่ต่ำลง และเข้าถึงกลุ่มคน โดยไร้เขตแดน ผลตอบแทนในธุรกิจมีสูงมาก จึงทำให้วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เข้ามามีบทบาทในการกระจายสารสนเทศผ่านโฮมเพจบนอินเทอร์เน็ต

วิทยุในอดีตเคยเป็นอุปกรณ์ที่มีความสำคัญต่อทุกครัวเรือน และเป็นสื่อมวลชนที่ได้รับความนิยม ข้อดีของสื่อวิทยุ คือ เป็นสื่อที่เข้าถึงผู้ฟังได้มาก โดยสามารถฟังพร้อมๆ กันหลายๆ คน ฟังได้ทุกที่ที่มีคลื่นสัญญาณไปถึง ราคาไม่แพง ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการฟัง รวมถึงผู้ที่ไม่รู้หนังสือก็สามารถรับฟังได้ เป็นต้น เหล่านี้เป็นจุดเด่นที่ทำให้วิทยุได้รับความนิยมจากผู้ฟังทั่วทุกแห่งชนธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียง คือ การมอบสารโดยการสื่อทางเสียง ธรรมชาติของสื่อเหล่านี้เป็นองค์ประกอบที่ผู้เลือกใช้สื่อ นำเอามาเป็นตัวแปรในการเลือกใช้สื่อประเภทหนึ่งเพื่อส่งสารที่ปัจเจกต้องการ

แต่ในปัจจุบันการแข่งขันทางด้านธุรกิจเพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับการสื่อสารด้วยอินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมและมีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ สื่อวิทยุนอกจากจะทำหน้าที่ให้ข่าวสาร ความรู้

และความบันเทิงแล้ว ยังต้องปรับตัวโดยนำเอาเทคนิคของดิจิทัลและเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารงานวิทยุให้มีประสิทธิภาพและให้ได้รับความนิยมนจากผู้ฟังมากขึ้น บริษัทที่ดำเนินกิจการที่เกี่ยวข้องกับการจัดรายการทางวิทยุกระจายเสียงได้หันมาให้ความสนใจที่จะมีโฮมเพจบนอินเทอร์เน็ตเพื่อเผยแพร่เนื้อหาของตน และเป็นส่วนประกอบสำคัญในการดำเนินรายการ อันเป็นการปูทางเพื่อสร้างรากฐานอันมั่นคงทางธุรกิจ และเป็นช่องทางใหม่สำหรับผู้รับฟังทางบ้านในการติดต่อสื่อสารกับคณะผู้จัดทำ เนื่องมาจากอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่รวมคุณสมบัติของสื่อเดิมๆ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อวิทยุโทรทัศน์เข้าไว้ด้วยกัน ดังนั้น การใช้อินเทอร์เน็ตในการส่งเสริมรายการวิทยุ เป็นการเพิ่มศักยภาพในการสื่อสาร หรืออีกนัยหนึ่งเป็นการลดข้อบกพร่องของสื่อวิทยุกระจายเสียงนั่นเอง

จากหนังสือ **Web Radio: Radio Production for internet streaming** ของ **Chris Priestman** ได้ชี้ให้เห็นว่า หากนำคำว่า “วิทยุบนอินเทอร์เน็ต” ไปแทนที่คำว่า “วิทยุกระจายเสียง” จะเห็นว่าทั้งสองเทคโนโลยีมีพัฒนาการเริ่มต้นที่คล้ายคลึงกันหลายประการ คือ เริ่มจากปัญหาการรับฟังซึ่งคุณภาพเสียงยังไม่ดีนัก มีคลื่นแทรกกรบกวน มีนักวิทยุสมัครเล่นเป็นผู้ผลักดันทดลองใช้วิทยุกระจายเสียงเกิดจากวัตถุประสงค์เพื่อจรรโลงระบอบประชาธิปไตย กระจายข้อมูลข่าวสารครอบคลุมผู้ฟังทุกสารทิศ เช่นเดียวกับอินเทอร์เน็ตที่เริ่มจากแนวคิดที่ว่า เพื่อให้ปัจเจกบุคคลสามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างไร้พรมแดน โดยไม่มีข้อกีดกันจากอำนาจรัฐหรือนายทุน

นอกจากพัฒนาการเริ่มต้นที่คล้ายคลึงกันแล้ว ในเรื่องของกระบวนการผลิตก็มีลักษณะคล้ายคลึงกันด้วยเช่นกัน คือวิทยุเป็นระบบออกอากาศซึ่งสัญญาณเสียงจากเครื่องส่งกระจายเสียงผ่านไปยังเครื่องรับคลื่นวิทยุที่เราเรียกว่า เครื่องรับวิทยุ ส่วนอินเทอร์เน็ตก็เป็นเทคโนโลยีอีกขั้นหนึ่ง เป็นระบบส่งกระจายข้อมูลระบบหนึ่ง หากแต่อินเทอร์เน็ตสามารถจะรวบรวมข้อมูลที่อยู่ในระบบสื่อสารมวลชนทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นข้อความ รูปภาพ หรือเสียง ส่งผ่านทางคอมพิวเตอร์ ถ้าจะกล่าวไปแล้ว วิทยุบนอินเทอร์เน็ตก็คือ การนำเอาเนื้อหารายการวิทยุไปใส่ไว้บนอินเทอร์เน็ตนั่นเอง

วิทยุบนอินเทอร์เน็ตเป็นผลพวงอันเกิดจากความสามารถของมนุษย์ในการพัฒนาเทคโนโลยี เพื่อลบขีดจำกัดของคลื่นความถี่วิทยุ ในบทนำเรื่อง **Internet Radio** จากหนังสือ **“The World Wide Web: a Mass Communication Perspective”** โดย **Barbara K. Kaye** และ **Norman J. Medoff** กล่าวว่า ด้วยโปรแกรมซอฟต์แวร์ **Real Audio** กับไมโครโฟนตัวหนึ่งบวกกับการเชื่อมต่อเข้ากับอินเทอร์เน็ต นักร้อง และศิลปินไร้สังกัดค่ายเทป ดิเจอหน้าใหม่ที่ยังไม่มีผลงานจึงไม่ต้องวิ่งหาคลื่นวิทยุอีกต่อไป เพราะพวกเขาเหล่านี้กำลังจะมีทางเลือกใหม่ ใครก็ตามที่อยากเป็นนักจัดรายการ

วิทยุ อาจไม่จำเป็นต้องหาคณะวิทยุเพื่อจัดรายการ เช่นเดียวกับนักร้องหรือนักดนตรี ก็ไม่จำเป็นต้องวิ่งหาค่ายเทปเพลงอีกต่อไป เพราะพวกเขาสามารถมีสถานีวิทยุเป็นของตัวเองได้ตามที่ต้องการ

การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารบนเว็บคล้ายกับการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร โดยทั่วไปที่พยายามเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เพื่อที่จะให้เกิดการติดต่อระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร แต่สำหรับการเผยแพร่บนเว็บจะต่างไปจากสื่ออื่นๆ ตรงที่เว็บสามารถทำให้ผู้รับสารหรือผู้ใช้อินเทอร์เน็ตติดต่อกับผู้ส่งสารได้โดยตรง โดยติดต่อผ่านทางเว็บไซต์ และเว็บยังให้ออกาสผู้ส่งสารในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายผู้รับสารได้อย่างแม่นยำ ส่งผลให้ข้อมูลที่ออกไปนั้น ได้รับการออกแบบเป็นพิเศษ ตรงกับความสนใจ และรสนิยมของผู้รับสารได้

สถานีวิทยุอินเทอร์เน็ตจำนวนมากในประเทศต่างๆ ทั่วโลก จะประกอบไปด้วย 2 รูปแบบ คือ การถ่ายทอดสัญญาณเสียงจากวิทยุกระจายเสียง **on line** บนอินเทอร์เน็ต หรือ **Broadcast Station on the Web/ Radio Station on the Internet** กับอีกรูปแบบหนึ่งคือการจัดรายการเพื่อถ่ายทอดเฉพาะบนอินเทอร์เน็ต โดยรายการไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับรายการวิทยุทั่วไปเลย หรือที่เรียกว่า **Web-only radio/ Internet-only radio station** ซึ่งในขณะนี้การผลิตรายการของสถานีวิทยุอินเทอร์เน็ตทั้ง 2 รูปแบบ ยังคงดำเนินต่อไปอย่างมีอิสระไร้ข้อจำกัด

สำหรับในประเทศไทย ความคิดที่จะกระจายสารสนเทศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนวิทยุในประเทศไทย เริ่มปรากฏชัดเจนมากขึ้น เมื่อ สาลีณี ปันยารชุน นักจัดรายการวิทยุและเจ้าของค่ายเพลงได้ให้สัมภาษณ์ในนิตยสารผู้จัดการ ฉบับเดือนพฤศจิกายน 2542 ว่า การทำเว็บไซต์ไม่ได้มีเป้าหมายอยู่ที่การเพิ่มยอดขายโดยตรง ไม่เหมือนกับในสหรัฐอเมริกาที่การซื้อซีดีบนเว็บไซต์เป็นเรื่องปกติไปแล้ว สำหรับเมืองไทยการใช้อินเทอร์เน็ตเวลานี้จะได้ประโยชน์ในด้านการประชาสัมพันธ์และทำกิจกรรมร่วมกับแฟนเพลง โดยเฉพาะค่ายเพลงอย่างอินดี้ (**Independent Label**) หรือค่ายที่ไม่มีสื่อวิทยุและโทรทัศน์เป็นของตัวเอง จะได้ประโยชน์สูงสุดจากการใช้อินเทอร์เน็ต

ในปัจจุบัน ได้มีค่ายเพลงต่างๆ หันมาใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการประชาสัมพันธ์ศิลปินและองค์กรของตนกันมากขึ้น โดยมีทั้งหมดดังนี้

ตารางที่ 1.1 ตารางแสดงรายละเอียดของค่ายเพลงต่างๆ ที่หันมาใช้อินเทอร์เน็ตในการประชาสัมพันธ์ศิลปินและองค์กร

รายการทางสถานีวิทยุกระจายเสียง	ค่ายเพลง	เว็บไซต์
89.0 Banana FM 91.5 Hotwave 94.0 EFM 106.5 Green Wave	บริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด ในเครือของบริษัท จีเอ็มเอ็ม มีเดีย จำกัด (มหาชน)	www.atimemedia.com
Get 102.5 103.5 FM One 104.5 Fat Radio	บริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด	www.thisisclick.com
Max 94.5 Cool 93 Fahrenheit	บริษัท สกาย-ไฮ เน็ตเวิร์ค จำกัด ในเครือของบริษัท อาร์.เอส. จำกัด (มหาชน)	www.skyhigh.co.th

จากตารางที่ 1.1 จะเห็นว่า บริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทค่ายเพลงยักษ์ใหญ่ในเครือของแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ และยังเป็นเจ้าของสถานีวิทยุถึง 4 สถานี อีกทั้งยังมีเว็บไซต์เป็นของตัวเอง ถือว่าเป็นกรณีที่น่าจะเห็นความแตกต่างและนำมาเป็นกรณีศึกษามากที่สุด แต่เนื่องจากการปิดกั้นข้อมูลข่าวสารของทางบริษัท จึงทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถขอรายละเอียดเพิ่มเติมได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงหันมาศึกษากรณีรองลงมา นั่นก็คือ บริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เพราะเป็นบริษัทที่แข็งแกร่งและถือครองคลื่นวิทยุมากที่สุดรองลงมาจากบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 10

บริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เป็นบริษัทเล็กๆ แห่งหนึ่ง เริ่มต้นขึ้นเพื่อทำงานอย่างเต็มที่ ให้ใกล้เคียงกับความหมายของรายการวิทยุที่ดีที่สุด ประกอบกับประสบการณ์อันยาวนานของทีมงานผสมกับความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ บวกกับความเข้าใจของคนฟัง ทุกรายการของคลิกจึงกลายเป็นทางเลือกเพียงหนึ่งเดียวของความแปลกใหม่บนหน้าปัด ปัจจุบัน บริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด ได้ให้บริการสื่ออินเทอร์เน็ตในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของศิลปินในสังกัด รวมทั้งความบันเทิงทางด้านเสียงเพลงในรูปแบบของเว็บไซต์

จากคำกล่าวของ **Zelf and Aronzon (1997)** ที่ว่า เว็บไซต์คือสิ่งแรกที่หลายๆ บริษัทใช้เมื่อเข้ามาที่เว็บ ซึ่งเว็บไซต์เริ่มแรกของบริษัทเหล่านี้ ไม่ต่างไปจากการแจกเอกสารแผ่นพับ และบางเว็บไซต์ถึงแม้จะออกแบบให้น่าสนใจ แต่ก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการออกแบบจำนวนมาก ดังนั้นผู้ผลิตเว็บไซต์จึงเริ่มผลิตเว็บไซต์ที่มีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งลูกค้าที่มีศักยภาพต้องการ โดยค่านึงว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตกำลังค้นหาข้อมูล เมื่อผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเข้าไปที่เว็บไซต์ของบริษัท ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตย่อมคาดหวังถึงข้อมูลสินค้า ซึ่งทั้งนี้หมายความว่าเว็บไซต์ที่ดีควรจะผลิตให้มีทั้งรายละเอียดข้อมูลของสินค้าหรือบริการ การให้ความรู้ และความบันเทิงควบคู่กันไป

เว็บไซต์เป็นรูปแบบการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความบันเทิงที่ดีที่สุดบนอินเทอร์เน็ต เพราะเจ้าของเว็บไซต์สามารถควบคุมเนื้อหาสาระของเว็บไซต์และสามารถโต้ตอบกับลูกค้าในอนาคตได้ เมื่อมีผู้เข้ามาที่เว็บไซต์ บริษัทสามารถใช้วิธีนานัปการในการทำให้ผู้ที่เข้ามาที่เว็บไซต์ซื้อสินค้าหรือบริการ (**Jaral, 1997**)

โฮมเพจ www.thisisclick.com ของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด มีวิธีการนำเสนอและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารใน 2 รูปแบบ คือ

(1) แบบ **Real Time** สามารถรับฟังรายการทางสถานีวิทยุกระจายเสียงได้ในเวลาเดียวกันกับที่ออกอากาศ

(2) แบบ **On - Demand** หรือแบบเรียกดูตามต้องการ ผู้ฟังสามารถเข้าไปดูข้อมูลในเวลาใดก็ได้ที่ต้องการ เช่น ดูรายการอันดับเพลงในบิลบอร์ดชาร์ตประจำสัปดาห์ ข่าวในวงการเพลงแนะนำอัลบั้มใหม่ ถ่ายทอดคอนเสิร์ตและมิวสิกวิดีโอผ่านทางอินเทอร์เน็ต เพลงดาวน์โหลดตรงถึงดีเจและดาวนโหลดฟรีสกินเซอร์เวอร์ เป็นต้น โดยภายในโฮมเพจ www.thisisclick.com ได้นำเสนอข้อมูลข่าวสารของรายการวิทยุทั้งหมด 3 สถานี โดยแต่ละรายการมีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันดังนี้

Get 102.5: คลื่นเพลงสากลร่วมสมัยที่น่าฟังที่สุด

103.5 FM One: คลื่นเดี่ยวนบนหน้าปัดที่มีเพลงฮิต

104.5 Fat Radio: คลื่นเพลงไทยสุดฮิต ไม่ติดสังกัด กับเพลงฮิตที่ดี และเพลงดีที่ฮิต ที่คือเพลงวัยมัน บอกตรงกันว่า “ชอบ”

การใช้โฮมเพจในลักษณะนี้ นอกจากจะเป็นการทดแทนสื่อมวลชนแบบดั้งเดิมแล้ว นั่นก็คือ สื่อวิทยุ ข้อดีของธรรมชาติที่สื่อวิทยุมี ก็ได้ถูกข้อมได้เปรียบทางธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต

เข้ามาทดแทน โสมเพจนี้จึงนับว่าเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการรับข้อมูลข่าวสารและความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ ซึ่งเนื้อหายังคงสภาพเดียวกันกับที่ออกอากาศทางวิทยุกระจายเสียง อาจมีการล่าช้าเล็กน้อย ซึ่งจะแตกต่างจากผู้รับฟังทางเครื่องรับวิทยุประมาณ 2-3 วินาที แต่กรรมวิธีในการนำเสนอหรือเทคนิคการนำเสนอ นั้น จะแตกต่างกันออกไป ทำให้ความรู้สึกที่รับสารผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ตมีปฏิสัมพันธ์ที่สูงกว่าสื่อวิทยุ ด้วยเหตุนี้ จึงเป็นที่น่าสนใจศึกษาว่า เมื่อมีการเพิ่มช่องทางการสื่อสารใหม่เข้ามา รูปแบบและเนื้อหาของรายการจะถูกปรับเปลี่ยนเพื่อให้เหมาะสมกับสื่อ นั้นๆ อย่างไร อีกทั้งเนื้อหาส่วนไหนที่ยังคงอยู่ (**Persistence**) และเนื้อหาส่วนใดบ้างที่เพิ่มเข้ามา

1.2 ปัญหาวิจัย

1.21 รูปแบบและเนื้อหาของรายการที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงมีการปรับเปลี่ยน (**Transform**) เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อ **online radio** ใน โสมเพจ www.thisisclick.com อย่างไร

1.22 ปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาของรายการที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงและผ่านสื่อ **online radio** ใน โสมเพจ www.thisisclick.com

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.31 เพื่อวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของรายการที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงและผ่านสื่อ **Online Radio** ใน โสมเพจ www.thisisclick.com

1.32 เพื่อค้นหาปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาของรายการที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงและผ่านสื่อ **online radio** ใน โสมเพจ www.thisisclick.com

1.4 ข้อสันนิษฐานของการวิจัย

1.41 รูปแบบของรายการ ซึ่งรวมถึง ลำดับของรายการ เทคนิคการนำเสนอ ระยะเวลาที่ออกอากาศ และเวลาที่ออกอากาศ ที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงมีการปรับเปลี่ยน (**Transform**) เพื่อให้เหมาะสมกับธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต โดยรูปแบบของรายการที่เผยแพร่ผ่านสื่อ **online radio** ใน โสมเพจ www.thisisclick.com นั้น จะมีความหลากหลาย มีลูกเล่น กราฟิกสวยงาม ดึงดูดความสนใจ และง่ายต่อการเรียกดู

1.42 เนื้อหาของรายการ ซึ่งก็คือ ชนิดและลำดับเนื้อหาของเพลงที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงมีการเปลี่ยนแปลง (**Transform**) เมื่อเผยแพร่ผ่านสื่อ **online radio** ในโฮมเพจ www.thisclick.com โดยเพิ่มเนื้อหาบางอย่างเข้ามา อาทิเช่น เนื้อหาด้านการส่งเสริมการขาย โปรโมชันต่างๆ และเนื้อหาเพิ่มเติมของคอนเสิร์ต ศิลปิน หรือดีเจ

1.43 ธรรมชาติและศักยภาพของสื่อวิทยุและสื่ออินเทอร์เน็ตมีผลต่อการปรับแปลงรูปแบบและเนื้อหารายการที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง เมื่อเผยแพร่ผ่านสื่อ **online radio** ใน โฮมเพจ www.thisclick.com

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ศึกษาถึงรูปแบบ ซึ่งรวมถึง ลำดับของรายการ เทคนิคการนำเสนอระยะเวลาที่ออกอากาศ และเวลาที่ออกอากาศ กับเนื้อหา ซึ่งก็คือ ชนิดของเพลงที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อวิทยุและอินเทอร์เน็ต โดยกำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ครอบคลุมถึงรายการวิทยุที่นำเสนอผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด และนำเสนอผ่านทาง **Online Radio** ในโฮมเพจ www.thisclick.com จำนวนทั้งหมด 3 รายการ คือ รายการ **GET 102.5**, รายการ **103.5 FMONE** และรายการ **104.5 FAT RADIO** โตโต มั่นมั่น เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหา และความเหมาะสมของเนื้อหาเมื่อถูกปรับเปลี่ยนแล้ว โดยทำการเก็บข้อมูลในระหว่างวันที่ 16 มกราคม จนถึงวันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2549 เป็นระยะเวลา 2 เดือน

1.6 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

1.6.1 การปรับแปลง (Transform) หมายถึง การปรับเปลี่ยนและการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและเนื้อหา ในการนำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงและผ่านสื่อ **Online Radio** ในโฮมเพจ www.thisclick.com โดยการปรับเปลี่ยนและเปลี่ยนแปลงรูปแบบและเนื้อหาจะมีทั้งใช้เพื่อแทนที่ (**Substitution**) เพื่อการเสริม (**Add-On**) และใช้เพื่อการแผ่ขยาย (**Expansion**) ซึ่งปรากฏการณ์การแทนที่นั่น เป็นการใช้แทนวิธีการสื่อสารในรูปแบบเดิมที่เคยเป็นมา เช่น การใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์แทนการโทรศัพท์ ปรากฏการณ์การเสริม คือ การใช้ในขณะที่วิธีการสื่อสารในรูปแบบเดิมยังคงอยู่ เช่น การอ่านผังรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ตก่อนจะเปิดฟังรายการวิทยุที่ต้องการ และปรากฏการณ์การแผ่ขยาย คือ การสื่อสารที่แตกต่างไปจากกระบวนการสื่อสารแบบเดิม เช่น ฟังวิทยุบนอินเทอร์เน็ต จะเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการบริโภคสื่อวิทยุ แม้ว่าจะเป็นวิทยุคลื่นเดียวกันก็ตาม

1.6.2 รายการวิทยุกระจายเสียง หมายถึง รายการวิทยุกระจายเสียงที่ออกอากาศสู่สาธารณชน ซึ่งอยู่ในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด อันได้แก่ รายการ **GET 102.5 (FM102.5 MHz)** รายการ **FM ONE (FM 103.5 MHz)** และรายการ **FAT RADIO โตโต มั่นมั่น (FM 104.5 MHz)**

1.6.3รูปแบบ หมายถึง ลำดับของรายการ ผู้ดำเนินรายการ เทคนิคการนำเสนอ ระยะเวลาที่ออกอากาศ และเวลาที่ออกอากาศ เมื่อนำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด อันได้แก่ รายการ **GET 102.5 (FM102.5 MHz)** รายการ **FM ONE (FM103.5 MHz)** และรายการ **FAT RADIO โตโต มั่นมั่น (FM 104.5 MHz)** และผ่านสื่อ **Online Radio** ในโฮมเพจ www.thisisclick.com

1.6.4 เนื้อหา หมายถึง ชนิดของเพลงและลำดับเนื้อหาของเพลงที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด อันได้แก่ รายการ **GET 102.5 (FM102.5 MHz)** รายการ **FM ONE (FM 103.5 MHz)** และรายการ **FAT RADIO โตโต มั่นมั่น (FM 104.5 MHz)** รวมถึงที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อ **Online Radio** ในโฮมเพจ www.thisisclick.com

1.6.5 ปัจจัย หมายถึง ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับต่อการปรับแปลงรูปแบบและเนื้อหา รายการที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด และผ่านสื่อ **Online Radio** ในโฮมเพจ www.thisisclick.com อันได้แก่

- 5.1 ธรรมชาติของสื่อวิทยุและสื่ออินเทอร์เน็ต
- 5.2 ศักยภาพของสื่อวิทยุและสื่ออินเทอร์เน็ต
- 5.3 เทคโนโลยี
- 5.4 space
- 5.5 time

1.6.6 Online radio หมายถึง การถ่ายทอดรายการทางสถานีวิทยุสัญญาณเสียงในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด ผ่านทางระบบ **www** ของอินเทอร์เน็ตโฮมเพจ www.thisisclick.com

1.6.7โฮมเพจ หมายถึง หน้าแรกของเอกสาร หรือหน้าต้อนรับ ซึ่งบรรจุข้อมูลแนะนำทั่วไป และมีจุดเชื่อมโยงไปยังหน้าอื่นๆ หรือเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.68 โสมเพจ www.thisisclick.com หมายถึง รายการทางวิทยุกระจายเสียงที่ออกอากาศสู่สาธารณชนผ่านทางโสมเพจของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด อันได้แก่ รายการ **GET 102.5 (FM 102.5 MHz)** รายการ **FM ONE (FM 103.5 MHz)** และรายการ **FAT RADIO โตโต มั่นมั่น (FM 104.5 MHz)**

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 การวิจัยครั้งนี้จะเปิดเผยให้เห็นลักษณะของรูปแบบและเนื้อหาที่ถูกปรับเปลี่ยนเมื่อต้องนำเสนอผ่านสื่อชนิดใหม่

1.7.2 ให้เข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างธรรมชาติของสื่อกับเนื้อหา

1.7.3 ผู้ผลิตรายการวิทยุและผู้ผลิตรายการเพลงสามารถนำความรู้ที่ได้จากการพัฒนาครั้งนี้ไปพัฒนาเนื้อหาในรายการนั้น ๆ



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎี

วิภา อุตมฉันทน์ (2546) กล่าวไว้ในหนังสือ “โลกกระจายเสียง จากจุดเริ่มต้นสู่ยุคโลกาภิวัตน์” ว่า บริษัทหนังสือพิมพ์ใหญ่ๆ รวมทั้งนิตยสารและภาพยนตร์ ต่างเป็นผู้นำให้บริการข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต วิทยุ และโทรทัศน์ ก็นำเนื้อหารายการมาให้บริการทางอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้สามารถโต้ตอบกับสื่อได้ด้วย แม้แต่โทรทัศน์ MTV ของ Viacom ก็พยายามรักษาความยิ่งใหญ่ ด้วยการให้ผู้ชมเข้าไปฟังเพลงได้ทางอินเทอร์เน็ต อินเทอร์เน็ตไม่ต้องใช้คลื่นพาหะ จึงเปิดกว้างให้กับใครก็ได้ที่ต้องการสร้างเว็บไซต์ของตนขึ้นมา อีกทั้ง ต้นทุนการผลิตก็ถูกมากเมื่อเทียบกับการผลิตสื่ออื่นๆ

บริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เองก็เช่นกัน ได้หันมาใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์สินค้าของตน การศึกษาเรื่อง “การเปลี่ยนแปลง (transform) รูปแบบและเนื้อหาของรายการที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตใน โฮมเพจ www.thisisclick.com” นี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้ มาใช้เป็นแนวทางในการคิด วิเคราะห์ และสังเคราะห์ผลการวิจัย

- 21 แนวคิดที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง (transform)
- 22 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่ออินเทอร์เน็ต
- 23 แนวคิดเรื่องการผสมผสานศักยภาพของสื่อ (Media Convergence)
- 24 แนวคิดเรื่องเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด
- 25 แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงและรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียง
- 26 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์

21 แนวคิดที่เกี่ยวกับการปรับเปลี่ยน (transform)

ดร. เจตนา นาควัชระ (2532) กล่าวเกี่ยวกับเรื่องสื่อสองทางให้แก่กันว่า ด้วยแนวความคิดของวิทยาการทางด้านมนุษยศาสตร์ซึ่ง “ศิลปะแสดงให้เห็นการสร้างสรรคของมนุษย์ที่เป็นผู้สร้างศิลปะโดยการนำเอาประสบการณ์มากลั่นกรองโดยใช้วัสดุที่มีอยู่ เช่น ความรู้ ทักษะ ความสามารถ เฉพาะตัว ประสบการณ์ทั้งทางตรง และทางอ้อม มาสร้างสรรคงานที่มีคุณค่าและสามารถจรโลงมนุษย์ได้จากการถ่ายทอดผลงานนั้น ดังนั้น ศิลปะจึงเป็นประตูเปิดไปสู่ความสามารถของมนุษย์ในการเป็นผู้สร้างสรรคมากกว่าการเป็นผู้ทำลาย” คำว่า “มนุษยศาสตร์มิได้อยู่เพียงลำพัง” จากคำกล่าวนี้ สามารถอธิบายได้ว่า ศิลปะในทางมนุษยศาสตร์ซึ่งส่วนใหญ่ก็คือผลงาน หรือตัวแทนของมนุษย์ที่แสดงถ่ายทอดออกมาในชั้นทุติยภูมิด้วยรูปแบบผลงานที่เป็นลายลักษณ์อักษร สามารถสองทางให้แก่สื่อแขนงต่างๆ ในลักษณะการมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันทำให้เกิดการสร้างความมั่นคงทางปัญญาให้แก่กัน หรือสื่อสองทางให้แก่กัน ซึ่งเรียกว่า **Mutual Illumination of Media** เช่นการนำนวนิยายมาปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับธรรมชาติของสื่อโทรทัศน์ เพื่อแสดงตามหลักการของนิเทศศาสตร์ถือว่าเป็นปรากฏการณ์ที่สื่อสองทางให้แก่กัน

ถึงแม้ว่า สื่อประเภทละคร โทรทัศน์จะช่วยสองทางให้นวนิยายเป็นที่รู้จักแพร่หลายแก่คนในสังคมมากขึ้น แต่สิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ในการนำนวนิยายมาผลิตซ้ำโดยการแปรรูปผ่านสื่อโทรทัศน์ คือ การปรับเปลี่ยนเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอให้เหมาะสม และเข้ากันได้กับธรรมชาติของสื่อโทรทัศน์ที่เป็นรูปแบบการแสดงให้เกิดภาพ (**Visual**) มากขึ้น

หยก บูรพา ได้กล่าวไว้ว่า “นักเขียนทุกคนรักและหวงแหนในบทประพันธ์ของตนทุกเรื่อง ทุกบท ทุกประโยค และทุกตัวอักษร เพราะกลั่นกรองมาจากสมองและจินตนาการของตัวเอง เพราะบางส่วนเป็นความทรงจำหรือความประทับใจของตัวเอง ดังนั้น จึงไม่ยอมให้มีการตัดทอนเปลี่ยนแปลง หรือตีความหมายผิดไปจากเจตนารมณ์ของผู้เขียน แต่อย่างไรก็ตาม งานเขียนนั้น ก็สร้างขึ้นมาเพื่อการอ่าน ใช้พรรณนาโวหารสื่อสารระหว่างผู้เขียนกับผู้อ่าน ผู้อ่านเกิดจินตนาการตามที่ผู้เขียนเสกสรรปั้นแต่งไว้ด้วยตัวอักษร ซึ่งจะให้รันทศ ผาด โผน วินาศสันตะโร หรือวิลิสมารออย่างไรก็ได้ สุดแต่นักเขียนจะต้องการให้เป็นไป

ทว่า เมื่อนำมาแปรรูปเป็นภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์แล้วการสื่อสารย่อมเปลี่ยนไป จากตัวอักษรและจินตนาการในความเจียบ กลายมาเป็นภาพในจอ พร้อมเสียงของตัวละครหรือเหตุการณ์ในเรื่อง โดยผู้รับสามารถสัมผัสรับรู้ได้ด้วยประสาทของตนโดยไม่ต้องสร้างจินตนาการเองเหมือนอ่านจากหนังสือ ในเมื่อ “สื่อ” ผิดแผกแตกต่างกัน การนำเสนอจึงต้องมีการปรับเปลี่ยน

(transform) ให้เหมาะสม ทั้งนี้ เพราะเมื่อแปรจากหนังสือไปเป็นภาพยนตร์หรือละครนั้น ก็ต้องมีการเขียนบทขึ้นมาใหม่ โดยเน้นที่ความพลิดพลิน สนุกสนาน ตื่นเต้นด้วยภาพอันมีสีสัน และหลากหลายด้วยตัวละคร จะถ่ายทอดออกไปตรงตามต้นฉบับย่อมเป็นไปได้ ซึ่งในจุดนี้ นักเขียนบทประพันธ์เข้าใจดี และไม่ปฏิเสธการปรับเปลี่ยนเพื่อความเหมาะสมดังกล่าว

จากที่กล่าวมาข้างต้นนี้ เมื่อนำมาพิจารณาเปรียบเทียบกันในกรณีของรายการวิทยุ เมื่อมีการย้ายไปอยู่บนเว็บเพจของสื่ออินเทอร์เน็ตนั้น ก็จะต้องมีการปรับรูปแบบและเนื้อหา เพื่อให้มีความสอดคล้องกลมกลืน และเหมาะสมกับธรรมชาติของสื่ออื่นๆ

จากแนวคิดเรื่องการเปลี่ยนแปลง (transform) นี้ ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบของรายการวิทยุเมื่อนำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง และผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต โหมดเพจ www.thisisclick.com

แนวคิดเรื่องการเชื่อมโยงเนื้อหา (Intertextuality)

Jeremy G. Butler (1994) กล่าวว่า ในเรื่องการเชื่อมโยงเนื้อหา (Intertextuality) สิ่งปรากฏในเนื้อหาใหม่ (Secondary Text) มักมีร่องรอยจากเนื้อหาเดิม (Primary Text) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการนำเนื้อหาจากสื่อหนึ่งไปสู่อีกสื่อหนึ่งต้องมีการดัดแปลงให้เข้ากับธรรมชาติของสื่อ เพื่อให้เกิดความเหมาะสมต่อการถ่ายทอดดังที่ มิคาอิล บาคทิน นักสัญวิทยาชาวรัสเซียได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการเชื่อมโยงเนื้อหาไว้ว่า “เมื่อใดก็ตามที่คนเราพูด สิ่งที่เราพูดจะมีความผูกพันกับสิ่งที่ถูกพูดในอดีตมาก่อน และคำพูดนั้นๆ ก็มีโอกาที่จะถูกนำมาพูดอีกในอนาคต และถ้ามีการนำความคิด ความเข้าใจ ความรู้สึก และเคลื่อนย้ายจากคำพูดมาสู่เนื้อหา ก็จะบรรลุถึงความเข้าใจในเรื่องการเชื่อมโยงเนื้อหาอย่างแท้จริง ซึ่งถือได้ว่า การเชื่อมโยงเนื้อหาเป็นรากฐานของวิธีการสนทนาที่คนใช้สื่อสารต่อกัน”

กาญจนา แก้วเทพ กล่าวใน “การวิเคราะห์สื่อ แนวคิด และเทคนิค” ว่า ในทุกวันนี้แทบจะไม่มีตัวบท (Text) อันใด ที่ถูกสร้างขึ้นมาอย่างใหม่เอี่ยมโดยไม่มีรูปแบบหรือเนื้อหาซ้ำรอยเดิมกับ Text ที่เคยมีมาในอดีต ดังนั้น Text ใหม่ๆ นี้ จึงมักจะผลิตซ้ำของเก่า หybrid ของเก่าหรือดัดแปลงของเก่าอยู่เสมอ นี่จึงเป็นที่มาของแนวคิดสำหรับการวิเคราะห์เรื่องความเชื่อมโยงระหว่างสื่อ

ดูเหมือนกับการที่สื่อใหม่ๆ จำเป็นต้อง hybrid บางสิ่งบางอย่างจากสื่อเก่าในท่วงทำนองของ “เหล่าเก่าในขวดใหม่” หรือ “เหล่าใหม่ในขวดเก่า” นั้น เกิดขึ้นเนื่องมาจากลักษณะ

“**Repetition**” (convention) ที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต้องการเพื่อความมั่นใจ พร้อมกันนั้นทั้งสองฝ่ายก็ต้องการ **Variation (Invention)** ด้วย ดังนั้น ทุกฝ่ายจึงต้องการลักษณะทั้งสองอย่างในเวลาเดียวกัน

ก. การเชื่อมโยงระหว่างสื่อนั้นมีหลายมิติ เช่น

- ใช้รูปแบบเดียวกัน และใช้เนื้อหาเดียวกัน เช่น ภาพยนตร์เรื่อง “เจ็ดซามูไร” ของกุโรซาวา ได้ถูกนำมาสร้างใหม่เป็นภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง “เจ็ดสิงห์แดนเสือ” เป็นต้น

- ใช้เนื้อหาเดียวกันแต่เปลี่ยนรูปแบบ เช่น นวนิยายเรื่อง “กุ่มกรรม” ที่ได้ถูกนำมาสร้างเป็นสื่อในละครโทรทัศน์และถูกดัดแปลงอีกครั้งเป็นสื่อภาพยนตร์ เป็นต้น

- ใช้รูปแบบเดียวกันแต่มีการแปลงเนื้อหาบ้าง เช่น บรรดาเพลงแปลงของบุญธรรม พระประโทน

ข. การวิเคราะห์อาจจะเป็นการวิเคราะห์การเชื่อมโยงตามแนวระนาบ ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ระดับ คือ

- ความสัมพันธ์ในแนวนอน (Horizontal Relations)

การเชื่อมโยงเนื้อหาในแนวนอนจัดเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาดั้งเดิม (Primary Text) ที่มีการเชื่อมโยงเนื้อหาส่วนใหญ่ในส่วนของรูปแบบ คุณลักษณะ และเนื้อหา เช่น การเชื่อมโยงเนื้อหาในลักษณะการลอกเลียนบุคลิกลักษณะบุคคลที่นำมาเป็นต้นแบบ

- ความสัมพันธ์ในแนวตั้ง (Vertical Relations)

การเชื่อมโยงเนื้อหาในแนวตั้งจะอยู่ระหว่างเนื้อหาดั้งเดิม (Primary Text) และตัวบทอื่นๆ ที่มีรูปแบบแตกต่างกัน เช่น การวิพากษ์วิจารณ์ การลงข่าวในหนังสือพิมพ์ การเผยแพร่ตามรายการต่างๆ ในสตูดิโอ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากบทสนทนา ฯลฯ

ในการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างสื่อนี้ ประเด็นหนึ่งที่มีมักจะถูกหยิบยกขึ้นมาก็คือ เรื่องคุณค่าทางสุนทรียะ (Aesthetic Value) ของสื่อแต่ละชนิด ทั้งนี้โดยอาศัยแนวคิดเดิมทางศิลปะที่ถือว่าศิลปะอย่างหนึ่งอาจสร้างแรงบันดาลใจให้แนวทางหรือแนวคิดต่อศิลปะอีกอย่างหนึ่ง

เรียกว่า “ศิลปะต่างส่องทางให้แก่กันและกัน (art illuminated art)” เช่น เพลงของโมซาร์ตอาจจะ เป็นแรงบันดาลใจให้จิตรกรวาดภาพ

ในกรณีของสื่อมวลชนนั้น การเชื่อมโยงระหว่างสื่อก็น่าจะเป็นไปตามหลักการดังกล่าว นั่นคือ บทประพันธ์ชั้นเยี่ยม อาจเป็นแรงบันดาลใจให้เจ้าของบทละครโทรทัศน์นำไปสร้างเป็น ละคร อย่างไรก็ตามเนื่องจากสื่อมวลชนมีลักษณะเป็นพาณิชย์ศิลป์หรือธุรกิจ ทำให้เกิดคำถามว่า “เมื่อมีการแปลงเนื้อหาจากสื่อหนึ่งไปยังอีกสื่อหนึ่ง คุณค่าทางสุนทรียะในสื่อใหม่ยังคงมีเท่าเดิม หรือไม่ หรือสื่อใหม่ได้ทำลายคุณค่าทางศิลปะที่เคยมีอยู่ในสื่อเดิมให้หมดไป ที่เรียกว่า “สื่อสร้าง ความยากจนให้แก่กัน (media impoverished media)”

การเชื่อมโยงเนื้อหาแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

ก. การเชื่อมโยงเนื้อหา (Intertextuality) แบบจิตสำนึก (Consciously)

เป็นการเชื่อมโยงเนื้อหาโดยเฉพาะการโต้แย้ง การโต้ตอบ โดยเมื่อเราเห็นเนื้อหาอย่าง หนึ่ง เราสามารถโยงไปหาเนื้อหาหนึ่งได้ในลักษณะที่เนื้อหาเป็นเรื่องเดียวกัน แต่เป็นการโต้ตอบ โต้แย้งกัน นอกจากนี้ การล้อเลียน การเสียดสี ยังเป็นตัวอย่างที่ดีของการสร้างความขบขันที่แตก แขนงออกมาจากเนื้อหาต้นแบบ

ข. การเชื่อมโยงเนื้อหา (Intertextuality) แบบจิตไร้สำนึก (Unconsciously)

เป็นการเชื่อมโยงเนื้อหาโดยการใช้วัตถุดิบเดียวกัน หรือแตกต่างกัน เช่น โครงเรื่อง การ ดำเนินเรื่อง ลักษณะตัวละครที่มีลักษณะร่วมกัน ฯลฯ โดยที่ผู้ประพันธ์มิได้มีความตั้งใจจะ ให้ เหมือนกัน (อ้างในศศิวิมล สันติราษฎร์ภักดี, 2539)

Jeremy G. Butler (1994) ได้กล่าวว่า “การเชื่อมโยงเนื้อหา (Intertextuality) เป็น ส่วนประกอบหลักที่สำคัญในการสร้างความมีชื่อเสียง และการทำให้เป็นที่รู้จักต่อผู้แสดงจากผู้รับ สารในแต่ละสื่อจะมีรูปแบบเนื้อหาของสื่อ (Media Text) ที่แตกต่างกันในการนำเสนอ แต่อย่างไร ก็ตามโดยส่วนใหญ่ของการนำเสนอด้วยการเชื่อมโยงเนื้อหาจะกระจุกตัวอยู่ในปัจจัยหลัก 4 ประการ ที่มีความเหลื่อมล้ำหรือเกิดความสัมพันธ์ต่อกันอยู่เสมอ ดังนี้

(1) การสนับสนุน ส่งเสริม (Promotion)

ส่วนใหญ่ในการสนับสนุน ส่งเสริม ให้เกิดความนิยมจากผู้รับสารในผลงานสื่ออื่นๆ จะ นิยมใช้นักแสดงที่ได้รับความนิยมมาใช้เป็นตัวแทนในการแจ้งข่าวสารต่างๆ ได้แก่ การนำความ

เป็นซูเปอร์สตาร์มาใช้ดึงดูดความสนใจต่อผู้รับสาร เช่น การนำนักแสดงชาย นักแสดงหญิงมาเป็นคู่พระคู่นาง หรือการนำดารามีชื่อเสียงหลายๆ คนมาร่วมแสดงด้วยกันในละครหรือภาพยนตร์ การโฆษณาในนิตยสารรายการ โทรทัศน์ต่างๆ การโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ การปรากฏตัวของนักแสดงในรูปแบบการถูกเชิญมาให้สัมภาษณ์ โดยพิธีกรในรายการบันเทิงต่างๆ เพื่อเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง จากวิธีการต่างๆ ในการโปรโมต ล้วนเป็นแนวทางในการสร้างความยอมรับจากผู้รับสารแทบทั้งสิ้น ในทางตรงกันข้าม อเมริกาก็ใช้วิธีนำเสนอการให้เป็นตัวแทนของเนื้อหาในสื่อหนึ่ง (Media Text) มักใช้วิธีการเบี่ยงเบนพฤติกรรมนักแสดงให้ขัดแย้งกับพฤติกรรมเฉพาะตัวโดยธรรมชาติของนักแสดง เช่น การทำสนับสนุน ส่งเสริมในลักษณะที่เป็นการนำนักแสดงที่มีข่าวอื้อฉาวในนิตยสาร หนังสือพิมพ์ เกี่ยวกับเรื่องชู้สาวมาพลิกบทบาทกลายเป็นการแสดงในบทคนรักเดียวใจเดียว มีความรับผิดชอบต่อครอบครัว มีความซื่อสัตย์ ซึ่งจะเกิดผลทำให้พลิกบทบาทนักแสดงผู้เป็นที่วิพากษ์วิจารณ์ต่อผู้รับสาร และเป็นจุดสำคัญที่ทำให้ผู้รับสารสนใจและติดตามชมการเบี่ยงเบนจากชีวิตจริงนั้นๆ

(2) การทำให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย (Publicity)

เป็นการเชื่อมโยงเนื้อหาของสื่อหนึ่งๆ ในการสร้างความเป็นสาธารณะหรือการทำให้เป็นที่รู้จัก อันมีส่วนสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นสาธารณะกับการส่งเสริมสนับสนุน ไม่สามารถแยกออกจากกันได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ สิ่งสำคัญต่อการสร้างให้เกิดความเป็นสาธารณะของเนื้อหาในสื่อหนึ่งๆ (Media Text) จะต้องนำเอาจุดเด่น จุดขายที่สามารถทำให้เกิดความน่าสนใจต่อผู้รับสารได้ และสามารถชักจูงให้ผู้รับสารเข้ามามีส่วนร่วมกับเนื้อหา (Text) ที่ต้องการนำเสนอหนึ่งๆ

(3) รายการโทรทัศน์ (Television Program)

บุคลิกภาพในการแสดงที่เล่นในสื่อหนึ่งๆ จะมีส่วนร่วมสำคัญต่อการตัดสินใจยอมรับสื่อหนึ่งๆ มาจากผู้รับสาร สิ่งสำคัญที่นักแสดงต้องคำนึงถึงคือการสร้างความเข้าใจบทบาทตัวละครนั้นๆ อย่างถูกต้อง ชัดเจน เพื่อนำมาถ่ายทอดบุคลิกภาพได้อย่างเหมาะสม

(4) การวิพากษ์วิจารณ์ (Criticism)

บทบาทการแสดงที่เล่นในสื่อหนึ่งๆ จะสามารถสะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จหรือล้มเหลวในการเชื่อมโยงเนื้อหาสื่อการแสดงในลักษณะการสร้างภาพที่ปราศจากการบรรยาย (Non - narrative Image) โดยการใช้นักแสดงเป็นตัวแทนในการนำเสนอการเชื่อมโยงความหมายนั้นๆ ในขณะเดียวกัน การเกิดการวิพากษ์วิจารณ์บทบาทในการแสดงในสื่อหนึ่งๆ ก็จะนำไปสู่การปรับปรุงพัฒนาการเชื่อมโยงเนื้อหาให้เกิดคุณภาพต่อการผลิตนั้นๆ มากขึ้น

Arthur Asa Berger (1993) ได้กล่าวถึงแนวคิดเรื่องการเชื่อมโยงเนื้อหาไว้ว่า “แนวคิดเรื่องการเชื่อมโยงเนื้อหา (Intertextuality) ถูกนำมาใช้ในการวิจารณ์วัฒนธรรมโดยสามารถจำกัดความในลักษณะที่ว่าสิ่งที่ปรากฏในเนื้อหาจะมีความสัมพันธ์กับอีกเนื้อหาหนึ่งเสมอ ในระดับที่แตกต่างกัน เนื่องจากสาเหตุที่เป็นการถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรม ในบางกรณีเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์กันดังกล่าวสามารถนำมาใช้ในการวางโครงเรื่อง (plot) บุคลิกลักษณะ (characters) เหตุการณ์ (event) แก่นของเรื่อง (themes) การสร้างความเป็นพระเอกและนางเอก อันเป็นองค์ประกอบร่วมที่จะนำไปสู่การสรุปลักษณะเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของผู้ประพันธ์ในการถ่ายทอดเนื้อหานั้นๆ” (อ้างใน ศศิวิมล สันติราษฎร์ภักดี, 2539)

จากแนวคิดเรื่องการเชื่อมโยงเนื้อหา (Intertextuality) นี้ ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางศึกษาเปรียบเทียบเนื้อหาของรายการวิทยุเมื่อนำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงและผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต โฮมเพจ www.thisisclick.com

2.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่ออินเทอร์เน็ต

ธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียง

จากประวัติศาสตร์แรกเริ่มก่อนสมัยสงครามโลกครั้งที่ 1 วิทยุเป็นสื่อที่ใช้เพื่อการติดต่อในการส่งสัญญาณระหว่างเรือในทะเลและชายฝั่ง จนมาถึงในปัจจุบัน วิทยุกลายเป็นสื่อที่กระจายไปทั่วทุกมุมโลก แพร่สัญญาณระหว่างทวีป ทำให้คนในโลกสามารถรู้เรื่องราวของกันและกันได้ ทั้งนี้ก็ด้วยคุณสมบัติเฉพาะตัวของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทนี้

การทำความเข้าใจในธรรมชาติของสื่อวิทยุ เป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับผู้ผลิตรายการวิทยุฟังระลึกถึงอยู่เสมอ ด้วยข้อจำกัดหรือคุณสมบัติเฉพาะตัวบางอย่างที่แตกต่างไปจากสื่ออื่น อาจจะเป็นเงื่อนไขสำหรับการผลิตหรือในขณะเดียวกันอาจเป็นประโยชน์แก่ผู้ผลิตรายการที่รู้เลือกใช้ธรรมชาติของสื่อนี้ให้เกิดสัมฤทธิ์ผลสูงสุด

วิทยุเป็นรูปแบบของการสื่อสารอย่างหนึ่งที่มีคุณสมบัติเฉพาะตัว เช่น

วิทยุสร้างจินตนาการ

แม้ว่าวิทยุจะเป็นสื่อที่ไม่มีภาพ มีแต่เสียง แต่ด้วยเสียงนี่เองที่เป็นสิ่งช่วยกระตุ้นจินตนาการของผู้ฟังได้เป็นอย่างดี แต่ด้วยคุณสมบัติข้อนี้ทำให้วิทยุขาดความสมจริงในการนำเสนอสาระบางอย่างที่เมื่อนำเสนอด้วยภาพผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตจะได้เปรียบมากกว่า

วิทยุเข้าถึงคนหมู่มาก

วิทยุเป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่ง ที่สามารถส่งกระจายเสียงไปสู่ผู้คนจำนวนมากยังที่ต่างๆ ในเวลาเดียวกัน แต่ทว่าก่อให้เกิดผลกระทบกับผู้คนจำนวนน้อย ความแตกต่างระหว่างความสามารถในการส่งกระจายเสียงและการก่อให้เกิดผลกระทบนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น รายการที่เหมาะสม ความโดดเด่นและความคิดสร้างสรรค์ และคู่แข่งในทางธุรกิจ เพราะชีวิตมนุษย์ไม่ได้รับฟังวิทยุอยู่ตลอดเวลา

วิทยุเข้าถึงปัจเจกบุคคล

วิทยุเป็นสื่อที่มีความเป็นส่วนบุคคลมาก ผู้ผลิตรายการหลายคนคิดว่า การพูดทางวิทยุที่ต้องพูดผ่านไมโครโฟนนั้น จะเป็นการสื่อสารกับคนหมู่มาก แต่จริงๆ แล้ว เพียงแค่หูฟังก็สามารถทำให้ผู้ฟังวิทยุอยู่ในโลกส่วนตัวของตน โดยไม่ต้องไปยุ่งเกี่ยวกับผู้ใดได้

วิทยุกระจายเสียงสู่ผู้ฟังอย่างรวดเร็ว

นอกจากวิทยุกระจายเสียงสู่ผู้ฟังเป็นจำนวนมากแล้ว ความเร็วยังเป็นคุณสมบัติที่โดดเด่นอีกประการหนึ่งของสื่อนี้ วิทยุเป็นสื่อที่มีความยืดหยุ่นในตัวสูง และยังมีความสะดวก กล่าวคือ วิทยุสามารถนำเสนอเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้ในเวลาเดียวกันกับที่เหตุการณ์นั้นๆ เกิดขึ้น ซึ่งคุณสมบัติในข้อนี้แตกต่างอย่างมากจากสื่อสิ่งพิมพ์ เพราะต้องผ่านกระบวนการต่างๆ มากมาย และหลายครั้งเรามักจะพบรายงานสดทางวิทยุ

วิทยุไร้พรมแดน

วิทยุทำให้พรมแดนระหว่างประเทศหายไป วิทยุส่งกระจายเสียงสู่ผู้ฟังโดยไม่คำนึงถึงอุปสรรคทางภูมิศาสตร์หรือเชื้อชาติที่แตกต่างกัน แต่กลับเชื่อมความต่างทางวัฒนธรรมเหล่านั้นเข้าไว้ด้วยกัน ผู้ฟังได้เรียนรู้ชีวิตที่ต่างออกไปทางสภาพสังคมและวัฒนธรรมผ่านสื่อวิทยุ

วิทยุไม่ยุ่งยากซับซ้อน

การทำงานทางด้านวิทยุเป็นการทำงานทางด้านสื่อมวลชนที่ง่าย ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน เพียงแค่บุคคลเพียงคนเดียว พร้อมไมโครโฟนและเครื่องบันทึกเสียงก็สามารถผลิตงานทางด้านวิทยุได้แล้ว

และด้วยความง่ายในการทำงานนี้เอง ส่งผลให้วิทยุมีความยืดหยุ่นสูงในเรื่องการจัดรายการ ไม่ว่าจะ เป็นเพียงแค่ส่วนประกอบของรายการหรือตลอดทั้งรายการ ก็สามารถแทนที่ได้ด้วยงานอื่นที่ เร่งด่วนและสำคัญกว่าเสมอ

วิทยุมีราคาถูกลง

สื่อวิทยุเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อประเภทอื่นแล้ว ใช้ต้นทุนในการผลิตต่ำกว่าสื่อประเภทอื่นๆ ในขณะที่เดียวกันก็มีราคาถูกลงสำหรับผู้ฟังด้วย

วิทยุไม่ต้องการทักษะการอ่านเขียน

ผู้ฟังวิทยุไม่จำเป็นต้องมีทักษะในด้านการอ่านออกเขียนได้ ก็สามารถรับฟังวิทยุได้ เพราะ วิทยุเป็นสื่อที่ใช้เสียงเพียงอย่างเดียวในการส่งสาร นอกจากนี้ผู้พิการทางสายตาก็ยังสามารถรับรู้ ข่าวสารได้ด้วย

วิทยุไม่มีการขัดจังหวะหรือหยุด

ด้วยธรรมชาติของคลื่นวิทยุที่เมื่อส่งสัญญาณผ่านไปแล้ว ไม่สามารถย้อนกลับได้ นั่น หมายความว่า ผู้ฟังจะได้ยินรายการในขณะเดียวกันกับที่ผู้ผลิตรายการผลิตอยู่ และไม่จำกัดอยู่แต่ เพียงเท่านั้น ผู้ผลิตรายการยังต้องสร้างความเข้าใจในเนื้อหาให้เกิดขึ้นได้ทันทีในระหว่างที่รายการ ของตนกำลังออกอากาศอยู่ด้วย ทั้งนี้ผู้ผลิตรายการจะต้องมีความสามารถในการเรียงลำดับและเลือก นำเสนอเนื้อหาสาระที่ทันต่อความต้องการ และใช้ภาษาที่กระชับเข้าใจได้โดยง่าย

วิทยุต้องการความสนใจจากผู้ฟังมาก หากจะฟังอย่างต่อเนื่อง

ผู้ฟังวิทยุสามารถกระทำกิจกรรมอื่นๆ ไปด้วยในขณะที่ฟังวิทยุ ผู้ฟังมักจะเปิดฟังวิทยุเป็น แค่เพียงเพื่อนแก้เหงา ด้วยเหตุนี้เองการที่ผู้ผลิตรายการต้องการให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในรายการจึง จำเป็นต้องใช้วิธีการต่างๆ เพื่อดึงดูดความสนใจ

วิทยุสร้างความรู้สึกได้โดยใช้เสียง

วิทยุเป็นสื่อที่ใช้เสียงในการส่งสาร แต่สิ่งที่อยู่นอกเหนือจากสารนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญไม่ยิ่ง หย่อนไปกว่ากัน เสียงของมนุษย์ที่อบอุ่น เป็นมิตร ให้กำลังใจ โกรธแค้น เจ็บปวด หรือสนุกสนาน ร่าเริง ระดับเสียงสูงต่ำ สำเนียง การเว้นวรรค การเน้นย้ำ ฯลฯ เหล่านี้ เป็นคุณสมบัติของเสียงซึ่ง สามารถรับฟังได้ทางวิทยุที่ให้ความหมายของสารมากกว่าสิ่งที่ได้ยิน

ธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ต (**Internet**) มาจากคำว่า **Interconnecting Network** หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์นานาชาติ ที่มีสายตรงต่อไปยังสถาบันหรือหน่วยงานต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้ทั่วโลก ผู้ใช้เครือข่ายนี้สามารถสื่อสารถึงกันได้ทางอีเมล สามารถสืบค้นข้อมูลและสารสนเทศ รวมทั้งคัดลอกเพิ่มข้อมูลและโปรแกรมมาใช้ได้ อย่างไรก็ตาม มีผู้เปรียบเทียบว่าอินเทอร์เน็ตเป็นเหมือนทางหลวงระหว่างประเทศ แต่ละประเทศจะต้องมีถนนเข้ามาเชื่อมต่อเข้าไปในประเทศ กล่าวคือ จะต้องมีการเชื่อมต่อภายในรับช่วงต่อไปอีกทอดหนึ่ง (เช่น เครือข่ายภายในมหาวิทยาลัย องค์กร หรือเครือข่ายของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต) มิฉะนั้นก็จะใช้ไม่ได้ผล

แนวคิดเบื้องต้นของวิธีการส่งข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต เกิดจากพัฒนาการของ “โปรโตคอล (**Protocol**)” ซึ่งหมายถึง มาตรฐานกลางของการเชื่อมโยงคอมพิวเตอร์หลากหลายระบบ รวมถึงวิธีการส่งข้อมูลและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันให้สามารถทำงานร่วมกันได้ โปรโตคอลเหล่านี้มีพัฒนาการมาเป็นลำดับ ตั้งแต่ **NCP (Network Control Protocol)** และล่าสุดเป็น **TCP/IP (Transmission Control Protocol/ Internet Protocol)** ซึ่งทำให้ผู้คนสามารถเชื่อมต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลถึงกันได้โดยสะดวก รวดเร็ว ไม่ว่าข้อมูลเหล่านั้นจะเป็นตัวอักษร ข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรือเสียง

Hoftman (1995) กล่าวไว้ในงานวิจัยเรื่อง “**Commercial Scenarios for the web: Opportunities and Challenges**” ว่า โดยธรรมชาติของอินเทอร์เน็ตนั้น เป็นสื่อที่มีลักษณะหลายโฉมหน้า (**Multifaceted**) เนื่องจากมีความผสมผสานกันระหว่างการเป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล (**Interpersonal**) และการเป็นช่องทางการสื่อสารมวลชน (**Mass Communication**) หรืออาจกล่าวได้ว่ารูปแบบของการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตนั้นมีด้วยกันหลายระดับ ตั้งแต่กว้างที่สุด เช่น การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในลักษณะของ **Web Page** ในระบบ **WWW** โดยองค์กรระดับโลก เช่น **BBC** ไปจนถึงการสื่อสารระดับบุคคล เช่น การสื่อสารผ่านไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (**e-mail**) ระหว่างกลุ่มเพื่อนฝูง เป็นต้น

Denis McQuail (1987) กล่าวว่า อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อใหม่ที่มีการผสมผสานเทคโนโลยีต่างๆ เข้าด้วยกัน ทั้งการขนส่ง การเก็บรวบรวมข้อมูล การสืบค้นข้อมูล การย่อส่วน การกระจาย การควบคุม การนำเสนอ และทำให้เกิดการสื่อสารหลายทาง นอกจากนี้ สื่ออินเทอร์เน็ตยังเป็นสื่อที่มีความจุสูง มีความยืดหยุ่นในรูปแบบ เนื้อหา และการใช้งาน การตอบสนองและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสาร

และผู้รับสาร (**Interactivity**) รวมทั้งความสามารถในการทะลวงผ่านข้อจำกัดของการสื่อสารที่เกี่ยวกับเวลาและระยะทางในการสื่อสาร

คุณสมบัติที่สำคัญประการหนึ่งของอินเทอร์เน็ต คือ รูปแบบการสื่อสารด้วยระบบหลายสื่อหรือสื่อประสม (**Multimedia**) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การนำเสนอเรื่องราว ข้อมูล และสารสนเทศต่างๆ บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสามารถทำได้หลายรูปแบบทั้งข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว และเสียง

จากหนังสือเรื่อง **“The World Wide Web: a Mass Communication Perspective”** ของ **Barbara K. Kaye** และ **Norman J. Medoff** ระบุว่า วิद्यุบนอินเทอร์เน็ตมีข้อดีที่ได้เปรียบกว่าวิทยุกระจายเสียง ดังนี้คือ

(1) แฟ้มข้อมูลในรูปเสียงสามารถเรียกฟังได้ทุกเวลา โดยไม่ต้องคำนึงถึงเวลาออกอากาศ ผู้ฟังไม่ต้องถูกผูกติดกับตารางออกอากาศ สามารถเลือกฟังจากไฟล์ที่ถูกจัดเก็บไว้ (**Archived File**) ได้ แม้ว่าสถานีวิทยุบนอินเทอร์เน็ตบางสถานีจะออกอากาศสด แต่รายการวิทยุและข่าวต่างๆ ก็จะถูกเก็บไว้บนเซิร์ฟเวอร์ในรูปแบบ **audio-on-demand** เมื่อผู้ฟังต้องการฟังเมื่อใดก็สามารถเรียกฟังได้

(2) วิทยุบนอินเทอร์เน็ตสามารถรับฟังได้จากทั่วทุกมุมโลก โดยไม่ต้องคำนึงถึงแหล่งกำเนิด คือ แทนที่จะเปิดฟังการรายงานข่าวหรือรายการวิทยุจากวิทยุท้องถิ่น ผู้ฟังสามารถรับฟังวิทยุบนอินเทอร์เน็ตข้ามไปถึงประเทศสหรัฐอเมริกาได้

(3) ผู้ฟังบนอินเทอร์เน็ตจะไม่ได้ยินเพียงแค่เสียงเท่านั้น แต่จะได้เห็นภาพด้วย ทั้งเนื้อเพลง การแสดงคอนเสิร์ต หรือข่าวสารต่างๆ จะถูกส่งผ่านมาในรูปแบบของข้อความ ภาพกราฟิกหรือคลิปวิดีโอ เหล่านี้เป็นสิ่งซึ่งสถานีวิทยุกระจายเสียงไม่สามารถทำได้ ผู้ฟังบนเว็บจะไม่ถูกจำกัดให้รับฟังแค่เสียงเพียงอย่างเดียว

(4) ความสามารถในการประกอบกิจกรรมอย่างอื่นขณะฟังวิทยุจะเพิ่มขึ้น เทคโนโลยี **Multitasking** ทำให้ผู้ฟังบนอินเทอร์เน็ตสามารถฟังวิทยุไปพร้อมๆ กับการทำงานบนหน้าจอคอมพิวเตอร์ หรือการท่องเที่ยวในโลกของอินเทอร์เน็ต ปัจจุบัน แทนที่จะต้องเสียเวลาดาวน์โหลดโปรแกรมเสียงก่อนฟังด้วยการ **stream** เสียงหรือบีบอัดเสียง ผู้ฟังจะสามารถได้ยินเสียงเพลงหรือ

ข่าวผ่านลำโพงได้ทันที ในขณะที่ทำงานบน โปรแกรมเอกสาร หรือขณะค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ต่างๆ

จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 21 ตารางเปรียบเทียบธรรมชาติของสื่อวิทยุและสื่ออินเทอร์เน็ต

ลักษณะของสื่อ	สื่อวิทยุ	สื่ออินเทอร์เน็ต
ศักยภาพในการเก็บข้อมูล	ต่ำ	สูงกว่า
ข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่	มี (ฟังได้เฉพาะที่มีคลื่นไปถึงเท่านั้น)	ไม่มี (สามารถฟังได้ทั่วโลก)
ความสามารถในการแสดงผล	มีแต่เสียง ไม่มีภาพ	มีทั้งเสียง ภาพกราฟิก และข้อความ
ความสามารถในการเรียกดูซ้ำ	ต่ำ	สูง
รูปแบบการสื่อสาร	แบบสื่อเดียว (ไม่หลากหลาย)	แบบสื่อประสม (มัลติมีเดีย)
การแบ่งประเภทผู้รับสาร	ต่ำ เพราะข่าวสารเดียวกันจะถูกถ่ายทอดให้ทุกคนฟัง	สูง เพราะเป็นรายบุคคล
ระบบการโต้ตอบ (Interactivity)	ต่ำ	สูงกว่า

แนวคิดเรื่องธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่ออินเทอร์เน็ตนี้ ผู้วิจัยได้นำมาอธิบายวิเคราะห์ลักษณะเปรียบเทียบทั้งในด้านรูปแบบและเนื้อหาของรายการวิทยุในเครือบริษัท คลิค เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงและผ่าน **online radio** ในโฮมเพจ www.thisislick.com

2.3 แนวคิดเรื่องการผสมผสานศักยภาพของสื่อ (Media Convergence)

วิชา อุตมพันธ์ (2546) กล่าวไว้ในหนังสือ “โลกกระจายเสียง จากจุดเริ่มต้นสู่ยุคโลกาภิวัตน์” ว่า เทคโนโลยีดิจิทัลได้ทะลายกำแพงที่แบ่งแยกสื่อแต่ละชนิดออกจากกัน เพราะข้อมูลเมื่อแปลงเป็นดิจิทัลแล้วก็สามารถส่งผ่านเครือข่ายเดียวกันได้หมด ความแตกต่างระหว่างสื่อจึงไม่มี เจ้าของสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี ภาพยนตร์ และโทรศัพท์ ล้วนสามารถเอาสื่อของคนอื่นไปให้บริการกับลูกค้าของตน สภาพเช่นนี้เรียกโดยรวมๆ ว่า “การรวมตัวกันทางเทคโนโลยี” หรือ “คอนเวอร์เจนซ์ (Convergence)” ซึ่งหมายถึง การรวมตัวกันของเทคโนโลยีหลัก 3 ด้าน ได้แก่ การกระจายเสียง โทรคมนาคม และคอมพิวเตอร์

ปรากฏการณ์ผสมผสานศักยภาพสื่อ สามารถเห็นได้จากหลายๆ เหตุการณ์ทางสังคมในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการเกิดขึ้นมาของสื่ออินเทอร์เน็ต การรวมตัวกันของเทคโนโลยีทางการสื่อสาร การรวมตัวกันของอาณาจักรสื่อ หรือการดำเนินชีวิตในรูปแบบใหม่ เป็นต้น

การรวมตัวกันทางเทคโนโลยี (Converging Technologies)

เทคโนโลยีการสื่อสารกำลังเกิดการผสมผสานศักยภาพอย่างรวดเร็ว เพื่อก้าวไปสู่ความเป็นสื่อในยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ เช่น การฟังดนตรีที่บรรจุอยู่ในแผ่นซีดี (Compact Discs) ซึ่งก็คือเป็นสื่อรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารยุคดิจิทัล ระบบเครือข่ายสาธารณะทางไกลก็เป็นสื่อยุคดิจิทัลอีกอย่างหนึ่งด้วย โดยปกติแล้วการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ได้ถูกสร้างรูปแบบขึ้นบนระบบคอมพิวเตอร์ และมีกระบวนการผลิตในรูปแบบดิจิทัล ก่อนจะนำไปพิมพ์ออกบนกระดาษ นอกจากนี้ยังพบว่าจำนวนประชากรที่อ่านหนังสือพิมพ์และนิตยสารที่ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้น สื่อสิ่งพิมพ์ จึงกำลังกลายเป็นส่วนหนึ่งในโลกของสื่อยุคดิจิทัลด้วย วิทยุและโทรทัศน์ก็กำลังอยู่ในช่วงของการปรับเปลี่ยนรูปแบบไปสู่เทคโนโลยีสื่อแบบดิจิทัลด้วย ปรากฏการณ์เหล่านี้จะส่งผลอย่างมากต่อรูปแบบสื่อมวลชนในอนาคต

ในโลกของการทำงาน การรวมกันทางเทคโนโลยีได้เกิดขึ้นแล้ว องค์กรที่มีระบบเครือข่ายที่มีศักยภาพสูงได้นำระบบเครือข่ายต่อรวมเข้ากับระบบสายโทรศัพท์ ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Documents) ระบบข้อมูลในคอมพิวเตอร์ (Computer Data) และการถ่ายทอดภาพทางสื่อวีดิทัศน์ (Video Transmissions) ได้มีการคาดการณ์ว่า ในอนาคตการพัฒนาของระบบอินเทอร์เน็ตอาจทำให้เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลสามารถเข้าถึงบริการในระบบเดียวกันกับคอมพิวเตอร์ที่ทำงานก็ได้

การรวมตัวกันของธุรกิจอุตสาหกรรม (Converging Industries)

ระบบสายโทรศัพท์ เครื่องคอมพิวเตอร์ สายเคเบิลทีวี และองค์กรธุรกิจด้านสื่อ กำลังรวมตัวกันในการหาหุ้นส่วนเพิ่มขึ้นในอัตราส่วนที่น่าสนใจ ซึ่งการรวมตัวกันเหล่านี้มีเป้าหมายเพื่อต้องการเป็นองค์กรที่มีอำนาจในการควบคุมอนาคตของสื่อมวลชน เช่น บริษัทยักษ์ใหญ่อย่าง **Microsoft** มีผู้วิเคราะห์ว่า **Microsoft** ต้องการเป็นให้ครบทั้ง “บริษัทที่ให้บริการเนื้อหาสื่อ บริษัทที่ให้บริการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต บริษัทผู้สร้างซอฟต์แวร์สำหรับอินเทอร์เน็ต และบริษัทวางโครงสร้างพื้นฐานของอินเทอร์เน็ต” **Microsoft** จึงทำโครงการร่วมทุนขึ้นมากมาย ยกตัวอย่างเช่น โครงการร่วมมือกับ **DreamWorks, Direct TV, AT&T, TCI, Nintendo** และ **MCI** ดังนั้นจึงเป็นไปได้ว่าจะเกิดการสร้างพันธมิตรข้ามเขตอุตสาหกรรมขึ้น **Dyson (1997)** กล่าวว่า ในปัจจุบันนี้ องค์กรสถาบันธุรกิจขนาดใหญ่และสถาบันรัฐบาลกำลังสร้างอำนาจทางธุรกิจร่วมกัน เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงธุรกิจโดยอาศัยการรวมเข้าหากันทางเทคโนโลยี

การเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินชีวิต (Changing Lifestyle)

เมื่อสื่อคอมพิวเตอร์ได้เข้ามาสู่สถานที่ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัย จึงมีผลทำให้รูปแบบการบริโภคสื่อมวลชนเปลี่ยนแปลงไป **Miller และ Clemente (1997)** จากการศึกษาพบว่า 1 ใน 3 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ใช้เวลาในการรับชมโทรทัศน์น้อยกว่าเดิม การผสมผสานศักยภาพของสื่อกำลังนำเราไปสู่การดำเนินชีวิตในรูปแบบใหม่ เช่น ลักษณะการทำงานแบบใหม่ (**Dizard, 1997**) รูปแบบการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม (**Parks และ Floyd, 1996**) การสร้างบุคลิกภาพใหม่ๆ (**Turkle, 1997**) และการสร้างสรรค์วัฒนธรรมใหม่ขึ้นมา (**Dery, 1996**) บนสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบใหม่ที่เกิดขึ้นนี้ ทำให้ชีวิตมีทางเลือกมากขึ้น เช่น สินค้าและบริการมีราคาลดลง รวมทั้งทำให้แต่ละครอบครัวมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น แต่ในทางกลับกัน อินเทอร์เน็ตอาจเป็นสาเหตุในการลดความสัมพันธ์ทางสังคมมนุษย์ลดลง โดยการเข้ามาแทนที่ของการจัดการของสื่อคอมพิวเตอร์ที่ไม่มีพื้นฐานสัญชาตญาณความเป็นมนุษย์ก็เป็นได้

แนวคิดเรื่องการผสมผสานศักยภาพสื่อ ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการอธิบายปรากฏการณ์วิทยุบนอินเทอร์เน็ตของ โฮมเพจ www.thisislick.com เพื่อให้เกิดความเข้าใจ

2.4 แนวคิดเรื่องเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด

Everett Rogers (อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ, 2543) นักวิชาการกลุ่มเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด กล่าวถึงคุณลักษณะสำคัญของสื่อใหม่ ได้แก่ คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตว่า มีผลต่อเนื่องไปถึงการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์มนุษย์ และการเปลี่ยนแปลงสังคม 3 ประการ ได้แก่

(1) Interactivity

เดิมการมีปฏิสัมพันธ์จะเกิดขึ้นก็เฉพาะในกรณีของการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้า เมื่อสื่อดั้งเดิมเข้ามามีบทบาทในสังคมทำให้การโต้ตอบอย่างจับพลัดนั้นลดน้อยลงไป แต่ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาท เช่น **E-mail** หรือ **Computer Reference** ทำให้สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ได้ในทันที อันจะทำให้มิติด้านกาละ (time) เทอะ (space) ของการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก

(2) Individual/ Demassified

รูปแบบการสื่อสารมวลชนดั้งเดิมนั้นมีแต่จะสร้างให้เกิดการกระจายในวงกว้าง หรือที่เรียกว่า ผู้รับสารที่เป็นมวลชน (**Massified**) ขึ้นมา โดยทุกคนจะบริโภคสื่ออย่างเดียวกัน ในเวลาเดียวกัน แต่ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้ผู้รับสารมีทางเลือกมากขึ้น สามารถใช้สารได้ตามเวลาและสถานที่ที่ตนต้องการ ได้มากขึ้น เช่น เครื่องเล่นวีดีโอ ซึ่งสามารถตั้งเวลาอัดรายการที่พลาดชม หรือ **pay per view** ทาง **cable network** แบบเสียเงินดูรายการได้เอง เป็นต้น

(3) Asynchronous nature of new communication

คุณลักษณะอีกประการหนึ่งของสื่อใหม่ คือ ความสามารถในการแบ่งส่วนได้ (**Asynchronous**) โดยไม่มาเป็นกลุ่มก้อนเดียวกัน เช่น คอมพิวเตอร์มีศักยภาพที่จะจัดเก็บรักษาข้อมูลแบบแยกไว้เป็นส่วนๆ ได้ ตลอดจนในการส่งข้อมูลก็สามารถที่จะแยกส่งทีละส่วนทำให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน คุณภาพของข้อมูลไม่หายไปกับระยะทาง นอกจากนั้น ยังรวมไปถึงศักยภาพที่สื่อมวลชนสามารถที่จะเก็บรักษาข่าวสารและข้อมูลไว้เผยแพร่ในรูปแบบอื่นๆ ที่ต่างกัน เช่น การแพร่สารสนเทศผ่านโฮมเพจ เป็นต้น

แนวคิดเรื่องการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ (Computer-Mediated Communication)

Hiltz (1978) ซึ่งว่าปรากฏการณ์ของการนำเอาคอมพิวเตอร์มาใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (**Computer-Mediated Communication**) หรือ **CMC** สามารถแบ่งแยกได้เป็น 3 รูปแบบ คือ การใช้เพื่อแทนที่ (**substitution**) เพื่อการเสริม (**add-on**) และใช้เพื่อแผ่ขยาย (**expansion**)

ปรากฏการณ์การแทนที่ (**substitution**) นั้นจะเกิดขึ้นเมื่อ **CMC** ถูกนำมาใช้แทนวิธีการสื่อสารในรูปแบบเดิมที่เคยเป็นมา เช่น การใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์แทนการโทรเลขหรือโทรศัพท์

ปรากฏการณ์การเสริม (add-on) เกิดขึ้นเมื่อ **CMC** ถูกนำมาใช้ในขณะที่วิธีการสื่อสารในรูปแบบเดิมยังคงอยู่ เช่น การอ่านผังรายการโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตก่อนจะเปิดดูรายการโทรทัศน์ที่ต้องการ

ปรากฏการณ์การแผ่ขยาย (expansion) คือการใช้ **CMC** เพื่อการสื่อสารที่แตกต่างไปจากกระบวนการสื่อสารแบบเดิม เช่น อ่านหนังสือพิมพ์บนอินเทอร์เน็ต จะเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการบริโภคสื่อหนังสือพิมพ์ แม้ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ฉบับเดียวกันก็ตาม

กิตติ กันภัย (2543) อธิบายเกี่ยวกับความต่างของ **CMC** กับสื่อรุ่นก่อนๆ ว่า ความต่างที่สำคัญคือ ความต่างในแง่ท่าทีของการกระทำต่อสื่อ **CMC** เป็นสื่อประเภทที่จะใช้เมื่อไหร่ก็ได้ (**transient**) ไม่คิดเงื่อนไขเรื่องเวลาในการเสนอเนื้อหาเหมือนสื่ออื่นๆ **CMC** กระจายตัวอยู่ทั่วไป **CMC** มีความหลากหลายในแง่เส้นทางหรือช่องทาง (**multi-model**) และ **CMC** ให้โอกาสกับผู้สื่อสารในการกระทำใดๆ กับเนื้อหาสารก็ย่อมได้ (**manipulation of content**)

ลักษณะสำคัญอีกประการของ **CMC** คือ ความเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีลักษณะสากลในตัวของมันเอง กล่าวคือ เป็นทั้งเครื่องรับและลำเลียงข่าวสาร ซึ่งมีศักยภาพเหมือนกับเครื่องรับ/ลำเลียงข้อมูลข่าวสารอย่างอื่นๆ ที่มีอยู่ทั่วไป ฉะนั้น คอมพิวเตอร์ที่เชื่อมโยงเป็นเครือข่าย ในฐานะที่เป็นอุปกรณ์การสื่อสารอย่างหนึ่ง จึงสามารถที่จะจัดการ (**transformation**) กับข้อมูลข่าวสารที่ถูกสื่อสารอย่างเป็นสากล คือ ที่ใดก็ได้ และด้วยความเป็นสากลของมัน คือทำให้เหมือนเครื่องรับ/ลำเลียงข้อมูลข่าวสารอื่นๆ

อีกทั้งสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้เกิดการปฏิวัติข้อมูลข่าวสารอันเป็นปรากฏการณ์หนึ่งในสังคมสารสนเทศ ทำให้ปริมาณข้อมูลข่าวสารในสังคมเกิดการเพิ่มขึ้นหลายเท่าตัว จนอาจจะเกิดสภาวะการท่วมท้นของข้อมูลข่าวสารขึ้นได้ โดยอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีทางการสื่อสาร มีความสัมพันธ์โดยตรงกับปรากฏการณ์ดังกล่าว กล่าวคือ

- เทคโนโลยีใหม่ เช่น เทคโนโลยีดาวเทียม สายใยแก้วนำแสง เป็นต้น ทำให้เกิดการบูรณาการระหว่างสื่อ เช่น โทรศัพท์ โทรทัศน์ วิทยุ และคอมพิวเตอร์ ในเครื่องเดียวกัน

- สื่อมีลักษณะปฏิสัมพันธ์ (**Interactive**) ผู้บริโภคสามารถควบคุมการคัดเลือกข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้น ซึ่งผู้บริโภคจะใช้เทคโนโลยีในการสนองตอบหรือแสดงปฏิกิริยาต่อตัวสื่อมากขึ้น และจะไม่เป็นผู้เปิดรับข้อมูลข่าวสารในสารประเภทถูกกระทำหรือตกเป็นรอง (**passive**)

receiver of information) หรือคอยตั้งรับอย่างเฉียวอีกต่อไป แต่จะสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบของการสื่อ รวมถึงการออกแบบเนื้อหาใหม่ เพื่อให้ตรงกับความต้องการส่วนตัวมากขึ้น

- **เทคโนโลยีใหม่** ทำให้เกิดการเก็บสะสมข้อมูลเอาไว้ใช้งานในอนาคต เนื่องจากข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ จะถูกผลิตขึ้นมามากมายและรวดเร็วจนใช้งานไม่ทัน โดยรูปแบบของการเก็บสะสมข้อมูลที่สำคัญ คือ ระบบฐานข้อมูล

สำหรับแนวคิดเรื่องเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดนี้ ผู้วิจัยจะนำมาประกอบการวิเคราะห์เพื่ออธิบายปรากฏการณ์สื่อวิทยุบนอินเทอร์เน็ต ตลอดจนอธิบายลักษณะเปรียบเทียบของสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่อวิทยุบนอินเทอร์เน็ต

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงและรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียง

ผู้ที่ประสบผลสำเร็จในการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง มักจะเป็นคนที่เอาใจใส่และพิถีพิถันในการเลือกเนื้อหาและวิธีการนำเสนอรายการที่จะสนองตอบความต้องการของผู้ฟังเป็นสำคัญ ซึ่งในการจัดรายการวิทยุกระจายเสียงแต่ละครั้ง ควรทราบถึงองค์ประกอบที่สำคัญที่จะนำมาเป็นแนวทางให้ผู้จัดสามารถจัดรายการได้ถูกใจผู้ฟัง และมีประโยชน์ต่อผู้ฟังมากที่สุด องค์ประกอบที่สำคัญที่กล่าวถึงนี้ คือ ผู้ฟังเนื้อหา วิธีการนำเสนอ เวลาออกอากาศ และการประเมินผล (จุมพล รอดคำดี, 2525)

ผู้ฟัง (audience)

คำว่า “ผู้ฟัง” ในที่นี้หมายถึง กลุ่มผู้ฟังที่เป็นเป้าหมายของการจัดรายการ (**target analysis**) ซึ่งจะเป็นผู้ตัดสินว่า รายการที่จัดอยู่นี้ประสบผลสำเร็จหรือไม่ ผู้จัดรายการจะต้องค้นหาว่ากลุ่มผู้ฟังเหล่านี้ “เป็นใคร”

การที่ตั้งคำถามว่า กลุ่มผู้ฟังเหล่านี้เป็นใคร ไม่ได้หมายความว่า จะต้องได้รับคำตอบแต่เพียงว่าเป็นกลุ่มผู้ฟังเหล่านี้คือใครเท่านั้น แต่คำว่า “ใคร” ในที่นี้กินความลึกไปถึงประวัติ พฤติกรรม และทัศนคติของคนกลุ่มนั้นด้วย ควรจะต้องทราบถึงอายุ เพศ ระดับ การศึกษา อาชีพ ฐานะทางเศรษฐกิจ วิถีทางในการดำเนินชีวิตหรือขนบธรรมเนียมประเพณี ภาษาที่ใช้อยู่ในกลุ่ม ตลอดจนการรู้จักคำว่า “เวลาของการดำเนินชีวิตประจำวัน” เวลาใดเป็นเวลาที่เขาพอใจอยากรับฟัง

รายการวิทยุ นอกจากนี้ถ้าสามารถรู้ลึกลงไปอีก จนกระทั่งถึงความสนใจของคนกลุ่มนี้ว่าสนใจอะไรมากที่สุด มีทัศนคติต่อรายการต่างๆ อย่างไร ก็จะสะดวกในการจัดรายการเป็นอย่างมาก

เนื้อหา (content)

เนื้อหา หมายถึง เรื่องราวต่างๆ ที่ผู้จัดรายการต้องการให้ผู้ฟังเป้าหมายได้ฟังกัน การบรรจุเนื้อหาในรายการควรจะต้องสอดคล้องกันเป็นอย่างดีกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย

สาเหตุที่เราจำเป็นต้องรู้รายละเอียดของผู้ฟังมากดังกล่าวไว้ข้างต้น เพราะการได้รู้จักกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายก่อนข้างละเอียดเช่นนี้ จะช่วยให้ผู้จัดรายการรู้แนวของการจัดรายการได้ว่า เนื้อหาอย่างไรถึงจะเหมาะกับผู้ฟังกลุ่มนี้ และจะต้องมีวิธีนำเสนอรายการอย่างไรจึงจะทำให้เขาฟังได้อย่างไม่เบื่อหน่าย การที่ได้รู้ถึงว่า อายุของคนกลุ่มนี้โดยเฉลี่ยอายุอยู่ระหว่างกี่ปี ก็จะทำให้จัดได้ถูกกว่า เป็นวัยรุ่น วัยกลางคน หรือสูงอายุ ซึ่งอายุที่ต่างกัน จะหมายถึง พฤติกรรมแตกต่างกันไปด้วย อุปนิสัยใจคอก็ไม่เหมือนกัน

เนื้อหาอาจจะมีเพียงหัวข้อเดียวแต่เวลาเสนอนั้นจำเป็นต้องคิดถึงความยากหรือง่าย และความยาว (ในที่นี้คิดเป็นหน่วยเวลา) ว่าจะต้องใช้เวลานานสักเพียงใดที่จะอธิบายให้ผู้ฟังในเป้าหมาย ได้เข้าใจเรื่องโดยตลอด กลุ่มผู้ฟังที่มีการศึกษาต่างระดับกัน ก็มีผลทำให้การจัดทำรายการแตกต่างกันออกไปด้วย

อีกทั้ง เนื้อหาบางอย่างก็สามารถนำมาพูดคุยให้ผู้ฟังทุกกลุ่มอาชีพได้ เช่น เรื่องราวเกี่ยวกับ ชรรมะ สังคมวิทยา ความรักชาติ หรือการเมือง เป็นต้น จะเห็นได้ว่า เรื่องบางเรื่องเป็นเรื่องทั่วไป ไม่ว่าผู้ฟังจะอยู่ในกลุ่มอาชีพใดก็ตาม จะสามารถฟังและเข้าใจได้

วิธีนำเสนอ (Technique of Program Presentation)

วิธีนำเสนอรายการ คือ กระบวนการที่จะนำเนื้อหาหรือเรื่องราวต่างๆ ไปสู่ผู้ฟังอย่างมีศิลปะ (artful) การที่ต้องใช้คำว่า “ศิลปะ” ในที่นี้ก็เพราะการนำเสนอรายการโดยนำเรื่องราวมาพูดอย่างตรงไปตรงมาเหมือนการบรรยายในห้องเรียนนั้น เป็นสิ่งที่น่าเบื่อในทางวิทยุ เพราะสภาพของการรับฟังของผู้ฟังไม่เหมือนกัน ผู้ฟังที่ฟังวิทยุส่วนใหญ่จะไม่ได้ตั้งใจฟังโดยตรงเหมือนฟังบรรยายในห้องเรียน แต่อาจจะทำกิจกรรมอย่างอื่นร่วมด้วย เช่น ขับรถ อ่านหนังสือพิมพ์ เพราะฉะนั้น สภาพการฟังเช่นนี้ จะสามารถรับข่าวสารเรื่องราวได้น้อยมาก ถ้าเปรียบเทียบกับ การฟังอย่างตั้งใจ นอกจากนั้น การฟังของผู้ฟังยังมีสิทธิเลือกได้ หากรายการใดไม่ถูกใจ เขาจะหมุนหน้าปัดไปหารายการอื่นฟัง

ดังนั้น การนำเสนอรายการจึงต้องดำเนินไปอย่างมีศิลปะ ศิลปะในที่นี้คือ ผู้จัดจะทำอย่างไร จึงจะทำให้ผู้รับข่าวสารหรือเรื่องราวต่างๆ ได้โดยไม่รู้สีกตัว จะมีวิธีการอย่างไรจึงจะทำให้ผู้ฟังได้รับความบันเทิง ได้รับความรู้ และสร้างจินตนาการตามไปด้วย ด้วยสาเหตุดังกล่าวนี้ การจัดรายการวิทยุจึงได้มีการเรียนการสอนขึ้น เพราะเป็นสิ่งที่ต้องอาศัยความชำนาญ และความคิดสร้างสรรค์อย่างมาก

ในการผลิตรายการวิทยุ องค์ประกอบสำคัญ คือ ผู้ฟัง การเสนอรายการจำเป็นต้องสัมพันธ์กับผู้ฟังเป้าหมายอย่างไม่มีทางหลีกเลี่ยงได้ การรู้จักกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายอย่างละเอียด ย่อมช่วยให้การนำเสนอรายการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพ

เพราะฉะนั้น ส่วนสำคัญที่น่าจะต้องพิจารณากันในวิธีการนำเสนอรายการนั้น ประกอบไปด้วยส่วนสำคัญ 5 ประการ คือ

(1) ภาษาพูด (language) มีส่วนสัมพันธ์กับวัยและระดับการศึกษาของผู้ฟังอย่างมาก การใช้คำยากๆ หรือเป็นศัพท์เทคนิคมากมาย นอกจากจะทำให้ผู้ฟังไม่รู้เรื่องแล้ว ยังทำให้ความสนใจลดลงด้วย อีกทั้งการสร้างคำพูดแปลกใหม่เหมือนการโฆษณา อาจทำได้แต่ไม่มากนัก ต้องระมัดระวังเรื่องคำพูดหยาบคาย คำพูดสองแง่สองง่าม ทั้งนี้ผู้จัดจะต้องพึงระลึกเสมอว่า วิทยุกระจายเสียงเป็นแบบฉบับอย่างหนึ่งของภาษาที่ผู้ฟังอาจจะจำไปใช้โดยไม่รู้ตัว ภาษาพูดที่ใช้ควรเป็นภาษาที่เข้าใจง่าย ประโยคสั้นๆ กระชับรัดกุม เหมาะกับสภาพการฟังวิทยุของผู้ฟังโดยทั่วไป

(2) สติลาการพูด (style) การพูดทางวิทยุนี้ไม่ควรพูดเหมือนการอ่านหนังสือ แต่ควรพูดเหมือนการพูดคุยกับเพื่อนสักคนหนึ่ง สติลาการพูดนั้น แต่ละคนมีแบบฉบับเป็นของตนเอง เพื่อที่จะให้เข้ากับบรรยากาศของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ข้อสำคัญในเรื่องการพูดคือ น้ำเสียงต้องแสดงความจริงใจ ไม่แสดงการดูถูก หรือถือว่าผู้ฟังไม่รู้เท่าตัวเอง

(3) เพลงประกอบ (program music) ส่วนสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะทำให้รายการน่าฟังและผ่อนคลายความตึงเครียด นั่นก็คือ เพลงประกอบ การฟังเสียงผู้ดำเนินรายการนานเกินไป อาจทำให้รู้สึกน่าเบื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ดำเนินรายการที่ไม่มีความชำนาญในการพูดอย่างเพียงพอ วิธีแก้ปัญหาคือ ใช้เพลงเข้าช่วยเพื่อให้ผู้ฟังได้พักหูเสียบ้าง และช่วยเปลี่ยนบรรยากาศให้ดีขึ้น

การใช้เพลงประกอบในรายการมีเป้าหมายอยู่ 4 ประการคือ

- **แนะนำรายการ**

เพลงประกอบในที่นี้หมายถึง เพลงประจำรายการ มักจะใช้เพลงบรรเลงด้วยเครื่องดนตรีล้วนมากกว่าเพลงที่มีนักร้องอยู่ด้วย เพื่อสะดวกในการนำเข้าสู่รายการ

- **คั่นรายการ**

การคั่นรายการด้วยเพลงส่วนใหญ่มักจะทำกันหลังจากพูดไปแล้ว 1 นาที ถึง 1 ½ นาที แล้วค่อยเริ่มพูดใหม่ สลับกันไปมาระหว่างเพลงกับการพูด เพลงที่นำมาคั่นส่วนมากมักจะใช้เพลงบรรเลงด้วยเครื่องดนตรีล้วน แต่ควรจะแตกต่างจากเพลงประจำรายการพอสมควร ทั้งนี้ เพื่อเน้นให้ผู้ฟังทราบว่ารายการยังดำเนินอยู่

- **สร้างบรรยากาศหรือเป็นเนื้อหาส่วนหนึ่งของรายการ**

การใช้เพลงประกอบคำพูดในเรื่องราวต่างๆ จะช่วยสร้างบรรยากาศในการฟังให้ดีขึ้น โดยเฉพาะเพลงที่นำมาประกอบนั้น ได้เลือกสรรเพื่อให้ตรงกับเรื่องที่เรากำลังพูด จะช่วยให้ผู้ฟังสร้างจินตนาการไปกับสิ่งที่เรากำลังพูดได้เร็วขึ้น การใช้เพลงประกอบในลักษณะนี้ จะนำเข้ามาเสริมในรายการเป็นช่วงๆ แต่ละช่วงอาจจะกินเวลาตั้งแต่ 5 วินาที จนถึง 20 วินาที ตามความเหมาะสม

- **การใช้เพลงประกอบเพื่อเปลี่ยนฉากหรือเปลี่ยนเรื่องรายที่จะพูด**

บางครั้งการเปลี่ยนเนื้อหาจากเรื่องหนึ่งไปสู่อีกเรื่องหนึ่ง อาจใช้คำพูดโยงไปหาได้ แต่บางทีคำพูดอย่างเดียวอาจจะทำให้ผู้ฟังดูแล้วห้วนเกินไป เพลงต่างๆ ที่นำมาใช้ประกอบเพื่อเหตุผลดังกล่าว ควรจะเลือกสรรพอสมควร เพื่อให้เข้ากับบรรยากาศของฉากต่อไป

(4) **เสียงประกอบ (sound effect)** ส่วนสำคัญอีกประการหนึ่งในวิธีการนำเสนอรายการที่จำเป็นต้องพูดถึงก็คือ เสียงประกอบ ซึ่งในที่นี้ไม่ได้หมายถึงเพลง แต่หมายถึงเสียงที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติหรือเสียงที่เกิดขึ้นในเหตุการณ์จริง ผู้จัดรายการจะบันทึกเสียงเหล่านั้นไว้ เพื่อนำมาสอดแทรกในรายการของตน เพื่อทำให้บรรยากาศของรายการดูสมจริงขึ้น และผู้ฟังสามารถจินตนาการตามได้รวดเร็วขึ้น

(5) **ความหลากหลาย (variety) และความเป็นหนึ่งเดียว (unity)** การจัดรายการในปัจจุบันนี้ มีการแข่งขันกันมาก อันตรายของการจัดรายการคือ ความเบื่อ ความไม่น่าฟัง วิธีการนำเสนอรายการที่จะไม่ทำให้เกิดความน่าเบื่อแก่ผู้ฟัง ก็ควรจะต้องนำเสนอให้มีความหลากหลายในการที่เสนอนั้น ความหลากหลายต้องอาศัย 4 ประการ ที่ได้กล่าวมาแล้ว คือ ภาษาคำพูด ลีลาการพูด เพลง

ประกอบ และเสียงประกอบ ผู้ฟังจะไม่ต้องทนฟังเสียงของผู้จัดรายการแต่เพียงอย่างเดียว แต่มีเสียงอื่นเข้ามาแทรก ทำให้เปลี่ยนบรรยากาศ เปลี่ยนอารมณ์ของผู้ฟัง ทำให้ไม่รู้สึกลงถึงความจำเจ

อย่างไรก็ตาม การมีความหลากหลายในรายการมากๆ มิใช่ว่าจะมีผลดีต่อการนำเสนอรายการเสมอไป ทั้งนี้ต้องอยู่ที่ความเหมาะสมของรายการแต่ละลักษณะแต่ละประเภทด้วย ความพอดีจึงไม่สามารถบอกได้แน่นอนว่า จะต้องใส่เพลงเข้าไปกี่เพลง จะพูดยาวสักแค่ไหน จึงจะเหมาะกับรายการประเภทนั้นๆ

ส่วนความเป็นหนึ่งเดียวในแง่วิธีนำเสนอ นั้น หมายถึง การเสนอที่ยึดเอาสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นหลัก ตัวอย่างเช่น การจัดรายการเพลง เรายึดเอาเครื่องเล่นดนตรีเป็นหลัก สมมติว่าเป็นทรมเป็ต เพลงทุกเพลงที่นำมาเสนอ ก็ควรจะต้องเป็นเพลงที่มีการบรรเลงด้วยทรมเป็ตเป็นหลัก เป็นต้น

เวลาออกอากาศ (air time)

องค์ประกอบที่สำคัญในการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงอีกอย่างหนึ่งก็คือ เวลาออกอากาศ ซึ่งมีส่วนสัมพันธ์อย่างแน่นแฟ้นกับผู้ฟังเป้าหมาย เพราะเวลาออกอากาศหมายถึง เวลาที่ผู้ฟังเป้าหมายพร้อมที่จะรับฟังรายการต่างๆ จากผู้จัด การจัดรายการก็ควรให้สัมพันธ์กับสภาพหรือสถานะของการรับฟังในขณะนั้นด้วย จึงจะทำให้เกิดความรู้สึกว่า วิทยุเป็นเพื่อนเขาได้ดีกว่าอย่างอื่น

โดยปกติแล้ว เวลาออกอากาศจะถูกกำหนดโดยสถานีวิทยุเป็นที่แน่นอนไปเรียบร้อยแล้ว เพราะฉะนั้น เวลาต่างๆ ที่ถูกกำหนดขึ้นมานั้น ย่อมขึ้นกับการฟังของผู้ฟังแต่ละกลุ่มนั้นด้วย ส่วนใหญ่สถานีมักจะกำหนดลักษณะของผู้ฟังในแต่ละช่วงเวลาให้ หรือถ้าสถานีไม่กำหนด ผู้จัดรายการก็ควรจะค้นหว่า เวลานั้นเหมาะกับกลุ่มผู้ฟังกลุ่มไหน แล้วจึงมาวางแผนจัดรายการว่าจะป็นในรูปแบบใด เนื้อหาอย่างไร จึงจะเหมาะกับกลุ่มผู้ฟังกลุ่มนั้น

การประเมินผล (evaluation)

การจัดรายการวิทยุเป็นเรื่องยากที่สุดที่เราจะต้องเอาใจผู้ฟังให้ถูก หัวใจสำคัญของรายการวิทยุ คือ ความต้องการของผู้ฟัง ซึ่งจะเป็นดัชนีชี้ให้เห็นว่า ความสำเร็จของการจัดรายการของแต่ละคนอยู่ในระดับไหน

ในการจัดรายการแต่ละครั้ง มีข้อจำกัดและเงื่อนไขต่างๆ หลายเรื่อง แต่ทั้งนี้ก็เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ฟังเป็นส่วนใหญ่ จะมีอยู่เพียงส่วนเดียวเท่านั้นที่เป็นสิ่งที่เป็นของผู้

จัดรายการนั้นคือ ความสำนึกในหน้าที่ของสื่อมวลชนที่ดี ซึ่งประกอบไปด้วย ความซื่อสัตย์สุจริต ความจริงใจ ความอ่อนน้อมถ่อมตน ความมีจริยธรรม ความหวังดีต่อประชาชน และความสำนึกในความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของชาติ การเสนอรายการจึงมุ่งเน้นที่จะให้ประโยชน์แก่ผู้ฟังให้มากที่สุดและนำไปให้ผู้ฟังฟังในสิ่งที่ดี ซึ่งเป็นการยกระดับจิตใจของผู้ฟังไปด้วย

การที่ผู้ฟังบอกว่าชอบหรือไม่ชอบรายการ นั้นหมายถึงทัศนคติที่มีต่อรายการ ส่วนเวลาใดเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับการฟังของเขา และฟังในลักษณะใดบ้าง ถือได้ว่าเป็นพฤติกรรมของการรับฟังรายการวิทยุของผู้ฟัง ซึ่งในการประเมินจะประเมินจากผู้ฟังอยู่ 2 เรื่อง คือ ทัศนคติและพฤติกรรม

การประเมินผลจะช่วยให้ผู้จัดรายการได้ตัดสินใจจัดทำรายการได้ใกล้เคียงกับความต้องการของผู้ฟังเป้าหมายมากที่สุด ซึ่งหมายถึงการจัดรายการได้รับผลสำเร็จเป็นอย่างดี แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดที่ผู้จัดรายการควรระวังคือเรื่องความล้มเหลวในการจัดรายการนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับประเมินผลเพียงครั้งหรือสองครั้งเท่านั้น หากแต่จำเป็นต้องมีการประเมินผลเป็นประจำ โดยทำเป็นระยะๆ ซึ่งอาจจะกระทำสลับกันในระหว่างวิธีประเมินอย่างมีระบบและไม่มีระบบก็ได้

รูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียง

รองศาสตราจารย์จุมพล รอดคำดี กล่าวในหนังสือ “คู่มือการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง” ว่า การแบ่งประเภทรายการวิทยุมักจะแบ่งให้ครอบคลุมลักษณะของรายการอยู่ 4 ลักษณะใหญ่ๆ ด้วยกัน คือ

ก. แบ่งโดยเอาเนื้อหารายการ (content) เป็นหลัก

เพราะการเอ่ยชื่อรายการต่างๆ นั้น เราต้องเน้นให้ผู้ฟังได้ทราบว่า รายการนั้นจะมีเนื้อหาอย่างไร เช่น รายการเกษตร รายการกีฬา เป็นต้น การบอกชื่อรายการโดยถือเอาเนื้อหาเป็นหลัก ย่อมเข้าใจได้ว่าวิธีนำเสนอรายการจะเป็นไปในรูปแบบใด สุดแต่แต่คนจัดรายการจะเห็นเหมาะสม แต่เนื้อหาก็ยังคงเดิมตามชื่อรายการนั้นๆ เช่น รายการเกษตร เนื้อหาก็คงเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเกษตร เช่นเดิม แม้ว่าวิธีการนำเสนอรายการจะเป็นนิยายสารทางอากาศหรืออภิปรายก็ตาม

ข. แบ่งโดยเอารูปแบบการเสนอรายการ (program format) เป็นหลัก

การเอ่ยชื่อรายการประเภทนี้ เรามักจะทราบโดยทันทีว่า ลักษณะการนำเสนอรายการจะเป็นรูปแบบใด เช่น รายการนิยายสารทางอากาศ รายการสารคดี รายการสัมภาษณ์ เป็นต้น ซึ่งลักษณะการเสนอรายการจะมีรูปแบบและวิธีการของมัน โดยเฉพาะ

ค. แบ่งโดยเอาผู้ฟัง (target audience) เป็นหลัก

ในลักษณะนี้การเรียกชื่อรายการออกมาในรูปของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย เช่น รายการแม่บ้าน รายการเด็ก เป็นต้น รายการประเภทนี้ถือกันว่าชื่อรายการนั้นระบุเฉพาะตัวผู้ฟังอย่างชัดเจน แต่เนื้อหาที่กว้างขวางๆ ว่า ควรจะเป็นเรื่องราวที่เป็นประโยชน์สำหรับกลุ่มคนนั้นๆ แต่ไม่ได้จำกัดว่า จะต้องเป็นเรื่องกีฬา แฟชั่น สุขภาพอนามัย จะเป็นเรื่องอะไรก็ได้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีประโยชน์ ต่อกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายก็ถือว่าใช้ได้ ส่วนการเสนอรายการนั้น การแบ่งรายการในลักษณะนี้ไม่ได้ ระบุถึงวิธีเสนอรายการอย่างแน่ชัด ขึ้นอยู่กับตัวผู้จัดรายการเองที่จะเลือกวิธีเสนอรายการวิธีใดวิธี หนึ่งตามความเหมาะสมกับเรื่องราวและกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย

ง. แบ่งโดยเอาหน้าที่สื่อมวลชน (function of mass media) เป็นหลัก

โดยหน้าที่แล้ว สื่อมวลชนจะต้องให้ข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง บริการสาธารณะ และ เผยแพร่ธุรกิจ โดยวิธีการแบ่งรายการประเภทนี้ เช่น รายการบันเทิง รายการสาระความรู้ รายการ สารประโยชน์ เป็นต้น การแบ่งรายการลักษณะนี้ เป็นวิธีการแบ่งรายการอย่างกว้างๆ เพราะชื่อ รายการมีลักษณะเนื้อหาและวิธีเสนอรายการครอบคลุม เช่น เมื่อเอ่ยชื่อรายการบันเทิง คำว่า “บันเทิง” อาจจะเป็นตัวละคร คนตรี หรือรายการอะไรก็ตามที่จิตใจให้มีความสุขสนุกสนาน

นอกจากนี้ บทความเรื่อง “รายการวิทยุกระจายเสียงในยุคคอทคอม” ของ อัญชญา จันทรสข ยังได้อธิบายเกี่ยวกับวิธีจัดผังรายการวิทยุกระจายเสียงในปัจจุบันว่า มีอยู่ 2 รูปแบบ คือ

- **Block Program** คือ รูปแบบรายการจัดผังรายการ โดยใช้หลักการแบ่งช่วงเวลาในสถานี นี้เป็นช่วงเวลาต่างๆ ตามเวลาที่เหมาะสม โดยมักจะพิจารณากลุ่มผู้ฟังและเรื่องช่วงเวลาควบคู่กัน ไปเสมอ เช่น การจัดผังรายการประจำช่วงเช้า การจัดผังรายการประจำช่วงบ่าย ถ้าจะจัดรายการเพื่อ กลุ่มเกษตรกร เวลาที่ออกอากาศก็ควรเป็นตอนเช้าตรู่ เพราะเกษตรกรตื่นเช้า มีเวลามาฟังรายการ ตอนเช้าได้ เป็นต้น

- **Format Station** คือ รูปแบบการจัดผังรายการ โดยใช้หลักรูปแบบเดียวเป็นหลัก เพื่อเป็น หลักยึดเป็นแกนไว้ให้รายการดำเนินไปอย่างมีแบบแผน มีจุดรวม ฟังแล้วไม่กระจัดกระจาย (Michael C. Keith, 1987)

การทำให้ผู้ฟังรายการติดตามรายการของสถานีตลอดทั้งวันเพื่อให้ผู้อุปถัมภ์รายการมาลง โฆษณาในสถานี ทางสถานีจำเป็นต้องมีการจัดรายการที่ต่อเนื่องเป็นที่น่าสนใจ ตอบสนองความ ต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย การจัดผังรายการแบบ **Format Station** จึงเข้ามามีบทบาทในการ

กำหนดรูปแบบการจัดรายการ โดยทุกรายการของสถานีจะมีความต่อเนื่องกันตลอดทั้งวัน และคำนึงถึงกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายกลุ่มเดียวที่ผู้จัดรายการต้องการ

สำหรับแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงและรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียง ผู้วิจัยจะนำมาใช้เป็นแนวทางวิเคราะห์ลักษณะรูปแบบและเนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงในเครือบริษัท คลิค เรดิโอ จำกัด

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์

การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารบนเว็บก็คล้ายกับการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร โดยทั่วไป ที่พยายามเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อที่จะให้เกิดการติดต่อระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร แต่สำหรับการเผยแพร่บนเว็บแล้วต่างไปจากสื่ออื่นๆ ตรงที่ เว็บสามารถทำให้ผู้รับสารหรือผู้ใช้อินเทอร์เน็ตติดต่อกับผู้ส่งสารได้โดยตรง โดยติดต่อผ่านเว็บไซต์และเว็บยังให้ออกาสผู้ส่งสารในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายผู้รับสารได้อย่างแม่นยำ ส่งผลให้ข้อมูลที่ออกไปนั้น ได้รับการออกแบบเป็นพิเศษตรงกับความสนใจและรสนิยมของผู้รับสารได้

Zeff and Aronson (1997) กล่าวว่า เว็บไซต์คือสิ่งแรกที่หลายๆ บริษัทใช้เมื่อเข้ามาที่เว็บ ซึ่งเว็บไซต์เริ่มแรกของบริษัทเหล่านี้ไม่ต่างไปจากการแจกเอกสารแผ่นพับ และบางเว็บไซต์ถึงแม้จะออกแบบให้น่าสนใจ แต่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการออกแบบสูง ดังนั้น ผู้ผลิตเว็บไซต์จึงเริ่มผลิตเว็บไซต์ที่มีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าซึ่งลูกค้าที่มีศักยภาพต้องการ โดยคำนึงว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตกำลังค้นหาข้อมูล เมื่อผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเข้าไปที่เว็บไซต์ของบริษัท ผู้ใช้ย่อมคาดหวังถึงข้อมูลสินค้า ทั้งนี้หมายความว่า เว็บไซต์ที่ดีควรจะต้องให้ทั้งรายละเอียดข้อมูลสินค้าหรือบริการ การให้ความรู้และความบันเทิงควบคู่กันไป

เว็บไซต์เป็นรูปแบบการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และความบันเทิงที่ดีที่สุดในเว็บ เพราะเจ้าของเว็บไซต์สามารถควบคุมเนื้อหาสาระของเว็บไซต์ และสามารถโต้แย้งกับลูกค้าในอนาคตได้ เมื่อมีผู้เข้ามาที่เว็บไซต์ บริษัทสามารถใช้วิธีนานัปการในการทำให้ผู้ที่เข้ามาที่เว็บไซต์ซื้อสินค้าและบริการ (**Jamal, 1997**)

การที่จะทำให้เว็บไซต์ประสบความสำเร็จโดยมีผู้เข้าชมเว็บไซต์จำนวนมากและร่วมทำกิจกรรมต่างๆ ที่เสนอบนเว็บไซต์ได้นั้น สิ่งแรกที่ต้องคำนึงถึงก็คือ ตัวสื่ออินเทอร์เน็ตเอง อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่รอให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเข้าไปค้นหา เมื่อผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเข้าไปค้นหานั่นก็คือ

โอกาสทองที่จะต้องทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตรู้สึกพอใจกับเว็บไซต์นั้น ซึ่งจุดนี้เองเป็นจุดสำคัญ ดังนั้น รูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์ของบริษัท คลิค เตรีโอ จำกัด ควรจะเป็นไปในแบบที่ทำให้เว็บไซต์ของบริษัทประสบความสำเร็จ

แนวคิดเรื่องการออกแบบเว็บไซต์โฆษณา

Barker and Gronne (1996) กล่าวว่า เว็บไซต์ที่จะประสบผลสำเร็จได้นั้นต้องทำให้เว็บไซต์มีคุณค่าต่อลูกค้า โดยคุณค่านี้จะอยู่ในรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์ที่จะต้องประกอบด้วยสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือทั้ง 3 สิ่ง ดังต่อไปนี้

ข้อมูลเชิงการค้า (Informercial)

เป็นรูปแบบที่ชัดเจนของการสร้างคุณค่าต่อลูกค้า โดยนำประโยชน์จากความจริงที่ว่าลูกค้าส่วนมากจะเป็นผู้หาข้อมูลของสินค้าเอง ซึ่งเมื่อพิจารณาจากภาพรวมแล้วข้อมูลเชิงการค้าจะประสบผลสำเร็จในกรณีของสินค้าที่มีรายละเอียดมาก และมีราคาสูง โดยในกรณีของข้อมูลเชิงการค้านี้ ยิ่งสินค้านั้นมีเนื้อหาหรือรายละเอียดมากเท่าไร ความเป็นไปได้ในการสร้างคุณค่าสู่ลูกค้าผ่านข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์ยิ่งมีมากเท่านั้น เพราะข้อมูลเชิงการค้าไปได้ดีกับความสามารถของเว็บ ในการส่งข้อมูลข่าวสารจำนวนมากตามแต่ต้องการ ไปสู่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก นอกจากนี้ เว็บยังทำให้ผู้ส่งข้อมูลข่าวสารสามารถเสนอข่าวสารข้อมูลที่จัดทำเป็นพิเศษในรูปแบบใหม่ๆ ได้ตามแต่ต้องการ ซึ่งทำให้การให้ข้อมูลข่าวสารบนเว็บกลายเป็นสิ่งที่เป็นมากกว่าแผ่นพับทางมัลติมีเดีย

การโฆษณาเชิงบันเทิง (Advertainment)

ในขณะที่สินค้าซึ่งมีรายละเอียดมากและมีราคาสูงต้องการใช้ข้อมูลเชิงการค้าและ/หรือตีความสะดวกในการซื้อสินค้า แต่ทั้งสองวิธีนี้ไม่เหมาะกับสินค้าที่มีราคาไม่สูงและมีรายละเอียดน้อย ซึ่งไม่จำเป็นต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือเสนอความสะดวกในการซื้อสินค้า ดังนั้น การโฆษณาเชิงบันเทิงจึงเป็นตัวที่เข้ามาแก้ไข ในเรื่องการดึงดูดลูกค้าโดยจัดหาความบันเทิงและข้อมูลข่าวสารที่แทบไม่มีเรื่องเกี่ยวข้องกับตัวสินค้าเลย ซึ่งเหตุนี้เองทำให้ขั้นตอนของการโฆษณาเชิงบันเทิงสามารถใช้กับสินค้าทุกประเภทได้ทางทฤษฎี นอกจากนี้ ตามหลักแล้วในขณะที่ข้อมูลเชิงการค้าต่อผู้กับความสนใจในเว็บไซต์ เฉพาะกับเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง แต่การโฆษณาเชิงบันเทิงต่อผู้กับความสนใจทั้งเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องและเว็บไซต์ที่ไม่มีเนื้อหาเกี่ยวข้อง และยังดึงดูดผู้ค้นหาข้อมูลทั่วไป (surfer) มากกว่าผู้ค้นหาที่มีเป้าหมาย (searcher)

การโฆษณาเชิงบันเทิงสามารถสร้างภาพพจน์ของบริษัท และสร้างความพอใจให้กับซื้อสินค้าได้ด้วย ซึ่งจริงๆ แล้วเรื่องการออกแบบการโฆษณาเชิงบันเทิงอย่างไรจึงจะดี เป็นเรื่องความคิดสร้างสรรค์ เช่น อาจทำในรูปเกมคำถามและการแข่งขัน เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันเกมคำถามและการแข่งขันใช้ในการสร้างความพอใจให้กับสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้บริโภค เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีรายละเอียดน้อยและราคาถูก โดยเกมคำถามและการแข่งขันใช้ในการรณรงค์ที่สื่อสิ่งพิมพ์หรือที่หีบห่อสินค้า ซึ่งเกมคำถามหรือการแข่งขันนี้หากย้ายมาที่เว็บ จะเป็นเรื่องง่ายกว่าสำหรับบริษัท โดยคำถามที่ส่งไปและตอบกลับมาจะเป็นระบบอัตโนมัติไม่ต้องรอคอยจดหมาย ในขณะที่ผู้บริโภคก็มองว่าการแข่งขันบนเว็บน่าสนใจกว่าสื่อเดิมๆ และใช้เวลาตอบที่สั้นกว่า

อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตเว็บไซต์ควรตระหนักว่า การโฆษณาเชิงบันเทิงไม่ใช่เรื่องง่ายที่จะสร้างเว็บไซต์ที่มีคุณค่าเป็นพื้นฐาน ซึ่งเมื่อจำนวนของการโฆษณาเชิงบันเทิงเพิ่มขึ้นและเทคโนโลยีที่สูงขึ้น คุณภาพของเนื้อหาที่ต้องใช้ในการดึงความสนใจของผู้ใช้เว็บจะสูงขึ้น โดยอัตโนมัติด้วย ซึ่งพัฒนาการนี้จะทำให้การโฆษณาเชิงบันเทิงดูน่าตื่นเต้นมากขึ้น เมื่อมองทางด้านผู้บริโภค แต่สำหรับผู้ผลิตเว็บไซต์แล้ว การโฆษณาเชิงบันเทิงจะกลายเป็นเรื่องที่ซับซ้อนและมีราคาสูงขึ้น ในการจะสร้างเว็บไซต์การโฆษณาเชิงบันเทิงให้ประสบผลสำเร็จ

ความสะดวกในการซื้อสินค้า (Purchase Facilitation)

การสร้างความสะดวกในการซื้อสินค้าผ่านโฮมช้อปปิ้งทางอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อกับเว็บไซต์ เป็นการเสนอความสะดวกในแง่ที่ว่า การซื้อสินค้าบนเว็บง่าย รวดเร็ว และถูกกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับซื้อตามสื่อเดิมๆ เนื่องจากเว็บได้รวบรวมหน้าที่ต่างๆ เข้าด้วยกัน ซึ่งตามปกติแล้วหน้าที่เหล่านี้ไม่ได้เกี่ยวข้องอยู่กับการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความบันเทิง นั่นคือ เว็บไซต์การเป็นสื่อที่โต้ตอบได้โดยตรงจึงรวบรวมการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความบันเทิงผ่านเว็บไซต์ การบริการลูกค้า การส่งผ่านทางออนไลน์ และการจัดจำหน่ายทางออนไลน์เข้าไว้ด้วยกันเพื่อความสะดวกในการซื้อสินค้า

เว็บได้รวบรวมคำสั่งซื้อและการจ่ายเงินเข้าไว้ด้วยกัน โดยออนไลน์สามารถรวมทุกอย่างตั้งแต่รูปภาพของสินค้า พร้อมข้อมูลเจาะลึกลงไปจนถึงการติดต่อบริษัท และการจ่ายเงิน ซึ่งการซื้อขายสินค้าทางออนไลน์ ถ้าทำอย่างเหมาะสมแล้วจะสามารถทำให้ผู้ผลิตจับความสนใจของลูกค้าได้ และสามารถทำสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นว่า แนวคิดเรื่องการออกแบบเว็บไซต์โฆษณาซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลเชิงการค้า การโฆษณาเชิงบันเทิง และความสะดวกในการซื้อสินค้านั้นทั้ง 3 ส่วน มี

วิธีการสร้างคุณค่าของเว็บไซต์ที่แตกต่างกัน โดยทั้ง 3 ส่วน สามารถประกอบกันหรือรวมกันได้หลายวิธีการ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสินค้าที่เป็น โภจทรัพย์และวัตถุประสงค์ของการรณรงค์เว็บไซต์นั้น

ข้อมูลที่บรรจุในเว็บไซต์

Jamal (1997) กล่าวว่า เว็บไซต์ที่ดีต้องบรรจุข้อมูลที่แสดงหัวเรื่องหรือมีสถานที่ที่สามารถเชื่อมไปสู่แผ่นต่อไปที่มีรายละเอียดของข้อมูลมากขึ้น โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- a. ชื่อบริษัท
- b. ตราบริษัท
- c. ถ้อยแถลงของหน้าที่ โดยอธิบายว่าทำธุรกิจอะไร และรับใช้ตลาดไหน ถ้อยแถลงควรตีพิมพ์ในโฮมเพจ (**home page**) ให้เต็มหน้า
- d. หัวเรื่องของข้อมูลและสินค้าในเว็บไซต์ที่สามารถเชื่อมไปสู่รายละเอียดและรูปภาพสินค้า
- e. คำเตือนเกี่ยวกับเหตุการณ์พิเศษ เพื่อเป็นการหลอกล่อให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมาเยี่ยมชมและสำรวจร้านค้าบนเว็บ
- f. การขายด้วยการบอกลูกค้าว่า อะไรที่นำชื่อมากที่สุดในอาทิตย์นี้ ซึ่งข้อมูลนี้อาจจะตีพิมพ์ในโฮมเพจ (**home page**)
- g. มีอะไรใหม่ในเว็บไซต์เป็นการบอกผู้ใช้อินเทอร์เน็ตว่า ได้เพิ่มหรือเปลี่ยนแปลงข้อมูลอะไรบ้าง ซึ่งข้อมูลนี้ควรตีพิมพ์บนโฮมเพจ (**home page**) โดยเป็นหัวเรื่องและเชื่อมไปที่หน้าที่เกี่ยวข้อง
- h. ข่าวสารจากประธานบริษัท ซึ่งสามารถแสดงถึงบุคลิกลักษณะที่แท้จริง และธรรมชาติของบริษัท โดยทำให้ข่าวสารมีลักษณะเป็นกันเอง และเชื่อมข้อความไปที่ข้อความที่แท้จริง
- i. การแถลงข่าว เป็นการให้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าและบริษัทให้มากที่สุด และอาจใส่ข้อมูลการขายไปด้วย เรื่องนี้เชื่อมไปที่ส่วนของการแถลงข่าว
- j. ข้อความด้านการขาย หรือการให้ข้อมูลที่กว้างและลึกเกี่ยวกับสินค้าและบริการเรื่องนี้ เชื่อมไปที่ส่วนการขาย
- k. แคตตาล็อก คือ รายการแสดงสินค้าทุกชนิดที่มีอยู่ในร้านค้า พร้อมให้รายละเอียด ราคา คำแนะนำ ถ้าต้องการซื้อ วิธีใช้สินค้า ส่วนนี้เชื่อมไปที่แคตตาล็อก
- l. แบบฟอร์มลงทะเบียน ขอให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตแนะนำตนเองเพื่อที่บริษัทสามารถเข้าไปสร้างความสัมพันธ์กับพวกเขาได้ ควรถามคำถามน้อยคำถาม เช่น ชื่อ ที่อยู่ ที่อยู่อีเมล เป็นต้น อย่าลืมว่า ยิ่งถามมาก คำตอบที่ได้จะน้อย ส่วนนี้เชื่อมไปที่แบบฟอร์มลงทะเบียน
- m. ใบบรรองสินค้าและบริการจากลูกค้าที่พอใจในสินค้าหรือบริการของบริษัทสามารถช่วยให้ลูกค้าที่มีศักยภาพเชื่อที่จะลงทุนกับบริษัท ส่วนนี้เชื่อมไปที่ใบบรรอง

- n** แจ้งการว่าจ้าง แสดงรายละเอียดของงานในบริษัทที่ว่าง เรื่องนี้เชื่อมไปที่การว่าจ้าง
- o** แบบฟอร์มตอบอีเมล เพื่อให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถติดต่อได้โดยตรง และสร้างความสัมพันธ์แบบ **one-to-one**
- p** เชื่อมไปที่ **site** อื่นๆ มีรายชื่อของแหล่งข้อมูลอื่นๆ บนอินเทอร์เน็ตน่าสนใจ
- q** คุกกี้ การลดราคา และของแถมอื่นๆ
- r** สิ่งสนุกๆ เว็บไซต์ที่ดีจะรวมความแตกต่างเอาไว้ อย่างเช่น การแข่งขัน สิ่งเล็กๆ น้อยๆ การ์ตูน และเรื่องอื่นๆ ที่จำเป็นที่ทำให้ลูกค้านั่งเบาะใจ
- s** ข้อมูลการติดต่อ ที่อยู่ของบริษัท เบอร์โทรศัพท์ และแฟกซ์ ข้อมูลเหล่านี้ ควรใส่ไว้ทุกๆ หน้า เพราะผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอาจพิมพ์ข้อมูลเพียงแค่นำหน้าเดียว ซึ่งถ้าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสนใจสินค้าหรือบริการในหน้าที่พิมพ์ไป ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตก็จะมีข้อมูลในการติดต่ออยู่ในมือที่สามารถโทรศัพท์มาสั่งซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัทได้
- t** แผนที่ แสดงที่อยู่ของบริษัท พร้อมคำแนะนำ
- u** วันที่ของการปรับปรุงครั้งสุดท้าย เพื่อคนจะได้ทราบว่าเมื่อไหร่เปลี่ยนแปลงไปบ้าง หลังจากวันที่พวกเขาเข้ามาครั้งสุดท้าย
- v** คำเตือนลิขสิทธิ์ เพื่อป้องกันงานของบริษัท

ซึ่งแนวคิดเรื่องการออกแบบเว็บไซต์โฆษณาของ **Baker and Grome** และทั้งข้อมูลที่บรรจุในเว็บไซต์ของ **Janal** ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์ที่ปรากฏใน โสมเพจ www.thisisclick.com

2.7 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษางานวิจัยเรื่อง “การปรับเปลี่ยน (**transfom**) รูปแบบและเนื้อหาของรายการที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตใน โสมเพจ www.thisisclick.com” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาผลการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องต่อการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยให้เกิดผลงานวิจัยที่มีประสิทธิภาพและเกิดคุณค่าในการศึกษา ดังงานวิจัยที่นำมาใช้ประกอบการศึกษาดังต่อไปนี้

พัชอร บุญรัตนกรกิจ (2547) ศึกษาเรื่อง “กระบวนการผลิตและการนำเสนอรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย” วัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษากระบวนการผลิตและการนำเสนอรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย และเพื่อศึกษาแนวโน้มและทิศทางในอนาคตของรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

ผลการวิจัยพบว่า วิद्यุบนอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีการเผยแพร่ 4 ประเภท คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงบนอินเทอร์เน็ต รายการวิทยุกระจายเสียงบนอินเทอร์เน็ต สถานีวิทยุเฉพาะบนอินเทอร์เน็ต และวิทยุบนอินเทอร์เน็ตแบบผสม วัตถุประสงค์ในการผลิตแต่ละรูปแบบแตกต่างกันไปตามนโยบายขององค์กรผู้ผลิต วัตถุประสงค์โดยหลักของแต่ละองค์กรคือ ต้องการเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์สถานีและรายการ ขยายกลุ่มผู้ฟังไปทั่วโลก เป็นเวทีผลิตบุคลากรด้านสื่อสารมวลชน และเป็นช่องทางเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

วิทยุบนอินเทอร์เน็ตแตกต่างจากวิทยุกระจายเสียงในด้านกระบวนการทำงานและเทคนิควิธีนำเสนอเนื้อหา การถ่ายทอดสัญญาณวิทยุบนอินเทอร์เน็ตมี 2 ลักษณะ คือ การถ่ายทอดสัญญาณสด (live) และการถ่ายทอดแบบเรียกดูและฟังตามต้องการ (on demand) สำหรับรูปแบบรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ตมีลักษณะการจัดผังรายการสถานีเหมือนกับสถานีวิทยุกระจายเสียง คือ แบบ **Block Program** และ **Format Station**

ซึ่งงานวิจัยของ พัชอร มีความแตกต่างจากงานวิจัยของข้าพเจ้าตรงที่ พัชอร สนใจศึกษากระบวนการผลิตและการนำเสนอรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ต ส่วนงานวิจัยของข้าพเจ้า จะศึกษาที่การปรับแปลงรูปแบบและเนื้อหาของรายการที่นำเสนอผ่านวิทยุกระจายเสียง เมื่อนำมาเผยแพร่ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต www.thisisclick.com รวมถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการปรับแปลงรูปแบบและเนื้อหา ซึ่งผู้วิจัยจะทำการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสื่อ 2 สื่อ คือ สื่อวิทยุและสื่ออินเทอร์เน็ต

ศุภกัญญา คงประดิษฐ์ (2547) ศึกษาเรื่อง “โครงสร้างองค์กรของเว็บไซต์ที่ให้บริการฟังเพลงออนไลน์แบบ on-demand” วัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาโครงสร้างองค์กรของเว็บไซต์กระบวนการผลิตและการให้บริการฟังเพลง รวมทั้งผลประโยชน์ที่ได้รับและความคาดหวังจากการให้บริการฟังเพลง

ผลการวิจัยพบว่า เว็บไซต์มีการดำเนินงานภายใต้โครงสร้างองค์กรใน 3 รูปแบบ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจเพลง ผู้ประกอบการธุรกิจสื่อและบันเทิงอื่นๆ และปัจเจกบุคคล ซึ่งความแตกต่างด้านความเป็นเจ้าของสื่อส่งผลให้เว็บไซต์แต่ละประเภทมีรูปแบบการดำเนินงานและวัตถุประสงค์ในการพัฒนาเว็บไซต์ต่างกัน ซึ่งทำให้เนื้อหาและบริการบนเว็บไซต์ โดยเฉพาะการให้บริการฟังเพลงแตกต่างกันด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจเพลงส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้า โดยใช้เว็บไซต์เป็นสื่อโฆษณาสินค้า ขณะที่ผู้ที่ไม่ได้ประกอบธุรกิจเพลงพัฒนาเว็บไซต์ เพราะต้องการเป็นเจ้าของช่องทางสื่อสาร เพื่อเผยแพร่ข้อมูลและความคิดของตัวเองไปยังผู้อื่นได้อย่างเสรี จนทำให้เกิดผลประโยชน์อื่นตามมา

ซึ่งงานวิจัยของ สุกัลยา มีความแตกต่างจากงานวิจัยของข้าพเจ้าตรงที่ สุกัลยา สนใจศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างองค์กรของเว็บไซต์ กระบวนการผลิตและการให้บริการฟังเพลงออนไลน์แบบ **on-demand** รวมทั้งผลประโยชน์ที่ได้รับและความคาดหวังจากการให้บริการฟังเพลง ส่วนงานวิจัยของข้าพเจ้า จะศึกษาที่การปรับแปลงรูปแบบและเนื้อหาของรายการที่น่าเสนอผ่านวิทยุกระจายเสียง เมื่อนำมาเผยแพร่ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต www.thisisclick.com รวมถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการปรับแปลงรูปแบบและเนื้อหา ซึ่งผู้วิจัยจะทำการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสื่อ 2 สื่อ คือ สื่อวิทยุ และสื่ออินเทอร์เน็ต

ปราณี พุ่มบางป่า (2543) ศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ว่าไรดีในด้านสังคม ประภคิต” ผลการศึกษาพบว่า เว็บไซต์ว่าไรดีมีรูปแบบของเว็บท่า (**Portal Site**) ซึ่งเป็นศูนย์รวมข้อมูล ข่าวสารและบริการในด้านต่างๆ เนื้อหาที่ปรากฏบนเว็บว่าไรดีมีความหลากหลาย เนื่องจากมุ่งตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่ม

การที่เว็บไซต์ว่าไรดีมีกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขวาง ทำให้ปริมาณเนื้อหาที่น่าเสนอมีปริมาณมากตามไปด้วย และจำเป็นต้องมีการแบ่งเนื้อหาออกเป็นส่วนหรือเป็นช่อง (**Chanel**) ต่างๆ ที่ผู้เข้าชมสามารถเลือกเปิดรับตามความสนใจได้ นอกจากนั้น เว็บไซต์ว่าไรดียังมีบริการพิเศษที่ผู้เข้าชมสามารถเลือกรับเฉพาะเนื้อหาที่ตามความต้องการของแต่ละบุคคลอีกด้วย

ชาญวิทย์ เจริญกิจชัยชนะ (2541) ศึกษาเรื่อง “บทบาทของโฮมเพจ **InterCast.Loxinfo** ในช่องทางใหม่ของสื่อมวลชน” วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทและแนวโน้มของสื่ออินเทอร์เน็ตในการเข้ามามีส่วนร่วมในการนำเสนอสารสนเทศ โดยศึกษาจากโฮมเพจ www.intercast.loxinfo.co.th

ผลการวิจัยพบว่า เทคโนโลยีมีผลต่อการนำเสนอเนื้อหา และแนวโน้มในการให้บริการบทบาทของโฮมเพจ พบว่า ในต่างประเทศมีอัตราการเข้าใช้สูง และมีการยอมรับอย่างมากจากผู้ใช้งานด้านอุปสรรคและปัญหา พบว่า เทคโนโลยีสารสนเทศพื้นฐานของต่างประเทศมีประสิทธิภาพสูงกว่าประเทศไทย การส่งสารสนเทศเป็นไปอย่างแพร่หลาย แม้มีการ **delay** อยู่บ้าง และช่วงเวลาของแต่ละวันที่ต่างกันในแต่ละส่วนของโลก มีผลการกระทบต่อการเปิดรับเนื้อหาของผู้ใช้ในด้านของการออกอากาศสด

ศุจิกา ดวงมณี (2539) ศึกษาเรื่อง “การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่าน **world wide web** ของสื่อมวลชนไทย” วัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบการใช้ **www** เพื่อการเผยแพร่ข่าวสารของสื่อมวลชนไทยที่ต่างประเภทกัน

ผลการศึกษาพบว่า สื่อมวลชนไทยใช้ **WWW** เพื่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรและเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับการสื่อสารข้อมูลไปในระดับโลก เนื่องจาก **WWW** เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีข้อได้เปรียบทางด้านความเร็ว สามารถนำเสนอได้หลายรูปแบบในเวลาเดียวกัน และเป็นช่องทางในการแพร่กระจายข่าวสารไปถึงระดับโลกได้ในราคาต่ำกว่าสื่อประเภทอื่น รูปแบบของข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชนไทยประเภทต่างๆ ที่ปรากฏบน **WWW** นั้น มีความแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ ส่วนใหญ่จะมีรูปแบบที่เรียบง่าย เป็นตัวหนังสือ และมีภาพประกอบมาก ในสื่อประเภทนิตยสาร สำหรับสื่อประเภทวิทยุและโทรทัศน์มีการนำเสนอข้อมูลภาพเคลื่อนไหวและเสียง

งานวิจัยในต่างประเทศ

Benjamin Compaine (2001) ศึกษาเรื่อง “**Internet Radio: A New Engine for Content Diversity?**” ผลการศึกษาพบว่า วิทยุบนอินเทอร์เน็ตได้เพิ่มความหลากหลายให้กับอุตสาหกรรมวิทยุกระจายเสียง การกระจายเสียงทางอินเทอร์เน็ต ช่วยเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงสถานี อีกทั้งทำให้รูปแบบและภาษามีความหลากหลายมากขึ้น กล่าวได้ว่า ผลกระทบโดยรวมของการกระจายเสียงทางวิทยุอินเทอร์เน็ตได้เพิ่มความหลากหลายให้กับผู้ฟังมากขึ้น

Carla Gomez-Monroy (2004) ศึกษาเรื่อง “**eRadio: Empowerment through Community Web Radio**” การวิจัยครั้งนี้ได้อธิบายการนำร่องในการสนับสนุนโครงการวิทยุอินเทอร์เน็ต (**eRadio Project**) ในชุมชน **Tulci** ซึ่งชุมชนนี้เป็นชุมชนข้ามชาติซึ่งมีบ้านเกิดอยู่ที่ประเทศเม็กซิโก และนครนิวยอร์กอย่างละครึ่ง หลังจากทำเวิร์คช็อป พวกเขาได้สร้างและสื่อสารผ่านรายการวิทยุสองรายการ คือที่ **Tulcingo** และนครนิวยอร์ก ผลก็คือ ชุมชน **Tulcingo** ได้ให้ความสนใจในการสนับสนุนโครงการ **eRadio** ในระยะยาว ถ้าโครงการนี้สำเร็จ ชุมชนอื่นๆ ก็สามารที่จะพัฒนาได้เช่นกัน

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพวิเคราะห์เรื่องการเปลี่ยนแปลง (**transform**) รูปแบบและเนื้อหารายการวิทยุกระจายเสียงผ่านวิทยุออนไลน์ในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด รวมถึงศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง (**transform**) รูปแบบและเนื้อหา ซึ่งเครื่องมือหลักที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ วิธี **In-depth Interview** ในการสัมภาษณ์บุคคลที่เป็น **key informant** โดยมีรายละเอียดการทำวิจัยดังต่อไปนี้

31 กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection)

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จะทำการศึกษาจาก **2** แหล่งข้อมูล ได้แก่

31.1 ข้อมูลประเภทบุคคล

แหล่งข้อมูลหลัก (**Key Informants**) คือ บุคคลต่างๆ ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดรูปแบบและเนื้อหาของรายการวิทยุในเครือบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด ทั้งจากสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่อ **online radio** ในโซเชียลมีเดีย www.thisisclick.com ซึ่งมีทั้งหมด **3** สถานี ได้แก่ รายการ **GET 102.5 (FM102.5 MHz)** รายการ **FMONE (FM103.5 MHz)** และรายการ **FAT RADIO โตโต มั่นมั่น (FM104.5 MHz)**

31.2 ข้อมูลเอกสาร

ได้แก่ ข้อมูลจากเว็บไซต์ www.thisisclick.com และข้อมูลจากสื่อวิทยุกระจายเสียงในเครือบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด ซึ่งเป็นข้อมูลที่เผยแพร่ระหว่างวันที่ **16** มกราคม ถึงวันที่ **17** มีนาคม พ.ศ. **2549** ซึ่งเป็นรายการวิทยุของคลื่น **FM102.5 MHz** (รายการ **GET 102.5**), **FM103.5 MHz** (รายการ **FMONE**) และ **FM104.5 MHz** (รายการ **FAT RADIO โตโต มั่นมั่น**) ออกอากาศในช่วง **2** เดือน

3.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ศึกษาบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหาของรายการวิทยุในเครือบริษัท คลิ๊ก เรดิโอ จำกัด ทั้งหมด 3 สถานี ซึ่งได้แก่ รายการ **GET 102.5 (FM 102.5 MHz)** รายการ **FM ONE (FM 103.5 MHz)** และรายการ **FAT RADIO โดโต มั่นมั่น (FM 104.5 MHz)** ทั้งในสื่อกระจายเสียงและสื่ออินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ www.thisisclick.com โดยมีรายชื่อดังต่อไปนี้

สื่อวิทยุกระจายเสียง

รายการ GET 102.5 (FM 102.5 MHz)

- | | |
|----------------------------|------------------|
| 1. คุณศิริชัย พุ่มจิตต์ | Program Director |
| 2. คุณพัชรธร ทองเชื้อ | Senior-Creative |
| 3. คุณสงวน เมธีธารา | Creative |
| 4. คุณสุพิชชา จักรสิรินนท์ | Creative |
| 5. คุณวรงค์ชิต บุญชู | Music Director |
| 6. คุณรัชนก ชำนิจ | Music Selector |

รายการ 103.5 FM ONE (FM 103.5 MHz)

- | | |
|------------------------------|------------------|
| 1. คุณรัตติยาณี เฉลิมแสนยากร | Program Director |
| 2. คุณรัตติยา บุญเฉลียว | Creative |
| 3. คุณชัยวิทย์ กิตติธารเมธี | Creative |
| 4. คุณจริยาพร ชิตกิตติกุล | Creative |
| 5. คุณพีระ กำแพงทอง | Music Selector |

รายการ 104.5 FAT RADIO (FM 104.5 MHz)

- | | |
|--------------------------------|------------------|
| 1. คุณมณเฑียร เกษศิริรินทร์เทพ | Program Director |
| 2. คุณบรรกรณ์ หลงสวาสดี | Program Manager |
| 3. คุณสุขวิชฌนน์ ชำขม | Creative |
| 4. คุณพนัญญา พูลเสมอ | Creative |
| 5. คุณสาโรช บุษรา | Creative |
| 6. คุณอิทธิกร เทพทรงวิจจะ | Music Selector |

สื่ออินเทอร์เน็ต

1. คุณพัชรวรรณ ศรีลาน **Web Editor**
2. คุณเฉลิมชัย เทศศิ **Web Designer**
3. คุณวรินทร์ ไพโรจน์อังศธร **Web Developer Programming**

3.2.2 กลุ่มตัวอย่างเอกสาร

- ข้อมูลจากเว็บไซต์ www.thisisclick.com โดยผู้วิจัยเลือกศึกษาสัปดาห์ละ 2 ครั้ง ทุกวันจันทร์และวันศุกร์ เหตุผลที่เลือกศึกษาในวันจันทร์ก็เนื่องจากว่า เป็นวันที่ทางเว็บมาสเตอร์ทำการอัปเดตข้อมูลในส่วนของชาร์ตเพลง และเหตุผลที่เลือกศึกษาในวันศุกร์ก็เนื่องจากว่า เป็นวันที่ผู้วิจัยได้ทำการเลือกส้อม โดยเฉพาะเจาะจง เพราะเป็นวันสุดท้ายของสัปดาห์ น่าจะเห็นการเปลี่ยนแปลงที่มีมาทั้งอาทิตย์ได้มากกว่าวันอื่นๆ

วันจันทร์	วันศุกร์
16 มกราคม 2549	20 มกราคม 2549
23 มกราคม 2549	27 มกราคม 2549
30 มกราคม 2549	3 กุมภาพันธ์ 2549
6 กุมภาพันธ์ 2549	10 กุมภาพันธ์ 2549
13 กุมภาพันธ์ 2549	17 กุมภาพันธ์ 2549
20 กุมภาพันธ์ 2549	24 กุมภาพันธ์ 2549
27 กุมภาพันธ์ 2549	3 มีนาคม 2549
6 มีนาคม 2549	10 มีนาคม 2549
13 มีนาคม 2549	17 มีนาคม 2549

- ข้อมูลจากวิทยุกระจายเสียงของรายการวิทยุในเครือบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด โดยผู้วิจัยเลือกศึกษาสัปดาห์ละ 2 ครั้ง เช่นเดียวกับเว็บไซต์และทำการอัดวันและเวลาเดียวกันกับที่ศึกษาเว็บไซต์

3.3 วิธีการเก็บข้อมูล

3.3.1 ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) บุคคลที่เป็น **key informants** ทั้งหมด ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหารายการเพลงทั้ง 3 สถานี ที่

นำเสนอผ่านทางเว็บไซต์ www.thisisclick.com และผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง โดยสัมภาษณ์ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

> ความเป็นมาในการนำเสนอรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ตผ่านทางเว็บไซต์ www.thisisclick.com

> เหตุผลในการเลือกสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้เพื่อเพิ่มช่องทางในการนำเสนอเนื้อหารายการทางวิทยุกระจายเสียง

> รูปแบบและเนื้อหารายการที่นำเสนอผ่านทางเว็บไซต์ www.thisisclick.com และที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงในเครือบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด ทั้ง 3 สถานี

> ความแตกต่างระหว่างรูปแบบและเนื้อหารายการที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่ออินเทอร์เน็ต

> ปัจจัยใดบ้างที่มีส่วนกำหนดรูปแบบและเนื้อหาของรายการทั้งที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงและผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

> หลักในการคัดเลือกเพลงมานำเสนอในรายการทางสื่อวิทยุกระจายเสียงและทางเว็บไซต์

> ประโยชน์และความคาดหวังจากการนำเสนอวิทยุบนอินเทอร์เน็ตของเว็บไซต์

www.thisisclick.com

> ปัญหาและข้อจำกัดในการจัดทำรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ตในเว็บไซต์ www.thisisclick.com และทางสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครือบริษัทฯ

ผู้วิจัยจะเป็นคนเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ด้วยตัวเอง และดำเนินการสัมภาษณ์บุคคลที่เป็น **key informants** โดยการนัดสัมภาษณ์โดยตรงแบบเผชิญหน้ากัน (**face to face**)

3.3.2 การบันทึกเว็บไซต์และรายการเพลง ผู้วิจัยจะทำการบันทึกเว็บไซต์ www.thisisclick.com โดยคลิกเข้าไปดูในแต่ละคอลัมน์ ทุกหน้า อย่างละเอียด ตามวันและเวลาที่กำหนดไว้ในหัวข้อ **3.2.2** และทำการบันทึกเทปของรายการเพลงในเครือบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด ทั้ง 3 สถานี โดยใช้เครื่องบันทึกเสียง 3 เครื่อง บันทึกรายการวิทยุ 3 รายการ คือ รายการ **GET 102.5 (FM102.5 MHz)** รายการ **103.5 FMONE (FM103.5 MHz)** และรายการ **104.5 FAT RADIO** โต มั่นมัน (FM104.5 MHz) ภายในเวลาเดียวกัน (ตามที่ระบุไว้ในหัวข้อ **3.2.2**)

34 ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ระยะเวลาในการศึกษาจะอยู่ในช่วงวันที่ 1 มกราคม ถึงวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2549 รวมระยะเวลา 2 เดือน

35 กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาการปรับเปลี่ยน (transform) รูปแบบและเนื้อหารายการวิทยุกระจายเสียงในเครือบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่านสื่อ online radio ในโฮมเพจ www.thisclick.com รวมถึงศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหา วิเคราะห์โดยอาศัยกรอบแนวคิดและทฤษฎี โดยแบ่งการวิเคราะห์ดังนี้

35.1 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มีขั้นตอนดังนี้

ผู้วิจัยจะถอดเทปและจัดข้อมูลออกเป็นหมวดหมู่ (categories) โดยสรุปแยกประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

ก. วิเคราะห์รูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียงในเครือบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด และรายการวิทยุกระจายเสียงเมื่อนำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตในโฮมเพจ www.thisclick.com

ข. วิเคราะห์เนื้อหารายการวิทยุกระจายเสียงในเครือบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด และรายการวิทยุกระจายเสียงเมื่อนำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตในโฮมเพจ www.thisclick.com

ค. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการออกแบบรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์ (ธรรมชาติของสื่อ/ ศักยภาพของสื่อ)

ผู้วิจัยจะนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ โดยเชื่อมโยงกับแนวคิดเรื่องการเปลี่ยนแปลง (transform) แนวคิดที่เกี่ยวกับธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่ออินเทอร์เน็ต แนวคิดเรื่องการผสมผสานศักยภาพสื่อ แนวคิดเรื่องเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงและรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียง และแนวคิดที่เกี่ยวกับรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์ มาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ลักษณะรูปแบบและเนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงเมื่อนำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตในโฮมเพจ www.thisclick.com แล้วจึงมา

วิเคราะห์เปรียบเทียบกัน เพื่อให้เข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างรูปแบบและเนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงเมื่อนำมาเผยแพร่ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการวิเคราะห์การปรับแปลงรูปแบบและเนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงเมื่อนำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

สำหรับการวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อการปรับแปลงรูปแบบและเนื้อหาของรายการที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงและผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตในโฮมเพจ www.thisclick.com ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการออกแบบรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์ โดยเชื่อมโยงกับแนวคิดที่เกี่ยวกับธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่ออินเทอร์เน็ต และแนวคิดเรื่องการผสมสัณยภาพสื่อ มาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์

3.5.2 การวิเคราะห์เอกสาร

- เอกสาร ผู้วิจัยจะแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 อย่าง ดังนี้

ก. รูปแบบของเว็บไซต์ www.thisclick.com ที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงในเครือข่าย บริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ลำดับของรายการ (sequence) เทคนิคการนำเสนอระยะเวลาออกอากาศ และเวลาที่ออกอากาศ

ข. เนื้อหาของเว็บไซต์ www.thisclick.com ที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงในเครือข่าย บริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด ผู้วิจัยจะจัดชนิด (genre) ของรูปแบบเพลง เช่น เพลงช้า เพลงเร็ว เพลงรัก เป็นต้น และจัดลำดับเนื้อหาของเพลงว่าเพลงใดขึ้นก่อนและหลัง

- วิเคราะห์ตัวสื่อ

วิเคราะห์รูปแบบของสื่ออินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ www.thisclick.com และรูปแบบที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงในเครือข่าย บริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด โดยมีเกณฑ์การวิเคราะห์รูปแบบดังนี้คือ

ลักษณะของสื่อ	สื่อวิทยุ	สื่ออินเทอร์เน็ต
ศักยภาพในการเก็บข้อมูล	ต่ำ	สูงกว่า
ข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่	มี (ฟังได้เฉพาะที่ที่มีคลื่นไปถึงเท่านั้น)	ไม่มี (สามารถฟังได้ทั่วโลก)

ลักษณะของสื่อ	สื่อวิทยุ	สื่ออินเทอร์เน็ต
ความสามารถในการแสดงผล	มีแต่เสียง ไม่มีภาพ	มีทั้งเสียง ภาพกราฟิก และข้อความ
ความสามารถในการเรียกดูซ้ำ	ต่ำ	สูง
รูปแบบการสื่อสาร	แบบสื่อเดียว (ไม่หลากหลาย)	แบบสื่อประสม (มัลติมีเดีย)
การแบ่งประเภทผู้รับสาร	ต่ำ เพราะข่าวสารเดียวกันจะถูกถ่ายทอดให้ทุกคนฟัง	สูง เพราะเป็นรายบุคคล
ระบบการโต้ตอบ (Interactivity)	ต่ำ	สูงกว่า

3.6 การนำเสนอข้อมูล

ในการนำเสนอข้อมูลจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive) ร่วมกับการแสดงตารางข้อมูลและรูปภาพต่างๆ เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบและเนื้อหารายการที่ถูกปรับเปลี่ยนเมื่อนำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงและผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ www.thisisclick.com ตลอดถึงทราบปัจจัยที่ผลต่อการปรับเปลี่ยนเนื้อหานั้นๆ โดยแบ่งการนำเสนอส่วนผลการวิจัยออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 รูปแบบของรายการวิทยุที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงในเครือบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด และรูปแบบของรายการวิทยุที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์ www.thisisclick.com

ส่วนที่ 2 เนื้อหาของรายการวิทยุที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงในเครือบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด และเนื้อหาของรายการวิทยุที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์ www.thisisclick.com

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหารายการเมื่อนำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงในเครือบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด และรูปแบบของรายการวิทยุที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์ www.thisisclick.com

และส่วนสุดท้ายของงานวิจัยเล่มนี้ เป็นบทสรุป อภิปรายผล ข้อจำกัดงานวิจัย พร้อมทั้งข้อเสนอแนะสำหรับการทำงานวิจัยต่อไปในอนาคต

บทที่ 4

การปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาการวิทยุกระจายเสียงผ่านวิทยุออนไลน์ ในเครื่องของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพเรื่อง “การปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาการวิทยุกระจายเสียงผ่านวิทยุออนไลน์ในเครื่องของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด” นั้นในบทที่ 4 นี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดที่รวบรวมได้เป็นข้อมูลทางด้านรูปแบบและเนื้อหาของรายการวิทยุในเครื่องบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com เพื่อเป็นการตอบคำถามนำวิจัยทั้ง 2 ข้อ ที่ศึกษารูปแบบและเนื้อหาการที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงมีการปรับเปลี่ยนเพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อ **online radio** ใน www.thisisclick.com นั้นเป็นเช่นไร ตลอดจนศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาการที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุและผ่านสื่อ **online radio** ใน www.thisisclick.com จากการเก็บข้อมูล โดยการค้นคว้าจากหนังสือ นิตยสาร เอกสารที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหา สร้างข้อสรุปสำหรับรูปแบบและเนื้อหาที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงมีการปรับเปลี่ยนเพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อ **online radio** ใน www.thisisclick.com ได้ และผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาทำการวิเคราะห์โดยเชื่อมโยงกับแนวคิดเรื่องการเปลี่ยนแปลง (**transform**) แนวคิดที่เกี่ยวกับธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่ออินเทอร์เน็ต แนวคิดเรื่องการผสมผสานศักยภาพสื่อ แนวคิดเรื่องเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงและรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียง และแนวคิดที่เกี่ยวกับรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์ มาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ลักษณะรูปแบบและเนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงเมื่อนำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตในโฮมเพจ www.thisisclick.com แล้วจึงมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกัน เพื่อให้เข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างรูปแบบและเนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงเมื่อนำมาเผยแพร่ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการวิเคราะห์การปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงเมื่อนำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

สำหรับการวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาการที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงและผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตในโฮมเพจ www.thisisclick.com ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการออกแบบรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์ โดยเชื่อมโยงกับแนวคิดที่เกี่ยวกับธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่ออินเทอร์เน็ต และแนวคิดเรื่องการผสมผสานศักยภาพสื่อ มาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์

ตารางที่ 41: การปรับเปลี่ยนเนื้อหารายการวิทยุกระจายเสียงในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด ใน
การนำเสนอผ่าน www.thissclick.com

ประเด็นการวิเคราะห์	สื่อวิทยุ	สื่ออินเทอร์เน็ต	การเปลี่ยนแปลง
ภาษา	- ภาษาเป็นกันเอง - ใช้โทนเสียงสูง ต่ำ เพื่อให้ผู้ฟังเกิด ความรู้สึกคล้อยตาม ไม่รู้สึกเบื่อ และ สามารถจินตนาการ ตามได้	- ภาษาเป็นทางการ - มีการใช้สัญลักษณ์สื่อ อารมณ์และเครื่องหมาย วรรคตอน เช่น อัศเจรีย์ (!) ไม่ยมก (๓) จุลภาค (.) หรือ นลิขิต () มา เสริมอารมณ์ที่ขาด หายไป - มีการเพิ่มสีสัน ภาพกราฟิก และ font ตัวอักษรหลากหลายมาก ขึ้น	ลีลาในการใช้ภาษามี การปรับเปลี่ยนไป แต่ เนื้อหาเหมือนเดิม ความหมายไม่เปลี่ยน
ปริมาณ	ประกอบไปด้วย เพลง ข่าว กิจกรรมและข่าว ประชาสัมพันธ์ของ ทางสถานี และเกม	ประกอบไปด้วยเพลง ข่าว กิจกรรม ข่าว ประชาสัมพันธ์ของทาง สถานี และเกม แต่ได้มี การเพิ่มรายละเอียดของ เนื้อหา อย่างกฎและ กติกา มากขึ้น	ปริมาณเนื้อหาปรับ แปลงไป มีการเพิ่ม รายละเอียดของเนื้อหา ชัดเจนมากกว่า
เพลง	มีทั้งเพลงไทยและ สากล ทั้งจังหวะช้า และเร็ว หลากหลาย แนว ไม่ว่าจะเป็นฮิป ฮอป ร็อก ป๊อบแดนซ์ หรือ easy listening	มีทั้งเพลงไทยและสากล หลากหลายแนว แต่มีการ เพิ่มรายละเอียดเกี่ยวกับ เพลง อัลบั้ม และประวัติ ศิลปิน	ปริมาณเนื้อหาของ เพลงปรับเปลี่ยนไป มี การเพิ่มรายละเอียดที่ เกี่ยวกับเพลง อัลบั้ม และศิลปิน
ข่าว	มีการนำเสนอข่าวจาก ทางราชการและข่าว ของรายการ	ไม่มีการนำเสนอ	ไม่พบการเปลี่ยนแปลง

ประเด็นการวิเคราะห์	สื่อวิทยุ	สื่ออินเทอร์เน็ต	การปรับเปลี่ยน
กิจกรรมและข่าวประชาสัมพันธ์	- กิจกรรมต่างๆ ที่ทางสถานีเป็นผู้จัด เช่น meet & greet หรือการประกวดหนังสือ - ข่าวประชาสัมพันธ์ต่างๆ เช่น งานศิลปะหรือภาพยนตร์ที่กำลังจะเข้าฉาย	- กิจกรรมที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์ จะมีรายละเอียดมากกว่า มีข้อมูลมากกว่า และมีการเพิ่มภาพข่าวของกิจกรรมเข้ามา - แต่สำหรับข่าวประชาสัมพันธ์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับสถานี จะไม่มีการนำเสนอผ่านทางเว็บไซต์	- ปริมาณเนื้อหาของกิจกรรมปรับเปลี่ยนไป มีการเพิ่มรายละเอียดของกิจกรรม ภาพกิจกรรมและภาพกราฟิก - ไม่พบการปรับเปลี่ยนในข่าวประชาสัมพันธ์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับทางสถานี
เกม	เล่นเกมในช่วงเวลาที่ดีเยี่ยมเป็นคนกำหนด และมีการบอกกติกาอย่างคร่าวๆ พอให้เข้าใจ	เล่นเกมได้ตลอดเวลา มีการเพิ่มรายละเอียดของเกม สามารถบอกกติกาในการเข้าร่วมสนุก รวมถึงวิธีการเล่นเกมได้ชัดเจนกว่า และเพิ่มภาพกราฟิก	ปริมาณเนื้อหาของเกมปรับเปลี่ยนไป มีการเพิ่มรายละเอียดชัดเจนกว่า และเพิ่มภาพกราฟิก

ตารางที่ 42 การปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียงในเครือของบริษัท คลิ๊ก เเรดิโอ จำกัด
ในการนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

ประเด็นการวิเคราะห์	สื่อวิทยุ	สื่ออินเทอร์เน็ต	การปรับเปลี่ยน
เทคนิคการนำเสนอ	เป็นกันเอง มีลีลาการจัดรายการที่กระชับกระเฉง เร้าใจ ให้ผู้ฟังคล้อยตาม	ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยีตัวอักษรและภาพ เทคโนโลยีเสียง และเทคโนโลยีสื่อสารสองทาง	เทคนิคการนำเสนอปรับเปลี่ยนไป มีความหลากหลายและลูกเล่นมากขึ้น มีการใช้สี ภาพกราฟิก และเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพิ่มสีสัน
ลำดับขั้นตอนการนำเสนอ	ดีเยี่ยมเป็นคนกำหนด	เทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด	ลำดับขั้นตอนการนำเสนอถูกปรับเปลี่ยนไป ตายตัวไม่ยืดหยุ่น

ประเด็นการวิเคราะห์	สื่อวิทยุ	สื่ออินเทอร์เน็ต	การเปลี่ยนแปลง
ระยะเวลาในการออกอากาศ	มีระยะเวลาจำกัด	ไม่มีระยะเวลาจำกัด	ระยะเวลามีการปรับเปลี่ยนไป มีการขยายระยะเวลาเพิ่มมากขึ้น
เวลาในการออกอากาศ	มีเวลาจำกัด	ไม่มีเวลาจำกัด	เวลามีการปรับเปลี่ยนไป มีการขยายเวลาเพิ่มมากขึ้น
พื้นที่สื่อ	สามารถรับฟังได้เฉพาะพื้นที่ที่มีสัญญาณวิทยุไปถึง	สามารถรับฟังได้ทุกที่ตลอดเวลา ที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์และสัญญาณโทรศัพท์	พื้นที่ที่มีการปรับเปลี่ยนไป มีการขยายพื้นที่ในการรับฟังกว้างมากขึ้น รวมไปถึงพื้นที่ที่อยู่ต่างประเทศ

จากตารางที่ 41 และ 42 ผู้วิจัยจะนำเสนอรายละเอียด ดังต่อไปนี้

41 การปรับรูปแบบและเนื้อหาของรายการ Get 102.5 ในเครื่องของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

41.1 การปรับแปลงเนื้อหาของรายการ Get 102.5 ในเครื่องของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

41.1.1 ภาษา

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเลือกศึกษาช่วงของรายการดีเจจู้ (ศรีจุฬา หงษ์สตาร์) ในวันจันทร์และวันศุกร์ เวลา 13.00 - 16.00 น. พบว่า การดำเนินรายการในสถานีคลื่นวิทยุ Get 102.5 แบ่งออกเป็น 3 ช่วง คือ 13.00 - 14.00 น., 14.00 - 15.00 น. และ 15.00 - 16.00 น. และมีการใช้ภาษาในการดำเนินรายการของตัวดีเจ ซึ่งจะมีการพูดแนะนำและพูดเข้าสู่ช่วงต่างๆ ของรายการ ดังตัวอย่างดังต่อไปนี้

- ดีเจกล่าวทักทายผู้ฟังและพูดเข้าสู่รายการ

“มาพบกันช่วงบ่าย สวัสดิกันตอนบ่ายๆ ค่ะ ที่ Get 102.5 International Hit Music นะคะ ดีเจ จู้ - ศรีจุฬา ค่ะ เมื่อกี้พี่بوب แชวๆ ว่าวันนี้ทำจับจ่ายมาไม่เห็นเอามาให้กินกันบ้าง

เลย อย่าเพิ่งเป็นเหยื่อเลยนะคะ เอาเป็นว่าให้ฝีมือคงที่กว่านี้ก่อนดีกว่า ช่วงนี้อะไรๆ ก็แพง ทำอาหารกินเอง ประหยัดดี แล้ววันนี้ **the fugitive** ของเราไปที่ไหนคะเนี่ย”

- ดีเจกล่าวปิดรายการ

“ขอบคุณบัตรเครดิต... ที่ช่วยกันตามล่า **the fugitive** วันจันทร์มาเจอกันใหม่ นะคะ มาช่วยตามล่าหา **fugitive** กันใหม่ ส่วนใครที่ทำงานหนักมาทั้งอาทิตย์ เสาร์ อาทิตย์ นี้ ขอให้เจอเรื่องสดชื่นหัวใจเข้ามาบ้าง แล้วพบกันใหม่อีกครั้งในวันจันทร์ ดีเจจู้ไปแล้ว สวัสดีค่ะ”

- ดีเจพูดเกี่ยวกับเพลงหรือศิลปิน

“อยู่ในวงการมาก็หลายปีแล้วเหมือนกัน ตอนนี้ก็ยังสร้างสรรค์ผลงานดีๆ ออกมาให้เราได้ฟังกันอีก กับ **Bob Sinclare** กับซิงเกิ้ลนี้ **love generation** นะคะ ที่ **Get 102.5 Bangkok only International Hit Music Station** ค่ะ”

“ดั่งทั้งเจ้าของเพลง แล้วก็ดั่งทั้งคนที่มาเป็นแขกรับเชิญ เดี่ยวนี้คนดั่งๆ เชิดใส่กันไปทำไม มาทำงานร่วมกันดีกว่า ดั่งยกกำลังสองว่าจะคุยให้ฟังมีอีกคู่หนึ่งที่ไม่น่าจะมาเกี่ยวกับเลย แต่ว่าอยากจะมาร่วมทำงานด้วย เลยเขียนจดหมายไปหา ขอร่วมงานด้วยได้มั๊ย แต่เดี๋ยวจะเล่าให้ฟังชั่วโมงหน้านะคะ”

- ดีเจพูดเข้าสู่กิจกรรมหลักของทางสถานี

สำหรับช่วงที่ศึกษาจะเป็นเกม **The Fugitive** ซึ่งเป็นเกมของสปอนเซอร์ให้การสนับสนุนเงินรางวัลอยู่ มีรายละเอียดของกิจกรรมดังต่อไปนี้

เกมตามหา **the fugitive** ที่ให้ผู้ฟังได้มีส่วนร่วมในรายการ คือ การให้คนฟังติดตามฟังและร่วมกันออกไปค้นหาตัวปริศนาตามสถานที่ต่างๆ ที่กำหนดไว้เป็นโจทย์ โดยทางรายการจะส่งทีมงานที่ไม่เป็นที่รู้จัก **1** คน ไปยังสถานที่นัดพบ ซึ่งขึ้นอยู่กับโจทย์ในแต่ละวัน โดยให้คนฟังไปตาม หว่านบุคคลนั้นอยู่ที่สถานที่ใดในกรุงเทพฯ ทั้งนี้บุคคลดังกล่าวจะโทรเข้ามาแจ้งรายการเพื่อบอกใบ้ให้คนฟังได้ร่วมทายกันว่าเป็นสถานที่ใด เช่น กำหนดจุดนัดพบที่ “มาบุญครอง” คำใบ้คือ “ฮัลโหลๆ ข้าวเธอ ยังไม่เคยไปเลยเนี่ย” ซึ่งผู้ฟังที่

ติดตามรายการก็จะสนุกกับการโทรเข้ามาทนายว่า “ฮัลโหลๆ ข้าวหรือ ยังไม่เคยไปเลยเนี่ย” คือสถานที่ใด (ฮัลโหล บอกไปถึงชั้นขามือถือ ส่วนข้าวบอกไปว่าคือ ห้างสรรพสินค้ามาบุญครอง) หากผู้ฟังคนไหนทราบว่าหมายถึงสถานที่ใด ก็จะเดินทางไปยังจุดนัดพบนั้น เพื่อไปตามหาตัวประกัน ซึ่งเรียกว่า **the fugitive** ถ้าหาเจอจะต้องถามว่า “คุณคือ **Get 1025 the fugitive** ใช่หรือไม่” ถ้าถามถูกคน ก็จะได้เงินรางวัลไป แต่ถ้าถามผิดคน ก็จะสามารถลุ้นรางวัลอื่นๆ ได้ด้วยการค้นหาการ์ดที่ตัวประกัน (**the fugitive**) ที่วิ่งไปตามที่ต่างๆ ที่เดินผ่านก่อนไปถึงจุดนัดพบ

ซึ่งตัวดีเอง จะมีการพูดเข้าสู่ช่วงเกมของรายการดังต่อไปนี้

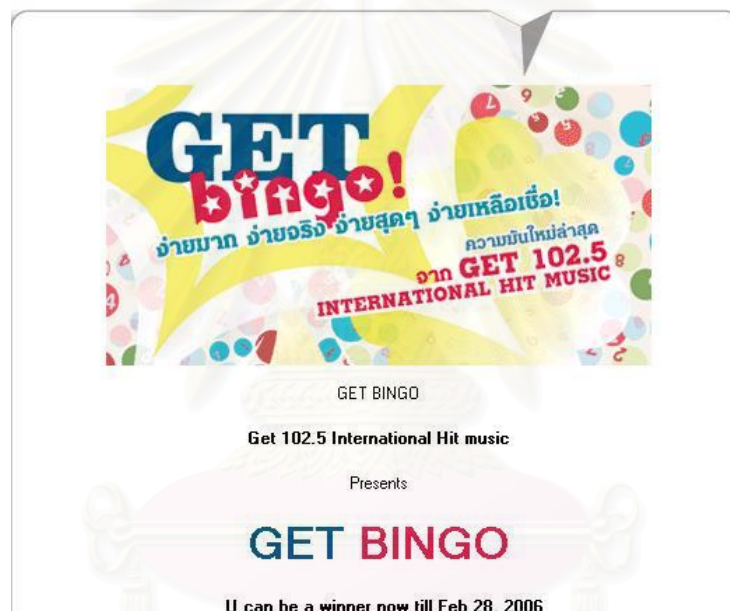
“(เปิดเสียงคำใบ้ของประกันก่อน) ทุกครั้งก่อนจะจากไป ก็จะส่งกำลังใจให้ว่าไม่ยากหรอก แต่ระหว่างตามหาแล้วก็จะกั๊กๆ จิกๆ ว่าคนฟัง **Get** นี้ อ่อนบ้างล่ะ หาไม่เจอบ้างล่ะ แต่แห่ม คำใบ้เป็นใจจิงเลย ฮัลโหลๆ ข้าวหรือ ยังไม่เคยไปเลยเนี่ย ผู้ฟังคะวันนี้เรามาเซอร์ไพรส์กันเถอะ ไม่ตามหา **the fugitive** กันคิมมัย บอกมาแค่นี้ใครจะตามหาเจอ แต่เอ๊ะเดี๋ยวก่อน เข้าว่ากันว่า คำใบ้ถึงแม้ว่าจะยาก แต่เงินรางวัลค่าหัวก็ไม่น้อย ตั้ง **40,000** บาท คิดหรือว่าเงินจะซื้อเราได้ เราไม่ตามกัน ไซ้มีัยคะคุณผู้ฟัง...ตาม อ้อ ตกลงเงินซื้อเราได้หรือคะ (หัวเราะ)

โอเค แล้วที่ไหน แล้วยังงัย ช่วยกันบอกนิคหนึ่งนะคะ ถ้าเกิด **fugitive** ไม่บอก คนฟังที่กำลังตามหาอยู่ คิดว่าน่าจะเป็นที่ไหนคะ ฮัลโหลๆ ข้าวหรือ ยังไม่เคยไปเลยเนี่ย เข้ามาบอกเห็นว่ายาก ถ้าเจอจะให้ **40,000** บาทเลย เจอต้องถาม ไม่ถามอด **you don't ask you can't win** (บอกเบอร์โทรในรายการ) จะเป็นทีมไต่ล่า ก็ส่งมาที่.... ถ้าไม่อยากจะให้คนอื่นที่กำลังตามล่า แต่อยากจะทำดีเจ๊ๆ ก็ส่งข้อความกันมาได้นะคะ หรือว่าโทรศัพท์มาที่ (เบอร์โทร) ตามด้วยสโลแกนของกิจกรรมคือ **you don't ask you can't win** เจอต้องถาม ไม่ถามอด **you don't ask you can't win**”

- ดีเจพูดกับผู้ฟังที่โทรศัพท์เข้ามาร่วมสนุกในรายการ

“พยายามจะแก๊ง **fugitive** วันนี้ไม่ใบ้มากๆ ระวังนะ คนจะไม่ไปตามหา จะให้อยู่เฉยๆ คนเดียว เหงาแล้วอย่ามาง้อนะ สวัสดิ์ค๊ะ คุณโอ้ไซ้มีัยคะ คิดว่ายังงัยบ้าง กับคำใบ้ที่เค้าบอกมา เอาเลยค๊ะ...

เหลี่ยมๆ ดูทันสมัย อ่านง่าย มีการใช้สีสันต่างๆ เข้ามาช่วยเพิ่มความสวยงาม มีลักษณะการวางข้อความที่ไม่ธรรมดา คือแทนที่จะวางในลักษณะแนวนอนเหมือนข้อความทั่วไป ก็วางเฉียงๆ เอียงๆ เพื่อให้ดูน่าสนใจ อีกทั้งยังมีการใช้รูปภาพต่างๆ มาเพิ่มความน่าดึงดูด เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายของรายการคือนักศึกษามหาวิทยาลัยที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปจนถึงช่วงวัยทำงาน ตอนต้นไม่เกิน 35 ปี ที่ชื่นชอบเพลงสากล แต่อย่างไรก็ตาม ภาษาที่ปรากฏในหน้าเว็บเพจก็ไม่สามารถแสดงลักษณะของเสียงหรือโทนเสียงให้ผู้ฟังรับรู้เหมือนดังที่เห็นในการนำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง ทั้งนี้เนื่องมาจากข้อจำกัดของสื่ออินเทอร์เน็ต ที่ไม่สามารถแสดงอารมณ์ของผู้พูดออกมาได้ แต่ได้มีการใช้ข้อความ ภาษา สีสัน ไปเสริมแทนอารมณ์ของผู้พูดที่ขาดไปได้ ดังตัวอย่างเช่น



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กิจกรรมสุดระทึกที่ให้คุณลุ้นชั่วโมงต่อชั่วโมง
ชิงลุ้น ชิง Get ชิง Get ชิง GET ชิงทั้งวัน
กับ GET BINGO

กิจกรรมนำโชค ที่แจกง่ายๆ สมชาย แจกมากมาย
อยากรายรายจะเยี่ยมดี ติดตามฟัง GET 102.5 ได้ดี
รับรางวัลโชคแน่นอน

กติกา GET BINGO
ง่ายมาก ง่ายจริง ง่ายสุดๆ ง่ายเหลือเชื่อ!

**GET BINGO ความบันเทิงล่าสุด จาก
GET 102.5 INTERNATIONAL HIT MUSIC**

แจกง่ายๆ ได้ของดี ไปฟรีๆ ไม่ต้องสมัคร ไม่ต้องลงทะเบียน
แค่จำเบอร์ให้แม่น รับมือถือให้แน่น แล้วฟัง GET 102.5 ตลอดทั้งวัน
ของรางวัลดี ทั้งตัวเครื่องมัน ไปกลับ กรุงเทพฯ – กะหลี่, กรุงเทพฯ – ชลบุรี
ที่ฟัก รีสอร์ท สุดหรู และของรางวัลพิเศษอีกมากมาย เป็นของคุ้มได้ ง่ายมากๆ

GET BINGO

ช่วงเวลาความบันเทิง และลุ้น 8.00-23.00 น.

1. ในทุกชั่วโมงดีเจจะทำการ **RANDOM** เลขขึ้นมา 1 ตัว และบอกเลข **Lucky Number** จำนวน 4 ตัวเลข ใน 4 ชั่วโมง คนฟังคนไหนที่มีเลขทั้ง 4 ตัวดังกล่าว ในหมายเลขโทรศัพท์มือถือถึง 9 ตัว เช่น เลขที่ทางทีมงาน GET ชิงขึ้นมา 4258 เลขโทรศัพท์ของคนฟัง 09-4205984 หรือ 04-2485588 2 เบอร์ดังกล่าวสามารถ BINGO ได้ ก็ให้ส่ง SMS โดยพิมพ์ **GETBINGO** ส่ง มาที่ **4219438** ถ้าใครส่งมาเร็วที่สุด หลังจากบอกตัวเลขสุดท้าย คนนั้น **BINGO รับของรางวัลทันที**
2. ถ้ามีการ BINGO ภายใน 4 ตัวเลข โน 4 ชั่วโมง ชั่วโมงต่อไปให้เริ่มตัวเลขแรกใหม่ แต่ในกรณีที่ยังไม่ BINGO ดีเจจะบอกเลขตัวที่ 5 ในชั่วโมงต่อไป โดยการจะ BINGO ต้องมีตัวเลขในเบอร์โทรศัพท์ของคุณ 4 ใน 5 ตัว (ถ้าชั่วโมงที่ 5 ยังไม่มีใคร BINGO ก็จะมีเลขที่ 6 เล่นต่อจนกว่าจะมีคน BINGO)
3. หลังจากได้ผู้โชคดีที่ BINGO ทางดีเจ จะโทรกลับไปหาผู้โชคดี เพื่อยืนยันว่าเป็นเจ้าของเบอร์ตัวจริง

ภาพ 41 หน้าต่างของกิจกรรม Get Bingo

จากภาพที่ 41 จะเห็นว่า ภาษาที่ใช้จะมีลักษณะเป็นทางการ และมีการใช้รูปแบบ และขนาดของตัวอักษรให้มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ในส่วนที่เป็นเนื้อหา จะใช้ตัวอักษรขนาดเล็ก แต่ถ้าหากเป็นส่วนที่เป็นหัวเรื่อง ก็ใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่ขึ้นมา และมีการใช้สีเส้นต่างๆ เช่น สีฟ้าและสีชมพู เพื่อให้ดูอ่อนหวาน สดใส สบายๆ เข้ากับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายหลักที่เป็นคนวัยทำงาน ตอนต้น นอกจากนี้ ยังมีการใช้รูปภาพต่างๆ มาเพิ่มความน่าดึงดูด เช่น ใช้รูปดาวใส่ไว้ตรงช่องว่างของตัวอักษร ในคำว่า “bingo”

อีกทั้งยังมีการใช้เครื่องหมายวรรคตอน อย่าง อัศเจรีย์ (!) ไม่ยมก (๓) เพื่อสร้างอารมณ์ให้ดูสมจริงยิ่งขึ้นใช้จุลภาค (,) เพื่อคั่นข้อความให้อ่านง่าย ใช้ขีดขีดหรือวงเล็บ () เพื่อใช้อธิบายข้อความที่อธิบายไว้เป็นพิเศษ อย่างเช่นในประโยคที่ว่า “ง่ายสุดๆ ง่ายเหลือเชื่อ!” เพิ่มความรู้สึกให้ผู้อ่านรู้สึกได้ว่า เกมนี้ต้องง่ายจริงๆ หรือ (ถ้าชั่วโมงที่ 5 ยังไม่มีใคร BINGO ก็จะจับเลขที่ 6 เล่นต่อจนกว่าจะมีคน BINGO) เพื่ออธิบายให้ผู้อ่านเข้าใจว่า หากในชั่วโมงนั้น ยังไม่มีใครชนะเกม ก็จะมีการเล่นกันต่อไป เป็นต้น

นอกจากนี้ ภายในหน้าเว็บไซต์ยังมีการใช้สัญลักษณ์สื่ออารมณ์ (emotion icon) เข้ามาเพื่อเสริมอารมณ์ที่ขาดหายไป เช่น ภาพหน้ายิ้ม ที่แสดงความรู้สึกพอใจและดีใจ ภาพหน้าบึ้ง

ที่แสดงความรู้สึกเสียใจหรือไม่ชอบใจ ภาพหน้าโกรธ ที่แสดงออกถึงความโกรธหรือไม่พอใจ เป็น
ต้น ดังภาพที่ 42



ภาพ 42 ตัวอย่างภาพ emotion ต่างๆ ที่ใช้สื่ออารมณ์ในเว็บไซต์ Get 1025

สรุปการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านภาษาในรายการ Get 1025 เมื่อนำเสนอผ่าน
www.thisisclick.com

จากการศึกษาภาษาที่ใช้รายการวิทยุ Get 1025 และภาษาที่ใช้ในอินเทอร์เน็ต www.thisisclick.com/1025 พบว่า ภาษาที่ใช้ในวิทยุมีลักษณะที่ไม่เป็นทางการ และมีเรื่องของการใช้โทนเสียงเข้ามาเพื่อให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกคล้อยตามและรู้สึกเป็นกันเองกับตัวดีเจ ทำให้เกิดการติดตามฟังอย่างต่อเนื่อง แต่สำหรับภาษาที่ใช้ในสื่ออินเทอร์เน็ตมีลักษณะที่แตกต่างจากสื่อวิทยุตรงที่เป็นทางการ เนื่องด้วยธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นการนำเสนอข้อมูล และสารสนเทศในรูปแบบของข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว จึงไม่สามารถใส่น้ำเสียงและโทนเสียงของผู้จัดลงไปได้ แต่ก็ได้มีการใช้สัญลักษณ์สื่ออารมณ์ และเครื่องหมายวรรคตอน มาเสริมอารมณ์ที่ขาดหายไป ให้คนอ่านรู้สึกคล้อยตาม

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านภาษาในรายการ Get 1025 เมื่อนำเสนอผ่าน
www.thisisclick.com/1025

คุณพัศวรรณ ศรีลาน (สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2550) web-editor ของเว็บไซต์ www.thisisclick.com กล่าวว่า “web-editor จะเป็นผู้เขียนเนื้อหา (content) ลงในเว็บไซต์ทั้ง 3 สถานี โดยที่เนื้อหาในเว็บไซต์จะอิงกับกลุ่มผู้ฟังเป็นหลัก ว่าผู้ฟังต้องการอะไร ซึ่งแต่ละคลื่นก็จะมีฝ่ายครีเอทีฟนำข้อมูลมาให้ ซึ่งข้อมูลก็จะเป็นกิจกรรมที่แต่ละสถานีอยากจะประชาสัมพันธ์ลงในเว็บไซต์ แต่ในอินเทอร์เน็ตจะสามารถลงรายละเอียดได้มากกว่า ส่วนการใช้คำพูด ในเว็บไซต์เราต้องการให้คนที่คลิกเข้ามาอ่าน เกิดความรู้สึกคล้อยตาม ก็จะพยายามใช้คำที่ดึงดูด โดยจะโปรยหัวเรื่องให้น่าสนใจ เพื่อผู้ชมที่คลิกเข้ามาอ่าน อาจจะเข้าไปอ่านรายละเอียดต่อไป”

ดังนั้นสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านภาษาในรายการ Get 1025 เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/1025 มีอยู่ 2 ปัจจัย ดังนี้

ก. **ธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต** เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อมัลติมีเดีย มีความสูง สามารถเก็บข้อมูล ทั้งข้อความที่เป็นตัวอักษร ภาพ และเสียง มีความยืดหยุ่นในรูปแบบ เนื้อหา และ การใช้งาน สามารถส่งข้อความทั้งตัวอักษรและรูปภาพ แต่ยังคงการสร้างจินตนาการซึ่งในสื่อวิทยุ มี ถึงแม้ว่าวิทยุจะเป็นสื่อที่ไม่มีภาพ มีแต่เสียง แต่ด้วยเสียงนี้เองที่เป็นสิ่งช่วยกระตุ้นจินตนาการ ของผู้ฟังได้เป็นอย่างดี จึงทำให้ลักษณะการใช้ภาษาที่สื่อออกมา มีความเป็นกันเอง และเข้าถึงผู้ฟัง มากกว่าภาษาที่ใช้ในสื่ออินเทอร์เน็ต

ข. **กลุ่มคนฟังเป้าหมาย** จากการศึกษาพบว่า รูปแบบและเนื้อหาส่วนใหญ่ของทั้งรายการ วิทยุกระจายเสียงและวิทยุบนอินเทอร์เน็ตจะขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก ทำให้ทีมผู้ผลิต วางรูปแบบและเนื้อหารวมทั้งภาษาที่ใช้ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็น หลัก เพื่อให้เกิดการติดตามฟังอย่างต่อเนื่อง

41.1.2 ปริมาณ

ปริมาณเนื้อหารายการ Get102.5 ในสื่อวิทยุ

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเลือกศึกษาช่วงของรายการดีเจจู้ (ศรัจุพา หง สตาร์) ในวันจันทร์และวันศุกร์ เวลา 13:00- 16:00 น. พบว่า ปริมาณของเนื้อหาในช่วงของดีเจจู้ - ศรัจุพา หง สตาร์ จะประกอบไปด้วยเพลงเปิดเฉลี่ย ชั่วโมงละ 6-10 เพลง ข่าว กิจกรรม ประชาสัมพันธ์ เกม และโฆษณา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ช่วงที่ 1

เปิดเพลงเฉลี่ย 6 เพลง โดยจะมีส่วนที่แทรกมาดังนี้

1. ข่าวจาก Click News 28 นาที
2. สปอตโฆษณาแทรกประมาณ 3-5 นาที 2 ช่วง ช่วงต้นรายการและช่วงท้ายรายการ
3. กิจกรรม the fugitive ซึ่งเป็นกิจกรรมของสปอนเซอร์ให้การสนับสนุนเงินรางวัลอยู่ โดยจะมีดีเจเป็นผู้ดำเนินรายการ ประมาณ 2 นาที โดยจะแทรกหลังจากเปิดเพลงไปประมาณ 1-2 เพลง

4. ดีเจคุยก่อนเปิดเพลง 25 วินาที

5. จังหวะเกิด เมื่อจบเพลงที่เปิดต่อเนื่อง แต่ละเพลงจะมีจังหวะเกิดกัน 5 วินาที

ช่วงที่ 2

เปิดเพลงเฉลี่ย 10 เพลง โดยจะมีส่วนที่แทรกมาดังนี้

1. ข่าวจาก **ClickNews** 2 นาที
2. สปอตโฆษณาแทรกประมาณ 4 นาที และปิดท้ายช่วงที่สอง 2 นาที
3. กิจกรรม **the fugitive** ซึ่งเป็นกิจกรรมของสปอนเซอร์ให้การสนับสนุนเงินรางวัลอยู่

โดยจะมีดีเจเป็นผู้ดำเนินรายการ ประมาณ 2:30 นาที โดยจะแทรกหลังจากเปิดเพลงต่อเนื่องในแต่ละครั้ง (ประมาณ 2-3 เพลง)

4. ดีเจพูดรายละเอียดเกี่ยวกับเพลง 10 วินาที
5. จังหวะ เมื่อจบเพลงที่เปิดต่อเนื่อง แต่ละเพลงจะมีจังหวะ 5 วินาที

ช่วงที่ 3

เปิดเพลงเฉลี่ย 10 เพลง โดยจะมีส่วนที่แทรกมาดังนี้

1. ข่าวจาก **ClickNews** 2 นาที
2. สปอตโฆษณาแทรกประมาณ 30 วินาที และช่วงท้ายรายการ 5 นาที
3. กิจกรรม **the fugitive** ซึ่งเป็นกิจกรรมของสปอนเซอร์ให้การสนับสนุนเงินรางวัลอยู่

โดยจะมีดีเจเป็นผู้ดำเนินรายการ ประมาณ 3:5 นาที โดยจะแทรกหลังจากเปิดเพลงต่อเนื่องในแต่ละครั้ง (ประมาณ 2-4 เพลง)

4. ดีเจพูดรายละเอียดเกี่ยวกับเพลง 30 วินาที และพูดปิดรายการอีก 30 วินาที
5. รายงานเพลงติดชาร์ต 5 อันดับ 1 นาที
6. จังหวะ เมื่อจบเพลงที่เปิดต่อเนื่อง แต่ละเพลงจะมีจังหวะ 5 วินาที

ปริมาณเนื้อหารายการ **Get102.5** ในสื่ออินเทอร์เน็ต

สำหรับในสื่ออินเทอร์เน็ต เนื้อหาของรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ต บนเว็บไซต์

www.thisisclick.com จะแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

ก. เนื้อหาที่ออกอากาศสด (**online radio**) คือ เนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงของแต่ละสถานีในเครือข่าย คลิก เรดิโอ จำกัด ที่กำลังออกอากาศอยู่จริง

ข. เนื้อหาที่มีลักษณะเป็นภาพและเสียง โดยส่วนมากจะเป็นรายละเอียดเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ และข่าวประชาสัมพันธ์จากทางสถานี ซึ่งผู้ฟังสามารถเลือกคลิกเข้าไปดูได้ตามต้องการ

จากผลการศึกษา พบว่า เว็บไซต์ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับหน้า **Homepage** มากที่สุด ทั้งนี้เพราะถือเป็นหน้าที่ใช้ดึงดูดผู้ฟังเข้ามาคลิกชมได้มากที่สุด ซึ่งจะเน้นองค์ประกอบ 2 ส่วน คือ

1. ชื่อ สัญลักษณ์ประจำองค์กร สถานีและรายการวิทยุ
2. หัวข้อหรือรูปภาพ เชื่อมโยงไปยังรายละเอียดข้อมูลข่าวสารและรายการวิทยุที่

นำเสนอ

การออกแบบ **Homepage** จะคำนึงถึงความสวยงามและความชัดเจนในการนำเสนอ รวมถึงเนื้อหาสาระและการบริการต่างๆ ลักษณะการจัดวางรูปแบบของหน้า **Homepage** ของ www.thisisclick.com จะมีการจัดแบบใช้หน้าจอปกติและแบ่งส่วนนำเสนอข้อมูล คือ หน้า **Homepage** จะสามารถแสดงข้อมูลทั้งหมดของเว็บไซต์ไว้ในหน้าเดียว ผู้ใช้งานสามารถใช้เมาส์ (mouse) ลาก **scroll bar** เลื่อนให้หน้าจอขึ้นลงได้ และมีเมนูหลักเป็นปุ่มหัวข้อเชื่อมโยงไปยังส่วนรายละเอียดของข้อมูลข่าวสารต่างๆ

ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาของเว็บไซต์วิทยุบนอินเทอร์เน็ตจะแตกต่างจากลักษณะการนำเสนอเนื้อหาผ่านทางสื่อวิทยุกระจายเสียง ด้วยธรรมชาติของสื่อที่ไม่เหมือนกันวิทยุกระจายเสียงนั้นเป็นสื่อที่รับรู้ได้เพียงแค่เสียงอย่างเดียว แต่อินเทอร์เน็ตมีคุณสมบัติของสื่อ **Multimedia** สามารถแสดงผลได้ทั้งข้อความ เสียง และภาพ เพราะฉะนั้น องค์กรผู้ผลิตเว็บไซต์วิทยุบนอินเทอร์เน็ตจึงสามารถนำศักยภาพในสื่ออินเทอร์เน็ตมาปรับวิธีการเผยแพร่เนื้อหาข้อมูลข่าวสาร และรายการวิทยุบนเว็บไซต์ให้เหมาะสม

หลักในการนำเสนอเนื้อหาผ่านหน้าเว็บเพจนั้น จะต้องคำนึงถึงข้อมูลที่จะนำเสนอว่าเป็นข้อมูลที่อยู่ในความสนใจหรือเกี่ยวข้องของผู้ชมหรือไม่ เพราะการนำเสนอข้อมูลที่มากเกินไป อาจจะทำให้ผู้ชมเกิดความสับสนและไม่สนใจอ่านต่อไป ดังนั้น ในการนำเสนอข้อมูลผ่านเว็บเพจ ควรจะเริ่มด้วยข้อมูลทั่วไปก่อน แล้วจึงค่อยนำเข้าสู่เนื้อหาที่ต้องการจะนำเสนอ โดยเนื้อหาโดยทั่วไปอาจจะอยู่ในหน้า **Homepage** ส่วนรายละเอียดต่างๆ นั้นจะอยู่ในเว็บเพจอื่นๆ ภายในเว็บไซต์เดียวกัน

ซึ่งเนื้อหาหลักโดยทั่วไปของเว็บไซต์วิทยุบนอินเทอร์เน็ตจะประกอบไปด้วย

1. ข้อมูลองค์กร เช่น ความเป็นมาขององค์กร ประวัติสถานี
2. ข้อมูลรายการวิทยุ เช่น ฟังรายการวิทยุ แนะนำรายการวิทยุ

- 3 ข้อมูลนักจัดรายการวิทยุ เช่น ข้อมูลแนะนำดีใจ อีเมลล์หรือที่อยู่ติดต่อ
- 4 ข่าวประชาสัมพันธ์และกิจกรรมของสถานี
- 5 รายการวิทยุสดและรายการบันทึกต่างๆ
- 6 เว็บไซต์เชื่อมโยงต่างๆ

สำหรับหน้าต่างโฮมเพจ **Get 102.5** ภายในหน้าต่างโฮมเพจนี้ เนื้อหาจะเน้นไปที่การนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์และกิจกรรมต่างๆ ที่ทางสถานีจัดขึ้น ซึ่งได้ผ่านการนำเสนอในรายการที่ออกอากาศผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงไปแล้ว แต่ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาให้มีความเหมาะสมกับสื่ออินเทอร์เน็ตและกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของ **Get102.5** คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยที่มีอายุตั้งแต่ **20**ปีขึ้นไปจนถึงช่วงวัยทำงานตอนต้นไม่เกิน **35**ปี ซึ่งภายในหน้าโฮมเพจ มีการนำเสนอเนื้อหาเด่นๆ หรือที่เรียกว่าไฮไลท์เอาไว้ในส่วนกลางของหน้าโฮมเพจนี้ด้วย เนื่องจากส่วนนี้เป็นส่วนที่ผู้ชมเห็นได้เด่นชัดที่สุด ตามที่แสดงในภาพ





ภาพ 43 ตัวอย่างโฮมเพจของ Get 102.5

Get 102.5 Special Update เป็นการอัปเดตข่าวสารดีๆ จากทางสถานี และกิจกรรมพิเศษๆ ที่ทางสถานีจัด





ภาพ 44 ตัวอย่างภาพข่าวที่นำเสนอผ่านโฮมเพจของ Get 102.5

Get 102.5 Activity เป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ที่ทางสถานีกำลังจัดขึ้น



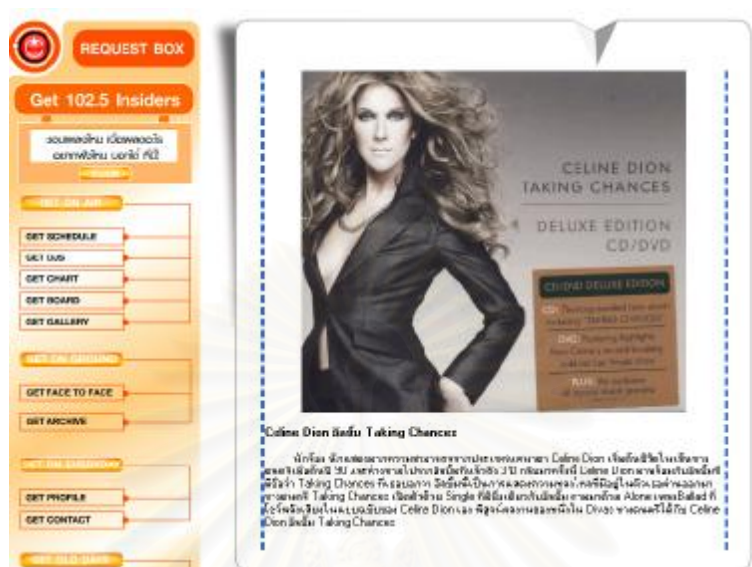
ภาพ 4.5 ตัวอย่างภาพข่าวกิจกรรมที่นำเสนอผ่านโฮมเพจของ Get 102.5

Get 102.5 Gallery เป็นการนำภาพกิจกรรมต่างๆ มาประมวลให้ผู้ชมดูกันอีกครั้ง หลังจาก
 ที่กิจกรรมนั้นๆ ได้จัดเสร็จสิ้นไป เพื่อเป็นการสร้างความตอกย้ำ รวมถึงดึงดูดลูกค้าโฆษณาให้เข้า
 มามากขึ้น

	31/10/2549 16:47:30 gallery : Salz Let's Get Full : บ่วนชื่น อิมแซบ and More...
	24/10/2549 16:27:08 Get Divas On Tour Special With The Passion and More...
	27/9/2549 18:24:56 gallery : GET YOGA and More...
	27/9/2549 18:21:19 gallery : GET LOVE MOM and More...
	27/9/2549 18:15:29 แถลงข่าวกิจกรรม GSI ScenetInvestigation and More...
	27/6/2549 18:59:14 gallery : TRENDY & TAN and More...

ภาพ 4.6 หน้าเว็บเพจ gallery ซึ่งเป็นภาพข่าวกิจกรรมที่ทางสถานีได้จัดขึ้น

Get 102.5 Breaking Artist เป็นการแนะนำอัลบั้มและศิลปินที่กำลังมีผลงานอยู่ ณ ขณะนั้น โดยเน้นไปที่ศิลปินเพลงสากล



ภาพ 47 หน้าเว็บเพจ Breaking Artist ของ Get 102.5

Web Board มีการนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ที่จะจัดขึ้นในระยะเวลาอันใกล้ และเป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้ผู้ฟังสามารถตั้งกระทู้หรือแสดงความคิดเห็นต่างๆ เกี่ยวกับเพลง ศิลปิน หรือกิจกรรมต่างๆ ของทางสถานี



ภาพ 48 ตัวอย่างหน้าเว็บเพจภายใน Web Board ของ Get 102.5

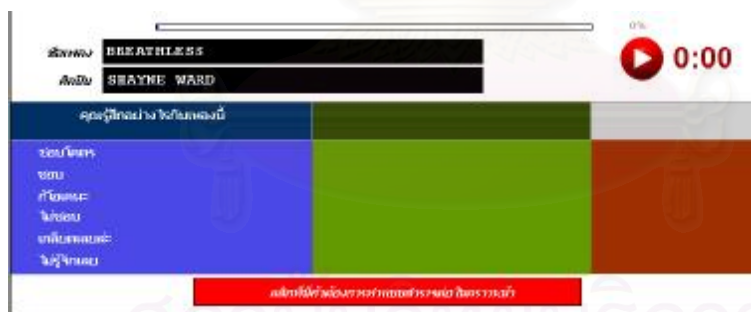
นอกจากในส่วนของไฮไลต์ เว็บเพจ **Get 102.5** ยังได้มีการนำเสนอส่วนต่างๆ ไว้ที่เมนูทางด้านซ้ายอีกด้วย เช่น

Request Box เป็นส่วนที่เปิดโอกาสให้ผู้ฟังเข้ามาขอเพลงได้ทันที โดยไม่ต้องเสียเวลาต่อสายโทรศัพท์เข้ามาในรายการ



ภาพ 49 ตัวอย่างหน้าเว็บเพจภายใน Request Box ของ Get 102.5

Get Insiders เป็นส่วนที่เปิดโอกาสให้ผู้ฟังสามารถนำเสนอเพลงที่ตัวเองชื่นชอบให้กับทางสถานีผ่านการโหวต ซึ่งเพลงที่ได้รับการโหวตสูงสุดจะมีสิทธิ์ได้เปิดในรายการวิทยุมากที่สุดและบ่อยที่สุด



ภาพ 410 ตัวอย่างหน้าเว็บเพจ Get Insiders

Get On Air

Get Schedule ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงของ **Get 102.5** ผู้ฟังสามารถติดตามฟังรายการหรือดีเจที่ตัวเองชื่นชอบได้จากผังรายการนี้

MON - FRI	DJ	SAT	DJ
06.00 - 07.00	อังธรียา สิริธนาพันธ์ (เหมียว)	ALL DAY ALL NIGHT SWEEP [GET INTERNATIONAL HIT MUSIC]	
08.00 - 10.00	" GET DIVAS " ทักษิญา วงศ์กระจ่าง (เบิ้ล) สาธิตี ปันยารชุน (เอื้อง) วันรัตน์ ศิมสะแกเกียรติ (เตย) อังธรียา สิริธนาพันธ์ (เหมียว)		
10.00 - 13.00	นฤพนธ์ ไชยเพิ่ม (น้อย)	SUN	DJ
13.30 - 16.00	ศรีจุฬาทิพย์ ทวยศาสตร์ (จิว)	06.00 - 16.00	SWEEP[GET INTERNATIONAL HIT MUSIC]
16.00 - 19.00	น้ำมนต์ พรหมเมียม (น้ำมนต์)	16.00 - 18.00	ช่วง GET CHART โดย เจษฎา ชำนาญสวน (เก่ง)
20.00 - 23.00	วรศักดิ์ เกษมธนกุล (เก่ง)	18.00 - 06.00	SWEEP[GET INTERNATIONAL HIT MUSIC]
23.00 - 02.00	นิมิตร ลักษณพงษ์ (น้อย)		
02.00 - 05.00	สิระ บุญสินสุข (แพทริค)		

ภาพ 411 ผังของรายการ Get 102.5

Get DJs เป็นนำเสนอข้อมูลส่วนตัวของดีเจจากทางสถานี



ภาพ 412 ตัวอย่างข้อมูลส่วนตัวของดีเจ

Get Chart เป็นการนำเสนอชาร์จเพลง ซึ่งภายในเว็บไซต์จะมีกิจกรรมให้มีการโหวตเพลงผ่านทาง **click insiders** ซึ่งถือว่าเป็นส่วนที่สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างรายการกับผู้ฟังได้เป็นอย่างดี



ภาพ 413 ตัวอย่างหน้าเว็บเพจแสดงชาร์ตเพลงของ Get 102.5

Get Board หน้าเว็บบอร์ด มีการนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ที่จะจัดขึ้นในระยะเวลาอันใกล้ และเป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้ผู้ฟังสามารถตั้งกระทู้หรือแสดงความคิดเห็นต่างๆ เกี่ยวกับเพลง ศิลปิน หรือกิจกรรมต่างๆ ของทางสถานี

	Topic	Read	Reply	Since	Last Update
	GET 102.5 Top 100 Year 2006	2236	11	tuk-tuk 10 มี.ค.50 11.19 น.	narv 20 ก.พ.50 17.35 น.
	Nominees "FAT AWARDS #5"	976	22	NimniM 12 ก.พ.50 23.04 น.	nokikojung 20 ก.พ.50 15.33 น.
	รับสมัคร Web Designer + นักศึกษาฝึกงานด้านเว็บ ด่วนๆ	1819	16	zEUS 21 ธ.ค.49 13.48 น.	i_saas 19 ก.พ.50 20.21 น.
	Popular Vote : Fat Awards#5 เพื่อคนที่คุณรัก	102	3	NimniM 19 ก.พ.50 15.00 น.	nokikojung 19 ก.พ.50 18.29 น.
	เอาแต่เล่น3 โดย Aveo เปิดสิ่งเวียนแล้วสมัครด่วน!	184	1	tuk-tuk 15 ก.พ.50 14.45 น.	zEUS 16 ก.พ.50 20.05 น.
	ขอเชิญร่วมงานขึ้นบ้านใหม่ Blog fat radio	1505	11	NimniM 30 มี.ค.50 11.20 น.	kin_ju 13 ก.พ.50 20.31 น.

ภาพ 414 ตัวอย่างหน้าเว็บบอร์ดของรายการ Get 102.5

Get Gallery เป็นการนำภาพกิจกรรมต่างๆ มาประมวลให้ผู้ชมดูกันอีกครั้ง หลังจากกิจกรรมนั้นๆ ได้จัดเสร็จสิ้นไป เพื่อเป็นการสร้างความตอกย้ำ รวมถึงดึงดูดลูกค้าโฆษณาให้เข้ามามากขึ้น

Get on Ground

Get Face to Face กิจกรรมพิเศษที่ทางคลื่นจัด โดยหาผู้โชคดีไป **meet & greet** กับศิลปินที่ชื่นชอบ

Get Archive เป็นการประชาสัมพันธ์โครงการและกิจกรรมพิเศษต่างๆ ที่ทางสถานีเป็นผู้
จัด



ภาพ 415 ตัวอย่างหน้าเว็บเพจ Get Archive

Get on Everyday

Get Profile เว็บเพจนี้ยังสร้างไม่เสร็จ

Get Contact เป็นเว็บเพจหน้าเดียวกับ **map** ใน **Home Page** ของ www.thisisclick.com

สรุปการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านปริมาณในรายการ **Get 102.5** เมื่อนำเสนอผ่าน
www.thisisclick.com

จากข้อมูลดังกล่าว พบว่า ปริมาณเนื้อหาของรายการวิทยุ **Get 102.5** เมื่อนำเสนอบนสื่อ
อินเทอร์เน็ตผ่านทาง www.thisisclick.com จะมีปริมาณมากกว่าเมื่อเทียบกับสื่อวิทยุกระจายเสียง
เนื่องจากเนื้อหาของรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ตเมื่อนำเสนอผ่านทาง www.thisisclick.com
นอกจากจะมีบางส่วนที่มีลักษณะเหมือนกันกับที่ถูกนำเสนอผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสียง คือ
เมื่อผู้เข้าชมคลิกที่หน้าต่างโฮมเพจของ **Get 102.5** จะมีการออนไลน์รายการวิทยุกระจายเสียงของ
คลื่น **Get 102.5** โดยอัตโนมัติ แต่อาจจะมีการ **delay** บ้างเล็กน้อย แต่ยังมีเพิ่มเนื้อหาบางส่วนเข้า
มา มีการเพิ่มข้อความ รายละเอียดต่างๆ ภาพกราฟิก และภาพเคลื่อนไหว เนื่องมาจากธรรมชาติของ
สื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นแบบ **multimedia** จึงได้เปรียบสื่อวิทยุกระจายเสียงที่ได้ยินแต่เสียงอย่างเดียว
อีกทั้งสื่ออินเทอร์เน็ตสามารถบรรจุข้อมูลได้มากกว่าสื่อวิทยุ ดังที่ **Denis McQuail (1987)** กล่าวว่า
“อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อใหม่ที่มีการผสมผสานเทคโนโลยีต่างๆ เข้าด้วยกัน ทั้งการขนส่ง การเก็บรวบรวม
ข้อมูล การสืบค้นข้อมูล การย่อส่วน การกระจาย การควบคุม การนำเสนอ และทำให้เกิดการสื่อสาร

หลายทาง นอกจากนี้ สื่ออินเทอร์เน็ตยังเป็นสื่อที่มีความสูง” ดังนั้น จึงทำให้ปริมาณเนื้อหาของรายการ **Get 102.5** เมื่อถูกนำเสนอบนสื่ออินเทอร์เน็ตมีมากกว่าเมื่อนำเสนอผ่านทางวิทยุกระจายเสียง

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านปริมาณในรายการ Get 102.5 เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com/102.5

ดิเจซี ศรีจุฬา หงสตา (สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2550) กล่าวว่า เนื้อหาของรายการที่เกี่ยวกับกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ตัวดิเจซีไม่สามารถพูดในรายการได้หมด ดังนั้น ทางทีมงานซึ่งประกอบไปด้วยฝ่ายครีเอทีฟ จะนำเนื้อหาในส่วนนี้ไปส่งให้กับ **web editor** เพื่อนำไปบรรจุไว้ยังหน้าเว็บเพจของ **get102.5** ต่อไป ซึ่งจะทำให้รายละเอียดของกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์มีมากกว่าที่พูดในรายการผ่านทางวิทยุกระจายเสียง

ดังนั้นสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านปริมาณในรายการ **Get 102.5** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com/102.5 คือ ปัจจัยทางด้านธรรมชาติและศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ต เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่มีศักยภาพในการเก็บข้อมูลสูง มีความยืดหยุ่นในรูปแบบ เนื้อหา และการใช้งาน การตอบสนองและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (**Interactivity**) รวมทั้งความสามารถในการทะลุผ่านข้อจำกัดของการสื่อสารที่เกี่ยวกับเวลาและระยะทางในการสื่อสาร

คุณสมบัติที่สำคัญประการหนึ่งของอินเทอร์เน็ต คือ รูปแบบการสื่อสารด้วยระบบหลายสื่อหรือสื่อประสม (**Multimedia**) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การนำเสนอเรื่องราว ข้อมูล และสารสนเทศต่างๆ บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสามารถทำได้หลายรูปแบบทั้งข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ดังนั้น เนื้อหาของรายการ **Get 102.5** เมื่อนำเสนอผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต จึงมีปริมาณมากกว่าเมื่อนำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง

41.1.3 เพลง

เพลงที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อวิทยุ

บริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับเพลง ดังนั้น บทเพลงจึงถือได้ว่าเป็นสินค้าที่มีความสำคัญที่สุดของธุรกิจประเภทนี้ ทางบริษัทฯ จึงมีนโยบายให้มีช่วงนำเสนอบท

เพลงต่อวันมากที่สุด เมื่อเทียบกับช่วงที่ตีเจ็ด อีกทั้งยังมีการเพิ่มกิจกรรมและเกมเข้ามาเพื่อดึงดูดสปอนเซอร์และให้ผู้ฟังรู้สึกมีส่วนร่วมกับการจัดรายการด้วย สำหรับเพลงที่นำมาใช้เปิดในรายการ ต้องกำหนดให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย โดยเพลงที่จะนำมาเปิดนั้นจะได้รับการสำรวจความนิยมจากกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายก่อน และการที่บริษัทฯ มีการทำการสำรวจความนิยมอย่างนี้ จะทำให้รับรู้ถึงรสนิยมของคนฟังว่าชอบเพลงในลักษณะใด เพื่อที่จะนำข้อมูลตรงนี้มาใช้คัดเลือกเพลงที่จะนำมาเปิดในรายการต่อไป

ส่วนการวางรูปแบบการนำเสนอเพลง บริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด ได้มีการวางรูปแบบในการนำเสนอเพลงด้วยการจัดเก็บเพลงอย่างเป็นระบบ โดยบริษัทได้ใช้ระบบในการจัดรายการวิทยุที่เรียกว่า **RCS (Radio Computing Service)** ซึ่งเป็นการเชื่อมต่อของระบบด้วยคอมพิวเตอร์ตลอด 24 ชั่วโมง เริ่มตั้งแต่การจัดรูปแบบรายการวิทยุให้เป็นไปตามที่ **Music Director** กำหนด เช่น ใน 1 ชั่วโมง จะมีโฆษณาที่ช่วง ช่วงละกี่นาที เพลงที่ใช้จะแบ่งเป็นกี่หมวดให้เหมาะสมกับรูปแบบของรายการ

ระบบ **RCS** นี้ยังเป็นระบบคอมพิวเตอร์ที่จัดเรียงเพลงจากผลสำรวจความนิยมตามหมวดหมู่ ทำให้ง่ายต่อการนำมาใช้และตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย แต่อย่างไรก็ตาม ดีเจก็จะมีส่วนในการคัดเลือกเพลงด้วย โดยในแต่ละสัปดาห์ดีเจจะเป็นผู้ให้คะแนนเพลงใหม่แต่ละเพลง โดยเพลงที่ได้คะแนนสูงสุดจะถูกเปิดมากที่สุด ส่วนเพลงที่ได้คะแนนน้อยก็จะถูกเปิดน้อยลงตามลำดับ

ระบบ **RCS** มีข้อดีตรงที่ทำให้ทุกอย่างมีระบบมากขึ้นและตรงต่อเวลาอยู่ในรูปแบบที่กำหนด สามารถเปิดเพลงที่ถูกกำหนดมาก่อนล่วงหน้าได้ทำให้ดีเจมีเวลาเตรียมตัวก่อนจัดรายการมากขึ้น แต่ระบบนี้ก็ยังมีข้อเสียอยู่เหมือนกันตรงที่ไปลดบทบาทของดีเจให้น้อยลง เพราะมีหน้าที่แค่พูดโดยไม่มีอิสระในการเลือกเพลงเพราะเพลงต่างๆ ได้ถูกกำหนดจากระบบมาเรียบร้อยแล้ว ซึ่งส่งผลให้การเปิดเพลงตามคำขอจากผู้ฟังลดน้อยลง

อย่างไรก็ตาม ระบบ **RCS** นี้จะถูกตัดสินใจในขั้นตอนสุดท้ายโดย **Music Director** ว่าเพลงไหนควรเปิดมากหรือน้อย ซึ่งจะมีการสำรวจความต้องการของผู้ฟังที่เกี่ยวกับเพลงนั้นๆ เหมือนกันเพื่อนำไปสู่การติดตามฟังรายการวิทยุอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทยังมีการจัดแบ่งเพลงออกเป็นหมวดหมู่ ซึ่งหมวดเพลงต่างๆ จะถูกกำหนดโดย **Music Director** และจะถูกสุ่มอีกครั้งด้วยคอมพิวเตอร์โดยจะมีการตั้งกฎเกณฑ์ไว้ เช่น ไม่ให้มีเพลงซ้ำกันใน 1 ช่วงดีเจ เป็นต้น

เนื่องจากเพลงที่ใช้นำมาเปิดในรายการวิทยุของทั้ง 3 สถานี ในเครือบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด จะมาจากการสำรวจความนิยมของผู้ฟังเป้าหมาย เพราะฉะนั้น การจัดหมุนเวียนเพลงของสถานีวิทยุจึงมีการจัดเก็บเพลงดังกล่าวไว้ในห้องสมุดเพลง (Music Library) โดยจะมีเจ้าหน้าที่ควบคุมเพลงหรือ **Music Director** มาทำหน้าที่คัดเลือกเพลงและจัดเตรียมเพลงตามลำดับความนิยม

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเลือกศึกษาช่วงของรายการดีเจจู้ (ศรีจุฬา หงสตาตาร์) ในวันจันทร์และวันศุกร์ เวลา 1300- 1600 น. พบว่า เพลงที่ใช้เปิดในช่วงของดีเจจู้ - ศรีจุฬา หงสตาตาร์ จะเป็นเพลงสากลยอดนิยมตั้งแต่นิยมกันในปัจจุบันย้อนไปจนถึงอดีต หลากหลายแนว ไม่ว่าจะเป็นฮิปฮอป ร็อก หรือ ป๊อบแดนซ์ ทั้งจังหวะช้าและเร็วตลอด 24 ชั่วโมง โดยจะมีจำนวนของเพลงที่เปิดเฉลี่ยชั่วโมงละ 6-10 เพลง ซึ่งเพลงที่นำมาเลือกเปิดในรายการจะมีการจัดเรียงเพลงตามการสำรวจความนิยมจากกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายที่ลงทะเบียนใน **get insider** จากเว็บไซต์ www.thisisclick.com นอกจากนี้ ตัวดีเจจะต้องมีความรู้เรื่องเพลงสากลและความรู้รอบตัวที่ทันสมัย พูดกระชับ เพราะเน้นการเปิดเพลงเป็นหลัก เพื่อชักจูงกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายให้ติดตามฟังตลอดวันหรือเพิ่มความถี่ในการรับฟังให้มากขึ้น

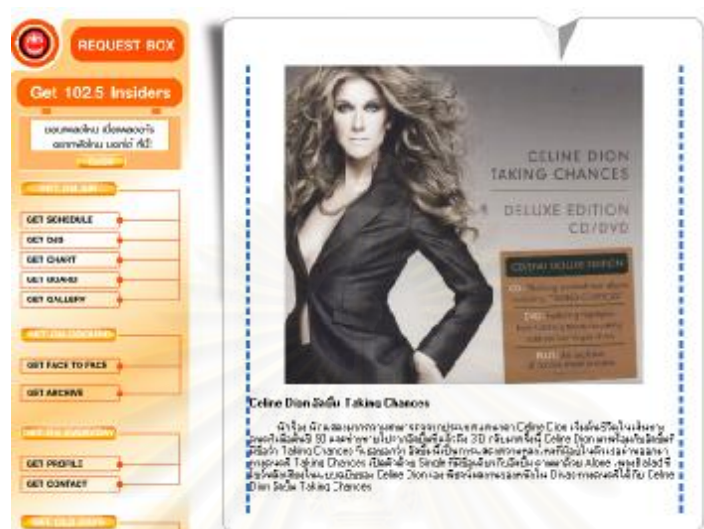
ดีเจจู้ ศรีจุฬา หงสตาตาร์ (สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2550) กล่าวว่า เนื้อหาของรายการตัวดีเจจะเป็นคนคิดเองทั้งหมด โดยจะขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้ฟังและนโยบายของบริษัทฯ เป็นหลัก ส่วนรูปแบบของรายการจะเป็นหน้าที่ของโปรดิวเซอร์ นอกจากนี้ การคัดเลือกเพลงที่จะนำมาเปิดในรายการ จะทำการคัดเลือกจากกลุ่มผู้ฟังที่เข้าไปลงทะเบียนในเว็บไซต์ www.thisisclick.com/getinsiders ซึ่งทางสถานีจะนำเพลงใหม่ช่วงสั้นๆ หรืออาจจะป้อน **Hook** นำมาให้ผู้ฟังทดลองฟังแล้วทำการให้คะแนน ถ้าหากเพลงไหนติดอันดับ 1-40 ความถี่ในการเปิดในรายการจะมีมากกว่าเพลงอื่นๆ เนื่องจาก เพลงที่ติดอันดับจะมีโอกาสถูกสุ่มขึ้นมาโดย **music director** เพื่อนำมารวมไว้ในอันดับเพลงที่จะใช้เปิดในรายการมากกว่า

เพลงที่ถูกนำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

สำหรับเพลงที่นำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต พบว่า มีอยู่ 2 รูปแบบ คือ

ก. รูปแบบการนำเสนอในลักษณะการออกอากาศสด (online radio) คือ เพลงที่นำเสนอผ่านทางรายการวิทยุกระจายเสียงของแต่ละสถานีในเครือบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด ที่กำลังออกอากาศอยู่จริง

ข.รูปแบบการนำเสนอในลักษณะภาพ ซึ่งในหน้าเว็บเพจของ www.thisisclick.com/102.5 จะมีการนำเสนอภาพของศิลปิน อัลบั้มเพลง รวมถึงข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับอัลบั้มหรือศิลปินนั้นๆ ดังตัวอย่างข้างล่างนี้



ภาพ 416 หน้าเว็บเพจ Breaking Artist ของ Get 102.5

สรุปการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านเพลงในรายการ **Get 102.5** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

จากการศึกษาพบว่า เพลงที่นำเสนอผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต www.thisisclick.com/102.5 จะมีการเพิ่มภาพของศิลปิน หรืออัลบั้มเข้ามา ดังนั้น เมื่อผู้ฟังเปิดฟังวิทยุบนอินเทอร์เน็ต จะสามารถเห็นภาพของศิลปินและสามารถอ่านรายละเอียดที่เกี่ยวกับอัลบั้มนั้นๆ ไปพร้อมๆ กับฟังเพลง ต่างกับเมื่อผู้ฟัง ฟังเพลงจากสื่อวิทยุกระจายเสียง จะได้ยินแต่เสียงเพลงอย่างเดียว พร้อมกับมีรายละเอียดที่เกี่ยวกับศิลปินหรือเพลงนั้นๆ น้อยมาก ซึ่งดีเจจะเป็นคนพูด ประมาณ 10 วินาที ตัวอย่างเช่น “อยู่ในวงการมาก็หลายปีแล้วเหมือนกัน ตอนนี่ก็ยังสร้างสรรค์ผลงานดีๆ ออกมาให้เราได้ฟังกันอีก กับ..... ซิงเกิ้ลนี้ นะคะ ที่ **Get 102.5 Bangkok only International Hit Music Station** ค่ะ”

นอกจากนี้ รายการวิทยุ **Get 102.5** ยังมีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยในการจัดลำดับเพลงที่จะนำมาเปิดในรายการด้วย กล่าวคือ ผู้ฟังจะเข้าไปลงทะเบียนในเว็บไซด์ www.thisisclick.com/getinsiders ซึ่งทางสถานีจะนำเพลงใหม่ช่วงสั้นๆ หรืออาจจะเป็นท่อน Hook นำมาให้ผู้ฟังทดลองฟังแล้วทำการให้คะแนน ถ้าหากเพลงไหนติดอันดับ 1-40 ความถี่ในการเปิดใน

รายการจะมีมากกว่าเพลงอื่นๆ เนื่องจาก เพลงที่ติดอันดับจะมีโอกาสถูกสุ่มขึ้นมาโดย **music director** เพื่อนำมารวมไว้ในอันดับเพลงที่จะใช้เปิดในรายการต่อไป

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านเพลงในรายการ Get 102.5 เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com/102.5

ดีเจจู้ ศรีจุฬา หงษ์สตาร์ (สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2550) กล่าวว่า พฤติกรรมของคนในปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะใช้อินเทอร์เน็ตกันมากขึ้น ทางสถานีจึงได้มีการใช้อินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ของทางบริษัท รวมถึงการเปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้มีส่วนในการคัดเลือกเพลงที่จะนำมาเปิดในรายการ โดยไปลงทะเบียนในเว็บไซต์ www.thisclick.com/getinsiders แล้วทำการให้คะแนนเพลง เพื่อที่เพลงนั้นๆ จะมีโอกาสถูกสุ่มขึ้นมาเปิดในสถานีบ่อยครั้งขึ้น

ดังนั้นสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านเพลงในรายการ **Get 102.5** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com/102.5 มีอยู่ 2 ปัจจัย ดังนี้

ก. ธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อมัลติมีเดีย มีความจุสูงสามารถเก็บข้อมูล ทั้งข้อความที่เป็นตัวอักษร ภาพ และเสียง มีความยืดหยุ่นในรูปแบบ เนื้อหา และการใช้งาน สามารถส่งข้อความทั้งตัวอักษร รูปภาพ และเสียง ดังนั้น การนำเสนอเพลงในรายการผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต ก็ไม่ได้มีเพียงแค่เสียงให้ผู้ฟังฟังเพียงอย่างเดียว แต่หากมีการเพิ่มภาพกราฟิกและข้อมูลเกี่ยวกับศิลปินและนักร้องเข้ามามากขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกหนึ่งที่ช่วยให้ผู้ฟังได้รับข้อมูลข่าวสารจากทางเพลงและศิลปินนั้นๆ มากขึ้น

ข. กลุ่มคนฟังเป้าหมาย จากการศึกษาพบว่า รูปแบบและเนื้อหาส่วนใหญ่ของทั้งรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุบนอินเทอร์เน็ตจะขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก ทำให้ทีมผู้ผลิตรวมถึงตัวดีเจ วางรูปแบบและเนื้อหา รวมทั้งเพลงที่จะนำมาเปิดในรายการ ให้ตอบรับกับความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย อีกทั้งยังทำให้กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย สามารถรับรู้ถึงข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับศิลปินหรืออัลบั้มเพิ่มเติม โดยสามารถคลิกเข้าไปดูได้ที่ www.thisclick.com

41.1.4 ข่าว

โดยส่วนมากแล้ว รายการวิทยุของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด จะมีสัดส่วนของรายการเพลงมากกว่าการนำเสนอข่าว ซึ่งในแต่ละรายการจะมีการรายงานข่าวประมาณ 5-10 นาที ต่อรายการ 1 ชั่วโมง ซึ่งใน 1 วันจะมีการนำเสนอข่าวแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

ก. การนำเสนอข่าวราชการ ซึ่งจะนำเสนอทั้งหมด 3 ช่วงใน 1 วัน คือ หลังเวลา 800 น. เวลา 1200 น. และหลังเวลา 1800 น. ทั้งนี้จะเป็นการนำเสนอข่าวผ่านการรับสัญญาณจากหน่วยงานของรัฐซึ่งก็คือสถานีวิทยุในเครื่องกองทัพอากาศและกองทัพบกผู้เป็นเจ้าของสถานี

ข. การนำเสนอข่าวของรายการ ซึ่งจะนำเสนอทุกๆ ต้นชั่วโมง จะเป็นการรายงานข่าว **Click News** จาก **UBC News** และสถานีวิทยุในเครื่องกองทัพอากาศตลอดทั้งวัน

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเลือกศึกษาช่วงของรายการดีเจจู้ (ศรีจุฬา หงษ์สตาร์) ในวันจันทร์และวันศุกร์ เวลา 1300 - 1600 น. พบว่า การนำเสนอข่าวมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ คือ

ช่วงที่ 1

ต้นชั่วโมงมีการรายงานข่าว **Click News** จาก **UBC News** และสถานีวิทยุในเครื่องกองทัพอากาศประมาณ 28 นาที

ช่วงที่ 2

ต้นชั่วโมงมีการรายงานข่าว **Click News** จาก **UBC News** และสถานีวิทยุกองทัพอากาศประมาณ 2 นาที

ช่วงที่ 3

ต้นชั่วโมงมีการรายงานข่าว **Click News** จาก **UBC News** และสถานีวิทยุกองทัพในเครื่องกองทัพอากาศประมาณ 2 นาที

จากข้อมูลดังกล่าว สรุปได้ว่า ข่าวที่นำเสนอรายการต่างๆ ต้นชั่วโมง จะเป็นการรายงานข่าวจาก **UBC News** และสถานีวิทยุกองทัพในเครื่องกองทัพอากาศ โดยชั่วโมงแรกจะออกอากาศประมาณ 28 นาที และ ชั่วโมงที่ 2 และ 3 จะออกอากาศประมาณ 2 นาที

ส่วนการรายงานข่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.thisisclick.com พบว่า มีการนำเสนอข่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.thisisclick.com โดยจะมีลักษณะเป็นการออกอากาศสด (online radio) ไปพร้อมๆ กับที่มีการรายงานข่าวจากทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และ ไม่มีการนำเสนอเนื้อหาเพิ่มเติมในหน้าเว็บเพจ ดังจะเห็นได้จาก รูปที่ 42 หน้าโฮมเพจของ **Get 102.5** จะไม่มีหัวข้อที่

เกี่ยวกับข่าวเลข ดังนั้น จึงไม่พบการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาทางด้านข่าวในรายการ **Get 102.5** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/102.5

41.1.5 กิจกรรม และข่าวประชาสัมพันธ์

กิจกรรมและข่าวประชาสัมพันธ์เมื่อนำเสนอผ่านสื่อวิทยุ

สำหรับกิจกรรมในรายการวิทยุของ **Get 102.5** ในช่วงของดีเจจู้ (ศรีจุฬา หงษ์สตาร์) ในวันจันทร์และวันศุกร์ เวลา **13.00- 16.00** น. มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ในส่วนของกิจกรรมในรายการที่เกี่ยวกับเพลง ทางสถานี **Get 102.5** เปิดโอกาสให้ผู้ฟังสามารถขอเพลงผ่านทางโทรศัพท์หรือส่งข้อความเข้ามาโดยดีเจจะทำการเปิดชั่วโมงละ **1** เพลง นอกจากนี้ ดีเจจะมีการเปิดเพลงที่แตกต่างไปจากอันดับชาร์ตเพลงทั่วไปเพราะเพลงที่นำมาเปิดนั้นจะมีการเชื่อมโยงเนื้อหาให้เข้ากับสถานการณ์ในปัจจุบันหรือทางดีเจอาจเป็นผู้สมมติขึ้นเอง เช่น เพื่อนของดีเจกำลังจะแต่งงานและต้องการเพลงที่จะนำไปใช้เปิดในงานแต่งงาน ดีเจจึงขอให้ผู้ฟังช่วยกันแนะนำเพลงที่เกี่ยวกับความรักที่สามารถนำไปใช้เปิดในงานแต่งงานได้ ซึ่งกิจกรรมนี้จะเป็นการทำให้ผู้ฟังได้มีส่วนร่วมในรายการได้อีกทางหนึ่ง

นอกจากนี้ ทางสถานียังมีการจัดกิจกรรม **Meet & Greet** ศิลปินยอดนิยม อย่างเช่น งานประกาศผลรางวัล **MTV Asia Award** โดยทางสถานีจะจัดให้ผู้ฟังได้เข้าร่วมปาร์ตี้ **meet & greet** กับ **Lee Ryan** หนึ่งในศิลปินที่เดินทางมาเข้าร่วมงานประกาศรางวัลในครั้งนี้

ตัวอย่างสกริปต์

“สำหรับงานประกาศรางวัล **MTV Asia Award** ปีนี้ **Lee Ryan** ก็จะมาร่วมงาน **MTV** ด้วย ตอนนี้เรามีบัตรอยู่ **2** ใบ แจกให้ **1** คน เพราะไปคนเดียวมันเหงา โทรมาเลยคะ ใครถึงก่อน มีสิทธิ์ก่อน ต้องขอบคุณที่พักรร. มิลลิเนียม ฮิลตัน กรุงเทพฯ ที่ให้การสนับสนุนการแจกบัตร **MTV Asia Award** ในครั้งนี้ด้วยคะ”

ข่าวฝากประชาสัมพันธ์

สำหรับข่าวประชาสัมพันธ์ ในรายการ **Get 102.5** จะเป็นข่าวกิจกรรมต่างๆ ที่น่าสนใจ อย่างเช่น คอนเสิร์ตที่กำลังจะจัดขึ้น หรือข่าวฝากประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ที่น่าสนใจที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของรายการ อย่างเช่น ข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาพยนตร์ที่กำลังจะเข้าฉาย

ตัวอย่างสคริปต์

“เข้าไปแล้วเมื่อวานนี้ สำหรับภาพยนตร์เรื่อง โกสต์เกมล่าท้าผี ภาพยนตร์ลำดับแรกของค่ายหนังน้องใหม่ **NGR** เรื่องราวน่าติดตามและระทึกใจทีเดียว นำเสนอผ่านมุมมองเรียลลิตี้โชว์ โดยนำเด็ก ๆ **11** คน ไปใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันในพิพิธภัณฑสถานที่กัมพูชา จุดมุ่งหมายอยู่ที่เงินรางวัลกว่า **5** ล้านบาท บทสรุปของเขาทั้ง **11** คนจะเป็นอย่างไร เข้าโรงฉายไปแล้วละ สำหรับภาพยนตร์เรื่องนี้ โกสต์เกมล่าท้าผี”

กิจกรรมและข่าวประชาสัมพันธ์เมื่อนำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

สำหรับกิจกรรมและข่าวประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ผู้ฟังจะได้รับฟังใน 2 รูปแบบ คือ

ก. รูปแบบการนำเสนอในลักษณะการออกอากาศสด (**online radio**) คือ กิจกรรมและข่าวประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอผ่านทาง **online radio** ของสถานีวิทยุกระจายเสียงที่กำลังออกอากาศอยู่จริง

ข. รูปแบบการนำเสนอในลักษณะข้อมูลและภาพ ซึ่งในหน้าเว็บเพจของ www.thisisclick.com/102.5 จะมีการนำเสนอรายละเอียดของกิจกรรมต่างๆ รวมถึงกฎ กติกาในการเข้าร่วมสนุก พร้อมภาพกราฟิกสวยๆ

สำหรับกิจกรรมต่างๆ ในรายการวิทยุ **Get 102.5** เมื่อนำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต พบว่ากิจกรรมที่ทางสถานีเป็นผู้จัด จะมีการเพิ่มรายละเอียด เนื้อหา และภาพกราฟิกต่างๆ เข้ามามากกว่าเมื่อนำเสนอผ่านสื่อวิทยุ เพื่อให้ผู้ฟังได้รับรู้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับกิจกรรมนั้นๆ ได้สะดวกยิ่งขึ้น ดังนั้น หากผู้ฟังฟังไม่ทัน ก็สามารถคลิกเข้ามาดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หน้าเว็บไซต์ของสถานีวิทยุ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพ 418 ตัวอย่างหน้าเว็บเพจแสดงภาพกิจกรรมต่างๆ ของทางสถานี

แต่สำหรับข่าวฝากประชาสัมพันธ์ที่ไม่เกี่ยวกับกิจกรรมของทางสถานี เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับภาพยนตร์ที่กำลังจะเข้าฉาย จะไม่มีการนำมาใส่ไว้ในหน้าเว็บไซต์ ทั้งนี้ คุณพัทธวรรณ ศรีลาน (สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2550) web-editor กล่าวว่า แต่ละคลื่นจะมีฝ่ายครีเอทีฟ นำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม ซึ่งแต่ละสถานีอยากจะประชาสัมพันธ์ลงในเว็บไซต์มาให้ ซึ่งการอัปเดตข่าวกิจกรรมต่างๆ ก็ขึ้นอยู่กับความถี่ของกิจกรรมนั้นๆ ว่าจะมีช่วงไหนบ้าง ซึ่งการลงข่าวกิจกรรมในเว็บไซต์ ก็จะมีการลงข้อมูลประชาสัมพันธ์กิจกรรมทั้งช่วงก่อนที่จะมี ช่วงระหว่าง และ ช่วงหลังปล่อยกิจกรรมไปแล้ว ดังนั้น สำหรับกิจกรรมที่เป็นแค่ข่าวประชาสัมพันธ์ทั่วไป โดยที่สถานีไม่ได้เป็นผู้จัด จึงไม่มีการนำไปใส่ลงในเว็บไซต์

สรุปการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านกิจกรรมและข่าวประชาสัมพันธ์ในรายการ Get 102.5 เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

จากการศึกษาเนื้อหาทางด้านกิจกรรมของทางสถานีที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุ เมื่อนำเสนอผ่านเว็บไซต์ www.thisisclick.com พบว่า กิจกรรมที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์ จะมีรายละเอียดมากกว่า คือมีข้อมูลของกิจกรรมมากกว่า และเพิ่มภาพข่าวกิจกรรมเข้ามาด้วย ทั้งนี้เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตสามารถบรรจุข้อมูลได้มากกว่าสื่อวิทยุ ดังที่ Denis McQuail (1987) กล่าวว่า “อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อใหม่ที่มีการผสมผสานเทคโนโลยีต่างๆ เข้าด้วยกัน ทั้งการขนส่ง การเก็บรวบรวมข้อมูล การสืบค้นข้อมูล การย่อส่วน การกระจาย การควบคุม การนำเสนอ และทำให้เกิดการสื่อสารหลายทาง” นอกจากนี้ สื่ออินเทอร์เน็ตยังเป็นสื่อที่มีความจุสูง อีกทั้งยังไม่มีข้อจำกัดทางเวลา เหมือนกับสื่อวิทยุ

ที่ดีจะต้องรีบพูดให้กระชับเพื่อให้ทันกับเวลาที่ออกอากาศ จึงทำให้เนื้อหาและรายละเอียดที่พูดออกอากาศ น้อยกว่าเมื่อเทียบกับเนื้อหาที่นำไปลงในเว็บไซต์

แต่สำหรับข่าวประชาสัมพันธ์ที่ไม่เกี่ยวกับกิจกรรมของทางสถานี เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับภาพยนตร์ที่กำลังจะเข้าฉาย จะไม่มีการนำมาใส่ไว้ในหน้าเว็บไซต์ ทั้งนี้ เพราะข้อมูลที่จะนำลงในเว็บไซต์ จะเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่แต่ละสถานีอยากจะประชาสัมพันธ์เท่านั้น ดังนั้น จึงไม่พบการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านข่าวประชาสัมพันธ์ในรายการ **Get 102.5** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านกิจกรรมและข่าวประชาสัมพันธ์ในรายการ **Get 102.5** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com/102.5

คุณพัศวรรณ ศรีลาน (สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2550) **web-editor** ของเว็บไซต์ www.thisclick.com กล่าวว่า เว็บไซต์มีส่วนช่วยสนับสนุนวิทยุที่ออกอากาศสดอยู่มาก ทั้งนี้ถ้าผู้ฟังพลาดรายละเอียดสำคัญๆ ไป อย่างฟังข่าวกิจกรรมต่างๆ ไม่ทัน ก็สามารถคลิกเข้าไปอ่านเพิ่มเติมได้ทางเว็บไซต์ www.thisclick.com เพราะข่าวที่ประชาสัมพันธ์ผ่านทางดีเจ จะเป็นข่าวเดียวกันที่ลงในเว็บไซต์ โดยที่ **web-editor** จะเป็นผู้เขียนเนื้อหา (**content**) ซึ่งจะรับเนื้อหาข้อมูลกิจกรรมที่ต้องการอยากจะประชาสัมพันธ์มาจากฝ่ายครีเอทีฟอีกทีหนึ่ง

ดังนั้นสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางกิจกรรมและข่าวประชาสัมพันธ์ในรายการ **Get 102.5** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com/102.5 มีอยู่ 3 ปัจจัย ดังนี้

ก. **ธรรมชาติและศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ต** เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีเดีย มีความจุสูง สามารถเก็บข้อมูล ทั้งข้อความที่เป็นตัวอักษร ภาพ และเสียง มีความยืดหยุ่นในรูปแบบ เนื้อหา และการใช้งาน สามารถส่งข้อความทั้งตัวอักษร รูปภาพ และเสียง ดังนั้น การนำเสนอกิจกรรมและข่าวประชาสัมพันธ์ในรายการผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต ก็ไม่ได้มีเพียงแค่เสียงให้ผู้ฟังฟังเพียงอย่างเดียว แต่หากมีการเพิ่มภาพกราฟิกและข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมนั้นๆ เข้ามามากขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้ฟังได้รับข้อมูลข่าวสารของกิจกรรมต่างๆ จากทางสถานี และสามารถโน้มน้าวให้ผู้ฟังเกิดความต้องการอยากมีส่วนร่วมไปกับกิจกรรมที่ทางสถานีจัดมากขึ้น

ข. กลุ่มคนฟังเป้าหมาย จากการศึกษาพบว่า รูปแบบและเนื้อหาส่วนใหญ่ของทั้งรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุบนอินเทอร์เน็ตจะขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก ดังนั้นกิจกรรมต่างๆ ที่ทางสถานีจัดขึ้น ทางฝ่ายครีเอทีฟ จะต้องออกแบบมาให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก เพื่อทำให้เกิดการติดตามฟังอย่างต่อเนื่อง

ค. การตลาด มีตัวแปรสำคัญคือ บริษัท โฆษณา ซึ่งในปัจจุบันนี้รายการวิทยุทางอินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มที่จะเป็นที่นิยมมากขึ้น เพราะเนื่องมาจากรูปแบบและเนื้อหาของรายการที่ดึงดูด น่าสนใจ และผู้ใช้สะดวกในการรับฟัง ฉะนั้น บริษัท โฆษณาจึงพร้อมที่จะลงทุนซื้อสื่อเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าของตัวเอง จึงทำให้เนื้อหาและรูปแบบของกิจกรรมบางส่วนถูกกำหนดจากทางบริษัทโฆษณา

41.1.6 เกม

ในปัจจุบัน รายการวิทยุมีการแข่งขันกันสูงขึ้น ดังนั้น การจัดเกม แจกของรางวัล และโปรโมชันต่างๆ จึงเข้ามามีบทบาทในรายการวิทยุมากขึ้น เพื่อเพิ่มการดึงดูด สร้างสีสัน และความสนุกสนานให้กับผู้ฟัง ซึ่งกิจกรรมการแข่งขันในรายการจะเน้นความง่ายในการร่วมกิจกรรมของผู้ฟัง กฎกติกาการเล่นเกมที่ไม่น่าซับซ้อน เนื้อหาและขั้นตอนการเล่นเกมน่าสนใจและน่าติดตาม เพื่อไม่ให้ผู้ฟังเกิดการเบื่อและรู้สึกตื่นเต้นไปกับเกม ทั้งนี้รวมไปถึงผู้ฟังคนอื่นๆ ที่ไม่ได้ร่วมเล่นเกมด้วย

การที่รายการมีเกมและของรางวัลถือเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีอย่างหนึ่งระหว่างตัวรายการกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของรายการ ซึ่งสามารถนำไปสู่ฐานข้อมูลกลุ่มผู้ฟังของรายการวิทยุในการทำกิจกรรมที่ต้องใช้ข้อมูลของกลุ่มผู้ฟังเหล่านั้นเพราะช่วยให้บริษัทสามารถปรับโครงการให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละรายได้มากที่สุด ซึ่งลักษณะของรางวัลที่จัดให้แก่ผู้ฟังที่เข้าร่วมสนุกกับทางรายการวิทยุของบริษัทฯ แบ่งได้เป็น 3 ประเภทคือ

- (1) รางวัลคือ เงิน
- (2) รางวัลคือ สิ่งของ
- (3) รางวัลคือ ชื่อเสียงและความภาคภูมิใจ

วิธีการเช่นนี้จะสามารถดึงดูดผู้ฟังให้ติดตามรายการได้อย่างต่อเนื่อง แต่ในขณะเดียวกัน การมอบรางวัลจะสามารถสร้างสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายได้อย่างต่อเนื่องในช่วงระยะเวลาหนึ่ง

ที่ทางรายการเพิ่มมูลค่าของเงินรางวัลสูงขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งการจูงใจผู้ฟังจะต้องเป็นรางวัลที่โดดเด่นและมีเสน่ห์ที่ไม่ทำให้ผู้ฟังรู้สึกท้อแท้ที่จะติดตามเข้าร่วมต่อไป โดยของรางวัลจะมอบให้แก่ผู้ฟังที่ชนะการแข่งขัน โดยทางบริษัทฯ จะตั้งมาตรฐานไว้ไม่ให้ต่ำกว่า **500** บาท หรืออาจจะเป็นสิ่งของที่มีคุณค่าทางจิตใจ เป็นสิ่งของที่ทางบริษัทฯ ผลิตมาโดยเฉพาะ หาซื้อไม่ได้จากแหล่งร้านค้าทั่วไป เพื่อสร้างความน่าสนใจของสิ่งของรางวัลนั้นๆ อย่างเช่น สติกเกอร์รูปแมวกวักของคลื่น **104.5 Fat Radio**, บัตรเข้าชมงาน **Fat Festival** หรือทริปท่องเที่ยวไปต่างประเทศร่วมกับคาราที่ชื่นชอบ เป็นต้น นอกจากนี้ การที่ผู้ฟังที่เข้าร่วมสนุกแล้วชนะการแข่งขัน ยังสร้างความภูมิใจ ทำให้ผู้ฟังรู้สึกดีในการที่จะเข้าร่วมเกมต่อไป ทำให้เกิดการติดตาม ส่งผลให้ผู้ฟังติดตามรายการนั้นๆ อย่างเหนียวแน่น

สำหรับแต่ละรายการวิทยุของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด จะคำนึงถึงลักษณะของผู้ฟังกลุ่มเป้าหมาย โดยทางฝ่ายผลิตรายการจะทำการสำรวจความต้องการผ่านการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับผู้ฟังของทางรายการกลุ่มเป้าหมายด้วยว่าในกลุ่มอายุผู้ฟังเท่านี้มีความต้องการและความสนใจกิจกรรมหรือสิ่งของประเภทใดบ้าง ซึ่งข้อมูลดังกล่าวใช้เพื่อประกอบการวางแผนการสร้างสรรค์เกมต่อไป

เกมที่น่าเสนอผ่านสื่อวิทยุ

สำหรับเกมในรายการวิทยุของ **Get102.5** ในช่วงของดีเจจู้ (ศรียุพา หงสตาří) ในวันจันทร์และวันศุกร์ เวลา **13:00-16:00** น. พบว่า จะมีเกมหลักๆ 1 เกมคือ **The Fugitive** ซึ่งเป็นเกมที่ได้รับเงินรางวัลสนับสนุนจากสปอนเซอร์ เพื่อต่อยอดชื่อคลื่นวิทยุให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น มีรายละเอียดของเกมมีดังต่อไปนี้

เกมตามหา **the fugitive** ที่ให้ผู้ฟังได้มีส่วนร่วมในรายการ คือ การให้คนฟังติดตามฟังและร่วมกันออกไปค้นหาตัวปริศนิตามสถานที่ต่างๆ ที่กำหนดไว้เป็นโจทย์ โดยทางรายการจะส่งทีมงานที่ไม่เป็นที่รู้จัก **1** คน ไปยังสถานที่นัดพบ ซึ่งขึ้นอยู่กับโจทย์ในแต่ละวัน โดยให้คนฟังไปตามหาว่าบุคคลนั้นอยู่ที่สถานที่ใดในกรุงเทพฯ ทั้งนี้บุคคลดังกล่าวจะโทรเข้ามายังรายการเพื่อบอกใบ้ให้คนฟังได้ร่วมทายกันว่าเป็นสถานที่ใด เช่น กำหนดจุดนัดพบที่ “มานูญครอง” คำใบ้คือ “ฮัลโหลๆ ข้าวเหรอ ยังไม่เคยไปเลยเนี่ย” ซึ่งผู้ฟังที่ติดตามรายการก็จะสนุกกับการโทรเข้ามาทายว่า “ฮัลโหลๆ ข้าวเหรอ ยังไม่เคยไปเลยเนี่ย” คือสถานที่ใด (ฮัลโหล บอกใบ้ถึงชั้นขายมือถือ ส่วนข้าวเหรอ บอกใบ้ว่าคือ ห้างสรรพสินค้ามานูญครอง) หากผู้ฟังคนไหนทราบว่ามีหมายถึงสถานที่ใด ก็จะเดินทางไปยังจุดนัดพบนั้น เพื่อไปตามหาตัวปริศนิตั้งชื่อ **the fugitive** ถ้าหาเจอจะต้องถามว่า

“คุณคือ **Get 102.5 the fugitive** ใช่หรือไม่” ถ้าถามถูกคน ก็จะได้เงินรางวัลไป แต่ถ้าถามผิดคน ก็จะ สามารถลุ้นรางวัลอื่นๆ ได้ด้วยการค้นหาการ์ดที่ตัวปรีศนิ (**the fugitive**) ทิ้งไว้ตามที่ต่างๆ ที่เดินผ่าน ก่อนไปถึงจุดนัดพบ

ตัวอย่างสคริปต์ของเกมที่น่าเสนอผ่านสื่อวิทยุ โดยมีดีเจเป็นผู้ดำเนินรายการมีดังนี้

“(เปิดเสียงคำใบ้ของปรีศนิก่อน) ทุกครั้งก่อนจะจากไป ก็จะส่งกำลังใจให้ว่าไม่อยากหروب แต่ระหว่างตามหาแล้วก็จะกั๊กๆ จิกๆ ว่าคนฟัง **Get** นี้ อ่อนบ้างล่ะ หาไม่เจอบ้างล่ะ แต่หมม คำใบ้ เป็นใจจิงเลย ฮัลโหลๆ ข้าวหรอ ยังไม่เคยไปเลยเนี่ย ผู้ฟังคะวันนี้เรามาเซอร์ไพรส์กันเถอะ ไม่ตาม หา **the fugitive** กันดิ้มัย บอกมาแค่นี้ใครจะตามหาเจอ แต่เอ๊ะ เดี่ยวก่อน เค้าว่ากันว่า คำใบ้ถึงแม้ว่า จะยาก แต่เงินรางวัลค่าหัวก็ไม่่น้อย ตั้ง **40,000** บาท คิดหรอว่าเงินจะซื้อเราได้ เราไม่ตามกันดิ้มัย ค่ะคุณผู้ฟัง...ตาม อ้อ ตกกลงเงินซื้อเราได้หรอคะ (หัวเราะ)

โอเค แล้วที่ไหน แล้วยังงิ ช่วยกันบอกนิดหนึ่งนะคะ ถ้าเกิด **fugitive** ไม่บอก คนฟังที่ กำลังตามหาอยู่ คิดว่าน่าจะเป็นที่ไหนคะ ฮัลโหลๆ ข้าวหรอ ยังไม่เคยไปเลยเนี่ย เค้าบอกเห็นว่ายาก ถ้าเจอจะให้ **40,000** บาทเลย เจอต้องถาม ไม่ถามอด **you don't ask you can't win** (บอกเบอร์โทรใน รายการ) จะเป็นทีมไล่ล่า ก็ส่งมาที่.... ถ้าไม่อยากให้คนอื่นที่กำลังตามล่า แต่อยากจะทำบอคดีเจเจ๊ๆ ก็ส่งข้อความกันมาได้นะคะ หรือว่าโทรศัพท์มาที่ (เบอร์โทร) ตามด้วยสโลแกนของกิจกรรมคือ **you don't ask you can't win** เจอต้องถาม ไม่ถามอด **you don't ask you can't win**”

เกมที่น่าเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

สำหรับเกมที่น่าเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ผู้ฟังจะได้รับฟังใน 2 รูปแบบ คือ

ก. รูปแบบการนำเสนอในลักษณะการออกอากาศสด (**online radio**) คือ เกมที่น่าเสนอผ่าน ทาง **online radio** ของสถานีวิทยุกระจายเสียงที่กำลังออกอากาศอยู่จริง

ข. รูปแบบการนำเสนอในลักษณะข้อมูล และภาพ ซึ่งในหน้าเว็บเพจของ www.thisisclick.com/102.5 จะมีการนำเสนอรายละเอียดของเกม กฎ กติกา และภาพกราฟิกสวยๆ ดังตัวอย่างข้างล่างนี้



ภาพ 419 หน้าต่างของเกม the fugitive

จากภาพ 419 พบว่า เกมที่นำเสนอผ่านทางเว็บไซต์ www.thisisclick.com/102.5 จะมีรายละเอียดและเนื้อหาบรรจุอยู่มากกว่า สามารถบอกกติกาในการเข้าร่วมสนุก รวมถึงวิธีการเล่นเกมได้ชัดเจนมากกว่า เมื่อเทียบกับที่ตีเจพูดในรายการแต่ละช่วง เนื่องจาก ตีเจจะต้องรีบพูดให้ทันกับเวลาที่ทางสถานีกำหนดไว้ จึงต้องพูดให้กระชับ เพื่อให้คนฟังเข้าใจง่ายและชัดเจน

สรุปการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านเกมในรายการ **Get 102.5** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

จากการศึกษาเนื้อหาทางด้านเกมของทางสถานีที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุ เมื่อนำเสนอผ่านเว็บไซต์ www.thisisclick.com พบว่า เกมที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์ จะมีรายละเอียดมากกว่า สามารถบอกกติกาในการเข้าร่วมสนุก รวมถึงวิธีการเล่นเกมได้ชัดเจนมากกว่า เมื่อเทียบกับสื่อวิทยุกระจายเสียง อีกทั้งยังมีการใส่ภาพกราฟิกลงไป เพื่อดึงดูดให้ผู้เข้ามาชมในเว็บไซต์สนใจและอยากที่จะคลิกเข้าไปดูรายละเอียด รวมถึงผู้ที่ไม่เคยเล่นเกมผ่านทางสื่อวิทยุมาก่อน เมื่อเข้ามาคลิกชม ก็อาจจะทำให้รู้สึกอยากติดตามเล่นเกมในรายการของทางสถานีที่ออกอากาศผ่านทางสื่อวิทยุกระจายเสียงได้ นอกจากนี้ การเล่นเกมในรายการวิทยุผู้เล่นจะต้องเล่นไปพร้อมๆ กับดีเจ ในขณะที่สื่ออินเทอร์เน็ต ผู้เล่นไม่จำเป็นต้องเล่นไปพร้อมกับดีเจ แต่สามารถเล่นได้ทุกที่ ทุกเวลาตามต้องการ ดังนั้น การปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านเกมในรายการ **Get 102.5** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com จะเป็นการขยายเวลา ขยายพื้นที่ และขยายรายละเอียดในการเล่นเกมนให้มากยิ่งขึ้น และชัดเจนยิ่งขึ้น

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านเกมในรายการ **Get 102.5** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/102.5

คุณพัชรวรรณ ศรีลาน (สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2550) web-editor ของเว็บไซต์ www.thisisclick.com พบว่า เว็บไซต์มีส่วนช่วยสนับสนุนวิทยุที่ออกอากาศสดอยู่มาก ผู้ฟังสามารถคลิกเข้าไปอ่านรายละเอียดต่างๆ เพิ่มเติมได้จากเว็บไซต์ www.thisisclick.com รวมถึงเกมต่างๆ ที่ทางสถานีเป็นผู้จัด เพราะเกมที่เล่นในรายการก็จะเป็นเกมเดียวกับที่ลงในเว็บไซต์ โดยที่ web-editor จะเป็นผู้เขียนเนื้อหา (content) ซึ่งจะรับเนื้อหาข้อมูลเกมมาจากฝ่ายครีเอทีฟอีกทีหนึ่ง

ดังนั้นสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านเกมในรายการ **Get 102.5** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/102.5 มีอยู่ 3 ปัจจัย ดังนี้

ก. ธรรมชาติและศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ต เนื่องมาจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อมัลติมีเดีย มีความจุสูง สามารถเก็บข้อมูล ทั้งข้อความที่เป็นตัวอักษร ภาพ และเสียง มีความยืดหยุ่นในรูปแบบ เนื้อหา และการใช้งาน สามารถส่งข้อความทั้งตัวอักษร รูปภาพ และเสียง ดังนั้น การนำเสนอเกมในรายการผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต ก็ไม่ได้มีเพียงแค่เสียงให้ผู้ฟังฟังเพียงอย่างเดียว แต่หากมีการเพิ่มภาพกราฟิกและข้อมูลเกี่ยวกับกฎ กติกา และวิธีการเล่นเกมเข้ามามากขึ้น

ข. กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย จากการศึกษาพบว่า รูปแบบและเนื้อหาส่วนใหญ่ของทั้งรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุบนอินเทอร์เน็ตจะขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก ดังนั้นกิจกรรมต่างๆ ที่ทางสถานีจัดขึ้น รวมถึงเกม ทางฝ่ายครีเอทีฟ จะต้องออกแบบให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก เพื่อทำให้เกิดการติดตามฟังและการเข้ามามีส่วนร่วมของผู้ฟังอย่างต่อเนื่อง

ค. การตลาด มีตัวแปรสำคัญคือ บริษัท โฆษณา ซึ่งในปัจจุบันนี้รายการวิทยุทางอินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มที่จะเป็นที่นิยมมากขึ้น เพราะเนื่องมาจากรูปแบบและเนื้อหาของรายการที่ดึงดูด น่าสนใจ และผู้ใช้สะดวกในการรับฟัง ฉะนั้น บริษัท โฆษณาจึงพร้อมที่จะลงทุนซื้อสื่อเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าของตัวเอง จึงทำให้เนื้อหาและรูปแบบของเกมบางส่วนถูกกำหนดจากทางบริษัท โฆษณา

41.2 การปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการ **Get 102.5** ในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisislick.com

41.2.1 เทคนิคการนำเสนอ

ก. เทคนิคการนำเสนอรายการ **Get 102.5** ผ่านสื่อวิทยุ

จากแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงและรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียงในการผลิตรายการวิทยุ พบว่า องค์ประกอบสำคัญ คือ ผู้ฟัง การเสนอรายการจำเป็นต้องสัมพันธ์กับผู้ฟังเป้าหมายอย่างไม่มีทางหลีกเลี่ยงได้ การรู้จักกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายอย่างละเอียด ช่วยช่วยให้การนำเสนอรายการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพ เพราะฉะนั้น ส่วนสำคัญที่จำเป็นต้องพิจารณาในวิธีการนำเสนอรายการ จะประกอบไปด้วยส่วนสำคัญ 5 ประการ คือ

(1) ภาษาพูด (language) มีส่วนสัมพันธ์กับวัยและระดับการศึกษาของผู้ฟังอย่างมาก การใช้คำยากๆ หรือเป็นศัพท์เทคนิคมากมาย นอกจากจะทำให้ผู้ฟังฟังไม่รู้เรื่องแล้วยังให้ความสนใจลดลงไปด้วย จากการนำเสนอรายการวิทยุในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด พบว่า รายการ **Get 102.5** ภาษาที่ใช้จะมีลักษณะฟังเข้าใจ กระชับ สุกภาพ และเป็นกันเองกับผู้ฟัง ดังจะเห็นได้จากมีการใช้สรรพนามแทนตัวเองด้วยคำว่า “ดีเจจู้” และมีการใช้สรรพนามแทนผู้ฟังว่า “คุณตามด้วยจ้อ” อีกทั้งยังมีการใช้คำที่ไม่เป็นทางการอื่นๆ เช่นคำว่า “เนี่ย” “ม๊ย” “เมื่อกี้” เพื่อให้อ

ใกล้ชิดกับผู้ฟังที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปจนถึงช่วงวัยทำงานตอนต้นไม่เกิน 35 ปี

(2) **ลีลาการพูด (style)** การพูดทางวิทยุ นั้น ไม่ควรพูดเหมือนการอ่านหนังสือ แต่ควรพูดเหมือนการพูดคุยกับเพื่อนสักคนหนึ่ง ลีลาการพูดนั้น แต่ละคนมีแบบฉบับเป็นของตนเอง เพื่อที่จะให้เข้ากับบรรยากาศของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ดีเจของแต่ละรายการวิทยุในเครือบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด จะมีวิธีการพูดที่แสดงถึงความเป็นตัวของตัวเอง และแตกต่างกันไปตามรูปแบบของรายการ ซึ่งทางบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด จะไม่นับคนที่มีความเชื่อเสียงหรือหน้าตาดี แต่จะเน้นที่ความสามารถและลีลาในการจัดรายการวิทยุที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว อย่างเช่น มีการเข้าเหย้าผู้ฟังว่า “เอาเลยๆ ได้เลยได้ พ่อหนุ่มลีลาเยอะ...” เพื่อให้ผู้ฟังรู้สึกเป็นกันเองกับดีเจมากขึ้น และยังมีการใช้โทนเสียงสูง เสียงต่ำ เน้นข้อความที่ต้องการเน้นเป็นพิเศษ อย่างเช่น พูดถึงเกม **the fugitive** “ทุกครั้งก่อนจะจากไป ก็จะส่งกำลังใจให้ว่าไม่อยากหกรอก แต่ระหว่างตามหาแล้วก็จะก๊ตๆ จิกๆ ว่าคนฟัง **Get** นี้ อ่อนบ้างล่ะ หาไม่เจอบ้างล่ะ แต่หมกค้ำไ้เป็นใจจังเลย...” เพื่อให้ผู้ฟังไม่รู้สึว่าการพูดของดีเจน่าเบื่อและอยากที่จะติดตามฟัง นอกจากนี้ ดีเจจะต้องเป็นคนที่รู้เรื่องเพลงสากลเป็นอย่างดี มีรสนิยม และชอบเทคโนโลยี และความทันสมัย



ภาพ 4.20 ตัวอย่างดีเจที่จัดรายการวิทยุของ Get 102.5

(3) **เพลงประกอบ (program music)** ส่วนสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะทำให้รายการนำฟังและผ่อนคลายความตึงเครียด นั่นก็คือ เพลงประกอบ การฟังเสียงผู้ดำเนินรายการนานเกินไป อาจทำให้รู้สึกน่าเบื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ดำเนินรายการที่ไม่มีความชำนาญในการพูดอย่างเพียงพอ วิธีแก้ปัญหาคือ ใช้เพลงเข้าช่วยเพื่อให้ผู้ฟังได้พักหูเสียบ้าง และช่วยเปลี่ยนบรรยากาศให้ดีขึ้น ซึ่งจากการศึกษารายการ พบว่า **Get 102.5** มีการใช้เพลงแนะนำรายการสั้นๆ ประมาณ 3

วินาที ซึ่งเรียกว่าจิงเกิ้ล (Jingle) และมีการใช้จิงเกิ้ล (Jingle) เปิดขึ้นระหว่างจบเพลงแต่ละเพลง และเปิดตอนจบรายการ ซึ่งจิงเกิ้ลของรายการ **Get 102.5** จะมีลักษณะเป็นภาษาอังกฤษเกือบทั้งหมด มีการแทรกภาษาไทยบ้าง และมีจังหวะการพูดที่เร็วเร้าใจ ประกอบกับใช้ดนตรีประกอบที่มีจังหวะเร็ว ทันสมัย และเป็นจังหวะของเพลงสากล ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของรายการที่มีลักษณะความชื่นชอบในการฟังเพลงสากลที่มีความทันสมัย จิงเกิ้ล (Jingle) จะบ่งบอกถึงลักษณะรูปแบบรายการ และแนวเพลงที่เปิดในรายการได้ สอดคล้องกับแนวคิด **McLeish (1999)** ได้เห็นประสิทธิภาพของการทำเพลงสั้น (Jingle) ว่าสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารถึงเอกลักษณ์ของทางสถานีได้อีกวิธีหนึ่ง

ตัวอย่างจิงเกิ้ลที่ใช้เปิดรายการของ **Get 102.5: Get Get Get Get Get Get** (มีทั้งเสียงผู้หญิง เสียงผู้ชาย หลากหลายโทนเสียง พูดจังหวะเร็วๆ) **Society** (มีเสียงโห่ร้องแสดงความยินดี) **Get Get Get Bangkok only International Hit Music station Get 102.5** แนวเพลง **international hit music** (เสียงผู้ชายพูดเร็วๆ ประกอบกับมีการทำเสียงดนตรีแทรกเข้ามาคล้ายกับเสียง scratch แผ่น)

หรือเปิดรายการด้วยจิงเกิ้ลของกิจกรรมเด่นประจำรายการ **the fugitive: Get 102.5 you don't ask you can't win** เจตต้องถาม ไม่ถามอด....(ดนตรีจังหวะเร้าใจ) **Get the world biggest star play the world greatest song here's another on Get 102.5** (วัน โอบุพอยท์ไฟว์) **get** แนวเพลง **international hit music**

ตัวอย่างจิงเกิ้ลที่ใช้เปิดขึ้นระหว่างเพลง: **Get 102.5 Bangkok only international hit music station** หรือ **Get 102.5 International Hit Music** (เสียงผู้หญิงพูดจังหวะเร็ว กระชับกระฉ่ง เร้าใจ)

ตัวอย่างจิงเกิ้ลที่ใช้เปิดตอนจบรายการ: **True Move Get Chart** (เสียงผู้หญิงพูดจังหวะเร็ว เร้าใจ) **Get Chart on Get 102.5** (เสียงผู้ชายพูดจังหวะเร็ว เร้าใจ)

(4) เสียงประกอบ (sound effect) ส่วนสำคัญอีกประการหนึ่งในวิธีการนำเสนอรายการที่จำเป็นต้องพูดถึงก็คือ เสียงประกอบ ซึ่งในที่นี้ไม่ได้หมายถึงเพลง แต่หมายถึงเสียงที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติหรือเสียงที่เกิดขึ้นในเหตุการณ์จริง ผู้จัดรายการจะบันทึกเสียงเหล่านั้นไว้ เพื่อนำมาสอดแทรกในรายการของตน เพื่อให้บรรยากาศของรายการดูสมจริงขึ้น ซึ่งจากการศึกษารายการ **Get 102.5** ไม่มีการนำเสียงประกอบเข้ามาใช้ในรายการ

(5) ความหลากหลาย (variety) และความเป็นหนึ่งเดียว (unity) การจัดรายการในปัจจุบันนี้มีการแข่งขันกันมาก อันตรายของการจัดรายการ คือ ความเบื่อ ความไม่น่าฟัง วิธีการนำเสนอรายการที่จะไม่ทำให้เกิดความน่าเบื่อแก่ผู้ฟัง ก็ควรจะต้องนำเสนอให้มีความหลากหลายในการที่เสนอนั้น ซึ่งจากการศึกษารายการ **Get 102.5** พบว่า การจัดรายการมีความหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นภาษาพูด สติลาการพูด และเพลงประกอบ ทำให้กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ไม่ต้องทนฟังเสียงของผู้จัดรายการ แต่เพียงอย่างเดียว แต่มีเสียงอื่นเข้ามาแทรก ทำให้เปลี่ยนบรรยากาศ เปลี่ยนอารมณ์ของผู้ฟัง ทำให้ไม่รู้สึกจำเจและน่าเบื่อ

ส่วนความเป็นหนึ่งเดียว รายการ **Get 102.5** ได้มีการนำเสนอเพลง โดยยึดเอาแนวเพลงเป็นหลัก กล่าวคือ **Get 102.5** ได้มีการนำเสนอเพลงสากลเป็นหลัก ตั้งแต่เริ่มกันในปัจจุบันย้อนไปจนถึงอดีต พร้อมกับการนำเสนอข่าวสารที่กำลังนิยมกันอยู่ในขณะนั้น สลับกับการเปิดเพลง นอกจากนี้ **Get 102.5** ยังมีความเป็นวาไรตี้สูงด้วยเพราะมีการเปิดเพลงสากลยอดนิยมหลากหลายแนวไม่ว่าจะเป็นฮิปฮอป ร็อก หรือป๊อบแดนซ์ ทั้งจังหวะช้าและเร็วตลอด **24** ชั่วโมง

ข. เทคนิคการนำเสนอรายการ **Get 102.5** ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

เว็บไซต์ www.thisisclick.com/102.5 จะใช้เทคนิคในการนำเสนอข้อมูลและรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ต โดยคำนึงถึงลักษณะธรรมชาติของอินเทอร์เน็ตคือการใช้เทคโนโลยีระบบหลายสื่อและการใช้เทคโนโลยีสื่อสารสองทาง

(1) การใช้เทคโนโลยีในลักษณะสื่อผสม

จากการศึกษาพบว่าวัตถุประสงค์หลักของการจัดทำเว็บไซต์วิทยุอินเทอร์เน็ตคือการเป็นช่องทางในการนำเสนอรายการและข้อมูลข่าวสารของบริษัท ทั้งนี้เพราะเห็นว่าสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นการสื่อสารสองทางระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารและเป็นสื่ออิสระที่เปิดกว้างทั้งทางการแสดงเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ โดยมีคุณสมบัติที่เรียกว่ามัลติมีเดียหรือระบบหลายสื่อที่นำเสนอเนื้อหาได้ทั้งในรูปแบบข้อความ รูปภาพ เสียง ภาพกราฟิกเคลื่อนไหว

(1.1) เทคโนโลยีตัวอักษรและภาพ

เทคนิคพื้นฐานของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ใช้เพื่อดึงดูดสายตาและความสนใจของผู้ชมเว็บไซต์ อันได้แก่ ข้อความตัวหนังสือ ตัวหนังสือเคลื่อนไหว ภาพกราฟิกต่างๆ ภาพเคลื่อนไหว โลโก้ เป็นต้น ซึ่งทางเว็บไซต์ www.thisisclick.com/102.5 ก็ได้มีการนำ

เทคนิคต่างๆ อย่างเช่น ตัวหนังสือเคลื่อนไหวและภาพเคลื่อนไหว มาใช้ในหน้าเว็บเพจ อีกทั้งยังมีการใช้สีสันสดใส ซึ่งไม่จำกัดเพียงแต่รูปภาพหรือกราฟิกเท่านั้น หากแต่รวมถึงการใช้สีของตัวอักษรด้วย สำหรับหน้าโฮมเพจของ **Get102.5** จึงได้มีการเลือกใช้สีที่ดูมีพลังและเต็มเปี่ยมไปด้วยแรงบันดาลใจของคนทำงานรุ่นใหม่ ไฟแรง อย่างสีส้ม มาใช้เป็นสีหลัก ดังภาพข้างล่างนี้



ภาพ 4.21 ตัวอย่างภาพเคลื่อนไหวภายในเว็บไซต์ www.thisisclick.com/102.5

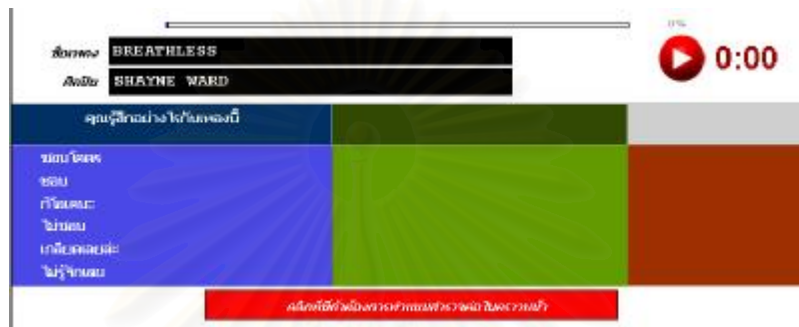
(1.2) เทคโนโลยีเสียง

เสียงเป็นองค์ประกอบหลักของการนำเสนอรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งนอกจากจะใช้เสียงจากรายการวิทยุแล้ว ยังใช้เสียงเพื่อประกอบการนำเสนอเนื้อหาบนเว็บไซต์อีกด้วย ทั้งนี้ถือเป็นการสร้างสีสันและดึงดูดผู้ฟังอีกทางหนึ่ง ซึ่งเทคนิคในการนำเสนอด้วยเสียงของเว็บไซต์วิทยุบนอินเทอร์เน็ตจะประกอบไปด้วย 3 ส่วนคือ

(1.2.1) เสียงประกอบ หรือเสียงเทคนิคพิเศษ เว็บไซต์ www.thisisclick.com มีการนำเสียงประกอบมาใช้ ดังนี้ การใช้เสียงประกอบการคลิกปุ่มหรือไอคอน ปุ่มกราฟิกจะมีการเคลื่อนไหวพร้อมกับมีเสียงประกอบ หรือเสียงเวลาที่คลิกไปที่หน้า **Homepage**

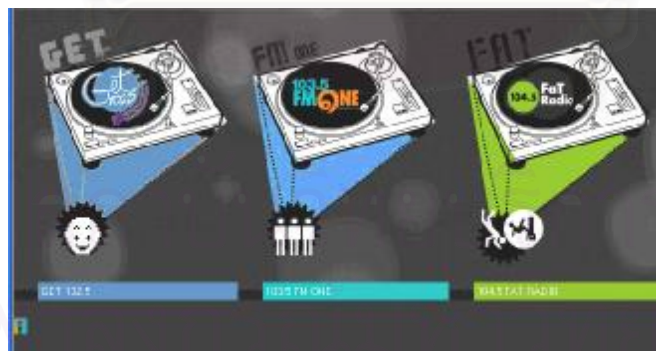
(1.2.2) เสียงเพลง สำหรับสถานี **Get102.5** ผู้ฟังสามารถเข้าไปสมัครเพื่อฟังเพลงใหม่ๆ ของศิลปินในสังกัดค่ายเพลงต่างๆ ได้ โดยคลิกเข้าไปที่ **clickinsiders** โดย

จะต้องกรอกรายละเอียดต่างๆ ก่อน ซึ่งข้อมูลที่กรอกลงไปนี้ทางเว็บไซต์จะนำไปเป็นฐานข้อมูลต่อไป เมื่อผู้สมัครได้กรอกเสร็จแล้วจะสามารถรับฟังท่อนสุกของเพลงใหม่ได้ รวมถึงมีโอกาสได้ร่วมให้คะแนนด้วย ซึ่งวิธีนี้ทางเว็บไซต์จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจว่าเพลงนั้นๆ ได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายมากน้อยแค่ไหน ซึ่งถ้าหากเพลงไหนได้รับความนิยมมาก ทาง **music director** ก็จะเลือกเอาเพลงนั้นไปเปิดในรายการของทางสถานีต่อไป



ภาพ 4.22 ตัวอย่างหน้าต่าง get insiders

(1.2.3) เสียงรายการวิทยุ ใช้เทคโนโลยี **streaming** ซึ่งมีลักษณะทั้งเสียงจากรายการสด (**live**) ซึ่งจะมีปุ่มกดเลือกสถานีที่ต้องการฟัง ซึ่งสามารถคลิกเข้าไปเพื่อรับฟังรายการวิทยุที่ออกอากาศสดพร้อมกับเวลาที่ออกอากาศทางคลื่นวิทยุกระจายเสียงซึ่งอาจจะมีการดีเลย์เล็กน้อย



ภาพ 4.23 หน้าต่าง on air radio

(2) การใช้เทคโนโลยีสื่อสารสองทาง

ธรรมชาติของอินเทอร์เน็ตคือการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (**Interactivity**) ซึ่งทำให้สามารถเอาชนะข้อจำกัดของการสื่อสารที่ต้องฟังทั้งระยะเวลา

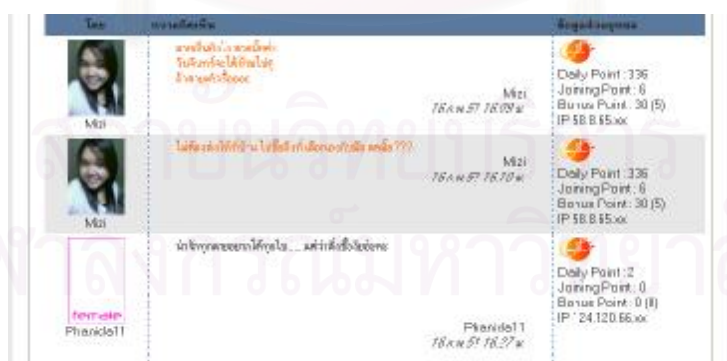
และระยะทางได้ ผู้ฟังสามารถใช้อินเทอร์เน็ตในการติดต่อสื่อสารกับผู้จัดรายการได้อย่างรวดเร็ว ทั้งด้านการ

- ขอเพลงทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นเทคนิคหนึ่งที่ตั้งใจให้ผู้ฟังซึ่งสนใจเข้ามาในเว็บไซต์แล้ว สามารถขอเพลงผ่านทางเว็บไซต์ได้ ซึ่งสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา ไม่ต้องแย่งกดโทรศัพท์กันให้เสียเวลา ซึ่งผู้ฟังสามารถคลิกเข้าไปที่ปุ่ม **song request** แล้วทำการพิมพ์ชื่อเพลง อัลบั้ม ศิลปิน และชื่อของคนขอ



ภาพ 4.24 ตัวอย่างหน้าเว็บเพจภายใน Request Box ของ Get 102.5

- แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและถามปัญหาต่างๆ ที่เกี่ยวกับอัลบั้มเพลง ตัวศิลปินหรือกิจกรรมของทางคลื่นซึ่งสามารถเข้าไปในหน้าเว็บบอร์ดได้ และคลิกเลือกสถานีก่อน ซึ่งผู้ผลิตรายการสามารถนำข้อมูลตรงนี้ไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนาเนื้อหาต่างๆ ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น



ภาพ 4.25 ตัวอย่างหน้าเว็บเพจภายใน Web Board ของ Get 102.5

- สํารวจความคิดเห็น ซึ่งผู้ผลิตเว็บไซต์จะใช้พื้นที่เล็กๆ ในการสำรวจความคิดเห็นต่างๆ ของผู้ฟังที่มีต่อศิลปิน เพลง โหวตอันดับเพลงยอดนิยม หรือกิจกรรมต่างๆ ที่ทางคลื่น ได้จัด โดยสร้างเป็นลักษณะแบบสอบถามสั้นๆ ซึ่งใช้เวลาไม่มากนักในการกรอก จากข้อมูลที่

ได้ทางผู้ผลิตจะสามารถนำไปเป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาเนื้อหาและรูปแบบของทั้งรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุทางอินเทอร์เน็ตต่อไป



ภาพ 4.26 หน้าต่างการสำรวจความคิดเห็นของคนฟังต่อเพลงต่างๆ

สรุปการปรับแปลงรูปแบบทางด้านเทคนิคการนำเสนอในรายการ **Get 102.5** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com

จากการศึกษารูปแบบทางด้านเทคนิคการนำเสนอในรายการ **Get 102.5** เมื่อนำเสนอผ่านเว็บไซต์ www.thisclick.com พบว่า เทคนิคในการนำเสนอแตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องมาจากธรรมชาติของสื่อที่ไม่เหมือนกัน กล่าวคือ วิทยุเป็นสื่อที่ไม่มีภาพ มีแต่เสียง แต่ด้วยเสียงนี่เองที่เป็นสิ่งช่วยกระตุ้นจินตนาการของผู้ฟังได้เป็นอย่างดี วิทยุกระจายเสียงสู่ผู้ฟังอย่างรวดเร็ว นอกจากวิทยุกระจายเสียงสู่ผู้ฟังเป็นจำนวนมากแล้ว ความเร็วยังเป็นคุณสมบัติที่โดดเด่นอีกประการหนึ่งของสื่อนี้ วิทยุเป็นสื่อที่มีความยืดหยุ่นในตัวสูง และยังมีความสด กล่าวคือ วิทยุสามารถนำเสนอเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้ในเวลาเดียวกันกับที่เหตุการณ์นั้นๆ เกิดขึ้น วิทยุไม่ต้องการทักษะการอ่านเขียน ผู้ฟังวิทยุไม่จำเป็นต้องมีทักษะในการอ่านออกเขียนได้ ก็สามารถรับฟังวิทยุได้ เพราะวิทยุเป็นสื่อที่ใช้เสียงเพียงอย่างเดียวในการส่งสาร นอกจากนี้ผู้พิการทางสายตาก็ยังสามารถรับรู้ข่าวสารได้ด้วย และวิทยุสร้างความรู้สึกได้โดยใช้เสียง วิทยุเป็นสื่อที่ใช้เสียงในการส่งสาร แต่สิ่งที่อยู่นอกเหนือจากสารนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญ ไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน เสียงของมนุษย์ที่อบอุ่น เป็นมิตร ใจกว้างใจ โกรธแค้น เจ็บปวด หรือสนุกสนาน ร่าเริง ระดับเสียงสูงต่ำ สำเนียง การเว้นวรรค การเน้นย้ำ ฯลฯ เหล่านี้ เป็นคุณสมบัติของเสียงซึ่งสามารถรับฟังได้ทางวิทยุที่ให้ความหมายของสารมากกว่าสิ่งที่ได้ยิน ดังนั้น ด้วยธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียง จึงทำให้เทคนิคในการนำเสนอเนื้อหา เน้นไปที่ความหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นภาษา ท่าในการจัดรายการของดีเจ และการ

การใช้เทคนิคตัวอักษรเคลื่อนไหว หรือนำภาพกราฟิกสวยๆ และภาพเคลื่อนไหวมาใช้ประกอบใน เว็บไซต์ด้วย

ดังนั้นสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านเกมในรายการ **Get 102.5** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/102.5 มีอยู่ 2 ปัจจัย ดังนี้

ก. **ธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต** เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อมัลติมีเดีย มีความสูง สามารถเก็บข้อมูล ทั้งข้อความที่เป็นตัวอักษร ภาพ และเสียง มีความยืดหยุ่นในรูปแบบ เนื้อหา และ การใช้งาน สามารถส่งข้อความทั้งตัวอักษร รูปภาพ และเสียง ดังนั้น เทคนิคการนำเสนอรายการ วิทยุ **Get 102.5** ผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต ก็ไม่ได้จำกัดแค่เสียงเพียงอย่างเดียว แต่หากมีการเพิ่ม ลูกเล่นต่างๆ อย่างตัวอักษรเคลื่อนไหว ภาพกราฟิก หรือภาพเคลื่อนไหว เพื่อให้เว็บไซต์ดูน่าสนใจ และดึงดูดผู้ชมให้เข้ามาคลิกดูเนื้อหามากขึ้น

ข. **กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย** จากการศึกษาพบว่า รูปแบบและเนื้อหาส่วนใหญ่ของทั้งรายการ วิทยุกระจายเสียงและวิทยุบนอินเทอร์เน็ตจะขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก ดังนั้นเทคนิคการ นำเสนอรายการวิทยุ **Get 102.5** ผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต จึงต้องออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก ซึ่ง **Get 102.5** กลุ่มเป้าหมาย คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยที่มี อายุตั้งแต่ **20**ปีขึ้นไปจนถึงช่วงวัยทำงานตอนต้นไม่เกิน **35**ปี ที่ชื่นชอบเพลงสากล ดังนั้น เทคนิค การนำเสนอจะต้องดูทันสมัย น่าสนใจ และน่าติดตาม ทั้งนี้เพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่ม ผู้ฟังเป้าหมาย

41.2.2 ลำดับขั้นตอนการนำเสนอเนื้อหา

ลำดับขั้นตอนการนำเสนอเนื้อหาของรายการ **Get 102.5** ผ่านสื่อวิทยุ

จากการศึกษา ช่วงของรายการดีเจจู้ (ศรีจุฬา หงสตาตาร์) ในวันจันทร์และวันศุกร์ เวลา **1300- 1600**น. พบว่า ลำดับขั้นตอนการนำเสนอเนื้อหาแบ่งออกเป็น **3** ช่วง คือ **1300- 1400**น., **1400- 1500**น. และ **1500- 1600**น. ซึ่งแต่ละช่วงมีลำดับขั้นตอนในการนำเสนอเนื้อหา ดังต่อไปนี้

ช่วงที่ 1

- เริ่มต้นด้วยการรายงานข่าว **Click News** จาก **UBC News** และสถานีวิทยุในเครือ กองทัพอากาศประมาณ **28** นาที แล้วต่อกับโฆษณาสั้นๆ จากทางรายการอีก **5** นาที

- เปิดจingle จากทางสถานี ดีเจเปิดเพลงสากลที่กำลังเป็นที่นิยมติดชาร์ตกันในขณะนั้น ต่อเนื่องกัน **2** เพลง โดยจะเป็นเพลงสลับกันระหว่างช้ากับเร็ว จากนั้นดีเจพูดเปิดรายการ **25** วินาที “สวัสดีกันตอนบ่ายๆ ค่ะ ที่ **Get 102.5 International Hit Music** นะคะ ดีเจ จู - ศรีจุฬาค่ะ....วันนี้ **the fugitive** ของเราไปที่ไหนคะเนี่ย” จากนั้น เปิดเพลงสลับกันระหว่างเพลงช้ากับเพลงเร็วต่อเนื่อง **2** เพลง

- เข้าสู่ช่วงกิจกรรมการเล่นเกมที่ทางรายการจัด สำหรับช่วงที่ทำการศึกษา คือ เกมการ ค้นหา **the fugitive** ซึ่งเป็นเกมของสปอนเซอร์ให้การสนับสนุนเงินรางวัลอยู่ ช่วงนี้ดีเจจะให้คำใบ้ ประมาณ **2** นาที “คำใบ้นะคะ ฮัลโหลๆ ช้าวเธอๆ ยังไม่เคยไปเลยเนี่ย คำบอกเห็นว่ายาก ถ้าเจจะ ให้ **40,000** บาทเลย เจต้องถาม ไม่ถามอด **you don't ask you can't win** (บอกเบอร์โทรในรายการ) จะเป็นทีมไต่ล่า ก็ส่งมาที่.... ถ้าไม่ยอมให้คนอื่นที่กำลังตามล่า แต่อยากจะทำดีเจจู้เฉยๆ ก็ส่งข้อความกันมาได้นะคะ หรือว่าโทรศัพท์มาที่ (เบอร์โทร) ตามด้วยสโลแกนของเกมคือ **you don't ask you can't win** เจต้องถาม ไม่ถามอด **you don't ask you can't win**” แล้วเปิดเพลง **1** เพลง

- ดีเจรับสายโทรศัพท์ ที่ผู้ฟังเข้ามาเล่นเกม **1.30** นาที จากนั้นเปิดเพลงสากล **1** เพลง ดีเจรับสายโทรศัพท์ ที่ผู้ฟังเข้ามาเล่นเกม **2** นาที ปิดท้ายช่วงด้วยโฆษณา **3** นาที

หมายเหตุ: เมื่อจบเพลงแต่ละเพลงจะถูกค้นด้วยจingle “**Get 102.5 Bangkok only international hit music station**” ประมาณ **5** วินาที

สรุปช่วงที่ 1 เปิดเพลงเฉลี่ย **6** เพลง โดยจะมีส่วนที่แทรกมาดังนี้

- 1.** ข่าวจาก **Click News 28** นาที
- 2.** สปอตโฆษณาแทรกประมาณ **3-5** นาที **2** ช่วง ช่วงต้นรายการและช่วงท้ายรายการ
- 3.** เกม **the fugitive** ซึ่งเป็นเกมของสปอนเซอร์ให้การสนับสนุนเงินรางวัลอยู่ โดยจะมีดีเจเป็นผู้ดำเนินรายการ ประมาณ **2** นาที โดยจะแทรกหลังจากเปิดเพลงไปประมาณ **1-2** เพลง
- 4.** ดีเจคุยก่อนเปิดเพลง **25** วินาที
- 5.** จingle เมื่อจบเพลงที่เปิดต่อเนื่อง แต่ละเพลงจะมีจingle ค้น **5** วินาที

ช่วงที่ 2

- เริ่มต้นด้วยการรายงานข่าว **Click News** จาก **UBC News** และสถานีวิทยุกองทัพอากาศ **2** นาที

- ดีเจพุดอัปเดตกิจกรรม **the fugitive** ต่อจากช่วงที่ 1 ค้นหา **the fugitive 1.30** นาที ตามด้วยการเปิดเพลงสากลช้าสลับกับเพลงเร็วต่อเนื่องกัน **3** เพลง

- ดีเจพุดอัปเดตข้อมูลที่ได้เพิ่มเติมจากการไปของ **the fugitive 2.30** นาที ตามด้วยการเปิดเพลงสากลช้าสลับกับเร็วต่อเนื่องกันประมาณ **2** เพลง

- ดีเจอัปเดตเกม **the fugitive** พร้อมรับสายโทรศัพท์ที่โทรเข้ามาร่วมสนุกกับกิจกรรม **3.30** นาที “สวัสดีค่ะ คุณโอ้ไข่ม้อยคะ คิดว่ายังไงบ้าง กับคำใบ้ที่เค้าบอกมา เอาเลยคะ...” เปิดเพลงสากล **1** เพลง ดีเจพุดเกี่ยวกับเพลงประมาณ **10** วินาที “อยู่ในวงการมาก็หลายปีแล้วเหมือนกัน ตอนนี้ก็ยังสร้างสรรค์ผลงานดีๆ ออกมาให้เราได้ฟังกันอีก กับ **Bob Sinclare** กับซิงเกิ้ลนี้ **love generation** นะคะ ที่ **Get 102.5 Bangkok only International Hit Music Station** ค่ะ” เข้าสู่ช่วงเกม **the fugitive 2.30** นาที เปิดเพลงสากล **3** เพลง ดีเจพุดอัปเดตเกม **the fugitive 2.30** นาที โฆษณา **4** นาที

- ดีเจพุดอัปเดตเกม **the fugitive 1** นาที เปิดเพลง **1** เพลง ดีเจพุดปิดท้ายช่วงที่สอง **1.30** นาที “เดี๋ยวช่วงหน้าเรามาลุ้นกันต่อว่าใครจะได้เงินรางวัลวัลครั้งนี้ไป...พร้อมข่าวอัปเดตน่าสนใจของหนุ่มคนนี้ รอบปี วิลเลียม ติดตามฟังในชั่วโมงหน้าค่ะ” ปิดท้ายด้วยโฆษณา **2** นาที

หมายเหตุ: เมื่อจบเพลงแต่ละเพลงจะถูกค้นด้วยจิงเกิ้ล **Get 102.5 Bangkok only international hit music station** ประมาณ **5** วินาที

สรุปช่วงที่ 2 เปิดเพลงเฉลี่ย **10** เพลง โดยจะมีส่วนที่แทรกมาดังนี้

1. ข่าวจาก **Click News 2** นาที

2. สปอตโฆษณาแทรกประมาณ **4** นาที และปิดท้ายช่วงที่สอง **2** นาที

3. เกม **the fugitive** ซึ่งเป็นกิจกรรมของสปอนเซอร์ให้การสนับสนุนเงินรางวัลอยู่ โดยจะมีดีเจเป็นผู้ดำเนินรายการ ประมาณ **2.30** นาที โดยจะแทรกหลังจากเปิดเพลงต่อเนื่องในแต่ละครั้ง (ประมาณ **2-3** เพลง)

4. ดีเจพุดรายละเอียดเกี่ยวกับเพลง **10** วินาที

5. จิงเกิ้ล เมื่อจบเพลงที่เปิดต่อเนื่อง แต่ละเพลงจะมีจิงเกิ้ลค้น **5** วินาที

ช่วงที่ 3

- เริ่มต้นด้วยการรายงานข่าว **Click News** จาก **UBC News** และสถานีวิทยุกองทัพในเครือกองทัพอากาศ **2** นาที โฆษณาสั้น **30** วินาที

- ดีเจอัปเดตเกม **the fugitive 1** นาที เปิดเพลง **1** เพลง ดีเจพุดถึงเกม **the fugitive** ถ้าช่วงนี้มีผู้ชนะจะมีการพูดคุยกันสดๆ ออกอากาศ **3.45** นาที (แต่ถ้าหากยังไม่มีผู้ชนะ ดีเจจะเปิดเพลงสากลต่อไป) เปิดเพลงสากลเร็วสลับช้า **4** เพลง

- ดิเจอพูดสัมภาษณ์ผู้โชคดีที่ชนะในเกม **the fugitive 5.30** นาที เปิดเพลงสากลซ้ำสลับกับเร็ว 4 เพลง หนึ่งในเพลงเหล่านี้เป็นเพลงที่ติดชาร์ต **get102.5** ดิเจอพูด 30 วินาที โฆษณา 5 นาที

- เปิดเพลง 1 เพลง ดิเจอพูดปิดรายการ 30 วินาที “ขอบคุณบัตรเครดิต...ที่ช่วยกันตามล่า **the fugitive** วันจันทร์มาเจอกันใหม่ นะคะ มาช่วยตามล่าหา **fugitive** กันใหม่ ส่วนใครที่ทำงานหนักมาทั้งอาทิตย์ เสาร์ อาทิตย์ นี้ขอให้เจอเรื่องสดชื่นหัวใจเข้ามาบ้าง แล้วพบกันใหม่อีกครั้งในวันจันทร์ ดิเจอพูดไปแล้ว สวัสดีค่ะ” ปิดท้ายด้วยการรายงานอันดับเพลงติดชาร์ต 5 อันดับ 1 นาที

หมายเหตุ: เมื่อจบเพลงแต่ละเพลงจะถูกกั้นด้วยจิงเกิ้ล **Get102.5 Bangkok only international hit music station** ประมาณ 5 วินาที

สรุปช่วงที่ 3 เปิดเพลงเฉลี่ย 10 เพลง โดยจะมีส่วนที่แทรกมาดังนี้

1. ข่าวจาก **Click News** 2 นาที
2. สปอตโฆษณาแทรกประมาณ 30 วินาที และช่วงท้ายรายการ 5 นาที
3. เกม **the fugitive** ซึ่งเป็นเกมของสปอนเซอร์ให้การสนับสนุนเงินรางวัลอยู่ โดยจะมีดิเจเป็นผู้ดำเนินรายการ ประมาณ 3-5 นาที โดยจะแทรกหลังจากเปิดเพลงต่อเนื่องในแต่ละครั้ง (ประมาณ 2-4 เพลง)
4. ดิเจพูดรายละเอียดเกี่ยวกับเพลง 30 วินาที และพูดปิดรายการอีก 30 วินาที
5. รายงานเพลงติดชาร์ต 5 อันดับ 1 นาที
6. จิงเกิ้ล เมื่อจบเพลงที่เปิดต่อเนื่อง แต่ละเพลงจะมีจิงเกิ้ลสั้น 5 วินาที

จากข้อมูลดังกล่าว สามารถนำมาสรุปลำดับขั้นตอนการนำเสนอเนื้อหา **get102.5** ของช่วงรายการดิเจอพูด ศรีจุฬา หงสตาตาร์ ดังนี้

1. ข่าวจาก **Click News**
2. สปอตโฆษณา
3. เพลง
4. เกม **the fugitive** ซึ่งเป็นเกมของสปอนเซอร์ให้การสนับสนุนเงินรางวัลอยู่ จะแทรกหลังจากเปิดเพลงต่อเนื่องในแต่ละครั้ง (ประมาณ 2-4 เพลง)
5. ดิเจกล่าวปิดรายการ
6. รายงานเพลงติดชาร์ต 5 อันดับ 1 นาที
7. สปอตโฆษณา

ลำดับขั้นตอนการนำเสนอเนื้อหาของรายการ **Get102.5** ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

สำหรับลำดับขั้นตอนในการนำเสนอเนื้อหารายการ **Get102.5** ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต พบว่าเนื่องจากคุณลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่สามารถแบ่งส่วนได้ (**Asynchronous**) ไม่มาเป็นกลุ่มก้อนเดียวกัน เช่น คอมพิวเตอร์มีศักยภาพในการจัดเก็บรักษาข้อมูลแบบแยกเป็นส่วนๆ จึงสามารถเรียกดูข้อมูลได้ทุกเวลาตามต้องการ ซึ่งข้อมูลทั้งหมดจะถูกบรรจุลงในเว็บไซต์โดย **web editor** ในครั้งเดียว โดยจะทำการอัปเดตข้อมูลใหม่ๆ ทุกๆ วันจันทร์ ดังนั้น จึงไม่มีการจัดลำดับขั้นตอนการนำเสนอเนื้อหารายการเหมือนดังที่พบในสื่อวิทยุ ดังเช่นตัวอย่างหน้าโฮมเพจของ **Get102.5**



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Track: HELPLESS WHEN SHE SMILES
Artist: BRACKETFEET BOY
Label: SONY BMG

GET No.01

ศิลปินที่อยากฟัง
THE BILL IS MINE 2006
MICHAEL JACKSON WITH W&I

DYNAMIC MUSIC POLL

UNIVERSAL
MUSIC GROUP THAILAND

GET: BREAKING ARTIST

Track: Taking Chance
Artist: Calina Dion
Label: Taking Chances

Track: On The Verge Of something beautiful
Artist: Dorer Hopes
Label: The Delicate Thing We've Made

Track: Bleeding Love
Artist: Leona Lewis
Label: Spit

Rank	Artist	Head	Body	Score	Last Update
1	ผู้ใจรัก ดนตรีที่อยากฟัง Get 102.5 (Global) 100 อันดับ...	1146	46	Get 102.5 15 ม.ค. 51 00:50 น.	polybee 29 ม.ค. 51 06:41 น.
2	www.get102.com/102.5/100 อันดับ...	1012	53	Get 102.5 24 ม.ค. 51 11:25 น.	lmyy 28 ม.ค. 51 10:40 น.
3	April Frook Doe	52	4	Warana_P 29 ม.ค. 51 00:44 น.	Warana_P 29 ม.ค. 51 23:27 น.
4	www.thisclick.com	93	6	K.O Youwin 26 ม.ค. 51 17:20 น.	Love 29 ม.ค. 51 13:34 น.
5	ศิลปินที่อยากฟัง: 10 อันดับแรก... 14 800	27	0	AzabunHao 29 ม.ค. 51 14:51 น.	AzabunHao 29 ม.ค. 51 14:51 น.
6	www.thisclick.com/Get 102.5 100 อันดับ... 2007 Downloads : Hot 2	464	14	tan31745 22 ม.ค. 51 21:29 น.	tan31745 28 ม.ค. 51 16:53 น.

ภาพ 427 ตัวอย่างโฮมเพจของ Get 102.5

จากภาพที่ 427 หน้าโฮมเพจของ Get 102.5 จะมีการแบ่งเนื้อหาในการนำเสนออย่างชัดเจนในแต่ละบล็อก ซึ่งเนื้อหาที่จะประกอบไปด้วยอัลบั้มเพลง ศิลปิน กิจกรรม ข่าวประชาสัมพันธ์ และเกม หากผู้ฟังต้องการชมหัวข้อไหนก็สามารถคลิกเข้าไปได้เลย โดยไม่ต้องรอเวลาเหมือนดั่งสื่อวิทยุ

สรุปการปรับแปลงรูปแบบทางด้านลำดับขั้นตอนการนำเสนอในรายการ Get 102.5 เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com

จากการศึกษารูปแบบทางด้านลำดับขั้นตอนการนำเสนอในรายการ Get 102.5 เมื่อนำเสนอผ่านเว็บไซต์ www.thisclick.com พบว่า ลำดับขั้นตอนการนำเสนอรายการจะถูกกำหนดโดยตัวดีเจเป็นหลัก ผู้ฟังจะต้องฟังรายละเอียดและเนื้อหารายการตามที่ดีเจนำเสนอเท่านั้น แตกต่างจากในสื่ออินเทอร์เน็ตที่ลำดับขั้นตอนการนำเสนอข้อมูลต่างๆ ถูกกำหนดโดยเทคโนโลยีเป็นหลัก ตายตัวไม่ยืดหยุ่น ผู้ฟังสามารถรับฟังและอ่านเนื้อหาของรายการเมื่อไหร่ก็ได้ตามต้องการ ทุกที่ ทุกเวลา โดยไม่ต้องรอให้ดีเจเป็นผู้นำเสนอ ดังนั้น การปรับแปลงรูปแบบทางด้านลำดับขั้นตอนการนำเสนอในรายการ Get 102.5 เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com ก็คือการขยายเวลาและพื้นที่ในการรับฟังนั่นเอง

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบทางด้านลำดับขั้นตอนการนำเสนอในรายการ **Get 102.5** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/102.5

ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบทางด้านลำดับขั้นตอนการนำเสนอในรายการ **Get 102.5** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/102.5 มีอยู่ 2 ปัจจัย ดังนี้

ก. **ธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต** เนื่องจากคุณลักษณะอีกประการหนึ่งของสื่ออินเทอร์เน็ต คือ ความสามารถในการแบ่งส่วนได้ (**Asynchronous**) โดยไม่มาเป็นกลุ่มก้อนเดียวกัน เช่น คอมพิวเตอร์มีศักยภาพในการจัดเก็บรักษาข้อมูลแบบแยกเป็นส่วนๆ ตลอดจนในการส่งข้อมูลก็สามารถแยกส่งทีละส่วนทำให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน คุณภาพของข้อมูลไม่หายไปกับระยะทาง นอกจากนั้น ยังรวมถึงศักยภาพที่สื่อสามารถที่จะเก็บรักษาข่าวสารและข้อมูลไว้เผยแพร่ในรูปแบบอื่นๆ ที่ต่างกัน เช่น การแพร่สารสนเทศผ่านโซเชียลมีเดีย เป็นต้น

ข. **กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย** จากการศึกษาพบว่า รูปแบบและเนื้อหาส่วนใหญ่ของทั้งรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุบนอินเทอร์เน็ตจะขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก ดังนั้นลำดับขั้นตอนในการนำเสนอรายการวิทยุ **Get 102.5** ผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต จึงต้องออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก ซึ่ง **Get 102.5** กลุ่มเป้าหมาย คือนักศึกษามหาวิทยาลัยที่มีอายุตั้งแต่ **20** ปีขึ้นไปจนถึงช่วงวัยทำงานตอนต้นไม่เกิน **35** ปี ที่ชื่นชอบเพลงสากล

41.23 ระยะเวลาในการออกอากาศ

ระยะเวลาในการออกอากาศรายการผ่านสื่อวิทยุ

จากการศึกษา ช่วงของรายการดีเจจู้ (ศรีจุฬา หงษ์สตาร์) ในวันจันทร์และวันศุกร์ เวลา **1300- 1600** น. พบว่า ระยะเวลาในการออกอากาศมีทั้งหมด **3** ชั่วโมง โดยเริ่มออกอากาศตั้งแต่เวลา **1300** น. และสิ้นสุดการออกอากาศเวลา **1600** น. โดย **Program Director** จะเป็นคนกำหนดว่าแต่ละช่วงจะมีรูปแบบประมาณไหน ช่วงละกี่นาที โดยควบคุมให้ตรงกับนโยบายบริษัทฯ และความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการติดตามฟังอย่างต่อเนื่อง ส่วนตัวดีเจจะเป็นคนกำหนดเนื้อหาและสไตล์การจัดเอง

ระยะเวลาในการออกอากาศรายการผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

เนื่องจากธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ตไม่มีข้อจำกัดทางด้านเวลา ผู้ฟังสามารถเรียกชมข้อมูลต่างๆ ของรายการที่นำเสนอผ่านทางเว็บไซต์ www.thisisclick.com/102.5 ได้นานเท่าไรก็ได้ตามต้องการ

สรุปการปรับเปลี่ยนรูปแบบทางด้านระยะเวลาในการออกอากาศในรายการ Get 102.5 เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

การปรับเปลี่ยนรูปแบบทางด้านระยะเวลาในการออกอากาศของในรายการ **Get 102.5** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/102.5 พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจาก สื่ออินเทอร์เน็ต ผู้ฟังสามารถคลิกเข้าไปชมข้อมูลได้ทุกเมื่อที่ต้องการ โดยไม่ต้องคำนึงถึงระยะเวลาในการออกอากาศ ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่สื่อวิทยุไม่มี ซึ่งผู้ฟังจะมีเวลาเป็นตัวกำหนดการรับฟังรายการจากทางสถานี

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบทางด้านระยะเวลาในการออกอากาศในรายการ Get 102.5 เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/102.5

ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบทางด้านระยะเวลาในการออกอากาศในรายการ **Get 102.5** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/102.5 คือ ธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต เนื่องมาจากคุณลักษณะอีกประการหนึ่งของสื่ออินเทอร์เน็ต คือ ไม่มีข้อจำกัดทางด้านเวลา จึงทำให้การนำเสนอข้อมูลผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต สามารถนำเสนอได้ตลอด **24 ชั่วโมง** โดยไม่มีเวลาเป็นตัวกำหนด เหมือนดังที่พบในสื่อวิทยุกระจายเสียง

41.24 เวลาในการออกอากาศ

เวลาในการออกอากาศรายการผ่านสื่อวิทยุ

จากการศึกษา ช่วงของรายการดีเจจู้ (ศรีจุฬา หงสตาตาร์) ในวันจันทร์และวันศุกร์ เวลาในการออกอากาศ คือ **13.00- 16.00 น.** ทั้งนี้ **Program Director** จะเป็นคนกำหนดว่า รายการในแต่ละช่วง จะมีรายการอะไรบ้าง โดยควบคุมให้ตรงกับนโยบายบริษัท และความต้องการของกลุ่มผู้ฟัง

เป้าหมาย ซึ่งจะทำให้การสำรวจมาแล้วว่า ช่วงไหน ควรจะเน้นการเปิดเพลง ช่วงไหนเน้นการเล่นเกมนั้นนี้เพื่อให้เกิดการติดตามฟังอย่างต่อเนื่อง

เวลาในการออกอากาศรายการผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

เนื่องจากธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ตไม่มีข้อจำกัดทางด้านเวลา ผู้ฟังสามารถเรียกชมข้อมูลต่างๆ ของรายการที่นำเสนอผ่านทางเว็บไซต์ www.thisclick.com/102.5 ได้นานเท่าไรก็ได้ตามต้องการ

สรุปการปรับแปลงรูปแบบทางด้านเวลาในการออกอากาศในรายการ **Get 102.5** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com

การปรับแปลงรูปแบบทางด้านเวลาในการออกอากาศของในรายการ **Get 102.5** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com/102.5 พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจาก สื่ออินเทอร์เน็ต ผู้ฟังสามารถคลิกเข้าไปชมข้อมูลได้ทุกเมื่อที่ต้องการ โดยไม่ต้องคำนึงถึงเวลาในการออกอากาศ ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่สื่อวิทยุไม่มี ซึ่งผู้ฟังจะมีเวลาเป็นตัวกำหนดในการรับฟังรายการจากทางสถานี

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับแปลงรูปแบบทางด้านเวลาในการออกอากาศในรายการ Get 102.5 เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com/102.5

ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการปรับแปลงรูปแบบทางด้านเวลาในการออกอากาศในรายการ **Get 102.5** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com/102.5 คือ **ธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต** เนื่องจากคุณลักษณะอีกประการหนึ่งของสื่ออินเทอร์เน็ต คือ ไม่มีข้อจำกัดทางด้านเวลา จึงทำให้การนำเสนอข้อมูลผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต สามารถนำเสนอได้ตลอด **24 ชั่วโมง** โดยไม่มีเวลามาเป็นตัวกำหนดเหมือนดังที่พบในสื่อวิทยุกระจายเสียง

41.25 พื้นที่สื่อ

วิทยุเป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่ง ที่สามารถส่งกระจายเสียงไปสู่ผู้คนจำนวนมากยังที่ต่างๆ ในเวลาเดียวกัน แต่ทว่าก่อให้เกิดผลกระทบกับผู้คนจำนวนน้อย ความแตกต่างระหว่างความสามารถในการส่งกระจายเสียงและการก่อให้เกิดผลกระทบนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น รายการที่เหมาะสม ความโดดเด่นและความคิดสร้างสรรค์ และคู่แข่งกันในทางธุรกิจ เพราะชีวิต

เท่าที่ผู้รับฟังยังมีเครื่องคอมพิวเตอร์อยู่ ดังนั้น ทางสถานี **Get102.5** จึงหันมาใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อเพิ่มช่องทางในการรับฟังรายการวิทยุสำหรับผู้ฟังที่อยู่ต่างจังหวัดที่ไกลจากจังหวัดกรุงเทพฯ เพราะสัญญาณวิทยุไม่สามารถส่งไปถึง และขยายฐานกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายให้กว้างขึ้น

4.2 การปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาของรายการ 103.5 FM One ในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

4.2.1 การปรับเปลี่ยนเนื้อหารายการ 103.5 FM One ในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

4.2.1.1 ภาษา

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเลือกศึกษาช่วงของรายการดีเจดาว (อภิศรา เกิดชูชื่น) เมื่อนำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ **13.00-15.00** น. พบว่า การดำเนินรายการในสถานีคลื่นวิทยุ **103.5 FM One** แบ่งออกเป็น **2** ช่วง คือ **13.00-14.00** น. และ **14.00-15.00** น. มีการใช้ภาษาในการดำเนินรายการของตัวดีเจ ซึ่งจะมีการพูดแนะนำและพูดเข้าสู่ช่วงต่างๆ ของรายการ ดังตัวอย่างดังต่อไปนี้

- ดีเจกล่าวทักทายผู้ฟังและพูดเข้าสู่รายการ

“มีความสุขนะคะ วันนี้วันศุกร์แล้วด้วยค่ะ สวัสดีคุณผู้ฟังชาวร้อยสามจุดห้า เอฟ เอ็มวัน ในช่วงบ่ายโมงถึงบ่ายสามโมง อยู่กับดิฉันดาว อภิศรา ที่นี่แหละ วันนี้ะคะมีกิจกรรมสนุกๆ มาฝากกันเยอะเลยเรียกได้ว่าคลายร้อนกันเลยทีเดียว ตอนนี้อยู่หลายที่ฝนตกลงมาด้วยนะ ยังไงคุณแลร์ก็สุขภาพดีด้วยค่ะ ช่วงนี้เอาจริงๆก็ดีเหมือนกันนะคะ เพราะเค้าบอกว่า **2-3** วันนี้อาจจะในเรื่องของฝนที่ตกลงมา...”

- ดีเจกล่าวจบรายการ

“ส่วนวันนี้ะคะหมดเวลาของดิฉันแล้วค่ะ กลับมาเจอกันได้ใหม่ในวันจันทร์เลยหยุดพักกัน **2** วัน เสาร์ อาทิตย์ ขอให้ชาว **FM One** พักผ่อนกันอย่างมีความสุข อย่าลืมรักษาสุขภาพด้วยนะคะ ช่วงนี้เดี๋ยวย้อน เดียวฝนตก วันนี้ไปแล้วละ แล้วเจอกันใหม่วันจันทร์ ขอบคุณสำหรับการติดตามด้วยนะคะ”

- ดิเจอูตประชาสัมพันธ์ถึงกิจกรรมต่างๆ ที่น่าสนใจของทางสถานี อาทิเช่น

กิจกรรม music homemade

“ในช่วงของมิวสิกโฮมเมดนะคะ ใครอยากจะมีส่วนร่วมในการเป็นดีเจให้กับ **103.5 FM One** เลือกลมาเลยคะ **3** เพลงเพราะ ที่คุณคิดว่าต่อกันเนียนๆ หรือใครมีอารมณ์อยากจะทำเพลงไหนบ้าง ในช่วง **music homemade** เราเปิดให้คุณผู้ฟังได้เป็นดีเจของเราเลย (เบอร์โทร) วันนี้ขอขอบคุณด้วยคะ สำหรับคุณผู้ฟังที่ช่วยเลือก **3** เพลงนี้เข้ามา คุณชิวา โคนใจหรือเปล่า แล้วยังคงอยู่กับที่ **103.5 FM One** กับกิจกรรมดีๆ ที่นี้ และนี่คือ ถ้าเธอหลายใจจากกะลาคะ”

กิจกรรมฝากประชาสัมพันธ์

“ส่วนกิจกรรมสนุกๆ ในช่วงสุดสัปดาห์ ดิฉันมีหนึ่งกิจกรรมมาฝากด้วยคะ วันอาทิตย์ที่จะถึงนี้จะมีงานแรนโลเวอร์ จีโพร์ ชาเลนจ์ จะมีกิจกรรมการแข่งขันรถขับเคลื่อนสี่ล้อ รวมไปถึงมีกิจกรรมที่น่าสนใจ มีโชว์พิเศษจากอังกฤษ แล้วก็โชว์รถในแนวแอดเวนเจอร์หรือออฟโรด ใครที่เป็นแฟนๆ ก็สามารถไปร่วมกิจกรรมในครั้งนี้ได้คะ เรามีบัตรมาแจกกันด้วย แล้วก็มีส่วนจีโพ มาให้กันฟรี โทรมาแจ้งชื่อได้ที่หลังไมค์ (เบอร์โทร) เราเปิดให้คุณผู้ฟังโทรเข้ามาได้เลย **3** สาย สายละ **3** ใบคะ แล้วก็ไปร่วมงานกันที่สนามหลวง วันอาทิตย์ที่จะถึงนี้ละคะ”

- ดิเจอูตเข้าสู่กิจกรรมที่ได้รับการสนับสนุนจากทางสปอนเซอร์

สำหรับช่วงที่ศึกษาจะเป็นกิจกรรม **FM One Perfect Day** ซึ่งเป็นกิจกรรมของสปอนเซอร์ให้การสนับสนุนเงินรางวัลอยู่ มีรายละเอียดของกิจกรรมดังต่อไปนี้

ในแต่ละชั่วโมง ดีเจจะกำหนดเพลง โจทย์ **1** เพลง ตัวอย่างเช่น เพลงยินยอม ของ อัสนี วัตสันต์ หากผู้ฟังได้ยินเพลงโจทย์นี้เปิดในช่วงโมงนั้นๆ เมื่อไหร่ ให้รีบโทรศัพท์เข้ามา ถ้าใครโทรศัพท์เข้ามาได้เป็นคนแรก จะได้รับสิทธิ์ลงทะเบียน ซึ่งจะนำรายชื่อของผู้ที่โทรฯ มาที่นี่ ไปรวมกับรายชื่อของในแต่ละชั่วโมง แล้วนำไปคัดเลือกหาผู้ชนะอีกครั้ง โดยรางวัลที่ได้ สามารถเลือกได้ **1** ใน **3** อย่าง ดังนี้

(1) สำหรับคนชอบกิน จะได้ไปทานอาหารอร่อยๆ ร้านอาหารดีๆ เช้าจรดเย็น

(2) สำหรับคนที่ชอบเที่ยว จะได้ไปเที่ยวทะเลที่ภูเก็ต และดีกอล์ฟในสนามกอล์ฟสุดหรูติดอันดับ 1 ใน 5 ของเอเชีย ทั้งวัน

(3) สำหรับคนที่ชอบเสริมสวย จะได้เข้าคอร์สสปาสุดหรู เข้าจรดเย็น พร้อมได้ถ่ายรูปลงนิตยสาร

ซึ่งตัวดีเอง จะมีการพูดเข้าสู่ช่วงกิจกรรมของรายการดังตัวอย่างต่อไปนี้

“ส่วนใครที่จะไปร่วมกิจกรรม **FM One Perfect Day** ติดตามให้ดีนะคะ เราจะมีเพลงโจทย์ในทุกชั่วโมงเลยว่า จะเป็นเพลงอะไร เพราะฉะนั้นต้องติดตามฟังให้ดี อู๋ยวันนี้เป็นเพลงที่ดิฉันชอบด้วยนะคะ ใครเป็นแฟนของอัสนีวสันต์ วันนี้อย่าพลาดค่ะ”

หรือ

“ส่วนกิจกรรม **FM One Perfect Day** ใครอยากจะไปร่วม 1 วันสุดเพอร์เฟกต์ สุดมีความสุขและแฮปปี้กับเรา เลือกละ 1 ใน 3 อย่าง ว่าคุณอยากจะไปทานอาหารอร่อย อยากจะไปเที่ยวทะเลที่ภูเก็ต หรืออยากจะทำสวย เป็นนางแบบ นายแบบ ลงนิตยสารชื่อดัง 1 ใน 3 เป็นของคุณแน่นอนคะ กับกิจกรรม **FM One Perfect Day** กตึกาง่ายๆ ได้ยินเพลงโจทย์เมื่อไหร่ (เบอร์โทรฯ) เบอร์นี้จะนำพาให้คุณได้ 1 วัน เพอร์เฟกต์ไปเลยคะ ส่วนเพลงโจทย์ในวันนี้ ดิฉันชอบมากคะ เป็นของอัสนี วสันต์ เพลงยินยอมคะ ได้ยินเมื่อไหร่ โทรมาเลยนะคะ”

- ดีเจพูดกับผู้ฟังที่โทรศัพท์เข้ามาร่วมสนุกในรายการ

สำหรับช่วงที่ศึกษากิจกรรมหลักจะเป็นกิจกรรม **FM One Perfect Day** มีรายละเอียดในการพูดคุยดังนี้

ดีเจดาว: “สวัสดีค่ะ คุณ โจ้ นะคะ อยู่ที่ไหนแล้วละตอนนี้”

คุณ โจ้: “อยู่แถวๆ อโศกครับ”

ดีเจดาว: “อโศกฝนตกมัยคะ”

คุณ โจ้: “ไม่ตกครับ แดดดีครับ”

ดีเจดาว: “งั้น คุณ โจ้ อยากจะเลือก 1 วันเพอร์เฟกต์ดีของคุณอยากจะทำกิจกรรมอะไรคะ”

คุณ โจ้: “กิจกรรมที่ 2 ครับ”

ดีเจดาว: “แสดงว่าชอบตีกอล์ฟไข่ม้อย”

คุณโจ้: “พอเล่นเป็นครับ”

ดีเจดาว: “แสดงว่าอยากจะไปเที่ยวภูเก็ตไข่ม้อย แล้วอยากจะพาสมาชิกในครอบครัว
มีใครไปบ้างคะ”

คุณโจ้: “ไปหมดเลยครับ”

ดีเจดาว: “ถ้าเกิดได้ไปจริงๆ สิ่งที่อยู่อยากจะทำมากที่สุดในวันภูเก็ตคืออะไรคะคุณโจ้”

คุณโจ้: “ค่าน้ำดูปะการังครับ”

ดีเจดาว: “ขอให้คุณโจ้โชคดี ตอนนี้เราบันทึกชื่อคุณโจ้ลงทะเบียนเอาไว้เรียบร้อยแล้ว
แล้วคะ แล้วมาลุ้นกันต่อว่า คุณโจ้จะเป็นหนึ่งผู้โชคดีกับ **perfect day** หรือ
เปล่าเนอะคะ ขอบคุณคะ สวัสดีค่ะ”

ดีเจดาว: “กิจกรรมง่ายๆ แบบนี้นะคะ ทำให้ **1** วันของคุณเป็นวันเพอร์เฟกต์
ติดตามให้ดี ทุกชั่วโมงที่นี่”

จากข้อมูลที่ได้ พบว่า ดีเจดาว (อภิศรา เกิดชูชื่น) มีการใช้คำพูดที่มีลักษณะสุภาพ และใช้น้ำเสียงที่ฟังแล้วให้ความรู้สึกสบาย ฟังแล้วรื่นหู มีการใช้คำพูดแสดงความเป็นห่วง ดังจะสังเกตได้ว่าการพูดให้ดูแลรักษาสุขภาพ เพราะเป็นช่วงอากาศเปลี่ยนแปลง ส่วนสรรพนามที่ใช้จะใช้คำแทนตัวเองว่า ดิฉัน และใช้สรรพนามในการเรียกผู้ฟังว่า “คุณตามด้วยชื่อเล่น” เพื่อแสดงถึงความสุภาพแต่ก็มีความเป็นกันเองผสมอยู่ด้วย เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายของรายการ คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยจนถึงช่วงวัยทำงานตอนต้น ที่ไฟแรง มีหัวก้าวหน้า ติดตามข่าวสารบ้านเมือง สนใจเทคโนโลยี ชอบฟังเพลงแนว **easy listening** ชอบทำกิจกรรม มีรสนิยม อยู่ในช่วง **20-35** ปี

สำหรับภาษาที่ปรากฏอยู่บนวิทยุอินเทอร์เน็ต www.thisisclick.com พบว่า มีอยู่ **2** ลักษณะคือ

ก. ภาษาที่ใช้ในการออกอากาศสด (online radio)

สำหรับภาษาที่ใช้ในการออกอากาศสด (online radio) นี้ จะมีลักษณะเหมือนกับที่ดีเจพูดในรายการทุกประการ เพราะส่งออกมาจากแหล่งกำเนิดเดียวกัน

ข. ภาษาที่ใช้ในหน้าเว็บไซต์ www.thisisclick.com/103.5

จากการศึกษาพบว่า ภาษาที่ใช้หน้าเว็บไซต์ www.thisisclick.com/103.5 จะมีลักษณะเป็นทางการมากกว่า เป็นภาษาที่อ่านแล้วกระชับ เข้าใจง่าย font ตัวอักษรที่ใช้สำหรับพาด

หัวเรื่อง มีลักษณะโค้งมน ให้ความรู้สึกที่อ่อนหวาน สบายตา อ่านง่าย นอกจากนี้ ยังมีการใช้สีสันต่างๆ เข้ามาช่วยเพิ่มความสวยงาม และมีการใช้รูปภาพต่างๆ มาดึงดูดให้อยากคลิกเข้ามาอ่านมากขึ้น สำหรับข้อความที่ใช้สำหรับพาดหัวเรื่อง มีลักษณะเป็นทางการ ไม่หวิือหวมมากนัก เมื่อเทียบกับหน้าเว็บไซต์ **Get102.5** เนื่องจากแนวเพลงเป็นแนวฟังสบาย (**easy listening**) แต่อย่างไรก็ตาม ภาษาที่ใช้ในหน้าเว็บไซต์ของ **103.5 FM One** นั้น ก็ไม่สามารถแสดงลักษณะของเสียงหรือโทนเสียงให้ผู้ฟังรับรู้เหมือนดังที่เห็นในการนำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง ทั้งนี้เนื่องมาจากข้อจำกัดของสื่ออินเทอร์เน็ต ที่ไม่สามารถแสดงอารมณ์ของผู้พูดออกมาได้ ดังตัวอย่างเช่น



103.5 fm one better music happy station

ช่วงเวลาแห่งความสุขตลอด 24 ชั่วโมง

Happy จาก Dtac ร่วมกับ 103.5 fm one มอบเสียงแห่งความสุข และรอยยิ้มให้กับผู้ฟังชาว fm one และผู้ใช้โทรศัพท์แบบเติมเงิน Happy กับกิจกรรม และช่วงเวลาต่างๆ มากมาย

Happy Request

1 เพลงเพราะที่ฟังแล้วมีความสุขที่สุด ขอกันสดๆ หน้าไมค์ ในช่วง Happy Request อยากร้องเพลงอะไรติดตามได้ ทุกช่วงดีเจ

Happy ใจดี เติมเงินให้

โบนัสพิเศษสำหรับผู้ฟัง 103.5 FM ONE ที่ใช้ Happy กับกิจกรรมสนุกๆ ได้โบนัสเติมเงินจาก Happy ง่ายๆ แค่ติดตามฟัง 103.5 FM ONE ทุกวัน แล้วคอยลุ้นว่าวันไหน เวลาไหน Happy จะใจดีมาเติมเงิน

ให้คุณ

Happy Time

22.00-23.00 น. ช่วงเวลาแห่งความสุขที่เพิ่มทบทวีคูณ กับ

ดีเจตุ๊กตา

ท้ายกขบวนความสุขแบบแสบปีมาให้คุณเต็มอิ่มตลอด 1

ชั่วโมง อังคณาจารย์

โปรโมชันใหม่ๆ บริการเด็ดๆ จาก Happy และของรางวัล

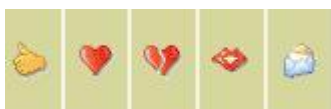
น่ารักๆ ที่คุณต้องติดตาม

(ติดตาม Promotion แบบใจดีจากhappy ได้ที่ www.happy.co.th)**ภาพ 4.28 หน้าเว็บเพจของกิจกรรมภายในเว็บไซต์ของ 103.5 FM One**

จากภาพ 4.28 จะเห็นว่า ภาษาที่ใช้จะมีลักษณะเป็นทางการ **font** ตัวอักษรที่ใช้สำหรับพาดหัวเรื่อง มีลักษณะโค้งมน และมีการใช้สีส้ม อย่างสีชมพู เข้ามาช่วยเพิ่มความรู้สึกที่อ่อนหวาน และสบายตา นอกจากนี้ ยังมีการใช้ภาพกราฟิกมาประกอบเนื้อหาด้วย เช่น มีการนำภาพยิ้ม ซึ่งนอกจากจะทำให้ดูสวยงามและดึงดูดสายตาแล้ว ยังสอดคล้องกับ โลโก้ของสปอนเซอร์ นั่นก็คือ **dtac** อีกด้วย และใช้ภาพกราฟิกน่ารักๆ มาแทนเลขศูนย์ของ **103.5** อีกทั้งยังมีการใช้เลขหนึ่งของไทย มาแทนเลขหนึ่งของตัวเลขอารบิก เพื่อให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมายของรายการ ที่เป็นนักศึกษา มหาวิทยาลัยจนถึงช่วงวัยทำงานตอนต้น ที่ติดตามข่าวสารบ้านเมือง สนใจเทคโนโลยี ชอบฟังเพลงไทยแนวฟังสบาย ชอบทำกิจกรรม และมีรสนิยม อยู่ในช่วง **20- 35** ปี

อีกทั้งยังมีการใช้รูปแบบและขนาดของตัวอักษรให้มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ในส่วนที่เป็นเนื้อหา จะใช้ตัวอักษรขนาดเล็ก แต่ถ้าหากเป็นส่วนที่เป็นหัวเรื่อง ก็ใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่ขึ้นมา และมีการใช้สีเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ อีกทั้งยังมีการใช้ เครื่องหมายวรรคตอน อย่าง ไม้ยมก (๓) เพื่อย้ำความสำคัญ ใช้จุลภาค (,) เพื่อคั่นข้อความให้อ่านง่าย ใช้ขีดจติหรือวงเล็บ () เพื่อใช้อธิบายข้อความที่อธิบายไว้เป็นพิเศษ อย่างเช่น ในประโยคที่ว่า “โปรโมชันใหม่ๆ บริการเด็ดๆ ของรางวัลน่ารักๆ” เพื่อเน้นว่า ใหม่จริงๆ เด็ดจริงๆ และของรางวัลน่ารักจริงๆ เป็นต้น

นอกจากนี้ ภายในเว็บเพจของ **103.5 FM One** ยังมีการใช้สัญลักษณ์สื่ออารมณ์เพิ่มเข้ามา อย่างเช่น รูปมือยกนิ้วโป้ง ที่บ่งบอกถึงการชมหรือชอบมากๆ หรือรูปหัวใจเต็มดวง ที่บ่งบอกถึงเพลงรัก หวาน ซึ่ง และรูปหัวใจถูกแบ่งแยก ที่บ่งบอกถึงเพลงอกหัก เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อช่วยให้ผู้อ่านรู้สึกคล้อยตามและเสริมในเรื่องของอารมณ์ที่ขาดหายไป



ภาพ 4.29 แสดงภาพ **emotion** ต่างๆ ที่ใช้สื่ออารมณ์ในเว็บไซต์ **103.5 FM One**

บทสรุปการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านภาษาในรายการ **103.5 FM One** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

จากการศึกษาภาษาที่ใช้รายการวิทยุ **103.5 FM One** และภาษาที่ใช้ในอินเทอร์เน็ต www.thisisclick.com/103.5 พบว่า ภาษาที่ใช้ในวิทยุมีลักษณะที่ไม่เป็นทางการมีการใช้โทนเสียงเข้ามาเพื่อให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกคล้อยตาม อย่างเช่นประโยคที่ว่า “ส่วนใครที่จะไปร่วมกิจกรรม **FM One Perfect Day** ติดตามให้คืนละ เราจะมีเพลงโจทย์ในทุกชั่วโมงเลยว่ จะเป็นเพลงอะไร เพราะฉะนั้นต้องติดตามฟังให้ดี อู๊ย! วันนี้เป็นเพลงที่ดิฉันชอบด้วยนะคะ ใครเป็นแฟนของอัสนิวสันต์ วันนี้อย่าพลาดคะ” นอกจากนี้ ยังมีคำพูดแสดงความเป็นห่วง ช่วยให้เกิดความใกล้ชิดกับผู้ฟังมากขึ้น เช่น “อย่าลืมรักษาสุขภาพด้วยนะคะ ช่วงนี้เดี๋ยวร้อน เดี๋ยวฝนตก วันนี้ไปแล้วละ แล้วเจอกันใหม่วันจันทร์ ขอขอบคุณสำหรับการติดตามด้วยนะคะ”

สำหรับภาษาที่ใช้ในสื่ออินเทอร์เน็ตมีลักษณะที่แตกต่างจากสื่อวิทยุตรงที่เป็นทางการเนื่องด้วยธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นการนำเสนอข้อมูล และสารสนเทศในรูปแบบของข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว จึงไม่สามารถใช้น้ำเสียงและ โทนเสียงของผู้จัดลงไปได้ แต่ก็ได้มีการใช้สัญลักษณ์สื่ออารมณ์ และเครื่องหมายวรรคตอน อย่าง อัศเจรีย์ (!) เพื่อย้ำความสำคัญ ใช้จุลภาค (,) เพื่อคั่นข้อความให้อ่านง่าย และใช้เส้นขลิขิดหรือวงเล็บ () ใ้อธิบายข้อความที่อธิบายไว้เป็นพิเศษ

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านภาษาในรายการ **103.5 FM One** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/103.5

สำหรับปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านภาษาในรายการ **103.5 FM One** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/103.5 คุณพัศวรรณ ศรีตาน (สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2550) **web-editor** ของเว็บไซต์ www.thisisclick.com กล่าวว่า

“**web-editor** จะเป็นผู้เขียนเนื้อหา (**content**) ลงในเว็บไซต์ทั้ง 3 สถานี โดยที่เนื้อหาในเว็บไซต์จะอิงกับกลุ่มผู้ฟังเป็นหลัก ว่าผู้ฟังต้องการอะไร ซึ่งแต่ละคลื่นก็จะมีฝ่ายครีเอทีฟนำข้อมูลมาให้ ซึ่งข้อมูลก็จะเป็นกิจกรรมที่แต่ละสถานีอยากจะประชาสัมพันธ์ลงในเว็บไซต์ แต่ในอินเทอร์เน็ตจะสามารถลงรายละเอียดได้มากกว่า ส่วนการใช้คำพูด ในเว็บไซต์เราต้องการให้คนที่คลิกเข้ามาอ่าน เกิดความรู้สึกคล้อยตาม ก็จะพยายามใช้คำที่ดึงดูด โดยจะโปรยหัวเรื่องให้น่าสนใจเพื่อผู้ชมที่คลิกเข้ามาอ่าน อยากจะเข้าไปอ่านรายละเอียดต่อไป”

ดังนั้นสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านภาษาในรายการ **103.5 FMOne** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/103.5 มีอยู่ 2 ปัจจัย ดังนี้

ก. **ธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต** เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อมัลติมีเดีย มีความสูงสามารถเก็บข้อมูล ทั้งข้อความที่เป็นตัวอักษร ภาพ และเสียง มีความยืดหยุ่นในรูปแบบ เนื้อหา และการใช้งาน สามารถส่งข้อความทั้งตัวอักษรและรูปภาพ แต่ยังคงการสร้างจินตนาการซึ่งในสื่อวิทยุมี ถึงแม้ว่าวิทยุจะเป็นสื่อที่ไม่มีภาพ มีแต่เสียง แต่ด้วยเสียงนี่เองที่เป็นสิ่งช่วยกระตุ้นจินตนาการของผู้ฟังได้เป็นอย่างดี จึงทำให้ลักษณะการใช้ภาษาที่สื่อออกมา มีความเป็นกันเอง และเข้าถึงผู้ฟังมากกว่าภาษาที่ใช้ในสื่ออินเทอร์เน็ต

ข. **กลุ่มคนฟังเป้าหมาย** จากการศึกษาพบว่า รูปแบบและเนื้อหาส่วนใหญ่ของทั้งรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุบนอินเทอร์เน็ตจะขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก ทำให้ทีมผู้ผลิตวางรูปแบบและเนื้อหา รวมทั้งภาษาที่ใช้ ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ซึ่งมีอายุตั้งแต่ **20-35** ปี อยู่ในช่วงนักศึกษา มหาวิทยาลัยจนถึงวัยทำงานตอนต้น เพื่อให้เกิดการติดตามฟังอย่างต่อเนื่อง

421.2 ปริมาณ

ปริมาณเนื้อหารายการ 103.5 FMOne ในสื่อวิทยุ

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเลือกศึกษาช่วงของดีเจดาว (อภิสร่า เกิดชูชื่น) เมื่อนำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ **13.00 - 15.00** น. พบว่า ปริมาณของเนื้อหาในช่วงของดีเจดาว จะประกอบไปด้วยเพลงเปิดเฉลี่ยชั่วโมงละ **9** เพลง ข่าว กิจกรรม ประชาสัมพันธ์ เกม และโฆษณา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ช่วงที่ 1

เปิดเพลงเฉลี่ย **9** เพลง โดย **1** ใน **9** เพลงนี้จะนำมาจากงานคอนเสิร์ตที่จัดเสร็จไปแล้วโดยมีศิลปิน **Salt Systemma** เป็นผู้สนับสนุนอยู่ นอกจากเพลงแล้ว เนื้อหาในรายการจะมีส่วนที่แทรกเข้ามาดังนี้

1. ข่าวจากสถานีวิทยุกองทัพบก **7.30** นาที
2. สปอตโฆษณาแทรกประมาณ **6** นาที ช่วงท้ายรายการ และโฆษณา **4** นาที ปิดท้ายเบรกแรก

3 กิจกรรม **Happy Time Happy Station** โดยช่วงนี้จะเป็นช่วงที่ **Dtac** เข้ามาซื้อช่วงโฆษณา โดยจะมีลักษณะอัดเสียงคาราหรือนักร้อง ในหัวข้ออะไรที่ทำให้คุณแฮปปี้ มาเปิดให้ฟัง 15 วินาที เช่นเสียงของคุณป๊อปปี้ แคลอรี บลา บลา นักร้องเสียงคุณภาพ พูดว่า “นั่งริมชายหาด สบายๆ อากาศร้อนนิดหนึ่ง มีเครื่องดื่ม มีความสุขครับ”

4 ดีเจพูดประชาสัมพันธ์ถึงกิจกรรมต่างๆ ที่น่าสนใจ อย่างการแข่งรถ และนำบัตรมาแจก ในรายการด้วย 20 วินาที

5 กิจกรรม **FM One Perfect Day** ประมาณ 1-2 นาที โดยจะพูดก่อนเปิดเพลง 1 เพลง

6 ช่วง **Salt Let's Get full** เป็นช่วงที่มียาสีฟัน **salt** สนับสนุนอยู่ รายละเอียดของช่วงนี้ ดีเจจะนำสาระนั้นมาเกี่ยวกับอาหารต่างๆ เช่น อาหาร ผลไม้ มาพูดในรายการ 1 นาที

7 จึงเกิด เมื่อจบเพลงที่เปิดต่อเนื่อง แต่ละเพลงจะมีจึงเกิดกัน 5 วินาที

ช่วงที่ 2

เปิดเพลงเฉลี่ย 9 เพลง โดย 4 ใน 9 เพลงนี้ จะเป็นเพลงที่ผู้ฟังโทรเข้ามาแนะนำ นอกจากเพลงแล้ว เนื้อหาในรายการจะมีส่วนที่แทรกเข้ามาดังนี้

1. ข่าวจากสถานีวิทยุกองทัพบก 6 นาที

2. สปอตโฆษณาแทรกประมาณ 5 นาที 2 ช่วง

3 กิจกรรม **Happy Time Happy Station** โดยช่วงนี้จะเป็นช่วงที่ **Dtac** เข้ามาซื้อช่วงโฆษณา โดยจะมีลักษณะอัดเสียงคาราหรือนักร้อง ในหัวข้ออะไรที่ทำให้คุณแฮปปี้ มาเปิดให้ฟัง 15 วินาที

4 ดีเจพูดประชาสัมพันธ์ถึงกิจกรรม **music homemade** ที่เปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้โทรเข้ามาแนะนำเพลง 30 วินาที

5 ดีเจพูดประชาสัมพันธ์ถึงกิจกรรม **FM One Perfect Day** 2 นาที ในช่วงแรกหลังจากเปิดเพลง

6 ช่วง **Happy Call Happy Society** โดยช่วงนี้จะเปิดโอกาสให้ผู้ฟัง **phone in** เข้ามา ซึ่งชั่วโมงนี้จะพูดถึงวันนี้มีความสุขในเรื่องอะไรมากที่สุด ดีเจพูด 1.30 วินาที

7 ดีเจพูดขอบคุณสปอนเซอร์ 30 วินาที 2 ช่วง หลังจากช่วง **Happy Time Happy Station** และ **Happy Call Happy Society** ซึ่งเป็นช่วงที่สปอนเซอร์ **Dtac** ให้การสนับสนุนอยู่ทั้ง 2 ช่วง

8 ดีเจพูดปิดรายการ 20 วินาที

9 จึงเกิด เมื่อจบเพลงที่เปิดต่อเนื่อง แต่ละเพลงจะมีจึงเกิดกัน 5 วินาที

ปริมาณเนื้อหารายการ **103.5 FMOne** ในสื่ออินเทอร์เน็ต

สำหรับในสื่ออินเทอร์เน็ต เนื้อหาของรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ต บนเว็บไซต์ www.thisisclick.com จะแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

ก. เนื้อหาที่ออกอากาศสด (**online radio**) คือ เนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงของแต่ละสถานีในเครือข่าย คลิก เรดิโอ จำกัด ที่กำลังออกอากาศอยู่จริง

ข. เนื้อหาที่มีลักษณะเป็นภาพและเสียง โดยส่วนมากจะเป็นรายละเอียดเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ และข่าวประชาสัมพันธ์จากทางสถานี ซึ่งผู้ฟังสามารถเลือกคลิกเข้าไปดูได้ตามต้องการ

จากผลการศึกษา พบว่า เว็บไซต์ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับหน้า **Homepage** มากที่สุด ทั้งนี้เพราะถือเป็นหน้าที่ใช้ดึงดูดผู้ฟังเข้ามาคลิกชมได้มากที่สุด ซึ่งจะเน้นองค์ประกอบ 2 ส่วน คือ

1. ชื่อ สัญลักษณ์ประจำองค์กร สถานีและรายการวิทยุ
2. หัวข้อหรือรูปภาพ เชื่อมโยงไปยังรายละเอียดข้อมูลข่าวสารและรายการวิทยุที่น่าสนใจ

การออกแบบ **Homepage** จะคำนึงถึงความสวยงามและความชัดเจนในการนำเสนอ รวมถึงเนื้อหาสาระและการบริการต่างๆ ลักษณะการจัดวางรูปแบบของหน้า **Homepage** ของ www.thisisclick.com จะมีการจัดแบบใช้หน้าจอบทและแบ่งส่วนนำเสนอข้อมูล คือ หน้า **Homepage** จะสามารถแสดงข้อมูลทั้งหมดของเว็บไซต์ไว้ในหน้าเดียว ผู้ใช้งานสามารถใช้เมาส์ (**mouse**) ลาก **scroll bar** เลื่อนให้หน้าจอขึ้นลงได้ และมีเมนูหลักเป็นปุ่มหัวข้อเชื่อมโยงไปยังส่วนรายละเอียดของข้อมูลข่าวสารต่างๆ

ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาของเว็บไซต์วิทยุบนอินเทอร์เน็ตจะแตกต่างจากลักษณะการนำเสนอเนื้อหาผ่านทางสื่อวิทยุกระจายเสียง ด้วยธรรมชาติของสื่อที่ไม่เหมือนกันวิทยุกระจายเสียงนั้นเป็นสื่อที่รับรู้ได้เพียงแค่เสียงอย่างเดียว แต่อินเทอร์เน็ตมีคุณสมบัติของสื่อ **Multimedia** สามารถแสดงผลได้ทั้งข้อความ เสียง และภาพ เพราะฉะนั้น องค์กรผู้ผลิตเว็บไซต์วิทยุบนอินเทอร์เน็ตจึงสามารถนำศักยภาพในสื่ออินเทอร์เน็ตมาปรับวิธีการเผยแพร่เนื้อหาข้อมูลข่าวสาร และรายการวิทยุบนเว็บไซต์ให้เหมาะสม

หลักในการนำเสนอเนื้อหาผ่านหน้าเว็บเพจนั้น จะต้องคำนึงถึงข้อมูลที่จะนำเสนอว่าเป็นข้อมูลที่อยู่ในความสนใจหรือเกี่ยวข้องของผู้ชมหรือไม่ เพราะการนำเสนอข้อมูลที่มากเกินไป อาจจะทำให้ผู้ชมเกิดความสับสนและไม่สนใจอ่านต่อไป ดังนั้น ในการนำเสนอข้อมูลผ่านเว็บเพจ ควรจะเริ่มด้วยข้อมูลทั่วไปก่อน แล้วจึงค่อยนำเข้าสู่เนื้อหาที่ต้องการจะนำเสนอ โดยเนื้อหาโดยทั่วไปอาจจะอยู่ในหน้า **Homepage** ส่วนรายละเอียดต่างๆ นั้นจะอยู่ในเว็บเพจอื่นๆ ภายในเว็บไซต์เดียวกัน

ซึ่งเนื้อหาหลักโดยทั่วไปของเว็บไซต์วิทยุบนอินเทอร์เน็ตจะประกอบไปด้วย

1. ข้อมูลองค์กร เช่น ความเป็นมาขององค์กร ประวัติสถานี
2. ข้อมูลรายการวิทยุ เช่น ผังรายการวิทยุ แนะนำรายการวิทยุ
3. ข้อมูลนักจัดรายการวิทยุ เช่น ข้อมูลแนะนำดีเจ อีเมลล์หรือที่อยู่ติดต่อ
4. ข่าวประชาสัมพันธ์และกิจกรรมของสถานี
5. รายการวิทยุสดและรายการบันทึกต่างๆ
6. เว็บไซต์เชื่อมโยงต่างๆ

สำหรับหน้าต่างโฮมเพจ **103.5 FM One** ภายในหน้าต่างโฮมเพจนี้ เนื้อหาจะเน้นไปที่การนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์และกิจกรรมต่างๆ ที่ทางสถานีจัดขึ้น ซึ่งได้ผ่านการนำเสนอในรายการที่ออกอากาศผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงไปแล้ว แต่ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาให้มีความเหมาะสมกับสื่ออินเทอร์เน็ตและกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของ **103.5 FM One** คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยจนถึงช่วงวัยทำงานตอนต้น ที่ไฟแรง มีหัวก้าวหน้า ติดตามข่าวสารบ้านเมือง สนใจเทคโนโลยี ชอบฟังเพลง ชอบทำกิจกรรม มีรสนิยม อยู่ในช่วง **20-35** ปี ซึ่งภายในหน้าโฮมเพจ มีการนำเสนอเนื้อหาเด่นๆ หรือที่เรียกว่าไฮไลท์เอาไว้ในส่วนกลางของหน้าโฮมเพจนี้ด้วย เนื่องจากส่วนนี้เป็นส่วนที่ผู้ชมเห็นได้เด่นชัดที่สุด



ภาพ 4.30 ตัวอย่างโฮมเพจของ 103.5 FM One






นอกจากในส่วนของไฮไลต์ เว็บไซต์ 103.5 FM One ยังได้มีการนำเสนอข้อมูลส่วนต่างๆ ไว้ที่เมนูทางด้านซ้ายอีกด้วย ได้แก่

News อัปเดตข่าวกิจกรรมต่างๆ ที่ทางสถานีเป็นผู้จัด



ภาพ 4.31 ตัวอย่างภาพข่าวกิจกรรมที่นำเสนอผ่านโฮมเพจของ103.5 FM One

Gallery เป็นการนำภาพกิจกรรมต่างๆ มาประมวลให้ผู้ชมดูกันอีกครั้ง หลังจากทีกิจกรรมนั้นๆ ได้จัดเสร็จสิ้นไป เพื่อเป็นการสร้างความตอกย้ำ รวมถึงดึงดูดลูกค้าโฆษณาให้เข้ามามากขึ้น

	18/12/2549 15:32:30 Gallery : Happy Magic Key and More...
	12/12/2549 14:58:15 Gallery : Happy Family and More...
	18/12/2549 15:25:39 SUPERBANDS RETURNS and More...
	13/9/2549 16:22:02 ควีนหลง OLAY A DATE IN A DREAM กิจกรรมสนุกๆ ที่จะทำให้สาวสวยทุกคนจดจำความประทับใจนี้ไปชั่วชีวิต คลิกที่นี่ and More...
	27/9/2549 18:43:45 gallery : AF DREAM TEAM CONCERT and More...

ภาพ 4.32 หน้าต่าง gallery นำเสนอภาพข่าวกิจกรรมที่ทางสถานีได้จัดไป

Board หน้าเว็บบอร์ด มีการนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ที่จะจัดขึ้นในระยะเวลาอันใกล้ และเป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้ผู้ฟังสามารถตั้งกระทู้หรือแสดงความคิดเห็นต่างๆ เกี่ยวกับเพลง ศิลปิน หรือกิจกรรมต่างๆ ของทางสถานี



ภาพ 4.33 ตัวอย่างหน้าเว็บบอร์ดของ 103.5 FM One

Request Box เป็นส่วนที่เปิดโอกาสให้ผู้ฟังเข้ามาขอเพลงได้ทันที โดยไม่ต้องเสียเวลาต่อสายโทรศัพท์เข้ามาในรายการ



ภาพ 4.34 ตัวอย่างหน้าเว็บเพจภายใน Request Box ของ FM One

Shift DJ นำเสนอผังรายการของสถานี ผู้ฟังสามารถติดตามฟังรายการหรือดีเจที่ตัวเองชื่นชอบได้จากผังรายการนี้

MON - FRI	DJ	SAT - SUN	DJ
04.00 - 07.00	โชคชัย เจียเจริญ (ปุ๋ย)	08.30 - 12.30	สัตตกมล วรกุล (น้อย)
08.00 - 10.00	" สีนเจริญ Breakfast Show " สุทธสิศักดิ์ สีนเจริญ(บอม) ธีรยุทธ สีนเจริญ (เบ๊อ) ธัญชัช สีนเจริญ (บอย)	13.00 - 15.00	ชลธิป รัชสิพรทมนกุล (ปิ่น)
10.00 - 12.00	อภิสรรา เกิดชูชื่น (ดาว)	15.00 - 18.00	ศลิษา กุ๋เอี่ยม (เอ)
12.30 - 15.00	ณุชา มนตรีเสวตกุล (แจ๊ก)	19.30 - 24.00	โสภิตา บวรกิจไพบูลย์ (ทงส์)
15.00 - 18.00	บप्พร อุดมศักดิ์ (จุม)	24.00 - 03.00	ตรีพล พรหมสุวรรณ (ต๊อป)
19.30 - 22.00	ธิดารัตน์ เจริญชัยชนะ (ตี)		
22.00 - 24.00	อินทิรา แดงจำรุง (ตุ๊กตา)		
24.00 - 02.00	วิษณุ: จารุจินดา (ตีบ)		
02.00 - 04.00	มานะ: จารุวิฒนะกิจ (มานะ)		



ภาพ 4.35 ผังรายการวิทยุ 103.5 FM One

DJ Profile นำเสนอข้อมูลส่วนตัวของดีเจ

ภาพ 4.36 ตัวอย่างข้อมูลส่วนตัวของดีเจในเว็บเพจ 103.5 FM One

สรุปการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาทางด้านปริมาณในรายการ 103.5 FM One เมื่อนำเสนอผ่าน
www.thisisclick.com

จากข้อมูลดังกล่าว พบว่า ปริมาณเนื้อหาของรายการวิทยุ 103.5 FM One เมื่อนำเสนอบนสื่ออินเทอร์เน็ตผ่านทาง www.thisisclick.com จะมีปริมาณมากกว่าเมื่อเทียบกับสื่อวิทยุกระจายเสียง เนื่องจากเนื้อหาของรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ตเมื่อนำเสนอผ่านทาง www.thisisclick.com นอกจากจะมีบางส่วนที่มีลักษณะเหมือนกันกับที่ถูกนำเสนอผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสียง คือเมื่อผู้เข้าชมคลิกที่หน้าต่างโฮมเพจของ 103.5 FM One จะมีการออนไลน์รายการวิทยุกระจายเสียงของคลื่น 103.5 FM One 5 โดยอัตโนมัติ แต่อาจจะมีการ delay บ้างเล็กน้อย แต่ยังมี การเพิ่มเนื้อหาบางส่วนเข้ามา มีการเพิ่มข้อความ รายละเอียดต่างๆ ภาพกราฟิก และภาพเคลื่อนไหว เนื่องมาจากธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นแบบ multimedia จึงได้เปรียบสื่อวิทยุกระจายเสียงที่ได้ยินแต่เสียงอย่างเดียว อีกทั้งสื่ออินเทอร์เน็ตสามารถบรรจุข้อมูลได้มากกว่าสื่อวิทยุ ดังที่ Denis McQuail (1987) กล่าวว่า “อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อใหม่ที่มีการผสมเทคโนโลยีต่างๆ เข้าด้วยกัน ทั้งการขนส่ง การเก็บรวบรวมข้อมูล การสืบค้นข้อมูล การย่อส่วน การกระจาย การควบคุม การนำเสนอ และทำให้เกิดการสื่อสารหลายทาง นอกจากนี้ สื่ออินเทอร์เน็ตยังเป็นสื่อที่มีความสูง” ดังนั้น จึงทำให้ปริมาณเนื้อหาของรายการ 103.5 FM One เมื่อถูกนำเสนอบนสื่ออินเทอร์เน็ตมีมากกว่าเมื่อนำเสนอผ่านทางวิทยุกระจายเสียง

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาทางด้านปริมาณในรายการ 103.5 FM One เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/103.5

ดีเจดาว อภิสรา เกิดชูชื่น (สัมภาษณ์, 10 พฤษภาคม 2550) กล่าวว่า โปรดิวเซอร์จะเป็นคนกำหนดว่าแต่ละช่วงจะมีรูปแบบประมาณไหน ส่วนตัวดีเจก็เป็นคนกำหนดเนื้อหาให้อิงกับความต้องการของผู้ฟังเป้าหมายและลูกค้า ซึ่งเนื้อหาของรายการที่เกี่ยวกับกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ดีเจจะไม่สามารถพูดในรายการ ได้หมด ดังนั้น ทางทีมงานซึ่งประกอบไปด้วยฝ่ายครีเอทีฟ จะนำเนื้อหาในส่วนนี้ไปส่งให้กับ web editor เพื่อนำไปบรรจุไว้ยังหน้าเว็บเพจ ของ 103.5 FM One ต่อไป ซึ่งจะทำให้รายละเอียดของกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์มีมากกว่าที่พูดในรายการผ่านทางวิทยุกระจายเสียง

ดังนั้นสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาทางด้านปริมาณในรายการ 103.5 FM One เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/103.5 คือ ปัจจัยทางด้านธรรมชาติและศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ต เนื่องมาจากสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่มีศักยภาพในการเก็บข้อมูลสูง มีความ

ยึดหยุ่นในรูปแบบ เนื้อหา และการใช้งาน การตอบสนองและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (**Interactivity**) รวมทั้งความสามารถในการทะลวงผ่านข้อจำกัดของการสื่อสารที่เกี่ยวกับเวลา และระยะทางในการสื่อสาร

คุณสมบัติที่สำคัญประการหนึ่งของอินเทอร์เน็ต คือ รูปแบบการสื่อสารด้วยระบบหลายสื่อ หรือสื่อประสม (**Multimedia**) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การนำเสนอเรื่องราว ข้อมูล และสารสนเทศต่างๆ บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสามารถทำได้หลายรูปแบบทั้งข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ดังนั้น เนื้อหาของรายการ **103.5 FM One** เมื่อนำเสนอผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต จึงมีปริมาณมากกว่าเมื่อนำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง

421.3 เพลง

เพลงที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อวิทยุ

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเลือกศึกษาช่วงของรายการดีเจดาว (อภิสร่า เกิดชูชื่น) ในวันจันทร์และวันศุกร์ เวลา **1300 - 1500** น. พบว่า เพลงที่ใช้เปิดในช่วงของดีเจดาว (อภิสร่า เกิดชูชื่น) จะเป็นเพลงไทยสากลแนว **easy listening** ที่ฮิตที่สุด ดีที่สุด โดยทุกเพลงจะผ่านการทำ **research** มาแล้วว่าเป็นเพลงที่เพราะถูกใจผู้ฟังมากที่สุดและมีคุณภาพหลากหลายสมัย โดยดีเจที่มากประสบการณ์ มีจำนวนของเพลงที่เปิดเฉลี่ยชั่วโมงละ **9** เพลง

ดีเจดาว อภิสร่า เกิดชูชื่น (สัมภาษณ์, 10 พฤษภาคม 2550) กล่าวว่า เนื้อหาของรายการตัวดีเจจะเป็นคนคิดเองทั้งหมด โดยจะขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้ฟังและนโยบายของบริษัทฯ เป็นหลัก ส่วนรูปแบบของรายการจะเป็นหน้าที่ของโปรดิวเซอร์ ซึ่งช่วงของดีเจดาว จะไม่มีช่วงเล่นเกมมากเท่าไรนัก แต่จะมีช่วงพิเศษแทรกเข้ามาคือมีความรู้ต่างๆ เรื่องแปลกๆ เพิ่มเข้ามามากขึ้น ซึ่งดีเจจะเป็นคนหาเอง และฝ่ายมีครีเอทีฟช่วยหาด้วย ถ้าเทียบเป็นสัดส่วนระหว่างเพลงและเกม จะประมาณ **80-20** คือเพลงเปิดเยอะกว่าอยู่แล้ว นอกจากนี้ ช่วงของดีเจดาว จะมีการพูดของดีเจมากกว่าช่วงดีเจคนอื่น

สำหรับการเปิดเพลง ปัจจุบันนี้มีระบบที่เรียกว่า **RCS (Radio Computing Service)** เป็นระบบคอมพิวเตอร์ที่จะสุ่มความนิยมว่าเพลงไหนได้รับความนิยมมากที่สุด ก็จะถูกจัดลำดับมา เพลงไหนป๊อบมาก เพลงนั้นก็ได้รับการเปิดบ่อยขึ้น ในขั้นตอนนี้ดีเจจะทำงานร่วมกับ **music director** เพื่อทำการเลือกเพลงที่จะนำมาใช้เปิดในรายการ ซึ่งเพลงที่เปิดในรายการ ส่วนมากจะเป็น

เพลงไทยแนว **easy listening** ฟังง่าย ไม่ซ้ำ ไม่เร็วจนเกินไป เช่น เพลงคนใจง่าย ของไอซ์ ศรัณยู หรือเพลงของพีเบิร์ด

เพลงที่แนะนำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

สำหรับเพลงที่แนะนำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต พบว่า มีอยู่ 2 รูปแบบ คือ

ก. รูปแบบการนำเสนอในลักษณะการออกอากาศสด (**online radio**) คือ เพลงที่แนะนำผ่านทางรายการวิทยุกระจายเสียงของแต่ละสถานีในเครือบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด ที่กำลังออกอากาศอยู่จริง

ข. รูปแบบการนำเสนอในลักษณะภาพ ซึ่งในหน้าเว็บเพจของ www.thisisclick.com/103.5 จะมีการนำเสนอภาพของศิลปิน อัลบั้มเพลง รวมถึงการจัดอันดับชาร์ตเพลง ดังตัวอย่างข้างล่างนี้

Rank	Previous Rank	New Rank	Song Title	Artist	Label
001	1	5	ทำอะไรสักอย่าง	นตริณท์ กิ่งศักดิ์	GIRAFFE
002	6	9	ก๊อนก๊อนก๊อน	Rose ศิริณทิพย์ หาญประดิษฐ์	GIRAFFE
003	9	5	ความรู้สึกของกบหมดใจ	ZHEEZE	ENCORE
004	12	4	จูบลา	ZEAL	MORE MUSIC
005	11	4	กบ	ฉัตรพนธ์ วงษ์สนิท	RS
006	15	5	ขี้วฬาคับสลาย	พลพล พลกองเส็ง	GENIE RECORDS
007			ดอกราตรี	ENDORPHINE	BULL DOG
008	4	4	ก๊อบริกา	พตติวง ฝพชร ว่องงามกิจ	ID RECORDS

ภาพ 4.37 แสดงชาร์ตเพลงบนหน้าเว็บเพจของ 103.5 FM One

สรุปการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านเพลงในรายการ **103.5 FM One** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com

จากการศึกษาพบว่า เพลงที่นำเสนอผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต www.thisclick.com/103.5 จะมีการเพิ่มภาพของศิลปิน อัลบั้มเข้ามา หรือการจัดลำดับเพลงเข้ามา ดังนั้น เมื่อผู้ฟังเปิดฟังวิทยุบนอินเทอร์เน็ต จะสามารถเห็นภาพของศิลปินและสามารถอ่านรายละเอียดที่เกี่ยวกับอัลบั้มนั้นๆ ไปพร้อมๆ กับฟังเพลง ต่างกับเมื่อผู้ฟัง ฟังเพลงจากสื่อวิทยุกระจายเสียง จะได้ยินแต่เสียงเพลงอย่างเดียว พร้อมกับมีรายละเอียดที่เกี่ยวกับศิลปินหรือเพลงนั้นๆ น้อยมาก เนื่องจากเป็นเพลงฮิตที่คุ้นหูกันดีอยู่แล้ว ดีเจจึงไม่จำเป็นต้องพูดรายละเอียดเกี่ยวกับเพลงหรือศิลปินนั้นๆ มากเท่าไร

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านเพลงในรายการ **103.5 FM One** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com/103.5

ดีเจดาว อภิสรา เกิดชูชื่น (สัมภาษณ์, 10 พฤษภาคม 2550) กล่าวว่า พฤติกรรมของคนในปัจจุบันนี้ มีแนวโน้มที่จะใช้อินเทอร์เน็ตกันมากขึ้น ซึ่งสื่ออินเทอร์เน็ตก็จะสามารถแสดงผลออกมาได้ทั้งภาพและเสียง ซึ่งบางครั้งทางผู้ฟังก็จะสามารถคลิกเข้าไปชมมิวสิกวิดีโอตัวอย่างได้จากทางเว็บไซต์

ดังนั้นสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านเพลงในรายการ **103.5 FM One** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com/103.5 มีอยู่ 2 ปัจจัย ดังนี้

ก. **ธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต** เนื่องมาจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อมัลติมีเดีย มีความสูงสามารถเก็บข้อมูล ทั้งข้อความที่เป็นตัวอักษร ภาพ และเสียง มีความยืดหยุ่นในรูปแบบ เนื้อหา และการใช้งาน สามารถส่งข้อความทั้งตัวอักษร รูปภาพ และเสียง ดังนั้น การนำเสนอเพลงในรายการผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต ก็ไม่ได้มีเพียงแค่เสียงให้ผู้ฟังฟังเพียงอย่างเดียว แต่หากมีการเพิ่มภาพกราฟิกและข้อมูลเกี่ยวกับศิลปินและนักร้องเข้ามามากขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกหนึ่งที่ช่วยให้ผู้ฟังได้รับข้อมูลข่าวสารจากทางเพลงและศิลปินนั้นๆ มากขึ้น

ข. **กลุ่มคนฟังเป้าหมาย** จากการศึกษพบว่า รูปแบบและเนื้อหาส่วนใหญ่ของทั้งรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุบนอินเทอร์เน็ตจะขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก ทำให้ทีมผู้ผลิตรวมถึงดีเจ วางรูปแบบและเนื้อหา รวมทั้งเพลงที่จะนำมาเปิดในรายการ ให้ตอบรับกับความ

ต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย อีกทั้งยังทำให้กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย สามารถรับรู้ถึงข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับศิลปินหรืออัลบั้มเพิ่มเติม โดยสามารถคลิกเข้าไปดูได้ที่ www.thisisclick.com

421.4 ข่าว

โดยส่วนมากแล้ว รายการวิทยุของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด จะมีสัดส่วนของรายการเพลงมากกว่าการนำเสนอข่าว ซึ่งในแต่ละรายการจะมีการรายงานข่าวประมาณ 5-10 นาที ต่อรายการ 1 ชั่วโมง ซึ่งใน 1 วันจะมีการนำเสนอข่าวแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

421.41 การนำเสนอข่าวราชการ ซึ่งจะนำเสนอทั้งหมด 3 ช่วงใน 1 วัน คือ หลังเวลา 8.00 น. เวลา 12.00 น. และหลังเวลา 18.00 น. ทั้งนี้จะเป็นการนำเสนอข่าวผ่านการรับสัญญาณจากหน่วยงานของรัฐซึ่งก็คือสถานีวิทยุในเครือกองทัพอากาศและกองทัพบกผู้เป็นเจ้าของสถานี

421.42 การนำเสนอข่าวของรายการ จะนำเสนอทุกๆ ต้นชั่วโมง จะเป็นการรายงานข่าวจากสถานีวิทยุกองทัพบกตลอดทั้งวัน

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเลือกศึกษาช่วงของรายการดีเจดาว (อภิสรรา เกิดชูชื่น) วันจันทร์และวันศุกร์ ระหว่างเวลา 13.00- 15.00 น. พบว่า มีการนำเสนอข่าว 2 ช่วง ดังนี้

ช่วงที่ 1

ต้นชั่วโมงมีการรายงานข่าวจากศูนย์ข่าววิทยุกองทัพบกประมาณ 7.30 นาที

ช่วงที่ 2

ต้นชั่วโมงมีการรายงานข่าวจากศูนย์ข่าววิทยุกองทัพบกประมาณ 6 นาที

จากข้อมูลดังกล่าว สรุปได้ว่า ข่าวที่นำเสนอรายการทุกๆ ต้นชั่วโมง จะเป็นการรายงานข่าวจากศูนย์ข่าววิทยุกองทัพบกประมาณ เฉลี่ยชั่วโมงละ 6-7 นาที ต่อรายการ 1 ชั่วโมง

ส่วนการรายงานข่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.thisisclick.com พบว่า มีการนำเสนอข่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.thisisclick.com โดยจะมีลักษณะเป็นการออกอากาศสด (online radio) ไปพร้อมๆ กับที่มีการรายงานข่าวจากทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และไม่มีการนำเสนอเนื้อหาเพิ่มเติมในหน้าเว็บเพจ ดังจะเห็นได้จาก ภาพที่ 4.28 หน้าโฮมเพจของ 103.5 FM One จะไม่มีหัวข้อที่

เกี่ยวกับข่าวเลข ดังนั้น จึงไม่พบการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านข่าวในรายการ **103.5 FM One** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/103.5

4.21.5 กิจกรรม และข่าวประชาสัมพันธ์

กิจกรรมและข่าวประชาสัมพันธ์เมื่อนำเสนอผ่านสื่อวิทยุ

สำหรับกิจกรรมในรายการวิทยุของ **103.5 FM One** ในช่วงของดีเจดาว (อภิสรดา เกิดชูชื่น) ในวันจันทร์และวันศุกร์ เวลา **13.00- 15.00** น. มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กิจกรรม **music homemade**

เป็นกิจกรรมที่ให้ผู้ฟังสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการคัดเลือกเพลงมาเปิดในรายการ โดยจะให้ผู้ฟังโทรศัพท์เข้าไปในรายการ พร้อมทั้งแนะนำเพลง **3** เพลง จากนั้นดีเจจะเป็นผู้เลือกที่นำเพลงดังกล่าวมาเปิดในรายการ

ตัวอย่างสคริปต์

“ในช่วงของมิวสิกโฮมเมดนะคะ ใครอยากจะมีส่วนร่วมในการเป็นดีเจให้กับ **103.5 FM One** เลือกละเลยละ **3** เพลงเพราะ ที่คุณคิดว่าต่อกันเนียนๆ หรือใครมีอารมณ์อยากจะฟังเพลงไหนบ้าง ในช่วง **music homemade** เราเปิดให้คุณผู้ฟังได้เป็นดีเจของเราเลย (เบอร์โทร) วันนี้ขอบคุณด้วยละ สำหรับคุณผู้ฟังที่ช่วยเลือก **3** เพลงนี้เข้ามา ดูซิว่าโดนใจหรือเปล่า แล้วยังคงอยู่กับที่ **103.5 FM One** กับกิจกรรมดีๆ ที่นี้ และนี่คือ ถ้าเธอหลายใจ จากกะลาละ”

กิจกรรม **Salt Systemma Shows One**

เป็นช่วงที่นำเพลงในคอนเสิร์ตที่จัดเสร็จไปแล้วมาเปิดให้ฟัง **1** เพลง ซึ่งช่วงนี้มียาสีฟัน **Salt Systemma** เป็นผู้สนับสนุนอยู่

กิจกรรมดนตรีมีชา

เป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้ฟังที่รักการเต้นได้เข้าร่วมกิจกรรมเต้นที่ต่างจังหวัด โดยจะต้องส่งรูปถ่ายของคุณกับคู่เต้นของคุณ พร้อมกับบรรยายภาพดูว่ากำลังเต้นเพลงอะไร

ตัวอย่างสคริปต์

“ดนตรีมีขา หลายคนกำลังรอคอยที่จะไปร่วมกับกิจกรรมนี้ เพราะว่าเราได้เกริ่นไปแล้วว่า กิจกรรมนี้คุณจะได้ปลดปล่อยกันเต็มที่ โดยเฉพาะใครที่รักในการเต้น ๆ แล้วก็เต้น เราจะไปไกลถึงภูเก็ตะ งานนี้เลยออกมาแล้ว ไปที่ ทรบุรี บีช รีสอร์ท 3 วัน 2 คืน เราจะไปเต้นกันให้มันเลยละ ส่วนกติกาทำอะไร ใครอยากจะไปร่วมสนุกกับดนตรีมีขาละก็ ส่งรูปภาพของคุณกับคู่ของคุณละ ไม่ว่าจะ เป็นเพื่อน พี่ น้อง พ่อ แม่ แฟน ส่งมาเลยนะคะ ขอให้ เป็นภาพที่คุณกำลังเต้นอยู่ แล้วเขียนบรรยายมาด้วยว่า คุณกำลังเต้นเพลงอะไร บางคนก็กำลังเต้นเพลงช้า บางคนก็เพลงเร็ว ส่งมาที่ บริษัท.. หรือใครจะไฮเทคส่งทางอีเมลล์... ขอให้ทุกคนที่รักการเต้น โชคดีละ”

ข่าวฝากประชาสัมพันธ์

เป็นข่าวกิจกรรมที่น่าสนใจในช่วงเวลานั้นๆ ซึ่งจะไม่ใช่กิจกรรมที่ทางสถานีเป็นผู้จัดขึ้น

ตัวอย่างสคริปต์

“ส่วนกิจกรรมสนุกๆ ในช่วงสุดสัปดาห์ ดิฉันมีหนึ่งกิจกรรมมาฝากด้วยละ วันอาทิตย์ที่จะถึงนี้จะมีงานแรนโลเวอร์ จีโพร ซาเลนจ์ จะมีกิจกรรมการแข่งขันรถขับเคลื่อนสี่ล้อ รวมไปถึงมีกิจกรรมที่น่าสนใจ มีโชว์พิเศษจากอังกฤษ แล้วก็มิโซว์รถในแนวแอดเวนเจอร์หรือออฟโรด ใครที่เป็นแฟนๆ ก็สามารถไปร่วมกิจกรรมในครั้งนี้ได้ละ เรามีบัตรมาแจกกันด้วย แล้วก็มิเสื่อจีโพร มาให้กันฟรี โทรม่าแจ้งชื่อได้ที่หลังไมค์ (เบอร์โทร) เราเปิดให้คุณผู้ฟังโทรเข้ามาได้เลย 3 สาย สายละ 3 ใบละ แล้วก็ไปร่วมงานกันที่สนามหลวง วันอาทิตย์ที่จะถึงนี้ละคะ”

กิจกรรมและข่าวประชาสัมพันธ์เมื่อนำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

สำหรับกิจกรรมและข่าวประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ผู้ฟังจะได้รับฟังใน 2 รูปแบบ คือ

ก. รูปแบบการนำเสนอในลักษณะการออกอากาศสด (**online radio**) คือ กิจกรรมและข่าวประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอผ่านทาง **online radio** ของสถานีวิทยุกระจายเสียงที่กำลังออกอากาศอยู่จริง

ข. รูปแบบการนำเสนอในลักษณะข้อมูลและภาพ ซึ่งในหน้าเว็บเพจของ www.thisisclick.com/103.5 จะมีการนำเสนอรายละเอียดของกิจกรรมต่างๆ รวมถึงกฎ กติกาในการเข้าร่วมสนุก พร้อมภาพกราฟิกสวยๆ

สำหรับกิจกรรมต่างๆ ในรายการวิทยุ **103.5 FM One** เมื่อนำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตพบว่า ทางครีเอทีฟจะเป็นคนเลือกกิจกรรมเด่นๆ ที่ทางสถานีต้องการประชาสัมพันธ์ให้กับ **web editor** เพื่อนำไปใส่ในหน้าเว็บไซต์ ซึ่งกิจกรรมที่ถูกคัดเลือก จะมีการเพิ่มรายละเอียด เนื้อหา และภาพกราฟิกต่างๆ เข้ามามากกว่าเมื่อนำเสนอผ่านสื่อวิทยุ ทำให้ผู้ฟังได้รับรู้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับกิจกรรมนั้นๆ ได้สะดวกยิ่งขึ้น ดังนั้น หากผู้ฟังไม่ทัน ก็สามารถคลิกเข้ามาดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หน้าเว็บไซต์ของสถานีวิทยุได้



คนตรีมิชา

คนตรีมิชา

กิจกรรมสนุกๆ สำหรับชาว FM ONE ทุกคนที่มีดนตรีในหัวใจ
จนดนตรีในหัวใจมีขานออกอก กับ **คนตรีมิชา**
ที่เราจะหาคุณและคู่ของคุณไปเดิน ตลอด 3 วัน 2 คืน
ที่รีสอร์ทหรูภูเก็ต Naithonburi Beach Resort ,Phuket

ซึ่งคุณสามารถร่วมสนุกกับคนตรีมิชาได้ง่าย
โดยให้คุณส่งรูปภาพคุณและคู่ของคุณที่กำลังเต้นอยู่
แล้วเขียนบรรยายมาว่ากำลังเต้นเพลงอะไร และส่งมาที่

บริษัท VR ONE RADIO จำกัด 21/59-60 ซ.ศูนย์วิจัย ถ.พระราม9
แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กทม. 10320

หรือ

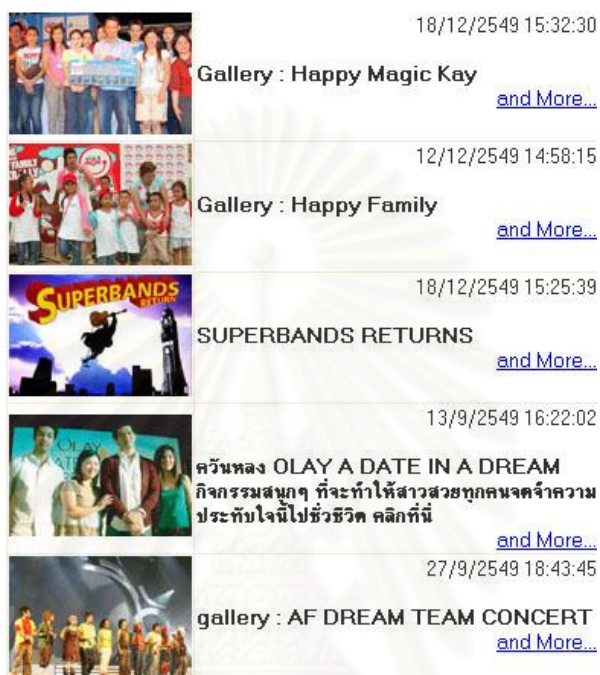
ส่งมาทาง EMAIL : dance@clickvrone.com

ตั้งแต่วันที่ถึงวันที่ 31 พฤษภาคมนี้...

ภาพ 4.38 แสดงหน้าตาของกิจกรรม คนตรีมิชา

จากภาพที่ 4.38 จะเห็นว่า กิจกรรมคนตรีมิชาที่ทางสถานีเป็นผู้จัด จะได้รับเงินสนับสนุนจากสปอนเซอร์ ซึ่งหน้าเว็บเพจจะมีรายละเอียดเกี่ยวกับการเข้าร่วมกิจกรรมคนตรีมิชากว่าเอาไว้ อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย สำหรับคนที่พลาดรายละเอียดบางส่วนไป ซึ่งอาจเป็นเพราะดีเจจะต้องรีบพูดให้ทันกับเวลาที่ทางสถานีกำหนดไว้ จึงต้องพูดให้เร็วและกระชับ ก็สามารถคลิกเข้าไปดูรายละเอียดเพิ่มเติมกันได้ที่หน้าเว็บเพจนี้

นอกจากนี้ ภายในเว็บไซต์ ยังได้มีการนำภาพข่าวกิจกรรมที่ทางสถานีจัดเสร็จสิ้นไปแล้ว นำมาลงให้ผู้ฟังได้ดูเพิ่มเติมอีก ทั้งนี้เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้ฟังที่ยังไม่ได้เข้าร่วมกิจกรรมรู้สึกอยากที่จะเข้าร่วมกิจกรรมกับทางสถานี อีกทั้งยังช่วยตอกย้ำให้คนที่เข้าร่วมกิจกรรมไปแล้ว อยากที่จะติดตามเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งต่อไป



ภาพ 4.39 หน้าต่าง gallery นำเสนอภาพข่าวกิจกรรมที่ทางสถานีได้จัดไป

แต่สำหรับข่าวฝากประชาสัมพันธ์ที่ไม่เกี่ยวกับกิจกรรมของทางสถานี เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับการแข่งรถ จะไม่มีการนำมาใส่ไว้ในหน้าเว็บไซต์ ทั้งนี้ คุณพัศวรรณ ศรีลาน (สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2550) web-editor กล่าวว่า แต่ละคลื่นจะมีฝ่ายครีเอทีฟนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม ซึ่งแต่ละสถานีอยากจะประชาสัมพันธ์ลงในเว็บไซต์มาให้ ซึ่งการอัปเดตข่าวกิจกรรมต่างๆ ก็ขึ้นอยู่กับความถี่ของกิจกรรมนั้นๆ ว่าจะมีช่วงไหนบ้าง ซึ่งการลงข่าวกิจกรรมในเว็บไซต์ ก็จะมีการลงข้อมูลประชาสัมพันธ์กิจกรรมทั้งช่วงก่อนที่จะมี ช่วงระหว่าง และช่วงหลังปล่อยกิจกรรมไปแล้ว

สรุปการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านกิจกรรมและข่าวประชาสัมพันธ์ในรายการ 103.5 FM One เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

จากการศึกษาเนื้อหาทางด้านกิจกรรมของทางสถานีที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุ เมื่อนำเสนอผ่านเว็บไซต์ www.thisisclick.com พบว่า กิจกรรมที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์ จะมีรายละเอียดมากกว่า

คือมีข้อมูลของกิจกรรมมากกว่า และเพิ่มภาพข่าวกิจกรรมเข้ามาด้วย ทั้งนี้เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตสามารถบรรจุข้อมูลได้มากกว่าสื่อวิทยุ ดังที่ **Denis McQuail (1987)** กล่าวว่า “อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อใหม่ที่มีการผสมผสานเทคโนโลยีต่างๆ เข้าด้วยกัน ทั้งการขนส่ง การเก็บรวบรวมข้อมูล การสืบค้นข้อมูล การย่อส่วน การกระจาย การควบคุม การนำเสนอ และทำให้เกิดการสื่อสารหลายทาง” นอกจากนี้ สื่ออินเทอร์เน็ตยังเป็นสื่อที่มีความจุสูง อีกทั้งยังไม่มีข้อจำกัดทางเวลา เหมือนกับสื่อวิทยุที่ดีจะต้องรีบพูดให้กระชับเพื่อให้ทันกับเวลาที่ออกอากาศ จึงทำให้เนื้อหาและรายละเอียดที่พูดออกอากาศ น้อยกว่าเมื่อเทียบกับเนื้อหาที่นำไปลงในเว็บไซต์

แต่สำหรับข่าวประชาสัมพันธ์ที่ไม่เกี่ยวกับกิจกรรมของทางสถานี เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับการแข่งรถ จะไม่มีการนำมาใส่ไว้ในหน้าเว็บไซต์ ทั้งนี้ เพราะข้อมูลที่จะนำลงในเว็บไซต์จะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมที่แต่ละสถานีอยากจะประชาสัมพันธ์เท่านั้น ดังนั้น จึงไม่พบการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านข่าวประชาสัมพันธ์ในรายการ **103.5 FM One** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านกิจกรรมและข่าวประชาสัมพันธ์ในรายการ **103.5 FM One** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/103.5

คุณพัชรวรรณ ศรีลาน (สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2550) web-editor ของเว็บไซต์ www.thisisclick.com กล่าวว่า เว็บไซต์มีส่วนช่วยสนับสนุนวิทยุที่ออกอากาศสดอยู่มาก ทั้งนี้ถ้าผู้ฟังพลาดรายละเอียดสำคัญๆ ไป อย่างฟังข่าวกิจกรรมต่างๆ ไม่ทัน ก็สามารถคลิกเข้าไปอ่านเพิ่มเติมได้ทางเว็บไซต์ www.thisisclick.com เพราะข่าวที่ประชาสัมพันธ์ผ่านทางดีเจ จะเป็นข่าวเดียวกันที่ลงในเว็บไซต์ โดยที่ web-editor จะเป็นผู้เขียนเนื้อหา (content) ซึ่งจะรับเนื้อหาข้อมูลกิจกรรมที่ต้องการอยากจะประชาสัมพันธ์มาจากฝ่ายครีเอทีฟอีกทีหนึ่ง

ดังนั้นสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางกิจกรรมและข่าวประชาสัมพันธ์ในรายการ **103.5 FM One** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/103.5 มีอยู่ 3 ปัจจัย ดังนี้

ก. **ธรรมชาติและศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ต** เนื่องมาจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อมัลติมีเดีย มีความจุสูง สามารถเก็บข้อมูล ทั้งข้อความที่เป็นตัวอักษร ภาพ และเสียง มีความยืดหยุ่นในรูปแบบ เนื้อหา และการใช้งาน สามารถส่งข้อความทั้งตัวอักษร รูปภาพ และเสียง ดังนั้น การนำเสนอกิจกรรมและข่าวประชาสัมพันธ์ในรายการผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต ก็ไม่ได้มีเพียงแค่เสียง

ให้ผู้ฟังเพียงอย่างเดียว แต่หากมีการเพิ่มภาพกราฟิกและข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมนั้นๆ เข้ามามากขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้ฟังได้รับข้อมูลข่าวสารของกิจกรรมต่างๆ จากทางสถานี และสามารถโน้มน้าวให้ผู้ฟังเกิดความต้องการอยากมีส่วนร่วมกับกิจกรรมที่ทางสถานีจัดมากขึ้น

ข. กลุ่มคนฟังเป้าหมาย จากการศึกษาพบว่า รูปแบบและเนื้อหาส่วนใหญ่ของทั้งรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุบนอินเทอร์เน็ตจะขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก ดังนั้นกิจกรรมต่างๆ ที่ทางสถานีจัดขึ้น ทางฝ่ายครีเอทีฟ จะต้องออกแบบให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก เพื่อทำให้เกิดการติดตามฟังอย่างต่อเนื่อง

ค. การตลาด มีตัวแปรสำคัญคือ บริษัท โฆษณา ซึ่งในปัจจุบันนี้รายการวิทยุทางอินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มที่จะเป็นที่นิยมมากขึ้น เพราะเนื่องมาจากรูปแบบและเนื้อหาของรายการที่ดึงดูด น่าสนใจ และผู้ใช้สะดวกในการรับฟัง ฉะนั้น บริษัท โฆษณาจึงพร้อมที่จะลงทุนซื้อสื่อเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าของตัวเอง จึงทำให้เนื้อหาและรูปแบบของกิจกรรมบางส่วนถูกกำหนดจากทางบริษัทโฆษณา

421.6 เกม

เกมที่น่าสนใจผ่านสื่อวิทยุ

สำหรับเกมในรายการวิทยุของ **103.5 FM One** ในช่วงของดีเจดาว (อภิศรา เกิดชูชื่น) ในวันจันทร์และวันศุกร์ เวลา **13.00-15.00** น. พบว่า จะมีเกมหลักๆ 1 เกมคือ **FM One Perfect Day** ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ได้รับเงินรางวัลสนับสนุนจากสปอนเซอร์ เพื่อต่อยอดซื้อคลื่นวิทยุให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น มีรายละเอียดของกิจกรรมดังต่อไปนี้

สำหรับช่วงที่ศึกษาจะเป็นกิจกรรม **FM One Perfect Day** ซึ่งเป็นกิจกรรมของสปอนเซอร์ให้การสนับสนุนเงินรางวัลอยู่ มีรายละเอียดของกิจกรรมดังต่อไปนี้

ในแต่ละชั่วโมง ดีเจจะกำหนดเพลง โจทย์ **1** เพลง ตัวอย่างเช่น เพลงยินยอม ของอัสนิวสันต์ หากผู้ฟังได้ยินเพลงโจทย์นี้เปิดในช่วงเวลานั้นๆ เมื่อไหร่ ให้รีบโทรศัพท์เข้ามา ถ้าใครโทรศัพท์เข้ามาได้เป็นคนแรก จะได้รับสิทธิ์ลงทะเบียน ซึ่งจะนำรายชื่อของผู้ที่โทรฯ มานี้ ไปพร้อมกับผู้โชคดีของแต่ละชั่วโมง แล้วนำไปคัดเลือกหาผู้ชนะอีกครั้ง โดยรางวัลที่ได้ สามารถเลือกได้ **1** ใน **3** อย่าง ดังนี้

1. สำหรับคนชอบกิน จะได้ไปทานอาหารอร่อยๆ ร้านอาหารดีๆ เข้าจรวดเย็น
2. สำหรับคนที่ชอบเที่ยว จะได้ไปเที่ยวทะเลที่ภูเก็ต และติ๊กอล์ฟในสนามกอล์ฟสุดหรูติดอันดับ 1 ใน 5 ของเอเชีย ทั้งวัน
3. สำหรับคนที่ชอบเสริมสวย จะได้เข้าคอร์สสปาสุดหรู เข้าจรวดเย็น พร้อมได้ถ่ายรูปลงนิตยสาร

ซึ่งตัวดีเอง จะมีการพูดเข้าสู่ช่วงกิจกรรมของรายการดังตัวอย่างต่อไปนี้

“ส่วนกิจกรรม **FM One Perfect Day** ใครอยากจะไปร่วม 1 วันสุดเพอร์เฟกต์ สุดมีความสุขและแฮปปี้กับเรา เลือกมา 1 ใน 3 อย่าง ว่าคุณอยากจะไปทานอาหารอร่อย อยากจะไปเที่ยวทะเลที่ภูเก็ต หรืออยากจะทำสวย เป็นนางแบบ นายแบบ ลงนิตยสารชื่อดัง 1 ใน 3 เป็นของคุณแน่นอนค่ะ กับกิจกรรม **FM One Perfect Day** กติกาต่างๆ ได้ยินเพลงโจทย์เมื่อไหร่ (เบอร์โทร ๗) เบอร์นี้จะนำพาให้คุณได้ 1 วัน เพอร์เฟกต์ไปเลยคะ ส่วนเพลงโจทย์ในวันนี้ ดิฉันชอบมากคะ เป็นของอัสนี วสันต์ เพลงยินยอมคะ ได้ยินเมื่อไหร่ โทรมาเลยนะคะ”

เกมที่น่าเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

สำหรับเกมที่น่าเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ผู้ฟังจะได้รับฟังใน 2 รูปแบบ คือ

ก. รูปแบบการนำเสนอในลักษณะการออกอากาศสด (**online radio**) คือ เกมที่น่าเสนอผ่านทาง **online radio** ของสถานีวิทยุกระจายเสียงที่กำลังออกอากาศอยู่จริง

ข. รูปแบบการนำเสนอในลักษณะข้อมูล และภาพ ซึ่งในหน้าเว็บเพจของ www.thisisclick.com/103.5 จะมีการนำเสนอรายละเอียดของเกม กฎ กติกา และภาพกราฟิกสวยๆ ดังตัวอย่างข้างล่างนี้



FM ONE PERFECT DAY

FM ONE PERFECT DAY

สาวน้อยอย่าง **"ซินทอยเรลลา"** มีความสุขที่สุด เมื่อเธอมี 1 วันที่ PERFECT กับ การได้แต่งชุดสวยๆ สวมรองเท้าแก้ว นั่งรถฟักทอง และได้เดินจับกับเจ้าชายรูปงาม

"ซินทอยเรลลา" จะไม่ได้มีแค่ในนิยายต่อไป แต่จะเกิดขึ้นจริงใน **FM ONE PERFECT DAY**

1 วันที่เป็นวันที่ดีที่สุดในชีวิต PERFECT ที่สุด และทำให้คุณมีความสุขที่สุด FM ONE จะทำ PERFECT DAY ของคุณให้กลายเป็นจริง

อยากมี FM ONE PERFECT DAY

เพียงเขียน PERFECT DAY ที่คุณอยากมี พร้อมแนบรูปถ่ายและประวัติส่วนตัว มาที่

103.5 FM ONE

บ.วีอาร์วันเรคโอ 21/59-60 RCA โซน C

ถ.พระราม 9 ห้วยขวาง บางกะปิ กทม.10320

หรือ perfectday@fmone.com

หรือ Fax. 0-2641-5390

กติกาข้อบังคับของการเข้าร่วมกิจกรรม PERFECT DAY

1. บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิ์เป็นผู้ตัดสินการคัดเลือกผู้ชนะ ในการเข้าร่วมกิจกรรม PERFECT DAY แต่เพียงผู้เดียว
2. บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการเลือกวันเวลาในการดำเนินกิจกรรม รวมถึง วันรับรางวัลตามความเหมาะสมแต่เพียงผู้เดียว
3. พนักงานบริษัทฯ ร่วมถึงญาติพี่น้องของพนักงานไม่มีสิทธิ์ ในการเข้าร่วมกิจกรรม
4. ผู้เข้าร่วมกิจกรรมยินดีให้บริษัทฯ สามารถนำข้อความ ในการเข้าร่วมกิจกรรมไปเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ
5. หากวันเวลาในการเข้าร่วมกิจกรรมหรือรับรางวัลผู้เข้าร่วมกิจกรรม มีความจำเป็นต้องลาเรียนลาป่วย ทางบริษัทฯ ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ ทั้งสิ้น
6. ผู้เข้าร่วมกิจกรรมยินดีเสียภาษีหากในกรณีได้รับรางวัล(ตามกฎหมาย)
7. ในระหว่างการเข้าร่วมกิจกรรมหากมีการเกิดอุบัติเหตุใดๆ ทางบริษัทฯ จะไม่ขอรับผิดชอบใดๆ ทั้งสิ้น
8. ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะดูแลตัวเองในระหว่างร่วมกิจกรรม เพื่อความปลอดภัยของตัวเอง
9. รางวัล ไม่สามารถเปลี่ยนมือหรือมอบสิทธิ์ให้แก่ผู้อื่นได้
10. ผู้เข้าร่วมกิจกรรมรับทราบและยินดียุติปฏิบัติตามกฎกติกา ข้อบังคับทั้งหมดข้างต้น

ร่วมลุ้นเป็น 1 คนพิเศษของ FM ONE ที่จะได้รับ 1 วันที่ PERFECT ที่สุด ติดตามรายละเอียดที่ 103.5 FM ONE 0-2641-5393

ภาพ 440 หน้าต่างของกิจกรรม FM One Perfect Day

จากภาพ 4.40 พบว่า เกมที่นำเสนอผ่านทางเว็บไซต์ www.thisisclick.com/103.5 จะมีรายละเอียดและเนื้อหาบรรจุอยู่มากกว่า สามารถบอกกติกาในการเข้าร่วมสนุก รวมถึงวิธีการเล่นเกมได้ชัดเจนมากกว่า เมื่อเทียบกับที่ติเจพูดในรายการแต่ละช่วง เนื่องจาก ติเจจะต้องรีบพูดให้ทันกับเวลาที่ทางสถานีกำหนดไว้ จึงต้องพูดให้กระชับ เพื่อให้คนฟังเข้าใจง่ายและชัดเจน

สรุปการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านเกมในรายการ 103.5 FM One เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

จากการศึกษาเนื้อหาทางด้านเกมของทางสถานีที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุ เมื่อนำเสนอผ่านทางเว็บไซต์ www.thisisclick.com พบว่า เกมที่นำเสนอผ่านทางเว็บไซต์ จะมีรายละเอียดมากกว่า สามารถบอกกติกาในการเข้าร่วมสนุก รวมถึงวิธีการเล่นเกมได้ชัดเจนมากกว่า เมื่อเทียบกับสื่อวิทยุกระจายเสียง อีกทั้งยังมีการใส่ภาพกราฟิกลงไป เพื่อดึงดูดให้ผู้เข้ามาชมในเว็บไซต์สนใจและอยากที่จะคลิกเข้าไปดูรายละเอียด รวมถึงผู้ที่ไม่เคยเล่นเกมผ่านทางสื่อวิทยุมาก่อน เมื่อเข้ามาคลิกชม ก็อาจจะทำให้รู้สึกอยากติดตามเล่นเกมในรายการของทางสถานีที่ออกอากาศผ่านทางสื่อวิทยุกระจายเสียงได้ นอกจากนี้ การเล่นเกมในรายการวิทยุผู้เล่นจะต้องเล่นไปพร้อมๆ กับติเจ ในขณะที่สื่ออินเทอร์เน็ต ผู้เล่นไม่จำเป็นต้องเล่นไปพร้อมกับติเจ แต่สามารถเล่นได้ทุกที่ ทุกเวลาตามต้องการ ดังนั้น การปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านเกมในรายการ 103.5 FM One เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com จะเป็นการขยายเวลา ขยายพื้นที่ และขยายรายละเอียดในการเล่นเกมนให้มากยิ่งขึ้น และชัดเจนยิ่งขึ้น

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านเกมในรายการ 103.5 FM One เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/103.5

คุณพัชรวรรณ ศรีรัตน (สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2550) web-editor ของเว็บไซต์ www.thisisclick.com กล่าวว่า เว็บไซต์มีส่วนช่วยสนับสนุนวิทยุที่ออกอากาศสดอยู่มาก ผู้ฟังสามารถคลิกเข้าไปอ่านรายละเอียดต่างๆ เพิ่มเติมได้ทางเว็บไซต์ www.thisisclick.com รวมถึงเกมต่างๆ ที่ทางสถานีเป็นผู้จัด เพราะเกมที่เล่นในรายการก็จะเป็นเกมเดียวกับที่ลงในเว็บไซต์ โดยที่ web-editor จะเป็นผู้เขียนเนื้อหา (content) ซึ่งจะรับเนื้อหาข้อมูลเกมมาจากฝ่ายครีเอทีฟอีกทีหนึ่ง

ดังนั้นสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านเกมในรายการ 103.5 FM One เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/103.5 มีอยู่ 3 ปัจจัย ดังนี้

ก. **ธรรมชาติและศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ต** เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อ มัลติมีเดีย มีความจุสูง สามารถเก็บข้อมูล ทั้งข้อความที่เป็นตัวอักษร ภาพ และเสียง มีความยืดหยุ่น ในรูปแบบ เนื้อหา และการใช้งาน สามารถส่งข้อความทั้งตัวอักษร รูปภาพ และเสียง ดังนั้น การ นำเสนอเกมในรายการผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต ก็ไม่ได้มีเพียงแค่เสียงให้ผู้ฟังฟังเพียงอย่างเดียว แต่ หากมีการเพิ่มภาพกราฟิกและข้อมูลเกี่ยวกับกฎ กติกา และวิธีการเล่นเกมเข้ามามากขึ้น

ข. **กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย** จากการศึกษาพบว่า รูปแบบและเนื้อหาส่วนใหญ่ของทั้งรายการ วิทยุกระจายเสียงและวิทยุบนอินเทอร์เน็ตจะขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก ดังนั้นกิจกรรม ต่างๆ ที่ทางสถานีจัดขึ้น รวมถึงเกม ทางฝ่ายครีเอทีฟ จะต้องออกแบบให้ตรงกับความต้องการของ กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก เพื่อทำให้เกิดการติดตามฟังและการเข้ามามีส่วนร่วมของผู้ฟังอย่าง ต่อเนื่อง

ค. **การตลาด** มีตัวแปรสำคัญคือ บริษัท โฆษณา ซึ่งในปัจจุบันนี้รายการวิทยุทาง อินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มที่จะเป็นที่นิยมมากขึ้น เพราะเนื่องมาจากรูปแบบและเนื้อหาของรายการที่ ดึงดูด น่าสนใจ และผู้ใช้สะดวกในการรับฟัง ฉะนั้น บริษัท โฆษณาจึงพร้อมที่จะลงทุนซื้อสื่อเพื่อ โฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าของตัวเอง จึงทำให้เนื้อหาและรูปแบบของเกมบางส่วนถูกกำหนดจาก ทางบริษัท โฆษณา

4.2.2 การปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการ 103.5 FM One ในเครือของบริษัท คลิ๊ก เตรีโอ จำกัด
เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

4.2.2.1 เทคนิคการนำเสนอ

ก. เทคนิคการนำเสนอรายการ 103.5 FM One ผ่านสื่อวิทยุ

จากแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง และรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียงในการผลิตรายการวิทยุ พบว่า องค์ประกอบสำคัญ คือ ผู้ฟัง การเสนอรายการจำเป็นต้องสัมพันธ์กับผู้ฟังเป้าหมายอย่างไม่มีทางหลีกเลี่ยงได้ การรู้จักกลุ่มผู้ฟัง เป้าหมายอย่างละเอียด ช่วยช่วยให้การนำเสนอรายการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพ เพราะฉะนั้น ส่วนสำคัญที่น่าจะต้องพิจารณาในวิธีการนำเสนอรายการ จะประกอบไปด้วยส่วน สำคัญ 5 ประการ คือ

(1) ภาษาพูด (language) มีส่วนสัมพันธ์กับวัยและระดับการศึกษาของผู้ฟังอย่างมาก การใช้คำยากๆ หรือเป็นศัพท์เทคนิคมากมาย นอกจากจะทำให้ผู้ฟังฟังไม่รู้เรื่องแล้วยังให้ความสนใจลดลงไปด้วย จากการนำเสนอรายการวิทยุในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด พบว่า รายการ **103.5 FM One** ภาษาที่ใช้จะมีลักษณะเป็นภาษาที่สละสลวย นุ่มนวล อ่อนหวาน เช่น “มีความสุขนะคะ วันนี้วันศุกร์แล้วด้วยคะ สวัสดีคุณผู้ฟังชาวร้อยสามจุดห้า เอฟเอ็มวัน ในช่วงบ่ายโมงถึงบ่ายสามโมง อยู่กับดิฉัน....) เนื่องจากกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงวัยทำงาน ตอนต้นและชอบฟังเพลงสไตล์ **easy listening**

(2) ลีลาการพูด (style) การพูดทางวิทยุ นั้นไม่ควรพูดเหมือนการอ่านหนังสือ แต่ควรพูดเหมือนการพูดคุยกับเพื่อนสักคนหนึ่ง ลีลาการพูดนั้น แต่ละคนมีแบบฉบับเป็นของตนเอง เพื่อที่จะให้เข้ากับบรรยากาศของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ดีเจของแต่ละรายการวิทยุในเครือบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด จะมีวิธีการพูดที่แสดงถึงความเป็นตัวของตัวเอง และแตกต่างกันไปตามรูปแบบของรายการ ซึ่งทางบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด จะไม่เน้นคนที่มีชื่อเสียงหรือหน้าตาดี แต่จะเน้นที่ความสามารถและลีลาในการจัดรายการวิทยุที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว อย่างเช่น มีการพูดคุยสอบถามสารทุกข์สุขดิบของผู้ฟัง อย่างเช่น ตอนที่ผู้ฟังโทรศัพท์เข้ามาในรายการ “สวัสดีค่ะ คุณ ใจ้อยู่แถวอโศก ฝนตกมั๊ยคะ....ช่วงนี้ฝนตกบ่อย ยังไงก็อย่าลืมพกร่มติดตัวมาด้วยนะคะ เดี่ยวจะไม่สบาย...” เพื่อให้ผู้ฟังรู้สึกเป็นกันเองกับดีเจมากขึ้น และยังมีการใช้โทนเสียงสูง เสียงต่ำ เน้นข้อความที่ต้องการเน้นเป็นพิเศษ อย่างเช่น “ขอบคุณด้วยคะ สำหรับคุณผู้ฟังที่ช่วยเลือก **3** เพลงนี้เข้ามา คุณซิวว่าโดนใจหรือเปล่า แล้วยังคงอยู่กับที่ **103.5 FM One** กับกิจกรรมดีๆ ที่นี้ และนี่คือ ถ้าเธอหลายใจ จากกะลาค่ะ” เพื่อให้ผู้ฟังไม่รู้สึกรำคาญการพูดของดีเจน่าเบื่อและอยากที่จะติดตามฟัง นอกจากนี้ ดีเจที่จัดรายการ **103.5 FM One** จะต้องเป็นดีเจที่เก่งและมากด้วยประสบการณ์ สามารถเลือกเพลงได้เพราะถูกใจผู้ฟังมากที่สุดและมีคุณภาพหลากหลายสมัย เนื่องจากผู้ฟังในรายการนี้จะเน้นไปที่การฟังเพลงมากกว่าร่วมทำกิจกรรมอื่นๆ จากทางสถานี



ภาพ 441 ตัวอย่างดีเจที่จัดรายการวิทยุของ 103.5 FM One

(3) เพลงประกอบ (program music) ส่วนสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะทำให้รายการน่าฟังและผ่อนคลายความตึงเครียด นั่นก็คือ เพลงประกอบ การฟังเสียงผู้ดำเนินรายการนานเกินไป อาจทำให้รู้สึกน่าเบื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ดำเนินรายการที่ไม่มีความชำนาญในการพูดอย่างเพียงพอ วิธีแก้ปัญหาคือ ใช้เพลงเข้าช่วยเพื่อให้ผู้ฟังได้พักหูเสียบ้าง และช่วยเปลี่ยนบรรยากาศให้ดีขึ้น ซึ่งจากการศึกษารายการ พบว่า 103.5 FM One มีการใช้เพลงแนะนำรายการสั้นๆ ประมาณ 3 วินาที ซึ่งเรียกว่าจิงเกิ้ล (Jingle) และมีการใช้จิงเกิ้ล (Jingle) เปิดคั่นระหว่างจบเพลงแต่ละเพลง และเปิดตอนจบรายการ ซึ่งจิงเกิ้ลของรายการ 103.5 FM One จะมีลักษณะเป็นภาษาอังกฤษปนภาษาไทย และมีจังหวะการพูดนุ่มนวล อ่อนหวาน ประกอบกับใช้ดนตรีประกอบที่มีจังหวะเร็วปานกลาง แสดงให้เห็นถึงกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของรายการที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยจนถึงช่วงวัยทำงานตอนต้น ที่ติดตามข่าวสารบ้านเมือง สนใจเทคโนโลยี ชอบฟังเพลงไทยแนวฟังสบาย (easy listening) ชอบทำกิจกรรม และมีรสนิยม อยู่ในช่วง 20- 35 ปี จิงเกิ้ล (Jingle) จะบ่งบอกถึงลักษณะรูปแบบรายการ และแนวเพลงที่เปิดในรายการได้ สอดคล้องกับแนวคิด Mcleish (1999) ได้เห็นประสิทธิภาพของการทำเพลงสั้น (Jingle) ว่าสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารถึงเอกลักษณ์ของทางสถานีได้อีกวิธีหนึ่ง

ตัวอย่างจิงเกิ้ลที่ใช้เปิดรายการของ 103.5 FM One: 103.5 (วันอาทิตย์พอยท์ไฟว์) FMOne (เสียงผู้หญิงร้องช้าๆ) หรือ 103.5 (วันอาทิตย์พอยท์ไฟว์) FMOne Better Music Happy Station (เสียงผู้หญิงพูดความเร็วกด)

ตัวอย่างจิงเกิ้ลที่ใช้เปิดคั่นระหว่างเพลงและจบรายการ: **This is 103.5 FM One** (เสียงผู้หญิงพูดความเร็วปานกลาง) หรือ คุณกำลังฟัง ร้อยสามจุดห้า **FM One Better Music** (เสียงผู้หญิงพูดช้าๆ เสียงนุ่มๆ และมีเสียงดนตรีจังหวะปานกลางเป็นเพลงประกอบ)

ตัวอย่างจิงเกิ้ลที่ใช้เปิดตอนจบรายการ: **This is FM One 103.5** (วันโอทู พอยท์ไฟว์) **FM One, FM One** (เสียงผู้หญิงพูดช้าๆ เสียงนุ่มๆ) หรือปิดท้ายด้วยจิงเกิ้ลของกิจกรรม **FM One Perfect Day: FM One Perfect Day** (เสียงผู้ชายพูดช้าๆ และมีเสียงดนตรีจังหวะช้าๆ รื่นหู ฟังสบาย เป็นเพลงประกอบ)

(4) เสียงประกอบ (sound effect) ส่วนสำคัญอีกประการหนึ่งในวิธีการนำเสนอรายการที่จำเป็นต้องพูดถึงก็คือ เสียงประกอบ ซึ่งในที่นี้ไม่ได้หมายถึงเพลง แต่หมายถึงเสียงที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติหรือเสียงที่เกิดขึ้นในเหตุการณ์จริง ผู้จัดรายการจะบันทึกเสียงเหล่านั้นไว้เพื่อนำมาสอดแทรกในรายการของตน เพื่อให้บรรยากาศของรายการดูสมจริงขึ้น ซึ่งจากการศึกษารายการ **103.5 FM One** ไม่มีการนำเสียงประกอบเข้ามาใช้ในรายการ

(5) ความหลากหลาย (variety) และความเป็นหนึ่งเดียว (unity) การจัดรายการในปัจจุบันนี้มีการแข่งขันกันมาก อันตรายของการจัดรายการ คือ ความเบื่อ ความไม่น่าฟัง วิธีการนำเสนอรายการที่จะไม่ทำให้เกิดความน่าเบื่อแก่ผู้ฟัง ก็ควรจะต้องนำเสนอให้มีความหลากหลายในการที่เสนอนั้น ซึ่งจากการศึกษารายการ **103.5 FM One** พบว่า การจัดรายการมีความหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นภาษาพูด ลีลาการพูด และเพลงประกอบ ทำให้กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายไม่ต้องทนฟังเสียงของผู้จัดรายการ แต่เพียงอย่างเดียว แต่มีเสียงอื่นเข้ามาแทรก ทำให้เปลี่ยนบรรยากาศ เปลี่ยนอารมณ์ของผู้ฟัง ทำให้ไม่รู้สึกรำคาญและน่าเบื่อ

ส่วนความเป็นหนึ่งเดียว รายการ **103.5 FM One** ได้มีการนำเสนอเพลงโดยยึดเอาแนวเพลงเป็นหลัก กล่าวคือ **103.5 FM One** ได้มีการนำเสนอเพลงไทยสากล แนว **easy listening** ที่ฮิตที่สุด ดีที่สุด โดยทุกเพลงจะผ่านการทำ **research** มาแล้วว่าเป็นเพลงที่เพราะถูกใจผู้ฟังมากที่สุดและมีคุณภาพหลากหลายสมัย พร้อมกับการนำเสนอข่าวสารที่กำลังนิยมกันอยู่ในขณะนั้นสลับกับการเปิดเพลง

ข. เทคนิคการนำเสนอรายการ 103.5 FM One ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

เว็บไซต์ www.thisisclick.com/103.5 จะใช้เทคนิคในการนำเสนอข้อมูล และรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ต โดยคำนึงถึงลักษณะธรรมชาติของอินเทอร์เน็ตคือการใช้เทคโนโลยีระบบหลายสื่อและการใช้เทคโนโลยีสื่อสารสองทาง

(1) การใช้เทคโนโลยีในลักษณะสื่อผสม

จากการศึกษาพบว่าวัตถุประสงค์หลักของการจัดทำเว็บไซต์วิทยุอินเทอร์เน็ตคือการเป็นช่องทางในการนำเสนอรายการและข้อมูลข่าวสารของบริษัท ทั้งนี้เพราะเห็นว่าสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นการสื่อสารสองทางระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารและเป็นสื่ออิสระที่เปิดกว้างทั้งทางการแสดงเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ โดยมีคุณสมบัติที่เรียกว่ามัลติมีเดียหรือระบบหลายสื่อที่นำเสนอเนื้อหาได้ทั้งในรูปแบบข้อความ รูปภาพ เสียง ภาพกราฟิกเคลื่อนไหว

(1.1) เทคโนโลยีตัวอักษรและภาพ

เทคนิคพื้นฐานของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ใช้เพื่อดึงดูดสายตาและความสนใจของผู้ชมเว็บไซต์ อันได้แก่ ข้อความตัวหนังสือ ตัวหนังสือเคลื่อนไหว ภาพกราฟิกต่างๆ ภาพเคลื่อนไหว โลโก้ เป็นต้น ซึ่งทางเว็บไซต์ www.thisisclick.com/103.5 ก็ได้มีการนำเทคนิคต่างๆ อย่างเช่น ตัวหนังสือเคลื่อนไหวและภาพเคลื่อนไหว มาใช้ในหน้าเว็บเพจ อีกทั้งยังมีการใช้สีสดใส ซึ่งไม่จำกัดเพียงแต่รูปภาพหรือกราฟิกเท่านั้น หากแต่รวมถึงการใช้สีของตัวอักษรด้วย ทั้งนี้การเลือกใช้จะต้องเหมาะสมและสอดคล้องกับเนื้อหา ซึ่งแนวเพลงของ 103.5 FM One มีลักษณะเป็น **easy listening** และเป็นเพลงรัก ดังนั้น หน้าโฮมเพจของ 103.5 FM One จึงได้มีการเลือกใช้สีที่ดูนุ่มนวล อ่อนหวาน บ่งบอกถึงความเป็นผู้หญิง และแสดงออกถึงความรัก อย่างสีชมพู มาใช้เป็นสีหลัก ดังภาพข้างล่างนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพ 4.42 ตัวอย่างภาพเคลื่อนไหวภายในเว็บไซต์ โนโอมเพจของ 103.5 FM One

(1.2) เทคโนโลยีเสียง

เสียงเป็นองค์ประกอบหลักของการนำเสนอรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งนอกจากจะใช้เสียงจากรายการวิทยุแล้ว ยังใช้เสียงเพื่อประกอบการนำเสนอเนื้อหาบนเว็บไซต์ อีกด้วย ทั้งนี้ถือเป็นการสร้างสีสันและดึงดูดผู้ฟังอีกทางหนึ่ง ซึ่งเทคนิคในการนำเสนอด้วยเสียงของเว็บไซต์วิทยุบนอินเทอร์เน็ตจะประกอบไปด้วย 3 ส่วนคือ

(1.2.1) เสียงประกอบหรือเสียงเทคนิคพิเศษ เว็บไซต์ www.thisisclick.com มีการนำเสียงประกอบมาใช้ ดังนี้ การใช้เสียงประกอบการคลิกปุ่ม หรือ ไอคอน ปุ่มกราฟิกจะมีการเคลื่อนไหวพร้อมกับมีเสียงประกอบ หรือเสียงเวลาที่คลิกไปที่หน้า **Homepage**

(1.2.2) เสียงเพลง สำหรับสถานี **103.5 FM One** ผู้ฟังสามารถเข้าไปสมัคร เพื่อฟังเพลงใหม่ๆ ของศิลปินในสังกัดค่ายเพลงต่างๆ ได้

(1.2.3) เสียงรายการวิทยุ ใช้เทคโนโลยี **streaming** ซึ่งมีลักษณะทั้งเสียงจากรายการสด (**live**) ซึ่งจะมีปุ่มกดเลือกสถานีที่ต้องการฟัง ซึ่งสามารถคลิกเข้าไปเพื่อรับฟังรายการวิทยุที่ออกอากาศสดพร้อมกับเวลาที่ออกอากาศทางคลื่นวิทยุกระจายเสียงซึ่งอาจจะมีค่าธรรมเนียมเล็กน้อย



ภาพ 443 หน้าต่าง on air radio ผู้ฟังสามารถคลิกเข้าไปเพื่อรับฟังรายการสดของแต่ละสถานี

(2) การใช้เทคโนโลยีสื่อสารสองทาง

ธรรมชาติของอินเทอร์เน็ตคือการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (**Interactivity**) ซึ่งทำให้สามารถเอาชนะข้อจำกัดของการสื่อสารที่ต้องฟังทั้งระยะเวลาและระยะทางได้ ผู้ฟังสามารถใช้อินเทอร์เน็ตในการติดต่อสื่อสารกับผู้จัดรายการได้อย่างรวดเร็ว ทั้งด้านการ

- **ขอเพลงทางอินเทอร์เน็ต** ซึ่งเป็นเทคนิคหนึ่งที่ดึงดูดให้ผู้ฟังซึ่งสนใจเข้ามาในเว็บไซต์แล้ว สามารถขอเพลงผ่านทางเว็บไซต์ได้ ซึ่งสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา ไม่ต้องแย่งกดโทรศัพท์กันให้เสียเวลา ซึ่งผู้ฟังสามารถคลิกเข้าไปที่ปุ่ม **song request** แล้วทำการพิมพ์ชื่อเพลง อัลบั้ม ศิลปิน และชื่อของคนขอ



ภาพ 44 ตัวอย่างหน้าเว็บเพจภายใน Request Box ของ FM One

- แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและถามปัญหาต่างๆ ที่เกี่ยวกับอัลบั้มเพลง ตัวศิลปินหรือกิจกรรมของทางคลื่นซึ่งสามารถเข้าไปในหน้าเว็บบอร์ดได้ และคลิกเลือกสถานีก่อน ซึ่งผู้ผลิตรายการสามารถนำข้อมูลตรงนี้ไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนาเนื้อหาต่างๆ ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น



ภาพ 45 ตัวอย่างหน้าเว็บบอร์ดของ 103.5 FM One

สรุปการปรับแปลรูปแบบทางด้านเทคนิคการนำเสนอในรายการ 103.5 FM One เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisislick.com

จากการศึกษารูปแบบทางด้านเทคนิคการนำเสนอในรายการ 103.5 FM One เมื่อนำเสนอผ่านเว็บไซต์ www.thisislick.com พบว่า เทคนิคในการนำเสนอแตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องมาจากธรรมชาติของสื่อที่ไม่เหมือนกัน กล่าวคือ วิทยุเป็นสื่อที่ไม่มีภาพ มีแต่เสียง แต่ด้วยเสียงนี้เองที่เป็นสิ่งช่วยกระตุ้นจินตนาการของผู้ฟังได้เป็นอย่างดี, วิทยุกระจายเสียงสู่ผู้ฟังอย่างรวดเร็ว นอกจากวิทยุกระจายเสียงสู่ผู้ฟังเป็นจำนวนมากแล้ว ความเร็วยังเป็นคุณสมบัติที่โดดเด่นอีกประการหนึ่ง

ของสื่อนี้ วิทยุเป็นสื่อที่มีความยืดหยุ่นในตัวสูง และยังคงมีความสด กล่าวคือ วิทยุสามารถนำเสนอเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้ในเวลาเดียวกันกับที่เหตุการณ์นั้นๆ เกิดขึ้น, วิทยุไม่ต้องการทักษะการอ่านเขียน ผู้ฟังวิทยุไม่จำเป็นต้องมีทักษะในการอ่านออกเขียนได้ ก็สามารถรับฟังวิทยุได้ เพราะวิทยุเป็นสื่อที่ใช้เสียงเพียงอย่างเดียวในการส่งสาร นอกจากนี้ผู้ฟังวิทยุยังสามารถรับรู้ข่าวสารได้ด้วย และวิทยุสร้างความรู้สึกร่วมได้โดยใช้เสียง วิทยุเป็นสื่อที่ใช้เสียงในการส่งสาร แต่สิ่งที่อยู่นอกเหนือจากสารนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน เสียงของมนุษย์ที่อบอุ่น เป็นมิตร ให้กำลังใจ โกรธแค้น เจ็บปวด หรือสนุกสนาน ร่าเริง ระดับเสียงสูงต่ำ สำเนียง การเว้นวรรค การเน้นย้ำ ฯลฯ เหล่านี้ เป็นคุณสมบัติของเสียงซึ่งสามารถรับฟังได้ทางวิทยุที่ให้ความหมายของสารมากกว่าสิ่งที่ได้ยิน ดังนั้น ด้วยธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียง จึงทำให้เทคนิคในการนำเสนอเนื้อหา เน้นไปที่ความหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นภาษา ลีลาในการจัดรายการของดีเจ และการเพิ่มเสียงประกอบต่างๆ เข้ามา อย่างจึงเกิดรายการ เพื่อเปลี่ยนความรู้สึก เปลี่ยนอารมณ์ของผู้ฟัง ทำให้ไม่รู้สึกรำคาญและจำเจ

แต่สำหรับสื่ออินเทอร์เน็ต เนื่องจาก อินเทอร์เน็ต มีรูปแบบการสื่อสารด้วยระบบหลายสื่อ หรือสื่อประสม (Multimedia) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การนำเสนอเรื่องราว ข้อมูล และสารสนเทศต่างๆ บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสามารถทำได้หลายรูปแบบทั้งข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว และเสียง อีกทั้งยังมีการตอบสนองและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Interactivity) สูงกว่าสื่อวิทยุ จึงทำให้ต้องมีการปรับแปลงเทคนิคการนำเสนอที่แตกต่างออกไปเพื่อให้เหมาะสมกับสื่อ นั้นๆ กล่าวคือ มีการนำเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาช่วยเพิ่มสีสันในการนำเสนอมากขึ้น ทำให้ไม่รู้สึกรำคาญและจำเจ ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยีตัวอักษรและภาพ มีการใช้สีสันสดใสในการออกแบบหน้าเว็บไซต์ มีการใช้ตัวอักษรเคลื่อนไหวต่างๆ และภาพกราฟิกสวยๆ ทั้งนี้เพื่อให้แลดูน่าดึงดูดและดึงดูดใจของผู้ชม ทำให้เกิดความรู้สึกอยากจะคลิกเข้าไปชมรายละเอียดเพิ่มเติม มีการใช้เทคโนโลยีเสียง อันได้แก่ เสียงประกอบหรือเสียงเทคนิคพิเศษ เช่น เสียงเวลาคลิกไปที่ไอคอนต่างๆ เสียงเพลง ที่ผู้ฟังสามารถคลิกเข้าไปฟังเพลงใหม่ๆ ของศิลปินในสังกัดค่ายเพลงต่างๆ ได้ และเทคโนโลยีสื่อสารสองทาง อย่างการขอเพลงผ่านทางเว็บไซต์หรือการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่างๆ ผ่านทางหน้าเว็บบอร์ด เพื่อให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในรายการมากขึ้น

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับแปลงรูปแบบทางด้านเทคนิคในการนำเสนอในรายการ 103.5 FM One เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/103.5

คุณพัชราวรรณ ศรีลาน (สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2550) web-editor ของเว็บไซต์ www.thisisclick.com กล่าวว่า การมีเว็บไซต์นั้นเป็นส่วนช่วยสนับสนุนวิทยุกระจายเสียงมากกว่า

อย่างเวลาที่ผู้ฟังต้องการขอเพลง สำหรับสื่อวิทยุกระจายเสียงผู้ฟังอาจต้องรอนานเพื่อต่อโทรศัพท์เข้าไป แต่ถ้าหากเป็นการขอเพลงผ่านทางเว็บไซต์แล้ว ผู้ฟังจะสามารถขอเพลงได้ตลอด 24 ชั่วโมง ด้วยวิธีง่ายๆ แทบไม่ต้องรอนาน โดยผ่านทาง **request box** ในหน้าเว็บเพจ นอกจากนี้ หากผู้ฟังพลาดข่าวประชาสัมพันธ์ช่วงใดช่วงหนึ่งของรายการ ไปก็สามารถคลิกเข้าไปอ่านเพิ่มเติมอีกครั้งได้ที่เว็บไซต์

อีกทั้งเทคนิคในการนำเสนอเนื้อหาบนเว็บไซต์ก็มีความหลากหลายมากกว่าเมื่อเทียบกับสื่อวิทยุ เพราะด้วยคุณสมบัติของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีความเป็นมัลติมีเดีย จึงมีนำเสนอทั้งภาพและเสียงไปด้วยกัน ซึ่งจะเห็นว่า www.thisisclick.com มีการเพิ่มลูกเล่นต่างๆ เข้าไปเพื่อดึงดูดผู้ชมให้เข้ามาชมเว็บไซต์ อย่างเช่น มีการใช้สีสดใสในการออกแบบหน้าเว็บไซต์ให้ดูสดใส น่าคลิก มีการใช้เทคนิคตัวอักษรเคลื่อนไหว หรือนำภาพกราฟิกสวยๆ และภาพเคลื่อนไหวมาใช้ประกอบในเว็บไซต์ด้วย

ดังนั้นสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านเกมในรายการ **103.5 FM One** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/103.5 มีอยู่ 2 ปัจจัย ดังนี้

ก. **ธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต** เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อมัลติมีเดีย มีความสูงสามารถเก็บข้อมูล ทั้งข้อความที่เป็นตัวอักษร ภาพ และเสียง มีความยืดหยุ่นในรูปแบบ เนื้อหา และการใช้งาน สามารถส่งข้อความทั้งตัวอักษร รูปภาพ และเสียง ดังนั้น เทคนิคการนำเสนอรายการวิทยุ **103.5 FM One** ผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต ก็ไม่ได้จำกัดแค่เสียงเพียงอย่างเดียว แต่หากมีการเพิ่มลูกเล่นต่างๆ อย่างตัวอักษรเคลื่อนไหว ภาพกราฟิก หรือภาพเคลื่อนไหว เพื่อให้เว็บไซต์ดูน่าสนใจ และดึงดูดผู้ชมให้เข้ามาคลิกดูเนื้อหามากขึ้น

ข. **กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย** จากการศึกษาพบว่า รูปแบบและเนื้อหาส่วนใหญ่ของทั้งรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุบนอินเทอร์เน็ตจะขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก ดังนั้นเทคนิคการนำเสนอรายการวิทยุ **103.5 FM One** ผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต จึงต้องออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก กลุ่มเป้าหมาย คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยที่มีอายุตั้งแต่ **20** ปีขึ้นไปจนถึงช่วงวัยทำงานตอนต้นไม่เกิน **35** ปี ดังนั้น เทคนิคการนำเสนอจะต้องดูทันสมัย น่าสนใจ และน่าติดตาม ทั้งนี้เพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย

4.2.2 ลำดับขั้นตอนการนำเสนอเนื้อหา

ลำดับขั้นตอนการนำเสนอเนื้อหาของรายการ 103.5 FMOne ผ่านสื่อวิทยุ

จากการศึกษา ช่วงของรายการดีเจดีเจดาว (อภิสร่า เกิดชูชื่น) ในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ **13.00 - 15.00** น. พบว่า ลำดับขั้นตอนการนำเสนอเนื้อหาแบ่งออกเป็น **2 ช่วง** คือ **13.00 - 14.00** น. และ **14.00 - 15.00** น. ซึ่งแต่ละช่วงมีลำดับขั้นตอนในการนำเสนอเนื้อหาดังต่อไปนี้

ช่วงที่ 1

- ข่าวสั้นชั่วโมง จากศูนย์ข่าววิทยุกองทัพบก **7.30** นาที
 - เปิดใจเกิดของทางคลื่น ตามด้วยเพลงไทยสากลต่อเนื่องกัน **3** เพลง ซึ่งเพลงที่เปิดส่วนใหญ่จะเป็นแนวฟังสบายหรือ **easy listening** มีทั้งที่เป็นที่นิยมกันในขณะนั้นและเคยเป็นที่นิยมมาแล้วในอดีต ในสัดส่วน **5:1**

- เข้าสู่ช่วง **Happy Time Happy Station** มีความยาว **15** วินาที โดยช่วงนี้จะเป็นช่วง **Dtac** เข้ามาซื้อช่วงโฆษณา โดยจะมีลักษณะเอาเทปอัดเสียงคารา นักร้อง ในหัวข้ออะไรที่ทำให้คุณแฮปปี้ อย่างเช่นของคุณป๊อปปี้ แคลอรี บลา บลา นักร้องเสียงคุณภาพ บอกว่า “นั่งริมชายหาด สบายๆ อากาศร้อนนิดหนึ่ง มีอาหารอร่อยๆ ก็แฮปปี้ครับ” จากนั้นดีเจพูดเปิดรายการประมาณ **20** วินาที ซึ่งอาจมีการนำบัตรจากกิจกรรมที่น่าสนใจมาแจก เช่น บัตร **T Four Challenge** ซึ่งเป็นชมการโชว์แข่งรถ เป็นต้น

“สวัสดิ์คะคุณผู้ฟังชาวร้อยสามจุดห้า เอฟเอ็มวัน ในช่วงบ่ายโมงถึงบ่ายสามโมง อยู่กับดิฉันดาว อภิสร่า ที่นี่แหละ วันนี้คะจะมีกิจกรรมสนุกๆ มาฝากกันเยอะเลยเรียกได้ว่าคลายร้อนกันเลยนะคะ...ส่วนกิจกรรมสนุกๆ ในช่วงสุดสัปดาห์ ดิฉันมีหนึ่งกิจกรรมมาฝากด้วยคะ วันอาทิตย์ที่จะถึงนี้จะมีงานแรน โลเวอร์ จี โฟร์ ชาเลนจ์ จะมีกิจกรรมการแข่งขันรถขับเคลื่อนสี่ล้อ...” จากนั้นดีเจพูดประชาสัมพันธ์ถึงกิจกรรมที่ทางสถานีเป็นผู้จัด **FMOne Perfect Day 1.30** นาที ต่อด้วยเปิดเพลง **1** เพลง

- เข้าสู่ช่วง **Salt Systemma Shows One** เป็นช่วงที่นำเพลงในคอนเสิร์ตที่จัดเสร็จไปแล้วมาเปิดให้ฟัง **1** เพลง ซึ่งช่วงนี้มียาสีฟัน **Salt Systemma** เป็นผู้สนับสนุนอยู่ ดีเจพูดขอบคุณสปอนเซอร์ **15** วินาที

- ดีเจพูดประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมเด่นของรายการ **1** นาที สำหรับในช่วงที่ศึกษาจะเป็นกิจกรรม **'FM One Perfect Day'** คอนเสิร์ตคือ คุณสามารถทำ **1** วันของคุณให้สมบูรณ์แบบได้ ซึ่งทางรายการได้จัดร่วมกับยาสีฟันซอลท์

- เปิดเพลง **2** เพลง หนึ่งในสองเพลงนี้คือเพลง โจทย์ในกิจกรรม **FMOne Perfect Day** ดีเจ พุดเชลยผู้โชคดีในช่วง โมงนี้ พร้อมคุยสัมภาษณ์กันสดๆ **2.30** นาที เปิดเพลง **1** เพลง

- โฆษณา **6** นาที เข้าสู่ช่วง **Salt Let's Get full** ซึ่งจะเป็นช่วงที่มีสปอนเซอร์ยาสีฟัน **salt** สนับสนุน ดีเจจะนำสาระน่ารู้เกี่ยวกับอาหารต่างๆ เช่น ผลไม้ มาพูดในรายการ **1** นาที จากนั้นเปิด เพลง **1** เพลง ปิดท้ายช่วงแรกด้วยโฆษณา **4** นาที

หมายเหตุ: เมื่อจบเพลงแต่ละเพลงจะถูกค้นด้วยจิงเกิ้ล **103.5** (วัน โอทริพอยท์ไฟว์) **FMOne** หรือ คุณกำลังฟัง **103.5** (ร้อยสามจุดห้า) **FMOne Better Music** **5** วินาที

สรุปช่วงที่ 1

เปิดเพลงเฉลี่ย **9** เพลง โดย **1** ใน **9** เพลงนี้จะนำมาจากงานคอนเสิร์ตที่จัดเสร็จไปแล้วโดยมี ยาสีฟัน **Salt Systemma** เป็นผู้สนับสนุนอยู่ นอกจากเพลงแล้ว เนื้อหาในรายการจะมีส่วนที่แทรก เข้ามานี้

1. ข่าวจากสถานีวิทยุกองทัพบก **7.30** นาที
2. สปอตโฆษณาแทรกประมาณ **6** นาที ช่วงท้ายรายการ และโฆษณา **4** นาที ปิดท้ายเบรก แรก
3. กิจกรรม **Happy Time Happy Station** โดยช่วงนี้จะเป็นช่วงที่ **Dtac** เข้ามาซื้อช่วงโฆษณา โดยจะมีลักษณะอัดเสียงคาราหรือนักร้อง ในหัวข้ออะไรที่ทำให้คุณแฮปปี้ มาเปิดให้ฟัง **15** วินาที
4. ดีเจพูดประชาสัมพันธ์ถึงกิจกรรมต่างๆ ที่น่าสนใจ อย่างการแข่งรถ และนำบัตรมาแจก ในรายการด้วย **20** วินาที
5. กิจกรรม **FMOne Perfect Day** ประมาณ **1-2** นาที โดยจะพูดก่อนเปิดเพลง **1** เพลง
6. ช่วง **Salt Let's Get full** เป็นช่วงที่มียาสีฟัน **salt** สนับสนุนอยู่ รายละเอียดของช่วงนี้ ดีเจ จะนำสาระน่ารู้เกี่ยวกับอาหารต่างๆ เช่น อาหาร ผลไม้ มาพูดในรายการ **1** นาที
7. จิงเกิ้ล เมื่อจบเพลงที่เปิดต่อเนื่อง แต่ละเพลงจะมีจิงเกิ้ลค้น **5** วินาที

ช่วงที่ 2

- รายงานข่าวจากสถานีวิทยุกองทัพบก **6** นาที ตามด้วยจิงเกิ้ล
- เริ่มต้นชั่วโมงด้วยดีเจพูดเข้ารายการ พร้อมกับประชาสัมพันธ์กิจกรรมจากทางรายการซึ่ง จัดเป็นประจำชื่อ **music homemade** **30** วินาที ซึ่งกิจกรรมนี้จัดขึ้นเพื่อเปิด โอกาสให้ผู้ฟังได้มีส่วนร่วมในการเลือกเพลง โดยผู้ฟังโทรฯ เข้ามาแนะนำเพลง ดีเจเปิดเพลงที่ถูกแนะนำมา **3** เพลง
- ดีเจพูดประชาสัมพันธ์ถึงกิจกรรม **FmOne Perfect Day** และบอกเพลง โจทย์ **2** นาที เปิด เพลง **2** เพลง

- เข้าช่วง **Happy Time Happy Station** 15 วินาที โดยช่วงนี้จะเป็นช่วง **Dtac** เข้ามาซื้อช่วงโฆษณา โดยจะมีลักษณะเอาเทปอัดเสียงคารา นักร้อง ในหัวข้ออะไรที่ทำให้คุณแฮปปี้ จากนั้นดีเจพูดขอบคุณสปอนเซอร์ **Dtac** 40 วินาที เปิดเพลง 2 เพลง หนึ่งในเพลงนี้คือเพลงโจทย์ของกิจกรรม **Fm One Perfect Day**

- ดีเจพูดกับผู้โชคดีที่โทรเข้ามาติดสายแรกในช่วงนี้ 1 นาที เปิดเพลง 1 เพลง โฆษณา 5.30 นาที

- เข้าสู่ช่วง **Happy Call Happy Society** 1.30 นาที โดยช่วงนี้เปิดโอกาสให้ผู้ฟัง **phone in** เข้ามา ซึ่งชั่วโมงนี้จะพูดถึงวันนี้มีความสุขในเรื่องอะไรมากที่สุด เปิดเพลงที่ผู้ฟังขอ 1 เพลง

- ดีเจพูดขอบคุณ **Dtac** 30 วินาที จากนั้นพูดปิดรายการ 20 วินาที

- โฆษณา 5 นาที

หมายเหตุ: เมื่อจบเพลงแต่ละเพลงจะถูกค้นด้วยจิงเกิ้ล **103.5** (วัน โอทริพอยท์ไฟว์) **FM One** หรือคุณกำลังฟัง **103.5** (ร้อยสามจุดห้า) **FM One Better Music** 5 วินาที

สรุปช่วงที่ 2

เปิดเพลงเฉลี่ย 9 เพลง โดย 4 ใน 9 เพลงนี้ จะเป็นเพลงที่ผู้ฟังโทรเข้ามาแนะนำ นอกจากเพลงแล้ว เนื้อหาในรายการจะมีส่วนที่แทรกเข้ามาดังนี้

1. ข่าวจากสถานีวิทยุกองทัพบก 6 นาที

2. สปอตโฆษณาแทรกประมาณ 5 นาที 2 ช่วง

3. กิจกรรม **Happy Time Happy Station** โดยช่วงนี้จะเป็นช่วงที่ **Dtac** เข้ามาซื้อช่วงโฆษณา โดยจะมีลักษณะอัดเสียงคาราหรือนักร้อง ในหัวข้ออะไรที่ทำให้คุณแฮปปี้ มาเปิดให้ฟัง 15 วินาที

4. ดีเจพูดประชาสัมพันธ์ถึงกิจกรรม **music homemade** ที่เปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้โทรเข้ามาแนะนำเพลง 30 วินาที

5. ดีเจพูดประชาสัมพันธ์ถึงกิจกรรม **FM One Perfect Day** 2 นาที ในช่วงแรกหลังจากเปิดเพลง

6. ช่วง **Happy Call Happy Society** โดยช่วงนี้เปิดโอกาสให้ผู้ฟัง **phone in** เข้ามา ซึ่งชั่วโมงนี้จะพูดถึงวันนี้มีความสุขในเรื่องอะไรมากที่สุด ดีเจจะพูด 1.30 วินาที

7. ดีเจพูดขอบคุณสปอนเซอร์ 30 วินาที 2 ช่วง หลังจากช่วง **Time Happy Station** และ **Happy Call Happy Society** ซึ่งเป็นช่วงที่สปอนเซอร์ **Dtac** ให้การสนับสนุนอยู่ทั้ง 2 ช่วง

8. ดีเจพูดปิดรายการ 20 วินาที

9. จิงเกิ้ล เมื่อจบเพลงที่เปิดต่อเนื่อง แต่ละเพลงจะมีจิงเกิ้ลค้น 5 วินาที

จากข้อมูลดังกล่าว สามารถนำมาสรุปลำดับขั้นตอนการนำเสนอเนื้อหารายการ **103.5 FM One** ของช่วงรายการดีเจดาว อภิสรา เกิดชูชื่น ได้ดังนี้

1. ข่าวจากสถานีวิทยุกองทัพบก
2. สปอตโฆษณา
3. กิจกรรม **Happy Time Happy Station**
4. กิจกรรม **music homemade**
5. กิจกรรม **FMOne Perfect Day**
6. **Happy Call Happy Society** เปิดโอกาสให้ผู้ฟัง **phone in** เข้ามา
7. ดีเจกล่าวปิดรายการ **20** วินาที
8. สปอตโฆษณา

ลำดับขั้นตอนการนำเสนอเนื้อหาของรายการ **103.5 FMOne** ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

สำหรับลำดับขั้นตอนในการนำเสนอเนื้อหารายการ **103.5 FM One** ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตพบว่า เนื่องจากคุณลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่สามารถแบ่งส่วนได้ (**Asynchronous**) ไม่มาเป็นกลุ่มก้อนเดียวกัน เช่น คอมพิวเตอร์มีศักยภาพในการจัดเก็บรักษาข้อมูลแบบแยกเป็นส่วนๆ จึงสามารถเรียกดูข้อมูลได้ตลอดเวลาตามต้องการ ซึ่งข้อมูลทั้งหมดจะถูกบรรจุลงในเว็บไซต์โดย **web editor** ในครั้งเดียว โดยจะทำการอัปเดตข้อมูลใหม่ๆ ทุกๆ วันจันทร์ ดังนั้น จึงไม่มีการจัดลำดับขั้นตอนการนำเสนอเนื้อหารายการเหมือนดังที่พบในสื่อวิทยุ ดังเช่นตัวอย่างหน้าโฮมเพจของ **103.5 FMOne**





ภาพ 446 ตัวอย่างโฮมเพจของ 103.5 FM One

จากภาพที่ 446 หน้าโฮมเพจของ 103.5 FM One จะมีการแบ่งเนื้อหาในการนำเสนออย่างชัดเจนในแต่ละบล็อก ซึ่งเนื้อหาที่จะประกอบไปด้วยอัลบั้มเพลง ศิลปิน กิจกรรม ข่าวประชาสัมพันธ์ และเกม หากผู้ฟังต้องการชมหัวข้อไหนก็สามารถคลิกเข้าไปได้เลย โดยไม่ต้องรอเวลาเหมือนดั่งสื่อวิทยุ

สรุปการปรับแปลงรูปแบบทางด้านลำดับขั้นตอนการนำเสนอในรายการ 103.5 FM One เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

จากการศึกษารูปแบบทางด้านลำดับขั้นตอนการนำเสนอในรายการ 103.5 FM One เมื่อนำเสนอผ่านเว็บไซต์ www.thisisclick.com พบว่า ลำดับขั้นตอนการนำเสนอรายการจะถูกกำหนดโดยตัวเจเป็นหลัก ผู้ฟังจะต้องฟังรายละเอียดและเนื้อหารายการตามที่นำเสนอเท่านั้น แตกต่างจากในสื่ออินเทอร์เน็ตที่ลำดับขั้นตอนการนำเสนอข้อมูลต่างๆ ถูกกำหนดโดยเทคโนโลยีเป็นหลักตายตัว ไม่ยืดหยุ่น ผู้ฟังสามารถรับฟังและอ่านเนื้อหาของรายการเมื่อไหร่ก็ได้ตามต้องการ ทุกที่ ทุกเวลา โดยไม่ต้องรอให้ตัวเจเป็นผู้นำเสนอ ดังนั้น การปรับแปลงรูปแบบทางด้านลำดับขั้นตอนการนำเสนอในรายการ 103.5 FM One เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com ก็คือการขยายเวลาและพื้นที่ในการรับฟังนั่นเอง

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบทางด้านลำดับขั้นตอนการนำเสนอในรายการ 103.5 FM One เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/103.5

ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบทางด้านลำดับขั้นตอนการนำเสนอในรายการ 103.5 FM One เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/103.5 มีอยู่ 2 ปัจจัย ดังนี้

ก. **ธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต** เนื่องจากคุณลักษณะอีกประการหนึ่งของสื่ออินเทอร์เน็ต คือ ความสามารถในการแบ่งส่วนได้ (**Asynchronous**) โดยไม่มาเป็นกลุ่มก้อนเดียวกัน เช่น คอมพิวเตอร์มีศักยภาพในการจัดเก็บรักษาข้อมูลแบบแยกเป็นส่วนๆ ตลอดจนในการส่งข้อมูลก็สามารถแยกส่งทีละส่วนทำให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน คุณภาพของข้อมูลไม่หายไปกับระยะทาง นอกจากนั้น ยังรวมถึงศักยภาพที่สื่อสามารถที่จะเก็บรักษาข่าวสารและข้อมูลไว้เผยแพร่ในรูปแบบอื่นๆ ที่ต่างกัน เช่น การแพร่สารสนเทศผ่าน โสมเพจ เป็นต้น

ข. **กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย** จากการศึกษาพบว่า รูปแบบและเนื้อหาส่วนใหญ่ของทั้งรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุบนอินเทอร์เน็ตจะขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก ดังนั้นลำดับขั้นตอนในการนำเสนอรายการวิทยุ 103.5 FM One ผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต จึงต้องออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก ซึ่ง 103.5 FM One กลุ่มเป้าหมาย คือนักศึกษามหาวิทยาลัยจนถึงช่วงวัยทำงานตอนต้น ที่ไฟแรง มีหัวก้าวหน้า ติดตามข่าวสารบ้านเมือง สนใจเทคโนโลยี ชอบฟังเพลง ชอบทำกิจกรรม มีรสนิยม อยู่ในช่วง 20- 35 ปี

4.2.2.3 ระยะเวลาในการออกอากาศ

ระยะเวลาในการออกอากาศรายการผ่านสื่อวิทยุ

จากการศึกษา ช่วงของรายการดีเจดาว (อภิสรดา เกิดชูชื่น) ในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ 13.00-15.00 น. พบว่า ระยะเวลาในการออกอากาศมีทั้งหมด 2 ชั่วโมง โดยเริ่มออกอากาศตั้งแต่วันที่ 13.00 น. และสิ้นสุดการออกอากาศเวลา 15.00 น. โดย Program Director จะเป็นคนกำหนดว่า แต่ละช่วงจะมีรูปแบบประมาณไหน ช่วงละกี่นาที โดยควบคุมให้ตรงกับนโยบายบริษัทฯ และความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการติดตามฟังอย่างต่อเนื่อง ส่วนตัวดีเจจะเป็นคนกำหนดเนื้อหาและสไตล์การจัดเอง

ระยะเวลาในการออกอากาศรายการผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

เนื่องจากธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ตไม่มีข้อจำกัดทางด้านเวลา ผู้ฟังสามารถเรียกชมข้อมูลต่างๆ ของรายการที่นำเสนอผ่านทางเว็บไซต์ www.thisclick.com/103.5 ได้นานเท่าไรก็ได้ตามต้องการ

สรุปการปรับเปลี่ยนรูปแบบทางด้านระยะเวลาในการออกอากาศในรายการ 103.5 FM One เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com

การปรับเปลี่ยนรูปแบบทางด้านระยะเวลาในการออกอากาศของในรายการ**103.5 FM One** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com/103.5 พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจาก สื่ออินเทอร์เน็ต ผู้ฟังสามารถคลิกเข้าไปชมข้อมูลได้ทุกเมื่อที่ต้องการ โดยไม่ต้องคำนึงถึงระยะเวลาในการออกอากาศ ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่สื่อวิทยุไม่มี ซึ่งผู้ฟังจะมีเวลาเป็นตัวกำหนดการรับฟังรายการจากทางสถานี

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบทางด้านระยะเวลาในการออกอากาศในรายการ 103.5 FM One เมื่อนำเสนอผ่านwww.thisclick.com/103.5

ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบทางด้านระยะเวลาในการออกอากาศในรายการ**103.5 FM One** เมื่อนำเสนอผ่านwww.thisclick.com/103.5 คือ ธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต เนื่องมาจากคุณลักษณะอีกประการหนึ่งของสื่ออินเทอร์เน็ต คือ ไม่มีข้อจำกัดทางด้านเวลา จึงทำให้การนำเสนอข้อมูลผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต สามารถนำเสนอได้ตลอด **24 ชั่วโมง** โดยไม่มีเวลาเป็นตัวกำหนด เหมือนดังที่พบในสื่อวิทยุกระจายเสียง

4.2.2.4 ระยะเวลาในการออกอากาศ

เวลาในการออกอากาศรายการผ่านสื่อวิทยุ

จากการศึกษา ช่วงของรายการดีเจดาว (อภิสรดา เกิดชูชื่น) ในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ เวลาในการออกอากาศ คือ **13.00- 15.00 น.** ทั้งนี้ **Program Director** จะเป็นคนกำหนดว่า รายการในแต่ละช่วง จะมีรายการอะไรบ้าง โดยควบคุมให้ตรงกับนโยบายบริษัทฯ และความต้องการของกลุ่มผู้ฟัง

เป้าหมาย ซึ่งจะทำให้การสำรวจมาแล้วว่า ช่วงไหน ควรจะเน้นการเปิดเพลง ช่วงไหนเน้นการเล่นเกมนี่ขึ้น เพื่อให้เกิดการติดตามฟังอย่างต่อเนื่อง

เวลาในการออกอากาศรายการผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

เนื่องจากธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ตไม่มีข้อจำกัดทางด้านเวลา ผู้ฟังสามารถเรียกชมข้อมูลต่างๆ ของรายการที่นำเสนอผ่านทางเว็บไซต์ www.thisisclick.com/103.5 ได้นานเท่าไรก็ได้ตามต้องการ

สรุปการปรับแปลงรูปแบบทางด้านเวลาในการออกอากาศในรายการ **103.5 FM One** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

การปรับแปลงรูปแบบทางด้านเวลาในการออกอากาศของในรายการ **103.5 FM One** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/103.5 พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจาก สื่ออินเทอร์เน็ต ผู้ฟังสามารถคลิกเข้าไปชมข้อมูลได้ทุกเมื่อที่ต้องการ โดยไม่ต้องคำนึงถึงเวลาในการออกอากาศ ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่สื่อวิทยุไม่มี ซึ่งผู้ฟังจะมีเวลาเป็นตัวกำหนดในการรับฟังรายการจากทางสถานี

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับแปลงรูปแบบทางด้านเวลาในการออกอากาศในรายการ 103.5 FM One เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/103.5

ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการปรับแปลงรูปแบบทางด้านเวลาในการออกอากาศในรายการ **103.5 FM One** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/103.5 คือ ธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต เนื่องมาจากคุณลักษณะอีกประการหนึ่งของสื่ออินเทอร์เน็ต คือ ไม่มีข้อจำกัดทางด้านเวลา จึงทำให้การนำเสนอข้อมูลผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต สามารถนำเสนอได้ตลอด **24 ชั่วโมง** โดยไม่มีเวลาเป็นตัวกำหนด เหมือนดังที่พบในสื่อวิทยุกระจายเสียง

4.2.2.5 พื้นที่สื่อ

วิทยุเป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่ง ที่สามารถส่งกระจายเสียงไปสู่ผู้คนจำนวนมากยังที่ต่างๆ ในเวลาเดียวกัน แต่ทว่าก่อให้เกิดผลกระทบกับผู้คนจำนวนน้อย ความแตกต่างระหว่างความสามารถในการส่งกระจายเสียงและการก่อให้เกิดผลกระทบนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น รายการที่เหมาะสม ความโดดเด่นและความคิดสร้างสรรค์ และคู่แข่งกันในทางธุรกิจ เพราะชีวิต

มนุษย์ไม่ได้รับฟังวิทยุอยู่ตลอดเวลา ซึ่งรายการของสื่อวิทยุจะสามารถออกอากาศได้ตามพื้นที่ที่มีสัญญาณวิทยุไปถึง ดังนั้น รายการของสถานี **103.5 FM One** ผู้ฟังสามารถรับฟังได้ครบเท่าที่มีสัญญาณส่งไปถึง นั่นก็คือในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

สำหรับสื่ออินเทอร์เน็ต **Denis McQuail (1987)** กล่าวว่า อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อใหม่ที่มีการผสมผสานเทคโนโลยีต่างๆ เข้าด้วยกัน ทั้งการขนส่ง การเก็บรวบรวมข้อมูล การสืบค้นข้อมูล การย่อส่วน การกระจาย การควบคุม การนำเสนอ และทำให้เกิดการสื่อสารหลายทาง นอกจากนี้ สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อมัลติมีเดีย มีความจุสูง สามารถเก็บข้อมูล ทั้งข้อความที่เป็นตัวอักษร ภาพ และเสียง มีความยืดหยุ่นในรูปแบบ เนื้อหา และการใช้งาน การตอบสนองและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (**Interactivity**) รวมทั้งความสามารถในการทะลุผ่านข้อจำกัดของการสื่อสารที่เกี่ยวกับเวลาและระยะทางในการสื่อสาร ดังนั้น รายการที่นำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต จะครอบคลุมพื้นที่ได้กว้างกว่า สามารถรับฟังได้ทุกพื้นที่ที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์และสัญญาณโทรศัพท์ไปถึง ซึ่งรวมไปถึงต่างประเทศด้วย ดังนั้น รายการของสถานี **103.5 FM One** ที่นำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตผ่านทาง www.thisislick.com/103.5 ผู้ฟังสามารถเข้าไปคลิกชมรายการได้ทุกพื้นที่ แม้กระทั่งต่างประเทศก็สามารถรับชมรับฟังได้เหมือนกับผู้ฟังที่รับฟังในประเทศไทย

สรุปการปรับเปลี่ยนรูปแบบทางด้านพื้นที่สื่อในรายการ **103.5 FM One** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisislick.com/103.5

จากการศึกษารูปแบบทางด้านพื้นที่สื่อในรายการ **103.5 FM One** เมื่อนำเสนอผ่านเว็บไซต์ www.thisislick.com/103.5 พบว่า รายการวิทยุเมื่อนำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ผู้ฟังจะสามารถรับฟังได้เป็นพื้นที่บริเวณกว้างกว่าเมื่อรับฟังรายการผ่านสื่อวิทยุ สามารถสรุปได้ว่า พื้นที่สื่อมีการปรับเปลี่ยนไป มีการขยายพื้นที่ในการรับฟังให้กว้างมากขึ้น ทั้งนี้อาจรวมไปถึงคนฟังที่อยู่ต่างประเทศที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์และสัญญาณโทรศัพท์ไปถึง

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบทางด้านพื้นที่สื่อในรายการ **103.5 FM One** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisislick.com/103.5

ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบทางด้านพื้นที่สื่อในรายการ **103.5 FM One** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisislick.com/103.5 คือ ธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต เนื่องจากคุณลักษณะอีกประการหนึ่งของสื่ออินเทอร์เน็ต คือ ไม่มีข้อจำกัดทางด้านพื้นที่ (**space**) จึงทำให้การส่งข้อมูลผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต สามารถส่งได้ครอบคลุมพื้นที่ได้กว้างไกลมากกว่า ครอบคลุมพื้นที่ที่ผู้รับฟังยังมี

เครื่องคอมพิวเตอร์อยู่ ดังนั้น ทางสถานี **103.5 FM One** จึงหันมาใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อเพิ่มช่องทางในการรับฟังรายการวิทยุสำหรับผู้ฟังที่อยู่ต่างจังหวัดที่ไกลจากจังหวัดกรุงเทพฯ เพราะสัญญาณวิทยุไม่สามารถส่งไปถึง และขยายฐานกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายให้กว้างขึ้น

4.3 การปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาของรายการ 104.5 Fat Radio ในเครือของบริษัท คลิ๊ก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com

4.3.1 การปรับเปลี่ยนเนื้อหาของรายการ 104.5 Fat Radio ในเครือของบริษัท คลิ๊ก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com

4.3.1.1 ภาษา

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเลือกศึกษาช่วงของรายการดีเจเปิดหน่วย (วิทยาลัยนานาชาติ) ในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ **13.00- 15.00** น. พบว่า การดำเนินรายการในสถานีคลื่นวิทยุ **104.5 Fat Radio** แบ่งออกเป็น 2 ช่วง คือ **13.00- 14.00** น. และ **14.00- 15.00** น. มีการใช้ภาษาในการดำเนินรายการของดีเจ ซึ่งจะมีการพูดแนะนำและพูดเข้าสู่ช่วงต่างๆ ของรายการ ดังตัวอย่างดังต่อไปนี้

- ดีเจกล่าวทักทายผู้ฟังและพูดเข้าสู่รายการ

“นี่คืองานจากสตรีท ฟัง โรลเลอร์ เมื่อปี พ.ศ. **2546** จากอัลบั้ม โรลเลอร์ เลิฟของ เพลงชื่อว่าง่ายตายนั่นเอง ก่อนหน้านี่คือเพลงแพ่จาก **take me five** รวมไปถึงสัญญาของ **forgotten** ค่ะ สามเพลงเปิดช่วงบ่ายของ **fat radio** กันนะคะ อยู่กับเปิดหน่วยที่นี่จนถึงบ่าย **3** โมง วันนี้เราจะมาผ่านอากาศเหงๆ ไปพร้อมๆ กัน ฝนตกอีกแล้ว ติดต่อกับเรานะคะ.... (เบอร์โทร) หรือในเว็บไซต์ www.thisclick.com ติดต่อกันมาก็แล้วกัน คุยกันนะ”

- ดีเจพูดเกี่ยวกับเพลงหรือศิลปิน

“**3** เพลงรักๆ ในเบรกนี้ค่ะ นี่คือทำไปก็เพราะรักจาก เต็ม ฌัฐวุฒิเศษ ก่อนหน้านี่คือฮันนิมูด จากซิด และนาเดีย รวมไปถึงจักรวาลแห่งรักของบอย เอเอฟค่ะ”

“ซ่อมไว้สำหรับคอนเสิร์ตใหญ่ พี่บอย วันอาทิตย์นี่นะคะ นี่คือเมดเลย์ **the rhythm & Boyd** ค่ะ พี่บอย โกสิยพงษ์ และ **11** นักร้อง กับอีกทั้งหมดก็เพลงนะ **11** เพลงค่ะ ในเพลงนี้ก็จะมิลมหายใจ สมมติ เจ้าหญิง ที่ฉันรู้ เก็บดาว ดอกไม้ ฤดูที่แตกต่าง นะคะ ก็เป็นเมดเลย์ที่คาดว่าน่าจะ ได้ยินในงานวันอาทิตย์นี้ด้วยแหละ”

- ดีเจกล่าวปิดรายการ

“ไปแล้วดีกว่า มีความสุขมากๆ นะคะ วันนี้อยู่กันต่อกับปิง แล้วตามด้วยน้องก้อย ตอนทุ่มหนึ่ง ส่วนเปิดหน่อยเจอกันวันจันทร์เนอะ”

- ดีเจพูดประชาสัมพันธ์ถึงกิจกรรมต่างๆ ที่น่าสนใจของทางสถานี อาทิเช่น

“มีใครอินเลิฟบ้างมั๊ยช่วงนี้ แนะนำให้ไปดูเกลดอร์กัน โรแมนติกมาก เป็นเกลดอร์ที่แสดงผลงาน ของ มล. จิราธร จิรประวัตินะคะ มล. จิราธรเนี่ยไม่เคยมีนิทรรศการแสดงผลงานเดี่ยวของตัวเองเลยเนอะ เป็นครั้งแรกในรอบ **12** ปี ที่ผ่านมาเลยทีเดียวนะ คือเกะจะมีผลงานค่อนข้างเยอะค่ะ วาดในนิตยสารต่างๆ เอ้อ เปิดหน่อยจำได้ว่าเคยไปเกาะมันนอก เสื้อของเกาะมันนอกก็วาดโดยมล.จิราธร จิรประวัติเหมือนกัน งานเค้าจะเป็นเส้นเดี่ยว สีจะออกพาสเทลๆ ดูแบบว่าสบายตา สบายใจ หัวข้อของการแสดงงานครั้งนี้คือ ความรัก คนรัก และความฝัน อ้อ น่าสนใจมั๊ยละ คงดูของคุณไปคูก็ได้ งานจะมีถึงวันที่ **29** เมษายน ที่ชั้น **1 the forumard** แถวๆ ถนนวิฑู ใครเป็นแฟนของมล. จิราธร จิราธิวัต หรือใครที่ไม่เคยดูผลงานของแก ก็ลองไปคูก็ได้ เปิดหน่อยว่าน่าสนใจทีเดียวแหละ”

- ดีเจพูดเข้าสู่กิจกรรมที่ได้รับการสนับสนุนจากทางสปอนเซอร์

สำหรับช่วงที่ศึกษาจะเป็นกิจกรรม **InSpy Fat Film**คือให้ผู้ฟังส่งหนังสือเข้ามาประกวด ซึ่งกิจกรรมนี้มีสปอนเซอร์ให้การสนับสนุนอยู่

“ช่วงท้ายชั่วโมง ขอทวงงานหน่อย ใครยังไม่ส่งหนังสือ **Fat Film**ของเรา **in spy fat film**ครั้งที่ **4**จะหมดเขตวันอาทิตย์นี้แล้ว ก็เมื่อถึงกับพี่แอ๊ด พี่แอ๊ดว่าจะเลื่อนออกไปให้อีกหน่อยหนึ่ง อาจจะเป็นวันจันทร์ และวันอังคาร นะคะ ยังไงก็รีบๆ ทำกันก็แล้วกัน เห็นว่ามีหลายกลุ่มกำลังจะเริ่มทำ ยังไม่เริ่มทำเลยจะทำวันเสาร์ อาทิตย์นี่นะคะ น่าจะทันละ

น้ำ ลอดดู ฟิตๆๆ แล้วส่งมาให้ดูกันนะคะ สำหรับ **fat film** ครั้งที่ 4 ของเรา ประกวดหนังสือสั้นๆ ที่นี้กับ **Fat Radio**”

ดีเจเปิดหน่วย วรรษฐา พงษ์ธนาภิกร (สัมภาษณ์, 20 พฤษภาคม 2550) กล่าวว่า พฤติกรรมของคนฟังในช่วงนี้จะเป็นแบบฟังผ่านๆ ผู้ฟังจะไม่ค่อยมีปฏิสัมพันธ์ (**interaction**) กับรายการสักเท่าไร ดังนั้น ทำให้รูปแบบรายการในช่วงนี้ไม่ค่อยมีช่วงเล่นเกมมากนัก การดำเนินรายการในช่วงนี้ ดีเจจะพูดน้อยลงเมื่อเทียบกับช่วงอื่นๆ และเน้นไปที่การเปิดเพลงมากกว่า สำหรับคำพูดที่ใช้ก็จะอิงกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ซึ่งก็คือ กลุ่มวัยรุ่น นิสิต นักเรียน นักศึกษา และคนทำงานรุ่นใหม่ อายุ 15-25 ปี ที่มีความคิดและสไตล์เป็นของตัวเอง กระตือรือร้น สนใจในสิ่งแปลกใหม่ในชีวิต อย่างเป็นตัวของตัวเอง รู้จักรับ รู้จักเลือก ในเรื่องราวต่างๆ ด้วยความมั่นใจ จากข้อมูลที่ได้ พบว่า ดีเจจะใช้คำพูดที่มีลักษณะเป็นกันเองมากๆ กับผู้ฟัง สังเกตได้จากการใช้คำว่า “เนอะ” แทนคำว่า “นะ” และใช้แทนตัวเองด้วยชื่อเล่น อีกทั้งยังมีการใช้น้ำเสียงเข้ามาช่วยกระตุ้นความรู้สึก เช่น การใช้น้ำเสียงอ่อนให้คนฟังส่งหนังสือเข้ามาประกวดกันเยอะ ๆ เช่น “ใครยังไม่ส่งหนังสือ Fat Film ของเรา **inspy fat film** ครั้งที่ 4 จะหมดเขตวันอาทิตย์นี้แล้ว... ยังไงก็รีบๆ ทำกันก็แล้วกัน เห็นว่ามีหลายกลุ่มกำลังจะเริ่มทำ ยังไม่เริ่มทำเลยจะทำวันเสาร์ อาทิตย์นี้นะคะ น่าจะทันละนะ...” นอกจากนี้ยังใช้คำศัพท์วัยรุ่นเข้ามาแทรกด้วย เช่นคำว่า ฟิตๆ มั่นๆ เป็นต้น

สำหรับภาษาที่ปรากฏอยู่บนวิทยุอินเทอร์เน็ต www.thisisclick.com พบว่า มีอยู่ 2 ลักษณะคือ

ก. ภาษาที่ใช้ในการออกอากาศสด (online radio)

สำหรับภาษาที่ใช้ในการออกอากาศสด (online radio) นี้ จะมีลักษณะเหมือนกับที่ดีเจพูดในรายการทุกประการ เพราะส่งออกมาจากแหล่งกำเนิดเดียวกัน

ข. ภาษาที่ใช้ในหน้าเว็บไซต์ www.thisisclick.com/1045

จากการศึกษาพบว่า ภาษาที่ใช้หน้าเว็บไซต์ www.thisisclick.com/1045 จะมีลักษณะเป็นทางการ อ่านแล้วกระชับ และเข้าใจง่าย font ตัวอักษรที่ใช้สำหรับพาดหัวเรื่อง มีลักษณะเหลี่ยมๆ ใหญ่ และอ่านง่าย สอดคล้องกับสไตล์แกนของสถานีที่ว่า **Fat Radio** โดๆ มั่นๆ อีกทั้งยังมีการใช้สีที่ต่างกันเข้ามาช่วยเพิ่มความสวยงาม และมีการใช้รูปภาพกราฟิกต่างๆ ที่ออกแบบมาให้โดนใจกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่น นิสิต นักศึกษา ทำให้ดูน่าสนใจ ไม่น่าเบื่อ และดึงดูดให้คนอ่านเข้าไปคลิกอ่านรายละเอียด แต่อย่างไรก็ตาม ภาษาที่ใช้ในหน้าเว็บไซต์ของ 1045

Fat Radio นั้น ก็ไม่สามารถแสดงลักษณะของเสียงหรือโทนเสียงให้ผู้ฟังรับรู้เหมือนดังที่เห็นในการนำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง ทั้งนี้เนื่องมาจากข้อจำกัดของสื่ออินเทอร์เน็ต ที่ไม่สามารถแสดงอารมณ์ของผู้พูดออกมาได้ ดังตัวอย่างเช่น



FAT BAND RHYTHM & HORNS

104.5 FAT RADIO & MOSHI

present

**FAT BAND
RHYTHM & HORNS**

กติกา

ผลการประกวด

**ผลการประกวด FAT BAND
RHYTHM & HORNS # 3
รอบชิงชนะเลิศ ปี 2549**

หลังจากชาวคณะวงดนตรีมัธยมไกล
ยักทัพไปประชันฝีมือลายมือกันจนลือลั่นสนั่นเช่นเดอ์ฟลอยด์
จนสร้างความทรรษาเหลือคณาหีบแ กัซซุมและปวตเศียรเวียนเกล้าแ กักรรเมการ
เพราะน้องๆ เจ๋งยกไกลกันจริงๆ เราก็ได้ผลการประกวดมา ดังนี้

รางวัลชนะเลิศ

วง **ณ เวียงนกงาม** จาก มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

รางวัลรองชนะเลิศ

วง **ใจแปก** จาก มหาวิทยาลัยศิลปากร

รองชนะเลิศอันดับที่ 2

วง **o se` band** จาก ร.ร อัสสัมชัญศรีราชา

รางวัล lively Band

วง **ณ เวียงนกงาม** จาก มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

ขอแสดงความยินดีกับทุกๆ วงที่ได้รับรางวัล
และวงดนตรีมัธยมไกลทุกวงที่เข้าร่วมประกวด
รวมถึงผู้ชม ผู้ฟัง และผู้สนับสนุนทุกท่านปีหน้าเจอกัน

ภาพ 4.47 ตัวอย่างหน้าเว็บเพจของกิจกรรมในรายการ 104.5 Fat Radio

จากภาพ 447 จะเห็นว่า ภาษาที่ใช้จะมีลักษณะเป็นทางการ และมีการใช้รูปแบบและขนาดของตัวอักษรให้มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ในส่วนที่เป็นเนื้อหา จะใช้ตัวอักษรขนาดเล็ก แต่ถ้าหากเป็นส่วนที่เป็นหัวเรื่องหรือส่วนที่เน้นความสำคัญ ก็ใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่ขึ้น และมีการใช้สีสันสดใส เช่น สีเขียว มาเป็นพื้นหลังข้อความที่เป็นหัวเรื่องหรือข้อความสำคัญ

อีกทั้งยังมีการใช้เครื่องหมายวรรคตอน อย่าง ไม้ยมก (๓) เพื่อสร้างอารมณ์ให้ดูสมจริงยิ่งขึ้นใช้จุลภาค (.) เพื่อคั่นข้อความให้อ่านง่าย และยังมีการใช้คำศัพท์วัยรุ่นด้วย เช่นประโยคที่ว่า “หลังจากคณะวงดนตรีมันยกโหล ยกทัพไปประชันฝีมือลายมือกันจนลือลั่นสนั่นเซินเตอร์พอยท์” จะเห็นว่ามีการใช้คำศัพท์วัยรุ่น เช่น คำว่า “มัน” หรือ “ลือลั่นสนั่น...” ทั้งนี้เพื่อให้ตรงความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ซึ่งก็คือกลุ่มวัยรุ่น นิสิต และนักศึกษา

นอกจากนี้ ภายในเว็บเพจของ 104.5 Fat Radio ยังมีการใช้ไฮไลต์ข้อความที่ต้องการเน้นให้น่าสนใจเป็นพิเศษ เช่น ไฮไลต์ที่คำว่า “CLICK” โดยสีเหลือง เพื่อให้ดูเด่นและสะดุดตา เกิดความรู้สึกอยากจะเข้าไปคลิกตาม ดังภาพ

CLICK Fat Awards#6 เช็ก Nominees และร่วมโหวตขวัญใจมหาชน ได้ตั้งแต่นี้

ภาพ 448 ตัวอย่างการลงพื้นสีหลังข้อความให้โดดเด่น สะดุดตา

และมีการใช้รูปภาพกราฟิกมาเพิ่มความน่าดึงดูด เช่น รูปภาพของคนอ้วนคนเดียวแต่มีหลายมือ สื่อถึงให้ผู้ฟังรายการวิทยุ Fat Radio ทำวงดนตรีด้วยตัวเอง หรือใช้สัญลักษณ์สื่ออารมณ์ (emotion icon) เข้ามาเพื่อเสริมอารมณ์ที่ขาดหายไป เช่น รูปหน้ายิ้มและแถบลิ้นที่แสดงออกถึงความขี้เล่นและทะเล้น รูปแก้วแดงที่แสดงออกถึงความอายหรือขัดเงิน รูปหน้าตกใจ แสดงความรู้สึกประหลาดใจ เป็นต้น ดังรูป



ภาพ 449 แสดงภาพ emotion ต่างๆ ที่ใช้สื่ออารมณ์ในเว็บไซต์ 104.5 Fat Radio

บทสรุปการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านภาษาในรายการ **104.5 Fat Radio** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

จากการศึกษาภาษาที่ใช้รายการวิทยุ **104.5 Fat Radio** และภาษาที่ใช้ในอินเทอร์เน็ต www.thisisclick.com/104.5 พบว่า ภาษาที่ใช้ในวิทยุมีลักษณะที่เป็นกันเองกับผู้ฟังมาก และใช้ลีลา และน้ำเสียงที่กระชับกระเฉง เร้าอารมณ์ เนื่องจากกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย คือ วัยรุ่น นิสิต นักเรียน นักศึกษา และคนทำงานรุ่นใหม่ อายุ **15-25** ปี สำหรับภาษาที่ใช้ในสื่ออินเทอร์เน็ตมีลักษณะที่แตกต่างจากสื่อวิทยุตรงที่เป็นทางการมากกว่า เนื่องด้วยธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นการนำเสนอข้อมูล และสารสนเทศในรูปแบบของข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว จึงไม่สามารถใช้น้ำเสียงและโทนเสียงของผู้จัดลงไปได้ แต่ก็ได้มีการใช้ภาพกราฟิก สีสดต่างๆ สัญลักษณ์สื่ออารมณ์ และเครื่องหมายวรรคตอน อย่างไม่ยั้ง (๓) เพื่อสร้างอารมณ์ให้ดูสมจริงยิ่งขึ้น และใช้จุดภาค (.) เพื่อคั่นข้อความให้อ่านง่าย อีกทั้งยังมีการใช้คำศัพท์วัยรุ่นมาเพิ่มความมีชีวิตชีวา ให้คนฟังรู้สึกอยากคลิกเข้าไปอ่านรายละเอียดมากขึ้น

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านภาษาในรายการ **104.5 Fat Radio** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/104.5

สำหรับปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านภาษาในรายการ **104.5 Fat Radio** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/104.5 คุณพัศวรรณ ศรีदान (สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2550) **web-editor** ของเว็บไซต์ www.thisisclick.com กล่าวว่า

“**web-editor** จะเป็นผู้เขียนเนื้อหา (**content**) ลงในเว็บไซต์ทั้ง 3 สถานี โดยที่เนื้อหาในเว็บไซต์จะอิงกับกลุ่มผู้ฟังเป็นหลัก ว่าผู้ฟังต้องการอะไร ซึ่งแต่ละคลื่นก็จะมีฝ่ายครีเอทีฟนำข้อมูลมาให้ ซึ่งข้อมูลก็จะเป็นกิจกรรมที่แต่ละสถานีอยากจะประชาสัมพันธ์ลงในเว็บไซต์ แต่ในอินเทอร์เน็ตจะสามารถลงรายละเอียดได้มากกว่า ส่วนการใช้คำพูด ในเว็บไซต์เราต้องการให้คนที่คลิกเข้ามาอ่าน เกิดความรู้สึกคล้อยตาม ก็จะพยายามใช้คำที่ดึงดูด โดยจะโปรยหัวเรื่องให้น่าสนใจ เพื่อผู้ชมที่คลิกเข้ามาอ่าน อยากจะเข้าไปอ่านรายละเอียดต่อไป”

ดังนั้นสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านภาษาในรายการ **104.5 Fat Radio** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/104.5 มีอยู่ 2 ปัจจัย ดังนี้

ก. **ธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต** เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อมัลติมีเดีย มีความสูงสามารถเก็บข้อมูล ทั้งข้อความที่เป็นตัวอักษร ภาพ และเสียง มีความยืดหยุ่นในรูปแบบ เนื้อหา และการใช้งาน สามารถส่งข้อความทั้งตัวอักษรและรูปภาพ แต่ยังคงขาดการสร้างจินตนาการซึ่งในสื่อวิทยุมี ถึงแม้ว่าวิทยุจะเป็นสื่อที่ไม่มีภาพ มีแต่เสียง แต่ด้วยเสียงนี้เองที่เป็นสิ่งช่วยกระตุ้นจินตนาการของผู้ฟังได้เป็นอย่างดี จึงทำให้ลักษณะการใช้ภาษาที่สื่อออกมามีความเป็นกันเอง และเข้าถึงผู้ฟังมากกว่าภาษาที่ใช้ในสื่ออินเทอร์เน็ต

ข. **กลุ่มคนฟังเป้าหมาย** จากการศึกษาพบว่า รูปแบบและเนื้อหาส่วนใหญ่ของทั้งรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุบนอินเทอร์เน็ตจะขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก ทำให้ทีมผู้ผลิตวางรูปแบบและเนื้อหารวมทั้งภาษาที่ใช้ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก เพื่อให้เกิดการติดตามฟังอย่างต่อเนื่อง

4.31.2 ปริมาณ

ปริมาณเนื้อหารายการ 104.5 Fat Radio ในสื่อวิทยุ

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเลือกศึกษาช่วงของรายการดีเจเปิดหน่วย (วรรษฐา พงษ์ธนาภิกร) ในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ **13.00- 15.00** น. พบว่า ปริมาณของเนื้อหาในช่วงของดีเจเปิดหน่วย (วรรษฐา พงษ์ธนาภิกร) จะประกอบไปด้วยเพลงเปิดเฉลี่ย ชั่วโมงละ **9-10** เพลง ข่าว กิจกรรมประชาสัมพันธ์ เกม และโฆษณา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ช่วงที่ 1

เปิดเพลงเฉลี่ย **11** เพลง โดย **1** ใน **9** เพลงนี้จะนำมาจากงานคอนเสิร์ตที่กำลังจะมีขึ้นในไม่ช้า นอกจากนี้เพลงแล้ว เนื้อหาในรายการจะมีส่วนที่แทรกเข้ามาดังนี้

1. ข่าวจากสถานีวิทยุกองทัพบก **6** นาที
2. สปอตโฆษณาแทรกประมาณ **1-2** นาที โดยจะมีอยู่ **4** ช่วง แต่ละช่วงจะเปิดหลังจากเปิดเพลงหรือมีการพูดประชาสัมพันธ์กิจกรรมของทางสถานี
3. ดีเจพูดเข้ารายการและแนะนำชื่อเพลงที่เปิดไป **40** วินาที
4. ช่วง **Check In** ดีเจพูดแนะนำเพลงเข้าใหม่ประจำสัปดาห์ **30** วินาที
5. ดีเจพูดประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ที่น่าสนใจ อย่างคอนเสิร์ต **30** วินาที
6. ดีเจพูดประชาสัมพันธ์กิจกรรมของทางสถานี ซึ่งจะจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี คือ **inspire fat film** ครั้งที่ **4** การประกวดหนังสือ โดยที่ให้ผู้ฟังส่งหนังสือเข้าประกวด **30** วินาที

7. จังหวะ เมื่อจบเพลงที่เปิดต่อเนื่อง แต่ละเพลงจะมีจังหวะ 5 วินาที

ช่วงที่ 2

เปิดเพลงเฉลี่ย 8 เพลง โดยจะมีส่วนที่แทรกมาดังนี้

1. ข่าวจากสถานีวิทยุกองทัพบก 3 นาที
2. สปอตโฆษณาแทรกประมาณ 2-4 นาที โดยจะมีอยู่ 4 ช่วง แต่ละช่วงจะเปิดหลังจากเปิดเพลงหรือมีการพูดประชาสัมพันธ์กิจกรรมของทางสถานี
3. ดีเจพูดเข้ารายการและแนะนำชื่อเพลงที่เปิดไป 20 วินาที
4. ดีเจแนะนำเพลงที่จะเปิดในช่วงเบรกต่อไปหลังโฆษณา 50 วินาที
5. ช่วงเฟรชมาร์ท ช่วงนี้ดีเจจะพูดแนะนำเพลงใหม่ 1 เพลง 10 วินาที
6. ดีเจพูดประชาสัมพันธ์ถึงคอนเสิร์ตที่น่าสนใจหรืองานศิลปะภาพถ่าย 2 ช่วง ช่วงละ 35-45 วินาที
7. ดีเจพูดประชาสัมพันธ์กิจกรรมของทางสถานี ซึ่งจะจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี คือ **inspire fat film** ครั้งที่ 4 การประกวดหนังสือ โดยที่ให้ผู้ฟังส่งหนังสือเข้าประกวด 1 นาที
8. จังหวะ เมื่อจบเพลงที่เปิดต่อเนื่อง แต่ละเพลงจะมีจังหวะ 5 วินาที

ปริมาณเนื้อหารายการ 104.5 Fat Radio ในสื่ออินเทอร์เน็ต

สำหรับในสื่ออินเทอร์เน็ต เนื้อหาของรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ต บนเว็บไซต์ www.thisisclick.com จะแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

ก. เนื้อหาที่ออกอากาศสด (online radio) คือ เนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงของแต่ละสถานีในเครือบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด ที่กำลังออกอากาศอยู่จริง

ข. เนื้อหาที่มีลักษณะเป็นภาพและเสียง โดยส่วนมากจะเป็นรายละเอียดเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ และข่าวประชาสัมพันธ์จากทางสถานี ซึ่งผู้ฟังสามารถเลือกคลิกเข้าไปดูได้ตามต้องการ

จากผลการศึกษา พบว่า เว็บไซต์ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับหน้า **Homepage** มากที่สุด ทั้งนี้เพราะถือเป็นหน้าที่ใช้ดึงดูดผู้ฟังเข้ามาคลิกชมได้มากที่สุด ซึ่งจะเน้นองค์ประกอบ 2 ส่วน คือ

1. ชื่อ สัญลักษณ์ประจำองค์กร สถานีและรายการวิทยุ
2. หัวข้อหรือรูปภาพ เชื่อมโยงไปยังรายละเอียดข้อมูลข่าวสารและรายการวิทยุที่น่าสนใจ

การออกแบบ **Homepage** จะคำนึงถึงความสวยงามและความชัดเจนในการนำเสนอ รวมถึงเนื้อหาสาระและการบริการต่างๆ ลักษณะการจัดวางรูปแบบของหน้า **Homepage** ของ www.thisisclick.com จะมีการจัดแบบใช้หน้าจอกว้างและแบ่งส่วนนำเสนอข้อมูล คือ หน้า **Homepage** จะสามารถแสดงข้อมูลทั้งหมดของเว็บไซต์ไว้ในหน้าเดียว ผู้ใช้งานสามารถใช้เมาส์ (**mouse**) ลาก **scroll bar** เลื่อนให้หน้าจอขึ้นลงได้ และมีเมนูหลักเป็นปุ่มหัวข้อเชื่อมโยงไปยังส่วนรายละเอียดของข้อมูลข่าวสารต่างๆ

ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาของเว็บไซต์วิทยุบนอินเทอร์เน็ตจะแตกต่างจากลักษณะการนำเสนอเนื้อหาผ่านทางสื่อวิทยุกระจายเสียง ด้วยธรรมชาติของสื่อที่ไม่เหมือนกันวิทยุกระจายเสียงนั้นเป็นสื่อที่รับรู้ได้เพียงแค่เสียงอย่างเดียว แต่อินเทอร์เน็ตมีคุณสมบัติของสื่อ **Multimedia** สามารถแสดงผลได้ทั้งข้อความ เสียง และภาพ เพราะฉะนั้น องค์กรผู้ผลิตเว็บไซต์วิทยุบนอินเทอร์เน็ตจึงสามารถนำศักยภาพในสื่ออินเทอร์เน็ตมาปรับวิธีการเผยแพร่เนื้อหาข้อมูลข่าวสาร และรายการวิทยุบนเว็บไซต์ให้เหมาะสม

หลักในการนำเสนอเนื้อหาผ่านหน้าเว็บเพจนั้น จะต้องคำนึงถึงข้อมูลที่จะนำเสนอว่าเป็นข้อมูลที่อยู่ในความสนใจหรือเกี่ยวข้องของผู้ชมหรือไม่ เพราะการนำเสนอข้อมูลที่มากเกินไป อาจจะทำให้ผู้ชมเกิดความสับสนและไม่สนใจอ่านต่อไป ดังนั้น ในการนำเสนอข้อมูลผ่านเว็บเพจควรจะเริ่มด้วยข้อมูลทั่วไปก่อน แล้วจึงค่อยนำเข้าสู่เนื้อหาที่ต้องการจะนำเสนอ โดยเนื้อหาโดยทั่วไปอาจจะอยู่ในหน้า **Homepage** ส่วนรายละเอียดต่างๆ นั้นจะอยู่ในเว็บเพจอื่นๆ ภายในเว็บไซต์เดียวกัน

ซึ่งเนื้อหาหลักโดยทั่วไปของเว็บไซต์วิทยุบนอินเทอร์เน็ตจะประกอบไปด้วย

1. ข้อมูลองค์กร เช่น ความเป็นมาขององค์กร ประวัติสถานี่
2. ข้อมูลรายการวิทยุ เช่น ผังรายการวิทยุ แนะนำรายการวิทยุ
3. ข้อมูลนักจัดรายการวิทยุ เช่น ข้อมูลแนะนำดีเจ อีเมลล์หรือที่อยู่ติดต่อ
4. ข่าวประชาสัมพันธ์และกิจกรรมของสถานี่
5. รายการวิทยุสดและรายการบันทึกต่างๆ
6. เว็บไซต์เชื่อมโยงต่างๆ

สำหรับหน้าต่างโฮมเพจ **1045 Fat Radio** ภายในหน้าต่างโฮมเพจนี้ เนื้อหาจะเน้นไปที่การนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์และกิจกรรมต่างๆ ที่ทางสถานี่จัดขึ้น ซึ่งได้ผ่านการนำเสนอในรายการ

ที่ออกอากาศผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงไปแล้ว แต่ได้มีการปรับปรุงรูปแบบและเนื้อหาให้มีความเหมาะสมกับสื่ออินเทอร์เน็ตและกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของ **104.5 Fat Radio** คือ กลุ่มวัยรุ่น นิสิต นักเรียน นักศึกษา และคนทำงานรุ่นใหม่ อายุ **15-25** ปี ที่มีความคิดและสไตล์เป็นของตัวเอง กระตือรือร้น สนใจในสิ่งแปลกใหม่ในชีวิตอย่างเป็นตัวของตัวเอง รู้จักรับ รู้จักเลือก ในเรื่องราวต่างๆ ด้วยความมั่นใจ ซึ่งภายในหน้าโฮมเพจ มีการนำเสนอเนื้อหาเด่นๆ หรือที่เรียกว่าไฮไลท์เอาไว้ในส่วนกลางของหน้าโฮมเพจนี้ด้วย เนื่องจากส่วนนี้เป็นส่วนที่ผู้ชมเห็นได้เด่นชัดที่สุด

Topic	Howd	Reply	Since	Last Update
งัดจาวสด. Sun Sun Sun Sun	206	9	1uk-uk 27 ต.ค. 51 18:36 น.	topanuw2 29 ต.ค. 51 19:05 น.
DOT 38 ตีมา 8.30 กับคุณจ๋า Mrs. Brightside	796	9	1uk-uk 18 ต.ค. 51 14:03 น.	anelle 27 ต.ค. 51 18:21 น.
ใครต่อใครในวงซอสโซลซิวมาเข้าโซลโซลซิวมา!!!	743	17	icecie 11 ต.ค. 51 18:47 น.	animani1 25 ต.ค. 51 10:29 น.
ชวชน Melody of life	226	6	KidYam 26 ต.ค. 51 15:31 น.	Nunoz 30 ต.ค. 51 13:02 น.
กิจกรรมF&Aของ	36	3	grad-e_o 29 ต.ค. 51 18:23 น.	b_inde 30 ต.ค. 51 11:29 น.
บอกทุกคนว่าเป็นอะไรไปB&B&D&Dที่	51	1	JJ 29 ต.ค. 51 11:23 น.	JJJ 29 ต.ค. 51 22:56 น.
เรื่องราวฟัดในชั่วขณะโดยศิลปินของฟัด	341	24	ukkarade 6 ต.ค. 51 21:17 น.	chungath 29 ต.ค. 51 27:43 น.

104.5 Fat Radio Activity เป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ที่ทางสถานีกำลังจัดขึ้น



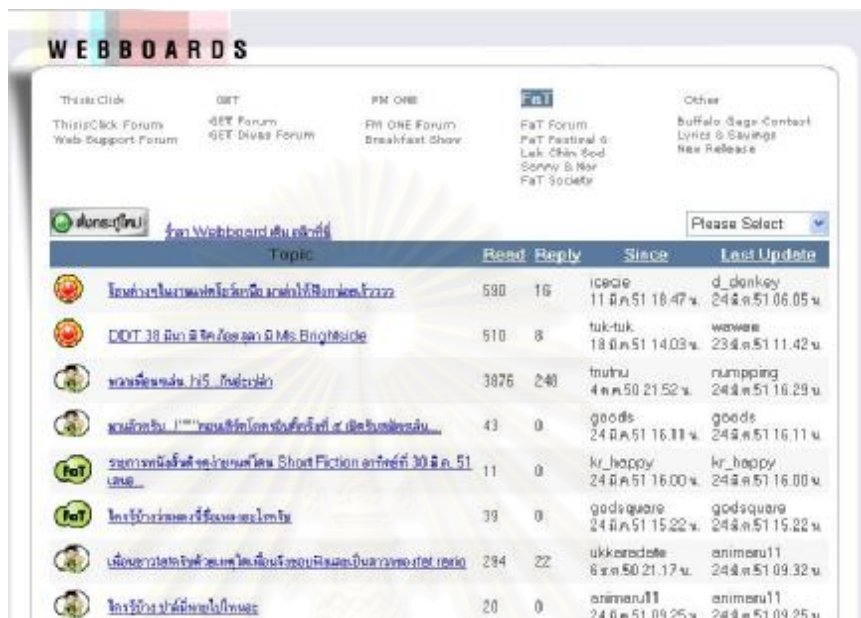
ภาพ 4.52 ภาพข่าวกิจกรรมที่นำเสนอผ่านโฮมเพจ 104.5 Fat Radio

104.5 Fat Radio Gallery เป็นการนำภาพกิจกรรมต่างๆ มาประมวลให้ผู้ชมดูกันอีกครั้ง หลังจากทีกิจกรรมนั้นๆ ได้จัดเสร็จสิ้นไป เพื่อเป็นการสร้างความตอกย้ำ รวมถึงดึงดูดลูกค้าโฆษณาให้เข้ามามากขึ้น



ภาพ 4.53 ตัวอย่าง gallery ภาพข่าวกิจกรรมที่ทางสถานีได้จัดไปแล้ว

Web Board มีการนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ที่จะจัดขึ้นในระยะเวลาอันใกล้ และเป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้ผู้ฟังสามารถตั้งกระทู้หรือแสดงความคิดเห็นต่างๆ เกี่ยวกับเพลง ศิลปิน หรือกิจกรรมต่างๆ ของทางสถานี



ภาพ 454 หน้าต่างเว็บบอร์ดของ 104.5 Fat Radio

Fat No. 1 นำอันดับหนึ่งจากชาร์ต **FAT 40** มาให้ผู้ฟังร่วมทำการโหวตคะแนน เพื่อจัดอันดับเพลงในสัปดาห์ต่อไป หน้าเว็บเพจนี้จะไปลิงค์กับหน้า **Fat Chart**



ภาพ 455 แสดง Fat No.1

นอกจากในส่วนของไฮไลท์ เว็บเพจ **104.5 Fat Radio** ยังได้มีการนำเสนอส่วนต่างๆ ไว้ที่เมนูทางด้านซ้ายอีกด้วย เช่น

Request Box เป็นส่วนที่เปิดโอกาสให้ผู้ฟังเข้ามาขอเพลงได้ทันที โดยไม่ต้องเสียเวลาต่อสายโทรศัพท์เข้ามาในรายการ



ภาพ 4.56 หน้าต่าง request box ของ 104.5 Fat Radio

104.5 Fat Insiders เป็นส่วนที่เปิดโอกาสให้ผู้ฟังสามารถนำเสนอเพลงที่ตัวเองชื่นชอบให้กับทางสถานีผ่านการโหวต ซึ่งเพลงที่ได้รับการโหวตสูงสุดจะมีสิทธิ์ได้เปิดในรายการวิทยุมากที่สุดและบ่อยที่สุด



ภาพ 4.57 หน้าต่าง fat insiders ของ 104.5 Fat Radio

Fat On Air

Fat Schedule ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงของ **104.5 Fat Radio** ผู้ฟังสามารถติดตามฟังรายการหรือติงที่ตัวเองชื่นชอบได้จากผังรายการนี้

	08.00 11.00	11.00 15.00	15.00 18.00	19.00 22.00	22.00 01.00	01.00 04.00	04.00 06.45
MON	DJ.ปาล์ม-อุ้ย	DJ.เบิ้ลหน้อย	DJ.ฤทธิ์	DJ.ก้อย ปิง คริส	DJ.เอ้	DJ.โต้ว-จัก	DJ.เอ
TUE	DJ.ปาล์ม-อุ้ย	DJ.เบิ้ลหน้อย	DJ.ฤทธิ์	DJ.ก้อย คริส	DJ.เอ้	DJ.โต้ว-จัก	DJ.เอ
WED	DJ.ปาล์ม-อุ้ย	DJ.เบิ้ลหน้อย	DJ.ฤทธิ์	DJ.ก้อย ปิง	DJ.เอ้	DJ.โต้ว-จัก	DJ.เอ
THU	DJ.ปาล์ม-อุ้ย	DJ.เบิ้ลหน้อย	DJ.ฤทธิ์	DJ.มิ่ง คริส	DJ.เอ้	DJ.โต้ว-จัก	DJ.เอ
FRI	DJ.ปาล์ม-อุ้ย	DJ.เบิ้ลหน้อย	DJ.ฤทธิ์	DJ.ก้อย ปิง คริส	DJ.เอ้	DJ.โต้ว-จัก	DJ.เอ
	08.00 11.00	11.00 15.00	15.00 16.30	16.30 18.00	19.30 21.00	21.00 00.00	00.00 06.45
SAT	DJ. สัปประตณน	DJ.ช่างน้อย	DJ.ดิน	DJ.แพรว	FAT U	SONNY &NOR	SWEEP
	08.00 11.00	11.00 15.00	15.00 16.30	16.30 18.00	19.30 22.00	22.00 00.00	00.00 06.45
SUN	DJ. สัปประตณน	DJ.ช่างน้อย	DJ.ดิน	DJ.แพรว	FAT 40	BEDROOM	SWEEP

ภาพ 4.58ผังรายการวิทยุ 104.5 Fat Radio

Fat DJs เป็นนำเสนอข้อมูลส่วนตัวของดีเจจากทางสถานี



ภาพ 4.59ตัวอย่างข้อมูลส่วนตัวของดีเจ

Fat Chart เป็นการนำเสนอชาร์ตเพลง ซึ่งภายในเว็บไซต์จะมีกิจกรรมให้มีการโหวตเพลงผ่านทาง **click insiders** ซึ่งถือว่าเป็นส่วนที่สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างรายการกับผู้ฟังได้เป็นอย่างดี



ภาพ 460 หน้าต่างแสดงชาร์ตเพลงของ 104.5 Fat Radio

Fat on Ground

Fat Archive เป็นการประชาสัมพันธ์โครงการและกิจกรรมพิเศษต่างๆ ที่ทางสถานีเป็นผู้จัด

	San miguel music Fest Vol. 7	27/8/2551 8:00:00	and More...
	Fat festival 7 5 ธันวาค	30/11/2551 8:40:32	and More...
	Nokia Music presents IAC Fat Circle	22/2/2551 8:31:34	and More...
	FAT 104.5	18/10/2550 2:46:48	and More...
	FAT FESTIVAL 7	1/10/2550 8:02:28	and More...
	FAT FILM 5 ละครเพลงจากเสียงเพลง	19/8/2550 23:44:10	and More...
	FAT RAMA 8	24/8/2550 7:32:19	and More...

ภาพ 461 หน้าต่างแสดงชาร์ตเพลงของ 104.5 Fat Radio

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านปริมาณในรายการ **104.5 Fat Radio** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/102.5

ดีเจเปิดหน่วย วรัชฐา พงษ์ธนานิกร (สัมภาษณ์, 20 พฤษภาคม 2550) กล่าวว่า เนื้อหาของรายการที่เกี่ยวกับกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ตัวดีเจจะไม่สามารถพูดในรายการได้หมด ดังนั้น ทางทีมงานซึ่งประกอบไปด้วยฝ่ายครีเอทีฟ จะนำเนื้อหาในส่วนนี้ไปส่งให้กับ **web editor** เพื่อนำไปบรรจุไว้ยังหน้าเว็บเพจของ **104.5 Fat Radio** ต่อไป ซึ่งจะทำให้รายละเอียดของกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์มีมากกว่าที่พูดในรายการผ่านทางวิทยุกระจายเสียง

ดังนั้นสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านปริมาณในรายการ **104.5 Fat Radio** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/104.5 คือ ปัจจัยทางด้านธรรมชาติและศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ต เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีศักยภาพในการเก็บข้อมูลสูง มีความยืดหยุ่นในรูปแบบ เนื้อหา และการใช้งาน การตอบสนองและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (**Interactivity**) รวมทั้งความสามารถในการทะลุผ่านข้อจำกัดของการสื่อสารที่เกี่ยวกับเวลา และระยะทางในการสื่อสาร

คุณสมบัติที่สำคัญประการหนึ่งของอินเทอร์เน็ต คือ รูปแบบการสื่อสารด้วยระบบหลายสื่อหรือสื่อประสม (**Multimedia**) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การนำเสนอเรื่องราว ข้อมูล และสารสนเทศต่างๆ บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสามารถทำได้หลายรูปแบบทั้งข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ดังนั้น เนื้อหาของรายการ **104.5 Fat Radio** เมื่อนำเสนอผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต จึงมีปริมาณมากกว่าเมื่อนำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง

4.3.1.3 เพลง

เพลงที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อวิทยุ

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเลือกศึกษาช่วงของรายการดีเจเปิดหน่วย (วรัชฐา พงษ์ธนานิกร) ในวันจันทร์และวันศุกร์ เวลา **13.00- 16.00** น. พบว่า เพลงที่ใช้เปิดในช่วงของดีเจเปิดหน่วย (วรัชฐา พงษ์ธนานิกร) เป็นรายการเพลงไทยสากลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวไม่สังกัดค่ายเพลง รูปแบบรายการเพลงเป็นแบบ **CHR (Contemporary Hit Radio)** มีการเปิดเพลงที่ออกแนวนอกกระแสหรือเพลงที่เน้นความสดใหม่ของอัลบั้มที่นิยมฟังกันในกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ซึ่งมีการจัดเรียงเพลงที่จะเปิดตามผลสำรวจความต้องการของผู้ฟังที่ลงทะเบียนผ่านทาง **fat insiders** ใน

เว็บไซต์ www.thisisclick.com หรือเปิดเพลงที่มาจากผลงานของผู้ฟังที่บ้านที่มีความสามารถทางด้านดนตรีที่ฝากผลงานไว้ใน **bedroom studio** บนเว็บไซต์ www.thisisclick.com และได้รับคัดเลือกจากทีมงานผลิตรายการ นอกจากนี้ ยังมีการสร้างสรรค์กิจกรรมทั้งในรายการและนอกรายการที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายผ่านผู้ดำเนินรายการที่มีลักษณะเฉพาะตัวที่เหมาะสมกับรูปแบบของรายการ โดยดีเจจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้เรื่องเพลงไทยสากลที่เป็นเพลงฮิตในกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย เพลงนอกระแสด และความรู้รอบตัวที่ทันสมัย เพื่อชักจูงกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายให้ติดตามฟังตลอดวัน หรือเพิ่มความถี่ในการรับฟังให้มากขึ้น

ดีเจเปิดหน่วย วรรษฐา พงษ์ธนากร (สัมภาษณ์, 20 พฤษภาคม 2550) กล่าวว่า ในช่วงของดีเจเปิดหน่วย พฤติกรรมของคนฟังจะเป็นแบบฟังผ่านๆ ผู้ฟังจะไม่ค่อยมีปฏิสัมพันธ์ (**interaction**) กับรายการสักเท่าไร ดังนั้น ทำให้รูปแบบรายการในช่วงนี้ไม่ค่อยมีช่วงเล่นเกมมากนัก พฤติกรรมของคนฟังจึงคล้ายกับไปบังคับรูปแบบรายการไปในตัว ฉะนั้น การดำเนินรายการในช่วงนี้ ดีเจจะพูดน้อยลงเมื่อเทียบกับช่วงอื่นๆ และเน้นไปที่การเปิดเพลงมากกว่า สำหรับในส่วนของเนื้อหา รายการ จะถูกกำหนดโดยตัวดีเจเป็นหลัก ซึ่งจะคำนึงถึงความชอบของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายและนโยบายของบริษัทฯ แต่ถ้าหากเป็นช่วงกิจกรรมจากทางสถานี เนื้อหาในช่วงนี้จะถูกกำหนดโดยขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้านั้นเป็นหลัก

การคัดเลือกเพลงที่จะนำมาเปิดในรายการ จะทำการคัดเลือกจากกลุ่มผู้ฟังที่เข้าไปลงทะเบียนในเว็บไซต์ www.thisisclick.com/fat_insiders ซึ่งทางสถานีจะนำเพลงใหม่ช่วงสั้นๆ หรืออาจจะเป็นท่อน **Hook** นำมาให้ผู้ฟังทดลองฟังแล้วทำการให้คะแนน ถ้าหากเพลงไหนติดอันดับ **1-40** ความถี่ในการเปิดในรายการจะมีมากกว่าเพลงอื่นๆ เนื่องจาก เพลงที่ติดอันดับจะมีโอกาสถูกสุ่มขึ้นมาโดย **music director** เพื่อนำมารวมไว้ในอันดับเพลงที่จะใช้เปิดในรายการมากกว่า

นอกจากนี้ **Fat Radio** ยังมีกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้มีส่วนร่วมในการทำเพลง กล่าวคือ คนรุ่นใหม่ที่มีหัวทางด้านดนตรี แต่ไม่มีค่ายเพลงสามารถส่งผลงานเข้ามาให้ทางสถานีทดลองฟังได้ ทางสถานีจะทำการคัดเลือกเพลงที่ดี และมีคุณภาพ นำมาเปิดแนะนำในรายการ จากนั้น จะทำการสำรวจความนิยมของผู้ฟังว่าควรจะนำเพลงนั้นๆ มาเปิดซ้ำบ่อยแค่ไหน การกระทำอย่างนี้ จะทำให้ทางคลื่น **Fat Radio 104.5** ได้รู้ด้วยว่า แนวโน้มในการฟังเพลงของกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างไร เพื่อที่จะนำข้อมูลดังกล่าวนี้มาใช้เป็นประโยชน์ในการคัดเลือกเพลงให้โดนใจกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายให้มากที่สุด

เพลงที่แนะนำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

สำหรับเพลงที่แนะนำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต พบว่า มีอยู่ 2 รูปแบบ คือ

ก. รูปแบบการนำเสนอในลักษณะการออกอากาศสด (**online radio**) คือ เพลงที่แนะนำเสนอทางรายการวิทยุกระจายเสียงของแต่ละสถานีในเครือบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด ที่กำลังออกอากาศอยู่จริง

ข. รูปแบบการนำเสนอในลักษณะภาพ ซึ่งในหน้าเว็บเพจของ www.thissclick.com/1045 จะมีการนำเสนอภาพของศิลปิน อัลบั้มเพลง รวมถึงข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับอัลบั้มหรือศิลปินนั้นๆ ดังตัวอย่างข้างล่างนี้



ภาพ 464 ภาพแสดงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอัลบั้มและศิลปิน

สรุปการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านเพลงในรายการ **1045 Fat Radio** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thissclick.com

จากการศึกษาพบว่า เพลงที่แนะนำเสนอทางสื่ออินเทอร์เน็ต www.thissclick.com/1045 จะมีการเพิ่มภาพของศิลปิน หรืออัลบั้มเข้ามา ดังนั้น เมื่อผู้ฟังเปิดฟังวิทยุบนอินเทอร์เน็ต จะสามารถเห็นภาพของศิลปินและรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับอัลบั้มนั้นๆ ไปพร้อมๆ กับฟังเพลง ต่างกับเมื่อผู้ฟัง ฟังเพลงจากสื่อวิทยุกระจายเสียง จะได้ยินแต่เสียงเพลงอย่างเดียว พร้อมกับมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับศิลปินหรือเพลงนั้นๆ น้อยมาก ซึ่งดีเจจะเป็นคนพูด ประมาณ 10 วินาที ตัวอย่างเช่น “3 เพลงรักๆ ในเบรกนี้ค่ะ นี่ก็ทำไปก็เพราะรักจาก เต็ม ญัฐวุฒิเศษ ก่อนหน้านี้คือฮันนิมุล จากซิดและนาเดีย รวมไปถึงจักรวาลแห่งรักของบอย เอเอฟค่ะ”

นอกจากนี้ รายการวิทยุ **104.5 Fat Radio** ยังมีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยในการจัดลำดับเพลงที่จะนำมาเปิดในรายการด้วย กล่าวคือ ผู้ฟังจะเข้าไปลงทะเบียนในเว็บไซต์ www.thisisclick.com/fat_insiders ซึ่งทางสถานีจะนำเพลงใหม่ช่วงสั้นๆ หรืออาจจะเป็นท่อน Hook นำมาให้ผู้ฟังทดลองฟังแล้วทำการให้คะแนน ถ้าหากเพลงไหนติดอันดับ **1-40** ความถี่ในการเปิดในรายการจะมีมากกว่าเพลงอื่นๆ เนื่องจาก เพลงที่ติดอันดับจะมีโอกาสถูกสุ่มขึ้นมาโดย **music director** เพื่อนำมารวมไว้ในอันดับเพลงที่จะใช้เปิดในรายการต่อไป

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านเพลงในรายการ 104.5 Fat Radio เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/104.5

ดิเจเปิดหน่วย วรรษฐา พงษ์ชนานิกร (สัมภาษณ์, 20 พฤษภาคม 2550) กล่าวว่า พฤติกรรมของคนในปัจจุบันนี้มีแนวโน้มที่จะใช้อินเทอร์เน็ตกันมากขึ้น ทางสถานีก็ได้มีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ของทางบริษัท รวมถึงการเปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้มีส่วนในการคัดเลือกเพลงที่จะนำมาเปิดในรายการ โดยไปลงทะเบียนในเว็บไซต์ www.thisisclick.com/fat_insiders แล้วทำการให้คะแนนเพลง เพื่อที่เพลงนั้นๆ จะมีโอกาสถูกสุ่มขึ้นมาเปิดในสถานีบ่อยครั้งขึ้น

ดังนั้นสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านเพลงในรายการ **104.5 Fat Radio** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/104.5 มีอยู่ 2 ปัจจัย ดังนี้

ก. ธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อมัลติมีเดีย มีความสูงสามารถเก็บข้อมูล ทั้งข้อความที่เป็นตัวอักษร ภาพ และเสียง มีความยืดหยุ่นในรูปแบบ เนื้อหา และการใช้งาน สามารถส่งข้อความทั้งตัวอักษร รูปภาพ และเสียง ดังนั้น การนำเสนอเพลงในรายการผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต ก็ไม่ได้มีเพียงแค่เสียงให้ผู้ฟังฟังเพียงอย่างเดียว แต่หากมีการเพิ่มภาพกราฟิกและข้อมูลเกี่ยวกับศิลปินและนักร้องเข้ามามากขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกหนึ่งที่ช่วยให้ผู้ฟังได้รับข้อมูลข่าวสารจากทางเพลงและศิลปินนั้นๆ มากขึ้น

ข. กลุ่มคนฟังเป้าหมาย จากการศึกษาพบว่า รูปแบบและเนื้อหาส่วนใหญ่ของทั้งรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุบนอินเทอร์เน็ตจะขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก ทำให้ทีมผู้ผลิตรวมถึงตัวดีเจ วางรูปแบบและเนื้อหา รวมทั้งเพลงที่จะนำมาเปิดในรายการ ให้ตอบรับกับความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย อีกทั้งยังทำให้กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย สามารถรับรู้ถึงข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับศิลปินหรืออัลบั้มเพิ่มเติม โดยสามารถคลิกเข้าไปดูได้ที่ www.thisisclick.com

431.4ข่าว

โดยส่วนมากแล้ว รายการวิทยุของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด จะมีสัดส่วนของรายการเพลงมากกว่าการนำเสนอข่าว ซึ่งในแต่ละรายการจะมีการรายงานข่าวประมาณ **5-10** นาที ต่อรายการ **1** ชั่วโมง ซึ่งใน **1** วันจะมีการนำเสนอข่าวแบ่งเป็น **2** ลักษณะ คือ

431.41 การนำเสนอข่าวรายการ ซึ่งจะนำเสนอทั้งหมด **3** ช่วงใน **1** วัน คือ หลังเวลา **800** น. เวลา **1200** น. และหลังเวลา **1800** น. ทั้งนี้จะเป็นการนำเสนอข่าวผ่านการรับสัญญาณจากหน่วยงานของรัฐซึ่งก็คือสถานีวิทยุในเครือกองทัพอากาศและกองทัพบกผู้เป็นเจ้าของสถานี

431.42 การนำเสนอข่าวของรายการ ซึ่งจะนำเสนอทุกๆ ต้นชั่วโมง จะเป็นการรายงานข่าวจากวิทยุกองทัพบกตลอดทั้งวัน

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเลือกศึกษาช่วงของรายการดีเจเปิดหน่วย (วรัญชาพงษ์ธนาภรณ์) วันจันทร์และวันศุกร์ช่วง **13.00- 15.00** น. พบว่า มีการนำเสนอข่าว **2** ช่วง ดังนี้

ช่วงที่ 1

ต้นชั่วโมงมีการรายงานข่าวจากศูนย์ข่าววิทยุกองทัพบกประมาณ **6** นาที

ช่วงที่ 2

ต้นชั่วโมงมีการรายงานข่าวจากศูนย์ข่าววิทยุกองทัพบกประมาณ **3** นาที

จากข้อมูลดังกล่าว สรุปได้ว่า ข่าวที่นำเสนอรายการทุกๆ ต้นชั่วโมง จะเป็นการรายงานข่าวจากศูนย์ข่าววิทยุกองทัพบกประมาณ โดยชั่วโมงแรกจะออกอากาศประมาณ **6** นาที และชั่วโมงที่ **2** จะออกอากาศประมาณ **3** นาที

ส่วนการรายงานข่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.thisisclick.com พบว่า มีการนำเสนอข่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.thisisclick.com โดยจะมีลักษณะเป็นการออกอากาศสด (**online radio**) ไปพร้อมๆ กับที่มีการรายงานข่าวจากทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และไม่มีการนำเสนอเนื้อหาเพิ่มเติมในหน้าเว็บเพจ ดังจะเห็นได้จาก รูปที่ **446** หน้าโฮมเพจของ **104.5 Fat Radio** จะไม่มีหัวข้อที่เกี่ยวกับข่าวเลย ดังนั้น จึงไม่พบการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านข่าวในรายการ **104.5 Fat Radio** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/104.5

431.5 กิจกรรม และข่าวประชาสัมพันธ์

กิจกรรมและข่าวประชาสัมพันธ์เมื่อนำเสนอผ่านสื่อวิทยุ

สำหรับกิจกรรมในรายการวิทยุของ **1045 Fat Radio** ในช่วงของดีเจเปิดหน่วย (วิทยุชุมชนนาวิก) ในวันจันทร์และวันศุกร์ เวลา **13.00-15.00** น. มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สำหรับช่วงที่ศึกษาจะเป็นกิจกรรม **InSpy Fat Film** คือให้ผู้ฟังส่งหนังสือเข้ามาประกวด ซึ่งกิจกรรมนี้มีสปอนเซอร์ให้การสนับสนุนอยู่

ตัวอย่างสคริปต์

“ช่วงท้ายชั่วโมง ขอทวงงานหน่อย ใครยังไม่ส่งหนังสือ **Fat Film** ของเรา **in spy fat film** ครั้งที่ **4** จะหมดเขตวันอาทิตย์นี้แล้ว ก็เมื่อก็คุยกับพี่แอ๊ด พี่แอ๊ดว่าจะเลื่อนออกไป ให้อีกหน่วยหนึ่ง อาจจะเป็นวันจันทร์ และวันอังคาร นะคะ ยังไงก็รีบๆ ทำกันก็แล้วกัน เห็นว่ามีหลายกลุ่มกำลังจะเริ่มทำ ยังไม่เริ่มทำเลยจะทำวันเสาร์ อาทิตย์นี้นะคะ น่าจะทันละนะ ลองดู ฟิตๆๆ แล้วส่งมาให้ดูกันนะคะ สำหรับ **fat film** ครั้งที่ **4** ของเรา ประกวดหนังสือดี ๆ ที่นี้กับ **Fat Radio**”

เช็คอิน: **scoop** ที่ว่ากันด้วยเรื่องของเพลงเข้าใหม่ประจำสัปดาห์ นำเสนอแบบมีชั้นเชิงทุกรูปแบบที่เป็นไปได้ โดยจะมีการไปอัดเสียงศิลปินที่มีผลงานเพลงในตอนนั้นๆ มาพูดคุยเกี่ยวกับเพลงที่ต้องการจะโปรโมต ซึ่งจะมีนำเสนอในช่วงต้นของชั่วโมงแรก (**13.00** น. - **14.00** น.) ของรายการ

ตัวอย่างสคริปต์

เช็คอินเป็นเสียงจากศิลปิน **P2Waship** “เช็คอินครับ หมู **P2Waship** เพลง...นี้เป็นเพลงซำจริงๆ ในอัลบั้ม และยังคงคอนเซ็ปต์เดียวกับทุกเพลง คือมองโลกในแง่ดี เพลงนี้เกี่ยวกับคนที่ผิดหวังกับความรัก กลัวที่จะเริ่มใหม่ เลยสร้างกำแพงขึ้นมาปิดกั้นตัวเอง เราก็เลยอยากจะบอกเค้าว่า ให้เปิดตัวเองซะบ้าง รับสิ่งใหม่ๆ เพราะคนดีๆ ไม่มีวันลอยมาจากฟ้า คือเราต้องหาคนๆ เอง พร้อมท่อนสุดของเพลงนั่นล่ะ”

ข่าวฝากประชาสัมพันธ์

เป็นข่าวกิจกรรมที่น่าสนใจในช่วงเวลานั้นๆ ซึ่งจะไม่ใช่กิจกรรมที่ทางสถานีเป็นผู้จัดขึ้น ตัวอย่างเช่น

ข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมศิลปะที่น่าสนใจทั่วไป

ตัวอย่างสกริปต์

“มีใครอินเลิฟบ้างมั๊ยช่วงนี้ แนะนำให้ไปดูเกลอรี่กัน โรแมนติกมาก เป็นเกลอรี่ที่แสดงผลงาน ของ มล. จิราธร จิระประวัตินะคะ มล. จิราธรเนี่ยไม่เคยมีนิทรรศการแสดงผลงานเดี่ยวของตัวเองเลยน้อ เป็นครั้งแรกในรอบ 12 ปี ที่ผ่านมาเลยทีเดียวนะ คือแะจะมีผลงานก่อนข้างเยอะคะ วาดในนิตยสารต่างๆ เอ้อ เบิ้ลหน่อยจำได้ว่าเคยไปเกาะมันนอก ลือของเกาะมันนอกก็วาดโดยมล. จิราธร จิระประวัติเหมือนกัน งานเค้าจะเป็นเส้นเดี่ยว สีจะออกพาสเทลๆ ดูแบบว่าสบายตา สบายใจ หัวข้อของการแสดงงานครั้งนี้คือ ความรัก คนรัก และความฝัน อ้อ น่าสนใจมั๊ยละ คงคู่ของคุณไปคู่อีกได้ งานจะมีถึงวันที่ 29 เมษายน ที่ชั้น 1 the forumard แลวๆ ถนนวิฑู ใครเป็นแฟนของมล. จิราธร จิราธิวัต หรือใครที่ไม่เคยดูผลงานของแะ ก็ลองไปคู่อีกได้ เบิ้ลหน่อยว่าน่าสนใจทีเดียวแหละ”

ข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับคอนเสิร์ต

ตัวอย่างสกริปต์

“ซ้อมไว้สำหรับคอนเสิร์ตใหญ่ พี่บอย วันอาทิตย์นี้ นะคะ นี่คือเมคเล็ย the rhythm & Boyd คะ พี่บอย โกสิยพงษ์ และ 11 นักร้อง กับอีกทั้งหมดคี่เพลงนะ 11 เพลงคะ ในเพลงนี้ก็จะมิมม หายใจ สมมติ เจ้าหญิง ที่ฉันรู้ เก็บดาว ดอกไม้ ฤดูที่แตกต่าง นะคะ ก็เป็นเมคเล็ยที่คาดว่าน่าจะได้ ยินในงานคอนเสิร์ตของพี่บอย โกสิยพงษ์ the rhythm & Boyd วันอาทิตย์นี้ด้วยแหละ”

กิจกรรมและข่าวประชาสัมพันธ์เมื่อนำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

สำหรับกิจกรรมและข่าวประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ผู้ฟังจะได้รับฟังใน 2 รูปแบบ คือ

ก. รูปแบบการนำเสนอในลักษณะการออกอากาศสด (online radio) คือ กิจกรรมและข่าวประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอผ่านทาง online radio ของสถานีวิทยุกระจายเสียงที่กำลังออกอากาศอยู่จริง

ข. รูปแบบการนำเสนอในลักษณะข้อมูลและภาพ ซึ่งในหน้าเว็บเพจของ www.thisisclick.com/1045 จะมีการนำเสนอรายละเอียดของกิจกรรมต่างๆ รวมถึงกฎ กติกาในการเข้าร่วมสนุก พร้อมภาพกราฟิกสวยๆ

สำหรับกิจกรรมต่างๆ ในรายการวิทยุ **104.5 Fat Radio** เมื่อนำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตพบว่า ทางครีเอทีฟจะเป็นคนเลือกกิจกรรมเด่นๆ ที่ทางสถานีต้องการประชาสัมพันธ์ให้กับ **web editor** เพื่อนำไปใส่ในหน้าเว็บไซต์ ซึ่งกิจกรรมที่ถูกคัดเลือก จะมีการเพิ่มรายละเอียด เนื้อหา และภาพกราฟิกต่างๆ เข้ามามากกว่าเมื่อนำเสนอผ่านสื่อวิทยุ ทำให้ผู้ฟังได้รับรู้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับกิจกรรมนั้นๆ ได้สะดวกยิ่งขึ้น ดังนั้น หากผู้ฟังไม่ทัน ก็สามารถคลิกเข้ามาดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หน้าเว็บไซต์ของสถานีวิทยุได้



IN SPY FAT FILM 4

**อ่านรายละเอียด, คู่มือโปรแกรมฉาย
และติดตามผลรางวัลทั้งหมด คลิกที่นี่**

<http://www.thisisclick.com/1045/fatfilm4>

ผลรางวัล Fat Film#4

รางวัลชนะเลิศ

หายไป / 10 นาที
 ผู้กำกับ : ลิขิต สิทธิพันธ์
 : เป็นเรื่องของคน 3 ร้อย โก่อี 3 ตัวและมีหมาแมวอีก 1 ซึ่งมีการหายไปของโก่อีเกิดขึ้น

รางวัลรองชนะเลิศ

SEE / 9 นาที
 ผู้กำกับ : นวพล อ่างรัตนสุทธิ
 : ชายแก่คนหนึ่งผัดข้าว กินข้าว และนั่งดูทีวี

ริปล้ำ / 10 นาที
 ผู้กำกับ : สุทัศน์ ดาวิไลรัตน์
 : เมื่อมีปอบอาละวาด ชาวบ้านจึงรวมตัวกันจับได้ ความสงสัยงันจึงเกิดขึ้น

รางวัลโอดเอ็ง

จอมยุทธ์ / 9 นาที (สาขา คำกับคิวบู๊ ยอดเยี่ยม จริงจริง)
 ผู้กำกับ : อยุธยา วัฒนาบุญบุตร
 : ในสมัยราชวงศ์ชิง เกิดเหตุการณ์ไม่สงบสุขขึ้นในไต้หวัน จีนดำเหมือนนปรมุข
 ของเหล่าชาวยุทธ์ ถูกต่อสู้อันจาก ภัยที่ส่ง เกิดการต่อสู้และความโกลาหลสะท้าน
 แผ่นดิน

ดี ก็ดี / 10 นาที (สาขา ขนหัวลูก)
 ผู้กำกับ : สมชาย วัชรจงกล
 :

รถไฟ / 6 นาที (สาขา น้องกล้าทำพี่กล้าให้)
 ผู้กำกับ : โกวิท โชวสุวรรณ
 : รถถึงเงินแดงกับการทดสอบสุดโหด

รางวัล SPY POPULARVOTE IN SPY FAT FILM#4
 เพราะเพลงดลใจ ละไร ละไร ก็กลายเป็นหนัง

SEE / 9 นาที
 ผู้กำกับ : นวพล อารังรัตนฤทธิ์
 : ชายแก่คนหนึ่งผัดข้าว กินข้าว และนั่งดูทีวี

ยินดีกับผู้ที่ได้รับรางวัลทุกท่าน
 และขอบคุณทุกท่านที่ส่งผลงานเข้าร่วมประกวด
 รวมถึงทุกท่านที่เฝ้าดู สนับสนุน และสู้ไปกับเรา
 ปีหน้าฟ้าใหม่เจอกัน

ภาพ 465 แสดงหน้าตาของกิจกรรม in spy by fat film

จากภาพที่ 465 จะเห็นว่า กิจกรรม **in spy by Fat Film** ที่ทางสถานีเป็นผู้จัด จะได้รับเงินสนับสนุนจากสปอนเซอร์ ซึ่งหน้าเว็บเพจจะมีรายละเอียดเกี่ยวกับการเข้าร่วมกิจกรรม **in spy by Fat Film** กล่าวเอาไว้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย อีกทั้งยังมีการประกาศรายชื่อของคนที่ได้รับรางวัลด้วย ซึ่งคนที่พลาดรายละเอียดบางส่วนตรงนี้ไป ก็สามารถคลิกเข้าไปดูรายละเอียดเพิ่มเติมกันได้ ที่หน้าเว็บไซต์ www.thisclick.com/1045

นอกจากนี้ ภายในเว็บไซต์ ยังได้มีการนำภาพข่าวกิจกรรมที่ทางสถานีจัดเสร็จสิ้นไปแล้ว นำมาลงให้ผู้ฟังได้ดูเพิ่มเติมอีก ทั้งนี้เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้ฟังที่ยังไม่ได้เข้าร่วมกิจกรรมรู้สึกอยากที่จะเข้าร่วมกิจกรรมกับทางสถานี อีกทั้งยังช่วยตอกย้ำให้คนที่เข้าร่วมกิจกรรมไปแล้ว อยากที่จะติดตามเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งต่อไป

	San miguel music Fest Vol. 7	07/04/2551 0:00:00	and More...
	Fat festival festival	30/7/2551 8:40:32	and More...
	Nokia Music presents IAC Fat Circle	22/2/2551 8:31:34	and More...
	FAT 101.5 FM	18/10/2550 2:48:48	and More...
	FAT FESTIVAL 7	1/10/2550 8:02:28	and More...
	FAT FILM 5	19/8/2550 23:44:10	and More...
	FAT RAMA 8	24/8/2550 7:32:19	and More...

ภาพ 466 หน้าต่างแสดงชาร์ตเพลงของ 104.5 Fat Radio

แต่สำหรับข่าวฝากประชาสัมพันธ์ที่ไม่เกี่ยวกับกิจกรรมของทางสถานี เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับงานศิลปะที่น่าสนใจ หรือคอนเสิร์ตที่กำลังจะมีขึ้นในไม่ช้า ทั้งนี้คุณพัชวรรณ ศรีदान (สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2550) web-editor กล่าวว่า แต่ละคลื่นจะมีฝ่ายครีเอทีฟนำข้อมูลที่เกี่ยวกับกิจกรรมหลักๆ ของแต่ละสถานี ที่อยากจะประชาสัมพันธ์ลงในเว็บไซต์มาให้ ซึ่งการอัปเดตข่าวกิจกรรมต่างๆ ก็ขึ้นอยู่กับความถี่ของกิจกรรมนั้นๆ ว่าจะมีช่วงไหนบ้าง การลงข่าวกิจกรรมในเว็บไซต์ จะมีการลงข้อมูลประชาสัมพันธ์กิจกรรมทั้งช่วงก่อนที่จะมี ช่วงระหว่าง และช่วงหลังปล่อยกิจกรรมไปแล้ว ดังนั้น สำหรับกิจกรรมที่เป็นแค่ข่าวประชาสัมพันธ์ทั่วไป โดยที่สถานีไม่ได้เป็นผู้จัด จึงไม่มีการนำไปใส่ลงในเว็บไซต์

สรุปการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านกิจกรรมและข่าวประชาสัมพันธ์ในรายการ 104.5 Fat Radio เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

จากการศึกษาเนื้อหาทางด้านกิจกรรมของทางสถานีที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุ เมื่อนำเสนอผ่านเว็บไซต์ www.thisisclick.com พบว่า กิจกรรมที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์ จะมีรายละเอียดมากกว่า คือมีข้อมูลของกิจกรรมมากกว่า และเพิ่มภาพข่าวกิจกรรมเข้ามาด้วย ทั้งนี้เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตสามารถบรรจุข้อมูลได้มากกว่าสื่อวิทยุ ดังที่ Denis McQuail (1987) กล่าวว่า “อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อใหม่ที่มีการผสมผสานเทคโนโลยีต่างๆ เข้าด้วยกัน ทั้งการขนส่ง การเก็บรวบรวมข้อมูล การสืบค้น

ข้อมูล การย่อส่วน การกระจาย การควบคุม การนำเสนอ และทำให้เกิดการสื่อสารหลายทาง” นอกจากนี้ สื่ออินเทอร์เน็ตยังเป็นสื่อที่มีความสูง อีกทั้งยังไม่มีข้อจำกัดทางเวลา เหมือนกับสื่อวิทยุ ที่ดีเจจะต้องรีบพูดให้กระชับเพื่อให้ทันกับเวลาที่ออกอากาศ จึงทำให้เนื้อหาและรายละเอียดที่พูดออกอากาศ น้อยกว่าเมื่อเทียบกับเนื้อหาที่นำไปลงในเว็บไซต์

แต่สำหรับข่าวประชาสัมพันธ์ที่ไม่เกี่ยวกับกิจกรรมของทางสถานี เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับการแข่งรถ จะไม่มีการนำมาใส่ไว้ในหน้าเว็บไซต์ ทั้งนี้ เพราะข้อมูลที่จะนำลงในเว็บไซต์จะเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่แต่ละสถานีอยากจะประชาสัมพันธ์เท่านั้น ดังนั้น จึงไม่พบการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านข่าวประชาสัมพันธ์ในรายการ **104.5 Fat Radio** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านกิจกรรมและข่าวประชาสัมพันธ์ในรายการ **104.5 Fat Radio** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/104.5

คุณพัชราวรรณ ศรีลาน (สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2550) web-editor ของเว็บไซต์ www.thisisclick.com กล่าวว่า เว็บไซต์มีส่วนช่วยสนับสนุนวิทยุที่ออกอากาศสดอยู่มาก ทั้งนี้ถ้าผู้ฟังพลาดรายละเอียดสำคัญๆ ไป อย่างฟังข่าวกิจกรรมต่างๆ ไม่ทัน ก็สามารถคลิกเข้าไปอ่านเพิ่มเติมได้ทางเว็บไซต์ www.thisisclick.com เพราะข่าวที่ประชาสัมพันธ์ผ่านทางดีเจ จะเป็นข่าวเดียวกันที่ลงในเว็บไซต์ โดยที่ web-editor จะเป็นผู้เขียนเนื้อหา (content) ซึ่งจะรับเนื้อหาข้อมูลกิจกรรมที่ต้องการอยากประชาสัมพันธ์มาจากฝ่ายครีเอทีฟอีกทีหนึ่ง

ดังนั้นสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางกิจกรรมและข่าวประชาสัมพันธ์ในรายการ **104.5 Fat Radio** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/104.5 มีอยู่ 3 ปัจจัย ดังนี้

ก. **ธรรมชาติและศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ต** เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อมัลติมีเดีย มีความสูง สามารถเก็บข้อมูล ทั้งข้อความที่เป็นตัวอักษร ภาพ และเสียง มีความยืดหยุ่นในรูปแบบ เนื้อหา และการใช้งาน สามารถส่งข้อความทั้งตัวอักษร รูปภาพ และเสียง ดังนั้น การนำเสนอกิจกรรมและข่าวประชาสัมพันธ์ในรายการผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต ก็ไม่ได้มีเพียงแค่เสียงให้ผู้ฟังฟังเพียงอย่างเดียว แต่หากมีการเพิ่มภาพกราฟิกและข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมนั้นๆ เข้ามามากขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกหนึ่งที่ช่วยให้ผู้ฟังได้รับข้อมูลข่าวสารของกิจกรรมต่างๆ จากทางสถานี และสามารถโน้มน้าวให้ผู้ฟังเกิดความต้องการอยากมีส่วนร่วมกับกิจกรรมที่ทางสถานีจัดมากขึ้น

ข. กลุ่มคนฟังเป้าหมาย จากการศึกษาพบว่า รูปแบบและเนื้อหาส่วนใหญ่ของทั้งรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุบนอินเทอร์เน็ตจะขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก ดังนั้นกิจกรรมต่างๆ ที่ทางสถานีจัดขึ้น ทางฝ่ายครีเอทีฟ จะต้องออกแบบให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก เพื่อทำให้เกิดการติดตามฟังอย่างต่อเนื่อง

ค. การตลาด มีตัวแปรสำคัญคือ บริษัท โฆษณา ซึ่งในปัจจุบันนี้รายการวิทยุทางอินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มที่จะเป็นที่นิยมมากขึ้น เพราะเนื่องมาจากรูปแบบและเนื้อหาของรายการที่ดึงดูด น่าสนใจ และผู้ใช้สะดวกในการรับฟัง ฉะนั้น บริษัท โฆษณาจึงพร้อมที่จะลงทุนซื้อสื่อเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าของตัวเอง จึงทำให้เนื้อหาและรูปแบบของกิจกรรมบางส่วนถูกกำหนดจากทางบริษัทโฆษณา

431.6 เกม

ดีเจเปิดหน่วย วรัชฐา พงษ์ธนานิกร (สัมภาษณ์, 20 พฤษภาคม 2550) กล่าวว่า ในช่วงของดีเจเปิดหน่วย วันจันทร์และวันศุกร์ เวลา 13.00-15.00 น. พฤติกรรมของคนฟังจะเป็นแบบฟังผ่านๆ ผู้ฟังจะไม่ค่อยมีปฏิสัมพันธ์ (interaction) กับรายการสักเท่าไร ฉะนั้น ทำให้รูปแบบรายการในช่วงนี้ไม่ค่อยมีช่วงเล่นเกมมากนัก พฤติกรรมของคนฟังจึงคล้ายกับไปบังคับรูปแบบรายการไปในตัว ฉะนั้น การดำเนินรายการในช่วงนี้ ดีเจจะพูดน้อยลงเมื่อเทียบกับช่วงอื่นๆ และเน้นไปที่การเปิดเพลงมากกว่า สำหรับในส่วนเนื้อหาของรายการ จะถูกกำหนดโดยตัวดีเจเป็นหลัก ซึ่งจะคำนึงถึงความชอบของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายและนโยบายของบริษัทฯ แต่ถ้าหากเป็นช่วงกิจกรรมจากทางสถานี เนื้อหาในช่วงนี้จะถูกกำหนดโดยขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก

ดังนั้น จึงไม่พบการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านเกมของรายการ 104.5 Fat Radio ในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisislick.com

432 การปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการ 104.5 Fat Radio ในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisislick.com

432.1 เทคนิคการนำเสนอ

ข. เทคนิคการนำเสนอรายการ 104.5 Fat Radio ผ่านสื่อวิทยุ

จากแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง และรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียงในการผลิตรายการวิทยุ พบว่า องค์ประกอบสำคัญ คือ ผู้ฟัง การเสนอรายการจำเป็นต้องสัมพันธ์กับผู้ฟังเป้าหมายอย่างไม่มีทางหลีกเลี่ยงได้ การรู้จักกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายอย่างละเอียด ช่วยช่วยให้การนำเสนอรายการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพ เพราะฉะนั้น ส่วนสำคัญที่น่าจะต้องพิจารณาในวิธีการนำเสนอรายการ จะประกอบไปด้วยส่วนสำคัญ 5 ประการ คือ

(1) ภาษาพูด (language) มีส่วนสัมพันธ์กับวัยและระดับการศึกษาของผู้ฟังอย่างมาก การใช้คำยากๆ หรือเป็นศัพท์เทคนิคมากมาย นอกจากจะทำให้ผู้ฟังไม่รู้เรื่องแล้ว ยังให้ความสนใจลดลงไปด้วย จากการนำเสนอรายการวิทยุในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด พบว่า รายการ **104.5 Fat Radio** ภาษาที่ใช้จะมีลักษณะเป็นภาษาวัยรุ่น มีการสร้างคำพูดแปลกใหม่ เหมือนการโฆษณา เช่น “น่าจะทันล่ะน้ำ ลองดู ฟิดๆๆ แล้วส่งมาให้ดูกันนะคะ สำหรับ **fat film** ครั้งที่ 4 ของเรา ประทศหนังสั้นดีๆ ที่นี้กับ **Fat Radio**” เนื่องจากกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงวัยรุ่นที่มีความคิดและมีสไตล์เป็นของตัวเอง

(2) ลีลาการพูด (style) การพูดทางวิทยุ นั้นไม่ควรพูดเหมือนการอ่านหนังสือ แต่ควรพูดเหมือนการพูดคุยกับเพื่อนสักคนหนึ่ง ลีลาการพูดนั้น แต่ละคนมีแบบฉบับเป็นของตนเอง เพื่อที่จะให้เข้ากับบรรยากาศของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ดีเจของแต่ละรายการวิทยุในเครือบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด จะมีวิธีการพูดที่แสดงถึงความเป็นตัวของตัวเอง และแตกต่างกันไปตามรูปแบบของรายการ ซึ่งทางบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด จะไม่เน้นคนที่มีความรู้หรือหน้าตาดี แต่จะเน้นที่ความสามารถและลีลาในการจัดรายการวิทยุที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว อย่างเช่น พูดเข้าเหย้ากับผู้ฟัง “ช่วงท้ายชั่วโมง ขอทวงงานหน่อย ใครยังไม่ส่งหนังสั้น **Fat Film** ของเรา **inspy fat film** ครั้งที่ 4 จะหมดเขตวันอาทิตย์นี้แล้ว...” ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ฟังรู้สึกเป็นกันเองกับดีเจมากขึ้น และยังมีการใช้โทนเสียงสูง เสียงต่ำ เน้นข้อความที่ต้องการเน้นเป็นพิเศษ อย่างเช่น “มีใครอินเลิฟบ้างมั๊ยช่วงนี้ แนะนำให้ไปดูเกลลอรี่กัน โรแมนติกมาก” เพื่อให้ผู้ฟังไม่รู้สึกรว่าการพูดของดีเจน่าเบื่อและอยากที่จะติดตามฟัง นอกจากนี้ ดีเจที่จัดรายการ **Fat Radio 104.5** จะต้องมีความรู้ในเรื่องเพลงที่เปิดดีพอสมควร เพราะเพลงที่เปิดบางเพลง จะไม่ใช่เพลงยอดนิยม และไม่ได้เป็นเพลงตลาด ดังนั้น ดีเจจำเป็นที่จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับเพลงนั้นๆ เพื่อที่จะนำมาอธิบายให้ผู้ฟังเข้าใจได้ง่าย



ภาพ 467 ตัวอย่างดีเจที่จัดรายการวิทยุของ 104.5 Fat Radio

(3) เพลงประกอบ (program music) ส่วนสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะทำให้รายการน่าฟังและผ่อนคลายความตึงเครียด นั่นก็คือ เพลงประกอบ การฟังเสียงผู้ดำเนินรายการนานเกินไป อาจทำให้รู้สึกน่าเบื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ดำเนินรายการที่ไม่มี ความชำนาญในการพูดอย่างเพียงพอ วิธีแก้ปัญหาคือ ใช้เพลงเข้าช่วยเพื่อให้ผู้ฟังได้พักหูเสียบ้าง และช่วยเปลี่ยนบรรยากาศให้ดีขึ้น ซึ่งจากการศึกษารายการ พบว่า 104.5 Fat Radio มีการใช้เพลงแนะนำรายการสั้นๆ ประมาณ 3 วินาที ซึ่งเรียกว่าจิงเกิ้ล (Jingle) และมีการใช้จิงเกิ้ล (Jingle) เปิดค้นระหว่างจบเพลงแต่ละเพลง และเปิดตอนจบรายการ ซึ่งจิงเกิ้ลของรายการ 104.5 Fat Radio จะมีลักษณะเป็นภาษาอังกฤษปนภาษาไทย และมีจังหวะการพูดเร็ว กระชับ เร้าใจ ประกอบกับใช้ดนตรีประกอบที่มีจังหวะเร็วปานกลาง ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของรายการที่เป็นกลุ่มวัยรุ่น นิสิต นักเรียน นักศึกษา และคนทำงานรุ่นใหม่ อายุ 15-25 ปี ที่มีความคิดและสไตล์เป็นของตัวเอง กระตือรือร้น สนใจในสิ่งแปลกใหม่ในชีวิตอย่างเป็นตัวของตัวเอง รู้จักรับ รู้จักเลือก ในเรื่องราวต่างๆ ด้วยความมั่นใจ จิงเกิ้ล (Jingle) จะบ่งบอกถึงลักษณะรูปแบบรายการ และแนวเพลงที่เปิดในรายการได้ สอดคล้องกับแนวคิด Mcleish (1999) ได้เห็นประสิทธิภาพของการทำเพลงสั้น (Jingle) ว่าสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารถึงเอกลักษณ์ของทางสถานีได้อีกวิธีหนึ่ง

ตัวอย่างจิงเกิ้ลที่ใช้เปิดรายการ: (เสียงผู้หญิงพูดจังหวะเร็วปานกลาง ลักษณะการพูดเหมือนการประกาศรายการวิทยุสมัยก่อน พร้อมกับมีเสียงดนตรีประกอบ จังหวะเร็ว เร้าใจ) คุณกำลังฟังสถานีวิทยุกระจายเสียงกองทัพบก พล. ปตอ. เอฟเอ็ม ร้อยสี่จุดห้า เมกกะเฮิร์ต สถานีวิทยุเพื่อประชาชน ข่าวสารบันเทิง และความมั่นคงของชาติ ต่อไปนี้ขอเชิญรับฟัง...(สลับด้วยเสียงพูดที่เป็นเสียงผู้ชาย) 104.5(ร้อยสี่จุดห้า) Fat Radio

ตัวอย่างจึงเกิดที่ใช้คลื่นรายการ: **104.5 Fat Fat Fat Radio** (เสียงผู้หญิงพูด กระซิบ จังหวะเร้าใจ)

ตัวอย่างจึงเกิดที่ใช้เปิดคลื่นรายการ: **Fat Radio 104.5** (วันโอโพรพอยท์ไฟว์) ร้อยสี่จุดห้า แฟตเรดิโอ (เสียงผู้ชายพูดจังหวะกระซิบ เร้าใจ)

(4) เสียงประกอบ (sound effect) ส่วนสำคัญอีกประการหนึ่งในวิธีการนำเสนอรายการที่จำเป็นต้องพูดถึงก็คือ เสียงประกอบ ซึ่งในที่นี้ไม่ได้หมายถึงเพลง แต่หมายถึงเสียงที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติหรือเสียงที่เกิดขึ้นในเหตุการณ์จริง ผู้จัดรายการจะบันทึกเสียงเหล่านั้นไว้ เพื่อนำมาสอดแทรกในรายการของตน เพื่อให้บรรยากาศของรายการดูสมจริงขึ้น ซึ่งจากการศึกษารายการ **104.5 Fat Radio** ไม่มีการนำเสียงประกอบเข้ามาใช้ในรายการ

(5) ความหลากหลาย (variety) และความเป็นหนึ่งเดียว (unity) การจัดรายการในปัจจุบันนี้มีการแข่งขันกันมาก อันตรายของการจัดรายการ คือ ความเบื่อ ความไม่น่าฟัง วิธีการนำเสนอรายการที่จะไม่ทำให้เกิดความน่าเบื่อแก่ผู้ฟัง ก็ควรจะต้องนำเสนอให้มีความหลากหลายในการที่เสนอนั้น ซึ่งจากการศึกษารายการ **104.5 Fat Radio** พบว่า การจัดรายการมีความหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นภาษาพูด ดิฉาดการพูด และเพลงประกอบ ทำให้กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายไม่ต้องทนฟังเสียงของผู้จัดรายการ แต่เพียงอย่างเดียว แต่มีเสียงอื่นเข้ามาแทรก ทำให้เปลี่ยนแปลงบรรยากาศ เปลี่ยนอารมณ์ของผู้ฟัง ทำให้ไม่รู้สึกรำคาญและน่าเบื่อ

ส่วนความเป็นหนึ่งเดียว รายการ **104.5 Fat Radio** ได้มีการนำเสนอเพลงโดยยึดเอาแนวเพลงเป็นหลัก กล่าวคือ **104.5 Fat Radio** ได้มีการนำเสนอเพลงไทยสากล เป็นรายการเพลงไทยสากลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวไม่สังกัดค่ายเพลง รูปแบบรายการเพลงเป็นแบบ **CHR (Contemporary Hit Radio)** มีการเปิดเพลงที่ออกแนวออกกระแสหรือเพลงที่เน้นความสดใหม่ของอัลบั้มที่นิยมฟังกันในกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ซึ่งมีการจัดเรียงเพลงที่จะเปิดตามผลสำรวจความต้องการของผู้ฟังที่ลงทะเบียนผ่านทาง **fat insiders** ในเว็บไซต์ www.thisisclick.com หรือเปิดเพลงที่มาจากผลงานของผู้ฟังทางบ้านที่มีความสามารถทางด้านดนตรีที่ฝากผลงานไว้ใน **bedroom studio** บนเว็บไซต์ www.thisisclick.com และได้รับคัดเลือกจากทีมงานผลิตรายการ นอกจากนี้ ยังมีการสร้างสรรค์กิจกรรมทั้งในรายการและนอกรายการที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายผ่านผู้ดำเนินรายการที่มีลักษณะเฉพาะตัวที่เหมาะสมกับรูปแบบของรายการ โดยดีเจจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้เรื่องเพลงไทยสากลที่เป็นเพลงฮิตในกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย เพลงนอกกระแส และความรู้รอบตัวที่ทันสมัย เพื่อชักจูงกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายให้ติดตามฟังตลอดวัน หรือเพิ่มความถี่ในการรับฟังให้มากขึ้น

ข. เทคนิคการนำเสนอรายการ 104.5 Fat Radio ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

เว็บไซต์ www.thisisclick.com/104.5 จะใช้เทคนิคในการนำเสนอข้อมูล และรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ต โดยคำนึงถึงลักษณะธรรมชาติของอินเทอร์เน็ตคือการใช้เทคโนโลยีระบบหลายสื่อและการใช้เทคโนโลยีสื่อสารสองทาง

(1) การใช้เทคโนโลยีในลักษณะสื่อผสม

จากการศึกษาพบว่าวัตถุประสงค์หลักของการจัดทำเว็บไซต์วิทยุอินเทอร์เน็ตคือการเป็นช่องทางในการนำเสนอรายการและข้อมูลข่าวสารของบริษัท ทั้งนี้เพราะเห็นว่าสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นการสื่อสารสองทางระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารและเป็นสื่ออิสระที่เปิดกว้างทั้งทางการแสดงเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ โดยมีคุณสมบัติที่เรียกว่ามัลติมีเดียหรือระบบหลายสื่อที่นำเสนอเนื้อหาได้ทั้งในรูปแบบข้อความ รูปภาพ เสียง ภาพกราฟิกเคลื่อนไหว

(1.1) เทคโนโลยีตัวอักษรและภาพ

เทคนิคพื้นฐานของสื่ออินเทอร์เน็ตที่ใช้เพื่อดึงดูดสายตาและความสนใจของผู้ชมเว็บไซต์ อันได้แก่ ข้อความตัวหนังสือ ตัวหนังสือเคลื่อนไหว ภาพกราฟิกต่างๆ ภาพเคลื่อนไหว โลโก้ เป็นต้น ซึ่งทางเว็บไซต์ www.thisisclick.com/104.5 ก็ได้มีการนำเทคนิคต่างๆ อย่างเช่น ตัวหนังสือเคลื่อนไหวและภาพเคลื่อนไหว มาใช้ในหน้าเว็บเพจ อีกทั้งยังมีการใช้สีสดใส ซึ่งไม่จำกัดเพียงแต่รูปภาพหรือกราฟิกเท่านั้น หากแต่รวมถึงการใช้สีของตัวอักษรด้วย สำหรับหน้าโฮมเพจของ **104.5 Fat Radio** ได้มีการเลือกใช้สีที่สดชื่น สบายตา ผ่อนคลาย และแสดงออกถึงพลังของความเป็นหนุ่มเป็นสาว อย่างสีเขียว มาใช้เป็นสีหลัก ดังภาพข้างล่างนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Topic	Head	Reply	Since	Last Update
รับฟังเพลง San Miguel Music Fest Vol. 7	206	9	27 มี.ค. 51 18:36 น.	29 มี.ค. 51 19:05 น.
DOT 38 มี.ค. 51 กับ เพลงจาก Mr. Brightside	796	9	18 มี.ค. 51 14:03 น.	27 มี.ค. 51 18:21 น.
เพลงใหม่ในทวิตเตอร์ได้ฟังแล้วชอบมาก ใครฟังแล้วชอบบ้าง	743	17	11 มี.ค. 51 18:47 น.	25 มี.ค. 51 18:29 น.
เพลงใหม่ Melody of life	226	6	26 มี.ค. 51 15:31 น.	30 มี.ค. 51 13:02 น.
เพลงใหม่ Fat Radio	36	3	29 มี.ค. 51 18:23 น.	30 มี.ค. 51 11:29 น.
เพลงใหม่จากวงที่เป็นสมาชิก SPAD000 ที่งาน underground	51	1	29 มี.ค. 51 11:23 น.	29 มี.ค. 51 22:56 น.
รับฟังการฟังเพลงใหม่จากศิลปินใหม่ที่มีคนฟังมากใน FM rates	341	24	16 มี.ค. 51 21:17 น.	29 มี.ค. 51 22:43 น.

ภาพ 468 ตัวอย่างภาพเคลื่อนไหวภายในเว็บไซต์ โนโอมเพจของ 104.5 Fat Radio

(1.2) เทคโนโลยีเสียง

เสียงเป็นองค์ประกอบหลักของการนำเสนอรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งนอกจากจะใช้เสียงจากรายการวิทยุแล้ว ยังใช้เสียงเพื่อประกอบการนำเสนอเนื้อหาบนเว็บไซต์อีกด้วย ทั้งนี้ถือเป็นการสร้างสีสันและดึงดูดผู้ฟังอีกทางหนึ่ง ซึ่งเทคนิคในการนำเสนอด้วยเสียงของเว็บไซต์วิทยุบนอินเทอร์เน็ตจะประกอบไปด้วย 3 ส่วนคือ

(1.2.1) เสียงประกอบหรือเสียงเทคนิคพิเศษ เว็บไซต์ www.thisisclick.com มีการนำเสียงประกอบมาใช้ ดังนี้ การใช้เสียงประกอบการคลิกปุ่มหรือไอคอน ปุ่มกราฟิกจะมีการเคลื่อนไหวพร้อมกับมีเสียงประกอบ หรือเสียงเวลาที่คลิกไปที่หน้า **Homepage**

(1.2.2) เสียงเพลง สำหรับสถานี **104.5 Fat Radio** ผู้ฟังสามารถเข้าไปสมัครเพื่อฟังเพลงใหม่ๆ ของศิลปินในสังกัดค่ายเพลงต่างๆ ได้ โดยคลิกเข้าไปที่ **click insiders** โดยจะต้องกรอกรายละเอียดต่างๆ ก่อน ซึ่งข้อมูลที่กรอกลงไปนี้ทางเว็บไซต์จะนำไปเป็นฐานข้อมูลต่อไป เมื่อผู้สมัครได้กรอกเสร็จแล้วจะสามารถรับฟังท่อนสุดของเพลงใหม่ได้ รวมถึงมีโอกาสได้ร่วมให้คะแนนด้วย ซึ่งวิธีนี้ทางเว็บไซต์จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจว่าเพลงนั้นๆ ได้รับความนิยมาจากกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายมากน้อยแค่ไหน ซึ่งถ้าหาก

เพลงไหนได้รับความนิยมมาก ทาง **music director** ก็จะเลือกเอาเพลงนั้นไปเปิดในรายการของทางสถานีต่อไป



ภาพ 4.69 ตัวอย่างหน้าต่าง Click Insiders

(1.2.3) เสียงรายการวิทยุ ใช้เทคโนโลยี **streaming** ซึ่งมีลักษณะทั้งเสียงจากรายการสด (**live**) ซึ่งจะมีปุ่มกดเลือกสถานีที่ต้องการฟัง ซึ่งสามารถคลิกเข้าไปเพื่อรับฟังรายการวิทยุที่ออกอากาศสดพร้อมกับเวลาที่ออกอากาศทางคลื่นวิทยุกระจายเสียงซึ่งอาจจะมีการดีเลย์เล็กน้อย



ภาพ 4.70 หน้าต่าง on air radio ผู้ฟังสามารถคลิกเข้าไปเพื่อรับฟังรายการสดของแต่ละสถานี

(2) การใช้เทคโนโลยีสื่อสารสองทาง

ธรรมชาติของอินเทอร์เน็ตคือการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (**Interactivity**) ซึ่งทำให้สามารถเอาชนะข้อจำกัดของการสื่อสารที่ต้องฟังทั้งระยะเวลาและระยะทางได้ ผู้ฟังสามารถใช้อินเทอร์เน็ตในการติดต่อสื่อสารกับผู้จัดรายการได้อย่างรวดเร็ว ทั้งด้านการ

- ขอเพลงทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นเทคนิคหนึ่งที่ตั้งใจให้ผู้ฟังซึ่งสนใจเข้ามาในเว็บไซต์แล้ว สามารถขอเพลงผ่านทางเว็บไซต์ได้ ซึ่งสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา ไม่ต้องแย่งกดโทรศัพท์กันให้เสียเวลา ซึ่งผู้ฟังสามารถคลิกเข้าไปที่ปุ่ม **song request** แล้วทำการพิมพ์ชื่อเพลง อัลบั้ม ศิลปิน และชื่อของคนขอ



ภาพ 4.71 ตัวอย่างหน้าเว็บเพจภายใน Request Box ของ 104.5 Fat Radio

- แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและถามปัญหาต่างๆ ที่เกี่ยวกับอัลบั้มเพลง ตัวศิลปินหรือกิจกรรมของทางคลื่นซึ่งสามารถเข้าไปในเว็บไซต์บอร์ดได้ และคลิกเลือกสถานีก่อน ซึ่งผู้ผลิตรายการสามารถนำข้อมูลตรงนี้ไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนาเนื้อหาต่างๆ ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

Topic	Read	Reply	Since	Last Update
โศลกในทะเลทรายอันกว้างใหญ่ไพศาล	590	16	11 มี.ค. 51 18:47 น.	id_donkey 24 มี.ค. 51 06:05 น.
DOT 38 วัน 8 ปี กับ Ms. Brightside	510	8	18 มี.ค. 51 14:03 น.	wawee 23 มี.ค. 51 11:42 น.
บทกวีของ 105 กับ 105	3876	249	4 มี.ค. 50 21:52 น.	trun 24 มี.ค. 51 16:29 น.
บทกวี 105 โศลกในทะเลทรายอันกว้างใหญ่ไพศาล	43	0	24 มี.ค. 51 16:11 น.	goods 24 มี.ค. 51 16:11 น.
บทกวี 105 โศลกในทะเลทรายอันกว้างใหญ่ไพศาล	11	0	24 มี.ค. 51 16:00 น.	kr_happy 24 มี.ค. 51 16:00 น.
โศลกในทะเลทรายอันกว้างใหญ่ไพศาล	39	0	24 มี.ค. 51 15:22 น.	godsquare 24 มี.ค. 51 15:22 น.
โศลกในทะเลทรายอันกว้างใหญ่ไพศาล	294	22	6 มี.ค. 50 21:17 น.	u-karadate 24 มี.ค. 51 09:32 น.
โศลกในทะเลทรายอันกว้างใหญ่ไพศาล	20	0	24 มี.ค. 51 09:25 น.	animan11 24 มี.ค. 51 09:25 น.

ภาพ 4.72 ตัวอย่างหน้าเว็บบอร์ดของ 1045 Fat Radio

สรุปการปรับปรุงรูปแบบทางด้านเทคนิคการนำเสนอในรายการ 1045 Fat Radio เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

จากการศึกษารูปแบบทางด้านเทคนิคการนำเสนอในรายการ 1045 Fat Radio เมื่อนำเสนอผ่านเว็บไซต์ www.thisisclick.com พบว่า เทคนิคในการนำเสนอแตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากธรรมชาติของสื่อที่ไม่เหมือนกัน กล่าวคือ วิทยุเป็นสื่อที่ไม่มีภาพ มีแต่เสียง แต่ด้วยเสียงนั่นเองที่เป็นสิ่งช่วยกระตุ้นจินตนาการของผู้ฟังได้เป็นอย่างดี, วิทยุกระจายเสียงสู่ผู้ฟังอย่างรวดเร็ว นอกจากวิทยุกระจายเสียงสู่ผู้ฟังเป็นจำนวนมากแล้ว ความเร็วยังเป็นคุณสมบัติที่โดดเด่นอีกประการหนึ่งของสื่อนี้ วิทยุเป็นสื่อที่มีความยืดหยุ่นในตัวสูง และยังมีความสะดวก กล่าวคือ วิทยุสามารถนำเสนอเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้ในเวลาเดียวกันกับที่เหตุการณ์นั้นๆ เกิดขึ้น, วิทยุไม่ต้องการทักษะการอ่านเขียน ผู้ฟังวิทยุไม่จำเป็นต้องมีทักษะในการอ่านออกเขียนได้ ก็สามารถรับฟังวิทยุได้ เพราะวิทยุเป็นสื่อที่ใช้เสียงเพียงอย่างเดียวในการส่งสาร นอกจากนี้ผู้พิการทางสายตาก็ยังสามารถรับรู้ข่าวสารได้ด้วย และวิทยุสร้างความรู้สึกร่วมกันได้โดยใช้เสียง วิทยุเป็นสื่อที่ใช้เสียงในการส่งสาร แต่สิ่งที่อยู่นอกเหนือจากสารนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญ ไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน เสียงของมนุษย์ที่อบอุ่น เป็นมิตร ให้กำลังใจ โกรธแค้น เจ็บปวด หรือสนุกสนาน ร่าเริง ระดับเสียงสูงต่ำ สำเนียง การเว้นวรรค การเน้นย้ำ ฯลฯ เหล่านี้ เป็นคุณสมบัติของเสียงซึ่งสามารถรับฟังได้ทางวิทยุที่ให้ความหมายของสารมากกว่าสิ่งที่ได้ยิน ดังนั้น ด้วยธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียง จึงทำให้เทคนิคในการนำเสนอเนื้อหา เน้นไปที่ความหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นภาษา ถิ่นในการจัดรายการของดีเจ และการ

การใช้เทคนิคตัวอักษรเคลื่อนไหว หรือนำภาพกราฟิกสวยๆ และภาพเคลื่อนไหวมาใช้ประกอบใน เว็บไซต์ด้วย

ดังนั้นสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านเกมในรายการ **1045 Fat Radio** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/1045 มีอยู่ 2 ปัจจัย ดังนี้

ก. **ธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต** เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อมัลติมีเดีย มีความสูง สามารถเก็บข้อมูล ทั้งข้อความที่เป็นตัวอักษร ภาพ และเสียง มีความยืดหยุ่นในรูปแบบ เนื้อหา และการใช้งาน สามารถส่งข้อความทั้งตัวอักษร รูปภาพ และเสียง ดังนั้น เทคนิคการนำเสนอรายการวิทยุ **1045 Fat Radio** ผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต ก็ไม่ได้จำกัดแค่เสียงเพียงอย่างเดียว แต่หากมีการเพิ่มลูกเล่นต่างๆ อย่างตัวอักษรเคลื่อนไหว ภาพกราฟิก หรือภาพเคลื่อนไหว เพื่อให้เว็บไซต์ดู น่าสนใจ และดึงดูดผู้ชมให้เข้ามาคลิกดูเนื้อหามากขึ้น

ข. **กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย** จากการศึกษาพบว่า รูปแบบและเนื้อหาส่วนใหญ่ของทั้งรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุบนอินเทอร์เน็ตจะขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก ดังนั้นเทคนิคการนำเสนอรายการวิทยุ **1045 Fat Radio** ผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต จึงต้องออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก กลุ่มเป้าหมาย คือกลุ่มวัยรุ่น นิสิต นักเรียน นักศึกษา และคนทำงานรุ่นใหม่ อายุ **15-25** ปี ที่มีความคิดและสไตล์เป็นของตัวเอง กระตือรือร้น สนใจในสิ่งแปลกใหม่ในชีวิตอย่างเป็นตัวของตัวเอง รู้จักรับ รู้จักเลือก ในเรื่องราวต่างๆ ด้วยความมั่นใจ ดังนั้น เทคนิคการนำเสนอจะต้องดูทันสมัย ไร่ใจ น่าสนใจ และน่าติดตาม ทั้งนี้เพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย

4.3.2.2 ลำดับขั้นตอนการนำเสนอเนื้อหา

ลำดับขั้นตอนการนำเสนอเนื้อหาของรายการ **1045 Fat Radio** ผ่านสื่อวิทยุ

จากการศึกษา ช่วงของรายการดีเจดีเจดาว (อภิศรา เกิดชูชื่น) ในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ **13.00 - 15.00** น. พบว่า ลำดับขั้นตอนการนำเสนอเนื้อหาแบ่งออกเป็น **2** ช่วง คือ **13.00 - 14.00** น. และ **14.00 - 15.00** น. ซึ่งแต่ละช่วงมีลำดับขั้นตอนในการนำเสนอเนื้อหาดังต่อไปนี้

ช่วงที่ 1

- เริ่มต้นด้วยการรายงานข่าวต้นชั่วโมงจากสถานีวิทยุกองทัพบก 6 นาที ตามด้วยสปอตของรายการ 1 นาที

- เปิดเพลง 3 เพลง ดีเจพูดเข้ารายการและแนะนำชื่อเพลงที่เปิดไป 40 วินาที “3 เพลงเปิดช่วงบ่ายของ fat radio กันนะคะ อยู่กับเปลล์หน่อยที่นี้จนถึงบ่าย 3 โมง วันนี้เราจะมาผ่านอากาศเหงาๆ ไปพร้อมๆ กัน ฝนตกอีกแล้ว ติดต่อกับเรานะคะ....(เบอร์โทร) หรือในเว็บไซต์ www.thisisclick.com ติดต่อกันมาก็แล้วกัน คุยกันนะ”

- ช่วง Check In แนะนำเพลงเข้าใหม่ประจำสัปดาห์ 30 วินาที โฆษณา 1.50 นาที

ช่วง Check In นี้จะเป็นเสียงจากศิลปินมาแนะนำเพลงให้ฟัง ตัวอย่างเช่น เสียงศิลปิน P2Warship “เช็คอินครับ หมู P2Warship เพลง...นี้เป็นเพลงซึ้งจริงๆ ในอัลบั้ม และยังคงคอนเซ็ปต์เดียวกับทุกเพลง คือมองโลกในแง่ดี เพลงนี้เกี่ยวกับคนที่ผิดหวังกับความรัก กลัวที่จะเริ่มใหม่ เลยสร้างกำแพงขึ้นมาปิดกั้นตัวเอง เราก็เลยอยากจะบอกเค้าว่า ให้เปิดตัวเองซะบ้าง รับสิ่งใหม่ๆ เพราะคนดีๆ ไม่มีวันลอยมาจากฟ้า คือเราต้องหาคนๆ เอง พร้อมท่อนสุกของเพลงนั่นล่ะ”

- เปิดเพลง 3 เพลง ดีเจพูดแนะนำชื่อเพลง และประชาสัมพันธ์ข่าวคราวที่น่าสนใจต่างๆ 1.20 นาที เปิดเพลง 1 เพลง โฆษณา 2 นาที

- เปิดเพลงโปรโมตกิจกรรม 1 เพลง เช่น คอนเสิร์ตของ บอย โกสิยพงษ์ ดีเจพูดประชาสัมพันธ์คอนเสิร์ต 30 วินาที จากนั้นดีเจพูดประชาสัมพันธ์กิจกรรมของทางสถานี ซึ่งจะจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี inspire fat film ครั้งที่ 4 การประกวดหนังสือ โดยที่ให้ผู้ฟังส่งหนังสือเข้าประกวด 30 วินาที เปิดเพลง 3 เพลง เบรกโฆษณาสั้นๆ 2 นาที

หมายเหตุ: เมื่อจบเพลงที่เปิดต่อเนื่องกันในแต่ละเพลงจะถูกคั่นด้วยจingle 104.5 Fat Radio (วันโอโพร์พอยท์ไฟว์ แฟตเรดิโอ) 5 วินาที

สรุปช่วงที่ 1 เปิดเพลงเฉลี่ย 11 เพลง โดย 1 ใน 9 เพลงนี้จะนำมาจากงานคอนเสิร์ตที่กำลังจะมีขึ้นในไม่ช้า นอกจากเพลงแล้ว เนื้อหาในรายการจะมีส่วนที่แทรกเข้ามามีดังนี้

1. ข่าวจากสถานีวิทยุกองทัพบก 6 นาที
2. สปอตโฆษณาแทรกประมาณ 1-2 นาที โดยจะมีอยู่ 4 ช่วง แต่ละช่วงจะเปิดหลังจากเปิดเพลงหรือมีการพูดประชาสัมพันธ์กิจกรรมของทางสถานี
3. ดีเจพูดเข้ารายการและแนะนำชื่อเพลงที่เปิดไป 40 วินาที
4. ช่วง Check In ดีเจพูดแนะนำเพลงเข้าใหม่ประจำสัปดาห์ 30 วินาที
5. ดีเจพูดประชาสัมพันธ์ถึงกิจกรรมต่างๆ ที่น่าสนใจ อย่างคอนเสิร์ต 30 วินาที

6 เจopardประชาสัมพันธ์กิจกรรมของทางสถานี ซึ่งจะจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี **inspire fat film** ครั้งที่ **4** การประกวดหนังสั้น โดยที่ให้ผู้ฟังส่งหนังสั้นเข้าประกวด **30** วินาที

7 จึงเกิด เมื่อจบเพลงที่เปิดต่อเนื่อง แต่ละเพลงจะมีจึงเกิดสั้น **5** วินาที

ช่วงที่ 2

- รายงานข่าวจากสถานีวิทยุกองทัพบก **3** นาที โฆษณา **1** นาที

- เปิดเพลง **3** เพลง พร้อมกับพูดแนะนำชื่อเพลงและศิลปิน **20** วินาที ดีเจพูดเข้ารายการ พร้อมแนะนำเพลงที่จะเปิดในช่วงต่อไป **50** วินาที เบรกโฆษณา **3** นาที

- เปิดเพลง **3** เพลง ดีเจพูดรายละเอียดเพลงที่เพิ่งเปิดไป **10** วินาที จากนั้น เข้าสู่ช่วงเฟรชมาร์ท ซึ่งคือช่วงที่ดีเจจะแนะนำเพลงใหม่ๆ **1** เพลง ให้กับผู้ฟัง ซึ่งดีเจจะพูดถึงรายละเอียดของเพลงที่จะแนะนำประมาณ **10** วินาที พร้อมทั้งพูดแนะนำเพลงที่จะเปิดในเบรกต่อไปอีก **20** วินาที โฆษณา **2** นาที

- เปิดเพลง **1** เพลง ดีเจพูดประชาสัมพันธ์ **inspire fat film** ครั้งที่ **4** ประมาณ **1** นาที เปิดเพลง **2** เพลง พร้อมกับพูดถึงรายละเอียด **10** วินาที จากนั้นดีเจพูดประชาสัมพันธ์ถึงคอนเสิร์ตที่น่าสนใจ **35** วินาที เปิดเพลง **1** เพลง

- ดีเจพูดประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่น่าสนใจ เช่น งานภาพถ่าย งานศิลปะ **45** วินาที พร้อมกับกล่าวปิดรายการ **1.20** นาที “ไปแล้วดีกว่า มีความสุขมากๆ นะคะ วันนี้อยู่กันต่อกับปิง แล้วตามด้วยน้องก้อยตอนทุ่มหนึ่ง ส่วนเปิ้ลหน่อยเจอกันวันจันทร์เนอะ” โฆษณา **4** นาที

หมายเหตุ: เมื่อจบเพลงที่เปิดต่อเนื่องกันในแต่ละเพลงจะถูกสั้นด้วยจึงเกิด **104.5 Fat Radio** (วันไอโพร์พอยท์ไฟว์แฟตเรดิโอ) **5** วินาที

สรุปช่วงที่ 2 เปิดเพลงเฉลี่ย **8** เพลง โดยจะมีส่วนที่แทรกมาดังนี้

1. ข่าวจากสถานีวิทยุกองทัพบก **3** นาที

2. สปอตโฆษณาแทรกประมาณ **2-4** นาที โดยจะมีอยู่ **4** ช่วง แต่ละช่วงจะเปิดหลังจากเปิดเพลงหรือมีการพูดประชาสัมพันธ์กิจกรรมของทางสถานี

3. ดีเจพูดเข้ารายการและแนะนำชื่อเพลงที่เปิดไป **20** วินาที

4. ดีเจแนะนำเพลงที่จะเปิดในช่วงเบรกต่อไปหลังโฆษณา **50** วินาที

5. ช่วงเฟรชมาร์ท ช่วงนี้ดีเจจะพูดแนะนำเพลงใหม่ **1** เพลง **10** วินาที

6. ดีเจพูดประชาสัมพันธ์ถึงคอนเสิร์ตที่น่าสนใจหรืองานศิลปะ ภาพถ่าย **2** ช่วง ช่วงละ **35-45** วินาที

7. ดีเจพูดประชาสัมพันธ์กิจกรรมของทางสถานี ซึ่งจะจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี **inspire fat film** ครั้งที่ 4 การประกวดหนังสั้น โดยที่ให้ผู้ฟังส่งหนังสั้นเข้าประกวด 1 นาที
8. จังหวะเพลงที่เปิดต่อเนื่อง แต่ละเพลงจะมีจังหวะสั้น 5 วินาที

จากข้อมูลดังกล่าว สามารถนำมาสรุปลำดับขั้นตอนการนำเสนอเนื้อหารายการ **1045 Fat Radio** ของช่วงรายการดีเจเปิดหน่อย (วรรษฐา พงษ์ธนานิกร) ได้ดังนี้

1. ข่าวกจากสถานีวิทยุกองทัพบก
2. สปอตโฆษณาแทรก โดยจะมีอยู่ 4 ช่วง แต่ละช่วงจะเปิดหลังจากเปิดเพลงหรือมีการพูดประชาสัมพันธ์กิจกรรมของทางสถานี
3. ดีเจพูดเข้ารายการและแนะนำชื่อเพลงที่เปิดไป
4. เข้าสู่ช่วงต่างๆ ของทางสถานี อย่างเช่น ช่วง **Check In** และช่วงเฟรชมาร์ท
5. ดีเจพูดประชาสัมพันธ์ถึงกิจกรรมต่างๆ ที่น่าสนใจ อย่างคอนเสิร์ต หรืองานศิลปะ
6. ดีเจพูดประชาสัมพันธ์กิจกรรมของทางสถานี ซึ่งจะจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี **inspire fat film** ครั้งที่ 4 การประกวดหนังสั้น
7. ดีเจกล่าวปิดรายการ 20 วินาที
8. สปอตโฆษณา

ลำดับขั้นตอนการนำเสนอเนื้อหาของรายการ **1045 Fat Radio** ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

สำหรับลำดับขั้นตอนในการนำเสนอเนื้อหารายการ **1045 Fat Radio** ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตพบว่า เนื่องจากคุณลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่สามารถแบ่งส่วนได้ (**Asynchronous**) ไม่มาเป็นกลุ่มก้อนเดียวกัน เช่น คอมพิวเตอร์มีศักยภาพในการจัดเก็บรักษาข้อมูลแบบแยกเป็นส่วนๆ จึงสามารถเรียกดูข้อมูลได้ตลอดเวลาตามต้องการ ซึ่งข้อมูลทั้งหมดจะถูกบรรจุลงในเว็บไซต์โดย **web editor** ในครั้งเดียว โดยจะทำการอัปเดตข้อมูลใหม่ๆ ทุกๆ วันจันทร์ ดังนั้น จึงไม่มีการจัดลำดับขั้นตอนการนำเสนอเนื้อหารายการเหมือนดังที่พบในสื่อวิทยุ ดังเช่นตัวอย่างหน้าโฮมเพจของ **1045 Fat Radio**

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบทางด้านลำดับขั้นตอนการนำเสนอในรายการ **1045 Fat Radio** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/1045

ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบทางด้านลำดับขั้นตอนการนำเสนอในรายการ **1045 Fat Radio** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/1045 มีอยู่ 2 ปัจจัย ดังนี้

ก. **ธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต** เนื่องจากคุณลักษณะอีกประการหนึ่งของสื่ออินเทอร์เน็ต คือ ความสามารถในการแบ่งส่วนได้ (**Asynchronous**) โดยไม่มาเป็นกลุ่มก้อนเดียวกัน เช่น คอมพิวเตอร์มีศักยภาพในการจัดเก็บรักษาข้อมูลแบบแยกเป็นส่วนๆ ตลอดจนในการส่งข้อมูลก็สามารถแยกส่งทีละส่วนทำให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน คุณภาพของข้อมูลไม่หายไปกับระยะทาง นอกจากนั้น ยังรวมถึงศักยภาพที่สื่อสามารถที่จะเก็บรักษาข่าวสารและข้อมูลไว้เผยแพร่ในรูปแบบอื่นๆ ที่ต่างกัน เช่น การแพร่สารสนเทศผ่าน โสมเพจ เป็นต้น

ข. **กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย** จากการศึกษาพบว่า รูปแบบและเนื้อหาส่วนใหญ่ของทั้งรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุบนอินเทอร์เน็ตจะขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก ดังนั้นลำดับขั้นตอนในการนำเสนอรายการวิทยุ **1045 Fat Radio** ผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต จึงต้องออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก ซึ่ง **1045 Fat Radio** กลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มวัยรุ่น นิสิต นักเรียน นักศึกษา และคนทำงานรุ่นใหม่อายุ **15-25** ปี ที่มีความคิดและสไตล์เป็นของตัวเอง กระตือรือร้น สนใจในสิ่งแปลกใหม่ในชีวิตอย่างเป็นตัวของตัวเอง รู้จักรับ รู้จักเลือก ในเรื่องราวต่างๆ ด้วยความมั่นใจ

4.3.2.3 ระยะเวลาในการออกอากาศ

ระยะเวลาในการออกอากาศรายการผ่านสื่อวิทยุ

จากการศึกษา ช่วงของรายการดีเจเปิดหน่วย (วรรษฐา พงษ์ธนานิกร) ในวันจันทร์และวันศุกร์ ช่วง **1300 - 1500** น. พบว่า ระยะเวลาในการออกอากาศมีทั้งหมด **2** ชั่วโมง โดยเริ่มออกอากาศตั้งแต่วันที่ **1300** น. และสิ้นสุดการออกอากาศเวลา **1500** น. โดย **Program Director** จะเป็นคนกำหนดว่า แต่ละช่วงจะมีรูปแบบประมาณไหน ช่วงละกี่นาที โดยควบคุมให้ตรงกับนโยบายบริษัทฯ และความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการติดตามฟังอย่างต่อเนื่อง ส่วนตัวดีเจจะเป็นคนกำหนดเนื้อหาและสไตล์การจัดเอง

ระยะเวลาในการออกอากาศรายการผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

เนื่องจากธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ตไม่มีข้อจำกัดทางด้านเวลา ผู้ฟังสามารถเรียกชมข้อมูลต่างๆ ของรายการที่นำเสนอผ่านทางเว็บไซต์ www.thisclick.com/1045 ได้นานเท่าไรก็ได้ตามต้องการ

สรุปการปรับเปลี่ยนรูปแบบทางด้านระยะเวลาในการออกอากาศในรายการ 1045 Fat Radio เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com

การปรับเปลี่ยนรูปแบบทางด้านระยะเวลาในการออกอากาศของในรายการ **1045 Fat Radio** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com/1045 พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจาก สื่ออินเทอร์เน็ต ผู้ฟังสามารถคลิกเข้าไปชมข้อมูลได้ทุกเมื่อที่ต้องการ โดยไม่ต้องคำนึงถึงระยะเวลาในการออกอากาศ ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่สื่อวิทยุไม่มี ซึ่งผู้ฟังจะมีเวลาเป็นตัวกำหนดการรับฟังรายการจากทางสถานี

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบทางด้านระยะเวลาในการออกอากาศในรายการ 1045 Fat Radio เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com/1045

ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบทางด้านระยะเวลาในการออกอากาศในรายการ **1045 Fat Radio** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisclick.com/1045 คือ ธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต เนื่องมาจากคุณลักษณะอีกประการหนึ่งของสื่ออินเทอร์เน็ต คือ ไม่มีข้อจำกัดทางด้านเวลา จึงทำให้การนำเสนอข้อมูลผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต สามารถนำเสนอได้ตลอด **24** ชั่วโมง โดยไม่มีเวลาเป็นตัวกำหนด เหมือนดังที่พบในสื่อวิทยุกระจายเสียง

4324 เวลาในการออกอากาศ

เวลาในการออกอากาศรายการผ่านสื่อวิทยุ

จากการศึกษา ช่วงของรายการดีเจเปิดหน่อย (วรรษฐา พงษ์ธนานิกร) ในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ เวลาในการออกอากาศ คือ **1300 - 1500** น. ทั้งนี้ **Program Director** จะเป็นคนกำหนดว่า รายการในแต่ละช่วง จะมีรายการอะไรบ้าง โดยควบคุมให้ตรงกับนโยบายบริษัทฯ และความต้องการของ

กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ซึ่งจะทำการสำรวจมาแล้วว่า ช่วงไหน ควรจะเน้นการเปิดเพลง ช่วงไหนเน้นการเล่นเกม ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการติดตามฟังอย่างต่อเนื่อง

เวลาในการออกอากาศรายการผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

เนื่องจากธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ตไม่มีข้อจำกัดทางด้านเวลา ผู้ฟังสามารถเรียกชมข้อมูลต่างๆ ของรายการที่นำเสนอผ่านทางเว็บไซต์ www.thisisclick.com/104.5 ได้นานเท่าไรก็ได้ตามต้องการ

สรุปการปรับแปลงรูปแบบทางด้านเวลาในการออกอากาศในรายการ **104.5 Fat Radio** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

การปรับแปลงรูปแบบทางด้านเวลาในการออกอากาศของในรายการ **104.5 Fat Radio** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/104.5 พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจาก สื่ออินเทอร์เน็ต ผู้ฟังสามารถคลิกเข้าไปชมข้อมูลได้ทุกเมื่อที่ต้องการ โดยไม่ต้องคำนึงถึงเวลาในการออกอากาศ ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่สื่อวิทยุไม่มี ซึ่งผู้ฟังจะมีเวลาเป็นตัวกำหนดในการรับฟังรายการจากทางสถานี

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับแปลงรูปแบบทางด้านเวลาในการออกอากาศในรายการ **104.5 Fat Radio** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/104.5

ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการปรับแปลงรูปแบบทางด้านเวลาในการออกอากาศในรายการ **104.5 Fat Radio** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com/104.5 คือ ธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต เนื่องมาจากคุณลักษณะอีกประการหนึ่งของสื่ออินเทอร์เน็ต คือ ไม่มีข้อจำกัดทางด้านเวลา จึงทำให้การนำเสนอข้อมูลผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต สามารถนำเสนอได้ตลอด **24 ชั่วโมง** โดยไม่มีเวลาเป็นตัวกำหนด เหมือนดังที่พบในสื่อวิทยุกระจายเสียง

4.3.2.5 พื้นที่สื่อ

วิทยุเป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่ง ที่สามารถส่งกระจายเสียงไปสู่ผู้คนจำนวนมากยังที่ต่างๆ ในเวลาเดียวกัน แต่ทว่าก่อให้เกิดผลกระทบกับผู้คนจำนวนน้อย ความแตกต่างระหว่างความสามารถในการส่งกระจายเสียงและการก่อให้เกิดผลกระทบนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น รายการที่เหมาะสม ความโดดเด่นและความคิดสร้างสรรค์ และคู่แข่งกันในทางธุรกิจ เพราะชีวิต

มนุษย์ไม่ได้รับฟังวิทยุอยู่ตลอดเวลา ซึ่งรายการของสื่อวิทยุจะสามารถออกอากาศได้ตามพื้นที่ที่มีสัญญาณวิทยุไปถึง ดังนั้น รายการของสถานี **104.5 Fat Radio** ผู้ฟังสามารถรับฟังได้ตราบเท่าที่มีสัญญาณส่งไปถึง นั่นก็คือในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

สำหรับสื่ออินเทอร์เน็ต **Denis McQuail (1987)** กล่าวว่า อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อใหม่ที่มีการผสมผสานเทคโนโลยีต่างๆ เข้าด้วยกัน ทั้งการขนส่ง การเก็บรวบรวมข้อมูล การสืบค้นข้อมูล การย่อส่วน การกระจาย การควบคุม การนำเสนอ และทำให้เกิดการสื่อสารหลายทาง นอกจากนี้ สื่ออินเทอร์เน็ตยังเป็นสื่อมัลติมีเดีย มีความจุสูง สามารถเก็บข้อมูล ทั้งข้อความที่เป็นตัวอักษร ภาพ และเสียง มีความยืดหยุ่นในรูปแบบ เนื้อหา และการใช้งาน การตอบสนองและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (**Interactivity**) รวมทั้งความสามารถในการทะลวงผ่านข้อจำกัดของการสื่อสารที่เกี่ยวกับเวลาและระยะทางในการสื่อสาร ดังนั้น รายการที่นำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต จะครอบคลุมพื้นที่ได้กว้างกว่า สามารถรับฟังได้ทุกพื้นที่ที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์และสัญญาณโทรศัพท์ไปถึง ซึ่งรวมไปถึงต่างประเทศด้วย ดังนั้น รายการของสถานี **104.5 Fat Radio** ที่นำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตผ่านทาง www.thisislick.com/104.5 ผู้ฟังสามารถเข้าไปคลิกชมรายการ ได้ทุกพื้นที่ แม้กระทั่งต่างประเทศก็สามารถรับชมรับฟังได้เหมือนกับผู้ฟังที่รับฟังในประเทศไทย

สรุปการปรับเปลี่ยนรูปแบบทางด้านพื้นที่สื่อในรายการ **104.5 Fat Radio** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisislick.com/104.5

จากการศึกษารูปแบบทางด้านพื้นที่สื่อในรายการ **104.5 Fat Radio** เมื่อนำเสนอผ่านเว็บไซต์ www.thisislick.com/104.5 พบว่า รายการวิทยุเมื่อนำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ผู้ฟังจะสามารถรับฟังได้เป็นพื้นที่บริเวณกว้างกว่าเมื่อรับฟังรายการผ่านสื่อวิทยุ สามารถสรุปได้ว่า พื้นที่สื่อมีการปรับเปลี่ยนไป มีการขยายพื้นที่ในการรับฟังให้กว้างมากขึ้น ทั้งนี้อาจรวมไปถึงคนฟังที่อยู่ต่างประเทศที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์และสัญญาณโทรศัพท์ไปถึง

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบทางด้านพื้นที่สื่อในรายการ **104.5 Fat Radio** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisislick.com/104.5

ปัจจัยที่ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบทางด้านพื้นที่สื่อในรายการ **104.5 Fat Radio** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisislick.com/104.5 คือ ธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต เนื่องจากคุณลักษณะอีกประการหนึ่งของสื่ออินเทอร์เน็ต คือ ไม่มีข้อจำกัดทางด้านพื้นที่ (**space**) จึงทำให้การส่งข้อมูลผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต สามารถส่งได้ครอบคลุมพื้นที่ได้กว้างไกลมากกว่า ตราบเท่าที่ผู้รับฟังยังมี

เครื่องคอมพิวเตอร์อยู่ ดังนั้น ทางสถานี **104.5 Fat Radio** จึงหันมาใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อเพิ่มช่องทางในการรับฟังรายการวิทยุสำหรับผู้ฟังที่อยู่ต่างจังหวัดที่ไกลจากจังหวัดกรุงเทพฯ เพราะสัญญาณวิทยุไม่สามารถส่งไปถึง และขยายฐานกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายให้กว้างขึ้น

สรุปการปรับแปลงรูปแบบและเนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงในเครื่องของบริษัทคลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

จากการศึกษาเรื่องการปรับแปลงรูปแบบและเนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงในเครื่องของบริษัทคลิก เรดิโอ จำกัด ในการนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com ผู้วิจัยได้พบปรากฏการณ์การปรับแปลง ดังต่อไปนี้

(1) เนื้อหามีการปรับแปลงให้มีรายละเอียดเพิ่มมากขึ้น มีความชัดเจนยิ่งขึ้น ภาษาที่ใช้มีลักษณะเป็นทางการมากขึ้น แต่ก็ได้มีการเพิ่มสีสันทัน **font** ตัวอักษร ภาพกราฟิก สัญลักษณ์สื่ออารมณ์ และเครื่องหมายวรรคตอน เข้ามาช่วยเสริมอารมณ์ที่ขาดหายไป นอกจากนี้ ยังมีการนำภาพของศิลปินมาประกอบในการนำเสนอเพลง เพื่อให้ผู้ฟังได้สัมผัสทั้งภาพและเสียงไปพร้อมๆ กัน

(2) เทคนิคการนำเสนอ มีลูกเล่นและความหลากหลายมากขึ้น มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วย ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยีตัวอักษรและภาพ เทคโนโลยีเสียง และเทคโนโลยีสื่อสารสองทาง ทำให้ผู้ฟังรู้สึกสนุกและเพลิดเพลินในการรับฟังมากขึ้น

(3) เวลาในการรับฟังมีการขยายมากขึ้น ไม่จำกัดเพียงแค่ช่วงระยะเวลาหนึ่งๆ เท่านั้น ผู้ฟังสามารถรับฟังได้มากกว่า **24** ชั่วโมง ทั้งนี้รวมถึงผู้ฟังที่อยู่ไกลถึงต่างประเทศ

(4) พื้นที่ในการรับฟังมีการขยายเพิ่มมากขึ้น ไม่จำกัดเพียงแค่พื้นที่ที่มีสัญญาณวิทยุไปถึง แต่ครอบคลุมถึงทุกพื้นที่ที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์และสัญญาณโทรศัพท์ รวมถึงพื้นที่ที่อยู่ไกลถึงต่างประเทศ

นอกจากนี้ ยังพบปัจจัยที่มีผลทำให้เกิดการปรับแปลงรูปแบบและเนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงในเครื่องของบริษัทคลิก เรดิโอ จำกัด ในการนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com ดังนี้คือ

- **ธรรมชาติของสื่อ** เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อมัลติมีเดีย มีความสูง สามารถเก็บข้อมูล ทั้งข้อความที่เป็นตัวอักษร ภาพ และเสียง มีความยืดหยุ่นในรูปแบบ เนื้อหา และการใช้งาน สามารถส่งข้อความทั้งตัวอักษร รูปภาพ และเสียง จึงทำให้รูปแบบและเนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงเมื่อนำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมีความหลากหลาย มีลูกเล่น มีสีสัน มีภาพกราฟิกสวยงามมีรายละเอียดมากกว่า และชัดเจนกว่า

- **กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย** เนื่องจากกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของรายการวิทยุในเครือบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เป็นวัยรุ่นจนถึงวัยทำงานตอนต้น อายุระหว่าง **15-35**ปี จึงมีส่วนกำหนดรูปแบบและรายการให้มีลักษณะมีสีสัน มีลูกเล่นหลากหลาย มีภาพกราฟิกจำนวนมาก ทั้งนี้เพื่อดึงดูดกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย

- **การตลาด** เนื่องจากปัจจุบันนี้ แนวโน้มในการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มสูงขึ้น อีกทั้ง สื่ออินเทอร์เน็ตก็มีลักษณะเป็นสื่อประสม สามารถนำเสนอได้ทั้งข้อความ ภาพ และเสียง จึงทำให้บริษัทโฆษณาหันมาใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางหนึ่งในการประชาสัมพันธ์สินค้าของตัวเอง ดังนั้น เนื้อหาและรูปแบบของกิจกรรมและเกมบางส่วนที่มีสปอนเซอร์สนับสนุนอยู่ จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนไปเพื่อตอบสนองต่อบริษัท โฆษณานั้นๆ อย่างเช่น มีการเพิ่มโลโก้หรือสโลแกนของบริษัทในเนื้อหาของเกม เป็นต้น

จากผลการวิจัย สรุปได้ว่า การปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด ในการนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com เป็นการขยายผลสะการรับรู้ของมนุษย์ให้มากยิ่งขึ้น กล่าวคือ วิทยุเป็นสื่อที่มีแต่เสียง ไม่มีภาพ แต่ใช้จินตนาการของผู้ฟังมากกว่า แตกต่างจากสื่ออินเทอร์เน็ตตรงที่ผู้ฟังสามารถรับฟังได้ทั้งเสียง สามารถมองเห็นภาพ และสัมผัสได้ด้วยใจและมือ (จากการใช้เมาส์คลิกเลือกรายการ) หากกล่าวโดยสรุปสั้นๆ การปรับเปลี่ยนก็คือการขยายผลสะการรับรู้ของผู้รับฟังให้กว้างมากขึ้นนั่นเอง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหารายการวิทยุกระจายเสียงผ่านวิทยุออนไลน์ในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด” มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหารายการที่ถูกรับเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงและผ่านสื่อ **online radio** ทาง www.thisisclick.com ตลอดจนค้นหาปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหารายการที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงและผ่านสื่อ **online radio** ทาง www.thisisclick.com โดยใช้แนวคิดเรื่องการเปลี่ยนแปลง (**transform**) แนวคิดที่เกี่ยวกับธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่ออินเทอร์เน็ต แนวคิดเรื่องการผสมผสานศักยภาพสื่อ แนวคิดเรื่องเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงและรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียง และแนวคิดที่เกี่ยวกับรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์ มาเป็นกรอบความคิดเพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงลักษณะรูปแบบและเนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงเมื่อนำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตในโฮมเพจ www.thisisclick.com ตลอดจนค้นหาปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหา รายการที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงและผ่านสื่อ **online radio** ทาง www.thisisclick.com ผู้วิจัยนำเสนอบทสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะตามลำดับต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาทั้งหมดได้ข้อสรุปดังนี้

5.1.1 การปรับเปลี่ยนเนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

การปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านภาษาของรายการวิทยุกระจายเสียงในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

จากการศึกษาการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านภาษาของรายการวิทยุกระจายเสียงในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com พบว่า ภาษาที่ใช้ในสื่ออินเทอร์เน็ตมีลักษณะเป็นทางการมากกว่า อ่านแล้วกระชับ เข้าใจง่าย **font** ตัวอักษรที่ใช้ในหน้าเว็บเพจจะมีลักษณะแตกต่างกันไปตามแต่ละสถานี อย่างรายการ **Get 102.5 font** ตัวอักษรจะมีลักษณะ

เหลี่ยมๆ ดูทันสมัย อ่านง่าย สอดคล้องกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายซึ่งก็คือช่วงวัยทำงานตอนต้นที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ไม่เกิน 35 ปี ที่ชื่นชอบเพลงสากล รายการ **103.5 FM One font** ตัวอักษรจะมีลักษณะโค้งมน ให้ความรู้สึกที่อ่อนหวาน สบายตา สอดคล้องกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายซึ่งก็คือช่วงวัยทำงานตอนต้นไม่เกิน 35 ปี ที่ชื่นชอบเพลงแนว **easy listening** และรายการ **104.5 Fat Radio font** ตัวอักษรจะมีลักษณะเหลี่ยมๆ ตัวใหญ่ๆ และอ่านง่าย สอดคล้องกับสไตล์แกนของสถานีที่ว่า **Fat Radio** โดๆ มั่นๆ และกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายซึ่งก็คือ กลุ่มผู้ฟังวัยรุ่น นิสิต นักศึกษา และคนทำงานรุ่นใหม่ ที่มีอายุตั้งแต่ 15-25 ปี นอกจากนี้ ยังมีการใช้สีสันต่างๆ เข้ามาช่วยเพิ่มความสวยงาม และมีการใช้รูปภาพต่างๆ มาดึงดูดให้อยากคลิกเข้ามาอ่านมากขึ้น เนื่องด้วยธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นสื่อมัลติมีเดีย มีความจุสูง สามารถเก็บข้อมูล ทั้งข้อความที่เป็นตัวอักษร ภาพ และเสียง มีความยืดหยุ่นในรูปแบบ เนื้อหา และการใช้งาน สามารถส่งข้อความทั้งตัวอักษรและรูปภาพ จึงไม่สามารถใส่คำเสียงและโทนเสียงของผู้จัดลงไปได้ แต่ได้มีการใช้สัญลักษณ์สื่ออารมณ์ (**emotion icon**) อย่างหน้ายิ้ม หน้าบึ้ง หน้าแดง หรือภาพกบนี้วโป๊ง และใช้เครื่องหมายวรรคตอน อย่างอัคเจอร์ (!) ไม้ยมก (๓) จุลภาค (,) หรือ นขลิขิต () เข้ามา เพื่อเสริมอารมณ์ที่ขาดหายไป ให้คนฟังรู้สึกคล้อยตาม มีการใช้การเปรียบเทียบกับสิ่งที่ทุกคนรู้จักเป็นอย่างดี อย่างเช่น เปรียบเทียบคนที่ชนะกิจกรรม **FM ONE PERFECT DAY 1** ในรายการวิทยุ **103.5 FM One** ให้เป็นชินเดอเรลา เพื่อให้ผู้ฟังสามารถจินตนาการตามได้ อีกทั้งยังมีการใช้ภาพกราฟิกและสีสันต่างๆ เข้ามาเพิ่มความมีชีวิตชีวา เพื่อให้คนฟังรู้สึกอยากที่จะคลิกเข้าไปอ่านรายละเอียดมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่เกี่ยวกับธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่ออินเทอร์เน็ต ที่กล่าวเอาไว้ว่า คุณสมบัติที่สำคัญประการหนึ่งของอินเทอร์เน็ต คือ รูปแบบการสื่อสารด้วยระบบหลายสื่อหรือสื่อประสม (**Multimedia**) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การนำเสนอเรื่องราว ข้อมูล และสารสนเทศต่างๆ บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสามารถทำได้หลายรูปแบบทั้งข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว และเสียง และแนวคิดที่เกี่ยวกับรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์ ซึ่ง **Zeff and Aronson (1997)** กล่าวเอาไว้ว่า เว็บไซต์ที่ดีควรจะต้องให้ทั้งรายละเอียดข้อมูลสินค้าหรือบริการ การให้ความรู้และความบันเทิงควบคู่กันไป

การปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านปริมาณของรายการวิทยุกระจายเสียงในเครื่องของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

จากข้อมูลดังกล่าว พบว่า ปริมาณเนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงในเครื่องของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอบนสื่ออินเทอร์เน็ตผ่านทาง www.thisisclick.com จะมีปริมาณมากกว่า มีการเพิ่มข้อความ รายละเอียดต่างๆ ภาพกราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เมื่อเทียบกับสื่อวิทยุกระจายเสียง เนื่องจากเนื้อหาของรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ตเมื่อนำเสนอผ่านทาง

www.thisisclick.com นอกจากจะมีบางส่วนที่มีลักษณะเหมือนกันกับที่ถูกนำเสนอผ่านทางสถานีวิทยุกระจายเสียง คือเมื่อผู้เข้าชมคลิกที่หน้าต่าง โสมเพจของ www.thisisclick.com จะมีการออนไลน์รายการวิทยุกระจายเสียงโดยอัตโนมัติ แต่อาจจะมีการ **delay** บ้างเล็กน้อย นอกจากนี้ ยังมีการเพิ่มเนื้อหาบางส่วนเข้ามา เนื่องจากธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นแบบ **multimedia** จึงได้เปรียบสื่อวิทยุกระจายเสียงที่ได้ยินแต่เสียงอย่างเดียว อีกทั้งสื่ออินเทอร์เน็ตสามารถบรรจุข้อมูลได้มากกว่าสื่อวิทยุ ดังที่ **Denis McQuail (1987)** กล่าวว่า “อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อใหม่ที่มีการผสมผสานเทคโนโลยีต่างๆ เข้าด้วยกัน ทั้งการขนส่ง การเก็บรวบรวมข้อมูล การสืบค้นข้อมูล การย่อส่วน การกระจาย การควบคุม การนำเสนอ และทำให้เกิดการสื่อสารหลายทาง นอกจากนี้ สื่ออินเทอร์เน็ตยังเป็นสื่อที่มีความจุสูง” ดังนั้น จึงทำให้ปริมาณเนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงในเครื่องของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อถูกนำเสนอบนสื่ออินเทอร์เน็ตมีมากกว่าเมื่อนำเสนอผ่านทางวิทยุกระจายเสียง

การปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านเพลงในรายการวิทยุกระจายเสียงในเครื่องของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

จากการศึกษาพบว่า เพลงที่นำเสนอผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต www.thisisclick.com จะมีการเพิ่มภาพของศิลปิน หรืออัลบั้มเข้ามา ดังนั้น เมื่อผู้ฟังเปิดฟังวิทยุบนอินเทอร์เน็ต จะสามารถเห็นภาพของศิลปินและสามารถอ่านรายละเอียดข้อมูลเพลงที่เกี่ยวกับอัลบั้มนั้นๆ ไปพร้อมๆ กับฟังเพลง ต่างกับเมื่อผู้ฟัง ฟังเพลงจากสื่อวิทยุกระจายเสียง จะได้ยินแต่เสียงเพลงอย่างเดียว พร้อมกับมีรายละเอียดที่เกี่ยวกับศิลปินหรือเพลงนั้นๆ น้อยมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่เกี่ยวกับธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต ที่กล่าวว่าสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อมัลติมีเดีย มีความจุสูง สามารถเก็บข้อมูล ทั้งข้อความที่เป็นตัวอักษร ภาพ และเสียง มีความยืดหยุ่นในรูปแบบ เนื้อหา และการใช้งาน สามารถส่งข้อความทั้งตัวอักษรและรูปภาพ

นอกจากนี้ รายการวิทยุกระจายเสียง **Get102.5** และ **104.5 Fat Radio** ในเครื่องของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด ยังมีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยในการจัดลำดับเพลงที่จะนำมาเปิดในรายการด้วย กล่าวคือ ผู้ฟังจะเข้าไปลงทะเบียนในเว็บไซต์ www.thisisclick.com/clcik_insiders ซึ่งทางสถานีจะนำเพลงใหม่ช่วงสั้นๆ หรืออาจจะเป็นท่อน **Hook** นำมาให้ผู้ฟังทดลองฟังแล้วทำการให้คะแนน ถ้าหากเพลงไหนติดอันดับ **1-40** ความถี่ในการเปิดในรายการจะมีมากกว่าเพลงอื่นๆ เนื่องจาก เพลงที่ติดอันดับจะมีโอกาสถูกสุ่มขึ้นมาโดย **music director** เพื่อนำมารวมไว้ในอันดับเพลงที่จะใช้เปิดในรายการต่อไป แต่สำหรับหน้าเว็บไซต์ของรายการ **103.5 FM One** จะไม่มี **click insiders**

การปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านข่าวในรายการวิทยุกระจายเสียงในเครือของบริษัท
คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

การรายงานข่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.thisisclick.com พบว่า มีการนำเสนอข่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.thisisclick.com โดยจะมีลักษณะเป็นการออกอากาศสด (online radio) ไปพร้อมๆ กับที่มีการรายงานข่าวจากทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และไม่มีการนำเสนอเนื้อหาเพิ่มเติมในหน้าเว็บเพจ ดังนั้น จึงไม่พบการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านข่าวในรายการวิทยุกระจายเสียงในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

การปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านกิจกรรมและข่าวประชาสัมพันธ์ในรายการ
วิทยุกระจายเสียงในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน
www.thisisclick.com

จากการศึกษาเนื้อหาทางด้านกิจกรรมของทางสถานีที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุ เมื่อนำเสนอผ่านเว็บไซต์ www.thisisclick.com พบว่า กิจกรรมที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์ จะมีรายละเอียดมากกว่า คือมีข้อมูลของกิจกรรมมากกว่า และเพิ่มภาพข่าวกิจกรรมเข้ามาด้วย ทั้งนี้เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตสามารถบรรจุข้อมูลได้มากกว่าสื่อวิทยุ ดังที่ Denis McQuail (1987) กล่าวว่า “อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อใหม่ที่มีการผสมเทคโนโลยีต่างๆ เข้าด้วยกัน ทั้งการขนส่ง การเก็บรวบรวมข้อมูล การสืบค้นข้อมูล การย่อส่วน การกระจาย การควบคุม การนำเสนอ และทำให้เกิดการสื่อสารหลายทาง” นอกจากนี้ สื่ออินเทอร์เน็ตยังเป็นสื่อที่มีความจุสูง อีกทั้งยังไม่มีข้อจำกัดทางเวลา เหมือนกับสื่อวิทยุที่ดีจะต้องรีบพูดให้กระชับเพื่อให้ทันกับเวลาที่ออกอากาศ จึงทำให้เนื้อหาและรายละเอียดที่พูดออกอากาศ น้อยกว่าเมื่อเทียบกับเนื้อหาที่นำไปลงในเว็บไซต์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่เกี่ยวกับธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่ออินเทอร์เน็ต

แต่สำหรับข่าวประชาสัมพันธ์ที่ไม่เกี่ยวกับกิจกรรมของทางสถานี เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาพยนตร์ที่กำลังจะเข้าฉาย จะไม่มีการนำมาใส่ไว้ในหน้าเว็บไซต์ ทั้งนี้ เพราะข้อมูลที่จะนำลงในเว็บไซต์ จะเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่แต่ละสถานีอยากจะประชาสัมพันธ์เท่านั้น ดังนั้น จึงไม่พบการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านข่าวประชาสัมพันธ์ในรายการวิทยุกระจายเสียงในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

การปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านเกมในรายการวิทยุกระจายเสียงในเครือของบริษัท
คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

จากการศึกษาเนื้อหาทางด้านเกมของทางสถานีที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุ เมื่อนำเสนอผ่านเว็บไซต์ www.thisisclick.com พบว่า เกมที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์ จะมีรายละเอียดมากกว่า สามารถบอกกติกาในการเข้าร่วมสนุก รวมถึงวิธีการเล่นเกมได้ชัดเจนมากกว่า เมื่อเทียบกับสื่อวิทยุกระจายเสียง อีกทั้งยังมีการใส่ภาพกราฟิกลงไป เพื่อดึงดูดให้ผู้เข้ามาชมในเว็บไซต์สนใจและอยากที่จะคลิกเข้าไปดูรายละเอียด รวมถึงผู้ที่ไม่เคยเล่นเกมผ่านทางสื่อวิทยุมาก่อน เมื่อเข้ามาคลิกชม ก็อาจจะทำให้รู้สึกอยากติดตามเล่นเกมในรายการของทางสถานีที่ออกอากาศผ่านทางสื่อวิทยุกระจายเสียงได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่เกี่ยวกับธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่ออินเทอร์เน็ตและแนวคิดที่เกี่ยวกับรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์

แต่สำหรับการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านเกมของรายการ **104.5 Fat Radio** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com ผู้วิจัยไม่พบการปรับเปลี่ยนเนื้อหาทางด้านเกมของรายการ **104.5 Fat Radio** เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com เนื่องจากช่วงที่ศึกษา นั่นก็คือ ช่วงของดีเจเปิดหน่วย (วรรษฐา พงษ์ชนานิกกร) พฤติกรรมของคนฟังจะเป็นแบบฟังผ่านๆ ผู้ฟังจะไม่ค่อยมีปฏิสัมพันธ์ (**interaction**) กับรายการสักเท่าไร ดังนั้น ทำให้รูปแบบรายการในช่วงนี้ไม่ค่อยมีช่วงเล่นเกมมากนัก พฤติกรรมของคนฟังจึงคล้ายกับไปบังคับรูปแบบรายการไปในตัว ฉะนั้น การดำเนินรายการในช่วงนี้ ดีเจจะพูดน้อยลงเมื่อเทียบกับช่วงอื่นๆ และเน้นไปที่การเปิดเพลงมากกว่า

จากการศึกษาการปรับเปลี่ยนเนื้อหารายการวิทยุกระจายเสียงในเครือของบริษัทคลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com พบว่า มีปรากฏการณ์การปรับเปลี่ยนดังต่อไปนี้

(1) มีการขยายรายละเอียดของข้อมูลต่างๆ ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น รายละเอียดที่เกี่ยวกับกฎและกติกาในการเล่น อีกทั้งภาษาที่ใช้ก็มีลักษณะเป็นทางการมากขึ้น แต่ได้มีการเพิ่มสีสันฟอนต์ตัวอักษร ภาพกราฟิก สัญลักษณ์สื่ออารมณ์ และเครื่องหมายวรรคตอน เข้ามาช่วยเสริมอารมณ์ที่ขาดหายไป

(2) มีการขยายปริมาณข้อมูล มีการนำเสนอภาพกิจกรรม เพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับเพลงหรือศิลปิน พร้อมภาพประกอบ

(3) มีการขยายเวลา สามารถรับฟังวิทยุบนอินเทอร์เน็ตได้ทุกเวลาตามต้องการ

(4) มีการขยายพื้นที่ สามารถรับฟังวิทยุบนอินเทอร์เน็ตได้ทุกที่ตามต้องการ

แต่สำหรับเนื้อหาทางด้านข่าวและข่าวประชาสัมพันธ์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับทางสถานี จะไม่พบการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากไม่ได้มีการนำเสนอผ่านหน้าเว็บไซต์ www.thisisclick.com

51.2 การปรับแปลงรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียงในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

การปรับแปลงรูปแบบทางด้านเทคนิคการนำเสนอในรายการวิทยุกระจายเสียงในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

จากการศึกษารูปแบบทางด้านเทคนิคการนำเสนอในรายการวิทยุกระจายเสียงในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่านเว็บไซต์ www.thisisclick.com พบว่า เทคนิคในการนำเสนอแตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องมาจากธรรมชาติของสื่อที่ไม่เหมือนกัน กล่าวคือ วิทยุเป็นสื่อที่ไม่มีภาพ มีแต่เสียง แต่ด้วยเสียงนี้เองที่เป็นสิ่งช่วยกระตุ้นจินตนาการของผู้ฟังได้เป็นอย่างดี วิทยุกระจายเสียงสู่ผู้ฟังอย่างรวดเร็ว นอกจากวิทยุกระจายเสียงสู่ผู้ฟังเป็นจำนวนมากแล้ว ความเร็วยังเป็นคุณสมบัติที่โดดเด่นอีกประการหนึ่งของสื่อนี้ วิทยุเป็นสื่อที่มีความยืดหยุ่นในตัวสูง และยังมีความสะดวก กล่าวคือ วิทยุสามารถนำเสนอเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้ในเวลาเดียวกันกับที่เหตุการณ์นั้นๆ เกิดขึ้น วิทยุไม่ต้องการทักษะการอ่านเขียน ผู้ฟังวิทยุไม่จำเป็นต้องมีทักษะในการอ่านออกเขียนได้ ก็สามารถรับฟังวิทยุได้ เพราะวิทยุเป็นสื่อที่ใช้เสียงเพียงอย่างเดียวในการส่งสาร นอกจากนี้ผู้พิการทางสายตาก็ยังสามารถรับรู้ข่าวสารได้ด้วย และวิทยุสร้างความรู้สึกร่วมได้โดยใช้เสียง วิทยุเป็นสื่อที่ใช้เสียงในการส่งสาร แต่สิ่งที่ยื่นนอกเหนือจากสารนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน เสียงของมนุษย์ที่อบอุ่น เป็นมิตร ให้กำลังใจ โกรธแค้น เจ็บปวด หรือสนุกสนาน ร่าเริง ระดับเสียงสูงต่ำ สำเนียง การเว้นวรรค การเน้นย้ำ ฯลฯ เหล่านี้ เป็นคุณสมบัติของเสียงซึ่งสามารถรับฟังได้ทางวิทยุที่ให้ความหมายของสารมากกว่าสิ่งที่ได้ยิน ดังนั้น ด้วยธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียง จึงทำให้เทคนิคในการนำเสนอเนื้อหาเน้นไปที่ความหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นภาษา ลีลาในการจัดรายการของดีเจ และการเพิ่มเสียงประกอบต่างๆ เข้ามา อย่างจึงเกิดรายการ เพื่อเปลี่ยนความรู้สึก เปลี่ยนอารมณ์ของผู้ฟัง ทำให้ไม่รู้สึกรำคาญและจำเจ

แต่สำหรับสื่ออินเทอร์เน็ต เนื่องจาก อินเทอร์เน็ต มีรูปแบบการสื่อสารด้วยระบบหลายสื่อหรือสื่อประสม (**Multimedia**) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การนำเสนอเรื่องราว ข้อมูล และสารสนเทศต่างๆ บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสามารถทำได้หลายรูปแบบทั้งข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว และเสียง อีกทั้งยังมีการตอบสนองและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (**Interactivity**) สูงกว่าสื่อวิทยุ จึงทำให้ต้องมีการปรับแปลงเทคนิคการนำเสนอที่แตกต่างออกไปเพื่อให้เหมาะสมกับสื่ออื่นๆ กล่าวคือ มีการนำเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาช่วยเพิ่มสีสันในการนำเสนอมากขึ้น ทำให้ไม่รู้สึกน่าเบื่อและจำเจ ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยีตัวอักษรและภาพ มีการใช้สีสันสดใสในการออกแบบหน้าเว็บเพจ ซึ่งแต่ละคลื่นก็มีการใช้สีแตกต่างกันไป ตามลักษณะของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย คือ หน้าเว็บเพจของ **Get102.5** จะมีการใช้สีส้มเป็นหลัก ซึ่งเป็นสีที่ดูมีพลังและเต็มเปี่ยมไปด้วยแรงบันดาลใจของคนทำงานรุ่นใหม่ ไฟแรง หน้าเว็บเพจของ **103.5 FM One** จะมีการใช้สีชมพูเป็นหลัก ซึ่งเป็นสีที่ให้ความรู้สึกถึงความนุ่มนวล อ่อนหวาน บ่งบอกถึงความเป็นผู้หญิง และแสดงออกถึงความรัก และ **104.5 Fat Radio** มีการใช้สีเขียวเป็นสีหลัก ซึ่งเป็นสีที่ดูสดชื่น สบายตา ผ่อนคลาย และแสดงออกถึงพลังของความเป็นหนุ่มเป็นสาว นอกจากนี้ ยังมีการใช้ตัวอักษรเคลื่อนไหวต่างๆ และภาพกราฟิกสวยๆ ทั้งหมดเหล่านี้เพื่อให้แลดูน่าดึงดูดและดึงดูดใจของผู้ชม ทำให้เกิดความรู้สึกอยากจะคลิกเข้าไปชมรายละเอียดเพิ่มเติม สอดคล้องกับแนวคิดที่เกี่ยวกับรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์ นอกจากนี้ มีการใช้เทคโนโลยีเสียง อันได้แก่ เสียงประกอบหรือเสียงเทคนิคพิเศษ เช่น เสียงเวลาคลิกไปที่ไอคอนต่างๆ เสียงเพลง ที่ผู้ฟังสามารถคลิกเข้าไปฟังเพลงตัวอย่างหรือท่อนสุกของเพลงฮิตติดชาร์ตได้ผ่านทาง **click insider** และเทคโนโลยีสื่อสารสองทาง อย่างการขอเพลงผ่านทางเว็บไซต์หรือการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่างๆ ผ่านทางหน้าเว็บบอร์ด เพื่อให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในรายการมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงและรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียง

การปรับแปลงรูปแบบทางด้านลำดับขั้นตอนในการนำเสนอเนื้อหารายการวิทยุกระจายเสียงในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisislick.com

สำหรับการปรับแปลงรูปแบบทางด้านลำดับขั้นตอนในการนำเสนอเนื้อหารายการวิทยุกระจายเสียงในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต www.thisislick.com พบว่า สื่ออินเทอร์เน็ตมีคุณลักษณะที่สามารถแบ่งส่วนได้ (**Asynchronous**) ไม่มาเป็นกลุ่มก้อนเดียวกัน เช่น คอมพิวเตอร์มีศักยภาพในการจัดเก็บรักษาข้อมูลแบบแยกเป็นส่วนๆ จึงสามารถเรียกดูข้อมูลได้ทุกเวลาตามต้องการ ดังนั้น จึงไม่มีการจัดลำดับขั้นตอนการนำเสนอเนื้อหารายการเหมือนดังที่พบในสื่อวิทยุ ซึ่งผู้ฟังจะต้องรับฟังเนื้อหาตามลำดับขั้นตอนที่ดีเจเป็นผู้นำเสนอ สอดคล้องกับแนวคิดที่เกี่ยวกับธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่ออินเทอร์เน็ต

**การปรับแปลงรูปแบบทางด้านระยะเวลาในการออกอากาศในรายการ
วิทยุกระจายเสียงในเครื่องของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com**

การปรับแปลงรูปแบบทางด้านระยะเวลาในการออกอากาศของในรายการวิทยุกระจายเสียงในเครื่องของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่านwww.thisisclick.com พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจาก สื่ออินเทอร์เน็ต ผู้ฟังสามารถคลิกเข้าไปชมข้อมูลได้ทุกเมื่อที่ต้องการโดยไม่ต้องคำนึงถึงระยะเวลาในการออกอากาศ ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่สื่อวิทยุไม่มี ซึ่งผู้ฟังจะมีเวลาเป็นตัวกำหนดการรับฟังรายการจากทางสถานี สอดคล้องกับแนวคิดที่เกี่ยวกับธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่ออินเทอร์เน็ต

**การปรับแปลงรูปแบบทางด้านเวลาในการออกอากาศในรายการวิทยุกระจายเสียง
ในเครื่องของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com**

การปรับแปลงรูปแบบทางด้านเวลาในการออกอากาศของรายการวิทยุกระจายเสียงในเครื่องของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่านwww.thisisclick.com พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจาก สื่ออินเทอร์เน็ต ผู้ฟังสามารถคลิกเข้าไปชมข้อมูลได้ทุกเมื่อที่ต้องการโดยไม่ต้องคำนึงถึงเวลาในการออกอากาศ ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่สื่อวิทยุไม่มี ซึ่งผู้ฟังจะมีเวลาเป็นตัวกำหนดในการรับฟังรายการจากทางสถานี สอดคล้องกับแนวคิดที่เกี่ยวกับธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่ออินเทอร์เน็ต

**การปรับแปลงรูปแบบทางด้านพื้นที่สื่อในรายการวิทยุกระจายเสียงในเครื่องของ
บริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com**

จากการศึกษาพบว่า รายการวิทยุกระจายเสียงในเครื่องของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com จะสามารถรับฟังได้ในพื้นที่ที่กว้างกว่า ครอบคลุมพื้นที่ผู้ฟังยังมีเครื่องคอมพิวเตอร์และสัญญาณโทรศัพท์ไปถึง ทั้งนี้รวมไปถึงผู้ฟังที่อยู่ต่างประเทศด้วย ซึ่งแตกต่างจากสื่อวิทยุตรงที่ผู้ฟังจะสามารถรับฟังได้เฉพาะพื้นที่ที่มีสัญญาณคลื่นวิทยุส่งไปถึงเท่านั้น สอดคล้องกับแนวคิดที่เกี่ยวกับธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่ออินเทอร์เน็ต

จากการศึกษาเรื่องการปรับแปลงรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียงในเครื่องของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด ในการนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com ผู้วิจัยได้พบปรากฏการณ์การปรับแปลง ดังต่อไปนี้

- (1) มีการขยายเวลา สามารถรับฟังวิทยุบนอินเทอร์เน็ตได้ทุกเวลาตามต้องการ
- (2) มีการขยายพื้นที่ สามารถรับฟังวิทยุบนอินเทอร์เน็ตได้ทุกที่ตามต้องการ
- (3) มีการขยายลูกเล่นและมีสไลด์มากกว่า ในแง่ของเทคนิคการนำเสนอ
- (4) สร้างความหลากหลาย มีลูกเล่นมากขึ้น มีการใช้สี ภาพกราฟิก และเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพิ่มสีสัน

5.1.3 ปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงในเครื่องของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com

จากการศึกษาการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงเมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com ผู้วิจัยพบว่า มีทั้งหมด 3 ปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงในเครื่องบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com คือ

ก. **ธรรมชาติและศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ต** เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อมัลติมีเดีย มีความสูง สามารถเก็บข้อมูล ทั้งข้อความที่เป็นตัวอักษร ภาพ และเสียง มีความยืดหยุ่นในรูปแบบ เนื้อหา และการใช้งาน สามารถส่งข้อความทั้งตัวอักษร รูปภาพ และเสียง จึงทำให้รูปแบบและเนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงในเครื่อง บริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com มีความหลากหลาย มีลูกเล่น มีสีสัน มีความสวยงาม และมีรายละเอียดมากกว่าเมื่อนำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง

ข. **กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย** จากการศึกษาพบว่า รูปแบบและเนื้อหาส่วนใหญ่ของทั้งรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุบนอินเทอร์เน็ตจะขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก ดังนั้นกิจกรรมต่างๆ ที่ทางสถานีจัดขึ้น รวมถึงเกม ทางฝ่ายครีเอทีฟ จะต้องออกแบบให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก เพื่อทำให้เกิดการติดตามฟังและการเข้ามามีส่วนร่วมของผู้ฟังอย่างต่อเนื่อง

ค. **การตลาด** มีตัวแปรสำคัญคือ บริษัท โฆษณา ซึ่งในปัจจุบันนี้รายการวิทยุทางอินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มที่จะเป็นที่นิยมมากขึ้น เพราะเนื่องจากรูปแบบและเนื้อหาของรายการที่

ดึงดูด น่าสนใจ และผู้ใช้สะดวกในการรับฟัง ฉะนั้น บริษัทโฆษณาจึงพร้อมที่จะลงทุนซื้อสื่อเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าของตัวเอง จึงทำให้เนื้อหาและรูปแบบของกิจกรรมและเกมบางส่วน ถูกกำหนดจากทางบริษัทโฆษณา

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์การปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหารายการวิทยุกระจายเสียงในเครือ บริษัทคลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com พบว่า รูปแบบและเนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงในเครือ บริษัทคลิก เรดิโอ จำกัด ที่ปรากฏอยู่บนสื่ออินเทอร์เน็ต จะมีความหลากหลาย มีลูกเล่นมากกว่า มีปริมาณมากกว่า รวมทั้งมีการเพิ่มภาพกราฟิก มีการใช้เทคนิคตัวอักษรเคลื่อนไหว และภาพเคลื่อนไหว เพื่อดึงดูดความสนใจผู้ฟัง อีกทั้งรายละเอียดข้อมูลต่างๆ ก็ง่ายต่อการเรียกดู ไม่มีระยะเวลา ไม่มีลำดับการนำเสนอ มาเป็นตัวกำหนด เหมือนดังที่รายการวิทยุในเครือ บริษัทคลิก เรดิโอ จำกัด ถูกนำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง สอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องการปรับเปลี่ยน ที่ว่า สื่อสองทางให้กัน กล่าวคือ สื่ออินเทอร์เน็ตจะช่วยสองทางให้รายการวิทยุเป็นที่รู้จักแพร่หลายแก่คนในสังคมมากขึ้น แต่สิ่งที่จะหลีกเลี่ยงไม่ได้ในการนำรายการวิทยุมาผลิตซ้ำ โดยการแปรรูปผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต คือ การปรับเปลี่ยนเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอให้เหมาะสม และเข้ากันได้กับธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นรูปแบบการแสดงผลให้เกิดภาพ (visual) มากขึ้น อีกทั้งยังสอดคล้องแนวคิดของ หยก บูรพา ที่กล่าวไว้ว่า “สื่อ” ผิดแผกแตกต่างกัน การนำเสนอจึงต้องมีการปรับเปลี่ยน (transform) ให้เหมาะสม ดังนั้น เมื่อรายการวิทยุแปรจากสื่อวิทยุไปอยู่บนสื่ออินเทอร์เน็ต จึงต้องมีการปรับรูปแบบขึ้นมาใหม่ โดยเน้นไปที่ความเพลิดเพลิน สนุกสนาน ตื่นเต้นด้วยภาพอันมีสีสัน และเวลาที่มีไม่จำกัด อีกทั้งยังมีการเพิ่มเนื้อหาบางอย่างเข้ามามากขึ้น เช่น เนื้อหาในการส่งเสริมการขาย กิจกรรมประชาสัมพันธ์ต่างๆ ที่มีสปอนเซอร์สนับสนุนอยู่ ซึ่งถือว่าสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่บริษัทฯ จะใช้ในการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์รายการให้กับกลุ่มผู้ฟังบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งตรงกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ก่อนการทำวิจัย รวมทั้งสอดคล้องกับแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่ออินเทอร์เน็ต และแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์

นอกจากนี้ ในส่วนของเนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงในเครือของบริษัทคลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่านสื่อวิทยุ เปรียบเทียบกับเนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงในเครือของบริษัทคลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com พบว่า มีความคล้ายคลึงกัน เนื่องจากข้อมูลดิบที่ได้มาจากแหล่งเดียวกัน แต่เมื่อนำเสนอผ่านสื่อที่แตกต่างกัน ก็ย่อมที่จะมีการปรับเปลี่ยนและเปลี่ยนแปลงไปตามธรรมชาติของสื่อต่างๆ แต่ก็ยังคงเนื้อหาเดิมอยู่ สอดคล้องกับ

แนวคิดเรื่องการเชื่อมโยงเนื้อหา **Jeremy G. Butler (1994)** กล่าวเอาไว้ว่า ในเรื่องการเชื่อมโยงเนื้อหา (**Intertextuality**) สิ่งปรากฏในเนื้อหาใหม่ (**Secondary Text**) มักมีร่องรอยจากเนื้อหาเดิม (**Primary Text**) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการนำเนื้อหาจากสื่อหนึ่งไปสู่อีกสื่อหนึ่งต้องมีการดัดแปลงให้เข้ากับธรรมชาติของสื่อ เพื่อให้เกิดความเหมาะสมต่อการถ่ายทอด

จากการศึกษาพบลักษณะของการเชื่อมโยงเนื้อหา (**Intertextuality**) ของรายการวิทยุในเครือบริษัท คลิก เเรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com มีอยู่ 2 แบบด้วยกัน คือ

(1) มีการรักษาอัตลักษณ์ของเนื้อหารายการเดิมเอาไว้ กล่าวคือ รายการที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุ จะถูกดัดแปลงเนื้อหาเมื่อนำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อให้เหมาะสมกับธรรมชาติของสื่อ แต่อย่างไรก็ตามเนื้อหาสำคัญของรายการและอัตลักษณ์ของรายการจะยังคงถูกรักษาเอาไว้ไม่ให้เปลี่ยนแปลงไป ผู้ฟังจะยังรับรู้ถึงความเป็นคลิก เเรดิโอ แม้ว่าจะถูกนำเสนอผ่านสื่อต่างกันก็ตาม ซึ่งรายการในเครือบริษัท คลิก เเรดิโอ จำกัด คือรายการวิทยุที่เปิดเพลงหลากหลายแนว ทั้งเพลงไทย เพลงสากล ที่ฮิตตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และเป็นเพลงนอกกระแสหรือเพลงที่ถูกแต่งขึ้นมาเอง รวมไปถึงการดำเนินรายการของดีเจที่ไม่เน้นหน้าตาแต่เน้นที่ความสามารถ และรอบรู้เรื่องเพลงเป็นอย่างดี อีกทั้งรูปแบบการนำเสนอรายการก็ตื่นเต้น เร้าใจ และมีเอกลักษณ์เป็นของตัวเองชัดเจนตามที่ผู้ผลิตรายการนิยามเอาไว้ว่าเป็นรายการวิทยุที่มีความแนว แปลก และไม่เหมือนใคร

(2) เนื้อหาที่มีความหลากหลายออกไป ถึงแม้ว่าจะมาจากรายการวิทยุเดียวกันก็ตาม กล่าวคือ รายการวิทยุที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุ เมื่อนำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต จะมีการปรับเปลี่ยนให้เกิดความหลากหลายมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ตที่เป็นสื่อประสม สามารถบรรจุได้ทั้งข้อความ ภาพ และเสียง จึงทำให้เนื้อหาที่นำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต สามารถมีทั้งภาพประกอบ เสียงเพลง และมีรายละเอียดข้อมูลมากกว่าและชัดเจนกว่าเนื้อหาที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุ

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า การปรับเปลี่ยนเนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงในเครือบริษัท คลิก เเรดิโอ จำกัด ผ่าน www.thisisclick.com ถือเป็นเพียงการทำเสมือนใหม่ (**virtual**) แต่จริงๆ แล้วไม่ใช่ของใหม่ เนื้อหาที่ถูกปรับเปลี่ยนไปเพียงเพื่อต้องการให้เหมาะสมกับธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ตเท่านั้น แต่ใจความสำคัญและอัตลักษณ์ของรายการยังคงเหมือนเดิม ไม่ถูกปรับเปลี่ยนไป

ข้อสังเกตอีกอย่างหนึ่งที่พบ คือ การนำเสนอข้อมูลผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังได้มากกว่า แม้ในพื้นที่ที่ไม่มีคลื่นสัญญาณวิทยุ แต่ยังมีสัญญาณ โทรศัพท์และเครื่อง

คอมพิวเตอร์ เนื่องจากพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นและคนวัยทำงานตอนต้น ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายหลักของรายการวิทยุกระจายเสียงในเครือ บริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด มีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเรื่อยๆ ดังจะเห็นได้จากการสำรวจของ บริษัท ชิน โนเวต (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า 36% ของวัยรุ่นไทยมีคอมพิวเตอร์ ในขณะที่ 45% ของวัยรุ่นเอเชียมีคอมพิวเตอร์ และครึ่งหนึ่งของจำนวนวัยรุ่นเอเชียอายุระหว่าง 12-24 ปี นิยมใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางสำคัญสำหรับข้อมูลต่างๆ มากกว่าโทรศัพท์ (32%) และหนังสือพิมพ์ (10%) และยังพบว่าวัยรุ่นเอเชียใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูล อีเมลล์ คาวนั้ โหลดเพลงหรือภาพยนตร์ ใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารติดต่อกับเพื่อน และเกมออนไลน์ ซึ่งกระแสนี้จะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดย 1 ใน 3 พบว่าใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น 43% ในปี 2549 และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้ พฤติกรรมของวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น หันมาใช้อินเทอร์เน็ตในการรับฟังรายการวิทยุกระจายเสียงมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านการทำงาน การค้นคว้าหาข้อมูล การเรียน หรือแม้แต่กระทั่งด้านบันเทิงอย่างอ่านข่าว ดูทีวี หรือฟังเพลง จากการสัมภาษณ์คุณพัศสุวรรณ ศรีลาน พบว่า กลุ่มคนที่เข้ามาที่เว็บไซต์จะแปรตามกลุ่มของผู้ฟังในแต่ละคลื่นด้วย เช่น Fat Radio 104.5 จะมีคนเข้ามามากกว่าสถานีอื่นๆ เพราะกลุ่มผู้ฟังค่อนข้างเป็นวัยรุ่น อีกทั้งทางสถานีก็จัดกิจกรรมตลอดเพื่อดึงดูดผู้ฟังให้เข้ามาฟังมากขึ้นทำให้สื่ออินเทอร์เน็ตส่งผลต่อเนื่องไปถึงการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์มนุษย์และการเปลี่ยนแปลงสังคม 3 ประการ สอดคล้องกับแนวคิดเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด ซึ่งได้แก่

(1) Interactivity

เดิมการมีปฏิสัมพันธ์จะเกิดขึ้นก็เฉพาะในกรณีของการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้า เมื่อสื่อดั้งเดิมเข้ามามีบทบาทในสังคมทำให้การโต้ตอบอย่างฉับพลันนั้นลดน้อยลงไป แต่ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาท เช่น การขอเพลงผ่านทาง request box บนหน้าเว็บไซต์ www.thisisclick.com หรือการโต้ตอบกันในเว็บบอร์ดในเว็บไซต์ www.thisisclick.com ทำให้สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ได้ในทันที ทำให้มิติด้านกาละ (time) เทละ (space) ของการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก

(2) Individual/ Demassified

รูปแบบการสื่อสารมวลชนดั้งเดิมนั้นมีแต่จะสร้างให้เกิดการกระจายในวงกว้าง หรือที่เรียกว่า ผู้รับสารที่เป็นมวลชน (Massified) ขึ้นมา โดยทุกคนจะบริโภคสื่ออย่างเดียวกัน ในเวลาเดียวกัน แต่ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้ผู้รับสารมีทางเลือกมากขึ้น สามารถใช้สารได้ตามเวลาและสถานที่ที่ตนต้องการได้มากขึ้น เช่น สามารถเข้าไปคลิกชมรายละเอียดของกิจกรรมต่างๆ ที่ทางสถานีเป็นผู้จัด ข้อมูลเกี่ยวกับศิลปิน หรือรายงานชาร์ตเพลง บนหน้าเว็บไซต์ได้ทันที

(3) Asynchronous nature of new communication

คุณลักษณะอีกประการหนึ่งของสื่อใหม่ คือ ความสามารถในการแบ่งส่วนได้ (Asynchronous) โดยไม่มาเป็นกลุ่มก้อนเดียวกัน เช่น คอมพิวเตอร์มีศักยภาพที่จะจัดเก็บรักษาข้อมูลแบบแยกไว้เป็นส่วนๆ ได้ ตลอดจนในการส่งข้อมูลก็สามารถที่จะแยกส่งทีละส่วนทำให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน คุณภาพของข้อมูลไม่หายไปกับระยะทาง นอกจากนั้น ยังรวมไปถึงศักยภาพที่สื่อมวลชนสามารถที่จะเก็บรักษาข่าวสารและข้อมูลไว้เผยแพร่ในรูปแบบอื่นๆ ที่ต่างกัน เช่น การแพร่สารสนเทศผ่าน โคมเพจ เป็นต้น

ซึ่งการที่ผู้ฟังหันมาใช้คอมพิวเตอร์เป็นช่องทางในการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ สามารถแบ่งแยกได้ออกเป็น 3 รูปแบบ ตามแนวคิดเรื่องการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ (Computer-Mediated Communication) หรือ CMC ที่ Hiltz ได้กล่าวเอาไว้ ดังนี้

ปรากฏการณ์การแทนที่ (Substitution) เกิดขึ้นเมื่อ CMC ถูกนำมาใช้แทนวิธีการสื่อสารในรูปแบบเดิมที่เคยเป็นมา เช่น การขอเพลงผ่านทาง request box บนหน้าเว็บไซต์ www.thisislick.com แทนการโทรศัพท์เข้าไปขอในรายการ

ปรากฏการณ์การเสริม (Add-On) เกิดขึ้นเมื่อ CMC ถูกนำมาใช้ในขณะที่วิธีการสื่อสารในรูปแบบเดิมยังคงอยู่ เช่น การอ่านผังรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ตก่อน จึงค่อยเปิดฟังรายการวิทยุที่ต้องการผ่านทางเครื่องวิทยุ

ปรากฏการณ์การแผ่ขยาย (Expansion) คือการใช้ CMC เพื่อการสื่อสารที่แตกต่างไปจากกระบวนการสื่อสารแบบเดิม เช่น การรับฟังรายการวิทยุกระจายเสียงในเครือ บริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด ผ่านทาง www.thisislick.com แทนการรับฟังรายการวิทยุกระจายเสียงในเครือ บริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด ผ่านทางสื่อวิทยุ แม้ว่าจะเป็นคลื่นเดียวกันก็ตาม

ในส่วนของปัจจัยที่ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisislick.com ตามที่ผู้วิจัยได้แนวคิดเรื่องธรรมชาติของสื่อวิทยุและสื่ออินเทอร์เน็ต มาใช้เป็นกรอบแนวคิดอ้างอิงในการศึกษาครั้งนี้ สอดคล้องกับที่ Denis McQuail (1987) กล่าวเอาไว้ว่า อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อใหม่ที่มีการผสมผสานเทคโนโลยีต่างๆ เข้าด้วยกัน ทั้งการขนส่ง การเก็บรวบรวมข้อมูล การสืบค้นข้อมูล การย่อส่วน การกระจาย การควบคุม การนำเสนอ และทำให้เกิดการสื่อสารหลายทาง นอกจากนี้ สื่ออินเทอร์เน็ตยังเป็นสื่อที่มีความจุสูง มีความยืดหยุ่นในรูปแบบ เนื้อหา และการใช้งาน การ

ตอบสนองและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (**Interactivity**) รวมทั้งความสามารถในการทะลวงผ่านข้อจำกัดของการสื่อสารที่เกี่ยวกับเวลาและระยะทางในการสื่อสาร

คุณสมบัติที่สำคัญประการหนึ่งของอินเทอร์เน็ต คือ รูปแบบการสื่อสารด้วยระบบหลายสื่อหรือสื่อประสม (**Multimedia**) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การนำเสนอเรื่องราว ข้อมูล และสารสนเทศต่างๆ บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสามารถทำได้หลายรูปแบบทั้งข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ดังนั้น เนื้อหาและรูปแบบของรายการวิทยุกระจายเสียงในเครือ บริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนเมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com ไม่ว่าจะเป็นทั้งทางด้านเนื้อหารายการ ซึ่งรวมถึงภาษาที่ใช้ ปริมาณเนื้อหา เพลง ข่าว กิจกรรม ประชาสัมพันธ์ และเกม และด้านรูปแบบรายการ ซึ่งรวมถึงเทคนิคการนำเสนอ ลำดับขั้นตอนการนำเสนอ ระยะเวลาในการออกอากาศ เวลาในการออกอากาศ และพื้นที่สื่อ เพื่อให้เหมาะสมกับธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต

นอกจากนี้ กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายและบริษัท โฆษณา ก็มีส่วนในการทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงในเครือของบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com ด้วย ทั้งนี้เพราะรูปแบบและเนื้อหาส่วนใหญ่ของทั้งรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุบนอินเทอร์เน็ตจะขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก ตามนโยบายของบริษัท ฯ เพื่อดึงดูดให้ผู้ฟังเป้าหมายมีการรับฟังอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งในปัจจุบัน รายการวิทยุทางอินเทอร์เน็ตก็มีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตของคนในปัจจุบันเพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับรูปแบบและเนื้อหาของรายการที่นำเสนอผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตก็มีความดึงดูด น่าสนใจ และมีความสะดวกในการใช้งาน ฉะนั้น บริษัท โฆษณาจึงอยากที่จะลงทุนซื้อสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อขยายช่องทางในการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าของตัวเอง ดังนั้น บริษัท โฆษณาเหล่านี้ จึงมีส่วนกำหนดเนื้อหาและรูปแบบบางส่วน of รายการวิทยุกระจายเสียงในเครือ บริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์

จากข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์การปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาของรายการวิทยุกระจายเสียงของเครือบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด ในการนำเสนอผ่าน www.thisisclick.com ผู้วิจัยพบว่า ตรงตามกับข้อสันนิษฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ ดังนี้คือ

- รูปแบบของรายการ ซึ่งรวมถึง ลำดับของรายการ เทคนิคการนำเสนอ ระยะเวลาที่ออกอากาศ เวลาที่ออกอากาศ และพื้นที่สื่อที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงมีการเปลี่ยนแปลง (**Transform**) เพื่อให้เหมาะสมกับธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต โดยรูปแบบของรายการที่เผยแพร่

ผ่านสื่อ **online radio** ในโฮมเพจ www.thisclick.com นั้น จะมีความหลากหลาย มีลูกเล่น กราฟิก สวยงาม ดึงดูดความสนใจ และง่ายต่อการเรียกดู

- เนื้อหาของรายการ ซึ่งก็คือ ภาษา ปริมาณ ชนิดและลำดับเนื้อหาของเพลงที่นำเสนอผ่าน สื่อวิทยุกระจายเสียงมีการปรับเปลี่ยน (**Transform**) เมื่อเผยแพร่ผ่านสื่อ **online radio** ในโฮมเพจ www.thisclick.com โดยเพิ่มเนื้อหาบางอย่างเข้ามา อาทิเช่น เนื้อหาด้านการส่งเสริมการขาย โปรโมชันต่างๆ และเนื้อหาเพิ่มเติมของคอนเสิร์ต ศิลปิน หรือดีเจ

- ธรรมชาติและศักยภาพของสื่อวิทยุและสื่ออินเทอร์เน็ตมีผลต่อการปรับรูปแบบและ เนื้อหารายการที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง เมื่อเผยแพร่ผ่านสื่อ **online radio** ในโฮมเพจ www.thisclick.com

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า การนำสื่ออินเทอร์เน็ตมาช่วยในการเผยแพร่ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ ข่าวและกิจกรรมของทางสถานีวิทยุทั้ง 3 สถานี ในเครือบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด ถือเป็น การเพิ่มช่องทางในการสื่อสารระหว่างสถานีวิทยุกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ซึ่งในอนาคต การนำเสนอ รายการวิทยุบนสื่ออินเทอร์เน็ต อาจจะเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเพิ่มรายได้ให้กับองค์กรได้ไม่แพ้ กับสื่อวิทยุกระจายเสียงเลยทีเดียว เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตสามารถสนองผัสสะของมนุษย์ได้ มากกว่าสื่อวิทยุ กล่าวคือ ผู้ฟังสามารถเสพข้อมูลต่างๆ ของรายการวิทยุเมื่อนำเสนอผ่านสื่อ อินเทอร์เน็ต ได้ทั้งข้อความ รูปภาพ และเสียง รวมถึงการสัมผัส เช่น กายสัมผัส อันได้แก่ การจับ เมาส์คลิก หรือเป็นคีย์บอร์ด และใจสัมผัส ซึ่งแตกต่างจากสื่อวิทยุที่สามารถรับรู้ด้วยการได้ยินเพียง อย่างเดียว และต้องอาศัยจินตนาการตาม

จากคำกล่าวที่ว่า “อีกหน่อยวิทยุก็ตาย” ทำให้เราเห็นว่า ในปัจจุบันนี้ ผู้ประกอบรายการ วิทยุหลายๆ บริษัท ต่างพากันหันมาใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลและ ข่าวสารของบริษัทมากขึ้น เนื่องมาจากศักยภาพที่มีอย่างไม่จำกัดของสื่ออินเทอร์เน็ต ทั้งในด้านการ ขยายเนื้อหา ขยายปริมาณ ขยายเวลา และขยายพื้นที่ในการรับฟัง ดังนั้น สื่ออินเทอร์เน็ตจึงน่าที่จะ เป็นทางออกที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการรายการวิทยุสามารถดำรงอยู่ได้ต่อไปในสภาวะการณ์ที่มีการ แข่งขันกันทางตลาดสูงอย่างในปัจจุบัน แต่อย่างไรก็ตาม สื่อวิทยุก็ยังไม่ถือว่าตายไปซะทีเดียว เพราะยังเป็นที่ชื่นชอบของคนบางกลุ่ม เนื่องจากข้อดีของสื่อวิทยุที่มีอยู่หลายประการ คือ วิทยุ สามารถสร้างจินตนาการได้ เข้าถึงคนหมู่มาก มีราคาถูก เข้าถึงปัจเจกบุคคล ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ไม่ ต้องการทักษะอ่านเขียน และสร้างความรู้สึกลึกโดยใช้เสียง

5.3 ข้อจำกัดทางการวิจัย

ข้อจำกัดเรื่องของเวลา เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาสื่อวิทยุบนอินเทอร์เน็ต ธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ตคือลักษณะของการไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่และเปลี่ยนแปลงได้รวดเร็ว จึงทำให้ผลการศึกษจะสามารถอธิบายได้เฉพาะสถานการณ์ในช่วงเวลานั้น

5.4 ข้อเสนอแนะ

ในอนาคตสำหรับผู้ที่สนใจศึกษาสื่อวิทยุบนอินเทอร์เน็ต ควรจะศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับบทบาทของการแสวงหาผลประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ของลูกค้าโฆษณาว่ามีส่วนต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาอย่างไรบ้าง เพราะในปัจจุบันตลาดทางด้านอินเทอร์เน็ตเริ่มมีการแข่งขันที่สูงขึ้น การหาประโยชน์ในเชิงพาณิชย์จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจอยู่ไม่น้อย

อีกทั้งเทคโนโลยีในปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง อาจทำให้ในอนาคตวิทยุบนอินเทอร์เน็ตน่าจะสามารถพัฒนาไปในรูปแบบอื่นที่ไม่ใช่แค่เสียงหรือภาพเคลื่อนไหวเพียงอย่างเดียว ดังนั้น จึงน่าที่จะนำมาใช้ในการวิจัยเพิ่มเติมได้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ. **2541.** การวิเคราะห์สื่อ:แนวคิดและเทคนิค. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสันเพรส โพรดักส์.

กิตติ กันภัย. **2543** การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ในสังคมสารสนเทศ. มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่. 71-76 กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสัน เพรส โพรดักส์.

จรรยาพร แสงไชย. **2540** มหัศจรรย์แห่งการโฆษณา. กรุงเทพฯ: แปซิฟิก.

ชาญวิทย์ เจริญกิจชัยชนะ. **2541.** บทบาทของโฮมเพจ “InterCast.Loxinfo” ในช่องทางใหม่ของสื่อมวลชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พัชอร บุญรัตน์กรกิจ. **2547.** กระบวนการผลิตและการนำเสนอรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปิยะพิมพ์ สมิตติกล. **2541.** การเชื่อมโยงเนื้อหา “นวนิยาย” ในสื่อสิ่งพิมพ์และในสื่อละครโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เมธา เสรีชนาวงศ์. **2544** เอกสารประกอบวิชา 2802316 การผลิตรายการวิทยุ 1 (Radio Production I).

วิภา อุตมพันธ์. **2546** โลกของการกระจายเสียง จากจุดเริ่มต้นสู่ยุคโลกาภิวัตน์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์.

ศุภกัญญา คงประดิษฐ์. 2547. โครงสร้างองค์กรของเว็บไซต์ที่ให้บริการฟังเพลงออนไลน์แบบ **On-demand**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

Hugh Mackay and Tim O' Sullivan. 1999. **The Media Reader: Continuity and Transformation**
First Edition. London. Thousand Oaks. New Delhi: Sage.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวธารนิธิ พยัคฆราชศักดิ์ เกิดเมื่อวันที่ 11 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2521 สำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาเคมี คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ในปีการศึกษา 2540 จากนั้นจึงได้เข้าทำงานในตำแหน่งผู้ประสานงานต่างประเทศ บริษัท วาร์ดี้ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด

ปี พ.ศ. 2544 เข้าทำงานในตำแหน่งกองบรรณาธิการ นิตยสาร **What's on This Week** จนกระทั่ง ปี พ.ศ. 2546 และได้เข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2547

ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกองบรรณาธิการ นิตยสาร **Woman Plus** และนิตยสาร 247 ในเครือ บริษัท จีเอ็ม มัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน)



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย