



### 8.1 บทสรุป

รายการวิทยุ 104.5 แฟตเรดิโอ เป็นรายการเพลงไทยสากลร่วมสมัยสำหรับวัยรุ่น เสนอเพลงที่แตกต่างออกไปจากเพลงที่เสนอในรายการวิทยุอื่น ๆ โดยเน้นสัดส่วนเพลงอินดี้ โดยเป็นเพลงป๊อปรีคจากบริษัทเทปเพลงอิสระ เช่น สมอลล์รูม โนมอร์เบลท์ และยังนำเสนอวัฒนธรรมร่วมสมัยที่น่าสนใจ เช่น แฟชั่น ภาพยนตร์ ภาพยนตร์สั้น หนังสือ หนังสือทำมือ ผ่านกิจกรรมในรายการและกิจกรรมนอกสถานที่ต่าง ๆ รายการแฟตเรดิโอสร้างกลุ่มผู้ฟังให้มีความแตกต่างจากกลุ่มผู้ฟังวัยรุ่นทั่วไปด้วยรสนิยมและชีวิตวัฒนธรรมอินดี้ โดยสร้างรูปแบบรายการทางเลือกที่เพลงซึ่งเน้นสัดส่วนเพลงอินดี้เป็นหลัก บุคลิกของรายการ สารทางวัฒนธรรมวัยรุ่นที่รายการเสนอ และกิจกรรมนอกสถานที่ของรายการ และสร้างพื้นที่การรวมกลุ่มผ่านกิจกรรมในรายการวิทยุและกิจกรรมนอกสถานที่ เพื่อให้กลุ่มผู้ฟังติดตามฟังรายการอย่างต่อเนื่อง และได้เข้าร่วมกิจกรรมนอกสถานที่อย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งการมีส่วนร่วมหรือมีปฏิสัมพันธ์ต่อรายการวิทยุและกิจกรรมนอกสถานที่

กลุ่มผู้ฟังก็มีบทบาทในการเป็นกลุ่มผู้ฟังรายการแฟตเรดิโอด้วยการเปิดรับรายการผ่านสื่อและช่องทางสื่อที่หลากหลายเพิ่มขึ้นนอกจากผ่านการเปิดรับรายการผ่านเครื่องรับวิทยุในพื้นที่ส่วนบุคคลเท่านั้น โดยกลุ่มผู้ฟังยังสามารถเปิดรับรายการผ่านสื่อดิจิทัล ซึ่งเป็นการเพิ่มทางเลือกในการเปิดรับรายการในพื้นที่สาธารณะและเวลาในการเปิดรับรายการมากขึ้นในชีวิตประจำวัน กลุ่มผู้ฟังยังสร้างการเป็นกลุ่มผู้ฟังรายการด้วยการมีส่วนร่วมในรายการหรือมีปฏิสัมพันธ์ต่อนักจัดรายการผ่านช่องทางสื่อสารต่าง ๆ ที่รายการเสนอและการทำแบบสำรวจทางดนตรีออนไลน์ Fat Insiders อันเป็นการสร้างความจงรักภักดีต่อรายการ

รายการแฟตเรดิโอเป็นสถานีเพลงทางเลือกที่เป็นกลางจากการมีนายทุนบริษัทเทปเพลงเป็นเจ้าของกิจการและโดยไม่มียึดติดกับสูตรสำเร็จของเพลงยอดนิยมตามตลาดกลุ่มผู้ฟังทั่วไปและไม่จำกัดบริษัทเทปเพลง ในช่วงระยะเริ่มแรกที่ออกอากาศ รายการเคยประสบปัญหาภาวะขาดทุนผู้ผลิตรายการเสนอทางออกด้วยการจัดกิจกรรมขนาดย่อมเพื่อพิสูจน์ฐานผู้ฟังที่มีรสนิยมและวิถี

ชีวิตอื่นดีว่ามีอยู่จริงจำนวนหนึ่ง ผลจากการจัดกิจกรรมครั้งนั้นดีกว่าที่ผู้ผลิตรายการคาดหวังไว้ รายการแพตเรดิโอเริ่มมีชื่อเสียงด้านการจัดกิจกรรมนอกสถานที่ต่าง ๆ และกิจกรรมนอกสถานที่ก็กลายเป็นแหล่งรายได้หลักของรายการจากผู้อุปถัมภ์

กลุ่มผู้ฟังรายการแพตเรดิโอมีบทบาทเป็นผู้บริโภครายการวิทยุและกิจกรรมนอกสถานที่ของรายการด้วยการติดตามและมีส่วนร่วมอย่างกลุ่มผู้ฟังแบบ Active audience ซึ่งบ่งบอกด้วยระดับการฟังรายการและระดับการเข้าร่วมกิจกรรมนอกสถานที่ กิจกรรมที่เข้าร่วม และบทบาทที่เป็นมากกว่าผู้บริโภค เพื่อสื่อสารความจงรักภักดีต่อรายการและความนิยมคลังโคลัคิลปิน และยังสื่อสารความจงรักภักดีต่อรายการและความนิยมคลังโคลัคิลปินด้วยการเป็นผู้บริโภคสินค้าทางวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่ต่อเนื่องจากรายการแพตเรดิโอ ได้แก่ รายการวิทยุอื่นๆ ในเครือบริษัทคลิเกรดิโอ Fat Insiders นิตยสารตีตีที โรงภาพยนตร์เฮาส์ราม่า เสื้อยืดแพตเรดิโอ และเสื้อยืดของคิลปิน อีกทั้งยังผลิตซ้ำวัฒนธรรมแพตเรดิโอ เพื่อบ่งบอกอัตลักษณ์ความเป็นแพตเรดิโอ ได้แก่ การมีรสนิยมดนตรีอินดี้ การเข้าร่วมกิจกรรมนอกสถานที่ของรายการแพตเรดิโอ การทำแบบสำรวจทางดนตรีออนไลน์ Fat Insiders การอ่านนิตยสารตีตีที และการสวมใส่เสื้อยืดแพตเรดิโอ

กลุ่มผู้ฟังรายการแพตเรดิโอยังเป็นกลุ่มผู้ฟังแบบ Creative and cultural audience ด้วยการสร้างวัฒนธรรมย่อยของกลุ่ม เรียงตามลำดับความโดดเด่นของอัตลักษณ์และโอกาสในการแสดงอัตลักษณ์ดังกล่าวออกสู่สาธารณะจากมากไปน้อย ได้แก่ กลุ่มผู้สร้างสรรค์ผลงานนิตยสารทางเลือก กลุ่มผู้สร้างสรรค์ผลงานภาพยนตร์สั้น และกลุ่มผู้เข้าสู่กลุ่มวัฒนธรรมย่อยทางดนตรีหรือคิตตี้แบบเฮฟวีเมทัล โดยที่อัตลักษณ์ที่กลุ่มผู้ฟังสร้างสรรค์ขึ้นเองนี้เป็นการผสมผสานสัดส่วนวัฒนธรรมวัยรุ่นที่เปิดรับจากรายการแพตเรดิโอและระหว่างสัดส่วนการสร้างสรรควัฒนธรรมย่อยเฉพาะกลุ่มจากสื่ออื่น ๆ

## 8.2 อภิปรายผล

แม้แพตเรดิโอเป็นสถานีวิทยุขนาดเล็กและเป็นรายการทางเลือกรายการวิทยุกระแสหลัก รายการก็สามารถสร้างกลุ่มผู้ฟังที่มีวัฒนธรรมร่วม โดยที่กลุ่มผู้ฟังที่ยอมรับวัฒนธรรมแพตเรดิโอเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในรสนิยมและวิถีชีวิตของตนและกลุ่มได้เป็นผลสำเร็จ ท่ามกลางการแข่งขันในตลาดสื่อวิทยุด้วยระบบทุนนิยม ก่อนหน้านี้รายการแพตเรดิโอก็เคยประสบปัญหาทางเศรษฐกิจมาบ้าง แต่ต่อมาก็สามารถต่อสู้อัจฉริยะของคู่แข่งทางธุรกิจได้ด้วยการนำการตลาดมาใช้ แสดงให้เห็นว่า ขณะที่พื้นที่สื่อทางเลือกดังกล่าวได้รับการยอมรับจากสังคมไทย องค์กรก็หลีกเลี่ยงหนี

ไม่พ้นจากระบบทุนนิยม จึงน่าสนใจว่า ในอนาคตรายการวิทยุที่สร้างความแตกต่างในรูปแบบและเนื้อหาของรายการเฉพาะนี้จะสามารถอยู่รอดทางธุรกิจในกระแสการแข่งขันของวงการสื่อวิทยุโดยคงอัตลักษณ์ดังกล่าวต่อไปได้อยู่หรือไม่

การเกิดวัฒนธรรมอินดี้ในรายการวิทยุเป็นความพยายามในการสร้างตัวตนที่แตกต่าง โดยสร้างพื้นที่เฉพาะให้กลุ่มวัฒนธรรมย่อยต่าง ๆ ได้แสดงตัวตนออกมา โดยที่วัฒนธรรมอินดี้เป็นหนึ่งในความหลากหลายของวัฒนธรรมวัยรุ่นในสังคมไทย ซึ่งสะท้อนความต้องการมีวัฒนธรรมที่เป็นอิสระของตนเอง หรือแยกจากวัฒนธรรมของพ่อแม่ตามแนวคิดของกลุ่มวัฒนธรรมศึกษาเชิงวิพากษ์ของสำนักเบอร์มิงแฮม อันเป็นวิกฤติที่เกิดขึ้นตามพัฒนาการแห่งวัย ดังนั้น ผู้ใหญ่จึงควรเข้าใจความต้องการมีโลกจินตนาการที่ช่วยเติมเต็มชีวิตวัยรุ่นแทนที่จะใช้การว่ากล่าวต่าหนิติเตียน

ในแง่ความเป็นบริโภคนิยม รายการแพตเรดิโอและกลุ่มผู้ฟังต่างร่วมสร้างกระแสบริโภคนิยม แต่กลุ่มผู้ฟังบางส่วนมีสำนึกถึงการถูกรอบงำจากระบบทุนนิยมด้วยการบริโภคสินค้าที่ไม่สะท้อนความเป็นทุนนิยม ในขณะที่เดียวกันกลุ่มผู้ฟังบางส่วนก็มีพฤติกรรมการบริโภคที่ไม่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของตนด้วยการใช้จ่ายอย่างเต็มที่เพื่อสนองความจงรักภักดีต่อรายการ รวมถึงความนิยมคลังโคล้ดซิลปิน

### 8.3 ปัญหาและอุปสรรคในการวิจัย

1. งานวิจัยนี้ประยุกต์ใช้วิธีการวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา โดยผู้วิจัยเป็นเพียงผู้สังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมเท่านั้น ไม่ได้เข้าไปแฝงตัวอยู่กับกลุ่มตัวอย่างได้อย่างสมบูรณ์
2. การขาดการติดต่อกับสมาชิกบางคนในกลุ่มตัวอย่างทำให้ข้อมูลบางส่วนสูญหาย จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่างจึงไม่ครบถ้วนตามจำนวนมาตรฐานที่ 30 คน ในการวิจัยเชิงคุณภาพโดยทั่วไป

### 8.4 ข้อเสนอแนะ

1. งานวิจัยครั้งนี้ศึกษาในเฉพาะส่วนกิจกรรมนอกสถานที่ของรายการแพตเรดิโอเท่านั้น จึงเป็นที่น่าสนใจที่จะศึกษากิจกรรมนอกสถานที่ของรายการวิทยุอื่น ๆ ที่ออกอากาศด้วยระบบความถี่เอฟเอ็ม กิจกรรมนอกสถานที่ของรายการวิทยุทางสถานีที่ออกอากาศด้วยระบบ

ความถี่เอเอ็มหรือวิทยุชุมชน หรือกิจกรรมที่องค์กรสื่อด้านอื่น ๆ เป็นผู้จัด โดยเป็นการศึกษาเชิงเปรียบเทียบ

2. งานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ฟังรายการแพตเรดิโอเท่านั้น สิ่งที่น่าสนใจในการศึกษาครั้งต่อไป คือ การเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยในแวดวงอื่น ๆ เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาเชิงวัฒนธรรมต่อไป