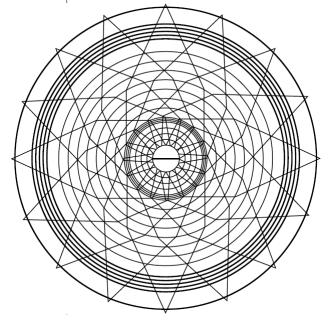


[Научные статьи]

Поопуан Н.

Радиовещание в Таиланде:

тенденции развития и современное состояние



РАДИОВЕЩАНИЕ В ТАИЛАНДЕ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Поопуан Н.

магистр медиакоммуникаций

(Москва, Россия)

poopuan@edu.hse.ru

Аннотация:

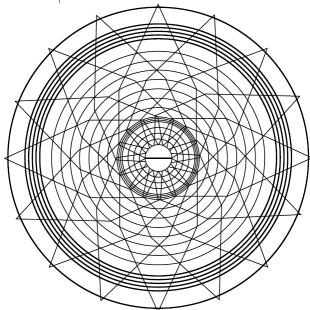
Настоящая статья является первой русскоязычной работой, освещающей историю и состояние радиовещания в Таиланде. Работа включает в себя периодизацию становления технологий радиовещания в Таиланде. Техническая составляющая рассматривается в связке с социально-политическими и экономическими особенностями Таиланда. Автором анализируется процесс и результаты перехода страны на цифровое вещание, дается характеристика правовой базы радиоотрасли. В статье приведен список наиболее популярных радиостанций Таиланда и результаты измерения аудитории, а также дано общее представление о бизнесе в сфере радиовещания.

Ключевые слова: Таиланд, радиовещание, история Таиланда, история радиовещания, цифровое радиовещание, аудитория радио, бизнес в сфере радиовещания

Введение

Таиланд впервые узнал о радиосвязи в 1904 г. В 1914 г. король Рама VI ввел слово «радио» в тайский язык, но только почти столетие спустя, в 1999 г., Королевский институт официально утвердил словосочетание «радиовещание» (Департамент по связям с общественностью, 2019). Сегодня радиовещание является одним из самых влиятельных институтов в тайском обществе. На этом долгом пути роль радио в стране, основные черты его развития и экономические основы различались.

Можно выделить шесть периодов развития тайского радио: 1) внедрение телеграфа (1904–1926); 2) период экспериментального вещания (1927–1931); 3) начало широкого радиовещания (1932–1937); 4) период пропагандистского вещания (1940–1972); 5) развитие демократических принципов вещания (1973–1982); 6) свободное вещание и расширение вещательного бизнеса (с 1982 г.). Сегодня радиовещание в Таиланде вступило в цифровую эпоху перехода от



[Научные статьи]

Поопуан Н.

*Радиовещание в Таиланде:
тенденции развития и современное состояние*

аналоговой к цифровой системе передачи сигнала, что уже повлияло и будет продолжать влиять на слушателей, контент, бизнес в этой сфере. Но многие факторы этого процесса и следствия еще не ясны, не систематизированы. Между тем, это важно для понимания перспектив развития радиовещания в стране, выявления возможных препятствий и трудностей.

До настоящего времени практика радиовещания в Таиланде не была объектом специального изучения, хотя отдельные работы публиковались: по истории радиовещания (Рапипхат, 2009; Walop, 2014); социальной культурологии (Magrathong & McDanie, 2015); образовательному потенциалу (Патчара, 2003); участию в процессах социальной модернизации (Патчорн, 2004). Однако все эти работы рассматривали лишь определенные аспекты радиовещания, тогда как систематизации теории и практики радиовещания применительно к Таиланду не проводилось. Тем более не представлена эта тема в российском научном дискурсе: на русском языке нет материалов по истории и современному состоянию тайского радиовещания. Между тем дипломатические, экономические, культурные связи двух стран значимы, дальнейшее их развитие предполагает понимание возможностей коммуникации и технической основы для этого на территории Таиланда. А данные возможности исходят во многом из истории развития этого вида социальной коммуникации в стране.

Объектом настоящего исследования является радиовещание в Таиланде; *предметом* — тенденции развития тайского радиовещания. Цель работы: на основе исторического анализа становления и развития этого средства массовой информации, изучения его современного состояния выявить тенденции развития радиовещания в Таиланде. Основным для нас стал исторический метод исследования (Gottschalk, 1963; Gardiner, 1959).

История становления радиовещания в Таиланде

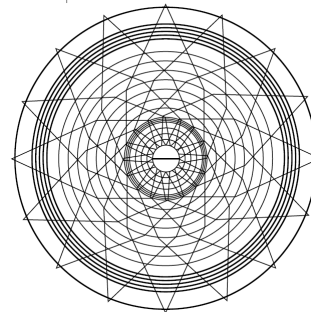
Время телеграфа (1904–1926)

Первой радиотехнологией на территории Таиланда стал телеграф. В 1907 г. адмирал флота Сомдей Чао Принц Кром Пхра Накхон Саван Ворапинит принял на вооружение телеграфный передатчик Маркони, полученный от Великобритании. В 1913 г. король Рама VI распорядился о создании постоянной телеграфной радиостанции в Бангкоке и Сонгкхле. В 1914 г. появился первый в истории страны «Закон о телеграфе», гласивший, что флот открывает на определенных условиях доступ общественности к радиотелеграфу. Департаменту почты и телеграфа было поручено контролировать импорт передатчиков и приемников и их использование в Таиланде. В 1926 г. радиостанция в Бангкоке и Сонгкхле была передана из

[Научные статьи]

Поопуан Н.

*Радиовещание в Таиланде:
тенденции развития и современное состояние*



ведения военно-морского флота в распоряжение гражданского Департамента почты и телеграфа. К этому времени радиотелеграф появился в 50 провинциях, хотя и не пользовался особой популярностью. В 1928 г. была налажена радиосвязь со странами Европы (через Берлин).

Экспериментальное вещание (1927–1931)

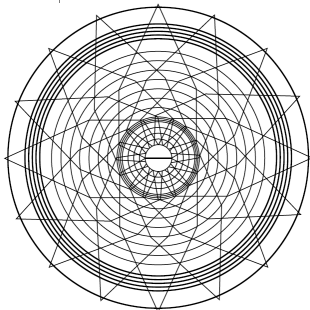
Отцом тайской индустрии радиовещания стал принц Бхачата Чаякорна Крома Пхра Кампхенга Пхета Акарайотина (Офис Национальной комиссии по радиовещанию и телекоммуникациям, 2017). Первый эксперимент в этой области был проведен лично им в 1928 г., использовались короткие волны (36,42 м). Первая постоянная радиостанция в Таиланде — «Бангкокская радиостанция в Пхая Тай» — была создана за пределами города для снижения помех. Вещание осуществлялось не каждый день, а число приемников было очень небольшим — около 10 штук, передачи велись нерегулярно. В 1930 г. был принят закон, разрешающий иметь приемники всем желающим. Одновременно была открыта более мощная вещательная станция. Первым ее выходом в эфир стала трансляция речи короля Рамы VII на церемонии коронации.

Радио в условиях демократической системы правления (1932–1939)

В 1932 г. в Таиланде сменилась система правления с абсолютной монархии на монархию в сочетании с демократически избранным правительством. Народная партия во главе с полковником Фафонфоном Фаяхуэном использовала радио в качестве средства массовой информации для распространения своих взглядов и привлечения сторонников. Новые задачи потребовали расширения вещания, для чего была создана современная радиостанция «Бангкокская радиостанция в Сала Даенг 7 ПДж» (1936 г.). Позже она получила название «Радиовещание Таиланда». В 1939 г. правительство создало Департамент рекламы, связанный с канцелярией премьер-министра, и передало управление радиовещанием этой новой структуре. Департамент рекламы стал распространителем новостей, информации о правительственной деятельности, а также образовательных программ, рассчитанных на широкие слои населения.

Пропаганда на радио в период правления военной хунты (1940–1972)

В 1941–1945 гг. радиовещание Таиланда переживало не лучшие времена. Не хватало запчастей, оборудования, в связи с военными действиями приходилось перемещать центры вещания, бомбардировки электростанций лишали передатчики питания, передачи часто прерывались. Улучшилась ситуация только с окончанием Второй мировой войны.



[Научные статьи]

Поопуан Н.

*Радиовещание в Таиланде:
тенденции развития и современное состояние*

В 1945 г. началось радиовещание во всех провинциях страны. Радио этой эпохи использовалось в качестве правительственного пропагандистского инструмента, а также для информирования населения об административных и прочих изменениях. Пропагандировалась, например, смена названия государства с Сиам на Таиланд, постулировалось уважение к национальным ценностям и языку. Развлекательные программы должны были быть основанными на чувстве патриотизма и национального единства. С другой стороны, проводилась кампания по изменению образа жизни людей, приближению его к европейским стандартам. Продвигалось современное искусство Таиланда, создаваемое по западным образцам.

После окончания Второй мировой войны с 1947 по 1953 г. шли работы по техническому и организационному обеспечению прямого доступа сигнала из Таиланда в другие страны: Вьетнам, Тайвань, Индию, Японию, Данию и т. д. В 1953 г. г-н Саман Буньяратфан — тайский телеграфист — изобрел телетайп, который мог работать на тайском и английском языках одновременно (т. н. «Тайский телетайп SP»). Такие машины стали производить в Японии и вскоре весь Таиланд был покрыт сетью телетайпной связи.

Введение полной военной диктатуры при фельдмаршале Сарит Танарат вызвало изменения в радиоотрасли: правительство расширило радиосеть и разделило ее на две части — радиостанции Таиланда, управляемые Департаментом правительства по связям с общественностью, и радиостанции под управлением армии. К 1972 г. в ведении армии было 64 радиостанции, а в распоряжении Департамента по связям с общественностью — 21 радиостанция.

Важной чертой радиоконтента этого периода была его антикоммунистическая направленность. Во-первых, это было обусловлено реакцией на распространение влияния коммунистов Китая в Азии. Во-вторых, это направление спонсировалось из бюджета США (Фонд Таиландского научно-исследовательского института развития, 2016). В конце концов, хунта предоставила США право создания радиостанции для борьбы с коммунизмом в юго-восточной Азии. Общий принцип построения контента в тайском радиоэфире был таков: новости строго контролировались правительством, а развлекательные и образовательные передачи создавались бизнес-структурами, которые делились доходами от радиобизнеса с военными.

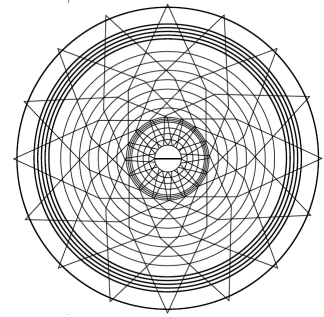
Радио в период борьбы за демократию (1973–1982)

В этот период в Таиланде происходили бурные политические события: демонстрации студентов, выступления общественности, беспорядки и перевороты. 14 октября 1973 г. состоялась демонстрация, во время разгона которой погибло 77

[Научные статьи]

Поопуан Н.

*Радиовещание в Таиланде:
тенденции развития и современное состояние*



человек, более 800 получили ранения. Радио, находившееся под контролем правительства, выражало во время этих событий правительственную точку зрения. В конце концов военное правление утратило свою легитимность, для Таиланда наступило новое политическое время. Новое правительство обнародовало «Регламент радиовещания и телевидения» (1975) и учредило агентство «Национальное управление радиовещания и телевидения» для мониторинга программ и общего надзора за коммуникациями.

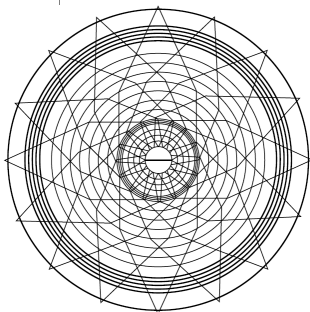
Но уже в 1976 г. политическая власть оказалась в руках адмирала Сонг Слоулоу. Был установлен строгий контроль за новостями: каждая станция обязана была транслировать официальные новости 4 раза в день, а также программу «Для Таиланда» от Верховного командования. Оппозиция, ставшая нелегальной, для донесения своей позиции народу использовала радиостанцию «Народный голос Таиланда». Ее передатчик находился на юге Китая, радиостанция закрылась в 1983 г.

В 1977 г. Департамент почты и телеграфа передал подразделение телекоммуникационных услуг страны под ответственность специальной организации — Управления связи Таиланда. Это управление предприняло большие усилия по переходу на автоматические телеграфные системы, расширило перечень услуг телеграфа, в том числе в провинциях.

Расширение медиабизнеса и свободы радиовещания (после 1982 г.)

После 1980 г. политические конфликты левых и правых сил стали ослабевать, это позитивно сказалось на развитии радиовещания. В 1992 г. в Таиланде функционировали 211 радиостанций, связанных с Управлением Комиссии по гражданской службе, и 273 станции при государственных учреждениях, предприятиях и департаменте полиции. Основная часть радиостанций, даже если юридически они считаются бизнес-структурами, находится под патронажем государственных органов. Число радиостанций представлено в Таблице 1.

Вместе с тем после 1982 г. изменилась концепция радиовещания: оно стало рассматриваться не только как канал поддержки правительственной точки зрения, но и как инструмент получения прибыли, как объект бизнеса. Стали широко развиваться коммерческие организации, помогающие создавать радиоконтент, привлекать рекламодателей, продвигать сами радиостанции. Показательна ситуация с рекламой на радио. Она начала размещаться в радиопередачах с 1939 г. Сначала это были аудиовставки в конце или начале программы, затем главной формой рекламы стало спонсорство, а с 1982 г. основной на радио стала реклама музыкальных лейблов и конкретных исполнителей.



[Научные статьи]

Поопуан Н.

*Радиовещание в Таиланде:
тенденции развития и современное состояние*

Таблица 1. Радиовещательные станции Таиланда (1992 г.)¹

Радиостанции, связанные с Вооруженными силами							
Местоположение	Бангкок			Провинции			Всего
Диапазон	AM	FM	Итого	AM	FM	Итого	
Верховный командный штаб	2	3	5	6	4	10	15
Армия	11	12	23	68	37	105	128
Военно-морской флот	1	3	4	6	11	17	21
Воздушные силы	3	1	4	15	17	32	36
Мобильная радиостанция	-	-	-	11	-	-	-
Итого	17	19	36	106	69	175	211
Радиостанции при государственных учреждениях, государственных предприятиях и управлении полиции							
Местоположение	Бангкок			Провинции			Всего
Диапазон	AM	FM	Итого	AM	FM	Итого	
Отдел по связям с общественностью	5	6	11	48	68	116	127
Полицейский участок	2	1	3	5	36	41	44
МСОТ ²	2	8	10	-	52	52	62
Другие правительственные учреждения	9	7	16	6	18	24	40
Итого	18	22	40	59	174	233	273

Вместе с тем после 1982 г. изменилась концепция радиовещания: оно стало рассматриваться не только как канал поддержки правительственной точки зрения, но и как инструмент получения прибыли, как объект бизнеса. Стали широко развиваться коммерческие организации, помогающие создавать радиоконтент, привлекать рекламодателей, продвигать сами радиостанции. Показательна ситуация с рекламой на радио. Она начала размещаться в радиопередачах с 1939 г.

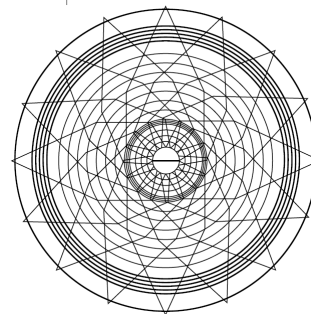
¹ Источник: Бангкок Бизнес (1993, с. 10)

² МСОТ или МСОТ Public Company Limited — компания в сфере средств массовой информации. Основными продуктами являются (1) ТВ-каналы 9 МСОТ HD и МСОТ Family Channel, (2) МСОТ Radio Business, а также другие виды деятельности, в том числе производство телевизионных программ.

[Научные статьи]

Поопуан Н.

*Радиовещание в Таиланде:
тенденции развития и современное состояние*



Сначала это были аудиовставки в конце или начале программы, затем главной формой рекламы стало спонсорство, а с 1982 г. основной на радио стала реклама музыкальных лейблов и конкретных исполнителей.

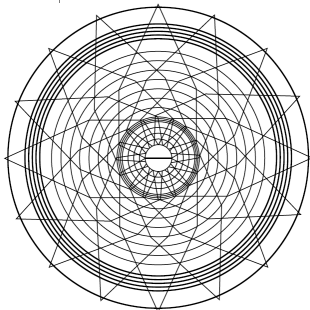
В 1997 г. в результате ряда выступлений была реформирована политическая система и принята Конституция Королевства Таиланд, которой предусматривалось расширение демократических свобод, в том числе и в области СМИ. Как следствие был взят курс на либерализацию СМИ, повышение независимости информационного контента. С целью реализации этой конституционной нормы был принят «Закон о распределении частот вещания» от 7 марта 2000 г., согласно которому частным инвесторам должно быть предоставлено не менее 20% частот.

В качестве первого шага была создана независимая организация «Национальная комиссия по радиовещанию и телекоммуникациям» (NBTC) для справедливого распределения радиочастот и законодательно закрепленного наблюдения за состоянием радио- и телевидения. При этом частоты для вещания рассматривались как национальный ресурс, который необходимо использовать в общественных интересах: для развития образования, культуры, доступа к общественным благам. Особой задачей для вещателей стало обеспечение безопасности страны и содействие свободной и справедливой конкуренции.

Радиочастоты стали в большей степени предоставляться коммерческим вещателям, что вскоре привело к росту числа развлекательных музыкальных станций, так как именно этот сектор обеспечивает быструю отдачу вложенных средств (Пиранг, 2013). Также были созданы три организации: Деловой комитет национального вещательного и телевизионного бизнеса (NBC), Национальная комиссия по телекоммуникациям (NTC), Национальная комиссия по телерадиовещанию (NCPO). На практике выяснилось, что в ходе реализации демократических норм отрасль радио- и телевидения столкнулась с рядом проблем, в том числе с непрозрачностью назначений на значимые должности в различных комитетах: пришлось даже принимать решение Высшего административного суда по отзыву 14 кандидатов, избранных в NCPO.

В 2007 г. была принята новая Конституция, утвердившая курс на демократизацию страны. В сфере медиакоммуникаций и медиабизнеса новая Конституция развивала многие положения прежней. В частности, ст. 47 предусматривались меры по предотвращению монополизации различных сфер, в том числе и телекоммуникаций.

Таким образом, на раннем этапе своего развития радио в Таиланде было государственным, вещание осуществлялось на небольшой территории, что было обусловлено техническими возможностями передачи. Центральное радиовещание



[Научные статьи]

Поопуан Н.

*Радиовещание в Таиланде:
тенденции развития и современное состояние*

постоянно расширяло зону покрытия, но одновременно с этим развивались местные небольшие радиостанции, находившиеся, в конечном счете, под правительственным управлением. По мере демократизации страны радио становилось объектом бизнес-интересов, расширялся спектр радиостанций. Частные вещатели в большинстве своем предпочитали вкладываться в развлекательный контент за счет его быстрой окупаемости. С 2009 г. стал на законодательном уровне поддерживаться формат радиостанций, обеспечивающих широкий доступ слушателей в эфир (возможность поделиться своим мнением, дать оценку чему-либо и пр.). Этот формат вещания получил название «общинное радио». В основном он базируется на большом количестве мелких местных радиостанций. Но главным по объему вещания, по социально-культурной значимости в Таиланде является общественное радио (подчиняющееся армии, полиции, правительственным организациям, то есть фактически радио государственного сектора). На втором месте находится бизнес-радио под управлением частных компаний. Эти три сектора — общественное, бизнес- и общинное радио — представляют сегодня лицо радиовещания в Таиланде.

Переход на цифровое радиовещание

В 2013 г. государственные регуляторы телерадиовещания провели эксперимент по цифровому радиовещанию на основе системы DAB+. В 2014 г. состоялся тендер на услуги цифрового радиовещания, тем не менее аналоговое вещание предполагается продлить до тех пор, пока в нем будет нужда у радиослушателей.

Таиланд проводил основательную подготовку к внедрению цифрового вещания. В 2013 г. Управление Национальной комиссии по радиовещанию и телекоммуникациям сотрудничало по этому направлению с такими учреждениями, как МСЭ³, WorldDAB, MCOT, Королевская армия Таиланда и Департамент по связям с общественностью. Целью эксперимента была проверка методов, оборудования, зоны покрытия, готовности служб вещания. Был разработан проект «Дорожная карта для развертывания цифрового наземного радио в Таиланде» с практическими рекомендациями. В качестве первоочередных для перевода в цифровой формат были определены 36 каналов в Бангкоке и прилегающих провинциях.

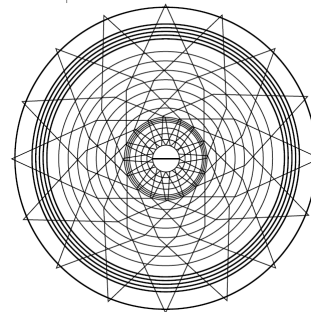
Также было проведено исследование о предпочтительных формах радиослушания, в результате которого оказалось, что чаще всего радио слушают в

³ Международный союз электросвязи, первоначально Международный телеграфный союз, является специализированным учреждением ООН, отвечающим за вопросы, которые касаются информационных и коммуникационных технологий.

[Научные статьи]

Поопуан Н.

*Радиовещание в Таиланде:
тенденции развития и современное состояние*



автомобиле. Это облегчило переход на цифровое вещание, так как используемые в автомобилях портативные устройства более технологичны, а сама «автомобильная» аудитория охотнее принимает инновации (NBTC/ITU, 2016).

Управление Национальной комиссии по радиовещанию и телекоммуникациям в 2014 г. при составлении плана развития вещательного бизнеса представило результаты исследования, в котором были определены шесть треков развития цифрового вещания в Таиланде. С особым вниманием были рассмотрены социальные последствия отказа от аналогового вещания и перехода на цифровое. В 2016–2017 г. на национальном уровне проводились научные конференции по вопросу новых телекоммуникаций, семинары для работников отрасли. Одновременно создавалась правовая база для внедрения и дальнейшего функционирования цифрового вещания.

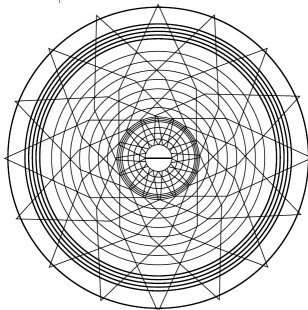
Главное, специалисты отрасли понимают, что переход на цифровое вещание будет успешным только при изменении качества самого вещания: предоставлении новых услуг, улучшении качества звука, технологическом развитии, большем разнообразии контента.

Современное состояние радиовещания

Благодаря тому, что радио является бесплатным и доступным для широкой общественности, радиовещание остается крайне важным для тайцев. Особо значимо, что этой услугой могут пользоваться люди в отдаленных регионах, инвалиды, пожилые граждане, малообеспеченные слои населения. Благодаря радио они могут оставаться в курсе событий в стране и мире, ощущать себя частью национального сообщества. Для многих людей радио — единственный источник «внешней» информации, оно рассматривается правительством как значимый культурный и образовательный ресурс для улучшения качества жизни тайцев.

В 2017 г. в Таиланде была принята новая редакция Конституции, в соответствии с которой (раздел 41) отдельные лица и общины обладают правом иметь доступ к публичной информации и новостям от государственных органов (Конституция, 2018). В том числе это право распространяется на обладание информацией о стихийных бедствиях, острых политических и экономических ситуациях, для оповещения о которых правительственные учреждения используют радио, чтобы избежать паники среди населения и минимизировать потенциальный ущерб. Социальная стабильность во многом обусловлена стабильностью средств массовой информации.

В настоящее время в Таиланде существуют в общей сложности 4177 радиостанций. Они разделены на три типа: 3240 коммерческих станций, 741 общественная и 196 государственных.



[Научные статьи]

Поопуан Н.

*Радиовещание в Таиланде:
тенденции развития и современное состояние*

Таблица 2. Государственные вещатели, имеющие полосы частот АМ и FM⁴

Агентская группа	Агентство		АМ	FM
Канцелярия премьер-министра	1	МСОТ	2	60
	2	Отдел по связям с общественностью	57	88
Органы безопасности	3	Армия	78	49
	4	Воздушные силы	18	18
	5	Военно-морской флот	7	14
	6	Штаб Королевских Вооруженных сил Таиланда	7	7
	7	Министерство энергетики	2	1
	8	Национальное полицейское управление	7	37
Учреждения, не связанные с канцелярией премьер-министра, министерствами или бюро (такие как законодательное собрание, независимые организации и органы местного самоуправления)	9	Офис Национальной комиссии по радиовещанию и телекоммуникациям	3	5
	10	Секретариат Палаты представителей	1	15
	11	Бюро королевской семьи	1	1
	12	Бангкок	1	-
Отраслевые министерства, бюро, департаменты	13	Портовый отдел	-	1
	14	Департамент сельскохозяйственного развития	1	-
	15	Метеорологический отдел	1	5
	16	Департамент рыбного хозяйства	-	3
	17	Министерство иностранных дел	1	-
Образовательные организации	18	Министерство образования	1	1
	19	Технологический университет Раджамангала Тхьябури	-	1
	20	Университет Чулалонгкорн	-	1
	21	Университет Таммасат	1	-
	22	Университет Касецарт	4	-
	23	Университет Чианг Май	-	1
	24	Университет принца Сонгкла	-	2
	25	Наресуанский университет	-	1
	26	Университет Маха Саракхам	-	1
	27	Университет Хон Каен	-	1
Всего			193	313

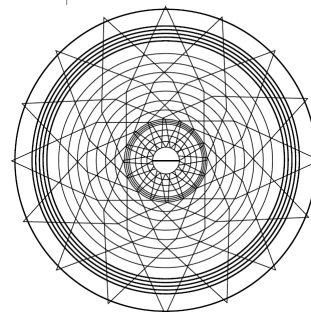
⁴ Источник: Управление цифрового телевизионного бизнеса (2018, с. 18)

[Научные статьи]

Поопуан Н.

Радиовещание в Таиланде:

тенденции развития и современное состояние



Из их числа крупных действующих радиостанций — 506, они покрывают 98% территории страны (из них 313 FM-радиостанций и 193 AM-радиостанций). В настоящее время 27 государственных учреждений и предприятий (Фонд Таиландского научно-исследовательского института развития, 2019) владеют радиовещательными структурами, приведенными выше в Таблице 2.

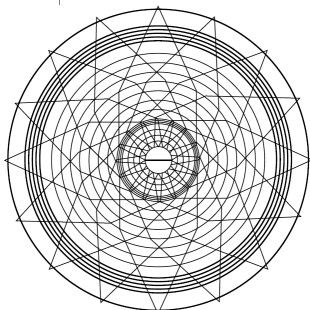
Основа успешного внедрения новых технологий — постоянный анализ и оценка ситуации. Для этого регулирующие органы используют следующие показатели:

1. Распределение слушателей по техническим платформам (аналоговое, цифровое, интернет-радио).
2. Объем слушания одним радиослушателем (часов в неделю).
3. Продолжительность прослушивания радио за одно включение (минут).
4. Количество проданных приемников цифрового радиовещания (по типам).
5. Рыночная стоимость активов радиовещателей (по типам).
6. Количество рекламодателей на радио (по категориям).
7. Объем сборов за лицензии на вещание и регулярность поступления средств.
8. Количество и типы новых станций, которые доступны только в сети DAB+.
9. Число и виды жалоб потребителей.
10. На основе этой информации принимаются решения, связанные с развитием радиовещания, в том числе цифрового.

Управление рынком радиовещания

Радиовещание сегодня — часть IT-индустрии, а рынок услуг радиовещания — часть IT-рынка и медиарынка. Сегодня для этих рынков характерна интеграция, аналитики все чаще изучают одновременно и радио-, и телерынок, и их игроков: станции и каналы, производителей программ, рекламные агентства, рейтинговые агентства, потребителей.

В условиях независимых СМИ главным источником средств для существования радио- и телестанций являются поступления от рекламы (за исключением подписки). Поэтому создание большинства программ направлено на удовлетворение вкусов аудитории, обладающей покупательной способностью и профилем, необходимым рекламодателю. В результате игнорируются интересы небогатых групп населения, малочисленных нишевых аудиторий, людей за пределами возрастного диапазона 12–60 лет (Srinuan, 2013).



[Научные статьи]

Поопуан Н.

Радиовещание в Таиланде:
тенденции развития и современное состояние

Общая схема функционирования радиоканала на современном тайском рынке медиакommunikаций выглядит следующим образом (Рисунок 1):

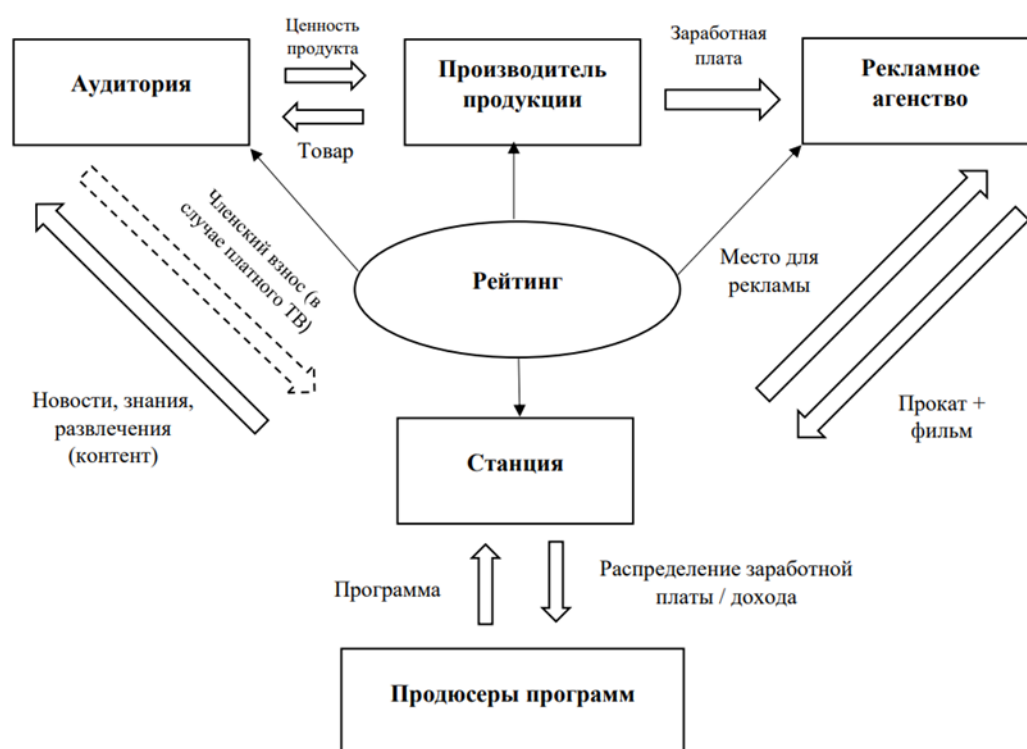


Рисунок 1. Структура рынка радио и телевидения⁵

При этом количество агентов на рынке при переходе на цифровое вещание возрастает (Рисунки 2 и 3).

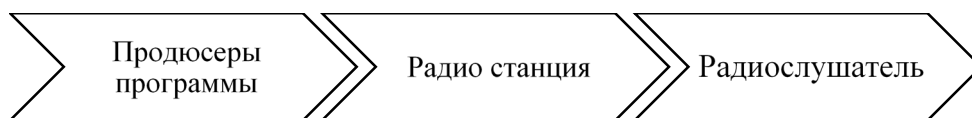


Рисунок 2. Структура аналоговой радиослужбы⁶

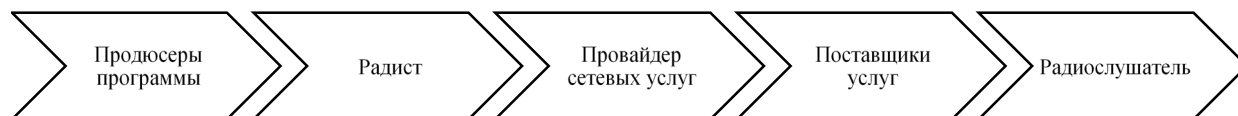


Рисунок 3. Структура цифровой радиослужбы⁷

⁵ Источник: Таиландский научно-исследовательский институт развития

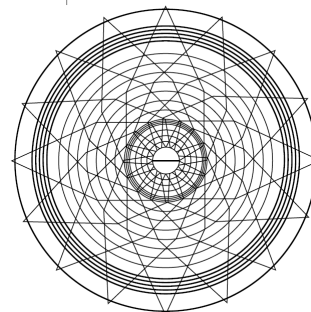
⁶ Источник: Time Consulting Co., Ltd. (2019)

[Научные статьи]

Поопуан Н.

Радиовещание в Таиланде:

тенденции развития и современное состояние



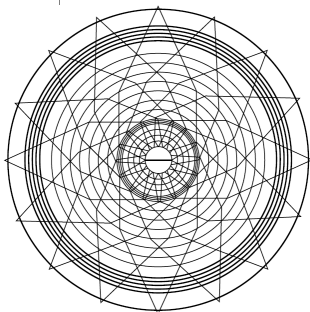
Собственником радиочастот является государство: основные частоты сосредоточены в руках военных и государственных организаций. Но большинство радиостанций — частные компании, арендующие частоты у государства. Такая аренда оформляется с помощью концессионного соглашения или контракта, но прежде чем заключить такое соглашение, радиостанция должна получить лицензию на вещание. Стандартного срока аренды не существует, все решается индивидуально.

Для примера рассмотрим условия функционирования FM-радиостанций в районе Бангкока. Почти три четверти из них находятся в ведении частных компаний, арендующих частоты у военных или государства. Частные радиостанции имеют право осуществлять вещание до окончания срока лицензии. Число операторов, управляющих более чем одной радиостанцией, невелико: RS Public Company Limited (2 станции), Atime Media Company Limited (3 станции), Nation Broadcasting Corporation Public Company Limited (2 станции), BEC-Tero Radio Company Limited (3 станции) и The Independent Communication Network Company Limited (4 станции). Эти 5 операторов управляют 14 радиостанциями, что составляет 35% от числа радиостанций в FM-диапазоне во всем Бангкоке и на близлежащих территориях (Фонд Таиландского научно-исследовательского института развития, 2019).

Большинство радиопродюсеров, которые ведут свой бизнес в основном в Бангкоке, владеют не только радиостанцией, но и другими видами СМИ. Контент, передаваемый по радио, нередко является продуктом кросс-медиа (новости и пр.), что улучшает конкурентные позиции владельца радиобизнеса. В то же время радио — самый «дешевый» вид бизнеса для начинающего предпринимателя в медиасфере, даже собственники небольшого капитала нередко становятся совладельцами радиостанций, особенно в провинции. Затраты на производство радиоконтента последнее время снижаются, так как существуют широкие возможности для владельцев радиостанций получать музыку и новости из централизованных источников за приемлемую плату. Еще один способ нарастить прибыльность станции — увеличить сверх положенного время, предоставленное рекламодателям. Но такая практика приводит к стандартизации контента, отсутствию своеобразия радиостанции, потере интереса слушателей. Выход видится в либерализации частотного спектра и более строгом контроле за соблюдением рекламных нормативов.

Реклама на радиорынке Таиланда

⁷ Источник: Time Consulting Co., Ltd. (2019)



[Научные статьи]

Поопуан Н.

*Радиовещание в Таиланде:
тенденции развития и современное состояние*

Как уже говорилось, реклама — это основной источник дохода для медиабизнеса. Рекламные агентства обеспечивают 70% рекламы для тайских медиа, прямые договоры с заказчиками — 30%. Значительная часть рекламы от агентств — это объявления крупных международных компаний, чья продукция продается на потребительском рынке Таиланда.

Затраты рекламодателей на радиорекламу (и, соответственно, доходы радиостанций) постоянно снижаются. Если в 2019 г. объем рекламы на на основных FM-радиостанциях Бангкока и его окрестностей равнялся 4,7 млрд бат, то в 2020 г. — 3,6 млрд.

Таблица 3. Объем рекламы в тайских СМИ в 2019 и 2020 гг.⁸

Период	2019		2020		Изменение
	млн. бат	доля	млн. бат	доля	
Цифровое ТВ	68 044	56%	61 662	59%	-9%
Кабельное и спутниковое ТВ	2 266	2%	1 516	1%	-33%
ТВ суммарно:	70 310	58%	63 177	60%	-10%
Радио	4 735	4%	3 701	4%	-22%
Газеты	4 634	4%	3 109	3%	-33%
Журналы	1 054	1%	829	1%	-21%
Кинотеатры	8 838	7%	4 317	4%	-51%
Наружная реклама	6 929	6%	6 128	6%	-12%
Транзитные СМИ	6 585	5%	4 913	5%	-25%
Реклама в магазинах	1 040	1%	674	1%	-35%
Интернет	18 055	15%	17 660	17%	1%
Итого:	122 180	100%	104 509	100%	-14%

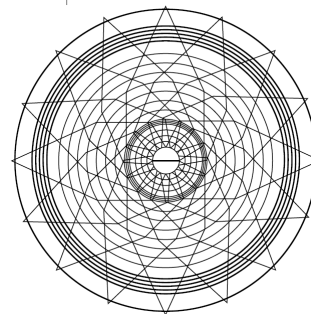
Справедливости ради необходимо отметить, что падение денежных объемов на рекламу наблюдается по всем видам средств массовых коммуникаций, и только в интернет-среде в процентном соотношении наблюдается рост. Из Таблицы 3 видно, что за год объемы рекламы на радио упали на 22%. Лидером в этом падении

⁸ Источник: Ассоциация медиаагентств Таиланда (The Insights, 2020)

[Научные статьи]

Поопуан Н.

*Радиовещание в Таиланде:
тенденции развития и современное состояние*



является реклама в кинотеатрах — 51%, что не в последнюю очередь связано со сложной эпидемиологической обстановкой и локдауном в 2020 г. Газетный бизнес показал снижение объемов рекламы на 33%, а журналы на 21%, что также находится в русле общемировых тенденций. Что касается рекламы в магазинах, то здесь также произошло существенное падение объемов на 35%: видимо, это также связано с мерами по ограничению передвижения населения в связи с пандемией коронавируса. Объемы интернет-рекламы остались примерно на том же уровне (небольшое падение в денежном эквиваленте, но рост в процентном соотношении). Это не удивительно, так как сегодня интернет стал основным каналом для коммуникации, получения новостей и развлечения, а доступ к нему стабильно сохраняется даже в условиях локдауна.

Несмотря на то, что доходы от рекламы на радио за последнее время уменьшились, аудитория радио, судя по измерениям, во время пандемии только выросла. На рынке Таиланда есть отдельные фирмы, которые увеличили свои затраты на радиорекламу: это финансовые организации; учреждения, предоставляющие государственные услуги; компании, продающие средства личной гигиены, косметику, продукты питания, напитки, пищевые добавки, автомобили. Таким образом, несмотря на кризис, некоторые предприниматели видят скрытые возможности для роста своего бизнеса (Национальная общественная федерация радио, 2021).

Аудитория и радиоконтент

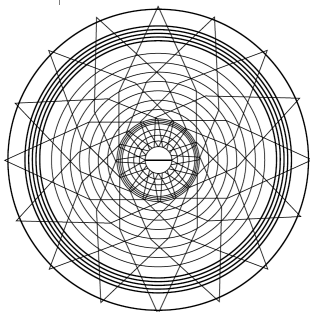
Популярность радиостанции обеспечивает интересный и актуальный для слушателей контент. Самыми востребованными и известными радиостанциями Таиланда являются следующие (Songsue Media Lab, 2020):

Luk Thung Mahanakorn (95 FM). Музыкальная станция, транслирующая национальные песни (как старые, так и новые), в эфире звучат комментарии слушателей и интервью с исполнителями. Это самая популярная станция, средняя аудитория — 3 млн человек в месяц.

Cool Fahrenheit (93 FM). Радиостанция в жанре Easy Listening. Основной формат — непрерывная 50-минутная музыкальная трансляция "50 Minutes Music Long Play", а также передачи для молодежи. Это вторая по популярности радиостанция, среднее число слушателей — 2 млн человек в месяц.

JORSOR 100 (100 FM). Основной контент станции составляют новости, отчеты о происшествиях и информация о пробках на дорогах. От 1 до 1,4 млн слушателей в месяц.

Luk Thung Rak Thai (90 FM). Станция с лучшими музыкальными хитами. Также представлены песни, популярные в отдельных регионах Таиланда, прежде всего



[Научные статьи]

Поопуан Н.

*Радиовещание в Таиланде:
тенденции развития и современное состояние*

на северо-востоке. Вещание осуществляется на местном диалекте, за счет чего волна очень популярна в провинции. Число слушателей в месяц — от 600 тыс. до 1 млн.

ONE (103,5 FM). Музыкальная радиостанция, предполагающая также интерактивное общение слушателей с модератором по любым вопросам. Ежемесячная аудитория — 500 тыс. слушателей.

EFM (104,5 FM). Станция, предлагающая широкий выбор развлекательных и музыкальных программ, в том числе интервью с актерами и знаменитостями из индустрии развлечений.

Sport Radio (96 FM). Трансляции спортивных передач и новостей в прямом эфире, рассказы о клубах и спортсменах.

Radio Thailand (92,5 FM). Государственная станция, контент направлен на поддержку связей государства с населением: информирование и донесение до людей официальной точки зрения в области внешней и внутренней политики, а также получение обратной связи от общественности.

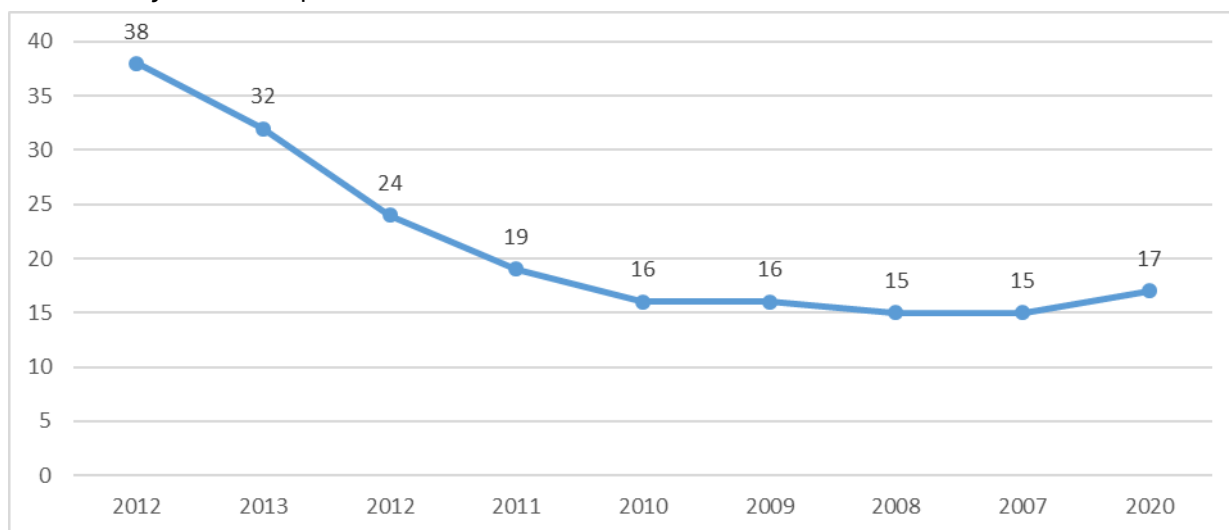


Рисунок 5. Число слушателей радио (все каналы) 2012–2020 гг., млн чел.⁹

Естественно, размер аудитории колеблется от месяца к месяцу, но самым благоприятным месяцем для слушания радио в Таиланде считается июнь. Исследования радиоаудитории (по технологии Nielsen) охватывают 17% населения страны. Изучение поведения слушателей показало, что большинство населения (65,7%) периодически слушает радио. В то же время треть людей (34,3%) не являются потребителями радиоконтента, что составляет довольно значительный объем, причем, согласно исследованию, общее число слушателей снижается.

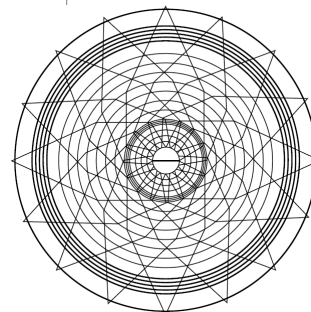
⁹ Источник: Офис Национальной комиссии по радиовещанию и телекоммуникациям (2021)

[Научные статьи]

Поопуан Н.

Радиовещание в Таиланде:

тенденции развития и современное состояние



Некоторый подъем наблюдался в 2020 г. в связи с пандемией и вызванной ею ситуацией изоляции (Рисунок 5). Особой популярностью в этих условиях пользовался музыкальный контент.

Таблица 4. Анализ радиоаудитории по возрастным группам¹⁰

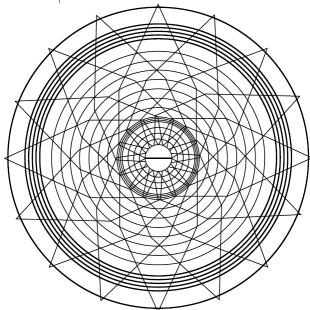
Тип радиопрограммы	Возрастная группа, возраст в годах				
	Поколение GI	Беби-бумеры	Поколение X	Поколение Y	Поколение Z
	75 и старше	57–74	42–56	24–41	21 и младше
Новости	26,7%	26,8%	24,0%	22,4%	18,9%
Образовательные радиопрограммы	15,8%	18,3%	18,6%	17,7%	18,5%
Развлекательные радиопрограммы	15,8%	19,9%	22,4%	28,1%	27,9%
Дорожное радио	6,7%	8,6%	12,0%	13,7%	14,1%
Религиозные радиопрограммы	20,8%	15,7%	12,0%	9,3%	9,6%
Радиопрограммы общественного содержания	14,2%	10,7%	11,0%	8,8%	11,0%
Итого:	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0

Самыми активными слушателями музыкальных программ являются представители поколения Y и Z. Новостные и религиозные программы предпочитают люди старших возрастных групп (Офис исследовательского и консультационного центра университета Таммасат, 2019). Анализ интересов радиоаудитории по возрастным группам представлен в Таблице 4.

Заключение

В Таиланде радиовещание — это, прежде всего, канал, который правительство использует для связи с населением, влияя на него. В этой связи правительство рассматривает радиоэфир как важнейший национальный ресурс. С его помощью «простые люди» обретают доступ к публичной информации, новостям, развлечениям. По сути, это одна из немногих важных услуг, которую тайцы могут

¹⁰ Источник: Офис исследовательского и консультационного центра университета Таммасат (2019)



[Научные статьи]

Поопуан Н.

*Радиовещание в Таиланде:
тенденции развития и современное состояние*

получить бесплатно, и которая способствует росту качества их жизни. При этом очень важно, что данная услуга распространяется на всю территорию страны.

Частотный спектр находится в руках государства и военных структур, но широкая система концессий и договоров позволяет функционировать на рынке радиовещания большому числу лицензированных операторов с разнообразной контентной политикой. Вместе с тем владение частотами гарантирует государству и военным сильную переговорную позицию при реализации частными станциями прав на вещание, в связи с чем частные операторы стараются повысить эффективность своего радиобизнеса. Один из способов роста эффективности вложений частных инвесторов в радиовещание — информационная интеграция радиопотока с другими принадлежащими этим же операторам СМИ. Тот факт, что операторы владеют несколькими медиа сразу, — значимая примета современного информационного бизнеса в Таиланде.

В настоящее время в Таиланде активно идет и уже близится к завершению переход на цифровое вещание. Это существенно увеличило возможности операторов и улучшило покрытие на территории всей страны. Кроме того, такой подход уменьшает расход энергии, что находится в русле «зеленой» повестки дня.

Переход на цифровое вещание потребовал не только много технического обеспечения радиостанций и связанных с этим процессом затрат, но и значительной доработки правовой базы: правил ведения радиобизнеса, размещения рекламы, обеспечения равенства доступа к радио и т. п. Процесс совершенствования нормативов и правовых норм все еще продолжается.

Самым популярным контентом на радио являются развлекательные (музыкальные) передачи, именно в этом жанре конкуренция наиболее высока. Тот факт, что частота арендуется, а не принадлежит вещателям, заставляет их тщательнее подстраиваться под запросы аудитории. Но не все выдерживают такую острую конкуренцию на радиорынке, потому перечень операторов постоянно обновляется.

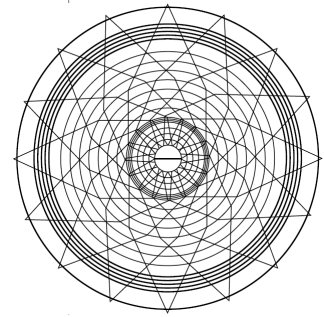
Согласно исследованиям, число радиослушателей в Таиланде уже длительное время сокращается. Основной причиной этого является конкурентная борьба с интернетом как с одним из главных источников получения информации. Небольшое увеличение числа радиослушателей в последнее время произошло в связи со сложной эпидемиологической обстановкой и ограничением мобильности населения. Тем не менее вряд ли радио Таиланда сможет в будущем вернуть себе позицию основного средства коммуникации с населением, но оно все так же продолжит играть важную роль в жизни страны.

[Научные статьи]

Поопуан Н.

Радиовещание в Таиланде:

тенденции развития и современное состояние



БИБЛИОГРАФИЯ

Бангкок Бизнес. (1993, март). Выпуск 9.

Департамент по связям с общественностью. (2019). 88-летие тайского радио.

Радиовещательная станция Таиланда. กรมประชาสัมพันธ์, วิทยุกระจายเสียงไทย 88 ปี.

Конституция Королевства Таиланд. (2018). สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร, รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย.

Национальная общественная федерация радио. (2021). Обзор поведения радиослушателей в Бангкоке и пригородах в условиях COVID-19.

สหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติ, ภาพรวมพฤติกรรมผู้ฟังวิทยุในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ภายใต้สถานการณ์โควิด-19.

https://broadcast.nbtc.go.th/bcj/2563/doc/2563_06_5.pdf

Офис Национальной комиссии по радиовещанию и телекоммуникациям. (2017). 86 лет Дню тайского радиовещания. งาน 86 ปี วันวิทยุกระจายเสียงไทย. สำนักงาน-กสทช-เข้าร่วม-งาน-86-ปี-วันวิทยุกระจายเส.aspx.

<https://www.nbtc.go.th/>

Офис исследовательского и консультационного центра университета Таммасат. (2019). Отчет «Исследование поведения и тенденций потребления СМИ в Таиланде».

สำนักงานศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, รายงานผลการศึกษาระดับสมบูรณ “โครงการสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการบริโภคสื่อของไทย”.

<https://broadcast.nbtc.go.th/data/academic/file/621200000004>

Офис Национальной комиссии по радиовещанию и телекоммуникациям. (2021). Отчет о конъюнктуре рынка вещательного бизнеса и телевизионного бизнеса в 2020 году.

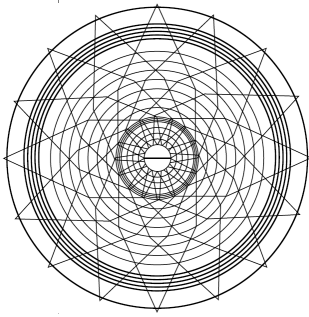
สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, สรุปสภาพตลาดกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2563.

https://broadcast.nbtc.go.th/data/bcj/2565/doc/2565_01.pdf

Патчара, Я. (2003). Развитие молодежи через процесс обучения управлению радиопрограммами: тематическое исследование молодежной радиопрограммы А.М.891.

Бангкок. Университет Чулалонгкорн. พัชรา เอี่ยมกิจการ.

การพัฒนาเยาวชนโดยกระบวนการเรียนรู้ในการจัดรายการวิทยุ : กรณีศึกษารายการวิทยุเด็กและเยาวชน А.М.891.



[Научные статьи]

Поопуан Н.

Радиовещание в Таиланде:
тенденции развития и современное состояние

Патчорн, Б. (2004). Процесс производства и презентации программ интернет-радио в Таиланде. [Бангкок. Университет Чулалонгкорн]. Тайская база данных диссертаций. พัชอร บุญรัตน์กรกิจ.

กระบวนการผลิตและการนำเสนอรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย.

https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_Doi=10.14457/CU.the.2004.13

Пиранг, Р. (2013). Общественное радио в Таиланде: от реформы СМИ до устойчивого управления. Центр изучения медиаполитики факультета искусств коммуникации, университет Чулалонгкорн. พิรงรอง งามสุด. วิทยุชุมชนในประเทศไทย จากการปฏิรูปสื่อสู่การกำกับดูแลที่ยั่งยืน.

Рапипхат, Д. (2009). Презентация новостей о политическом конфликте в Таиланде, апрель 2009 года, радиостанции Королевской армии Таиланда. Университет Чулалонгкорн. ระพีภัทร ดิสถาพร.

การนำเสนอข้อมูลข่าวเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองในประเทศไทย เมษายน พ.ศ. 2552 ของสถานีกองทัพบก.

https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_Doi=10.14457/CU.the.2009.1063

Управление цифрового телевизионного бизнеса. (2018). Управление Национальной комиссии по радиовещанию и телекоммуникациям. Цифровое радиовещание.

Фонд Таиландского научно-исследовательского института развития (2016). Эволюция и текущее состояние СМИ. Структура рынка радио, телевидения, газет и новых медиа, эволюция медиатехнологий. มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, วิวัฒนาการ และสถานภาพปัจจุบันของสื่อ โครงสร้างตลาดสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และสื่อใหม่, วิวัฒนาการเทคโนโลยีของสื่อ.

<https://tdri.or.th/2017/10/media-reform-2016/>

Фонд Таиландского научно-исследовательского института развития (2019). Проект исследования реформы СМИ. Том 1: Эволюция и текущее состояние СМИ. Структура рынка радио, телевидения, газет и новых медиа, эволюция медиатехнологий. มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, โครงการศึกษาวิวัฒนาการปฏิรูปสื่อ เล่มที่ 1 “วิวัฒนาการ และสถานภาพปัจจุบันของสื่อ โครงสร้างตลาดสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และสื่อใหม่, วิวัฒนาการเทคโนโลยีของสื่อ”.

Gardiner, P. (1959). Theories of History. The Free Press.

Gottschalk, L. (1963). Understanding History: A Primer of Historical Method. Alfred A. Knopf.

Magpanthong, C., & McDaniel, D. (2015). The Audience for Thailand's Booming Community Radio System. Journal of Radio & Audio Media, 22(1), 60–76.

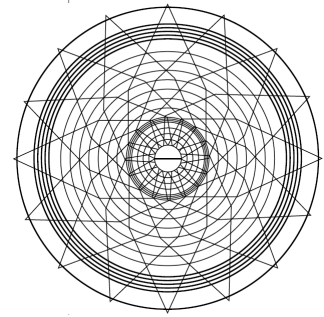
<https://doi.org/10.1080/19376529.2015.1015863>

[Научные статьи]

Поопуан Н.

Радиовещание в Таиланде:

тенденции развития и современное состояние



NBTC/ITU. (2016). Deployment Strategies for Digital Radio Services in Thailand.

<https://broadcast.nbtc.go.th/data/academic/file/600300000002.pdf>

Songsue Media Lab. (2020, 30 декабря). Обзор за 2020 год: радио Luk Thung, MahaNakhon и COOL93 — по-прежнему лидеры рынка. *ส่องสื่อ, 2020 RECAP: RADIO — ลูกทุ่งมหานครและ COOL93 ยังคงครองแชมป์คนฟังมากที่สุด.*

<https://www.songsue.co/12642/>

Srinuan, C. (2013). Competition in the Thai Radio Industry: Is Its Future Still Bright in the Convergence Era? *Economics and Public Policy Journal*, 4(8), 56–72.

<https://so01.tci-thaijo.org/index.php/econswu/article/view/75109>

Time Consulting Co., Ltd. (2019). Full Report: Project to Recruit a Consultant to Review Draft Broadcast Business Development Plan and Broadcast Business Development Plan Impact Assessment Report (RIA).

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการจัดจ้างที่ปรึกษาเพื่อทบทวนร่างแผนพัฒนากิจการกระจายเสียง

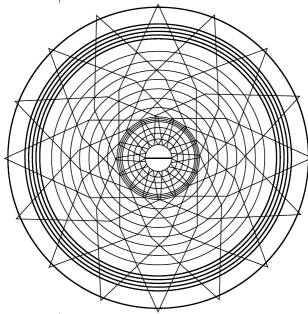
และรายงานประเมินผลกระทบต่อแผนพัฒนากิจการกระจายเสียง

The Insights. (2020, 10 марта). МААТ представляет обзор рекламной индустрии в 2020 году. *เผยภาพรวม "อุตสาหกรรมโฆษณา"*

<https://www.groupmthailand.com/insightm/home/view/151>

Walop, P. (2014). Transition from analogue to digital radio broadcasting. International Telecommunication Union (ITU).

https://www.itu.int/en/ITU-D/Regional-Presence/AsiaPacific/Documents/Events/2014/December-DR-Thailand/Session1_Peter_Walop.pdf



[Научные статьи]

Поопуан Н.

*Радиовещание в Таиланде:
тенденции развития и современное состояние*

RADIO BROADCASTING IN THAILAND: CURRENT STATE AND TRENDS

Poopuan N.

Master of Media Communications

(Moscow, Russia)

poopuan@edu.hse.ru

Abstract:

This article is the first Russian-language work covering the history and state of radio broadcasting in Thailand. The work includes the periodization of the radiobroadcasting technologies formation in Thailand. Author considers technical component along with the socio-political and economic characteristics of Thailand. The author analyzes the process and results of the country's transition to digital broadcasting, characterizes the legal framework of the radio industry. The article provides a list of the most popular radio stations in Thailand and the results of audience measurement, as well as a general idea of the business in the field of radio broadcasting.

Keywords: Thailand, radiobroadcasting, history of Thailand, history of radio broadcasting, digital radio broadcasting, radio audience, radiobroadcasting business

REFERENCES

Bangkok Biznes. (1993, March). Vypusk 9.

Departament po svyazyam s obshchestvennost'yu. (2019). 88-letie tayskogo radio. Radioveshchatel'naya stantsiya Tailanda. กรมประชาสัมพันธ์, วิทยุกระจายเสียงไทย 88 ปี.

Fond Tailandskogo nauchno-issledovatel'skogo instituta razvitiya (2016). Evolyutsiya i tekushchee sostoyanie SMI. Struktura rynka radio, televideniya, gazet i novykh media, evolyutsiya mediatekhnologiy. มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, วิวัฒนาการและสถานภาพปัจจุบันของสื่อ โครงสร้างตลาดสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และสื่อใหม่, วิวัฒนาการเทคโนโลยีของสื่อ.

<https://tdri.or.th/2017/10/media-reform-2016/>

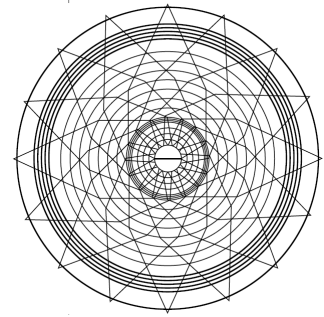
Fond Tailandskogo nauchno-issledovatel'skogo instituta razvitiya (2019). Proekt issledovaniya reformy SMI. Tom 1: Evolyutsiya i tekushchee sostoyanie SMI. Struktura rynka radio, televideniya, gazet i novykh media, evolyutsiya mediatekhnologiy.

[Научные статьи]

Поопуан Н.

Радиовещание в Таиланде:

тенденции развития и современное состояние



มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, โครงการศึกษาวิจัยการปฏิรูปสื่อ เล่มที่ 1 “วิวัฒนาการและสถานภาพปัจจุบันของสื่อ โครงสร้างตลาดสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และสื่อใหม่, วิวัฒนาการเทคโนโลยีของสื่อ”.

Gardiner, P. (1959). *Theories of History*. The Free Press.

Gottschalk, L. (1963). *Understanding History: A Primer of Historical Method*. Alfred A. Knopf.

Konstitutsiya Korolevstva Thailand. (2018). สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร, รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย.

Magpanthong, C., & McDaniel, D. (2015). The Audience for Thailand's Booming Community Radio System. *Journal of Radio & Audio Media*, 22(1), 60–76.

<https://doi.org/10.1080/19376529.2015.1015863>

Natsional'naya obshchestvennaya federatsiya radio. (2021). Obzor povedeniya radioslushateley v Bangkoke i prigorodakh v usloviyakh COVID-19. สหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติ, ภาพรวมพฤติกรรมผู้ฟังวิทยุในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ภายใต้สถานการณ์โควิด-19.

https://broadcast.nbtc.go.th/bcj/2563/doc/2563_06_5.pdf

NBTC/ITU. (2016). *Deployment Strategies for Digital Radio Services in Thailand*.

<https://broadcast.nbtc.go.th/data/academic/file/600300000002.pdf>

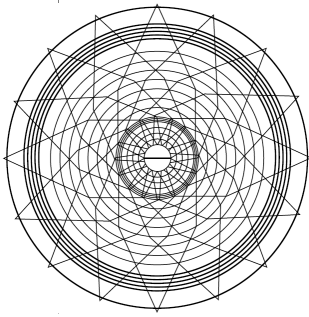
Ofis issledovatel'skogo i konsul'tatsionnogo tsentra Universiteta Tammasat. (2019). Otchet «Issledovanie povedeniya i tendentsiy potrebleniya SMI v Tailande». สำนักงานศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, รายงานผลการศึกษาระดับสมบูรณณ์ “โครงการสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการบริโภคสื่อของไทย”.

<https://broadcast.nbtc.go.th/data/academic/file/621200000004>

Ofis Natsional'noy komissii po radioveshchaniyu i telekommunikatsiyam. (2017). 86 let Dnyu tayskogo radioveshchaniya. งาน 86 ปี วันวิทยุกระจายเสียงไทย. สำนักงาน-กสทช-เข้าร่วม-งาน-86-ปี-วันวิทยุกระจายเส.aspx.

<https://www.nbtc.go.th/>

Ofis Natsional'noy komissii po radioveshchaniyu i telekommunikatsiyam. (2021). Otchet o kon'yunkture rynka veshchatel'nogo biznesa i televizionnogo biznesa v 2020 godu. สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, สรุปสภาพตลาดกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2563.



[Научные статьи]

Поопуан Н.

*Радиовещание в Таиланде:
тенденции развития и современное состояние*

https://broadcast.nbtc.go.th/data/bcj/2565/doc/2565_01.pdf

Patchara, Ya. (2003). Razvitie molodezhi cherez protsess obucheniya upravleniyu radioprogrammami: tematicheskoe issledovanie molodezhnoy radioprogrammy A.M.891. Bangkok. Universitet Chulalongkorn. พัชรา เอี่ยมกิจการ. การพัฒนาเยาวชนโดยกระบวนการเรียนรู้ในการจัดรายการวิทยุ : กรณีศึกษารายการวิทยุเด็กและเยาวชน A.M.891.

Patchorn, B. (2004). Protsess proizvodstva i prezentatsii programm internet-radio v Tailande. [Bangkok. Universitet Chulalongkorn]. Tayskaya baza dannykh dissertatsiy. พัชอร บุญรัตน์กรกิจ. กระบวนการผลิตและการนำเสนอรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย.

https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_DOI=10.14457/CU.the.2004.13

Pirang, R. (2013). Obshchestvennoe radio v Tailande: ot reformy SMI do ustoychivogo upravleniya. Tsentri izucheniya mediapolitiki fakul'teta iskusstv kommunikatsii, universitet Chulalongkorn. พิรงรอง รามสูต. วิทยุชุมชนในประเทศไทย จากการปฏิรูปสื่อสู่การกำกับดูแลที่ยั่งยืน.

Rapipkhat, D. (2009). Prezentatsiya novostey o politicheskom konflikte v Tailande, aprel' 2009 goda, radiostantsii Korolevskoy armii Tailanda. Universitet Chulalongkorn. ระพีภัทร ดิสถาพร. การนำเสนอข้อมูลข่าวเหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองในประเทศไทย เมษายน พ.ศ. 2552 ของสถานีกองทัพบก.

https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_DOI=10.14457/CU.the.2009.1063

Songsue Media Lab. (2020, December 30). Obzor za 2020 god: radio Luk Thung, MahaNakhon i COOL93 — po-prezhnemu lidery rynka. สองสื่อ, 2020 RECAP: RADIO — ลูกทุ่งมหานครและ COOL93 ยังคงครองแชมป์คนฟังมากที่สุด.

<https://www.songsue.co/12642/>

Srinuan, C. (2013). Competition in the Thai Radio Industry: Is Its Future Still Bright in the Convergence Era? Economics and Public Policy Journal, 4(8), 56–72. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/econswu/article/view/75109>

Time Consulting Co., Ltd. (2019). Full Report: Project to Recruit a Consultant to Review Draft Broadcast Business Development Plan and Broadcast Business Development Plan Impact Assessment Report (RIA). รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการจัดจ้างที่ปรึกษาเพื่อทบทวนร่างแผนพัฒนากิจการกระจายเสียง และรายงานประเมินผลกระทบต่อแผนพัฒนากิจการกระจายเสียง

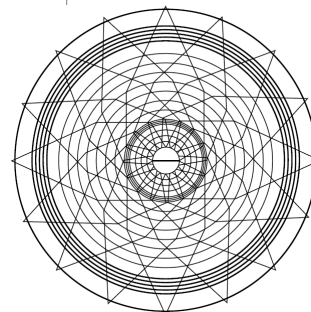
The Insights. (2020, March 10). MAAT predstavlyaet obzor reklamnoy industrii v 2020 godu. เผยภาพรวม "อุตสาหกรรมโฆษณา"

[Научные статьи]

Поопуан Н.

Радиовещание в Таиланде:

тенденции развития и современное состояние



<https://www.groupmthailand.com/insightm/home/view/151>

Upravlenie tsifrovogo televizionnogo biznesa. (2018). Upravlenie Natsional'noy komissii po radioveshchaniyu i telekommunikatsiyam. Tsifrovoye radioveshchanie.

Walop, P. (2014). Transition from analogue to digital radio broadcasting. International Telecommunication Union (ITU).

[https://www.itu.int/en/ITU-D/Regional-](https://www.itu.int/en/ITU-D/Regional-Presence/AsiaPacific/Documents/Events/2014/December-DR-Thailand/Session1_Peter_Walop.pdf)

[Presence/AsiaPacific/Documents/Events/2014/December-DR-](https://www.itu.int/en/ITU-D/Regional-Presence/AsiaPacific/Documents/Events/2014/December-DR-Thailand/Session1_Peter_Walop.pdf)

[Thailand/Session1_Peter_Walop.pdf](https://www.itu.int/en/ITU-D/Regional-Presence/AsiaPacific/Documents/Events/2014/December-DR-Thailand/Session1_Peter_Walop.pdf)