

## : Voice Matter :

Twitter ส่ง “#TwitterSpace” ลงในสนาม  
แพลตฟอร์มเสียงออนไลน์ตลาด Clubhouse



### Just-in:

1. Clubhouse ได้เปิดตัว application เมื่อวันศุกร์ที่ 21 พฤษภาคม 2564 สำหรับผู้ใช้งานโทรศัพท์มือถือระบบ Android ซึ่งเป็นเวลา 1 ปีกว่า ๆ นับตั้งแต่ช่วงพฤษภาคม 2563 ที่ Clubhouse ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากสำหรับผู้ใช้งานโทรศัพท์ฯ ระบบ iOS
2. Twitter ได้เปิดตัวฟีเจอร์ (feature) Space อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม 2564 หลังจากที่ Clubhouse ได้แย่งส่วนแบ่งผู้ใช้งานของแพลตฟอร์มสื่อสารออนไลน์ (ในรูปแบบเสียง) มาได้ปีกว่า!
3. Work From Home ที่กินระยะเวลานานกว่าปกติ และทำให้ผู้บริโภคร้องต้องทำงานหน้าคอมมากขึ้น การเสพสื่อออนไลน์ผ่านเสียงหรือการพูดคุยผ่านแอป ฯ จึงขึ้นเป็นที่นิยมมากขึ้น



นับเป็นเวลาเกือบ 1 ปี 4 เดือน (วันที่ผู้เขียนเขียนบทความ: 8 มิถุนายน 2564) ที่คนไทยประสบกับการเปลี่ยนแปลงจาก Covid-19 แต่หากพยายามมองหาข้อดีข้อคงจะเป็นการที่ Covid-19 ได้สร้างแนวทางใหม่ ๆ ให้มนุษย์ได้ปรับตัวในการใช้ชีวิต จึงทำให้บริการสนทนากลุ่มในรูปแบบเสียงแบบออนไลน์เป็นที่นิยมมาก โดยเฉพาะ **Clubhouse** แอปพลิเคชันสำหรับผู้ใช้โทรศัพท์มือถือระบบ iOS (iPhone) ซึ่งเปิดให้ผู้ใช้งานได้เพิ่มความสะดวกในการสนทนาออนไลน์เพื่อให้คนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ง่ายยิ่งขึ้น การสนทนามีประเด็นหลากหลายที่ถูกหยิบยกขึ้นมา เช่น **การหาทางออกของผู้ประกอบการ SMEs, ไทยการเทรดหุ้นสำหรับมือใหม่, การเยียวยาจิตใจในสภาวะวิกฤติ หรือ ธรรมชาติมนุษย์** โดยลักษณะของการใช้ Clubhouse นั้นเพียงแค่มีโทรศัพท์ iPhone 1 เครื่อง (ณ ขณะนั้น) ขั้นตอนต่อมาผู้ใช้งานต้องได้รับการเพิ่มเพื่อนและร่วมเป็นส่วนหนึ่งของห้องซึ่งมีองค์ประกอบหลัก ๆ คือ 1) Host 2) Moderator 3) Speaker และ 4) Participants โดยความสนุกในการใช้งานคือ ผู้ใช้งานที่มีชื่อเสียงมักจะแวะเวียนเข้ามาพูดคุยทั้งประเด็นที่ตนถนัดและประเด็นที่เราคาดไม่ถึง! และถ้าใครติดตามข่าวหรือเล่นโซเชียลช่วงนี้ก็จะเห็นว่า Twitter เองก็ออกฟีเจอร์ Space ที่ผู้ใช้งานสามารถสร้างห้อง (Space room) เพื่อแบ่งปันประสบการณ์ระหว่างผู้ใช้งานได้ เรียกว่าเป็นอีกหนึ่งทางเลือกก็แล้วกัน

ที่ผ่านมาการเข้าสู่ยุค New Normal ก็พาให้เรารู้จักสนิทสนมกับการประชุม Zoom Meeting การสนทนา Webinar และทำให้เรารู้จักเพื่อนใหม่ที่สร้างความสุขการรีแลกซ์ด้วยเสียงอย่าง Podcast ซึ่งก็ต้องยอมรับในข้อดีและข้อเสียอย่างเนื้อหาที่ยังเข้าไม่ถึงกลุ่มผู้ฟังและมีการใช้งานที่เป็นทางการจนไม่น่าใช้งาน พอของเล่นใหม่อย่าง Clubhouse และ Twitterspace เกิดขึ้นในสังคมออนไลน์ประเภทเสียง ด้วยความสดใหม่และรูปแบบที่สร้างความตื่นเต้นให้ผู้บริโภคจนได้รับความนิยมในระยะเวลานับรวดเร็ว



โดยทั้งสองแอปฯ มีจุดเด่นกันคนละด้าน โดย Clubhouse ให้ประสบการณ์เล่าเรื่องราวในหัวข้อที่หลากหลาย ให้ความรู้สึกที่จริงจัง เสียงของผู้สนทนาไม่มีความล่าช้า และแอปฯ ค่อนข้างเสถียรในการใช้งาน ในขณะที่ Twitter ให้ประสบการณ์ในการเปิดเผยตัวตนได้มากกว่าผ่านข้อความทางหน้าไทม์ไลน์ ผู้พูดสามารถหยิบยกเนื้อหา (content) ในรูปแบบภาพหรือวิดีโอสั้น ๆ ประกอบการสนทนาได้ และการพูดคุยใน Twitterspace ก็สามารถสร้างความสัมพันธ์จากการกดติดตามและสามารถสร้างห้องเพื่อพูดคุยในกลุ่มผู้ใช้งานเดิม ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งต่างกับ Clubhouse ที่คนแปลกหน้าสามารถเข้ามาร่วมสนทนาได้

ทั้งนี้ ผู้อ่านจะเห็นได้ว่า แค่ใช้เวลาเพียง 1 ปี พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเสพสื่อออนไลน์ก็เปลี่ยนไป ทิศทางของการใช้งานเพื่อสนทนาผ่านแอปฯ ยังมีอนาคตและสามารถต่อยอดได้อีกไกล Clubhouse และ Twitterspace ที่เห็นวิกฤตในโอกาสนี้ได้ผลักดันแพลตฟอร์มการสนทนาออนไลน์ ซึ่งอาจจะไม่ขึ้นมาเป็นสังคมออนไลน์เบอร์หนึ่งในเร็ว ๆ นี้ แต่เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของสังคมออนไลน์ที่น่าสนใจ เพราะการใช้เสียงเพื่อการสื่อสารนั้นทรงพลัง เข้าถึงได้ง่าย และแสดงตัวตนของปัจเจกบุคคลนั้น ๆ ได้ชัดเจนที่สุดนั่นเอง

ผู้อ่านลองเล่นหรือยังครับ ถ้าลองแล้วชอบอะไรมากกว่าหรือมองเห็นข้อดีข้อด้อยเหมือนหรือต่างจากผมครับ เมรนด์มาแล้วก็ไป แต่ถ้าเราศึกษาอย่างเข้าใจลึกลงไปเราจะได้แนวคิดการเริ่มต้นใหม่หลายข้อเลยครับ



นายพนธ์ เนียมสุวรรณ นักวิชาการอุตสาหกรรมปฏิบัติการ  
กลุ่มความร่วมมือระหว่างประเทศ กองยุทธศาสตร์และแผนงาน