

## บทที่ 4

### รูปแบบการจัดรายการวิทยุของเครือข่าย “สไมล์เรดิโอ”

การศึกษารูปแบบการจัดรายการวิทยุของเครือข่าย “สไมล์เรดิโอ” ผู้วิจัยอิงกลุ่มแนวคิดรูปแบบการจัดผังรายการวิทยุกระจายเสียง และแนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) มาเป็นกรอบในการอธิบาย โดยผู้วิจัยเริ่มศึกษาจากนโยบายและวัตถุประสงค์ขององค์กร เพื่อนำไปสู่การอธิบายรูปแบบการจัดรายการ

นโยบายและวัตถุประสงค์ขององค์กร

เมื่อปี 2515 ได้มีรายการวิทยุเกิดขึ้น โดยใช้ชื่อรายการว่า “ไนท์สปอต อภิรมย์ สไมล์ตอนกลางคืน” ในขณะนั้น ยังใช้การจัดรายการแบบ Block Programme หรือ จัดรายการโดยแบ่งช่วงเวลาในสถานีเป็นช่วงต่าง ๆ อยู่ เพราะทางผู้ผลิตรายการสามารถเช่าเวลาสถานีวิทยุจากทางเจ้าของเวลาได้เพียงแค่ช่วงกลางคืนเท่านั้น รายการไนท์สปอตเป็นที่นิยมของบรรดาคอเพลงสากล ที่ได้ชื่นชมกับเพลงทันสมัยที่ติดอันดับมาจากประเทศอังกฤษ ต่อมา ไนต์สปอตเปลี่ยนแปลงนโยบายการบริหาร ที่มีส่วนหนึ่งจึงลาออก และร่วมกันจัดตั้งบริษัทขึ้นใหม่ ในนาม “บริษัทมีเดียพลัส บรอดคาสติ้ง” ในปี 2529 นำโดย พ.ต.ท.อิทธิวัฒน์ เพียรเลิศ ซึ่งเป็นผู้ที่คร่ำหวอดในวงการวิทยุมานาน พร้อมด้วย ม.ร.ว.รุจิยาภา อากาศ และวนิดา ทักษิณานันทน์ เพื่อผลิตรายการวิทยุและจัดรายการคอนเสิร์ตต่างประเทศในไทย

ในปี พ.ศ. 2529 มีเดียพลัส สามารถเช่าเวลาสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยของกรมประชาสัมพันธ์ 3 คลื่นความถี่ได้ตลอดทั้งวัน และสามารถเป็นผู้บริหารเวลาของสถานีเพียงผู้เดียว เริ่มสถานีแรกที่คลื่นเอฟ.เอ็ม. 95.5 เมกกะเฮิร์ต มีชื่อเรียกตามสโลแกนของคลื่นว่า “Radio Bangkok” โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายนักศึกษาที่สนใจ

เพลงสากล ตามด้วยรายการ สไมล์ เรดิโอ เอฟ.เอ็ม. 88.0 เม็กกะเฮิร์ต ซึ่งเคยเป็นคลื่นนอกสายตา ที่ไม่มีบริษัทใดต้องการ เพราะเป็นคลื่นที่อยู่ชายมือสุดบนหน้าปัดวิทยุ ประชาชนส่วนใหญ่จึงไม่สนใจที่จะหมุนไปคลื่นนี้ แต่มีเดียพลัสได้นำจุดด้อยของคลื่นวิทยุดังกล่าว มาเปลี่ยนเป็นจุดเด่นของรายการ โดยใช้สโลแกนที่ว่า “สไมล์ เรดิโอ คลื่นสุดท้ายทางซ้ายสุด” เน้นกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น นักเรียนและนักศึกษา เพราะข้อได้เปรียบที่มีเดียพลัสได้เข้าหาเวลาทั้งคลื่น ทำให้สามารถควบคุมคุณภาพและสร้างสรรค์เอกลักษณ์ให้กับรายการ มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน รวมทั้งมีนักจัดรายการชื่อดังเข้ามาร่วมในทีมงาน จึงทำให้สไมล์เรดิโอ เอฟ.เอ็ม. 88 เม็กกะเฮิร์ต ได้รับความนิยมสูงสุดในสมัยนั้น และรายการที่สามคือ Soft Radio 105.0 เม็กกะเฮิร์ต เน้นกลุ่มผู้บริหารที่ชอบฟังเพลงสากล ในยุค ค.ศ. 1960 และ 1970

ในปลายปี 2534 กรมประชาสัมพันธ์ ได้มีนโยบายเปิดให้มีการเปิดประมูลคลื่นสถานีวิทยุกรมประชาสัมพันธ์ 5 สถานี ทำให้มีเดียพลัสต้องสูญเสียคลื่นทั้ง 3 ซึ่งก็คือ เอฟ.เอ็ม. 88.0 เม็กกะเฮิร์ต, เอฟ.เอ็ม. 95.5 เม็กกะเฮิร์ต และเอฟ.เอ็ม. 105.0 เม็กกะเฮิร์ต ให้กับผู้ประมูลสถานีวิทยุรายอื่น ขณะเดียวกัน มีเดียพลัสได้เข้าครองเวลาของสถานีวิทยุอีก 2 คลื่นได้แก่ สถานีวิทยุกระจายเสียง พล.1 เอฟ.เอ็ม. 98.0 เม็กกะเฮิร์ต ในเดือนมกราคม 2535 โดยการเช่าเวลาต่อจาก บริษัท พีเค แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด และสถานีวิทยุกระจายเสียงองค์การสื่อสารมวลชน เอฟ.เอ็ม. 107.0 เม็กกะเฮิร์ต ในเดือนกุมภาพันธ์ 2535 ต่อจากบริษัท มูฟวิงซาวนด์ จำกัด ซึ่งเป็นอีกหนึ่งบริษัทในเครือชินวัตรคอมพิวเตอร์ แอนด์ คอมมิวนิเคชั่น เพราะสาเหตุนี้ ทำให้บริษัทมีเดียพลัสไม่สามารถอยู่หนึ่งได้เลย ม.ร.ว. รุจิยาภา อากาศ รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท มีเดียพลัส จำกัด ได้กล่าวว่า

“เราคิดว่า เราอยู่อย่างนี้ มีชีวิตอย่างนี้ พอแล้ว แต่ถ้าถามว่า ทำไมเรา ต้องเปลี่ยนไป การที่เราจำเป็นต้องโตขึ้นบ้าง เพราะว่าด้วยเหตุผลทางการเปลี่ยนแปลง

ของสื่อ ถ้าเราอยู่เล็ก ๆ ต่อไป อย่างเมื่อก่อนนี้ ผมเชื่อเหลือเกินว่า มาถึงปุ๊ปก็เอาเงินลงไป เราชูว่า ตัวเลขการประมูลครั้งนั้น ต่อให้เราขาย Spot วิทยุเต็ม เรายังอยู่ไม่ได้เลย แล้วจะเอาเงินมาพัฒนาได้อย่างไร ให้มันดีขึ้น ชื่อเครื่องคอมพิวเตอร์ยังไม่ได้ให้ Programming รายการได้ดีขึ้น เราไม่มีทาง Advance ตัวเองได้เลย คือ Just A Widening ให้สัญญาจนหมด แล้วจากนั้นก็จบอีกเหวอ ต่อชีวิตตัวเองทีละเชือก ๆ เหวอ คงเป็นไปได้ จะนั้น เราต้อง Converse ตัวเอง ให้ดูเราแข็งแรงเป็นรูปแบบที่มันคง” (สัมภาษณ์ : 26 ตุลาคม 2536)

ในเดือนมกราคม 2535 สถานีวิทยุกระจายเสียง พล.1 เอฟ.เอ็ม. 98.0 เม็กกะเฮิร์ต จึงเป็นรายการแรกของสไมล์ เรดิโอ ที่มีการส่งกระจายเสียงในระบบดิจิตอลผ่านดาวเทียมไปทั่วประเทศ ส่วนสถานีถัดมาที่มีเดียพลัสได้คลื่นมาครอบครอง คือ สถานีวิทยุกระจายเสียง จเรสื่อสาร เอฟ. เอ็ม. 94.5 เม็กกะเฮิร์ต ในเดือนสิงหาคม 2535 และสถานีวิทยุกระจายเสียง 919 กรป.กลาง เอฟ. เอ็ม. 99.5 เม็กกะเฮิร์ต โดยบริษัท พีเค. มีเดีย จำกัด

บริษัท มีเดียพลัส ได้พยายามพัฒนาตัวเอง โดยจับมือกับบริษัท โน้ต โปรโมชัน ก่อตั้งบริษัท มีเดียพลัส โน้ต จำกัด โดยมีเดียพลัส เป็นผู้ดูแลด้านการผลิตรายการ และมีเดียพลัส โน้ต ดูแลด้านธุรกิจโฆษณาเพื่อร่วมทุน และขยายการกระจายเสียงให้กว้างขวางขึ้น และยังร่วมมือกับสำนักข่าวไอเอ็นเอ็น (INN) และ พีเค แอดเวอร์ไทซิ่ง เพื่อส่งสัญญาณด้วยระบบดิจิตอลผ่านดาวเทียมจากสถานีในกรุงเทพฯ ไปยังสถานีต่างจังหวัด และที่จัดรายการโดยใช้ชื่อว่า “สไมล์เรดิโอ” อยู่ทั้งหมด 4 สถานี ได้แก่

1. สไมล์เรดิโอ เนทเวิร์ค 1

ทางสถานีวิทยุ เอฟ.เอ็ม. 98.0 เม็กกะเฮิร์ต

2. สไมล์เรดิโอ เนทเวิร์ค 2

- ทางสถานีวิทยุ เอฟ.เอ็ม. 94.5 เม็กกะเฮิร์ต
3. สไมล์เรดิโอ เนทเวิร์ค 3
- ทางสถานีวิทยุ เอฟ.เอ็ม. 99.5 เม็กกะเฮิร์ต
4. สไมล์เรดิโอ 4
- ทางสถานีวิทยุ เอฟ.เอ็ม. 107.0 เม็กกะเฮิร์ต

รายการ “สไมล์เรดิโอ” ทั้ง 4 สถานี ที่กล่าวมานั้น ทางมีเดียพลัส สามารถซื้อเวลาจากทางเจ้าของสถานีได้ตลอดทั้งวัน ทุกสถานี และในจำนวน 4 สถานีของรายการ สไมล์เรดิโอนั้น เป็นรายการที่ส่งกระจายเสียงไปยังผู้ฟังต่างจังหวัด 3 สถานี คือ สไมล์เรดิโอ เนทเวิร์ค 1, สไมล์เรดิโอ เนทเวิร์ค 2 และ สไมล์เรดิโอ เนทเวิร์ค 3 ทั้ง 3 สถานี เป็นสถานีแม่ข่ายส่งกระจายเสียงด้วยระบบดิจิตอลเนทเวิร์ค มีเดียพลัส จึงมีเครือข่ายการออกอากาศ ในสถานีวิทยุต่างจังหวัดถึง 17 แห่ง กระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาค สามารถออกอากาศได้ครอบคลุมพื้นที่กว่า 40 จังหวัดทั่วประเทศ รวมทั้งพื้นที่จังหวัดใกล้เคียง ส่วนรายการสไมล์เรดิโออีก 1 สถานี คือ สไมล์เรดิโอ 4 เป็นการกระจายเสียงครอบคลุมในจังหวัดกรุงเทพฯ และปริมณฑล

สำหรับสาเหตุที่บริษัท มีเดียพลัส ต้องผลิตรายการผ่านดาวเทียม ก็เพราะความต้องการเป็นผู้นำในวงการวิทยุกระจายเสียง และต้องการให้คนทั่วประเทศได้รับข่าวสารเท่าเทียมกันหมด แต่แล้วทั้งสามรายการ คือ สไมล์เรดิโอ เนทเวิร์ค 1 เอฟ.เอ็ม. 98.0 เม็กกะเฮิร์ต, สไมล์เรดิโอ เนทเวิร์ค 2 เอฟ.เอ็ม. 94.5 เม็กกะเฮิร์ต และสไมล์เรดิโอ เนทเวิร์ค 3 เอฟ.เอ็ม. 99.5 เม็กกะเฮิร์ต ทางบริษัท มีเดียพลัส จึงได้ยุบรายการผ่านดาวเทียมเหลือเพียงแค่ 1 รายการ คือ สไมล์เรดิโอ เนทเวิร์ค ในคลื่น เอฟ.เอ็ม. 99.5 เม็กกะเฮิร์ต โดยครอบคลุมพื้นที่ 12 จังหวัด เพราะติดขัดปัญหาการผลิตรายการและลูกค้าโฆษณาในพื้นที่ส่วนภูมิภาคที่ยังไม่มีผู้ชำนาญ ม.ร.ว. รุจิยาภา อากาศกร ได้อธิบายว่า

“คนต่างจังหวัดจะรู้สึก ว่า ขาดความความใกล้ชิดกับผู้ดำเนินรายการ โดย การที่บางคราวเรารายงานสภาพการจราจรในกรุงเทพฯ แต่คนอยู่เชียงใหม่ หรือสุ ราษฎร์ ขอนแก่น แค่มิอยากูรู้ว่า กรุงเทพฯ ที่ถนนสุขุมวิทรถติดแค่ไหน นั่นคือ แคร์ู้สึกว่า แคร์ถูก Leave Out ถูกห่างไป แต่ถ้าเพลงเนื้อหาข้อมูลที่เราให้แคร์ Happy แคร์ตื่นตัวมากที่จะรับ นั่นคือ ปัญหาหลักของเน็ตเวิร์ค คือทั้งสภาพการ ตลาด และรสนิยมของผู้ฟังยังคงเหมือนเดิม เราเลยต้องเลิกไป 2 สถานี เหลือไว้ เพียงที่เดียวคือ 99.5 แต่ผู้ฟังยังคงติดตามเราอย่างต่อเนื่อง”

(สัมภาษณ์ : 26 ตุลาคม 2536)

ผลของความล้มเหลวในการนี้ ทำให้ผู้บริหารบริษัทไนต์โปรโมชัน ซึ่งมีราย การ “อัลบั้มไนต์” ทางเอฟ. เอ็ม. 102.5 เม็กกะเฮิร์ต ประสบภาวะขาดทุนจากการร่วม โครงการเน็ตเวิร์คกับมีเดียพลัสคนละครึ่งในนาม “บริษัท มีเดียพลัส-ไนต์ จำกัด” โดย นำรายการของบริษัทไนต์โปรโมชันในต่างจังหวัดทั้งหมด เข้าร่วมรายการผ่านดาวเทียม เปิดเป็นรายการสไมล์เรดิโอ เน็ตเวิร์ค 3 แต่ไม่ประสบความสำเร็จ จนต้องขายกิจการให้ บริษัท มีเดีย พลัส ทั้งหมด ทำให้สถานีวิทยุกระจายเสียง ทอ. เอฟ. เอ็ม. 102.5 เม็ก กะเฮิร์ต กลายมาเป็นสถานีของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด

จากการศึกษาพบว่า การกำหนดรูปแบบของรายการสไมล์เรดิโอทั้ง 5 สถานี เป็นการนำรูปแบบรายการเดิมของบริษัทฯ ที่หมดสัญญาเช่าเวลาจากสถานีเดิม แล้ว นำมาปรับปรุงให้เป็นรายการสไมล์ เรดิโอทั้ง 5 สถานีในปัจจุบัน คือ สไมล์เรดิโอ 1 ออก อากาศทางสถานีวิทยุ เอฟ.เอ็ม. 98.0 เม็กกะเฮิร์ต เริ่มต้นจัดรายการเมื่อเดือนมกราคม 2535 ซึ่งแต่เดิมคือ รายการ Smile Radio ที่สถานีวิทยุเอฟ. เอ็ม. 88.0 เม็กกะเฮิร์ต ที่ ไม่สามารถประมูลคลื่นต่อได้, สไมล์ เรดิโอ 2 ออกอากาศทางสถานีวิทยุ เอฟ.เอ็ม. 94.5 เม็กกะเฮิร์ต เริ่มต้นจัดรายการเมื่อเดือนสิงหาคม 2535 ซึ่งแต่เดิมคือ รายการ Solid Gold ที่สถานีวิทยุเอฟ.เอ็ม. 99.0 เม็กกะเฮิร์ต, สไมล์เรดิโอ เน็ตเวิร์ค 3 ออกอากาศ

ทางสถานีวิทยุ เอฟ.เอ็ม. 99.5 เม็กกะเฮิร์ต เริ่มต้นจัดรายการเมื่อเดือนมกราคม 2536 เป็นสถานีที่ทางบริษัท กำหนดรูปแบบการจัดรายการขึ้นมาใหม่ เพื่อออกอากาศ ผ่านดาวเทียมไปทั่วประเทศ, สไมล์เรดิโอ 4 ออกอากาศทางสถานีวิทยุ เอฟ.เอ็ม. 107.0 เม็กกะเฮิร์ต เริ่มต้นจัดรายการเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2535 ซึ่งแต่เดิมคือรายการ Soft Raids ที่สถานีวิทยุ เอฟ.เอ็ม. 105.0 เม็กกะเฮิร์ต และสถานีสุดท้ายคือ สไมล์เรดิโอ 5 ออกอากาศทางสถานีวิทยุ เอฟ.เอ็ม. 102.5 เม็กกะเฮิร์ต เริ่มต้นจัดรายการเมื่อเดือน เมษายน 2536 เป็นสถานีที่ทางบริษัท กำหนดรูปแบบรายการขึ้นมาใหม่ เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์วิทยุกระจายเสียงในปัจจุบัน

ลักษณะรูปแบบการจัดผังรายการของสไมล์เรดิโอในแต่ละคลื่น มีความแตกต่างกันไป ซึ่งขึ้นอยู่กับការวางแผนจากผู้บริหารระดับวางนโยบายของบริษัท โดยส่วนหนึ่งก็จะมีนโยบายของหน่วยงานที่เป็นเจ้าของสถานีกำหนดเอาไว้ด้วย แต่หลักใหญ่ในการกำหนดลักษณะการจัดรายการ จะขึ้นอยู่กับผู้บริหารระดับนโยบายของบริษัท เป็นส่วนสำคัญ ลักษณะรูปแบบหลักและกลุ่มเป้าหมายของแต่ละคลื่นที่ผู้บริหารของบริษัท ได้วางนโยบายกำหนดให้กับผู้ดำเนินการนั้น รุจิยาภา ได้อธิบายว่า

“การจัดวางรูปแบบในแต่ละคลื่น ทางบริษัทได้กำหนดรูปแบบ Segment มา คือ ผมเป็น Program Director ใหญ่ของที่นี่ ผมได้คุยกับทางบริษัทวางนโยบายกันเรียบร้อยแล้ว สไมล์เรดิโอ 1 ควรจะเป็นสถานี Chr เราดูจากความเหมาะสมของสถานี เรามีการทำ Research กัน ผมไม่ปฏิเสธครับ ว่าวิทยุปัจจุบันคือ อุตสาหกรรม” (สัมภาษณ์ : 26 ตุลาคม 2536)

นอกจากผู้บริหารบริษัทจะเป็นผู้วางรูปแบบหลักและกลุ่มเป้าหมาย ในแต่ละสถานีแล้ว พนักงานในระดับต่อมา จะเป็นผู้นำแนวคิดนั้นไปปฏิบัติ เพราะการผลิตรายการวิทยุ เป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยความร่วมมือ และประสานงานจากผู้ร่วมงานหลาย

ฝ่าย ซึ่งรายการสไมล์ เรดิโอ ทั้ง 5 สถานี ประกอบด้วยบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการผลิต รายการดังนี้

### 1. ฝ่ายนโยบาย และที่ปรึกษารายการ (Policy & Consultant)

เป็นผู้กำหนดแนวคิดและนโยบายของรายการ เพื่อให้ผู้ผลิตรายการนำ นโยบายดังกล่าวไปดำเนินงานต่อ รวมทั้งให้คำแนะนำปรึกษาอนุมัติแผนงานและงบประมาณการผลิตรายการ ได้แก่ ม.ร.ว. รุจิยาภา อภากร และวินิจ เลิศรัตนชัย

### 2. ผู้ผลิตรายการ (Producer)

เป็นผู้นำนโยบายมาวางแผนการผลิตรายการ กำหนดเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอรายการ และนำแผนงานเสนอต่อฝ่ายนโยบายและที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาอนุมัติ แผนงานและงบประมาณ จากนั้น จึงนำแผนงานไปปฏิบัติ รวมทั้งควบคุมดูแลการผลิต รายการให้เป็นไปตามแผน ได้แก่

- รายการสไมล์เรดิโอ 1 จักรกฤษ ศิลปชัย
- รายการสไมล์เรดิโอ 2 เจอร์วิน เจอร์ชัน
- รายการสไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค ม.ร.ว. รุจิยาภา อภากร (แทน)
- รายการสไมล์เรดิโอ 4 นิมิตร ลักษมีพงศ์
- รายการสไมล์เรดิโอ 5 อัญชลี ไพรีรัก

### 3. ผู้ช่วยผู้ผลิตรายการ (Co-Producer)

มีหน้าที่ช่วยผู้ผลิตรายการ ในการนำแผนงานไปปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมาย รวมทั้งดูแลการดำเนินรายการของนักจัดรายการ และผู้ประสานงานรายการ ได้แก่

- รายการสไมล์เรดิโอ 1            นนทนีย์ คงนิยม
- รายการสไมล์เรดิโอ 2            จุไรรัตน์ มานะวงศ์
- รายการสไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค    วัฒนชัย กุลวัฒนวงศ์
- รายการสไมล์เรดิโอ 4            ลัดดาวรรณ อวพิทยา
- รายการสไมล์เรดิโอ 5            ไศรยา โอสถานนท์

#### 4. เจ้าหน้าที่สร้างสรรค์รายการ (Creative Officer)

เป็นผู้คิดค้นรูปแบบกิจกรรมที่เกิดขึ้นในรายการ รวมทั้งการเล่นเกมนต่าง ๆ ได้แก่ กอบเกียรติ พรนาคาเดช ทำหน้าที่คิดค้นรูปแบบกิจกรรมทุกรายการของสไมล์เรดิโอ

#### 5. ฝ่ายควบคุมเวลาออกอากาศ (Traffic Control)

มีบทบาทในการกำหนดเวลาดำเนินรายการ ได้แก่ การประกาศแจ้งเวลาและสถานี ข่าวสั้น และสปอตโฆษณา

#### 6. นักจัดรายการ (Presenter/Disc Jockey)

เป็นผู้ดำเนินรายการตามแผนงานของผู้ผลิตรายการในช่วงเวลาที่ได้รับมอบหมาย โดยทำหน้าที่หลาย ๆ อย่างด้วยตนเอง เช่น เปิดเพลง นำข่าวสาร/สาระมาเสนอผู้ฟัง รับโทรศัพท์ผู้ฟัง ควบคุมการเล่นเกมนทางโทรศัพท์ รวมทั้งเป็นผู้ควบคุมและปรับแต่งการส่งสัญญาณเสียงของเครื่องส่งกระจายเสียงด้วยตนเอง ได้แก่

- รายการสไมล์เรดิโอ 1            มีจำนวน 13 คน
- รายการสไมล์เรดิโอ 2            มีจำนวน 8 คน
- รายการสไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค    มีจำนวน 15 คน



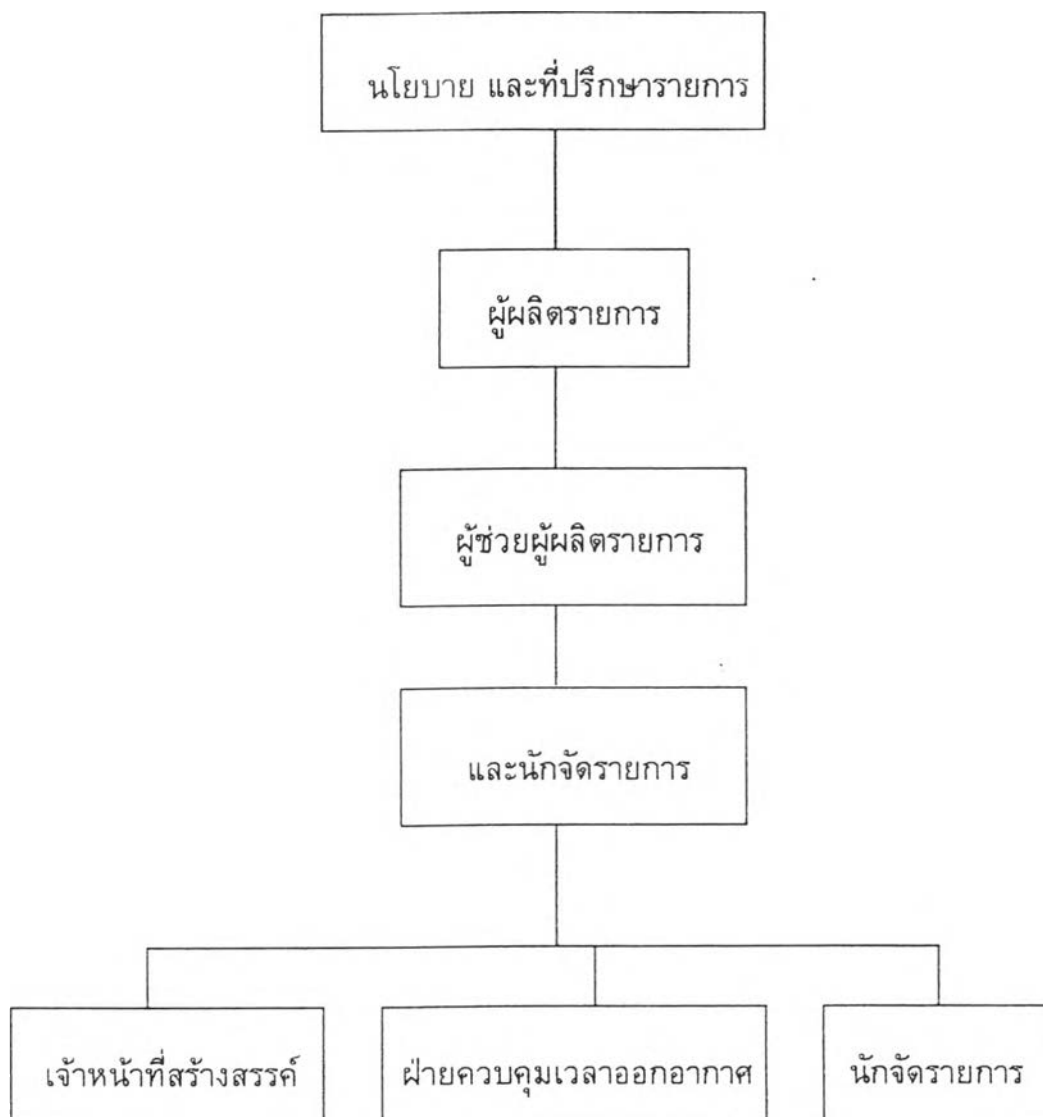
- รายการสไมล์เรดิโอ 4           มีจำนวน 14 คน
- รายการสไมล์เรดิโอ 5           มีจำนวน 18 คน

#### 7. ผู้ประสานงานรายการ (Program Co-Ordinator)

ทำหน้าที่กลั่นกรอง สายจากผู้ฟังที่โทรศัพท์เข้ามาในรายการ สอบถามข้อมูล รายละเอียด ก่อนที่จะส่งสายให้กับนัก จัดรายการเพื่อออกอากาศ และช่วยประสานงาน กับนักจัดรายการ มีเฉพาะรายการสไมล์เรดิโอ 5 วรรณ มีชง ผู้ประสานงานฝ่ายรายการ กล่าวว่

“ขณะนี้ Program Co. จะมีเป็นบางคลื่น เพราะส่วนมากเราจะใช้ลักษณะคือ ดีเจ. ทำเองทั้งหมด นอกจากที่เราจัดอยู่ที่สถานี อย่างเมื่อปีที่แล้ว เราจะมี Program Co. อยู่ทุกสถานี จะทำหน้าที่รับโทรศัพท์ รับเล่นเกม รับเพลง จัดรายการแทนดีเจ. ในลักษณะที่ดีเจ. ไม่มาหรือมาสาย รับงานกับทางบริษัท บริษัท ๕ มีอะไรกับทางสถานี หรือทางสถานีมีอะไรกับบริษัท ก็ประสานงานให้ แต่พอย้ายเข้ามาจัดรายการที่ Office จะไม่มี Program Co. จะมี Program Co. ที่เดียวคือ สไมล์เรดิโอ 5 เพราะว่ามันเป็นรายการลักษณะคือข่าว ดีเจ. จะไม่มีเวลามาทำเอง เปิดไมค์ หรือว่าอะไรเอง เพราะดีเจ. จะต้องค้นคว้า Program Co. ในส่วนของสไมล์เรดิโอ 5 ก็จะมีหน้าที่ควบคุมห้องสตูดิโอ ควบคุมการออกอากาศ ควบคุมการยิงสปอตโฆษณา” (สัมภาษณ์ : 2 มีนาคม 2537)

จากตำแหน่งต่าง ๆ ของฝ่ายผลิตรายการดังกล่าว สามารถสรุปเป็นโครงสร้างการทำงานของบุคลากรในฝ่ายผลิตรายการ ของบริษัท มีเดียพลัส จำกัดดังแผนภาพต่อไปนี้



แผนภาพที่ 4.1 : แสดงโครงสร้างการทำงานของบุคลากร ในฝ่ายผลิตรายการของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด

จากนโยบายและวัตถุประสงค์ของผู้บริหารบริษัท มีเดียพลัส จำกัด ที่กล่าวว่า “ต้องการเป็นผู้ผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงที่ดีที่สุดในโลก” ทำให้บริษัท มีเดียพลัส จำกัด พยายามพัฒนาตัวเองให้เป็นบริษัทผลิตรายการวิทยุที่มีคุณภาพ โดยผลิตรายการ สไมล์ เรดิโอทั้ง 5 รายการ ส่วนนโยบายในการกำหนดแนวคิดรูปแบบการจัดรายการแต่ละรายการ ถูกกำหนดโดยผู้บริหารของบริษัทฯ พนักงานในระดับต่อมา จะเป็นผู้นำแนวคิดนั้นไปปฏิบัติ จึงนำไปสู่รูปแบบการจัดรายการแบบใหม่ 5 รายการ ดังนี้

### รูปแบบการจัดรายการสไมล์ เรดิโอ

ลักษณะรูปแบบการจัดรายการสไมล์ เรดิโอ ทั้ง 5 คลื่น ที่ผู้ผลิตรายการรับนโยบายที่กำหนดโดยผู้บริหารของบริษัท มาดำเนินการ จะมีดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### 1. รายการสไมล์เรดิโอ 1

สถานี	เอฟ. เอ็ม. 98.0 เม็กกะเฮิร์ต
วันเวลา	ทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง
ชื่อรายการ	“Power Station”
กลุ่มเป้าหมาย	อายุ 16-22 ปี คือกลุ่มวัยรุ่น นักศึกษา ผู้ใหญ่ ที่เริ่มต้นทำงาน ชอบการร่วมสนุก และชอบ บรรยากาศคึกคัก กระฉับกระเฉง
แนวเพลง	เพลงไทยสากลยอดนิยม

ตารางที่ 4.1 แสดงการจัดรายการของนักจัดรายการวิทยุ  
ในรายการสไมล์ เรดิโอ 1

เวลา	วัน	นักจัดรายการวิทยุ
08.00-11.00 น.	จันทร์ถึงศุกร์	จักรกฤษ ศิลปชัย
	เสาร์และอาทิตย์	พิพัฒน์ วิรัชศิลป์
11.00-15.00 น.	จันทร์ถึงศุกร์	คุณาพร คุณาพรธรรม
11.00-15.00 น.	เสาร์และอาทิตย์	ศราวุธ พลอยประดับ และ ชาย ปัญญาพิทักษ์พงศ์
15.00-19.00 น.	จันทร์ถึงศุกร์	อัญชลี อินทรผล
	เสาร์และอาทิตย์	กพล ทองพลับ
19.30-23.00 น.	จันทร์ถึงอาทิตย์	นนทนีย์ คงนิยม
23.00-02.00 น.	จันทร์ถึงเสาร์	อภิเดช มหัตถพงศ์
	อาทิตย์	กิตติพัฒน์ ลิ้มพะสุด และ กพล ทองพลับ
02.00-06.00 น.	จันทร์ถึงศุกร์	ลดาวัลย์ เตีย
	เสาร์และอาทิตย์	กัมปนาท มานิตเจริญ

รายการสไมล์ เรดิโอ 1 เป็นรายการเพลงทางวิทยุของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด เน้นเปิดเพลงไทยสากลยอดนิยมที่มีความคึกคัก กระฉับกระเฉง ตามบุคลิกของรายการและชื่อรายการที่ว่า “Power Station” เป็นคลื่นที่มีพลัง เน้นการมีส่วนร่วมในรายการของวัยรุ่น นอกจากนี้ ยังเน้นการเปิดเพลงที่กำลังได้รับความนิยม หรือเพลงใหม่ล่าสุดในปัจจุบัน หากพิจารณาตามแนวคิดการจัดรายการวิทยุ ของ Michael C. Keith (1987) ที่กล่าวไว้ในหนังสือ Radio Programing จะเห็นได้ว่า รายการสไมล์ เรดิโอ 1

มีลักษณะคล้ายคลึงกับแนวรายการเพลงประเภท Contemporary Hit Radio มีองค์ประกอบต่าง ๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

### 1. เพลง

ดังที่กล่าวไปแล้วว่า ลักษณะของเพลงที่เปิดในรายการสไมล์ เรดิโอ 1 นั้น ยึดแนวรายการเพลงประเภท Contemporary Hit Radio มาเป็นหลัก เนื่องจากการเน้นการเปิดเพลงที่กำลังได้รับความนิยมอยู่ในปัจจุบัน โดยเฉพาะการมีช่วง “Smile Radio 1 Countdown Top 40” ในวันเสาร์ นักจัดรายการคือ อภิเดช มหัตถพงษ์ ที่จัดอันดับความนิยมให้กับเพลงต่าง ๆ โดยที่มาของอันดับเพลงนั้น คือการขอฟังเพลงของผู้ฟังรายการสไมล์ เรดิโอ 1 นั่นเอง หากเพลงใดถูกขอเข้ามามาก ก็จะจัดอยู่ในอันดับต้น โดยมีการรายงานผลเป็นประจำทุกสัปดาห์ จึงตรงกับลักษณะของรายการ Contemporary Hit Radio ที่พัฒนามาจากรายการเพลงประเภท Top 40 หรือรายการวิทยุที่มีการจัดอันดับความนิยมให้กับเพลง

สำหรับแนวเพลงที่เปิดในรายการสไมล์ เรดิโอ 1 นี้ ก็ยึดอันดับเพลง Top 40 โดยถูกนำมาจัดแบ่งอัตราการเล่นสลับกันไป เน้นเพลงใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน และเพลงที่มีจังหวะปานกลางจนถึงเร็ว และเป็นเพลงใหม่ที่อายุไม่เกิน 5 ปี

หากพิจารณาถึงสัดส่วนเนื้อหาของรายการสไมล์ เรดิโอ 1 ทางด้านเพลงแล้ว พบว่า ในช่วงเวลา 1 ชั่วโมง มีการเปิดเพลงคิดเป็นสัดส่วน 58% อย่างไรก็ตาม เพลงที่เปิดในรายการสไมล์ เรดิโอ 1 คือสินค้าหลักของรายการ ดังที่ Mike Edward ผู้กำกับรายการเพลงประเภท Contemporary Hit Radio ได้กล่าวไว้ว่า เพลงคือสินค้าของรายการประเภทนี้ (Music Is Product)

นอกจากนี้ Michael C. Keith (1987) ยังได้กล่าวไว้ด้วยว่า เนื่องจากรายการเพลงประเภทนี้ เปิดเพลงที่กำลังได้รับความนิยมอยู่ในปัจจุบัน จึงกลายเป็นช่องทางในการโปรโมทเพลงและศิลปินของค่ายเทปต่าง ๆ ในเรื่องนี้ รายการสไมล์ เรดิโอ 1 ซึ่งผลิตรายการโดยบริษัท มีเดียพลัส จำกัด ไม่ได้มีธุรกิจค่ายเทปใด ๆ หนุนหลังอยู่เลย ทำให้รายการสไมล์ เรดิโอ 1 มีจุดเด่นอีกอย่างหนึ่งเกี่ยวกับเพลงที่เปิดในรายการ คือ เปิดเพลงไทยสากลทุกรูปแบบ ทุกประเภท และทุกสังกัดค่ายเพลง ไม่ว่าจะเป็น แกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์, อาร์ เอส โปรโมชัน, คีตา เอ็นเตอร์เทนเมนท์, เบเกอร์ มิวสิก, โซนี่ มิวสิก, สโตน เอ็นเตอร์เทนเมนท์ และค่ายอื่น ๆ

จากลักษณะของเพลงที่เปิดในรายการ ที่ยึดแนวรายการเพลงประเภท Contemporary Hit Radio มาเป็นหลัก คือเน้นการเปิดเพลงที่กำลังได้รับความนิยมอยู่ในปัจจุบัน แต่ผู้วิจัยพบว่า ในเวลา 02.00-06.00 น. วันจันทร์ถึงวันศุกร์ นักจัดรายการคือ ลดาวัลย์ เตีย มีช่วง “เพลงนี้สีน่าฟัง” มีการแนะนำเพลงดังในอดีตที่น่าสนใจ เช่น เพลงของวงแกรนด์ เอ็กซ์ ถือเป็นเพลงที่ไม่จัดอยู่ในอันดับยอดนิยม แต่เพื่อไม่ให้ผู้ฟังซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่น รู้สึกว่าเพลงเก่าเกินไป ในช่วงเวลานี้ จึงมีช่วง “Morning Smile” หรือ “ยิ้มเช้าละนิด จิตแจ่มใส” มาต่อท้าย เพื่อปลุกอารมณ์คนฟังให้กลับมา เพราะมีการจัดรายการโดยเน้นความสนุกสนานให้อารมณ์ขันกับคนฟัง

ส่วนใหญ่แล้ว การเลือกเปิดเพลงของนักจัดรายการสไมล์ เรดิโอ 1 จะไม่เป็นไปตามแนวเพลง Top 40 เพราะมีการเปิดเพลงตามคำขอ ทั้งจากผู้ฟังที่โทรศัพท์เข้ามา และจากผู้ฟังที่ขอมาทงวิทยุติดตามตัวอยู่ตลอดเวลา ซึ่งเสมือนกับการจัดรายการเพลงตามคำขอ

## 2. การพูดคุยของนักจัดรายการวิทยุ

การพูดคุยของนักจัดรายการวิทยุในรายการสไมล์ เรดิโอ 1 จะเป็นเรื่องที่สนองต่อวิถีชีวิตประจำวันของกลุ่มผู้ฟัง และบุคลิกของนักจัดรายการวิทยุในรายการนี้ จะเป็นไปตามบุคลิกของรายการ กล่าวคือ รายการสไมล์ เรดิโอ 1 มีแนวคิดที่ว่า “Power Station” จึงเป็นรายการวิทยุที่เน้นความสนุกสนาน คึกคัก นักจัดรายการวิทยุรายการนี้ จึงมีบุคลิกที่กระฉับกระเฉง คล่องตัว ทันสมัย ดังนั้น นักจัดรายการวิทยุที่ทำหน้าที่ในคลื่นนี้ จึงมักเป็นนักจัดรายการวิทยุรุ่นใหม่ไฟแรง เช่น อัญชลี อินทรผล, ศราวุธ พลอยประดับ, กิตติพัฒน์ ลิ้มพะสุด ที่มีลักษณะการจัดรายการหือหาวาเฉพาะตัว เข้ากับกลุ่มคนฟังได้ง่าย และภาษาที่ใช้มักเป็นภาษาของวัยรุ่น ซึ่งจะชอบความทันสมัย การพูดคุยกับผู้ฟังก็จะเลือกเรื่องที่วัยรุ่นสนใจ เช่น ช่วง “BUDDY DJ.” มีเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวดัง ๆ ในวงการบันเทิง ดีเจ. คือ ศราวุธ พลอยประดับ และชาย ปัญญาพิทักษ์พงศ์. ช่วง “SMILE POWER SCOOP” เสนอข่าวบันเทิงที่อยู่ในความสนใจในขณะนั้น โดยการบันทึกเสียงของผู้อยู่ในข่าวมาเปิดออกอากาศ

เทคนิคลีลาการพูดของผู้ดำเนินรายการ ก็ย่อมจะแสดงถึงบุคลิกลักษณะ ของผู้ดำเนินรายการแต่ละคนด้วย นนทนีย์ คงนิยม ผู้ช่วยผู้ผลิตรายการ ได้อธิบายว่า

“คนไหนถนัดทางไหน อย่างคนนี้ ชอบข่าวก็อดชิบ คนนี้ชอบข่าวบันเทิง คนนี้ถนัดเพลงเพื่อชีวิต คนนั้นอาจจะชอบประเภท Hobby ช่วยผ่อนคลาย พักผ่อนไป กิจกรรมในวันว่างมีอะไรบ้าง บางคนถนัดในการให้กำลังใจ เพราะว่าเป็นคนสดใสอยู่แล้ว บางคนก็จะเป็นผู้หญิงมาก ๆ ก็เป็น Life Style ของผู้หญิง บางคนถนัดจิตวิทยา ให้คนโทร.เข้ามาเพราะคุยได้ แต่บางคนที่เป็นแบบสนุกสนาน เราก็จัดให้เป็น Two-Voice คุยกับคนฟัง” (สัมภาษณ์ : 18 กุมภาพันธ์ 2537)

นอกจากนั้น ผู้วิจัยยังพบว่า ยังมีนักจัดรายการวิทยุในคลื่นนี้อีกหลายคน ที่ไม่เข้าลักษณะของนักจัดรายการเพลงประเภท Contemporary Hit Radio ก็อาจมีความ

เป็นผู้ใหญ่ เช่น จักรกฤษ ศิลปชัย แต่ในความเป็นผู้ใหญ่ นั้น พวกเขาจะมีความเข้าใจในความต้องการของกลุ่มผู้ฟัง สามารถสื่อสารกับผู้ฟังได้เข้าใจ รู้ว่าวัยรุ่นในกลุ่มนี้ชอบแสดงออก รายการจึงมีรูปแบบเป็นการให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในรายการ โดยการโทรศัพท์เข้ามา แสดงความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ เช่น การวิจารณ์บทเพลง แสดงความคิดเห็นในเรื่องเพลงต่าง ๆ และบางครั้ง นักจัดรายการที่มีความถนัดเรื่องจิตวิทยาวัยรุ่น ก็มีการพูดคุยเกี่ยวกับปัญหาของวัยรุ่น เช่น กัมปนาท มานิตเจริญ เสนอวิธีการดูแลแก้ไขปัญหาสุขภาพจิตและจิตวิทยาวัยรุ่น เป็นต้น

### 3. ข่าวดัง

ตามปกติแล้ว รายการวิทยุประเภท Contemporary Hit Radio มักมีสัดส่วนขององค์ประกอบทางด้านข่าวค่อนข้างต่ำ แต่ก็ก็เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ หากพิจารณาถึงสัดส่วนเนื้อหาของรายการสไมล์ เรดิโอ 1 ทางด้านข่าวแล้ว พบว่า ในช่วงเวลา 1 ชั่วโมง มีการเสนอข่าวคิดเป็นสัดส่วน 9% ซึ่งถือว่าน้อยที่สุดในบรรดารางการของสไมล์ เรดิโอ

ลักษณะการนำเสนอข่าวของรายการสไมล์ เรดิโอ 1 ใช้การเสนอข่าวจากศูนย์ข่าวแปซิฟิก เพราะรายการนี้ ออกอากาศทางสถานีวิทยุกองทัพบก ซึ่งมีข้อบังคับว่าต้องนำเสนอข่าวต้นชั่วโมงของสถานี ซึ่งปัจจุบันนี้ บริษัท แปซิฟิก คอร์ปอเรชั่น จำกัด เป็นผู้ประมูลเวลาในการผลิตข่าวของทุกสถานีที่เป็นของกองทัพบกได้ ดังนั้น รายการสไมล์ เรดิโอ จึงต้องถ่ายทอดข่าวต้นชั่วโมง จากศูนย์ข่าวแปซิฟิก

### 4. สารคดีสั้น

จากแนวคิดด้านการจัดรายการวิทยุประเภท Contemporary Hit Radio กล่าวไว้ว่า เนื้อหาของสารคดีในรายการประเภทนี้ จะต้องเกี่ยวข้องกับเนื้อหาของรายการ เพราะเป็นสิ่งที่ผู้ฟังให้ความสนใจและยังสามารถย้ำภาพลักษณ์ให้กับรายการด้วย สำหรับ



สารคดีในรายการสไมล์ เเรดิโอ 1 มีการขายช่วงเวลาสารคดีให้กับบริษัท 77 ซาวด์แอนด์ ซีน จำกัด เป็นผู้ผลิตรายการ ซึ่งบริษัท 77 ซาวด์ แอนด์ ซีน จะเป็นผู้หาโฆษณาในช่วงเวลานี้เอง ทำให้เนื้อหาสารคดีมีลักษณะไม่ตรงกับเนื้อหาของรายการ เพราะเนื้อหาสารคดีจะขึ้นอยู่กับสปอนเซอร์ที่สามารถขายเวลาได้ มีการนำเสนอสารคดีสั้นประมาณ 2-3 นาที ในชื่อ “ยาสีฟัน ออร์ลเมด เพื่อนคู่สุขภาพ” ทุกครั้งหลังข่าวต้นชั่วโมง

### 5. การจัดแข่งขันและโปรโมชั่น

ปัจจุบันนี้ รายการเพลงทางวิทยุในเมืองไทยทุกรายการ มีการจัดแข่งขันเพื่อชิงรางวัล หรือการเล่นเกมนิรายการ รวมทั้งการจัดโปรโมชั่นพิเศษต่าง ๆ นอกเหนือไปจากการนำเสนอเพลง ข่าวและสารคดี ทั้งนี้เนื่องมาจากความสำคัญด้านการตลาด กล่าวคือ การเล่นเกมนิรายการและการจัดโปรโมชั่นนี้ จะมีสินค้าต่าง ๆ เป็นผู้สนับสนุน ซึ่งเป็นรายได้หนึ่งของบริษัท นอกจากนี้ เกมและโปรโมชั่นต่าง ๆ ยังเป็นสีสันของรายการที่สามารถดึงดูดผู้ฟังได้ เพราะทำให้ผู้ฟังได้มีส่วนร่วมในรายการ ได้ติดต่อพูดคุยกับนำจัดรายการวิทยุโดยตรง และการเล่นเกมนิยังได้รับของรางวัลต่าง ๆ อีกด้วย

สำหรับการบริษัท มีเดียพลัส จำกัด การสร้างสรรค์เนื้อหาของรายการในส่วนนี้ มีการจัดแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ การแข่งขันชิงรางวัล (Game) และกิจกรรมที่ไม่มีการแข่งขัน (Activity)

ในส่วนของการแข่งขันชิงรางวัล (Game) ในรายการสไมล์ เเรดิโอ 1 พบในเกือบทุกช่วงของนักจัดรายการวิทยุ โดยถูกวางไว้ในช่วงหลังการเปิดโฆษณาคั่นรายการตอนครึ่งชั่วโมง และใช้เวลาในการเล่นประมาณ 5-10 นาที ตัวอย่างเกมในรายการสไมล์ เเรดิโอ 1 ได้แก่ เกม “Color Full Life Game Party” เป็นเกมที่ให้ผู้ฟังโทรศัพท์มาบอกเบอร์เอาไว้ แล้วผู้จัดรายการ โทรศัพท์ติดต่อกลับไป ถามอายุ แล้วพาไปเที่ยวดรีมเวิร์ล, เกม “Scorpions Face The Heat Games” เกมนี้ ใช้เล่นกันทุกช่วงของนักจัด

รายการของสไมล์ เติโอ 1 เป็นเกมที่สนับสนุนคอนเสิร์ต “Scorpions Face The Heat Tour”

จะเห็นได้ว่า การแข่งขันชิงรางวัลดังกล่าว จะเป็นเรื่องที่สอดคล้องกับเนื้อหาของรายการ เนื่องจากรายการสไมล์ เติโอ 1 เน้นการนำเสนอเรื่องที่กำลังอยู่ในความสนใจของวัยรุ่น การแข่งขันต่าง ๆ ในรายการจึงพยายามสอดแทรกเรื่องราวที่วัยรุ่นสนใจ เช่น เกม “Scorpions Face The Heat Tour” เป็นเกมสนับสนุนคอนเสิร์ต Scorpions เพราะบริษัท มีเดียพลัส ได้ดำเนินธุรกิจการติดต่อคอนเสิร์ตต่างประเทศมาเล่นในเมืองไทยด้วย เกมนี้ จึงถือเป็นเกม Promotion คอนเสิร์ตของตนเอง แต่เกมนี้ สามารถเรียกความสนใจจากกลุ่มผู้ฟังได้มาก เพราะวง Scorpions เป็นวงดนตรีที่มีชื่อเสียงและผู้ฟังให้ความสนใจ นนทนี คณินยม (2537) ได้กล่าวว่า “จะเล่นเกมแต่ละคอนเสิร์ต ก็ต้องดูที่เหมาะสมกับเรา เหมาะกับคลื่นของเรา อย่าง Scorpions อย่าง Is Seventeen มันคือใช้ของเรา เราก็เล่น แต่ถ้าเป็น ดอน แมคสัน หรือเจมส์ อินแกรม ก็คงไม่ใช่ ดูสิ่งที่เหมาะสมกับตัวเราด้วย”

การเล่นเกมที่รายการสไมล์ เติโอ 1 สามารถตรวจสอบกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน อย่างเช่น “Color Full Life Game Party” ของสินค้าฟิล์มสี FUJI ที่มีการให้กลุ่มคนฟังที่อายุ 15-19 ปี ไปเที่ยวสวนสนุกดรีมเวิร์ล นนทนี คณินยม (2537) ได้กล่าวว่า “อายุเท่าไร ถ้า 28 แล้ว ควรจะอยู่บ้าน ไม่น่าจะไปกับเรา เราจะเอาเฉพาะคนที่เหมาะสมจะไป ส่งหลานมาเถอะ ได้กลุ่มเป้าหมายครบหมด เด็กวัยรุ่นทั้งนั้น”

อย่างไรก็ตาม การแข่งขันชิงรางวัล บางเกมเป็นเรื่องของความสนุกสนานหรือบางครั้งก็เป็นการขายสินค้าโดยตรง (Hard Sale) เช่น เกมแจกเนคไท จากสินค้า Vanson สิงห์ทอง, เกมแจกของรางวัลจากส่งเสริม Travel Center และเกมแจกของรางวัลจากค่ายเทป SP. ศุภมิตร นอกจากนั้น ยังพบว่า รายการสไมล์ เติโอ 1 เป็นราย

การที่มีเกมมากที่สุดของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด คือใน 1 ชั่วโมง มีเกมคิดเป็นสัดส่วน 18% เนื่องจากกลุ่มผู้ฟังรายการนี้ส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มวัยรุ่นซึ่งนิยมการเล่นเกมส์ชิงรางวัล

สำหรับกิจกรรม (Activity) แม้จะมีสินค้าต่าง ๆ เป็นผู้สนับสนุนเช่นเดียวกับกับเกม แต่จะไม่มีการแข่งขันเพื่อชิงรางวัล เช่น ช่วง “Smile Sport High Light” เป็นการรายงานข่าวกีฬา สรุปเฉพาะผลการแข่งขันและโปรแกรมการแข่งขันกีฬาที่น่าสนใจ โดยกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์โลกกีฬารายวัน โทรศัพท์เข้ามารายงานในรายการ ในช่วงดีเจ. นนทนีย์ คงนิยม และกพล ทองพลับ โดยในช่วงของนักจัดรายการวิทยุคนหนึ่งในการการสไมล์ เรดิโอ 1 จะมีเกมการแข่งขันชิงรางวัล ประมาณ 1 เกม และในบางช่วงมีกิจกรรมที่เป็นช่วงพิเศษดังกล่าวอีก 1 กิจกรรม

นอกจากนี้ รายการสไมล์ เรดิโอ 1 ยังมีโปรโมชั่นที่เป็นกิจกรรมพิเศษนอก รายการ ซึ่งเน้นการเปิดโอกาสให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมด้วย และเป็นกิจกรรมที่มีความสอดคล้องกับเนื้อหาของรายการ นั่นคือ เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับวัยรุ่น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

- โครงการ “Smile Tour” หรือ โครงการเยาวชนผู้รักธรรมชาติ มีการรวมกลุ่มเยาวชน ซึ่งเป็นอนาคตของชาติให้รู้จักตนเอง ในการแสดงความคิดเห็นกล้าทำและสามารถอยู่ร่วมกันในสังคม โดยพาไปยังสถานที่ที่ยังคงความเป็นธรรมชาติ สอนให้เยาวชนรู้จักปกป้องและหวงแหนสถานที่ที่ยังคงความเป็นธรรมชาติไว้ ไม่ทำลายความงดงามให้เสียไป และรู้จักที่จะใช้ธรรมชาติอย่างถูกต้อง โดยการสัมผัสธรรมชาติที่สะอาดบริสุทธิ์ และการปรับตัวเข้าหาธรรมชาติ

- โครงการ “Smile On The Road” หรือ โครงการแรลลี่ครอบครัวอารมณ์ดี มีการจัดแข่งขัน Rally ครอบครัวอารมณ์ดี จากเส้นทางกรุงเทพ-ชะอำ นำศิลปินและผู้เข้าแข่งขันกว่า 500 คน สนุกสนานกับการแข่งขัน Rally ทางเรียบ

นอกจากนั้น ยังมีโปรโมชั่นที่เป็นกิจกรรมพิเศษนอกรายการ ที่เป็นกิจกรรมใหญ่ของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด คือ ทั้ง 5 สถานี จะเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษนี้ด้วย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

- โครงการ Smile Radio Red Cross Fair หรือ โครงการสไมล์ เรดิโอ กาชาด โดยร่วมกับโครงการงาน 100 ปีสภากาชาดไทย และมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช เปิดห้องส่งจำลอง การออกอากาศและการจัดรายการสด โดยดีเจ Smile Radio ทุกคลื่นผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันไป จัดรายการให้ผู้ชมได้ชมการสาธิตเครื่องมือ การดำเนินรายการวิทยุ ซึ่งได้รับความสนใจจากผู้ร่วมงานกาชาด ผู้ฟังรายการวิทยุ และผู้สนใจอาชีพการจัดรายการวิทยุเป็นอย่างมาก

- โครงการแลกเปลี่ยนทูตวัฒนธรรม โดยร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานเยาวชนแห่งชาติ (สยช.) ทำการคัดเลือกเยาวชนที่มีความรู้ความสามารถด้านศิลปะวัฒนธรรมจำนวน 10 คน เดินทางไปพร้อมสื่อมวลชนสาขาวิทยุโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ เดินทางสู่ประเทศเกาหลีเหนือ เพื่อเป็นตัวแทนเยาวชนประเทศไทย แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ โดยเน้นเรื่องการเรียนรู้การอยู่ร่วมกับผู้อื่น การส่งเสริมการออกกำลังกาย และการแสดงออกถึงศิลปะวัฒนธรรมของประเทศไทย

- โครงการ Smile Radio Announcer Contest หรือ การแข่งขันการจัดรายการวิทยุ เป็นการเปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ที่มีแนวโน้ม จะเป็นนักจัดรายการวิทยุในอนาคต ได้แสดงความต้องการและความสามารถด้านการผลิตความบันเทิงแก่ผู้ฟัง ผู้ชนะเลิศการประกวดโครงการ Smile Radio Announcer Contest จำนวน 10 คน จะได้รับการเรียนรู้การจัดรายการวิทยุอย่างถูกต้อง และก้าวขึ้นเป็นดีเจมืออาชีพทางสถานีวิทยุ Smile Radio พร้อม ๆ กับการ เดินทางไปดูงานสถานีวิทยุที่ประเทศญี่ปุ่น

สำหรับผู้ชนะการประกวดการเป็นนักจัดรายการเพลงไทย และเดินทางไปดูงานที่สถานีวิทยุลอนดอน ประเทศอังกฤษ สำหรับผู้ชนะการประกวดการจัดรายการวิทยุเพลงสากล

กิจกรรมดังกล่าวที่ยกตัวอย่างมานั้น เป็นเพียงส่วนหนึ่งของกิจกรรมพิเศษที่รายการสไมล์ เรดิโอ 1 จัดขึ้น เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับรายการที่แตกต่างไปจากรายการอื่น รวมทั้ง ทำให้นักจัดรายการวิทยุกับผู้ฟังได้มีโอกาสพบปะกันและมีความใกล้ชิดกันมากขึ้นด้วย

## 6. การให้บริการสาธารณะ

จากแนวคิดการจัดรายการวิทยุที่ Michael C. Keith (1987) ได้กล่าวไว้ในหนังสือเรื่อง Radio Programming ในส่วนองค์ประกอบของรายการเพลงประเภท Contemporary Hit Radio ด้านการให้บริการสาธารณะนั้น มีสัดส่วนที่น้อยลงในช่วง ค.ศ. 1980-1990 เป็นต้นมา เนื่องจากรายการประเภทนี้ เน้นการเปิดเพลงที่ให้ความบันเทิงกับผู้ฟัง

แต่รายการสไมล์ เรดิโอ 1 พบว่า มีการให้บริการสาธารณะปรากฏอยู่ในเนื้อหารายการด้วย เช่น โครงการ “ทำชั่วทั้งปี ทำดีสักหน” เป็นการให้ความช่วยเหลือแก่เด็กนักเรียนที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ในถิ่นทุรกันดาร โดยรับบริจาคทุนทรัพย์ เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม และอุปกรณ์การศึกษา มอบให้แก่เด็กนักเรียนโรงเรียนบ้านห้วยเม็ง (ประชาวิทยุ) หมู่ที่ 6 ตำบลเวียง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย

นอกจากนี้ รายการสไมล์ เรดิโอ 1 ยังกิจกรรมพิเศษที่เป็นบริการสาธารณะที่ถือเป็นกิจกรรมใหญ่ของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด คือมีการเข้าร่วมกิจกรรมกันทั้ง 5 สถานี ดังตัวอย่างต่อไปนี้

- โครงการ Smile Walk Rally หรือ โครงการเดินสุขภาพเพื่อสาธารณประโยชน์ เป็นการรวมกลุ่มเยาวชนร่วมกันบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ ในใจกลางกรุงเทพมหานคร มีทั้งการเยี่ยมผู้ป่วย การรณรงค์เรื่องการใช้ทรัพยากร การใช้น้ำ การทำความสะอาดสถานที่สาธารณะ ซึ่งถือเป็นสมบัติส่วนรวม

- โครงการรอยยิ้มบนถนน โดยร่วมมือกับภาครัฐและเอกชน แก้ไขสภาพจราจรในสังคม ด้วยการรณรงค์เรื่องสุขภาพ การจราจร และมลภาวะที่เป็นพิษ

- โครงการรอยยิ้มเพื่อครอบครัว เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ และความเข้าใจที่ดีในครอบครัว ช่วยลดปัญหาและช่องว่าง ระหว่าง พ่อ แม่ ลูก ชี้นะแน่งคิดและมุมมองต่าง ๆ ของปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อให้ครอบครัวไทยดำรงคงไว้

- โครงการรอยยิ้มเพื่อสุขภาพ โดยร่วมมือกับกระทรวงสาธารณสุข และนักศึกษาจากหลาย ๆ สถาบันช่วยกันรณรงค์ ในเรื่องสุขภาพเด็กและผู้สูงอายุ เรื่องโภชนาการ เรื่องการออกกำลังกายและเรื่องสุขภาพจิต

- สปอตเพื่อสังคม เพื่อย้ำเตือนจิตสำนึกของคนทั่วไป จึงได้ออกสปอตเพื่อสังคมเผยแพร่ความรู้และป้องกันในเรื่องต่อไปนี้คือ การรณรงค์เรื่องโรคเอดส์ เยาวชนกับยาเสพติด การสูบบุหรี่ ความไม่ประมาท น้ำมันรั่วสารตะกั่ว ภาพพจน์ของเมืองไทย ประชาธิปไตย การใช้ทรัพยากรธรรมชาติ เป็นต้น

- ข้าราชการสาธารณสุข มีการประสานงานและร่วมมือกับหน่วยต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชน เช่น สภาสังคมสงเคราะห์แห่งประเทศไทย สภากาชาดไทย มูลนิธิสายใจไทย ธนาคารแห่งประเทศไทย กรมตำรวจจราจร กรมอุตุนิยมวิทยา ตลาดหลักทรัพย์ สายการบิน โรงแรม โรงพยาบาลต่าง ๆ องค์การระดับประเทศหลาย ๆ องค์การ

ตลอดจน สถานทูตทุกแห่งในประเทศไทย ในการนำเสนอข่าวสารที่เป็นประโยชน์เพื่อ  
บริการต่อสาธารณชน

## 7. โฆษณาสินค้า

ถึงแม้ว่าโฆษณาสินค้า (Spot) ในรายการเพลงทางวิทยุจะเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้  
ฟังเปลี่ยนคลื่นหนีได้ แต่รายได้หลักของการผลิตรายการวิทยุ นั้น มาจากการเปิดโฆษณา  
จึงเป็นเรื่องหลีกเลี่ยงไม่ได้ ที่จะมีการโฆษณาสินค้าในรายการ

สำหรับการเปิดโฆษณาสินค้าในรายการสไมล์ เรดิโอ 1 นั้น มีการเปิดคั่นราย  
การ 4 ครั้ง ในเวลา 1 ชั่วโมง คือ เปิดหลังข่าวต้นชั่วโมง เปิดหลังดำเนินรายการไปแล้ว  
15 นาที, 30 นาที และ 45 นาที ซึ่งจำนวนของโฆษณาที่เปิดคั่นในแต่ละครั้งนี้ มีมาก  
น้อยต่างกัน บางครั้งอาจเปิดโฆษณา 3-4 ตัว ในขณะที่บางครั้งอาจมีมากถึง 7 ตัว  
โฆษณา 1 ตัว มีความยาว 15 หรือ 30 วินาที

นอกจากนี้ จำนวนโฆษณายังแตกต่างกันไปในแต่ละชั่วโมง แต่ละช่วงดีเจ.  
และแต่ละเดือนด้วย ขึ้นอยู่กับการหาผู้สนับสนุนรายการที่ดำเนินงาน โดยฝ่ายการตลาด  
ของบริษัทนั่นเอง ซึ่งลักษณะการเปิดโฆษณาสินค้าคั่นรายการสไมล์ เรดิโอ 1 นี้ เป็น  
แบบแผนเดียวกันกับรายการอื่น ๆ ของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด

หากพิจารณาถึงสัดส่วนโฆษณาของรายการสไมล์ เรดิโอ 1 แล้ว พบว่า ใน  
ช่วงเวลา 1 ชั่วโมง มีการเปิดโฆษณาคิดเป็นสัดส่วน 13% ซึ่งมากเท่ากับรายการ  
สไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค ซึ่งมากกว่ารายการอื่น ๆ ของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด เนื่องจาก  
เป็นรายการที่ได้รับความนิยมจากผู้ฟังมาก โดยเฉพาะกลุ่มผู้ฟังที่เป็นวัยรุ่น

นอกจากนี้ Michael C. Keith (1987) ได้กล่าวไว้ใน Radio Programming ว่า รายการเพลงประเภท Contemporary Hit Radio ซึ่งเป็นรายการเพลงที่เน้นการให้ความบันเทิง ดังนั้น Spot หรือโฆษณาสินค้าจะต้องมีความน่าสนใจและฟังสนุกด้วย

ผู้วิจัยพบว่า โฆษณาสินค้าที่ปรากฏในรายการสไมล์ เรดิโอ 1 นั้น มีลักษณะของ Spot 2 แบบ คือ ถ้าเป็นสินค้าที่มาจากการขายโฆษณาของพนักงานการตลาดของบริษัท มีเดียพลัส และมาจากการขายของบริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency) ลักษณะของ Spot นั้น ๆ จะมีการใช้ภาษา และนำเสนอที่น่าสนใจและฟังสนุก ตรงกับลักษณะเนื้อหาของรายการ สไมล์ เรดิโอ 1

แต่ถ้าเป็นสินค้าที่มาจากบริษัทขายโฆษณาในเครือบริษัท พีเค. มีเดีย จำกัด จะมีการผลิต Spot ตามใจเจ้าของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก จึงมีการใช้ภาษา และนำเสนอโดยเน้นผลิตภัณฑ์เป็นหลัก (Hard Sale) Spot จึงมีลักษณะแตกต่างไปจากเนื้อหาของรายการ

## 8. จิงเกิ้ล

จิงเกิ้ลรายการสไมล์ เรดิโอ 1 มีการแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ จิงเกิ้ลชื่อรายการ ซึ่งสั่งทำจากต่างประเทศ จะเป็นเสียงร้องประสานเสียง แสดงถึงความไพเราะ และเน้นชื่อรายการให้ผู้ฟังจดจำได้ บางครั้งก่อนเปิดจิงเกิ้ลชื่อรายการ จะมีจิงเกิ้ลเพลงที่ใช้ประจำทั้ง 5 รายการของบริษัท มีเดียพลัส เช่น “If You Want It Phoning In And We’ll Play It On The Radio. Radio One” ซึ่งจิงเกิ้ลต่าง ๆ นี้ ไม่มีการกำหนดตายตัวว่า จะต้องเปิดในช่วงไหน ขึ้นอยู่กับนักจัดรายการวิทยุที่จะเปิดตามความเหมาะสม โดยส่วนมากมักเปิดก่อนที่จะโฆษณาและเปิดหลังจากโฆษณา หรือในบางครั้งเปิดก่อนและหลังจากการเปิดเพลง



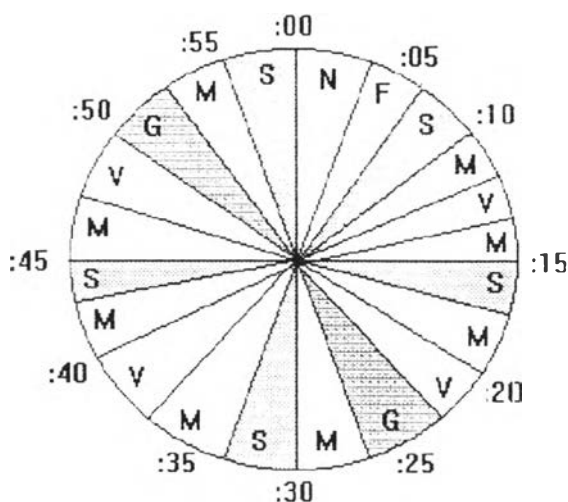
นอกจากจิงเกิ้ลประจำรายการตามปกติแล้ว ยังมีจิงเกิ้ลประเภทหนึ่งที่แยกกันไปในแต่ละช่วง เช่น จิงเกิ้ลเกม “Scorpions Face The Heat Games”, จิงเกิ้ลเกม “ร้อยความรัก ร้อยดวงใจกับเนสกาแฟ เอ็กซ์ตรา” ซึ่งจิงเกิ้ลเหล่านี้ มีสินค้าสนับสนุนจิงเกิ้ลที่กำหนดไว้ว่า ต้องเปิดก่อนที่จะเล่นเกมและเปิดหลังจากการเล่นเกม

อย่างไรก็ตาม องค์ประกอบต่าง ๆ ในรายการสไมล์ เรดิโอ 1 ดังที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น มีสัดส่วนที่มากน้อยต่างกันไป ดูได้จากแผนภาพแสดงการนำเสนอเนื้อหาของรายการสไมล์เรดิโอ 1 ในเวลา 1 ชั่วโมง ดังต่อไปนี้

N = News ได้แก่  
ข่าวจากศูนย์ข่าวแปซิฟิก

F = Features ได้แก่  
“ยาสีฟัน ออรัลเมต”

S = Spot ได้แก่  
โฆษณาสินค้าที่เปิดค้นรายการ



M = Music ได้แก่  
เพลงไทยยอดนิยม  
เน้นสนุก คึกคัก

V = Vocal ได้แก่  
การพูดคุยของ D.J.

G = Game/Activity ได้แก่  
การแข่งขันชิงรางวัล และ  
กิจกรรมพิเศษต่าง ๆ

แผนภาพที่ 4.2 แสดงการนำเสนอเนื้อหาในรายการสไมล์ เรดิโอ 1 ในเวลา 1 ชั่วโมง

## 2. รายการสไมล์เรดิโอ 2

สถานี	เอฟ. เอ็ม. 94.5 เม็กกะเฮิร์ต
วันเวลา	ทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง
ชื่อรายการ	“Love Station”
กลุ่มเป้าหมาย	อายุ 25 ปีขึ้นไป คือกลุ่มคนทำงาน นักธุรกิจ ไปจนถึงระดับผู้บริหาร ชอบเพลงสากลที่ได้รับ ความนิยมในอดีต
แนวเพลง	เพลงสากลในอดีต

ตารางที่ 4.2 แสดงการจัดรายการของนักจัดรายการวิทยุ  
ในรายการสไมล์ เรดิโอ 2

เวลา	วัน	นักจัดรายการวิทยุ
02.00-06.00 น.	จันทร์ถึงศุกร์	SWEEP
06.00-10.00 น.	จันทร์ถึงศุกร์	เทวัญ วนะภูติ
10.00-12.30 น.	จันทร์ถึงศุกร์	รัชชพร เหล่าวานิช
13.00-16.00 น.	จันทร์ถึงศุกร์	โกมุท คงเทศ
16.00-19.00 น.	จันทร์ถึงศุกร์	โซเฟีย วงศ์ศิริเดช
20.30-02.00 น.	จันทร์ถึงศุกร์	คเชนทร์ สุทธิภักดี
06.00-07.00	เสาร์และอาทิตย์	SWEEP
08.30-12.30 น.	เสาร์และอาทิตย์	อลงกรณ์ จุฬารัตน์
13.00-19.00 น.	เสาร์	ธานินทร์ สียากาศ
	อาทิตย์	เทวัญ วนะภูติ
20.30-02.00 น.	เสาร์และอาทิตย์	ทรงกลด ไพศาลรังษี

รายการสไมล์เรดิโอ 2 เป็นรายการเพลงทางวิทยุอีกรายการหนึ่งของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด เน้นการเปิดเพลงสากลช้า ๆ ฟังสบาย ๆ นำเสนอเรื่องราวของเพลงสากลในยุคสมัยต่าง ๆ หากพิจารณาตามแนวคิดการจัดรายการวิทยุของ Michael C. Keith (1987) ที่ได้กล่าวไว้ในหนังสือ Radio Programming จะเห็นได้ว่า รายการสไมล์เรดิโอ 2 มีลักษณะคล้ายกับรายการเพลงประเภท Adult Contemporary และรายการเพลงประเภท Easy Listening มีองค์ประกอบของรายการดังต่อไปนี้

### 1. เพลง

รายการสไมล์ เรดิโอ 2 มีลักษณะคล้ายกับรายการเพลงประเภท Adult Contemporary คือ การเปิดเพลงในรายการ บางครั้งจะเปิดเพลงที่ได้รับความนิยมที่เพิ่งผ่านไปไม่กี่ปี แต่บางครั้งก็เลือกเปิดเพลงเก่าสลับสับเปลี่ยนกันไป เพลงที่เปิดเป็นเพลงสากลแนว Oldies ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพลงในยุคปีค.ศ. 1970, 1980 และ 1990

อย่างไรก็ตาม ลักษณะรายการเพลงของสไมล์ เรดิโอ 2 ยังคล้ายกับรายการเพลงประเภท Easy Listening ด้วย คือ ลักษณะของเพลงที่เปิด เน้นเพลงที่มีจังหวะช้า ฟังสบาย ๆ เช่น เพลง Time After Time ของ Cyndi Lauper, Every Time You Go Away ของ Paul Young โดยเพลงซึ่งมีจังหวะเร็วอย่าง Dance Music หรือแนวดนตรีที่รุนแรงอย่าง Rock Music จะไม่พบในรายการสไมล์ เรดิโอ 2

สำหรับเนื้อหาของเพลงที่นำมาเปิดนั้น เป็นแนว Ballad ที่มี Theme เกี่ยวกับความรักทุกรูปแบบ เพราะรายการนี้ มีแนวคิดหลักคือ “Love Station” โดยแนวเพลงที่เปิด จะมีการแบ่งเป็นช่วง ๆ ดังนี้

- ช่วงเช้า เน้นเพลงยุคค.ศ. 1960
- ช่วงบ่าย เน้นเพลงยุคค.ศ. 1970

- ช่วงดึก เน้นเพลงยุคค.ศ. 1980, 1990 (แต่ 1990 จะน้อยมาก)

โดยการตัดสินใจเลือกเพลงใดมาเปิดนั้น ขึ้นอยู่กับนักจัดรายการวิทยุที่ทำหน้าที่อยู่ในรายการ ซึ่งพิจารณาตามความเหมาะสมของท่วงทำนอง และช่วงเวลาที่กำหนดไว้ และดูจากเพลงที่ผู้ฟังขอเข้ามาด้วย

นอกจากนั้น ในช่วง “Solid Gold Sunday” จะเสนอแต่เพลงในยุคเก่าทั้งหมด เช่น Elvis, Clife, The Beatles ฯลฯ โดยเปิดแต่เพลงในยุคค.ศ. 1950, 1960 และ 1970 เท่านั้น เป็นการนำเสนอบรรยากาศเก่า ๆ ในยุคที่เรียกว่า “จิ๊กโก๋หลังวัง” ในวันอาทิตย์ นักจัดรายการคือ เทวัญ วนะภูติ

ส่วนช่วงเวลา 02.00-06.00 น. ของวันจันทร์ถึงศุกร์ และเวลา 02.00-07.00 น. ของวันเสาร์และอาทิตย์ จะไม่มีผู้ดำเนินรายการ หรือที่เรียกว่า “SWEEP” เป็นการเปิดเพลงติดต่อกันไปเรื่อย ๆ วัฒนชัย กุลวัฒนวรพงศ์ กล่าววว่า

“คือในช่วงดึก บางทีคนที่ต้องการฟังเพลง จะมีความรู้สึกอยากจะฟังแต่เพลงเนื้อ ๆ ไปตลอด โดยไม่มีคนมาขัดพูดอะไร ลักษณะเหมือนกับเปิดเทป ซึ่งก็เป็นอีกโปรแกรมหนึ่ง เพราะดึก ๆ บางคนต้องการใช้ความคิด ต้องการฟังเพลงไปเรื่อย ๆ เป็นการโชว์เพลง โชว์ Music ไม่ใช่เพราะไม่มีสปอนเซอร์ เพราะปกติแล้วโดยพื้นฐานของรายการวิทยุตอนดึก ๆ จะไม่มีสปอนเซอร์อยู่แล้ว สปอนเซอร์แทบจะไม่เข้า 100 ทั้ง 100 จะมีสปอนเซอร์เข้ามาไม่ถึง 10% ที่จะมีสปอนเซอร์เข้ามาในช่วงดึก เพราะตลาดเมืองไทย ลูกค้ายังมกมายอยู่ว่า ดึก ๆ ไม่มีคนฟัง แต่เค้าลิมคิดไปว่า เมืองไทยตื่น 24 ชั่วโมง แล้ววิทยุของเราบางคลื่นก็ 24 ชั่วโมง” (สัมภาษณ์ : 16 มีนาคม 2537)

## 2. การพูดคุยของนักจัดรายการวิทยุ

สำหรับการพูดคุย ของนักจัดรายการวิทยุในรายการสไมล์ เรดิโอ 2 ในบางช่วงเป็นเพียงการประกาศชื่อเพลง และศิลปินที่ร้องเพลงอย่างสั้น ๆ เท่านั้น ในขณะที่บางช่วงมีการพูดคุยในเรื่องราวเกี่ยวกับเพลงและศิลปินเท่านั้น . อย่างไรก็ตาม บทบาทของนักจัดรายการเพลงประเภท Adult Contemporary จะมีไม่มากนัก เพราะเน้นการเปิดเพลงเป็นส่วนใหญ่ จูไรรัตน์ มานะวงศ์ ผู้ช่วยผู้ผลิตรายการสไมล์ เรดิโอ 2 ได้กล่าวถึงการลักษณะของนักจัดรายการว่า

“ศิลปินี่จะเป็นศิลปินี่ใหญ่ เราจะไม่เน้นการเล่นเกม เน้นการเปิดเพลงเยอะ ๆ พูดน้อย ๆ สำหรับนักจัดรายการ ก็ต้องคัดดี.เจ. ที่ชอบเพลงใน Format ของเรา เป็น AC Easy Listening เราจะดูตรงนั้นด้วย จะเป็นผู้ใหญ่หรือไม่ผู้ใหญ่ เราไม่ดู เราจะดูที่แนวเพลงที่เค้าเปิดว่าคล้ายกับของเรามั้ย”

(สัมภาษณ์ : 18 กุมภาพันธ์ 2537)

จากคำสัมภาษณ์ของผู้ช่วยผู้ผลิตรายการสไมล์ เรดิโอ 2 ที่กล่าวว่า นักจัดรายการจะต้องเปิดเพลงมาก พูดน้อย ๆ และชอบเพลงในรูปแบบ Adult Contemporary และ Easy Listening ฉะนั้น เพลงที่เปิดในรายการสไมล์ เรดิโอ 2 จึงมีทั้งเพลงประเภท Adult Contemporary และ Easy Listening มารวมกัน คือเป็นเพลงเก่า ที่มีจังหวะช้า ๆ ฟังสบาย ๆ

นอกจากนั้น นักจัดรายการในแนวนี้ ไม่จำเป็นต้องมีชื่อเสียงเหมือนนักจัดรายการแนวอื่น ๆ เพราะการจัดรายการ จะเน้นถึงบุคลิกภาพส่วนบุคคลที่เหมาะสมกับแต่ละช่วงเวลาเท่านั้น ซึ่งก็ตรงกับพฤติกรรมกรฟังวิทยุกระจายเสียงของกลุ่มผู้ฟัง คือจะชอบฟังเพลงอย่างเดียว ไม่ติดกับความมีชื่อเสียงของนักจัดรายการ ไม่ชอบให้นักจัดรายการพูดมาก

### 3. ข่าว

ด้านการนำเสนอข่าว เวลาส่วนหนึ่งในการจัดรายการเพลงแนว Adult-Contemporary จะต้องนำเสนอข่าวด้วย เพราะข่าวจะสร้างความสนใจให้กับคนฟัง เนื่องจากรายการสไมล์ เรดิโอ 2 เป็นรายการที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุของกองทัพบกเช่นเดียวกัน การรายงานข่าวต้นชั่วโมง จึงถ่ายทอดจากศูนย์ข่าวแปซิฟิก เหมือนกับข่าวของรายการสไมล์ เรดิโอ 1

### 4. การจัดแข่งขันและโปรโมชั่น

ตามปกติแล้ว รายการวิทยุประเภท Adult Contemporary มักจะมีการจัดให้มีการประกวดแข่งขันระหว่างผู้ฟัง เพราะถือเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการจัดรายการในแนวนี้ เพราะมันจะดึงดูดผู้ฟังระดับผู้ใหญ่ แต่รายการสไมล์ เรดิโอ 2 ไม่มีการแข่งขันชิงรางวัล (Game) ปรากฏอยู่ในคลื่นนี้เลย จูไรรัตน์ มานะวงศ์ ผู้ช่วยผู้ผลิตรายการสไมล์เรดิโอ 2 อธิบายว่า

“การเล่นเกมจะนาน ๆ มีสักที เราจะเน้นการเปิดเพลงเยอะ ๆ พุดน้อย ๆ แต่จะมีกิจกรรมรวม อย่างวันอาทิตย์ จะมีรายการพิเศษ Solid Gold Sunday ซึ่งเป็นเพลงเก่า เราก็จะเอากลุ่มนั้นแหละ มาทำเป็น Solid Gold Party นี่เป็นกิจกรรมที่มีอยู่ช่วงเดียว” (สัมภาษณ์ : 18 กุมภาพันธ์ 2537)

สำหรับกิจกรรมพิเศษที่ชื่อว่า “Solid Gold Party” เป็นกิจกรรมที่ไม่มีการแข่งขัน (Activity) มีเฉพาะวันเสาร์ โดยจัด 3 เดือนต่อ 1 ครั้ง กลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มจิ๊กโก๋หลังวัง มีอายุ 30 ปีขึ้นไป เพราะนักจัดรายการ คือ คุณอาเทวัญ วนะภูติ ซึ่งเป็นนักจัดรายการรุ่นเก่า จัดรายการมาตั้งแต่พ.ศ. 2501 กิจกรรมนี้ จึงเป็นกิจกรรมบันเทิงร่วมกันระหว่างนักจัดรายการและกลุ่มผู้ฟัง จัดเป็นปาร์ตี้ย่อย ๆ โดยการนำวงดนตรีมา

บรรเลงเพลงสากลที่ได้รับความนิยมในยุค ค.ศ. 1950, 1960 และ 1970 ซึ่งภายในงานจะมีการเต้นรำ และร่วมสนุกเล่นเกมต่าง ๆ พร้อมกับการแสดงนิทรรศการผลงานของศิลปิน เพื่อให้กลุ่มผู้ฟังได้มาพบปะสังสรรค์กัน มีการจัดเป็นหัวข้อต่าง ๆ เช่น หัวข้อ “HAWAII” ในช่วงปลายฤดูร้อน บรรยากาศในงาน ก็จะจัดแบบ HAWAII และมีการถ่ายทอดบรรยากาศในงานออกอากาศสดในรายการสไมล์ เรดิโอ 2

### 5. การให้บริการสาธารณะ

Michael C. Keith (1987) ได้กล่าวไว้ว่า การให้บริการอันเป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน ในรายการเพลงประเภท Adult Contemporary มีความสำคัญมากทีเดียว แต่รายการสไมล์ เรดิโอ 2 ไม่มีกิจกรรมที่ให้บริการสาธารณชนเป็นของตนเอง มีเพียงกิจกรรมพิเศษที่ถือเป็นกิจกรรมใหญ่ของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด คือมีการเข้าร่วมกิจกรรมกันทั้ง 5 สถานี อย่างที่ได้กล่าวไว้แล้ว เช่น โครงการเดินสุขภาพเพื่อ สาธารณประโยชน์, โครงการรอยยิ้มบนถนน, โครงการรอยยิ้มเพื่อครอบครัว, โครงการรอยยิ้มเพื่อสุขภาพ, สปอตเพื่อสังคม เพื่อย้ำเตือนจิตสำนึกของคนทั่วไป และข่าวบริการสาธารณชน ซึ่งเป็นกิจกรรมสาธารณชนสำหรับคลื่นทุก ๆ คลื่นของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด

### 6. โฆษณาสินค้า

รายการสไมล์ เรดิโอ 2 มีการเปิดโฆษณาสินค้า (Spot) ครั้งรายการ 4 ครั้ง ใน 1 ชั่วโมง เช่นเดียวกับรายการอื่น ๆ ของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด แต่จำนวนของโฆษณาในรายการสไมล์ เรดิโอ 2 จะมีน้อยที่สุด คือ คิดเป็นสัดส่วนเพียง 8% ในเวลา 1 ชั่วโมง

นอกจากนี้ จากแนวคิดเรื่องการจัดรายการวิทยุของ Michael C. Keith (1987) ไม่ได้กล่าวถึงองค์ประกอบเพลงประจำรายการหรือจิงเกิ้ล และสารคดีของราย

การเพลงทางวิทยุประเภท Adult Contemporary แต่รายการสไมล์ เรดิโอ 2 มีลักษณะเช่นเดียวกันกับรายการอื่น ๆ ของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด คือ มีจิ้งเกิ้ลต่าง ๆ เปิดแทรกไปในรายการด้วย ได้แก่ จิ้งเกิ้ลชื่อรายการสไมล์ เรดิโอ 2 และจิ้งเกิ้ลเพลงประสานเสียงเหมือนรายการอื่น ๆ

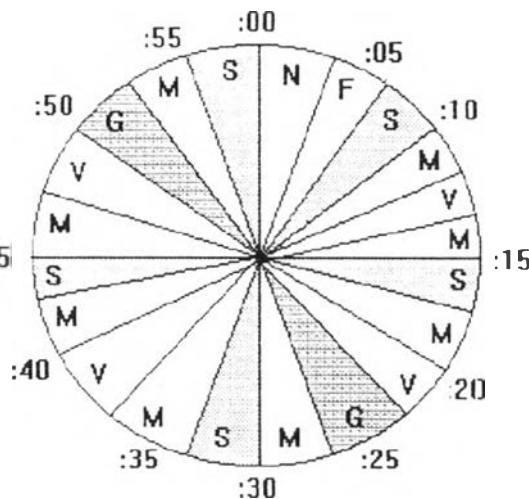
สำหรับสารคดีในรายการสไมล์ เรดิโอ 2 มีลักษณะเช่นเดียวกันกับรายการสไมล์ เรดิโอ 1 มีการขายช่วงเวลาสารคดีให้กับบริษัท 77 ซาวด์แอนด์ซึน จำกัด เป็นผู้ผลิตรายการ มีการนำเสนอสารคดีสั้นประมาณ 2-3 นาที ในชื่อ “สารานุกรมธนาคารไทยพาณิชย์” ทุกครั้งหลังข่าวต้นชั่วโมง

จากองค์ประกอบต่าง ๆ ของรายการสไมล์ เรดิโอ 2 ที่ได้กล่าวมาทั้งหมดนี้สามารถแสดงให้เห็นถึงการนำเสนอเนื้อหาต่าง ๆ ในรายการสไมล์ เรดิโอ 2 ในเวลา 1 ชั่วโมง ได้ดังแผนภาพต่อไปนี้

N = News ได้แก่  
ข่าวจากศูนย์ข่าวแปซิฟิก

F = Features ได้แก่  
“สารานุกรม ธนาคารไทยพาณิชย์” :45

S = Spot ได้แก่  
โฆษณาสินค้าที่เปิดค้นรายการ



M = Music ได้แก่  
เพลงสากล ยุคเก่า  
จังหวะช้า ๆ

V = Vocal ได้แก่  
การพูดคุยของ D.J.

G = Game/Activity ได้แก่  
การแข่งขันชิงรางวัล และ  
กิจกรรมพิเศษต่าง ๆ

แผนภาพที่ 4.3 แสดงการนำเสนอเนื้อหาในรายการสไมล์ เรดิโอ 2 ในเวลา 1 ชั่วโมง



### 3. รายการสไมล์เรดิโอ เน็ตเวิร์ค

สถานี เอฟ. เอ็ม. 99.5 เม็กกะเฮิร์ต

วันเวลา ทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง

สถานีเครือข่ายที่ส่งกระจายเสียงทั่วประเทศ ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง

เชียงราย สถานีวิทยุ 914 กรป. กลาง 100.25 เม็กกะเฮิร์ต

สกลนคร สถานีวิทยุ 909 กรป.กลาง 94.75 เม็กกะเฮิร์ต

เพชรบูรณ์ สถานีวิทยุ 921 สนศ.กรป.กลาง 99.0 เม็กกะเฮิร์ต

นราธิวาส สถานีวิทยุ 912 กรป.กลาง 99.25 เม็กกะเฮิร์ต

สถานีเครือข่ายที่ส่งกระจายเสียงทั่วประเทศ เป็นบางเวลา

ทุกวัน เวลา 09.00-12.00 น., 13.00-18.00 น., 20.30-23.00 น.

พิษณุโลก สถานีวิทยุ มน. 107.25 เม็กกะเฮิร์ต

สุราษฎร์ธานี สถานีวิทยุทหารอากาศ 07 98.25 เม็กกะเฮิร์ต

ขอนแก่น สถานีวิทยุกองทัพภาคที่ 2 88.25 เม็กกะเฮิร์ต

กาญจนบุรี สถานีวิทยุกาญจนบุรี 94.25 เม็กกะเฮิร์ต

เชียงใหม่ สถานีวิทยุเชียงใหม่ 93.25 เม็กกะเฮิร์ต

นครศรีธรรมราช สถานีวิทยุ นครศรีธรรมราช 97.0 เม็กกะเฮิร์ต

สงขลา สถานีวิทยุสงขลา 102.25 เม็กกะเฮิร์ต

ภูเก็ต สถานีวิทยุภูเก็ต 90.5 เม็กกะเฮิร์ต

ตรัง สถานีวิทยุตรัง 91.25 เม็กกะเฮิร์ต

ชื่อรายการ “Love Station”

กลุ่มเป้าหมาย อายุ 18-25 ปี คือกลุ่มวัยรุ่น นักศึกษา คนทำงาน  
ชอบแสดงออก และชอบฟังเพลงไทยช้า ๆ สบาย ๆ

แนวเพลง เพลงไทยสากลใหม่และเก่า

ตารางที่ 4.3 แสดงการจัดรายการของนักจัดรายการวิทยุ  
ในรายการสไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค

เวลา	วัน	นักจัดรายการวิทยุ
06.00-11.00 น.	จันทร์ถึงศุกร์	หทัยา เกษสังข์
	เสาร์และอาทิตย์	รัตนา อนันตพัฒน์วงศ์
11.00-15.00 น.	จันทร์ถึงศุกร์	อรรณพ กิตติกุล
	เสาร์และอาทิตย์	นุกูล อนุกูล
15.00-19.00 น.	จันทร์ถึงศุกร์	ชเนศ แสงโชติกุล
	เสาร์และอาทิตย์	เจนภพ จบกระบวนวรรณ
19.30-23.00 น.	จันทร์ถึงศุกร์	วิทวัส สุขเมธากร
	เสาร์และอาทิตย์	กুমรา แก้วศรี
23.00-02.00 น.	จันทร์ถึงศุกร์	สาลินี ปันยารชุน
	เสาร์และอาทิตย์	อารยา อนันต์ประกิจ
02.00-06.00 น.	จันทร์ถึงศุกร์	วีระเชษฐ์ ผ่องพันธุ์
	เสาร์และอาทิตย์	มรกต โกมลบุตร

รายการสไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค เป็นรายการเพลงทางวิทยุอีกรายการหนึ่งของ บริษัท มีเดียพลัส จำกัด เน้นการเปิดเพลงช้า ๆ ฟังสบาย ๆ และเรื่องราวที่พูดคุยในรายการคือ เรื่องทั่วไปในสังคม ที่เป็นประโยชน์และน่าสนใจ เช่น ข่าวสารบ้านเมือง ข่าวบริการ ข่าวบันเทิง ข่าวกีฬา เป็นต้น หากพิจารณาตามแนวคิดการจัดรายการวิทยุ ของ Michael C. Keith (1987) ที่กล่าวไว้ในหนังสือ Radio Programming จะเห็นได้ว่า รายการสไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค มีลักษณะคล้ายคลึงกับแนวรายการเพลงประเภท Easy Listening มาเป็นหลัก โดยองค์ประกอบต่าง ๆ ของรายการนี้ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

## 1. เพลง

รายการสไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค ยึดแนวรายการเพลงประเภท Easy Listening มาเป็นหลัก มีเนื้อหาในด้านของเพลง เป็นสัดส่วนประมาณ 51% ในเวลา 1 ชั่วโมง สำหรับลักษณะของเพลงไทยสากลที่เปิด เน้นเพลงที่มีจังหวะช้า ๆ ฟังสบาย ๆ เช่น เพลงของอินโนเซนซ์, วสันต์ โชติกุล, เบิร์ดกับฮาร์ท เน้นการเปิดเพลงมาก ๆ โดยไม่พูดขัดจังหวะ โดยเปิดทั้งเพลงใหม่และเพลงเก่า ของศิลปินในทุก ๆ ค่ายเพลง

สำหรับเนื้อหาของเพลงที่นำมาเปิดนั้น จะมีเนื้อหาหลักเป็นเรื่องราวของความรัก เพราะแนวคิดหลักของรายการสไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค คือ “Love Station”

เพลงในรายการสไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค นอกจากจะเปิดเพลงไทยสากลแล้ว ยังมีการเปิดเพลงเก่าและเพลงลูกทุ่งอีกด้วย ในวันเสาร์และอาทิตย์ เวลา 11.00-15.00 น. มีรายการสำหรับผู้ฟังที่สนใจนักร้องเพลงเก่า เสนอเนื้อหารายการเกี่ยวกับประวัติและเนื้อหาของเพลงสุนทราภรณ์ และเพลงไทยในยุคปีพ.ศ. 2520-2530 นักจัดรายการคือ นุกุล อนุกุล และในช่วง “Smile Acoustic Live” นักจัดรายการคือ อารยา อนันต์ประกิจ มีการนำศิลปินอิสระ มาสัมภาษณ์และเล่นเพลงแบบ Unplugged ในรายการ (ผู้เขียน : Unplugged เป็นการเล่นเครื่องดนตรีประเภทอคูสติคกีตาร์ เครื่องเคาะ และเครื่องดนตรีที่ไม่ใช้ไฟฟ้า)

ในวันเสาร์และวันอาทิตย์ เวลา 15.00-19.00 น. มีช่วงรายการเพลงลูกทุ่ง สำหรับผู้ฟังที่สนใจนักร้องเพลงลูกทุ่ง เนื้อหารายการในช่วงนั้น จะเสนอเกี่ยวกับประวัติและเนื้อหาของเพลงลูกทุ่งในอดีต นักจัดรายการคือ เจนภาพ จบกระบวนวรรณ

การตัดสินใจเลือกเพลงใดมาเปิดในรายการนั้น ขึ้นอยู่กับนักจัดรายการวิทยุที่ทำหน้าที่อยู่ในรายการ ซึ่งพิจารณาตามความเหมาะสมของท่วงทำนอง และดูจากเพลงที่ผู้ฟังขอเข้ามาด้วย

## 2. การพูดคุยของนักจัดรายการวิทยุ

จากแนวคิดของรายการเพลงแบบ Easy Listening นักจัดรายการวิทยุในรายการประเภทนี้ ส่วนใหญ่มีบทบาทค่อนข้างน้อย เนื่องจากผู้ฟังสนใจที่จะฟังเพลงมากกว่า แต่การพูดคุยของนักจัดรายการสไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค นั้น นักจัดรายการจะมีบทบาทมาก เพราะต้องพูดคุยในเรื่องที่ตนเองรับผิดชอบ สลับกับการเปิดเพลง และส่วนใหญ่ นักจัดรายการสไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค จะมีความเป็นตัวของตัวเองสูงมาก มักจะดำเนินรายการตามบุคลิกที่ตนเองเป็นอยู่

วัฒน์ชัย กุลวัฒนวรพงศ์ ผู้ช่วยผู้ผลิตรายการ ได้อธิบายเกี่ยวกับนักจัดรายการในคลื่นของตนเองว่า “เราต้องยอมรับเลยว่า ดีเจของเราออกจะเป็นดารา เพราะภาพทุกคน จะออกเป็นดาราทั้งหมดเลย ธเนศ หัตถยา วิทวัส ทุกคนจะผ่านจอทีวีมาหมดแล้ว” (16 มีนาคม 2537)

เป็นที่น่าสังเกตว่า นักจัดรายการในรายการสไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค จะเป็นคนที่มีชื่อเสียงทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็น หัตถยา เกษสังข์, อรรถนนพ กิตติกุล, ธเนศ แสงโชติกุล, เจนภาพ จบกระบวนวรรณ และสาลินี ปันยารชุน

อย่างไรก็ตาม ลักษณะการพูดคุยของนักจัดรายการวิทยุในรายการนี้ พบว่าเป็นไปตามรูปแบบรายการ Easy Listening คือ เมื่อรายการมีการเปิดเพลงช้า ๆ ฟังสบาย ๆ นักจัดรายการจึงมีบุคลิกในการจัดรายการที่นุ่มนวล ไม่พูดจากระโชกโฮกฮาก เช่น ในช่วง “What’s On Today” ของดีเจ. หัตถยา เกษสังข์ มีเนื้อหารายการเกี่ยวกับ

เรื่องของสังคม เรื่องราวในหนังสือพิมพ์ ทั้งข่าวสารทางการเมือง, การปกครอง, เรื่องราวของผู้หญิงหรือประเด็นปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบัน และกลุ่มคนฟังก็ยึดติดกับภาพลักษณ์ของความเป็นศิลปินของนักจัดรายการ เช่น การเป็นพิธีกรรายการโทรทัศน์ เมื่อมีการเปิดสายให้โทรศัพท์เข้ามาคุยหรือแสดงความคิดเห็น กลุ่มคนฟังจะสนใจมาก บางครั้งมีการโทรศัพท์มาคุยปัญหาเกี่ยวกับเรื่องของครอบครัว สุขภาพ การเรียน การจราจร แม้กระทั่งเรื่องปัญหายาเสพติด ดังนั้น นักจัดรายการในรายการนี้ จึงต้องมีความน่าเชื่อถือในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาเหล่านั้น รวมทั้งสามารถชักชวนผู้ฟังให้แก้ปัญหาดังกล่าวได้

อย่างไรก็ตาม รายการสไมล์เรดิโอ เนทเวิร์ค ยังคงเป็นรายการวิทยุที่จัดอยู่ในประเภทของรายการเพลง ดังนั้น วิธีการนำเสนอของนักจัดรายการวิทยุ ยังต้องคงความเป็นกันเองกับผู้ฟัง การพูดคุยเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ จึงออกมาเหมือนกับการคุยให้เพื่อนฟัง นักจัดรายการวิทยุต้องพยายามนำเสนอเนื้อหาที่เป็นสาระความรู้ สอดแทรกไปในรายการอย่างเหมาะสม คือไม่ให้มีสาระมากเกินไป จนผู้ฟังรู้สึกเครียด และพยายามเปิดโอกาสให้ผู้ฟังมีส่วนร่วม ในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ด้วย

### 3. ข่าว

แม้ว่าเพลงจะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ของรายการเพลงทางวิทยุประเภทนี้ แต่ข่าวก็ขาดเสียไม่ได้ ซึ่งจะมีการนำเสนอมากในช่วงชั่วโมงเร่งด่วนนั่นเอง รายการเพลงทางวิทยุทุกรายการ จำเป็นต้องมีการนำเสนอข่าวที่น่าสนใจ เพื่อให้ผู้ฟังรับทราบข่าวสารความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ควบคู่ไปกับความบันเทิง สำหรับรายการสไมล์เรดิโอ เนทเวิร์คแล้ว มีการนำเสนอข่าวสั้นทุกต้นชั่วโมง เป็นเวลาประมาณ 5 นาที ภายใต้ชื่อ “ข่าวด่วนจากสำนักข่าวไอเอ็นเอ็น” (INN. News)

สำนักข่าวไอเอ็นเอ็นนี้ เป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างบริษัท มีเดียพลัส จำกัด และบริษัท สหศินิมา จำกัด บริษัทในเครือสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ข่าวไอเอ็นเอ็นนี้ มีจุดเด่นสำคัญคือ การรายงานข่าวที่ทันเหตุการณ์ในลักษณะชั่วโมงต่อชั่วโมง

#### 4. สารคดีสั้น

Michael C. Keith (1987) ได้กล่าวไว้ว่า สารคดีอาจมีความสำคัญไม่มากนักในรายการประเภทนี้ แต่ก็ทำได้ โดยจะต้องมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับรายการ สำหรับสารคดีในรายการสไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค ก็เช่นเดียวกับรายการสไมล์ เรดิโอ 1 และ 2 มีการขายช่วงเวลาสารคดีให้กับบริษัท 77 ซาวด์แอนด์ซัน จำกัด เป็นผู้ผลิตรายการ มีการนำเสนอสารคดีสั้นประมาณ 2-3 นาที ในชื่อ “ชีวิตมัน ๆ กับ Converse” ทุกครั้งหลังข่าวต้นชั่วโมง

#### 5. การจัดแข่งขันและโปรโมชัน

รายการสไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค มีการจัดแข่งขันและโปรโมชันในลักษณะเดียวกับรายการอื่น ๆ ของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด คือมีทั้งเกมการแข่งขันชิงรางวัล และกิจกรรมพิเศษอื่น ๆ แต่รายละเอียดของเกมและกิจกรรมนั้น มีความแตกต่างกันไปตามแนวคิดหลักของรายการที่แตกต่างกัน

ลักษณะของรายการสไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค ที่เน้นเรื่องราวของสังคมทั่ว ๆ ไป แต่การจัดแข่งขันชิงรางวัลต่าง ๆ กลับเน้นความสนุกสนาน และให้ความเพลิดเพลินใจแก่ผู้ฟังมากกว่าให้ความรู้ โดยจะมีเกมหลักของรายการที่เล่นในทุกช่วงดีเจ เฉพาะวันเสาร์และอาทิตย์ คือเกม “เปิดสายทนายใจ” ให้ผู้ฟังโทรศัพท์เข้ามาตอบคำถามสนุก ๆ

แล้วมีรางวัลล่อใจผู้ฟัง ให้อยากเข้าร่วมแข่งขัน จักรกฤษ ศิลปชัย ผู้ผลิตรายการ พุดถึง เกมในรายการว่า

“ผมว่าเกม มีความสำคัญเป็นลำดับที่สี่ รองจาก ดีเจ. รูปแบบรายการ และ เพลง เกมจะเป็นส่วนที่เป็นสีสันของรายการ หากจะมองกันในด้าน การแข่งขัน แล้ว มันก็คือการแข่งขัน แต่ที่สุดแล้วผู้บริโภคจะได้ประโยชน์ ไม่ว่าจะ เป็นความ สนุกสนานที่มากขึ้น การได้มีส่วนร่วมที่มากขึ้น เพราะหากไม่มีเกม โอกาสที่คนฟัง จะมีบทบาทในรายการ ก็คงเป็นเพียงแค่การขอเพลง แล้วเกมมันก็จะพัฒนาของ มันไปเรื่อย ๆ ตามวิวัฒนาการของการสื่อสาร คิดว่าคนเล่นเกมหวังสนุกมากกว่า ของรางวัล” (อ้างในนิตยสารแพรวรายสัปดาห์ : 16 ตุลาคม 2537)

สำหรับกิจกรรมพิเศษที่เป็นโปรโมชันของรายการสไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค เป็นกิจกรรมที่เน้นเรื่องของสังคม โดยตอบสนองความต้องการของกลุ่มคนฟังใน ลักษณะต่าง ๆ ไม่ว่าจะ เป็นกิจกรรมในรายการ เช่น ช่วง “น้ำใจคนไทย” ที่มีการเปิด เทปเสียงบุคคลที่มีชื่อเสียง พุดถึงเหตุการณ์หรือเรื่องที่ควรแก้ไข แล้วเปิดรับสาย โทรศัพท ให้ผู้ฟังแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม แล้วรับรางวัล ทุกวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ผู้ ดำเนินรายการคือ คุณชเนศ แสงโชติกุล

นอกจากนั้น ยังมีกิจกรรมนอกรายการ เช่น โครงการ “เก็บสิ่งดี ๆ ไว้คู่ กัน กับ Coffee Mate” เพื่อให้ผู้ฟังตระหนักถึงความรักป่า รักธรรมชาติ ด้วยการพาผู้ ฟังรายการสไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค ไปเที่ยวหน้าหนาว จังหวัดเลย

## 6. การให้บริการสาธารณะ

หากพิจารณารายการสไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์คแล้ว จะมีการสอดแทรกเนื้อหา รายการที่มีประโยชน์ต่อสาธารณชน ตามเนื้อหาของรายการของนักจัดรายการ เช่น ช่วง

“ชีวิตนี้ มีความหมาย” นักจัดรายการคือ อรรถนพ กิตติกุล มีการวางจัดเนื้อหารายการเกี่ยวกับสิ่งที่ควรรู้อ่าง ๆ เช่น เรื่องใกล้ตัว, เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกระชั้นชิด, เรื่องที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์หรือที่พบเห็น, เรื่องราวที่ต้องการจะฝากข้อคิดหรือข้อควรระวัง, เรื่องของสุขภาพ อาหารและสิ่งแวดล้อม, เรื่องที่จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคม หรือ กิจกรรมในรายการอย่างสารคดีที่ให้ความรู้ หรือช่วงกิจกรรมพิเศษในรายการที่ให้ประโยชน์กับผู้ฟัง รวมทั้งกิจกรรมนอกรายการที่ได้กล่าวไปแล้วด้วย องค์ประกอบของรายการด้านการให้บริการสาธารณะจึงอาจจัดอยู่ในส่วนเดียวกับ การจัดแข่งขันและโปรโมชั่น ซึ่งนับว่าเป็นเนื้อหาที่มีความสำคัญไม่น้อยในรายการสไมล์เรดิโอ เนท์เวิร์ค

## 7. โฆษณาสินค้า

ด้วยความที่รายการสไมล์เรดิโอ เนท์เวิร์ค เป็นรายการเพลงทางวิทยุที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่จะมีผู้ให้ความสนใจมาลงสินค้าในรายการกันมาก จนกล่าวได้ว่า เป็นรายการเพลงทางวิทยุที่มีการโฆษณาสินค้ามากที่สุดรายการหนึ่ง ดังสัดส่วนของโฆษณาในรายการสไมล์เรดิโอ เนท์เวิร์ค พบว่ามีการโฆษณาถึง 13% ใน 1 ชั่วโมง ซึ่งเท่ากับรายการสไมล์ เรดิโอ 1 และสูงกว่ารายการอื่น ๆ ของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด

สำหรับสาเหตุสำคัญประการหนึ่ง ที่ทำให้งบประมาณการโฆษณาสินค้าในรายการสไมล์เรดิโอ เนท์เวิร์ค มีสูงกว่ารายการอื่น ๆ คือการที่รายการนี้มีการส่งกระจายเสียง ด้วยสัญญาณดาวเทียมไปยังสถานีเครือข่ายทั่วประเทศ ทำให้ประชาชนที่อยู่ต่างจังหวัดก็สามารถรับฟังรายการได้ อัตราค่าโฆษณาสินค้า ย่อมสูงกว่ารายการวิทยุที่ฟังได้เฉพาะในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างไรก็ตาม บริษัทผู้ผลิตสินค้าต่าง ๆ ที่ต้องการโฆษณาผลิตภัณฑ์ของตนกับผู้ฟังจำนวนมาก ต่างยอมเสียค่าใช้จ่ายสูง เพื่อแลกกับผลตอบแทนที่คุ้มค่า



สำหรับลักษณะการเปิดโฆษณาสินค้าคั่นในรายการสไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค เป็นแบบแผนเดียวกับรายการอื่น ๆ ของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด คือ เปิดโฆษณาคั่น 4 ครั้ง ในเวลา 1 ชั่วโมง แต่โฆษณาที่เปิดคั่นในแต่ละครั้งมีจำนวนมากกว่ารายการอื่น ๆ โดยเฉพาะในช่วงของนักจัดรายการวิทยุที่ได้รับความนิยมจากผู้ฟัง อย่างหัทยา เกตุสังข์ พบว่า จำนวนของโฆษณาสินค้าที่เปิดรายการมีมากกว่าคนอื่น ๆ

นอกจากนี้ จากแนวคิดเรื่องการจัดรายการวิทยุของ Michael C. Keith (1987) ไม่ได้กล่าวถึงองค์ประกอบเพลงประจำรายการหรือจิงเกิ้ลของรายการเพลงทางวิทยุประเภท Easy Listening แต่รายการสไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค มีลักษณะเช่นเดียวกับรายการอื่น ๆ ของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด คือ มีจิงเกิ้ลต่าง ๆ เปิดแทรกไปในรายการด้วย ได้แก่ จิงเกิ้ลชื่อรายการ “Smile Radio Network” และจิงเกิ้ลเพลงต่างประเทศ เช่น “If You Want It Phoning In And We’ll Play It On The Radio. Radio Network” เป็นต้น

โดยจิงเกิ้ลเหล่านี้ จะมีรูปแบบเป็นเพลงประสานเสียง ที่นุ่มนวล ฟังสบาย เหมือนกับรายการสไมล์ เรดิโอ 1 และสไมล์ เรดิโอ 2 เพื่อให้คนจำชื่อสไมล์ เรดิโอ ได้ และยังแสดงถึงความเป็นรายการสไมล์ เรดิโอ ของบริษัท มีเดีย พลัส จำกัดด้วย

จากองค์ประกอบต่าง ๆ ในรายการสไมล์ เรดิโอ 1 ที่ได้กล่าวมาทั้งหมดนี้ สามารถแสดงให้เห็นถึงการนำเสนอเนื้อหาต่าง ๆ ในรายการสไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค ในเวลา 1 ชั่วโมง ได้ตั้งแผนภาพต่อไปนี้

N = News ได้แก่

ข่าวด่วน

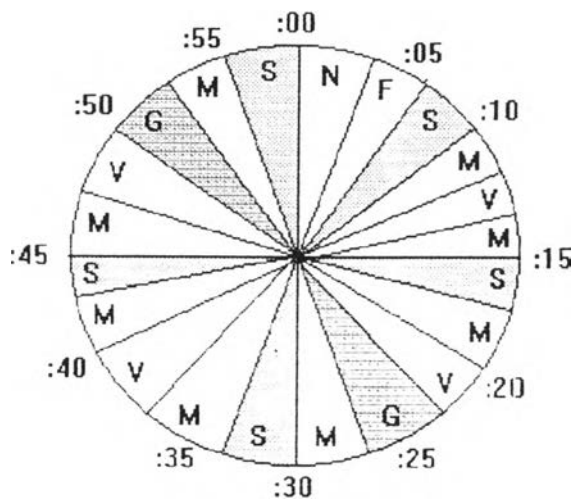
จากสำนักข่าวไอเอ็นเอ็น

F = Features ได้แก่

“ชีวิตมัน ๆ กับ Converse”

S = Spot ได้แก่

โฆษณาสินค้าที่เปิดตัวรายการ



M = Music ได้แก่

เพลงไทย

ทั้งเก่าและใหม่

V = Vocal ได้แก่

การพูดคุยของ D.J.

G = Game/Activity ได้แก่

การแข่งขันชิงรางวัล และ

กิจกรรมพิเศษต่าง ๆ

แผนภาพที่ 4.4 แสดงการนำเสนอเนื้อหาในรายการสไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค

ในเวลา 1 ชั่วโมง

#### 4. รายการสไมล์เรดิโอ 4

สถานี	เอฟ. เอ็ม. 107.0 เม็กกะเฮิร์ต
วันเวลา	ทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง
ชื่อรายการ	“Yuppy”
กลุ่มเป้าหมาย	อายุ 18-35 ปี คือวัยรุ่น นักศึกษา คนทำงาน ผู้บริหารยุคใหม่ ที่ชอบฟังเพลงสากลทันสมัย และคอยติดตามผลงานนักร้องต่างประเทศ
แนวเพลง	เพลงสากลยอดนิยม

ตารางที่ 4.4 แสดงการจัดรายการของนักจัดรายการวิทยุ  
ในรายการสไมล์ เรดิโอ 4

เวลา	วัน	นักจัดรายการวิทยุ
05.00-10.00 น.	จันทร์ถึงเสาร์	วริยา พรหมใจรักษ์ และ Gerwin
10.00-15.00 น.	จันทร์ถึงเสาร์	Trevon Tan
15.00-19.00 น.	จันทร์ถึงเสาร์	Martina
20.30-02.00 น.	จันทร์ถึงเสาร์	นิมิตร ลักษมีพงศ์ และ Nash
02.00-05.00 น.	จันทร์ถึงเสาร์	เจษฎา ชำนาญสวน และ Edward
05.00-07.00 น.	อาทิตย์	Shane St.Michael
08.30-12.30 น.	อาทิตย์	Sephanie Kerbs
13.00-17.00 น.	อาทิตย์	ลัดดาวรรณ อาวพิทยา และ Joe
17.00-19.00 น.	อาทิตย์	ลัดดาวรรณ อาวพิทยา
20.30-05.00 น.	อาทิตย์	วาสนา วีระชาติพลี และ Paul Hamphire

รายการสไมล์ เรดิโอ 4 เป็นรายการเพลงทางวิทยุของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด เพลงที่เปิดในรายการเป็นเพลงสากลที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน ทั้งจากประเทศอังกฤษและสหรัฐอเมริกา และเรื่องราวที่พุดคุยในรายการ คือ ความเคลื่อนไหวของวงการบันเทิงต่างประเทศ ซึ่งเป็นสิ่งที่อยู่ในความสนใจของคนรุ่นใหม่ในสังคมด้วยเช่นกัน หากพิจารณาตามแนวคิดการจัดรายการวิทยุ ของ Michael C. Keith (1987) ที่กล่าวไว้ในหนังสือ Radio Programing จะเห็นได้ว่า รายการสไมล์ เรดิโอ 4 มีลักษณะคล้ายคลึงกับแนวรายการเพลงประเภท Contemporary Hit Radio โดยองค์ประกอบของรายการนี้ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 1. เพลง

แม้ว่ารายการสไมล์ เรดิโอ 4 จะเป็นรายการเพลงประเภท Contemporary Hit Radio เช่นเดียวกับรายการสไมล์ เรดิโอ 1 แต่ลักษณะของเพลงที่เปิดมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ สไมล์ เรดิโอ 4 เป็นการเปิดเพลงต่างประเทศยอดนิยมในปัจจุบัน ทั้งเพลงที่มีจังหวะช้าและเร็ว ส่วนสไมล์ เรดิโอ 1 เป็นการเปิดเพลงไทยยอดนิยมในปัจจุบัน เน้นเพลงที่มีจังหวะตึกคัก กระฉับกระเฉง นอกจากนี้ จุดเด่นของรายการสไมล์ เรดิโอ 4 คือการเปิดเพลงใหม่ล่าสุดจากต่างประเทศ ที่ไม่สามารถหาฟังได้จากรายการทั่ว ๆ ไป จึงนับว่าเป็นจุดขายอย่างหนึ่งของรายการนี้

การเปิดเพลงในรายการสไมล์ เรดิโอ 4 จะขึ้นอยู่กับความนิยมของผู้ฟัง คือ มีช่วง “Smile Radio 4 Top 40” ในวันอาทิตย์ นักจัดรายการคือ วาสนา วีระชาติพลี และ Paul Hampshire ที่จัดอันดับความนิยมให้กับเพลงต่าง ๆ โดยที่มาของอันดับเพลงนั้น คือการขอฟังเพลงของผู้ฟังรายการสไมล์ เรดิโอ 4 นั้นเอง หากเพลงใดถูกขอเข้ามา มาก ก็จะจัดอยู่ในอันดับต้น โดยมีการรายงานผลเป็นประจำทุกสัปดาห์ จึงตรงกับลักษณะของ

รายการ Contemporary Hit Radio ที่พัฒนามาจากรายการเพลงประเภท Top 40 หรือ รายการวิทยุที่มีการจัดอันดับความนิยมให้กับเพลง

สำหรับแนวเพลงที่เปิดในรายการสไมล์ เรดิโอ 4 นี้ ก็ยึดอันดับเพลง Top 40 โดยถูกนำมาจัดแบ่งอัตราการเล่นเปิดเฉลี่ยกันไป เน้นเพลงใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบันเท่านั้น ดังแนวคิดของรายการประเภท Contemporary Hit Radio ที่ว่า เพลงที่ฮิตมาก จะถูกเปิดมาก (More Hit, More Often) นั่นคือ การเปิดเพลงในแต่ละช่วงของนักจัดรายการ ต้องเป็นเพลงที่กำลังเป็นที่นิยมเท่านั้น ถ้าเพลงไหน ที่ยังไม่นิยม นักจัดรายการต้องเปิดบ่อย ๆ จนทำให้เป็นที่นิยมให้ได้ โดยยึดหลักเกณฑ์การจัดหมวดหมู่การเล่นเพลง ดังต่อไปนี้

- A = เพลงที่อยู่ในอันดับ 1-40 หรือ TOP 40
- B = เพลงที่อยู่ในอันดับ 41-75
- X = Extra คือ เพลงใหม่ประจำสัปดาห์  
มีประมาณ 10-15 เพลงต่อสัปดาห์
- R = Recurrentes คือ เพลงที่เคยเข้า Top 75  
และตกจากอันดับไปแล้ว แต่นาน ๆ ที่ยังมีกลุ่มคนฟังขอเข้ามา มีอยู่ทั้งหมด 25 อันดับ
- D = Dj' S Choice เพลงที่นักจัดรายการอยากเล่น แต่ไม่อยู่ในอันดับ

ใน 1 ชั่วโมง นักจัดรายการจะต้องเล่นเพลงตามสัดส่วน ดังต่อไปนี้ คือ 4A, 3B, 1X, 2R และ 2D ซึ่งหมายความว่า 4A คือ นักจัดรายการจะเลือกเปิดเพลงที่อยู่ในอันดับ 1-40 ได้ 4 เพลง ใน 1 ชั่วโมง, 3B คือ เลือกเปิดเพลงที่อยู่ในอันดับ 41-75 ได้ 3 เพลง ใน 1 ชั่วโมง (อันดับเพลงของสไมล์ เรดิโอ 4 มีทั้งหมด 75 อันดับ) , 1X

คือ เลือกเปิดเพลงใหม่ประจำสัปดาห์ได้ 1 เพลง ใน 1 ชั่วโมง, 2R คือ เลือกเปิดเพลงที่เคยติดอันดับ และตกอันดับไปแล้วได้ 2 เพลง ใน 1 ชั่วโมง และ 2D คือ นักจัดรายการสามารถเลือกเปิดเพลงตามใจชอบได้ 2 เพลงใน 1 ชั่วโมง รวมทั้งหมดแล้วต้องเปิดเพลง 12 เพลง ต่อ 1 ชั่วโมง

ลัดดาวรรณ อวาทพิทยา ผู้ช่วยผู้ผลิตรายการสไมล์ เรดิโอ 4 ได้อธิบายถึงการเปิดเพลงใน 1 ชั่วโมง ว่า

“มันจะมีแบ่งของมันอยู่แล้ว มีโฆษณา 3 เบรก คือ ช่วง .15, .30 และ .45 แต่ละช่วงเบรกหนึ่งจะเล่นได้ประมาณ 3 เพลง นอกจากช่วง .30 ซึ่งบางทีจะมีสารคดีกับ Pop News ซึ่งจะเล่นได้เพียง 2 เพลง เราจะมีบังคับไว้อยู่แล้วเป็น Format ว่าช่วงนี้ต้องเล่นเพลง Top 40 ช่วงนี้เล่นเพลงนอก Top 40 นะ ไม่ใช่ DJ. อยากเล่นอะไรก็เล่น แต่เราจะมี Choose ให้ DJ. เลือกเอาเอง ชั่วโมงละ 2 ครั้ง ว่าอยากเล่นเพลงอะไรก็เลือกได้ 2 ครั้ง เพราะถ้าเราไม่มี Format DJ. คนไหนมา อยากเล่นเพลงอะไรก็เล่น บางคนรสนิยมต่างกัน บางคนจะไม่ชอบ Top 40 ไม่ชอบเล่นเพลง Hit เพราะฉะนั้น มันก็ไม่ตรง Format เพราะ Format เราเล่นแต่เพลง Hit แต่ก็ออกนอก Format ได้ ชั่วโมงละ 2 เพลง แต่เราก็ขอร้องเค้าว่าเราอยากให้เล่นเพลง Hit อยู่ดี แต่ว่าอาจจะเป็น Hit จากในอดีต เพราะว่าสถานีใดสถานีหนึ่ง จะเล่นแต่เพลงใหม่ บางทีคนฟังไม่เคยฟังเพลงใหม่เลย มันก็เลยไม่ติดหู เค้าก็จะไม่ยอมฟัง เพราะฉะนั้น เราก็จะแทรกเล็ก ๆ”

“ในแต่ละอาทิตย์เราจะมี Chart ของเรา มี 100 อันดับเพลง ซึ่งเราจัดอยู่แล้ว ตามแรง Request ถ้า Reque มา เราจะให้เพลงละ 2 คะแนน แล้วถ้า DJ. จับมาเล่น จะได้อีก 1 คะแนน แล้วเราจะเอาคะแนนที่ได้มาบวกกันในแต่ละ Week เป็นอันดับมา 100 อันดับ แล้วใน 100 อันดับ จะ

มีอีก 25 เพลง ซึ่งจะเป็น New Release เพลงใหม่ ซึ่ง Producer จะเป็นคน คอยคัดเลือกเพลงใหม่เข้ามา ทีนี้เพลงที่ DJ. เล่นได้ มันต้องอยู่ใน List ที่เรา กำหนดให้ คือ 100 เพลง กับอีก 25 เพลง ฉะนั้น ถ้าเพลงมันยังไม่ตกอันดับ เราก็ยังเล่นมันได้อยู่ แต่ลักษณะเพลงใหม่ที่เราเอาเข้ามา มันจะใหม่มาก แต่ ถ้าเกิดคนฟังรับไม่ได้ ไม่ชอบ มันก็จะตกอันดับไปเองโดยอัตโนมัติ อันไหนที่ รับได้ มันก็จะเข้าในอันดับ เราก็จะพยายามใส่เพลงใหม่เข้าไปเรื่อย ๆ ใน New Release ของเรา แต่ว่าถ้าเกิดมันได้รับความนิยมมากเลย อย่าง ตอนนี้มี Good Bye อยู่ในอันดับมาประมาณ 40 อาทิตย์เห็นจะได้ เราก็ยังเล่น อยู่ ถ้ามี Request ขึ้นอยู่กับคนฟังด้วย แต่เราก็จะใส่เพลงใหม่ให้เค้าตลอด แต่ บางทีมันใหม่มากเกินไป มันก็จะไม่เข้าอันดับ ไม่ติดหูคนฟัง จะเลือกคละกันไป บางทีที่ใหม่ของเรา ยังไม่เข้า Chart เราก็เอามาเล่นแล้ว แต่บางทีเข้า Chart สัก อาทิตย์สองอาทิตย์” (สัมภาษณ์ : 18 กุมภาพันธ์ 2537)

จากการวิจัยพบว่า นักจัดรายการสไมล์ เรดิโอ 4 ไม่ค่อยเปิดเพลงตามหลัก เกณฑ์การจัดหมวดหมู่การเล่นเพลงที่ได้กำหนดไว้ แต่จะเปิดเพลงตามใจผู้ฟัง ที่ โทรศัพท์เข้ามาขอเพลงในรายการ และเปิดเพลงตามใจนักจัดรายการเอง เนื่องจากบาง ครั้ง นักจัดรายการบางคนจะได้แผ่นเสียง หรือคอมแพ็คดิสก์ จากเจ้าของค่ายเพลง เพื่อ ขอให้นำมาเปิดในรายการ

อย่างไรก็ตาม เพลงที่เปิดในรายการสไมล์ เรดิโอ 4 คือสินค้าหลักของราย การ ดังที่ Mike Edward ผู้กำกับรายการเพลงประเภท Contemporary Hit Radio ได้ กล่าวไว้ว่า เพลงคือสินค้าของรายการประเภทนี้ (Music Is Product)

## 2. การพูดคุยของนักจัดรายการวิทยุ

การพูดคุยของนักจัดรายการวิทยุ ในรายการสไมล์ เรดิโอ 4 เป็นการพูดคุยในเรื่องของวงการบันเทิงของต่างประเทศ รวมทั้งเรื่องราวของวงการเพลงสากลต่างประเทศ การพูดคุยของรายการนี้ จะแตกต่างไปจากรายการอื่น ๆ คือดำเนินรายการโดยลักษณะ 2 ภาษา คือภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (Two Voices) โดยนักจัดรายการชาวไทยและชาวต่างประเทศ ลัดดาวรรณ ได้เล่าให้ฟังอีกว่า

“ลักษณะการพูดของนักจัดรายการสไมล์เรดิโอ 4 ต้องพูดชักจูงใจ ้วยรุ่นได้ ต้องสามารถสร้างกระแสในหมู่วัยรุ่นได้ ส่วนมากจะเป็น DJ. หน้าใหม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์ แต่ไม่ได้เน้นที่ต้องมีประสบการณ์ ก่อนอื่นเราต้องฟัง Demo ก่อน ว่าเค้าสามารถ Present ตัวเองได้มั๊ย ในคลื่นของเรา เค้าเหมาะสมมั๊ย ในคลื่นของเรา เสียงแก่ไปรีเปล่า” (สัมภาษณ์ : 18 กุมภาพันธ์ 2537)

แต่โดยรวมแล้ว ดีเจ หรือนักจัดรายการวิทยุในรายการนี้ มีบุคลิกในการจัดรายการ เช่นเดียวกับนักจัดรายการวิทยุ ในรายการเพลงประเภท Contemporary Hit Radio อื่น ๆ คือมีบุคลิกในการจัดรายการที่กระฉับกระเฉงและมีความทันสมัย หมั่นศึกษาหาความรู้อยู่เสมอ โดยเฉพาะต้องมีความรู้ในเรื่องราวของวงการบันเทิงต่างประเทศ เพราะเนื้อหาที่นักจัดรายการนำมาเสนอในรายการสไมล์ เรดิโอ 4 จะเป็นเรื่องของต่างประเทศทั้งหมด เช่น

รายการ “Multitrack” ในวันอาทิตย์ ชื่อนักจัดรายการคือ ลัดดาวรรณ อวพิทยา มีเนื้อหารายการเกี่ยวกับการรายงานความเคลื่อนไหวของวงการเพลงในประเทศอังกฤษ จาก BBC ลอนดอน โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ช่วง ๆ ละ 30 นาที ช่วงที่ 1 เป็นการรายงาน Top 20 Singles ของสัปดาห์ล่าสุดจากฝั่งอังกฤษ ช่วงที่ 2 เป็นการรายงานข่าวคราวความเคลื่อนไหวในวงการเพลงของประเทศอังกฤษ รวมทั้งการรายงาน Top 10 Album และเพลงเด่น ๆ ที่น่าสนใจ ช่วงที่ 3 เป็นการสัมภาษณ์ศิลปินประจำ



สัปดาห์ ทั้งในและนอกสถานที่ เพื่อรายงานความเคลื่อนไหวของศิลปินนั้น ๆ พร้อมทั้งแนะนำและพูดคุยถึงผลงานของศิลปินนั้น ๆ ว่ามีการทำงานและความเป็นมาอย่างไร

นักจัดรายการบางคน มีกลุ่มผู้ฟังที่ติดตามอย่างเหนียวแน่นมาก เช่น รายการ “Top 40” เวลา 20.30-05.00 น. ในวันอาทิตย์ นักจัดรายการคือ วาสนา วีระชาติพลี และ Paul Hampshire กลุ่มเป้าหมายของช่วงเวลานี้ เป็นกลุ่มที่เป็นแฟนเพลงของนักจัดรายการมานาน เพราะตัวนักจัดรายการคือ วาสนา วีระชาติพลี จัดรายการมานานกว่า 20 ปี มีเอกลักษณ์ประจำตัวตรงที่มีลีลาการพูดไม่เหมือนใคร มีความเป็นตัวของตัวเอง ในการเสนอเพลงของตนเอง ไม่สนใจกระแสสังคมใด ๆ ทั้งสิ้น ทำให้สามารถดึงกลุ่มวัยรุ่นให้มาสนใจเพลงสากลได้ มีการวางจัดเนื้อหารายการเกี่ยวกับการรายงานอันดับเพลง Top 40 ของรายการสไมล์ เรดิโอ 4 และแนะนำเพลงใหม่ประจำสัปดาห์

นักจัดรายการของรายการสไมล์ เรดิโอ 4 นอกจากความรอบรู้ในเรื่องวงการบันเทิงต่างประเทศแล้ว ยังต้องมีความเข้าใจในความต้องการของกลุ่มคนฟังด้วย

### 3. ข่าว

ตามปกติแล้ว รายการวิทยุประเภท Contemporary Hit Radio มักมีสัดส่วนขององค์ประกอบทางด้านข่าวค่อนข้างต่ำ แต่ก็ยังเป็นสิ่งที่ขาดเสียไม่ได้ โดยเฉพาะภาพลักษณ์ของรายการสไมล์ เรดิโอ 4 ที่เป็นคลื่นของคนทันสมัย จึงต้องมีการรายงานข่าวคราวความเคลื่อนไหวที่ทันเหตุการณ์ทุกครั้งชั่วโมง ภายใต้อชื่อ “Pop News” มีจำนวน 12 ครั้งต่อวัน มีความยาวประมาณ 3-5 นาที นำเสนอเรื่องราวของวงการบันเทิงต่างประเทศ วงการเพลงสากล และวงการภาพยนตร์ต่างประเทศ รวมทั้งธุรกิจบันเทิงทุกประเภท เช่น Concert, CD, แผ่นเสียง, VDO รวมทั้งบุคคลบันเทิงด้วย นอกจากนี้ ยังมี การรายงานข่าวจากสำนักข่าวไทย ทุกต้นชั่วโมง เนื่องจากเป็นรายการที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุขององค์การสื่อสารมวลชน การรายงานข่าว จึงถ่ายทอดมาจากสำนักข่าวไทย

#### 4. สารคดีสั้น

จากแนวคิดด้านการจัดรายการวิทยุประเภท Contemporary Hit Radio กล่าวไว้ว่า เนื้อหาของสารคดีในรายการประเภทนี้ จะต้องเกี่ยวข้องกับเนื้อหารายการ เพราะเป็นสิ่งที่ผู้ฟังให้ความสนใจและยังสามารถเน้นย้ำภาพลักษณ์ให้กับรายการด้วย สำหรับสารคดีในรายการสไมล์ เรดิโอ 4 ก็มีลักษณะตรงกับแนวคิดดังกล่าว คือ มีการนำเสนอสารคดีสั้นประมาณ 1-2 นาที ในชื่อ “Bangkok Tips” ทุกต้นชั่วโมงหลังข่าว มีจำนวน 13 ครั้งต่อวัน เพื่อให้ผู้ฟังได้รับรู้เรื่องราวความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นในกรุงเทพฯ สำหรับคนในกรุงเทพฯ และผู้สนใจทั่วไป เป็นเรื่องราวของข่าวสาร กิจกรรมบันเทิง ศิลปะ ที่เกิดขึ้นในกรุงเทพฯ เช่น การจัดแสดงสินค้า นิทรรศการ การจัดฉายภาพยนตร์ การสัมมนา การอภิปราย หรือเป็นข่าวบริการสังคม เช่น การรายงานจากกรมอุตุนิยามวิทยา รายการไฟฟ้าดับ น้ำประปา การจราจร รวมทั้งกฎระเบียบในสังคม

#### 5. การจัดแข่งขันและโปรโมชั่น

รายการสไมล์ เรดิโอ 4 มีการจัดแข่งขันและโปรโมชั่นในลักษณะเดียวกับรายการสไมล์ เรดิโอ 1 และรายการอื่น ๆ ของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด คือมีทั้งเกมการแข่งขันชิงรางวัล และกิจกรรมพิเศษอื่น ๆ แต่รายละเอียดของเกมและกิจกรรมนั้น มีความแตกต่างกันไปตามแนวคิดหลักของรายการที่ต่างกัน

ด้วยลักษณะของรายการสไมล์ เรดิโอ 4 ที่เน้นเรื่องราวบันเทิงต่างประเทศเป็นหลัก จึงมีการจัดแข่งขันชิงรางวัลต่าง ๆ ที่เน้นความสนุกสนาน และเพลิดเพลินแก่ผู้ฟังมากกว่าให้ความรู้ โดยมีทั้งเกมหลักของรายการที่เล่นในทุกช่วงดีเจ เช่น เกม “Back To Back” ทุกวันจันทร์ถึงวันเสาร์ นักจัดรายการจะต้องเล่นเกมสั้นนี้ทุกคน เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความต่อเนื่องระหว่างนักจัดรายการทุก ๆ ช่วง และเพื่อชักจูงคนฟังให้ติดตามรายการอย่างต่อเนื่อง

สำหรับกิจกรรมพิเศษที่เป็นโปรโมชันของรายการสไมล์ เรดิโอ 4 เป็นกิจกรรมที่เน้นความบันเทิงต่างประเทศเช่นกัน โดยตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ฟัง เช่น โครงการ “Back To Back International Concert” พาผู้ฟังไปชมคอนเสิร์ตต่างประเทศ ไปชม Concert Bobby Brown ที่ประเทศฮ่องกง และไปเมืองโยโกฮาม่า ประเทศญี่ปุ่น เพื่อชม Concert Whitney Houston เป็นต้น

## 6. การให้บริการสาธารณะ

Michael C. Keith (1987) ได้กล่าวไว้ว่า การให้บริการอันเป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน ในรายการเพลงประเภท Contemporary Hit Radio มีสัดส่วนที่น้อยลง เนื่องจากรายการประเภทนี้ เน้นการเปิดเพลงที่ให้ความบันเทิงกับผู้ฟัง เช่นเดียวกับรายการสไมล์ เรดิโอ 4 ที่มีเนื้อหาส่วนใหญ่มุ่งให้ความบันเทิงแก่ผู้ฟัง นอกเหนือจากข่าวที่เป็นสาระแล้ว มีเพียงสารคดี “Bangkok Tips” ที่มีการรายงานข่าวบริการสังคม เช่น การรายงานจากกรมอุตุฯ วิทยุฯ รายการไฟฟ้าดับ น้ำประปา การจราจร รวมทั้งกฎระเบียบในสังคม ตอนต้นชั่วโมงหลังข่าว

## 7. โฆษณาสินค้า

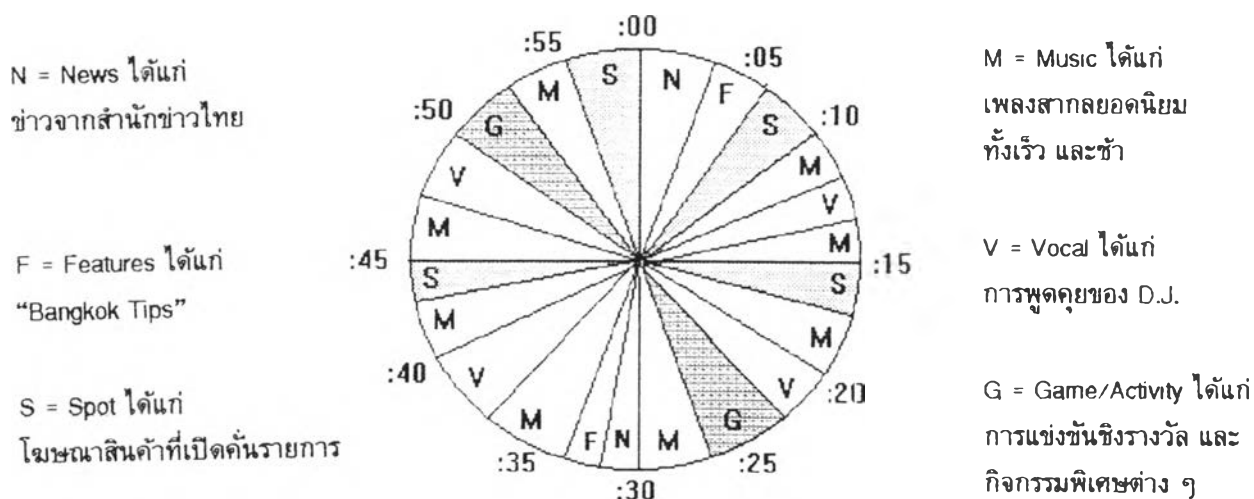
ถึงแม้ว่า รายการสไมล์ เรดิโอ 4 จะเป็นรายการเพลงสากลจากต่างประเทศที่ดำเนินรายการโดยนักจัดรายการต่างประเทศและนักจัดรายการคนไทยที่พูดภาษาอังกฤษและภาษาไทยสลับกันไป แต่รายการสไมล์ เรดิโอ 4 มีการเปิดโฆษณาสินค้า (Spot) เป็นภาษาไทย โดยเปิดครั้งรายการ 4 ครั้งใน 1 ชั่วโมง เช่นเดียวกับรายการสไมล์ เรดิโอ 2 และรายการอื่น ๆ ของบริษัท มีเดี่ยพลัส จำกัด แต่จำนวนโฆษณาในรายการสไมล์ เรดิโอ 4 มีมากกว่า รายการสไมล์ เรดิโอ 2 ที่มีการเสนอเพลงต่างประเทศเหมือนกัน เพราะรายการสไมล์ เรดิโอ 4 เน้นกลุ่มผู้ฟังที่เป็นวัยรุ่น และมีเนื้อหารายการ

ที่ทันสมัย มีการดำเนินรายการโดยนักจัดรายการคนไทย แต่พูดภาษาอังกฤษ ซึ่งหาฟังได้ยากจากสถานีอื่น ทำให้รายการนี้ได้รับความนิยมจากผู้ฟังอย่างรวดเร็ว

8. จิ้งเกิ้ล

เพื่อให้รายการสไมล์ เรดิโอ 4 มีความเป็นเอกลักษณ์และอยู่ในระดับนานาชาติ (International) ทำให้จิ้งเกิ้ลรายการถูกผลิตจากต่างประเทศ ด้วยจำนวนเงินที่สูงมาก ส่วนจิ้งเกิ้ลที่ผลิตในเมืองไทย ถูกผลิตโดยสุโกศล แคลป์ (สุกี้) ซึ่งเป็นผู้มีสีสันสนุกสนานทางดนตรีมาก โดยนำเสนอด้วยข้อความกระชับรัด ทันสมัยด้วยดนตรีและสำนวน

หากพิจารณาถึงการนำเสนอเนื้อหาต่าง ๆ ของรายการสไมล์ เรดิโอ 4 ในเวลา 1 ชั่วโมง สามารถแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพที่ 4.5 แสดงการนำเสนอเนื้อหาในรายการสไมล์ เรดิโอ 4 ในเวลา 1 ชั่วโมง

## 5. รายการสไมล์เรดิโอ 5

สถานี	เอฟ. เอ็ม. 102.5 เม็กกะเฮิร์ต
วันเวลา	ทุกวัน จำนวน 18 ชั่วโมง
ชื่อรายการ	“Community”
กลุ่มเป้าหมาย	อายุ 20 ปีขึ้นไป เริ่มตั้งแต่นักศึกษา คนทำงาน นักธุรกิจ และประชาชนทั่วไป ต้องการรู้ข่าวสาร ทุกประเภท และชอบมีส่วนร่วมแสดงทัศนคติ ของตนเอง
แนวรายการ	ข่าวและพูดคุย

ตารางที่ 4.5 แสดงการจัดรายการของนักจัดรายการวิทยุ  
ในรายการสไมล์ เรดิโอ 5

เวลา	วัน	นักจัดรายการวิทยุ
08.00-10.00 น.	จันทร์ถึงศุกร์	บุญยอด สุขถิ่นไทย
10.00-12.30 น.	จันทร์ถึงศุกร์	โอวาท พรหมรัตน์วงศ์
13.00-14.30 น.	จันทร์ถึงศุกร์	ลักษณะ คล้ายแก้ว
14.30-16.00 น.	จันทร์ถึงศุกร์	ไศรยา โอสถานนท์
16.00-19.00 น.	จันทร์ถึงศุกร์	วสันต์ ภัยหลีกสี
20.30-22.00 น.	จันทร์ถึงศุกร์	ประกาศิต คำพิมพ์
22.00-24.00 น.	จันทร์ถึงศุกร์	พิสิฐ กวีดิการกุล
24.00-02.00 น.	จันทร์ถึงศุกร์	อรรณวิโรจน์ ศรีตุลา และ กิ่งผกา กรอบเพชร
08.00-10.00 น.	เสาร์และอาทิตย์	อัญชลี ไพรีรัก

ตารางที่ 5 แสดงการจัดรายการของนักจัดรายการวิทยุ  
ในรายการสไมล์ เรดิโอ 5 (ต่อ)

เวลา	วัน	นักจัดรายการวิทยุ
10.00-12.30 น.	เสาร์และอาทิตย์	วีรยศ รัตนพรศิริ
13.00-16.00 น.	เสาร์	อารยา อนันต์ประภคิตี และ บดินทร์ บุญมี
	อาทิตย์	ลักษณา คล้ายแก้ว
16.00-19.00 น.	เสาร์และอาทิตย์	วาสนพงศ์ วิชัยยะ
20.30-23.00 น.	เสาร์และอาทิตย์	เจนภพ จบกระบวนวรรณ
23.00-24.00 น.	เสาร์และอาทิตย์	พรพิไล คาร์ และ ชวรงค์ ลิ้มปัทมปาณี

รายการสไมล์ เรดิโอ 5 เป็นรายการวิทยุของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด ที่ได้พยายามสร้างรูปแบบการจัดรายการให้มีความแตกต่างไปจากรายการเพลงที่มีอยู่ถึง 4 คลื่น โดยรายการสไมล์ เรดิโอ 5 นี้ มีการกำหนดแนวคิดหลักของรายการเป็นการข่าว และพูดคุยเกี่ยวกับเรื่องข่าวสารทุกประเภท สิ่งที่สำคัญที่สุดในรายการก็คือเนื้อหาของรายการ ที่เปิดโอกาสให้ผู้ฟังโทรศัพท์เข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็นได้ รายการสไมล์ เรดิโอ 5 ไม่จัดอยู่ในประเภทของรายการเพลง เพราะไม่มีการเปิดเพลงในรายการ ยกเว้นแต่เป็นการรอระหว่างช่วงที่นักจัดรายการยังไม่มา หรือเป็นช่วงที่เครื่องมือที่เตรียมมายังไม่พร้อมจะเปิดออกอากาศ ก็จะมีการเล่นเพลงบรรเลงไปเป็นระยะ ๆ จนกว่าทุกอย่างจะพร้อม จึงมีลักษณะคล้ายกับรายการประเภท News And Talk ที่มีองค์ประกอบต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

## 1. การพูดคุยของนักจัดรายการวิทยุ

บทบาทของนักจัดรายการ News And Talk จะต้องมีโอกาสของตนเอง มีความคุ้นเคยกับผู้ฟัง และพูดคุยในเรื่องที่เป็นเรื่องจริง สำหรับนักจัดรายการสไมล์ เรดิโอ 5 มีลักษณะเป็นการพูดคุยอย่างเป็นกันเองกับผู้ฟัง มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร ไปยังผู้ฟัง ด้วยถ้อยคำสำนวนง่าย ๆ ช่วยลดความเป็นทางการลง บางครั้งนักจัดรายการ จะทำหน้าที่วิเคราะห์หรือวิจารณ์ข่าวสาร โดยการนำข่าวสารนั้น มาประกอบเข้ากับความคิดเห็นทัศนคติ การวิพากษ์วิจารณ์ให้ข้อมูลเพิ่มเติมแก่ข่าวสาร ให้ข่าวสารนั้น มีแง่มุมที่แตกต่างกันออกไป

การพูดคุยของนักจัดรายการวิทยุ ในรายการสไมล์ เรดิโอ 5 มีการพูดคุยในเรื่อง ทั่ว ๆ และข่าวสารต่าง ๆ โดยกำหนดช่วงให้มีการแสดงความคิดเห็นในเรื่องนั้น ๆ ด้วยเช่น ช่วง “Inside Thailand” เป็นการสรุปสถานการณ์ข่าวในประเทศของ 24 ชั่วโมง ที่ผ่านมา นักจัดรายการคือ บุญยอด สุขถิ่นไทย วิธีการนำเสนอจะเป็นลักษณะของการบอกเล่าความเคลื่อนไหว เป็นการจับกระแสของสังคมจากหนังสือพิมพ์ ไม่ใช้อ่านข่าวตามหน้าหนังสือพิมพ์ ซึ่งบางหัวข้อข่าว อาจมีการรายงานพิเศษ เพื่อจัดลำดับความเป็นมาของข่าวนั้น ๆ มีการรายงานสดตรงจากห้องข่าว ของสำนักข่าวไอเอ็นเอ็น. เพื่อเป็นการคาดคะเนกระแสข่าวที่น่าจะเป็นไปได้ในแต่ละวัน และเปิดโอกาสให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในรายการ โดยการโทรศัพท์เข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็นในประเด็นที่ผู้จัดรายการยกขึ้นมา

บางครั้ง มีการเชิญผู้เชี่ยวชาญมาพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ฟัง ในรายการ หรือให้โทรศัพท์เข้ามารายงานออกอากาศในรายการด้วย เช่น ในช่วง “Business Day” นักจัดรายการคือ โอวาท พรหมรัตน์วงศ์ เป็นการสรุปภาวะการซื้อขายหลักทรัพย์ในวันที่ผ่านมา โดยมีนักวิเคราะห์หุ้นจากบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์เป็นผู้โทรศัพท์เข้ามารายงานออกอากาศ มีการสรุปข่าวต่างประเทศและการรายงานภาพรวม

ทางเศรษฐกิจที่น่าสนใจ ทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งการรายงานการเปลี่ยนแปลงของ  
 ค่าเงินสกุลต่าง ๆ ราคาน้ำมัน และราคาทองคำในตลาด นอกจากนี้ ในช่วงเวลานี้ ยังมี  
 ช่วงการบ้านการเมืองรวมอยู่ด้วย ซึ่งเป็นการวิเคราะห์การเมือง โดยอาจารย์สุขุม นวล  
 สกุล เป็นผู้โทรศัพท์เข้ามาออกอากาศในรายการด้วย

นักจัดรายการสไมล์ เรดิโอ 5 จะต้องหมั่นศึกษาหาความรู้อยู่เสมอ โดยเฉพาะต้องมีความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาของรายการในช่วงที่ตนรับผิดชอบอยู่ เช่น ช่วง  
 “Walkie-Talkie” นักจัดรายการคือ วาสนพงศ์ วิชัยยะ เป็นการรายงานข่าวสารในแวดวง  
 บันเทิง ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ โดยเน้นเรื่องของภาพยนตร์ที่น่าสนใจ จะมี  
 เรื่องราวเกี่ยวกับข่าวสารต่าง ๆ มาพูดคุยถึงเบื้องหลังต่าง ๆ จึงต้องหมั่นหาข้อมูลเกี่ยว  
 กับรายการภาพยนตร์เหล่านั้น ว่าเรื่องนั้น มีเรื่องราวความเป็นมาอย่างไร มีเบื้องหน้า  
 เบื้องหลังอย่างไร

ช่วง “รจรวงความคิด ชีวิตหลังเที่ยงคืน” นักจัดรายการคือ พรพิไล คาร์  
 (ชื่อจัดรายการ รัตตะ ปานโกมล) และ ชวรงค์ ลิ้มปีทมปาณี (ชื่อจัดรายการ วรงค์ วงศ์  
 ภมร) เป็นเรื่องของปัญหาสังคมในประเด็นต่าง ๆ เช่น ปัญหาเกี่ยวกับโสเภณี ปัญหา  
 เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น นักจัดรายการต้องทันโลก ทันเหตุการณ์ ว่าปัจจุบันปัญหา  
 อะไรในสังคมที่กำลังเป็นเรื่องเด่นดังที่สุด

นักจัดรายการในรายการสไมล์ เรดิโอ 5 นี้ จะทำหน้าที่เล่าข่าว สารความรู้  
 ต่าง ๆ โดยใช้ความสามารถเฉพาะตัว รวมทั้งประสบการณ์ทางวิชาชีพที่ช่วยให้เล่าเรื่อง  
 นั้น ๆ แตกต่างกันออกไป อัญชลี ไพรีรัก ได้อธิบายว่า “คนของเราส่วนใหญ่ จะเป็นคนที่  
 มาจากข่าว ไม่ว่าจะป็นคุณพิสิทธิ คุณยอด คุณโอวาท คุณพรวิไล คาร์ จากสำนักข่าวเอ  
 พี คุณชวรงค์ จากไทยรัฐ หรือว่า ตัวเองก็ดี” (สัมภาษณ์ : 17 กุมภาพันธ์ 2537)



## 2. ข่าว

ลักษณะข่าวของรายการวิทยุประเภท News And Talk จะนำเสนอข่าวประมาณ 20 นาที ต่อชั่วโมง ซึ่งภายใน 20 นาที จะมีข่าวท้องถิ่น ข่าวในประเทศและข่าวต่างประเทศ โดยจะมีการแทรกรายงานการจราจร การแข่งขันกีฬาและพยากรณ์อากาศ สำหรับรายการสไมล์ เรดิโอ 5 มีสัดส่วนการเสนอข่าว 35% ต่อเนื้อหา 1 ชั่วโมง ซึ่งเป็นรายการมีจำนวนข่าวมากที่สุดในรายการวิทยุของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด เพราะนอกจากเนื้อหารายการที่นักจัดรายการนำเสนอ จะเป็นเรื่องของข่าวสารต่าง ๆ แล้ว ยังมีการเสนอข่าวสั้นจากสำนักข่าวไอเอ็นเอ็น (INN News) ทุกต้นชั่วโมงและทุกกลางชั่วโมงอีกด้วย

## 3. สารคดี

การบรรจุสารคดีในรายการประเภท News And Talk มีความสำคัญไม่แพ้ข่าว รายการสไมล์ เรดิโอ 5 มีการเสนอสารคดี 2 ช่วงเวลาด้วยกัน คือหลังข่าวต้นชั่วโมง เป็นสารคดีชุด “สารานุกรม ธนาคารไทยพาณิชย์” และหลังข่าวกลางชั่วโมง เป็นสารคดีชุด “บันทึกเรื่องราวสิ่งซึ่งเป็นหนึ่งในโลก”

## 4. การจัดแข่งขันและโปรโมชั่น

การจัดให้มีการประกวด การแข่งขัน การเล่นเกมระหว่างผู้ฟัง โดยให้ผลตอบแทนเป็นเงินหรือรางวัล ไม่มีความจำเป็นจะต้องมีในรายการประเภท News And Talk เพราะธรรมชาติของผู้ฟังและลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย จะไม่สนใจเรื่องแบบนี้ และในรายการสไมล์ เรดิโอ 5 ไม่ปรากฏว่า มีการแข่งขันชิงรางวัล (Game) ปรากฏอยู่ในคลื่นนี้เลย อัญชลี ไพรีรัก ผู้ผลิตรายการสไมล์ เรดิโอ 5 ได้อธิบายว่า

“เราไม่เล่นเกม เพราะเราถือว่า การเล่นเกมคือการตีฆ้องร้องป่าวให้คนมาดูสินค้ำเรา เราไม่จำเป็นต้องตีฆ้องร้องป่าว เกมมันทำให้ดูไม่น่าเชื่อถือ เราเคยเล่นเกม “การมคมใคร” ในช่วงของคุณบุญยอด คือ เมื่อคืนคุณดูข่าว ติดตามข่าว เข้ามา เราหยิบเอาวาทะอันหนึ่งหรือคำพูดของนักการเมือง ที่เราคิดว่า เก๋ เด่น เราใช้เสียงเป็นโจทก์ คืออาจจะเป็นเสียงพี่ (คุณอัญชลี) เสียงคุณวินิจ หรือเสียงใครก็ตาม เช่น “เราขีดเส้นตาย ให้กับรัฐบาลชุดนี้ ในร้อยวัน” ใครเป็นผู้พูดประโยคนี้นี้ โทรศัพท์เข้ามาลึคะ เบอร์นี้ เบอร์นี้ คนโทร. กลับเข้ามาบอกว่า พลเอกชวลิต ยงใจยุทธ ใช้หรือเปล่า เอาเสียงจริงออกมาเลย เสียงที่เราอัดเทปเอาไว้ “ใช้ครับ” ซึ่งก็เป็นลีลาของคนอีกแหละว่า จะเล่นไปได้นานแค่ไหน คุณบุญยอดเองก็ Work ที่เดียวกับเรื่องนี้ แต่เราก็ไม่ได้เล่นตลอด เราเล่นต่อเมื่อเราอยากรู้ว่า คนฟังเราแค่ไหน แต่ตอนนี้เราไม่ได้เล่น เพราะเรายังไม่യാากรู้”

(สัมภาษณ์ : 26 กุมภาพันธ์ 2537 )

อย่างไรก็ตาม สำหรับกิจกรรมพิเศษ ยังคงมีอยู่ในรายการสไมล์ เรดิโอ 5 เช่น การสัมภาษณ์ในหัวข้อ “เศรษฐกิจ การเมืองและสังคมไทย ในสายตาหมออาชีพ” มีวิทยากรมาร่วมสัมภาษณ์ เช่น คุณอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ, ดร.สุณีย์ สินธุเดชะ, ดร.รุ่ง แก้วแดง, รศ.มานพ พงศทัต ฯลฯ

## 5. โฆษณาสินค้ำ

แม้ว่ารายการสไมล์ เรดิโอ 5 จะเป็นรายการที่แตกต่างไปจากรายการอื่น ๆ ของบริษัท มีดีเพลส จำกัด แต่ด้วยความน่าสนใจในตัวเนื้อหาของรายการ ที่เสนอข่าวและเปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในหัวข้อเรื่องที่หยิบยกขึ้นมา ทำให้รายการนี้ได้รับความนิยมจากผู้ฟัง คิดสัดส่วนโฆษณาออกมาได้ 10% ใน 1 ชั่วโมง

โมง สำหรับการเปิดโฆษณาค้นรายการ เป็นรูปแบบเดียวกันกับรายการอื่น ๆ ของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด คือ เปิดค้นรายการ 4 ครั้ง ใน 1 ชั่วโมง

## 6. จิงเกิ้ล

การใช้จิงเกิ้ล หรือเพลงประกอบรายการ เป็นการสร้างหรือตอกย้ำความทรงจำต่อรายการหนึ่ง ๆ เมื่อผู้ฟังได้ยินจิงเกิ้ล ก็จะทราบได้ทันทีว่า นั่นคือรายการอะไร นอกจากนี้ ยังเป็นปัจจัยที่ช่วยเสริมสร้างภาพพจน์ของรายการให้เด่นชัดยิ่งขึ้น จิงเกิ้ลในรายการสไมล์ เรดิโอ 5 มีอยู่ 2 แบบ คือ จิงเกิ้ลประจำคลื่น “Smile Radio Five” และจิงเกิ้ลประจำช่วงดีเจ. เช่น “Hot News”, “Property Service” , “Smile World News” จิงเกิ้ลพวกนี้ จะมีสปอนเซอร์สนับสนุน ต้องเปิดตามเวลาที่กำหนด คือตอนเข้ารายการ กลางชั่วโมง และท้ายชั่วโมง

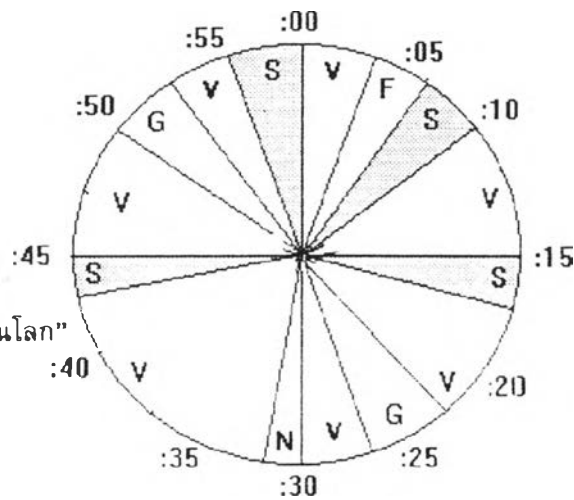
นอกจากนี้ จากแนวคิดเรื่องการจัดรายการวิทยุของ Michael C. Keith (1987) ไม่ได้กล่าวถึงการให้บริการสาธารณะ ของรายการเพลงทางวิทยุประเภท News and Talk แต่รายการสไมล์ เรดิโอ 5 มีลักษณะเช่นเดียวกับรายการอื่น ๆ ของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด คือ มีกิจกรรมพิเศษที่ถือเป็นการใหญ่ของบริษัท มีการเข้าร่วมกิจกรรมกันทั้ง 5 สถานี อย่างที่ได้กล่าวไว้แล้ว เช่น โครงการเดินสุขภาพเพื่อ สาธารณประโยชน์, โครงการรอยยิ้มบนถนน, โครงการรอยยิ้มเพื่อครอบครัว, โครงการรอยยิ้มเพื่อสุขภาพ, สปอดเพื่อสังคม เพื่อย้ำเตือนจิตสำนึกของคนทั่วไป และข่าวบริการสาธารณชน ซึ่งเป็นกิจกรรมสาธารณชนสำหรับคลื่นทุก ๆ คลื่นของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด

อย่างไรก็ตาม องค์ประกอบต่าง ๆ ในรายการสไมล์ เรดิโอ 5 ดังที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น มีสัดส่วนที่มากน้อยต่างกันไป ดูได้จากแผนภาพแสดงการนำเสนอเนื้อหาของรายการสไมล์ เรดิโอ 5 ในเวลา 1 ชั่วโมง ดังต่อไปนี้

N = News ได้แก่  
ข่าวด่วน  
จากสำนักข่าวไอเอ็นเอ็น

F = Features ได้แก่  
“สารานุกรม ธนาคารไทยพาณิชย์”  
“บันทึกเรื่องราว ซึ่งเป็นหนึ่งในเดียวในโลก”

S = Spot ได้แก่  
โฆษณาสินค้าที่เปิดค้นรายการ



V = Vocal ได้แก่  
การพูดคุยของ D.J.

G = Game/Activity ได้แก่  
การแข่งขันชิงรางวัล และ  
กิจกรรมพิเศษต่าง ๆ

แผนภาพที่ 4.6 แสดงการนำเสนอเนื้อหาในรายการสไมล์ เรดิโอ 5 ในเวลา 1 ชั่วโมง

จากการศึกษารายละเอียดในรายการวิทยุทั้ง 5 รายการ ของบริษัท มีเดีย พลัส จำกัด อันได้แก่ รายการสไมล์เรดิโอ 1, รายการสไมล์เรดิโอ 2, รายการสไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค, รายการสไมล์เรดิโอ 4 และรายการสไมล์เรดิโอ 5 แล้ว จะเห็นได้ว่า องค์ประกอบของรายการวิทยุทั้ง 5 มีความแตกต่างกันดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.6 แสดงการเปรียบเทียบองค์ประกอบในรายการวิทยุ

ของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด

องค์ประกอบของรายการ	สไมล์ เรดิโอ1	สไมล์ เรดิโอ2	สไมล์เรดิโอเน็ตเวิร์ค	สไมล์ เรดิโอ4	สไมล์ เรดิโอ5
เพลง (Music)	เพลงไทยสากล ยอดนิยม	เพลงสากล เก๋า	เพลงไทยสากล เก๋าและใหม่	เพลงสากล ยอดนิยม	เพลงสากล บรรเลง เพื่อคั่นรายการ
การพูดคุยของ DJ (ลีลาในการพูด+เนื้อหาที่คุย)	DJ ใช้ภาษาวัยรุ่น สนุกสนาน เนื้อหาที่คุยเรื่องบันเทิง	DJ พูดเป็นทางการ เนื้อหาที่คุยเรื่องของเพลง	DJ มีความสุภาพ เนื้อหาที่คุยเรื่องของสังคม	DJ พูดภาษาอังกฤษ กระฉับกระเฉง เนื้อหาที่คุยเรื่องบันเทิง	DJ มีความน่าเชื่อถือ เนื้อหาที่คุยเรื่องข่าวสารต่าง ๆ
ข่าว (News)	ถ่ายทอดจากศูนย์ข่าวแปซิฟิก 5 นาทีทุกต้นชม.	ถ่ายทอดจากศูนย์ข่าวแปซิฟิก 5 นาทีทุกต้นชม.	ถ่ายทอดจากสำนักข่าวไอเอ็นเอ็น 5 นาทีทุกต้นชม.	ถ่ายทอดจากสำนักข่าวไทย 5 นาทีทุกต้นชม.	ถ่ายทอดจากสำนักข่าวไอเอ็นเอ็น 5 นาทีทุกต้นและกลางชม.
สารคดี (Features)	“याสีพัน ออรัลเมด” 2-3 นาทีหลังข่าว	“สารานุกรมธนาคารไทยพาณิชย์” 2-3 นาทีหลังข่าว	“ชีวิตมัน ๆ กับ CONVERSE” 2-3 นาทีหลังข่าว	“Bangkok Tips” 1-2 นาทีหลังข่าว	“สารานุกรมธนาคารไทยพาณิชย์” หลังข่าวต้นชม.และ “บันทึกเรื่องราวซึ่งเป็นหนึ่งเดียวในโลก” 2-3 นาทีหลังข่าวกลางชม.
การแข่งขัน, โปรโมชัน (Game/Activity)	มีเกม+กิจกรรม เน้นเรื่องวงการบินบันเทิงและเพลง	ไม่มีเกม แต่มีกิจกรรมเกี่ยวกับเพลงสากล เก๋า	เกม+กิจกรรม เน้นเรื่องเกี่ยวกับสังคม	เกม+กิจกรรม เน้นเรื่องวงการบินบันเทิงต่างประเทศ	ไม่มีเกม แต่มีกิจกรรมเกี่ยวกับข่าวสารต่าง ๆ

## ตารางที่ 4.6 แสดงการเปรียบเทียบองค์ประกอบในรายการวิทยุ

ของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด (ต่อ)

องค์ประกอบของรายการ	สไมล์ เรดิโอ 1	สไมล์ เรดิโอ 2	สไมล์ เรดิโอ เน็ทเวิร์ค	สไมล์ เรดิโอ 4	สไมล์ เรดิโอ 5
โฆษณา สินค้า (Spot)	กัน 4 ครั้ง: 1 ชม.	กัน 4 ครั้ง: 1 ชม.	กัน 4 ครั้ง: 1 ชม.	กัน 4 ครั้ง: 1 ชม.	กัน 4 ครั้ง: 1 ชม.
จิงเกิ้ล (Jingles)	จิงเกิ้ลบอกชื่อ รายการและ จิงเกิ้ลประจำ ช่วงต่าง ๆ	จิงเกิ้ลบอกชื่อ รายการและ จิงเกิ้ลประจำ ช่วงต่าง ๆ	จิงเกิ้ลบอกชื่อ รายการและ จิงเกิ้ลประจำ ช่วงต่าง ๆ	จิงเกิ้ลบอกชื่อ รายการและ จิงเกิ้ลประจำ ช่วงต่าง ๆ	จิงเกิ้ลบอกชื่อ รายการและ จิงเกิ้ลประจำ ช่วงต่าง ๆ

ลักษณะรูปแบบการจัดผังรายการสไมล์ เรดิโอ ทั้ง 5 รายการ ของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด เป็นการจัดผังรายการแบบ Format Station คือ แต่ละรายการใช้รูปแบบเดียวเป็นหลัก เพื่อยึดเป็นแกนไว้ให้รายการดำเนินไปอย่างมีแบบแผน มีจุดรวม ฟังแล้วไม่กระจัดกระจาย โดยมีลักษณะที่บ่งบอกได้ว่าเป็นรายการหนึ่งรายการเดียวกันตลอดทั้งสถานี คือมีลักษณะการจัดรายการเหมือนกันทุกชั่วโมง จะเริ่มต้นด้วยการประกาศแจ้งเวลาและสถานี ข่าว สารคดี โฆษณา จิงเกิ้ลเข้ารายการ หรืออาจมีการเปลี่ยนตัวนักจัดรายการ ที่จะจัดรายการในชั่วโมงต่อไป และเมื่อจัดรายการครบ 1 ชั่วโมง แนวการจัดรายการในชั่วโมงต่อไป จะเวียนกลับไปจุดเริ่มต้นใหม่ทุกช่วงของการจัดรายการ

จากการวิเคราะห์รายการสไมล์ เรดิโอ ทั้ง 5 คลื่น ผู้วิจัยพบว่า มีการจัดรายการโดยมุ่งกลุ่มผู้ฟังไปที่กลุ่มวัยรุ่นเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการแบ่งส่วนตลาด (Segmentation) โดยรายการสไมล์ เรดิโอ ทั้ง 5 คลื่น มีการแบ่งกลุ่มอายุผู้ฟังออกไปตามลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic) แต่สัดส่วนของเนื้อหาในรายการจะแตกต่างกันไปตามลักษณะเกณฑ์จิตวิทยา (Psychographic) คือ วัยรุ่นแต่ละคน จะมีรสนิยมและความต้องการที่แตกต่างกัน หรือมีความชอบในรูปแบบการจัดรายการที่ไม่เหมือนกัน

สำหรับรูปแบบการจัดรายการนั้น พบว่า บริษัท มีเดียพลัส จำกัด ได้นำรูปแบบการจัดรายการวิทยุจากต่างประเทศมาใช้ในรายการ คือมีการนำรายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่ (Adult Contemporary), รายการเพลงยอดนิยมร่วมสมัย (Contemporary Hit Radio), รายการเพลงฟังสบาย (Easy Listening) และรายการข่าวและพูดคุย (News And Talk) มาดัดแปลงให้เข้ากับรูปแบบรายการของตน เพราะการจัดแบ่งรายการเพลงในประเทศไทยนั้น ไม่สามารถแบ่งแยกได้อย่างชัดเจนว่า เพลงใด จัดอยู่ในรายการเพลงประเภทไหน เกี่ยวกับเรื่องการจัดแบ่งรายการเพลงนี้ คุณสุทธิพงศ์ ทัดพิทักษ์กุล หรือ “ฮาร์ท” ซึ่งเป็นนักร้อง, นักแต่งเพลง มีประสบการณ์อยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกามากกว่า 13 ปี และปัจจุบันอยู่ในฐานะผู้ผลิตเพลงของค่ายเพลง ร่องเสียงลำไย ได้กล่าวว่า

“ที่ต่างประเทศ เนื่องจากเพลงมันเยอะ มันกว้าง เลยสามารถแบ่งประเภทได้ แต่อย่างบ้านเรา จะให้วางโป๊ะลงไปเลย คงยาก แต่ก็พอจะเทียบได้ อย่าง Adult Contemporary ก็ต้องไม่ใช่เพลงแบบฟังง่าย ๆ อย่างบ้านเราคือ ชรัส เฟื่องอารมย์ ถ้า Pop ก็คือ ธงชัย แมคอินไตย์ Soft Rock น่าที่จะเป็นแบบ อินคา Hard Rock จะคล้าย Contemporary Hit Radio คือหือหือว ในขณะที่ Adult Contemporary จะสุภาพ บางคนบอก เบิร์ดกับฮาร์ท คือ Easy Listening มันไม่ใช่ Easy Listening ไม่ใช่เพลงที่ฟังง่าย ๆ ที่ต่างประเทศ Easy Listening จะเป็นเพลงบรรเลงอะส่วนใหญ่ นาน ๆ ก็เปิดเพลงที่มีเนื้อหะหนหนึ่ง หรือ Classical ก็ต้องไม่ใช่เพลงที่ฟังเล่น ๆ เป็นเพลงที่มีการศึกษา ฟังยาก” (สัมภาษณ์ : 11 พฤษภาคม 2539)

การจัดแบ่งประเภทรายการเพลงในประเทศไทย จึงต้องอาศัยแนวทางของต่างประเทศเป็นแบบ แล้วนำมาปรับให้เข้ากับรายการของกลุ่มเป้าหมายตนเอง รายการ สไมล์ เรดิโอ ทั้ง 5 รายการ ก็เช่นกัน มีการนำประเภทของรายการเพลงทางวิทยุของต่างประเทศมาเป็นแนวทาง คือ

รายการสไมล์ เรดิโอ 1 มีการเปิดเพลงไทยยอดนิยมที่กำลังได้รับความนิยมอยู่ในปัจจุบัน จึงลักษณะคล้ายกับการจัดรายการเพลง Contemporary Hit Radio ของต่างประเทศ มีการจัดอันดับเพลง “Smile Radio 1 Countdown Top 40” โดยที่มาของอันดับเพลงนั้น คือการขอฟังเพลงของผู้ฟังรายการสไมล์ เรดิโอ 1 นั่นเอง

รายการสไมล์ เรดิโอ 2 มีการเปิดเพลงสากล ที่มีลักษณะคล้ายกับการจัดรายการเพลง Adult Contemporary และรายการเพลง Easy Listening ของต่างประเทศ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ คุณจูไรรัตน์ มานะวงศ์ ผู้ช่วยผู้ผลิตรายการสไมล์เรดิโอ 2 ได้อธิบายให้ฟังว่า

“เพราะคลื่นเราจะเป็นผู้ใหญ่ฟัง เพลงเลขหนักไปทาง Adult Contemporary กลุ่มนักธุรกิจ ที่ทำงานแล้ว 25 ขึ้นไป แต่คู่แข่งที่เราตามเค้าอยู่ก็คือ 105 เราเลยต้องมีเพลง Easy Listening เปิดด้วย” (สัมภาษณ์ : 18 กุมภาพันธ์ 2537)

รายการ “Smooth One O Five” เอฟ. เอ็ม. 105.0 เม็กกะเฮิร์ต เป็นรายการวิทยุของบริษัท ยู แอนด์ ไอ คอปเปอร์เรชั่น จำกัด ซึ่งเป็นรายการที่ประกาศตัวเองว่าเป็นสถานีเพลงประเภท Easy Listening และเกี่ยวกับเรื่องของเพลง Easy Listening คุณสุทธิพงศ์ ทัดพิทักษ์กุล ได้อธิบายให้ฟังว่า

“เพลง Easy Listening คือเปิดเพลงบรรเลงเป็นส่วนใหญ่ ... แต่บ้านเรา เมื่อพูดถึงเพลง Easy Listening ก็หมายความว่า เพลงที่ฟังง่าย ๆ เบา ๆ แต่เพลง ๆ หนึ่ง บางครั้งก็จัดตัวเองได้หลายประเภท อยู่ที่ตัวเพลง และอยู่ที่ภาพของนักร้องด้วยครับ” (สัมภาษณ์ : 11 พฤษภาคม 2539)

รายการสไมล์ เรดิโอ 2 จึงมีลักษณะของรายการเพลง 2 ประเภทรวมอยู่ด้วยกัน คือ รายการเพลงประเภท Adult Contemporary คือ เปิดเพลงสากลที่ได้รับความนิยม



นิยมที่ฟังผ่านไปไม่กี่ปี บางครั้งเปิดเพลงเก่าสลับสับเปลี่ยนกันไป และยังเปิดเพลงสากลประเภท Easy Listening อีกด้วย คือเปิดเพลงที่มีจังหวะช้า ฟังสบาย ๆ

รายการสไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค เปิดเพลงไทยสากลเก่าและใหม่ จึงมีลักษณะคล้ายคลึงกับรายการเพลง Easy Listening ของต่างประเทศ โดยจะเน้นเพลงที่มีจังหวะช้า ๆ ฟังสบาย ๆ เน้นการเปิดเพลงมาก ๆ โดยไม่พูดขัดจังหวะ บางครั้ง มีการเปิดเพลงเก่าและเพลงลูกทุ่งอีกด้วย เป็นการรวมเพลงหลายประเภทไว้ในรายการเดียวกัน

รายการสไมล์ เรดิโอ 4 มีการเปิดเพลงสากลยอดนิยมในปัจจุบัน จึงมีลักษณะคล้ายแนวรายการเพลง Contemporary Hit Radio ของต่างประเทศ มีการจัดอันดับเพลง “Smile Radio 4 Top 40” โดยที่มาของอันดับเพลงนั้น คือการเปิดเพลงของนักจัดรายการสไมล์ เรดิโอ 4 นั่นเอง

รายการสไมล์ เรดิโอ 5 เป็นรายการข่าวและพูดคุยเกี่ยวกับเรื่องข่าวสารทุกประเภท จึงลักษณะคล้ายกับรายการ News and Talk ของต่างประเทศ จะเปิดเพลงสากลบรรเลงในรายการ ในขณะที่รายการเท่านั้น เพราะแนวคิดหลักเป็นการรายงานข่าวและพูดคุยในรายการ

รายการสไมล์ เรดิโอทั้ง 5 รายการ เป็นการจัดผังรายการแบบ Format Station ซึ่งเป็นรูปแบบการจัดรายการแบบใหม่ มีปัจจัยหลายส่วนที่มีผลในการกำหนดรูปแบบรายการ ดังนั้น ในบทที่ 5 จะเป็นการวิเคราะห์อย่างละเอียดถึงปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดรูปแบบรายการทั้ง 5 รายการ ของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด