

พฤติกรรมกรับฟังเพลงเก่าของผู้ฟังเยส เรดิโอ เอฟ เอ็ม 93.5 เอช ดี วัน



นางสาวไพพรรณ ถาวรวิสุทธิกุล

ศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต


สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

BEHAVIOR OF OLDIES MUSIC OF YES RADIO FM 93.5 HD1



Miss Paiphan Thawornwisuthikul

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

Department of Mass Communication

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2010

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

พฤติกรรมการรับฟังเพลงเก่าของผู้ฟังยุค เรดิโอ เอฟ เอ็ม
93.5 เอช ดี วัน

โดย

นางสาวไพพรรณ ดาววิสุทธิกุล

สาขาวิชา

การสื่อสารมวลชน

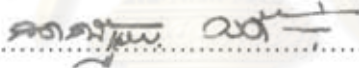
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ


..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ฌานัญฐ์ธัญ วงศ์บ้านตุ๋)


..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ)


..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ดร. มล. สรสิทธิ์ วรวรรณ)

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ไพพรรณ ดาววิสุทธิกุล: พฤติกรรมการรับฟังเพลงเก่าของผู้ฟังยุค เติโอ เอฟ เอ็ม 93.5 เอช ดี วัน.
(BEHAVIOR OF OLDIES MUSIC LISTENERS OF YES RADIO FM 93.5 HD1) อ. ที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์หลัก : รศ.ดร.กาญจนา แก้วเทพ, 229 หน้า.

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาที่มาและแนวคิดการจัดตั้งยุค เติโอ FM 93.5 HD1 เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการติดตามรับฟังรายการของกลุ่มผู้ฟัง, เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการรับฟังยุค เติโอของผู้ฟังคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ และวิเคราะห์ถึงผลการรับฟังยุค เติโอต่อการหวนนึกถึงอดีต โดยการใช้แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์นักจัดรายการแบบเจาะลึกถึงที่มารายการ สัมภาษณ์ผู้ฟังคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่แบบเจาะลึกเป็นจำนวนทั้งหมด 40 คน ถึงด้านพฤติกรรมการรับฟังยุค เติโอ, ความคิดเห็นที่มีต่อรายการ รวมถึงการรับฟังยุค เติโอต่อการหวนนึกถึงอดีตของกลุ่มผู้ฟัง และวิเคราะห์เนื้อหารายการจากองค์ประกอบต่างๆที่มีผลต่อการรับฟังรายการ

รายการยุค เติโอ FM 93.5 HD1 เป็นรายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่ โดยมีที่มาจากการเล่นเห็นว่าปัจจุบันช่องทางสื่อสำหรับคนรุ่นเก่ายังมีน้อย โดยเฉพาะทางสื่อวิทยุเอง ประกอบกับความมั่นใจของผู้ก่อตั้งว่าเพลงเก่าจะได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้ฟัง อันเนื่องมาจากเหตุผลของความถูกต้อง ถูกเวลาของตัวรายการ รวมทั้งผู้จัดรายการได้นำเอาแนวคิดโหยหาอดีตมาเป็นส่วนหนึ่งในการนำเสนอรูปแบบรายการ นอกจากนี้ผู้จัดรายการยังให้ความสำคัญกับมิตรภาพระหว่างนักจัดรายการกับผู้ฟังตลอดมา

องค์ประกอบที่เป็นเอกลักษณ์ของรายการคือเพลงและนักจัดรายการ กล่าวคือเพลงที่เปิดในรายการจะเป็นเพลงเก่าทั้งเพลงไทยและเพลงสากลที่อยู่ในช่วงปี.ศ. 2512-2537 และนักจัดรายการมีทั้งดีเจรุ่นเก่าและดีเจรุ่นใหม่ ในส่วนของกิจกรรมจะเน้นกิจกรรมเพื่อสังคมและจัดคอนเสิร์ตเพลงเรโทรเพื่อให้ผู้ฟังมาร่วมกิจกรรมก่อเกิดเป็นมิตรภาพ และย้อนวันวานไปด้วยกัน ปัจจัยต่างๆเหล่านี้ มีผลต่อการติดตามรายการของผู้ฟังต่างกัน ไป กล่าวคือ ผู้ฟังคนรุ่นเก่าจะให้ความสำคัญกับเพลง, นักจัดรายการ และกิจกรรม ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญไปที่เพลงและนักจัดรายการเป็นหลัก

สำหรับพฤติกรรมการรับฟังรายการของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มก็จะต่างกันไปด้วย คือ ผู้ฟังคนรุ่นเก่าจะรับฟังรายการมาเป็นเวลานานกว่าและดีกว่าคนรุ่นใหม่ การรับฟังของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มมีทั้งรับฟังจากวิทยุที่บ้าน, วิทยุในรถยนต์, โทรศัพท์มือถือ และอินเทอร์เน็ต แต่นิยมรับฟังทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุดทั้ง 2 กลุ่ม นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ฟังคนรุ่นเก่าร่วมกิจกรรมและเล่นเกมกับทางรายการควบคู่ไปกับการรับฟังรายการด้วย ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะเน้นการรับฟังเพลงจากทางรายการเป็นหลัก

การรับฟังรายการยุค เติโอ ส่วนใหญ่แล้วจะทำให้ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มได้หวนนึกถึงอดีต แต่มีลักษณะที่ต่างกัน คือ ผู้ฟังคนรุ่นเก่าส่วนใหญ่จะโหยหาอดีตแบบอยากกลับไปในวันวาน(nostalgia) ส่วนผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะเป็นแบบหวนรำลึกถึงเท่านั้น(retro) ส่วนผลที่ได้จากการรับฟังรายการ ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มเน้นรับฟังเพื่อความเพลิดเพลิน ผ่อนคลายความเครียดเป็นหลัก

ภาควิชา.....การสื่อสารมวลชน.....ลายมือชื่อนิสิต.....ไพพรรณ ดาววิสุทธิกุล.....
สาขาวิชา.....การสื่อสารมวลชน.....ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....
ปีการศึกษา.....2553.....

5284698528 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEYWORDS : LISTENING BEHAVIOR / OLDIES MUSIC / RADIO / NOSTALGIA / RETRO

PAIPHAN THAWORNWISUTHIKUL: BEHAVIOR OF OLDIES MUSIC LISTENERS OF YES
RADIO FM 93.5 HD1. ADVISOR : ASSOC.PROF.KANJANA KAEWTHEP, Ph.D., 229 pp.

The objective of the study are; to study background and concepts of FM 93.5 HD1 Yes Radio, to determine factors influencing listeners' listening behavior, to compare listening behaviors between the old listeners and the young listeners and analyze results of oldies music played by the radio station. In this qualitative research, in-depth interview of disc jockey and 40 old and young listeners were conducted to identify behavior of Yes Radio listeners, their opinions towards the program, their reminiscence of the past and different aspects of the program's contents affecting listeners' listening behavior.

FM 93.5 HD1 Yes Radio realizes at present there are not many media activities dedicated to listeners of oldies music , especially radio stations. Additionally, the Yes Radio manager was confident that oldies music would receive a warm welcome from listeners because it came at the right place and time. The concepts of recollection of past experiences is included in the program's agenda and relationships between disc jockeys and listeners are emphasized.

Unique characteristics of Yes Radio are its music and disc jockeys. The music played by the stations is from the years 1969-1994 and there is a variety in ages of disc jockeys. In regard to activities, Yes Radio places emphasis on activities for society and retro concerts bringing together listeners to collectively reminisce the past. All these factors contribute to royal listening behavior of listeners in different ways, i.e. old listeners placing importance on music, disc jockeys and activities while young listeners mainly paying attention to music and disc jockeys.

It was found that old listeners had listened to the program for a longer time than young listeners. Both groups of listener listen to the program from home radio , car radio and mobile phones. The Internet turned out to be the most popular medium of listening to the program among both groups of listeners. Moreover, it was found that apart from listening to music, old listeners participated in activities and games organized by the station whilst young listeners were mainly interested in listening to music.

Yea Radio makes listeners recollect the past in different ways: old listeners feel nostalgic for the past while young listeners merely had retrospect of the past. In reference to outcomes of their listening experience, both groups of listeners mainly focus on pleasure and relaxation while listening to Yes Radio.

Department :Mass Communication.....

Student's Signature Paiphan Thawornwisuthikul

Field of Study :Mass Communication.....

Advisor's Signature Kanjana

Academic Year : 2010.....

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยครั้งนี้คงไม่สามารถสำเร็จลุล่วงได้ หากปราศจากความช่วยเหลือและกำลังใจจากบุคคลสำคัญดังต่อไปนี้

ครอบครัววารวิสุทธิกุลทุกคน โดยเฉพาะพ่อกับแม่ที่ไม่เคยกดดันลูก คอยอยู่เคียงข้าง และยอมรับการตัดสินใจของลูกคนนี้เสมอ ขอขอบคุณสำหรับอิสรภาพ และความรักที่เติมเต็มจนล้นตลอดมาค่ะ

ขอขอบคุณท่านอาจารย์กาญจนา หนูดีใจมากค่ะที่ได้เป็นหนึ่งใน advisee ของอาจารย์ อาจารย์เป็นคนจุดประกายหัวข้อวิทยานิพนธ์ และทำให้หนูมีแรงฮึดจนเดินมาถึงฝั่งฝันวันนี้ได้ค่ะ ขอขอบพระคุณอาจารย์ณัฏฐิ์ณ ที่สละเวลามาเป็นประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ให้ค่ะ ขอขอบพระคุณอาจารย์สรสิริ ที่ช่วยสละเวลามาร่วมให้คำแนะนำดีๆที่มีประโยชน์มากค่ะ และขอขอบพระคุณอาจารย์ภาคการสื่อสารมวลชนทุกคนที่ช่วยประสิทธิ์ประสาทวิชา ทำให้หนูรู้จัก MC อย่างลึกซึ้งมากขึ้น

ขอขอบคุณพี่อ้อด จักรกฤษสำหรับข้อมูลที่มารายการอย่างละเอียด ไม่มีกั๊ก และพี่อ้อด อภิเดชสำหรับข้อมูลการติดต่อผู้ฟังอันเหลือเฟือค่ะ

ขอขอบคุณผู้ฟังใจดีชาวเอส เรดิโอทั้ง 40 ท่านที่สละเวลามาให้ความคิดเห็นอันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง หวังว่ามิตรภาพระหว่างเราในวันนี้จะยังยืนต่อไปอีกนานเท่านานนะคะ

ขอบคุณเพื่อนๆชาว MC ดีใจที่มีโอกาสได้มารู้จักกัน ขอขอบคุณที่เป็นกำลังใจและให้คำแนะนำในยามท้อแท้ ช่วงเวลาระหว่างเรามันน่าจดจำเสมอ

ท้ายสุด ขอขอบคุณเสียงเพลงบนโลกใบนี้ ไม่ว่าจะเป็เพลงแบบใดก็ตาม อยากบอกว่า ดนตรีเป็นยาวิเศษที่ทำให้ทุกครั้งที่คุณเผชิญกับปัญหาแล้วรู้สึกว่ายังมีเพื่อนคนหนึ่งคอยอยู่เคียงข้าง แค่เปิดและฟัง ก็จะมีพลังดีๆ ตามมา มิตรภาพเกิดขึ้นได้ แม้ไม่ต้องรู้จักกัน :)

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหานำวิจัย.....	17
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	17
ขอบเขตของการวิจัย.....	17
ข้อสันนิษฐานในการวิจัย.....	18
นิยามศัพท์ปฏิบัติการ.....	18
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	20
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	21
แนวคิดโหยหาอดีต หรือ nostalgia.....	21
แนวคิดเกี่ยวกับรายการเพลงทางวิทยุ.....	27
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่ออินเทอร์เน็ต.....	31
ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ.....	35
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรเปิดรับสารจากสื่อมวลชน.....	39
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	42
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	51
แหล่งข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	51
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	52
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล.....	54

	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	57
การนำเสนอข้อมูล.....	58
กรอบแนวคิด.....	58
บทที่ 4 ที่มาและแนวคิดการก่อตั้งรายการเยส เรดิโอ FM 93.5 HD1.....	59
ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับรายการเยส เรดิโอ FM 93.5 HD.....	59
การวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้เกิดรายการเยส เรดิโอ FM 93.5 HD1.....	63
บทที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อการติดตามรับฟังรายการเยส เรดิโอในกลุ่มผู้ฟัง.....	79
วิเคราะห์เกี่ยวกับเนื้อหา รูปแบบรายการเยส เรดิโอ FM 93.5 HD1.....	79
ความคิดเห็นของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการติดตามรับฟังเยส เรดิโอ FM 93.5 HD1.....	100
บทที่ 6 พฤติกรรมในการรับฟังเพลงจากรายการเยส เรดิโอของผู้ฟังคนรุ่นเก่าและผู้ฟังคนรุ่นใหม่.....	122
พฤติกรรมการรับฟังเยส เรดิโอในกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่.....	122
ความคิดเห็นที่ผู้ฟังทั้งสองกลุ่มมีต่อองค์ประกอบต่างๆของรายการเยส เรดิโอ.....	146
บทที่ 7 ปัจจัยในรายการเยส เรดิโอมีผลต่อการหวนนึกถึงภาพความทรงจำในอดีตต่อกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่.....	166
ปัจจัยในรายการเยส เรดิโอมีผลต่อการหวนนึกถึงภาพความทรงจำในอดีตต่อกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่.....	166
ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากการรับฟังเยส เรดิโอ.....	185
บทที่ 8 สรุป อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ.....	199
สรุปผลการวิจัย.....	199
อภิปรายผลการวิจัย.....	209

ข้อเสนอแนะ.....	224
รายการอ้างอิง.....	226
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	229



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1	เปรียบเทียบธรรมชาติของสื่อวิทยุและสื่ออินเทอร์เน็ต..... 34
ตารางที่ 2	แสดงข้อมูลการเปรียบเทียบระหว่างองค์ประกอบของรายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่กับที่มาของเอส เรดิโอ..... 64
ตารางที่ 3	แสดงข้อมูลเปรียบเทียบองค์ประกอบรายการวิทยุสำหรับผู้ใหญ่กับรายละเอียดต่างๆในรายการเอส เรดิโอ..... 81
ตารางที่ 4	วิเคราะห์รูปแบบการจัดรายการของนักจัดรายการแต่ละคน ช่วงเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม พ.ศ.2553..... 85
ตารางที่ 5	แสดงข้อมูลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านต่างๆที่นำเสนอผ่านทางสื่อวิทยุและสื่ออินเทอร์เน็ต..... 97
ตารางที่ 6.1	แสดงข้อมูลผู้ฟังคนรุ่นเก่า..... 100
ตารางที่ 6.2	แสดงข้อมูลผู้ฟังคนรุ่นใหม่..... 101
ตารางที่ 7	แสดงข้อมูลปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการติดตามรับฟังรายการเอส เรดิโอในกลุ่มผู้ฟัง..... 103
ตารางที่ 8	แสดงข้อมูลการมีส่วนร่วมของผู้ฟังกับทางรายการด้านการเล่นเกมและร่วมกิจกรรม..... 114
ตารางที่ 9	แสดงข้อมูลผู้ฟังรู้จักเอส เรดิโอผ่านทางวิธีการต่างๆ..... 123
ตารางที่ 10	แสดงข้อมูลช่วงเวลา que ผู้ฟังนิยมรับฟังรายการเอส เรดิโอ FM 93.5 HD1..... 126
ตารางที่ 11	แสดงข้อมูลความถี่ในการรับฟังรายการเอส เรดิโอ FM 93.5 HD1 ในกลุ่มผู้ฟัง.. 126
ตารางที่ 12	แสดงข้อมูลช่องทางการรับฟังรายการของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม..... 129
ตารางที่ 13	แสดงข้อมูลสถานที่ที่รับฟังรายการของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม..... 130
ตารางที่ 14	แสดงข้อมูลของผู้ฟังทั้งสองกลุ่มกับการใช้อินเทอร์เน็ตและร่วมสนทนาใน c-box..... 144
ตารางที่ 15	แสดงข้อมูลการรับฟังเอส เรดิโอแล้วหวนนึกถึงอดีต และเปรียบเทียบความชอบเพลงเก่าและเพลงร่วมสมัยในปัจจุบันของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม..... 167
ตารางที่ 16	แสดงข้อมูลด้านปัจจัยในรายการเอส เรดิโอที่มีผลต่อการหวนนึกถึงอดีต..... 167

ตารางที่ 17	แสดงข้อมูลด้านประโยชน์และความพึงพอใจที่ผู้ฟังได้รับจากการรับฟังเสส เเรดิ โอ.....	185
-------------	---	-----



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 1	แผนผังการจัดรายการของดีเจในช่วงเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2553.....	11
ภาพที่ 2	หน้า homepage ของเอส เรดิโอทางเว็บไซต์ www.yesradiothai.com.....	94
ภาพที่ 3	รูปแบบของ c-box ในเว็บไซต์ www.yesradiothai.com.....	95
ภาพที่ 4	รูปแบบเว็บบอร์ดของเอส เรดิโอในเว็บไซต์ www.yesradiothai.com.....	96
ภาพที่ 5	เปรียบเทียบสาเหตุการรับฟังทางอินเทอร์เน็ตของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม.....	206
ภาพที่ 6	สรุปกรอบแนวคิดหลังจากทำการวิจัย.....	209
ภาพที่ 7	แผนผังรูปแบบจำลองแนวคิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังใน รายการเอส เรดิโอ FM 93.5 HD1.....	213
ภาพที่ 8	แสดงการเปรียบเทียบความต่างรูปแบบการรับฟังระหว่างผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม.....	217

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

“เพลง” นับเป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่งที่ได้เข้ามามีบทบาทอย่างสูงในการดำรงชีวิตของมนุษย์ เป็นผลสะท้อนทางความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ ทศนคติ ขนบธรรมเนียมประเพณี ตลอดจนพฤติกรรมของมนุษย์ได้เป็นอย่างดี ขณะเดียวกันยังช่วยโน้มน้าวพฤติกรรมและทัศนคติของสังคมให้ดำเนินไปตามบรรทัดฐานของสังคมอีกด้วย

มีคำกล่าวไว้ว่า “เพลงเก่าเป็นปฐมบทของเพลงปัจจุบัน” สำหรับผู้ฟังท่านใดที่ชื่นชอบการฟังเพลงเป็นชีวิตจิตใจ ติดตามฟังทุกยุคทุกสมัย ตั้งแต่รุ่นคุณพ่อคุณแม่ หรืออาจจะเก๋ากว่านั้น อย่างรุ่นคุณตาคุณยาย แล้วนำมาเปรียบเทียบกับเพลงในยุคปัจจุบันนี้ คงมีความเห็นสนับสนุนกับประโยคดังกล่าวข้างต้น เพราะเพลงเก่านั้นถือได้ว่ามีคุณค่าทางจิตใจ ทั้งยังเป็นต้นแบบในการศึกษาการเขียนเนื้อร้องของนักประพันธ์เพลงในปัจจุบันด้วย แต่เมื่อเวลาเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย เพลงในปัจจุบันจึงได้ถือกำเนิดขึ้นอีกหลากหลายรูปแบบแนวดนตรี พลอยมีผลทำให้นับวันเพลงเก่าๆ ในยุคคลาสสิก (1960-1990) ทั้งเพลงไทยร่วมสมัย เพลงลูกทุ่ง ลูกกรุง หรือจะเป็นเพลงสากลที่ทั้งเนื้อเพลงและจังหวะดนตรีช่างไพเราะเสนาะหู ฟังแล้วให้ความรู้สึกผ่อนคลายสบายอารมณ์เมื่อครั้งคุณปู่คุณย่า คุณตา คุณยาย หรือจะเป็นรุ่นคุณพ่อคุณแม่ที่เคยชอบฟัง ตามหน้าปิดตัวเลขของคลื่นวิทยุเริ่มจะหาฟังกันได้ยากขึ้นเรื่อยๆ

สืบเนื่องจาก ดนตรีหรือเพลงมีพัฒนาการไปตามกาลเวลา สำหรับปัจจุบัน สังคมไทยก้าวเข้าสู่ความเป็นสังคมผู้บริโภค ประชาชนจะพบว่าความบันเทิงเป็นสิ่งหาง่าย และมีความหลากหลายให้เลือกเพราะเป็นยุคของ “การผลิตเพื่อมวลชน”

วงการเพลงไทยเมื่อเข้าสู่ระบบธุรกิจเพลงไทยสากล (หลังปี พ.ศ. 2524) เป็นต้นมา ทุกอย่างต้องมีการวางแผนเป็นขั้นตอน เพื่อให้ได้มาซึ่งยอดจำหน่ายตรงตามเป้าหมายที่วางไว้ เพื่อต่อสู้กับคู่แข่งกันในวงการเพลงเดียวกัน และด้วยเหตุนี้เพลงสมัยนิยมจึงกลายเป็นสินค้าที่ต้องถูกจับมาตกแต่งให้มีลักษณะที่สนองความต้องการของตลาดให้ได้มากที่สุด จนเป็นผลให้วงการเพลงไทยมีแนวเพลงให้เลือกเสพ เลือกรับฟังกันมากขึ้น ซึ่งก็ถือได้ว่าเป็นผลดีต่อกลุ่มผู้ฟังเอง อย่างไรก็ตาม แม้เพลงจะมีให้เลือกรับฟังกันมาก แต่ส่วนใหญ่แล้วเพลงเหล่านี้มักจะเป็นเพลงที่ผลิตมาเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มวัยรุ่นเป็นหลัก สังเกตได้จากเพลงที่ติดอันดับความนิยมต่างๆ

คลื่นวิทยุหลายๆคลื่นในเขตกรุงเทพมหานคร มักเป็นเพลงยอดนิยม (contemporary hits) แบบที่วัยรุ่นชื่นชอบฟังกันแทบทั้งสิ้น แม้เพลงยอดนิยมเหล่านี้จะเป็นที่ถูกใจของกลุ่มแฟนเพลงวัยรุ่น แต่ก็เท่ากับเป็นผลให้ผู้ฟังอีกจำนวนหนึ่ง (โดยเฉพาะกลุ่มผู้ฟังวัยทำงานที่อายุ 30 ปีขึ้นไป) ที่ไม่ได้มีความชื่นชอบเพลงประเภทดังกล่าว มีโอกาสรับฟังเพลงแบบที่ตนเองชอบจากสื่อมวลชนอย่างวิทยุโทรทัศน์ในปัจจุบันได้น้อยมาก นั่นเป็นเพราะช่องทางสื่อที่เปิดเพลงในวันวานนั้นยังมีอยู่น้อย เพื่อเป็นการยืนยันคำกล่าวข้างต้น จะแสดงให้เห็นถึงข้อมูลด้านคลื่นความถี่วิทยุและประเภทของเพลงในเขตกรุงเทพมหานครในปี พ.ศ. 2552 ดังต่อไปนี้

รายชื่อรายการวิทยุและคลื่นความถี่หลักของวิทยุในกรุงเทพมหานคร ช่วงปี พ.ศ.2552*

คลื่นความถี่หลัก === ชื่อเรียกปกติ --- [เจ้าของคลื่น]

87.5 === วิทยุรัฐสภา --- [สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร]

88.0 === Wave FM --- [กรมประชาสัมพันธ์ (ภาคภาษาอังกฤษ)] **เพลงสากล**

88.5 === ลูกทุ่งไทยแลนด์ --- [กองทัพเรือ (เสียงจากทหารเรือ สทร.1)] **เพลงลูกทุ่ง**

89.0 === Chill FM --- [กองทัพบก (ยานเกราะ)] **เพลงวัยรุ่นฟังสบายๆ**

89.5 === Sweet FM --- [ม.เทคโนโลยีราชมงคล] **เพลงยอดนิยมวัยรุ่น**

90.0 === Balance FM --- [กองทัพบก (พล.1 รอ.)] **เพลงยอดนิยมวัยรุ่น**

90.5 === Nation Radio --- [กระทรวงกลาโหม (วพท.)]

91.0 === สวพ.91 --- [สำนักงานตำรวจแห่งชาติ (กองตำรวจสื่อสาร สวพ.4)]

91.5 === Hot Wave 91.5 --- [กองทัพบก (ยานเกราะ)] **เพลงวัยรุ่นเน้นเพลงจากค่ายแกรมมี่**

92.0 === วิทยุศึกษา --- [กระทรวงศึกษาธิการ]

- 92.5 === วิทยุประเทศไทย (รายการ 1) [กรมประชาสัมพันธ์]
- 93.0 === COOL93 fahrenheit --[กองทัพเรือ(เสียงจากทหารเรือ สทร.1)] **เพลงยอดนิยมวิทยุรุ่น**
- 93.5 === True Music Radio --- [กรมประชาสัมพันธ์] **เพลงยอดนิยมวิทยุรุ่น**
 *ปัจจุบัน (พ.ศ.2553) เปลี่ยนเป็นรายการ Yes radio รายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่
 ที่เปิดเพลงย้อนไปประมาณ 20-30 ปีที่แล้ว มีทั้งเพลงไทยและเพลงสากล
- 94.0 === EFM --- [กองทัพบก (ททบ.)] **เพลงวิทยุรุ่นเน้นเปิดเพลงจากค่ายแกรมมี่**
- 94.5 === ลูกทุ่งเอฟเอ็ม --- [กองทัพบก (จส. 94.5)] **เพลงลูกทุ่ง**
- 95.0 === ลูกทุ่งมหานคร --- [อสมท.] **เพลงลูกทุ่ง**
- 95.5 === 95.5 Virgin Hitz --- [กรมประชาสัมพันธ์] **เพลงยอดนิยมวิทยุรุ่น**
- 96.0 === Sport Radio --- [กองทัพบก (รต.)]
- 96.5 === คลื่นความคิด --- [อสมท.]
- 97.5 === Seed FM --- [อสมท.] **เพลงยอดนิยมวิทยุรุ่น**
- 98.5 === 98.5 Good FM --- [กทช. (1 ปณ.)] **เพลงฟังสบาย รมีทั้งวิทยุรุ่นและเพลงเก่าที่
 ย้อนไปไม่มาก**
- 99.0 === Active Radio --- [อสมท.]
- 99.5 === ร่วมด้วยช่วยกัน --- [กองบัญชาการกองทัพไทย (919 นทพ.)]
- 100.0 === จส.100 --- [กองทัพบก (จส.100)]

- 100.5 === สถานีข่าวและสาระ --- [อสมท.]
- 101.0 === Radio Report One (RR1) --- [กองบัญชาการกองทัพไทย]
- 101.5 === วิทยุจุฬาฯ --- [จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]
- 102.5 === Get 102.5 --- [กองทัพอากาศ (ทอ.06)] **เพลงสากล**
- 103.0 === Max 103 --- [กองทัพบก (จส.2)] **เพลงยอดนิยมวัยรุ่น**
- 103.5 === FM One --- [กองทัพบก] **เพลงยอดนิยมวัยรุ่น**
- 104.0 === อส. พระราชวังดุสิต --- [สำนักพระราชวัง]
- 104.5 === Fat Radio --- [กองทัพบก (พล.ปตอ.)] **เพลงยอดนิยมวัยรุ่น เน้นเปิดเพลงอินดี้**
- 105.0 === Wisdom Radio --- [กรมประชาสัมพันธ์]
- 105.5 === Easy FM 105.5 --- [อสมท. (ไทยทีวีสีช่อง 3)] **เพลงฟังสบายๆที่ไม่เก่ามาก**
- 106.0 === วิทยุครอบครัวข่าว --- [กองทัพเรือ (เสียงจากทหารเรือ สทร.1)]
- 106.5 === Green wave --- [กทช. (1 ปณ.)] **เพลงฟังสบายๆ ที่ย้อนไปประมาณ 5-20 ปี**
- 107.0 === MET 107 --- [อสมท.] **เพลงวัยรุ่น มีเล่าเรื่องไลฟ์สไตล์ในกรุงเทพฯด้วย**
- 107.5 === YES RADIO (ปัจจุบันไม่มีแล้ว) **เพลงสำหรับผู้ใหญ่ที่ย้อนไปประมาณ 20-30 ปีที่แล้ว**

*ที่มา: <http://topicstock.pantip.com/chalermthai/topicstock/2009/01/A7392961/A7392961.html>

จากข้อมูลข้างต้นนี้ จะเห็นได้ว่ารายการวิทยุในกรุงเทพมหานคร มีหลากหลายประเภท ทั้งรายการเพลง, รายการข่าว, รายการพูดคุย เป็นต้น ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเป็นรายการวิทยุแบบ Format Station ที่ดำเนินรายการโดยยึดรูปแบบรายการเป็นหลัก เช่น รายการเพลง ก็จะเน้นการเปิดเพลงในสัดส่วนที่มาก หรือหากเป็นรายการพูดคุยก็จะเน้นการพูดคุยเป็นหลัก

ในที่นี้จะขอกล่าวถึง แต่เพียงรายการวิทยุที่เน้นการเปิดเพลงเป็นหลัก ซึ่งรายการเพลงส่วนใหญ่ในกรุงเทพฯ นั้น จะเป็นรายการเพลงยอดนิยมวัยรุ่น (comtemporary hit radio) มีจำนวนถึง 13 สถานี จากทั้งหมด 22 สถานี รองลงมาเป็นเพลงลูกทุ่ง มีจำนวน 3 สถานี และเพลงฟังสบาย (easy listening) 3 สถานี ที่เหลืออีก 2 สถานีเป็นรายการเพลงสากล และอีก 1 สถานี เป็นรายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่ (Adult contemporary)

จากข้อมูลตัวเลขข้างต้น จะเห็นได้ว่ารายการวิทยุในกรุงเทพฯ นิยมเปิดเพลงยอดนิยมวัยรุ่นกันมาก แต่รายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่กลับมีน้อยมากเมื่อเทียบเป็นสัดส่วนกันแล้ว แม้จะมีรายการเพลงบางรายการที่นิยมเปิดเพลงเก่าๆ อยู่บ้าง อย่างเช่นรายการกรีนเวฟ แต่ก็อาจจะยังไม่ใช่เพลงเก่าที่ตรงตามความต้องการอยากฟังของกลุ่มผู้ฟังผู้ใหญ่ที่ทำงานแล้ววัย 30 ขึ้นไปเสียทีเดียว (มีเพียง 1 สถานีเท่านั้นที่เปิดเพลงย้อนไปในวันวานมาก เป็นพิเศษคือรายการเอส เรดิโอ FM 107.5 MHz)

ด้วยความที่เพลงมีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตประจำวันของคนเราเป็นอย่างมาก ทั้งช่วยทำให้เกิดความสนุกสนาน ผ่อนคลายความเครียด เป็นเพื่อนยามเหงา เป็นหัวข้อให้สนทนากับเพื่อนในกลุ่ม แต่เมื่อความสุขในการรับฟังเพลงที่ตนเองชื่นชอบขาดหายไป ก็อาจส่งผลให้ความสุขทางใจต้องพลอยหดหายไปเช่นกัน

จากตัวเลขจำนวนรายการเพลงวิทยุสำหรับผู้ใหญ่ที่มีอยู่เพียงรายการเดียวในเขตกรุงเทพมหานคร จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาว่าผู้ผลิตรายการมีแนวคิดอย่างไรที่ได้จัดตั้งรายการเพลงประเภทนี้ขึ้น แล้วจะมีกลุ่มผู้ฟังให้ความสนใจหรือไม่ รวมทั้งมีเทคนิคในการจัดรายการอย่างไรให้รายการยังคงดำเนินต่อไปได้ถึงปัจจุบัน (เนื่องจากรายการเอส เรดิโอทาง FM 107.5 MHz เป็นอีกหนึ่งตัวอย่างที่แสดงให้เห็นว่าปัญหาเรื่องธุรกิจได้เข้ามาเป็นอุปสรรคทำให้รายการไม่สามารถจะออกอากาศได้อีกต่อไป)

สำหรับรายการเอส เรดิโอ (Yes Radio) FM 93.5 HD1 เป็นรายการเพลงที่เน้นเปิดเฉพาะเพลงเก่าทั้งเพลงไทยและเพลงสากลที่อยู่ในช่วงปี พ.ศ. 2512-2537 (เป็นเวลาประมาณ 20-40 ปีมาแล้ว) แท้จริงแล้วได้ออกอากาศครั้งแรกตั้งแต่ เดือนกันยายน 2552 ทาง FM 107.5 MHz แต่ได้ยุติการออกอากาศทางสถานีวิทยุไปเมื่อสิ้นเดือนสิงหาคม 2553 ที่ผ่านมานี้ เนื่องจากสาเหตุทาง

ธุรกิจ (รวมระยะเวลาการออกอากาศทั้งสิ้นของรายการเยส เรดิโอ FM 107.5 MHz คือ 1 ปี ตั้งแต่ กันยายน 2552- สิงหาคม 2553)

คุณจักรกฤษ ศิลปชัย ได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับที่มาของรายการ เยส เรดิโอดังแต่เมื่อครั้งยังอยู่ที่คลื่น FM 107,5 MHz ไว้ในเว็บไซต์ www.siamdara.com ดังนี้

"จุดเริ่มต้นมันเป็นความเชื่อ และสัญชาตญาณบางอย่างที่ผมมองว่า พื้นที่ของคนอายุ 40 ขึ้นไปเนี่ยนะครับ หลายปีที่ผ่านมาเค้าไม่มีพื้นที่เลย ดังนั้นผมมองว่ามันน่าจะมีโอกาสในการดูแลพวกเค้า ในพื้นที่อย่างนี้ เราก็มองเห็นว่าเพลงเก่าน่าจะเป็นตัวเชื่อมที่ดี เป็นจุดเริ่มต้นของ "YES RADIO" เราใช้เวลาตั้ง 2-3 ปีเนาะครับ ที่จะคุยกับหลายๆ คน ว่ารายการอย่างนี้น่าจะมีคนฟังหลายๆ คนก็บอกว่าเป็นไปไม่ได้หรอก ทุกวันนี้เนี่ย เค้าไม่ฟังวิทยุกันแล้ว เราก็บอกว่าเราจะขับพอร์ตด้วยอินเทอร์เน็ตด้วยนะ เค้าก็บอกว่าคนสี่สิบไม่เล่นอินเทอร์เน็ต วัยรุ่นเท่านั้นที่จะเล่นอินเทอร์เน็ตอะไรแบบนี้ครับ ผมก็ไม่เชื่อ ผมก็ใช้เวลาในการค้นหาผู้คนที่เชื่อผม ก็เกือบๆ 3 ปี และในที่สุด YES ก็เกิดขึ้น เราก็จะเห็นว่าความสุขของสังคมกับบทเพลงกับดีเจที่กลับมาทำงานกันอีกครั้งหนึ่งเนี่ย มันสามารถสร้างมิตร สร้างรอยยิ้ม สร้างความทรงจำดีๆ ความทรงจำบางส่วนที่ขาดหายไปในสังคม กลับคืนมาสู่สังคมได้ ก็เป็นความมั่งคั่งที่เดียวครับ"

จะเห็นได้ว่าหน้าที่ของรายการเพลงทางวิทยุไม่ได้มีเพียงแค่เพลงของวันวานที่กลับมาเท่านั้น หากแต่ยังรวมไปถึง ดีเจคนรุ่นเก่า,บรรยากาศแบบวันวาน และการเปิดพื้นที่ทางสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อให้ผู้ฟังได้มาร่วมสนทนา พูดคุยเรื่องราวในวันวานกันด้วย

การออกอากาศรายการเยส เรดิโอควบคู่กันไปทั้งสองรายการในเวลาเดียวกัน (ช่วงระหว่างเดือนพฤษภาคม-สิงหาคม 2553 เป็นเวลา 4 เดือน) ถือเป็นภาระแนะนำรายการเยส เรดิโออีกคลื่น (FM 93.5 HD1) ให้เป็นที่รู้จักกันในกลุ่มผู้ฟัง หรืออาจจะเป็นการตีตลาดให้ผู้ฟังกลุ่มที่เคยฟังเยส เรดิโอ FM 107.5 MHz ได้รู้จักรายการเยส เรดิโอ FM 93.5 HD1 ไปด้วยอีกคลื่นหนึ่ง เมื่อไม่มีรายการเยส เรดิโอ FM 107.5 MHz แล้ว ผู้ฟังก็ยังสามารถรับฟังแนวเพลงเก่าที่ชื่นชอบกันได้ทาง FM 93.5 HD1 รวมทั้งยังอาจทำให้ผู้ฟังเพิ่มจำนวนมากขึ้นกว่าเดิมด้วยหลังจากที่เยส เรดิโอ FM 107.5 MHz ต้องถูกปิดตัวลง

สำหรับแนวเพลงที่เปิด รูปแบบการนำเสนอต่างๆ ของรายการเยส เรดิโอทั้งสองคลื่น มีลักษณะคล้ายคลึงกันกับทาง เยส เรดิโอ FM 93.5 HD1 กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายหลักก็ยังคงเป็นผู้ฟังวัยทำงาน 30 ปีขึ้นไปเช่นเดิม ด้านการรับฟัง สามารถรับฟังได้ 2 ช่องทางเช่นกัน คือ ทางวิทยุและทางอินเทอร์เน็ต แต่ในรายละเอียดต่างๆ จะต่างกันออกไป อย่างเช่น ช่วงรายการแต่ละช่วงนั้นจะไม่เหมือนกัน อาจกล่าวได้ว่าโดยรวมแล้วรายการเยส เรดิโอทั้งสองคลื่นมีความคล้ายคลึงกัน

ทั้งนี้ตัวดีเจส่วนหนึ่งจากทางคลื่นเดิมก็ได้ย้ายมาอยู่ที่คลื่นใหม่ทาง FM 93.5 MHz ด้วย อาทิเช่น คุณจักรกฤษ ศิลปชัย, คุณบุษบา มหัทธพงศ์, คุณอภิเดช มหัทธพงศ์, คุณพิพัฒน์ วิรัชศิลป์, คุณอัศวพล ปิ่นสุวรรณ แต่เป็นการร่วมงานกับบริษัทผู้บริหารคนใหม่ อย่างบริษัท ฟาติมา บรอดคาสติ้ง อินเทอร์เน็ต จำกัด ซึ่งบริษัทนี้อยู่ในวงการวิทยุมาตั้งปี พ.ศ.2533 ถ้าจะนับรวมถึงปัจจุบันก็เป็น ระยะเวลาถึง 20 ปีแล้ว จึงอาจเป็นไปได้ว่าด้วยความมั่นคงของบริษัทอาจจะมีส่วนให้รายการเอส เอดีโออยู่มาได้ถึงปัจจุบัน (เมื่อครั้งยังเป็นเอส เอดีโอ FM 107.5 MHz เป็นคลื่นภายใต้การดูแลของมูลนิธิรวมใจพัฒนา ซึ่งเดิมเป็นคลื่นว่าง ไม่มีใครเข้ามาบริหารคลื่น)

สิ่งหนึ่งที่เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้รายการดำเนินต่อไปได้ ก็คือ ผู้สนับสนุนรายการ หรือสปอนเซอร์ ซึ่งผู้สนับสนุนรายการจะมีทั้งสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น เครื่องดื่มสิงห์, ยาจุดกันยุงตราห่านฟ้า, น้ำมันโอสถ, สบู่เบนเนต, ดัชมิลล์, คิงสเล่า แคมพูน้อมผม มาโน ดาร์กแฮร์ ซึ่งจากที่กล่าวมา สินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่ตอบสนองความต้องการในกลุ่มผู้ใหญ่ที่ทำงานแล้ว ไม่ใช่สินค้าจำพวกเครื่องใช้เทคโนโลยีอย่างที่กลุ่มวัยรุ่นให้ความสนใจกัน เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายหลักของรายการจัดอยู่ในกลุ่มคนวัย 30 ปีขึ้นไป ประกอบกับสินค้าเพื่อกลุ่มผู้ใหญ่วัย 30-40 ปีขึ้นไปยังหาช่องทางการประชาสัมพันธ์สินค้าได้ยาก สปอนเซอร์เหล่านี้จึงสนับสนุนรายการเอส เอดีโอให้อยู่ได้นานๆ เพื่อผลประโยชน์ต่อสินค้าของตนด้วย ส่วนผู้สนับสนุนอื่นๆ อย่างเช่น กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข, ศูนย์ กทม.1555, ททท., กรมทางหลวง ฯลฯ และที่ขาดไม่ได้คือ บริษัท ฟาติมา บรอดคาสติ้ง อินเทอร์เน็ต จำกัด ซึ่งเป็นผู้สนับสนุนหลักของทางรายการ โดยเชิญชวนให้กลุ่มสินค้าต่างๆ ได้เข้ามาร่วมเป็นหนึ่งในผู้สนับสนุนรายการเอส เอดีโอไปด้วยกันกับทางบริษัทฟาติมาฯ จากที่กล่าวมานั้นจะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านเศรษฐกิจได้เข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการจัดตั้งรายการเพลงทางวิทยุส์รายการหนึ่ง ทั้งยังรวมไปถึงการบริหารงานให้สามารถดำเนินต่อไปได้ในระยะยาวด้วย กลยุทธ์ต่างๆที่จะนำมาใช้จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ควรต้องคำนึงถึงด้วย

ในส่วนของแนวเพลง สาเหตุที่ทางรายการนิยมเปิดเพลงในช่วงปี พ.ศ. 2512-2537 ก็เพราะ ช่วงนี้ถือได้ว่าเป็นยุคทองของเพลงไทยที่เพิ่งจะเริ่มเปลี่ยนแนวจากสุนทราภรณ์มาเป็นประเภทป๊อปมากขึ้น เกิดเป็นปรากฏการณ์ที่วัยรุ่นในช่วงนั้นให้ความสนใจกันมาก (นิโลบล โควพิทักษ์เทศ, 2535) พบว่า ในปี พ.ศ. 2512 วงดนตรีประเภทสตริงคอมโบ ได้รับความนิยมแทนที่วงดนตรีของสุนทราภรณ์ และวงชาโดว์ วงดนตรีอิมพอสซิเบิล ซึ่งประกอบด้วย เศรษฐา ศิระฉายา, วินัย พันธุรักษ์, อนุสรณ์ พัฒนกุล, สิทธิพร อมรพันธุ์ และแดนพิชัย ธรรมเนียม ได้ชนะเลิศการประกวด 3 ครั้งติดต่อกันและนับได้ว่า “เป็นวงดนตรีประเภทสตริงคอมโบของไทยเราวงแรกที่สามารถสร้างความรู้สึกเป็นสากลและเป็นวงแรกอีกเช่นกันที่ช่วยบุกเบิกให้วัยรุ่นในยุคนั้นหันมาฟังเพลงไทยแนวใหม่ นับจากนั้นวงดนตรีสตริงคอมโบก็เป็นที่แพร่หลายในวงการเพลงไทยสากล วง

ดนตรีอื่นๆที่เป็นที่รู้จักกัน เช่น วงแกรนด์เอ็กซ์ (Grand Ex) รอยัลสไปรท์ส (Royal Sprites) วงชาตรี เป็นต้น

ต่อมาวงแกรนด์เอ็กซ์ก็ได้พลิกวงการด้วยการนำเพลงไทยลูกทุ่งมาทำเป็นเพลงดิสโก้ในปี พ.ศ. 2522 ซึ่งสามารถปลุกตลาดเทปเพลงไทยสากลให้ตื่นตัวขึ้นมาได้ โดยเน้นเทปเพลงไทยสากลที่มียอดสูงนับแสนม้วนเป็นชุดแรก จุดนี้เองทำให้เกิดธุรกิจที่เรียกกันว่า “วงการเทป” วงชาตรีเป็นวงดนตรีอีกวงหนึ่งที่สร้างมิติใหม่ให้กับวงการเพลงไทยสากลด้วยการวางแนวเฉพาะตัว ทั้งท่วงทำนอง การแต่งเพลงที่สนุกสนานใช้ถ้อยคำง่ายๆ และไม่ต้องอาศัยความคล่องจองตามหลักเกณฑ์เดิม

ต่อมา นักดนตรี กลุ่มวัยรุ่นหน้าใหม่ๆ ในช่วง หลังปี พ.ศ. 2524 เป็นต้นมา ได้หมุนเวียนกันเข้ามาแชร์ตลาด และคนฟังมากมายนับไม่ถ้วน เกิดแนวเพลงแบบใหม่ที่เรียกว่า “ป๊อป” ซึ่งป๊อปในที่นี้หมายถึงเพลงแนวสตรีทที่มีท่วงทำนองอ่อนหวาน ฟังเข้าใจง่าย เนื้อหาสาระส่วนใหญ่ เป็นเรื่องความรัก ความผิดหวัง เพลงป๊อปยังสามารถแบ่งย่อยออกได้เป็น เพลงป๊อบรีด เพลงป๊อบลูกกรุง เพลงป๊อบลูกทุ่ง เพลงป๊อบเพื่อชีวิต และเพลงป๊อบแจ๊ส คุณลักษณะสำคัญของเพลงป๊อบ คือการใช้ถ้อยคำร้องให้เข้ากับจังหวะเพลงสากล ให้ความสำคัญแก่เพลงที่สะท้อนอารมณ์ คำร้องของเพลงเหล่านี้มีลักษณะเข้าใจง่าย ถ่ายทอดอารมณ์ได้ทันที เป็นเพลงนิยมชั่วคราว คำร้องจึงไม่คำนึงถึงถ้อยคำและสัมผัส ทั้งยังไม่มีแบบฉบับแน่นอน เป็นอิสระ (นิโลบล โควาพิทักษ์เทศ, 2535)

จากที่กล่าวมาข้างต้นนั้น จะเห็นได้ว่าเพลงในยุค พ.ศ. 2512-2537 มีความหลากหลายรวมทั้งไม่ได้จะยึดติดแต่ในเรื่องถ้อยคำสัมผัสเท่านั้น แต่เริ่มมีการฉีก มีความแปลกใหม่มากขึ้นเมื่อเทียบกับเพลงอย่างสุนทราภรณ์แล้ว อาจกล่าวได้ว่า เพลงในช่วงแกรนด์เอ็กซ์ ชาตรี หรือแม้แต่แจ้ ดนุพล จะมีจังหวะหรือทำนองดนตรีที่เพิ่มความสนุกสนานขึ้นมามากกว่า ถือเป็น การสร้างสีสันให้กับวงการเพลงไม่น้อย ทั้งยังทำให้เพลงป๊อปเป็นที่นิยมมากขึ้นในกลุ่มวัยรุ่นยุค 70-90s อย่างไรก็ตาม หากเปรียบเทียบกับเพลงป๊อปในสมัยปัจจุบัน จังหวะดนตรีก็จะมี ความแตกต่างกันไป เพลงในสมัยปัจจุบันนี้อาจมีเครื่องดนตรีที่นำมาผสมกันในแต่ละเพลงที่มากกว่า จึงมีแนวเพลงให้เลือกฟังที่มากขึ้นตามไปด้วย และด้วยความจำกัดของเครื่องดนตรีหรือแนวเพลงในสมัยก่อน จึงทำให้เพลงส่วนใหญ่ในยุคนั้นจะเป็นแนวเพลงแบบ easy listening ที่ฟังสบายๆ ไม่กระชอกโศกฮากเช่นเพลงบางเพลงในปัจจุบัน

สำหรับรูปแบบรายการ Yes Radio FM 93.5 HD1 ถือว่าเป็นรายการเพลงแบบ format station ที่มีรูปแบบการดำเนินรายการแบบเดียวกันตลอดทั้งรายการ และเป็นรายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่ (Adult Contemporary) จึงทำให้กลุ่มคนฟังเป้าหมายหลักของรายการจะอยู่ในช่วงวัย 30

ปีขึ้นไป ทั้งนี้ทางรายการมีสโลแกนว่า “คลื่นที่ชอบ ของคนที่ใช่” ซึ่งเป็นคำพูดที่เชิญชวนว่า ถ้าผู้ฟังท่านใดที่ชอบฟังบทเพลงเก่าๆ ในราวๆช่วงปีพ.ศ. 2512-2537 รายการเอส เรดิโอ ก็เป็นทางออกอีกทางหนึ่งที่จะช่วยเติมเต็มให้ได้รับฟังเพลงเรโทรจังหวะสบายๆได้ สำหรับการออกอากาศจะมีเกือบตลอด 24 ชั่วโมงของทุกๆวัน (05.00-24.00 น. แต่ในช่วง 07.00-08.00 น. ,12.00-13.00 น.,19.00-19.30 น. และ 20.00-20.30 น. จะเป็นช่วงเวลาข่าวของทางสถานี กรมประชาสัมพันธ์)

หากกล่าวถึงรูปแบบรายการแล้ว เอส เรดิโอไม่ได้เปิดเฉพาะเพลงไทยเท่านั้น แต่ยังคงครอบคลุมไปถึงเพลงสากลในยุคก่อนๆด้วย มีหลากหลายแนว ซึ่งรวมถึงเพลงโฆษณา เพลงประกอบภาพยนตร์ที่ติดหูในสมัยก่อนด้วย เพลงเหล่านี้ได้ถูกนำมาเปิดในรายการอีกครั้ง ซึ่งจะเน้นเปิดเพลงที่ฟังสบายๆ จังหวะไม่รุนแรงมาก หากเป็นเพลงที่มีจังหวะก็มักจะเป็นแบบจังหวะดีสโก้ ดนตรียังไม่หนักถึงขั้นร็อคเท่าใดนัก แต่ทั้งนี้เพลงบางเพลงก็ไม่อาจถูกนำมาเปิดออกอากาศทางสถานีได้ เนื่องจากปัญหาในด้านลิขสิทธิ์ของเพลง อย่างเพลงของค่ายอาร์เอส เป็นต้น สำหรับการรูปแบบการจัดรายการ จะแบ่งเป็นชื่อช่วงต่างๆ โดยมีดีเจที่เป็นผู้ดำเนินรายการแตกต่างกันไป สไตลล์การจัดรายการก็แตกต่างกันออกไปด้วย

ด้วยความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้รายการวิทยุหลายคลื่นได้เปิดบริการเว็บไซต์ให้ผู้ฟังสามารถรับฟังเพลงออนไลน์ได้ด้วย รวมไปถึงคลื่นเอส เรดิโอก็เช่นเดียวกัน โดยผู้ฟังที่สะดวกหรือชอบที่จะฟังทางอินเทอร์เน็ตมากกว่าก็สามารถเข้าไปฟังได้ทางเว็บไซต์ www.yesradiothai.com ในเว็บไซต์ดังกล่าวนอกจากผู้ฟังจะสามารถรับฟังเพลงได้เฉกเช่นในคลื่นวิทยุทุกประการแล้วยังมีหัวข้อหลากหลาย เพิ่มเข้ามาให้ดูน่าสนใจยิ่งขึ้น ซึ่งรูปแบบที่นำเสนอ นั้นมีการเปลี่ยนแปลงมาบ้างกว่าจะมาถึงตัวอย่างในปัจจุบัน รูปแบบที่นำเสนอทางเว็บไซต์นั้น ประกอบไปด้วยอีเวนต์ต่างๆที่น่าสนใจเกี่ยวกับวงการเพลงเก่า มีแกลเลอรี มีแผนผังการจัดรายการของดีเจแต่ละท่าน พร้อมทั้งบอกชื่อช่วงนั้นด้วยว่าเป็นช่วงใด เพื่อบอกถึงรูปแบบคร่าวๆที่นำเสนอในช่วงดังกล่าวนั้น อีกทั้งยังมีกระดานสนทนาไว้สำหรับให้แฟนเพลงได้มาร่วมแสดงความคิดเห็นของตนที่มีต่อรายการเอส เรดิโอ แลกเปลี่ยนข่าวสาร อัปเดตถึงเรื่องราวในวงการเพลงเก่าๆกันว่ามีคอนเสิร์ตหรือนิทรรศการใดที่น่าสนใจในกลุ่มผู้ฟังด้วยกัน นอกจากนี้ยังสามารถพูดคุยหรือที่เรียกว่าแชท (chat) ได้ด้วย เพียงแค่สมัครสมาชิกด้วยการกรอกอีเมลล์และรหัสผ่านเท่านั้น และในส่วนของห้องแชทนี้เอง ที่ทำให้แฟนเพลงคลื่นเอส เรดิโอได้พูดคุยทำความรู้จักกันมากขึ้นด้วย เปรียบเหมือนเป็นเครือข่ายย่อยๆ ของกลุ่มผู้ฟังเอส เรดิโอก็ว่าได้

ในส่วนของกิจกรรมที่ทางเอส เรดิโอจัดขึ้นนั้น มีทั้งกิจกรรมการจัดทริปไปเที่ยว , กิจกรรมจัดคอนเสิร์ต ,ร่วมส่งเอสเอ็มเอสมาว่าอยากพบศิลปินนักร้องท่านใด และอื่นๆที่เน้นเกี่ยวกับสุขภาพ เกี่ยวกับครอบครัว เป็นต้น ถือเป็นกิจกรรมกลุ่มกระชับความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นในครอบครัว

นอกจากในครอบครัวของตัวเองแล้ว ก็ยังถือเป็นการเชื่อมความสัมพันธ์กับครอบครัวอื่นๆที่ชอบฟังเพลงแนวเดียวกันด้วย และด้วยรูปแบบของเว็บไซต์ดังกล่าวนี้ที่ตอบสนองความต้องการที่จะได้มีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนพูดคุยระหว่างกลุ่มผู้ฟัง หรือแม้แต่ว่างผู้จัดรายการกับผู้ฟังก็ตาม ทำให้มีกลุ่มผู้ฟังจำนวนไม่น้อยเลยทีเดียว เข้ามาพูดคุย ร่วมแสดงความคิดเห็น การฟังเพลงผ่านทางเว็บไซต์ของรายการเอส เรดิโอ ถือเป็นเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเปิดโอกาสทางการสื่อสารในการรวมกลุ่มของกลุ่มผู้ฟังที่ชื่นชอบเพลงเก่าได้มีพื้นที่แสดงความคิดเห็นของตนเองและแบ่งปันประสบการณ์ต่างๆร่วมกันกับผู้ฟังท่านอื่น จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าผลจากการร่วมกิจกรรมเป็นการก่อเกิดซึ่งมิตรภาพระหว่างรายการกับผู้ฟัง และผู้ฟังกับผู้ฟังได้เป็นอย่างดี

เอกลักษณ์อีกอย่างของเอส เรดิโอ คือ มีนักจัดรายการหรือดีเจหลายท่าน ที่เคยจัดรายการวิทยุมาก่อนในช่วงยุค 10-20 ปีที่แล้ว ได้กลับมาทำหน้าที่เป็นผู้จัดรายการอีกครั้ง อาทิ คุณจักรกฤษ ศิลปชัย คุณชาย วงศาโรจน์ นอกจากนี้ยังมีศิลปินนักร้องในสมัยก่อนอย่างคุณสุรชัย สมบัติเจริญ(เพลงที่เปิดส่วนใหญ่เป็นเพลงลูกทุ่งที่คุณสุรพล และคุณสุรชัย สมบัติเจริญ เป็นผู้ขับร้อง) , คุณทูน หิรัญทรัพย์, คุณบิลลี่ โอแกน หรือจะเป็น คุณวัชรระ ปานเอี่ยม(หนึ่งในสมาชิกวงเฉลียง) ก็ได้มาร่วมจัดรายการในช่วง star palace ด้วย โดยในช่วงทำรายการของคุณวัชรระนี้ จะมีการเล่นกีตาร์สดๆ ร้องสดๆออกอากาศให้ผู้ฟังได้รับฟังกัน ซึ่งนอกจากจะเป็นผู้มอบความสุขผ่านบทเพลงที่เปิดแล้ว ดีเจหลายท่านยังได้พูดคุยถึงเกร็ดเล็กเกร็ดน้อยในบางบทเพลงด้วย รวมไปถึงเรื่องราวอื่นๆที่ไม่ใช่เพลง แต่เป็นเรื่องที่น่าสนใจในอดีต เช่น เรื่องภาพยนตร์ (ช่วงตำนานหนังกลางใจ) เรื่องแฟชั่น ฯลฯ เนื่องด้วยทางรายการ เล็งเห็นว่าคนที่ฉายทอดการนำเข้าสู่บทเพลงได้ดี ควรเป็นคนที่อยู่ในประสบการณ์นั้น ดังเช่น ดีเจที่เคยจัดรายการในสมัยก่อน จะสามารถถ่ายทอดได้ดีกว่า จึงเป็นที่มาของสาเหตุที่รายการเอส เรดิโอ มีผู้จัดรายการรุ่นอาวุโสบางท่านเป็นผู้จัดรายการ ดังเช่นที่คุณจักรกฤษ ศิลปชัยให้สัมภาษณ์ไว้ในเว็บไซต์ www.siamdara.com เกี่ยวกับตัวดีเจว่า

"ผมมองอย่างนี้ครับ พอเราเริ่มมองเห็นว่าเราควรจะมีเพลงอย่างนี้ในสังคมบ้างเนี่ย ผมก็มองว่าใครจะเป็นผู้ถ่ายทอดที่ดี เพราะฉะนั้นคนที่ฉายทอดได้ดีเนี่ย ต้องเป็นคนที่อยู่ในประสบการณ์นั้น เช่นดีเจที่เคยอยู่ในนั้น หรือคนที่เคยอยู่ในเหตุการณ์นั้นๆ เนี่ยจะเป็นคนถ่ายทอดได้ดี ก็เลยตัดสินใจว่าลองชวนเพื่อนๆ พี่ๆ ดีเจ มาร่วมมือกันใหม่ ร่วมงานกันใหม่ ปรากฏว่าโทร.ไปทุกคนก็ให้การตอบรับดีมากนะครับ"

อย่างไรก็ตาม ในขณะเดียวกันก็ยังมีดีเจรุ่นน้องร่วมจัดรายการควบคู่ไปด้วย เช่น ดีเจ ตะแวง (คุณบุษบา มหัตพงษ์) , ดีเจแจ๊ค แฟนฉัน (อดีตนักแสดงภาพยนตร์เรื่องแฟนฉัน ซึ่งเป็นหนึ่งในภาพยนตร์ที่น่าเสนอเรื่องราวของเด็กๆในสมัยก่อน นับว่ารายการได้น่ากระแสหยอฮาอดีต

มาใช้ในการคัดเลือกนักจัดรายการอีกทางหนึ่งด้วย) แสดงให้เห็นว่ารายการเอส เรดิโอไม่ได้ต้องการจะนำเสนอรายการเพียงเพื่อตอบสนองของกลุ่มคนวัยทำงานเท่านั้น แต่ยังคำนึงถึงกลุ่มผู้ฟังวัยรุ่นหรือคนรุ่นใหม่ด้วย ถือได้ว่ารายการเอส เรดิโอเป็นสื่อกลางที่เชื่อมโยงระหว่างรุ่นให้ผู้ฟังคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ได้สนใจดนตรีที่คล้ายคลึงกันด้วย

ไม่ว่าจะเป็นดีเจรุ่นเก่าหรือรุ่นใหม่ สิ่งหนึ่งที่ดีเจทุกคนให้ความสำคัญกัน คือ แต่ละท่านนอกจากจะทำหน้าที่เปิดเพลงเป็นหลักจากผู้ฟังที่ขอเข้ามาแล้ว ยังเน้นการตอบ sms จากผู้ฟังด้วย ซึ่งนับเป็นจุดเด่นที่ทางรายการเอส เรดิโอถือปฏิบัติกันทุกคน อีกทั้งดีเจบางท่านยังได้เข้าไปร่วมสนทนาหรือแชทกับกลุ่มผู้ฟังในห้องแชทของเว็บไซต์รายการด้วย ในส่วนนี้แสดงให้เห็นว่าดีเจกับผู้ฟังสามารถเชื่อมโยงพูดคุยกันได้ไม่ยาก และการรับฟังทางออนไลน์ก็เป็นทางเลือกอีกทางหนึ่ง

เพื่อให้มองเห็นภาพได้ชัดเจนขึ้น ผู้วิจัยจึงจะขอนำแผนผังรายการมาประกอบ ด้านล่างนี้ ซึ่งเป็นตารางของนักจัดรายการในช่วงเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2553

ภาพที่ 1 : แผนผังการจัดรายการของดีเจช่วงเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม พ.ศ.2553

ผังรายการ - 93.5 HD1 Yes Radio (Retro Program)							
เวลา	จันทร์	อังคาร	พุธ	พฤหัสบดี	ศุกร์	เสาร์	อาทิตย์
05.00 - 09.00 น.			• ชาย วงศาโรจน์ (Morning Rider)			• วิษย์ดี วิลโลวราจกร (ประเด็นข่าว ประเด็นเพลง)	
09.00 - 12.00 น.			• จักรกฤษ ศิลปชัย (กร๊อตกร๊าด...ตามแผ่น)			• ทิพัฒน์ วิรัชศิลป์ (Hello America)	
12.00 - 13.00 น.	ข่าวจากกรมประชาสัมพันธ์						
13.00 - 15.00 น.	• สุรัชย์ สมบัติ เจริญ (Star Palace)	• อรรถเทพ นิตินเมธาวี (เพลง เพื่อชีวิต)	• สันติ เสวต วิมล (Star Palace)	• วิษระ ปาน เอี่ยม (Star Palace)	• ทูน ทิรัญ ทรัพย์ • บิลลี่ โอ แกน (Star Palace)	• แจ็ค แฟนจีน • ชาลเมต ทอง สาย (Retro Free Style)	• ทิพย์วรรณ ปิ่นภิ บาล (Star Palace)
15.00 - 18.00 น.			• อัศวพล ปิ่นสุวรรณ (Smile Radio)			• บุษบาม มัทพงศ์ (Music Junctions)	
18.00 - 21.00 น.			• กพล ทองพลับ และทีมงาน (กร๊อตกร๊าด...ตามแผ่น)			• อัศวพล ปิ่นสุวรรณ (Smile Radio Eng.Song)	
21.00 - 0.00 น.			• อภิเดช มัทพงศ์ (Smile Radio)			• เกษม พุดเรืองศรี (Music Gallery Eng.Song)	
0.00 - 05.00 น.	ปิดสถานี						

ในแผนผังนี้จะมีชื่อดีเจแต่ละท่าน พร้อมทั้งบอกชื่อช่วงรายการด้วย ดีเจรุ่นเก่าหลายท่านที่เคยจัดรายการเพลงมาก่อน และเมื่อได้กลับมาจัดรายการอีกครั้งหนึ่งก็ยังคงใช้ชื่อช่วงรายการเช่นเดิม เพื่อให้ผู้ฟังรุ่นเก่าจำได้ ทั้งคุ้นเคยกับตัวดีเจ และรูปแบบรายการ อย่างเช่น คุณจักรกฤษ ศิลปชัย กับช่วงรายการที่มีชื่อว่า “กร๊อตกร๊าด...ตามแผ่น” ครั้งหนึ่งคุณอ๊อด จักรกฤษเคยใช้ชื่อช่วง

รายการที่ตนเองจัดด้วยชื่อนี้มาก่อน เมื่อกลับมาทำหน้าที่การเป็นดีเจอีกครั้ง ก็ยังคงใช้ชื่อเดิม ไม่ได้เปลี่ยนแปลง ด้วยคอนเซ็ปของรายการในลักษณะนี้ คล้ายๆว่าต้องการจะนำเสนอโดยนำเอาแนวคิดโหยหาอดีต หรือ nostalgia มาใช้ในรายการด้วย เพื่อให้เห็นภาพของการย้อนรำลึกไปในวันวาน คิดถึงช่วงเวลาดีๆที่เคยฟังมาก่อน จนท้ายที่สุดก็อาจเกิดเป็นความรู้สึกโหยหาสำหรับผู้ฟังบางท่าน ตัวอย่างการจัดรายการของดีเจ เช่น ดีเจบางท่านใช้คำเรียกแทนตัวผู้ฟังด้วยคำว่า “นักเรียน” เป็นต้นว่า “สวัสดีครับ วันนี้มีนักเรียนมารายงานตัวแล้วกี่คน” (ประโยคนี้เป็นการพูดคุยกับทางผู้ฟังในแชทบ็อกซ์) จากตัวอย่างดังกล่าวอาจนำพามาซึ่งกลิ่นอายของบรรยากาศย้อนยุคสมัยเมื่อครั้งเคยเป็นนักเรียนอีกครั้งหนึ่งของผู้ฟัง ซึ่งนับเป็นตัวอย่างที่ทำให้เห็นภาพของแนวคิด nostalgia ได้อย่างค่อนข้างชัดเจน

นอกเหนือจากประเด็นโหยหาอดีตแล้ว ยังมีช่วงให้สาระความรู้ในรายการด้วย เช่น ช่วง Bangkok line (ช่วงหนึ่งในกริดกรีด...ตามแผน) ช่วงนี้จะเป็นการอัปเดตข่าวสารสถานการณ์บ้านเมืองต่างๆให้ได้เข้าใจกัน โดยจะเชิญผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญด้านสาขาเฉพาะดังกล่าวมาร่วมพูดคุยด้วย เช่น ถ้าเป็นเรื่องไข้หวัด 2009 ก็เชิญแพทย์มาร่วมสนทนาด้วย ถึงสาเหตุ,อาการ,การป้องกัน ฯลฯ

ในกรณีที่ผู้ฟังชื่นชอบการฟังเพลงสากลเป็นพิเศษก็สามารถจะติดตามฟังกันได้ในวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 18.00-21.00 น. และ 21.00-24.00 น. โดยเฉพาะถ้าเป็นช่วงหลังจะเปิดเพลงมีจังหวะให้เต้นรำโยกย้ายกันได้ เช่น เพลงในจังหวะดิสโก้ ทั้งนี้เพลงสากลในวันอื่นๆก็มีให้ติดตามฟังได้เช่นกัน เพียงแต่อาจเปิดน้อยกว่าเพลงไทย

อีกช่วงหนึ่งที่โดดเด่นของรายการ และมีความแตกต่างไปจากนักจัดรายการท่านอื่นๆ คือ ช่วง Hello America โดยดีเจพิพัฒน์ วิรัชศิลป์ ความโดดเด่นที่ว่าก็คือ คุณพิพัฒน์ถือเป็นดีเจคนเดียวที่จัดรายการจากต่างประเทศ คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้เนื้อหาส่วนใหญ่ของรายการในช่วงนี้จะเป็นการพูดคุยเกี่ยวกับชีวิตคนไทยในต่างประเทศ รวมทั้งชีวิตคนต่างชาติด้วย โดยเน้นการอ่านข้อความ sms ของคุณผู้ฟัง ที่บอกเล่าชีวิตของตนเองให้ผู้ฟังท่านอื่นๆได้รับฟังกัน ซึ่งถือเป็นเนื้อหาหลักในช่วงนี้ ส่วนการเปิดเพลงจะถือเป็นส่วนสำคัญรองลงมา หรืออย่างช่วง retro free style ที่ดำเนินรายการโดย ดีเจแจ๊ค แพนฉั่น และดีเจชาณุมาศ ทองสาย ซึ่งเป็นดีเจต่างวัยกัน มาร่วมจัดรายการด้วยกัน รายการในช่วงนี้เป็นการพูดคุยกับนักร้อง จะเชิญศิลปินที่เป็นที่รู้จักกันดีในสมัยก่อนมาพูดคุยกันเกี่ยวกับบทเพลงในวันวาน และเปิดเพลงของเขารับเชิญท่านนั้นๆ รวมไปถึงการร้องสดออกอากาศด้วย โดยการที่ดีเจต่างวัยกันก็ทำให้ได้มองเห็นมุมมองความคิดของแต่ละคนต่างกันไป เท่ากับเป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เรียนรู้เรื่องราวดนตรีของอีกฝ่ายไปในขณะเดียวกัน อาจกล่าวได้ว่าเป็นการเปิดโลกทัศน์ด้านวงการเพลงให้กว้างมากขึ้น นอกจากความรู้ที่จะได้รับแล้ว ผู้ฟังยังได้ศึกษาเรียนรู้รูปแบบการจัดรายการของดีเจแต่ละท่านด้วย โดยดีเจ

บางท่านอาจจะเน้นการเปิดเพลงมากกว่า ไม่มีการพูดแทรกระหว่างที่กำลังเปิดเพลงอยู่ ในขณะที่ดีเจบางคนก็ให้น้ำหนักกับการพูดคุยมากกว่า มีผลให้เปิดเพลงน้อยกว่า

รูปแบบรายการที่น่าเสนอก็คือเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในการดึงดูดความสนใจผู้ฟังได้ไม่น้อย ทั้งนี้จะต้องคำนึงถึงความสนใจของกลุ่มผู้ฟังด้วยว่าเป็นคนกลุ่มใด มีความต้องการฟังเพลงประเภทใด หรือกิจกรรมใดที่จะตอบสนองผู้ฟังได้อย่างเหมาะสม ดังเช่นงานวิจัยของ **ปานันท์ หงส์น้อย (2546)** ที่ศึกษาเรื่อง **กลยุทธ์การตลาดของสถานีรูปแบบรายการเพลงแบงกอกเรดิโอ** พบว่าเพลงเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ผู้ฟังให้ความสนใจติดตามฟัง ตามแนวคิดเรื่องรูปแบบรายการเพลงผู้ใหญ่วัยร่วมสมัยนั้นจะมีการเปิดเพลงที่ผ่านไปไม่กี่ปี ฟังสบาย ตรงกับการเปิดเพลงในรายการแบงกอก เรดิโอ และมีการจัดเรียงเพลงได้กลมกลืน นอกจากนี้ก็ยังมีปัจจัยอื่นอย่างการจัดแข่งขันและโปรโมชัน นักจัดรายการวิทยุ หรืออย่างสารคดีสั้นเป็นเหตุผลประกอบด้วย ซึ่งรายการแบงกอก เรดิโอมักมีการนำเสนอที่น่าสนใจตรงกับช่วงอายุกลุ่มผู้ฟัง จึงทำให้ผู้ฟังชื่นชอบและคอยติดตามรายการเป็นประจำ

หากพิจารณาถึงรูปแบบการนำเสนอของรายการเยส เรดิโอจะเห็นว่าผู้ผลิตไม่ได้เน้นกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นเก่าเท่านั้น แต่ยังคำนึงถึงผู้ฟังรุ่นใหม่ด้วย ดังจะเห็นได้จากดีเจที่จัดรายการก็มีทั้งดีเจรุ่นเก่าและดีเจรุ่นใหม่ รวมถึงช่องทางกรับฟังก็หลากหลายทั้งทางคลื่นวิทยุและทางเวปไซต์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ฟังได้กว้างขึ้น ที่สำคัญแนวเพลงที่เปิดก็มีทั้งเพลงไทยและเพลงสากลหลายแนวแต่จะเน้นเปิดเพลงที่ฟังสบายๆ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่ามีความสอดคล้องกับช่วงอายุกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายหลักของรายการ แต่ก็ไม่ได้ละเลยกลุ่มเป้าหมายรองอย่างกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นใหม่อย่างวัยรุ่นด้วย

แม้กลุ่มเป้าหมายหลักของรายการเยส เรดิโอ จะเป็นผู้ฟังอายุ 30-40 ปีขึ้นไป แต่ความจริงแล้วยังมีกลุ่มผู้ฟังอย่างวัยรุ่นบางคนก็ให้ความสนใจในบทเพลงเหล่านี้ไม่น้อยเช่นกัน เรียกได้ว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายรองที่มีปริมาณเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และเหตุผลหนึ่งที่ทำให้กลุ่มวัยรุ่นเหล่านี้หันมานิยมชมชอบบทเพลงในอดีต ก็อาจเนื่องจาก บางครอบครัว คุณพ่อ คุณแม่มักเปิดเพลงเก่าๆ ฟังเป็นประจำ พลอยทำให้คุณลูกชื่นชอบตามไปด้วย นอกจากนี้ วัยรุ่นหลายต่อหลายคน ที่หลงใหลในเพลงเก่าๆเมื่อครั้งวันวานก็เป็นเพราะ เนื้อเพลงมีความกินใจ ลึกซึ้ง ใช้คำได้สวยงาม ตามแบบฉบับบทกวี อีกทั้งจังหวะก็ฟังสบายๆ ฟังได้นาน ถือเป็นกระแสแพร่แนวทางในการสร้างสรรค์ผลงานเพลงให้คนวัยหนุ่มสาวในปัจจุบัน ได้ลองฟังและเรียนรู้ถึงเพลงในสมัยช่วงสามสิบ สี่สิบปีที่แล้วว่ามีเอกลักษณ์อย่างไร ขณะเดียวกันนักร้องสมัยก่อนก็มีสัมผัสเสียงการร้องเสียงดังฟังชัด อักขระชัดเจน ส่วนภาคดนตรีของแต่ละวง ก็ยังมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน เป็นตัวของตัวเอง อันเป็นเสน่ห์ที่ชวนให้หลงใหลในกลุ่มคนรุ่นใหม่ หรืออาจต้องการสร้างอัตลักษณ์บางอย่างให้แก่ตนเอง เพราะปัจจุบันกระแสไฮโซฮิตกำลังเป็นที่นิยม ไม่ว่าจะเป็นการจำลองสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ หรือ

ด้านแพชชั่นอย่างเสื้อผ้าหน้าผม รวมทั้งเรื่องเพลงก็ด้วยเช่นกัน เหตุผลอีกประการหนึ่งที่ทำให้เพลงเก่ามีผลต่อความชื่นชอบของวัยรุ่นบางกลุ่ม อาจเพราะปัจจุบันมีการนำเพลงเก่ากลับมาทำซ้ำหรือเรียบเรียงใหม่อยู่บ่อยครั้ง ซึ่งหาฟังได้ง่าย ไม่ว่าจะผ่านทางซี.ดี. , คอนเสิร์ต หรือแม้แต่ในโทรทัศน์ บางรายการก็หยิบเอาเพลงเก่ากลับมาเผยแพร่ใหม่ เช่น รายการมะจั่งทางช่องเคเบิลที่เปิดมิวสิควีดีโอเพลงเก่าตลอดรายการ เป็นต้น ด้วยอิทธิพลของสื่อมวลชนเหล่านี้จึงอาจแทรกซึมในกลุ่มวัยรุ่น (ผู้ฟังรุ่นใหม่)

คงปฏิเสธไม่ได้ว่าอารมณ์กับประเภทของเพลงที่เลือกฟังนั้นมีความเชื่อมโยงกันอยู่ สังเกตได้จากบรรยากาศของสังคมไทยในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ซึ่งสืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ที่ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเมือง หรือ เศรษฐกิจ ต่างตึงเครียด เต็มไปด้วยความรุนแรง ไร้สิ้นซึ่งความสงบ ผู้คนต่างโหยหาความสามัคคีกลมเกลียว ต่างถวิลหาคืนวันอันแสนสุข ทำให้หลายต่อหลายคนหาทางออกด้วยการดื่มด่ำกับบทเพลงไพเราะจับใจของวันวาน แม้จะเป็นเพียงช่วงเวลาที่ไม่ยาวนาน แต่ก็น่าจะช่วยให้จิตใจเย็นลง หรือ ผ่อนคลายได้บ้างพอสมควร ด้วยเหตุนี้เราจึงเห็นการกลับมาของกระแสเพลงเก่าหรือเรโทร ละครดราม่าละครเก่า ตั้งแต่คอนเสิร์ตแกรนด์เอ็กซ์เมื่อหลายปีก่อน (สิงหาคม 2546) , ซาตรี(พฤษภาคม 2551) , ดี อินโนเซนต์ (ตุลาคม 2552) เรื่อยมาจนถึงการรวมตัวของ ดี อิมพอสสิเบิลเมื่อไม่นานมานี้(มีนาคม 2553) ซึ่งการกลับมาของกระแสนิยมที่มีต่อผลงานในอดีต ความจริงแล้วก็ถือเป็นปกติในทุกสังคม โดยเฉพาะในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างเร็ว กระแสโหยหาอดีต (nostalgia) ก็ย่อมเกิดเป็นปฏิกิริยาสะท้อนกลับเป็นธรรมดา

ปัจจุบันกระแส retro เหมือนจะถูกปลุกวิญญาณให้กลับมาเป็นที่สนใจกันอีกครั้ง สังเกตได้จาก คอนเสิร์ตของนักร้องนักดนตรีเก่า ดังที่ได้กล่าวไปแล้วก็กลับมารวมตัวกันเพื่อจัดการแสดง สถานที่ท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์อย่าง “เพลินวาน” อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์ ที่เลียนแบบเพื่อรำลึกถึงเหตุการณ์ในอดีตก็กำลังเป็นสถานที่ที่หลายคนให้ความสนใจอยากไปเยือน หรือไม่ว่าจะเป็นตลาดน้ำโบราณ (บางส่วนมีการตกแต่งเพื่อให้ดูเก่าแก่) ก็เป็นสถานที่ท่องเที่ยวอันดับต้นๆที่หลายคนต่างนึกถึงในช่วงเทศกาลวันหยุด เหมือนเป็นการบ่งบอกให้ทราบที่เราต่างกำลังอยากหวนกลับไปสู่โลกแห่งวันวานกันอีกครั้ง

เพลง ถือเป็นสื่อบันเทิงอีกประเภทหนึ่ง que แสดงให้เห็นว่ากระแสเรโทรกำลังย้อนกลับมาอีกครั้ง โดยมีการถ่ายทอดบทเพลงแห่งกาลเวลาวันวานเหล่านั้นผ่านทางรายการวิทยุที่มีชื่อว่า เยส เรดิโอ เพื่อตอบสนองความต้องการในการเลือกรับฟังเพลงเก่าๆของกลุ่มผู้ฟังกลุ่มหนึ่ง ด้วยความนิยมชมชอบในบทเพลงเหล่านี้ ทำให้ผู้วิจัยมีความคิดว่ากระแสเรโทรและความโหยหาอดีตอาจเป็นสาเหตุหนึ่งในการจัดตั้งรายการเยส เรดิโอขึ้น เพราะเวลาทำให้อดีตมีรสหวานขึ้นมาได้ โดยมีเพลงเป็นตัวเชื่อมให้หวนกลับไปนึกถึงภาพความทรงจำในวันวานแก่ผู้ฟัง ประกอบกับผู้ฟังบางกลุ่มอาจรู้สึกว่าการฟังเพลงในปัจจุบันเทียบไม่ได้กับเพลงในอดีต รวมไปถึงไม่เชื่อในส่วนของตัวเองและ

อนาคตด้วย (แนวคิดของnostalgia) หรือผู้ฟังบางคนก็อาจนึกย้อนไปสู่เหตุการณ์ในอดีตเพราะเคยประสบพบเจอมาด้วยตนเองหรือได้รับการบอกเล่ามาอีกทีว่าเหตุการณ์ในสมัยก่อนนั้นดีอย่างไร เมื่อฟังเพลงจากทางรายการก็อาจจะทำให้นึกถึงภาพวันเก่าๆเหล่านั้น (retro) แต่ความแตกต่างระหว่าง nostalgia และ retro คือ nostalgia เป็นการโหยหาที่อยากจะย้อนกลับไปสู่อดีตอันเป็นอดีตที่ตนเคยมีประสบการณ์ร่วมกับอดีตนั้นมาแต่ที่ว่าขาดหายไปแล้วในสังคมปัจจุบันที่ตนดำรงอยู่ จากความไม่พึงพอใจต่อบริษัทปัจจุบันจึงเกิดการโหยหาอยากย้อนกลับไปหาอดีตอันเปรียบเสมือนสวรรค์ที่ขาดหายไปแล้ว (Paradise Lost) อีกครั้ง ส่วน retro เป็นการย้อนรำลึกถึงอดีตที่ผ่านพ้นไปแล้ว โดยไม่ได้เกิดการโหยหาที่จะย้อนกลับไปสู่อดีตนั้นแต่อย่างใด หากแต่เป็นความสุขที่ได้หวนรำลึกถึงอดีต ทบทวนอดีต หรือรู้สึกถึงความทรงจำเกี่ยวกับอดีต แล้วนำมาทาบหรือเทียบกับประสบการณ์ของตนเอง รวมถึงความสุขที่ได้รู้ได้เห็นอดีตอันแปลกใหม่และตื่นตาตื่นใจสำหรับตนด้วย อาจกล่าวได้ว่า เป็นความสุขใจเมื่อได้ย้อนอดีต

อย่างไรก็ตาม หากไม่มีผู้สนับสนุนรายการเรดิโอจากบริษัทที่จัดตั้งขึ้น(ซึ่งบริษัทที่จัดตั้งรายการเรดิโอนี้คือ บริษัท ฟาติมา บรอดคาสติ้ง อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด อยู่ในวงการวิทยุมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2532) จากโฆษณาต่างๆ รวมทั้งค่ายเพลงต่างๆก็คงจะยากต่อการจัดตั้งรายการขึ้น หากมองในแง่เศรษฐกิจแล้ว เพลงแนวนี้ในปัจจุบันยังไม่มีรายการวิทยุคลื่นไหนจัดทำขึ้น การสร้างตลาดเพลงเก่าทางรายการวิทยุจึงอาจจะเป็นผลดีต่อโฆษณาและค่ายเพลงก็เป็นได้ เพราะเท่ากับเป็นการตีตลาดเพลงเก่าให้กลับมาเป็นที่รู้จักกันอีกครั้ง และเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ฟังที่สนใจฟังรายการได้รู้จักผลิตภัณฑ์สินค้าของตนไปด้วย ด้านกลุ่มผู้ฟังเพลงเก่าของทางรายการเองก็ไม่ใช่จะมีเพียงแค่มุขวัยทำงานเท่านั้น หากแต่ยังมีเด็กวัยรุ่นอีกไม่น้อยที่สนใจฟังเพลงประเภทนี้ ด้วยเหตุผลที่กล่าวมานั้นก็อาจเป็นหนึ่งในปัจจัยของการถือกำเนิดขึ้นของรายการเรดิโอ FM 93.5 HD1 ได้ ทั้งนี้อาจจะยังมีสาเหตุอื่นๆ ที่มีส่วนในการร่วมสร้างรายการเรดิโอขึ้นที่ผู้วิจัยยังไม่ทราบ อันเป็นที่มาของโจทย์ปัญหานำวิจัยข้อหนึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ที่ว่า การเกิดขึ้นของรายการเรดิโอ FM 93.5 HD1 มีสาเหตุมาจากอะไรบ้าง มีแนวคิดอย่างไร

ในส่วนของ การติดตามฟังรายการเพลงนั้น การได้รู้จักและรับฟังเพลงจากคลื่นวิทยุคลื่นนี้อยู่เป็นประจำ ประกอบไปด้วยหลากหลายสาเหตุ เช่นเดียวกับผู้ฟังที่จูนคลื่นมาที่ตัวเลข FM 93.5 HD1 ผู้ฟังบางคนอาจจะหมั่นมาเจอด้วยความบังเอิญ แต่ในความบังเอิญนั้นก็ต้องมีแรงจูงใจบางอย่างที่ทำให้ผู้ฟังคนนั้นเกิดความสนใจที่จะติดตามฟังรายการต่อไป หรือผู้ฟังบางคนอาจจะรู้จักจากผู้ปกครองอย่างคุณพ่อ คุณแม่ ที่เปิดฟังเป็นประจำจนทำให้เกิดความชอบตามไปด้วย หรือผู้ฟังบางคนอาจรู้จักจากเพื่อนรุ่นเดียวกันที่มีความชื่นชอบในบทเพลงเก่าๆเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว หรืออาจจะเป็นเพราะเหตุผลอื่นๆ เหล่านี้จึงเป็นที่มาที่ทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจว่าด้วยเหตุอันใดบ้างที่ทำให้ผู้ฟังที่ไม่ใช่เพียงแค่มุขวัยทำงานเท่านั้นที่นิยมฟังเพลงยุคเก่า แต่ยังมีวัยรุ่น

อีกจำนวนไม่น้อยที่เป็นแฟนเพลงของรายการเอส เรวดิโอ สนใจรับฟังและติดตามคลื่นนี้เป็นประจำ อันเป็นที่มาของการสำรวจถามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ฟังที่มีต่อรายการเอส เรวดิโอนี้ จะเป็นเพราะเนื้อเพลง ดนตรี เสียงร้อง หรือรูปแบบการจัดรายการของตัวดีเจ ฯลฯ ที่มีผลให้ติดตามฟังเป็นประจำ นอกจากนี้ก็จะทำการวิเคราะห์ตัวรูปแบบรายการทั้งทางคลื่นวิทยุและทางออนไลน์หรือเว็บไซต์ของรายการด้วยว่ามีการนำเสนออย่างไร และส่งผลให้ผู้ฟังชอบหรือไม่ชอบอย่างไร

เมื่อผู้ฟังติดตามรับฟังเพลงจากทางรายการเป็นประจำ แน่ใจว่าย่อมจะต้องเกิดความพึงพอใจต่อรายการ ซึ่งความพึงพอใจและสาเหตุในการเลือกรับฟังเพลงนั้นแตกต่างกันไปในแต่ละคน อย่างในรายการเอส เรวดิโอเองที่เปิดเพลงฟังสบายๆ ทั้งเพลงไทยและเพลงสากล ก็น่าสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ฟังได้ทางหนึ่ง ดังในผลการวิจัยของ **อิวานากะ, มาโกโตะ, อิเคดะ, ไมกิ, อิซากิ และทาสูย่า** (Iwanaga, Makoto, Ikeda, Maki, Iwaki and Tatsuya, 1996) ศึกษาวิจัยพบว่า อิทธิพลของความบ่อยครั้งในการเปิดรับเพลงมีผลต่อพฤติกรรมการตอบรับ ระบุอย่างชัดเจนว่าเพลงที่เป็นเพลงผ่อนคลาย จะสร้างความผ่อนคลายและช่วยลดความเครียดได้มากกว่าการฟังเพลงที่รุนแรง และยังระบุอีกว่าเมื่อฟังเพลงซ้ำๆ กันไปมาหลายครั้ง จะยิ่งช่วยลดความเครียด โดยดนตรีจะมีผลต่ออัตราการเต้นของหัวใจ อัตราการหายใจเข้าออก ซึ่งไม่เปลี่ยนแปลง เมื่อฟังเพลงจังหวะตื่นเต้น อัตราการเต้นของหัวใจจะเต้นเร็ว และอัตราการเต้นของหัวใจจะลดลงระหว่างฟังเพลงที่ผ่อนคลาย

จากผลวิจัยที่ว่า การเปิดฟังเพลงนั้นมีผลต่อพฤติกรรม เมื่อนำมาโยงเข้ากับรายการเอส เรวดิโอที่เปิดเพลงเก่า ส่วนใหญ่จะเป็นเพลงที่ฟังสบายๆ จังหวะไม่รุนแรงมาก ผู้ฟังจึงน่าจะได้รับความผ่อนคลาย ช่วยลดความตึงเครียดในชีวิตประจำวันด้านต่างๆ โดยกลุ่มเป้าหมายหลักของรายการคือกลุ่มคนอายุ 30 ปีขึ้นไป ที่ส่วนใหญ่แล้วมักเป็นวัยทำงาน บางคนอาจต้องเผชิญกับความเครียดจากการทำงาน แต่หากได้รับฟังเพลงที่จังหวะเบาๆ สบายๆ อาจทำให้รู้สึกผ่อนคลายลงได้บ้าง ทั้งยังอาจทำให้ความเครียดที่ต้องเผชิญลดลงได้บ้าง ซึ่งผลที่ได้รับนี้ถือเป็นประโยชน์ความพึงพอใจได้อีกทางหนึ่ง

ด้านการสำรวจกลุ่มผู้ฟังถึงพฤติกรรมในการรับฟัง จะศึกษาว่าผู้ฟังทั้งคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่มีพฤติกรรมในการรับฟังเพลงจากทางรายการอย่างไรกันบ้าง เหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร (ตามแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมเปิดรับสารจากสื่อมวลชน กล่าวไว้ว่าบุคคลที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันมักมีพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารที่คล้ายคลึงกัน และจะทำการวิจัยต่อไปอีกว่า คนอายุเดียวกันจะมีพฤติกรรมเปิดรับสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกันหรือไม่) อาทิเช่น ฟังตลอดเวลา หรือฟังเฉพาะช่วงที่เปิดเพลงเท่านั้น หรือหมุนไปฟังเพลงจากคลื่นวิทยุคลื่นอื่นสลับกันไปมา หรือในขณะที่ฟังเพลงจากรายการเอส เรวดิโอนั้นผู้ฟังได้ทำกิจกรรมอื่นๆไปด้วยหรือไม่ หรือฟังคนเดียว ฟังกับสมาชิกคนอื่นๆในครอบครัว ท้ายสุดจะศึกษาว่าเพลงเก่าที่เปิดทางรายการเอส เรวดิโอนั้น

ก่อให้เกิดการรำลึกถึงเหตุการณ์ในวันวานได้อย่างไรทั้งในกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นเก่าและผู้ฟังคนรุ่นใหม่ ทั้งนี้ประสบการณ์ของคนทั้งสองกลุ่มย่อมแตกต่างกันไป และอาจเป็นตัวแปรที่ทำให้มุมมองที่มีต่ออดีตต่างกันออกไป ซึ่งจากที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ผู้วิจัยจะเน้นศึกษาตัวผู้รับสารหรือผู้ฟังเป็นหลัก และจะมีการศึกษารูปแบบรายการ รวมถึงสัมภาษณ์ผู้ดำเนินรายการควบคู่ไปด้วย เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการรับฟังเพลงเก่าของกลุ่มผู้ฟังรายการเอส เรดิโอ FM 93.5 HD1

ปัญหานำวิจัย

1. การเกิดขึ้นของรายการเอส เรดิโอ มีที่มาจากสาเหตุใดบ้าง มีแนวคิดอย่างไร
2. ปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการติดตามรับฟังรายการเอส เรดิโอในกลุ่มผู้ฟัง
3. ผู้ฟังคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ มีพฤติกรรมในการรับฟังเพลงจากรายการเอส เรดิโอแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
4. เพลงที่เปิดในรายการเอส เรดิโอมีผลต่อการหวนนึกถึงภาพความทรงจำในอดีตต่อกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่หรือไม่ อย่างไร และการรับฟังนั้นมีผลต่อการดำเนินชีวิตประจำวันอย่างไรบ้าง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงที่มาและแนวคิดในการจัดตั้งรายการเอส เรดิโอ FM 93.5 HD1
2. เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการติดตามรับฟังรายการเอส เรดิโอในกลุ่มผู้ฟัง
3. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการรับฟังเพลงจากรายการเอส เรดิโอทั้งทางวิทยุและเว็บไซต์ของกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่
4. เพื่อวิเคราะห์เพลงเก่าในรายการเอส เรดิโอที่มีผลต่อการหวนระลึกถึงภาพในอดีต และผลลัพธ์อื่นๆที่กลุ่มผู้ฟังได้รับจากการฟังเพลงจากรายการเอส เรดิโอ

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการรับฟังเพลงเก่าของผู้ฟังเอส เรดิโอ เอฟ เอ็ม 93.5 เอช ดี วัน” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงที่มาของรายการ , รูปแบบการจัดรายการเอสเรดิโอ และศึกษากลุ่มผู้ฟัง ดังนี้

1. การศึกษารูปแบบการจัดรายการเอส เรดิโอ ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษารูปแบบการจัดรายการของดีเจแต่ละคนในแต่ละช่วงรายการว่ามีเอกลักษณ์อย่างไรบ้าง ทั้งการเปิดเพลง การ

พูดคุยของดีใจเพื่อการโน้มน้าวตัวผู้ฟังให้ติดตาม รวมทั้งดูความเคลื่อนไหวในหน้าเว็บไซต์ www.yesradiothai.com ด้วยว่ามีกรร่วมแสดงความคิดเห็นของกลุ่มผู้ฟังอย่างไรบ้าง ทั้งนี้จะศึกษาในช่วงเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม พ.ศ. 2553 เป็นระยะเวลา 2 เดือน

2. การศึกษากลุ่มผู้ฟังคลื่นวิทยุเอส เรดิโอ โดยเลือกผู้ฟังที่ติดตามฟังรายการเป็นประจำ ซึ่งเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ฟัง คือ ผู้ฟังที่ติดตามฟังรายการเอส เรดิโอมา เป็นเวลาไม่ต่ำกว่า 1 เดือน โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลแบบการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ฟัง รวมทั้งสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ดำเนินรายการหรือดีใจ (In-depth Interview)

ข้อสันนิษฐาน

1. รายการเอส เรดิโอถูกจัดตั้งขึ้นจากปัจจัยหลายด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ เช่น ผู้สนับสนุนรายการ(โฆษณา,ค่าเพลง) ตอบสนองความสนใจฟังเพลงเก่าของผู้ฟังกลุ่มหนึ่ง รวมทั้งกระแสเรโทรที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน ซึ่งมีผลเชื่อมโยงมาถึงด้านเพลงด้วย
2. ปัจจัยที่มีผลต่อการติดตามฟังรายการเอส เรดิโอ FM 93.5 HD1 ในกลุ่มผู้ฟัง มีหลากหลาย อาทิเช่น ชื่นชอบแนวเพลง ชอบรูปแบบการจัดรายการของดีใจ หรือกิจกรรมที่มีให้ร่วมสนุกกับทางคลื่นวิทยุ
3. ผู้ฟังคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่แต่ละคน มีพฤติกรรมในการรับฟังเพลงจากเอส เรดิโอแตกต่างกัน มีทั้งฟังตลอดเวลา , ฟังเฉพาะช่วงที่เปิดเพลง หรือสลับสับเปลี่ยนกับคลื่นอื่นด้วย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับช่วงรายการที่จัด และประเภทของเพลงที่เปิดด้วย
4. เพลงที่เปิดในรายการเอส เรดิโอมีผลต่อการหวนคิดถึงภาพความทรงจำในอดีตของผู้ฟัง และมีผลด้านอื่นๆด้วย อาทิเช่นเพื่อนำไปหัวข้อร่วมสนทนากับเพื่อนร่วมงาน เพื่อความผ่อนคลายทางจิตใจ เป็นต้น

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

ปัจจัย หมายถึง องค์ประกอบต่างๆในรายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการเลือกรับฟังเพลงทางคลื่นวิทยุเอส เรดิโอ FM 93.5 HD1 ของกลุ่มผู้ฟัง ได้แก่ เพลงที่เปิดในรายการเอส เรดิโอ ,การดำเนินรายการของดีใจ,ข่าว,การให้บริการสาธารณะ,โฆษณา,ช่องทางกรรับฟัง, เกมและกิจกรรม

รายการเยส เรดิโอ หมายถึง รายการวิทยุกระจายเสียงประเภทบันเทิงหรือรายการเพลงซึ่งออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยคลื่นความถี่เอฟเอ็ม 93.5 MHz เป็นประจำทุกวันในเวลา 05.00-24.00 น. (ทั้งนี้จะมีข่าวของกรมประชาสัมพันธ์ออกอากาศในรายการช่วงเวลา 07.00-08.00 น. ,12.00-13.00 น.,19.00-19.30 น. และ 20.00-20.30 น.) เนื้อหารายการประกอบไปด้วยการเปิดเพลงทั้งไทยสากลและเพลงสากลแต่เน้นเพลงที่อยู่ในช่วงปี พ.ศ. 2512-2537 ซึ่งมีทั้งสื่อวิทยุและเว็บไซต์ของเยส เรดิโอคือ www.yesradiothai.com

รูปแบบการจัดรายการ หมายถึง รูปแบบการนำเสนอรายการเยส เรดิโอของดีเจแต่ละคน หมายถึงถึงทั้งเรื่องเพลงที่เปิด การพูดคุยของดีเจ ข่าวและกิจกรรมที่เยส เรดิโอนำเสนอต่อผู้ฟัง

เพลงเก่า หมายถึง เพลงไทยและเพลงต่างประเทศ หมายถึงถึงทั้งเพลงต้นฉบับและเพลงที่นำกลับมาทำใหม่ ซึ่งอยู่ในช่วงปี พ.ศ. 2512-2537 โดยที่บางเพลงอาจจะเก่ากว่าหรือใหม่กว่าในช่วงระยะเวลาที่บ้างเล็กน้อย ทั้งนี้เพลงที่นำกลับมาร้องใหม่จะไม่ได้จำกัดปี พ.ศ. อย่างไรก็ตาม บางเพลงก็ไม่อาจเปิดออกอากาศได้ เนื่องจากติดในเรื่องลิขสิทธิ์ของค่ายเพลง

ผู้ฟังรายการเยสเรดิโอ หมายถึง ประชาชนผู้รับฟังรายการเยส เรดิโอ ทั้งทางคลื่นวิทยุเอฟเอ็ม 93.5 HD1 และทางเว็บไซต์ www.yesradiothai.com และติดตามรับฟังรายการมาไม่ต่ำกว่า 1 เดือน

ผู้ฟังคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ หมายถึง กลุ่มผู้ฟังรายการเยส เรดิโอ โดยใช้เกณฑ์เรื่องอายุในการแบ่ง ผู้ฟังคนรุ่นเก่าคือผู้ฟังที่มีอายุตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป ส่วนผู้ฟังคนรุ่นใหม่คือผู้ฟังที่มีอายุอยู่ในช่วง 15-25 ปี

พฤติกรรมการรับฟังรายการเยส เรดิโอ หมายถึง ความถี่ในการรับฟัง ,เวลาที่ใช้ในการรับฟังรายการ ,ระยะเวลาที่ติดตามฟัง,สถานที่ที่รับฟัง, ช่องทางการรับฟังไม่ว่าจะเป็นทางวิทยุหรือเว็บไซต์ของรายการเยส เรดิโอ ,รูปแบบการรับฟัง เช่น ล็อกคลื่นเยส เรดิโอไว้เป็นคลื่นแรก หรือเปลี่ยนไปรับฟังคลื่นวิทยุคลื่นอื่นด้วย ,การมีส่วนร่วมของผู้ฟัง,กิจกรรมอื่นๆที่ทำควบคู่ไปด้วยขณะรับฟังเยส เรดิโอ รวมไปถึงความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อรายการเยส เรดิโอด้วย

อดีต หมายถึง สิ่งหนึ่งสิ่งใดที่เคยเกิดขึ้น เคยมี เคยเป็น ซึ่งสิ่งนั้นได้ผ่านพ้นไปแล้ว ไม่มีอีกแล้ว หรือขาดหายไปแล้วในสังคมปัจจุบัน โดยจะหมายรวมทั้งสิ่งที่เคยเกิดขึ้น เคยมีเคยเป็นในอดีตที่ไม่ได้เกิดขึ้นในยุคของตัวผู้ฟัง และอดีตที่เกิดขึ้นในยุคของตัวผู้ฟัง

การย้อนอดีต (retro) หมายถึง ย้อนรำลึกถึงวันเวลาที่ผ่านพ้นไปแล้ว ในลักษณะของการหวนรำลึกถึงอดีต ทบทวนอดีต หรือรื้อฟื้นความทรงจำเกี่ยวกับประสบการณ์ในอดีต เรียกได้ว่าเป็นความ "สุขใจที่ได้ย้อนอดีต" แต่ไม่ได้โหยหาอยากกลับไปมีชีวิตแบบในอดีต

การโหยหาอดีต (nostalgia) หมายถึง โหยหาอยากย้อนกลับไปสู่ความดีความงามที่เคยมีเคยเป็นในอดีต อันเปรียบเสมือนสวรรค์ที่ขาดหายไปแล้วในปัจจุบัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมในการรับฟังและความคิดเห็นของผู้ฟัง ทั้งคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ที่มีต่อรายการวิทยุเอส เรดิโอ FM 93.5 HD1 ซึ่งจัดว่าเป็นพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุแบบทางเลือกประเภทหนึ่ง (Alternative Radio)
2. ผลการศึกษาวิจัยนี้จะเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการนำไปใช้เพื่อปรับปรุงรายการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ฟังมากขึ้น
3. เป็นแนวทางสำหรับผู้ที่จะทำวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวข้องต่อไป

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องทัศนคติของกลุ่มผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการเอส เวดิโอ เอฟเอ็ม 93.5 HD1 ได้อาศัยกรอบของแนวคิดและทฤษฎี ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดโหยหาอดีต หรือ “nostalgia”
2. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบรายการเพลงทางวิทยุ
3. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่ออินเทอร์เน็ต
4. ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses & Gratification Theory)
5. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับสารจากสื่อมวลชน
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1 . แนวคิดโหยหาอดีต หรือ “nostalgia”

การโหยหาอดีต หรือการถวิลหาอดีต (nostalgia) เป็นวิธีการมองโลกหรือวิธีการให้ความหมายแก่ประสบการณ์ชีวิตมนุษย์ช่วงหนึ่ง โดยเน้นความสำคัญของจินตนาการและอารมณ์ความรู้สึกของผู้คนใน “ปัจจุบันขณะ” ที่มีต่ออดีตที่ผ่านมาไปแล้ว (พัฒนา กิตติอาษา,2546) ซึ่งเป็นหนึ่งในปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมหลังสมัยใหม่

Chen ได้กล่าวถึงลักษณะของการโหยหาสวรรค์ในยุคหลังสมัยใหม่ว่าเป็น “สภาพการณ์ของความรู้สึกไม่ลงรอยของมนุษย์ เป็นความปรารถนาที่จะได้กลับไปสู่อะไรที่คุ้นเคยในชีวิตแต่อดีต” (Chen อ่างในทัศนีย์ มีวรรณ,2542:15)

Kelly (1986) ให้ความหมายของการโหยหาว่า เป็นการจินตนาการถึงโลกที่เราได้สูญเสียไปแล้ว (imagination of a world we have lost) โลกที่เราในฐานะปัจเจกบุคคลและสมาชิกของหน่วยทางสังคมวัฒนธรรมต่างก็เคยมีประสบการณ์ร่วมกันมาในอดีต โลกที่เคยเป็นจริงในอดีตแต่มาบัดนี้เหลือไว้เพียงความทรงจำและประสบการณ์ให้เราได้ระลึกถึง โลกที่ว่านี้เราสามารถติดต่อสื่อสารกับมันได้ก็ต่อเมื่อเราอาศัยช่องทางที่เรียกว่า “จินตนาการ” ซึ่งถูกหล่อหลอมมาโดยประสบการณ์ชีวิตและประสบการณ์ทางวัฒนธรรม ที่สำคัญคือเราสามารถสัมผัสหรือจับต้องมองเห็นโลกที่เราสูญเสียไปแล้วนั้นได้อีกครั้ง ถ้าหากเราสามารถสร้างภาพตัวแทนโดยการผลิตซ้ำหรือฉายซ้ำจาก และโดยความทรงจำด้วยการย้อนกลับไปจำลองประสบการณ์ในอดีตขึ้นมาใหม่อีกครั้ง Ivy (1995) เรียกการโหยหาในลักษณะนี้ว่าเป็น “การเรียกอดีตที่เลือนหายไปแล้วให้คืน

กลับ” (to call up a vanished past) ทั้งๆ ที่เรารู้ดีว่ามันเป็นไปไม่ได้ แต่อย่างไรก็ตาม เราก็สามารถจินตนาการเกี่ยวกับอดีต สร้างความรู้สึกร่วมเกี่ยวกับอดีต และกล่าวอ้างกับผู้อื่นได้อย่างมั่นใจว่าโลกสมมติของสิ่งที่ผ่านเลยไปแล้วแต่ได้รับการจำลองขึ้นมาใหม่นั้นคือ ภาพอดีตที่แท้จริง (an authentic past) ตัวอย่างเช่น เรื่องเพลงเรโทร ทางคลื่น Yes Radio FM 93.5 HD1 ผู้ฟังก็อาจจะรำลึกอดีตถึงเพลงที่ตนเคยฟังมาเมื่อสิบกว่าปีที่แล้ว ว่า อ้อ เพลงนี่นี่เองที่เคยทำเราซึ่งน้ำตาเกือบจะไหล ตอนที่เค้านอกรักเราผ่านบทเพลง หรือ เพลงนี้เองที่เป็นเพลงประวัติศาสตร์ถึงวีรกรรมที่เคยทำร่วมกันกับเพื่อนเมื่อสมัยยังเรียนหนังสืออยู่ เป็นต้น

Baudrillard (1983 อ้างถึงในสุวรรณามาศ เหล็กงาม, 2552) อธิบายว่า การโหยหาอดีตคือ อาการโศกเศร้าที่จำเป็น เหมือนกับการที่พยายามจะทำให้สิ่งที่เราได้ทำลายไปก่อนหน้านี้กลับคืนมา ดังนั้น ความรู้สึกโหยหาอดีตจึงเป็นความรู้สึกด้านบวก และผสมผสานเข้ากับ ความงาม ความสุข และความสนุกสนานของอดีต

Matsuda (1996 อ้างถึงใน พัฒนา กิติอาษา, 2546) ได้ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับอาการโหยหาอดีตในระดับสังคม โดยอ้างถึงข้อเขียนเรื่อง *De la nostalgia* ของ Raoul de la Grasserie (1911) ไว้ว่า จริงๆ แล้วการโหยหาอดีตของมนุษย์เป็นพื้นที่ของความทรงจำที่มนุษย์ “หลงใหลอย่างเจ็บปวดที่จะกลับไปเยือน” (the painful passion to return) และเป็น “สัญชาตญาณเกี่ยวกับทิศทาง” (instinct of direction) อย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งสัญชาตญาณดังกล่าวเป็นคนละอย่างกับการย้ายถิ่นตามฤดูของสัตว์โลกหรือการเดินทางไกลเพื่อความอยู่รอดของฝูงสัตว์ แต่เป็นสัญชาตญาณที่เกิดจากความผันผวนวุ่นวายทางเศรษฐกิจการเมือง และความขัดแย้งของห้วงเวลาที่แตกต่างกันในหน้าประวัติศาสตร์ การถวิลหาอดีตนั้นมีผลอย่างลึกลับต่อผู้คนที่ยังมองไม่เห็นหนทางในอนาคตได้สิ้นสุดลงแล้วต่อหน้าต่อตาเขา หรือคนที่มองเห็นแต่ความเจริญก้าวหน้าเกิดขึ้นกับคนอื่นหากแต่ไม่ได้เกิดขึ้นกับชนชั้นของตนเองเลย การโหยหาอดีตเป็นส่วนสำคัญของสังคมที่ถูกถอนรากถอนโคน หรือกลุ่มคนที่ไม่มียุติที่ยืนของตนเองแม้ในปัจจุบันขณะ กล่าวอีกอย่างก็คือ คนไร้ราก คนพลัดถิ่น ผู้อพยพพลัดถิ่น หรือผู้คนที่ต้องพลัดพรากจากบ้านเกิดเมืองนอนของตนเองไม่ว่าจะเป็นไปด้วยเหตุผลใดก็ตาม มีแนวโน้มที่จะเป็นกลุ่มคนที่ยึดติดหรือให้ความสำคัญกับวิถีคิดหรือวิถีการมองโลกแบบโหยหาอดีตมากเป็นพิเศษ

การย้อนอดีตแบบ “Retro” นั้นจะเป็นในลักษณะของการ “ย้อนรำลึกถึงอดีตที่ผ่านพ้นไปแล้ว” โดยไม่ได้เกิดการโหยหาที่จะย้อนกลับไปสู่อดีตนั้นแต่อย่างใด หากแต่เป็นความสุขที่ได้หวนรำลึกถึงอดีต ทบทวนอดีต หรือรู้สึกถึงความทรงจำเกี่ยวกับอดีตที่ได้รับชมรับฟังเรื่องราวหรือปรากฏการณ์จากสื่อประเภทต่างๆ แล้วนำมาทาบหรือเทียบกับประสบการณ์ของตนเอง รวมถึง

ความสุขที่รับรู้ได้เห็นอดีตอันแปลกใหม่และตื่นตาตื่นใจสำหรับตนด้วย เรียกได้ว่าเป็นความ "สุขใจที่ได้ย้อนอดีต" แต่ไม่ได้โหยหาอยากกลับไปมีชีวิตแบบในอดีต

การทบทวนอดีตดังกล่าวนี้หมายรวมถึงทั้งอดีตอันใกล้ซึ่งตนเคยมีประสบการณ์ตรง มาแล้ว หรืออาจเป็นการทบทวนอดีตไกลๆ ที่ตนเกิดไม่ทัน ไม่มีประสบการณ์ตรง แต่ทว่ามีประสบการณ์ทางอ้อมจากสื่ออื่นๆ เช่น บิดามารดา และสื่อมวลชน

ทั้งนี้ ปัจจัยด้าน "อายุ" ไม่สำคัญต่อความรู้สึกโหยหาอดีตเท่ากับปัจจัยด้าน "ประสบการณ์" กล่าวคือ ไม่สำคัญว่าผู้ชมผู้ฟังจะมีอายุเท่าใด แต่สำคัญที่ว่าแต่ละคนมี "ประสบการณ์ที่จะนำมาทาบกับอดีต" ที่ได้รับฟังรับชมจากสื่อที่นำเสนอหรือไม่ เพราะถ้าหากผู้ชมผู้ฟังท่านใด "มีประสบการณ์ที่จะทาบกับอดีต" ที่นำเสนอจากสื่อแล้ว ไม่ว่าจะ เป็นประสบการณ์ตรงที่ได้ประสบพบเจอมาด้วยตัวเองหรือประสบการณ์ทางอ้อมที่ได้รับผ่านสื่อต่างๆก็ตาม ผู้รับสารคนนั้นก็เกิดความ "สุขใจที่ได้ทาบอดีต" ของตนกับอดีตที่สื่อได้นำเสนอ แต่ถ้าหากผู้ชมผู้ฟังนั้น "ไม่มีประสบการณ์ที่จะทาบกับอดีต" นั้นเลย ก็จะมีการเกิดความรู้สึก "สุขใจที่ได้เห็นอดีตแปลกใหม่ซึ่งตนไม่เคยรู้ไม่เคยเห็น"

อาการถวิลหาอดีตนั้นเมื่อพิจารณาอย่างละเอียดแล้วมักจะลงเอยด้วย "การปฏิเสธอดีตในรูปแบบหนึ่ง จุดเน้นหนักมักจะอยู่ที่การเก็บรักษาอดีตมากกว่าหรือฟื้นฟู เน้นการนำอดีตกลับมาเหมือนอย่างที่มีนเคยเป็น รวากับว่าไม่มีอะไรเกิดขึ้นเลยในช่วงเวลาระหว่างกลาง" นี่คือแง่มุมที่อันตรายที่สุดของบรรดากิจกรรมหรือปรากฏการณ์สังคมที่ให้ความสำคัญกับการโหยหาอดีต เราหลงอดีตหรือชื่นชมอดีตมากจนหลงทาง บางครั้งก็ลืมไปว่าสิ่งสำคัญที่สุดคือการเรียนรู้ว่าอดีตมีอิทธิพลอย่างไรต่อปัจจุบัน บทเรียนที่ควรจะเรียนรู้จากอดีตคืออะไร ในที่สุดอันตรายของการโหยหาอดีตที่แท้จริงก็คือ เราไม่เข้าใจอะไรสักอย่างเลยในส่วนที่เกี่ยวกับอดีตและปัจจุบัน เราจึงหรือเข้าใจความเชื่อมโยงของอดีตและปัจจุบันได้เพียงครึ่งๆ กลางๆ (Kelly, 1986)

นับได้ว่าการโหยหาอดีตเป็นส่วนสำคัญในโครงสร้างบุคลิกภาพของมนุษย์แต่ละคน เช่นเดียวกับสังคมซึ่งเป็นภาพสะท้อนในระดับองค์กรวม ผู้คนและสังคมต่างก็โหยหาหรืออยากย้อนเวลากลับไปอดีต เพราะอดีตมีเสน่ห์และมีพลังอย่างมหาศาลต่อความรู้สึกและจินตนาการ ดูเหมือนว่าทุกคนใช้ช่องทางจินตนาการและช่องทางวัฒนธรรมในการแสดงปฏิกิริยาตอบโต้ขีดจำกัดของสถานที่และกาลเวลาของโลกในความเป็นจริง ทั้งนี้เพราะไม่มีใครย้อนเวลากลับไปสู่โลกของอดีตได้ในทางกายภาพ ดังนั้น การโหยหาหรือถวิลหาในรูปแบบต่างๆ จึงเป็นสิ่งที่ทุกคนสามารถกระทำได้และมักกระทำอยู่เสมอ จนกลายมาเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตปัจเจกบุคคลและวิถีวัฒนธรรมของสังคมโดยทั่วไป การฟังเพลงเก่าก็ดูจะเป็นตัวอย่างหนึ่งที่พอจะมองเห็นภาพสะท้อน

นี้ได้ เพราะคนเรามักชอบฟังเพลงซ้ำๆกัน บ่อยๆ และหากเนื้อร้องของบทเพลงนั้นมีความเชื่อมโยง หรือสัมพันธ์กับชีวิตเรา ก็ยิ่งจะฟังบ่อยเป็นพิเศษ พร้อมกับจินตนาการถึงเหตุการณ์ที่สอดคล้องกับ บทเพลงนั้นๆตามไปด้วย หรือเพลงใดที่มีท่วงทำนองเมโลดี้ที่ไพเราะก็เป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้เรา เลือกที่จะฟังเพลงนั้นบ่อยครั้ง

ในการโหยหาอดีตนั้น นักทฤษฎีบางท่านยังเชื่อว่ามี ความหมายแฝงอีกด้วย Thomas Docherty เชื่อว่าเบื้องหลังการโหยหาอดีตนั้น อย่างน้อยการชื่นชมกับอดีตก็ยังมีนัยยะแฝงอยู่ด้วย เช่น การสะสมของเก่า มีความหมายแฝงถึงฐานะทางสังคมของคนนิยมสะสมของเก่าด้วย หรือใน ส่วนของเพลง คนที่ฟังเพลงเก่าก็อาจจะนัยยะว่า เป็นคนหัวโบราณ แฝงได้เช่นกัน

ปรากฏการณ์หวนกลับไปใช้ของดั้งเดิมในอดีต ไม่ว่าจะเป็นแฟชั่นเสื้อผ้าต่างๆ คนไทยบาง กลุ่มที่นิยมใส่ผ้าไหม ผ้าฝ้ายทอมือ การมีวิถีชีวิตที่พยายามปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับวิถี ธรรมชาติมากที่สุด หรือ นิยมฟังเพลงเก่า ทั้งนี้สื่อต่างๆ นับว่าเข้ามามีส่วนเช่นกัน อาทิ การบริโภค ดนตรีสมัยเก่าโดยผ่านทางวิทยุคลื่นหนึ่ง หรือจากโทรทัศน์และด้วยความเจริญก้าวหน้าทาง เทคโนโลยี ทำให้มีการถ่ายทอดคอนเสิร์ตย้อนยุคผ่านทางอินเทอร์เน็ตด้วย เป็นต้น

ในโลกสมัยใหม่การเกิดขึ้นและการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบต่างๆทางสังคม รวมถึงการหวน กลับของพลังดั้งเดิมที่นำไปสู่ความเป็นไปได้ของการเผชิญหน้าของวัฒนธรรมต่างๆ เป็นเครื่องบ่ง บอกถึงความสับสนแห่งยุคสมัย และความไม่แน่ใจในกระแสโลกจะพัฒนาไปในทิศทางใด (ธีระ นุชเปี่ยม, 2541) เจกเช่น การหวนกลับคืนสู่ความเป็นธรรมชาติของคนเมืองที่คุ้นเคยอยู่กับป่า คอนกรีตเป็นเวลานาน นับจากช่วงเวลาของเศรษฐกิจแบบทุนนิยม

สำนักแห่งประวัติศาสตร์ หรือ ภาพความสวยงามแห่งอดีตที่ค่อยๆเลือนจากจิตใจของ คนเมือง เนื่องจากภาวะความเป็นสมัยใหม่เข้ามาแทนที่ในทุกๆมิติ การกำหนดกฎเกณฑ์อย่างไร ทางเลือก คุณค่าแห่งอดีตที่เคยผูกเชื่อมความสัมพันธ์ทางสังคมให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ความดี งามของชีวิตที่กำลังสูญหายและถูกเติมด้วยความคิดสมัยใหม่ ความเป็นเหตุผล ความเชื่อทาง วิทยาศาสตร์ ที่เชื่อว่าสามารถให้คำตอบได้ในทุกๆเรื่อง วิธีมองแบบก้าวหน้า การแข่งขันและการ สร้างความเป็นสากล (Universalisation) ได้ตีกรอบกำหนดขอบเขตของชีวิตในสังคม ด้วยการ สร้างความเชื่อมั่น แต่กลับกลายเป็นสร้างความสับสนและความไม่แน่นอนทำให้เกิดขึ้นในสังคม

เมื่อความจริงมิใช่ความจริงอีกต่อไป การโหยหาอดีตจึงเกิดขึ้น ซึ่งสื่อก็ได้ทำหน้าที่เป็น ตัวกลางในการสร้างภาพลักษณ์ให้เกิดความเป็นจริงขึ้นมาใหม่ อาทิ การหันกลับไปบริโภคสื่อที่ นำเสนอเพลงเก่าในช่วงยุค 60-70's ที่มีทั้งเพลงไทยและเพลงสากลผ่านทางวิทยุ โทรทัศน์ เพื่อ สสนองความต้องการในการรับฟังของตน

การโยยหาอดีตไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ หากแต่ถูกสร้างขึ้นโดยสังคม Tannock (1995) ได้กล่าวเสริมว่า การพัฒนาทัศนะโยยหาอดีตมีอยู่ 3 ขั้นตอน ได้แก่

1. ชั้นโลกแห่งวันวานอันหวานชื่น (prelapsarian world) หรือเป็นยุคทองแห่งอดีตที่สดใส เป็นชีวิตในวัยเยาว์ เป็นขั้นที่วัฒนธรรมดั้งเดิมทรงพลังและคุณค่า

2. ชั้นการเสื่อมของโลกวันวาน (lapse) คือเป็นช่วงแห่งการเสื่อมสลายของวัฒนธรรมดั้งเดิม เกิดหายนะแก่อดีตที่สวยงาม เกิดความแปลกแยกกับจิตวิญญาณเก่าๆ การเสื่อมไปของโลกวันวานนี้มิได้เกิดแบบปัจจุบันทันใด แต่มีการสังสมและกินเวลา

3. ชั้นโลกแห่งปัจจุบัน (the present หรือ postlapsarian world) คือโลกที่ผู้คนรู้สึกถึงการสูญหาย การขาดไป หรือ การถูกกดขี่ ครอบงำ ในขั้นสุดท้ายนี้เองที่ผู้คนจะรู้สึกไม่มั่นคงและเกิดการโยยหาอดีตไปสู่ขั้นแรกอันเป็นโลกแห่งวันวานยังหวานอยู่ (Tannock, 1995 อ้างถึงใน ทศนีย์ มีวรรณ, 2542 : 18) เช่น เหตุการณ์บ้านเมืองของประเทศไทยเราในปัจจุบัน ช่างเต็มไปด้วยเรื่องที่ตั้งเครียด มีปัญหาทั้งการเมือง เศรษฐกิจ ปัญหาสิ่งแวดล้อม ความไม่มั่นคงของชาติ ฯลฯ ทำให้ผู้คนอยากจะหลบหนี โยยหาไปสู่ในช่วงที่บ้านเมืองเรายังสงบสุข ไม่มีปัญหา ทางออกหนึ่งที่พวกเขาเลือกปฏิบัติกันก็คือ เปิดวิทยุ ฟังเพลงเก่าๆ จังหวะสบายๆ อย่างคลื่น Yes Radio FM 93.5 HD1 เพื่อเป็นการผ่อนคลายจากความเครียด รวมไปถึงชวนให้รำลึกถึงช่วงวันวานที่พาให้หวนนึกถึงเรื่องต่างๆ ที่ถูกบันทึกไว้ในความทรงจำ

เพื่อเป็นการสนับสนุนคำพูดดังกล่าวข้างต้นว่าไม่เกินจริงไปนัก ผู้วิจัยจึงจะขอนำเสนอทัศนะความคิดเห็นบางส่วนของกลุ่มผู้ฟังเพลงจากคลื่น Yes Radio FM 93.5 HD1 ซึ่งมีทั้งช่วงอายุสามสิบปีขึ้นไป (กลุ่มเป้าหมายหลัก) และ ช่วงวัยรุ่นตั้งแต่สิบกว่าปีขึ้นไป (กลุ่มเป้าหมายรอง)

- พอดีหมุนไปเจอโดยบังเอิญ ตอนนี่คลื่น 93.5 เค้านั้นเปิดเพลงเก่าๆ ไล่ตั้งแต่เก๋าน้อยๆ สไตลกรีนเวฟ ไปถึงยุคเก่ากว่า แบบ The Innocent แกรนด์เอ็กซ์ ขวดโหล ถ้าใครชอบฟังเพลงเก่าๆ หนอยน่าจะถูกใจค่ะ

โดยคุณ : อิคคิว

- ฟังคลื่นนี้แล้วชอบนะเพลงยุค90ก็มีเปิดนะอย่างเพลงทะเลใจของน้ำแอ๊ดแสดงว่าเขาไม่ได้เปิดเพลงที่เก๋ามากๆจนเราฟังไม่รู้เรื่องอย่างเดียว

โดยคุณ : คนแอบชอบ

- ฟังเพลงเก่าทำให้คิดถึงเพื่อนสาวสายน้ำผึ้งรุ่นเริ่มต้นปีมัธยม(ม.1)

โดยคุณ : joyสน.ปี26 - ICQ: 2508

- ส่งลูกเรียนพิเศษเลยเปิดไปเจอะชอบมากเลยคะตรงใจเลย อยากฟังเพลงของลิซซันและเพลงของฟรีเบริดคะ ถ้ามีการจัดรวมรุ่นหรือกิจกรรมอะไรบอกได้นะคะคะขอเดี๋ยวกัน ตอนนี้อายุ45 แล้วคะ มีลูกสาว 2 คนมีความสุขมากคะที่ได้ฟังเพลงลูกสาวร้องได้ด้วยคะ 081-632-1333 เมลย์: aemporn2507@yohoo.com

โดยคุณ : [เอ๋อมพร](#)

จากตัวอย่างที่ยกมานี้ จะเห็นได้ว่าคลื่นวิทยุคลื่นหนึ่งอย่าง Yes Radio FM93.5 HD1 สามารถส่งมอบรอยยิ้ม ความสุขให้กับผู้ฟังได้จำนวนมาก ทั้งกลุ่มวัยกลางคน หรือจะเป็นวัยรุ่น ๆ ที่มีทั้งชื่นชอบในบทเพลงเก่าๆเป็นการส่วนตัว หรือฟังเพราะคุณพ่อ คุณแม่ ญาติๆในครอบครัว ติดตามฟังกันเป็นประจำ จึงซึบซับบทเพลงเหล่านี้จนติดหูและเกิดเป็นความชอบขึ้นก็มี เรียกว่าฟังกันได้ทั้งครอบครัว ขณะเดียวกันก็ยังเป็นการส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีให้กับครอบครัวด้วย เมื่อผู้ใหญ่บอกเล่าถึงความทรงจำครั้งอดีตให้ลูกๆ หลานๆ ได้ทราบว่า ครั้งหนึ่งพ่อแม่ของตัวเองเคยเผชิญกับเหตุการณ์ไต่บ้าง ซึ่งคุณจะเป็นการใช้ชีวิตที่เรียบง่าย ไม่เร่งรีบ ไม่แก่งแย่งชิงดีกันอย่างไรในสังคมปัจจุบัน โดยมีบทเพลงเป็นสื่อเชื่อมความสัมพันธ์ในครอบครัว ถือเป็นกาลโหยหาอดีต (nostalgia) ในอีกรูปแบบหนึ่ง หรือในกลุ่มผู้ฟังบางคนก็ได้อรรถกกับผู้ฟังคนอื่น ๆ ที่คอเพลงเดียวกัน จนอาจสร้างเป็นเครือข่ายทางสังคม มีการจัดกิจกรรมที่สนใจร่วมกันขึ้นมา โดยกิจกรรมทั้งหลายที่ว่านี้ก็ใช้เพลงเป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (แฟนเพลง) หรือระหว่างกลุ่มบุคคล(กลุ่มแฟนเพลง) ได้ด้วย

ในการศึกษา รายการวิทยุ Yes Radio FM93.5 HD1 ผู้วิจัยจึงได้เลือกนำทฤษฎีเรื่องการโหยหาอดีต (nostalgia) มาใช้เป็นเกณฑ์หนึ่งในการวิจัย อันจะเป็นเข็มทิศในการมุ่งไปสู่คำตอบถึงสิ่งที่สงสัยว่า เหตุใด คลื่นเพลงนี้จึงกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากตั้งแต่เริ่มแรกของวันออกอากาศจนถึงปัจจุบัน กลุ่มเป้าหมายที่ฟังเพลงก็ไม่ได้มีเพียงวัยกลางคนเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น ตอนปลาย และกลุ่มวัยทำงานด้วย ซึ่งในจำนวนกลุ่มคนฟังนี้ บางคนอาจฟังแล้วรู้สึกโหยหาอดีตอยากกลับไปอยู่ในช่วงเวลาอดีตหรืออยากให้อันวานที่นำจดจำวนกลับมาอีกครั้ง (nostalgia) แต่สำหรับผู้ฟังบางคนแล้วเมื่อฟังเพลงเก่าแล้วอาจเพียงแค่คิดถึงวันวานหรือความทรงจำที่น่าประทับใจเท่านั้น ไม่ได้ถึงขั้นโหยหาอยากให้อันวานนั้นย้อนกลับมาอีกครั้ง (retro)

แนวคิดโหยหาอดีตนี้ได้อธิบายให้ทราบถึงสาเหตุที่ทำให้คนหันกลับไปสนใจถึงเรื่องราวปรากฏการณ์ในอดีตว่ามีความสำคัญอย่างไร การนำแนวคิดนี้มาใช้จึงน่าจะเป็นแนวทางที่

สอดคล้องกับการวิจัยในครั้งนี้ถึงการวิเคราะห์และเปรียบเทียบทัศนคติ พฤติกรรมการรับฟังเพลง
เก่าของผู้ฟังทั้งคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่

2. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบรายการเพลงทางวิทยุ

สถานีวิทยุกระจายเสียงในยุคปัจจุบันมีรูปแบบการจัดรายการหลักๆ แบ่งได้เป็น 2
ลักษณะ ได้แก่

1. สถานีที่ออกอากาศรายการหลายลักษณะในแต่ละช่วงเวลา (Block Programming) เป็นรูปแบบการจัดรายการที่มีประเภทรายการออกอากาศหลายประเภทต่อเนื่อง
ในแต่ละวัน เช่น รายการข่าว รายการสนทนา รายการกีฬา หรือรายการเพลง เป็นต้น ทำให้ทั้งกลุ่ม
ผู้ฟังและผู้โฆษณามีความหลากหลายตามไปด้วย ซึ่งการจัดรายการรูปแบบนี้ได้แก้ปัญหาในด้าน
การรับฟังรายการอย่างต่อเนื่องของกลุ่มผู้ฟัง ตลอดจนการสูญเสียกลุ่มผู้ฟังให้กับสถานีอื่น แต่
อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้ฟังใหม่ๆ ก็สามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาเช่นเดียวกัน

2. สถานีที่ออกอากาศรูปแบบเดียวต่อเนื่องตลอดทั้งวัน (Format Programming)
โดยผู้จัดรายการมีความมุ่งหวังในการรักษาความต่อเนื่องในการฟังรายการของกลุ่มผู้ฟัง รูปแบบ
การจัดรายการลักษณะนี้ สามารถแบ่งประเภทรายการได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ รูปแบบรายการ
เพลง (Music—based Format) ,รูปแบบรายการข้อมูลข่าวสาร (Information Format) และ
รูปแบบรายการที่มีลักษณะพิเศษ (Specialty Format) (Herbert H. Howard , Michael
S. ,Kievman และ Barbara A. Moore,1994) สำหรับคลื่นเอส เรดิโอ จัดเป็นหนึ่งในสถานีที่
ออกอากาศรูปแบบเดียวต่อเนื่องตลอดทั้งวัน ที่เป็นแบบรูปแบบรายการเพลง

Pringle , Starr and McCavitt (1999) ได้แบ่งรูปแบบของรายการ (Program Format)
ออกเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

1. รายการเพลง (Music Format) เป็นรูปแบบรายการที่พบมากที่สุด สถานีวิทยุเชิง
พาณิชย์ (Commercial Radio Station) โดยแต่ละรายการจะมีชื่อที่แตกต่างกันเพื่อบ่งบอก
ลักษณะของรายการ เช่น รายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่ (Adult Contemporary) , รายการเพลงร็อค
(Album Oriented Rock) , รายการเพลงฟังสบาย (Easy Listening or Beautiful Music) ,
รายการเพลงยอดนิยม (Contemporary Hit Radio) ,รายการเพลงแจ๊ส(Jazz) เป็นต้น ซึ่งรายการ
เพลงแต่ละรูปแบบจะมีประเภทของเพลงที่เปิด วิธีการนำเสนอ รวมทั้งอายุของกลุ่มผู้ฟังต่างกัน

- รายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่ (Adult Contemporary/AC) เป็นรูปแบบรายการที่เปิดเพลงร็อคและเพลงป๊อปที่เป็นที่รู้จักเป็นหลัก โดยกลุ่มผู้ฟังหลักจะมีอายุระหว่าง 25-44 ปี แต่อย่างไรก็ตาม รายการประเภทนี้ก็ยังคงแบ่งเป็นประเภทย่อยๆอีกหลายประเภทได้แก่ รายการเพลงฟังสบายสำหรับผู้ใหญ่ (Soft/Lite Adult Contemporary เป็นรายการเพลงยุค 1960-1980 ซึ่งมีกลุ่มผู้ฟังที่มีอายุระหว่าง 32-50 ปี , รายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่สมัยใหม่ (New Adult Contemporary) เป็นรายการที่มีส่วนผสมของเพลงแจ๊สและเพลงร็อคฟังสบาย (Rock Adult Contemporary) หรือที่เรียกกันว่า Soft Rock และ Adult rock and roll เป็นการรวมกันของแนวเพลงสำหรับผู้ใหญ่และรายการเพลงร็อค (Album-oriented rock) ซึ่งจะเป็นเพลงช่วงปีค.ศ. 1960-1970 และมีกลุ่มผู้ฟังอายุ 35-44 ปี , รายการเพลงยอดนิยมสำหรับผู้ใหญ่ (Hot Adult Contemporary) เป็นรูปแบบรายการเพลงยอดนิยม (Contemporary Hit Radio) แต่มีกลุ่มผู้ฟังหลักเป็นผู้ใหญ่ ไม่ใช่วัยรุ่น

- รายการเพลงฟังสบาย (Easy Listening or Beautiful Music) เป็นรายการที่พัฒนามาจากเพลงบรรเลง แต่ในปัจจุบันจะเป็นเพลงที่มีเนื้อร้องมากขึ้น และมุ่งตอบสนองต่อกลุ่มผู้ฟังที่มีอายุน้อยลง แต่อย่างไรก็ตามก็ยังคงกลุ่มผู้ฟังหลักที่เป็นผู้ใหญ่ ซึ่งมีอายุไม่เกิน 45 ปี

- รายการเพลงยอดนิยม (contemporary Hit Radio/CHR) เป็นรูปแบบรายการเพลงที่เริ่มในยุค 1980 ซึ่งรู้จักกันในชื่อ Top-40 หรือ Top-hits โดยมีกลุ่มผู้ฟังหลักที่มีอายุ 18-24 ปี

โดยลักษณะหลักๆของรายการเพลงรูปแบบนี้จะควบคุมด้วยรายชื่อเพลง (playlist) ที่มียอดจำหน่ายสูง รวมถึงบุคลิกลักษณะของผู้ประกาศ (DJ) ที่มีเอกลักษณ์ และการส่งเสริมการตลาด (promotion) ที่ค่อนข้างมาก

- รายการเพลงมิดเดิลออฟเดอะโร้ด (Middle-of-the-Road) เป็นรูปแบบรายการเพลงร่วมสมัยที่หลากหลายทั้งเพลงแนวฟังสบาย (Easy Listening) และเพลงยอดนิยมทั่วไป (Standard Hits) ที่ไม่ใช่เพลงร็อค รวมทั้งการให้ข้อมูลข่าวสารทั่วไป เช่น ข่าว, กีฬา, การพยากรณ์อากาศ และรายงานจราจร โดยเฉพาะในช่วงเช้าและบ่าย เป็นต้น นอกจากนี้ ในบางรายการยังมีส่วนของการพูดคุยและการสัมภาษณ์รวมอยู่ด้วย ซึ่งกลุ่มผู้ฟังรายการเพลงประเภทนี้ เป็นกลุ่มผู้ใหญ่ที่มีอายุตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป

- รายการเพลงรำลึกอดีต (Nostalgia) เป็นรายการเพลงที่เปิดเพลงยอดนิยมในยุค 1930-1950 และมีกลุ่มผู้ฟังที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป

- รายการเพลงเก่า (Oldies) เป็นรายการที่เปิดเพลงยอดนิยมในยุค 1960-1970 โดยมีกลุ่มผู้ฟังหลักที่มีอายุ 35-54 ปี นอกจากนี้ ยังมีรายการเพลงยอดนิยมในยุคหลัง 1960 ถึงก่อนยุค 1980 และมุ่งกลุ่มผู้ฟังที่มีอายุ 25-44 ปี ซึ่งเรียกรายการรูปแบบนี้ว่า '70s Oldies

- รายการเพลงร่วมสมัย (Urban Contemporary) เป็นรายการเพลงที่ตอบสนองต่อกลุ่มคนฟังอายุ 12-34 ปี โดยเพลงที่เปิดจะเน้นเพลงแนวอาร์แอนด์บี (Rhythm and Blues/R&B) สำหรับกลุ่มผู้ฟังที่มีอายุมากกว่านี้ ได้แก่ กลุ่มคนฟังอายุ 25-44 ปี รูปแบบเพลงที่เปิดในรายการก็ยังคงเป็นแนว R&B สำหรับผู้ใหญ่ หรือที่เรียกว่า R&B/Adult

สำหรับรายการ Yes Radio FM 93.5 HD1 จัดว่าเป็นคลื่นวิทยุรายการเพลงประเภทสำหรับผู้ใหญ่ ที่มีทั้งประเภทรำลึกอดีต รายการเพลงเก่า และรายการเพลงมิดเดิ้ลออฟเดอะโร้ดประกอบเข้าด้วยกัน

รายการเพลงหรือสถานีเพลงที่มีรูปแบบต่างกัน ก็ย่อมมีลักษณะการดำเนินการด้านการผลิตและการจัดวางองค์ประกอบของรายการแตกต่างกันด้วย (Keith, 1987 และ Keith and Krause, 1989) โดยรูปแบบรายการเพลงที่เป็นที่รู้จักและนิยมของผู้ฟังทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งมีรูปแบบการนำเสนอแบบต่อเนื่องตลอดทั้งวัน (Continuous Music Form) หรือที่เรียกว่าสถานีเพลง (Music-Format Station) ได้แก่ รายการเพลงยอดนิยม (contemporary Hit) , รายการเพลงฟังสบายๆ (Easy Listening) และเพลงสำหรับผู้ใหญ่ (Adult Contemporary)

เพื่อให้สอดคล้องกับการวิเคราะห์ผลงานสื่อรายการเอส เเรดิโอ FM 93.5 HD1 ผู้วิจัยจึงขออ้างอิงถึงรูปแบบรายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่ ดังจะกล่าวต่อไปนี้

รายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่ (Adult Contemporary)

Adult Contemporary เริ่มมีขึ้นเมื่อประมาณปี ค.ศ. 1980 เป็นรูปแบบรายการที่พัฒนามาจากรูปแบบ MOR (Middle-of-the-Road) และ Chicken Rock (ดนตรีแนว Soft Rock) เน้นการเปิดเพลงตั้งแต่เพลงยอดนิยมไปจนถึงเพลงฟังสบายๆ จึงทำให้ได้กลุ่มผู้ฟังหลายกลุ่ม โดยกลุ่มผู้ฟังรายการประเภทนี้มีอายุตั้งแต่ 24-39 ปี โดยเน้นเป็นกลุ่มผู้ฟังที่มีความต้องการข่าวสาร ข้อมูลควบคู่กับการฟังเพลง สำหรับองค์ประกอบของรายการ Adult Contemporary มีดังนี้

- เพลง (Music)

การเปิดเพลงในรายการ มีการเปิดทั้งเพลงที่ได้รับความนิยมผ่านไปไม่นาน สลับสับเปลี่ยนกับการเปิดเพลงเก่า

- การประกาศ (Announcing) หรือการพูดคุยกับนักจัดรายการวิทยุ

บทบาทของนักจัดรายการไม่จำเป็นต้องมีชื่อเสียงเหมือนกับนักจัดรายการในแนวอื่นๆ เพราะการจัดรายการแนวนี้จะเน้นถึงบุคลิกภาพส่วนบุคคลที่เหมาะสมกับแต่ละช่วงเวลาเท่านั้น นักจัดรายการต้องรู้ว่า ช่วงเวลาใดควรจัดแบบใด

- ข่าว (News)

เนื่องจากกลุ่มผู้ฟังของรายการประเภทนี้ เป็นกลุ่มคนวัยทำงานที่มีความต้องการข่าวสารข้อมูล ดังนั้นรายการรูปแบบ Adult Contemporary จึงต้องนำเสนอข่าวควบคู่ไปด้วย โดยเฉพาะในช่วงเวลาขับรถ สถานีจึงต้องตัดเพลงออกบ้าง เพื่อให้เวลากับข่าว

- การจัดแข่งขันและโปรโมชัน (Contests and Promotions)

การจัดให้มีการประกวดแข่งขันระหว่างผู้ฟัง ถือเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องมีสำหรับการจัดรายการในแนวนี้

- การให้บริการสาธารณะ (Public Affairs)

สำหรับรายการรูปแบบ Adult Contemporary ที่มีกลุ่มผู้ฟังเป็นกลุ่มคนทำงานหรือผู้ใหญ่ การให้บริการสาธารณะหรือการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ฟังถือว่ามีค่าอย่างมาก

- โฆษณาสินค้า (Commercial)

การโฆษณาเป็นความต้องการพื้นฐานของทุกสถานีที่ช่วยให้รายการอยู่รอดต่อไปได้ ซึ่งจะมีตารางสล็อตโฆษณาในกลุ่มช่วงเวลา 10-12 นาที

จากแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบรายการเพลงทางวิทยุ ผู้วิจัยจะนำแนวคิดที่ว่านี่มาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ว่า จากประเภทรายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่ ที่ได้ระบุถึงองค์ประกอบสำคัญของรายการนั้น คลื่นวิทยุ Yes Radio FM93.5 HD1 ได้ดำเนินรูปแบบตามรายละเอียดที่กล่าวมาหรือไม่ มีความสอดคล้องกันหรือแตกต่างกันอย่างไร เนื่องจากรายละเอียดปลีกย่อยบางอย่างก็อาจจะไม่จำเป็นต้องเป็นไปตามองค์ประกอบสำคัญทุกข้อเสมอไป เช่น การจัดแข่งขันและโปรโมชันตามแนวคิดนี้ก็ถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องมี แต่ความจริงแล้วทางคลื่น Yes Radio FM 93.5 HD1 กลับไม่ได้เน้นถึงส่วนนี้มากเท่าใดนัก แต่กลุ่มผู้ฟังก็ยังติดตามฟังกันเป็นประจำ รวมทั้งจะศึกษาถึงลักษณะรูปแบบการดำเนินรายการ Yes Radio FM93.5 HD1 นี้ว่ามีความสำคัญมากน้อยเพียงใดต่อการดึงดูดใจผู้ฟังให้ติดตามฟังรายการ อันจะเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ในปัญหาข้อสองที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการติดตามรับฟังรายการเอส เรดิโอ

3. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่ออินเทอร์เน็ต

การทำความเข้าใจในธรรมชาติของสื่อวิทยุ เป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับผู้ผลิตรายการวิทยุ ฟังระลึกอยู่เสมอ ด้วยข้อจำกัดหรือคุณสมบัติเฉพาะตัวบางอย่างที่แตกต่างไปจากสื่ออื่น อาจจะเป็นเงื่อนไขสำหรับการผลิตหรือในขณะเดียวกันอาจเป็นประโยชน์แก่ผู้ผลิตรายการที่รู้จักเลือกใช้ ธรรมชาติของสื่อนี้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด (ธารนิธิ พยัคฆราชศักดิ์ ,2550)

วิทยุเป็นรูปแบบของการสื่อสารอย่างหนึ่งที่มีคุณสมบัติเฉพาะตัว เช่น

- **วิทยุสร้างจินตนาการ**
แม้ว่าวิทยุจะเป็นสื่อที่ไม่มีภาพ มีแต่เสียง แต่ด้วยเสียงนี้เองที่เป็นสิ่งช่วยกระตุ้น จินตนาการของผู้ฟังได้เป็นอย่างดี แต่ก็ทำให้ขาดความสมจริงในการนำเสนอสาระ บางอย่างก็เมื่อนำเสนอด้วยภาพทางอินเทอร์เน็ตจะมีประโยชน์มากกว่า
- **วิทยุเข้าถึงคนหมู่มาก**
วิทยุสามารถส่งกระจายเสียงไปสู่ผู้คนจำนวนมากยังที่ต่างๆ แต่ทว่าก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้คนจำนวนน้อย
- **วิทยุเข้าถึงปัจเจกบุคคล**
วิทยุเป็นสื่อที่มีความเป็นส่วนตัวบุคคลมาก เพียงแค่หูฟังก็สามารถทำให้ผู้ฟังวิทยุอยู่ในโลก ส่วนตัวของตน โดยไม่ต้องไปยุ่งเกี่ยวกับผู้ใดได้
- **วิทยุกระจายเสียงสู่ผู้ฟังอย่างรวดเร็ว**
วิทยุเป็นสื่อที่มีความยืดหยุ่นในตัวสูง และยังมีความสะดวก คือ วิทยุสามารถนำเสนอ เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้ในเวลาเดียวกันกับที่เหตุการณ์นั้นๆ เกิดขึ้น ซึ่งคุณสมบัติข้อนี้ แตกต่างอย่างมากจากสื่อสิ่งพิมพ์ เพราะต้องผ่านกระบวนการต่างๆ มากมาย และหลาย ครั้งเรามักจะพบรายงานสดทางวิทยุ
- **วิทยุไร้พรมแดน**
วิทยุส่งกระจายเสียงสู่ผู้ฟังโดยไม่คำนึงถึงอุปสรรคทางภูมิศาสตร์หรือเชื้อชาติที่แตกต่าง กัน แต่กลับเชื่อมความต่างทางวัฒนธรรมเหล่านั้นเข้าไว้ด้วยกัน ผู้ฟังได้เรียนรู้ชีวิตที่ต่าง ออกไปทางสภาพสังคมและวัฒนธรรมผ่านสื่อวิทยุ
- **วิทยุไม่ยุ่งยากซับซ้อน**
เพียงแค่บุคคลเพียงคนเดียว พร้อมไมโครโฟนและเครื่องบันทึกเสียงก็สามารถผลิตงาน ทางวิทยุได้แล้ว ส่งผลให้วิทยุมีความยืดหยุ่นสูงในเรื่องการจัดรายการ ไม่ว่าจะ เป็นเพียง

แค่ส่วนประกอบของรายการหรือตลอดทั้งรายการ ก็สามารถแทนที่ได้ด้วยงานอื่นที่ เร่งด่วนหรือสำคัญกว่าเสมอ

- **วิทยุมีราคาถูก**

เมื่อเทียบกับสื่อประเภทอื่นแล้ว ใช้ต้นทุนในการผลิตต่ำกว่าสื่อประเภทอื่นๆ ใน ขณะเดียวกันก็มีราคาถูกสำหรับผู้ฟังด้วย

- **วิทยุไม่ต้องการทักษะการอ่านเขียน**

เพราะวิทยุเป็นสื่อที่ใช้เสียงเพียงอย่างเดียวในการส่งสาร นอกจากนี้ผู้พิการทางสายตาก็ ยังสามารถรับรู้ข่าวสารได้อีกด้วย

- **วิทยุไม่มีการขัดจังหวะหรือหยุด**

ผู้ฟังจะได้ยินรายการในขณะเดียวกันกับที่ผู้ผลิตรายการผลิตอยู่ ผู้ผลิตรายการจึงต้อง สร้างความเข้าใจในเนื้อหาให้เกิดขึ้นได้ทันทีในระหว่างที่รายการของตนกำลังออกอากาศ ด้วย ทั้งนี้ผู้ผลิตรายการจะต้องมีความสามารถในการเรียงลำดับและเลือกนำเสนอเนื้อหา สารที่ตนต้องการ และการใช้ภาษาที่กระชับเข้าใจง่าย

- **วิทยุต้องการความสนใจจากผู้ฟังมาก หากจะฟังอย่างต่อเนื่อง**

ผู้ฟังวิทยุสามารถกระทำกิจกรรมอื่นๆ ไปด้วยในขณะที่ฟังวิทยุ ผู้ฟังมักจะเปิดฟังวิทยุเป็น แค่เพียงเพื่อนแก้เหงา ด้วยเหตุนี้เอง การที่ผู้ผลิตรายการต้องการให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมใน รายการจึงจำเป็นต้องใช้วิธีการต่างๆ เพื่อดึงดูดความสนใจ

- **วิทยุสร้างความรู้สึกได้โดยใช้เสียง**

วิทยุเป็นสื่อที่ใช้เสียงในการส่งสาร เสียงของมนุษย์ที่อบอุ่น เป็นมิตร ให้กำลังใจ โกรธแค้น เจ็บปวด หรือสนุกสนานว่าจริง ระดับเสียงสูงต่ำ สำเนียง การเว้นวรรค การเน้นย้ำ ฯลฯ เหล่านี้ เป็นคุณสมบัติของเสียงซึ่งสามารถรับฟังได้ทางวิทยุที่ให้ความหมายของสาร มากกว่าสิ่งที่ได้ยิน

ธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ต (Internet) มาจากคำว่า Interconnecting Network หมายถึง เครือข่าย คอมพิวเตอร์นานาชาติ ที่มีสายตรงต่อไปยังสถาบันหรือหน่วยงานต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวก ให้แก่ผู้ใช้ทั่วโลก ผู้ใช้เครือข่ายนี้สามารถสื่อสารถึงกันได้ทางอีเมล สามารถสืบค้นข้อมูลและ สารสนเทศ รวมทั้งคัดลอกเพิ่มข้อมูลและโปรแกรมมาใช้ได้ อย่างไรก็ตาม มีผู้เปรียบเทียบว่า อินเทอร์เน็ตเป็นเหมือนทางหลวงระหว่างประเทศ แต่ละประเทศจะต้องมีถนนเข้ามาเชื่อมต่อเข้า

ไปในประเทศ กล่าวคือ จะต้องมีการถ่ายโอนข้อมูลไปยังอีกทอดหนึ่ง (เช่น เครื่องข่ายภายในมหาวิทยาลัย องค์กร หรือเครือข่ายของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต) มิฉะนั้นก็จะใช้ไม่ได้ผล (ธารนิธิ พยัคฆราชศักดิ์, 2550)

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

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

McQuail (1987) กล่าวว่า อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อใหม่ที่มีการผสมผสานเทคโนโลยีต่างๆ เข้าด้วยกัน ทั้งการขนส่ง การเก็บรวบรวมข้อมูล การสืบค้นข้อมูล การย่อส่วน การกระจาย การควบคุม การนำเสนอ และทำให้เกิดการสื่อสารหลายทาง นอกจากนี้อินเทอร์เน็ตยังเป็นสื่อที่มีความจุสูง มีความยืดหยุ่นในรูปแบบ เนื้อหา และการใช้งาน การตอบสนองและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Interactivity) รวมทั้งความสามารถ ในการทะลวงผ่านข้อจำกัดของการสื่อสารที่เกี่ยวกับเวลาและระยะทางในการสื่อสาร

คุณสมบัติสำคัญประการหนึ่งของอินเทอร์เน็ต คือรูปแบบการสื่อสารด้วยระบบหลายสื่อ หรือสื่อประสม (Multimedia) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การนำเสนอเรื่องราว ข้อมูล และสารสนเทศต่างๆ บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสามารถทำได้หลายรูปแบบทั้งข้อความ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว และเสียง

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

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

2. วิทยุบนอินเทอร์เน็ตสามารถรับฟังได้จากทั่วทุกมุมโลก โดยไม่ต้องคำนึงถึงแหล่งกำเนิด คือ แทนที่จะเปิดฟังรายงานข่าวหรือรายการวิทยุจากวิทยุท้องถิ่น ผู้ฟังสามารถรับฟังวิทยุอินเทอร์เน็ตข้ามไปถึงประเทศสหรัฐอเมริกาได้

3. ผู้ฟังบนอินเทอร์เน็ตจะไม่ได้ยินเพียงแค่เสียงเท่านั้น แต่จะได้เห็นภาพด้วย ทั้งนี้เนื้อเพลง การแสดงคอนเสิร์ต หรือข่าวสารต่างๆจะถูกส่งผ่านมาในรูปแบบของข้อความ ภาพกราฟิกหรือคลิป วีดีโอ เหล่านี้เป็นสิ่งซึ่งสถานีวิทยุกระจายเสียงไม่สามารถทำได้ ผู้ฟังบนเว็บจะไม่ถูกจำกัดให้รับฟังแค่เสียงเพียงอย่างเดียว

4. ความสามารถในการประกอบกิจกรรมอย่างอื่นขณะฟังวิทยุจะเพิ่มขึ้น เทคโนโลยี Multitasking ทำให้ผู้ฟังบนอินเทอร์เน็ตสามารถฟังวิทยุไปพร้อมกับการทำงานบนหน้าจอ คอมพิวเตอร์ หรือการท่องไปในโลกของอินเทอร์เน็ต ปัจจุบัน แทนที่จะต้องเสียเวลาดาวนโหลด โปรแกรมเสียงก่อนฟังด้วยการ stream เสียงหรือบีบอัดเสียง ผู้ฟังจะสามารถได้ยินเสียงเพลงหรือข่าวผ่านลำโพงได้ทันที ในขณะที่ทำงานบนโปรแกรมเอกสาร หรือขณะค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ ต่างๆ

จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 1 : เปรียบเทียบธรรมชาติของสื่อวิทยุและสื่ออินเทอร์เน็ต

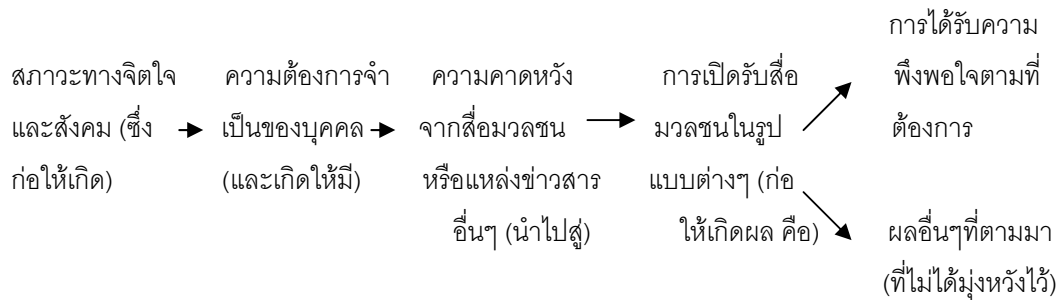
ลักษณะของสื่อ	สื่อวิทยุ	สื่ออินเทอร์เน็ต
ศักยภาพในการเก็บข้อมูล	ต่ำ	สูง
ข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่	มี (ฟังได้เฉพาะที่ที่มีคลื่นไปถึงเท่านั้น)	ไม่มี (สามารถฟังได้ทั่วโลก)
ความสามารถในการ	มีแต่เสียง ไม่มีภาพ	มีทั้งเสียง ภาพกราฟิก และ

แสดงผล		ข้อความ
ความสามารถในการเรียกดูซ้ำ	ต่ำ	สูง
รูปแบบการสื่อสาร	แบบสื่อเดียว (ไม่หลากหลาย)	แบบสื่อประสม (มัลติมีเดีย)
การแบ่งประเภทผู้รับสาร	ต่ำ เพราะข่าวสารเดียวกัน จะถูกถ่ายทอดให้ทุกคนฟัง	สูง เพราะเป็นรายบุคคล
ระบบการโต้ตอบ (interactivity)	ต่ำ	สูงกว่า

ผู้วิจัยจะนำแนวคิดเรื่องธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่ออินเทอร์เน็ตมาอธิบายวิเคราะห์ถึงรูปแบบรายการที่ทางรายการวิทยุ Yes Radio FM93.5 HD1 ได้นำเสนอทั้งทางสื่อวิทยุและสื่ออินเทอร์เน็ต โดยสื่ออินเทอร์เน็ตนั้น ผู้ฟังสามารถรับฟังเพลงจากทางคลื่นได้ทางเว็บไซต์ www.yesradiothai.com เพื่อเห็นถึงข้อดีข้อเสียที่แตกต่างกันไป แม้ว่ากลุ่มผู้ฟังเป้าหมายหลักของทางคลื่นจะเป็นวัยทำงานอายุ สามสี่สิบปีขึ้นไป แต่ผู้ฟังเหล่านี้กลับเลือกใช้อินเทอร์เน็ตในการฟังเพลงจากทางคลื่นกันไม่น้อย จะเห็นได้จากการคอมเมนต์ข้อความในกระทู้ต่างๆในเว็บบอร์ด การโพสต์รูปภาพที่ทางรายการจัดกิจกรรมเพื่อพบปะกันมาลงไว้ให้เข้าไปติดตามชม นอกจากนี้เพื่อประโยชน์ในการติดต่อข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้จัดและผู้ฟังแล้ว ยังเป็นการเพิ่มปริมาณผู้ฟังได้มากขึ้นด้วย (สามารถรับฟังได้จากทั่วโลก) ด้วยคุณสมบัติที่ได้เปรียบของอินเทอร์เน็ตนี้ จึงอาจเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้กลุ่มวัยทำงานหรือผู้สูงวัยบางคนที่ไม่เคยใช้อินเทอร์เน็ตหันมาศึกษาวิธีการใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น โดยมีเป้าหมายคือ เพื่อรับฟังเพลงจากรายการวิทยุ Yes Radio FM93.5 HD1 ทางเว็บไซต์ของรายการก็เป็นได้ เป็นอีกหนึ่งแนวคิดที่นำมาใช้ในการศึกษาพฤติกรรมการรับฟังเพลงจากรายการเอส เรดิโอ

4. ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses & Gratification Theory)

องค์ประกอบต่างๆเกี่ยวกับแนวความคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน อาจแสดงให้เห็นในรูปแบบจำลองได้ดังนี้ (Katz.,E. and et.al., 1974)



นั่นคือ สภาวะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกันของมนุษย์ก่อให้เกิดความต้องการที่แตกต่างกันไป และความต้องการที่ต่างกันนี้ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพึงพอใจได้แตกต่างกันออกไปด้วย ดังนั้นลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการที่ไม่เหมือนกันจะแตกต่างกันไป ขั้นสุดท้ายก็คือ ความพอใจที่จะได้รับจะแตกต่างกันออกไปด้วย

สำหรับความต้องการของผู้รับสารสามารถแยกเป็นกลุ่มความต้องการลักษณะทาง Cognitive Need, Affective Need, Integrative Need และ Escape Need ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

1. **Cognitive Need** คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อจะได้ข่าวสาร ความรู้ และความเข้าใจในตัวบุคคล เหตุการณ์ หรือสิ่งต่างๆ
2. **Affective Need** คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อจะได้รับความพึงพอใจ หรือได้รับประสบการณ์ทางอารมณ์ รวมทั้งในเรื่องความสวดยความงาม หรือศิลปะต่างๆ
3. **Integrative Need** คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อจะได้รับความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพอันเป็นที่ยอมรับ
4. **Escape Need** คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ

การรับฟังเพลงเก่าจากรายการเอส เวิร์ดโอ ของกลุ่มผู้ฟังทั้งคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ นั้นอาจแบ่งความต้องการของผู้ฟังเป็นได้ทั้ง 4 ประเภทข้างต้น เนื่องจากรายการเอส เวิร์ดโอเป็นคลื่นวิทยุที่เปิดเน้นเปิดเพลงเป็นหลัก แต่ก็มีกรายงานข่าวสารด้วยในช่วงเบรกแต่ละชั่วโมง ส่วนการหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะนั้นเป็นอาจเพราะการฟังเพลงทำให้รู้สึกผ่อนคลายจากความตึงเครียดหรือปัญหาที่กำลังประสบอยู่ จนบางคนเมื่อได้รับฟังบางเพลงแล้วอาจจะย้อนนึกไปถึงเหตุการณ์ในอดีตก็เป็นได้หรือที่เรียกว่าปรากฏการณ์โหยหาอดีต

บลูมเมอร์ แมคควอล และบราวน์ (Blumer, McQuail and Brown, 1972) ได้สร้างชุดตัวแปร ความพึงพอใจไว้ 4 กลุ่ม คือ

1. ความเพลิดเพลิน (Diversion) ซึ่งจะออกมาในรูปแบบของการใช้สื่อเพื่อหลบหนีปัญหา งานประจำและผ่อนคลายอารมณ์
2. มนุษยสัมพันธ์ (Personal Relation) เพื่อให้มีเรื่องราวไปพูดคุยกับผู้อื่นหรือให้มีโอกาสใช้เวลาอยู่ร่วมกับครอบครัว
3. เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Personal Identity) เช่น การอ้างอิง การค้นหาความจริงและเพื่อให้ได้ข้อมูลมาเสริมความเชื่อ
4. ติดตามข่าวสาร (Surveillance) ทำให้รู้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของสังคม

การศึกษาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจของประชาชนผู้รับสารค้นพบบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารมวลชนที่มาจากเจตจำนงของผู้รับสารอยู่หลายประการ (อ้างในหลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 1-8 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช , 2532) มีดังนี้

1. เกี่ยวกับข่าวสาร (Cognition)
 - ทำให้รู้เหตุการณ์และสภาพการณ์รอบตัว รอบสังคม และรอบโลก
 - ให้คำแนะนำปรึกษาเกี่ยวกับการปฏิบัติตน ความคิดเห็น และการเลือกตัดสินใจ
 - สนองตอบความอยากรู้อยากเห็น และความสนใจในเรื่องต่างๆ
 - ช่วยกระบวนการเรียนรู้และศึกษาด้วยตนเองของผู้รับสาร
 - ให้ความรู้ที่ทำให้เกิดความรู้สึกที่ปลอดภัย
2. เกี่ยวกับเอกลักษณ์ของบุคคล (Personal Identity)
 - ทำให้มั่นใจในค่านิยมของบุคคล
 - ให้แบบอย่างของการประพฤติตน (Models of Behavior)
 - ทำให้สามารถเปรียบเทียบตนเองกับบุคคลอื่นที่สื่อมวลชนประเมินค่าแล้ว
 - ทำให้รู้จักตนเองลึกซึ้งมากขึ้น
3. เกี่ยวกับการเข้าสังคมและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction)
 - ทำให้รู้ลึกซึ้งในสถานการณ์ของผู้อื่น
 - ทำให้มีเรื่องราวที่จะสนทนากัน และเกิดการตอบสนองกันทางสังคม
 - ช่วยทำหน้าที่แทนเพื่อนในชีวิตจริง
 - ช่วยทำให้บทบาททางสังคมบรรลุตามเป้าประสงค์
 - ทำให้บุคคลสามารถติดต่อกับครอบครัว เพื่อนฝูงและสังคม

4. เกี่ยวกับการบันเทิงเริงรมย์ (Entertainment)

- ช่วยให้เห็นหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆได้
- ช่วยให้พักผ่อนหย่อนอารมณ์
- ทำให้ชื่นชมกับความงามของศิลปะและวัฒนธรรม
- ช่วยฆ่าเวลา
- ช่วยกระตุ้นทางเพศ

เบคเกอร์และโรเบิร์ต (Becker and Robert, 1992) ได้กล่าวเกี่ยวกับหน้าที่ของสื่อมวลชนสำหรับ ผู้รับสารไว้ในหนังสือ Discovering Mass Communication ไว้ว่า ผู้รับสารใช้สื่อมวลชนเพื่อวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย และวัตถุประสงค์เหล่านี้จะเปลี่ยนไปเมื่อเราอยู่ในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งหน้าที่สำหรับการใช้สื่อของผู้รับสาร ได้แก่

1. เพื่อตรวจตราสภาพแวดล้อมหรือเพื่อค้นหาข้อมูลข่าวสาร
2. เพื่อการพัฒนาแนวคิดของตนเอง
3. เพื่อช่วยในการประกอบอาชีพ (ข้อ 1-3 ปัจจัยด้าน Cognitive)
4. เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
5. ใช้เป็นเพื่อนแทนการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (ข้อ 4-5 ปัจจัยด้าน Social Interaction)
6. เพื่อช่วยให้หลุดพ้นจากความตึงเครียดและวิตกกังวลต่างๆ
7. เพื่อให้ผ่อนคลาย ให้ความหลากหลาย ช่วยปลดปล่อยอารมณ์ ให้ความสนุกสนาน ช่วยกระตุ้นหรือบรรเทาความเบื่อหน่าย (ข้อ 6-7 ปัจจัยด้าน Entertainment)
8. เพื่อช่วยให้เกิดความรู้สึกของการมีชีวิตประจำวันที่มีระบบระเบียบและมีความมั่นคงปลอดภัยในชีวิต (ข้อ 8 ปัจจัยด้าน Personal Identity)

แนวความคิดนี้ เป็นการเสนอแนวความคิดเกี่ยวกับผู้รับสารเลือกสรรสื่อที่จะนำมาเพื่อสนองความต้องการของตนเองตามความพึงพอใจที่ปรารถนา เพราะมนุษย์มีความจำเป็นต้องรู้เห็นเหตุการณ์ ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และต้องการความบันเทิงจากสื่อมวลชน แต่ละบุคคลย่อมมีความต้องการในการใช้สื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความพึงพอใจด้วยเหตุผลที่ต่างกัน การฟังรายการวิทยุ Yes Radio FM 93.5 HD1 ก็เช่นเดียวกัน บุคคลแต่ละคนก็มีเหตุผลที่ต่างกันออกไป เป็นต้นว่าเพื่อความบันเทิง เพื่อเป็นเพื่อน หรือเพื่อพูดคุยกับเพื่อนๆ ฯลฯ เหตุผลที่ต่างกันไปนี้ วิทยุและสภาพแวดล้อมที่อยู่รอบตัวเราล้วนมีผลที่ทำให้แตกต่างกัน เช่น วิทยุรุ่นที่สนใจติดตามฟังรายการเฮลโธ บางคน อาจเพราะเขาเติบโตมาในครอบครัวที่พ่อแม่มักเปิดเพลงเก่าฟังเป็น

ประจำ จนเกิดเป็นความชอบส่วนตัว หรือในกลุ่มวัยทำงานที่เป็นผู้ใหญ่แล้วก็อาจฟังเพราะชื่นชอบเพลงแนวนี้ ฟังเพื่อพูดคุยเกิดการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม หรือเพื่อความผ่อนคลาย เป็นต้น แต่สิ่งที่น่าจะเหมือนกันอยู่อย่างหนึ่งคือ กลุ่มผู้ฟังเหล่านี้ชื่นชอบเพลงที่มีภาษาที่ไพเราะ ท่วงทำนองการฟังก็ค่อนข้างไปในแนวฟังสบาย (Easy Listening) เพลงที่เปิดในรายการ Yes Radio FM 93.5 HD1 อาจนำพามาซึ่งความผ่อนคลายอารมณ์แก่ผู้ฟังได้ไม่ว่าจะกลุ่มวัยใดก็ตาม ถือเป็นกรฟังเพื่อความพึงพอใจ ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความสนใจว่ากลุ่มผู้ฟังที่วัยต่างกันนั้นจะมีเหตุผลในการรับฟังที่เหมือนหรือต่างกันหรือไม่ อย่างไร และประโยชน์ ความพึงพอใจที่ได้รับจากการรับฟังเพลงเหล่านี้เกิดขึ้นในลักษณะใดบ้าง เปรียบเทียบว่าเป็นไปตามที่ทฤษฎีกล่าวไว้ในด้านใดเป็นส่วนใหญ่ หรืออาจมีแตกต่างจากที่ทฤษฎีกล่าวไว้บ้างหรือไม่

5. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรเปิดรับสารจากสื่อมวลชน

พฤติกรรมกรเปิดรับสารในที่นี้หมายถึง พฤติกรรมกรรับฟังรายการเอส เรดิโอ FM 93.5 HD1 อันหมายรวมถึง ความถี่ในการรับฟัง ,เวลาที่ใช้ในการรับฟังรายการ ,ระยะเวลาที่ติดตามฟัง, สถานที่ที่รับฟัง, ช่องทางการรับฟังไม่ว่าจะเป็นทางวิทยุหรือเว็บไซต์ของรายการเอส เรดิโอ ,รูปแบบการรับฟัง เช่น ล็อกคัลเรียนเอส เรดิโอไว้เป็นคลื่นแรก หรือเปลี่ยนไปรับฟังคลื่นวิทยุคลื่นอื่นด้วย ,การมีส่วนร่วมของผู้ฟัง,กิจกรรมอื่นๆที่ทำความคุ้นเคยด้วยขณะรับฟังเอส เรดิโอ รวมไปถึงความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อรายการเอส เรดิโอด้วย

เมอร์ริลล์ และโลเวนสไตน์ (Merrill and Lowenstein) ได้สรุปถึงสาเหตุที่บุคคลต่างๆ จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร ได้แก่ (Merrill and Lowenstein, 1971)

-ความเหงา เพราะมนุษย์ต้องการมีเพื่อน ไม่สามารถอยู่ได้เพียงลำพัง ต้องหันมาสื่อสารกับผู้อื่น แต่บางครั้งคนบางส่วนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมากกว่าที่จะอยู่กับบุคคล เพราะไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนา หรือทางสังคมให้แก่ตนเอง

-ความอยากรู้อยากเห็น เพราะเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการจะรับรู้ข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการอยากรู้อยากเห็นของตน ไม่ว่าสิ่งทีอยากรู้นั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองหรือไม่ก็ตาม

-ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์ทุกคนจะแสวงหาและใช้ข่าวสารให้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง ทั้งในแง่ของการเสริมสร้างบารมี การช่วยให้ตนเองสะดวกสบาย หรือสนุกสนานบันเทิง ซึ่งสื่อมวลชนสามารถให้สิ่งเหล่านี้ได้ วิลเบอร์ ชแรมม์ (W. Schramm) ได้ให้หลักทั่วไปอันเป็นเหตุของการเลือกว่า คนยอมเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least effort) และได้ประโยชน์ตอบแทนดีที่สุด (Promise of reward) (สุภาพงษ์ วรรวยทรง , 2535)

ผู้วิจัยจะนำแนวคิดพฤติกรรมกรการเปิดรับสารจากสื่อมวลชนในส่วนของประโยชน์ใช้สอย มาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกับทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ เพื่อนำมาใช้ศึกษาพฤติกรรมกรการรับฟังเพลงเก่าของกลุ่มผู้ฟังส่วนของการใช้ประโยชน์ได้อย่างละเอียดยิ่งขึ้น

-ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่าง ผู้รับข่าวสารแต่ละคนจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะ บางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

นอกจากนั้น วิลเบอร์ ชแรมม์ (Schramm, 1973) ยังได้กล่าวถึงองค์ประกอบด้านต่างๆ ในการเลือกรับข่าวสารผู้รับสาร ดังนี้

1. ประสบการณ์ ประสบการณ์ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารเพื่อสนอง จุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ภูมิหลังแตกต่างกัน ทำให้มีความสนใจแตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมกรการเลือกรับสื่อและ เนื้อหาข่าวสาร
5. ความสามารถในการรับสารเกี่ยวกับสภาพร่างกาย และจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมกรการ เปิดรับข่าวสารต่างกัน
6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวจิตใจและพฤติกรรมกรการ ของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็ได้
8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้พบ

อย่างไรก็ตาม คนเราทุกคนก็มีธรรมชาติในการเปิดรับข่าวสารอยู่ตลอดเวลาอยู่แล้ว เพียงแต่จะเปิดรับสื่ออย่างไรนั้นก็ด้วยปัจจัยที่กำหนดคือ (ขวัญเรือน กิติวัฒน์ , 2531)

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดที่ว่าการเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมากในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทัศนคติ ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การเรียนรู้ การจูงใจ

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่ เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออก ซึ่งพฤติกรรมใดๆก็ตาม นั้นคือมักจะคล้ายตามกลุ่มในแง่ความคิด ทักษะ และพฤติกรรม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร เชื่อว่าลักษณะต่างๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้ายคลึงกันของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวก็ไม่แตกต่างกันด้วย

นอกจากนั้น บอลล์-โรคีส และเดอ เฟอร์ (Ball-rokeach, S. J. and De Fleur, M. L., 1976) ยังได้แสดงกรอบแนวความคิดพื้นฐานเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยการพิจารณาปัจจัยต่างๆ ที่เกิดขึ้นเป็นตัวแปรแทรก (Intervening Variables) ระหว่างสื่อที่เป็นตัวกระตุ้น (Stimulus) กับพฤติกรรมการตอบสนอง (Response) โดยแยกเป็นทฤษฎีการจัดลำดับชั้นในสังคม (The Social Catagories Theory) ทฤษฎีนี้ได้แยกบุคคลออกมาเป็นกลุ่ม โดยยึดถือเพศ , อายุ , รายได้ , สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม เป็นตัวกำหนดตัวแปรเหล่านี้ มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยบุคคลในสังคมที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และปฏิกิริยาตอบสนองต่อการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน คล้ายๆกัน

จากงานวิจัยของรุ่งฤดี ห่อนาค(2541) วิจัยเรื่อง พบว่า กลุ่มวัยอายุใกล้เคียงกัน ในงานวิจัยที่ศึกษา คือกลุ่มเยาวชน (15-24 ปี) จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่คล้ายคลึงกัน พบว่าการเปิดรับเพลงไทยสากลจากสื่อต่างๆของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร จะสร้างความพึงพอใจในด้านต่างๆให้เกิดขึ้นได้ ต้องประกอบกับการได้รับชมทั้งภาพและได้ยินทั้งเสียงควบคู่กันไป ความพึงพอใจที่ได้รับจากวิทยุ เทปคาสเซ็ทและซีดี จึงยังไม่สูงมากเมื่อเทียบกับสื่อประเภทอื่นๆ แต่กลุ่มเยาวชนจะมักนิยมรับฟังเพลงจากโทรทัศน์หรือคอนเสิร์ตมากกว่า

ในการนำแนวคิดนี้มาใช้เพื่อเป็นแนวทางพิสูจน์ว่าคนฟังรุ่นเก่าและคนฟังรุ่นใหม่มีพฤติกรรมการรับฟังเพลงเก่าผ่านรายการเอส เรดิโอที่แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร (ตามแนวคิดกล่าวไว้ว่าบุคคลที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันมักมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่คล้ายคลึงกัน และจะทำการวิจัยต่อไปอีกว่า คนอายุคราวเดียวกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกันหรือไม่) หรือแม้กระทั่งกลุ่มคนวัยเดียวกันก็ตาม หากมีประสบการณ์ภูมิหลังที่แตกต่างกัน ก็อาจทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ต่างกันออกไปด้วย

ผู้วิจัยมีแนวโน้มจะนำทฤษฎีและแนวคิดทั้งห้าข้อนี้ ได้แก่ แนวคิดเรื่องโหยหาอดีต (nostalgia) , แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบรายการเพลงทางวิทยุ, ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และ

ความพึงพอใจ (Uses & Gratification Theory) แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่ออินเทอร์เน็ต และ แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกาารเปิดรับสารจากสื่อมวลชน มาเป็นแนวทางร่วมกันในการวิเคราะห์สื่อวิทยุทางรายการ Yes Radio ที่เปิดเพลงเรโทรตลอดรายการและทุกวันเพื่อตอบสนองความต้องการในการรับฟังเพลงเก่าของกลุ่มผู้ฟังทั้งวัยทำงานที่ส่วนใหญ่อายุสามสี่สิบปีขึ้นไป และยังมีกลุ่มผู้ฟังใหม่ๆอย่างวัยรุ่นก็ให้การติดตามรับฟังบ้าง ผู้วิจัยคาดว่าแนวคิดและทฤษฎีทั้งห้าแนวคิดนี้จะมีความสอดคล้องและสามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อไขข้อข้องใจถึงปัญหาเกี่ยวกับพฤติกรรมกาารรับฟังเพลงเก่าของกลุ่มผู้ฟังทั้งคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ นอกจากนี้แล้วยังจะศึกษาว่าแนวคิดเรื่องโหยหาอดีตมีความสำคัญอย่างไรต่อการรับฟังเพลงของกลุ่มผู้ฟังบ้าง เป็นต้นว่าผู้ฟังบางคนก็มักให้ความสำคัญกับชีวิตในอดีตโดยอยากให้เวลาวันวานหวนคืนมาหรือบางคนอาจไม่ได้ถึงขั้นอยากให้ย้อนคืนมา เพียงแค่คิดถึงช่วงเวลาเหล่านั้น อาจจะสามารถกล่าวได้ว่า การรับฟังเพลงเก่าๆก็อาจถือเป็นการหวนรำลึกถึงชีวิตในวันวานได้อีกทางหนึ่ง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมกาารรับฟังเพลงเก่าของผู้ฟังเฮส เรดิโอ เอฟ เอ็ม 93.5 เอช ดี วัน มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

สุวรรณมาศ เหล็กงาม (2552) ศึกษาวิจัยเรื่อง **การประกอบสร้างภาพเพื่อการโหยหาอดีตในรายการ“วันวานยังหวานอยู่”** โดยเน้นศึกษาเฉพาะกรณีแนวคิดเรื่องการโหยหาอดีต หรือ Nostalgia ใจความสำคัญคือ คนเรามักโหยหาอดีตเนื่องจากเป็นเหตุการณ์ที่ไม่สามารถย้อนกลับมาได้อีกครั้ง ทำได้เพียงแค่นึกย้อนไปในวันวานเท่านั้น และยังกล่าวอีกว่าการโหยหาอดีตไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หากแต่เป็นลักษณะที่เกิดจากสังคม ยกตัวอย่างเช่น การฟังเพลงเก่าที่เปิดจากวิทยุ ก็อาจเป็นเหตุให้คนฟังนึกย้อนไปถึงช่วงแรกๆที่เราเคยฟังเพลงนั้น ในช่วงนั้นเรากำลังทำอะไรอยู่ เหตุการณ์ในอดีตก็จะถูกนึกถึงอีกครั้ง แต่หากเราอยู่เฉยๆ โดยไม่มีสิ่งใดมากระตุ้นความคิดของเรา เราก็อาจไม่ได้สนใจที่จะนึกถึง

ผลจากการวิจัยเรื่อง การประกอบสร้างภาพเพื่อการโหยหาอดีตในรายการ“วันวานยังหวานอยู่” พบว่า เนื้อหาของรายการมีวันวานของคนทุกอายุ แบ่งเป็น ย้อนอดีตอันใกล้(อดีตที่เพิ่งผ่านพ้นไป) ย้อนอดีตกลางๆ(คนรุ่นใหม่บางคนเกิดทัน) ย้อนอดีตไกล(เป็นวันวานของคนรุ่นเก่า

คนรุ่นใหม่เกิดไม่ทัน) และย้อนอดีตอันไกลโพ้น(คนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่เกิดไม่ทัน) ทั้งนี้ผู้ชมสามารถนำวันวานในช่วงชีวิตของคนดังที่มีรุ่นราวคราวเดียวกันกับตน มาเชื่อมโยงกับวันวานในอดีตของตนเอง โดยไม่ได้เกี่ยวกับเวลาแต่ทว่าเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของผู้คนว่ามีประสบการณ์กับสิ่งนั้นหรือไม่ และอดีตที่ผู้คนโยยหา นั่น แบ่งเป็นอดีตที่ผ่านพ้นไปแล้วในแง่ของกาลเวลา กับอดีตที่ขาดหายไปในแง่ของการดำรงชีวิตในสังคมปัจจุบัน เมื่อนำมาเชื่อมโยงกับคำว่า “อดีต” ของการรับฟังเพลงในรายการเอส เรดิโอ คิดว่าน่าจะเป็นอดีตแบบ ย้อนอดีตกลางๆ(คนรุ่นใหม่บางคนเกิดทัน) และย้อนอดีตไกล (เป็นวันวานของคนรุ่นเก่า คนรุ่นใหม่เกิดไม่ทัน) อย่างไรก็ตาม เพลงบางเพลงมีการนำกลับมาทำใหม่ อาจทำให้ผู้ฟังคนรุ่นใหม่บางคนรู้สึกร่วมไปกับเพลงในยุคก่อนได้เช่นกัน

ประเด็นหนึ่งที่พบเกี่ยวกับตัวผู้ชมรายการ คือ ผู้ชมรายการมีทั้งอยากให้วันวานย้อนกลับมาอีกครั้ง (nostalgia) และมีทั้งนึกถึงภาพวันวานแต่ไม่ได้อยากจะให้วันวานนั้นย้อนกลับมา (retro) จากข้อสังเกตนี้ผู้วิจัยจะนำมาเป็นกรณีศึกษา เพื่อศึกษาว่าผู้ฟังที่รับฟังรายการเอส เรดิโอ นั้นมีความคิดเห็นเช่นเดียวกันหรือแตกต่างกันไปจากที่ผู้ชมที่ชมรายการวันวานยังหวานอยู่ อย่างไร

ส่วนความสนใจของผู้รับสารที่เข้ามารับชมรายการมีทั้งความสนใจในการดำเนินรายการของพิธีกร และมีความสนใจในการนำเสนอเนื้อหาย้อนเรื่องราวในอดีต (สนใจการนำเสนอเนื้อหาย้อนวันวานของแขกรับเชิญมากกว่าเนื้อหาย้อนวันวานของสังคม)

ทั้งนี้ผู้วิจัยสนใจในประเด็นเรื่องความสนใจของผู้รับสารที่เข้ามาชมรายการ อันสามารถนำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์หาข้อมูลในลักษณะของผู้ฟังที่ติดตามฟังเพลงจากรายการเอส เรดิโอ เพื่อนำมาเปรียบเทียบว่าจะมีแนวโน้มคล้ายกันหรือไม่ โดยผู้ฟังอาจให้ความสนใจกับตัวดีเจ และประเภทของเพลงที่เปิดในรายการ อย่างไรก็ตาม อาจมีปัจจัยอื่นๆนอกเหนือไปจากผู้ดำเนินรายการและประเภทของเพลง ประกอบรวมเข้าไว้ด้วย

ชุตานา ปุณณะหิตานนท์ (2541) ศึกษาวิจัยเรื่อง การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรม การรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอฟ. เอ็ม. 88.0 เมกะเฮิร์ตซ์ ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า รูปแบบการนำเสนอรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มนั้น เป็นรายการที่ให้ทั้งสาระและบันเทิง มีเรื่องราวน่ารู้ น่าสนใจ เน้นการตอบปัญหาหรือข้อสงสัยในเรื่องต่างๆให้กับผู้ฟัง โดยเป็นศูนย์รวมของคำถาม และคำตอบในทุกเรื่องราว นอกเหนือไปจากการให้ความบันเทิงด้านเสียงเพลง ซึ่งรายการประเภทนี้จะมียอดผู้ฟังไม่มากนัก ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นรายการที่เน้นเปิดเพลง ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับรายการเอสเรดิโอตรงที่เป็นรายการที่ไม่ใช่กระแสหลักเหมือนรายการเพลงทั่วไป เพราะเพลงที่เปิดไม่ใช่เพลงตลาดอย่างที่วัยรุ่น(ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ฟังจำนวนมาก) ติดตามฟังกัน อย่างไรก็ตาม ความแตกต่าง

ของ 2 รายการนี้ก็มิปรากฏเช่นกัน คือ รูปแบบรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มจะเน้นทั้งสาระและบันเทิง ทำให้มีกลุ่มผู้ฟังที่ติดตามฟังอยู่หลายช่วงวัย ตั้งแต่วัยรุ่น ไปจนถึงผู้ใหญ่ แต่ช่วงอายุที่นิยมฟังกันมากจะเป็นช่วงวัยรุ่นมัธยม แต่รายการเอส เรดิโอนั้นจะนำเสนอเพลงเก่าเป็นหลัก และมีพูดคุยกับผู้ฟังบ้าง ส่วนกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายหลักจะเป็นช่วงวัยทำงาน 30 ปีขึ้นไป ซึ่งกลุ่มผู้ฟังรุ่นใหม่อย่างวัยรุ่นก็มีติดตามฟังบ้างเช่นกัน แต่อาจไม่มากเท่าวัยผู้ใหญ่

นอกจากนี้ ยังพบว่า อายุแตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มแตกต่างกัน และ อายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มแตกต่างกัน กลุ่มอายุที่ผู้วิจัยทำการวิจัยนั้น แบ่งเป็น 4 ช่วงอายุด้วยกัน คือ 12-17 ปี , 18-24 ปี , 25-39 ปี และ 40 ปีขึ้นไป โดยช่วงอายุ 18-24 ปีจะมีทัศนคติต่อรายการดีที่สุดในและพฤติกรรมในการรับฟังสูงสุด (ซึ่งน่าจะหมายความว่า ผู้ฟังอายุรุ่นนี้จะมีปัญหาที่รายการวิทยุนำมาเสนอมากที่สุด) ในขณะที่งานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการรับฟังเพลงเก่าของกลุ่มผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครผ่านรายการเอส เรดิโอ FM 93.5 HD1 แบ่งช่วงอายุที่สำรวจเป็น 2 ช่วงด้วยกัน คือ ผู้ฟังคนรุ่นเก่า อายุ 35 ปีขึ้นไป และผู้ฟังคนรุ่นใหม่ อายุ 15-25 ปี จะทำการวิจัยว่ากลุ่มผู้ฟังทั้งสองกลุ่มนี้มีทัศนคติและพฤติกรรมการรับฟังรายการเหมือนหรือต่างกันไปอย่างไร ทั้งนี้งานวิจัยรายการเอส เรดิโอนี้จะทำการเจาะลึกความคิดเห็นของผู้ฟังมากไปกว่างานวิจัยรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม แต่จะนำแนวทางในส่วน of ทัศนคติและพฤติกรรมการรับฟังบางส่วนมาใช้ในงานวิจัยชิ้นนี้ ซึ่งพบว่าผู้ฟังที่อายุต่างกันจะรับฟังเพลงที่มีลักษณะต่างกัน

ปานันท์ หงส์น้อย (2546) ศึกษาวิจัยเรื่อง **กลยุทธ์การสร้างตลาดของสถานีรูปแบบรายการเพลงแบงกอก เรดิโอ** พบว่า ที่มาของการเกิดขึ้นของรายการแบงกอก เรดิโอ เนื่องจาก โฆษณาที่เข้ามาจำนวนมากจนล้นในรายการกรีนเวฟ ซึ่งเป็นหนึ่งในรายการเครือเอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด เช่นกัน และนั่นคือจุดเริ่มต้นของรายการ อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตก็ได้คำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญด้วย ซึ่งกลุ่มเป้าหมายของรายการมีทั้งผู้ฟังเก่าและผู้ฟังใหม่จากรายการในเครือเอ-ไทม์ โดยเฉพาะรายการกรีนเวฟ เนื่องจากกลุ่มผู้ฟังมีลักษณะค่อนข้างใกล้เคียงกัน คือเป็นผู้ใหญ่วัยทำงานแล้ว ทำให้ประเภทแนวเพลงที่เปิดในรายการจึงคล้ายคลึงกันด้วย นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการฟังของกลุ่มผู้ฟังด้วย ในตอนต้นผู้วิจัยได้อธิบายให้ทราบก่อนว่าผู้ฟังในรายการเป็นคนประเภทใด นั่นคือ ชอบความทันสมัย ความแปลกใหม่ ชอบกิจกรรมนอกบ้าน เช่นไปสังสรรค์กับเพื่อน แล้วจึงแจจแจต่อไปถึงรูปแบบการดำเนินชีวิต การเข้ามาฟังรายการ ความพึงพอใจของผู้ฟัง รวมไปถึงด้านพฤติกรรมการรับฟังรายการ ซึ่งพฤติกรรมการรับฟังนี้ ผู้ฟังมีทั้งฟังสลับกับคลื่นอื่น, ฟังเพียงคลื่นนี้คลื่นเดียว และมีส่วนน้อยที่เมื่อรู้จักและรับฟังรายการแบงกอก เรดิโอแล้วจะกลับไปฟังเพลงจากรายการเดิมที่เคยฟังอยู่

งานวิจัยของป้านท์เน้นศึกษาผู้ส่งสารหรือผู้ผลิตเป็นหลัก ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคำถามจากงานวิจัยชิ้นนี้มาเป็นแนวทางเพื่อสัมภาษณ์นักจัดรายการของเอส เรดิโอ เนื่องจากประเด็นปัญหาและคำถามค่อนข้างคล้ายคลึงกัน เช่น ช่วงการเปิดคลื่นในระยะแรก ตัวดีเจมีวิธีการอย่างไรที่ทำให้ผู้ฟังติดตามรายการต่อไป, มีความคิดเห็นอย่างไรกับการที่รายการมีการคณะผู้ดำเนินรายการเก่าใหม่ หรือคิดว่าอะไรเป็นสิ่งที่ทำให้รายการเบงกอก เรดิโอ ได้รับความนิยม เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีคำถามสำหรับฝ่ายผลิตรายการอีกบางส่วนที่ผู้วิจัยคิดว่าน่าจะเป็นประโยชน์ในการนำมาใช้ อย่างเช่น รายการเบงกอก เรดิโอเกิดขึ้นมาได้อย่างไร, แนวคิดหลักของรายการคืออะไร, ลักษณะของดีเจแต่ละช่วงเป็นอย่างไร ต่าง/เหมือนกันอย่างไร การกำหนดให้ดีเจคนไหนดำเนินรายการช่วงไหน มีเหตุผลหรือไม่ อย่างไร

จากผลการวิจัยในงานชิ้นนี้ คาดว่าจะเป็นแนวทางในการศึกษาถึงที่มาการจัดตั้งรายการเพื่อนำมาเป็นแนวทางวิเคราะห์หรือรายการเอส เรดิโอว่าจะเป็นเช่นเดียวกับรายการเบงกอก เรดิโอหรือไม่ อย่างไร ซึ่งโดยส่วนตัวแล้วคาดว่ากรณีโฆษณาเข้ามามากเกินไปอาจจะยังไม่ใช้ปัจจัยสำคัญต่อการจัดตั้งรายการเอส เรดิโอขึ้นมาดังเช่นรายการเบงกอก เรดิโอ รวมทั้งในส่วนของพฤติกรรมกรับฟัง ความพึงพอใจ และรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มผู้ฟังด้วย

วัชรภรณ์ จิตต์อารีย์ (2545) ศึกษาวิจัยเรื่อง **การรับฟังรายการกรีนเวฟกับการมีส่วนร่วม ในกิจกรรมสังคมและสิ่งแวดล้อม** โดยมุ่งเน้นศึกษาลักษณะของการรับฟังรายการและปัจจัยสื่อสารที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมสิ่งแวดล้อม งานวิจัยชิ้นนี้มีความคล้ายคลึงกับงานวิจัยพฤติกรรมกรรับฟังเพลงเก่าๆ ในด้านศึกษาผู้รับสารซึ่งก็คือผู้ฟังเหมือนกัน ซึ่งเป็นผลที่ได้รับจากการรับฟังรายการเพลงจากทางวิทยุ งานวิจัยนี้พบว่า ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มผู้ฟังออกเป็น 4 ประเภทด้วยกันคือ ฟังรายการเพื่อความบันเทิงแต่เพียงอย่างเดียว, สนใจในข้อมูล ข่าวสารที่รายการนำเสนอ แต่ไม่มีโอกาสร่วมกิจกรรมใดๆ, ตั้งใจฟัง และมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆกับทางรายการ และนำข้อมูลข่าวสารที่ได้จากทางรายการไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน สื่อสารต่อไปยังบุคคลอื่นๆ ซึ่งมีส่วนคล้ายกับการแบ่งกลุ่มผู้ฟังเพลงเก่าจากรายการเอส เรดิโอ คือ ผู้วิจัยอาจแบ่งกลุ่มผู้ฟังรายการเอส เรดิโออย่างกว้างๆได้เป็น ฟังเพลงจากทางรายการแล้วนึกถึงภาพในอดีตและอยากย้อนกลับไป, ฟังเพลงแล้วนึกถึงภาพในอดีตแต่ไม่ได้เกิดความรู้สึกอยากย้อนกลับไป และฟังเพลงแต่ไม่ได้เกิดความคิดนึกถึงภาพในอดีตแต่อย่างใด ซึ่งถือเป็นผลที่ได้จากการฟังเพลงในรายการเช่นกัน

ส่วนพฤติกรรมกรฟังรายการกรีนเวฟนั้นเกิดขึ้นใน 3 ลักษณะคือ 1) ลืบลคลื่นหรือเปิดเป็นรายการแรก, 2) ขยายข้อมูล (นำข้อมูลไปใช้ในชีวิตประจำวันและสื่อสารต่อไปยังบุคคลอื่น) และ

3) มีจินตนาการร่วม แบ่งเป็น มีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆกับทางรายการ และนำข้อมูลข่าวสารที่ได้ไปทำด้วยตัวเองในภายหลังรวมทั้งเป็นคนกลางประสานและขยายข้อมูล

ด้านปัจจัยสื่อสารที่มีผลต่อการฟังรายการ(คล้ายกับวัตถุประสงค์ของผู้วิจัยพฤติกรรมกรรรับฟังเพลงเก่าๆในข้อที่2) ได้แก่ เพลงที่เข้าถึงอารมณ์, ข้อมูลข่าวสารที่ใช้ประโยชน์ได้จริง , ทักษะในการสื่อสารของดีเจ, การออกอากาศ 24 ชั่วโมง และบุคลิกและรสนิยมส่วนตัว ซึ่งทำหน้าที่ส่งเสริมกัน ส่วนปัจจัยสื่อสารที่พบว่ามีผลต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (ซึ่งเป็นหนึ่งในคำถามของผู้วิจัยที่ว่าผู้ฟังได้เข้าร่วมกิจกรรมอื่นๆของทางรายการเอส เรดิโอหรือไม่) ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของดีเจ ข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอ การนำเสนอในรูปแบบของ format station และความสะดวกของผู้ฟัง นอกจากนั้นแล้วบริบททางสังคมยังมีบทบาทต่อผู้รับสาร ผู้ส่งสารในเวลาเดียวกันด้วย

งานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นแนวทางแก่ผู้วิจัยในด้านการศึกษาลักษณะพฤติกรรมกรรรับฟังเพลงจากทางรายการและในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อการติดตามรับฟังรายการ ซึ่งเป็นแนวทางในการซักถามผู้ฟังถึงการรับฟังรายการ เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมกรรรับฟังรายการเอส เรดิโอ แนวคำถามที่นำมาใช้และเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล เช่น เริ่มฟังกรีนเวฟได้อย่างไร ตั้งแต่เมื่อไร, พฤติกรรมกรรฟังรายการเป็นแบบไหน,ชอบวิธีการนำเสนอของกรีนเวฟหรือไม่ แง่มุมไหน, ตัวผู้ดำเนินรายการมีส่วนให้ฟังต่อหรือไม่ มีส่วนร่วมกับกิจกรรมของรายการบ้างหรือไม่

วรรัตน์ ชัยสุข (2545) ศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบและการนำเสนอรายการดนตรีคลาสสิกทางสถานีวิทยุกระจายเสียงไทย พบว่า รูปแบบและวิธีการนำเสนอบทเพลงคลาสสิกทางวิทยุกระจายเสียงไทย มีการนำเสนอรายการเพลงหลากหลายรูปแบบ และพบว่าการจัดรายการดนตรีคลาสสิกมีแนวการจัดรายการ 3 แนวทาง ได้แก่ แนวทางที่ให้ความบันเทิงและความรู้ เกี่ยวกับดนตรีคลาสสิก , แนวทางที่ให้ความบันเทิงและเกร็ดความรู้เล็กๆน้อยๆเกี่ยวกับดนตรีคลาสสิก และแนวทางที่ให้ความเพลิดเพลินจากอารมณ์ของบทเพลง แต่สิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้คือ ไม่ว่าจะรายการดนตรีคลาสสิกจะนำเสนอด้วยแนวทางใด แต่ผู้ดำเนินรายการจะต้องแสดงบทบาทในฐานะมีความรู้และมีความซาบซึ้งในบทเพลงคลาสสิก ซึ่งมีความเหมือนกันกับผู้ดำเนินรายการเอส เรดิโอ คือ ผู้ดำเนินรายการหรือดีเจรายการเอส เรดิโอจะบอกถึงที่มาของเพลงหรือรายละเอียดคร่าวๆของตัวนักร้องเพื่อให้ผู้ฟังได้ทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับเพลงนั้นๆมากขึ้น และเพื่อให้เข้าถึงอรรถรสของเพลงได้มากขึ้นด้วย เนื่องจากเพลงเก่าๆนั้นหากผู้ฟังคนรุ่นใหม่ที่ไม่ฟังหันมาฟังเพลงจากทางรายการอาจจะยังไม่ทราบถึงที่มาของเพลงเหล่านี้

กลุ่มผู้ฟังนั้นถึงแม้จะเป็นกลุ่มเล็กๆ แต่ผู้ฟังของรายการเป็นกลุ่มทรงพลัง คือ ต้องเป็นคนที่มีใจรักและสนใจในศิลปะของดนตรีคลาสสิกเป็นประการแรก และยังเป็นกลุ่มที่ต้องการเสพสุนทรียะจากการฟัง

ในด้านกลุ่มผู้ฟังนั้น ถือว่าเป็นกลุ่มคนฟังที่ยังไม่ถึงขั้นเป็นผู้ฟังจำนวนมากเช่นกัน เพราะเพลงเก่าและดนตรีคลาสสิกนั้น เป็นเพลงทางเล็อกอีกประเภทหนึ่งที่จะไม่ได้รับการตอบรับจากผู้ฟังทั่วไปมากนัก แต่ผู้ฟังที่ติดตามฟังนั้นจะมีความสนใจในเพลงแนวนี้อยู่แล้วเป็นส่วนใหญ่ จนมีผลให้สถานีวิทยุเชิงพาณิชย์ทั่วไปจึงไม่ค่อยสนใจที่จะผลิตรายการเหล่านี้

งานวิจัยชิ้นนี้ จะเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ฟังถึงความคิดเห็นที่มีต่อรายการเพลงและการติดตามฟัง รวมทั้งศึกษารูปแบบวิธีการนำเสนอรายการเพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบรายการเพลงสถานีเอส เรดิโอ โดยรูปแบบการนำเสนอ นั้นเพื่อตอบสนองกลุ่มผู้ฟัง ซึ่งกลุ่มเป้าหมายหลักของรายการเป็นกลุ่มคนวัยทำงานโดยส่วนใหญ่ เช่นกัน

โดยผู้วิจัยได้นำรูปแบบการวิเคราะห์วิธีการนำเสนอของรายการดนตรีคลาสสิก ได้แก่ กลุ่มผู้ฟัง, เนื้อหา, วิธีเสนอ, เวลาออกอากาศ รวมทั้งสุนทรียรสในการรับฟังของผู้ฟังรายการมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์งานวิจัยของตนเอง เช่น ในงานวิจัย ได้นำเสนอในส่วนของกรให้ความรู้เกี่ยวกับบุคคล จากนักจัดรายการวิทยุหรือดีเจ โดยดีเจจะบอกเล่าถึงผลงานที่น่าสนใจของนักดนตรีแต่ละท่าน รวมทั้งในงานวิจัยนี้ยังมีสอบถามความเห็นของกลุ่มผู้ฟัง ซึ่งบางคนไม่ได้ต้องการเน้นความรู้ที่ดีเจบอกเล่าเป็นหลักแต่จะฟังเพื่อความผ่อนคลายมากกว่า ทั้งนี้ผู้ฟังยังได้เสนอความเห็นอื่นๆด้วย เช่น เรื่องเวลาในการนำเสนอ เป็นต้น ซึ่งข้อค้นพบในงานวิจัยต่างๆดังกล่าวมานี้จะนำมาประยุกต์ใช้กับการวิจัยรายการเอส เรดิโอต่อไป

ธารนิธิ พยัคฆราชศักดิ์ (2550) ศึกษาวิจัยเรื่อง **การปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหา รายการวิทยุกระจายเสียงผ่านวิทยุออนไลน์ในเครือบริษัท คลิก เรดิโอ** มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อวิเคราะห์การปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหารายการที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงและผ่านสื่อ Online Radio ในโฮมเพจ www.thisisclick.com (ซึ่งมีทั้งหมด 3 สถานี ได้แก่ รายการ GET 102.5 (FM 102.5 MHz) , รายการ FM ONE (FM 103.5 MHz) และรายการ FAT RADIO โตโตมันมัน (FM 104.5 MHz) และค้นหาปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบและ เนื้อหาที่นำเสนอ ผลวิจัยพบว่า การปรับเปลี่ยนเนื้อหา ซึ่งรวมถึง ภาษา ปริมาณ เพลง ข่าว กิจกรรม ประชาสัมพันธ์ และเกมของรายการวิทยุกระจายเสียงในเครือบริษัทคลิก เรดิโอ จำกัด เมื่อนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ มีลักษณะดังนี้ มีการใช้ภาษาที่เป็นทางการมากกว่า บรรจุปริมาณเนื้อหา

มากกว่า สามารถเพิ่มรายละเอียดต่างๆเข้ามา เช่น รายละเอียดของศิลปิน อัลบั้มเพลง ชาร์ตเพลง กิจกรรม ประชาสัมพันธ์ และกฎกติกาในการเล่นเกม ส่วนการปรับเปลี่ยนรูปแบบนั้น รวมถึงเทคนิค การนำเสนอ ลำดับขั้นการนำเสนอ ระยะเวลาในการออกอากาศ เวลาในการออกอากาศ และพื้นที่ สื่อของรายการ เมื่อนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ จะมีความหลากหลาย มีลูกเล่นมากกว่า มีการเพิ่ม กราฟิก ใช้เทคนิคตัวอักษรและภาพเคลื่อนไหว อีกทั้งรายละเอียดข้อมูลต่างๆก็ง่ายต่อการเรียกดู ไม่มีเวลาและพื้นที่จำกัด

ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหา ได้แก่ ปัจจัยทางด้านธรรมชาติและ ศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ต ปัจจัยทางด้านกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย และปัจจัยทางด้านการตลาด

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวทางการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลด้านรูปแบบและเนื้อหาที่นำเสนอ รวมไปถึงปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหา โดยนำแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ ของสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัญหานั้นวิจัยเกี่ยวกับ ที่มาของรายการเรดิโอในส่วนของช่องทางารับฟังทางอินเทอร์เน็ต เนื่องจากผู้วิจัยคิดว่า ช่องทางการรับฟังที่หลากหลายจะมีผลต่อการรับฟังรายการของผู้ฟังด้วย

วุฒิธร มลิณทจินดา (2545) ศึกษาวิจัยเรื่อง **กระบวนการและปัจจัยในการจัดรายการชื่อ เพลง สำหรับสถานีเพลงทางวิทยุ** มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อทราบถึงกระบวนการในการจัดรายการชื่อ เพลงและปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดรายการชื่อเพลงของสถานีเพลงทางวิทยุ โดยศึกษาจาก สถานีเพลง 4 สถานี ได้แก่ FMX , Eazy Fm , Radio No Ploblem และ Green Wave พบว่า นโยบายในการจัดเพลงของบริษัทเอ-ไทม์ มีเดีย(Radio No Ploblem และ Green Wave) คือการ ให้นักจัดรายการมีส่วนร่วมในการคัดเลือกเพลงที่กำลังได้รับความนิยม ส่วนนโยบายของบริษัทยู แอนด์ ไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด คือ การให้ผู้ควบคุมเพลง (Music Director) เป็นผู้คัดเลือกและจัด วางเพลงที่กำลังได้รับความนิยมให้นักจัดรายการเล่น

สำหรับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดรายการชื่อเพลงนั้น พบว่า มีความคล้ายคลึงกันระหว่าง 2 บริษัท อันได้แก่ ปัจจัยค่ายเพลง, บุคลากร, แนวเพลงของรายการ และนโยบายในการเล่นเพลง ของสถานี แต่บริษัทยู แอนด์ ไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด นั้นมีปัจจัยเพิ่มเติมในเรื่องของเทคโนโลยี กล่าวได้ว่าแม้ว่าแนวเพลงของแต่ละรายการจะมีความแตกต่างกัน แต่กระบวนการในการจัด รายการชื่อเพลงของทุกรายการนั้นมีจุดประสงค์หลักเหมือนกัน คือ การส่งเสริมและสนับสนุนค่าย เพลง

สำหรับงานวิจัยนี้ จะเป็นแนวทางในการศึกษาด้านการคัดเลือกเพลงมาเปิดทางรายการ วิทยุ รวมทั้งปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวกับการจัดรายการชื่อเพลงด้วย เนื่องจากการคัดเลือกเพลงที่นำมาเปิด นั้นถือได้ว่าเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สามารถดึงดูดใจผู้ฟังให้ติดตามรายการได้ แต่ก็ต้องขึ้นอยู่กับปัจจัย

อื่นๆเข้ามาสนับสนุนด้วย ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำแนวทางการศึกษาวิเคราะห์จากงานวิจัยขึ้นไปเปรียบเทียบกับของตนเองว่ามีความคล้ายกันหรือไม่ อย่างไร

อรุญา หาญพัฒน์นันท์ (2550) ศึกษาวิจัยเรื่อง **การสร้างวัฒนธรรมวัยรุ่นของกลุ่มผู้ฟังรายการวิทยุ 104.5 แฟตเรดิโอ** พบว่า รายการวิทยุแฟตเรดิโอ เป็นรายการเพลงไทยสากลร่วมสมัยสำหรับวัยรุ่น เสนอเพลงที่แตกต่างออกไปจากเพลงที่เสนอในรายการวิทยุอื่นๆ โดยเน้นสัดส่วนเพลงอินดี้ โดยเป็นเพลงป๊อปรีคจากบริษัทเทปเพลงอิสระ เช่น สมอลล์รูม โนมอร์เบลท์ และยังนำเสนอวัฒนธรรมร่วมสมัยที่น่าสนใจ เช่น แฟชั่น ภาพยนตร์ ภาพยนตร์สั้น หนังสือ หนังสือทำมือ ผ่านกิจกรรมในรายการและกิจกรรมนอกสถานที่ต่างๆ

แฟตเรดิโอสร้างกลุ่มผู้ฟังวัยรุ่นด้วยรายการวิทยุและกิจกรรมนอกสถานที่โดยกำหนดกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายที่แตกต่าง การสร้างรูปแบบรายการทางเลือก และการสร้างพื้นที่การรวมกลุ่มด้วยกิจกรรมส่งเสริมรายการวิทยุทั้งกิจกรรมในรายการและกิจกรรมนอกสถานที่ให้กลุ่มผู้ฟังมีส่วนร่วมหรือมีปฏิสัมพันธ์ต่อรายการ

ในส่วนของกลุ่มผู้ฟังนั้น สามารถเปิดรับรายการผ่านสื่อและช่องทางที่หลากหลาย คือมีทั้งวิทยุ และผ่านทางออนไลน์ กลุ่มผู้ฟังยังสร้างการเป็นกลุ่มผู้ฟังรายการด้วยการมีส่วนร่วมในรายการหรือมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันจัดรายการผ่านช่องทางกรรสื่อสารต่างๆ และทำแบบสำรวจทางดนตรีออนไลน์ Fat Insiders อันเป็นการสร้างความจงรักภักดีต่อรายการ

กลุ่มผู้ฟังรายการแฟตเรดิโอมีบทบาทเป็นผู้บริโภครายการวิทยุและกิจกรรมนอกสถานที่ของรายการด้วยการติดตามและมีส่วนร่วมอย่างกลุ่มผู้ฟังแบบ Active Audience เพื่อสื่อสารความจงรักภักดีต่อรายการและความนิยมคลังโคล้คิลปินด้วยการเป็นผู้บริโภคสินค้าทางวัฒนธรรมอื่นๆ ที่ต่อเนื่องจากรายการแฟตเรดิโอด้วย ทั้งยังเป็นกลุ่มผู้ฟังแบบ creative and cultural audience ด้วยการสร้างวัฒนธรรมย่อยของกลุ่ม โดยอัตลักษณ์ที่กลุ่มผู้ฟังสร้างสรรค์ขึ้นเองนี้เป็นการผสมผสานสัดส่วนวัฒนธรรมวัยรุ่นที่เปิดรับจากรายการแฟตเรดิโอและระหว่างสัดส่วนการสร้างสรรควัฒนธรรมย่อยเฉพาะกลุ่มจากสื่ออื่นๆ

งานวิจัยเล่มนี้ จะเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของกลุ่มผู้ฟัง ซึ่งประเด็นที่ผู้วิจัยในงานชิ้นนี้เข้าไปใช้สอบถามกลุ่มคนฟังนั้นมีทั้งความถี่ในการฟัง, รสนิยมดนตรี ความเป็นแฟนรายการ ทศนคติที่มีต่อรายการและกิจกรรมนอกสถานที่ หรือจะเป็นกิจกรรมกับกลุ่มเพื่อน โดยรวมแล้วอาจกล่าวได้ว่า เป็นพฤติกรรมในการติดตามรับฟังอีกทางหนึ่ง ซึ่งตรงกับหัวข้อที่ตัวผู้วิจัยเองศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรับฟังเพลงเก่าในรายการเอส เรดิโอ อันจะเป็นแนวทางใน

การพิจารณาและวิเคราะห์ว่าผู้ฟังที่ต่างวัย ต่างคลื่นวิทยุจะมีพฤติกรรมการรับฟังคล้ายคลึงกันหรือไม่ อย่างไร

นิโบล โควาพิทักษ์เทศ (2535) ศึกษาวิจัยเรื่อง **การวิเคราะห์เพลงไทยสมัยนิยมตามทฤษฎีของสุนทรียศาสตร์ยุคหลังสมัยใหม่** โดยเน้นศึกษาด้านลักษณะของเพลงไทยสมัยนิยมในช่วง ปีพ.ศ. 2534-2535 เนื่องจากช่วงปีพ.ศ.ดังกล่าวเป็นปีที่อยู่ในช่วงปีพ.ศ.ของเพลงที่ถูกเปิดในรายการเอส เรดิโอ ซึ่งเป็นงานที่ผู้วิจัยทำการศึกษา พบว่า เพลงไทยสมัยนิยมในช่วงนั้นมีการยอมรับในการทำซ้ำในผลงานเพลงไทยสมัยนิยมในลักษณะของการนำเพลงเก่ามาผลิตใหม่ในรูปแบบของการรวมเพลงฮิต นำเพลงเก่ามาผลิตใหม่ ขับร้องใหม่โดยนักร้องคนเดิม และนักร้องคนใหม่ การลอกทำนองเพลงต่างชาติมาใส่เนื้อร้องภาษาไทย นอกจากนี้ยังพบว่าไม่เคร่งครัดต่อรูปแบบและกฎเกณฑ์ที่เคยปฏิบัติกันมาลักษณะของการแยกตัวจากรูปแบบหรือกฎเกณฑ์เดิมที่มีอยู่ เห็นได้จากการที่ผลงานเพลงไทยสมัยนิยมไม่มีการประพันธ์เนื้อร้องเป็นกลอนสุภาพ หรือเป็นโคลง ให้ความสำคัญกับการใช้ถ้อยคำที่มีการกระตุ้นอารมณ์และความรู้สึกของผู้ฟัง อีกทั้งยังมีรูปแบบที่สับสนปนเป เป็นลักษณะที่แสดงออกเฉพาะตัวของผู้สร้างงาน โดยปราศจากระเบียบและกฎของการรวมกัน ลักษณะเหล่านี้ผู้วิจัยจะนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาลักษณะช่วงปลายของปีพ.ศ.เพลงที่เปิดในรายการเอส เรดิโอ เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบว่าด้วยลักษณะรูปแบบของเพลงดังกล่าวจะมีผลต่อความคิดเห็นผู้ฟังทั้งคนรุ่นใหม่และคนรุ่นเก่าเหมือนหรือต่างกันหรือไม่ อย่างไร

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการรับฟังเพลงเก่าของผู้ฟังเฮส เรดิโอ เอฟ เอ็ม 93.5 เอช ดี วัน” ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการศึกษา คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการวิเคราะห์ตัวสาร (เนื้อหาารูปแบบการจัดรายการวิทยุ เฮส เรดิโอ FM 93.5 HD1) และทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ฟังคนรุ่นใหม่และคนรุ่นเก่าที่มีต่อรายการวิทยุเฮส เรดิโอจำนวนทั้งหมด 40 คน รวมถึงการหวนนึกถึงอดีตของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม และสัมภาษณ์ตัวดีเจด้วยเพื่อให้ทราบถึงที่มาของรายการเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการก่อตั้งรายการเฮส เรดิโอขึ้น

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ระบุถึงแหล่งข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอข้อมูล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

แหล่งข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ มีข้อมูล 3 ประเภท คือ แหล่งข้อมูลจากวิทยุ เว็บไซต์ แหล่งข้อมูลประเภทผู้ดำเนินรายการหรือดีเจ และแหล่งข้อมูลประเภทผู้ฟังหรือผู้รับสาร โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แหล่งข้อมูลประเภทวิทยุ เว็บไซต์

แหล่งข้อมูลจากวิทยุ และเว็บไซต์ ได้แก่ ติดตามฟังรูปแบบรายการที่ผู้ดำเนินรายการหรือดีเจทางรายการวิทยุ Yes Radio FM 93.5 HD1 ในเว็บไซต์ www.yesradiothai.com ในช่วงเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม พ.ศ. 2553 เป็นเวลา 2 เดือน

2. แหล่งข้อมูลประเภทผู้ดำเนินรายการหรือดีเจ

แหล่งข้อมูลประเภทผู้ดำเนินรายการหรือดีเจ เป็นการเก็บข้อมูลโดยวิธีสัมภาษณ์ เพื่อทราบถึงกระแสการตอบรับจากกลุ่มผู้ฟัง และความคิดเห็นต่างๆจากกลุ่มผู้ฟัง อันส่งผลต่อการจัดรายการของดีเจหรือนักจัดรายการเฮส เรดิโอด้วย รวมไปถึงที่มาของการจัดตั้งรายการเฮส เรดิโอ

สำหรับดีเจหรือนักจัดรายการที่จะทำการสัมภาษณ์ คือ คุณจักรกฤษ ศิลปชัย ซึ่งเป็นหนึ่งในบุคคลสำคัญในการร่วมก่อตั้งรายการเฮส เรดิโอ ทั้งนี้คุณจักรกฤษจัดรายการในช่วงเวลา 09.00-12.00 น. ของวันจันทร์-วันศุกร์ ชื่อช่วงรายการ คือ กร๊อดกร๊าด...ตามแผน

1. แหล่งข้อมูลประเภทผู้รับสารหรือผู้ฟัง

เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลในการวิเคราะห์ถึงทัศนคติความคิดเห็น ชอบไม่ชอบอย่างไร , พฤติกรรมการรับฟังรายการเอส เรดิโอ และเพื่อเปรียบเทียบช่วงอายุของผู้ฟังว่ามีความคิดเห็นต่อรายการเอส เรดิโอเหมือนหรือต่างกัน อย่างไร จึงใช้เกณฑ์ในการเลือกผู้รับฟัง ดังต่อไปนี้

1. การติดตามฟังรายการเอส เรดิโอ จะต้องติดตามฟังรายการมาไม่น้อยกว่าระยะเวลา 1 เดือน

2. ใช้เกณฑ์อายุ โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มอายุ คือ

- ผู้ฟังคนรุ่นเก่า ได้แก่ ผู้ฟังที่มีอายุ 35 ปี ขึ้นไป (ผู้ฟังกลุ่มนี้จะมีประสบการณ์กับการฟังเพลงที่เปิดในรายการมากกว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่ และอยู่ในช่วงต้นๆของปี พ.ศ. เพลงที่นำมาเปิดในรายการ ผู้ฟังช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไป อยู่ในวัยเด็กไปจนถึงวัยรุ่นที่ช่วงยุคเทปคาสเซ็ทกำลังได้รับความนิยม)

- ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ ได้แก่ ผู้ฟังที่มีอายุระหว่าง 15-25 ปี (ช่วงอายุผู้ฟังกลุ่มนี้ ยังคงอยู่ในช่วงปี พ.ศ. ที่ทางรายการเอส เรดิโอนำมาเปิดเพลง แต่จะทันเพียงช่วงท้ายๆของปีพ.ศ. เพลงที่เปิดในรายการ)

ทั้งนี้ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์ผู้ฟังจากทั้งผู้ฟังที่เข้าร่วมสนทนาทางห้องแซทของเว็บไซต์รายการ www.yesradiothai.com รวมทั้งจากกลุ่มผู้ฟังเอส เรดิโอในเฟซบุ๊ก (facebook) และผู้ฟังที่ไม่ได้เข้าร่วมสนทนาทางเว็บไซต์ ไม่ได้รับฟังแบบออนไลน์ (เน้นติดตามฟังรายการทางวิทยุ) การแบ่งแหล่งข้อมูลเช่นนี้เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบพฤติกรรมจากการรับฟังในลักษณะต่างกันไปของผู้ฟังแต่ละคน ของการรับฟังทั้ง 2 ช่องทาง คือ ทางออนไลน์ และทางวิทยุ

ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจะประกอบไปด้วย “ผู้ฟังคนรุ่นเก่า” และ “ผู้ฟังคนรุ่นใหม่” รวม 40 คน เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยจึงทำการศึกษากลุ่มผู้ฟังรายการ โดยไม่ได้คำนึงถึงปัจจัยด้านสัดส่วนของกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นเก่าและกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นใหม่ แต่จะคำนึงถึงอายุ ประสบการณ์ วิถีชีวิต เพื่อนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบถึงทัศนคติ พฤติกรรมที่มีต่อรายการเอส เรดิโอ ของแต่ละคน และแต่ละช่วงวัย โดยทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลประเภทวิทยุ เว็บไซต์

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการติดตามฟังรายการ Yes Radio FM93.5 HD1 ในเว็บไซต์ www.yesradiothai.com ในช่วงเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม พ.ศ. 2553 เป็นระยะเวลา 2 เดือน เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอของรายการในแต่ละช่วงของผู้ดำเนินรายการหรือดีเจ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะใช้วิธีการรับฟังรายการเอสเรดิโอ จากทางเว็บไซต์ www.yesradiothai.com เนื่องจากการรับฟังรายการเอส เรดิโอนั้นสามารถฟังออนไลน์ได้ และยังสะดวกต่อการเก็บข้อมูลอื่น ๆ ที่ผู้ฟังร่วมแสดงความคิดเห็นผ่านทางเว็บไซต์ด้วย

2. ข้อมูลประเภทบุคคล ผู้ดำเนินรายการหรือดีเจ

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์เพื่อให้ทราบถึงที่มาการจัดตั้งรายการและความคิดเห็นที่ผู้ฟังร่วมแสดงความเห็นต่อทางรายการ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการรวบรวมข้อมูลให้ได้หลากหลายมากขึ้น โดยทำการสัมภาษณ์เจาะลึกตัวดีเจคือคุณจักรกฤษ ศิลปชัย ซึ่งเป็นทั้งผู้ร่วมก่อตั้งรายการและดีเจด้วย

3. ข้อมูลประเภทบุคคลผู้ฟังหรือผู้รับสาร

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ฟังรายการเอส เรดิโอ จำนวน 40 คน เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยจึงทำการศึกษากลุ่มผู้ฟังโดยไม่ได้คำนึงถึงปัจจัยด้านสัดส่วนของผู้ฟังคนรุ่นเก่าและผู้ฟังคนรุ่นใหม่ ดังนั้น ผู้ฟังคนรุ่นเก่าและผู้ฟังคนรุ่นใหม่จึงไม่จำเป็นต้องเท่ากัน แต่ผู้วิจัยได้เลือกตัวอย่างกลุ่มผู้ฟัง โดยจะมุ่งคำนึงถึงตัวแปรด้านอายุ ประสบการณ์ วิถีชีวิต เพื่อนำมาศึกษาถึงทัศนคติ พฤติกรรมการรับฟังรายการเอสเรดิโอ และเปรียบเทียบว่าช่วงอายุที่ต่างกันจะมีผลต่อทัศนคติ พฤติกรรมการรับฟังที่ต่างกันหรือไม่ โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน มีเกณฑ์คุณสมบัติที่จะทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ดังต่อไปนี้

ผู้วิจัยได้ทำการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากเกณฑ์ดังนี้

- ต้องติดตามฟังรายการมาเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 1 เดือน ทั้งนี้จะคัดเลือกจากผู้ฟังทั้งในห้องแชนททางเว็บไซต์รายการ www.yesradiothai.com บางส่วนจากกลุ่มผู้ฟังเอส เรดิโอในเฟซบุ๊ก (facebook) และจากผู้ฟังที่ไม่ได้รับฟังทางออนไลน์

- ใช้เกณฑ์อายุ โดยการแบ่งเป็น 2 กลุ่มอายุ คือ ผู้ฟังคนรุ่นเก่า ได้แก่ ผู้ฟังที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป และผู้ฟังคนรุ่นใหม่ ได้แก่ผู้ฟังที่มีอายุระหว่าง 15-25 ปี สาเหตุที่ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มผู้ฟังด้วยอายุดังกล่าว เนื่องจากผู้ฟังคนรุ่นเก่าที่อายุ 35 ปีขึ้นไป จะเริ่มรับฟังเพลงเก่าบ้างแล้ว ทั้งด้วยตัวเอง(ตั้งแต่ประมาณปี 2520 เป็นต้นไป) และรับฟังไปพร้อมกับครอบครัว ทั้งนี้เพื่อให้เห็นความหลากหลายของความคิดเห็นผู้ฟัง ส่วนผู้ฟังคนรุ่นใหม่ก็เช่นเดียวกัน กล่าวคือ ผู้ฟังในช่วงอายุ 15-25 ปี พวกเขาจะรู้จักเพลงเก่าบ้าง แต่จะหันมารับฟังด้วยตัวเองในช่วงหลังๆ(ประมาณปี 2530 เป็นต้นไป)

ส่วนเพลงเก่าก่อนหน้าที่จะเกิดนั้น ผู้ฟังคนรุ่นใหม่อาจรับฟังเนื่องจากคนในครอบครัวเปิดให้ฟังมาบ้าง เพื่อได้ทราบความต่างระหว่างผู้ฟังที่รับฟังด้วยตัวเองและรับฟังโดยมีครอบครัวปลูกฝังในการรับฟังเพลงเก่า

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

1. การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหารายการเอส เรดิโอ

ศึกษารูปแบบเนื้อหาการดำเนินรายการของดีเจและบางส่วนเป็นข้อมูลของกลุ่มผู้ฟังจากทางเว็บไซต์ www.yesradiothai.com บอร์ดหรือกระดานสนทนาระหว่างกลุ่มผู้ฟังที่พูดคุยกันซึ่งมีทั้งเรื่องเพลงและเรื่องอื่นๆด้วย และจากการเข้าร่วมแชทกับกลุ่มผู้ฟังเอส เรดิโอ ในทางเว็บไซต์ดังกล่าว จากนั้นนำข้อมูลจากแหล่งต่างๆนี้มารวบรวมเพื่อทำการวิเคราะห์ร่วมกัน

2. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)

2.1 สัมภาษณ์เจาะลึกผู้ดำเนินรายการหรือดีเจ

โดยนักจัดรายการที่จะทำการสัมภาษณ์คือ คุณจักรกฤษ ศิลปชัย ซึ่งเป็นผู้ริเริ่มในการจัดตั้งรายการเอส เรดิโอขึ้น ทั้งนี้คุณจักรกฤษ เป็นดีเจที่เอส เรดิโมาตั้งแต่เมื่อครั้งคลื่นความถี่ FM 107.5 MHz และย้ายมาจัดต่อที่ FM 93.5 HD1 ปัจจุบันจัดรายการในช่วง กรีดกรีด...ตามแผ่น ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 09.00-12.00 น.

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ดำเนินรายการหรือดีเจ ได้แก่ เครื่องบันทึกเสียง สมุดจดบันทึก และแบบฟอร์มคำถามสัมภาษณ์ผู้ดำเนินรายการซึ่งมีประเด็นคำถาม ดังนี้

- ที่มาของการจัดตั้งรายการเอส เรดิโอมีสาเหตุจากปัจจัยใดบ้าง
- แนวคิดหลัก(concept) ของรายการ
- รูปแบบรายการ
- การคัดเลือกเพลงที่นำมาเปิดในรายการ
- มีช่วงใดของรายการบ้างที่นำเสนอถึงการย้อนรำลึกถึงอดีต หรือเนื้อหาช่วงอื่นๆที่ไม่ใช่ช่วงการเปิดเพลงนำเสนอประเด็นใดบ้าง
- ผู้ดำเนินรายการมีเทคนิคในการนำเสนอให้รายการน่าสนใจอย่างไรบ้าง
- ความเห็นผู้ฟังที่ส่งผลต่อการจัดรายการ

2.2 สัมภาษณ์เจาะลึกผู้ฟังรายการเอส เรดิโอ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ฟังรายการเอส เรดิโอ ได้แก่ เครื่องบันทึกเสียง แบบฟอร์มคำถามสัมภาษณ์ผู้ฟังรายการ สมุดจดบันทึก เพื่อสอบถามถึงทัศนคติที่มีต่อรายการ โดยคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ฟังรายการเป็นคำถามปลายเปิด ทั้งนี้คำถามที่ใช้สัมภาษณ์ผู้ฟังคนรุ่นเก่าและผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะมีความคล้ายคลึงกัน แต่อาจจะต่างกันบ้างในบางหัวข้อ

คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ฟังคนรุ่นเก่า

ผู้วิจัยได้แบ่งเป็นหมวดหมู่ 4 ด้านด้วยกัน ได้แก่ สาเหตุที่ติดตามฟังรายการ , พฤติกรรมการรับฟังรายการ , กระแสโหยหาอดีต และความคิดเห็นเกี่ยวกับเพลงและการจัดรายการ

1. สาเหตุที่ติดตามฟังรายการ

- รู้จักรายการเอส เรดิโอได้อย่างไร
- เพราะเหตุใดจึงสนใจติดตามฟังรายการเอส เรดิโอ

2. พฤติกรรมการรับฟังรายการ

- ความถี่ในการติดตามฟังรายการเอส เรดิโอ บ่อยแค่ไหน ระยะเวลาใด สถานที่รับฟังติดตามฟังจากทางวิทยุหรือทางเว็บไซต์ ฟังคลื่นอื่นด้วยหรือไม่ ขณะฟังทำกิจกรรมอื่นไปด้วยหรือไม่ อะไรบ้าง
- ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นของตนต่อทางรายการเอส เรดิโอบ้างหรือไม่ ลักษณะ

ใดบ้าง

- ได้ร่วมกิจกรรมของทางรายการเอสเรดิโอบ้างหรือไม่
- จากการติดตามฟังรายการเอสเรดิโอ ได้นำไปใช้ประโยชน์ด้านใดในชีวิตประจำวันบ้างหรือไม่ อย่างไร

3. กระแสโหยหาอดีต

- บทเพลงที่เปิดในรายการมีผลต่อการนึกรำลึกถึงวันวานในอดีตหรือไม่ อย่างไร
- การรับฟังเพลงเก่าทำให้หวนนึกถึงเรื่องราวในอดีตหรือไม่ อยากย้อนกลับไปวันวานอีกครั้งหรือไม่เมื่อได้รับฟังเพลงเก่าทางรายการเอส เรดิโอ

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับเพลงและการจัดรายการ

- องค์ประกอบหรือปัจจัยใดในรายการที่ดึงดูดความสนใจได้มากที่สุด และอื่นๆมีอะไรบ้าง

- มีความคิดเห็นอย่างไรต่อบทเพลงเก่าเมื่อเทียบกับเพลงในยุคปัจจุบัน มีความคิดเห็นอย่างไรต่อเพลงที่นำกลับมาทำใหม่
- มีความคิดเห็นอย่างไรต่อการจัดรายการของดีเจประจำคลื่นเอสเรดิโอบ้าง
- ข้อเสนอแนะ อยากให้ปรับปรุงส่วนใดของรายการเอสเรดิโอบ้าง

คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ฟังคนรุ่นใหม่

ผู้วิจัยได้แบ่งเป็นหมวดหมู่ 4 ด้านเช่นเดียวกับหมวดหมู่ที่ถามผู้ฟังรุ่นเก่า ได้แก่ สาเหตุที่ติดตามฟังรายการ , พฤติกรรมการรับฟังรายการ , กระแสโหยหาอดีต และความคิดเห็นเกี่ยวกับเพลงและการจัดรายการ

1. สาเหตุที่ติดตามฟังรายการ

- รู้จักรายการเอส เรดิโอได้อย่างไร
- เพราะเหตุใดจึงสนใจติดตามฟังรายการเอสเรดิโอ

2. พฤติกรรมการรับฟังรายการ

- ความถี่ในการติดตามฟังรายการเอสเรดิโอ บ่อยแค่ไหน ช่วงเวลาใด สถานที่รับฟังติดตามฟังจากทางวิทยุหรือทางเว็บไซต์ ฟังคลื่นอื่นด้วยหรือไม่ ขณะฟังทำกิจกรรมอื่นไปด้วยหรือไม่ อะไรบ้าง
- ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นของตนต่อทางรายการเอสเรดิโอบ้างหรือไม่ ลักษณะใดบ้าง
- ได้ร่วมกิจกรรมของทางรายการเอสเรดิโอบ้างหรือไม่
- จากการติดตามฟังรายการเอสเรดิโอ ได้นำไปใช้ประโยชน์ด้านใดในชีวิตประจำวันบ้างหรือไม่ อย่างไร
- ครอบครัวนิยมเปิดเพลงเก่าฟังหรือไม่/ การรับฟังเพลงเก่าในครอบครัวยังมีผลต่อการชอบฟังเพลงเก่าหรือไม่

3. กระแสโหยหาอดีต

- บทเพลงที่เปิดในรายการทำให้สนใจถึงกลิ่นอายเรื่องราวในอดีตทั้งของตนเองและรุ่นพ่อแม่หรือไม่ มีความสนใจหาเพลงเก่าอื่นๆมาฟังเพิ่มเติมบ้างหรือไม่
- การรับฟังเพลงเก่าทำให้หวนนึกถึงเรื่องราวในอดีตหรือไม่ อยากย้อนกลับไปวันวานอีกครั้งหรือไม่เมื่อได้รับฟังเพลงเก่าทางรายการเอส เรดิโอ

4. ความคิดเห็นเกี่ยวกับเพลงและการจัดรายการ

- องค์ประกอบหรือปัจจัยใดในรายการที่ดึงดูดความสนใจได้มากที่สุด และอื่นๆมีอะไรบ้าง

- มีความคิดเห็นอย่างไรต่อบทเพลงเก่าเมื่อเทียบกับเพลงในยุคปัจจุบัน / เพลงต้นฉบับกับเพลงที่นำกลับมาทำใหม่ชอบฟังแบบไหนมากกว่า เพราะอะไร
- มีความคิดเห็นอย่างไรต่อการจัดรายการของดีเจประจำคลื่นเอชเรดิโอบ้าง
- ข้อเสนอแนะ อยากให้ปรับปรุงส่วนใดของรายการเอชเรดิโอบ้าง

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากวิทยุ เว็บไซต์

ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากวิทยุ และเว็บไซต์ โดยจะนำแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบรายการเพลงทางวิทยุ และแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่ออินเทอร์เน็ต มาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์รูปแบบรายการเอชเรดิโอ ว่ามีข้อดีข้อเสียอย่างไรในการนำเสนอรายการ และรูปแบบของทางรายการเอชเรดิโอเหล่านี้จะตอบสนองของความต้องการของผู้ฟังทั้งสองกลุ่ม คนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ ได้มากน้อยเพียงใด เนื่องจากสิ่งนี้ก็เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่จะทำให้ผู้ฟังเลือกติดตามฟังรายการ

2. การสัมภาษณ์เจาะลึก

2.1 การสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ดำเนินรายการหรือดีเจ

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ดำเนินรายการหรือดีเจ โดยการเจาะลึกถามถึงแนวคิดของรายการเอชเรดิโอ รวมไปถึงที่มาของการจัดตั้งรายการ เทคนิคเคล็ดลับหรือวิธีการนำเสนอเพื่อให้ดึงดูดใจกลุ่มผู้ฟัง รวมทั้งสอบถามถึงข้อความหรือคำพูดที่ผู้ฟังได้ร่วมแสดงความคิดเห็นผ่านทางรายการ และความคิดเห็นเหล่านี้มีผลต่อการดำเนินรายการของผู้จัดอย่างไรบ้าง โดยจะนำแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบรายการเพลงทางวิทยุ (เน้นด้านรูปแบบรายการ Adult Contemporary) มาใช้ประกอบในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.2 การสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ฟังรายการ

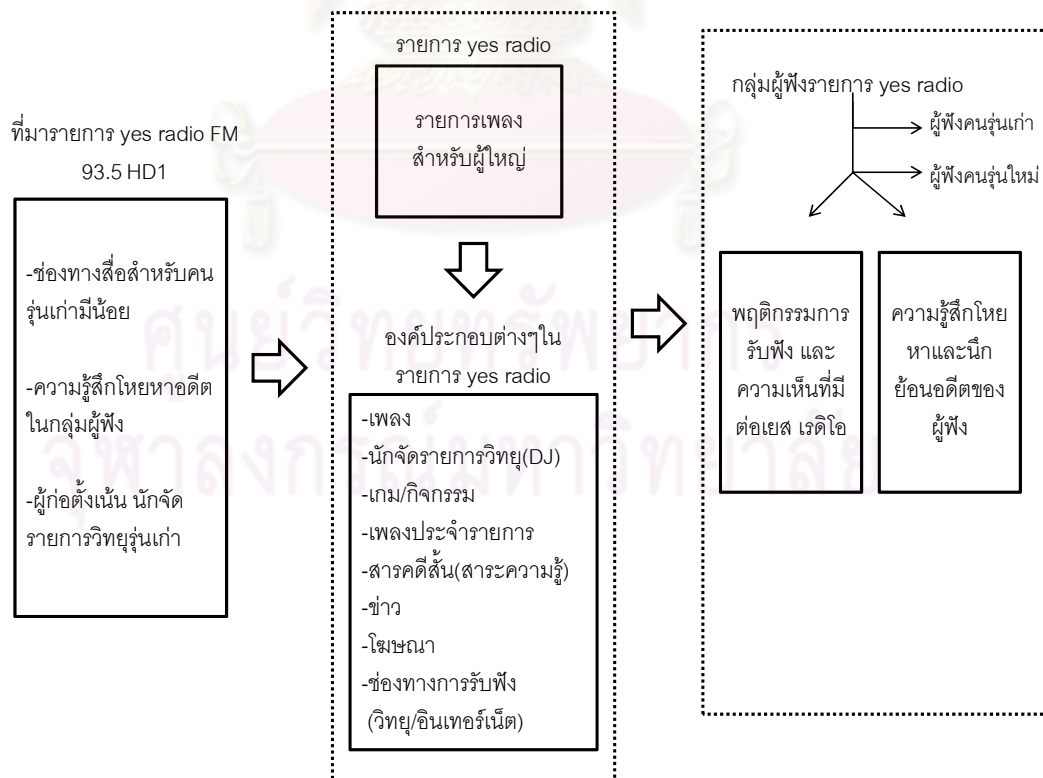
ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึก “ผู้ฟังคนรุ่นเก่า” และ “ผู้ฟังคนรุ่นใหม่” โดยนำเทปที่ได้จากการบันทึกการสัมภาษณ์มาทำการถอดเทป แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความสนใจที่เข้ามารับฟังรายการของกลุ่มผู้ฟังทั้งสองกลุ่ม ทัศนคติต่างๆ พฤติกรรมการรับฟังรายการเอชเรดิโอ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำแนวคิดโหยหาอดีต หรือ “nostalgia” , แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อมวลชน และทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อ

ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses & Gratification Theory) มาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ ข้อมูลต่างๆที่ได้รับจากการสัมภาษณ์

การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการนำเสนอข้อมูลและผลการวิจัยโดยใช้การพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analysis Description) ตามวัตถุประสงค์การวิจัย อธิบายให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้ฟังในการรับฟังรายการ เยส เรดิโอ รวมทั้งเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่กับกระแสโยฮาคือดี รูปแบบการรับฟังทั้งช่องทางวิทยุและทางเว็บไซต์ ทั้งนี้เพื่อความชัดเจนยิ่งขึ้นอาจมีภาพประกอบ ของทางรูปแบบเว็บไซต์ด้วย และผลที่ได้รับจากการติดตามฟังรายการเยส เรดิโอที่นำไปใช้ในการ ดำเนินชีวิตประจำวันของผู้ฟัง

กรอบความคิด : Conceptual Framework



บทที่ 4

ที่มาและแนวคิดการก่อตั้งรายการเยส เรดิโอ FM 93.5 HD1

ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับรายการเยส เรดิโอ FM 93.5 HD1

เยส เรดิโอ FM 93.5 HD1 เป็นรายการเพลงวิทยุประเภทรายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่หรือ Adult Contemporary เคยออกอากาศทางวิทยุครั้งแรกตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2552 ซึ่งในครั้งนั้นอยู่ภายใต้คลื่นความถี่ FM 107.5 MHz เป็นคลื่นภายใต้การดูแลของมูลนิธิริ่วมใจพัฒนา และเป็นคลื่นวิทยุชุมชน แต่เนื่องจากเกิดปัญหาความไม่เข้าใจกันของคนในองค์กรเดิม ทำให้ทีมงานส่วนหนึ่งได้ออกมาจากคลื่นเดิม และได้เข้าร่วมงานกับทีมงานคลื่นวิทยุแห่งใหม่ ซึ่งเป็นการร่วมงานกับบริษัทฟาติมา บรอดคาสติ้ง อินเตอร์เนชันแนล จำกัด การร่วมงานครั้งใหม่เป็นการติดต่อขอร่วมงานโดยคุณจักรกฤษ ศิลปชัย ซึ่งเป็นหนึ่งในนักจัดรายการของเยส เรดิโอคลื่นเดิม ปัจจุบันสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นคลื่นวิทยุคลื่นหลักแห่งหนึ่ง เริ่มออกอากาศครั้งแรกทาง FM 93.5 HD1 เมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2553 ภายใต้สโลแกนที่ว่า “คลื่นที่ขอบ ของคนที่ใช่” นอกจากนี้ทางรายการยังมีใจถึงสิ่งๆ ที่บรรยายถึงสิ่งที่เยส เรดิโอให้ความสำคัญและนำเสนอผ่านทางรายการ อีก 2 จังหวะ ได้แก่ “ความรู้สึกดีดีที่ซึ่มซาบ แต่มีตรรกภาพที่ยั่งยืน” และ “นี่ทุกเรื่องที่มี ย้อนทุกเรื่องที่ดี” ซึ่งใจถึงอันหลังสื่อถึงแนวคิดโยยหาอดีตอย่างชัดเจน

สำหรับเพลงที่เปิดในรายการจะมีทั้งเพลงไทยและเพลงสากล ซึ่งไม่จำกัดรูปแบบแนวเพลง แต่จะต้องเป็นเพลงที่อยู่ในช่วง พ.ศ. 2512-2537 ส่วนเหตุผลที่กำหนดให้ปีพ.ศ.2512 เป็นปีเริ่มต้นของเพลงที่เปิดในรายการก็เนื่องจาก ปีพ.ศ.2512 เป็นปีที่ดนตรีสตริงคอมโบเริ่มได้รับความนิยม โดยมีวงดนตรีดิ อิมพอสซิเบิลเป็นวงดนตรีวงแรกๆที่เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ฟัง ไปจนถึงปี 2537 ซึ่งเป็นปีสุดท้าย ทั้งนี้คุณจักรกฤษให้เหตุผลว่าเป็นปีที่ดนตรีเริ่มเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่อีกครั้งหนึ่งคือชาวนดนตรีจะเริ่มเปลี่ยนไปจากเดิม และไม่เข้ากับคอนเซ็ปของแนวดนตรีก่อนหน้านั้น โดยมีวงโมเดิร์น ด็อกเป็นกลุ่มวงดนตรีที่เริ่มปฏิวัติวงการเพลงไทยในยุคนั้น ซึ่งเป็นอัลบั้มแรกของพวกเขาด้วย จึงเลือกที่จะใช้เกณฑ์ปี 2537 เป็นปีสุดท้ายของเพลงที่สามารถเปิดได้ในรายการ

อย่างไรก็ตาม ในความเป็นจริงแล้ว เพลงบางเพลงที่ถูกเปิดในรายการอาจอยู่ในช่วงที่เก่ากว่า ปี 2512 ได้ ซึ่งได้แก่เพลงประเภทลูกกรุง โดยมีคุณทิพย์วรรณ ปิ่นภิบาลเป็นดีเจของรายการในช่วงบ่ายของวันอาทิตย์ นอกจากนี้ยังมีนักจัดรายการบางคนอาจเลือกนำเพลงลูกกรุงมาเปิดบ้าง แต่จะไม่มากเท่ากับในช่วงคุณทิพย์วรรณ โดยรวมแล้วที่เยส เรดิโอ FM 93.5 HD1 สามารถเปิดได้ทุกแนวเพลงทุกภาษา แต่ส่วนใหญ่เพลงที่ถูกเปิดในรายการมักเป็นเพลงที่มีจังหวะช้าๆ ฟัง

สบาย หรือหากเป็นจังหวะหรือคืบ ก็จะเป็นประเภท soft rock (ในช่วงของดีเจวิชยุต์ วิไลรวงกุล) นอกเหนือจากนั้นก็มักเป็นเพลงประเภท easy listening ซึ่งมีทั้งเพลงไทยและเพลงสากล โดยที่แต่ละช่วงของรายการจะมีดีเจที่เปิดเพลงเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละคนต่างกันไป ในส่วนของเพลงไทยเองก็มีทั้งเพลงลูกกรุง เพลงลูกทุ่ง เพลงเพื่อชีวิต เพลงสตริงคอมโบ ทั้งนี้มีข้อแม้เพียงว่าเพลงที่เปิดในรายการจะต้องไม่ใช่เพลงในสังกัดของค่ายเพลงอาร์เอส เนื่องด้วยปัญหาด้านลิขสิทธิ์ ส่วนเพลงจากค่ายอื่นนั้นสามารถเปิดได้ทั้งหมด

จากการสัมภาษณ์คุณจักรกฤษ พบว่า จริงๆแล้วก่อนหน้านี้แนวเพลงที่อยากจะนำมาเปิดทางคลื่นวิทยุ คือเพลงเพื่อชีวิต แต่ปรากฏว่าไม่ได้รับการตอบรับเลย ในที่สุดจึงต้องเปลี่ยนมาเป็นเพลงเรโทรอย่างทุกวันนี้

“จริงๆอยากทำเพลงเพื่อชีวิตทั้งคลื่น แต่ปรากฏว่าไม่มีใครฟัง ไม่มีใครสนใจ เค้านบอกว่าเพื่อชีวิตรุนแรง เพื่อชีวิตต้องการเมือง ซึ่งจริงๆมันไม่ใช่ จนกระทั่งเรารู้สึกว่าเราต้องเปลี่ยน ยุทธศาสตร์ เลยลองพูดเพลงเก่าๆ ซึ่งเราอยู่ในช่วงร่วมสมัยแบบนี้เนี่ย ทั้งหมดทั้งหมดไม่ใช่อะไรหรอก ไม่ว่าจะเพลงเพื่อชีวิต เพลงเก่าหรืออะไรก็แล้วแต่ ก็อยากจะทำบอกคนในวงการ สื่อสารมวลชนหรือคนในวงการวิทยุว่า ยังมีโปรแกรมหักเยอะที่คุณยังคิดไม่ถึง หรือคิดถึงแต่คุณไม่กล้าทำมันนะ พอที่ดันเพลงเพื่อชีวิตต่อไปไม่ได้ ก็เลยพูดถึงเรโทร พูดถึงเอส เรดิโอที่เป็นเรโทร” (จักรกฤษ ศิลปชัย, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554)

ด้านช่วงเวลาการออกอากาศของรายการเอส เรดิโอ FM 93.5 HD1 คือ ออกอากาศทุกวัน ในช่วงเวลา 05.00-24.00น. สาเหตุที่ไม่ใช่รายการเพลงที่นำเสนอตลอด 24 ชั่วโมง ก็เนื่องจากปัญหาด้านสปอนเซอร์ผู้สนับสนุนรายการที่ยังมีจำกัดอยู่ โดยคุณจักรกฤษ ศิลปชัย ซึ่งเป็นทั้งผู้ร่วมก่อตั้งเอส เรดิโอและหนึ่งในนักจัดรายการที่เอส เรดิโอ ได้กล่าวถึงเหตุผลของที่มาในเรื่องเวลาการออกอากาศนี้ว่า

“หลังเที่ยงคืนไปแล้วเนี่ย agency ไม่แพลนสื่อ ไม่ซื้ออยู่แล้ว ในขณะที่เดียวกันต้นทุนก็เพิ่ม ทั้งค่าดีเจทั้งค่าเวลา ลูกค้ำมองว่าหลังเที่ยงคืนเนี่ยไม่มีคนฟัง เราก็เลย save cost เพราะรายได้ยังไม่คงที่ครับ” (จักรกฤษ ศิลปชัย, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554)

ในส่วนของช่องทางการรับฟังเพลงจากเอส เรดิโอ ผู้ฟังสามารถรับฟังได้จาก 2 ช่องทาง คือ ทางวิทยุ(FM 93.5) และทางอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ www.yesradiothai.com ซึ่งการรับฟังจากทางอินเทอร์เน็ต นอกจากจะสามารถรับฟังเพลงได้แล้ว ยังสามารถร่วมพูดคุยกับผู้ฟังคนอื่นๆได้ ทางc-box หรือ chat room รวมไปถึงร่วมโพสต์ข้อความหรือกระทู้แสดงความคิดเห็นต่างๆที่เกี่ยวกับเอส เรดิโอหรือเรื่องราวในวงการเพลงได้ทางwebboard ได้อีกด้วย

กลุ่มเป้าหมายหลักของรายการคือกลุ่มคนวัยทำงานอายุ 30-40 ปีขึ้นไป และกลุ่มเป้าหมายรอง ได้แก่กลุ่มวัยรุ่นที่นิยมฟังเพลงเก่า ซึ่งหลายครอบครัวนิยมเปิดเพลงเหล่านี้ให้ฟังมาตั้งแต่เด็กๆ คุณจักรกฤษ ศิลปชัย กล่าวถึงกลุ่มผู้ฟังและช่องทางการรับฟังเอส เรดิโอไว้ว่า

“กลุ่มคนฟังของเรา แนนอนว่ากลุ่มใหญ่ที่สุด ก็คือ วัยสี่สิบปีขึ้นไป เด็กๆที่ฟังตามคุณพ่อคุณแม่ก็มี และสถานีเราฟังจากอินเทอร์เน็ตได้ เราก็ได้แฟนรายการจากต่างประเทศด้วย และเราก็มีห้องแชท ใหม่ๆก็แชทเรื่องเพลงเก่าๆกันสนุกเลย” (จักรกฤษ ศิลปชัย,สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554)

สำหรับแผ่นเสียงเพลงเก่าที่คุณจักรกฤษนำมาเปิดในเอส เรดิโอนั้น มีทั้งตัวเองสะสมไว้และบางส่วนก็ได้มาจากผู้ฟังของรายการ และด้วยความที่ช่วงยุคของเพลงที่ต่างกันทำให้จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนรูปแบบของแผ่นเพลง แผ่นเสียงอย่างในสมัยก่อนให้มาอยู่ในรูปแบบปัจจุบันอย่างดิจิทัลด้วย แสดงให้เห็นถึงเทคนิคที่ต้องปรับเปลี่ยน resource ไปตามกาลเวลา และยังแสดงถึงการมีส่วนร่วมของผู้ฟังในการร่วมแบ่งปันแผ่นเพลงให้กับทางรายการด้วย

“เพลงเก่าผมมีสะสมเก็บไว้อยู่แล้ว และมีนักฟังที่สะสมเหมือนกันส่งมาให้ด้วย ทุกวันนี้ก็ยังคงแสวงหาเพิ่มเติม เพลงที่มีส่วนใหญ่มากจากแผ่นไวนิล ผมต้องทราบนสเฟอร์มาเป็นดิจิทัล ซึ่งมันลำบากเหมือนกันนะ เพราะต้อง real time มาก สมมุติว่าหน้าหนึ่งในแผ่นมีห้าเพลง เราต้องมานั่งตัดทีละเพลงๆ ต้องประติดประต่อเยอะมาก ทำไปวันละแผ่นสองแผ่น” (จักรกฤษ ศิลปชัย,สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554)

นอกเหนือจากเรื่องของแนวเพลง ซึ่งเป็นปัจจัยประการสำคัญของเอส เรดิโอแล้ว การให้ความรู้เกี่ยวกับเพลงที่เปิด รวมไปถึงการพูดคุย ทักทายระหว่างนักจัดรายการกับผู้ฟังก็เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการที่ทางรายการเอส เรดิโอให้ความสำคัญไม่แพ้กัน จะเห็นได้จากที่นักจัดรายการแทบทุกคนมักจะทักทายผู้ฟังจากทาง sms ที่ส่งเข้ามาอยู่เสมอๆ นักจัดรายการบางคนถึงขนาดที่อ่านข้อความทุกๆข้อความ แต่นักจัดรายการบางคนก็เพียงอ่านชื่อผู้ฟังเพื่อทักทายกัน รวมถึงทักทายผู้ฟังใน c-box หรือ chat box ด้วย ใน c-box จะมีชื่อของผู้ฟังแต่ละคนบอกให้ทราบไว้ว่า ณ เวลานั้น มีผู้ฟังคนไหนกำลังออนไลน์อยู่บ้าง และในขณะเดียวกันก็มีชื่อของนักจัดรายการแขวนไว้ด้วยในทุกช่วง ใช้ชื่อว่า dj935 จะเป็นอันรู้กันว่าเป็นดีเจของเอส เรดิโอ เพียงแต่จะสลับสับเปลี่ยนกันไปในแต่ละช่วงของรายการ เหล่านี้แสดงให้เห็นว่า บทสนทนาที่มีความเป็นกันเองระหว่างนักจัดรายการและผู้ฟังเป็นสิ่งที่มักถูกกล่าวถึงอยู่เสมอในรายการ จนก่อเกิดเป็นมิตรภาพ ความผูกพันระหว่างกันและกัน เพราะแนวคิดอีกประการที่คุณจักรกฤษ ศิลปชัย ที่เป็นทั้งนักจัดรายการและผู้ร่วมก่อตั้งเอส เรดิโอ FM 93.5 HD1 ให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ ตามที่จิ้งเกิ้ล

อันหนึ่งถูกเปิดอยู่บ่อยครั้งในรายการที่ว่า “ความรู้สึกดีๆที่ซึบซาบ แต่มีบรรยากาศที่ยั่งยืน” เป็นการตอกย้ำความหมายของจึงเกิดดังกล่าวดังกล่าวได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ในส่วนของการพูดคุยหรือบทสนทนาระหว่างดีเจกับผู้ฟังยังมีเรื่องของแนวคิดโยยหาอดีตเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย จะเห็นได้จาก ดีเจบางคนแทนตัวเองว่าคุณครู และแทนผู้ฟังว่านักเรียนหรือเยาวชนชาวเอส เมื่ออ่านรายชื่อผู้ฟังที่กำลังออนไลน์ใน c-box ก็เปรียบได้กับเป็นการเช็คชื่อเข้าห้องเรียน ซึ่งกลุ่มผู้ฟังเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นวัยทำงานที่อายุ30ปีขึ้นไป การเข้าชั้นเรียนเพื่อเช็คชื่อ ย่อมเป็นเรื่องในวันวานของพวกเขา ที่ชวนให้รำลึกถึงความหลัง

ในส่วนนี้นักจัดรายการหรือดีเจประกอบไปด้วยทั้งนักจัดรายการรุ่นเก่าเช่น คุณชาย วงศาโรจน์,คุณจักรกฤษ ศิลปชัย,คุณอัศวพล ปิ่นสุวรรณ์ และคุณอภิเดช มหัตตพงศ์ ส่วนนักจัดรายการรุ่นใหม่ เช่น คุณบุษบา มหัตตพงศ์,คุณชาตุมาศ ทองสาย และคุณเกรียงไกร พุเกษม สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากรายการไม่ได้ต้องการยึดติดกับกลุ่มผู้ฟังรุ่นเก่านั้น หากแต่ต้องการจะขยายฐานกลุ่มผู้ฟังไปยังกลุ่มคนรุ่นใหม่ด้วย อย่างไรก็ตามนักจัดรายการรุ่นเก่ามักให้ข้อมูลหรือที่มาเกี่ยวกับเพลงเก่าที่เปิดในรายการได้ละเอียด ลึกซึ้งกว่า รวมทั้งนักจัดรายการรุ่นเก่าจะมีเรื่องเล่าทั้งเกี่ยวกับที่ตนเองเคยประสบพบมาและเรื่องราวในอดีตที่น่าสนใจมาเล่าสู่กันฟังอยู่เสมอ เป็นการโน้มน้าวให้ผู้ฟังนึกย้อนไปถึงเรื่องวันวานในมโนภาพอีกทางหนึ่ง ส่วนนักจัดรายการรุ่นใหม่ด้วยประสบการณ์โดยตรงเรื่องเพลงเก่าอาจจะมีข้อมูลไม่มาก ทำให้ต้องเตรียมหาข้อมูลมาเอง ส่วนหนึ่งประกอบกับทางรายการมีข้อมูลเพลงเก่าไว้บ้างอีกส่วนหนึ่ง ซึ่งในส่วนของการเล่าเรื่องย้อนวันวานหรือแม้แต่ข้อมูลเกี่ยวกับเพลงเก่านี้เองจะมีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดโยยหาอดีตหรือ nostalgia

จากที่กล่าวไปว่า เยส เรดิโอได้ร่วมงานกับทางบริษัทฟาติมา บรอดคาสติ้ง อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด ปัจจุบันบริษัทฟาติมาอยู่ในวงการบันเทิงวิทยุเมืองไทยมาเป็นเวลากว่า 20 ปีแล้ว โดยเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2532 มี ดร.แสงชัย อภิชาติธนพัฒน์ เป็นผู้ก่อตั้งบริษัท เนื่องจากดร.แสงชัยนับถือศาสนาคริสต์นิกายคาทอลิก ได้นำชื่อแม่พระฟาติมา นักบุญของศาสนา มาตั้งเป็นชื่อบริษัทเพื่อเป็นสิริมงคล และ เริ่มเปิดเครือข่ายวิทยุเป็นครั้งแรกจากต่างจังหวัด และเริ่มเข้าสู่กรุงเทพ เมื่อปี 2533 ในคลื่น FM. เครือข่าย อ.ส.ม.ท. อาทิ FM. 96.5 97.5 99.0 และ FM. 100.5 ปัจจุบัน บริษัทฟาติมา บรอดคาสติ้ง อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด บริหาร งานวิทยุในเครือรวมทั้งสิ้น 10 สถานีทั่วประเทศ ในส่วนต่างจังหวัด 8 สถานี ในชื่อของสถานี happy time ได้แก่ ในจังหวัดเชียงใหม่, พิษณุโลก, ขอนแก่น, หนองคาย, นครราชสีมา, อุตรดิตถ์, ระยอง, สุราษฎร์ธานี และ กรุงเทพฯ 2 สถานี มีนโยบายการบริหารว่า “มุ่งมั่น สร้างสรรค์คุณภาพ” (ข้อมูลองค์กร -ฟาติมาบรอดคาสติ้ง อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด, <http://www.fatimafm.com/>, 24 ธันวาคม 2553)

การทำงานร่วมกับบริษัทฟาติมา บรอดคาสติ้ง อินเทอร์เน็ตชั่นแนล จำกัด ถือได้ว่าเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการนำเสนอเพลงในรายการเอส เรดิโอ กล่าวคือ บริษัทฟาติมาฯ เป็นคลื่นวิทยุที่ไม่ได้สังกัดค่ายเพลงใดค่ายเพลงหนึ่ง ดังนั้นจึงสามารถเปิดเพลงจากค่ายใดก็ได้ เพียงแต่ในที่นี้เพลงจากค่ายอาร์เอสถูกยกเว้น เนื่องจากปัญหาด้านลิขสิทธิ์เพลง นอกจากนี้ที่มาของเพลงที่นำมาเปิดในรายการแล้วเอส เรดิโอเองก็ยึดเอาสนธิบายการบริหารที่ว่า “มุ่งมั่น สร้างสรรค์คุณภาพ” มาเป็นนโยบายหลักของรายการด้วยเช่นกันดังจะเห็นได้จากหลายๆกิจกรรมที่เอส เรดิโอรวมช่วยเหลือสังคม เช่น กิจกรรมเอสรวมใจ ช่วยภัยน้ำท่วม เป็นต้น

ในส่วนของที่มามากการเกิดขึ้นของรายการเอส เรดิโอ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับรายการเพลงทางวิทยุ และแนวคิดโดยหาอดีตมาใช้ในการวิเคราะห์ โดยผู้วิจัยได้ขอทำการสัมภาษณ์จากคุณอ๊อด จักรกฤษ ศิลปชัย ซึ่งเป็นผู้เสนอความคิดในการก่อตั้งรายการเอส เรดิโอ ทั้งนี้คุณจักรกฤษให้สัมภาษณ์ถึงที่มาของรายการเอส เรดิโอ ว่าประกอบไปด้วยหลายประเด็น ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งเป็นประเด็นหลักๆ ดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้เกิดรายการเอส เรดิโอ FM 93.5 HD1

1. ผู้ก่อตั้ง(คุณจักรกฤษ)เล็งเห็นว่าพื้นที่สื่อสำหรับคนรุ่นเก่าในปัจจุบันมีน้อย
2. ความเชื่อมั่นและเคารพในความคิดของตัวเอง ประกอบกับการประเมินได้อย่างถูกต้องเวลาด้วย
3. ปัญหาด้านความคิดเห็นไม่ตรงกันของคนในองค์กร รวมถึงต้องการจะย้ายไปจัดในคลื่นวิทยุหลัก และสามารถหาผู้ร่วมงานใหม่ที่มีแนวคิดตรงกันด้วย
4. ความสำคัญของความรู้สึกการโยกย้ายอดีตในกลุ่มผู้ฟัง
5. การให้ความสำคัญกับมิตรภาพระหว่างนักจัดรายการและผู้ฟัง

1. ผู้ก่อตั้ง(คุณจักรกฤษ)เล็งเห็นว่าพื้นที่สื่อสำหรับคนรุ่นเก่าในปัจจุบันมีน้อย ในปัจจุบันพื้นที่สื่อ โดยเฉพาะทางสื่อวิทยุสำหรับคนวัย 30-40 ปีขึ้นไปยังมีอยู่น้อยมาก รายการเพลงส่วนใหญ่เป็นรายการเพลงยอดนิยมสำหรับวัยรุ่น ดังที่ได้กล่าวไปแล้วในที่มาว่า จากจำนวนคลื่นวิทยุหลักในกรุงเทพมหานครมีทั้งหมด 22 สถานี เป็นรายการเพลงยอดนิยมวัยรุ่นถึง 13 สถานี ในขณะที่รายการเพลงทางคลื่นวิทยุที่อาจเปิดเพลงใกล้เคียงกับรายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่ในปัจจุบันมีอยู่เพียงคลื่นเดียว คือ กรีนเวฟ FM 106.5 MHz แต่ความแตกต่างคือ กรีนเวฟจะเปิดเฉพาะเพลงไทยที่เป็นเพลงสตริงและเป็นเพลงในค่ายแกรมมี่ เนื่องจากเป็นสถานีของค่ายเพลง

ความหลากหลายของแนวเพลงจึงน้อยกว่าเมื่อเทียบกับเพลงจากเอส เรดิโอ เพราะเอสเป็นอิสระ ไม่ได้ขึ้นกับค่ายเพลงใดเป็นหลัก สิ่งนี้จึงเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้คุณจักรกฤษมีความคิดที่จะนำเสนอเพลงเรโทรซึ่งทำให้คิดถึงวันวาน ดังประโยคหนึ่งที่คุณจักรกฤษให้สัมภาษณ์ไว้ว่า "เพลงเก่าเหล่านี้เป็นเพลงแห่งความคิดถึง เมื่อได้ฟังจะหายคิดถึง" จนเป็นที่มาของความคิดว่าต้องนำเสนอรายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่ เพราะคนทำงานวัย 30-40 ปีขึ้นไปไม่ว่าอย่างไรก็ตาม พวกเขายังคงต้องการที่จะเลือกเปิดรับฟังเพลงทางวิทยุสำหรับวัยของพวกเขา

ด้วยเหตุนี้เอส เรดิโอจึงเน้นจุดขายของรายการอยู่ที่เพลงและนักจัดรายการ สองสิ่งนี้เป็นหลัก ด้วยเหตุผลที่คุณจักรกฤษกล่าวไว้ว่า

“แน่นอนครับ เราเป็น music program” เพราะฉะนั้นจุดเด่นของเราอยู่ที่เพลง แล้วเมื่อมีเพลงก็ต้องมีดีเจ เพราะงั้นที่มอง 2 ส่วนนี้คือส่วนใหญ่มากๆของรายการนะครับ ส่วนอื่นๆก็จะเป็นส่วนประกอบนะครับ” (จักรกฤษ ศิลปชัย,สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554)

สำหรับในส่วนนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับรายการเพลงทางวิทยุมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ถึงที่มาขององค์ประกอบต่างๆในรูปแบบรายการเพลงทางวิทยุซึ่งรายการเอส เรดิโอเป็นรายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่รายการหนึ่ง ซึ่งจะนำเสนอในรูปแบบของการเปรียบเทียบตามตารางที่ 2 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 : แสดงข้อมูลการเปรียบเทียบระหว่างองค์ประกอบของรายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่กับที่มาของเอส เรดิโอ

องค์ประกอบของรายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่ทางวิทยุ	ที่มาของรายการเอส เรดิโอ
1. แนวเพลง	สาเหตุที่กำหนดให้เป็นที่เริ่มต้นของเพลงที่เปิดในรายการในปี พ.ศ. 2512 เป็นเพราะเป็นช่วงที่ดนตรีแนวสตริงคอมโบเริ่มเป็นที่นิยมในกลุ่มวัยรุ่นในสมัยก่อน วงดนตรีที่เป็นที่รู้จักกันมากเช่น วงดิอิมพอสซิเบิล แกรนด์เอ็กซ์ ชาตรี ส่วนในช่วงปี 2537 ดนตรีเริ่มเปลี่ยนเป็นชาวน์แบบ alternative indy ดนตรีมีความเป็นอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น โดยมีศิลปินกลุ่ม Modern dog เป็นกลุ่มแรกๆที่เริ่มสร้างสีสันที่แปลกใหม่ให้วงการดนตรีไทย โดยในปี 2537 นับเป็นปีแรกที่ Modern dog ได้ออกอัลบั้มของตัวเองเป็นอัลบั้มแรก และได้ถือเอาปีนี้เป็นปีสุดท้ายที่สามารถเปิดเพลงในรายการได้ ดังเช่นจากการให้สัมภาษณ์ของคุณจักรกฤษว่า “เรื่องอายุเพลงสถิติคำว่าเรโทร มันแบ่งกลุ่มคนเป็นตั้งสามสี่กลุ่มด้วยซ้ำไป เขา

	<p>ตั้งแต่คนรุ่นแม่เราอายุหกสิบขึ้น หรือหลังสงครามโลกครั้งที่สอง กลุ่มนี้จะมีความทรงจำกับสุนทราภรณ์ รองลงมาหน่อยคนอายุหกสิบมาห้าสิบ กลุ่มนี้จะเป็นปลายสุนทราภรณ์และสตริงรุ่นแรก จะเป็นดิ อิมพอสซิเบิล จากนั้นห้าสิบลงมาถึงสี่สิบจะเป็นชาติรี แกรนด์เอ็กซ์ รอยัลสไปรท์ เริ่มต้นที่คุยกันจริงๆ คือ เราจะเริ่มต้นที่ พ.ศ. 2512-2535 แปลว่าได้ดิ อิมฯ ชาติรี มาจน 2535 ก็ถึงยุคต้นของคุณบอย โกสิยพงษ์ ชุดแรกของโมเดิร์นด็อก หยุดที่อัลบั้มแรกของโมเดิร์นด็อก จากนั้นไปเปิดไม่ได้แล้ว เราเอากลุ่มนี้เป็นหลัก คือ ชาววินในช่วงปี 20-37 เนี่ยยังพอไปด้วยกันได้ คือเริ่มมีแกรมมี่แล้ว ก่อนหน้านั้นนิดหน่อยคือ ช่วงปี 10-20 ก็จะเป็นพวกthe impossible ก็ยังพอไหว คือเสี่ยงก็ดาร์เบาๆ ไม่ได้ใส่เครื่องสังเคราะห์อะไรมากมายจนเกินไป ถ้าปล่อยให้ปี 38 เข้ามาเนี่ย ชาววินมันเริ่มไม่ไหวละ”</p>
<p>2. นักจัดรายการวิทยุ หรือดีเจ (ดูแผนผังรายชื่อนักจัดรายการได้ในภาพที่ 1 หน้า 11)</p>	<p>ส่วนใหญ่เอส เรดิโอจะเน้นเป็นดีเจรุ่นเก่า คือ 15 คน จาก 19 คน สาเหตุเพราะด้วยความคิดว่าดีเจรุ่นเก่าจะสามารถสื่อสารกับกลุ่มผู้ฟัง(คนรุ่นเก่า)ได้อย่างเข้าใจตรงกันมากกว่า เพราะความได้เปรียบถึงประสบการณ์เกี่ยวกับเพลงในช่วงวันวานร่วมกัน โดยที่คุณจักรกฤษไม่ได้ให้ความสำคัญกับการจัดให้ดีเจคนใดรับผิดชอบช่วงเวลาใดเป็นพิเศษ แต่ถือเอาความสะดวกของดีเจแต่ละคนเป็นหลัก เพราะเชื่อว่าดีเจแต่ละคนล้วนแต่มีความสามารถด้วยกันทุกคน แต่สิ่งหนึ่งที่คุณจักรกฤษให้ความสำคัญอย่างมาก คือ การพูดถึงที่มาของเพลง ประวัติของเพลงรวมถึงนักร้อง เนื่องจากสังเกตเห็นว่าการให้ข้อมูลเพลงจะทำให้ผู้ฟังเข้าถึงอารมณ์เพลง รู้จักเพลงเก่ามากขึ้น อันจะเป็นผลให้ฟังเพลงได้ไพเราะมากขึ้นโดยเฉพาะกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นใหม่ที่ยังไม่มีประสบการณ์ร่วมกับเพลงเก่ามากนัก แต่อย่างไรก็ตาม ทุกวันนี้ยังทำได้ไม่เท่ากับที่ต้องการ เนื่องจากทางรายการเพิ่งออกอากาศไปได้ไม่นาน การเตรียมข้อมูลจึงยังไม่ละเอียดมาก สำหรับที่มาของเพลงนั้น ทางรายการมีข้อมูลให้ส่วนหนึ่งประกอบด้วยดีเจแต่ละคนก็มีข้อมูลของตัวเองอยู่แล้วด้วย</p> <p>สำหรับในช่วง star palace จะเน้นการพูดคุยมากกว่าช่วงอื่นๆ (แต่น้อยกว่าช่วง Hello America) จนบางครั้งมากกว่าเปิดเพลง ทำ</p>

	<p>ให้ช่วงต้นปี 2554 คุณจักรกฤษได้ปรับแผนผังรายการใหม่ ดังที่ให้สัมภาษณ์ว่า “ช่วงที่เป็นceleb (star palace) กระแสเสียงที่บริษัททำ marketing คือ คนไม่อยากฟัง talk คนอยากฟังเพลง เพราะงั้นพอถึงช่วงบ่ายโงงถึงบ่าย3 โมง คนไม่อยากฟัง talk อะฮะ ถ้าฟัง talk ค่าไปคลื่น 96.5 ก็ได้ เราก็เลยปรับให้เป็นเพลงทั้งหมด แล้วก็เสริมจุดแข็งกัน มาวิเคราะห์กันระหว่างทีมงานแล้วก็ marketing ว่า ในฐานะที่เขสเป็นน้องใหม่ จันทรถึงเสาร์เราขอทำบัลลังก์ด้วยการเอาดีใจหลักมาจัดรายการจนถึงวันเสาร์ ดูซิว่าจะสู้กับรายการอื่นในวันเสาร์ได้ไหม ที่วันเสาร์ต้องเป็น special program เพราะมีความเชื่อจาก research ว่า วันเสาร์คนดูทีวี คนไม่ฟังวิทยุ เสาร์-อาทิตย์อะนะคะ หรือกระทั่งช่วง 3 ทุ่มก็ตามที่เนี่ย คนดูละคร คนไม่ฟังวิทยุ เราก็เลยลองดู เอาดีใจหลักๆมาจัดช่วงวันเสาร์แทน”</p>
3. ข่าว	<p>สำหรับที่มาของข่าวในรายการ ไม่ว่าจะเป็ข่าวสั้นต้นชั่วโมงหรือช่วงเวลาข่าวโดยเฉพาะ ล้วนมาจากสำนักข่าวของสถานี วิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ ช่องเอ็นบีที</p>
4. การให้บริการสาธารณะ	<p>สืบเนื่องจากเอส เติโอได้รับการสนับสนุนจากสปอนเซอร์ในโฆษณา ทำให้การให้บริการสาธารณะในรายการมักนำเสนอเกี่ยวกับข้อมูลของสปอนเซอร์รายการด้วย ได้แก่ สารคดีทางพิเศษของกรมทางหลวง สารคดีลูกโลกสีเขียวของบริษัทปตท. ทั้งนี้คุณจักรกฤษกล่าวไว้ว่า “ต้องพูดตรงไปตรงมา ว่าสารคดีเป็นส่วนหนึ่งของรายได้หลักของสถานี ขณะนี้เรายังไม่มีอำนาจต่อรองอะไรทั้งสิ้น เป็นความต้องการของลูกค้าครับ”</p>
5. การจัดแข่งขันและโปรโมชัน(เกม)	<p>เนื่องจากได้รับการสนับสนุนจากสปอนเซอร์ของรายการ จึงทำให้นอกจากคำถามที่เกี่ยวกับเพลงและภาพยนตร์แล้ว ยังมีคำถามเกี่ยวกับข้อมูลสปอนเซอร์ผู้สนับสนุนรายการด้วย ซึ่งหลักๆแล้วผู้ที่ออกแบบเกม การร่วมสนุกกับทางรายการคือคุณจักรกฤษและทีมงานฝ่ายmarketing</p>
6. โฆษณา	<p>โฆษณาของเอส เติโอในปัจจุบันมีประมาณ 10 ตัว ซึ่งมีสินค้าหลายประเภทที่เป็นสินค้าสำหรับผู้ฟังคนรุ่นเก่า เช่น ยาอ้อมผสมสาเหตุที่โฆษณาของเอส เติโอมีไม่มาก เพราะเอส เติโอเพิ่งออกอากาศไปเพียงไม่นาน (นับเฉพาะช่วงที่ออกอากาศทาง FM</p>

	<p>93.5 HD1 ถึงเดือนธันวาคม 2553 เป็นเวลารวม 8 เดือน) สำหรับที่มาของโฆษณาที่คุณจกฤกษ์เล่าให้ฟังว่า “เรายึด key success อยู่สองสามอย่าง เช่นสโลแกนรายการ ก็คือ “คลื่นที่ชอบของคนที่ใช้” หลังจากนั้นเนี่ยเรายังมี “ความรู้สึกดีๆที่ซึ่มซาบ แต่มิตรภาพที่ยั่งยืน” และแม้เราจะเปิดเพลงเก่า แต่เราไม่เซย เพราะงั้น design ทุกอย่างที่มีมันออกมาในรายการเนี่ยจะต้องไม่เซย sound ที่ออกมาจะต้องไม่out เพราะงั้นก็จะลึกลงไปถึงสเปคเหมือนกัน เสียงแบบไหนที่เซยเราก็ไม่เอา แต่ขนาดนี้เนี่ยอยู่ลำบากมาก เงินก็ไม่ค่อยเข้า เพราะงั้นจะเลือกมากก็คงไม่ได้เท่าไร ต้องกล่อมแก้มๆไปก่อน สักระยะหนึ่ง แล้วเดี๋ยวค่อยมาว่ากัน”</p>
--	--

องค์ประกอบต่างๆของรายการวิทยุ สิ่งหนึ่งที่จะมองข้ามไปไม่ได้ คือ การใช้อักษรในการเรียกชื่อรายการ เพราะชื่อเรียกที่ติดหูก็จะทำให้ผู้ฟังจดจำได้ง่าย ถูกกล่าวถึงอยู่บ่อยครั้ง รวมทั้งสโลแกน หากวิทยุสถานีใดมีคำขวัญที่มีความโดดเด่นมากๆ ก็มักจะเป็นสถานีอันดับต้นๆที่ผู้ฟังจะระลึกถึง และ Yes Radio ก็เป็นอีกคลื่นวิทยุสถานีหนึ่งที่มีชื่อเรียกสั้นๆ ติดปากผู้ฟัง อีกทั้งสโลแกนรายการยังมีความสอดคล้องกับชื่อเรียกรายการด้วย คือ “คลื่นที่ชอบ ของคนที่ใช้” คนที่ใช้ (yes)ในที่นี้ก็คือ คนที่ชอบฟังเพลงเก่านั้นเอง ทั้งนี้คุณจกฤกษ์ได้เล่าถึงที่มาของชื่อรายการไว้ดังนี้

“ที่มาที่ไปของชื่อรายการผมก็ได้มาจากรุ่นน้องผมคนหนึ่ง เขาเคยมีรายการวิทยุชุมชนที่นครสวรรค์ ผมก็ขอเขาใช้ เดิมของเขาเป็น เยสเอฟเอ็ม ผมขอเป็น เยสเรดิโอ สโลแกนเดิมของเขา คือ ‘คลื่นที่ใช้ ใครๆก็ชอบ’ ผมขอเปลี่ยนเป็น ‘คลื่นที่ชอบ ของคนที่ใช้’ เขาก็โอเคครับ” (จกฤกษ์ ศิลปชัย,สัมภาษณ์,12 มกราคม 2554)

2. ความเชื่อมั่นเคารพในความคิดของตัวเอง คุณจกฤกษ์เอง ประกอบกับการ

ประเมินได้อย่างถูกที่ถูกลงเวลาด้วย เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ทำให้เยส เรดิโอ ได้ถือกำเนิดขึ้นบนหน้าปัดวิทยุ อย่างไรก็ตามคุณจกฤกษ์ก็ไม่ได้ยึดมั่นในความคิดเห็นของตัวเองแต่ฝ่ายเดียว แต่ได้ติดตามดูผลการวิจัยจากที่อื่นๆบ้างเช่นกัน หากจะกล่าวไปแล้ว คุณจกฤกษ์ได้ให้ความสำคัญกับผลการวิจัยถึง 50% และความเชื่อมั่นของตัวเองอีก 50% เพียงแต่สำหรับเยส เรดิโอไม่ได้ทำการวิจัยถึงความคิดเห็นของผู้ฟัง แต่เป็นการติดตามการวิจัยจากสื่อต่างๆที่เกี่ยวข้อง

“ไม่ได้ทำรีเสิร์ชอะไรหรอกนะ แต่ความที่ผมเป็นนักอ่าน อ่านหนังสือเยอะได้ข้อมูลจากตรงนั้น ตอนที่ผมไม่ได้ทำรายการไม่ได้แปลว่าผมทิ้งวงการเลยนะ ยังติดตาม ถึงได้เห็นว่ามีแต่รายการข่าว รายการวิจัยรุ่น”

“ผมมองว่าธุรกิจสื่อบ้านเราช่วงหลังๆ ใช้สถิติทางการตลาดไปจับเพื่อจัดโปรแกรม การรีเสิร์ช ผมจะไม่บอกว่าเชื่อไม่ได้ เอาว่าเชื่อได้บ้าง แต่ผมว่าคนทำสื่อเป็นคนที่ทำงานศิลปะ จริงๆ ต้องใช้จิตวิญญาณ เข้าไปจับด้วย ถ้าเอาตัวเลขไปจับอย่างเดียวเราก็เห็นว่ามันออกมาแข็งๆ เหมือนกันหมด(ส่วนใหญ่เป็นเพลงเพื่อตอบสนองความต้องการวัยรุ่น) ผมก็ไม่ปฏิเสธนะครับ แต่ผมคิดว่ามันควรต้องมีช่องทางอื่นๆ ด้วย ไม่ควรถูกปิดกั้น” (จักรกฤษ ศิลปชัย, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554)

จากบทสัมภาษณ์ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ผลการวิจัยยังไม่ถูกต้องเสียทีเดียว ทำให้มีการคาดการณ์ผิดพลาดไปบ้าง และคุณจักรกฤษก็ได้มองเห็นความเป็นจริงที่ว่า ผู้ฟังคนรุ่นเก่ายังคงต้องการรับฟังเพลงทางวิทยุอยู่ อีกทั้งเพื่อให้เกิดความหลากหลายของรายการเพลงในวิทยุ ให้คนรุ่นใหม่ได้รู้จักเพลงเก่าเพิ่มขึ้นด้วย

ความเชื่อมั่นอีกสิ่งหนึ่งที่ทำแล้วประสบความสำเร็จจนทำให้ผู้ฟังเอส เวิร์ดหลายคนนิยมติดตามฟังรายการก็คือรูปแบบการนำเสนอในส่วนของช่องทางการรับฟังเพลง นอกจากองค์ประกอบพื้นฐานของรายการเพลงทางวิทยุทั้ง 6 ประการ ดังที่กล่าวไปข้างต้นแล้ว การมีช่องทางการรับฟังที่หลากหลายก็ถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความโดดเด่นของรายการเอส เวิร์ดด้วย คือ ผู้ฟังสามารถรับฟังรายการเอส เวิร์ดได้ 2 ช่องทางด้วยกัน ได้แก่ ทางวิทยุและทางเว็บไซต์ และในส่วนของเว็บไซต์นี้เองก็ยังมี chat room ให้ผู้ฟังสามารถเข้ามาร่วมพูดคุยสนทนากันได้อีกด้วย

แต่ก่อนจะมาถึงตัวที่รูปแบบการนำเสนอผ่านทางอินเทอร์เน็ตด้วยก็ต้องผ่านความคิดเห็นจากหลายฝ่ายพอสมควร เนื่องจากก่อนหน้านี้มีหลายคนที่ไม่เห็นด้วยเพราะ คาดคะเนไว้ว่ากลุ่มผู้ฟังเป้าหมายหลักของรายการอย่าง คนวัยทำงานอายุ 30-40 ปีขึ้นไปจะไม่นิยมฟังเพลงจากทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงการสนทนาทาง chat room ด้วย อันเนื่องมาจากเหตุผลด้านอายุกับเทคโนโลยี ทำให้คุณจักรกฤษต้องใช้เวลาในการนำเสนอความคิดเห็นของรูปแบบรายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่ที่ตัวเองคาดหวังไว้ยาวนานถึง 3 ปีด้วยกัน โดยคุณจักรกฤษได้เล่าถึงความพยายามและความมุ่งมั่นของตัวเองไว้ว่า

“ช่วงนั้นโปรแกรมเพลงวัยรุ่นเข้ามาเยอะมาก ผมทำในรูปแบบบริษัทเป็นครั้งสุดท้ายจริงๆ ตอนอยู่ที่สไมล์เรดิโอ แล้วแวบไปมีเดียออฟมีเดียหนึ่ง แล้วหลังจากนั้นก็ไมไหวแล้ว โปรแกรมวัยรุ่นมาเป็นหลักเลย จริงๆเรายังจัดได้เพราะเกาะกระแสมาตลอด แต่ว่าวงการสื่อมันก็เป็นอย่างนี้ คือ ไม่เปิดรับเท่าไรสำหรับคนที่อายุเยอะขึ้น ทำไม่ไม่รู้ อยากรู้ว่าแต่ดาราเลย ดีเจก็เป็นเหมือนกัน ผมคุยกับผู้ใหญ่หลายคน เขาโปรแกรมเพลงเรดิโอ ทุกคนก็บอกว่า มันเป็นไปได้ โปรแกรมอย่างนี้มันตายไปแล้ว เพลงอย่างนี้ไม่มีคนฟัง สามปีครับ ไม่มีใครซื้อไอเดียนี่เลย ไม่มีใครเลยจริงๆ” (จักรกฤษ ศิลปชัย, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554)

แม้จะได้รับการตอบปฏิเสธกลับมาหลายต่อหลายครั้ง แต่คุณจักรกฤษก็ยังคงเดินหน้าต่อไป ด้วยเล็งเห็นว่า การรับฟังเพลงทางอินเทอร์เน็ตมีข้อได้เปรียบอยู่หลายด้าน หลักๆคือรูปแบบการสื่อสาร เป็นการสื่อสารแบบสองทาง มีการโต้ตอบบทสนทนาระหว่างนักจัดรายการและผู้ฟัง และระหว่างผู้ฟังกับผู้ฟังด้วยตัวเอง ทั้งการร่วมพูดคุยทาง chat room, การโพสต์กระทู้(เวบบอร์ด) รวมถึงมีพื้นที่สำหรับประกาศรายละเอียดข้อมูลน่าสนใจต่างๆที่เอส เรดิโอจะแนะนำให้ผู้ฟังได้ทราบกันในหน้าโฮมเพจด้วย

“ลี้ๆข้างตัวเองมีความมั่นใจ เหมือนอย่างที่พูดว่าคนเหล่านี้(คนวัย 30-40 ปีขึ้นไป) ไม่มีพื้นที่ chat room ก่อนหน้านี้เข้าไปก็วัยรุ่นจ๋าเลย เข้าไปคุยกับเค้าก็ไม่รู้เรื่อง แต่ว่าตอนนั้นคุยกับใคร ก็ไม่มีใครเห็นด้วย ตอนนั้นพี่ทำงานอยู่ที่บริษัทแห่งหนึ่งในเครือของอาร์เอส คุยกับเจ้านายที่อาร์เอส เค้าก็บอกว่าเป็นไปไม่ได้ คนอายุ 35-40 ไม่ฟังวิทยุแล้ว พฤติกรรมไม่ฟัง research ว่าอย่างนั้น เค้าบอกว่าคนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ทำงาน ชีวิตเค้าคือชีวิตทำงาน ชีวิต 30-40 นี้กำลังสร้างความมั่นคงในครอบครัว ชีวิตเค้าจะมัลลัลาไม่ได้ขนาดนั้น แต่เราเนียไม่เชื่อ ผมบอกไปว่า ถ้าอย่างนั้นเค้าไม่ฟังวิทยุ เค้าอยู่ที่ทำงาน ผมจะเสริมด้วยอินเทอร์เน็ต เค้าฟังจากอินเทอร์เน็ตได้ เค้าก็บอก โห ยิ่งตายเลยพี่อ้อด เพราะยิ่งอินเทอร์เน็ต เค้ายังไม่เล่นกันใหญ่ research บอกเลยว่า คนเล่นอินเทอร์เน็ตคือคนที่วัยรุ่นเท่านั้น เราก็บอก เฮ้ย ไม่จริง ไม่เชื่อ เรารู้สึกอย่างเดียวกันคือ ที่ผ่านมาไม่มีใครเปิดพื้นที่ให้คนกลุ่มนี้ ถ้าเราลองเปิดพื้นที่ เรามั่นใจว่าต้องทำได้ แต่ตอนนั้น มั่นใจอยู่คนเดียวเลยนะ คนรอบข้างไม่มีใครเห็นด้วยเลย ยิ่งเว็บไซต์แล้วนี่ ยิ่งไม่เห็นด้วยเลย เค้าบอกว่า คนอายุ 40 หนึ่ง เป็นเจ้านายไม่รู้จักเล่นอินเทอร์เน็ต ไม่กล้าจับคอมพิวเตอร์ด้วยคนพวกนี้ สอง เข้าเน็ตไม่เป็นหรอก จะเข้าเน็ตยังไง ห้องเซทยังไม่ต้องพูดถึง ห้องเซทเนี่ยวัยรุ่นทั้งนั้นที่เล่นกันอะไรทำนองนี้ เดียวนี้ไปดูดี ป๊าๆสนุกสนานกันใหญ่” (จักรกฤษ ศิลปชัย,สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554)

จากบทสัมภาษณ์ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าคุณจักรกฤษไม่ได้เชื่อตามที่ผลสำรวจได้กล่าวไว้ทั้งหมด เนื่องจากคุณจักรกฤษได้ตระหนักถึงสาเหตุของช่วงเวลาเป็นสำคัญ กล่าวคือ ความจริงแล้วอินเทอร์เน็ตได้เข้ามาสู่ประเทศไทยตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2535 ซึ่งผลวิจัยที่ทำสำรวจด้านการใช้ อินเทอร์เน็ตในช่วงแรกๆมักนำเสนอข้อมูลว่า คนรุ่นใหม่ใช้อินเทอร์เน็ตกันมาก ในขณะที่คนรุ่นเก่ายังไม่รู้จักอินเทอร์เน็ตในช่วงเวลาแรกๆมากนัก เป็นผลให้เข้าใจกันเสมอมาว่าคนรุ่นเก่าไม่นิยมใช้อินเทอร์เน็ตกัน แต่หากเปรียบเทียบกับความเป็นจริงในปัจจุบัน ผลวิจัยดังกล่าวย่อมมีความคลาดเคลื่อนได้ เนื่องจากปัจจุบันปี พ.ศ.2554 ก้าวผ่านปี 2535 มาเป็นระยะเวลาถึงเกือบ 20 ปีแล้ว ทำให้คนรุ่นเก่าเริ่มที่จะคุ้นชินกับการใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น เพราะสื่ออินเทอร์เน็ตก็เป็นสื่ออีกประเภทหนึ่งที่ได้รับความสะดวกจากคนในสังคมจำนวนมาก ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าการจะในการใช้

ข้อมูลผลสำรวจในการอ้างอิง เรื่องของปีพ.ศ.ก็มีความสำคัญไม่แพ้กัน และคุณจักรกฤษเองก็มองเห็นความเป็นจริงในส่วนนี้ จึงทำให้ตัดสินใจนำเสนอรายการผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตด้วย

ในที่สุดความพยายามก็เป็นผล เมื่อมีผู้คิดเห็นตรงกันกับแนวความคิดของคุณจักรกฤษ โดยเริ่มออกอากาศรายการครั้งแรกที่คลื่นวิทยุชุมชนทาง FM 107.5 MHz เนื่องจากในครั้งนั้น ทูนยังไม่มากนัก คุณจักรกฤษกับเพื่อนๆ จึงร่วมลงทุนกันเพิ่มเติมด้วย เป็นเงินทั้งสิ้นประมาณ 2 ล้านบาท ซึ่งผลที่ได้ คือเสียงตอบรับอยู่ในขั้นดีมาก แม้จะเพิ่งออกอากาศรายการไปไม่นาน แต่ผู้ฟังก็นิยมรับฟังกันมาก

“วันแรกที่ออนแอร์ เสียงตอบรับดีมาก ทั้งโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เอสเอ็มเอสที่ส่งเข้ามาในรายการ ดีมากๆ จนเราตกใจ ที่ตกใจเพราะว่าอายุการแจ้งเกิดของวิทยุนี้ นะครับ ต่ำๆต้องมีสักหกเดือน แต่นี่แค่หกวัน ว่าอย่างนั้นละกัน กระแสมันมาหมดเลยอะ เรายังตั้งตัวไม่ติด ไม่คิดว่ามันจะแรงขนาดนั้น คอลัมน์ต่างๆเขียนถึงหลายเล่มมากจนเราลงไปหมด ไปไหนมาไหนคนบอกว่าฟัง คนฟังบอกกันเองไปเรื่อยๆ จากวิทยุเตอร์บ้าง อะไบบ้าง ทุกคนเริ่มมีแฟนคลับของตัวเองอีกครั้งหนึ่ง” (จักรกฤษ ศิลปชัย, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554)

จากบทสัมภาษณ์ของคุณจักรกฤษจะเห็นได้ว่า สื่อต่างๆที่กล่าวถึงเอส เรดิโอไม่ว่าจะเป็นคอลัมน์ต่างๆในนิตยสาร หนังสือพิมพ์, สื่อบุคคลที่แนะนำบอกต่อกันไปเรื่อยๆ หรือแม้แต่สื่ออินเทอร์เน็ตทั้งเฟซบุ๊ก, ทวิตเตอร์ ทั้งหลายเหล่านี้ล้วนแต่มีบทบาทที่สำคัญต่อการเป็นช่องทางการแพร่กระจายประชาสัมพันธ์รายการให้ผู้ฟังได้รู้จักมากขึ้นเรื่อยๆ

อย่างไรก็ตาม คุณจักรกฤษได้กล่าวถึงการประชาสัมพันธ์ของทางสถานีไว้ว่า ยังไม่ทันได้ให้ความสำคัญกับแผนการทำประชาสัมพันธ์อย่างเป็นทางการเลย เพราะช่วงนั้นมีภารกิจหลายอย่างให้ต้องเร่งจัดการก่อนเป็นอันดับแรกๆ แต่อย่างไรก็ตามมีสื่อหลายประเภทที่ร่วมแสดงความคิดเห็นและแนะนำเอส เรดิโอให้เป็นที่รู้จักในวงการสื่อ โดยที่ตัวคุณจักรกฤษเองก็ไม่คาดคิดว่าจะได้รับความสนใจจากสื่อต่างๆมากมายขนาดนี้ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วสื่อที่กล่าวถึงเอส เรดิโอจะเป็นสื่อประเภทสิ่งพิมพ์เป็นหลัก ได้แก่ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร นอกจากเอส เรดิโอจะได้รับการกล่าวถึงจากสื่อต่างๆแล้ว คุณจักรกฤษคิดว่าปัจจัยสำคัญที่ทำให้เอส เรดิโอได้รับความสนใจจากกลุ่มคนฟังจำนวนมาก เนื่องมาจากอยู่ในช่วงที่กระแสของการโยกหาดิตกำลังกลับมาเป็นที่นิยม (ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งของที่ทำการก่อตั้งรายการ) จะเห็นได้จากทั้งมีการแสดงคอนเสิร์ตของนักร้องรุ่นเก๋าจำนวนมากในระยะหลังๆมานี้ รวมถึงมีการนำเพลงคัฟเวอร์ (cover) หลายต่อหลายเพลงมาขับร้องใหม่อีกครั้ง จึงคิดว่าเอส เรดิโอน่าจะได้รับการตอบรับจากผู้ฟังทั้งคนรุ่นเก๋าและคนรุ่นใหม่จำนวนไม่น้อย

“ตอนก่อนที่จะเริ่มคลื่นจริงๆไม่ได้ทำอะไรเลยครับ ไม่ทันได้คิดด้วยว่าจะทำ ไม่มีแผนประชาสัมพันธ์เลย ที่ไม่ได้ทำเพราะว่าเราถูกละหุกกับเรื่องอื่นมาก แล้วเรามีเรื่องสำคัญๆต้องทำอีกมาก แต่สิ่งที่น่าสนใจสำหรับเรส เรดิโอก็คือ พอออกอากาศไปได้ประมาณ 2 สัปดาห์เท่านั้นเองนะครับ คอลัมน์นิสต์ก็เขียนถึงเรา คอลัมน์แรกน่าจะเป็นคอลัมน์ในเนชั่นสุดสัปดาห์ ทำนองว่า ตอนนี้มีคลื่นเพลงเก่าเกิดขึ้นแล้ว คุณผู้ฟังได้ฟังกันแล้วหรือยัง แล้วจากนั้นก็คอลัมน์อื่นตามกันมาเป็นขบวน มีคอลัมน์เขียนถึงเราเยอะมาก หนังสือพิมพ์รายวันก็เขียนถึง ซึ่งตอนนั้นเราก็งงกับตัวเอง คือพียอกบอกว่า บางทีการประชาสัมพันธ์ในฐานะสื่อ เราก็ประชาสัมพันธ์ตัวเองอยู่แล้ว ถ้าเราทำโปรแกรมที่มันถูกที่ ถูกทาง ถูกเวลา คนอื่นๆก็จะสนใจ การทำคลื่นแล้วควรทำประชาสัมพันธ์ด้วย พียอกว่าก็จำเป็นนะ แต่พียอกว่าสิ่งที่มันจำเป็นกว่า ก็คือ ทำให้มันถูกที่ ถูกทางแล้วใช้ คนอื่นจะเห็นแล้วสนใจที่จะร่วมกับเราเองนะครับ แล้วหลายๆคลื่นในปัจจุบันก็ไม่ได้จะว่าอะไรใครนะ เพียงแต่อยากให้ออกสังเกตในลักษณะที่ว่า ควรจะลองศึกษาดู หลายๆคลื่นที่เกิดขึ้นใหม่ในปีนี้ก็ตั้งเยอะนะครับ แต่ปรากฏว่าเจียบมากเหมือนกัน กระแสมันไม่มา อย่างนี้แปลว่ามันยังผิดที่ ผิดเวลาใหม่ หรือคิดอะไรผิดไปหรือเปล่า

พียอกคุยกับเจ้าของเทป ซึ่งเป็นผู้หลักผู้ใหญ่คลื่นหนึ่ง ให้ไอดีเรื่องถูกที่ ถูกเวลาอย่าง น่าสนใจว่า ท่านทำเทป ตอนนั้นยังเป็นยุคเทปคาสเซ็ทนะครับ ทำเทปรวมเทศกาล จะมีปีใหม่ สงกรานต์ ลอยกระทง อะไรต่างๆอยู่ในม้วนเดียว ฟังดูอย่างนี้น่าจะเจ๋งนะ น่าจะขายดี ทุกคนต้องมี แต่ปรากฏว่าขายไม่ได้ นิดเดียวเท่านั้นเองที่ผู้ใหญ่ท่านนี้เฉลยให้ฟัง คนที่จะซื้องานชิ้นนี้เนี่ยซื้อไปเพื่อใช้งาน สมมติว่าสงกรานต์ ก็ไปเปิดตามงานหมู่บ้าน อย่างรางวัลวันสงกรานต์หรืออะไรก็แล้วแต่ที่เกี่ยวข้องกับวันสงกรานต์อะนะครับ แต่พอจบเพลงสงกรานต์ปั๊บเนี่ย มันกลายเป็นเพลงลอยกระทง มันต้องไปกรอกกลับ มันแค่เส้นผมบังภูเขานิดเดียวเท่านั้นเอง แต่ตอนทำเทปกลับนี้ก็ไม่ออกก็อยากจะได้โยงให้ดูเป็นตัวอย่างว่าอย่างเรส เรดิโอเนี่ย ตอนนีพียอกว่ากระแสเพลงเก่ามันกำลังกลับมา คอนเสิร์ตเอ้ย เพลงคัฟเวอร์เอ้ย คนให้ความสนใจกันเยอะ แล้วถ้ามีคลื่นวิทยุคลื่นที่เปิดตัวเพลงเก่า พียอกคิดว่ามันน่าจะได้รับการตอบรับที่ดี แล้วก็เป็นอย่างนั้นจริงๆครับ” (จักรกฤษ ศิลปชัย, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554)

3. ปัญหาด้านความคิดเห็นไม่ตรงกันของคนในองค์กร ประกอบกับต้องการจะย้ายจากการจัดรายการของคลื่นวิทยุชุมชนมาเป็นคลื่นวิทยุหลัก

ดังเช่นที่ได้กล่าวไปก่อนหน้านี้ว่า รายการเรส เรดิโอในช่วงแรกนั้นอยู่ภายใต้คลื่นความถี่ FM 107.5 MHz ซึ่งเป็นคลื่นวิทยุชุมชน ออกอากาศครั้งแรกเมื่อเดือนกันยายน 2552 พร้อมสโลแกนว่า “คลื่นที่ใช่ ของคนที่ชอบ” (เมื่อเปลี่ยนมาเป็น เรส เรดิโอ เรโทร โปรแกรม FM 93.5 HD1 ได้เปลี่ยนสโลแกนใหม่แต่ใกล้เคียงกันเป็น “คลื่นที่ชอบ ของคนที่ใช่” แต่เมื่อทำงานที่เรส เรดิ

โศ FM 107.5 MHz ไปได้สักพักหนึ่ง ด้วยความที่องค์กรมีผู้คนหลากหลาย ทำให้ความคิดเริ่มไม่ เป็นไปในทางเดียวกัน จนนำพามาซึ่งความโกลาหล สับสน ไม่ว่าจะเป็นส่วนไหนของแนวเพลง ช่วงปีพ.ศ.ของเพลง จนรวมไปถึงปัจจัยอื่นๆที่ตามมาภายหลัง คุณจักรกฤษได้ให้สัมภาษณ์ไว้ใน นิตยสารดิฉันไว้ว่า

“ความคิดเริ่มหลากหลายขึ้น ผู้คนเดินเข้าหาเรามากขึ้น เช่นเพลงจบแค่ปี35 ไม่พอแล้วมั่ง ขยายเป็น 37 ได้ไหม มีสุนทราภรณ์ สุเทพ สวลีน้อยได้ไหม หรือแม้กระทั่งเพลงจีน ผมพยายาม บอกเพื่อนร่วมงานว่า ต้องระวัง อย่างเพลงจีน เพลงสากล พวกที่เป็นโปรแกรมอินเตอร์ทำกันบ้าง แล้ว แต่ไม่ประสบความสำเร็จ เพราะฉะนั้นมีได้ให้เห็นเป็นสีส้ม แต่อย่าเยอะ เพราะเราเป็น โปรแกรมเพลงไทย” (เปิดใจ,2553 : 202-208)

เมื่อความคิดเริ่มหลากหลายขึ้น จึงตามมาซึ่งการเทคโอเวอร์หุ่นกัน เกิดเป็นปัญหาที่สะสม มากขึ้นเรื่อยๆ จนทำให้คุณจักรกฤษเป็นห่วงทั้งเรื่องเพื่อนที่ทำงานด้วยกัน และคำครหาจากสังคม ด้วยว่าเพิ่งกลับมาเพียงไม่นานก็เริ่มมีปัญหาตัวเองแล้ว

“ผมมองว่ามันไม่ไหวแล้ว ผมเชิญแต่ละคนมาทำงาน มันดีที่จะช่วยกันสร้างให้แข็งแรงขึ้นไปอีก แต่มันเพิ่งเริ่มยืนเองอะ มันยังไม่แข็งแรง มันยังไม่เป็นรากแก้ว เป็นแค่รากฝอยที่มีแร่ธาตุมา เลี้ยงแล้วก็จริงแต่อย่าหลงตรงนั้น เราต้องใจเย็นกว่านี้นะ แต่เราเริ่มเห็นแล้วละว่าเรากำลังเริ่มปลูก อะไร แล้วดอกผลมันจะสวยแค่ไหน เราจะได้เห็นแน่ๆ แต่ยังไม่ใช้ตอนนี้ สปอนเซอร์ก็เริ่มโทรฯเข้ามาแล้วด้วย แบรินต์ใหญ่ๆทั้งนั้น หลายๆเอเจนซีที่อายุรุ่นสี่สิบอัพเขาน่ารักมาก เขาบอกว่า ไม่อยากให้รายการหายไปอีก เพราะเขาเข้าไปช่วยไม่ทัน เขาเสียใจ เพราะฉะนั้นวันนี้เขาไม่อยากให้ เยสล้มสลาย อีกอย่างก็อยากจะเป็นคลื่นวิทยุหลักแล้ว ไม่อยากเป็นวิทยุชุมชน เพราะวิทยุชุมชนมี ข้อจำกัดหลายอย่างอยู่เหมือนกัน” (เปิดใจ,2553 : 202-208)

จะเห็นได้ว่าสปอนเซอร์รายการมีบทบาทต่อการคงอยู่ของรายการอย่างมาก เพราะหากไม่มีสปอนเซอร์เหล่านี้เข้ามาสนับสนุนรายการก็จะทำให้เยส เรดิโอก็จะพบเจอกับปัญหาด้าน ค่าใช้จ่ายที่มากขึ้น ดังจะเห็นได้จากที่ก่อนหน้านี้เมื่อครั้งยังอยู่เยส เรดิโอ FM 107.5 MHz คุณจักรกฤษและเพื่อนๆต้องร่วมทุนกันจำนวนหนึ่งด้วย นั่นเพราะสปอนเซอร์ยังไม่ได้ให้การ สนับสนุนรายการเท่าใดนัก นอกจากนี้แล้วยังพบว่า สปอนเซอร์ของรายการ มีหลายเอเจนซีที่เป็น สินค้าสำหรับผู้ฟังคนรุ่นเก่าโดยเฉพาะ เช่น ยาย่อมผม, เสื้อผ้าสำหรับวัยทำงาน เป็นต้น ที่เป็น เช่นนี้ก็เนื่องจาก สินค้าเหล่านี้หาซื้อที่จะออกอากาศโฆษณาสินค้าของตนได้ยาก เพราะเป็นสินค้า เฉพาะกลุ่ม หากไปโฆษณาในรายการวัยรุ่นก็ย่อมไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร การให้ความ ช่วยเหลือสนับสนุนรายการเยส เรดิโอจึงเท่ากับว่าเป็นประโยชน์ต่อการเผยแพร่สินค้าตนเองด้วย

นอกเหนือจากสปอนเซอร์หลักๆแล้ว ผู้ฟังบางส่วนที่มีกิจการของตัวเองพร้อมจะมาลงทุน ด้วย ได้พยายามยื่นมือเข้ามาช่วยให้เยส เรดิโอยังคงดำเนินต่อไปได้เช่นกัน เพียงแต่คุณ

จักรกฤษปฏิเสฐที่จะขอรับความช่วยเหลือนั้น โดยให้เหตุผลว่า

“ก่อนหน้านั้นคนฟังของเราก็อยากจะช่วย แต่ในที่สุดผมก็ตัดสินใจว่า อย่าเลย ยังไงก็เงินเขา และมันกลายเป็นเรื่องธุรกิจ วันนี้คุณรักรายการ คุณเป็นแฟนรายการดีแล้ว”

จนกระทั่งในที่สุดเอส เรดิโอก็ได้ย้ายมาทำงานที่คลื่นวิทยุแห่งใหม่ ความถี่ FM 93.5 HD1 ซึ่งการย้ายครั้งนี้ ทีมงานกว่าครึ่งจากที่เดิมก็ได้ร่วมย้ายมาพร้อมกับคุณจักรกฤษด้วย โดยการดำเนินงานครั้งใหม่เป็นการร่วมงานกับบริษัท ฟาติมา บรอดคาสติ้ง อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งคุณจักรกฤษให้เห็นผลในการตัดสินใจมาร่วมงานกับฟาติมา พร้อมทั้งแสดงจุดยืนไว้ว่า

“ตัดสินใจเข้าไปเป็นลูกจ้างของบริษัทฟาติมา ซึ่งเป็นบริษัทเก่าที่ผลิตรายการมานานแล้ว และไม่ได้เป็นค่ายเทปอะไร ผมอาจจะคิดแบบโบราณนะครับ คิดว่าเป็นดีเจอิสระมาตลอด ดีเจอิสระในที่นี้แปลว่าไม่ได้ขึ้นกับค่ายเทป เราเปิดทุกค่าย เปิดหมด ถ้าสังกัดค่ายเขา ต้องนำเสนอแต่เพลงของเขา เราารู้สึกว่าเราอึดอัด ผมคิดอย่างนี้ ส่วนการออกแบบรูปแบบรายการ 97 % เป็นหน้าที่ของพี่เองเลย เจ้านายเองก็คงจะดูบางอย่างเพื่อให้รอบคอบขึ้น ในส่วนของงบประมาณอะไรต่างๆนะครับ” (จักรกฤษ ศิลปชัย, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554)

จะเห็นได้ว่าการร่วมงานกับทางบริษัทฟาติมา คุณจักรกฤษเป็นผู้มีส่วนสำคัญอย่างมาก ต่อรูปแบบความเป็นไปของรายการ อย่างไรก็ตามก็ดีคุณจักรกฤษก็ไม่ได้ยึดเอาความคิดเห็นของตัวเอง แต่เพียงผู้เดียว แต่ได้ฟังความคิดเห็นจากทีมงานฝ่ายต่างๆด้วย ถือว่าเป็นการแลกเปลี่ยนความเห็นระหว่างกัน เพื่อให้เอส เรดิโอได้มีรูปแบบการนำเสนอที่จะถูกใจผู้ฟังมากที่สุด

4. ความสำคัญของความรู้สึกการโหยหาอดีตในกลุ่มผู้ฟัง สำหรับประเด็นเรื่องการโหยหาอดีต มีปัจจัยหลายด้านที่คุณจักรกฤษได้นำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นส่วนหนึ่งของรายการ แต่แรกเริ่มนั้นมาจากการพบว่า ในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา ชาวที่นำเสนอส่วนใหญ่จะเป็นชาวที่เต็มไปด้วยความรุนแรง ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของสังคม การเมือง หรือจะเป็นปัญหาด้านเศรษฐกิจเองก็ตาม ล้วนทำให้ผู้อ่านหรือผู้ฟังเกิดความไม่สบายใจ

ทั้งนี้คุณจักรกฤษได้กล่าวถึงที่มาอันเนื่องมาจากมีพื้นที่สื่ออย่างรายการวิทยุหลายสถานีที่นำเสนอรายการที่เต็มไปด้วยความเคร่งเครียด จนอาจส่งผลกระทบต่อผู้ฟังไว้ว่า

“ผลสำรวจบอกว่าคนฟังอายุ 35 อัฟ ชอบฟังข่าว รายการปกิณกะ ต้องฟังเรื่องเศรษฐกิจ ก็กลายเป็นว่า คนรุ่นพี่เวลาจะฟังวิทยุมันก็ต้องไปในพื้นที่นั้นแหละ เปิดวิทยุมาก็ต้องฟังรายการข่าว รายการความรู้เป็นหลัก ซึ่งมันเยอะมากในช่วงห้าปีที่ผ่านมา แล้วข่าวก็เครียด ข่าวการเมือง ไม่มีที่ระบายเลย เพราะฉะนั้นทางออกควรจะเป็นอันนี้ละ เพลงเก่าของคนอายุสี่สิบอัฟ ยังไงผมก็เชื่ออย่างนั้น” (จักรกฤษ ศิลปชัย, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554)

จากบทสัมภาษณ์ส่วนนี้ของคุณจักรกฤษ ถือได้ว่ามีความสอดคล้องกับแนวคิดโยฮาน อติต ตามที่ Matsuda (1996 อ้างถึงใน พัฒนา กิติอาษา, 2546) ได้ตั้งข้อสังเกตไว้ว่า การโยฮาน อติตของมนุษย์เป็นพื้นที่ของความทรงจำ และเป็นสัญชาตญาณเกี่ยวกับทิศทาง เกิดจากความผันผวนวุ่นวายทางเศรษฐกิจการเมือง ซึ่งตรงกับเหตุการณ์ทางการเมืองที่มีความรุนแรงในเมืองไทย ช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา หรือแม้แต่ในปัจจุบันก็ยังคงมีให้พบเห็นเหตุการณ์ความรุนแรงดังกล่าวได้บ้าง เป็นผลให้ผู้ฟังรู้สึกไม่มั่นคงกับชีวิตในปัจจุบัน และโยฮานอยากกลับไปใช้ชีวิตในอดีตอีกครั้ง แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของกระแสโยฮานอติตที่เกิดขึ้นกับตัวผู้ฟังอันเนื่องมาจากสังคมที่อาศัย อยู่ในทุกวันนี้

ด้วยเหตุนี้ คุณจักรกฤษ จึงเสนอให้มีพื้นที่สื่อของเพลงเก่าเกิดขึ้นในหน้าปัดวิทยุอีกครั้ง เพื่อเติมความสุขให้กับคนไทยได้บ้าง และนอกเหนือจากเพลงเก่าแล้ว นักจัดรายการที่เอส เรดิโอ ยังได้พูดคุยถึงเรื่องราวที่หวานชื่นชวนให้ผู้ฟังรู้สึกเป็นสุขเมื่อได้รับฟังรายการด้วย ด้านการนำเสนอ ที่เน้นในส่วนของเรื่องที่ดี ฟังแล้วเกิดความสบายใจเป็นหลัก ยังตรงตามที่แนวคิดโยฮานอติตได้อธิบายไว้ว่า Baudrillard (1983 อ้างถึงใน สุวรรณมาศ เหล็กงาม, 2552) การโยฮานอติตคืออาการโศกเศร้าที่จำเป็น เหมือนกับการที่พยายามจะทำให้สิ่งที่เราทำได้ทำลายไปก่อนหน้านี้กลับคืนมา ดังนั้น ความรู้สึกโยฮานอติตจึงเป็นความรู้สึกด้านบวก และผสมเข้ากับความงาม ความสุข และความสนุกสนานของอดีต

“ถ้าเป็นข่าวเราจะไม่หยิบมาพูดเลย ข้อวิจารณ์ทางสังคมต่างๆเราจะไม่พูดถึงเลย เราจะเพียงผ่านๆ นิดๆหน่อยๆ ไม่ได้เล่นเป็น topic เพราะว่าอื่นๆเยอะแล้ว แล้วสื่ออื่นๆก็นำเสนอเยอะแล้ว นำเสนอข่าวลบ ใจร้ายมาก เอส เรดิโอเราก็เน้นสนุกสนานอะ เน้นความสุขของผู้ฟังเป็นหลัก” (จักรกฤษ ศิลปชัย, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554)

แม้แต่ในส่วนขององค์ประกอบทางด้านรูปแบบรายการเพลงทางวิทยุเองก็เช่นกัน คุณจักรกฤษยังได้สอดแทรกนำเอาแนวคิดโยฮานอติตมาร่วมเข้าไว้เป็นส่วนหนึ่งด้วย ซึ่งหลักๆจะเห็นได้จากเพลงและนักจัดรายการวิทยุของเอส เรดิโอ คือ นอกจากแนวเพลง (ปีพ.ศ. 2512-2537) ซึ่งเป็นธีมหลักของรายการแล้ว ในส่วนของนักจัดรายการวิทยุ คุณจักรกฤษได้สังเกตเห็นถึงแนวคิดโยฮานอติตและนำมาเป็นปัจจัยหนึ่งในการเชิญชวนเหล่านักจัดรายการวิทยุรุ่นเก่ามาร่วมงานกันใหม่ อีกครั้ง ตามที่ Kelly (1986) ได้ให้ความหมายของการโยฮานอติตไว้ว่า โลกที่เราในฐานะปัจเจกบุคคล และสมาชิกของหน่วยงานสังคมวัฒนธรรมต่างๆก็เคยมีประสบการณ์ร่วมกันมาในอดีต นั่นคือ นักจัดรายการรุ่นเก่าหลายคนต่างเป็นที่คุ้นหน้าคุ้นตาในวงการวิทยุเป็นอย่างดี ซึ่งเหลือไว้เป็นความทรงจำให้เราได้ระลึกถึง ที่สำคัญเราสามารถสัมผัสมองเห็นโลกที่เราสูญเสียไปแล้วนั้นได้อีกครั้ง ถ้าหากเราสามารถสร้างภาพตัวแทนโดยการผลิตซ้ำหรือฉายซ้ำจาก และโดยความทรงจำด้วยการ

ย้อนกลับไปจำลองประสบการณ์ในอดีตขึ้นมาใหม่อีกครั้ง คุณจักรกฤษจึงได้นำแนวคิด การผลิตซ้ำ มาเป็นแนวคิดในการเชิญชวนนักจัดรายการวิทยุรุ่นเก่ามาร่วมงานกันที่เอส เรดิโอ

“นอกจากเพลงแล้วตัวดีเจรุ่นเก่าเราคิดถึงคุณระย้า จากรายการรถไฟดนตรี หรือพี่แดง จันทรา ชัยนาม พี่หมึก วิโรจน์ ควันธรรม พี่เอก ธเนศร์ วรากุลนุเคราะห์”

อย่างไรก็ตามนักจัดรายการบางท่านก็ไม่สะดวก เนื่องด้วยทั้งเรื่องของกิจวัตรส่วนตัวและเรื่องของเวลาเป็นสำคัญ เมื่อไม่เป็นไปตามแผนแรกอย่างที่ตั้งใจไว้ คุณจักรกฤษจึงได้ชักชวนพวกเพื่อน ๆ กลุ่มหนึ่ง จากรายการผิวปากตามเพลง สไมล์เรดิโอ ซึ่งตัวมีมใหญ่คือชื่อ yes radio ซึ่งก็ได้รับการตอบรับกลับมา เช่น คุณอัศวพล ปิ่นสุวรรณ และคุณอภิเดช มหัตถพงศ์ โดยกระแสดการตอบรับจากทั้งผู้ฟังและสื่อต่างๆหลังจากที่ออกอากาศรายการเอส เรดิโอไปแล้วอยู่ในขั้นที่ดีมาก

จุดเด่นอีกสิ่งหนึ่งของเอส เรดิโอคือชื่อช่วงรายการที่ยังคงใช้ชื่อเดิมของนักจัดรายการหลายคน อาทิเช่น ช่วง “กรี๊ดกรี๊ด...ตามแผน” ของดีเจจักรกฤษ, “smile radio” ช่วงของดีเจอัศวพล เป็นต้น ซึ่งเป็นการช่วยย้อนรำลึกความหลังของผู้ฟังได้อีกทางหนึ่ง เมื่อได้กลับมาฟังดีเจคนที่เคยฟังในวันวานอีกครั้ง ก็อาจเป็นผลให้นึกย้อนไปถึงเรื่องราวในอดีตได้ ดังเช่นที่คุณจักรกฤษได้กล่าวไว้

“ในไอเดียตอนเรา set up เอสเนี่ย เรา remind คนทุกเรื่องหมดเลยในอะ เพลงเราก็ remind ตัวดีเจเราก็ remind เราก็เชิญดีเจเก่าๆมาจัดรายการ แม้กระทั่งชื่อช่วง เราก็เลยมองว่าน่าจะมีชื่อช่วงเพื่อ remind คนให้เค้าจำได้ คือรายการที่เราเลือกมาทั้งหมดเนี่ย คือ หนึ่งในเราจัดด้วยกับเป็นรายการที่เคยประสบความสำเร็จแล้วทั้งนั้นในยุคสมัยที่ผ่านมา มีกรี๊ดกรี๊ด...ตามแผน , มี smile radio มีผิวปากตามเพลง รายการเหล่านี้คือรายการที่ประสบผลสำเร็จมาแล้วทั้งนั้นเลย” (จักรกฤษ ศิลปชัย, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554)

หรือแม้แต่ช่องทางทางการรับฟังเอส เรดิโอทางอินเทอร์เน็ตอย่างหน้าโฮมเพจ ก็ได้นำเอาแนวคิดโหยหาอดีตมาใช้ในการออกแบบด้วยเช่นกัน คือ หน้าโฮมเพจของเอส เรดิโอจะมีลักษณะบ่งบอกถึงความเป็นเรโทร ทั้งสีส้มที่ดูจี๊ดจาง สัญลักษณ์รูปต่างไม่ว่าจะเป็นรูปแผ่นเสียงแบบไวเนลที่พบเห็นได้ยากในปัจจุบัน หรือรูปโทรศัพท์ที่เป็นแบบแบ่นหมุน รวมถึงรูปวิทยุที่มีรูปทรงแบบในสมัยก่อน เหล่านี้ล้วนแต่แสดงให้เห็นว่าแนวคิดโหยหาอดีตมีอิทธิพลต่อรายการเอส เรดิโอ โดยครอบคลุมในหลายปัจจัยองค์ประกอบของรูปแบบรายการเพลง ทั้งนี้คุณจักรกฤษได้ร่วมแสดงความคิดเห็นว่า

“ตั้งใจให้หน้าโฮมเพจออกมาในลักษณะแนวนี้แหละ คือจริงๆตอนที่ทำเพจนี้ ตั้งใจให้ย้อนเรโทรจริง แต่อีกในช่วงเดือนหน้า จะมีการปรับปรุงเพจใหม่ ซึ่งอาจจะไม่เรโทรมาก จะกลางๆ แบบทั่วไป”

ปัจจัยด้านโหยหาอดีตได้เข้ามาเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของที่มาในรายการเอส เอดีโอ ทั้งจากข่าวที่พบเห็นว่ามีแต่ข่าวรุนแรง จึงอยากนำเสนอในเรื่องที่ดี ประกอบกับรักในอาชีพดีใจเป็นทุนเดิมอยู่แล้วจึงมาลงตัวที่สถานีวิทยุเพลงเรโทร หรือในส่วนของชื่อช่วงรายการของดีเจก็ใช้ชื่อเดิมของดีเจที่เคยจัดรายการแล้วประสบความสำเร็จมาก่อน หรือแม้แต่โฮมเพจของเว็บไซต์เอส เอดีโอก็ตั้งใจทำออกมาให้รู้สึกถึงวันวาน เหล่านี้ล้วนเป็นที่มาด้านโหยหาอดีตที่คุณจักรกฤษนำมาหลอมรวมเป็นรายการเอส เอดีโออย่างทุกวันนี้ ดังเช่นสโลแกนหนึ่งของรายการ “นึกทุกเรื่องที่มีย้อนทุกเรื่องที่มี”

5. การให้ความสำคัญกับมิตรภาพระหว่างนักจัดรายการและผู้ฟัง จะเห็นได้จากที่คุณจักรกฤษได้นำเสนอความคิดนี้ผ่านทางจิงกัลอันหนึ่งในรายการเอส เอดีโอ ดังประโยคที่ว่า “ความรู้สึกดีที่ซึ่มซาบ แต่มิตรภาพที่ยั่งยืน” โดยคุณจักรกฤษได้ให้สัมภาษณ์และย้ำถึงความสำคัญของมิตรภาพไว้บ่อยครั้ง ว่าสิ่งนี้จะเป็สิ่งที่ช่วยทำให้คนในสังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขได้ โดยเอส เอดีโอจะขอเป็นส่วนร่วมเล็กๆ ให้ผู้ฟังร่วมใส่ใจกับความหมายของคำว่ามิตรภาพกันมากขึ้น โดยการนำเสนอเรื่องราวดีดีผ่านทางรายการ รวมไปถึงการจัดกิจกรรมเพื่อสานสัมพันธ์ระหว่างทางรายการกับผู้ฟังด้วย

“พื้มองว่า คนในวัยพีเญ่เย่ ที่ผ่านมามีทั้งประสบความสำเร็จ มีทั้งล้มเหลว ล้มลุกคดुकคลานมามากมาย ซึ่งอาจมีทะเลาะกับผู้คน กับเพื่อน ด้วยวัยวุฒิ คุณวุฒิอะไรก็แล้วแต่ที่ผ่านมามาถึงวันนี้ รู้สึกว่าพอถึงเวลาหนึ่งเราโหยหาอดีต สอง เราโหยหาเพื่อนจ้งเลย สาม บางทีเราทบทวนไปถึงสิ่งที่เคยทำ มันรู้สึก เรื่องนี้เราไม่น่าทำเลย ไม่น่าทำแบบนั้นกับเค้าเลย เพราะงั้นวันนี้กลับมาทำงานด้วยกัน พื้อยากให้รุ่นนี้มีมิตรภาพที่ยั่งยืนจริงๆ แล้วที่สำคัญสังคมที่ผ่านมามันยุ่งเหยิงมาก เพราะคนไม่มีมิตรภาพให้กันเลย คนยืนอยู่ในมุมของตัวเองทั้งนั้น เพราะงั้นถ้ามีมิตรภาพมันจะดี จะให้อภัยกันได้ มากกว่านั้นคือ วันนี้เราเสพคิดเยอะมาก วันนี้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับวัยรุ่น เยาวชนเยอะมากๆ ในสมัยที่เป็นวัยรุ่นสังคมยังไม่น่ากลัวหรือรุนแรงขนาดนี้เิง โลกตอนนั้นยังสวยงามกว่าตอนนี้

การที่บอกว่ามิตรภาพที่ยั่งยืนแปลว่า ลุง ป้า น้า อาของเอส เอดีโอ พื้เอง คนฟังเองเนี่ย ถ้าเราสนิทกัน เราจัดกันแบบมิตรภาพยั่งยืน ลูกหลานเรามีโอกาสมาเจอกัน เราจะช่วยกันดูแลลูกหลานเรา ทุกวันนี้ข้างบ้านกันยังแทบไม่รู้จักกันเลย เพราะงั้นนัยยะที่สำคัญของคำนี้มันยิ่งใหญ่มากว่านั้นเยอะมาก พื้เคยแชร์โอเดียกับแฟนรายการหลายคน ว่าเฮ้ย เค้าใหม่ปิดเทอมเนี่ย เราเอากลูๆเรามาเจอกันใหม่ แทนที่จะพาลูกคุณไปห้าง ไปเรียนพิเศษ มาใหม่ แล้วเรากันเองนั่นแหละดูแลลูกเรา ผมอาจจะไปเชื่อมสถานที่สักสถานที่หนึ่ง เช่น หอศิลป์แห่งกรุงเทพฯ พื้นที่สำหรับพวกเรา แล้วเอากลูๆเราหลานเรามา เอากลูๆอยากเป็นอะไร อยากเป็นตำรวจหรือ เรามีแฟนรายการเป็น

ตำรวจ อยากรับเป็นหมอ อยากรับเป็นพยาบาล อยากรับเป็นดีเจ เรามีหมดเลย ลูกป้าหน้าอมาดูละกันเองสิ จะได้ไม่ต้องเสีย แถมได้เห็นลูกหลานเราอีก เราอยากทำอย่างนั้น” (จักรกฤษ ศิลปชัย, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554)

จากบทสัมภาษณ์ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าคุณจักรกฤษและเยส เรดิโอมีแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับมิตรภาพมาก คำว่า “มิตรภาพ” ในที่นี้ไม่ใช่เพียงแค่เพื่อนที่ทำงานด้วยกันเท่านั้น แต่ยังรวมถึงคนรุ่นเดียวกัน ซึ่งมีการเชื่อมความสัมพันธ์โดยการจัดกิจกรรมระหว่างทางรายการและผู้ฟัง รวมถึงลูกๆหลานๆ แสดงให้เห็นว่านอกจากมิตรภาพในกลุ่มคนวัยเดียวกันแล้ว ยังเป็นการให้ความสำคัญกับสถาบันครอบครัวด้วย ด้วยเล็งเห็นว่าครอบครัวเป็นสถาบันสำคัญสถาบันหนึ่งที่จะทำให้สังคมอยู่ด้วยกันอย่างมีความสุข

นอกจากนี้แล้ว คุณจักรกฤษยังได้กล่าวถึงแนวโน้มการพัฒนารูปแบบรายการที่มีตัวคุณจักรกฤษเองและทีมงานร่วมกันสร้างสรรค์ขึ้นในอนาคตต่อไปด้วย ซึ่งได้ให้ความสำคัญกับส่วนนี้อย่างมาก เพราะรายการเยส เรดิโอ FM 93.5 HD1 เพิ่งเริ่มก่อตั้งได้ไม่นาน องค์ประกอบหลายๆอย่างในรายการจึงอาจจะยังไม่คงที่ ยังไม่มีความหลากหลายมากนัก โดยแนวโน้มคือต้องมีความสอดคล้องกับแนวเพลงที่รายการได้ตั้งไว้อย่างแท้จริง พร้อมกันนั้นก็ให้ความรู้ถึงที่มาของเพลงด้วย รวมทั้งประเด็นอื่นๆที่เกี่ยวกับเรื่องราวเก่าๆของวันวานที่จะคุณผู้ฟังจะได้รับฟังผ่านทางเยส เรดิโอ FM 93.5 HD1 เป็นการตอกย้ำถึงแนวคิดโยหยาอดีตที่ครอบคลุมหลายด้านมากยิ่งขึ้น โดยในต้นปีนี้ (2554) เยส เรดิโอมีแผนจะพัฒนารายการที่หลากหลายขึ้นไปอีก

“ผมว่าสื่อมันต้องมีการพัฒนา เยสเองก็เหมือนกัน จากคลื่นเดิมย้ายมาคลื่นใหม่ก็ถือว่าเป็นพัฒนาการขั้นที่สองแล้ว ต้นปีหน้าเราจะพัฒนาอีก เพราะเราวาง position ของเราเป็นเรดิโอ และเราต้องเป็นเรดิโอตัวจริง เช่น คุณต้องมีเพลงครบสมบูรณ์แบบจริงๆ เสาะแสวงหาเพลงที่หายไป พวกวงโฟล์ค ที่ไม่ได้เป็นวงหัวหอก เราควรจะเสาะหาเพลงพวกนี้มาด้วย รวมถึงข้อมูลที่จะทำให้คนมีความสุข เรื่องราวเก่าๆ มีอะไรบ้าง สถานที่ บุคคล หนังสือ แม้เพลงเอง เช่น เจงกิสข่าน เราก็เสริมว่าที่มาที่ไปของเพลงนี้เป็นยังไง”

“ถ้าให้เปรียบว่าต้องเดิน 10 ก้าว เยสเพิ่งเดินไปก้าวเดียวเอง ถ้าในเชิง marketing แค่วาง positioning ของ product เท่านั้นเอง อย่างอื่นยังไม่ได้ทำเลยจริงๆ promotion เอย อะไรเอยยังไม่ได้ทำเลยนะ แล้ว product เองก็ยังไม่ลงตัว packaging อาจต้องเติมอีกหน่อย สีฉันทะไรก็จะต้องเพิ่มอีก พี่มองว่าวงจรวิตมันไม่สั้นหรอก ไม่สั้นแปลว่า พี่เชื่อมั่นว่า เยสจะอยู่ได้ไม่ต่ำกว่า 5 ปี อันนี้พูดถึงในเชิงโปรแกรมนะ ไม่ใช่หมายถึงในเชิงรายได้ เพราะถ้าในเชิงรายได้มันแย่มากจริงๆ ก็อาจจะมีปัญหา” (จักรกฤษ ศิลปชัย, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554)

จากปัจจัยต่างๆของที่มีรายการเอส เรดิโอ ซึ่งหลักๆประกอบไปด้วย พื้นที่สื่อในปัจจุบัน ให้ความสำคัญกับคนวัย 40 ปีขึ้นไปน้อยมาก, ชาวที่นำเสนอในช่วงหลายปีมานี้เต็มไปด้วยความรุนแรง, ปัญหาความคิดไม่ตรงกับของคนในองค์กรเดิม, แนวคิดโหยหาอดีต รวมไปถึงการให้ความสำคัญของคำว่ามิตรภาพ ได้หลอมรวมกันจนเกิดเป็น เอส เรดิโอ เรโทร โปรแกรม FM 93.5 HD1 อย่างทุกวันนี้ขึ้นมา และผลตอบรับคุณจักรกฤษได้กล่าวไว้ว่าอยู่ในขั้นที่ดีมาก เพื่อเป็นการสำรวจจำนวนผู้ฟังที่ติดตามฟังเอส เรดิโอ และเพื่อยืนยันได้ว่ามีผู้ฟังเอสในจำนวนที่ไม่น้อย แม้ว่าจะเป็นสถานีวิทยุที่เปิดเพลงเก่าและกลุ่มคนฟังอาจไม่หลากหลายก็ตาม ทางรายการจึงได้ออกแบบโดย ให้ดีเจแต่ละคนได้เชิญชวนให้ผู้ฟังได้ร่วมลงทะเบียนชื่อตัวเองผ่านทางsms โดยขั้นตอนคือ พิมพ์ yes ชื่อผู้ฟัง รหัสไปรษณีย์ แล้วส่งมาทางsms จากนั้นระบบคอมพิวเตอร์ของทางรายการจะลงทะเบียนชื่อของผู้ฟังโดยอัตโนมัติ เพื่อเป็นการรวบรวมไว้ชื่อผู้ฟัง นอกจากนั้นแล้วยังทราบได้ถึงที่อยู่ของผู้ฟังทางรหัสไปรษณีย์ได้ด้วย ซึ่งมีทั้งในกรุงเทพมหานครเป็นส่วนใหญ่ และต่างจังหวัดด้วย โดยที่ผู้ฟังจากต่างจังหวัดมักอยู่ในเขตปริมณฑล เช่น นนทบุรี อยุธยา นครปฐม ปัจจุบันมีผู้ฟังร่วมลงทะเบียนรายชื่อมาที่รายการประมาณ 30,000 คน (สำรวจข้อมูลในเดือนมกราคม 2554)

อย่างไรก็ตามคุณจักรกฤษคาดหวังไว้ว่าในอนาคตเอส เรดิโอจะยังคงได้รับการตอบรับจากผู้ฟังเช่นนี้และมากขึ้นเรื่อยๆ รวมทั้งปรารถนาจะให้เอส เรดิโอเป็นช่องทางของสื่ออีกประเภทหนึ่งที่จะให้คนฟังมารวมตัวกัน เพื่อร่วมทำกิจกรรมที่ดีเพื่อสังคมด้วยกัน จนก่อเกิดเป็นมิตรภาพที่ยั่งยืนต่อไป

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

ปัจจัยที่มีผลต่อการติดตามรับฟังรายการเอส เรดิโอในกลุ่มผู้ฟัง

สำหรับการวิจัยในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการติดตามรับฟังรายการเอส เรดิโอในกลุ่มผู้ฟัง ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนหลักๆ ได้แก่

1. วิเคราะห์เกี่ยวกับเนื้อหาในรูปแบบจากองค์ประกอบต่างๆในรายการเอส เรดิโอ FM 93.5 HD1
2. ความคิดเห็นของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการติดตามรับฟังเอส เรดิโอ FM 93.5 HD1

ในส่วนของเนื้อหาเกี่ยวกับรูปแบบรายการเอส เรดิโอ ซึ่งจะแบ่งเป็นหัวข้อย่อย ได้แก่ เพลง ,การพูดคุยของนักจัดรายการวิทยุ,ข่าว,การแข่งขันและโปรโมชั่น(เกมในรายการ),การให้บริการ สาธารณะ(ส่วนใหญ่นำเสนอในรูปแบบของสารคดี),โฆษณาสินค้า,กิจกรรม(ซึ่งมีทั้งกิจกรรมที่จัด โดยทางคลื่นและกิจกรรมที่จัดโดยผู้ฟังด้วยกันเอง) และช่องทางการรับฟัง โดยในส่วนของ การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับรูปแบบรายการเอส เรดิโอส่วนแรกจะอธิบายให้เห็นองค์ประกอบต่างๆใน รายการเอส เรดิโอ ก่อน เพื่อมองเห็นถึงภาพรวมของการจัดรายการที่ชัดเจนยิ่งขึ้นและเพื่อนำมา ประกอบร่วมกับความคิดเห็นของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มในส่วนหลังด้วย ซึ่งในส่วนหลังที่ว่านี้ผู้วิจัยจะ นำเสนอเกี่ยวกับความคิดเห็นที่หลากหลายของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มว่ามีความคิดเห็นอย่างไรต่อปัจจัย ต่างๆในรายการ และปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการรับฟังรายการเอส เรดิโอในกลุ่มผู้ฟัง

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับรายการเพลงทางวิทยุมาวิเคราะห์ถึงรูปแบบการนำเสนอ รายการของเอส เรดิโอ ประกอบกับนำแนวคิดโดยหาดิต และทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และ ความพึงพอใจมาใช้ เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยว่าปัจจัยบ้างที่มีผลต่อการรับฟังรายการของกลุ่ม ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม

1.วิเคราะห์เกี่ยวกับเนื้อหาในรูปแบบรายการเอส เรดิโอ FM 93.5 HD1

รายการเพลงทางวิทยุ นั้น การจัดรายการของดีเจหรือนักจัดรายการวิทยุมีส่วนสำคัญอย่าง ยิ่งที่จะดึงดูดความสนใจของผู้ฟัง เนื่องจากการฟังเพลงทางวิทยุไม่สามารถรับชมด้วยภาพได้ ต้อง ใช้การรับฟังเพียงอย่างเดียว นักจัดรายการแต่ละท่านจึงต้องมีเทคนิคที่จะโน้มน้าวความสนใจจาก ผู้ฟังให้อยู่ร่วมกับรายการตลอดเวลา

ในการจัดรายการประเภทเพลงทางวิทยุ นั้น จะต้องมีส่วนประกอบของรายการหลายส่วนด้วยกัน เช่น เพลง, นักจัดรายการ, ข่าว การจัดแข่งขัน โฆษณา จึงเกิดรายการ สารคดีสั้น เป็นต้น ซึ่งกว่าจะออกแบบและรวบรวมมาได้ซึ่งสิ่งเหล่านี้ ผู้ผลิตรายการต้องมีการกำหนดรูปแบบรายการให้มีความชัดเจน เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ เป็นแนวทางในการผลิตรายการ การดำเนินรายการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นสิ่งที่ส่งผลให้รายการนั้นๆ เป็นที่น่าสนใจและดึงดูดให้ผู้ฟังสามารถติดตามรายการนั้นๆ ต่อไปได้หรือไม่

ก่อนที่ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ถึงรูปแบบรายการเยส เรดิโอ FM 93.5 HD1 ผู้วิจัยจะขอกล่าวถึงลักษณะเด่นโดยคร่าวๆของเยส เรดิโอ เพื่อให้มองเห็นถึงภาพรวมของรายการมากขึ้น ก่อนที่จะแจกแจงถึงรายละเอียดของปัจจัยต่างๆต่อไป

ลักษณะเด่นของเยส เรดิโอ เรโทร โปรแกรม FM 93.5 HD1 ประกอบไปด้วย

1. เปิดเพลงเรโทรหรือเพลงเก่า ในช่วง ปี พ.ศ. 2512-2537 ทั้งเพลงไทยและเพลงสากล (จันทร์-ศุกร์ เน้นเพลงไทย ในขณะที่เสาร์-อาทิตย์ จะเปิดเพลงสากลในสัดส่วนที่มากขึ้น) โดยไม่ได้กำหนดหรือจำกัดประเภทของแนวเพลงที่จะเปิดในรายการ แต่ขึ้นอยู่กับสไตล์ของนักจัดรายการในแต่ละช่วง อย่างไรก็ตาม ไม่ได้มีข้อจำกัดว่าต้องเล่นเพลงที่ผู้ฟังขอเข้ามาหรือดีใจเป็นผู้คัดเลือกในสัดส่วนเท่าไร ถือเป็นกาให้อิสระเต็มที่กับนักจัดรายการแต่ละคนว่าอยากจะทำนำเสนอรูปแบบรายการอย่างไร ซึ่งแต่ละคนก็จะมีเอกลักษณ์แตกต่างกันไป มีทั้งเพลงเร็วจังหวะสนุกสนาน เพลงช้า ซึ้งๆ หรือเพลงสากล เป็นต้น

2. เยส เรดิโอมีสโลแกนของรายการว่า “คลื่นที่ชอบ ของคนที่ใช่” ซึ่งนอกจากสโลแกนหลักของรายการที่บ่งบอกว่า หากคุณชอบฟังเพลงเก่า เยส เรดิโอคือสิ่งที่ใช่สำหรับคุณแล้ว เยส เรดิโอยังให้ความสำคัญกับมิตรภาพระหว่างนักจัดรายการกับผู้ฟังด้วย จะเห็นได้จากทั้งทางจึงเกิดของรายการที่ว่า “ความรู้สึกดีๆที่ซึบซาบ แต่มิตรภาพที่ยั่งยืน” และจากที่นักจัดรายการจะมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟังอยู่บ่อยครั้ง ไม่ว่าจะเป็นการอ่านข้อความที่ผู้ฟังส่งมาทาง sms หรือดีใจทักทายผู้ฟังทาง chat room ดังตัวอย่างที่ ดีใจอ๊อด จักรกฤษ มักพูดว่าเซ็คชื่อเยาวชน “ชาวเยส” ในห้องแชท เปรียบตัวเองเป็นคุณครู เป็นการชวนให้คิดถึงเรื่องราวในวันวานเมื่อครั้งยังศึกษาอยู่ อีกทั้งยังเป็นการสร้างอัตลักษณ์ให้กับกลุ่มผู้ฟังเยส เรดิโอด้วยกัน โดยมีคำเรียกแทนผู้ฟังด้วยคำเดียวกัน

3. เน้นกิจกรรมเพื่อสังคม เช่น กิจกรรมการรวมตัวของผู้ฟังเพื่อช่วยกันน้ำท่วมในต่างจังหวัดทั้งจากในสถานีเอง รวมไปถึงไปการจัดกิจกรรมนอกสถานีด้วย และกิจกรรมดังกล่าวนี้ทำให้ผู้ฟังคนรุ่นเก่าได้รู้จักและสนิทกันมากขึ้น

4. นำเสนอผลงานเพลงใหม่ๆของนักร้องรุ่นเก่ายุคสมัย เช่น ทางรายการเปิดเพลงอยู่คนเดียว ซึ่งเป็นเพลงในอัลบั้มใหม่(ปลายปีพ.ศ.2553) ของเบิร์ด ธงไชย(ซึ่งเป็นนักร้องรุ่นเก่า) เป็นต้น ทำให้ผู้ฟังได้ทราบและติดตามผลงานในปัจจุบันของนักร้องรุ่นเก่าที่ชื่นชอบจากทางรายการได้อีกช่องทางหนึ่ง นอกจากนี้ยังให้ความรู้ เกี่ยวกับที่มาของเพลงเก่าต่อผู้ฟังด้วย (ส่วนมากผู้ฟังมักจะได้รับทราบข้อมูลเหล่านี้จากนักจัดรายการรุ่นเก่า)

5. แม้จะเป็นรายการวิทยุที่เน้นเปิดเพลงเก่า แต่ขณะเดียวกันนักจัดรายการก็ได้นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับวงการสื่อ ไม่ว่าจะเป็นเพลงหรือภาพยนตร์ที่น่าสนใจในสมัยก่อนด้วย ผ่านทางการเล่นเกมบ้าง และจากการเล่าเรื่องของนักจัดรายการบ้าง ซึ่งนับเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการหวนนึกถึงอดีตของผู้ฟังด้วย

หากพิจารณาจากรูปแบบรายการคร่าวๆดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว จัดได้ว่าเอส เรดิโอเป็นรายการวิทยุประเภท Adult Contemporary หรือ รายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่ ซึ่ง Michael C.Keith (1987) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของรายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่แบ่งเป็น 6 ปัจจัยได้แก่ เพลง, การพูดคุยของนักจัดรายการวิทยุ, ข่าว, การแข่งขันและโปรโมชัน, การให้บริการสาธารณะ และโฆษณาสินค้า โดยผู้วิจัยจะขอเพิ่มเติมปัจจัยอื่นๆขึ้นมาอีก 2 ปัจจัย ซึ่งได้แก่ กิจกรรม(ทั้งที่จัดโดยทางสถานีและจัดโดยผู้ฟังด้วยตนเอง) และช่องทางการรับฟัง(ทางวิทยุและอินเทอร์เน็ต) เนื่องจากผู้วิจัยคาดว่าทั้งสองปัจจัยดังกล่าว จะมีผลต่อการติดตามรับฟังเอส เรดิโอในกลุ่มผู้ฟัง

ตารางที่ 3 : แสดงข้อมูลเปรียบเทียบองค์ประกอบรายการวิทยุสำหรับผู้ใหญ่กับรายละเอียดต่างๆ ในรายการเอส เรดิโอ

องค์ประกอบของรายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่ทางวิทยุ	รายละเอียดองค์ประกอบต่างๆในรายการเอส เรดิโอ
1. แนวเพลง มีการเปิดทั้งเพลงที่ได้รับความนิยมผ่านไปไม่นาน สลับสับเปลี่ยนกับการเปิดเพลงเก่า	เพลงที่เปิดในรายการเอส เรดิโออยู่ในช่วง พ.ศ. 2512-2537 ทั้งเพลงไทยและเพลงสากล ทุกประเภทและต้องไม่ใช่เพลงในสังกัดของค่ายอาร์เอส เนื่องจากติดปัญหาด้านลิขสิทธิ์ ส่วนเพลงจากค่ายแกรมมี่หรือค่ายอื่นๆสามารถเปิดได้ทั้งหมด และไม่ได้กำหนดว่าต้องเป็นเพลงจังหวะใดเป็นพิเศษ
2. นักจัดรายการวิทยุหรือดีเจ บทบาทของนักจัดรายการไม่จำเป็นต้องมีชื่อเสียงเหมือนกับนักจัดรายการในแนวอื่นๆ แต่เน้นบุคลิกภาพที่	นักจัดรายการวิทยุที่เอส เรดิโอประกอบไปด้วยดีเจทั้งสิ้น 19 คน ซึ่งมีทั้งดีเจรุ่นเก่า 15 คน และดีเจรุ่นใหม่ 4 คน เป็นผู้ชาย 16 คนและ

เหมาะสมกับช่วงเวลา เช่น คุณชาย วงศาโรจน์มี น้ำเสียงอ่อนหวาน เสียงเบา ให้ความรู้สึก เหมาะสมกับการจัดรายการในช่วงเช้า เป็นต้น	ผู้หญิง 3 คน ทั้งนี้ทั้งการเชิญศิลปินนักร้องรุ่น เก่ามาร่วมจัดรายการด้วย
3. ข่าว ตามหลักแล้วรายการเพลงสำหรับผู้ ใหญ่ การนำเสนอข่าวเป็นปัจจัยอีกประการ หนึ่งที่ควรให้ความสำคัญ เพราะกลุ่มผู้ฟัง เป้าหมายหลักเป็นกลุ่มคนวัยทำงานที่มีความ ต้องการข้อมูลข่าวสาร	ข่าวในรายการ มีทั้งข่าวสั้นต้นชั่วโมงซึ่ง ออกอากาศประมาณ 10-15 นาที และข่าว ช่วงเวลา 12.00-13.00น. , 19.00-19.30น. , และ 20.00-20.30น. ส่วนช่วงต่างๆของรายการ จะมีช่วง ประเด็นข่าว ประเด็นเพลง ที่จัดโดย คุณวิษุทธิ์ มีการนำเสนอข่าวควบคู่ไปกับเพลง ด้วย ส่วนช่วงอื่นๆจะไม่เน้นการนำเสนอข่าว
4. การให้บริการสาธารณะ สำหรับรายการ เพลงสำหรับผู้ใหญ่การนำเสนอเนื้อหาที่เป็น ประโยชน์ต่อผู้ฟังถือว่ามีความสำคัญอย่างมาก	การให้บริการสาธารณะในรายการเอส เรดิโอ มักนำเสนอในรูปแบบของสารคดี นำเสนอ ประมาณ 1-3 นาที/1 สารคดี
5. การจัดแข่งขันและโปรโมชั่น(เกม) สำหรับ รายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่ถือเป็นสิ่งจำเป็นที่ ต้องมี	เกมในรายการส่วนใหญ่จะเป็นในลักษณะให้ ผู้ฟังส่ง sms เข้ามาตอบคำถาม ซึ่งมีทั้งเกมที่ ทายชื่อเพลง และสื่อบันเทิงประเภทภาพยนตร์ ในช่วง ดำเนินงานหนักกลางใจ
6. โฆษณา โดยส่วนใหญ่จะให้เวลาสำหรับ พื้นที่โฆษณาประมาณ 10-12 นาทีต่อ 1 ชั่วโมง	โฆษณาของเอส เรดิโอในปัจจุบันมีประมาณ 10 ตัว ซึ่งจะเปิดวนเวียนกันไป ตามปกติใน 1 เบรกจะมีโฆษณา 3-4 ชิ้น มีทั้งหมดประมาณ 4 เบรก คิดเป็นเวลาประมาณ 8-10 นาที/1 ชั่วโมง

จากนี้ ผู้วิจัยจะให้รายละเอียดเพิ่มเติมของเนื้อหาองค์ประกอบต่างๆในรายการที่
นอกเหนือจากตารางที่ 3 ในแต่ละช่วง ดังนี้

1. เพลง

รายการเอส เรดิโอ เป็นรายการเพลงวิทยุที่เปิดเพลงเรโทรในช่วงระหว่าง ปีพ.ศ. 2512-
2537 ซึ่งสามารถเปิดได้ทุกแนวเพลง ทั้งเพลงไทยและเพลงสากล แต่ส่วนใหญ่เพลงที่ถูกเปิดใน
รายการมักเป็นเพลงที่มีจังหวะช้าๆ ฟังสบาย และต้องไม่ใช่เพลงในสังกัดของค่ายเพลงอาร์เอส
เนื่องด้วยปัญหาด้านลิขสิทธิ์

เอส เรดิโอมีลักษณะคล้ายกับรายการเพลงประเภท Adult Contemporary ที่เน้นเปิดเพลง ที่ได้รับความนิยมผ่านไปไม่นาน สลับสับเปลี่ยนกับการเปิดเพลงเก่า ทั้งนี้รายการเอส เรดิโอ นำเสนอเนื้อหาของเพลงในสัดส่วนมากที่สุด คือประมาณ 8 เพลง ในเวลา 1 ชั่วโมง ซึ่งอาจ มากกว่าหรือน้อยกว่านี้ตามความเหมาะสม ขึ้นอยู่กับช่วงรายการของดีเจแต่ละท่านเป็นสำคัญ ด้วย (เช่น ช่วง Hello America จะเน้นการพูดคุยมากกว่า ในขณะที่การเปิดเพลงเป็นเพียงบัจฉัย รองลงไป)

จุดเด่นอย่างหนึ่งของเอส เรดิโอคือ จะมีช่วงของ retro cover (นักร้องรุ่นใหม่ นำเพลงของ นักร้องรุ่นเก่ามาขับร้องใหม่ด้วยจังหวะดนตรีแบบใหม่), retro artist (นักร้องศิลปินรุ่นเก่าที่มี ผลงานเพลงใหม่ออกมา) และลูกทุ่งกลางดวงใจ แทรกอยู่ในช่วงของนักจัดรายการหลายคน ซึ่ง จะอยู่ในช่วงวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ทั้งนี้เพราะทางรายการเล็งเห็นว่าเพลงลูกทุ่งมีคุณค่าต่อจิตใจของ ผู้ฟังจำนวนมาก แม้จะเปิดเพลงประเภทอื่นๆเป็นหลัก แต่ก็ยังคงไม่หลงลืมเพลงลูกทุ่ง จุดเด่น เหล่านี้เปรียบเหมือนเป็นสีสัน เป็นกิมมิกเล็กๆน้อยๆ ให้ผู้ฟังได้รู้สึกถึงความหลากหลายของ รูปแบบเพลงที่ทางรายการได้นำเสนอ

การเปิดเพลงในทุกช่วงของนักจัดรายการ หากเปิดเพลงของนักร้องศิลปินคนใดไปแล้ว จะ ไม่เปิดเพลงของนักร้องคนนั้นๆอีกในช่วงการจัดรายการของตน ด้วยเหตุผลที่ว่าเพราะต้องการให้ ผู้ฟังได้ฟังเพลงของนักร้องที่หลากหลาย แต่หากมีผู้ฟังขอมาในจำนวนมาก ก็อาจจะเปิดให้ฟังได้ บ้าง แต่เลือกที่จะเปิดในระยะเวลาที่ไม่ใกล้กันมาก

นอกจากนี้แล้วนักจัดรายการยังเปิดเพลงที่เน้นความหมายของเนื้อเพลงและแนวดนตรี ของบทเพลงที่ใกล้เคียงกันเพื่อให้เกิดต่อเนื่องด้วย อย่างไรก็ตาม แม้นักจัดรายการจะเปิดเพลงที่ เน้นความต่อเนื่องของเพลง แต่ก็ยังคงคำนึงถึงรูปแบบรายการที่ตนเองรับผิดชอบด้วย กล่าวคือ หากช่วงนั้นเป็นเพลงไทย ก็จะไปเปิดเฉพาะเพลงไทย หรือหากเจาะจงลงไปอีก เช่น เปิดเพลงเพื่อ ชีวิต นักจัดรายการก็จะเปิดเพลงเพื่อชีวิตที่เน้นความต่อเนื่องของอารมณ์เพลงได้อย่างกลมกลืน เป็นต้น

สำหรับการเลือกเพลงที่เปิดนั้น นักจัดรายการวิทยุหรือดีเจของเอส เรดิโอจะเป็นผู้เลือกเพลง และเลือกจากผู้ฟังที่ขอเข้ามาด้วย ซึ่งขึ้นอยู่กับความคิดเห็นรายการของดีเจแต่ละคนไม่ได้จำกัดว่า ต้องเปิดเพลงที่ผู้ฟังขอมาในจำนวนเท่าไรต่อที่ดีเจเป็นผู้เลือกมาเองเท่าไร ให้อิสระเต็มที่กับการ เปิดเพลงของดีเจ

2. การพูดคุยของนักจัดรายการวิทยุ

นักจัดรายการที่เอส เรดิโอมีทั้งดีเจรุ่นเก่าและรุ่นใหม่ ทั้งหมด 19 คน แบ่งเป็นดีเจรุ่นเก่า 15 คน และดีเจรุ่นใหม่ 4 คน แม้ดีเจรุ่นเก่าจะมากกว่าแต่ก็แสดงให้เห็นว่าเอส เรดิโอไม่ได้ให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายหลักอย่างกลุ่มผู้ฟังรุ่นเก่าเท่านั้น ทั้งนี้มีนักจัดรายการหลายคนที่เคยจัดรายการวิทยุมาก่อนหน้านี้เมื่อหลายปีที่แล้ว เช่น คุณจักรกฤษ ศิลปชัย กับชื่อช่วงกรีด กร๊าดตามแผ่น คุณอัศวพล ปิ่นสุวรรณ ชื่อช่วง smile radio ซึ่งชื่อช่วงรายการนั้นเป็นชื่อเดิมกับที่เคยจัดรายการมาก่อน นอกเหนือจากนี้ยังมีนักร้องศิลปินหลายท่านมาร่วมเป็นนักจัดรายการด้วย ในชื่อช่วง star palace ได้แก่ คุณสุรัชย์ สมบัติเจริญ, คุณสันติ เสวตวิมล, คุณวัชรระ ปานเอี่ยม, คุณบิลลี่ โอแกน และคุณทิพวรรณ ปิ่นภิบาล ด้วยทางรายการหวังว่าจะเป็นการดึงดูดความสนใจจากผู้ฟังได้ โดยสามารถดูแผนผังการจัดรายการของดีเจคนอื่นๆเพิ่มเติมได้ในตารางข้างล่างนี้

ผังรายการ - 93.5 HD1 Yes Radio (Retro Program)							
เวลา	จันทร์	อังคาร	พุธ	พฤหัสบดี	ศุกร์	เสาร์	อาทิตย์
05.00 - 09.00 น.			• ชาย วงศาโรจน์ (Morning Rider)			• วิษย์ดี วิไลวงกร (ประเด็นข่าว ประเด็นเพลง)	
09.00 - 12.00 น.			• จักรกฤษ ศิลปชัย (กรีดกร๊าด...ตามแผ่น)			• ทิพวัฒน์ วิรัชศิลป์ (Hello America)	
12.00 - 13.00 น.	ข่าวจากกรมประชาสัมพันธ์						
13.00 - 15.00 น.	• สุรัชย์ สมบัติเจริญ (Star Palace)	• อรรถพล นิตินเมธาวี (เพลงเพื่อชีวิต)	• สันติ เสวตวิมล (Star Palace)	• วัชรระ ปานเอี่ยม (Star Palace)	• ทูน ทิรัญทรัพย์ • บิลลี่ โอแกน (Star Palace)	• แจ็ค แฟนฉัน • ชาลเมธา ทองสาย (Retro Free Style)	• ทิพย์วรรณ ปิ่นภิบาล (Star Palace)
15.00 - 18.00 น.			• อัศวพล ปิ่นสุวรรณ (Smile Radio)			• บุษบาม มหัตพงศ์ (Music Junctions)	
18.00 - 21.00 น.			• กพล ทองพลับ และทีมงาน (กรีดกร๊าด...ตามแผ่น)			• อัศวพล ปิ่นสุวรรณ (Smile Radio Eng.Song)	
21.00 - 0.00 น.			• อภิเดช มหัตพงศ์ (Smile Radio)			• เกษม พุดเรืองศรี (Music Gallery Eng.Song)	
0.00 - 05.00 น.	ปิดสถานี						

การพูดคุย มักเป็นแบบไม่เป็นทางการ นักจัดรายการแต่ละท่านมีความเป็นกันเองกับผู้ฟัง แต่อาจมีมากน้อยต่างกันไปบ้าง สิ่งหนึ่งที่นักจัดรายการแทบทุกคนของเอส เรดิโอมีเหมือนกัน คือ ทักทายผู้ฟังทาง sms และทางห้องแชท (c-box) ในเว็บไซต์ www.yesradiothai.com กันเป็นประจำ โดยการทักทายจะเป็นไปในลักษณะอ่านชื่อผู้ฟังที่ส่ง sms เข้ามา ซึ่งมีทั้งขอเพลงและทักทายดีใจ นอกเหนือจากนั้นดีเจบางคนก็จะอ่านข้อความที่ส่งเข้ามาด้วย เรียกได้ว่าเป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างดีเจและผู้ฟังอีกทางหนึ่ง

ด้วยความที่นักจัดรายการหลายคนมีความทรงจำร่วมกับบทเพลงในสมัยก่อนเป็นอย่างดีอยู่แล้ว ทำให้สามารถถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึก รวมถึงที่มาของเพลงต่างๆ ได้อย่างค่อนข้างละเอียด ลึกซึ้ง ที่เห็นได้อย่างชัดเจน คือในช่วงวันพุธตอน 13.00-15.00น ซึ่งเป็นช่วง star palace

ที่จัดรายการโดยคุณสันติ เศรษฐวิมล รูปแบบรายการในช่วงนี้เน้นการพูดคุยถึงที่มาของเพลง ซึ่งจะมีคอนเซ็ปต์ในแต่ละสัปดาห์แตกต่างกันไป เช่น บทเพลงพระราชนิพนธ์ เพลงเกี่ยวกับวันคริสต์มาส หรือเพลงของนักร้องคนใดคนหนึ่ง . ซึ่งในที่นี่จะขอยกตัวอย่างสัปดาห์ที่พูดถึงเพลงพระราชนิพนธ์ คุณสันติได้พูดถึงเพลงหลายต่อหลายเพลง เช่น เพลงแสงเดือน, เพลงสายฝน รวมทั้งพูดถึงสำนวนที่น่าสนใจในเพลงด้วย เพื่อหวังให้ผู้ฟังมีความรู้สึกซาบซึ้งไปกับเพลงที่เปิดมากขึ้น

ยกตัวอย่างเพลง “แสงเดือน” คุณสันติได้เล่าให้ฟังว่าเป็นเพลงประจำฤดูหนาว เพลงฤดูแห่งความรัก สำนวนที่ใช้ในเพลงเป็นแบบอุกทกโวหาร ช่วยเตือนสติชีวิต สถานที่ศึกษามีส่วนทำให้กลมเกลียวอารมณ์ เป็นการสื่ออารมณ์ผ่านบทเพลง เป็นต้น

เพื่อให้ภาพของนักจัดรายการที่ละเอียดมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจะขอกล่าวถึงนักจัดรายการแต่ละคนเป็นรายบุคคล พร้อมทั้งบอกแนวเพลงที่นักจัดรายการเปิด ดังตารางที่ 4 นี้

ตารางที่ 4 : วิเคราะห์รูปแบบการจัดรายการของนักจัดรายการแต่ละคน ช่วงเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม พ.ศ.2553

นักจัดรายการ	วันเวลาที่จัด/ ชื่อช่วงรายการ	น้ำเสียงและเอกลักษณ์	แนวเพลงที่เปิด
ชาย วงศาโรจน์	วันจันทร์-ศุกร์ 05.00-09.00น. (morning rider)	เสียงเบาๆ หวานๆ แต่ค่อนข้างจะ เป็นโมโนโทนเหมาะกับบรรยากาศ ช่วงเช้า รวมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับบท เพลงอยู่เสมอ มีพูดแทรกระหว่าง เพลงบ้าง และเมื่อพูดยาวๆ จะเปิด เพลงunder คลอไปด้วย	เพลงสตริงคอมโบ เพลงลูกกรุง เพลงสากล เพลงส่วนใหญ่ที่เปิด ช่วงนี้เป็นเพลง จังหวะช้าๆ ฟังสบายๆ
จักรกฤษ ศิลป ชัย	วันจันทร์-ศุกร์ 09.00-12.00น. (กรีดกรีด ตาม แผ่น)	เป็นกันเอง ตลก เฮฮากับผู้ฟัง เป็นดี เจที่อ่านเนื้อหา sms แทบทุกข้อความ จึงมีผู้ฟังส่ง sms มาทักทายและแซ วอยู่บ่อยครั้ง และมักมีประโยคส่ง ท้ายรายการที่ติดหูผู้ฟังอย่าง “ทำ ความดีนะครับ จะได้มีความสุข ใจ” เพราะการทำประโยชน์เพื่อ สังคมก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่เอส เรดิโอ ไม่ได้มองข้ามที่จะนำเสนอ	เพลงสตริงคอมโบ, ลูก กรุง, ลูกทุ่ง, และเพลง ประกอบละคร ภาพยนตร์ทั้งของไทย และต่างประเทศ
สุรชัย สมบัติ	วันจันทร์	น้ำเสียงฟังสบายๆ มีการอดอ้อน	เพลงลูกทุ่ง ซึ่งส่วน

เจริญ	13.00-15.00น. (star palace)	ผู้ฟังบ้าง มีพูดคุยถึงผลงานต่างๆในวงการแสดงทั้งในสมัยก่อนและของตนเองให้ผู้ฟังได้รับรู้บ้าง บางครั้งอาจจะมีคุณชาย วงศาโรจน์มาร่วมจัดรายการด้วย	ใหญ่จะเป็นบทเพลงของคุณสุรพล สมบัติเจริญ
อรอนพ นิพิทเมธาวิ	วันอังคาร 13.00-15.00น. (เพลงเพื่อชีวิต)	น้ำเสียงโมโนโทน เสียงเย็นๆ พูดค่อนข้างเนิบ พูดเชื่อมโยงเข้าเพลงก่อนที่จะเปิดอยู่เสมอ และมักพูดให้กำลังใจผู้ฟัง รวมทั้งอัปเดตเรื่องราวคอนเสิร์ตหรือกิจกรรมที่น่าสนใจต่างๆ	เพลงเพื่อชีวิต ส่วนใหญ่เป็นเพลงไทย และมีเพลงสากลบ้าง
สันติ เสวตวิมล บางส์ปดาหมี คุณชานูมาศ มาร่วมจัด รายการด้วย	วันพุธ 13.00-15.00น. (star palace)	น้ำเสียงห้วน ให้เกร็ดความรู้ เกี่ยวกับที่มาบทเพลง และประวัติศาสตร์ในช่วงเทศกาลที่กำลังจะมาถึง เช่น ช่วงวันคริสต์มาส วันปีใหม่ จากนั้นก็จะเปิดเพลงที่เล่ารายละเอียดนั้นให้ฟัง	เพลงที่ตรงกับช่วงเทศกาลที่ใกล้จะมาถึง ซึ่งมีทั้งเพลงไทยและเพลงสากล หากเป็นเพลงไทย มักเป็นเพลงลูกกรุง หรือเพลงพื้นเมืองต่างๆ
วัชระ ปาน เยี่ยม	วันพฤหัสบดี 13.00-15.00น. (star palace)	ตลก สนุกสนาน เป็นกันเอง มีเรื่องเล่าเป็นประจำทั้งของตนเองและสังคมทั้งวงการเพลงและประวัติความเชื่อ เรื่องน่าสนใจต่างๆที่จุดประกายความคิดแก่ผู้ฟัง ช่วงทำรายการจะร้องเพลงสดออกอากาศพร้อมดีดกีตาร์โปร่งให้ผู้ฟังได้ฟังกัน	ทั้งเพลงไทยและเพลงสากล แต่โดยหลักเป็นเพลงไทย เน้นลูกกรุง สตริงคอมโบ รวมทั้งเพลงจากวงเฉลียงที่มีคุณวัชระ ปานเยี่ยมเป็นนักร้องนำ
บิลลี่ โอแกน บางส์ปดาหมี คุณวิษณุดี วิไล วรานุรักษ์ มาร่วม จัดรายการด้วย	วันศุกร์ 13.00-15.00น. (star palace)	พูดค่อนข้างเร็ว กระฉับกระเฉง สม่กับเป็นชาวร้อยค มีอารมณ์ร่วมกับเพลง เมื่อเปิดเพลงก็จะร่วมร้องไปด้วยบ้าง มีเสียง เย โยว เฮ้ รวมทั้งให้มีเรื่องเล่าข้อคิดดีๆ ทั้งเกี่ยวกับ	แนวเพลงร็อคทั้งเพลงไทยและเพลงสากล

		วงการเพลงและในสังคม มีแววกัน ไปมากับคุณวิทยุดี ซึ่งเป็นหนึ่งในดี เจ้าของเอส เรดิโอ	
อัศวพล ปิ่น สุวรรณ	วันจันทร์-ศุกร์ 15.00-18.00น. (smile radio) วันเสาร์-อาทิตย์ 18.00-21.00น.	นำเสียงฟังสบายๆ พุดเพราะ ให้ กำลังใจผู้ฟังไล่ตามความฝัน จะพุด อยู่เสมอว่าผมจะเปิดเพลงทั้งตามที่ ขอมาและเพลงที่เลือกมาเปิดเอง เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องของ อารมณ์เพลงที่คล้ายกันต่อกันไป หลายแทรค เช่นเพลงที่เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยว การกิน นอกจากนี้เมื่อถึง เวลาที่ชั่วโมงกับนาฬิกาตรงกัน คุณ อัศวพลมักจะบอกว่าลองอธิษฐานดู สิครับ แสดงให้เห็นถึงความเชื่อ อย่างหนึ่ง เช่น 15.15น.	เพลงไทยและเพลง สากล แต่เน้นเพลง ไทยเป็นหลัก ซึ่งมักมี เพลงพื้นบ้านที่หาฟัง ได้ยาก และเพลงอื่นๆ ที่อาจไม่คุ้นหูเหมือน เช่นที่ตีเจคนอื่นๆเปิด (จันทร์-ศุกร์) เพลงสากล จังหวะฟัง สบายๆ แนวeasy listening,country, jazz เป็นต้น (เสาร์- อาทิตย์)
กพล ทองพลับ และทีมงาน (คุณขวัญจ้ง และคุณแจ๊ค จ้ง) ซึ่งส่วน ใหญ่จะเป็น คุณขวัญจ้ง และคุณแจ๊คจ้ง มาทำหน้าที่ ดำเนินรายการ	วันจันทร์-ศุกร์ 18.00-21.00น. (กรี๊ดกร๊าด ตาม แผ่น)	ช่วงที่ติดตามรับฟังรายการในเดือน พฤศจิกายนและธันวาคม มีเพียงดี เจขวัญจ้งและดีเจแจ๊คจ้งมาดำเนิน รายการเท่านั้น ดีเจทั้งสองคนมี ความสนุกสนาน บุคลิกยังคงมี ความเป็นวัยรุ่นอยู่ มีsound effect เสียงปรบมือ เสียงโห่ฮิ้วประกอบ เป็นระยะในช่วงที่เล่นมุขตลกขบขัน กับผู้ฟัง	เพลงไทยสากลเป็น ส่วนใหญ่ จำพวก เพลงสตริง ไม่เก่ามาก ถึงขนาดเพลงลูกกรุง
อภิเดช มหัตถ พงศ์	วันจันทร์-ศุกร์ 21.00-24.00น. (smile radio)	บุคลิกนำเสียงดูอบอุ่น โรแมนติก อารมณ์ดี ตลก เป็นกันเอง ทั้งยังมี สำนวนวัยรุ่นๆติดปาก เช่น ชิมิๆ โอเคปะ มักมีsms หวานๆจากผู้ฟังส่งมา	เพลงไทย เน้นเพลง สตริงคอมโบ เพลง สตริง ที่จังหวะฟังซ้ำๆ ฟังสบาย หวานๆ ซึ้งๆ

		ทักทาย มักเล่าเรื่องน่ารักๆที่ได้ยิน มาและเรื่องครอบครัวให้ฟัง โดยเฉพาะลูกสาว สะท้อน ภาพลักษณ์ความเป็นfamily man	
วิษณุดี วิไล วรารากร	วันเสาร์-อาทิตย์ 05.00-09.00น. (ประเด็นข่าว ประเด็นเพลง)	เสียงแหบ มาดกวนๆ มีบุคลิกความเป็น เป็นร็อกเกอร์ ตลก ขบขัน พูดคุยถึง สถานการณ์บ้านเมือง ตรงกับชื่อ ช่วงประเด็นข่าว ประเด็นเพลง	เพลงแนวsoft rock มี ทั้งเพลงไทยและเพลง สากล
พิพัฒน์ วิรัช ศิลป์	วันเสาร์ 09.00-12.00น. วันอาทิตย์ 10.00-12.00น. (Hello America) หมายเหตุ วัน อาทิตย์ช่วง 09.00-10.00น. มีรายการเชื่อมัน ประเทศไทยกับ นายกอภิสิทธิ์	เอกลักษณ์ของคุณพิพัฒน์ที่ผู้ฟัง คุ้นเคยคือ เสียงหัวเราะ ด้วยความ เป็นคนอารมณ์ดี ทำให้หัวเราะอยู่ บ่อยครั้ง จนผู้ฟังพลอยอารมณ์ดีไป ด้วย ซึ่งช่วงนี้ดีเจอาศัยอยู่ที่อเมริกา พูดคุยถึงชีวิตคนไทยและคนอเมริกัน ที่นั่นให้ได้ฟังกัน รวมทั้งอ่านsms ที่ ผู้ฟังตอบมา เป็นการแซวกันไปมา ทั้งระหว่างผู้ฟังด้วยกันเองและผู้ฟัง กับดีเจ	ไม่ค่อยได้เปิดเพลง เท่าไร เน้นการพูดคุย/ ตอบsms ผู้ฟัง
ชาญมาศ ทอง สาย ช่วงที่ฟัง รายการ2เดือน ไม่มีคุณแจ๊ค แฟนฉันมาร่วม จัดรายการ	วันเสาร์ 13.00-15.00น. (retro freestyle)	เสียงค่อนข้างหัวเล็กน้อย เป็นนัก จัดรายการที่นิยมการท่องเที่ยวทั้งใน และนอกประเทศ จึงมีเรื่องเล่าสนุกๆ มาเล่าสู่กันฟังเสมอ Retro freestyle เป็นการสัมภาษณ์ นักร้องรุ่นเก่าถึงผลงานเก่าๆที่ผ่าน มา รวมทั้งผลงาน ชีวิตในปัจจุบัน ด้วย เมื่อพูดคุยถึงที่มาของผลงาน เพลงจบ ก็จะไปเปิดเพลงที่พูดถึงนั้นให้ ได้ฟังกัน เป็นการให้ความรู้และ ทราบถึงความเป็นไปในปัจจุบันของ	เพลงที่เปิดแต่ละ สัปดาห์ เป็นของ นักร้องศิลปินที่มาให้ สัมภาษณ์ถึงผลงานที่ ผ่านมา

		นักร้องท่านนั้นด้วย	
ทิพย์วรรณ ปิ่นภิบาล มี คุณเกรียงไกร บุษยาม่วมจัด รายการในแต่ ละสัปดาห์	วันอาทิตย์ 13.00-15.00น. (star palace)	นำเสียงฟังสบายทั้งสองคน คุณ ทิพย์วรรณจะแทนตัวเองว่า “แม่” และคุณเกรียงไกรก็เรียกคุณทิพย์ วรรณว่า “คุณแม่” คุยบ่น ให้ความ เป็นกันเอง สำหรับเพลงที่เปิดส่วน ใหญ่จะเป็นเพลงที่คัดเลือกมาเอง รวมกับที่ผู้ฟังขอมาบ้าง นอกจากนี้ ยังเล่าเรื่องสถานการณ์ทางสังคมที่ น่าสนใจต่างๆรอบ 1 สัปดาห์สู่กันฟัง ด้วย	เพลงลูกกรุง
บุษยามหัตต พงศ์	วันเสาร์-อาทิตย์ 15.00-18.00น. (Music Junctions)	นำเสียงที่พูดค่อนข้างเบา เป็นคน ธรรมชาติธรรมดาไม่ เข้าวัด ถือศีล เป็น ตัวอย่างที่ดีของคนรุ่นใหม่ และมัก พูดถึงแมวที่เลี้ยงไว้เป็นประจำ รวมทั้งชอบประเทศญี่ปุ่นเป็นพิเศษ จิตใจ จึงมีเกร็ดเล็กเกร็ดน้อย เกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่นมาเล่าอยู่ บ่อยๆ	เพลงไทย และเพลง สากล ซึ่งเพลงสากล จะมีทั้งเพลงฝั่ง ตะวันตกและฝั่ง ตะวันออก โดยเฉพาะ เพลงญี่ปุ่น แต่ส่วน ใหญ่ยังคงเน้นเพลง ไทยเป็นหลัก
เกษม พุฒเรื่อง ศรี	วันเสาร์-อาทิตย์ 21.00-24.00น. (Music gallery)	นำเสียงมีความกระฉับกระฉ่ง เหมาะกับแนวเพลงที่เปิด ในกรณีที่ นักจัดรายการท่านใดที่ไม่สามารถ มาจัดรายการได้ คุณเกษมจะเป็น คนแรกๆที่มาทำหน้าที่แทน เมื่อจัด ช่วงรายการแทนดีเจคนอื่น แนว เพลงก็จะเปลี่ยนไปด้วย คือเป็น เพลงไทย แต่จังหวัดก็จะยังคงเน้น เพลงสุนทราภรณ์	เพลงสากลจังหวัด โยกย้าย ประเภทดีส โก้ ในยุค60s-80s

หมายเหตุ ในช่วงของดีเจชาย วงศาโรจน์,จักรกฤษ ศิลปชัย,อัศวพล ปิ่นสุวรรณ กพลทองพลับ
และทีมงาน และดีเจอภิเดช มหัตตพงศ์ จะมีช่วงดังกล่าวต่อไปนี้ที่พิเศษกว่าช่วงของนักจัดรายการ
คนอื่นๆ โดยจะนำเสนอประเภทละ 1 บทเพลงของทุกช่วงดีเจที่กล่าวมา

- retro artist (นำบทเพลงในอัลบั้มใหม่ของนักร้องรุ่นเก่ามานำเสนอ)
- retro cover (นำบทเพลงที่เคยขับร้องในวันวานมาแต่งทำนองใหม่โดยนักร้องศิลปินรุ่นใหม่)
- ลูกทุ่งกลางดวงใจ(บทเพลงลูกทุ่งในสมัยก่อนมานำเสนอ)

3. ข่าว (news)

ข่าวที่ออกอากาศทางเอส เรดิโอ FM 93.5 HD1 นั้น มีทั้งข่าวสั้นต้นชั่วโมงและช่วงเวลาของข่าวโดยเฉพาะ ได้แก่ ช่วงเวลา 07.00-08.00น. , 12.00-13.00น. , 19.00-19.30น. และ 20.00-20.30น. ส่วนข่าวต้นชั่วโมงนั้นจะออกอากาศเป็นเวลาประมาณ 10-15 นาที ของทุกต้นชั่วโมง ซึ่งจะมีทั้งข่าวในประเทศและข่าวต่างประเทศ นอกจากนี้เมื่อมีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้น ก็จะมีการรายงานข่าวผ่านทางรายการเป็นระยะเสมอ เช่น การถ่ายทอดสดพระราชพิธีต่างๆ, แดงการณโดยรัฐบาล เป็นต้น โดยข่าวทั้งหมดที่ออกอากาศเป็นข่าวจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ ในเครือของสถานีโทรทัศน์ช่องเอ็นบีที

4. การจัดแข่งขันและโปรโมชัน (Contests and Promotions)

เกมให้ผู้ฟังร่วมสนุกในรายการเอส เรดิโอยังมีไม่มากนักในช่วงที่เก็บข้อมูล คือ พุศิกายจนถึงธันวาคม 2553 อย่างไรก็ตามทางรายการมีแผนจะพัฒนาในส่วนของการเล่นเกมให้มากขึ้นในต้นปี 2554 ซึ่งในช่วงเดือนพฤษภาคม-ธันวาคม การร่วมแข่งขันเล่นเกมกับเอส เรดิโอ ประกอบไปด้วย

-Triple track ช่วงดีเจอภิเดช คือให้แนะนำเพลงเข้ามา 3 เพลง ที่คิดว่าจะถูกใจนักจัดรายการและผู้ฟัง โดยที่นักจัดรายการเป็นผู้ตัดสินใจเลือก สำหรับรางวัลที่จะได้รับคือ โปรแกรมแอนตี้ไวรัส ทั้งนี้นักจัดรายการจะถามผู้ฟังที่ได้รับรางวัลว่าได้ใช้โปรแกรมหักไวรัสหรือไม่ เพราะผู้ฟังบางคนก็ไม่นิยมใช้อินเทอร์เน็ต นักจัดรายการก็จะเปลี่ยนของรางวัลเป็นอย่างอื่นแทน เป็นต้นว่า กระเป๋าทำงาน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ฟัง

-ตอบคำถามเพลงประกอบภาพยนตร์หรือข้อมูลในเรื่อง ช่วง ดำนานหนึ่งกลางใจ ช่วงของดีเจจักรกฤษ ซึ่งจะตั้งคำถาม โดยมีตัวเลือกข้อ1 และ2 แล้วให้ผู้ฟังพิมพ์คำตอบส่งมาทางsms ถือเป็นกรนำเสนอศิลปวัฒนธรรมในวงการบินที่มีความคล้ายคลึงกับการกรนำเสนอรายการวิทยุแพตเรดิโอ แต่ของแพตเรดิโอจะเป็นภาพยนตร์ร่วมสมัยในปัจจุบัน ในขณะที่เอส เรดิโอจะให้ผู้ฟังตอบคำถามเกี่ยวกับข้อมูลของภาพยนตร์ในอดีต

-extra game กับกรมทางหลวง ข้อมูลอยู่ในช่วงดีเจอัศวินพล และคำถามจะอยู่ในช่วงดีเจอภิเดช ผู้ฟังจึงต้องติดตามฟังทั้งสองช่วงเพื่อจะได้ทราบข้อมูล

จากที่กล่าวมา เกมที่ให้ร่วมสนุกกันนั้น มีทั้งที่เกี่ยวกับเพลงและไม่ได้อยู่ในส่วนของเพลง โดยในส่วนที่ไม่เกี่ยวกับเพลงก็จะเป็นเกมที่ได้รับการสนับสนุนจากสปอนเซอร์ของรายการ และเป็นเรื่องราวของสื่อบันเทิงในวันวานอย่างตำนานหนังกลางใจ

5. การให้บริการสาธารณะ (Public Affairs)

ในส่วนของการให้บริการสาธารณะในรายการเอส เวิร์ดไอนั้นมักนำเสนอในรูปแบบของสารคดีเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งหลักๆแล้ว ประกอบไปด้วย

-การทางพิเศษ เป็นสารคดีหนึ่งในรายการ โดยกรมทางหลวงจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางการจราจรที่มีการเปลี่ยนแปลงในแต่ละครั้ง รวมถึงการก่อสร้างถนนด้วย เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้ขับขี่รถได้ทราบ จะได้หลีกเลี่ยงการเดินทางในเส้นทางดังกล่าว

สำหรับช่วงใกล้เทศกาลปีใหม่ มีรายงานพิเศษเกี่ยวกับการใช้บริการของกรมทางหลวง การทางพิเศษด้วย หรือในช่วงที่น้ำท่วมหนัก การทางพิเศษก็จะเปิดสายตรงให้ผู้ฟังโทรมาสอบถามเกี่ยวกับเส้นทางการเดินทางได้ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่ออำนวยความสะดวกเรื่องการเดินทางไปทำงาน-กลับบ้านแก่ผู้ฟัง และช่วงเวลาที่นำเสนอสารคดีการทางพิเศษ อยู่ในช่วงของดีเจัศรพล ซึ่งใกล้เวลาเลิกงานหรือเลิกเรียนของลูกหลาน เมื่อได้รับฟังสารคดีก็จะได้ทำให้หลีกเลี่ยงเส้นทางที่กำลังก่อสร้าง เพื่อแก้ปัญหาต้องเผชิญกับการจราจรติดขัดได้อีกทางหนึ่งด้วย

-ลูกโลกสีเขียว ซึ่งเป็นสารคดีของบริษัท ปตท. แนะนำโรงเรียนหรือนักเรียนที่มีความรักในสิ่งแวดล้อม นำเสนอว่าพวกเขาเหล่านั้นมีวิธีการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างไรบ้าง ถือเป็นตัวอย่างที่ดีให้แก่เยาวชนไทย เป็นการจุดประกายความคิดที่ดีในการรักษาสิ่งแวดล้อมอีกทางหนึ่งให้แก่สังคมไทยและสังคมโลก

-กรมชลประทาน ประชาสัมพันธ์แจ้งเบอร์โทรศัพท์สำหรับผู้ที่ต้องการสอบถามปัญหาต่างๆที่เกี่ยวกับเรื่องนี้

-พูดคุยกับผู้จัดงานevent ออกบูทสำคัญๆ ตามสถานที่ต่างๆ เช่น งานมหกรรมเฟอร์นิเจอร์,งานหัตถกรรมสินค้าทำมือของไทย,งานไปรษณีย์ไทยส่งโปสการ์ดฟรี เป็นต้น

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า สิ่งที่น่าสังเกตคือ ในส่วนของสปอนเซอร์ผู้สนับสนุนรายการ ที่มีทั้งกรมทางหลวง,ปตท.,รวมถึงกรมชลประทาน ต่างก็เป็นหนึ่งในผู้สนับสนุนหลักของเอส เวิร์ดไอน์ จึงได้มีช่วงนำเสนอสารคดีที่ให้ความรู้ ให้แง่คิดที่ดีต่างๆ แก่ผู้ฟัง เพื่อจะได้เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าหรือแบรนด์ตัวเองด้วย

6. โฆษณาสินค้า (Commercial)

เป็นส่วนสำคัญมากกับผลกำไรของรายการ แต่ก็ถือว่าเป็นองค์ประกอบที่อาจทำให้กลุ่มผู้ฟังไม่พอใจง่ายที่สุด ทั้งนี้โฆษณาหลายชิ้นมีความสอดคล้องกับวัยของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายหลักของรายการ เช่น ครีมย้อมผมดำ มาโน ดาร์กแฮร์, น้ำมันโอสลิน(แม่บ้าน พ่อบ้าน), เสื้อผ้าผลิตภัณฑ์ Manchester casual wear เป็นต้น ซึ่งโฆษณาหลักๆในเอส เรดิโอประกอบไปด้วย

มาโน ดาร์กแฮร์ ครีมย้อมผมดำ

น้ำมันโอสลิน สำหรับแม่บ้าน พ่อบ้าน

เสื้อผ้าผลิตภัณฑ์ Manchester casual wear (สนับสนุนช่วง extra game)

สิงห์ คอร์ปอเรชั่น

ไปรษณีย์ไทยช่วงเมล็ดพันธุ์เพลง มีกิจกรรมส่งโปสการ์ดฟรีที่จามแสดควร์

ช้าง คลาสสิก

M-150

กรมการจัดหางาน

ธ.อาคารสงเคราะห์

OTOP CITY

ปตท. หลังช่วงน้ำท่วมหนักปตท.ได้เปิดบริการตรวจสภาพเช็คเครื่องยนต์ฟรีในหลายจังหวัดทั่วประเทศ

บริษัทฟาติมา บอร์ดคาสติ้ง อินเทอร์เนชั่นแนล จำกัด เป็นการโฆษณาเพื่อให้เจ้าของกิจการที่สนใจมาร่วมลงโฆษณาด้วยกันในรายการ

ในส่วนของโฆษณาในรายการ นอกจากจะโฆษณาผลิตภัณฑ์สินค้าต่างๆในช่วงฟังสปอตโฆษณาที่คั่นระหว่างช่วงฟังเพลงแล้ว ช่วงการพูดคุยของนักจัดรายการก็มีออกอากาศด้วยเช่นกัน โดยดีเจจะเป็นผู้แนะนำถึงข้อดีหรือสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ต่างๆที่สนับสนุนเอส เรดิโอผ่านรายการ อีกทั้งหากช่วงไหนมีโปรโมชันของสินค้าดีเจก็จะบอกกล่าวแนะนำเพิ่มเติมด้วย

7.กิจกรรม

กิจกรรมต่างๆที่เอส เรดิโอจัดขึ้นด้วยตัวเองและจัดขึ้นร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ มักเน้นกิจกรรมเพื่อสังคม และคอนเสิร์ตประเภทเพลงเรโทร ซึ่งกิจกรรมที่ว่านี้ ประกอบไปด้วย

-เอสร่วมใจ ช่วยภัยน้ำท่วม ร่วมกันบริจาคและแพทย์ของที่สถานีเอส เรดิโอ FM 93.5 HD1 ซึ่งถือเป็นหนึ่งในกิจกรรมเพื่อสังคม

-คอนเสิร์ตที่มหาวิทยาลัยรามคำแหง ซึ่งคอนเสิร์ตในครั้งนี้เป็นแนวเพลงเพื่อชีวิต วงดนตรีที่มาเล่น เช่น susu ไฮป อ.ธนิต นายสนกับโกไข่ ฯลฯ และมีจุดรับบริจาคสิ่งของช่วยภัยน้ำท่วม จัดเป็นกิจกรรมทั้งเพื่อช่วยเหลือสังคมและสร้างความบันเทิงไปด้วยในตัว

-ช่วงส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ มีกิจกรรมให้ผู้ฟัง yeast ร่วมอวยพรทั้งนักร้อง ดีเจ และ เพื่อนๆผู้ฟัง yeast ด้วยกัน โดยการอัดเสียงไว้ในรายการแล้วเปิดในช่วงคั่นของสปอตโฆษณา กับช่วงที่จะเข้ารายการก่อนเปิดเพลง นอกจากนี้ยังมีเหล่านักร้องศิลปินรุ่นเก่าหลายต่อหลายคนมาร่วมอวยพรปีใหม่ ด้วยเช่นกัน ซึ่งกิจกรรมการร่วมอวยพรวันปีใหม่ผ่านทางรายการนี้เริ่มมีตั้งแต่กลางเดือนธันวาคมไปจนถึงต้นเดือนมกราคม 2554

-ในวันสิ้นเดือนธันวาคม yeast เรดิโอได้จัดกิจกรรมขึ้น เนื่องจากเห็นว่าผู้ฟังส่วนหนึ่งไม่ได้ออกไปสังสรรค์นอกบ้าน จึงได้ชวนมาร่วมสนุกด้วยกัน โดยกิจกรรมดังกล่าวคือ ร่วมแลกเปลี่ยนของขวัญปีใหม่กันระหว่างผู้ฟัง yeast เรดิโอ จำนวน 30 คน กับนักจัดรายการอีก 1 คน คือคุณอภิเดช มหัตถพงษ์ พร้อมกับแขกรับเชิญอีก 1 คน คือลูกสาวของคุณอภิเดช ได้มาร่วมจัดรายการพร้อมทั้งร่วมแลกเปลี่ยนของขวัญด้วย รวมทั้งสิ้นเป็นจำนวน 32 คน

วิธีการคือ ให้ผู้ฟังร่วมลงทะเบียนชื่อและที่อยู่ตัวเองมาทาง sms ในช่วงเวลา 22.30น. เป็นจำนวน 30 คนแรกเท่านั้น โดยเรียงตามลำดับกันไปในการส่งของขวัญแลกกัน คือ คนแรกที่ส่ง sms เข้ามาส่งของขวัญให้คนที่ 2 แล้วคนที่ 2 ก็ส่งให้คนที่ 3 เป็นเช่นนี้ไปเรื่อยๆ จนครบ โดยที่คุณอภิเดชกับลูกสาวจะแทรกอยู่ในนั้นด้วย

กิจกรรมที่จัดโดยผู้ฟัง(ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ฟังรุ่นเก่า)

-จัดทริปไปเที่ยวหัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์ร่วมกัน เมื่อวันที่ 6 ธันวาคม ที่ผ่านมา ซึ่งคอนเซ็ปในครั้งนี่ คือเพื่อให้ผู้ฟัง yeast กลับมารวมตัวกันอีกครั้ง ในวาระครบรอบ 1 ปีตั้งแต่เริ่มมี yeast เรดิโอ(รวมเวลาตั้งแต่เริ่มมี yeast เรดิโอ FM 107.5 MHz)

-บริจาคเลือด เมื่อวันที่ 18 ธันวาคม 2553 ตั้งแต่เริ่มจัดตั้ง yeast เรดิโอมา ครั้งนี้นับเป็นครั้งที่ 3 แล้วที่ผู้ฟัง yeast ชวนกันไปบริจาคเลือดที่สภากาชาดไทยด้วยกัน ถือเป็นกิจกรรมดีๆเพื่อสังคม อีกกิจกรรมหนึ่ง

กิจกรรมต่างๆที่กล่าวมา นอกจากจะให้สนุกสนานแล้ว ยังเป็นการสร้างสัมพันธ์ไมตรีที่ดีด้วย

8. ช่องทางการรับฟัง

ในส่วนนี้ผู้วิจัยจะนำแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่ออินเทอร์เน็ตมาเป็นแนวทางวิเคราะห์รูปแบบการรับฟังรายการ yeast เรดิโอ โดยช่องทางการรับฟังมีอยู่ 2 ช่องทางด้วยกัน ได้แก่

8.1 วิทยุ FM 93.5 HD1 สามารถรับฟังได้ในช่วงเวลา 05.00-24.00น. ของทุกวัน

8.2 เว็บไซต์ www.yesradiothai.com ในเว็บไซต์นอกจากจะสามารถรับฟังการจ้ดรายการได้ในเวลาเดียวกันกับทางวิทยุแล้ว ผู้ฟังยังสามารถร่วมพูดคุยกับผู้ฟังคนอื่นๆ และนักจัดรายการได้ทาง c box (chat room) และเว็บบอร์ดอีกด้วย

ภาพที่ 2 : หน้าhomepage ของเอส เรดิโอทางเว็บไซต์ www.yesradiothai.com



ในส่วนของหน้าโฮมเพจเว็บไซต์เอส เรดิโอมีการนำแนวคิดโหยหาอดีตมาใช้ในการออกแบบหน้าเว็บด้วย จะสังเกตได้จากโทนสีที่ดูจืดจาง ทำให้ดูเก่า รวมไปถึงสัญลักษณ์รูปภาพที่เป็นสิ่งของเครื่องใช้ในวันวานอย่างเช่นรูปแผ่นเสียงไวโนล รูปโทรทัศน์ (แบนหมูน) และวิทยุ ต่างๆ เหล่านี้ล้วนเป็นภาพที่ใช้สื่อถึงอารมณ์ของวันวานได้อย่างชัดเจน

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีการออกแบบรูปภาพ รวมถึงสีสันไปให้ความรู้สึกแบบย้อนวันวาน แต่ในขณะเดียวกันก็มีรูปแบบการสื่อสารอีกช่องทางหนึ่งที่ผู้คนในปัจจุบันให้ความนิยมใช้ติดต่อสื่อสารกันอย่างมาก ทางโลกออนไลน์ นั่นคือ facebook ซึ่งเป็นการลิงค์ไปยังหน้าเฟซบุ๊กของเอส เรดิโอ ในส่วนของเอส เรดิโอเองปัจจุบันมีเพื่อนทางเฟซบุ๊กเป็นจำนวนประมาณ 300 กว่าคน (ข้อมูลในเดือนมกราคม 2554) โดยส่วนใหญ่แล้วเป็นกลุ่มคนผู้ใหญ่วัยทำงาน ในขณะที่ผู้ฟังรุ่นใหม่จะมีบ้าง แต่ไม่มาก ถือเป็นอีกตัวอย่างหนึ่งที่แสดงให้เห็นว่า ผู้ฟังรุ่นเก่าไม่ได้ล้าสมัยในด้านเทคโนโลยีการสื่อสารทางโลกออนไลน์ หากแต่สิ่งสำคัญขึ้นอยู่กับช่วงเวลาของผู้ฟังคนรุ่นเก่าที่มี

โอกาสและพื้นที่แสดงความคิดเห็นของตนเองผ่านทางสื่อออนไลน์ และเอส เรดิโอก็ตอบสนองความต้องการในส่วนนี้ของผู้ฟังได้

ใน c-box หรือ chat room ก็เช่นกัน คือ กลุ่มผู้ฟังที่นิยมเข้ามาพูดคุยใน c-box มักเป็นกลุ่มคนวัยทำงานอายุ30-40 ปีขึ้นไป ส่วนกลุ่มผู้ฟังรุ่นใหม่ที่มีอยู่น้อยมาก การที่มีผู้ฟังรุ่นเก่าเข้ามาสนทนาในc-box เสียเป็นส่วนใหญ่ แสดงให้เห็นว่าการพูดคุยสนทนากันในc-box หรือ chat room เรื่องวัยก็เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่มีส่วนให้กลุ่มคนวัยเดียวกันนิยมร่วมสนทนากัน เพราะด้วยวัยที่ใกล้เคียงกันก็จะทำให้เข้าใจในเรื่องที่พูดคุยกันได้มากกว่าคนต่างวัย



ภาพที่3 : รูปแบบของc-box ในเว็บไซต์ www.yesradiothai.com เวลา 11.25 น. 18 พฤศจิกายน 2553 (ในช่วงของดีเจ: จักรกฤษ ศิลป์ชัย)

ตัวอย่างที่นำมาแสดงเป็นช่วงที่ “ชาวเอส” กำลังแหวดีเจจักรกฤษ และเป็นช่วงที่เปิดเพลงสากลจังหวะดิสโก้ จึงมีผู้ฟังหลายคนใช้ไอคอนภาพคนกำลังเต้นกัน สะท้อนอารมณ์ความรู้สึกในขณะนั้น

รูปแบบการทักทายจากนักจัดรายการไปสู่ผู้ฟังเป็นเอกลักษณ์อีกประการหนึ่งของเอส เรดิโอ และยังสะท้อนให้เห็นถึงการนำเอากระแสโยฮาคิตามาเป็นตัวเชื่อมโยงบทสนทนาอีกด้วย โดยเฉพาะในช่วงของดีเจจักรกฤษ ศิลปชัย ซึ่งมักทักทายผู้ฟังจากทางc-box แล้วแทนตนเองว่า คุณครู และแทนผู้ฟังว่าเยาวชนชาวเอส เมื่ออ่านรายชื่อผู้ฟัง ก็ถือเป็นการเช็คชื่อมาเข้าเรียน และอาจมีการแหวผู้ฟังในบางครั้ง หากมีผู้ฟังอยู่ในc-boxน้อย เป็นต้นว่า “วันนี้นักเรียนมาเช็คชื่อสายนะครับ เดี่ยวปลายทอมไม่มีสิทธิ์สอบไม่รู้ด้วยนะ” ในขณะที่เดียวกัน ผู้ฟังเองก็จะส่งข้อความหรือ sms มาทักทายนักจัดรายการว่า “คุณครูขา วันนี้หนูตื่นสายไปนิดหน่อยค่ะ ขอโทษนะค่ะ อย่าเพิ่งตัดสิทธิ์สอบหนูเลย” ถือเป็นตัวอย่างหนึ่งในการตอบโต้บทสนทนายระหว่างกัน

นอกจาก c-box แล้ว การติดต่ออีกช่องทางหนึ่งในเว็บไซต์ คือ webboard หรือกระดานสนทนา แต่ช่องทางการติดต่อนี้ ยังไม่เป็นที่นิยมนักในกลุ่มผู้ฟัง อาจเป็นเพราะเว็บบอร์ดของเอสเรดิโอเพิ่งเริ่มใช้งานได้ในช่วงปลายเดือนตุลาคมที่ผ่านมา เนื้อหากระหุ้มมีทั้งทักทายผู้ฟังเอส เรดิโอเชิญชวนไปฟังคอนเสิร์ต ทำกิจกรรมเพื่อสังคมร่วมกัน แนะนำแนวเพลง รวมไปถึงสอบถามวิธีการรับฟังทางอินเทอร์เน็ต

For Admin หน้ารวมกระทู้ ดูรายชื่อสมาชิก					
สมัครสมาชิก เพื่อตั้งกระทู้ : Click to Apply!		User: <input type="text"/>	Password: <input type="password"/>		
ลำดับ	กระทู้	ชื่อผู้ตั้ง	อ่าน	ตอบ	เวลา updated ล่าสุด
00014	เพลง rock ยุค 60-90	tomcat*	42	0	26/12/2010 11:01 PM
00013	ลงทะเบียน ส่ง sms ยิงใจครับ	อานาจ*	40	1	25/12/2010 12:12 PM
00012	ö,,,,ö,,,,หวัดดีจากมาเยิร์น	แม่บ้านมาเยิร์น*	84	0	30/11/2010 06:50 PM
00001	ยินดีต้อนรับ...สู่ Yes Radio Webboard - เชิญทดสอบ...	noknight*	868	14	27/11/2010 09:00 PM
00011	รบกวนช่วยสอนการเปิดฟังทาง pc ด้วยครับ	คุณเล็ก*	192	1	27/11/2010 04:36 PM
00010	คอนเสิร์ต 80 ปี จิตร ภูมิศักดิ์ "ตั้งเขียนผู้ต้องทนแก่คน" (19 ธค. 53)	noknight*	163	1	9/11/2010 02:41 PM
00009	แคมป์ไฟดนตรี มาลีฮวนน่า - ครั้งที่ 2 (9 พย. 53)	noknight*	196	0	9/11/2010 01:10 PM
00008	โรงเรียนหมู่บ้านเด็ก	noknight*	115	0	2/11/2010 02:16 PM
00007	ชาวเอสร่วมใจ ช่วยภัยน้ำท่วม 26/10/10	Thamolwan*	207	1	27/10/2010 03:57 PM
00006	โรงเรียนหมู่บ้านเด็ก จ. กาญจนบุรี	Thamolwan*	243	9	26/10/2010 11:09 AM
00004	พวกเราครอบครัวชาวเอสครับ	ศักดิ์1960*	319	1	25/10/2010 02:29 PM
00005	อเชิญชวนร่วมแบ่งปันน้ำใจช่วยเหลือพี่น้องผู้ประสบอุทกภัยน้ำท่วม	noknight*	149	0	19/10/2010 01:09 PM
00003	Ringtone - 93.5 HD1 Yes Radio	noknight*	282	0	13/10/2010 10:37 PM
00002	ร่วมปันน้ำใจ...ให้ น้ำท่วม - มงคล อุทก	noknight*	970	3	13/10/2010 05:11 PM

ภาพที่ 4 : รูปแบบเว็บบอร์ดของเอส เรดิโอในเว็บไซต์ www.yearadiothai.com (28 ธันวาคม 2553)

จากที่ได้กล่าวไปแล้วว่าเสส เเรดิโอมีช่องทางการรับฟังรายการอยู่ 2 ช่องทางด้วยกัน ได้แก่ ทางวิทยุและทางอินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์รายการ) ซึ่งผู้วิจัยจะเปรียบเทียบให้เห็นถึงข้อแตกต่าง ระหว่างการรับฟังทั้ง 2 ช่องทาง โดยที่บางปัจจัยอาจมีความแตกต่างบ้าง ในขณะที่บางปัจจัยอาจ ไม่มีข้อแตกต่างให้เห็นเลย ดังตารางที่ 5 นี้

ตารางที่ 5 : แสดงข้อมูลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านต่างๆที่นำเสนอผ่านทางสื่อวิทยุและสื่อ อินเทอร์เน็ต

ประเด็นที่ วิเคราะห์	สื่อวิทยุ	สื่ออินเทอร์เน็ต	ความแตกต่าง
-เพลง	มีทั้งเพลงไทย-สากล ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับช่วงของดีเจแต่ละ คน นอกจากนี้แนวเพลงก็มีความต่างกันด้วย ทั้ง จังหวะเพลงช้า-เร็ว เช่น เพลงเพื่อชีวิต , เพลงลูกกรุง , เพลงลูกทุ่ง, เพลงสตริง คอเมโบ และความเก่าช่วง ปีพ.ศ.ของเพลงก็ต่าง เช่นกัน	ประเภท แนวเพลง ที่เปิด เหมือนกันทุกประการกับ ในสื่อวิทยุ เพียงแต่อาจมีความ delay กว่าเล็กน้อย	ไม่แตกต่าง
-ช่วงเวลาการเปิด เพลง	05.00-24.00 น.	05.00-24.00 น.	ไม่แตกต่าง
-สถานที่การรับ ฟัง	สามารถรับฟังได้เฉพาะใน เขตกรุงเทพฯ พื้นที่บางแห่ง อาจมีคลื่นแทรก หรือฟัง ไม่ได้บ้าง คือฟังได้ เฉพาะที่มีคลื่นไปถึง เท่านั้น	สามารถรับฟังได้ทั่ว ประเทศ ทั่วโลก เพียงแต่ บางเวลาอาจเกิดการ ติดขัดบ้าง ขึ้นอยู่กับ สัญญาณของระบบ อินเทอร์เน็ตแต่ละที่ด้วย	สื่ออินเทอร์เน็ต สามารถรับฟังได้ ไม่จำกัดสถานที่ ในขณะที่สื่อวิทยุ มีความจำกัด
-ความสามารถใน การแสดงข้อมูล	มีแต่เสียง ไม่มีภาพ คือรับฟังได้เพียงเสียงดีเจ เท่านั้น	มีทั้งเสียง และข้อมูล รายละเอียดอื่นๆที่เกี่ยวกับ เสส เเรดิโอเพิ่มเติม เช่น แผนผังช่วงเวลาการจัด	ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ เสส เเรดิโอทาง อินเทอร์เน็ตมีความละเอียด

		รายการของดีใจ วิธีการติดต่อการเอส เรดิโอ รวมทั้งเวบบอร์ด, ห้องแชท, ลิงค์ของเฟซบุ๊ก อีกทั้งยังมีเบอร์โทรศัพท์และเบอร์ sms ของเอส เรดิโอด้วย	กว่า นอกจากข้อมูลแล้ว ยังมีช่องทางการติดต่อวิธีอื่นๆแจ้งได้ด้วย
-ข่าว/สารคดี	มีทั้งข่าวสั้นในแต่ละชั่วโมง และช่วงข่าวภาคเที่ยง ช่วง 19.00 และ 20.00 น. ส่วนสารคดีมักเป็นของผู้สนับสนุนรายการ เช่น ของการทางพิเศษ ช่วง my way on high way เป็นต้น	เช่นเดียวกับในสื่อวิทยุ	ไม่แตกต่าง
กิจกรรม/เกม	กิจกรรมที่แนะนำมักเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้สนับสนุนรายการ เช่น จัดงานบ้านเอื้ออาทรของ อาคารสงเคราะห์ ,งานกิจกรรมของการไปรษณีย์ จะเป็นไปได้ในลักษณะให้ข้อมูลแต่หากเป็นเกม จะให้ผู้ฟังร่วมส่งข้อมูลมาทายผลกัน เช่นเพลงนี้ชื่ออะไร ใครร้อง หรือให้แนะนำเพลงเข้ามาสามเพลงติด (triple tracks) แล้วจะมีของรางวัลตอบแทนให้กับผู้ฟัง	เช่นเดียวกับในสื่อวิทยุ แต่จะมีเพิ่มเติมในส่วนของกิจกรรมที่ละเอียดกว่า ทั้งนี้เป็นกาประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่น่าสนใจ เช่น คอนเสิร์ต,หรือ กิจกรรมต่างๆที่ช่วยเหลือสังคม เช่น เอสรวมใจ ช่วยภัยน้ำท่วม ในส่วนของกิจกรรมที่ว่านี้ ผู้ที่แจ้งข้อมูลจะมีทั้งจากเจ้าหน้าที่ในเอส เรดิโอ และจากผู้ฟังเอส เรดิโอด้วย ทำให้ทราบกิจกรรมที่หลากหลายกว่าจากการฟังในวิทยุเพียงอย่างเดียว	ในสื่ออินเทอร์เน็ตได้แจ้งรายละเอียดไว้มากกว่า
ปฏิสัมพันธ์ระหว่างดีใจกับ	จะเป็นในรูปแบบการส่งข้อความทาง sms โดยดีใจ	ในเวปไซต์ของเอส เรดิโอ จะมีห้องแชทหรือที่เรียกว่า	ในสื่ออินเทอร์เน็ตจะเกิดปฏิสัมพันธ์

ผู้ฟัง	จะอ่านข้อความ ออกอากาศ เปรียบเหมือน เป็นการพูดคุยกันทางหนึ่ง เพราะดีเจก็จะตอบsms นั้นกลับไป รวมทั้งการขอ เพลงทางsmsด้วย	c-box ไว้ร่วมพูดคุยกันของ ผู้ฟัง ทั้งนี้ดีเจบางคนจะเข้า มาร่วมพูดคุยกับผู้ฟังในนี้ ด้วย ถือเป็นอีกช่องทาง หนึ่งให้ดีเจกับผู้ฟังได้ พูดคุยกันมากขึ้น นอกจากนี้ผู้ฟังบางคนอาจ ขอเพลงทาง c-box ด้วย อย่างไรก็ตามดีเจจะเปิด เพลงจากทาง sms ก่อน	ที่มากกว่า
ปฏิสัมพันธ์ ระหว่างผู้ฟังกับ ผู้ฟัง	ไม่มี	สำหรับผู้ฟังที่ติดตามรับฟัง ทางอินเทอร์เน็ต เหตุผลที่ สำคัญประการหนึ่งคือ สามารถร่วมแชทพูดคุยกัน กับผู้ฟังคนอื่นได้ในc-box ในขณะที่ทางวิทยุไม่ สามารถทำได้ โดยเรื่องที่ พูดคุยกันนั้นจะมีทั้งเรื่อง เพลงและเรื่องสัพเพเหระ ทั่วไป นอกจากนี้ก็ยังมีกร ร่วมแสดงความคิดเห็น กิจกรรมที่น่าสนใจต่างๆ ในเวบบอร์ดของเอส เรดิโอ ด้วย โดยผู้ฟังที่เข้ามาร่วม แชทส่วนใหญ่แล้วจะเป็น ผู้ฟังรุ่นเก่า	ในสื่ออินเทอร์เน็ต มีการเกิด ปฏิสัมพันธ์ที่ มากกว่า ทั้งนี้ ผู้ฟังบางคนยังได้ ชวนกันไปร่วม กิจกรรมที่สนใจ ร่วมกันด้วย ซึ่งมี ทั้งกิจกรรมเพื่อ สังคมและ กิจกรรมส่วนตัว เช่น ไปเที่ยว, รับประทานอาหาร เป็นต้น

จากตารางที่ 5 จะเห็นได้ว่าการรับฟังรายการจากทางอินเทอร์เน็ตมีข้อได้เปรียบจากการรับฟังจากช่องทางวิทยุอยู่หลายประการด้วยกัน ได้แก่ สถานที่การรับฟังอินเทอร์เน็ตที่สามารถรับฟังได้ทุกมุมของโลก ในขณะที่การรับฟังจากทางวิทยุจะมีพื้นที่อันจำกัดด้วยสัญญาณจากทางคลื่น ทำให้ผู้ฟังของเอส เรดิโอไม่ได้มีเพียงผู้ฟังจากในกรุงเทพฯ เท่านั้น หากแต่ยังรวมไปถึง

ต่างจังหวัด และต่างประเทศด้วย , ด้านข้อมูลจากทางรายการที่เข้าชมได้ตลอดเวลาและละเอียดมากกว่าการรับฟังทางวิทยุทั้งข้อมูลการสมัครสมาชิก แผนผังการจัดรายการของดีเจด้วย และกิจกรรมที่ทางรายการจัดขึ้นในแต่ละครั้ง สุดท้ายคือปฏิสัมพันธ์ทั้งระหว่างผู้ฟังด้วยกัน และระหว่างผู้ฟังกับดีเจด้วย เนื่องจาก ในเว็บไซต์รายการจะมีห้องสนทนาไว้สำหรับให้ผู้ฟังเข้ามาร่วมพูดคุยสนทนากัน

ถึงแม้ว่าการรับฟังทางอินเทอร์เน็ตจะได้เปรียบการรับฟังทางวิทยุอยู่หลายประการ แต่ก็ยังคงมีผู้ฟังจำนวนไม่น้อยเลือกรับฟังรายการทางวิทยุ ผู้วิจัยมองว่าอาจเป็นเพราะผู้ฟังบางคนคุ้นชินกับการรับฟังทางวิทยุมากกว่า อย่างไรก็ตาม การวิจัยในส่วนนี้จะเจาะลึกเพิ่มขึ้นในหัวข้อ พฤติกรรมการรับฟังของผู้ฟังในบทที่ 6

2. ความคิดเห็นของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการติดตามรับฟังเอส เรดิโอ FM 93.5 HD1

สำหรับในส่วนของความคิดเห็นของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มต่อปัจจัยที่มีผลในการติดตามรับฟังเอส เรดิโอ ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ฟังทั้งสิ้นจำนวน 40 คน เป็นผู้ฟังรุ่นเก่า (อายุ 35 ปีขึ้นไป) จำนวน 25 คน และผู้ฟังรุ่นใหม่ (15-25 ปี) จำนวน 15 คน สาเหตุที่ผู้วิจัยไม่ได้แบ่งคนทั้งสองกลุ่มเป็นจำนวนที่เท่ากัน เนื่องจาก กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายหลักของเอส เรดิโอเป็นผู้ฟังรุ่นเก่า และผู้ฟังรุ่นใหม่เป็นกลุ่มเป้าหมายรอง จำนวนผู้ฟังส่วนใหญ่ที่ติดตามฟังรายการจึงเป็นผู้ฟังรุ่นเก่ามากกว่า และเนื่องด้วยงานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยแบบสัมภาษณ์เจาะลึก ผู้วิจัยจึงไม่ได้เน้นที่ปริมาณเพื่อให้กลุ่มผู้ฟังทั้งสองกลุ่มมีจำนวนที่เท่ากัน

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic) ของกลุ่มตัวอย่างผู้ฟังรายการเอส เรดิโอ FM 93.5 HD1 ในรูปของตาราง ดังนี้

ตารางที่ 6.1 : แสดงข้อมูลผู้ฟังคนรุ่นเก่า (จำนวน 25 คน)

ชื่อ-นามสกุล	อายุ (ปี)	อาชีพ
1. นายวินัย อมตพันธ์	69	พ่อบ้าน
2. นางสาวนารี เอื้อเจริญ	62	ตัดเสื้อ
3. นางพอใจ บุญธรรม	54	แม่บ้าน
4. นางวารภรณ์ ฉันทเลิศวิทยา	53	แม่บ้าน
5. นายอดิเทพ มหัทธนะสิน	53	พนักงานบริษัท
6. นางสุบรรณกิจ น้อยฉายา	51	แม่บ้าน

7. นางดวงใจ คูห์ศรีวินิจ	48	เจ้าของกิจการ
8. นายศุภเดช ยิ่งอริยกุล	48	รับจ้างทำซาลาเปา
9. นายสุรวุฒิ ทิพย์เวสาร์ท	47	ขับแท็กซี่
10. นพ. ฉัตรบดินทร์ เจตนะศิลปิน	46	แพทย์
11. นายจรูญ ตั้งหลักดี	45	อาชีพอิสระ
12. นางสาวมณกานต์ ตริเวก	45	อาชีพอิสระ
13. นางสาวรุ่งทิพย์ ศักดิ์กิตติภูมิ	45	พนักงานธุรการหอพัก
14. นางสาวเดือน จันทร์ชะกิจ	44	เจ้าของกิจการ
15. นางสาวมนัสนันท์ คุ่มทวี	42	เจ้าของกิจการ
16. นางสาวทิมพร นาวานุเคราะห์	41	พนักงานบริษัทเอกชน
17. นางสาววริยา สุฉันทบุตร	41	อาชีพรับจ้าง
18. นางสาวน้ำเพชร ฉลุกลีบ	40	เจ้าของกิจการ
19. นายรุ่งโรจน์ โพนคำ	40	พนักงานบริษัทเอกชน
20. นางสาวชญาดา คร่ำกระโทก	39	พนักงานบริษัทเอกชน
21. นางสาวดารณี เปี่ยมพาน	39	พนักงานบริษัทเอกชน
22. นายวิเศษ คุณฤทธิพงศ์	39	วิทยากรด้านพัฒนาศักยภาพ
23. นางสาวจริยา ไหล่คำ	38	รับราชการพยาบาล
24. นางสาวสุกัญญา จันทร์หา	37	พนักงานขาย
25. นางสาวดวงหทัย น่วมเปี่ยม	35	พนักงานบริษัทเอกชน

เป็นคนกรุงเทพมหานครจำนวน 19 คน และคนต่างจังหวัด 6 คน

ตารางที่ 6.2 : แสดงข้อมูลผู้ฟังคนรุ่นใหม่ (จำนวน 15 คน)

ชื่อ-นามสกุล	อายุ (ปี)	อาชีพ
1. นางสาวดวงพร ปทุมรัตน์	25	พนักงานธนาคาร
2. นายดนัย วงศ์วัฒนชัย	25	นักศึกษา
3. นางสาวเมทิตา สีสดี	25	นักศึกษา
4. นางสาวศศิขานันท์ ปานแก้ว	25	พนักงานบริษัทเอกชน
5. นายศิลาพงษ์ หิรัญวัฒน์	25	พนักงานบริษัทเอกชน
6. นายจุมพล หิรัญยานนท์	24	พนักงานรับจ้าง
7. นางสาวบุญธิดา เสวตสมบุรณ์	24	พนักงานบริษัทเอกชน
8. นางสาวประภาพร ศรีจันทร์	24	พี่เลี้ยงเด็ก
9. นายพร้อมศักดิ์ อมตพันธ์	24	พนักงานบริษัทเอกชน
10. นายคณิน ภาคจิตต์	23	พนักงานบริษัทเอกชน
11. นางสาวจุฑารัตน์ กอบนวกักร์	23	นักศึกษา
12. นางสาววิลาสินี กิตติธรรมเชษฐ	23	นักศึกษา

13. นายธนินทร์รัฐ เกตุแก้ว	21	นักศึกษา
14. นายรัชชัย อภินันท์กุลชัย	19	นักศึกษา
15. นางสาวนภัสสรณ์ ปุณยเรืองศักดิ์	19	นักศึกษา

เป็นคนกรุงเทพมหานครจำนวน 9 คน และคนต่างจังหวัด 6 คน

จากกลุ่มผู้ฟังที่ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์นั้น ผู้ฟังคนรุ่นเก่าอายุระหว่าง 35-69 ปี และผู้ฟังคนรุ่นใหม่อายุระหว่าง 19-25 ปี ผู้ฟังคนรุ่นเก่าจะมีช่วงอายุที่ห่างกันค่อนข้างมาก เนื่องจากกลุ่มผู้ฟังเพลงเก่าส่วนใหญ่จะอายุ 40 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายหลักของรายการ ประกอบอาชีพที่หลากหลายทั้งที่เป็นเจ้าของกิจการและเป็นพนักงานสังกัดหน่วยงานต่างๆ ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมการรับฟัง คือผู้ฟังที่เป็นเจ้าของกิจการมักจะมีเวลาฟังเยส เรดิโอมากกว่าผู้ฟังที่เป็นพนักงานสังกัดหน่วยงานต่างๆ ส่วนการไปร่วมกิจกรรมกับทางรายการ ผู้ฟังทั้งที่เป็นพนักงานมักเข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าผู้ฟังที่เป็นเจ้าของกิจการส่วนตัว ทั้งนี้ผู้ฟังกลุ่มพนักงานบริษัทให้ความคิดเห็นว่าพวกเขาสนใจการเข้าร่วมกิจกรรม ชอบการพบปะสังสรรค์ หากมีเวลาว่างก็จะไปร่วมเสมอ ในขณะที่ผู้ฟังที่เป็นเจ้าของกิจการให้ความเห็นว่า ในส่วนของงานตัวเองแม้บางครั้งอาจจะว่างแต่ก็จำเป็นต้องอยู่ดูแลกิจการส่วนตัว ทำให้คนกลุ่มนี้อาจจะปลีกตัวไปข้างนอกได้ยากกว่า ซึ่งกิจกรรมดังกล่าว มีทั้งกิจกรรมเพื่อสังคม คอนเสิร์ตเพลงเรดิโอรายการจัด และกิจกรรมที่จัดกันเองระหว่างผู้ฟังด้วย

ส่วนผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะมีช่วงอายุที่ใกล้เคียงกัน เนื่องจากผู้ฟังกลุ่มนี้นิยมฟังเพลงเก่าในปริมาณที่ไม่มาก และจากการวิจัยผู้ฟังอยู่ในช่วงศึกษาระดับมหาวิทยาลัยขึ้นไป(19 ปีขึ้นไป) ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ที่มีอายุต่ำกว่านี้อาจจะยังไม่รู้จักหรือนิยมฟังเพลงเก่าเท่าไรนัก ทำให้ผู้วิจัยหากกลุ่มตัวอย่างได้ยาก ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นผู้ฟังคนรุ่นเก่ามากกว่า ส่วนอาชีพหลักของผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะแบ่งเป็นนักศึกษาและพนักงานบริษัทเอกชน ผู้ฟังกลุ่มนี้มักจะเป็นคนที่ค่อนข้างมีโลกส่วนตัว, ทำงานหรือกิจกรรมที่ใช้จินตนาการสูง และรักความสันโดษ ไม่ค่อยนิยมร่วมกิจกรรมกับทางรายการ

จากจำนวนผู้ฟังทั้งหมด ซึ่งแบ่งเป็นผู้ฟังรุ่นเก่าและผู้ฟังรุ่นใหม่ทั้ง 40 คนนั้น ผู้วิจัยได้แบ่งปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังรายการเยส เรดิโอในกลุ่มผู้ฟัง เป็นทั้งหมด 7 ปัจจัยด้วยกัน ได้แก่ เพลง, นักจัดรายการหรือดีเจ, เกมและกิจกรรม, โฆษณา ,ข่าว, การให้บริการสาธารณะ และช่องทางการรับฟังรายการ

ทั้งนี้ผู้ฟังแต่ละคนสามารถแสดงความคิดเห็นที่จะตอบได้หลายปัจจัยที่ทำให้ติดตามฟัง วิทยุ เเรดิโอ โดยผู้วิจัยจะนำเสนอให้เห็นภาพรวมความคิดเห็นของผู้ฟังก่อน ในรูปแบบของตาราง ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 7 : แสดงข้อมูลปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการติดตามรับฟังรายการวิทยุ เเรดิโอในกลุ่มผู้ฟัง

ปัจจัยที่มีผลต่อการติดตามฟังวิทยุ เเรดิโอ FM 93.5 HD1	ผู้ฟังคนรุ่นเก่า (จำนวน 25 คน)	ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ (จำนวน 15 คน)
เพลง	15	9
นักจัดรายการวิทยุ	9	5
ช่องทางการรับฟังทางอินเทอร์เน็ต	6	4
เกมและกิจกรรม	6	2
ข่าว	4	2
การให้บริการสาธารณะ(รูปแบบสารคดี)	3	-
โฆษณา	2	-

หมายเหตุ: ผู้ฟังสามารถเลือกตอบปัจจัยต่างๆได้มากกว่า 1 ปัจจัย

จากตารางที่ 7 จะเห็นได้ว่า ความคิดเห็นของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มมีแบบแผนไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มติดตามรับฟังรายการเนื่องจากชอบเพลงและดีเจเหมือนกัน และส่วนปัจจัยที่ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มไม่ได้ให้ความสนใจนัก ก็คล้ายคลึงกันเช่นกัน คือ ทั้งข่าว, การให้บริการสาธารณะ และโฆษณา ยังดึงดูดความสนใจจากผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มได้น้อยเหมือนกัน อย่างไรก็ตามใน ความเหมือนก็ยังคงมีความแตกต่างบ้าง นั่นคือ ปัจจัยด้านเกมและกิจกรรม โดยผู้ฟังคนรุ่นเก่าให้ ความสนใจมาก ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ไม่ได้ให้ความสนใจในปัจจัยนี้นัก

สำหรับผู้ฟังคนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านเพลงเป็นอันดับแรก มีถึง 9 คน จาก 15 คน ,ปัจจัยด้านนักจัดรายการ มีจำนวน 5 คน ,ปัจจัยด้านช่องทางการรับฟังทางอินเทอร์เน็ต มีจำนวน 4 คน ,ปัจจัยด้านเกมและกิจกรรม มีจำนวน 2 คนเท่านั้น และปัจจัยด้านข่าวนั้นมีจำนวน 2 คน ส่วนปัจจัยการให้บริการสาธารณะ และโฆษณาไม่มีผู้ฟังเลือกตอบเลย อย่างไรก็ตาม มีผู้ฟังหลายคน que เลือกรับฟังวิทยุ เเรดิโอเพราะปัจจัยหลายๆด้านประกอบกัน แต่หนึ่งในปัจจัยที่เลือกตอบ นั้น มักมีปัจจัยด้านเพลงเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งด้วย

ในส่วนของผู้ฟังคนรุ่นเก่าก็มีความคล้ายคลึงกัน คือ ผู้ฟังติดตามรับฟังวิทยุ เเรดิโอเพราะ ปัจจัยด้านเพลงมาเป็นอันดับแรก มีถึง 15 คนจากผู้ฟังทั้งหมด 25 คน รองลงมาคือปัจจัยด้านนัก

จัดรายการ มีจำนวน 9 คน ,ปัจจัยด้านเกมและกิจกรรมมีจำนวน 6 คน ,ปัจจัยด้านการรับฟังทาง อินเทอร์เน็ต 6 คน ,ปัจจัยด้านข่าวสารจำนวน 4 คน ,ปัจจัยด้านการให้บริการสาธารณะจำนวน 3 คน และปัจจัยด้านโฆษณา 2 คน และการเลือกตอบปัจจัยต่างๆนั้นเป็นเช่นเดียวกันกับผู้ฟังคนรุ่นใหม่ คือผู้ฟังบางคนเลือกตอบเพราะปัจจัยรวมกันมากกว่า 1 ปัจจัยขึ้นไป ทั้งนี้คำตอบของผู้ฟังคนรุ่นเก่ามีเพลงและนักจัดรายการเป็นปัจจัยร่วมที่สำคัญเช่นเดียวกัน จะเห็นได้ว่าผู้ฟังคนรุ่นเก่าเลือกติดตามฟังด้านปัจจัยต่างๆรวมกันที่หลากหลายกว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่ กล่าวคือ ผู้ฟังคนรุ่นเก่าให้ความสนใจกับปัจจัยต่างๆในรายการครบทุกปัจจัย แต่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ไม่ได้ให้ความสนใจกับปัจจัยด้านการให้บริการสาธารณะหรือโฆษณาเลย

สำหรับรายละเอียดปลีกย่อยต่างๆ ในแต่ละองค์ประกอบของรายการ ผู้วิจัยจะนำเสนอ โดยเรียงตามลำดับความสำคัญขององค์ประกอบต่างๆที่มีผลต่อการติดตามรับฟังรายการเอส เรดิโอ และแจกแจงรายละเอียดของปัจจัยปลีกย่อยที่มาจากแต่ละองค์ประกอบของรูปแบบรายการเพลง ทางวิทยุ เพื่อให้เห็นภาพรวมความคิดเห็นของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม ดังนี้

1. เพลง เพลงนับเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ทำให้ผู้ฟังทั้งคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ติดตามฟังรายการเอส เรดิโอ ถือได้ว่ามีความสอดคล้องตามที่คุณจักรกฤษได้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่าทางรายการให้ความสำคัญกับเรื่องของเพลงมากที่สุด โดยแนวเพลงที่ผู้ฟังคนรุ่นเก่าชื่นชอบจะเป็นแนวเพลงฟังสบายๆ และอยู่ในช่วงปีพ.ศ.ที่เก่าและหลากหลายกว่า ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่มักชื่นชอบเพลงเก่าที่ไม่เก่ามาก จำพวกเพลงในยุคของธงไชย แมคอินไตย์, อัสนี-วสันต์, นูโว เป็นต้น แต่จะไม่เก่าถึงขนาดเพลงสตริงคอมโบในยุคแรกๆอย่างวงดิ อีสพอสซิเบิล หรืออย่างชาตรี อย่างไรก็ตามมีบ้างที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ชื่นชอบวงสตริงคอมโบยุคแรกๆแต่เป็นจำนวนส่วนน้อย

สำหรับความพึงพอใจของผู้ฟังในส่วนของเพลงที่เปิดในรายการนั้น มีทั้งที่เฉพาะเจาะจง มาว่าเป็นเพลงของนักร้องคนใด หรือวงดนตรีวงใด มีทั้งตอบแนวเพลงว่าเป็นดนตรีประเภทใด หรือผู้ฟังบางคนอาจเจาะจงไปว่าชอบฟังเพลงที่เกี่ยวกับความรัก ในขณะที่ผู้ฟังบางคนก็ไม่ได้เฉพาะเจาะจง คือสามารถรับฟังได้ทั้งหมด เพียงแต่ขอให้เพลงเก่าเป็นหลัก ซึ่งผู้วิจัยจะขอจำแนกเป็นรายละเอียดปลีกย่อย ดังต่อไปนี้

1.1 ระบุชื่อนักร้อง วงดนตรีที่ตนเองชอบ ผู้ฟังกลุ่มนี้จะนิยมเพลงที่นักร้อง หรือวงดนตรีบางคนหรือบางกลุ่มเป็นพิเศษ อย่างไรก็ตามไม่ได้หมายความว่า จะฟังแต่เพียงเพลงจากนักร้องเหล่านั้นเท่านั้น หากแต่ก็ยังคงติดตามรายการเอส เรดิโอแทบทุกช่วงเวลา เนื่องจากผู้ฟังก็ไม่สามารถทราบได้ว่าจะได้ฟังเพลงที่ตัวเองชอบตอนเวลาใด

“สิ่งที่ทำให้ฟังเยส เพราะที่นี้เปิดเพลงตรงกับหลายวงที่ผมชอบ อย่างพวกไมโคร, พงษ์พัฒน์, ดิโอฟาร์, ไฮริอค, หรั่ง, ต้ม สมประสงค์, เฉลียง, อัญชลี, แกรนด์เอ็กซ์, แมคอินทอช เยอะอะครีบ บอกไม่หมดแน่ๆ รวมๆแล้ว เต็มไปด้วยเพลงแบบที่ผมชอบครับ”

(วิเศษ คุณฤทธิพงษ์, สัมภาษณ์, 13 พฤศจิกายน 2553)

“ชอบเพลงประมาณวงดิ อินโนเซนท์, แกรนด์เอ็กซ์, ฟอว์เอฟเวอร์, โอเวชั่น, ซาตรี, เรนโบว์, บรันดี, ฟู้ดตี้ ประมาณนั้นนะ เน้นเพลงรักหวานๆคะ”

(ชญาดา คำราษฎร์, สัมภาษณ์, 26 ธันวาคม 2553)

“หนูเน้นชอบฟังเพลงเก่าเป็นพิเศษ ประมาณเพื่อชีวิตคะ อย่างเพลงของพี่ปุ๊พงษ์สิทธิ์ คัมภีร์, พี่เทียรรี วงอื่นๆก็ชอบนะคะ อย่างวงคีรีบุณ, พี่แจ้ ดนุพล โดยเฉพาะพี่แจ้เนี่ย ดันตำรับหลายเพลงที่หนูชอบฟังมากๆ แล้วเยส จะเปิดบ่อยนะ หนูชอบฟัง”

(จุฑารัตน์ กอบนวัรักษ์, สัมภาษณ์, 4 ธันวาคม 2553)

“จริงๆผมฟังเพลงแทบทุกแนว เพลงวัยรุ่นก็ฟัง เพลงเก่าก็ฟัง แต่ที่ชอบฟังเพลงเก่าเพราะเพลงเก่าฟังแล้วสบายหู มีเพลงหนึ่งที่ฟังตอนเด็กแล้วชอบมาก ชื่อเพลง วนาสวาท ของ มล.กนต์ศรี ได้มาฟังเพลงนี้ที่คลื่นนี้ รู้สึกชอบเลย แล้วมีหลายๆเพลงที่ผมชอบด้วย ส่วนใหญ่เป็นแนวลูกกรุงครับ พวกเพลงคุณสุเทพ คุณสวลี เพลงพวกนี้คลื่นอื่นหาฟังไม่ได้แล้ว”

(คณิน ภาคจิตต์, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2554)

1.2 ผู้ฟังระบุช่วงปีพ.ศ. ที่แน่นอน กล่าวคือระบุช่วงปีพ.ศ.ที่แน่นอนว่าต้องเป็นเพลงที่อยู่ในช่วงปีพ.ศ.ใด คือ มีทั้งอยู่ในช่วงต้นๆของเพลงที่เปิดจากทางสถานี และมีทั้งเพลงที่อยู่ในช่วงปลายปีพ.ศ.ที่ถูกเปิดทางเยส เรดิโอด้วย โดยกลุ่มผู้ฟังรุ่นเก่ามักชอบเพลงยุคแรกๆมากกว่า ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ก็มักชอบฟังเพลงที่อยู่ในช่วงยุคหลัง เพลงไม่เก่ามาก อยู่ในช่วงหลังปี 2530 เป็นต้นไป

“ที่ว่าช่วงพ.ศ.ของเพลงที่เปิดทางสถานีมีผลต่อการรับฟังนะ เพราะคนฟังส่วนใหญ่หรือเฉพาะพี่ก็ไม่แน่ใจจะชอบเพลงในยุคที่เรากำลังเป็นวัยรุ่น แล้วเพลงของเยสก็ใกล้เคียงเลย มันเหมือนทำให้ย้อนนึกถึงเหตุการณ์ของวันวาน ตอนใส่คอกของ ตอนไปเที่ยวกับเพื่อนๆ”

(มณกานต์ ตรีเวก, สัมภาษณ์, 22 มกราคม 2554)

“พี่ชอบฟังเพลงที่อยู่ในช่วงก่อนปี 2530 ลงไปค่ะ ประมาณชาติรี ฟิงค์แพนเตอร์ เบิร์ต
ธงไชย ถ้าใหม่นี้อีกก็พอฟังได้ค่ะ แต่จะไม่ชอบมากเท่าเพลงก่อนปี 30”

ทั้งนี้คุณจริยาเลือกปัจจัยด้านเพลงเป็นองค์ประกอบข้อที่สอง รองจากปัจจัยเรื่องการ
ดำเนินรายการของดีเจ

(จริยา โล่ห์คำ, สัมภาษณ์, 15 มกราคม 2554)

“ชอบฟังเยส เรดิโอมากๆค่ะ เพลงที่เปิดแต่ละเพลงนี่โดนเยอะเลย ที่ชื่นชอบเป็นพิเศษอาจ
ไม่มีค่ะ แต่น่าจะอยู่ในช่วงยุค 60s 70s 80s เน้นเพลงสากลหน่อยก็ดีกว่า”

(น้ำเพชร อดุลย์, สัมภาษณ์, 26 ธันวาคม 2553)

“ฟังเยสเพราะชอบเพลงแนวนี้ครับ แต่ไม่ฟังเพลงที่เก่ามากนักะ อย่างพวกสุนทราภรณ์อะไร
ขนาดนั้นไม่ค่อยฟัง ชอบประมาณวงไมโครอะครับ ราวๆปี 2535-2542 ร็อกๆหน่อยก็ดี เพลงซ้ำ
มาก ฟังแล้วไม่ค่อยแอกทีฟเท่าไรอะ”

(พร้อมศักดิ์ อมตพันธ์, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2553)

1.3 ผู้ฟังระบุทำนองดนตรีของแนวเพลงที่ตัวเองชอบฟัง ซึ่งมีทั้งเพลงเร็ว เพลงช้า แต่
ส่วนใหญ่จะชอบฟังเพลงที่มีจังหวะช้าๆ ฟังสบายๆมากกว่า ส่วนผู้ฟังรุ่นใหม่ โดยเฉพาะเพศชาย
จะนิยมฟังเพลงมีจังหวะบ้างในสัดส่วนที่มากกว่าผู้ฟังรุ่นเก่า

“ฟังได้เรื่อยๆเลยครับ แต่จะขอเน้นหน่อยว่าชอบฟังเพลงสตริงช้าๆซึ่งๆมากกว่า รู้สึกว่า
แนวเพลงเก่าๆแบบนี้หาฟังจากช่องอื่นแทบไม่ได้ในปัจจุบัน”

(นพ. ฉัตรดินทร์ เจตนะศิลป์, สัมภาษณ์, 28 พฤศจิกายน 2553)

“พี่ชอบเพลงแนวหวานซึ้ง แล้วที่เยสก็เปิดบ่อยๆนะ ฟังแล้วมันรู้สึกมีความสุข บางเพลงฟัง
แล้วก็ยิ้มตามก็มี ที่หวานๆหน่อยก็น่าจะประมาณเสียงคุณแจ้ ดนุพล แก้วกาญจน์น่าจะชอบ
ฟังแนวนี้”

(พอใจ บุญธรรม, สัมภาษณ์, 6 มกราคม 2554)

“ผมเพิ่งฟังเยสได้ไม่นานมานี้เองครับ มีเพื่อนแนะนำ แต่ฟังแล้วรู้สึกว่าเพลงแบบนี้แหละที่
อยากให้มีตามคลื่นวิทยุบ้าง ผมจะชอบฟังเพลงที่ไม่เก่ามากเท่าไรครับ แต่ใหม่มากผมก็รู้สึกว่า

ชาวน้ำมันบีบเยอะ อีเล็กทรอนิกส์มาๆบางทีก็ทำลายโศตประสาทนะผมว่า เอาว่าแนวร็อกเป็นหลักดีกว่า แต่ก็ไม่ใช่ร็อกที่หนักมากนะ ประมาณว่าอัสนี่ วสันต์ครับ แล้วก็เพลงสากลแนวจังหวะดิสโก้ใจผมก็ชอบช่วงพีเกซมอะฮะ ถ้าเป็นอื่นๆก็พอฟังได้ แต่ถ้าเพิ่มเพลงร็อกให้เยอะกว่านี้ก็จะยิ่งดีครับ ”

(ธนิษฐิรัฐ เกตุแก้ว, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

1.4 สามารถฟังได้ทุกแนวเพลงที่เปิดทางสถานี ไม่ว่าจะเป็เพลงจังหวะเร็ว ช้า หรือปานกลาง แต่ขอให้เป็เพลงในช่วงปีพ.ศ.ดังกล่าว เพราะจังหวะดนตรีในช่วงเวลาดังกล่าวเป็ที่ถุกใจผู้ฟัง

“ฟังได้หมดเลยนะเพลงที่เฮสเปิด ไม่ได้เจาะจงหรอกว่าต้องเป็ช้าเร็วยั้งไร เอาว่าเป็เพลงเก่า แนวดนตรีที่ผมนคุ้น ผมฟังได้หมดแหละ”

(สุรวุฒิ ทิพย์เวสาร์ท, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2553)

“ที่ฟังได้ทุกๆศิลปินเลยคะ เพราะชอบฟังเพลงทุกประเภท อ้อ แต่ชนิดหนึ่งนะ ไม่ค่อยชอบแนวเพลงหมอลำ พวกเพลงการ์ตูนเท่าไร แต่ก็ไม่มีผลอะไรมาก เพราะเฮส เรดิโอก็ไม่ได้เน้นเปิดเพลงแนวนี้เป็หลักอยู่แล้ว”

(สุบรรณกิจ น้อยฉายา, สัมภาษณ์, 7 ธันวาคม 2553)

“ชอบฟังเฮส เรดิโอเพราะชอบเพลงแบบนี้ ฟังที่บ้านมาตั้งแต่เด็ก ก็เลยซึ่มซึบมาเรื่อยๆมั้งคะ หนูไม่มีชอบเพลงไหนเป็พิเศษ เปิดเพลงไหนก็ฟังได้หมด ขอแค่ให้เป็เพลงแนวนี้ แต่ถ้าเป็ลูกทุ่งก็จะนึกถึงคุณพ่อเพราะคุณพ่อชอบร้องคะ”

(นภัสสรณ์ ปุณยเรืองศักดิ์, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2554)

1.5 ชอบเพลงเก่าเนื่องจากเนื้อร้องที่ประพันธ์ด้วยภาษาอันสละสลวย รวมถึงจังหวะดนตรีที่ถุกใจผู้ฟัง เมื่อฟังแล้วรู้สึกอยากให้อุรักษ์เพลงแบบนี้ต่อไปในอนาคต นอกจากนั้นยังได้ซึบซึบหวนคิดถึงวันวานด้วย

“ชอบฟังเฮส เรดิโอเพราะชอบฟังเพลงเก่า เนื้อเพลงมีเอกลักษณ์ มักออกในรูปธรรมชาติ ถุกกาล ทำนองเย็นๆ สื่อความหมายได้ชัดเจน ภาษาที่ใช้ชัดเจนถุกต้องตามหลักภาษา ผมยั้ง

อยากให้เพลงแบบนี้อยู่ต่อไปเรื่อยๆจนรุ่นลูกรุ่นหลาน ให้เค้าได้ซึมซับภาษาคนรุ่นเรา เด็กๆสมัยนี้ใจร้อนนะ ฟังเพลงเย็นๆน่าจะใจเย็นขึ้นบ้าง”

(วินัย อมตพันธ์, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2553)

“น่าจะเพลงที่เขสเปิดมันเป็นเพลงที่ตรงกับยุคเรา ชอบตรงนี้แหละ ฟังแล้วคิดถึงวันก่อนที่เราฟังเพลงนี้แล้วเรากำลังทำอะไรอยู่ แล้วภาษามันเพราะนะ ฟังแล้วได้อรรถรสดี เพลงบางเพลงสมัยนี้ฟังแล้วยังไม่น่าประทับใจเท่าไร ก็อยากให้ยังคงคอนเซ็ปเพลงแบบนี้ไปตลอด”

(วราภรณ์ ฉันทเลิศวิทยา, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2553)

“ชอบภาษาที่แต่งของเพลงสมัยก่อน สมัยเรายังเป็นวัยรุ่น เค้าใช้คำ ใช้ความหมายลึกซึ้งกินใจ โดยเฉพาะเพลงลูกกรุง พวกสุนทราภรณ์ ไม่เหมือนเพลงสมัยนี้ไม่รู้จะสื่อความหมายอะไร ฟังแล้วไม่ค่อยเข้าใจ”

(รุ่งทิพย์ ศักดิ์กิตติภูมิ, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2554)

“ที่ชอบฟังเขส ก็เพราะเพลงเนี่ยแหละคะ ชอบภาษาที่เค้าใช้ สละสลวยดี ดูเค้าตั้งใจ ใส่ใจในการแต่งเพลง รู้สึกว่าเพลงแบบนี้ฟังเมื่อไรก็เพราะ ยิ่งถ้าเป็นเพลงลูกทุ่งมันเหมือนสะท้อนภาพสังคมได้ชัดเจนมาก เหมือนเล่าเรื่องผ่านเพลงอะคะ ยิ่งฟังทางวิทยุยิ่งได้ฟีลไปอีกแบบ เราว่าเสียงร้อง วิธีร้องแบบเดิมมันมีเสน่ห์แบบบอกไม่ถูก พุดจริงๆนะ บางทีเพลงเก่าที่เอากลับมาทำใหม่ยังไม่เพราะเท่าของต้นฉบับเลย”

(ศศิขานันท์ ปานแก้ว, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2553)

จะเห็นได้ว่า ผู้ฟังที่แสดงความคิดเห็นเลือกตอบว่าเพลงเป็นปัจจัยที่ทำให้ติดตามฟังเขสเรดิโอ นั้นประกอบไปด้วยปัจจัยปลีกย่อยอีกหลายๆองค์ประกอบ แต่โดยรวมส่วนใหญ่แล้วจะตอบในลักษณะว่าชอบนักร้องคนใดหรือวงใดเป็นหลัก ตามมาด้วยจังหวะดนตรีของเพลง และชอบเนื้อเพลงที่มีเอกลักษณ์ ภาษาสละสลวยของเพลงสมัยก่อน

2. การดำเนินรายการของนักจัดวิทยุหรือดีเจ

นักจัดรายการวิทยุหรือดีเจมีส่วนสำคัญอย่างมากในการทำให้ผู้ฟังติดตามรับฟังรายการ โดยกลุ่มผู้ฟังจะเพลิดเพลินกับน้ำเสียง วิธีการพูดคุย การดำเนินรายการของดีเจ รวมไปถึงเนื้อหาเรื่องราวในสมัยวันวานทั้งของตัวเองเองและเรื่องราวของสังคมในอดีตด้วย นอกจากนี้ นักจัดรายการบางคนยังเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้ฟังอยากจะทำสิ่งที่ดีด้วย

2.1 ชอบน้ำเสียง ฟังแล้วทำให้เกิดความเพลิดเพลิน ไม่รู้สึกเบื่อ

โดยทั่วไปของการฟังวิทยุ นั้น เป็นการฟังจากเสียงเป็นหลัก การใช้เสียงของนักจัดรายการ ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้เกิดการรับฟังของกลุ่มผู้ฟัง ซึ่งรู้สึกพอใจกับน้ำเสียง จนเกิดการรับฟัง อยู่เป็นประจำ

“ชอบเสียงพี่ชายมากๆ หวานสุดๆ เป่าสุดด้วย เสียงพี่ชายตอนพูดเหมือนกำลังกระซิบ บอกกับคนฟัง ได้บรรยากาศในการฟังไปอีกแบบดีค่ะ บางทีก็ฟังดูเซ็กซี่ดีนะพี่ชว้า”

(วริยา สุฉันทบุตร, สัมภาษณ์, 9 มกราคม 2554)

“คือจริงๆชอบฟังเพลงหลายแนวค่ะ แต่ที่ติดตามฟังเยอะเพราะดีใจเนี่ยแหละ ที่ชอบเป็นพิเศษคือ พี่อภิเดช เสียงพี่เค้าจะนุ่มๆ ดูเก่าๆ แบบสมัยก่อนอะค่ะ แล้วก็เรื่องราวที่เล่าตามข้อความ ทางบ้าน อ่านไปเรื่อยๆพร้อมคำปรึกษาแบบท่าย ชอบจังหวะการเว้นวรรคการเว้นตอนอ่าน ตอน คิดคำพูดของดีใจค่ะ มันมีเสน่ห์ความสดแบบแปลกๆ หาไม่ค่อยได้แล้วตามดีใจปัจจุบันนี้”

(บุญธิดา เสวตสมบุญ, สัมภาษณ์, 24 มกราคม 2554)

2.2 ชอบรูปแบบการดำเนินรายการของดีใจ การเปิดเพลง วิธีการพูดที่มีความ

สุภาพให้เกียรติผู้ฟัง และการพูดเชื่อมโยงก่อนจะเข้าเพลง นักจัดรายการของเอส เรวดีโอสามารถทำได้ดี อีกทั้งยังให้ความเห็นในลักษณะที่ว่านักจัดรายการมีความรู้ข้อมูลเรื่องเพลงที่ละเอียด เตรียม ข้อมูลมาดี รวมไปถึงการเล่าเรื่องต่างๆที่เกี่ยวกับตัวดีใจ และเรื่องราวของสังคมในสมัยก่อน ผู้ฟัง รู้สึกว่านอกจากจะฟังเพลงที่ตนเองชอบแล้ว ยังได้สาระความรู้เพิ่มเติมด้วยทั้งในส่วนของที่มาของ เพลงและเรื่องราวทางสังคมด้วย

นอกจากนี้ความชอบของผู้ฟังที่มีต่อรูปแบบการจ้ดรายการของดีใจก็แตกต่างกันไป กล่าวคือ ผู้ฟังบางคนเน้นการฟังเพลงมากกว่า จึงชอบให้นักจัดรายการพูดน้อยๆ ในขณะที่ผู้ฟัง บางคนก็ชอบที่จะฟังนักจัดรายการพูดคุยมากกว่า

หรือในส่วนของช่วงเวลา ผู้ฟังมีความเห็นว่าช่วงเวลาที่ดีใจเลือกเปิดเพลงนั้นก็มีความ สอดคล้อง เหมาะสมกันดีด้วย เช่น เวลาใกล้ปิดสถานี ดีใจจะเปิดเพลงเบาๆ ฟังสบาย ให้ความหมายที่เกี่ยวกับการลาจาก เป็นต้น

“ชอบฟังช่วงของคุณอัศวพล ช่วงเพลงสากล เพราะเป็นคนที่มีความรู้เรื่องเพลงที่เปิดดี มาก แล้วยังเสาะหาความหลากหลายของเพลงเดียวกันมาให้คนฟังได้ฟัง บางทีมันก็เป็นความ ต่อเนื่องของอารมณ์การฟังเพลงนะ ช่วยเพิ่มความหลากหลายและอรรถรสในการฟังเพลงมากขึ้น แล้วยังคนฟังเป็นคนที่มีความรู้แล้ว อีกทั้งเป็นคนชอบฟังเพลงมาแต่ไหนแต่ไร ความรู้เรื่องเพลง จะมั่วๆไม่ได้ ความรู้ต้องของจริงค่ะ”

(ดวงใจ คุุ์ศรีวิณี, สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2553)

“พีว่าสิ่งที่ทำให้พีติดตามฟังรายการเพลงทางวิทยุก็เพราะตัวของดีเจนะ ถ้าฟังแล้วไม่ถูก จริตของตัวเองทั้งในเรื่องของวิธีการพูด หรือการดำเนินรายการก็จะไม่ฟังอีกเลย เปลี่ยนคลื่นทันที อย่างช่วงที่ชอบมากที่สุดจะเป็นช่วง Hello America ฟังอย่างต่อเนื่องตลอดมาเป็นเวลา 1 ปี 2 เดือน ตั้งแต่พีพัฒนาอยู่ 107.5 แทบไม่ฟังช่วงอื่นเลย เพราะคุณพีพัฒนาเป็นดีเจที่มีสไตล์การ จัดเป็นของตัวเองมากที่สุดและถูกจริตกับตัวเรา ถ้าไม่มีช่วงนี้ก็คงจะไม่ฟังเลยแล้ว”

(ศิษฐ์พร นาวานุเคราะห์, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2553)

“ดีเจมีส่วนเยอะเหมือนกันนะที่ทำให้ฟัง อาจจะน้อยกว่าเพลงนิดหน่อย แต่ก็สำคัญเลย หละ น้าว่าเฮสมีอย่างหนึ่งที่คลื่นอื่นไม่ค่อยมีกัน คือการให้ความรู้เรื่องที่มาของเพลง อันนี้ก็จำเป็น เหมือนกันนะ คนฟังบางคนเค้าก็อยากรู้ว่าเพลงนี้ๆเป็นมายังไง อย่างนำเองก็คนหนึ่ง ซึ่งในส่วนตรง นี้คุณสันติ เศวตวิมลทำหน้าที่ได้ดีมากๆ ขอชมเชยเลย ว่าทำการบ้านมาดี เค้าประวัติของเพลงได้ ละเอียดจริงๆ เหมือนพูดในสิ่งที่เราเองกำลังอยากรู้อยู่ ไม่รู้รู้ได้ยังไง บางสิ่งเรารู้แล้ว แต่บางสิ่งเรา เองก็ยังไม่รู้ ก็ได้รู้จากที่เฮสเนี่ยแหละค่ะ”

(วราภรณ์ ฉันทเลิศวิทยา, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2553)

“ช่วงเวลาที่ฟังเฮสจะเป็นช่วงดี ๆ หน่อย แล้วดีเจที่จัดรายการช่วงนั้นจะเข้ากับช่วงเวลา มาก ชอบรูปแบบการจัดรายการ ชวนง่วงบ้าง แล้วเหมือนพีเค้าคำนึงมาอย่างดีแล้วว่าเพลงนี้ เหมาะที่จะเปิดช่วงตอนไหน คือใกล้ๆจะนอนหรือปิดสถานีก็จะเปิดเพลงช้าๆ ก่อนหน้านั้นก็มี จังหวะบ้าง มันไหลลื่น แล้วเรื่องเล่าของพีเค้าแต่ละเรื่องก็เด็ดๆทั้งนั้น ชวนหัวเราะบ้าง ชวนซึ้งบ้าง คิดถึงคนที่บ้านบ้าง ชวนให้คิดตลอด”

(ดวงพร ปทุมรัตน์, สัมภาษณ์, 7 พฤศจิกายน 2553)

“คิดว่าดีเจมีส่วนมากต่อการรับฟังของเรา เพราะถ้าดีเจคนไหนพูดไม่สุภาพหรือไม่ถูกใจก็ จะเปลี่ยนคลื่นหนีเลย สำหรับเฮส เรดิโอส่วนตัวชอบการจัดรายการของดีเจคลื่นนี้ๆอยู่แล้ว เพราะ

สุภาพดี ให้เกียรติคนฟัง แล้วการพูดเข้าเพลงหรือเล่ารายละเอียดต่างๆที่เกี่ยวกับเพลงก็ราบรื่น รู้สึกว่าดีใจเค้ามีคุณภาพ เตรียมตัวมาดี ข้อมูลเยอะ”

(วิลาสินี กิตติธรรมเชษฐ, สัมภาษณ์, 26 มกราคม 2554)

2.3 ความเป็นกันเอง เป็นธรรมชาติของนักจัดรายการ รวมทั้งการทักทายผู้ฟังเป็นประจำของดีเจแทบทุกคนไม่ว่าจะเป็นทาง sms หรือทาง c-box ก็ตาม จนกระทั่งผู้ฟังบางคนรู้สึกเหมือนว่านักจัดรายการเปรียบเสมือนคนรู้จักคนหนึ่งของตัวผู้ฟัง ฟังแล้วให้ความรู้สึกสบายใจ ผ่อนคลาย

“ในบรรดาดีเจทุกคน ชอบพี่อ๊อด จักรกฤษมากที่สุดเป็นพิเศษค่ะ เพราะพี่เขาคุยน่ารักดี มีลูกอ่อนแฟนคลับแบบน่ารัก น่าเอ็นดู เป็นกันเองกับผู้ฟังมากๆด้วย แล้วพี่เขาชอบร้องเพลง แฟนคลับมักจะแซวว่าอย่าร้อง ทั้งๆที่พี่อ๊อดก็ร้องได้โอเค แต่ชอบแซวพี่เขา หนูหนานดีค่ะ ฟังแล้วไม่เครียด สบายๆ”

(สกวเดือน จันชนะกิจ, สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2553)

“ผมชอบฟังช่วงคุณกพล ทองพลับแล้วก็ทีมงาน พวกพี่แจ๊คจิ้งพี่ขวัญจิ้ง เค้าตลกดี ดำเนินรายการแบบไม่น่าเบื่อ คือจะว่ามีความเป็นกันเองก็ได้ แล้วช่วงนี้เรากำลังทำงานด้วยไง ก็ทำงานไปด้วย ฟังเยส เรดิโอไปด้วย บางทีปวดหัวกับงานที่ทำอยู่ มาฟังทีมงานพวกนี้จัดรายการก็ดีขึ้นนะ คลายเครียดไปอีกแบบ”

(दनัย วงศ์วัฒนชัย, สัมภาษณ์, 22 ธันวาคม 2553)

2.4 นักจัดรายการสะท้อนให้เห็นแนวคิด และการมองโลกในแง่ดี

บุคลิกของตัวดีเจ เป็นส่วนหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นแนวคิด การมองโลกที่ดี เพื่อเป็นแนวทางให้กลุ่มตัวอย่างผู้ฟังได้นำไปไตร่ตรอง และนำไปใช้ในชีวิตประจำวันกับเรื่องราวต่างๆได้ ถือได้ว่าเป็นแรงบันดาลใจอีกทางหนึ่งของกลุ่มผู้ฟัง เมื่อได้รับฟังเรื่องเล่า แนวคิดแล้วอยากนำไปประพฤติปฏิบัติตามเป็นแบบอย่าง

“โดยส่วนตัว ชื่นชอบพี่เจี๊ยะ วัชระ ปานเอี่ยมเป็นพิเศษ ตลก ขบขัน แต่พี่เจี๊ยะก็ไม่ใช่แค่ตลกนะ ยังสอดแทรกสาระแนวคิดดีดีมาเล่าสู่คนฟังอยู่บ่อยๆ จำได้ว่ามีครั้งหนึ่งพี่เจี๊ยะเล่นสดผ่านรายการ รู้สึกจะชื่อเพลงความรักของคนตาบอดหรือเงื้อมมือ แคะได้ยินเสียงก็ต๋ารก็ว่าชอบแล้วนะ พอฟังเนื้อหาเพลงยิ่งชอบใหญ่ เกี่ยวกับว่าคนเรารักกันควรมองกันที่จิตใจ คนเราสมัยนี้มันหายาก

นะที่จะมองกันที่จิตใจ ก็อยากให้อายุรุ่นได้ลองฟังกัน เมื่อจะได้คิดตามอย่างเพลงบอก ก็เป็นแง่คิด บวกๆที่ได้จากเพลงแล้วก็พี่เลี้ยงด้วย”

(ประภาพร ศรีจันทร์, สัมภาษณ์, 30 พฤศจิกายน 2553)

“จำได้ว่าครั้งแรกที่ฟังเอส เรดิโอเป็นช่วงของดีเจตะแฉ้ว เสาร์-อาทิตย์ ช่วงบ่ายๆ เปิดเพลงที่เราชอบ ฟังสบายๆ แต่ที่ชอบมากกว่านั้นคือ เราชอบการพูดคุยของพี่ตะแฉ้ว พี่เค้าดูเป็นคน ธรรมชาติธรรมโม ฟังแล้วทำให้ได้คิดอะไรดีดี บางทีชอบออกแนว พี่เค้าพูดเรื่องนั้สมมติ เราก็ลองทำตามดู เออนะ มันใช้ได้เลย นิ่งขึ้นเหมือนกัน แล้วอีกอย่าง พี่แฉ้วชอบพูดเรื่องน้องแมวที่เลี้ยงไว้ เราเรียนมาด้านนี้ด้วยไง บางทีพี่เค้าก็มีไอเดียมาแชร์ เราก็ได้รู้จะเพิ่มขึ้น ถ้าเสาร์-อาทิตย์ไหนเราไม่มีเรียน เราก็จะเปิดฟังอยู่บ่อยๆ”

(เมธิตา สัสดี, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

2.4 ผู้ฟังระบุช่วงของนักจัดรายการที่ตนเองติดตามรับฟัง เนื่องด้วยเปิดเพลงหรือแนวเพลงที่ตนเองชื่นชอบ ทำให้ผู้ฟังติดตามฟังเป็นประจำ อย่างไรก็ตามในช่วงของนักจัดรายการคนอื่นผู้ฟังก็รับฟังเช่นกัน เพียงแต่อาจจะไม่บ่อยเท่าช่วงที่ชอบเป็นพิเศษ

“ช่วงmorning rider เป็นช่วงที่ชอบมากที่สุด ตื่นเช้ามาก็รีบเปิดฟังเลย แล้วเสียงคุณชาย วงศาโรจน์จะเข้ากับบรรยากาศช่วงเช้ามากๆ ที่สำคัญที่สุดเลยคือ เปิดเพลงเพราะ ชอบทุกเพลงเลยที่คุณชายนำมาเปิด มีทั้งเพลงไทย เพลงสากล เพลงไทยก็หลายแนว ลูกกรุงจะหวานมาก เหมือนเสียงของดีเจ”

(สุบรรณกิจ น้อยฉายา, สัมภาษณ์, 7 ธันวาคม 2553)

“อย่างที่บอกคะ หนูชอบฟังพวกเพลงเพื่อชีวิต เพลงลูกทุ่ง แต่เพลงที่หนูชอบส่วนใหญ่ดีเจ จะเปิดตอนบ่ายๆ ตรงกับช่วงมีเรียน จันทร์ อังคาร ไร้งี้ ของคุณอาสุรัชชัยกับพี่อรรณพ ก็เลยไม่ค่อยได้ฟัง แอบเศร้านิดหน่อยคะ เพราะไม่ค่อยได้ฟังแนวเพลงที่ชอบเท่าไร แต่ถ้าวันไหนไม่ต้องเข้าสตูดิโอ ก็จะเปิดฟังที่หอคะ มีความสุขมาก”

(จุฑารัตน์ กอบนวัรักษ์, สัมภาษณ์, 4 ธันวาคม 2553)

“ผมว่าดีเจก็มีส่วนต่อการฟังของผมนะ คือผมชอบดีเจที่ไม่ต้องพูดเยอะ เปิดเพลงให้เยอะ เข้าใจ เคยฟังช่วงพี่อักรพลจัด เพลงเพราะดี หลากหลายแนว แล้วพี่เค้าก็พูดไม่ค่อยเยอะ แต่เวลาที่

ได้ฟังจะไม่บ่อย เพราะต้องไปมหาลัย บางที่ไม่สะดวก อยู่บ้านถึงจะได้ฟัง ถ้าเป็นเสาร์-อาทิตย์นี่ฟังแน่นอน ถ้าไม่ได้ไปไหนนะ เย็นๆมากก็จะเปิดเฮสละ ผมว่าพีเค้ารู้จักเพลงเยอะดีอะครับ ได้ความรู้เรื่องเพลงจากพีเค้ามากก็เยอะ”

(รัชชัย อภินันทกุลชัย, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2554)

นอกจากนี้หากเป็นนักจัดรายการที่เป็นนักร้องศิลปินในช่วง star palace คือ คุณวัชรระ ปานเอี่ยม, คุณบิลลี่ โอแกน จะยังมีผลต่อการติดตามรับฟังรายการเฮส เรดิโอมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้จะมีผลต่อกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นใหม่เป็นส่วนใหญ่ ด้วยความเห็นว่าชื่นชอบตัวนักจัดรายการที่เป็นนักร้องที่ตนเองเคยรับฟังเพลงมาก่อน ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นเก่ามักให้ความเห็นว่าตัวนักจัดรายการไม่ค่อยมีผลต่อการติดตามฟังรายการเท่าไรนัก เนื่องจากให้ความสำคัญกับตัวเพลงมากกว่า

“สำหรับผมแล้ว ดีเจมีส่วนต่อการติดตามฟังรายการเลยนะพี คือถ้าเป็นพีบิลลี่ พีเจียบจัดตั้งครับ ผมก็จะจำได้เป็นพิเศษว่าต้องเปิดฟังเฮส ผมว่าพีเค้าเป็นทั้งนักร้องที่ร้องเพลงโดน แล้วก็ดีเจที่เก่งด้วย มันเหมือนมีอะไรบางอย่างให้ผมรู้สึกอยากติดตามมากกว่าช่วงอื่น”

(ธนินทร์รัฐ เกตุแก้ว, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

จากปัจจัยทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น สิ่งที่มีอิทธิพลด้านการดำเนินรายการของนักจัดรายการหรือดีเจมากที่สุด เป็นปัจจัยด้านวิธีการพูดคุย การดำเนินรายการ สาระที่ได้รับ รองลงมาเป็นด้านช่วงของดีเจที่เปิดเพลงประเภทที่ผู้ฟังชื่นชอบ ด้านน้ำเสียง ด้านความเป็นกันเอง ทำายสุดเป็นประเด็นด้านสะท้อนให้เห็นถึงแนวคิดของตัวผู้ดำเนินรายการ

3. กิจกรรมและเกมที่ทำให้ผู้ฟังได้ร่วมสนุกกับทางรายการ

กิจกรรมและเกมในรายการนับเป็นปัจจัยสอดแทรกสำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่เข้ามามีบทบาทพอสมควรให้ผู้ฟังหลายต่อหลายคนเลือกที่จะติดตามฟังเฮส เรดิโอ แม้จะไม่มากเท่ากับ 2 ปัจจัยแรกอย่างเพลงและนักจัดรายการวิทยุก็ตาม

กิจกรรมที่ผู้ฟังให้ความสนใจมีทั้งกิจกรรมที่ทางสถานีเป็นผู้จัดขึ้น เช่น เยสร่วมใจ ช่วยภัยน้ำท่วม(จะขึ้นที่สถานีเพื่อรับบริจาคสิ่งของ มีผู้ฟังจำนวนมากมาช่วยกัน), คอนเสิร์ตเพลงเพื่อชีวิตที่ม.รามคำแหงและรับบริจาคสิ่งของเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม เป็นต้น และกิจกรรมที่จัดขึ้นเองโดยผู้ฟัง เช่น ผู้ฟังชาวเฮสร่วมกันบริจาคโลหิตที่สภากาชาดไทย, จัดทริปไปเที่ยวหัวหินเนื่องในโอกาสเฮสครบรอบ 1 ปี เป็นต้น ส่วนเกมที่ร่วมสนุกจะเป็นเกมให้ร่วมทายชื่อเพลง, ทายชื่อหนัง หรือข้อมูลช่วงตำนานหนังกลางใจ, triple track เลือกเพลงที่ถูกใจนักจัดรายการมา 3 เพลง เป็นต้น

จะเห็นได้ว่ากิจกรรมและเกมในรายการเยส เเรดิโอจะมีทั้งที่เกี่ยวกับเพลง และการให้ความสำคัญกับการช่วยเหลือสังคมควบคู่กันไป

สำหรับผู้ฟังที่ให้ความสนใจในการร่วมสนุกเพื่อเล่นเกมและร่วมทำกิจกรรมต่างๆที่ทางรายการเยส เเรดิโอจัดขึ้นนั้น มักเป็นผู้ฟังคนรุ่นเก่า ซึ่งมีถึงครึ่งหนึ่งจากทั้งหมด สาเหตุที่ผู้ฟังกลุ่มนี้จะให้การสนับสนุนกิจกรรมของเยส เเรดิโออย่างเต็มที่ เนื่องจากกิจกรรมหลายอย่างที่ทางสถานีจัดขึ้นเป็นสิ่งที่ตัวเองสนใจเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว อีกทั้งยังเป็นกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคม ผู้ฟังคนรุ่นเก่าหลายคนจึงเห็นว่าเป็นกิจกรรมที่ดีที่ควรส่งเสริม นอกจากนี้ผู้ฟังคนรุ่นเก่ายังได้ร่วมเสนอกิจกรรมกับทางรายการด้วย ซึ่งทางสถานีก็รับฟังความเห็นเหล่านั้นอยู่เสมอ ถือได้ว่าเป็นการร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ทำให้ผู้ฟังและนักจัดรายการเกิดความสนิทสนม มีความเป็นกันเอง ให้ความรู้สึกที่ผู้ฟังไม่ได้เป็นเพียงผู้ฟังเท่านั้น หากแต่ยังเป็นส่วนหนึ่งของทางรายการด้วย ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่มักจะเป็นผู้ฟังในลักษณะที่รับฟังแต่เพียงอย่างเดียว ไม่ได้ร่วมสนุกกับทางสถานี มีเพียงประมาณ 1 ใน 5 เท่านั้น และมักเป็นในลักษณะแบบไม่เปิดเผยตัวว่าตนเองเป็นแฟนรายการ

ตารางที่ 8 : แสดงข้อมูลการมีส่วนร่วมของผู้ฟังกับทางรายการด้านการเล่นเกมและร่วมกิจกรรม

การมีส่วนร่วมของผู้ฟัง	ผู้ฟังคนรุ่นเก่า (25 คน)	ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ (15 คน)
ร่วมเล่นเกมกับทางรายการ	12 คน	3 คน
ร่วมกิจกรรมกับทางรายการ	14 คน	2 คน

3.1 เกมที่ให้ผู้ฟังร่วมสนุกโดยการส่ง sms เข้ามาตอบคำถาม โดยที่มีสปอนเซอร์

อย่างสปอตโฆษณาของทางรายการเป็นผู้ร่วมสนับสนุนของรางวัล เกมในรายการหลักๆจึงเป็นเกมที่มีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ทั้งนี้ผู้ฟังร่วมตอบคำถามด้วยเหตุผลว่าเพื่อทดสอบความรู้ ความทรงจำของตัวเองเกี่ยวกับเพลง หรือภาพยนตร์สมัยก่อน และเพื่อได้รับของรางวัลที่ตนเองให้ความสนใจ

“จริงๆผมชอบเยสเพราะเพลงกับดีเจ แต่เกมก็โอเค พอไหว ชอบเกมที่ให้ทายชื่อเพลง ช่วงดีเจแจ๊คจิ้ง ขวัญจิ้งตอนเย็นๆ มันก็ทำให้เราได้ทบทวนความทรงจำเหมือนกันนะ เพราะบางทีเคยฟังแต่ต้นจำชื่อเพลงไม่ได้ ก็มารื้อฟื้นกันในช่วงนี้”

(จรรยา ตั้งหลักดี, สัมภาษณ์, 28 พฤศจิกายน 2553)

“ชอบพวกเกม กิจกรรมของเอสครับ ยิ่งถ้าเป็นเกมที่ได้รับบัตรคอนเสิร์ตจะยิ่งชอบมาก แต่ก็ยังมีไม่ค่อยบ่อยเท่าไร อยากให้มีบ่อยกว่านี้”

(จุมพล หิรัญยานนท์, สัมภาษณ์, 15 ธันวาคม 2553)

3.2 กิจกรรมที่จัดขึ้นเองโดยทางสถานี ซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นกิจกรรมเพื่อสังคมช่วยเหลือผู้คนที่กำลังประสบปัญหา

“คือส่วนตัวพี่เป็นคนชอบกิจกรรม แล้วเอสเองก็จัดหลายๆกิจกรรมที่พี่คิดว่าเหมาะสมกับรูปแบบรายการนะ จะชอบงานที่ได้ทำอะไรเพื่อสังคม พอทำแล้วจะรู้สึกสบายใจ แล้วก็นัดเพื่อนๆ ไปเจอไปช่วยกันด้วย อย่างที่ผ่านมา ก็จะมี ฝากของช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วมที่สถานีเลย แล้วก็จัดปาร์ตี้กันด้วย ตอนนั้นที่ไปช้อปปิ้ง retro dance party yes 93.5 HD1 สนุกมากๆ เดินกันสุดเหวี่ยงหลายคนเลย จำได้ว่ามีคุณชาย วงศาโรจน์เป็นคนคอยเปิดเพลงให้ จะเป็นเพลงสากลซะเยอะ”

(สกวเดือน จันชนะกิจ, สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2553)

“เพิ่งได้เริ่มร่วมกิจกรรมกับทางเอส เรดิโอไปเมื่อไม่นานนี้เอง แต่รู้สึกประทับใจมาก อันนี้ที่ร่วมบริจาคของช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วมที่ม.รามอะคะ ได้รู้ว่าคนฟังเอสไปกันเยอะมาก แล้วก็รู้จักเพื่อนใหม่ๆเพิ่มอีกเยอะ คุยกันเรื่องเพลงนานเลย”

(สุกัญญา จันทรา, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

“ปกติไม่ได้ร่วมกิจกรรมนะครับ แต่มีอยู่งานหนึ่งที่ชอบมาก เป็นคอนเสิร์ตเพลงเพื่อชีวิต จัดที่ม.ราม เค้ามาร่วมบริจาคของกันด้วย ที่ไปเพราะชอบเพลงแนวนี้ ผมว่าเหมาะกันดีนะระหว่างคอนเสิร์ตกับแนวเพลง ดูเพื่อชีวิตจริงๆ”

(ศิลาพงษ์ หิรัญวัฒน์, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2554)

3.3 กิจกรรมที่จัดขึ้นโดยดีเจเพื่อร่วมสนุกกับผู้ฟัง ซึ่งเป็นกิจกรรมการแลกของขวัญระหว่างผู้ฟังจำนวน 30 คน กับดีเจอีก 1 คน โดยที่ทางสถานีให้กติกาไว้ว่าต้องร่วมลงทะเบียนชื่อกับทางรายการในช่วงเวลาที่กำหนดไว้ กิจกรรมนี้จัดขึ้นในช่วงของดีเจอภิเดช มหัตถพงษ์ ของคืนวันที่ 31 ธันวาคม 2553 ที่ผ่านมา

“ถ้าเป็นกิจกรรมระหว่างพี่กับทางเอส เรดิโอจะเยอะมากเลยคะ แต่ที่สนุกมากอีกกิจกรรมหนึ่ง พี่ว่าเป็นการร่วมแลกเปลี่ยนของขวัญวันปีใหม่ช่วงสิ้นปีที่ผ่านมา คุณฮอด อภิเดชพาน้องปาน วาดลูกสาวมาเล่นด้วย แล้วก็จัดรายการร่วมกัน พี่ว่าดูเป็นครอบครัวที่รักเสียงเพลงมาก ครอบครัวนี้ อีกอย่างมันทำให้รู้สึกว่าได้เจอกับคนฟังดูใกล้ชิดกันดี อยู่ร่วมส่งท้ายปี เค้าท์ดาวนี่ไปด้วยกันทางวิทยุสำหรับคนฟังที่ไม่ได้ไปร่วมสังสรรค์ที่ไหน”

(พอใจ บุญธรรม, สัมภาษณ์, 6 มกราคม 2554)

3.4 กิจกรรมที่จัดขึ้นโดยผู้ฟังด้วยกันเอง เพื่อเป็นการพบปะ พูดคุย และกระชับมิตรระหว่างแฟนเพลงเอส เรดิโอ ซึ่งมีทั้งจัดขึ้นในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด นอกจากจะเป็นการพบปะเพื่อได้รู้จักกันแล้ว ยังชักชวนกันไปร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมอีกด้วย แสดงให้เห็นว่า ผู้ฟังคนรุ่นเก่านอกจากจะร่วมจัดกิจกรรมที่มีความสนุกสนานในกลุ่มด้วยกันแล้ว ยังให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่มีสาระ มีประโยชน์เพื่อสังคมด้วย และกิจกรรมเหล่านี้ยังมีผลทำให้ผู้ฟังได้รู้จักกัน สนับสนุนกันมากยิ่งขึ้น เกิดเป็นมิตรภาพที่ดีระหว่างกัน

“ชอบเอส เรดิโอ เพราะกิจกรรมหลายอย่าง แต่ที่ผมไม่เคยขาดเลย ต้องไปร่วมทุกครั้ง จะเป็นร่วมบริจาคเลือดที่สภากาชาด คือถ้าเป็นบริจาคเลือดนี้จะจัดกันเองในกลุ่มแฟนฯเอส เรดิโอ ไปกันทุกๆ 3 เดือนครั้ง ล่าสุดก็ 18 ธันวาคมที่ผ่านมา ครั้งนี้เจอเพื่อนๆเยอะมากครับ ราวๆ 40 คนได้”

(อดิเทพ มหัทธนะสิน, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2553)

“ถ้าไม่รวมเรื่องมาให้คุยกันในห้องแชท เราว่าเราให้คะแนนเอสกับเรื่องกิจกรรม มันมีทั้งของทางสถานีจัด แล้วก็พวกชาวเอสจัดกันเอง ถ้างานที่คนฟังเอสรวมตัวกันเยอะและจัดมาหลายครั้งแล้วก็น่าจะเป็นบริจาคเลือด เราชอบตรงที่เป็นกิจกรรมเพื่อสังคม เราไปนะ แต่ที่ไปนี่คือไม่ได้ไปบริจาคเพราะกลัวเลือด แต่ไปให้กำลังใจเพื่อนๆ เอาชალ่าไปให้กินกันด้วย”

(ศุภเดช ยิ่งอริยกุล, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2553)

“ได้ไปทัวร์กับชาวเอส เรดิโอที่หัวหินมา ที่รู้เพราะพี่รู้จักคนหนึ่งที่ฟังเอส เค้าบอกต่อ เหมือนเป็นการกระชับมิตรภาพระหว่างคนฟังครบรอบ 1 ปี แต่ละครอบครัวมีพาลูกพาหลานไปกันเยอะแยะเลย ถึงจะแค่ครั้งเดียวแต่มันก็เป็นอะไรที่ดีอะ รู้สึกผูกพัน คุยกันรู้เรื่อง ส่งสียงเพราะชอบเพลงคล้ายๆกัน แล้วแต่ละคนนี่ก็เต็มทีกับกิจกรรมมาก พอใจมาเต็มร้อย ได้ใจมากทริปนี้ น่าจะมีจัดอีกนะ”

(ดวงหทัย น่วมเปี่ยม, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2554)

4. ช่องทางการรับฟังรายการเอส เรดิโอ

ตามที่ได้กล่าวไปก่อนหน้านี้แล้วว่า เอส เรดิโอมีช่องทางการรับฟังรายการอยู่ 2 ช่องทางด้วยกัน คือ ทางวิทยุ (FM 93.5 HD1) และทางเว็บไซต์ www.yesradiothai.com ซึ่งการฟังทางเว็บไซต์หรืออินเทอร์เน็ตนั้นจะมีข้อดีว่าการรับฟังทางวิทยุอยู่หลายประการ เช่น สัญญาณการรับฟังที่ชัดเจนกว่า ไม่ว่าจะฟังอยู่ส่วนใดของโลกก็สามารถรับฟังได้ หรือจะเป็นด้านการสื่อสารแบบสองทางระหว่างดีกับผู้ฟังหรือระหว่างผู้ฟังกับผู้ฟังในการสนทนาผ่าน c-box หรือ chat room ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่าผู้ฟังคนรุ่นเก่าจะนิยมเข้ามาสนทนากันทาง c-box มากกว่า มีถึง 14 คนจาก 25 คน ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่มีเพียงไม่กี่คนเท่านั้น คือ มีเพียง 2 คนเท่านั้น ทั้งนี้ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ให้ความเห็นถึงสาเหตุที่ไม่ได้เข้าร่วมสนทนาทาง c-box เป็นเพราะไม่ค่อยมีเพื่อนวัยเดียวกันให้ร่วมพูดคุย อีกทั้งไม่มีความต้องการอยากสนทนา เน้นการรับฟังเพลงเป็นหลัก

นอกจากนี้ ยังมีเว็บบอร์ดหรือกระดานสนทนาไว้สำหรับให้ผู้ฟังได้เข้ามาตั้งกระทู้เพื่อแสดงความคิดเห็นต่างๆ ได้อีกทางหนึ่งด้วย แต่ผู้ฟังยังไม่ค่อยให้ความนิยมกับการสนทนาทางเว็บบอร์ด (จากผลการวิจัยพบว่ายังไม่เคยมีผู้ฟังคนใดร่วมโพสต์ข้อความในเว็บบอร์ดเลย) สาเหตุหนึ่งอาจเป็นเพราะเพิ่งเริ่มมีเว็บบอร์ดมาเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2553 ที่ผ่านมานี้ ทำให้ยังไม่เป็นที่นิยมในกลุ่มผู้ฟังนัก ส่วนการรับฟังทางวิทยุ ข้อดีอาจมีเพียงเป็นอุปกรณ์ที่ไม่ต้องยุ่งยากสำหรับผู้ฟังที่ไม่เชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยี คือ สามารถรับฟังได้ง่ายเพียงแค่หมุนหาคคลื่นสถานีที่ต้องการรับฟัง แต่ก็อาจต้องเผชิญกับปัญหาด้านสัญญาณการรับฟังที่ชัดเจนในบางพื้นที่เท่านั้น อย่างไรก็ตาม การรับฟังวิทยุยังมีช่องทางการรองรับอื่นอย่างวิทยุทางโทรศัพท์มือถือและวิทยุจากในรถให้ผู้ฟังสามารถรับฟังได้ด้วย

จากการวิจัย พบว่า ผู้ฟังส่วนใหญ่จะเลือกรับฟังทาง อินเทอร์เน็ต มีถึง 26 คนจาก 40 คน และทางโทรศัพท์มือถือ มีจำนวน 15 คน จาก 40 คน ส่วนผู้ฟังที่รับฟังจากวิทยุที่บ้านมี 14 คนจาก 40 คน (ผู้ฟังสามารถเลือกตอบแสดงความคิดเห็นได้มากกว่า 1 ช่องทางการรับฟังรายการ)

4.1 ผู้ฟังนิยมรับฟังทางอินเทอร์เน็ต เนื่องด้วยปัญหาด้านสัญญาณการรับฟังทางวิทยุที่ไม่ชัดเจนและการรับฟังทางอินเทอร์เน็ตไม่ต้องพบกับปัญหาด้านการจำกัดสถานที่การรับฟัง

นอกจากนี้ผู้ฟังบางคนยังให้ความเห็นว่าเพราะสะดวกเวลาที่ทำงานไปด้วยก็เปิดเอส เรดิโอฟังไปเป็นเพื่อน

“สำหรับผมมันดีที่เอสสามารถฟังทางเว็บไซท์ได้ เพราะผมอยู่ต่างจังหวัด ยังไงซะ สัญญาณก็ไปไม่ถึง คือคลื่นเพลงเก่าที่ฉะเชิงเทราไม่มีเลย ต้องอาศัยฟังเอสที่เดียวครับ แล้วแนวเพลงที่คลื่นนี้เปิดนี้ใช้มากๆสำหรับผม”

(รุ่งโรจน์ โพนคำ,สัมภาษณ์, 9 มกราคม 2554)

“ถัดจากเพลง และกิจกรรมแล้ว พี่ว่าการรับฟังทางเน็ตได้ก็ดีไปอีกอย่าง เพราะที่บ้านพี่ สัญญาณไม่ชัดเลย มีคลื่นแทรกตลอด ก็เลยต้องฟังทางเน็ตอย่างเดียว ไม่งั้นไม่มีทางได้ฟังคะ”

(ดารณี เปี่ยมพาน,สัมภาษณ์, 15 มกราคม 2554)

“เวลาทำงานผมจะคิดว่าต้องฟังเพลงไปด้วย แล้วงานผมก็มักต้องใช้คอมพิวเตอร์เป็นหลัก พอเปิดคอมทำงานก็ฟังเอสไปด้วยเลย ผ่านคลายดีครับ เหมือนเป็นเพื่อนตอนทำงานของเรา ได้ฟังเพลงในแบบที่เราชอบ”

(ศิลาพงษ์ หิรัญวัฒน์,สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2554)

“ชอบที่สามารถฟังเอสทางอินเทอร์เน็ตได้ด้วย เพราะบางทีเวลาเราไปไหนมาไหนไม่ได้คลื่น ก็สามารถฟังทางเน็ตจากมือถือได้ ก็สะดวกดีนะคะ แล้วที่บ้านอยู่รังสิตคลื่นก็ไม่ค่อยชัดเท่าไร แต่ที่บ้านฟังกันหลายคน พ่อแม่ หนูก็จะเปิดเน็ตให้เค้าฟังไปด้วยกันคะ”

(นภัสสรณ์ ปุณยเรืองศักดิ์,สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2554)

4.2 ผู้ฟังนิยมรับฟังเอส เรดิโอเนื่องจากตอบใจต่อความต้องการของผู้ฟังด้านการสนทนาทาง chat room ทั้งนี้มีผู้ฟังคนรุ่นเก่าจำนวน 3 คนที่ไม่ได้นิยมฟังเพลงเป็นหลัก แต่เน้นการสนทนากับเพื่อนๆทาง chat room มากกว่า แม้ว่าจะเป็นการสนทนาที่ไม่มาก แต่ก็แสดงให้เห็นว่าการสนทนาใน chat room ยังมีความดึงดูดผู้ฟังได้อยู่บ้างเช่นกัน ไม่ใช่จะมีเพียงเฉพาะเพลงเก่าเท่านั้นที่เป็นจุดขายของเอส เรดิโอ โดยประเด็นที่พูดคุยนั้นมีทั้งเรื่องเพลง, สอบถามสารทุกข์ เพื่อนๆ, ทักทายนักจัดรายการ ,รวมทั้งชักชวนไปเที่ยวกันในกลุ่ม พบว่าผู้ฟังที่ฟังเพราะเหตุปัจจุบันมีไม่มาก เนื่องจากประเด็นหลักยังคงเป็นเพราะชอบฟังเพลงจากทางสถานี

“จริงอยู่ว่าเพลงแนวนี้เราชอบฟัง แต่เอาจริงๆเราชอบที่จะคุยใน c-box กับเพื่อนๆมากกว่า เพราะบางทีก็ไม่รู้จะคุยกะใคร ก็เลยอยากหาเพื่อนคุยด้วย แล้วในนั้นเป็นเพื่อนวัยเดียวกันด้วย สนิบขึ้นทั้งนั้นแหละ”

(ศุภเดช ยิ่งอริยกุล,สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2553)

ส่วนปัจจัยอื่นที่เหลือคือ ข่าว, การให้บริการสาธารณะ (ซึ่งมักนำเสนอในรูปแบบของสารคดี) และโฆษณานั้น แทบไม่มีผลใดต่อการติดตามรับฟังรายการของผู้ฟังเลย เนื่องจากผู้ฟังส่วนใหญ่ยังไม่พึงพอใจเท่าไรนัก เพราะรูปแบบของรายการยังไม่ตอบสนองตรงจุดของผู้ฟังเท่าที่ควร เช่น มีการนำเสนอข่าวช่วง 19.00-19.30น. และ 20.00-20.30น. ที่นานเกินไป, ควรลดจำนวนโฆษณาลงบ้าง หรือคั่นช่วงเบรกให้น้อยลง หรืออยากให้เพิ่มเติมการนำเสนอข่าวสารคดีเกี่ยวกับนักร้องศิลปินให้มากกว่านี้ เป็นต้น

5. ข่าว

ในส่วน of ข่าว ผู้ฟังมีทั้งให้ความเห็นว่า ทางรายการมีช่วงการนำเสนอข่าวในปริมาณที่มาก จนบางครั้งผู้ฟังก็ต้องเปลี่ยนคลื่นไปฟังสถานีอื่นบ้าง ในขณะที่ผู้ฟังบางคนก็รับฟังต่อเนื่อง เนื่องจากต้องการรับฟังข่าว เหตุการณ์บ้านเมืองอยู่แล้ว แต่ส่วนใหญ่จะเป็นไปในลักษณะอยากรับฟังเพลงมากกว่า และอยากให้ทางรายการนำเสนอช่วงข่าวลดลง

ในที่นี่ผู้วิจัยจะนำเสนอเฉพาะในส่วนของผู้ฟังที่มีความเห็นว่าชื่นชอบช่วงการนำเสนอข่าวของทางสถานี เพื่อให้มีความสอดคล้องกับคำถามคือ ปัจจัยที่ทำให้ผู้ฟังติดตามรับฟังรายการเอสเรดิโอในกลุ่มผู้ฟัง

“ก็ชอบฟังข่าวของเอส เรดิโอเหมือนกันนะ เพราะมีทั้งข่าวในประเทศและต่างประเทศ ครอบคลุมดี แต่ก็ไม่ใช่สิ่งสำคัญอะไรมากมายที่ทำให้ฟังเอสจนถึงทุกวันนี้ คือจริงๆ แล้วชอบเพราะเพลงที่เปิดกับดีเจที่เป็นกันเองมากกว่า”

(มนัสนันท์ คุ้มทวี, สัมภาษณ์, 3 ธันวาคม 2553)

“หนูว่าช่วงที่ออกอากาศ อย่างข่าวต้นชั่วโมงอะคะ ก็ไม่ได้ยาวมาก หนูก็จะฟังต่อเลย ไม่ได้เปลี่ยนไปฟังคลื่นอื่น จะว่าไปก็มีผลนะ อย่างคลื่นอื่นบางที่ข่าวนานเกิน แล้วเราก็ขี้เกียจฟังไง แต่แบบเอสหนูพอโอเค ยังอยู่ในระดับที่พอรับไหวคะ ก็เลยฟังเอสมาเรื่อยๆ แต่ขอตินิดนึงได้เปล่าคะ ไม่ค่อยชอบช่วงข่าวหนึ่งทุ่มกับสองทุ่มเลย นานอะ อยากให้เหลือแค่ไม่ทุ่มนึงก็สองทุ่มอันได้อันหนึ่งพอ”

(จุฑารัตน์ กอบนวัักษ์, สัมภาษณ์, 4 ธันวาคม 2553)

6. การให้บริการสาธารณะ

สำหรับการให้บริการสาธารณะนี้ ทางรายการจะนำเสนอในรูปแบบของสารคดีเป็นส่วนใหญ่ ผู้ฟังจำนวนหนึ่ง ที่ให้ความสนใจกับปัจจัยประเด็นนี้ เนื่องจากเล็งเห็นว่า สารคดีที่นำเสนอ

นั่นเป็นประโยชน์ มีสาระความรู้ แม้ว่าสารคดีที่นำเสนอจะมีค่อนข้างจำกัด และมักเป็นเรื่องที่เคยนำเสนอแล้ว แต่ผู้ฟังก็สามารถรับฟังได้เรื่อยๆ อย่างไรก็ตาม ผู้ฟังบางส่วนก็อยากให้ทางรายการได้นำเสนอเรื่องราวอื่นๆที่น่าสนใจบ้าง เพื่อความหลากหลายและไม่จำเจ

“ผมว่าสารคดีแต่ละชิ้นของเอสเค็ดูมีสาระใช้ได้เลยนะ ที่เห็นๆก็มีการปลูกจิตสำนึกให้เยาวชนรุ่นใหม่รักและหวงแหนป่า ที่เค้าจัดกิจกรรมหนึ่งล้านกล้าถวายพ่อ ของปตท.นะ แล้วก็มีการชมทางหลวงที่ทำกิจกรรมในการลดอุบัติเหตุ ถนนสีขาวช่วงเทศกาลต่างๆ ดูเป็นกิจกรรมเพื่อสังคม แต่บางทีเราฟังบ่อยแล้ว ก็อยากฟังอย่างอื่นบ้าง ให้มันหลากหลายกว่านี้ก็จะดีมาก ถ้าเป็นงั้นผมจะได้ตั้งใจรอฟังช่วงสารคดีจากเอส เพราะฟังสารคดีบางทีก็ได้ความรู้ใหม่ๆ”

(วินัย อมตพันธ์, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2553)

“อีชอบฟังสารคดีลูกโลกสีเขียว พวกช่วยกันปลูกป่า เอาจักเรียนมาเป็นตัวอย่างโครงการ เข้ากับบ้านเมืองเราตอนนี้ที่ต้องช่วยกันเรื่องโลกร้อน แต่ก็ฟังบ้าง ไม่ได้ฟังบ้างเพราะไม่รู้ช่วงเวลา เป็นะๆว่ามีช่วงกี่โมง”

(นารี เอื้อเจริญ, สัมภาษณ์, 3 ธันวาคม 2553)

7. โฆษณา

โฆษณา เป็นปัจจัยที่มีผลน้อยที่สุดต่อการติดตามรับฟังในกลุ่มผู้ฟัง ซึ่งเป็นไปในลักษณะที่ทำให้เหตุผลว่า โฆษณาในรายการเอส เรดิโอก็ไม่ได้มีจำนวนมากเกินไป แต่ละโฆษณาก็ไม่ได้ยาวมาก อีกทั้งสินค้าผลิตภัณฑ์โฆษณียบางตัวยังเป็นที่ถูกใจผู้ฟัง และบางสปอตโฆษณายังได้ความรู้ด้วย

“สำหรับโฆษณา ก็โอเคนะ ส่วนใหญ่จะเป็นสปอตรายการมากกว่าขายอย่างอื่นนะ กับสปอตของหน่วยงานที่มาเผยแพร่ข้อมูลอะ ก็ว่าโอเคแหละ ได้ความรู้ไปด้วย เค้าไม่ได้เน้นขายของอื่นๆไปด้วยอะ ฟังเทียบดูเลย รายการอื่นขายของซ้ำ ไม่รู้ละ แล้วแต่คนอีกแหละ แต่ที่คิดอย่างเนี้ย”

(วริยา สุฉันทบุตร, สัมภาษณ์, 9 มกราคม 2554)

“โฆษณาของเยสบางอย่างมันก็ตรงกับใจเรานะ เหมือนว่าเค้าอาจจะคัดเลือกมาแล้วก็ได้ อย่างยายย่อผมอะคะ ฟังแล้วก็น่าสนใจดี เพราะวัยพีก็เริ่มต้องใช้อะไรพวกนี้แล้ว แล้วบางอันเสียงคนพูดก็ฟังดูเก๋ๆดีคะ เหมาะกับเพลงเก๋ๆ”

(สุบรรณกิจ น้อยฉายา, สัมภาษณ์, 7 ธันวาคม 2553)

จากการวิจัย สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการติดตามรับฟังเอส เรดิโอในกลุ่มผู้ฟังมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านเพลง รองลงมาคือปัจจัยด้านนักจัดรายการ ในขณะที่กิจกรรมและช่องทางการรับฟังทางอินเทอร์เน็ตก็เป็นปัจจัยสอดแทรกที่สำคัญลดลงมา ส่วนปัจจัยด้านข่าว การให้บริการ สาธารณะ และโฆษณามีบทบาทความสำคัญน้อยมาก

อย่างไรก็ตามแม้ผู้ฟังทั้งสองกลุ่ม จะเลือกให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านเพลงมาเป็น ประการแรก แต่แนวเพลงที่ผู้ฟังทั้งสองกลุ่มชื่นชอบนั้นไม่ได้เหมือนกันเสียทีเดียว กล่าวคือ ผู้ฟังคน รุ่นเก่าจะสามารถรับฟังเพลงได้หลากหลายประเภทมากกว่าสำหรับเพลงที่เปิดทางสถานีเอส เรดิ โอ ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะมีจำกัดแนวเพลงบ้าง เป็นต้นว่า ไม่ชอบเพลงที่เก่าจนเกินไป จำพวก เพลงลูกกรุง แต่จะชอบเพลงประเภทสตริงมากกว่า และผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะชอบฟังเพลงที่มีจังหวะ สนุกสนานกว่า ส่วนผู้ฟังคนรุ่นเก่าจะเน้นฟังเพลงจังหวะช้าๆ ซึ้งๆ ฟังสบาย

นอกจากนี้ผู้ฟังคนรุ่นเก่ายังให้ความสำคัญกับกิจกรรมการรวมตัวกันของผู้ฟังชาวเอส เรดิ โอด้วย ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ไม่ได้คำนึงถึงปัจจัยในส่วนนี้ จะเห็นได้ว่าผู้ฟังคนรุ่นเก่าให้ ความสำคัญกับมิตรภาพระหว่างผู้ฟังด้วยกันและผู้ฟังกับทางรายการมาเป็นอีกองค์ประกอบที่ สำคัญอีกหนึ่งประการด้วย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 6

พฤติกรรมในการรับฟังเพลงจากรายการเอส เรดิโอของผู้ฟังคนรุ่นเก่าและผู้ฟังคนรุ่นใหม่

ในส่วนของพฤติกรรมการรับฟังเอส เรดิโอของผู้ฟังคนรุ่นเก่าและผู้ฟังคนรุ่นใหม่ ผู้วิจัยได้แบ่งหัวข้อหลักๆออกเป็น 2 ข้อ แต่ในส่วนของทั้งสองข้อก็จะมีปัจจัยย่อยอีกหลากหลายเป็นส่วนประกอบ ได้แก่

1. พฤติกรรมการรับฟัง ทั้งด้านความถี่การรับฟัง, ช่วงเวลาที่รับฟัง, ระยะเวลาที่ติดตามฟัง การรับฟังนั้นเป็นแบบตลอดเวลา ฟังเฉพาะช่วงที่เปิดเพลง หรือไม่แน่นอนอันเนื่องมาจากเรื่องของเวลา ,สถานที่การรับฟัง ,ช่องทางการรับฟัง รวมถึงรู้จักเอส เรดิโอได้อย่างไร

2. ความคิดเห็นที่ผู้ฟังทั้งสองกลุ่มมีต่อองค์ประกอบต่างๆของรายการเอส เรดิโอ (เพลง, นักจัดรายการวิทยุ, ข่าว, การจัดแข่งขันและโปรโมชันหรือเกม, การให้บริการสาธารณะซึ่งนำเสนอในรูปแบบของสารคดีเป็นหลัก, โฆษณาสินค้า รวมถึงจิงเกิ้ลของรายการ)

ซึ่งทั้งหมดนี้ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ฟังแบ่งเป็นผู้ฟังคนรุ่นเก่าที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป จำนวน 25 คน และผู้ฟังคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 15-25 ปี จำนวน 15 คน รวมทั้งสิ้นเป็นจำนวน 40 คน สาเหตุที่ผู้วิจัยไม่ได้สัมภาษณ์กลุ่มผู้ฟังทั้งสองกลุ่มในปริมาณที่เท่ากัน เนื่องจากกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายหลักของรายการเอส เรดิโอเป็นผู้ใหญ่วัย 30 ปีขึ้นไป ผู้ฟังกลุ่มนี้จึงมีจำนวนสัดส่วนที่มากกว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่ เพื่อให้สอดคล้องตามจำนวนตามความเป็นจริงผู้วิจัยจึงได้สัมภาษณ์ผู้ฟังทั้งสองกลุ่มด้วยจำนวนดังกล่าว

1. พฤติกรรมการรับฟังเอส เรดิโอในกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่

ช่องทางการเริ่มรู้จักเอส เรดิโอ FM 93.5 HD1 แบ่งเป็น รู้จักด้วยตัวเองโดยบังเอิญหมุนคลื่นมาเจอ, มีคนรู้จักแนะนำมา และช่องทางการประชาสัมพันธ์จากสื่อ โดยส่วนใหญ่แล้วจะเกิดจากบังเอิญหมุนคลื่นมาเจอ ในขณะที่การรู้จักผ่านทางสื่อและคนรู้จักแนะนำมีสัดส่วนที่น้อยกว่าและค่อนข้างใกล้เคียงกัน การที่ผู้ฟังรู้จักผ่านทางประชาสัมพันธ์ของสื่อน้อยกว่าสาเหตุหนึ่งเป็นเพราะทางคลื่นไม่ได้ทำการประชาสัมพันธ์ใดๆมากมาย และมักเกิดจากประชาสัมพันธ์จากผู้อื่น เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ จำพวกนิตยสาร หนังสือพิมพ์ ดังจะแสดงให้เห็นในรูปแบบของตารางด้านล่าง ต่อไปนี้

ตารางที่ 9 : แสดงข้อมูลผู้ฟังรู้จักเยส เติโอผ่านทางวิธีการต่างๆ

ช่องทางการรู้จักเยส เติโอ	ผู้ฟังคนรุ่นเก่า (25 คน)	ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ (15 คน)
บังเอิญหมุนคลี่มาเจอ	13 คน	6 คน
คนรู้จักแนะนำ	7 คน	5 คน
รู้จักผ่านทางสื่อ(สื่อสิ่งพิมพ์, อินเทอร์เน็ต)	5 คน	4 คน

จากตารางที่ 9 พบว่า โดยรวมแล้วผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มมีวิธีรู้จักเยส เติโอในแบบแผนเดียวกัน สำหรับวิธีการรู้จักรายการของผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะมีอัตราส่วนที่ค่อนข้างใกล้เคียงกันมาก แต่รู้จักโดยหมุนคลี่มาเจอด้วยตนเองมากที่สุด เช่นเดียวกับกับผู้ฟังคนรุ่นเก่าจะรู้จักเยส เติโอโดยการหมุนมาเจอโดยบังเอิญมากที่สุด แต่มีอัตราส่วนที่ต่างจากวิธีการอื่นอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม แม้ว่าผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มจะรู้จักเยส เติโอโดยหมุนคลี่มาเจอเหมือนกัน แต่ผู้ฟังคนรุ่นเก่าจะรู้จักโดยหมุนคลี่มาเจอด้วยตัวเองทั้งหมดทุกคน ส่วนผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะรู้จักโดยหมุนคลี่มาเจอทั้งในรูปแบบด้วยตนเองจำนวน 3 คนจาก 15 คน และ อีก 3 คนจาก 15 คนรู้จักโดยครอบครัวเปิดฟังอยู่ก่อนแล้วจึงรู้จักตามไปด้วย

ทั้งนี้ แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมมารับฟังวิทยุของคนไทยเป็นแบบหมุนเปลี่ยนคลี่ไปเรื่อยๆ จนกระทั่งพบคลื่นที่ถูกใจ จึงจะรับฟังที่คลื่นนั้นๆต่อไป แต่หากยังไม่รู้สึกชื่นชอบก็จะหมุนเปลี่ยนคลี่ไปเรื่อยๆ เพื่อให้ได้รับฟังเพลงประเภทที่ตนเองถูกใจมากกว่า

- 1.1.1 บังเอิญหมุนคลี่มาเจอ มีผู้ฟังคนรุ่นเก่าจำนวน 13 คน และคนรุ่นใหม่จำนวน คน ที่บังเอิญหมุนคลี่มาเจอ แสดงให้เห็นว่าผู้ฟังมีพฤติกรรมชอบฟังเพลงจากทางวิทยุเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว จนกระทั่งหมุนมาเจอรายการเยส เติโอด้วยตนเอง

“ก็รู้จักด้วยตัวเองเนี่ยแหละ หมุนหาคลื่นที่อยากฟังไปเรื่อยๆ แล้วบังเอิญมาเจอเยส ก็ฟังมาตลอด เพราะชอบเพลงเก่าอยู่แล้ว

(दनัย วงศ์วัฒนชัย, สัมภาษณ์, 22 ธันวาคม 2553)

“ฟลุคมากอะพี่ คือไม่คิดว่าเดี๋ยวนี้จะมีคลื่นเพลงวิทยุที่เปิดเพลงเก่าด้วย มันเป็คลื่นที่เปิดแต่เพลงวัยรุ่น พอหมุนมาเจอเยส แล้วรู้สึกเลยว่า การฟังเพลงคงไม่น่าเบื่อเหมือนแต่ก่อนละ มันเริ่มมีแนวเพลงให้หนูได้ฟังมากขึ้น ถ้าไม่ลองเปิดฟังดู ป่านนี้ก็คงยังไม่รู้”

(นภัตสรณ์ ปุณยเรืองศักดิ์, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2554)

“คือปกติชอบฟังเพลงอยู่แล้ว วันหนึ่งเปิดมาเจอคลื่นเอส ก็แปลกใจว่ามีเพลงแบบนี้ด้วย สมัยนี้หายากนะ แล้วที่นี้เปิดเพลงโดนใจมาก ฟังมาตั้งแต่เค้าเริ่มออกอากาศแรกๆเลยมั้ง นี่ก็ราวๆ 8-9 เดือนแล้ว”

(รุ่งทิพย์ ศักดิ์กิตติภูมิ, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2554)

“เวลาอยู่บ้านก็จะชอบเปิดเพลงฟัง แล้วส่วนใหญ่จะฟังจากทางวิทยุ แต่ก่อนฟังเอส 107.5 ด้วยนะ แล้วหลังๆคลื่นไม่ชัด ก็ลองหมุนเปลี่ยนไปฟังคลื่นอื่นบ้าง จนมาเจอเอส 93.5 ฟังชัดขึ้นเยอะ เพลงก็คล้ายๆกันกับที่เดิม ชอบมากเลย”

(พอใจ บุญธรรม, สัมภาษณ์, 6 มกราคม 2554)

- 1.1.2 **คนรู้จักแนะนำ** มีผู้ฟังคนรุ่นเก่าจำนวน 7 คน และคนรุ่นใหม่จำนวน 5 คน ที่มีคนรู้จักแนะนำมา ซึ่งคนรู้จักที่ว่ามีทั้งเพื่อน และสมาชิกในครอบครัว

“รู้จักเอสจากเพื่อนบ้านนะ จริงๆก็เป็นญาติกันนี่แหละ บ้านก็ใกล้ๆกัน เค้าเห็นว่าเราชอบฟังเพลงเก่า ตัวเค้าเองก็ฟังเหมือนกัน เค้าก็บอกว่าตอนนี้มีคลื่นเพลงเก่าด้วยนะ ชื่อเอส เรดิโอ เรายังเลยลองเปิดฟังดู พอฟังได้สักพักก็ชอบเลย ฟังมาเรื่อยๆจนเดี๋ยวนี้”

(สุบรรณกิจ น้อยฉายา, สัมภาษณ์, 7 ธันวาคม 2553)

“ฟังเอสครั้งแรก เพราะเพื่อนร่วมงานเค้าเปิดฟังกันอยู่ก่อนแล้ว เราก็สนใจขึ้นมาเพราะเป็นเพลงที่เคยได้ยิน ได้ฟังมาตั้งแต่เด็กๆ พี่ก็ถามเค้าไปว่าชื่อคลื่นอะไร ความถี่เท่าไร แล้วเราก็ไปเปิดฟังของเราเอง”

(สุกัญญา จันทร์, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

“รู้จักเพราะเพื่อนเลยคะ คือ เพื่อนเค้ารู้ว่าเราชอบฟังเพลงประมาณนี้ แต่มันไม่ค่อยมีตามหน้าบีบีวิทยุ พอรู้ครั้งแรกรู้สึกตื่นเต้นมาก มีเพลงแบบที่ฉันอยากฟังแล้ว พอฟังจริงๆก็ชอบนะ ถือว่าใกล้เคียงกับที่ชอบเลย”

(ดวงพร ปทุมรัตน์, สัมภาษณ์, 7 พฤศจิกายน 2553)

- 1.1.3 **ช่องทางการประชาสัมพันธ์จากสื่อ** มีผู้ฟังคนรุ่นเก่าจำนวน 5 คน และคนรุ่นใหม่จำนวน 4 คน ที่รู้จักเอส เรดิโอผ่านทางสื่อ โดยมีทั้งสื่อประเภทอินเทอร์เน็ต วิทยุ และสิ่งพิมพ์อย่างหนังสือพิมพ์

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมีผู้ฟังรู้จักเพลง เรดิโอผ่านทางสื่อทั้ง 2 กลุ่ม แต่การรู้จักที่ว่านี้ จะรู้จักผ่านทางสื่อที่ต่างกันไป กล่าวคือ ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นเก่า 3 คนรู้จักเพลง เรดิโอผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งหมด ซึ่งมีทั้งหนังสือพิมพ์และนิตยสาร , 1 คน รู้จักผ่านทางวิทยุ และอีก 1 คนรู้จักผ่านทางอินเทอร์เน็ต แต่สำหรับผู้ฟังคนรุ่นใหม่แล้ว ทั้ง 4 คนกลับรู้จักเพลง เรดิโอผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ตเหมือนกันหมดทุกคน

“เห็นข่าวเกี่ยวกับเพลง เรดิโอจากอินเทอร์เน็ตครับ จำไม่ได้แล้วเหมือนกันว่าเว็บอะไร แต่เค้าบอกทำนองว่ามีคลื่นนี้ละ เปิดเพลงเก่าๆ รุ่นพ่อแม่ ดีเจก็เป็นรุ่นเดอะแล้วทั้งนั้น ส่วนตัวผมชอบเพลงแนวนี้อยู่แล้ว แต่พอมาฟังคลื่นนี้บางทีก็ยังไม่ชอบเท่าไรเพราะดีเจพูดเยอะไป”

(ศิลาพงษ์ หิรัญวัฒน์, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2554)

“พี่อ่านเจอข่าวในหนังสือพิมพ์ รู้สึกจะเป็นคนซัดลิ้มมั้ง เค้าเขียนไว้ว่า พี่อด จักรกฤษ กลับมาจัดรายการวิทยุอีกครั้ง โห ตอนนั้นดีใจมากๆ แล้วเพลงที่เปิดก็เป็นรุ่นเราทั้งนั้นเลย ฟังได้ทั้งวันอะ จากที่ไม่เคยฟังวิทยุมาเกือบ 20 ปี กลายเป็นว่าตอนนี้ติดเลย”

(วริยา สุฉันทบุตร, สัมภาษณ์, 9 มกราคม 2554)

“สแกนฟังเพลงไปเรื่อยๆ แล้วเจอช่อง 107.5 เป็นเพลงเหมือนกันนี่แหละ ฟังมาตลอดจนเค้ายกเลิกสถานี จากนั้นก็ลองมาค้นหาดูในอินเทอร์เน็ต จนเจอเพลง 93.5”

(นพ. ฉัตรบดินทร์ เจตนะศิลปิน, สัมภาษณ์, 28 พฤศจิกายน 2553)

“มีอยู่วันหนึ่ง เดินไปกินก๋วยเตี๋ยวปลา ได้สถานี BTS เอกมัย เจ้าของร้านเปิดเพลงได้ใจมาก แอบคิดในใจว่า คงจะสมใจดีมานานแน่ๆ กินอิมมานและ แต่นั่งฟังซิดซิดไปเรื่อย สักพักได้ยินเสียงคนพูด มีโฆษณาด้วย เอ๊ะ มันไม่ใช่ซีดีนี้หว่า วิทยุหนิ เท่านั้นแหละ ‘พี่ เก็บเงินด้วย พี่เปิดวิทยุคลื่นไหนเนี่ย จะไปฟังบ้าง’ แต่ตอนนั้นยังเป็นเพลง 107.5 อยู่ละ จำได้เลยว่าเสียงที่ได้ยินครั้งแรกเลย คือเสียงพี่เล็ก”

(ดวงหทัย น่วมเปี่ยม, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2554)

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า ผู้ฟังรู้จักเพลง เรดิโอด้วยตัวเองมากที่สุด ในขณะที่รู้จักจากปัจจัยภายนอกไม่ว่าจะเป็นคนหรือสื่อต่างๆ ในปริมาณที่ค่อนข้างใกล้เคียงกัน ซึ่งสาเหตุจากคนแนะนำนั้น ผู้แนะนำมักทราบอยู่แล้วว่าผู้ฟังชื่นชอบเพลงประเภทนี้

1.2 พฤติกรรมการรับฟังเพลง เรดิโอในด้านความถี่การรับฟัง ช่วงเวลาที่รับฟัง และระยะเวลาที่ติดตามฟังรายการ

เนื่องจากเพลง เรดิโอ FM 93.5 HD1 เพิ่งเริ่มออกอากาศครั้งแรกเมื่อต้นเดือนพฤษภาคม 2553 จนถึงปัจจุบัน(กุมภาพันธ์ 2554) เพลง เรดิโอจึงออกอากาศเป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 10 เดือน อย่างไรก็ตามการรับฟังของผู้ฟังบางคนเคยติดตามฟังเพลง เรดิโอมานับแต่ครั้งเพลง เรดิโอ FM 107.5 MHz ซึ่งออกอากาศครั้งแรกเมื่อ เดือนกันยายน 2552 การรับฟังของคนกลุ่มนี้จึงอาจเป็นระยะเวลามากกว่า 1 ปีขึ้นไป

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ฟังคนรุ่นเก่าติดตามรับฟังรายการเพลง เรดิโอมานับเป็นระยะเวลาที่นานกว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่ โดยผู้ฟังคนรุ่นเก่าจำนวน 15 คนจาก 25 คนที่รับฟังเพลง เรดิโอมานับแต่ครั้งที่เพลง เรดิโอออกอากาศทางคลื่นความถี่ FM 107.5 MHz ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่มีถึง 13 คนจาก 15 คนที่เพิ่งได้ติดตามฟังรายการเมื่อครั้งเพลง เรดิโอออกอากาศทางคลื่นความถี่ FM 93.5 MHz ในเครือของบริษัทพาดิมา (มีผู้ฟังคนรุ่นใหม่เพียงแค่ 2 คนเท่านั้นที่รับฟังรายการมานับแต่เป็นเพลง เรดิโอ 107.5 MHz) แสดงให้เห็นว่าผู้ฟังคนรุ่นเก่ามีความต้องการในการรับฟังเพลงประเภทนี้สูงกว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่ ได้รับฟังรายการมานับแต่เริ่มเปิดตัวคลื่นช่วงแรกๆ ส่วนผู้ฟังคนรุ่นใหม่บางส่วนอาจเพิ่งนิยมชมชอบเพลงเก่าบ้าง รวมทั้งคนรอบข้างก็ไม่ได้นิยมรับฟังเพลงเก่า ทำให้ช่องทางการรู้จักเพลง เรดิโอน้อยกว่าตามไปด้วย

ตารางที่10: แสดงข้อมูลช่วงเวลาที่ผู้ฟังนิยมรับฟังรายการเพลง เรดิโอ FM 93.5 HD1

ช่วงเวลาที่ผู้ฟังรับฟังรายการ	ผู้ฟังคนรุ่นเก่า (25 คน)	ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ (15 คน)
05.00-09.00น.	11	2
09.00-12.00น.	18	5
13.00-15.00น.	12	5
15.00-18.00น.	19	6
18.00-21.00น.	16	12
21.00-24.00น.	14	13

หมายเหตุ : ผู้ฟังสามารถเลือกแสดงความคิดเห็นได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่11 : แสดงข้อมูลความถี่ในการรับฟังรายการเพลง เรดิโอ FM 93.5 HD1 ในกลุ่มผู้ฟัง

ความถี่ในการรับฟังรายการ	ผู้ฟังคนรุ่นเก่า (25 คน)	ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ (15 คน)
ฟังทุกวัน (7 วัน/สัปดาห์)	11	3
ฟังบ่อยๆ (5-6 วัน/สัปดาห์)	9	4

ฟังบ้าง (3-4 วัน/สัปดาห์)	4	5
นานๆฟังครั้ง (1-2 วัน/สัปดาห์)	1	3

จากตารางที่ 10 พบว่า ช่วงเวลาที่ผู้ฟังทั้งสองกลุ่มนิยมรับฟังเอส เรดิโอมีความแตกต่างกันไป กล่าวคือ ผู้ฟังคนรุ่นเก๋านิยมรับฟังรายการในช่วงหลังเลิกงานมากที่สุด รองลงมาอยู่ในช่วงสายของวัน ทั้งนี้ผู้ฟังให้เหตุผลว่า ชื่นชอบการจัดรายการของดีเจที่จัดรายการในช่วงดังกล่าวคือ คุณอัครพลและคุณจักรกฤษ ประกอบกับเป็นช่วงระหว่างกำลังเดินทางไปทำงานด้วย จึงรับฟังโดยวิทยุในรถ ส่วนช่วงเช้า ผู้ฟังคนรุ่นเก๋าหลายคนนอกจากต้องเตรียมตัวไปทำงานแล้ว บางคนยังต้องเตรียมอาหารให้กับสมาชิกในครอบครัวด้วย ช่วงเวลาการรับฟังดังกล่าวจึงมีไม่มากนัก ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะนิยมรับฟังรายการในช่วงเวลากลางคืนมากที่สุด คือในช่วงหลัง 18.00 น. เป็นต้นไป เนื่องจากปัจจัยด้านความสะดวกของเวลาเป็นหลัก ประกอบกับในช่วงเวลากลางวัน ผู้ฟังคนรุ่นใหม่บางคนนอกจากจะอยู่ในช่วงกำลังศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยแล้ว บางคนยังไม่สะดวกที่จะรับฟังในที่ทำงานด้วย ทำให้จำนวนผู้ฟังคนรุ่นใหม่ในช่วงเวลากลางวันจึงมีน้อยเมื่อเทียบกับช่วงเวลากลางคืน

จากตารางที่ 11 พบว่า สำหรับความถี่ในการรับฟังรายการ ผู้ฟังคนรุ่นเก๋ามีจำนวน 11 คน จาก 25 คน ที่นิยมรับฟังเป็นประจำทุกวัน ส่วนผู้ฟังคนรุ่นใหม่ความถี่ในการรับฟังรายการแต่ละช่วงค่อนข้างใกล้เคียงกัน แต่จะนิยมรับฟังรายการในช่วง 3-4 วันต่อสัปดาห์มากที่สุด เป็นจำนวน 5 คน จาก 15 คน ด้วยเหตุผลที่ว่า นอกจากเวลาการรับฟังจะไม่สะดวกแล้ว ยังมีคลื่นวิทยุคลื่นอื่นที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ได้ติดตามรับฟังไปด้วย ซึ่งได้แก่เพลงประเภทยอดนิยมวัยรุ่น และเพลงสมัยนิยม

นอกจากนี้ ผู้ฟังคนรุ่นเก๋ายังรับฟังรายการต่อเนื่องนานกว่า ทำให้ช่วงเวลาที่รับฟังในแต่ละช่วงของผู้ฟังคนรุ่นเก๋ามีจำนวนมากกว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่อย่างเห็นได้ชัด เนื่องด้วยคนกลุ่มนี้มีเวลาว่างมากกว่า อีกทั้งผู้ฟังคนรุ่นเก๋าบางคนที่ฟังเอส เรดิโอไม่ต้องทำงานแล้ว เมื่ออยู่ที่บ้าน การฟังเพลงจากรายการเอส เรดิโอจึงเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่ผู้ฟังคนรุ่นเก๋าหลายคนให้ความสนใจ ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ต้องมีภาระรับผิดชอบการทำงานที่สูงกว่า เวลาว่างจึงน้อยตามไปด้วย

“ฟังเอสมาประมาณ 4 เดือนได้ครับ รู้จักผ่านทางเวปไซต์ที่เค้าเขียนแนะนำมาอีกที ก็ฟังแทบทุกวันเลยอะครับ แต่เรื่องเวลานี้อาจไม่แน่นอน ส่วนใหญ่จะเป็นช่วงเย็นๆไปจนค่ำ เอาว่าหลังเลิกงานอะครับ แต่ที่ไม่เคยพลาดที่จะเป็นช่วงน้ำเตช(ดีเจอภิเดช มหัตถพวงศ์)”

(จุมพล หิรัญยานนท์, สัมภาษณ์, 15 ธันวาคม 2553)

“เพิ่งรู้จักได้ไม่นานนี่เองคะ น่าจะสักสองเดือน ที่รู้จักก็เพราะพี่ที่ทำงานด้วยกันเค้าฟังอยู่ แล้วหนูชอบก็เลยเปิดฟังบ้าง แต่เวลาที่ฟังมันไม่ตายตัวนะคะ ต้องเสร็จจากงานหลักก่อน คือพาน้องไปโรงเรียน พอหนูว่าง ถึงจะได้ฟัง พอน้องเลิกเรียน หนูก็ต้องดูแลน้อง ที่ได้ฟังแน่ๆน่าจะช่วงสายๆ เค้าโหม่งไปแล้วถึงบ่ายๆสักบ่ายสามบ่ายสี่อะคะพี่ แต่บางทีก็แล้วแต่อารมณ์อีกแหละ บางทีก็ทำอย่างอื่นบ้าง อาทิตย์หนึ่งก็อาจจะฟังสัก3-4 วันได้มั้ง”

(ประภาพร ศรีจันทร์, สัมภาษณ์, 30 พฤศจิกายน 2553)

“นานแล้วนะที่ฟังเยสมา ตั้งแต่ 107.5 นู่น พอรู้ว่า 107.5 จะไม่มีแล้ว แรกๆก็เศร้าเหมือนกัน แต่พอมีเอสทาง 93.5 ก็ดีใจใหญ่เลย ยิ่งเป็นดีเจคนเดิมๆมาจัดด้วย ส่วนตัวชอบพี่อภิเดชอะ ชอบน้ำเสียง ถ้าช่วงทำงานเราก็คงไม่ได้ฟัง ดิฉันที่พี่อภิเดชจัดช่วงกลางคืนพอดี ตรงกับที่เราวาง ทันได้ฟังช่วงพี่บ๊องบ้าง แต่จะชอบฟังช่วงกลางคืนมากกว่าคะ”

(บุญธิดา เสวตสมบุญ, สัมภาษณ์, 24 มกราคม 2554)

“ส่วนใหญ่ที่ฟังวันเสาร์-อาทิตย์ เพราะวันปกติไม่ค่อยสะดวก ช่วงหกโมงเย็นถึงสามทุ่มนี่แน่นอนเลยจะพลาดไม่ได้ เพราะชอบเพลงสากล และแนวจัดรายการของผู้จัดดูใจ เพราะเค้ามีความรู้เรื่องเพลงที่เปิดแน่นมาก พอฟังแล้วรู้สึกพักผ่อนไปในตัว แล้วเราก็ได้แลกเปลี่ยนความเห็น ประสบการณ์การฟังเพลงกับเพื่อนๆด้วย”

(ดวงใจ คุณศรีวินิจ, สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2553)

“จริงๆคือมีคนรู้จักที่เยสครับ ก็เลยลองฟังดู อีกอย่างเพราะชอบเพลงแนวนี้ด้วย ถ้านับเป็นเวลาผมไม่แน่ใจ แต่ฟังมาตั้งแต่เริ่มมีเยส 93.5 เวลาที่ฟังแล้วแต่ว่าช่วงไหนที่ขับรถ ผมก็จะเปิดฟังตลอด ส่วนใหญ่จะเป็นเช้า-เย็น ก่อนแล้วก็เลิกงาน เพราะเป็นช่วงที่สะดวก เป็นเพื่อนตอนขับรถด้วย น่าจะฟังเกือบทุกวันนะผมว่า”

(วิเศษ คุณนฤทธิพงษ์, สัมภาษณ์, 13 พฤศจิกายน 2553)

“พี่ฟังตลอดที่ว่างคะ แทบทั้งวันเลย เพราะเรามีกิจการเป็นของตัวเองก็เปิดไว้ใช้อย่างนั้น บางทีลูกไปขายของก็ฟังผ่านๆ จนถึงตอนนี้น่าจะเกือบปีแล้ว เพราะพี่ฟังมาก่อนจะเป็นเยส 93.5 อีกนะ ตั้งแต่เป็นคลื่น 107.5 แต่ถ้าวุ่นไหนไม่ได้เปิดร้าน แล้วไม่มีธุระไปที่ไหน ก็ฟังทั้งวันคะ วันปกติที่เปิดร้านฟังเยสจะน้อยจะเป็นช่วงเย็นๆ เพราะปิดร้านแล้ว”

(มนัสนันท์ คุ่มทวี, สัมภาษณ์, 3 ธันวาคม 2553)

“ฟังทุกวัน แต่เราเน้นเวลาว่างเป็นหลัก เพราะมีงานของครอบครัวที่ต้องรับผิดชอบคือทำ ซาลาเปา เวลาที่ฟังจะเป็นช่วงสายๆ กะกลางวัน ถ้าเป็นเย็นๆบางทีก็ไม่ได้ฟังเพราะต้องไปรับลูกที่ โรงเรียน แล้วถ้าหลังสามทุ่มไปแล้วก็ไม่ฟัง เพราะนอนแล้ว ลูกจ้างที่ร้านเราก็ฟังนะ เพราะเค้า แหละเราเลยรู้จักเอส ที่ฟังก็จะฟังทางเน็ต เพราะชอบคุยกับเพื่อนๆ บางทีก็ไม่ได้เน้นฟังเพลงเท่าไร ชอบคุยมากกว่า ได้เพื่อนเยอะดี”

(ศุภเดช ยิ่งอริยกุล, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2553)

“จำได้ว่าฟังมาตั้งแต่วันที่ 7 กันยายน 52 ตอนนั้นยังอยู่คลื่น 107.5 ฟังมันเกือบทุกวัน ตั้งแต่ เข้าจรวดเย็น ทำงานก็ฟังไปด้วย แต่ที่เน้นจริงๆจะชอบฟังช่วงดีเจที่ชอบมากกว่า ชาวสันตันชั่วโมง ไร้กี้ฟังนะ แต่ถ้าบางทีรู้สึกปวดหูก็จะพักบ้าง เพราะฟังจากมือถือ”

(สุกัญญา จันทรา, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

จะเห็นได้ว่า ความถี่ และช่วงเวลาการรับฟังของผู้ฟังทั้งสองกลุ่มมีความคล้ายคลึงกันใน ส่วนของเรื่องช่วงเวลาว่างจากภารกิจต่างๆ และมีความสะดวกต่อการรับฟังเป็นส่วนใหญ่ ส่วน ระยะเวลาที่รับฟังเอส เรดิโอนั้นแตกต่างกันไป โดยที่ผู้ฟังคนรุ่นเก่าหลายคนติดตามฟังรายการมา ตั้งแต่เมื่อครั้งเอส เรดิโอ FM 107.5 MHz ส่วนผู้ฟังคนรุ่นใหม่ส่วนมากเพิ่งเริ่มติดตามฟังรายการ มาได้เป็นเวลาไม่กี่เดือน

1.3 ช่องทางการรับฟัง และสถานที่การรับฟัง

ตารางที่ 12 : แสดงข้อมูลช่องทางการรับฟังรายการของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม

ช่องทางการรับฟัง	ผู้ฟังคนรุ่นเก่า (25 คน)	ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ (15 คน)
วิทยุบ้าน	11 คน	3 คน
โทรศัพท์มือถือ	9 คน	6 คน
วิทยุในรถ	7 คน	2 คน
อินเทอร์เน็ต	16 คน	10 คน

ตารางที่ 13 : แสดงข้อมูลสถานที่ที่รับฟังรายการของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม

สถานที่การรับฟัง	ผู้ฟังคนรุ่นเก่า (จาก 25 คน)	ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ (จาก 15 คน)
ที่บ้าน	17 คน	10 คน
ที่ทำงาน	10 คน	5 คน
ในรถ	7 คน	3 คน
ที่สถานศึกษา	-	4 คน

หมายเหตุ: จากข้อมูลในตารางทั้งสองนี้ ผู้ฟังสามารถเลือกแสดงความคิดเห็นได้มากกว่า 1

คำตอบ

จากตารางที่ 12 พบว่า ช่องทางการรับฟังของผู้ฟังคนรุ่นใหม่และผู้ฟังคนรุ่นเก่ามีทั้งรับฟังจากทางวิทยุ โทรศัพท์มือถือ วิทยุในรถ และรับฟังทางอินเทอร์เน็ต แต่ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มจะนิยมรับฟังจากทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยการรับฟังจากช่องทางอินเทอร์เน็ตนั้น ผู้ฟังมักรับฟังจากที่บ้านมากกว่าที่ทำงาน จะเห็นได้จากจำนวนผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มที่รับฟังจากทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด (ดูตารางที่ 12 ประกอบ) และสถานที่ที่รับฟังเอส เรดิโอมากที่สุดก็คือ ที่บ้าน (ดูตารางที่ 13 ประกอบ) เนื่องจากที่ทำงานของผู้ฟังบางคนอาจลืกระบบอินเทอร์เน็ตไว้ให้ใช้ได้บางเว็บไซต์เท่านั้น ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นเว็บไซต์ของที่ทำงานเป็นหลัก เป็นผลให้ผู้ฟังจึงรับฟังรายการจากที่ทำงานได้น้อยกว่าที่บ้าน

อย่างไรก็ตาม เมื่อสอบถามผู้ฟังที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำอยู่แล้ว พบว่า หากสามารถเลือกได้ ผู้ฟังส่วนใหญ่เลือกที่จะรับฟังจากทางอินเทอร์เน็ตมากกว่า เนื่องจากไม่ติดปัญหาด้านสัญญาณการรับฟังที่ไม่ชัดเจนและยังสามารถเข้าสนทนาทาง c-box ได้ด้วย แต่ด้วยข้อจำกัดเรื่องสถานที่การทำงาน ทั้งเรื่องสัญญาณและปัญหาถูกลีกระบบไว้ ทำให้ช่วงเวลาที่สะดวกต่อการรับฟังทางอินเทอร์เน็ตของผู้ฟังที่อยู่ในวัยทำงาน จึงมักเป็นช่วงเย็นหลังเลิกงานแล้ว (ดูตารางที่ 10 ประกอบ)

รองจากการรับฟังทางอินเทอร์เน็ต ผู้ฟังจะนิยมรับฟังเอส เรดิโอจากทางโทรศัพท์มือถือ เพราะนอกจากจะรับฟังจากทางวิทยุได้แล้ว โทรศัพท์มือถือของผู้ฟังบางคนยังรองรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตด้วย แต่ก็ยังเป็นเพียงส่วนน้อย มีเพียง 7 คนจาก 40 คน โดยแบ่งเป็นผู้ฟังคนรุ่นใหม่ 4 คน และผู้ฟังคนรุ่นเก่า 3 คน ซึ่งผู้ฟังคนรุ่นเก่าทั้ง 3 คนล้วนอยู่ในวัยไม่เกิน 45 ปี สำหรับเหตุผลที่ผู้ฟังนิยมรับฟังจากทางโทรศัพท์มือถือ ก็เนื่องจากต้องไปทำงานนอกบ้านระหว่างไปทำงานหรือรับฟังขณะทำงาน และผู้ฟังอีกกลุ่มหนึ่งกำลังอยู่ในวัยเรียน ทำให้ผู้ฟังคนรุ่นใหม่มีถึง 4 คนจาก 15 คนที่รับฟังที่สถานศึกษา (มีผู้ฟังคนรุ่นใหม่กำลังศึกษาอยู่ถึงกึ่งหนึ่ง) เพื่อความสะดวกจึงเลือกรับฟังจากโทรศัพท์มือถือทั้งที่รองรับและไม่รองรับการใช้งานอินเทอร์เน็ต

ขณะที่การรับฟังทางวิทยุที่บ้านมาเป็นอันดับ3 แม้จะมีผู้ฟังหลายคนนิยมรับฟังจากทางวิทยุ ซึ่งการรับฟังวิทยุที่บ้านมักเป็นพฤติกรรมมารับฟังของผู้ฟังคนรุ่นเก่ามากกว่า โดยพบว่า ผู้ฟังคนรุ่นเก๋านิยมรับฟังรายการจากทางวิทยุที่บ้านที่อันดับสอง รองจากอินเทอร์เน็ต เนื่องจากผู้ฟังกลุ่มนี้ บางส่วนไม่ต้องทำงานแล้ว มีถึง 5 คนด้วยกัน และอีกกลุ่มหนึ่งก็ทำงานที่บ้านจึงนิยมรับฟังจากทางวิทยุตัวเครื่องไปด้วย ผู้ฟังที่เลือกรับฟังจากทางวิทยุที่บ้านเนื่องจากเห็นว่ามีการใช้งานที่ง่าย ประกอบกับสัญญาณการรับฟังยังคงชัดเจนดี

ช่องทางการรับฟังที่ผู้ฟังนิยมรับฟังน้อยที่สุด ได้แก่ รับฟังจากวิทยุในรถ เนื่องจากผู้ฟังจะใช้เวลาอยู่ในรถในแต่ละวันอาจไม่มากนักเมื่อเทียบกับช่วงเวลาการทำงาน, เวลาเรียน หรือช่วงเวลาอาศัยอยู่ที่บ้าน ทำให้มีสัดส่วนที่น้อยเมื่อเทียบกับการรับฟังจากช่องทางอื่นๆ (ดูตารางที่12 ประกอบ)

“ส่วนใหญ่ผมฟังช่วงเย็นๆระหว่างขับรถรับ ฟังทางวิทยุในรถ ส่วนเรื่อง chat ในห้อง จะเป็นตอนอยู่เวรซะส่วนมาก โดยเฉพาะตอนบ่ายวันอาทิตย์ ช่วงนี้จะรับฟังทางวิทยุไม่ได้ เพราะตัวอาคารบังสัญญาณ แต่บางทีก็ฟังทางเน็ตไม่ได้ด้วยดี เพราะระบบ lan ของโรงพยาบาลจะล็อกไว้”

(นพ. ฉัตรบดินทร์ เจตนะศิลป์, สัมภาษณ์, 28 พฤศจิกายน 2553)

“ฟังที่บ้านเลยจะ ฟังตั้งแต่ตีห้าถึงสองยามเลย เพราะชอบฟังคุณชายจัดรายการ ต้องตื่นมาฟังแต่เช้า เปิดฟังมันทั้งวัน ถึงไม่ฟังก็เปิดแช่ไว้ แต่ช่วงข่าวบางทีก็ปิดเครื่องบ้าง เวลาฟังก็จะฟังจากทั้งวิทยุแล้วก็โทรศัพท์มือถือ มีฟังทางเน็ตบ้าง อันนั้นจะฟังช่วงที่จะแซทเป็นส่วนใหญ่ ตอนค่ำๆ ดึกๆหน่อย”

(พอใจ บุญธรรม, สัมภาษณ์, 6 มกราคม 2554)

“ถ้าจะเอาช่วงเวลา น่าจะประมาณแปดโมงถึงห้าโมงเย็นที่ฟัง เพราะอันส่วนใหญ่ที่ฟังก็จะฟังที่ทำงาน ส่วนมากฟังทางเว็บไซต์ โชคดีหน่อยว่าเจ้านายไม่ได้ล็อกเว็บไว้ อย่างเพื่อนที่จิวบางคนนะโดนล็อกเว็บฟังไม่ได้เลย วิทยุก็ไม่มีสัญญาณ แยกเลย พุดถึงเว็บบางทีก็ฟังไม่ได้เหมือนกันนะ แต่ก็ไม่ค่อยเปลี่ยนไปฟังคลื่นอื่น เพราะชอบเพลงแบบนี้ แต่ที่บ้านนี่อย่าได้หวัง เพราะไม่มีสัญญาณเลย แถวบางบอนอะ”

(ดารณี เปี่ยมพาน, สัมภาษณ์, 15 มกราคม 2554)

“ที่มหาลัยไม่ค่อยได้ฟังอะ ส่วนใหญ่จะฟังที่บ้าน เพราะสะดวกกว่า แต่ก็ฟังไม่เป็นเวลาอยู่ดี น่าจะดีกว่าหน่อย ทำการบ้านไปด้วย ผมจะฟังผ่านเว็บไซต์ เพราะที่บ้านแถวสหราษฎร์ฯ ไม่ค่อยดี ติดๆขัดๆตลอด แล้วอีกอย่างฟังทางเน็ตก็พิมพ์งาน การบ้านไปด้วย ฟังเพลงไปด้วย เพลินๆดี”

(รัชชัย อภินันท์กุลชัย, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2554)

“ผมฟังที่บ้านอย่างเดียวเลยครับ ที่ทำงานไม่ค่อยว่างที่จะฟัง อีกอย่างมันไม่สะดวกด้วยแล้วที่บ้านก็ฟังไม่เป็นเวลา บางทีเหนื่อยมากก็ไม่ได้เปิดวิทยุฟังเลย แต่ก็พอฟังบ้างนะ เพราะมันก็ช่วยผ่อนคลายความเครียดได้เหมือนกัน แต่ไม่เคยเข้าเซทนะครับ แคฟังเฉยๆ เกมเกมอะไรก็ไม่ได้ร่วมเล่นกับเค้า”

(คณิน ภาคจิตต์, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2554)

1.4 รูปแบบการรับฟัง ผู้ฟังบางคนล็อกคลื่นเอส เรดิโอไว้เป็นคลื่นแรก ทุกครั้งที่เปิดฟังเพลงจากสถานีวิทยุ หรือหากเปิดคอมพิวเตอร์เพื่อใช้อินเทอร์เน็ตก็จะเปิดเว็บไซต์ของเอส เรดิโอเป็นเว็บแรกๆ พฤติกรรมการรับฟังประเภทนี้มักเกิดขึ้นในกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นเก่า คือมีจำนวนถึง 17 คน จากทั้งหมด 25 คน ซึ่งผู้ฟังคนรุ่นเก่าเหล่านี้มักเป็นแฟนรายการ ที่มีความจงรักภักดีต่อรายการ ฟังแทบตลอดที่มีเวลาว่าง สำหรับผู้ฟังคนรุ่นใหม่มีเพียงจำนวน 3 คนเท่านั้นที่ล็อกรายการเอส เรดิโอไว้เป็นคลื่นแรก

“เชื้อใหม่ พี่ไม่เคยฟังวิทยุมาก่อนเลย จนรู้ว่ามียุคลื่นที่เปิดเพลงเก่า พี่ก็เลยเปิดฟังดู โห ไซ้เลย เพลงแบบนี้ที่เราเคยฟังตอนหนุ่มๆ พอรู้สึกรักชอบ ก็ล็อกไว้เลย 93.5 เปิดมาเมื่อไรก็ฟังแต่คลื่นนี้ ไม่รู้จะเปลี่ยนไปฟังคลื่นไหนอีก เพราะเอสนี่แหละที่ไซ้ที่เราชอบแล้ว”

(จรรยา ตั้งหลักดี, สัมภาษณ์, 28 พฤศจิกายน 2553)

“ก่อนหน้านี้จะมาเป็นแฟนเพลงของเอส เรดิโอ ก็เคยฟังคลื่นอื่นมาบ้าง ก็ชอบนะ แต่ยังไม่มาก เพราะบางทีเค้าก็เปิดเพลงที่เราไม่ชอบบ้างก็มี แต่พอมารู้จักเอส จนทุกวันนี้ก็ 7 เดือนแล้ว ก็ไม่ได้กลับไปฟังคลื่นเดิมเลย เปิดเน็ตเมื่อไรก็ต้องรีบเปิดมาที่เว็บไซต์ของเอสก่อนเลย เปิดจนคนที่บ้านเค้าต้องฟังไปกับเราด้วย”

(รุ่งโรจน์ โพนคำ, สัมภาษณ์, 9 มกราคม 2554)

“ไม่เคยแม้แต่คิดจะเปลี่ยนคลื่นเลย ตั้งแต่ที่ฟังเฮสมา เพราะชอบเพลงที่ทางคลื่นเปิดก่อนหน้าี่ฟังทางวิทยุ แต่หลังๆมานี้จะฟังทางเน็ตบ่อยกว่าเพราะสัญญาณดีกว่า เฮส เรดิโอเป็นเว็บแรกๆที่ฟังเปิด บางทีใช้เน็ตก็ไม่ได้ทำอะไรเลยนะ ฟังแต่เพลงทั้งวัน”

(รุ่งทิพย์ ศักดิ์กิตติภูมิ, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2554)

“ปกติไม่ใช่คนติดฟังเพลงจากวิทยุนะคะ แต่ถ้าเปิดฟังครั้งไหนก็จะเปิดเฮส เรดิโอเป็นคลื่นแรกตลอด เพราะจะชอบฟังเพลงเก่าๆ กับครอบครัวอย่างคุณพ่อคุณแม่ก็ฟัง บ่อยๆเลยก็จะเป็นช่วงที่นั่งอยู่ในรถด้วยกัน หรือถ้าบางทีหนูไม่เปิดเอง พ่อกับแม่ก็จะบอกให้เปิดให้ฟัง”

(นภััสสรณ์ ปุณยเรืองศักดิ์, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2554)

ผู้วิจัยพบว่า เหตุผลที่ลือกคลื่นเฮส เรดิโอไว้เป็นคลื่นแรก เหตุผลหลักเพราะ ผู้ฟังต้องการฟังเพลงที่ตัวเองชื่นชอบในทันที และชอบรูปแบบการดำเนินรายการของดีเจ

1.5 ขณะรับฟังเฮส เรดิโอ ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มมีเปลี่ยนไปฟังคลื่นบ้าง จากผลการวิจัยพบว่าผู้ฟังคนรุ่นเก่าจำนวน 10 คน จากทั้งหมด 25 คน และผู้ฟังคนรุ่นใหม่จำนวน 7 คน จากทั้งหมด 15 คน ที่เปลี่ยนไปรับฟังคลื่นอื่นบ้างในขณะที่รับฟังเฮส เรดิโอ จะเห็นได้ว่าเมื่อเทียบเป็นสัดส่วนแล้วผู้ฟังคนรุ่นใหม่เปลี่ยนคลื่นมากกว่าผู้ฟังคนรุ่นเก่า ทั้งนี้ผู้ฟังคนรุ่นเก่าที่ไม่เปลี่ยนไปฟังคลื่นอื่นให้เหตุผลว่าคลื่นอื่นๆไม่มีแนวเพลงที่ตนเองรู้สึกถูกใจจริงๆอย่างเฮส เรดิโอ ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่เปลี่ยนไปรับฟังคลื่นอื่นมากกว่า เหตุผลหนึ่งเป็นเพราะ ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ฟังเพลงที่หลากหลายกว่าคนรุ่นเก่า โดยมี 12คนจาก15 คนที่นิยมรับฟังเพลงยอดนิยมวัยรุ่นด้วย

สำหรับสาเหตุอื่นๆที่เปลี่ยนคลื่นนั้นมีทั้งเปลี่ยนเพราะแนวเพลงไม่ถูกใจในบางช่วง นักจัดรายการพูดมากกว่าเปิดเพลง, ช่วงเวลาของข่าว โฆษณา, เปลี่ยนไปฟังรายการวิทยุประเภทอื่น เช่น รายการสภาพการจราจรบนท้องถนนระหว่างขับรถกลับบ้าน รายการรายงานผลแข่งขันฟุตบอล หรือรายการข่าว เป็นต้น

สำหรับคลื่นที่เปลี่ยนไปฟังนั้นมีความหลากหลายต่างกันไป หลักๆได้แก่ คลื่นกรีนเวฟ FM 106.5 MHz, Cool FM 93 fahrenheit , ลูกทุ่งมหานคร FM 95 MHz , จส 100 FM 100.0 MHz ส่วนผู้ฟังคนรุ่นใหม่อาจมีบ้างที่เปลี่ยนไปฟังเพลงที่ตรงกับยุคของตน เช่น คลื่นแพตเรดิโอ FM 104.5 MHz หรืออย่าง Seed FM 97.5 MHz , Chill FM 89.0 MHz เป็นต้น

“ทุกวันนี้ก็ฟังอยู่สองสามคลื่น มีคลื่นประเทศไทยประชาสัมพันธ์ แล้วก็มีเฮส เรดิโอนี้แหละ สลับสับเปลี่ยนกันไปเรื่อย แต่จะเปิดฟังเฮสบ่อยหน่อย เพราะไม่เครียด ฟังได้เรื่อยๆ แต่บาง

ที่อีกก็ต้องเปลี่ยนไปฟังข่าวการเมือง ชาวสังคมบ้างตามสถานการณ์บ้านเมือง แล้วอีกอย่างนะ บางทีคลื่นมันแทรกของเฮส อีก็ไม่อยากฟัง มันติดๆขัดๆ ก็เลยเปลี่ยนไปฟังข่าว ฟังอย่างอื่นบ้าง”

(นารี เชื้อเจริญ, สัมภาษณ์, 3 ธันวาคม 2553)

“มีเปลี่ยนคลื่นบ้างเหมือนกันคะ ก็มีฟังกรีนเวฟบ้าง ,Easy FM บ้าง เหตุผลหรือ บางทีก็อยากเปลี่ยนแนวเพลงบ้าง ฟังที่ร่วมสมัยขึ้นมาดิหนึ่ง หรืออีกทีก็เพราะชอบบิตเจคลื่นอื่น อย่างดีเจอ้อยของกรีนเวฟ ชอบเค้าจัดรายการ”

(มณกานต์ ตริเวก, สัมภาษณ์, 22 มกราคม 2554)

“ถ้าเปิดฟังบ่อยสุดก็จะฟังเฮส เรดิโอคะ แต่บางทีมันก็มีเบื่อๆบ้างอะนะ หนึ่งเลยเพราะเปิดเพลงไม่ถูกใจ สองเพราะเสนอข่าวนานเกินไป คลื่นอื่นเค้าเสนอข่าวสั้นๆ กะทัดรัด แต่ของคลื่นเฮส มีทั้งข่าวในประเทศ โฆษณาค้นอีก ต่อด้วยข่าวต่างประเทศอีก นานมาก แล้วสุดท้ายเพราะดีเจพูดมากกว่าเปิดเพลง บางทีเราก็อยากฟังเพลงมากกว่าไง อีกคลื่นที่จะฟังนอกจากเฮส ก็เป็นคลื่น 93 เพราะเค้าเปิดเพลงต่อเนื่อง”

(จริยา โล่ห์คำ, สัมภาษณ์, 15 มกราคม 2554)

“อย่างที่บอกว่าชอบฟังช่วงพีปอง ที่ฟังเฮส ก็เพราะพีปองเป็นเหตุผลสำคัญเหมือนกัน ก่อนหน้าเคยฟังพีเค้าจัดรายการที่ the shock แล้วชอบ พอรู้ว่าพีเค้าจัดที่เฮสด้วย ก็ตามมาฟัง แต่บางทีแนวเพลง ไม่ใช่ที่เราชอบ ก็มีเปลี่ยนบ้าง ถ้าเป็นช่วงของ the shock ก็จะเปิดฟัง the shock แต่ถ้าไม่ใช่ก็เปิดคลื่นอื่นอย่างพวกกรีนเวฟ หรือซิด เอฟเอ็ม”

(दनัย วงศ์วัฒนชัย, สัมภาษณ์, 22 ธันวาคม 2553)

“ถึงจะชอบเพลงเก่า แต่บางทีก็อยากฟังเพลงแนวอื่นบ้าง ที่ชอบสุดๆคือเพลงลูกทุ่ง แต่ที่เฮสเค้าจะเปิดลูกทุ่งแค่มั้เพลง เพลงลูกทุ่งใหม่ๆก็ไม่เปิด หนูก็เลยต้องเปลี่ยนไปฟังลูกทุ่งมหานคร ลูกทุ่งไทยแลนด์บ้าง แล้วถ้าอยากฟังเพลงเก่าๆก็เปลี่ยนกลับมาฟังเฮสใหม่ วนๆกันไป”

(ประภาพร ศรีจันทร์, สัมภาษณ์, 30 พฤศจิกายน 2553)

“เหตุผลหลักๆที่เปลี่ยนคลื่นเพราะโฆษณาเลยคะ เป็นคนไม่ชอบฟังโฆษณา รู้สึกว่านานด้วย คลื่นที่เปลี่ยนจะเป็น Easy FM กับ Chill FM อันแรกจะเป็นเพลงสากล ส่วนอันหลังจะเป็นเพลงไทยสากลฟังสบายๆ ไม่ใช่เพลงเก่านะ บางทีก็อยากเปลี่ยนอารมณ์เพลงกันบ้าง หรือก็ไม่ก็อยากติดตามข่าว ถ้าอันนี้จะเปลี่ยนไปฟังช่องเนชั่นคะ”

(วิลาลินี กิตติธรรมเชษฐ, สัมภาษณ์, 26 มกราคม 2554)

1.6 . ขณะรับฟังเอส เติโอ ผู้ฟังทั้งคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ได้ทำกิจกรรมอื่นๆ ควบคู่ไปด้วย ผู้ฟังทั้งคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่เกือบทุกคนมักทำกิจกรรมอื่นๆไปด้วย ในขณะที่กำลังรับฟังเอส เติโออยู่ ไม่มีผู้ฟังคนใดที่ฟังเอส เติโอเพียงอย่างเดียวตลอดเวลา ซึ่งกิจกรรมที่ผู้ฟังนิยมทำควบคู่ไปด้วยนั้น ยกตัวอย่างเช่น ทำงานบ้าน, ทำงาน, สนทนากับผู้ฟังคนอื่นทาง c-box , ฟังเอส เติโอระหว่างขับรถ ,รับฟังขณะอ่านหนังสือ หรือแม้แต่วางเล่นเกมกับทางคลื่น

สำหรับผู้ฟังคนรุ่นใหม่มักฟังเอส เติโอไปพร้อมกับการใช้อินเทอร์เน็ตหรือทำงานควบคู่กันไปในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นเก่ามักทำงาน หรือทำงานบ้านไปในขณะเดียวกัน รวมถึงการพูดคุยกับเพื่อนๆชาวเอส เติโอผ่านทาง c-box ในเว็บไซต์ของเอส เติโอ

“ถ้าฟังตอนทำงานก็จะขับรถไปด้วย เพราะมันเป็นหน้าที่เรา แต่ถ้าฟังที่บ้านก็จะแชทกับเพื่อนๆในห้องแชทของเว็บนั้นแหละ หรือไม่บางก็ทำตามชาวเพื่อนๆในเฟซบุ๊กบ้าง กลั้วตักข้าว เผื่อบางที่เค้าจัดกิจกรรมกัน แล้วไม่ได้ไปร่วม มันก็เสียดาย”

(สุรุฒิ ทิพย์เวสาร์ท, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2553)

“ไม่ครับ ไม่ได้ฟังอย่างเดียว ทำงานที่บริษัทไปด้วย หรือถ้ามีเกมอะไรของทางคลื่นที่ผมสนใจ ผมก็จะโทรไปเล่นบ้าง บ่อยเหมือนกัน แล้วก็ส่ง sms ไปทักทายดีใจหรือเพื่อนๆที่ฟังเอสบ้าง อ้อ มีแชทด้วย ก่อนหน้านี้ก็เล่นไม่เป็นหรอก ก็ลองศึกษาวิธีดู เดียวนี้เซียนแล้ว”

(อดิเทพ มหัทธนะสิน, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2553)

“ที่จะฟังเฉพาะเสาร์-อาทิตย์ ช่วง Hello America ถ้าวันธรรมดาไปแล้วแต่อารมณ์ ฟังบ้างไม่ใช่ไม่ฟังเลย ช่วงคุณพิพัฒน์จัดจะเป็นช่วงสายๆ พี่ก็จะทำงานบ้านไปด้วย เพลินดี เพราะเสียงคุณพิพัฒน์ชวนให้หัวเราะตลอด เหมือนมีเพื่อนคุยตอนทำงานบ้าน”

(ทิชัมพร นาวานุเคราะห์, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2553)

“บางทีก็เขียนหนังสือไปด้วย วาดภาพด้วย หรือไม่กินนอนคะ มันขึ้นอยู่กับว่าตอนนั้นอยากทำอะไรมากกว่า แต่ไม่ค่อยจะฟังอย่างเดียว ต้องหาไรทำไปด้วย อย่างช่วงนี้ก็ปีสุดท้ายแล้ว ก็ต้องทั้งเขียนงานแล้วก็เขียนภาพเยอะหน่อย”

(จุฑารัตน์ กอบนวิรักษ์, สัมภาษณ์, 4 ธันวาคม 2553)

“เยอะครับ แต่ส่วนมากจะเป็นเล่นเกม เล่นเน็ต เพราะผมติดเล่นเกม ส่วนเน็ตก็ออนเอ็มทั้งไว้ บางทีก็มีเพื่อนเข้ามาทัก ผมก็ตอบเค้าไป แล้วบางทีก็เคลียร์งานด้วย”

(ศิลาพงษ์ หิรัญวัฒน์, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2554)

จากการวิจัยพบว่า สาเหตุส่วนใหญ่ที่ผู้ฟังเลือกที่จะรับฟังเพลง เรดิโอไปด้วยขณะกำลังทำกิจกรรมอื่น เพราะเพลง เรดิโอทำให้ตนเองคลายเครียดจากกิจกรรมที่กำลังทำอยู่ หรือหากผู้ฟังคนใดอยู่คนเดียวการรับฟังเพลง เรดิโอก็เป็นการช่วยคลายเหงา เปรียบเหมือนมีเพื่อนทำงานไปด้วยกัน

1.7 หลังจากฟังเพลง เรดิโอแล้ว ผู้ฟังได้นำไปบอกต่อยังคนรู้จัก เพื่อน หรือญาติพี่น้อง หรือผู้ที่ชื่นชอบการฟังเพลงประเภทเดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน ซึ่งมักเป็นการแนะนำแก่บุคคลใกล้ชิดของผู้ฟัง

การแนะนำบอกต่อเพลง เรดิโอไปยังผู้อื่นนี้ เกิดขึ้นทั้งในกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นเก่าและผู้ฟังคนรุ่นใหม่ แต่จะเกิดขึ้นในกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นเก่ามากกว่า จากการวิจัย พบว่ามีผู้ฟังคนรุ่นเก่าถึง 22 คน จากทั้งหมด 25 คน ที่แนะนำให้คนรู้จักได้รู้จักเพลง เรดิโอ ในขณะที่มีผู้ฟังคนรุ่นใหม่จำนวน 7 คน จาก 15 คน ที่แนะนำเพลง เรดิโอให้คนอื่นได้รู้จัก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าบุคคลที่อยู่รายล้อมคนในวัยเดียวกันของผู้ฟังคนรุ่นเก่ามีหลายคนที่ชื่นชอบแนวเพลงในลักษณะที่คล้ายกัน คือเพลงเก่า โดยผู้ฟังคนรุ่นเก่าจะแนะนำไปยังเพื่อนๆ เป็นส่วนมาก มีถึง 18 คนจาก 22 คน ส่วนที่เหลืออีก 4 คน ผู้ฟังคนรุ่นเก่าแนะนำเพลง เรดิโอให้กับคุณพ่อคุณแม่ แต่ในกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นใหม่ จะมีเพื่อนๆ คนรู้จักเพียงไม่กี่คนที่นิยมฟังเพลงคล้ายคลึงกัน กล่าวคือ จะชอบฟังเพลงยอดนิยมวัยรุ่นเป็นหลักเสียมากกว่า การแนะนำรายการในกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นใหม่มักเป็นการแนะนำให้กับคนในครอบครัว เช่น พ่อแม่ ลูก ป้า น้า อาจเป็นหลัก เป็นจำนวนถึง 5 คนจาก 15 คน ส่วนการแนะนำในกลุ่มเพื่อนมีเพียง 2 คนจาก 15 คน

การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคลนี้ ถือได้ว่าประสบผลสำเร็จพอสมควร กล่าวคือ ผู้ที่ได้รับการแนะนำหรือบอกต่อจากผู้ฟังที่ฟังเพลง เรดิโออยู่ก่อนแล้ว มักจะลองเปิดฟังดู และมีหลายคนที่ชอบ จนหันมาเปิดฟังเพลง เรดิโอเป็นคลื่นวิทยุคลื่นหลักอีกคลื่นหนึ่งในชีวิตประจำวัน

“มีแนะนำบ้างเหมือนกันคะ คนใกล้ชิดเลย เพื่อนบ้านข้างๆกันเนี่ยแหละ เป็นญาติกันด้วย ก็บอกเค้าไปว่ามีคลื่นวิทยุเปิดเพลงเก่าแบบที่พวกเราชอบฟังกัน ดีใจก็เป็นดีใจสมัยก่อน เค้าก็ลองเปิดดู แล้วก็มาบอกชอบใจ ทุกวันนี้เค้าก็เป็นแฟนรายการไปแล้ว”

(พอใจ บุญธรรม, สัมภาษณ์, 6 มกราคม 2554)

“จริงๆผมไม่ได้ตั้งใจที่จะแนะนำเค้าตรงๆ เพียงแต่พอเราเปิดฟังที่บ้าน แล้วหลานเค้าก็เลยได้ฟังไปด้วย เค้าก็ถามเราว่าคลื่นนี้เปิดเพลงแบบนี้ตลอดเลยหรือ แล้วคลื่นอะไร เสร็จเค้าก็ไปเปิดฟังของเค้าเอง ผมว่าบางทีการที่เค้าได้ฟังเพลงแบบนี้มาตั้งแต่เด็ก ก็เลยอาจเป็นการปลูกฝังจนเกิดเป็นความชอบส่วนตัว”

(วินัย อมตพันธ์, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2553)

“คือปกติก็ตัดเสื่อไปก็เปิดฟังเฮส เรดิโอไป พอลูกค้าได้ยิน ตอนแรกๆเค้าก็คิดว่านี่เปิดเทป เค้าก็ถามว่าอัลบั้มอะไรเพราะดี อีก็บอกไม่ใช่ นี่เปิดวิทยุ เค้าก็เลยถามว่าคลื่นอะไร เราก็บอกไปว่า เฮส เรดิโอ 93.5 พอวันต่อมาลูกค้าก็มาคุยใหญ่ว่าเปิดฟังแล้วชอบ พูดถึงดีเจคนนั้นคนนี้ให้ฟัง แล้วเค้าก็ขอบคุณ”

(นารี เชื้อเจริญ, สัมภาษณ์, 3 ธันวาคม 2553)

“ส่วนตัวคิดว่าเพลงแบบนี้ยังมีอีกหลายคนที่ไม่รู้ แต่เค้าน่าจะชอบ ฟีกี่เลยใช้วิธีส่งอีเมลล์ไปบอกยังคนรู้จักที่ชอบฟังเพลงคล้ายๆกัน แล้วให้เค้าฟอร์เวิร์ดต่ออีกที มีกระแสเสียงตอบกลับมา ด้วยนะว่าชอบ ชอบคุณมาก จะเป็นในทำนองนี้กันเยอะ เราก็ดีใจที่มีคนฟังเพลงแบบที่เราชอบ อีกอย่างทางคลื่นเค้าจะได้อยู่ได้นานๆ เพราะมีคนฟังกันเยอะขึ้น”

(ดวงใจ คุณศรีวิจิ, สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2553)

“ที่บ้านจะชอบฟังเพลงเก่ากันเกือบทุกคน เพราะพ่อกับแม่จะชอบเปิดให้ฟังตั้งแต่เรายังเล็ก โดยเฉพาะเพลงลูกทุ่งนี่อยู่ในสายเลือดเลย แต่เค้าจะฟังเพลงจากเทปกัน หรือไม่ก็แผ่นเสียง ซึ่งเดี๋ยวนี้ก็ไม่ค่อยได้เปิดแล้ว พอเรารู้ว่ามีคลื่นวิทยุเปิดเพลงเก่า เราก็รีบบอกต่อพ่อเลย พอพ่อเปิดแม่ก็ฟังตาม จนเดี๋ยวนี้ก็จะกลายเป็นสมาชิกครอบครัวเฮส เรดิโอแล้ว”

(ศศิขานันท์ ปานแก้ว, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2553)

“ก่อนจะมาฟังเฮส เราฟังกรีนเวฟมาก่อน ชอบเพลงแนวๆนี้ เพลงเก่าๆ ฟังสบาย กรีนเวฟก็ใช้นะ แต่บางทีเราก็อยากฟังเพลงลูกกรุง ลูกทุ่งบ้าง แต่เค้าไม่เปิดไง แต่ที่เฮสนี้มี พอฟังไปได้สักพัก ก็นึกถึงพี่สาว แต่เค้าจะอยู่ต่างจังหวัด เราก็แนะนำเค้าไปว่ามีคลื่นเพลงเก่าของกรุงเทพฯ แต่ฟังทางอินเทอร์เน็ตได้ทางเว็บนี้ละ เค้าก็ไปเปิดฟังดู ตอนแรกๆก็ใช้เน็ตไม่ค่อยเป็น ต้องสอนว่าใช้ยังไง แต่ตอนนี้โอเค คล่องแล้ว”

(ดวงพร ปทุมรัตน์, สัมภาษณ์, 7 พฤศจิกายน 2553)

1.8 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ฟังกับนักจัดรายการจากการพูดคุยทาง c-box และ facebook สำหรับการรับฟังรายการเอส เรดิโอ ผู้ฟังสามารถรับฟังได้ 2 ช่องทางด้วยกัน คือ ทางวิทยุ (FM 93.5 HD1) และทางอินเทอร์เน็ต(เว็บไซต์รายการ www.yesradiothai.com) ซึ่งในส่วนของการรับฟังทางออนไลน์นี้เองที่เป็นที่มาของการสื่อสารกันระหว่างผู้ฟังกับผู้ฟัง และผู้ฟังกับนักจัดรายการทาง chat room หรือ c-box อีกทั้งยังเป็นผลให้ผู้ฟังคนรุ่นเก่าจำนวน 6 คนจาก 25 คน ได้พัฒนาทักษะทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารหลากหลายประเภทให้แก่ตัวเองในอีกทางหนึ่งด้วย กล่าวคือ นอกเหนือจากทางเว็บไซต์ของทางรายการแล้ว เอส เรดิโอยังมีเฟซบุ๊กของตัวเอง เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารอีกประเภทหนึ่งที่ประกาศเรื่องราวความเคลื่อนไหวของข้อมูลต่างๆอันเกี่ยวกับทางสถานีให้ผู้ฟังรายการได้ทราบ

สำหรับการใช้ชื่อแทนตนเองของผู้ฟังในการเข้าร่วมสนทนาทาง chat room มีทั้งที่ใช้ชื่อจริงและนามแฝง ในส่วนของนามแฝงนั้น ผู้ฟังมักต้องการจะสื่อสารความเป็นตัวตน บุคลิก ลักษณะนิสัยผ่านทางชื่อที่ตนเองตั้งไว้ด้วย เช่น ผู้ฟังที่ใช้ชื่อว่า The Kop Noi ก็บอกให้รู้ชัดๆว่าตัวเองเป็นแฟนบอลทีมิลิเวอร์พูล หรือแม้กระทั่งการให้ความสำคัญกับครอบครัว อย่างเช่น ผู้ฟังที่ชื่อของลูกมาเป็นส่วนหนึ่งในชื่อของตัวเองด้วย เช่น คุณแม่น้องอ้อ,คุณแม่เป็รียวหวาน เป็นต้น หรือผู้ฟังบางกลุ่มก็จะนำชื่อเพลง ชื่อการ์ตูน ชื่อภาพยนตร์ในสมัยก่อนมาตั้งเป็นชื่อเรียกแทนตัวเอง อาจเป็นการสื่อว่าชื่นชอบหรือประทับใจภาพยนตร์ การ์ตูนหรือเพลงดังกล่าว อีกทั้งยังสามารถนำมาเป็นหัวข้อในการสนทนาดังกล่าวได้ด้วย

ในส่วนของช่วงเวลา ผู้ฟังมักนิยมเข้ามาพูดคุยกันในช่วงของดีเจจักรกฤษ ศิลปชัย (จันทร์-ศุกร์ เวลา 09.00-12.00น.), ดีเจอัศวพล ปิ่นสุวรรณ (จันทร์-ศุกร์ เวลา 15.00-18.00น.) และช่วงของดีเจอภิเดช มหัตพงษ์ (จันทร์-ศุกร์ เวลา 21.00-24.00น.) เนื่องด้วยเรื่องของช่วงเวลาเป็นสำคัญประกอบกับเป็นช่วงของดีเจที่ผู้ฟังชื่นชอบกันมาก

ด้านการสื่อสารทาง facebook ก็เป็นอีกช่องทางการสื่อสารหนึ่งที่กำลังเป็นที่นิยมมากในปัจจุบัน เอส เรดิโอจึงได้สร้างลิงค์สำหรับให้ผู้ฟังสามารถเข้าไปร่วมเป็นหนึ่งในสมาชิกของเอส เรดิโอทางเฟซบุ๊กในหน้าเว็บเพจ ของทางเว็บไซต์รายการ ข้อดีของการสมัครเป็นสมาชิกทางเฟซบุ๊กคือ ทำให้สามารถติดต่อสื่อสารกับผู้ฟังคนอื่น รวมทั้งนักจัดรายการได้อีกจำนวนมาก อีกทั้งยังสามารถทราบข่าวความเป็นไปของทั้งผู้ฟัง นักจัดรายการ และของทางรายการเอส เรดิโอได้อีกด้วย จนกลายเป็นอีกช่องทางการสื่อสารระหว่างผู้ฟังกับผู้ฟังและผู้ฟังกับนักจัดรายการที่นิยมแลกเปลี่ยนความเห็นร่วมกัน

ในส่วนของ การเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารอันหลากหลายนี้ มักเกิดขึ้นในกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นเก่า กล่าวคือ มีผู้ฟังคนรุ่นเก่าจำนวน 17 คน จาก 25 คน ที่เป็นเพื่อนทางเฟซบุ๊กกับ

เอสเรดิโอ ทั้งนี้มีผู้ฟังคนรุ่นเก่า ถึง 6 คนจาก 25 คน ที่สมัครเฟซบุ๊ก โดยมีผลสืบเนื่องมาจากการรับฟังเอส เรดิโอ แล้วทำให้อยากสมัครเป็นสมาชิกเฟซบุ๊กของทางคลื่น เพื่อไว้ติดต่อสื่อสารกับดีเจและผู้ฟังคนอื่นๆ ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะมีเฟซบุ๊กเป็นของตัวเองอยู่ก่อนแล้ว และมีส่วนน้อยที่สมัครเป็นเพื่อนกับเอส เรดิโอ คือ จากจำนวนผู้ฟังคนรุ่นใหม่ทั้งหมด 15 คน มีเพียง 4 คน เท่านั้นที่เป็นเพื่อนกับเอส เรดิโอ แต่มีจำนวนผู้ฟังถึง 14 คน จาก 15 คนที่มีเฟซบุ๊กเป็นของตัวเอง แสดงให้เห็นว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่จำนวนหลายคนที่รับฟังเอส เรดิโอ และมีเฟซบุ๊กของตนเอง แต่ไม่ได้ร่วมสมัครเป็นเพื่อนกับทางคลื่น เป็นเพียงการรับฟัง โดยไม่ได้ร่วมมีปฏิสัมพันธ์การสนทนากับผู้ฟังคนอื่นๆ

นอกจากนี้ผู้ฟังคนรุ่นเก่ายังนิยมเข้าไปแสดงความคิดเห็นในเฟซบุ๊กของนักจัดรายการอีกด้วย โดยเฉพาะของคุณจักรกฤษ ศิลปชัย เนื่องจากในเฟซบุ๊กของคุณจักรกฤษนั้นไม่เพียงแต่จะบอกเล่าชีวิตประจำวันในแต่ละวันเท่านั้น หากแต่ยังมีบทกลอนหรือแง่คิดดีๆ ในการดำเนินชีวิตมาโพสต์อยู่บ่อยครั้งด้วย ผู้ฟังจึงมักเข้าไปติดตามอ่านเฟซบุ๊กของคุณจักรกฤษอยู่เป็นประจำ ซึ่งนอกจากจะเข้าไปอ่านแล้ว ผู้ฟังบางคนยังได้โพสต์ข้อความแสดงความคิดเห็นของตนเองด้วย หรือบางครั้งหากนักจัดรายการท่านใดไม่สบาย ผู้ฟังก็จะเข้าไปให้กำลังใจ ให้หายป่วยไวๆ กลับมาจัดรายการได้ดังเดิม

“จะฟังทางเน็ต เพราะชอบคุยกับเพื่อนๆ บางทีก็ไม่ได้เน้นฟังเพลงเท่าไร ชอบคุยมากกว่าได้เพื่อนเยอะดี ชอบชวนคุยเรื่องกิน บางทีก็เล่าให้เพื่อนๆ ฟังถึงขนมที่เราทำเอง เพื่อนๆ เค้าก็จะสนใจ แล้วก็พวกสัพเพเหระทั่วไป แต่ไอ้พวกวิธีใช้เน็ตทั้งหลายเนี่ย เราไม่ค่อยรู้เรื่อง ก็ต้องถามลูกบ้าง ถามเพื่อนบ้าง บางอย่างเค้าอธิบายมาเราก็ไม่เข้าใจ ต้องลองหลายครั้งกว่าจะทำได้”

(ศุภเดช ยิ่งอริยกุล, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2553)

“เอสนี่ฟัง all day เลยคะ ฟังทุกทางด้วย แต่ไม่ค่อยได้เข้า c-box เพราะไม่รู้จะคุยอะไร ถ้าเข้าจะเป็นทางเฟซบุ๊กมากกว่า บางทีก็แอบเข้าไปอ่านข้อความเพื่อนๆ ที่โพสต์นั่นนี่ โพสต์รูปไปเที่ยวบ้าง แล้วก็ตามไปเมนต์ อย่างตอนที่ไปทริปหัวหินกับเพื่อนที่เอส ก็เข้าไปดูรูปจากเฟซคนอื่นๆ หรืออย่างบางทีก็เข้าไปดูเฟซพี่อ้อด พี่เค้าจะมีกลอนเด็ดๆ มาลงประจำ อ่านไปได้คิดไป มีไรดีดีตลอด แล้วไม่ใช่แค่นั้นนะ มีต่อกลอนกันด้วย พี่อ้อดเค้าจะเว้นวรรคสุดท้ายไว้ ให้ใครก็ได้ไปโพสต์ให้จบบทไรๆ พี่ก็มีต่อบ้างประปราย”

(ดวงหทัย น่วมเปี่ยม, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2554)

“ถ้าว่างพีจะเข้า c-box ตลอด บางทีก็ออนไลน์ไฉ่ๆ แต่ส่วนใหญ่จะคุย มีขอพวงขอเพลงทาง c-box ด้วย เพลงไหนที่จังหวะมันๆ พีก็แอบเดินตามบ้าง แต่ก่อนนะ ดิดเน็ตก็แค่มีไว้อ่านข่าวสาร แต่เดี๋ยวนีมีไว้แชทแล้ว บางทีเราอยู่บ้านก็ไม่รู้จะทำไร เลยหาเพื่อนคุยในเอสเนียแหละ เฟซบุ๊กก็เล่นด้วย รู้จักเพราะมาฟังเอส ถึงได้รู้ว่าเค้าฮิตกัน ไว้ติดต่อกะเพื่อนๆ ในแกงค์ด้วย แล้วพีเนจะชอบเรียกพี้ออดว่าก่งตลอด พี้ออดก็ใจดี ใครชวนไรก็ไม่เคยว่า พีว่ามิเฟซไว้ก็ดีนะ ได้รู้ข่าวคราวของคนที่เรารู้จัก คอยไถ่ถามสารทุกข์ เจ็บป่วยหรือมีปัญหอะไรก็ให้กำลังใจกัน”

(วริยา สุฉันทบุตร, สัมภาษณ์, 9 มกราคม 2554)

“คือผมจะฟังเอสได้แค่ทางเว็บอย่างเดียว เพราะอยู่ต่างจังหวัด แต่พูดถึงฟังทางเว็บก็ดีนะ นอกจากฟังเอส ผมก็เปิดเว็บดูอย่างอื่นไปด้วยในเวลาเดียวกัน อยู่หน้าจอทีเดียวแต่ทำอะไรได้ครบเลย อีกรายชอบตรงที่เอส มี c-box ด้วย มันทำให้เราได้คุยกับคนคอเดียวกัน อย่างผมเองจะใช้ชื่อว่าจันเสียง รู้สึกว่าชื่อนี้มันเข้ากับเราดี แต่กว่าจะได้ออนก็ปาเข้าไปหลังสามทุ่มแล้ว เพราะต้องเคลียร์งานก่อนทั้งของที่บ้านแล้วก็ทำงาน”

(รุ่งโรจน์ โพนคำ, สัมภาษณ์, 9 มกราคม 2554)

“เคยสมัครเป็นสมาชิกใน c-box แล้วครับ แต่ปัญหาผมคือไม่รู้จะคุยไร ไม่มีเพื่อนวัยเดียวกันด้วยที่ออนไลน์อยู่ หลังๆ มากี่เลยไม่ได้ออนแล้ว แต่เฟซบุ๊กของเอสนี่ไม่ได้เป็นเพื่อนด้วยเลย คือมันดูที่เค้าโพสต์ได้ไง โดยที่ไม่ต้องแอดเป็นเพื่อน ก็มีเข้าไปดูเรื่องที่อัปเดตบ้างครับ แต่ไม่บ่อย”

(พร้อมศักดิ์ อมตพันธ์, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2553)

“ไม่เคยเข้าห้องแชทของเอสเลย คือเราไม่ได้อยากคุยอะคะ แต่รู้สึกว่าจะอยากฟังเพลงอย่างเดียว แต่เฟซบุ๊กของเอสนี่แอดไป เพราะอยากรู้ข่าวสารของทางสถานีบ้าง เผื่อมีคอนเสิร์ตหรืออะไรที่น่าสนใจ เราก็จะได้รู้ด้วย”

(บุญธิดา เสวตสมบุญ, สัมภาษณ์, 24 มกราคม 2554)

“แต่ก่อนจะออนวันจันทร์ครับ แต่ตอนนี้ย้ายมาออนอังคารบ้างแล้ว มันแล้วแต่เวลาว่างของที่ทำงานด้วย เรื่องที่คุยจะเป็นเรื่องเพลงซะส่วนใหญ่ครับ”

(จุมพล หิรัญยานนท์, สัมภาษณ์, 15 ธันวาคม 2553)

1.9 การมีส่วนร่วมของผู้ฟัง การส่ง sms ถือเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมของทางรายการที่ดีเฝ้าให้ความสำคัญในส่วนนี้มาก คือ ดีเจจะกล่าวทักทายผู้ฟังทาง sms อยู่เสมอ เกือบจะทุกเบรก (ใน 1 ชั่วโมง มี 4 เบรก) สำหรับรูปแบบการส่ง sms จะมีทั้งทักทายนักจัดรายการ, ผู้ฟังชาวเอส เรดิโอด้วยกัน หรือบางครั้งอาจเป็นการส่งข้อความแสดงความคิดเห็นในกรณีที่นักจัดรายการตั้งประเด็นโต้ขึ้นมา เพื่อให้ผู้ฟังได้บอกเล่าเข้ามาในรายการ รวมถึงการร่วมเล่นเกม และส่ง sms เพื่อยืนยันว่าตนเองเป็นผู้หนึ่งที่ติดตามรับฟังเอส เรดิโอ โดยพิมพ์ yes ชื่อ รหัสไปรษณีย์ ในกลุ่มผู้ฟังมีทั้งผู้ฟังที่สมัครและไม่ได้ทำการสมัครด้วยวิธีดังกล่าว ทั้งนี้ พบว่ามีผู้ฟังคนรุ่นใหม่ที่ไม่ได้สมัครด้วยวิธีดังกล่าวเพียง 1 คน จากจำนวนทั้งสิ้น 15 คน ทั้งนี้ พบว่า ผู้ฟังที่ร่วมลงทะเบียนชื่อกับทางสถานี มีทั้งผู้ฟังที่ร่วมเล่นเกม, ขอเพลงจากทางรายการ และส่งข้อความมาทักทายนักจัดรายการและผู้ฟัง “ชาวเอส” ด้วยกัน

จากการวิจัยพบว่า ผู้ฟังที่เป็นแฟนรายการของนักจัดรายการคนใด ก็มักจะส่ง sms เข้ามาทักทายในช่วงนั้นอยู่บ่อยครั้ง จากที่กล่าวมาแสดงให้เห็นว่ายังมีผู้ฟังอีกจำนวนหลายคนที่ไม่ได้เปิดเผยตนเองว่าเป็นหนึ่งในผู้ฟังเอส เรดิโอ สำหรับกรณีศึกษาในครั้งนี้มีผู้ฟังทั้งหมดจำนวน 25 คน จาก 40 คนที่ไม่ได้ร่วมลงทะเบียนชื่อสมัครเป็นสมาชิกกับทางเอส เรดิโอ (ข้อมูลในเดือน มกราคม 2554 พบว่า มีผู้ฟังที่ลงทะเบียนชื่อมาทาง sms เป็นจำนวนประมาณ 30,000 คน)

จะเห็นได้ว่า รูปแบบพฤติกรรมกรับฟังในกรณีนี้จะเกิดขึ้นในกลุ่มคนรุ่นใหม่เป็นหลัก ส่วนในกลุ่มคนฟังคนรุ่นใหม่มีเพียง 1 คนเท่านั้นที่ร่วมส่ง sms และเป็นไปในลักษณะเพื่อขอเพลงจากทางรายการ

“มีขอเพลงทาง sms บ้างครับ บางอารมณ์ผมก็อยากฟังเพลงที่ผมชอบบ้าง จะขอเพลงแบบพวกฟังสบายๆ จังหวะช้าๆ ขอเพลงของศรัณย่าเป็นพิเศษ ที่ซอๆไป ฟีดเจก็มีเปิดให้บ้าง แต่บางทีมันก็แล้วแต่อารมณ์เพลงที่ทางรายการเปิดด้วย บางทีเค้าเปิดเพลงก็ๆกันอยู่ ถ้าขอเพลงช้าไปก็ไม่ค่อยเปิดให้”

(จุมพล หิรัญยานนท์, สัมภาษณ์, 15 ธันวาคม 2553)

“ถ้าเป็น sms นี้ผมจะส่งบ่อยมากครับ บางทีก็ส่งไปทักทายผู้จัดรายการเฉยๆ ไม่ได้ต้องการจะขอเพลงหรือว่าอะไร เหมือนบอกกรายๆว่าเราฟังเค้าจัดอยู่นะ แล้วพวกเล่นเกมก็เล่นด้วย เล่นประจำเลย ถูกบ้างไม่ถูกบ้างไม่เป็นไรครับ ไม่ซีเรียส”

(อติเทพ มหัทธนะสิน, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2553)

“จะออกแนวแซวดีเจซะมากกว่าsms ที่ส่งไปอะ รู้สึกว่าพี่ๆที่คลื่นนี้น่ารักกันทุกคน น่าโดน แกล้งจากผู้ฟังอย่างพวกเรา มีเล่นเกมนิดๆหน่อยๆ อันไหนถูกใจก็เล่น จะเป็นแนวชิงบัตรอะไรก็ ถ้าเป็นช่วงพี้อัดจัด เค้าจะชอบมีตั้งหัวข้ออะไรขึ้นมาในแต่ละวัน แล้วก็ให้คนฟังส่งsms ไปว่ารู้สึก ยังไง บางทีก็เป็นแนวให้กำลังใจ หรือถามความเห็นจากเราๆ”

(ชญาดา คำรักระโทก, สัมภาษณ์, 26 ธันวาคม 2553)

“เน้นส่งsms ทักทายพี่ๆดีเจ มีแซวบ้าง โดยเฉพาะช่วงพี้อัด จักรกฤษ คนนี้จะโดนเยาะ หรือถ้าไม่ใช่ทักทายก็จะประมาณว่ารายงานสถานการณ์บางอย่าง ฝนกำลังตกหนักที่ไหนอะไรก็ ว่าไป หรือบอกว่ายังฟังรายการอยู่ ถ้าเป็นเพลงจะไม่ค่อยขอค่ะ เกมก็เล่นบ้าง แต่ไม่เยาะ”

(สกวเดือน จันชนะกิจ, สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2553)

“พี่เป็นแฟนตัวยงช่วงเกมเลยนะ เกมไหนพี่ไม่เคยเล่น เกมนั้นยังไม่สนุกพอ จะชอบมาก เกมตำนานหนังในดวงใจที่ชิงรางวัลดีวีดีหนัง หมุดตังกะค่าsms ไปเยาะเหมือนกัน แต่ยังไม่สู้ Hello America ของพี่พิพัฒน์ อันนี้กระหน่ำส่งเลย เพราะบางทีพวกเพื่อนๆมาแซวเราผ่านรายการ เราก็ต้องมีแก้ล้ากลับไปบ้าง”

(วริยา สุฉันทบุตร, สัมภาษณ์, 9 มกราคม 2554)

1.10 ผลที่ตามมาจากการฟังเพลงทางเอส เรดิโอ มีทั้งในส่วนของการเล่นดนตรี และ ได้รับความรู้ใหม่ ทั้งนี้นอกจากผู้ฟังจะได้ทราบถึงรายละเอียดเรื่องเพลงจากทางรายการเอส เรดิโอ แล้ว ยังเป็นการจุดประกายให้ผู้ฟังอยากทราบถึงข้อมูลอื่นๆที่เกี่ยวกับเพลงที่ตนเองสนใจด้วย กล่าวคือ หลังจากได้รับฟังเพลงที่เปิดทางรายการเอส เรดิโอแล้วชื่นชอบ ทำให้ผู้ฟังบางคนต้องตามหาคอร์ดหรือโน้ตดนตรีเพลงเก่าๆทั้งเพลงไทย และเพลงสากลมาหัดเล่นด้วยตัวเอง ทั้งจาก อินเทอร์เน็ตและหนังสือเพลงต่างๆ รวมทั้งการรับฟังรายการยังทำให้ผู้ฟังได้รู้จักสื่อประเภทอื่นๆที่น่าสนใจเพิ่มขึ้นด้วย เช่น รายการทางโทรทัศน์ รวมไปถึงความรู้ต่างๆที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ด้วย

“เวลาอยู่บ้าน ว่างจากงาน หรือเบื่อๆผมจะชอบเล่นดนตรี พวกกีตาร์, อีเล็กโทรน ตีกลอง บางทีก็อาจจะไปซ้อมบ้านเพื่อน เพราะมีวงของตัวเอง แล้ววงเราก็เล่นเพลงหลากหลายไม่ได้เล่น

เฉพาะเพลงวัยรุ่นอย่างเดียว พอฟังเพลงก็ารู้จักเพลงเก่าๆเยอะ ก็ลองหาคอร์ด หาโน้ตมาเล่น หรือ บางทีก็อาจจะเอาเพลงเก่าแต่มาทำดนตรีcoverใหม่ เพื่อนในวงก็ชอบกันนะฮะ”

(ธัชชัย อภินันทกุลชัย, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2554)

“เราว่าฟังเพลง นอกจากจะได้ฟังเพลงเก่าเพราะๆแล้ว บางทีก็ได้อะไรมากกว่านั้น ที่จำได้ คือ ช่วงของพีต่าย ชาลุมาศ พีเค่าเล่าเรื่องราวการโทรทัศน์รายการหนึ่งชื่อ “หนึ่งพาไป” มันน่าสนใจ ตรงที่รายการนี้ใช้น้อยในการเดินทาง พักก็พักแบบไม่เปลือง ดูแบคแพคดี เป็นแรงบันดาลใจให้เราอยากไปบ้าง เหมือนเติมประสบการณ์ใหม่ๆให้กับผู้ฟัง เค้าอินเทรนด์ดีนะ ไม่ได้เล่าเรื่องเฉพาะ ในวงการเพลง แต่ถ้ามีรายการหรืออะไรที่น่าสนใจ เค้าก็จะหยิบมาพูดถึง คนฟังก็รู้ไปด้วย อีกอย่างคงเพราะพีต่ายกับเราวัยไม่ห่างกันมาก อาจจะชอบอะไรคล้ายๆกัน”

(เมธิตา สัสดี, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

“อยากจะบอกว่าการอกจากทำงานที่บริษัทแล้ว ตัวพีเองยังเป็นนักร้องด้วย ร้องเพลงตามผับ แล้วก็ชอบเอาเพลงเก่ามาร้องใหม่ ทำแนวบอสซ่าบ้าง อะคูสติคบ้าง ทำมาตั้งแต่กระแสเรโทรยังไม่ฮิตเท่าปัจจุบัน แต่จะเน้นชายวัยรุ่นที่เกิดไม่ทันมากกว่า คือ ตอนยังไม่มีเอส เรดิโอ พีก็รู้จักเพลง บ้างจำนวนหนึ่งก็เยอะนะ แต่พอได้ฟังเพลง ก็ยิ่งรู้จักเพลงเก่าๆเยอะขึ้นอีก อีกอย่างชอบตรงที่เอสมีช่วง retro cover ทำให้ได้รู้จักเพลงที่เอามาทำใหม่เพิ่ม คือถ้าช่วงไหนเป็นช่วง retro cover จะยิ่งตั้งใจฟังเป็นพิเศษ เพื่อเอาไปร้องด้วย แต่บางทีเพลงเก่าก็มีเสน่ห์กว่า ไม่งั้นจะมีคนเอามาทำ cover หลายครั้งทำไม จริงไหม”

(ดวงหทัย น่วมเปี่ยม, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2554)

นอกจากนี้ ผลจากการวิจัยยังพบว่า ผู้ฟังที่รับฟังเพลงทางเว็บไซต์ของทางสถานี มีทั้งผู้ฟังที่เคยใช้อินเทอร์เน็ตมาก่อนและต้องเรียนรู้การใช้อินเทอร์เน็ตภายหลังจากได้รับฟังเอส เรดิโอแล้ว โดยมักจะเป็นผู้ฟังคนรุ่นเก่า ถือเป็นการเรียนรู้เทคโนโลยีเพิ่มเติมแก่ตัวผู้ฟังเอง เนื่องจากผู้ฟังต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟังคนอื่นๆ และกับนักจัดรายการวิทยุ ทั้งในส่วนของ c-box และ facebook นอกเหนือจากนี้ผู้ฟังยังได้เรียนรู้การรับ-ส่งอีเมลล์เพิ่มเติม เพื่อใช้ติดต่อกับเพื่อนๆชาวเอส เรดิโอด้วย

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มด้านการใช้อินเทอร์เน็ตและร่วมสนทนาใน chat room ในรูปแบบของตาราง ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 14 : แสดงข้อมูลของผู้ฟังทั้งสองกลุ่มกับการใช้อินเทอร์เน็ตและร่วมสนทนาใน c-box

ผู้ฟัง/จำนวน	เคยใช้อินเทอร์เน็ตมาก่อนที่จะฟังเยสเรดิโอ	ร่วมสนทนาทาง chat room ในเว็บไซต์ของเยสเรดิโอ	จำนวนผู้ฟังที่ใช้โปรแกรมสนทนาเฟซบุ๊ก	เป็นเพื่อนกับเยสเรดิโอทางเฟซบุ๊ก
คนรุ่นเก่า(35 ปีขึ้นไป) 25 คน	15	14	17	17
คนรุ่นใหม่(15-25 ปี) 15 คน	14	2	14	4

จากตารางที่ 14 จะเห็นได้ว่ามีความแตกต่างอย่างชัดเจนระหว่างผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม ด้านการใช้อินเทอร์เน็ตกับการมีปฏิสัมพันธ์กับรายการเยส เรดิโอ คือ ผู้ฟังคนรุ่นเก่าจำนวนถึง 17 คน จากทั้งหมด 25 คนที่เป็นเพื่อนกับเยส เรดิโอทางเฟซบุ๊ก (facebook) และมีผู้ฟังคนรุ่นเก่าจำนวน 14 คน ที่ร่วมพูดคุยทาง chat room หรือ c-box ในเว็บไซต์ของเยส เรดิโอ ในจำนวนนี้มีผู้ที่ไม่เคยใช้อินเทอร์เน็ตมาก่อนและต้องเรียนรู้ภายหลังเมื่อได้รับฟังเยส เรดิโอแล้วเป็นจำนวน 6 คน แต่สำหรับผู้ฟังคนรุ่นใหม่ไม่มีปัญหาด้านการเรียนรู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มเติม ในกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นใหม่มีเฟซบุ๊กเป็นของตัวเองถึง 14 คนจากจำนวนทั้งหมด 15 คน ส่วนอีก 1 คนที่เหลือไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ต แต่ใช้วิธีรับฟังเยส เรดิโอทางวิทยุ ซึ่งในจำนวน 14 คนนี้ มีเพียง 4 คนที่เป็นเพื่อนกับเยส เรดิโอทางเฟซบุ๊ก และมีเพียง 2 คนที่ร่วมสนทนากับผู้ฟังคนอื่นๆทาง chat room

กล่าวได้ว่า รูปแบบการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม ไม่ได้มีแบบแผนที่ตรงกันนัก เห็นได้จาก จำนวนผู้ฟังคนรุ่นเก่าที่เคยใช้อินเทอร์เน็ตมาก่อนหากเทียบเป็นสัดส่วนกับผู้ฟังคนรุ่นใหม่แล้วจะมีน้อยกว่า คือ ผู้ฟังคนรุ่นเก่ามีสัดส่วนประมาณ 2 ใน 5 แต่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ เกือบจะ 100 % แต่กลับกันการใช้อินเทอร์เน็ตในการติดต่อของผู้ฟังคนรุ่นเก่าที่มีต่อรายการเยส เรดิโอกลับมีมากกว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่ แสดงให้เห็นว่า ผู้ฟังคนรุ่นเก่ามีความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสนทนากับชาวเยสด้วยกันสูง นอกเหนือจากนี้ก็ยังทำงานควบคู่กันไปด้วย แต่สำหรับผู้ฟังคนรุ่นใหม่ไม่มีความต้องการในส่วนนี้ การใช้อินเทอร์เน็ตจะเป็นไปในลักษณะเพื่อการทำงานหรือกิจกรรมอื่นเป็นหลัก ทั้งนี้ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ให้ความเห็นว่านิยมรับฟังเพลงจากทางรายการเป็นหลัก แต่ไม่ต้องการจะเข้าร่วมแชทกับผู้ฟังคนอื่นๆ เนื่องจากผู้ฟังที่ร่วมแชทไม่ใช่กลุ่มคนวัยเดียวกัน การพูดคุยจึงไม่ใช่

ประเด็นหัวข้อที่สนใจให้ความสนใจ เรียกว่า สื่อชนิดเดียวกันแต่ผู้ฟังมีจุดประสงค์ในการใช้งานที่ต่างกัน

“ผมเคยใช้อินเทอร์เน็ตมาบ้างครับ อย่างเข้าไปคุยกับเพื่อนใน c-box นี่ทำเป็น แต่เฟซบุ๊กอะไรนี่ไม่รู้จักเลย ต้องเดี๋ยวนึกที่บ้านให้ช่วยสอนให้ คำสอนไปก็บ่นไปบอกว่าพอนี่เขยมาก แต่ตอนนี้ไม่แล้วนะ ต้องขอบคุณเอสด้วยที่ทำให้ผมเก่งด้านเทคโนโลยีมากขึ้น”

(สุรวุฒิ ทิพย์เวสาร์ท, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2553)

“พี่เพิ่งรู้จักอินเทอร์เน็ตหลังจากฟังเอส พี่รู้ว่าคอมพิวเตอร์เค้าใช้กันยังไง แต่ก่อนก็เห็นแต่ลูกใช้ ในเมื่อใช้ไม่เป็นก็ต้องให้ลูกสอน เค้าก็ตั้งใจสอนมาก ทั้งเข้าเว็บไซต์ สอนเข้า chat room แล้วก็เฟซบุ๊กด้วย หลังๆเริ่มเรียนรู้เองเพิ่มเติม ต้องเปิดอ่านเมลล์ ส่งเมลล์ให้เป็นด้วย เพราะมันจะเชื่อมกับทางเฟซบุ๊กเวลาเราเข้าไปตอบเพื่อนๆ กลายเป็นว่าหลังๆเรามาแย่งลูกใช้คอมฯ ลูกก็บอกให้เพลฯลงบ้าง เดียวนี้ติดเลย ต้องเช็คเมลล์ทุกวัน”

(พอใจ บุญธรรม, สัมภาษณ์, 6 มกราคม 2554)

“เอส เรายังทำให้เราเก่งคอมฯขึ้นเยอะ จากแต่ก่อนที่ไม่เคยแตะเลย ไม่เคยเลยจริงๆ แต่หลังจากรู้ว่ามันคลีนเพลงเก่า แล้วสามารถรับฟังทางอินเทอร์เน็ตได้ด้วยก็ต้องเรียนรู้การใช้ภายหลัง เพราะที่บ้านคนอื่นจะแทรกบ่อยๆ ฟังไม่ชัด เรายังลูกสอนหมดเลยทั้งเข้าแชทแล้วก็ให้ลูกสมัครเฟซบุ๊กให้ด้วย เพราะอยากคุยกับเพื่อนๆ ลูกเค้าสอนวิธีใช้สัฟฟัก ก็เริ่มเล่นเป็น แรกๆก็ยากเหมือนกันเพราะไม่มีพื้นฐานเลย แต่เดี๋ยวนี้ไม่ต้องให้ใครสอนแล้ว”

(ศุภเดช ยิ่งอริยกุล, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2553)

“ปกติก็ใช้อินเทอร์เน็ตทำงานบ้าง ใช้แชทบ้าง แต่คือแชทพูดคุยกันเพื่อนนะ ไม่ใช่ในเว็บไซต์ของเอส เคยลองเข้าไปดูเหมือนกันคะ แต่เรื่องที่พี่ๆคุยกัน เราไม่ค่อยรู้เลย เหมือนว่าเค้ามีกลุ่มของเค้ากันเองอยู่เลย ก็เลยคุยอยู่ไม่กี่ประโยค แล้วก็ไม่ได้เข้าอีกเลยจนเดี๋ยวนี้”

(ศศิขานันท์ ปานแก้ว, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2553)

แม้ผลต่างๆที่ได้รับจากการฟังเอส เรายังในข้อนี้จะเกิดขึ้นกับผู้ฟังในจำนวนไม่มากนัก กล่าวคือ มีผู้ฟังคนรุ่นเก่าจำนวน 8 คน จากทั้งหมด 25 คน และผู้ฟังคนรุ่นใหม่จำนวน 5 คน จาก

ทั้งหมด 15 คน ที่ผู้ฟังรู้สึกว่าคุณเองได้รับสาระความรู้เพิ่มเติมจากการรับฟังรายการเอส เรดิโอ ทั้งนี้อาจเพราะผู้ฟังจะเน้นรับฟังเพลงเป็นหลัก ในส่วนของข่าว, สารคดีหรือขณะที่ดีใจพูดคุย ผู้ฟังก็อาจจะเปลี่ยนคลื่นหรือไม่ได้ตั้งใจฟัง ทำให้รู้สึกว่าคุณไม่ได้เรียนรู้อะไรใหม่ๆจากรายการนัก อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจากผู้ฟังกลุ่มหนึ่งก็ทำให้ทราบว่า เอส เรดิโอเป็นสื่ออีกประเภทหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมให้ผู้ฟังได้รับความรู้ใหม่ๆเพิ่มขึ้น ทั้งวงการบินเทจ โดยเฉพาะเพลงและภาพยนตร์ และยังรวมไปถึงการเรียนรู้ในการใช้เทคโนโลยีด้วย

2. **ความคิดเห็นที่ผู้ฟังทั้งสองกลุ่มมีต่อองค์ประกอบต่างๆของรายการเอส เรดิโอ** ผู้วิจัยได้แบ่งองค์ประกอบต่างๆในรายการเป็น 8 ประเภท ได้แก่ เพลง, นักจัดรายการวิทยุ, ข่าว, การจัดแข่งขันและโปรโมชั่นหรือเกม, การให้บริการสาธารณะซึ่งนำเสนอในรูปแบบของสารคดีเป็นหลัก, สปอตโฆษณา และจิงเกิ้ลของรายการ แต่จะปัจจัยนั้นผู้ฟังได้ร่วมแสดงความคิดเห็นทั้งในส่วนของความชอบและไม่ชอบ ทั้งนี้ปัจจัยที่ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม ร่วมแสดงความคิดเห็นกันโดยส่วนมากจะเป็นเรื่องเพลงและนักจัดรายการ และบางประเภทผู้ฟังคนรุ่นใหม่ไม่ได้ร่วมแสดงความคิดเห็น เช่น กิจกรรมและเกมของทางรายการ เนื่องจากไม่นิยมเข้าร่วมกิจกรรมรวมถึงไม่ได้ร่วมเล่นเกม ซึ่งใน 7 ประเภทแรกเป็นปัจจัยเดียวกับที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการติดตามรับฟังของผู้ฟัง ส่วนอีก 1 ปัจจัยที่เพิ่มเข้ามาคือ จิงเกิ้ล ทั้งนี้เพราะผู้ฟังหลายคนเห็นว่าจิงเกิ้ลของทางสถานีบ่งบอกถึงความเป็นเอส เรดิโอได้อย่างสอดคล้องเหมาะสม ดังที่จะกล่าวถึงต่อไป

2.1 เพลง

-**ช่วงปีพ.ศ.ของเพลงที่นำมาเปิดในรายการ** เพลงที่เอส เรดิโอนำมาเปิดในรายการนั้นจะอยู่ในช่วงปีพ.ศ. 2512-2537 ซึ่งไม่จำกัดค่ายเพลง ทั้งนี้ทางเอส เรดิโอไม่สามารถเปิดเพลงที่สังกัดค่ายอาร์เอสได้ เนื่องจากปัญหาด้านลิขสิทธิ์ ในส่วนของปีพ.ศ.ของเพลงนี้มีทั้งผู้ฟังที่เห็นด้วยและผู้ฟังที่ไม่เห็นด้วย กล่าวคือ สำหรับผู้ฟังคนรุ่นเก่าส่วนใหญ่จะเห็นด้วยกับช่วงปีพ.ศ.ดังกล่าวหรือบางคนอาจจะอยากให้ช่วงปีพ.ศ.ของเพลงเก่ากว่านี้บ้าง เป็นประเภทเพลงลูกกรุง ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่บางคนอยากให้ทางสถานีปรับเปลี่ยนช่วงปี พ.ศ. คือให้ใหม่ขึ้นกว่าปีพ.ศ. 2537 ซึ่งเป็นปีล่าสุดของเพลงที่เปิดในปัจจุบัน ผู้ฟังคนรุ่นใหม่หลายคนอยากให้มีเพิ่มเพลงของค่ายเบเกอรี่ บ้าง เนื่องจากวัยรุ่นที่อายุ 20 ปีขึ้นไป จะคุ้นเคยกับเพลงของค่ายเบเกอรี่กันพอสมควร

“ผมว่าเพลงที่เปิดในรายการกำลังโอเคเลยนะ คือมันไม่ใหม่ไป เก่ากำลังดี อาจเป็นเพราะผมโตมากับเพลงยุคนี้ ก็เลยชินมั้งครับ เปิดแบบนี้ไปเรื่อยๆนี่แหละ มีทั้งเพลงไทยเพลงฝรั่งไม่เบื่อด้วย”

(จรรยา ตั้งหลักดี, สัมภาษณ์, 28 พฤศจิกายน 2553)

“อยากให้เปิดเพลงได้ทุกค่ายเพลงทุกศิลปิน จะสมบูรณ์แบบมากกว่านี้ เพราะบางครั้งฟังเพลงเดิมๆ ค่ายเดิมๆ ก็น่าเบื่อเหมือนกันค่ะ อีกอย่างเวลาขอเพลง คนขอจำเป็นต้องมีความรู้เรื่องค่ายเพลงด้วยถึงจะได้ฟัง เพราะถ้าขอผิดค่าย ก็อดฟังอีก แล้วทำไมที่ต่างจังหวัด สถานีวิทยุเปิดเพลงทุกค่ายเพลงคะ อยากให้คลื่นเเยสเป็นแบบนี้บ้าง”

(จริยา โล่ห์คำ, สัมภาษณ์, 15 มกราคม 2554)

“ที่ชอบเพลงเก่าเพราะชอบเสียงนักร้องยุคนั้น ยิ่งลูกทุ่งที่เสียงร้องเอื้อนๆ เหน้อๆ เพราะแบบไทยๆ ร้องเต็มเสียง ชัดเจน จังหวะก็ไหลลื่น ไม่เหมือนวงดนตรีสมัยใหม่ ฟังๆ ดูติดขัดบอกไม่ถูกค่ะ”

(รุ่งทิพย์ ศักดิ์กิตติภูมิ, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2554)

“แนวเพลงที่เปิดค่อนข้างใกล้เคียงกับที่ชอบแล้วค่ะ แต่ถ้าเปิดเพลงใหม่ขึ้นมากกว่านี้ นิดหนึ่งจะยิ่งดีมากๆ อยากให้เปิดเพลงของพี่บอย โกสิยพงษ์ด้วย ค่ายเบอเกอร์อะคะ น่าจะไปด้วยกันได้อยู่นะ เพราะบางเพลงก็มากแล้ว”

(ดวงพร ปทุมรัตน์, สัมภาษณ์, 7 พฤศจิกายน 2553)

“ผมไม่ทราบว่าจริงๆว่าทำไมถึงต้องเป็นปี37 ที่ใหม่สุด คือบางทีขอเพลงไปอยากฟังมาก ก็ไม่ได้ฟัง เพราะไม่รู้ว่ามีอยู่ในช่วงปีพ.ศ.ที่ว่าไว้หรือเปล่า บางทีเคยฟังเเยสเปิดเพลงที่ปิดนะ ของเบเกอร์อะครับ เปิดได้ แต่พอผมขอเพลงพินไปบ้าง กลับไม่ได้ฟัง คือรู้สึกเหมือนอยู่ในช่วงพ.ศ.ที่ใกล้ๆกันเลย อยากให้เปิดบ้าง เพราะมันเป็นช่วงยุคดนตรีที่เพราะมากช่วงหนึ่งของเมืองไทย คลื่นอื่นก็หาฟังไม่ได้ด้วย ฝากความหวังไว้กับเเยสเลย”

(คณิน ภาคจิตต์, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2554)

“ผมว่าเนื้อเพลงของเพลงสมัยก่อนเค้าใช้คำแบบเห็นภาพ ดูเค้าตั้งใจบรรยาย ตั้งใจในการใช้คำ สมัยนี้คงไม่มีใครใช้คำว่า ตูต มาใส่ไว้ในเพลงแล้วมั้งครับ อย่างเพลงของเฉลียง เทียวละไม่ชอบท่อนที่ร้องว่า ‘เอาตูตแช่น้ำแล้วเดินต่อไป’ ดูจริงใจดี”

(พร้อมศักดิ์ อมตพันธ์, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2553)

นอกจากนี้แล้ว ผู้ฟังทั้งคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่บางส่วนยังอยากให้มีประเภทของแนวเพลงที่ตนเองชอบฟังเป็นพิเศษหรือลดช่วงเพลงที่ไม่ชอบ เช่น เพิ่มเพลงลูกทุ่ง เพลงลูกกรุง เพลงสากล เพลงเพื่อชีวิต ลดเพลงช่วงretro cover เพลงการ์ตูน เป็นต้น

“ถึงเอสจะเปิดเพลงสากลบ้าง แต่ก็ยังอยากให้เพิ่มช่วงของเพลงสากลยุคดีค่ะ โดยเฉพาะเพลงช้าๆฟังสบาย ยุค 60s, 70s ที่เป็นแฟนคลับคุณผู้หญิงวันเสาร์-อาทิตย์ตอนหกโมงเย็นถึงสามทุ่ม ถ้าไม่ติดอะไรจะมาสแตนด์บายใน c-box ตลอด จริงๆคลื่นอื่นที่เปิดเพลงสากลก็มีบ้าง แต่ไม่เหมือนที่เอสเปิด ที่นี้เปิดสลับเพลง ภูมิใจที่สักแปดเพลง ก็เกือบทุกเพลงละคะ มีความสุขกับเพลงช่วงนี้จริงๆ”

(ดวงใจ คุณศรีวิณี, สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2553)

“ผมอยากให้มีเพิ่มช่วงเพลงป๊อปหรือคอสติกสลับก่อนขึ้นมาเป็นอีกช่วงของรายการเลยครั้งรวมๆเพลงไทยไว้ด้วยก็ได้ แนวๆ the beatles, วงqueen เปลี่ยนแนวให้คนฟังได้คึกๆบ้าง ตอนนีเห็นที่เห็นมีแต่เพลงสากลช้าๆ แล้วก็เพลงจังหวะแบบดิสโก้ คนฟังป๊อปหรือคอสติกน่าจะเยอะนะครับ ให้อยู่ในช่วงพ.ศ.ที่เปิดๆอยู่แล้วนี่แหละ ไม่ต้องใหม่มากหรอก”

(ศิลาพงษ์ หิรัญวัฒน์, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2554)

“ไม่ค่อยชอบฟังเพลงช่วง retro cover เท่าไร เพราะส่วนมากดนตรีจะไม่ถูกใจที่ ยังกดีหน่อยที่เปิดแค่เพลงเดียวในช่วงดีใจแต่ละคน หรือพวกเพลงการ์ตูนเงี้ยถึงจะเก่าแต่รู้สึกว่ามันเด็กไปหน่อยคะ เปิดลดลงบ้างก็ดีนะ”

(สุบรรณกิจ น้อยฉายา, สัมภาษณ์, 7 ธันวาคม 2553)

“หนูว่าเพลงเพื่อชีวิต เพลงลูกทุ่งมันมีเสน่ห์อะพี่ คำเคิมที่เค้าใช้มันฟังดูชวนให้นึกภาพตาม แล้วมีผลต่อการทำงานหนูมาก คิดงานไหลด้วย อยากให้มีเพิ่มเพลงพวกนี้ให้เยอะขึ้นอีกหน่อยไม่ใช่จะฟังได้แค่วันจันทร์ วันอังคาร วันอื่นๆไม่ค่อยมีเลย”

(จุฑารัตน์ กอบนวิรักษ์, สัมภาษณ์, 4 ธันวาคม 2553)

- เพลงลูกทุ่งมีผลต่อการรับฟังของผู้ฟังทั้งสองกลุ่ม เพลงลูกทุ่งจะนำเสนอในช่วง 13.00-15.00น. และช่วงลูกทุ่งกลางดวงใจซึ่งนำเสนอในทุกช่วงดีใจ เพียงช่วงละ 1 เพลง โดยที่

เพลงลูกทุ่งมีผลต่อผู้ฟังในลักษณะที่ว่า ผู้ฟังคนรุ่นใหม่หลายคนมักไม่ค่อยนิยมฟังเพลงลูกทุ่ง แต่สำหรับผู้ฟังคนรุ่นใหม่ที่ชอบเพลงลูกทุ่งมักมีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด แต่หากเป็นผู้ฟังที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ มีเพียงส่วนน้อยที่ชอบฟังเพลงลูกทุ่ง (มีผู้ฟังคนรุ่นใหม่ที่นิยมฟังเพลงลูกทุ่งเพียง 6 คนจากทั้งหมด 15 คน และ 5 ใน 6 คนมีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด) ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นเก่าหลายคนจะชื่นชอบช่วงเพลงลูกทุ่ง ซึ่งหลายคนให้เหตุผลว่าคุ้นเคยมาตั้งแต่วันเยาว์ (ผู้ฟังคนรุ่นเก่าจำนวน 22 คนจาก 25 คนที่นิยมฟังเพลงลูกทุ่ง) นอกจากนี้เพลงลูกทุ่งยังมีผลต่อการรวนนึกถึงอดีตของผู้ฟังเป็นจำนวนหลายคน โดยเฉพาะผู้ฟังที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด

“ผมฟังได้แทบทุกเพลง ยกเว้นเพลงลูกทุ่งนะฮะ แต่บังเอิญว่าช่วงที่ผมฟังก็ไม่ค่อยเจอเพลงลูกทุ่งเท่าไร ถ้าเจอบางทีก็อาจจะเปลี่ยนคลื่นบ้างฮะ แต่มันก็ขึ้นอยู่กับเพลงด้วย ถ้าเพลงไหนชิวมันแปลกๆ โดนใจก็ฟังได้นะ”

(รัชชัย อภินันทกุลชัย, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2554)

“อยู่กับเพลงลูกทุ่งมาตั้งแต่เด็ก ที่บ้านพอชอบเปิดก็เลยชอบเพลงประเภทนี้ ถ้าเป็นเสียงร้องของชาย เมืองสิงห์ คุณพุ่มพวง ก็จะมีชอบมาก แต่ลูกทุ่งทุกวันนี้เสียงร้องเปลี่ยนไป เนื้อเพลงก็ไม่สละสลวยเหมือนก่อนๆ”

(ศศิขานันท์ ปานแก้ว, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2553)

“เพลงลูกทุ่งอยู่ในสายเลือดเลยอะ ชอบฟัง ชอบร้องด้วย เพลงลูกทุ่งของแต่ก่อนจังหวัดะมันจะเพราะกว่านี้นะ เดียวนี้เพลงลูกทุ่งเริ่มจะเปลี่ยนเป็นจังหวัดะเพลงแบบวัยรุ่นๆ มาใส่ลงไปด้วย ชาติเล่นแบบเดิมๆ เสียงขลุ่ยอะไรพวกนี้ไม่มีแล้ว”

(ประภาพร ศรีจันทร์, สัมภาษณ์, 30 พฤศจิกายน 2553)

“ผมว่าเพลงสตริงยังไม่สู้เพลงลูกทุ่งเลย ลูกทุ่งมันมีครบ ทั้งเนื้อเพลง ทั้งจังหวะ จะเต้นก็ได้ จะรำวงก็ได้ จะร้องเสียงเอื้อนๆ เหมือนบทกวีก็ทำได้ แต่ต้องเป็นลูกทุ่งสมัยก่อนด้วยนะ รุ่นที่คุณสุรพลกำลังตั้ง”

(รุ่งโรจน์ โพนคำ, สัมภาษณ์, 9 มกราคม 2554)

“สมัยก่อนไม่ได้อยู่ที่กรุงเทพฯ แต่อยู่บ้านสวนต่างจังหวัด ตอนนั้นที่บ้านจะเปิดเพลงลูกทุ่งฟังกัน ลูกกรุงก็มีบ้าง พอฟังเผลอเปิดลูกทุ่งก็มีหลายเพลงนะที่คุ้นเคยฟัง แต่รู้สึกว่าการเปิดลูกทุ่ง

น้อยไป มีแค่ป้ายวันจันทร์เอง แล้วที่เปิดก็มีแต่เพลงของคุณสุรพล น่าจะเปิดเพลงของนักร้องคนอื่นด้วย”

(นารี เชื้อเจริญ, สัมภาษณ์, 3 ธันวาคม 2553)

- ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มมักชอบฟังเพลงที่มีความหลังกับตัวผู้ฟังเองเป็นพิเศษ ผู้ฟังหลายคนมักจะเข้าถึงอารมณ์เพลงเป็นพิเศษ หาเพลงนั้นเป็นบทเพลงที่ผู้ฟังเคยมีประสบการณ์ร่วมด้วย ซึ่งมีทั้งเพลงที่เกี่ยวกับความรัก เพลงที่เกี่ยวกับเพื่อน ๆ เกี่ยวกับท่องเที่ยว ธรรมชาติ โดยผู้ฟังคนรุ่นใหม่ชื่นชอบบทเพลงที่เกี่ยวกับความรักเป็นส่วนมาก ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นเก่าชื่นชอบเพลงในลักษณะที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นเพลงเกี่ยวกับความรัก เพื่อน ๆ ครอบครัว หรือธรรมชาติ

“ที่หนึ่งในใจตลอดกาล เราชอบเพลง Yesterday once more ของ The Carpenters แบบว่าได้ยินทีไรมันจะรู้สึกจี๊ดๆ ทุกครั้งที่ฟังเพลงนี้มันจะทำให้นึกถึงเรื่องราวต่าง ๆ นานาที่เคยเกิดขึ้นในอดีต ส่วนมากจะเป็นพวกเรื่องที่เคยเสียใจมากๆ แต่ทุกวันนี้เราไม่เสียใจเท่าไรแล้ว แต่ทุกวันนี้เวลานึกถึงมันกลับทำให้คิดถึงแต่สิ่งดีๆ เป็นภาพความทรงจำที่มีค่า ไม่รู้ว่าสวยงามหรือเปล่าแต่รู้สึกดีเวลานึกถึง เขาเป็นว่า ถ้าให้นิยามเหตุผลของการชอบเพลงนี้ นิยามที่ตรงที่สุดก็คือ เหตุการณ์ + เวลา + สถานที่ในอดีต ที่ยังคงมีตัวตนอยู่ และมีความสำคัญมากพอที่จะทำให้เราระลึกถึงตลอดไป”

(วิลาสินี กิตติธรรมเชษฐ, สัมภาษณ์, 26 มกราคม 2554)

“ช่วงหนึ่งของชีวิตผมเคยเป็นเด็กกินนอนที่โรงเรียนประจำ หลายครั้งที่นึกถึงเพลงอยู่หอ เพราะอารมณ์มันเหมือนในเพลงเลย แล้วตอนนั้นที่อยู่หอเพลงนี้ก็กำลังดังด้วย เวลาอยู่กับเพื่อนในกลุ่มด้วยกัน ก็จะเคาะโต๊ะไป ร้องเพลงนี้ไป เพื่อนบางคนถึงกับน้ำตาไหลเลยนะ เพราะคิดถึงบ้านถึงแม้จังหวะของเพลงมันจะสนุกก็เถอะ พอได้มาฟังอีกครั้งจากयेส เวดิโอก็เลยนึกถึงเพื่อน แล้วก็ชีวิตช่วงเรียนครับ”

(รุ่งโรจน์ โพนคำ, สัมภาษณ์, 9 มกราคม 2554)

“เพลงที่มีความหมายกะเรามักจะเพราะเป็นพิเศษเสมอ บางเพลงรู้สึกอย่างกับว่าเพลงนี้มันแต่งมาเพื่อฉันหรือเปล่า คนแต่งเอาชีวิตเราไปเขียนแน่ๆ อย่างตอนนี้นึกถึงเพลงช่างไม่รู้เลย เวอร์ชั่นพี่ตั้ม สมประสงค์ค่ะ ต้องของพี่ตั้มด้วยนะ เพราะดีค่ะ”

(นภัสสรณ์ ปุณยเรืองศักดิ์, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2554)

- **ความต่อเนื่องของอารมณ์เพลง** ผู้ฟังจำนวนหลายคนให้ความเห็นว่านักจัดรายการเปิดเพลงที่เน้นความต่อเนื่องของอารมณ์ได้อย่างดี ชวนให้ผู้ฟังมีอารมณ์ร่วมกับบทเพลงนั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องท่องเที่ยว, อาหารการกิน, ธรรมชาติ, ความรักที่สมหวัง หรือผิดหวัง อย่างไรก็ตามในส่วนของเรื่องความต่อเนื่องของอารมณ์เพลงนี้กลับมีผลให้ผู้ฟังบางคนขอเพลงที่ตนเองอยากฟังเข้าไปในขณะนั้น แต่ทางดีเจไม่เปิดเพลงตามที่ขอ เนื่องจากเห็นว่าบางเพลงอาจไม่เข้ากับเพลงที่เปิดอยู่ในช่วงเวลาดังกล่าว

“สังเกตมาหลายครั้งแล้ว เพลงที่เสสมักจะมาเป็นชุดๆ อย่างเพลงกินก็กินรัวเลย พวกผักกาดจอบไร้คะ ให้ความรู้สึกหิวไปด้วย ยิ่งช่วงคุณดูเวลาเย็นๆ ด้วย ชอบนะ มันต่อเนื่องกันดี ไม่เบรกอารมณ์คนฟัง”

(รุ่งทิพย์ ศักดิ์กิตติภูมิ, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2554)

“บางทีขอเพลงไปก็ไม่ได้ฟังอะคะ เพราะเพลงไม่เข้าคอนเซ็ปรายการในช่วงนั้น อดเลยต้องรอตั้งนานกว่าจะได้ฟัง บางทีก็ไม่เปิดเลย กว่าจะได้ฟังต้องรอวันถัดไป น่าจะเปิดให้บ้างนะเอามาคั่นบ้าง อย่างถ้าซ้ำมากไป คนฟังอาจจะง่วงก็ได้”

(จริยา โล่ห์คำ, สัมภาษณ์, 15 มกราคม 2554)

- **ความเห็นผู้ฟังคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ที่มีต่อช่วง retro freestyle** ช่วง retro freestyle เชิญศิลปินนักร้องในอดีตมาร่วมสนทนาผ่านทางรายการ พร้อมทั้งเปิดเพลงและเล่าถึงที่มาของเพลงของนักร้องคนนั้น ผู้ฟังหลายคนชื่นชอบช่วงนี้ แต่มีอีกหลายคนที่ไม่ชอบเนื่องจากอยากฟังเพลงมากกว่ารับฟังการสนทนาของนักจัดรายการกับนักร้อง

“ทั้งหมดทั้งมวลของเอส เติโอ พี่ชอบช่วง retro freestyle มากที่สุดคะ ชอบที่เค้าเชิญนักร้องมาร่วมพูดคุยผ่านรายการ อัปเดตผลงานเพลงปัจจุบันให้รู้ว่าศิลปินที่เราหลงใหลอย่างมากเดี๋ยวนี้เค้าทำอะไรที่ไหนกันบ้าง แล้วก็ชอบที่เค้าพูดถึงชีวิตช่วงก่อนหน้านั้นด้วย พูดถึงที่มาของเพลงเก่าๆของนักร้อง เสร็จแล้วก็เปิดเพลงควบคู่กันไป เหมือนกำลังนั่งฟังรายการสัมภาษณ์ทางโทรทัศน์เลย ต่างกันแต่เราไม่เห็นหน้านักร้องแค่นั้นเอง

(น้ำเพชร ฉลุกลี, สัมภาษณ์, 26 ธันวาคม 2553)

“ช่วงบ่ายอาทิตย์ไม่ค่อยได้ฟังครับ เพราะผมไม่ค่อยชอบฟังดีเจส์มีภาษณ์ักกร้อง แล้วเท่าที่ฟังไม่ค่อยมีนักกร้องใหม่ๆเท่าไร มีแต่รุ่นใหญ่หน่อย มีวงเพื่อน ,พีชรัส แบบเนี้ย ผมอยากให้เชิญวงอย่างอัลนี่-วสันต์ ,นูโวมาบ้าง ถ้าเชิญมาได้ รับรองว่าผมฟังแน่ๆ”

(ธนิษฐ์ เกตุแก้ว,สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

-ช่วงเวลาการออกอากาศของทางสถานี ผู้ฟังทั้งสองกลุ่มจำนวนหลายคนที่ยกให้ทางสถานีเปิดเพลงตลอด 24 ชั่วโมงหรือหากไม่สามารถมีดีเจมาดำเนินรายการได้ตลอดทั้งวัน ผู้ฟังก็ยกให้ช่วงเวลาที่เหลือ (24.00-05.00น.) เพียงเปิดเพลงโดยไม่จำเป็นต้องมีดีเจคอยดำเนินรายการ ทั้งนี้ส่วนใหญ่ผู้ฟังที่ยกให้เอส เรดิโออากาศตลอด 24 ชั่วโมง มักเป็นกลุ่มผู้ที่ทำงานเวลากลางคืนหรือไม่ก็นักเรียนนักศึกษาที่อยู่ทำงานช่วงดึก เพื่อจะได้รู้สึกว่ามีเพื่อนอยู่ด้วยขณะกำลังทำงาน

“ด้วยอาชีพก็เลยทำให้ต้องทำงานไม่เป็นเวลาครับ แต่ส่วนใหญ่จะต้องอยู่เวรช่วงดึกๆ แต่เอสเนี่ยพอหลังเที่ยงคืนไปก็ไม่มีแล้ว ผมก็ยกให้ทางสถานีเพิ่มเติมเวลาออกอากาศบ้าง เพื่อที่ว่าคนทำงานดึกๆอย่างพวกผมจะได้มีเสียงเพลงเป็นเพื่อน”

(นพ. ฉัตรบดินทร์ เจตนะศิลป์,สัมภาษณ์, 28 พฤศจิกายน 2553)

“ข้อเสนอแนะสำหรับเอสคงเป็นอยากให้มีตลอด 24 ชั่วโมง ถ้าเป็นไปได้นะ แต่ถ้าเป็นไปได้ไม่ได้แรกๆก็ลองจัดถึงสักดีสองก็ยั้งดี จะเป็นประโยชน์ต่อหนูมาก เพราะงานหนูมันต้องทำช่วงกลางคืน ช่วงกลางวันมันไม่มีสมาธิทำ กว่าจะเริ่มงานก็สี่ทุ่มเข้าไปแล้ว ยิ่งดึกยิ่งดึก พอติดเครื่องแล้วก็อยากมีเพลงที่เราชอบฟังไปด้วย เป็นการสร้างบรรยากาศการทำงานค่ะ”

(จุฑารัตน์ กอบนวรวิทย์,สัมภาษณ์, 4 ธันวาคม 2553)

“อยากให้เอสเปิดเพลงบรรเลงช่วงดึกๆสำหรับคนนอนไม่ค่อยหลับ ฟังแล้วจะได้หลับสบายด้วย พวกเพลงโมสาร์ท บีโทเฟนอะคะ เพลงพวกนี้ไม่ต้องมีดีเจก็ได้เนะ แคเปิดเพลงไปเรื่อยๆก็พอ”

(เมทิตา สัสดี,สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ฟังคนรุ่นเก่าจำนวน 2 คน และผู้ฟังคนรุ่นใหม่จำนวน 1 คน

ที่อยากให้มีเฮส เรดิโอเปิดเพลงตลอดเวลา โดยไม่ต้องมีดีเจมาดำเนินรายการอย่างเช่น คลื่น Cool FM 93 MHz

“ผมฟังเฮสเพราะเน้นฟังเพลงแนวๆนี้ แล้วคลื่นอื่นก็ไม่มีด้วย เพลงถือว่าดีเลยครับ มีทั้งเพลงไทย เพลงสากล แต่ผมอยากให้เป็นทางสถานีเป็นแบบเปิดเพลงโดยไม่ต้องมีดีเจแบบ Cool FM ไม่ต้องทุกวันก็ได้ เพราะผมเข้าใจว่าบางส่วนก็คงอยากฟังดีเจด้วย อยากให้มีสักวันสองวัน หรือเป็นช่วงๆก็ได้ครับ”

(ศิลาพงษ์ หิรัญวัฒน์, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2554)

2.2 นักจัดรายการ

- การพูดเข้าเพลงของนักจัดรายการ ผู้ฟังมักร่วมแสดงความคิดเห็นไปในลักษณะว่านักจัดรายการที่เฮส เรดิโอพูดเข้าเพลงได้ดี มีความรู้เรื่องที่มาของเพลงละเอียด โดยกล่าวถึงชื่อเพลง ชื่อนักร้อง ชื่ออัลบั้ม ปีพ.ศ. หรือบางเพลงอาจแนะนำที่มาอื่นๆเพิ่มเติม เช่น ใช้เครื่องดนตรีอะไรบ้างในเพลงนั้น หรือมีความสำคัญอย่างไรต่อตัวนักร้อง

“ดีเจที่นี้ข้อมูลแน่นมากๆ ต้องยอมรับเลย ได้มาหมดตั้งแต่อัลบั้มอะไร ปีพ.ศ.ไหน เป็นเพลงที่เท่าไรของอัลบั้ม บางที่ยังบอกแม้กระทั่งว่าใช้เครื่องดนตรีอะไรบ้างในเพลงนั้น ทำให้คนฟังได้รู้ที่มาของเพลงอย่างลึกไปด้วย”

(วิลาสินี กิตติธรรมเศรษฐ์, สัมภาษณ์, 26 มกราคม 2554)

“ชอบเวลาดีเจพูดเกริ่นนำก่อนจะเปิดเพลง บางทีเค้าก็จะโยงมาเลยว่าคุณผู้ฟังเคยไปเที่ยวที่นี้หรือเปล่าครับ ถ้าไม่เคย ผมจะพาไป สวยมากๆ เรายังจะลุ้นว่าที่ไหน พอได้ฟังบางที่เราเคยไปนะ แต่ก็ไม่รู้ว่านี่เพลงเกี่ยวกับสถานที่นี้ด้วย”

(มนัสนันท์ คุ้มทวี, สัมภาษณ์, 3 ธันวาคม 2553)

“ผมคิดว่าเพลงเก่าก็ควรจะเหมาะกับดีเจที่เป็นรุ่นใหญ่หน่อยนะ เพราะดีเจรุ่นน้องเค้าอาจจะข้อมูลไม่มาก แล้วที่เฮสก็เป็นแบบนั้น คือดีเจรุ่นใหญ่ของที่นี่จะคอยให้ข้อมูลเพลงตลอด แต่ถ้าเป็นดีเจอย่างตะแฉ้ว คุณชาญมาศ ก็อาจจะบอกได้แค่เพลงชื่ออะไร ใครร้อง การรู้ข้อมูลเพลงที่ละเอียด ก็อาจจะช่วยทำให้คนฟังอินไปกับเพลงนั้นมากขึ้น”

(อดิเทพ มหัทธนะสิน, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2553)

- ช่วง star palace ช่วงนี้เป็นช่วงที่มีนักร้องศิลปินของวงการเพลงในวันวานมาเป็นนักจัดรายการ ซึ่งรูปแบบการดำเนินรายการของดีเจในช่วง star palace จะมีผลต่อผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มที่แตกต่างกันไปบ้าง กล่าวคือ ผู้ฟังคนรุ่นเก่าส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าแม้จะเป็นนักร้องศิลปินมาจัดรายการ แต่ก็ไม่ได้มีผลต่อการรับฟังของตนมากขึ้น เนื่องจากให้ความสนใจไปที่บทเพลงมากกว่า ประกอบกับนักจัดรายการคนอื่นๆก็เป็นที่ยื่นชอบของผู้ฟังคนรุ่นเก่า และคุ้นเคยมาตั้งแต่ในวันวานแล้วเช่นเดียวกันกับนักร้อง อย่างไรก็ตามผู้ฟังคนรุ่นเก่าบางคนให้ความเห็นว่า ดีเจในช่วง star palace มักจะพูดคุยมากกว่าในช่วงอื่นๆ ทำให้ได้รับฟังเพลงจากทางสถานีน้อยลง ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่บางคนจะให้ความสนใจกับช่วงนี้เป็นพิเศษ เนื่องจากชื่นชอบในตัวนักร้อง โดยเฉพาะคุณวัชรระ ปานเอี่ยม และคุณบิลลี่ โอแกน อีกทั้งผู้ฟังคนรุ่นใหม่ก็ไม่คุ้นเคยกับนักจัดรายการท่านอื่นๆที่ไม่ใช่ นักร้อง จึงไม่ได้มีแรงจูงใจในการรับฟังของผู้ฟังคนรุ่นใหม่มากนัก แต่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ที่เน้นฟังเพลงเป็นหลักก็จะไม่ได้ชื่นชอบช่วงนี้เป็นพิเศษกว่าช่วงอื่นๆ เนื่องด้วยสาเหตุว่านักจัดรายการยังไม่เน้นการเปิดเพลงเท่าไร

“ช่วงบ่ายอะคะ รู้สึกว่าดีเจเปิดเพลงค่อนข้างน้อย เน้นพูดซะส่วนใหญ่ คนฟังอยากฟังเพลงมากกว่า ยิ่งช่วงของคุณสุรชัย เพลงที่ได้ฟังน้อยมาก อยากฟังลูกทุ่งเยอะๆ เพราะช่วงเพลงลูกทุ่งในรายการก็น้อยอยู่แล้วคะ”

(วริยา สุฉันทบุตร, สัมภาษณ์, 9 มกราคม 2554)

“ตามมาฟังพีบีลีสี่ครึ่ง ตอนเด็กๆเคยฟังแต่พีเค้าร้องเพลง แต่ไม่เคยฟังตอนพีเค้าเป็นดีเจเสียงก็จะห่อๆอยู่เลยนะ ผมชอบความคิดพีบีลีสี่ คุณเป็นชาวร้อยคที่ทำอะไรเพื่อสังคม ไม่ปฏิเสธว่านอกจากฟังเพลงแล้ว ส่วนหนึ่งก็อยากฟังเสียงนักร้องที่เราชอบด้วย”

(ธนิษฐ์รัฐ เกตุแก้ว, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

“สำหรับผมถึงดีเจจะเป็นนักร้องหรือไม่ใช้ก็ไม่มีผลต่อการฟังเลย เพราะผมเน้นฟังเพลงครับ พวกดีเจนักร้องบางทีก็พูดเยอะเกิน ถ้าพูดเยอะก็จะเปลี่ยนไปฟังคลื่นอื่นบ้าง เพราะไม่ค่อยอยากฟังเรื่องเล่า”

(วิเศษ คุณนฤทธิพงศ์, สัมภาษณ์, 13 พฤศจิกายน 2553)

“จริงๆชอบฟังเพลงมากกว่าฟังดีเจพูดนะครับ ยกเว้นช่วงที่พีเจียบเป็นดีเจ ผมชอบฟังพีเค้าพูด เรื่องเล่าแต่ละเรื่องนี่มีขำตลอด ได้สาระแบบขำๆ ชอบฟังพีเจียบเล่นกีตาร์ในรายการด้วย ยิ่งเป็นเพลงของเฉลียงจะชอบมากครับ”

(พร้อมศักดิ์ อมตพันธ์, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2553)

-ช่วง Hello America สำหรับในช่วง Hello America ที่มีคุณพิพัฒน์ วิรัชศิลป์ เป็นผู้ดำเนินรายการของทางสถานี ผู้ฟังจะมีสองฝั่งสองฝ่ายอย่างชัดเจน คือมีทั้งผู้ฟังที่ชอบและไม่ชอบ เนื่องด้วยรูปแบบการดำเนินรายการที่เน้นการพูดคุย ตอบ sms จากผู้ฟังเป็นส่วนใหญ่

“ที่ฟังทุกช่วงแหละคะ ยกเว้นตอนช่วงสายวันเสาร์-อาทิตย์ เพราะไม่ชอบดีเจที่พูดเยอะมาก ไม่พอนะ ยังขำมากไปแบบไม่มีเหตุผลอีก ไม่ค่อยมีสาระด้วย เพลงก็แทบไม่เปิดเลย มันเหมือนรายการตอบปัญหามากกว่าจะเป็นรายการเพลง”

(สุบรรณกิจ น้อยฉายา, สัมภาษณ์, 7 ธันวาคม 2553)

“อย่างช่วงที่ชอบมากที่สุดจะเป็นช่วง Hello America ฟังอย่างต่อเนื่องตลอดมาเป็นเวลา 1 ปี 2 เดือน ตั้งแต่ที่พิพัฒน์ยังอยู่ 107.5 แทบไม่ฟังช่วงอื่นเลย เพราะคุณพิพัฒน์เป็นดีเจที่มีสไตล์การจัดเป็นของตัวเองมากที่สุดและถูกจริตกับตัวเรา ถ้าไม่มีช่วงนี้ก็คงจะไม่ฟังเฮสแล้ว”

(ทิฆัมพร นาวานุเคราะห์, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2553)

-ผลของการที่มีดีเจคนอื่นมาจัดรายการแทนดีเจที่จัดรายการช่วงนั้นเป็นประจำบ่อยครั้งที่มีเหตุการณ์เช่นนี้เกิดขึ้น อาจเพราะด้วยดีเจติดภารกิจส่วนตัวหรืออาจเพราะไม่สบายไม่สามารถมาจัดรายการด้วยตนเองได้ จนเป็นผลให้ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มเกิดความรู้สึกไม่พอใจอยู่บ้าง เนื่องจากผู้ฟังตั้งใจที่จะรับฟังการจัดรายการของนักจัดรายการคนนั้นโดยเฉพาะ ทั้งนี้การจัดรายการที่มักจะไม่สามารถมาจัดรายการอยู่บ่อยครั้งได้แก่ คุณจักรกฤษ ศิลปชัย, คุณกพล ทองพลับ และคุณแจ๊ค แฟนฉัน

“ผมรอฟังดีเจแจ๊ค แฟนฉันมานานมาก เป็นเดือนแล้ว แต่ไม่เคยเห็นเค้ามาจัดรายการสักที อยากฟังอะครับ อยากรู้ว่าเค้าจะฟังเพลงแนวไหนด้วย คงจะสร้างสีสันให้เฮสได้เยอะ”

(รัชชัย อภินันท์กุลชัย, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2554)

“ช่วงเช้าวันอังคารคุณฮ็อต จักรกฤษจะไม่ค่อยว่างมาจัดรายการ คนที่มาแทนส่วนใหญ่จะเป็นคุณเกษม แล้วแนวเพลงที่เล่นจะต่างกันอย่างเห็นได้ชัดเลย คุณฮ็อตจะเล่นเพลงเก่าๆ ซึ้งๆ แต่

คุณเกษมจะเล่นเพลงใหม่ขึ้นมาหน่อย มีต้นๆบ้าง ไม่ใช่ไม่ชอบนะ แต่บางทีมันก็คิดถึงเพลงที่เคยฟังอยู่ทุกวันแหละค่ะ”

(วารสารณ์ ฉันทเลศวิทยา, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2553)

“พฤษ์ไหนที่พี่เจ๊ียบไม่มาจัดรายการนะ จะรู้สึกพีดพีดยังงีบอกไม่ถูก คนอุตสำหรับตั้งใจมา รอฟังเพื่อช่วงนี้ เวลานี้โดยเฉพาะ แต่ดันไม่ได้ยินเสียงซะนี่ กว่าจะได้ฟังอีกทีก็วันพฤษ์หน้าเลย รู้สึกว่าใครจัดรายการก็ไม่สนุกเท่าพี่เจ๊ียบจัด ทั้งเปิดเพลงเพราะ ค่ายตลก แล้วยังมีช่วงเล่นสดใน รายการด้วย”

(มณกานต์ ศรีเวก, สัมภาษณ์, 22 มกราคม 2554)

“ผมว่าเปลี่ยนดีเจที มันก็เป็นการเปลี่ยนแนวเพลงเลยนะ คือดีเจแต่ละคนก็มีรูปแบบการจัดรายการไม่เหมือนกัน อีกช่วงที่ผมชอบฟังเป็นพิเศษคือ ช่วงเพลงสากลตอนกลางคืนแนวจังหวะ ดิสโก้ โยกๆหน่อย บางทีก็เปิดเพลงที่มีกลิ่นอายของแนว house บ้าง แล้วเคยเจอกรณีเปลี่ยนดีเจ จากที่เคยเป็นดิสโก้ ก็เปลี่ยนไปเป็นเพลง soft soft ซึ้งๆ คนละฟีลเลย เซ็งเหมือนกันครับ ก็อยากให้บอกคนฟังนิดนึงในกรณีที่ว่าตัวเองมาจัดไม่ได้ จะได้เตรียมใจไว้”

(คณิน ภาคจิตต์, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2554)

2.3 เกมและกิจกรรม ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า เกมและกิจกรรมที่เข้าร่วมสนุกกับทางสถานีนั้นมีความเหมาะสมกับรูปแบบรายการแล้ว อย่างไรก็ตามยังมีผู้ฟังบางส่วนที่เห็นว่าควรต้องปรับปรุงเกมและกิจกรรมบ้าง เพื่อให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกอยากร่วมสนุกกับทางสถานีบ่อยยิ่งขึ้น หรือควรมีเกมรูปแบบอื่นๆบ้าง เพื่อสร้างสีสัน ความแปลกใหม่ให้กับทางสถานี โดยผู้ฟังที่มาร่วมเกมและกิจกรรมกับทางสถานีมักเป็นผู้ฟังคนรุ่นเก่าเป็นส่วนใหญ่

“เล่นมาเกือบทุกเกมแล้วค่ะ ตอบถูกบ้าง ผิดบ้าง แต่อยากบอกว่า ตอนทายถูกแล้วฝากชื่อไว้หลังไมค์เนี่ย ไม่รู้เค้าทำที่อยู่เราหายหรือเปล่า กว่าจะได้รับรางวัลแต่ละครั้งถึงช้ามาก บางทียังนึกว่าเคยเล่นเกมนี้ไปแล้วด้วยซ้ำ”

(พอใจ บุญธรรม, สัมภาษณ์, 6 มกราคม 2554)

“ไม่เคยเล่นเกมกับทางเขสนะคะ แต่คิดว่าบางเกมก็น่าสนุกดี อย่างตำนานหนังกลางใจ มันก็ทำให้เราได้รู้เรื่องหนังสมัยก่อนด้วย หนังสือเรื่องน่าสนใจดี รู้แม้กระทั่งว่าเพลงประกอบ

ภาพยนตร์สมัยก่อนเป็นแนวไหนบ้าง ถ้าเพลงไหนชอบเราก็ลองไปเปิดดูข้อมูลเพิ่มเติมจาก อินเทอร์เน็ต เคยคิดจะส่งคำตอบไปเหมือนกัน แต่คงไม่ทันพวกรุ่นพี่ๆ น้าๆ เลยใช้วิธีตอบในใจ”

(ดวงพร ปทุมรัตน์, สัมภาษณ์, 7 พฤศจิกายน 2553)

“พี่ชอบเกมที่ให้ทายชื่อเพลง กับชื่ออัลบั้มที่เล่นในช่วงดีเจแจ๊คจิ้ง ขวัญจิ้ง เป็นการทดสอบ ความจำเราหลายๆว่ายังจำข้อมูลเพลงนั้นๆได้มากน้อยแค่ไหน ที่ส่งไปไม่ได้หวังของรางวัลนะ มันเป็นผลพลอยได้จากการเช็คความทรงจำเรามากกว่า ส่วนมากเพลงที่รู้จะอยู่ในช่วงที่เรากำลัง โต รวบรวมมัธยมบ้าง มหาลัยบ้าง”

(ชญาดา คร่ำกระโทก, สัมภาษณ์, 26 ธันวาคม 2553)

“ส่งไปร่วมสนุกหลายครั้งแล้วค่ะ ได้รับเลือกออกอากาศก็มีบ้างนะ เป็นเกม triple tracks ช่วงดีเจฟ็อกซ์ คือเค้าจะให้เราเลือกเพลงมาสวมเพลงที่คิดว่าน่าจะถูกใจคนฟังกับที่ดีเจ ที่ส่งจะ เน้นเป็นเซทๆนะ เช่น ถ้าเกี่ยวกับธรรมชาติ ก็จะมีเพลงเกี่ยวกับสายน้ำ ต้นไม้ ท้องฟ้าอะไรก็ว่าไป คนฟังจะได้ฟังยาวๆ ผ่อนคลายช่วงกลางวันกันค่ะ”

(ดวงหทัย น่วมเปี่ยม, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2554)

“อาซีพผมมันค่อนข้างจะอิสระ เริ่มงานก็โมกก็ได้ หรือถ้ามีธุระจริงๆก็แวะไปได้เลย เตียว ค่อยกลับมารับลูกค้าต่อได้ มันเลยสะดวกที่จะไปร่วมกิจกรรมกับทางเอส ผมไปแทบตลอดถ้า ไม่ติดอะไรสำคัญจริงๆ ที่เพิ่งไปมาก็มีช่วยแพ็คของส่งให้คนที่ประสบภัยน้ำท่วม มีร่วมคอนเสิร์ตที่ หอศิลป์กรุงเทพฯ มันไม่ใช่ไปร่วมกิจกรรมสนุกๆ หรือร้องเพลงอย่างเดียว แต่มันได้เจอเพื่อนๆที่ ชอบอะไรคล้ายๆกัน คุยกันได้แป๊บเดียวก็สนิทกันแล้ว”

(สุรุฒิ ทิพย์เวสาร์ท, สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2553)

“รู้สึกว่ถ้ามีกิจกรรมระหว่างแฟนเพลงกับนักร้องจะยิ่งดีมากๆ พวกกิจกรรมที่ให้สมาชิก ผู้ฟังเยี่ยมศิลปิน หรือทำกิจกรรม outdoor ร่วมกัน จะทำให้ศิลปินรู้ด้วยว่า พวกคนฟังยังไม่ลืมเค้า เหล่านั้น”

(รุ่งโรจน์ โพนคำ, สัมภาษณ์, 9 มกราคม 2554)

2.4 ชาว ซึ่งมีทั้งช่วงชาวสันต์ชั่วโมง และช่วงชาวของทางสถานีในเวลา 19.00-19.30น. และ 20.00-20.30น. ในส่วนของชาวต้นชั่วโมงจะนำเสนอข่าวเป็นระยะเวลาประมาณ 10-15 นาที ซึ่งมี ทั้งข่าวในประเทศและข่าวต่างประเทศ ด้วยระยะเวลาและช่วงของการนำเสนอข่าวดังกล่าวเป็นผล

ให้ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม จำนวนหลายคนรู้สึกว่าการนำเสนอข่าวนานเกินไป อีกทั้งบางส่วนอยากให้ทางสถานีนำเสนอเพียงแต่ข่าวในประเทศแต่เพียงอย่างเดียว อย่างไรก็ตามผู้ฟังอีกส่วนหนึ่งกลับมีความเห็นว่า ช่วงระยะเวลาของข่าวตามที่นำเสนอมีความเหมาะสมแล้ว ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ฟังที่ชอบฟังข่าวจะเป็นกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นเก่ามากกว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่

“ไม่ชอบฟังข่าวครับ สิบนานที่แรกจะไม่ค่อยได้ฟังเท่าไร แต่ถ้ามีเหตุการณ์อะไรด่วนๆก็จะฟังบ้าง ยิ่งช่วงข่าวตอนค่ำนี้ก็ปิดไปเลย ไม่ได้เปลี่ยนคลื่นนะ เพราะผมก็ฟังแค่เอส เรดิโอ พักเครื่องบ้าง ในกรณีในตอนนั้นผมเปิดเอส ฟังอยู่นะ”

(จุมพล หิรัญยานนท์, สัมภาษณ์, 15 ธันวาคม 2553)

“ที่ว่าข่าวมันก็จำเป็นกับชีวิตเราเหมือนกัน ก็ควรรู้ไว้บ้างว่ามีอะไรเกิดขึ้น อย่างน้อยก็จะได้ทันเหตุการณ์ เอาไว้คุยกะเพื่อนที่บริษัทได้ ฟังแต่เพลงเด็ยวตลกข่าวหมด เอสเค้ก็ถือว่าใช้ได้นะ มีทั้งข่าวในประเทศ ต่างประเทศด้วย รวมไว้ทีเดียวเลย”

(ดารณี เปี่ยมพาน, สัมภาษณ์, 15 มกราคม 2554)

“ถ้าเป็นข่าวต้นชั่วโมงยังพอโอเคนะ แต่ช่วงหนึ่งทุ่มกับสองทุ่มนี่รู้สึกว่ามันไปหน่อย อยากให้มีแค่สิบห้านาทีก็พอแล้ว ลองคิดดูสิช่วงนั้นได้ฟังเพลงครึ่งชั่วโมงก็ต้องฟังข่าวอีกแล้ว สองชั่วโมงติดเลยนะ คือถ้าเราอยากฟังข่าวจริงๆ เราฟังจากทีวีหรืออะไรก็ได้ แต่สื่อที่เปิดเพลงเก่ามันมีอยู่น้อยอะ บางทีช่วงนี้ฟังจะไม่ค่อยได้ฟังเลยอะ อาจปิดวิทยุไปก่อน แล้วค่อยเปิดฟังใหม่ตอนหลังสามทุ่มไปแล้ว”

(มณฑกานต์ ตริเวก, สัมภาษณ์, 22 มกราคม 2554)

“อยากให้ช่วงข่าวมีแต่ข่าวในประเทศก็ดีนะ สิบนานที่สิบห้านาทีบางทีก็นานอยู่ละคะ ถ้าเหลือแต่ข่าวในประเทศก็อาจจะสักห้านาทีได้ เวลาฟังเพลงจะได้นานขึ้นอีกนิดสักเพลงสองเพลง”

(ประภาพร ศรีจันทร์, สัมภาษณ์, 30 พฤศจิกายน 2553)

2.5 ช่องทางการรับฟัง เนื่องด้วยผู้ฟังสามารถรับฟังรายการเอส เรดิโอได้จาก 2 ช่องทางคือ ทางวิทยุ(FM 93.5 HD1) และ ทางอินเทอร์เน็ต (www.yesradiothai.com) ทำให้รองรับการรับฟังของกลุ่มผู้ฟังได้กว้างขึ้น ไม่เฉพาะเจาะจงแต่เพียงผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น แต่สามารถรับฟังได้ทั้งในต่างจังหวัดรวมไปถึงต่างประเทศด้วย เป็นผลดีให้ผู้ฟังที่อาศัยอยู่ในต่างจังหวัด

สามารถรับฟังเพลงจากยูทูป เรดิโอได้โดยไม่ต้องประสบกับปัญหาด้านสัญญาณการรับฟังที่ไม่ชัดเจนหรือรับฟังจากทางอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ในเว็บไซต์ของยูทูป เรดิโอยังมีห้อง chat room ไว้สำหรับให้ผู้ฟังได้พูดคุยสนทนากันโดยผ่านทางโปรแกรมนี้ ทำให้ผู้ฟังหลายต่อหลายคนได้รู้จักกันเป็นจำนวนมาก แล้วผลจากการรู้จักกันผ่านทาง chat room หรือ c-box นี้เอง ทำให้ผู้ฟังหลายคนชักชวนกันไปร่วมกิจกรรมด้วยกันไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมของทางยูทูป เรดิโอ หรือจะเป็นกิจกรรมที่ผู้ฟังร่วมจัดขึ้นเอง เช่น นัดกันไปรับประทานอาหาร ร้องคาราโอเกะ เป็นต้น

“ตอนอยู่กรุงเทพผมจะฟังในรถ หรือไม่ก็วิทยุที่บ้านครับเพราะสัญญาณยังพอรับได้ แต่บางช่วงก็โดนคลื่นแทรกบ้าง ช่วงที่โดนแทรกถ้าอยู่บ้านก็จะฟังทางเว็บไซต์ แต่ไม่บ่อยเท่าไรครับ คือถ้าตั้งใจจะฟังทางเว็บไซต์จริงๆคือ ผมจะเข้าไปแชทกับเพื่อนๆด้วย เดี่ยวนี้เพื่อนเยอะเลยครับ”
(อดิเทพ มหัทธนะสิน, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2553)

“คือพี่เดินทางไปต่างประเทศบ่อยๆ มีเพราะทั้งเรื่องงาน แล้วก็เพราะไปเที่ยวเองด้วย แต่พี่จะติดฟังยูทูป บางทีก็เข้าเฟซบุ๊กของยูทูป ตอนไปก็เอาโน้ตบุ๊กไปด้วย เพราะถ้าไม่ได้ฟังยูทูปจะรู้สึกแปลกๆเหมือนขาดอะไรไปอย่าง ได้ฟังนิดนึงก็ยังดี มันดีมากที่ยูทูปทำให้ฟังทางเน็ตได้ด้วย”
(ดวงใจ คุณศรีวิณี, สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2553)

“ดิฉันที่เอสเอ็มให้ฟังทางอินเทอร์เน็ตได้ เพราะงานของพี่มันต้องใช้คอมพิวเตอร์เกือบตลอดเวลา แล้วมันก็สะดวกตรงที่เปิดฟังยูทูปไปด้วยได้ ไหนจะแชทได้อีก ยูทูปเหมือนเป็นสังคมเล็กๆของการรวมตัวคนฟังเพลงเก่าเลยนะพี่ว่า คอเพลงเดียวกันมาแชทกันเกือบทุกวัน มีกิจกรรมไร่น่าสนก็แห่กันไปเกือบทั้งกลุ่ม ผลพวงที่เห็นบ่อยๆจะเป็นชวนกันไปกินข้าว”
(สกาเวเดือน จันชนะกิจ, สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2553)

“อยู่มอญๆยังก็ต้องฟังทางเน็ตอย่างเดียวค่ะ คือเกือบไม่ได้ฟังแล้วไง ถ้ายูทูปไม่มีให้ฟังทางเน็ตนะหนูต้องพลาดฟังเพลงที่คุ้นมาแต่เด็กเลยนะพี่ มันดีตรงที่เค้าคำนึงถึงคนอื่นที่ไม่ได้อาศัยที่กรุงเทพฯด้วย กระแสเพลงเก่าจะได้กระจายไปทุกพื้นที่”

(จุฑารัตน์ กอบนวรวิทย์, สัมภาษณ์, 4 ธันวาคม 2553)

2.6 การให้บริการสาธารณะ ส่วนใหญ่แล้วการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆของยูทูป เรดิโอจะเป็นในรูปแบบของสารคดี ซึ่งสารคดีเหล่านี้มักเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวกับเนื้อหาของสปอนเซอร์ผู้สนับสนุนรายการ เช่น สารคดีของ ปตท. สารคดีของกรมทางหลวง เป็นต้น และมักจะมีสารคดี

อยู่เพียงไม่กี่ชิ้น จึงเป็นไปในลักษณะซ้ำๆกัน ทำให้ผู้ฟังบางคนอยากให้เกิดเปลี่ยนแปลงในส่วนของการให้บริการสาธารณะบ้าง กล่าวคือ ผู้ฟังบางคนก็เห็นด้วยกับสารคดีอันเดิมของทางสถานี และบางส่วนอยากให้มีลดน้อยลง

“ผมเห็นด้วยกับเนื้อหาสารคดีที่ทางเขสนำเสนอ มีความเหมาะสมดีแล้ว ชาวสารที่นำเสนอส่วนใหญ่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ อย่างเช่นสารคดีลูกโลกสีเขียวทำให้เยาวชนตระหนักในความสำคัญของสิ่งแวดล้อม แต่ส่วนตัวผมยังอยากให้นำเสนอเพิ่มเกี่ยวกับเรื่องความร่วมมือในการอยู่ร่วมกันในสังคมที่อยู่ในสังคมต่างๆ แล้วยังอีกเรื่องคือการรักษาความสะอาด ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพคนทุกวัย เพราะเดี๋ยวนี้โรคภัยมันเยอะ”

(วินัย อมตพันธ์, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2553)

“สารคดีที่นำเสนอยุ่ตอนนี้ก็พอโอเคแล้วนะ แต่พื่ออยากให้เพิ่มเติมในส่วนของวัฒนธรรมไทยบ้าง พวกพื้นบ้านหรือชุมชน มันเป็นการช่วยโปรโมทเค้าด้วย อีกอย่างคนฟังก็น่าจะชอบกัน อย่างพี่เองแล้วก็เพื่อนๆชอบมากเลยนะ แล้วยังนอกจากรุ่นพี่แล้ว คนฟังอย่างรุ่นลูกๆหลานๆ เค้าก็จะได้รู้กันว่า ครั้งหนึ่งเคยมีการละเล่นพื้นบ้านที่น่าสนใจแบบนี้ หรือว่าวัฒนธรรมสมัยนี้เป็นอย่างไรบ้าง บางอย่างเราเองก็ยังไม่รู้”

(วริยา สุฉันทบุตร, สัมภาษณ์, 9 มกราคม 2554)

“เท่าที่เคยฟังมา พวกเนื้อหาสารคดีของเขสจะซ้ำๆเดิมกันเยอะ ลองเปลี่ยนๆบ้างก็ดีนะคะ อย่างเช่นเกร็ดความรู้เรื่องเพลงเก่าๆที่น่าสนใจหรือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวแบบโบราณ เพราะน่าจะเข้ากับผู้ฟังที่ชอบแนวเพลงแบบนี้ละ ไม่ต้องเน้นสาระมากก็ได้คะ บางทีก็อยากฟังเพื่อความผ่อนคลายมากกว่า”

(นภัทสรณ์ ปุณยเรืองศักดิ์, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2554)

“สารคดีเป็นอะไรที่ผมไม่ชอบฟังอยู่แล้ว ยิ่งในของเขสยิ่งไม่ค่อยชอบฟัง คือผมรู้สึกว่ามันยังไม่ดึงดูดใจคนฟังนะ หรือจะเป็นเฉพาะผมคนเดียวหรือเปล่านั้นก็ไม่แน่ใจ ผมมองว่ามันน่าจะเล่นกับความต้องการของคนฟังมากกว่านี้ อย่างพวกพาไปเที่ยว พาไปกิน หรือไม่ก็เก็บตกคอนเสิร์ตดีๆ มาเล่าสู่กันฟัง”

(คณิน ภาคจิตต์, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2554)

2.7 **โฆษณา** ใน 1 ชั่วโมงของทางสถานี จะแบ่งเป็นทั้งหมด 4 เบรก และในแต่ละ 1 เบรก จะประกอบไปด้วยโฆษณาประมาณ 3-4 ชิ้น ด้วยจำนวนโฆษณาดังกล่าว ผู้ฟังส่วนใหญ่มักจะฟังต่อเนื่องกันไป โดยไม่ได้เปลี่ยนไปฟังคลื่นอื่น แต่ก็มีบ้างเช่นกันที่ไม่ชอบฟังโฆษณา และให้เหตุผลว่าอยากให้มีโฆษณาน้อยลงกว่านี้ หรือไม่ก็ควรจะคั่นโฆษณาช่วงพักเบรกน้อยลงกว่านี้ ซึ่งความเห็นในลักษณะนี้จะเป็นของผู้ฟังคนรุ่นใหม่ ส่วนผู้ฟังคนรุ่นเก่าจะมีความเห็นว่าโฆษณายังอยู่ในระดับที่ไม่มากไป และโฆษณาบางชิ้นยังสนองความต้องการของตนเองด้วย

“โฆษณาของเอสบางอย่างมันก็ตรงกับใจเรานะ เหมือนว่าเค้าอาจจะคัดเลือกมาแล้วก็ได้ อย่างยาข้อมผมอะคะ ฟังแล้วก็น่าสนใจดี เพราะวัยพีก็เริ่มต้องใช้อะไรพวกนี้แล้ว”

(สุบรรณกิจ น้อยฉายา, สัมภาษณ์, 7 ธันวาคม 2553)

“ถ้าเป็นโฆษณาก็ยังถือว่าไม่เยอะไปหรอกคะ ฟังเพลินๆมันก็เบื่อบ้างเอง เข้าใจแหละว่าคลื่นมันอยู่ได้ก็เพราะสปอนเซอร์ ไม่งั้นเดี๋ยวก็ไม่มีเพลงเพราะๆให้คนฟังอีก แต่ต่อไปก็ไม่แน่นะ เพราะเดี๋ยวนี้แพลับเอสเริ่มเยอะขึ้นเรื่อยๆแล้ว ถ้าโฆษณาเยอะกว่านี้ก็อาจไม่ชอบเหมือนกัน”

(สุกัญญา จันทรา, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

“ช่วงเบรกชวายน้อยลงหน่อยก็ดีนะอะพวกโฆษณาของรายการเนี่ย รู้สึกว่าฟังเพลงยังไม่เต็มอิมเลย ก็โฆษณาก็แล้ว หรือบางทีพีดีเจบอกว่าเดี๋ยวช่วงหน้ากลับมาฟังเพลงนี้นะ บอกชื่อจบอารมณ์ค้างกำลังอยากฟังก็ต้องฟังโฆษณาก่อน บางเบรกเปิดตั้ง 4-5 โฆษณา นานไปนะ”

(ธนิษฐ์ ฤกษ์ เกตุแก้ว, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

2.8 **จิงเกิ้ล (jingle)** จิงเกิ้ล คือ สโลแกนสั้นๆที่ใช้อธิบายถึงลักษณะของคลื่นวิทยุ ทำให้ผู้ฟังหลายคนที่นี่กถึงคลื่นวิทยุสักคลื่น มักจะนึกถึงจิงเกิ้ลเป็นอันดับแรกๆ ซึ่งจิงเกิ้ลหลักๆของเอส เรดิโอคือ “คลื่นที่ชอบ ของคนที่ใช่” และยังมีอีก 2 จิงเกิ้ลที่เปิดร่วมกันคือ “ความรู้สึกดีดีที่ซึ่มซาบ แต่มิตรภาพที่ยั่งยืน” และ “นึกทุกเรื่องที่มี ย้อนทุกเรื่องที่มี” แต่ความแตกต่าง คือ จิงเกิ้ลที่ทางสถานีเปิดอยู่บ่อยครั้งคือ “คลื่นที่ชอบ ของคนที่ใช่” ประกอบกับนักจัดรายการก็มักจะพูดติดปากอยู่เสมอ ทำให้เป็นที่คุ้นเคยของผู้ฟัง ในขณะที่จิงเกิ้ลสองอันหลังจะมีออกอากาศบ้าง แต่ไม่บ่อยครั้งนัก มักอยู่ในช่วงเริ่มต้นและช่วงปิดท้ายของรายการในแต่ละช่วง

เหตุผลหลักๆของที่มาจิงเกิ้ล เนื่องจากคุณจักรกฤษ ศิลปชัย ให้ความสำคัญกับคำว่า มิตรภาพในกลุ่มผู้ฟังเป็นอย่างมาก จึงอยากให้มีมิตรภาพระหว่างผู้ฟังและเอส เรดิโอเป็นมิตรภาพที่ยั่งยืน ส่วนที่มาของ “คลื่นที่ชอบ ของคนที่ใช่” คุณจักรกฤษ กล่าวว่า เป็นประโยคที่คล้องจองทำ

ให้ติดหูผู้ฟัง และด้วยความหมายตรงตัวคือ หากคุณชอบฟังเพลงเก่า เยส เรดิโอเป็นสื่ออีกทางเลือกหนึ่งที่ตอบโจทย์ความต้องการของคุณผู้ฟังได้ ซึ่งเป็นการอธิบายถึงความเป็นเยส เรดิโอได้ในระดับหนึ่ง อีกทั้งยังเชิญชวนให้ผู้ฟังมีความสนใจที่จะติดตามรับฟังรายการด้วย และสำหรับ “นี่ทุกเรื่องที่มี ย้อนทุกเรื่องที่ดี” นั้น คุณจักรกฤษเห็นว่าคุณควรนำเรื่องราวในวันวานมาเล่าสู่กันฟังแก่ผู้ฟังด้วย เพื่อย้อนรำลึกร่วมกัน และเน้นนำเสนอเรื่องราวดี ๆ ที่น่าจดจำ

ในขณะที่ผู้ฟังเองก็ชื่นชอบจึงเกิด โดยให้ความคิดเห็นแตกต่างกันไป เช่น ชอบเพราะเป็นคำคล้องจองที่ฟังแล้วสะดุดหูบ้าง เป็นคำที่สื่อถึงเยส เรดิโอได้อย่างสอดคล้องเหมาะสมบ้าง รวมถึงชอบที่ทางสถานีให้ความสำคัญกับคำว่ามิติรูปภาพบ้าง เป็นต้น

ทั้งนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึงทั้ง 3 จึงเกิด โดยได้สอบถามถึงความคิดเห็นของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มที่มีต่อจึงเกิดทั้งสอง ดังข้อมูลต่อไปนี้

- **คลื่นที่ชอบ ของคนที่ใช่** ผู้ฟังทั้งคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ต่างให้ความคิดเห็นไปในทางทรงชนะด้านบวกต่อจึงเกิดนี้ ในลักษณะที่ว่าเหมาะสมกับรูปแบบเพลงที่เปิดจากทางสถานี กล่าวคือ หากผู้ฟังคนใดที่ชื่นชอบเพลงเก่า เยส เรดิโอก็เป็นคลื่นที่ใช่สำหรับคุณ ซึ่งยิ่งเท่ากับเป็นการตอกย้ำความเป็นเยส เรดิโอให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

“เป็นประโยชน์ที่ได้ยินบ่อยมากเวลาฟังเยส เรดิโอ ทำให้คุ้นหู เหมือนเป็นคำเฉพาะที่เราชอบเวลาโดนใจหรือชอบอะไรหลายๆ ซึ่งก็เข้ากันกับความเป็นเยส เรดิโอดีค่ะ”

(ประภาพร ศรีจันทร์, สัมภาษณ์, 30 พฤศจิกายน 2553)

“คลื่นที่ชอบ ของคนที่ใช่เหมือนจะสื่อให้คนฟังได้รู้ว่า ถ้าชอบเพลงแนวย้อนอดีต ฟังคลื่นนี้จะไม่ทำให้ผิดหวัง”

(ศศิขานันท์ ปานแก้ว, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2553)

“เป็นคำนิยามที่ฟังแล้วติดหูตั้งแต่ครั้งแรกเลยครับ ด้วยความที่ใช้คำแบบสัมผัสอักษร ฟังแล้วเลยสะดุดหู สร้างอัตลักษณ์ให้กับคนฟัง และเหมาะสมกับ 93.5”

(दनัย วงศ์วัฒนชัย, สัมภาษณ์, 22 ธันวาคม 2553)

“คือปัจจุบันนี้คลื่นเพลงส่วนใหญ่ในกรุงเทพฯ มักเป็นเพลงสำหรับวัยรุ่น พอมีประโยคคลื่นที่ชอบ ของคนที่ใช่ขึ้นมา ก็คงทำให้คนฟังพอเดาได้ว่า มันไม่ใช่เพลงกระแสหลักในตอนนี้นะ แต่มันใช่สำหรับคนที่ใช่ ซึ่งผมก็เป็นหนึ่งในคนจำนวนนั้น”

(ธนินท์รัฐ เกตุแก้ว, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

“เป็นคำคล้องจองที่ติดหูดีครับ แต่ตอนแรกฟังเข้าใจยากเหมือนกัน เข้าใจว่าเป็นความหมายถึง ความบันเทิงผ่านทางคลื่นวิทยุที่ถูกใจสำหรับกลุ่มผู้ฟังในกลุ่มหนึ่งที่โยกหาความต้องการในแบบหนึ่ง ซึ่งเขสก็ตอบโจทย์ตรงนั้นสำหรับเราได้”

(รุ่งโรจน์ โพนคำ, สัมภาษณ์, 9 มกราคม 2554)

“ใช่เลยจริงๆ อย่างที่ว่ามันแหละ เป็นอะไรที่หามานานมากแล้ว”

(ชญาดา คร่ำกระโทก, สัมภาษณ์, 26 ธันวาคม 2553)

“เป็นคำนิยามที่ตรงจุด สำหรับคนที่ชอบเหมือนกัน เช่น เปิดเพลงโดยดีเจที่รอบรู้เรื่องเพลงในอดีต และเติบโตมากับเสียงเพลงแนวเดียวกัน ไม่ใช่เพลงที่ตามสมัยเกินไป”

(นพ.ฉัตรบดีนทร์ เจตนะศิลป์, 46 ปี แพทย์)

“สื่อความหมายได้ตรง และกระชับว่าคนที่ชอบฟังเพลงเก่าๆ ต้องฟังคลื่นนี้ หรืออาจจะเปลี่ยนเป็น คลื่นที่ใช่ ของคนที่ชอบก็เป็นคอนเซ็ปที่เหมาะสมกับรายการ เพราะถ้าไม่ชอบก็คงไม่ฟังคะ”

(จริยา โล่ห์คำ, สัมภาษณ์, 15 มกราคม 2554)

-ความรู้สึกดี ๆ ที่ซึมซาบ แต่มีตรรกะที่ยั่งยืน สำหรับจึงเกิดนี้ผู้ฟังคนรุ่นเก่าส่วนใหญ่รู้สึกชื่นชอบและเห็นด้วยกับนิยามของจึงเกิด โดยให้เหตุผลว่าเขส เรดิโอเป็นมากกว่าคลื่นวิทยุ แต่เหมือนเป็นครอบครัวอีกครอบครัวหนึ่งที่รู้จักและสนิทกัน พุดคุยปรึกษากันได้เวลามีปัญหาชักชวนกันไปทำกิจกรรมร่วมกันอยู่เสมอ ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่มักร่วมแสดงความคิดเห็นกับจึงเกิดนี้ในลักษณะของเพลงจากอดีตถึงปัจจุบันก่อให้เกิดเป็นความรู้สึกดี ๆ ที่มอบให้แก่ผู้ฟัง เนื่องจากผู้ฟังคนรุ่นใหม่ส่วนมากเน้นการรับฟังเพลงเป็นหลัก ไม่ได้ร่วมกิจกรรมหรือพุดคุยกับนักจัดรายการดังเช่นผู้ฟังคนรุ่นเก่า

“เรามองว่าเป็นคำนิยามที่ทำให้เห็นเรื่องราวของความผูกพันในอดีต จนถึงปัจจุบัน ต่อไป
 เยส เบริโอก็จะยังคงอยู่เพื่อเปิดเพลงให้ผู้ฟังได้รู้สึกดี มีความสุขเวลาได้ฟัง”

(บุญธิดา เสวตสมบุญธณ์, สัมภาษณ์, 24 มกราคม 2554)

“เป็นคำที่แสดงถึงความจริงใจ ฟังแล้วรู้สึกอบอุ่น โดยเพลงเก่ามักมีความหลายเหล่านี้อัฒ
 อยู่เยอะ เน้นมิตรภาพระหว่างกันที่ยาวนาน”

(เมทิตา สัสดี, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

“หนูชอบจึงเกิดขึ้นนะ มิตรภาพมันเป็นเรื่องที่ตัดไม่ขาดเป็นสิ่งที่อยู่ในความทรงจำและ
 ยังคงอยู่กับเราตลอดไป แต่ถึงแม้ว่าบางครั้งมิตรภาพอาจจะไม่ได้อยู่แล้วแต่สิ่งที่ยังคงอยู่คือ ความ
 ทรงจำที่ดีค่ะ ซึ่งเพลงก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่สามารถถ่ายทอดความรู้สึกที่มีระหว่างกันได้”

(จุฑารัตน์ กอบนวรวิเศษ, สัมภาษณ์, 4 ธันวาคม 2553)

“ชอบคำว่าแถมมิตรภาพที่ยั่งยืน เพราะผมคิดว่ามิตรแท้เป็นสิ่งสำคัญและควรค่าแก่การ
 รักษาไว้ให้ยาวนาน ยิ่งคนรุ่นผมแล้วมิตรภาพคู่มือมีค่ามาก”

(อดิเทพ มหัทธนะสิน, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2553)

“อย่างที่จึงเกิดบอกไว้นั้นแหละค่ะ พี่ได้รู้จักเพื่อนใหม่เยอะแยะตั้งแต่ฟังเยส แล้วก็ร่วม
 กิจกรรมกับเยส 93.5 ตอนนั้นสนิทกันหลายคนเลย และคิดว่าจะเป็นเพื่อนกันไปเรื่อยๆ ไม่มีเปลี่ยน
 กว่าที่จะหาคนคุยกันรู้เรื่อง คนคบเดียวกันไม่ใช่เรื่องง่ายนะ”

(ดารณี เปี่ยมพาน, สัมภาษณ์, 15 มกราคม 2554)

“ผมคิดว่าดีเจคลื่นเยสมีอารมณ์ร่วมกับผู้ฟัง เป็นเสมือนเพื่อนที่สนิทกันมานาน ไม่ว่าจะ
 โทรเข้าไปพูดคุยหรือขอเพลงทางsms ทำให้ทราบความเคลื่อนไหวข่าวสารต่างๆในวงการเพลงเก่า
 ฟังดูอบอุ่น เป็นกันเองด้วย ลงตัวครับ”

(วินัย อมตพันธ์, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2553)

“ให้ความรู้สึกที่เราได้แชร์ความเห็นของเรา ฟังความเห็นของเพื่อนชาวเยสคนอื่นๆ ผ่าน
 ทางรายการ หรือจะแชทคุยกันก็ยังได้ จะว่าไปก็คล้ายๆกับเพื่อนสนิทที่ไม่เคยเห็นหน้า แต่บางคนก็
 เคยร่วมกิจกรรมกันมาก็เห็นหน้ากันบ้าง จนเกิดเป็นมิตรภาพที่ดีระหว่างกัน”

(สกาเวเดือน จันชนะกิจ, สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2553)

-“นี่ทุกเรื่องที่มี ย้อนทุกเรื่องที่ดี” เป็นจิงเกิ้ลที่ชวนให้ผู้ฟังนึกย้อนไปถึงเรื่องราวต่างๆ ที่น่าจดจำในวันวาน ซึ่งจะมีความสอดคล้องกับแนวคิดโดยหาอดีต ทั้งนี้ผู้ฟังได้แสดงความคิดเห็นว่า สิ่งที่ทำให้ย้อนนึกถึงวันวานคือ เพลง และปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ นักจัดรายการ และกิจกรรมของทางสถานี แต่ยังไม่มีความหลากหลายมากนัก และอยากให้ปรับปรุงเกมหรือกิจกรรมต่างๆ ที่ผู้ฟังจะได้มีโอกาสเข้าร่วมกับทางสถานีมากขึ้น

“ถ้าเป็นเอส เรดิโอเราจะนึกถึงเรื่องเพลงก่อน เพราะเพลงทุกเพลงก็มีเนื้อหาต่างกันไป มันจะเล่าถึงเหตุการณ์ที่สุข ทุกข์ต่างกัน ฟังแล้วก็นึกถึงวันวานอยู่เสมอ ซึ่งส่วนใหญ่มักจะมองมันด้วยสายตาแห่งความสุขค่ะ”

(บุญธิดา เสวตสมบุญ, สัมภาษณ์, 24 มกราคม 2554)

“เวลาดีใจเล่าเรื่องในสมัยก่อน มันก็ทำให้พินึกย้อนไปด้วยนะ ว่าตอนนั้นเรากำลังทำอะไร อยู่ เหมือนอย่างที่ดีใจเค้าเล่ามาหรือเปล่า ซึ่งมันก็ตรงกับที่จิงเกิ้ลว่าวันนั้นแหละ นึกไปเรื่อย แต่ส่วนใหญ่มักจะเป็นเรื่องบวก พี่ว่ามันเป็นธรรมดาที่คนเรามักนึกถึงเรื่องสุขมากกว่าทุกข์”

(ดวงใจ คูหิศรีวินิจ, สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2553)

“เห็นด้วยกับคำว่าย้อนทุกเรื่องที่ดีนะคะ เพราะที่เอสเน้นแต่เรื่องสนุกๆ มาเล่าสู่กันไป โดยเฉพาะช่วง Hello America ฟังไปยิ้มไปตลอด ไม่ค่อยมีหรรษาอะไรเครียดๆ”

(ชัชฌิมพร นาวานุเคราะห์, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2553)

“จะว่าย้อนก็ย้อนนะ แต่มันก็แล้วแต่อารมณ์ด้วย บางที่เราอินกับเรื่องที่เล่า มันก็นึกภาพตาม บางเรื่องเราไม่เคยเจอก็ไม่ได้นึกอะไร แต่ก็ยังเป็นจิงเกิ้ลที่โอเคค่ะ เข้ากับเพลงเก่า เรื่องราวเก่าๆ ที่ทางคลื่นนำเสนอมา แต่จะดีกว่านี้นะ ถ้ามีเกมหรืออะไรที่ทำให้ผู้ฟังได้ร่วมสนุกมากขึ้น ย้อนไปร่วมกัน ทั้งคนฟังและดีใจ”

(ดวงพร ปทุมรัตน์, สัมภาษณ์, 7 พฤศจิกายน 2553)

บทที่ 7

ปัจจัยในรายการเอส เรดิโอมีผลต่อการหวนนึกถึงภาพความทรงจำในอดีตต่อ กลุ่มผู้ฟังคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่

สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ด้านการรับฟังเพลงเก่าในกลุ่มผู้ฟังว่าเพลงมีผลต่อการย้อนอดีต คือ ย้อนรำลึกถึงวันเวลาที่ผ่านพ้นไปแล้ว ในลักษณะของการหวนรำลึกถึงทบทวนอดีต หรือจะมีผลไปถึงการโหยหาอดีต คือ โหยหาอยากย้อนกลับไปสู่ความดีความงามที่เคยมีเคยเป็นในอดีต หรือว่าเพลงจะไม่มีผลใดเลยต่อผู้ฟัง โดยที่ผู้วิจัยได้แบ่งหมวดการโหยหาอดีตเป็น ด้านเพลงและด้านสังคมในอดีต

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ให้ความหมายของคำว่า อดีต ว่าเป็นสิ่งที่เคยเกิดขึ้น เคยมีเคยเป็นในอดีตที่ไม่ได้เกิดขึ้นในยุคของตัวผู้ฟัง และอดีตที่เกิดขึ้นในยุคของตัวผู้ฟัง

นอกจากผู้วิจัยจะทำการสอบถามผู้ฟังถึงเรื่องเพลงในเอส เรดิโอที่มีผลต่อการหวนนึกถึงอดีตแล้ว ผู้วิจัยยังให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่นๆของทางสถานีด้วย ได้แก่ นักจัดรายการ, กิจกรรมองทั้งที่จัดโดยสถานีและจัดโดยผู้ฟังด้วยตัวเอง และการพูดคุยสนทนาของผู้ฟังผ่านทาง c-box (chat room) ด้วย

งานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นเก่าจำนวน 25 คน และคนรุ่นใหม่ 15 คน รวมเป็นจำนวน 40 คน

ปัจจัยในรายการเอส เรดิโอมีผลต่อการหวนนึกถึงภาพความทรงจำในอดีตต่อกลุ่ม ผู้ฟังคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่

จากการวิจัย พบว่า ผู้ฟังเอส เรดิโอทั้งคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่มีทั้งฟังเพลงจากทางสถานีแล้วเกิดการหวนนึกถึงเรื่องราวในอดีต (โดยผู้วิจัยหมายรวมถึงทั้งเรื่องเพลงและเรื่องราวทางสังคม) อยากกลับไปสู่วันวานนั้นอีกครั้ง ,มีทั้งหวนรำลึกถึงความหลัง แต่ไม่ได้รู้สึกอยากกลับไปสู่วันวานในครั้งนั้น และผู้ฟังที่ไม่ได้หวนนึกถึงความหลังแต่อย่างใด เพียงแค่รับฟังเพลงจากทางสถานีอย่างเดียว ซึ่งผลจากการสอบถามผู้ฟังโดยส่วนใหญ่จะเป็นไปในลักษณะที่ว่า หวนนึกถึงเรื่องราวในวันวานและอยากกลับไปสู่เหตุการณ์ในครั้งนั้นอีกครั้ง

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการหวนนึกถึงเรื่องราวในอดีตของผู้ฟังประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านเพลง,นักจัดรายการ, กิจกรรม, การสนทนาทางc-box (chat room) ซึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านเพลง รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านนักจัดรายการ ตามมาด้วยการสนทนาทาง c-box และกิจกรรมตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านข่าว ,การให้บริการสาธารณะ และโฆษณานั้น

ไม่มีผลต่อการหวนนึกถึงวันวานแต่อย่างใด เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้เป็นการนำเสนอเรื่องราวในปัจจุบันเป็นส่วนใหญ่แทบทั้งสิ้น

ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอในรูปแบบของตารางในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อการหวนนึกถึงเรื่องราวในอดีต ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 15 : แสดงข้อมูลการรับฟังเพลง เรดิโอแล้วหวนนึกถึงอดีต และเปรียบเทียบความชอบเพลงเก่าและเพลงร่วมสมัยในปัจจุบันของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม

ผู้ฟัง/จำนวน	ฟังเพลงแล้ว หวนคิดถึง อดีต และ อยาก ย้อนกลับไป วันวาน (nostalgia)	ฟังเพลงแล้ว เพียงรู้สึก คิดถึงวันวาน (retro)	ฟังเพลงแต่ไม่มี ผลต่อการนึก ย้อนถึง วันวาน	คิดว่าแนว เพลงใน ปัจจุบันไม่ดี เท่าเพลงเก่า	ชอบเพลง ต้นฉบับ มากกว่าเพลง ที่นำมาขับ ร้องใหม่ (cover version)
คนรุ่นเก่า(35 ปี ขึ้นไป) 25 คน	16	6	3	19	18
คนรุ่นใหม่ 15- 25 ปี)15 คน	5	7	3	8	6
ผลรวม	21	13	6	27	24

ตารางที่ 16 : แสดงข้อมูลด้านปัจจัยในรายการเพลง เรดิโอที่มีผลต่อการหวนนึกถึงอดีต

ผู้ฟัง/จำนวน	จำนวนผู้ฟังที่ ฟังเพลงแล้ว หวนนึกถึง อดีต	เพลงมีผลต่อ การนึกถึง อดีต	นักจัดรายการ มีผลต่อการ นึกถึงอดีต	กิจกรรมมีผล ต่อการนึกถึง อดีต	การสนทนา ทาง c-box ทำให้นึกถึง อดีต
คนรุ่นเก่า 25 คน	22	14	7	6	3
คนรุ่นใหม่ 15 คน	12	9	4	1	-
ผลรวม	34	23	11	7	3

หมายเหตุ: ผู้ฟังสามารถเลือกแสดงความคิดเห็นถึงปัจจัยที่มีผลต่อการหวนนึกถึงอดีตได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 15 จะเห็นได้ว่า ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มเมื่อได้รับฟังเอส เรดิโอแล้วเกิดความรู้สึก หวนนึกถึงอดีตเช่นกันทั้ง 2 กลุ่ม แต่การนึกถึงอดีตดังกล่าว จะมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ฟัง คนรุ่นเก่า มักจะนึกถึงอดีตในลักษณะของการโหยหา และอยากย้อนกลับไปวันวาน (nostalgia) มี 16 คนจาก 25 คน ความโหยหาอดีตดังกล่าวเกิดจากทั้งความไม่พอใจเพลงในปัจจุบัน และไม่พอใจสภาพสังคมในปัจจุบันด้วย แต่ในที่นี้ผู้วิจัยจะเน้นในส่วนของเพลงเป็นหลัก ทั้งนี้ความไม่พอใจเพลงในปัจจุบันจะเห็นได้จากมีผู้ฟังคนรุ่นเก่าถึง 19 คนจาก 25 คน ที่ชื่นชอบเพลงในอดีต มากกว่าเพลงในปัจจุบัน ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะนึกถึงอดีตในลักษณะมีความสุขเมื่อได้ คิดถึง แต่ไม่ได้อยากย้อนกลับไปวันวาน (retro) ความสุขดังกล่าวนี้จะเห็นได้จากที่ผู้ฟังคน รุ่นใหม่จำนวนหนึ่งรู้สึกว่าเพลงในปัจจุบันไม่ดีเท่าเพลงเก่า ในขณะที่จำนวนอีกครั้งหนึ่งที่รู้สึก เห็นต่างออกไปคือ ชอบทั้งเพลงเก่าและเพลงใหม่ แล้วแต่ว่าอารมณ์ช่วงไหนอยากฟังเพลงประเภท ไตมากกว่ากัน

ดังนั้นหากเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มแล้ว จะเห็นได้ว่า ผู้ฟังคนรุ่นเก่าจะ รู้สึกคลั่งไคล้ในบทเพลงของวันวานมากกว่า ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่สามารถรับฟังได้ทั้งเพลงเก่า และเพลงใหม่ ทั้งนี้สาเหตุหนึ่งเป็นเพราะ ผู้ฟังคนรุ่นเก่ามีประสบการณ์ร่วมกับเพลงรุ่นเก่ามากกว่า หรือกล่าวได้ว่าชื่นชอบเพลงในยุคตัวเองมากกว่า ส่วนผู้ฟังคนรุ่นใหม่ก็คุ้นชินกับทำนองดนตรีและ เสียงร้องของเพลงในปัจจุบันมากกว่าเช่นกัน จะเห็นได้จาก ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ถึง 9 คนจาก 15 คนที่ ชอบเพลงนำกลับมาร้องใหม่มากกว่าเพลงต้นฉบับ โดยให้เหตุผลว่าเพลงใหม่มีจังหวะ ท่วงทำนอง ที่ฟังสบายหู และสนุกกว่า ในขณะที่ถ้าเป็นเพลงต้นฉบับบางเพลงจะซ้ำเกินไป แต่ผู้ฟังคนรุ่นเก่า กลับชอบเพลงต้นฉบับมากกว่ามีถึง 18 คนจาก 25 คน ซึ่งคนกลุ่มนี้ให้เหตุผลว่าเสียงร้องคนรุ่น ใหม่ฟังออกเสียงไม่ชัดเจน หรือจังหวะอาจเร็วไปบ้าง

ในขณะที่ผู้ฟังที่รับฟังเอส เรดิโอแล้วไม่ได้นึกถึงอดีตเลย จะเป็นสัดส่วนที่น้อยกว่าเมื่อ เทียบกับกลุ่มผู้ฟังที่นึกถึงอดีต คือ ผู้ฟังคนรุ่นเก่ามีจำนวน 3 คน และคนรุ่นใหม่มีจำนวน 3 คน เช่นกัน คิดเป็นจำนวน 6 คนจาก 40 คน หรือหากเทียบเป็นสัดส่วนแล้วก็มีเพียง 1 ใน 7 เท่านั้น โดยที่ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มให้ความเห็นว่าฟังเอส เรดิโอเพื่อความเพลิดเพลินเป็นหลัก แต่ไม่ได้นึกรำลึก ถึงอดีตตามบทเพลงที่ทางสถานีเปิดไปด้วย

จากที่กล่าวมาทั้งหมด จะเห็นได้ว่า **ความคิดเห็นของผู้ฟังทั้งคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ ต่างมีแบบแผนไปในทางเดียวกัน** คือ รับฟังเอส เรดิโอแล้วมักหวนนึกถึงอดีตเหมือนกัน แต่รายละเอียดในการนึกถึงก็อาจจะต่างกันบ้างตามที่ได้กล่าวมา คือ ผู้ฟังคนรุ่นเก่ารู้สึกโหยหาอดีต

มากกว่า ความรู้สึกนี้ก็แสดงออกด้วยความเห็นที่ว่าชอบเพลงในวันวานมากกว่า อยากให้กระแสของเพลงในวันวานกลับมาอีกครั้ง ส่วนผู้ฟังคนรุ่นใหม่ก็หนึ่งที่ รู้สึกสุขใจที่ได้รับฟัง แต่ไม่ได้ถึงกับโหยหา คนกลุ่มนี้จึงรับฟังได้ทั้งเพลงเก่าและเพลงใหม่ นอกจากนี้แล้ว ในส่วนของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มที่ไม่ได้นึกถึงอดีตเมื่อรับฟังเพลง เติบโตยิ่งเติบโตขึ้นสัดส่วนที่น้อยเมื่อเทียบกับจำนวนผู้ฟังที่นึกอดีตเหมือนกันทั้ง 2 กลุ่มด้วย

สำหรับในตารางที่ 16 พบว่า ปัจจัยต่างๆไม่ว่าจะเป็นเพลง,นักจัดรายการ,กิจกรรม หรือแม้แต่การร่วมสนทนาทาง c-box ล้วนแล้วแต่มีผลทำให้ผู้ฟังเพลง เติบโตขึ้นถึงเรื่องราวในวันวาน แต่จะแตกต่างกันบ้างในส่วนที่ว่าปัจจัยบางอย่างอาจส่งผลกระทบต่อการนึกถึงอดีตของผู้ฟังได้มากกว่า ในขณะที่อีกปัจจัยอาจมีผลต่อการนึกถึงอดีตบ้าง แต่ไม่ได้โน้มน้ามาเท่าไร อย่างไรก็ตาม พบว่า ปัจจัยต่างๆมีผลต่อการนึกถึงอดีตของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ปัจจัยที่มีผลต่อการนึกถึงอดีตของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มมากที่สุดคือ เพลง ตามมาด้วยปัจจัยด้านการจัดรายการของดีเจ,กิจกรรมที่ทางรายการจัดขึ้น ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวผู้ฟังมักจะนึกถึงกิจกรรมในรูปแบบของคอนเสิร์ตเพลงเก่า ทำยสุดคือ การสนทนาใน chat room สำหรับการสนทนาทาง chat room นี้ จะเป็นความรู้สึกที่เกิดกับคนรุ่นเก่าเท่านั้น ส่วนผู้ฟังคนรุ่นใหม่ปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อการนึกถึงอดีตของพวกเขา เนื่องจากผู้ฟังคนรุ่นใหม่ไม่นิยมเข้าสนทนาใน chat room ดังเช่นผู้ฟังคนรุ่นเก่าที่นิยมเข้ามาพูดคุยกันเป็นประจำ การพูดคุยที่ว่านี้ไม่ได้หมายรวมเฉพาะในกลุ่มผู้ฟังด้วยกันเท่านั้น หากแต่ยังมีดีเจเข้ามาร่วมสนทนาพูดคุยถึงเรื่องวันวานอันน่าประทับใจต่างๆไปพร้อมกับผู้ฟังด้วย

ผู้วิจัยได้แบ่งปัจจัยต่างๆในรายการเพลง เติบโตที่มีผลการชวนนึกถึงวันวานของผู้ฟังไว้เป็น 4 ประการ อันประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านเพลง,นักจัดรายการ,กิจกรรม และการร่วมสนทนาทาง c-box ซึ่งจะกล่าวถึงรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1.เพลง สำหรับเพลงที่เปิดทางเพลง เติบโต จะเป็นเพลงที่อยู่ในช่วงปี พ.ศ. 2512-2537 ซึ่งมีทั้งเพลงไทยและเพลงสากล รวมไปถึงเพลงประกอบภาพยนตร์ และเพลงการ์ตูน นอกจากนี้ ในช่วงของเมลิ็ดพันธุเพลง ซึ่งจัดในวันอาทิตย์ เวลา 13.00-15.00 น. จะเป็นช่วงที่เปิดเพลงลูกกรุงเป็นหลัก ช่วงปี พ.ศ. ของเพลงจึงเก่ากว่าปี พ.ศ. 2512 ลงไป เพลงเหล่านั้นนับว่ามีผลให้ชวนนึกถึงความทรงจำในวันวานของผู้ฟังหลายต่อหลายคน กล่าวคือ ผู้ฟังบางคนเคยมีประสบการณ์ร่วมกับเพลงมาก่อนในช่วงวัยเด็ก ช่วงวัยรุ่นกับเพื่อนๆ หรือในช่วงกำลังมีความรักกับในช่วงหนุ่มสาว

รวมถึงสิ่งต่างๆที่เคยทำร่วมกันกับครอบครัว ฯลฯ เหล่านี้ล้วนได้โดยภาพในวันวานของผู้ฟังให้กลับมาปรากฏชัดเจนอีกครั้งเมื่อนึกถึง

จากการวิจัยพบว่า ผู้ฟังคนรุ่นเก่าส่วนมากและคนรุ่นใหม่จำนวนครึ่งหนึ่งมีความเห็นว่าเพลงในวันข้างหน้าจะไม่ใช่ที่ชื่นชอบของตัวเองดังเช่นเพลงเก่าในอดีต เนื่องด้วยทำนอง เนื้อร้องที่จะเปลี่ยนไป ทำให้ฟังยากขึ้น และภาษาไม่สละสลวยเหมือนเดิม นอกจากนี้ผู้ฟังคนรุ่นเก่ายังมีความเห็นว่าการนำเพลงกลับมาเรียบเรียงใหม่คงไม่ได้อรชรรสในการฟังมากเท่ากับของต้นฉบับ ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ชอบเพลงที่นำมาขับร้องใหม่มากกว่า

“พี่ว่าเพลงสมัยนั้นร้องเค้าร้องไม่ชัด เหมือนไม่ใช่เพลงภาษาไทย ทั้งๆที่เป็นภาษาไทยนะ ฟังไม่รู้เรื่อง ซอข้างออกเสียงเป็นตัวอะไรไม่รู้ ฟังยาก บางทีก็ร้องไทยคำฝรั่งคำ พี่ไม่ชอบแบบนี้ ฟังได้แบบเดียวเท่านั้นแหละก็ต้องเปลี่ยนมาฟังเพลงรุ่นเรา ชอบเพลงสมัยก่อนมากกว่าอะ ออกเสียงชัดเจน ยิ่งเป็นเพลงลูกทุ่งนี่รอเรื่อ ลอดึงชัดมาก พี่จะกลัวจริงๆว่าต่อไปจะหาฟังยากขึ้นเรื่อยๆ อยากให้นักร้องเห็นคุณค่าเพลงเก่าๆบ้าง”

(รุ่งทิพย์ ศักดิ์กิตติภูมิ, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2554)

“พี่ไม่ได้จะแอนตี้เพลงสมัยปัจจุบันนะคะ แต่รู้สึกว่ามีบางอย่างที่ฟังแล้วยังไม่ใช่ ส่วนหนึ่งอาจจะเพราะจังหวะ ท่วงทำนองของคนตรีด้วยหรือเปล่า ไม่แน่ใจ เพราะเพลงสมัยนี้มีการ mix sound กันแปลกๆ เสียงขลุ่ย เสียงกลอง ระนาดแบบเมื่อก่อนแทบไม่มีให้ฟังแล้ว ก็ยังคงคิดถึงเพลงแบบนั้นอยู่ พี่ว่าโปรดิิวเซอร์น่าจะนำดนตรีไทยมาใส่ในเพลงบ้างนะ ไม่ใช่อะไรก็เกาหลิ”

(น้ำเพชร ฉลุฑ์, สัมภาษณ์, 26 ธันวาคม 2553)

“ไม่ได้เป็นคนเหนือนะครับ แต่ผมชอบฟังเพลงพื้นเมืองของภาคเหนือ ชอบคำพูดเค้า แล้วเวลาเอามาร้อง เสียงร้องคนเหนือจะฟังเย็นๆ ดนตรีก็เป็นของพื้นเมืองเข้ากันดี ฟังแล้วก็คิดถึงตอนเด็กๆไม่ได้เพราะพ่อกับแม่จะพาไปเที่ยวภาคเหนือบ่อย ขนาดเปิดเพลงฟังในรถยังเป็นเพลงพื้นเมืองเลย เดี่ยวนี้ไม่ค่อยได้ยินแล้ว ยิ่งต่อไปคงยิ่งหาฟังยากขึ้นเรื่อยๆ หาฟังได้แต่ในเฮสเนี่ยแหละ เปิดเยอะหน่อยก็ช่วงดีเจ้อครพล อยากให้มีคนเอาเพลงแบบคุณจรัล มโนเพชรมาร้องอีก อย่างมะเม็ยะ, สาวเชียงใหม่ หรืออาชยานล้านนา คิดถึงครับ”

(दनัย วงศ์วัฒนชัย, สัมภาษณ์, 22 ธันวาคม 2553)

นอกจากนี้ผู้ฟังรุ่นเก่าหลายคนยังมีความเห็นว่า สำหรับเพลงที่นำกลับมาขับร้องใหม่ใน
 ยศ เสด็จโอ ซึ่งถูกเปิดในช่วงของ retro cover แม้จะทำให้คิดถึงเพลงเก่าๆ วันเก่าๆ ได้บ้าง แต่ก็ยัง
 ไม่ประทับใจมากเท่ากับเพลงต้นฉบับ ในขณะที่ผู้ฟังรุ่นใหม่มีทั้งชอบเพลงต้นฉบับและเพลงที่
 นำมาขับร้องใหม่ ทั้งนี้ผู้ฟังที่ชอบฟังเพลงที่นำกลับมาเรียบเรียงใหม่ให้เหตุผลว่า ชอบเพราะดนตรี
 จังหวะสนุก ร่วมสมัย คันทู

“ที่ว่าเพลงเก่าที่เอามาร้องใหม่บางเพลงยังร้องได้ไม่ดีเท่าที่ควร บางเพลงถึงขนาดทำให้
 รู้สึกว่าทำเพลงเก่าเสียไปด้วยเลย ทั้งเสียงนักร้อง ทั้งทำนอง อย่างเพลงเพียงชายคนนี่ไม่ใช่ผู้พิเศษ
 ที่พี่เพชรเคยร้องไว้ มีวงอะไรไม่รู้พี่จำชื่อไม่ได้เอามาร้องใหม่ ที่รู้จักก็เพราะเปิดนี้แหละค่ะ พี่ไม่
 ชอบดนตรีเลย มันเป็นจังหวะร็อค รู้สึกว่าเพลงนั้นด้อยลงไปเลยคะ เห็นอย่างนี้แล้วยิ่งทำให้พี่นึกถึง
 เพลงเก่า อยากบอกว่าเป็นเพลงต้นฉบับมันดีกว่าจริงๆ”

(จริยา โล่ห์คำ, สัมภาษณ์, 15 มกราคม 2554)

“เราชอบที่นอกจากยศจะเปิดเพลงเก่าแล้ว ยังเปิดเพลงcoverด้วย หลายเพลงเลยนะที่
 พอจังหวะเปลี่ยนไป อารมณ์เพลงก็เปลี่ยนตาม บางทีเพลงเก่าก็ดีกว่า บางทีเพลงใหม่ก็ดีกว่า
 อย่างเพลงเธอหมุนรอบฉัน ฉันหมุนรอบ ที่สคริปต์เอามาร้องใหม่เธออะคะ ฟังแล้วก็แอบ
 คิดถึงเวอร์ชันที่พี่เจียบร้อง เรายังชอบเวอร์ชันเดิมมากกว่านะ ยังจำเสียงแซกโซโฟนในเพลงได้อยู่
 เลย”

(ดวงพร ปทุมรัตน์, สัมภาษณ์, 7 พฤศจิกายน 2553)

ช่วง retro artist (คือช่วงที่เปิดเพลงของนักร้องรุ่นเก่าที่ยังคงมีผลงานในปัจจุบันพร้อมกับ
 แนะนำข้อมูลเกี่ยวกับเพลงนั้นๆ) และ retro freestyle (ทางรายการเชิญนักร้องรุ่นเก่ามาพูดคุยถึง
 ผลงานในอดีต พร้อมทั้งเรื่องราวในปัจจุบันว่ากำลังมีผลงานอะไรอยู่บ้าง หรือกำลังทำอะไรอยู่)
 เป็นอีกช่วงที่มีผลต่อการหวนนึกถึงนักร้องศิลปินที่ผู้ฟังชื่นชอบ และทำให้ผู้ฟังพลอยนึกไปถึง
 ช่วงเวลาวันวานขณะนั้นว่าตนเองกำลังทำอะไรอยู่ด้วย ซึ่งในช่วงรายการทั้ง 2 ช่วงนี้จะมีผลต่อ
 ผู้ฟังคนรุ่นเก่ามากกว่า ทั้งนี้ผู้วิจัยคิดว่าเนื่องจากผู้ฟังคนรุ่นเก่ามีประสบการณ์ร่วมกับนักร้องรุ่น
 เก่าโดยตรงมากกว่า

“มีช่วงหนึ่งของทางคลื่นที่พี่ว่าชวนให้รำลึกความหลังกันหลายคนแน่ๆ เพราะพี่เองก็เป็น
 เป็นช่วงของ retro artist ที่จะเปิดเพลงของนักร้องรุ่นเก่าแต่ยังมีผลงานใหม่ๆ ให้ฟังกัน เป็นการ
 อัปเดตผลงานว่านักร้องที่เราปลื้มนักปลื้มหนาในวันวานว่าตอนนี้เค้าทำอะไรกันบ้าง อย่างพี่เบิร์ด

นี่ทางคลื่นจะเปิดบ่อย เพราะผลงานมีออกมาเรื่อยๆ ขวนให้นี่ก็ย้อนไปถึงอัลบั้มก่อนๆของพี่เค้า สมัยที่เรายังอินอยู่กับบุมเมอแรง”

(สกาเว็อน จันชนะกิจ, สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2553)

“จริงๆพี่ไม่ค่อยได้ฟังดีเจพูดเท่าไรนะ จะมีก็แค่ช่วง retro freestyle นี่แหละที่ชอบฟัง ชอบฟังศิลปินที่มาพูดมาคุย คิดถึงกลุ่มศิลปินเหล่านี้ เพราะบางคนหายหน้าหายตาไปนานมากๆ ก็ดีใจนะที่เขสเห็นความสำคัญ เขียมาร่วมรายการ ได้ฟังเสียงอีกครั้งหายคิดถึงเลย มีนี่ก็ตามไปด้วย ตอนทีศิลปินมาพูดถึงเพลงว่าตอนนั้นเราทำอะไรอยู่ ส่วนใหญ่จะเป็นภาพตอนกำลังเรียนกับเพื่อนๆ อยากย้อนไปวัยนั้นอีกครั้งสมัยที่ยังไม่ต้องรับผิดชอบอะไรมาก”

(วริยา สุฉันทบุตร, สัมภาษณ์, 9 มกราคม 2554)

จากการวิจัยพบว่า เพลงที่ได้รับฟังจากทางเรส เวดิโอมีผลทำให้ผู้ฟังทวนนึกถึงสื่อประเภทอื่นๆที่ตนเองเคยรับชม รับฟังมาก่อนหน้านี้ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นสื่อประเภทละครโทรทัศน์ และภาพยนตร์ เนื่องจากเพลงประกอบละครโทรทัศน์ และเพลงภาพยนตร์หลายต่อหลายเพลงที่เคยเป็นเพลงประกอบในวันวานได้ถูกนำมาเปิดอีกครั้งทางสถานีเรส เวดิโอ แสดงให้เห็นได้ว่า เพลงมีผลเชื่อมโยงกับสื่อประเภทอื่น ทั้งนี้ยังมีผลต่อการรำลึกถึงชีวิต ณ ช่วงขณะนั้นด้วย เช่น นึกถึงภาพว่าช่วงทีเคยรับชมละครเรื่องนั้น ตัวผู้ฟังเองกำลังทำอะไรอยู่ อยู่ในวัยกำลังเรียน กำลังใช้ชีวิตสนุกสนานกับเพื่อน หรืออยู่ในวัยเพิ่งเริ่มทำงาน เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ฟังยังนึกถึงเรื่องศิลปวัฒนธรรมในสมัยก่อนด้วย ซึ่งในส่วนของศิลปวัฒนธรรมนี้ มักเป็นกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นเก่าที่ทวนนึกถึง เช่น เรื่องของแฟชั่นการแต่งกาย เรื่องสังคมความเป็นอยู่ เป็นต้น

“ฟังเรสแล้วคิดถึงวันก่อนๆคะ ส่วนใหญ่จะนึกถึงช่วงวัยเด็กประถม มัธยม เพลงที่ชอบมากๆเลยเป็นเพลงประกอบการ์ตูนเรื่องโดราเอมอน ทีชอบเพลงนี้เพราะ โดเรมอนเป็นการ์ตูนทีหนูชอบมาก เป็นอะไรทีสร้างจินตนาการดีอะคะ พอได้ฟังแล้วมันจะนึกไปถึงตอนเด็กทีติดการ์ตูนเรื่องนี้ ก็คิดถึงตอนนั้นเราทำอะไรอยู่ แล้วก็หนูจะชอบฟังเพลงรุ่นพ่อแม่ บางเพลงเนื้อหาแปลกดี ก็ถามที่บ้านว่าตอนนั้นเค้าใช้ชีวิตกันอย่างไรในเพลงจริงๆหรือ หนูว่าความรักสมัยนั้นเค้าก็ดูบริสุทธิ์กว่า”

(นภัสสรณ์ ปุณยเรืองศักดิ์, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2554)

“หนูนึกถึงเพลงในละครเรื่องมนต์รักลูกทุ่งคะ เพราะชอบหนังเรื่องนี้ ชอบพี่ตัวเรื่องนี้มากๆ พี่เอกี่ขำๆ เพลงก็เพราะ ถึงเรสจะเปิดมนต์รักลูกทุ่งทีคนอื่นร้อง แต่หนูก็ยังนึกถึงละครเรื่องนี้ที

พี่ตัวร้องอยู่ดี ตอนนั้นยังไม่ได้มาทำงานที่กรุงเทพฯ แต่อยู่กับครอบครัวที่ต่างจังหวัด พอฟังเพลงนี้แล้วคิดถึงสมัยที่ยังอยู่กับที่บ้าน ช่วยแม่ทำงานในไร่ในนา”

(ประภาพร ศรีจันทร์, สัมภาษณ์, 30 พฤศจิกายน 2553)

“ส่วนตัวประทับใจเพลง summer night มากๆ จำได้ว่าเป็นเพลงประกอบหนังเรื่อง Grease พอได้ฟังแล้วความทรงจำเดิมๆ มันไหลย้อนกลับมาเลยนะ นึกถึงแพชั่น เสื้อผ้า ทรงผมยุคนั้น ชอบผู้ชายบุคลิกลักษณะแบบพระเอกเรื่องนี้เลย แล้วก็ฝันว่าตัวเองเป็นนางเอกตอนที่ดูตอนนั้นนะ อีกอย่างที่ชอบเพลงเป็นคนชอบหนังเพลง คือถ้าให้ร้องตอนนี้ก็ยังจำได้แทบทุกเพลงใน Grease กลับตาก็นึกถึงแต่ละตอนได้หมด

อีกอย่างนึงนะคะที่คิดถึงมากๆ คือค่ายคีตา เพราะตัวพี่จะโตมากับค่ายเพลงนี้ ของคุณประภาส นะคะ แต่ตอนนี้ไม่มีแล้วนะ สมัยนั้นมีอ้อม สุณิสรา, ฝันดี ฝันเด่น ที่ขาดไม่ได้เลยคือวงรุ่นพี่อย่างเฉลียง อันนี้ประทับใจที่สุดแล้วของวงดนตรีไทย เพลงแต่ละเพลงจะมีนัยยะคอยสอนใจแฝงอยู่ สมัยนี้ไม่มีค้อยมีหรือเพลงแบบนี้ อยากให้เฉลียงกลับมารวมตัวออกอัลบั้มอีกครั้ง สำหรับพี่เฉลียงคือบอยแบนด์ที่เพราะที่สุดตั้งแต่เคยมีมา”

(ดวงหทัย น่วมเปี่ยม, สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2554)

“ต้องทำความเข้าใจก่อนว่าผมชอบหนังอยู่เรื่อง คือ เก้าเก้า ที่เค้าเอาประวัติวง the impossible มาทำ มันทำให้ผมหลงรักดนตรียุค 80s แล้วก็หันมาฟังเพลงยุคนี้เยอะขึ้น ก่อนหน้านั้นก็พอฟังบ้างแต่ยังไม่มาก แล้วยังมีเยส เเรดิโอด้วย ผมชอบกลิ่นอายดนตรียุคนี้ครับ โดยเฉพาะวง Grand funk railroad ของไทยก็มีเอาเพลงวงนี้มาแปลงนะ ดวงใจยังมีรักอะครับ ฟังแล้วในทำให้นึกถึงหนังเรื่องเก้าเก้าไปด้วย”

(ศิลาพงษ์ ธีรภูววัฒน์, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2554)

ความแตกต่างประการหนึ่งของเพลงที่มีผลทำให้ผู้ฟังคนรุ่นเก่าและผู้ฟังคนรุ่นใหม่หวนคิดถึงอดีต คือ ความหมายของเนื้อเพลงที่บรรยายถึง ผู้ฟังคนรุ่นเก่ามักนึกถึงเพลงที่มีความหมายเกี่ยวกับเรื่องเพื่อน เรื่องครอบครัว เรื่องธรรมชาติ เป็นส่วนใหญ่ ส่วนเรื่องความรักเป็นปัจจัยรองลงมา ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่มักคิดถึงเพลงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรัก และเพื่อน สมัยเมื่อตัวเองยังเด็กๆ เป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะผู้ฟังที่อยู่ในช่วงกำลังศึกษาอยู่และใกล้จะจบการศึกษา จะยิ่งนึกถึงเพลงที่เกี่ยวกับเพื่อนๆ กันมาก ส่วนผู้ฟังคนรุ่นใหม่ที่อยู่ในวัยทำงานแล้วก็ยังมีทั้งนึกถึงเพลงที่เกี่ยวกับความรัก และเพื่อนๆ และมีบางส่วนที่คิดถึงเพลงที่บรรยายถึงธรรมชาติ

“วันก่อนฟังเยสเปิดเพลงพริกชี้หนู แล้วนึกถึงตอนตัวเองอยู่อนุบาล เพราะตอนนั้นเคยเต้น เพลงนี้ของงานโรงเรียน แล้วก็นึกไปถึงเพื่อนๆ ตอนนั้นด้วย จำได้ว่าชุดที่ใส่สีเหมือนพริกชี้หนูเลย ครับ สีเขียว-แดง ไม่รู้เต้นไปได้ยังไง อายมากๆ แล้วเพลงนี้เป็นเพลงแรกที่ทำให้ผมรู้จักพีเบิร์ดด้วย ครับ”

(พร้อมศักดิ์ อมตพันธ์, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2553)

“เยสทำให้เรานึกถึงรักครั้งแรก ตอนนั้นแฟนเขาเอาเพลงมาให้ฟัง ฟังทาง sound about นะ ตอนนั้นคงไม่ค่อยมีใครฟังกันแล้ว เป็นเพลงของพีเบิร์ดค่ะ ชื่อเพลงหมอกหรือควีน คำยังจีบเรา อยู่ยังไม่ได้เป็นแฟนกัน เปิดเพลงให้ฟังถามอ้อมๆว่า เราเป็นคนยังไงกันแน่ คำดูไม่ออก แล้ว หลังจากนั้นไม่นานก็ได้เป็นแฟนกัน นึกๆแล้วก็มีความสุขอะค่ะ ไม่รู้คำจะรู้หรือเปล่า ว่าเรายัง คิดถึงคำอยู่เลย”

(ศศิขานันท์ ปานแก้ว, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2553)

“เคยฟังเพลงปลูกรักที่เยสเปิด แล้วคิดถึงเพื่อนสมัยประถมคนหนึ่ง คำแอบชอบรุ่นพี่ ประจวบกับพอดีตอนนั้นว่าอาจารย์ให้ปลุกต้นไม้ เพื่อนพี่คำก็อารมณ์ดีมาก ปลุกไป ยิ้มไป อารมณ์เหมือนกำลังปลูกรักอย่างชื่อเพลง พอฟังเพลงนี้แล้วจะคิดถึงเพื่อนคนนี้ค่ะ”

(ดารณี เปี่ยมพาน, สัมภาษณ์, 15 มกราคม 2554)

“มีอยู่เพลงหนึ่งที่ประทับใจมาก ฟังทีไรก็จะคิดถึงคุณแม่ทุกที เป็นเพลงของวงชาติตรีค่ะ ชื่อ เพลงว่าเจ็บเพราะใคร คือพี่จะผูกพันกับคุณแม่มาก ก็จำได้ว่าเคยร้องเพลงนี้ให้คุณแม่ฟังแล้วท่าน หัวเราะใหญ่เลย ตอนนั้นรู้สึกปลื้มนะ ก็เลยจำได้จนทุกวันนี้ พี่ว่าเยสเหมือนเป็นสื่ออีกทางหนึ่งที่ทำให้ความทรงจำเก่าๆมันย้อนกลับมาอีกครั้ง”

(มนัสนันท์ คุ่มทวี, สัมภาษณ์, 3 ธันวาคม 2553)

“ช่วงหนึ่งของชีวิตผมเคยเป็นเด็กกินนอนที่โรงเรียนประจำ หลายครั้งที่นึกถึงเพลงอยู่หอ เพราะอารมณ์มันเหมือนในเพลงเลย แล้วตอนนั้นที่อยู่หอเพลงนี้ก็กำลังดังด้วย เวลาอยู่กับเพื่อนในกลุ่มด้วยกัน ก็จะเคาะโต๊ะไป ร้องเพลงนี้ไป เพื่อนบางคนถึงกับน้ำตาไหลเลยนะ เพราะคิดถึงบ้าน

ถึงแม้จังหวะของเพลงมันจะสนุกก็เถอะ พอได้มาฟังอีกครั้งจากเอส เติโอก็เลยนึกถึงเพื่อน แล้วก็ชีวิตช่วงเรียนครับ”

(รุ่งโรจน์ โพนคำ, สัมภาษณ์, 9 มกราคม 2554)

นอกจากเพลงจะเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้หวนคิดถึงภาพอดีตในวันวานแล้ว อารมณ์ของผู้ฟัง ณ ช่วงเวลานั้นก็เป็นสิ่งสำคัญอีกประการที่จะทำให้ผู้ฟังเข้าถึงความรู้สึกร่วมกับเพลงได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น กล่าวคือ หากผู้ฟังกำลังรู้สึกนึกถึงเพื่อน เพลงจะยิ่งเป็นตัวกระตุ้นให้ภาพวันวานในความทรงจำชัดเจนยิ่งขึ้น

“จริงๆ เพลงมีส่วนมากต่อการนึกถึงอดีต แต่หนูว่าอารมณ์ก็สำคัญนะ ถ้าตอนนั้นเราซึ้งๆ แบบคิดถึงเพื่อน แล้วเปิดเพลงเกี่ยวกับเพื่อนพอดีก็โอ้โฮ ไปกันใหญ่ เติลิดเลยพี่ แล้วปีนี้หนูจบพอดี อารมณ์คิดถึงเพื่อนๆ ก็เลยเป็นเอามาก อย่างตอนนั้นนะ กำลังนึกถึงเพลงแสงจันทร์อะคะ ของมาลีฮวนน่า เห็นภาพเพื่อนๆ กำลังนั่งกินดื่มกันลอยมาเลย อีกอย่างก็น่าจะเป็นเรื่องของอากาศด้วย บางทีครึ้มๆ มันก็ทำให้เหงาๆ ฟังเพลงเย็นๆ ก็คงเข้ากันน่าดู”

(จุฑารัตน์ กอบนวัตร, สัมภาษณ์, 4 ธันวาคม 2553)

อย่างไรก็ตามแม้ว่าผู้ฟังส่วนใหญ่จะมีอารมณ์ร่วมกับเพลง คิดถึงภาพความทรงจำในอดีต แต่ก็มีผู้ฟังอีกส่วนหนึ่งที่เพียงแคร์รับฟังเพลงเท่านั้น โดยที่ไม่ได้นึกภาพตามไปด้วย คือ เพลงจบก็ไม่ได้คิดถึงเพลงนั้นๆ ต่ออีก และขณะที่รับฟังก็ไม่ได้คิดถึงอดีตแต่อย่างใด

“บอกตามตรง ตัวเราไม่ค่อยอินกับเพลง คือถึงเพลงจะเศร้า แต่เราก็ไม่ได้เศร้าตาม หรืออย่างคิดถึงเรื่องราวที่ผ่านมาไม่ค่อยเท่าไร มันไม่ใช่อารมณ์โหยหา คือเพลงจบก็จบไป ไม่ได้เอาใส่ใจมากมาย แต่มีเพลงหนึ่งที่เรารอร้อง ชอบฟังเป็นเพลงของภูสุมิง หน่อสวรรค์ ชื่อบทเรียนสอนใจ ชอบเนื้อร้องเค้าแต่งได้ดีมาก แค่อ้อเพลงก็สอนใจชวนให้อายากฟังแล้ว เสียงนักร้องก็นุ่มด้วย”

(ศุภเดช ยิ่งอริยกุล, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2553)

“ส่วนใหญ่แล้วที่ฟังเพลงจากयेสเป็นเพราะชอบเพลงเก่า ที่ชอบเพราะด้วยเนื้อเพลง คำใช้ภาษากินใจ แล้วก็ทำนอง คือผมเล่นดนตรีด้วย ฟังเพลงเก่าๆมันก็ได้โอเคเฉยอะขึ้นอะฮะพี แต่จะไม่ได้มานั่งฟังเพลงแล้วรำลึกความหลังยังงั้น เพราะผมชอบอยู่กับปัจจุบันมากกว่า”

(รัชชัย อภินันทกุลชัย, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2554)

“ผมฟังเพลงเพื่อความผ่อนคลายเป็นหลักครับ แล้วส่วนใหญ่ที่ฟังयेสจะเป็นช่วงกำลังขับรถ ที่อื่นจะไม่สะดวกแล้ว เหมือนว่ามีयेสเป็นเพื่อนเวลาขับรถทำงานงั้นละกันครับ ไม่ได้ใช้เพลงมาเป็นตัวย้อนเวลาเจาะอดีต หรือถ้าดีเจพูดมากผมก็จะเปลี่ยนคลื่นเลย ที่ฟังแค่เพราะชอบเพลงแนวนี้เท่านั้นครับ”

(วิเศษ คุณฤทธิพงษ์, สัมภาษณ์, 13 พฤศจิกายน 2553)

“ผมฟังเพลงหลายแนวครับ ไม่ได้ฟังแค่เพลงเก่า แล้วเวลาฟังบางทีไม่ได้คิดตามเนื้อร้องเท่าไร แต่บางเพลงก็ต้องยอมรับว่าแต่งได้ดีมากๆ จะเน้นฟังจังหวะทำนองมากกว่า ผมชอบกลิ่นอายเพลงสากลเก่าๆแนวเพลงแบบ the beatles พอไม่ได้ฟังเนื้อร้องผมก็จะไม่ค่อยรู้ว่าเค้าพูดถึงอะไร ไม่ได้รำลึกกับเนื้อเพลง ไม่ได้อินไปด้วย”

(คณิน ภาคจิตต์, สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2554)

จากการวิจัย ด้านความคิดเห็นของผู้ฟังทั้งสองกลุ่มเรื่องเพลงที่มีผลต่อการหวนนึกถึงอดีตพบว่า เพลงที่ผู้ฟังคนรุ่นเก่ามักนึกถึง มักจะเป็นเพลงที่อยู่ในช่วงปี พ.ศ. ที่เก่ากว่าเพลงที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ถึงและชื่นชอบ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม มักจะนึกถึงเพลงที่อยู่ในช่วงวัยที่ตนเองเติบโตมาเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากผู้ฟังมีความทรงจำ ประสบการณ์ร่วมกับเพลงดังกล่าว อย่างไรก็ตาม มีผู้ฟังคนรุ่นใหม่บางคนที่ยังชื่นชอบเพลงรุ่นคุณพ่อ คุณแม่อยู่บ้างเช่นกัน เนื่องจากเห็นว่าผู้ประพันธ์ใช้ถ้อยคำภาษาในการแต่งเพลงที่สละสลวย ลึกซึ้งกินใจ โดยที่ส่วนใหญ่แล้วเมื่อผู้ฟังฟังเพลงเก่ามักมีอารมณ์ร่วมกับเพลงนั้นๆในลักษณะที่คิดย้อนไปว่า ตอนที่ฟังเพลงนั้นในวันวาน ผู้ฟังกำลังทำอะไรอยู่ ซึ่งหลักๆจะประกอบไปด้วยเรื่องเรียน เรื่องครอบครัว เรื่องเพื่อน และเรื่องสังคมบ้านเมืองในสมัยก่อน แต่มักจะคิดถึงอดีตของตนเองมากกว่าที่จะนึกถึงอดีตของสังคมในวันวาน

2. **นักจัดรายการ** จำนวนนักจัดรายการที่येส เรดิโอมีทั้งหมด 19 คน เป็นนักจัดรายการรุ่นเก่าจำนวน 14 คน และนักจัดรายการรุ่นใหม่จำนวนอีก 5 คน ซึ่งรูปแบบการจัดรายการของแต่ละ

ละคนจะมีความแตกต่างกันไป บางคนดำเนินรายการโดยเน้นการเปิดเพลงเป็นหลัก พูดคุยไม่มาก ในขณะที่นักจัดรายการบางคนจะพูดคุยกับผู้ฟังมากกว่า ทำให้นักจัดรายการหรือตัวดีเองก็มีผลต่อการหวนนึกถึงภาพในวันวานด้วยเช่นกัน คือ หากนักจัดรายการเล่าเรื่องราวในอดีตโดยเฉพาะ ยิ่งถ้าเป็นเหตุการณ์คล้ายคลึงกันที่เคยเกิดขึ้นกับตัวผู้ฟังเอง ก็จะมีผลต่อการหวนนึกถึงภาพความทรงจำในอดีตของผู้ฟังด้วย

สำหรับช่วงที่นักจัดรายการจะพูดคุยมากอยู่ในช่วงของ Hello America ในช่วงนี้จะเน้นการพูดคุย ตอบ sms ของผู้ฟังแทบตลอดเวลา (วันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 09.00-12.00 และ 10.00-12.00น.) ซึ่งการพูดคุยดังกล่าวมีทั้งเรื่องราวในปัจจุบันและเรื่องราวในสมัยก่อน อีกหนึ่งช่วงที่มีพูดคุยเป็นส่วนสำคัญ คือ ช่วงของคุณสันติ เสวตวิมล (ช่วง star palace วันพุธ เวลา 13.00-15.00 น.) รูปแบบการจัดรายการในช่วงนี้ คือ คุณสันติจะอธิบายถึงเรื่องราวความเป็นมาของบทเพลงแต่ละเพลงที่เปิด โดยบอกเล่าถึงเหตุการณ์สำคัญๆทางประวัติศาสตร์ให้ผู้ฟังได้ทราบถึงความเป็นมา นั้นอย่างละเอียด ซึ่งแต่ละสัปดาห์ที่มาจัดรายการนั้น ล้วนแล้วแต่มีหัวข้อกำหนดขอบเขตไว้ทุกครั้ง เช่น วันลอยกระทง วันปีใหม่ วันคริสต์มาส เป็นต้น

ส่วนนักจัดรายการคนอื่นๆก็ได้พูดคุยถึงเรื่องราวในอดีตบ้างเช่นกัน โดยส่วนใหญ่จะเป็นไปในลักษณะการกล่าวถึงที่มาของบทเพลงอย่างย่อๆ และเล่าเรื่องสมัยก่อนทั้งของตัวนักจัดรายการเองและเรื่องราวในสังคมละเล้ากันไป ทั้งนี้ นักจัดรายการรุ่นเก่าจะมีประสบการณ์เล่ารายละเอียด ความทรงจำร่วมกับเพลงเก่าได้ละเอียดลึกซึ้งกว่านักจัดรายการรุ่นใหม่

นอกจากนี้การร่วมส่ง sms มาทักทายนักจัดรายการที่เอส เรดิโอยังถือเป็นการย้อนคิดถึงอดีตในบางเรื่องอีกด้วย เพราะถือเป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ชีวิตร่วมกันระหว่างนักจัดรายการและบรรดาผู้ฟัง โดยเฉพาะในช่วงดีเจจกรกฤษ ที่มักจะตั้งหัวข้อในการพูดคุยเพื่อให้ผู้ฟังได้ร่วมแสดงความคิดเห็นของตนเองเข้ามาในรายการ รวมไปถึงช่วง Hello America ในช่วงนี้ดำเนินรายการโดยยึดการอ่าน sms จากผู้ฟังเป็นหลัก พร้อมกันนั้นนักจัดรายการก็ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นของผู้ฟังที่ส่งเข้ามาด้วย

“อย่างที่บอกว่าชอบฟังเอส เพราะดีเจ แล้วพีจะชอบช่วง Hello America เป็นพิเศษ ถ้าช่วงอื่นๆจะไม่ค่อยได้ติดตามเท่าไร ที่ชอบช่วงนี้เพราะชอบรูปแบบการดำเนินรายการของคุณ พิพัฒน์ ที่ให้ผู้ฟังส่ง sms มาพูดคุยกัน มันเหมือนบอกเล่าเก้าสิบชีวิตของแต่ละคน แต่ละที่ว่าเป็นไปบ้าง อันนี้หมายรวมถึงอดีตด้วยนะ บางคนเค้าก็เล่าว่าแต่ก่อนเค้าทำอะไรมาบ้าง พอเราฟังก็จะนึกภาพตาม บางอย่างก็ตรงกับชีวิตเรา”

(ศิษย์พร นาวานุเคราะห์, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2553)

“ผมว่าดีเจที่ทำหน้าที่ในรายการก็เป็นอีกอย่างที่ทำให้รู้สึกอยากย้อนกลับไปวันวาน เพราะสมัยหนุ่มที่ฟังวิทยุผมจะคุ้นเคยกับดีเจที่พูดคุยกับคนฟังรูปแบบคล้ายๆอย่างนี้ มันก็ทำให้พลอยคิดถึงช่วยวันก่อนๆไปด้วย ผมว่าดีเจสมัยนี้ดูไม่ค่อยมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟัง ไม่เหมือนอย่างสมัยผมยังรุ่นๆ แล้วผมจะชอบฟังเรื่องเล่ากึ่งสารคดี ช่วงที่ชอบติดตามอีกช่วงหนึ่ง คือช่วงของคุณสันติ เสวตวิมล ชอบที่มีประวัติที่มาของเพลงหรือไม่ว่าเรื่องราวที่เกี่ยวข้องให้ฟังเสมอๆ เหมือนได้ฟังช่วงประวัติศาสตร์ของเพลงดีๆนี่เอง”

(วินัย อมตพันธ์, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2553)

“ตอนเด็กๆชอบดูรายการchannel v ทาง UBC ตอนนั้นติดมาก จำได้หมดว่ามีใครเป็นวีเจบ้าง หนึ่งในนั้นก็มียี่แจ๊ว เราชอบยี่แจ๊วนะ ยี่แจ๊วเป็นตัวของตัวเองดี ตอนนั้นเป็นไอดอลเราเลยพอมานะเป็นดีเจที่เฮล ก็ตามมาฟังด้วย ยี่แจ๊วก็ยังเสียงน่ารักเหมือนเดิม ยังคิดถึงตอนที่เค้าจัดรายการที่channel v อยู่เลย อีกคนที่ชอบก็เป็นยี่อภิตะคะที่เป็นพี่ชายของยี่แจ๊ว ชอบเสียงยี่แจ๊วคะ ฟังดูเก๋ๆ อบอุ่นดีด้วย”

(บุญธิดา เสวตสมบุรณ์, สัมภาษณ์, 24 มกราคม 2554)

“อีชอบฟังเพลงลูกกรุง บ่ายวันอาทิตย์ถ้าไม่ออกไปที่ไหนก็จะฟังยี่แจ๊วคะ ที่คุณทิพย์วรรณ ปิ่นภิบาลจัดรายการกับน้องผู้ชายคนนึงจำชื่อไม่ได้ ฟังดูแล้วให้ความรู้สึกแบบครอบครัวเป็นลูกเป็นหลาน คุณทิพย์วรรณจัดรายการเก่งมาก ไม่แพ้ตอนร้องเพลงสมัยก่อนเลย อีว่าแค่ฟังคุณทิพย์วรรณจัดรายการก็ชอบแล้ว ยิ่งเป็นเพลงลูกกรุงด้วย ฟังแล้วทำให้วันอาทิตย์มีความสุขมาก ยังคิดอยู่เลยว่าทางคลื่นเลือกคนดำเนินรายการได้เหมาะสมมาก ทำให้คนฟังรู้สึกย้อนวัยไปด้วย”

(นารี เชื้อเจริญ, สัมภาษณ์, 3 ธันวาคม 2553)

“ชอบเวลาที่ดีเจพูดถึงอดีต ทั้งเรื่องของดีเจเองหรือจะเป็นเรื่องของบ้านเมืองสมัยก่อนก็ตาม เหมือนมีเพื่อนมานั่งคุยกัน แลกเปลี่ยนประสบการณ์ในอดีตกัน เพราะบางทีก็มีผู้ฟังส่งข้อความไปแสดงความคิดเห็นด้วย สำหรับน้ำเองก็มีตรงบ้างไม่ตรงบ้างเหมือนกันคะ ถ้าบังเอิญเหมือนกันก็จะนึกขำ เช่นเรื่องรถเมล์ ก็เพิ่งรู้ว่ามิเพลงรถเมล์ด้วย ในเพลงจะบรรยายถึงอดีตว่าทุกคนเคยขึ้นไปพบลิ้นแปลกๆของคนโดยสาร แล้วดีเจเค้าก็เล่าไปว่าผมเองก็เป็นคนหนึ่งที่เคยเจอเหตุการณ์แบบนี้ ก็ทำให้เห็นภาพความทรงจำที่ตัวเองเคยโดนรถเมล์ไปโรงเรียน นึกไปก็ขำไป”

(วราภรณ์ ฉันทเลิศวิทยา, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2553)

“เสียงเบาๆเหมือนมีคนมากระซิบข้างหูของพี่ชายหาฟังได้ยากมากๆ พี่ว่าเป็นเอกลักษณ์สุดๆ น้ำเสียงก็เพราะ มันฟังสบายหูมากๆคะ ถ้าวันไหนตื่นเช้าพี่จะเปิดเสียงฟังก่อนเลย เพื่อให้รู้สึก

ว่าเข้านั้นสดใส ไม่รู้เกี่ยวกับสังคมสมัยก่อนที่เรียบง่ายหรือเปล่านะ ก็เลยอาจจะทำให้ดีใจหรือ
 แม้แต่ผู้คนใจเย็น พุดจาไปเพราะ ไม่โจ่งฉ่างอย่างทุกวันนี้ พุดแล้วก็อยากให้สังคมบ้านเราทุกวันนี้
 เป็นแบบเมื่อก่อน ไม่แก่งแย่งกัน”

(สุบรรณกิจ น้อยฉายา, สัมภาษณ์, 7 ธันวาคม 2553)

“พี่เป็นแฟนคลับคุณฮิวด จักรกฤษตั้งแต่ตอนที่คุณฮิวดยังจัดรายการวิทยุเมื่อหลายปีก่อน
 จำได้ว่าชื่อช่วงรายการก็ยังเป็นกรีดกรีดตามแผ่นเหมือนเดิม พอกลับมาจัดรายการอีกครั้งเสียง
 คุณฮิวดก็ยังน่าฟังเหมือนเดิม ดีใจมากที่มีรายการเพลงวิทยุแบบนี้ เพราะพี่รอคอยมานาน ฟัง
 แล้วเหมือนได้ย้อนวัยกลับไปในช่วงอดีตอีกครั้ง มีเหมือนกันนะที่ภาพความทรงจำลอยมาว่า
 สมัยก่อนเราทำอะไร อยู่ที่ไหนบ้าง กับใคร บางทีถึงขั้นอยากกลับไปช่วงนั้นเลย มีความสุขทุกครั้งที
 นี้ก็ถึง”

(พอใจ บุญธรรม, สัมภาษณ์, 6 มกราคม 2554)

“รู้สึกว่ดีใจบางคลื่นในสมัยนี้พุดจาไม่สุภาพ เหมือนจะพุดเล่นๆนะ แต่เราว่ามันสื่อเสียด
 บางทีถึงขั้นหยาบคายเลยก็มี ดูไม่มีจรรยาบรรณต่ออาชีพเท่าไรเลย แต่ตั้งแต่ฟังเอส เรวดิโอมาสอง
 เดือนกว่าไม่เคยเจอเหตุการณ์แบบนี้นะ มันให้ความรู้สึกว่ดีใจคนรุ่นเก่าเค้าดูมีความสุขภาพ ให้
 เกียรติคนฟังมากกว่า บางทีมันก็มีโยเยหาให้ดีใจคลื่นอื่นๆเป็นแบบที่เยสบ้าง เพราะถ้าพุดไม่เพราะ
 เราจะเปลี่ยนคลื่นเลย”

(วิลาสินี กิตติธรรมเชษฐ, สัมภาษณ์, 26 มกราคม 2554)

“เราชอบฟังดีใจพอๆกับฟังเพลงคะ เพราะถ้าจะฟังแต่เพลงเพราะๆอย่างเดียวไปเปิดเอ็มพี
 สามฟังก็ได้ แต่ที่ติดตามฟังเอสเพราะชอบดีใจคลื่นนี้ เราว่ดีใจที่เอสมีเรื่องนำเสนอใจมาเล่าสู่กันฟัง
 บ่อยๆ บางเรื่องเราก็ไม่เคยรู้มาก่อน เพราะเป็นประสบการณ์ชีวิตรุ่นพ่อแม่ ชอบนะคะเวลาดีใจพา
 ย้อนรำลึกความหลังเนี่ย บางทีก็มีศัพท์แปลกๆที่พุดแล้วเราไม่คุ่น เช่น คำว่าใจร่มๆ ก็น่าจะคล้ายๆ
 ใจเย็นๆ ฟังแล้วรู้สึกย้อนอดีตดีคะ”

(เมทิตา สัสดี, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

“สำหรับผมประเด็นเกี่ยวกับนักร้องคนดังสมัยก่อนแล้วผันตัวมาเป็นดีเจก็มีส่วนให้ติดตาม
 ฟังนะ อย่างพีบลลี, พีเจียบ วัชระ ตอนนีหาฟังผลงานในปัจจุบันแทบไม่เจอแล้วมั้ง ก็เลยถือโอกาส
 ฟังผลงานพีเค้าทางเอส เรวดิโอแทน แล้วเพลงที่เปิดก็เป็นแนวเพลงที่เคยฟังตอนเด็กๆด้วย สมัย
 ประถมนู่นเลย ฟังแล้วให้ความรู้สึกอยากกลับไปเป็นเด็กอีกครั้งเลยครับ

(จุมพล หิรัญยานนท์, สัมภาษณ์, 15 ธันวาคม 2553)

นอกเหนือจากความชอบนักจัดรายการของเอส เรดิโอแล้ว ผู้ฟังบางคนยังแสดงความ คิดเห็นว่ากลักรูปแบบรายการจะเปลี่ยนไปเนื่องจากการปรับเปลี่ยนทางด้านตัวนักจัดรายการที่ อาจปรับให้เป็นนักจัดรายการกรุ่นใหม่มากขึ้น อยากให้จัดรายการแบบปัจจุบันเช่นนี้ไปเรื่อยๆ ไม่ต้องยึดติดกับคลื่นอื่นๆ ทั้งอยากให้นำเสนอตามคอนเซ็ปของของตัวเองที่เน้นมิตรภาพระหว่างนัก จัดรายการและผู้ฟัง

“พี่ชอบดีใจคลื่นแยสมาก ย้ำว่ามากๆ แต่ละคนจัดรายการได้ดีเยี่ยม โดยเฉพาะกลุ่มดีใจ หน้าเก่า พี่ว่าเค้าพยายามที่จะหาเพลงเพราะๆมาเปิดให้ฟังกันนะ ชอบตอนดีใจพูดคุย เล่าเรื่อง ให้ อารมณ์เหมือนคุยกับคนวัยเดียวกัน เสียดีใจยังทำให้พี่คิดถึงตอนเป็นสาวแรกรุ่นด้วย แต่ก็มีวัน เด็กลงๆเหมือนกันว่า ต่อไปเค้าจะปรับเปลี่ยนแล้วดีใจ จะไม่เหมือนเดิมหรือเปล่า เพราะถึงตอนนั้น มันอาจไม่เน้นมิตรภาพดีๆอย่างนี้ กลัวว่าดีใจจะเปลี่ยนไปเป็นแบบคลื่นวัยรุ่นที่อาจไม่จูงใจคนฟัง เท่าไร เพราะคนฟังเองก็อาจจะไม่ชอบ ก็อยากให้เอสจัดแบบนี้ไปนานๆ ย้ำว่าแบบทุกวันนี้ก็ได้อยู่ แล้ว”

(ดวงใจ คุณศรีวิณี, สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2553)

จากตัวอย่างของผู้ฟังดังที่กล่าวมา แสดงให้เห็นว่านักจัดรายการมีผลต่อการย้อนรำลึก ความหลังของผู้ฟังได้ในรูปแบบที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นความคุ้นเคยกับเสียงของนักจัดรายการ ที่เคยฟังเมื่อสมัยก่อน หรือจะเป็นเรื่องเล่าต่างๆที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับตัวนักจัดรายการเองและ เรื่องเล่าของสังคม บ้านเมืองสมัยก่อน สิ่งที่น่าสังเกตอีกประการคือ นักจัดรายการที่มีอิทธิพลต่อ การย้อนรำลึกความหลังของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม มักจะเป็นคนที่ผู้ฟังรู้จักผลงานมาก่อนแล้วทั้งนั้น ไม่ ว่าจะเป็นส่วนของนักร้องหรือนักจัดรายการเองก็ตาม เช่น ผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะคุ้นเคยกับนักร้อง อย่างคุณบุษบา มหัทธพลค์, คุณบิลลี่ โอแกน, คุณวัชรระ ปานเอี่ยม ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นเก่าจะ คุ้นเคยกับคุณจักรกฤษ ศิลปชัย, คุณชาย วงศาโรจน์ คุณสันติ เสวตวิมล, คุณทิพย์วรรณ ปิ่นภิบาล เป็นต้น แสดงให้เห็นว่า ความคุ้นเคยในอดีตมีผลต่อการย้อนรำลึกความทรงจำโดยตรงต่อผู้ฟัง นัก จัดรายการจึงเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีผลต่อการย้อนคิดถึงวันวาน โดยเป็นปัจจัยรอง จากเรื่องเพลง

3. กิจกรรม กิจกรรมในที่นี้หมายถึงทั้งกิจกรรมที่จัดโดยทางสถานีเอส เรดิโอ และ กิจกรรมที่จัดขึ้นเองโดยผู้ฟังเอส เรดิโอ ซึ่งกิจกรรมที่จัดโดยผู้ฟังที่ว่าเป็นของกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นเก่า

ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ ไม่ได้นิยมเข้าร่วมกิจกรรมกับทางเอส เรดิโอเท่าใดนัก มีเพียง 2 คน เท่านั้นที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมกับทางเอส เรดิโอ

กิจกรรมที่จัดโดยทางสถานีนั้น มักเป็นในรูปแบบของคอนเสิร์ต และกิจกรรมช่วยเหลือสังคม แต่กิจกรรมที่มีผลต่อการหวนนึกถึงเรื่องราวในอดีต คือ กิจกรรมการจัดคอนเสิร์ต อาทิเช่น retro dance party yes 93.5 HD1 ซึ่งจัดขึ้นเป็นจำนวน 2 ครั้งแล้ว รวมถึงคอนเสิร์ตเอสรวมใจ ช่วยภัยน้ำท่วมที่มหาวิทยาลัยรามคำแหง และคอนเสิร์ตคนไทยรักกัน จัดขึ้นที่หอศิลปวัฒนธรรม แห่งกรุงเทพมหานคร เป็นต้น คอนเสิร์ตเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นคอนเสิร์ตเพลงเก่าแทบทั้งสิ้น แต่จะมีความแตกต่างของแนวเพลงบ้าง คือ มีทั้งเพลงจังหวะดิสโก้(งาน retro dance party yes 93.5 HD1), เพลงเพื่อชีวิต(คอนเสิร์ตเอสรวมใจช่วยภัยน้ำท่วม) และเพลงที่ร้องโดยเหล่านักจัดรายการของเอส เรดิโอ โดยคุณสุรัชย์ สมบัติเจริญ,คุณทูนุ หรือญุฑิพัทธ์,คุณบิลลี่ โอแกน และคุณวัชร ปานเอี่ยม (คอนเสิร์ตคนไทยรักกัน) จึงทำให้เพลงเหล่านี้มีผลต่อการหวนนึกถึงวันวานของผู้ฟังชาวเอส หลายๆคน

สำหรับกิจกรรมที่จัดขึ้นเองโดยผู้ฟังด้วยกันนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นการชวนกันไปร่วมสังสรรค์ เพื่อพบปะพูดคุยกัน รวมทั้งร้องเพลงคาราโอเกะ, ไปเที่ยวต่างจังหวัดร่วมกัน เป็นต้น

“พี่ไปร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวกับเอส เรดิโอบ่อยมาก ทั้งส่วนของเอสจัด และที่เพื่อนๆจัดกันเอง ถ้าว่างจะไปตลอด เพราะชอบอะไรแบบนี้ บางอย่างก็เป็นประโยชน์นะเพื่อสังคม บางอย่างก็สนุก ขำๆกัน ยิ่งถ้าไปเป็นก๊วนกับเพื่อนๆที่ฟังเอสจะสนุกสนานมาก เหมือนไปย้อนรำลึกความหลังกัน แต่ละคนก็จะจัดกันออกมาว่าทำอะไรมาบ้างที่ผ่านมา ที่ชอบที่สุดคงเป็นงาน retro dance party นะคะ เพราะมันให้บรรยากาศย้อนกลับไปสมัยเมื่อเรายังอยู่มัธยม ร้องเพลงเดินรำไปกับเพื่อนๆ แล้วดีเจก็ยังเดินไปกับคนฟังด้วย สนุกครื้นเครงมากค่ะ”

(สกวเดือน จันชนะกิจ,สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2553)

“ผมชอบดูนักร้องเล่นดนตรีสดๆมากกว่าฟังทางเทป ถ้ามีคอนเสิร์ตที่ชอบแล้วว่างก็จะไปดู พาครอบครัวไปด้วย เพราะภรรยาที่ชอบ มันเหมือนได้รำลึกความหลังสมัยหนุ่มสาวกับเค้าเมื่อหลายสิบปีที่แล้ว วันนั้นชอบการแสดงของคุณทูนุกับคุณบิลลี่เป็นพิเศษเพราะเป็นศิลปินที่ไม่ได้ร้องเพลงในคอนเสิร์ตมานานมากแล้ว”

(สุรวุฒิ ทิพย์เวสาร์ท,สัมภาษณ์, 17 ธันวาคม 2553)

“คอนเสิร์ตเอสรวมใจช่วยภัยน้ำท่วมที่.ราม เพลงเพื่อชีวิต เซอร์ไพรส์มากเพราะมีศิลปินท่านหนึ่งที่พี่ชอบมากมาร่วมแสดงด้วยคือ อ.ธนินทร์ ศรีภักดินดี ฟังแล้วรู้สึกนึกถึงสมัยตัวเองเด็กๆ

นั่งเล่นที่บ้านสวนกับคุณแม่ ตอนนั้นชอบฟังเพลงเดือนเพ็ญมากๆ ยิ่งฟังแล้วยิ่งคิดถึงคุณแม่มากๆ อยากย้อนกลับไปช่วงเวลานั้น เพราะตอนนี้ท่านไม่อยู่แล้ว อีกอย่างคอนเสิร์ตสมัยนี้บางทีก็ไม่ได้เล่นสด ดูไม่ค่อยมีคุณภาพ แต่ของอ.ธนีสร์นี่ยังไ้ก็แสดงสดจริง รู้สึกคิดไม่ผิดที่ได้ไปร่วมงานวันนั้นค่ะ”

(สุกัญญา จันทรา, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

“ของพี่อาจจะไม่เกี่ยวกับเพราะฟังจากเฮสโดยตรง เรื่องของเรื่องคือพี่จะรู้จักกับเพื่อนๆ ที่ฟังเฮสอยู่จำนวนหนึ่ง ที่รู้จักเพราะเคยไปทำกิจกรรมช่วยน้ำท่วมของเฮสด้วยกันค่ะ พวกนี้รวมทั้งพี่ด้วยจะเป็นพวกบ้าร้องเพลงคาราโอเกะกัน เกือบทุกเดือนจะต้องไปร้องด้วยกัน แล้วแต่ว่าที่ไหนยังไง มีตั้งแต่รุ่นป๊าๆ น้าๆ พี่ๆ เพลงที่ร้องสามารถบอกวัยของแต่ละคนได้เลยนะ อย่างของพี่จะชอบร้องเพลงคุณแม่ เสาวลักษณ์ พี่แหวน คริสติน่าบ้าง ย้อนไปราวๆ 10-20 ปี ตอนนั้นกำลังเอ๊ะๆ เลยคะน้อง”

(ดารณี เปี่ยมพาน, สัมภาษณ์, 15 มกราคม 2554)

“ผมจะร่วมเล่นเกมกับเฮสค่อนข้างบ่อย ที่ประทับใจมากที่สุดคือ มีครั้งนึงร่วมชิงบัตร easy pass บัตรคอนเสิร์ต ผมก็เป็นคนหนึ่งที่ได้บัตรมา พอได้ก็รีบชวนแม่ไปดูเลย ดูแม่น่าจะดีใจกว่าผมอีกนะ เพราะเค้าก็ไม่ได้ไปคอนเสิร์ตนานแล้ว ปรากฏว่าวันนั้น แม่ร้องได้เกือบทุกเพลง แต่ผมร้องได้แค่ไม่กี่เพลง กลับถึงบ้านแม่บอกว่าเหมือนกลับไปวัยสาวอีกครั้ง ผมว่าผมเองก็เหมือนย้อนไปช่วงเด็กนะ ได้ฟังเพลงเก่าที่แม่ชอบร้องให้ฟัง”

(จุมพล ทิรัญยานนท์, สัมภาษณ์, 15 ธันวาคม 2553)

4. การพูดคุยสนทนาทาง c-box (หรือ chat room ในเว็บไซต์ www.yesradiothai.com) สำหรับเรื่องและผู้ฟังร่วมพูดคุยทาง c-box นั้นมีหลากหลาย ไม่ได้มีเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับเพลงเท่านั้น หากแต่ยังรวมไปถึงเรื่องอาหารการกิน, เรื่องท่องเที่ยว ฯลฯ รวมไปถึงเรื่องราวในอดีต ประสบการณ์ของผู้ฟังด้านต่างๆ สำหรับผู้ฟังที่ยังเคยมีประสบการณ์ร่วมกันก็จะยิ่งทำให้พูดคุยกันได้อเนกยาวนาน ถือเป็นกรหวนรำลึกถึงความหลังร่วมกัน

“ถ้าไม่รวมเพลงกับดีเจ เวลาได้พูดคุยเรื่องเก่าๆกับเพื่อนๆในห้องแซทมันก็ทำให้พาลนึกไปถึงสมัยก่อน สมัยเรายังเรียนบ้าง ตอนเพิ่งทำงานใหม่ๆบ้าง หรือแม้แต่ตอนเด็กๆก็เถอะ มันเหมือนรำลึกกันทีละน้อย บางทีคนนั้นซดประเด็นนี้ขึ้นมา คนอื่นก็เอาบ้าง ช่วยกันซดใหญ่ พี่เคยเจอเพื่อนคนนึงสมัยเรียนก็ในห้องแซทเนี่ยแหละ เหมือนเป็นที่รวมคนรุ่นเก่าๆมาคุยกัน”

(วริยา สุฉันทบุตร, สัมภาษณ์, 9 มกราคม 2554)

“มีคำพูดติดปากคำนึงของพี่อ้อดอยู่บ่อยๆว่า ‘สวัสดิ์เยาวชนชาวเอสใน c-box ครับ’ พี่จะชอบมากคำนี้มันรู้สึกเหมือนเราได้กลับไปเป็นเด็กๆวัยนักเรียนผูกคอกของกันอีกครั้ง หรือบางทีมีเซ็คชื่อด้วยนะ ใครไม่มาโดนเพื่อนเรียกหาทันใหญ่ เพราะจะมีขาประจำกันเยอะช่วงที่พี่อ้อดจัด แต่ละคนก็เขี้ยวๆ แก่นๆทั้งนั้น แหย่พี่อ้อดกันตลอด เหมือนเด็กๆแซวคุณครูหนะคะ บางวันคุยๆอยู่ก็หลงลืมนึกว่ากลับมาเป็นเด็กมัธยมจริงๆก็มี”

(ดวงใจ คุุห์ศรีวิจิตร, สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2553)

“ผมจะเข้าห้องแซทไม่เป็นเวลาแน่นอนนะครับ แล้วส่วนใหญ่เวลาเข้าไปก็ไม่ค่อยได้ร่วมพูดคุยกับใครเท่าไร ทักมาก็ตอบไป ผมพูดไม่เก่ง พิมพ์ก็ไม่เก่ง จะตอบที่ข้อความที่ถามมาก็ไปไกลแล้ว แต่ผมจะชอบอ่านที่เพื่อนๆคุยกันมากกว่าครับ หรือไม่ก็เวลาฟังเพลงไหนที่ตอนนั้นแฮดกำลังเปิดแล้วชอบก็บอกเพื่อนๆไปว่าเพลงนี้เพราะดี ทีนี้เพื่อนๆก็จะมาร่วมวงด้วย ว่าใครชอบไม่ชอบยังไง ห้องแซทเหมือนเป็นห้องสำหรับคนรุ่นผมมารวมกลุ่มกัน คุยเรื่องที่เราเข้าใจกัน แซร์กันได้แทบเรื่อง บางทีรำลึกความหลังกันเป็นชั่วโมงๆก็มี”

(อดิเทพ มหัทธนะสิน, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2553)

จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ทำให้ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มหวนนึกถึงอดีตมากที่สุดคือปัจจัยด้านเพลง รองลงมาคือนักจัดรายการ ซึ่งทั้งสองปัจจัยนี้มีผลต่อกลุ่มผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มที่คล้ายคลึงกัน แต่ความแตกต่างคือกิจกรรมและการสนทนาทาง c-box จะมีผลต่อการหวนนึกถึงอดีตเฉพาะในกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นเก่าเท่านั้น เนื่องจากผู้ฟังคนรุ่นใหม่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยทั้งสองส่วนนี้ มีบ้างที่อาจเข้าร่วมกิจกรรมและร่วมสนทนาทาง c-box แต่เป็นเพียงครั้งคราว จึงไม่ได้ถึงกับมีผลให้หวนนึกถึงอดีตของผู้ฟัง ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นเก่าจะร่วมกิจกรรมกับทางคลื่นมากกว่า รวมถึงการสนทนาทาง c-box ด้วย ปัจจัยทั้งสองส่วนนี้จึงส่งผลต่อความนึกคิด อารมณ์ของผู้ฟังคนรุ่นเก่าได้พอสมควร

สำหรับการรับฟังเพลง เรดิโอมีผลต่อการนึกถึงอดีตของผู้ฟังเป็นจำนวนมากกว่าที่ไม่ได้หวนนึกถึงอดีต อย่างไรก็ตามความแตกต่างของผู้ฟังทั้งสองกลุ่มคือ ผู้ฟังคนรุ่นเก่าจะหวนนึกถึงอดีตในลักษณะโหยหา(nostalgia) คืออยากย้อนกลับไปในวันวานด้วย ซึ่งมีผลต่อเพลงด้วยเช่นกัน คือ ผู้ฟังคนรุ่นเก่าเห็นว่าเพลงในปัจจุบันเทียบไม่ได้กับเพลงในยุคของตนเอง แม้จะเป็นเพลงที่นำมาขับร้องใหม่ แต่จังหวะท่วงทำนองก็ไม่ดีเท่ากับของต้นฉบับ ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ส่วนมากจะหวนนึกถึงอดีตแต่จะเป็นไปในรูปแบบเพียงย้อนรำลึกถึงเท่านั้น ไม่ได้ต้องการอยากย้อนกลับไป (retro) นอกจากนี้ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ยังมีความคิดเห็นต่อเพลงที่นำมาขับร้องใหม่ในทางบวกมากกว่าผู้ฟังคนรุ่นเก่า กล่าวคือ ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ส่วนมากจะชื่นชอบเพลงที่นำมาขับร้องใหม่มากกว่าเพลงต้นฉบับ แต่หากเปรียบเทียบเพลงเก่ากับเพลงร่วมสมัยในปัจจุบันแล้ว ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ชื่นชอบแนวเพลงทั้งสองประเภทพอๆกัน เนื่องจากผู้ฟังคนรุ่นใหม่บางส่วนจะรับฟังเพลงสมัยใหม่ควบคู่ไปกับเพลงเก่าด้วย ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นเก่าไม่นิยมฟังเพลงร่วมสมัยในปัจจุบันเท่าใดนัก ซึ่งส่วนใหญ่ของผู้ฟังทั้งสองกลุ่มมักอยากย้อนชีวิตกลับไปในช่วงวัยเรียน ทั้งนี้ผู้ฟังให้เหตุผลว่าเนื่องจากเป็นวัยที่ไม่ต้องมีความรับผิดชอบในชีวิตมากมายนัก

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่า สำหรับเรื่องราวที่ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มหวนนึกถึงนั้น ส่วนใหญ่มักเป็นเรื่องที่ดีงาม เป็นเรื่องบวก แต่ก็มีบ้างที่เรื่องที่น่าคิดถึงนั้นจะเป็นเรื่องโศกเศร้า เช่น การลาจาก การพลัดพรากจากเพื่อนๆ คนรัก หรือครอบครัว แต่ไม่ว่าอย่างไรก็ตาม ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มมักจะหวนนึกถึงภาพวันวานเหล่านั้นด้วยความรู้สึกที่เป็นสุข ซึ่งเรื่องส่วนใหญ่ที่ผู้ฟังทั้งสองกลุ่มนึกถึงอาจจะมี ความแตกต่างกันไปบ้าง กล่าวคือ ผู้ฟังคนรุ่นเก่ามักนึกถึงเพื่อนๆ, ครอบครัว คนรัก รวมไปถึงเรื่องธรรมชาติ แต่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่มักจะนึกถึงเพื่อน คนรัก และครอบครัว ส่วนเรื่องราวที่เกี่ยวกับธรรมชาตินั้นมีเพียงส่วนน้อย แสดงให้เห็นว่าผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มมักนึกถึงอดีตส่วนบุคคลมากกว่าดีดี ร่วมในสังคม

สำหรับเพลงที่ผู้ฟังคนรุ่นเก่าส่วนใหญ่นึกถึง มักจะเป็นเพลงที่อยู่ในช่วงปี พ.ศ.ที่เก่ากว่าเพลงที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่นึกถึงและชื่นชอบ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม มักจะนึกถึงเพลงที่อยู่ในช่วงวัยที่ตนเองเติบโตมาเป็นส่วนใหญ่ เป็นอดีตในยุคของตัวเอง เนื่องจากผู้ฟังมีความทรงจำ ประสบการณ์ร่วมกันกับเพลงดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าประสบการณ์ตรงมีผลต่อการหวนนึกถึงอดีตของผู้ฟังมากกว่าที่จะเป็นเรื่องที่ไม่เคยประสบมา ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอดีตที่ผู้ฟังนึกถึงมักเป็นอดีตที่เกิดขึ้นในยุคของตัวเองจริงๆ ไม่ใช่อดีตที่ได้รับฟังมาจากผู้อื่น

ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากการรับฟังเอส เรดิโอ

สำหรับการรับฟังเอส เรดิโอ FM 93.5 HD1 นั้น นอกเหนือจากการได้ย้อนรำลึกถึงวันวานแล้ว ยังส่งผลในชีวิตประจำวันหลายๆด้านด้วย โดยที่ผู้วิจัยได้แบ่งเป็นหัวข้อหลักๆ 4 ด้านด้วยกัน ซึ่งใช้การอ้างอิงตามที่บลูเมอร์ แมคควอล และบราวน์ (Blumer, McQuail and Brown, 1972) ได้แบ่งชุดตัวแปรความพึงพอใจไว้ 4 กลุ่ม ซึ่งประกอบไปด้วย เพื่อความเพลิดเพลิน ผ่อนคลาย, เพื่อสถานมนุษย์สัมพันธ์, เพื่อแสดงออกถึงเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล และเพื่อติดตามข่าวสาร

ผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ปรากฏว่า ผู้ฟังคนรุ่นเก่าให้ความสำคัญกับการรับฟังเพื่อประโยชน์ด้านความเพลิดเพลิน ผ่อนคลายมากที่สุด รองลงมาคือเพื่อสถานมนุษย์สัมพันธ์, เพื่อการติดตามข่าวสาร และเพื่อแสดงออกถึงเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคลตามลำดับ ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ถึงเห็นประโยชน์ของการรับฟังเอส เรดิโอเพื่อความเพลิดเพลิน ผ่อนคลายมากที่สุดเช่นกัน แต่แตกต่างกับผู้ฟังคนรุ่นเก่าในส่วนของลำดับถัดไป กล่าวคือ ปัจจัยรองลงมาที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญคือ เพื่อติดตามข่าวสาร, เพื่อแสดงออกถึงปัจเจกบุคคล, เพื่อสถานมนุษย์สัมพันธ์ตามลำดับ

ตารางที่ 17 : แสดงข้อมูลด้านประโยชน์และความพึงพอใจที่ผู้ฟังได้รับจากการรับฟังเอส เรดิโอ

ผู้ฟัง/จำนวน	ความเพลิดเพลิน และผ่อนคลาย	มนุษย์ สัมพันธ์	เอกลักษณ์ทาง ปัจเจกบุคคล	ติดตาม ข่าวสาร
คนรุ่นเก่า (35 ปี ขึ้นไป) 25 คน	24	12	4	8
คนรุ่นใหม่ (15- 25 ปี) 15 คน	14	3	5	6
ผลรวม	38	15	9	14

หมายเหตุ : ผู้ฟังสามารถเลือกแสดงความคิดเห็นด้านประโยชน์และความพึงพอใจได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 17 จะเห็นได้ว่า สิ่งที่ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มได้รับค่อนข้างมีความคล้ายคลึงกัน หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นแบบแผนเดียวกัน คือ ผู้ฟังทั้งคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่เมื่อรับฟังเอส เรดิโอแล้ว สิ่งที่ได้รับจากทางรายการมากที่สุด ก็คือ ความเพลิดเพลิน ผ่อนคลาย โดยที่ผู้ฟังให้ความคิดเห็นในส่วนนี้ถึง 38 คนจาก 40 แสดงให้เห็นว่า บทเพลงในรายการสร้างพึงพอใจให้กับผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มเป็นอย่างมาก ผลลัพธ์อีกประการหนึ่งที่นอกเหนือจากความเพลิดเพลิน แล้วผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มที่

ความคิดเห็นตรงกัน คือ ฟังพอใจด้านการติดตามข่าวสารที่ทางรายการนำเสนอ ซึ่งข่าวที่ว่านี้ ผู้ฟังจะหมายถึงข่าวสารด้านการให้ข้อมูลเกี่ยวกับเพลง หรือรายงานชีวิต การทำงานของนักร้อง ศิลปินรุ่นเก่าทั้งในส่วนของชีวิตวันวานและในปัจจุบัน เป็นผลให้ผู้ฟังได้รู้จักนักร้องที่ตนชื่นชอบ มากยิ่งขึ้น เนื่องจาก สื่อที่นำเสนอเกี่ยวกับนักร้องรุ่นเก่าในปัจจุบันมีน้อย แต่เอส เรดิโอกลับเป็น สื่อเลือกนำเสนอ ซึ่งตอบใจหทัยความต้องการของผู้ฟังได้เป็นอย่างดี

แม้ว่าความเห็นของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มจะมีความคิดไปในทางเดียวกัน แต่ก็ยังคงมีความพึงพอใจบางประการที่ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มให้ความเห็นต่างกันไป นั่นคือ ความพึงพอใจด้านมนุษยสัมพันธ์ และเอกลักษณ์ทางปัจเจกบุคคล ทั้งนี้ผู้ฟังคนรุ่นเการู้สึกว่าสิ่งที่ได้รับจากเอส เรดิโอเป็นอันดับรอง จากความเพลิดเพลินก็คือ มนุษยสัมพันธ์ ซึ่งมีทั้งจากการร่วมเล่นเกม, ส่งข้อความไปทักทายดีใจ และผู้ฟัง “ชาวเอส” ทาง sms หรือแม้แต่การร่วมกิจกรรมทั้งที่ทางรายการจัดหรือจัดกันเองในกลุ่ม ผู้ฟังด้วยกัน สิ่งต่างๆเหล่านี้ล้วนนำไปให้เกิดการพบปะสังสรรค์ พูดคุยกัน ได้รู้จักกันมากขึ้น จน เกิดเป็นมิตรภาพดีระหว่างกัน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ผู้ฟังคนรุ่นเก่าให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจาก ได้ทำให้มีการรวมตัวกันระหว่างคนวัยเดียวกัน พูดคุยกันเข้าใจ รับรู้เรื่องราวต่างๆได้ตรงกัน ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะไม่ใช่เนื่องจากพวกเขาไม่ได้นิยมเข้าร่วมสนทนาทาง chat room นัก ความพึงพอใจในส่วนนี้จึงมีน้อยตามไปด้วย แต่จะให้ความสำคัญไปที่เอกลักษณ์ทางปัจเจกบุคคล มากกว่า เนื่องจาก ผู้ฟังคนรุ่นใหม่เห็นว่าการที่ตนเองฟังเพลงเก่าจะสร้างความแตกต่างจาก เพื่อนๆในวัยเดียวกัน เป็นความโดดเด่นเพราะเพื่อนๆมักรับฟังเพลงวัยรุ่นมากกว่า นอกจากนี้แล้ว การรับฟังเพลงเก่ายังทำให้เขารู้สึกว่าเป็นคนคนดูคลาสสิก, เท่, อนุรักษ์นิยม เป็นตัวของตัวเอง เป็นการ ใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อสร้างภาพลักษณ์กับตนเองด้วย และกล่าวได้ว่าความพึงพอใจประการนี้ เป็นสิ่งเดียวที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ได้รับมากกว่าผู้ฟังคนรุ่นเก่า เพราะผู้ฟังคนรุ่นเก่าจะมองว่า การรับฟัง เพลงเก่าเป็นสิ่งปกติที่เพื่อนในวัยเดียวกันให้ความสนใจอยู่แล้ว ไม่ได้สร้างเอกลักษณ์ที่ชวนให้ แตกต่างอย่างไร

ตามที่ได้กล่าวไปข้างต้นว่า ผู้วิจัยได้แบ่งหมวดความพึงพอใจของผู้ฟังที่เกิดจากการรับฟัง เอส เรดิโอไว้ 4 ข้อหลักๆด้วยกัน ซึ่งผู้วิจัยให้ให้นำเสนอรายละเอียดในส่วนของคุณความคิดเห็นของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

1. **เพื่อความเพลิดเพลิน (Diversions)** ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นไปเพื่อความผ่อนคลาย ,ฆ่า เวลา หรือเป็นเพื่อนยามทำงานรวมถึงหลีกเลี่ยงจากภาวะเคร่งเครียดจากงานที่กำลังเผชิญอยู่ด้วย สำหรับข้อนี้มีผลต่อผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มมากที่สุด เพราะส่วนใหญ่แล้วชีวิตประจำวันของผู้ฟังทั้งสอง กลุ่มจะอยู่ในวัยทำงาน เมื่อต้องประสบกับความตึงเครียดขณะทำงาน หรือแม้กระทั่งช่วงเวลาระหว่าง

ขับรถ การเลือกรับฟังเพลงที่ตนเองชื่นชอบจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยทำให้เกิดความผ่อนคลายได้บ้าง นอกจากนี้แล้วผู้ฟังบางคนยังรู้สึกประทับใจกับเนื้อเพลงเก่า ซึ่งนับเป็นอีกเหตุผลหนึ่งของความเพลิดเพลินในการรับฟังเอส เรดิโอ

“ผมไม่เคยเชื่อคำว่าตกยุค คำคำนี้ไม่มีในโลก แฟชั่นยุค 60s ยังกลับมาอยู่ในยุคปัจจุบันได้เลย ก็คงเช่นเดียวกันกับเพลง ไม่งั้นจะมีคนเอาเพลงเก่ามาร้องใหม่อยู่เรื่อยๆหรือครับ แสดงว่าเพลงเค้าต้องดีจริงสิ ฟังแล้วรู้สึกสบายใจดีด้วย ผมว่าดีเจที่เอสเปิดเพลงเพราะกันทุกคน ใครมาเปิดก็เพราะหมด ถึงจะเป็นเพลงที่ร้องไว้นานแล้ว แต่ฟังเมื่อไรผมก็รู้สึกมีความสุขทุกครั้งที่ได้ฟัง”

(นพ. ฉัตรบริรักษ์ เจริญศิริ, สัมภาษณ์, 28 พฤศจิกายน 2553)

“ฟังเพื่อตอบสนองของอารมณ์ความชอบส่วนตัวมากกว่าจะ ไม่ได้นำไปใช้ทำอะไร คือส่วนตัวชอบฟังเพลงเก่าเป็นทุนเดิม จังหวะ เนื้อร้องมันได้ ก่อนที่จะฟังเอส เรดิโอ ก็ฟังคลื่นอื่นมาก่อนนะ อย่างกรีนเวฟอะคะ แต่พอได้ฟังเอสแล้วรู้สึกว่ามันใช่มากกว่า ที่ชอบเพราะมีเพลงสากลด้วย หลากหลายมาก ไม่จำกัดค่ายเลย ฟังเพลินมากอะคะ”

(ดวงพร ปทุมรัตน์, สัมภาษณ์, 7 พฤศจิกายน 2553)

“การฟังเพลงเก่ามันส่งผลต่ออารมณ์โดยตรงเลยนะ เวลาเรากำลังเครียดๆ หรือคิดงานไม่ออก ผมก็จะเปิดเพลงเก่าฟัง ฟังเอสบ้าง ฟังเพลงจากซีดีตัวเองบ้าง แต่ส่วนมากจะฟังจากทางเอสมากกว่า เพราะเพลงที่มีอยู่มันจำกัด ที่เอสเปิดจะหลากหลายกว่าเยอะ แต่ก็ไม่ใช่ว่าจะฟังเฉพาะตอนเครียดนะ ไม่เครียดก็ฟัง เป็นเพื่อนตอนทำงานด้วย เพราะอยู่คนเดียวบางทีก็เจียบกันไป”

(รุ่งโรจน์ โพนคำ, สัมภาษณ์, 9 มกราคม 2554)

“อย่างที่เห็นกันว่าบ้านเมืองเราก่อนหน้านี้สองสามปีก่อนมันมีแต่เรื่องเครียดๆเต็มไปหมดแหละนะ สื่อก็นำเสนอแต่เรื่องทำนองนี้ ทำให้คนฟังคนอ่านต้องเครียดไปด้วย แต่พอมีเอสเกิดขึ้น มันช่วยเรื่องอารมณ์ได้เยอะเลย คือเราเลือกที่จะฟังเพลงให้รู้สึกสบายใจได้ เป็นผลดีต่อสุขภาพด้วย เวลาฟังเอสแล้วจะรู้สึกว่าตัวเองใจเย็นมากขึ้น”

(วินัย อมตพันธ์, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2553)

“เวลาฟังแล้วรู้สึกเหมือนหลุดไปอีกโลกหนึ่ง เราก็ไม่รู้หรอกนะว่าแต่ก่อนพ่อแม่เค้าใช้ชีวิตกันยังไง แต่ฟังเพลงไปก็จะชอบนึกตามเนื้อเพลงไปมันก็ได้ฟีลแบบเพลินๆสินะ โดยเฉพาะพวก

เพลงลูกทุ่ง นึกภาพตามเลยทุ่งหญ้าสีเขียว มีควายกำลังกินหญ้า อย่างเพลงที่ร้องว่า ฉันซีไ้ทุยวิ่ง
ลุยท้องนาอะคะ แล้วจังหวะมันสนุกมาก เข้ากันสุดๆ บางที่ยังแอบร้องแอบเดินตามเลย”

(ศศิขานันท์ ปานแก้ว, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2553)

“ชีวิตผมอาจจะเดินทางบ่อย ไปนู่นมานี่บ้าง หมายถึงในกรุงเทพฯนี่แหละซะ แล้วผมจะติด
ฟังเพลงเวลาขับรถ ปกติจะฟังเฮลนี่แหละ แต่บางทีก็อาจเปิดคลื่นอื่นบ้าง ชอบฟังแนวสบายๆ
เพราะขับรถแล้วไม่อยากเครียด อย่างบางทีรถติดมาก หรือรถคันอื่นขับไม่ดีบ้าง มันก็จะหงุดหงิด
แต่เพลงจะช่วยให้ใจเย็นลง จากที่รีบๆก็จะน้อยลง”

(วิเศษ คุณฤทธิพงศ์, สัมภาษณ์, 13 พฤศจิกายน 2553)

“ปกติจะอยู่บ้านเกือบทุกวัน เวลาอยู่บ้าน น้าก็จะทำงานบ้านเป็นหลัก วันๆหมดเวลาไป
กับพวกกวาด-ถูบ้าน ทำกับข้าว ชัก-รีด แทบทุกอย่าง มันก็เลยมีเหนื่อยบ้าง แต่เดี๋ยวนี้อะไรขึ้นนะ ฟัง
เฮลไปทำงานบ้านไป ไม่รู้ทำไมรู้สึกไม่เหนื่อยเท่าเมื่อก่อน คิดไปเองเปล่าไม่รู้นะ สงสัยเพลงจะทำ
ให้เพลินไปกับการกวาด-ถู”

(วรภรณ์ ฉันทเลิศวิทยา, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน 2553)

“คือหนูทำงานศิลปะปะไงคะ งานพวกนี้มันต้องใช้จินตนาการเยอะ ทั้งจากตัวเราเอง แล้วก็
สี่รอบตัว ฟังเพลงมันก็ช่วยได้นะพี่ บางทีมันมีอะไรซ่อนอยู่ในเนื้อเพลง ถ้าตั้งใจฟังดีๆจะเจอ แล้ว
หนูจะเป็นพวกจับมาโยงใยกันหมด ลองนึกตามว่าถ้าเอามาทำภาพวาดจะเป็นยังไง บิวอารมณ์ได้
ดีเลย ยิ่งพวกเพลงเพื่อชีวิตของมาลีฮวนน่าจ้ คาราบาวจ้ เป็นแหล่งกำเนิดไอเดียเจ๋งๆให้งานแฟนท์
หนูเยอะ”

(จุฑารัตน์ กอบนวัรักษ์, สัมภาษณ์, 4 ธันวาคม 2553)

ในบรรดากลุ่มผู้ฟังเฮล เรดิโอ ส่วนมากมักอยู่ในวัยทำงาน และในจำนวนเหล่านี้มีหลาย
ต่อหลายคนที่รูปแบบการทำงานนั้นไม่ต้องข้องเกี่ยวกับผู้อื่น เป็นผลให้ผู้ฟังเหล่านี้อาจรู้สึกเหงา
บ้าง ทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้ฟังเลือกนำมาใช้คือฟังเฮล เรดิโอ เพราะเพลงก็นับเป็นเพื่อนระหว่างทำงาน
ไปด้วยได้ และนอกจากเพลงแล้ว นักจัดรายการก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ช่วยทำให้ผู้ฟังรู้สึกสนุกสนาน
ไปกับการรับฟังเฮล เรดิโอได้เช่นกัน อีกทั้งคำพูดของนักจัดรายการบางคนยังเป็นคำแนะนำดีๆให้
ผู้ฟังมีกำลังใจในการดำเนินชีวิตด้วย

“ผมชอบฟังช่วงคุณภาพ ทองพลับแล้วก็ทีมงาน พวกที่แจ๊คจังพี่ขวัญจัง คำตลกดี ดำเนินรายการแบบไม่น่าเบื่อ คือจะว่ามีความเป็นกันเองก็ได้ แล้วช่วงนี้เรากำลังทำงานด้วยไง ก็ทำงานไปด้วย ฟังเสส เเรดิโอไปด้วย บางทีปวดหัวกับงานที่ทำอยู่ มาฟังทีมงานพวกนี้จัดรายการก็ดีขึ้นนะ คลายเครียดไปอีกแบบ”

(दनัย วงศ์วัฒนชัย,สัมภาษณ์, 22 ธันวาคม 2553)

“วันหยุดพักผ่อนบ้าง พี่จะพลาดเลยไม่ได้ด้วยประการทั้งปวง เพราะช่วงนั้นพี่เจ๊บบเป็นคนจัดรายการ นี่เอพีพี่เจ๊บบด้วยเลยนะ พี่เค้ามีเอกลักษณ์ของตัวเอง ฟังทีไรมีมุขใหม่ๆมาเล่าทุกทีไม่เคยเบื่อเวลาพี่เจ๊บบจัด ยิ่งช่วงเล่นกีตาร์ออนแอร์สดๆ แทบกรี๊ด ชอบมากๆ เหมือนได้กลับไปฟังคอนเสิร์ตเฉลี่ยอีกครั้ง แต่เป็นแบบไม่เห็นหน้า รู้สึกเพลินกับทั้งเสียงคนจัด ทั้งเพลงที่เปิด งานการแทบไม่ยอมทำช่วงนั้น”

(ดวงหทัย น่วมเปี่ยม,สัมภาษณ์, 5 กุมภาพันธ์ 2554)

“ตลอดเวลาที่ฟังเสสมา พี่ออดจะเป็นคนพูดแงบวกตลอด ทำให้จากที่รู้สึกเครียดกับงานหรือภาระอื่นๆมันก็ช่วยผ่อนให้เบาลง เตือนตัวเองว่าเราต้องมองบวกขึ้น จะได้ไม่เครียด เหมือนเป็นกำลังใจให้เราอยากสู้ต่อ ชอบประโยคนี้ของพี่ออดมาก ‘ทำความดีนะครับจะได้มีความสุขสบายใจ’ เราก็คิดว่าเราทำดีสักวันก็ต้องได้ดี คิดอย่างนี้มันก็สบายใจไปอย่างคะ”

(วริยา สุฉันทบุตร,สัมภาษณ์, 9 มกราคม 2554)

2. **มนุษยสัมพันธ์ (Personal Relation)** เพื่อเป็นหัวข้อ เรื่องราวในการพูดคุยสนทนากับผู้อื่น หรือเพื่อให้มีโอกาสใช้เวลาร่วมกับครอบครัว สำหรับผลการวิจัยพบว่า ผู้ฟังคนรุ่นเก่าจะใช้เพลงเพื่อสานมนุษยสัมพันธ์กับเพื่อนๆทั้งในสาขาอาชีพเดียวกัน และต่างสาขากันออกไป ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นเก่าและใช้เพลงเพื่อสานสัมพันธ์กับครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากผู้ใหญ่ในครอบครัวจะรู้จักเพลงเก่ามากกว่าตัวผู้ฟังคนรุ่นใหม่ ส่วนการใช้เพลงเพื่อเป็นหัวข้อพูดคุยกับเพื่อนนั้นยังมีไม่มากนัก เนื่องจากเพื่อนๆในวัยเดียวกันจะชื่นชอบเพลงสมัยนิยมมากกว่า อย่างไรก็ตามหากมีเพลงเก่าเพลงใดที่น่ากลับมาขับร้องใหม่ ก็จะเป็นประเด็นในการพูดคุยกันระหว่างเพื่อนๆด้วยกันบ้าง

นอกจากนี้การสนทนาทาง c-box ก็ยังเป็นการสานมนุษยสัมพันธ์ระหว่างผู้ฟังโดยเฉพาะผู้ฟังคนรุ่นเก่าด้วย หัวข้อที่พูดคุยก็หลากหลายมีทั้งเรื่องเพลง,กิน,เที่ยว รวมถึงสารทุกข์สุขดิบ

ทั่วไป ผู้ฟังบางคนถือได้ว่าติดการสนทนาทาง c-box เป็นพิเศษ จนกระทั่งมีผลต่อครอบครัว คือมีเวลาให้สมาชิกในครอบครัวน้อยลง

“ตั้งแต่ฟังเยสมา พี่มีเพื่อนขึ้นเยอะเลยคะ เพราะจะชอบชวนกันไปทำกิจกรรม คอนเสิร์ตบ้าง เที่ยวบ้าง หรือเวลาเสจัดกิจกรรมอะไร ถ้าว่างก็จะไปช่วยตลอด แล้วกับเพื่อนๆที่ฟังเยด้วยกันนี้จะคุยถุกคอกมาก บางคนเหมือนรู้จักกันมานานเลยนะ มีทั้งเพื่อนอาชีพสายงานเดียวกัน แล้วก็ต่างสาขาอีก นอกจากเรื่องเพลง ก็มีแลกเปลี่ยนความรู้เรื่องอื่นๆกันด้วย ครอบครัวบ้าง งานการบ้าง ยิ่งคุยกันก็ยิ่งสนิท เดี่ยวนี้คุยได้เกือบทุกเรื่อง”

(สุกัญญา จันทรา, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

“ส่วนใหญ่เวลาฟังเพลงเก่าจะฟังกันทั้งครอบครัวเลยคะ เพราะพอกับแม่ที่ชอบฟังกันอยู่แล้ว มีน้องชายอีกคนคะที่ชอบเหมือนกัน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นช่วงเวลาขับรถ แล้วก็ทานอาหารเย็น หนูไม่ได้ชอบแค่เพลงที่เยสเปิดนะคะ แต่ชอบการพูดคุยของดีใจด้วย สุ่มเสียง แนวการจัดรายการ พี่ๆเค้าจะมีอะไรที่น่าสนใจมาเล่าเยอะ หนูก็เอาไปเล่าต่อให้พอกับแม่ฟัง ถามเค้าว่าสมัยแม่เป็นแบบนี้กันหรือ อย่างเงินห้าบาทกินกล้วยเดี่ยวอิม สมัยนี้ไม่รู้ตั้งกี่เท่า แล้วแม่เองเค้าก็จะเล่าว่าสมัยก่อนเพลงนี้เค้าชอบมาก เพราะพอร้องจบแม่ เวลาฟังเพลงก็ได้ใช้เวลากับครอบครัวเพิ่มขึ้นบ้างคะ”

(นภัศสรณ์ ปุณยเรืองศักดิ์, สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2554)

“ฟังคนเดียวนะคะ ถึงที่บ้านจะชอบฟังเพลงเก่าเหมือนกันก็เถอะ แต่มันก็พอมีอะไรให้แลกเปลี่ยนคุยกันบ้าง อย่างนักร้องบางคนที่เราชื่นชอบ เราก็ถามเค้าว่าสมัยก่อนนักร้องคนนี้เป็นยังไง พอก็เล่าให้ฟังว่าตอนสมัยพ่อเค้าเป็นระดับพระเอกเลยนะ ระดับพีเบิร์ตเลย ดังมาก เรายังได้รู้พอก็เล่าให้ฟังว่าสมัยก่อนไม่ค่อยมีเวทีประกวดแบบ เดอะ สตาร์แบบทุกวันนี้ ใครจะเป็นนักร้องได้ก็ต้องขวนขวายเอง คือต้องเจ๋งจริงอะคะ ไม่ค่อยมีแมวมองด้วย แล้วอีกอย่างนะคะมันลึกลับกับงานที่ทำด้วย เพราะเราทำงานกับเด็กเล็กๆ สอนร้องเพลง สอนศิลปะ การเรียนรู้เพลงแนวต่างๆทั้งของฝรั่งและไทยในยุคก่อนๆ ก็เป็นประโยชน์นะ เอาไปสอนน้องๆได้”

(บุญธิดา เสวตสมบุญ, สัมภาษณ์, 24 มกราคม 2554)

“ที่บ้านจะเปิดวิทยุไว้เกือบตลอด ลูกสาวเค้าก็จะฟังไปด้วย บางทีเค้าชอบเค้าก็จะถามชื่อเพลงกับพี่ แล้วเค้าจะชอบบอกว่าเพลงที่เอามาร้องใหม่บางทีก็สู้เพลงเก่าไม่ได้ เค้าอาจจะชอบเพราะที่บ้านเปิดเพลงเก่าฟังกันตั้งแต่เค้ายังเด็กๆ มีคุยกันบ้างว่าเค้าชอบเพลงเก่ามากกว่าเพราะอะไร ส่วนใหญ่จะเป็นเพราะด้วยจังหวะดนตรีนะ เค้าบอกว่าเพลงเก่าเหมือนมันมีกลิ่นอายที่ฟังแล้วรู้สึกละมุนมากกว่า พี่ชอบนะที่ได้แชร์ความเห็นกันแบบนี้ มันทำให้รู้ว่าคนรุ่นลูกเค้าคิดยังไงกับเพลงรุ่นเรา”

(พอใจ บุญธรรม,สัมภาษณ์, 6 มกราคม 2554)

“จะถูกเพื่อนแซวตลอดว่าเกิดผิดยุค เพราะชอบฟังเพลงเก่า โดยเฉพาะเพลงสากลจะชอบมาก ยิ่งตอนนี้หันมาฟังเพลงเพิ่มขึ้นอีกคลื่นจากแต่ก่อนฟัง FM 105.5 เพื่อนๆก็รู้แหละ อย่างถ้ากิจกรรมอะไรที่เกี่ยวกับเพลงเก่า พวกคอนเสิร์ตนักร้องดังๆที่มาเล่นในไทยเค้าก็จะมาบอกเรา เพราะรู้ว่าเราชอบ ถึงเค้าจะไม่ชอบก็ตาม หรืออย่างบางทีเค้าชอบเพลงเก่าบางเพลงแต่ไม่รู้ชื่อหรือนักร้อง เค้าก็จะมาถามเราว่าเพลงนี้ชื่ออะไร ใครร้อง ก็ดีไปอย่างนะ เพลงก็เป็นหัวข้อให้เราได้คุยกับเพื่อนได้เยอะขึ้นเหมือนกัน”

(วิลาสินี กิตติธรรมเชษฐ,สัมภาษณ์, 26 มกราคม 2554)

“มีเพื่อนอยู่คนนึงเค้าชอบฟังเพลงเก่ามาก ผมว่าผมรู้ดี รู้ลึกแล้วนะ แต่พอเจอเพื่อนคนนี้ต้องยอมเลย แล้วเค้าเล่นดนตรีด้วย มีอะไรก็ปรึกษาเค้าได้ตลอด อย่างผมตอนนี้ฟังเพลงอยู่ ผมก็แนะนำเค้านะว่าเดี๋ยวนี้มีคลื่นเพลงเก่าแล้ว พอเค้าไปเปิดฟังก็มาเล่าให้ฟังว่าชอบ แล้วก็มีการเพลงมาคุยกันเยอะขึ้น ได้ความรู้ใหม่ๆเรื่องเพลงจากเค้าก็เยอะพอสมควรครับ”

(ศิลาพงษ์ ธีรญวัฒน์,สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2554)

นอกจากปัจจัยด้านเพลงที่เป็นหัวข้อสำหรับการพูดคุยสนทนากันในกลุ่มผู้ฟังทั้งสองกลุ่มแล้ว ปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่มีบทบาทต่อการสานมนุษยสัมพันธ์ระหว่างผู้ฟังด้วยกัน ก็คือกิจกรรม ซึ่งในส่วนของกิจกรรมนี้ผู้ฟังคนรุ่นเก่าจะให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากเล็งเห็นถึงความสำคัญของมิตรภาพระหว่างกัน ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ไม่ได้คำนึงถึงปัจจัยด้านนี้กันเท่าไรนัก ส่วนมากจะเป็นการร่วมกิจกรรมอื่นๆที่เกี่ยวกับเพลงเก่า โดยที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับช่องทางสถานีวิทยุ เรดิโอ FM 93.5 HD1

“หลังๆมานี้จะไปเที่ยว ไปทำกิจกรรมกับเพื่อนๆชาวเยสบ่อยขึ้น ถ้าไม่เป็นตัวเองชวนก็เพราะเพื่อนชวน เกิดเป็นมิตรภาพใหม่ๆ ได้เพื่อนเยอะขึ้น มีกิจกรรมหนึ่งที่ประทับใจมาก คือตอนไปเที่ยวหัวหินกัน ฉลองเยสครบอายุ 1 ขวบ ไปกันเยอะมากๆ สักสามสี่ห้าสิบคนได้มั้ง แต่ละคนนี่ก็ไม่ค่อยมีหอรอกที่จะมาคนเดียว ส่วนใหญ่พาลูกพาหลานมาด้วย พวกหลานๆก็รู้จักกัน บางคนก็รู้จักกันตั้งแต่ก่อนมาแล้ว บางคนเพิ่งมารู้จักกันที่นี่ แล้ววันนั้นมีกิจกรรมให้ทำเยอะจริงๆ ทั้งซักเยอ วิ่ง เหนื่อยแต่สนุกค่ะ”

(สกาเวเดือน จันชนะกิจ, สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2553)

“กลุ่มเพื่อนๆที่ทำงานที่ฟังเยสกันหลายคนเลยคะน้อง แต่ละคนรักดนตรีเป็นชีวิตจิตใจ สามสี่สิบสี่สิบห้ากันทั้งนั้น เสาร์-อาทิตย์ถ้าว่างตรงกันก็จะไปร้องคาราโอเกะ แต่ละเพลงนี่ไม่ต้องบอกให้ใหม่ว่ารุ่นไหน เน้นพีเบิร์ด, อัสนี-วสันต์, ไมโคร, นูโว, แอม เสาวลักษณ์, แหวน วิฑิตมา หรืออย่างสุนทราภรณ์ก็มีร้องบ้างคะ แต่อาจไม่บ่อยเท่า”

(ชญาดา คร่ำกระโทก, สัมภาษณ์, 26 ธันวาคม 2553)

“ส่วนตัวผมชอบกิจกรรมที่เยสจัดนะ แล้วก็ที่คนฟังด้วยกันจัดขึ้น ถ้าสุดก็ไปบริจาคเลือดครับ เพื่อนๆไปกันเยอะมากๆ บางคนไม่ได้ไปบริจาคหอรอก แต่ไปให้กำลังใจเพื่อน บางคนฟังทางวิทยุได้ยินว่าผู้ฟังจะไปบริจาคเลือดกัน ก็ถือโอกาสไปร่วมด้วย แต่ละคนเอาอาหาร ขนมไปร่วมกันใหญ่ บริจาคเสร็จก็คุยกันไปทานกันไป บรรยากาศครื้นเครงมากครับ รู้จักเพื่อนๆน้องๆขึ้นหลายคนเลย ส่วนแซทผมคุยบ่อยมาก แทบทุกครั้งที่ว่าง จนบางครั้งก็รู้สึกนะว่าเยสไป เหมือนเรามีเวลาให้ครอบครัวน้อยลง จะแยกก็แยกตรงนี้แหละครับ”

(อดิเทพ มัททนะสิน, สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2553)

3.เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Personal Identity) เป็นค่านิยมของบุคคลเพื่อแสดงออกในสิ่งที่ตนเองชื่นชอบ หรือเป็นสิ่งที่ทำให้มั่นใจในค่านิยมของตัวเอง อีกทั้งยังเป็นการแสดงออกให้ผู้อื่นทราบด้วยว่าตนเองเป็นคนอย่างไร ในที่นี้คือชื่นชอบการฟังเพลงเก่า ผู้ฟังหลายคนให้ความเห็นว่า ภาพลักษณ์ของผู้ฟังเพลงเก่าจะดูเป็นคนอนุรักษ์นิยม, ใจเย็น เป็นผู้ใหญ่ ดูสุ่มเป็นต้น นอกจากนี้ยังร้องศิลปินรุ่นเก่าหลายๆคนยังเป็นแบบอย่างสำหรับผู้ฟังคนรุ่นใหม่สนใจในรูปแบบวิถีชีวิตและนำมาเป็นแบบอย่างแก่ตนเองด้วย

จากผลการวิจัย พบว่า กระแสโหยหาอดีตในปัจจุบันจากสื่อหลายๆประเภทที่นำเสนอกันนั้น มีผลต่อการโน้มน้าวผู้ฟังคนรุ่นใหม่หลายคนให้ชื่นชอบเพลงเก่าด้วย จะเห็นได้ว่าในปัจจุบัน

กระแสไหลหาคือดีที่กำลังเป็นที่นิยมมาก ไม่ว่าจะเป็นทั้งแพชชั่นย่อนยุค, เพลงเก่าที่น่ากลับมาร้องใหม่, คอนเสิร์ตเพลงเก่าจากทั้งนักร้องรุ่นเก่าและนักร้องรุ่นใหม่ หรือแม้แต่สถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งที่จำลองให้ดูย้อนยุค สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีเพลงเก่ามาเติมเต็มให้เข้ากับบรรยากาศย้อนวันวานมากขึ้น จึงเป็นผลให้ผู้ฟังคนรุ่นใหม่หลายคนได้รู้จักเพลงเก่าเพิ่มมากขึ้นไปด้วย และหลายคนเมื่อได้รับฟังก็รู้สึกชอบ ประจวบกับเมื่อมีคลื่นวิทยุเพลงเก่าเกิดขึ้น ผู้ฟังจึงให้ความสนใจเพลงเก่ามากขึ้นด้วย

สำหรับความพึงพอใจด้านการแสดงออกถึงเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคลนั้น ผู้ฟังคนรุ่นเก่าให้ความสำคัญน้อยที่สุด ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญมาเป็นอันดับสาม ทั้งนี้ผู้ฟังคนรุ่นเก่าให้ความเห็นว่า คนรุ่นราวคราวเดียวกันใครๆก็ฟังกัน จึงไม่คิดว่าเป็นการแสดงออกถึงเอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคลแต่อย่างใด หรือหากเป็นการแสดงถึงเอกลักษณ์ปัจเจกบุคคลมักจะไปในลักษณะของการสื่อให้ผู้อื่นทราบว่าตนเองเป็นคนรักเสียงเพลง รักดนตรี แต่สำหรับในกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นใหม่ การแสดงความคิดเห็นจะเป็นไปในรูปแบบที่ว่า เพลงเก่าเป็นตัวแทนของความคลาสสิก อนุรักษ์นิยม แตกต่างจากเพื่อนๆในวัยเดียวกัน ทำให้มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง แต่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่บางคนก็ไม่ได้เห็นว่าเป็นสิ่งแตกต่างจากคนวัยเดียวกัน เพราะความชอบเป็นเรื่องส่วนบุคคลอยู่แล้ว และไม่จำเป็นต้องชอบเพลงสมัยนิยมเหมือนคนอื่น ๆ

“ผมว่าสื่อบ้านเราเดี๋ยวนี้หลายอย่างที่ทำให้ความรู้สึกเหมือนกลับไปโลกใบเก่า เรื่องแต่งตัวที่เกี่ยวไร้งามหมด น่าจะมีผลต่อความชอบอยู่เหมือนกัน คือผมมองว่าเพลงที่ฟังก็เหมือนการแต่งตัวซะ ผมเองจะชอบแต่งเรียบง่ายๆ เสื้อยืด กางเกงยีนส์ รองเท้าผ้าใบ แล้วในความคิดผม เพลงเก่ามันดูคลาสสิก เรียบง่ายแต่กินใจ ไม่ต้องใช้ซาวนด์เทคนิคอะไรมากก็เพราะได้ ไปด้วยกันได้กับสไตล์ผม วงที่ผมชอบมากคือ อัสนี่-วสันต์ ชอบทั้งเพลง ทั้งสไตล์ที่เค้า ก็อยากดูเท่แบบเค้าบ้างอะ”

(ธนินทร์รัฐ เกตุแก้ว, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

“จริงๆเรื่องเพลงมันก็เป็นบุคลิกแทนตัวผู้ฟังได้เหมือนกันนะคะ ถึงไม่ได้ตั้งใจจะแสดงออกในจุดนี้ก็เถอะ แต่บางทีมันก็สื่อออกมาเอง โดยที่เราไม่ได้ไปปรุงแต่งมัน เพื่อหนูบางคนมันฟังฮิปฮอป เค้าก็จะชอบพูดเร็วๆแรงๆ ทันใจ ดูทันสมัย แต่อย่างเราชอบฟังเพลงเก่า เพลงลูกทุ่งเพื่อชีวิต มันก็ดูดูเราเป็นคนติดดิน สบายๆ มันก็ดีนะ ถ้าคนอื่นจะมองเราแนวนี้ หนูว่าเพลงมันหล่อหลอมความเป็นเราได้ในระดับหนึ่งเลย”

(จุฑารัตน์ กอบนวิรักษ์, สัมภาษณ์, 4 ธันวาคม 2553)

“ดนตรีมันส่งผลต่ออารมณ์และความคิด ฟังเพลงเก่าเบาๆ ไม่ได้หมายถึงเฉพาะจากยุคอย่างเดียวนะคะ ก่อนหน้านี้เราก็ฟังเพลงเก่ามาบ้างตั้งแต่มหาลัยแล้ว เนื้อเพลงดูคล้องจองไพเราะก็ช่วยในการใช้ภาษาอีกแบบที่แตกต่าง บางทีฟังเพลงไปเราก็จะสังเกตคำที่เค้าใช้แต่งด้วย คำไหนที่รู้สึกชอบก็จดๆไว้เอาไปใช้บ้าง เพื่อนก็มีแซวบ้างว่าช่างประติษฐ์คำพูดเหลือเกิน บางทีมันก็เป็นไปเองค่ะ แต่เรารู้สึกภูมิใจนะ มันดูเทไปอีกแบบ ไม่เหมือนใครเท่าไร เป็นตัวของเราเนี่ยแหละดี”

(บุญธิดา เสวตสมบุญ, สัมภาษณ์, 24 มกราคม 2554)

“เป็นคนชอบอะไรที่ดูย้อนยุคค่ะ ทั้งเพลง ทั้งสถานที่ท่องเที่ยว หรือแม้แต่แฟชั่น ถ้าเป็นแฟชั่นก็จะชอบแฟชั่นยุค 60s-70s รุ่นคุณแม่ค่ะ เราว่าการที่เราชอบฟังเพลงเก่า อะไรที่ดูย้อนยุคก็น่าจะมีผลให้เราสนใจด้วย ขนาดอ่านหนังสือก็ยังชอบอ่านแนวประวัติศาสตร์เลยคะ มันทำให้รู้เรื่องราวสมัยก่อนดีขึ้น ความเป็นมาของเพลงบางเพลงเรารู้มากขึ้นตามด้วย ก็ไม่รู้สึกแปลกกันนะคะ มันเป็นความพอใจส่วนบุคคลของแต่ละคนค่ะ”

(เมทิตา สัสดี, สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

“เมื่อเวลาผ่านไป มันก็ทำให้พี่รู้จักตัวเองมากขึ้น อย่างเรื่องเพลงก็ทำให้รู้ว่าถึงเพลงในปัจจุบันจะเปลี่ยนไปมากขนาดไหน เกาหลีจะมาแรงแค่ไหน แต่พี่ก็ยังคงชอบฟังเพลงแนวเดิมอย่างที่เปิดทางเฮส เรดิโอ และไม่คิดจะเปลี่ยน คล้ายๆ มั่นใจในค่านิยมของตัวเอง เพลงสมัยก่อนมันไม่ได้เน้นแค่ความรักอย่างเดียว แต่เป็นเพลงที่เกี่ยวกับธรรมชาติ เกี่ยวกับโลก คนสมัยก่อนดูใส่ใจกับเรื่องราวรอบตัวมากกว่าคนสมัยนี้ ใช้ชีวิตก็ไม่เร่งรีบ ยังไงพี่ก็ยังชอบเพลงแบบสมัยก่อนมากกว่า”

(มณกานต์ ตริเวก, สัมภาษณ์, 22 มกราคม 2554)

4. **ติดตามข่าวสาร (Surveillance)** ทำให้ผู้ฟังได้รู้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของสังคม ซึ่งคำว่า ข่าวสารในที่นี้ไม่ได้หมายถึงข่าวเหตุบ้านการเมืองต่างๆ ในสังคมเท่านั้น หากแต่ยังหมายรวมถึงข่าวของนักร้องศิลปินรุ่นเก่าอีกด้วย คือได้บอกกล่าวถึงข่าวคราวของนักร้องเหล่านี้ว่า ปัจจุบันพวกเขากำลังทำอะไรกันบ้าง มีผลงานเพลงอะไรบ้างให้ติดตามกัน นอกจากนี้ยังจัดรายการยังได้พูดถึงประวัติความเป็นมาของนักร้องถึงผลงานเพลงในอดีตให้ผู้ฟังได้ทราบกันด้วย ในส่วนนี้ทำให้ผู้ฟังคนรุ่นใหม่หลายๆคนได้รู้จักนักร้องศิลปินคนดังในอดีตมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงของ retro freestyle

จากการวิจัยพบว่า มีผู้ฟังหลายคนทั้งผู้ฟังคนรุ่นเก่าและผู้ฟังคนรุ่นใหม่ที่แสดงความ คิดเห็น โดยยกตัวอย่างช่วงของรายการที่ตนเองชื่นชอบ หรือบางคนอาจจะบ่นที่ชื่นชอบนักจัดรายการมา เลยว่าชอบฟังช่วงไหนเป็นพิเศษ เนื่องด้วยนักจัดรายการคนดังกล่าวทำให้ข้อมูลที่ตนเองพอใจ ใจ ไม่ ว่าจะในส่วนของที่มาของเพลงหรือเรื่องอื่นๆทั่วไปด้วย เหตุผลหนึ่งของผู้ฟังไม่ได้ให้ความสำคัญกับ ช่วงของข่าวสารมากนัก เนื่องจากผู้ฟังบางคนให้ความสำคัญกับการฟังเพลงมากกว่า ไม่เน้นการ ติดตามฟังข่าว หรือแม้แต่ช่วงสารคดี ข้อมูลต่างๆที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ฟัง แต่ผู้ฟังก็ไม่ได้สนใจใน ส่วนนี้กันเท่าใดนัก โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นใหม่ จากการวิจัยพบว่ามีเพียง 1 คนเท่านั้นที่ สนใจช่วงการนำเสนอข่าวของทางสถานี ในขณะที่กลุ่มผู้ฟังคนรุ่นเก่ามีผู้ที่ฟังพอใจกับช่วงข่าวเป็น จำนวน 3 คน

ในด้านการติดตามข่าวสารผู้ฟังคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับประเด็นนี้ ค่อนข้างใกล้เคียงกัน กล่าวคือ ผู้ฟังคนรุ่นเก่าสนใจเรื่องติดตามข่าวเป็นจำนวน 8 คน และผู้ฟังคน รุ่นใหม่ให้ความสนใจเป็นจำนวน 6 คน แต่หากเทียบเป็นอันดับแล้ว ผู้ฟังคนรุ่นเก่าให้ความสำคัญ กับการติดตามข่าวสารเป็นอันดับสาม ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญการติดตาม ข่าวสารจากเอส เรดิโอเป็นอันดับสอง

“ทั้งหมดทั้งมวลของเอส เรดิโอ พี่ชอบช่วง retro freestyle มากที่สุดค่ะ ชอบที่เค้าเชิญ นักร้องมาร่วมพูดคุยผ่านรายการ อัปเดตผลงานเพลงปัจจุบันให้รู้ว่าศิลปินที่เราหลงใหลอย่างมาก เดียวนี้เค้าทำอะไรที่ไหนกันบ้าง แล้วก็ชอบที่เค้าพูดถึงชีวิตช่วงก่อนหน้าด้วย พูดถึงที่มาของเพลง เก๋าๆของนักร้อง เสริจแล้วก็เปิดเพลงควบคู่กันไป เหมือนกำลังนั่งฟังรายการสัมภาษณ์ทาง โทรทัศน์เลย ต่างกันแต่เราไม่เห็นหน้านักร้องแค่นั้นเอง”

(น้ำเพชร ฐกุลป์,สัมภาษณ์, 26 ธันวาคม 2553)

“พี่ชอบฟังดีเจพูดมากกว่าฟังเพลงค่ะ แล้วช่วงที่ชอบมากคือ Hello America ทำให้รู้ข่าว คนไทยที่อาศัยที่อเมริกา ไหนจะ sms ที่หิ้วหิ้วส่งกันเข้ามาอ่านแทบไม่ทันจากฝั่งไทยอีก แล้วคุณ พิพัฒน์ก็เป็นคนตลกด้วย ฟังได้เรื่อยๆ พี่ไม่เบื่อเลยช่วงนี้เนี่ย บางทีก็เซ็งๆอยู่นะ เพราะวันอาทิตย์ จะมีช่วงเชื่อมั่นประเทศไทยกับนายกอภิสิทธิ์กินเวลาช่วง Hello America ไปตั้งชั่วโมงนึง แต่ก็ พยายามมองข้ามไป เพราะอย่างน้อยๆ 1 อาทิตย์ก็มีให้เราฟัง 2 วัน”

(ศิษฐ์พร นาวานุเคราะห์,สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2553)

“ผมชอบเพลงท้องถิ่น โดยเฉพาะเพลงของภาคเหนือ ตั้งแต่ฟังมารู้สึกว่าดีเจที่เปิดเพลง พวกอย่างนี้เยอะจะเป็นช่วงดีเจจักรพล เพราะเห็นว่าพี่เค้าเป็นคนเหนือ แล้วพี่เค้าไม่แค่เปิดเพลงที่

เราชอบนะ ยังเล่าเรื่องประวัติ เทศกาลงานท่องเที่ยวภาคเหนือให้ฟังด้วย ช่วงไหนมีอะไรน่าสนใจ บอกลดลวด บางทีรู้ข่าวจากเอสเป็นที่แรกเลยครับ”

(दनัย วงศ์วัฒนชัย, สัมภาษณ์, 22 ธันวาคม 2553)

“ผมเป็นคนหนึ่งที่เป็นแฟนซีของพี่เจี๊ยะบ ชอบฟังแกจัดรายการ ก่อนหน้านี้ก็ปลื้มวงเจี๊ยะบ อยู่แล้ว แล้วพี่เจี๊ยะบจะมีหัวข้อแต่ละอาทิตย์ไม่เหมือนกัน ครั้งก่อนเกี่ยวกับพระจันทร์ ครั้งนี้เกี่ยวกับ น้ำ เกี่ยวกับฟ้า ประมาณนี้ครับ แล้วมันทำให้รู้ว่าเพลงสมัยก่อนเค้าไม่ได้ให้ความสำคัญกับความ รักอย่างเดียว แต่มีเพลงที่เชื่อมโยงกับธรรมชาติเยอะแยะ บางเพลงเนื้อร้องดีมาก นำเสนอเป็น หมวดหมู่แบบนี้ก็ดีนะครับ คนฟังจะได้รู้ว่าหัวข้อที่พูดถึงมีเพลงอะไรบ้าง”

(พร้อมศักดิ์ อมตพันธ์, สัมภาษณ์, 18 ธันวาคม 2553)

“ไม่ได้ฟังทั้งวันครับ แต่จะไม่ค่อยพลาดช่วงสามทุ่มถึงเที่ยงคืนของวันธรรมดา เพราะผม ชอบฟังพี่อภิเดช ชอบช่วงที่พี่เค้าเล่าเรื่องให้ฟัง บางทีก็เล่าเรื่องที่พี่เค้าเจอมา ซึ่งเป็นแง่คิดดีๆ ฟัง แล้วเหมือนมีอะไรสักอย่างมากระตุ้นให้รู้สึกตามไปด้วย บางเรื่องก็เป็นชีวิตจริงของพี่เค้าสมัยยัง เด็ก ตัวผมเองก็ได้รู้ไปด้วยว่าสังคมสมัยก่อนเค้าอยู่กันยังไง บางอย่างก็แตกต่างจากปัจจุบันมาก บางอย่างก็คล้ายๆกัน แล้วยeah พี่เค้าจะมีมุขมาอำคนฟังตลอด ผมว่าเป็นช่วงที่ตลกแต่ก็ยังสอดแทรก สาระบ้าง”

(จุมพล ทิรัญยานนท์, สัมภาษณ์, 15 ธันวาคม 2553)

“คิดว่าส่วนของสารคดีของเอสตอนนี้ยังควรต้องปรับปรุงอีก สารคดีบางตัวก็ซ้ำเดิม เปิด มาเป็นเดือนๆแล้ว ก็ยังอยู่ แต่พี่ว่าสาระความรู้ต่างๆมันจะซ่อนอยู่ในคำพูดของดีเจมากกว่า โดยเฉพาะช่วงพี่อ๊อด จักรกฤษ คนนี้พูดอะไรคมตลอด บางทีก็ร้ายกลอนให้คนฟังฟัง เขาก็อินไป ด้วย แล้วอีกอย่างชอบพี่อ๊อดตรงที่อ่าน sms ของทุกคน ดูใส่ใจกับคนฟังมากๆ พวก sms เหล่านี้ แหะละ บางทีก็มีเรื่องน่าสนใจเป็นประโยชน์กับคนฟังเหมือนกันนะ”

(สุบรรณกิจ น้อยฉายา, สัมภาษณ์, 7 ธันวาคม 2553)

“ช่วงการนำเสนอข่าวของทางรายการผมว่าโอเคนะครับ ไม่มากไม่น้อยไป ถึงผมจะชอบ ฟังเพลงมากกว่า แต่ช่วงข่าวก็ยังไม่ได้ทำให้ผมรู้สึกเบื่อที่จะต้องฟัง เพราะทำให้ทันต่อเหตุการณ์

บางที่ช่วงข่าวทุ่มหนึ่งกับช่วงสองทุ่มผมไม่ได้เปิดโทรทัศน์ฟังข่าวเลยนะ เพราะที่เฮสค์เค้าก็มีข่าว ที่เดียวอยู่ ผมจะเปิดค้างไว้อย่างนั้นเลย พอจบข่าวก็ฟังเพลงต่อ”

(จรรยา ตั้งหลักดี, สัมภาษณ์, 28 พฤศจิกายน 2553)

“ปกติจะฟังข่าวอยู่แล้วละ ช่วงข่าวหรือสารคดีอะไรก็จะไม่เปลี่ยน อย่างข่าวต้นชั่วโมง ก็กำลังดีนะคะ ชอบที่มีทั้งข่าวในประเทศและต่างประเทศก็ครอบคลุมดีคะ ส่วนสารคดีชอบการนำเสนอการทางพิเศษที่จะบอกเส้นทางว่าที่ไหนมีการซ่อมถนนบ้าง เพราะปกติจะฟังเวลาขับรถ พอมีรายงานในส่วนนี้ก็ทำให้เราได้ว่า ก็พยายามเลี่ยงเส้นทางแถวนั้น”

(วิลาสินี กิตติธรรมเชษฐ, สัมภาษณ์, 26 มกราคม 2554)

จากตัวอย่างความคิดเห็นของผู้ฟังทั้งคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ ประโยชน์และความพึงพอใจส่วนมากที่ผู้ฟังได้รับมากที่สุดเป็นอันดับแรก คือ เพื่อความเพลิดเพลิน ไม่ว่าจะเพื่อความผ่อนคลายจากการทำงาน การเรียน, เป็นเพื่อนยามเหงา หรือแม้แต่เพื่อหลุดพ้นจากความตึงเครียดอื่นๆที่กำลังเผชิญอยู่ โดยความเพลิดเพลินที่ได้รับนั้นมักมาจากทั้งในส่วนของเพลงที่เปิดจากทางสถานี และนักจัดรายการที่เล่าเรื่องราวตลกขบขัน เรื่องน่ารักๆ หรือการให้กำลังใจแก่ผู้ฟัง รวมถึงการร่วมพูดคุยทักทาย หรือมีการชวนนักจัดรายการบ้างเพื่อความสนุกสนาน ผู้ฟังหลายคนมักให้ความเห็นตรงกันต่อนักจัดรายการของเฮส เรดิโอว่ามีความเป็นกันเองกับผู้ฟัง ซึ่งส่วนนี้ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ให้นักจัดรายการและผู้ฟังสนิทสนมกันมากกว่าเพียงแค่เป็นผู้ฟังกับนักจัดรายการ แต่ยังรวมไปถึงความเป็นพี่ เป็นน้องที่มีให้แก่กันด้วย ซึ่งเป็นที่มาของการสานมนุษยสัมพันธ์ที่ต่อกันระหว่างผู้ฟังด้วยกันเองและระหว่างผู้ฟังกับนักจัดรายการ ความพึงพอใจในส่วนนี้จะเกิดกับผู้ฟังคนรุ่นเก่าเป็นส่วนมาก ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะเน้นมนุษยสัมพันธ์ไปในรูปแบบระหว่างผู้ฟังกับครอบครัวเป็นหลัก และระหว่างเพื่อนด้วยกันบ้าง สำหรับในส่วนของมนุษยสัมพันธ์ ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจจากเฮส เรดิโอจากส่วนนี้เพียงไม่มากนัก นับเป็นอันดับสุดท้ายจากปัจจัยทั้งหมดที่มีอยู่

ปัจจัยต่อมาคือ ด้านติดตามข่าวสาร ในส่วนนี้ แม้ผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะใช้ประโยชน์และความพึงพอใจมากเป็นอันดับสอง ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นเก่าให้ความสำคัญเป็นอันดับสามแต่หากเทียบเป็นจำนวนแล้ว ผู้ฟังคนรุ่นเก่ากลับให้ความสำคัญในปริมาณที่มากกว่าเล็กน้อย ซึ่งข่าวสารดังกล่าวนี้ผู้วิจัยหมายถึงรวมทั้งข่าวสารของสังคมในปัจจุบันและเรื่องเล่าจากเหล่านักจัดรายการทั้งหลาย การติดตามข่าวสารนอกจากจะทำให้ทราบเรื่องราวปัจจุบันทันด่วนแล้วยังทำให้ได้ทราบถึงเรื่องเล่าทั้งจากอดีตและปัจจุบันว่านักจัดรายการแต่ละคนมีบุคลิกอย่างไรด้วย ทั้งนี้ผู้ฟังคนรุ่น

เก่าจะติดตามรับฟังทั้งในส่วนของข่าวสารในสังคมและเรื่องเล่าจากนักจัดรายการด้วย ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะสนใจรับฟังในส่วนในเรื่องเล่ามากกว่า หากเป็นในช่วงข่าว ผู้ฟังคนรุ่นใหม่บางคนจะเปลี่ยนไปฟังคลื่นอื่นบ้าง แต่สำหรับผู้ฟังคนรุ่นเก่าจะยังคงรับฟังข่าวอยู่ ไม่นิยมเปลี่ยนคลื่น

ท้ายสุดคือความพึงพอใจด้านเอกลักษณ์ทางปัจเจกบุคคล ความพึงพอใจข้อนี้เป็นเพียงข้อเดียวที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ร่วมแสดงความคิดเห็นมากกว่าผู้ฟังคนรุ่นเก่า อย่างไรก็ตามยังนับว่าอยู่ในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน เอกลักษณ์ทางปัจเจกบุคคลที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่แสดงความคิดเห็นจะเป็นในลักษณะว่า เพื่อแสดงออกให้ผู้อื่นทราบว่าตนเองดูเป็นคนเรียบง่าย โดยผู้ฟังคนรุ่นใหม่มักกล่าวว่าเพลงเก่าเหมือนเป็นตัวแทนของความเรียบง่าย ไม่ต้องมีรายละเอียดมาก น้อยๆแต่กินใจ คนฟังจึงน่าจะดูเรียบง่ายกับชีวิต ไม่ยุ่งยาก โดยการแสดงออกนั้นมีทั้งในด้านการแต่งกาย คือผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะเน้นแต่งกายตามแบบแฟชั่นยุคเก่า หรือเมื่อเวลาไปร้องเพลงคาราโอเกะกับเพื่อนๆก็จะเลือกร้องเพลงเก่าไม่ว่าจะเป็นเพลงของไทยหรือเพลงสากล นอกจากนี้ผู้ฟังคนรุ่นใหม่บางคนยังรู้สึกชอบในการใช้คำมาแต่งเป็นเพลง บางคนติดกับการใช้ภาษาในเพลงมาเขียนเรื่องราวของตนเอง เพื่อนอ่านก็จะมีแซวบ้างว่าใช้ภาษานักประพันธ์ เหล่านี้เป็นการแสดงออกถึงเอกลักษณ์ปัจเจกบุคคลของผู้ฟังคนรุ่นใหม่ แต่หากเป็นในส่วนของผู้ฟังคนรุ่นเก่า จะเป็นความพึงพอใจในลักษณะของการตกย้ำค่านิยมของตัวเองว่ายังคงรักในเพลงเก่าสมัยเมื่อครั้งวันวานอยู่เช่นเดิม ที่ยังคงชื่นชอบเนื้อเพลงที่ใช้ถ้อยคำสละสลวยมาใช้ในการประพันธ์ รวมทั้งท่วงทำนองดนตรีที่มีการผสมผสานของเครื่องดนตรีไทย หรือในส่วนของเสียงร้องที่ชัดถ้อยชัดคำ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 8

สรุป อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์ตัวสาร คือเนื้อหารูปแบบการจัดรายการวิทยุ เยส เรดิโอ FM 93.5 HD1 ทางเว็บไซต์ www.yesradiothai.com และทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ถึงการหวนนึกถึงอดีต พฤติกรรม ความพึงพอใจของผู้ฟังคนรุ่นใหม่และคนรุ่นเก่าจำนวนทั้งหมด 40 คน ที่มีต่อรายการวิทยุเยส เรดิโอ ทั้งผู้ฟังที่รับฟังทางวิทยุและรับฟังทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงสัมภาษณ์ตัวดีด้วยเพื่อให้ทราบถึงที่มาของรายการเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการก่อตั้งรายการเยส เรดิโอขึ้น

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมกรับฟังเพลงเก่าของผู้ฟังเยส เรดิโอ เอฟเอ็ม 93.5 เอช ดี วัน” มาสรุปผลโดยเรียงลำดับตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงที่มาและแนวคิดในการจัดตั้งรายการเยส เรดิโอ FM 93.5 HD1
1. เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการติดตามรับฟังรายการเยส เรดิโอในกลุ่มผู้ฟัง
2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมกรับฟังเพลงเก่าจากรายการเยส เรดิโอของกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่
3. เพื่อวิเคราะห์เพลงเก่าในรายการเยส เรดิโอที่มีผลต่อการหวนระลึกถึงภาพในอดีตและผลลัพธ์อื่นๆที่กลุ่มผู้ฟังได้รับจากการฟังเพลงจากรายการเยส เรดิโอ

1. ที่มารายการเยส เรดิโอ FM 93.5 HD1

เยส เรดิโอ FM 93.5 HD1 เป็นรายการเพลงวิทยุประเภทรายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่หรือ Adult Contemporary เคยออกอากาศครั้งแรกตั้งแต่ในเดือน กันยายน 2552 แต่ครั้งนั้นอยู่ภายใต้คลื่นความถี่ 107.5 MHz ซึ่งเป็นคลื่นวิทยุชุมชน และได้รับการตอบรับที่ดีจากกลุ่มผู้ฟังจำนวนมาก แต่เมื่อออกอากาศไปได้ช่วงระยะเวลาหนึ่ง ก็เกิดปัญหาความเข้าใจไม่ตรงกันของคนในองค์กรเดิมขึ้น ทำให้กลุ่มนักจัดรายการที่คลื่นเดิมจำนวนหนึ่งได้แยกตัวออกมาทำงานกับคลื่นวิทยุแห่งใหม่ ภายใต้การบริหารของบริษัท ฟาติมา บรอดคาสติ้ง อินเทอร์เน็ตชั่นแนล จำกัด

สำหรับเพลงที่เปิดในรายการนั้นเป็นเพลงเก่าทั้งเพลงไทยและเพลงสากลที่อยู่ในช่วงประมาณปีพ.ศ.2512-2537 และออกอากาศในช่วงเวลา 05.00-24.00น. เพลงในรายการจะไม่จำกัดค่าย แต่มีเพียงเพลงจากค่ายอาร์เอสเท่านั้นที่ทางคลื่นไม่สามารถเปิดได้ เนื่องจากติดปัญหาด้านลิขสิทธิ์ ทั้งนี้ทางสถานีจะมีทั้งนักจัดรายการรุ่นเก่าและนักจัดรายการรุ่นเก่าทำหน้าที่สับเปลี่ยนหมุนเวียนกันไปตามตารางเวลาที่กำหนดไว้อย่างแน่นอน และสำหรับช่องทางการรับฟังผู้ฟังสามารถรับฟังได้ 2 ช่องทางคือ ทางวิทยุ และ ทางอินเทอร์เน็ต โดยที่ในเว็บไซต์ผู้ฟังสามารถเข้าไปร่วมสนทนากับผู้ฟังคนอื่น ๆ ได้ทาง chat room การที่คุณจักรกฤษ เสนอแนะให้ทางคลื่นเพิ่มช่องทางการรับฟังทางอินเทอร์เน็ตเข้าไป เนื่องจาก เห็นว่า จะเป็นการเปิดพื้นที่ให้คนรุ่นเก่าวัยเดียวกันมาร่วมสนทนากันผ่านทางสื่อออนไลน์ได้ ไม่ใช่เฉพาะเรื่องเพลงเท่านั้น หากแต่ยังรวมไปถึงหัวข้ออื่นๆ และการชักชวนกันไปร่วมกิจกรรมด้วย

ผู้วิจัยพบว่าพบว่าเอส เรดิโอ FM 93.5 HD1 มีที่มาจากสาเหตุหลักๆ 5 ประการ ได้แก่

1.1 สื่อสำหรับคนรุ่นเก่ามีน้อย ปัจจุบันสื่อสำหรับคนรุ่นเก่ายังมีน้อย โดยเฉพาะเพลงเก่าในคลื่นวิทยุยังมีน้อยมาก คือก่อนหน้าที่จะมีรายการเอส เรดิโอ มีรายการเพลงทางวิทยุสำหรับผู้ใหญ่เพียงคลื่นเดียวเท่านั้นคือ กรีนเวฟ แต่กรีนเวฟเองก็นำเสนอเฉพาะเพลงไทยสากลจากค่ายแกรมมี่ ทำให้ประเภทของเพลงเก่าที่สามารถรับฟังได้ตามคลื่นวิทยุยังคงน้อยอยู่ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้คุณจักรกฤษ ศิลปินตัดลิ้นใจที่จะนำเสนอรายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่ทั้งเพลงไทยและเพลงสากล ไม่จำกัดค่าย (แต่ยกเว้นเพลงจากค่ายอาร์เอส เนื่องจากติดลิขสิทธิ์) ที่อยู่ในช่วงปีพ.ศ. 2512-2537 เนื่องจากเล็งเห็นว่าช่วงปีพ.ศ.ดังกล่าวแนวเพลงมีความเหมาะสมกับกลุ่มวัยผู้ใหญ่ที่ทำงานแล้ว และความหลากหลาย ไม่จำกัดแนวเพลงจะทำให้ผู้ฟังได้รับฟังเพลงเก่าอย่างเต็มอิม

นอกจากนี้ยังมีสาเหตุด้านพื้นที่สื่อสำหรับคนรุ่นเก่าที่ยังมีอยู่น้อย จึงทำให้คุณจักรกฤษเลือกเปิดพื้นที่ในเว็บไซต์ของทางรายการในรูปแบบของ chat room ด้วย เพื่อให้ผู้ฟังที่สนใจด้านเพลงเหมือนกัน มาร่วมสนทนากันและปรากฏว่าได้รับการตอบรับอย่างดีโดยเฉพาะในผู้ฟังคนรุ่นเก่า แม้ว่ากลุ่มผู้ฟังเป้าหมายหลักจะเป็นคนอายุ 40 ปีขึ้นไปและหลายคนมองว่าคงไม่ได้รับการตอบรับที่ดีนัก แต่คุณจักรกฤษกลับมองว่าอินเทอร์เน็ตได้เข้าสู่ประเทศไทยมานานแล้ว คือตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2535 ทำให้คนรุ่นเก่าจำนวนไม่น้อยในปัจจุบันน่าจะพอคุ้นเคยกับสื่อประเภทนี้บ้าง เพราะในชีวิตจริงแล้วผู้ฟังคนรุ่นเก่าเองก็ต้องการพื้นที่สื่อในการแลกเปลี่ยนความเห็นสำหรับคนวัยเดียวกัน คอเดียวกันเช่นกัน

1.2 ความเชื่อมั่นและเคารพของตัวผู้ก่อตั้งเอง ประกอบกับความถูกต้องที่ถูกละเลย ปัจจุบัน กระแสเรโทรกำลังเป็นนิยมอย่างมาก ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวแบบย้อนยุค, แฟชั่นการแต่งการสมัยก่อน หรือแม้แต่เพลงที่นำมาขับร้องใหม่ รวมไปถึงคอนเสิร์ตนักร้องรุ่นเก่าที่กลับมาเปิดการแสดงอีกครั้ง ทำให้คุณจักรกฤษ ศิลปินวัยเล็งเห็นว่าเพลงเก่าก็น่าจะกลับมาเป็นที่นิยมเช่นกัน

ตามปกติการทำสื่อใหม่ในวงการบันเทิง การคำนึงถึงผลการสำรวจก็เป็นสิ่งหนึ่งที่ต้องนำมาพิจารณา แต่สำหรับคุณจักรกฤษเองไม่ได้ให้ความสำคัญกับส่วนของ research มากนัก(ผลจากรesearch กล่าวว่าคนรุ่นเก่ามักไม่ฟังเพลงทางวิทยุเท่าไรนัก) แต่นำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจบ้าง คิดเป็นเปอร์เซ็นต์ประมาณ 50% และทำตามแนวคิดของตัวเองอีก 50% หลักๆคือคุณจักรกฤษจะตัดสินใจโดยการเอาใจเขา(ความรู้สึกผู้ฟังคนรุ่นเก่า)มาใส่ใจเรา คือคาดการณ์ว่าสิ่งใดที่คนในยุคตัวเองน่าจะสนใจ ก็จะนำมาเสนอในรายการ จนในที่สุดก็ทำให้เอสเรดิโอแจ้งเกิดในวงการวิทยุและประสบความสำเร็จได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าทางรายการจะไม่ได้ทำการประชาสัมพันธ์รายการเลย แต่เอส เรดิโอก็ได้รับจากตอบรับอย่างดีทั้งจากสื่อสิ่งพิมพ์อย่างนิตยสารและหนังสือพิมพ์, สื่อโทรทัศน์ ผงกเข้ากับในปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารรวดเร็วไปมาก จนทำให้มีรูปแบบการติดต่อสื่อสาร ช่องทางการแพร่กระจายข่าวสารอันหลากหลายของสื่อ ICT ไม่ว่าจะเป็น facebook, twitter หรืออื่นๆ สิ่งเหล่านี้เองที่ช่วยประชาสัมพันธ์ให้เอส เรดิโอ จนเป็นผลให้กลุ่มดีเจต่างมีแฟนคลับทั้งหน้าเก่าและหน้าใหม่ต่างมีแฟนคลับเป็นของตนเองอย่างล้นหลาม ปัจจุบันเหล่านี้ล้วนแสดงให้เห็นว่ากระแสเพลงเก่ากำลังกลับมาเป็นที่นิยมอีกครั้ง

1.3 ปัญหาความคิดไม่ตรงกันของคนในองค์กร และต้องการย้ายไปจัดในคลื่นวิทยุหลัก เมื่อครั้งยังทำงานภายใต้คลื่นความถี่ FM 107.5 MHz เอส เรดิโอยังเป็นเพียงวิทยุชุมชนเท่านั้น จึงทำให้ยังมีข้อจำกัดในการนำเสนออยู่หลายประการ ประกอบกับเมื่อเริ่มออกอากาศไปนานวันเข้า องค์กรที่ทำอยู่เดิมก็เริ่มมีผู้คนหลากหลาย ความคิดเห็นก็หลากหลายตามไปด้วย ทำให้ความเห็นไม่ตรงกัน ทั้งในส่วนของช่วงปีพ.ศ.ของเพลง ประเภทเพลง รวมไปถึงปัจจัยอื่นๆ คุณจักรกฤษพร้อมทั้งเพื่อนร่วมงานกลุ่มหนึ่งในคลื่นเดิมจึงตัดสินใจย้ายออกมา เพื่อร่วมงานกับนายทุนแห่งใหม่คือ บริษัทฟาติมาฯ เหตุผลสำคัญประการหนึ่งเป็นเพราะมีความคิดเห็นตรงกันด้านประเภทของเพลงที่ต้องการจะนำเสนอ คือ ไม่จำกัดค่ายเพลง ทำให้เพลงที่เปิดในเอส เรดิโอมีความหลากหลาย ซึ่งนอกจากจะไม่จำกัดค่ายเพลงแล้ว ยังไม่จำกัดแนวเพลงด้วย

นอกจากนี้ทางด้านสปอนเซอร์ก็ยังคงให้การสนับสนุนรายการเช่นเดิมด้วย เนื่องจากสปอนเซอร์เหล่านี้มักเป็นสินค้าสำหรับคนรุ่นเก่า พื้นที่สื่อในการนำเสนอสินค้านี้บว้างมีอยู่น้อย

สปอนเซอร์เหล่านี้จึงต้องพยายามรักษาช่องทางสื่อเพื่อโปรโมทสินค้าตนเองไว้ด้วย กล่าวได้ว่าต่างฝ่ายต่างพึ่งพากันและกันระหว่างทางรายการเอส เรดิโอกับสปอนเซอร์ดังกล่าว

1.4 ความรู้สึกโหยหาในกลุ่มผู้ฟัง ดังเช่นจึงเกิดของรายการว่า “นี่ทุกเรื่องที่มี ย้อนทุกเรื่องที่ดี” แสดงให้เห็นว่าทางรายการให้ความสำคัญกับเรื่องราวในอดีต ประกอบกับหลายปีก่อนหน้านี้สังคมไทยต้องประสบกับปัญหามากมายทั้งเศรษฐกิจและการเมือง ทำให้ผู้ฟังต่างรู้สึกเครียด ตรงกับที่แนวคิดโหยหาอดีต ตามที่ Matsuda (1996 อ้างถึงใน พัฒนา กิติอาษา, 2546) ได้ตั้งข้อสังเกตไว้ว่า การโหยหาอดีตของมนุษย์เป็นพื้นที่ของความทรงจำ และเป็นสัญชาตญาณเกี่ยวกับทิศทาง เกิดจากความผันผวนวุ่นวายทางเศรษฐกิจการเมือง ซึ่งตรงกับเหตุการณ์ทางการเมืองที่มีความรุนแรงในเมืองไทยช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ซึ่งแม้แต่ในปัจจุบันก็ยังคงมีให้พบเห็นได้บ้าง คุณจักรกฤษ จึงอยากให้มีพื้นที่สื่อของเพลงเก่าเกิดขึ้นในหน้าปัดวิทยุอีกครั้ง เพื่อเติมความสุขให้กับคนไทยได้บ้าง นอกจากนี้เนื้อหาต่างๆที่ถูกบอกเล่าผ่านรายการยังเน้นนำเสนอเรื่องราวในสมัยก่อนและปัจจุบันที่เป็นบวก

สำหรับองค์ประกอบหลายอย่างในรายการที่ต้องการสื่อให้ผู้ฟังได้หวนนึกถึงอดีตเมื่อได้รับฟัง ได้แก่ เพลงที่มีทั้งเพลงต้นฉบับ(ส่วนหลักของรายการ) และเพลงที่นำมาขับร้องใหม่(ส่วนรอง) , ดีเจที่เน้นคนรุ่นเก่า ทั้งนี้มีหลายคนที่เคยจัดรายการมาก่อน และยังนำชื่อช่วงรายการในสมัยก่อนที่ดีเจเคยใช้กลับมาใช้อีกครั้งในเอส เรดิโอ รวมไปถึงการจัดกิจกรรมคอนเสิร์ตเพลงเรโทร ที่จำลองบรรยากาศแบบวันวาน เหล่านี้เพื่อต้องการให้ผู้ฟังได้รู้สึกมีความสุขเมื่อได้รับฟังและเข้าร่วมกิจกรรมกับเอส เรดิโอ

1.5 ให้ความสำคัญกับมิตรภาพระหว่างรายการกับผู้ฟัง เพราะเล็งเห็นว่ามิตรภาพเป็นสิ่งที่ช่วยให้สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข เอส เรดิโอจึงให้ความสำคัญกับมิตรภาพมาก ผ่านการพูดคุยของดีเจที่เป็นกันเอง ให้ความรู้สึกแบบเป็นครอบครัวเดียวกัน ทั้งยังสื่อผ่านจึงเกิดรายการที่ว่า “ความรู้สึกดีที่ซึ่มซาบ แต่มิตรภาพที่ยั่งยืน” หรือการจัดกิจกรรมทั้งเพื่อสังคมและคอนเสิร์ตเพื่อให้ผู้ฟังได้มาพบปะสังสรรค์ รู้จักกันมากขึ้น อีกทั้งการสนทนาทางchat room ก็เป็นสื่ออีกช่องทางหนึ่งที่ทำให้มิตรภาพระหว่างผู้ฟังกับผู้ฟังด้วยกัน และผู้ฟังกับดีเจแน่นแฟ้นขึ้นด้วย

นอกจากนี้แล้ว มิตรภาพในความหมายของคุณจักรกฤษ ยังให้ความสำคัญกับสถาบันครอบครัวด้วย โดยเฉพาะลูกๆหลานๆทั้งของผู้ฟังและนักจัดรายการเอง เพื่อให้ลูกๆหลานๆเหล่านี้มาทำกิจกรรมร่วมกัน กิจกรรมดังกล่าวนี้นอกจากจะเป็นการสานสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัวแล้ว ยังเป็นการสานมนุษยสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวตัวเองกับอีกครอบครัวผู้ฟังคนอื่น

ด้วย ซึ่งกิจกรรมการสานสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวนี้ถือได้ว่าตรงกับค่านิยมของผู้ฟังคนรุ่นเก่า
อย่างมาก

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังของผู้ฟังทั้งสองกลุ่ม

ปัจจัยต่างๆในรายการเยส เเรดิโอที่มีผลต่อการติดตามรับฟังรายการ ผู้วิจัยแบ่งเป็น
ทั้งหมด 8 ปัจจัยด้วยกัน ได้แก่ เพลง,นักจัดรายการ,ข่าว,เกม,กิจกรรม,การให้บริการสาธารณะ(สาร
คดี),โฆษณา และช่องทางการรับฟัง(วิทยุและอินเทอร์เน็ต)

สำหรับผลการวิจัย พบว่า ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆในรายการต่อการ
ติดตามรับฟังโดยแบบแผนที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ ปัจจัยที่ทำให้ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มติดตามรับฟังเยส
เรดิโอมากที่สุด ได้แก่ 2 ปัจจัยหลักอย่างเพลงและดีเจ ในขณะที่ปัจจัยรองลงมาคือ ช่องทางการรับ
ฟังทางอินเทอร์เน็ต ส่วนข่าว,การให้บริการสาธารณะและโฆษณาจะมีผลต่อการติดตามรับฟัง
รายการน้อยที่สุด อย่างไรก็ตาม แม้ว่าผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม จะมีความคิดเห็นไปในทางที่คล้ายกัน แต่
ยังคงมีปัจจัยที่สร้างความแตกต่างต่อการรับฟังระหว่างผู้ฟังคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ คือ ปัจจัย
ด้านเกมและกิจกรรม กล่าวคือ เกมและกิจกรรมจะดึงดูดความสนใจผู้ฟังคนรุ่นเก่าได้มากกว่า (6
ใน 25 คน) ในขณะที่สำหรับผู้ฟังคนรุ่นใหม่แล้ว ปัจจัยดังกล่าวมีผลน้อยมาก (2 ใน 15 คน)

ผู้วิจัย จะกล่าวให้เห็นภาพรวมของปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการรับฟังรายการของผู้ฟังทั้ง 2
กลุ่ม โดยที่จะเรียงตามลำดับของผู้ฟังคนรุ่นเก่าและผู้ฟังคนรุ่นใหม่ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังของผู้ฟังคนรุ่นเก่า เพลงเป็นปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการรับ
ฟังของผู้ฟังกลุ่มนี้ (15 คนจาก 25คน) โดยจะรับฟังเพลงได้แทบทุกประเภททุกแนว เนื่องจากคน
กลุ่มนี้เติบโตมากับเพลงในยุคนี้ เรียกว่าฟังได้ร้องตามได้ ปัจจัยรองลงมาคือ ดีเจ (9 คนจาก 25
คน) ซึ่งผู้ฟังจะชอบดีเจคนรุ่นเก่าจัดมากกว่า ชอบวิธีจัดรายการแบบมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟัง หรือเล่า
เรื่องราวต่างๆ รวมถึงที่มาของเพลงด้วย ถัดมาผู้ฟังคนรุ่นเก่าติดตามฟังเยส เเรดิโอเพราะมีปัจจัย
สนับสนุนที่สำคัญอย่างช่องทางการรับฟังทางอินเทอร์เน็ต,เกมและกิจกรรม (6 คนจาก 25 คน)
เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้ ช่างทำให้ผู้ฟังคนรุ่นเก่าได้พูดคุย ร่วมสนทนา พบปะสังสรรค์ทั้งกับผู้ฟังชาว
เยสด้วยกันและกับดีเจด้วย เพราะในส่วนของอินเทอร์เน็ตเองจะมี chat room ไว้ให้ผู้ฟังได้ร่วม
สนทนากัน ด้านเกมและกิจกรรมก็ตรงกับความต้องการของคนรุ่นเก่า เนื่องจากคำถามมักเกี่ยวกับ
เพลงหรือสื่อในวัยของพวกเขา ทำให้เป็นแรงกระตุ้นให้ร่วมสนุกกับทางรายการ ทั้งนี้ผู้ฟังบางคนก็
ไม่ได้ต้องการของรางวัลแต่เป็นการทดสอบความจำของตัวเองเกี่ยวกับสื่อต่างๆที่เคยรับฟังรับชม
มา

ส่วนปัจจัยด้านข่าว, การให้บริการสาธารณะ และโฆษณา จะมีผลค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่นๆ คือ 4 คน 3 คน และ 2 คน ตามลำดับ โดยที่โฆษณาจะเป็นปัจจัยดึงดูดความสนใจได้น้อยที่สุด ในขณะที่ข่าวและการให้บริการสาธารณะแม้ผู้ฟังจะให้ความสนใจน้อย แต่สำหรับผู้ฟังที่นิยมรับฟังข่าวเป็นประจำปัจจัยเหล่านี้ก็ช่วยทำให้พวกเขาฟังเพลง เรดิโอได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องไปเปิดรับฟังข่าวจากสื่อประเภทอื่นอีก

ปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังของผู้ฟังคนรุ่นใหม่ เพลงมีผลต่อการติดตามรับฟังเพลง เรดิโอมากที่สุด (9 คนจาก 15 คน) แต่เพลงสำหรับคนกลุ่มนี้ ก็ไม่ได้รับฟังทุกช่วงดังเช่นคนรุ่นเก่า แต่จะรับฟังเฉพาะแนวเพลงที่ตนถูกใจเท่านั้น คือจะไม่ฟังเพลงที่เก่ามาก แต่ถ้าเก่ามากหรือเป็นเพลงลูกกรุงและลูกทุ่งผู้ฟังกลุ่มนี้มักไม่นิยมฟัง รองลงมาคือปัจจัยด้านดีเจ (5 คนจาก 15 คน) ผู้ฟังรู้สึกชอบที่ ดีเจให้ที่ มาและเกร็ดเล็กเกร็ดน้อยเกี่ยวกับเพลงให้ทราบ เนื่องจากคนกลุ่มนี้มักไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับเพลงเก่านัก และจะชอบดีเจที่เป็นนักร้องหรือดีเจที่ตลก สนุกสนาน แต่ไม่ชอบที่เล่าเรื่องมากเกินไป อีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อผู้ฟังคนรุ่นใหม่ค่อนข้างมาก คือ ปัจจัยด้านการรับฟังทางอินเทอร์เน็ต (4 คนจาก 15 คน) แม้ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มจะนิยมฟังทางอินเทอร์เน็ตเหมือนกัน แต่เหตุผลต่างกันไป คือ คนรุ่นเก่านิยมฟังทางอินเทอร์เน็ต เพราะ ได้ร่วมเข้าแชทไปด้วย ในขณะที่คนรุ่นใหม่ฟังทางอินเทอร์เน็ตเพราะใช้คอมพิวเตอร์ในการทำงานอยู่แล้ว ประกอบกับไม่ต้องเจอกับปัญหาสัญญาณไม่ชัดเจน

ส่วนปัจจัยที่มีผลน้อยต่อคนรุ่นใหม่คือ ข่าว, เกมและกิจกรรม (2 คนจาก 15 คน) ทั้งนี้เนื่องจากผู้ฟังคนรุ่นใหม่รู้สึกว่าเกมและกิจกรรมยังไม่ตอบโจทย์ความสนใจของพวกเขา เพราะมักเป็นสื่อที่เกี่ยวข้องกับคนรุ่นเก่าโดยเฉพาะทำให้คนรุ่นใหม่อาจจะไม่ทราบ สำหรับข่าวผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะให้ความสนใจกับข่าวด้านวงการเพลงเก่า นักร้องศิลปินมากกว่าที่จะเป็นข่าวสังคม ท้ายสุดปัจจัยด้านการให้บริการสาธารณะและโฆษณา ทั้งสองปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อการดึงดูดความสนใจผู้ฟังคนรุ่นใหม่เลย

อย่างไรก็ตามสำหรับผู้ฟังคนรุ่นใหม่แล้ว ยังมีปัจจัยนอกที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่มีผลต่อความชอบรับฟังเพลงเก่าคือ ครอบครั้ว ทั้งนี้ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ถึงกึ่งหนึ่งที่ครอบครั้วนิยมเปิดเพลงเก่าให้ฟังตั้งแต่วัยเยาว์ แสดงให้เห็นว่า สิ่งแวดล้อมที่อาศัยอยู่ ซึ่งในที่นี้คือครอบครั้วมีอิทธิพลต่อความชอบ การปลูกฝังในการรับฟังเพลงของผู้ฟังคนรุ่นใหม่จำนวนมาก หรืออาจกล่าวได้ว่า ผู้ฟังคนรุ่นเก่ามารับฟังเพลง เรดิโอด้วยตนเอง ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่มารับฟังเพลง เรดิโอทั้งด้วยตัวเองและครอบครั้ว

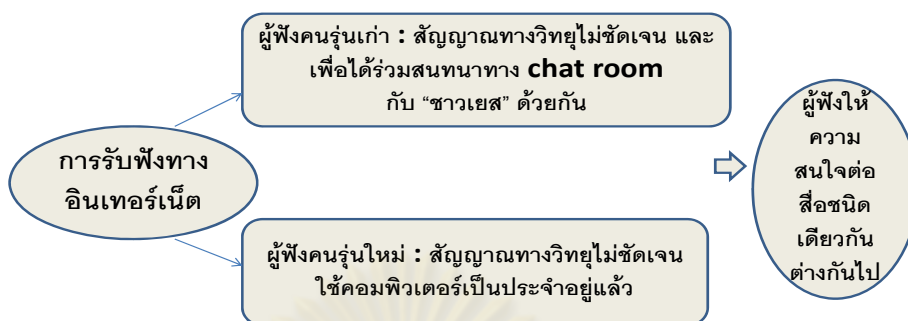
3. พฤติกรรมการรับฟังเพลง เรดิโอของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม

จากผลวิจัย พบว่า โดยรวมแล้วผู้ฟังคนรุ่นเก่าให้การติดตามรับฟังเพลง เรดิโอมานานกว่า และรับฟังเป็นระยะเวลาถี่กว่าในแต่ละวัน ส่วนผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะเน้นการรับฟังเพลงในช่วงที่ตนเองชอบมากกว่า ไม่ได้รับฟังทุกช่วงรายการดังเช่นผู้ฟังคนรุ่นเก่า นอกจากนี้แล้วเรื่องเวลาก็มีผลต่อการรับฟังของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มด้วย กล่าวคือ เนื่องจากผู้ฟังคนรุ่นเก่าจะมีเวลาว่างมากกว่า เพราะผู้ฟังบางคนไม่ต้องทำงานแล้ว ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะมีเวลาในการรับฟังรายการน้อย เพราะต้องทำงานและบางส่วนก็อยู่ในวัยกำลังศึกษา ทำให้มีเวลาในการรับฟังเพลง เรดิโอน้อยไปด้วย เหตุนี้เองจึงมีผลให้ผู้ฟังคนรุ่นเก๋านิยมรับฟังทางวิทยุที่บ้านมากกว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่ที่นิยมรับฟังทางโทรศัพท์มือถือ อย่างไรก็ตามผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มนิยมรับฟังเพลง เรดิโอทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด

พฤติกรรมที่เหมือนกันของผู้ฟังทั้งสองกลุ่ม

- รู้จักเพลง เรดิโอด้วยวิธีการหมุนคลื่นมาเจอด้วยตัวเองมากที่สุด ซึ่งในความเหมือนก็ยังคงมีความต่าง คือ ผู้ฟังคนรุ่นเก่าจะหมุนมาเจอด้วยตัวเอง ในขณะที่คนรุ่นใหม่ได้รู้จักโดยครอบครัวรับฟังอยู่ก่อนแล้ว ทำให้ตนรู้จักไปด้วย รองลงมาคือ มีคนแนะนำ สุดท้ายคือรู้จักจากสื่อ ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ ชูดาภา ปุณณะหิตานนท์ (2541) ที่พบว่า ผู้ฟังส่วนมากที่ฟังรายการเรดิโอ ในพริออบเบลียม จะรู้จักรายการโดยหมุนคลื่นมาเจอโดยบังเอิญ คิดเป็น 43.92% เช่นเดียวกันกับผู้ฟังเพลงเรดิโอส่วนมากที่รู้จักรายการโดยหมุนคลื่นมาเจอด้วยตนเอง มีจำนวน 19 คน จาก 40 คน ซึ่งเป็นจำนวนถึงเกือบครึ่งหนึ่ง รองลงมาผู้ฟังรู้จักเรดิโอ ในพริออบเบลียมโดยเพื่อนแนะนำให้ฟัง คิดเป็น 13 % ในขณะที่ผู้ฟังเพลง เรดิโอที่รู้จักรายการโดยมีคนรู้จักแนะนำรองลงมาเช่นกัน มีจำนวน 12 คน จาก 40 คน แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมการรับฟังวิทยุของคนไทยนิยมหมุนฟังคลื่นอื่นๆ ไปเรื่อยๆ จนกระทั่งพบกับคลื่นที่ตนเองถูกใจ โดยมีปัจจัยสอดคล้องอย่างสื่อบุคคล (คนรู้จักแนะนำซึ่งมีทั้งเพื่อนๆและครอบครัว) เป็นปัจจัยสำคัญรองลงมาเช่นกัน

- นิยมรับฟังทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยสถานที่ที่รับฟังมากที่สุดคือบ้าน แม้ว่าผู้ฟังจะนิยมรับฟังทางอินเทอร์เน็ตเหมือนกัน แต่เหตุผลที่ทำให้เลือกรับฟังนั้นอาจต่างกันบ้าง กล่าวคือผู้ฟังคนรุ่นใหม่มีเหตุผลเนื่องจากแก้ปัญหาสัญญาณที่ไม่ชัดเจนทางวิทยุ และใช้คอมพิวเตอร์เป็นหลักอยู่แล้ว ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นเก๋านอกจากจะเพื่อแก้ปัญหาสัญญาณไม่ชัดเจนแล้ว สิ่งที่ตั้งใจดูผู้ฟังกลุ่มนี้ก็คือโปรแกรมสนทนาในเว็บไชนั้นเอง (chat room) (ดูภาพที่ 5 ประกอบ)



ภาพที่ 5 : เปรียบเทียบสาเหตุการรับฟังทางอินเทอร์เน็ตของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม

- ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม ล้วนทำกิจกรรมอื่นควบคู่ไปด้วยขณะรับฟังเอส เรดิโอ ซึ่งเป็นความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลิน ช่วยให้ผ่อนคลายเหมือนกัน

พฤติกรรมที่ต่างกันของผู้ฟังทั้งสองกลุ่ม

พบว่า พฤติกรรมการรับฟังของผู้ฟังคนรุ่นเก่าจะเป็นไปในทางบวกกับรายการมากกว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่

- ผู้ฟังคนรุ่นเก่าลือกคลื่นเอส เรดิโอไว้เป็นคลื่นแรกมากกว่า มีถึง 17 คน จาก 25 คน ส่วนผู้ฟังคนรุ่นใหม่มีเพียง 3 คนจาก 15 คน ซึ่งพฤติกรรมนี้มีความสอดคล้องกับผู้ฟังคนรุ่นเก่าที่มักเรียกตัวเองว่าแฟนรายการ โดยเป็นทั้งแฟนรายการและแฟนคลับดีเจ นอกจากนี้คนกลุ่มนี้ยังนิยมนร่วมกิจกรรมกับเอส เรดิโออยู่บ่อยครั้งด้วย

- ผู้ฟังคนรุ่นเก่านิยมร่วมสนทนาทาง chat room มากกว่า มีถึง 14 คน จาก 25 คน ส่วนคนรุ่นใหม่มีเพียง 2 คนจาก 15 คน แม้ผู้ฟังที่สนทนาทาง chat room จะมีความสนใจร่วมกันคือเพลง นำผู้ฟัง "ชาวเอส" มาให้รู้จักกัน แต่การสนทาก็ไม่ได้จำกัดแค่เรื่องเพลงเท่านั้น หากแต่ยังรวมไปถึงเรื่องครอบครัว, สุขภาพ รวมถึงเชิญชวนกันไปเที่ยว ไปรับประทานอาหาร หรือทำกิจกรรมอื่นๆร่วมกันด้วย

- ผู้ฟังคนรุ่นเก่าแนะนำเอส เรดิโอไปยังคนรู้จักมากกว่า มี 22 คน จาก 25 คน ส่วนคนรุ่นใหม่มี 7 คนจาก 15 คน แต่ผู้ที่ได้รับการแนะนำนี้ต่างกัน คือ คนรุ่นเก่ามักแนะนำให้กับกลุ่มเพื่อน

ในขณะที่คนรุ่นใหม่มักแนะนำให้กับพ่อแม่มากกว่ากลุ่มเพื่อน แสดงให้เห็นว่ากลุ่มที่ได้รับการแนะนำล้วนแล้วแต่เป็นกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นเก่ามากกว่า ซึ่งก็คือกลุ่มเป้าหมายหลักของรายการ

ในทางกลับกัน ขณะที่รับฟังเอส เรดิโอผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะเปลี่ยนไปรับฟังคลื่นอื่นมากกว่า ซึ่งมีถึง 7 คนจาก 15 คนหรือกึ่งหนึ่ง ส่วนผู้ฟังคนรุ่นเก่ามี 10 คนจาก 25 คน หรือประมาณ 2 ใน 5 (ใช้วิธีเปรียบเทียบโดยดูจากอัตราส่วนไม่ใช่ปริมาณ)

จากตัวอย่างต่างๆด้านพฤติกรรมกรรับฟังที่เป็นบวกของผู้ฟังคนรุ่นเก่ามากกว่าคนรุ่นใหม่ เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่า ผู้ฟังคนรุ่นเก่ามีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวมมากกว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่

4. เอส เรดิโอกับการหวนนึกถึงอดีตของกลุ่มผู้ฟัง

สำหรับรายการเอส เรดิโอได้นำเสนอเนื้อหาต่างๆที่ชวนให้ผู้ฟังหวนนึกถึงอดีต โดยใช้วิธี “การสร้างภาพตัวแทนในอดีต” ตามที่ Kelly (1986) ได้กล่าวไว้ว่า การหวนนึกถึงอดีตเป็นการจินตนาการถึงโลกที่เราได้สูญเสียไปแล้ว เหลือเพียงความทรงจำและประสบการณ์ให้เราระลึกถึง โดยที่เราสามารถสัมผัสหรือจับต้องสิ่งเหล่านั้นได้อีกครั้ง ถ้าหากเราสามารถสร้างภาพตัวแทนโดยการผลิตซ้ำ, ฉายซ้ำจาก และด้วยการย้อนกลับไปจำลองประสบการณ์ในอดีตขึ้นมาใหม่อีกครั้ง

-การฉายซ้ำ โดยนำเพลงเก่าซึ่งเป็นส่วนหลักมาเปิดในรายการ รวมถึงดำเนินรายการโดยดีเจรุ่นเก่าที่เคยจัดรายการมาก่อน

-การผลิตซ้ำ(ของวงการเพลง) โดยนำเพลงcover มาเปิดในรายการ(ส่วนรองของรายการ)

-การจำลองประสบการณ์ในอดีตขึ้นมาใหม่ โดยการจัดกิจกรรมคอนเสิร์ตเพลงเรโทร ตกแต่งบรรยากาศให้ดูย้อนยุค เช่น คอนเสิร์ต retro dance party ที่จำลองบรรยากาศให้เหมือนยุควันวาน โดยการเปิดฟลอร์เต้นรำกัน

ปัจจัยเหล่านี้ที่ทางรายการได้นำเสนอ เพื่อหวังให้ผู้ฟังได้รู้สึกเหมือนย้อนกลับไปในวันวานอีกครั้ง ได้รำลึกถึงช่วงเวลาที่เคยมีความสุขกับเสียงเพลงร่วมกัน ซึ่งผลที่เกิดในกลุ่มผู้ฟัง พบว่าปัจจัยที่ทำให้ผู้ฟังคนรุ่นเก่านึกถึงอดีต ได้แก่ เพลง, ดีเจ, กิจกรรม และการสนทนาทาง chat room ส่วนปัจจัยที่ทำให้ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ถึงอดีตได้แก่ เพลงและดีเจ เนื่องจากผู้ฟังคนรุ่นใหม่ไม่นิยมเข้าร่วมสนทนาทาง chat room และร่วมกิจกรรมต่างๆกับทางรายการ

ปัจจัยต่างๆที่กล่าวมา อันมีผลให้ผู้ฟังทั้งสองกลุ่มได้หวนนึกถึงอดีต แต่การนึกถึงอดีตที่ว่านี้ จะมีลักษณะที่ต่างกัน คือ ผู้ฟังคนรุ่นเก่ามี 16 จาก 25 คน รับฟังเอส เรดิโอแล้วรู้สึกโหยหาอดีตแบบอยากกลับไปในวันวาน(nostalgia) และรู้สึกสุขใจที่ได้นึกถึง 6 จาก 25 คน ส่วนผู้ฟังคนรุ่นใหม่มักจะรู้สึกแบบสุขใจที่ได้นึกถึง (retro) มี 7 จาก 15 คน และโหยหาอดีต มี 5 จาก 15 คน ในขณะที่ผู้ฟังที่ไม่ได้หวนนึกถึงอดีตเลย มีทั้ง 2 กลุ่ม กลุ่มละ 3 คน ซึ่งถือว่าเป็นจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับผู้ฟังที่หวนนึกถึงอดีต โดยกลุ่มนี้ให้เหตุผลว่ารับฟังเพื่อความเพลิดเพลินเป็นหลัก นอกจากนี้หากเปรียบเทียบกันแล้วพบว่าผู้ฟังคนรุ่นเก่ายังชอบฟังเพลงต้นฉบับมากกว่า ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ชอบฟังเพลงที่นำมาขับร้องใหม่ (cover) มากกว่า อย่างไรก็ตาม โดยส่วนมากของผู้ฟังทั้งสองกลุ่มคือ ผู้ฟังคนรุ่นเก่า 19 คนจาก 25 คน และคนรุ่นใหม่ 8 คนจาก 15 คนต่างเห็นว่าเพลงในปัจจุบันไม่ตีเท่าเพลงเก่า จะเห็นได้ว่า สัดส่วนของผู้ฟังคนรุ่นเก่านั้นมีมากกว่าสัดส่วนของผู้ฟังคนรุ่นใหม่ ซึ่งมีความสอดคล้องกับที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่นิยมรับฟังเพลงยอดนิยมวัยรุ่นไปด้วย แต่ผู้ฟังคนรุ่นเก่าจะนิยมฟังเพลงเก่าโดยเฉพาะ

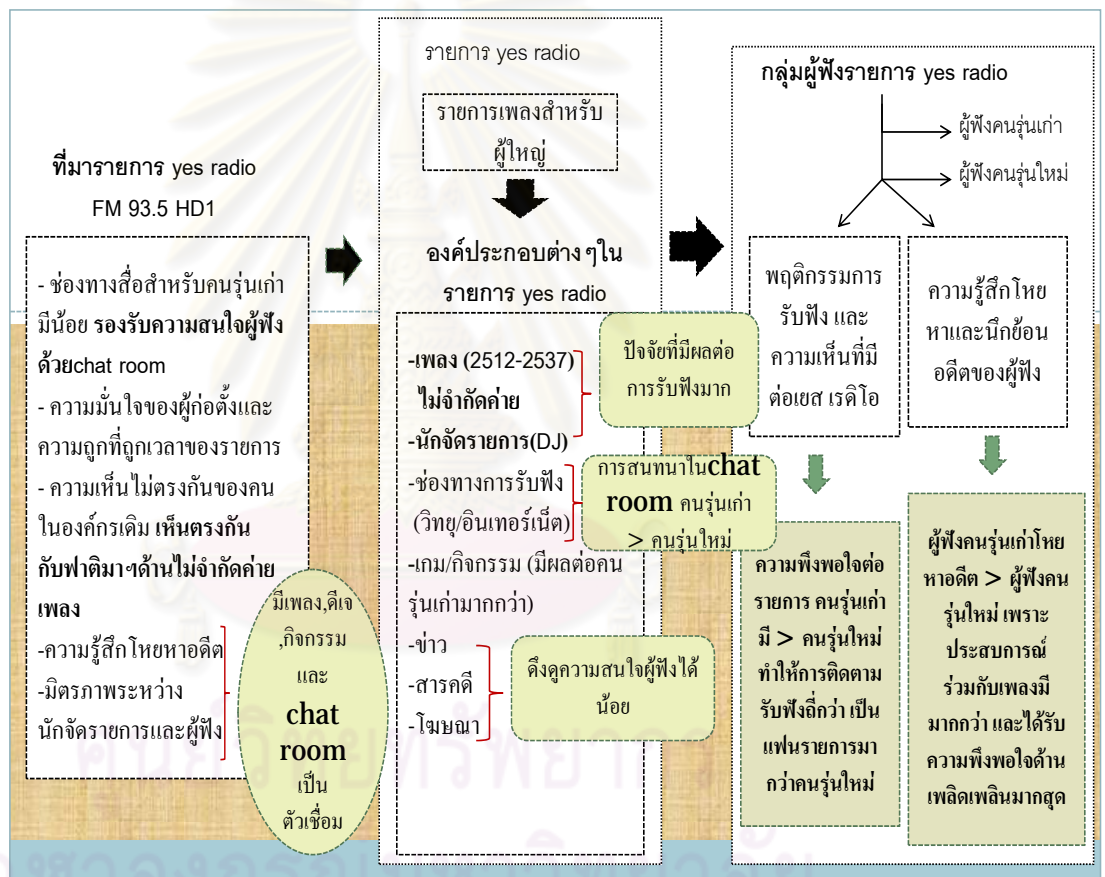
อย่างไรก็ตาม แม้ว่าเพลงและดีเจจะเป็นปัจจัยร่วมที่มีผลต่อการนึกถึงอดีตของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มเช่นกัน แต่สำหรับในรายละเอียดแล้วจะมีความแตกต่างกันไป กล่าวคือ เพลงที่มีผลต่อการนึกถึงอดีตของผู้ฟังคนรุ่นเก่ามากกว่าจะเป็นเพลงที่อยู่ในช่วงปีพ.ศ. ที่เก่ากว่า ส่วนผู้ฟังคนรุ่นใหม่กลับนึกถึงเพลงที่อยู่ในช่วงปีพ.ศ.ท้ายๆของเพลงในรายการเอส เรดิโอ ด้านนักจัดรายการ ผู้ฟังคนรุ่นเก่ามักจะนึกตามเรื่องที่ดีเจเล่าเรื่องตามบ่อยครั้งกว่า และมองเห็นภาพได้แจ่มชัดกว่า ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะรู้จักเรื่องราวที่ดีเจเล่าเป็นเพียงบางเรื่อง ซึ่งมักเป็นเรื่องที่ตนเองเกิดขึ้น และมีประสบการณ์ร่วมมาก่อน นอกจากนี้เรื่องราวที่ดีเจเล่าหรือช่วงการเล่นเกม,กิจกรรมต่างๆของทางรายการยังทำให้ผู้ฟัง ซึ่งมักเป็นคนรุ่นเก่าได้นึกถึงสื่อบันเทิงประเภทอื่นๆไปด้วย เช่น ภาพยนตร์ในช่วงของเกมตำนานหนังกลางดวงใจ

ด้านความพึงพอใจที่ผู้ฟังได้จากการรับฟังรายการ ผู้ฟังทั้งสองกลุ่มเน้นรับฟังเพื่อความเพลิดเพลิน ผ่อนคลายความเครียดเป็นหลักเช่นกัน แต่สิ่งที่ต่างกันคือ ผู้ฟังคนรุ่นเก่าพึงพอใจด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ได้รับจากรายการมากกว่า ทั้งจากการร่วมกิจกรรมที่ทางรายการเป็นผู้จัดและผู้ฟัง “ชาวเอส” ร่วมกันจัดขึ้น รวมทั้งการร่วมสนทนาทาง chat room เหล่านี้ล้วนทำให้ผู้ฟังได้รู้จักกัน ก่อเกิดเป็นมิตรภาพที่ดีระหว่างกันมากยิ่งขึ้น ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่มีความพึงพอใจด้านการแสดงออกถึงเอกลักษณ์ด้านปัจเจกบุคคลมากกว่า ด้วยรู้สึกว่าเพลงเก่าสื่อถึงความเป็นอนุรักษ์นิยม ความคลาสสิก และยังให้ความรู้สึกที่ตนเองต่างจากกลุ่มเพื่อนวัยเดียวกัน

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า มีประเด็นต่างๆที่น่าสนใจ ซึ่งสามารถอธิบายและอ้างอิงด้วยกรอบแนวคิดและทฤษฎีหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้มีผู้ทำไว้ก่อนหน้าแล้ว โดยผู้วิจัยจะขอเสนอแนวทางการอภิปรายผลตามลำดับของวัตถุประสงค์

ก่อนอื่น เพื่อให้มองเห็นภาพรวมของงานวิจัยชิ้นนี้ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจะนำกรอบแนวคิดที่เคยนำเสนอไว้ในบทที่ 3 มาเปรียบเทียบให้เห็นความแตกต่าง หลังจากที่ได้ทำการวิจัยแล้ว และจะสรุปโดยคร่าวๆ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 6 : สรุปกรอบแนวคิดหลังจากทำการวิจัย

จากกรอบแนวคิดข้างต้น กล่าวได้ว่า เพลงและนักร้องเป็น 2 ปัจจัยร่วมสำคัญที่มีผลต่อการรับฟังของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มมากที่สุด ทั้งในด้านการติดตามรับฟังรายการคือ หากมีความพึงพอใจรายการมากก็จะติดตามรับฟังมาก ทั้งนี้จะเกิดในกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นเก่ามากกว่า นอกจากนี้ปัจจัยทั้งสองยังมีผลต่อการหวนนึกถึงอดีตของผู้ฟังทั้งคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่

ด้วย ซึ่งถือได้ว่ามีความสอดคล้องกับสิ่งที่ผู้ก่อตั้งรายการต้องการเน้นที่จะนำเสนอคือเพลงและนักจัดรายการเช่นกัน

อย่างไรก็ตามยังคงมีปัจจัยแทรกที่ทำให้เกิดความแตกต่างในการติดตามรับฟังระหว่างผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม ซึ่งผู้วิจัยจะขอกล่าวถึงรายละเอียดอื่นๆ โดยเรียงตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ที่มาของรายการเฮส เรดิโอ FM 93.5 HD1

สำหรับส่วนของผู้ผลิตรายการ เนื่องด้วยเฮส เรดิโอเป็นรายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่ ซึ่งถือว่างปัจจุบันตลาดการแข่งขันยังไม่สูงมาก คือ มีเพียงคลื่นกรีนเวฟเพียงคลื่นเดียว แต่กรีนเวฟจะเปิดเฉพาะเพลงจากแกรมมี่เท่านั้น คุณจักรกฤษจึงใช้ข้อจำกัดของกรีนเวฟมาเป็นจุดนำเสนอในเฮส เรดิโอ กล่าวคือ เฮส เรดิโอจะนำเสนอเพลงจากค่ายเพลงไม่จำกัด (ยกเว้นเพียงค่ายอาร์เอส) อีกทั้งแนวเพลงก็หลากหลายกว่ามีทั้งเพลงไทยและเพลงสากล ช่วงปีพ.ศ. ก็จะไม่เก่ากว่า เพื่อเน้นกลุ่มผู้ฟังวัยผู้ใหญ่โดยเฉพาะ ในส่วนของผลวิจัยการร้องไม่สังกัดค่ายเพลงนี้เอง ต่างจากงานวิจัยของวุฒิธร มลินทจินดา (2545) ที่ศึกษาเรื่อง กระบวนการและปัจจัยในการจัดรายชื่อเพลงสำหรับสถานีเพลงทางวิทยุ คือในงานวิจัยของวุฒิธรพบว่า กระบวนการในการจัดรายชื่อเพลงของทุกรายการนั้นมีจุดประสงค์หลักเหมือนกันคือ การส่งเสริมและสนับสนุนค่ายเพลง ซึ่งคลื่นที่วุฒิธรศึกษานี้จะเปิดเพลงยอดนิยมวัยรุ่นเป็นหลัก ซึ่งเพลงวัยรุ่นในปัจจุบันมีมากจึงทำให้ทางคลื่นต้องเปิดเพลงประชาสัมพันธ์ค่ายตนเอง จะเห็นได้ว่าหากเจ้าของคลื่นมีธุรกิจค่ายเพลงด้วยก็ย่อมส่งเสริมเพลงจากค่ายตน แต่สำหรับเฮส เรดิโอ ที่ทำงานร่วมกับบริษัทฟาติมาไม่ได้เป็นเจ้าของค่ายเพลงใดๆจึงทำให้มีอิสระในการเปิดเพลงได้หลากหลาย

นอกจากนี้ในส่วนของกรอกแบบรูปแบบรายการ คุณจักรกฤษและทีมงานยังมีความพิถีพิถันอย่างมาก ให้รายการนำเสนอในรูปแบบความเป็นเรโทรได้ครอบคลุมที่สุด โดยสิ่งสำคัญคือ คำนึงถึงกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายหลักร่วมด้วย จะสังเกตได้จากเว็บไซต์ของรายการที่ได้รับการออกแบบคอนเซ็ปต์ให้เข้ากับธีมรายการและฟังก์ชันการใช้งานที่ตรงตามความสนใจของผู้ฟัง (ภาพประกอบที่ 2 หน้า 93) ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธารนิธิ พยัคฆราชศักดิ์(2550) ที่พบว่า รูปแบบและเนื้อหารายการส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเป็นหลัก เทคนิคการนำเสนอจึงต้องออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ฟัง คือ กลุ่มผู้ฟังรายการในเครือบริษัทคลิก เรดิโอเป็นวัยรุ่น นักเรียน นักศึกษา สนใจในสิ่งแปลกใหม่ ดังนั้นเทคนิคการนำเสนอจะต้องดูทันสมัย น่าสนใจและน่าติดตาม ในขณะที่ผู้ฟังเฮส เรดิโอเป้าหมายหลักเป็นผู้ฟังวัย 40 ปีขึ้นไป การออกแบบหน้าเว็บจึงไม่ได้เน้นความสดใสมากนัก รวมถึงฟังก์ชันการใช้งานก็ไม่ยุ่งยาก

ซับซ้อน เพราะผู้ฟังกลุ่มนี้ความชำนาญด้านเทคโนโลยีอาจจะมีไม่มากนัก แต่สิ่งที่เน้นคือ chat room และ facebook เพื่อเป็นลิงค์ให้ผู้ฟังได้ติดต่อพูดคุยกันทั้งกับนักจัดรายการและกับผู้ฟังด้วยกัน จะเห็นได้ว่า คลื่นวิทยุต่างมีกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายหลักของตนเองที่ต่างกัน และการออกแบบเพื่อให้ตรงตามความสนใจของผู้ฟังก็เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะมีผลทำให้ผู้ฟังเกิดความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอของทางรายการ

ด้านการประชาสัมพันธ์รายการ แม้เอส เรดิโอจะไม่ได้ทำการประชาสัมพันธ์รายการด้วยตัวเองเลย แต่กลับได้รับเสียงตอบรับที่ดีจากผู้ฟัง และสื่อหลายประเภท ทั้งนี้เพราะนอกจากกระแสเรดิโอที่กำลังเป็นที่นิยมในสังคมไทยแล้ว ตัวคุณจัดกรฤกษ์เอง หรือแม้แต่นักจัดรายการคนอื่น ๆ หลายคน เช่น คุณชาย วงศาโรจน์, คุณอภิเดช มหัตพงษ์, คุณอัศวพล ปิ่นสุวรรณ ก็เคยเป็นที่เจมาก่อน ทำให้การกลับมาทำหน้าที่อีกครั้งบนหน้าปัดวิทยุอีกครั้งย่อมเป็นที่น่าสนใจของทั้งสื่อมวลชนและผู้ฟัง(คนรุ่นเก่า)ไม่น้อย นอกจากนี้แล้วทางรายการยังสร้างจุดขาย ด้วยการเชิญนักร้องศิลปินในวันวันมาร่วมจัดรายการด้วย อย่างคุณวัชรระ ปานเอี่ยม, คุณบิลลี่ โอแกน ปรากฏว่าได้ผลตอบรับที่ดี โดยเฉพาะกับคนรุ่นใหม่ เนื่องจากผู้ฟังกลุ่มนี้จะรู้จักศิลปินมาบ้าง ผู้ฟังบางคนติดตามฟังรายการก็เพราะมีสิ่งดึงดูดคือ ดีเจนักร้อง

นอกจากนี้ทางรายการยังพยายามสร้างกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นใหม่ด้วยการเปิดเพลง cover แทบทุกช่วงในรายการ แม้จะไม่ใช่ส่วนหลักก็ตาม และมีดีเจคนรุ่นใหม่อย่างแจ๊ค แฟนฉัน และตะแ่งว บุษยามาดำเนินรายการด้วย ทั้งนี้เพื่อจะได้สร้างฐานกลุ่มผู้ฟังรองรับรายการได้มากขึ้น

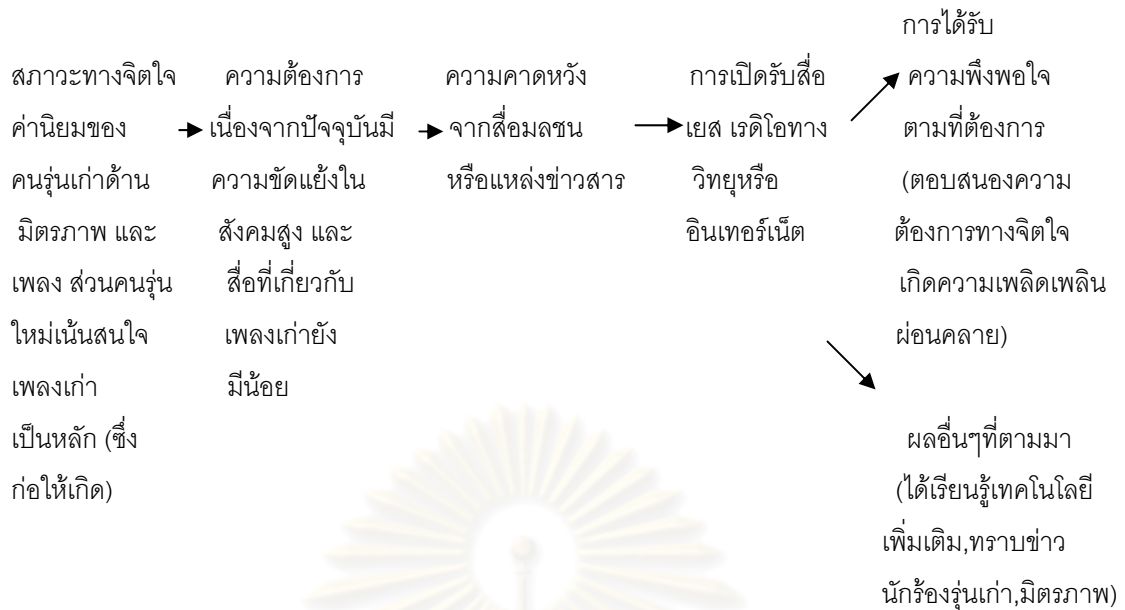
จุดเด่นของรายการอีกอย่างคือ ดีเจจะพูดถึงข้อมูลที่น่าสนใจของเพลงด้วย เพราะสังเกตเห็นว่าการจะถึงอารมณ์เพลงที่แท้จริงได้ ไม่ใช่แค่ความไพเราะเท่านั้น แต่ควรถึงทราบรายละเอียดที่มาของเพลงเหล่านี้ด้วย เพื่อให้เกิดความซาบซึ้งกับบทเพลงในขณะที่รับฟัง โดยเฉพาะในผู้ฟังคนรุ่นใหม่ ยังขาดซึ่งสิ่งเหล่านี้ เอส เรดิโอจึงได้โน้มน้าวผู้ฟังเพื่อให้มองเห็นคุณค่าของเพลงเก่ามากขึ้น ในส่วนนี้ความสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรัตน์ ชัยสุข (2545) ที่พบว่า การนำเสนอรายการดนตรีคลาสสิกทางวิทยุนอกจากจะเปิดเพลงคลาสสิกแล้ว ผู้ดำเนินรายการยังต้องแสดงบทบาทในฐานะผู้มีความรู้และซาบซึ้งในบทเพลงด้วย เนื่องจากเพลงในรายการเป็นเพลงเฉพาะ ที่หาฟังได้ยากเหมือนกันไม่ว่าจะเป็นเพลงเก่าหรือเพลงคลาสสิก ผู้ฟัง โดยเฉพาะผู้ฟังรุ่นใหม่จึงอาจต้องการข้อมูลเพิ่มเติมในการรับฟังเพิ่มเติม นักจัดรายการจึงนำเสนอโดยกล่าวถึงที่มาของเพลงด้วย เนื่องจากในปัจจุบันสื่อที่นำเสนอเกี่ยวกับเพลงเก่ามีน้อย อีกทั้งมักไม่ได้ให้ข้อมูลที่มาของเพลงมากนัก จะเน้นการเปิดเพลงเป็นส่วนใหญ่ แต่เอส เรดิโอเป็นสื่ออีกช่องทางหนึ่งในจำนวนน้อยที่เห็นถึงความสำคัญที่มาและข้อมูลของเพลงเก่าเหล่านี้

ด้านกิจกรรม เนื่องจากเอส เรดิโอยังนับว่าเป็นรายการใหม่สำหรับวงการวิทยุ จึงทำให้รายการต้องจัดกิจกรรมขึ้นทั้งเพื่อสังคมและคอนเสิร์ตเพลงเรโทร เพื่อโปรโมทรายการและเพื่อเป็นตัวเชื่อมการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ฟังกับทางรายการด้วย ในส่วนนี้ตรงกับงานวิจัยของ อรุณา หาญพัฒน์นันท์ (2550) ที่พบว่า ในแวดวงวิทยุนอกจากแพต เรดิโอจะถือเป็น niche market (คือเป็นเพลงทางเลือกประเภทหนึ่งที่ไม่ใช่กระแสหลัก) เหมือนเอส เรดิโอแล้ว ทางรายการยังเน้นการจัดกิจกรรมเพื่อเชื่อมสัมพันธ์กับผู้ฟังเหมือนกันด้วย เนื่องจากผู้ฟังรายการเป็นผู้ฟังเฉพาะกลุ่ม ที่เน้นวัยรุ่น นักเรียนนักศึกษาผู้ที่ไม่ได้ฟังเพลงตลาดทั่วไป จึงเลือกนำกิจกรรมมาเป็นตัวเชื่อมโยงปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ฟังกับทางรายการ และผลคือได้รับการตอบรับอย่างดี จนกลายเป็นวัฒนธรรมในกลุ่มผู้ฟัง กระทั่งเกิดเป็นความจงรักภักดีต่อรายการ

นอกจากนี้เอส เรดิโอยังนำเสนอสื่อที่น่าสนใจในสมัยก่อนตามคอนเซ็ปต์ความเป็นเรโทรของรายการในช่วงตำนานหนังกลางใจ เช่นเดียวกับแพต เรดิโอที่น่าสนใจเสนอวัฒนธรรมร่วมสมัยน่าสนใจ อย่างสื่อภาพยนตร์, แฟชั่น ผ่านทางกิจกรรมในรายการด้วย จะเห็นได้ว่า กิจกรรมทั้งในรายการและนอกสถานที่ ก็นับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้วิทยุรายการดูน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังเปรียบเสมือนสังคมหนึ่งในการมารวมตัวกันของผู้ฟังที่ชอบในสิ่งเดียวกัน และยังได้รับการสนับสนุนจากผู้ฟังให้ทางรายการคงอยู่ต่อไปด้วย

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังของผู้ฟังทั้งสองกลุ่ม

ผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการติดตามรับฟังรายการเอส เรดิโอมีทั้งปัจจัยภายใน คือองค์ประกอบต่างๆในรายการเอส เรดิโอ และปัจจัยภายนอก คือ สังคมในปัจจุบันที่ต้องเผชิญกับปัญหาความขัดแย้งมากมาย ทั้งการเมือง และเศรษฐกิจ เป็นผลให้ผู้คนต่างรู้สึกโหยหาวันวานที่เปี่ยมสุขโดยการรับฟังเพลงเก่า แต่ปัจจัยที่มีผลมากกว่าก็คือ ปัจจัยภายใน สำหรับปัจจัยภายในเองผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มก็มีแรงจูงใจในการติดตามรับฟังต่างกัน ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยแผนผังรูปแบบจำลองแนวคิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังในรายการ เอส เรดิโอ FM 93.5HD1 ดังนี้



ภาพที่ 7 : แผนผังรูปแบบจำลองแนวคิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังในรายการเอส เรดิโอ FM 93.5 HD1

ผู้วิจัยจะขอกล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังเอส เรดิโอของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มเพื่อให้เห็นถึงความคิดเห็นที่แตกต่างของผู้ฟัง ดังต่อไปนี้

ผู้ฟังคนรุ่นเก่า : ผู้ฟังกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆ ในรายการมากกว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่ แม้ว่าเพลงและดีเจจะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการติดตามรับฟัง เนื่องจากผู้ฟังคนรุ่นเก่าต่างคุ้นเคยกับทั้งเพลงและดีเจ เนื่องจากเติบโตมากับสิ่งเหล่านี้ จึงให้ความรู้สึกที่เอส เรดิโอเป็นสื่อเป็นรายการเพลงของพวกเขาจริงๆ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยสำคัญอย่างการรับฟังทางอินเทอร์เน็ตและการเล่นเกม กิจกรรมกับทางรายการเป็นสิ่งดึงดูดด้วย ด้านการรับฟังทางอินเทอร์เน็ต ผู้ฟังคนรุ่นเก่าได้พิสูจน์ให้เห็นแล้วว่า พวกเขาเองก็มีความต้องการที่จะใช้สื่อประเภทนี้ไม่ต่างจากคนรุ่นใหม่เลย เพียงแต่สื่อในปัจจุบันอาจจะยังไม่ตอบสนองความต้องการพวกเขาได้เต็มที่ แต่อย่างน้อยก็มีเอส เรดิโอเป็นผู้เบิกทางได้สำเร็จ และอาจจะเป็นแนวทางให้สื่อประเภทอื่นๆได้ นำเสนอสิ่งที่น่าสนใจต่อผู้ฟังกลุ่มนี้ทางอินเทอร์เน็ตมากยิ่งขึ้น

ก่อนหน้านี้อาจมีสื่อหลายประเภทที่มองข้ามความสำคัญของคนกลุ่มนี้ไป แต่ความจริงแล้วผู้ฟังคนรุ่นเก่าต่างก็มีปัญหาที่ต้องเผชิญไม่ต่างจากวัยรุ่นหรืออาจจะมากกว่าด้วยซ้ำ เพราะคนกลุ่มนี้ต้องพบเจอกับทั้งปัญหาครอบครัวรวมถึงปัญหาส่วนตัวด้วย ในขณะที่วัยรุ่นเอง ปัญหาครอบครัวหลายคนยังไม่ต้องเผชิญในจุดนี้ นอกจากนี้แล้วการได้พูดคุยกับคนกลุ่มวัยเดียวกัน ยังทำให้คนรุ่นเก่าด้วยกันรู้สึกว่าคุณไม่เซยด้วยเพราะเป็นการพูดคุยในอดีตที่มีความสนใจร่วมกัน

ด้วยเหตุนี้จึงทำให้โปรแกรมสนทนาอย่าง chat room ได้รับความสนใจจากผู้ฟังคนรุ่นเก่าจำนวนมาก เรียกได้ว่าเป็นพื้นที่สื่อของคนกลุ่มนี้โดยเฉพาะเลยก็ว่าได้ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ฟังที่เป็นเพศหญิงจะมีสัดส่วนมากกว่าเพศชายถึง 17:8 คน ทั้งนี้เนื่องจากกิจกรรมหรือสื่อสำหรับผู้ฟังเพศหญิงค่อนข้างมีปริมาณน้อยเมื่อเทียบกับเพศชายที่มีกิจกรรมให้เลือกเปิดรับมากกว่า และเมื่อพิจารณาพร้อมกับข้อมูลผู้ผลิตรายการ จะพบว่า นักจัดรายการของเอส เติโอเป็นผู้ชายมากกว่าผู้หญิง คือมีถึง 16 คนจาก 19 คน สิ่งนี้อาจเป็นการดึงดูดผู้ฟังที่เป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย ซึ่งตรงกับงานวิจัยของปานันท์ หงส์น้อย (2546) ที่พบว่า ผู้ฟังรายการเบงคอก เติโอเป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย ,เป็นผู้ฟังที่ทำงานแล้วมากกว่ายังไม่ได้ทำงาน และมีนักจัดรายการผู้ชายมากกว่าผู้หญิงเช่นกัน (5 คนใน 7 คน) แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงยังคงติดตามฟังรายการเพลงทางวิทยุมากกว่าผู้ชาย ประกอบกับกลุ่มวัยก็ค่อนข้างใกล้เคียงกับผู้ฟังชาวเอส โดยรายการเพลงทางวิทยุมักมีนักจัดรายการเป็นผู้ชายมากกว่า ส่วนหนึ่งเพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของผู้ฟัง โดยอาจเป็นกลยุทธ์ของทางรายการเพื่อดึงดูดให้ผู้ฟังเข้ามารับฟังรายการมากขึ้น

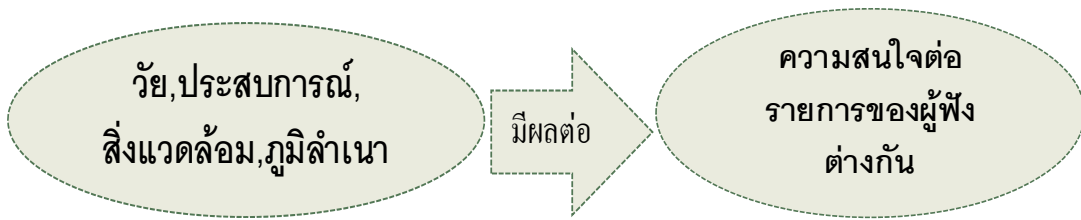
เช่นเดียวกันกับเกมและกิจกรรมในรายการที่เสมือนว่าสร้างมาเพื่อคนรุ่นเก่าโดยเฉพาะ ไม่ว่าจะเป็นคำถามด้านเกมหรือสื่อประเภทอื่นๆที่อยู่ในช่วงปีพ.ศ.ที่คนรุ่นเก่าต่างผ่านตามาก่อน ทำให้การร่วมเกม กิจกรรมต่างๆจะมีผู้ฟังคนรุ่นเก่าเข้าร่วมเป็นหลัก ทั้งนี้อาจจะขัดกับความเข้าใจของหลายคนที่มองว่า กลุ่มคนวัย 40 ขึ้นไป ไม่น่าจะร่วมเล่นเกมหรือกิจกรรมแล้ว แต่เอส เติโอก็พิสูจน์ให้เห็นว่าหากเป็นสื่อที่อยู่ในยุคหรือความสนใจของผู้ฟังเอง ก็ไม่ยากที่ผู้ฟังจะให้การตอบรับเป็นอย่างดี และหากพิจารณาจากกิจกรรมที่ผู้ฟังคนรุ่นเก่าเข้าร่วมแล้ว กล่าวได้ว่า คนกลุ่มนี้สนใจทั้งในส่วนของกิจกรรมเพื่อสังคมและกิจกรรมบันเทิงควบคู่กัน การร่วมกิจกรรมยังก่อให้เกิดมิตรภาพที่ดีระหว่างผู้ฟังด้วยกัน เพราะผู้ฟังคนรุ่นเก่าบางคนเมื่ออยู่บ้านก็อาจไม่มีกิจกรรมใดๆที่น่าสนใจทำ ทำให้ต้องการเพื่อน การได้มาพบปะพูดคุยกัน ก็ถือเป็นกิจกรรมอีกประเภทที่คนกลุ่มนี้ต้องการ ข้อค้นพบในส่วนนี้ตรงกับงานวิจัยของ วัชรภรณ์ จิตต์อารีย์ (2545) ที่พบว่า ผู้ฟังกรีนเวฟที่เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างกับทางรายการนั้น มีแรงจูงใจอันเนื่องมาจากต้องการมีเพื่อนในสังคมใหม่ ที่ฟังในเรื่องเดียวกัน และคิดคล้ายตามในเรื่องเดียวกัน เพื่อเป็นประสบการณ์ใหม่สำหรับตนเอง และที่น่าสนใจกว่านี้ คือ กลุ่มตัวอย่างบางส่วนจัดกิจกรรมกับเพื่อนที่สนใจร่วมกัน จนกลายเป็นธรรมเนียมประเพณี ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน เช่นเดียวกับผู้ฟังคนรุ่นเก่า “ชาวเอส” กล่าวคือ ผู้ฟังกลุ่มนี้จะมีกิจกรรมที่จัดร่วมกันเป็นประจำทุกๆ 3 เดือน จนเกิดเป็นธรรมเนียมในกลุ่ม นั่นคือ การบริจาคโลหิตที่สภากาชาด ถือว่าเป็นการทำกิจกรรมสังคมเพื่อช่วยเหลือผู้อื่นด้วยกัน นอกจากนี้ก็ยังมีกิจกรรมจัดทริปไปเที่ยวร่วมกันและกิจกรรมอื่นๆด้วย

อย่างไรก็ตามยังคงมีองค์ประกอบบางประการที่ยังไม่ดึงดูดใจคนกลุ่มนี้นัก นั่นคือ ข่าวก การให้บริการสาธารณะ และโฆษณา โดยพวกเขาบอกว่าปัจจัยเหล่านี้มาแย่งเวลาการนำเสนอ เพลงไป จริงๆแล้วไม่ใช่ว่าคนกลุ่มนี้จะไม่นิยมรับฟังข่าว เพียงแต่พวกเขาสามารถที่จะรับฟังข่าว จากสื่อช่องทางอื่นๆได้ ในขณะที่เพลงเก่าที่นำเสนอทางวิทยุกลับมีอยู่น้อย จึงอยากรับฟังเพลงซึ่งเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจได้มากที่สุดให้หนานๆ

ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ : สำหรับผู้ฟังคนรุ่นใหม่ แม้ว่าเพลงและดีเจจะเป็นปัจจัยสำคัญให้ติดตามฟัง แต่จะมีข้อเสนอนะมากกว่าคนรุ่นเก่า กล่าวคือ คนรุ่นใหม่อยากจะให้เพิ่มขยายช่วงปี พ.ศ.ของเพลงในรายการให้มากกว่านี้ เนื่องจากเป็นช่วงปีพ.ศ.ที่ตนเองคุ้นชินมากกว่า นอกจากนี้ยังพบว่า แม้คนรุ่นใหม่จะชอบดีเจที่เยส เรดิโอ แต่กลุ่มดีเจที่ชอบจะเน้นเฉพาะบางคนเท่านั้น โดยเฉพาะดีเจที่อยู่ในวัยใกล้เคียงกัน เช่น ดีเจแจ๊คจิ้ง,ขวัญจิ้ง,ดีเจตะแฉ่ว รวมถึงดีเจที่เป็นนักร้อง ศิลปิน คือ คุณวัชระ ปานเอี่ยม และคุณบิลลี่ โอแกน โดยเฉพาะคุณวัชระ ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ต่างพากันชื่นชอบรูปแบบการจัดรายการที่เล่นกีตาร์สดๆออกอากาศด้วย แสดงให้เห็นว่า นอกจากวัยจะมีปัจจัยดึงดูดผู้ฟังคนรุ่นใหม่แล้ว ความเป็นศิลปินนักร้อง ก็ยังโน้มน้าวผู้ฟังให้อยากติดตามด้วย

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยด้านการรับฟังทางอินเทอร์เน็ตที่ทำให้คนรุ่นใหม่รับฟังกันมากขึ้น แต่เป็นเพียงการแก้ปัญหาสัญญาณไม่ชัดเท่านั้น เนื่องจากคนรุ่นใหม่ไม่นิยมเข้าร่วมแชท เหตุผลสำคัญ คือ เรื่องวัยที่ต่างกัน เพราะผู้ฟังที่แชทส่วนมากมักเป็นคนรุ่นเก่า เมื่อคนรุ่นใหม่เข้าไปร่วมสนทนาด้วย ก็อาจจะตามไม่ทัน เพราะบางเรื่องหากไม่ได้อยู่ในวัยเดียวกันก็อาจเข้าใจกันได้ยากกว่า ทำให้ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ไม่อาจแทรกเข้าไปได้ในพื้นที่ห้อง chat room ที่เปรียบเสมือนสื่อของคนรุ่นเก่าโดยเฉพาะ เช่นเดียวกับเกมและกิจกรรม แม้ผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะนิยมความบันเทิง อยู่ในวัยที่รักความสนุกสนาน แต่ปัจจัยประการหนึ่งที่สำคัญไม่แพ้กัน ก็คือ ปัจจัยด้านวัย เนื่องจากกิจกรรมหรือเกมต่างๆ ผู้ที่เข้าร่วมมักเป็นคนรุ่นเก่า และแน่นอนว่าเมื่อคนรุ่นใหม่เพียงไม่กี่คนเข้าไปร่วม ก็อาจจะทำให้รู้สึกว้าฝืนที่ตรงกันไม่ใช่พื้นที่ของตน ความสนุกสนานก็จะถูกกลืนหายไป ด้วยเหตุที่ว่ามนุษย์เป็นสัตว์สังคม และปัจจัยด้านวัยก็เป็นตัวแปรสำคัญในการจำกัดกลุ่ม รวมทั้งความสนใจด้วย

จากที่กล่าวมานั้น นอกจากวัยแล้ว ยังมีตัวแปรอื่นๆที่ทำให้ความสนใจที่มีต่อรายการต่างกันไปอีก ซึ่งได้แก่ ประสบการณ์,สิ่งแวดล้อม,และภูมิลำเนา



- ประสบการณ์และสิ่งแวดล้อม สำหรับผู้ฟังคนรุ่นใหม่ครอบครัวที่เปิดเพลงเก่าให้รับฟัง ตั้งแต่วัยเยาว์มีผลมากต่อความชอบฟังเพลงเก่าของผู้ฟัง ซึ่งมีถึงกึ่งหนึ่งของผู้ฟังคนรุ่นใหม่ทั้งหมด ส่วนผู้ฟังคนรุ่นเก่ามักจะมารับฟังรายการด้วยตนเอง เพราะต่างก็เคยรับฟังเพลงเหล่านี้มาก่อน เป็นความชอบ ความคุ้นชิน และรู้สึกร่วมไปกับอารมณ์เพลงมากกว่า

- ภูมิสำเนา สภาพแวดล้อมที่เติบโตมาต่างกัน มีผลต่อความชื่นชอบเพลงต่างกันด้วย ดังเช่น ผู้ฟังที่อยู่ต่างจังหวัดจะชอบฟังเพลงลูกทุ่งมากกว่าผู้ฟังที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ ข้อแตกต่างนี้จะพบมากในกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นใหม่ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเพลงลูกทุ่งในสมัยก่อนเป็นที่นิยมมากกว่า ในปัจจุบัน ผู้ฟังไม่ว่าจะอาศัยอยู่ในเมืองหรือต่างจังหวัดต่างก็รู้จักเพลงลูกทุ่ง แต่ในปัจจุบันนี้ กระแสเพลงลูกทุ่งไม่เป็นที่นิยมนัก คนรุ่นใหม่จะรับฟังกันน้อย ส่วนหนึ่งอาจเพราะกระแสเพลงต่างชาติเป็นที่นิยมมากกว่า เช่น เพลงเกาหลี เป็นต้น

3. พฤติกรรมการรับฟังเฮส เรดิโอของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม

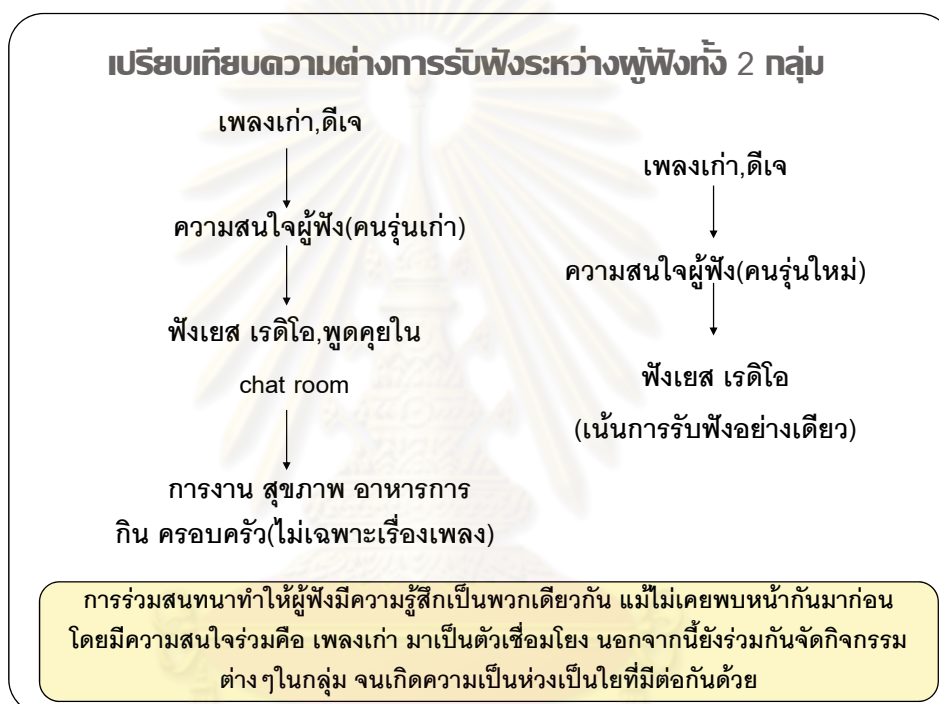
สืบเนื่องจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่าองค์ประกอบต่างๆในรายการ โดยรวมแล้วกล่าวได้ว่า ตอบสนองความต้องการของผู้ฟังคนรุ่นเก่ามากกว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่ หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า **ผู้ฟังคนรุ่นเก่ามีความพึงพอใจต่อรายการมากกว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่** จึงทำให้ผู้ฟังคนรุ่นเก่ารับฟังรายการดีกว่าและบ่อยกว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่ ทั้งนี้ก็เพราะเฮส เรดิโอเป็นสื่อสำหรับผู้ฟังคนรุ่นเก่าจริงๆ อาจกล่าวได้ว่าครบวงจรทั้งสี่บันเทิงที่ตนเองชื่นชอบไม่ว่าจะเป็นเพลง รวมทั้งช่วงตำนานหนังกลางดวงใจ อีกทั้งยังเป็นสื่อกลางให้คนวัยผู้ใหญ่ได้มารวมตัวกันเพื่อสนทนาทางสังคมออนไลน์ ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะเน้นเพียงการรับฟังเพลงเป็นหลัก กิจกรรมหรือปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟังคนอื่นๆยังมีน้อย

เฮส เรดิโอสำหรับผู้ฟังคนรุ่นเก่า : เฮส เรดิโอไม่ใช่เพียงแค่คลื่นวิทยุเท่านั้น แต่ยังเป็นชุมชนเป็นสังคมในการรวมกลุ่มของคนวัยเดียวกัน พูดคุยภาษาเดียวกัน เข้าใจกัน รู้สึกเป็นพวกเดียวกัน มีแบบแผนวัฒนธรรมร่วมกัน มีความรับผิดชอบต่อกันด้วยใจ จนก่อเกิดเป็นมิตรภาพที่ดีร่วมกัน แม้จะมีเพลงเป็นความสนใจร่วมกันในเบื้องต้น แต่การพูดคุยไม่ใช่มีเพียงเรื่อง

เพลงเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงเรื่องส่วนตัว ปรัชญาปัญหาระหว่างกัน เป็นความผูกพันเหมือนคนในครอบครัวเดียวกัน

เยส เรดิโอสำหรับผู้ฟังคนรุ่นใหม่ : มองเยส เรดิโอว่าเป็นเพียงคลื่นวิทยุรายการหนึ่งเท่านั้น โดยไม่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟัง “ชาวเยส” คนอื่นๆ

แสดงให้เห็นว่า รายการวิทยุเดียวกัน แต่มีผลต่อความรู้สึกของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มต่างกันไป คนรุ่นเก่ารู้สึกว่าตนเองเป็นแฟนรายการมากกว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่ ดังจะเห็นได้จากภาพที่ ด้านล่างนี้



ภาพที่ 8 : แสดงการเปรียบเทียบความต่างการรูปแบบรับฟังระหว่างผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม

จากความพึงพอใจรายการที่แสดงออกผ่านทางรูปแบบพฤติกรรมกรับฟังนั้น ยังสังเกตได้จากการแนะนำรายการไปยังผู้ฟังคนอื่นๆด้วย กล่าวคือ ผู้ฟังคนรุ่นเก่าจะแนะนำเยส เรดิโอให้กับผู้ฟังคนอื่นในสัดส่วนที่มากกว่า มีถึง 22 คน จาก 25 คน สำหรับผู้ฟัง 3 คนที่เหลือนั้น มักไม่ค่อยได้พบปะกับคนรู้จักคนอื่นๆ อีกทั้งยังไม่ได้ร่วมกิจกรรมกับทางรายการด้วย อย่างไรก็ตาม ผู้ฟังกลุ่มนี้ชื่นชอบเยส เรดิโอ และกล่าวว่าหากมีโอกาสก็คงแนะนำให้กับคนรู้จักได้รับฟังบ้าง ส่วนผู้ฟังคนรุ่นใหม่ มีผู้แนะนำเยส เรดิโอให้กับคนอื่นๆ เป็นจำนวน 7 คนจาก 15 คน คนกลุ่มนี้มีทั้งพึงพอใจเยส ถึงกับขนาดอยากบอกต่อ, พึงพอใจแต่ไม่มีกลุ่มคนรู้จักที่ฟังเพลงประเภทเดียวกันนี้ และยังไม่เกิดความพึงพอใจถึงกับอยากบอกต่อ โดยกลุ่มหลังมีเพียง 3 คนจาก 15 คน กล่าวได้ว่า เยส เรดิโอในสายตาของภาพรวมกลุ่มคนรุ่นใหม่ก็อยู่ในเกณฑ์ที่ดีใช้ได้ (12 คนจาก 15) ทั้งนี้หลักๆ

แล้วผู้ที่ได้รับการแนะนำมักเป็นสมาชิกในครอบครัวหรือไม่ก็เพื่อนๆ โดยหากรับฟังเช่นกันจะนำมาเป็นหัวข้อในการสนทนากันถึงประเด็นเรื่องเพลง การจัดรายการของดีเจ รวมถึงชักชวนไปร่วมกิจกรรม เป็นต้น ในส่วนของการแนะนำรายการเพลงวิทยุไปยังผู้อื่นนี้จะตรงกับงานวิจัยของ วัชรภรณ์ จิตต์อารีย์ (2545) ที่พบว่า ผู้ฟังกรีนเวฟเกิดความพึงพอใจกับรายการจึงได้สื่อสารไปยังบุคคลอื่นๆ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นในลักษณะของการนำไปเป็นประเด็นในการพูดคุยในชีวิตประจำวันกับคนใกล้ชิดและคนรอบข้างที่สนใจในเรื่องเดียวกัน แสดงให้เห็นว่า เมื่อผู้ฟังพึงพอใจกับรายการก็มักจะบอกต่อไปยังผู้อื่น ซึ่งมักเป็นคนใกล้ชิดที่ชื่นชอบในสิ่งเดียวกัน และนำมาเป็นหัวข้อสนทนา ระหว่างผู้ฟังและคนรู้จักต่อไป

นอกจากนี้ความพึงพอใจ ยังแสดงออกผ่านทาง การเปลี่ยนไปรับฟังคลื่นอื่นด้วย ซึ่งแน่นอนว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะเปลี่ยนไปรับฟังรายการอื่นมากกว่า และเหตุผลของคนรุ่นใหม่ก็เยอะกว่าคนรุ่นเก่าด้วย คือมีทั้งสัญญาณคลื่นไม่ชัด, อยากรับฟังแนวเพลงอื่นมากกว่า, ไม่อยากรับฟังข่าวหรือโฆษณา ในขณะที่สำหรับคนรุ่นใหม่แล้วหลักๆมักเป็นเหตุผลมาจากสัญญาณคลื่นชัดด้วยตัวแปรด้านเหตุผลที่มากกว่าจึงส่งผลต่อการเปลี่ยนคลื่นมากกว่าไปด้วย อย่างไรก็ตามข้อค้นพบส่วนนี้ จะตรงกับงานวิจัยของ ปานันท์ หงษ์น้อย (2546) ที่พบว่า ผู้ฟังแบงคอก เรดิโอส่วนใหญ่จะเปลี่ยนคลื่นมากกว่าฟังรายการเดียวตลอดเวลา ที่ต้องการความหลากหลายในการรับฟังสัญญาณไม่ชัดเจน รวมถึงรายการอื่นๆมีกิจกรรมที่น่าสนใจกว่า อย่างไรก็ตามเหตุผลที่ทำให้รับฟังรายการตลอดเวลา ก็มีทั้งติดดีเจ และความสัมพันธ์ที่มีต่อรายการ คือมีความเป็นกันเอง เหมือนเป็นครอบครัวเดียวกัน(กรณีนี้ของเอส เรดิโอมักเกิดกับผู้ฟังคนรุ่นเก่า)

ด้านพฤติกรรมการรับฟังของผู้ฟังผ่านทางช่องทางสื่อของผู้ฟังก็มีความแตกต่างกัน

ผู้ฟังคนรุ่นเก่า : มีช่วงเวลาว่างมากกว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่ ที่มักจะทำงานนอกบ้านหรือกำลังศึกษา ทำให้เวลาว่างน้อยตามไปด้วย ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่บางส่วนไม่ต้องทำงานแล้ว จึงสามารถรับฟังเอส เรดิโอได้จากที่บ้าน และสิ่งที่น่าสนใจคือ ผู้ฟังคนรุ่นเก่ายังคงเลือกใช้สื่อตามฟังที่ขึ้นการใช้งาน กล่าวคือ ผู้ฟังคนรุ่นเก่าเลือกรับฟังจากวิทยุมากกว่าการรับฟังทางโทรศัพท์มือถือ อย่างไรก็ตามผู้ฟังกลุ่มนี้จะนิยมรับฟังทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด เนื่องจากมีพื้นที่สื่อที่ดึงดูดพวกเขาให้มาร่วมสนทนากันอย่าง chat room

ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ : เวลาว่างที่จะรับฟังมีน้อยกว่า การรับฟังรายการจึงเน้นไปที่อินเทอร์เน็ตที่ใช้ทำงานอยู่แล้ว ประกอบกับนิยมรับฟังจากทางโทรศัพท์มือถือด้วย เพราะเป็นสื่อที่คนรุ่นใหม่พกติดตัวแทบตลอดเวลาและคนกลุ่มนี้จะคุ้นเคยกับสื่อ multimedia มากกว่า ส่วนการรับฟังทางวิทยุในรถนั้นยังมีน้อยเนื่องจากผู้ฟังคนรุ่นใหม่เกือบทุกคนยังไม่มีรถเป็นของตัวเอง (ดูตารางที่ 12 ประกอบ)

จากที่กล่าวมา ถือได้ว่าพฤติกรรมการรับฟังของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มนั้นมีความสอดคล้องกับแนวคิดพฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อมวลชน ตามที่ เมอร์ริลล์ และโลเวนสไตน์ (1971) กล่าวไว้ในลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่างว่า “ผู้รับสารแต่ละคนจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่สนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ” ดังเช่นผู้ฟังคนรุ่นเก่าเลือกรับฟังทางอินเทอร์เน็ตเพราะต้องการเข้าร่วมสนทนาทาง chat room หรือผู้ฟังคนรุ่นใหม่รับฟังทางอินเทอร์เน็ตเพราะสะดวกกับการใช้งานจากคอมพิวเตอร์อยู่แล้ว อีกทั้งยังตรงกับที่วิลเบอร์ ชแรมม์ (1973) ได้กล่าวไว้ว่า “คนย่อมเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด และได้ประโยชน์ตอบแทนมากที่สุด” ดังเช่นคนรุ่นเก่าเลือกรับฟังเส เวดีโอจากวิทยุเนื่องจากคุ้นชินกับการใช้สื่อประเภทนี้ ไม่ต้องพยายามขวนขวายที่จะเรียนรู้รับฟังจากสื่อประเภทอื่น เป็นต้น

โดยรวมแล้ว กล่าวได้ว่าผู้ฟังคนรุ่นเก่าจะมีพฤติกรรมการรับฟังที่คล้ายคลึงกันในกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นเก่าด้วยกัน ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ก็จะมีพฤติกรรมการรับฟังที่คล้ายคลึงกันในกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นใหม่ ซึ่งตรงกับแนวคิดพฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อมวลชน ตามที่บอลล์-โรคส์ และเดอร์เฟอร์ (1976) กล่าวไว้ว่า เพศ,อายุ,สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยบุคคลในสังคมที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน (ผู้ฟังคนรุ่นเก่า,ผู้ฟังคนรุ่นใหม่)จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสาร และปฏิกิริยาตอบสนองต่อการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนคล้ายกัน”

อย่างไรก็ตาม ในกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นใหม่อาจจะมีความแตกต่างด้านความคิดเห็นต่อเพลงเก่าในกลุ่มคนวัยเดียวกันบ้าง กล่าวคือ ผู้ฟังที่ครอบครัวนิยมฟังเพลงเก่า มีคุณพ่อคุณแม่เปิดเพลงเก่าให้ฟังตั้งแต่เด็ก จะรู้สึกซึมซับ มีใจรัก และผูกพันกับบทเพลงเหล่านี้มากกว่าผู้ฟังที่เพิ่งได้รับฟังด้วยตนเอง โดยรู้จักชื่อเพลง นักร้องต่างๆมากกว่าผู้ฟังที่รู้จักด้วยตนเองที่มักฟังเพียงผ่านๆ รู้สึกชอบแต่ไม่ได้ซาบซึ้งไปกับบทเพลง หรือผู้ฟังคนรุ่นใหม่บางคนรับฟังเพลงเก่าเพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้กับตนเอง

ผู้วิจัยคิดว่าครอบครัวเป็นตัวแปรสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ผู้ฟังคนรุ่นใหม่เมื่อรับฟังเพลงเก่าแล้วรู้สึกได้ว่าสิ่งที่ได้รับจากเพลงไม่ใช่แค่ความไพเราะ แต่ยังรวมถึงความผูกพันกับสมาชิกในครอบครัว มีกิจกรรมทำร่วมกันคือฟังเพลงเก่า เป็นความทรงจำให้นึกถึง รู้สึกซาบซึ้ง มองเห็นคุณค่าของบทเพลงเก่าเหล่านี้(music appreciate) เนื่องจากครอบครัวมักจะเล่าถึงที่มาของบทเพลง ให้ผู้ฟังรู้สึกประทับใจไปกับวันวานของคุณพ่อคุณแม่ด้วย นอกจากนี้แม้แต่ผู้ฟังคนรุ่นเก่าเอง ที่อายุอยู่ในช่วง 30-40 ปี ก็มีความรู้สึกชื่นชอบเพลงในยุคของคุณพ่อคุณแม่ที่อายุ 60 ปีขึ้นไปเช่นกัน พบว่า เมื่อผู้ฟังกลุ่มนี้ฟังเพลงฟังเพลงลูกกรุง ก็จะทำให้นึกถึงคุณพ่อคุณแม่ไปด้วย แสดงให้เห็นว่าเพลงเป็นตัวเชื่อมความรู้สึกระหว่างคนสองรุ่นให้ชื่นชอบในสิ่งเดียวกันได้

ผู้วิจัยคาดว่า อาจด้วยเหตุนี้ที่คุณจักรกฤษมองเห็นความสำคัญของสถาบันครอบครัว ในการเป็นผู้เผยแพร่สืบทอดบทเพลงของยุคตนเองให้กับลูกหลาน จึงได้จัดกิจกรรมร่วมกันระหว่าง ทางรายการและผู้ฟัง โดยเชิญชวนให้ผู้ฟังได้นำลูกหลานมาร่วมกิจกรรมด้วย ซึ่งในงานก็จะมีเพลง เก่าเปิดคลอให้ฟังอยู่ตลอด เพื่อให้เด็กรุ่นใหม่ได้ซึมซับบทเพลงไปพร้อมกับกิจกรรมที่สร้างความ สนุกสนานภายในครอบครัว และหวังให้เด็ก ๆ เหล่านี้คุ้นชิน จนเกิดเป็นความรู้สึกชอบเพลงเก่าบ้าง พร้อมกันนี้ทางรายการยังมีแนวคิดให้การดำเนินรายการของดีเจแต่ละคน ได้พูดถึงที่มาของเพลง ทั้งในส่วนเนื้อหาของ เนื้อหา จังหวะของเพลง ประวัตินักร้อง หรืออาจพูดถึงเพลงอื่นๆในอัลบั้มนี้ๆด้วย ทั้งนี้เพื่อให้รายละเอียดแก่ผู้ฟัง โดยเฉพาะผู้ฟังคนรุ่นใหม่ที่ยังไม่ทราบความเป็นมาของบท เพลงในวันวาน การรับรู้ถึงประวัติที่มาเหล่านี้จะช่วยสร้างความสนใจให้แก่ผู้ฟังได้มากขึ้น เพราะ เพลงเก่านอกจากจะมีความงดงามที่ซ่อนอยู่ในตัวเองแล้ว ยังสะท้อนแนวคิดหลากหลายมุมมอง ของคนในสมัยก่อนด้วย ซึ่งจะเป็นสิ่งชักจูงให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกที่มากกว่าชอบ คือ ซาบซึ้ง รู้สึก ร่วมไปกับบทเพลงในขณะที่รับฟัง ทำயที่สุดเพื่อจะได้เป็นการสร้างฐานกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นใหม่เพิ่มขึ้น ในอนาคต

4. เยส เรดิโอกับการหวนนึกถึงอดีตของกลุ่มผู้ฟัง

ผู้วิจัยพบว่า เพลงและดีเจเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ฟังคนรุ่นเก่าหวนนึกถึงอดีตมากกว่า คนรุ่นใหม่ ด้วยเพราะเพลงเก่าเป็นสื่อสำหรับผู้ฟังคนรุ่นเก่าโดยเฉพาะ พวกเขาเติบโตมากับเพลง เหล่านี้ จึงทำให้มีอารมณ์ร่วมไปกับเพลงมากกว่า นอกจากนี้ผู้ฟังคนรุ่นเก่ายังนึกถึงภาพ บรรยากาศเมื่อดีเจเล่าเรื่องต่างๆในวันวานแบบเห็นภาพชัดเจนกว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่ ในขณะที่ผู้ฟัง คนรุ่นใหม่เพิ่งจะทันได้รู้จักเพลงเก่าที่เปิดในรายการเยส เรดิโอด้วยประสบการณ์ตรงก็เพียงแค่ช่วง 10 ปีหลังสุดของเพลงที่เปิดในรายการเท่านั้น อารมณ์ร่วมกับเพลงจึงมีน้อยไปด้วย จึงอาจกล่าวได้ ว่าเพลงเก่าเหล่านี้ยังไม่ใช่เพลงในยุคของคนรุ่นใหม่จริงๆ อย่างไรก็ตาม สิ่งหนึ่งที่ช่วยให้พวกเขาได้ รู้จักเพลงเก่าในรายการนอกเหนือจากก่อนยุคของตนเอง ก็เนื่องมาจาก ครอบครัว กล่าวคือ ผู้ฟัง คนรุ่นใหม่จำนวนถึงกึ่งหนึ่งที่ครอบครัวนิยมเปิดเพลงเก่าให้รับฟังมาตั้งแต่ในวัยเด็ก เล่าเรื่องราว เกี่ยวกับเพลงเก่าให้ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ได้รู้จักกับบทเพลงแห่งความทรงจำเหล่านี้ ทำให้พวกเขาารู้สึกซึมซับ และเกิดเป็นความชอบที่ต่างจากเพื่อนๆในวัยเดียวกัน

อย่างไรก็ตาม แม้ผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะชอบฟังเพลงเก่า แต่ก็ไม่ได้นิยมรับฟังเพลงเก่า ตลอดเวลา ยังคงเปลี่ยนคลื่นไปรับฟังเพลงยอดนิยมวัยรุ่นด้วย เนื่องจากพวกเขาเติบโตมากับเพลง ในยุคนี้ มีความคุ้นชินกับจังหวะดนตรีหรือแม้แต่เสียงร้องของปัจจุบันมากกว่า โดยรู้สึกว่าการ เพลง เก่าเป็นเพียงเพลงทางเลือกอีกประเภทหนึ่งที่คนรุ่นใหม่ให้ความสนใจ กลับกันกับผู้ฟัง

คนรุ่นเก่าที่รับฟังเพลงเก่าตลอดเวลา ฟังเป็นเพลงหลักในชีวิต เพราะเป็นประสบการณ์ตรงและคุ้นเคยกับดนตรีในสมัยก่อนมากกว่า เมื่อได้รับฟังเพลงในปัจจุบันก็จะรู้สึกว่าจะไม่คุ้นหูไม่ถูกใจ เรียกได้ว่าเป็นรสนิยมความชอบส่วนตัว ความคุ้นเคยดังกล่าวยังรวมไปถึง รูปแบบการจัดรายการของดีเจด้วย กล่าวคือ ผู้ฟังคนรุ่นเก่าจะชอบฟังดีเจพูดคุยหรือเล่าเรื่องในวันวานไปด้วย เป็นความสนใจในอดีตที่ทำให้เขามีความสุข ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่มักไม่นิยมฟังช่วงที่ดีเจพูดคุย แต่จะเน้นฟังรายการช่วงที่เปิดเพลงมากกว่า ทั้งนี้เป็นเพราะ คนรุ่นใหม่มักไม่มีประสบการณ์ร่วมกับเรื่องที่ดีเจเล่าในวันวาน จึงไม่รู้สึกร่วมไปกับเรื่องที่ดีเจเล่าสัก

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า เพลงเป็นองค์ประกอบที่มีผลอย่างมากต่อการหวนนึกถึงอดีตของผู้ฟัง ซึ่งนอกจากเพลงจะมีผลต่อผู้ฟังทางรายการวิทยุแล้ว เพลงยังมีผลต่อการการหวนนึกถึงอดีตของผู้ชมทางโทรทัศน์ด้วย ตรงกับงานวิจัยของสุวรรณมาศ เหล็กงาม (2552) ที่พบว่า การตีความของผู้ชมคนรุ่นเก่าที่มีต่อเสียงเพลงในรายการวันวานยังหวานอยู่ นอกจากจะเห็นว่าเพลงช่วยสร้างความบันเทิงให้กับรายการแล้ว ยังเป็นการสร้างบรรยากาศและอารมณ์ของการหวนกลับไปในอดีตด้วย ส่วนผู้ชมคนรุ่นใหม่จะชื่นชอบการใช้เสียงเพลงในรายการที่เป็น “เพลงใหม่ๆ สมัยนิยม” หรือหากเป็นเพลงเก่าๆ ในอดีตก็จะสนใจเพลงเก่าที่ตนเคยมีประสบการณ์ร่วมกับเพลงนั้นมาในอดีต (เพลงเก่าในอดีตของตน) ซึ่งการได้ยินเพลงในอดีตเหล่านี้อีกครั้งในรายการวันวานยังหวานอยู่ ก็จะทำให้ผู้ชมคนรุ่นใหม่กลุ่มนี้เกิดการหวนนึกถึงประสบการณ์ในอดีตที่ตนเคยมีเกี่ยวกับเพลงนั้นๆ ตรงกับงานวิจัยพฤติกรรมการรับฟังเอส เรดิโอฯ คือ เพลงที่ทำให้ผู้ฟังนึกถึงอดีตมักเป็นเพลงที่ตนเคยรับฟังมาก่อน ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ตรงของผู้ฟัง ไม่ใช่ทราบจากผู้อื่นบอกต่อมา กล่าวได้ว่าผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มต่างมีเพลงในยุคของตัวเองให้ได้นึกถึง

ข้อค้นพบที่น่าสนใจประการหนึ่งคือ เพลงที่ผู้ฟังคนรุ่นเก่ามักนึกถึงจะเป็นเพลงที่อยู่ในช่วงปีพ.ศ.ที่เก่ากว่าเพลงที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ระลึกถึง แสดงให้เห็นว่า วัยและประสบการณ์มีผลต่อการนึกย้อนถึงเพลงที่ฟังของผู้ฟังทั้งสองกลุ่ม คือผู้ฟังมักนึกถึงเพลงที่อยู่ในช่วงวัยที่ตนเองกำลังเติบโตมา หรือเคยรับฟังเพลงนั้นๆ มาก่อนแล้ว เมื่อสมัยวันวาน ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของสุวรรณมาศ เหล็กงาม (2552) ที่พบว่า ผู้ชมแต่ละรุ่นต่างก็มี “คนดังของรุ่นตัวเอง” โดยผู้ชมคนรุ่นเก่าจะสนใจ “คนดังในวันวาน” ซึ่งเป็นคนดังที่มีอายุรุ่นราวคราวเดียวกับตน ทั้งยังเป็นคนดังในประสบการณ์อดีตของผู้ชมคนรุ่นเก่าด้วย ในขณะที่ผู้ชมคนรุ่นใหม่จะสนใจ “คนดังในกระแส” ซึ่งเป็นคนดังที่มีอายุรุ่นราวคราวเดียวกับตนและเป็นคนดังที่อยู่ในกระแสปัจจุบัน แสดงให้เห็นว่าผู้ชมทั้งสองกลุ่มต่างก็ให้ความสนใจกับเรื่องราวคนดังในยุคของตนเองมากกว่า

ด้วยเหตุผลต่างๆ ดังที่กล่าวมา ล้วนมีผลให้ ผู้ฟังคนรุ่นเก่ารู้สึกโหยหาอดีต(nostalgia) มากกว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่ ส่วนผู้ฟังคนรุ่นใหม่ก็รู้สึกสุขใจที่ได้นึกถึง(retro) และโหยหาอดีตบ้างแต่

น้อยกว่า ผู้วิจัยคิดว่าสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มหวนนึกถึงอดีตต่างกัน นอกจากวัยแล้ว ก็ยังมีรสนิยมส่วนบุคคลและประสบการณ์ ในด้านประสบการณ์จะเห็นได้อย่างชัดเจน คือผู้ฟังคนรุ่นเก่ามีประสบการณ์ร่วมกับเพลงเก่า บรรยายภาคแบบสมัยก่อนมากกว่า ทำให้เกิดความโหยหาบรรยากาศแบบวันวาน(nostalgia) มากกว่า ส่วนผู้ฟังคนรุ่นใหม่ประสบการณ์ที่เคยฟังเพลงเก่าโดยตรงมีอยู่น้อย จะทันเฉพาะช่วงไม่กี่ปีท้ายของเพลงในรายการเท่านั้น และเพลงในช่วงพ.ศ.ตอนปลายของรายการ ดนตรีและเสียงร้องของเพลงก็ค่อนข้างใกล้เคียงกับเพลงในปัจจุบันมากขึ้นแล้ว ทำให้ผู้ฟังไม่รู้สึกรู้สึกรถึงความแตกต่างมากจนถึงกับรู้สึกโหยหาอยากกลับไปในวันวาน ทั้งนี้ลักษณะของเพลงช่วงปลายจะค่อนข้างต่างจากเพลงช่วงปีพ.ศ.ต้นๆในรายการ กล่าวคือ จังหวะเริ่มจะเร็วใจมากขึ้น ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ นิโบล โควาพิททษ์เทศ (2535) ที่พบว่า เพลงไทยสมัยนิยมในช่วงปีพ.ศ. 2534-2535 (ซึ่งเป็นช่วงปลายของเพลงที่เปิดในเอส เรดิโอ) ไม่เคร่งครัดต่อรูปแบบและกฎเกณฑ์ที่เคยปฏิบัติมา ไม่มีการประพันธ์เนื้อร้องเป็นกลอนสุภาพ หรือมีสัมผัสนอก-ในเป็นระบบแบบแผน นิยมใช้ภาษาพูด ใช้ถ้อยคำจำนวนตรงไปตรงมา สื่อความเข้าใจทันที ไม่นิยมการพริ้วพรรณนาเยิ่นเย้อ หรือการใช้ความหมายแฝง รวมถึงเน้นจังหวะทำนองกระชับและเร้าอารมณ์ ซึ่งจะเห็นได้ว่าคุณสมบัติเหล่านี้แตกต่างไปจากเพลงสตริงคอมโบในยุคแรกๆ ที่เน้นประพันธ์เป็นกลอน ใช้การบรรยายพรรณนาให้เห็นภาพ โดยไม่เน้นประหยัดถ้อยคำ เกิดเป็นความสละสลวยของภาษาดังที่ผู้ฟังคนรุ่นเก่าหลายคนคุ้นเคยมากกว่า เมื่อสิ่งเหล่านี้หายไปก็ทำให้เกิดความรู้สึกโหยหาอดีตถึงเพลงที่ตนเองคุ้น ในทางตรงกันข้ามสำหรับผู้ฟังคนรุ่นใหม่แล้วจะคุ้นชินกับเพลงลักษณะปัจจุบันมากกว่า และแม้ว่าจะชอบฟังเพลงเก่าก็มักเป็นเพียงความสนใจที่ได้รับฟัง(retro) ไม่ได้มีความผูกพันหรือคุ้นกับเพลงเก่าดังเช่นคนรุ่นเก่า

สำหรับด้านเรื่องของรสนิยมที่เป็นเพราะผู้ฟังคนรุ่นใหม่ชอบเพลงเก่า ซึ่งอาจจะเป็นเพราะถูกใจดนตรีหรือเสียงร้องของนักร้องสมัยก่อนมากกว่า จึงเกิดการนึกถึงเพลงเก่าเหล่านี้ในลักษณะของการโหยหาอดีต อยากกลับไปอยู่ในช่วงเวลาวันวาน(nostalgia) เพื่อที่ตนเองจะได้รับฟังเพลงแบบในสมัยก่อนมากขึ้นแต่พบว่า เป็นเพียงกลุ่มคนส่วนน้อยคือ พบเพียง 2 คนจาก 15 คน แสดงให้เห็นว่ารสนิยมเสพเพลงเก่ายังมีผลต่อผู้ฟังน้อยกว่าเรื่องของประสบการณ์ และความคุ้นชิน เพราะส่วนผู้ฟังคนรุ่นใหม่คนอื่นๆที่รู้สึกรับฟังเอส เรดิโอแล้วรู้สึกโหยหาอดีตมักจะเป็นการโหยหาในลักษณะของการนึกถึงบรรยากาศเมื่อครั้งรับฟังเพลงเก่าร่วมกับครอบครัวมากกว่า อยากกลับไปมีเวลาเก่าๆกับครอบครัวอีกครั้ง

นอกจากนี้ ยังพบว่า ผู้ฟังมักนึกถึงอดีตในยุคของตัวเองมากกว่าจะเป็นอดีตยาวนานที่ไม่ได้ประสบมาโดยตรง หรือกล่าวอีกอย่างว่า ผู้ฟังต่างสนใจสื่อในยุคของตนเองมากกว่า นอกจากนี้ยังพบว่าอดีตที่ผู้ฟังนึกถึงมักจะเป็นอดีตที่เกี่ยวกับเรื่องส่วนบุคคลมากกว่าที่จะเป็นอดีตร่วมในสังคม กล่าวคือ เมื่อผู้ฟังได้รับฟังเพลงหรือรับฟังดีใจแล้วเรื่องในรายการเอส เรดิโอก็จะนึก

ตามไปว่าตอนนั้นผู้ฟังกำลังทำอะไรอยู่ หรือเพลงที่เปิดนั้นเคยมีความทรงจำอะไรต่อตนเองบ้าง ในขณะที่การนึกถึงอดีตร่วมในสังคม เป็นต้นว่า แฟชั่นในสมัยก่อนเคยเป็นอย่างไร นักร้องนักดนตรีในสมัยนั้นแตกต่างไปจากปัจจุบันอย่างไร หรือแม้แต่ความเป็นอยู่ของบ้านเมืองในสมัยก่อนมีลักษณะอย่างไร เหล่านี้จะเกิดขึ้นกับผู้ฟังน้อยกว่า ที่เป็นเช่นนี้ผู้วิจัยคิดว่า เนื่องด้วยข้อจำกัดของเนื้อเพลง ที่มักเกี่ยวกับความรักเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่เนื้อหาเกี่ยวกับสถานที่หรือชีวิตของคนในอดีตมีอยู่ไม่มาก ทำให้ผู้ฟังมักนึกถึงเรื่องราวของตนเองมากกว่า แต่สำหรับกรณีการสนทนาทาง chat room นั้นจะเป็นสื่อกลางที่ทำให้ผู้ฟังนึกถึงเรื่องราวต่างๆ ได้หลากหลายกว่า ไม่จำกัดเพียงเรื่องราวของตนเองเท่านั้น เนื่องจากไม่มีข้อจำกัดในการพูดคุยดังเช่นเนื้อหาของเพลง ผู้ฟังสามารถพูดคุยอะไรก็ได้ อีกทั้งยังมีผู้ฟังคนอื่นร่วมย้อนวันวานในการขยายเรื่องราวให้กว้างออกไปด้วย ทำให้ผู้ฟังจะนึกถึงเรื่องราวในอดีตได้หลากหลายด้านกว่า

สำหรับความพึงพอใจ แม้สิ่งที่ผู้ฟังได้รับจากรายการมากที่สุด คือ ความเพลิดเพลินจากเพลงเป็นหลักเหมือนกัน แต่ความแตกต่างอยู่ที่ปัจเจกเรื่องลงมา คือผู้ฟังคนรุ่นเก่ามีความพึงพอใจด้านมนุษยสัมพันธ์มากกว่า ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะพึงพอใจที่เอส เรดิโอแสดงถึงเอกลักษณ์ทางปัจเจกบุคคลของตนมากกว่า ผู้วิจัยมีความเห็นว่า **ความพึงพอใจดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับช่วงวัยของผู้ฟัง หรือกล่าวได้ว่าช่วงวัยของผู้ฟังให้ความสำคัญกับสิ่งเดียวกันต่างกัน** กล่าวคือ สิ่งที่มีความสำคัญต่อวัยของผู้ฟังคนรุ่นเก่าก็คือ คือมิตรภาพ ผู้ฟังคนกลุ่มนี้โหยหาสังคมของคนในยุคเดียวกัน การได้มารวมตัวกัน ได้แลกเปลี่ยนความเห็นที่มีร่วมกัน ทั้งหมดนี้รวมอยู่ในความหมายของมนุษยสัมพันธ์อย่างชัดเจน ซึ่งผู้ฟังคนรุ่นเก่าได้ผูกสัมพันธ์กับผู้ฟัง “ชาวเอส” ด้วยกันจากการเข้าร่วมกิจกรรมทั้งที่จัดโดยทางรายการเอส เรดิโอ และจัดนอกรอบโดยผู้ฟังด้วยกันเอง รวมทั้งการร่วมสนทนาใน chat room ทำให้ผู้ฟังได้รู้จักเพื่อนๆ กลุ่มคนวัยเดียวกันเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ จะมีความเป็นปัจเจกชนมากกว่า เนื่องจากวัยที่เข้าร่วมกิจกรรมของเอส เรดิโอ และผู้ที่สนทนาทาง chat room นั้นส่วนมากจะไม่ใช่กลุ่มคนวัยเดียวกับพวกเขา ประกอบกับตัวกิจกรรมเองก็ไม่ได้กิจกรรมประเภทที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่สนใจนัก แรงจูงใจให้ผู้ฟังคนรุ่นใหม่เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ กับทางรายการมีอยู่น้อย เป็นผลให้มนุษยสัมพันธ์ที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ได้รับจากทางรายการจึงมีน้อยตามไปด้วย

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่เติมเต็มความพอใจของคนรุ่นใหม่กลับเป็นความหมายที่แฝงมากับเพลงเก่า กล่าวคือ พวกเขา มองว่าผู้ที่นิยมรับฟังเพลงเก่าจะมีบุคลิกที่แสดงออกถึงความเป็นคนอนุรักษ์นิยม, มีรสนิยมคลาสสิก, ดูเท่ ซึ่งให้ความรู้สึกที่แตกต่าง ดูโดดเด่น แหวกแนวจากเพื่อนในวัยเดียวกันที่นิยมฟังเพลงวัยรุ่น เพื่อเป็นการสร้างอัตลักษณ์ให้กับตนเอง ทำให้ผู้ฟังคนรุ่นใหม่หันมาเสพเพลงเก่ามากขึ้น ซึ่งพบว่าผู้ฟังที่มีความคิดเห็นในลักษณะนี้มักจะฟังรับฟังเพลงเก่ามาได้

ไม่นานมาก ต่างจากผู้ฟังคนรุ่นใหม่ที่รับฟังเพลงเก่ามานานแล้วตั้งแต่เมื่อครั้งเด็กๆ โดยมีคุณพ่อคุณแม่เปิดเพลงเก่าให้ฟัง คนกลุ่มนี้จะมีความรู้สึกว่าแม่ตนจะเป็นคนรุ่นใหม่ แต่การรับฟังเพลงเก่าก็ไม่ได้ทำให้ดูแตกต่างจากคนวัยเดียวกันแต่อย่างใด เนื่องจากความชอบฟังเพลงประเภทใดนั้นเป็นเรื่องของรสนิยมส่วนบุคคล ตนไม่ได้ต้องการให้ดูแตกต่างจากคนอื่น ๆ เพราะไม่ใช่เรื่องแปลก

ขณะเดียวกันก็เชื่อว่าจะมีเพียงแค่มุขคนรุ่นใหม่ที่มีอัตลักษณ์เป็นของตัวเอง ผู้ฟังคนรุ่นเก่าเองก็สร้างอัตลักษณ์เช่นกัน หากเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มด้วยนิยามของคำว่า “ชาวเอส” ที่ผู้ฟังและดีเจเรียกขานกันเอง เพื่อให้ความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน เป็นครอบครัวเดียวกัน

จากองค์ประกอบในรายการและความพึงพอใจที่ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มมีต่อเอส เรดิโอ กล่าวได้ว่า เอส เรดิโอเป็นสื่อสำหรับผู้ฟังคนรุ่นเก่าอย่างแท้จริงซึ่งสอดคล้องกับจิ้งจอกที่ว่า “คลื่นที่ชอบของคนที่ใช้” ในขณะที่สำหรับผู้ฟังคนรุ่นใหม่แล้ว เอส เรดิโอ อาจจะเป็นเพียง “คลื่นที่ชอบ แต่ยังไม่ใช้เสียทีเดียว”

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาชีพสำหรับรายการเอส เรดิโอ FM 93.5 HD1

1. ทางรายการเอส เรดิโอควรรักษาสมดุลของรายการระหว่างผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม แม้กลุ่มเป้าหมายหลักจะเป็นผู้ฟังคนรุ่นเก่า แต่ขณะเดียวกันก็ควรคำนึงถึงกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นใหม่ด้วย โดยควรเพิ่มเกมหรือกิจกรรมที่คนรุ่นใหม่ให้ความสนใจ เช่น เปิดเพลงคัพเวอร์ให้มากขึ้นหรืออาจมีช่วงใดช่วงหนึ่งของรายการที่เปิดเพลงในปีพ.ศ. ช่วงหลังของปีที่กำหนดไว้, เกมที่ไม่เจาะจงเฉพาะชื่อของวันวานมากเกินไป, จัดคอนเสิร์ตของนักร้องที่ร้องเพลงในช่วงปีพ.ศ. 2530 ขึ้นไปบ้าง เป็นต้น
2. ในขณะเดียวกันนอกจากผู้ฟังคนรุ่นใหม่แล้ว ผู้ฟังคนรุ่นเก่าเองที่อายุอยู่ในช่วง 60 ปีขึ้นไป คนกลุ่มนี้จะชอบฟังเพลงสากลเป็นพิเศษ และอยากรับฟังในทุกวัน ทางรายการจึงควรจัดให้ทุกวันมีช่วงของเพลงสากล ไม่ใช่จัดเฉพาะเสาร์-อาทิตย์เท่านั้น เพราะคนกลุ่มนี้จะมีเวลาว่างในวันจันทร์-ศุกร์มาก เนื่องจากไม่ต้องทำงานแล้ว การรับฟังวิทยุจึงเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่พวกเขาให้ความสนใจ
3. หากเป็นไปได้ ทางรายการควรออกอากาศรายการตลอด 24 ชั่วโมง เนื่องจากผู้ฟังบางกลุ่มก็ทำงานในช่วงกลางคืน จึงต้องการรับฟังเพลงที่ตนเองชื่นชอบเพื่อเป็นเพื่อนในยามทำงาน โดยอาจจะไม่ต้องมีดีเจมาทำหน้าที่จัดรายการก็ได้ เพียงแต่เปิดเพลงอย่างเดียว

4. เพื่อให้ผู้ฟังได้ซาบซึ้งไปกับบทเพลงในรายการมากขึ้น ดีใจควรวินิจฉัยข้อมูลหรือเล่าที่มาของเพลง เนื่องจากการรับรู้ถึงที่มาจะทำให้มีอารมณ์ในการรับฟังมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในผู้ฟังคนรุ่นใหม่ คนกลุ่มนี้ยังมีข้อมูลเกี่ยวกับเพลงเก่าอยู่น้อย

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์นักจัดรายการเพียง 1 คน ทำให้ข้อมูลที่ได้รับอาจจะยังไม่ครอบคลุมนัก อีกทั้งผู้วิจัยไม่ได้เจาะลึกในรายละเอียดส่วนของการเห็นผู้ฟังที่ส่งเข้ามาทางรายการ ไม่ว่าจะเป็นทาง sms หรือ ทางโทรศัพท์จากความเห็นของนักจัดรายการ จึงทำให้อาจจะยังมองไม่เห็นภาพส่วนนี้ชัดเจน การวิจัยครั้งต่อไปควรเจาะลึกในส่วนของการจัดรายการให้มากขึ้น

2. ในการคัดเลือกกลุ่มผู้ฟัง ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ฟังจากเฟซบุ๊กในเอส เรดิโอเป็นจำนวนที่ค่อนข้างมาก ส่วนผู้ฟังที่ร่วมลงทะเบียนชื่อกับทางรายการทางโทรศัพท์ และผู้ฟังที่ไม่ได้ร่วมกิจกรรมจะมีค่อนข้างน้อย ทำให้ผลวิจัยอาจมีผลออกมาในการรับฟังทางอินเทอร์เน็ตที่ค่อนข้างมาก การวิจัยครั้งต่อไปควรแบ่งกลุ่มผู้ฟังในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน เพื่อได้ผลที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

3. ในการวิจัยครั้งต่อไปด้านกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษานั้น ควรใช้วิธีการเก็บข้อมูลในลักษณะของการจัดสนทนากลุ่ม(Focus Group) ประกอบด้วย เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างได้มีโอกาสพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่แต่ละคนมีมุมมองแตกต่างกันไป เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายยิ่งขึ้น

4. เนื่องจากสื่อวิทยุเป็นสื่อที่รับฟังจากทางเสียงเพียงอย่างเดียว ผู้ฟังจึงอาจจะจินตนาการถึงภาพในอดีตไม่ชัดเจนนัก การวิจัยด้านโหยหาอดีตในครั้งต่อไป เพื่อให้มองเห็นภาพการหวนนึกถึงอดีตชัดเจนขึ้น อาจศึกษาจากสื่อในหลายๆประเภทที่รับฟังและรับชมได้ในขณะเดียวกัน เช่น โทรทัศน์, สื่อออนไลน์, สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : ภาพพิมพ์, 2552.

ข้อมูลองค์กร-ฟาติมาบรอดคาสติ้ง อินเทอร์เน็ตชั้นแนล จำกัด. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://www.fatimafm.com/fbc/index/> [2553, ธันวาคม 24]

ไขความลับ "ฮ็อต" จักรกฤษ ศิลปชัย! "เอส 107.5 F.M." คลื่นที่ใช่...ของคนที่ชอบ. [ออนไลน์].

แหล่งที่มา: http://www.siamdara.com/music/091230_33226.html

[2553, กันยายน 27]

จักรกฤษ ศิลปชัย. สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554

จิรวรรณ กาญจนานันท์. เนื้อหาเพลงไทยยอดนิยม การรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

ชูดานา ปุณณะหานนท์. การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอพ เบล์ม สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอฟ. เอ็ม. 88.0 เมกะเฮิร์ตซ์ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.

ทัศนีย์ มีวรรณ. การสร้างและการบริโภคสัญญาณในปรากฏการณ์ชีวิต และการทำหน้าที่ของสื่อมวลชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

ธารนิจ พัยคฆราชศักดิ์. การปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหารายการวิทยุกระจายเสียงผ่านวิทยุออนไลน์ในเครือบริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550

นิโลบล โควาพิทักษ์เทศ. การวิเคราะห์เพลงไทยสมัยนิยมตามทฤษฎีของสุนทรียศาสตร์ยุคหลังสมัยใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

ปานันท์ หงส์น้อย. กลยุทธ์การสร้างตลาดของสถานีรูปแบบรายการเพลง “แบงกอก เรดิโอ”.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

เปิดใจ. ดิฉัน. 33, 812 (2553): 202-208.

- พัฒนา กิติอาษา. มานุษยวิทยากับการศึกษาปรากฏการณ์โหยหาอดีตในสังคมไทยร่วมสมัย, กรุงเทพมหานคร : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2546.
- ยุวดี คงชูชัย. กลยุทธ์การบริหารจัดการรายการเพลง ภายใต้สภาวะทางการตลาดของธุรกิจสื่อกระจายเสียง. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548
- รุ่งฤดี ห่อนาค. รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับเพลง กับความพึงพอใจที่มีต่อเพลงไทยสากลของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- วรารัตน์ ชัยสุข. รูปแบบและการนำเสนอรายการดนตรีคลาสสิกทางสถานีวิทยุกระจายเสียงไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- วัชรภรณ์ จิตต์อารีย์. การรับฟังรายการกรีนเวฟกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมสังคมและสิ่งแวดล้อม. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- วุฒิธร มิลินทจินดา. กระบวนการและปัจจัยในการจัดรายชื่อเพลง สำหรับสถานีเพลงทางวิทยุ. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- สมมาตร คงชื่นสิน. การเปิดรับและความต้องการรายการโทรทัศน์ของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, ภาควิชาประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- สมสุข หินวิมาน. ความทรงจำใหม่กับหัวใจดวงเดิม : มายาคติ ความคิดความเชื่อ และโลกทัศน์ร่วมสมัยในละครโทรทัศน์. สื่อกับศาสนา : โลกของสื่อลำดับที่ 3. กรุงเทพมหานคร : ที.พี.พี.ริ้นท์, 2542.
- สุภาพงษ์ ระรวยทรง. การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้และทัศนคติต่อการเสนอข่าวต่างประเทศทางสื่อมวลชนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
- สุวรรณมาศ เหล็กงาม. การประกอบสร้างภาพเพื่อการโหยหาอดีตในรายการ"วันวานยังหวานอยู่". วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.
- อรญา หาญพัฒน์นันท. การสร้างวัฒนธรรมวัยรุ่นของกลุ่มผู้ฟังรายการวิทยุ 104.5 แพนเดติโอ. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย, 2550.

Pantip.com : A7392961.[ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://topicstock.pantip.com/chalermthai/topicstock/2009/01/A7392961/A7392961.html> [2553, สิงหาคม 29]

93.5 HD1 Yes Radio. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.yesradiothai.com/> [2553, สิงหาคม 26]

ภาษาอังกฤษ

Howard, H. H., Kievman, M. S., and Moore, B. A. Radio, TV, and Cable Programming. 2nd ed. Iowa: Iowa State University Press/Ames, 1994.

Iwanaga, Makoto, Ikeda, Maki, Iwaki and Tatsuya, Journal of Music Therapy. 33, Department of Behavioral Science, Intergrated Arts & Science, Japan, 1996.

Keith, M. C., and Krause, J. M. The Radio Station. 2nd ed. Boston: Focal Press, 1989.

Pringle, P. K., Starr, M. F., and McCavitt, W. E. Electronic Media Management. 4th ed. Boston: Focal Press, 1999.



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวไพพรรณ ถาวรวิสุทธิกุล สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจาก คณะอักษรศาสตร์ เอกภาษาจีน มหาวิทยาลัยศิลปากรในปี 2550 และในปี 2552 เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโท ที่คณะนิเทศศาสตร์ สาขาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย