

## บทที่ 4

### ที่มาและแนวคิดการก่อตั้งรายการเอส เรดิโอ FM 93.5 HD1

#### ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับรายการเอส เรดิโอ FM 93.5 HD1

เอส เรดิโอ FM 93.5 HD1 เป็นรายการเพลงวิทยุประเภทรายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่หรือ Adult Contemporary เคยออกอากาศทางวิทยุครั้งแรกตั้งแต่ในเดือน กันยายน 2552 ซึ่งในครั้งนั้นอยู่ภายใต้คลื่นความถี่ FM 107.5 MHz เป็นคลื่นภายใต้การดูแลของมูลนิธิรวมใจพัฒนา และเป็นคลื่นวิทยุชุมชน แต่เนื่องจากเกิดปัญหาความไม่เข้าใจกันของคนในองค์กรเดิม ทำให้ทีมงานส่วนหนึ่งได้ออกมาจากคลื่นเดิม และได้เข้าร่วมงานกับทีมงานคลื่นวิทยุแห่งใหม่ ซึ่งเป็นการร่วมงานกับบริษัทฟาติมา บรอดคาสติ้ง อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด การร่วมงานครั้งใหม่นี้เป็นการติดต่อขอร่วมงานโดยคุณจักรกฤษ ศิลปชัย ซึ่งเป็นหนึ่งในนักจัดรายการของเอส เรดิโอคลื่นเดิม ปัจจุบันสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นคลื่นวิทยุคลื่นหลักแห่งหนึ่ง เริ่มออกอากาศครั้งแรกทาง FM 93.5 HD1 เมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2553 ภายใต้โลโก้แทนที่ว่า “คลื่นที่ขอบ ของคนที่ไซ้” นอกจากนี้ทางรายการยังมีจึงเกิดอื่นๆ ที่บรรยายถึงสิ่งที่เอส เรดิโอให้ความสำคัญและนำเสนอผ่านทางรายการ อีก 2 จึงเกิด ได้แก่ “ความรู้สึกลึกลับที่ซึบซาบ แต่มีตรรกะที่ยั่งยืน” และ “นี่ทุกเรื่องที่มี ย้อนทุกเรื่องที่ดี” ซึ่งจึงเกิดอันหลังสื่อถึงแนวคิดโหยหาอดีตอย่างชัดเจน

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

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

สบาย หรือหากเป็นจังหวะหรือคืบ้าง ก็จะเป็นประเภท soft rock (ในช่วงของดีเจวิชชิตี้ วิไลวารงกุล) นอกเหนือจากนั้นก็มักเป็นเพลงประเภท easy listening ซึ่งมีทั้งเพลงไทยและเพลงสากล โดยที่แต่ละช่วงของรายการจะมีดีเจที่เปิดเพลงเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละคนต่างกันไป ในส่วนของเพลงไทยเองก็มีทั้งเพลงลูกกรุง เพลงลูกทุ่ง เพลงเพื่อชีวิต เพลงสตริงคอมโบ ทั้งนี้มีข้อแม้เพียงว่าเพลงที่เปิดในรายการจะต้องไม่ใช่เพลงในสังกัดของค่ายเพลงอาร์เอส เนื่องด้วยปัญหาด้านลิขสิทธิ์ ส่วนเพลงจากค่ายอื่นนั้นสามารถเปิดได้ทั้งหมด

จากการสัมภาษณ์คุณจักรกฤษ พบว่า จริงๆแล้วก่อนหน้านี้แนวเพลงที่อยากจะทำมาเปิดทางคลื่นวิทยุ คือเพลงเพื่อชีวิต แต่ปรากฏว่าไม่ได้รับการตอบรับเลย ในที่สุดจึงต้องเปลี่ยนมาเป็นเพลงเรโทรอย่างทุกวันนี้

“จริงๆอยากทำเพลงเพื่อชีวิตทั้งคลื่น แต่ปรากฏว่าไม่มีใครฟัง ไม่มีใครสนใจ เค้านอกว่าเพื่อชีวิตรุนแรง เพื่อชีวิตต้องการเมือง ซึ่งจริงๆมันไม่ใช่ จนกระทั่งเรารู้สึกว่าเราต้องเปลี่ยน ยุทธศาสตร์ เลยลองพูดเพลงเก่าๆ ซึ่งเราอยู่ในช่วงร่วมสมัยแบบนี้เนี่ย ทั้งหมดทั้งหมดไม่ใช่อะไรหรอก ไม่ว่าจะเพลงเพื่อชีวิต เพลงเก่าหรืออะไรก็แล้วแต่ ก็อยากจะทำคนในวงการสื่อสารมวลชนหรือคนในวงการวิทยุว่า ยังมีโปรแกรมอีกเยอะที่คุณยังคิดไม่ถึง หรือคิดถึงแต่คุณไม่กล้าทำมันนะ พอพีดันเพลงเพื่อชีวิตต่อไปไม่ได้ ก็เลยพูดถึงเรโทร พูดถึงเยส เรดิโอที่เป็นเรโทร” (จักรกฤษ ศิลปชัย, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554)

ด้านช่วงเวลาการออกอากาศของรายการเยส เรดิโอ FM 93.5 HD1 คือ ออกอากาศทุกวัน ในช่วงเวลา 05.00-24.00น. สาเหตุที่ไม่ใช่รายการเพลงที่นำเสนอตลอด 24 ชั่วโมง ก็เนื่องจากปัญหาด้านสปอนเซอร์ผู้สนับสนุนรายการที่ยังมีจำกัดอยู่ โดยคุณจักรกฤษ ศิลปชัย ซึ่งเป็นทั้งผู้ร่วมก่อตั้งเยส เรดิโอและหนึ่งในนักจัดรายการที่เยส เรดิโอ ได้กล่าวถึงเหตุผลของที่มาในเรื่องเวลาการออกอากาศนี้ว่า

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

ในส่วนของช่องทางการรับฟังเพลงจากเยส เรดิโอ ผู้ฟังสามารถรับฟังได้จาก 2 ช่องทางคือ ทางวิทยุ(FM 93.5) และทางอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ [www.yesradiothai.com](http://www.yesradiothai.com) ซึ่งการรับฟังจากทางอินเทอร์เน็ต นอกจากจะสามารถรับฟังเพลงได้แล้ว ยังสามารถร่วมพูดคุยกับผู้ฟังคนอื่นๆได้ทางc-box หรือ chat room รวมไปถึงร่วมโพสต์ข้อความหรือกระทู้แสดงความคิดเห็นต่างๆที่เกี่ยวข้องกับเยส เรดิโอหรือเรื่องราวในวงการเพลงได้ทางwebboard ได้อีกด้วย

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

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

สำหรับแผ่นเสียงเพลงเก่าที่คุณจักรกฤษนำมาเปิดในเอส เรดิโอนั้น มีทั้งตัวเองสะสมไว้ และบางส่วนก็ได้มาจากผู้ฟังของรายการ และด้วยความที่ช่วงยุคของเพลงที่ต่างกันทำให้จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนรูปแบบของแผ่นเพลง แผ่นเสียงอย่างในสมัยก่อนให้มาอยู่ในรูปแบบปัจจุบันอย่างดิจิตอลด้วย แสดงให้เห็นถึงเทคนิคที่ต้องปรับเปลี่ยน resource ไปตามกาลเวลา และยังแสดงถึงการมีส่วนร่วมของผู้ฟังในการร่วมแบ่งปันแผ่นเพลงให้กับทางรายการด้วย

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

นอกเหนือจากเรื่องของแนวเพลง ซึ่งเป็นปัจจัยประการสำคัญของเอส เรดิโอแล้ว การให้ความรู้เกี่ยวกับเพลงที่เปิด รวมไปถึงการพูดคุย ทักทายระหว่างนักจัดรายการกับผู้ฟังก็เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการที่ทางรายการเอส เรดิโอให้ความสำคัญไม่แพ้กัน จะเห็นได้จากที่นักจัดรายการแทบทุกคนมักจะทักทายผู้ฟังจากทางsmsที่ส่งเข้ามาอยู่เสมอๆ นักจัดรายการบางคนถึงขนาดที่ว่าอ่านข้อความทุกๆข้อความ แต่นักจัดรายการบางคนก็เพียงอ่านชื่อผู้ฟังเพื่อทักทายกัน รวมถึงทักทายผู้ฟังใน c-box หรือ chat box ด้วย ในc-box จะมีชื่อของผู้ฟังแต่ละคนบอกให้ทราบไว้ว่า ณ เวลานั้น มีผู้ฟังคนไหนกำลังออนไลน์อยู่บ้าง และในขณะที่เดียวกันก็จะมีชื่อของนักจัดรายการแขวนไว้ด้วยในทุกช่วง ใช้ชื่อว่า dj935 จะเป็นอันรู้กันว่าเป็นดีเจของเอส เรดิโอ เพียงแค่จะสลับสับเปลี่ยนกันไปในแต่ละช่วงของรายการ เหล่านี้แสดงให้เห็นว่า บทสนทนาที่มีความเป็นกันเองระหว่างนักจัดรายการและผู้ฟังเป็นสิ่งที่มักถูกกล่าวถึงอยู่เสมอในรายการ จนก่อให้เกิดเป็นมิตรภาพ ความผูกพันระหว่างกันและกัน เพราะแนวคิดอีกประการที่คุณจักรกฤษ ศิลปชัย ที่เป็นทั้งนักจัดรายการและผู้ร่วมก่อตั้งเอส เรดิโอ FM 93.5 HD1 ให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ ตามที่จี้กั

อันหนึ่งถูกเปิดอยู่บ่อยครั้งในรายการที่ว่า “ความรู้สึกดีๆที่ซึบซาบ แดมित्रภาพที่ยั่งยืน” เป็นการตอกย้ำความหมายของจึงเกิดดังกล่าวได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ในส่วนของการพูดคุยหรือบทสนทนาระหว่างดีเจกับผู้ฟังยังมีเรื่องของแนวคิดโหยหาอดีตเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย จะเห็นได้จาก ดีเจบางคนแทนตัวเองว่าคุณครู และแทนผู้ฟังว่านักเรียนหรือเยาวชนชาวเอส เมื่ออ่านรายชื่อผู้ฟังที่กำลังออนไลน์ใน c-box ก็เปรียบได้กับเป็นการเช็คชื่อเข้าห้องเรียน ซึ่งกลุ่มผู้ฟังเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นวัยทำงานที่อายุ 30 ปีขึ้นไป การเข้าชั้นเรียนเพื่อเช็คชื่อ ย่อมเป็นเรื่องในวันวานของพวกเขา ที่ชวนให้รำลึกถึงความหลัง

ในส่วนของนักจัดรายการหรือดีเจประกอบไปด้วยทั้งนักจัดรายการรุ่นเก่าเช่น คุณชาย วงศาโรจน์, คุณจักรกฤษ ศิลปชัย, คุณอัศวพล ปิ่นสุวรรณ และคุณอภิเดช มหัตถพงศ์ ส่วนนักจัดรายการรุ่นใหม่ เช่น คุณบุษบา มหัตถพงศ์, คุณชาตุมาศ ทองสาย และคุณเกรียงไกร ฟูเกษม สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากรายการไม่ได้ต้องการยึดติดกับกลุ่มผู้ฟังรุ่นเก่าเท่านั้น หากแต่ต้องการจะขยายฐานกลุ่มผู้ฟังไปยังกลุ่มคนรุ่นใหม่ด้วย อย่างไรก็ตามนักจัดรายการรุ่นเก่ามักให้ข้อมูลหรือที่มาเกี่ยวกับเพลงเก่าที่เปิดในรายการได้ละเอียด ลึกซึ้งกว่า รวมทั้งนักจัดรายการรุ่นใหม่เล่าทั้งเกี่ยวกับที่ตนเองเคยประสบพบมาและเรื่องราวในอดีตที่น่าสนใจมาเล่าสู่กันฟังอยู่เสมอ เป็นการโน้มน้าวให้ผู้ฟังนึกย้อนไปถึงเรื่องวันวานในมโนภาพอีกทางหนึ่ง ส่วนนักจัดรายการรุ่นใหม่ด้วยประสบการณ์โดยตรงเรื่องเพลงเก่าอาจจะมีข้อมูลไม่มาก ทำให้ต้องเตรียมหาข้อมูลมาเอง ส่วนหนึ่งประกอบกับทางรายการมีข้อมูลเพลงเก่าไว้บ้างอีกส่วนหนึ่ง ซึ่งในส่วนของการเล่าเรื่องย้อนวันวานหรือแม้แต่ข้อมูลเกี่ยวกับเพลงเก่านี้เองจะมีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดโหยหาอดีตหรือ nostalgia

จากที่กล่าวไปว่า เอส เอดีโอได้ร่วมงานกับทางบริษัทฟาติมา บรอดคาสติ้ง อินเตอร์เนชั่นแนล 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 อินเตอร์เนชั่นแนล 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 อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด, <http://www.fatimafm.com/>, 24 ธันวาคม 2553)

การทำงานร่วมกับบริษัทฟาติมา บรอดคาสติ้ง อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล จำกัด ถือได้ว่าเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการนำเสนอเพลงในรายการเอส เรดิโอ กล่าวคือ บริษัทฟาติมาฯ เป็นคลื่นวิทยุที่ไม่ได้สังกัดค่ายเพลงใดค่ายเพลงหนึ่ง ดังนั้นจึงสามารถเปิดเพลงจากค่ายใดก็ได้ เพียงแต่ในที่นี้เพลงจากค่ายอาร์เอสถูกยกเว้น เนื่องจากปัญหาด้านลิขสิทธิ์เพลง นอกจากนี้ที่มาของเพลงที่นำมาเปิดในรายการแล้วเอส เรดิโอเองก็ยึดเอาสนธิสัญญาการบริหารที่ว่า “มุ่งมั่น สร้างสรรค์คุณภาพ” มาเป็นนโยบายหลักของรายการด้วยเช่นกันดังจะเห็นได้จากหลายๆกิจกรรมที่เอส เรดิโอรวมช่วยเหลือสังคม เช่น กิจกรรมเยสรวมใจ ช่วยภัยน้ำท่วม เป็นต้น

ในส่วนของที่มาการเกิดขึ้นของรายการเอส เรดิโอ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับรายการเพลงทางวิทยุ และแนวคิดโหยหาอดีตมาใช้ในการวิเคราะห์ 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. ความสำคัญของความรู้สึกการโหยหาอดีตในกลุ่มผู้ฟัง
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 เพราะฉะนั้นพีมอง 2 ส่วนนี้คือส่วนใหญ่ๆของรายการนะครับ ส่วนอื่นๆก็จะเป็นส่วนประกอบนะครับ" (จักรกฤษ ศิลปชัย, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554)

สำหรับในส่วนนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับรายการเพลงทางวิทยุมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ห้วงที่มาจากองค์ประกอบต่างๆในรูปแบบรายการเพลงทางวิทยุซึ่งรายการเอส เรดิโอเป็นรายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่รายการหนึ่ง ซึ่งจะนำเสนอในรูปของการเปรียบเทียบตามตารางที่ 2 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 : แสดงข้อมูลการเปรียบเทียบระหว่างองค์ประกอบของรายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่กับที่มาของเอส เรดิโอ

องค์ประกอบของรายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่ทางวิทยุ	ที่มาของรายการเอส เรดิโอ
1. แนวเพลง	สาเหตุที่กำหนดให้เป็นปีเริ่มต้นของเพลงที่เปิดในรายการเป็นปี พ.ศ. 2512 เป็นเพราะเป็นช่วงที่ดนตรีแนวสตรีตริงคอมโบเริ่มเป็นที่นิยมในกลุ่มวัยรุ่นในสมัยก่อน วงดนตรีที่เป็นที่รู้จักกันมากเช่น วงดิ อิมพอสซิเบิล แกรนด์เอ็กซ์ ชาตรี ส่วนในช่วงปี 2537 ดนตรีเริ่มเปลี่ยนเป็นชวาร์นแบบ alternative indy ดนตรีมีความเป็น อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น โดยมีศิลปินกลุ่ม Modern dog เป็นกลุ่มแรกๆที่เริ่มสร้างสีสันที่แปลกใหม่ให้วงการดนตรีไทย โดยในปี 2537 นับเป็นปีแรกที่ Modern dog ได้ออกอัลบั้มของตัวเองเป็นอัลบั้มแรก และได้ถือเอาปีนี้เป็นปีสุดท้ายที่สามารถเปิดเพลงในรายการได้ ดังเช่นจากการให้สัมภาษณ์ของคุณจักรกฤษว่า "เรื่องอายุเพลงสถิติคำว่าเรโทร มันแบ่งกลุ่มคนเป็นตั้งสามสี่กลุ่มด้วยซ้ำไป เอา

	<p>ตั้งแต่คนรุ่นแม่เราอายุหกสิบขึ้น หรือหลังสงครามโลกครั้งที่สอง กลุ่มนี้จะมีอาการทรวงอกกับสุนทรภรณ์ รองลงมาหน่อยคนอายุหกสิบมาห้าสิบ กลุ่มนี้จะเป็นปลายสุนทรภรณ์และสตรีกรุ่นแรก จะเป็นดิ อิมพอสซิเบิล จากนั้นห้าสิบลงมาถึงสี่สิบจะเป็นชาตรี แกรนต์เอ็กซ์ รอยัลสไปรท์ เริ่มต้นที่คุยกันจริงๆ คือ เราจะเริ่มต้นที่ พ.ศ. 2512-2535 แปลว่าได้ดิ อิมฯ ชาตรี มาจน 2535 ก็ถึงยุคต้นของคุณบอย โกสิยพงษ์ ชุดแรกของโมเดิร์นด็อก หยุคที่อัลบั้มแรกของโมเดิร์นด็อก จากนั้นไปเปิดไม่ได้แล้ว เราเอากลุ่มนี้เป็นหลัก คือ ชาววินในช่วงปี 20-37 เนี่ยยังพอไปด้วยกันได้ คือเริ่มมีแกรมมี่แล้ว ก่อนหน้านั้นนิดหน่อยคือ ช่วงปี 10-20 ก็จะเป็นพวกthe impossible ก็ยังพอไหว คือเสี่ยงก็ตำรับแบบใสๆ ไม่ได้ใส่เครื่องสังเคราะห์อะไร มากมายจนเกินไป ถ้าปล่อยให้ปี 38 เข้ามาเนี่ย ชาววินมันเริ่มไม่ไหวละ”</p>
<p>2. นักจัดรายการวิทยุ หรือดีเจ (ดูแผนผังรายชื่อนักจัดรายการได้ในภาพที่ 1 หน้า 65)</p>	<p>ส่วนใหญ่เอส เรดิโอจะเน้นเป็นดีเจรุ่นเก่า คือ 15 คนจาก 19 คน สาเหตุเพราะด้วยความคิดว่าดีเจรุ่นเก่าจะสามารถสื่อสารกับกลุ่มผู้ฟัง(คนรุ่นเก่า)ได้อย่างเข้าใจตรงกันมากกว่า เพราะความได้เปรียบถึงประสบการณ์เกี่ยวกับเพลงในช่วงวันวานร่วมกัน โดยที่คุณจักรกฤษไม่ได้ให้ความสำคัญกับการจัดให้ดีเจคนได้รับผิดชอบช่วงเวลาใดเป็นพิเศษ แต่ถือเอาความสะดวกของดีเจแต่ละคนเป็นหลัก เพราะเชื่อว่าดีเจแต่ละคนล้วนแต่มีความสามารถด้วยกันทุกคน แต่สิ่งหนึ่งที่คุณจักรกฤษให้ความสำคัญอย่างมาก คือ การพูดถึงที่มาของเพลง ประวัติของเพลงรวมถึงนักร้อง เนื่องจากสังเกตเห็นว่าการให้ข้อมูลเพลงจะทำให้ผู้ฟังเข้าถึงอารมณ์เพลง รู้จักเพลงเก่ามากขึ้น อันจะเป็นผลให้ฟังเพลงได้ไพเราะมากขึ้นโดยเฉพาะกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นใหม่ที่ยังไม่มีประสบการณ์ร่วมกับเพลงเก่ามากนัก แต่อย่างไรก็ตาม ทุกวันนี้ยังทำได้ไม่เท่ากับที่ต้องการ เนื่องจากทางรายการเพิ่งออกอากาศไปได้ไม่นาน การเตรียมข้อมูลจึงยังไม่ละเอียดมาก สำหรับที่มาของเพลงนั้น ทางรายการมีข้อมูลให้ส่วนหนึ่งประกอบกับดีเจแต่ละคนก็มีข้อมูลของตัวเองอยู่แล้วด้วย</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 เพราะงั้นพอถึงช่วงบ่ายโมงถึงบ่าย3 โมง คนไม่อยากฟัง talk อะฮะ ถ้าฟัง talk ค่าไปคลื่น 96.5 ก็ได้ เราก็เลยปรับให้เป็นเพลงทั้งหมด แล้วก็เสริมจุดแข็งกัน มาวิเคราะห์กันระหว่างทีมงานแล้วก็ marketing ว่า ในฐานะที่เอสเป็นน้องใหม่ จันทร์ถึงเสาร์เราขอทำบัลลังก์ด้วยการเอาดีใจหลักมาจัดรายการจนถึงวันเสาร์ 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 เรดิโอได้รับการสนับสนุนจากสปอนเซอร์ในโฆษณา ทำให้การให้บริการสาธารณะในรายการมักนำเสนอเกี่ยวกับข้อมูลของสปอนเซอร์รายการด้วย ได้แก่ สารคดีการทางพิเศษของกรมทางหลวง สารคดีลูกโลกสีเขียวของบริษัทปตท. ทั้งนี้คุณจักรกฤษกล่าวไว้ว่า “ต้องพูดตรงไปตรงมา ว่าสารคดีเป็นส่วนหนึ่งของรายได้หลักของสถานี ขณะนี้เรายังไม่มีอำนาจต่อรองอะไรทั้งสิ้น เป็นความต้องการของลูกค้าครับ”</p>
5. การจัดแข่งขันและโปรโมชัน(เกม)	<p>เนื่องจากได้รับการสนับสนุนจากสปอนเซอร์ของรายการ จึงทำให้นอกจากคำถามที่เกี่ยวกับเพลงและภาพยนตร์แล้ว ยังมีคำถามเกี่ยวกับข้อมูลสปอนเซอร์ผู้สนับสนุนรายการด้วย ซึ่งหลักๆแล้วผู้ที่ออกแบบเกม การร่วมสนุกกับทางรายการคือคุณจักรกฤษและทีมงานฝ่ายmarketing</p>
6. โฆษณา	<p>โฆษณาของเอส เรดิโอในปัจจุบันมีประมาณ 10 ตัว ซึ่งมีสินค้าหลายประเภทที่เป็นสินค้าสำหรับผู้ฟังคนรุ่นเก่า เช่น ยาอ้อมผสมสาเหตุที่โฆษณาของเอส เรดิโอมีไม่มาก เพราะเอส เรดิโอเพิ่งออกอากาศไปเพียงไม่นาน (นับเฉพาะช่วงที่ออกอากาศทาง FM</p>



93.5 HD1 ถึงเดือนธันวาคม 2553 เป็นเวลารวม 8 เดือน) สำหรับที่มาของโฆษณานั้นคุณจักรกฤษเล่าให้ฟังว่า “เรายึด key success อยู่สองสามอย่าง เช่นสโลแกนรายการ ก็คือ “คลื่นที่ชอบของคนที่ใช้” หลังจากนั้นเนี่ยเรายังมี “ความรู้สึกดีๆที่ซึมซาบ แต่มีตรรกะที่ยั่งยืน” และแม้เราจะเปิดเพลงเก่า แต่เราไม่เซย์ เพราะฉะนั้น design ทุกอย่างที่มีออกมาในรายการเนี่ยจะต้องไม่เซย์ sound ที่ออกมาจะต้องไม่out เพราะฉะนั้นก็จะลึกไปถึงสเปคเหมือนกัน เสียงแบบไหนที่เซย์เราก็ไม่เอา แต่ขนาดนี้เนี่ยอยู่ลำบากมาก เงินก็ไม่ค่อยเข้า เพราะฉะนั้นจะเลือกมากก็คงไม่ได้ทำอะไร ต้องกล่อมแกลุ่มๆไปก่อน สักกระยะหนึ่ง แล้วเดี๋ยวค่อยมาว่ากัน”

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

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

**2. ความเชื่อมั่นเคารพในความคิดของตัวเอง จักกรกฤษเอง ประกอบกับการประเมินได้อย่างถูกที่ถูกเวลาด้วย** เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ทำให้เฮส เรดิโอ ได้ถือกำเนิดขึ้นบนหน้าปัดวิทยุ อย่างไรก็ตามคุณจักรกฤษก็ไม่ได้ยึดมั่นในความคิดเห็นของตัวเองแต่ฝ่ายเดียว แต่ได้ติดตามดูผลการวิจัยจากที่อื่นๆบ้างเช่นกัน หากจะกล่าวไปแล้ว คุณจักรกฤษได้ให้ความสำคัญกับผลการวิจัยถึง 50% และความเชื่อมั่นของตัวเองอีก 50% เพียงแต่สำหรับเฮส เรดิโอไม่ได้ทำการวิจัยถึงความคิดเห็นของผู้ฟัง แต่เป็นการติดตามการวิจัยจากสื่อต่างๆที่เกี่ยวข้อง

“ไม่ได้ทำรีเสิร์ชอะไรหรอกนะ แต่ความที่ผมเป็นนักอ่าน อ่านหนังสือเยอะได้ข้อมูลจากตรงนั้น ตอนที่ผมไม่ได้ทำรายการไม่ได้แปลว่าผมทิ้งวงการเลยนะ ยังติดตาม ถึงได้เห็นว่ามิแต่รายการข่าว รายการวิทยุรุ่น”

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

จากบทสัมภาษณ์ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ผลการวิจัยยังไม่ถูกต้องเสียทีเดียว ทำให้มีการคาดการณ์ผิดพลาดไปบ้าง และคุณจักรกฤษก็ได้มองเห็นความเป็นจริงที่ว่า ผู้ฟังคนรุ่นเก่ายังคงต้องการรับฟังเพลงทางวิทยุอยู่ อีกทั้งเพื่อให้เกิดความหลากหลายของรายการเพลงในวิทยุ ให้คนรุ่นใหม่ได้รู้จักเพลงเก่าเพิ่มขึ้นด้วย

ความเชื่อมั่นอีกสิ่งหนึ่งที่ทำแล้วประสบความสำเร็จจนทำให้ผู้ฟังเอส เรดิโอหลายคนนิยมติดตามฟังรายการก็คือรูปแบบการนำเสนอในส่วนของช่องทางการรับฟังเพลง นอกจากองค์ประกอบพื้นฐานของรายการเพลงทางวิทยุทั้ง 6 ประการ ดังที่กล่าวไปข้างต้นแล้ว การมีช่องทางการรับฟังที่หลากหลายก็ถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความโดดเด่นของรายการเอส เรดิโอด้วย คือ ผู้ฟังสามารถรับฟังรายการเอส เรดิโอได้ 2 ช่องทางด้วยกัน ได้แก่ ทางวิทยุและทางเว็บไซต์ และในส่วนของเว็บไซต์นี้เองก็ยังมี chat room ให้ผู้ฟังสามารถเข้ามาร่วมพูดคุยสนทนากันได้อีกด้วย

แต่ก่อนจะมาลงตัวที่รูปแบบการนำเสนอผ่านทางอินเทอร์เน็ตด้วยก็ต้องผ่านความคิดเห็นจากหลายฝ่ายพอสมควร เนื่องจากก่อนหน้านี้มีหลายคนที่ไม่เห็นด้วยเพราะ คาดคะเนไว้ว่ากลุ่มผู้ฟังเป้าหมายหลักของรายการอย่าง คนวัยทำงานอายุ 30-40 ปีขึ้นไปจะไม่นิยมฟังเพลงจากทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงการสนทนาทาง chat room ด้วย อันเนื่องมาจากเหตุผลด้านอายุกับเทคโนโลยี ทำให้คุณจักรกฤษต้องใช้เวลาในการนำเสนอความคิดเห็นของรูปแบบรายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่ที่ตัวเองคาดหวังไว้อยู่นานถึง 3 ปีด้วยกัน โดยคุณจักรกฤษได้เล่าถึงความพยายามและความมุ่งมั่นของตัวเองไว้ว่า

“ช่วงนั้นโปรแกรมเพลงวัยรุ่นเข้ามาเยอะมาก ผมทำในรูปแบบบริษัทเป็นครั้งสุดท้ายจริงๆ ตอนอยู่ที่สไมล์เรดิโอ แล้วแวนไปมีเดียออฟมีเดียหนึ่ง แล้วหลังจากนั้นก็ไม่มีแล้ว โปรแกรมวัยรุ่นมาเป็นหลักเลย จริงๆเราก็ยังจัดได้เพราะเกาะกระแสมาตลอด แต่ว่าวงการสื่อมันก็เป็นอย่างนี้ คือ ไม่เปิดรับเท่าไรสำหรับคนที่อายุเยอะขึ้น ทำไม่ไม่รู้ อย่าว่าแต่ดาราละเลย ดีเจก็เป็นเหมือนกัน ผมคุยกับผู้ใหญ่หลายคน เอาโปรแกรมเพลงเรโทร ทุกคนก็บอกว่า มันเป็นไปไม่ได้ โปรแกรมอย่างนี้มันตายไปแล้ว เพลงอย่างนี้ไม่มีคนฟัง สามปีครับ ไม่มีใครซื้อไอเดียนี้อย่างไร ไม่มีใครเลยจริงๆ” (จักรกฤษ ศิลปชัย, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554)

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

“ลี้ๆข้างตัวเองมีความมั่นใจ เหมือนอย่างที่คุณว่าคนเหล่านี้(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 ชีวิตเค้าจะมัลลึลลาไม่ได้ขนาดนั้น แต่เราเนี่ยไม่เชื่อ ผมบอกไปว่า ถ้าอย่างนั้นเค้าไม่ฟังวิทยุ เค้าอยู่ที่ทำงาน ผมจะเสริมด้วยอินเทอร์เน็ต เค้าฟังจากอินเทอร์เน็ตได้ เค้าก็บอก โห ยิ่งตายเลยพี่อ้อด เพราะยิ่งอินเทอร์เน็ต เค้ายิ่งไม่เล่นกันใหญ่ research บอกเลยว่า คนเล่นอินเทอร์เน็ตคือคนที่เป็วัยรุ่นเท่านั้น เราก็บอก เฮ้ย ไม่จริง ไม่เชื่อ เราารู้สึกอย่างเดียวก็คือ ที่ผ่านมาไม่มีใครเปิดพื้นที่ให้คนกลุ่มนี้ ถ้าเราลองเปิดพื้นที่ เรายืนยันว่าต้องทำได้ แต่ตอนนั้น มั่นใจอยู่คนเดียวเลยนะ คนรอบข้างไม่มีใครเห็นด้วยเลย ยิ่งเว็บไซต์แล้วนี่ ยิ่งไม่เห็นด้วยเลย เค้าบอกว่าคนอายุ 40 หนึ่ง เป็นเจ้านายไม่รู้จักเล่นอินเทอร์เน็ต ไม่กล้าจับคอมพิวเตอร์ด้วยคนพวกนี้ สอง เข้าเน็ตไม่เป็นหรอก จะเข้าเน็ตยังไง ห้องแชทยิ่งไม่ต้องพูดถึง ห้องแชทเนี่ยวัยรุ่นทั้งนั้นที่เล่นกัน อะไรทำนองนี้ เต๋ยวันนี้ไปดูสิ ป้าๆสนุกสนานกันใหญ่” (จักรกฤษ ศิลปชัย,สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554)

จากบทสัมภาษณ์ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าคุณจักรกฤษไม่ได้เชื่อตามที่ผลสำรวจได้กล่าวไว้ทั้งหมด เนื่องจากคุณจักรกฤษได้ตระหนักถึงสาเหตุของช่วงเวลาเป็นสำคัญ กล่าวคือ ความจริงแล้วอินเทอร์เน็ตได้เข้ามาสู่ประเทศไทยตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2535 ซึ่งผลวิจัยที่ทำสำรวจด้านการใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงแรกๆมักนำเสนอข้อมูลว่า คนรุ่นใหม่ใช้อินเทอร์เน็ตกันมาก ในขณะที่คนรุ่นเก่ายังไม่รู้จักอินเทอร์เน็ตในช่วงเวลาแรกๆมากนัก เป็นผลให้เข้าใจกันเสมอมาว่าคนรุ่นเก่าไม่นิยมใช้อินเทอร์เน็ตกัน แต่หากเปรียบเทียบกับความเป็นจริงในปัจจุบัน ผลวิจัยดังกล่าวย่อมมีความคลาดเคลื่อนได้ เนื่องจากปัจจุบันปี พ.ศ.2554 ก้าวผ่านปี 2535 มาเป็นระยะเวลาถึงเกือบ 20 ปีแล้ว ทำให้คนรุ่นเก่าเริ่มที่จะคุ้นชินกับการใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น เพราะสื่ออินเทอร์เน็ตก็เป็นสื่ออีกประเภทหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจจากคนในสังคมจำนวนมาก 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 ที่ตกใจเพราะว่าอายุการแจ้งเกิดของวิทยุนี้เนอะครับ ต่ำๆต้องมีสักหกเดือน แต่นี่แค่หกวัน ว่าอย่างนั้นละกัน กระแสมันมาหมดเลยอะ เรายังตั้งตัวไม่ติด ไม่คิดว่ามันจะแรงขนาดนั้น คอลัมน์ต่างๆเขียนถึงหลายเล่มมากจนเรางไปหมด ไปไหนมาไหนคนบอกว่าฟัง คนฟังบอกกันเองไปเรื่อยๆ จากทวิตเตอร์บ้าง อะไรบ้าง 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 เนื่องมาจากอยู่ในช่วงที่กระแสของการโยกหาอดีตกำลังกลับมาเป็นที่นิยม (ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งของที่ทำการก่อตั้งรายการ) จะเห็นได้จากทั้งมีการแสดงคอนเสิร์ตของนักร้องรุ่นเก๋าจำนวนมากในระยะหลังๆมานี้ รวมถึงมีการนำเพลงคัฟเวอร์ (cover) หลายต่อหลายเพลงมาขับร้องใหม่อีกครั้ง จึงคิดว่าเอส เรดิโอน่าจะได้รับการตอบรับจากผู้ฟังทั้งคนรุ่นเก๋าและคนรุ่นใหม่ จำนวนไม่น้อย

“ตอนก่อนที่จะเริ่มคลื่น จริงๆไม่ได้ทำอะไรเลยครับ ไม่ทันได้คิดด้วยว่าจะทำ ไม่มีแผน ประชาสัมพันธ์เลย ที่ไม่ได้ทำเพราะว่าเราถูกละหุกกับเรื่องอื่นมาก แล้วเรามีเรื่องสำคัญๆต้องทำอีกมาก แต่สิ่งที่น่าสนใจสำหรับเฮส เรดิโอก็คือ พอดออกอากาศไปได้ประมาณ 2 สัปดาห์เท่านั้นเอง นะครับ คอลัมน์นิสต์ก็เขียนถึงเรา คอลัมน์แรกน่าจะเป็นคอลัมน์ในเนชั่นสุดสัปดาห์ ทำนองว่า ตอนนี้มีคลื่นเพลงเก่าเกิดขึ้นแล้ว คุณผู้ฟังได้ฟังกันแล้วหรือยัง แล้วจากนั้นก็คอลัมน์อื่นตามกัน มาเป็นขบวน มีคอลัมน์เขียนถึงเราเยอะมาก หนังสือพิมพ์รายวันก็เขียนถึง ซึ่งตอนนั้นเราก็งงกับตัวเอง คือพียอกบอกว่า บางทีการประชาสัมพันธ์ในฐานะสื่อ เราก็ประชาสัมพันธ์ตัวเองอยู่แล้ว ถ้าเราทำโปรแกรมที่มันถูกที่ ถูกทาง ถูกเวลา คนอื่นก็จะสนใจ การทำคลื่นแล้วควรทำ ประชาสัมพันธ์ด้วย พี่มองว่าก็จำเป็นนะ แต่พี่ว่าสิ่งที่มันจำเป็นกว่า ก็คือ ทำให้มันถูกที่ ถูกทางแล้ว ไซ้ คนอื่นจะเห็นแล้วสนใจที่จะร่วมกับเราเองนะครับ แล้วหลายๆคลื่นในปัจจุบันก็ไม่ได้จะว่าอะไร ไครนะ เพียงแต่อยากให้อัซซิงเกตในลักษณะที่ว่า ควรจะลองศึกษาดู หลายๆคลื่นที่เกิดขึ้นใหม่ในปี นี้ ก็ตั้งเยอะนะครับ แต่ปรากฏว่าเงียบมากเหมือนกัน กระแสมันไม่มา อย่างนี้แปลว่ามันยังผิดที่ ผิด เวลาใหม่ หรือคิดอะไรผิดไปหรือเปล่า

พี่เคยคุยกับเจ้าของเทป ซึ่งเป็นผู้หลักผู้ใหญ่คลื่นหนึ่ง ให้โอเคเรื่องถูกที่ ถูกเวลาอย่าง น่าสนใจว่า ท่านทำเทป ตอนนั้นยังเป็นยุคเทปคาสเซ็ทนะครับ ทำเทปรวมเทศกาล จะมีปีใหม่ สงกรานต์ ลอยกระทง อะไรต่างๆอยู่ในม้วนเดียว ฟังดูอย่างนี้น่าจะเจ๋งนะ น่าจะขายดี ทุกคน ต้องมี แต่ปรากฏว่าขายไม่ได้ นิดเดียวเท่านั้นเองที่ผู้ใหญ่ท่านนี้เคยให้ฟัง คนที่จะซื้องานชิ้นนี้เนี่ย ซื้อไปเพื่อใช้งาน สมมติว่าสงกรานต์ ก็ไปเปิดตามงานหมู่บ้าน อย่างรำวงวันสงกรานต์หรืออะไร ก็แล้วแต่ที่เกี่ยวข้องกับวันสงกรานต์อะนะครับ แต่พอจบเพลงสงกรานต์ปั๊บเนี่ย มันกลายเป็นเพลงลอย กระทง มันต้องไปกรอกกลับ มันแค่เส้นผมบังภูเขานิดเดียวเท่านั้นเอง แต่ตอนทำเทปกลับนึกไม่ออก ก็อยากจะได้โยงให้ดูเป็นตัวอย่างว่าอย่างเฮส เรดิโอเนี่ย ตอนนีพี่ว่ากระแสเพลงเก่ามันกำลังกลับมา คอนเสิร์ตเออ เพลงคัฟเวอร์เออ คนให้ความสนใจกันเยอะ แล้วถ้ามีคลื่นวิทยุคลื่นที่เปิดตัวเพลง เก่า พี่ก็คิดว่ามันน่าจะได้รับการตอบรับที่ดี แล้วก็เป็นอย่างนั้นจริงๆครับ” (จักรกฤษ ศิลปชัย ,สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554)

3. ปัญหาด้านความคิดเห็นไม่ตรงกันของคนในองค์กร ประกอบกับต้องการจะย้าย จากการจัดรายการของคลื่นวิทยุชุมชนมาเป็นคลื่นวิทยุหลัก

ดังเช่นที่ได้กล่าวไปก่อนหน้านี้ว่า รายการเฮส เรดิโอในช่วงแรกนั้นอยู่ภายใต้คลื่นความถี่ FM 107.5 MHz ซึ่งเป็นคลื่นวิทยุชุมชน ออกอากาศครั้งแรกเมื่อเดือนกันยายน 2552 พร้อม สโลแกนว่า “คลื่นที่ไซ้ ของคนที่ชอบ” (เมื่อเปลี่ยนมาเป็น เฮส เรดิโอ เรโทร โปรแกรม FM 93.5 HD1 ได้เปลี่ยนสโลแกนใหม่แต่ใกล้เคียงกันเป็น “คลื่นที่ชอบ ของคนที่ไซ้” แต่เมื่อทำงานที่เฮส เรดิ

โอ FM 107.5 MHz ไปได้สักพักหนึ่ง ด้วยความที่องค์กรมีผู้คนหลากหลาย ทำให้ความคิดเริ่มไม่ เป็นไปในทางเดียวกัน จนนำมาซึ่งความโกลาหล สับสน ไม่ว่าจะป็นทั้งในส่วนขอแนวเพลง ช่วงปีพ.ศ.ของเพลง จนรวมไปถึงปัจจัยอื่นๆที่ตามมาภายหลัง คุณจักรกฤษได้ให้สัมภาษณ์ไว้ใน นิตยสารดิฉันไว้ว่า

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

เมื่อความคิดเริ่มหลากหลายขึ้น จึงตามมาซึ่งการเทคโอเวอร์หุ่นกัน เกิดเป็นปัญหาที่สะสม มากขึ้นเรื่อยๆ จนทำให้คุณจักรกฤษเป็นห่วงทั้งเรื่องเพื่อนที่ทำงานด้วยกัน และคำครหาจากสังคม ด้วยว่าเพิ่งกลับมาเพียงไม่นานก็เริ่มมีปัญหากันเองแล้ว

“ผมมองว่ามันไม่ไหวแล้ว ผมเชิญแต่ละคนมาทำงาน มั่นดีที่จะช่วยกันสร้างให้แข็งแรงขึ้น ไปอีก แต่มันเพิ่งเริ่มยืนเองอะ มันยังไม่แข็งแรง มันยังไม่เป็นรากแก้ว เป็นแค่รากฝอยที่มีแร่ธาตุมา เลี้ยงแล้วก็จริงแต่อย่าหลงตรงนั้น เราต้องใจเย็นกว่านี้นะ แต่เราเริ่มเห็นแล้วละว่าเรากำลังเริ่มปลูก อะไร แล้วดอกผลมันจะสวยแค่ไหน เราจะได้เห็นแน่ๆ แต่ยังไม่ใช่ตอนนี้ สปอนเซอร์ก็เริ่มโทรฯ เข้า มาแล้วด้วย แบรินต์ใหญ่ๆทั้งนั้น หลายๆเอเจนท์ที่อายุรุ่นสี่สิบอัพเขาน่ารักมาก เขาบอกว่า ไม่ อยากให้รายการหายไปอีก เพราะเขาเข้าไปช่วยไม่ทัน เขาเสียใจ เพราะฉะนั้นวันนี้เขาไม่อยากจะ เยสล้มสลาย อีกอย่างก็อยากจะเป็นคลื่นวิทยุหลักแล้ว ไม่อยากเป็นวิทยุชุมชน เพราะวิทยุชุมชนมี ข้อจำกัดหลายอย่างอยู่เหมือนกัน” (สมิต,2553 : 202-208)

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

นอกเหนือจากสปอนเซอร์หลักๆแล้ว ผู้ฟังบางส่วนที่มีกิจการของตัวเองพร้อมจะมาลงทุน ด้วย ได้พยายามยื่นมือเข้ามาช่วยให้เยส เรดิโอยังคงดำเนินต่อไปได้เช่นกัน เพียงแต่คุณ

จักรกฤษฏ์ปฏิเสธที่จะขอรับความช่วยเหลือนั้น โดยให้เหตุผลว่า

“ก่อนหน้านั้นคนฟังของเราก็อยากจะช่วย แต่ในที่สุดผมก็ตัดสินใจว่า อย่าเลย ยังไงก็เงินเขา และมันกลายเป็นเรื่องธุรกิจ วันนี้คุณรักรายการ คุณเป็นแฟนรายการดีแล้ว”

จนกระทั่งในที่สุดเอส เรดิโอก็ได้ย้ายมาทำงานที่คลื่นวิทยุแห่งใหม่ ความถี่ FM 93.5 HD1 ซึ่งการย้ายครั้งนี้ ทีมงานกว่าครึ่งจากที่เดิมก็ได้ร่วมย้ายมาพร้อมกับคุณจักรกฤษฏ์ด้วย โดยการดำเนินงานครั้งใหม่เป็นการร่วมงานกับบริษัท ฟาติมา บรอดคาสติ้ง อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งคุณจักรกฤษฏ์ให้เห็นผลในการตัดสินใจร่วมงานกับฟาติมาฯ พร้อมทั้งแสดงจุดยืนไว้ว่า

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

จะเห็นได้ว่าการทำงานกับทางบริษัทฟาติมา คุณจักรกฤษฏ์เป็นผู้มีส่วนสำคัญอย่างมาก ต่อรูปแบบความเป็นไปของรายการ อย่างไรก็ตามดีที่คุณจักรกฤษฏ์ไม่ได้ยึดเอาความคิดเห็นของตัวเอง แต่เพียงผู้เดียว แต่ได้ฟังความคิดเห็นจากทีมงานฝ่ายต่างๆด้วย ถือว่าเป็นการแลกเปลี่ยนความเห็นระหว่างกัน เพื่อให้เอส เรดิโอได้มีรูปแบบการนำเสนอที่จะถูกใจผู้ฟังมากที่สุด

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

ทั้งนี้คุณจักรกฤษฏ์ได้กล่าวถึงที่มาอันเนื่องมาจากมีพื้นที่สื่ออย่างรายการวิทยุหลายสถานีที่นำเสนอรายการที่เต็มไปด้วยความเคร่งเครียด จนอาจส่งผลด้านลบต่อผู้ฟังไว้ว่า

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

จากบทสัมภาษณ์ส่วนนี้ของคุณจักรกฤษ ถือได้ว่าคุณมีความสอดคล้องกับแนวคิดโยทยาอดีต ตามที่ Matsuda (1996 อ้างถึงใน พัฒนา กิติอาษา, 2546) ได้ตั้งข้อสังเกตไว้ว่า การโยทยาอดีตของมนุษย์เป็นพื้นที่ของความทรงจำ และเป็นสัญชาตญาณเกี่ยวกับทิศทาง เกิดจากความผันผวนวุ่นวายทางเศรษฐกิจการเมือง ซึ่งตรงกับเหตุการณ์ทางการเมืองที่มีความรุนแรงในเมืองไทยช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา หรือแม้แต่ในปัจจุบันก็ยังคงมีให้เห็นเหตุการณ์ความรุนแรงดังกล่าวได้บ้าง เป็นผลให้ผู้ฟังรู้สึกไม่มั่นคงกับชีวิตในปัจจุบัน และโยทยาอยากกลับไปสู่ชีวิตในอดีตอีกครั้ง แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของกระแสโยทยาอดีตที่เกิดกับตัวผู้ฟังอันเนื่องมาจากสังคมที่อาศัยอยู่ในทุกวันนี้

ด้วยเหตุนี้ คุณจักรกฤษ จึงเสนอให้มีพื้นที่สื่อของเพลงเก่าเกิดขึ้นในหน้าปัดวิทยุอีกครั้ง เพื่อเติมความสุขให้กับคนไทยได้บ้าง และนอกเหนือจากเพลงเก่าแล้ว นักจัดรายการที่เยส เรดิโอ ยังได้พูดคุยถึงเรื่องราวที่หวานชื่นชวนให้ผู้ฟังรู้สึกเป็นสุขเมื่อได้รับฟังรายการด้วย ด้านการนำเสนอที่เน้นในส่วนในเรื่องที่ดี ฟังแล้วเกิดความสบายใจเป็นหลัก ยังตรงตามที่แนวคิดโยทยาอดีตได้อธิบายไว้ว่า Baudrillard (1983 อ้างถึงใน สุวรรณา มาศ เหล็กงาม, 2552) การโยทยาอาลัยอดีตคืออาการโศกเศร้าที่จำเป็น เหมือนกับการที่พยายามจะทำให้สิ่งที่เราทำได้ทำลายไปก่อนหน้ากลับคืนมา ดังนั้น ความรู้สึกโยทยาอาลัยอดีตจึงเป็นความรู้สึกด้านบวก และผสมเข้ากับความงาม ความสุข และความสนุกสนานของอดีต

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

แม้แต่ในส่วนขององค์ประกอบทางด้านรูปแบบรายการเพลงทางวิทยุเองก็เช่นกัน คุณจักรกฤษยังได้สอดแทรกนำเอาแนวคิดโยทยาอดีตมาร่วมเข้าไว้เป็นส่วนหนึ่งด้วย ซึ่งหลักๆจะเห็นได้จากเพลงและนักจัดรายการวิทยุของเยส เรดิโอ คือ นอกจากแนวเพลง (ปีพ.ศ. 2512-2537) ซึ่งเป็นธีมหลักของรายการแล้ว ในส่วนของนักจัดรายการวิทยุ คุณจักรกฤษได้สังเกตเห็นถึงแนวคิดโยทยาอดีตและนำมาเป็นปัจจัยหนึ่งในการเชิญชวนเหล่านักจัดรายการวิทยุรุ่นเก่ามาร่วมงานกันใหม่ อีกครั้ง ตามที่ Kelly (1986) ได้ให้ความหมายของการโยทยาไว้ว่า โลกที่เราในฐานะปัจเจกบุคคล และสมาชิกของหน่วยทางสังคมวัฒนธรรมต่างก็เคยมีประสบการณ์ร่วมกันมาในอดีต 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 คุณจักรกฤษจึงได้ชักชวนพวกเพื่อนๆกลุ่มหนึ่ง จากรายการผิวปากตามเพลง สไมล์เรดิโอ ซึ่งตัวดีเจมีใหญ่คือชื่อ yes radio ซึ่งก็ได้รับการตอบรับกลับมา เช่น คุณอัศวพล ปิ่นสุวรรณ และคุณอภิเดช มหัตถพงศ์ โดยกระแสการตอบรับจากทั้งผู้ฟังและสื่อต่างๆหลังจากที่ออกอากาศรายการเอส เรดิโอไปแล้วอยู่ในขั้นที่ดีมาก

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

“ในโอเดียตอนเรา set up เอสเนี่ย เรา remind คนทุกเรื่องหมดเลยโงะ เพลงเราก็ remind ตัวดีเจเราก็ remind เราก็เชิญดีเจเก่าๆมาจัดรายการ แม้กระทั่งชื่อช่วง เราก็เลยมองว่าน่าจะมีชื่อช่วงเพื่อ remind คนให้เค้าจำได้ คือรายการที่เราเลือกมาทั้งหมดเนี่ย คือ หนึ่งในเราจัดด้วยกับเป็นรายการที่เคยประสบความสำเร็จแล้วทั้งนั้นในยุคสมัยที่ผ่านมา มีกรีดกรีด...ตามแผ่น , มี smile radio มีผิวปากตามเพลง รายการเหล่านี้คือรายการที่ประสบผลสำเร็จมาแล้วทั้งนั้นเลย” (จักรกฤษ ศิลปชัย, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554)

หรือแม้แต่ช่องทาง การรับฟังเอส เรดิโอทางอินเทอร์เน็ตอย่างหน้าโฮมเพจ ก็ได้นำเอาแนวคิดโหยหาอดีตมาใช้ในการออกแบบด้วยเช่นกัน คือ หน้าโฮมเพจของเอส เรดิโอจะมีลักษณะบ่งบอกถึงความเป็นเรโทร ทั้งสีสันทันดูจี๊ดจาง สัญลักษณ์รูปต่างไม่ว่าจะเป็นรูปแผ่นเสียงแบบไวเนลที่พบเห็นได้ยากในปัจจุบัน หรือรูปโทรศัพท์ที่เป็นแบบแป้นหมุน รวมถึงรูปวิทยุที่มีรูปทรงแบบในสมัยก่อน เหล่านี้ล้วนแต่แสดงให้เห็นว่าแนวคิดโหยหาอดีตมีอิทธิพลต่อรายการเอส เรดิโอ โดยครอบคลุมในหลายปัจจัยองค์ประกอบของรูปแบบรายการเพลง ทั้งนี้คุณจักรกฤษได้ร่วมแสดงความคิดเห็นว่า

“ตั้งใจให้หน้าโฮมเพจออกมาในลักษณะแนวนี้โงะ คือจริงๆตอนที่ทำเพจนี้ ตั้งใจให้ย้อนเรโทรจริง แต่อีกในช่วงเดือนหน้า จะมีการปรับปรุงเพจใหม่ ซึ่งอาจจะไม่เรโทรมาก จะกลางๆ แบบทั่วไป”

ปัจจัยด้านโหยหาอดีตได้เข้ามาเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของที่มาในรายการเอส เรดิโอ ทั้งจากข่าวที่พบเห็นว่ามีแต่ข่าวรุนแรง จึงอยากนำเสนอในเรื่องที่ดี ประกอบกับรักในอาชีพดีใจเป็นทุนเดิมอยู่แล้วจึงมาลงตัวที่สถานีวิทยุเพลงเรโทร หรือในส่วนของชื่อช่วงรายการของดีเจก็ใช้ชื่อเดิมของดีเจที่เคยจัดรายการแล้วประสบความสำเร็จมาก่อน หรือแม้แต่โฮมเพจของเว็บไซต์เอสเรดิโอก็ตั้งใจทำออกมาให้รู้สึกถึงวันวาน เหล่านี้ล้วนเป็นที่มาด้านโหยหาอดีตที่คุณจักรกฤษนำมาหลอมรวมเป็นรายการเอส เรดิโออย่างทุกวันนี้ ดังเช่นสโลแกนหนึ่งของรายการ “นี่ทุกเรื่องที่มีย้อนทุกเรื่องที่มี”

5. การให้ความสำคัญกับมิตรภาพระหว่างนักจัดรายการและผู้ฟัง จะเห็นได้จากที่คุณจักรกฤษได้นำเสนอความคิดนี้ผ่านทางจึงเกิดอันหนึ่งในรายการเอส เรดิโอ ดังประโยคที่ว่า “ความรู้สึกดีที่ซึ่มซาบ แต่มิตรภาพที่ยั่งยืน” โดยคุณจักรกฤษได้ให้สัมภาษณ์และย้ำถึงความสำคัญของมิตรภาพไว้บ่อยครั้ง ว่าสิ่งนี้จะเป็สิ่งที่ช่วยทำให้คนในสังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขได้ โดยเอส เรดิโอจะขอเป็นส่วนร่วมเล็กๆ ให้ผู้ฟังร่วมใส่ใจกับความหมายของคำว่ามิตรภาพกันมากขึ้น โดยการนำเสนอเรื่องราวดีดีผ่านทางรายการ รวมไปถึงการจัดกิจกรรมเพื่อสานสัมพันธ์ระหว่างทางรายการกับผู้ฟังด้วย

“ที่มองว่า คนในวัยที่เนี่ย ที่ผ่านมามีทั้งประสบความสำเร็จ มีทั้งล้มเหลว ล้มลุกคลุกคลานมามากมาย ซึ่งอาจมีทะเลาะกับผู้คน กับเพื่อน ด้วยวัยวุฒิ คุณวุฒิอะไรก็แล้วแต่ที่ผ่านมามาถึงวันนี้ รู้สึกว่าพอถึงเวลาหนึ่งเราโหยหาอดีต สอง เราโหยหาเพื่อนจังเลย สาม บางทีเราทบทวนไปถึงสิ่งที่เคยทำ มันรู้สึก เรื่องนี้เราไม่น่าทำเลย ไม่น่าทำแบบนั้นกับเค้าเลย เพราะงั้นวันนี้กลับมาทำงานด้วยกัน พื่ออยากให้รุ่นนี้มีมิตรภาพที่ยั่งยืนจริงๆ แล้วที่สำคัญสังคมที่ผ่านมามันยุ่งเหยิงมาก เพราะคนไม่มีมิตรภาพให้กันเลย คนยืนอยู่ในมุมของตัวเองทั้งนั้น เพราะงั้นถ้ามีมิตรภาพมันจะดี จะให้อภัยกันได้ มากกว่านั้นคือ วันนี้ยาเสพติดเยอะมาก วันนี้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับวัยรุ่น เยาวชนเยอะมากๆ ในสมัยที่เป็นวัยรุ่นสังคมยังไม่น่ากลัวหรือรุนแรงขนาดนี้ โลกตอนนั้นยังสวยงามกว่าตอนนี้

การที่บอกว่ามิตรภาพที่ยั่งยืนแปลว่า ลุง ป้า น้า อาของเอส เรดิโอ พี่เอง คนฟังเองเนี่ย ถ้าเราสนิทกัน เราจัดกันแบบมิตรภาพยั่งยืน ลูกหลานเรามีโอกาสมาเจอกัน เราจะช่วยกันดูแลลูกหลานเรา ทุกวันนี้ข้างบ้านกันยังแทบไม่รู้จักกันเลย เพราะงั้นนัยยะที่สำคัญของคำนี้มันยิ่งใหญ่กว่านั้นเยอะมาก พี่เคยแชร์โอเดียกับแฟนรายการหลายคน ว่าเฮ้ย เอาใหม่ปิดเทอมเนี่ย เราเอาลูกๆเรามาเจอกันใหม่ แทนที่จะพาลูกคุณไปห้าง ไปเรียนพิเศษ มาใหม่ แล้วเรากันเองนั่นแหละดูแลลูกเรา ผมอาจจะไปเชื่อมสถานที่สักสถานที่หนึ่ง เช่น หอศิลป์แห่งกรุงเทพฯ พื้นที่สำหรับพวกเรา แล้วเอาลูกเอาหลานเรามา เอ้าลูกๆอยากเป็นอะไร อยากเป็นตำรวจหรือ เรามีแฟนรายการเป็น

ตำรวจ อยากรับหมอบ อยากรับพยาบาล อยากรับดีเจ เรามีหมดเลย ลุงบ้านน้ำอามาตุแลกันเองสิ จะได้ไม่ต้องเสีย แถมได้เห็นลูกหลานเราอีก เราอยากทำอย่างนั้น” (จักรกฤษ ศิลปชัย, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554)

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

นอกจากนี้แล้ว คุณจักรกฤษยังได้กล่าวถึงแนวโน้มการพัฒนา รูปแบบรายการที่มีตัวคุณจักรกฤษเองและทีมงานร่วมกันสร้างสรรค์ขึ้นในอนาคตต่อไปด้วย ซึ่งได้ให้ความสำคัญกับส่วนนี้อย่างมาก เพราะรายการเยส เรดิโอ FM 93.5 HD1 เพิ่งเริ่มก่อตั้งได้ไม่นาน องค์ประกอบหลายๆ อย่างในรายการจึงอาจจะยังไม่คงที่ ยังไม่มีความหลากหลายมากนัก โดยแนวโน้มคือต้องมีความสอดคล้องกับแนวเพลงที่รายการได้ตั้งไว้อย่างแท้จริง พร้อมกันนั้นก็ให้ความรู้ถึงที่มาของเพลงด้วย รวมทั้งประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆ ของวันวานที่จะคุณผู้ฟังจะได้รับฟังผ่านทางเยส เรดิโอ FM 93.5 HD1 เป็นการตอกย้ำถึงแนวคิดโยหาคือดีที่ครอบคลุมหลายด้านมากยิ่งขึ้น โดยในต้นปีนี้ (2554) เยส เรดิโอมีแผนจะพัฒนารายการที่หลากหลายขึ้นไปอีก

“ผมว่าสื่อมันต้องมีการพัฒนา เยสเองก็เหมือนกัน จากคลื่นเดิมย้ายมาคลื่นใหม่ก็ถือว่าเป็นพัฒนาการขั้นที่สองแล้ว ต้นปีหน้าเราจะพัฒนาอีก เพราะเราวาง position ของเราเป็นเรโทร และเราต้องเป็นเรโทรตัวจริง เช่น คุณต้องมีเพลงครบสมบูรณ์แบบจริงๆ เสาะแสวงหาเพลงที่หายไป พวกวงโฟล์ก ที่ไม่ได้เป็นวงหัวหอก เราควรจะเสาะหาเพลงพวกนี้มาด้วย รวมถึงข้อมูลที่จะทำให้คนมีความสุข เรื่องราวเก่าๆ มีอะไรบ้าง สถานที่ บุคคล หนังสือ แม้เพลงเอง เช่น เจงกิสข่าน เราก็เสริมว่าที่มาที่ไปของเพลงนี้เป็นยังไง”

“ถ้าให้เปรียบว่าต้องเดิน 10 ก้าว เยสเพิ่งเดินไปก้าวเดียวเอง ถ้าในเชิง marketing แคว้น positioning ของ product เท่านั้นเอง อย่างอื่นยังไม่ได้ทำเลย จริงๆ promotion เอย อะไรเอยยังไม่ได้ทำเลยนะ แล้ว product เองก็ยังไม่ลงตัว packaging อาจต้องเติมอีกหน่อย สีฉล้นอะไรก็ไม่ต้องเพิ่มอีก พี่มองว่าวงจรชีวิตมันไม่สั้นหรอก ไม่สั้นแปลว่า พี่เชื่อมั่นว่า เยสจะอยู่ได้ไม่ต่ำกว่า 5 ปี อันนี้พูดถึงในเชิงโปรแกรมนะ ไม่ใช่หมายถึงในเชิงรายได้ เพราะถ้าในเชิงรายได้มันแข็งขึ้นมาจริงๆ ก็อาจจะไม่มีปัญหา” (จักรกฤษ ศิลปชัย, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2554)

จากปัจจัยต่างๆของที่มารายการเอส เรดิโอ ซึ่งหลักๆประกอบไปด้วย พื้นที่สื่อในปัจจุบัน ให้ความสำคัญกับคนวัย 40 ปีขึ้นไปน้อยมาก, ชาวที่นำเสนอในช่วงหลายปีมานี้เต็มไปด้วยความรุนแรง, ปัญหาความคิดไม่ตรงกับของคนในองค์กรเดิม, แนวคิดโหยหาอดีต รวมไปถึงการให้ความสำคัญของคำว่ามิตรภาพ ได้หลอมรวมกันจนเกิดเป็น เอส เรดิโอ เรโทร โปรแกรม FM 93.5 HD1 อย่างทุกวันนี้ขึ้นมา และผลตอบรับคุณจักรกฤษได้กล่าวไว้ว่าอยู่ในขั้นที่ดีมาก เพื่อเป็นการสำรวจจำนวนผู้ฟังที่ติดตามฟังเอส เรดิโอ และเพื่อยืนยันได้ว่ามีผู้ฟังเอสฯในจำนวนที่ไม่น้อย แม้ว่าจะเป็นสถานีวิทยุที่เปิดเพลงเก่าและกลุ่มคนฟังอาจไม่หลากหลายก็ตาม ทางรายการจึงได้ออกแบบโดย ให้ดีเจแต่ละคนได้เชิญชวนให้ผู้ฟังได้ร่วมลงทะเบียนชื่อตัวเองผ่านทาง sms โดยขั้นตอนคือ พิมพ์ yes ชื่อผู้ฟัง รหัสไปรษณีย์ แล้วส่งมาทาง sms จากนั้นระบบคอมพิวเตอร์ของทางรายการจะลงทะเบียนชื่อของผู้ฟังโดยอัตโนมัติ เพื่อเป็นการรวบรวมไว้ของผู้ฟัง นอกจากนั้นแล้วยังทราบได้ถึงที่อยู่ของผู้ฟังทางรหัสไปรษณีย์ได้ด้วย ซึ่งมีทั้งในกรุงเทพมหานครเป็นส่วนใหญ่ และต่างจังหวัดด้วย โดยที่ผู้ฟังจากต่างจังหวัดมักอยู่ในเขตปริมณฑล เช่น นนทบุรี อัญญา นครปฐม ปัจจุบันมีผู้ฟังร่วมลงทะเบียนรายชื่อมาที่รายการประมาณ 30,000 คน (สำรวจข้อมูลในเดือนมกราคม 2554)

อย่างไรก็ตามคุณจักรกฤษคาดหวังไว้ว่าในอนาคตเอส เรดิโอจะยังคงได้รับการตอบรับจากผู้ฟังเช่นนี้และมากขึ้นเรื่อยๆ รวมทั้งปรารถนาจะให้เอส เรดิโอเป็นช่องทางของสื่ออีกประเภทหนึ่งที่จะให้คนฟังมารวมตัวกัน เพื่อร่วมทำกิจกรรมที่ดีเพื่อสังคมด้วยกัน จนก่อเกิดเป็นมิตรภาพที่ยั่งยืนต่อไป