

สรุป อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

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

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

1. เพื่อศึกษาถึงที่มาและแนวคิดในการจัดตั้งรายการเยส เรดิโอ FM 93.5 HD1
1. เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการติดตามรับฟังรายการเยส เรดิโอในกลุ่มผู้ฟัง
2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการรับฟังเพลงเก่าจากรายการเยส 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 อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล 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 ศิลปินตัดตัดใจที่จะนำเสนอรายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่ทั้งเพลงไทยและเพลงสากล 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, แฟชั่นการแต่งการ สมัยก่อน หรือแม้แต่เพลงที่นำมาขับร้องใหม่ รวมไปถึงคอนเสิร์ตนักร้องรุ่นเก่าที่กลับมาเปิดการแสดงอีกครั้ง ทำให้คุณจักรกฤษ ศิลปินวัยเล็งเห็นว่าเพลงเก่าก็น่าจะกลับมาเป็นที่นิยมเช่นกัน

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

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าทางรายการจะไม่ได้ทำการประชาสัมพันธ์รายการเลย แต่เอสเรดิโอก็ได้รับจากตอบรับอย่างดีทั้งจากสื่อสิ่งพิมพ์อย่างนิตยสารและหนังสือพิมพ์, สื่อโทรทัศน์ ผนวกเข้ากับในปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารรวดเร็วไปมาก จนทำให้มีรูปแบบการติดต่อสื่อสาร ช่องทางการแพร่กระจายข่าวสารอันหลากหลายของสื่อ ICT ไม่ว่าจะเป็น facebook, twitter หรืออื่นๆ สิ่งเหล่านี้เองที่ช่วยประชาสัมพันธ์ให้เอสเรดิโอ จนเป็นผลให้กลุ่มดีเจต่างมีแฟนคลับทั้งหน้าเก่าและหน้าใหม่ต่างมีแฟนคลับเป็นของตนเองอย่างล้นหลาม ปัจจัยเหล่านี้ล้วนแสดงให้เห็นว่ากระแสเพลงเก่ากำลังกลับมาเป็นที่นิยมอีกครั้ง

1.3 ปัญหาความคิดไม่ตรงกันของคนในองค์กร และต้องการย้ายไปจัดในคลื่นวิทยุหลัก เมื่อครั้งยังทำงานภายใต้คลื่นความถี่ FM 107.5 MHz เอสเรดิโอยังเป็นเพียงวิทยุชุมชนเท่านั้น จึงทำให้ยังมีข้อจำกัดในการนำเสนออยู่หลายประการ ประกอบกับเมื่อเริ่มออกอากาศไปนานวันเข้า องค์กรที่ทำอยู่เดิมก็เริ่มมีผู้คนหลากหลาย ความคิดเห็นก็หลากหลายตามไปด้วย ทำให้ความเห็นไม่ตรงกัน ทั้งในส่วนของช่วงปีพ.ศ.ของเพลง ประเภทเพลง รวมไปถึงปัจจัยอื่นๆ คุณจักรกฤษพร้อมทั้งเพื่อนร่วมงานกลุ่มหนึ่งในคลื่นเดิมจึงตัดสินใจย้ายออกมา เพื่อร่วมงานกับนายทุนแห่งใหม่คือ บริษัทฟาดิมาฯ เหตุผลสำคัญประการหนึ่งเป็นเพราะมีความคิดเห็นตรงกันด้านประเภทของเพลงที่ต้องการจะนำเสนอ คือ ไม่จำกัดค่ายเพลง ทำให้เพลงที่เปิดในเอสเรดิโอมีความหลากหลาย ซึ่งนอกจากจะไม่จำกัดค่ายเพลงแล้ว ยังไม่จำกัดแนวเพลงด้วย

นอกจากนี้ทางด้านสปอนเซอร์ก็ยังคงให้การสนับสนุนรายการเช่นเดิมด้วย เนื่องจากสปอนเซอร์เหล่านี้มักเป็นสินค้าสำหรับคนรุ่นเก่า พื้นที่สื่อในการนำเสนอสินค้านับว่ายังมีอยู่น้อย

สปอนเซอร์เหล่านี้จึงต้องพยายามรักษาช่องทางสื่อเพื่อโปรโมทสินค้าตนเองไว้ด้วย กล่าวได้ว่าต่างฝ่ายต่างพึ่งพากันและกันระหว่างทางรายการเอส เรดิโอกับสปอนเซอร์ดังกล่าว

1.4 ความรู้สึกโยเยหาในในกลุ่มผู้ฟัง ดังเช่นจึงเกิดของรายการว่า “นี่ทุกเรื่องที่มี ย้อนทุกเรื่องที่ดี” แสดงให้เห็นว่าทางรายการให้ความสำคัญกับเรื่องราวในอดีต ประกอบกับหลายปีก่อนหน้านี้สังคมไทยต้องประสบกับปัญหามากมายทั้งเศรษฐกิจและการเมือง ทำให้ผู้ฟังต่างรู้สึกเครียด ตรงกับที่แนวคิดโยเยหาอดีต ตามที่ Matsuda (1996 อ้างถึงใน พัฒนา กิตติอาษา, 2546) ได้ตั้งข้อสังเกตไว้ว่า การโยเยหาอดีตของมนุษย์เป็นพื้นที่ของความทรงจำ 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 “ความรู้สึกดีๆที่ซึบซาบ แต่มิตรภาพที่ยั่งยืน” หรือการจัดกิจกรรมทั้งเพื่อสังคมและคอนเสิร์ตเพื่อให้ผู้ฟังได้มาพบปะสังสรรค์ รู้จักกันมากขึ้น อีกทั้งการสนทนาทาง chat room ก็เป็นสื่ออีกช่องทางหนึ่งที่ทำให้มิตรภาพระหว่างผู้ฟังกับผู้ฟังด้วยกัน และผู้ฟังกับดีเจแน่นแฟ้นขึ้นด้วย

นอกจากนี้แล้ว มิตรภาพในความหมายของคุณจักรกฤษ ยังให้ความสำคัญกับสถาบันครอบครัวด้วย โดยเฉพาะลูกๆหลานๆทั้งของผู้ฟังและนักจัดรายการเอง เพื่อให้ลูกๆหลานๆเหล่านี้มาทำกิจกรรมร่วมกัน กิจกรรมดังกล่าวนี้นอกจากจะเป็นการสานสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัวแล้ว ยังเป็นการสานมนุษยสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวตัวเองกับอีกครอบครัวผู้ฟังคนอื่น

ด้วย ซึ่งกิจกรรมการสานสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวนี้ถือได้ว่าตรงกับค่านิยมของผู้ฟังคนรุ่นเก่าอย่างมาก

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังของผู้ฟังทั้งสองกลุ่ม

ปัจจัยต่างๆในรายการเอส เรดิโอที่มีผลต่อการติดตามรับฟังรายการ ผู้วิจัยแบ่งเป็นทั้งหมด 8 ปัจจัยด้วยกัน ได้แก่ เพลง, นักจัดรายการ, ข่าว, เกม, กิจกรรม, การให้บริการสาธารณะ(สารคดี), โฆษณา และช่องทางการรับฟัง(วิทยุและอินเทอร์เน็ต)

สำหรับผลการวิจัย พบว่า ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆในรายการต่อการติดตามรับฟังโดยแบบแผนที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ ปัจจัยที่ทำให้ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มติดตามรับฟังเอส เรดิโอมากที่สุด ได้แก่ 2 ปัจจัยหลักอย่างเพลงและดีเจ ในขณะที่ปัจจัยรองลงมาคือ ช่องทางการรับฟังทางอินเทอร์เน็ต ส่วนข่าว, การให้บริการสาธารณะและโฆษณาจะมีผลต่อการติดตามรับฟังรายการน้อยที่สุด อย่างไรก็ตาม แม้ว่าผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม จะมีความคิดเห็นไปในทางที่คล้ายกัน แต่ยังคงมีปัจจัยที่สร้างความแตกต่างต่อการรับฟังระหว่างผู้ฟังคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ คือ ปัจจัยด้านเกมและกิจกรรม กล่าวคือ เกมและกิจกรรมจะดึงดูดความสนใจผู้ฟังคนรุ่นเก่าได้มากกว่า (6 ใน 25 คน) ในขณะที่สำหรับผู้ฟังคนรุ่นใหม่แล้ว ปัจจัยดังกล่าวมีผลน้อยมาก (2 ใน 15 คน)

ผู้วิจัย จะกล่าวให้เห็นภาพรวมของปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการรับฟังรายการของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม โดยที่จะเรียงตามลำดับของผู้ฟังคนรุ่นเก่าและผู้ฟังคนรุ่นใหม่ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังของผู้ฟังคนรุ่นเก่า เพลงเป็นปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อการรับฟังของผู้ฟังกลุ่มนี้ (15 คนจาก 25คน) โดยจะรับฟังเพลงได้แทบทุกประเภททุกแนว เนื่องจากคนกลุ่มนี้เติบโตมากับเพลงในยุคนี้ เรียกว่าฟังได้ร้องตามได้ ปัจจัยรองลงมาคือ ดีเจ (9 คนจาก 25 คน) ซึ่งผู้ฟังจะชอบดีเจคนรุ่นเก่าจัดมากกว่า ชอบวิธีจัดรายการแบบมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟัง หรือเล่าเรื่องราวต่างๆ รวมถึงที่มาของเพลงด้วย ถัดมาผู้ฟังคนรุ่นเก่าติดตามฟังเอส เรดิโอเพราะมีปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญอย่างช่องทางการรับฟังทางอินเทอร์เน็ต, เกมและกิจกรรม (6 คนจาก 25 คน) เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้ ช่วงทำให้ผู้ฟังคนรุ่นเก่าได้พูดคุย ร่วมสนทนา พบปะสังสรรค์ทั้งกับผู้ฟังชาวเอสด้วยกันและกับดีเจด้วย เพราะในส่วนของอินเทอร์เน็ตเองจะมี chat room ไว้ให้ผู้ฟังได้ร่วมสนทนากัน ด้านเกมและกิจกรรมก็ตรงกับความสนใจของคนรุ่นเก่า เนื่องจากคำถามมักเกี่ยวกับเพลงหรือสื่อในวัยของพวกเขา ทำให้เป็นแรงกระตุ้นให้ร่วมสนุกกับทางรายการ ทั้งนี้ผู้ฟังบางคนก็ไม่ได้ต้องการของรางวัลแต่เป็นการทดสอบความจำของตัวเองเกี่ยวกับสื่อต่างๆที่เคยรับฟังรับชมมา

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

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

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

อย่างไรก็ตามสำหรับผู้ฟังคนรุ่นใหม่แล้ว ยังมีปัจจัยนอกที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่มีผลต่อความชอบรับฟังเพลงเก่าคือ ครอบครัว ทั้งนี้ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ถึงถึงหนึ่งที่ครอบครัวนิยมเปิดเพลงเก่าให้ฟังตั้งแต่วัยเยาว์ แสดงให้เห็นว่า สิ่งแวดล้อมที่อาศัยอยู่ ซึ่งในที่นี้คือครอบครัวมีอิทธิพลต่อความชอบ การปลูกฝังในการรับฟังเพลงของผู้ฟังคนรุ่นใหม่จำนวนมาก หรืออาจกล่าวได้ว่า ผู้ฟังคนรุ่นเก่ามารับฟังเอส เรดิโอด้วยตนเอง ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่มารับฟังเอส เรดิโอทั้งด้วยตัวเองและครอบครัว

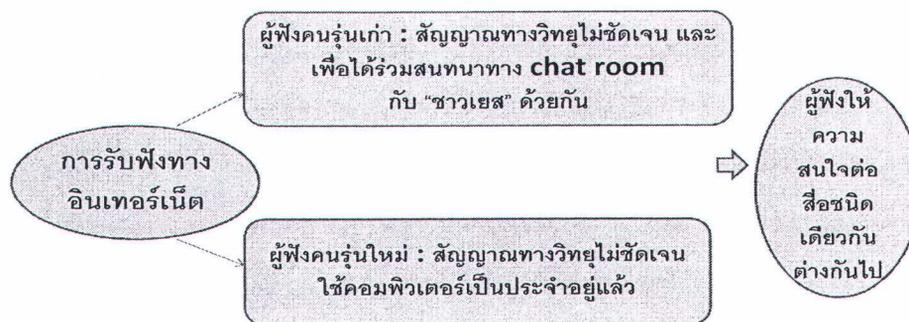
3. พฤติกรรมการรับฟังเพลง เติบโตของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม

จากผลวิจัย พบว่า โดยรวมแล้วผู้ฟังคนรุ่นเก่าให้การติดตามรับฟังเพลง เติบโตมานานกว่า และรับฟังเป็นระยะเวลาที่กว่าในแต่ละวัน ส่วนผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะเน้นการรับฟังเพลงในช่วงที่ตนเองชอบมากกว่า ไม่ได้รับฟังทุกช่วงรายการดังเช่นผู้ฟังคนรุ่นเก่า นอกจากนี้แล้วเรื่องเวลาก็มีผลต่อการรับฟังของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มด้วย กล่าวคือ เนื่องจากผู้ฟังคนรุ่นเก่าจะมีเวลาว่างมากกว่า เพราะผู้ฟังบางคนไม่ต้องทำงานแล้ว ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะมีเวลาในการรับฟังรายการน้อย เพราะต้องทำงานและบางส่วนก็อยู่ในวัยกำลังศึกษา ทำให้มีเวลาในการรับฟังเพลง เติบโตน้อยไปด้วย เหตุนี้เองจึงมีผลให้ผู้ฟังคนรุ่นเก่านิยมรับฟังทางวิทยุที่บ้านมากกว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่ที่นิยมรับฟังทางโทรศัพท์มือถือ อย่างไรก็ตามผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มนิยมรับฟังเพลง เติบโตทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด

พฤติกรรมที่เหมือนกันของผู้ฟังทั้งสองกลุ่ม

- รู้จักเพลง เติบโตด้วยวิธีการหมุนคลื่นมาเจอด้วยตัวเองมากที่สุด ซึ่งในความเหมือนกันยังคงมีความต่าง คือ ผู้ฟังคนรุ่นเก่าจะหมุนมาเจอด้วยตัวเอง ในขณะที่คนรุ่นใหม่ได้รู้จักโดยครอบครัวรับฟังอยู่ก่อนแล้ว ทำให้ตนรู้จักไปด้วย รองลงมาคือ มีคนแนะนำ สุดท้ายคือรู้จักจากสื่อ ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ ชูดาภา ปุณณะหิตานนท์ (2541) ที่พบว่า ผู้ฟังส่วนมากที่ฟังรายการเติบโต ในพริออบเบลิ้ม จะรู้จักรายการโดยหมุนคลื่นมาเจอโดยบังเอิญ คิดเป็น 43.92% เช่นเดียวกับกับผู้ฟังเพลง เติบโตส่วนมากที่รู้จักรายการโดยหมุนคลื่นมาเจอด้วยตนเอง มีจำนวน 19 คน จาก 40 คน ซึ่งเป็นจำนวนถึงเกือบครึ่งหนึ่ง รองลงมาผู้ฟังรู้จักเติบโต ในพริออบเบลิ้มโดยเพื่อนแนะนำให้ฟัง คิดเป็น 13 % ในขณะที่ผู้ฟังเพลง เติบโตที่รู้จักรายการโดยมีคนรู้จักแนะนำรองลงมาเช่นกัน มีจำนวน 12 คน จาก 40 คน แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมการรับฟังวิทยุของคนไทยนิยมหมุนฟังคลื่นอื่นๆ ไปเรื่อยๆ จนกระทั่งพบกับคลื่นที่ตนเองถูกใจ โดยมีปัจจัยสอดแทรกอย่างสื่อบุคคล (คนรู้จักแนะนำซึ่งมีทั้งเพื่อนๆและครอบครัว) เป็นปัจจัยสำคัญรองลงมาเช่นกัน

- นิยมรับฟังทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยสถานที่ที่รับฟังมากที่สุดคือบ้าน แม้ว่าผู้ฟังจะนิยมรับฟังทางอินเทอร์เน็ตเหมือนกัน แต่เหตุผลที่ทำให้เลือกรับฟังนั้นอาจต่างกันบ้าง กล่าวคือ ผู้ฟังคนรุ่นใหม่มีเหตุผลเนื่องจากแก้ปัญหาสัญญาณที่ไม่ชัดเจนทางวิทยุ และใช้คอมพิวเตอร์เป็นหลักอยู่แล้ว ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นเก่านอกจากจะเพื่อแก้ปัญหาสัญญาณไม่ชัดเจนแล้ว สิ่งที่ดึงดูดผู้ฟังกลุ่มนี้ก็คือโปรแกรมสนทนาในเว็บไชนั้นเอง (chat room) (ดูภาพที่ 5 ประกอบ)



ภาพที่ 5 : เปรียบเทียบสาเหตุการรับฟังทางอินเทอร์เน็ตของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม

- ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม ล้วนทำกิจกรรมอื่นควบคู่ไปด้วยขณะรับฟังเฮส เรดิโอ ซึ่งเป็นความพึงพอใจด้านความเพลิดเพลิน ช่วยให้ผ่อนคลายเหมือนกัน

พฤติกรรมที่ต่างกันของผู้ฟังทั้งสองกลุ่ม

พบว่า พฤติกรรมการรับฟังของผู้ฟังคนรุ่นเก่าจะเป็นไปในทางบวกกับรายการมากกว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่

- ผู้ฟังคนรุ่นเก่าล็อกคเคชั่นเฮส เรดิโอไว้เป็นคลื่นแรกมากกว่า มีถึง 17 คน จาก 25 คน ส่วนผู้ฟังคนรุ่นใหม่มีเพียง 3 คนจาก 15 คน ซึ่งพฤติกรรมนี้มีความสอดคล้องกับผู้ฟังคนรุ่นเก่าที่มักเรียกตัวเองว่าแฟนรายการ โดยเป็นทั้งแฟนรายการและแฟนคลับดีเจ นอกจากนี้คนกลุ่มนี้ยังนิยมร่วมกิจกรรมกับเฮส เรดิโออยู่บ่อยครั้งด้วย

- ผู้ฟังคนรุ่นเก่านิยมร่วมสนทนาทาง chat room มากกว่า มีถึง 14 คน จาก 25 คน ส่วนคนรุ่นใหม่มีเพียง 2 คนจาก 15 คน แม้ผู้ฟังที่สนทนาทาง chat room จะมีความสนใจร่วมกันคือเพลง นำผู้ฟัง "ชาวเฮส" มาให้รู้จักกัน แต่การสนทนายังไม่ได้จำกัดแค่เรื่องเพลงเท่านั้น หากแต่ยังรวมไปถึงเรื่องครอบครัว, สุขภาพ รวมถึงเชิญชวนกันไปเที่ยว ไปรับประทานอาหาร หรือทำกิจกรรมอื่น ๆ ร่วมกันด้วย

- ผู้ฟังคนรุ่นเก่าแนะนำเฮส 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)

จากตัวอย่างต่างๆด้านพฤติกรรมกรับฟังที่เป็นบวกของผู้ฟังคนรุ่นเก่ามากกว่าคนรุ่นใหม่ เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่า ผู้ฟังคนรุ่นเก่ามีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวมมากกว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่

4. เอส เรดิโอกับการหวนนึกถึงอดีตของกลุ่มผู้ฟัง

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

- การฉายซ้ำ โดยนำเพลงเก่าซึ่งเป็นส่วนหลักมาเปิดในรายการ รวมถึงดำเนินรายการโดยดีเจรุ่นเก่าที่เคยจัดรายการมาก่อน
- การผลิตซ้ำ (ของวงการเพลง) โดยนำเพลง cover มาเปิดในรายการ (ส่วนรองของรายการ)
- การจำลองประสบการณ์ในอดีตขึ้นมาใหม่ โดยการจัดกิจกรรมคอนเสิร์ตเพลงเรโทร ตกแต่งบรรยากาศให้ดูย้อนยุค เช่น คอนเสิร์ต retro dance party ที่จำลองบรรยากาศให้เหมือนยุควันวาน โดยการเปิดฟลอร์เต้นรำกัน

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

ปัจจัยต่างๆที่กล่าวมา อันมีผลให้ผู้ฟังทั้งสองกลุ่มได้หวนนึกถึงอดีต แต่การนึกถึงอดีตที่ว่านี้ จะมีลักษณะที่ต่างกัน คือ ผู้ฟังคนรุ่นเก่ามี 16 จาก 25 คน รับฟังเพลง 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 คนต่างเห็นว่าเพลงในปัจจุบันไม่ดีเท่าเพลงเก่า จะเห็นได้ว่า สัดส่วนของผู้ฟังคนรุ่นเก่านั้นมีมากกว่าสัดส่วนของผู้ฟังคนรุ่นใหม่ ซึ่งมีความสอดคล้องกับที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่นิยมรับฟังเพลงยอดนิยมวัยรุ่นไปด้วย แต่ผู้ฟังคนรุ่นเก่าจะนิยมฟังเพลงเก่าโดยเฉพาะ

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าเพลงและดีเจจะเป็นปัจจัยร่วมที่มีผลต่อการนึกถึงอดีตของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มเช่นกัน แต่สำหรับในรายละเอียดแล้วจะมีความแตกต่างกันไป กล่าวคือ เพลงที่มีผลต่อการนึกถึงอดีตของผู้ฟังคนรุ่นเก่ามากกว่าจะเป็นเพลงที่อยู่ในช่วงปีพ.ศ. ที่เก่ากว่า ส่วนผู้ฟังคนรุ่นใหม่ก็นึกถึงเพลงที่อยู่ในช่วงปีพ.ศ. ทั่วๆของเพลงในรายการเรดิโอ ด้านนักจัดรายการ ผู้ฟังคนรุ่นเก่ามักจะนึกตามเรื่องที่ดีเจเล่าเรื่องตามบ่อยครั้งกว่า และมองเห็นภาพได้แจ่มชัดกว่า ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะรู้จักเรื่องราวที่ดีเจเล่าเป็นเพียงบางเรื่อง ซึ่งมักเป็นเรื่องที่ตนเองเกิดขึ้น และมีประสบการณ์ร่วมมาก่อน นอกจากนี้เรื่องราวที่ดีเจเล่าหรือช่วงการเล่นเกม, กิจกรรมต่างๆของทางรายการยังทำให้ผู้ฟัง ซึ่งมักเป็นคนรุ่นเก่าได้นึกถึงสื่อบันเทิงประเภทอื่นๆไปด้วย เช่น ภาพยนตร์ ในช่วงของเกมตำนานหนังกลางดวงใจ

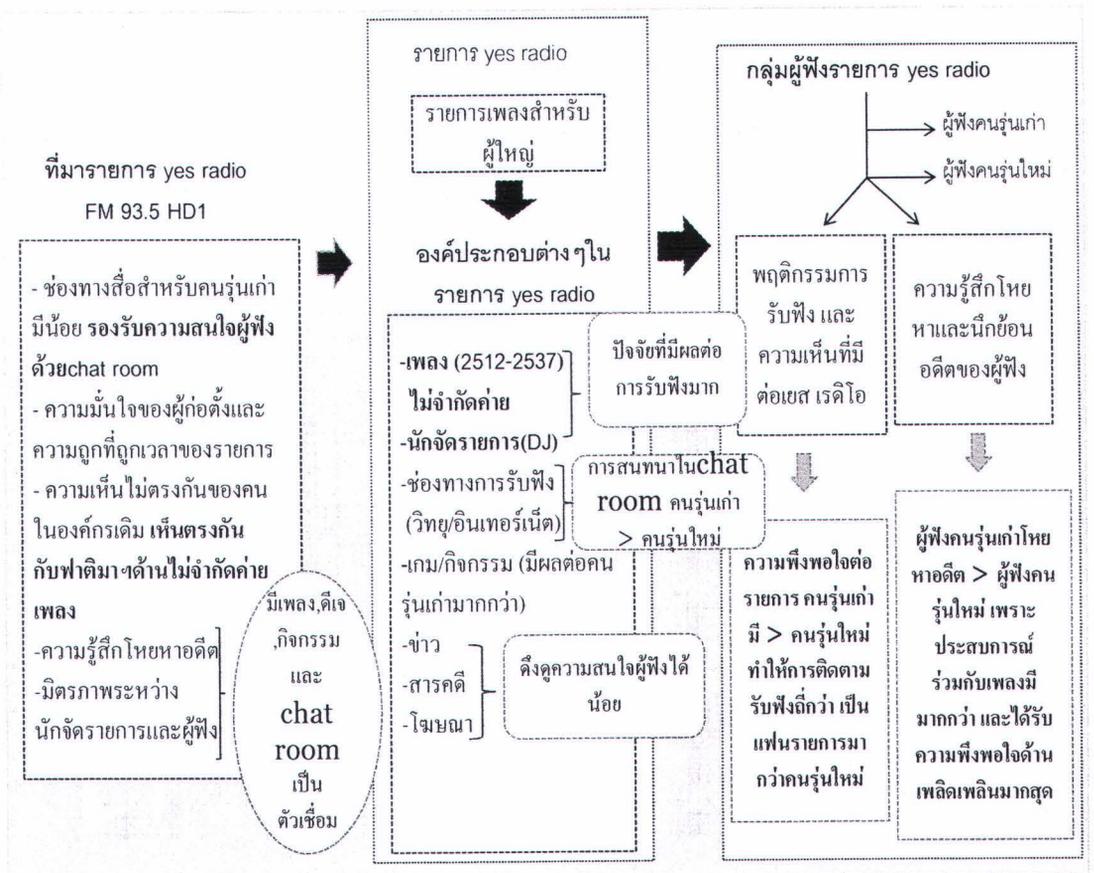
ด้านความพึงพอใจที่ผู้ฟังได้จากการรับฟังรายการ ผู้ฟังทั้งสองกลุ่มเน้นรับฟังเพื่อความเพลิดเพลิน ผ่อนคลายความเครียดเป็นหลักเช่นกัน แต่สิ่งที่ต่างกันคือ ผู้ฟังคนรุ่นเก่าพึงพอใจด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ได้รับจากรายการมากกว่า ทั้งจากการร่วมกิจกรรมที่ทางรายการเป็นผู้จัดและผู้ฟัง "ชาวเยส" ร่วมกันจัดขึ้น รวมทั้งการร่วมสนทนาทาง chat room เหล่านี้ล้วนทำให้ผู้ฟังได้รู้จักกัน ก่อเกิดเป็นมิตรภาพที่ดีระหว่างกันมากยิ่งขึ้น ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่มีความพึงพอใจด้านการแสดงออกถึงเอกลักษณ์ด้านปัจเจกบุคคลมากกว่า ด้วยรู้สึกว่าเพลงเก่าสื่อถึงความเป็นอนุรักษ์นิยม ความคลาสสิก และยังให้ความรู้สึกที่ตนเองต่างจากกลุ่มเพื่อนวัยเดียวกัน



อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่ามีประเด็นต่างๆที่น่าสนใจ ซึ่งสามารถอธิบายและอ้างอิงด้วยกรอบแนวคิดและทฤษฎีหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้มีผู้ทำไว้ก่อนหน้านี้แล้ว โดยผู้วิจัยจะขอเสนอแนวทางการอภิปรายผลตามลำดับของวัตถุประสงค์

ก่อนอื่น เพื่อให้มองเห็นภาพรวมของงานวิจัยชิ้นนี้ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจะนำกรอบแนวคิดที่เคยนำเสนอไว้ในบทที่ 3 มาเปรียบเทียบกับเห็นความแตกต่าง หลังจากที่ได้ทำการวิจัยแล้ว และจะสรุปโดยคร่าวๆ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 6 : สรุปกรอบแนวคิดหลังจากทำการวิจัย

จากกรอบแนวคิดข้างต้น กล่าวได้ว่า เพลงและนักจัดรายการเป็น 2 ปัจจัยร่วมสำคัญที่มีผลต่อการรับฟังของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มมากที่สุด ทั้งในด้านการติดตามรับฟังรายการคือ หากมีความพึงพอใจรายการมากก็จะติดตามรับฟังมาก ทั้งนี้จะเกิดในกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นเก่ามากกว่า นอกจากนี้ปัจจัยทั้งสองยังมีผลต่อการชวนนึกถึงอดีตของผู้ฟังทั้งคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่

ด้วย ซึ่งถือได้ว่ามีความสอดคล้องกับสิ่งที่ผู้ก่อตั้งรายการต้องการเน้นที่จะนำเสนอคือเพลงและนักจัดรายการเช่นกัน

อย่างไรก็ตามยังคงมีปัจจัยแทรกที่ทำให้เกิดความแตกต่างในการติดตามรับฟังระหว่างผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม ซึ่งผู้วิจัยจะขอกล่าวถึงรายละเอียดอื่นๆ โดยเรียงตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ที่มาของรายการเยส เรดิโอ FM 93.5 HD1

สำหรับส่วนของผู้ผลิตรายการ เนื่องด้วยเยส เรดิโอเป็นรายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่ ซึ่งถือว่างปัจจุบันตลาดการแข่งขันยังไม่สูงมาก คือ มีเพียงคลื่นกรีนเวฟเพียงคลื่นเดียว แต่กรีนเวฟจะเปิดเฉพาะเพลงจากแกรมมี่เท่านั้น คุณจักรกฤษจึงใช้ข้อจำกัดของกรีนเวฟมาเป็นจุดนำเสนอในเยส เรดิโอ กล่าวคือ เยส เรดิโอจะนำเสนอเพลงจากค่ายเพลงไม่จำกัด (ยกเว้นเพียงค่ายอาร์เอส) อีกทั้งแนวเพลงก็หลากหลายกว่ามีทั้งเพลงไทยและเพลงสากล ช่วงปีพ.ศ.ก็จะเก่ากว่า เพื่อนั้นกลุ่มผู้ฟังวัยผู้ใหญ่โดยเฉพาะ ในส่วนของผลวิจัยการเรื่องไม่สังกัดค่ายเพลงนี้เอง ต่างจากงานวิจัยของวุฒิธร มลินทจินดา (2545) ที่ศึกษาเรื่อง กระบวนการและปัจจัยในการจัดรายชื่อเพลงสำหรับสถานีเพลงทางวิทยุ คือในงานวิจัยของวุฒิธรพบว่า กระบวนการในการจัดรายชื่อเพลงของทุกรายการนั้นมีจุดประสงค์หลักเหมือนกันคือ การส่งเสริมและสนับสนุนค่ายเพลง ซึ่งคลื่นที่วุฒิธรศึกษานี้จะเปิดเพลงยอดนิยมวัยรุ่นเป็นหลัก ซึ่งเพลงวัยรุ่นในปัจจุบันมีมากจึงทำให้ทางคลื่นต้องเปิดเพลงประชาสัมพันธ์ค่ายตนเอง จะเห็นได้ว่าหากเจ้าของคลื่นมีธุรกิจค่ายเพลงด้วยก็ย่อมส่งเสริมเพลงจากค่ายตนเอง แต่สำหรับเยส เรดิโอ ที่ทำงานร่วมกับบริษัทฟาติมาไม่ได้เป็นเจ้าของค่ายเพลงใดๆจึงทำให้มีอิสระในการเปิดเพลงได้หลากหลาย

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

ซับซ้อน เพราะผู้ฟังกลุ่มนี้ความชำนาญด้านเทคโนโลยีอาจจะมีไม่มากนัก แต่สิ่งที่เน้นคือ chat room และ facebook เพื่อเป็นลิงค์ให้ผู้ฟังได้ติดต่อพูดคุยกันทั้งกับนักจัดรายการและกับผู้ฟังด้วยกัน จะเห็นได้ว่า คลื่นวิทยุต่างมีกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายหลักของตนเองที่ต่างกัน และการออกแบบเพื่อให้ตรงตามความสนใจของผู้ฟังก็เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะมีผลทำให้ผู้ฟังเกิดความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอของทางรายการ

ด้านการประชาสัมพันธ์รายการ แม่เยส เรดิโอจะไม่ได้ทำการประชาสัมพันธ์รายการด้วยตัวเองเลย แต่กลับได้รับเสียงตอบรับที่ดีจากผู้ฟัง และสื่อหลายประเภท ทั้งนี้เพราะนอกจากกระแสเรโทรที่กำลังเป็นที่นิยมในสังคมไทยแล้ว ตัวคุณจักรกฤษเอง หรือแม้แต่ นักจัดรายการคนอื่น ๆ หลายคน เช่น คุณชาย วงศาโรจน์, คุณอภิเดช มหิตพงศ์ ,คุณอัศวพล ปิ่นสุวรรณ ก็เคยเป็นที่เจมาก่อน ทำให้การกลับมาทำหน้าที่อีกครั้งบนหน้าปัดวิทยุอีกครั้งย่อมเป็นที่น่าสนใจของทั้งสื่อมวลชนและผู้ฟัง(คนรุ่นเก่า)ไม่น้อย นอกจากนี้แล้วทางรายการยังสร้างจุดขาย ด้วยการเชิญนักร้องศิลปินในวันวานมาร่วมจัดรายการด้วย อย่างคุณวัชระ ปานเอี่ยม,คุณบิลลี่ โอแกน ปรากฏว่าได้ผลตอบรับที่ดี โดยเฉพาะกับคนรุ่นใหม่ เนื่องจากผู้ฟังกลุ่มนี้จะรู้จักศิลปินมาบ้าง ผู้ฟังบางคนติดตามฟังรายการก็เพราะมีสิ่งดึงดูดคือ ดีเจนักร้อง

นอกจากนี้ทางรายการยังพยายามสร้างกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นใหม่ด้วยการเปิดเพลง cover แทบทุกช่วงในรายการ แม้จะไม่ใช่ว่าส่วนหลักก็ตาม และมีดีเจคนรุ่นใหม่อย่างแจ๊ค แฟนจีน และตะแฉ่ว บุชชามาดำเนินรายการด้วย ทั้งนี้เพื่อจะได้สร้างฐานกลุ่มผู้ฟังรองรับรายการได้มากขึ้น

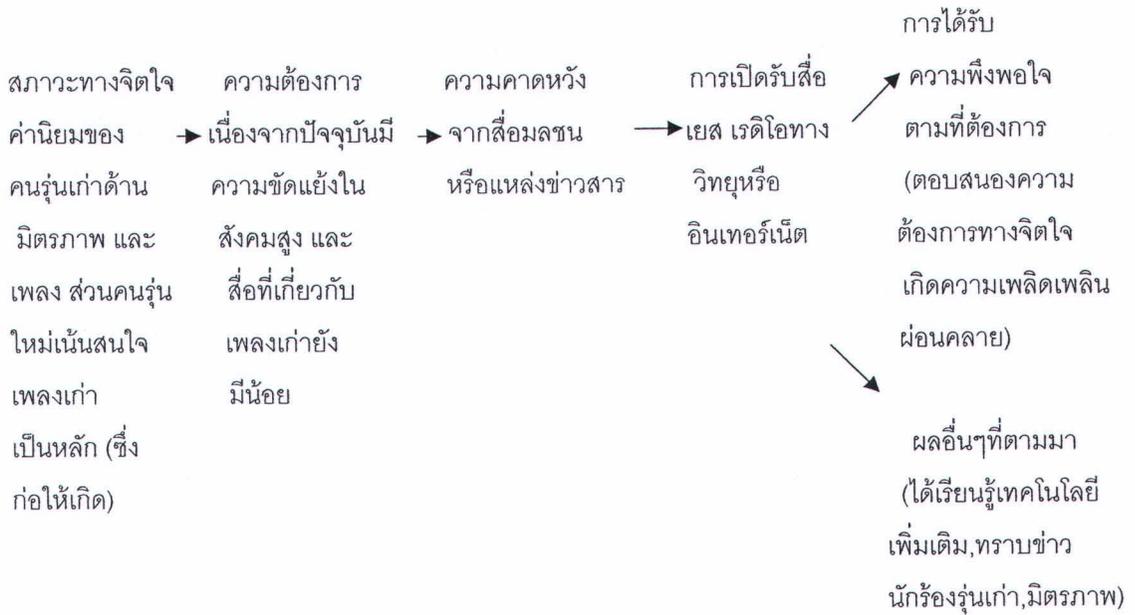
จุดเด่นของรายการอีกอย่างคือ ดีเจจะพูดถึงข้อมูลที่น่าสนใจของเพลงด้วย เพราะเล็งเห็นว่าการจะถึงอารมณ์เพลงที่แท้จริงได้ ไม่ใช่แค่ความไพเราะเท่านั้น แต่ควรถึงทราบรายละเอียดที่มาของเพลงเหล่านี้ด้วย เพื่อให้เกิดความซาบซึ้งกับบทเพลงในขณะที่รับฟัง โดยเฉพาะในผู้ฟังคนรุ่นใหม่ ยังขาดซึ่งสิ่งเหล่านี้ เยส เรดิโอจึงได้นิมนต์ให้ผู้ฟังให้มองเห็นคุณค่าของเพลงเก่ามากขึ้น ในส่วนนี้ความสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรารัตน์ ชัยสุข (2545) ที่พบว่า การนำเสนอรายการดนตรีคลาสสิกทางวิทยุนอกจากจะเปิดเพลงคลาสสิกแล้ว ผู้ดำเนินรายการยังต้องแสดงบทบาทในฐานะผู้มีความรู้และซาบซึ้งในบทเพลงด้วย เนื่องจากเพลงในรายการเป็นเพลงเฉพาะ ที่หาฟังได้ยากเหมือนกันไม่ว่าจะเป็นเพลงเก่าหรือเพลงคลาสสิก ผู้ฟัง โดยเฉพาะผู้ฟังรุ่นใหม่จึงอาจต้องการข้อมูลเสริมในการรับฟังเพิ่มเติม นักจัดรายการจึงนำเสนอโดยกล่าวถึงที่มาของเพลงด้วย เนื่องจากในปัจจุบันสื่อที่นำเสนอเกี่ยวกับเพลงเก่ามีน้อย อีกทั้งมักไม่ได้ให้ข้อมูลที่มาของเพลงมากนัก จะเน้นการเปิดเพลงเป็นส่วนใหญ่ แต่เยส เรดิโอเป็นสื่ออีกช่องทางหนึ่งในจำนวนน้อยที่เห็นถึงความสำคัญที่มาและข้อมูลของเพลงเก่าเหล่านี้

ด้านกิจกรรม เนื่องจากเอส เรดิโอยังนับว่าเป็นรายการใหม่สำหรับวงการวิทยุ จึงทำให้รายการต้องจัดกิจกรรมขึ้นทั้งเพื่อสังคมและคอนเสิร์ตเพลงเรโทร เพื่อโปรโมทรายการและเพื่อเป็นตัวเชื่อมการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ฟังกับทางรายการด้วย ในส่วนนี้ตรงกับงานวิจัยของ อรญา หาญพัฒน์นันท (2550) ที่พบว่า ในแวดวงวิทยุนอกจากแพต เรดิโอจะถือเป็น niche market (คือ เป็นเพลงทางเลือกประเภทหนึ่งที่ไม่ใช่กระแสหลัก) เหมือนเอส เรดิโอแล้ว ทางรายการยังเน้นการจัดกิจกรรมเพื่อสื่อสัมพันธ์กับผู้ฟังเหมือนกันด้วย เนื่องจากผู้ฟังรายการเป็นผู้ฟังเฉพาะกลุ่ม ที่เน้นวัยรุ่น นักเรียนนักศึกษาผู้ที่ไม่ได้ฟังเพลงตลาดทั่วไป จึงเลือกนำกิจกรรมมาเป็นตัวเชื่อมโยงปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ฟังกับทางรายการ และผลคือได้รับการตอบรับอย่างดี จนกลายเป็นวัฒนธรรมในกลุ่มผู้ฟัง กระทั่งเกิดเป็นความจงรักภักดีต่อรายการ

นอกจากนี้เอส เรดิโอยังนำเสนอสื่อที่น่าสนใจในสมัยก่อนตามคอนเซ็ปต์ความเป็นเรโทรของรายการในช่วงตำนานหนึ่งกลางใจ เช่นเดียวกับแพต เรดิโอที่นำเสนอวัฒนธรรมร่วมสมัยที่น่าสนใจ อย่างสื่อภาพยนตร์, แฟชั่น ผ่านทางกิจกรรมในรายการด้วย จะเห็นได้ว่า กิจกรรมทั้งในรายการและนอกสถานที่ ก็นับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้วิทยุรายการดูน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังเปรียบเสมือนสังคมหนึ่งในการมารวมตัวกันของผู้ฟังที่ชอบในสิ่งเดียวกัน และยังได้รับการสนับสนุนจากผู้ฟังให้ทางรายการคงอยู่ต่อไปด้วย

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังของผู้ฟังทั้งสองกลุ่ม

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



ภาพที่ 7 : แผนผังรูปแบบจำลองแนวคิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังในรายการเยส เรดิโ FM 93.5 HD1

ผู้วิจัยจะขอกล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังเยส เรดิโของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มเพื่อให้เห็นถึงความคิดเห็นที่แตกต่างของผู้ฟัง ดังต่อไปนี้

ผู้ฟังคนรุ่นเก่า : ผู้ฟังกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆ ในรายการมากกว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่ แม้ว่าเพลงและดีเจจะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการติดตามรับฟัง เนื่องจากผู้ฟังคนรุ่นเก่าต่างคุ้นเคยกับทั้งเพลงและดีเจ เนื่องจากเติบโตมากับสิ่งเหล่านี้ จึงให้ความรู้สึกว่ายเอส เรดิโเป็นสื่อเป็นรายการเพลงของพวกเขาจริงๆ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยสำคัญอย่างการรับฟังทางอินเทอร์เน็ตและการร่วมเล่นเกม กิจกรรมกับทางรายการเป็นสิ่งดึงดูดด้วย ด้านการรับฟังทางอินเทอร์เน็ต ผู้ฟังคนรุ่นเก่าได้พิสูจน์ให้เห็นแล้วว่า พวกเขาเองก็มีความต้องการที่จะใช้สื่อประเภทนี้ไม่ต่างจากคนรุ่นใหม่เลย เพียงแต่สื่อในปัจจุบันอาจจะยังไม่ตอบสนองความต้องการพวกเขาได้เต็มที่ แต่อย่างน้อยก็มีเยส เรดิโเป็นผู้เบิกทางได้สำเร็จ และอาจจะเป็นแนวทางให้สื่อประเภทอื่นๆได้ นำเสนอสิ่งที่น่าสนใจต่อผู้ฟังกลุ่มนี้ทางอินเทอร์เน็ตมากยิ่งขึ้น

ก่อนหน้านี้อาจมีสื่อหลายประเภทที่มองข้ามความสำคัญของคนกลุ่มนี้ไป แต่ความจริงแล้วผู้ฟังคนรุ่นเก่าต่างก็มีปัญหาที่ต้องเผชิญไม่ต่างจากวัยรุ่นหรืออาจจะมากกว่าด้วยซ้ำ เพราะคนกลุ่มนี้ต้องพบเจอกับทั้งปัญหาครอบครัวรวมถึงปัญหาส่วนตัวด้วย ในขณะที่วัยรุ่นเอง ปัญหาครอบครัวหลายคนยังไม่ต้องเผชิญในจุดนี้ นอกจากนี้แล้วการได้พูดคุยกับคนกลุ่มวัยเดียวกัน ยังทำให้คนรุ่นเก่าด้วยกันรู้สึกว่ามันไม่เขยด้วยเพราะเป็นการพูดคุยในอดีตที่มีความสนใจร่วมกัน

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

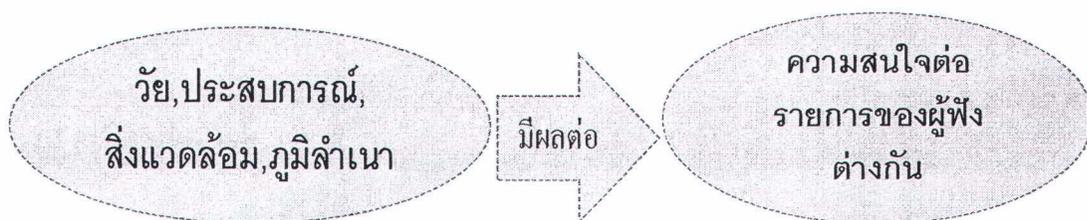
เช่นเดียวกันกับเกมและกิจกรรมในรายการที่เสมือนว่าสร้างมาเพื่อคนรุ่นเก่าโดยเฉพาะ ไม่ว่าจะเป็นคำถามด้านเกมหรือสื่อประเภทอื่นที่อยู่ในช่วงปีพ.ศ.ที่คนรุ่นเก่าต่างผ่านตามาก่อน ทำให้การร่วมเกม กิจกรรมต่างๆจะมีผู้ฟังคนรุ่นเก่าเข้าร่วมเป็นหลัก ทั้งนี้อาจจะขัดกับความเข้าใจของหลายคนที่มีมองว่า กลุ่มคนวัย 40 ขึ้นไป ไม่น่าจะร่วมเล่นเกมหรือกิจกรรมแล้ว แต่เอส เรดิโอก็พิสูจน์ให้เห็นว่าหากเป็นสื่อที่อยู่ในยุคหรือความสนใจของผู้ฟังเอง 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 ข่าวกการให้บริการสาธารณะ และโฆษณา โดยพวกเขามองว่าปัจจัยเหล่านี้มาแยงเวลาการนำเสนอเพลงไป จริงๆแล้วไม่ใช่ว่าคนกลุ่มนี้จะไม่นิยมรับฟังข่าว เพียงแต่พวกเขาสามารถที่จะรับฟังข่าวจากสื่อช่องทางอื่นๆได้ ในขณะที่เพลงเก่าที่นำเสนอทางวิทยุกลับมีอยู่น้อย จึงอยากรับฟังเพลงซึ่งเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจได้มากที่สุดให้มากขึ้น

ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ : สำหรับผู้ฟังคนรุ่นใหม่ แม้ว่าเพลงและดีเจจะเป็นปัจจัยสำคัญให้ติดตามฟัง แต่จะมีข้อเสนอนี้มากกว่าคนรุ่นเก่า กล่าวคือ คนรุ่นใหม่อยากจะให้เพิ่มขยายช่วงปีพ.ศ.ของเพลงในรายการให้มากกว่านี้ เนื่องจากเป็นช่วงปีพ.ศ.ที่ตนเองคุ้นชินมากกว่า นอกจากนี้ยังพบว่า แม้คนรุ่นใหม่จะชอบดีเจที่เยส เรดิโอ แต่กลุ่มดีเจที่ชอบจะเน้นเฉพาะบางคนเท่านั้น โดยเฉพาะดีเจที่อยู่ในวัยใกล้เคียงกัน เช่น ดีเจแจ๊คจิ้ง,ขวัญจิ้ง,ดีเจตะแฉ้ว รวมถึงดีเจที่เป็นนักร้องศิลปิน คือ คุณวัชรระ ปานเอี่ยม และคุณบิลลี่ โอแกน โดยเฉพาะคุณวัชรระ ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ต่างพากันชื่นชอบรูปแบบการจัดรายการที่เล่นกีตาร์สตูดิโอออกอากาศด้วย 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 ก็อาจจะทำให้รู้สึกว่พื้นที่ตรงกันไม่ใช่พื้นที่ของตน ความสนุกสนานก็จะถูกกลืนหายไป ด้วยเหตุที่ว่มนุษย์เป็นสัตว์สังคม 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

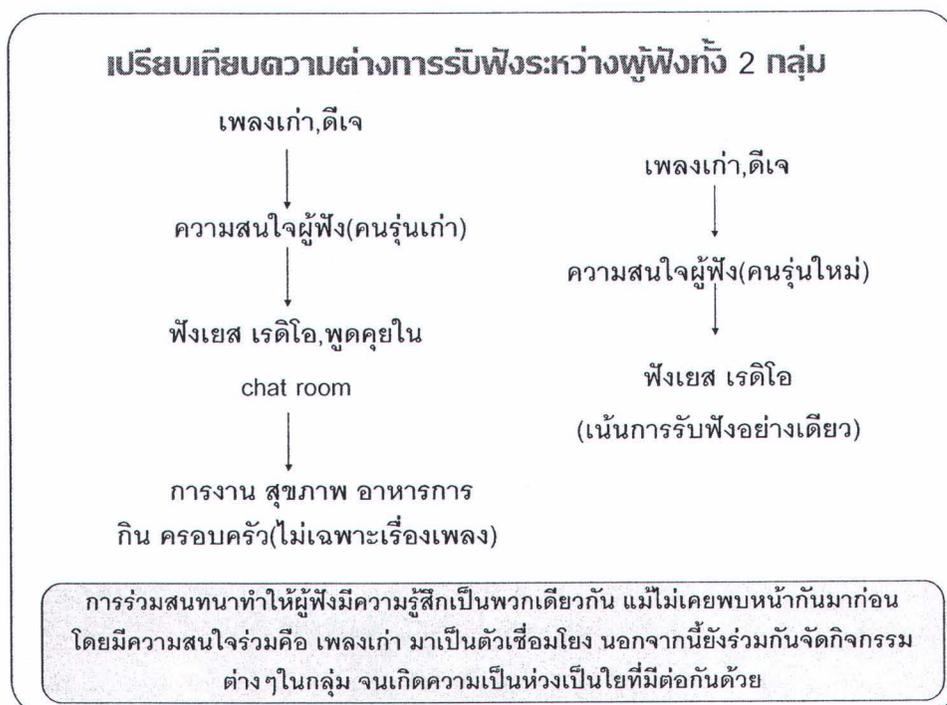
สืบเนื่องจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่าองค์ประกอบต่างๆในรายการ โดยรวมแล้วกล่าวได้ว่า ตอบสนองความต้องการของผู้ฟังคนรุ่นเก่ามากกว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่ หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ผู้ฟังคนรุ่นเก่ามีความพึงพอใจต่อรายการมากกว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่ จึงทำให้ผู้ฟังคนรุ่นเก่ารับฟังรายการดีกว่าและบ่อยกว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่ ทั้งนี้ก็เพราะเฮส เรดิโอเป็นสื่อสำหรับผู้ฟังคนรุ่นเก่าจริงๆ อาจกล่าวได้ว่าครบวงจรทั้งสื่อบันเทิงที่ตนเองชื่นชอบไม่ว่าจะเป็นเพลง รวมทั้งช่วงตำนานหนังกลางดวงใจ อีกทั้งยังเป็นสื่อกลางให้คนวัยผู้ใหญ่ได้มารวมตัวกันเพื่อสนทนาทางสังคมออนไลน์ ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะเน้นเพียงการรับฟังเพลงเป็นหลัก กิจกรรมหรือปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟังคนอื่นยังมีน้อย

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

เพลงเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงเรื่องส่วนตัว ปรีกษาปัญหาหาระหว่างกัน เป็นความผูกพันเหมือนคนในครอบครัวเดียวกัน

เยส เรดิโอสำหรับผู้ฟังคนรุ่นใหม่ : มองเยส เรดิโอว่าเป็นเพียงคลื่นวิทยุรายการหนึ่งเท่านั้น โดยไม่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟัง “ชาวเยส” คนอื่นๆ

แสดงให้เห็นว่า รายการวิทยุเดียวกัน แต่มีผลต่อความรู้สึกของผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มต่างกันไป คนรุ่นเก๋ารู้สึกว่าตนเองเป็นแฟนรายการมากกว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่ ดังจะเห็นได้จากภาพที่ ด้านล่างนี้



ภาพที่ 8 : แสดงการเปรียบเทียบความต่างการรูปแบบรับฟังระหว่างผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่ม

จากความพึงพอใจรายการที่แสดงออกผ่านทางรูปแบบพฤติกรรมกรรับฟังนั้น ยังสังเกตได้จากการแนะนำรายการไปยังผู้ฟังคนรู้จักคนอื่นๆด้วย กล่าวคือ ผู้ฟังคนรุ่นเก๋จะแนะนำเยส เรดิโอให้กับผู้ฟังคนอื่นในสัดส่วนที่มากกว่า มีถึง 22 คน จาก 25 คน สำหรับผู้ฟัง 3 คนที่เหลือนั้น มักไม่ค่อยได้พบปะกับคนรู้จักอื่นๆนัก อีกทั้งยังไม่ได้ร่วมกิจกรรมกับทางรายการด้วย อย่างไรก็ตามผู้ฟังกลุ่มนี้ชื่นชอบเยส เรดิโอ และกล่าวว่าหากมีโอกาสก็คงแนะนำให้กับคนรู้จักได้รับฟังบ้าง ส่วนผู้ฟังคนรุ่นใหม่ มีผู้แนะนำเยส เรดิโอให้กับคนอื่นๆ เป็นจำนวน 7 คนจาก 15 คน คนกลุ่มนี้มีทั้งฟังพอใจเยส ถึงกับขนาดอยากบอกต่อ, ฟังพอใจแต่ไม่มีกลุ่มคนรู้จักที่ฟังเพลงประเภทเดียวกันนี้ 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 ผู้ฟังเบงคอก เรดิโอส่วนใหญ่จะเปลี่ยนคลื่นมากกว่าฟังรายการเดียวตลอดเวลา ที่ต้องการความหลากหลายในการรับฟังสัญญาณไม่ชัดเจน รวมถึงรายการอื่น ๆ มีกิจกรรมที่น่าสนใจกว่า อย่างไรก็ตามเหตุผลที่ทำให้รับฟังรายการตลอดเวลา ก็มีทั้งติดดีเจ และความสัมพันธ์ที่มีต่อรายการ คือมีความเป็นกันเอง เหมือนเป็นครอบครัวเดียวกัน(กรณีนี้ของเอส เรดิโอมักเกิดกับผู้ฟังคนรุ่นเก่า)

ด้านพฤติกรรมมารับฟังของผู้ฟังผ่านทางช่องทางสื่อของผู้ฟังก็มีความแตกต่างกัน

ผู้ฟังคนรุ่นเก่า : มีช่วงเวลาว่างมากกว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่ ที่มักจะทำงานนอกบ้านหรือกำลังศึกษา ทำให้เวลาว่างน้อยตามไปด้วย ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่บางส่วนไม่ต้องทำงานแล้ว จึงสามารถรับฟังเอส เรดิโอได้จากที่บ้าน และสิ่งที่น่าสนใจคือ ผู้ฟังคนรุ่นเก่ายังคงเลือกใช้สื่อตามฟังก์ชันการใช้งาน 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 “คนยอมเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด และได้ประโยชน์ตอบแทนมากที่สุด” ดังเช่นคนรุ่นเก่าเลือกรับฟังเอส เรดิโอจากวิทยุเนื่องจากคุ้นชินกับการใช้สื่อประเภทนี้ ไม่ต้องพยายามขวนขวายที่จะเรียนรู้รับฟังจากสื่อประเภทอื่น เป็นต้น

โดยรวมแล้ว กล่าวได้ว่าผู้ฟังคนรุ่นเก่าจะมีพฤติกรรมการรับฟังที่คล้ายคลึงกันในกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นเก่าด้วยกัน ในขณะที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ก็จะมีพฤติกรรมการรับฟังที่คล้ายคลึงกันในกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นใหม่ ซึ่งตรงกับแนวคิดพฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อมวลชน ตามที่บอลล-โรคิช และเดอร์เฟอร์ (1976) กล่าวไว้ว่า เพศ,อายุ,สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยบุคคลในสังคมที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน (ผู้ฟังคนรุ่นเก่า,ผู้ฟังคนรุ่นใหม่)จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสาร และปฏิกิริยาตอบสนองต่อการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนคล้ายๆกัน”

อย่างไรก็ตาม ในกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นใหม่อาจมีความแตกต่างด้านความคิดเห็นต่อเพลงเก่าในกลุ่มคนวัยเดียวกันบ้าง กล่าวคือ ผู้ฟังที่ครอบครัวยินยอมฟังเพลงเก่า มีคุณพ่อคุณแม่เปิดเพลงเก่าให้ฟังตั้งแต่เด็ก จะรู้สึกซึมซับ มีใจรัก และผูกพันกับบทเพลงเหล่านี้มากกว่าผู้ฟังที่เพิ่งได้รับฟังด้วยตนเอง โดยรู้จักชื่อเพลง นักร้องต่างๆมากกว่าผู้ฟังที่รู้จักด้วยตนเองที่มักฟังเพียงผ่านๆ รู้สึกชอบแต่ไม่ได้ซาบซึ้งไปกับบทเพลง หรือผู้ฟังคนรุ่นใหม่บางคนรับฟังเพลงเก่าเพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้กับตนเอง

ผู้วิจัยคิดว่าครอบครัวเป็นตัวแปรสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ผู้ฟังคนรุ่นใหม่เมื่อรับฟังเพลงเก่าแล้วรู้สึกได้ว่าสิ่งที่ได้จากเพลงไม่ใช่แค่ความไพเราะ แต่ยังรวมถึงความผูกพันกับสมาชิกในครอบครัว มีกิจกรรมทำร่วมกันคือฟังเพลงเก่า เป็นความทรงจำให้นึกถึง รู้สึกซาบซึ้ง มองเห็นคุณค่าของบทเพลงเก่าเหล่านี้ (music appreciate) เนื่องจากครอบครัวมักจะทำถึงที่มาของบทเพลง ให้ผู้ฟังรู้สึกประทับใจไปกับวันวานของคุณพ่อคุณแม่ด้วย นอกจากนี้แม้แต่ผู้ฟังคนรุ่นเก่าเองที่อายุอยู่ในช่วง 30-40 ปี ก็มีความรู้สึกชื่นชอบเพลงในยุคของคุณพ่อคุณแม่ที่อายุ 60 ปีขึ้นไปเช่นกัน พบว่า เมื่อผู้ฟังกลุ่มนี้ฟังเพลงฟังเพลงลูกกรุง ก็จะทำให้นึกถึงคุณพ่อคุณแม่ไปด้วย แสดงให้เห็นว่าเพลงเป็นตัวเชื่อมความรู้สึกระหว่างคนสองรุ่นให้ชื่นชอบในสิ่งเดียวกันได้

ผู้วิจัยคาดว่า อาจจะช่วยเหตุนี้ที่คุณจักรกฤษมองเห็นความสำคัญของสถาบันครอบครัว ในการเป็นผู้เผยแพร่สืบทอดบทเพลงของยุคตนเองให้กับลูกหลาน จึงได้จัดกิจกรรมร่วมกันระหว่าง ทางรายการและผู้ฟัง โดยเชิญชวนให้ผู้ฟังได้นำลูกหลานมาร่วมกิจกรรมด้วย ซึ่งในงานก็จะมีเพลง เก่าเปิดคลอให้ฟังอยู่ตลอด เพื่อให้เด็กรุ่นใหม่ได้ซึมซับบทเพลงไปพร้อมๆกับกิจกรรมที่สร้างความ สนุกสนานภายในครอบครัว และหวังให้เด็กๆเหล่านี้คุ้นชิน จนเกิดเป็นความรู้สึกชอบเพลงเก่าบ้าง พร้อมกันนี้ทางรายการยังมีแนวคิดให้การดำเนินรายการของดีเจแต่ละคน ได้พูดถึงที่มาของเพลง ทั้งในส่วนเนื้อหาของ เนื้อหา จังหวะของเพลง ประวัตินักร้อง หรืออาจพูดถึงเพลงอื่นๆในอัลบั้มนั้นๆด้วย ทั้งนี้เพื่อให้รายละเอียดแก่ผู้ฟัง โดยเฉพาะผู้ฟังคนรุ่นใหม่ที่ยังไม่ทราบความเป็นมาของบท เพลงในวันวาน การรับรู้ถึงประวัติที่มาเหล่านี้จะช่วยสร้างความสนใจให้แก่ผู้ฟังได้มากขึ้น เพราะ เพลงเก่านอกจากจะมีความงดงามที่ซ่อนอยู่ในตัวเองแล้ว ยังสะท้อนแนวคิดหลากหลายมุมมอง ของคนในสมัยก่อนด้วย ซึ่งจะเป็นสิ่งชักจูงให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกที่มากกว่าชอบ คือ ซาบซึ้ง รู้สึก ร่วมไปกับบทเพลงในขณะที่รับฟัง ทำயที่สุดเพื่อจะได้เป็นการสร้างฐานกลุ่มผู้ฟังคนรุ่นใหม่เพิ่มขึ้น ในอนาคต

4. เยส เรดิโอกับการหวนนึกถึงอดีตของกลุ่มผู้ฟัง

ผู้วิจัยพบว่า เพลงและดีเจเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ฟังคนรุ่นเก๋หวนนึกถึงอดีตมากกว่า คนรุ่นใหม่ ด้วยเพราะเพลงเก่าเป็นสื่อสำหรับผู้ฟังคนรุ่นเก๋โดยเฉพาะ พวกเขาเติบโตมากับเพลง เหล่านี้ จึงทำให้มีอารมณ์ร่วมไปกับเพลงมากกว่า นอกจากนี้ผู้ฟังคนรุ่นเก๋ยังนึกถึงภาพ บรรยากาศเมื่ออดีเล่าเรื่องต่างๆในวันวานแบบเห็นภาพชัดเจนกว่าผู้ฟังคนรุ่นใหม่ ในขณะที่ผู้ฟัง คนรุ่นใหม่เพิ่งจะทันได้รู้จักเพลงเก่าที่เปิดในรายการเยส เรดิโอด้วยประสบการณ์ตรงก็เพียงแค่ช่วง 10 ปีหลังสุดของเพลงที่เปิดในรายการเท่านั้น อารมณ์ร่วมกับเพลงจึงมีน้อยไปด้วย จึงอาจกล่าวได้ ว่าเพลงเก่าเหล่านี้ไม่ใช่เพลงในยุคของคนรุ่นใหม่จริงๆ อย่างไรก็ตาม สิ่งหนึ่งที่ช่วยให้พวกเขาได้ รู้จักเพลงเก่าในรายการนอกเหนือจากก่อนยุคของตนเอง ก็เนื่องมาจาก ครอบครัว กล่าวคือ ผู้ฟัง คนรุ่นใหม่จำนวนถึงกึ่งหนึ่งที่ครอบครัวนิยมเปิดเพลงเก่าให้รับฟังมาตั้งแต่ในวัยเด็ก เล่าเรื่องราว เกี่ยวกับเพลงเก่าให้ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ได้รู้จักกับบทเพลงแห่งความทรงจำเหล่านี้ ทำให้พวกเขา รู้สึกซึมซับ และเกิดเป็นความชอบที่ต่างจากเพื่อนๆในวัยเดียวกัน

อย่างไรก็ตาม แม้ผู้ฟังคนรุ่นใหม่จะชอบฟังเพลงเก่า แต่ก็ไม่ได้นิยมรับฟังเพลงเก่า ตลอดเวลา ยังคงเปลี่ยนคลื่นไปรับฟังเพลงยอดนิยมวัยรุ่นด้วย เนื่องจากพวกเขาเติบโตมากับเพลง ในยุคนี้นี้ มีความคุ้นชินกับจังหวะดนตรีหรือแม้แต่เสียงร้องของปัจจุบันมากกว่า โดยรู้สึกว่าเพลง 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” หรือหากเป็นเพลงเก่าๆในอดีตก็จะสนใจเพลงเก่าที่ตนเคยมีประสบการณ์ร่วมกับเพลงนั้นมาในอดีต (เพลงเก่าในอดีตของตน) ซึ่งการได้ยินเพลงในอดีตเหล่านี้ก็อีกครั้งในรายการวันวานยังหวานอยู่ ก็จะทำให้ผู้ชมคนรุ่นใหม่กลุ่มนี้เกิดการหวนนึกถึงประสบการณ์ในอดีตที่ตนเคยมีเกี่ยวกับเพลงนั้นๆ ตรงกับงานวิจัยพฤติกรรมกรรมการรับฟังเอส 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 ส่วนผู้ฟังคนรุ่นใหม่มักรู้สึกสุขใจที่ได้นึกถึง(retro) และโหยหาอดีตบ้างแต่

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

สำหรับด้านเรื่องของรสนิยมที่เป็นเพราะผู้ฟังคนรุ่นใหม่ชอบเพลงเก่า ซึ่งอาจจะเป็นเพราะถูกใจดนตรีหรือเสียงร้องของนักร้องสมัยก่อนมากกว่า จึงเกิดการนึกถึงเพลงเก่าเหล่านี้ในลักษณะของการโหยหาอดีต อยากกลับไปอยู่ในช่วงเวลาวันวาน(nostalgia) เพื่อที่ตนเองจะได้รับฟังเพลงแบบในสมัยก่อนมากขึ้นแต่พบว่าเป็นเพียงกลุ่มคนส่วนน้อยคือ พบเพียง 2 คนจาก 15 คน แสดงให้เห็นว่ารสนิยมเพลงเก่ายังมีผลต่อผู้ฟังน้อยกว่าเรื่องของประสบการณ์ และความคุ้นชิน เพราะส่วนผู้ฟังคนรุ่นใหม่คนอื่นที่รู้สึกรับฟังเอส เรดิโอแล้วรู้สึกโหยหาอดีตมักจะเป็นการโหยหาในลักษณะของการนึกถึงบรรยากาศเมื่อครั้งรับฟังเพลงเก่าร่วมกับครอบครัวมากกว่า อยากกลับไปมีเวลาเก่าๆกับครอบครัวอีกครั้ง

นอกจากนี้ ยังพบว่า ผู้ฟังมักนึกถึงอดีตในยุคของตัวเองมากกว่าจะเป็นอดีตยาวนานที่ไม่ได้ประสบมาโดยตรง หรือกล่าวอีกอย่างว่า ผู้ฟังต่างสนใจสื่อในยุคของตนเองมากกว่า นอกจากนี้ยังพบว่าอดีตที่ผู้ฟังนึกถึงมักจะเป็นอดีตที่เกี่ยวกับเรื่องส่วนบุคคลมากกว่าที่จะเป็นอดีตร่วมในสังคม กล่าวคือ เมื่อผู้ฟังได้รับฟังเพลงหรือรับฟังดีเจเล่าเรื่องในรายการเอส 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 แต่ความแตกต่างอยู่ที่ปัจจัยรองลงมา คือผู้ฟังคนรุ่นใหม่มีความพึงพอใจด้านมนุษยสัมพันธ์มากกว่า 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 แรงจูงใจให้ผู้ฟังคนรุ่นใหม่เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆกับทางรายการมีอยู่น้อย เป็นผลให้มนุษยสัมพันธ์ที่ผู้ฟังคนรุ่นใหม่ได้รับจากทางรายการจึงมีน้อยตามไปด้วย

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

ไม่นานมาก ต่างจากผู้ฟังคนรุ่นใหม่ที่ได้รับฟังเพลงเก่ามานานแล้วตั้งแต่เมื่อครั้งเด็กๆ โดยมีคุณพ่อคุณแม่เปิดเพลงเก่าให้ฟัง คนกลุ่มนี้จะมีความรู้สึกว่าแม่มันจะเป็นคนรุ่นใหม่ แต่การรับฟังเพลงเก่าก็ไม่ได้ทำให้ดูแตกต่างจากคนวัยเดียวกันแต่อย่างใด เนื่องจากความชอบฟังเพลงประเภทได้นั้นเป็นเรื่องของรสนิยมส่วนบุคคล ตนไม่ได้ต้องการให้ดูแตกต่างจากคนอื่น ๆ เพราะไม่ใช่เรื่องแปลก

ขณะเดียวกันก็เชื่อว่าจะมีเพียงแค่นักคนรุ่นใหม่ที่มีอัตลักษณ์เป็นของตัวเอง ผู้ฟังคนรุ่นเก่าเองก็สร้างอัตลักษณ์เช่นกัน หากเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มด้วยนิยามของคำว่า “ชาวเฮส” ที่ผู้ฟังและดีเจเรียกขานกันเอง เพื่อให้ความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน เป็นครอบครัวเดียวกัน

จากองค์ประกอบในรายการและความพึงพอใจที่ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มมีต่อเฮส เรดิโอ กล่าวได้ว่า เฮส เรดิโอเป็นสื่อสำหรับผู้ฟังคนรุ่นเก่าอย่างแท้จริงซึ่งสอดคล้องกับจิงเกิ้ลที่ว่า “คลื่นที่ชอบของคนที่ใช้” ในขณะที่สำหรับผู้ฟังคนรุ่นใหม่แล้ว เฮส เรดิโอ อาจจะเป็นเพียง “คลื่นที่ชอบ แต่ยังไม่ใช่เสียทีเดียว”

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาชีพสำหรับรายการเฮส เรดิโอ FM 93.5 HD1

1. ทางรายการเฮส เรดิโอควรรักษามรดกของรายการระหว่างผู้ฟังทั้ง 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 ดีใจควรให้ข้อมูลหรือเล่าที่มาของเพลง เนื่องจากการรับรู้ถึงที่มาจะทำให้มีอารมณ์ในการรับฟังมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในผู้ฟังคนรุ่นใหม่ คนในกลุ่มนี้ยังมีข้อมูลเกี่ยวกับเพลงเก่าอยู่น้อย

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์นักจัดรายการเพียง 1 คน ทำให้ข้อมูลที่ได้รับอาจจะยังไม่ครอบคลุมนัก อีกทั้งผู้วิจัยไม่ได้เจาะลึกในรายละเอียดส่วนของความเห็นผู้ฟังที่ส่งเข้ามาทางรายการ ไม่ว่าจะเป็นทาง sms หรือ ทางโทรศัพท์จากความเห็นของนักจัดรายการ จึงทำให้อาจจะยังมองไม่เห็นภาพส่วนนี้ชัดเจน การวิจัยครั้งต่อไปควรเจาะลึกในส่วนของนักจัดรายการให้มากขึ้น

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