

บทที่ ๕

การดำเนินกลยุทธ์ของสื่อวิทยุในการนำเสนอหมอลำ

ตามบทบาทของสื่อวิทยุ นั้น กล่าวได้ว่าเป็นสื่อประเภทช่องทางในการเผยแพร่หมอลำประเภทหนึ่งที่มีปริมาณการนำเสนอหมอลำมากที่สุดในบรรดาประเภทสื่อที่เป็นช่องทางด้วยกัน การจะวิเคราะห์การใช้กลยุทธ์ของสื่อวิทยุเพื่อการสนับสนุนหมอลำนั้น เราจะต้องดูองค์ประกอบหลาย ๆ อย่าง เช่น รูปแบบและเนื้อหาของรายการ นักจัดรายการ และสปอนเซอร์ เช่น ค่ายเทป และบริษัทผู้ต้องการโฆษณาสินค้าผ่านรายการวิทยุ

รายการในสื่อวิทยุ แบ่งออกเป็น ๒ ประเภท คือ รายการในส่วนภูมิภาคและรายการในส่วนกลาง

ดังที่กล่าวมาแล้วว่า สื่อวิทยุเป็นสื่อที่มีเนื้อหาของหมอลำปรากฏอยู่มากที่สุดเฉพาะในกรุงเทพฯ นั้นมีทั้งในคลื่น FM และ AM โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในกรุงเทพฯ นั้น มีรายการหมอลำทั้งในคลื่นประเภท AM และ FM เป็นจำนวนมากดังจะยกมาเป็นตัวอย่างพอสังเขปจำนวน ๑๓ คลื่น ดังต่อไปนี้ (สำรวจเมื่อเดือน พฤศจิกายน ๒๕๔๐)

AM ๕๔๐ Khz	สถานีวิทยุยานเกราะ ๕๔๐
AM ๕๗๖ Khz	สถานีวิทยุตรซด.
AM ๖๐๓ Khz	สถานีวิทยุกองพล ปตอ.ภาคพิเศษ
AM ๖๓๐ Khz	สถานีวิทยุสวนมิสกวัน ๖๓๐
AM ๖๘๔Khz	สถานีวิทยุสทร. ๒ กรุงเทพฯ
AM ๗๓๘ Khz	สถานีวิทยุรักษาดินแดน
AM ๙๕๔ Khz	สถานีวิทยุทหารอากาศ ๐๑ บางซื่อ
AM ๑๐๓๕ Khz	สถานีวิทยุ ๑ ปณ.ภาคพิเศษ
AM ๑๑๗๐ Khz	สถานีวิทยุเสียงสามยอด
AM ๑๑๗๙ Khz	สถานีวิทยุวิทยุศึกษา
AM ๑๒๒๔ Khz	สถานีวิทยุทหารอากาศ ๐๑ ดอนเมือง
AM ๑๒๕๑ Khz	สถานีวิทยุทหารอากาศ ๑ ภาค เอ เอ็ม

AM ๑๓๘๖Khz สถานีวิทยุ กษ.กรุงเทพมหานคร(เพื่อการเกษตร)

AM ๑๓๐๕ Khz สถานีวิทยุยานเกราะ ๑๓๐๕

นอกจากนี้ยังมีรายการหมอลำในคลื่นประเภท FM ตัวอย่างเช่น

FM ๙๓.๕ Mhz สถานีวิทยุสวท. เอฟ เอ็ม ๙๓.๕

FM ๑๐๑.๕ Mhz และ FM ๑๐๓ Mhz เป็นต้น

ตัวอย่างผังรายการของคลื่นที่มีรายการหมอลำอย่างเห็นได้ชัดนั้น เช่น

คลื่น AM ๑๓๐๕ Khz ยานเกราะ ๑๓๐๕ (แผนผังรายการประจำเดือนมกราคม ๒๕๔๑)

จันทร์ - ศุกร์

๐๕๐๐ - ๐๖๔๕	เพลงจากสถานี
๐๖๔๕ - ๐๗๐๐	สยามานุสติ
๐๗๐๐ - ๐๗๓๐	ข่าวประจำวัน
๐๗๓๐ - ๐๘๐๐	กองทัพบกเพื่อประชาชน
๐๘๐๐ - ๐๙๐๐	เพลงจากสถานี
๐๙๐๐ - ๑๐๐๐	มนต์เพลงลูกทุ่ง
๑๐๐๐ - ๑๐๓๐	ปิดฝุ่นเพลงดัง *
๑๐๓๐ - ๑๑๐๐	ทิวไร้ลูกทุ่ง
๑๑๐๐ - ๑๒๐๐	เพลงรักจากจินตหรา *
๑๒๐๐ - ๑๒๓๐	อีसानพาเพลิน *
๑๒๓๐ - ๑๓๐๐	ข่าวสารระนำรู้จาก สม.
๑๓๐๐ - ๑๔๐๐	มนต์เพลงลูกทุ่ง *
๑๔๐๐ - ๑๔๓๐	สี่ส้นชีวิต
๑๔๓๐ - ๑๕๐๐	เพลงรักจากชวนชัย *
๑๕๐๐ - ๑๖๐๐	เพลงจากสถานี
๑๖๐๐ - ๑๗๐๐	เพลินเพลงจากเอ็ดการ์ด *
๑๗๐๐ - ๑๘๐๐	เพลงรักเพื่อนักเพลง *
๑๘๐๐ - ๑๘๑๕	เพื่อแผ่นดินไทย
๑๘๑๕ - ๑๙๐๐	ข่าวสารระนำรู้จาก สม.
๑๙๐๐ - ๑๙๓๐	ข่าวประจำวัน

* เป็นรายการหมอลำ

๑๙๓๐ - ๒๐๐๐	เพลงจากสถานี
๒๐๐๐ - ๒๐๓๐	ลูกทุ่งพิทักษ์ไทย
๒๐๓๐ - ๒๒๐๐	เพลงจากสถานี
๒๒๐๐ - ๒๒๓๐	วันละนิดใกล้ขีดแรงงาน
๒๒๓๐ - ๒๔๐๐	เพลงสบาย ๆ สไตลิ่งน้องเดือน *
๒๔๐๐ - ๐๕๐๐	อีสานสะท้านกรุง *

จะเห็นได้ว่ามีรายการหมอลำแทบจะตลอดทั้งวัน กล่าวได้ว่าถ้าหมอลำคลื่นไปเรื่อย ๆ ตลอดเวลาในแต่ละวันก็จะได้ฟังหมอลำ ตั้งแต่เข้าไปจนถึงก็ยังมียังหมอลำให้ได้ฟังไม่ขาด

ยิ่งในส่วนภูมิภาคท้องถิ่นทั้ง ๑๙ จังหวัดของภาคอีสานนั้น ทุกจังหวัดจะมีคลื่นวิทยุเป็นของตัวเองทั้งคลื่น FM และ AM โดยเฉพาะคลื่น AM ในต่างจังหวัดทางภาคอีสานนั้นจะมีรายการหมอลำทุกคลื่นและมีทุกวัน ส่วนในคลื่น FM ของทุกจังหวัดนั้นจะมีรายการหมอลำปรากฏอยู่บ้างแต่ไม่มากและดีเท่าคลื่น AM ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าในทุกจังหวัดจะมีรายการหมอลำให้ฟังมากมายทั้งในคลื่น FM และ AM โดยเฉพาะคลื่น AM นั้นรายการหมอลำจะต้องเป็นรายการยืนพื้น ซึ่งทุกสถานีจะต้องมีประจำในแต่ละวัน โดยเฉพาะคลื่น AM ซึ่งเป็นคลื่นที่สามารถออกอากาศได้ไกลนั้น มีกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขวาง แม้กลุ่มเป้าหมายจะเป็นคนระดับล่างก็ตามแต่เป็นคลื่นที่มีคนฟังมากที่สุด เพราะมีรายการที่หลากหลายและรับได้แม้อยู่ห่างไกลถึงขนาดข้ามจังหวัด สำหรับรายการวิทยุนี้ ผู้วิจัยเลือกศึกษารายการหมอลำทางวิทยุในส่วนภูมิภาค ๑ รายการ ใน ๑ คลื่นเฉพาะในคลื่น AM

ในส่วนกลางนั้น ผู้วิจัยเลือกศึกษารายการวิทยุที่มีหมอลำอย่างละ ๑ รายการ ใน ๑ คลื่น ทั้งในคลื่น FM และ AM ทั้งนี้เนื่องจากส่วนกลางมีรายการหมอลำอยู่มากทั้งในคลื่น AM และ FM โดยใช้หลักเกณฑ์การคัดเลือกเดียวกันทั้งส่วนภูมิภาคและส่วนกลางว่า แต่ละคลื่นมีรายการหมอลำออกอากาศรวมกันแล้ว ไม่ต่ำกว่า ๔ ชั่วโมง ต่อ ๑ วัน

ก่อนที่ผู้วิจัยจะวิเคราะห์แยกแยะองค์ประกอบของรายการหมอลำซึ่งมีความแตกต่างกันระหว่างรายการหมอลำทางวิทยุที่ได้แบ่งออกเป็น ๒ ส่วนคือ ส่วนภูมิภาคและส่วนกลางนั้น ผู้วิจัยจะนำประเด็นเรื่อง ปัจจัยในการเผยแพร่หมอลำทางวิทยุที่มีความใกล้เคียงกันของทั้งรายการหมอลำทางวิทยุส่วนภูมิภาคและส่วนกลางมากล่าวถึงก่อน โดยรูปแบบ

* เป็นรายการหมอลำ

รายการทั้ง ๒ ส่วนนั้นจะเป็นแบบรายการหมอลำที่มีการนำเอาแผ่นเสียงและเทปคาสเส็ต
หมอลำมาเปิดเป็นรายการเพลงออกอากาศพร้อมกับการโฆษณาสินค้าของ สปอนเซอร์หรือ
สปอตหมอลำคั่นเวลาด้วย

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่หมอลำทางวิทยุ

การเผยแพร่หมอลำทางวิทยุนี้มีปัจจัย ๒ ประการที่จะทำให้กลยุทธ์การเลือก
หมอลำนั้นแตกต่างกันออกไปดังนี้

(ก) นักจัดรายการ

๑. คุณลักษณะของนักจัดรายการ

๒. ประเภทของนักจัดรายการ

๒.๑ นักจัดรายการอิสระ

๒.๒ นักจัดรายการสังกัดค่ายเทป

(ข) ผู้สนับสนุนรายการ

๑. ผู้สนับสนุนรายการที่เป็นผู้ผลิตสินค้าอุปโภค บริโภค

๒. ผู้สนับสนุนรายการที่เป็นค่ายเทป

(ก) นักจัดรายการ

๑. คุณลักษณะของนักจัดรายการ

สำหรับรายการหมอลำทางวิทยุนี้ นักจัดรายการจะเป็นนักจัดรายการ
อาชีพเสียเป็นส่วนใหญ่ โดยผู้ที่จะมาเป็นนักจัดรายการนี้ มักจะมีที่มาเป็น ๒ แบบคือ

๑.๑ เป็นหมอลำโดยอาชีพมาก่อนแล้วมาจัดรายการ เช่น

หมอลำทองมาก จันทะลือ(หมอลำภูทา) หมอลำเคน ดาเหลา

๑.๒ เป็นนักประพันธ์เพลง หรือมีความรู้มาจากสายวัด หรือคลุกคลีอยู่กับวง

การหมอลำ วงการวิทยุแล้วมาเป็นผู้ประกาศ เช่น สุรินทร์ ภาคศิริ เชียงบัว อายสาว

ไพบุลย์ ชมภูคำ และวินัส แสนกองศรี เป็นต้น

นักจัดรายการทั้งสองแบบนี้ มีความเหมือนกันตรงที่จะพูดภาษาอีสานในการ
จัดรายการ แต่จะต่างกันตรงที่ นักจัดรายการประเภทที่เคยเป็นหมอลำอาชีพมาก่อนนั้นจะ
เกิดขึ้นก่อน (ประมาณ พ.ศ. ๒๕๔๓)และเป็นที่ยอมรับของคนมากกว่าเพราะมีฐานชื่อเสียงจาก
การเป็นหมอลำซึ่งคนทั่วไปรู้จักดีอยู่แล้ว อย่างไรก็ตาม นักจัดรายการประเภทที่เป็นหมอลำ
โดยอาชีพนั้นเป็นนักจัดรายการที่ไม่มีใบอนุญาต เพราะเลิกจัดไปก่อนที่จะประกาศใช้
กฎหมาย สาเหตุที่เลิกจัดรายการไปนั้น ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าน่าจะเป็นเพราะมีอายุมากแล้ว

ความคล่องตัวในการจัดรายการไม่เหมือนเดิม อีกทั้งรูปแบบการจัดรายการแบบเดิมและ วัตถุประสงค์ในการจัดรายการ(คือตัวหมอลำและแผ่นเสียงหมอลำ)ไม่เหมือนกับปัจจุบัน

นักจัดรายการประเภทที่เป็นหมอลำโดยอาชีพนี้จะมีเทคนิคการจัดรายการมี วิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ เพราะนักจัดรายการประเภทนี้จะมีปฏิภาณไหวพริบดี เนื่องจากเป็น หมอลำอาชีพจึงชำนาญเรื่องการด้นกลอนลำสด ด้นฉญา ประกอบในขณะจัดรายการ หมอลำ นอกจากนี้ยังสามารถลำให้คนฟังได้ในขณะจัดรายการ นักจัดรายการแบบนี้จะมีวิธี การนำเสนอรายการ ๒ แบบคือ

๑. เปิดแผ่นเสียงหมอลำเท่าที่ตัวเองมีอยู่และพอจะหาได้ในสมัยนั้น(เป็นแผ่น เสียงหมอลำกลอนล้วน ๆ) เป็นการเปิดตามใจผู้ส่งสาร ไม่ได้เปิดหมอลำตามที่ผู้ฟังขอมา เพราะสมัยก่อนนั้นแผ่นเสียงยังมีน้อยไม่ได้มีมากถึงขนาดจะให้ผู้ฟังเลือกฟังได้ อีกทั้งการติด ต่อระหว่างผู้ฟังและผู้จัดรายการก็ยังไม่สะดวกรวดเร็วอย่างทุกวันนี้ นักจัดรายการสามารถ เปิดกลอนลำใดให้ฟังก็เปิดได้ตามความเห็นของผู้จัดเอง เนื่องจากมีสปอนเซอร์เป็นหลักอยู่ แล้ว เช่น หมอลำภูทา จัดรายการโดยมีห้างขายยาโอสถสภา (เด็กเซงหนู) เป็นผู้สนับสนุน รายการ

๒. นำหมอลำมาลำสด ๆ (โดยเป็นหมอลำกลอนทั้งหมด) เช่น หมอลำเคน ดาเหลา นำหมอลำในสังกัดของสำนักงานหมอลำของตนมาลำออกอากาศ โดยมีบริษัท ซีโรมายซิน เป็นผู้สนับสนุนรายการ

ปัจจุบันนักจัดรายการประเภทนี้ไม่มีอีกแล้ว เนื่องจากกลไกของการจัดรายการ ในปัจจุบันนั้นเปลี่ยนไปจากแต่ก่อน ซึ่งการจัดรายการสมัยก่อนนั้น ต่างจากปัจจุบันตรงที่

๑. แผ่นเสียงหมอลำยังมีไม่มาก ไม่สามารถเปิดแผ่นเสียงได้มากและหลากหลาย จึงเป็นการเปิดแผ่นเสียงออกอากาศวนเวียนอยู่เท่าที่ผู้จัดรายการมีอยู่ ดังนั้นการเปิด แผ่นเสียงจึงเป็นการตัดสินใจเลือกของผู้จัดรายการเอง

๒. สมัยก่อนไม่มีกลไกธุรกิจเทปหมอลำเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงยังไม่มีระบบคิว เพลงหรือการจ้างเปิดเพลงเข้ามาควบคุม ต่อมาเมื่อกลไกเปลี่ยนไปเช่นนี้ จึงต้องมีการเอาใจ ตลาด เพราะถ้าค่ายเทปอยากให้กลอนลำไหนโด่งดังก็จะว่าจ้างให้เปิดกลอนนั้นบ่อย ๆ เมื่อ เป็นเช่นนี้นับวันก็เท่ากับว่า เป็นการตามใจตลาด ไม่ได้เปิดตามใจผู้ส่งสารอีกต่อไป

ส่วนประเภทที่ ๒ ซึ่งเป็นนักจัดรายการโดยอาชีพนั้น จะมีใบอนุญาตให้จัด รายการได้ จะเน้นที่การตอบจดหมายผู้ฟังและโฆษณาสินค้ามากกว่า สีลาการดำเนินรายการ ก็จะเป็นไปแบบมีลักษณะตายตัวคือเมื่อเทียบกับแบบแรกแล้ว ผู้จัดรายการไม่ได้มีลูกเล่น

อย่างนักจัดรายการประเภทแรกมี แต่มีการสร้างรูปแบบใหม่ขึ้นมาเพราะยุคสมัยเปลี่ยนไป ซึ่งต่อมารูปแบบเหล่านี้ก็กลายมาเป็นรูปแบบตายตัว เช่น มีการตอบจดหมายแฟนรายการ มีการเปิดหมอลำตามคิวเพลง สลับกับการเปิดสปอตโฆษณา ประกาศข่าวบริการ มีความเข้มงวดเรื่องเวลามากขึ้น ดังนั้นการจัดรายการจึงเป็นไปในเชิงรักษาเวลาเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจมากกว่า

สิ่งหนึ่งที่น่าสนใจคือการที่ใครสักคนจะมาเป็นนักจัดรายการหมอลำที่สมบูรณ์แบบและสามารถครองใจผู้ฟังได้นั้น ไม่ได้หมายความว่าใครก็ตามที่สอบเป็นผู้ประกาศได้แล้วและมีใบอนุญาตก็จะเป็นผู้จัดรายการได้ เพราะเงื่อนไขนอกเหนือจากคุณสมบัติสองประการเบื้องต้น คือ มีเงินจ่ายค่าเช่าเวลาให้สถานี และมีใบอนุญาต ก็ยังต้องมีพื้นฐานเบื้องต้นคือ รู้เรื่องความเป็นมาของหมอลำแต่ละยุคสมัยพอสมควร เช่น รู้ว่าหมอลำคนนั้นคนนี้เริ่มมีชื่อเสียงเมื่อใด จากผลงานการลำกลอนใด ใครเป็นผู้แต่ง รู้ว่าหมอลำประเภทที่จะเปิดออกอากาศนั้นเป็นหมอลำแบบใด ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ต้องมีพื้นฐาน หรือองค์คุณคดียู่กับวงการหมอลำมานานพอสมควรจึงจะบอกเล่าสิ่งเหล่านี้แก่ผู้ฟังได้ เช่น นายสุรินทร์ ภาคศิริ ซึ่งเป็นทั้งนักแต่งกลอนลำ เป็นผู้บุกเบิกการจัดรายการหมอลำมานาน

นอกจากนักจัดรายการที่มีลักษณะดังกล่าวนี้แล้วก็ยังมีเจ้าหน้าที่ควบคุมเสียงของสถานีที่ไต่เต้าขึ้นมาเป็นนักจัดรายการได้ เมื่อทำงานมาจนถึง ๕ ปีขึ้นไป ก็แสดงว่าได้ฟังหมอลำมามากเพราะต้องคอยจัดแผ่น เปิดแผ่นหมอลำอยู่ทุกวัน ได้ยินและรู้จักลีลาเทคนิคการจัดรายการหมอลำจากนักจัดรายการมืออาชีพพอสมควร สังเกตประสบการณ์ได้มากจนสามารถเป็นนักจัดรายการหมอลำได้ เช่น วินัส แสนกองศรี มีประสบการณ์การจัดรายการหมอลำมากกว่า ๗ ปี (๒๕๔๐)

นอกจากนี้ การจัดรายการหมอลำโดยใช้ภาษาอีสานนั้น ให้บรรยากาศความเป็นกันเอง มีชีวิตชีวา มากกว่ารายการที่ผู้จัดเป็นคนภาคกลางและพูดภาษากลาง เพราะรายการหมอลำที่ผู้จัดเป็นคนภาคกลางและพูดภาษากลาง เช่น รายการลูกทุ่งห้าดาว โดยหนุ่ม เมืองสิงห์ ไม่สามารถถ่ายทอดสำเนียงของคำ หรือชื่อกลอนลำที่เป็นภาษาอีสานได้ เช่น ถ้าเป็นชื่อกลอนลำ กินเชิงฮากเชิง (กินครึ่งหนึ่ง อ้วนออกครึ่งหนึ่ง) ผู้จัดรายการก็ไม่สามารถออกเสียงได้ บางทีอาจจะไม่รู้ด้วยว่าแปลว่าอะไร ทำให้บรรยากาศการฟังหมอลำไม่เป็นที่ครึกครื้นเท่าที่ควร เพราะกลายเป็นว่าผู้จัดรายการมีหน้าที่เป็นผู้ประกาศชื่อกลอนลำและรับโทรศัพท์ผู้ฟังเท่านั้นเอง ว่าอยากฟังกลอนอะไรบ้าง รับทราบแล้วก็เปิดให้ฟัง

ลักษณะร่วมโดยมากของผู้จัดรายการหมอลำในสวนท้องถิ่นคือ เป็นคนอีสาน ถ้าเป็นรายการที่เป็นหมอลำล้วน ๆ และเป็นภาค AM จะใช้ภาษาอีสานในการจัดรายการ แต่

อาจจะมีบ้างที่เป็นภาค AM ที่นักจัดรายการพูดภาษากลางแม้ว่าจะเป็นคนอีสานและจัดรายการอยู่ในภาคอีสาน และรายการนั้น ๆ มักจะมีทั้งเพลงลูกทุ่ง กับหมอลำผสมกัน เช่น ยอด พนารักษ์ หรือนายยอดดวง จิตสมนึก ผู้จัดรายการ “สุดยอดเพลงดัง” วกด.๑๒ จ.ขอนแก่น คลื่น ๖๐๓ Khz โดยมีเหตุผลง่าย ๆ ว่า

“ผมจัดรายการโดยใช้ภาษากลางตลอด เพราะผมถนัดทางนี้ ถ้าพูดภาษาพื้นบ้านไม่ค่อยสะดวก ไม่คล่องเท่าไร คือไม่เหมาะกับตัวผม ผมไม่ถนัด”
(ยอดดวง จิตสมนึก: สัมภาษณ์ ๒๙ ธันวาคม ๒๕๔๐)

๒. ประเภทของนักจัดรายการ

๒.๑ นักจัดรายการอิสระ

๒.๒ นักจัดรายการสังกัดค่ายเพลง

นายสุรินทร์ ภาคศิริ นักประพันธ์กลอนลำแวง นักจัดรายการหมอลำชื่อดังในนามของทิดโต สุดสะแนน ได้ชี้แจงให้เห็นความแตกต่างของการจัดรายการหมอลำทางวิทยุว่ามีสองแบบคือ แบบอิสระคือไม่สังกัดค่ายเพลงค่ายใด และแบบมีสังกัด

๒.๑ นักจัดรายการอิสระ

การจัดรายการวิทยุในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคในยุคแรก ๆ นั้นนักจัดรายการจะมีอยู่ประเภทเดียวคือ เป็นประเภทนักจัดรายการอิสระ คือเป็นผู้ไปติดต่อหาสปอนเซอร์เอง โดยสปอนเซอร์ส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทขายผลิตภัณฑ์อุปโภค บริโภค เวชภัณฑ์ เช่น ผงซักฟอก ยาสีฟัน ยารักษาโรค เครื่องสำอาง โดยที่มีการตกลงกันว่าจะจ่ายค่าโฆษณาสินค้าของตัวเองให้กับนักจัดรายการ แล้วนักจัดรายการเป็นผู้เช่าและจ่ายค่าเวลาแก่สถานีวิทยุเอง มีรูปแบบการดำเนินรายการของตัวเอง

ดังนั้น แต่ก่อน นักจัดรายการจึงเป็นคนเลือกเปิดหมอลำตามใจของตนเอง หรือตามใจผู้ฟังที่ขอมาได้ เพราะมีผู้สนับสนุนรายการมากมายพอสมควร คือจะจัดอย่างไร เปิดกลอนลำอะไรก็ได้ เนื่องจากได้เงินค่าโฆษณาจากสปอนเซอร์รายต่าง ๆ มาเป็นค่าเช่าเวลาอยู่แล้ว บริษัทผู้ผลิตยาต่าง ๆ ที่เป็นสปอนเซอร์ให้นักจัดรายการนั้น แต่ก่อนยังไม่มี การเปิดสปอต โฆษณา และนักจัดรายการเป็นผู้พูดโฆษณาสินค้าด้วยปากเปล่า มีการพรรณนาบรรยายสรรพคุณกันเป็นอย่างมาก จนต่อมาการโฆษณาแบบนี้ ถูกสั่งห้ามจาก กบว. เนื่องจากเห็นว่าเป็นการโฆษณาเกินจริง

“แต่ก่อน โฆษณายาก็โฆษณาจนโอเวอร์เกินไป จนนึกว่ายายเป็นของกินเล่นกินหัว เขาก็เลยมีคำสั่งออกมาไม่ให้โฆษณายาด้วยปากเปล่า แต่ให้อัดเป็นสปอตเสียก่อนแล้วให้อย.

ตรวจสอบ แล้วจึงจะออกอากาศได้ หลังจากนั้น AM นี้ทั้งโฆษณาแบ่งและยากี่โดนมาตรการนี้
เมื่อไม่ให้พูดปากเปล่า สปอนเซอร์ก็ถอนโฆษณา ในเมื่อไม่มีสปอนเซอร์ ค่าเช่าเวลาจาก
สถานีก็แพง นักจัดรายการก็อยู่ไม่ได้เพราะต้องจ่ายค่าสถานีเอง จึงต้องรับจ้างเปิดเพลง”
(สุรินทร์ ภาคศิริ : สัมภาษณ์ ๒ มกราคม ๒๕๔๑)

โดยมากนักจัดรายการอิสระนี้มักจะเป็นนักจัดรายการที่มีชื่อเสียง เป็นมือ
อาชีพ(หมายความว่า เป็นที่รู้จักของคนฟังมาก จัดรายการต่าง ๆ มานาน เป็นที่ชื่นชอบของ
คนฟังซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดของบริษัทขายผลิตภัณฑ์อุปโภค บริโภค เวชภัณฑ์
ติดตามฟังเป็นประจำ) จะเป็นนักจัดรายการที่ผู้สนับสนุนรายการให้ความสำคัญมาก

ตั้งแต่มีการจัดรายการหมอลำครั้งแรก(ประมาณ พ.ศ. ๒๕๓๓ เมื่อครั้งที่
หมอลำทองมาก จันทะลือ จัดรายการหมอลำโฆษณาหม่อมองให้กับบริษัทโอสถสภา(เด็กเฮง
หยู) จนได้ชื่อว่า “หมอลำดูทา” กระทั่งมาถึงปัจจุบันพบว่า รายการหมอลำทางวิทยุในส่วน
ท้องถิ่นเกือบทั้งหมดจะเป็นนักจัดรายการประเภทอิสระนี้เป็นส่วนมาก คือ มีบริษัทขายผลิต
ภัณฑ์อุปโภค บริโภค เป็นผู้ให้การสนับสนุนรายการ โดยจ่ายค่าโฆษณาสินค้าให้นักจัดราย
การในจังหวัดนั้น ๆ หรือในท้องถิ่นนั้น ๆ เป็นเดือน ๆ ไป นักจัดรายการในช่วงก่อนประมาณ
พ.ศ. ๒๕๒๕ จึงสามารถเลือกเปิดหมอลำได้ตามใจตัวเอง

ต่อมาเมื่อประมาณ พ.ศ. ๒๕๒๕ ก็เริ่มมีการจ้างเปิดหมอลำขึ้นเป็นครั้งแรก
ทำให้การจัดรายการของนักจัดรายการอิสระเริ่มเปลี่ยนไป โดยนายสุรินทร์ ภาคศิริ เป็นผู้ริเริ่ม
โดยนายสุรินทร์ให้สัมภาษณ์ว่า

“เริ่มแรกหมอลำไม่ได้จ้างเปิด แต่เป็นค่าน้ำร้อนน้ำชา เป็นน้ำใจช่วยกันเปิด ก็พัฒนา
ขึ้นมาประมาณพ.ศ. ๒๕๒๕ ผมก็คนแรกที่จ้างเปิดหมอลำเพราะแรก ๆ ขึ้นไปอีสานบ่อยเอา
หมอลำไปให้เพื่อนฝูงที่จัดรายการอีสานช่วยกันเปิด ก็จ่ายผู้ควบคุมเสียงบ้าง แต่ก่อนเรามี
เวลาไปเลี้ยงนักจัด แต่บางช่วงเวลาบางแห่งเราก็ต้องรีบไป ก็เลยทิ้งเงินไว้ให้เขาไปกินเอง

ที่นี้ก็มิห้านั่งเสี่ยงสยามนี้แหละที่เริ่มเอาเงินให้นักจัดรายการเลยรายละ ๕๐๐ บาท
เพื่อจ้างให้เปิดหมอลำ ก็กลายเป็นมาตรฐานมาจนทุกวันนี้เพิ่มเป็น ๑,๐๐๐ ถึง ๑,๕๐๐ ก็มี”
(สุรินทร์ ภาคศิริ : สัมภาษณ์ ๒ มกราคม ๒๕๔๑)

หลังจากนั้นเป็นต้นมานักจัดรายการอิสระนี้ก็จะมีการจ่ายเพลงต่าง ๆ มาจ้างให้
เปิดเพลงที่ต้องการโปรโมตเป็นคิว ๆ ไป เป็นประเภท “คิวละพัน วันละเพลง” คือในแต่ละวัน
ที่มีรายการของตัวเอง นักจัดรายการต้องเปิดเพลงที่ค่ายเพลงขอให้เปิดทุกครั้งไป จนกระทั่ง
ครบ ๑ เดือน เรียกว่าเป็นคิวจร เพราะแต่ละเดือนจะจ้างหรือไม่จ้างนั้นไม่แน่นอน ดังนั้นรายรับ
ส่วนใหญ่ของนักจัดรายการอิสระก็จะมาจากการรับคิวเพลง

“หมอลำทุกวันนี้ต้องพึ่งพานักจัดรายการ ถ้านักจัดไม่เชียร์ก็เปิดไม่ได้ที่จะดัง โดยเฉพาะหมอลำหน้าใหม่ ๆ จะมีนายทุนมาจ้างให้เปิด เป็นคิว คิวละพัน หมายถึงเปิด ๑ ครั้ง ต่อ ๑ รายการ ต่อ ๑ เดือน ต่อ ๑ บริษัท ถ้าเรามี ๕ รายการ รายการละครึ่งชั่วโมงก็เปิดได้เต็มที่ไม่เกิน ๖ กลอนลำ ๖ กลอนก็เท่ากับ ๖ บริษัท นักจัดรายการ ส่วนใหญ่จะอยู่ได้ก็เพราะส่วนนี้ สปอนเซอร์ทุกวันนี้หายาก ต้องเอาเพลงเข้ามาช่วย บริษัทเหล่านี้เขาจะเน้นโดยกาบบาทมาให้ว่าศิลปินผู้นี้ให้เปิดกลอนนี้”

(วินัส แสณกองศรี : สัมภาษณ์ ๒๙ ธันวาคม ๒๕๔๐)

“อย่างที่ผมจัดนี้เป็นรายการส่วนตัว เป็นธุรกิจ รับคิวเพลงมา อย่างชั่วโมงหนึ่งจะเปิดหมอลำได้ประมาณ ๑๓ กลอนเต็มที่ เราก็ต้องเปิดให้ครบ เพราะมีหลาย ๆ บริษัท เทปมาจ้างเรา บางบริษัทก็มีสองกลอน บางบริษัทก็มีกลอนเดียว ที่เรียกว่าคิวละพันวันละเพลงนั่นแหละ ทางค่ายหมอลำเขาจะคอยส่งรายชื่อกลอนลำที่เขาต้องการให้เราเตรียมมาอยู่เรื่อย ๆ เปลี่ยนไปอยู่เรื่อย ๆ จนผมเองก็ตามไม่ทัน บางที่ยังไม่ทันจะจำชื่อนักร้องหมอลำและกลอนลำได้เลย เดือนหน้ามาก็เปลี่ยนใหม่อีกแล้ว อย่างที่ผมจัดนี้จะมาฆวัดแต่พูดโทรศัพท์ ก็พอดีเปิดเพลงไม่จบ ไม่มีโอกาสให้คุยนานหรอก และคนที่โทรมาคือคนที่ต้องการฟังลำจริง ๆ ถ้าเปิดผิดก็ไม่มีโอกาสแก้ตัวใหม่ ต้องเดินหน้าตลอด มันต่างกัน ส่วนรายการของบริษัทย้ายเพลงนั้น จะพูดเล่นพูดหัว ตอบจดหมาย คุยโทรศัพท์กับแฟนเพลงก็ได้ เปิดเพลงได้น้อยได้มากก็ไม่เป็นไร เพราะเป็นเพลงของบริษัททั้งหมดอยู่แล้ว”

(สุรินทร์ ภาคศิริ : สัมภาษณ์ ๒ มกราคม ๒๕๔๑)

ลักษณะการจัดรายการแบบมีคิวเพลงนี้เองที่มีส่วนในการทำให้การคัดเลือกหมอลำมาผลิตเปลี่ยนไป เพราะแต่ก่อนหมอลำที่ได้รับการนำมาออกอากาศต้องเสียงดี ลำได้ไพเราะจริง ๆ จึงจะได้รับการนำมาบันทึกเสียง แต่พอมีรูปแบบการจัดรายการหมอลำแบบคิวเพลงก็เลยทำให้ไม่มีความเข้มงวดในการคัดเลือกหมอลำเท่าที่ควร เพราะผู้ผลิตจะอาศัยการจ้างนักจัดรายการเปิดหมอลำตามคิวที่ตัวเองได้ว่าจ้างเอาไว้ อีกทั้งทำให้นักจัดรายการก็ไม่ได้เลือกที่จะเปิดหมอลำตามใจผู้ส่งสารอีกต่อไป หากแต่เป็นการตามใจค่ายเทปที่มาจ้างเปิดเพลงในลักษณะคิวจริง

๒.๒ นักจัดรายการสังกัดค่ายเทป

ประมาณ พ.ศ. ๒๕๒๕ เป็นต้นมา มีบริษัทผลิตเทปและแผ่นเสียงเกิดขึ้นมากมาย ธุรกิจการผลิตเทปและแผ่นเสียงหมอลำมีมากขึ้น เกิดค่ายเทปหมอลำขึ้นหลายค่าย เช่น ค่ายแกรมมี่ ค่ายซัวร์ออดิโอ ค่ายนิธิทัศน์โปรโมชัน ค่ายเสียงสยามแผ่นเสียง-เทป ค่ายท็อปไลน์ไดมอนด์ ค่ายกรุงไทย ค่ายสนทวงเฮง ค่ายพีจีเอ็ม เร็คคอร์ด ฯลฯ จนเกิดการแข่ง

ชั้นกันในการที่จะขายผลงานหมอลำในค่ายของตน และต่างก็ต้องการนักจัดรายการช่วยโฆษณาและช่วยโปรโมตหมอลำในสังกัดของตน แต่บางครั้งนักจัดรายการที่มีคิวได้รับการจองตัวยาวเหยียด จึงเกิดนักจัดรายการประเภทที่สองขึ้น คือนักจัดรายการสังกัดบริษัทค่ายเพลง ว่าจ้างให้นักจัดรายการท้องถิ่นเปิดหมอลำแต่เฉพาะค่ายของตน นักจัดรายการจะได้รับค่าจ้างเป็นรายเดือน จากค่ายเพลง และค่ายเพลงจะเป็นผู้จ่ายค่าเช่าเวลาให้ การที่นักจัดรายการจะเปิดหมอลำตามใจตนเองหรือตามคำขอจากผู้ฟังทางบ้านจึงมีน้อยลง เพราะต้องเปิดหมอลำ ตามที่ค่ายเทปสั่งให้เปิด

“ ในสมัยหลัง ๆ มานี้ ห้าง(บริษัทผลิตเทป และแผ่นเสียง) เอาแผ่นเสียงมาแจกเพื่อเป็นการโปรโมตเขา ต่อมาก็เริ่มมากขึ้น ๆ จนกลายเป็นธุรกิจ ที่นี้ก็เริ่มเป็นการจ้างให้เปิด กล่าวได้ว่าสถานีวิทยุมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการปั้นนักร้องให้ดังขึ้นมา เพราะเมื่อเปิดบ่อย ๆ คนฟังก็รู้จัก ก็เริ่มติดหู....

ห้างจะมาจ้างเปิดหมอลำในรายการ ที่เราจัด เพื่อโฆษณาให้เขาคือ มีคนขอมาเราก็เปิด ไม่มีคนขอมาเราก็เปิด รายการละครบ้างเพื่อเชียร์เขา โดยห้างจะบอกเราว่า ขอให้นั้นเปิดกลอนนั้นมาก ๆ หน่อยนะ โดยเฉพาะกลอนลำที่เขาเล็งว่าน่าจะติดตลาด น่าจะเข้าท่า ถ้ากลอนใดเปิดบ่อย ให้ความสำคัญกับกลอนนั้นมาก พร้อมกับการพูดถึงตัวหมอลำด้วย ก็จะทำให้เป็นที่รู้จักได้โดยง่าย...” (ไพบุลย์ ชมภูคำ : สัมภาษณ์ ๕ ต.ค. ๒๕๔๐)

จะเห็นได้ว่า การมีค่ายเทปเป็นผู้จ้างให้จัดรายการ ก็มีส่วนอย่างมากที่จะกำหนดให้รูปแบบรายการหมอลำออกมาเป็นแบบใด เพราะถ้าเป็นรายการที่มีนายทุนหนุนหลังเช่าเวลาให้ ออกค่าใช้จ่ายให้ทั้งหมด การดำเนินกลยุทธ์ในการเปิดหมอลำก็จะเป็นอีกแบบหนึ่ง อย่างเช่นรายการลูกทุ่งห้าดาวของ หนู่มเมืองสิงห์ คือใช้วิธีการจัดแบบสบาย ๆ ไม่เร่งรีบ มีช่วงในการรับโทรศัพท์ พูดคุยกับผู้ฟัง และตอบจดหมายมากกว่าปกติ เพราะไม่ต้องรีบร้อนแข่งกับเวลา เนื่องจากบริษัทเทปเช่าเวลานาน ๆ ให้ จะเปิดกลอนลำใดก็ได้ จะรับโทรศัพท์ที่มีผู้ฟัง Phone in เข้ามาขอฟังก็ได้ แต่ลักษณะเนื้อหาของรายการจะไม่มีหลากหลาย ทั้งนี้เพราะทั้งสเปค และกลอนลำต่าง ๆ นั้นจะซ้ำ ๆ กันไป

ในสวนภูมิภาคนั้นเมื่อเทียบกันระหว่างสปอนเซอร์ที่เป็นบริษัทขายผลิตภัณฑ์อุปโภค บริโภค และเวชภัณฑ์ กับสปอนเซอร์ที่เป็นค่ายเทปอย่างเดียวแล้ว มีน้อยที่จะปรากฏว่ามีบริษัทเทป แผ่นเสียง มาจ้างนักจัดรายการให้เปิดเป็นรายการหมอลำล้วน ๆ เพราะกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดของค่ายเทปประเภทนี้แม้จะมีเป็นจำนวนมากในสวนภูมิภาคนั้นก็จริง แต่เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อน้อยเมื่อเทียบกับในส่วนกลางคือกรุงเทพฯ ฯ

ปรากฏการณ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงพลังของสื่อมวลชนที่ต่างฝ่ายต่างให้ความสำคัญจากเดิมที่นักจัดรายการต้องไปเสาะหาหรือซื้อแผ่นเสียงมาเปิดเอง กลับกลายเป็น

เป็นว่าต่อมาบริษัทเทป แผ่นเสียง นำผลิตภัณฑ์ของตนมาแจกให้ถึงที่โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ด้วยหวังว่านักจัดรายการจะได้เปิดหมอลำให้บริษัทบ้าง

สิ่งนี้แสดงให้เห็นว่าวิทยุนั้นเปลี่ยนจากการเป็นช่องทางเผยแพร่และกระจายสารมาเป็นช่องทางที่ใช้โปรโมตหมอลำแทน

จากคุณลักษณะและประเภทของนักจัดรายการประเภทต่าง ๆ ดังกล่าวนั้นแสดงให้เห็นว่า นักจัดรายการก็จะต้องมีคุณลักษณะพิเศษบางอย่างจึงจะสามารถเผยแพร่หมอลำผ่านทางวิทยุได้อย่างสมบูรณ์แบบ เช่น เช่น ต้องรู้จักแทรกกลุ่เล่นของตัวเองในขณะดำเนินรายการ ต้องรู้จักกลอนลำ ประวัติของหมอลำ และประเภทของหมอลำด้วย ทั้งยังต้องมีกลยุทธ์การเลือกวิธีการนำเสนอหมอลำโดยการใช้รูปแบบการดำเนินรายการที่จะดึงดูดผู้ฟังให้ได้ โดยเฉพาะเมื่อเวลาเปลี่ยนไป การแข่งขันกันผลิตและขายเทปหมอลำมีมากขึ้น นักจัดรายการก็จำเป็นจะต้องปรับเปลี่ยนการนำเสนอหมอลำจากการที่เคยเปิดหมอลำตามความพอใจของตัวเอง มาเป็นการเปิดหมอลำตามคิวเพลง

(ข) ผู้สนับสนุนรายการ

เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้รูปแบบการจัดรายการและการเลือกเนื้อหาหมอลำที่จะนำมาออกอากาศเปลี่ยนไป ผู้สนับสนุนรายการหมอลำทางวิทยุนี้มี ๒ ประเภทคือ

๑. ผู้สนับสนุนรายการที่เป็นผู้ผลิตสินค้าอุปโภค บริโภค

ผู้สนับสนุนรายการประเภทนี้เป็นประเภทแรกสุดที่มาเกี่ยวข้องกับการจัดรายการหมอลำทางวิทยุ โดยจะเป็นผู้จ่ายค่าเช่าเวลาให้กับนักจัดรายการเพื่อให้นักจัดรายการโฆษณาสินค้าให้ตัวเอง มีทั้ง ผู้ผลิตสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ผงซักฟอก สบู่ เครื่องสำอาง ปลายกระป๋อง ฯลฯ ผู้ผลิตสินค้าเพื่อการเกษตร เช่น รถไถนา ยาปราบศัตรูพืช ปุ๋ยเคมี และผู้ประกอบการอื่น ๆ เช่น ห้างขายทอง ห้างอาหาร คาเฟ่ ฯลฯ

ผู้สนับสนุนรายการประเภทนี้จะไม่มีบทบาทใดในการกำหนดรูปแบบการจัดรายการและการเลือกหมอลำมาออกรายการของนักจัดรายการ เพราะมีหน้าที่เพียงจ่ายค่าเช่าเวลาให้นักจัดรายการเท่านั้นเอง อย่างอื่นขึ้นอยู่กับนักจัดรายการทั้งหมด เนื่องจากผู้สนับสนุนรายการประเภทนี้ต้องการเพียงโฆษณาสินค้าของตัวเองเท่านั้น ส่วนนักจัดรายการจะจัดรายการอย่างไรนั้นไม่เกี่ยวข้องกับผู้สนับสนุนรายการเลย

อย่างไรก็ตาม การที่นักจัดรายการต้องพึ่งพาผู้สนับสนุนรายการประเภทนี้ทำให้ต้องเปิดหมอลำอย่างเร่งรีบเพื่อให้ทันเวลากับคิวหมอลำและทันเวลาที่จะเปิดสปอตหรือ

พูดโฆษณาสินค้า ทำให้รูปแบบการจัดรายการต่างจากรายการที่มีผู้สนับสนุนรายการที่เป็นค่ายเทป

๒. ผู้สนับสนุนรายการที่เป็นค่ายเทป

ผู้สนับสนุนรายการประเภทนี้จะว่าจ้างนักจัดรายการประจำเพื่อจัดรายการที่โปรโมตหมอลำในสังกัดของค่ายตนเองโดยเฉพาะ ดังนั้น จึงมีผลต่อรูปแบบการจัดรายการและการเลือกเนื้อหาหมอลำอย่างเห็นได้ชัด คือ ถ้าเป็นการจัดรายการหมอลำแบบทั่ว ๆ ไป ที่นักจัดรายการหาสปอนเซอร์เอง นักจัดรายการจะเปิดหมอลำประเภทใดของค่ายเทปใดก็ได้ แต่เมื่อนักจัดรายการมารับจ้างค่ายเทป ก็จะได้รับเงินเดือน และต้องเปิดหมอลำในสังกัดของค่ายเทปเท่านั้น การโฆษณาก็จะเป็นโฆษณาหมอลำของค่ายเทปนั้นทั้งหมด อีกทั้งการจัดรายการก็จะเป็นไปอย่างไร้บริบูรณ์ เพราะมักจะมีช่วงระยะเวลาจัดรายการที่ยาวมากตั้งแต่ ๑-๔ ชั่วโมง ผู้สนับสนุนรายการประเภทนี้ เช่น บริษัทมาสเตอร์เทป บริษัทสหทองเฮง เป็นต้น

ในการเลือกข้อมูลเพื่อนำมาวิจัยในบทนี้ ผู้วิจัยเลือกรายการหมอลำทางวิทยุมา ๒ ประเภทคือ

๑. รายการหมอลำในส่วนภูมิภาค
๒. รายการหมอลำในส่วนกลาง

๑. รายการหมอลำทางวิทยุในส่วนภูมิภาค

รายการ “เพลงขวัญใจชนบท” ของ จส.สามจังหวัดร้อยเอ็ด คลื่น AM ๑๒๔๑ Khz โดยผู้จัดรายการไพบุลย์ ชมภูคำ (ชาย ชมภู) การที่ผู้วิจัยเลือกรายการนี้มาเป็นกรณีศึกษา เพราะคลื่น AM ๑๒๔๑ Khz เป็นสถานีและเป็นคลื่นที่มีรายการหมอลำมานานถึง ๓๐ ปี (๒๕๑๑-๒๕๔๑) และสามารถรับฟังได้หลายจังหวัดในภาคอีสาน

ผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นการวิเคราะห์ออกเป็น ๔ ประการคือ

๑. จุดเริ่มต้นของหมอลำทางวิทยุในส่วนภูมิภาค
 - ๑.๑ การจัดรายการแบบธรรมชาติ
 - ๑.๒ การจัดรายการแบบเต็มรูปแบบ
๒. เนื้อหาและรูปแบบที่น่าเสนอ
๓. ลักษณะเด่นและลักษณะด้อยของรายการหมอลำทางวิทยุส่วนภูมิภาค
๔. กลยุทธ์การนำเสนอหมอลำของรายการหมอลำทางวิทยุในส่วนภูมิภาค

๑. จุดเริ่มต้น

๑.๑ การจัดรายการแบบตามธรรมชาติ

รายการหมอลำทางวิทยุ นั้น ถ้าจะหาจุดกำเนิดที่แน่ชัดก็ยากที่จะระบุได้ว่าเกิดขึ้นที่ใดเป็นแห่งแรก เนื่องจากไม่มีหลักฐานทางลายลักษณ์อักษร หรือบันทึกใด ๆ ปรากฏอยู่เลย มีนอกจากนี้ยังมีการจัดโดยนักจัดหลาย ๆ คน ในหลาย ๆ สถานี ในหลาย ๆ จังหวัด เพราะการที่มีนักจัดรายการหลายคนจัด ในหลาย ๆ จังหวัด และเวลาที่เริ่มมีการจัดนั้นก็ไล่เลี่ยกัน จึงไม่สามารถระบุได้แน่นอนว่าเริ่มที่ไหน ใครเป็นผู้เริ่มก่อน ดังนั้นข้อมูลที่ใช้อ้างอิงจึงได้จากการสัมภาษณ์นักจัดรายการหมอลำรุ่นแรกซึ่งถือเป็นรุ่นบุกเบิกของการจัดรายการทางวิทยุผู้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างทิดโต สุดสะแนน(นายสุรินทร์ ภาคศิริ) ซึ่งจัดรายการหมอลำมาแล้วนานถึง ๒๗ ปี (๒๕๑๔-๒๕๔๑) ได้ให้ข้อมูลว่า

“การจัดรายการหมอลำทางวิทยุและดำเนินรายการโดยพูดภาษาอีสานนั้น ถ้าจะว่าเป็นการจัดที่มีเวลาการจัดเป็นประจำ และแน่นอน มีนักจัดรายการและรูปแบบการดำเนินรายการ มีการเช่าสถานีเพื่อจัดรายการหมอลำเป็นครั้งแรกในวงการศึกษา นั้น กล่าวได้ว่ามีการเริ่มต้นที่ส่วนกลางคือกรุงเทพฯ นี้เอง ความจริงแล้วในส่วนท้องถิ่นก็มีบ้างแต่มีน้อยอยู่ ผู้ที่จัดเช่น อ.อุทา (หมอลำทองมาก จันทะลือ) จัดรายการหมอลำที่จ. อุบล มาตั้งแต่ พ.ศ. ๒๔๙๓ โดยจัดรายการแบบเปิดแผ่นเสียงหมอลำให้ฟังแล้วก็ลำเองด้วยเพราะตัวแกเองก็เป็นหมอลำอยู่แล้ว หมอลำทองมากจัดรายการเพื่อโฆษณาขายหมอยี่ห้อเด็กเฮงหยู

นอกจากนี้ก็มีลุงจำปา (นายอุบล ระจินดา) จัดที่จ.ขอนแก่น โดยจัดแบบเปิดแผ่นเสียงหมอลำให้ฟังด้วยและพูดผลญาดด้วย โดยแผ่นเสียงหมอลำที่นักจัดรายการรุ่นแรก ๆ ได้มานี้ เข้าใจว่าไปได้แผ่นมาจากฝั่งลาว และนอกจากนี้อาจจะมีคนจัดที่จังหวัดอื่น ๆ ที่มีการกระจายเสียงด้วยระบบ A.M. ซึ่งผมอาจจะไม่รู้”

(สุรินทร์ ภาคศิริ : สัมภาษณ์ ๒ มกราคม ๒๕๔๑)

จะเห็นได้ว่ายุคบุกเบิกของรายการหมอลำทางวิทยุในสวนภูมิภาคนั้นยังไม่แพร่หลาย มีเพียงเป็นบางแห่ง บางสถานี คือไม่ได้มีทุกจังหวัด เพราะคลื่นวิทยุยังน้อย ผู้จัดรายการในสวนภูมิภาคเองก็มีไม่มาก และการแข่งขันทางตลาดเทปเพลงยังไม่มี แผ่นเสียงก็ยังเป็นแผ่นเสียงที่ทำมาจากแผ่นครั่งมีอยู่เพียงไม่กี่บริษัท เช่น บริษัท ต.เง็กชวน บริษัทคาเธ่ย์ บริษัทโคลัมเบีย บริษัทโอลิมเปีย บริษัทเสียงสยาม บริษัทโอเดียนท์ และบริษัทกรุงเทพฯ เป็นต้น

หมอลำที่มีชื่อเสียงโด่งดัง ถึงขนาดได้บันทึกแผ่นเสียงในรุ่นแรก ๆ นั้น มีไม่มาก เช่น หมอลำคุณ ดาวพงษ์ หมอลำจอมศรี บรรลุศิลป์ หมอลำคำทอง

หมอลำชั้นทอง หมอลำบุญเรือง หมอลำทองใบ หมอลำสมศรี หมอลำทองมี หมอลำค่านาง แต่แผ่นเสียงของหมอลำเหล่านี้ก็ไม่ค่อยได้รับการนำมาแผ่นมาเปิดออกอากาศ เนื่องจากเหตุผล ๒ ประการคือ

๑. ยุคที่มีแผ่นเสียงของหมอลำยุคแรกเหล่านี้ เป็นยุคที่ยังมีรายการหมอลำและนักจัดรายการหมอลำไม่มาก
๒. แผ่นเสียงหมอลำยุคแรกหายาก การวางขายตามท้องตลาดแบบแผงเทปในปัจจุบันนี้ยังไม่เกิดขึ้น ส่วนใหญ่จะเป็นการนำไปขายที่เวียงจันทน์ ประเทศลาว ทำให้หมอลำยุคแรกนี้ได้รับการเผยแพร่ทางสื่อวิทยุมีไม่มาก

๑.๒ การจัดรายการแบบเต็มรูปแบบ มี ๔ ประเภทคือ

- ๑.๒.๑ การจัดรายการโดยการเปิดแผ่นเสียงหมอลำกลอน
- ๑.๒.๒ การจัดรายการโดยให้คณะหมอลำมาแสดงสดแล้วออกอากาศ
- ๑.๒.๓ การจัดรายการโดยการเปิดเทปหมอลำหมู่และหมอลำกลอน
- ๑.๒.๔ การจัดรายการแบบมีนักจัดรายการเป็นตัวหลัก

๑.๒.๑ การเปิดแผ่นเสียงหมอลำกลอน

เป็นการจัดรายการประจำทุกวัน มีเวลาการจัดที่แน่นอน มีนักจัดรายการและรูปแบบการดำเนินรายการที่แน่ชัด โดยเช่าสถานีเพื่อจัดรายการหมอลำโดยการเปิดแผ่นเสียงเท่าที่จะพอหาได้(เป็นแผ่นเสียงหมอลำกลอนของยุคกลาง) และการจัดรายการแบบนี้ เป็นช่วงต่อเนื่องมาจากการจัดรายการแบบธรรมชาติที่นักจัดรายการรุ่นเก่าๆ เคยจัดมา หมอลำก็ยังไม่ใคร่เป็นที่รู้จักกันมากนักเพราะแม้จะมีเทคโนโลยีทางการบันทึกแผ่นเสียงมานานแล้ว แต่หมอลำที่ได้รับการบันทึกเสียงยังมีจำนวนน้อย ผิดกับเพลงลูกทุ่งซึ่งเป็นที่รู้จักแพร่หลาย มีนักร้องเพลงลูกทุ่งเป็นจำนวนมากและมีการออกอากาศมาก่อนหมอลำ

เนื่องจากยังไม่มีแผ่นเสียงหมอลำให้ได้เลือกมากมายเหมือนปัจจุบัน อีกทั้งรูปแบบของหมอลำก็ไม่หลากหลายเช่นทุกวันนี้ จึงทำให้เกิดมีการจัดรายการหมอลำอีกแบบหนึ่งเกิดขึ้นคือ

๑.๒.๒ การจัดรายการโดยให้คณะหมอลำมาแสดงสดแล้วออกอากาศ

เป็นการจัดรายการหมอลำอีกประเภทหนึ่งที่เป็นรายการสด โดยเปิดโอกาสให้หมอลำเพลินและหมอลำเรื่องต่อกลอนมาลำแล้วถ่ายทอดสด มี ๒ ประเภทคือ สดจากเวทีการแสดงแล้วถ่ายทอดไปยังเครื่องรับวิทยุ กับลำกันสด ๆ ในห้องส่งเพื่อออกอากาศ

สถานีวิทยุจส.สาม จังหวัดร้อยเอ็ดเป็นแห่งแรกในภาคอีสานที่มีการ

ถ่ายทอดสดการประกวดการแสดงหมอลำเป็นคณะ หลาย ๆ คณะ ออกอากาศต่อเนื่องกัน เป็นประจำจนเป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไปทั้งภาคอีสานมาตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๒๐ และต่อมาจึงได้ย้ายรูปแบบการจัดการเช่นนี้ไปอยู่ที่ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคามแทน

นายไพบุลย์ ชมภูคำ นักจัดรายการชื่อดังของคลื่น AM ๑๒๔๑ Khz (๑๙๓) จังหวัดร้อยเอ็ด ได้ให้สัมภาษณ์ว่า

“ส่วนมากจะเป็นหมอลำจากสมาคมหมอลำต่าง ๆ ที่มาเช่าเวลาสถานี สถานีวิทยุตอนนั้นก็จะมีที่ จ.อุดรธานี จ.ขอนแก่น จ.อุบลราชธานี จ.มหาสารคาม จ.ร้อยเอ็ด...ตอนนั้นมีสมาคมหมอลำอยู่ ๔-๕ สมาคม ส่วนมากเป็นหมอลำเพลิน วันอาทิตย์ก็จัดให้มีการประกวดหมอลำ (รายการสด) ที่สถานี หมอลำเพลินที่ดังในยุคนั้นก็มี คณะรุ่งเพชรลำเพลิน คณะมหาไคร์ คณะเพชรอีสาน ฯลฯ ส่วนหมอลำเรื่องตอกลอนที่ดังในยุคนั้นก็มี คณะวังสิมมันต์ คณะป.สามัคคี”

(ไพบุลย์ ชมภูคำ : สัมภาษณ์ ๒๔ ม.ค. ๒๕๔๑)

หมอลำเคน ดาเหลา ซึ่งเป็นทั้งหมอลำและนักจัดรายการได้เล่าถึงการนำหมอลำมาลำสดในห้องส่งและออกอากาศที่สถานีวิทยุเสียงสามยอด ๖๖.๖ จ.อุดรธานี เมื่อประมาณ พ.ศ. ๒๕๒๓ - พ.ศ. ๒๕๒๖ ว่า

“สมัยที่พ่อยังจัดรายการหมอลำให้บริษัทอีโรมายซินชื่อรายการก็ชื่ออีโรมายซิน พ่อก็เอาหมอลำลูก ๆ หลาน ๆ ในสำนักงานหมอลำของพ่อนี้แหละมาลำ ปกติก็จะเอาหมอลำฝ่ายหญิงและฝ่ายชายมาลำคู่กันเป็นประจำ เริ่มแรกก็จะแจ้งชื่อรายการแล้วก็แจ้งชื่อหมอลำทั้งผู้ชายและผู้หญิง ก่อนจะเปิดสปอตโฆษณา แล้วให้หมอลำทั้งคู่ลำทางสั้น เปิดสปอตคั่น แล้วให้หมอลำลำทางยาวกับลำเดี่ยว ปิดท้ายรายการด้วยการเปิดสปอตและพูดโปรโมตสำนักงานหมอลำของพ่อ(สำนักงานหมอลำเคน-บุญเพ็ง)”

(เคน ดาเหลา : สัมภาษณ์ ๑ เมษายน พ.ศ. ๒๕๔๑)

นายสุรินทร์ ภาคศิริ นักจัดรายการคลื่น AM ๑๐๓๕ Khz สวมมีสภวันได้ให้สัมภาษณ์ถึงการจัดรายการในส่วนท้องถิ่นในลักษณะเดียวกันนี้ว่า

“การจัดรายการหมอลำในยุคบุกเบิกที่ภาคอีสานนั้น ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก เพราะยังเผยแพร่ได้ไม่มาก เนื่องจากสมัยนั้นแผ่นเสียงหมอลำหายากมาก โดยมากจะเป็นการใช้การแสดงของคณะหมอลำแล้วลำออกอากาศเป็นลำเรื่องตอกลอนสลับกับการโฆษณาวงของตัวเองเป็นตอน ๆ ไป อีกทั้งสถานีวิทยุในภาคอีสานก็ยังมีน้อยอยู่”

(สุรินทร์ ภาคศิริ : สัมภาษณ์ ๒ มกราคม ๒๕๔๑)

จะเห็นได้ว่า การจัดรายการแบบตามธรรมชาติยุคแรกนี้มีการเปิดแผ่นเสียงหมอลำและการนำหมอลำมาแสดงสดเพื่อออกอากาศด้วย โดยแผ่นเสียงหมอลำที่กล่าว

ถึงนี้ ทั้งหมดจะเป็นหมอลำประเภทหมอลำกลอน แต่หมอลำที่มาแสดงสดทั้งสดบนเวทีและสดในห้องส่ง นั้นจะมีทั้งหมอลำกลอนและหมอลำเรื่องต่อกลอนด้วย

๑.๒.๓ การจัดรายการโดยเปิดเทปหมอลำหมู่และเทปหมอลำกลอน

การจัดรายการประเภทนี้เป็นการนำเทปหมอลำหมู่ที่หมอลำได้ลำเป็นเรื่อง ๆ มาเปิดออกอากาศเป็นตอน ๆ ไป โดยเทปหมอลำนั้นเป็นการบันทึกเสียงมาตั้งแต่ต้นจนจบจากห้องบันทึกเสียง หรือเป็นเทปหมอลำกลอนที่ลำเป็นคู่ ๆ บันทึกเสียงมาจากห้องบันทึกเสียงเช่นกัน

การจัดรายการประเภทนี้เกิดขึ้นเมื่อมีการจัดตั้งสมาคมหมอลำเพื่อเป็นการรวมกลุ่มในการตั้งนายหน้าไว้คอยรับงานจ้างหมอลำจากเจ้าภาพ เพราะแต่ละสมาคมก็ต้องการสร้างภาพลักษณ์และโฆษณาหมอลำในสังกัดของตัวเอง ดังนั้น หมอลำในสังกัดของแต่ละสมาคมจึงได้รับรายการลำบันทึกเสียง ทั้งแบบลำเป็นเรื่องรวดเดียวจบในห้องบันทึกเสียง (หมอลำหมู่) หรือลำเป็นคู่ ๆ (หมอลำกลอน) เพื่อนำต้นฉบับมาให้นักจัดรายการวิทยุเปิดออกอากาศต่อไป นายไพฑูรย์ ชมภูคำ ได้ให้สัมภาษณ์ว่า

“ รูปแบบการจัดรายการหมอลำสมัยก่อนซึ่งจะเป็นรายการหมอลำที่เป็นหมอลำหมู่หรือหมอลำเรื่องเป็นส่วนมาก หมอลำได้มาจากการบันทึกเทป จากสมาคมหมอลำ ซึ่งตอนนั้นมีสมาคมอยู่ ๔-๕ สมาคม โฆษกผู้จัดก็โฆษณาสินค้า บอกชื่อคณะหมอลำ ชื่อสมาคมหมอลำ เรื่องที่แสดง ตอนหัว ตอนกลาง และตอนท้ายรายการ รายการมักจะเป็นตอน ๆ ตอนละ ๓๐ นาที ”

(ไพฑูรย์ ชมภูคำ : สัมภาษณ์ ๒๔ ม.ค. ๒๕๔๑)

หลังจากนั้นประมาณ พ.ศ. ๒๕๒๐ หมอลำเพลิน “คณะทองมี มาลัย” ได้บันทึกแผ่นเสียงลำเป็นกลอน ๆ (เหมือนเพลง) มาเปิดที่สถานีวิทยุ ได้รับความนิยมมาก ตั้งแต่นั้นมาจึงเริ่มมีแผ่นเสียงหมอลำในลักษณะเป็นหมอลำประยุกต์แบบหมอลำเพลินออกมา และเกิดหมอลำประยุกต์แบบต่าง ๆ ตามมาอีกมาก

ช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อที่เกิดหมอลำรูปแบบใหม่ขึ้นมาเองที่แสดงให้เห็นการเลือกประเภทหมอลำมาอัดแผ่นเสียงเริ่มเปลี่ยนไป เพราะเป็นกลยุทธ์การคัดเลือกเนื้อหาหมอลำที่ได้รับความนิยมมาเสนอตลาด โดยเปลี่ยนจากหมอลำกลอนมาเป็นหมอลำเพลินซึ่งได้รับการคัดเลือกเข้ามา ได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ส่วนหมอลำกลอนก็ถูกคัดออกไปจนกระทั่งก้าวเข้าสู่ยุคการจัดรายการหมอลำแบบนักจัดรายการอย่างปัจจุบัน

สมาคมหมอลำนั้น ปรากฏหลักฐานว่ามีการจัดตั้งขึ้นครั้งแรกเมื่อประมาณ พ.ศ. ๒๔๙๐ โดยหมอลำคณะรัตนศิลป์อินตาไทยราษฎร์ จากงานวิจัยเรื่อง “บทบาทของ

สำนักงานหมอลำในอำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น” ของธีระพงษ์ โสตาศรี (๒๕๓๗) ได้กล่าวถึงสมาคมหมอลำ (บางทีอาจจะเรียกว่า สำนักงานหมอลำ สหพันธ์หมอลำ ชมรมหมอลำ หรือ บ้านพักหมอลำ) ว่าเป็นหน่วยงานหนึ่งซึ่งทั้งหมอลำและนักจัดรายการวิทยุมีบทบาทในการผลักดันให้เกิดการก่อตั้งสมาคมหมอลำขึ้น โดยแต่ละสมาคมจะประกอบขึ้นจากการที่มีคณะหมอลำหลาย ๆ คณะมารวมตัวกันโดยทั้งนักจัดรายการและคณะหมอลำจะร่วมกันก่อตั้ง สมาคมหมอลำจะมีหน้าที่หลักในการเป็นนายหน้ารับการติดต่องานจากเจ้าภาพ และเป็นกลไกในการตั้งราคาหมอลำขึ้น

สมัยก่อนหน้าจะมีสมาคมหมอลำนั้น หมอลำที่เป็นคณะยังมีไม่มากนัก ถ้าเจ้าภาพจะว่าจ้างหมอลำก็ต้องไปเสาะหาหมอลำตามบ้านของหมอลำเอง (โดยทราบได้จากการที่หมอลำจะประกาศก่อนแสดงว่าบ้านของชาวคณะอยู่บ้านใด ตำบล อำเภอ จังหวัดอะไร) ต่อมาเมื่อมีคณะหมอลำมากขึ้น มีการแข่งขันกันก็ทำให้คณะหมอลำต้องมีการโฆษณา กลุ่มที่มีบทบาทและมีศักยภาพในการโฆษณาและเกี่ยวข้องกับธุรกิจหมอลำมากที่สุดคือ กลุ่มนักจัดรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ทั้งนี้เพราะเป็นผู้ที่มีสื่ออยู่ในมือจึงเปรียบในเชิงโฆษณา โดยจะเป็นผู้ตั้งสำนักงานหรือสมาคมหมอลำแล้ว รับดำเนินการในการออกอากาศและรับงานจ้างให้กับคณะหมอลำ ต่างก็ได้รับผลประโยชน์ร่วมกันจากการแบ่งส่วนรายได้หรือหักค่านายหน้า

บทบาทและกิจกรรมที่สมาคมหมอลำดำเนินอยู่ในปัจจุบันนี้ คือ บทบาทและกิจกรรมระหว่างสมาคมหมอลำกับคณะหมอลำ เช่น

๑. การรับงานแสดง โดยรับงานแสดงจากเจ้าภาพที่มาจ้างถึงที่สำนักงาน และจากสำนักงานหมอลำอื่น ๆ เพราะสำนักงานหมอลำนั้นรับงานจนเต็มแล้ว ประการนี้แสดงให้เห็นว่าสำนักงานหมอลำนั้นมีการทำงานเป็นเครือข่าย

๒. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้กับคณะหมอลำในสังกัดของตัวเองโดยสมาคมหรือสำนักงานจะบริการบันทึกเทปในห้องบันทึกเสียงของสำนักงานเอง หรือในห้องแสดงของสถานีโทรทัศน์ แล้วนำเทปคาสเส็ต และวีดิโอที่ได้ ไปออกอากาศในรายการตามเวลาที่ได้เช่าไว้ หมอลำที่ได้รับการบันทึกเสียง จะมีทั้งหมอลำกลอนและหมอลำหมู หมอลำคณะใดที่สำนักงานหมอลำประเมินและเห็นว่าดีเด่นก็จะได้รับการส่งเสริมให้บันทึกเทปคาสเส็ตออกจำหน่ายด้วย

๓. การรับสอนหมอลำ เช่น ที่สำนักงานหมอลำราตรี ศรีวิไล สอนวิธีการลำให้ถูกต้องตามทำนอง วิธีการพ้อง การแสดงอารมณ์ออกทางสีหน้า เป็นต้น

แสดงให้เห็นการผลิตซ้ำเพื่อการสืบทอดในแง่การสร้างบุคลิก

๔. การบริการอุปกรณ์การแสดงไว้สำหรับคณะหมอลำได้เช่า เช่น เครื่องเสียง ชุดแต่งกาย เครื่องดนตรี และเวที

๕. การเสนอแนะการแสดง โดยสำนักงานหมอลำจะเป็นผู้รับคำวิจารณ์ หรือข้อเรียกร้องจากเจ้าภาพแล้วบอกต่อคณะหมอลำอีกทอดหนึ่ง โดยแจ้งเป็นงาน ๆ ไป เช่น บางงานเจ้าภาพต้องการให้แสดงบทตลกมาก ๆ บางงานต้องการให้ลำน้อย ๆ แต่ซึ่งมาก ๆ ฯลฯ

๖. การสนับสนุนหมอลำเข้าประกวด สำนักงานหมอลำจะเป็นผู้ส่งหมอลำในสังกัดตัวเองเข้าประกวด โดยติดต่อให้นักแต่งกลอนลำแต่งกลอนลำให้ตามที่คณะกรรมการจัดการประกวดต้องการ สิ่งนี้นับเป็นกลไกในการส่งเสริมหมอลำด้วยเพราะเมื่อมีการประกวดหมอลำก็ย่อมทำให้หมอลำมีการตื่นตัวขึ้นมาที่จะพัฒนาคุณภาพการลำเพื่อให้ได้รับรางวัล

อย่างไรก็ตาม นำสังเกตว่า บทบาทของสมาคมหรือสำนักงานหมอลำนั้น ไม่ได้มีบทบาทในการควบคุมกำกับดูแลสมาชิกในสมาคมเหมือนสมาคมหนังสือพิมพ์ หากแต่สมาคมหมอลำมีบทบาทเพียงการส่งเสริมอย่างเดียวไม่เกี่ยวกับการดูแล

สมาคมหมอลำนี้เองที่แสดงถึงศักยภาพในการปรับตัวของหมอลำ และการพัฒนาตัวสื่อพื้นบ้านเองแทนที่จะเป็นการอยู่อย่างตัวใครตัวมัน คณะใครคณะมัน ก็กลายมาเป็นการรวมตัวกันเพื่อปรับปรุงเพื่อหารูปแบบการแสดงให้เป็นไปในแนวเดียวกัน เป็นการรวมตัวกันเพื่อกรุยทางให้สามารถที่จะมีพลังพอที่จะเสนอตัวเองผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หรือ เทปคาสเซ็ทได้ แทนที่จะเป็นเพียงสื่อพื้นบ้านในวงแคบ เป็นที่รู้จักในพื้นที่เพียงไม่กี่จังหวัด จากกรณีผู้ว่าจ้างให้ไปแสดงได้เพียงในเขตท้องถิ่น (Local) ก็กลายมาเป็นการพัฒนาตัวเองให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างโดยอาศัยรูปแบบของสมาคมที่จะเป็นตัวแทนของหมอลำหลาย ๆ คณะ เหมือนตราสัญลักษณ์ที่จะเผยแพร่ให้รู้จักแก่คนในวงกว้างระดับภาค (Region) ต่อไป

นอกจากนี้การสร้างองค์กรเช่นสมาคมหมอลำขึ้นมาแล้วยังทำให้สามารถรับฟังข้อเสนอแนะหรือตรวจสอบตัวเองว่ามีส่วนไหนที่ควรปรับปรุงแก้ไข ทำให้ทิศทางความต้องการของตลาดได้ และสามารถนำมาปรึกษาตกลงร่วมกันเพื่อหาแนวทางปรับปรุงพัฒนาคุณภาพของคณะตัวเองได้ ทั้งยังเป็นหน่วยงานที่มีเครดิต สามารถให้การรับประกันแทนคณะหมอลำ หรือรับประกันชื่อเสียงให้กับหมอลำได้อีกด้วย ในขณะที่สมัยก่อนหน้าพ.ศ. ๒๕๓๐ นั้นแม้จะมีหมอลำกระจายกันไปทั่วภาคอีสาน แต่ก็ยังไม่มีการรวมตัวกันจัดตั้งเป็นสมาคมหมอลำขึ้นมา หมอลำจึงไม่มีอำนาจในการต่อรองกับเจ้าภาพ และไม่มีการตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานแน่นอน ไม่มีทิศทางที่เป็นแนวร่วมกัน ดังนั้น เพื่อความอยู่รอดที่มั่นคง หมอลำจำเป็นต้องรวมกลุ่มกันจัดตั้งเป็นสมาคมหมอลำขึ้นมา ทั้งนี้เพื่อสร้างอำนาจในการต่อรองและความสะดวกในการรับงาน และที่สำคัญหมอลำต้องสังกัดสำนักงานหมอลำเพื่อจะได้มีโอกาส

โฆษณาตัวเองผ่านสื่อวิทยุ หรือโทรทัศน์ที่สมาคมได้จัดเตรียมช่องทางเอาไว้ให้ หากหมอลำคณะใดอยู่ตามลำพังก็ย่อมจะหาโอกาสที่เจ้าภาพจะมาจ้างไปแสดงลำปากหรืออาจจะไม่มีผู้ไปว่าจ้างเลย เพราะเจ้าภาพที่หาหมอลำก็จะไปติดต่อกับสำนักงานหมอลำทุกราย เพราะมีหมอลำหลายคน หลายรูปแบบ(เช่น ลำเพลิน ลำเรื่องตอกลอน ลำกลอน ลำซิ่ง) และหลายราคาให้ได้เลือก และที่สำคัญเจ้าภาพจะได้รับการรับประกันจากสำนักงานหมอลำหรือสมาคมหมอลำที่เป็นนายหน้าและเป็นต้นสังกัดของหมอลำคณะนั้น ๆ ว่าจะมีหมอลำไปแสดงแน่นอน หากไม่มีหมอลำไปแสดงตามการนัดหมาย สมาคมหมอลำก็จะเป็นผู้รับผิดชอบ การจัดตั้งสมาคมหมอลำนี้ก็เหมือนกับค่ายเทปเพราะมีหมอลำในสังกัดหลาย ๆ คณะ เช่นเดียวกับที่ค่ายเทปก็มีนักร้องในสังกัดหลาย ๆ คน

ปัจจุบันสำนักงานหมอลำหรือสมาคมหมอลำนั้นมีอยู่เป็นจำนวนมากทั่วภาคอีสาน จากงานวิจัยของธีระพงษ์ โสดาศรี ได้แสดงไว้ว่าเฉพาะในจังหวัดขอนแก่นก็มีสำนักงานหมอลำ บวกถึง ๑๕ สำนักงาน เช่น สำนักงานสยามธุรกิจบันเทิง สำนักงานหมอลำสันติภาพบันเทิง สำนักงานหมอลำหมอลำหน้าดาว สำนักงานหมอลำราตรี ศรีวิไล สำนักงานหมอลำสูงจำปา ฯลฯ แต่ละแห่งก็มีหมอลำในสังกัดมากมาย

๑.๒.๔ การจัดรายการแบบมีนักร้องจัดรายการเป็นตัวหลัก

การจัดรายการหมอลำทางวิทยุในภาคอีสานแบบนักร้องจัดรายการที่เป็นคนอีสาน พูดภาษาถิ่นเวลาจัดรายการนั้น เริ่มจากมีนักร้องจัดรายการในท้องถิ่นจัดรายการหมอลำมากขึ้นในทุก ๆ จังหวัด

การจัดรายการแบบนี้เป็นอีกประเภทหนึ่งของการจัดรายการแบบเต็มรูปแบบ จะต่างจากการจัดรายการ ๓ ประเภทดังที่กล่าวมาอย่างสิ้นเชิง เพราะเป็นการจัดรายการที่มีการใช้หมอลำหลายประเภทและมีวัตถุประสงค์หมอลำหลายลักษณะ กล่าวคือ การจัดรายการนี้จะไม่เป็นเฉพาะการเปิดเทปหมอลำกลอนและหมอลำหมู่ หรือเปิดแผ่นเสียงหมอลำกลอนอย่างเดียว และไม่ใช้การให้หมอลำมาลำสดออกอากาศ หากแต่จะเป็นการนำเอาแผ่นเสียง ซีดีและเทปคาสเส็ตของหมอลำประยุกต์ที่มีชื่อเสียงหลายๆ คน ซึ่งจะลำจบเป็นกลอน ๆ ไปคล้ายเพลงลูกทุ่งมาเปิดออกอากาศ ส่วนที่ยังคงเหมือนการจัดรายการแบบอื่น ๆ คือมีการตั้งชื่อรายการและมีการเช่าเวลาเพื่อจัดรายการหมอลำ มีการติดต่อหาสปอนเซอร์เพื่อเช่าเวลา แล้วจัดหาแผ่นเสียงและเทปหมอลำมาจัดรายการ มีการตั้งชื่อรายการและมีเวลาจัดที่แน่นอน จนอาชีพนักร้องจัดรายการกลายเป็นอาชีพหนึ่งไปโดยปริยาย เริ่มขึ้นเมื่อประมาณ พ.ศ. ๒๕๑๐ เป็นต้นมา และในต่อนั้น ยังไม่มีการสอบผู้ประกาศเลย

“การสอบเป็นผู้ประกาศในประเทศไทยเพิ่งจะมาเริ่มมีครั้งแรกเมื่อเดือนกรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๑๓ นี้เอง ผมนี่แหละเป็นผู้สอบได้รุ่นแรกสุด ” (ร.ต.ต. เสนาะ หมายถึง (นักจัดรายการประจำสถานีวิทยุเสียงสามยอด) : สัมภาษณ์ ๒ ธันวาคม ๒๕๔๐)

นายสุรินทร์ ภาคศิริ ให้สัมภาษณ์ถึงความเป็นมาของการจัดรายการประเภทนี้ว่า

“ที่นี้นักจัดรายการในท้องถิ่นก็เริ่มเอาไปจัด โดยเลียนแบบจากกรุงเทพฯ เพราะแต่ก่อนนักจัดรายการในส่วนภูมิภาคก็ไม่มีแผ่น พวกผมที่จัดรายการในกรุงเทพฯ นี้แหละที่เอาแผ่นไปแจกเขา จากที่เคยเปิดแต่เพลงลูกทุ่งอย่างเดียวก็หันมาเปิดหมอลำ เปิดไปเปิดมามีคนชมมากขึ้น ๆ แต่ก่อนมีหมอลำ ๓๐% ต่อมาก็มาเป็น ๕๐% เป็น ๗๐% และเป็น ๑๐๐% ในที่สุด” (สุรินทร์ ภาคศิริ : สัมภาษณ์ ๒ มกราคม ๒๕๔๑)

“ทุกวันนี้(๒๕๔๐)หมอลำที่ผมนำมาเปิดก็เป็นหมอลำทุกประเภทที่มีการบันทึกเสียง ไม่ว่าจะเป็น หมอลำเพลิน ลำแพน ลำเต้ย ลำเดินก็มี สารพัด ตามสมัยนิยมที่ผู้ฟังขอมา มีของทุกคน ทุกค่ายเทป ไม่ได้แบ่งว่าเป็นใคร แต่ส่วนใหญ่จะเป็นประเภทจ้างให้เปิดที่ไม่ได้เปิดก็มีแต่ของหมอลำเรื่อง เพราะมันยาวแต่ก่อนเคยเปิดเพราะหมอลำยังไม่มากเหมือนทุกวันนี้ ...

อย่างไรก็ตามแม้จะมีหมอลำให้เลือกเปิดมากมายแต่ก็มีหมอลำบางประเภทที่ผู้จัดรายการไม่เลือกมาเปิดเพราะเหตุผลทางกฎหมายการออกอากาศ เช่น ความไม่สุภาพ น่าสังเกตว่า สมัยก่อนซึ่งเป็นยุคหมอลำโบราณและหมอลำยุคแรกนั้น คงจะมีการลำแบบที่ไม่สุภาพบ้าง(ดูจากเนื้อหากลอนลำ) แต่ก็เปิดได้เพราะสมัยนั้นยังไม่มีกฎหมายว่าด้วยระเบียบที่เข้มงวดและชัดเจนเช่นปัจจุบัน

....หมอลำบางอย่างก็ไม่ได้เปิดอย่างหมอลำซึ่งนี้แหละ เพราะไม่เหมาะสมและยาวเกินไป ไม่รู้จะตัดตอนเอาช่วงไหนมาให้คนฟัง ถึงจะมีรายการยาว ๆ หลายๆ ชั่วโมงก็เอามาเปิดไม่ได้เพราะมันหยาบ ”

(ไพบุลย์ ชมภูคำ : สัมภาษณ์ ๕ ต.ค. ๒๕๔๐)

จะเห็นได้ว่า เกณฑ์การเลือกหมอลำมาเผยแพร่จะเริ่มเปลี่ยนไปตรงที่มีการขยายให้กว้างขึ้นอีก โดยหมอลำที่นำมาเปิดออกอากาศนั้นแทนที่จะเป็นเพียงหมอลำกลอนและหมอลำหนุ่ม ก็จะมีหมอลำเพลิน หมอลำเดิน หมอลำแพน และหมอลำประยุกต์อื่น ๆ อีกมาก โดยเฉพาะหมอลำที่นำมาเปิดนั้นจะเป็นหมอลำที่ต้องจ้างเปิด ทั้งนี้ มีสิ่งที่น่าสังเกตอยู่ประการหนึ่งนั่นคือ รายการหมอลำทางวิทยุจำเป็นต้องมีวัฒนธรรมสื่อแบบการจับเวลา(clock culture) โดยจะไม่นิยมนำหมอลำที่มีความยาวมาก ๆ เช่น หมอลำเรื่องต่อกลอน มาเปิดออกอากาศ และหมอลำที่ต้องคอยควบคุมเรื่องการใช้คำไม่สุภาพในขณะที่ลำ เช่น หมอลำซึ่ง ก็จะไม่ได้รับการเลือกมาเปิดออกอากาศอีกด้วย

๒. เนื้อหาและรูปแบบที่นำเสนอ

รายการหมอลำทางวิทยุในท้องถิ่นนั้น ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า มักจะเป็นรายการหมอลำประเภทโฆษณาขายสินค้าอุปโภค บริโภคโดยส่วนใหญ่ ดังนั้นสิ่งที่น่าสังเกตคือรายการส่วนมาก มักจะเป็นรายการช่วงสั้น ๆ ครั้งละประมาณ ครึ่งชั่วโมง ถึง ๑ ชั่วโมง แต่มีเป็นประจำทุกวัน ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างผังรายการของสถานีวิทยุจส.๓ จ.ร้อยเอ็ด AM ๑๒๔๑ Khz ประจำเดือนกันยายน ๒๕๔๐ (จันทร์ ถึง เสาร์)

๐๕.๓๐ - ๐๖.๐๐	รายการเพลงจากกรุงไทย *
๐๖.๐๐ - ๐๗.๐๐	ข่าวชาวบ้าน
๐๗.๐๐ - ๐๘.๐๐	ข่าวจากสถานี
๐๘.๐๐ - ๐๘.๓๐	รายการเพลงจากเอ็ดการ์ด *
๐๘.๓๐ - ๐๙.๐๐	รายการเพลงจากซิง ซิง
๐๙.๐๐ - ๑๐.๐๐	รายการเพลงรักจากดอกบัวคู่ *
๑๐.๐๐ - ๑๑.๐๐	รายการลูกทุ่งพเนจร *
๑๑.๐๐ - ๑๑.๓๐	รายการเพลงขวัญใจชนบท *
๑๑.๓๐ - ๑๒.๐๐	รายการลูกทุ่งเสียงทอง
๑๒.๐๐ - ๑๓.๐๐	รายการข่าวเที่ยงวัน
๑๓.๐๐ - ๑๔.๐๐	รายการเพลงจากสถานี
๑๔.๐๐ - ๑๔.๓๐	รายการเพลงจากสหไทยพัฒนาพิบูลย์ *
๑๔.๓๐ - ๑๕.๐๐	รายการลูกทุ่งระฆังใจ *
๑๕.๐๐ - ๑๕.๓๐	รายการหมอลำกลางบ้าน
๑๕.๓๐ - ๑๖.๐๐	รายการลูกทุ่งเพลงดัง *
๑๖.๐๐ - ๑๗.๐๐	รายการยอดหมอลำ *
๑๗.๐๐ - ๑๘.๐๐	รายการธรรมะ

(* หมายถึงรายการหมอลำ)

จากสัดส่วนรายการของผังรายการดังกล่าวนี้ จะเห็นได้ว่ารายการที่มีเนื้อหาเป็นหมอลำจะมีอยู่ ๒ ประเภทคือ เป็นรายการที่เปิดเฉพาะหมอลำล้วน ๆ และรายการที่เปิดเพลงลูกทุ่งและหมอลำผสมกัน แต่อัตราส่วนเพลงลูกทุ่งที่เปิดนั้นมีน้อยกว่าหมอลำเสมอ เหตุผลที่อยู่เบื้องหลังสัดส่วนดังกล่าวน่าจะมาจากความนิยมของผู้ฟัง ดังหลักฐานจากแบบ

สอบถามจำนวน ๒๐ ฉบับที่ผู้วิจัยสอบถามกลุ่มผู้รับสาร ๒๐ ท่าน ซึ่งเป็นคนอีสานที่อยู่ตามจังหวัดต่าง ๆ ในภาคอีสานตอบมานั้น ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นวัยรุ่น และผู้ใหญ่ทั้งชายและหญิง ขอบฟังหมอลำถึง ๑๐๐ % แสดงให้เห็นชัดว่า ผู้ที่รับฟังวิทยุคลื่น AM นั้นชอบฟังรายการหมอลำมากที่สุด และจากการสัมภาษณ์นักจัดรายการในส่วนภูมิภาค ก็ทำให้ทราบว่า รายการหมอลำเป็นที่นิยมฟังมากที่สุดในบรรดาผู้ที่ฟัง AM

“ เราจะเขียนจดหมายมาขอฟังหมอลำแทบทั้งหมด นาน ๆ จึงจะมีขอว่า อาชา หนูขอฟังเพลงของมนต์สิทธิ์ ... ส่วนใหญ่จะเขียนมาในลักษณะมอบกลอนนี้ให้แก่สาว หรือหนุ่มบ้านโน้น บ้านนี้ บางคนเขาก็มาขอถึงสถานีเลย”

(วินัส แสนกองศรี : สัมภาษณ์ ๒๙ ธันวาคม ๒๕๔๐)

จะเห็นได้ว่าเนื้อหาที่น่าสนใจในรายการหมอลำทางวิทยุในท้องถิ่นนั้นจะมีเนื้อหา หลัก ๆ ๓ ประเภท คือ

๑. หมอลำ

๒. ตอบจดหมายของผู้ฟังที่บ้าน และการพูดคุยกับผู้ฟังที่ฟังรายการ รวมไปถึงบางรายการที่มีการจับฉลากชิงโชค แจกรางวัล โดยให้ผู้ฟังที่บ้านส่งชิ้นส่วนวัสดุที่ใช้บรรจุสินค้า สติกเกอร์ หรือฉลาก ของสินค้าที่เป็นสปอนเซอร์ของรายการวิทยุ นั้น ๆ เข้ามาแลกสิ่งของ เครื่องใช้ ตามกติกาที่ตั้งไว้ แล้วผู้จัดรายการก็จะประกาศรายชื่อผู้โชคดีทุกครั้งที่ได้เงินรางวัล

๓. สปอตโฆษณา(ทั้งที่เป็นสปอตของสินค้าอุปโภค บริโภค และสปอตโฆษณาหมอลำ) พร้อมทั้งการเชิญชวนให้มาใช้สินค้าที่สนับสนุนรายการ

นอกจากเนื้อหาหลักในการจัดรายการแล้วก็ยังมีเนื้อหารอง ได้แก่

๔. การแทรกเกร็ดเล็กเกร็ดน้อยของผู้ดำเนินรายการ อาทิ วันที่ตรงกับวันสำคัญทางศาสนาก็จะมีการเล่าความเป็นมา หรือเล่าถึงความสำคัญของวันนั้น ๆ หรือเกร็ดความรู้เล็กน้อย ๆ อื่น ๆ ตามแต่ผู้จัดรายการจะสรรหามาได้

๕. การมีข่าวบริการ การประกาศข่าวที่มีผู้ฟังที่บ้านขอให้ประกาศให้โดยผู้จัดไม่คิดมูลค่าใด ๆ เช่น ญาติพี่น้องใครเสียชีวิตหรือเจ็บป่วย หรือการประกาศหาคน ประกาศข่าวการทำบุญของวัดต่าง ๆ หรือการจัดงานประจำปีแต่ละท้องที่ ฯลฯ เป็นต้น ก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ได้ยินบ่อย ๆ เรียกได้ว่ามีทุกวัน ในรายการหมอลำในท้องถิ่น

จากเนื้อหาหลัก ๓ ประการแรกของการจัดรายการนั้นได้แสดงให้เห็นว่า การที่เนื้อหาดังกล่าวได้รับการคัดเลือกเพื่อนำมาเป็นรูปแบบในการดำเนินรายการนั้น เป็นเพราะรูปแบบในการดำเนินรายการเหล่านี้เป็นรูปแบบที่ได้เปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้มีส่วนร่วมในการ

ดำเนินรายการตลอดเวลา เช่น การขอฟังหมอลำทางจดหมาย การตอบจดหมาย การจับฉลากเพื่อชิงรางวัล ซึ่งปรากฏว่ามีผู้ฟังสนใจที่จะมีส่วนร่วมอยู่เสมอ ทำให้นักจัดรายการเห็นว่า เป็นสิ่งหนึ่งที่สะท้อนว่ามีผู้สนใจติดตามรายการ และเป็นการสร้างแฟนประจำรายการให้เกิดขึ้นได้ง่าย และกว้างขวาง เมื่อมีแฟนรายการรับฟังมาก ๆ นั้นก็หมายความว่า หมอลำที่เปิดออกอากาศไปนั้นสามารถที่จะเรียกรับรายได้ เพราะมีผู้ฟังอยู่เสมอ นักจัดรายการจึงได้เลือกใช้กลยุทธ์เหล่านี้

สิ่งที่น่าสังเกตอีกอย่างหนึ่งคือ ถ้าเป็นรายการหมอลำทางวิทยุในสวนกลางแทบทุกรายการที่เป็นรายการสด ผู้จัดจะเปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้ phone in เข้ามาในรายการ ทั้งนี้เพราะเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ฟังรายการที่ต้องการขอฟังหมอลำและต้องการพูดคุยกับนักจัดรายการ นอกจากนี้ การ phone in ยังเป็นการตรวจสอบได้ว่ามีผู้ให้ความสนใจติดตามรับฟังมากน้อยเพียงไร แต่เมื่อเป็นรายการหมอลำทางวิทยุในสวนภูมิภาคซึ่งส่วนใหญ่มักจะเป็นภาค AM จะไม่มีการ phone in จากผู้ฟังทางบ้านไม่ว่าจะเป็นการขอฟังหมอลำหรือการพูดคุยกับนักจัดรายการ เนื่องจากในสวนภูมิกษณนั้นผู้ฟัง AM จะอยู่ตามชนบท ไม่มีโทรศัพท์ใช้ และชาวบ้านส่วนใหญ่ยังตามเทคโนโลยีสมัยใหม่ไม่ทัน การติดต่อสื่อสารกันระหว่างผู้จัดรายการกับผู้ฟังทางบ้านยังใช้วิธีการแบบเดิมอยู่คือใช้การเขียนจดหมายและไปรษณียบัตร แล้วผู้จัดรายการจะนำจดหมายเหล่านั้นมาตอบพร้อม ๆ กันคราวละมาก ๆ อีกครั้งหนึ่ง

นอกจากนี้ รูปแบบในการดำเนินรายการเหล่านี้เองที่เป็นหลักฐานว่า การจัดรายการหมอลำนั้นมีธุรกิจเข้ามาเกี่ยวข้องมากมาย ทั้งธุรกิจเทปหมอลำและธุรกิจการซื้อขายสินค้า เพราะมีการเปิดตลาดเพื่อโฆษณาหมอลำและสินค้าที่ให้การสนับสนุนรายการและนักจัดรายการก็ได้บรรยายสรรพคุณของหมอลำและสรรพคุณของสินค้าเหล่านั้นในขณะที่จัดรายการนั่นเอง โดยเฉพาะธุรกิจเทปนั้นมีส่วนอย่างมากในการกำหนดทิศทางการเปิดหมอลำของนักจัดรายการเพราะเป็นผู้จ่ายค่าจ้างเปิดเพลงให้กับผู้จัดรายการ ดังนั้น ถ้าค่ายใดจ้างนักจัดรายการมากก็จะได้ยินแต่เสียงหมอลำที่สังกัดค่ายนั้นๆ บ่อยครั้ง

อย่างไรก็ตามรูปแบบการจัดรายการโดยรวมทั่วไปของรายการจัดรายการหมอลำทางวิทยุในสวนภูมิกษณมักจะเป็นรูปแบบเดียวกันหมดดังที่กล่าวมาไม่ว่าจะเป็นสถานีของจังหวัดใดในภาคอีสาน และ ลักษณะดังกล่าวก็ดำเนินมาเนิ่นนาน ยังไม่มีการสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ ๆ ขึ้นมา การที่รายการหมอลำมีรูปแบบโดยรวมที่หยุดนิ่งตรงข้ามกับรูปแบบหมอลำที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาเช่นนี้ ผู้วิจัยสันนิษฐานว่า อาจจะเป็นเพราะรูปแบบรายการดังกล่าวได้ผ่านกระบวนการคัดเลือกแล้วว่าเหมาะสมกับสภาพการรับฟังของคนในภาคอีสาน เพราะ ไม่ว่าจะจัดอย่างไรก็ตาม ขอเพียงสามารถทำให้ผู้ฟังได้ยินเสียงหมอลำที่ต้องการ

ไปเรื่อย ๆ จนทำให้สามารถขายเทปหมอลำได้ ก็พอแล้ว

สิ่งนี้ก็สามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีการผลิตซ้ำ (Reproduction Theory) ว่า รูปแบบรายการที่ได้รับการยอมรับแล้วว่าใช้ได้ผลดี ก็ยังคงใช้รูปแบบการดำเนินรายการ อย่างนั้นซ้ำ ๆ ไปเรื่อย ๆ (เปรียบเหมือนกับการขายสินค้า ไม่ว่าผู้ขายจะนำสินค้าไปส่งหรือ ไปสู่ผู้บริโภคโดยวิธีการใดหรือลักษณะใดก็ตาม เช่น อาจจะไปส่งทุกไคร่ ไคร่ไป หรือส่งทาง ไปรษณีย์ ก็ไม่ใช่เรื่องสำคัญ ขอเพียงถึงมือผู้บริโภคก็พอแล้ว แต่สินค้าที่จะส่งนั้นจำเป็นต้อง มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ วัตถุประสงค์ใช้ในการผลิตอยู่เสมอเพื่อดึงดูดใจลูกค้า)

การจัดรายการหมอลำในส่วนภูมิภาคมีรูปแบบซ้ำ ๆ กันนั้นเป็นเพราะปัจจัย หลาย ๆ อย่างไม่อำนวย เช่น ปัจจัยเรื่องเทคโนโลยีการสื่อสาร (โทรศัพท์ยังเข้าไปไม่ถึง โดยเฉพาะตามต่างอำเภอทำให้การติดต่อระหว่างผู้จัดรายการกับผู้ฟังไม่มีความรวดเร็วเมื่อ เทียบกับส่วนกลาง) ปัจจัยเรื่องคุณสมบัติของผู้ฟัง เช่น รสนิยมของผู้ฟังเองก็พอใจอยู่กับ การจัดรายการแบบเก่าแบบเดิมที่เป็นอยู่ ไม่ได้มีการเสนอแนะให้เรียกให้ผู้จัดรายการ เพิ่มหรือปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการแต่อย่างใด โดยเฉพาะยิ่งเมื่อเป็นผู้รับสารระดับล่างจะมี รสนิยมคล้าย ๆ กัน คือไม่เรียกร้องความแปลกใหม่ในแง่ของรูปแบบการนำเสนอซึ่งสิ่งนี้จะ เป็นรสนิยมของชนชั้นกลาง (Novelty)

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยเรื่องคุณสมบัติของผู้จัดรายการหมอลำเอง เช่น ไม่อาจ หาเกมอะไร ๆ มาเล่นได้เหมือนการจัดรายการของสถานีวิทยุ FM เนื่องจากไม่สามารถสร้าง การตอบสนองจากผู้ฟังเหมือนกับรายการวิทยุ FM เพราะสิ่งสำคัญที่จะลืมไม่ได้คือ กลุ่มผู้ฟัง เป้าหมายที่ไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ผู้ฟังของรายการวิทยุที่เป็นภาค FM จะเป็นประเภทกลุ่มวัยรุ่นที่ อาศัยอยู่ในตัวเมือง ฟังเพลงป๊อป แจ๊ส สตรีท มากกว่า และคนเหล่านี้ก็สะดวกที่จะ Phone in เข้ามาขอเพลงและพูดคุย กระทั่งมีเวลาว่างมากพอที่จะเล่นเกมกับผู้จัดรายการ

ในขณะที่ผู้ฟังรายการวิทยุทางสถานี AM นั้นจะเป็นกลุ่มผู้ฟังที่อาศัยอยู่ใน ชนบท หรือเขตที่อยู่ห่างไกลจากตัวเมือง เวลาที่รับฟังส่วนมากมักจะเป็นเวลาที่ทำงานกลาง แฉ่ง อยู่กลางท้องไร่ท้องนา สิ่งที่ผู้ฟังเหล่านี้พอจะสามารถร่วมรายการได้อย่างมากอาจจะเป็น เพียงการส่งชิ้นส่วนสินค้ามาชิงโชค จับฉลากชิงรางวัล หรือแลกเสื้อผ้าและข้าวของเท่านั้นเอง

นอกจากนี้การที่ไม่มีโทรศัพท์ใช้มากนักจึงไม่สะดวกที่จะติดต่อกับผู้จัดรายการ ในฉบับล้น เช่น ทางเพจเจอร์ หรือโทรศัพท์ เป็นแต่ได้เขียนจดหมายและไปรษณียบัตร มาขอฟังหมอลำ หรือฝากประกาศข่าว

ดังนั้นสิ่งที่เป็นไปได้สำหรับการออกอากาศของรายการหมอลำทางวิทยุใน ส่วนภูมิภาค คือ ผู้ฟังส่วนใหญ่ต้องรับฟังโดยคุณผี เพราะการขอฟังหมอลำในปัจจุบันนั้นยาก

มากที่จะได้ฟังกลอนที่ขอไป ถ้าไม่บังเอิญตรงกับกาเปิดหมอลำตามคิวเพลงที่ผู้จัดรายการจะเปิดอยู่แล้วในวันนั้น ผู้จัดรายการเองก็จะเลือกแต่จดหมายที่ขอมาตรงกับที่จะเปิดอยู่แล้ว และแม้จะได้รับการตอบจดหมายออกอากาศ แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า จะได้ฟังกลอนลำที่ตนเองขอไปเสมอไป โดยเฉพาะในปัจจุบันนี้ มีธุรกิจการโปรโมตหมอลำกำลังแข่งขันกันอย่างคึกคัก มีการจ้างเปิดเพลงกันอย่างล้นหลาม โอกาสที่ผู้จัดรายการจะเปิดหมอลำตามใจคนจัดนั้น นับว่ามีน้อยมาก บางที่มีแต่บริษัทเดียวที่ไปเหมาเวลาช่วงยาว ๆ เพื่อจ้างนักจัดรายการให้เปิดหมอลำในสังกัด ด้วยเหตุนี้จึงเป็นไปได้ยากมากที่ผู้ฟังจะได้ฟังหมอลำตามที่ตัวเองขอไป เพราะถ้าเป็นกลอนลำนอกเหนือจากที่อยู่ในการว่าจ้างให้เปิดก็ไม่มีโอกาสที่จะได้ฟังเลย

จากการวิเคราะห์ด้านรูปแบบและเนื้อหาของรายการหมอลำทางวิทยุส่วนภูมิภาคนั้น มีการเปลี่ยนแปลงในส่วนของบทบาทการเป็นช่องทางของสื่อวิทยุอย่างเห็นได้ชัดว่า กลยุทธ์ในการเป็นช่องทางของวิทยุในอดีตนั้นคือ เป็นช่องทางเพื่อความบันเทิงและการโฆษณาสินค้าเพื่อดึงดูดใจผู้ฟังเท่านั้น แต่พอมาถึงปัจจุบันนี้ การดำเนินกลยุทธ์ในการเป็นช่องทางของวิทยุก็เปลี่ยนไปเป็นช่องทางสำหรับการดำเนินธุรกิจเต็มตัว โดยใช้เพื่อการโฆษณาและโปรโมตเทปหมอลำตลอดจนคณะหมอลำอย่างเห็นได้ชัด โดยผู้ที่เข้ามาใช้ช่องทางนั้นก็มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมด้วย เช่น แต่ก่อนมีเพียงนักจัดรายการ แต่ปัจจุบันมีทั้งนักจัดรายการ มีทั้งคณะหมอลำ(ในนามของสำนักงานหรือสมาคมหมอลำ) และค่ายเทปหมอลำ ซึ่งต่างก็ร่วมมือกันใช้ช่องทางนี้เพื่อการโปรโมตหมอลำในสังกัดหรือหมอลำที่ให้ผลประโยชน์กับตนอย่างเห็นได้ชัด โดยไม่ได้ทราบว่า ผู้ฟังยินดีหรือพอใจในสิ่งที่ตนเองกำลังนำเสนอมากน้อยเพียงใด

นั่นก็หมายความว่า เมื่อผู้ส่งสารสามารถยึดกุมสื่อได้แล้ว อาจจะไม่จำเป็นต้องสนใจผู้รับสารอีกต่อไปว่า ผู้รับสารจะชอบหรือไม่ชอบสิ่งที่ตัวเองกำลังนำเสนออยู่

สิ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบันนี้คือ ถือว่านักจัดรายการกำลังใช้ศักยภาพความเป็นผู้ที่สามารถเผยแพร่สาร ยัดเยียดให้ผู้ฟัง ฟังในสิ่งที่ผู้จัดรายการกำลังนำเสนอ สิ่งที่แปลกใหม่มีเพียงผลงานชุดใหม่ของศิลปินเท่านั้นเอง แต่รูปแบบการจัดการรายการก็ยังคงดำเนินในแบบเดิมเรื่อยไป

สิ่งที่น่าสังเกตคือ รูปแบบการจัดการวิทยุแบบเดิม ๆ ในส่วนภูมิภาคนี้ มีจุดร่วมคล้ายกับละครโทรทัศน์อยู่มาก ตรงที่ละครโทรทัศน์นั้นใช้โครงเรื่องเก่า แต่ตัวละครใหม่ เช่นเดียวกับที่รูปแบบรายการเดิม หมอลำที่ลำก็เป็นกลอนเดิม แต่ผู้จัดรายการอาจจะเปลี่ยนหน้าไปตามแต่ละสถานี

๓. ลักษณะเด่นและลักษณะค้อยของรายการหมอลำทางสื่อวิทยุส่วนภูมิภาค

ก. ลักษณะเด่น

๑. สามารถเข้าถึงผู้คนได้ในบริเวณกว้าง โดยเฉพาะรายการหมอลำที่ออกอากาศทางภาค AM ซึ่งยังสามารถเผยแพร่ออกไปครอบคลุมพื้นที่ไกล ๆ ซ้ำมจังหวัดได้ และที่สำคัญตัวเครื่องรับเองก็ราคาไม่แพงนัก ชาวบ้านทั่ว ๆ ไปจะสามารถหามาไว้ใช้ได้ ในขณะที่เดียวกันก็สามารถนำติดตัวไปไหนมาไหนได้

๒. ได้เปรียบด้านเวลา และความถี่ในการออกอากาศสูงมาก เนื่องจากในสวนภูมิภาคนั้น จะมีรายการหมอลำให้ฟังทุก ๆ วันอย่างหลากหลายให้ได้เลือกฟัง โดยไม่มีวันหยุด

๓. มีสถานีที่สามารถรับฟังได้เป็นจำนวนมาก เพราะแต่ละจังหวัดก็มีสถานีวิทยุอย่างน้อย ๒-๓ สถานี ด้วยเหตุนี้ เวลาและสถานที่จึงไม่เป็นอุปสรรคต่อการรับฟังหมอลำทางวิทยุของผู้ฟังเลย คือจะอยู่จังหวัดใดก็รับฟังได้ และรับฟังได้จากหลายจังหวัดพร้อม ๆ กันด้วยในกรณีที่รอบ ๆ จังหวัดนั้นมีหลายคลื่น

ข. ลักษณะค้อย

๑. รูปแบบการจัดรายการที่ซ้ำ ๆ กัน มีแบบแผน (Pattern) ที่คล้าย ๆ กัน ไม่ว่าจะ เป็นสถานีใด หรือว่านักจัดรายการคนใดก็ตาม เพราะเท่าที่ผู้ฟังจะสังเกตได้ก็คือ เปิดหมอลำ เปิดสเปต โฆษณาและพูดสนับสนุนหรือนำสินค้าขึ้นนั้น ๆ ตอบจดหมายจาก ผู้ฟังที่บ้าน และมีประกาศข่าวหรือเกร็ดเล็ก ๆ น้อย ๆ แทรกอยู่ตามแต่แบบฉบับของแต่ละคน

๔. กลยุทธ์การนำเสนอหมอลำของรายการหมอลำในส่วนภูมิภาค

กลยุทธ์ในการส่งเสริมหมอลำเท่าที่พบในรายการวิทยุส่วนภูมิภาคคือ

๑. การสร้างแฟนประจำรายการ (Loyal Audience) และติดตามฟังรายการสม่ำเสมอ โดยการให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในรายการ เช่น ให้ส่งชิ้นส่วนฉลากสินค้าเข้ามาชิงโชค หรือแลกของรางวัลจากผู้ผลิตสินค้าซึ่งเป็นสปอนเซอร์ในรายการ การให้บริการประกาศข่าวชาวบ้านโดยไม่คิดมูลค่า และตอบจดหมายแฟนรายการที่เขียนจดหมายมาขอฟังหมอลำ

ปรากฏการณ์นี้ แสดงให้เห็นว่า เมื่อมีการติดต่อกันระหว่างผู้จัดรายการกับผู้ฟังแล้วอาจจะมีการ feed back ด้วย เพราะผู้รับสารต้องมีการติดต่อกับผู้ส่งสารแน่นอนเพียงแต่ผู้ส่งสารอาจจะไม่ได้เผยแพร่

๒. การแทรกสาระอื่น ๆ ลงไปในขณะจัดรายการ ซึ่งมี ๓ แบบคือ

๒.๑ สาระที่เกี่ยวกับชีวิตของผู้ฟัง เช่น เกร็ดเล็กเกร็ดน้อยที่ผู้จัดรายการสรรหามาเล่า โดยเฉพาะเรื่องที่บ้านในชนบททั่วไปไม่ค่อยได้สัมผัสหรือไม่เคยรู้ เช่น เรื่องการเตรียมตัวไปทำงานต่างประเทศ การขึ้นเครื่องบิน หรือไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับเลย เช่น ชีวิตและสภาพความเป็นอยู่ของผู้คนในกรุงเทพฯ ฯ

๒.๒ สาระที่เกี่ยวกับศิลปิน เช่น การสัมภาษณ์หมอลำที่มาเปิดการแสดงในท้องถิ่น และเวลานั้น ๆ ออกอากาศสด อยู่เสมอ ๆ อันจะสร้างความประทับใจให้กับผู้ฟังไม่น้อย เพราะเวลาดูการแสดงจริงๆ แล้ว หน้าเวทีคือที่ที่ผู้ชมไม่อาจได้ยินเรื่องราว ความรู้สึกบางอย่างของหมอลำที่ตัวเองชื่นชอบได้ จึงเป็นอีกโอกาสหนึ่งที่ผู้ฟังทางบ้านจะได้รับรู้เรื่องราวที่ผู้จัดรายการสัมภาษณ์ตัวหมอลำให้ได้ฟังสิ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของเนื้อหาการนำเสนอหมอลำซึ่งสามารถทำให้ผู้ฟังรู้สึกได้ว่า มีความหลากหลายฟังแล้วไม่น่าเบื่อหน่าย ได้ประโยชน์ตามอัธยาศัย นอกเหนือจากความบันเทิงที่ได้จากรายการตามปกติ

๒.๓ เรื่องทั่วไป เช่น ดินฟ้าอากาศ การบอกบุญ หรือข่าวสารบ้านเมือง เป็นต้น

๓. การใช้ภาษาถิ่นอีสานในขณะจัดรายการนั้นก็ก็เป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีเพราะเป็นการสร้างความรู้สึกเป็นกันเอง สนิทสนมและเป็นพวกเดียวกับผู้ฟัง ทำให้การฟังเป็นไปอย่างมีบรรยากาศที่คุ้นเคยอีกทั้งยังทำให้สามารถใช้ถ้อยคำ ภาษาที่ฟังแล้วเข้าใจง่าย ฟังสบาย ๆ สำหรับคนในชนบท เหมาะกับระดับการศึกษา และอาชีพของคนส่วนใหญ่ที่ฟังรายการ

สำหรับรายการหมอลำทางวิทยุในสวนภูมิภาคนั้นไม่สามารถนำเสนอกลวิธี การนำเสนอที่แปลกใหม่ได้ เนื่องจากกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายไม่มีลักษณะที่เอื้ออำนวยให้กระทำเช่นนั้นได้ เพราะที่สำคัญผู้ฟังยังคงคุ้นเคยกับลักษณะการนำเสนอรายการ และเป็นแบบรายการเดิม ๆ อยู่ โดยการใช้รูปแบบการจัดรายการแบบเก่านั่นคือการเปิดหมอลำเป็นการเริ่มต้น หรือเริ่มต้นด้วยการเปิดสเปตโฆษณาสินค้าผู้ให้การสนับสนุนรายการ แล้วสลับกับการตอบจดหมายแฟนหมอลำที่เขียนมาขอฟังหมอลำ ตรงจุดนี้เองที่ถือว่าการเปิดโอกาสให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในการจัดรายการบ้างโดยการเขียนจดหมายมา สลับกับการพูดคุยกับผู้ฟัง โดยมากจะปิดท้ายรายการด้วยการประกาศข่าวบริการและเปิดหมอลำ ส่วนที่ผู้ฟังรายการไม่มีโอกาสได้มีส่วนร่วมนั่นคือ การเลือกหมอลำหรือกำหนดรูปแบบการจัดรายการและการนำเสนอ เพราะส่วนนี้เป็นสิ่งที่ผู้จัดรายการเลือกและเสนอเองฝ่ายเดียว

ปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้การปรับกลยุทธ์การนำเสนอเป็นไปได้ยากคือ ความไม่ทันสมัยในการสื่อสารของพื้นที่ที่ผู้รับฟังอาศัยอยู่ ซึ่งมักจะเป็นต่างอำเภอ ทำให้ผู้จัดรายการ

เองก็ไม่มีโอกาสรู้ว่ากลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของตัวเองอยากให้ผู้จัดรายการทำอะไรบ้าง ไม่มีโอกาสได้รู้ว่าผู้ฟังมีการเรียกร้องให้มีการปรับเปลี่ยนอะไรใหม่ ๆ เป็นต้น อนึ่ง เนื่องจากรายการหมอลำทางวิทยุในส่วนภูมิภาคนี้ไม่ว่าในจังหวัดใด หรือรายการใด ก็มีโครงสร้างที่คล้ายกัน ดังนั้น จึงไม่มีใครเกินหน้าไปกว่าใคร ไม่มีความจำเป็นจะต้องแข่งขันกันปรับปรุงรายการ ทั้งนี้ เพราะนักจัดรายการไม่มีความจำเป็นในการแย่งส่วนแบ่งการตลาดกันเพราะกลุ่มเป้าหมาย(คือคนอีสานในส่วนภูมิภาค)มีมากและกว้างขวางอย่างยิ่งนั่นเอง และที่สำคัญคือ ปัจจัยที่จะมีอิทธิพลต่อการจัดรูปแบบรายการอยู่ที่ค่ายเทปมากที่สุด(เพราะเป็นผู้จ่ายค่าคิวเพลง ทำให้นักจัดรายการมีเงินจ่ายค่าเช่าสถานี) นักจัดรายการไม่มีความจำเป็นที่จะต้องเอาใจผู้ฟัง สิ่งเหล่านี้อาจจะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้จัดรายการยังคงรูปแบบรายการเดิมเอาไว้

๒.รายการวิทยุในส่วนกลาง (กทม)

รายการ “ลูกทุ่งอีสาน” AM ๑๐๕๓ Khz เวลา ๑๖.๐๐ ถึง ๑๗.๐๐ ทุกวันจันทร์ถึงวันเสาร์ โดยผู้จัดรายการชื่อ ทิดโต สุดสะแนน (สุรินทร์ ภาคศิริ) และรายการ “ลูกทุ่งห้าดาว” FM ๑๐๓ Mz เวลา ๒๔.๐๐ ถึง ๐๔.๐๐ ทุกวันจันทร์ถึงวันศุกร์ โดยผู้จัดรายการชื่อ หม่อม เมืองสิงห์

สำหรับรายการหมอลำทางวิทยุในส่วนกลางนี้ ผู้วิจัยตั้งใจที่จะยกตัวอย่างรายการซึ่งค่อนข้างมีความแตกต่างกันอย่างมากมาศึกษาสองรายการ โดยในแต่ละหัวข้อจะศึกษาทั้ง ๒ รายการไปพร้อม ๆ กันทั้งนี้เพื่อให้เห็นลักษณะบางประการของความสามารถในการปรับตัวซึ่งมีความยืดหยุ่นสูงของรายการหมอลำเมื่อผ่านกระบวนการถ่ายทอดผ่านสื่อมวลชน

ผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นการวิเคราะห์ออกเป็น ๕ ประการคือ

๑. จุดเริ่มต้นของหมอลำทางวิทยุในส่วนกลาง
๒. เนื้อหาและรูปแบบที่นำเสนอ
๓. ลักษณะเด่นและข้อได้เปรียบของรายการหมอลำทางวิทยุส่วนกลาง
๔. กลยุทธ์การนำเสนอหมอลำของรายการหมอลำทางวิทยุในส่วนกลาง
๕. อุปสรรคของการจัดรายการหมอลำทางวิทยุในส่วนกลาง

๑. จุดเริ่มต้นของการจัดรายการ

รายการหมอลำทางวิทยุในส่วนกลางนี้ มีที่มาค่อนข้างจะแน่นอนและสามารถสืบค้นประวัติได้อย่างแน่ชัด เนื่องจากการกำเนิดของรายการหมอลำทางวิทยุในส่วนกลางมีจุดกำเนิดเพียงจุดเดียว คือเริ่มจากนักจัดรายการเพียงคนเดียว และจัดที่สถานีเดียวคือ

ที่สถานีวิทย์ของกรมประชาสัมพันธ์ เท่านั้น โดยเริ่มจากอาจารย์สุนทรสุนทรภักดิ์ ที่นำเอา คณะหมอลำสุนทรภักดิ์มาเล่นสดออกอากาศ เมื่อประมาณ พ.ศ. ๒๕๐๐

เท่าความถึงสมัยที่หมอลำมีการบันทึกเสียงในยุคแรกดังที่เป็นแผ่น ครั้ง หมุนด้วยความเร็ว ๗๘รอบต่อนาที เมื่อประมาณ พ.ศ. ๒๔๘๑ โดยบริษัท ต.เจ๊กชวอนนั้น หมอลำที่มีชื่อเสียงโด่งดังมากจนได้รับการบันทึกเสียงในสมัยนั้น เช่น หมอลำเคน ดาเลลา หมอลำบุญเพ็ง ฝ้ายวิชัย หมอลำคุณ หมอลำจอมศรี หมอลำอัมพร สง่าจิตต์ หมอลำหนูเวียง และหมอลำทองมาก จันทะลือ ฯลฯ แต่อย่างไรก็ตาม แม้สมัยนั้น จะมีแผ่นเสียงใช้แล้ว ก็ไม่ปรากฏว่ามีการนำเสนอมอลำผ่านสื่อมวลชนเลย นั่นก็แสดงให้เห็นว่าหมอลำที่เกิดขึ้น เกิดขึ้นจากการบันทึกเสียงเก็บไว้ก่อน ต่อมาอีกนานจึงมีสถานีวิทย์เกิดขึ้น และแผ่นเสียงหมอลำ เหล่านั้นจึงได้รับการนำมาเปิดออกอากาศ

“ยุคแผ่นเสียงครั้งนั้น การเอามาเปิดออกวิทยุนี้ไม่มี ยุคแรก(ประมาณ พ.ศ. ๒๔๗๖)เขาเรียกว่าสปิด ๗๘ ซึ่งเป็นแผ่นเสียงซี่ครึ่ง ตกก็แตก การเผยแพร่ตามสื่อต่าง ๆ ก็ยังไม่มี จะมีก็แต่เผยแพร่โดยการใช้หีบเสียงตระเวนไปตามหมู่บ้านต่าง ๆ ให้คนจ้าง ๑๐ สตางค์ ๒๐ สตางค์ เพื่อให้เปิดให้ฟัง เอาแผ่นใส่แล้วก็ไหลานหมุนไป เรียกว่าหมอลำบั้งกะโบก

สถานีวิทย์ก็ไม่มากเหมือนทุกวันนี้ มีก็แต่ของกรมประชาสัมพันธ์เท่านั้น หมอลำในยุคบุกเบิกทางสื่อมวลชนนั้นไม่เป็นระบบ ๗๘ ไม่ใช่แผ่นครั้งอีกต่อไป แต่เป็นสปิด ๔๕ ทำจากครึ่งผลสมพลาสติก (ประมาณ พ.ศ. ๒๕๐๖)และก็มาเป็นสปิด ๓๓ ใช้สะดวกขึ้น ช่วงนี้เองที่เกิดหมอลำขึ้นมากมายและเริ่มมีการเผยแพร่ผ่านสื่อวิทยุ”

(สุรินทร์ ภาคศิริ : สัมภาษณ์ ๒ มกราคม ๒๕๔๑)

สมัยแรก ๆ ของการจัดรายการหมอลำทางวิทยุในส่วนกลางนั้น ก่อนที่จะมีการนำแผ่นเสียงมาเปิดออกอากาศ ก็มีหมอลำเคน ดาเลลา นำวงหมอลำกลอนมาเล่นสดออกอากาศทางสถานีวิทย์ของกรมประชาสัมพันธ์ แต่ก็ไม่ได้ออกอากาศเป็นประจำ จะมีบางช่วงที่เป็นวันพิเศษเท่านั้น

ต่อมาเมื่อประมาณ พ.ศ. ๒๕๐๐ ก็เป็นยุคของ อ.สุนทร สุนทรภักดิ์ ที่ได้ยกวง “สุนทรภักดิ์” มาเล่นสดออกอากาศทางสถานีวิทย์ของกรมประชาสัมพันธ์ เป็นประจำ โดยเป็นรายการของ กรมประชาสัมพันธ์ ภาคภาษาพื้นเมือง เนื่องจากกรมประชาสัมพันธ์ มีงบประมาณแผ่นดินจ้างไว้เล่นออกอากาศทั้งวง เมื่อมีส่วนราชการเป็นสปอนเซอร์ดังนี้แล้วก็ไม่จำเป็นต้องมีการโฆษณาสินค้าใด ๆ ทั้งสิ้น

สิ่งนี้แสดงให้เห็นว่า นี่เป็นบทบาทของสื่อมวลชนในการส่งเสริมหมอลำในยุคที่ยังไม่มีธุรกิจเข้ามาเกี่ยวข้องมากมายเช่นในปัจจุบัน การให้การสนับสนุนหมอลำเช่นนี้

เท่ากับเป็นการเปิดโอกาสให้หมอลำได้มีโอกาสหายใจและเป็นเวทีที่จะได้แสดงเอกลักษณ์ของตัวเองให้ปรากฏเป็นที่รู้จัก

“ในการจัดรายการ อาจารย์สุนทรก็จะเป็นผู้ดำเนินรายการเอง เป็นพิธีกรเอง เป็นผู้ประกาศเอง เริ่มต้นก็จะบอกว่า คณะสุนทราภิมรณจะไปเปิดการแสดงที่ใดบ้างแล้วจากนั้นก็ให้หมอลำในคณะลำเดี๋ยวนั้น หนึ่งหญิง หนึ่งชายสลับกัน ถ่ายทอดสดออกอากาศ แต่อาจารย์สุนทรแกไม่มีลูกเล่นอะไรเลย คือไม่บอกที่มาที่ไป ไม่มีเกริ่นนำรายการ พอถึงเวลาจัดแกก็บอกเพียงว่าหมอลำคณะสุนทราภิมรณจะไปแสดงที่โน่นที่นี้ แล้วก็ให้หมอลำในสังกัดแกลำให้ฟัง แล้วก็จบรายการ

นี่พูดถึงหมอลำที่ออกอากาศในกรุงเทพฯ ตอนนั้นผมก็ยังเป็นนักแต่งเพลงอยู่ ยังไม่ได้เข้ามาจัดรายการ จนมาถึงประมาณ พ.ศ. ๒๕๑๒ ถึง ๑๓ ที่ผมได้ยื่นรายการหนึ่งซึ่งจัดทางสถานี จส. สะพานแดงนี้แหละ คนจัดก็จัดแบบไม่เป็นโล้เป็นพาย แต่แกจัดรายการเป็นภาษาอีสาน ตอนนั้นอาจจะเป็นช่วงว่างของสถานีก็ได้ ผมได้ฟังนี่ก็นับเป็นรายการที่สองนับจากรายการของหมอลำสุนทราภิมรณซึ่งจัดแบบเป็นทางการมากกว่าแต่คนนี่แกอาจจะเป็นนายทหารหรืออะไรก็ตามแต่ แกก็มานั่งจัด แล้วแกก็เอาแผ่นเสียงหมอลำเท่าที่แกมีมาเปิด เอาเทปมาจากมหาสารคาม ซึ่งเป็นเทปบันทึกการแสดงหมอลำมาเปิดแล้วก็บอกว่า ผมไปมหาสารคามได้เทปหมอลำมาว่าวันนี้ มีหมอลำอยู่หลายคนเดี๋ยวจะเปิดให้ฟัง เทคนิคการจัดแกจะมีอีกแบบหนึ่งซึ่งแตกต่างจากสุนทราภิมรณ โดยในขณะที่จัดรายการแกก็จะเล่าถึงบรรยากาศของอีสานไปด้วย เช่น บอกว่า ตอนนี้อันนี้ คำแล้ว ชาวนา กำลังจะขึ้นจากไร่จากนา มองไปท้ายหมู่บ้านก็เห็นควันไฟลอยขึ้นมา ต่างก็หนึ่งข้าวต้มแกกัน เออ...จัดแบบนี้ดี ผมก็นึกชอบ แต่แกจัดอยู่ได้ไม่กี่วันก็หายไป....

พอบปี ๒๕๑๔ ผมได้รับรางวัลแผ่นเสียงทองคำพระราชทาน นางชายแผ่นเสียงก็เรียกให้ผมไปจัดรายการ โดยเช่าเวลาของสถานีวิทยุ ดชด.๕๗๐ เฉพาะวันอาทิตย์ ๒๐ ชั่วโมง ทั้งวัน ให้บรรดานักแต่งเพลงเลือกเอาว่าจะจัดรายการแบบใด ช่วงไหน พอมาถึงช่วงผม เขาให้จัดเวลา ๔ โมงเย็นถึง ๖ โมงเย็น สองชั่วโมง เขาถามว่าจะทำอะไร ผมก็มานึกถึงรายการที่เคยได้ฟัง ผมเองก็มีแผ่นเสียงหมอลำอยู่เพราะนายห้างเขาทิ้งไว้ให้ เขาไปซื้อมาจากเวียงจันทน์เป็นหมอลำของไทยแต่เอาไปขายฝั่งลาว ในกรุงเทพฯหาซื้อลำบาก มีหมอลำเคน หมอลำบุญเพ็ง หมอลำสง่าจิตต์ หลาย ๆ หมอลำในแผ่นเดียวกัน ผมก็มานั่งคิดว่า เอ จัดหมอลำท่าจะดีก็ว่า ผมก็เลยแบ่งว่าชั่วโมงหนึ่งจัดเพลงลูกทุ่ง อีกชั่วโมงหนึ่งจัดหมอลำ ตอนจัดใหม่ ๆ ช่วงที่เป็นลูกทุ่ง สปอนเซอร์เขาก็เห็นดีด้วย แต่หมอลำเขาไม่เห็นด้วยเท่าไร เขาสงสัยว่าใครจะฟัง เพราะในยุคนั้นชาวอีสานในกรุงเทพฯ ยังไม่กล้าแสดงตัวเลย ไม่กล้าแม้กระทั่งพูดอีสานด้วยกัน

ผมจัดเริ่มต้นใช้ชื่อรายการว่า “อีสานบ้านเฮา” มีแผ่นเสียงหมอลำสองแผ่น เปิดวันไปเวียงมาอยู่ตั้งสองปี แรกที่จัดก็เป็นที่ฮือฮามาก เพราะในรายการของ อาจารย์สุนทรนั้นค่อนข้าง

ข้างเป็นทางการ แก่ไม่สามารถพูดเล่นกับแฟนเพลงได้ ผมก็เลยเปิดเวลาให้แฟน ๆ รายการได้โทฯ เข้ามา หุย...เยอะเลย แรก ๆ พวกเขาก็ไม่กล้าพูดอีสาน เป็นลาวแต่พูดไทยมา ผมก็ประกาศว่า รายการผม ถ้าไม่พูดลาวก็อย่าโทฯมาเลย ผมบอกว่า ถ้าโทฯมา ตชด.๕๗๐ป๊อบ ถ้าทิดโสเป็นคนรับ ให้เวลาลาวเลย หนัก ๆ เข้าคนก็มาเยี่ยมรายการถึงสถานีเลย”

(สุรินทร์ ภาคศิริ : สัมภาษณ์ ๒ มกราคม ๒๕๔๑)

จะเห็นได้ว่ารูปแบบรายการที่อาจารย์สุนทรจัดนั้นเป็นการจัดแบบทางการ (Formal) คือ ทุกอย่างจะต้องมีระเบียบ แบบแผน การดำเนินรายการจะคงรูปแบบเดิมไว้ตลอด คือมีการกล่าวแนะนำคณะหมอลำของตัวเอง บอกสถานที่ที่จะไปแสดง แล้วก็ในช่วงลำ จะไม่มีการพูดคุยกับผู้ฟัง ดังนั้น เมื่อเทียบกับรูปแบบการดำเนินรายการหมอลำทางวิทยุในสมัยต่อมาจึงต่างกันโดยสิ้นเชิง เพราะการดำเนินรายการแบบใหม่นั้น ผู้จัดรายการหมอลำทางวิทยุจะพยายาม ทำให้ผู้ฟังสร้างความเป็นกันเอง และทำให้ผู้ฟังรู้สึกคุ้นเคยมากที่สุดซึ่งจัดเป็นรูปแบบมวลชน (Pop) โดยจะสังเกตได้จากกาที่ทิดโส สุดสะแนนจัดนั้น จะพยายามดำเนินรายการให้ผู้ฟังรู้สึกเป็นกันเอง สามารถโทรศัพท์มาขอฟังหมอลำได้ แฟน ๆ รายการจำนวนมากมีการแสดงตัวอย่างชัดเจน

หลังจากนายสุนทร ภาคศิริเป็นผู้ที่ได้พบกับอุปสรรคการจัดรายการตั้งแต่ครั้งแรกแล้ว คือ สปอนเซอร์ไม่เห็นด้วยที่จะจัดรายการหมอลำเนื่องจากเกรงจะไม่มีคนฟัง และนายสุนทรก็บุกเบิกและฟันฝ่าอุปสรรคนั้นมาได้โดยการพิสูจน์ให้เห็นว่า หมอลำก็มีคนฟัง จากนั้นจึงริเริ่มจัดรายการหมอลำทางวิทยุในส่วนกลางอย่างจริง ๆ จัง ๆ แล้วก็มีส่วนลักษณะ อันที่เป็นนักจัดรายการหมอลำพูดอีสานเป็นคนที่สอง ตามด้วย อาจารย์เลื่อน รองชัยภูมิ เป็นคนที่สาม ตั้งแต่นั้นมา หมอลำก็กลายเป็นที่รู้จักคุ้นเคยทั่วไป เพราะมีการผลิตออกมาเป็นแผ่นเสียงแล้ว สามารถหาซื้อได้ง่ายขึ้น เพราะมีหลายคนที่เล็งเห็นผลประโยชน์ที่จะตามมา จึงเกิดการแข่งขันกันผลิตแผ่นเสียงหมอลำ เช่น ห้างเทพบุตร ห้างกมล สุโกศล และห้างกรุงไทย เสียงสยาม เป็นต้น

จากรายการอีสานบ้านเฮาเมื่อยี่สิบกว่าปีมาแล้ว (๒๕๔๑) และจนทุกวันนี้เป็นรายการ “ลูกทุ่งอีสาน” AM ๑๐๕๓ Khz ของสถานีวิทยุ วทบ.๑๑ สวณมิสทวันโดยผู้จัดรายการคนเดิมชื่อ ทิดโส สุดสะแนน นั้น จัดว่าเป็นรายการหมอลำทางวิทยุที่มีอายุยาวนานหลายปีแล้ว และรายการนี้อยู่ในภาค AM ตลอดมา แสดงให้เห็นว่า หมอลำในกรุงเทพฯ นั้นยังคงได้รับความนิยมและได้รับการต้อนรับจากผู้ฟังที่เป็นชาวอีสานด้วยดีเสมอมา

รายการลูกทุ่งอีสานนี้ ปัจจุบันเป็นรายการที่ผู้จัด ชื่อ ทิดโส สุดสะแนน นั้น (สุรินทร์ ภาคศิริ) จัดโดยอิสระคือไม่ได้สังกัดค่ายหมอลำค่ายใดทั้งสิ้น จึงเป็นการจัดรายการหมอลำที่ค่อนข้างจะมีความหลากหลายในแง่ของการเสนอผลงานของหมอลำประเภทต่าง ๆ ของศิลปินคนต่าง ๆ

รายการลูกทุ่งห้าดาวทาง FM ๑๐๓ Mhz ซึ่งจัดโดยหนุ่ม เมืองสิงห์ นั้น เป็นรายการหมอลำทางวิทยุ ที่เป็นภาค FM เริ่มมีครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. ๒๕๓๙ เป็นปรากฏการณ์แบบใหม่ ของรายการหมอลำทางวิทยุที่มีการจัดในภาค FM โดยเฉพาะการจัดในในกรุงเทพฯ นั้นยิ่งเสี่ยงต่อการที่ภาพลักษณ์ของสถานี FM จะถูกมองว่ามีรสนิยมต่ำ (Low taste) อย่างไรก็ตามปรากฏว่ารายการหมอลำทาง FM นั้นก็ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี เพราะได้รับความสนใจรับฟังจากผู้ฟังอย่างยั้ง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สรุปจากการสังเกตและลองฟังรายการหมอลำทางวิทยุรายการลูกทุ่งห้าดาว ในภาค FM ซึ่งมีผู้ฟังโทรศัพท์มาขอฟังหมอลำไม่ขาดสายตลอดเวลา ๔ ชั่วโมงของทุกคืนที่มีการจัดรายการ

รายการนี้เป็นตัวอย่างหนึ่งที่แสดงให้เห็นว่า หมอลำกำลังได้รับความนิยมน้อยมากจนต้องมีการขยายช่องทางในการนำเสนอให้กว้างมากขึ้นไปอีก และเป็นรายการที่จัดได้ว่าเป็นตัวบ่งชี้ (indicator) หรือเป็นจุดบอกระยะทาง (milestone) ที่แสดงให้เห็นว่า ในที่สุดหมอลำก็ได้ต่อสู้เพื่อยกฐานะตัวเองจากระดับความเป็นท้องถิ่นนิยม แล้วในที่สุดก็สามารถทำให้เป็นที่นิยมและเป็นที่ยอมรับระดับชาติ (Nationalized) ได้เช่นกัน เนื่องจากแต่เดิมหมอลำจะปรากฏอยู่ในคลื่น AM เท่านั้น ส่วนคลื่น FM นั้นไม่มีใครอยากให้หมอลำมาปรากฏเลย เนื่องจากความรู้สึกที่ว่าหมอลำเป็นเพลงลูกทุ่งที่มีรสนิยมต่ำ และคนทั่วไปมักจะเข้าใจกันว่า มีแต่คนอีสานบ้านนอกเท่านั้นจึงจะฟังหมอลำ แต่เมื่อรายการหมอลำได้ก้าวเข้ามาปรากฏในคลื่น FM ก็เท่ากับเป็นการบอกว่า หมอลำมีศักยภาพสูงที่จะทำให้ตัวเองเป็นที่ยอมรับในวงกว้าง และจากปรากฏการณ์นี้ได้แสดงให้เห็นว่า หมอลำมีหน้าที่ (Function) อย่างหนึ่งคือแสดงความเป็นเอกลักษณ์ประจำเผ่าพันธุ์ คือ เป็นคนอีสานต้องรู้จักหมอลำหรือฟังหมอลำเป็น เช่นเดียวกับเป็นคนใต้ก็ต้องรู้จักหนังตะลุงและมโนราห์

การที่เป็นเช่นนี้ก็เนื่องจากว่า หมอลำสามารถยึดกุมจิตใจของมวลชน (คนอีสาน) ส่วนใหญ่ให้เป็นแฟนประจำรายการ (Loyal Audience) ได้ ทั้งนี้ไม่ว่าจะเปลี่ยนตัวสื่อไปอย่างไรก็ไม่ใช่ว่าเรื่องสำคัญ ขอเพียงยังเป็นหมอลำอยู่ก็เป็นอันใช้ได้ ไม่ว่าจะคลื่น AM หรือ FM ก็ไม่เกี่ยงอยู่แล้ว และจากความรู้สึกของคนอีสานเช่นนี้เอง เมื่อเปรียบเทียบกับกลยุทธ์ของนายทุนแล้วก็จะเหมือนกันคือ นายทุนค่ายเทปก็จะไม่สนใจว่าจะเป็นหมอลำผู้ใด หรือคณะใด ขอเพียงให้ขายได้ก็แล้วกัน

อย่างไรก็ตามรายการลูกทุ่งห้าดาว ก็เป็นตัวอย่างหนึ่งในจำนวนรายการหมอลำทางวิทยุอีกหลายๆ สิบรายการ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการก่อกำเนิดรายการขึ้นมาจากการพยายามโปรโมตเทปของค่ายเพลงและหมอลำชื่อดัง เป็นรายการที่กำเนิดขึ้นมาภายในระยะเวลาอันรวดเร็วทันต่อกระแสความต้องการของมวลชน และดำเนินรายการแบบเฉพาะกิจคือเพื่อชิงพาณิชย์และผลประโยชน์ทางธุรกิจอย่างแท้จริง เมื่อรายการที่เกิดขึ้นนั้น อาศัยกลไกของการตลาดที่เล็ง

เห็นผลสืบเนื่องจากการโปรโมตหมอลำให้เป็นที่รู้จักคุ้นเคย กล่าวคือรายการนี้มีการใช้เวลาแบบ
 เหม่าจ่ายยาวถึงวันละ ๔ ชั่วโมง จันทร์ถึงศุกร์ โดยจ้างให้นักจัดรายการมาจัดรายการเพื่อโฆษณา
 และโปรโมตหมอลำในสังกัดของตัวเองโดยเฉพาะ ด้วยกระแสเช่นนี้เลยทำให้การฟังหมอลำกลายเป็นวัฒนธรรมมวลชน (Mass Culture) ขึ้นมาได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว

ผู้วิจัยได้สรุปให้เห็นพัฒนาการของการจัดรายการหมอลำในส่วนกลางพอสังเขป
 ดังต่อไปนี้

ช่วงเวลา	ผู้จัดรายการ	รูปแบบการจัดรายการ
พ.ศ. ๒๕๔๑	บริษัท ต.เง็กชวนผลิตแผ่นเสียงหมอลำ	เริ่มมีแผ่นเสียงหมอลำแต่ยังไม่มีการจัดรายการหมอลำ
พ.ศ. ๒๕๔๖	ยังไม่มีการจัดรายการ	มีผู้ตระเวนนำหีบเสียงหมอลำไปเปิดให้ฟังแล้วเก็บเงินเรียกหมอลำบั้งกะโบก
พ.ศ. ๒๕๐๐	อ.สุนทร สุนทรภักขิมย์	นำหมอลำในสังกัดสุนทรภักขิมย์ลำออกอากาศสดทางวิทยุของกรมประชาสัมพันธ์ ภาค AM
พ.ศ. ๒๕๑๒	นักจัดรายการสมัครเล่น จัดรายการภาค AM	เปิดแผ่นเสียงและเทปหมอลำกลอนที่ได้มาจากภาคอีสานแบบเป็นบางครั้งบางคราว
พ.ศ. ๒๕๑๔	นายสุรินทร์ ภาคศิริ จัดรายการภาค AM	จัดรายการ"อีสานบ้านเฮา" เปิดแผ่นเสียงหมอลำกลอนเท่าที่มีและหาได้และเริ่มเป็นการชักนำให้นักจัดรายการคนอื่น ๆ ตามมา
พ.ศ. ๒๕๒๐ ถึงปัจจุบัน (๒๕๔๑)	นักจัดรายการทั่วไป จัดรายการภาค AM	เปิดแผ่นเสียงหมอลำประยุกต์ที่จบเป็นกลอน ๆ เริ่มมีหมอลำเพลนเป็นหมอลำประยุกต์ครั้งแรก
พ.ศ. ๒๕๓๙	ช่าง เมืองสุรินทร์ ริเริ่มจัดรายการหมอลำภาค FM ต่อมาจึงเปลี่ยนนักจัดรายการเป็น หนุ่ม เมืองสิงห์	เปิดแผ่นเสียงหมอลำประยุกต์ที่จบเป็นกลอน ๆ

๒. เนื้อหาและรูปแบบที่น่าเสนอ

เท่าที่ผู้วิจัยได้ติดตามลักษณะการดำเนินรายการลูกทุ่งห้าดาวในช่วงเดือน พฤศจิกายน และ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๔๐ ซึ่งดำเนินรายการโดย หนูม เมืองสิงห์ นั้น พบว่า เนื้อหาจากเป็นรายการที่มีนายทุนค่ายเทปเช่าเวลาให้ ซึ่งเท่าที่ผู้วิจัยพบนั้น ปัจจุบันนี้นายทุนเจ้าของค่ายเทปทั้งหมดไม่ใช่คนอีสานแต่เป็นคนจีนเสียเป็นส่วนมาก ลักษณะเช่นนี้เป็นมาตั้งแต่สมัยแผ่นเสียงครั้งแรกของต.เง็กชวน แล้ว เรื่อยมาถึงค่ายเทปเทปบุตรซึ่งตั้งอยู่ที่อีสานก็เป็นของคนเวียดนาม (เทปบุตร รอดชมพู่) ตลอดจนนายทุนค่ายเทปหมอลำในกรุงเทพฯ อย่างปัจจุบันที่ให้การสนับสนุนรายการลูกทุ่งห้าดาวนี้(บริษัทมาสเตอร์เทป) ก็เป็นของคนจีน (เฮียย้งหรือนายชาย ศรีบัวเลิศ)

ประการนี้แสดงให้เห็นว่า คนอีสานนั้นเล่นหมอลำเป็น แต่ทำธุรกิจหมอลำไม่ค่อยเป็น เพราะคนอีสานนั้นแม้จะมีพลังและศักยภาพในตัวสูงแต่ขาดการเรียนรู้เรื่องการจัดการ

รายการหมอลำที่มีนายทุนค่ายเทปเช่าเวลาไป มักจะมีการเช่าเวลานาน ๆ ตั้งแต่สองถึงสี่ชั่วโมง ทั้งเป็นรายการที่มักจะอยู่ในช่วงกลางคืนเพราะค่าเช่าเวลาถูกกว่าตอนกลางวัน เช่นรายการลูกทุ่งห้าดาวนี้ที่ใช้เวลาจัด ๔ ชั่วโมงของทุกวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ตั้งแต่เวลา ๒๔.๐๐ น. ถึง ๐๔.๐๐ น. ดังนั้นสิ่งที่ผู้ฟังจะได้รับฟังคือความซ้ำซากจำเจของกลอนลำที่นำมาเปิดเพราะเป็นหมอลำจากบริษัทเดียว (บริษัทมาสเตอร์เทป) ที่สำคัญคือในช่วงที่มีการโปรโมตกลอนลำใดที่ออกใหม่ ๆ ก็จะมีแต่การเปิดกลอนนั้น ๆ ทุก ๆ วัน ไม่มีวัน

การโปรโมตในลักษณะนี้เองที่เป็นกลยุทธ์อีกอย่างหนึ่งของค่ายเทปที่ถือกลยุทธ์หลักในการระดมเอาความถี่เข้าว่า โดยการให้ผู้ฟังได้ฟังบ่อย ๆ พอฟังไปแล้วก็จะรู้สึกเพราะและก็จะชอบไปเอง กลยุทธ์นี้ใช้กันอย่างแพร่หลายและมากที่สุด เพราะค่ายเทปหมอลำทุกค่ายต่างก็ใช้กลยุทธ์นี้จึงทำให้เกิดระบบคิวงเพลงขึ้น เนื่องจากความคิดที่พยายามจะหาโอกาสให้หมอลำของตัวเองได้ออกอากาศเข้าหูผู้ฟังซ้ำ ๆ เรื่อยไป แล้วจะทำให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกว่าเป็นหมอลำดังหรือได้รับความนิยมเพราะสถานีวิทยุไหน ๆ ก็เปิด

เนื้อหาของรายการหมอลำประเภทที่ค่ายเทปให้การสนับสนุนรายการทั้งหมดนี้จะมีความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัดจากรายการที่จัดแบบอิสระตรงที่ไม่มีความหลากหลาย เพราะเป็นการเผยแพร่ผลงานของค่ายหมอลำเพียงค่ายเดียว ดังนั้นเสียงหมอลำก็จึงเป็นเสียงของศิลปินเท่าที่มีอยู่ เช่น รายการลูกทุ่งห้าดาวของบริษัทมาสเตอร์เทปนี้มีหมอลำในสังกัดคือ จินตหรา พูนลาภ ก็จะมีแต่เสียงลำของ จินตหรา พูนลาภ นอกจากนี้ สปอตโฆษณาก็ยังเป็นโฆษณาเทปและซีดีของ จินตหรา พูนลาภด้วย (จากการที่ผู้วิจัยติดตามฟังรายการลูกทุ่งห้าดาว FM ๑๐๓ Mhz เวลา ๒๔.๐๐ น- ๐๔.๐๐ น. ตลอดเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๔๐)

ถ้าหากเป็นรายการที่จัดแบบอิสระนั้นผลประโยชน์จะเกิดกับตัวผู้ฟังมากกว่า เพราะมีความหลากหลาย อย่างเช่นรายการ“ลูกทุ่งอีสาน” (AM ๑๓๐ & Khz) รายการ “อีสาน สะท้อนกรุง” (AM ๕๔๐ Khz) ที่มีกลอนลำของค่ายหมอลำต่าง ๆ หลายค่าย เช่น ค่ายแต่ละค่าย แต่ละบริษัทก็มีศิลปินในสังกัดหลายคน เช่น บริษัททอปไลน์ ไดม่อน มีหมอลำ ช้อยใจ แดนอีสาน, ภัสรา มานุญธรรม, ปฤษณา วงศ์ศิริ ,สนองน้อย เพชรวิไล ,พิมพา พรศิริลาและแต่ละคนก็มีผลงานหลาย ๆ กลอนลำ โอกาสที่จะเกิดความน่าเบื่อหน่ายนั้นมีน้อยมาก เนื้อหาการโฆษณาก็จะแตกต่างกันออกไป เป็นสินค้าอุปโภค บริโภค ไปจนถึงร้านอาหาร คาเฟ่ เช่น สวนอาหารอีสาน ลุงแนบ ฯลฯ ที่เป็นผู้สนับสนุนรายการ

อย่างไรก็ตามสิ่งที่จะไม่ได้ยินเลยในรายการหมอลำทางวิทยุในสวนกลางซึ่งมีรูปแบบรายการเปิดหมอลำล้วนๆ สลับกับการพูดคุยกับผู้ฟังทางโทรศัพท์และตอบจดหมายนั้น จะไม่เหมือนรายการหมอลำทางวิทยุในสวนภูมิภาคประการหนึ่งคือ การประกาศข่าวบริการ เพราะแม้ว่าผู้จัดจะใช้ภาษาอีสานในการดำเนินรายการ แต่ก็ไม่ได้เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดหรือแพร่กระจายข่าวสารเหมือนรายการหมอลำในสวนภูมิภาคแต่อย่างใด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การติดต่อสื่อสารกันในส่วนกลางนั้นเป็นไปได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์ หรือจดหมายตั้งนั้นจึงไม่จำเป็นที่ผู้ฟังจะต้องส่งข่าวให้นักจัดรายการที่ตัวเองฟังช่วยประกาศข่าวบริการให้ และประการสำคัญที่สุดนั้นเป็นเพราะว่า เวลาแต่ละนาทีที่ดำเนินรายการของนักจัดรายการในสวนกลางนั้นมีค่ามาก หากนักจัดรายการจะมัวเสียเวลาไปกับการประกาศข่าวก็อาจจะไม่สามารถเปิดหมอลำและสพอตให้ครบตามคิวก็เป็นได้ ผิดกับสวนภูมิภาคที่นักจัดรายการยังต้องคอยประกาศข่าวบริการให้ผู้ฟังอยู่ทุกวัน ทั้งนี้เป็นเพราะระบบการติดต่อสื่อสารระหว่างญาติมิตรและกลุ่มสังคมนั้น ๆ ยังไม่สะดวกและรวดเร็วเท่าที่ควรนั่นเอง

จะเห็นได้ว่าลักษณะของสื่อในแต่ละพื้นที่นั้นไม่เหมือนกัน อีกทั้งคุณลักษณะและความเป็นจริงของกลุ่มผู้ฟังจึงมีผลต่อการใช้กลยุทธ์ของรูปแบบการดำเนินรายการที่ต่างกันด้วย กล่าวคือ ลักษณะของสื่อวิทยุในสวนภูมิกานั้น ยังมีบทบาทหน้าที่ของการให้บริการอยู่ดังจะเห็นได้จากการช่วยประกาศข่าวสารที่ผู้ฟังฝากมา ดังนั้นส่วนหนึ่งของรายการจึงมีรูปแบบการประกาศข่าวหรือเป็นกระบอกเสียงแทนผู้ฟัง นอกจากนี้กลุ่มผู้ฟังในสวนภูมิภาคยังแตกต่างจากกลุ่มผู้ฟังในภาคกลางด้วยเพราะผู้ฟังในส่วนกลางนั้นจะอาศัยการฟังรายการหมอลำทางวิทยุเพื่อเป็นความบันเทิงอย่างเดียว ในขณะที่ผู้ฟังในสวนภูมิกานั้นจะอาศัยการฟังรายการหมอลำทางวิทยุเพื่อเป็นทั้งความบันเทิง และเป็นที่พักกระจ่ายข่าวสาร รวมทั้งเป็นแหล่งให้รางวัลจากการส่งจดหมายชิงโชคที่ผู้ฟังส่งเข้าไปร่วมรายการ

อย่างไรก็ตาม ประเด็นเรื่องความซ้ำซากของรูปแบบการจัดรายการในส่วนกลาง นั้น นับว่าเป็นลักษณะที่เหมือนกันกับการจัดรายการในส่วนภูมิภาคคือมีรูปแบบหลัก ๆ คือ การเปิดหมอลำ เปิดสปอตโฆษณา และพูดคุยกับผู้ฟัง ตอบจดหมายผู้ฟังบ้าง วนเวียนอยู่เช่นนี้ซ้ำไป สิ่งนี้พอจะอธิบายได้ว่า เป็นเพราะรสนิยมของคนฟังหมอลำซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นคนระดับล่างนั้น มักไม่ค่อยกระตือรือร้นที่จะแสวงหาหรือเรียกร้องสิ่งใหม่ ๆ คือ สามารถอยู่กับความจำเจได้นาน ๆ

๓. ลักษณะเด่นและข้อได้เปรียบของสื่อวิทยุในส่วนกลาง

๑. เข้าถึงกลุ่มผู้ที่มีกำลังซื้อและกลุ่มเป้าหมายการตลาดส่วนใหญ่ของบริษัทค้าขาย เทปหมอลำตลอดจนบริษัทผู้ผลิตสินค้า อุปโภค บริโภค ร้านอาหาร เพราะเป็นกลุ่มคนอีสานที่มาทำงานในกรุงเทพฯ ดังนั้น การโฆษณาต่าง ๆ ผ่านรายการหมอลำจึงมีแนวโน้มว่าจะได้รับการตอบสนองที่ดีจากกลุ่มผู้บริโภค เพราะผู้ฟังมีความหลากหลายทั้งด้านรายได้ และความเป็นอยู่ เป็นอย่างยิ่ง ที่สำคัญคือมีกำลังทรัพย์เพียงพอที่จะจัดซื้อได้

ดังนั้นรายการหมอลำทางวิทยุที่มีอยู่ในส่วนกลางซึ่งจัดเพื่อคนอีสานที่มาทำงานในกรุงเทพฯ และเขตปริมณฑลนั้น จึงประสบผลสำเร็จเป็นอย่างยิ่ง

๒. ลักษณะและวิธีการติดต่อระหว่างผู้จัดรายการและผู้ฟังรายการเป็นไปโดยสะดวก เช่น การใช้โทรศัพท์ phone in หรือ เรียกวิทยุติดตามตัว เข้ามาในรายการ เพราะผู้ฟังรายการ(แม้จะเป็นคนอีสาน) อยู่ในเมือง ค้นเคยกับโทรศัพท์ และเทคโนโลยีวิทยุติดตามตัวแล้ว อีกทั้งอุปกรณ์เหล่านี้ก็มีพร้อม และมากพอที่ผู้ฟังจะหาใช้ได้ หรือแม้แต่การใช้ไปรษณียบัตร และเขียนจดหมาย ก็ใช้เวลาในการส่งและรับไม่นาน ต่างจากส่วนภูมิภาค ซึ่งบางที่ผู้ฟังรายการที่อยู่ในชนบทที่ห่างไกลต้องรอเข้ามาในเมืองจึงจะมีโอกาสได้ส่งจดหมาย

อย่างไรก็ตาม แม้ระบบ feed back จะเป็นไปอย่างรวดเร็วแต่ก็ไม่มีผลต่อการดำเนินรายการเพราะมีระบบคิวเพลงเข้ามาควบคุมนั่นเอง เช่น แม้ผู้ฟังจะสามารถโทรศัพท์ไปขอฟังหมอลำได้ในทันทีที่ต้องการแต่ก็ไม่ได้หมายความว่าผู้ฟังตามที่ต้องการ เนื่องจากผู้จัดรายการเตรียมกลอนลำที่จะเปิดเอาไว้แล้ว ยกเว้นว่าจะได้ฟังเพราะบังเอิญของกลอนลำไปตรงกับที่นักจัดรายการได้เตรียมไว้ เท่ากับว่าแม้จะเป็นการให้ผู้ฟังมีโอกาสเลือกได้แต่ก็จะเปิดหมอลำให้เฉพาะที่ผู้จัดรายการได้เลือกเอาไว้แล้ว

๔. กลยุทธ์การนำเสนอหมอลำของรายการหมอลำในส่วนกลาง

๑. กลยุทธ์การดึงผู้ฟังที่นำเสนออย่างหนึ่งคือการจัดรายการโดยเปิดหมอลำล้วนๆ วิธีนี้เป็นการซื้อเวลาของบริษัทผลิตเทป เพื่อการโปรโมตหมอลำในค่ายเทปของตัวเอง เช่น บริษัทมาสเตอร์เทป มีการซื้อเวลาต่อเนื่องกันนานถึง ๔ ชั่วโมงต่อวัน สัปดาห์ละ ๕ วัน แล้วจ้าง

นักจัดรายการมาจัดรายการสด เปิดโอกาสให้คนโทรศัพท์มาขอฟังหมอลำตลอดเวลาที่จัดรายการ ดังจะเห็นได้จาก รายการลูกทุ่งห้าดาว โดยในรายการนี้จะไม่มีโฆษณาสินค้าใด ๆ ยกเว้นจะเปิดสปอตโฆษณาหมอลำของศิลปินในสังกัดของค่าย

การที่ผู้ผลิตเลือกใช้กลยุทธ์นี้เนื่องจากคนอีสานในกรุงเทพฯ นั้นมีกำลังซื้อมากกว่าในต่างจังหวัด ดังนั้น เวลาไปริมตลิ่งสามารถเปิดหมอลำล้วน ๆ ได้ เพื่อเป็นการสร้างความคุ้นเคย และทำให้เกิดความอยากซื้อเทปมาฟังในที่สุด

การใช้วิธีการเผยแพร่หมอลำลักษณะดังกล่าวนี้ นับว่าน่าสนใจอย่างยิ่ง เพราะสามารถทำให้ผู้ฟังสนใจที่จะติดตามรับฟังอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องตลอดเวลา (ผู้วิจัยทราบได้จากการติดตามรับฟังรายการเป็นประจำและสังเกตได้ว่านักจัดรายการจะพูดคุยกับผู้ที่โทรศัพท์เข้ามาขอฟังหมอลำหลาย ๆ คนอย่างสนิทสนมเป็นพิเศษ โดยผู้จัดรายการจะจำได้ว่าเป็นใคร ชื่ออะไร ทำงานหรือพักอยู่ที่ใดเป็นต้น และแทบทุกวันที่มีรายการก็จะมีแฟนประจำที่ว่ามีโทรศัพท์มาพูดคุยกับผู้จัดรายการและขอฟังหมอลำเสมอ) นอกจากนี้การจัดรายการแบบนี้ยังสามารถสร้างความน่าเบื่อของการโฆษณาสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันไปได้ เพราะในรายการจะมีเฉพาะสปอตของเพลงและหมอลำในค่ายเทปที่เช่าเวลาทั้งหมด

๒. การสร้างแฟนประจำของรายการหมอลำ เช่น การนัดกันในบรรดาผู้ฟังรายการจัดกลุ่มไปท่องเที่ยวด้วยกัน หรือนัดกันเป็นกลุ่มไปทำบุญทอดกฐินหรือผ้าป่าที่วัดต่าง ๆ การเกาะกลุ่มกันมาเยี่ยมและช่วยงานนักจัดรายการถึงสถานี เช่น รับโทรศัพท์ เป็นต้น ดังจะเห็นได้จากคอลัมน์ “อาหารหูก เมนูเพลง” หน้า ๘๒ ที่เขียนโดยสาววิไล คนโก้ ในราชาเสียงทองฉบับประจำเดือนธันวาคม พ.ศ. ๒๕๔๐ ซึ่งมีการถ่ายภาพผู้ที่เป็นแฟนรายการและเขียนถึงการรวมตัวกันไปเที่ยวต่าง ๆ ของกลุ่มแฟนรายการ

การที่มีการนำกลยุทธ์นี้มาใช้ นั่น ก็จำเป็นต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขที่ว่า มีการแข่งขันกันอย่างสูง ในบรรดารายการวิทยุประเภทต่าง ๆ ดังนั้น นักจัดรายการทั้งภาค AM และ FM จำเป็นต้องหากลวิธีที่จะสร้างแฟนประจำ (Loyal Audience) ขึ้นมาเพื่อให้เป็นแฟนประจำรายการเมื่อมีแฟน ๆ รายการเกาะกลุ่มกันอย่างเหนียวแน่นเป็นจำนวนมาก ก็หมายความว่ารายการนั้นสามารถอยู่รอดได้และเป็นที่ยอมรับ เมื่อรายการได้รับความนิยมก็就会有เปิดหมอลำให้ผู้ฟังได้ฟังเรื่อยไป นี่ก็เป็นหนทางหนึ่งที่แสดงให้เห็นว่าหมอลำได้รับการส่งเสริมสนับสนุนโดยการสร้างกระแสความนิยมให้เกิดขึ้นเฉพาะกลุ่ม แล้วความนิยมดังกล่าวก็จะเป็นที่รู้จักกว้างขวางขึ้นเรื่อย ๆ เพราะจะมีแฟน ๆ รายการแนะนำเพื่อน ๆ ต่อ ๆ กันไป

นอกจากนี้ การใช้กลยุทธ์ดังกล่าว สามารถทำได้เฉพาะกับผู้ฟังในกรุงเทพฯ และเขตจังหวัดปริมณฑลเท่านั้น ต่างจังหวัดจะไม่มีลักษณะดังกล่าว ทั้งนี้เพราะว่า ในกรุงเทพฯ นั้น คนอีสานที่มาทำงานสามารถรวมตัวกันทำกิจกรรมกับรายการได้ง่ายและมากกว่าในต่างจังหวัด

เพราะสะดวกต่อการเดินทางและการติดต่อ ในขณะที่ในต่างจังหวัด คนฟังจะกระจัดกระจายกันตามท้องที่ต่าง ๆ

องค์ประกอบเล็ก ๆ น้อย ๆ เหล่านี้เองที่ ประกอบกันเข้าเป็นกลยุทธ์หนึ่งของการจัดรายการหมอลำแล้วทำให้คนรู้สึกอยากฟัง และอยากมีส่วนร่วมในรายการ อยากเป็นส่วนหนึ่งของรายการ เมื่อการที่มีคนเป็นจำนวนมากอยากฟังและติดตามอย่างสม่ำเสมอ ก็เท่ากับว่าทั้งสองฝ่ายคือผู้ส่งสารและผู้รับสารให้การสนับสนุน ส่งเสริมหมอลำอยู่ตลอดเวลา เพราะเท่ากับว่าทั้งสองฝ่ายต่างช่วยกันทำให้หมอลำคงอยู่ และมีการถ่ายทอด เผยแพร่อยู่ตลอดเวลา นั่นเอง

๓. การเปิดหมอลำให้ฟังตลอดทั้งกลางวันและกลางคืน เช่น คลื่นวิทยุยานเกราะ AM ๑๓๐๕ Khz ที่มีรายการหมอลำหลากหลายมากเนื่องจากเป็นที่ชุมนุมของนักจัดรายการอีสาน มีการตั้งชมรมโฆษกอีสานอยู่ที่สถานีวิทยุแห่งนี้ ดังนั้น จึงมีรายการหมอลำให้ได้ฟังตลอดเวลาของแต่ละวัน

การที่จะใช้กลยุทธ์นี้ได้นั้นก็ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขที่ว่าจะต้องมีการแข่งขัน...งานธุรกิจหมอลำมาก ๆ เพราะต่างค่ายต่างก็จะแข่งกันเปิด นอกจากนี้การที่จะเปิดหมอลำได้มาก ๆ เช่นนี้ก็จำเป็นที่จะต้องได้รับการสนับสนุนจากนายทุน ค่ายเทป จำนวนผู้จัดรายการและจำนวนคลื่นวิทยุ ก็ต้องมีมากพอที่จะรองรับความต้องการไปรษณีย์หมอลำของค่ายเทปเหล่านี้ได้ และที่สำคัญที่สุดคือ ต้องมีผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายซึ่งมีหลายสาขาอาชีพ ที่จะคอยรับฟังตลอดเวลา เพราะถ้าไม่มีคนฟังแล้วก็ย่อมเป็นการลงทุนที่สูญเปล่า

๔. กลยุทธ์การสร้างความเป็นชาตินิยมแบบอีสานนิยมในการจัดรายการ โดยการย้ำเตือนและกระตุ้นความเป็นคนอีสานของชาวอีสานที่ฟังรายการให้แสดงเอกลักษณ์ของตัวเองออกมาให้มากที่สุด เช่น รายการ “ลูกทุ่งอีสาน” ที่ทิดโล สุดแสนเป็นผู้จัดรายการนั้นได้พยายามทำให้ผู้ฟังรู้สึกถึงความเป็นคนอีสานที่ควรจะพูดภาษาอีสาน การที่คนอีสานมาอยู่ในกรุงเทพฯ แล้วไม่กล้าพูดภาษาถิ่นนั้น เวลาที่โทรศัพท์มาขอฟังหมอลำ ทิดโลก็บอกให้พูดภาษาอีสานทุกครั้งจนการพูดภาษาอีสานในกรุงเทพฯ และการพูดภาษาอีสานทางโทรศัพท์กลายเป็นเรื่องปกติธรรมดาไป

๕. กลยุทธ์หลักในการระดมเอาความถี่เข้าว่า โดยการให้ผู้ฟังได้ฟังบ่อย ๆ พอฟังไปแล้วก็จะรู้สึกดีเพราะแล้วก็จะชอบไปเอง กลยุทธ์นี้ใช้กันอย่างแพร่หลายและมากที่สุด เพราะค่ายเทปหมอลำทุกค่ายต่างก็ใช้กลยุทธ์นี้จึงทำให้เกิดระบบคิวเพลงขึ้น เนื่องจากความคิดที่พยายามจะหาโอกาสให้หมอลำของตัวเองได้ออกอากาศเข้าหูผู้ฟังซ้ำ ๆ เรื่อยไป แล้วจะทำให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกว่าเป็นหมอลำดังหรือกำลังได้รับความนิยมเพราะสถานีวิทยุที่ใด ๆ ก็เปิด

๕. อุปสรรคของการจัดรายการหมอลำในส่วนกลาง

๑. ในระยะเริ่มแรกนั้น ไม่ค่อยมีผู้เห็นความสำคัญของหมอลำ โดยในระยะแรกที่ นายสุรินทร์ ภาคศิริ ริเริ่มที่จะจัดรายการหมอลำนั้น ปรากฏว่า ผู้สนับสนุนรายการต่างก็ไม่เห็นด้วยเพราะเห็นว่าเป็นวัฒนธรรมบ้านนอก และไม่มีใครฟัง แต่ปัจจุบันกลับตรงกันข้ามเพราะรายการหมอลำนั้นเป็นรายการที่สามารถโปรโมตเทปหมอลำและทำรายได้ให้กับนายทุนอย่างมาก

๒. การกีดกันและไม่เปิดโอกาสให้หมอลำมีเวทีในวิทยุภาค FM เพราะโดยปกติแล้วสถานีวิทยุ FM นั้น ไม่เพียงแต่วิทยุในส่วนกลางอย่างกรุงเทพฯ แม้กระทั่งส่วนภูมิภาคเองในอดีตนั้น สถานีวิทยุ FM ก็เคยมีคำสั่งห้ามเปิดหมอลำแม้กระทั่งเพลงลูกทุ่งเป็นอันขาด ด้วยเหตุที่เกรงว่าจะมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของสถานี อาจทำให้เกรตสถานีตกหรือถูกมองว่ามีรสนิยมต่ำนั่นเอง

จากการสัมภาษณ์ ไพบุลย์ ชมภูคำ นักจัดรายการหมอลำประจำจังหวัด

ร้อยเอ็ดตั้งแต่สมัยเริ่มมีสถานีวิทยุครั้งแรกในจ.ร้อยเอ็ด ได้กล่าวว่า

“เดิมที อ.ส.ม.ท มาตั้งสถานี FM ที่ร้อยเอ็ดแล้วห้ามเปิดหมอลำ ผมก็สงสัยว่าแล้วทำไมไม่เอาตั้งไว้ที่กรุงเทพฯ เอามาตั้งที่อีสานทำไม ในเมื่อคนส่วนใหญ่เป็นคนบ้านนอกชอบฟังหมอลำ การที่มีการห้ามอย่างนี้เป็นเพราะมีกลุ่มนายทุน(ที่ไม่ใช่คนอีสาน)ประมูลได้คลื่นของรัฐแล้วก็ออกกฎไว้แบบนี้” (ไพบุลย์ ชมภูคำ: สัมภาษณ์ ๕ ตุลาคม ๒๕๔๐)

จะเห็นได้ว่า ลักษณะการกีดกันเช่นนี้ ก็เป็นอุปสรรคในขั้นต้นที่สื่อมวลชน(ซึ่งเป็นของรัฐส่วนกลางแท้ ๆ)จะมาส่งเสริมสื่อพื้นบ้านในระดับท้องถิ่น ทำให้การแพร่กระจายของสื่อพื้นบ้านไม่สามารถดำเนินไปได้อย่างสะดวกและเกิดความทุกข์ทุเลเต็มที่

ปัจจุบันนี้ คลื่นวิทยุ FM ทั้งในส่วนภูมิภาคและส่วนกลางนั้นยอมให้รายการหมอลำเข้าไปมีส่วนแบ่งในพื้นที่อย่างมากดังตัวอย่างที่ได้กล่าวมา