

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเพื่อศึกษาถึงปัญหาของวิถุชุมชน และแสวงหาแนวทางแก้ปัญหของวิถุชุมชน ได้แบ่งการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย

#### 2.1 ประวัติและความเป็นมาวิถุชุมชน

2.1.1 พัฒนาการของวิถุชุมชน

2.1.2 วิถุชุมชนในต่างประเทศ

2.1.3 วิถุชุมชนในประเทศไทย

#### 2.2 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิถุชุมชนไทย

#### 2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับวิถุชุมชน

2.3.1 ความหมายและลักษณะของชุมชน

2.3.2 การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

2.3.3 เงื่อนไขและอุปสรรคของการสื่อสารชุมชน

2.3.4 การบริหารการจัดการ

2.3.5 ทฤษฎีการสื่อสาร

2.3.5.1 ทฤษฎีกำหนดระเบียบวาระ (Agenda Setting Theory)

2.3.5.2 ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ของสื่อมวลชน (Structural Functional Approaches)

2.3.5.3 ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility Theory)

2.3.5.4 ทฤษฎีสื่อมวลชนของประชาชน หรือ ความมีส่วนร่วมแบบประชาธิปไตย

(Democratic-participant Media Theory)

#### 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## 2.1 ประวัติและความเป็นมาวิทยุชุมชน

### 2.1.1 พัฒนาการของวิทยุชุมชน

ก่อนมีวิทยุชุมชนนั้น วิทยุกระแสหลักในสังคมไทยมีอยู่ด้วยกัน 2 รูปแบบคือ วิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจ ซึ่งวิทยุทั้งสองแบบข้างต้นนั้นมีลักษณะดังนี้

1) วิทยุสาธารณะ (Public Broadcasting) มีลักษณะที่รัฐเป็นเจ้าของและเป็นผู้ดำเนินการ โดยมีเป้าหมายเพื่อประโยชน์ต่อสาธารณะ เนื้อหารายการมักจะมุ่งเน้นให้ข่าวสาร ความรู้ อีกทั้งยังมุ่งเข้าถึงประชาชนด้วยวิธีการกระจายเสียงครอบคลุมพื้นที่ให้กว้างที่สุดเท่าที่จะทำได้ อย่างไรก็ตามวิทยุในลักษณะนี้ มักจะถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าคำนึงถึงประโยชน์ของรัฐมากกว่าประชาชน

2) วิทยุธุรกิจ (Commercial Broadcasting) มีเอกชนเป็นเจ้าของกิจการ โดยเช่าสถานีหรือเช่าเวลาจากภาครัฐมาดำเนินการ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อแสวงหากำไรทางธุรกิจและมุ่งกระจายเสียงให้กว้างขวางเพื่อขยายตลาด รูปแบบรายการเน้นรายการบันเทิงเพื่อจูงใจผู้ฟังให้บริโภคสินค้าและรายได้หลักมาจากโฆษณา

อนึ่ง แม้ว่าจะมีวิทยุกระแสหลักถึงสองรูปแบบ แต่วิทยุทั้งสองนั้นยังมีข้อจำกัดในเรื่องของการตอบสนองความต้องการของคนเฉพาะถิ่น ทั้งนี้เนื่องจาก วิทยุสาธารณะของรัฐมักจะเสนอข้อมูลข่าวสารในลักษณะแนวตั้งคือ จากรัฐบาลมาสู่ประชาชน ทำให้ถูกมองว่าเป็นการครอบงำทางความคิดของประชาชน อีกทั้งยังไม่คำนึงถึงความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง ในทางตรงกันข้าม วิทยุธุรกิจกลับถูกมองว่าจุดมุ่งหมายของการประกอบกิจการนั้นเพื่อต้องการกำไรเป็นหลัก และเน้นการให้ความบันเทิงหรือจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้า ซึ่งจากสถานการณ์ดังกล่าวทำให้ปัญหาของประชาชนเฉพาะท้องถิ่นถูกมองข้ามและไม่ได้รับการแก้ไข ด้วยเหตุนี้เองการเกิด “วิทยุชุมชน” จึงเป็นทางเลือกหนึ่งให้กับคนเฉพาะท้องถิ่น เพราะเป็นการสื่อสารในแนวระนาบระหว่างสมาชิกในชุมชน อีกทั้งยังเป็นช่องทางให้ชุมชนได้รับรู้เกี่ยวกับตัวตน เรื่องราวและปัญหาในพื้นที่เพื่อนำไปสู่การแก้ไข (จิราพรและนาฎยา, 2550) โดยเป้าหมายของวิทยุชุมชนมุ่งตอบสนองในสิ่งที่วิทยุกระแสหลักไม่สามารถตอบสนองได้ ซึ่งประกอบไปด้วย 4 แก่งมม คือ

1. วิทยุชุมชนเป็นสื่อทางเลือก (Alternative Media) นั่นคือ วิทยุชุมชนเป็นวิทยุที่ประชาชนเป็นเจ้าของ และดำเนินงานโดยไม่หวังผลกำไร อีกทั้งยังเป็นอิสระจากรัฐและองค์กรทางสังคมอื่นๆ และไม่สนใจการทำงานแบบมีอาชีพ แต่พึ่งพาอาสาสมัคร ส่วนการผลิตรายการนั้น ผู้รับสารทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร โดยนำเสนอเนื้อหาจากเกณฑ์การเลือกที่แตกต่างจากสื่อกระแสหลัก เช่น เรื่องต้องห้ามหรือไม่ได้เสนอในกระแสหลัก เรื่องชีวิตประจำวัน หรือเรื่องของคนสามัญ เป็นต้น

2. วิทยุชุมชนเป็นสื่อชุมชน (Community Media) วิทยุชุมชนจะมุ่งตอบสนองความต้องการของประชาชน โดยทำหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสาร สร้างความรู้สึกร่วมในชุมชน เป็นเวทีแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิด และเป็นช่องทางในการแก้ปัญหา ซึ่งคนในชุมชนสามารถเข้าถึงได้ วิทยุชุมชนจะมีหน้าที่กระตุ้น

ให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนทุกกลุ่มที่อยู่ในชุมชน เช่น ระดับสังคมเศรษฐกิจ คนกลุ่มน้อย กลุ่มวัฒนธรรมย่อย นอกจากนี้วิทยุชุมชนยังเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) และมีทิศทางการไหลของข่าวสาร ทั้งที่เป็นแบบบนลงล่าง (Top-down) จากล่างขึ้นบน (Bottom-up) และในระนาบเดียวกัน (Horizon) (สาโรจน์. 2551:79-81)

3. วิทยุชุมชนเป็นสื่อภาคประชาชน (Civic Media) คือ วิทยุชุมชนไม่เป็นทั้งของภาครัฐและเอกชน ไม่มุ่งกำไรสูงสุด และมีพันธกิจเพื่อสนองประโยชน์ของสาธารณะ นอกจากนี้รายการยังมีเนื้อหาที่หลากหลายกว่าสื่อภาครัฐและเอกชน กล่าวคือ สื่อภาคประชาชนนอกจากมุ่งเน้นที่ข่าวและสาระมากกว่าบันเทิงแล้ว ยังมุ่งหวังการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนอีกด้วย ทั้งในเรื่องของการเป็นเจ้าของ การกำหนดทิศทางของเนื้อหา การผลิต การแสดงความคิดเห็น การสนับสนุนด้านการเงิน การรวบรวมกำลังคน และทรัพยากร การประเมินผล (พิรงรอง. 2547 : 3-13)

4. วิทยุชุมชนเป็นสื่อสาธารณะ (Public Service Broadcasting) ความเป็นสาธารณะทำให้วิทยุชุมชนต้องยึดถือประโยชน์ของประชาชนทุกคน โดยมีอิสระจากอิทธิพลของรัฐและกลุ่มทุน และมีความหลากหลายและความแตกต่างจากสื่อเชิงพาณิชย์ ส่วนเนื้อหาที่นำเสนอต้องมีความเป็นกลาง สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของประชาชนทุกกลุ่ม รวมถึงการให้ความสำคัญกับคุณภาพมากกว่าปริมาณ (จิตินันท์. 2546 : VIII)

## 2.1.2 วิทยุชุมชนในต่างประเทศ

### 2.1.2.1 สหรัฐอเมริกา

จุดกำเนิดของวิทยุชุมชนเริ่มต้นที่เมืองเบอร์กลีย์ มลรัฐแคลิฟอร์เนีย ในปี ค.ศ. 1948 โดยกลุ่มผู้รักสันติ (Pacifists) และกลุ่มผู้ที่ไม่ชอบกฎระเบียบ (Anarchists) ซึ่งได้สนับสนุนการจัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อท้องถิ่นรูปแบบสถานีที่ไม่มุ่งแสวงหากำไร (Non-profit station) กระจายเสียงด้วยคลื่นกำลังต่ำประมาณ 1 กิโลวัตต์ ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 6-10 กิโลเมตร รายได้หลักของสถานีมาจากสมาชิกในชุมชนเป็นส่วนใหญ่ ส่วนที่เหลือนั้นมาจากมูลนิธิ โดยประชาชนได้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสถานีอย่างแท้จริง ซึ่งความคิดดังกล่าวต่อมาได้ขยายออกไปอย่างกว้างขวางและมีการจัดตั้งสมาพันธ์นักจัดวิทยุขึ้นในปี ค.ศ. 1975 ซึ่งมีสมาชิกกว่า 60 สถานี ต่อมาในปี 1977 ได้มีการเสนอรายงานการดำเนินงานวิทยุชุมชนในนามสมาพันธ์นักวิทยุชุมชนแห่งชาติของสหรัฐอเมริกาแก่ที่ประชุมใหญ่องค์การยูเนสโก ที่กรุงเบลเกรด ประเทศยูโกสลาเวีย และได้ข้อสรุปว่า การใช้สื่อวิทยุชุมชนนั้นเป็นส่วนหนึ่งที่อยู่ใต้อบรมการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ซึ่งการสื่อสารในแนวนอนนี้ได้เน้นหลักการสำคัญ 3 ประการคือ

1) การเข้าถึงสื่อ (Access) หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนเลือกรายการหรือเข้าไปจัดทำในสิ่งที่ตนเป็นประโยชน์แก่ตนได้ทราบได้ที่ไม่ขัดต่อกฎหมาย อีกทั้งประชาชนยังสามารถใช้เป็นช่องทางในการแสดงความคิดเห็นต่อรายการหรือแสดงความต้องการเปลี่ยนแปลงรูปแบบรายการได้

2) การมีส่วนร่วม (Participation) หมายถึง ประชาชนสามารถมีส่วนร่วมในกระบวนการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนการสื่อสาร การผลิตรายการ การจัดการ เป็นต้น

3) การจัดการด้วยตนเอง (Self-management) หมายถึง การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้วยตนเองตามกระบวนการประชาธิปไตย ตั้งแต่เริ่มคิด วางแผน การกำหนดนโยบาย การบริหารและการลงมือผลิตด้วยตนเอง (มธุรส. 2548)

จากแนวคิดข้างต้น ส่งผลให้ประเทศต่างๆ เช่น ออสเตรเลีย สวีเดน อังกฤษ เป็นต้น ได้นำหลักการดังกล่าวไปใช้ในการดำเนินการวิทยุชุมชน

### 2.1.2.2 แคนาดา

แคนาดามีวิทยุชุมชนมากกว่า 100 สถานีทั่วประเทศ ซึ่งการให้บริการนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วนคือ 1) สถานีวิทยุชุมชน ซึ่งส่วนใหญ่จะมีเป้าหมายการให้บริการชุมชนท้องถิ่นดั้งเดิม 2) สถานีวิทยุในเขตเมืองที่จะมุ่งให้บริการกลุ่มเป้าหมายที่สถานีวิทยุกระแสหลักไม่ให้ความสนใจ เช่น กลุ่มชาติพันธุ์ กลุ่มสิทธิสตรี กลุ่มสหภาพการค้า และกลุ่มรักร่วมเพศ เป็นต้น 3) สถานีวิทยุในเขตชนบท ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ถูกกลืนหายจากวิทยุกระแสหลัก

### 2.1.2.3 ลาตินอเมริกา

ข้อมูลของอามาร์ก (AMARC) ซึ่งเป็นองค์กรนานาชาติของวิทยุชุมชนระบุว่า วิทยุชุมชนเกิดขึ้นครั้งแรกในลาตินอเมริกานานเกือบ 60 ปีมาแล้ว ด้วยรูปแบบที่หลากหลาย ทั้งวิทยุของกลุ่มศาสนา วิทยุมหาวิทยาลัย วิทยุสภาพแรงงาน และวิทยุของชาติพันธุ์ท้องถิ่น บางสถานีเริ่มจากการใช้โทรโข่งเป็นเครื่องกระจายข่าวสารให้เพื่อนบ้านรับรู้ แต่ส่วนใหญ่กระจายเสียงด้วยคลื่นความถี่ต่ำ

### 2.1.2.4 ออสเตรเลีย

มีการออกใบอนุญาตให้มีวิทยุชุมชนครั้งแรกในช่วงประมาณปี พ.ศ. 2518 ปัจจุบันมีสถานีกว่า 100 สถานี วิทยุชุมชนในออสเตรเลียไม่ได้รับอนุญาตให้โฆษณา จึงหารายได้จากการระดมทุนด้วยวิธีการต่างๆ นอกจากนี้ กฎหมายยังกำหนดให้วิทยุชุมชนออกอากาศสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่วิทยุกระแสหลักไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ เช่น กลุ่มชาติพันธุ์ กลุ่มภาษาและวัฒนธรรมท้องถิ่น ดนตรีคลาสสิก และรายการการศึกษา เป็นต้น

### 2.1.2.5 ยุโรป

วิทยุชุมชนในยุโรปมีชื่อเรียกหลายชื่อ เช่น วิทยุเสรี วิทยุท้องถิ่น ในช่วง พ.ศ. 2513 มีสถานีวิทยุที่ไม่ได้อยู่ภายใต้ระเบียบหลักเกณฑ์ของรัฐ ซึ่งถูกเรียกว่า “วิทยุเถื่อน” เกิดขึ้นมากมาย แต่ในปัจจุบันมีวิทยุที่ถูกกฎหมายมากกว่า 1,500 สถานี ซึ่งปัจจัยที่ทำให้เกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็วได้แก่ 1) การยกเลิกกฎระเบียบของกฎหมายกระจายเสียงแห่งชาติ 2) ชุมชนมีความต้องการใช้สื่อวิทยุ 3) เทคโนโลยีเครื่องส่งวิทยุในระบบ เอฟเอ็ม (F.M.) มีราคาถูกลง

วิทยุชุมชนในยุโรปตะวันตกเกือบทุกประเทศถือว่าเป็นสิ่งที่ถูกกฎหมาย แต่ในยุโรป ตะวันออกนั้นใบอนุญาตประกอบกิจการวิทยุยังเป็นของบริษัทขนาดใหญ่ที่ประเทศในยุโรปตะวันตกเป็นเจ้าของ แต่ก็เริ่มให้ความสนใจในการจัดตั้งวิทยุชุมชนมากขึ้นเรื่อยๆ

### 2.1.2.6 อัฟริกาและเอเชีย

วิทยุส่วนใหญ่อยู่นในความครอบครองของรัฐและถือว่าวิทยุชุมชนค่อนข้างล่าช้ากว่าทวีป อื่นๆ วิทยุชุมชนในอัฟริกาได้เพิ่งเกิดขึ้นไม่นานมานี้เอง ในเอเชียมีโครงการวิทยุเพื่อการศึกษาในประเทศ ฟิลิปปินส์และวิทยุชุมชนในญี่ปุ่น เวียดนาม เนปาล และไทย (จิราพรและนาฎยา. 2550)

### 2.1.3 วิทยุชุมชนในประเทศไทย

ในอดีตสถานีวิทยุชุมชนจะมีที่ตั้งอยู่ตามต่างจังหวัดทั่วประเทศ เช่น สถานีวิทยุ วปถ. ของ กองทัพบก สถานีวิทยุ ปชส. (เปลี่ยนเป็น สวท.ในเวลาต่อมา) ของกรมประชาสัมพันธ์ เป็นต้น มีกำลังส่ง ครอบคลุมเฉพาะภูมิภาคหรือในพื้นที่ไม่กี่จังหวัด และใช้คลื่นในระบบเอเอ็ม (A.M.) ต่อมาเมื่อระบบการส่ง สัญญาณคลื่น F.M. ได้นำมาใช้ สถานีต่างจังหวัดก็ตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงในระบบ F.M. มากขึ้นด้วย โดย กำลังส่งไม่เกิน 1 กิโลวัตต์ ตามระเบียบการควบคุมความถี่ของกรมไปรษณีย์โทรเลข หลังจากนั้นก็มีสถานี ของหน่วยราชการอื่น ๆ อีกหลายแห่งรวมทั้งหน่วยงานของรัฐที่ตั้งขึ้นมาเพื่อทำธุรกิจทางด้านสื่อมวลชน โดยตรง คือ องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย ก็ได้ขยายการจัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ส่งคลื่น ในระบบเอฟเอ็ม (F.M.) ในท้องถิ่นมากขึ้น อย่างไรก็ตามก็ยังเป็นสถานีของทางราชการเท่านั้น

จุดกำเนิดของวิทยุชุมชนในประเทศไทยเห็นได้ชัดเจนขึ้นในปี พ.ศ. 2534 เมื่อนายสุรินทร์ แปลง ประสบโชค ได้ทำการทดลองจัดทำรายการวิทยุชุมชนขึ้นที่สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยระบบ F.M. จังหวัดจันทบุรีขึ้น โดยใช้ชื่อรายการว่า “รายการสร้างสรรค์จันทบุรี” ในการทดลองนี้ได้ยึดกรอบ แนวคิดของวิทยุชุมชนตามหลักการ Democratic Media และ Participatory Communication คือ การให้ ประชาชนเข้าถึงสื่อได้ง่าย ช่วยกันคิด วางแผน กำหนดเนื้อหา การบริหารงานด้วยตนเอง มีนายสถานี วิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจันทบุรีเป็นที่ปรึกษาให้คำแนะนำในด้านการจัดการ โดยมีรัศมีการ ออกอากาศของสถานีคือ 1 กิโลวัตต์ กรรมการตัวแทนประชาชนคือ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน อาสาสมัครที่สนใจ โดยจะมีการออกอากาศทุกวันในเวลา 11.30-12.30 น. ผลการทดลองปรากฏว่า ได้รับผลดีเป็นที่สนใจแก่ ประชาชนในท้องถิ่นเป็นอย่างยิ่ง อย่างไรก็ตามการทดลองดังกล่าวยังไม่ถือว่าสมบูรณ์เนื่องจากสถานี วิทยุกระจายเสียงนั้นยังเป็นหน่วยงานของรัฐอยู่ ด้วยเหตุนี้เอง เนื้อหาสาระบางอย่างจึงถูกจำกัดด้วย กฎระเบียบ ข้อกฎหมาย อนึ่ง นายสุรินทร์ได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับวิทยุชุมชนในประเทศไทยว่า แท้จริงแล้ว ประเทศไทยนั้นมีวิทยุชุมชนมานานแล้ว แต่อยู่ในลักษณะของการปิดกั้นข้อมูล และกำหนดเนื้อหาให้ฟังเสียง เป็นส่วนใหญ่ การจัดรายการโดยรับฟังปัญหาหรือความคิดเห็นของชุมชนอย่างจริงจังจึงจะมีได้ไม่นาน และยังไม่ถึงขั้นยอมรับการวิพากษ์วิจารณ์อย่างตรงไปตรงมาของประชาชน (จุมพล. 2540) หลังจากนั้น ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 เป็นต้นมา เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านวิทยุชุมชนในประเทศไทย

ซึ่งส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับเรื่องการปฏิรูประบบ สิทธิข้อมูล และสิทธิการสื่อสาร ซึ่งรายละเอียดดังกล่าวปรากฏในส่วนที่ 2 (กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชนไทย) ต่อไป

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาสถานีวิทยุชุมชนในปัจจุบัน พบว่าสามารถแบ่งแยกออกได้เป็น 4 กลุ่มคือ

1) กลุ่มวิทยุชุมชนที่มีโฆษณา

เป็นกลุ่มผู้ประกอบการวิทยุรายย่อยที่ไม่สามารถสู้กับทุนขนาดใหญ่ในการขอสัมปทานจากรัฐได้ กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ต้องการให้มีโฆษณาชั่วโมงละ 6 นาที และเรียกร้องให้สถานีวิทยุมีกำลังส่งมากกว่า 30 วัตต์ เสาอากาศสูงกว่า 30 เมตร และรัศมีกระจายเสียงมากกว่า 15 กิโลเมตร และพร้อมทำตามกฎระเบียบที่รัฐออกมามทุกประการ

2) กลุ่มวิทยุชุมชนที่ไม่มีโฆษณา

ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกของสหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติ และเป็นกลุ่มที่เกิดจากการสนับสนุนกระบวนการเรียนรู้จากสำนักงานกองทุนเพื่อสังคม สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน และนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน ฯลฯ กลุ่มนี้ยังรักษา “ความเป็นวิทยุชุมชน” อยู่ กล่าวคือความเป็นชุมชน เพื่อชุมชน และโดยชุมชน นอกจากนี้ยังใช้วิทยุชุมชนเป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง และเป็นจุดปฏิบัติการเรียนรู้วิทยุชุมชน

3) กลุ่มวิทยุสายธรรมะ

กลุ่มวิทยุชุมชนสายธรรมะนี้เป็นเครือข่ายวิทยุชุมชนเพื่อพระพุทธศาสนา กลุ่มนี้นับเป็นกลุ่มวิทยุชุมชนที่ช่วยเยียวยาสภาพสังคม และพัฒนาพระให้มีทักษะในการสื่อสาร ตลอดจนศักยภาพพระนักเผยแผ่ให้มีความสามารถในการสื่อสารเพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งถือได้ว่าเป็นกำลังสำคัญให้กับพระพุทธศาสนา

4) กลุ่มที่สังกัดไม่ชัดเจน

เป็นกลุ่มที่สนับสนุนโดยนักการเมืองและบริษัทค่ายเพลง กลุ่มนี้ต้องการจับจองคลื่นความถี่เอาไว้ก่อน และจัดรายการที่ตอบสนองต่อตนเอง เพราะการลงทุนสร้างสถานีวิทยุขนาดเล็กล้วนต่ำกว่าการขอสัมปทานจากรัฐมาก (สาโรจน์, 2551)

## 2.2 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชนไทย

ในช่วงปี พ.ศ. 2535- 2538 ซึ่งถือว่าเป็นช่วงปฏิรูปสื่ออย่างจริงจัง ทั้งนี้เนื่องจากการรวมตัวกันระหว่าง องค์กรภาครัฐ นักวิชาการ และองค์กรภาคประชาชน เพื่อร่วมกันจัดทำข้อเสนอ การปฏิรูประบบวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่เน้นด้านสิทธิข้อมูลและสิทธิด้านการสื่อสาร เพื่อเสนอต่อสภาร่างรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 และสามารถผลักดันให้บรรจุลงในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักร พ.ศ. 2540 มาตรา 39, 40 และ 41 ได้สำเร็จ (ปีณพร, 2549) โดยเนื้อหาของมาตรา 40 นั้นได้กำหนดไว้ว่า

“คลื่นความถี่ที่ใช้ในการส่งวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และวิทยุโทรคมนาคมเป็นทรัพยากรสื่อสารของชาติเพื่อประโยชน์สาธารณะ

ให้มีองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่ตามวรรคหนึ่ง และกำกับดูแลการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคม ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายบัญญัติ การดำเนินการตามวรรคสองต้องคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของประชาชนในระดับชาติและระดับท้องถิ่น ทั้งในด้านการศึกษา วัฒนธรรม ความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะอื่น ๆ รวมทั้งการ แข่งขัน โดยเสรีอย่างเป็นธรรม”

เพื่อเป็นการรองรับข้อบัญญัติตามมาตรา 40 ข้างต้น รัฐบาลจึงจำเป็นต้องออกกฎหมายประกอบ รัฐธรรมนูญอย่างน้อย 3 ฉบับ คือ พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการ วิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์และกิจการ โทรคมนาคม พระราชบัญญัติการประกอบกิจการ โทรคมนาคม และพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการวิทยุโทรทัศน์ อีกทั้งยังต้องสรรหาและ แต่งตั้งองค์กรอิสระขึ้น 2 องค์กรเพื่อทำหน้าที่ตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติทั้ง 3 ฉบับดังกล่าว

ในช่วงปี พ.ศ. 2540 - 2545 ซึ่งถือว่าเป็นช่วงแรกของกระบวนการร่างกฎหมายประกอบรัฐธรรมนูญ มาตรา 40 และการก่อตั้งวิทยุชุมชน กระบวนการตรากฎหมาย “พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคม พ.ศ. 2543” นับตั้งแต่ยกร่าง ผ่าน การพิจารณาในรัฐสภา และประกาศใช้ต้องใช้เวลาทั้งสิ้นร่วม 2 ปี หลังจากนั้นจึงได้มีกระบวนการสรรหา คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการ โทรทัศน์แห่งชาติ (กสช.) เพื่อมาทำหน้าที่กำกับดูแลการ ปฏิบัติสื่อตามที่กำหนดใน พ.ร.บ. ฉบับนี้ โดยเนื้อหาใน พ.ร.บ. ที่สร้างความสนใจแก่ผู้เกี่ยวข้องกับวิทยุ ชุมชนคือ ข้อความในมาตรา 26 ของพระราชบัญญัติกำหนดว่า กสช. ต้องจัดสรรคลื่นวิทยุให้ประชาชนร้อยละ 20

“...การจัดทำแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการ โทรทัศน์ และการอนุญาตให้ประกอบ กิจการดังกล่าว ต้องคำนึงถึงสัดส่วนที่เหมาะสมระหว่างผู้ประกอบการภาครัฐ ภาคเอกชนและภาค ประชาชน โดยจะต้องจัดให้ภาคประชาชนได้ใช้คลื่นความถี่ไม่น้อยกว่าร้อยละยี่สิบ ในกรณีที่ภาค ประชาชนยังไม่มีความพร้อมให้ กสช. ให้การสนับสนุน เพื่อให้ภาคประชาชนมีโอกาสใช้คลื่นความถี่ใน สัดส่วนตามที่กำหนด”

ในช่วงเวลาเดียวกันนี้เอง กรมประชาสัมพันธ์ได้มีโครงการนำร่องวิทยุชุมชนในจังหวัดทดลอง 19 จังหวัด และโครงการอบรมอาสาสมัครประชาสัมพันธ์ประจำหมู่บ้าน ส่วนองค์กรพัฒนาเอกชนและ นักวิชาการสื่อสารมวลชนหัวก้าวหน้าได้ออกไปเผยแพร่สิทธิด้านการสื่อสารตามที่กำหนดไว้ใน รัฐธรรมนูญ และฝึกอบรมและสร้างกระบวนการเตรียมความพร้อมของชุมชนเพื่อการบริหารจัดการวิทยุ ชุมชน

ปลายปี พ.ศ. 2544 ได้เริ่มมีวิทยุชุมชนขึ้นแม้ว่าผู้ดำเนินการจะนำบทบัญญัติของกฎหมาย รัฐธรรมนูญตามมาตรา 39 เรื่องสิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นและมาตรา 40 เรื่องคลื่นความถี่ มาใช้ แต่ในทางปฏิบัติพระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2498 ยังมีผลบังคับใช้อยู่ โดยเฉพาะมาตรา 5 ที่แก้ไขโดยพระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์พ.ศ. 2530 ความว่า

“มาตรา 5 ห้ามมิให้ผู้ใดส่งวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เพื่อให้บริการแก่สาธารณะหรือแก่ชุมชนวันแต่จะได้รับใบอนุญาตให้ดำเนินบริการส่งวิทยุกระจายเสียงหรือบริการส่งวิทยุโทรทัศน์จากเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาต”

จากสถานการณ์ดังกล่าวทำให้สถานีวิทยุชุมชนที่จัดตั้งขึ้นในขณะนั้น ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย เนื่องจากยังไม่มี กสช. และ กทช. ตามมาตรา 80 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2543 จึงไม่มีเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาต วิทยุชุมชนต่างๆ ที่จัดตั้งมาก่อนหน้านั้น จึงมีสถานะเป็นสถานีวิทยุกระจายเสียงที่จัดตั้งขึ้น โดยมิได้รับใบอนุญาตโดยชอบตามกฎหมาย

ช่วงปี 2545-2548 ภายหลังจากที่กระบวนการสรรหา กสช. ไม่แล้วเสร็จตามกำหนดเวลา และถูกศาลพิจารณาว่ากระบวนการสรรหาที่ผ่านมาไม่ชอบด้วยวิธีปฏิบัติราชการทางปกครองและมีคำพิพากษาเพิกถอนกระบวนการสรรหาที่ดำเนินการมาแล้วจนผ่านวุฒิสภาทั้งหมด ส่งผลให้ต้องเริ่มกระบวนการสรรหาครั้งที่ 2 ใหม่

ในระหว่างนี้เอง รัฐบาลได้แต่งตั้งหน่วยงาน/คณะกรรมการขึ้นมารับผิดชอบวิทยุชุมชน ส่วนวิทยุชุมชนก็ได้รวมตัวกันเป็นเครือข่ายระดับจังหวัดและระดับภาค และได้รวมตัวกันในนามของ “สหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติ” ในปี พ.ศ. 2545 ต่อมาเกิดเครือข่ายผู้ประกอบการวิชาชีพวิทยุท้องถิ่นไทย สมาคมวิทยุชุมชนคนรักถิ่น และสภาวิทยุประชาชน เครือข่ายเหล่านี้ออกมาเรียกร้องในประเด็นต่างๆ ที่บางครั้งสอดคล้องกันและบางครั้งก็กลับแย้งกันเอง เช่น กำลังส่งของเครื่อง การมี/ไม่มีโฆษณา การจัดสรรคลื่นวิทยุ และปัญหาคลื่นทับ คลื่นแทรกบรบกวนวิทยุกระจายเสียงหลัก วิทยุโทรทัศน์ และวิทยุการบิน เป็นต้น

ปัจจุบัน หลังจากที่รัฐธรรมนูญฯ พ.ศ. 2540 ได้ถูกยกเลิกไป อีกทั้งรัฐบาลโดยสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ไม่ทำการสรรหา กสช. ต่อ ส่งผลให้วิทยุชุมชนมีการดำเนินการกันไปเองตามความคิดเห็นของแต่ละกลุ่ม เกิดความหลากหลายของวิทยุชุมชน กล่าวคือ แม้ว่าวิทยุชุมชนจะมีกล่าวไว้ในกฎหมาย แต่ไม่มีองค์กรอิสระมาทำหน้าที่ออกใบอนุญาตให้ถูกต้องตามกฎหมาย นอกจากนี้ หน่วยงานหรือองค์กรที่รัฐบาลแต่งตั้งให้เข้ามารับผิดชอบนั้น ไม่สามารถดำเนินงานบรรลุเป้าหมายและแก้ไขปัญหาได้ เพราะเป็นการแต่งตั้งขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหาเฉพาะหน้าและไม่มีกฎหมายรองรับ จนกระทั่งศาลยุติธรรมเอง เคยพิพากษาให้มติคณะรัฐมนตรีที่กำหนดจุดปฏิบัติการเรียนรู้วิทยุชุมชน เป็นมติที่ไม่ชอบเพราะขัดต่อกฎหมายมาแล้ว

ในทางปฏิบัติ เมื่อเกิดการร้องเรียนจากประชาชนและหน่วยราชการ ได้มีการตรวจจับโดยเจ้าพนักงานตามกฎหมายที่ยังมีผลบังคับใช้อยู่ เช่น พระราชบัญญัติวิทยุโทรคมนาคม พ.ศ.2498 ก็เกิดขึ้นมาตามด้วยเสียงครหาว่ามีการเลือกปฏิบัติเพราะการจับมิได้กระทำกับผู้ประกอบการทุกราย ซึ่งเจ้าหน้าที่ก็อ้างถึงคำร้องเรียนว่าจับเฉพาะที่มีการร้องเรียนเรื่องรบกวนวิทยุการบิน หรือรบกวนคลื่นหลักที่เขามีใบอนุญาตถูกต้องอยู่

ขณะเดียวกัน มีการดำเนินการแก้ไข พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.... และได้มีการเปิดโอกาสให้เอกชนและภาค



ประชาชนมีสิทธิในการเป็นเจ้าของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ และมีสิทธิแนวทาง ความคิดเห็นต่อร่าง ฯ ฉบับดังกล่าว ซึ่งได้มีการเสนอร่างจากหลายหน่วยงาน เช่น ร่างรัฐบาล ร่างของคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ร่างของวุฒิสภา ร่างของภาคประชาชน ร่างของพรรคประชาธิปัตย์ ซึ่งเรื่องที่หลายฝ่ายต่างแสดงความห่วงใย ว่าร่างต่างๆ มีความแตกต่างกันในประเด็นอย่างเด่นชัด เช่น ในประเด็นการให้ภาคประชาชนได้ใช้คลื่นความถี่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20, องค์กรและจำนวนคณะกรรมการ, องค์กรประกอบคณะกรรมการ, ที่มาและกระบวนการสรรหา ฯลฯ (มูลนิธิฟรีดริค เอแบร์ท. 2551) ซึ่งประเด็นดังกล่าวยังคงเป็นหัวข้อที่ถกเถียงกันอยู่

## 2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชนแบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ 2.3.1 ความหมายและลักษณะของชุมชน 2.3.2 การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม 2.3.3 เงื่อนไขและอุปสรรคของการสื่อสารชุมชน 2.3.4 การบริหารการจัดการ และ 2.3.5 ทฤษฎีการสื่อสาร

### 2.3.1 ความหมาย และลักษณะของชุมชน

ความหมายของชุมชน

ราชบัณฑิตยสถาน (2525) ให้ความหมายของ ชุมชน คือ หมู่ชน กลุ่มคนที่อยู่ร่วมกันเป็นสังคมขนาดเล็ก อาศัยอยู่ในอาณาบริเวณเดียวกัน และมีผลประโยชน์ร่วมกัน

สนทนา (2550) ให้ความหมายของชุมชนว่า ชุมชนคือกลุ่มทางสังคมที่มีความเป็นปึกแผ่นมั่นคง มีจิตสำนึกร่วมกัน มีกิจกรรมร่วมกันในอาณาบริเวณเดียวกัน มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน มีการติดต่อสื่อสารและเรียนรู้ร่วมกัน ผูกพัน เอื้ออาทรกัน ร่วมมือและพึ่งพาอาศัยกันในลักษณะเครือข่าย ภายใต้บรรทัดฐานและวัฒนธรรมเดียวกันเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายร่วมกัน

ประเวศ วะสี กล่าวว่า ชุมชน หมายถึง การที่คนจำนวนหนึ่งเท่าใดก็ได้ มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีการติดต่อสื่อสารหรือรวมกลุ่มกัน มีความเอื้ออาทรต่อกัน มีการเรียนรู้ร่วมกันในการกระทำ มีการจัดการเพื่อให้เกิดความสำเร็จ ตามวัตถุประสงค์ร่วมกัน (ประเวศ วะสี, 2540 : 33 อ้างถึงใน ปารีชาติ วลัยเสถียร. 26 : 2543)

ชุมชน (Community) หมายถึง กลุ่มบุคคลหลายๆ กลุ่มมารวมกันอยู่ในอาณาเขตและภายใต้กฎหมายหรือข้อบังคับเดียวกัน มีการสังสรรค์กัน มีความสนใจร่วมกัน และมีผลประโยชน์คล้ายๆ กัน และมีแนวพฤติกรรมเป็น อย่างเดียวกัน เช่น ภาษาพูด ขนบธรรมเนียม ประเพณี หรือพฤติกรรมอย่างหนึ่ง คือ มีวัฒนธรรมร่วมกันนั่นเอง (จิรพรรณ กาญจนะจิตรา. 11:2525 อ้างถึงในขบวน พลตรี. 1 : 2529)

สำนักงานโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ รายงานการพัฒนาคนของประเทศไทย พ.ศ. 2546 กล่าวว่า ชุมชน คือ ประสบการณ์ ความรู้สึกและความสัมพันธ์ซึ่งไม่สามารถกำหนดทางภูมิศาสตร์ หรือกฎเกณฑ์ทางการ แต่เป็นสิ่งที่ ประชาชนรู้สึกว่าเป็นสมาชิกอยู่เป็นเครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างคน ชุมชนอาจจะมีขนาดใหญ่หรือเล็ก อาจเปลี่ยนแปลงตามกาล อาจจะมีเข้มแข็งขึ้นหรือเสื่อมสลายลงก็ได้ แต่ละ

ชุมชนมี ลักษณะเฉพาะตัว มีความเท่าเทียมมากน้อยแตกต่างกันไป บางชุมชนใช้หลักฉันทามติ บางชุมชนใช้แนวทางอื่น บางชุมชน ถูกครอบงำโดยผู้มี “อิทธิพล” บางชุมชนก็ปลอดอิทธิพล สรุปคือ ชุมชนมีความหลากหลายสูงกว่าที่จะพรรณนาแบบเหมารวมได้

จากการประมวลความเห็นจากหลายแหล่ง เราอาจสรุปลักษณะของความเป็นชุมชน ได้ดังนี้

- 1) เป็นการรวมตัวกันของกลุ่มคนในรูปของกลุ่มสังคม มีการปฏิบัติต่อกันทางสังคมในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง ยึดโยงกับพื้นที่ที่ตั้งของกิจกรรม เช่น ชุมชนผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร หรือการรวมกลุ่มคนเป็นสังคมที่มีความสนใจร่วมกันไม่ยึดโยงกับพื้นที่ เช่น ชุมชนออนไลน์ทางเครือข่าย คอมพิวเตอร์ ชุมชนพระเครื่อง ชุมชนคนตาบอด
- 2) ขนาดของชุมชนไม่เท่ากัน โดยชุมชนจะมีขนาดแตกต่างกันออกไปตามจำนวนสมาชิกของชุมชนและการดำเนินกิจกรรมของสมาชิก ซึ่งมีทั้งในชนบทและเมือง
- 3) บุคคลหรือกลุ่มคนที่รวมตัวกันเป็นสมาชิกของชุมชน มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น สมาชิกมีโครงสร้างของประชากรประกอบด้วย เพศ อายุ อัตราการเกิด อัตราการตาย การอพยพ การโยกย้ายถิ่น เป็นต้น
- 4) มีอาณาบริเวณทางภูมิศาสตร์สำหรับเป็นที่อาศัย และเป็นที่ยี่ประกอบกิจกรรมต่างๆของสมาชิก ทั้งในสังคมชนบท สังคมชานเมือง และสังคมเมือง
- 5) มีการจัดระเบียบสังคม เพื่อควบคุมความสัมพันธ์ของสมาชิกในชุมชน เช่น บรรทัดฐานทางสังคม การจัดชั้นทางสังคม สถาบันทางสังคม และวัฒนธรรมของชุมชน เพื่อเป็นแนวทางให้สมาชิกถือปฏิบัติร่วมกัน
- 6) สมาชิกมีความสัมพันธ์ทางสังคม คือ มีการติดต่อสัมพันธ์กัน มีความสนใจทางสังคมร่วมกัน มีกิจกรรมต่างๆร่วมกัน มีความสนิทสนมกัน มีความสัมพันธ์แบบพบปะกันโดยตรง ซึ่งจะนำไปสู่การใช้ชีวิตในด้านต่างๆร่วมกัน
- 7) มีวัตถุประสงค์และเป้าหมายร่วมกัน คือ สมาชิกของชุมชนต่างมีวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์และเป้าหมายเดียวกัน จึงมาอยู่ร่วมกันเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์เป้าหมายที่ต้องการร่วมกัน
- 8) สมาชิกมีอุดมการณ์ร่วมกัน ทั้งอุดมการณ์ส่วนบุคคลและอุดมการณ์ที่มีต่อชุมชน
- 9) สมาชิกมีจิตสำนึกร่วมกัน เนื่องจากมองเห็นหรือตระหนักถึงความจำเป็นบางประการ เช่น ประสบปัญหาหรือวิกฤตการณ์บางอย่างร่วมกัน เป็นต้น ทำให้เกิดจิตสำนึกสาธารณะหรือจิตสำนึกเพื่อส่วนรวมขึ้น
- 10) มีระบบการติดต่อสื่อสารร่วมกัน คือ สมาชิกมีการติดต่อสื่อสารระหว่างกันอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ ทำให้สมาชิกมีความรู้ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสาร และเชื่อมโยงประสานกันได้ง่าย
- 11) มีการเรียนรู้ร่วมกัน คือ สมาชิกต่างเรียนรู้ในสิ่งต่างๆ เพื่อการดำรงชีวิตร่วมกัน ทั้งจากการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างคนในชุมชนและการเรียนรู้จากภายนอกชุมชน ในลักษณะของชุมชนแห่งการเรียนรู้ (Learning community)

12) สมาชิกมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ เช่น กิจกรรมทางศาสนา ประเพณีต่างๆ กำหนดวิสัยทัศน์ของชุมชน การจัดแผนพัฒนาชุมชน การเลือกตั้งผู้นำชุมชนและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน เป็นต้น

13) มีความสัมพันธ์ทางสังคมในลักษณะเครือข่าย คือ สมาชิกมีการเชื่อมประสานสัมพันธ์กันในลักษณะที่เป็นหุ้นส่วนของกันและกัน และสร้างเครือข่ายแห่งการเรียนรู้ร่วมกัน

14) มีผลกระทบร่วมกัน คือ สมาชิกต่างได้รับผลที่เกิดขึ้นจากเหตุการณ์หรือกิจกรรมต่างๆ ของชุมชนร่วมกัน เป็นการแบ่งปันให้แก่สมาชิกอย่างเป็นธรรม หรือเท่าเทียมกัน เป็นที่พึงพอใจของสมาชิก ทั้งผลกระทบที่เป็นประโยชน์และเป็นโทษ

15) มีความเป็นพลวัต คือ มีการเปลี่ยนแปลงหรือเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลาไม่ได้หยุดนิ่ง ชุมชนจึงเป็นแหล่งของการเรียนรู้ร่วมกันตลอดชีวิตของสมาชิก

### 2.3.2 การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication)

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมถือได้ว่าเป็นหลักการสำคัญของการสื่อสารที่จะนำไปสู่การพัฒนาชุมชนโดยแนวคิด เป้าหมาย องค์ประกอบ ระดับการมีส่วนร่วม เงื่อนไขและอุปสรรคของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม สามารถอธิบายได้ดังนี้ (กาญจนา. 2543)

#### 2.3.2.1 ที่มาของแนวคิดเรื่อง “การมีส่วนร่วม”

แนวคิดการมีส่วนร่วมถือกำเนิดมาจากในยุคที่ประชาชนชาวกรีกสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมโดยตรง (Direct Participation) ในการตัดสินใจประเด็นสาธารณะได้ทุกเรื่อง ด้วยการเปิดอภิปรายชี้แจงให้ข้อมูล และตัดสินใจออกเสียงลงคะแนน ซึ่งระบบดังกล่าวเรียกว่า “ประชาธิปไตย” แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากระบบดังกล่าวไม่สามารถนำมาใช้ได้ในเมืองใหญ่ที่มีประชากรอยู่หนาแน่น ดังนั้นจึงเกิดรูปแบบ “ประชาธิปไตยผ่านตัวแทน” (Representative Democracy) โดยที่คนส่วนใหญ่จะทำการเลือกตัวแทนถืออำนาจตัดสินใจในประเด็นสาธารณะ ซึ่งภายหลังกลับทำให้เกิดปัญหาหลายประการ เช่น ตัวแทนตัดสินใจแทนประชาชนในทุกๆ เรื่อง ซึ่งในทางปฏิบัติแล้วผู้แทนไม่สามารถจะตัดสินใจแทนประชาชนได้หมดทุกเรื่อง นอกจากนี้ประชาชนยังขาดกลไกในการควบคุมตัวแทนของตน ซึ่งมีแนวโน้มที่จะไม่เป็นไปตามความต้องการของประชาชน

จากสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้นที่ชี้ให้เห็นว่ารูปแบบประชาธิปไตยแบบตัวแทนเพียงอย่างเดียวนั้นไม่เพียงพอสำหรับการปกครองในระบอบประชาธิปไตย ดังนั้นจึงเกิดขบวนการประชาธิปไตยแบบตรงกันข้ามขึ้นมาอีกครั้งหนึ่ง เช่น การประท้วง เดินขบวน การยื่นจดหมายปิดผนึก เป็นต้น ท่ามกลางรูปแบบอันหลากหลายของประชาธิปไตยแบบทางตรงเช่นนี้ การสื่อสารเป็นช่องทางสำคัญช่องทางหนึ่งที่จะเอื้ออำนวยให้เกิดประชาธิปไตยแบบทางตรงควบคู่ไปกับประชาธิปไตยผ่านตัวแทน และการสื่อสารรูปแบบที่จะทำหน้าที่ดังกล่าวได้ก็ต้องเป็นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเช่นกัน

#### 2.3.2.2 เป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

1) เพื่อกระตุ้นให้ชุมชนเห็นคุณค่าของตนเอง

2) เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับชาวบ้านที่เข้ามามีส่วนร่วม และเพื่อให้เห็นคุณค่าความคิดและความเชื่อของเขา เช่น การนำเอาความคิดเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงมาเผยแพร่ในวงกว้าง และคนทั่วไปให้การยอมรับผ่านการแสดงทัศนะผ่านสื่อ ซึ่งจะทำให้ชุมชนมีความมั่นใจในคุณค่าของตนเอง

1) เพื่อพิสูจน์ความเชื่อของชุมชนที่เคยคิดว่าตนเองไม่สามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ซับซ้อนได้

2) เพื่อสร้างทักษะในการสร้างสื่อให้กับชุมชน เพื่อเป็นช่องทางที่ชุมชนจะส่งข่าวสารออกไปจากชุมชน มุมมองและทัศนะของตนเอง

3) เพื่อให้ชุมชนได้แสดงความรู้สึก ปัญหา วิธีการวิเคราะห์ปัญหา วิธีการแก้ปัญหาจากทัศนะของชุมชน

4) ผลจากการสื่อสารของชุมชนที่อาจจะเกิดจากการริเริ่มของคนบางส่วนของชุมชน หรือจากชุมชนใดชุมชนหนึ่ง จะช่วยยกระดับความมีสติและความรับผิดชอบให้กับทั้งชุมชนหรือชุมชนอื่นๆ ร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

5) เนื่องจากเนื้อหาของ การสื่อสารชุมชนนั้นจะเน้นเรื่องราวที่มีสาระประโยชน์ต่อชีวิตชุมชนเอง ดังนั้นสื่อประเภทนี้จึงช่วยเพิ่มสัดส่วนของการสร้างสื่อที่มีสาระให้แก่ชุมชนให้มีปริมาณมากขึ้น เพื่อถ่วงดุลกับการสื่อสารที่มุ่งเน้นแต่ความบันเทิงและการหลีกหนีปัญหาจากสื่อภายนอก

### 2.3.2.3 การมีส่วนร่วมในองค์ประกอบของการสื่อสาร

การมีส่วนร่วมในการสื่อสาร อาจมีลักษณะแตกต่างกัน มีปัจจัยที่เข้ามามีส่วนกำหนดระดับความมากน้อยของการมีส่วนร่วม มีดังนี้

- 1) เป้าหมายของการสื่อสาร ได้กำหนดให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง เช่น การเข้าร่วมแสดง การเป็นผู้รับสารที่คอยป้อนปฏิกิริยาตอบกลับ หรือการวางนโยบาย เป็นต้น
- 2) ลักษณะสองทางและ Interactivity ของการสื่อสาร ยิ่งการสื่อสารที่เอื้ออำนวยให้มีลักษณะตอบโต้อยู่ตลอดเวลามากขึ้นเท่าใด โอกาสที่ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมก็ยิ่งมากขึ้นเท่านั้น
- 3) สัดส่วนของการเป็นผู้ส่งสาร ในชุมชนเอง โอกาสที่คนส่วนใหญ่จะเข้ามาเป็นผู้ส่งสารมีมากน้อยและทั่วถึงหรือไม่ หรือเมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างนักสื่อสารมวลชนอาชีพ เจ้าหน้าที่ของรัฐ และชาวบ้าน
- 4) ประเภทของเนื้อหาสาร เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสภาพความเป็นจริงของชุมชนหรือไม่ อีกทั้งวิธีการนำเสนอเนื้อหา หากมีลักษณะของการสนทนาแลกเปลี่ยนทัศนะซึ่งกันและกัน แสวงหาความร่วมมือจากหลายฝ่าย และก่อนให้เกิดการตัดสินใจโดยกลุ่ม ก็จะทำให้การมีส่วนร่วมมีโอกาสมากขึ้น
- 5) ประเภทของช่องทาง/สื่อ โดยหลักการทั่วไปแล้ว สื่อขนาดเล็ก สื่อที่ชาวบ้านคุ้นเคยจะอำนวยให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมได้ง่ายกว่าสื่อสมัยใหม่ อย่างไรก็ตาม มิได้หมายความว่าถึงปิดโอกาสโดยสิ้นเชิงสำหรับสื่อสมัยใหม่หรือสื่อที่มีขนาดใหญ่ เช่น สื่อมวลชน เพียงแต่มีข้อพึงตระหนักถึงความยากง่ายในการเข้ามีส่วนร่วมของสื่อประเภทต่างๆและการคิดสร้างสรรค์กิจกรรมและช่องทางแบบใหม่ที่อำนวยความสะดวกในการเข้ามีส่วนร่วมของประชาชน
- 6) ผู้รับสารและการมีปฏิกิริยาป้อนกลับ (Feedback) สำหรับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้น จะต้องมีความเชื่อพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสารที่แตกต่างไปจากการสื่อสารเพื่อการพัฒนากระแสหลักโดยสิ้นเชิง กล่าวคือ กระบวนทัศน์ใหม่นี้จะเชื่อว่า ผู้รับสารนั้นมีใช้ผู้ที่วางเปล่าและไม่รู้อะไรเลยเกี่ยวกับเนื้อหาสารที่จะสื่อไป หากแต่ความรู้ที่ผู้รับสารมีนั้นอาจจะเป็นความรู้คนละชุดที่แตกต่างจากที่ผู้ส่งสารคิดเอาไว้ นอกจากนี้วิธีการรับสารของประชาชนก็ได้เป็นแบบผู้ถูกกระทำ (Passive) หากแต่เป็นแบบผู้กระทำ (Active) และประชาชนผู้รับสารมักจะมีปฏิกิริยาป้อนกลับทั้งแบบที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ ดังที่เห็นได้อย่างชัดเจนคือ ในกรณีที่เนื้อหาสื่อ่นั้นมีความผูกพันใกล้ชิดกับประชาชน เช่น การพูดคุยระหว่างคู่มือโทรทัศน์ ดังนั้นไม่ว่าชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วมกับการสื่อสารในระดับใดก็ตาม การจัดช่องทางสำหรับปฏิกิริยาป้อนกลับถือเป็นปัจจัยที่จำเป็นที่ขาดไม่ได้สำหรับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

### 2.3.2.4 บทบาทในการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมของชุมชน

บทบาทในการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมของชุมชน สามารถเรียงลำดับจากน้อยที่สุดไปหามากที่สุดดังนี้

- ก) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร/ผู้ใช้สาร  
เป็นขั้นตอนของการมีส่วนร่วมในระดับล่างที่สุด กล่าวคือ ในกระบวนการสื่อสารตั้งแต่ต้นยังอยู่ในการกำหนดของผู้รับสาร ไม่ว่าจะเป็นการเลือกประเด็นเนื้อหา การเลือกวิธีการนำเสนอ ไป

จนกระทั่งการเลือกช่องทางสื่อที่จะใช้เผยแพร่ และผู้รับสารก็ยังคงมีฐานะเป็นเพียงผู้รับสารแต่เพียงอย่างเดียว อย่างไรก็ตาม สิ่งที่จะเปลี่ยนแปลงไปสำหรับฐานะของผู้รับสารในการสื่อสารชุมชนแบบมีส่วนร่วมก็คือ

1) ต้องมีการขยายแนวคิดของผู้รับสารให้ตระหนักถึงสิทธิที่จะรู้ของตน และนอกจากนั้น สิทธินี้ยังขยายไปถึงสิทธิที่จะบอกเล่าข้อมูลข่าวสารของตนต่อสาธารณชนด้วย

2) จะต้องสร้างหลักประกันในการมีส่วนร่วมของผู้รับสารทั้งในช่วงขาเข้า (Input) และช่วงขาออก (output) เช่น ในช่วงนำเข้าข้อมูลจะต้องมีการสำรวจว่ามีช่องทางข่าวสารอะไรบ้างสำหรับชุมชน โอกาสในการเข้าถึงเป็นอย่างไร เนื้อหาของข่าวสารนั้นเกี่ยวข้องกับชุมชนหรือเปล่า และมีรูปแบบการนำเสนอในลักษณะอย่างไร

3) ปัจจัยสำคัญของการมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร คือ ช่องทางข่าวสาร(Channel) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบางช่วงเวลาที่เป็นช่วงเวลาสำคัญของชุมชน เช่น เมื่อมีการขึ้นนายกรัฐมนตรีสัญจรหรือการทำประชาพิจารณ์ในต่างจังหวัดและมีการถ่ายทอดดังกล่าวผ่านสื่อมวลชน จะต้องมีการสำรวจว่า มีช่องทางอะไรบ้างที่ประชาชนในบริเวณดังกล่าวจะได้รับ-ส่งข่าวสารอย่างทั่วถึง

ข) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง/ผู้ผลิต/ผู้ร่วมผลิต/ผู้ร่วมแสดง เป็นขั้นตอนของการมีส่วนร่วมในระดับที่สูงมากขึ้นและจำเป็นต้องสร้างเงื่อนไขใหม่ๆ เพิ่มเติมหรือต้องมีการปฏิรูปเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเก่าๆ ที่มีอยู่ การเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะผู้ผลิตหรือผู้ร่วมผลิตนั้นยังแบ่งออกเป็นหลายขั้นตอนตามแนวคิดของการผลิตสื่อ คือ

1) ขั้นตอนการผลิต (Pre-production Stage) ได้แก่ ขั้นตอนการเตรียมการก่อนการผลิตสื่อ กิจกรรมในขั้นตอนนี้จะประกอบด้วย การเลือกประเด็นหัวข้อ การเลือกแง่มุมที่จะนำเสนอ การรวบรวมข้อเท็จจริงที่จะนำมาใช้เป็นวัตถุดิบ การเขียนบทแบบต่างๆ การคัดเลือกฉากและตัวแสดง เป็นต้น

2) ขั้นตอนการผลิต (Production Stage) ได้แก่ ขั้นตอนของการลงมือผลิต เช่น การเข้าห้องจัดรายการ ในกรณีของวิทยุ การลงมือถ่ายทำในกรณีของวิดีโอ เป็นต้น

3) ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-production Stage) ได้แก่ ขั้นตอนหลังการถ่ายทำเสร็จแล้ว ก็ต้องมีการตัดต่อ การอัดเสียงประกอบ การเพิ่มเติมด้านเทคนิคต่างๆ เป็นต้น

ชุมชนอาจจะเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่ง ซึ่งแต่ละขั้นตอนอาจจะต้องการสร้างเงื่อนไขใหม่ๆ เช่น หากต้องการให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนการผลิต ก็จำเป็นต้องมีการอบรมให้ชาวบ้านเรียนรู้การใช้อุปกรณ์เสียก่อน อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ดีที่สุดคือการเปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมมากที่สุดในลักษณะของการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการระหว่างนักสื่อสารมวลชนกับชุมชน แม้ว่าชาวบ้านอาจจะไม่มีเวลาที่จะมาเรียนรู้การใช้อุปกรณ์เครื่องมือได้อย่างชำนาญจนถึงขั้นการลงมือผลิตได้ด้วยตัวเองก็ตาม ซึ่งอันที่จริงการใช้เครื่องมือเป็นเพียงส่วนหนึ่งของการมีส่วนร่วมเท่านั้น ชาวบ้านอาจไม่จำเป็นต้องลงมือใช้เครื่องมือเอง แต่ก็สามารถจะเข้าร่วมได้อย่างเต็มที่ เช่น ในขั้นตอนการผลิต การให้ชาวบ้านเป็นคนเลือกประเด็นและวิธีการที่จะนำเสนอ เลือกลงหาสถานที่ที่จะใช้เป็นการถ่ายทำ

และหลังจากที่ถ่ายทำออกมาแล้วก็นำมาฉายให้ชาวบ้านชมก่อน เพื่อแสดงความคิดเห็นพูดคุยแลกเปลี่ยน  
ทัศนะนั้น

สำหรับในขั้นตอนหลังการผลิตนั้นนับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะการตัดต่อเทปเสียง  
หรือเทปโทรทัศน์นั้นมีความสำคัญในการถ่ายทอดความหมายออกไป ในขั้นตอนนี้ อาจจะใช้รูปแบบการ  
ทำงานตัดต่อร่วมกันระหว่างนักสื่อมวลชนกับชาวบ้าน หรือหลังจากที่นักสื่อมวลชนตัดต่อเสร็จเรียบร้อยแล้ว  
แล้วก็นำไปให้ชาวบ้านดู เพื่อรับฟังความคิดเห็นแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข

นอกเหนือจากความจำเป็นในการสร้างเงื่อนไขใหม่ๆ เช่น การฝึกอบรมด้านการใช้  
เครื่องมือการผลิตแก่ชาวบ้านแล้ว การเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในระดับการผลิตยังต้องมีการ  
เปลี่ยนแปลงปฏิรูปเงื่อนไขเก่าๆ บางประการอีกด้วย เช่น การปฏิรูปองค์กรสื่อสารมวลชนและวิธีการทำงาน  
ของนักสื่อมวลชน

การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบายนั้นถือว่าเป็นรูปแบบสูงสุดของ  
การมีส่วนร่วม และจะเห็นได้ว่ายิ่งระดับของการมีส่วนร่วมสูงขึ้นเท่าใด สัดส่วนของชุมชนที่จะเข้ามามีส่วน  
ร่วมก็จะน้อยลงเท่านั้น กล่าวคือ ในระดับของผู้รับสาร คนในชุมชนทุกคนสามารถมีส่วนร่วมได้ แต่เมื่อขึ้น  
มาถึงขั้นการผลิต ก็จะมีคนเพียงบางกลุ่มในชุมชนเท่านั้นที่จะเข้ามามีส่วนร่วมจนกระทั่งถึงขั้นตอนสุดท้าย  
คือ ระดับการวางแผนและนโยบายนี้ ก็คงมีตัวแทนบางคนเท่านั้นจากชุมชนที่จะเข้ามาดำเนินกิจกรรมใน  
ระดับนี้

การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบายการใช้สื่อของชุมชนนั้น หมายถึง  
การวางแผนและนโยบายดำเนินการใช้สื่อที่รวมเอาชุมชนเข้ามาอยู่ในโครงสร้างการสื่อสารของชุมชน กล่าว  
ในระดับกว้างอาจหมายถึงการวางแผนและกำหนดนโยบายของการสื่อสารทุกประเภทที่มีอยู่ในชุมชน ไม่ว่าจะ  
จะเป็นสื่อประเภทใด การวางแผนนั้นจะต้องสร้างความเชื่อมโยงระหว่างสื่อแต่ละประเภทเพื่อให้เกิด  
ประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้

สำหรับในระดับที่แคบลงมา หมายถึง การมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนและนโยบายของ  
สื่อบางประเภทที่จะเข้ามาในชุมชน ดังเช่น การทำวิทยุชุมชนที่ในโครงสร้างของการดำเนินงานจะมีตัวแทน  
ชาวบ้านเข้าไปอยู่ในทุกขั้นตอน คือ ทั้งระดับคณะกรรมการบริหารวิทยุ ทั้งระดับการผลิต กล่าวคือเป็นการ  
รับผิดชอบร่วมกัน ชุมชนเองก็ต้องรับผิดชอบการดำเนินงานของสื่อ ซึ่งรวมทั้งด้านงบประมาณ อุปกรณ์  
บุคลากร เป็นต้น

นอกจากนี้ Fagence (1977) ได้เสนอแนวคิดว่าระดับของการมีส่วนร่วมในแง่ของการ  
พัฒนาชุมชนว่าสามารถแบ่งได้เป็น 3 ระดับ คือ

- 1) การมีส่วนร่วมแบบถูกกระทำ (Passive Participation) หรือการมีส่วนร่วมแบบเทียม  
(Pseudo Participation) เป็นระดับการมีส่วนร่วมที่คนในชุมชนไม่มีอำนาจใดๆ ในการตัดสินใจแต่กระทำ  
ตามการตัดสินใจของผู้อื่น (Manipulation) โดยกิจกรรมที่สำคัญในการมีส่วนร่วมของระดับนี้คือ การชี้แจง  
ให้เข้าใจ

2) การมีส่วนร่วมบางส่วน (Partial Participation) หรือการมีส่วนร่วมในพิธีกรรม (Tokenism Participation) คือ การมีส่วนร่วมในส่วใดส่วนหนึ่งเท่านั้น กิจกรรมที่สำคัญในระดับนี้คือ การให้ข้อมูลข่าวสารแก่คนในชุมชน การปรึกษาหารือกัน และการให้แสดงความคิดเห็น แต่ไม่ได้มีอำนาจในการตัดสินใจ

3) การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง (Genuine Participation) หรือการมีส่วนร่วมที่อำนาจเป็นของประชาชน ซึ่งเป็นระดับการมีส่วนร่วมที่รับฟังความคิดเห็นของประชาชน ให้ความสำคัญกับประชาชน ในลักษณะที่เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนา ให้อำนาจในการตัดสินใจเป็นของประชาชน ซึ่งอาจจะผ่านตัวแทน หรือประชาชนโดยตรง ระดับนี้ถือว่าเป็นการมีส่วนร่วมในระดับที่สูงสุด และมีความสำคัญอย่างมากต่อการเรียนรู้ร่วมกันของชุมชน

### 2.3.3 เจื้อนใจและอุปสรรคของการสื่อสารชุมชน

การสร้างระบบการสื่อสารชุมชนขึ้นมานั้นเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกัน ทั้งด้านแนวทาง (Approach) และด้านเทคนิค อย่างไรก็ตามก็ยังมีรูปแบบและความยากง่ายแตกต่างกันออกไป ในทางดำเนินการในภาคปฏิบัติให้มีผลอย่างจริงจังนั้น มีเจื้อนใจและอุปสรรคต่อการทำให้บรรลุเป้าหมายมีดังนี้





### 2.3.3.1 การสนับสนุนทางการเมือง (Political Back-up)

อาจกล่าวได้ว่าเรื่องการพัฒนาและการสื่อสารนั้นเป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงมิได้ทางการเมืองไม่ได้เลย ทั้งนี้เริ่มตั้งแต่ข้อเท็จจริงว่า รัฐและเจ้าหน้าที่เป็นผู้กำหนดค่านิยมและดำเนินโครงการพัฒนาต่างๆ ดังนั้น กล่าวเฉพาะในเรื่องการสื่อสารชุมชน หากขาดเสียซึ่งเจตนาธรรมและการเห็นคุณค่าของการสื่อสารชุมชนจากบรรดาผู้นำทางการเมืองแล้ว ก็คงจะเป็นไปได้ยากที่จะเกิดระบบการสื่อสารดังกล่าวขึ้นมา ในภาคปฏิบัติ การสนับสนุนทางการเมืองจะมีบทบาท 2 ประการสำคัญๆ ของการสื่อสารทางการเมือง คือ ประการแรก เมื่อประชาชนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นของพวกเขาออกมาต่อสาธารณะแล้ว จะเป็นที่ต้องมิหลีกเลี่ยงได้หลักประกันว่าข้อเสนอแนะ ข้อวิจารณ์และข้อข้องใจของพวกเขาจะได้รับฟังอย่างจริงจังจากผู้มีอำนาจ มิฉะนั้นประชาชนก็จะไม่เห็นความจำเป็นของการสื่อสารของตน เพราะ “พูดไปแล้วก็ไม่เกิดอะไรขึ้น” ประการที่สอง เนื่องจากเมื่อมีการเปิดเวทีให้แสดงทัศนะแล้ว อาจจะมีผู้ที่ได้รับผลกระทบกระเทือนจากข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้น ดังนั้นจึงต้องมีหลักประกันว่า ผู้ที่นำข้อมูลมาเปิดเผยจะต้องมีความปลอดภัย มิเช่นนั้นจะเกิดสถานการณ์ที่ว่า “รู้ๆกันอยู่ แต่ไม่มีใครกล้าพูด” ซึ่งหลักทั้งสองประการที่กล่าวมานี้ จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนทางการเมืองจึงจะมีความเป็นไปได้

### 2.3.3.2 แนวคิดที่ถูกต้องของ “การพัฒนา”

เนื่องจากแนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแนวใหม่นั้นจะเกิดขึ้นควบคู่กับแนวคิดของการพัฒนากระบวนทัศน์ใหม่เท่านั้น ดังนั้น หากในกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่รัฐหรือชาวบ้านเองยังคงยึดหลักการพัฒนาแบบเดิมที่เน้นความมั่งคั่งเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมก็จะเป็นไปไม่ได้ ปัญหาที่เกิดขึ้นโดยส่วนใหญ่มักจะเกิดมาจากแนวคิดต่อการพัฒนาที่แตกต่างกันระหว่างเจ้าหน้าที่พัฒนาและชาวบ้าน หากไม่มีการเปิดเวทีให้มีการพูดคุยสนทนาแลกเปลี่ยนระหว่างสองฝ่าย ความต่างนั้นก็จะได้ไม่ได้รับการแก้ไข

### 2.3.3.3 ต้องมีการยืดหยุ่น

แม้ในทางอุดมคติ การดำเนินงานโครงการพัฒนาตามแนว Alternative Development นั้น ควรจะต้องเปิดโอกาสให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่แรก แต่ในทางปฏิบัติแล้ว เจ้าหน้าที่รัฐมักจะเป็นผู้เข้ามาวางแผนงานพัฒนาทั้งหมดเอาไว้ก่อนล่วงหน้า และชาวบ้านจะได้เข้ามามีส่วนร่วมก็ต่อเมื่อถึงขั้นตอนของการลงมือปฏิบัติแล้วเท่านั้น ดังนั้น ความขัดแย้งจึงมักจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ปฏิบัติไม่ได้เป็นผู้ร่วมวางแผนมาตั้งแต่ต้น และในสถานการณ์เช่นนี้ หากได้ใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมแล้ว ในการดำเนินงานโครงการ จำเป็นต้องมีการยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง มิเช่นนั้นประชาชนก็จะไม่เห็นประโยชน์ของการสื่อสารเลย เพราะไม่มีผลที่เป็นจริงเป็นจังเกิดขึ้นเนื่องจากโครงการได้ถูกออกแบบมาอย่างตายตัว แก้ไขอะไรไม่ได้เลย

#### 2.3.3.4 ต้องมีการสนับสนุนจากท้องถิ่น

ในขณะที่เป้าหมายของการสื่อสารชุมชนนั้นก็เพื่อสนับสนุนการริเริ่มของชุมชน การเป็นตัวของตัวเอง และถูกระตุ้นให้มีการพึ่งตนเอง แต่ในขั้นตอนของการลงมือกระทำนั้นก็จำเป็นต้องมีการสนับสนุนจากท้องถิ่นก่อนในระหะของการตั้งตัว การสนับสนุนจากท้องถิ่นซึ่งหมายถึงระดับของเจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือองค์กรพัฒนาเอกชนที่จะทำให้การสนับสนุนในด้านต่างๆ ทั้งการเงิน อุปกรณ์ คำแนะนำ ข้อมูล ข่าวสารและกำลังใจ อย่างไรก็ตาม เพื่อมิให้การสนับสนุนนั้นกลับกลายเป็นการทำลายเป้าหมายการพึ่งตนเองที่วางเอาไว้ จำเป็นต้องมีการฝึกฝนเจ้าหน้าที่พัฒนาให้รู้จัก “วิธีการให้” เพื่อการพึ่งตนเองของชุมชน

##### 1) การฝึกอบรม

เจ้าหน้าที่ที่จะทำงานการสื่อสารชุมชนนั้น จะมีความรู้เพียงด้านสื่อเท่านั้นยังไม่พอ พวกเขาจำเป็นต้องได้รับการฝึกอบรมด้านงานพัฒนาชุมชน ทักษะในการทำงานกลุ่ม ความรู้เรื่องชุมชน เป็นต้น และเทคนิคและทักษะในงานพัฒนานั้นต้องเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่ได้กล่าวมาแล้ว

##### 2) ต้องมีระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

คงจะไม่มีประโยชน์อะไรที่จะกระตุ้นให้ประชาชนพูดแสดงความคิดเห็นของตนออกมาแล้ว ก็ไม่มีช่องทางที่จะนำความคิดเห็นนั้นไปถ่ายทอดให้ผู้อื่นได้รับฟัง ดังนั้นปัจจัยแห่งความสำเร็จในเรื่องการสื่อสารชุมชนก็คงจะไม่แตกต่างจากเรื่องการสื่อสารโดยทั่วไป กล่าวคือ ต้องมีระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเป็นตัวรองรับ ในแง่หนึ่งด้านหนึ่งอาจจะหมายความถึงการมีอุปกรณ์เครื่องมือการสื่อสารในปริมาณที่มากพอและใช้งานได้จริง หากเราต้องการนำเอาทัศนคติของชาวบ้านไปเสนอในวิทยุชุมชน ก็จำเป็นต้องมีเครื่องอัดเทปบันทึกเสียงจำนวนมากพอสมควรอยู่ในชุมชน นอกจากเครื่องอุปกรณ์แล้วระบบการสื่อสารดังกล่าวยังอาจจะหมายถึงการมีเครือข่ายการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เช่น มีตำแหน่งผู้ติดต่อเรื่องข่าวสารอยู่ในกลุ่มพัฒนา เป็นต้น

##### 3) การมีเทคโนโลยีที่เหมาะสม

การเลือกใช้เทคโนโลยีแต่ละชนิดแต่ละระดับต้องเหมาะสมกับลักษณะของงานพัฒนา การเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมสำหรับการสื่อสารชุมชนนั้น จะหลีกเลี่ยงหลักการ 2 แบบ คือ แบบมีอาชีพที่ต้องใช้สื่อที่ดีที่สุด มีประสิทธิภาพมากที่สุดในทางเทคนิค แม้จะมีราคาแพงอย่างมาก หรือในทางตรงกันข้าม ต้องเลือกสื่อที่เรียบง่ายที่สุด ราคาถูกที่สุด แม้จะไม่มีคุณภาพเลยก็ตาม โดยที่หลักการเลือกใช้เทคโนโลยีนั้นก็คือ ต้องพิจารณาให้เหมาะสมกับระดับของงาน และสภาพความเป็นจริงของชุมชน แม้ว่าประสิทธิภาพในเชิงเทคนิคจะเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการสื่อสารโดยทั่วไป แต่สำหรับเรื่องการสื่อสารชุมชนแล้ว เราไม่อาจจะให้ความสำคัญแก่ปัจจัยดังกล่าวเพียงประการเดียว เนื่องจากยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่มีความสำคัญใกล้เคียงกัน เช่น โอกาสในการเข้าถึงสื่อ (Accessibility) ความรวดเร็ว (Immediacy) และความยืดหยุ่น

(Flexibility) และการวัดประสิทธิภาพของการสื่อสาร ก็มีได้อยู่ที่ “ตัวสื่อ” เท่านั้น หากแต่อยู่ที่ “คุณภาพที่สื่อสามารถกระตุ้น” ให้เกิดการแสดงความคิดเห็นของชาวบ้านได้

#### 4) ความต่อเนื่อง

เป้าหมายของการใช้สื่อชุมชนนั้นก็เพื่อช่วยให้ประชาชนเชื่อมโยงความเข้าใจต่างๆ เข้าด้วยกัน ช่วยกระตุ้นให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ กระตุ้นการพึ่งพาตนเองและสร้างความคาดหวังใหม่ๆ โดยการนำเอาเทคโนโลยีทางการสื่อสารแบบต่างๆ เข้ามาในชุมชน อย่างไรก็ตาม เพื่อมิให้กระบวนการดังกล่าวเป็นเพียงปรากฏการณ์แบบไฟไหม้ฟาง อุปกรณ์ต่างๆ เหล่านั้นจะต้องมีใช้อย่างต่อเนื่องในชุมชน แม้ว่านักสื่อสารจากหน่วยงานพัฒนาจะออกจากหมู่บ้านไปแล้ว เพราะการมีอยู่ของอุปกรณ์นั้น หมายความว่า มีชาวบ้านบางคนที่สามารถใช้อุปกรณ์เหล่านั้นได้ด้วย ระบบการสื่อสารของชุมชนจะต้องเปิดใช้ได้อยู่เสมอเมื่อชุมชนมีความต้องการ

### 2.3.4 การบริหารการจัดการ

กาญจนา (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การบริหารจัดการวิถุชุมชนแบบประชาชน” เสนอมติของการศึกษาการบริหารงานวิถุชุมชน 3 มิติ คือ

2.3.4.1 องค์ประกอบของการบริหารงานวิถุชุมชน หลักโดยทั่วไปของการบริหารจัดการที่จะนำมาใช้ประยุกต์ในการบริหารจัดการวิถุชุมชนคือ

1) การวางแผน (Planning) ไม่ว่าจะเป็นการริเริ่ม โครงการย่อยใหม่ๆ หรือการทำงานที่เป็นประจำวัน (Routine) แต่ต้องการการคิดริเริ่มด้วย เช่น การจัดรายการวิถุจะต้องมีการวางแผนอยู่เสมอ

2) การจัดระบบ (Organize) ซึ่งหมายถึง การจัดแบ่งระบบงาน บทบาท อำนาจ หน้าที่ ความรับผิดชอบ ว่าใครจะทำอะไร มากน้อยเพียงใด ในขั้นตอนใด และทำอะไร

3) การนำ (Lead) หมายถึง การลงมือดำเนินการ ซึ่งเมื่องานทุกส่วนเสี้ยวที่เกี่ยวข้องเริ่มดำเนินการแล้ว จะต้องมีการ “แม่งาน” หรือผู้รับผิดชอบหลักๆ ในงานนั้นๆ

4) การติดตาม ควบคุม กำกับ ดูแล ตรวจสอบ (Control and Monitoring) เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการติดตามดูผลการทำงานว่าเป็นไปในทิศทางที่ตรงกับเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้หรือเปล่า แล้วจะต้องรายงานผลมายังฝ่ายที่รับผิดชอบเพื่อการตัดสินใจดำเนินการต่อไป

#### 2.3.4.2 หลักการของการบริหารงานวิद्यุชุมชน

เนื่องจากวิद्यุชุมชนเป็นวิद्यุที่ถือกำเนิดขึ้นมาเพื่อประกอบภารกิจเฉพาะตัว ดังนั้น โฉมหน้าของวิद्यุชุมชนจึงถูกออกแบบให้สอดคล้องกับภารกิจที่ถูกคาดหวังเอาไว้ เช่น วิद्यุชุมชนถือกำเนิดขึ้นมาจากเป้าหมายที่เป็นการส่งเสริมประชาธิปไตย แต่ตามหลักการทั่วไปที่ว่า “เราไม่อาจจะทำอะไรแก่ใคร ในสิ่งที่เราไม่มีไม่ได้” ดังนั้น เมื่อวิद्यุชุมชนจะอาสาไปเป็นเครื่องมือธำรงรักษาประชาธิปไตยให้แก่สังคมภายในตัวของวิद्यุชุมชนเองก็จำเป็นต้องมี “ประชาธิปไตย” เองเสียก่อน ดังนั้นหลักการสำคัญๆ ของการบริหารงานวิद्यุชุมชนจึงมีดังนี้

1) หลักการประชาธิปไตย กล่าวคือ กระบวนการทำงานของวิद्यุชุมชนนั้นจะเน้น “การร่วมประชุมปรึกษาหารือ รับฟังความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องทุกคน ทุกระดับชั้น” มิใช่รูปแบบ “การถ่ายทอดคำสั่ง การสั่งการไปตามลำดับชั้น”

2) เน้นหลักการมีส่วนร่วมทุกระดับ หลักการเรื่องการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงนั้น นอกจากจะเป็นหลักการทั่วไปของประชาธิปไตยแล้ว ยังเป็นธรรมชาติ เนื้อแท้ของวิद्यุชุมชนที่แตกต่างไปจากวิทยุสาธารณะ วิทยุธุรกิจการค้า คือ การเน้นการมีส่วนร่วมตั้งแต่ระดับในหมู่คนทำงาน ผู้ผลิต ผู้ส่งสาร ตลอดไปจนถึงระดับการมีส่วนร่วมของผู้ฟัง และกลุ่มคนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

3) เป็นกระบวนการทำงานที่เน้น “หลักการ” มากกว่า “ยึดติดกับตัวบุคคล” กล่าวคือ การตัดสินใจและการดำเนินงานแต่ละครั้งจะต้องเป็นไปตามหลักการ มิใช่เพราะคุณขอมมา เช่น การพิจารณาคุณสมบัติของผู้ที่จะเป็นนักจัดรายการ การตัดสินใจปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ การเปลี่ยนแปลงผังเวลาออกอากาศ เป็นต้น และเมื่อเป็นการทำงานด้วยหลักการ จึงจำเป็นต้องมี กระบวนการวางหลักการร่วมกัน เป็นเงื่อนไขเบื้องต้น มีการจัดทำ หลักการ ที่ผ่านการตกลงร่วมกัน บันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร และมีกระบวนการสื่อสารให้กลุ่มคนที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับงานวิद्यุชุมชนได้รับรู้หลักการดังกล่าวร่วมกัน

ความจำเป็นที่ต้องการทำงานที่เน้น “หลักการ” ของวิद्यุชุมชนนั้นมีที่มาที่ไปสำหรับ “ที่มา” นั้น เนื่องจากวิद्यุชุมชนเป็นวิทยุอาสาสมัคร (Radio of Volunteer) ดังนั้น จึงจะมีผู้คนผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันเข้ามาช่วยกันทำงาน การมีหลักเกณฑ์จะช่วยให้เกิด “ความคงที่” ในการทำงานท่ามกลางหมู่คนที่ “หมุนเวียนผลัดเปลี่ยนกันไป” (Persistence among change)

ส่วน “ที่ไป” ของการมีหลักเกณฑ์นั้นคือ ความยั่งยืนของวิद्यุชุมชนเอง การบริหารที่ยึดติดกับตัวบุคคลนั้นหาก “ตัวบุคคล” นั้นหลุดออกไปจากองค์กร ก็จะทำให้องค์กรล้มครืนลง เพราะ “ตัวบุคคล” เป็นเรื่องชั่วคราว ไม่แน่นอนเหมือน “หลักการ” ที่มีลักษณะคงทนถาวร

4) มีลักษณะ “การบริหารจัดการด้วยตนเอง” (Self-management) คำว่า การบริหารจัดการด้วยตนเองในที่นี้ เป็นการบริหารจัดการที่มาจากชุมชนและไปสู่ชุมชน คำว่ามาจากชุมชนนั้นมีความหมายว่า บรรดาทรัพยากรที่จะใช้ในการบริหารจัดการนั้น จะได้มาจากชุมชนไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรบุคคล ทรัพยากรความรู้ ทรัพยากรสิน ทรัพย์สิน เครือข่าย สถานที่ การร่วมมือจากสถาบันต่างๆ ในชุมชน ส่วนคำว่าไปสู่ชุมชน

นั้น ก็หมายความว่า เป้าหมายของการบริหารจัดการทั้งหมดนั้น จะนำไปเพื่อการตอบรับกับความต้องการ เช่น จังหวะชีวิตของชุมชน และผลประโยชน์ของชุมชน

#### 2.3.4.3 เครื่องมือ กลไกในการบริหาร

เพื่อให้การทำงานในองค์ประกอบย่อยต่างๆ เป็นไปตามหลักการที่วางเอาไว้ ในทุกองค์กร จะต้องสร้างสรรค์ คิดตั้งเครื่องมือ กลไกในการบริหารงาน ซึ่งในการศึกษาเรื่องหลักการและเครื่องมือกลไกในการบริหารงานก็ใช้วิธีศึกษาสภาพการณ์ที่เป็นอยู่แล้ว และพิจารณาว่ากลไกดังกล่าวได้ทำงานตาม หลักการที่วางไว้หรือไม่ หลังจากนั้นให้พิจารณาถึงส่วนที่เกี่ยวข้อง คือ

1) กระบวนการได้มา หรือที่มาของรูปแบบการบริหารงาน ตัวแปรนี้อาจจะเกี่ยวข้องกับต้นกำเนิดของวิทยุชุมชนไทย ซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 3 รูปแบบคือ เริ่มจากเครือข่ายชุมชน เริ่มมาจากกลุ่มบุคคลที่เป็นแกนนำจำนวนไม่กี่คน หรือเริ่มมาจากความต้องการของชุมชน (มรรยาท. 2546)

2) ขนาดของวิทยุชุมชน ซึ่งถือว่าเป็นตัวแปรตัวหนึ่งที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับรูปแบบของการบริหารงานวิทยุชุมชน กล่าวคือ หากเป็นวิทยุชุมชนขนาดเล็ก มักจะทำงานด้วยระบบอาสาสมัครทั้งหมดได้ และสามารถให้หลักการทำงานรวมหมู่ได้ง่ายและโดยตรง แต่หากเป็นวิทยุชุมชนที่มีขนาดใหญ่มากขึ้น ก็ต้องมีการจัดระบบการบริหารที่มีกฎระเบียบแบบข้าราชการเพิ่มมากขึ้นและการทำงานร่วมกันอาจจะทำไม่ได้ในทุกขั้นตอน ต้องมีการแบ่งแยกงานออกไป

3) บริบทของชุมชน ตัวอย่างเช่น ลักษณะความเป็นเมืองชนบทชุมชน อาจจะเข้ามามีผลต่อเรื่องการบริหารงาน เพราะในชุมชนเมืองผู้คนจะเดินทางได้สะดวก มีเครื่องมือติดต่อสื่อสาร แต่ทว่าวิถีชีวิตคนเมืองอาจจะจัดสรรเวลาได้ยากกว่าชนบท เป็นต้น

### 2.3.5 ทฤษฎีการสื่อสาร

#### 2.3.5.1 ทฤษฎีกำหนดระเบียบวาระ (Agenda setting Theory)

ทฤษฎีนี้จะวิเคราะห์หน้าที่หรือผลของสื่อมวลชนในด้านข่าวสาร (Information) แทนด้านการชักจูงใจ (Persuasion) ซึ่งต่างจากทฤษฎีเข็มฉีดยาที่มองว่าสื่อมวลชนมุ่งเน้นในแง่ของการส่งสารเพื่อให้เกิดการตอบสนองจากผู้รับสาร สมมติฐานสำคัญของทฤษฎีกำหนดระเบียบวาระกล่าวคือ ความสัมพันธ์ระหว่างการที่สื่อมวลชนเลือกเน้นประเด็นสำคัญของหัวข้อ (Topic) หรือ ปัญหา (Issue) ในการรายงานข่าวสารกับการที่ผู้รับสารหรือมวลชนตระหนักถึงสาระสำคัญของหัวข้อประเด็นหรือปัญหานั้นๆ ความสัมพันธ์นี้อาจกล่าวในเชิงเป็นเหตุผลได้ว่า ยิ่งสื่อมวลชนเลือกเน้นประเด็นหัวข้อหรือปัญหาสำคัญใด ผู้รับสารหรือมวลชนก็จะตระหนักถึงสาระสำคัญของหัวเรื่องหรือปัญหานั้นมากขึ้นตามไปด้วย ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าผลสำคัญประการหนึ่งของสื่อมวลชนก็คือ เป็นผู้กำหนดหรือวางระเบียบวาระการรับรู้เหตุการณ์แก่ประชาชนทั่วไป โคเฮิน (Cohen, 1963) ได้เคยชี้ให้เห็นว่าสื่อมวลชนอาจเบนความสนใจของผู้รับสารได้ในขณะที่ผู้รับสารโดยทั่วไปมักจะให้ความสนใจกับเรื่องราวที่ตนเองชอบหรือประเด็นปัญหาที่คุ้นเคยในชีวิตประจำวัน สื่อมวลชนอาจเสนอเน้นประเด็นปัญหาใหม่ๆ เพื่อดึงดูดให้ประชาชนหันมาสนใจ ยิ่ง

สื่อมวลชนให้น้ำหนักความสำคัญแก่เรื่องใดมากเท่าใด ประชาชนก็มักจะให้ความสำคัญแก่เรื่องนั้นมากขึ้นตามไปด้วย

เดนิส แม็คควอล และสเวน วินดาห์ล (McQuail and Windahl, 1981) อธิบายถึงทฤษฎีนี้ว่าการที่สื่อมวลชนหยิบยกประเด็นหรือปัญหาที่เกิดขึ้นในปริมาณที่มากน้อยต่างกัันนั้น ผลที่ตามมาคือ ทำให้สาธารณชนรับรู้ในประเด็นหรือหัวข้อเรื่องต่างๆเหล่านั้นไม่เหมือนกัน ประเด็นที่ได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนในการนำเสนอมาก ก็ได้รับการพิจารณาเป็นหัวเรื่องที่สำคัญ ส่วนประเด็นที่นำเสนอรองลงมาก็จะได้รับการพิจารณาเป็นเรื่องรองลงมาตามลำดับ

แนวคิดในเรื่องการกำหนดระเบียบวาระนี้ มิได้แสดงว่าสื่อมวลชนมีจุดมุ่งหมายที่จะมีบทบาทในประเด็นเรื่องใดเรื่องหนึ่ง แต่ทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เลือกสรรกลั่นกรองหรือที่เรียกว่า “ผู้เฝ้าประตู” เท่านั้นเอง สื่อมวลชนในทฤษฎีนี้จึงเป็นเหมือนผู้ทำหน้าที่เสนอวาระปัญหาหรือหัวข้อเรื่องต่าง ๆ ให้สังคมได้พิจารณาว่าอะไรเป็นเรื่องที่จะนำมาคิดพิจารณาหรือถกเถียงกันเท่านั้น

### 2.3.5.2 ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ของสื่อมวลชน (Structural Functional Approaches)

ทฤษฎีนี้สื่อมวลชนถูกมองว่าเป็นตัวเชื่อมเพื่อทำให้เกิดการรวมตัวกันของทุกส่วนในสังคม เพื่อความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสังคม สื่อมวลชนพยายามที่จะสนองต่อความต้องการของสมาชิกในสังคม ทั้งที่เป็นรายบุคคลและที่เป็นกลุ่มก้อนอย่างสม่ำเสมอ ผลก็คือสื่อมวลชนได้ทำประโยชน์แก่สังคม โดยไม่ได้ตั้งใจ ในแง่ที่สามารถรวมสมาชิกทั้งหมดเข้าไว้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ดังนั้นทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่จึงไม่ต้องยึดกับฐานคติที่เกี่ยวกับว่า สื่อมวลชนเป็นผู้ชี้นำทางอุดมการณ์ที่ถูกกำหนดมาจากสถาบันอื่นในสังคม แต่สื่อมวลชนได้เป็นทั้งผู้ชี้นำและผู้แก้ไขด้วยตัวเองของสื่อมวลชนเอง ภายใต้กฎเกณฑ์บางประการที่กำหนดมาจากสถาบันที่ควบคุมตัวสื่อมวลชนอยู่ นอกจากนี้ทฤษฎีนี้ยังกล่าวถึงภาระหน้าที่ต่างๆของสื่อมวลชนทางด้านสังคม ซึ่งสามารถแยกได้ดังต่อไปนี้

1) การกิจหรือหน้าที่พื้นฐานของสื่อมวลชนต่อสังคม (Principal functions of Mass Media for Society) ซึ่งสื่อมวลชนจะมีหน้าที่พื้นฐานต่อสังคม ดังนี้

#### 1.1) ด้านสารสนเทศหรือให้ข่าวสาร (Information)

- สื่อมวลชนมีหน้าที่ในการให้ข่าวสารหรือสาระเกี่ยวกับเหตุการณ์ และสภาพหรือเงื่อนไขของสังคมและสถานการณ์ของโลก
- สื่อมวลชนมีหน้าที่ในการบ่งชี้ถึงความสัมพันธ์อำนาจ
- สื่อมวลชนมีหน้าที่ในการเผยแพร่วัฒนธรรม การปรับปรุงคุณภาพชีวิตและการพัฒนา

#### 1.2) แสดงความสัมพันธ์หรือความเกี่ยวพัน (Correlation)

- ให้คำอธิบาย แปลความหมายและให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ
- ความหมายของเหตุการณ์และข่าวสาร

- ให้การสนับสนุนต่อองค์กรต่างๆในสังคมและปทัสถานที่มีอยู่
- ให้การอบรมป่มนิสัยทางสังคม
- ประสานสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมต่างๆในสังคมให้เข้าด้วยกัน
- สร้างความสามานฉันท์ หรือสร้างประชาชาติ
- จัดลำดับความสำคัญของชนชั้นต่างๆในสังคม หรือเป็นการกำหนดระดับความสำคัญและระบุสถานการณที่แตกต่างกัน

### 1.3) การเสนอความต่อเนื่อง (Continuity)

- นำเสนอวัฒนธรรมหลักหรือวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อสังคม ภาระหน้หรือยอมรับวัฒนธรรมย่อยที่เกิดขึ้นในส่วนต่างๆและการพัฒนาวัฒนธรรมใหม่ๆขึ้นมา
- ส่งเสริมและรักษาค่านิยมที่ดีๆ ในสังคม

### 1.4) ให้ความบันเทิง (Entertainment)

- ให้ความสนุกสนาน ความบันเทิง ความหลากหลายและเป็นการพักผ่อนหย่อนใจหรือเป็นวิธีผ่อนคลายอารมณ์
- ลดความตึงเครียดในสังคม

1.5) ผลักดันให้เกิดการเคลื่อนไหวในสังคมหรือระดมสรรพกำลังในสังคม

- รณรงค์โดยมีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับเรื่องทางสังคม ภายในขอบเขตหรือบรรยากาศทางการเมือง สงคราม การพัฒนาเศรษฐกิจ การทำงานและในบางครั้งก็เป็นเรื่องทางศาสนา

2) บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่จะครอบคลุมภารกิจเฉพาะอย่างสำหรับผู้สร้างสารในทางการเมืองและทางธุรกิจ

2.1) สารสนเทศ

- ให้สาระเกี่ยวกับจุดมุ่งหมาย และเกี่ยวกับกิจกรรมขององค์กรต่างๆ
- ให้สาระเกี่ยวกับเหตุการณ์ และสถานการณ์ภายนอกที่เกี่ยวข้อง
- จัดลำดับความสำคัญก่อนหลังตามผลประโยชน์ของผู้เป็น “นายหน้าหอ”
- ให้สาระและเรียกร้องความสนใจในแง่ของการโฆษณา
- ให้การศึกษาโดยตรงและรณรงค์ด้านข่าวสาร

2.2) การตีความ

- ตีความสาระและเหตุการณ์ให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของผู้ประกอบสาร
- สร้างความคิดเห็น ประชาสัมพันธ์ สร้างภาพพจน์
- วิพากษ์วิจารณ์คู่แข่ง

2.3) การแสดงออก

- แสดงออกในแง่ของความเชื่อ ค่านิยม อุดมการณ์และหลักการต่าง
- ช่วยพัฒนาจิตสำนึกของการเป็นเจ้าของ

2.4) การผลักดันให้เกิดการเคลื่อนไหวภายในสังคม

- กระตุ้นความสนใจ กระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วม กระตุ้นให้เกิดการสนับสนุน
- จัดดำเนินการกิจกรรมต่างๆ ให้แก่สมาชิก
- พยายามที่จะโน้มน้าวจิตใจและทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง
- การให้เงินทุน
- สร้างอิทธิพลต่อผู้บริโภคโดยการโฆษณา



### 3) บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนต่อภารกิจของตนเอง

#### 3.1) สารสนเทศ

- รวบรวมสาระที่น่าจะอยู่ในความสนใจและเกี่ยวข้องกับผู้รับสาร
- เลือกสรร จัดทำและเผยแพร่
- ให้การศึกษาแก่สาธารณชนโดยทั่วไป

#### 3.2) การตีความ

- แสดงความคิดเห็นในเชิงเสนอแนะ
- ให้สาระที่เป็นภูมิหลังและการวิพากษ์วิจารณ์
- ทำหน้าที่ในลักษณะของผู้วิจารณ์หรือยามเฝ้าระวังผู้ที่กุมอำนาจอยู่
- สะท้อนให้เห็นถึงประชามติ
- ให้เป็นเวทีสำหรับนานาทัศนะ

#### 3.3) การแสดงออกทางวัฒนธรรมและทำให้เกิดความต่อเนื่อง

- การแสดงออกหรือสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมและค่านิยมหลักของประเทศ ภูมิภาค ท้องถิ่น
- นำเสนอ วัฒนธรรมและค่านิยมของกลุ่มย่อย

#### 3.4) ความบันเทิง

- ตอบสนองต่อผู้ชมด้วยการให้ความสนุกสนาน ความหลากหลาย

#### 3.5) การผลักดันให้เกิดการเคลื่อนไหวภายในสังคม

- ทำการโฆษณาหรือโฆษณาชวนเชื่อในฐานะเป็นทนายหน้าของลูกค้า
- เข้าร่วมรณรงค์ เมื่อมีปัญหาบางอย่างเกิดขึ้น
- ให้มีการเพิ่มขึ้นและมีการจัดระเบียบการใช้สื่อมวลชนโดยผู้รับสาร

#### 2.3.5.3 ทฤษฎีความรับผิดชอบทางสังคม (Social Responsibility Theory)

เนื่องจากโทรทัศน์และวิทยุมีบทบาทและมีอิทธิพลต่อสาธารณชนมาก จึงต้องมีมาตรการควบคุมการเสนอข่าวของสื่อเหล่านี้ รวมทั้งหนังสือพิมพ์ เพื่อให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมในการเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูล โดยต้องสอดคล้องกับหลัก 3 ประการดังต่อไปนี้ เพื่อให้สื่อมีความเป็นกลาง และตอบสนองความต้องการของผู้รับสาร ตลอดจนให้สาธารณชนเชื่อถือในข่าวสาร ข้อมูล อันเกี่ยวกับกิจการบ้านเมือง ซึ่งหลัก 3 ประการคือ 1) ให้ประชาชนมีเสรีภาพส่วนบุคคลและมีทางเลือกในอันที่จะรับข่าวสาร 2) สื่อต้องมีเสรีภาพเช่นกัน 3) สื่อต้องสำนึกถึงหน้บุญคุณต่อสังคม

แต่อย่างไรก็ดี การที่จะนำเสนอข่าวโดยมีหลักการทั้ง 3 ข้างต้นนั้นทำได้ยาก จึงมีข้อสรุป 2 แบบเพื่อแก้ปัญหาคือ

1) พัฒนาสาธารณชน เข้าจัดการการบริหารการเสนอข่าว อันจะทำให้มีอำนาจด้านการเมือง กล่าวได้ว่าสื่อมีความรับผิดชอบต่องังคม

2) พัฒนาสื่อ ให้สื่อทำหน้าที่อย่างสมบูรณ์ โดยมีการปกครองดูแลการทำงานเองด้วยการกระจายเสียงทางวิทยุและแพร่ภาพทางโทรทัศน์ ซึ่งเป็นวิถีทางที่จะปฏิบัติได้ตามทฤษฎีสื่อที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในกรณีที่โทรทัศน์และวิทยุเป็นของผู้ใดหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง รัฐบาลจึงได้พยายามลดเสรีภาพของสื่อ ด้วยการออกกฎต่างๆเพื่อบรรลุดัตุประสงค์ เพื่อประโยชน์ของสังคม ตลอดจนลดความกดดันและแนวโน้มจากสาธารณชน

สื่อมวลชนตามทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมนี้พัฒนามาจากทฤษฎีเสรีนิยมแบบดั้งเดิม แต่จะเน้นที่ความรับผิดชอบต่อสังคมในการปฏิบัติหน้าที่ให้เกิดผลดีต่อสังคมส่วนรวมอย่างแท้จริง ซึ่งได้แก่

- 1) สื่อควรยอมรับและบรรลุดัตุหน้าที่ความรับผิดชอบต่อสังคม
- 2) หน้าที่รับผิดชอบต่อสังคม คือ ต้องมีมาตรฐานของข่าวสาร ข้อมูล ข้อเท็จจริง ความถูกต้อง แม่นยำ สำนึกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและความสมดุล
- 3) ต้องสามารถควบคุมตัวเองได้อย่างสมเหตุสมผลและถูกต้อง
- 4) ต้องหลีกเลี่ยงเหตุอันจะก่อให้เกิดความรุนแรง อาชญากรรม หรือความไม่สงบหรือไม่ทำให้เกิดความไม่พอใจแก่คนกลุ่มน้อย
- 5) ทำหน้าที่เพื่อคนส่วนมากและเสนอความหลากหลายของความคิดเห็นจากคนหลากหลายในสังคม
- 6) สังคมและสาธารณชนมีสิทธิที่จะได้รับผลตอบแทนที่ดีที่สุด
- 7) สื่อมวลชนควรเชื่อถือสังคม ลูกจ้าง และตลาด

#### 2.3.5.4 ทฤษฎีสื่อมวลชนของประชาชน หรือ ความมีส่วนร่วมแบบประชาธิปไตย (Democratic-participant Media Theory)

ทฤษฎีสื่อมวลชนของประชาชนนี้เน้นถึงความสำคัญของทุกคน ไม่ยุ่งกับการเมืองและสังคมต่อต้านทฤษฎีสื่อเสรีนิยมเพราะทำให้การตลาด (สาธารณชน) แบ่งเป็นกลุ่มๆ ตลอดจนต่อต้านทฤษฎีสื่อที่รับผิดชอบต่อสังคมที่มีระบบราชการที่ซับซ้อน และสื่อเสนอข่าวตามอำเภอใจเพื่อจุดประสงค์ของตัวเอง หัวใจของสื่อทฤษฎีสื่อมวลชนของประชาชน มีดังต่อไปนี้

1) ตอบสนองความต้องการ ความสนใจ ความปรารถนาที่ต่างกันของพลเมืองผู้รับสารแต่ละคน ในชุมชนขนาดเล็กและชนกลุ่มน้อย ในด้านสิทธิการรับรู้และสิทธิในการสื่อสารที่ไม่ยึดติดกับสถาบัน ไม่ต้องทำตามขั้นตอนตามแบบอย่างปฏิบัติกันมา

2) เปิดโอกาสให้ผู้รับสารทุกระดับเข้ามามีส่วนร่วมในการให้ข่าวสาร ความคิดเห็นและการศึกษา รวมทั้งในการบริหารในรูปแบบที่เหมาะสม ซึ่งเท่ากับเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารกับผู้รับสาร มีบทบาทร่วมกัน

หากจะกล่าวโดยสรุปแล้วทฤษฎีสื่อมวลชนของประชาชนนี้ มีหลักการของทฤษฎี ดังนี้

- 1) พลเมืองแต่ละบุคคลและชนกลุ่มน้อยมีสิทธิที่จะใช้สื่อ สื่อข่าวสารและรับบริการจากการใช้สื่อนี้ได้ตามความต้องการ
- 2) เนื้อหาหรือองค์กรของสื่อต้องไม่สนับสนุนการเมืองและระบบราชการ
- 3) สื่อควรจะใช้ผู้รับสาร ไม่ใช่องค์กร ผู้อยู่ในวิชาชีพนี้หรือลูกค้าของสื่อ
- 4) กลุ่มต่างๆ องค์กรต่างๆ ชุมชนต่างๆ ควรมีสื่อประจำตัว
- 5) สื่อทำหน้าที่ให้กับชุมชนเล็กๆ และเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนด้วย จะดีกว่าสื่อที่ทำหน้าที่เพื่อชุมชนใหญ่ๆ โดยเป็นการสื่อสารฝ่ายเดียว และสื่อมวลชนคำนึงถึงแต่ความเป็นสื่อมวลชนมากเกินไป
- 6) พลเมืองแต่ละบุคคลไม่สามารถแสดงความต้องการในนามผู้บริโภคหรือผู้รับข่าวสารหรือ ผ่านรัฐบาลหรือองค์กร
- 7) การสื่อสารนั้นสำคัญเกินกว่าที่จะให้ผู้อยู่ในวิชาชีพจัดการเพียงกลุ่มเดียว

## 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.4.1 งานวิจัย เรื่องการใช้สื่อวิทยุท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมประชาคมจังหวัดมหาสารคาม ของชาคริต

สุดสายเนตรและ ชีระพล อำนวย พ.ศ. 2547

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อคลี่คลายประวัติการก่อตั้ง และการใช้ประโยชน์จากรายการวิทยุเพื่อชุมชนในสถานีวิทยุ ท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม และเพื่อศึกษาบทบาทรายการวิทยุเพื่อชุมชนของสถานีวิทยุท้องถิ่นต่อการส่งเสริมประชาคมจังหวัด มหาสารคาม รวมทั้งเพื่อแสวงหาแนวทางการพัฒนากระบวนการผลิตรายการวิทยุชุมชนให้ตอบสนองต่อแนวคิดการปฏิรูปสื่อที่ ต้องการให้วิทยุชุมชนเป็นวิทยุเพื่อประชาธิปไตย โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วนคือ 1) การใช้ประโยชน์จากวิทยุท้องถิ่น จังหวัดมหาสารคาม 7 สถานี นับตั้งแต่การก่อตั้งจนถึงปัจจุบัน รวมทั้งวิเคราะห์บทบาทของวิทยุท้องถิ่นต่อการส่งเสริมประชาคม จังหวัดมหาสารคาม 2) แนวทางการพัฒนากระบวนการผลิตรายการวิทยุชุมชน ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อหาแนวทางการพัฒนากระบวนการผลิตรายการวิทยุชุมชนขององค์กรชุมชน 2 กลุ่มในจังหวัดมหาสารคาม คือ กลุ่มอัครสารคามและกลุ่มนา เพื่อศึกษาพัฒนาการและแนวทางการพัฒนาวิทยุชุมชนทั้ง 2 กลุ่มไปสู่การเป็นวิทยุเพื่อประชาธิปไตย

ผลการวิจัยพบว่า ประเด็นที่ 1 การใช้ประโยชน์จากวิทยุท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม พบว่า มีการใช้ประโยชน์ 3 ระดับคือ (1) วิทยุเพื่อรัฐ โดยทุกสถานีอยู่ในสังกัดหน่วยงานรัฐและล้วนถูกใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารปฏิบัติการจิตวิทยามวลชน นำเสนอข้อมูลข่าวสารของรัฐเพื่อ อุดมการณ์ความมั่นคงของชาติ (2) วิทยุเพื่อธุรกิจบันเทิงและการเมือง พบว่านักจัดรายการอิสระได้ใช้ ประโยชน์จากการใช้เวลาของสถานีวิทยุเพื่อจัดรายการบันเทิง และมีรายได้จากการขายโฆษณา รวมทั้งบางคนสามารถใช้วิทยุให้เป็นเครื่องมือสร้างฐานคะแนนเสียงและก้าวไปสู่การเมืองทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่น เกิดการสัมปทานเวลาของสถานีวิทยุของรัฐโดยกลุ่ม สัมปทานรายใหญ่เพื่อผลิตรายการบันเทิง ที่สามารถหาผลกำไรจากการขาย

โฆษณา รวมทั้งขายเวลาต่อให้กับนักจัดรายการอิสระ และ (3) วิทยุเพื่อชุมชน ซึ่งพบว่ามีมาตั้งแต่ พ.ศ. 2521 คือรายการพูดจาภาษาครู และเกิดขึ้นจากเงื่อนไขของ รัฐธรรมนูญมาตรา 40 ที่มีแนวทางการปฏิรูปสื่อ ทำให้กรมประชาสัมพันธ์ได้หันมาผลิตรายการวิทยุชุมชนนำร่องทางสถานี วิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ขณะเดียวกันการใช้สื่อเพื่อรัฐและเพื่อธุรกิจบันเทิงและการเมืองก็ยังคงดำรงอยู่ ประเด็นที่ 2 จากการศึกษารายการวิทยุท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม 3 รายการ คือ รายการเสียงจากชุมชนคนสารคาม รายการวิทยุชุมชน อ.ส.ม.ท. และรายการตลาดชุมชนคนรักบ้านเกิด พบว่าได้มีบทบาทส่งเสริมประชาคมจังหวัดมหาสารคาม ดังนี้ (1) ด้านการเมือง การปกครองท้องถิ่น โดยทำหน้าที่ตรวจสอบ การทำหน้าที่ของหน่วยงานท้องถิ่นหรือนำเสนอข้อมูลความเคลื่อนไหว ทางด้านการเมือง (2) ด้านเศรษฐกิจชุมชน โดยนำเสนอเรื่องของกลุ่มชาวบ้านที่ประสบผลสำเร็จจนทำให้เกิดการเรียนรู้และนำไปปรับใช้ และรายการวิทยุ กลายเป็นเวทีกลางสำหรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของกลุ่มอาชีพหลากหลาย (3) ด้านศิลปวัฒนธรรม รายการได้นำเสนอแง่มุมของศิลปวัฒนธรรมเพื่อเป็นการสืบทอดและเผยแพร่ต่อกลุ่มผู้ฟังอย่างต่อเนื่อง (4) ด้านสังคม รายการวิทยุได้นำเสนอสภาพปัญหาของสังคม และสะท้อนปัญหาสังคม พร้อมทั้งกระตุ้นให้ผู้ฟังได้รับรู้และได้ร่วมกัน ตรวจสอบเพื่อให้เกิดการแก้ไขปัญหาร่วมกัน และ (5) ด้านการศึกษา มีการเสนอข่าวในแวดวงการศึกษาแต่ไม่ได้เจาะลึกลงไปด้านปัญหาการศึกษา ไม่ได้เสนอเรื่องเกี่ยวกับคนในวัยเรียน ประเด็นที่ 3 พัฒนาการของวิทยุชุมชน 2 สถานี เกิดจากการสนับสนุนของกองทุนเพื่อสังคมธนาคารออมสิน โดยผ่านการจัดเวทีบอกสิทธิ การรวมกลุ่ม เป็นสมาพันธ์วิทยุชุมชนคนอีสานและสหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งประเทศไทย เพื่อรณรงค์เรื่องสิทธิในการ สื่อสารตามแนวทางการปฏิรูปสื่อ จากการฝึกกอบรวมการผลิต รายการวิทยุชุมชน 2 สถานีพบว่าความไม่คุ้นเคยกับการผลิตรายการวิทยุ ทำให้ขาดทักษะในการพูดและการ ใช้อุปกรณ์ใน ห้องส่งกระจายเสียง ขาดความเชื่อมั่นในการจัดรายการวิทยุ อย่างไรก็ตามทั้งสองสถานี กำลังอยู่ในช่วงการปรับตัวโดยเฉพาะเรื่องความร่วมมือของสมาชิก ที่มีอุปสรรคทั้งการขาดความ เชื่อมั่น ในตนเอง ขาดความเชื่อมั่นในนโยบายรัฐบาลต่อการปฏิรูปสื่อเพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการ สื่อสาร และอุปสรรคในเรื่องเวลาสำหรับการทำมาหาเลี้ยงชีพ รวมทั้งการปรับผังเวลาสถานีให้สอดคล้อง กับความสามารถของกลุ่ม พร้อมทั้งมีข้อเสนอว่าสถาบันการศึกษาควรเข้าไปสนับสนุนการฝึกอบรวมการผลิต รายการวิทยุ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและการมีส่วนร่วมให้มากกว่านี้เพื่อให้วิทยุชุมชนได้เป็นวิทยุของ ชุมชน โดยชุมชนและเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง

#### 2.4.2 งานวิจัย เรื่องการปฏิรูประบบสื่อ: การกำกับดูแลเนื้อหาโดยรัฐ การกำกับดูแลตนเอง และสื่อ ภาคประชาชน ของพิรธอง รามสูต ธรรมนันท์

เป็นการศึกษาสื่อภาคประชาชนในมิติต่างๆ โดยเริ่มจากการค้นหาคำนิยามเชิงปฏิบัติการของสื่อ ภาคประชาชน โดยสำรวจจากมุมมองทางทฤษฎี และประสบการณ์จากประเทศต่างๆเกี่ยวกับสามแนวคิดที่มีความสัมพันธ์และเหลื่อมซ้อนกัน ได้แก่ สื่อทางเลือก สื่อชุมชน และสื่อภาคประชาชน ตามด้วยการศึกษาสื่อ

ภาคประชาชนในประเทศไทย จำนวน 7 กรณี ศึกษา ซึ่งคัดเลือกโดยอาศัยเกณฑ์ด้านประเภทของสื่อ 4 ประเภท คือ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต

วิทยุชุมชน เป็นกรณีศึกษาสำหรับสื่อวิทยุ โดยหลังจากมาตรา 40 ของรัฐธรรมนูญฉบับ ใหม่มีผล บังคับใช้ในปี 2540 ได้กลายเป็นจุดเริ่มต้นอย่างเป็นทางการของการปฏิรูประบบวิทยุ โทรทัศน์ กลุ่มภาค ประชาชนและองค์กรพัฒนาชุมชนต่างเริ่มก้าวเข้ามามีบทบาทในสื่อวิทยุเนื่อง จากวิทยุเป็นสื่อที่เข้าถึงได้ง่าย สำหรับประชาชนในชนบท ใช้ต้นทุนต่ำและไม่ต้องอาศัยประสบการณ์มาก และแม้ว่าจะต้องเผชิญกับการ ต่อต้านจากกรมประชาสัมพันธ์ที่อ้างหลักการ การประกอบกิจการวิทยุตามกฎหมายเดิม แต่สถานีวิทยุชุมชน ที่มีอยู่มากกว่า 100 สถานีทั่วประเทศยังคงทดลองออกอากาศต่อไป โดยแต่ละสถานีมีการสร้างเนื้อหาที่ หลากหลาย และนำไปสู่การมีส่วนร่วมของชุมชนมากขึ้นอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน นอกจากภาพรวมของ วิทยุชุมชน แล้ว รายงานฉบับนี้ได้เสนอกรณีศึกษาของสถานีวิทยุชุมชนเครือข่ายคนมุกดาหาร ซึ่งเป็น เครือข่าย ขององค์กรชุมชนที่ดำเนินงานกระจายเสียงวิทยุชุมชน โดยตั้งอยู่ในจังหวัดมุกดาหารทางภาค ตะวันออกเฉียงเหนือของไทย สถานีวิทยุชุมชนดังกล่าวดำเนินงานมาแล้ว 2 ปี ออกอากาศในรัศมี 20 กม. ประสบการณ์ในการทดลองออกอากาศสะท้อนให้เห็นถึงจุดแข็งและจุดอ่อนต่างๆ ของวิทยุชุมชนในฐานะ สื่อภาคประชาชน โดยปัญหาหรืออุปสรรคของสถานีวิทยุชุมชน ได้แก่ 1. การขาดงบประมาณ สนับสนุน 2. ผู้จัดรายการยังขาดทักษะในการพูดออกอากาศ และการจัดรายการ 3. การขาดโอกาสและ ทรัพยากรสำหรับคนในชุมชนเพื่อพัฒนาศักยภาพของพวกเขาในการจัดรายการ 4. ความไม่สม่ำเสมอของ คุณภาพรายการ

#### 2.4.3 งานวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อการจัดการป่าชุมชนบ้านห้วยแก้ว กิ่งอำเภอแม่ อ่อน จังหวัดเชียงใหม่ ของศรีธรรม โรจนสุพจน์ และคณะ

การศึกษาครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาวิธีการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งทางความคิดเรื่องสัมปทาน ป่าระหว่างคนในชุมชนบ้านห้วยแก้ว ด้วยวิธีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมโดยใช้สื่อสมัยใหม่คือ สื่อสไลด์ สื่อ วิดิทัศน์ และการจัดรายการวิทยุชุมชน คลื่น 93.8 MHz ผลจากการศึกษาพบว่า ในส่วนของกระบวนการผลิต สไลด์นั้น การมีส่วนร่วมสร้างความสนุกสนาน ความสัมพันธ์ ผู้เข้าร่วมแลกเปลี่ยนสารไปมา มีบทบาทเป็น ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร เนื้อหาสารเกี่ยวข้องกับป่าชุมชนหลายด้าน แต่เน้นหนักความเป็นมาของป่าชุมชน ห้วยแก้ว และการผลิตสื่อทำให้ผู้ใหญ่บ้านได้มีโอกาสเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับป่าแก่เด็กและเยาวชนอีกด้วย

สำหรับสื่อวิดิทัศน์นั้น กลุ่มผู้เข้าร่วมผลิตซึ่งส่วนใหญ่เป็นเยาวชนเริ่มเรียนรู้กระบวนการผลิต มีการ วางแผนเลือกกลุ่มเป้าหมาย เลือกเนื้อหา เขียนบท ลงมือถ่ายทำ ตัดต่อและบันทึกเสียง มีการปรึกษาหารือ แลกเปลี่ยนความคิด และดูมีระบบมากกว่าการผลิตสไลด์

ในส่วนของการผลิตรายการวิทยุชุมชนนั้น การจัดรายการวิทยุชุมชนเป็นการสื่อสารกับ กลุ่มเป้าหมายที่อยู่ภายในหมู่บ้านห้วยแก้ว โดยที่ชาวบ้านห้วยแก้วเป็นผู้กำหนดเนื้อหาและดำเนินการจัด

ราชการเอง หรือเป็นผู้ส่งสารที่สามารถแสดงทัศนคติและมุมมองของชาวบ้านเองโดยตรง โดยเนื้อหาจะเกี่ยวข้องกับที่มาของป่าชุมชนห้วยแก้วและการจัดการป่า สมุนไพรจากป่าห้วยแก้ว

ผลของการมีส่วนร่วมในการผลิตสื่อทั้งสามของชาวบ้านในชุมชนห้วยแก้วพบว่า การมีส่วนร่วมในการผลิตสื่อสมัยใหม่เป็นการสื่อสารที่ชาวบ้านร่วมกันสร้างขึ้นมา โดยเริ่มจากจุดเล็กๆ จากแกนนำและเยาวชน แต่การสื่อสารก็จะค่อยๆ แผ่ขยายออกไปโดยมีชาวบ้านเข้ามาร่วมกระบวนการมากขึ้น ในกระบวนการร่วมกันสร้างสื่อนี้ทำให้ชาวบ้านได้แบ่งปันความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึกที่มีต่อชุมชนของตนเอง อีกทั้งยังทำให้ชาวบ้านมีความรู้สึกภาคภูมิใจในตนเองและชุมชนอีกด้วย

#### 2.4.4 งานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาวิทยุชุมชนเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ของวีรพงษ์ พลนิกรกิจ และคณะ

การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาสถานภาพของวิทยุชุมชนจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านการพัฒนาการ บทบาทสภาพปัญหา งบประมาณและสื่อคู่แข่ง เพื่อศึกษาโครงสร้างของวิทยุชุมชนในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ และปัจจัยที่ก่อให้เกิดโครงสร้างดังกล่าว เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของวิทยุชุมชนจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อแสวงหาวิธีการดำเนินงานของวิทยุชุมชนในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ และปัจจัยที่ก่อให้เกิดรูปแบบรายการดังกล่าว เพื่อศึกษาการใช้ ความพึงพอใจ ความต้องการ และความคาดหวังของชุมชนในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ที่มีต่อวิทยุชุมชน รวมทั้งปัจจัยที่ทำให้ใช้ พึ่งพอใจ ต้องการและความคาดหวังดังกล่าว เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างวิทยุชุมชนจังหวัดนครราชสีมากับวิทยุชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์

ผลการศึกษาพบว่า วิทยุชุมชนจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์เป็นวิทยุชุมชนระดับรายการและดำเนินการในลักษณะเพื่อสาธารณะ โดยเริ่มต้นจากนโยบายรัฐซึ่งดำเนินการภายใต้กรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งกำหนดกรอบการดำเนินงานส่วนหนึ่งไว้ให้สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย

จากการศึกษาถึงปัญหาของวิทยุชุมชนพบว่า วิทยุชุมชนมีปัญหาหลายด้าน ได้แก่ ปัญหาเกี่ยวกับนโยบายและกฎระเบียบ ปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรทั้งด้านการเงิน บุคคล เทคนิค และปัญหาการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน นอกจากนี้ยังมีปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม และความหลากหลายของสังคม รวมถึงปัจจัยทางการเมืองและเศรษฐกิจ ด้านสื่อคู่แข่ง

วิธีการดำเนินงานที่ดีของวิทยุชุมชนจังหวัดนครราชสีมาคือ การปรับโครงสร้างบุคคลโดยเพิ่มสัดส่วนของภาคประชาชนให้มากยิ่งขึ้น ให้อิสระในการบริหารจัดการ ปรับบทบาทการดูแลของเจ้าหน้าที่ กำหนดบทบาทหน้าที่จากโครงสร้างการทำงานให้ชัดเจน มีการประเมินที่เป็นระบบมากขึ้น จัดตั้งเครือข่ายประชาคม และมีงบประมาณสนับสนุนเพียงพอ ส่วนวิธีการดำเนินงานที่ดีของวิทยุชุมชนบุรีรัมย์คือ ต้องมีงบประมาณที่เพียงพอในการดำเนินงาน มีการสรรหาคณะทำงานวิทยุชุมชนที่มีคุณภาพ กำหนดแผนงานที่ตรงตามความต้องการของชุมชน จัดเวทีวิทยุชุมชนสัญจรอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง และเชื่อมโยงรายการผ่านหอกระจายข่าว เสียงตามสายตามหมู่บ้านและชุมชน