

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง



ในการวิจัยเรื่อง "ความพร้อมของชุมชนกับการมีส่วนร่วมในสถานีวิทยุชุมชนเครดิตยูเนียน จังหวัดสุราษฎร์ธานี" ผู้วิจัยอาศัยแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอธิบายดังนี้

1. แนวคิดเรื่องวิทยุชุมชน
2. แนวคิดการบริหารจัดการวิทยุชุมชน
3. แนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม
4. แนวคิดเกี่ยวกับความพร้อมของชุมชน และศักยภาพของชุมชน
5. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเรื่องวิทยุชุมชน

(Community Radio)

วิทยุกระจายเสียงชุมชนเป็นการจัดดำเนินการ และส่งกระจายเสียงของวิทยุท้องถิ่น (Local Station) รูปแบบหนึ่ง ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของชุมชนโดยมีลักษณะการดำเนินงานที่เป็นประชาธิปไตย และเป็นการสื่อสารสองทาง กล่าวคือ มีหลักการเป็นของประชาชน โดยประชาชน และเพื่อประชาชนในชุมชนท้องถิ่นที่เป็นเขตบริการของวิทยุกระจายเสียงนั้น (ทิวพร แสงเมืองชิน, 2543)

แนวคิดเรื่องวิทยุชุมชน (จุมพล รอดคำดี, 2542) เริ่มต้นในสหรัฐอเมริกาเมื่อปี ค.ศ.1948 โดยกลุ่มประชากรได้รวมตัวกันจัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อท้องถิ่นในรูปแบบสถานีที่ไม่มุ่งแสวงหากำไร (Non – profit station) ขึ้นเป็นครั้งแรกที่เมืองเบอร์กลีย์ (Berkeley) มลรัฐแคลิฟอร์เนีย และได้มีการขยายแนวความคิดนี้ออกไปอย่างกว้างขวางในเวลาต่อมา จนมีการรวมตัวตั้งสมาพันธ์นักวิทยุชุมชนแห่งชาติขึ้นมีสมาชิกกว่า 60 สถานี

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
 ห้องสมุดงานวิจัย
 วันที่..... ๒๕๕๓
 เลขทะเบียน..... 250110
 เลขเรียกหนังสือ.....

ลักษณะสำคัญของวิทยุท้องถิ่นแตกต่างจากวิทยุกระจายเสียง 2 รูปแบบที่มีอยู่ คือ วิทยุสาธารณะ (Public Radio) และวิทยุธุรกิจ (Commercial Radio) ในหลายลักษณะ เช่น ส่งกระจายเสียงด้วยกำลังส่งต่ำ (ประมาณ 1 กิโลวัตต์) ครอบคลุมในที่จำกัดประมาณ 6-10 กิโลเมตร ซึ่งแตกต่างจากวิทยุสาธารณะระดับชาติ และดำเนินงานโดยไม่แสวงหากำไร (Non-commercial) ซึ่งทำให้แตกต่างไปจากวิทยุธุรกิจ เงินที่ใช้ดำเนินการส่วนใหญ่ได้มาจากสมาชิกในชุมชน หรือมาจากการบริจาคของมูลนิธิ องค์กรการกุศล และการระดมทุนของกลุ่มผู้ดำเนินงาน

วิทยุชุมชนในประเทศไทย

วิทยุกระจายเสียงของไทยเกิดขึ้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2470 (“คู่มือวิทยุชุมชน,”ออนไลน์2546) โดยเริ่มต้นจากการเป็นวิทยุของรัฐโดยพยายามที่จะกระจายเสียงให้ครอบคลุมพื้นที่ให้กว้างที่สุด แต่มีปัญหาเรื่องรัศมีการส่งและการรับฟังทำให้มีการจัดตั้งสถานีวิทยุในท้องถิ่นขึ้น แต่ยังคงเป็นการถ่ายทอดรายการจากส่วนกลางพร้อมทั้งเริ่มมีการทำรายการจากท้องถิ่นเข้ามาผสมบ้าง แต่ยังมีหน่วยงานราชการเป็นเจ้าของและดำเนินงานโดยเจ้าหน้าที่รัฐ ในระยะต่อมาได้เกิดวิทยุของภาคธุรกิจที่ชื่อเวลาจากสถานีของรัฐ โดยมีเป้าหมายเพื่อแสวงหากำไรเป็นหลัก ดังนั้นในกระบวนการคัดเลือกเนื้อหา ความเป็นเจ้าของจึงไม่เกิดจากความคิดริเริ่มและการบริหารจัดการของประชาชนในชุมชนโดยตรง

สำหรับประเทศไทยวิทยุกระจายเสียงได้พัฒนาจากการเป็น “สื่อของรัฐ / สื่อสาธารณะ / สื่อระดับชาติ” ในทศวรรษ 2470 มาเป็น “สื่อธุรกิจ / สื่อเชิงพาณิชย์” ในทศวรรษ 2490 จนในทศวรรษ 2540 นี้เอง จึงได้เริ่มก้าวเข้าสู่การเป็น “สื่อชุมชน / สื่อท้องถิ่น” (กาญจนา แก้วเทพ, 2546: 8; คอลิน เฟรเซอร์และ โซเนีย เรสเตรโโป เอสตราดา, 2001: 1-14)

ต่อมาในปี พ.ศ.2534 ได้มีการจัดตั้งสถานีวิทยุ จส.100 และในปี พ.ศ. 2537 ได้จัดสถานีวิทยุสว.91 ซึ่งทั้งสองสถานีได้มีการจัดรายการโดยมีประชาชนผู้ใช้ ร.๔ ใช้ถนนเป็นผู้รายงานสถานการณ์จราจร ถือได้ว่าประชาชนสามารถเข้าถึงสื่อและมีส่วนร่วมในการจัดรายการ แต่การคัดเลือกเนื้อหา รูปแบบรายการ และการกลั่นกรองออกอากาศยังอยู่ในความควบคุมของผู้จัดรายการและเจ้าหน้าที่สถานีส่วนเจ้าของสถานีนั้นยังเป็นกองทัพบกและกมลตำรวจไม่ใช่ชุมชน

ในปีพ.ศ.2534 ได้มีการทดลองจัดทำรายการวิทยุชุมชนที่มีรูปแบบใกล้เคียงกับหลักการดำเนินงานของวิทยุชุมชนที่สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยระบบ F.M. ที่จังหวัดจันทบุรี โดย นายสุรินทร์ แปลงประสพโชค โดยใช้หลักการดำเนินงานในฐานะสื่อแบบประชาธิปไตย (Democratic Media) และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) คือการให้ประชาชนสามารถเข้าถึงสื่อได้ง่าย (Accessibility) ให้ประชาชนช่วยกันคิดวางแผน กำหนดเนื้อหาการผลิตรายการร่วมกัน (Participation) และให้ประชาชนเป็นเจ้าของมีอำนาจในการตัดสินใจในการบริหารรายการด้วยตนเอง (Self – management) โดยมีนายสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดจันทบุรี และคณบดีคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเป็นที่ปรึกษา

ในปี พ.ศ. 2540 ประเทศไทยมีการร่างรัฐธรรมนูญฉบับใหม่ซึ่งนับได้ว่าเป็นการปฏิรูปสื่อ เพราะมีการจัดสรรคลื่นความถี่อย่างเป็นธรรมให้แก่หน่วยงานทั้งของรัฐ องค์กรเอกชน ไปจนถึงประชาชนในตำบลหมู่บ้าน โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะเป็นการปรับเปลี่ยนรูปแบบการสื่อสารจากการที่ส่งข่าวสารจากรัฐไปสู่ประชาชนทางเดียวแล้ว จะสามารถเป็นสื่อที่ประชาชนสามารถใช้ส่งข่าวกลับมายังรัฐและให้ประชาชนได้ส่งข่าวสารถึงกันเองในแนวระนาบ

จากการปฏิรูปสื่อทำให้รัฐบาลได้มอบหมายให้กรมประชาสัมพันธ์ และองค์การสื่อสารแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) จัดทำโครงการวิทยุชุมชนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 ด้วยการริเริ่มทำโครงการนำร่อง 2 โครงการ คือโครงการนำร่องวิทยุชุมชนในจังหวัดทดลอง 19 จังหวัดซึ่งแต่ละจังหวัดต่างมีรูปแบบและวิธีการดำเนินงานที่แตกต่างกันไปตามสภาพความเป็นจริงของท้องถิ่น และโครงการอุปมา (การอบรมอาสาสมัครประชาสัมพันธ์ประจำหมู่บ้าน) โดยหวังให้อาสาสมัครดังกล่าวได้เข้ามามีส่วนร่วมในการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงในรูปแบบวิทยุชุมชน

แนวคิดเกี่ยวกับ "วิทยุชุมชน" มีอยู่หลายแง่มุมด้วยกัน แต่เมื่อพิจารณาเป้าหมายของวิทยุชุมชนที่มุ่งตอบสนองในสิ่งที่วิทยุกระแสหลักไม่สามารถตอบสนองให้ได้ มีอยู่ 4 แง่มุมด้วยกัน คือ

1. วิทยุชุมชนเป็นสื่อทางเลือก (Alternative Media) พิจารณาจากการดำเนินงานที่ไม่หวังผลกำไร ฟังพาอาสาสมัคร นำเสนอเนื้อหาจากเกณฑ์การเลือกที่แตกต่างจากสื่อกระแสหลัก ในแง่มุมนี้วิทยุชุมชนเป็นวิทยุที่ประชาชนเป็นเจ้าของ ไม่ใช่บริษัทขนาดใหญ่ ส่วนการดำเนินงานนั้นก็หวังผลกำไร และไม่ขายผู้รับสารให้กับบริษัทเพื่อเป็นรายได้ นอกจากนี้ ยังเป็นอิสระจากรัฐและองค์กรทางสังคมอื่นๆ และไม่สนใจการทำงานแบบมีอาชีพ แต่ฟังพาอาสาสมัคร ส่วนการ

ผลิตรายการนั้น ผู้รับสารทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร โดยนำเสนอเนื้อหาจากเกณฑ์การเลือกที่แตกต่างจากสื่อกระแสหลัก เช่น เรื่องต้องห้ามหรือไม่ได้เสนอในสื่อกระแสหลัก เรื่องชีวิตประจำวัน หรือเรื่องของคนสามัญ เป็นต้น

2. **วิทยุชุมชนเป็นสื่อชุมชน (Community Media)** วิทยุชุมชนถูกมองว่าเป็นการออกแบบขึ้นมาเพื่อกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนทุกกลุ่มที่อยู่ในชุมชน โดยพิจารณาจากรูปแบบการสื่อสารที่วิทยุชุมชนเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) และมีทิศทางการไหลของข่าวสารทั้งจากบนลงล่าง (Top-down) จากล่างขึ้นบน (Bottom-up) และในระนาบเดียวกัน (Horizon) ไม่ว่าจะอยู่ในระดับสังคมเศรษฐกิจใด องค์กรใด หรือคนกลุ่มน้อย/กลุ่มวัฒนธรรมย่อยใด นอกจากนี้ วิทยุชุมชนเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) และมีทิศทางการไหลของข่าวสารทั้งจากบนลงล่าง (Top-down) จากล่างขึ้นบน (Bottom-up) และในระนาบเดียวกัน (Horizon) โดยการดำเนินงานมีเป้าหมายที่หลากหลายตามระดับของผู้เกี่ยวข้อง การเป็นสื่อชุมชนคือการมุ่งตอบสนองความต้องการของประชาชน โดยทำหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสาร สร้างความรู้สึกร่วมในชุมชนเป็นเวทีแลกเปลี่ยนข่าวสาร/ความคิด และเป็นช่องทางในการแก้ไขปัญหา นอกจากนี้ คนในชุมชนสามารถเข้าถึงได้ ไม่ว่าจะเป็นผู้วางแผนการใช้สื่อผู้ใช้ ผู้ผลิต ผู้แสดง ฯลฯ

3. **วิทยุชุมชนเป็นสื่อภาคประชาชน (Civic Media)** พิจารณาจากการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนทั้งเรื่องของการเป็นเจ้าของ การกำหนดทิศทางของเนื้อหา การผลิต การแสดงความคิดเห็น การสนับสนุนด้านการเงิน การรวบรวมกำลังคนและทรัพยากร และการประเมินผลเป็นมุมมองในแง่ที่ว่าวิทยุชุมชนไม่เป็นทั้งของภาครัฐและเอกชน ไม่มุ่งกำไรสูงสุด และมีพันธกิจเพื่อสนองประโยชน์ของสาธารณะ นอกจากนี้รายการยังมีเนื้อหาที่หลากหลายกว่าสื่อภาครัฐและเอกชน กล่าวคือ สื่อภาคประชาชนนอกจากจะมุ่งเน้นที่ข่าวและสาระมากกว่าบันเทิงแล้ว ยังมุ่งหวังการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนอีกด้วย ทั้งในเรื่องของการเป็นเจ้าของ การกำหนดทิศทางของเนื้อหา การผลิต การแสดงความคิดเห็น การสนับสนุนด้านการเงิน การรวบรวมกำลังคนและทรัพยากร และการประเมินผล (พิรงรอง รามสูต ธาระนันท์, 2547)

4. **วิทยุชุมชนเป็นสื่อสาธารณะ (Public Service Broadcasting)** พิจารณาจากความมีอิสระจากอิทธิพลของรัฐและกลุ่มทุน เนื้อหาที่นำเสนอต้องเป็นกลางสอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของประชาชนทุกกลุ่ม ความเป็นสาธารณะทำให้วิทยุชุมชนต้องยึดถือประโยชน์ของประชาชนทุกคน โดยมีอิสระจากอิทธิพลของรัฐและกลุ่มทุน และมีความหลากหลาย

และความแตกต่างจากสื่อเชิงพาณิชย์ ส่วนเนื้อหาที่นำเสนอต้องเป็นกลางสอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของประชาชนทุกกลุ่ม รวมถึงการให้ความสำคัญกับคุณภาพมากกว่าปริมาณ และรายได้หลักควรมาจากประชาชนในรูปแบบของ “ค่าธรรมเนียม” เป็นหลัก (ฐิตินันท์ พงษ์สุทธิรักษ์และ วีระยุทธ กาญจน์ชูฉัตร, 2546)

ดังนั้นวิทยุชุมชนมีลักษณะแตกต่างจากวิทยุสาธารณะและ วิทยุธุรกิจในแง่ที่ว่า

1. วิทยุชุมชนเป็นสื่อที่จัดตั้งและดำเนินการโดยชุมชนและกระจายเสียงครอบคลุมเฉพาะพื้นที่ นอกจากนี้เนื้อหาสาระต้องสอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของคนทุกกลุ่มในชุมชน หรือตอบสนองต่อวิถีชีวิตและความต้องการที่แตกต่างกันไปในแต่ละชุมชน

2. วิทยุชุมชนเป็น “พื้นที่สาธารณะ” (Public Sphere) อันหนึ่งที่เปิดกว้างให้ประชาชนเข้าถึงได้อย่างเสมอหน้ากัน โดยเป็นเวทีสำหรับการรับรู้และ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนแสดงความคิดเห็น และอภิปรายโต้แย้งกันเพื่อสร้างความเห็นร่วมในเรื่องต่างๆ ที่เป็นประเด็นสาธารณะของสังคม (ฐิตินันท์ พงษ์สุทธิรักษ์ และวีระยุทธ กาญจน์ชูฉัตร, 2546 และ พิรงรอง รามสูต รัตนันท์, 2547)

อุบลรัตน์ ศิริยุคศักดิ์ (2547) นำเสนอว่าปรัชญาของวิทยุชุมชน คือแนวคิดที่ว่าสื่อเป็นของประชาชน ประชาชนเป็นเจ้าของโดยตรง บริหารเอง มีรูปแบบไม่แสวงหากำไร สอดคล้องกับแนวคิดของ กาญจนา แก้วเทพ ที่ว่าเราต้องทำการสื่อสารให้เป็นของประชาชน มาจากประชาชน และเพื่อประชาชน ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

จุมพล รอดคำดี (2542) กล่าวว่า ประชาชนจะมีส่วนร่วมในกิจการสื่อสารของชาติได้ ด้วยวิทยุชุมชน (Community radio) เป็นวิทยุของประชาชน โดยประชาชน เพื่อประชาชน ตามแนวทางขององค์การศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ที่ว่าการใช้สื่อวิทยุชุมชนถือเป็นกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory communication) ที่เน้นหลักการให้ประชาชน เข้าถึงสื่อ (Access) การมีส่วนร่วม (Participation) และการจัดการด้วยตนเอง (Self-management) ซึ่งเน้นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่ยึดถือแนวคิดการสร้างความสำเร็จ การยอมรับความมีเกียรติ มีศักดิ์ศรีของประชาชน การยอมรับอยู่บนพื้นฐานของความหลากหลาย (Diversity) ความไม่เป็นเพียงหนึ่งหรือความมีมากกว่าหนึ่ง (Plurality)

วิทยุชุมชนกับกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

ในปี พ.ศ. 1977 ได้มีการเสนอรายงานการดำเนินงานวิทยุชุมชนในสหรัฐอเมริกาต่อที่ประชุมใหญ่องค์การยูเนสโก (UNESCO) ที่กรุงเบลเกรด ประเทศยูโกสลาเวีย และที่ประชุมได้มีความคิดเห็นว่าการใช้วิทยุเพื่อชุมชนเป็นส่วนหนึ่งที่อยู่ในกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) ซึ่งการสื่อสารในแนวนี้ได้เน้นหลักการที่สำคัญ 3 ประการ คือ (จุมพล รอดคำดี, 2542)

1. การเข้าถึงสื่อ (Access) หมายถึง การเข้าถึงสื่อที่ให้บริการแก่ชุมชนย่อมเปิดโอกาสให้ประชาชนเลือกรายการ หรือเข้าไปจัดทำในสิ่งที่ตนเป็นประโยชน์แก่ตัวเองได้ทราบเท่าที่ไม่ขัดกับกฎหมาย นอกจากนี้ยังเป็นช่องทางที่ทำให้ประชาชนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นต่อรายการหรือต้องการแสดงการเปลี่ยนแปลงได้ แม้แต่คณะผู้ผลิตรายการ หรือ ผู้ควบคุมการทำงานของสื่อ นั้น ก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้

2. การมีส่วนร่วม (Participation) หมายถึง การมีส่วนร่วมในทุกๆระดับในระบบการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการวางแผนการสื่อสารภายในชุมชน ตั้งแต่เริ่มคิดไปจนกระทั่งการผลิต การจัดการ การใช้สื่อในชุมชนต่างๆ ประชาชนในชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมหรือมีโอกาสเข้าร่วมได้ทุกขั้นตอน

3. การจัดการด้วยตนเอง (Self – management) หมายถึง การมีส่วนร่วมที่มีความสำคัญยิ่งกว่าสิ่งใด ก็คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้วยตนเองตามวิถีทางกระบวนการประชาธิปไตยและการตัดสินใจนั้น ประชาชนในชุมชนมีอำนาจตัดสินใจ ตั้งแต่เริ่มคิด วางแผน ไปจนกระทั่งการกำหนดนโยบายการบริหารและการลงมือผลิตสื่อด้วยตนเอง

องค์การยูเนสโกยอมรับว่าการจัดการด้วยตนเองจะต้องกระทำอย่างค่อยเป็นค่อยไป ส่วนการเข้าถึงสื่อและการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร มีความเป็นไปได้มากและสามารถกระทำได้ง่ายกว่า

การศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมได้ยึดถือแนวคิดการสร้างความสำเร็จ การยอมรับความมีเกียรติ มีศักดิ์ศรีของประชาชน การยอมรับนั้นอยู่บนพื้นฐานของความหลากหลาย (Diversity) ความไม่เป็นเพียงหนึ่งหรือความมีมากกว่าหนึ่ง (Plurality) ซึ่งหมายความว่ามนุษย์ย่อมมีความแตกต่างกันไปในด้านความเชื่อในสิ่งต่างๆ การยอมรับว่าทุกคนบนโลกมีหลายเผ่าพันธุ์หลายเชื้อชาติไม่จำเป็นต้องมีเผ่าพันธุ์เดียวกันวัฒนธรรมเดียวกันเท่านั้นเพราะฉะนั้นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมย่อมต้องอยู่บนพื้นฐานการยอมรับในสิ่งเหล่านี้

วิธีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมุ่งเน้นสภาวะแวดล้อมของผู้รับสารมากกว่าตัวผู้ส่งสารหรือ การแสดงผลการสื่อสาร สิ่งที่สำคัญคือเน้นให้เห็นถึงการแสวงหาวิธีการสื่อสารที่เหมาะสมกับผู้รับ สารมากกว่าวิธีการสื่อสารเพียงเพื่อถ่ายทอดข่าวสารเท่านั้น

จุมพล รอดคำดี (2542) ได้สรุปแนวคิดวิทยุชุมชนจากการศึกษากระบวนการสื่อสารแบบ มีส่วนร่วมข้างต้น ดังนี้

1. ต้องเกิดขึ้นจากความต้องการของชุมชน โดยถือหลักว่าคนส่วนใหญ่ แสดงความคิด ความต้องการร่วมกัน
2. วิทยุชุมชนต้องได้รับการยอมรับจากกลุ่มๆในชุมชน
3. วิทยุชุมชนย่อมไม่มีการแบ่งเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณีของคนในชุมชน
4. วิทยุชุมชนต้องยึดถือแนวทางการเสนอรายการและข่าวสารของชุมชนเป็นหลัก ภายใต้ แนวคิด ความเชื่อ วัฒนธรรมท้องถิ่น สิ่งแวดล้อมและเหตุการณ์ในท้องถิ่นเป็นหัวใจของการ นำเสนอข่าวและรายการ
5. วิทยุชุมชนจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมจัดรายการและ สามารถเข้าไปบริหาร จัดการ หรือปฏิบัติในสถานีได้นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงใดๆในสื่อวิทยุ ชุมชนให้เป็นไปตามแนวคิด และความต้องการของประชาชนในชุมชน โดยยึดหลักกระบวนการ ทางประชาธิปไตย
6. วิทยุชุมชนเป็นสถานีวิทยุที่มีรัศมีออกอากาศครอบคลุมเฉพาะพื้นที่เท่านั้น(มีลักษณะ เป็น Narrowcasting ไม่ใช่ Broadcasting) กำลังส่งไม่เกิน 1 กิโลวัตต์
7. วิทยุชุมชนเป็นสื่อมวลชนตามแนวคิดประชาธิปไตย (Demoratic Media) เพื่อ ประชาชน โดยประชาชน ของประชาชน

สุระชัย ชูมกา (2548) กล่าวว่าหลักสำคัญของแนวคิดวิทยุชุมชนมีหัวใจสำคัญอยู่ที่การ ร่วมกันทำการสื่อสารให้เกิดการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารในชุมชนถึงคนในชุมชนด้วยกันอย่าง ทั่วโดยคนในชุมชนเป็นผู้ร่วมกันกำหนดทิศทาง ซึ่งเนื้อหาที่ทำการสื่อสารพึงสะท้อนอัตลักษณ์ ความเป็นชุมชนท้องถิ่นของตนด้วยเป็นสำคัญ

จากหลักการที่สำคัญของกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ได้แก่ การเข้าถึงสื่อ (Access) การมีส่วนร่วม (Participation) และการจัดการด้วยตนเอง (Self – management) ผู้วิจัยจะนำไปใช้เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของสถานีวิทยชุมชนเครดิตยูเนียน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ลักษณะสำคัญของวิद्यชุมชน

ปัจจุบันการจัดตั้งสถานีวิद्यชุมชนยังไม่มีกฎเกณฑ์หรือข้อบังคับที่นำมาใช้ร่วมกัน ดังนั้นผู้จัดตั้งจึงควรคำนึงถึงหลักสำคัญในการดำเนินงานวิद्यชุมชน เพื่อเป็นพื้นฐานในการดำเนินงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้ ("คู่มือวิद्यชุมชน" ออนไลน์, 2546)

1. ทำวิทยุไปเพื่ออะไรและเพื่อใครบ้าง เป้าหมายสูงสุดของวิद्यชุมชน คือ ดำเนินงานเพื่อตอบสนองความต้องการของคนในท้องถิ่น ด้วยเหตุนี้ก่อนการผลิตเนื้อหารายการวิทยุจะต้องมีการสำรวจความต้องการของคนในท้องถิ่นก่อน และต้องมีหลักประกันว่าสามารถตอบสนองความต้องการของคนในท้องถิ่นก่อน และต้องมีหลักประกันว่าสามารถตอบสนองความต้องการของคนทุกกลุ่มได้ เช่น มีตัวแทนของคนทุกกลุ่มเข้าไปเป็นคณะกรรมการและบริหารวิद्यชุมชน

2. เอกลักษณะของวิद्यชุมชน ซึ่งจะดำเนินการโดยคณะกรรมการที่เลือกตั้งมาจากกลุ่มของชุมชน มิใช่การแต่งตั้งแบบรายการ ส่วนวิธีการดำเนินงานให้การประชุมปรึกษาหารือแทนการสั่งการ และมีการแสวงหารายได้เพื่อนำมาใช้จ่ายแต่เป้าหมายหลักมิใช่การแสวงหาผลกำไร

3. ใครเป็นผู้จัด/ใครเป็นคนฟัง โดยคนฟังและคนจัดรายการจะเป็นคนในชุมชนทั้งสิ้น การสื่อสารสองทางโดยจะเปลี่ยนบทบาทระหว่างผู้ฟังและผู้จัดรายการสลับกัน และผู้ฟังสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในรายการได้ในรูปแบบต่างๆ เช่น โทรศัพท์เข้าไปในรายการ เขียนจดหมายติชมรายการ เป็นต้น

4. บริหารจัดการอย่างไร/แบบไหน/โดยใคร คือ มีรูปแบบการบริหารจัดการโดยคณะกรรมการที่ประกอบด้วยบุคคลหลายๆ ฝ่าย และเป็นตัวแทนของชุมชน ซึ่งต้องมีอิสระในการดำเนินงาน สามารถเปิดโอกาสให้ประชาชนทุกคนในชุมชนเข้ามีส่วนร่วมได้ รวมทั้งเอาการทำงานต้องมีการวางแผน มีมาตรการดำเนินงาน โปร่งใส ตรวจสอบได้

5. เนื้อหาและรูปแบบรายการ โดยต้องสามารถตอบสนองความต้องการของชุมชนได้ ซึ่งต้องมีความหลากหลาย สอดคล้องกับประเพณีและวัฒนธรรม รสนิยมของชุมชน เป็นการสื่อสารในแนวนอนคือการสื่อสารระหว่างประชาชนกับประชาชนมากกว่า

6. การประเมินผลอย่างต่อเนื่อง ต้องมีหลากหลายมากกว่าประเมินผลปริมาณผู้ฟัง เพื่อดูว่าเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้สามารถประสบผลสำเร็จหรือไม่ เพื่อแสวงหาแนวทางพัฒนาวิทยุชุมชนต่อไป

สำหรับเนื้อหาเกี่ยวกับลักษณะสำคัญของวิทยุชุมชน ผู้วิจัยจะนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบในการวิเคราะห์เกี่ยวกับการบริหารจัดการวิทยุชุมชน เพราะทั้งนี้ลักษณะของวิทยุชุมชนในแต่ละสถานี่ที่อาจมีความแตกต่างกันตามสภาพความเป็นอยู่ การดำรงชีวิตของแต่ละสังคม

หลักการจัดรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชน

วิทยุชุมชน เป็นรูปแบบการดำเนินการกระจายเสียงสำหรับวิทยุท้องถิ่นที่เป็นไปตามความต้องการของผู้ฟังเป็นหลัก (partridge. 1982 อ้างถึงใน ทิวาพร แสงเมืองชิน, 2543) แต่การหลักการในการดำเนินการนั้นยังไม่มีรูปแบบที่แน่ชัด แต่ละประเทศก็แตกต่างกันออกไป ในประเทศอังกฤษในปี พ.ศ. 2522 โดยกลุ่มสื่อสารชุมชน (Community Communication Group) ได้มีการร่างกฎของการกระจายเสียงชุมชน ดังนี้

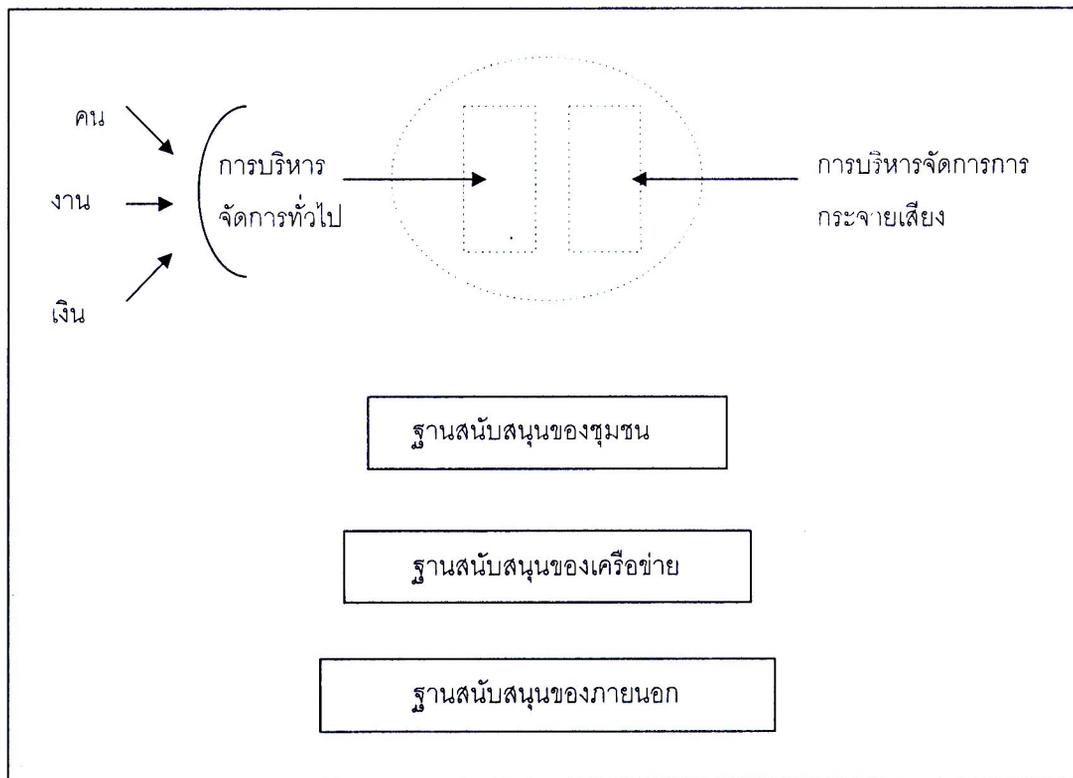
1. เสนอตอบชุมชนท้องถิ่น และ/หรือความสนใจของชุมชนเป็นหลัก
2. เป็นรูปแบบของการไม่แสวงหากำไร
3. มีการบริหาร และนโยบายรายการที่จัดทำขึ้นโดยคณะกรรมการบริหาร ซึ่งเป็นตัวแทนจากกลุ่มสนใจต่างๆ ในชุมชน ร่วมกับพนักงานกระจายเสียงซึ่งเป็นลูกค้าหรืออาสาสมัครให้บริการข่าวสาร และการศึกษาและความบันเทิง รวมทั้งทำให้เกิดการสื่อสารสองทางสำหรับความคิดเห็นที่ขัดแย้ง
4. ให้บริการข่าวสาร การศึกษาและความบันเทิง รวมทั้งทำให้เกิดการสื่อสารสองทางสำหรับความคิดเห็นที่ขัดแย้งกัน
5. ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากแหล่งต่างๆ รวมทั้งเงินยืมจากท้องถิ่นจากสปอตโฆษณา ที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนในช่วงเวลาที่จำกัด และกองทุน จากส่วนกลางและท้องถิ่น

6. ยอมรับให้พนักงานกระจายเสียงที่จ้างไว้ร่วมในสภาพมีความคล่องตัวในการทำงานและอนุญาตให้ใช้อาสาสมัครในที่ที่เหมาะสม
7. พยายามกระทำให้เกิดความเสมอภาคในโอกาสการจ้างงาน สำหรับผู้หญิงและกลุ่มเชื้อชาติหรือชนกลุ่มน้อยในสังคม
8. ต้องเตรียมให้ประชาชนได้รู้ถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในการฝึกอบรม ในการผลิต และการเผยแพร่ข่าวสาร
9. เนื้อหารายการที่ส่งกระจายเสียงต้องเป็นเนื้อหาหลักจากสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น
10. มีนโยบายรายการที่กระตุ้นให้เกิดการพัฒนาการมีส่วนร่วมในระบบประชาธิปไตยต่อต้านปัญหาชาตินิยม เพศนิยม และทัศนคติที่แตกแยกอื่นๆ

2.2 แนวคิดการบริหารจัดการวิทยุชุมชน

นอกเหนือจากส่วนประกอบเรื่องคณะกรรมการวิทยุชุมชนที่เป็นหัวใจห้องหนึ่งแล้ว เรื่องที่เป็นหัวใจห้องที่สองของวิทยุชุมชนก็คือ เรื่อง "การบริหารจัดการ" ซึ่งดูเหมือนว่า สังคมไทยจะเป็นโรค "หัวใจห้องที่สองอ่อน" ค่อนข้างมาก โดยเฉพาะเรื่องการบริหารจัดการองค์กรใหม่ ๆ เช่นวิทยุชุมชน และเรายังต้องการการศึกษาค้นคว้าในเรื่องนี้อีกมาก ผู้วิจัยนำกรอบแนวคิดองค์ประกอบทั้ง 5 ส่วนของความรู้เรื่องวิทยุชุมชน (กาญจนา แก้วเทพ, 2549) มาใช้เป็นเกณฑ์เพื่อพิจารณาแนวทางการบริหารจัดการดังนี้

แผนภาพที่ 1 องค์ประกอบทั้ง 5 ส่วนของความรู้เรื่องวิद्यชุมชน
(กาญจนา แก้วเทพ, 2549)



กาญจนา แก้วเทพ (2549) สรุปหลักการบริหารจัดการวิद्यชุมชน ว่ามีสิ่งที่จะต้องพิจารณาดังนี้

1. ลักษณะเฉพาะตัวของงานวิद्यชุมชน เป็นสิ่งที่กำหนดรูปแบบการบริหาร และงานวิद्यเป็นงานประจำที่ต้องทำเป็นอย่างต่อเนื่องทุกวัน ดังนั้นหากบุคลากรที่มาทำงานเป็นอาสาสมัคร ก็ต้องมีการวางระบบการผลัดเปลี่ยนเวรกัน

เนื้อหารายการต้องเป็นเรื่องของท้องถิ่น ต้องตอบสนองของความสนใจและความต้องการในท้องถิ่น ดังนั้นจึงต้องมีแหล่งข้อมูลที่อยู่ในท้องถิ่นป้อนข้อมูลเข้า เช่น หาผู้ร่วมรายการ งานขยายเครือข่าย ฯลฯ และต้องมีการจัดวางตำแหน่งผู้ประสานงานที่ชัดเจน และมีระบบการประสานงานที่มีประสิทธิภาพซึ่งเป็นลักษณะทั่วไปของการสื่อสารในสาธารณะ

2. หลักการพื้นฐานของการบริหารจัดการวิद्यชุมชน มีหลักการเฉพาะตัวสำคัญ 2 ประการคือ เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างกว้างขวางและหลากหลายรูปแบบ และเป็นการบริหารจัดการด้วยตนเอง คือ ปราศจากการควบคุม หรือบังคับจากพลังภายนอก เช่น นักการเมืองหรือธุรกิจ

3. บริหารจัดการโดยใคร โดยทั่วไปการบริหารจัดการวิद्यุชุมชนจะดำเนินการโดยคณะกรรมการที่มาจากกรรมการเลือกตั้ง และกรรมการนี้น่าจะมาจากคนทุกกลุ่ม

4. การบริหารจัดการแบบไหน หลักการพื้นฐานของวิธีการบริหารจัดการของวิद्यุชุมชนคือ

4.1 คณะกรรมการต้องวางเกณฑ์การทำงานให้ชัดเจน

4.2 ต้องบริหารงานอย่างอิสระ

4.3 ประชาชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการอย่างกว้างขวางและหลากหลายรูปแบบ

4.4 มีการวางแผนงาน

4.5 การทำงานมีลักษณะโปร่งใส ตรวจสอบได้

การบริหารจัดการวิद्यุชุมชนมีความแตกต่างจากการจัดการองค์กรในรูปแบบอื่น เพราะการบริหารจัดการองค์กรโดยทั่วไปจะให้วิธีคิดในเชิงธุรกิจที่ต้องการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อให้คุ้มค่างับการลงทุน ซึ่งการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้ธุรกิจมีต้นทุนต่ำ ทั้งต้นทุนในด้านเวลา งบประมาณ และกำลังคน แต่ให้ผลตอบแทนสูง แต่การบริหารจัดการวิद्यุชุมชนจะมีความแตกต่างจากการจัดการเชิงธุรกิจเพราะมีจุดประสงค์เพื่อสร้างทุนทางสังคมมากกว่าตัวเงิน

การบริหารจัดการวิद्यุชุมชนเป็นทักษะที่สำคัญในการดำเนินงานวิद्यุชุมชนจึงจำเป็นต้องมีทิศทาง และวิธีการที่สอดคล้องกับความหมายที่แท้จริงของวิद्यุชุมชนที่เน้นหลักการประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม และถ้าบริหารจัดการไม่ถูกต้อง อาจทำให้การดำเนินงานหลงทิศ ผิดเป้าหมาย เกิดปัญหา อุปสรรค นำไปสู่ความขัดแย้ง จนอาจต้องหยุดการกระจายเสียงหรือปิดสถานีในที่สุด

มิติของการบริหารจัดการวิद्यุชุมชนทั้ง 2 มิติ

1. มิติการบริหารจัดการทั่วไป

การบริหารจัดการคน

งานวิद्यุชุมชนต้องการบุคลากรที่มีความเข้าใจการสื่อสารวิทยุ ความเข้าใจในปรัชญาหลักการ และแนวคิดเบื้องต้นของวิद्यุชุมชน มีความรู้เทคนิคการผลิตรายการ และมีทักษะในการ

ประสานงาน ซึ่งนอกจากความสำคัญเชิงคุณภาพแล้ว ความสำคัญเชิงปริมาณก็จำเป็นต้องคำนึงถึง เนื่องจากวิทยุเป็นงานที่ต้องการเวลา และความต่อเนื่องกำลังคนที่มากพอจึงเป็นสิ่งที่จำเป็น อาจกล่าวได้ว่า การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลเป็นหัวใจสำคัญที่สุดของงานวิทยุชุมชน

เกณฑ์ในการพิจารณาการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลมีดังนี้

1. บุคคลที่จะเข้ามาร่วมงานวิทยุชุมชน

พิจารณาใน 2 ประเด็น (1) เป็นตัวแทนจากคนหลายๆกลุ่มในชุมชน และเป็นพื้นที่สาธารณะสำหรับคนทุกกลุ่มในชุมชน โดยเฉพาะคนที่ขาดโอกาสในการสื่อสาร (2) มีความหลากหลายของกลุ่มคน ทั้งความหลากหลายทั้งชนชั้น และสถานภาพ

2. การกำหนดคุณสมบัติของคนทำงานโดยคุณสมบัติเบื้องต้นคือ มีเวลา มีจิตใจที่ต้องการทำงานเพื่อส่วนรวม เข้าใจในปรัชญาเบื้องต้นของวิทยุชุมชน และเข้าใจในหลักการสื่อสารผ่านทางวิทยุชุมชน

3. ช่องทางของการได้บุคลากร อาจได้มาจากบุคลากรที่เคยทำงานในเครือข่ายของทางสถานีกลุ่มบุคคลที่เคยผ่านการอบรมการสมัครผ่านสื่อวิทยุชุมชนโดยตรง การนำทีมงานเดิมออกไป ชักจูงให้คนในชุมชนมาเข้าร่วม หรือออกไปสาธิตการจัดการร่าบการในพื้นที่ชุมชน เป็นต้น

การบริหารจัดการงบประมาณ

การดำเนินงานวิทยุชุมชนถึงแม้จะไม่ได้หวังผลกำไร แต่ก็จำเป็นต้องมีค่าใช้จ่ายในหลายส่วน ทั้งวัสดุ อุปกรณ์ ค่าจัดทำรายการ ค่าเดินทาง และอื่นๆอีกมากมาย ดังนั้นการบริหารจัดการด้านงบประมาณก็เป็นสิ่งที่จำเป็น

หลักการจัดการงบประมาณของวิทยุชุมชน

(1) ไม่แสวงหากำไร

สิ่งแรกที่ต้องคำนึงถึงคือ ปรัชญาและธรรมชาติของวิทยุชุมชนคือ การบริหารงานวิทยุชุมชนไม่ได้คำนึงถึงการแสวงหากำไรเป็นหลัก หากแต่เป็นการบริหารจัดการเรื่องงบประมาณนั้นต้องเป็นไปเพื่อหล่อเลี้ยงสถานีให้ดำรงอยู่ได้เท่านั้น

(2) มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้

การบริหารจัดการงบประมาณที่ดีต้องโปร่งใสตรวจสอบได้ เพื่อความสบายใจของ
อาสาสมัครและคณะกรรมการที่ทำงานร่วมกัน

(3) รักษาความอิสระ

การบริหารจัดการภายในวิเทศชุมชน และการนำเสนอเนื้อหารายการมีความอิสระ
ปราศจากการครอบงำจากหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง

(4) แหล่งรายได้ ต้องมาจากหลายแหล่ง

เพื่อสถานภาพในกาอยู่รอดที่สูงขึ้น และป้องกันการก้าวถอยและคุกคามจากผู้สนับสนุน
รายใหญ่

การบริหารจัดการงาน

(1) ลักษณะเฉพาะตัวของวิเทศชุมชน

เนื้อหาหรายการที่นำเสนอควรเป็นเรื่องของท้องถิ่น หรือใช้ภาษาถิ่น เพื่อตอบสนองความ
ต้องการของคนในชุมชนอย่างแท้จริง ดังนั้นจึงต้องมีบุคลากรซึ่งเป็นคนในท้องถิ่นให้ข้อมูลข่าวสาร
อย่างสม่ำเสมอ

(2) หลักการพื้นฐานในการบริหารจัดการวิเทศชุมชน

หลักการพื้นฐานในการบริหารจัดการวิเทศชุมชนสำคัญ 2 ประการ

- เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างกว้างขวาง และหลากหลายรูปแบบ
- เป็นการบริหารจัดการด้วยตนเอง ไม่มีการครอบงำ หรือควบคุมจากปัจจัย

ภายนอก เช่น กลุ่มนักการเมือง หรือนักธุรกิจ

2. การบริหารจัดการการกระจายเสียง

กระบวนการและหลักเกณฑ์การคัดเลือกเนื้อหาเพื่อผลิตรายการ

เนื้อหารายการนั้นก็คือตัวบ่งชี้ที่เป็นรูปธรรมว่า วิทยุชุมชนได้ดำเนินการบรรลุเป้าหมายสูงสุด คือการตอบสนองความต้องการของชุมชนและการเป็นเครื่องมือพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง และเพื่อให้ได้มาซึ่งเนื้อหารายการที่พึงประสงค์นั้น จะมีกลไกและกระบวนการ 2 อย่างที่ต้องใช้ควบคู่กัน คือ กระบวนการได้มาซึ่งเนื้อหา และเกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหา

กระบวนการได้มาซึ่งเนื้อหา

สำหรับกระบวนการได้มาซึ่งเนื้อหานี้ มี 2 ขั้นตอนที่สำคัญ ขั้นตอนแรกต้องมีการสำรวจความต้องการของผู้ฟังเสียก่อนว่า ต้องการจะฟังเรื่องอะไร สำหรับขั้นตอนที่สองคือการประเมินผลรายการหลังจากที่ออกอากาศไปแล้วจึงเป็นงานที่จำเป็นต้องทำ เพื่อจะนำมาประกอบการตัดสินใจในอนาคตว่า จะเก็บรักษาเนื้อหาอะไรเอาไว้ จะเพิ่มเติมหรือลดทอดหรือตัดออกเนื้อหาอะไร

เกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหา

- ควรเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องหรือใกล้ตัวท้องถิ่นเป็นหลัก เกณฑ์ข้อนี้ซึ่งทำให้วิทยุชุมชนแตกต่างจากวิทยุสาธารณะ ซึ่งจะรายงานข่าวสารหรือมีเรื่องราวจากส่วนกลางเป็นส่วนใหญ่ แต่วิทยุชุมชนจะเป็นข่าวสารในท้องถิ่น ความรู้ที่อยู่ใกล้ตัว ศิลปะ/วัฒนธรรมที่ชื่นชอบตามรสนิยมของชุมชน ซึ่งการที่จัดทำเนื้อหาให้บรรลุหลักเกณฑ์ข้อนี้ได้ จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากสมาชิกชุมชนอย่างกว้างขวาง เช่น การเป็นอาสาสมัครรายงานข่าวในท้องถิ่น การเป็นแหล่งข้อมูลด้านความรู้ในท้องถิ่น

- วิทยุชุมชนควรมีเนื้อหารวมทั้งผู้จัดรายการที่หลากหลาย และต้องมีการตรวจสอบติดตามให้แน่ใจว่า วิทยุชุมชนนั้นมีรายการสำหรับคนทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ

- จัดสรรช่วงเวลาให้เหมาะกับวิถีชีวิตของกลุ่มเป้าหมาย

รูปแบบรายการและวิธีการนำเสนอ

รูปแบบรายการที่จะนำมาใช้ในวิทยุชุมชนนั้น สามารถมีได้อย่างหลากหลาย โดยที่แต่ละรูปแบบรายการต่างก็มีเป้าหมายเฉพาะ มีลักษณะเฉพาะ มีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ มีการเปิดโอกาสให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมมากน้อยต่างกัน รวมทั้งมีความยากง่ายในการผลิตแตกต่างกัน การเลือกใช้รูปแบบรายการประเภทต่าง ๆ จึงต้องคำนึงถึงปัจจัยและความพร้อมของผู้จัดด้วย

จากแนวคิดเรื่องวิทยุชุมชนที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยนำมาใช้เพื่อทำการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดวิทยุชุมชน โดยใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ การดำเนินงาน โครงสร้าง และใช้เป็นแนวทางในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคณะกรรมการบริหารสถานี

2.3 แนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

(Participatory Communication)

สำหรับเรื่องการมีส่วนร่วมในการสื่อสารก็อาจจะมีปัญหาเช่นเดียวกัน กล่าวคือ มีระดับต่างๆ ที่แตกต่างกันไปขอการเข้ามามีส่วนร่วมของการสื่อสาร ปัจจัยที่จะเข้ามามีส่วนร่วมกำหนดระดับความมากน้อยของการมีส่วนร่วม นั้น จะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของการสื่อสารตามที่กาญจนา แก้วเทพ (2543) ได้กล่าวไว้ดังนี้

การมีส่วนร่วมในองค์ประกอบของการสื่อสาร

1. เป้าหมายของการสื่อสาร ได้กำหนดให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในระดับใด เช่น ในระดับเข้ามาร่วมแสดง ระดับเป็นผู้รับสารที่คอยป้อนปฏิกิริยาย้อนกลับ (Feedback) ระดับวางนโยบาย ฯลฯ
2. ลักษณะสองทางและ Interactivity ของการสื่อสาร ยิ่งกว่าการสื่อสารที่เอื้ออำนวยให้มีลักษณะตอบโต้กันอยู่ตลอดเวลามากขึ้นเท่าใด โอกาสที่ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมก็ยิ่งจะมีมากขึ้นเท่านั้น
3. ใครคือผู้ส่งสาร ในชุมชนเองโอกาสที่คนส่วนใหญ่จะได้เข้ามาเป็นผู้ส่งสารมีมากน้อยและทั่วถึงหรือไม่ หรือเมื่อเปรียบเทียบระหว่างนักสื่อสารมวลชนอาชีพ เจ้าหน้าที่รัฐและชาวบ้าน สัดส่วนที่จะได้เป็นผู้ส่งสารเป็นอย่างไรบ้าง
4. ประเภทของเนื้อหาสาร เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสภาพความเป็นจริงของชุมชนหรือเปล่า หากมีลักษณะของการสนทนาแลกเปลี่ยนทัศนะซึ่งกันและกัน (Dialogue) แสวงหาความร่วมมือจากหลายฝ่าย (Collaboration) และก่อให้เกิดการตัดสินใจโดยกลุ่ม (group Decision Making) ก็ยิ่งจะทำให้การมีส่วนร่วมมีโอกาสมากขึ้น
5. ประเภทช่องทาง/สื่อ โดยหลักการทั่วไปแล้ว สื่อขนาดเล็กเช่น สื่อเฉพาะกิจ สื่อที่ชาวบ้านคุ้นเคย สื่อประเพณี จะเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมได้มากกว่าสื่อมวลชน แต่การที่จะให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการใช้สื่อมวลชนนั้น ก็ต้องพิจารณาถึงความยากง่ายในการเข้าถึงสื่อของประชาชนในแต่ละประเภทต่างๆ เช่น การค้นคิด

สร้างสรรค์กิจกรรมและช่องทางแบบใหม่ที่จะอำนวยความสะดวกในการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชน

6. ผู้รับสารและการมีปฏิกริยาป้อนกลับ (Feedback) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้นเชื่อว่า ผู้รับสารนั้นมิใช่ผู้ที่วางเปล่าและไม่รู้อะไรเลย เกี่ยวกับเนื้อหาสาระที่จะสื่อไป หากแต่ความรู้ที่ผู้รับสารมีนั้น อาจจะเป็นความรู้คนละชุดที่แตกต่างจากผู้ส่ง คาคิดเอาไว้ และวิธีการรับสารของประชาชนก็ได้เป็นอย่าง Passive หากทว่าเป็นไปอย่าง Active และประชาชนผู้รับสารมักจะมีปฏิกริยาป้อนกลับ (Feedback) ทั้งแบบที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ ประจักษ์พยานที่เห็นได้อย่างชัดเจนในกรณีนี้เนื้อหาสื่อ่นั้นมีความผูกพันใกล้ชิดกับประชาชน เช่น การพูดคุยหลักการดูแลครุฑทศน์แล้ว ดังนั้น ไม่ว่าชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วมกับการสื่อสารในระดับใดก็ตาม การจัดช่องทางสำหรับปฏิกริยาป้อนกลับก็เป็นปัจจัยที่จำเป็นอย่างขาดไม่ได้ของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

สุระชัย ชูผกา (2548) กล่าวว่า เนื้อหาของวิทยุชุมชนมีการนำเสนอเนื้อหาไม่สอดคล้องกับพันธกิจสำคัญของวิทยุชุมชนที่พึงเสนอรายการที่ต่างไปจากสื่อกระแสหลัก หรือเนื้อหาที่มีอัตลักษณ์เฉพาะแห่งตนหรือชุมชน มีเพียงเนื้อหาด้านการให้ข่าวสาร ความรู้ทั่วไป ความบันเทิง และประชาสัมพันธ์ของคนในชุมชนทั่วไปไม่มีเนื้อหาที่เป็นการขยายโอกาสและให้อำนาจในการเลือกเปิดรับแก่ผู้รับสารในลักษณะที่หลักทั่วไปปฏิบัติอยู่ส่งผลให้วิทยุชุมชนไม่ได้ดำเนินไปตามเจตนารมณ์ ซึ่งไม่เกิดการมีส่วนร่วมแต่อย่างใด

ระดับการมีส่วนร่วม

เนื่องจากระดับการมีส่วนร่วมในการสื่อสารของชุมชนนั้นกระทำได้ในหลายระดับ (สมฤตินิโครวัฒนา ยิ่งยง อ่างถึงในอุษณีย์ ศิริสุนทรไพบูลย์, 2538) และได้มีนักวิชาการหลายท่านจัดแบ่งระดับการมีส่วนร่วมเอาไว้หลายๆ แบบ โดยมีระดับต่างๆ กันดังนี้

1. การโน้มน้าวจิตใจ เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติของประชาชน แต่ไม่ได้ให้ประชาชนเข้าร่วมในการวางแผนหรือในกระบวนการตัดสินใจ
2. การให้การศึกษา การให้ข้อมูลข่าวสาร เพื่อสร้างความเข้าใจในโครงการ
3. การรับฟังความคิดเห็นของประชาชน ด้วยการที่เจ้าหน้าที่แจ้งจุดยืนของตนในโครงการนั้นๆ ให้ประชาชนทราบ และขอให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นนั้นๆ

4. การปรึกษาหารือ ทั้งฝ่ายเจ้าหน้าที่ และประชาชนหันมาปรึกษาหารือกัน
5. การร่วมมือกัน ประชาชนมีตัวแทนอยู่คณะกรรมการ และมีสิทธิออกเสียงขึ้น การตัดสินใจ ประเด็นจะต้องเข้าใจได้โดยตัวแทนประชาชนจากพื้นที่นั้นๆ
6. การมอบหมายอำนาจหน้าที่ การส่งมอบความรับผิดชอบให้กับสาธารณชน หรือรัฐบาลท้องถิ่นที่มีความชำนาญเฉพาะเรื่องนั้นๆ
7. การให้ประชาชนตัดสินใจเอง

กาญจนา แก้วเทพ (2543) ได้กล่าวถึงระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนได้ 3 ระดับ โดยเรียงลำดับจากระดับน้อยที่สุดไปจนถึงมากที่สุดดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร / ผู้ใช้สาร (Audience) เป็นขั้นต้นของการมีส่วนร่วมในระดับล่างที่สุด กล่าวคือ ในกระบวนการสื่อสารตั้งแต่ต้นยังอยู่ในการกำหนดของผู้ส่งสารไม่ว่าจะเป็นการเลือกประเด็นเนื้อหา การเลือกวิธีการนำเสนอ ไปจนกระทั่งการเลือกช่องทางสื่อที่จะใช้เผยแพร่ และผู้รับสารก็ยังคงมีฐานะเป็นเพียงผู้รับสารแต่เพียงอย่างเดียว อย่างไรก็ตาม สิ่งนี้อาจจะเปลี่ยนแปลงไปสำหรับฐานะของผู้รับสารในการสื่อสารชุมชนแบบมีส่วนร่วมก็คือ

- 1.1 ต้องมีการขยายแนวคิดของผู้รับสาร ให้ตระหนักถึงสิทธิที่จะรู้ตน (Right to Know และนอกจากนั้น สิทธินี้ยังขยายไปถึงสิทธิที่จะบอกเล่าข้อมูลข่าวสารของตนต่อสาธารณะด้วย (Right to be inform)
- 1.2 จะต้องสร้างหลักประกันในการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร ทั้งในช่วงขาเข้า (Input) และช่วงขาออก (Output) เช่น ในช่วงนำเข้าข้อมูล จะต้องมีการสำรวจว่ามีช่องทางข่าวสารอะไรบ้างสำหรับชุมชนโอกาสในการเข้าถึงเป็นอย่างไร เนื้อหาของข่าวสารนั้นเกี่ยวข้องกับชุมชนหรือเปล่า และมีรูปแบบการนำเสนอในลักษณะอย่างไร (ตามเกณฑ์ของการสื่อสารชุมชนที่ได้กล่าวข้างต้น) ในช่วงของการส่งข้อมูลออกจากชุมชนก็เช่นกัน

- 1.3 ปัจจัยสำคัญของการมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร คือ ช่องทางข่าวสาร (Channel) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบางช่วงเวลาที่เป็นช่วงระยะเวลาสำคัญ ของชุมชน ตัวอย่างเช่น เมื่อมีการรับมนตรีสัญญาหรือการทำประชาพิจารณ์ในต่างจังหวัด และมีการถ่ายทอดรายการดังกล่าวผ่านสื่อมวลชน จะต้องมีการสำรวจว่า มีช่องทางอะไรบ้างที่ประชาชนในบริเวณดังกล่าวจะได้รับ-ส่ง ข่าวสารอย่างทั่วถึง ในกรณีเช่นนี้ มาตรการการเพิ่มช่องทางการสื่อสาร (Addition of Channel) เป็นสิ่งที่จำเป็น

2. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง/ผู้ผลิต/ผู้ร่วมผลิต/ผู้ร่วมแสดง (Sender/Producer) เป็นขั้นตอนของการมีส่วนร่วมในระดับที่สูงขึ้นมาและจำเป็นต้องสร้างเงื่อนไขใหม่ ๆ เพิ่มเติมหรือ ต้องมีการปฏิรูปเปลี่ยนแปลงโครงการเก่า ๆ ที่มีอยู่ การเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะผู้ผลิตหรือผู้ร่วมผลิตนั้น ยังแบ่งออกได้เป็นหลายขั้นตอนตามหลักแนวคิดของการผลิตสื่อ คือ

- 2.1 ขั้นก่อนการผลิต (Pre-Production Stage) อันได้แก่ ขั้นตอนการเตรียมการ ก่อนการผลิตสื่อ กิจกรรมในขั้นตอนนี้จะประกอบด้วย การเลือกประเด็น หัวข้อ การเลือกแง่มุมที่จะนำเสนอ การรวบรวมข้อเท็จจริงที่จำเป็นมาใช้เป็น วัตถุดิบ การเขียนบทแบบต่างๆ การคัดเลือกฉากและตัวแสดง ฯลฯ
- 2.2 ขั้นการผลิต (Production Stage) ได้แก่ ขั้นตอนการลงมือผลิต เช่น การ เข้าห้องจัดรายการในกรณีของวิทยุ การลงมือถ่ายทำในกรณีของวิดีโอ โทรทัศน์/ภาพยนตร์ ฯลฯ
- 2.3 ขั้นหลังการผลิต (Post-Production Stage) ได้แก่ ขั้นตอนหลักการทำ เสร็จแล้ว ก็ต้องมีการตัดต่อ การอัดเสียงประกอบ การเพิ่มเติมทางด้าน เทคนิคต่างๆ ฯลฯ

ชุมชนอาจจะเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่ง ซึ่งแต่ละขั้นตอนอาจจะ ต้องมีการสร้างเงื่อนไขใหม่ๆ เช่น หากต้องการให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนการผลิต ก็ จำเป็นต้องมีการอบรมให้ชาวบ้านเรียนรู้การใช้อุปกรณ์เสียก่อน อย่างไรก็ตาม จะเป็นการดีอย่าง ยิ่งที่จะเปิดโอกาสให้ชาวบ้านได้เข้ามามีส่วนร่วมให้มากที่สุด ในลักษณะการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการระหว่างนักสื่อมวลชนกับชุมชน แม้ว่าชาวบ้านอาจจะไม่มีเวลาที่จะมาเรียนรู้การใช้ อุปกรณ์เครื่องมือได้อย่างชำนาญจนถึงขั้นการผลิตได้ด้วยตัวเองก็ตาม อันที่จริงการใช้ เครื่องมือนั้นเป็นเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้นของการมีส่วนร่วม ซึ่งชาวบ้านอาจจะไม่จำเป็นต้องลงมือใช้

เครื่องมือเอง แต่ก็สามารถจะเข้าร่วมได้อย่างเต็มที่ เช่น ในขั้นตอนก่อนการผลิต การให้ชาวบ้านเป็นคนเลือกประเด็น/วิธีการที่จะนำเสนอ เลือกหาสถานที่ที่จะใช้เป็นฉากถ่ายทำ และหลังจากที่ทำออกมาแล้ว ก็นำมาฉายให้ชาวบ้านชมก่อน เพื่อแสดงความคิดเห็นพูดคุยแลกเปลี่ยนทัศนะกัน

สำหรับในขั้นตอนหลังการผลิตนั้น ก็นับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะการติดต่อเทปเสียงหรือเทปโทรทัศน์นั้นมีความสำคัญในการถ่ายทอดความหมายออกไป ในขั้นตอนนี้อาจจะใช้รูปแบบการทำงานติดต่อร่วมกันระหว่างนักสื่อสารมวลชนกับชาวบ้าน หรือหลังจากที่นักสื่อสารมวลชนตัดสื่อเสร็จเรียบร้อยแล้ว ก็นำไปให้ชาวบ้านดูเพื่อรับฟังความคิดเห็นแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข

3. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย (Policy Planner) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบายนั้น ถือว่าเป็นรูปแบบสูงสุดของการมีส่วนร่วม และดังที่ได้สังเกตเห็นว่า ยิ่งระดับของการมีส่วนร่วมสูงขึ้นมากเท่าใด สัดส่วนของชุมชนที่จะเข้ามามีส่วนร่วมได้ก็จะเล็กลง กล่าวคือ ในระดับของผู้รับสาร คนในชุมชนทุกคนสามารถมีส่วนร่วมได้ แต่เมื่อขึ้นมาถึงขั้นการผลิต ก็อาจจะมีคนบางกลุ่มในชุมชนเท่านั้นที่จะเข้ามามีส่วนร่วม จนกระทั่งถึงขั้นตอนสุดท้ายคือ ระดับการวางแผนและนโยบายนี้ ก็คงมีตัวแทนบางคนเท่านั้น จากชุมชนที่จะเข้ามาดำเนินกิจการในระดับนี้

การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผน และกำหนดนโยบายการใช้สื่อของชุมชนนั้น หมายถึง การวางแผน และนโยบายดำเนินการใช้สื่อที่รวมเอาชุมชนเข้ามาอยู่ในโครงสร้างการสื่อสารของชุมชน กล่าวในระดับกว้างอาจจะหมายความถึงการวางแผนและกำหนดนโยบายของการสื่อสารทุกประเภทที่มีอยู่ในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นสื่อประเภทใด เช่น สื่อมวลชน (วิทยุ หนังสือพิมพ์ หมู่บ้าน) สื่อเฉพาะกิจ (วิดีโอ โปสเตอร์ หอกระจายข่าว เสียงตามสาย) สื่อประเพณี รวมทั้งสื่อบุคคล การวางแผนนั้นจะเป็นการสร้างเชื่อมโยงระหว่างสื่อแต่ละประเภทเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้ ตัวอย่างเช่น เมื่อมีการพึงรายการวิทยุที่เสนอสารคดีเรื่องการปรับปรุงดินด้วยวิธีการแบบชีวภาพ หน่วยงานที่รับผิดชอบเรื่องการสื่อสารของชุมชน ก็อาจจะติดต่อขอเทปดังกล่าวมาออกอากาศซ้ำผ่านหอกระจายข่าว เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงให้แก่ชาวบ้าน หรืออาจจะส่งต่อให้โรงเรียนจัดทำออกเป็น โปสเตอร์เพื่อให้เป็นสื่อที่คงทนถาวรเหมาะสมสำหรับการศึกษามากขึ้น เป็นต้น

ส่วนในระดับที่แคบลงมา อาจจะหมายถึง การมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนและนโยบายของสื่อบางประเภทที่จะเข้ามาในชุมชน ตัวอย่างที่กำลังจะเกิดขึ้นในสังคมไทย คือการทำวิทยุชุมชนที่ในโครงสร้างของการดำเนินงานจะมีตัวแทนชาวบ้านเข้าไปอยู่ในทุกขั้นตอน คือ ทั้งระดับคณะกรรมการบริหารวิทยุ ทั้งระดับการผลิต กล่าวคือ เป็นการรับผิดชอบร่วมกัน ชุมชนเองก็ต้องรับผิดชอบต่อการทำงานของสื่อ ซึ่งรวมทั้งด้านงบประมาณ อุปกรณ์ บุคลากร ฯลฯ ส่วนสื่อนั้นก็ต้องตอบสนองต่อความต้องการของชุมชน

แต่ทั้งนี้ในบางชุมชนอาจมีลักษณะของการมีส่วนร่วมที่นอกเหนือจากนี้ ทั้งในลักษณะการมีส่วนร่วมในฐานะเป็นแหล่งข่าว จัดหาข้อมูลข่าวสาร ในฐานะเป็นผู้สนับสนุน เป็นต้น

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความพร้อมของชุมชน และศักยภาพของชุมชน

1. ความหมายของความพร้อม

พรณี ชูชัย (2522) ให้ความหมายความพร้อมว่าหมายถึง สภาวะของบุคคลที่จะเรียนรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างบังเกิดผล ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวุฒิภาวะกับการได้รับการฝึกฝนการเตรียมตัว และความสนใจ หรือแรงจูงใจ

กมลรัตน์ หล้าสูงษ์ (2524) ได้ให้ความหมายของความพร้อมว่า หมายถึง สภาพความพร้อมทั้งร่างกาย และจิตใจที่จะตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งทางด้านร่างกาย ได้แก่ วุฒิภาวะ ซึ่งหมายถึงความเจริญอย่างเต็มที่ของอวัยวะร่างกาย ทางด้านจิตใจ ได้แก่ ความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือพอใจที่จะกระทำต่อสิ่งต่างๆ

อาภรณ์ จันทรสว่าง (2525) ได้กล่าวว่า ความพร้อมคือความพร้อมที่จะทำงานเผชิญปัญหา แก้ไขปัญหาร่วมกัน และพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงในทางที่ตกลงร่วมกัน

สมเกียรติ ยุติธรรม (2541) ซึ่งสอดคล้องกับ กฤษดา ทองสังวาล ซึ่งให้คำจำกัดความความพร้อมว่า หมายถึง คุณสมบัติหรือสภาวะของบุคคลที่พร้อมจะทำงานหรือกระทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งขึ้นอยู่กับเตรียมตัวสำหรับการทำกิจกรรมนั้นๆ อย่างพร้อมมูลทั้งความสมบูรณ์ทั้งร่างกาย และจิตใจ ความสนใจ หรือแรงจูงใจ ประสพการณ์ และการได้รับการฝึกฝน

2. องค์ประกอบของความพร้อม

นายวิจิตร ศรีธำณ (2529) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของความพร้อมในด้านทักษะพื้นฐานที่ผู้เชี่ยวชาญควรมีเพื่อเป็นตัวช่วยให้การปฏิบัติงานได้ผลดี ซึ่งเป็นองค์ประกอบของความพร้อมในการทำงานมี 3 ทักษะได้แก่

1. ทักษะด้านความรู้ความสามารถ หมายถึง ความสามารถในการเข้าใจ ความสามารถในหน่วยงานของตน
2. ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ หมายถึง ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี
3. ทักษะด้านวิธีการ หมายถึง ความรู้ความเข้าใจในเรื่องเทคนิคและวิธีการที่จะให้ผลที่ดีที่สุด

แนวคิดเรื่องเกี่ยวกับศักยภาพของชุมชน

ความหมายของศักยภาพ

สำนักงาน ก.พ. ได้ให้ความหมายว่า ศักยภาพ หมายถึง ความสามารถ / ความเก่ง แอบแฝงของบุคคลที่คาดว่ายังมีอยู่ แต่ยังไม่ได้ถูกนำมาใช้ในการทำงานจริง ๆ

ความหมายของศักยภาพชุมชน

พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา อังกฤษไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2524) ได้ให้ความหมายว่า Social Potential ศักยภาพสังคม หมายถึง วิสัยสามารถของแต่ละบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการกระทำ หรือการเปลี่ยนแปลงทางสังคมแต่ละบุคคล มีวิสัยสามารถไม่เหมือนกัน บุคคลที่มีฐานะทางเศรษฐกิจหรือทางสังคมสูง อาจมีวิสัยสามารถสูงกว่าบุคคลที่มีฐานะต่ำ อย่างไรก็ตามในสังคมประชาธิปไตย การรวมกลุ่มทำให้บุคคลประเภทหลัง เพิ่มอิทธิพลของตนในสังคม

สมนึก ปัญญาสิงห์ (2532) ได้ให้ความหมาย Potentiality หมายถึงศักยภาพหรือขีดความสามารถในการพัฒนาของแต่ละบุคคลย่อมแตกต่างกัน และสามารถดึงเอาพลัง คุณลักษณะอันซ่อนเร้นดังกล่าวมาใช้ประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชนของตนเองได้ โดยสรุปอาจกล่าวได้ว่า ศักยภาพคือ ความสามารถในด้านต่างๆของแต่ละคนที่ได้แสดงออกมาตามความเป็นจริง (Actualize) และศักยภาพสามารถปลุกฝังพัฒนาให้เกิดขึ้น ตามขีดความสามารถของแต่ละบุคคลได้ ซึ่งถือว่าเป็นการพัฒนาทรัพยากรให้มีคุณภาพ

โดยสรุปศักยภาพชุมชน หมายถึง ความสามารถหรือพลังอำนาจที่มีอยู่ในชุมชน ซึ่งมีผลต่อการกำหนดวิธีการ หรือแนวทางการเปลี่ยนแปลงภายในชุมชนได้

องค์ประกอบศักยภาพของชุมชน

เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง (2532) ได้กล่าวไว้ในศักยภาพของชุมชนที่นักพัฒนาควรที่จะเข้าใจ และศึกษาในชุมชนเป้าหมาย มีดังนี้

1. ศักยภาพชุมชนทางด้านกายภาพ (Physical Potentiality) ซึ่งต้องศึกษาเรื่อง
2. ประชากรภายในหมู่บ้าน โดยจะพิจารณาการกระจายตัวของอายุ เพศ และการศึกษา รวมถึงความรู้
3. ศักยภาพชุมชนทางด้านเศรษฐกิจ (Economic Potentiality) ซึ่งต้องศึกษาอาชีพของคนในชุมชน และรายได้ของคนในชุมชน
4. ศักยภาพทางด้านสังคม (Social Potentiality) ซึ่งต้องศึกษาความสัมพันธ์ของคนในชุมชน
5. ศักยภาพทางการเมือง (Political Potentiality) ซึ่งต้องศึกษาเรื่องบทบาทของผู้ใหญ่บ้าน และกำนันที่เคยมีมา รวมถึงผู้นำชุมชนที่รวมถึงผู้นำที่ทางราชการแต่งตั้ง และผู้นำที่แท้จริงซึ่งมีอิทธิพลต่อจิตใจของประชาชนชุมชน

จากแนวคิดเรื่องเกี่ยวกับความพร้อมที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยนำมาใช้เพื่อทำการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะความพร้อมของประชาชนในชุมชนที่สามารถรับการกระจายเสียงของสถานีวิทยุชุมชนเครดิตยูเนียน จังหวัดสุราษฎร์ธานีได้ โดยใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ความพร้อม และใช้เป็นแนวทางในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเกี่ยวกับการบริหารจัดการสถานีวิทยุชุมชน

พัชรี กวางศิริ, 2551 ศึกษาเรื่อง "วิทยุชุมชนกับการเสริมสร้างประสิทธิภาพการสื่อสาร เพื่อการพัฒนาองค์กรชุมชน บ้านจำรุง ตำบลเนินฆ้อ อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ผู้วิจัยพบว่า วิทยุชุมชนบ้านจำรุงเกิดจากการดำเนินงานของคนในชุมชน และสามารถเสริมสร้างประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มองค์กรทั้ง 24 องค์กร ในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการเผยแพร่ความรู้การทำงานของกลุ่มองค์กรชุมชนทั้ง 24 กลุ่มองค์กรที่มีอยู่ในบ้านจำรุง ขยายเครือข่ายการทำงานและนำไปสู่การ

พัฒนาท้องถิ่น การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนบ้านจำรุงมีความเป็นอิสระ เพราะดำเนินการโดยทุน
ของชุมชนเอง ได้ยึดหลักการของวิสาหกิจชุมชนอย่างแท้จริงทำให้ระบบควบคุมและระบบตลาด

สามารถดำเนินการได้โดยชุมชนโดยปราศจากการครอบงำของระบบทุน

สร้อยรัศ สมนครินทร์ (2548) ศึกษาเรื่อง “การบริหารสถานีวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี” ผู้วิจัย
พบว่า การบริหารจัดการสถานีวิสาหกิจชุมชนจังหวัดกาญจนบุรีมีการบริหารจัดการที่ค่อนข้าง

สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการบริหารจัดการสถานีวิสาหกิจชุมชน และมีโครงสร้างการบริหารงานที่

แสดงให้เห็นการมีส่วนร่วมของประชาชนในระดับ 6 คือ ประชาชนรวมตัวกันจัดตั้งสถานียุติ ตั้งแต่
ระดับกรรมการไปจนถึงเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานล้วนเป็นอาสาสมัครทั้งสิ้น สำหรับรายการต่างๆของ

สถานียุติผู้จัดรายการซึ่งเป็นชาวบ้านของชุมชนจะเป็นผู้เลือกเนื้อหาและจัดรายการด้วยตนเอง และ
ชาวบ้านสามารถเข้ามามีส่วนร่วมโดยการโทรศัพท์เข้ามาแสดงความคิดเห็นในรายการ

กุลวนารี เสือโรจน์ (2551) ศึกษาเรื่อง “การบริหารจัดการจุดปฏิบัติการเรียนรู้วิสาหกิจชุมชนปทุมสาคร
เพื่อการพัฒนาสู่ความยั่งยืน” ผู้วิจัยมีข้อค้นพบว่า วิสาหกิจชุมชนที่เกิดจากความต้องการของชุมชน

และมีการบริหารจัดการสถานีวิสาหกิจชุมชนที่สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการบริหารจัดการสถานีวิสาห
กิจชุมชนมีความเป็นอิสระในดำเนินการโดยชุมชนจะสามารถช่วยเสริมความเข้มแข็งให้กับชุมชนได้

โดยผู้วิจัยใช้ประเด็นจากข้อค้นพบเรื่องการบริหารจัดการเป็นแนวคิดส่วนหนึ่งในการศึกษา และ
วิเคราะห์การบริหารจัดการของสถานีวิสาหกิจชุมชนเครดิตยูเนียน

งานวิจัยเกี่ยวกับความพร้อม และศักยภาพของชุมชน

วีรพงษ์ พลนิกรกิจ (2551) ศึกษาเรื่อง “แนวทางการส่งเสริมบทบาทของวิสาหกิจกระจายเสียงตาม
แนวชายแดนเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทย และสาธารณรัฐประชาธิปไตย

ประชาชนลาว ผู้วิจัยพบว่า ศักยภาพของสถานีวิสาหกิจชุมชนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่าง
ประเทศไทย และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวบางแห่งมีการบริหารจัดการที่ดี บางแห่ง

บุคลากรมีความรู้ความสามารถหลากหลาย ซึ่งผู้วิจัยใช้ประเด็นจากข้อค้นพบดังกล่าวเป็น
แนวทางในการศึกษาประเด็นศักยภาพของชุมชนในการมีส่วนร่วมผ่านสถานีวิสาหกิจชุมชนเครดิตยู

เนียน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ธีรชัย อิศรเดช และคณะ (2547) ศึกษาเรื่อง "ศักยภาพของสื่อพื้นบ้าน" ผู้วิจัยพบว่าศักยภาพของนราคือ ความสามารถของผู้ส่งสาร (ศิลปิน) ผู้รับสาร (ผู้ชม) เนื้อหาสาร และช่องทางสื่อ เพื่อศักยภาพในการสืบทอด ซึ่งผู้วิจัยใช้ประเด็นจากข้อค้นพบดังกล่าวเป็นแนวทางในการศึกษาประเด็นศักยภาพของชุมชนในการมีส่วนร่วมผ่านสถานีวิทยุชุมชนเครดิตยูเนียน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นผู้วิจัยมีข้อค้นพบคือ ศักยภาพเป็นความสามารถในด้านความรู้ ทักษะ ของผู้ส่งสาร และผู้รับสารที่ใช้การสื่อสารเพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาต่อไป

งานวิจัยเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในสถานีวิทยุชุมชน

พัชรี กวางศิริ (2551) ศึกษาเรื่อง "วิทยุชุมชนกับการเสริมสร้างประสิทธิภาพการสื่อสาร เพื่อการพัฒนาองค์กรชุมชน บ้านจำรุง ตำบลเนินฆ้อ อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ผู้วิจัยพบว่า สถานีวิทยุชุมชนบ้านจำรุงเปิดโอกาสให้คนในชุมชนที่สนใจเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการดำเนินงานทุกขั้นตอน มีการเรียนรู้ร่วมกันโดยมีตัวแทนของกลุ่มองค์กรแต่ละกลุ่มเข้ามาร่วมจัดรายการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านทางรายการสถานีวิทยุชุมชน มีการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับชุมชน

สรวิธรัส สมศิริรัตน์ (2548) ศึกษาเรื่อง "การบริหารสถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี" ผู้วิจัยพบว่ากลยุทธ์ที่นำมาใช้ในการสร้างการมีส่วนร่วมในสถานีใช้กลยุทธ์การจูงใจให้ชาวบ้านได้เห็นประโยชน์ของการจัดตั้งสถานี โดยผู้ที่ชักชวนเป็นชาวบ้านด้วยกัน ทั้งชาวบ้านที่เข้ามาเป็นอาสาสมัครจัดรายการ และเยาวชนที่เข้ามาเรียนรู้กระบวนการดำเนินงาน รวมถึงมีการใช้กลยุทธ์การให้สิทธิการแสดงความคิดเห็นที่มีต่อสถานี เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงสถานีด้วยเป็นการสร้างความรู้สึกการเป็นเจ้าของสถานีร่วมกัน

พัชรภรณ์ สายรัตน์ (2548) ศึกษาเรื่อง "การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อรายการวิทยุ เพื่อนชุมชนปฐมมโศก ตำบลพระประโทน จังหวัดนครปฐม" ผู้วิจัยพบว่ากระบวนการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนมี 2 วิธีคือ ถูกชักชวนเข้ามา และอาสาสมัครมา ทั้งนี้พบว่าประชาชนที่เข้ามามีส่วนร่วมนั้นมีความแตกต่างกันทางด้านเพศ อายุ การศึกษา เพราะทางสถานีวิทยุชุมชนต้องการตัวแทนชุมชนในทุกระดับ

พิมพรรณ อินทรพิมล (2548) ศึกษาเรื่อง "วิธีการสื่อสารของสถานีวิทยุชุมชนและการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อการพัฒนาชุมชน บ้านจำรุง อ.แกลง จ.ระยอง" ผู้วิจัยพบว่าการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของผู้ฟังรายการ มีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสารได้แก่ การใช้โทรศัพท์ การเข้าไปพูดคุยขณะออกอากาศ และบอกผ่านผู้ดำเนินรายการ มีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง/ ผู้ผลิต/ ผู้ร่วมผลิต ได้แก่ ผู้ฟังเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งสาร และมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านทางวิทยุชุมชน บ้านจำรุง ได้แก่ การมีส่วนร่วมในชั้นช่วยงานทั่วไป และการมีส่วนร่วมในชั้นการวางแผนกำหนดรูปแบบกิจกรรม

วิระวรรณ ยังกิจการ (2545) ศึกษาเรื่อง "การมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหา "รายการวิทยุเพื่อชุมชน" ของจังหวัดน่าน" โดย ผู้วิจัยพบว่ารายการวิทยุชุมชนของคนเมืองน่าน คณะกรรมการบริหารวิทยุชุมชน มีอาสาสมัครซึ่งเป็นตัวแทนจากชุมชนต่างๆในจังหวัดน่าน รูปแบบและเนื้อหาที่ออกอากาศอยู่ในปัจจุบันได้ตอบสนองความต้องการของประชาชนในจังหวัดน่านแล้ว และวิธีการดำเนินงานรายการวิทยุเพื่อชุมชนนั้นประชาชนต้องการเข้าไปมีส่วนร่วมในการตั้งคณะกรรมการ หางบประมาณ หาสถานที่ตั้ง โดยการมีตัวแทนของแต่ละชุมชนเข้าร่วมโครงการบริหารจัดการมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

ทิวพร แสนเมืองชิน (2543) ศึกษาเรื่อง "การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชนโดยผ่านรายการวิทยุชุมชนสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จ. นครราชสีมา" โดย ผู้วิจัยพบว่า ประชาชนเข้าถึงสื่อในลักษณะติดตามรับฟังด้วยเห็นประโยชน์ของรายการต่อการดำเนินชีวิต การแจ้งข่าวสาร การแสดงความคิดเห็นและการร้องทุกข์ ประชาชนได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการผลิต และการวางแผน ส่วนการบริหารจัดการด้วยตนเองยังไม่สามารถทำได้

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นผู้วิจัยมีข้อค้นพบเป็น 2 ประเด็นคือ

1. การบริหารจัดการมีข้อค้นพบว่า การที่คณะกรรมการบริหารสถานีวิทยุชุมชนเกิดจากการรวมตัวกับของกลุ่มตัวแทนทุกระดับในชุมชนโดยสมัครใจ เพื่อจัดตั้งสถานีวิทยุชุมชน และเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในรายการวิทยุชุมชน ร่วมกำหนดรูปแบบ เนื้อหารายการ ร่วมผลิตรายการ และร่วมกำหนดแนวทางการบริหารจัดการสถานีวิทยุชุมชน

2. การมีส่วนร่วมมีข้อค้นพบว่า การมีส่วนร่วมแบบเต็มรูปแบบคือของชุมชน โดยชุมชน และเพื่อชุมชน และเมื่อสถานีวิทย์ชุมชนมีส่วนร่วมในลักษณะดังกล่าวทำให้ชุมชนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของและต้องการร่วมแสดงความคิดเห็นในสถานีวิทย์ชุมชน ซึ่งจากแนวทางดังกล่าวผู้วิจัยใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน เพื่อทราบแนวทางการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อประโยชน์ของชุมชนอย่างแท้จริง