

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ศักยภาพของรายการวิทยุเพื่อชุมชน ในการพัฒนาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษา : รายการวิทยุเพื่อชุมชน “ได้ฟ้าสีคราม” ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดระยอง” ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้คือ

- 2.1 แนวคิดวิทยุชุมชน (Community Radio)
- 2.2 แนวคิดการบริหารจัดการวิทยุเพื่อชุมชน (Community Radio Management)
- 2.3 ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อชุมชน (Community Communication Theory)
- 2.4 ทฤษฎีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication Theory)
- 2.5 แนวคิดรูปแบบ และเนื้อหาของรายการวิทยุเพื่อชุมชน (Formants and Contents of the radio program)
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศักยภาพของรายการวิทยุเพื่อชุมชน สามารถพิจารณาได้จากกลุ่มประชาชนที่จะ ต้องเป็นศูนย์กลางของความคิดและการเริ่มต้น มิใช่ความคิดหรือการเริ่มต้นที่เกิดจากหน่วยงานราชการของรัฐ หรือเอกชนผู้หนึ่งผู้ใด อย่างไรก็ตาม ในบางประเทศ เช่น สถานีวิทยุกระจายเสียงในรัฐทมิฬนาฑู ประเทศอินเดีย มีจุดการเริ่มต้นมาจากหน่วยงานราชการของรัฐภายใต้กรอบการเป็นพี่เลี้ยงให้กับประชาชน หรือให้ความช่วยเหลือในระยะเริ่มต้น ซึ่งเป็นเสมือนกับเป็นช่วงเวลาแห่งการชักจูง เพื่อเข้ามาเป็นรายการวิทยุเพื่อชุมชน ซึ่งใช้ระยะเวลาหนึ่งเพื่อกลุ่มประชาชนมีความพร้อมแล้ว ก็จะเข้ามาดำเนินการเอง เพื่อจะได้เป็นไปตามหลักที่ว่า "เพื่อประชาชน โดยประชาชน ของประชาชน" ได้อย่างเต็มที่

2.1 แนวคิดวิทยุชุมชน (Community Radio)

วิทยุกระจายเสียงชุมชน เป็นการจัดการดำเนินการและส่งกระจายเสียงของวิทยุท้องถิ่น (Local Station) รูปแบบหนึ่ง ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริงเพื่อชุมชน โดยมีลักษณะการสื่อสารสองทาง กล่าวคือ มีหลักการเป็นของประชาชนโดยประชาชน และเพื่อประชาชนในชุมชนท้องถิ่น ที่เป็นเขตกระจายเสียงบริการของวิทยุกระจายเสียงในท้องถิ่นนั้นนั่นเอง

หลักการจําดรยการวิทยุกระจายเสียงชุมชน

หลักการของวิทยุกระจายเสียงชุมชนที่จัดทําขึ้นของประเทศอังกฤษ ในปี พ.ศ.2522 กลุ่มสื่อสารชุมชน (Community Communication Group) ได้ยกร่างกฎของการกระจายเสียงชุมชนขึ้น รวม 10 ข้อ

1. สนองตอบชุมชนท้องถิ่น และหรือความสนใจของชุมชนเป็นหลัก
2. เป็นรูปแบบของการไม่แสวงหากําไร
3. มีการบริหารและนโยบายรายการที่จัดทําขึ้นโดยคณะกรรมการบริหาร ซึ่งเป็นตัวแทนจากกลุ่มสนใจต่างๆ ในชุมชน ร่วมกับพนักงานกระจายเสียงซึ่งเป็นลูกจ้างหรืออาสาสมัคร
4. ให้บริการข่าวสาร การศึกษาและความบันเทิง รวมทั้งทำให้เกิดการสื่อสารสองทางสำหรับความคิดเห็นที่ขัดแย้ง
5. ได้รับการสนับสนุนงบประมาณ จากแหล่งต่างๆ รวมทั้งเงินยืมจากท้องถิ่นจากสปอร์ตโฆษณา ที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนในช่วงเวลาที่จํากัด และเงินกองทุน จากส่วนกลางและท้องถิ่น
6. ยอมรับให้พนักงานกระจายเสียงที่จ้างไว้ร่วมในสหภาพ มีความคล่องตัวในการทำงานและอนุญาต ให้ใช้อาสาสมัครในที่ที่เหมาะสม
7. พยายามกระทำให้เกิดความเสมอภาคในโอกาสการจ้างงาน สำหรับผู้หญิงและกลุ่มเชื้อชาติหรือชนกลุ่มน้อยในสังคม
8. ต้องเตรียมให้ประชาชนได้รู้ถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในการฝึกอบรม ในการผลิตและการส่งเผยแพร่ข่าวสาร
9. เนื้อหารายการที่ส่งกระจายเสียงต้องเป็นเนื้อหาหลักจากสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น
10. มีนโยบายรายการที่กระตุ้นให้เกิดการพัฒนา การมีส่วนร่วมเพื่อต่อต้านปัญหาชาตินิยม เพศนิยม และทัศนคติที่แตกแยกอื่นๆ

จุมพล รอดคำดี (2542:26,32-34) ได้สรุปแนวคิดของวิทยุชุมชน และลักษณะวิทยุชุมชน โดยแนวคิดของวิทยุชุมชนนั้น ได้เสนอเป็นหลักการ ดังนี้

1. วิทยุชุมชนต้องเกิดขึ้นจากความต้องการของชุมชน โดยถือหลักว่าคนส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นความต้องการร่วมกัน
2. วิทยุชุมชนต้องได้รับการยอมรับของกลุ่มต่างๆ ในชุมชน
3. วิทยุชุมชนย่อมไม่มีการแบ่งแยกเชื้อชาติ ศาสนา ประเพณีวัฒนธรรมของคนในชุมชน

4. วิทยูชุมชนต้องยึดถือแนวทางการเสนอรายการและข่าวสารของชุมชน เป็นหลัก ภายใต้แนวคิด ความเชื่อ วัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น สิ่งแวดล้อม และเหตุการณ์ในท้องถิ่นเป็นหัวใจของการนำเสนอข่าวสารและรายการ

5. วิทยูชุมชนจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมจัดรายการ และสามารถเข้าไปบริหาร จัดการ หรือเป็นผู้ปฏิบัติในสถานีได้

6. วิทยูชุมชนเป็นสถานีวิทยุที่มีรัศมีการออกอากาศครอบคลุมเฉพาะพื้นที่เท่านั้น (มีลักษณะเป็น narrowcasting ไม่ใช่ broadcasting) กำลังส่ง 1 กิโลวัตต์

7. วิทยูชุมชนเป็นสื่อมวลชนตามแนวคิดประชาธิปไตย (Democratic Media) เพื่อประชาชน โดยประชาชน ของประชาชน

วิทยุกระจายเสียงชุมชนในประเทศไทย ได้เริ่มศึกษาโดยนายสุรินทร์ แปลงประสพโชค (2533-2534) การวิจัยได้ทำการทดลองจัดรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชนสำหรับชุมชนชนบทในเขตขานเมืองจังหวัดจันทบุรี โดยมีแนวคิด วิธีการวิจัย และผลการวิจัยดังนี้

วิทยุกระจายเสียงชุมชน เป็นการจัดการกระจายเสียง ของวิทยุท้องถิ่นที่มีกลุ่มเป้าหมาย แคมและตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้ฟัง การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ และรูปแบบการจัดรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชนสำหรับชุมชนชนบทในเขตขานเมืองจังหวัดจันทบุรี ผลของวิทยุกระจายเสียงชุมชนต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกร รับสื่อ และความพึงพอใจในการรับสารของผู้ฟังเป้าหมายรวมทั้งศึกษาแนวทางการใช้วิทยุกระจายเสียงชุมชนในลักษณะสื่อเพื่อการพัฒนา

ผลการวิจัยได้จากการทดลอง การสังเกต และการทดสอบกลุ่มตัวอย่างก่อนและหลังการทดลอง โดยกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 196 ราย สุ่มจากหมู่บ้าน 4 ทิศทางรอบสถานีปรากฏว่า คณะกรรมการที่แต่งตั้งขึ้น สามารถปฏิบัติหน้าที่บริหารวิทยุกระจายเสียงได้เป็นอย่างดี โดยกรรมการและเลขานุการจะมีบทบาทสำคัญ ในการประสานระหว่างคณะกรรมการสถานีและชุมชน หลังการทดลองผู้ฟังนิยมฟังรายการจากสถานีทดลองเพิ่มมากขึ้น และเมื่อเปรียบเทียบกับรายการเดิม พบว่าผู้ฟังจะนิยมและพึงพอใจรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชนมากกว่ารายการเดิม

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้แนวคิดเรื่องวิทยูชุมชนข้างต้นเป็นแนวทางในการพิจารณา ลักษณะของวิทยูเพื่อชุมชนในจังหวัดระยอง ว่าควรมีลักษณะอย่างไร และวิทยูเพื่อชุมชนในจังหวัดระยองมีลักษณะเหมือนหรือแตกต่างจากแนวคิดหรือไม่ อย่างไร

2.2 แนวคิดการบริหารจัดการวิทยุชุมชน (Community Radio Management)

จากแนวความคิดการบริหารจัดการวิทยุชุมชน (สฤษฎีธ สมศรีรัตน์ : 2547) จะเห็นได้ว่า รายการวิทยุเพื่อชุมชนเป็นเครื่องมือในการสร้างสรรค์ประชาธิปไตยและพัฒนาชุมชนได้อย่างแท้จริง การดำเนินงานรายการวิทยุเพื่อชุมชนจำเป็นต้องเป็นหลักการที่แท้จริงและถูกต้องของการทำงานรายการวิทยุเพื่อชุมชน ดังนั้นการพิจารณารายการวิทยุเพื่อชุมชนของจังหวัดระยอง จึงควรได้ใช้หลักการสำคัญๆ ของการดำเนินงานรายการวิทยุเพื่อชุมชนไว้ 4 หลักการคือ

2.2.1 โครงสร้างที่เหมาะสมของรายการวิทยุเพื่อชุมชน

2.2.2 คณะกรรมการดำเนินงาน

2.2.3 การบริหารจัดการ

2.2.4 หลักการผลิตเนื้อหาและรูปแบบรายการ

2.2.1 โครงสร้างที่เหมาะสมของรายการวิทยุเพื่อชุมชน

ในระยะแรกสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดระยอง ยังเป็นวิทยุชุมชนระดับที่หน่วยงานรัฐเข้ามามีการจัดการเท่านั้น จึงถือได้ว่าช่วงเวลาดังกล่าวเป็นการฝึกซ้อมของประชาชน และเรียนรู้ในการจัดการรายการ และรายการควรจะมีการวางแผนการเติบโตไปเป็นสถานีของชุมชนของตนเอง

สำหรับในอนาคตหากรายการวิทยุเพื่อชุมชนรายการใดมีความพร้อม ก็สามารถยกระดับเป็นเจ้าของสถานีวิทยุชุมชนได้

เนื่องจากธรรมชาติของรายการวิทยุเพื่อชุมชน เป็นงานที่ต้องทำอย่างเป็นประจำสม่ำเสมอ ต้องทำทุกวัน ดังนั้น จึงควรมีบุคลากร 2 กลุ่ม คือ พนักงานประจำและอาสาสมัคร เพื่อให้มีทั้งความต่อเนื่องและการเคลื่อนไหว โดยเฉพาะจำนวนอาสาสมัครนั้นต้องเปิดกว้างให้มากที่สุดสำหรับโครงสร้างที่เหมาะสมของรายการวิทยุเพื่อชุมชนที่จะนำเสนอในที่นี้ นั่น เป็นวิทยุชุมชนในระดับรายการวิทยุที่หน่วยงานรัฐ / เจ้าสถานีให้เวลาจัดทำเท่านั้น

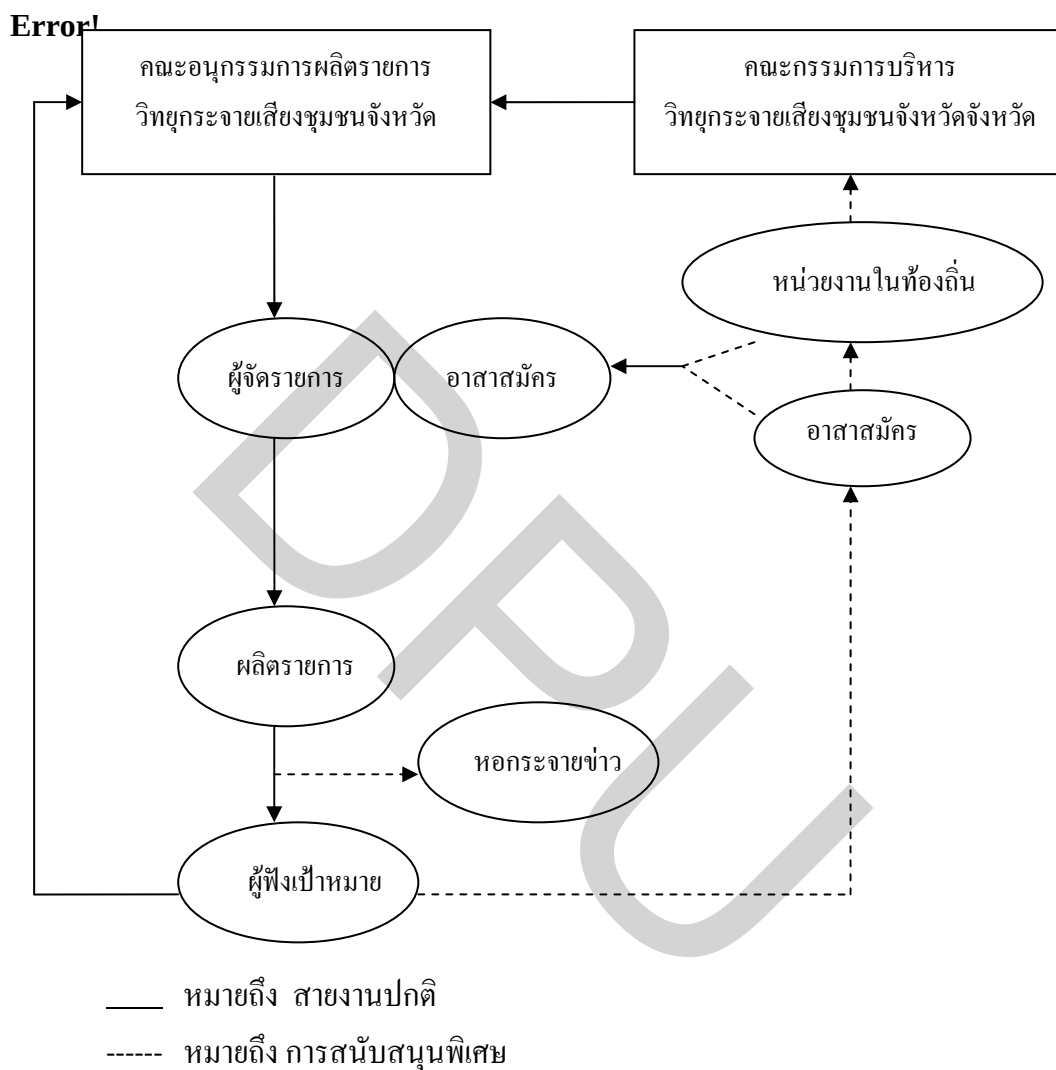
ดังตัวอย่างเช่น การจัดการรายการวิทยุเพื่อชุมชนตามโครงการนำร่องของกรมประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ 2541 ผู้วิจัยทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาและโครงสร้างการดำเนินงานโครงการรายการวิทยุเพื่อชุมชน การมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานรายการวิทยุเพื่อชุมชนของจังหวัดระยอง การศึกษาวิจัยนี้ผู้วิจัยได้นำแบบจำลองโครงสร้างการบริหารงานวิทยุกระจายเสียงชุมชน ตามโครงการรายการวิทยุเพื่อชุมชนกับคนอปม. กรมประชาสัมพันธ์ ที่มี การสื่อสารกัน 2 ทาง ระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้องกับรายการวิทยุเพื่อชุมชน 3 ฝ่าย คือ คณะกรรมการบริหารรายการวิทยุเพื่อชุมชนจังหวัด คณะอนุกรรมการผลิตรายการวิทยุชุมชนจังหวัด และผู้ฟัง

ก

คู่

ม

เป้าหมาย โดยแสดงแบบจำลองได้ดังนี้



ภาพที่ 2.1 โครงสร้างการบริหารงานวิฤทธภัยเสี่ยงชุมชน

ที่มา : สุรินทร์ แปลงประสพโชค จากโครงการวิฤทธชุมชนกับคนอปม. กรมประชาสัมพันธ์

โดยลักษณะรูปแบบโครงสร้างที่จะมีคณะกรรมการแต่ละชุดนั้น มีลักษณะดังนี้

- คณะกรรมการบริหาร
- คณะอนุกรรมการผลิตรายการ
- อาสาสมัคร

สำหรับจำนวนคนในคณะกรรมการแต่ละชุดนั้น ผลการวิจัยที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่า

- **คณะกรรมการบริหาร** นั้นไม่ควรมีจำนวนมากเกินไป (ไม่ควรเกิน 15 คน) เนื่องจากจะมีปัญหาในเรื่องการเรียกประชุมและความคล่องตัวในการทำงาน แต่ควรจะมีภูมิหลังที่หลากหลายและเป็นตัวแทนของคนกลุ่มดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

- **คณะอนุกรรมการ/กรรมการการผลิตรายการ** ก็เช่นเดียวกัน ไม่ควรมีจำนวนมากเกินไป และควรแน่ใจว่า เป็นคนที่จะมีเวลาทุ่มเทให้กับการทำงานอย่างแท้จริง

- **อาสาสมัคร** นั้น สามารถมีจำนวนมากอย่างไม่จำกัด

จากโครงสร้างการบริหารงานวิทยุกระจายเสียงชุมชนดังกล่าว ผู้ฟังเป้าหมายสามารถถ่ายทอดปัญหาและความรู้สึกนึกคิดตรงไปยังคณะกรรมการ ซึ่งเป็นบุคคลในชุมชนของตนเอง หรือถ่ายทอดไปยังผู้จัดรายการได้ ขณะเดียวกันผู้จัดรายการนอกจากจะจัดรายการออกอากาศไปยังชุมชนตามที่ได้รับนโยบายจากคณะกรรมการแล้ว ยังสามารถสะท้อนปัญหาและความรู้สึกนึกคิดของตน และที่ได้รับจากผู้ฟังกลับไปสู่คณะอนุกรรมการผลิตรายการ จากนั้น คณะอนุกรรมการผลิตรายการก็สะท้อนกลับไปสู่คณะกรรมการบริหารได้อีกทอดหนึ่ง โดยที่คณะกรรมการบริหารและคณะอนุกรรมการผลิตรายการวิทยุเพื่อชุมชน มีหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างผู้ฟังกับผู้จัดรายการด้วย

การทำงานตามโครงสร้างรายการวิทยุเพื่อชุมชนนี้ จะเป็นลักษณะบุคลากรคู่ขนาน โดยมีคณะกรรมการบริหารรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชนจังหวัด และคณะอนุกรรมการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชนจังหวัด ทำงานประจำ เพื่อให้คณะกรรมการทั้งสองชุดมีความเข้าใจในการผลิตรายการวิทยุเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง ดังนั้นจึงควรเป็นผู้จัดรายการ ผู้ดำเนินรายการ แขกรับเชิญ วิทยากร หรือมีส่วนร่วมในรูปแบบอื่นๆ ของการจัดรายการ และอาสาสมัครที่กระจายตัวอยู่ในพื้นที่ต่างๆ

2.2.2 คณะกรรมการดำเนินงาน

ปัจจุบัน วิทยุชุมชนหลายแห่งในประเทศไทยกำลังอยู่ในช่วงทดลองแสวงหารูปแบบการบริหารจัดการโดยคณะกรรมการชุดต่างๆ ซึ่งยังไม่ลงตัว ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคณะกรรมการฯ และการดำเนินงานนั้น จึงเป็นเพียงการถอดบทเรียนออกมาจากงานวิจัยวิทยุชุมชนในที่ต่างๆ เท่านั้น อย่างไรก็ตาม ข้อสรุปแน่นอนประการหนึ่งก็คือ คณะกรรมการดำเนินงานวิทยุเพื่อชุมชน

เป็นกลไกที่สำคัญอย่างยิ่ง ในการชี้ขาดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของงานวิทยุเพื่อชุมชน เนื่องจากเป็นแกนกลางในการขับเคลื่อนการดำเนินงานทั้งหมด

โดยกำหนดภารกิจและหน้าที่ของคณะกรรมการบริหาร และคณะกรรมการผลิต รายการไว้โดยชัดเจน คือ

คณะกรรมการบริหาร ควรมีขอบเขตความรับผิดชอบดังนี้ เช่น

1. กำหนดนโยบาย รูปแบบ และเนื้อหารายการ
2. วางแผนงานและดูแลให้มีการดำเนินงานไปตามแผนนโยบาย
3. สรรหาคณะกรรมการ/อนุกรรมการผลิตรายการ
4. เป็นที่ปรึกษาทางวิชาการของคณะกรรมการผลิตรายการ
5. สนับสนุนการผลิตรายการ ทั้งในเรื่องงบประมาณ อุปกรณ์ และการขยาย

เครือข่าย

6. วิเคราะห์กลยุทธ์และมาตรการที่เกี่ยวกับการปรับปรุงรายการ
7. นำเสนอแนวทางและวิธีการพัฒนาวิทยุชุมชนให้เป็นที่ไปตามนโยบาย ฯลฯ

คณะกรรมการผลิตรายการ ควรมีขอบเขตรับผิดชอบดังนี้ เช่น

1. กำหนดช่วงเวลาออกอากาศและความยาวของรายการ
2. ผลิตและจัดทำรายการวิทยุชุมชนให้เป็นที่ไปตามกรอบ และแนวคิดที่

คณะกรรมการบริหารกำหนดมาให้

3. ตัดสินใจในการเชิญบุคคลหรือองค์กรมาให้ข้อมูลหรือมาร่วมรายการได้

ตามความเหมาะสม

4. ประสานกับแหล่งข้อมูลทั้งที่เป็นหน่วยงานรัฐในท้องถิ่น หรือผู้นำชุมชน รวมทั้งประสานกับอาสาสมัคร

5. คัดเลือกประเด็นเนื้อหาและจัดเนื้อหาเพื่อผลิตรายการ

6. ประชุมสัมพันธ์รายการผ่านช่องทางต่างๆ เช่น จัดส่งข่าวสารเพื่อเผยแพร่ ถ่ายทอดเสียงผ่านทางหอกระจาย รวมทั้งค้นคิดกิจกรรมเสริมรายการวิทยุชุมชน เช่น เวทีวิทยุชุมชนสัญจร

7. จัดทำไต่เต้ลรายการ

8. รับฟังความคิดเห็นของชาวบ้าน ฯลฯ

ผลจากการวิจัยเรื่องวิทยุชุมชนในหลายๆ ที่ ให้อาษาเห็นว่าบางประการเกี่ยวกับ คุณสมบัติของคณะกรรมการวิทยุชุมชนว่า ควรมี/ไม่ควรมีความสมบัติอะไรบ้าง ดังนี้

1. คณะกรรมการควรเป็นบุคคลที่มีความกระตือรือร้น เพราะงานวิฑูต้องการความคิดริเริ่มสร้างสรรค์แปลกใหม่อยู่ตลอดเวลา
2. เป็นผู้ที่รักและพร้อมที่จะอุทิศตนเองเพื่อชุมชน เพราะงานวิฑูชุมชนเป็นงาน เพื่อส่วนรวมมิใช่ธุรกิจ ควรเป็นผู้ที่มีเวลาว่างพอสมควรที่จะทำงานให้ส่วนรวมภายในช่วงเวลาที่ดำรงตำแหน่ง
3. มีความบริสุทธิ์ใจในการเข้ามาทำงาน ไม่มีเป้าหมายเพื่อหวังผลประโยชน์แอบแฝงอยู่เบื้องหลัง สำหรับคุณสมบัตินี้ จำเป็นต้องผ่านการตรวจสอบด้วยกระบวนการเลือกตั้งของชุมชนเท่านั้น เนื่องจากเป็นคุณสมบัติที่ต้องดูจากประวัติชีวิตที่ผ่านมา
4. ไม่เป็นรากฐานเสียงของพรรคการเมืองพรรคใดพรรคหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อป้องกันการที่วิฑูเพื่อชุมชนจะถูกครอบงำจากการเมืองท้องถิ่น
5. คณะกรรมการวิฑูชุมชนนี้ไม่จำเป็นต้องเป็นผู้นำชุมชน เช่น กำนันหรือผู้ใหญ่บ้านขอให้เป็นผู้ที่รักและสนใจงานวิฑูเป็นใช้ได้
6. ประสบการณ์จากงานวิฑูชุมชนบางแห่งพบว่า คณะกรรมการมีการเสนอบุคคลอื่นที่โดดเด่นหรือมีอิทธิพลในชุมชนที่ตนเห็นว่าเหมาะสมเป็นกรรมการ เพื่อหวังผลการสนับสนุนรายการบางอย่าง เช่น การเงิน ความสะดวกในการทำงานหรือวิทยากร ซึ่งความคิดดังกล่าวนี้พิสูจน์แล้วไม่ถูกต้อง เพราะบุคคลที่เด่นหรือมีอิทธิพล อาจจะส่งผลเสียมากกว่าผลดีต่อการทำงานกลุ่ม เนื่องจากมีลักษณะที่ข่มกรรมการคนอื่น ๆ จนไม่มีการแสดงความคิดเห็นอย่างเสมอภาคเป็นประชาธิปไตย
7. ปรากฏการณ์ที่ต่อเนื่องจากที่กล่าวมาแล้วคือ หากกรรมการมีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมแตกต่างกันอย่างไร ก็ยังเกิดความเกรงใจกันมากขึ้นเท่านั้น ดังนั้นการเลือกกรรมการที่มีคุณสมบัติคล้ายคลึงหรือใกล้เคียงกัน และมีลักษณะความเป็นตัวแทนของกลุ่มต่างๆ เพื่อให้ทุกคนกล้าแสดงความคิดเห็นในที่ประชุม จึงเป็นข้อควรพิจารณาประกอบด้วย

2.2.3 การบริหารจัดการ

โครงสร้างของการบริหารจัดการวิฑูชุมชนประกอบด้วย 6 ส่วนที่สำคัญ คือ

ก. การกำหนดเป้าหมาย/วัตถุประสงค์

ต้องกำหนดเป้าหมายให้คณะทำงานได้รับทราบว่าเป้าหมายสำคัญของวิฑูชุมชนคืออะไร วิฑูชุมชนไม่ใช่วิฑู “เพื่อ” ชุมชนเท่านั้น แต่เป้าหมายที่สำคัญคือเป็นวิฑู “โดย” ชุมชน นั่นคือ

- เป็นวิฑูที่มีลักษณะประชาธิปไตยอย่างเต็มที่ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือไปสร้างสังคมประชาธิปไตย

- เป็นวิสัยทัศน์ที่มีบทบาทในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งในด้านต่างๆ ซึ่งหมายความว่า เป็นวิสัยทัศน์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของชุมชนได้อย่างตรงเป้าและแท้จริง

ข. นโยบาย

ในขณะที่เป้าหมายเป็นเสมือนการให้คำตอบแก่ผู้เดินทางว่า จุดหมายปลายทางที่เราจะไปให้ถึงนั้นอยู่ที่ไหน แต่การเดินทางนั้นเรามีวิธีการหลายแบบที่จะใช้ได้ วิธีการที่เราเลือกใช้ก็คือนโยบายนั่นเอง หากเราวางนโยบายเอาไว้เอง จะสร้างวิสัยทัศน์ให้มีลักษณะประชาธิปไตยให้มากที่สุด เราก็ต้องกำหนดนโยบายให้มีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน ในกิจการวิสัยทัศน์ให้หลากหลายรูปแบบหรือหากเราวางเป้าหมายที่จะเพิ่มความนิยมในการรับฟังของชุมชน เราก็ต้องกำหนดนโยบายให้มีการประชาสัมพันธ์รายการวิสัยทัศน์ให้กว้างขวางที่สุดเป็นต้น

ค. แผนงาน

แผนงานเป็น “สะพานเชื่อมต่อ” ระหว่างเป้าหมาย/นโยบายที่เป็นสิ่งที่เป็นามธรรมจับต้องไม่ได้ กับกิจกรรมการทำงานที่เป็นรูปธรรม มองเห็นจับต้องได้ และเป็นการคำนวณสมดุลระหว่างทรัพยากรที่เรามีเป้าหมายที่เอาไว้ให้รับมือกัน

ในแผนงาน นอกจากจะต้องรายละเอียดของวัตถุประสงค์แล้ว อย่างน้อยก็ยังต้องมีการระบุหัวข้อเหล่านี้ให้ชัดเจนคือ

- จะต้องทำอะไรบ้าง
- ใครทำอะไรบ้าง
- ทำอย่างไร
- เมื่อไหร่เริ่มต้น/เมื่อไหร่เสร็จสิ้น
- ที่ไหน
- ต้องใช้ทรัพยากรอะไรบ้าง(จำนวนคน/เวลา/งบประมาณ/สถานที่/อุปกรณ์)
- คาดหวังว่าจะมีผลงาน(output) อะไรออกมาบ้าง
- จะติดตาม/ประเมินผลด้วยวิธีการอะไร

สำหรับเรื่องการวางแผนงานนี้ ผลการวิจัยเรื่องวิสัยทัศน์ที่ผ่านมาได้ข้อค้นพบที่ชวนให้น่ากังวลใจว่า ยังไม่ค่อยมีการวางแผนงานในการทำงานวิสัยทัศน์ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งมีผลทำให้ความใฝ่ในเรื่องวิสัยทัศน์ไม่อาจแปรมาเป็นความจริงได้

ง. มีการจัดระบบการแบ่งงานกันทำ

การจัดระบบการแบ่งงานกันทำนั้น มีประโยชน์หลายอย่างกล่าวคือ นอกจากจะทำให้รู้ว่าต้องทำอะไรบ้างแล้ว ยังเป็นการกระจายความรับผิดชอบและภาระออกไป รวมทั้ง

มองเห็นปริมาณที่แต่ละตำแหน่งต้องรับผิดชอบ การจัดระบบงานกันทำอาจจะมีหลายแบบ แล้วแต่ความต้องการของวิทยุชุมชนในแต่ละที่

จ. การประสานงาน

การประสานงานเปรียบเสมือนเลือดที่นำเอาทั้งของดีและของเสียไปส่งต่อ ตามส่วนต่างๆ ของร่างกาย หากร่างกายขาดเลือดแล้ว อวัยวะทุกส่วนก็ไม่สามารถจะทำงานต่อไปได้ ฉะนั้นใครก็ตามที่การประสานงานวิทยุในวิทยุชุมชนก็คือกลไกหล่อเลี้ยงการทำงานของวิทยุชุมชนนั่นเอง มีบทเรียนที่น่าสนใจเกี่ยวกับการสร้างสรรค์กลไกการประสานงานให้ทำงานมีประสิทธิภาพจากตัวอย่างปฏิบัติงานของวิทยุชุมชน ดังนี้ เช่น

- น่าจะมีการแต่งตั้งตำแหน่ง “เจ้าหน้าที่ผู้ประสานงาน” ในระดับต่างๆ เอาไว้เลย เช่น วิทยุชุมชนโคราชมีเจ้าหน้าที่ประสานงานรายการ หรือมีการกำหนดตำแหน่งผู้ประสานงานระหว่างคณะกรรมการบริหารกับคณะกรรมการผลิตรายการ เป็นต้น
- ต้องหมั่นมีการประชุมอย่างสม่ำเสมอ/ต่อเนื่อง เนื่องจากธรรมชาติการทำงาน of วิทยุชุมชนมิได้ใช้ “การสั่งการ” แต่ใช้ “การตกลงร่วมกัน/ต่อรองความคิดเห็น” กัน ดังนั้นจึงต้องมีการใช้ที่ประชุม
- กลยุทธ์ที่จะทำให้มีการประชุมอย่างสม่ำเสมอ/ต่อเนื่องนั้น มีหลายวิธีการ เช่น กำหนดวันประชุมที่แน่นอนในแต่ละเดือน หรือการนัดหมายวันประชุมครั้งต่อไปในตอนท้ายของการประชุมทุกครั้ง

ฉ. การประเมินผล

การประเมินผลจะต้องถูกบรรจุเอาไว้เป็นส่วนหนึ่งของแผนงานเสมอ และจะต้องมีการทำแผนประเมินผลเอาไว้อย่างชัดเจนแน่นอน

ผู้วิจัยมีแนวคิดว่ารายการวิทยุเพื่อชุมชน เมื่อมีโครงสร้างที่มีคณะกรรมการที่ดี การบริหารจัดการที่มีคุณภาพ และผลิตรายการที่ถูกต้องตามหลักการการผลิตรายการ การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ก็จะสามารถผลิตรายการวิทยุเพื่อชุมชน และจัดตั้งสถานีวิทยุเพื่อชุมชนได้สำเร็จ

2.3 ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อชุมชน (Community Communication Theory)

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2543 : 48) ได้กล่าวถึง คุณลักษณะสำคัญของการสื่อสารชุมชนไว้ดังนี้

2.3.1 เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) ที่ผู้ส่งสาร และผู้รับสารสามารถมีปฏิริยาโต้ตอบ (interactivity) กันอยู่ตลอดเวลาทั้งในลักษณะเป็นทางการหรือไม่

เป็นทางการก็ได้ ลักษณะการสื่อสารแบบสองทางทำให้สถานะของผู้ส่งไม่ตายตัว แต่จะมีการผลัดเปลี่ยนบทบาทอยู่ตลอดเวลา

2.3.2 ทิศทางการไหลของข่าวสาร (Flow of Information) ในขณะที่กระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบกระแสหลักนั้น ทิศทางการไหลของข่าวสารเป็นไปอย่างจำกัด คือการไหลจากเบื้องบน (เจ้าหน้าที่รัฐ) ไปสู่เบื้องล่าง (ประชาชน) เท่านั้น แต่การสื่อสารชุมชนนั้น การหลังไหลของข่าวสารจะมีทิศทางที่หลากหลายมาจากทุกทิศทุกทางทั้งจากบนลงล่าง (Top-down) แบบล่างสู่บน (Bottom-up) และแบบแนวนอน (Horizontal) ดังนั้น ข่าวสารจึงอาจจะไหลจากนักวางแผนพัฒนาไปสู่ชาวบ้าน จากสื่อมวลชนไปสู่ผู้รับสารในชนบทในวันเดียวกัน ชาวบ้านอาจจะส่งข่าวสารขึ้นไปยังเจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือมีการแลกเปลี่ยนติดต่อส่งข่าวสารระหว่างกลุ่มชาวบ้านด้วยกัน (ในวงการพัฒนาชุมชนของไทยในปัจจุบัน เริ่มคุ้นเคยกับแนวทางการปฏิบัติที่เรียกว่า “การสร้างเครือข่ายชุมชน” “การศึกษาดูงานจากกลุ่มชาวบ้าน” ด้วยกันเอง)

ในเรื่องทิศทางการไหลของข่าวสารนั้น นอกจากจะใช้มิติ (dimension) เรื่องทิศทางเป็นเกณฑ์พิจารณาแล้ว ยังมีนักวิชาการบางท่าน เช่น Pavelka (1978) ใช้เกณฑ์เรื่องขอบเขตของชุมชนเป็นตัวแบ่งเป็น “ขอบเขตภายในชุมชน” และ “ขอบเขตภายนอกชุมชน” จากเกณฑ์นี้ ทำให้มองเห็นทิศทางการไหลของข่าวสารใน 3 ทิศทางคือ การไหลจากสื่อภายนอกเข้ามาสู่ชุมชน การใช้สื่อเพื่อส่งสารเรื่องราวของชุมชนออกไปยังบุคคลภายนอก และใช้การสื่อสารเพื่อกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารภายในชุมชนกันเอง เพื่อช่วยยกระดับความตระหนักเกี่ยวกับความต้องการและการแสดงออกซึ่งความเป็นตัวของตัวเองชุมชน

2.3.3 เป้าหมายของการสื่อสารชุมชน มีวิธีการและแง่มุมหลายแง่มุมที่จะกำหนดเป้าหมายของการสื่อสารเพื่อชุมชน ตัวอย่างเช่น

ก. การกำหนดเป้าหมายโดยการใช้ระดับผู้ที่เกี่ยวข้องเป็นเกณฑ์

การสื่อสารชุมชนจะมีเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้เกี่ยวข้องในระดับต่างๆ

ดังนี้

- ระดับชุมชน เป็นการสื่อสารที่มีเป้าหมายเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน
- ระดับหน่วยงานนอกชุมชนเป็นการสื่อสารที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงองค์กร หรือหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องกับด้านการพัฒนาและการสื่อสาร
- ระดับสังคมส่วนรวม เป็นการสื่อสารที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม และวัฒนธรรมในระดับกว้าง

ข. การกำหนดเป้าหมายโดยสอดคล้องกับทิศทางการไหลของข่าวสาร

ในแง่มุมนี้ อาจกำหนดเป็นเป้าหมายของการสื่อสารชุมชนได้เป็น 3 เป้าหมายย่อย คือ

- เพื่อทำการถ่ายทอดข่าวสารข้อมูลและโน้มน้าวชักจูงใจ อันมักได้แก่ ทิศทางการไหลของข่าวสารจากบนลงล่าง (อย่างไรก็ตาม ทิศทางการไหลแบบอื่นๆก็ใช้เป้าหมายนี้ได้เช่นกัน)

- เพื่อเป็นช่องทางการแสดงออกซึ่งตัวตนของชุมชน (Community self – expression) อันอาจจะหมายรวมถึงการแสดงออกซึ่งความต้องการของชุมชนไปจนกระทั่งถึงการแสดงออกซึ่งสิทธิ ศักดิ์ศรี ภูมิปัญญาของชุมชนด้วย

- เพื่อพัฒนาความเป็นตัวเองของบุคคล (Development of the individual's self) ในหน่วยที่เล็กลงมากกว่าชุมชน การสื่อสารชุมชนจะทำหน้าที่คล้ายๆเป็นเวทีแห่งการศึกษาเรียนรู้ที่ช่วยให้ศักยภาพของปัจเจกบุคคลได้พัฒนาสร้างสรรค์อย่างเต็มที่

2.3.4 เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน (Need-oriented) ซึ่งสอดคล้องกับคุณลักษณะประการสำคัญของกระบวนการพัฒนาแนวใหม่แทนการพัฒนาที่แต่เดิมเคยตอบสนองความต้องการของรัฐเป็นหลัก

2.3.5 หน้าที่ของการสื่อสาร Windahl et al (1992) ระบุว่า หน้าที่ของการสื่อสารชุมชนน่าจะประกอบด้วย

- หน้าที่ในการแสดงออก (Expressive Function) คือทั้งบุคคลและกลุ่มสามารถแสดงความเป็นตัวของตัวเองออกมาเพื่อที่จะสร้างเอกลักษณ์ของตนเองได้

- หน้าที่ทางสังคม (Social Function) คือการเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อจะสร้างความรู้สึกร่วมเป็นชุมชนเดียวกัน

- หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร (Information Function) อันเป็นหน้าที่พื้นฐานของการสื่อสารโดยทั่วไป หากทว่าในการสื่อสารชุมชนนั้นทิศทางการไหลของข่าวสารต้องเป็นไปอย่างรอบด้านดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ดังนั้นผู้เข้าร่วมกระบวนการสื่อสารทุกคนจึงได้แลกเปลี่ยนข้อมูลและความรู้เพื่อยกระดับความเข้าใจและความรู้ในเรื่องการสื่อสารและทักษะการถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการพัฒนาชุมชน

- หน้าที่ในการควบคุมการปฏิบัติการ (Control Activation Function) การสื่อสารจะเป็นช่องทางนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อปรับปรุงหรือแก้ปัญหที่เกิดขึ้น ของบุคคลและชุมชนได้ เนื่องจากการสื่อสารชุมชนมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทางที่มีขั้นตอนของปฏิกิริยาป้อนกลับ (Feedback)

2.3.6 สื่อของชุมชนเน้นการปรับปรุงสื่อให้เหมาะสมสำหรับประโยชน์การใช้งานของชุมชน ไม่ว่าชุมชนจะตั้งวัตถุประสงค์การใช้เอาไว้เช่นใดก็ตาม

2.3.7 สื่อชุมชนต้องเป็นสื่อที่คนในชุมชนสามารถเข้าถึง (Access) ได้ตลอดเวลาเพื่อนำไปใช้เพื่อหาข่าวสาร เพื่อความรู้หรือเพื่อความบันเทิง

2.3.8 สื่อชุมชนเป็นสื่อที่ชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วม (Participates) ในหลายบทบาท ไม่ว่าจะเป็นผู้วางแผนการใช้สื่อ ผู้ผลิต ผู้แสดง ฯลฯ

2.3.9 สื่อชุมชนต้องเป็นสื่อที่ชุมชนสามารถแสดงออกจากชุมชน มิใช่เป็นสื่อเพื่อชุมชน ซึ่งหมายความว่า ตัวตนของชุมชนที่จะแสดงออกไปนั้นต้องมาจากการกำหนดของชุมชนเอง มิใช่ผู้อื่นมาทำให้ชุมชน

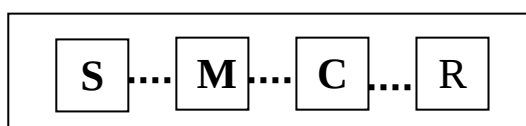
2.3.10 สื่อชุมชนจะปรับเปลี่ยนลักษณะของการเป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง มาเป็นเวทีสำหรับแลกเปลี่ยนข่าวสาร และ ทักษะของคนทุกคน

จากแนวคิดที่จะใช้สื่อในการถ่ายทอดข่าวสารจากหน่วยงานของรัฐมาสู่ชุมชนนั้น มีการใช้สื่อวิทยุของรัฐส่วนกลางเพื่อประโยชน์ของชุมชนท้องถิ่น (กาญจนา และคณะ, 2543)

H.V.Desai (1976) ผู้วิจัยสังเกตปรากฏการณ์ของสถานีวิทยุในรัฐทมิฬนาฑู ประเทศอินเดียว่า โดยโครงสร้างแล้ว วิทยุจะมีรัฐส่วนกลางเป็นเจ้าของและสัดส่วนของรายการก็จะมี การถ่ายทอดรายการของระดับชาติเป็นส่วนมาก อย่างไรก็ตามเมื่อติดตามปรากฏการณ์ดังกล่าวลงในรายละเอียด ก็ยังพบความแตกต่างกันบ้าง กล่าวคือ ในขณะที่รายการข่าวและเพลง (News & Music) นั้นมักจะเป็นรายการของส่วนกลาง แต่สำหรับรายการจำพวกพูดคุยสนทนา (Talks) มักจะมีกลิ่นอายของชนบทอยู่ ผู้วิจัยจึงสนใจใคร่รู้ว่า

(1) วิทยุของรัฐจะยังมีโอกาสที่จะเล่นบทบาทเป็นสื่อเพื่อท้องถิ่นได้หรือไม่

(2) หากคำตอบในข้อ 1 มีความเป็นไปได้ จะต้องมีกลยุทธ์อย่างไรบ้าง ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและรูปแบบรายการและได้ให้คำตอบว่า แม้ว่าวิทยุของรัฐทมิฬนาฑูจะเป็นสื่อของรัฐส่วนกลาง แต่ก็มีโอกาสที่จะเล่นบทบาทเป็นสื่อเพื่อท้องถิ่นได้โดยกลยุทธ์ ที่ทางวิทยุได้ใช้อยู่ คือ การแสวงหา “ช่องว่าง” และ “โอกาส” จากทุกๆ องค์ประกอบของสื่อ S – M – C – R และทำอย่างค่อยเป็นค่อยไป



ภาพที่ 2.2 องค์ประกอบของสื่อ SMCR

(ก) ในแง่ S – Sender - ผู้ส่งสาร

ในขณะที่ในรายการรูปแบบข่าวและเพลงจะไม่มีช่องว่างให้ใช้กลยุทธ์นี้ แต่ทว่าในรูปแบบรายการพูดคุยสนทนาจะมีช่องว่างปรากฏอยู่ ผู้จัดรายการวิทยุ/ผู้รับผิดชอบรายการจึงได้ใช้ช่องว่างดังกล่าวให้เป็น “โอกาส” ด้วยการกำหนดหลักการทำงานว่า “แหล่งข่าวสาร” นั้นต้องมาจากทุกๆ คน รวมทั้งชาวบ้านด้วย เพราะฉะนั้นในช่วงรายการพูดคุยสนทนา นักจัดรายการวิทยุจะนำเอาคำสัมภาษณ์ของชาวบ้านที่เป็นชาวนา รัฐหมินนาค มาออกอากาศ ซึ่งเท่ากับว่าเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้ใช้สิทธิในการเป็นผู้ส่งสาร

(ข) ในด้าน M-Message – เนื้อหาสาระ

ผู้จัดรายการจะกำหนดให้เนื้อหาในรายการพูดคุยสนทนาต้องเป็นเนื้อหาใกล้ตัวที่ชาวบ้านสนใจ เพื่อที่ชาวบ้านจะได้มีโอกาสทั้งเป็น “ผู้รับสาร” โดยติดตามฟัง และเป็นทั้ง “ผู้ส่งสาร” คือสามารถจะแสดงความคิดเห็นได้ตัวอย่างเช่น ชาวนาแถบรัฐหมินนาค ปลุกข่าวเป็นส่วนใหญ่ เนื้อหารายการก็ต้องเป็นเรื่องข่าวหรือพืชเกษตรตัวอื่นๆ ที่ปลูกอยู่ในท้องที่

สำหรับรูปแบบวิธีการนำเสนอของรายการ ฝ่ายจัดรายการได้ปรับปรุงรูปแบบเพื่อให้เอื้อต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน เช่น เปลี่ยนแปลงแบบแผนการพูดของทางรายการที่จะรายงานแต่ด้านดี/ผลสำเร็จของโครงการ ในการสัมภาษณ์ชาวบ้านนั้น ทางฝ่ายวิทยุจะซักถามทั้งข้อดี/ผลสำเร็จ และทั้งปัญหาข้อบกพร่องและข้อล้มเหลว เพื่อให้ข่าวสารจากข้างล่างได้ไหลมาสู่เวทีสาธารณะ (bottom-up approach)

(ค) ในด้าน C-Channel - ช่องทางข่าวสาร

ฝ่ายผู้จัดได้เลือกช่องทางรูปแบบรายการที่ชาวบ้านสามารถเข้าร่วมได้ คือ รายการพูดคุยสนทนา ซึ่งเป็นช่องว่างและโอกาส และหากเป็นไปได้ก็จะขยายขอบข่ายของปริมาณของช่องทางให้เพิ่มมากขึ้น

(ง) ในด้าน R – Receiver – ผู้รับสาร

ฝ่ายวิทยุกระจายเสียงได้จัดรูปแบบการสื่อสารระบบสองทาง (Two-way communication) คือทางสถานีได้จัดให้มีการติดตั้งกลไกในการรับฟังการประเมินผล (feedback) จากผู้ฟัง (แต่ทว่าในรายการงานวิจัยไม่ได้ระบุว่าทำอย่างไร)

ผู้วิจัยได้กล่าวสรุปว่า ผลการวิจัยพิสูจน์ว่า ถึงแม้ว่ารูปแบบการเป็นเจ้าของวิทยุจะเป็นของหน่วยงานรัฐ แต่ทว่าโอกาสที่ประชาชนจะเข้ามามีส่วนร่วมในรายการวิทยุเพื่อชุมชนก็ไม่หมดไปเสียทีเดียว เพียงแต่ต้องมีการแสวงหาการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมรายการวิทยุเพื่อชุมชนก็สามารถจะสร้างผลกระทบได้อย่างมากขึ้นด้วย เช่นที่ผู้วิจัยพบในกรณีการแนะนำการปลูกข้าวพันธุ์ใหม่ อยากรู้ก็ตาม ผู้วิจัยก็ได้กล่าวว่า ปัญหาที่แท้จริงของรายการวิทยุ

เพื่อชุมชน ก็คือ วิทยุเพื่อชุมชนมีลักษณะการดำเนินการเชิงพาณิชย์สูงเกินไป ทำให้ปิดโอกาสที่ประชาชนจะเข้ามามีส่วนร่วมในสื่อตัวนี้

งานวิจัยนี้ให้ข้อคิดแก่ผู้วิจัยว่า ในกรณีรายการวิทยุเพื่อชุมชนของประเทศไทยก็ยังมีโครงสร้างการเป็นเจ้าของได้ เป้าหมายการใช้ และการบริหารจัดการควบคุมที่มุ่งไปในทางรับใช้หน่วยงานของรัฐส่วนกลาง (ผ่านรายการถ่ายทอดข่าว) และมุ่งจะดำเนินงานด้านธุรกิจ (ใช้เปิดเพลงและโฆษณาสินค้า) ดังนั้น ในอนาคต หากมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการเป็นเจ้าของเป้าหมายการใช้และการบริหารจัดการควบคุมแล้ว ซึ่งก็เท่ากับเป็นการเปิดโอกาสให้กว้างขวางยิ่งกว่าในกรณีของรัฐหมิ่นพินาคู ดังนั้นก็ควรที่จะมีการศึกษาวิจัยว่ามีสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งใดที่ได้ใช้ “โอกาสและที่ว่าง” ที่มีอยู่เพื่อใช้รายการวิทยุเพื่อชุมชนสำหรับเป็นจุดแสดงเป้าหมายที่สร้างผลประโยชน์ร่วมแก่สาธารณะชนและรับใช้ชุมชนอย่างเต็มที่

องค์ประกอบย่อยของการสื่อสารทั้ง 4 ลักษณะ คือ S-M-C-R ว่าควรมีลักษณะดังต่อไปนี้คือ

- 1) ระดับความยาก-ง่ายของสื่อ ต้องเหมาะสมกับระดับความสามารถในการรับสารของชาวบ้านและโดยเฉพาะในกรณีที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ต้องคำนึงความสามารถในการอ่านของชาวบ้าน
- 2) ประเภทของเนื้อหาของสื่อ ต้องเป็นเรื่องที่เน้นหนักลงไปในเรื่องปัญหาเร่งด่วน หรือปัญหาในชีวิตประจำวันของคนในสังคม
- 3) กลุ่มเป้าหมาย สื่อแต่ละชนิดควรจัดทำขึ้นสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ
- 4) วิธีการนำเสนอ สื่อควรนำเสนอสิ่งที่เป็นปัญหา หรือสภาพที่ก่อให้เกิดปัญหา แล้วเสนอแนะหรือกระตุ้นให้ผู้รับสารช่วยกันคิดแก้ไขปัญหาดังกล่าว
- 5) ความเกี่ยวพันของเนื้อหา เนื้อหาของการสื่อสารควรเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับประสบการณ์และชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน
- 6) บทบาทของสื่อ สื่อจะต้องมีส่วนช่วยผลักดันให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิด ประสบการณ์ และมีการทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง
- 7) ความน่าสนใจ สื่อต้องมีลักษณะง่ายๆแต่น่าสนใจ และดึงดูดความสนใจโดยอาศัยภาพและเสียง เป็นตัวดึงดูดความสนใจ
- 8) ความเกี่ยวข้องกับผู้รับ สื่อควรจะมีส่วนที่ช่วยให้ผู้รับสารสามารถประเมินตนเองได้ ตัวอย่างเช่น หลังจากที้นำเสนอปัญหา และสาเหตุของปัญหาแล้ว อาจมีส่วนของเนื้อหาที่ตั้งคำถามว่า ผู้รับสารเป็นส่วนใดของสาเหตุของปัญหา เป็นต้น

ดังนั้น การสื่อสารจึงเป็นจุดเริ่มต้นของการเสริมสร้างให้เกิดประชาสังคม เนื่องจากการดำเนินกิจกรรมทางการสื่อสารที่คนในชุมชนรวมตัวกัน เรียนรู้ร่วมกันในการวางแผน กำหนดรูปแบบและเนื้อหา รวมทั้งวิธีเสนอรายการร่วมกันเป็นการเข้าถึงสื่อของประชาชนที่สามารถเสริมสร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นได้

ผู้วิจัยจะใช้ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อชุมชนมาเป็นแนวทางในการศึกษาถึงการสื่อสารภายในของจังหวัดระยอง ที่มีลักษณะทางด้านวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม สังคมท้องถิ่น เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เพื่อชี้ให้เห็นถึงปัจจัยแวดล้อมที่มีส่วนในการกำหนดให้เกิดเนื้อหาในรายการวิทยุเพื่อชุมชน โดยคนในชุมชนได้เข้ามามีบทบาทในการสื่อสารผ่านสื่อวิทยุเพื่อแสดงออกถึงความเป็นตัวของตัวเองของชุมชน เป็นเวทีแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ร่วมเรียนรู้ และแสดงทัศนะร่วมกันในปัญหาหรือข้อขัดแย้งและเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมเป็นชุมชนเดียวกันและเป็นไปตามเป้าหมายการสื่อสารเพื่อชุมชนหรือไม่

2.4 ทฤษฎีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication Theory)

กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) องค์การ UNESCO ได้ให้ความหมายไว้เมื่อปี 1977 ในการประชุมที่กรุงเบลเกรด ประเทศยูโกสลาเวีย (Berrigan, 1979 อ้างถึงใน Jan Servaes, 1996 : 18 และอ้างถึงในจุมพล รอดคำดี, 2542) ว่าการสื่อสารในแนวนี้นี้ได้เน้นหลักการที่สำคัญ 3 ประการคือ

1. การเข้าถึงสื่อ (Access) หมายถึง การเข้าถึงสื่อที่ให้บริการแก่ชุมชน สื่อย่อมเปิดโอกาสให้ประชาชนเลือกรายการ หรือเข้าไปจัดทำในสิ่งที่จะเป็นประโยชน์แก่ตัวเองได้ตรงเท่าที่ไม่ขัดกับกฎหมาย นอกจากนี้ยังเป็นช่องทางที่จะทำให้ประชาชนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นต่อรายการหรือแสดงความต้องการการเปลี่ยนแปลงรายการ รวมทั้งการเสนอให้มีการปรับเปลี่ยนได้ แม้แต่คณะผู้ผลิตรายการ หรือผู้ควบคุมการทำงานของสื่อนั้นก็สามารถเปลี่ยนได้

กาญจนา แก้วเทพและคณะ (2543:144) ได้กล่าวไว้หลายอย่างเกี่ยวกับ “การเข้าถึงสื่อ” (Accessibility) ซึ่งเพิ่มเติมไว้ว่า อาจจะแยกแยะออกได้เป็นหลายมิติ ที่เป็นอุปสรรคต่อการเข้าถึงสื่อ คือ

- 1) การเข้าถึงในด้านกายภาพ (Physical accessibility) เช่น ชาวบ้านไม่มีโอกาสได้พบปะกับเจ้าหน้าที่ เพราะระยะทางห่างไกล หรือไม่มีโอกาสได้รับเอกสารสิ่งพิมพ์ซึ่งแจกไปไม่ถึง
- 2) การเข้าถึงในด้านเศรษฐกิจ (Economic accessibility) สื่อต้องมีค่าใช้จ่าย เช่น หนังสือพิมพ์ที่แม้จะเข้าไปถึงหมู่บ้าน แต่ชาวบ้านไม่มีเงินจะไปซื้อหามาอ่านได้

3) การเข้าถึงทางวัฒนธรรม-สังคม (Social-Culture accessibility) ได้แก่ เครื่องคิด
 ขวางด้านวัฒนธรรม-สังคมที่ปิดกั้นโอกาสในการเข้าถึง ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดที่สุดคือ ช่องว่างทาง
 ภาษา ช่องว่างทางวัฒนธรรม

2. การมีส่วนร่วม (Participation) หมายถึง การมีส่วนร่วมในทุกระดับในระบบการ
 สื่อสารไม่ว่าจะเป็นเรื่องการวางแผนการสื่อสารภายในชุมชน ตั้งแต่เริ่มคิดไปจนกระทั่งการผลิต
 การจัดการ การใช้สื่อในชุมชนต่างๆ ประชาชนในชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมหรือมีโอกาสเข้าร่วมได้
 ทุกขั้นตอน

3. การจัดการด้วยตนเอง (Self-management) หมายถึง การมีส่วนร่วมที่สำคัญยิ่งกว่า
 สิ่งใดก็คือการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้วยตนเองตามวิถีทางกระบวนการประชาธิปไตย และการ
 ตัดสินใจนั้นประชาชนในชุมชนมีอำนาจตัดสินใจตั้งแต่เริ่มคิด วางแผน ไปจนกระทั่งการกำหนด
 นโยบายการบริหารและการลงมือผลิตสื่อด้วยตนเอง ยูเนสโกยอมรับการจัดการด้วยตนเองจะต้อง
 กระทำอย่างค่อยเป็นค่อยไป ส่วนการเข้าถึงสื่อ และการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร มีความเป็นไปได้
 ได้มากและสามารถทำได้ง่ายกว่า

กาญจนา แก้วเทพและคณะ (2543) ได้กล่าวว่าการติดต่อสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่
 สำคัญ ในปัจจุบันที่ทุกคนยอมรับคือแนวคิดเรื่อง การมีส่วนร่วม และการเข้าถึง(Accessibility) จาก
 แนวคิดนี้จึงมีการขนานนามการสื่อสารแบบใหม่นี้ว่า “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” (Participatory
 Communication) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นรูปแบบหนึ่งที่สำคัญของการสื่อสารเพื่อชุมชน

1) แนวคิดเรื่อง “การมีส่วนร่วม”

เริ่มต้นในสมัยยุคกรีก ที่มีพลเมือง (citizen) ของรัฐไปมีส่วนร่วมแบบโดยตรง
 (Direct participation) ในเรื่องการตัดสินใจประเด็นสาธารณะได้ทุกเรื่อง (Public issues) ด้วยการเปิด
 อภิปราย ชี้แจง ให้ข้อมูล และตัดสินใจออกเสียงลงคะแนน ในรูปแบบ “ประชาธิปไตย” เมื่อสังคม
 สมัยใหม่มีขนาดใหญ่ขึ้น จึงเกิดรูปแบบของ “ประชาธิปไตยแบบผ่านตัวแทน” (Representative
 Democracy)

ดังนั้นในยุคสมัยปัจจุบันจึงเริ่มเกิดคำถามต่อการใช้ รูปแบบประชาธิปไตยแบบ
 ตัวแทนแต่เพียงรูปแบบเดียวว่า เป็นรูปแบบที่ใช้งานได้อย่างเหมาะสม หรือไม่สำหรับการปกครอง
 ระบบประชาธิปไตย และคำตอบที่แน่ชัดแล้วก็คือ ไม่เหมาะสมและอาจไม่เพียงพออย่างแน่นอน
 การสื่อสารเป็นช่องทางที่สำคัญช่องทางหนึ่งที่จะเอื้ออำนวยให้เกิดประชาธิปไตยแบบทางตรง
 ควบคู่ไปกับประชาธิปไตยผ่านตัวแทน และการสื่อสารรูปแบบที่จะทำหน้าที่ดังกล่าวได้ก็ต้องเป็น
 การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเช่นกัน

2) เป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

เป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจะมีดังต่อไปนี้

2.1) เพื่อกระตุ้นให้ชุมชนมองเห็นคุณค่าของตนเอง เช่น การนำเอาภูมิปัญญาของชาวบ้านมาเผยแพร่ในวงกว้าง

2.2) เพื่อสร้างความมั่นใจให้ชาวบ้านที่เข้ามามีส่วนร่วม และเพื่อให้เห็นคุณค่าความคิดและความเชื่อของเขา จนเกิดการยอมรับผ่านการแสดงทัศนะผ่านสื่อ (Feedback)

2.3) เพื่อพิสูจน์ความเชื่อ ของชุมชนที่เถียงกันว่าตนเองไม่สามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ซับซ้อนได้ การเข้าร่วมฝึกฝนอบรมการผลิตสื่อจะพิสูจน์ให้ชาวบ้านเห็นว่า พวกเขาสามารถจะใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ได้หากมีโอกาส

2.4) เพื่อสร้างทักษะในการสร้างสื่อให้กับชุมชน เพื่อเป็นช่องทางที่ชุมชนจะส่งข่าวสารออกไปจากจุดยืน มุมมองและทัศนะของตนเอง

2.5) เพื่อให้ชุมชนได้แสดงความรู้สึก ปัญหา วิธีการวิเคราะห์ปัญหา รวมทั้งวิธีการแก้ปัญหาจากทัศนะของชุมชน

2.6) ผลจากการสื่อสารของชุมชนที่อาจจะเกิดจากการริเริ่มของบางส่วนเลี้ยวของชุมชน หรือจากชุมชนใดชุมชนหนึ่ง จะช่วยยกระดับความมีสติและความรับผิดชอบให้กับทั้งชุมชนหรือชุมชนอื่นๆ เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ทั้งนี้เราต้องยอมรับว่า ผลจากการใช้กระบวนการทัศน์การพัฒนาแบบบนลงล่างนั้น ไม่เพียงแต่จะไม่ได้ผลตามที่คาดหวังเอาไว้เท่านั้น หากทว่ายังทิ้งร่องรอยแห่งความสูญเสียในเชิงภูมิปัญญาและวัฒนธรรมเอาไว้ด้วย กล่าวคือชาวบ้านจะเกิดวัฒนธรรมแห่งการพึ่งพา การรอคอยความช่วยเหลือจากภายนอก และไม่เชื่อมั่นว่าตนเองจะแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ด้วยความสามารถของตนเอง

2.7) การสื่อสารชุมชนจะเน้นเรื่องราว ที่มีสาระประโยชน์ต่อชีวิตของชุมชนเอง ดังนั้นสื่อจึงช่วยเพิ่มสัดส่วนของการสร้างสื่อที่มีสาระให้แก่ชุมชนให้มีปริมาณเพิ่มมากขึ้น เพื่อถ่วงดุลกับการสื่อสารที่มุ่งเน้นแต่ความบันเทิงและการหลีกหนีปัญหา (Escapist) ที่สื่อจากภายนอกอัดฉีดเข้าไปในชุมชน

3) การมีส่วนร่วมในองค์ประกอบของการสื่อสาร

การมีส่วนร่วมในการสื่อสารก็อาจจะมีปัญหาเช่นเดียวกัน คือมีระดับต่างๆ ที่แตกต่างกันไปของการเข้ามามีส่วนร่วมของการสื่อสารปัจจัยที่จะเข้ามามีส่วนกำหนดระดับความมากน้อยของการมีส่วนร่วมนั้น จะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของการสื่อสารดังนี้

3.1) เป้าหมายของการสื่อสาร ได้กำหนดให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในระดับใด เช่น ในระดับเข้าร่วมแสดง ระดับเป็นผู้รับสารที่คอยป้อนปฏิกิริยาย้อนกลับ (Feedback) ระดับวางแผนนโยบาย ฯลฯ

3.2) ลักษณะสองทางและ Interactivity ของการสื่อสาร ยิ่งการสื่อสารที่เอื้ออำนวยให้มีลักษณะตอบโต้กันอยู่ตลอดเวลามากขึ้นเท่าใด โอกาสที่ชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วมก็ยิ่งจะมีมากขึ้นเท่านั้น

3.3) ใครคือผู้ส่งสาร ในชุมชนเองโอกาสที่คนส่วนใหญ่จะได้เข้ามาเป็นผู้ส่งสารมีมากน้อยและทั่วถึงหรือไม่ หรือเมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างนักสื่อสารมวลชนอาชีพ เจ้าหน้าที่รัฐและชาวบ้าน สักส่วนที่จะได้เป็นผู้ส่งสารเป็นอย่างไรบ้าง

3.4) ประเภทของเนื้อหาสาร เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสภาพความเป็นจริงของชุมชนหรือเปล่า ตัวอย่างเช่น ปัจจุบันนี้ รายการประเภทวิเคราะห์ข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน เนื้อหาทั้งหมดยังคงเป็น “วาระแห่งชาติ” เป็นส่วนใหญ่ ประเด็นท้องถิ่นจะเข้าไปในสื่อมวลชนยังมีอยู่น้อย

3.5) ประเภทของช่องทาง/สื่อ โดยหลักการทั่วไปแล้ว สื่อขนาดเล็ก เช่น สื่อเฉพาะกิจจะเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมได้มากกว่าสื่อมวลชน ดังนั้นการมีส่วนร่วมของสื่อประเภทต่างๆ และการค้นคิดสร้างสรรค์กิจกรรมและช่องทางแบบใหม่ที่จะอำนวยความสะดวกในการมีส่วนร่วมของประชาชน

3.6) ผู้รับสารและการมีปฏิกิริยาป้อนกลับ (Feedback) สำหรับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้น จะเห็นได้ว่ากระบวนการทัศนคติใหม่นี้จะเชื่อว่าผู้รับสารนั้นมีผู้ใช้ที่กว้างเปล่าและไม่รู้อะไรเลยเกี่ยวกับเนื้อหาสารที่จะสื่อไป วิธีการรับสารของประชาชนก็มีได้เป็นอย่าง Passive หากทว่าเป็นไปอย่าง Active และประชาชนผู้รับสารมักจะจะมีปฏิกิริยาป้อนกลับ (Feedback) การจัดช่องทางสำหรับปฏิกิริยาป้อนกลับก็เป็นปัจจัยที่จำเป็นอย่างขาดไม่ได้ของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

4) ระดับการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมของชุมชนได้จัดแบ่งระดับไว้ 3 ระดับ โดยเรียงลำดับจากระดับที่น้อยที่สุดไปจนถึงมากที่สุดดังนี้

4.1) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร/ผู้ใช้สาร (Audience/Receiver/Users)

เป็นขั้นตอนของการมีส่วนร่วมในระดับล่างที่สุด กระบวนการสื่อสารตั้งแต่ต้นยังอยู่ในการกำหนดของผู้ส่งสาร และผู้รับสารก็ยังคงมีฐานะเป็นเพียงผู้รับสารแต่เพียง

อย่างเดียวกัน สิ่งที่จะเปลี่ยนแปลงไปสำหรับฐานะของผู้รับสารในการสื่อสารชุมชนแบบมีส่วนร่วม ก็คือ

- ต้องมีการขยายแนวคิดของผู้รับสาร ให้ตระหนักถึงสิทธิที่จะรู้ของตน (Right to know/Right to be inform)
- จะต้องสร้างหลักประกันในการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร ทั้งในช่วงขาเข้า (Input) และช่วงขาออก (Output)
- ปัจจัยสำคัญของการมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร คือ ช่องทางข่าวสาร (Channel)

4.2) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง/ผู้ผลิต/ผู้ร่วมผลิต/ผู้ร่วมแสดง (Sender/Producer/Co-producer/Performance)

เป็นขั้นตอนของการมีส่วนร่วมในระดับสูงขึ้นมาและจำเป็นต้องสร้างเงื่อนไขใหม่ๆ เพิ่มเติมหรือต้องมีการปรับเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเก่าๆ ที่มีอยู่ การเข้ามามีส่วนในฐานะผู้ผลิตหรือผู้ร่วมผลิตนั้น ยังแบ่งออกเป็นหลายขั้นตอนคือ

- ขั้นตอนการผลิต (Pro-production Stage) อันได้แก่ขั้นตอนการเตรียมการก่อนการผลิตสื่อ กิจกรรมในขั้นตอนนี้จะประกอบด้วย การเลือกประเด็นหัวข้อ การเลือกแง่มุมที่จะนำเสนอ การรวบรวมข้อเท็จจริงที่จะนำมาใช้เป็นวัตถุดิบ การเขียนบทแบบต่างๆ การคัดเลือกนักแสดงและตัวแสดง ฯลฯ
- ขั้นตอนการผลิต (Production Stage) ได้แก่ขั้นตอนของการลงมือผลิต เช่น การเข้าห้องจัดรายการในการกรณีของวิทยุ ฯลฯ
- ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-production Stage) ได้แก่ขั้นตอนหลังการถ่ายทำเสร็จแล้ว ก็ต้องมีการตัดต่อ การอัดเสียงประกอบ การเพิ่มเติมด้านเทคนิคต่างๆ
- การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย (Policy Maker/Planner)

4.3) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผน และกำหนดนโยบายการใช้สื่อของชุมชนนั้น หมายถึง การวางแผนและนโยบายดำเนินการใช้สื่อที่รวมเอาชุมชน เข้ามาอยู่ในโครงสร้างการสื่อสารของชุมชน กล่าวในระดับกว้างอาจจะหมายความถึงการวางแผนและกำหนดนโยบายของการสื่อสารทุกประเภทที่มีอยู่ในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นสื่อประเภทใด เช่น สื่อมวลชน (วิทยุ หนังสือ พิมพ์หมู่บ้าน) สื่อเฉพาะกิจ (วิดีโอ หอกระจายข่าว เสียงตามสาย) สื่อประเพณี รวมทั้งสื่อบุคคล การวางแผนนั้นจะเป็นการสร้างเชื่อมโยงระหว่างสื่อแต่ละประเภท เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ในการใช้

ส่วนในระดับที่แคบลงมา อาจจะหมายถึงการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนและนโยบายของสื่อบางประเภทที่จะเข้ามาในชุมชน เช่น การทำวิทยุชุมชนที่ในโครงสร้างของการดำเนินงานจะมีตัวแทนของชาวบ้านเข้าไปอยู่ในทุกขั้นตอน ส่วนส่วนนี้ก็ต้องตอบสนองต่อความต้องการของชุมชน

สรุปการมีส่วนร่วมในรายการวิทยุเพื่อชุมชนมีแนวคิดหลักที่สำคัญคือประชาชนเป็นศูนย์กลางของความคิดและเริ่มต้น ดังนั้น มิใช่ความคิดหรือการเริ่มต้นมาจากหน่วยงานของรัฐ อย่างไรก็ตาม การเริ่มต้นจากหน่วยงานของรัฐก็จะเป็นผู้ริเริ่มภายใต้กรอบการเป็นพี่เลี้ยง หรือครูฝึกซ้อมให้กับประชาชน หรือให้ความช่วยเหลือในระยะเริ่มต้น และมีระยะเวลาที่แน่นอนสำหรับการถอนตัวออก และเพื่อให้ประชาชนได้เข้ามาดำเนินการเองตามหลักการ “เพื่อประชาชน โดยประชาชน ของประชาชน” ได้อย่างเต็มรูปแบบ นอกจากนี้ รายการวิทยุเพื่อชุมชนยังเป็นการดำเนินการและการส่งกระจายเสียงของวิทยุท้องถิ่น (Local Station) ในรูปแบบหนึ่งที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของประชาชนในชุมชนรอบๆ พื้นที่นั้น

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ศักยภาพของรายการวิทยุเพื่อชุมชนในการพัฒนาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษา: รายการวิทยุเพื่อชุมชน “ได้ฟ้าสีคราม” ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดระยอง ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ ของอาจารย์กาญจนา แก้วเทพและคณะ (2543) โดยการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนตามหลักแนวคิดของการผลิตสื่อค้นหา ความต้องการร่วมกันเพื่อกำหนดรูปแบบและเนื้อหารายการ รวมทั้งวิธีการดำเนินรายการวิทยุเพื่อชุมชน เพื่อให้ครอบคลุมตามหลักการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยการเลือกรูปแบบและเนื้อหารายการที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง และร่วมแสดงความคิดเห็นต่อรายการ หรือแสดงความต้องการการเปลี่ยนแปลงรายการได้ รวมทั้งนำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดรายการวิทยุเพื่อชุมชน ในทุกช่วงของระดับของการผลิตรายการวิทยุเพื่อชุมชนใน 3 ระดับ คือ

1. ขั้นก่อนการผลิต (Pre-production Stage)
2. ขั้นการผลิต (Production Stage)
3. ขั้นหลังการผลิต (Post-production Stage)

2.5 รูปแบบ และเนื้อหารายการวิทยุเพื่อชุมชน (Formants and Contents of the radio program)

การจัดรายการวิทยุกระจายเสียงของสถานีวิทยุกระจายเสียงท้องถิ่น เป็นการจัดรายการวิทยุเพื่อชุมชนที่มุ่งเสนอสิ่งที่ป็นความรู้ ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนในท้องถิ่น เพื่อดึงดูดความ

สนใจของผู้ฟังในท้องถิ่นด้วยรูปแบบการนำเสนอ และเนื้อหาที่นำเสนอแตกต่างกันไปตามความเหมาะสมในแต่ละท้องถิ่น

นภกรณ อัจฉริยะกุล (2531:401-431) กล่าวว่า “การจัดรายการวิทยุกระจายเสียง มีด้วยกันสองความหมายคือ ความหมายอย่างแคบก็คือ การจัดตารางรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงให้ออกอากาศในช่วงเวลาใด ระยะเวลาใด ส่วนความหมายอย่างกว้าง การจัดรายการวิทยุ หมายถึง การวางแผนเตรียมการของบุคคลที่เกี่ยวข้องพิจารณาว่าจะกำหนดให้เป็นรายการที่มีรูปแบบและเนื้อหาอย่างไร ถือเป็นขั้นตอนของการผลิตรายการ

การจัดรายการวิทยุกระจายเสียงทั่วไปนั้น จะยึดหลักการทำหน้าที่เหมือนกับสื่อมวลชนประเภทอื่น คือ สื่อมวลชนจะต้องให้ข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง และบริการสาธารณะแก่ประชาชน เมื่อคำนึงถึงสิทธิ ความเสมอภาค และอิสรภาพของประชาชนการจัดรายการทางวิทยุกระจายเสียงทางวิทยุกระจายเสียง จึงจำเป็นต้องจัดการบริการข่าวสารในฐานะที่เป็นสื่อมวลชน ตามสิทธิที่ประชาชนควรจะได้อย่างเสมอภาค โดยประชาชนมีอิสรภาพอย่างเต็มที่ในการเป็นผู้รับ โดยลักษณะดังกล่าว ทำให้การแบ่งประเภทรายการทางวิทยุกระจายเสียงจึงแบ่งได้เป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ 4 ประเภท คือ

1. ประเภทข่าว
2. ประเภทความรู้
3. ประเภทความบันเทิง
4. ประเภทบริการสาธารณะ

การแบ่งประเภทรายการวิทยุกระจายเสียงนั้น มิได้มีกฎเกณฑ์ตายตัว เช่น แบ่งตามลักษณะของกลุ่มผู้ฟัง ก็อาจแบ่งประเภทของรายการออกได้เป็นกลุ่มเด็ก กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มสตรี กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มเกษตรกร เป็นต้น บางสถานีแบ่งประเภทตามการประกอบอาชีพหรือตามเนื้อหาเป็นหลัก เช่น ประเภทรายการเพื่อเกษตรกร หรือรายการทางการเกษตร รายการเพื่อสุขภาพอนามัย สาธารณสุข รายการทางศาสนา รายการเพื่อแม่บ้าน การแบ่งประเภทรายการตามลักษณะของกลุ่มผู้ฟังหรือแบ่งตามอาชีพนี้ อาจทำให้ไม่ครอบคลุมได้ทั่วถึงผู้ฟังทุกกลุ่ม เพราะในโลกนี้มีกลุ่มอาชีพเกิดขึ้นมากมาย วันหนึ่งๆ จะเสนอรายการครอบคลุมผู้ฟังได้ทุกกลุ่มนั้นคงเป็นไปได้ ดังนั้นจึงคัดเอาเฉพาะผู้ฟังเป้าหมายที่เป็นส่วนใหญ่ (majority) เท่านั้น จึงเกิดมีปัญหาวารัฐละเลยกลุ่มผู้ฟังที่เป็นชนกลุ่มน้อย ซึ่งก็ควรจะมีสิทธิเสมอภาคทัดเทียมกัน การจัดประเภทตามกลุ่มผู้ฟังจึงสร้างความลำบากให้แก่ผู้จัดรายการเสมอ วิธีที่เป็นกลางที่สุดในการแบ่งประเภทของรายการวิทยุกระจายเสียงถือเป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่ง จึงน่าจะแบ่งประเภทของรายการตามหน้าที่ที่ดี

ของสื่อมวลชน ตามประเภทที่กล่าวข้างต้น แต่การจะจัดอัตราส่วนของรายการในแต่ละประเภท จะขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมและความต้องการของชุมชนนั้นๆ

รูปแบบรายการวิทยุเพื่อชุมชนในการกระจายเสียงยังแบ่งได้ดังต่อไปนี้คือ

1. รูปแบบรายการพูดคุยกับผู้ฟัง (Straight Talk Programme)

เป็นการพูดคุยกับผู้ฟังโดยตรง คือ รายการที่มีผู้พูดเพียงคนเดียวพูดให้ผู้ฟังฟัง โดยตรงไม่ใช่เป็นการพูดคุยกับคนอื่นให้ผู้ฟังฟัง

2. รูปแบบรายการสนทนา (Conversational Programme)

เป็นรายการทำนองพูดคุยแต่การพูดคุยไม่ได้พูดคุยโดยตรงกับผู้ฟัง หากแต่เป็นการสนทนากันระหว่างผู้ร่วมรายการ ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ผู้ดำเนินรายการอาจร่วมสนทนาออกความคิดเห็นหรือให้ข้อมูลด้วยได้ นอกจากนั้นยังทำหน้าที่เชื่อมโยงการสนทนาและอธิบายเพิ่มเติมให้ผู้ฟังเข้าใจดีขึ้น ตลอดจนสรุปเนื้อหาสำคัญที่ได้สนทนากันแต่ละเรื่องด้วย

3. รูปแบบรายการสัมภาษณ์ (Interview Programme)

เป็นการพูดคุยกันระหว่างบุคคล 2 ฝ่าย ฝ่ายหนึ่งเป็นผู้ตั้งคำถาม ซักถามเรื่องราว ปัญหาขัดข้องใจให้ผู้ฟังฟัง อีกฝ่ายเป็นผู้ตอบ เรื่องที่ควรสัมภาษณ์ในรายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อการพัฒนา ได้แก่ เรื่องเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น สุขภาพอนามัย การเกษตร การส่งเสริมอาชีพ หรือเป็นการสัมภาษณ์บุคคลตัวอย่างของท้องถิ่นนั้นๆ รายการสัมภาษณ์แตกต่างจากรายการสนทนาตรงที่ผู้สัมภาษณ์เป็นผู้ตั้งคำถามได้อย่างเดียว แต่ไม่มีหน้าที่ตอบคำถามนั้นเสียเอง ไม่เหมือนกับผู้ดำเนินการสนทนาซึ่งอาจร่วมสนทนาด้วยในบางโอกาสสิ่งที่ผู้สัมภาษณ์จะทำได้นอกจากนั้นคือ สรุปให้เข้าใจชัดเจนยิ่งขึ้น หรือเพิ่มเติมให้เข้าใจได้ดีขึ้นเท่านั้น

4. รูปแบบรายการอภิปราย (Discussion Programme)

เป็นการพูดคุยออกความคิดเห็นกันในหัวข้อใดหัวข้อหนึ่ง แต่ผู้มาร่วมอภิปรายนั้นต่างความคิดเห็นต่างทัศนะกัน จึงมาร่วมกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การแสดงความคิดเห็นจะเป็นไปทีละคน อย่างมีระเบียบโดยมีผู้ดำเนินการอภิปรายเป็นผู้ควบคุมให้รายการเป็นไปตามแนว ผู้ดำเนินการจะไม่ร่วมอภิปรายด้วยเป็นเพียงสรุปความคิดเห็นของผู้ร่วมอภิปรายเท่านั้น

5. รูปแบบรายการสารคดี (Documentary หรือ Feature Programme)

เป็นรายการที่ให้เนื้อหาสาระในหัวข้อใดหัวข้อหนึ่งแต่มีรายละเอียดหลายแง่มุม มีวิธีการนำเสนอได้หลายลักษณะ โดยมุ่งที่จะเสนอประเด็นสาระเนื้อหาเรื่องใดเรื่องหนึ่งเพียงเรื่องเดียว โดยทั่วไปแล้วรายการสารคดีมี 2 ประเภท คือ รายการสารคดีแบบ Documentary หมายถึงรายการที่เป็นจริงทั้งหมด มีหลักฐานเป็นเอกสารสนับสนุน ค้นคว้าอ้างอิงได้ อีกประเภท

หนึ่งเป็นรายการสารคดี Feature หมายถึง รายการที่มุ่งเสนอเนื้อหาบนพื้นฐานของความเป็นจริง แต่ไม่ทั้งหมดไม่จำเป็นต้องมีเอกสารมายืนยัน

6. รูปแบบรายการนิตยสารทางอากาศ (Magazine Programme)

เป็นรายการที่ประกอบด้วยเรื่องย่อยๆ ต่างๆ กัน แต่ละเรื่องมีรูปแบบแตกต่างกันรวมอยู่ในรายการเดียวกัน มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทั้งบันเทิงและความรู้ แต่จะเน้นหนักเรื่องบันเทิงมากกว่าเอกภาพของรายการอยู่การเชื่อมโยงเรื่องต่างๆ ให้สอดคล้องกลมกลืนกัน ทั้งๆ ที่เป็นคนละเรื่องกัน โดยใช้คำพูดเชื่อมโยง หรือเพลงเชื่อมโยงตามความเหมาะสม ทำให้รายการมีหลายรูปแบบรวมกันอยู่ในรายการเดียวกัน

7. รูปแบบรายการข่าว (News Programme)

เป็นรายการที่จัดทำขึ้นเพื่อรายงานเหตุการณ์สำคัญๆ ที่เกิดขึ้น โดยมีผู้อ่านข่าวโดยไม่มีเสียงประกอบ รายการข่าวแยกย่อยได้หลายประเภท เช่น ข่าวดังประเทศ ข่าวในประเทศ ข่าวท้องถิ่น ข่าวการเมือง ข่าวกีฬา ข่าวเศรษฐกิจ เป็นต้น

8. รูปแบบรายการบรรยายเหตุการณ์ (Commentary)

เป็นการรายงานเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นจริง หรือกำลังดำเนินอยู่ในสถานที่จริง โดยผู้บรรยายถ่ายทอดเหตุการณ์หรือเล่าเหตุการณ์นั้นให้ฟัง

9. รูปแบบรายการตอบปัญหา (Quiz Programme)

เชิญผู้ตอบมาร่วมรายการโดยตอบปัญหาในห้องส่งในลักษณะแข่งขันกัน หรือเปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้มีโอกาสร่วมรายการโดยถามปัญหาแล้วเปิดโอกาสให้ผู้ฟังตอบปัญหากลับมาทางโทรศัพท์ ทำให้รู้ผลสะท้อนกลับได้ทันที

10. รูปแบบรายการเพลง (Music Programme)

เป็นรายการที่มีความสำคัญและได้รับความสนใจมาก แต่การจัดรายการเพลงควรยึดความมีเอกภาพ คือ เลือกจัดเฉพาะเพลงประเภทใดประเภทหนึ่ง และยึดความหลากหลาย คือ ความหลากหลายในแต่ละเพลงซึ่งมีอยู่เช่น มีเสียงร้องทั้งหญิง และชาย มีทั้งทำนองช้าและเร็ว

11. รูปแบบรายการละครวิทยุ Radio Drama หรือ Radio Play)

มีวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิงเป็นสำคัญ แต่บางครั้งอาจสอดแทรกเนื้อหาที่เป็นความรู้ไว้ด้วย ละครเป็นการแสดงบทบาทที่สมมติขึ้น โดยใช้ศิลปะหลายอย่างผสมกัน เช่น ศิลปะการใช้เสียงการใช้ภาษา ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ฟังเกิดความเข้าใจและเกิดอารมณ์ ความรู้สึกลอยตาม

12. รูปแบบรายการป๊อปปูล่า (Variety)

เป็นรายการที่ประสมรายการหลายรูปแบบรวมอยู่ในรายการเดียวกัน แต่ไม่ใช่การประสมแบบนิตยสารทางอากาศ เพราะไม่มีการเชื่อมโยงต่อเนื่อง แต่เป็นเพียงการเสนอเนื้อหา

และรูปแบบหลายๆ รูปแบบมาผสมปนเปกัน มีแต่ความหลากหลาย ไม่มีความเป็นเอกภาพ เน้นความบันเทิง

ดร.ปรมะ สตะเวทิน (2541 : 55-56) กล่าวถึง องค์ประกอบในกระบวนการสื่อสารมวลชนก็คือ สาร สารก็คือเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อมวลชนหรือเรียกว่า เนื้อหาของสื่อมวลชน เนื้อหาที่สำคัญๆ ของสื่อมวลชน ได้แก่

1. เนื้อหาข่าว ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารความเป็นจริงเกี่ยวข้องกับเรื่องต่างๆ มากมายหลายชนิด ซึ่งมีความหลากหลาย (Variety) เพื่อตอบสนองความต้องการด้านข่าวของผู้ฟังให้กว้างที่สุด เพราะผู้ฟังมีความแตกต่างกันในด้านประชากร เช่น อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา ศาสนา เชื้อชาติ เพศ และมีความสนใจไม่เหมือนกัน ข่าวในสื่อมวลชนจึงถูกจำแนกออกเป็นชนิดต่างๆ ได้แก่ ข่าวในประเทศ และข่าวต่างประเทศ ข่าวท้องถิ่น และแยกประเด็นออกตามเนื้อหาได้แก่ ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวสังคม ข่าวสตรี ข่าวนันทนาการ ข่าวการศึกษา ข่าวเกษตร ข่าวสาธารณสุข ข่าวกีฬา ข่าวบริการสาธารณะ ข่าวภัยธรรมชาติ ข่าวอาชญากรรม

2. เนื้อหาที่ให้ความรู้และความคิดเห็น แบ่งออกได้เป็นประเภทต่างๆ ดังนี้

2.1 เนื้อหาที่เกี่ยวกับความสนใจของมนุษย์ (Human Interest) เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับอารมณ์ของผู้ฟัง กระตุ้นให้เกิดความรู้สึกยินดี เห็นอกเห็นใจ ชอบ ไม่ชอบ เป็นเรื่องความทุกข์ยาก ความสุข สถิติใหม่ คำนวณของเหตุการณ์ เช่น กีฬา อุบัติเหตุ กิจกรรม

2.2 เนื้อหาเกี่ยวกับบุคลิกของบุคคล (Personality Sketches) หรือเกี่ยวกับเรื่องราวของบุคคล (Profiles)

เนื้อหาที่เกี่ยวกับบุคลิกของบุคคล คือเสนอเนื้อหาในลักษณะบุคคลนั้นพูดว่าอย่างไร เคลื่อนไหวอย่างไร คิดอย่างไร บุคคลผู้นั้นเกี่ยวข้องกับคนอื่นหรือสิ่งอื่นอย่างไร

ส่วนเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องราวของบุคคล คือลักษณะของประวัติความเป็นมาของบุคคลที่น่าสนใจ คาดหวังของบุคคลนั้น ปัญหาของเขา ข้อบกพร่อง และความทุกข์ยาก และเหตุผลว่าทำไมในตอนท้ายที่สุดเขาจึงผ่านพ้นอุปสรรคไปได้

2.3 เนื้อหาเกี่ยวกับประสบการณ์ส่วนตัว (Personal Experiences) ของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการกระทำ และอารมณ์

2.4 เนื้อหาที่ให้ข่าวสาร (Informatives) และเนื้อหาที่บอกวิธีทำ (How-to-Do-it) เนื้อหาที่ให้ข่าวสารเพื่อบอกเล่าถึงการทำหรือกระบวนการใดซึ่งเป็นเรื่องที่น่าสนใจทั่วไปของผู้ฟัง ส่วนเนื้อหาที่บอกวิธีทำ หรือวิธีปฏิบัติ เป็นเรื่องราวที่ให้ความรู้โดยตรงแก่ผู้ฟัง เป็นการเสนอแนะหรือสอนให้ผู้ฟังทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เสนอได้ เช่น วิธีทำเครื่องจักสาน วิธีปลูกต้นไม้ วิธีการเลี้ยงปลา

3. เนื้อหาเพื่อความบันเทิง จุดประสงค์หลักของเนื้อหาที่ให้ความบันเทิงก็เพื่อดึงดูดความสนใจและความรู้สึกร่วมของประชาชน ดังนั้นเนื้อหาด้านความบันเทิงจึงมุ่งให้มีความสุข ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ความพอใจ ช่วยให้ผู้ฟังหนีจากความเบื่อหน่าย ความกดดันในชีวิตประจำวัน ช่วยให้มีโอกาสได้พักผ่อน คลายเครียด และลืมปัญหาที่กำลังเผชิญ

4. เนื้อหาโฆษณา เนื้อหาโฆษณาเป็นเนื้อหาเพื่อชักจูงใจ โน้มน้าวใจ หรือมีอิทธิพลต่อผู้รับสาร แบ่งออกเป็น 3 รูปแบบด้วยกัน คือ

4.1 การเป็นผู้อุปถัมภ์รายการ (Sponsorships) คือ ผู้โฆษณาเป็นผู้รับผิดชอบด้านการเงินทั้งหมดในการผลิตรายการและค่าเช่าเวลาของสถานี

4.2 การร่วมสนับสนุนรายการ (Participations) คือ เป็นการโฆษณาที่ผู้โฆษณาซื้อเวลาเพื่อโฆษณาสินค้าในรายการต่างๆ

4.3 การโฆษณาคั่นรายการ (Spot Announcements) เป็นการโฆษณาคั่นระหว่างรายการเพื่อนำเสนอรายการในช่วงต่อไป

จากแนวคิดการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง ดังกล่าวข้างต้นนั้น เป็นลักษณะการจัดแบ่งประเภทรายการที่ยึดถือปฏิบัติกันมา แต่ลักษณะรูปแบบและเนื้อหาในรายการวิทยุชุมชนที่เป็นสากลยังไม่มีรูปแบบรายการที่ชัดเจน ผู้วิจัยจะใช้กรอบแนวคิดเรื่องรูปแบบและเนื้อหารายการวิทยุเพื่อชุมชนในการพิจารณาลักษณะของรายการวิทยุเพื่อชุมชน “ใต้ฟ้าสีคราม” ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดระยอง ว่าเป็นไปตามหลักการวิทยุชุมชนหรือไม่

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชน : ในรายการวิทยุเพื่อชุมชน “ใต้ฟ้าสีคราม” ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดระยอง ผู้วิจัยได้ค้นหางานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งสามารถนำมาเป็นแนวทางในการเปรียบเทียบและอ้างอิงได้ดังนี้

สุรินทร์ แปลงประสพโชค (2535) ศึกษาการทดลองจัดวิทยุกระจายเสียงชุมชนสำหรับชุมชนชนบทในเขตชานเมืองจังหวัดจันทบุรี โดยวิธีการวิจัยใช้รูปแบบการวิจัยกึ่งทดลอง โดยทดลองจัดรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชนสำหรับผู้ฟังในพื้นที่ซึ่งอยู่ในรัศมี 6-10 กิโลเมตร โดยรอบสถานีทดลองคือสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดจันทบุรี รายการดังกล่าวบริหารและดำเนินการโดยคณะกรรมการซึ่งเป็นผู้นำชุมชนในพื้นที่ทดลอง ออกอากาศทุกวันๆ ละ 1 ชั่วโมง เป็นเวลา 2 เดือน

ผลการวิจัยที่ได้จากการทดลอง การสังเกต และการทดสอบกลุ่มตัวอย่างก่อนและหลังการทดลอง โดยกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 196 ราย สุ่มจากหมู่บ้านสี่ทิศทางรอบสถานี ปรากฏว่า

คณะกรรมการที่แต่งตั้งขึ้นสามารถปฏิบัติหน้าที่บริหารวิทยุกระจายเสียงชุมชนและเป็นสื่อกลางสะท้อนปัญหาและความต้องการของชุมชนให้กับรายการเป็นอย่างดี และหลังการทดลองผู้ฟังมีความนิยมและพึงพอใจรายการมากกว่าเดิม

วีรพงษ์ พลนิกรกิจ (2542) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยเชิงโครงสร้างของสถานีวิทยุท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่กำหนดรูปแบบและเนื้อหารายการวิทยุ” พบว่า ปัจจัยโครงสร้างการเป็นเจ้าของ ระบบการควบคุม และระบบตลาด เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหารายการวิทยุท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยสถานีที่รัฐเป็นเจ้าของจะมีรูปแบบรายการส่วนใหญ่เป็นรายการพูดคุย และรายการข่าว ส่วนเนื้อหาเป็นข้อมูลข่าวสารและความเป็นจริง ในขณะที่สถานีที่มีโครงสร้างเป็นระบบทวิภาค คือ รัฐหรือรัฐวิสาหกิจเป็นเจ้าของ แต่ให้บุคคลภายนอกบริหาร จะมีรูปแบบและเนื้อหารายการเป็นโฆษณาสินค้าและบริการ เพราะจะมีแหล่งรายได้จากการโฆษณาสินค้าและบริการที่มุ่งแสวงผลประโยชน์ทางธุรกิจ และยังพบว่า ไม่ว่าสถานีวิทยุท้องถิ่นจะมีโครงสร้างในลักษณะใดก็ตาม รูปแบบและเนื้อหารายการก็มีการกระจุกตัว ขาดความสมดุล และไม่มีความเป็นท้องถิ่น

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยเชิงโครงสร้างการเป็นเจ้าของ ระบบการควบคุม ระบบตลาด และปัจจัยด้านอื่นๆ มีผลในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหารายการของวิทยุท้องถิ่นทั้งสิ้น ดังนั้นจึงเป็นแนวทางในการศึกษาต่อว่าจังหวัดที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคที่แตกต่างกันออกไปจะมีเหตุปัจจัยใดบ้างที่มีส่วนในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหาบ้าง

ประภากร ดลกิจ (2544) ศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์การจัดการรายการวิทยุเพื่อชุมชน “สร้างสรรค์จันทร์บุรี” พบว่ารายการสร้างสรรค์จันทร์บุรีเป็นรายการที่อยู่ภายใต้โครงสร้างของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดจันทร์บุรี โดยมีโครงสร้างจำแนกเป็น 3 ระยะ คือ

1. ระยะทดลอง ดำเนินงานโดย คณะกรรมการบริหารที่เป็นตัวแทนชาวบ้าน คณะกรรมการที่ปรึกษา และช่างเทคนิคของสถานี
2. ระยะดำเนินงานจริงช่วงแรก ดำเนินงานโดย คณะกรรมการบริหารที่เป็นตัวแทนภาครัฐ คณะกรรมการที่ปรึกษา และฝ่ายรายการของสถานี
3. ระยะดำเนินงานจริงช่วงสุดท้าย ดำเนินงานโดย ตัวแทนภาครัฐ 2 คน และช่างเทคนิคของสถานี

ผลการวิจัยพบว่า หลังจากดำเนินรายการไปได้ 5 ปี รายการได้ยุติลงด้วยเหตุปัจจัยจากนโยบายสถานีที่ไม่สนับสนุนการดำเนินงานโดยการลดเวลาลงเรื่อยๆ และเจ้าหน้าที่สถานีไม่เป็นพี่เลี้ยงในการดำเนินรายการ ปัจจัยด้านงบประมาณที่สถานีไม่มีให้ ปัจจัยด้านบุคคลที่เข้ามาเป็นคณะกรรมการบริหารไม่มีความรู้ด้านวิทยุ และไม่เข้าร่วมในการประชุม รวมทั้งไม่หาตัวแทนเข้ามามี

ส่วนร่วมในคณะกรรมการอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นแนวทางให้กับรายการวิทยุเพื่อชุมชน “ได้ฟ้าสีคราม” ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดระยอง ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานในรายการวิทยุเพื่อชุมชน

ทิวพร แสนเมืองชิน (2543) พบว่าการศึกษาแนวคิดและโครงสร้างการดำเนินงานโครงการวิทยุชุมชนสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดนครราชสีมา การเข้าถึงสื่อ (accessibility) วิทยุชุมชนของประชาชนการมีส่วนร่วม (participation) ของประชาชน และการบริหารจัดการด้วยตนเอง (Self-management) ของประชาชนในการดำเนินงานรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชน จังหวัดนครราชสีมา โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้บริหารกรมประชาสัมพันธ์ และผู้มีส่วนร่วมในรายการวิทยุชุมชนของนครราชสีมา กรรมการบริหารฯ คณะอนุกรรมการฯ ฯลฯ รวมทั้งการวิเคราะห์เอกสาร และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผลการศึกษาพบว่ารายการวิทยุชุมชนของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดนครราชสีมาเกิดขึ้นจากการรับนโยบายของกรมประชาสัมพันธ์ที่วางแนวทางการดำเนินงานและการดำเนินงานยึดตามกรอบนโยบายของโครงการ ซึ่งผู้บริหารระดับสูงของกรมประชาสัมพันธ์ได้ชี้แจงทำความเข้าใจกับข้าราชการและเจ้าหน้าที่ในพื้นที่สำนักประชาสัมพันธ์เขตต่างๆ ว่าการทำงานต่อจากนี้ไปต้องมีการปรับบทบาทสื่อวิทยุกระจายเสียงท้องถิ่นให้เป็นสื่อสาธารณะ โดยการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้า

ร้อยตำรวจเอกหญิงฉนิลวรรณ วรานิษฐ์กุล (2536) ได้ศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในรายการวิทยุเพื่อแก้ไขปัญหาการจราจรในกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาสถานีวิทยุ จส.100 MHz พบว่า กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของรายการ จส.100 เกิดจากองค์ผู้ร่วมผลิต 3 ฝ่าย คือ เจ้าหน้าที่บริษัทแปซิฟิกคอร์ปอเรชั่น จำกัด เจ้าหน้าที่ตำรวจศูนย์ควบคุมการจราจร และประชาชนผู้ใช้รถใช้ถนนซึ่งต่างฝ่ายต่างผลักดันบทบาทในฐานะเป็นผู้รายงานข่าว แหล่งข่าวและผู้รับสาร จนกระทั่งเกิดความเข้าใจและสนองวัตถุประสงค์ร่วมกัน

CHIN SAIK YOON (2001) ได้สรุปการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อการพัฒนาว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่พูดมากกว่า 20 ปีเป็นหลักการที่ขับเคลื่อนการทำงานที่สำคัญของนักสื่อสารจากภาคองค์กรเอกชน หรือ NGO และได้ขยายตัวที่ละน้อยเข้าไปในโครงการรัฐ ดังนั้นจุดมุ่งหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ก็คือการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ซึ่งวิทยุเป็นเครื่องมือสำคัญที่ถูกนำไปใช้ในกระบวนการพัฒนา นอกจากนั้นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่ประสบความสำเร็จสูงสุด คือการทดสอบในระดับหมู่บ้าน ซึ่งเป็นชุมชนขนาดเล็ก และใช้การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล และสื่อพื้นบ้าน

อรรณณ ปิณฑน์โอวาท (2544) พบว่าวิทยุชุมชนระยองยังเป็นวิทยุที่จัดโดยเจ้าหน้าที่ของ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดระยอง ประชาชนยังไม่ได้มีส่วนร่วมในการ จัดรายการหรือมีก็น้อยมาก การมีส่วนร่วมเป็นไปในลักษณะเป็นแขกรับเชิญเป็นครั้งคราว อาจ โทรศัพท์หรือส่งจดหมายเข้าไปบ้าง ประชาชนได้มีแรงจูงใจที่จะเข้าร่วม งบประมาณเป็น อุปสรรคสำคัญในสายตาของชาวระยอง กฎเกณฑ์ระเบียบต่างๆ ของการออกอากาศในสถานีวิทยุ กระจายของรัฐ การไปซื้อข่าวรับฟังข่าวจากประชาชนเป็นทางเลือกของสถานีวิทยุกระจาย เสียง แห่งประเทศไทย ในการพยายามทำให้วิทยุชุมชนมีลักษณะเป็นภาคประชาชนมากยิ่งขึ้น การขอ ความร่วมมือจากประชาชน ประสບอุปสรรคบางประการ เช่น เวลาออกอากาศของวิทยุชุมชน ซึ่ง ขัดซ้อนกับรายการวิทยุที่กระจายเสียงมาจากส่วนกลาง ปัญหาทางด้านเทคนิค ซึ่งขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจขององค์กรระดับสูงว่าจะออกอากาศให้ประชาชนในชุมชนจังหวัดระยอง ได้รับฟังโดย ทัวถึง โดยปรับเปลี่ยนเสาอากาศหรือจะให้ส่งกระจายเสียงไปในจังหวัดข้างเคียง เหล่านี้เป็น ปัญหา ที่ ง ทำทหายวิทยุชุมชนจังหวัดระยอง ซึ่งต้องพยายามหาทางออกที่เอื้อประโยชน์ให้แก่ประชาชนตาม เจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ