

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุชุมชนชมรมเครดิตยูเนียนภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี)” ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาสนับสนุน และใช้เป็นกรอบแนวทางในการศึกษา อันประกอบด้วย

1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร
2. ทฤษฎีและแนวคิดเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ
3. แนวคิดการสื่อสารชุมชน (Community Communication)
4. แนวคิดในการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงเพื่อการพัฒนาประเทศ
5. แนวคิดเกี่ยวกับวิทยุชุมชน (Community Radio) และคู่มือวิทยุชุมชน
6. วิทยุชุมชนในประเทศไทย
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร

แนวคิดเรื่อง การเปิดรับข่าวสารจัดเป็นแนวคิดเบื้องต้นที่สะท้อนถึงกระบวนการสื่อสารขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมนุษย์โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมปัจจุบัน โดยข่าวสารมีความจำเป็นในการใช้ประกอบการตัดสินใจในสถานการณ์ที่คลุมเครือ หรือความต้องการข่าวสารยิ่งเพิ่มมากขึ้น ทำให้มนุษย์มีการเปิดรับข่าวสารเพิ่มขึ้น

แซมมวล เบคเกอร์ (Samual L. Becker, 1978, p. 124) ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสาร โดยจำแนกตามพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร ดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อต้องการให้เรื่องใดเรื่องหนึ่งมีความคล้อยคลึงกับเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง
2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ เพื่ออยากรู้ เช่น การเปิดรายการข่าวสารโทรทัศน์ หรือขณะอ่านหนังสือพิมพ์ หากมีข้อมูลข่าวสารที่มีความสำคัญเกี่ยวข้องกับตนเอง ก็จะทำให้ความเอาใจใส่หรืออ่านเป็นพิเศษ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการกระทำหรือความต้องการเรียนรู้บางอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

พฤติกรรมการรับสารของมวลชนผู้รับสารจากองค์กรสื่อสารมวลชน หรือนักสื่อสารมวลชนนั้น ถูกกำหนดโดยปัจจัยต่าง ๆ ทางด้านสังคมและจิตวิทยา ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ (David O. Sears and Jonathan L. Freeman, 1967, pp. 194-213)

1. ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills) หมายถึงความสามารถ ความชำนาญในการสื่อสาร ทักษะในการสื่อสารเชิงวัจนะ (Verbal Communication Skills) แบ่งเป็น 5 ทักษะ คือ ทักษะในการเขียนและพูด (Writing and Speaking) ซึ่งเป็นทักษะในความคิดหรือการใช้เหตุผล (Thought or Reasoning) ทักษะในการสื่อสารเชิงอวัจนะ (Nonverbal Communication Skills) ได้แก่ อากัปกิริยา (Gesturing) ท่าทาง (Posturing) การเขียนภาพ (Drawing) การวาดภาพ (Painting) ซึ่งเป็นทักษะในการสื่อสาร โดยอาศัยการดู (Seeing) ในการรับสาร ซึ่งเป็นทักษะในความคิดเห็นและการใช้เหตุผล (Thought or Reasoning) จะเห็นว่าการสื่อสารมวลชนจะใช้ทั้งการสื่อสารเชิงวัจนะภาษาและเชิงอวัจนะภาษา ในฐานะของผู้รับสาร มวลชนของผู้รับสารจึงใช้ทั้งทักษะในการรับสาร ทั้งด้านวัจนะภาษาและอวัจนะภาษา นั่นคือการอ่าน การฟัง การดู รวมถึงการใช้ความคิดและเหตุผลด้วย ทักษะในการสื่อสารมีอิทธิพลต่อมวลชนผู้รับสาร 2 ประการ คือ

1.1 มีอิทธิพลต่อความคิดของมวลชนผู้รับสาร ในทักษะด้านการอ่านและการฟัง คือ ทักษะด้านภาษานั้นเอง ซึ่งภาษามีอิทธิพลต่อมวลชนต่อผู้รับสารคือ ทำให้มวลชนผู้รับสารเกิดวิธีการความคิด ซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจ

1.2 มีอิทธิพลต่อความสามารถของมวลชนผู้รับสาร ในการถอดรหัสซึ่งแสดงเจตนารมณ์หรือความคิดของผู้ส่งสารว่าเป็นอย่างไร และจะตีความหมายอย่างไร

2. ทศนคติ (Attitude) ปัจจัยทางด้านทศนคติของมวลชนผู้รับสารแบ่งได้เป็น 3 ประการ คือ

2.1 ทศนคติต่อตนเอง (Attitude toward Self) ในการรับสารหากผู้รับสารมีทศนคติที่ดีต่อตนเอง มีความเชื่อมั่นในความรู้ความสามารถของตนเอง โอกาสที่มวลชนของผู้รับสารจะเข้าใจสารของผู้ส่งสารก็เป็นไปได้มาก พฤติกรรมการรับสารก็จะต่างจากผู้รับสารที่มีทศนคติที่ไม่ดีต่อตนเองซึ่งโอกาสที่จะเข้าใจสารก็มีน้อย ดังนั้นพฤติกรรมในการรับสารจึงแตกต่างกันไป

2.2 ทศนคติต่อสาร (Attitude toward Message) หมายถึง ท่าที ความรู้สึกนึกคิด รสนิยมความเชื่อที่มวลชนผู้รับสารมีต่อสาร หากมวลชนผู้รับสารมีทศนคติที่ดีต่อสาร มีความเข้าใจ

มีความชอบเนื้อหาสาระของข่าว พฤติกรรมการรับข่าวสารก็จะออกมาในรูปความกระตือรือร้น ในทางตรงกันข้ามหากไม่พอใจในสาร พฤติกรรมการรับข่าวสารก็จะออกมาในรูปของความเบื่อหน่าย ไม่สนใจ หรือยุติการรับสาร เช่น การเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงก็อาจเปลี่ยนคลื่น หรือปิดเครื่องรับวิทยุเลย

2.3 ทศนคติต่อผู้ส่งสาร (Attitude toward Source) ผู้ส่งสารนี้มีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้รับสาร หากมวลชนผู้รับสารมีความนิยมชมชอบ มีความประทับใจ มีความเชื่อถือเลื่อมใสในความรู้ ความสามารถ ความจริงใจของผู้ส่งสาร ผู้รับสารก็จะสนใจหรือติดตามการสื่อสารนั้น เช่น การติดตามชมละครโทรทัศน์ที่มีดาราที่ตนชื่นชอบแสดง ติดตามรายงานการจลาจลจากสถานีวิทยุสวพ.91 เพราะชื่นชอบน้ำเสียงและลีลาการสนทนาของผู้ดำเนินรายการ

3. ความรู้ (Knowledge) มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถของผู้รับสารว่ารับรู้สารได้ดีหรือไม่ และมีความเข้าใจในสารนั้น ๆ หรือไม่ ความรู้ของผู้รับสารแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

3.1 ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาของสาร (Knowledge of the content of the message) เนื้อหาของสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับความรู้ทางด้านวิชาการ บทความ สารคดี ความคิดเห็นหรือความบันเทิงที่อิงความรู้เชิงประวัติศาสตร์ กฎหมาย วัฒนธรรม การเมือง ฯลฯ เหล่านี้ต้องการความรู้พื้นฐานของผู้รับสารเพื่อที่จะทำให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหาของสารได้ ดังนั้นระดับความรู้มวลชนผู้รับสารที่แตกต่างกันจึงทำให้ความสามารถในการรับสารแตกต่างกัน ผู้ที่มีการศึกษาน้อยมักชอบอ่านข่าวสารประเภท อาชญากรรม บันเทิง กีฬา ในขณะที่ผู้ที่มีการศึกษาสูงจะติดตามข่าวสารประเภทการเมือง เศรษฐกิจ ต่างประเทศหรือบทความพิเศษ เป็นต้น

3.2 ความรู้เรื่องกระบวนการสื่อสาร (Knowledge of Communication Process) คือ หากมวลชนผู้รับสารไม่มีความรู้เรื่องกระบวนการสื่อสารมวลชน ผู้รับสารก็อาจจะไม่เข้าใจวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร ใช้สื่อในการรับสารหรืออาจตีความหมายของสารผิดได้

4. สถานภาพในสังคมและวัฒนธรรม (Position within a social-culture system) สมาชิกมวลชนของผู้รับสารล้วนเป็นสมาชิกในสังคมในลักษณะต่าง ๆ เช่น ครอบครัว เพื่อน โรงเรียน ที่ทำงาน สมาคม จังหวัด ประเทศ การเป็นสมาชิกในสังคมย่อมต้องมีบทบาทที่กำหนดทัศนคติและพฤติกรรมของแต่ละบุคคล นอกจากนี้แต่ละสังคมยังต้องมีบรรทัดฐาน (Norms) และวัฒนธรรม (Culture) ที่ควบคุมทัศนคติและพฤติกรรม ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นตัวกำหนดสถานภาพของคนและมีอิทธิพลต่อการคิดและการกระทำของคนในทุกระบบ รวมทั้งความคิดและพฤติกรรมการสื่อสารด้วย การรับสารนี้อาจเป็นไปได้โดยความตั้งใจของมวลชนผู้รับสารเองหรือเป็นไปได้โดยอัตโนมัติไม่ได้ตั้งใจ เพราะเนื่องมาจากอิทธิพลอันลึกซึ้งของสังคมและวัฒนธรรม

ลักษณะการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร

ด้วยคุณลักษณะและความหลากหลายในรูปแบบของสื่อ ผู้ส่งสารจึงมีโอกาสเลือกสื่อที่จะใช้ได้มาก แต่เป้าหมายของการเลือกนี้คือ เพื่อให้เข้าถึงผู้รับสาร ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเข้าใจการเปิดรับสื่อของผู้รับสารเป็นสำคัญ ซึ่ง พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2531, น. 292) ได้สรุปถึงการเปิดรับสื่อของผู้รับสารว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะดังต่อไปนี้

1. เลือกสื่อที่สามารถจัดหามาได้ (Availability) ธรรมชาติของมนุษย์นั้นจะใช้ความพยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่มายากมาก ๆ มักจะไม่ได้รับการเลือก แต่ถ้าสามารถได้มาไม่ยากมากมักจะเลือกสิ่งนั้น เช่นเดียวกับสื่อ ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก เช่น ในชนบทประชาชนส่วนใหญ่จะเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสำคัญ เพราะตนเองสามารถจัดหาวิทยุได้ง่ายกว่าสื่ออื่น เป็นต้น

2. เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistence) กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อและทัศนคติของตน เช่น นิสิตนักศึกษาและนักวิชาการมักนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มติชน หรือสยามรัฐมากกว่าหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น เพราะหนังสือพิมพ์ดังกล่าวให้ข่าวสารสาระ ความรู้ในแง่วิชาการที่สอดคล้องกับตน

3. เลือกสื่อที่สะดวกสบาย (Convenience) ปัจจุบันผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อได้ทั้งทางวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ นิตยสารและสื่อบุคคล ซึ่งแต่ละคนจะมีพฤติกรรมการรับสื่อที่แตกต่างกันตามที่สะดวกสบาย เช่น บางคนมักนิยมรับฟังข่าวสารทางวิทยุกระจายเสียงขณะขับรถ บางคนชอบนั่งหรือชมโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือในห้องสมุด เป็นต้น

4. เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness) ปกติจะมีบุคคลกลุ่มหนึ่งในทุกสังคมที่จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ ซึ่งมักจะพบในบุคคลที่มีอายุมาก เช่น เคยฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำมักจะไม่สนใจโทรทัศน์หรือสื่ออย่างอื่น เป็นต้น

5. ลักษณะเฉพาะของสื่อ จากที่กล่าวมาทั้งสี่ข้อนั้น เป็นความต้องการสื่อของผู้รับสารเป็นหลัก แต่ในข้อนี้จะเป็นคุณลักษณะเฉพาะของสื่อที่มีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร เช่น ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์คือ สามารถให้ข่าวสารในรายละเอียดดีกว่า ราคากุญและสามารถนำติดตัวไปได้ทุกหนแห่ง หรือโทรทัศน์ ทำให้เห็นภาพเป็นจริงได้ เร้าใจ มีความรู้สึกเหมือนอยู่ร่วมในเหตุการณ์ มีแสงสีดึงดูดใจ ในขณะที่วิทยุโทรทัศน์สามารถพักผ่อนเอนกายได้สบาย เป็นต้น จากนั้น พรทิพย์ วรกิจโกศาทร ได้กล่าวถึง ความสัมพันธ์ของผู้รับสารต่อข่าวสารว่ามีอยู่ 4 อย่าง คือ

- ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์ (Utilization) ผู้รับสารจะเปิดรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตนเองเป็นสำคัญ เช่น ฟังเพลงเพื่อความเพลิดเพลิน ฟังหรืออ่านข่าวกีฬาที่ตนเองเล่น หรืออ่านข่าวที่เป็นประโยชน์ในการประกอบอาชีพ เป็นต้น

- ความต้องการข่าวสารที่สอดคล้อง (Consistency) กับค่านิยม ความเชื่อและทัศนคติของผู้รับสาร ผู้รับสารมักจะเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ค่านิยม หรือทัศนคติของตน ข่าวสารใดที่ไม่สอดคล้องมักจะไม่ได้รับความสนใจ หรือได้รับการปฏิเสธจากผู้รับสาร

- ความต้องการข่าวสารที่สะดวกในการได้มา (Availability) ผู้รับสารนั้นจะมีข้อจำกัดในการเปิดรับข่าวสาร ถึงแม้ข่าวสารจะเป็นข่าวสารที่ให้ประโยชน์และสอดคล้องกับตัวเอง แต่ถ้าข่าวสารดังกล่าวได้มาด้วยความยากลำบากหรือไม่สะดวก ผู้รับสารก็ไม่อาจเปิดรับข่าวสารนั้นได้ ดังนั้นพฤติกรรมหนึ่งของผู้รับสาร คือ ความสะดวกในการได้รับข่าวสาร

- ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) เป็นความต้องการที่อยากมีประสบการณ์ใหม่ ซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์อย่างหนึ่ง และยิ่งอยู่ในสังคมปัจจุบันที่มีอะไร ๆ เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ มีประสบการณ์ใหม่ ๆ ตลอดเวลา เหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้มนุษย์เปิดรับข่าวสาร

จากแนวคิดและทฤษฎีเรื่องการเปิดรับข่าวสารจะเห็นได้ว่ามนุษย์จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกัน และจะเปิดรับสารก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นมีความต้องการข่าวสารที่ตรงกับความสนใจและเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเพื่อความบันเทิง ความรู้หรือ ความต้องการทันเหตุการณ์ ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ของบุคคลนั้นนั่นเอง

ดังนั้น ผู้ฟังรายการทางสถานีวิทยุชุมชนชมรมเครดิตยูเนียนภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี) ก็เป็นบุคคลที่มีความต้องการข่าวสารต่าง ๆ เพื่อใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันแตกต่างกันไป ผู้ฟังรายการเองจะต้องมีการเปิดรับสารจากทางรายการด้วยสาเหตุที่แตกต่างกันไปไม่ว่าจะเป็นเพื่อความบันเทิง ความรู้ หรือเพื่อติดตามความเคลื่อนไหวในแวดวงดนตรีเพื่อจะได้นำข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นไปใช้ประโยชน์และสร้างความพึงพอใจในชีวิตประจำวัน

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า แนวคิดและทฤษฎีเรื่องการเปิดรับข่าวสารนั้นมุ่งพิจารณาถึงผู้รับสารเป็นหลักว่ามีเหตุผลอย่างไรในการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งเหตุผลนั้นจะเป็นเหตุผลเฉพาะบุคคลซึ่งจะสามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการในการเลือกรับสาร

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการในการเลือกรับสาร

การเลือกรับสารเป็นสิทธิของผู้รับสารว่าจะเลือกสารใดบ้าง ซึ่งสิ่งที่ผู้รับสารเปิดรับนั้นจะต้องเป็นสิ่งที่ผู้รับสารพอใจ เพราะคนเรามีแนวโน้มที่จะชม หรือฟังสิ่งที่ตนพอใจมากกว่าสิ่งที่

แสดงความเป็นกลาง หรือไม่พอใจ สาเหตุที่ทำให้เกิดการโอนเอียง (Predisposition) นี้มาจาก ความแตกต่างทางด้านเพศ วัย สถานภาพทางการศึกษา ความสนใจ จรรยาบรรณ ทักษะคติที่ เกี่ยวกับการเมือง ดังนั้นขั้นตอนในการเปิดรับสารมีดังต่อไปนี้ (Alport G.W. and Postman L. อ้างถึงใน พิระ จิระโสภณ, 2537, น. 637-638)

- การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสาร จะเลือก สนใจ หรือเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจที่มีอยู่เดิม เพื่อจะนำมาใช้ แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน
- การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับข่าวสาร และเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิม ในขณะเดียวกันก็ พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดต่อทัศนคติหรือความเชื่อดั้งเดิมของตน
- การเลือกรับรู้ (Selective Perception) เมื่อเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง แล้ว ผู้รับสารจะเลือกที่จะรับรู้และตีความ (Interpretation) สารที่ได้รับตามประสบการณ์ของ ตนเองและความเข้าใจของตนเองหรือ ตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ และ แรงจูงใจของตนในขณะนั้น
- การเลือกจดจำ (Selective Retention) ผู้รับสารเลือกที่จะจดจำเนื้อหาสาระของ สารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของตนและในขณะเดียวกันก็มักจะลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับ ความสนใจของตน

นอกจากนี้ แมคคอมส์ และเบคเกอร์ (Maxwell E. McCombs and Lee B. Becker, 1979, pp. 47-49) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการอ่านหนังสือพิมพ์ การฟังรายการวิทยุกระจายเสียงและ การชมรายการวิทยุโทรทัศน์ของมนุษย์ได้ผลสรุปว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อเพื่อสนองความ ต้องการของตนในการอ่าน ฟัง และชมด้วยเหตุผลที่แตกต่างกันดังต่อไปนี้

1. เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์รอบตัว เพื่อที่จะได้รับรู้อะไรกำลังจะ เกิดขึ้น เพื่อให้ทันเหตุการณ์ ทันสมัยและเรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้
2. เพื่อใช้ข่าวสารที่ได้มานั้นเป็นเครื่องช่วยในการตัดสินใจในแต่ละวัน
3. เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ใช้ประโยชน์ในการถกเถียงปัญหาประจำวันกับบุคคลอื่น
4. เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมอยู่ร่วมอยู่ในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นด้วย
5. เพื่อใช้ข่าวสารที่ได้จากสื่อมวลชนช่วยเสริมความคิดเห็นที่มีอยู่เดิม
6. เพื่อพักผ่อนหย่อนใจและเพื่อความบันเทิง

นอกจากนี้การที่จะศึกษาผู้รับสารซึ่งมีความหลากหลายย่อมต้องคำนึงถึงความแตกต่าง ระหว่างบุคคลตามทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล ดังนี้

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล

เดอเฟลอร์ (DeFleur, 1970, pp. 119-122) เห็นว่าผู้รับสารจากสื่อมวลชนแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยา เช่น ทศนคติ ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้ความสนใจในการเปิดรับสารหรือตีความหมายข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกันจึงได้เสนอหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (The Individual Difference Theory) ดังนี้

1. มนุษย์เรามีความแตกต่างอย่างมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล
2. ความแตกต่างนี้ บางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาพหรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างที่เกิดจากการเรียนรู้
3. มนุษย์ซึ่งถูกเลี้ยงดูภายใต้สภาพแวดล้อมต่าง ๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไปอย่างกว้างขวาง
4. จากการเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทศนคติ ค่านิยม และความเชื่อที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไปด้วย ความแตกต่างนี้ได้กลายเป็นสภาวะเงื่อนไข (Condition) ที่กำหนดการเปิดรับสารจากสื่อมวลชน

สรุปผู้รับสารที่มีความแตกต่างกันทางด้านจิตวิทยา ลักษณะทางชีวภาพและสภาพแวดล้อมจะมีผลต่อความสนใจในการเปิดรับสาร หรือตีความหมายของข่าวสารแตกต่างกันออกไป

ทฤษฎีกลุ่มสังคม

เดอเฟลอร์ (DeFleur, 1970, pp. 122-124) ได้เสนอทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ซึ่งกล่าวว่า ประชาชนมีลักษณะทางสังคมคล้ายกันจะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารมวลชนที่คล้ายคลึงกันพฤติกรรมการสื่อสารมวลชน ได้แก่ การเปิดรับสื่อมวลชน ความชอบต่อสื่อประเภทต่าง ๆ และผลของการสื่อสาร เป็นต้น

สำหรับลักษณะทางสังคมที่สำคัญได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา อายุ เพศ และภูมิภคเป็นต้น ซึ่งตามสมมุติฐาน ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมอยู่ในกลุ่มเดียวกันมักจะมีคามสนใจ หรือมีพฤติกรรมในทางเดียวกัน

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกันจะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารมวลชนที่คล้ายคลึงกัน และประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ก็มักจะมีคามสนใจ หรือมีพฤติกรรมในทางเดียวกัน

แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสาร

แนวคิดดังกล่าวนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสารในแง่มุมต่าง ๆ อาทิ ลักษณะการแบ่งกลุ่มผู้รับสาร ความแตกต่างของผู้รับสาร การเลือกสรรข่าวสารของผู้รับสาร เนื่องจากในกระบวนการสื่อสารของมนุษย์นั้น มีองค์ประกอบที่มนุษย์เกี่ยวข้องอยู่ 2 ฝ่าย นั่นคือ ฝ่ายผู้ส่งสาร และฝ่ายผู้รับสาร ซึ่งทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดการสื่อสารขึ้นมา และการสื่อสารจะมีประสิทธิผลและบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่นั้น ผู้ส่งสารก็ต้องสามารถวิเคราะห์ ผู้รับสารของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการวิเคราะห์ผู้รับสารก็เพื่อประโยชน์ที่จะได้ให้เราทราบได้ว่าใครเป็นผู้รับสารเป้าหมาย มีลักษณะ มีความต้องการ มีความสนใจ มีความรู้ มีทัศนคติและค่านิยม รวมทั้งมีการตีความหมายสาร และมีพฤติกรรมตอบสนองต่อสารเป็นอย่างไร นอกจากนี้ยังทำให้สามารถวางแผนล่วงหน้าเพื่อเตรียมรับมือกับการสื่อสารให้มีความเหมาะสมก่อนที่จะลงมือทำการสื่อสารอีกด้วย (ปรเม ๙๙๖๓, ๒๕๓๓, น. ๑๐๖)

ผู้รับสารแต่ละคนมีคุณลักษณะเฉพาะตัวของตน เช่น อายุ เพศ บุคลิกภาพ สติปัญญา ทักษะและประสบการณ์ เป็นต้น คุณสมบัติเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการสื่อสาร ซึ่งการสื่อสารมักประสบปัญหาในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนมากมาย เพราะเราไม่สามารถวิเคราะห์ผู้รับสารเป็นคน ๆ ไปได้ เพราะผู้รับสารประกอบไปด้วยคนจำนวนมาก นอกจากนั้นผู้ส่งสารยังไม่รู้จักผู้รับสารแต่ละคนด้วย ดังนั้นวิธีการที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่ประกอบไปด้วยคนจำนวนมากก็คือ การจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristic) อาทิ เพศ อายุ การศึกษา สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม หรือแม้แต่มูลค่าของรายได้ของผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มประชากรเดียวกันจะมีพฤติกรรมการสื่อสารเช่นเดียวกันหรือไม่ มีการเปิดรับสื่อเหมือนกัน หรือแตกต่างกัน หรือผลกระทบของการสื่อสารที่มีต่อผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่เหมือนกันจะเป็นเช่นเดียวกันหรือไม่ โดยวิเคราะห์จากปัจจัยดังนี้ (ยุบล เบญจรงค์กิจ, ๒๕๓๔, น. ๔๙)

1. อายุ นับเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญค่อนข้างมาก เพราะอายุเป็นสิ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันทั้งในด้านความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปคนวัยเด็กหรือวัยรุ่นหนุ่มสาวมักจะมีความคิดเสรีนิยม และมองโลกในแง่ดีกว่าและพร้อมในการเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ ได้ง่ายกว่าคนสูงอายุที่มักยึดถือการปฏิบัติ และมองโลกในแง่ร้ายมากกว่าคนในวัยเด็กหรือวัยรุ่นหนุ่มสาว เนื่องจากเป็นผู้มีประสบการณ์ชีวิตเคยผ่านปัญหาต่าง ๆ ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนานและมีผลประโยชน์

ในสังคมมากกว่าคนในวัยเด็กหรือวัยหนุ่มสาว ส่วนในด้านความแตกต่างของความยากง่ายในการชักจูงใจพบว่า เมื่อมีอายุมากขึ้นโอกาสที่จะถูกเปลี่ยนใจหรือโน้มน้าวให้เปลี่ยนใจก็จะน้อยลง

2. เพศ จากการวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องแสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงและผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมได้กำหนดบทบาท และกิจกรรมของผู้ชายไว้แตกต่างกัน ผู้หญิงมักมีความอ่อนไหวและถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย ผู้ชายมักใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิง ส่วนในด้านกิจกรรมที่กระทำนั้น ผู้หญิงจะมีเวลาอยู่บ้านมากกว่าผู้ชายที่มักจะใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการทำงาน ทำให้ผู้หญิงมีเวลาในการเปิดรับสื่อมากกว่า สามารถที่จะรับฟังรายการวิทยุได้มากกว่า แต่มักจะใช้เพื่อความผ่อนคลายหรือเพื่อฟังสาระความรู้ต่าง ๆ ที่สอดแทรกในรายการ แต่ผู้ชายเนื่องจากมีเวลาในการรับฟังน้อยกว่า ก็มักจะเลือกฟังรายการที่มีเนื้อข่าวสารที่หนัก ๆ เช่น ข่าวสารด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ หรือด้านกีฬา เป็นต้น นอกจากนี้ความแตกต่างด้านเพศ ยังทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการสื่อสารที่แตกต่างกันไปด้วย ผู้หญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่า ในขณะที่ผู้ชายต้องการที่จะส่งและรับสารและสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นไปพร้อม ๆ กับการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย

3. การศึกษา มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับ ยุคสมัย ระบบการศึกษาและสาขาวิชาที่ต่างกัน ย่อมจะมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่ต่างกันไป นอกจากนี้ยังพบว่าระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อและระดับความรู้ด้านข้อมูลข่าวสารของบุคคล คนที่มีการศึกษาสูง ความรู้ดีจะเป็นคนที่มีความรู้กว้างขวางในหลาย ๆ เรื่อง และมักจะใช้สื่อในการเพิ่มพูนความรู้ให้กับตนเอง เช่น เปิดรับฟังรายการวิทยุเพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่ดีมีประโยชน์ให้กับตนเอง ไม่ว่าจะเป็นสาระความรู้เกี่ยวกับสถานการณ์บ้านเมือง เกี่ยวกับการประกอบอาชีพ หรือการนำเอาสารความรู้เหล่านั้นไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันของตน

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ จากการศึกษาวิจัยพบว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจซึ่งประกอบด้วย อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และภูมิหลังทางครอบครัว มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร เพราะคนที่มีสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจที่ต่างกันจะมีวัฒนธรรม ประสพการณ์ ทัศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน คนที่มีพื้นฐานทางครอบครัวแตกต่างกันย่อมมีค่านิยม ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ส่วนในเรื่องของอาชีพนั้น คนที่มีอาชีพต่างกันก็ย่อมมองโลก มีแนวความคิด อุดมการณ์ มีค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ รวมทั้งมีความต้องการในข่าวสารข้อมูลที่แตกต่างไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาชีพของแต่ละบุคคลก็ยังสามารถที่จะเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะทางจิตวิทยาของผู้ประกอบอาชีพนั้น ๆ ได้ ในเรื่องของรายได้นั้น

พบว่าเป็นเครื่องกำหนดความต้องการ ความคิดของคนเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ รายได้ที่แตกต่างกันทำให้คนมีวิถีชีวิตหรือแนวทางการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน

นอกจากการศึกษาถึงความเหมือน หรือความใกล้เคียงกันในเรื่องของคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการสื่อสาร หรืออิทธิพลของสื่อต่อกลุ่มผู้รับสารที่มีคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ที่เหมือนกันแล้ว ยังมีประเด็นที่เกี่ยวข้องความแตกต่างทางสังคม (Social Differentiation) ของผู้รับสารในกลุ่มประชากรเดียวกันด้วย ถึงแม้คุณสมบัติที่มองเห็นจากภายนอกของกลุ่มผู้รับสารจะใกล้เคียงกัน แต่โครงสร้างภายใน (Internal Structure) อาทิ ทักษะ ความเชื่อ ประสบการณ์ สภาวะทางอารมณ์และจิตใจอาจจะแตกต่างกัน ซึ่งอาจจะเป็นผลโดยตรงมาจาก

อิทธิพลของสื่อมวลชน หรืออิทธิพลโดยอ้อมของสื่อมวลชนได้ ดังนั้นการเลือกใช้สื่อที่ต่างกันของผู้รับสารอาจเป็นผลมาจากสาเหตุของความแตกต่างกันของโครงสร้างภายในของผู้รับสารก็ได้

แนวความคิดเกี่ยวกับการวัดพฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อมวลชน

แม็คเล้าท์ และคณะ (McLeod, Jack and Garret J. O'Keefe, 1972, p. 123) กล่าวว่า ตัวชี้ (Index) ที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่างคือ

1. วัดจากเวลาที่ใช้กับสื่อ (Time spent with the media)
2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อ แยกตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่างกัน

แม็คเล้าท์ กล่าวว่า การวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อมีข้อเสียตรงที่ว่าคำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างที่คนมีอยู่ และการมีสื่อใกล้ตัว (Availability of the Medium)

ด้วยเหตุนี้คำตอบที่เกี่ยวกับเวลาที่ใช้กับสื่อจึงมักไม่สามารถแปลความหมายได้ทางจิตวิทยา และมักไม่ให้ผลที่ชัดเจนเมื่อนำไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น และเพื่อแก้ปัญหาความไม่ชัดเจนในเรื่องนี้ จึงได้มีการวัดตัวแปรการเปิดรับสื่อมวลชนโดยใช้ความถี่ของการใช้สื่ออย่างเฉพาะเจาะจงในเนื้อหา เช่น วัดความถี่ของการรับฟังรายการเพลงทางวิทยุ เป็นต้น

โดยสรุปจากลักษณะของมวลชนผู้รับสารเหล่านี้ มีผลทำให้บุคคลแต่ละคนมีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง ดังนั้นผู้ส่งสารจะต้องรู้จักและเข้าใจมวลชนผู้รับสารที่เป็นเป้าหมายของตน โดยผู้ส่งสารจะต้องพิจารณาถึงลักษณะทางด้านจิตวิทยา ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ลักษณะบุคลิกนิสัย และประเภทของมวลชนผู้รับสารประกอบกัน แต่โดยส่วนใหญ่แล้วลักษณะ

สำคัญของผู้รับสารที่ต้องนำมาใช้ในการวิเคราะห์คือ ลักษณะทางจิตวิทยาและลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร โดยอาจใช้สมมติฐานว่า มวลชนผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มประชากรเดียวกัน มีลักษณะทางจิตวิทยาที่คล้ายคลึงกัน และผู้ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาที่แตกต่างกันด้วย

จากแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวจะเห็นได้ว่า พฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการทางสถานีวิทยุชุมชนชมรมเครดิตยูเนียนภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี) ของกลุ่มผู้ฟังเพื่อนำมาซึ่งการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการนั้น ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร การเลือกข่าวสารที่จะรับรู้ ซึ่งการรับรู้ของกลุ่มผู้ฟังที่มีต่อรายการจะเป็นอย่างไร ขึ้นอยู่กับความสนใจ การเลือกรับรู้ และจดจำในเนื้อหาที่สอดคล้องกับความสนใจ ความต้องการ และทัศนคติของตนเป็นสำคัญ

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้ทฤษฎีและแนวคิดเรื่องการเปิดรับข่าวสารมาเป็นพื้นฐานในการศึกษาว่า ผู้ฟังทางสถานีวิทยุชุมชนชมรมเครดิตยูเนียนภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี) ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับและเลือกรับสารจากรายการเพื่อนำไปใช้ประโยชน์และสร้างความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไร

ทฤษฎีและแนวคิดเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ

การศึกษาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อได้รับการพัฒนาขึ้นเป็นอีกแนวทางหนึ่งของการวิจัยสื่อสารมวลชน ซึ่งแต่เดิมการวิจัยสื่อสารมวลชนนิยมศึกษาเกี่ยวกับผล (effects) ของสื่อที่มีต่อบุคคล การศึกษาในแนวนี้เป็นแนวตรงกันข้ามกับแนวคิดเดิม กล่าวคือ ไม่ได้ศึกษาว่าบุคคลเป็นผู้ถูกกระทำ (passive person) ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือทัศนคติไปตามผลที่ได้รับจากสื่อ แต่พิจารณาในทางตรงกันข้ามว่าบุคคลเป็นผู้กระทำ (active person) ที่มีความปรารถนาจะเลือกใช้สื่อเพื่อสนองความพอใจส่วนตัว (เมตตา กฤตวิทย์, พัทธนี เสงี่ยมรยา และ ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, 2539, น. 114)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสื่อสารซึ่งเน้นผู้รับสารเป็นจุดเริ่มต้นในการศึกษา โดยศึกษาผู้รับสารว่ามีกระบวนการอย่างไรในการเลือกรับสื่อหนึ่ง ๆ กระบวนการดังกล่าวหมายถึง พฤติกรรมการสื่อสารที่ครอบคลุมถึงภูมิหลังของผู้รับสารโดยเฉพาะประสบการณ์โดยตรงของผู้รับสารที่มีต่อสื่อ ด้วยเหตุนี้จึงพบว่าการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสื่อในการสื่อสารประกอบด้วย 3 ขั้นตอนคือ (สุรพงษ์ โสภนะเสถียร, 2539, น. 114)

1. ผู้รับสาร ในฐานะเป็นผู้ที่มีบทบาทรุกและมีวัตถุประสงค์เสมอในการสื่อสาร

2. การใช้หรือการเปิดรับสื่อหนึ่ง ๆ ที่ได้เลือกสรรแล้วเพื่อสนองความต้องการของตน ไม่ใช่เป็นการเปิดรับที่เลื่อนลอยหรือเป็นผลจากการชักจูงจากผู้ส่งสารแต่เพียงอย่างเดียว

3. ความพึงพอใจในสื่อเกิดขึ้นเพื่อการเปิดรับสื่อ หรือการใช้สื่อที่เลือกแล้วเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ในทางตรงข้ามต่างหากที่จำเป็นต้องแข่งขันกันเพื่อการบริการให้ประชาชนผู้รับสาร พึงพอใจ มิใช่เกิดจากผู้ส่งสารพอใจ ส่วน แคทซ์ และคณะ (Katz E. and Others, 1974, pp. 21-22) ได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสื่อสารของผู้รับสาร ไว้ดังนี้

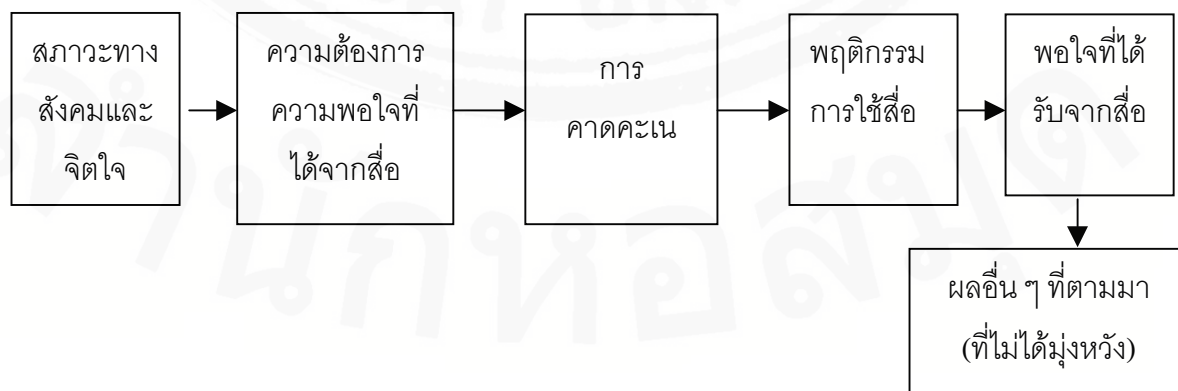
แนวทางการศึกษาการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ คือ การศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับ

- (1) สภาวะทางสังคมและจิตใจซึ่งก่อให้เกิด
- (2) ความต้องการของบุคคลและเกิดมี
- (3) ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่
- (4) การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กัน อันก่อให้เกิดผลคือ
- (5) การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการและ
- (6) ผลอื่น ๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้

องค์ประกอบต่าง ๆ เกี่ยวกับแนวคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ จากสื่อมวลชนตามที่กล่าวมา ซึ่งแสดงให้เห็นในภาพที่ 2.1 ได้ดังนี้

ภาพที่ 2.1

แสดงภาพแบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ
จากสื่อมวลชน Katz และคณะ



จากแบบจำลองข้างต้นนี้อธิบายว่า สภาวะทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกันทำให้มนุษย์มีความต้องการแตกต่างกันไป ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพอใจได้แตกต่างกันออกไปด้วย ดังนั้นลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกัน จะแตกต่างกันไป ขั้นสุดท้ายคือ ความพอใจที่ได้รับจากสื่อก็จะแตกต่างกันไปด้วย

ทฤษฎีนี้ได้กำหนดขึ้นเพื่ออธิบายกระบวนการรับสารในกระบวนการสื่อสารมวลชน และอธิบายถึงการใช้สื่อมวลชนของปัจเจกบุคคล หรือกลุ่มบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเองบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจ มีความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่าง ๆ กัน

การศึกษาตามแนวคิดนี้ได้แบ่งถึงว่าสื่อมวลชนคือตัวการที่มีผลหรือมีอิทธิพลต่อผู้รับสารโดยตรง แต่กลับมองว่าผู้รับสารเป็นผู้ที่ใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจของตนเอง การศึกษาในลักษณะนี้จึงตรงกับวิธีการศึกษาเชิงหน้าที่ของสื่อมวลชน (Functional Approach) ที่จะมุ่งพิจารณาว่าสื่อมวลชนมีหน้าที่ต่าง ๆ กัน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับสาร เช่น หน้าที่ในการเสนอข่าว หน้าที่ในการให้ความบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจ หน้าที่ในการสื่อสารหรือติดต่อกับสังคมและหน้าที่ในการเสริมสร้างลักษณะส่วนบุคคลให้แก่ผู้รับสาร เป็นต้น (Yubol Benjarongkit, 1985, pp. 53-60)

นอกจากนี้ เวนเนอร์ (Lawrence A. Wenner, 1985, pp. 171-193) ยังได้รวบรวมผลงานวิจัยที่มีผู้ศึกษาไว้มากมายแล้วสร้างเป็นแผนที่แสดงความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (Media News Gratifications Map) ซึ่งได้แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. Orientation Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล เพื่ออ้างอิงและเพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมาได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) การได้มาซึ่งข่าวสาร ข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decision Utility) หรือ เพื่อช่วยในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง (Vote Guidance)

2. Social Gratifications เป็นการใช้ ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ซึ่งรับรู้จากข่าวสารกับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือ เพื่อการจูงใจ เป็นต้น

3. Para-social Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อหรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การชื่นชอบผู้อ่านข่าวและยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติ เป็นต้น

4. Para-orientation Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือคลายความเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อป้องกันตัวเอง เช่น เป็นการใช้เวลาว่างให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน หรือเพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงปรารถนาอย่างอื่น

แคทซ์ และ เวนเนอร์ ได้สรุปการวัดตัวแปรการคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อ ไว้ดังนี้

1. ต้องการหรือความคาดหวังที่จะติดตามข่าวสาร
2. ความต้องการหรือความคาดหวังในเรื่องความเพลิดเพลิน ในแง่ของการลดความตึงเครียด หรือการผ่อนคลายทางอารมณ์
3. ความต้องการหรือความคาดหวังที่จะได้รับการสนับสนุนทางความคิด หรือเสริมย้ำความเชื่อ
4. ความต้องการหรือความคาดหวังที่จะได้ข้อมูล เพื่อประโยชน์ในการแนะนำพฤติกรรม และเพื่อช่วยการตัดสินใจ

จากแนวคิดของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Approach) ทำให้ทราบว่าบุคคลแต่ละคนมิใช่เป็นเพียงผู้รับสาร (Passive) ต่าง ๆ จากสื่อมวลชนเพียงฝ่ายเดียวเท่านั้น แต่บุคคลยังมีบทบาทเป็นฝ่ายกระทำการ (Active) ในการใช้สื่อมวลชนโดยสามารถเลือกสื่อมวลชนตามความต้องการ โดยผู้รับสารเองย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจและความต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน เพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยจุดมุ่งหมายต่าง ๆ

สำหรับการศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุชุมชนชมรมเครดิตยูเนียนภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี) ได้นำหลักการจากทฤษฎีนี้มาเป็นการรอบเพื่อศึกษาว่ากลุ่มผู้ฟัง ซึ่งถือว่าเป็นผู้รับสารที่มีลักษณะทางสังคมและลักษณะความต้องการเฉพาะบุคคลที่แตกต่างกันนั้น มีการใช้ประโยชน์จากการรับฟังรายการ และมีความพึงพอใจต่อรายการมากน้อยเพียงใด

แนวคิดการสื่อสารชุมชน (Community Communication)

การสื่อสารชุมชน (Community Communication) เป็นส่วนหนึ่งของการนำมาศึกษาเพื่อให้ทราบคุณลักษณะที่สำคัญของสื่อ เพื่อการสื่อสารในระดับชุมชนซึ่ง กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2543, น. 48-58) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของการสื่อสารชุมชนว่ามีดังต่อไปนี้

1. เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ผู้ส่งสาร (Sender) และผู้รับสาร (Receiver) มีปฏิริยาโต้ตอบกัน (Interactivity) อยู่ตลอดเวลา ทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ทำให้ผู้ส่งและผู้รับมีสถานะไม่ตายตัว แต่จะผลัดเปลี่ยนบทบาทกันตลอดเวลา

2. ทิศทางการไหลของข่าวสาร (Information Flows) มาจากทุกทิศทาง ทั้งจากบนลงล่าง (Top-Down Process) จากล่างขึ้นบน (Bottom-Up Approach) และแบบแนวนอน (Horizontal Line) หรืออาจจะมองนอกเหนือจากมิติเรื่องทิศทาง มามองเกณฑ์เรื่องขอบเขตภายในชุมชน คือ การไหลของข่าวสารจากสื่อภายนอกเข้าสู่ชุมชน การใช้สื่อเพื่อส่งสารเรื่องราวของชุมชนออกไปยังบุคคลภายนอก และการใช้การสื่อสารเพื่อกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารภายในชุมชน เพื่อช่วยยกระดับความตระหนักเกี่ยวกับความต้องการ และการแสดงออกซึ่งความเป็นตัวของตัวเองของชุมชน

3. เป้าหมายของการสื่อสารชุมชน เป็นเป้าหมายที่สอดคล้องกับทิศทางการไหลของข่าวสาร เพื่อเป็นช่องทางในการแสดงออกซึ่งตัวตนของชุมชน (Community Self-Expression) ซึ่งรวมความตั้งแต่การแสดงออกซึ่งสิทธิ ศักดิ์ศรี ภูมิปัญญาของชุมชน นอกจากนี้ยังเป็นเวทีในการพัฒนาศักยภาพในทางความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลในชุมชนอย่างเต็มที่

4. เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน (Need-oriented) เป็นหลัก

5. หน้าที่ของการสื่อสารเพื่อชุมชน ประกอบด้วย

5.1 หน้าที่ในการแสดงออก (Expressive Function) คือ ทั้งบุคคลและกลุ่มสามารถแสดงออกได้ เพื่อให้เกิดเอกลักษณ์เฉพาะชุมชน

5.2 หน้าที่ทางสังคม (Social Function) คือการเข้าไปมีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้สึกเป็นชุมชนเดียวกัน

5.3 หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร (Information Function) อันเป็นหน้าที่พื้นฐานของการสื่อสาร

5.4 หน้าที่ในการควบคุมการปฏิบัติการ (Control Activation Function) เพื่อนำไปสู่การปรับปรุง หรือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน

นอกจากนี้ เบอริแกน (Berrigan F.J. อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2543, น. 51) สนับสนุนคุณลักษณะของสื่อเพื่อชุมชนเพิ่มเติมดังนี้

1. สื่อชุมชนเน้นการปรับปรุงสื่อให้เหมาะสมสำหรับประโยชน์การใช้งานของชุมชน
2. สื่อชุมชนต้องเป็นสื่อที่คนในชุมชนสามารถเข้าถึง (Access) ได้ตลอดเวลา เพื่อนำไปใช้หาข่าวสาร ความรู้ หรือเพื่อความบันเทิง
3. สื่อชุมชนต้องเป็นสื่อที่ชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วม (Participates) ในหลาย ๆ บทบาท ไม่ว่าจะเป็นผู้วางแผน ผู้ผลิต ฯลฯ

4. สื่อชุมชนต้องเป็นสื่อที่แสดงออกของชุมชน ตัวตนที่แสดงออกไปนั้นต้องมาจากการกำหนดของชุมชนเอง มิใช่ผู้อื่นมากำหนด

5. สื่อชุมชนต้องเป็นเวทีแลกเปลี่ยนข่าวสารและทัศนะของทุกคน

จากแนวคิดเรื่องการสื่อสารชุมชน ผู้วิจัยจะยึดเป็นกรอบในการอธิบายถึงคุณลักษณะของวิทยุชุมชนชมรมเครดิตยูเนียนภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี) ในเรื่องของการเป็นสื่อชุมชนว่ามีการสร้างทิศทางการสื่อสารอย่างไร มีเป้าหมายในการสื่อสารอย่างไร และได้ทำหน้าที่ที่สำคัญของวิทยุชุมชนในฐานะเป็นสื่อชุมชน รวมทั้งมีคุณลักษณะเฉพาะของการสื่อสารชุมชนอย่างไร

แนวคิดในการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงเพื่อการพัฒนาประเทศ

การพัฒนาสำหรับประเทศไทยได้เริ่มต้นอย่างมีแบบแผน โดยการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมขึ้นมา ซึ่งในยุคแรกจะมุ่งเน้นการขยายตัวทางเศรษฐกิจเพราะเชื่อว่าเมื่อระบบเศรษฐกิจขยายตัว ย่อมนำผลประโยชน์แก่ทุกคนในประเทศ จากนั้นเป้าหมายในการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปตามความเหมาะสมของสถานการณ์ แนวโน้มของการพัฒนาเริ่มให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างชัดเจนในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525-2529) และมีความต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน โดยให้ประชาชนยึดหลักพึ่งพาตนเองและมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดี และเกิดความก้าวหน้าในสังคม ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทุกมิติอย่างเป็นองค์รวมที่มีคนเป็นศูนย์กลาง โดยมุ่งสู่การพัฒนาอย่างมีคุณภาพ ควบคู่ไปกับการสร้างความเป็นธรรมในสังคม สามารถก้าวตามโลกได้อย่างรู้เท่าทันและอำนวยความสะดวกต่อคนส่วนใหญ่ของประเทศ

ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับปัจจุบันที่มุ่งเน้นการพัฒนาคนในทุก ๆ ด้าน การที่จะสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึงในพื้นที่ต่าง ๆ สื่อมวลชนจะมีบทบาทอย่างมากเพื่อการพัฒนาประเทศ วิทยุกระจายเสียงนับเป็นสื่อสำคัญอย่างหนึ่งที่เข้าถึงประชาชนได้ทุกระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิทยุชุมชนอย่างแท้จริง ซึ่งมีบทบาทช่วยในการพัฒนาประเทศได้เป็นอย่างดี จุมพล รอดคำดี (2532, น. 25) ได้กล่าวถึงสื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาไว้ว่า การสื่อสารมวลชนเพื่อการพัฒนาประเทศ ควรจะมีการวางแผนการใช้ที่ชัดเจนทั้งระยะสั้น และระยะยาว การพัฒนาเฉพาะพื้นที่จำเป็นต้องมีแผนการใช้สื่อมวลชนในลักษณะ “สื่อมวลชนสำหรับชุมชน” (Community Mass Media) โดยอาศัยความร่วมมือของคนในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องมากกว่าอาศัยคนที่มาจากส่วนกลางหรือมาจากพื้นที่อื่น

เสถียร เทยประทับ (2538, น. 281-282) ได้กล่าวถึงหลักการสื่อสารเพื่อการพัฒนาไว้ว่า การสื่อสารที่เป็นเครื่องมือสำหรับการพัฒนาอย่างแท้จริง ควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. ต้องให้ประชาชนเข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการสื่อสาร ประชาชนต้องเข้ามาเกี่ยวข้องทั้งในฐานะผู้รับสารและมีส่วนร่วมในการวางแผนและผลิตเนื้อหาของสื่อ การสื่อสารเพื่อการพัฒนาควรมีลักษณะที่ผู้รับสารสามารถควบคุมกระบวนการสื่อสารได้น้อยกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน จะเห็นชัดเจนว่าในขณะนี้การเผยแพร่ข่าวสารเพื่อการพัฒนาให้แก่ประชาชนในชนบทไม่ว่าโดยสื่อมวลชนใด ๆ ผู้ทำหน้าที่ส่งสารคือ ผู้กำหนดกิจกรรมการสื่อสารว่าจะเกิดขึ้นที่ไหน อย่างไร เมื่อไร และด้วยความถี่เท่าใด

นอกจากนั้นผู้รับสารมีโอกาสน้อยมากที่จะได้รับสารซ้ำในจุดที่สนใจ หรือมีความสลับซับซ้อน สื่อสิ่งพิมพ์ซึ่งผู้รับสารอ่านซ้ำได้นั้น มักไม่เหมาะสมกับชาวชนบทที่มีระดับการอ่านออกเขียนได้ต่ำ เพราะฉะนั้นจึงจำเป็นต้องเน้นเทคโนโลยีหรือเทคนิคที่ผู้รับสารสามารถเข้าใจสารตามความต้องการและตามความสะดวกของตน ถ้าประชาชนสามารถเข้าใจสาร สามารถเลือกเวลา สถานที่และความถี่ที่จะรับสารแล้ว ก็เชื่อว่าการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจะมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ต้องเป็นการผลิตในท้องถิ่น ปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่จะทำให้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาประสบความสำเร็จ คือ เนื้อหาของสื่อมวลชนควรได้รับการจัดทำขึ้นในท้องถิ่น เนื้อหาที่ผลิตในท้องถิ่นจะเป็นสิ่งที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด เพราะเกี่ยวข้องโดยตรงและเข้ากับสภาพของผู้รับสาร

การผลิตสื่อ ต้องเริ่มจากสภาพความเป็นจริงที่มีอยู่ และต้องมีลักษณะสอดคล้องกับสิ่งที่ชุมชนมี เช่น ด้านการผลิตสื่อ ควรใช้วัสดุจากท้องถิ่น เทคโนโลยีจากท้องถิ่น เพื่อตลาดท้องถิ่น ลักษณะที่สอดคล้องกับความเป็นจริงและความต้องการของชุมชน จะเป็นเหมือนวัคซีนป้องกันปัญหาการพึ่งพา และการครอบงำจากภายนอก ทำให้สื่อในแต่ละชุมชนมีลักษณะเป็นตัวของตัวเอง ไม่ล้มตัวเองไม่ล้มชุมชน สำหรับในแง่นี้ บางทีการใช้สื่อมวลชนสมัยนี้อาจจะต้องย้อนรอยเดิมกลับไปหารูปแบบและวิถีทางของการสื่อสารที่เคยมีอยู่ในชุมชน

นอกจากนี้การกระทำดังกล่าวยังสะท้อนให้เห็นถึงการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารของประชาชนในท้องถิ่น เพราะฉะนั้นเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในการจัดทำและเผยแพร่ข่าวสารเพื่อการพัฒนาควรมีความเชื่อมั่นในความสามารถของประชาชนในท้องถิ่นจะเข้ามามีส่วนร่วมอย่างจริงจังในกระบวนการสื่อสารมากกว่าที่จะเป็นเพียงผู้รับสารที่เฉื่อยชา

3. ต้องสนับสนุนบทบาทของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมหรือนักพัฒนา สิ่งสำคัญประการหนึ่ง ที่ควรเน้นคือการสนับสนุนบทบาทของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมในท้องถิ่น เจ้าหน้าที่เหล่านี้มีความสำคัญ

อย่างยิ่งในกระบวนการพัฒนา แต่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมมีข้อจำกัดหลายประการที่ไม่สามารถใช้ทรัพยากรที่มีคุณค่านี้ได้อย่างเต็มที่

ปัจจุบันไทยมีเจ้าหน้าที่ส่งเสริมในชนบทน้อยมาก และคงไม่สามารถเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่เหล่านี้ได้มากนัก เพราะข้อจำกัดด้านงบประมาณ วิธีเดียวที่จะแก้ปัญหานี้ได้คือ ให้เจ้าหน้าที่เหล่านี้ทำงานให้มากขึ้น สิ่งจำเป็นที่ต้องทำเพื่อให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมทำงานให้ได้มากขึ้น และมีประสิทธิภาพมากขึ้นคือ การนำเทคโนโลยีด้านการสื่อสารมวลชนมาใช้สนับสนุนเจ้าหน้าที่

4. ด้านมนุษยธรรม การสื่อสารต้องมีมนุษยธรรม หมายความว่า การสื่อสาร และการใช้สื่อ ต้องถือเอา “คน” เป็นเป้าหมาย มิใช่เอาเทคโนโลยีหรือผลกำไรเป็นเป้าหมาย

5. ด้านคุณค่าการสื่อสารและการใช้สื่อ คุณค่าการสื่อสารและการใช้สื่อ ต้องช่วยให้ประชาชนเชื่อมั่นในระบบคุณค่าดั้งเดิมอันดีงามที่ตนมีอยู่ หากมีการเปลี่ยนแปลงอันใด การเปลี่ยนแปลงนั้นต้องสอดคล้องกับคุณค่าเดิม

6. ด้านการสร้างความรู้ความเข้าใจ การใช้สื่อต้องช่วยให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจปัญหาและสภาพแวดล้อมของตนเอง การรู้จักสถานการณ์ของผู้อื่นนั้น ไม่เป็นการเพียงพอจนกว่าเราจะรู้จักสถานการณ์ของเราอย่างแจ่มแจ้ง ทะลุปรุโปร่งเสียก่อน ชาวบ้านจำเป็นต้องรู้ว่าเหตุใดในหมู่บ้านของตนจึงแห้งแล้ง ทั้ง ๆ ที่ในอดีตเคยอุดมสมบูรณ์ การรู้สาเหตุที่แท้จริงนั้นเป็นก้าวสั้น ๆ ก้าวหนึ่ง แต่เป็นก้าวที่สำคัญที่จะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง

7. ด้านความเป็นชุมชน การใช้สื่อจะต้องเป็นหนทางให้ประชาชนเข้าใจความหมายของ “ความเป็นชุมชน” อย่างแท้จริง และในขอบเขตที่กว้างขวางขึ้น แต่ก่อนนั้นเราจะเห็นว่ามีธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ ที่มุ่งส่งเสริมบำรุงให้สมานฉันท์ทั้งภายในชุมชนเอง และระหว่างชุมชน มีความมั่นคงเป็นปึกแผ่น เช่น งานบุญพระเวส งานเลี้ยงกลอง งานแข่งเรือ ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อการเอื้อเพื่อเกื้อกูลกัน ในยามที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งประสบความทุกข์ยาก ในปัจจุบันนี้เมื่อเรามีการสื่อสารมวลชนที่ทันสมัยแล้ว การสื่อสารนั้น ก็ควรจะถูกนำมาใช้ เพื่อเสริมสร้างสมานฉันท์ในหมู่ประชาชนให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น

การพัฒนาท้องถิ่นเพื่อให้ชาวบ้านหรือประชาชนเกิดกระบวนการเรียนรู้อันนำไปสู่การพึ่งตนเองและการพัฒนาที่ยั่งยืนนั้น เราจำเป็นต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับชุมชนในหลายแง่มุมอย่างลึกซึ้ง ทั้งต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ อันได้แก่ ระบบวัฒนธรรม ทรัพยากรบุคคล ทรัพยากรธรรมชาติ และเครือข่ายสื่อสารภายในชุมชน แนวคิดที่สำคัญซึ่งถือได้ว่าเป็นแนวคิดหลักของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา คือ แนวคิดเกี่ยวกับการเผยแพร่นวัตกรรม และแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม

การสื่อสารมีบทบาทต่อการพัฒนาเชิงอุดมคติในทุกด้านที่เกี่ยวกับชีวิตมนุษย์ เช่น ด้านการศึกษา การเกษตร การสาธารณสุข การเมือง สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และอุตสาหกรรม เป็นต้น หลักการสำคัญของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ก็คือ การที่ประชาชนต้องเข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารทุกขั้นตอน โดยมีใช่เป็นเพียงผู้รับสารเท่านั้น นอกจากนี้การผลิตสื่อก็ต้องมีลักษณะที่สะท้อนความเป็นชุมชนนั้น ๆ ทั้งในเรื่องของการนำเสนอปัญหาของท้องถิ่นและแนวทางแก้ไข ด้านเทคโนโลยีการผลิตก็ควรเป็นเทคโนโลยีพื้นฐานของท้องถิ่นและที่สำคัญที่สุด การสื่อสารต่าง ๆ เหล่านั้นจะต้องยึด “คน” เป็นเป้าหมาย

แนวคิดในการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงเพื่อการพัฒนาประเทศแสดงให้เห็นว่า สื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อมวลชนแขนงหนึ่งที่มีบทบาทในการพัฒนาประเทศ โดยเป็นสื่อกลางในการรายงานข่าวสารแก่ประชาชน กระตุ้นให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนา สำหรับวิทยุชุมชนก็นับเป็นวิทยุกระจายเสียงอีกรูปแบบหนึ่งที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อพัฒนาประเทศตามแนวคิดดังกล่าว ทั้งนี้ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุชุมชนชมรมเครดิตยูเนียนภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี)” จะเป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงในรูปแบบของวิทยุชุมชนในการพัฒนาประเทศเพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปพัฒนารูปแบบและการจัดรายการวิทยุชุมชนสถานีวิทยุชุมชนชมรมเครดิตยูเนียนภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี) ต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับวิทยุชุมชน และคู่มือวิทยุชุมชน

วิทยุชุมชน (Community Radio) เป็นรูปแบบการกระจายเสียงของวิทยุท้องถิ่นที่มีกลุ่มเป้าหมายที่แคบและเฉพาะเจาะจง บริหารจัดการโดยคณะกรรมการที่เป็นตัวแทนจากชุมชนเป้าหมาย ในลักษณะที่เป็นวิทยุของประชาชน โดยประชาชนและเพื่อประชาชนจึงเป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารที่ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของชุมชน รวมทั้งสะท้อนปัญหา ความรู้สึกนึกคิดอย่างเสรีของชุมชนเป้าหมาย

ตามแผนแม่บทการพัฒนาวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ (พ.ศ. 2542-2544) (2542, น. 3) ให้นิยามวิทยุชุมชนว่า คือรูปแบบการกระจายเสียงของวิทยุท้องถิ่นที่มีกลุ่มเป้าหมายแคบและเฉพาะเจาะจง บริหารจัดการโดยคณะกรรมการที่เป็นตัวแทนจากชุมชนเป้าหมาย ในลักษณะที่เป็นวิทยุของประชาชน โดยประชาชน และเพื่อประชาชน จึงเป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารที่ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของชุมชน รวมทั้งสะท้อนปัญหา ความรู้สึกนึกคิดอย่างเสรีของชุมชนเป้าหมาย

จากนิยามดังกล่าวข้างต้นจะเห็นว่า วิद्यุชุมชนมีบทบาทสำคัญมากต่อสังคมหน่วยย่อยในประเทศไทย เป็นการจัดการดำเนินการและสั่งการกระจายเสียงที่มีจุดมุ่งหมาย เพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของชุมชนนั้น ๆ เป็นสำคัญ โดยไม่ได้เน้นการแสวงหากำไร แต่มุ่งเน้นการให้ข่าวสาร ความรู้ควบคู่ความบันเทิงตามรสนิยมแต่ละท้องถิ่น และเปิดโอกาสให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในลักษณะการสื่อสารสองทาง หรือรายการที่ผู้ฟังสามารถมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นโดยมีการใช้ภาษาถิ่นเป็นหลักมีรูปแบบรายการที่สอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่นนั้น ๆ เช่น ข่าวสารที่เกิดขึ้นในชุมชน รายการความรู้ (การเกษตร การทำนา ทำสวน ทำไร่ การประมง การเลี้ยงสัตว์ ศิลปวัฒนธรรม สุขภาพอนามัย กฎหมายที่จำเป็นสำหรับชาวบ้าน ความรู้เกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาประจำวัน การพัฒนาคุณภาพ ฯลฯ)

วิद्यุชุมชนที่แท้จริงนั้นจะต้องเป็นวิद्यุกระจายเสียงที่จัดและดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละชุมชนได้อย่างแท้จริง ประชาชนในแต่ละท้องถิ่นสามารถมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ข้อมูลข่าวสารความรู้จะต้องเป็นประโยชน์ต่อชุมชนนั้น ๆ

ด้วยเหตุนี้ การจัดรายการวิद्यุชุมชนจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะจะเป็นการสะท้อนให้เห็นความต้องการและความเป็นไปของคนในชุมชนนั้น ๆ ซึ่งแต่ละแห่งย่อมมีความต้องการและปัญหาที่แตกต่างกันออกไป วิद्यุชุมชนจึงเป็นสื่อกลางที่จะรับฟัง ถ่ายทอด ให้สาระความรู้ข่าวสารเพื่อให้เกิดการพัฒนาขึ้นในแต่ละชุมชน อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารได้เป็นอย่างดี

หลักการเหล่านี้เป็นพื้นฐานของวิद्यุชุมชนซึ่งจะเห็นได้ว่ามีเป้าหมายสำคัญคือ เพื่อประโยชน์ของประชาชนอย่างแท้จริง ศุทธิชัย บุญนาค (อ้างถึงใน นิติยา จันญาไชย, 2542, น. 17) กล่าวว่า เดิมทีนั้นแนวคิดวิद्यุชุมชนมาจากสหรัฐอเมริกา โดยกลุ่มเกษตรกรหรือกลุ่มอาชีพเดียวกันในถิ่นทุรกันดารห่างไกล แต่ละพื้นที่มีความห่างไกลกันมาก การสื่อสารอยู่ในวงแคบ ดังนั้นเมื่อเกิดปัญหาใด ๆ ขึ้น อาทิเช่น โรคระบาดกว่าจะทราบข่าวนั้นก็ยิ่งความเสียหายไปมากมายแล้ว ต่อมาจึงเกิดการรวมตัวขึ้นจัดตั้งสถานีวิद्यุชุมชนและใช้วิทยุเพื่อการติดต่อสื่อสารกันเองภายในกลุ่มอาชีพหรือชุมชนของตนซึ่งก่อให้เกิดผลดี การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกว้างขวางมากขึ้นด้วยการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน จากรูปแบบดังกล่าวมีการพัฒนาออกไปหลายลักษณะ มีการปรับปรุงให้เหมาะสมกับกลุ่มของตนมากขึ้นโดยไม่มีรูปแบบตายตัว แต่มักจะมีหลักการร่วมกันบางส่วน ดังนั้นการจำแนกรูปแบบวิद्यุชุมชนจึงอาจแบ่งค่านิยามหรือรูปแบบได้คือ

1. มีพื้นที่อยู่อาศัยใกล้เคียงกัน หรือชุมชนเดียวกัน
2. มีอาชีพเดียวกัน เช่น กลุ่มเกษตรกร
3. มีเผ่าพันธุ์เชื้อชาติเดียวกัน

4. มีรสนิยมเดียวกัน

5. เป็นกลุ่มผู้ด้อยโอกาสทางสังคม เช่น คนพิการ

โดยสรุปแล้วลักษณะของวิद्यุชุมชนจึงมักไม่มีลักษณะไม่แน่นอน

สุรินทร์ แปลงประสพโชค (อ้างถึงใน นิติยา จันทาไชย, 2542, น. 18) กล่าวว่า รูปแบบของวิद्यุชุมชนขึ้นอยู่กับลักษณะของชุมชนนั้น ๆ แต่ทั้งนี้จะต้องมีลักษณะร่วมของวิद्यุชุมชนบางประการ คือ

1. ใช้คลื่นความถี่ต่ำ เพื่อการสื่อสารในวงแคบหรือในชุมชนขนาดเล็กอย่างแท้จริง
 2. เป็นการผลิตรายการวิทยุ โดยกลุ่มชุมชนของตนด้วยเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับชุมชนและยังประโยชน์แก่ชุมชนนั้น ๆ
 3. มีผลสัมฤทธิ์ที่ประสบความสำเร็จในกลุ่มของตนอย่างชัดเจน
 4. บริหารและดำเนินการโดยท้องถิ่น
- ทั้งนี้จะต้องมีเป้าหมายชัดเจนว่า ทำตามความต้องการของประชาชนในชุมชนเกือบทั้งหมด

การปฏิรูปสื่อในมาตรา 40 คือ ปัจจัยสำคัญอันหนึ่งในการจัดสรรสื่อให้มีเสรีภาพมากขึ้น ไม่ถูกผูกขาดโดยการเมือง อำนาจเงินทุน และเศรษฐกิจขนาดใหญ่ภายใต้ระบบทุนนิยมที่ให้ความสำคัญในการแสวงหาผลกำไร จนบางครั้งละเลยสารประโยชน์ที่จะให้แก่สังคม ลักษณะของวิद्यุชุมชนที่แท้จริงต้องเป็นการดำเนินการและส่งกระจายเสียงของวิทยุท้องถิ่นที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนในลักษณะที่เป็นวิทยุของประชาชน โดยประชาชนและเพื่อประชาชน โดยให้วิทยุชุมชนมีลักษณะดังนี้

1. ดำเนินการกระจายเสียงโดยเปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการผลิตรายการเพื่อชุมชนในการพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง รวมทั้งแก้ปัญหาในชุมชนด้วย
2. ส่งเสริมให้ชุมชนในท้องถิ่นมีบทบาทเป็นเจ้าของรายการ มีกรรมการบริหาร และผลิตรายการอย่างอิสระ
3. ประชาชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากวิทยุชุมชน สามารถรับรู้ข่าวสารในชุมชนหรือท้องถิ่น และความรู้ต่าง ๆ เหล่านั้นส่งผลให้ความเป็นอยู่ คุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นดีขึ้น
4. วิทยุชุมชนเป็นสื่อของชุมชนอย่างแท้จริง สามารถเป็นปากเสียงและสะท้อนความรู้สึกนึกคิดอย่างสมบูรณ์
5. เพื่อให้วิทยุชุมชนมีลักษณะเป็นเวทีแสดงความคิดเห็นอย่างเสรี ใช้รายการเป็นศูนย์กลางในการแก้ไขปัญหาของชาวบ้าน อาจจะทำอยู่ในกลุ่มชาวบ้านด้วยตนเอง หรือมีปฏิสัมพันธ์กับทางรัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าว

จุมพล รอดคำดี (2542, น. 23) ได้สรุปแนวคิดวิทยุชุมชน จากการศึกษากระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่กล่าวไปข้างต้น ดังนี้

1. ต้องเกิดขึ้นจากความต้องการของชุมชนโดยถือหลักว่า คนส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นความต้องการร่วมกัน

2. วิทยุชุมชนต้องได้รับการยอมรับจากกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน

3. วิทยุชุมชนย่อมไม่มีการแบ่งเชื้อชาติ ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรมของคนในชุมชน

4. วิทยุชุมชนต้องยึดถือแนวทางการเสนอรายการและข่าวสารของชุมชนเป็นหลัก ภายใต้แนวคิด ความเชื่อ วัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น สิ่งแวดล้อมและเหตุการณ์ในท้องถิ่น เป็นหัวใจของการนำเสนอข่าวสารและรายการ

5. วิทยุชุมชนจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมจัดรายการและสามารถเข้าไปบริหารจัดการหรือปฏิบัติในสถานีได้ องค์การยูเนสโกได้เน้นว่า “Participatory Radio means a radio station that self-managed by those participatory in it” นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในสื่อวิทยุชุมชนให้เป็นไปตามแนวคิดและความต้องการของประชาชนในชุมชน โดยยึดหลักกระบวนการทางประชาธิปไตย

6. วิทยุชุมชนเป็นสถานีวิทยุที่มีรัศมีการออกอากาศครอบคลุมเฉพาะพื้นที่เท่านั้น (มีลักษณะเป็น Narrowcasting ไม่ใช่ Broadcasting) กำลังส่งไม่เกิน 1 กิโลวัตต์

7. วิทยุชุมชนเป็นสื่อมวลชนตามแนวคิดประชาธิปไตย (Democratic Media) เพื่อประชาชน โดยประชาชน ของประชาชน

หลักการทั่วไปของวิทยุชุมชน เป็นรูปแบบการบริหารจัดการวิทยุท้องถิ่นให้เป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารที่ตรงกับความต้องการของท้องถิ่นที่แท้จริง มีหลักการที่แตกต่างไปจากวิทยุกระจายเสียงทั่วไปอย่างสิ้นเชิง กล่าวคือ แทนที่จะต้องการวิทยุกำลังส่งสูง หรือผูกเป็นเครือข่ายเพื่อให้สามารถครอบคลุมพื้นที่รับฟังได้กว้างขวาง กลับต้องการวิทยุกำลังส่งต่ำเพื่อมุ่งกลุ่มเป้าหมายที่แคบและเฉพาะเจาะจง เพื่อให้สามารถจัดเนื้อหารายการให้สอดคล้องกับเป้าหมายและความต้องการที่แท้จริงของผู้ฟังในชุมชนเป้าหมาย

กลุ่มสื่อสารชุมชน (Community Communication Group หรือ COMCOM) ของประเทศอังกฤษได้ยกร่างกฎของการกระจายเสียงชุมชนขึ้น เมื่อ พ.ศ. 2522 รวม 10 ข้อ ดังนี้ (Simon Partridge อ้างถึงใน สุรินทร์ แปลงประสพโชค, 2545, น. 3)

1. สนองตอบชุมชนท้องถิ่น และ/หรือความสนใจของชุมชนเป็นหลัก

2. เป็นรูปแบบของการไม่แสวงหากำไร

3. มีการบริหารและนโยบายที่จัดทำขึ้นโดยคณะกรรมการบริหาร ซึ่งเป็นตัวแทนจากกลุ่มสนใจต่าง ๆ ในชุมชนร่วมกับพนักงานการกระจายเสียง ซึ่งเป็นลูกจ้างหรืออาสาสมัคร
4. ให้บริการข่าวสาร การศึกษาและความบันเทิง รวมทั้งทำให้เกิดการสื่อสารสองทางสำหรับความคิดเห็นที่ขัดแย้ง
5. ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากแหล่งต่าง ๆ ซึ่งรวมทั้งเงินยืมจากท้องถิ่น จากสปอตโฆษณาที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนในช่วงเวลาที่จำกัดและเงินกองทุนจากทั้งส่วนกลางและท้องถิ่น
6. ยอมรับให้พนักงานกระจายเสียงที่จ้างไว้ร่วมในสหภาพ มีความคล่องตัวในการทำงานและอนุญาตให้ใช้อาสาสมัครในที่ที่เหมาะสม
7. พยายามกระทำให้เกิดความเสมอภาคในโอกาสการจ้างงานสำหรับผู้หญิงและกลุ่มเชื้อชาติ หรือชนกลุ่มน้อยในสังคม
8. ต้องเตรียมให้ประชาชนได้รู้ถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในการฝึกอบรมในการผลิตและส่งเผยแพร่ข่าวสาร
9. เนื้อหารายการที่ส่งกระจายเสียงต้องเป็นเนื้อหาหลักจากสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น
10. มีนโยบายการจัดรายการที่กระตุ้นให้เกิดการพัฒนา การมีส่วนร่วมในระบบประชาธิปไตย ต่อต้านปัญหาชาตินิยม เพศนิยม และทัศนคติที่แตกแยกอื่น ๆ

จะเห็นได้ว่าโดยสภาพทั่วไปแล้ววิทยุชุมชนยังคงมีสภาพเป็นสื่อสารมวลชนมิใช่สื่อสาธารณะ เพราะเน้นการส่งกระจายเสียงไปสู่ผู้ฟังในหมู่บ้าน ตำบล ในท้องถิ่นที่แม้จะมีสภาพเศรษฐกิจ สังคมและปัญหาที่ใกล้เคียงกัน แต่ยังมีหลากหลายของชุมชนแต่ละแห่ง การไหลเวียนของข่าวสารของวิทยุชุมชนจะก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติรวมถึงความร่วมมือต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง แต่ละชุมชนจะได้ข่าวสารซึ่งกันและกัน รวมทั้งข่าวสารที่ตนสนใจอย่างเพียงพอซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์อย่างแท้จริง เพราะเป็นข่าวสารใกล้ตัว

ลักษณะเด่นอีกประการหนึ่ง ก็คือ วิทยุชุมชนได้เปิดโอกาสให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในการจัดรายการมากที่สุด ถึงขั้นการบริหารรายการในรูปคณะกรรมการ การสนับสนุนการเงินหรือการมีส่วนร่วมในการส่งข้อมูลข่าวสารเผยแพร่จนสามารถกล่าวได้ว่า เป็นรายการวิทยุของประชาชน โดยประชาชนและเพื่อประชาชน

วิทยุชุมชนจึงเป็นวิทยุกระจายเสียงในอุดมคติและเป็นสื่อมวลชนของชุมชนอย่างแท้จริง สามารถเป็นปากเสียงและสะท้อนความรู้สึกนึกคิดของชุมชนอย่างสมบูรณ์ วิทยุชุมชนจึงน่าจะเป็นรูปแบบการบริหารจัดการวิทยุท้องถิ่นที่ผู้ฟังให้ความนิยมและเป็นประโยชน์ต่อผู้ฟังและท้องถิ่นเป็นอย่างยิ่ง

จุมพล รอดคำดี (2542, น. 23) ได้แบ่งระดับของการเป็นวิทยุชุมชนตามระดับความเข้มข้นดังนี้

1. ระดับรายการ “เพื่อชุมชน” ที่มีผู้จัด/เจ้าของรายการ/เจ้าของสถานีเป็นผู้อื่น แต่จัดรายการเพื่อบริการชุมชน เช่น ประกาศแจ้งของหาย ประชาสัมพันธ์งานชุมชน โดยประชาชน หรือผู้ฟังที่โทรศัพท์เข้ามา หรืออาจจะส่งจดหมายเข้าในรายการ แต่ผู้จัดรายการจะเป็นผู้เลือกเนื้อหาและพูดด้วยตนเอง

2. ระดับที่มีประชาชนเข้ามาเป็นผู้ร่วมรายการ โดยทางสถานีจะเป็นผู้กำหนดกรอบให้และให้ประชาชนเป็นผู้นำเสนอเนื้อหารายการ และพูดนำเสนอในรายการ แต่สถานี/ผู้จัดรายการยังควบคุมอยู่ เช่น รายการ จส.100 รายการร่วมด้วยช่วยกัน

3. ระดับรายการ “โดยชุมชน” ได้แก่ รูปแบบรายการที่เจ้าของสถานีแบ่งช่วงเวลารายการใดรายการหนึ่งให้ตัวแทนประชาชนที่ได้รับเลือกขึ้นมาในรูปของคณะกรรมการวิทยุชุมชนมาจัดเนื้อหาและวิธีการนำเสนอด้วยตนเอง โดยทางสถานีจะทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษา ได้แก่ โครงการนำร่องวิทยุชุมชนของกรมประชาสัมพันธ์

4. ระดับสถานี อาศัยอาสาสมัครที่เป็นตัวแทนประชาชนเข้ามาปฏิบัติงานในหน้าที่ต่าง ๆ ในสถานี และบริหารรายการทั้งหมด แต่สถานียังคงเป็นหน่วยงานของรัฐ

5. ระดับชุมชนเป็นเจ้าของสถานี ในระดับนี้ประชาชนในชุมชนจะรวมตัวกันขึ้นมาเพื่อขอคลื่นความถี่จากรัฐ และลงทุนจัดตั้งสถานีวิทยุเป็นของชุมชน แต่ชุมชนจะแต่งตั้งคณะกรรมการวิทยุชุมชนที่อาจจะจ้างพนักงาน ผู้จัดการมืออาชีพ อาสาสมัครให้เข้ามาดำเนินงานตามแผนนโยบายของคณะกรรมการ

6. ระดับชุมชนเป็นเจ้าของสถานี และมีใบอนุญาตเป็นเจ้าของคลื่น ในระดับนี้คล้ายกับระดับที่ 5 เพียงแต่การดำเนินงานของสถานีทุกระดับจะเป็นอาสาสมัครจากชุมชนที่ได้รับการฝึกอบรมด้านต่าง ๆ ซึ่งเท่ากับชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในวิทยุมากกว่าเพียงแค่ระดับเป็นเจ้าของ (Ownership) หากแต่เป็นระดับปฏิบัติการด้วย (Operation)

กาญจนา แก้วเทพ (“คู่มือวิทยุชุมชน,” ออนไลน์, 2546) ได้อธิบายว่า คณะกรรมการบริหารวิทยุชุมชน เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดที่ทำให้วิทยุชุมชนต่างจากวิทยุกระจายเสียงท้องถิ่น เพราะการที่วิทยุชุมชนจะเป็นของชุมชน โดยชุมชน หรือเพื่อชุมชนตามปรัชญาของวิทยุชุมชนได้ก็โดยการบริหารงานผ่านคณะกรรมการบริหารวิทยุชุมชนนี้เอง โดยปกติแล้วกรรมการบริหารวิทยุชุมชนจะมีเพียงชุดเดียว โดยเป็นตัวแทนของชาวบ้านในการสะท้อนความรู้สึกนึกคิดและความต้องการข่าวสารที่แท้จริงของผู้ฟัง นอกจากนั้นยังเป็นผู้กำหนดรูปแบบและสนับสนุนการดำเนินงานวิทยุชุมชน ซึ่งคุณสมบัติของคณะกรรมการจะประกอบไปด้วย

1. ควรเป็นบุคคลที่มีความกระตือรือร้น เพราะวิทยุต้องการความริเริ่มสร้างสรรค์
2. เป็นผู้ที่รักและพร้อมที่จะอุทิศตนเพื่อชุมชน และควรมีเวลาว่างพอสมควร
3. มีความบริสุทธิ์ใจในการเข้ามาทำงานจึงต้องผ่านกระบวนการเลือกตั้งของชุมชน
4. ไม่เป็นฐานเสียงของพรรคการเมืองพรรคใดพรรคหนึ่ง เพื่อป้องกันการถูกครอบงำจากการเมืองท้องถิ่น
5. ไม่จำเป็นต้องเป็นผู้นำของชุมชน ขอให้เป็นผู้ที่รักและสนใจงานวิทยุเท่านั้น
6. ไม่จำเป็นต้องเป็นบุคคลโดดเด่น หรือมีอิทธิพลในชุมชน เพื่อให้ได้การสนับสนุนด้านการเงิน
7. ควรเลือกคณะกรรมการที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกัน เพื่อให้เกรงใจกันมากขึ้น

สำหรับแหล่งข้อมูลและหน่วยงานในท้องถิ่น วิทยุชุมชนจะเน้นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของท้องถิ่นเป็นหลัก ซึ่งนอกจากจะเป็นข่าวสารจากหน่วยงานในท้องถิ่นและข่าวสารในชุมชนแล้ว ยังเน้นในเรื่องของศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาชาวบ้าน รวมถึงการสะท้อนสภาพปัญหาของท้องถิ่น หรือการใช้เป็นสื่อกลางในการแก้ไขปัญหาให้ชาวบ้านด้วย ความเป็นอิสระจึงเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินงานวิทยุชุมชน เพราะข้อมูลบางอย่างอาจมีความขัดแย้งขึ้นได้ ซึ่งผู้จัดรายการต้องระมัดระวังที่จะไม่เป็นผู้ตัดสินชี้ถูกชี้ผิดของข้อมูล ควรฟังเสียงจากคณะกรรมการผลิตรายการวิทยุชุมชน เพราะเป็นผู้ที่เข้าถึงข้อมูลได้ดีกว่า

ส่วนรูปแบบรายการวิทยุชุมชนเป็นรูปแบบที่ไม่ตายตัว เพราะขึ้นอยู่กับความสนใจของผู้ฟังเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจผลิตรายการ ไม่มีรูปแบบที่เป็นสากลชัดเจน แต่อย่างไรก็ตามจะมีลักษณะเป็นรายการนิตยสารทางอากาศ (Magazine Programme) เพราะเสนอข่าวสารท้องถิ่นที่หลากหลาย รวมถึงเพลงและศิลปะพื้นเมือง ซึ่งสอดคล้องกับที่ผู้ฟังเป้าหมายจะสนใจฟัง รูปแบบของรายการจะเป็นอย่างไรขึ้นกับคณะกรรมการบริหารวิทยุชุมชนที่จะตัดสินใจ แม้กระทั่งการที่จะเสนอรายการ หรืออาสาสมัครเข้าร่วมดำเนินรายการ หรือมีส่วนในการผลิตข้อมูลต่าง ๆ อย่างไรก็ดี รูปแบบรายการอาจจะประกอบด้วย

1. ข่าว ควรจะเสนอข่าวสำคัญที่สุดในวันนั้นด้วย แต่จะให้ความสำคัญที่ข่าวท้องถิ่นในจังหวัดและชุมชนหมู่บ้านเป้าหมาย รวมถึงข่าวบริการชาวบ้าน
2. ความรู้ด้านเกษตร สุขภาพอนามัย ภูมิปัญญาชาวบ้าน รวมทั้งศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งเป็นองค์ความรู้ในท้องถิ่นจริง ๆ ไม่ใช่เรื่องทั่ว ๆ ไป
3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาท้องถิ่นและข้อเสนอในการแก้ไข ซึ่งอาจจะสะท้อนปัญหาจากชาวบ้านสู่ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง และใช้รายการเป็นศูนย์กลางในการแก้ไขปัญหาให้ชาวบ้าน รวมทั้งชี้แจงทำความเข้าใจด้วย

4. เพลง อาจเป็นเพลงพื้นเมือง เพลงลูกทุ่งเก่า ๆ หรือเพลงดังในอดีต หากมีการบอกที่มาที่ไปของเพลงด้วยก็จะดี เพราะกลุ่มเป้าหมายจะเน้นที่ผู้ใหญ่เป็นหลัก

5. สปอตและการเชื่อมโยงรายการ อาจใช้ภาษาถิ่นเพื่อความใกล้ชิดกับผู้ฟังและช่วยจัดทำสปอตบริการชาวบ้านในงานบุญที่สำคัญ ๆ หรือร่วมรณรงค์ร่วมกัน เพลงนำรายการอาจใช้เพลงพื้นเมืองที่คณะกรรมการบริหารวิทยุชุมชนร่วมกับทางสถานีช่วยกันผลิต

สัดส่วนของรายการต่าง ๆ เหล่านี้จะไม่คงที่ ขึ้นอยู่กับสภาพการณ์และความสนใจของผู้ฟังเป็นหลัก แต่เนื่อหาดังกล่าวนี้อาจจะใช้เป็นกรอบเพื่อพิจารณาในการจัดรายการวิทยุชุมชน

พร้อมกันนี้ กาญจนา แก้วเทพ (2546) ยังได้อธิบายถึงเนื้อหารายการวิทยุชุมชนไว้ใน “คู่มือวิทยุชุมชน” ว่า จะต้องเป็นเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการของชุมชนและเป็นเครื่องมือพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง และเพื่อให้ได้รายการที่ฟังประสคมีกลไกและกระบวนการ 2 อย่างที่ใช้ควบคู่กัน คือ

1. กระบวนการให้ได้มาซึ่งเนื้อหา โดยการสำรวจความต้องการของผู้ฟัง จากนั้นทำการประเมินผลรายการภายหลังออกอากาศแล้ว เพื่อให้ได้ข้อมูลในการตัดสินใจว่าจะรักษาเนื้อหาอะไร และตัดเนื้อหาอะไร

2. เกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหา คือ ควรเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง หรือใกล้ตัวท้องถิ่นเป็นหลัก และเหมาะสมสำหรับคนทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ

ส่วนการบริหารจัดการงบประมาณของวิทยุชุมชน มีหลักการดังนี้

1. ต้องไม่ใช้การแสวงหากำไรที่เป็นตัวเงิน การบริหารจัดการเรื่องงบประมาณทำให้เลี้ยงตัวได้ มิใช่เป็นการหวังผลกำไร

2. ต้องกระจายแหล่งรายได้ให้มาจากหลายแหล่ง เพื่อป้องกันการพึ่งพารายได้ และรักษาความเป็นอิสระของวิทยุชุมชนทางเศรษฐกิจ ตัวอย่างเช่น สถานีวิทยุชุมชน KANU ในรัฐโคโลราโด สหรัฐอเมริกา มีการกระจายแหล่งรายได้จากหลายแหล่ง คือ จากเงินอุดหนุนของรัฐ 17% จากค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี 65% จากโฆษณา 10% ที่เหลือเป็นรายได้จากการระดมทุน

3. ในการรับเงินทุนสนับสนุนจากแหล่งใด จะต้องเป็นการรับอย่างไม่มีเงื่อนไขแลกเปลี่ยน แต่สามารถทำให้มีสปอตสั้น ๆ เพียงกล่าวขอบคุณและระบุชื่อสินค้าหนึ่งประโยค

4. ต้องมีการบริหารจัดการงบประมาณที่มีระบบระเบียบชัดเจน โดยจัดทำระบบบัญชีรับจ่าย มีระเบียบการเบิกจ่าย รวมทั้งเพื่อให้ผู้บริจาคเกิดความไว้วางใจ ควรมีระบบการรายงานผลย้อนกลับไปสู่ผู้บริจาคว่าได้ใช้ไปสำหรับกิจกรรมใดบ้าง

5. แหล่งเงินทุนควรมาจากหน่วยงานรัฐส่วนกลาง หน่วยงานท้องถิ่น จากการโฆษณาจากแหล่งเงินทุนขององค์กรความช่วยเหลือที่ไม่แสวงหาผลกำไร เช่น SIF หรือวางแผนเขียนโครงการ

การขอทุนจากรัฐบาลญี่ปุ่นและสหประชาชาติ หาวิธีการหารายได้ด้วยตนเอง เช่น จัดทำเสื้อกลุ่ม และจัดขาย ขายสินค้าในงานเทศกาล ทำของที่ระลึกออกจำหน่ายหรือใช้รูปแบบทางประเพณี เช่น การจัดงานทอดกฐิน ฝ่าป่าเพื่อก่อตั้งกองทุนวิทยุชุมชน

ระดับการมีส่วนร่วมในรายการวิทยุชุมชนนั้น ผู้ฟังจะมีบทบาทสำคัญในการสะท้อนข้อมูลกลับมาที่สถานี และเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญ ข่าวสารจากผู้ฟังเป็นเรื่องที่ผู้จัดรายการต้องให้ความสำคัญ ซึ่งหากสามารถให้บริการในรายการได้ จะทำให้เห็นคุณค่าและเกิดความนิยมในรายการอย่างรวดเร็ว การเชื่อมโยงปัญหาของผู้ฟังเข้ากับการแก้ไขปัญหาของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นหน้าที่สำคัญของผู้จัดรายการวิทยุชุมชน

1. การมีส่วนร่วมในระดับผู้ฟัง

- 1.1 รับฟังอย่างเฉย ๆ
- 1.2 รับฟังอย่างสม่ำเสมอ
- 1.3 รายงานผลการฟังให้ทางผู้จัดรายการทราบ
- 1.4 ดิชม หรือเสนอแนะ หรือประเมินผลรายการ
- 1.5 โทรศัพท์เข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็นในรายการ
- 1.6 ส่งจดหมายมาเสนอแนะหัวข้อ หรือประเด็นเนื้อหา หรือประเด็นปัญหา
- 1.7 เป็นตัวแทนในการส่ง หรือร่วมแจ้งข่าวสาร หรือตรวจสอบข่าวสารกับพื้นที่
- 1.8 ร้องทุกข์ หรือร้องเรียนปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน
- 1.9 ร่วมงานเวทีสัญจร หรือกิจกรรมต่าง ๆ ของวิทยุชุมชน หรือช่วยจัดหาทุน

สนับสนุน

- 1.10 เสนอแนะรูปแบบรายการ
- 1.11 ช่วยประชาสัมพันธ์วิทยุชุมชน

2. ผู้ฟังกับการมีส่วนร่วมในระดับผู้ผลิตรายการ หรือผู้ดำเนินรายการ เป็นระดับการมีส่วนร่วมที่สูงขึ้น ได้แก่

2.1 เป็นอาสาสมัครทำหน้าที่เป็นผู้สื่อข่าวท้องถิ่น ส่งข่าวสาร (แบบวิทยุ จ.ส.100) โดยคัดเลือกเนื้อหาข่าวสารที่น่าสนใจมาให้

2.2 ช่วยเป็นแหล่งข้อมูลประจำสำหรับการแนะนำวิทยากร หรือแขกรับเชิญในพื้นที่ ทำหน้าที่เป็นแขกรับเชิญ หรือวิทยากร หรือผู้ให้สัมภาษณ์แบบบางโอกาส หรือแบบประจำ

2.3 เข้ามาเป็นผู้ร่วมผลิตรายการในแง่ของการช่วยเลือกประเด็น เลือกแง่มุม ช่วยรวบรวมข้อเท็จจริง ซึ่งจะมีบทบาททั้งในขั้นตอนก่อน หรือระหว่าง หรือหลังการผลิตซึ่งอยู่ในฐานอนุกรรมการ หรือคณะกรรมการผลิตเนื้อหารายการ

2.4 เมื่อมีความถนัด มีความสนใจ มีประสบการณ์และมีเวลาเอื้ออำนวยก็อาจเข้ามาเป็นผู้ดำเนินรายการได้เลย

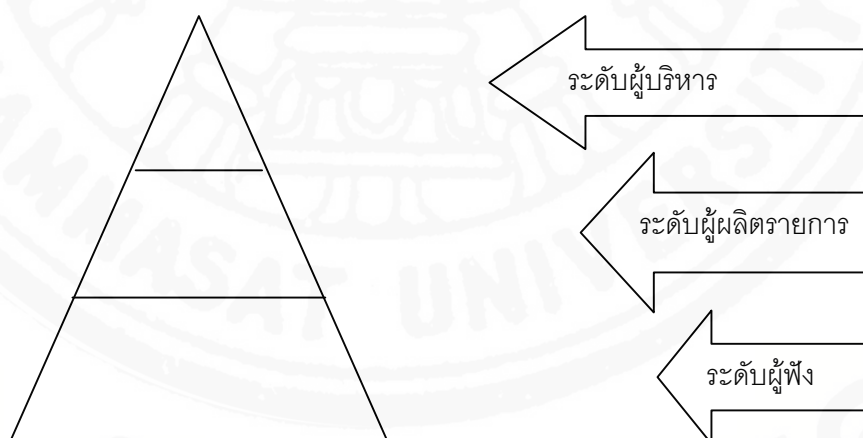
3. ผู้ฟังกับการมีส่วนร่วมในระดับบริหารงาน การมีส่วนร่วมในระดับนี้เป็นขั้นสูงสุดของการมีส่วนร่วม ได้แก่

- 3.1 เป็นผู้วางแผนและนโยบายเกี่ยวกับวิทยุชุมชน
- 3.2 เป็นผู้ตัดสินใจเกี่ยวกับการแต่งตั้งคณะทำงานฝ่ายต่าง ๆ
- 3.3 เป็นผู้ตัดสินใจเกี่ยวกับการเพิ่ม หรือลดช่วงเวลาในการออกอากาศ หรือเนื้อหา
- 3.4 เป็นผู้วางแผนกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการพัฒนาวิทยุชุมชน

จากระดับการมีส่วนร่วมข้างต้นสามารถจำแนกจำนวนประชาชนในการเข้ามามีส่วนร่วมได้กล่าวคือ จำนวนคนที่เข้ามามีส่วนร่วมในระดับผู้ฟังมีมากที่สุด รองลงมาเป็นจำนวนคนที่เข้ามาเป็นผู้ผลิตรายการและในระดับผู้ที่เข้ามาร่วมเป็นระดับผู้บริหารจะมีจำนวนน้อยที่สุด ตามภาพที่ 2.2

ภาพที่ 2.2

แสดงระดับการมีส่วนร่วมในรายการวิทยุชุมชน 3 ระดับ



นอกจากนี้ในคู่มือวิทยุชุมชน ยังได้กล่าวถึงเรื่องของหลักเกณฑ์การประเมินระดับการมีส่วนร่วมในชุมชนของวิทยุชุมชน ซึ่งมี 3 มิติดังต่อไปนี้

1. การประเมินผลการเข้าถึงและความสนใจในการรับฟังของผู้ฟัง ครอบคลุมเนื้อหา ดังนี้

- 1.1 มีการเปิดรับฟังหรือไม่ ฟังแบบใด ช่วงเวลาใด รายการอะไร

- 1.2 แรงจูงใจในการเปิดรับฟัง
- 1.3 มีความพึงพอใจหรือไม่ พพอใจรายการอะไร รูปแบบรายการ หรือเนื้อหาที่ชอบ
- 1.4 ได้ใช้ประโยชน์อะไรบ้างจากวิทยุชุมชน
- 1.5 มีความต้องการอะไรบ้างจากวิทยุชุมชน
2. การประเมินผลรายการเจาะจงแต่ละรายการ หรือมีเป้าหมายเพิ่ม หรือลด หรือตัดรายการ หรือมีเป้าหมายเพื่อการพัฒนารายการ โดยมีประเด็นครอบคลุมดังนี้
 - 2.1 ความเหมาะสมของช่วงเวลา
 - 2.2 ความสั้นยาว หรือพอดีของเวลาในการนำเสนอรายการ
 - 2.3 เนื้อหารายการ (ประโยชน์ / ความน่าสนใจ / ความเหมาะสม / ระดับความยากง่าย ฯลฯ)
 - 2.4 ผู้ดำเนินรายการ (การพูด / ความเป็นกันเอง / ภาษาที่ใช้ ฯลฯ)
 - 2.5 แกรับเชิญ / วิทยากร
 - 2.6 จังหวะในการนำเสนอเนื้อหา
 - 2.7 เพลงที่ใช้ในรายการ
3. การประเมินมิติการมีส่วนร่วมในรายการวิทยุชุมชน แบ่งออกเป็น 3 ระดับ
 - 3.1 การประเมินผลการมีส่วนร่วมระดับผู้ฟัง
 - 3.2 ร่วมฟังอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ
 - 3.3 ร่วมแจ้งข่าวสาร
 - 3.4 ร่วมเสนอประเด็น
 - 3.5 ร่วมร้องทุกข์
 - 3.6 ร่วมโทรศัพท์เข้ามาคุยในรายการ พิจารณาวัตถุประสงค์ของการโทรศัพท์เข้ามาพูดคุยในรายการร่วมด้วย
 - 3.7 ร่วมเขียนจดหมายติชม หรือเสนอแนะรายการ
4. การประเมินผลระดับการมีส่วนร่วมในฐานะผู้ผลิตรายการ
 - 4.1 เคยเข้ามาเป็นผู้ร่วมจัดรายการ
 - 4.2 เคยเข้ามาเป็นแกรับเชิญ
 - 4.3 เคยเข้ามาเป็นแหล่งข้อมูล
5. การประเมินผลระดับการมีส่วนร่วมในระดับผู้บริหาร
 - 5.1 ความกระตือรือร้นในการทำงาน
 - 5.2 ความรับผิดชอบในการทำงาน

5.3 ความสม่ำเสมอในการเข้าร่วมประชุม

5.4 การเก็บรวบรวมข้อมูลสามารถอาศัยวิธีการสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์ การกรอกแบบสอบถาม การดูบันทึกเอกสาร เป็นต้น

จากแนวคิดเรื่องวิทยุชุมชน (จุมพล รอดคำดี, 2542) และคู่มือวิทยุชุมชน (กาญจนา แก้วเทพ, 2546) ที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยนำมาใช้ร่วมกันเพื่อทำการศึกษา “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุชุมชนชมรมเครดิตยูเนียนภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี)” เพื่อให้ทราบถึงบทบาทของสถานีวิทยุชุมชนชมรมเครดิตยูเนียนภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี) ว่าเป็นไปตามกระบวนการของวิทยุชุมชนอย่างแท้จริงหรือไม่ เพียงใด

วิทยุชุมชนในประเทศไทย

ช่วงระยะเวลาของการมีวิทยุในประเทศไทยอาจแบ่งได้เป็น 2 ช่วงใหญ่ ๆ คือ “ช่วงทดลอง” และ “ช่วงของจริง” (กาญจนา แก้วเทพ, <http://www.thaibja.org/download/asp.> , 2549)

ช่วงทดลอง ใน พ.ศ. 2534 ได้มีการทดลองจัดทำรายการวิทยุชุมชนที่มีรูปแบบใกล้เคียงกับหลักการวิทยุชุมชนให้มากที่สุดขึ้นที่สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ระบบเอฟ.เอ็ม. ที่จังหวัดจันทบุรี โดยนายสุรินทร์ แปลงประสพโชค ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ที่กำลังเรียนปริญญาโทอยู่ในขณะนั้น หลักการวิทยุชุมชนที่นำมาใช้คือ “การเป็นสื่อแบบประชาธิปไตย” (Democratic Media) และ “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” (Participatory Communication) คือให้ประชาชนเข้าถึงสื่อได้ง่าย (Accessibility) ให้ประชาชนช่วยกันคิด วางแผน กำหนดเนื้อหาการผลิตรายการร่วมกัน (Participation) และให้ประชาชนเป็นเจ้าของหรือมีอำนาจการตัดสินใจในการบริหารรายการด้วยตนเอง (Self Management) โดยมีนายสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดจันทบุรี และคณบดีคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นที่ปรึกษา

เป้าหมายของการทดลองจัดวิทยุชุมชนผ่านรายการชื่อว่า “รายการสร้างสรรค์จันทบุรี” นั้น เพื่อตอบคำถามหลัก ๆ 4 ข้อ คือ

1. จะเป็นไปได้ไหมที่จะมีวิทยุชุมชนในสังคมไทย
2. จะต้องมีการบริหารจัดการวิทยุชุมชนในรูปแบบใด
3. จะต้องมีการผลิตเนื้อหารายการวิทยุชุมชนอย่างไร
4. ผู้ฟังจะสนใจรับฟังวิทยุชุมชนมากขึ้นหรือไม่ เพราะเหตุผลจุดจูงใจอันใด

หลังจากทำการทดลองส่งกระจายเสียงไปได้ 2 เดือน ผู้วิจัยก็ได้คำตอบ 4 ข้อ ดังนี้

1. ความเป็นไปได้ที่จะจัดให้มีวิทยุชุมชนในประเทศไทย
2. การบริหารจัดการนั้นจะต้องดำเนินการในรูปแบบของคณะกรรมการที่มีตัวแทนของชุมชน เช่น ผู้นำชุมชนและอาสาสมัครชุมชนเป็นกรรมการ ใช้รูปแบบการทำงานร่วมกันด้วยการประชุมปรึกษาหารือและแบ่งความรับผิดชอบกัน
3. การผลิตเนื้อหาให้ตอบสนองความต้องการของประชาชนนั้น จะต้องมีการสำรวจความต้องการของประชาชนก่อนและต้องมีการติดตามประเมินผลหลังจากทำรายการแล้ว
4. หากเนื้อหาที่ตอบสนองและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนในท้องถิ่น จำนวนผู้ฟังวิทยุชุมชนจะเพิ่มมากขึ้น

ช่วงของจริง ในปี พ.ศ. 2540 ประเทศไทยได้มีการร่างรัฐธรรมนูญฉบับใหม่ที่มีลักษณะปฏิรูปทางการเมือง และส่งเสริมประชาธิปไตยแก่ประชาชนอย่างมาก ในส่วนที่เกี่ยวกับสื่อมวลชน โดยเฉพาะสื่อประเภทที่ใช้คลื่นความถี่แม่เหล็กไฟฟ้าเช่นวิทยุ นั้น สมาชิกสภาร่างรัฐธรรมนูญได้เล็งเห็นความจำเป็นที่จะให้มีการจัดสรรคลื่นความถี่อย่างเป็นธรรมให้แก่หน่วยงานทั้งของรัฐ ขององค์กรเอกชน ไปจนถึงประชาชนในตำบลหมู่บ้านที่อยู่ห่างไกลออกไปในทุกที่ของประเทศไทย โดยมีความหวังว่าคลื่นความถี่เหล่านี้จะไม่เพียงถูกใช้เพื่อส่งข่าวสารจากรัฐไปสู่ประชาชนทางเดียวเช่นที่เคยเป็นมา แต่จะถูกนำมาใช้เพื่อให้ประชาชนส่งข่าวสารกลับมายังรัฐ และให้ประชาชนได้ส่งข่าวสารถึงกันเองในแนวระนาบ เพื่อให้ข่าวสารที่แพร่กระจายหลากหลายนี้มีบทบาทในการช่วยสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน

หัวใจสำคัญของรัฐธรรมนูญฉบับปี 2540 นี้ คือ ข้อความในมาตรา 40 ที่ระบุเอาไว้ว่า “คลื่นความถี่ที่ใช้ในการส่งวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และวิทยุโทรคมนาคม เป็นทรัพยากรสื่อสารของชาติ เพื่อประโยชน์สาธารณะ” กล่าวคือเป็นของชาติ ไม่ใช่ของรัฐ หรือรัฐบาลอีกต่อไปแล้ว

ข้อความในมาตราดังกล่าวเท่ากับเป็นการกฤษฎาให้วิทยุชุมชนในความหมายที่แท้จริงมีโอกาสที่จะถือกำเนิดได้ในสังคมไทย และรัฐบาลในขณะนั้นก็ได้ขานรับเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญด้วยการมอบนโยบายให้กรมประชาสัมพันธ์และองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท.) จัดทำโครงการวิทยุชุมชนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541

ในส่วนของกรมประชาสัมพันธ์ได้รับลูกต่อจากนโยบายของรัฐด้วยการริเริ่มโครงการนำร่อง 2 โครงการประสานกันคือ โครงการนำร่องวิทยุชุมชนในจังหวัดทดลอง 19 จังหวัด และโครงการคน อปม. (การอบรมอาสาสมัครประชาสัมพันธ์ประจำหมู่บ้าน) โดยหวังให้อาสาสมัครดังกล่าวได้เข้ามามีส่วนร่วมในการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงในรูปแบบของวิทยุชุมชน

สำหรับโครงการทดลองวิทยุชุมชน 19 จังหวัดนั้น แต่ละจังหวัดต่างก็มีรูปแบบและวิธีดำเนินงานที่แตกต่างกันไปตามสภาพความเป็นจริงของท้องถิ่น และได้มีบทเรียนอันหลากหลายจากการทดลองดังกล่าว

วิทยุชุมชนภาคใต้

ในระหว่างปี 2544-2545 ผู้แทนเครือข่ายองค์กรชุมชนในภาคใต้ ที่สนใจงานปฏิรูปสื่อ ตามเจตนารมณ์รัฐธรรมนูญมาตรา 40 และวิทยุชุมชน ได้มีการสัมมนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้สิทธิด้านการสื่อสารที่กลุ่มองค์กรประชาชนเป็นเจ้าของ การสัมมนาแผนยุทธศาสตร์สื่อชุมชนภาคใต้ มีประชาชน นักพัฒนาองค์กรเอกชน นักจัดรายการวิทยุ สื่อมวลชนและนักวิชาการที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณ วิทยากรจากองค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรด้านสื่อจากส่วนกลาง องค์กรชุมชนบางพื้นที่เริ่มมีการเคลื่อนไหวจัดสัมมนาเรื่องมาตรา 40 เตรียมความพร้อมจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการเรียนรู้วิทยุชุมชน และได้ประกาศรวมตัวเป็นเครือข่ายวิทยุชุมชนภาคใต้ มีผู้แทนองค์กรชุมชนเป็นคณะทำงาน โดยจัดตั้งศูนย์ประสานงานเลขที่ 62/17-18 ถ.สี่แยกเอเชีย ตำบลเขาเจ็ยก อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง เพื่อสนับสนุนการปฏิรูปสื่อและการดำเนินงานวิทยุชุมชน รวมทั้งการประสานงานเชื่อมโยงกิจกรรมเคลื่อนไหวกับสหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติและเครือข่ายพันธมิตรต่าง ๆ ทั่วประเทศ โดยยึดหลักการสำคัญของวิทยุชุมชน คือ องค์กรชุมชนร่วมกันเป็นเจ้าของ ทำเพื่อประโยชน์สาธารณะ ไม่แสวงหากำไรทางธุรกิจและดำเนินการโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนทุกชั้นตอนตั้งแต่การตกลงว่าจะมีวิทยุ กำหนดกติกา วัตถุประสงค์การบริหารจัดการ การผลิตรายการ การร่วมรับฟังและการประเมินผล ฯลฯ

จากการให้ความรู้ ความเข้าใจเรื่องสิทธิการสื่อสารตามมาตรา 40 และหลักการวิทยุชุมชนอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้องค์กรชุมชนที่มีความพร้อมเริ่มทดลองออกอากาศในปี 2545 เช่น วิทยุชุมชนควนกาหลง จังหวัดสตูล วิทยุชุมชนเจาะไอร้อง จังหวัดนราธิวาส วิทยุชุมชนลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นต้น ในขณะนั้นมีการพัฒนาแกนนำชุมชนในการบริหารจัดการวิทยุชุมชนอย่างต่อเนื่อง วิทยุชุมชนที่เปิดกระจายเสียงเป็นแหล่งศึกษาดูงานของชุมชนที่ต้องการจัดตั้งวิทยุชุมชน นอกจากนี้เครือข่ายวิทยุชุมชนภาคใต้ยังมีบทบาทเข้าไปส่งเสริมสนับสนุน ให้้องค์กรชุมชนจัดตั้งวิทยุชุมชนในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วภาคใต้ จนถึงปัจจุบันมีวิทยุชุมชนที่เปิดดำเนินการแล้ว 22 ศูนย์ปฏิบัติการและในระยะหลัง ๆ (ปี 2546-2547) เริ่มมีสถานีวิทยุชุมชนที่จัดตั้งโดยภาคธุรกิจ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดต่าง ๆ ซึ่งมีลักษณะการดำเนินงานที่แตกต่างจากแนวทางของเครือข่ายวิทยุชุมชนภาคใต้

ผลการศึกษาค้นคว้าเริ่มต้นของการจัดตั้งวิทยุชุมชนของต่างประเทศ ประเทศไทยและภาคใต้สรุปได้ว่า เกิดจากการเคลื่อนไหวของกลุ่มประชาชนที่ต้องการทางเลือกรายการวิทยุที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่ม ซึ่งวิทยุกระแสหลักที่มีถูกครอบครองโดยหน่วยงานรัฐและเอกชน มุ่งผลิตรายการเกี่ยวกับนโยบายรัฐ และดำเนินการเชิงพาณิชย์เป็นหลัก ทำให้มีเนื้อหาไม่หลากหลาย ไม่เกิดประโยชน์ทั่วถึงต่อกลุ่มผู้ฟัง ประชาชนต้องแสวงหาทางเลือกใหม่จึงเกิดวิทยุขนาดเล็ก กำลังส่งต่ำ ซึ่งผิดกฎหมายแต่ได้รับความนิยมจากประชาชนจำนวนมากและมีกระแสเรียกร้องให้รัฐผ่อนปรนกฎระเบียบ เพื่อให้สิทธิ เสรีภาพในการกระจายเสียงเพื่อประโยชน์สาธารณะ ส่งผลให้รัฐบาลหลายประเทศเริ่มทบทวน ยอมรับแนวคิดดังกล่าวและออกกฎหมายอนุญาตให้มีวิทยุชุมชนขึ้นได้ (เครือข่ายวิทยุชุมชนภาคใต้, “ออนไลน์, 2547)

สำหรับวิทยุชุมชนของจังหวัดสุราษฎร์ธานีนั้นเกิดจากโครงการนำร่อง “รายการวิทยุ อ.ส.ม.ท.เพื่อชุมชน” ของสถานีวิทยุ อ.ส.ม.ท.สุราษฎร์ธานี เอฟ.เอ็ม.102.0 เมกกะเฮิร์ตซ์ โดยเริ่มออกอากาศเมื่อวันที่ 2 เมษายน 2541 ออกอากาศเวลา 06.30-06.55 น. ทุกวัน การดำเนินรายการเป็นรูปแบบการสนทนาและการสัมภาษณ์พูดคุย มีการนำปัญหาของชุมชนมาเป็นประเด็นในการนำเสนอ ต่อมามีการขยายเวลาในการออกอากาศเป็น 1 ชั่วโมง และได้พยายามเชิญตัวแทนจากชุมชนต่าง ๆ เข้ามาร่วมจัดรายการ ซึ่งได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีในระยะแรก ๆ ในปัจจุบันรายการดังกล่าวยังออกอากาศอยู่ แต่ความร่วมมือจากชุมชนมีน้อยลง อาจเนื่องจากความไม่เข้าใจในแนวคิดวิทยุชุมชน เทคนิคและวิธีการจัดรายการนั่นเอง (สุรีย์ กลั่นประชา, 2544, น. 36-39)

ต่อมาในวันที่ 1 ตุลาคม 2541 สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้เริ่มผลิตและออกอากาศรายการวิทยุชุมชนเป็นครั้งแรกโดยส่งกระจายเสียงทางคลื่น เอฟ.เอ็ม.89.75 และ 95.5 เมกกะเฮิร์ตซ์ ในภาคเช้า เวลา 06.15-07.00 น. (จันทร์-ศุกร์) และภาคเย็น เวลา 17.00-18.00 น. (จันทร์-อาทิตย์) ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวเกิดจากนโยบายของกรมประชาสัมพันธ์ “โครงการวิทยุชุมชนกับคน อปม.” ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2542 ที่มุ่งเน้นให้เป็นสื่อที่สามารถสนองตอบความต้องการและสะท้อนความคิดเห็นของชุมชนได้อย่างแท้จริง โดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชน ในรูปแบบวิทยุชุมชนให้เป็นสื่อชุมชน (โสภณ ศิริกุลพิพัฒน์, 2542, น. 26-27)

หลังจากนั้นในปี พ.ศ. 2544 มูลนิธิกุศลศรัทธาซึ่งตั้งอยู่ที่ 63/1 ถนนภักดีอนุสรณ์ ตำบลตลาด อำเภอเมือง สุราษฎร์ธานี ได้จัดตั้งสถานีวิทยุเพื่อชุมชนขึ้น ส่งกระจายเสียงในระบบ เอฟ.เอ็ม.104.5 เมกกะเฮิร์ตซ์ เป็นการจกรายการโดยอาสาสมัครของมูลนิธิเป็นหลัก การมีส่วนร่วมของผู้ฟังส่วนใหญ่จะเป็นในรูปแบบความบันเทิงมากกว่า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 เป็นต้นมา ใน

จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีความตื่นตัวในการจัดตั้งวิทยุชุมชนค่อนข้างสูง จนถึงปัจจุบันมีสถานีวิทยุชุมชนในที่ขึ้นทะเบียนเป็นจุดปฏิบัติการเรียนรู้วิทยุชุมชนกับกรมประชาสัมพันธ์จำนวน 20 แห่ง และได้เปิดดำเนินการส่งกระจายเสียงแล้ว 11 แห่ง (คำขอเข้าร่วมโครงการเตรียมความพร้อมวิทยุชุมชน สำนักประชาสัมพันธ์เขต 5 กรมประชาสัมพันธ์, 2548, น. 1) ซึ่งส่วนใหญ่จะเน้นการนำเสนอด้านความบันเทิงเป็นหลัก การบริหารจัดการในรูปแบบธุรกิจ มีเจ้าของเป็นปัจเจกบุคคลไม่ใช้คณะกรรมการ

ส่วนวิทยุชุมชนชมรมเครดิตยูเนียนภาคใต้ (เครือข่ายสุราษฎร์ธานี) นั้นเป็นสถานีวิทยุชุมชนที่มีการจัดตั้งแตกต่างไปจากสถานีวิทยุชุมชนอื่น ๆ โดยเริ่มจากการรวมตัวขององค์กร กลุ่ม/สหกรณ์เครดิตยูเนียนในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีและจังหวัดอื่น ๆ ในภาคใต้ รวมทั้งหมด 76 แห่ง ประกอบด้วยสมาชิกสองหมื่นคนเศษได้รวมตัวกันเป็นคณะกลุ่มบุคคล มีคณะกรรมการบริหาร ประกอบด้วยตัวแทนองค์กรสมาชิก และอาสาสมัครของสหกรณ์เครดิตยูเนียนในภาคใต้ จัดตั้งขึ้นมาทำหน้าที่ในด้านการส่งเสริม การพัฒนาองค์กรเครือข่าย การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดการจัดตั้งกลุ่มเครดิตยูเนียน เพื่อขยายปริมาณจำนวนสมาชิก การจัดให้การศึกษาอบรมในหลักสูตรขั้นพื้นฐานแก่สมาชิก คณะกรรมการบริหารของกลุ่มและสหกรณ์ รวมทั้งการพัฒนาการเสริมสร้างอาชีพ และร่วมมือกันขององค์กรเครือข่าย เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในอนาคต

ภารกิจหลักสำคัญประการหนึ่งคือ กระบวนการให้การศึกษาอบรมแก่สมาชิกซึ่งเครดิตยูเนียนถือเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาองค์กร หน่วยงานของชุมชนเพื่อให้สามารถพัฒนาได้อย่างมีคุณภาพ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีสมาชิกจะต้องมีความเข้าใจและได้ศึกษาเรียนรู้ ซึ่งในเรื่องนี้ทางชมรมเครดิตยูเนียนภาคใต้จึงได้ดำเนินการจัดให้การศึกษาเรียนรู้แก่ชุมชนอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดฝึกอบรมในหลักสูตรต่าง ๆ และให้ความรู้สร้าง ความเข้าใจทางสื่อวิทยุกระจายเสียงโดยมีชื่อรายการว่า “สหกรณ์เครดิตยูเนียนสู่ชุมชน” ออกอากาศทุกวันอาทิตย์ เวลา 18.20-19.00น. ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เอฟ.เอ็ม.89.75 เมกกะเฮิร์ตซ์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 จนถึงปัจจุบัน โดยมีทีมงานจากชมรมฯ และอาสาสมัครได้ร่วมกันหมุนเวียนดำเนินรายการพร้อมทั้งสนับสนุนค่าบำรุงสถานีเดือนละ 2,500 บาทอีกด้วย

ต่อมาทางชุมชนสหกรณ์เครดิตยูเนียนแห่งประเทศไทย จำกัด ได้ดำเนินการจัดสร้างอาคารสำนักงานชุมชนสหกรณ์เครดิตยูเนียนแห่งประเทศไทย จำกัด สาขาภาคใต้ และสถาบัน “ศูนย์ฝึกอบรม” ขึ้นที่เลขที่ 115 หมู่ที่ 5 ตำบลท่าสะท้อน อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานีซึ่งแล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2547 ทางชมรมเครดิตยูเนียนภาคใต้ (เครือข่ายสุราษฎร์ธานี) จึงได้ขออนุญาตใช้สถานที่ดังกล่าวจัดตั้งสถานีวิทยุชุมชนชมรมเครดิตยูเนียนภาคใต้ พร้อมทั้งได้ทดลองส่งกระจายเสียงในระบบเอฟ.เอ็ม. ความถี่ 105.75 เมกกะเฮิร์ตซ์ ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2547

เป็นต้นมา โดยมีพื้นที่เป้าหมายในการส่งกระจายเสียงในเขตติดต่อ 3 อำเภอ คือ อำเภอพุนพิน ตำบลท่าสะท้อน ตำบลเขาหัวควาย อำเภอบ้านนาเดิม ตำบลท่าเรือ ตำบลนาใต้ ตำบลทรัพย์ทวี และอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ในการจัดตั้งสถานีฯ ดังกล่าวได้รับงบประมาณสนับสนุนจาก ชุมชนมุสลิมนครเคอติดยุเนียนแห่งประเทศไทย จำกัดและเงินสมทบจากกิจกรรมการจัดเลี้ยงน้ำชา ระดมทุนจากสมาชิกของชมรมฯ วัดภูประสงค์ในการจัดตั้งสถานีมีดังต่อไปนี้ คือ

1. เพื่อสนับสนุนกระบวนการเรียนรู้วิทยุชุมชนอย่างครบวงจร ภายใต้ศูนย์ปฏิบัติการ เรียนรู้วิทยุชุมชน โดยคำนึงถึงลักษณะร่วมกันทางสังคม วัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชน
2. เพื่อสนับสนุนการเตรียมพร้อมของผู้ประกอบการภาคประชาชนในการทำสื่อวิทยุ ชุมชน ในระดับที่ประชาชนเป็นเจ้าของสถานี
3. เพื่อเป็นต้นแบบการพัฒนาการกระจายเสียงวิทยุชุมชนเครือข่ายวิทยุชุมชน ชมรม เคอติดยุเนียนภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี)

สถานีวิทยุชุมชนชมรมเคอติดยุเนียนภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี) ได้ส่ง กระจายเสียงออกอากาศมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 จนถึงปัจจุบัน นับเป็นเวลานานถึง 2 ปี 6 เดือนแล้ว และเป็นสถานีวิทยุชุมชนที่ไม่มีการโฆษณาสินค้าและบริการแต่อย่างใด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อุษา จันทรประภาศ (2535, น. บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชนของสถานีวิทยุวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดจันทบุรี” ผลการวิจัยพบว่า ผู้ฟังมีพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการค่อนข้างบ่อย เนื่องจาก รูปแบบรายการมีความน่าสนใจโดยให้ความสนใจฟังเนื้อหาเกี่ยวกับการเกษตรมากที่สุด ในส่วนของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ พบว่าผู้ฟังมีการใช้ประโยชน์เกิดความพึงพอใจจากรายการในระดับมาก โดยเฉพาะเรื่องที่เป็นเนื้อหาสาระของรายการ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้

1. หลักการที่เป็นรายการของประชาชน บริหารรายการโดยตัวแทนของประชาชน
2. ความรู้
3. ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานอาชีพ และดำเนินชีวิตประจำวัน
4. รายการที่เป็นกระบอกเสียงแทนประชาชน
5. วิธีการแก้ปัญหาต่าง ๆ
6. ข่าวสาร
7. ข้อมูลเพื่อใช้พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้อื่น

พิชญา รัตนพล (2540, น. บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวังผลประโยชน์และความน่าเชื่อถือของรายการวิทยุเพื่อสังคมและชุมชน : กรณีศึกษาสถานีวิทยุชุมชน” พบว่าคุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสาร รวมทั้งระดับความคาดหวังผลประโยชน์ต่อตนเอง และต่อสังคมจากสถานีวิทยุชุมชน ระดับความน่าเชื่อถือด้านผู้ดำเนินรายการและข้อมูลข่าวสารในสายตาของสมาชิกล้วนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารทั้งสิ้น

งานวิจัยเรื่องนี้ชี้ให้เห็นว่า การรวมตัวเป็นกลุ่มสมาชิกของชุมชนก็เพราะสมาชิกมีความคาดหวังผลประโยชน์และความเชื่อถือจากสถานีวิทยุเพื่อสังคมและชุมชน เพราะฉะนั้นถ้าหากคนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินรายการ กำหนดเนื้อหาเองจะยิ่งทำให้สถานีวิทยุเพื่อชุมชนมีส่วนในการกำหนดพฤติกรรมการสื่อสารของคนในชุมชนด้วย การรวมตัวกันเป็นสมาชิกของสถานีวิทยุเพื่อสังคมจะทำให้มีการสื่อสารผ่านคลื่นวิทยุเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทำให้สังคมพัฒนาและเป็นช่องทางในการพึ่งพาอาศัยกัน งานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นแนวทางในการนำผลไปศึกษาถึงข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาและปรับปรุงการผลิตรายการของสถานีวิทยุชุมชน (City Radio) ตลอดจนสถานีอื่นที่มีลักษณะเดียวกันให้มีข้อมูลประกอบการจัดรายการให้ตรงตามความต้องการของผู้รับฟังรายการ และเหมาะสมกับคุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของคนในชุมชน

โสภณ ศิริกุลพิพัฒน์ (2542, น. บทคัดย่อ) ทำวิจัยเรื่อง “ทัศนคติของประชาชนต่อรายการวิทยุชุมชน : ศึกษากรณีสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดสุราษฎร์ธานี” พบว่า ทัศนคติต่อรายการวิทยุชุมชนสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดสุราษฎร์ธานีในภาพรวมมีระดับสูงทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านรูปแบบ เนื้อหาและประโยชน์ของรายการ ในเมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้าน มีระดับสูงทุกด้านเช่นกัน อย่างไรก็ตาม การพิจารณาในด้านข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้รับฟังพบว่า อายุและอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ทัศนคติต่อรายการวิทยุชุมชนแตกต่างกัน ส่วนเพศ ระดับการศึกษา รายได้ของครอบครัว ระยะเวลาการอาศัยอยู่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีและตำแหน่งทางสังคมที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้ทัศนคติต่อรายการวิทยุชุมชนแตกต่างกัน ส่วนความถี่ในการรับฟังรายการวิทยุชุมชนในภาพรวมแตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติต่อรายการวิทยุชุมชนแตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความถี่ในการรับฟังรายการแตกต่างกัน มีผลทำให้ทัศนคติต่อรายการวิทยุชุมชนในด้านรูปแบบแตกต่างกัน ส่วนในด้านเนื้อหาและประโยชน์ของรายการไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ในการศึกษายังพบว่าผู้รับฟังรายการที่มีส่วนร่วมในรายการและไม่มีส่วนร่วมในรายการ มีทัศนคติต่อรายการไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านรูปแบบ เนื้อหาและประโยชน์ของรายการ ปรากฏว่าไม่แตกต่างกัน

จิระวรรณ ตัณฐกรานันท์ (2542, น. บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “การมีส่วนร่วมและบทบาทผู้นำชุมชนชาวไทยภูเขาในการจัดการวิทยุชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน” พบว่า ผู้นำชาวไทยภูเขามีบทบาทในการให้ความรู้และการระดมความคิดเห็นจากสมาชิกวิทยุชุมชน รวมทั้งการวางแผนจัดการวิทยุชุมชน ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการในการจัดการวิทยุชุมชน ผู้นำชุมชนแสดงความคิดเห็นตรงกันว่า ปัญหาค่าใช้จ่ายในการจัดการเป็นปัญหาอันดับหนึ่ง ตามด้วยปัญหาทางกฎหมาย ปัญหาความมั่นคงปลอดภัย และปัญหาความรู้ความชำนาญ ซึ่งได้เสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาว่า ในเรื่องค่าใช้จ่ายนั้นอาจต้องให้ส่วนราชการให้การสนับสนุน ส่วนปัญหากฎหมายนั้นเป็นเรื่องที่สามารถทำการศึกษาเพิ่มเติมได้ เช่นเดียวกับปัญหาความรู้ความชำนาญ ส่วนปัญหาความมั่นคงปลอดภัยเป็นปัญหาด้านชนกลุ่มน้อยตามแนวชายแดน ดังนั้นในการจัดให้มีสถานีวิทยุกระจายเสียงชุมชนต้องพิจารณาพื้นที่ที่ไม่ห่างไกลมากเกินไป

สิขเรศ ศิริกานต์ (2544, น. บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “รูปแบบสถานีวิทยุกระจายเสียงภาคประชาชนที่พึงประสงค์สำหรับประเทศไทย ภายหลังการปฏิรูประบบวิทยุกระจายเสียงตามเจตนารมณ์มาตรา 40 รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540” พบว่า แนวคิดหลักในการดำเนินการสถานีวิทยุภาคประชาชน คือ สถานีวิทยุที่ส่งเสริมสิทธิทางด้านการสื่อสาร (Communication Right) และการรับรู้ข่าวสารของสาธารณะ สนับสนุนการเข้าถึงสื่อและการมีส่วนร่วมของประชาชน (Access and Participation) ประชาชนสามารถเป็นเจ้าของและควบคุมบริหารจัดการเองได้ (Self Management) ทำหน้าที่บูรณาการต่าง ๆ ของสังคมเข้าไว้ด้วยกัน ดำเนินการโดยไม่มุ่งหวังผลกำไร หรือตกอยู่ภายใต้อิทธิพลทางธุรกิจและการเมือง สื่อวิทยุภาคประชาชนต้องพัฒนาให้เกิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยการเปิดเวทีอภิปรายและแสดงออกเพื่อตอบสนองความต้องการทางสังคมและวัฒนธรรม ดำเนินการเพื่อบริการสาธารณะให้บริการทางด้านข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน ช่วยเสนอทางออกในการแก้ไขปัญหาในชีวิตของประชาชนได้ เป็นเวทีที่มีความคิดหลากหลายได้รับการแลกเปลี่ยนและทัศนะเหล่านี้ได้รับความเคารพ เป็นสื่อที่พยายามผลักดันกระบวนการประชาสังคม (Civic Society) สร้างมติมหาชน (Public Opinion) คัดค้านหรือเรียกร้องต่อประเด็นปัญหาต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์ด้วยเหตุผล ขยายแนวคิดประชาธิปไตยและดำเนินการเพื่อการปกป้องสาธารณะประโยชน์ เป็นสื่อวิทยุที่สามารถสะท้อนความต้องการของประชาชนส่วนรวม ตลอดจนมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ส่งเสริมสำนึกร่วมกันของประชาชนเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต ส่งเสริมการศึกษา ศิลปวัฒนธรรม และเสริมสร้างความเข้มแข็งและพลังประชาชน (Empowerment) ดำเนินกิจการตามครรลองประชาธิปไตย ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน (Democratic Participant)

อนุตรา พรทวี (2545, น. บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ความต้องการรายการวิทยุชุมชนของผู้ฟังในเขตปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเนื้อหารายการเกี่ยวกับธุรกิจค้าขายและงานบริการที่มาจากท้องถิ่น ไม่ต้องการให้มีโฆษณาในรายการวิทยุชุมชน ส่วนใหญ่ต้องการเนื้อหาประเภทข่าวและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ด้านรูปแบบรายการวิทยุชุมชนต้องการให้เป็นรายการนิตยสารทางอากาศความยาว 1 ชั่วโมง มีผู้ดำเนินรายการ 2 คน เป็นเพศชาย 1 คนและเพศหญิง 1 คน ส่วนคุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการวิทยุชุมชนจะต้องมีมนุษยสัมพันธ์ดีกับคนในชุมชนตลอดจนเพื่อนร่วมงาน และควรเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ อีกทั้งควรมีน้ำเสียงเป็นกันเองกับผู้ฟัง ไม่ว่าจะเป็นการอ่าน เล่าเรื่องหรือพูดคุย เพื่อให้สิ่งที่สื่อออกไปสื่อความหมายได้และน่าสนใจ

ปัฐยา เรืองเริงกุลฤทธิ์ (2546, น. บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุชุมชนของคนโคราช สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดนครราชสีมา” พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการรับฟังในระดับปานกลาง มีความคิดเห็นต่อรายการในระดับดี และเห็นว่าเนื้อหารายการประกอบอาชีพทางการเกษตร การทำมาหากิน เป็นประโยชน์ต่อชุมชน และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้ใช้ประโยชน์จากการรับฟังรายการวิทยุชุมชนของคนโคราช คิดเป็นร้อยละ 84.50 และมีความพึงพอใจจากการรับฟังในประเด็นที่ทำให้รอบรู้ขึ้นในเหตุการณ์ทั่วไป ความเคลื่อนไหวของชุมชน ในส่วนของข้อเสนอแนะ กลุ่มตัวอย่างต้องการให้ปรับปรุงรายการทางด้านการเกษตรและการทำมาหากินรายการมากที่สุด และควรปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอให้น่าสนใจยิ่งขึ้น พร้อมทั้งเสนอให้เพิ่มเนื้อหาทางด้านศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิถีชาวบ้านให้มากขึ้น ในด้านของผู้ดำเนินรายการ กลุ่มตัวอย่างต้องการให้ผู้ดำเนินรายการพูดให้น้อยลงและเปิดโอกาสให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นมากขึ้นและในด้านอื่น ๆ คือ ต้องการให้ขยายเวลาออกอากาศมากที่สุด

จากการทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระดับการศึกษาและอาชีพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการและความพึงพอใจจากการรับฟังรายการวิทยุชุมชนของคนโคราชแตกต่างกัน และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อรายการวิทยุชุมชนของคนโคราชแตกต่างกัน โดยจะสังเกตเห็นว่า เพศไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรม การรับฟังรายการ ความคิดเห็นต่อรายการและความพึงพอใจจากการรับฟังรายการ ในขณะที่รายได้ต่อเดือน ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการรับฟังรายการ และความพึงพอใจจากการรับฟังรายการวิทยุชุมชนของคนโคราช สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับฟังรายการกับความคิดเห็นต่อรายการวิทยุชุมชนของคนโคราช พบว่ามีความสัมพันธ์กันในทางบวก

เช่นเดียวกับที่ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับฟังรายการและความพึงพอใจจากการรับฟังรายการวิทยุชุมชนของคนโคราชมีความสัมพันธ์ในทางบวกเช่นกัน

ภริตพร สุขโกศล (2547, น. บทคัดย่อ) ทำการวิจัยในหัวข้อ “กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของวิทยุชุมชน อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง” พบว่ากระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในวิทยุชุมชน 4 องค์ประกอบ คือ 1. องค์ประกอบด้านผู้ส่งสาร (Sender) กลุ่มตัวอย่างมีกระบวนการในการแสวงหาข้อมูลจากการมองเห็นสภาพปัญหาภายในชุมชน ประสพการณ์และความสนใจของผู้ผลิตรายการ เกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหา พิจารณาจากระดับความรู้ของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ โดยใช้ภาษาคำเมืองหรือภาษาเหนือในการสื่อสาร 2. องค์ประกอบด้านเนื้อหาสาร (Message) ที่นำเสนอพบว่ามี 3 รูปแบบ คือ รูปแบบรายการสัมภาษณ์ รูปแบบรายการสนทนาสลับกับเปิดเพลงและรูปแบบรายการข่าวสลับกับเปิดเพลง และมีวัตถุประสงค์หลักในการนำเสนอคือให้ความรู้ (To educate) ให้ข้อมูลข่าวสาร (To inform) และให้ความบันเทิง (To entertain) หรือให้ความรู้สลับกับความบันเทิง (Edutainment) 3. องค์ประกอบด้านช่องทางการสื่อสาร (Channel) พบว่า วิทยุชุมชนมีความพร้อมทั้งด้านเทคนิคและอุปกรณ์ แต่ยังไม่สามารถส่งสัญญาณครอบคลุมได้ทั่วทุกพื้นที่ในอำเภอแจ้ห่ม เพราะสภาพภูมิประเทศเป็นที่ราบสลับกับหุบเขา 4. องค์ประกอบด้านผู้รับสารพบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับฟังรายการวิทยุชุมชน โดยเลือกรับฟังที่บ้านเป็นส่วนมาก และยังเปิดรับฟังทั้งที่ทำงาน ในไร่ นา และสวนด้วย แสดงให้เห็นว่าสถานภาพของสื่อวิทยุได้สร้างระดับการมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสารได้ง่ายกว่าสื่อประเภทอื่น นอกจากนี้ผู้รับสารยังอยู่ในฐานะเป็นทั้งผู้ฟัง (Audience) ผู้ผลิตรายการ (Sender or Producer) และผู้วางนโยบาย (Policy Planner) ทั้งนี้ระดับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนจะมีจำนวนของผู้เข้าร่วมในแต่ละระดับลดลงตามโครงสร้างหน้าที่ที่สูงขึ้น

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการสื่อสาร (Participatory Communication) ของวิทยุชุมชนฯ ได้สร้างลักษณะการสื่อสารสองทาง (Two-ways Communication) คือ การสื่อสารที่สามารถโต้ตอบกันได้ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เนื่องจาก 1. รายการวิทยุชุมชนฯสามารถช่วยแก้ปัญหาภายในชุมชนได้ 2. วิทยุเป็นสื่อที่ทำให้เกิดการแสดงความคิดเห็นที่หลากหลายของคนทุกเพศทุกวัย และ 3. เมื่อวิทยุได้แจ้งข้อมูลข่าวสารให้กับประชาชนได้รับทราบอย่างทั่วถึงกันแล้วประชาชนจะเกิดความรู้ที่สามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ นอกจากนี้ผู้ผลิตรายการและผู้รับสารเป็นคนภายในชุมชนเดียวกัน จึงทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนประเด็นในการพูดคุยตามสถานที่ต่าง ๆ ภายในชุมชน เช่น สภากาแฟ ร้านขายของ ตลาด เป็นต้น อย่างไรก็ตามวิทยุชุมชนฯยังคงเป็นสื่อที่ทำหน้าที่เพื่อสร้างความบันเทิงในชีวิตประจำวัน และทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์

ข่าวสารตามความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ในชุมชนฯ ดังนั้นคณะกรรมการของวิทยุชุมชน จึงควรสร้างการมีส่วนร่วมให้กับผู้รับสารมากขึ้น เช่น การทำแบบสำรวจกลุ่มผู้ฟังว่า ต้องการรับฟังรายการลักษณะใด รวมทั้งจะทำอย่างไรให้วิทยุได้สร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน และให้ชุมชนได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการดำเนินงานวิทยุชุมชนเพิ่มขึ้นได้อย่างไร

งานวิจัยของ พัชรภรณ์ สายรัตน์ (2548, น. บทคัดย่อ) เรื่อง “การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อรายการวิทยุชุมชน เพื่อนชุมชน ชุมชนปทุมโตก ตำบลพระประโทน อำเภอมือง จังหวัดนครปฐม” พบว่า พบว่าประชาชนที่เข้ามามีส่วนร่วมนั้นมีความแตกต่างกันในด้านอายุ อาชีพ การศึกษา เพราะทางสถานีวิทยุชุมชนต้องการตัวแทนชุมชนในทุกระดับ ซึ่งมีทั้งตัวแทนจากชุมชน ตัวแทนข้าราชการและตัวแทนจากกลุ่มศาสนา ในระดับผู้จัดรายการทางสถานีจะเปิดโอกาสให้ประชาชนทั้งภายนอกและภายในชุมชนทุกระดับสามารถเข้ามาเป็นผู้จัดรายการได้ สามารถกำหนดรูปแบบ เนื้อหาของรายการได้แต่ต้องไม่ขัดต่อกฎระเบียบของทางสถานีวิทยุชุมชน และในระดับของคณะกรรมการมีการกำหนดคุณลักษณะซึ่งจะคัดเลือกบุคคลที่มีความรู้มีบทบาททางสังคม

ผลการดำเนินงานของสถานีวิทยุชุมชนพบว่า คณะกรรมการบางส่วนไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ตามตำแหน่งที่ได้ เนื่องจากปัญหาด้านเวลา เพราะต้องประกอบอาชีพ และการดำเนินงานไม่มีผลประโยชน์หรือค่าตอบแทนใด ๆ ส่วนของการกระจายเสียงพบว่าสถานีวิทยุชุมชนมีความพร้อมทั้งในด้านเทคนิคและอุปกรณ์การกระจายเสียง ส่วนในด้านงบประมาณ ทางสถานีมีนโยบายหลักไม่ให้มีการประกอบธุรกิจหรือผลประโยชน์เข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นงบประมาณการดำเนินงานส่วนใหญ่จะมาจากทางปทุมโตก

ส่วนงานวิจัยของ ดนุชา สลิวงส์ (2549, น. บทคัดย่อ) เรื่อง “การศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ฟังรายการวิทยุชุมชนมูลนิธินิบุญญารมย์ (FM.90.75 MHz.) วัดโสภณาราม อำเภอมะริม จังหวัดเชียงใหม่” พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังจากการรับฟังรายการวิทยุชุมชน มูลนิธินิบุญญารมย์ วัดโสภณารามในระดับที่มาก กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังที่จะรับฟังรายการประเภทข่าวสารหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งในและนอกชุมชน มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพอนามัย เนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ การศึกษาต่าง ๆ การนำเสนอเนื้อหารายการที่หลากหลายไม่น่าเบื่อ ผู้ดำเนินรายการใช้ภาษาถิ่นในการนำเสนอ และมีความคาดหวังที่สามารถนำความรู้ที่ได้รับฟังมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ตลอดจนได้รับความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

สำหรับความพึงพอใจจากการรับฟังรายการวิทยุชุมชนพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจจากการรับฟังรายการในประเด็นที่นำเสนอเนื้อหารายการที่ทันเหตุการณ์ นำเสนอเนื้อหารายการที่มีสาระ ความรู้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ และมีความพึงพอใจ

จากการรับฟังรายการที่สามารถสร้างความเพลิดเพลินผ่อนคลายอารมณ์ และทำให้รอบรู้เรื่อง เหตุการณ์ข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งในและนอกชุมชน

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและ รายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุชุมชนมูลนิธินิบุญญาภรณ์แตกต่างกัน ใน ด้านลักษณะการเปิดรับฟัง ความถี่ในการเปิดรับฟัง ช่วงเวลาในการเปิดรับฟัง ระยะเวลาใน การเปิดรับฟัง และการมีส่วนร่วมในรายการ กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพ แตกต่างกัน จะมีความคาดหวังจากการรับฟังรายการวิทยุชุมชนมูลนิธินิบุญญาภรณ์แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากการรับฟัง รายการวิทยุชุมชนมูลนิธินิบุญญาภรณ์แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะการเปิดรับฟัง ความถี่ ในการเปิดรับฟัง ช่วงเวลาในการเปิดรับฟัง ระยะเวลาในการเปิดรับฟังและการมีส่วนร่วมใน รายการแตกต่างกัน จะมีความคาดหวังและความพึงพอใจจากการรับฟังรายการวิทยุชุมชนมูลนิธินิ บุญญาภรณ์แตกต่างกันความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจจากการรับฟังรายการ วิทยุชุมชนมูลนิธินิบุญญาภรณ์ พบว่า มีความสัมพันธ์ในทางบวก คือเมื่อกลุ่มตัวอย่างมีความ คาดหวังจากการรับฟังรายการมาก ก็จะมีมีความพึงพอใจจากการรับฟังรายการมากตามไปด้วย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงได้ตั้งสมมติฐานการ วิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุชุมชนชมรมเครดิตยูเนียน ภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี)” ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยข้อ 1

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้ฟังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟัง รายการวิทยุชุมชน ชมรมเครดิตยูเนียนภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี)

จากทฤษฎีกลุ่มสังคม ซึ่ง เดอเฟลอร์ (DeFleur) ได้เสนอว่า ผู้รับสารที่มีลักษณะทาง สังคมที่คล้ายคลึงกัน เช่น ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ อายุ เพศ ฯลฯ จะแสดงพฤติกรรม การสื่อสารมวลชนที่คล้ายคลึงกัน และผู้รับสารที่มีลักษณะทางสังคมอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ก็มักจะมี ความสนใจ หรือพฤติกรรมไปในทางเดียวกัน แต่ภายใต้ความคล้ายคลึงกัน ความเป็นกลุ่มเดียวกั นนี้ เดอเฟลอร์ ยังได้เสนอทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลที่มองว่า ผู้รับสารแต่ละคน จะมีความแตกต่างกันทางจิตวิทยา ลักษณะทางชีวภาพและสภาพแวดล้อม ซึ่งจะส่งผลต่อการ เปิดรับสาร หรือการตีความหมายของข่าวสาร ตลอดจนมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไปก็ได้ จาก ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้ฟังจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการ

วิทยุชุมชน ชมรมเครดิตยูเนียนภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี) หรือไม่ อย่างไร จึงเป็นที่มาของการตั้งสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยข้อ 2 และ 3

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้ฟังที่แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากการรับฟังรายการวิทยุชุมชน ชมรมเครดิตยูเนียนภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี) แตกต่างกัน

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้ฟังที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อรายการวิทยุชุมชน ชมรมเครดิตยูเนียนภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี) แตกต่างกัน

จากแนวคิดที่มองว่าผู้รับสาร ในฐานะเป็นผู้ที่มีบทบาทรุก เป็นผู้กระทำ (Active) มีวัตถุประสงค์ที่จะเลือกใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของแต่ละคน ซึ่งลักษณะทางประชากรศาสตร์ สภาวะสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้รับสารมีความต้องการแตกต่างกันออกไป ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่า สื่อแต่ละประเภทจะสนองตอบต่อความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีและแนวคิดเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ จึงเป็นที่มาในการตั้งสมมติฐานการวิจัยข้อ 2 และ 3

สมมติฐานการวิจัยข้อ 4 และ 5

พฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการของกลุ่มผู้ฟังที่แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากรายการวิทยุชุมชนชมรมเครดิตยูเนียนภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี) ที่แตกต่างกัน

พฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการของกลุ่มผู้ฟังที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในรายการวิทยุชุมชนชมรมเครดิตยูเนียนภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี) ที่แตกต่างกัน

จากลักษณะของผู้รับสารที่มีลักษณะทางสังคมที่คล้ายคลึงกัน เช่น ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ อายุ เพศ ฯลฯ มักจะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารมวลชนที่คล้ายคลึงกัน แต่ภายใต้ความคล้ายคลึงกัน ผู้รับสารแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันทางจิตวิทยา ลักษณะทางชีวภาพและสภาพแวดล้อม ทำให้การเปิดรับหรือตีความหมายของข่าวสารของผู้รับสารแตกต่างไปจากกลุ่มของตนได้ ซึ่งความแตกต่างที่เกิดขึ้นอาจจะกลายมาเป็นเงื่อนไขส่งผลให้เกิดพฤติกรรมที่ต่างกันในแต่ละคน อันอาจจะส่งผลทำให้การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อข้อมูลข่าวสารของผู้รับสารแตกต่างกันไปด้วย ซึ่งแนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ แนวคิดเกี่ยวกับวิทยุชุมชนและคู่มือวิทยุชุมชน จึงเป็นที่มาในการตั้งสมมติฐานการวิจัยข้อ 4 และ 5