

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาการบริหารงานของวิทยุชุมชนในจังหวัดสงขลาจำนวน 2 แห่ง ประกอบด้วย วิทยุชุมชนควนเนียง ตำบลบางเหรียง อำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา และวิทยุชุมชนชาวทอง ตำบลบ้านนา อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา

เพื่อเป็นการตอบคำถามในเรื่องของการบริหารงานวิทยุชุมชน การเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วม ตลอดจนการตอบสนองความต้องการของชุมชน ผู้วิจัยจึงเลือกใช้แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเรื่องวิทยุชุมชน (Community Radio)
2. แนวคิดเรื่องการบริหารจัดการ
  - 2.1 แนวคิดเรื่องการบริหารงานวิทยุกระจายเสียง
  - 2.2 แนวคิดเรื่องการบริหารงานวิทยุชุมชน
3. ทฤษฎีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication Theory)
4. ทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism)
5. ทฤษฎีประชาธิปไตยแบบเน้นการมีส่วนร่วมของสื่อ (Democratic – Participant Media Theory)
6. ทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์องค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน (Organization Analysis)

#### **1. แนวคิดเรื่องวิทยุชุมชน (Community Radio)**

จุมพล รอดคำดี (2539) กล่าวว่า แนวคิดเรื่องวิทยุชุมชนเริ่มต้นในสหรัฐอเมริกาเมื่อปี ค.ศ.1948 โดยกลุ่มผู้รักสันติ (Pacifists) และกลุ่มผู้ที่ไม่ชอบอยู่ในกฎระเบียบ (Anarchists) ได้สนับสนุนการจัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อท้องถิ่นในรูปแบบสถานีที่ไม่มุ่งแสวงหากำไร (Non Profit Station) ขึ้นเป็นครั้งแรกที่เมืองเบอร์คเลย์ (Berkeley) มลรัฐแคลิฟอร์เนีย ต่อมาความคิดนี้ได้ขยายออกไปอย่างกว้างขวาง มีสถานีเกิดขึ้นหลายแห่ง หลังจากนั้นไม่นานประชาชนได้มองเห็นความแตกต่างอย่างชัดเจนในระหว่างสถานีเพื่อธุรกิจ (Commercial Broadcasting) โดยมีรายได้หลักมาจากการโฆษณาและสถานีเพื่อสาธารณะ (Public Broadcasting) จะมีรายได้มาจากรัฐ ซึ่งจะออกกฎหมายสนับสนุน โดยเฉพาะ ส่วนสถานีที่ไม่มุ่งแสวงหากำไร (Non Profit Broadcasting) จะมีรายได้หลักมาจากสมาชิกในชุมชนเป็นส่วนใหญ่ ที่เหลืออาจมาจากมูลนิธิ หรือองค์กรการกุศล ต่างๆ ส่วนรายการที่ออกอากาศจะบริการเฉพาะชุมชนเท่านั้น

จนกระทั่งในปี ค.ศ.1975 กลุ่มนักจัดรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ไม่มุ่งแสวงหากำไรได้รวมกันตั้งสมาพันธ์นักวิทยุชุมชนแห่งชาติขึ้น (The National Federation of Community Broadcasters) ซึ่งมีสมาชิกที่เป็นสถานีที่ไม่แสวงกำไรอยู่ถึงกว่า 60 สถานี เอกลักษณ์ของสถานีในกลุ่มนี้คือ ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสถานีอย่างแท้จริง ไม่ว่าจะในฐานะเจ้าหน้าที่ของสถานี ผู้จัดรายการหรือร่วมจัดรายการ ผู้อำนวยการสถานีก็จะเป็นอาสาสมัคร แต่ทำงานแบบประจำ (Full-Time) เกือบทั้งหมด และการดำเนินงานจะอยู่ภายใต้แนวนโยบายของคณะกรรมการวิทยุชุมชน (Board's Guidelines) คณะกรรมการชุดนี้ครั้งหนึ่งจะมาจากคนในชุมชน อีกครั้งหนึ่งมาจากเจ้าหน้าที่ของสถานี สถานีจะเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนสามารถใช้สิทธิเสรีภาพแสดงความคิดเห็นต่างๆ ได้ตามที่รัฐธรรมนูญให้หลักประกันเอาไว้ ซึ่งในขณะเดียวกันแนวคิดนี้ได้เกิดขึ้นในประเทศอื่นๆ อีกหลายประเทศ เช่น ออสเตรเลีย สวีเดน อังกฤษ ฯลฯ

เมื่อปี 1977 เทเรซ่า คลิฟฟอร์ด (Theresa Clifford) ได้เสนอรายงานการดำเนินงานวิทยุชุมชนในนามสมาพันธ์นักวิทยุเพื่อชุมชนแห่งชาติของสหรัฐอเมริกาแก่ที่ประชุมใหญ่องค์การยูเนสโก (UNESCO) ที่กรุงเบลเกรด ประเทศยูโกสลาเวีย สรุปไว้ว่าในขณะที่สถานีวิทยุชุมชนได้เพิ่มจำนวนขึ้นอยู่เรื่อยๆ วิทยุชุมชนได้แสดงบทบาทที่สำคัญยิ่งในด้านการให้บริการตอบสนองแก่ชุมชนถึงความจำเป็นต่างๆ ตลอดจนผลประโยชน์ของผู้ฟังที่อยู่บนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ไม่ว่าจะคนกลุ่มนั้นจะเป็นคนกลุ่มใหญ่หรือจะเป็นคนกลุ่มเล็ก ทุกคนต่างก็ทำงานเพื่อจุดมุ่งหมายของสถานีวิทยุชุมชนร่วมกัน

ในที่สุดในการประชุมเมื่อปี 1977 ครั้งนั้น องค์การยูเนสโก (UNESCO) ได้สรุปว่า การใช้สื่อวิทยุชุมชนถือเป็นส่วนหนึ่งที่อยู่ในกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) การสื่อสารในแนวนอนนี้ได้เน้นหลักการที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. การเข้าถึงสื่อ (Access) หมายถึง สื่อที่ให้บริการแก่ชุมชน สื่อย่อมเปิดโอกาสให้ประชาชนเลือกรายการ หรือเข้าไปจัดทำในสิ่งที่จะเป็นประโยชน์แก่ตัวเองได้คว เเบเท่าที่ไม่ขัดกับกฎหมาย นอกจากนี้ ยังเป็นช่องทางที่จะทำให้ประชาชนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นต่อรายการ หรือแสดงความต้องการการเปลี่ยนแปลงรายการ รวมทั้งการเสนอให้มีการปรับเปลี่ยนได้แม้แต่คณะผู้ผลิตรายการ หรือผู้ควบคุมการทำงานของสื่อนั้นก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้

2. การมีส่วนร่วม (Participation) หมายถึง การมีส่วนร่วมในทุกระดับในระบบการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการวางแผนการสื่อสารภายในชุมชน ตั้งแต่เริ่มคิดไปจนกระทั่งการผลิต การจัดการ การใช้สื่อในชุมชนต่างๆ ประชาชนในชุมชนจะต้องมีส่วนร่วม หรือมีโอกาสเข้าร่วมได้ทุกขั้นตอน

3. การจัดการด้วยตนเอง (Self-Management) การมีส่วนร่วมที่สำคัญยิ่งกว่าสิ่งใดก็คือ

การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้วยตนเองตามวิถีทางกระบวนการประชาธิปไตย และการตัดสินใจนั้นประชาชนมีอำนาจในการตัดสินใจตั้งแต่เริ่มคิด วางแผน ไปจนกระทั่งกำหนดนโยบาย การบริหาร การลงมือผลิตสื่อด้วยตนเอง ยูเนสโกยอมรับว่าการจัดการด้วยตนเองจะต้องกระทำอย่างค่อยเป็นค่อยไป ส่วนการเข้าถึงสื่อ และการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร มีความเป็นไปได้มาก และสามารถทำได้ง่ายกว่า

วิทยุชุมชนมีแนวคิดหลักที่สำคัญอย่างยิ่งคือ ประชาชนเป็นศูนย์กลางของความคิดและเริ่มต้นมิใช่การคิดหรือการเริ่มต้นมาจากหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนผู้ใดผู้หนึ่ง อย่างไรก็ตาม ในบางประเทศการเริ่มต้นมาจากหน่วยงานของรัฐเป็นผู้ริเริ่มภายใต้กรอบการเป็นพี่เลี้ยงให้กับประชาชน หรือให้ความช่วยเหลือในระยะเริ่มต้น และมีระยะเวลาที่แน่นอนสำหรับการถอนตัวออก เพื่อให้ประชาชนได้เข้ามาดำเนินการเองตามหลักการ “เพื่อประชาชน โดยประชาชน ของประชาชน” ได้อย่างเต็มที่ โดยมีหลักดังนี้

1. ต้องเกิดขึ้นจากความต้องการของชุมชน โดยถือหลักว่าคนส่วนใหญ่แสดงความคิด ความต้องการร่วมกัน
2. วิทยุชุมชนต้องได้รับการยอมรับของกลุ่มต่างๆ ในชุมชน
3. วิทยุชุมชนย่อม ไม่มีการแบ่งแยกเชื้อชาติ ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรมของคนในชุมชน
4. วิทยุชุมชนต้องยึดถือแนวทางการเสนอรายการและข่าวสารของชุมชนเป็นหลัก ภายใต้แนวคิด ความเชื่อ วัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น สิ่งแวดล้อมและเหตุการณ์ในท้องถิ่นเป็นหัวใจของการนำเสนอข่าวสารและรายการ
5. วิทยุชุมชนจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมจัดรายการ และสามารถเข้าไปบริหาร จัดการ หรือเป็นผู้ปฏิบัติในสถานีได้ ซึ่งยูเนสโก ได้เน้นว่า “Participatory radio means a radio station that self-managed by those participating in it” นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงใดๆ ในสื่อวิทยุเพื่อชุมชนให้เป็นไปตามแนวคิดและความต้องการของประชาชนในชุมชน โดยยึดหลักกระบวนการประชาธิปไตย

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

7. วิทยุชุมชนเป็นสื่อมวลชนตามแนวคิดประชาธิปไตย (Democratic Media) เพื่อประชาชน โดยประชาชน ของประชาชน

R. Williams (1974) กล่าวว่า วิทยุเป็นค่าน้ำที่สร้างเครือข่ายในการวางแผนสร้างชาติ แต่อาจต้องใช้งบประมาณมาก อาทิเช่น การใช้วิทยุสนับสนุนกองกำลังทหารในเอลซาวาดอร์ จนเกิดแนวร่วมและได้รับชัยชนะในที่สุด

ในประเทศเคนยา (1982) เผชิญกับปัญหาความยากจน ผลผลิตตกต่ำ รัฐบาลจึงใช้สื่อวิทยุให้เป็นประโยชน์ ทั้งผู้จัด-ผู้ฟัง จนเกิดแนวร่วม และได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี

ปี 1983 องค์การสหประชาชาติประกาศให้เป็นปีการสื่อสารโลก เพื่อให้สมาชิกแต่ละประเทศพิจารณาตรวจสอบอย่างลึกซึ้งว่า ระบบการสื่อสารของแต่ละประเทศนั้นได้ทำการปรับปรุงให้สอดคล้องกับความต้องการ ใช้ประโยชน์เพื่อพัฒนาประเทศและสังคมโดยรวมแล้วหรือไม่ เพราะจากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันของแต่ละประเทศนั้น อาจไม่สามารถหาสูตรสำเร็จรูปในการวางแผนแผนความสำเร็จได้

Hence, Sproule (1989) กล่าวว่า วิทยุเป็นสื่อให้กับการศึกษา และควรเน้นประสิทธิภาพ ด้านการศึกษาสื่อสารเพื่อการพัฒนา และต้องมีกลยุทธ์ในการใช้สื่อวิทยุ ดังนี้

1. สื่อวิทยุทำโดยใคร
2. ทำด้วยทรัพยากรประเภทใด
3. ช่วงเวลาของการออกอากาศเวลาใดที่เหมาะสมที่สุด
4. สถานที่เหมาะสมนั้นควรเป็นที่ใด
5. มีเป้าประสงค์ไปในทิศทางใด

จากแนวคิดเรื่องวิทยุชุมชน (Community Radio) ผู้วิจัยได้นำมาเป็นกรอบเพื่อวิเคราะห์ ความเป็นวิทยุชุมชนของวิทยุชุมชนทั้ง 2 แห่ง โดยพิจารณาตามหลักการสำคัญ 3 ประการ คือ การเข้าถึงสื่อ (Access) การมีส่วนร่วม (Participation) และการจัดการด้วยตนเอง (Self-Management) โดยในประเด็นของการจัดการด้วยตนเองนั้น จะสามารถโยงไปสู่ประเด็นเรื่องการบริหารงานวิทยุชุมชนด้วย

## 2. แนวคิดเรื่องการบริหารจัดการ

เพื่อที่จะศึกษาว่า วิทยุชุมชน ในจังหวัดสงขลาทั้ง 2 แห่ง มีการบริหารงานอย่างไร ผู้วิจัยจึงเลือกใช้แนวคิดเรื่องการบริหารจัดการ ซึ่งเป็นแนวคิดที่มีการกำหนดกรอบ และขอบข่ายของการบริหารงาน มาพิจารณาถึงหลักการ และปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ร่วมด้วย ดังนี้

John Schermerhorn (2004) (อ้างถึงใน พวงชมพู ไชยธาดา, 2549) กล่าวว่า ในการบริหารจัดการนั้น ผู้นำจะต้องมีความสามารถที่จะตระหนักถึงปัญหาและโอกาสที่จะเกิด ซึ่งต้องมีการตัดสินใจที่ดีและทำในสิ่งที่เหมาะสม สิ่งเหล่านี้สามารถกระทำได้โดยผ่านกระบวนการของการบริหารจัดการ อันได้แก่ กระบวนการของการวางแผน การจัดระบบ การนำหรือการกำหนดทิศทาง และการควบคุมการใช้ทรัพยากรที่มีเพื่อให้ประสบผลตามที่ตั้งไว้

การวางแผน (Planning) คือกระบวนการของการตั้งวัตถุประสงค์ และชี้แนวทางว่าการกระทำใดที่จะต้องทำเพื่อประสพผลตามที่ตั้งไว้ ในการวางแผนนี้จะต้องระบุผลของงานที่ต้องการ และวิธีที่จะไปยังจุดนั้น เป้าหมายหลักของการตั้งวัตถุประสงค์ก็เพื่อให้เกิดความร่วมมือกันระหว่างกิจกรรมของฝ่ายต่างๆ ให้เข้ากับวัตถุประสงค์ของสถานี เมื่อวัตถุประสงค์ของสถานีถูกสร้างขึ้น วัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันของทั้งแผนก และบุคคลในแผนกก็จะมีการพัฒนาให้สอดคล้องกัน

การจัดระบบ (Organizing) คือกระบวนการของการมอบหมายงาน จัดสรรทรัพยากร และจัดเตรียมการทำงานร่วมกันของสมาชิกและกลุ่มเพื่อปฏิบัติตามแผน ซึ่งจะต้องมีการระบุงานมอบหมายงาน ให้กับสมาชิกและสนับสนุนพวกเขาด้วยทรัพยากรต่างๆ ในองค์ประกอบนี้มีมนุษย์ และทรัพยากรจะถูกจัดเรียงในโครงสร้างที่เป็นทางการ และความรับผิดชอบนั้นจะถูกมอบหมายไปยังกลุ่มเฉพาะ ตำแหน่งหรือบุคคลเป็นการส่วนตัว เพื่อให้สามารถดำเนินการไปได้ตามวัตถุประสงค์ของสถานี ในสถานีวิทยุนี้การจัดระบบจะเกี่ยวกับแผนกของการทำงานที่เฉพาะ และการจัดกลุ่มพนักงานที่มีความรับผิดชอบเป็นการเฉพาะแผนก

การนำหรือการกำหนดทิศทาง (Leading) เป็นกระบวนการของการกระตุ้นให้เกิดความกระตือรือร้น และชี้ความพยายามที่นำไปสู่เป้าหมายของกลุ่ม โดยจะต้องสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกัน กระตุ้นกิจกรรมที่สนับสนุนเป้าหมาย และใช้อำนาจหรืออิทธิพลของผู้นำต่อสมาชิก รวมทั้งการกระตุ้นการสื่อสาร การฝึกอบรมเพื่อทำให้การทำงานออกมาดีที่สุด

การควบคุม (Controlling) คือกระบวนการของการวัดการทำงาน และทำการเปรียบเทียบระหว่างผลกับเป้าหมาย จากนั้นจะทำการแก้ไขหากทั้งสองไม่สอดคล้องกัน โดยผู้นำจะต้องติดต่อกับสมาชิกในการทำงานของพวกเขา รวบรวมและตีความผลของการกระทำ และใช้ข้อมูลเหล่านี้เพื่อวางแผนในการสร้างการกระทำที่สร้างสรรค์หรือการเปลี่ยนแปลง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเรื่องการบริหารจัดการ มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ว่าในการบริหารงานวิทยุชุมชนนั้น ได้มีการวางแผนการบริหารจัดการ การจัดระบบงาน จัดสรรทรัพยากร มีการกระตุ้นและการสร้างแรงจูงใจให้แก่สมาชิก และมีการควบคุมการทำงานหรือไม่อย่างไรบ้าง

### 2.1 แนวคิดเรื่องการบริหารงานวิทยุกระจายเสียง

เนื่องจากวิทยุชุมชน จัดเป็นงานด้านวิทยุกระจายเสียงอย่างหนึ่ง แนวคิดเรื่องการบริหารงานวิทยุกระจายเสียงจึงเป็นแนวคิดหนึ่ง ที่ช่วยตอบคำถามในเรื่องของการบริหารงานวิทยุชุมชนในจังหวัดสงขลาได้ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

กิจการวิทยุกระจายเสียง (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์, 2530) เป็นเรื่องของการให้บริการด้านเสียงโดยเฉพาะ นับตั้งแต่อุปกรณ์เครื่องมือในห้องควบคุมเสียง ห้อง

ผู้ประกาศ มีเครื่องบันทึกเสียง เครื่องเล่นแผ่นเสียง ไมโครโฟน เครื่องควบคุมเสียง เครื่องขยายเสียง ไปจนกระทั่งเครื่องส่ง ล้วนแต่เป็นเครื่องมือในการผลิตเสียงเพื่อออกอากาศในรูปแบบของรายการต่างๆ โดยผู้บริหารสถานีวิทยุกระจายเสียงต้องเป็นผู้จัดหา

นอกจากอุปกรณ์เครื่องมือ และงบประมาณค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเรื่องของเสียงแล้ว อาคารสถานที่ และเจ้าหน้าที่บุคลากรก็พิจารณาจัดสร้างและคัดเลือกโดยยึดหลักคุณภาพของเสียงเป็นหลัก จะเห็นได้จากอาคารสถานที่ เช่น ห้องส่ง ห้องผู้ประกาศ ห้องควบคุมเสียง และห้องบันทึกเสียง ต้องมีการบุฟาผนังด้วยวัสดุเก็บเสียง เพื่อป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก อาคารสถานีวิทยุกระจายเสียงจึงมีลักษณะพิเศษ และราคาค่าก่อสร้างสูงกว่าอาคารที่ทำงานอื่นๆ

ทางด้านบุคลากรของสถานีวิทยุกระจายเสียงส่วนใหญ่ ก็ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับเสียงอีกเช่นกัน การรับผู้ประกาศ ผู้จัดรายการ เจ้าหน้าที่กระจายเสียง จะต้องมีการทดสอบเสียง และความรู้เกี่ยวกับภาษา การเขียน การอ่าน ตลอดจนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เสียงในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ฟังเข้าใจและสนใจ เช่นเดียวกับเจ้าหน้าที่ด้านช่าง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นช่างไฟฟ้า สื่อสารหรือช่างอิเล็กทรอนิกส์ ก็ต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในการใช้อุปกรณ์เครื่องมือทางด้านเสียงด้วย

นอกจากนี้ ถ้าจะพิจารณาว่าวิทยุกระจายเสียงเป็นสิ่งมวลชน ผลงานหรือการกระจายเสียงที่ออกอากาศไปสู่ผู้ฟังเป็นประจำทุกวันนั้น เป็นเรื่องของสาธารณะ ไม่ได้จำกัดเฉพาะเจาะจงถึงใครหรือประชาชนกลุ่มใดคณะใด โดยเฉพาะ และสาธารณชนทุกคนก็ย่อมมีสิทธิที่จะรับฟัง และวิพากษ์วิจารณ์ได้ทุกเวลา

ขณะเดียวกัน ยังมีกฎหมายและระเบียบข้อบังคับควบคุมการปฏิบัติงาน เพื่อให้การดำเนินงานของวิทยุกระจายเสียงในฐานะสื่อมวลชน ไม่เป็นพิษเป็นภัยต่อผู้ฟังและสังคมโดยรวมด้วย ดังนั้น ผู้ที่ทำงาน โดยเฉพาะผู้บริหารของสถานีวิทยุกระจายเสียง จึงต้องระมัดระวังมิให้มีการผิดพลาดในการดำเนินงาน เพราะนอกจากจะผิดระเบียบแล้วยังเสี่ยงต่อการถูกดำเนินคดี วิพากษ์วิจารณ์จากประชาชนคนฟังได้ตลอดเวลา

จากลักษณะพิเศษดังกล่าวข้างต้น การบริหารสถานีวิทยุกระจายเสียงจึงเป็นเรื่องยุ่งยากและลำบากไม่น้อยไปกว่างานอย่างอื่น ความรู้ความเข้าใจในหลักการบริหารจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับองค์กรวิทยุกระจายเสียง การบริหารไม่ดีและไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ อาจทำให้กิจการวิทยุกระจายเสียงไม่เป็นที่สนใจของประชาชน และในที่สุดอาจต้องเลิกกิจการไปได้

ถ้าพิจารณาคำจำกัดความของการบริหารว่า การบริหาร หมายถึง การที่จะทำงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้โดยบุคคลแล้ว ในการบริหารงานวิทยุกระจายเสียงนั้น จะต้องมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการ อาจเป็นการกระจายเสียงเพื่อให้ข่าวสารความรู้แก่ประชาชน สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับระบอบการเมืองการปกครอง และส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมอันดีงาม

ตลอดจนความร่วมมือในการปฏิบัติตามนโยบายของรัฐบาล หรือเพื่อการค้าหากำไร หรือเพื่อสนองความต้องการของประชาชนในการฟังเพลง แล้วพยายามหาเจ้าหน้าที่มาผลิตรายการ โดยใช้อาคารที่เหมาะสม มีอุปกรณ์เครื่องมือที่มีคุณภาพดี และมีค่าใช้จ่ายมาดำเนินการออกอากาศให้ต่อเนื่อง และเป็นประจำวันตามผังรายการของทางสถานี จึงเห็นได้ว่า ในการบริหารงานวิทยุกระจายเสียงตามนัยแห่งความหมายในคำจำกัดความดังกล่าว นั้น เป็นเรื่องเกี่ยวกับองค์กร เกี่ยวกับระบบการทำงาน และเกี่ยวกับความสัมพันธ์ภายในระหว่างผู้ร่วมงาน และความสัมพันธ์ภายนอกกับประชาชนโดยทั่วไปด้วย

นอกจากนี้ ในการดำเนินงานวิทยุกระจายเสียงนั้น ยังมีลักษณะพิเศษที่แตกต่างไปจากกิจการอย่างอื่น กล่าวคือ ต้องมีความริเริ่มในการผลิตรายการ ทั้งนี้เพราะรายการจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและเหตุการณ์ตลอดเวลา ไม่เหมือนกับการผลิตสินค้า ซึ่งมีสายงานการผลิตค่อนข้างจะตายตัว โดยพยายามรักษาคุณภาพให้คงเดิมไว้

ในฐานะสื่อมวลชน กิจการวิทยุกระจายเสียงต้องอยู่ในกฎเกณฑ์ สถานการณ์ และการควบคุมของรัฐและสังคมโดยส่วนรวม ในขณะเดียวกัน เนื่องจากเป็นเรื่องทางจิตใจ นิสัยและรสนิยมของคน การติดตามผลการรับฟังรายการวิทยุ จึงทำได้ยากกว่าการประเมินผลการขายสินค้า ซึ่งมีตัวตนและมองเห็นได้

ในการบริหารงานวิทยุกระจายเสียง ไม่ว่าจะป็นองค์กรแบบใด ใหญ่หรือเล็ก ก็ต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม 2 ประการ คือสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอก

สิ่งแวดล้อมภายใน ได้แก่ ระบบการทำงานภายในองค์กร การจัดองค์กร การบริหารงานบุคคล อุปกรณ์เครื่องมือ ตลอดจนเทคนิค การนำทรัพยากรต่างๆ มาใช้ในการผลิตรายการ เป็นต้น สำหรับงานวิทยุกระจายเสียง คนถือว่าเป็นทรัพยากรในการผลิตที่สำคัญที่สุด ทั้งนี้รายการวิทยุจะดีและน่าสนใจแค่ไหน เพียงไร ย่อมขึ้นอยู่กับความรู้ ความสามารถและความคิดริเริ่มของคนที่อยู่ในวงการกระจายเสียงนี้เอง ด้วยเหตุนี้ การบริหารงานบุคคลจึงมีความสำคัญต่อการบริหารองค์กรโดยส่วนรวม และเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างฝ่ายบริหารกับบรรดาเจ้าหน้าที่ภายในองค์กร ฝ่ายบริหารต้องเข้าใจความต้องการของเจ้าหน้าที่ทุกฝ่าย ซึ่งส่วนใหญ่มีความต้องการในสิ่งเหล่านี้

1. ความต้องการความปลอดภัยในชีวิต ทรัพย์สิน ชื่อเสียง และความยุติธรรม
2. ความต้องการที่จะได้มีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน มีชื่อเสียงและมีตำแหน่งที่สูงขึ้น
3. ความต้องการที่จะมีความสัมพันธ์สนิทสนมกับเพื่อนร่วมงาน มีการพบปะสังสรรค์ และร่วมทำกิจการ

ความต้องการทั้ง 3 ประการข้างต้น โดยเฉพาะผู้ที่ทำงานด้านวิทยุกระจายเสียง ซึ่งมี

ลักษณะไม่ค่อยเหมือนกับธุรกิจอย่างอื่น ถ้าผู้บริหารสามารถจัดหาและสนองความต้องการเหล่านี้ได้ การบริหารงานวิสาหกิจจะประสบความสำเร็จไปแล้วครึ่งหนึ่ง เพราะจะเป็นการให้กำลังใจ ท่วมเวลาเสียสละให้กับงาน ความริเริ่มสร้างสรรค์ในการจัดและผลิตรายการจะมีมากขึ้น และเมื่อรวมกับอีกครั้งหนึ่งซึ่งเป็นเรื่องความรู้ความสามารถทางวิชาชีพ ประกอบกับอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัยและสมบูรณ์พร้อม ก็จะช่วยให้การบริหารงานวิสาหกิจสำเร็จตามเป้าหมาย

ส่วนสิ่งแวดล้อมภายนอกของสถานีวิสาหกิจเสี่ยงนั้น ได้แก่

1. ประชาชน ซึ่งมีความแตกต่างกันด้านอายุ เพศ ความรู้ ศาสนา อาชีพ และฐานะทางเศรษฐกิจ
2. หน่วยงานและสถาบันทางการเมือง ได้แก่ รัฐสภา คณะรัฐมนตรี พรรคการเมือง ผู้นำความคิดเห็น ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง และกลุ่มความเชื่อในลัทธิทางการเมืองที่แตกต่างกัน
3. ทางด้านเศรษฐกิจ มีธุรกิจในวงการอุตสาหกรรม การค้า การบริการ และการทำไร่นา การค้าภายในประเทศ การค้าระหว่างประเทศ รวมทั้งความร่วมมือและความขัดแย้งทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศด้วย

สิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกเหล่านี้ มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เป็นต้นว่า

ประชาชนมีการศึกษาดีขึ้น มีความรู้ความฉลาดมากขึ้น ชาวชนบทมาอยู่ในเมือง พรรคการเมืองใหม่มีอำนาจในการบริหารประเทศ มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงทางสังคม และความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ซึ่งมีผลกระทบต่อหน่วยงาน รวมทั้งองค์กรวิสาหกิจเสี่ยงด้วย ฝ่ายบริหารจะต้องปรับปรุงและพัฒนาการบริหารเพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ และสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก แก้ปัญหาความขัดแย้งและเข้าใจผิด สร้างความสัมพันธ์อันดีกับทุกฝ่าย ปรับปรุงรายการให้ทันต่อเหตุการณ์ ทันสมัยและเป็นที่น่าสนใจของประชาชนคนฟัง สนองตอบนโยบายรัฐบาล และคำนึงถึงผลประโยชน์ของประเทศชาติโดยรวม

จากแนวคิดเรื่องการบริหารงานวิสาหกิจเสี่ยง จะเห็นว่า ในการบริหารองค์กรให้สำเร็จ ลุล่วงไปได้ด้วยดีนั้น จะต้องเริ่มต้นตั้งแต่มีการตั้งวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานไว้อย่างชัดเจน มีการจัดการเรื่องระบบการทำงาน การบริหารงานบุคคล การสร้างความสัมพันธ์อันดีทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งในการบริหารงานวิสาหกิจชุมชนก็เช่นเดียวกัน

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงานวิสาหกิจชุมชน

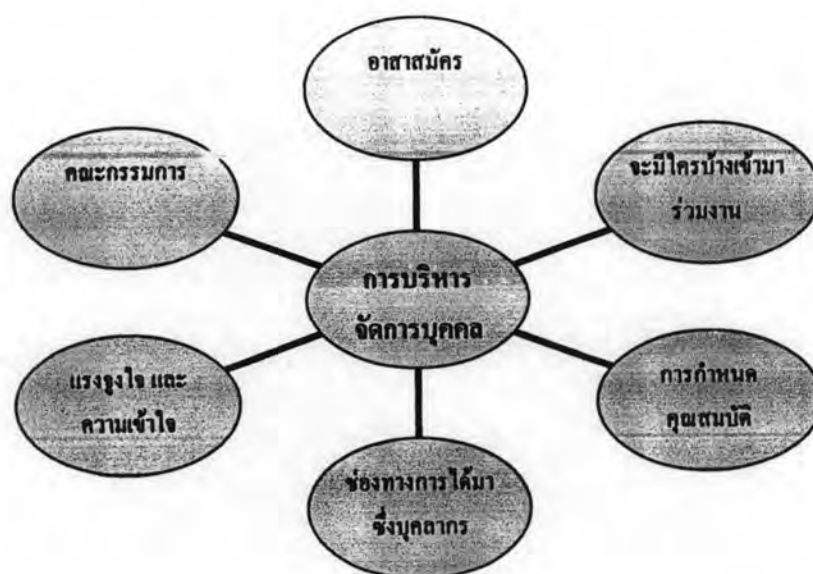
เพื่อตอบคำถามในประเด็นของการบริหารงานวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสงขลาทั้ง 2 แห่ง ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงานวิสาหกิจชุมชนมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ โดยมีรายละเอียดดังนี้



กาญจนา แก้วเทพ (2549) ได้สรุปโครงสร้างของการบริหารงานวิทยุชุมชน ซึ่งแบ่งเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การบริหารจัดการบุคคล การบริหารงบประมาณ และการบริหารงาน ไว้ดังนี้

1. การบริหารจัดการบุคคล การบริหารจัดการบุคคลเป็นประเด็นที่สำคัญทั้งในเรื่องปริมาณ และคุณภาพของบุคลากร เช่น งานวิทยุจะต้องการจำนวนคนที่มากพอ ที่จะใช้อุปกรณ์เครื่องมือและ รับผิดชอบงานในขั้นตอนต่างๆ ในแง่คุณภาพ งานวิทยุต้องการคนที่มีความเข้าใจในเรื่องการ สื่อสารผ่านสื่อวิทยุ และมีทักษะความรู้ด้านเทคนิคการผลิตรายการจำนวน ไม่น้อย เนื่องจากงาน วิทยุเป็นงานที่ต้องการความต่อเนื่อง ต้องการเวลาทำงานที่สม่ำเสมอ เป็นประจำทุกวัน และเป็นงาน สื่อสารในพื้นที่สาธารณะ และเมื่อมาเป็นวิทยุชุมชนก็ยิ่งต้องการคนที่มีความรู้มากพอ และ มีความเข้าใจเรื่องปรัชญา หลักการ และแนวคิดของวิทยุชุมชน รวมทั้งต้องมีทักษะความสามารถใน การทำงานประสานงานได้อย่างดี

จึงอาจกล่าวได้ว่า การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล ถือเป็นหัวใจสำคัญที่สุดของงานวิทยุ ชุมชน โดยประเด็นที่ควรต้องพิจารณาอย่างละเอียดในเรื่องการบริหารจัดการบุคคลมีดังนี้



### 1.1 จะมีใครบ้างเข้าร่วมงานวิทยุชุมชน (Stakeholder) พิจารณาจาก

- ตัวแทนจากหลายๆ กลุ่ม เนื่องจากตามหลักการแล้ววิทยุชุมชนเป็นวิทยุของ “คนทุกกลุ่ม ในชุมชน” โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มคนที่ด้อยโอกาสด้านสิทธิการสื่อสาร เช่น กลุ่มผู้หญิง กลุ่ม เยาวชน กลุ่มเด็ก กลุ่มผู้พิการ กลุ่มผู้อาวุโส กลุ่มผู้เจ็บป่วย ฯลฯ ดังนั้น จึงควรมีหลักประกันว่า วิทยุ ชุมชนจะเป็นพื้นที่สาธารณะที่เปิดให้ตัวแทนจากทุกกลุ่มเข้าร่วมงาน

- ความหลากหลายของกลุ่มคน กลุ่มคนที่ทำงานวิद्यุชุมชนนั้น น่าจะเป็นคนที่มาจากหลายชนชั้น หลากสถานภาพ (Heterogeneous) มากกว่าเป็นคนจากชนชั้นเดียว หรือมีสถานภาพแบบเดียวกันทั้งหมด (Homogeneous)

1.2 การกำหนดคุณสมบัติของคนทำงาน ต้องมีการกำหนดคุณสมบัติของคนทำงาน ซึ่งเป็นไปตามหลักการ “ใช้คนให้ถูกกับงาน” (Put the right man to the right job) โดยคุณสมบัติเบื้องต้นของคนทำงานวิद्यุชุมชนควรจะต้องเป็นผู้มีเวลาว่างพอสมควร มีจิตสาธารณะ รัก/เข้าใจ และเห็นคุณค่าของการสื่อสาร รักความถูกต้องและมีจรรยาบรรณแบบนักวิชาชีพ ฯลฯ

1.3 ช่องทางที่ได้มาซึ่งบุคลากร บุคลากรที่จะมาทำงานวิद्यุชุมชนอาจได้มาจากกลุ่มเครือข่ายที่เคยมาร่วมทำงานกับสถานีอยู่แล้ว กลุ่มบุคคลที่ผ่านการอบรมแบบใดแบบหนึ่ง การรับสมัครผ่านสื่อวิทยุเอง ทีมวิทยุออกไปเผยแพร่แนวคิดในกลุ่มคนทำงานเพื่อสังคม ใช้กลุ่มคนที่เขามาร่วมงานวิद्यุชุมชนแล้วเป็น “สื่อบุคคล” เพื่อชักชวนบอกต่อไปยังคนอื่นๆ ใช้ช่องทางการจัดวิทยุสด ซึ่ง เป็นกลยุทธ์เชิงรุก คือการออกไปสาธิตการจัดวิทยุชุมชนในพื้นที่สัญจรของชุมชนเลย

1.4 การตรวจสอบแรงจูงใจและความเข้าใจของบุคคลที่เขามาร่วมงาน หลังจากที่ได้อบรมบุคคลมาแล้ว ขั้นตอนที่ทางกลุ่มผู้บริหารวิद्यุชุมชนจะต้องทำต่อไปก็คือ การตรวจสอบแรงจูงใจและความเข้าใจของบุคคลที่สนใจมาร่วมงาน

สำหรับการตรวจสอบแรงจูงใจนั้น จะเป็นเรื่องของการใช้สื่อวิทยุเพื่อผลประโยชน์ส่วนตัวหรือส่วนรวม ส่วนเรื่องความเข้าใจในการทำงานนั้น ในระยะเริ่มแรกนั้น คงไม่จำเป็นที่จะต้องเรียกร้องให้ทุกคนที่เขามาร่วมงานเข้าใจงานของวิद्यุชุมชนอย่างสมบูรณ์ แต่การตรวจสอบการรับรู้/ความเข้าใจนั้น จะเป็นประโยชน์สำหรับการจัดเนื้อหาสำหรับการอบรมคนทำงาน (Empower)

1.5 คณะกรรมการ เนื่องจากเอกลักษณ์ที่สำคัญที่สุดของวิद्यุชุมชนคือ การมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างเต็มที่ในสื่อ (โดย “ประชาชน”) ผ่านรูปแบบต่างๆ ตั้งแต่ระดับอ่อนๆ ไปจนถึงระดับเข้มข้น เช่น เริ่มตั้งแต่เป็นผู้ฟังที่ Active เข้ามาร่วมเป็นแหล่งข่าว เป็นผู้รายงานข่าว/ส่งข่าวสาร เป็นแขกรับเชิญจากรายการ เป็นผู้ร่วมดำเนินรายการ เป็นผู้บริหารจัดการ เป็นผู้วางนโยบาย เป็นผู้อุปถัมภ์รายการ ฯลฯ ซึ่งหากประมวลบทบาทของประชาชนที่จะเขามาร่วมในวิद्यุชุมชนแล้ว อาจแบ่งได้เป็น 3 บทบาทใหญ่ๆ คือ

- เป็นผู้ฟังที่ Active ซึ่งในบทบาทนี้จะเปิดโอกาสให้ประชาชนจำนวนมากทุกคนสามารถเขามาร่วมแสดงบทบาทได้

- เป็นอาสาสมัคร เป็นบทบาทที่เขียบเข้ามาใกล้วิद्यุชุมชนมากขึ้น มีภาระหน้าที่มากขึ้น เช่น เป็นแหล่งข่าว เป็นผู้รายงานข่าว เป็นฝ่ายประชาสัมพันธ์ในหมู่บ้าน เป็นตัวแทนวิद्यุชุมชนในท้องถิ่น ฯลฯ และได้รับการฝึกอบรมเป็นพิเศษ เป็นต้น

- เป็นคณะกรรมการ เป็นบทบาทที่อยู่ตรงหัวใจของวิद्यุชุมชน คณะกรรมการจะต้องมีลักษณะเป็นตัวแทนของคนทุกกลุ่ม และมีคุณสมบัติที่เหมาะสม เช่น มีความกระตือรือร้นรักและพร้อมที่จะอุทิศตนเองเพื่อชุมชน บริสุทธิ์ใจในการเข้ามาทำงาน ไม่เป็นฐานเสียงของพรรคการเมืองใดพรรคการเมืองหนึ่ง ฯลฯ

**1.6 อาสาสมัคร** อาสาสมัครถือเป็นหัวใจสำคัญของวิद्यุชุมชน เพราะธรรมชาติของวิद्यุชุมชนนั้นต้องทำอย่างต่อเนื่องทุกวัน เป็นงานที่ต้องระดมพลังคนจำนวนมาก ในแง่ปรัชญานั้น การมีอาสาสมัครเข้ามาเป็นฟันเฟืองตัวใหญ่ที่จะขับเคลื่อนให้งานวิद्यุชุมชนดำเนินไปได้ ก็เท่ากับเป็นความหมายที่แท้จริงของวิद्यุชุมชน ซึ่งเป็นวิद्यุ “โดย” ชุมชน และในส่วนของการทำงาน อาสาสมัครนั้นจะต้องคำนึงทั้งในแง่ปริมาณและคุณภาพ รวมถึงมีการฝึกอบรม จัดระบบ และกำหนดบทบาทหน้าที่ของอาสาสมัครด้วย

**2. การบริหารจัดการงบประมาณ** นอกจากทรัพยากรบุคคลที่เป็นหัวใจของการทำงานวิद्यุชุมชนแล้ว งบประมาณก็ถือเป็นทรัพยากรหนึ่งที่สำคัญของวิद्यุชุมชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

**1.1 ความสำคัญของงบประมาณ** แม้ว่าวิद्यุชุมชนจะมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างไปจากวิद्यุธุรกิจตรงที่ไม่ได้หวังทำกำไรเป็นเป้าหมาย แต่มุ่งหวังที่จะทำประโยชน์แก่ชุมชนเป็นหลัก อย่างไรก็ตามวิद्यุชุมชนถือเป็นสื่อกระจายเสียงที่จำเป็นต้องมีค่าใช้จ่าย ไม่ว่าจะเป็นค่าวัสดุอุปกรณ์ ค่าจัดทำรายการ ค่าเดินทาง ฯลฯ ดังนั้น ภารกิจประการหนึ่งของผู้ที่รับผิดชอบงานวิद्यุชุมชนก็คือ ต้องมีการวางแผนเรื่องการแสวงหางบประมาณ และการบริหารจัดการงบประมาณที่มีประสิทธิภาพ

### **1.2 หลักการบริหารงบประมาณของวิद्यุชุมชน**

- หลักการข้อแรกของการบริหารงบประมาณของวิद्यุชุมชนจะต้องเป็นไปตามปรัชญาและธรรมชาติของวิद्यุชุมชน คือ ต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจนว่า ไม่ใช่เป็นการบริหารจัดการเพื่อการแสวงหากำไรเป็นหลัก การบริหารจัดการเรื่องงบประมาณนั้นเป็นเพียงเพื่อเลี้ยงตัวได้เท่านั้น มิใช่หวังกำไรเป็นตัวเงิน

- ต้องกระจายแหล่งรายได้ให้มาจากหลายแหล่ง ทั้งนี้เพื่อป้องกันการพึ่งพาแหล่งรายได้จากทางใดทางหนึ่ง ซึ่งทำให้มีความเสี่ยงสูงต่อความอยู่รอด และเพื่อรักษาความเป็นอิสระของวิद्यุชุมชนในด้านเศรษฐกิจ

- ในการรับเงินทุนสนับสนุน/งบประมาณจากแหล่งใด ๆ ก็ตาม จะต้องเป็นการรับอย่างไม่มีเงื่อนไขแลกเปลี่ยนที่จะทำให้เบี่ยงเบนไปจากหลักการของวิद्यุชุมชน และจำเป็นจะต้องมีการวางหลักเกณฑ์เพื่อควบคุมการปฏิบัติดังกล่าวเอาไว้อย่างชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร เช่น หลักเกณฑ์การรับโฆษณาจากบริษัท/ห้างร้าน สามารถทำได้ แต่เป็นเพียงสปอตสั้น ๆ กล่าวขอบคุณและระบุชื่อสินค้าขึ้นเพียง 1 ประโยค เป็นต้น

- ต้องมีการบริหารจัดการงบประมาณที่มีระบบระเบียบอย่างชัดเจน โดยมีการจัดทำระบบบัญชีรายรับ-รายจ่าย มีระเบียบการเบิกจ่าย เป็นระบบงบประมาณที่มีประสิทธิภาพ มีการบันทึกไปรษณีย์ตรวจสอบได้ เป็นต้น

- การกำหนดหลักการเกี่ยวกับการโฆษณา จากกรณีตัวอย่างในต่างประเทศนั้น ได้มีการทดลองดำเนินการในการหารายได้จากการโฆษณาอย่างมีหลักการของวิทยุชุมชน เช่น วิธีการหาทุนของ Marty Dulin ผู้บริหารวิทยุชุมชนแห่งเมืองโปสเตอร์ รัฐโคโลราโด ได้ใช้นโยบายหาทุนให้กับวิทยุชุมชน โดยการหาทุนการโฆษณาจากร้านค้าปลีกย่อย และให้พูดโฆษณาสั้นๆ เพียง 1-2 ประโยคเท่านั้น

- ควรมีการสร้างเครือข่ายประชาสังคม หรือเครือข่ายวิทยุชุมชนในจังหวัดต่างๆ เพื่อที่จะช่วยกันระดมทุนจากองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร

- ควรมีกฎหมายประกอบการมารองรับในการจัดสรรเงินทุน เพื่อให้ภาคประชาชนมีโอกาสเข้าร่วมในโครงการมากขึ้น

2.3 แหล่งที่มาของรายได้ แหล่งที่มาของรายได้อาจมาจากเงินอุดหนุนจากรัฐ จากค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี การระดมทุนภายในชุมชนเป็นครั้งคราว การทำโครงการเพื่อขอรับ การสนับสนุนจากองค์กรเงินทุนความช่วยเหลือที่ไม่หวังผลกำไร หาวิธีการหารายได้ด้วยตนเอง หารายได้จากการโฆษณา เป็นต้น

3. การบริหารจัดการงาน ในการบริหารจัดการงานวิทยุชุมชนนั้น ในเบื้องต้นของการออกแบบการบริหาร จะต้องคำนึงถึงสิ่งต่างๆ ดังต่อไปนี้

3.1 ลักษณะเฉพาะตัวของงานวิทยุชุมชน ถือเป็นปัจจัยพื้นฐาน ซึ่งเนื้อหารายการจะต้องเป็นเรื่องของท้องถิ่น คอบสนองความสนใจและความต้องการของท้องถิ่น ดังนั้น จึงต้องมีแหล่งข้อมูลที่อยู่ในท้องถิ่นที่จะคอยป้อนข้อมูลให้

3.2 หลักการพื้นฐานของการบริหารจัดการวิทยุชุมชน เป็นหลักการที่มีลักษณะเฉพาะตัวอยู่ 2 ประการ คือ เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างกว้างขวางและหลากหลายรูปแบบ และเป็นการบริหารจัดการด้วยตัวเอง ปราศจากการควบคุม/บังคับจากพลังภายนอก เช่น นักการเมือง นักธุรกิจ

3.3 บริหารจัดการโดยใคร โดยทั่วไปการบริหารจัดการวิทยุชุมชนจะดำเนินการโดยคณะกรรมการที่มาจาก การเลือกตั้ง และน่าจะเป็นตัวแทนของคนทุกกลุ่ม

3.4 บริหารจัดการแบบไหน หลักการพื้นฐานของวิธีการบริหารจัดการของวิทยุชุมชนก็คือ

- คณะกรรมการต้องวางหลักเกณฑ์การทำงานให้ชัดเจน
- ต้องบริหารงานอย่างเป็นอิสระ

- ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการอย่างกว้างขวางและหลายรูปแบบ
- มีการวางแผนงาน
- การทำงานมีลักษณะโปร่งใส/ตรวจสอบได้

ซึ่งจากโครงสร้างการบริหารจัดการเหล่านี้ สามารถที่จะจัดแบ่งลักษณะการบริหารจัดการของวิद्यุชุมชน โดยใช้เกณฑ์การมีส่วนร่วมของประชาชนในการแบ่ง ได้แก่

1. การบริหารจัดการแบบรัฐ
2. การบริหารจัดการแบบคณะกรรมการร่วมระหว่างรัฐกับภาคประชาชน
3. การบริหารจัดการแบบภาคประชาชน

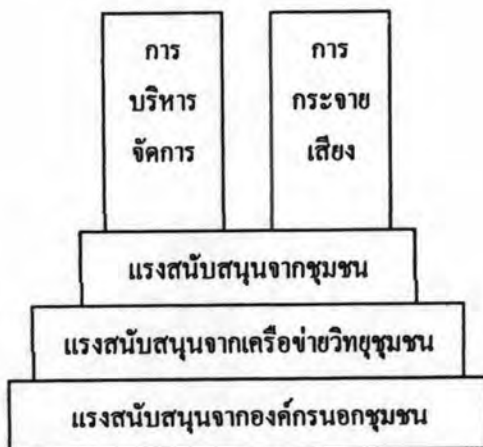
นอกจากนี้กาญจนา แก้วเทพ (2549) ได้กล่าวว่า วิद्यุชุมชนเปรียบเสมือนเจดีย์สองเสา สามฐาน ซึ่งจะขาดเสาใดเสาหนึ่ง หรือฐานใดฐานหนึ่งไปไม่ได้

เสาหลัก 2 เสา คือ เสางานบริหารจัดการ และเสางานกระจายเสียง

ฐาน 3 ฐาน ประกอบด้วย ฐานสนับสนุนจากชุมชน ฐานเครือข่ายวิद्यุชุมชน และฐานสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก

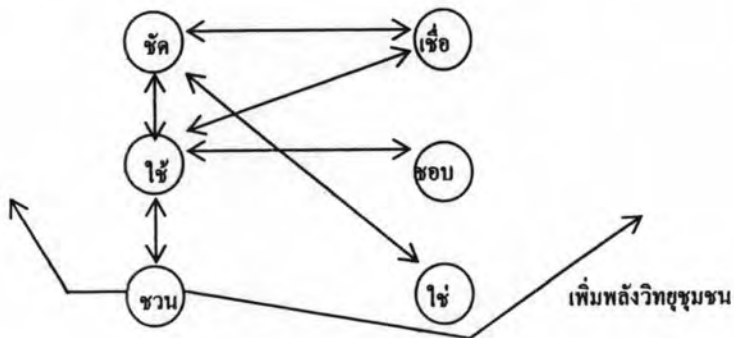
จากองค์ประกอบของวิद्यุชุมชนที่กาญจนา แก้วเทพ (2549:6) ได้เสนอไว้ นั้น แสดงให้เห็นถึงแรงสนับสนุนจากชุมชน เครือข่ายวิद्यุชุมชน และองค์กรนอกชุมชน ซึ่งมีความสำคัญต่อการดำเนินงานวิद्यุชุมชนด้วยเช่นกัน

#### องค์ประกอบองค์การดำเนินงานวิद्यุชุมชน

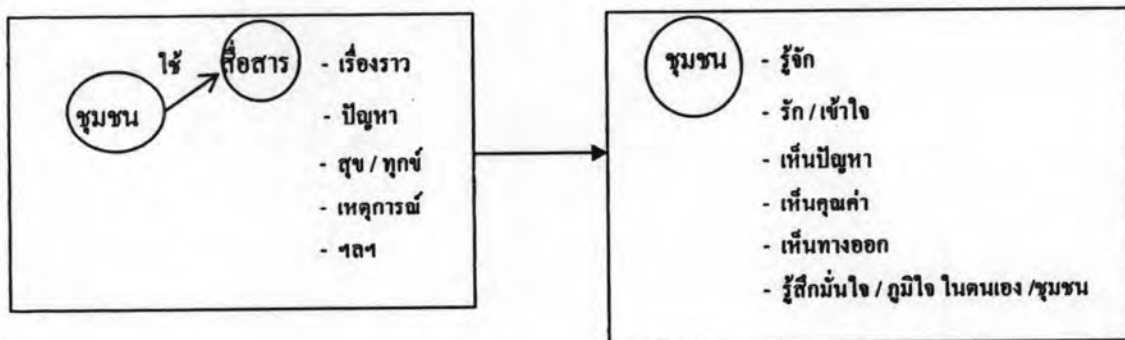


ที่มา : กาญจนา แก้วเทพ, รายงานการประชุมเมธีวิจัย (สื่อกระจายเสียงชุมชน)  
ครั้งที่ 1/2549, ณ ห้องประชุม 2006 อาคารวิชาการ 3 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ผศ.ดร.เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (www.thaicivicnet.com) กล่าวถึงการบริหารจัดการวิทยุชุมชนไว้ว่า การทำงานวิทยุชุมชน ควรประกอบไปด้วย 6 ข ได้แก่ ชัด เชื่อ ใ้ ชอบ ชวน ใ้ ซึ่งทุกอันต่างส่งผลซึ่งกันและกัน ดังนี้

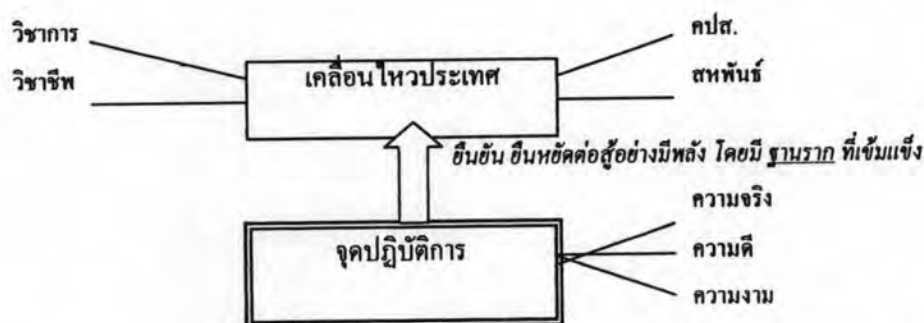


โดยเน้นว่าให้จับแนวคิดให้มั่นว่า ทำอะไร เพื่ออะไร เพราะทุกอย่างไม่มีสูตรสำเร็จ แต่ละจุดอาจจะมีวิถีทางที่ต่างกัน เพียงแต่มุ่งเป้าหมายเดียวกันนั่นคือ การปฏิรูปสื่อ และการให้สิทธิการสื่อสารแก่คนทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ให้ใช้สิทธิเป็นตัวตั้ง อย่าใช้สื่อเป็นตัวตั้ง เพราะสื่อเป็นเพียงเครื่องมือเพื่อที่จะไปสู่เป้าหมายเท่านั้น



วิทยุชุมชนต้องตอบโจทย์ของชุมชน ในขณะเดียวกัน ชุมชนก็ต้องตอบ โจทย์ของวิทยุชุมชนด้วย ในกรณีที่หาไม่เจอ หรือไม่มีโจทย์ใดให้ตอบ ก็อาจเป็นไปได้ว่า ชุมชนนั้นยังไม่มี ความจำเป็นที่จะต้อง มีวิทยุชุมชน โดยในการเริ่มต้นนั้น แกนนำมีความสำคัญอย่างมาก ซึ่งแกนนำต้องชัด ต้องเชื่อ ต้องแน่วแน่ และเผยแพร่ถ่ายทอดสู่ชุมชนแบบดาวกระจาย ไม่ควรหวังเข้ามาทำงานเพื่อสร้างชื่อเสียงให้แก่ตนเอง

ส่วนในกรณีปัญหาเกี่ยวกับภาครัฐนั้น ถ้าชุมชนมีความเชื่อมั่นว่าทำในสิ่งที่มีประโยชน์ต่อชุมชนจริง และชุมชนเห็นคุณค่าของวิทยุชุมชนแล้ว ก็ไม่ต้องเกรงกลัวต่อภาครัฐ ซึ่งปัจจุบันกลุ่มอื่นๆ เริ่มจะเข้ามาร่วมเป็นภาคีพันธมิตรมากขึ้นด้วย



วิทยุชุมชนจะกลายเป็นเงื่อนใจทันที เมื่อใครคนใดคนหนึ่งรู้สึกว่าเป็นภาระ เพราะวิทยุชุมชนจะต้องเป็นการกระจายภาระ ระดมกำลังจากทุกส่วนเข้ามา ถ้าใครรู้สึกว่าเป็นภาระต้องผ่อนหรือหยุดพักไป และเนื่องจากวิทยุชุมชนเป็นระบบอาสาสมัคร ดังนั้น จึงควรพยายามหมุนเวียนคนใหม่เข้ามาตลอด ส่วนคนเก่า ถ้ารู้สึกเหนื่อย ก็ควรถอดบทเรียนไว้ เพื่อให้คนใหม่ได้เข้ามาศึกษาต่อ

ในส่วนของการระดมทุนนั้น ต้องยึดหลัก หรือ วิถีชีวิต และความดี ความงาม โดยระดมทุนเท่าที่จำเป็น และระดมความคิดเห็นจากคนในชุมชนให้มากที่สุด

ด้านงานรายการวิทยุชุมชน วิทยุชุมชนต้องเป็น WHY Station คือเน้นทำไม โดยทุกครั้งต้องตอบตนเองให้ได้ว่า ทำไมต้องทำ ทำไมต้องพูด ทำไมคนในชุมชนต้องฟัง

กลุ่มคนในชุมชนที่เข้ามาผลิตรายการ อาจแบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

- กลุ่มอาชีพ (มีทั้งที่รวมกลุ่มเป็นทางการ และไม่ได้รวมกลุ่ม)
- กลุ่มสนใจในสื่อ (ควรทำหน้าที่เป็นสื่อกลาง สืบค้นข้อมูล หาประเด็น หรือผู้ที่มีประเด็น

ในชุมชนมานำเสนอ แล้วตั้งคำถามแทนผู้ฟัง)

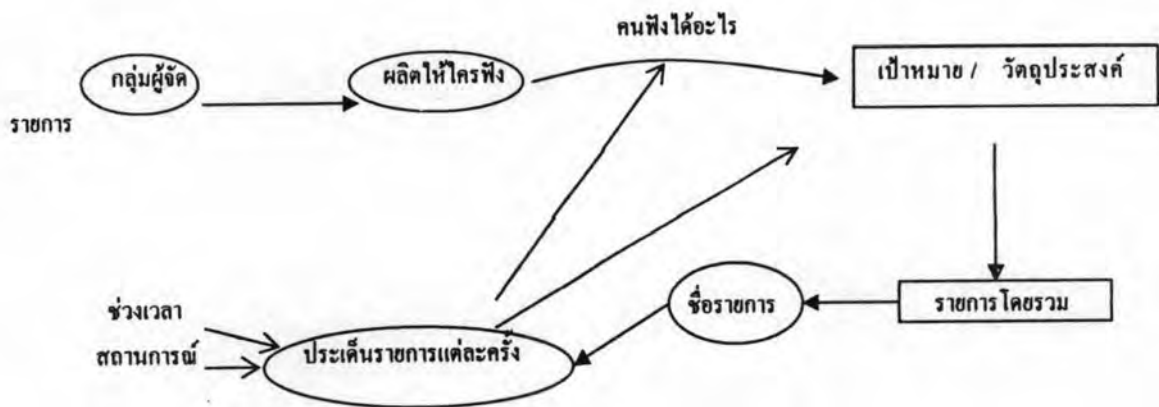
- กลุ่มที่มีลักษณะร่วม แต่ยังไม่ได้รวมตัว เช่น ข้าราชการบ้านญาติ เยาวชน

ในส่วนของการจัดผังรายการต้องเป็นไปตามความต้องการของผู้ใช้

- กรณีมีผู้ต้องการใช้เวลาซ้ำ : เปิด โต๊ะเจรจา ทำให้ทุกฝ่ายพอใจ

- กรณีมีช่วงเวลาว่าง : มีทางเลือกหลายทางเช่น ปิดสถานี หรืออาจดึงช่วงรายการก่อน-หลัง มาเสริมให้เต็ม หากมีการบรรจुरายการใหม่ ให้หาอาสาสมัครจัดรายการ ซึ่งอาจเป็นกลุ่มเดิมที่มีเวลาว่าง กลุ่มใหม่ หรือกลุ่มทำงานวิทยุชุมชนเอง เพื่อประชาสัมพันธ์วิทยุชุมชน

การเลือกประเด็นมานำเสนอ ไม่ควรใช้แหล่งอ้างอิงหรือข้อมูลที่มีในเอกสารเป็นตัวตั้ง ต้องเริ่มด้วยการวิเคราะห์กลุ่มผู้ฟัง ประกอบกับสถานการณ์ หรือประเด็นปัญหาในช่วงนั้น และนำข้อมูลมาจากคนในชุมชน



ผู้จัดรายการต้องมีการเตรียมตัวทุกครั้ง โดยหาประเด็นให้เจอ นำเสนอเนื้อหาให้เหมาะสมกับเวลา และเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน

จากแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงานวิทยุชุมชน ผู้วิจัยนำมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์เรื่องการบริหารงานวิทยุชุมชนทั้ง 2 แห่ง โดยพิจารณาประเด็นหลัก คือ การบริหารจัดการบุคคล การบริหารจัดการงบประมาณ และการบริหารจัดการงาน ตลอดจนพิจารณาโครงสร้างการบริหารจัดการว่า วิทยุชุมชนทั้ง 2 แห่ง มีโครงสร้างการบริหารงานแบบใด

### 3. ทฤษฎีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication Theory)

เนื่องจากวิทยุชุมชน มีจุดมุ่งหมายในการจัดตั้งขึ้น เพื่อให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการใช้สื่อ ดังหลักการที่ว่า “ของชุมชน โดยชุมชน และเพื่อชุมชน” ซึ่งหากมีการเปิดโอกาสให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมมากเท่าใด ชุมชนก็จะเห็นคุณค่าของสื่อมากขึ้น ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้ทฤษฎีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ร่วมด้วย เพื่อตอบคำถามที่ว่า วิทยุชุมชนในจังหวัดสงขลาทั้ง 2 แห่ง เปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมมาก-น้อยเพียงใด โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ทฤษฎีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เชื่อว่าชาวบ้านเป็นผู้ที่รู้ปัญหา และเลือกปฏิบัติการใดๆ ก็ตามที่จะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิต นักวิชาการผู้นำเสนอแนวคิดใหม่ๆ ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจะชูประเด็น 2 ประเด็นที่เป็นหลักการสำคัญและมีความโยงใยกัน คือแนวคิดเรื่อง “การมีส่วนร่วม” และ “การเข้าถึง” (Accessibility) สำหรับประเด็นแรกนั้น นักคิดบางท่านได้ถือเป็นหลักการสำคัญอย่างมาก จนขนานนามการสื่อสารแบบใหม่ว่า “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” (Participatory Communication) ในส่วนที่เกี่ยวกับการสื่อสารชุมชนนั้นอาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นรูปแบบหนึ่งที่สำคัญของการสื่อสารชุมชน โดยมีแนวคิดโดยละเอียด ดังนี้

#### 1. ที่มาของแนวคิดเรื่อง “การมีส่วนร่วม”

จากประวัติศาสตร์การมีชีวิตสาธารณะในโลกตะวันตกที่มักถอยหลังไปเริ่มต้นในยุค



สมัยของกรีก ในครั้งนั้นผู้ที่เป็น “พลเมือง” (Citizen) ของรัฐกรีกสามารถที่จะไปมีส่วนร่วมแบบ โดยตรง (Direct Participation) ในเรื่องการตัดสินใจประเด็นสาธารณะได้ทุกเรื่อง (Public Issues) ด้วยการเปิดอภิปรายชี้แจงให้ข้อมูล และตัดสินใจออกเสียงลงคะแนนที่เรียกว่ารูปแบบ “ประชาธิปไตย” อย่งไรก็ตาม เมื่อสังคมสมัยใหม่มีขนาดใหญ่ขึ้น รูปแบบประชาธิปไตยแบบโดยตรงนั้นจึงเป็นไป ไม่ได้ ดังนั้นจึงเกิดรูปแบบของ “ประชาธิปไตยแบบผ่านตัวแทน” (Representation Democracy) โดยที่คนส่วนใหญ่จะทำการเลือก “ตัวแทน” ของตน ไปดำเนินการตัดสินใจในประเด็นสาธารณะ

ในขั้นต่อมาการใช้ประชาธิปไตยแบบผ่านตัวแทนได้ก่อให้เกิดปัญหาตามมาหลายประการ เช่น เมื่อประชาชนได้คัดเลือกตัวแทนของตนไปเพียงครั้งเดียว แต่ผู้แทนดังกล่าวจะไปทำการตัดสินใจในทุกเรื่องแทนประชาชน ภายในระยะเวลาหนึ่งๆ ที่ตกลงกันเอาไว้ (เช่น 4 ปี 5 ปี 7 ปี) แต่ในทางปฏิบัติแล้ว บ่อยครั้งที่ผู้แทนไม่สามารถจะตัดสินใจแทนประชาชนไปได้หมดทุกเรื่อง นอกจากนั้นประชาชนยังขาดกลไกในการควบคุมตัวแทนของตนเอง เช่น ไม่มีอำนาจบังคับให้ผู้แทนตัดสินใจตามความต้องการของประชาชน หรือผู้แทนอยู่ห่างไกลจากชุมชน และในท้ายที่สุด เมื่อระบบการเมืองการปกครองพัฒนารูปแบบที่ซับซ้อนขึ้น เช่น การตั้งพรรคการเมือง การตัดสินใจของผู้แทนก็ต้องถูกผลักดันจากพลังแรงอื่นๆ (เช่น นโยบายพรรค) แทนที่จะโน้มไปตามความประสงค์ของประชาชน

ดังนั้น ในยุคสมัยปัจจุบันจึงเริ่มเกิดคำถามต่อการใช้รูปแบบประชาธิปไตยแบบตัวแทนแต่เพียงรูปแบบเดียว ว่าเป็นรูปแบบที่ใช้งานได้อย่างเหมาะสมหรือไม่สำหรับการปกครองระบอบประชาธิปไตย และคำตอบที่แน่ชัดแล้วก็คือ ไม่เหมาะสมและอาจจะไม่เพียงพออย่างแน่นอน ดังนั้นจึงเริ่มเกิดขบวนการประชาธิปไตยแบบทางตรงขึ้นมาอีกครั้งหนึ่ง เช่น การเดินขบวนประท้วงของประชาชนกลุ่มต่างๆ การรวมตัวนัดหยุดงาน การยื่นจดหมายเปิดผนึก ฯลฯ ในท่ามกลางรูปแบบอันหลากหลายของประชาธิปไตยแบบทางตรงเช่นนี้ การสื่อสารเป็นช่องทางที่สำคัญช่องทางหนึ่ง ที่จะเอื้ออำนวยให้เกิดประชาธิปไตยแบบทางตรง ควบคู่ไปกับประชาธิปไตยผ่านตัวแทน และการสื่อสารรูปแบบที่จะทำหน้าที่ดังกล่าวได้ ก็ต้องเป็นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเช่นกัน

## 2. เป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

หากกล่าวเฉพาะในระดับของชุมชนแล้ว เป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมน่าจะมีดังต่อไปนี้

2.1 เพื่อกระตุ้นให้ชุมชนมองเห็นคุณค่าของตนเอง เช่น การนำเอาภูมิปัญญาของชาวบ้านมาเผยแพร่ในวงกว้าง

2.2 เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับชาวบ้านที่เข้ามามีส่วนร่วม และเพื่อให้เห็นคุณค่า

ความคิดและความเชื่อของเขา เช่น เมื่อมีการนำเอาแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจแบบพอเพียงมาเผยแพร่ในวงกว้าง และคนทั่วไปให้การยอมรับผ่านการแสดงทัศนะผ่านสื่อ (เป็น Feedback) ก็จะทำให้ชุมชนมีความมั่นใจในคุณค่าของตนเอง

2.3 เพื่อพิสูจน์ความเชื่อของชุมชน ที่คิดว่าตนเองไม่สามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ซับซ้อนได้ การเข้ามาร่วมฝึกฝนอบรมการผลิตสื่อจะพิสูจน์ให้ชาวบ้านเห็นว่า พวกเขาสามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ได้หากมีโอกาส

2.4 เพื่อสร้างทักษะในการสร้างสื่อให้กับชุมชน เพื่อเป็นช่องทางที่ชุมชนจะส่งข่าวสารออกไปจากจุดยืน มุมมอง และทัศนะของตนเอง

2.5 เพื่อให้ชุมชนได้แสดงความรู้สึกถึงปัญหา วิธีการวิเคราะห์ปัญหา รวมทั้งวิธีการแก้ปัญหาจากทัศนะของชุมชน

2.6 ผลจากการสื่อสารของชุมชนที่อาจจะเกิดจากการริเริ่มของบางส่วนของชุมชน หรือจากชุมชนใดชุมชนหนึ่ง จะช่วยยกระดับความมีสติและความรับผิดชอบให้กับทั้งชุมชน หรือชุมชนอื่นๆ เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้น ทั้งนี้เราต้องยอมรับว่า ผลจากการใช้กระบวนการพัฒนาแบบบนลงล่างนั้น ไม่เพียงแต่จะไม่ได้ผลตามที่คาดหวังเอาไว้เท่านั้น แต่ยังทิ้งร่องรอยแห่งความสูญเสียในเชิงภูมิปัญญาและวัฒนธรรมเอาไว้ด้วย กล่าวคือ ชาวบ้านจะเกิดวัฒนธรรมแห่งการพึ่งพา การรอคอยความช่วยเหลือจากภายนอก และไม่เชื่อมั่นว่าตนเองจะแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ด้วยความสามารถของตนเอง

2.7 เนื่องจากเนื้อหาของ การสื่อสารชุมชนนั้น จะเน้นเรื่องราวที่มีสาระประโยชน์ต่อชีวิตของชุมชนเอง ดังนั้น สื่อประเภทนี้จึงช่วยเพิ่มสัดส่วนของการสร้างสื่อที่มีสาระให้แก่ชุมชนให้มีปริมาณเพิ่มมากขึ้น เพื่อถ่วงดุลกับการสื่อสารที่มุ่งเน้นแต่ความบันเทิง และการหลีกหนีปัญหา (Escapist) ที่สื่อจากภายนอกอัดฉีดเข้าไปในชุมชน

### 3. การมีส่วนร่วมในองค์ประกอบของการสื่อสาร

จากต้นกำเนิดแนวคิดเรื่องการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมนั้น ในระยะแรกๆ ที่มีการนำแนวคิดนี้มาบรรจุใช้ในทางปฏิบัติ เนื่องจากการรับรู้และความเข้าใจร่วมต่อแนวคิดดังกล่าวยังไม่ชัดเจน จึงเกิดการปฏิบัติที่แตกต่างกัน และถึงกับมีการปฏิบัติที่เบี่ยงเบนออกไปจากเป้าหมายเดิม เช่น มีการรณรงค์ว่า ในการทำโครงการพัฒนาชนบทนั้น ต้องให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมด้วยการนำเงินทอง และแรงงานเข้ามามีส่วนร่วม แต่ในขั้นตอนอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นการวางแผน การจัดการ การดำเนินงาน การแบ่งผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นยังอยู่ในอำนาจของเจ้าหน้าที่รัฐเหมือนเดิม

สำหรับเรื่องการมีส่วนร่วมในการสื่อสารก็อาจจะมีปัญหาเช่นเดียวกัน กล่าวคือ มีระดับต่างๆ ที่แตกต่างกันไปของการเข้ามามีส่วนร่วมของการสื่อสาร ปัจจัยที่เข้ามามีส่วนกำหนดระดับความมาก-น้อยของการมีส่วนร่วมนั้น จะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของการสื่อสาร ดังนี้

3.1 เป้าหมายของการสื่อสาร ได้กำหนดให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในระดับใด เช่น ในการเข้าร่วมแสดง ระดับเป็นผู้รับสารที่คอยป้อนปฏิกิริยาย้อนกลับ (Feedback) ระดับวางนโยบาย

3.2 ลักษณะสองทาง และ Interactivity ของการสื่อสาร ยิ่งการสื่อสารที่เอื้ออำนวยให้มีลักษณะตอบโต้กันอยู่ตลอดเวลามากขึ้นเท่าใด โอกาสที่ชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วมก็ยิ่งจะมีมากขึ้นเท่านั้น

3.3 ใครคือผู้ส่งสาร ในชุมชนเอง โอกาสที่คนส่วนใหญ่จะได้เข้ามาเป็นผู้ส่งสารมีมาก-น้อยและทั่วถึงหรือไม่ เมื่อเปรียบเทียบระหว่างนักสื่อสารมวลชนอาชีพ เจ้าหน้าที่รัฐ และชาวบ้าน สักส่วนที่จะได้เป็นผู้ส่งสารเป็นอย่างไรบ้าง

3.4 ประเภทของเนื้อหาสาร เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสภาพความเป็นจริงของชุมชนหรือเปล่า เช่น ปัจจุบันนี้แม้ในโทรทัศน์จะมีรายการประเภทวิเคราะห์ข่าว และสถานการณ์ปัจจุบัน แต่ทว่าเนื้อหาทั้งหมดยังคงเป็น “วาระแห่งชาติ” เป็นส่วนใหญ่ โอกาสที่ประเด็นท้องถิ่นจะได้เข้าไปเป็นเนื้อหาในสื่อมวลชนยังมีอยู่น้อย วิธีการนำเสนอเนื้อหาหากมีลักษณะของการสนทนาแลกเปลี่ยนทัศนะซึ่งกันและกัน (Dialogue) แสวงหาความร่วมมือจากหลายฝ่าย (Collaboration) และก่อให้เกิดการตัดสินใจ โดยกลุ่ม (Group Decision-Making) ก็จะทำให้การมีส่วนร่วมมีโอกาสมากขึ้น

3.5 ประเภทของช่องทาง/สื่อ โดยหลักการทั่วไปแล้ว สื่อขนาดเล็ก เช่น สื่อเฉพาะกิจ จะเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมมากกว่าสื่อมวลชน สื่อที่ชาวบ้านคุ้นเคย เช่น สื่อประเพณี ก็เอื้ออำนวยให้ชาวบ้านเข้าร่วมได้ง่ายกว่าสื่อสมัยใหม่ที่แปลกหน้า อย่างไรก็ตามก็ไม่ได้หมายความว่าสื่อปิดโอกาสโดยสิ้นเชิงสำหรับสื่อสมัยใหม่ หรือสื่อที่มีขนาดใหญ่เช่นสื่อมวลชน เพียงแต่มีข้อพิงคราะห์หนักถึงความยากง่ายในการเข้ามามีส่วนร่วมของสื่อประเภทต่างๆ และการคิดค้นสร้างสรรค์กิจกรรม และช่องทางแบบใหม่ ที่จะอำนวยความสะดวกในการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชน

3.6 ผู้รับสารและการมีปฏิกิริยาป้อนกลับ (Feedback) สำหรับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม นั้น จะที่ความเชื่อพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสารที่แตกต่างกันไปจากการสื่อสารเพื่อการพัฒนากระแสหลักโดยสิ้นเชิง กล่าวคือ กระบวนทัศน์ใหม่เรื่องนี้จะเชื่อว่า ผู้รับสาร ไม่ใช่ผู้ที่วางเปล่าและไม่รู้อะไรเลยเกี่ยวกับเนื้อหาสารที่สื่อไป หากแต่ความรู้ที่ผู้รับสารมีนั้น อาจจะเป็นความรู้คนละชุดที่แตกต่างจากที่ผู้ส่งคาดคิดเอาไว้ เช่น แนวคิดเรื่องการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น ในหมู่

ประชาชนก็มีแนวคิดเช่นนี้อยู่ แต่อาจจะแตกต่างไปจากแนวคิดเรื่อง “ความจำเป็นขั้นพื้นฐาน” ของกระทรวงสาธารณสุข และนอกจากผู้รับสารจะมีความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาสารแล้ว วิธีการรับสารของประชาชนก็ไม่ได้เป็น Passive แต่เป็น Active และประชาชนผู้รับสารมักจะมีปฏิกิริยาป้อนกลับ (Feedback) ทั้งแบบที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ ประจักษ์พยานที่เห็นได้ชัดเจนในกรณีที่เนื้อหาสื่อ่นั้นมีความผูกพันใกล้ชิดกับประชาชน เช่น การพูดคุยหลังจากดูโทรทัศน์แล้ว ดังนั้น ไม่ว่าชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วมกับการสื่อสารในระดับใดก็ตาม การจัดช่องทางสำหรับปฏิกิริยาป้อนกลับก็เป็นปัจจัยที่จำเป็นอย่างขาดไม่ได้ของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

#### 4. ระดับการมีส่วนร่วม

เนื่องจากการมีส่วนร่วมในการสื่อสารของชุมชนนั้น กระทำได้หลายระดับ และได้มีนักวิชาการหลายท่านจัดแบ่งระดับการมีส่วนร่วมเอาไว้หลายๆ แบบ ในที่นี้ จะขอจัดแบ่งระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนเอาไว้ 3 ระดับ โดยเรียงลำดับจากระดับที่น้อยที่สุดไปจนถึงมากที่สุด ดังนี้

- 4.1 การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร/ผู้ใช้สาร (Audience/Receiver/Users)
- 4.2 การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง/ผู้ผลิต/ผู้ร่วมผลิต (Sender/Producer/Co-Producer)
- 4.3 การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผน และกำหนดนโยบาย (Policy Maker/Planner)

การมีส่วนร่วมในแต่ละระดับนี้ จะเรียกร่องประเภทของกิจกรรมและเงื่อนไขต่างๆ แตกต่างกันไป ดังนี้

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

เป็นขั้นตอนของการมีส่วนร่วมในระดับล่างที่สุด กล่าวคือ ในกระบวนการสื่อสารตั้งแต่ต้นยังอยู่ในการกำหนดของผู้ส่งสาร ไม่ว่าจะเป็นการเลือกประเด็นเนื้อหา การเลือกวิธีการนำเสนอ ไปจนกระทั่งการเลือกช่องทางสื่อที่จะใช้เผยแพร่ และผู้รับสารก็ยังคงมีฐานะเป็นเพียงผู้รับสารแต่เพียงอย่างเดียว อย่างไรก็ตาม สิ่งที่จะอาจจะเปลี่ยนแปลงไปสำหรับฐานะของผู้รับสารในการสื่อสารชุมชนแบบมีส่วนร่วมก็คือ

- ต้องมีการขยายแนวคิดของผู้รับสารให้ตระหนักถึงสิทธิที่จะรู้ของตน (Right to Know/Right to be Inform) และนอกจากนั้น สิทธินี้ยังขยายไปถึงสิทธิที่จะบอกเล่าข้อมูลข่าวสารของตนต่อสาธารณะด้วย (Right to Inform)
- จะต้องสร้างหลักประกันในการมีส่วนร่วมของผู้รับสารทั้งในช่วงขาเข้า (Input)

และช่วงขาออก (Output) เช่น ในช่วงนำเข้าข้อมูล จะต้องสำรวจว่ามีช่องทางข่าวสารอะไรบ้าง สำหรับชุมชน โอกาสในการเข้าถึงเป็นอย่างไร เนื้อหาของข่าวสารนั้นเกี่ยวข้องกับชุมชนหรือไม่ และมีรูปแบบการนำเสนอในลักษณะอย่างไร ในช่วงของการส่งข้อมูลออกจากชุมชนก็เช่นกัน

- ปัจจัยสำคัญของการมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร ก็คือ ช่องทางข่าวสาร (Channel) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบางช่วงเวลาที่เป็นช่วงระยะเวลาสำคัญของชุมชน เช่น เมื่อมีกรณี รัฐมนตรีสัญจร หรือการทำประชาพิจารณ์ในต่างจังหวัด และมีการถ่ายทอดรายการดังกล่าวผ่าน สื่อมวลชน ต้องมีการสำรวจว่า มีช่องทางอะไรบ้างที่ประชาชนในบริเวณดังกล่าวจะได้รับ-ส่ง ข่าวสารอย่างทั่วถึง ในกรณีเช่นนี้ มาตรการการเพิ่มช่องทางการสื่อสาร (Addition of Channel) เป็น สิ่งจำเป็น

#### 4.2 การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง/ผู้ผลิต/ผู้ร่วมผลิต (Sender/Producer/

##### Co-Producer)

เป็นขั้นตอนของการมีส่วนร่วมในระดับที่สูงขึ้นมา และจำเป็นต้องสร้างเงื่อนไข ใหม่ๆ เพิ่มเติม หรือต้องมีการปฏิรูปเปลี่ยนแปลง โครงสร้างเก่าที่มีอยู่ การเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะ ผู้ผลิตหรือผู้ร่วมผลิตนั้น ยังแบ่งออกได้เป็นหลายขั้นตอนตามหลักแนวคิดของการผลิตสื่อคือ

- **ขั้นก่อนการผลิต (Pre-production Stage)** อันได้แก่ ขั้นตอนการเตรียมการก่อน การผลิตสื่อ กิจกรรมในขั้นตอนนี้จะประกอบด้วย การเลือกประเด็นหัวข้อ การเลือกแง่มุมที่จะ นำเสนอ การรวบรวมข้อเท็จจริงที่จะนำมาใช้เป็นวัตถุดิบ การเขียนบทแบบต่างๆ การคัดเลือกฉาก และตัวแสดง

- **ขั้นการผลิต (Production Stage)** ได้แก่ ขั้นตอนของการลงมือผลิต เช่น การเข้า ห้องจัดรายการวิทยุ

- **ขั้นหลังการผลิต (Post- Production Stage)** ได้แก่ ขั้นตอนหลังการถ่ายทำเสร็จ แล้ว ก็ต้องมีการตัดต่อ การอัดเสียงประกอบ การเพิ่มเติมด้านเทคนิคต่างๆ

ชุมชนอาจจะเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่ง ซึ่งแต่ละ ขั้นตอนอาจจะต้องมีการสร้างเงื่อนไขใหม่ เช่น หากต้องการให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอน การผลิต ก็จำเป็นต้องมีการอบรมให้ชาวบ้านได้เรียนรู้การใช้อุปกรณ์เสียก่อน อย่างไรก็ตาม จะเป็น การดียิ่งที่จะเปิดโอกาสให้ชาวบ้านได้เข้ามามีส่วนร่วมให้มากที่สุด ในลักษณะการร่วมคิด ร่วม วางแผน ร่วมดำเนินการระหว่างนักสื่อสารมวลชนกับชุมชน แม้ว่าชาวบ้านอาจจะ ไม่มีเวลาที่จะมา เรียนรู้การใช้อุปกรณ์เครื่องมือได้อย่างชำนาญจนถึงขั้นลงมือผลิตได้ด้วยตัวเองก็ตาม อันที่จริงการ ใช้เครื่องมือชิ้นนั้นเป็นเพียงส่วนหนึ่งของการมีส่วนร่วม ซึ่งชาวบ้านอาจจะ ไม่จำเป็นต้องลงมือใช้ เครื่องมือเอง แต่ก็สามารถจะเข้าร่วมได้อย่างเต็มที่ เช่น ในขั้นตอนก่อนการผลิต การให้ชาวบ้าน

เป็นคนเลือกประเด็น/วิธีการที่จะนำเสนอ เลือกหาสถานที่ที่จะใช้เป็นฉากการถ่ายทำ และหลังจากที่ถ่ายทำออกมาแล้ว ก็นำมาฉายให้ชาวบ้านชมก่อน เพื่อแสดงความคิดเห็นพูดคุยและเปลี่ยนทัศนคติกัน

สำหรับในขั้นตอนหลังการผลิตนั้น ก็นับว่ามีความสำคัญยิ่ง เพราะการตัดต่อเทปเสียงหรือเทปโทรทัศน์นั้น มีความสำคัญในการถ่ายทอดความหมายออกไป ในขั้นตอนนี้ อาจจะใช้รูปแบบการทำงานตัดต่อร่วมกันระหว่างนักสื่อสารมวลชนกับชาวบ้าน หรือหลังจากที่นักสื่อสารมวลชนตัดต่อเรียบร้อยแล้ว ก็นำไปให้ชาวบ้านดู เพื่อรับฟังความคิดเห็นแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข

นอกเหนือจากความจำเป็นในการสร้างเงื่อนไขใหม่ๆ เช่น การฝึกอบรมด้านการใช้เครื่องมือการผลิตแก่ชาวบ้านแล้ว การเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในระดับการผลิตนี้ ยังต้องมีการเปลี่ยนแปลงปฏิรูปเงื่อนไขเก่าๆ บางประการอีกด้วย เช่น การปฏิรูปองค์กรสื่อสารมวลชน และวิธีการทำงานของนักสื่อสารมวลชน

Berrigan (1979) ตั้งข้อสังเกตว่า โครงสร้างและวิธีการทำงานขององค์กรสื่อสารมวลชนนั้นมีลักษณะเป็นลำดับชั้น (Hierarchical) คนที่อยู่ข้างบนมีอำนาจตัดสินใจ ในขณะที่คนระดับกลางและระดับต่ำผู้เป็นคนลงมือทำงาน จะต้องคอยฟังคำสั่งตัดสินใจจากข้างบน โครงสร้างและวิธีการทำงานเช่นนี้ขัดแย้งโดยสิ้นเชิงกับรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่กล่าวมา และหากจะมีการปรับเปลี่ยน โครงสร้างและวิธีการทำงาน พวกที่อยู่ข้างบนก็คงไม่พอใจอย่างแน่นอน เพราะเท่ากับเป็นการบั่นทอนอำนาจของตนไปโดยปริยาย นอกจากนั้น แม้แต่ในหมู่ระดับคนทำงานเอง ก็อาจจะมีผลประโยชน์ส่วนตัวบางประการแอบแฝงซ่อนอยู่ ดังนั้น การปรับเปลี่ยนสื่อให้หันกลับมาตอบสนองความต้องการของชุมชนอาจจะขัดแย้งกับผลประโยชน์ที่เคยมีเคยได้ของกลุ่มผู้ทำงาน

นอกเหนือจากประเด็นความขัดแย้งเรื่องอำนาจและผลประโยชน์แล้ว ยังอาจเกิดความขัดแย้งในเรื่องเกณฑ์มาตรฐานทางวิชาชีพ ตามปกตินักสื่อสารมวลชนมักจะทำงานอย่างมีเสรีภาพ และใช้หลักสุนทรียะเป็นบรรทัดฐานในการปฏิบัติงาน และโดยส่วนใหญ่แล้วมักจะมี ความภาคภูมิใจในความเป็นอิสระ ความเป็นกลาง รวมทั้งมีความเคยชินกับวิธีการทำงานดังกล่าว แต่เมื่อมีการปรับเปลี่ยนมาทำงานสื่อสารแบบมีส่วนร่วม บรรทัดฐานดังกล่าวก็จะเปลี่ยนแปลงไป การทำงานร่วมกับชุมชนอาจทำให้นักสื่อสารมวลชนรู้สึกขาดความเป็นอิสระ รวมทั้งไม่ค่อยจะเป็นกลาง และตามปกติชาวบ้านมักจะสนใจเรื่องเนื้อหาสาระมากกว่ารูปแบบการนำเสนอหรือเทคโนโลยี ซึ่งตรงกันข้ามกับมาตรฐานของนักสื่อสารมวลชน ปัญหาทั้งหมดนี้ เรียกร้องให้นักสื่อสารมวลชนจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนตนเองให้มีวิธีการทำงานแบบใหม่ โดยการปล่อยวางความเคยชินทางวิชาชีพ เช่น การที่เคยใช้ Approach การสื่อสารเพื่อเป้าหมายการโน้มน้าวชักชวน (Persuasion) มาเป็นการเปิดรับคำปฏิกริยาป้อนกลับ หรือกระตุ้นให้มีการพูดคุยต่อไปอย่างไม่ปิดประเด็นง่าย ๆ

#### 4.3 การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผน และกำหนดนโยบาย (Policy Maker /

##### Planner)

การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผน และกำหนดนโยบายนั้น ถือว่าเป็นรูปแบบสูงสุดของการมีส่วนร่วม และสังเกตเห็นว่า ยิ่งระดับของการมีส่วนร่วมสูงขึ้นมากเท่าใด สัดส่วนของชุมชนที่จะเข้ามามีส่วนร่วมได้ก็จะเล็กลง กล่าวคือ ในระดับของผู้รับสาร คนในชุมชนทุกคนสามารถมีส่วนร่วมได้ แต่เมื่อขึ้นมาถึงขั้นการผลิต ก็อาจจะมีคนบางกลุ่มในชุมชนเท่านั้นที่จะเข้ามามีส่วนร่วม จนกระทั่งถึงขั้นตอนสุดท้ายคือ ระดับการวางแผนและนโยบายนี้ ก็คงมีตัวแทนบางคนเท่านั้นจากชุมชนที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการนี้

การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผน และกำหนดนโยบายการใช้สื่อของชุมชนนั้น หมายถึง การวางแผนและนโยบายดำเนินการใช้สื่อ ที่รวมเอาชุมชนเข้ามาอยู่ในโครงการสร้างการสื่อสารของชุมชน กล่าวในระดับกว้าง อาจหมายถึงการวางแผน และกำหนดนโยบายของการสื่อสารทุกประเภทที่มีอยู่ในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นสื่อประเภทใด เช่น สื่อมวลชน (วิทยุ หนังสือพิมพ์ หมู่บ้าน) สื่อเฉพาะกิจ (วีดีโอ โปสเตอร์ หอกระจายข่าว เสียงตามสาย) สื่อประเพณี รวมทั้งสื่อบุคคล การวางแผนนั้นจะเป็นการสร้างเชื่อมโยงระหว่างสื่อแต่ละประเภท เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้ เช่น เมื่อมีการฟังรายการวิทยุที่เสนอสารคดี เรื่องการปรับปรุงดินด้วยวิธีการชีวภาพ หน่วยงานที่รับผิดชอบเรื่องการสื่อสารของชุมชน ก็อาจจะติดต่อขอเทปดังกล่าวมา ออกอากาศผ่านหอกระจายข่าว เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงให้แก่ชาวบ้าน หรืออาจจะส่งต่อให้โรงเรียนจัดทำออกมาเป็น โปสเตอร์ เพื่อให้เป็นสื่อที่คงทนถาวร เหมาะสำหรับการศึกษามากขึ้น เป็นต้น

ส่วนในระดับที่แคบลงมา อาจหมายถึง การมีส่วนร่วมในการกำหนดแผน และนโยบายของสื่อบางประเภท ที่จะเข้ามาในชุมชน เช่น การทำวิทยุชุมชน ที่ในโครงสร้างจะมีตัวแทนชาวบ้านเข้าไปอยู่ในทุกขั้นตอน คือ ทั้งระดับคณะกรรมการบริหารวิทยุ ทั้งระดับการผลิต กล่าวคือ เป็นการรับผิดชอบร่วมกัน ชุมชนเองก็ต้องรับผิดชอบการดำเนินงานของสื่อ ซึ่งรวมทั้งด้านงบประมาณ อุปกรณ์ บุคลากร ส่วนสื่อนั้นก็ต้องตอบสนองความต้องการของชุมชน

Jan Servaes ได้เขียนเอาไว้ว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนี้ นอกจากจะมีแนวทางการศึกษาในลักษณะที่กล่าวไว้แล้วข้างต้น คือ เรื่องการเข้าถึงสื่อ (Access) การมีส่วนร่วม (Participation) และการจัดการด้วยตัวเอง (Self-Management) แล้วยังมีอีกกระบวนการหนึ่งคือ กระบวนการสื่อสารในลักษณะสนทนาโต้ตอบกัน (Dialogical Communication) ซึ่งเป็นแนวทางการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารแบบประชาธิปไตย คือการสนทนาโต้ตอบกันระหว่างบุคคลที่อยู่ในสังคมต้องดำเนินไปภายใต้ความเท่าเทียมกัน (Jan Servaes 1996 : 17-18)

การศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ได้ยึดถือแนวคิดการสร้างความเข้าใจ การยอมรับความมีเกียรติมีศักดิ์ศรีของประชาชน การยอมรับอยู่บนพื้นฐานของความหลากหลาย (Diversity) ความไม่เป็นเพียงหนึ่งหรือความมีมากกว่าหนึ่ง (Plurality) ซึ่งหมายความว่ามนุษย์ย่อมมีความแตกต่างกันในด้านความเชื่อในสิ่งต่างๆ การยอมรับการมีความหลากหลายทางความคิด การใช้ชีวิตความเป็นอยู่ของแต่ละบุคคล หรือกลุ่มบุคคลย่อมไม่เหมือนกัน การยอมรับว่าทุกคนบนโลกมีหลายเผ่าพันธุ์ หลายเชื้อชาติ เพราะฉะนั้น การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมย่อมต้องอยู่บนพื้นฐานการยอมรับในสิ่งเหล่านี้

ทฤษฎีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication Theory) ผู้วิจัยจะนำมาเป็นกรอบ เพื่อวิเคราะห์เรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชน ว่าวิทยุชุมชนเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในระดับใด โดยพิจารณาการมีส่วนร่วมใน 3 ระดับ คือ การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร/ผู้ใช้สาร (Audience/Receiver/Users) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง/ผู้ผลิต/ผู้ร่วมผลิต (Sender/Producer/Co-Producer) และการมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผน และกำหนดนโยบาย (Policy Maker/Planner)

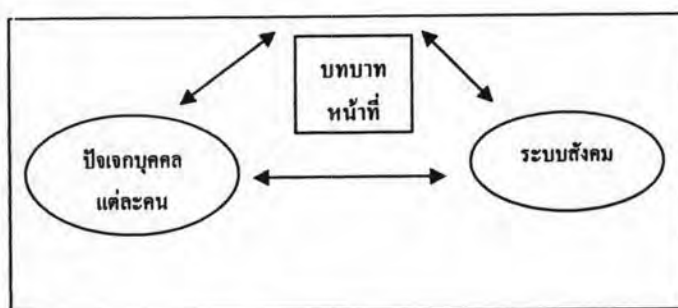
#### 4. ทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism)

เพื่อที่จะศึกษาว่า วิทยุชุมชนในจังหวัดสงขลาทั้ง 2 แห่ง มีบทบาท หน้าที่อย่างไรบ้าง ผู้วิจัยจึงเลือกใช้ ทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่มีแนวคิดเรื่องการทำหน้าที่ของแต่ละระบบในสังคม มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ร่วมด้วย ดังนี้

แนวคิดเรื่องหน้าที่ของสื่อมวลชนต่อสังคมในทัศนะของ T. Parson มีแนวคิดหลัก และการนำมาใช้ในการวิเคราะห์ เรื่องสื่อมวลชน มีรายละเอียด คือ

คำนิยามว่าด้วย “ระบบสังคม” (Social System) Parson ได้ทำแนวคิดที่มีลักษณะนามธรรม เช่น “ระบบสังคม” ให้มีลักษณะเป็นรูปธรรมและสามารถนำมาวิจัยได้มากขึ้น (Operationize) โดยเสนอว่า ในการศึกษาาระบบสังคมนั้น จะต้องดูจากการกระทำทางสังคมที่มีลักษณะต่อเนื่องกัน (Continuing Social Action) ทั้งนี้ เนื่องจาก “ระบบสังคม” นั้นไม่ใช่อะไรอื่นเลยนอกจาก “ระบบของกิจกรรมของปัจเจกบุคคล” ซึ่งการกระทำของปัจเจกบุคคลนั้นจะเป็นไปตาม “บทบาทและระบบความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทต่างๆ” (Role and constellation of roles) ดังนั้น Parson จึงสรุปความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดทั้ง 3 ได้ดังนี้





ในขณะที่ “ระบบสังคม” เป็นแนวคิดที่เป็นนามธรรม แต่มีความต่อเนื่องยาวนาน ส่วน “ปัจเจกบุคคล” นั้นมีลักษณะที่เป็นรูปธรรมและมีลักษณะชั่วคราวชั่วคราว ดังนั้น แนวคิดเรื่อง “บทบาท” จึงทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมระหว่าง 2 แนวคิด ด้วยเหตุนี้ ในทฤษฎีหน้าที่นิยมจึงให้ความสนใจกับการทำกิจกรรม/การกระทำที่เป็นไปตามบทบาทของบุคคล กลุ่ม หรือสถาบันทางสังคม

การจัดระบบของบทบาทในระบบของสังคม ตามปรัชญาและแนวคิดพื้นฐานของสำนักหน้าที่นิยมที่มองว่า ทุกระบบจะถูกถือว่าเป็นระบบใหญ่ที่ภายในจะต้องประกอบด้วยระบบย่อยๆ ระบบย่อยๆ นี้จะต้องถูกมอบหมายบทบาทให้แสดงที่แตกต่างกัน ที่เรียกว่ามี Internal Differentiation แต่โดยบทบาททั้งหมดนี้จะต้องประสานกัน (Integration) หากระบบย่อยไม่ทำงานประสานกัน ระบบใหญ่ก็จะล่มสลาย หรือไม่บรรลุเป้าหมาย

หน้าที่โดยพื้นฐานของการแสดงบทบาทของสถาบันสังคม เนื่องจากระบบสังคมเป็นสิ่งที่ต่อเนื่องยาวนาน แต่ปัจเจกบุคคลนั้นหมุนเวียนเปลี่ยนกันไปเรื่อยๆ ดังนั้น สังคมจึงจำเป็นต้องหา กลไกในการ “บอก” ปัจเจกบุคคลว่า จะอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างไรบ้าง ถ้าใครสวมบทบาทอะไร จะต้องทำกิจกรรมอะไรบ้าง กลไกเหล่านี้อาจมีทั้งแบบ “ไม้รวม” เป็นการอบรมสั่งสอน การให้รางวัลชมเชย การยกย่องสรรเสริญ และกลไกแบบ “ไม้แข็ง” ได้แก่การควบคุมทางสังคม (Social Control) การสร้างกฎหมาย คุกตะราง การลงโทษ การประณาม เป็นต้น

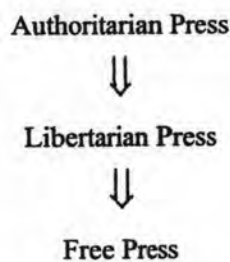
ในท่ามกลางกลไกเหล่านี้ สิ่งที่ T. Parson สนใจก็คือ สถาบันทางสังคมจะต้องทำหน้าที่ ถ่ายทอดแบบแผนค่านิยมหลักของสังคม ให้สมาชิกซึมซับเข้าไปในจิตใจ (Internalization) กล่าวคือ ต้องทำให้สมาชิกทุกคนมีค่านิยมที่เห็นด้วยกับความเป็นไปของระบบอย่างเต็มใจ หากการทำหน้าที่พื้นฐานนี้ล้มเหลว กลไกอื่นๆ ของสังคมก็ไม่อาจรักษาระบบให้มีเสถียรภาพอยู่ได้

Parson มีแนวคิดที่ว่าทุกสังคมมีปัญหาคือต้องแก้ไขอยู่ 4 ประการ และสังคมได้มอบหมาย สถาบันที่เกี่ยวข้องในการจัดการแก้ปัญหาแต่ละปัญหา (ในขณะนั้น Parson ยังไม่ได้ศึกษา

สื่อมวลชนมากนัก จึงไม่ได้รับหน้าที่ของสื่อมวลชนเอาไว้อย่างชัดเจนนัก) ปัญหาทั้ง 4 ด้านที่ต้องการให้ระบบย่อยทำหน้าที่ มีดังนี้

- Adaptive Function ได้แก่ หน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการหาวิถีทาง (Means) ที่จะปรับตัวให้เอาชีวิตรอดของสังคม สถาบันที่เกี่ยวข้องกับการทำหน้าที่นี้คือ สถาบันทางเศรษฐกิจ
  - Goal Attainment ได้แก่ หน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการปลุกฝังค่านิยม (Value) เพื่อให้สังคมได้บรรลุเป้าหมายของตนเอง สถาบันที่เกี่ยวข้องกับการทำหน้าที่นี้คือ สถาบันการศึกษา
  - Integrative Function ได้แก่ หน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของระบบ (Norms) สถาบันที่เกี่ยวข้องกับการทำหน้าที่นี้คือ สถาบันกฎหมายและธรรมเนียมประเพณี
  - Latent Pattern-Maintenance ได้แก่ หน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการธำรงรักษาระบบเอาไว้ให้ยืนยาว ซึ่งหน้าที่ที่สำคัญที่ระบบจะต้องจัดการให้ได้ก็คือ ต้องสามารถจัดการกับความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในระบบ (Tension-Management System) สถาบันที่เกี่ยวข้องกับการทำหน้าที่นี้ก็คือ รัฐบาล
- ในการวิเคราะห์สถาบัน/องค์กรสื่อมวลชน เราอาจจะนำเอาแนวคิดดังกล่าวของ Parson มาใช้เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ระบบย่อยๆ และวิธีปฏิบัติตามบทบาทของแต่ละระบบได้

บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน โดยเฉพาะ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน โดยเฉพาะนั้น Parson ยังไม่ได้มีผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นการเฉพาะ อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนประวัติศาสตร์ของสื่อมวลชนที่ผ่านมา ในทัศนะของทฤษฎีหน้าที่นิยมก็เห็นว่าสื่อมวลชนสามารถแสดงบทบาทที่ก้าวหน้ามากขึ้นเป็นลำดับ ดังนี้



ในปี 1972 Parson & White ได้ร่วมกันทำวิจัยเรื่อง “สื่อมวลชนและโครงสร้างทางสังคมอเมริกัน” โดยมีข้อสรุปคร่าวๆ ที่น่าสนใจว่า ในกรณีของสื่อโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่มีบทบาทและหน้าที่อย่างสำคัญในสังคมอเมริกันนั้น หน้าที่ในการสร้างความบันเทิงแบบระดับล่างนั้น สื่อโทรทัศน์สามารถเล่นบทบาทได้สำเร็จแล้ว ความคาดหวังในขั้นต่อไปคือ การเล่นบทบาทเป็นผู้สร้างความบันเทิงแบบมีคุณภาพในระดับสูงต่อไป

แนวคิดเรื่องหน้าที่ที่สื่อมวลชนในทัศนะของ R. Merton แนวคิดหลักๆ ของทฤษฎีหน้าที่ที่นิยมในทัศนะของ Merton ได้แก่ Function/Dysfunction/Manifest Function และ Latent Function Merton ได้สารัตถ์ตัวอย่างการนำเอากระบวนทัศน์ของหน้าที่ที่นิยมมาใช้ในการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ในหนังสือชื่อ Social Theory and Social Structure ที่มีหลักการสำคัญๆ ดังนี้ คือ

- ให้พิจารณาปรากฏการณ์ต่างๆ ของสังคม เช่น “การใช้สื่อมวลชน” เป็นวัตถุศึกษาในการศึกษาที่เรียกว่า Social Artifacts (ไม่ใช่การศึกษาตัวบุคคล) สิ่งที่ต้องการจะศึกษา ก็คือหน้าที่ของปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้

- ในการวิเคราะห์แนวหน้าที่นิยมจะต้องมีความเป็นกลางเชิงคุณค่า (Value Neutrality) ในทฤษฎีสังคมแบบโบราณมีการพิจารณาส่วนต่างๆ ของสังคมว่า “ดี” หรือ “เลว” แบบสุดโต่ง เช่น Mass Society จะบอกว่าสื่อมวลชนเป็นสิ่งที่เลว เพราะมีลักษณะก้าวร้าวรุนแรง ทำให้ศีลธรรมเสื่อมโทรม ฯลฯ แต่สำนักหน้าที่นิยมจะปฏิเสธวิธีการเช่นนั้น และนำเสนอว่าการวิจัยด้านสื่อมวลชนควรจะศึกษา “การทำหน้าที่” (Functions) และ “การไม่ทำหน้าที่ หรือทำหน้าที่ที่เป็นอันตราย” (Dysfunction) ของสื่อมากกว่า เพราะนักวิชาการไม่มีหน้าที่ตัดสินโดยใช้คุณค่าเป็นเกณฑ์ แต่ควรจะค้นคว้าหาคำตอบว่า ปัจจุบันสื่อกำลังทำหน้าที่อะไรให้แก่สังคมมากกว่า

- จากการศึกษาสังคมย่อยๆ ทฤษฎีหน้าที่นิยมได้ให้คำอธิบายที่สามารถจะนำมาใช้กับสังคมใหญ่ๆ ได้ว่า ทุกกิจกรรมและทุกปฏิบัติการในสังคมต่างเกี่ยวข้องโยงใยกัน และต่างทำหน้าที่เพื่อรักษาสืบต่อสังคมโดยส่วนรวม ปฏิบัติการหรือกิจกรรมบางอันอาจจะ “ทำหน้าที่” และกิจกรรมบางอย่างก็ “อาจจะไม่ทำหน้าที่ หรือทำหน้าที่ที่เป็นอันตราย” แต่คราบไคที่ส่วนที่ทำหน้าที่ยังเป็นหลักอยู่ และส่วนที่เป็นอันตรายยังเป็นส่วนน้อย สังคมนั้นก็จะยัง “สมดุล” อยู่ได้

- นอกจากแนวคิดเรื่อง “การทำหน้าที่” และ “ไม่ทำหน้าที่” แล้ว Merton ยังได้แยกระหว่าง “หน้าที่ที่เปิดเผย” (Manifest Functions) อันหมายถึง หน้าที่ที่ผู้กระทำให้มีความตั้งใจ และเป็นหน้าที่ที่สังเกตเห็นได้ และ “หน้าที่ซ่อนเร้น” (Latent Functions) อันเป็นหน้าที่ที่ผู้กระทำให้ตั้งใจ และสังเกตเห็นได้ยาก

แนวคิดเรื่องหน้าที่ของสื่อมวลชนในทัศนะของ Lasswell & C Wright ซึ่ง Lasswell กล่าวว่าหน้าที่พื้นฐานของสถาบันสื่อมวลชนเป็นไปตามความต้องการของระบบสังคมใหญ่ คือ การธำรงรักษาเสถียรภาพทางสังคม ซึ่งแบ่งเป็นหน้าที่ย่อยๆ ได้ดังนี้

1. หน้าที่สอดส่องดูแล (Surveillance) เพื่อคอยตรวจตรา ติดตามเหตุการณ์ว่ามีอะไรเกิดขึ้นบ้าง และจะได้มีปฏิกิริยาโต้ตอบอย่างถูกต้อง
2. หน้าที่สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสังคม (Correlation) เป็นหน้าที่ที่มากกว่าการรายงานข่าวคราว ด้วยการเพิ่มการตีความ การให้คำอธิบาย และชี้แนะ เพื่อให้ทุกส่วนของสังคมที่สื่อมวลชนสามารถเข้าถึง มีความเข้าใจ และมีการกระทำเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

3. **หน้าที่สืบทอดวัฒนธรรมของสังคม (Cultural Transmission)** ในขณะที่หน้าที่สร้างความ เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันนั้น จะเน้นหนักในแง่พื้นที่ (Space) กล่าวคือ คนทุกกลุ่ม ทุกแห่งจะได้รับการชี้แนะให้มีความคิดเป็นเอกภาพเดียว แต่หน้าที่นี้จะเน้นในแง่ของกาลเวลา (Time) เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นสมบัติส่วนรวมของสังคมที่จะต้องสืบทอดให้เกิดความต่อเนื่องยาวนานจากคนรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง ซึ่งสื่อมวลชนก็ได้รับมอบหมายบทบาทให้ช่วยพิทักษ์รักษามรดกของสังคมด้วย

จากกรอบพื้นฐานที่ Lasswell ได้วางเอาไว้ C Wright ได้นำมาขยายหน้าที่ย่อยๆ โดยแบ่งระดับของเป้าหมายที่สื่อมวลชนได้ทำหน้าที่ เป็นระดับสังคม ระดับปัจเจกบุคคล ระดับกลุ่มย่อยในสังคม และระดับวัฒนธรรม C Wright ได้แบ่งหน้าที่หลักๆ ของสื่อมวลชนเป็น 4 ประการ คือ

1. การตรวจตราสอดส่องดูแล (การให้ข่าวสาร)
2. การเชื่อมประสานความเป็นหนึ่งเดียวกัน (การเลือกบรรณาธิการข่าว/การตีความ/การชี้แนะ)
3. การอบรมบ่มเพาะ
4. การให้ความบันเทิง

พิศิษฐ์ ขวลาธวัช (2542) ได้นำเสนอบทบาทของสื่อมวลชนท้องถิ่น ต่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น โดยมีเนื้อหาเน้นบทบาทของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเป็นหลัก เมื่อนำมาปรับประยุกต์กับบทบาทของวิทยุชุมชน อันถือเป็นสื่อมวลชนท้องถิ่นอย่างหนึ่ง สรุปบทบาทของสื่อมวลชนท้องถิ่นได้ดังนี้

1. **บทบาททางการศึกษา** จากการศึกษาปัญหาของสังคมท้องถิ่นในชนบทของไทย พบว่า ในอดีตที่ผ่านมา การศึกษาได้ละเลยเรื่องของชาวบ้านและท้องถิ่น และมักถูกกำหนดโดยรัฐส่วนกลาง รัฐไม่เคยมองท้องถิ่นหรือหมู่บ้านในฐานะที่เป็นแหล่งภูมิปัญญา และวัฒนธรรมที่มีคุณค่า นอกจากนี้ การศึกษาที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน มีลักษณะแปลกแยกกับชุมชนในชนบท เนื่องจากการศึกษาในระบบปัจจุบันเป็นรูปแบบที่ลอกเลียนมาจากต่างประเทศ จึงไม่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชาวชนบท ประกอบกับมีลักษณะการรวมศูนย์จัดการสูง และมีลักษณะเป็นระบบสากล คือมีลักษณะเดียวกันทั้งประเทศ ไม่สอดคล้องกับลักษณะท้องถิ่นที่มีความหลากหลาย ต้องการการศึกษาที่มีลักษณะสอดคล้องกับชุมชน

อีกทั้งชุมชนขาดการมีส่วนร่วมในการจัดการการศึกษาของชุมชนท้องถิ่นเอง การศึกษาในระบบที่เป็นอยู่จึงกลายเป็นตัวทำลายเกียรติภูมิ ศักดิ์ศรี ความภาคภูมิใจ หรืออาจจะเรียกได้ว่า เป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน มากกว่าไปช่วยส่งเสริมภูมิปัญญาชาวบ้านในองกวมจากฐานเดิมที่ชาวบ้านหรือชุมชนท้องถิ่นเดิมมีอยู่แล้ว การขาดการถ่ายทอดความรู้ระหว่างคนเฒ่าคนแก่ในชุมชนกับคนหนุ่ม

สาว การรับเอาวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามา ทำให้เกิดการคุกคามปัญหาชาวบ้านว่าเป็นเรื่องล้ำสมัย และไม่สามารถเข้าใจรากฐานของภูมิปัญญาที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคน

การใช้การศึกษาในเมืองเป็นมาตรฐาน ในขณะที่ความเป็นจริงของชุมชนชนบทในแต่ละชุมชนมีความแตกต่างกัน และยิ่งมีความแตกต่างกันมากเมื่อเทียบกับสังคมเมือง การทำให้การศึกษามีคุณภาพเหมือนกันทั่วประเทศเป็นจุดอ่อนค้อยของการศึกษา เนื่องจากเนื้อหาความรู้ที่นำมาใส่ในชุมชนโดยผ่านหลักสูตรการจัดการศึกษาดังกล่าว ไม่มีความสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงของแต่ละชุมชน โรงเรียนจะทำหน้าที่หลักเฉพาะในการสอนหนังสือ แต่ไม่ได้สอนให้เด็กในชุมชนศึกษาจุดดี จุดค้อยของชุมชนเอง รวมทั้งมีการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ เพื่อชุมชนจะได้หาทางแก้ไขจุดค้อยและเน้นจุดเด่นของตนเอง เพื่อการพัฒนาที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงของชุมชน

บทบาทของสื่อมวลชนในด้านการศึกษาที่สำคัญ คือ ส่งเสริมการศึกษาของชุมชน ในการที่จะทำให้ชุมชนมีความรู้ความเข้าใจในศักยภาพที่แท้จริงของชุมชน รู้ถึงจุดค้อยและจุดเด่นของชุมชน เพื่อการปรับใช้ความรู้ภูมิปัญญาของชุมชนในการพัฒนา อันจะนำไปสู่การบูรณาการชุมชนโดยอาศัยฐานความรู้ของชุมชนเอง

2. บทบาทในการเสริมสร้างวัฒนธรรมประชาสังคม ที่ผ่านมานโยบายของรัฐได้มีกลไกทางอำนาจที่รวมศูนย์อยู่ที่ส่วนกลาง รัฐมักจะให้ความสำคัญกับประชาชนในรูปแบบที่เป็นทางการ คือ สภาตำบล รัฐจึงไม่สนใจที่จะก่อตั้งองค์กรของประชาชนในระดับพื้นฐานที่เป็นผลประโยชน์ของชาวบ้านเป็นจำนวนมากอย่างแท้จริง

ลักษณะความหลากหลายในรูปแบบของการทำงานพัฒนาชนบท เนื่องจากเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม ประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียม และวัฒนธรรมประเพณีของหมู่บ้าน รวมทั้งลักษณะเฉพาะตัว ความรู้ความสามารถในการรับรู้ปัญหาและการแก้ไขปัญหา จึงไม่สามารถกำหนดสูตรสำเร็จในการพัฒนาชนบทได้ จำเป็นต้องมีการปรับวิธีการดำเนินงานให้เหมาะสม ในแต่ละพื้นที่ และแต่ละกรณี

ดังนั้น บทบาทของสื่อมวลชนท้องถิ่นในการสนับสนุนการสร้างความเท่าเทียมของประชาชนในการเคลื่อนไหวทางการเมืองรูปแบบใหม่ (New Social Movement) จากการรวมตัวของกลุ่มประชาชนในชุมชนท้องถิ่นในการแสวงหาพื้นที่ทางการเมือง ที่เริ่มปฏิเสธอำนาจการปกครองที่รวมศูนย์การตัดสินใจ โดยรัฐที่ก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ คามามากมายต่อชุมชนท้องถิ่น โดยชุมชนท้องถิ่นขาดการมีส่วนร่วม และกำหนดวิถีชีวิตของตนเอง นำไปสู่การเปิดฉากเวทีทางการเมืองแบบปฏิเสธการเมืองในระบบตัวแทนซึ่งมาจากกลุ่มนายทุน และกลุ่มอิทธิพลท้องถิ่น ซึ่งไม่สามารถเป็นปากเสียงแทนชุมชนท้องถิ่นได้จึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยให้ประชาชนตระหนักถึงการเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยในรูปแบบต่างๆ เช่น เปิดเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เป็นตัวกลางประสานในการให้ข้อมูล ความรู้ ความเข้าใจ สะท้อนเสียงหรือความคิดเห็นของประชาชน

ต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบ สร้างห้องเรียนประชาธิปไตยทางตรงแก่ประชาชนในรูปแบบต่างๆ การเผยแพร่ผ่านสื่อที่มีลักษณะสอดคล้องกับชุมชน ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนพูดคุย วัฒนธรรมการวิพากษ์วิจารณ์ ส่งเสริมการรวมตัวกันเป็นกลุ่มเพื่อแสดงออกถึงความคิดเห็นของตนอย่างสันติ และมีข้อมูลอย่างรอบด้านในการนำเสนอ สื่อมวลชนจึงมีบทบาทสำคัญในการหนุนเสริมความเข้มแข็งของชุมชนและภาคประชาสังคม (Civil Society) ในชุมชนท้องถิ่น

3. บทบาทในการมีส่วนร่วมในการเมืองการปกครองท้องถิ่น รัฐธรรมนูญฉบับใหม่ได้เข้ามาเปิดพื้นที่ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการเมืองมากขึ้น โดยชุมชนสามารถใช้สื่อในท้องถิ่นเพื่อเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ความคิดเห็นของชุมชน การให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น การตรวจสอบรัฐบาลและข้าราชการ เพื่อให้ตอบสนองต่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในทิศทางที่ชุมชนมีส่วนร่วมและเป็นผู้กำหนด เพื่อส่งเสริมด้านสิทธิเสรีภาพ และความเสมอภาคของชุมชนท้องถิ่น

สื่อมวลชนจึงมีบทบาทหน้าที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการเป็นกลุ่มพลังทางสังคม ในการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่นแบบเป็นผู้กระทำ (Active) ในการริเริ่ม ในการให้ความรู้ ข้อมูลข่าวสารที่จะทำให้ชุมชนเข้มแข็ง และรู้เท่าทันการครองโลกยุคโลกาภิวัตน์ การมีส่วนร่วมในบทบาทบางการเมืองของท้องถิ่นและส่วนกลางมากขึ้น จะทำให้นโยบายของรัฐตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนท้องถิ่นมากขึ้น และสามารถแก้ปัญหาของชุมชนท้องถิ่น ทำให้ท้องถิ่นกำหนดวิถีชีวิตของตนเอง การเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ได้มากขึ้น

4. บทบาททางเศรษฐกิจ สื่อท้องถิ่นควรมีบทบาทในการส่งเสริมการพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจของชุมชนในรูปแบบต่างๆ เช่น กลุ่มเกษตรกร กลุ่มสหกรณ์การเกษตร กลุ่มสหกรณ์ออมทรัพย์ ฯลฯ เพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นมีฐานรากที่เหมาะสมของแต่ละท้องถิ่น การรู้เท่าทันต่อการพัฒนาของการเติบโตของระบบทุนนิยมเสรีที่เข้ามาเอาโรคเอาเปรียบชุมชน และหนทางในการรวมตัวกันเพื่อต่อรองทางเศรษฐกิจเป็นสิ่งจำเป็นและเป็นทางออกที่เหมาะสม ดังนั้น การส่งเสริมระบบเศรษฐกิจชุมชนที่สามารถพึ่งพาตนเองได้จึงเป็นสิ่งสำคัญ

5. บทบาททางด้านการส่งเสริมสิทธิมนุษยชน สื่อมวลชนท้องถิ่นควรมีบทบาทในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในด้านการให้ความรู้ความเข้าใจต่อประชาชน ในด้านการส่งเสริมสิทธิมนุษยชนของประชาชนตามรัฐธรรมนูญฉบับใหม่ที่ได้บัญญัติไว้ สื่อมวลชนไม่เพียงแต่สร้างความตระหนักรู้ในด้านสิทธิมนุษยชนตามรัฐธรรมนูญแก่ประชาชนเท่านั้น หากต้องมีส่วนในการสร้างความรู้ความเข้าใจต่อปัญหาด้านสิทธิมนุษยชนในแง่มุมต่างๆ ที่มีส่วนสำคัญในการทำลาย ถัดกร่อนสังคมท้องถิ่น อันมีรากฐานสำคัญมาจากปัญหาโครงสร้างทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมไทย

6. บทบาทในการสร้างระบบบริการชุมชน ปัจจุบันประชาชนในชุมชนชนบท ยังขาดแคลนบริการสาธารณะจากรัฐบาล สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานในการดำรงชีวิต เนื่องจากรูปแบบการพัฒนาที่กระจุกตัวอยู่บริเวณศูนย์กลางคือ เมืองหลวงเป็นสำคัญ อีกทั้งยังขาดแคลนปัจจัยพื้นฐาน เช่น การศึกษา การสาธารณสุข การรักษาพยาบาล ดังนั้น สื่อมวลชนท้องถิ่น ควรมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมด้านสวัสดิการสังคม และบริการสาธารณะของรัฐบาลที่พึงมีต่อชุมชน เช่น สิทธิในการรักษาพยาบาล และสิทธิในการได้รับบริการทางการศึกษา เป็นต้น

7. บทบาทในการส่งเสริมการพัฒนาในรูปแบบที่เหมาะสมกับชุมชน จากการพัฒนาที่ผ่านมา รัฐบาล และหน่วยงานราชการ ได้มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านไปในทิศทางที่ทำให้เกิดความทันสมัยของชนบท (Modernization) มากกว่าการเปลี่ยนแปลงทางด้านคุณภาพ โดยเน้นความเป็นเมืองอุตสาหกรรมเป็นสำคัญ ทั้งนี้ โครงการการพัฒนาต่างๆ ที่ผ่านมา ไม่เคยนำความคิดเห็นของประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจพัฒนาสังคมท้องถิ่นเลย เช่น การสร้างเขื่อน การพัฒนาภาคอุตสาหกรรม การส่งเสริมการผลิตเพื่อการส่งออก ฯลฯ โครงการพัฒนาต่างๆ ของรัฐบาล จึงมักมีปัญหาติดตามมาภายหลังต่อชุมชนท้องถิ่นเสมอ

บทบาทของสื่อมวลชนท้องถิ่นในการสร้างช่องทางให้มีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น ต่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการกำหนดวิถีชีวิตของตนเองเป็นสำคัญ อีกทั้ง การปกป้องผลประโยชน์ของชุมชนท้องถิ่น การให้และการประเมินข้อมูลผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อชุมชนท้องถิ่น ถึงผลดีและผลเสียอย่างรอบด้าน เป็นกระบวนการที่สำคัญของชุมชนที่จะใช้ในการตัดสินใจ เพื่อแสวงหาทางเลือกในการพัฒนาที่เหมาะสมกับชุมชน อีกทั้ง การสะท้อนเสียงของชุมชนต่อทิศทางในการพัฒนาก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน

8. บทบาทในการสร้างทางเลือกให้แก่ชุมชน ปัจจุบัน การพัฒนาของชุมชนท้องถิ่นมักถูกครอบงำด้วยการพัฒนากระแสหลักแต่เพียงรูปแบบเดียว คือ ทุนนิยมเสรีประชาธิปไตย ระบบที่ก่อให้เกิดช่องว่างระหว่างคนรวย และคนจน ระบบที่มีมือใครยาวสาวได้สาวเอา ซึ่งเป็นระบบที่เอื้อต่อนายทุน กลุ่มผลประโยชน์ นักการเมือง นักธุรกิจ และบรรษัทข้ามชาติที่เข้ามาครอบงำโดยผลประโยชน์จากการผลิต โดยแลกกับการกดขี่ขูดรีดแรงงานเกษตรกรของไทยมาช้านาน แต่รูปแบบการพัฒนาที่ยั่งยืนมักไม่ได้รับความสนใจในการเผยแพร่ การพัฒนาที่ส่งเสริมการพัฒนาคน และจิตวิญญาณมากกว่าการกอบโกยเพื่อผลประโยชน์ส่วนตัว อีกทั้ง ส่งเสริมการพัฒนาที่ช่วยลดช่องว่างของความแตกต่างระหว่างคนรวยกับคนจน

การพัฒนาเพื่อช่วยยกระดับความเป็นอยู่และวิถีชีวิตของคนในชุมชนให้ดีขึ้น ไม่มีรูปแบบที่สำเร็จรูปแต่มีสารัตถะ (หัวใจ) หลักอยู่ที่การทำให้เกิดความเท่าเทียมของคนในชุมชน (ทั้งเมืองและชนบท) เป็นหลักในการส่งเสริมการพึ่งตนเองของประชาชนในชุมชนท้องถิ่น และมีอำนาจในการต่อรองและธำรงรักษาความเป็นชุมชนที่สอดคล้องกับวิถีชุมชนอย่างเหมาะสม และพอเพียง

ทั้งนี้ สื่อมวลชนท้องถิ่นควรมีบทบาทในการสร้างสรรค์ในแง่ข้อมูล ข่าวสาร และเป็นกลไกในสังคมท้องถิ่นในการผลักดันให้ชุมชนแสวงหาทางเลือกของชุมชนที่เป็นอิสระจากการถูกครอบงำโดยการพัฒนาจากส่วนกลาง

9. บทบาทในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนท้องถิ่น ทรัพยากรธรรมชาติถูกนำมาใช้เพื่อแลกกับการพัฒนาที่ไม่พอเพียงที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน บทบาทของชุมชนในการปกป้องรักษาทรัพยากรของชุมชนเริ่มอ่อนแอลง การตัดไม้ทำลายป่า ทรัพยากรธรรมชาติถูกนำมาใช้เพื่อผลประโยชน์ส่วนบุคคล โดยใช้อ้างในนามของการพัฒนาเพื่อผลประโยชน์ส่วนร่วม ที่คนในชุมชนท้องถิ่นต้องเสียสละ ข้อมูลความเป็นจริงมักไม่ได้รับการนำเสนอ เสียงของชุมชนท้องถิ่นถูกละเลยเสมอมา ชุมชนท้องถิ่นมักตกเป็นผู้ถูกกระทำจากการพัฒนาเสมอมา ความเป็นอยู่ วิถีชีวิตที่เปลี่ยนไป ซึ่งเป็นต้นทุนทางสังคมที่มีอาจตีค่าออกมาเป็นตัวเงินได้ ดังนั้น สื่อมวลชนท้องถิ่นควรมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมสิทธิของชุมชนท้องถิ่น ในการกำหนดการใช้ และสงวนทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนท้องถิ่นอย่างเหมาะสม อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

10. บทบาทในการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น รูปแบบการพัฒนาในปัจจุบันมักมีบทบาทสำคัญในการทำลายความหลากหลาย เพื่อสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ลักษณะเฉพาะของชุมชนจึงมักถูกละเลย และหลงลืม เมื่อถูกวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามา รวมถึงการขาดความเข้าใจและเห็นความสำคัญของคนรุ่นหลัง จึงขาดการสืบทอด โดยเฉพาะการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ดังนั้น สื่อมวลชนท้องถิ่น จึงควรมีบทบาทในการรักษาความเป็นท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมอันดีงามของชุมชนให้คงอยู่สืบต่อไป ซึ่งพื้นที่ในการเลือกรับและเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม ต้องอยู่บนพื้นฐานของความเท่าเทียมและเข้าใจต่อรากเหง้าอย่างแท้จริง

11. บทบาทในการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ปัจจุบัน รัฐธรรมนูญได้กำหนดไว้ว่า สิทธิของบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภคย่อมได้รับความคุ้มครอง ทั้งนี้ ให้มีองค์กรอิสระซึ่งประกอบด้วยตัวแทนผู้บริโภคทำหน้าที่ให้ความเห็นในตรากฎหมาย กฎ และข้อบังคับ และให้ความเห็นในการกำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคด้านข่าวสาร ในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน สื่อมวลชนท้องถิ่น จึงต้องมีบทบาทสำคัญในการสร้างสรรค์ชุมชนเป็นเครื่องมือสำคัญ ในการทำเสียงของชุมชนให้เป็นที่ได้ยิน และเป็นแหล่งปัญญาของชุมชนในการที่จะคิดหาวิธีการแก้ปัญหาให้กับชุมชน ในการรู้เท่าทันกระแสการเปลี่ยนแปลงในโลกปัจจุบัน เพื่อปรับเปลี่ยนหรือธำรงรักษารูปแบบ วิถีชีวิต และภูมิปัญญาของชุมชนไม่ให้ถูกทำลายไป การสร้างพื้นที่ทางความคิดที่จะก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนอย่างสร้างสรรค์ การสร้างเวทีในการพบปะ พูดคุย แลกเปลี่ยนระหว่างชาวบ้าน การให้การศึกษาความรู้ความเข้าใจต่อชุมชน การประสานกับหน่วยงานทางการศึกษาในท้องถิ่น นักวิชาการ ชาวบ้าน รัฐ และเอกชน การสะท้อนความคิดเห็นที่หลากหลาย มีกระบวนการหาทางออกที่สร้างสรรค์ ภายใต้ภาวะการณ์ให้ข้อมูลอย่างรอบด้าน และไม่ตกอยู่ภายใต้



อิทธิพลของรัฐและทุน การส่งเสริมให้ชุมชนมีความสามารถในการพึ่งพาตนเอง ความสามารถในการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติอย่างเป็นธรรม และเท่าเทียมในระดับที่สมดุลยั่งยืน โดยสื่อมวลชนท้องถิ่นต้องคำนึงถึงลักษณะเฉพาะของชุมชนท้องถิ่น และพัฒนาจากรากเหง้าของตนเอง รวมถึงการพึ่งตนเองเป็นสำคัญ อันจะนำไปสู่ความเข้มแข็งของชุมชน และการพัฒนาที่เหมาะสมกับชุมชนและยั่งยืน

ทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism) ผู้วิจัยนำมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ เพื่อพิจารณาบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชนทั้ง 2 แห่ง โดยเน้นบทบาทหน้าที่ปรากฏอยู่จริงของวิทยุชุมชนทั้ง 2 แห่ง ซึ่งเป็นบทบาทที่แสดงต่อชุมชน

### 5. ทฤษฎีประชาธิปไตยแบบเน้นการมีส่วนร่วมของสื่อ (Democratic – Participant

#### Media Theory)

เนื่องจากวิทยุชุมชน เป็นสื่อที่เกิดขึ้นในบริบทของการเรียกร้องสิทธิ และเสรีภาพทางการสื่อสาร อันเป็นการแสดงออกถึงความเป็นประชาธิปไตยอย่างแท้จริง เพื่อที่จะศึกษาการแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมในการใช้สื่อของประชาชนวิทยุชุมชนในจังหวัดสงขลาทั้ง 2 แห่ง ผู้วิจัยจึงเลือกใช้ทฤษฎีประชาธิปไตยแบบเน้นการมีส่วนร่วมของสื่อ ซึ่งเป็นทฤษฎีที่เน้นการสื่อสาร ในแนวนอน มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ร่วมด้วย ดังนี้

จุดกำเนิดของทฤษฎีประชาธิปไตยแบบเน้นการมีส่วนร่วมของสื่อ นั้น เกิดมาจากการยอมรับหลักการบางประการที่เคยมีอยู่ในทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อแบบเดิมๆ แต่ได้พยายามนำเสนอหลักการใหม่บางประการ เพื่อแก้ไขปัญหาความเป็นจริงที่เกิดขึ้นจากการใช้ทฤษฎีแบบเดิม จุดเน้นที่สำคัญของทฤษฎีประชาธิปไตยแบบเน้นการมีส่วนร่วมของสื่อ คือ

- การเน้นการสื่อสารในแนวนอน (Horizontal) มากกว่าการสื่อสารแบบแนวตั้ง (Vertical) โดยเฉพาะการสื่อสารแบบจากบนลงล่าง

- หลักการของทฤษฎีนี้พยายามที่จะต่อต้านปรากฏการณ์ 2 ด้าน ด้านหนึ่งคือการที่สื่อที่มีเอกชนเป็นเจ้าของมีลักษณะผูกขาด (Monopolization) และมีการนำไปใช้เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจมากเกินไป (Commercialization) ในอีกด้านหนึ่ง ก็พยายามต่อต้านการใช้อำนาจของข้าราชการแบบรวมศูนย์อำนาจด้วย

ช่วงเวลาที่ทฤษฎีประชาธิปไตยแบบเน้นการมีส่วนร่วมของสื่อเกิดขึ้นนี้ เป็นยุคที่สื่อกระจายเสียง เช่น วิทยุและโทรทัศน์ได้เกิดขึ้นแล้ว ในขั้นแรกได้มีความคาดหวังกันว่า บรรดาสื่ออิเล็กทรอนิกส์เหล่านี้จะเอื้ออำนวยให้เกิดการมีส่วนร่วมด้านเศรษฐกิจ และการเมืองของชาติจากประชาชนกลุ่มต่างๆ เหมือนเช่นที่สื่อสิ่งพิมพ์ได้ปฏิบัติภารกิจนี้มาแล้วเมื่อศตวรรษที่ 19 แต่แล้วผลลัพธ์ที่เป็นจริงก็มักสร้างความผิดหวังให้แก่ผู้ที่ตั้งความคาดหวังเอาไว้ ทั้งนี้ เนื่องจากองค์กรที่

ทำงานด้านสื่อกระจายเสียงนั้น มักจะวางตัวอยู่เหนือประชาชน (Elitist) ทำตัวเป็นผู้ที่รู้จักว่า (Paternalist) วางตัวใกล้ชิดกับศูนย์อำนาจ ทำงานไปตามกระแสกดดันทางการเมือง และเศรษฐกิจ มากกว่าจะอยู่กับหลักการ และมีลักษณะแข็งตัวมากเกินไป เป็นต้น

ฉะนั้น บรรดาทฤษฎีบรรทัดฐานเก่าๆ ที่มีอยู่จึงสร้างข้อจำกัดขึ้นภายในตัวเอง เช่น ทฤษฎี Libertarian ได้สร้างช่องว่างให้ระบบธุรกิจเข้ามาครอบงำสื่อ ทฤษฎี Social Responsibility ก็เปิดโอกาสให้อำนาจรัฐเข้ามาควบคุมสื่อ การควบคุมตัวเองของสื่อ และการเน้นเรื่องความเป็นมืออาชีพ ไม่สามารถช่วยให้สื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานในชีวิตประจำวันของคนทุกกลุ่มในสังคมได้

ดังนั้น ทางออกจากสภาวะการณ์ดังกล่าวที่กลายมาเป็นจุดเน้นของทฤษฎีประชาธิปไตยแบบเน้นการมีส่วนร่วมก็คือ ต้องหันกลับมาหาความต้องการผลประโยชน์ และความคาดหวังของกลุ่มผู้รับสารต่างๆ กลุ่ม ทฤษฎีนี้ปฏิเสธการสื่อสารที่เน้นความจำเป็นเรื่องรูปแบบรวมศูนย์ มีราคาแพง ต้องใช้มืออาชีพเท่านั้น เป็นกลางและถูกควบคุมโดยรัฐ และนำเสนอความหลากหลายด้าน การสื่อสาร โดยนำหลักการเรื่องสิทธิที่จะได้รับข่าวสารที่ต้องการ สิทธิที่จะตอบโต้ สิทธิที่จะใช้ช่องทางการสื่อสารเพื่อสร้างสรรค์ความสัมพันธ์ในชุมชน กลุ่มผลประโยชน์และวัฒนธรรมย่อยต่างๆ การสื่อสารที่มีขนาดเล็กและมีการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร เป็นต้น

เมื่อวิเคราะห์เนื้อหาของทฤษฎีประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม จะเห็นว่า เป็นลูกผสมมาจากทฤษฎีที่หลากหลายมาก เช่น Libertarianism Utopianism Socialism Egalitarianism Environmentalism และ Localism ภายใต้หลักการเหล่านี้ สถาบันสื่อมวลชนจะต้องเข้าร่วมกับชีวิตของประชาชนมากกว่าจะหมกมุ่นอยู่กับปัญหาเรื่องการควบคุมผู้รับสาร โดยเฉพาะสื่อใหม่ๆ เช่น สื่อกระจายเสียง จะต้องเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้เข้ามาเป็นผู้ส่งสารให้มากกว่าที่เป็นอยู่

McQuail (1987) ได้ประมวลหน้าที่สำคัญๆ ของสื่อมวลชนตามทฤษฎีประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมไว้ดังนี้

- พลเมืองทุกคน และชนกลุ่มน้อยทุกกลุ่มมีสิทธิที่จะเข้าถึงสื่อมวลชน และมีสิทธิที่จะใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง
- องค์กรสื่อ และเนื้อหาสื่อ จะต้องไม่ถูกควบคุมจากหน่วยงานของรัฐ
- สื่อจะต้องมีอยู่เพื่อประชาชน มิใช่เพื่อตัวเอง องค์กรเอง มิใช่เพื่อบริษัท หรือบรรดาลูกค้า (ภาคธุรกิจ) ของสื่อ
  - กลุ่ม องค์กร และชุมชน ควรจะเป็นเจ้าของสื่อเองได้
  - สื่อขนาดเล็กที่มีลักษณะ Interactive และเปิดโอกาสให้ผู้รับมีส่วนร่วม ย่อมดีกว่าสื่อขนาดใหญ่ที่ดำเนินการ โดยนักสื่อมวลชนมืออาชีพ และเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว
  - การสื่อสารนั้นมีความสำคัญมากเกินกว่าที่จะปล่อยให้อยู่ในมือของพวกนักวิชาชีพ สื่อมวลชนเท่านั้น

ทฤษฎีประชาธิปไตยแบบเน้นการมีส่วนร่วมของสื่อ (Democratic-Participant Media Theory) ผู้วิจัยจะนำมาวิเคราะห์วิทยุชุมชนกับการตอบสนองความต้องการของชุมชน เนื่องจากเป็นทฤษฎีที่เน้นผลประโยชน์ และความคาดหวังของกลุ่มผู้รับสารทุกๆ กลุ่ม โดยเน้นสิทธิที่จะได้รับข่าวสารที่ต้องการ สิทธิที่จะตอบโต้ และใช้ช่องทางการสื่อสารเพื่อสร้างสรรค์ความสัมพันธ์ในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดวิทยุชุมชน ทั้งนี้ เพื่อพิจารณาว่าวิทยุชุมชนทั้ง 2 แห่งตอบสนองความต้องการของชุมชนหรือไม่ อย่างไร โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาที่นำเสนอผ่านรายการต่างๆ (Content) ว่ามีความสอดคล้องกับสภาพของชุมชนอย่างไรบ้าง

#### 6. ทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์องค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน (Organization Analysis)

เนื่องจากวิทยุชุมชน ถือเป็นองค์กรสื่อสารมวลชนองค์กรหนึ่ง ในการวิจัยเรื่องการบริหารงานของวิทยุชุมชนในจังหวัดสงขลา ทั้ง 2 แห่ง ผู้วิจัยจึงเลือกใช้ทฤษฎีที่วิเคราะห์องค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ร่วมด้วย ดังนี้

Tunstall (1970) นักวิชาการที่สนใจศึกษาเรื่ององค์กรผู้ผลิตอย่างมากท่านหนึ่ง เคยตั้งข้อสังเกต 2 ประการในยุคนั้นก่อนที่จะมีการศึกษาองค์กรผู้ผลิตว่า

- เพราะเหตุใดนักวิชาการด้านสื่อมวลชนจึงสนใจที่จะศึกษาแต่เรื่อง “ผลของสื่อ” (Effect/Impact Study)
- เพราะเหตุใดนักวิชาการด้านสื่อมวลชนจึงสนใจที่จะศึกษาแต่เรื่องของ “ผู้รับสาร” (Audience Study)

ทั้งๆ ที่หากพิจารณาตามขั้นตอนและกระบวนการของการสื่อสารแล้ว เรื่องผู้รับสารและผลที่เกิดขึ้นล้วนแต่เป็น “ตอนจบ” ของเรื่องมากกว่าจะเป็น “ตอนเริ่มต้น” เพราะเหตุใดจึงไม่ค่อยมีการตอบคำถามว่า เพราะเหตุใดหน้าตาผลผลิตของสื่อมวลชน (Product) จึงออกมาเป็นเช่นนั้น แต่หากเราสนใจที่จะตอบคำถามประการหลังนี้ ก็หมายความว่า เราจะต้องหันไปศึกษาค้นคว้าตอนต้นของเรื่อง คือ การทำงานขององค์กรผู้ผลิต ดังที่ Tunstall ได้ใช้ความพยายามศึกษาค้นคว้า และพบว่า ปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ของฝ่ายผู้ผลิต เช่น เป้าหมายและการจัดองค์กร กระบวนการผลิต วัฒนธรรมการทำงาน การฝึกอบรมบุคลากร (Personal Formation) ฯลฯ ปัจจัยเหล่านี้ต่างทำงานร่วมกันในการปั้นหน้าตาของผลงานสื่อออกมา

จากข้อสงสัยที่ Tunstall ได้ตั้งคำถามเอาไว้ Lazarsfeld (1972) ได้ให้คำอธิบายว่า นอกเหนือจากปัจจัยเรื่องการเงินสนับสนุนของแหล่งเงินทุนแล้ว สาเหตุที่ทำให้ไม่ค่อยมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยองค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนนั้น อาจเนื่องมาจาก

- ความยากง่ายในการเข้าถึงสิ่งที่จะศึกษา (Accessibility) วิธีการวิจัยที่จะใช้ใน

การศึกษาองค์กรผู้ผลิต วิธีการหนึ่งที่คงจะหลีกเลี่ยงไม่ได้คือ การสัมภาษณ์บุคลากรในองค์กร แต่ในสภาพความเป็นจริงก็คือ งานของสื่อมวลชนนั้นเป็นงานที่ต้องแข่งขันกับเวลาอย่างมาก ดังนั้นจึงเป็นการยากสำหรับนักวิจัยที่จะแย่งชิงเวลาทำงานของผู้ปฏิบัติงาน

- การสร้างกำแพงป้องกันตัวเองของสื่อมวลชน (Defensive Mechanism) อีกสาเหตุหนึ่งของความยากลำบากในการเข้าถึงสื่อมวลชนเพื่อทำการวิจัยก็คือ การที่สื่อมวลชนมักจะสร้างกำแพงป้องกันตัวเอง ไม่ค่อยเปิดตัวให้มีการวิพากษ์วิจารณ์ ทั้งนี้ เนื่องจากการทำงานของสื่อมวลชนต้องอาศัยรากฐานเรื่อง “ความน่าเชื่อถือได้ และการยอมรับจากประชาชน” เป็นหลักสำคัญ แม้แต่ผลการวิจัยสถานีวิทยุโทรทัศน์ของอังกฤษในช่วงปี ค.ศ. 1963 ก็ยังไม่ได้รับอนุญาตให้ตีพิมพ์เผยแพร่ต่อสาธารณชน

- สาเหตุประการที่สามอาจเนื่องมาจาก ในช่วงทศวรรษ 1970 นั้น ยังไม่มีการศึกษาทฤษฎีเรื่ององค์กรอย่างเป็นทางการเป็นเรื่องราวอย่างจริงจัง เนื่องจากความก้าวหน้าของวิชาการนั้น จำเป็นต้องได้รับการเกื้อหนุนจากสาขาวิทยาการข้างเคียง ดังนั้น แม้ว่าอาจจะมีความสนใจศึกษาเรื่ององค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน แต่ก็ยังติดขัดอยู่ตรงที่ขาดทฤษฎีที่ช่วยในการศึกษา

นอกเหนือจากความสนใจของนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ เช่น Tunstall แล้วในอีกกระแสหนึ่ง เส้นสายแห่งความสนใจในการศึกษาเรื่ององค์กรนั้น ยังเกิดมาจากนักวิชาการสำนักเศรษฐศาสตร์การเมืองที่มีความสนใจในคำถามที่ว่า “ใครเป็นผู้ควบคุมสื่อ” ในการตอบคำถามนี้ จำเป็นต้องเจาะเข้ามาที่การวิเคราะห์องค์กรสื่อมวลชน คือ ผู้ผลิตสื่อ ดังนั้น ในการศึกษาวิจัยนักวิชาการสำนักนี้จะตั้งคำถามดังต่อไปนี้ เช่น

- บรรดาปัจจัยภายนอก ทั้งด้านเศรษฐกิจ/สังคม/การเมือง/วัฒนธรรม/การเป็นเจ้าของสื่อ/การบริหารจัดการ/นโยบายขององค์กร/เทคโนโลยี/การเงิน ได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับการทำงานขององค์กรผู้ผลิตอย่างไรบ้าง

- คนทำงานด้านสื่อมวลชนสามารถรักษาความเป็นอิสระในการทำงานท่ามกลางข้อจำกัดต่างๆ ได้อย่างไร

- ทำไมผลงานสื่อจึงปรากฏออกมาในรูปลักษณะดังกล่าว และทำได้อย่างไร

McQuail (1994) ได้ช่วยสรุปปัจจัยที่เข้ามามีผลต่อการทำงานขององค์กร เพื่อใช้เป็นกรอบของการค้นคว้าหาคำตอบที่กล่าวมาข้างต้นนั้น

ในแต่ละองค์กรของสื่อมวลชนจะประกอบด้วย 2 ส่วนใหญ่ คือ

1. องค์กรประกอบภายในองค์กร ซึ่งแบ่งเป็นระบบย่อยๆ ได้ 3 ระบบ คือ เทคโนโลยี ระบบบริหารจัดการ และบุคลากร

2. องค์กรประกอบแวดล้อมองค์กร เนื่องจากองค์กรสื่อมวลชนเป็นรูปแบบที่เป็นตัวตนของ

สถาบันสื่อมวลชนซึ่งเป็นสถาบันสังคมย่อยๆ สถาบันหนึ่ง ดังนั้น การทำงานขององค์กรสื่อหนึ่งๆ จึงต้องโยงใยอยู่กับปัจจัยแวดล้อมภายนอก เช่น

- การควบคุมจากด้านการเมืองและกฎหมาย
- การควบคุมจากเจ้าของทุนหรือเจ้าของสินค้าที่นำมาโฆษณาในสื่อ
- สถาบันต่างๆ ในสังคม เช่น สถาบันศาสนา โรงเรียน ฯลฯ
- เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม
- คู่แข่งขัน องค์กรด้านข่าวสารข้อมูล สภาวะของสภาพเศรษฐกิจในแต่ละช่วงเวลา
- ความต้องการ ความสนใจของผู้รับสาร

#### ระดับของการวิเคราะห์

เนื่องจากองค์กรผู้ผลิตสื่อแต่ละองค์กรจำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กับส่วนต่างๆ ที่หลากหลาย รวมทั้งประเภทขององค์กรสื่อเองก็มีรูปแบบที่หลากหลาย เช่น อาจหมายถึงบริษัทสร้างภาพยนตร์หรือผู้สร้างภาพยนตร์อิสระ เจ้าของโรงหนัง เจ้าของโรงพิมพ์ สำนักพิมพ์ เจ้าของสถานีโทรทัศน์ กลุ่มผู้ผลิตละคร บริษัทผลิตเทปเพลง ฯลฯ ดังนั้น ในการวิเคราะห์องค์กรผู้ผลิต Dimmick&Coit (1982) จึงเสนอให้ผู้วิเคราะห์จัดระดับของการวิเคราะห์เสียก่อน โดยได้เสนอระดับต่างๆ ออกเป็นดังนี้

1. ระดับแรก คือตัวบุคคลที่ทำงานด้านสื่อ (Mass Communicator) ถึงแม้ว่าปัจเจกบุคคลจะต้องเป็นพนักงาน/เจ้าหน้าที่ในองค์กร แต่ทว่า พวกเขาก็สามารถจะมีอิสระสภาพในตัวเองได้ ในการวิเคราะห์จึงถือเอาระดับนี้เป็นระดับแรก เกณฑ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ในระดับปัจเจกนี้อาจได้แก่ บทบาท ภูมิหลังทางสังคม ทักษะจิตส่วนบุคคล เพศ ศาสนา อายุ ฯลฯ
2. ระดับสอง คือองค์กร การวิเคราะห์องค์กรนั้นมีหลายมิติ เริ่มตั้งแต่การจัดแบ่งกลุ่ม/แผนกย่อยต่างๆ ภายในองค์กรหนึ่ง ความสัมพันธ์ภายในองค์กร ฯลฯ นอกจากนี้ ยังอาจจะวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ผลิตนั้นกับองค์กรอื่นๆ หรือกับสถาบันอื่นๆ ในสังคม
3. ประเภทของสื่อ/อุตสาหกรรม/สถาบัน เป็นระดับที่มีการรวมตัวสูงขึ้นมากกว่าระดับองค์กรเพียงองค์กรเดียว เช่น การรวมตัวของสื่อประเภทเดียวกันเป็นสมาพันธ์หรือสมาคม รวมทั้งการรวมตัวของสื่อเป็นอุตสาหกรรม หรือเป็นระดับสถาบัน เช่น สถาบันหนังสือพิมพ์ ซึ่งเกิดจากการรวมตัวของนักหนังสือพิมพ์จากหลายๆ องค์กร
4. ระดับสังคม ได้แก่สถาบันที่มีขอบเขตในระดับสังคม เช่น รัฐบาล หรือหน่วยงานระดับชาติ เช่น พรรคการเมือง
5. ระดับข้ามชาติ/นานาชาติ เป็นองค์กรหรือหน่วยงานที่มีขอบเขตเกินระดับชาติ เช่น

บริษัทโฆษณาส่วนใหญ่มักจะเป็นบริษัทระดับข้ามชาติที่มีสาขาอยู่ในหลายๆ ประเทศ หรืออาจจะ เป็นหน่วยงานสากล เช่น ยูเนสโก เป็นต้น

### องค์ประกอบขององค์กร

องค์กรของสื่อมวลชนมีลักษณะร่วมกับองค์กรโดยทั่วไป กล่าวคือ ประกอบด้วยส่วน ใหญ่ๆ 2 ส่วนคือ

1. องค์ประกอบโดยทั่วไปขององค์กร เช่น ต้องมีเป้าหมาย โครงสร้าง ภารกิจ ระเบียบ กฎเกณฑ์ ฯลฯ
2. องค์ประกอบที่เกี่ยวกับคนทำงาน เช่น พฤติกรรมการทำงาน บทบาททางวิชาชีพ การรับรู้องค์กร ฯลฯ

หากเราขยายลักษณะทั้งหมดมาเป็นปัจจัยย่อยๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์องค์กรสื่อมวลชน จะได้องค์ประกอบขององค์กร ดังนี้

- ธรรมชาติและขนาดขององค์กร
- จุดมุ่งหมาย/เป้าหมายขององค์กร/ประเภทของเนื้อหาที่ผลิต
- ภารกิจและการจัดแบ่งงานกันทำ (Division of Labour)
- กลุ่มเป้าหมายคือใคร
- ประเภทของคนทำงาน
- ความสัมพันธ์ขององค์กรกับหน่วยงานของรัฐ และส่วนอื่นๆ ของสังคม

โดยจากองค์ประกอบขององค์กรข้างต้น สามารถพิจารณารายละเอียดของแต่ละองค์ ประกอบย่อยได้ดังนี้

### ธรรมชาติและขนาดขององค์กร

เนื่องจากสื่อมวลชนประกอบด้วยสื่อหลายประเภท ดังนั้น องค์กรที่ทำงานกับสื่อจึงมี หลากหลายตามไปด้วย เช่น องค์กรสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เทปเพลง โฆษณา ฯลฯ และดังที่ทราบแล้วว่าสื่อแต่ละชนิดมีธรรมชาติที่แตกต่างกัน มีประวัติความเป็นมา มีหน้าที่และภาพลักษณ์ที่เฉพาะตัว ดังนั้น ธรรมชาติขององค์กรที่ผลิตสื่อแต่ละชนิดจึงแตกต่างกัน ไปด้วย

นอกจากธรรมชาติของสื่อแล้ว ขนาดขององค์กรก็ยังเป็นตัวแปรที่สำคัญในการวิเคราะห์ องค์กร เพราะขนาดขององค์กรจะเป็นตัวกำหนดลักษณะอื่นๆ ขององค์กรด้วย เช่น ถ้าเป็นองค์กร ขนาดเล็ก มีคนไม่ถึง 10 คน ระบบความสัมพันธ์แบบครอบครัวและใกล้ชิดก็จะเป็นไปได้ แต่ถ้าเป็น

องค์กรหนังสือพิมพ์ขนาดใหญ่ที่มีพนักงานประมาณ 2,000 คน ก็จำเป็นต้องมีการจัดแบ่งระบบงานให้เป็นทางการมากขึ้น

### จุดมุ่งหมาย/เป้าหมายขององค์กร

มีคำถามหลักๆ อยู่ 2-3 คำถาม ในการศึกษาเป้าหมายขององค์กร คือ

1. เป้าหมายขององค์กรคืออะไร Tunstall (1971) ได้เคยศึกษาจุดมุ่งหมายขององค์กรหนังสือพิมพ์โดยแบ่งประเภทของจุดมุ่งหมายออกหลายๆ เป็น 2 เป้าหมาย คือ หวังรายได้และผลกำไร และเป้าหมายที่ไม่หวังรายได้และผลกำไร (แต่มีเป้าหมายอื่นๆ เช่น หวังชื่อเสียง หวังสร้างบารมีอิทธิพล หวังเผยแพร่แนวคิด) เนื่องจากเป้าหมายทั้ง 2 มีลักษณะขัดแย้งกันอยู่โดยธรรมชาติ และเนื่องจากเป้าหมายขององค์กรนั้นอาจมีทั้งที่ประกาศออกมาอย่างเปิดเผย เป็นที่รับรู้ทั่วกัน กับเป้าหมายที่ซ่อนเร้นไม่ได้ประกาศออกมา Tunstall ได้วิเคราะห์ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นจากลักษณะการมีเป้าหมายดังกล่าว

2. กลไกในการบรรลุเป้าหมาย หลังจากมีจุดมุ่งหมายแล้ว ก็มีคำถามต่อมาว่า องค์กรได้ใช้กลไกอะไรบ้างเพื่อดำเนินการให้บรรลุเป้าหมาย การศึกษาในขั้นตอนนี้ เริ่มตั้งแต่องค์กรได้ใช้กลไกอะไรบ้างในการแจ้งหรือถ่ายทอดเป้าหมายขององค์กรให้สมาชิกได้รับทราบ สมาชิกรับรู้หรือไม่ว่าองค์กรมีความจริงจังกับเป้าหมายของตนเอง หรือในกรณีที่มีหลายเป้าหมาย เป้าหมายอะไรที่องค์กรเห็นว่าสำคัญที่สุด

สำหรับกลไกที่ใช้ในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย (mechanism) มักมีการจัดแบ่งประเภท ดังนี้

- กลไกที่มีลักษณะบังคับ (Coercive) อันได้แก่ การออกกฎระเบียบอย่างเข้มงวด การออกคำสั่ง โดยมีบทลงโทษกำกับอยู่
- กลไกที่เอาอรอดประโยชน์เป็นเครื่องกำกับ (Utility) อันได้แก่ การใช้ผลประโยชน์ต่างๆ ทั้งทางรูปธรรมและนามธรรมเป็นเครื่องจูงใจ ตัวอย่างเช่น การให้เบี่ยชยัน การให้ค่าล่วงเวลา การตัดเงินเดือน การเลื่อน/ลดตำแหน่ง เป็นต้น
- การสร้างบรรทัดฐานขึ้นมาเป็นกลไก (Normative) เป็นกลไกทางอ้อมที่องค์กรพยายามสร้างมาตรฐานหรือบรรทัดฐานขององค์กรขึ้นมา เพื่อให้สมาชิกได้ปฏิบัติตามอย่างสมัครใจ เช่น การสร้างธรรมเนียมหรือประเพณีขององค์กรขึ้นมา และใช้กระบวนการถ่ายทอดหล่อหลอมสมาชิกที่เข้ามา

3. วิธีการบรรลุเป้าหมายหลายอย่างในเวลาเดียวกัน ในกรณีที่องค์กรมีจุดมุ่งหมายหลายๆ อย่าง องค์กรนั้นสามารถดำเนินการให้บรรลุได้อย่างไร

โดยทั่วไป ธรรมชาติขององค์กรสื่อมวลชนมักจะมีเป้าหมายหลายๆ อย่าง ในตัวเอง เช่น ต้องทำตัวเป็น “หมาเฝ้าบ้าน” (Watchdog) ให้แก่สังคม แต่ในเวลาเดียวกันก็ต้องประสบความสำเร็จทางธุรกิจด้วย หรือต้องตอบสนองค่านิยมหลายๆ อย่างในเวลาเดียวกัน เช่น ต้องการงานริเริ่มสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่ แต่ในเวลาเดียวกันก็ต้องทำงานให้เสร็จตามเวลาด้วย

### กลไกในการปฏิบัติภารกิจ

ในภารกิจและกลไกแต่ละชนิดจะมีวิธีการใช้กลไกแต่ละอย่างที่ตกผลึกกลายเป็น “ความเข้าใจในการทำงาน” ขององค์กรนั้นๆ ลักษณะเฉพาะตัวโดยรวมของสื่อมวลชน คือ การดำเนินภารกิจที่ต้อง “หากินกับเวลาภายในเนื้อที่จำกัด” ดังนั้น จึงต้องมีกลไก และวิธีการใช้กลไกเฉพาะตัวขึ้นมา

อย่างไรก็ตาม ในองค์กรสื่อมวลชนแต่ละแห่งยังมีหน่วยงานหรือแผนกย่อยๆ ซอยลงไปอีก เช่น ในองค์กรหนังสือพิมพ์ นอกจากจะมีฝ่ายข่าวแล้ว ยังมีฝ่ายศิลปะ ฝ่ายการเงิน แม้แต่ภายในองค์กรเดียวกัน ยังอาจมีการเลือกกลไกมาใช้ในแต่ละฝ่ายแตกต่างกันออกไป เช่น กลไกควบคุมเวลาการทำงาน อาจจะนำมาใช้กับฝ่ายสำนักงาน แต่จะใช้ไม่ได้กับฝ่ายนักข่าว เป็นต้น

### กลุ่มเป้าหมาย

โดยทั่วไปแล้ว องค์กรสื่อมวลชนแต่ละแห่งมักจะมีกลุ่มเป้าหมาย อันหมายถึงทั้งกลุ่มบุคคลที่ได้รับผลประโยชน์จากองค์กร หรืออาจหมายถึงกลุ่มที่มีอำนาจซึ่งเป็นชี้ตายให้แก่องค์กรนั้น กลุ่มเป้าหมายขององค์กรสื่อมวลชนแต่ละแห่งอาจประกอบด้วยผู้รับสาร บริษัทลูกค้า หน่วยงานรัฐ ฯลฯ

### การศึกษานุเคราะห์

ในการศึกษานุเคราะห์ในองค์กรสื่อมวลชนนั้น อาจพิจารณาได้จากประเด็นต่อไปนี้

1. มิติด้านการฝึกอบรมและแรงจูงใจในการทำงาน ได้แก่ การศึกษาว่าบุคลากรในองค์กรได้รับการฝึกอบรมด้านวิชาชีพมาจากแหล่งใดบ้าง เป็นการเรียนรู้ด้านทฤษฎี หรือเป็นการค่อยๆ เรียนรู้จากการปฏิบัติขึ้นมา นอกจากนั้น ยังเป็นการวิเคราะห์เชิงประเมินผลถึงทักษะที่ได้รับจากการฝึกอบรม เช่น ทักษะทางด้านข่าวสาร

2. การบริหารและจัดการกับบุคลากร นับเป็นส่วนหนึ่งของการใช้กลไกการบริหารองค์กรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ได้กล่าวไปแล้ว ตัวอย่างเช่น Rosten (1937) ศึกษาว่ากลไกที่ใช้ลดความขัดแย้งในการบริหารบุคลากรขององค์กรสื่อประกอบด้วย 3 กลไก คือ กลไกการควบคุม เช่น การออกระเบียบห้ามซุบซิบนินทากันในองค์กร กลไกการอบรมบ่มเพาะ เช่น การปฐมนิเทศน์ การจัด



ประชุมใหญ่เป็นระยะๆ และกลไกการทำงานด้วยประเพณีขององค์กร เช่น การสร้างระเบียบแบบแผนที่แน่นอนในการทำงานขององค์กรขึ้นมา

3. บุคลิกภาพและความสามารถของนักสื่อสารมวลชน Schudson (1978) กล่าวว่า ความสำเร็จของบุคลากรในวิชาชีพสื่อสารมวลชนนั้น โดยทั่วไปมีลักษณะขึ้นๆ ลงๆ ไม่ค่อยสม่ำเสมอ เพราะต้องขึ้นต่อสนิยมของตลาดที่ยากจะทำนายได้ การทำงานด้านสื่อจึงมีมิติที่เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ประกอบกัน ดังจะเห็นได้จากคุณลักษณะหรือความสามารถที่คนทำงานด้านสื่อควรจะมีนั้น น่าจะประกอบด้วยตัวอย่างคุณลักษณะดังต่อไปนี้

- รู้จักวิธีการเรียกร้องความสนใจของสาธารณะได้
- รู้จักรสนิยมของสาธารณะในแต่ละช่วงเวลา แต่ละสถานที่
- เป็นผู้ที่เข้าใจสิ่งที่ผู้อื่นสื่อสารมาให้ และสามารถเลือกสื่อสารกลับไปได้
- ต้องเข้าใจระบบธุรกิจสื่อสารมวลชน
- ต้องมีความสามารถที่จะทำคนให้เป็นที่ชื่นชมและรักใคร่ได้

ดังที่กล่าวมาแล้วว่า องค์กรสื่อสารมวลชนมักจะประกอบด้วยงานหลายประเภท มีการจัดการแบ่งงานกันทำออกเป็นหลายแผนก จึงมีคนที่หลากหลาย ลักษณะที่หลากหลายดังกล่าวในหลายกรณี อาจเป็นบ่อเกิดของความไม่มีเอกภาพในองค์กร

McQuail (1987) ให้ตัวอย่างว่า เราอาจจะจำแนกคนทำงานออกเป็นฝ่ายต่างๆ และในแต่ละกลุ่มก็จะมีการรับรู้บทบาทของตัวเอง (Self-Perception) และเป้าหมายของการทำงานที่แตกต่างกันออกไป

Cantor (1971) ได้ศึกษาประเภทของคนทำงานในองค์กรสื่อที่มีหน้าที่ต่างๆ กัน เช่น ผู้สร้างภาพยนตร์ กลุ่มผู้ทำละคร โทรทัศน์ หรือนักข่าว โดยใช้เกณฑ์วัด 3 - 4 เกณฑ์ แบ่งประเภทของกลุ่มบุคคลเหล่านี้ เช่น

- พวกที่ยังอยู่ในวัยหนุ่ม มีการศึกษาดี มีความทะเยอทะยานในวิชาชีพ เป้าหมายของคนกลุ่มนี้คือ ความเป็นมืออาชีพ
- พวกที่มีลักษณะเป็นศิลปิน หรือนักประพันธ์ กลุ่มนี้จะสนใจการถ่ายทอดสุนทรียะหรือการถ่ายทอดความหมายไปยังคนดู
- พวกที่มีอายุมาก มีการศึกษาน้อย ได้เด้ามาจากประสบการณ์และการคร่ำหวอดในวงการ กลุ่มนี้จะทำงานแบบประจำ (Routine)

Cantor ได้สร้างคำถาม 3 คำถาม เพื่อประเมินดูว่า คนทำงานเหล่านี้ต้องการทำงานให้ถึงใคร/ระดับไหน และใช้อะไรเป็นเกณฑ์วัดความสำเร็จของการทำงาน

ทำงานกับใคร/ระดับไหน	เกณฑ์วัดความสำเร็จ
สังคม	สถานภาพ/การยอมรับจากสังคม
องค์กร	ความก้าวหน้าขององค์กร
ฝีมือ/อาชีพ	มืออาชีพ
สาธารณะ (ผู้ดู/ผู้ชม)	เป็นที่นิยม

### การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสิ่งแวดล้อมภายนอก

เนื่องจากองค์กรเสื่อมวาลชนไม่อาจจะดำเนินการได้ตามลำพัง แต่ต้องทำงานโดยอยู่ท่ามกลางองค์กร หน่วยงาน และสถาบันต่างๆ ในสังคม รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรเสื่อมวาลชนกับสิ่งแวดล้อมภายนอกจึงอาจจำแนกประเภทได้เป็น 3 แบบใหญ่ๆ คือ

1. แบบร่วมมือกัน (Cooperation)
2. แบบขัดแย้งกัน (Conflictual)
3. แบบไม่มีความสัมพันธ์กัน ต่างคนต่างมีวิถีทางของตนเอง

ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรเสื่อมวาลชนกับสิ่งแวดล้อมภายนอกนี้ จะจำเป็นต้องมีลักษณะพลวัต (Dynamic) กล่าวคือ มีการวิเคราะห์โดยดูการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงในแต่ละช่วงเวลา ในแต่ละสถานการณ์

จะเห็นได้ว่า ในการบริหารงานของวิद्यุชุมชน ย่อมต้องประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ล้อมรอบการใช้ทฤษฎีในการวิเคราะห์องค์กรมาเป็นส่วนหนึ่งในการวิจัยครั้งนี้ จะสามารถตอบคำถามในเรื่องของวิद्यุชุมชนได้ชัดเจนขึ้น เพราะโฉมหน้าของวิद्यุชุมชนที่เป็นอยู่ในแต่ละแห่ง ย่อมมีต้นกำเนิดมาจากองค์กร หรือผู้มีส่วนในการก่อตั้ง ดำเนินงานวิद्यุชุมชนนั่นเอง

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่ผ่านมา พบว่า มีงานวิจัยที่สามารถนำข้อมูลที่ได้บางส่วนมาเป็นพื้นฐานขององค์ความรู้ เพื่อประกอบการศึกษาวิจัย ซึ่งในที่นี้ผู้วิจัยได้แบ่งงานวิจัยออกเป็น 3 ส่วน คือ งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการบริหารงานวิद्यุชุมชน งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับวิद्यุชุมชนกับการมีส่วนร่วมของชุมชน และงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของวิद्यุชุมชน ทั้งนี้เพื่อช่วยต่อการสังเคราะห์องค์ความรู้ โดยพิจารณาจากประเด็นปัญหานั้นวิจัยเป็นหลัก ซึ่งพบว่า มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

#### งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการบริหารงานวิद्यุชุมชน

1. ชาลิสสา มากแผ่นทอง (2547) ศึกษาเรื่อง “การวิจัยเพื่อสรุปบทเรียน : กระบวนการเตรียมกลุ่มวิद्यุชุมชนจังหวัดปัตตานี” พบว่า การสร้างกลุ่มเป็นส่วนสำคัญของกระบวนการเรียนรู้สื่อวิद्यุชุมชน และการขับเคลื่อนกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ภาคประชาชนมีความพร้อมในการเป็นเจ้าของคลื่นความถี่และสถานีวิทยุ ขณะเดียวกันธรรมชาติของสื่อวิทยุที่มีการดำเนินการในลักษณะสาธารณะ ทำให้การค้นหากลยุทธ์ในการสร้างความเป็นวิद्यุชุมชนแก่ประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความจำเป็น เพื่อให้วิद्यุชุมชนเป็นสื่อที่ก่อประโยชน์แก่คนทุกฝ่ายในสังคม

กระบวนการสร้างกลุ่มประกอบด้วยขั้นตอน 3 ระยะ คือ

- ระยะที่ 1 การสร้างกลุ่ม ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนค้นหาแกนนำ หรือค้นหาโหนด เพื่อตั้งเป็นกลุ่มแกน ขั้นตอนพูดคุยชักชวน เสริมสร้างความเข้าใจ และขั้นตอนจัดโครงสร้างกลุ่ม สร้างความเป็นเอกภาพ

- ระยะที่ 2 การเตรียมความพร้อม ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ สร้างเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดวิद्यุชุมชน สร้างเสริมทักษะการบริหารจัดการกลุ่ม การเตรียมความพร้อมด้านการผลิตรายการ การสร้างคนเป็นวิทยากรเรื่องวิद्यุชุมชน และส่งเสริมเรื่องการเลี้ยงตนเอง

- ระยะที่ 3 การขยายโหนด ประกอบด้วย สร้างกลุ่มวิद्यุชุมชนตำบลทรายขาว อำเภอโคกโพธิ์ และสร้างกลุ่มวิद्यุชุมชนตำบลเดระบอน อำเภอสาขบุรี

ทั้ง 3 ระยะแห่งการเติบโตต้องอาศัยกิจกรรมเป็นเครื่องประคองไม่ให้กลุ่มล้มหายไป ขณะที่การทำงานที่ยากที่สุด คือ ระยะการขยายโหนดเพื่อสร้างเครือข่ายให้กว้างขึ้น ซึ่งพบว่า ภาคประชาชนมีปัญหาระบบการบริหารจัดการ

การค้นหากลยุทธ์ในการสร้างความเป็นวิद्यุชุมชนให้เกิดแก่ประชาชนนั้น ได้ใช้กลยุทธ์ 6 ประการ คือ กิจกรรมวิद्यุชุมชนสัญจร การจัดเวทีประกาศความยิ่งใหญ่ การเข้าร่วมเวทีสื่อกับส่วนกลางและส่วนภูมิภาค การจัดรายการวิทยุ การถอดบทเรียน และการจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการเรียนรู้วิद्यุชุมชนและพบว่าการกลยุทธ์ที่มีลักษณะบอกกล่าวโดยตรงในลักษณะการสื่อสารทางเดียว

ไม่ใช่วิธีการที่ได้ผลดีนัก กิจกรรมต่างๆ จึงต้องมุ่งเน้นกระบวนการการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม ซึ่งต้องอาศัยการสื่อสารสองทางที่ประชาชนสามารถร่วมแลกเปลี่ยน หรือแสดงความคิดเห็นได้

จากงานวิจัยชิ้นนี้ สามารถนำมาเป็นแนวทางเปรียบเทียบเพื่อพิจารณากระบวนการก่อเกิดวิद्यุชุมชนในจังหวัดสงขลาทั้ง 2 แห่ง อันจะส่งผลต่อ โฉมหน้าของวิद्यุชุมชนด้วยเช่นกัน

2. คม สัมพันธ์รักษ์ (2548) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาความเป็นมา และการบริหารจัดการของสถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดชัยภูมิ” พบว่า วิทยุชุมชนในจังหวัดชัยภูมิที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 แห่ง มีโครงสร้างการบริหารจัดการที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. ศูนย์การเรียนรู้วิทยุชุมชนต้นน้ำชี เป็นสถานีวิทยุชุมชนในรูปแบบของเครือข่ายประชารัฐจังหวัดชัยภูมิที่รับเอาแนวคิดวิทยุชุมชนจากกลุ่มประชาสังคมนำมาปฏิบัติอย่างเคร่งครัด โดยชุมชนร่วมกันเป็นเจ้าของ มีวัตถุประสงค์ในการก่อตั้งเพื่อเป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสาร และความรู้ของคนในชุมชน โคนคนในชุมชนมีสิทธิในการมีส่วนร่วมในทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นในแง่ผู้ฟัง ผู้ผลิตรายการ ตลอดจนการบริหารจัดการสถานีโดยที่เน้นผลิตรายการพูดคุยกับผู้ฟังโดยตรง และรายการข่าว รวมทั้งมีวิธีการหารายได้หลากหลายวิธีการ โดยไม่ต้องพึ่งพาการโฆษณาสินค้าและบริการ

2. ศูนย์การเรียนรู้วิทยุชุมชนคนบ้านแท่น เป็นสถานีวิทยุชุมชนในรูปแบบราชการที่ถึงแม้จะรับเอาแนวคิดจากกลุ่มประชาสังคมมาปฏิบัติ แต่ก็นำมาใช้เพียงบางส่วนเท่านั้น คณะทำงานของสถานีคือกลุ่มคณะทำงานจาก อบต.บ้านแท่น ไม่ได้มาจากอาสาสมัครในชุมชน ดังนั้น คนในชุมชนจึงมีส่วนร่วมในแง่ของการเป็นผู้ฟังและผู้ดำเนินรายการเท่านั้น

ทางสถานีมีวัตถุประสงค์ในการกระจายเสียงเพื่อเปิดโอกาสให้เยาวชนในชุมชนเข้ามาจัดรายการ ซึ่งโดยมาเป็นรายการดนตรีรวมทั้งเปิดโอกาสให้หน่วยงานราชการต่างๆ เข้ามาใช้สถานีวิทยุ ดังนั้น จึงเน้นผลิตรายการดนตรีและรายการพูดคุยมากที่สุด

ส่วนการหางบประมาณเพื่อเป็นทุนในการใช้จ่ายของทางสถานีนั้นมาจาก 2 ทาง คือ เงินบริจาคจากคนในชุมชน และเงินอุดหนุนสถานีจาก อบต.บ้านแท่น ซึ่งเป็นแหล่งทุนหลัก

3. จุดปฏิบัติการเตรียมความพร้อมวิทยุชุมชนคนภูเขียว เป็นสถานีวิทยุชุมชนในรูปแบบธุรกิจ โดยมีพ่อค้าในชุมชนเป็นเจ้าของเงินทุนในการก่อตั้งสถานี ทำให้มีอำนาจเบ็ดเสร็จในการบริหารสถานี ดังนั้น ชุมชนจึงไม่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการสถานี ทางสถานีมีวัตถุประสงค์ในการออกอากาศเพื่อเกื้อหนุนสถาบันครอบครัวตลอดจนเผยแพร่วัฒนธรรมศาสนา แต่วัตถุประสงค์แอบแฝง คือการแสวงหารายได้จาก การโฆษณาสินค้าและบริการอย่างชัดเจน เพราะรายการส่วนใหญ่ที่ผลิตนั้นเป็นรูปแบบรายการดนตรี และรายการที่มีเนื้อหาสาระมุ่งให้ความบันเทิง เพื่อประโยชน์ในการแสวงหาผู้อุปถัมภ์รายการได้โดยง่าย

4. จุดปฏิบัติการเตรียมความพร้อมวิद्यุชุมชนคนรักถิ่น เป็นสถานีวิद्यุชุมชนในรูปแบบธุรกิจการเมือง เป็นลักษณะการร่วมลงทุนของกลุ่มคนซึ่งไม่ระบุว่าเป็นผู้ใดบ้าง 7-8 ราย เพื่อระดมทุนในการก่อตั้งสถานีวิद्यุ โดยมีวัตถุประสงค์ในการออกอากาศเพื่อแสวงหารายได้จากการโฆษณาสินค้าและบริการ ตลอดจนผลประโยชน์ทางการเมือง นั่นคือ เพื่อใช้ในการหาเสียงก่อนการเลือกตั้ง ทางสถานีแทบจะไม่มีการบริหารจัดการใดๆ ที่เป็นรูปธรรม รายการที่ผลิตเกือบทั้งหมดเป็นรูปแบบรายการคนตรี และรายการประเภทมุ่งให้ความบันเทิง ซึ่งมีลักษณะไม่แตกต่างไปจากวิทยุเชิงพาณิชย์

จากงานวิจัยได้ข้อสรุปว่า วิद्यุชุมชนในรูปแบบของเครือข่ายประชารัฐ เป็นรูปแบบที่เป็นไปตามแนวทางของวิद्यุชุมชนอย่างแท้จริง เพราะมีชุมชนร่วมกันเป็นเจ้าของ และมีส่วนร่วมในทุกระดับ โดยงานวิจัยชิ้นนี้ สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพิจารณาวิद्यุชุมชนที่อยู่ในกรณีศึกษาทั้ง 2 แห่ง ว่ามีโครงสร้างการบริหารจัดการแบบใด

3. พวงชมพู ไชยอาลา (2549) ศึกษาเรื่อง “การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการวิद्यุชุมชนเครือข่ายอุ้มชูสารคาม” พบว่า การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ทั้งในระดับการเข้าร่วมกิจกรรมของสถานีในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก การสร้างความเข้าใจและทัศนคติที่ดีต่อกิจกรรม รวมถึงการสร้างความเข้าใจในผลที่จะได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรม ไปจนถึงการเข้าร่วมในการบริหารจัดการสถานี ทั้งการวางแผน จัดองค์กร กำหนดทิศทาง และการควบคุม

สมาชิกส่วนใหญ่ของเครือข่ายไม่ได้เข้าร่วมในกิจกรรมของสถานี เนื่องจากการสื่อสารของสมาชิกในเครือข่ายไม่ได้ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก ความเข้าใจและทัศนคติที่ดีต่อกิจกรรม รวมถึงการความเข้าใจในผลที่จะได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรม แต่ในขณะเดียวกัน ในส่วนของคณะกรรมการสถานี การสื่อสารสามารถทำให้สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นได้ จึงทำให้คนกลุ่มนี้เข้าร่วมในกิจกรรมของกลุ่ม ซึ่งนำไปสู่การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการต่อไป

ในเรื่องของปัจจัยนั้น พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสื่อสารที่มีผลต่อการเข้าร่วมกิจกรรม รวมถึงไปถึงการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการนั้นมาจากลักษณะของกลุ่ม และผู้นำ

เหตุที่การสื่อสารในการเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มประสบความสำเร็จเฉพาะในกลุ่มที่เป็นคณะกรรมการ เนื่องจากกลุ่มนี้มีการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ ซึ่งกันและกันบ่อยครั้ง และได้รับการอบรมให้ความรู้แนวคิดวิद्यุชุมชนมากกว่าสมาชิกในเครือข่าย จากการสนับสนุนของผู้นำที่ทำงานร่วมกันเป็นประจำ รวมถึงโครงสร้างและบทบาทของกลุ่มที่เอื้อให้เกิดรูปแบบการสื่อสารดังกล่าวขึ้น

ส่วนการสื่อสารที่ใช้ในการบริหารจัดการนั้น มีหลายลักษณะ ทั้งการสื่อสารในกระบวนการทัศน์ใหม่และกระบวนการทัศน์เดิม สิ่งเหล่านี้ได้ส่งผลกระทบต่อการทำงานร่วมกันในการบริหารงานของสถานียอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ กล่าวคือ มีการเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นผ่านช่องทางสื่อสารทั้งทางการและไม่เป็นทางการ แต่การตัดสินใจยังคงเป็นอำนาจของผู้นำ โดยคณะกรรมการไม่ได้เกิดความรู้สึกอึดอัดแต่อย่างใด ทั้งนี้ เพราะความเชื่อมั่นในตัวผู้นำ ที่เกิดจากการนำพาให้เครือข่ายประสบความสำเร็จต่างๆ ที่ผ่านมา ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการของสถานียเป็นการมีส่วนร่วมที่ไม่สมบูรณ์

การมีส่วนร่วมได้ส่งผลกระทบต่อดำเนินงานของสถานียอย่างยิ่ง เพราะการที่สมาชิกไม่มีส่วนร่วมอย่างสมบูรณ์ได้ทำให้ขาดความรับผิดชอบในหน้าที่ เนื่องจากคิดว่ามีผู้นำคอยแก้ปัญหาต่างๆ ให้ รวมไปถึงการทำหน้าที่แทนคนหากคนขาดความต่อเนื่องในการเข้าร่วมกิจกรรม สิ่งนี้เป็นปัญหาหลักในการดำเนินงานของวิฑูษุมน เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกส่วนตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน ซึ่งต่างจากกิจกรรมอื่นๆ ของเครือข่ายที่เคยประสบความสำเร็จ เนื่องจากสามารถดำเนินการขับเคลื่อนโดยคณะกรรมการไม่กี่คนของเครือข่าย นอกจากนั้นแล้วการที่สมาชิกในเครือข่ายไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของสถานีย ก็ยังทำให้ขาดผู้ที่มาสนับสนุนการดำเนินงานมากยิ่งขึ้น ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้การดำเนินงานของสถานียแห่งนี้ไม่ประสบความสำเร็จดังที่คาดไว้ในช่วงแรก

#### งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับวิฑูษุมนกับการมีส่วนร่วมของชุมชน

1. จิระวรรณ ดันกุลานนท์ (2542) ศึกษาเรื่อง “การมีส่วนร่วมและบทบาทผู้นำชุมชนชาวไทยภูเขา ในการจัดรายการวิฑูษุมนจังหวัดแม่ฮ่องสอน” พบว่า ผู้นำชุมชนชาวไทยภูเขามีสวนใจที่จะมีส่วนร่วมในการจัดรายการวิฑูษุมน แม้ว่าจะยังไม่มีความเข้าใจในรายละเอียดของการดำเนินการที่ชัดเจน โดยมีแนวคิดที่จะมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน เริ่มตั้งแต่การส่งข่าวประชาสัมพันธ์ในรายการ การเป็นผู้ดำเนินรายการ การร่วมเป็นคณะกรรมการบริหาร การร่วมเป็นคณะกรรมการผลิตรายการ จนถึงการจัดตั้งสถานียวิฑูษุกระจายเสียงของชุมชนเอง

จากการศึกษาบทบาทของผู้นำชุมชนชาวไทยภูเขาในการจัดการวิฑูษุมน จ.แม่ฮ่องสอน พบว่า ผู้นำชุมชนทุกคนมีบทบาทอย่างมาก ทั้งในด้านการให้ความรู้ และการระดมความคิดเห็นจากสมาชิกชุมชน รวมทั้งการวางแผนจัดการวิฑูษุมน

ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการจัดการวิฑูษุมนนั้น ผู้นำชุมชนชาวไทยภูเขาแสดงความคิดเห็นตรงกันว่า ปัญหาเรื่องค่าใช้จ่ายในการจัดการเป็นปัญหาอันดับหนึ่ง ตามด้วยปัญหากฎหมาย ปัญหาความมั่นคงปลอดภัย และปัญหาความรู้ความชำนาญ ซึ่งได้เสนอแนวทางแก้ไขไว้ว่า ในเรื่องค่าใช้จ่ายนั้น อาจต้องให้ส่วนราชการให้การสนับสนุน ส่วนปัญหากฎหมายนั้นเป็นเรื่องที่สามารถ

ทำการศึกษาเพิ่มเติมได้ เช่นเดียวกับปัญหาความรู้ความชำนาญ ส่วนปัญหาความมั่นคงปลอดภัยนั้น เป็นปัญหาด้านชนกลุ่มน้อยตามแนวชายแดน ดังนั้น ในการจัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงชุมชนต้อง พิจารณาพื้นที่ที่ไม่ห่างไกลมากเกินไป

สำหรับการศึกษาความคิดเห็นของสมาชิกชุมชนจากการสนทนากลุ่ม พบว่า สมาชิกใน ชุมชนส่วนใหญ่ไม่เคยรู้เรื่องการจัดการวิทยุชุมชนมาก่อน แต่ถ้าให้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการ วิทยุชุมชน ก็สนใจที่จะเป็นผู้ดำเนินรายการ โดยเห็นว่าควรจะมีค่าตอบแทนให้ด้วย

2. อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท (2544) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสาร การมีส่วนร่วม และความพึง พอใจของประชาชนในวิทยุชุมชนจังหวัดอุบลราชธานีและจังหวัดระยอง (ตุลาคม 2541-สิงหาคม 2544)” พบว่า

1) ประชาชนทั้งสองจังหวัดที่มาร่วมผลิตและดำเนินรายการยังเป็น "ปัญญาชน คนชั้นกลาง" ในระยของเจ้าหน้าที่สถานียังคงดำเนินการผลิตรายการวิทยุชุมชนเป็นส่วนใหญ่ ในทั้ง สองจังหวัด ประชาชนระดับรากหญ้ายังไม่มีโอกาสผลิตรายการ ร่วมบริหารรายการวิทยุชุมชน ไม่ กู้้นเคยกับแนวคิดของวิทยุชุมชนแต่พอเข้าใจการดำเนินรายการวิทยุแบบประชาธิปไตย

2) ประชาชนในฐานะผู้ฟังมีความพอใจรายการวิทยุชุมชนในระดับหนึ่งและเสนอ การปรับปรุงเนื้อหาและรูปแบบของรายการ

3) หากได้รับการจัดสรรคลื่นความถี่ 20% ตามที่พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรร คลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียงฯ กำหนดไว้ ประชาชนอาจมีทางเลือกในระยะแรก คือใช้เวลาร่วมกับสถานีวิทยุของรัฐที่มีอยู่แล้ว และค่อยพัฒนาเป็นเจ้าของสถานีในระยะหลัง โดยรวมตัวของคลื่นความถี่ การดำเนินงานในรูปของวิทยุชุมชนเป็น ไปอย่างมีประสิทธิภาพ และ การร่วมมือกับกระทรวงหลักๆ ก็จะได้ผลมากเช่นกัน

4) เงินทุนอาจได้มาจากการจัดสรรของ กสทช. การรับทุนอุดหนุนจากการไม่แสวง กำไรการหาโฆษณา จากธุรกิจรายย่อยภายในชุมชนนั้นๆ การปันผลกำไรของวิทยุภาคเอกชน ส่วน การเก็บเงินจากสมาชิกคงต้องค่อยเป็นค่อยไปเพราะผู้ฟังยังไม่เห็นประ โยชน์เต็มที่

5) ปัญหาบุคลากรคือประชาชนระดับรากหญ้าขาดความรู้และทักษะในการ ออกอากาศและจัดรายการซึ่งอาจแก้ไขได้โดยอาศัยความอนุเคราะห์จากเจ้าหน้าที่สถานีวิทยุของรัฐ และสถาบันการศึกษาให้การฝึกอบรม ความ ไม่สม่ำเสมอของการมาจัดรายการอาจแก้ไขได้โดยให้ ผลิตเวรกันมาจัด โดยผู้นำชุมชนเป็นแกนนำสำคัญ โดยควรมีการทำงานผ่าน อบต. เขาวชนควร ได้รับการสนับสนุนให้มาจัดรายการเพราะถือเป็นการศึกษาระยะยาวในเรื่องสื่อมวลชนและสิทธิ ของประชาชน

6) ปัญหาเรื่องระเบียบกฎหมายอาจแก้ไขได้โดยการออกอากาศเป็นภาษาถิ่นซึ่ง

ควรได้รับการสนับสนุน การมีใบผู้ประกาศเป็นสิ่งจำเป็นแต่ควรทดสอบประเมินผลในลักษณะให้ทราบระเบียบกฎเกณฑ์ของการจัดรายการมากกว่าเป็นการทดสอบการอ่านออกเสียง

7) ปัญหาเรื่องเทคโนโลยีอุปกรณ์อาจแก้ไขได้โดยระยะแรกอาจให้ใช้ร่วมกับสถานีวิทยุของรัฐก่อน หรือในระยะแรกอาจให้ทดลองออกอากาศโดยใช้หอกระจายข่าว หลังจากนั้น อาจจะเช่าอาคารทำสถานีของชาวบ้านเอง พร้อมอุปกรณ์เครื่องส่งรุ่นเก่า ที่อาจหาเช่าได้ในราคาถูก

8) รายการวิทยุชุมชนที่ประชาชนรากหญ้าสนใจในฐานะจะเป็นผู้จัดรายการคือ รายการเกี่ยวกับปากท้อง รายการศิลปวัฒนธรรม โคลงกลอน ศาสนา รายการทนายปัญหา รายการวัยรุ่น รายการทั้งหมดนี้ควรมีเพลงคั่นบ้าง ของรางวัลในการจูงใจให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมควรมีบ้างแต่ไม่ใช่สิ่งที่เป็นที่สุด

3. วีระวรรณ ชัยกิจการ (2545) ศึกษาเรื่อง “การมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหา "รายการวิทยุเพื่อชุมชน" ของจังหวัดน่าน” พบว่า รูปแบบรายการของรายการวิทยุเพื่อชุมชนของจังหวัดน่าน เป็นรูปแบบนิคมสารทางอากาศและรูปแบบรายการสัณฐาน

เนื้อหาของรายการเน้นการให้ข้อมูลข่าวสารในท้องถิ่น ให้ความรู้ด้านการเกษตร การประกอบอาชีพ สุขภาพ สิ่งแวดล้อม การศึกษา วัฒนธรรมท้องถิ่น กฎหมาย เศรษฐกิจ

ปัจจัยเชิงโครงสร้างในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหา แบ่งออกเป็น 2 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยภายในสถานี คือ นโยบายของกรมประชาสัมพันธ์ งบประมาณ และบุคลากรของสถานี 2) ปัจจัยภายนอกสถานี คือ ภูมิประเทศ ประชากร วัฒนธรรม อาชีพ ศาสนา เศรษฐกิจ ความสัมพันธ์ทางสังคม วิถีชีวิต การรวมกลุ่ม

การศึกษาการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนพบว่า ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในรายการโดยการ โทรศัพท์ ส่งจดหมาย บอกผ่านผู้ดำเนินรายการ และในฐานะผู้ผลิตในทุกขั้นตอนตั้งแต่การกำหนดประเด็นเนื้อหาประจำวัน จนถึงการผลิตรายการและออกอากาศ ส่วนการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายบริหารรายการวิทยุชุมชนนั้นคณะกรรมการบริหารชมรมวิทยุชุมชนคนเมืองน่านเป็นผู้กำหนดให้สมาชิกดำเนินรายการภายใต้กรอบของคณะกรรมการบริหารชมรมที่ตั้งไว้

การมีส่วนร่วมในการค้นหาความต้องการร่วมกันของคนในชุมชนต่อรูปแบบ เนื้อหา และวิธีการดำเนินงานของรายการวิทยุเพื่อชุมชน พบว่ารูปแบบและเนื้อหาที่ออกอากาศอยู่ในปัจจุบันได้ตอบสนองความต้องการของประชาชนในจังหวัดน่านแล้ว แต่ในส่วนของวิธีการดำเนินงานรายการวิทยุเพื่อชุมชนนั้น ประชาชนต้องการเข้าไปมีส่วนร่วมในการตั้งคณะกรรมการ งบประมาณ หาสถานที่ตั้ง โดยการมีตัวแทนของแต่ละชุมชนเข้าร่วม โครงการบริหารจัดการมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งถือเป็นการมีส่วนร่วมในระดับที่สูงขึ้น



### งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของวิทยุชุมชน

1. นาฎยา เสวกแก้ว (2541) ศึกษาเรื่อง “บทบาทของวิทยุท้องถิ่นในจังหวัดชลบุรี ต่อการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ” พบว่า บทบาทที่วิทยุท้องถิ่นทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดชลบุรี และรายการซัน ไรน์ เรดิโอ ที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย เมืองพัทยา กำลังกระทำมากที่สุดในปัจจุบัน ได้แก่ การนำเสนอข่าวสาร การสร้างจิตสำนึก การให้แนวทางปฏิบัติ, การให้ความรู้, การให้ความร่วมมือ

ส่วนบทบาทที่กระทำน้อย ได้แก่ การให้สถานภาพ การเสนอแนวคิดในการแก้ปัญหา การเป็นเวทีให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นย้อนกลับ และบทบาทหน้าที่ที่ไม่ได้กระทำเลย ได้แก่ การเป็นแกนนำในการปฏิบัติ และการเฝ้าระวัง สำหรับความคาดหวังของผู้รับสารในท้องถิ่นจะเป็นความคาดหวังเชิงปริมาณ คือ ต้องการให้วิทยุท้องถิ่นแสดงบทบาทที่กำลังกระทำอยู่ คือ การสร้างจิตสำนึก และการให้ความรู้มากขึ้น โดยมีความคาดหวังเชิงคุณภาพเพียงบทบาทเดียว คือ การเป็นแกนนำในการปฏิบัติ ซึ่งวิทยุท้องถิ่นไม่สามารถกระทำได้ในช่วงเวลาที่ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแสดงบาทของวิทยุท้องถิ่น มีทั้งปัจจัยภายใน ได้แก่ นโยบายองค์กรทัศนคติของนักจัดรายการ จำนวนและความถนัดของบุคลากร งบประมาณ ส่วนปัจจัยภายนอกที่สำคัญ ได้แก่ แหล่งข่าว/แหล่งข้อมูล ขาดแหล่งข้อมูลมาสนับสนุน ผู้สนับสนุนรายการ

งานวิจัยครั้งนี้ ได้แบ่งบทบาทของวิทยุท้องถิ่นในฐานะสื่อมวลชนไว้ 2 ระดับ คือ บทบาทหน้าที่ในระดับพื้นฐาน เป็นบทบาทที่ใช้ทรัพยากรในการดำเนินการ ไม่มาก และปัจจุบันสื่อมวลชนมีการกระทำอยู่พอสมควร ได้แก่ บทบาทในการให้ข่าวสาร การให้ความรู้ การสร้างจิตสำนึก และการให้แนวทางปฏิบัติ การให้ความร่วมมือ อีกระดับหนึ่งคือ บทบาทหน้าที่ที่สูงขึ้น เป็นบทบาทที่ต้องใช้ทรัพยากรในการดำเนินการมากกว่าบทบาทพื้นฐาน ซึ่งเป็นบทบาทที่สื่อมวลชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งวิทยุกระจายเสียงยังไม่ค่อยได้กระทำ ได้แก่ การเฝ้าระวัง การให้สถานภาพ การเสนอแนวคิดในการแก้ปัญหา การเป็นแกนนำในการปฏิบัติ และการเป็นเวทีให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นย้อนกลับ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้เสนอแนะให้ทุกฝ่ายร่วมมือกันเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งองค์กรที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หน่วยงานที่เป็นเจ้าของคลื่น บริษัทที่ประมวลเวลา หน่วยงานท้องถิ่น ผู้ประกอบการ และประชาชนในท้องถิ่น

2. สิริพร สงบธรรม (2544) ศึกษาเรื่อง “บทบาทของรายการวิทยุเพื่อชุมชนกับประชาคมสงขลา” พบว่า รายการวิทยุเพื่อชุมชน มีบทบาทเป็นเครื่องมือในการทำหน้าที่แจ้งข้อมูลข่าวสารเท่านั้น ไม่มีอิทธิพลในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการแสดงออกของผู้รับฟังได้ รายการวิทยุเพื่อชุมชนในจังหวัดสงขลา มีลักษณะตามแนวคิดของวิทยุชุมชน ด้านการเข้าถึงสื่อ แต่ยังมีได้เข้าถึง

แนวคิดการมีส่วนร่วมในระดับราชการ หรือระดับสถานีวิทยุกระจายเสียงเลย ทั้งนี้คงเป็นไปได้ตามโครงสร้างใหม่ของ มาตรา 40 ของรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2540 ในอนาคต การศึกษาการก่อเกิดของประชาคมสงขลา พบว่า สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีความสำคัญในการก่อเกิดประชาคมสงขลา ในแง่ของการมีกระบวนการมีส่วนร่วมในกิจกรรม ผนวกร่วมกัน การก่อเกิดและคงอยู่อย่างต่อเนื่องของประชาคมสงขลา เกิดจากความเข้มแข็ง ของกลุ่มบุคคลแกนนำ ได้แก่ นางพรธนิภา โสคติพันธ์ นางอัมพร ศรีประสิทธิ์ นายไพฑูรย์ ศิริรักษ์ ที่มีบทบาทสำคัญ อันเป็นเอกลักษณ์และทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดสงขลาอย่างแท้จริง

3. ชاکริต สูดสายเนตร และคณะ ศึกษาเรื่อง “การใช้สื่อวิทยุท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมประชาสังคม จังหวัดมหาสารคาม” โดยศึกษาวิทยุท้องถิ่นในจังหวัดมหาสารคามจำนวน 7 สถานี ได้แก่

1. สถานีวิทยุกระจายเสียงกองทัพอากาศจังหวัดมหาสารคาม (ระบบเอฟเอ็ม)
2. สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดมหาสารคาม (ระบบเอฟเอ็ม)
3. สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยมหาสารคาม (ระบบเอฟเอ็ม)
4. สถานีวิทยุกรมการรักษาคินแดนจังหวัดมหาสารคาม (ระบบเอฟเอ็ม)
5. สถานีวิทยุกระจายเสียงองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยจังหวัดมหาสารคาม (ระบบเอฟเอ็ม)
6. สถานีวิทยุกองทัพอากาศจังหวัดมหาสารคาม (ระบบเอฟเอ็ม)
7. สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดมหาสารคาม (ระบบเอฟเอ็ม)

พบว่า บทบาทของวิทยุท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม มีดังนี้ คือ เพื่อถ่ายทอดข้อมูลการณและ ความมั่นคงภายในชาติ บทบาทตัวกลางระหว่างรัฐ-ประชาชน เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและบริการสาธารณประโยชน์ และเพื่อความบันเทิง

การใช้ประโยชน์จากสถานีวิทยุท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคามทั้ง 7 สถานีนั้น มีการใช้ประโยชน์จากสถานีวิทยุ 3 ส่วน คือ วิทยุเพื่อรัฐ วิทยุเพื่อธุรกิจ บันเทิงและการเมือง และวิทยุเพื่อชุมชน ในส่วนของรายการวิทยุเพื่อชุมชนกับการส่งเสริมประชาคมจังหวัดมหาสารคาม จากการศึกษารายการวิทยุเพื่อชุมชน 3 รายการจาก 3 สถานีวิทยุท้องถิ่นจังหวัดมหาสารคาม คือ รายการเสียงจากชุมชนคนสารคาม ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย รายการวิทยุชุมชน อ.ส.ม.ท. ของสถานีวิทยุ อ.ส.ม.ท.มหาสารคาม และรายการตลาดชุมชนคนรักบ้านเกิด ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยมหาสารคาม พบว่า ทั้ง 3 รายการ เป็นวิทยุชุมชนระดับรายการ หรือเป็น “รายการวิทยุเพื่อชุมชน” และแยกย่อยออกเป็น 2 ระดับ คือ เป็นการจัดรายการเพื่อประชาชน คือ รายการวิทยุชุมชน อ.ส.ม.ท. และรายการตลาดชุมชนคนรักบ้านเกิด อีกระดับหนึ่ง คือ แนวคิดการจัดรายการในช่วงเวลาของสถานี ซึ่งสถานียอมจัดเนื้อหาและรูปแบบรายการมาจากตัวแทน

ประชาชน กรณีนี้ได้แก่ รายการเสียงจากชุมชนคนสารคาม ส่วนการมีส่วนร่วมของประชาชน แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ในฐานะของผู้จัดรายการและในฐานะของผู้ฟัง