

# วิถุชุมชน : กระบวนการคลี่คลายและกลายเป็น

กาญจนา แก้วเทพ

คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## (1) บทนำ : คิดใหม่-ง่าย ทำใหม่-อาจจะยาก

ในสังคมไทยนั้นมีการเปลี่ยนแปลงและกระบวนการบางอย่างที่เหนียวรั้งการเปลี่ยนแปลงอย่างได้ผล ชะงัก เช่น เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในระดับหลักการ/นโยบายแล้ว เมื่อถึงขั้นตอนการแปรนโยบายมาเป็นภาคปฏิบัติ มักดำเนินการไม่ได้ผล ทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ไม่พึงประสงค์ เช่น ทำตามนโยบายอย่างผิดๆ ถูกๆ หรือเป็นระบบ two in one คือนโยบายว่าอย่างหนึ่ง แต่ในทางปฏิบัติก็เป็นอีกอย่างหนึ่ง หรือเมื่อกาลเวลาผ่านไปชั่วขณะหนึ่งก็ยกเลิกนโยบายใหม่และหันกลับไปปฏิบัติอย่างเดิมๆ เป็นต้น

กรณีของการแปรหลักการเรื่อง "วิถุชุมชน" ที่เป็นผลมาจากการประกาศใช้รัฐธรรมนูญปี พ.ศ.2540 ในมาตรา 40 เรื่องการจัดสรรคลื่นความถี่วิทยุให้เป็นทรัพยากรของชาติ และต้องนำมาใช้เพื่อสาธารณประโยชน์ ก็ดูท่าว่าจะมีชะตากรรมดังที่กล่าวมาข้างต้นหากกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะกลุ่มประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับเรื่องวิถุชุมชนมิได้ลงมือหรือเข้ามามีส่วนร่วมอย่างเต็มที่และอย่างเข้าใจในเรื่องการแปรนโยบายมาเป็นการปฏิบัติ อันที่จริง การแปรนโยบาย/หลักการไปเป็นภาคปฏิบัติการนั้น หลายครั้งที่ไม่มีใครรู้คำตอบล่วงหน้า แม้แต่คำตอบที่มีอยู่ก็อาจจะไม่ใช่คำตอบสุดท้าย เช่น คำตอบที่ว่า เมื่อมีรัฐธรรมนูญประกาศใช้แล้ว เมื่อมีพรบ.จัดสรรคลื่นความถี่แล้ว เมื่อมีการตั้งคณะกรรมการบริหารวิถุชุมชนที่มีชาวบ้านเข้ามาร่วมเป็นกรรมการแล้ว มีการนำเสนอเนื้อหารายการเพื่อชุมชนแล้ว ฯลฯ ทั้งหลายทั้งปวงที่กล่าวมานี้ จะทำให้รายการวิทยุต่างๆ ที่ประกาศตัวหรือปิดป้ายยื่นให้ออกอย่างชัดเจนว่า "เป็นวิถุชุมชน" ได้แปลงร่างกลายเป็นวิถุชุมชนไปจริงๆ

แต่ถึงแม้เราจะยังไม่มีคำตอบสุดท้ายสำหรับเรื่องการเป็นวิถุชุมชน แต่เราก็อาจจะกำลังมีการทดลองสร้างคำตอบแบบลองผิดลองถูกกันอยู่ ในกระบวนการนี้ เราควรสวมจิตใจนักวิ่ง

ตีพิมพ์ใน กาญจนา แก้วเทพ (2551)

“วิถุชุมชน : กระบวนการคลี่คลายและกลายเป็น” วารสารเทคโนโลยีสังคม ปีที่ 2 : 8

สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.

มารวบรวมด้วยการพิจารณาควบคู่กันต่าง ๆ ที่กำลังเกิดขึ้นอยู่อย่างมากมายทั่วสารทิศ ถึงแม้บทเรียนเหล่านี้อาจจะยัง "ไม่เข้าที่" หรือยัง "ไม่เข้าท่า" แต่ก็เป็นการสังเคราะห์บทเรียนที่มีคุณค่าที่ควรจะนำมาสรุปเพื่อการ "ก้าวเดินหน้าต่อไป" สิ่งที่คุณเหมือนจะเป็นอันตรายที่สุดสำหรับกระบวนการนี้ก็คือ การเลิกก้าวเดินต่อไปหรือหันหลังกลับไปยังจุดเริ่มต้นนั่นเอง

ผู้เขียนสังเกตว่าเมื่อมีงานเขียนถึงเรื่อง "วิทยุชุมชน" มักจะมีการอ้างอิงถึงงานวิจัยของสุรินทร์ แปลงประสพโชค (2534) อยู่เสมอ ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้ถือว่าเป็นกรณีศึกษาที่พิสูจน์ว่า การจัดทำวิทยุชุมชนนั้นเป็น **เรื่องที่เป็นไปได้** และเป็นกรณีที่ **ประสบความสำเร็จ** (success case) แต่ทว่าสภาพภาพของการทำวิทยุชุมชนในการวิจัยครั้งนี้เป็นเพียง "การสาธิต/ทดลอง" เท่านั้น เหมือนการทำนาในแปลงสาธิต ซึ่งไม่มีหลักประกันว่า เมื่อนำเอากรณีทดลองดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในสภาพความเป็นจริงที่ปราศจากเงื่อนไขปัจจัยที่พร้อมพรั่งเช่นในกรณีการทดลองผลสำเร็จดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้หรือไม่

เพื่อเป็นการถ่วงดุลกับการวิจัยข้างต้น ผู้เขียนจะขออ้างอิงถึงผลการวิจัยอีกเรื่องหนึ่งของวิทยุชุมชนที่ดำเนินการในสภาพความเป็นจริง และอาจถือได้ว่าเป็นกรณีที่ยังไม่ประสบความสำเร็จในวันนี้ (ผู้เขียนมีหลักการแบบนักค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์ที่ว่า ความล้มเหลวเป็นมารดาของความสำเร็จ) เพื่อขยายภาพความเข้าใจเรื่องวิทยุชุมชนให้ครอบคลุมทั้ง 2 ด้าน

ในปีพ.ศ.2542 จีระวรรณได้ศึกษาเรื่องกรณีมีส่วนร่วมและบทบาทผู้นำชุมชนชาวไทยภูเขาในการจัดการวิทยุชุมชน จ.แม่ฮ่องสอน โดยเลือกศึกษาทั้งวิทยุของกรมประชาสัมพันธ์และองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท.) ผลการวิจัยโดยเฉพาะในส่วนที่เป็นปัญหาอุปสรรคในการเป็นวิทยุชุมชนในเขตพื้นที่ที่ศึกษามีดังนี้

- **ปัญหาทางเทคนิค** คือ คลื่นวิทยุยังกระจายไปไม่ถึงกลุ่มเป้าหมาย
- **ปัญหาด้านการบริหารจัดการ** ในกรณีของอสมท. จะไม่มีการตั้งคณะกรรมการขึ้นมาเพื่อดำเนินงาน เพราะฉะนั้น การดำเนินงานจึงเป็นแบบที่เคยทำมา ในส่วนของกรมประชาสัมพันธ์ มีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารวิทยุ แต่ส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ มีตัวแทนประชาชนเข้ามาเป็นอาสาสมัครร่วมงานเพียง 2-3 คน และอาสาสมัครเหล่านี้ก็ขาดความสนใจซึ่งอาจจะเนื่องมาจากไม่มีค่าตอบแทน หรือไม่เห็นประโยชน์จากวิทยุอย่างชัดเจน
- **ปัญหาเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชน** การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ฟังนั้น จะไม่ค่อยมี feedback กลับมา เนื่องจากขาดช่องทาง (เช่น โทรศัพท์ใช้งานไม่สะดวก) หรือชาวบ้านไม่กล้าแสดงความคิดเห็นเนื่องจากพูดภาษาไทยกลางไม่ชัดเจน มีกลุ่มผู้ฟังส่วนน้อยมากที่เข้ามาเป็นบทบาทเอากองเองงานในวิทยุ แต่ส่วนใหญ่เนื่องมาจากมูลเหตุจูงใจในเรื่องผลประโยชน์ส่วนตัว (เช่น กำลังจะลงสมัครรับเลือกตั้ง)

สำหรับการมีส่วนร่วมในฐานะผู้ผลิตนั้น ในกรณีของอสมท.ได้ให้ชาวบ้านเข้ามาเป็น "นักจัดรายการท้องถิ่น" (Local D.J.) และพบว่า ผู้ฟังให้ความสนใจมาก แต่ทว่ากระบวนการคัดเลือกเนื้อหายังอยู่ในอำนาจของเจ้าหน้าที่ของสถานีอยู่

- **ปัญหาเรื่องปฏิกริยาป้อนกลับ** (feedback) จากฝ่ายประชาชนผู้ฟัง เนื่องจากสภาพแวดล้อมของ จ.แม่ฮ่องสอนมีความยากลำบากในการเดินทาง บรรดาโครงสร้างพื้นฐานเช่น ถนนหนทาง โทรศัพท์ยังไม่มีหรือมีแต่น้อย หรือแม้จะโทรเข้ามาแล้ว ก็ยังกริ่งกรองเรื่องพูดภาษาไทยไม่ชัด กล่าวคือ มีปัญหาเรื่องการเข้าถึง (accessibility) ทั้งด้านเทคนิคและด้านวัฒนธรรม ทำให้ชาวบ้านขาดช่องทางที่จะให้ feedback แก่ทางสถานี

จากปัญหาอุปสรรคหลายด้านที่เกิดขึ้นทำให้ผลงานที่เกิดขึ้นจากการใช้วิทยุชุมชนไม่เข้าเป้าที่ตั้งไว้ กล่าวคือ กลุ่มชาวเขาซึ่งเป็นกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายก็เข้าไม่ถึงรายการ ส่วนกลุ่มคนในเมืองที่เปิดรับฟังได้ก็ไม่ฟัง เนื่องจากรายการที่จัดไม่ได้สะท้อนหรือตอบสนองความต้องการของผู้ฟังกลุ่มคนในเมือง และท้ายที่สุดก็คือ บทบาทหน้าที่ของ "วิทยุชุมชน" ที่ตั้งใจไว้ก็ไม่สามารถสร้างผลกระทบให้เกิดการพัฒนาเปลี่ยนแปลงชีวิตของชาวบ้านและชุมชนดั่งป้ายยี่ห้อ "วิทยุชุมชน" ที่ปิดเอาไว้

ผู้วิจัยได้ประเมินสถานภาพเพื่อสร้างความหวังและแสวงหาช่องทางพัฒนาวิทยุชุมชนที่แม่ฮ่องสอนนี้ด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และพบผลดังนี้

- **ในฝ่ายประชาชน**

มีความต้องการที่อยากจะให้มีวิทยุชุมชนซึ่งมีประชาชนคาดว่าจะมีประโยชน์ต่อชุมชน ทั้งด้านที่ชุมชนจะเสนอเรื่องราวของตัวเองต่อโลกภายนอก และเปิดกว้างรับโลกภายนอกส่วนเดียวที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน

- **ในเรื่องการมีส่วนร่วมของผู้ฟัง** ประชาชนก็มีความต้องการจะมีส่วนร่วม แต่ยังไม่เข้าใจว่าจะมีส่วนร่วมได้อย่างไร ในรูปแบบใดบ้าง รูปแบบการมีส่วนร่วมที่ประชาชนเข้าใจมีอยู่เพียงรูปแบบเดียว คือการเข้ามาเป็น DJ ผู้จัดรายการ แต่รูปแบบนี้มีข้อจำกัดมากเพราะเปิดโอกาสให้คนเพียงไม่กี่คนเข้ามาทำได้ ชาวบ้านจึงอยากเรียนรู้รูปแบบอื่น ๆ ของการมีส่วนร่วม

- **การมีส่วนร่วมในระดับนโยบายและการจัดรายการ** คือรูปแบบของการเข้ามาเป็นคณะกรรมการและผู้จัดรายการ ชาวบ้านมีความยินดีให้ความร่วมมือแต่ทว่าต้องมีเงื่อนไขบางประการ เช่น ชาวบ้านยังขาดความเข้าใจเรื่องวิทยุชุมชน ดังนั้น ถ้าจะให้เข้าไปบริหารจัดการ ก็ต้องมีการติดอาวุธทางความคิดให้ชาวบ้านด้วยการจัดอบรมเสียก่อน และเนื่องจากในชีวิตชาวบ้านเองก็มีภาระต่าง ๆ เต็มมืออยู่แล้ว ดังนั้น รูปแบบการบริหารจัดการจึงควรเป็นการหมุนเวียน (Rotation) ทั้งการเป็นคณะกรรมการและการมาเป็นผู้จัดรายการ

นอกเหนือจะมองเห็นในด้านที่เป็นปัญหาแล้ว ชาวบ้านที่เป็นกลุ่มตัวอย่างก็ยังคงมองเห็นช่องทางที่จะตีวงออกไปจากปัญหาซึ่งพอจะประมวลได้ดังนี้

- **ช่องทางจากฝ่ายเจ้าหน้าที่** ดังที่ประมวลปัญหามาแล้วว่า การลงมือทำงานวิद्यชุมชนจะยังคงเคลื่อนต่อไปไม่ได้ หาก**ความคิดความเข้าใจ**เรื่องวิद्यชุมชนยังไม่ได้ขยับเขยื้อนไป ทั้งนี้เพราะวิद्यชุมชนเป็นเรื่องใหม่ เปรียบเสมือนคอมพิวเตอร์ที่ยังไม่ได้ติดตั้ง software ย่อมทำงานไม่ได้ ชาวบ้านจึงเรียกร้องให้มีการฝึกอบรมชาวบ้านให้เข้าใจทั้งเรื่องปรัชญา หลักการ วิธีการดำเนินงานของวิद्यชุมชน

- **ช่องทางจากฝ่ายชาวบ้าน** เนื่องจากชาวบ้านมีศักยภาพในการทำงานพัฒนาในลักษณะเครือข่ายมาก่อน การมีเครือข่ายช่วยให้ชาวบ้านสามารถระดมทรัพยากรต่าง ๆ ซึ่งสามารถจะโยกเครือข่ายนั้นมาหนุนช่วยแก้ปัญหบางอย่างของวิद्यชุมชนได้ เช่น ปัญหาเรื่องงบประมาณ กำลังคน เป็นต้น

**ในฝ่ายของเจ้าหน้าที่** เนื่องจากการทำงานวิद्यชุมชนคงต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจทั้งจากฝ่ายประชาชนและเจ้าหน้าที่โดยเฉพาะในระยะเริ่มแรก ปัญหาของเจ้าหน้าที่ก็คือ เมื่อรับนโยบายมาก็ต้องดำเนินกิจกรรมทันที ทำให้ขาด**ความเข้าใจ**ทั้งในตัวเนื้อหาของ "วิद्यชุมชน" และทั้งวิธีการที่จะ "ทำงานกับชาวบ้าน" ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการติดตั้ง software ให้กับเจ้าหน้าที่เช่นกัน คือ ต้องเตรียมความเข้าใจของเจ้าหน้าที่ทั้งในเรื่อง "แนวคิดวิद्यชุมชน" และ "วิธีการทำวิद्यชุมชนร่วมกับชาวบ้าน" รวมทั้งต้องให้เวลาในขั้นตอนของการเตรียมประชาชน การประชาสัมพันธ์ ฯลฯ ซึ่งเราอาจคิดเปรียบเทียบกับการทำงานหรือปลูกพืชได้ว่า หากเตรียมดินไม่ดีเสียแล้ว โอกาสที่จะได้ผลผลิตสมบูรณ์ย่อมมีน้อย

งานศึกษาเรื่องวิद्यชุมชนของจิระวรรณนี้ แม้ว่าจะเป็นกรณีที่ล้มเหลว แต่ก็ได้ให้บทเรียนที่มีคุณค่าอย่างยิ่งสำหรับเรื่องงานวิद्यชุมชน และค่อนข้างเป็นงานที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากเป็นกรณีของท้องทุ่งนาจริง ๆ มิใช่เป็นแปลงสาธิตตั้งที่กล่าวมาข้างต้น และเราสามารถจะเรียนรู้เพื่อแก้ไขจากบทเรียนนี้ได้อย่างมากมาย

### มีเรื่องอะไรที่ต้องคิดใหม่บ้าง

ดังที่ได้เกริ่นไปบ้างแล้วว่า เรื่องของวิद्यชุมชนนั้นเป็นเรื่องที่ต้อง "คิดใหม่ เพื่อจะไปทำใหม่" และดังที่ได้ยกกรณีตัวอย่างมาแสดงให้เห็นแล้วว่า หากยังไม่คิดใหม่หรือคิดใหม่ไม่เป็น เรื่อง "ไปทำใหม่" นั้นก็คงไม่ต้องพูดถึง แต่คำถามก็มีต่อไปว่า มีเรื่องอะไรบ้างที่ต้องคิดใหม่ ในที่นี้จะขอเสนอเรื่องสำคัญ ๆ ที่ต้องคิดใหม่เกี่ยวกับวิद्यชุมชนสัก 2-3 เรื่อง

(1) **คิดใหม่เรื่อง "ปรัชญาของวิद्यชุมชน"** วิद्यชุมชนนั้นเป็นแนวคิดน้องใหม่ ซึ่ง

หมายความว่าต้องถือกำเนิดมาจากวิทยุรุ่นพี่ที่เคยมีมาแล้ว และคงจะเป็นข้อจำกัดของวิทยุรุ่นพี่ซึ่งทำบางอย่างไม่ได้ จึงเกิดน้องใหม่ขึ้นมา

ก่อนหน้าวิทยุชุมชนนั้น ในทุกสังคมจะมีระบบวิทยุอยู่ 2 ระบบ คือวิทยุสาธารณะ และวิทยุธุรกิจ วิทยุสาธารณะนั้นวางเป้าหมายไว้ว่าจะทำเพื่อสาธารณะประโยชน์ แต่เนื่องจากมีขอบเขตกว้างขวางครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายหลากหลายกลุ่ม จึงเอาใจหรือตอบสนองคนทุกกลุ่มไม่ได้ หรือ "เอาไม่ถูกที่คั่นของทุกคน" ส่วนวิทยุธุรกิจนั้น ก็จำเป็นต้องถือเอาเป้าหมายทางธุรกิจเป็นตัวตั้ง การทำประโยชน์เพื่อสาธารณะนั้น เมื่อมีเวลาว่างจึงจะทำหรือทำเป็นกลยุทธ์การขยายตลาด จากข้อจำกัดทั้ง 2 ประการ วิทยุชุมชนจึงก้าวเข้ามาเติมช่องว่างของวิทยุรุ่นพี่ทั้ง 2 แบบ กล่าวคือเก็บเป้าหมายที่มุ่งทำประโยชน์เพื่อส่วนรวมเอาไว้ แต่ลดขอบเขตของกลุ่มเป้าหมายหรือพื้นที่ครอบคลุมให้แคบเข้ามา

และนอกจากเอกลักษณ์เด่นเฉพาะตัวของวิทยุชุมชนที่กล่าวมาแล้ว วิทยุชุมชนก็ยังมีส่วนค่าเพิ่มที่สำคัญคือการประกาศตัวว่าเป็น "สื่อเพื่อประชาธิปไตย" ซึ่งหมายความว่า ประชาชนจะได้ใช้สื่อตัวนี้เพื่อเป็นวิถีทาง (means) ในการก้าวเข้าไปร่วมในชีวิตสาธารณะของสังคม (เช่น การแสดงความคิดเห็นว่า นโยบาย 30 บาทรักษาทุกโรคของรัฐนั้นเป็นอย่างไรบ้างในภาคปฏิบัติ) อย่างไรก็ตาม เป็นหลักการที่ว่า "ไม่มีใครให้อะไรในสิ่งที่ตัวเองไม่มีได้" ดังนั้น หากวิทยุชุมชนจะเป็นสื่อเพื่อประชาธิปไตย ในตัวสื่อวิทยุชุมชนเองก็ต้องมีประชาธิปไตยเองเสียก่อน ซึ่งหากพูดในภาคปฏิบัติก็คือ วิทยุชุมชนต้องเป็นสื่อที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างกว้างขวาง (participatory media)

ในที่นี้อาจจะขอเน้นย้ำคำว่า "วิทยุชุมชนเป็นสื่อประชาธิปไตย" สักเล็กน้อย โดยขอเลียนแบบคำขวัญของประชาธิปไตยว่า สื่อวิทยุชุมชนนั้นจะต้องเป็นสื่อ "โดย" "ของ" "เพื่อ" ประชาชน และแม้จะมี Keywords 3 คำ แต่ทว่าลำดับความสำคัญของ 3 คำนี้ต้องเรียงไปตามลำดับไหล่ กล่าวคือ วิทยุชุมชนต้องเป็นสื่อ "โดย" ประชาชนเป็นอันดับแรก ต้องเป็นประชาชนที่เข้ามาร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมทำ ร่วมรับผลที่เกิดขึ้น และหากประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมดังกล่าว ความรู้สึกเป็นเจ้าของ"จึงจะเกิดตามมา แล้วจะเป็นหลักประกันว่าสื่อวิทยุชุมชนจะทำผลประโยชน์"เพื่อ" ประชาชน

การเน้นย้ำตรงนี้ก็เนื่องจากว่า อาจจะมีการเรียงลำดับไหล่ที่ผิดขั้นตอน หรืออาจจะมีรายการ "ไม่ครบเครื่องเรื่องวิทยุชุมชน" ตัวอย่างเช่น อาจมีรายการวิทยุบางแห่งปิดป้ายว่าเป็น "วิทยุชุมชน" เพียงเพราะได้จัดเนื้อหาที่มีประโยชน์เพื่อประชาชนแล้ว แต่ที่ว่าองค์ประกอบอีก 2 ตัวไม่ไผ่ให้นำมาให้เห็นเลย ฉะนั้นวิทยุชุมชนที่แท้จริงจึงต้องครบทั้งองค์ 3 และในทางปฏิบัติต้องเรียงลำดับไหล่ดังที่กล่าวมาแล้ว

(2) **คิดใหม่เรื่อง "top-down" ไปสู่ "bottom-up"** ต่อเนื่องมาจากแนวคิดเรื่อง "การมีส่วนร่วมของประชาชนในวิทยุชุมชน" เพื่อจะเปิดเวทีให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วม ทางราชการจำเป็นต้องทำตัวเป็นเงื่อนไขที่จะปรับเปลี่ยนวิธีทำงานจากแบบ "บนลงล่าง" (top-down) มาเป็นแบบ "ล่างขึ้นบน" เช่น แทนที่จะใช้วิธีทำงานแบบ "คำสั่ง สั่งการ" ก็ต้องปรับเปลี่ยนมาเป็น "รับฟังความคิดเห็น ปรึกษาหารือ" เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม แนวคิดการปรับเปลี่ยนจาก top-down มาเป็น bottom-up นี้ก็มีใช้แนวคิดแบบ "ม้วนเดียวจบ" หากทว่าเป็นละครมินิซีรีส์ที่เป็นกระบวนการต่อเนื่องกัน และค่อย ๆ เพิ่มลดเป็นสัดส่วนทั้งจากในฝ่าย top และฝ่าย bottom นอกจากนั้นก็ยังมีใช้กระบวนการแบบอุดมคติที่ทางราชการจะปล่อยเรื่องวิทยุชุมชนให้เป็นของชาวบ้านไปทันทีเลยในชั่วพริบตา

อุปมาอุปมัยเหมือนการสอนคนให้ว่ายน้ำ ถ้าครูฝึกปล่อยให้นักเรียนเกาะครูอยู่ตลอดเวลา ก็คงจะว่ายน้ำไม่เป็น แต่ถ้าโยนนักเรียนลงน้ำไปตัวเปล่าๆ ก็มีสิทธิจมน้ำตายได้ ดังนั้นจึงต้องมีกระบวนการให้เกาะลูกมะพร้าวลอยคอไปก่อน เมื่อประคองตัวได้จึงค่อยถอดลูกมะพร้าวออก กล่าวคือ กระบวนการถ่ายโอนการทำงานจาก top สู่ bottom นี้ควรวางแผนเป็นระยะ ๆ (phase) ให้ชาวบ้านพอรองรับไหว

### (3) **คิดใหม่จากเรื่อง "สูตรเดียวทั่วประเทศ" มาเป็นสูตรซีอีวแบบ "สูตรใครสูตรมัน"**

นับตั้งแต่ครั้งอดีตมา ประเทศไทยได้เคยสัมผัสกับโฉมหน้าอันหลากหลายของวิทยุชุมชนมาแล้ว เริ่มตั้งแต่วิทยุชาวเขาที่ใช้ DJ. เป็นชาวเขาเอง วิทยุประจำท้องถิ่นของกรมทหารสื่อสาร (วิทยุจปถ.) วิทยุเกษตร/วิทยุศึกษาเรื่อยมาจนกระทั่งถึง city radio แบบจส.100 หรือร่วมด้วยช่วยกัน ซึ่งวิทยุที่ "ทำท่าคล้ายคล้ายคลบลคลา" ว่าจะจะเป็นวิทยุชุมชนเหล่านี้ล้วนมีองค์ประกอบของ "ความเป็นวิทยุชุมชน" เข้ามาผสมผสานอยู่แต่อาจจะเป็นแบบ "ไม่ครบเครื่อง" ดังที่กล่าวมาข้างต้น

อย่างไรก็ตาม จากประสบการณ์ที่ผ่านมาทำให้บทสรุปประการหนึ่งได้ว่า ในเรื่องของวิทยุชุมชนนั้นคงจะมีลักษณะเหมือนยุคจูราสสิคพาร์ค กล่าวคือมีไดโนเสาร์ที่หลากหลายสายพันธุ์ มีหลายขนาด มีรูปร่างหน้าตาแตกต่างกัน บางสายพันธุ์อาจเป็นมังสวิวัติ และบางสายพันธุ์อาจจะเป็นนิมกินสเด็กเนื้อประเภทต่าง ๆ ฉนั้นใดก็ฉนั้นนั้น วิทยุชุมชนก็น่าจะเป็นไปในลักษณะการเดียวกัน

จุมพล รอดคำดี (2542) ได้ประมวลรูปแบบของวิทยุชุมชนที่มีระดับตั้งแต่อย่างแบบอ่อนๆไปจนถึงแบบเข้มข้น เพื่อแสดงให้เห็นเส้นทางการไต่ระดับของวิทยุชุมชน ดังนี้

(1) ระดับรายการ "เพื่อชุมชน" ที่ผู้จัด/เจ้าของเป็นผู้อื่น แต่จัดเนื้อหาให้เป็นประโยชน์ "เพื่อ" ประชาชน ปัจจุบันวิทยุชุมชนแบบสีจาง ๆ นี้มีค่อนข้างมาก

(2) ระดับที่มีประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมจัดรายการ แต่สถานี/เจ้าของรายการยังควบคุมเนื้อหาอยู่ ตัวอย่างเช่น จส.100 ร่วมด้วยช่วยกัน

(3) ระดับ "รายการโดยชุมชน" ได้แก่ รูปแบบที่เจ้าของสถานี่แบ่งช่วงเวลารายการให้ตัวแทน/คณะกรรมการของชาวบ้านมาจัดรายการเอง โครงการนำร่องวิทยุชุมชนของกรมประชาสัมพันธ์จะได้อยู่ในระดับนี้

(4) ระดับสถานี่ ในระดับนี้จะอาศัยอาสาสมัครที่เป็นตัวแทนเข้ามาทำหน้าที่ต่าง ๆ ในสถานี่และบริหารรายการทั้งหมด แต่รัฐยังเป็นเจ้าของสถานี่ (ในกรณีของไทยอาจจะมีในระดับของธุรกิจเอกชน แต่ระดับชาวบ้านยังไม่มี)

(5) ระดับชุมชนเป็นเจ้าของสถานี่ ซึ่งก้าวต่อจากระดับที่ 4 ซึ่งเปลี่ยนกรรมสิทธิ์การเป็นเจ้าของสถานี่จากมือของรัฐมาสู่ประชาชน แต่ในการบริหารจัดการ/ชุมชนอาจจะต้องลงมือทำเอง หากแต่อาจจ้างผู้จัดการมืออาชีพ หรือใช้อาสาสมัคร

(6) ระดับชุมชนเป็นเจ้าของสถานี่ และมีใบอนุญาตเป็นเจ้าของคลื่น เป็นรูปแบบสูงสุดที่ชุมชนเป็นทั้ง "เจ้าของ" และเป็น "ผู้ปฏิบัติการ" เองด้วย

จากโฉมหน้าที่หลากหลายของวิทยุชุมชนนี้ จะมีปัจจัยเรื่อง**บริบทของชุมชน**เข้ามาเกี่ยวข้องในฐานะผู้แต่งหน้าตาแบ่งให้แก่วิทยุชุมชน เช่น บริบทของสังคมที่เป็นเมืองใหญ่ มีธุรกิจการค้าแพร่สะพัดเช่น จ.นครราชสีมา ย่อมแต่งหน้าวิทยุชุมชนคนโคราชได้แตกต่างจากจังหวัดบุรีรัมย์ที่เป็นเมืองขนาดเล็ก มีธุรกิจการค้าไม่มากเท่า หรือสภาพแวดล้อมของจ.น่านที่เต็มไปด้วยภูเขาโอบล้อม การเดินทางไปมาหากันลำบาก ก็คงทำให้วิทยุชุมชนจ.น่านมีหน้าตาอีกแบบหนึ่ง เมื่อเทียบกับจ.ปัตตานีที่เป็นจังหวัดเล็กๆอยู่แถบชายแดนของไทย สำหรับบริบทที่ชุมชนมีความเข้มแข็ง บทบาทวิทยุชุมชนก็คงจะเป็นแบบหนึ่ง ส่วนชุมชนที่ยังอ่อนแออยู่ บทบาทของวิทยุชุมชนก็คงเป็นไปในอีกแบบหนึ่ง เป็นต้น

เมื่อวิทยุชุมชนมีเอกลักษณ์คือความหลากหลายดังนี้ รูปแบบวิธีการทำงานแบบข้าราชการที่ต้องมี "มาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ" (ตัวอย่างเช่น การสร้างอาคารโรงเรียนที่เหมือนกันทั้ง 70 กว่าจังหวัด) จึงไม่อาจนำมาใช้ได้กับงานวิทยุชุมชน ดังนั้นวิธีคิดที่จะทำงานวิทยุชุมชนจึงต้องเป็นแบบสูตรชื้อคือ "สูตรใครสูตรมัน" ไม่ต้องบังคับให้ทุกที่ที่ต้องทำและไม่จำเป็นต้องทำเหมือนกัน ซึ่งในด้านหนึ่งก็เป็นการเพิ่มสีสันที่สวยงามให้แก่งานวิทยุชุมชนไปในตัว

## การทำใหม่ (1): การบริหารงาน

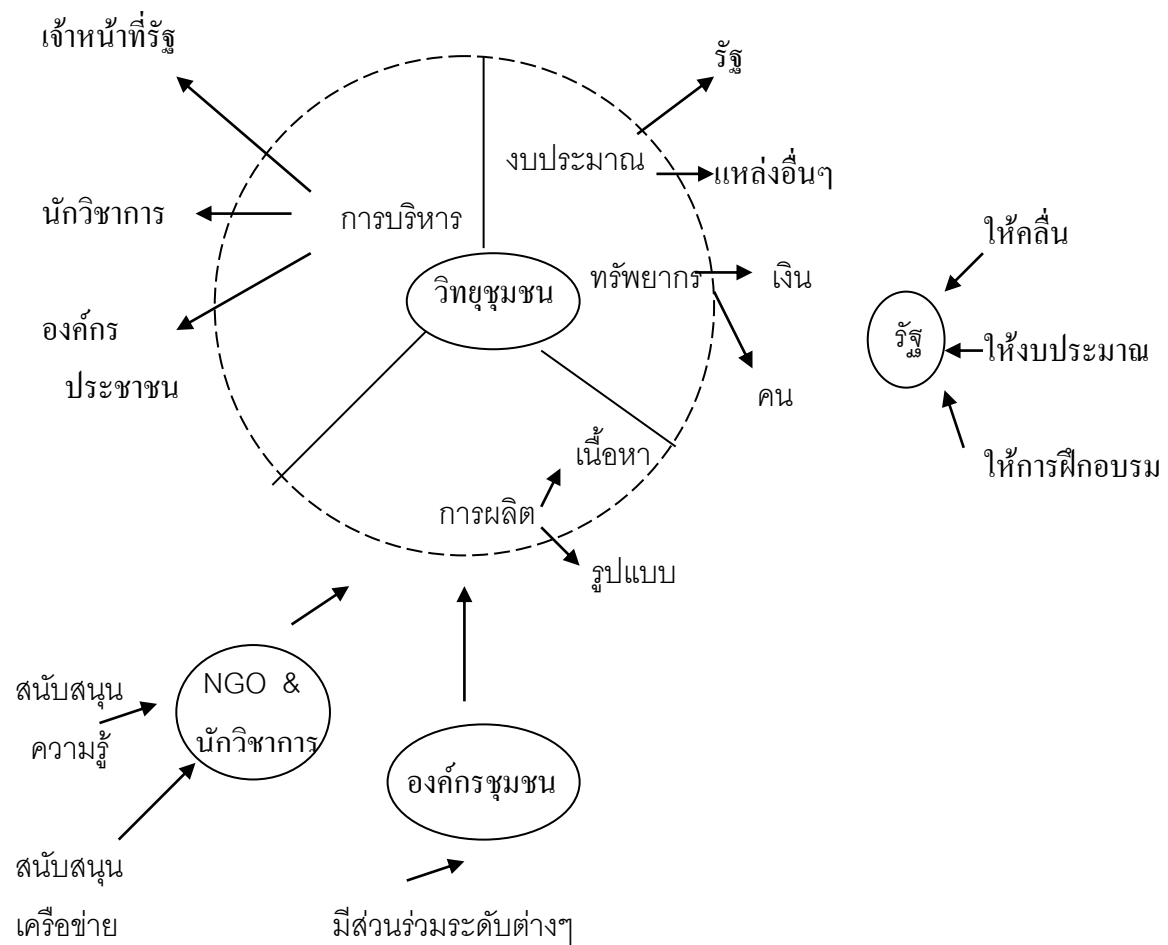
ในการลงมือปฏิบัติการเรื่องวิทยุชุมชน มีเรื่องสำคัญ ๆ ที่เกี่ยวกับการบริหารงานที่ต้องทำใหม่อยู่ 2 เรื่องคือ เรื่องทรัพยากรบุคคล และเรื่องทรัพยากรอื่นๆ

### (1) ทรัพยากรบุคคล

แม้แต่ในงานวิทยุแบบทั่วไป ก็คงต้องการทรัพยากรบุคคลที่มีความเข้าใจเรื่องการ

สื่อสารผ่านสื่อวิทยุ และมีทักษะความรู้ด้านเทคนิคการผลิตรายการเป็นจำนวนมากไม่น้อย เนื่องจากงานวิทยุเป็นงานที่ต้องการความต่อเนื่อง ต้องการเวลาทำงานที่สม่ำเสมอ เป็นประจำทุกวัน และเมื่อมาเป็นวิทยุชุมชนก็ยิ่งต้องการคนทำงานที่มีความเข้าใจเรื่องปรัชญา หลักการและแนวคิดของวิทยุชุมชน และต้องมีทักษะความสามารถในการทำงานประสานงานอย่างดี

ผลการวิจัยเรื่องวิทยุชุมชนที่ผ่านมาให้ข้อสรุปว่า การทำงานวิทยุชุมชนนั้นจะมีฝ่ายต่าง ๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับลักษณะงานวิทยุชุมชน ดังนี้



ดังได้กล่าวมาแล้วว่า เอกลักษณะที่สำคัญที่สุดของวิทยุชุมชนคือ การมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ของประชาชนในสื่อ ("โดย" "ประชาชน") ผ่านรูปแบบต่าง ๆ ตั้งแต่ระดับอ่อน ๆ ไปจนถึงเข้มข้น เช่น เริ่มตั้งแต่เป็นผู้ฟังที่ active เข้ามาช่วยเป็นแหล่งข่าว เป็นผู้รายงานข่าว/ส่งข่าวสาร เป็นแขกรับเชิญในรายการ เป็นผู้ร่วมดำเนินรายการ เป็นผู้บริหารจัดการ เป็นผู้วางนโยบาย เป็นผู้อุปถัมภ์รายการ ฯลฯ ซึ่งหากประมวผลบทบาทของประชาชนที่จะเข้ามาช่วยในวิทยุชุมชนแล้ว อาจแบ่งได้เป็น 3 บทบาทใหญ่ๆ คือ

(1) **เป็นผู้ฟังที่ active** ซึ่งในบทบาทนี้จะเปิดโอกาสให้ประชาชนจำนวนมากทุกคนสามารถเข้ามาร่วมแสดงบทบาทได้

(2) **เป็นอาสาสมัคร** เป็นบทบาทที่เขยิบเข้ามาใกล้วิทยุชุมชนมากขึ้น มีภาระหน้าที่มากขึ้น เช่น เป็นแหล่งข่าว เป็นผู้รายงานข่าว เป็นฝ่ายประชาสัมพันธ์ในหมู่บ้าน เป็นตัวแทนวิทยุชุมชนในท้องถิ่น ฯลฯ และได้รับการฝึกอบรมเป็นพิเศษ เป็นต้น

(3) **เป็นคณะกรรมการ** เป็นบทบาทที่อยู่ตรงหัวใจของวิทยุชุมชนเลย

ในที่นี้จะขอล่าวถึงบทบาทของประชาชนในฐานะคณะกรรมการซึ่งเป็นรูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนในวิทยุชุมชนที่เข้มข้นมากที่สุดเสียก่อน

**คณะกรรมการวิทยุชุมชน** มีข้อสังเกตประการแรกเกี่ยวกับตัวแทนของภาคประชาชนที่จะเข้ามาเป็นคณะกรรมการชุมชนว่า ปัจจุบันนี้ สังคมไทยมักมีการตั้งคณะกรรมการชุดต่าง ๆ เพื่อรองรับภารกิจใหม่ ๆ ของการพัฒนาชุมชน แต่ในขณะที่**ภารกิจนั้นใหม่** หากทว่าเรามักจะมอบหมาย**ตัวบุคคลเก่า**ให้มาทำหน้าที่ และตัวบุคคลเก่า ๆ นั้นก็ถูกจัดตั้งมาจากองค์กรแบบข้าราชการ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ซึ่งมีภารกิจในแง่ของการปกครองชุมชน หากนำเอาตัวแทนชุมชนเหล่านี้มาทำงานด้านการสื่อสารเช่นวิทยุชุมชน ก็อาจจะเกิดรายการผิดพลาดได้ เนื่องจากบรรดากำนันผู้ใหญ่บ้านอาจจะไม่มีความสนใจหรือไม่มีความสมบัติ/ทักษะด้านการสื่อสารซึ่งบทเรียนจากหอคระจายข่าวในชุมชนหลาย ๆ แห่งได้เป็นประจักษ์พยานอย่างดี

ดังนั้น คณะกรรมการวิทยุชุมชนในส่วนของชาวบ้านนั้นควรจะต้องเปิดช่องทางแสวงหาตัวบุคคลใหม่ เพื่อให้ได้**คนที่สนใจในงานการสื่อสาร**เพื่อพัฒนาชุมชนอย่างแท้จริง นอกจากนั้นเพื่อให้วิทยุชุมชนนั้นมีลักษณะเป็นตัวแทนของคนทุกกลุ่มในชุมชน จำเป็นต้องมีการจัดสัดส่วนให้ตัวแทนของคนทุกกลุ่มในชุมชน เช่น กลุ่มสหกรณ์ กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มผู้อาวุโส กลุ่มเอดส์ ฯลฯ โดยเฉพาะกลุ่มคนที่ด้อยโอกาสได้เข้ามาใช้เวทีพื้นที่แห่งนี้ตามหลัก Pluralistic Democracy อย่างแท้จริง

ในขณะที่องค์ประกอบของคณะกรรมการวิทยุชุมชนนั้นจำเป็นต้องประกอบด้วยบุคคลจากหลายฝ่าย เนื่องจากงานของวิทยุชุมชนนั้นมีหลายแง่มุม ทั้งงานด้านเทคนิค งานด้านการสื่อสารมวลชน ด้านการบริหารจัดการ ด้านการประสานงาน ฯลฯ ดังนั้น ในแผนผังข้างหน้าจึงได้แสดงให้เห็นว่า คณะกรรมการวิทยุชุมชนนั้นคงจะไม่มีเพียงตัวแทนของชุมชนเท่านั้น แต่คงจะมีเจ้าหน้าที่เทคนิคของรัฐ นักวิชาการ องค์กรพัฒนาเอกชน เข้ามาร่วมงานด้วย ฯลฯ อย่างไรก็ตาม เพื่อให้วิทยุชุมชนมีความหมายตรงกับชื่อจริง ๆ สัดส่วนของตัวแทนจากชุมชนก็ควรจะมากกว่าฝ่ายอื่นๆ

**อาสาสมัคร** เป็นที่น่าสังเกตว่า ในขณะที่แนวคิดเรื่อง "คณะกรรมการ" ในฐานะตัวแทน

ประชาชนที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในวิถุชุมชนนั้น มีความชัดเจนและรับรู้เข้าใจกันได้ทั่วไป แต่แนวคิดเรื่อง "อาสาสมัคร" กลับเป็นเรื่องของม่านอกสายตา ยังเห็นความสำคัญน้อย หรือยังเข้าใจกันไม่ได้นัก

กล่าวเฉพาะในกรณีวิถุชุมชน อาจจะต้องกล่าวว่าอาสาสมัครนั้นเป็นประจักษ์พยานเพื่อองตัวใหญ่ที่จะขับเคลื่อนให้การดำเนินงานของวิถุชุมชนมีความเป็นไปได้ ทั้งนี้เนื่องจากธรรมชาติของงานวิถุชุมชนที่ต้องทำอย่างต่อเนื่องทุกวันประการหนึ่ง และในอีกด้านหนึ่ง การเป็นอาสาสมัครก็เท่ากับเป็นการสร้างเวทีให้เปิดกว้างมากขึ้นกว่าช่องทาง "การเป็นคณะกรรมการ" สำหรับการมีส่วนร่วมของชาวบ้าน

ลักษณะของการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับ "อาสาสมัคร" ในระบบนึกคิดของสังคมไทยนั้นดูเหมือนจะสร้างปัญหาให้แก่คำว่า "อาสาสมัคร" อยู่ไม่น้อย เพราะเมื่อใดที่มีการใช้คำว่า "อาสาสมัคร" ก็มักจะมีการนำไปเข้าคู่กับคู่ตรงกันข้ามกับคำว่า "มืออาชีพ" ซึ่งมีนัยยะต่อไปว่า ใครใคร่สมัครเข้ามาเป็นอาสาสมัครก็เข้ามาเลย เป็นแล้วก็ไม่ต้องจ่ายค่าตอบแทน เป็นได้โดยไม่ต้องฝึกฝนอบรม อาสาแล้วก็ทำงานมั่งไม่ทำมั่งก็ได้ ฯลฯ ซึ่งทั้งหมดนี้ไม่น่าจะเป็นความหมายของ "อาสาสมัครวิถุชุมชน" เพราะการเป็นอาสาสมัครวิถุชุมชนนั้น ควรมีการฝึกอบรม มีการจัดสรรงบประมาณให้เป็นค่าใช้จ่ายบ้าง และมีวินัยในการปฏิบัติงานพอสมควร

ผลการวิจัยของวิถุชุมชนจ.บุรีรัมย์ที่สามารถดำเนินรายการได้ทุกวัน วันละนับสิบรายการนั้นก็เนื่องมาจากมีกองทัพออาสาสมัครหลายร้อยชีวิตคอยส่งกำลังบำรุงให้แก่วิถุชุมชน ผลการวิจัยดังกล่าวได้สะกิดบทบาทนานาชนิดที่อาสาสมัครจะสามารถขึ้นอาสาเข้ามาช่วยงานวิถุชุมชนได้เช่น

- ช่วยรวบรวมวัตถุดิบอันได้แก่เรื่องราวต่าง ๆ ในชุมชน รวมทั้งแนะนำแหล่งข่าว ตัวบุคคลที่สามารถเป็นวิทยากร แขกรับเชิญ ฯลฯ เพื่อป้อนเป็นเนื้อหาให้ฝ่ายผลิตรายการ ซึ่งเท่ากับเป็นทั้งนักข่าวท้องถิ่นและสถานีท้องถิ่นที่ป้อนวัตถุดิบให้สถานีแม่

- ในบางโอกาส อาสาสมัครสามารถเขียนมาเล่นบทบาทเป็นผู้ร่วมจัดรายการเฉพาะกิจ ซึ่งเท่ากับเป็นการสร้างสีสันให้แก่รายการ และยังเป็นเวทีฝึกซ้อมอาสาสมัครให้ยกระดับมาเป็นผู้จัดรายการในอนาคต

- เป้าหมายของวิถุชุมชนนั้น จะต้องนำเสนอให้ตรงกับหรือตอบสนองความต้องการของชุมชน แต่โดยทั่วไป ผู้รับฟังทั่วไปอาจจะมีกำแพงกีดขวางการส่งปฏิกิริยาย้อนกลับมายังสถานีดังตัวอย่างงานวิจัยวิถุชุมชนจ.แม่ฮ่องสอนที่ได้กล่าวไปแล้ว ในแง่นี้อาสาสมัครซึ่งอยู่ในพื้นที่สามารถจะเล่นบทบาทเป็นสถานีย่อยที่เปิดรับฟัง feedback จากชุมชนว่า รายการวิถุชุมชนนั้น "ได้เกาฏุกที่คัน" หรือไม่

- การเปิดรับข้อมูลจากทั่วทุกสารทิศเพื่อมาทำรายการนั้น ข้อมูลที่ไหลเข้ามาย่อมมีทั้ง "ข้อเท็จ" และ "ข้อจริง" และผู้ที่ช่วยตรวจสอบให้ก็คืออาสาสมัครที่เกาะติดอยู่กับพื้นที่นั่นเอง
- และเพื่อขยายผลการรับฟังให้กว้างขวางออกไป มีข้อเสนอให้เชื่อมต่อบริเวณวิทยุชุมชนเข้ากับระบบกระจายข่าวของชุมชน ซึ่งอาสาสมัครจะช่วยทำหน้าที่เป็นผู้ประสานเครือข่ายเชื่อมโยงนี้ได้
- เนื่องจากงานวิทยุชุมชนเป็นของใหม่ ดังนั้นจึงต้องมีฝ่ายโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ใครเล่าจะทำหน้าที่นี้ได้ดีเท่ากับอาสาสมัครวิทยุชุมชน

เพียงแคบ่บาท 5-6 ประการที่กล่าวมานี้ก็น่าจะเพียงพอแล้วที่จะแสดงให้เห็นว่าอาสาสมัครเป็นปัจจัยที่จะขาดเสียมิได้สำหรับงานวิทยุชุมชน หากว่า "คณะกรรมการวิทยุชุมชน" เป็นประดุมือขวา อาสาสมัครก็เป็นประดุมือซ้าย และมีแต่ต้องตบมือสองข้างเท่านั้น เสียงของวิทยุชุมชนจึงจะดังได้อย่างก็ก้อง

## (2) ทรัพยากรอื่นๆ

นอกจากทรัพยากรบุคคลที่เป็นหัวใจของการทำงานแล้ว "เมื่อมีคนทำงานแล้ว ก็ต้องหาอย่างอื่น ๆ มาส่งเสริมคนทำงาน" สำหรับทรัพยากรอื่น ๆ ที่สำคัญสำหรับวิทยุชุมชนก็คืองบประมาณและงบความรู้

(2.1) สำหรับงบประมาณนั้น แม้ว่าวิทยุชุมชนจะมีเอกลักษณ์แตกต่างจากวิทยุธุรกิจตรงที่ไม่ได้หวังทำกำไรเป็นเป้าหมาย แต่มุ่งหวังทำประโยชน์ให้แก่ชุมชนเป็นหลัก อย่างไรก็ตามเราก็ต้องยอมรับความจริงว่า งานวิทยุเป็นงานที่ต้องใช้เงิน ไม่ว่าจะป็นค่าวัสดุอุปกรณ์ ค่าจัดทำรายการ ค่าเดินทาง ฯลฯ ดังนั้น ภารกิจหน้าที่ประการหนึ่งของคณะกรรมการก็คือ การวางแผนเรื่องการแสวงหางบประมาณและการบริหารจัดการงบประมาณ

อันที่จริง สำหรับเรื่องงบประมาณนี้ได้มีบทเรียนจากวิทยุชุมชนในต่างประเทศมาพอสมควร บทเรียนเหล่านั้นได้ให้หลักการไว้บางประการว่า ที่มาของแหล่งรายได้ของวิทยุชุมชนนั้นจะต้องแตกต่างจากวิทยุธุรกิจ คือมิใช่เป็นการโฆษณาสินค้าทั้งหมด ไม่พึ่งพาแหล่งรายได้เพียงรายเดียว (เช่น จากการสนับสนุนของรัฐ) แต่ควรกระจายแหล่งรายได้จากหลาย ๆ แหล่ง โดยยึดหลักการว่า ต้องดำรงรักษาความเป็นอิสระของสถานีเอาไว้ และเราคาดหวังว่า หากคณะกรรมการและอาสาสมัครมารวมหัวกันถกเรื่องการวางแผนจัดการเรื่องงบประมาณ ก็คงจะมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์แปลก ๆ ใหม่ ๆ ออกมา

(2.2) ส่วนทรัพยากรความรู้นั้น เกิดมาจากข้อเท็จจริงที่ว่า วิทยุชุมชนนั้นเกิดมาจากการกระจายอำนาจในการเป็นเจ้าของและบริหารจัดการวิทยุที่รัฐเปลี่ยนผ่านไปสู่วิทยุชุมชน แต่เมื่อกระจายอำนาจแล้วก็ต้องกระจายความรู้ตามไปด้วย มิฉะนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายจะ "ทำใหม่" ให้

ถูกต้องไม่ได้ ถ้ายังไม่ได้ "ความรู้/ความเข้าใจใหม่"

เป็นที่น่าสังเกตว่า ในการปรับเปลี่ยนนโยบายต่าง ๆ หรือเปลี่ยนแปลงความเข้าใจใหม่ๆ ของสังคมไทยนั้น เมื่อส่วนหัวเปลี่ยน**ความคิด**แล้ว มักจะถ่ายทอดเป็น "นโยบาย" ให้ส่วนลำตัวและส่วนหางไปปฏิบัติตาม ส่วนลำตัวและส่วนหางก็จะได้แค่ "นโยบาย" แต่ไม่ค่อยได้รับ "การฝึกอบรม" หรืออาจมีแต่ไม่เพียงพอ เพราะเรื่องใหม่ ๆ นั้น การอบรมเพียงครั้งสองครั้งไม่อาจช่วยให้เข้าใจได้ ดังเช่น ประสบการณ์จากงานวิจัยวิทยุชุมชนจ.ปัตตานีได้ยืนยันเอาไว้

เมื่อมี**แต่**นโยบายแต่ขาดการ**ทำความเข้าใจ** ก็เกิดอาการหลายอย่างตามมา อาการแรกก็คือ "หัวกระดิกแต่หางไม่ส่าย" เพราะไม่มีใครอยากทำอะไรในสิ่งที่ตัวเองไม่เข้าใจหรือทำแบบซังกะตาย ทำพอให้หลังพ้นหวาย ในบางกรณีก็มีส่วนที่อยากจะทำ แต่ก็ไม่รู้จะทำอย่างไร อาการที่ว่ามันไม่เพียงแต่จะเกิดขึ้นกับชาวบ้านเท่านั้น แม้แต่**ตัวเจ้าหน้าที่**ในสถานี่เองก็อาจจะยังไม่ชัดเจนว่าวิทยุชุมชนคืออะไร

ในเรื่องทรัพยากรทั้งด้านงบประมาณและความรู้**นี้** ในระยะเริ่มแรกอาจจะต้องอาศัยกำลังจากภายนอก เช่น เจ้าหน้าที่รัฐ นักวิชาการ กลุ่มองค์กรพัฒนาเอกชน ที่เข้าไปช่วยชาวบ้านตามหลักการที่ว่า "ส่วนที่ต้องหนุนช่วยก็ต้องช่วย ส่วนที่ปล่อยให้ชาวบ้านทำได้เองก็ควรปล่อย" แต่ในระยะกลางและระยะยาว ต้องวางแผนเพิ่มสัดส่วน "การทำเอง/จัดการเอง" ของชาวบ้านให้มากขึ้น งานวิทยุชุมชนจึงเป็นเรื่องของกระบวนการที่ค่อยๆ**คลี่คลายและกลายเป็นที่**ละเล็กละน้อย

## การทำใหม่ 2 : การดำเนินงาน

หลังจากมี "แนวคิดใหม่" เกิดขึ้นในกลุ่มคนหัวแถวบางกลุ่ม และหลังจากมี "โครงสร้างการบริหาร" ที่ทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมต่อระหว่าง "ความคิด" กับ "การปฏิบัติ" แล้ว ก็ถึงขั้นตอนที่ต้องเดินข้ามสะพาน หรือ**ขั้นลงมือดำเนินงานวิทยุชุมชน** ซึ่งในที่นี่จะขอนำเสนอเรื่องหลักการดำเนินงานวิทยุชุมชนที่สำคัญ ๆ สัก 4 เรื่องคือ

- (1) การเตรียมความเข้าใจของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
- (2) กระบวนการผลิตเนื้อหา
- (3) กระบวนการ feedback
- (4) การจัดกิจกรรมเสริมวิทยุชุมชน

### (1) การเตรียมความเข้าใจและการทำงานของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

ถึงแม้จะได้กล่าวถึงเรื่องการเตรียมความเข้าใจเกี่ยวกับวิทยุชุมชนไปบ้างแล้วอย่าง

บรรยาย แต่ก็ขอตอบย้ำซ้ำทวนเพื่อแสดงให้เห็นความสำคัญของการเตรียมความพร้อมทั้งความเข้าใจและการทำงานที่เกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชนอีกครั้งหนึ่ง

กลุ่มสื่อสารชุมชน (Community Communication Group) (ดู อุษา, 2535) นำเสนอว่ามีหลักเกณฑ์ 10 ข้อที่เกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชนคือ



จากองค์ประกอบทั้ง 10 ข้อนี้ จะเห็นได้ว่าการเตรียมประชาชนนั้นเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่บรรจุอยู่ด้วย การเตรียมประชาชนนั้นจะเป็นหลักประกันว่า "นอกจากจะทำวิทยุชุมชนได้แล้ว ยังจะทำวิทยุชุมชนไปได้อย่างยาวนานอีกด้วย" และแน่นอนว่า อนาคตของวิทยุชุมชนคงจะไม่สดใสแน่ ถ้าผู้ที่เกี่ยวข้องต่างร้องเพลง "หนูไม่รู้" อย่างประสานเสียงกัน

ในการเตรียมประชาชนนั้น คงต้องเริ่มต้นด้วยการสำรวจสภาพความเป็นจริงว่าประชาชนรู้อะไร/ไม่รู้้อะไรเกี่ยวกับวิทยุชุมชน ทำไมประชาชนอยากเข้ามาหรือไม่อยากเข้ามามีส่วนร่วมกับวิทยุชุมชน ดังตัวอย่างการสำรวจของจิระวรรณในกรณีของวิทยุชุมชน จ.แม่ฮ่องสอน

ได้ข้อค้นพบดังนี้



นอกจากนั้นผลจากการสำรวจว่า เพราะเหตุใดชาวบ้านจึงไม่อยากเข้ามามีส่วนร่วมในวิเทศชุมชน ผู้วิจัยก็พบเหตุผลเบื้องหลังหลายประการ เช่น กลัว คิดว่าเป็นภาระ มองไม่เห็นประโยชน์ของวิเทศชุมชน ฯลฯ การรับรู้ข้อมูลดังกล่าวน่าจะช่วยให้การเตรียมความพร้อมของประชาชนเดินไปถูกทิศทางมากขึ้น

สำหรับรูปแบบการเตรียมความเข้าใจและการทำงานของชุมชนนั้น ดังได้กล่าวมาแล้วว่ามีช่องทางที่ทำมันเดียวจบ หากทว่าต้องมีการกระทำอย่างต่อเนื่องหลายต่อหลายครั้ง และสามารถทำได้ในหลากหลายรูปแบบ ตัวอย่างงานวิจัยวิเทศชุมชนในหลายแห่งของไทยได้ให้ตัวอย่างรูปแบบการเตรียมความพร้อมของประชาชน เช่น รูปแบบการอบรมที่ทำเป็นระบบ รูปแบบการจัดวิเทศชุมชนสัญจร การเข้ามาร่วมจัดรายการแล้วเรียนรู้อะไรไปพร้อม ๆ กัน การจัดเปิดอบรมในหมู่บ้านเลย การเข้าร่วมเวทีเสวนาต่าง ๆ ตลอดจนการเรียนรู้จากการรับฟังเทปเสียงเรื่องวิเทศชุมชนอย่างต่อเนื่อง ฯลฯ

และดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า การเตรียมความพร้อมนั้นคงจะทำแต่ด้านประชาชน ด้านเดียวไม่ได้ เพราะในการทำวิทยุชุมชน จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่รัฐด้วย และไม่เพียงแต่ชาวบ้านเท่านั้นที่ไม่เข้าใจหรือเข้าใจผิดในเรื่องวิทยุชุมชน แม้แต่ในฝ่ายเจ้าหน้าที่รัฐก็เช่นเดียวกัน ดังที่พบว่าฝ่ายข้าราชการอาจจะยังกลัวที่จะเปิดให้ชาวบ้านเข้ามาดำเนินรายการ บางคนก็ไม่สามารถยอมรับการวิจารณ์การทำงานของรัฐบาลโดยตรงไปตรงมา ดังนั้นจำเป็นต้องมีการเสริมความเข้าใจในเรื่องวิทยุชุมชนแก่เจ้าหน้าที่เช่นเดียวกัน

(2) **กระบวนการผลิตเนื้อหา** วิธีการผลิตเนื้อหารายการสำหรับวิทยุชุมชนคงจะเป็นเรื่องใหม่สำหรับทุกคนที่เกี่ยวข้อง แม้แต่เจ้าหน้าที่รัฐที่เคยผลิตรายการอยู่ในระบบวิทยุสาธารณะ เนื่องจากหลักการสำคัญของการผลิตของวิทยุชุมชนนั้นจะต้องถือเอา "ผู้ฟังเป็นศูนย์กลาง" (audience center) ทั้งในแง่ของเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ กล่าวคือในแง่เนื้อหานั้นจะต้องเอาเรื่องราวที่ชาวบ้านสนใจเป็นสำคัญ เอาความเชื่อวัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญาชาวบ้านมาเป็นเนื้อหาเพื่อให้มีเอกลักษณ์ของชุมชน ส่วนวิธีการนำเสนอ นั้น ก็ต้องเป็น "แบบชาวบ้าน" เช่นภาษาที่นำมาใช้เป็นภาษาท้องถิ่นหรือเป็นภาษาแบบเป็นกันเองที่ใช้ในชีวิตประจำวันของชาวบ้าน

และเมื่อวิทยุชุมชนจะต้องนำเอาเรื่องราวที่ชาวบ้านสนใจมาเป็นเนื้อหา กระบวนการที่จะช่วยให้รู้ว่าชาวบ้านเขาสนใจอะไรก็คือ ต้องมีการสำรวจความสนใจและความต้องการของชาวบ้านเสียก่อนที่จะวางแผนสร้างเนื้อหา กระบวนการนี้เป็นทำบังคับพื้นฐานเลยของการดำเนินงานวิทยุชุมชน ดังเช่นตัวอย่างงานวิทยุชุมชนที่ทดลองจัดทำขึ้นที่จ.จันทบุรี ฝ่ายจัดรายการจะ "นึกคิดเอาเอง" ว่า ชาวบ้านควรจะสนใจและต้องการอะไรเช่นแต่เดิมที่เราเคยดำเนินงานมาไม่ได้แล้ว และหลังจากสำรวจแล้ว จึงนำผลสำรวจดังกล่าวมาจัดสัดส่วนเนื้อหา

หลังจากขั้นตอนของการสำรวจความสนใจและความต้องการของชุมชนแล้ว ก็ถึงขั้นตอนของการตัดสินใจซึ่งถือเป็นขั้นตอนที่ขึ้นต่อกันอีกขั้นตอนหนึ่ง เพราะดังที่ได้เอ่ยอ้างมาข้างต้นแล้วถึงประวัติของวิทยุหลายแบบในประเทศไทยที่ทำท่าคล้ายคลึงคล้าคลาว่า จะเป็น "วิทยุชุมชน" เช่น วปท. จส.100 ร่วมด้วยช่วยกัน ฯลฯ เนื่องจากมีประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมผลิตรายการด้วยบ้าง มีเนื้อหาที่ "เพื่อ" ประชาชนบ้าง แต่ไม่ว่าจะเป็นวิทยุรูปแบบใด อำนาจการตัดสินใจโดยเฉพาะในขั้นตอนของการเลือกเนื้อหานั้น ส่วนใหญ่แล้วจะอยู่ในมือของทางสถานีหรือเอกชนเจ้าของรายการทั้งนั้น แต่ในกรณีของวิทยุชุมชน อำนาจตัดสินใจในการเลือกเนื้อหารายการจะต้องอยู่ในมือคณะกรรมการที่มีตัวแทนของชุมชนเป็นสัดส่วนหลัก

สำหรับวิธีการนำเสนอ นั้น จะมีเรื่องที่สำคัญ ๆ อยู่ 2 เรื่องคือ เรื่อง**ช่วงเวลา**ที่จะนำเสนอรายการต่าง ๆ และเรื่อง**ภาษาที่ใช้** ซึ่งทั้ง 2 เรื่องนี้จะมีคำตอบออกมาเป็นอย่างไรนั้น คงต้องอาศัยวิธีการสำรวจความต้องการของประชาชน และรูปแบบวิถีชีวิตของประชาชน แล้วนำเอาข้อมูลนั้น

มาวางแผนการจัดทำรายการให้ตอบสนองต่อความต้องการและสอดคล้องกับชีวิตประจำวันของประชาชนเท่านั้น วิธีการดังกล่าวนี้มีได้เป็นเรื่องเหนือปากว่าแรงเลย ดังที่ที่มีวิจัยของวิทยุชุมชน จ.จันทบุรีที่มีคุณสุรินทร์ แปลงประสพโชคได้ไปทดลองริเริ่มเมื่อปีพ.ศ.2534 และพบว่า หลักการจัดทำวิทยุชุมชนให้ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนนั้นเป็นเรื่องที่ลงมือทำได้จริง และเมื่อทำไปแล้ว ผลตอบรับคือความสนใจรับฟังของชาวบ้านก็จะเพิ่มมากขึ้น อันเป็นไปตามหลักที่ว่า "เมื่อเขาได้ถูกที่คัน ใคร ๆ ก็อยากให้เกาต่อไป"

(3) **การประเมินผลเป็นหัวใจของการดำเนินงาน** มีข้อที่น่าสังเกตเกี่ยวกับวิธีคิด/วิธีการดำเนินงานโครงการต่าง ๆ ของไทยประการหนึ่งว่า จะมีการทุ่มเทจัดสรรทรัพยากรทั้งคน เงิน เวลา สิ่งของอย่างมากมายในขั้นตอนของการวางแผน แต่พอถึงขั้นลงมือทำก็ชักจะเริ่มแผ่ว ๆ และหลังจากที่โครงการเสร็จสิ้นเรียบร้อยแล้ว ก็เงียบเสียงไปเลยสำหรับการประเมินผล (เช่น หน่วยงานจำนวนมากมักไม่จัดสรรงบประมาณเอาไว้สำหรับการประเมินผล) หรือมีจะนั้นก็จัดการประเมินผลให้มีเอาไว้พอเป็นวิธี แต่ไม่นำเอามาเป็นแนวทางการปรับปรุงงาน วิธีทำงานเช่นนี้เหมือนการยิงลูกธนูออกจากแหล่ง แล้วก็ไม่ตามไปดูว่า "เข้าเป้า" หรือเปล่า ถ้าไม่มีรายการตามไปดู เรื่องการปรับปรุงการยิงก็คงไม่ต้องพูดถึง

วิธีคิด/วิธีการทำงานดังกล่าวจะนำมาใช้กับการดำเนินงานวิทยุชุมชนไม่ได้เลย เพราะมีแต่รูปแบบของการสื่อสารแบบสองทาง (two-way communication) เท่านั้น ที่จะเป็นหลักประกันของความสำเร็จของวิทยุชุมชน การสื่อสารสองทางดังกล่าวก็คือ การติดตั้งกลไกการประเมินผลให้เป็นส่วนหนึ่งที่จะขาดเสียมิได้ของการทำงานนั่นเอง

ในทางปฏิบัติก็หมายความว่า จะต้องมีการกำหนดทั้งตัวบุคคล กิจกรรม ระยะเวลาที่แน่นอนสำหรับการประเมินผล เพื่อให้หลักประกันว่าจะมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง แบบอย่างที่ดีในเรื่องการประเมินผลนี้มีเกิดขึ้นแล้ว เช่น ในกรณีของวิทยุชุมชนจ.บุรีรัมย์ซึ่งได้จัดให้มีการประเมินผลการทำงานภายหลังจากที่ออกอากาศไปได้ 3 เดือนแรก เพื่อนำผลการประเมินมาปรับปรุงและพัฒนาระบบการทำงาน

สำหรับมิติการประเมินผลวิทยุชุมชนนั้น เพื่อให้ครบเครื่องเรื่องการประเมิน ควรจะมีการประเมินทั้ง 4 ทิศคือ

(i) **การประเมินการเข้าถึงและความสนใจในการรับฟังของผู้ฟัง** ซึ่งเป็นมิติของการประเมินผลการรับฟังโดยทั่วไปว่า คลื่นวิทยุนั้นเปิดรับฟังได้ไหม ชัดเจนไหม ชอบฟังรายการอะไรบ้าง ติดตามฟังอย่างสม่ำเสมอหรือไม่ เป็นต้น

(ii) **การประเมินผลรายการ** เป็นการเจาะจงลงมาที่ตัวรายการว่าเคยฟังรายการอะไร เพราะเหตุใดจึงชอบฟัง แม่เหล็กดึงดูดใจอยู่ที่องค์ประกอบตัวไหนของรายการ

(iii) การประเมินมิติการมีส่วนร่วมในวิทยุชุมชนในระดับต่างๆ การประเมินมิตินี้เป็นเอกลักษณ์พิเศษของวิทยุชุมชนซึ่งต้องติดตามดูการมีส่วนร่วมของชุมชนว่ามีมากน้อยเพียงใด เริ่มตั้งแต่เป็นผู้ฟังที่ active หรือเปล่า เคยมี feedback กลับมาที่สถานีใหม่ เคยมาเยี่ยมสถานีใหม่ เข้ามาช่วยงานเป็นอาสาสมัครหรือเปล่า เข้ามาร่วมจัดรายการหรือเปล่า จนกระทั่งคิดจะเข้ามาช่วยบริหารจัดการรายการหรือไม่ เป็นต้น

(iv) การประเมินผลการทำบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชน ในขณะที่วิทยุธุรกิจอาจจะประเมินความสำเร็จของรายการจากอัตรากำไร วิทยุสาธารณะก็อาจจะวัดดูจากพื้นที่ครอบคลุมของรายการ แต่ทว่าวิทยุชุมชนนั้นเกิดขึ้นมาโดยถูกคาดหวังว่าจะมีภาระหน้าที่บางประการ เช่น เป็นวิทยุที่ส่งเสริมให้มีการสื่อสารแนวนอน (horizontal communication) ระหว่างชาวบ้านกับชาวบ้านให้เพิ่มมากขึ้นจากที่เคยมีแต่การสื่อสารแนวตั้ง (vertical communication) คือการสื่อสารจากรัฐถึงประชาชน หรือการประเมินบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชนในฐานะสื่อของชุมชนที่จะช่วยในการพัฒนาชุมชนในด้านต่าง ๆ เป็นต้น

เพื่อให้การประเมินผลการทำงานมีความเป็นจริงเป็นจัง มีอนาคตที่สดใส ควรมีการวางแผนรูปแบบการประเมินผลทั้งแบบที่เป็นประจำและแบบตามวาระโอกาส เป็นการประเมินทั้งจากภายในองค์กรเองและจากหน่วยงาน/บุคคลภายนอกเพื่อตรวจสอบกัน ส่วนวิธีการประเมินผลนั้น สามารถจะใช้ได้ทุกรูปแบบ เช่น การสัมภาษณ์ผู้ฟัง การใช้แบบสอบถาม/แบบสำรวจขนาดกว้าง การสนทนากลุ่ม (focus group) การส่งไปรษณีย์บัตรเชิงโต้ตอบร่วมรายการ ฯลฯ

#### (4) การจัดกิจกรรมเสริมวิทยุชุมชน

ข้อเท็จจริงประการหนึ่งที่เกิดจากประสบการณ์การจัดทำวิทยุชุมชนในพื้นที่ต่าง ๆ ของสังคมไทยก็คือ ถ้าจะทำให้วิทยุชุมชนเป็นเรื่องที่มีชีวิตชีวา ก็ต้องทำ "วิทยุชุมชนให้มากกว่าทำวิทยุอยู่ที่สถานี" ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะสองด้านของสื่อวิทยุเองที่ด้านหนึ่งมีคุณวิเศษเหลือหลายที่จะวิ่งทะลุผ่านระยะทางกว้างไกลเข้าไปถึงชายคาบ้านของผู้ฟังที่อยู่ห่างไกล แต่ในอีกด้านหนึ่ง วิทยุก็เป็นสื่อที่ตั้งรับอยู่กับที่ ติดต่อกับผู้คนผ่านสื่อกลางคือมีแต่เสียงหล่อๆสวยๆเท่านั้น ซึ่งอาจจะสร้างความผูกพันคุ้นเคยได้ยาก รวมทั้งยังเป็นการสื่อสารแบบทางเดียวอีกด้วย ลักษณะที่เป็นข้อจำกัดที่กล่าวมานี้ทำให้การทำงานวิทยุชุมชนอาจจะไม่กระชุ่มกระชวยเท่าที่ควรหากมีแต่การจัดแต่รายการวิทยุเท่านั้น

สำหรับวิทยุชุมชนซึ่งชื่อมาก็ระบุอยู่แล้วว่า น่าจะมีฐานะเป็นส่วนเสี้ยวหนึ่งของชุมชน จึงควรมีกิจกรรมเสริมหลาย ๆ แบบที่จะช่วยแก้ไขข้อจำกัดของสื่อวิทยุ ในแง่นี้ ประสบการณ์ที่มีสีสันหลากหลายของวิทยุชุมชนหลายแห่งในประเทศไทยได้ให้ตัวอย่างเอาไว้พอสมควร

กิจกรรมเสริมที่นิยมมากกิจกรรมหนึ่งคือ **กิจกรรมวิทยุสัญจร** คือการยกวิทยุจากสถานีเข้าไปสู่ชุมชน โดยการยกอุปกรณ์ถ่ายทอดเข้าไปจำลองสถานีในชุมชน จัดการถ่ายทอดสดรายการจากหมู่บ้าน/นอกสถานที่กันเลย กิจกรรมนี้มีคุณประโยชน์หลายอย่าง ทั้งกระตุ้นความสนใจของชุมชน ทั้งประชาสัมพันธ์วิทยุชุมชน ทั้งสามารถจับจ้องมองหาคนที่มีความดี ๆ มาสานต่องานวิทยุชุมชน และอีกสารพัดประโยชน์ (สำหรับผู้ที่สนใจกรุณาติดตามงานของวิทยุชุมชน จ.นครราชสีมาที่มีความเชี่ยวชาญเรื่องการจัดวิทยุชุมชนสัญจร)

นอกจากนั้น ก็ยังมีกิจกรรมเสริมรูปแบบอื่น ๆ เช่น การจัดอบรมเรื่องงานวิทยุชุมชนซึ่งทีมงานวิทยุชุมชน จ.ปัตตานีได้จัดทำกิจกรรมนี้อย่างเก๋ไก๋ด้วยการจัดอบรมเด็กและเยาวชนให้มาทำรายการวิทยุชุมชน ซึ่งทำให้ได้แฟนรายการที่เป็นพ่อแม่ของเด็ก ๆ หรืออาจจะไปร่วมจัดนิทรรศการในงานประเพณีต่างๆ ของทางจังหวัด ร่วมงานออกร้านเพื่อทำกิจกรรมหารายได้ให้แก่วิทยุชุมชนเองด้วยการขายของที่ระลึกของวิทยุชุมชน หรือวิทยุชุมชนอาจจะทำหน้าที่เป็นตัวสื่อกลางจัดให้"คนมีปัญหา"กับ"คนมีทางแก้ไข"ให้มาพบกัน เช่น การจัดตลาดแรงงาน ในกรณีของวิทยุชุมชน จ.สงขลา ได้จัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับเรื่องสิ่งแวดล้อมของชุมชนอย่างได้ผล เป็นต้น

อาจกล่าวสรุปได้ว่า ยังมีพื้นที่ว่างเสมอสำหรับเปิดรับความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของกิจกรรมเสริมของวิทยุชุมชน

#### เอกสารประกอบ

- จิระวรรณ จันทร์ประภาส (2535)  
“การมีส่วนร่วมและบทบาทผู้นำชุมชนชาวไทยภูเขาในการจัดการวิทยุชุมชน  
จ.แม่ฮ่องสอน” วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- จตุรภัทร ชัยสุวรรณ (2543)  
“การศึกษารูปแบบและกลวิธีในการจัดรายการวิทยุชุมชนของคนโคราช : กรณีศึกษา  
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จ.นครราชสีมา” โครงการเฉพาะบุคคล คณะ  
วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- จุมพล รอดคำดี (2542)  
“วิทยุกระจายเสียงชุมชน : ของประชาชน โดยประชาชน เพื่อประชาชน” วารสารนิเทศ  
ศาสตร์ ปีที่ 17 (เม.ย. – มิ.ย. 2542) คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
หน้า 21 – 27
- ชาลิสา มากแผ่นทอง (2544-2545)

“การวิจัยเพื่อสรุปหาบทเรียนกระบวนการเตรียมกลุ่มวิद्यุชุมชน จ.ปัตตานี” สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) (กำลังดำเนินการวิจัย)

- วีรพงษ์ พลนิกรกิจ, เสกสรร พรหมพิทักษ์ และนิภากร กำจรเมฆกุล (2545)  
“แนวทางการพัฒนาวิद्यุชุมชนเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน จ.นครราชสีมา และ จ.บุรีรัมย์” สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- วีรวรรณ ยังกิจการ (2545)  
“การมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหา “รายการวิद्यุเพื่อชุมชน” ของ จ.น่าน” วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อรวรรณ ปิลาธนนโอบาท (2544)  
“การสื่อสาร การมีส่วนร่วมและความพึงพอใจของประชาชนในวิद्यุชุมชน จ.อุบลราชธานี และ จ.ระยอง” สภาวิจัยแห่งชาติ
- อุษา จันทร์ประภาส (2535)  
“การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชนของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จ.จันทบุรี “วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สิริพร สงบธรรม (2544)  
“บทบาทของรายการวิद्यุชุมชนในการเสริมสร้างประชาคมสงขลาต้านปัญหาสิ่งแวดล้อม” วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุรินทร์ แปลงประสพโชค (2534)  
“การทดลองวิทยุกระจายเสียงชุมชนสำหรับชุมชนชนบทในเขตชานเมือง จ.จันทบุรี” วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

