

บทสังเคราะห์ภาพรวมขององค์ความรู้ (ส่วนหนึ่ง)
งานวิจัย"วิทยุชุมชนในประเทศไทย" (พ.ศ.2544 - 2547)

กาญจนา แก้วเทพ

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกรณีศึกษา 4 กรณี

1. บทนำ

(1.1) ความเหมาะสมเพื่อเป็นสื่อชุมชนของวิทยุชุมชน

โครงการวิจัยชุด การสื่อสารเพื่อชุมชน ซึ่งได้รับการสนับสนุนในทุกด้านจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ตั้งแต่ปีพ.ศ.2544-2548 นั้น มีเป้าหมายแบบตาสองคม คมหนึ่งนั้น ทางโครงการฯ ต้องการที่จะนำเอาการสื่อสาร/ทุกประเภทมาสร้างเสริมความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน แต่ในอีกด้านหนึ่ง ทางโครงการฯก็ตระหนักดีในหลักการที่ว่า "ไม่มีใครสามารถจะช่วยให้ในสิ่งที่ตนเองไม่มีได้" ดังนั้น เมื่อจะเอากการสื่อสารไปสร้างความเข้มแข็ง ตัวสื่อเองก็ต้องมีความเข้มแข็งแกร่งเสียก่อนหรืออย่างน้อยก็พร้อมๆกัน อีกคมหนึ่งของโครงการฯจึงเป็นการศึกษาวิจัยเพื่อแสวงหาหนทางในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่การสื่อสาร โดยพิจารณาทั้งตัวโครงสร้างและองค์ประกอบของการสื่อสาร รวมทั้งปัจจัยแวดล้อมที่อาจมีบทบาทสนับสนุนหรือเป็นอุปสรรคด้วย

ในบรรดาสื่อเพื่อชุมชนทั้งหลายนั้น สื่อวิทยุนับเป็นสื่อที่มีทั้งข้อเด่นและข้อจำกัดในการรับใช้ชุมชน สำหรับข้อเด่นนั้น เมื่อเทียบกับหนังสือพิมพ์หรือสื่อสิ่งพิมพ์ชนิดต่าง ๆ วิทยุเป็นสื่อที่ไม่มีเรื่องการอ่านออกเขียนได้เป็นกำแพงขวางกั้น และยังเป็นสื่อที่ไม่ต้องจ่ายเงินซื้อทุกครั้งที่ต้องการข่าวสาร

เมื่อเทียบกับโทรทัศน์ สื่อวิทยุซึ่งเป็นเพียงสื่อกระจายเสียงมีความซับซ้อนเรื่องเทคนิคการผลิตน้อยกว่าโทรทัศน์ซึ่งเป็นสื่อกระจายภาพและเสียง แต่ทว่าสื่อวิทยุยังคงรักษาคุณสมบัติที่ดีเยี่ยมในการทะลุทะลวงเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากๆในพื้นที่ที่ห่างไกลได้ทุกหนทุกแห่ง แต่ในเวลาเดียวกัน การเป็นสื่อที่ใช้ฟังแต่เสียงนั้น ก็อาจทำให้การทำความเข้าใจกับข่าวสารความรู้มีชัดเจน/แจ่มชัดสู้โทรทัศน์ไม่ได้

ตีพิมพ์ใน กาญจนา แก้วเทพและคณะ (2549)

วิทยุชุมชน : คลื่นหนุนการสร้างพลังให้ท้องถิ่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

เมื่อพิจารณาข้อเด่นทั้งหมดที่กล่าวมา อาจได้ข้อสรุปว่า สื่อวิทยุเป็นสื่อที่มีธรรมชาติที่เหมาะสมสำหรับการเป็น "สื่อโดยชุมชน ของชุมชน และเพื่อชุมชน" มากพอสมควร อย่างไรก็ตาม เนื่องจากหลักข้อเท็จจริงที่ว่า "สื่อมันเป็นสิ่งที่มากกว่าสื่อ" ดังนั้นแม้ว่าธรรมชาติความเป็นสื่อของวิทยุจะเหมาะสมในการเป็นเครื่องมือพัฒนาชุมชน แต่ทว่ามิติด้านเศรษฐกิจ-การเมือง-สังคม-วัฒนธรรม ก็ได้สร้างข้อจำกัดหลายประการให้เกิดขึ้นกับสื่อวิทยุ เช่น วิธีการที่สื่อวิทยุถูกนำเข้ามาในสังคมอย่างไร (เข้ามาแบบจากบนลงล่างหรือล่างขึ้นบน) ใครมีกรรมสิทธิ์เป็นเจ้าของสื่อวิทยุ วิทยุถูกกำหนดภารกิจให้ทำอะไร/รับใช้ใคร ใครมีอำนาจในการเข้าใช้ประโยชน์จากวิทยุ วิทยุถูกออกแบบให้มีโครงสร้างการบริหารจัดการอย่างไร เป็นต้น

(1.2) ขอบเขตของกรณีศึกษา

สำหรับองค์ความรู้เรื่องวิทยุชุมชนที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้จะประมวลมาจากการวิจัยเรื่องวิทยุชุมชน 4 ชิ้นในโครงการวิจัยเรื่อง "การสื่อสารเพื่อชุมชน" คือ

1. แนวทางการพัฒนาวิทยุชุมชนเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน จ.นครราชสีมา และจ.บุรีรัมย์ โดย วีรพงษ์ พลนิกรกิจ และคณะ (พ.ศ.2545) (ต่อไปนี้จะอ้างอิงว่า "วีรพงษ์")
2. การมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบ เนื้อหาและวิธีดำเนินงานรายการวิทยุเพื่อชุมชนของ จ.น่าน โดย วีระวรรณ ยังกิจการ และคณะ (พ.ย.2547) (ต่อจากนี้จะอ้างอิงว่า "วีระวรรณ")
3. การใช้สื่อวิทยุท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมประชาคม จ.มหาสารคาม โดย ชาศริต สูดสายเนตร และคณะ (ธ.ค.2547) (ต่อจากนี้จะอ้างอิงว่า "ชาศริต")
4. การวิจัยเพื่อสรุปบทเรียน : กระบวนการเตรียมกลุ่มวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี โดย ซาลิสซา บทแผ่นทอง (ก.ย. 2547) (ต่อจากนี้จะอ้างอิงว่า "ซาลิสซา")

โดยที่งานวิจัยทั้ง 4 เรื่องเป็นกรณีศึกษาที่ดำเนินการวิจัยในพื้นที่ที่แตกต่างกัน สถานะของวิทยุชุมชนแต่ละแห่งก็แตกต่างกัน รวมทั้งประเด็นปัญหาที่งานวิจัยแต่ละชิ้นนำมาศึกษาก็แตกต่างกันเช่นกัน ท่างกลางความหลากหลายเหล่านี้นำมาสู่ข้อสรุปที่ว่า **วิทยุชุมชนนั้นคงจะไม่ได้มีสูตรสำเร็จและเป็นแบบเดียวกันทั่วประเทศ** หากแต่คงมีวิทยุชุมชนในหลายแบบ หลายระดับ หลายสถานภาพ ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ร่วมของวิทยุชุมชนทั่วโลก ดังนั้น ทิศทางของการสังเคราะห์องค์ความรู้จึงมุ่งไปสู่การแสวงหาคำตอบว่า ในแต่ละสายพันธุ์ของวิทยุชุมชนนั้น จะทำหน้าที่พัฒนาชุมชนให้ได้อย่างดีที่สุด เต็มศักยภาพที่สุดได้อย่างไร

1.3 สถานภาพของวิद्यุชุมชนใน 4 กรณีศึกษา

ในการทำความเข้าใจกับ "สถานภาพ/โฉมหน้า" ของวิद्यุชุมชนในกรณีศึกษาทั้ง 4 นั้น มีมิติที่น่าจะพิจารณาอยู่ 2 มิติ มิติแรกคือ**บริบทของสังคมที่วิद्यุชุมชนนั้นก่อตั้งอยู่** มิติที่สองคือ**ระดับของการเป็นวิद्यุชุมชน** ซึ่งมีอยู่ 6 ระดับคือ (จุมพล, 2542)

1. **ระดับรายการ "เพื่อชุมชน"** ที่มีผู้จัด/เจ้าของรายการ/เจ้าของสถานีเป็นผู้อื่นแต่จัดรายการที่มีเนื้อหาเพื่อบริการชุมชน เช่น ประกาศของหาย ประชาสัมพันธ์งานของชุมชน ฯลฯ

2. **ระดับที่มีประชาชนเข้ามาเป็นผู้ร่วมรายการ** เช่น รายการของจส.100 ร่วมด้วยช่วยกัน ฯลฯ โดยทางสถานี/ผู้จัดรายการยังเป็นผู้ควบคุมหรือเป็นเจ้าของรายการอยู่

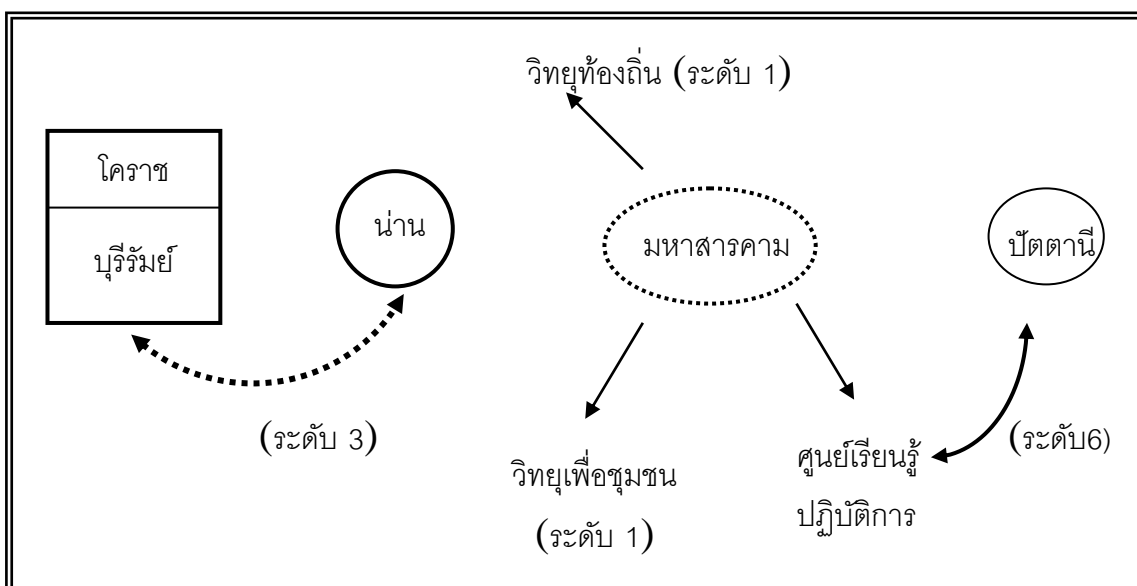
3. **ระดับ "รายการโดยชุมชน"** ได้แก่รูปแบบที่เจ้าของสถานีแบ่งช่วงเวลาให้ตัวแทนของประชาชนที่ได้รับเลือกมาเป็น "คณะกรรมการวิद्यุชุมชน" มาจัดรายการ โครงการของกรมประชาสัมพันธ์จะจัดเป็นวิद्यุชุมชนในระดับนี้

4. **ระดับสถานี** ในระดับนี้จะอาศัยอาสาสมัครที่เป็นตัวแทนเข้ามาปฏิบัติงานและบริหารรายการทั้งหมด แต่สถานียังเป็นของหน่วยงานของรัฐ

5. **ระดับชุมชนเป็นเจ้าของสถานี** ในระดับนี้ประชาชนในชุมชนจะรวมตัวกันขอคืนความถี่จากรัฐ และลงทุนตั้งสถานีวิทยุ โดยชุมชนจะวางแผนนโยบายแต่อาจจะจ้างเจ้าหน้าที่หรืออาสาสมัครมาดำเนินงาน

6. **ระดับชุมชนเป็นเจ้าของสถานีและมีใบอนุญาตเป็นเจ้าของคลื่น** ในระดับนี้จะคล้ายคลึงกับระดับที่ 5 แต่ทว่าชุมชนจะเข้ามาเป็นทั้ง "เจ้าของ" (ownership) และเข้ามา "ปฏิบัติการ" (operation) ด้วย

จากกรณีศึกษาทั้ง 4 กรณี ซึ่งมี 5 พื้นที่ หากพิจารณาจากมิติทั้งสองข้างต้นนี้ อาจได้ภาพดังนี้



ภาพที่ 1: สถานภาพของวิเทศชุมชนจาก 4 กรณีศึกษา

(1) วิเทศชุมชนคนโคราช

บริบทชุมชน : นครราชสีมาเป็นจังหวัดใหญ่ เป็นเมืองธุรกิจ ส่งผลให้วิเทศที่มีอยู่ไม่สามารถจะหลีกเลี่ยงการเป็นกลไกด้านธุรกิจได้

สถานะของวิเทศชุมชน : เป็นโครงการทดลองนำร่องของกรมประชาสัมพันธ์ มีการแต่งตั้งคณะกรรมการวิเทศชุมชน จัดเป็นระดับ (3) "รายการโดยชุมชน"

(2) วิเทศชุมชน จ.บุรีรัมย์

บริบทชุมชน : เมื่อเทียบกับจ.นครราชสีมาแล้ว จ.บุรีรัมย์ถือได้ว่าเป็นเมืองที่มีขนาดเล็กกว่ามาก สภาพความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ-ธุรกิจไม่อาจเทียบเท่ากับเมืองโคราชที่มีลักษณะเป็นเมืองการค้า/หน้าด่านระหว่างภาคกลางกับภาคอีสาน โครงสร้างบริบทสังคมที่แวดล้อมดังกล่าวจึงทำให้ลักษณะของวิเทศโดยทั่วไปยังไม่เป็นเครื่องมือด้านธุรกิจการค้ามากนัก และมีที่ว่างมากพอสมควรสำหรับ "วิเทศชุมชน"

สถานภาพของวิเทศชุมชน : วิเทศชุมชนจ.บุรีรัมย์มีสถานะเป็นโครงการทดลองนำร่องของกรมประชาสัมพันธ์เช่นเดียวกับวิเทศชุมชนคนโคราช จึงมีการแต่งตั้งคณะกรรมการวิเทศชุมชนมาดำเนินงาน และมีสถานะเป็นวิเทศชุมชนระดับ (3) "รายการโดยชุมชน" เช่นเดียวกัน แต่ทว่าส่วนของโครงสร้างที่มีมากกว่าวิเทศชุมชนคนโคราชคือ การมีชมรมอาสาสมัครนักวิเทศชุมชนบุรีรัมย์ จำนวน 200 กว่าคน ซึ่งเป็นเหตุผลที่อธิบายว่า สามารถจะจัดรายการวิเทศชุมชนได้ถึง 10 รายการตลอดทั้งวัน

(3) วิเทศชุมชนจ.น่าน

บริบทชุมชน : โดยสภาพภูมิศาสตร์ จ.น่านเป็นเมืองที่ปิดล้อมด้วยภูเขา ทำให้ถูกตัดขาดจากภายนอกและอิทธิพลความทันสมัยจากภายนอกเข้าไปถึงช้า ทำให้สามารถธำรงรักษาวัฒนธรรมเอาไว้ได้มาก และมีการรวมกลุ่มของประชาชนที่เข้มแข็งจำนวนมากมาย กลุ่มเหล่านี้ได้เข้ามามีส่วนสำคัญในงานวิเทศชุมชน ซึ่ง Reyes (1981) กล่าวว่า ประชาชนที่รวมกันเป็นกลุ่มก้อนที่เข้มแข็งจะมีโอกาสเข้าร่วมในวิเทศชุมชนได้สูง

สถานภาพของวิเทศชุมชน : มีสถานภาพเดียวกับวิเทศชุมชนโคราชและบุรีรัมย์ คือเป็นระดับ "รายการโดยชุมชน" แต่มีโครงสร้างการบริหารที่ภาคประชาชนมีส่วนร่วมมากขึ้น (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป)

(4) วิเทศจ.มหาสารคาม

บริบทชุมชน : จ.มหาสารคามเป็นเมืองในภาคอีสานที่มีความสนใจในด้านการศึกษามากจนกล่าวขวัญกันว่าเป็นเมืองนักปราชญ์ ถึงแม้จะมีการรวมกลุ่มประชาชนในรูปแบบ

ต่าง ๆ มากมาย แต่ทว่ากลุ่มประชาชนก็ยังอ่อนแอและต้องพึ่งพารัฐ (เมื่อเทียบกับกลุ่มประชาชนในจ.น่าน)

สถานภาพของวิทยุ : งานวิจัยเรื่องวิทยุในจ.มหาสารคามได้ศึกษาเปรียบเทียบวิทยุ 3 แบบ คือ

(4.1) **วิทยุท้องถิ่น** ได้แก่ บรรดาวิทยุสาธารณะของหน่วยงานรัฐ และวิทยุการค้าที่มีเป้าหมายแสวงหากำไรที่มีที่ตั้งอยู่ในท้องถิ่น

(4.2) **วิทยุเพื่อชุมชน** ได้แก่ รายการวิทยุของสถานีวิทยุในท้องถิ่นที่หน่วยงานรัฐเป็นเจ้าของ แต่ได้กำหนดให้บางรายการมีเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์กับท้องถิ่น ถือเป็นวิทยุชุมชนระดับ 1

(4.3) **จุดปฏิบัติการเรียนรู้/สถานีวิทยุชุมชน** ที่ก่อตั้งขึ้นตามเจตนารมณ์ของมาตรา 40 รัฐธรรมนูญ พ.ศ.2540 เพื่อให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการสถานีวิทยุโดยไม่แสวงหากำไร ซึ่งจัดเป็นวิทยุชุมชนระดับ 6

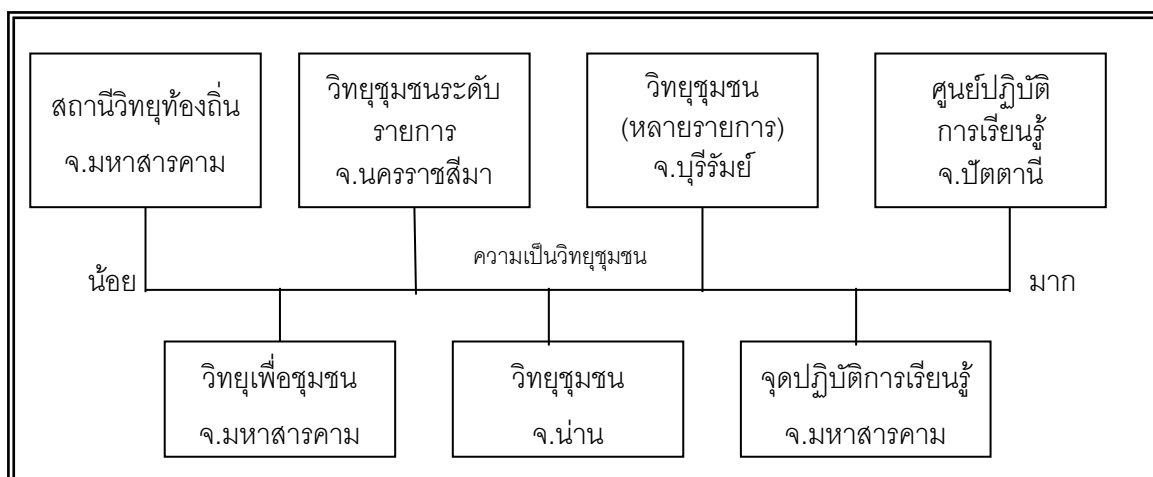
(5) วิทยุจ.ปัตตานี

บริบทชุมชน : ปัตตานีเป็นหนึ่งในจ.ชายแดนภาคใต้ที่มีลักษณะอันเป็นเอกลักษณ์ในด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตอันสืบเนื่องมาจากการนับถือศาสนาอิสลามของประชาชนส่วนใหญ่ และภาคประชาชนมีความตื่นตัวในการเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและสังคม

สถานภาพของวิทยุชุมชน : คณะวิจัยได้ศึกษาพัฒนาการของการเตรียมกลุ่มประชาชนระดับรากหญ้าที่เข้ามาดำเนินงานวิทยุชุมชนในช่วงเวลา 3 ปี (พ.ศ.2543-2546) ตั้งแต่กลุ่มวิทยุชุมชนยังไปทดลองจัดรายการในสถานีวิทยุของมหาวิทยาลัย จนกระทั่งออกมาจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการเรียนรู้วิทยุชุมชนของตนเอง ซึ่งเป็นการเลื่อนระดับวิทยุชุมชนจากระดับ 3 มาระดับ 6

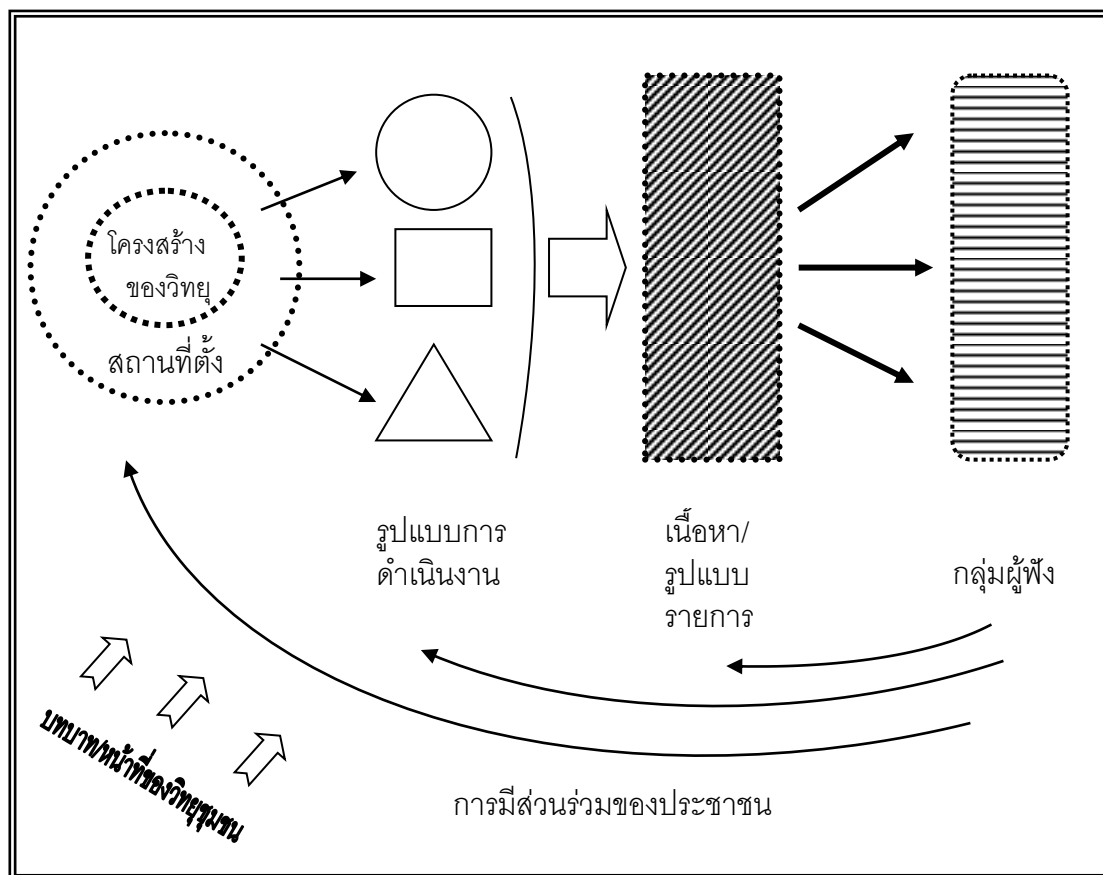
(1.4) การวิเคราะห์ระดับความเป็นวิทยุชุมชน

หากเรานำวิทยุชุมชนทั้งหมดที่รวมอยู่ในกรณีศึกษามาเรียงตัวเสียใหม่ตามระดับของความเป็นวิทยุชุมชนจากมากไปหาน้อย เราอาจจะได้ภาพดังนี้คือ



ภาพที่ 2 : การจัดระดับ "ความเป็นวิทยุชุมชน" ของ 4 กรณีศึกษา

- การจัดวางระดับ "ความเป็นวิทยุชุมชน" ของกรณีศึกษานั้นเป็นไปตามเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้
1. สถานที่ตั้งของวิทยุ อยู่ในพื้นที่ใด
 2. โครงสร้างของวิทยุ อันได้แก่ ความเป็นเจ้าของ
 3. รูปแบบการดำเนินงาน การบริหารจัดการ
 4. เนื้อหา/รูปแบบรายการ มีสัดส่วนอย่างไร มีเนื้อหารายการแบบใดบ้าง เป็นเรื่องราวของท้องถิ่นหรือไม่ มีกระบวนการผลิตเนื้อหาอย่างไร ฯลฯ
 5. กลุ่มผู้ฟัง ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพของผู้ฟัง ความสนใจเปิดรับ การนำไปใช้ประโยชน์
 6. การมีส่วนร่วมของผู้ฟัง ซึ่งถือเป็นหัวใจของวิทยุชุมชน เนื่องจากเป็นวิทยุ "โดยประชาชน" รูปแบบและระดับของการมีส่วนร่วม
 7. บทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชน ซึ่งมีอย่างแตกต่างและหลากหลาย และมีลักษณะเฉพาะตัวที่ไม่เหมือนวิทยุประเภทอื่นๆ



ภาพที่ 3 : เกณฑ์ที่ใช้จัดแบ่งระดับความเป็นวิทยุชุมชน

จากภาพที่ 3 แสดงให้เห็นว่า เกณฑ์ตัวแปรที่จะใช้จัดแบ่งระดับความเป็นวิทยุชุมชนนั้นจะเรียงตัวอย่างมีความสัมพันธ์ก่อน/หลังกันดังนี้คือ

เริ่มจากตัวแปร 2 ตัวแปรคือ **สถานที่ตั้งและโครงสร้างของวิทยุชุมชน**ที่จะไปเป็นตัวกำหนดตัวแปรที่สาม คือ **รูปแบบการดำเนินงานวิทยุชุมชน** และหลังจากนั้น ตัวผลผลิตของวิทยุชุมชนก็จะมาปรากฏเป็นตัวแปรที่สี่ คือ **เนื้อหา/รูปแบบรายการ** ซึ่งจะส่งต่อเชื่อมจากวิทยุ (ผู้ส่ง) ไปยังตัวแปรตัวที่ห้า คือ **กลุ่มผู้ฟัง**

และสำหรับลักษณะพิเศษเฉพาะที่จะวัดระดับ "ความเป็นวิทยุชุมชน" นั้น จะมีตัวแปรเข้ามาเกี่ยวข้องอีก 2 ตัว คือ "การมีส่วนร่วมของประชาชน" และ "บทบาท/หน้าที่ของวิทยุชุมชน" ที่แตกต่างไปจากวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจ

เมื่อนำตัวแปร/เกณฑ์ทั้ง 7 ตัวนี้มาวัดกรณีศึกษา ก็จะพบผลดังนี้

1. **ระดับสถานีวิทยุท้องถิ่น** เช่น กรณีตัวอย่างวิทยุท้องถิ่นในจ.มหาสารคาม จะมีคุณลักษณะดังนี้

- **ที่ตั้งสถานี** อยู่ในท้องถิ่น
- **โครงสร้างของวิทยุ** รัฐเป็นเจ้าของคลื่น/เจ้าของสถานี/ดำเนินรายการ หรือให้เอกชนมาเช่าดำเนินรายการ
- **รูปแบบการดำเนินการ** เป็นแบบข้าราชการ บวกผสมกับแบบธุรกิจแสวงหากำไร
- **เนื้อหา/รูปแบบรายการ** เป็นการโน้มน้ำวเพื่อผลประโยชน์ด้านอุดมการณ์หรือด้านธุรกิจของผู้ส่งสาร/การสื่อสารเป็นแบบทางเดียว
- **กลุ่มผู้ฟัง** มีลักษณะตั้งรับ passive
- **การมีส่วนร่วมของประชาชน** เป็นเพียงแค่ผู้ฟัง อาจจะมีปฏิกริยาการติชมรายการบ้าง
- **บทบาท/หน้าที่ของวิทยุ** เป็นไปตามเป้าประสงค์ของคนกลุ่มที่ได้เข้ามาใช้ประโยชน์จากวิทยุในฐานะผู้ส่งสาร (ซึ่งเป็นคนกลุ่มเล็กๆบางกลุ่ม) เช่น หน่วยงานราชการ นักการเมือง นักวิชาชีพ ฯลฯ

2. **ระดับวิทยุเพื่อชุมชน** เช่น กรณีรายการวิทยุบางรายการในสถานีวิทยุของรัฐที่พยายามปรับตัวให้มีลักษณะทำเพื่อประโยชน์สาธารณะให้มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อความอยู่รอดของสถานีวิทยุเอง เช่น กรณีวิทยุ อสมท.จ.มหาสารคาม ซึ่งจำเป็นต้องปรับตัวให้ทำประโยชน์แก่ท้องถิ่นเพื่อรักษาคคลื่นเอาไว้ตามมาตรา 40 ของรัฐธรรมนูญปี 2540 (ชาคริต, หน้า 81-82) ด้วยการปรับผังรายการ

เนื้อหาให้เป็นประโยชน์ต่อชุมชนมากขึ้น เช่น มีข่าวบริการท้องถิ่น แต่ทว่าองค์ประกอบในส่วนอื่นๆยังคงเหมือนเดิม

- **เนื้อหา/รูปแบบรายการ** พยายามเพิ่มสัดส่วนรายการที่เป็นประโยชน์ต่อท้องถิ่นมากขึ้น

ปัจจุบันนี้มีการปรับตัวของวิทยุท้องถิ่นในระดับที่ 1 มาเป็นระดับที่ 2 นี้เป็นจำนวนมาก คือเป็นระดับวิทยุเพื่อชุมชน แต่ทว่าได้ใช้คำว่า "วิทยุชุมชน" ซึ่งสร้างความสับสนให้แก่การรับรู้ของประชาชนมากยิ่งขึ้น

3. **ระดับวิทยุชุมชนภายใต้โครงสร้างเดิม** ในระดับนี้ได้แก่ บรรดาวิทยุชุมชนที่มีลักษณะเป็นรายการต่าง ๆ ในโครงการนำร่องของกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งรวมกรณีศึกษา 3 กรณี คือ วิทยุชุมชนจ.นครราชสีมา วิทยุชุมชนจ.น่าน และวิทยุชุมชนจ.บุรีรัมย์

สำหรับวิทยุชุมชนทั้ง 3 แห่งนี้ แม้ว่าจะอยู่ภายใต้**โครงสร้างกรอบใหญ่** แบบเดียวกัน แต่ในขั้นการดำเนินการนั้นก็แตกต่างกัน ทำให้มีผลสืบเนื่องไปถึงปัจจัยอื่นๆ ที่ตามมาคือ เนื้อหา/รูปแบบรายการ กลุ่มผู้ฟัง การมีส่วนร่วมของประชาชน และบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชน (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป)

- **ที่ตั้งสถานี** อยู่ในท้องถิ่น
- **โครงสร้างของวิทยุ** รัฐยังคงเป็นเจ้าของคลื่น/เจ้าของสถานี แต่ได้แบ่งช่วงเวลาบางช่วงให้เป็น "รายการของวิทยุชุมชน"
- **รูปแบบการดำเนินการ** มีการแต่งตั้ง (จากทางฝ่ายรัฐ) ให้มีคณะกรรมการบริหาร และกรรมการผลิตรายการเพื่อรับผิดชอบการดำเนินงานวิทยุชุมชน โดยรัฐให้การสนับสนุนด้านบุคลากร/อุปกรณ์/เทคโนโลยี/สถานีและงบประมาณ
- **เนื้อหา/รูปแบบรายการ** มีปริมาณรายการ รูปแบบรายการ และเนื้อหารายการหลากหลายอันแปรไปตามรูปแบบการดำเนินการ แต่ลักษณะร่วมก็คือเป็นเนื้อหา/รายการที่ตอบสนองความสนใจและความต้องการของท้องถิ่นมากขึ้น
 - **กลุ่มผู้ฟัง** มีลักษณะ active เข้ามามีบทบาทร่วมมากขึ้น
 - **การมีส่วนร่วมของประชาชน** เมื่อเทียบกับวิทยุท้องถิ่นและวิทยุเพื่อชุมชนแล้ว การมีส่วนร่วมของประชาชนก็จะมีมากขึ้น ในหลากหลายบทบาทมากขึ้น กล่าวคือเป็นทั้งผู้ฟังที่กระตือรือร้น เป็นผู้เข้ามาร่วมผลิตรายการในระดับต่าง ๆ เป็นตัวแทนเข้ามาบริหารวิทยุ เป็นต้น
 - **บทบาท/หน้าที่ของวิทยุ** ก็เริ่มเพิ่มบทบาทหน้าที่พัฒนาและตอบสนองความต้องการของชุมชนมากขึ้น

4. **ระดับจุดปฏิบัติการ/ศูนย์การเรียนรู้วิทย์ชุมชน** ในระดับนี้ ได้แก่ กรณีศึกษาจุดปฏิบัติการวิทย์ชุมชน จ.มหาสารคาม (ชาคริต,2547) และศูนย์การเรียนรู้วิทย์ชุมชน จ.ปัตตานี (ชาลิสสา,2547) วิทย์ชุมชนในระดับนี้มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของวิทย์ที่แตกต่างไปจาก 3 ระดับที่กล่าวมาแล้วโดยสิ้นเชิง กล่าวคือ เป็นวิทย์ชุมชนที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงตามหลักการวิทย์ชุมชนอย่างแท้จริง

- **ที่ตั้งสถานี** : อยู่ในท้องถิ่น
- **โครงสร้างของวิทย์** : เป็นวิทย์ที่กลุ่มประชาชนเป็นเจ้าของสถานี
- **รูปแบบการดำเนินงาน** : กลุ่มประชาชนได้จัดตั้งเป็นคณะกรรมการดำเนินงานทั้งการบริหารและการผลิตรายการในลักษณะของอาสาสมัคร มีวิธีการดำเนินงานที่เป็นประชาธิปไตย และเป็นอิสระ แต่มีหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนว่าเป็นการดำเนินงานวิทย์เพื่อสาธารณะประโยชน์ของท้องถิ่น

- **เนื้อหา/รูปแบบรายการ** มีความหลากหลาย เป็นไปตามความต้องการของชุมชน
- **กลุ่มผู้ฟัง** มีลักษณะ active อย่างสูง มีการสลับบทบาทเป็นทั้งผู้ฟังและผู้ส่งสาร (Role shifting)

- **การมีส่วนร่วมของประชาชน** เนื่องจากวิทย์ชุมชนเป็นวิทย์ของอาสาสมัคร จึงต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างสูงสุด ในรูปแบบที่หลากหลาย

- **บทบาท/หน้าที่ของวิทย์** เป็นวิทย์โดยประชาชน ของประชาชน และเพื่อประชาชน มีหน้าที่หลักคือการสร้างประชาธิปไตยในชุมชน และเข้าร่วมในการพัฒนาชุมชนในทุกๆด้าน ด้วยการเชื่อมประสานการสื่อสารระหว่างประชาชนเพื่อระดมพลังในการพัฒนาท้องถิ่น

การที่เราต้องตอบคำถามประการแรกเลยว่า วิทย์ชุมชนที่เรากำลังทำงานอยู่ด้วยนั้นมี "ความเป็นวิทย์ชุมชน" อยู่ในระดับใด ก็เนื่องจากระดับของความเป็นวิทย์ชุมชนนั้นจะส่งผลสืบเนื่องต่อมาอีกหลายประการคือ

(1) **ส่งผลถึงเรื่องเสถียรภาพของวิทย์ชุมชนนั้น** ตัวอย่างเช่นเสถียรภาพของวิทย์ชุมชน จ.จันทบุรี ที่ต้องหยุดดำเนินการไปหลังจากดำเนินรายการมาได้ถึง 5 ปี ก็เพราะ**ทางสถานี** ไม่สนับสนุนด้วยการลดเวลาออกอากาศลงเรื่อยๆ เจ้าหน้าที่ของสถานีก็ไม่เป็นพี่เลี้ยงให้ (เช่นในระยะเริ่มแรก) ทางสถานีไม่มีงบประมาณให้ คณะกรรมการที่ตั้งขึ้นมาไม่เข้าร่วมประชุม เป็นต้น ซึ่งสื่อแสดงให้เห็นว่า ลักษณะของวิทย์ชุมชนในแบบที่ 1-3 คือรัฐเป็นเจ้าของสถานีนั้น การดำรงอยู่ของวิทย์ชุมชนก็จะไปขึ้นต่อการสนับสนุนของรัฐ แทนที่จะเป็นตัวแปรเรื่อง**ความต้องการของชุมชน** (ประภาภร, 2544) เราจึงอาจกล่าวได้ว่า **การก่อตั้งวิทย์ชุมชนนั้นอาจจะไม่ยาก แต่การธำรงรักษาวิทย์ชุมชนให้ยั่งยืนนั้นเป็นเรื่องที่ลำบากอย่างยิ่ง**

(2) จากแผนภาพที่ 3 จะเห็นได้ว่า ความเป็นวิทยุชุมชนนั้นจะถูกกำหนดจากตัวแปรตัวแรกคือ**โครงสร้างของวิทยุชุมชน** ซึ่งจะมีผลมาถึงตัวแปรอื่นๆ ที่ตามมา เริ่มตั้งแต่ปัญหาต่างๆว่า หากรัฐยังเป็นเจ้าของคลื่นและสถานี รัฐก็จะเป็นผู้กำหนด**ช่วงเวลา**ให้แก่วิทยุชุมชน ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวอาจจะไม่สอดคล้องกับความสะดวกในการรับฟังของประชาชนเลย และเมื่อเริ่มตั้งแต่ไม่มีโอกาสได้รับฟังรายการเสียแล้ว การมีส่วนร่วมของประชาชนก็ไม่จำเป็นต้องไปพูดถึงตัวอย่างเช่น วิทยุชุมชนคนเมืองน่านซึ่งออกอากาศทุกวันจันทร์-ศุกร์ในช่วงเวลา 13.00-15.00 น. แต่เมื่อคณะวิจัยสำรวจความต้องการของชุมชน 6 ชุมชนในเรื่องความสะดวกที่จะรับฟังก็พบว่า มีเพียง 2 ชุมชนเท่านั้นที่สามารถรับฟังในช่วงเวลาดังกล่าวได้ เป็นต้น

(3) เนื่องจากระดับความเป็นวิทยุชุมชนจะถูกกำหนดจากโครงสร้างของวิทยุ ดังนั้นหากโครงสร้างของวิทยุมีลักษณะที่รัฐเป็นผู้วางกรอบทั้งหมด เช่น การดำเนินการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารงานและผลิตรายการโดยกลุ่มคนที่มีจำนวนเล็กๆกลุ่มหนึ่ง ก็จะมีผลสืบเนื่องมาถึง**ปริมาณของรายการ** ดังจะเห็นได้ว่า เมื่อเปรียบเทียบปริมาณวิทยุชุมชน จ.นครราชสีมา ซึ่งใช้รูปแบบการแต่งตั้งคณะกรรมการชุดต่าง ๆ โดยมีเจ้าหน้าที่ของรัฐเป็นผู้ดำเนินการและตัดสินใจเป็นส่วนใหญ่ จะสามารถผลิตรายการได้เพียง 3-4 รายการ ออกอากาศเพียงวันละ 3 ชั่วโมง และมีการเปลี่ยนแปลงช่วงเวลาออกอากาศอยู่ตลอดเวลา ในขณะที่วิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์ ซึ่งมีรูปแบบการบริหารงานที่ทางหน่วยงานรัฐให้อิสระแก่ภาคประชาชนที่เข้ามาร่วมงานอย่างมาก และเอาใจจริงเอาใจกับการมีอาสาสมัครน้อยคน ทำให้วิทยุชุมชนจ.บุรีรัมย์สามารถจัดรายการได้ทุกวันวันละ 10 รายการอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา

และเมื่อมีรายการวิทยุชุมชนเพียง 1-2 รายการ **โอกาสที่ผู้ฟังจะได้เปิดรับฟัง**ก็นี้น้อยลงไป ผลที่ตามมาก็คือ **การมีส่วนร่วมของผู้ฟัง**ก็จะน้อยตามไปด้วย ในทางตรงกันข้าม หากมีปริมาณรายการจำนวนมาก โอกาสที่ประชาชนจะได้รับฟังก็มีสูง ดังนั้นการศึกษาเปรียบเทียบวิทยุชุมชนโคราชที่มีเพียง 1 รายการ (ออกอากาศ 3 ช่วงเวลา ปีพ.ศ.2546) กับวิทยุชุมชนจ.บุรีรัมย์ที่ออกอากาศถึงวันละ 10 รายการ จึงพบว่า ผู้รับฟังวิทยุชุมชนจ.นครราชสีมา 75% ไม่รู้จักวิทยุชุมชน แต่จ.บุรีรัมย์มีประชาชน 51% รู้จักวิทยุชุมชน ทั้งๆที่วิทยุทั้งสองแห่งเริ่มต้นมาในช่วงเวลาเดียวกัน

(4) **สำหรับระดับของการมีส่วนร่วมของประชาชน** ซึ่งเป็นตัวแปรที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับวิทยุชุมชนนั้น ชาลิสสาได้แสดงให้เห็นว่า ในขณะที่วิทยุชุมชนหลายๆแบบที่กล่าวถึงมาข้างต้นนั้นดูเหมือนว่าจะใช้วิธีการร่วมกันประการหนึ่งคือ ใช้วิธีการมีส่วนร่วมของประชาชน แต่ทว่าเมื่อเจาะลงไปดูในรายละเอียดแล้ว ก็จะมองเห็นความแตกต่างของรูปแบบการมีส่วนร่วมเหล่านั้น เช่น

- **การมีส่วนร่วมแบบจัดตั้ง** เช่น กรณีที่หน่วยราชการแต่งตั้งคณะทำงานขึ้นมา เช่น ที่นครราชสีมาและบุรีรัมย์ ซึ่งรูปแบบการมีส่วนร่วมแบบนี้ต้องประสบปัญหาของความไม่กลมกลืนและการขาดอิสระ

- **การมีส่วนร่วมแบบประชาชนล้วนๆ** เช่นกรณีของวิฑูษุมนชนปัตตานีที่กลุ่มบุคคลจากภายนอกเช่น ทีมอาจารย์ชาลิสา (นักวิจัย) ได้เปิดโอกาสให้กลุ่มประชาชนระดับรากหญ้าคิดค้นเรียนรู้ความเป็นวิฑูษุมนชนด้วยตนเอง ปัญหาของการมีส่วนร่วมแบบนี้ก็คือ การหลอเลี้ยวกลุ่มให้ทำงานให้เป็นและการจัดหางบประมาณมาสนับสนุน

- **การมีส่วนร่วมแบบผสมผสาน** คือ มีองค์กรประชาชนร่วมทำงานกับหน่วยราชการ เช่นที่เจ.น่าน ซึ่งพบว่าสามารถทำงานได้คล่องตัวพอสมควร แต่ก็ยังประสบปัญหาการบริหารจัดการเช่นกัน เพราะสัดส่วนของภาคประชาชนมีน้อยกว่าภาครัฐ ทำให้ผลผลิตที่ออกมาคือเนื้อหารายการยังไม่เป็นวิฑูษุมนชนอย่างแท้จริง

(เราจะกล่าวถึงรายละเอียดเรื่อง "การมีส่วนร่วมของประชาชน" ในหัวข้อต่อไป และจากงานวิจัยของชาลิสาได้สรุป "กระบวนการสร้างความเป็นวิฑูษุมนชน" เอาไว้ ดังจะได้กล่าวถึงต่อไป)

จากนี้ เราจะพิจารณาความสัมพันธ์โดยรวมระหว่างองค์กรประกอบต่างๆ ที่มีส่วนกำหนด "ความเป็นวิฑูษุมนชน" อย่างไรก็ตาม เนื่องจากวิฑูษุมนชนเป็นเรื่องที่ค่อนข้างใหม่ เพราะเป็นสื่อที่เพิ่งถือกำเนิดมาเพียง 60 กว่าปีในสหรัฐอเมริกา และเป็นแนวคิดที่เพิ่งถูกนำเข้ามาในสังคมไทยอย่างเป็นทางการและเป็นราวเมื่อเกิดมาตรา 40 ในรัฐธรรมนูญฉบับปี 2540 นี้เอง ฉะนั้นจึงจะขอทบทวนหลักการและแนวคิดเกี่ยวกับวิฑูษุมนชนพอสังเขปเสียก่อน

ส่วนที่ 2: หลักการแนวคิดและสถานการณ์ที่เป็นจริง

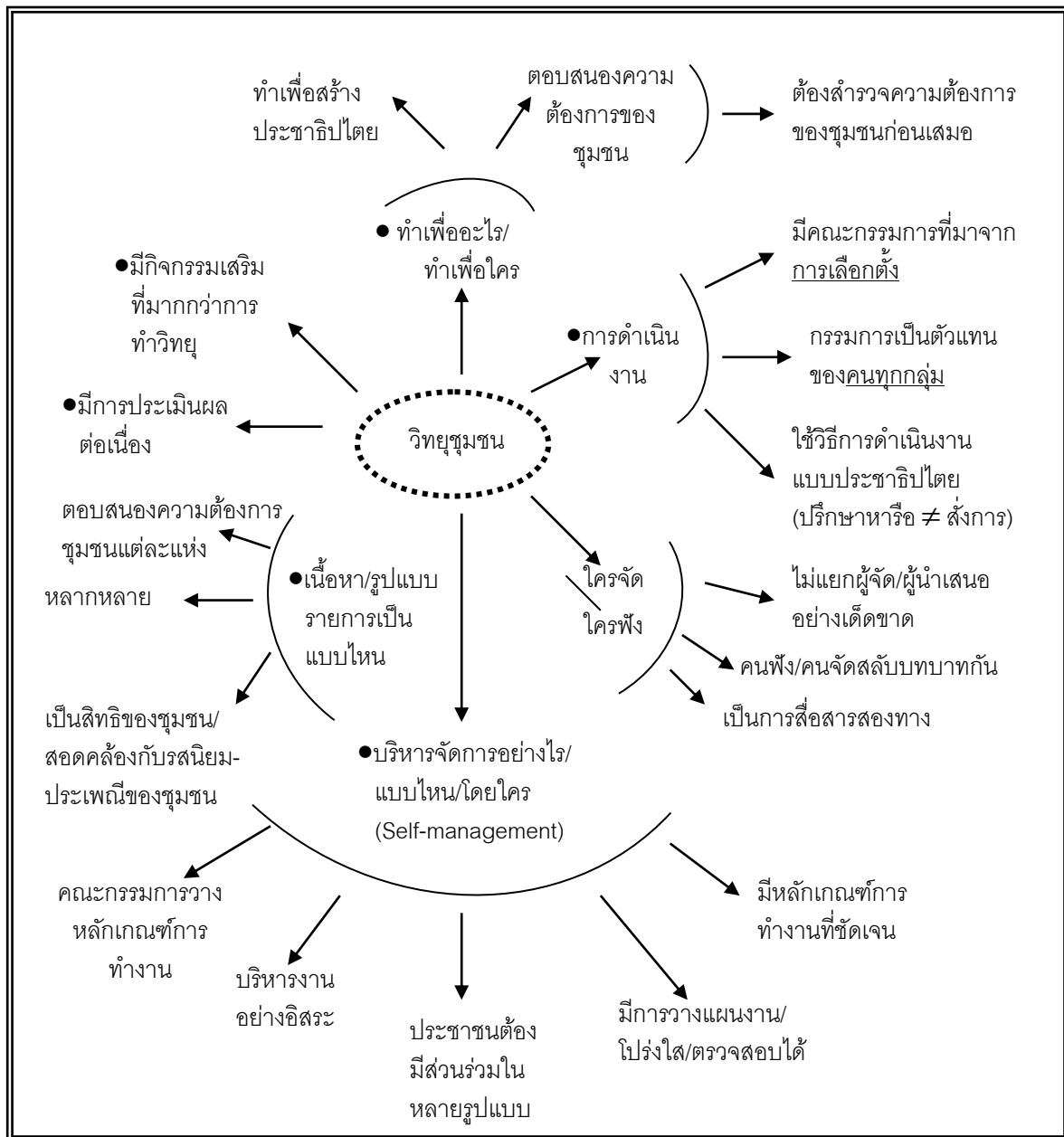
2.1 ทำความรู้จักกับวิทยุชุมชนตามหลักการ

เนื่องจากวิทยุชุมชนเป็นวิทยุประเภทที่เกิดขึ้นมาทีหลังวิทยุแบบอื่น ๆ ที่มีมาก่อน คือวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจ (วิทยุชุมชนกำเนิดมาเมื่อประมาณ 60 ปีมาแล้วในประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อปีพ.ศ.1948) ดังนั้นวิธีที่จะทำความรู้จักกับวิทยุชุมชนได้ดีที่สุด ในที่นี้จึงจะขอเปรียบเทียบวิทยุ 2 แบบที่มีก่อนดังนี้

	เกณฑ์	วิทยุสาธารณะ	วิทยุชุมชน	วิทยุธุรกิจ
1.	การเป็นเจ้าของ	รัฐ	กลุ่มประชาชน	ธุรกิจ/เอกชนขอเช่าสัมปทานจากรัฐ
2.	พื้นที่ครอบคลุม	กว้างขวาง	กำลังส่งแค่ 1 กิโลวัตต์ ครอบคลุมประมาณ 10 กิโลเมตร	กว้างขวาง
3.	เป้าหมาย	เป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารจากรัฐไปสู่ประชาชน	เป็นสื่อกลางระหว่างประชาชน/มีเป้าหมายไม่แสวงหากำไร	เป็นเครื่องมือทางธุรกิจ/หวังผลกำไร
4.	ปรัชญา/ธรรมชาติ	เป็นวิทยุของมืออาชีพที่เป็นข้าราชการเพื่อเป็นกลไกของรัฐ	เป็นวิทยุอาสาสมัครเพื่อสร้างระบบประชาธิปไตย	เป็นวิทยุของมืออาชีพที่เป็นเอกชน
5.	การไหลของข่าวสาร	ทางเดียว	หลายทาง	ทางเดียว
6.	บทบาทหน้าที่	เป็นช่องทางถ่ายทอดข่าวสารของรัฐไปสู่ประชาชน	เป็นสื่อโดยประชาชน/เพื่อ/ของประชาชน	ทำหน้าที่เป็นช่องทางดำเนินงานทางธุรกิจ
7.	การบริหารจัดการ	รูปแบบการบริหารแบบสั่งการแบบราชการ	เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน/ใช้ระบบบริหารด้วยตนเองแบบประชาธิปไตย	บริหารแบบธุรกิจโดยนักวิชาชีพ
8.	สถานะผู้ฟัง	ตั้งรับ (passive)	Active-เข้ามามีส่วนร่วมในหลายบทบาท	Passive
9.	แหล่งรายได้	งบประมาณจากรัฐ	มาจากหลายแหล่งแต่ไม่แสวงหากำไร	จากธุรกิจ/การค้า
10.	รูปแบบวิทยุ	เป็นวิทยุระดับชาติ	มีลักษณะหลากหลายแล้วแต่ความต้องการของประชาชนและสอดคล้องกับลักษณะของชุมชน	อาจเป็นระดับท้องถิ่น/ระดับชาติ

ภาพที่ 4: คุณลักษณะของวิทยุ 3 ประเภท

จากคุณลักษณะเฉพาะตัวเมื่อเปรียบเทียบกับวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจที่มีมา โฉมหน้าของวิทยุชุมชน (ที่นอกเหนือจาก 10 คุณลักษณะข้างต้น) จึงมีดังในภาพนี้



ภาพที่ 5: คุณลักษณะสำคัญๆของวิทยุชุมชน

คุณลักษณะที่กล่าวมานี้ จะสามารถใช้เป็นคู่มือในการศึกษาวิทยุชุมชนในกรณีศึกษาที่จะยกมากล่าวว่ามีคุณสมบัติข้อใดบ้าง และขาดข้อใดบ้าง

2.2 ทำไมต้อง "วิทยุชุมชน"

ดังที่กล่าวมาแล้ว วิทยุชุมชนนั้นเป็นประเภทของวิทยุที่เกิดที่หลังวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจ จึงย่อมมีคำถามว่า ในขณะที่มีวิทยุทั้ง 2 ประเภทนั้นแล้ว เพราะเหตุใดจึงต้องมีวิทยุประเภทที่ 3 นี้

มีคำตอบหลายคำตอบที่แสดงให้เห็น "ข้อจำกัด" ในแง่มุมต่างๆ ของวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจ จนต้องมีวิทยุชุมชนเกิดขึ้นมาคือ

(1) ในกรณีของประเทศไทย วิทยุที่มีรัฐเป็นเจ้าของคลื่อนได้นำเอาวิทยุไปสร้างผลประโยชน์เชิงธุรกิจให้แก่ภาครัฐเป็นหลัก และสร้างผลประโยชน์เชิงชุมชนคือการกระจายข่าวสารของชุมชนให้แก่ท้องถิ่นเป็นส่วนน้อย ทำให้ประชาชนมองว่า สถานีวิทยุที่ตั้งอยู่ในชุมชนของตนมิได้พยายามเข้ามามีส่วนร่วมหรือช่วยเหลือชุมชนเท่าที่ควร กลับมุ่งเน้นแต่กอบโกยผลประโยชน์ (ชาลีสา, หน้า 9) ตัวอย่างเช่น ในปีพ.ศ.2536 กรมประชาสัมพันธ์เปิดประมูลสถานีวิทยุเอฟเอ็มทั่วประเทศ 37 แห่งพร้อมกัน มีบริษัทขนาดใหญ่เข้าร่วมประมูลหลายบริษัท สร้างบรรยากาศการแข่งขัน และทำให้อัตราค่าโฆษณาทางวิทยุสูงขึ้น (อุบลรัตน์, 2542:123)

(2) ในแง่ของกลุ่มคนที่เข้าถึงและได้ใช้ประโยชน์จากวิทยุ นอกเหนือจากภาครัฐแล้ว กลุ่มคนที่จะได้มีโอกาสเข้าถึงและได้ใช้ประโยชน์จากวิทยุที่มีนั้นก็อยู่อย่างจำกัดเพียงไม่กี่กลุ่ม ตัวอย่างของงานศึกษาวิทยุท้องถิ่นในจ.มหาสารคาม (ชาคริต, 2547) สามารถเป็นตัวแทนได้ดีว่า กลุ่มคนที่จะเข้าไปใช้วิทยุท้องถิ่นในจ.มหาสารคามนับตั้งแต่ก่อตั้งมานั้นมีอยู่เพียง 5 กลุ่มคือ

- กลุ่มข้าราชการ
- ชมรมผู้สื่อข่าว
- กลุ่มนักจัดรายการอิสระและนักการเมือง
- กลุ่มทุนสัมปทาน
- กลุ่มอาสาสมัคร ซึ่งเกิดขึ้นในยุคที่เริ่มจะมีการปฏิรูปสื่อ (ปีพ.ศ.2540) กลุ่มนี้จะเป็น

กลุ่มอาจารย์ นักวิชาชีพที่มุ่งใช้สื่อเพื่อประโยชน์สาธารณะ

เมื่อพิจารณาจากกลุ่มคนที่ได้เข้าไปใช้ประโยชน์ในฐานะผู้ส่งข่าวสาร/ผู้แสดงความคิดเห็นข้างต้นนี้แล้ว จะเห็นได้ว่า กลุ่มประชาชนระดับรากหญ้า กลุ่มคนที่ด้อยโอกาสในสังคม กลุ่มคนที่มีอำนาจน้อย (เช่น กลุ่มเด็ก กลุ่มคนชายขอบ ฯลฯ) แทบจะไม่มีโอกาสได้เข้าถึงและใช้ประโยชน์จากวิทยุ 2 ประเภทที่มีอยู่เลย

(3) การทำหน้าที่ที่จำกัดของวิทยุ สืบเนื่องมาจากข้อเท็จจริงในข้อ 1 ที่รัฐเป็นเจ้าของคลื่อน และข้อ 2 กลุ่มคนที่จะได้มีโอกาสเข้าไปใช้ประโยชน์จากวิทยุ นี้จึงส่งผลให้การทำหน้าที่ของวิทยุ 2 ประเภทที่มีอยู่เกิดขึ้นอย่างจำกัดอย่างยิ่ง ดังเช่น ผลการวิจัยวิทยุท้องถิ่นในจ.มหาสารคาม

ที่ก่อตั้งมาเป็นเวลายาวนานนับ 40 ปี และมีหลากหลายสถานี แต่ก็ทำหน้าที่จำกัดอยู่เพียง 4 ประการคือ

- เพื่อถ่ายทอดอุดมการณ์และความมั่นคงภายในชาติ
- เล่นบทบาทเป็นตัวกลางระหว่างรัฐกับประชาชน
- เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและบริการ/สาธารณประโยชน์
- เพื่อความบันเทิง

(ชาคริต, 2547)

หน้าที่ที่จำกัดดังกล่าวนี้ ย่อมไม่สามารถตอบสนองความต้องการของชุมชนที่มีอยู่หลากหลายและแตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น ดังข้อมูลการสำรวจความต้องการต่อวิทยุชุมชนของชุมชนทั้ง 6 แห่งในจ.น่าน ไม่ว่าจะในด้านรูปแบบรายการ เนื้อหารายการ วิธีการนำเสนอ วิธีการดำเนินงาน ฯลฯ ซึ่งคณะวิจัยพบว่า ความต้องการดังกล่าวนี้มีอย่างหลากหลายมาก (วีระวรรณ, 2547)

(4) **วัฒนธรรมของวิทยุ** เหตุผลประการสุดท้ายก็คือ วิทยุ 2 รูปแบบที่เคยมีมาก่อนนั้นเป็นวิทยุที่ก่อตัวมาจากวัฒนธรรมแบบชนชั้นกลางและมีลักษณะเป็นวิทยุของมืออาชีพ ดังนั้นวิถีปฏิบัติ วิธีคิดต่างๆ ของวิทยุจึงคิดเอาวัฒนธรรมแบบชนชั้นกลางมาด้วย เช่น ต้องมีการวางผังรายการให้แน่นอน ต้องมีกำหนดออกอย่างสม่ำเสมอ ต้องถ่ายทอดทุกวัน ต้องมีผู้รับผิดชอบเต็มเวลา ฯลฯ ลักษณะวัฒนธรรมของวิทยุดังกล่าวนี้อาจจะไม่สอดคล้องกับวัฒนธรรมของชาวบ้าน ดังนั้นจึงต้องมี "วิทยุอีกแบบหนึ่ง" เช่นวิทยุชุมชนที่ก่อตัวมาจากวัฒนธรรมของชุมชน เช่นไม่ต้องเปิดแผ่นเสียงเพลงประกอบรายการ แต่ใช้การว่าหมอลำแบบสดๆเลย เพราะดีเจรายการเป็นหมอลำอยู่แล้ว เป็นต้น

2.3 ปัญหาเรื่องการรับรู้วิทยุชุมชนในประเทศไทย

(1) ช่องว่างระหว่างหลักการกับความเป็นจริง

จากหลักการที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า วิทยุชุมชนนั้นแม้จะได้ชื่อว่าเป็น "วิทยุ" เหมือนกัน มีการกระจายเสียงเหมือนกับวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจ แต่ทว่าวิทยุชุมชนก็มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างจากวิทยุทั้ง 2 ประเภทอย่างมาก

อย่างไรก็ตาม เมื่อมาพิจารณาในสภาพความเป็นจริงของสังคมไทย ก็ยังมีปัญหาว่าที่เรียกว่า "วิทยุชุมชน" นั้น มีความแตกต่างอย่างแท้จริงและมากน้อยจากวิทยุสาธารณะและธุรกิจอย่างไร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากศึกษาการรับรู้ของประชาชนส่วนใหญ่ ผลการศึกษาส่วนใหญ่จะพบว่า ประชาชนยังไม่อาจแยกแยะความแตกต่างระหว่างวิทยุ 3 ประเภทออกจากกันได้

ตัวอย่างเช่น ในปีพ.ศ.2542 จีระวรรณ (2545) สํารวจการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการวิทยุชุมชน จ.แม่ฮ่องสอน ผู้วิจัยพบว่า

- การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ฟังนั้น ประชาชนจะไม่ค่อยคิดถึงการมีปฏิกริยาป้อนกลับ (feedback) กลับมาที่วิทยุ
- มีกลุ่มผู้ฟังส่วนน้อยที่เข้ามาบิบบาทเอาการเอางานในวิทยุ แต่ส่วนใหญ่แล้วเนื่องมาจากมูลเหตุจูงใจในเรื่องผลประโยชน์ส่วนตัว เช่น กำลังจะลงรับสมัครเลือกตั้ง
- เมื่อคิดถึงการมีส่วนร่วม ชาวบ้านมีความเข้าใจอยู่รูปแบบเดียวคือการเข้ามาเป็นดีเจผู้จัดรายการ ซึ่งรูปแบบนี้มีข้อจำกัดมากเพราะเปิดโอกาสให้คนเพียงไม่กี่คนเข้ามาได้
- การรับรู้ภาพลักษณ์ของการเป็น "ผู้จัดรายการ/ดีเจวิทยุ" คือเป็นแหล่งที่มาของชื่อเสียง รายได้ และอภิสิทธิ์ต่างๆ ในสังคม

ข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่องกระบวนการเตรียมกลุ่มวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี ของชาลิสสา (2547) ซึ่งพบว่า แม้แต่ประชาชนระดับแกนนำที่เข้ามาร่วมทำงานเตรียมกลุ่มวิทยุชุมชน ก็ยังให้ความสนใจรูปแบบการเข้ามามีส่วนร่วมแต่เฉพาะ "การมาจัดรายการวิทยุ" เท่านั้น หากแต่ไม่ค่อยสนใจการพัฒนา "กลุ่มวิทยุชุมชน" ให้เข้มแข็งเพื่อการบริหารจัดการด้วยตนเอง

(2) ที่มาของช่องว่าง

หากเราตั้งคำถามต่อไปว่า เพราะเหตุใดประชาชนไทยจึงมีการรับรู้การเข้ามามีส่วนร่วมในวิทยุชุมชนดังข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้น ก็อาจจะหาคำตอบดังต่อไปนี้คือ

(2.1) เนื่องจากวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจเป็นประเภทของวิทยุที่มาเปิดตัวในสังคมไทยเอาไว้มาก่อน และได้วางพื้นฐานความเข้าใจเรื่องการใช้วิทยุเอาไว้มุ่งไปที่ประชาชนรับรู้และเข้าใจ งานวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์จากวิทยุท้องถิ่นของคนกลุ่มต่างๆ ในจ.มหาสารคาม (ชาคริต, 2547) ก็ได้แสดงให้เห็นว่า นักจัดรายการส่วนใหญ่สามารถได้เข้าไปเป็นนักรบการเมืองด้วยเส้นทางการใช้วิทยุของตนเอง ประชาชนจึงเริ่มเข้าใจว่าวิทยุเป็นแหล่งในการแสวงหาผลประโยชน์และอำนาจแบบต่าง ๆ กล่าวโดยสรุปก็คือ สภาพความเป็นจริงของวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจได้วางศิลาฤกษ์แห่งความเข้าใจแก่ประชาชนไทยว่า วิทยุคืออะไร ใครมีสิทธิเข้าไปใช้เพื่อประโยชน์อะไร และวิทยุทำหน้าที่อะไรบ้าง

(2.2) เมื่อประสานกับข้อเท็จจริงที่ว่า ในเมืองไทยไม่เคยมีกฎหมายการแยกแยะวิทยุทั้ง 3 ประเภทออกจากกัน คือวิทยุสาธารณะสำหรับภาครัฐใช้เพื่อกิจการของรัฐ วิทยุธุรกิจใช้สำหรับภาคธุรกิจในการค้า (วิทยุ 2 ประเภทนี้พัวพันกันจนแยกออกได้ยาก) และวิทยุชุมชนสำหรับภาคประชาชนใช้เพื่อประโยชน์ของชุมชน จวบจนรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 ได้ประกาศใช้ จึงได้ริเริ่มการแบ่งประเภทวิทยุในลักษณะดังกล่าว

(2.3) แต่แม้ว่าจะมีการประกาศกฎหมายรัฐธรรมนูญใช้มาหลายปีแล้ว แต่กระบวนการทางกฎหมายก็ยังไม่สิ้นสุด (ในปีที่เขียนรายงานนี้ พ.ศ.2547 ยังไม่มีกฎหมายลูก ยังไม่มีองค์กรบังคับใช้) ทำให้สภาพการณ์ต่างๆ ยังไม่เปลี่ยนแปลงไป เช่น ภาครัฐยังคงถือครองคลื่นความถี่แล้วแบ่งบางรายการมาให้ประชาชนทดลองทำวิทยุชุมชนภายใต้กรอบของรัฐ (อันได้แก่โครงการนำร่องของกรมประชาสัมพันธ์) ซึ่งอาจจะมีผลทำให้ประชาชนงงงวยและสับสนว่า "วิทยุชุมชนคืออะไรกันแน่" ในขณะที่ภาคธุรกิจยังคงดำเนินวิทยุธุรกิจภายใต้สัมปทานจากรัฐ แต่จัดรายการ "วิทยุเพื่อชุมชน" โดยใช้ชื่อว่า "วิทยุชุมชน" ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ดังนั้นประชาชนส่วนใหญ่จึงยังไม่คุ้นเคยกับความคิดที่ว่า ประชาชนจะเข้ามาผลิตรายการด้วยตนเอง เข้ามาบริหารจัดการคลื่นความถี่ รวมทั้งสามารถเข้ามาเป็นเจ้าของสถานีวิทยุได้ ซึ่งดูเป็นเรื่องที่ไกลเกินความนึกคิดของประชาชน ซึ่งเคยถูกมอบหมายบทบาทให้เป็นเพียงแค่ "ผู้ฟังวิทยุ" เท่านั้น

(2.4) และเนื่องจากทั้งเรื่องกรรมสิทธิ์และการดำเนินงาน (ownership & operation) งานวิทยุเป็นสิทธิและอยู่ในความรับผิดชอบของภาครัฐและเจ้าหน้าที่รัฐมาตลอดช่วงประวัติศาสตร์ของวิทยุไทย และเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเรื่องกรรมสิทธิ์และการดำเนินงาน ความรู้และความเข้าใจในเรื่องวิทยุชุมชนจึงไม่เพียงแต่เป็นเรื่องจำเป็นสำหรับฝ่ายประชาชนเท่านั้น หากแต่เป็นความจำเป็นอย่างยิ่งยวดสำหรับฝ่ายเจ้าหน้าที่รัฐด้วย ซึ่งผลการวิจัยเรื่องวิทยุชุมชน จ.นครราชสีมา ของวีรพงษ์ (2545) พบว่า ไม่เพียงแต่ฝ่ายประชาชนเท่านั้นที่จะไม่รู้จักและไม่เข้าใจว่า "วิทยุชุมชนคืออะไร" เพราะแม้แต่ในฝ่ายของเจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้องก็ยังขาดความเข้าใจที่ชัดเจนเช่นเดียวกัน เนื่องจากมีแต่การเปลี่ยนแปลงตัวบทกฎหมาย มีแต่การกำหนดนโยบาย หากแต่ไม่มีการฝึกอบรมให้คนทำงานตามนโยบายมีความเข้าใจที่ถูกต้องชัดเจน

เมื่อเจ้าหน้าที่รัฐขาดความเข้าใจที่ชัดเจน ปัญหาที่เกิดขึ้นในขั้นแรกเริ่มเลยก็คือ ปัญหาการทำงานร่วมระหว่างข้าราชการกับประชาชน ดังนั้นในกรณีของวิทยุชุมชน จ.น่าน ที่เจ้าหน้าที่รัฐได้เข้าร่วมการอบรมเรื่องวิทยุชุมชนจากภาคประชาสังคม เมื่อเจ้าหน้าที่รัฐมีความเข้าใจที่กระจ่างชัด ปัญหาในการทำงานร่วมกับประชาชนก็มีน้อยลง

ส่วนปัญหาที่เกิดจากการขาดความเข้าใจของเจ้าหน้าที่ในลำดับต่อมาก็คือ เมื่อทำงานร่วมกับประชาชนไม่ได้ เจ้าหน้าที่รัฐก็ขาดโอกาสที่จะเล่นบทบาทเป็นปัจจัยสนับสนุน และเปลี่ยนบทบาทไปเป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคแทน กล่าวคือ เจ้าหน้าที่รัฐขาดโอกาสที่ถ่ายโอนความรู้ความเข้าใจในเรื่อง "การสื่อสารในพื้นที่สาธารณะผ่านสื่อวิทยุ" ให้แก่ภาคประชาชน

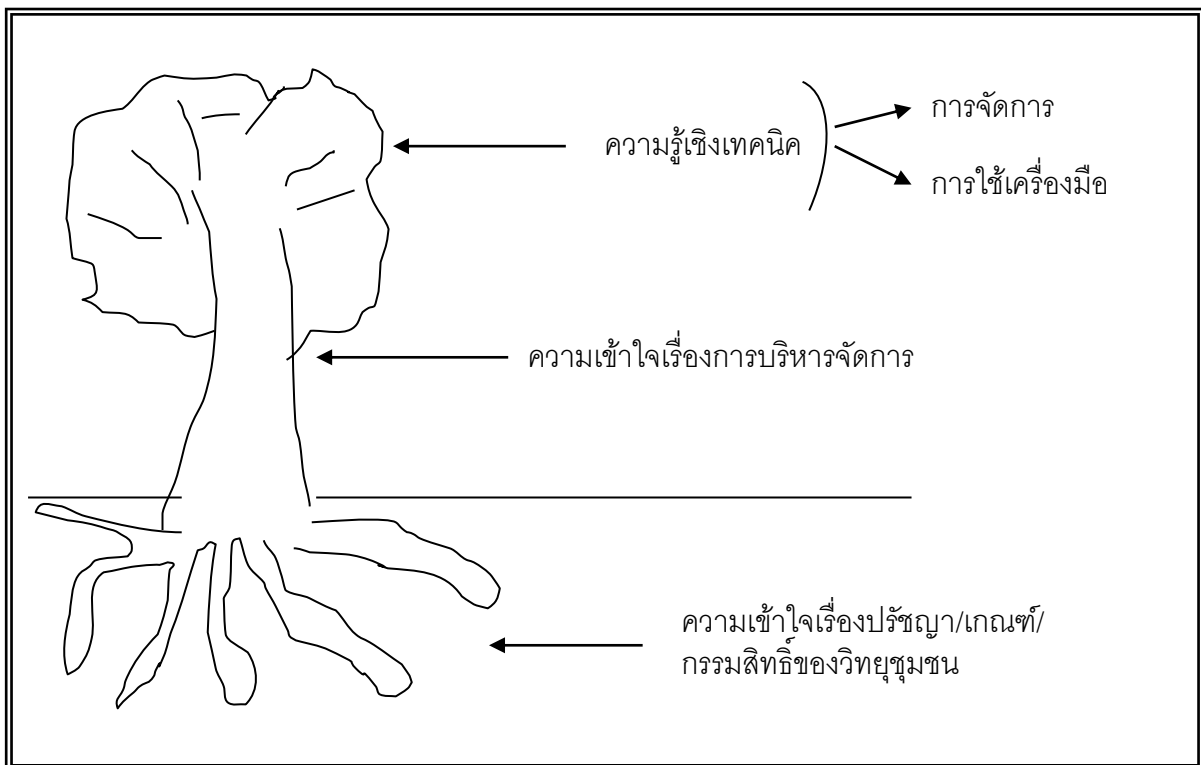
ด้วยเหตุนี้ คณะวิจัยวิทยุชุมชนโคราชจึงพบบทเรียนว่า ในขณะที่ต้องติดตั้งความรู้ความเข้าใจให้แก่ประชาชนผู้รับฟังนั้น ก็ต้องดำเนินการติดตั้งความรู้ดังกล่าวให้กับเจ้าหน้าที่ของสถานีวิทยุของรัฐไปพร้อมๆกัน

(2.5) จากที่กล่าวมาข้างต้น ชาลิสซาซึ่งทำวิจัยสรุปบทเรียนการเตรียมกลุ่มวิद्यุชุมชน จ.ปัตตานี จึงให้ข้อสรุปที่ชัดเจนว่า ถึงแม้ว่า แนวคิดเรื่อง "กรรมสิทธิ์/ความเป็นเจ้าของคลื่น" ที่ระบุอยู่ในมาตรา 40 ของรัฐธรรมนูญปี 2540 จะเป็น "ปัจจัยเบื้องต้นที่จำเป็น" (necessary factor) และเราอาจถือว่า ประชาชนได้รับปัจจัยแรกนี้มาในระดับหนึ่ง แต่สำหรับเรื่องวิद्यุชุมชนแล้ว เรื่องการเป็นเจ้าของคลื่นยังไม่เป็น "ปัจจัยเพียงพอ" (sufficiency factor)

ในกรณีของสังคมไทยปัจจุบัน ทั้งชาลิสซาและชาคริตต่างได้ค้นพบจากผลการวิจัยว่า บรรดาองค์กร/หน่วยงานภาคประชาสังคมที่มีส่วนสนับสนุนเกี่ยวกับเรื่องวิद्यุชุมชน (external support) ได้มีความพยายามในเรื่องการรณรงค์และการสร้างความเข้าใจเรื่องสิทธิของประชาชนในการเป็นเจ้าของคลื่น ซึ่งนับว่าเป็นการวางพื้นฐาน**ปัจจัยเบื้องต้นที่จำเป็น**ในขั้นแรก แต่ทว่าองค์ความรู้ในเบื้องต้นนี้จะไม่เพียงพอ และจำเป็นต้องมี**ปัจจัยตัวที่สอง** คือการสร้างความเข้าใจเรื่องปรัชญา ธรรมชาติ ความแตกต่างระหว่างวิद्यุชุมชนกับวิทยุอีก 2 ประเภท อันจะนำไปสู่ความเข้าใจอื่นๆ ที่ตามมาเป็นขบวน (เช่น การบริหารจัดการ กระบวนการผลิต แหล่งรายได้ ฯลฯ) และการสร้างความเข้าใจนี้ต้องมีลักษณะ "ฝนตกให้ทั่วฟ้า" กล่าวคือ ต้องเป็นบุคคลทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้อง เช่น เจ้าหน้าที่รัฐ เป็นต้น

(2.6) หากปราศจากความเข้าใจในเรื่องวิद्यุชุมชนแบบครบถ้วนแล้ว ชาลิสซาได้พบจากการสรุปบทเรียนเรื่องการเตรียมกลุ่มวิद्यุชุมชนว่า ประชาชนจะเข้ามา "ทำวิद्यุชุมชน" ด้วย "ความเข้าใจแบบวิद्यุสาธารณะ" (และอาจจะวิทยุธุรกิจในอนาคตต่อไป) เช่น กลุ่มประชาชนที่ทำวิद्यุชุมชนจะสนใจแต่การจัดรายการ สนใจแต่การพัฒนาด้านเทคนิค หากแต่ไม่สนใจเรื่องการบริหารจัดการเป็นกลุ่ม เรื่องความรับผิดชอบต่องานวิद्यุโดยรวม การบริหารจัดการเรื่องงบประมาณ กำลังคน ฯลฯ และที่สำคัญที่สุดคือเรื่องความเข้าใจเรื่องปรัชญา/เป้าหมายและธรรมชาติเฉพาะตัวของวิद्यุชุมชน

ดังนั้น หากเราเปรียบเทียบองค์ความรู้เรื่องวิद्यุชุมชนกับส่วนต่าง ๆ ของต้นไม้ ต้นไม้ที่มีองค์ประกอบครบถ้วนน่าจะมีดังนี้



ภาพที่ 6: องค์ความรู้ที่ครบถ้วนเรื่องวิถุชุมชน

(2.7) จากการสรุปบทเรียนการเตรียมกลุ่มวิถุชุมชนในจ.ปัตตานี ชาลิสาลิงข้อเสนอมว่า

- (i) ต้องมีกระบวนการติดตั้งความเข้าใจเรื่องวิถุชุมชนแบบครบถ้วนกระบวนการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดสัมมาทิวฐิในเรื่องวิถุชุมชน
- (ii) ต้องมีกระบวนการฝึกหัดทักษะการบริหารจัดการไปพร้อมกับทักษะการผลิตรายการ
- (iii) ต้องมีการร่างกฎกติกาสำหรับงานวิถุชุมชนเป็นการเฉพาะที่แตกต่างจากงานวิถุสาธารณะและวิถุธุรกิจ
- (iv) ต้องมีการเปิดโอกาสให้ประชาชนจากทุกกลุ่ม/ทุกเพศ/ทุกวัย/ทุกชนชั้นได้เข้ามามีส่วนร่วมในงานวิถุชุมชนอย่างแท้จริง โดยเฉพาะประชาชนกลุ่มที่ "ขาดสิทธิขาดเสียง" เพื่อให้วิถุชุมชนได้ทำหน้าที่เป็น "ปากเสียงของผู้ที่ไร้ปากเสียง" (voice of the voiceless) ตามปรัชญาของวิถุชุมชนอย่างแท้จริง

2.4 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชนในประเทศไทย

เนื่องจากวิทยุเป็นการดำเนินงานที่เกี่ยวกับกิจการสาธารณะ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเป็นการดำเนินการภายใต้กฎหมาย สำหรับวิทยุชุมชนในปัจจุบันนั้น เป็นแนวคิดที่เกิดจากการปฏิรูปทางการเมืองของไทยที่มีจุดเริ่มต้นตั้งแต่เหตุการณ์เดือนพฤษภาคม 2535 จนกระทั่งถึงการร่างรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 ในกฎหมายฉบับนี้มีมาตราที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับวิทยุชุมชนอยู่ 3 มาตรา คือ มาตรา 39, 40 และ 41 และมีอีกหลายมาตราที่เกี่ยวข้องโดยทางอ้อมเช่น มาตรา 37, มาตรา 58, 59, 60

(ก) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชนโดยตรง ได้แก่ มาตราที่เกี่ยวกับการจัดสรรคลื่นความถี่คือ

มาตรา 40 มีข้อความสำคัญ 3 ข้อคือ

(1) คลื่นความถี่ที่ใช้ในการส่งวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และวิทยุโทรคมนาคม เป็นทรัพยากรสื่อสารของชาติ เพื่อประโยชน์สาธารณะ

(2) ให้มีองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่ตามวรรคหนึ่ง และกำกับดูแลการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ

(3) การดำเนินการตามวรรคสองต้องคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของประชาชนในระดับชาติ และระดับท้องถิ่นทั้งในด้านการศึกษา วัฒนธรรม ความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะอื่น รวมทั้งการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม

จากข้อความในทั้ง 3 วรรคนี้ จะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงแนวคิดจากเดิม คือ เรื่องการเป็นเจ้าของคลื่นความถี่ ซึ่งแต่เดิม "รัฐหรือรัฐบาล" เคยเป็นเจ้าของ ในมาตรา 40 นี้ได้ระบุอย่างชัดเจนว่า คลื่นความถี่นั้นเป็น "ของชาติ" ซึ่งหมายความว่า เป็นของประชาชนทุกคนนั่นเอง และยังกำหนดเป้าหมายของการใช้คลื่นความถี่เอาไว้อย่างชัดเจนว่า ต้องเป็นไปเพื่อ **ประโยชน์สูงสุดของประชาชน** ในระดับชาติและระดับท้องถิ่น ซึ่งเราก็จะเห็นว่า ทั้งหมดนี้ก็คือเงื่อนไขเบื้องต้นของการถือกำเนิดของวิทยุชุมชนนั่นเอง

ทั้งนี้เนื่องจากวรรค 2 ของมาตรานี้ ทำให้เกิดพระราชบัญญัติ (พรบ.) องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ (ที่รู้จักกันในนามย่อว่า กสช.) และกิจการโทรคมนาคม (หรือ กทช.) ในปีพ.ศ.2543 ในพรบ.นี้มีมาตราที่สำคัญและชี้ได้ชัดเจนยิ่งขึ้นคือ มาตรา 26 วรรค 4 บัญญัติไว้ว่า

"การจัดทำแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และการอนุญาตให้ประกอบกิจการดังกล่าวต้องคำนึงถึงสัดส่วนที่เหมาะสมระหว่างผู้ประกอบการภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน โดยจะต้องจัดให้ภาคประชาชนได้ใช้คลื่นความถี่ไม่น้อยกว่าร้อยละยี่สิบ" ซึ่งก็

เท่ากับว่าได้ระบุเอาไว้อย่างชัดเจนว่าต้องกันพื้นที่เอาไว้ 20% ให้เป็นวิเทศชุมชนที่ประชาชนเป็นเจ้าของของคนเอง เป็นเจ้าของสถานี่เอง และเข้ามาดำเนินการเอง

มาตรา 39 ซึ่งเป็นกฎหมายที่รับรองเสรีภาพในการสื่อสาร มีข้อความสำคัญ 5 วรรค คือ

(1) บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น การพูด การเขียน การพิมพ์ การโฆษณา และการสื่อความหมายโดยวิธีอื่น (ในมาตรานี้หมายความว่า ประชาชนมีสิทธิทั้งจะเป็นผู้รับสารและผู้ส่งข่าวสารได้)

(2) การจำกัดเสรีภาพตามวรรคหนึ่งจะกระทำไม่ได้ เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตามบัญญัติแห่งกฎหมายเฉพาะเพื่อรักษาความมั่นคงแห่งรัฐ เพื่อคุ้มครองสิทธิ เสรีภาพ เกียรติยศ ชื่อเสียง สิทธิในครอบครัวหรือความเป็นอยู่ส่วนตัวของบุคคล เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือเพื่อป้องกันหรือระงับความเสื่อมทรามทางจิตใจหรือสุขภาพของประชาชน

(3) การสั่งปิดโรงพิมพ์ สถานีวิเทศกระจายเสียง หรือสถานีวิเทศโทรทัศน์ เพื่อรื้อถอนเสรีภาพตามมาตรานี้จะกระทำไม่ได้

(4) การให้นำข่าวหรือรายการไปให้เจ้าหน้าที่ตรวจก่อนจะไปโฆษณาในหนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์วิเทศกระจายเสียง หรือวิเทศโทรทัศน์ จะกระทำมิได้ เว้นแต่จะกระทำในระหว่างเวลาที่ประเทศอยู่ในภาวะสงครามหรือการรบ แต่ทั้งนี้จะต้องกระทำโดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายซึ่งได้ตราขึ้นตามความในวรรคสอง

(5) เจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชนอื่นต้องเป็นบุคคลสัญชาติไทย ทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ

(6) การให้เงินหรือทรัพย์สินอย่างอื่นอุดหนุนหนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชนอื่นของเอกชน รัฐจะกระทำมิได้

มาตรา 41 เป็นกฎหมายที่รับรองเสรีภาพของพนักงาน ลูกจ้างในกิจการสื่อมวลชนของรัฐและเอกชน อันมีข้อความสำคัญ ดังนี้

(1) พนักงานหรือลูกจ้างของเอกชนที่ประกอบกิจการหนังสือพิมพ์ วิเทศกระจายเสียงหรือวิเทศโทรทัศน์ ย่อมมีเสรีภาพในการเสนอข่าวและแสดงความคิดเห็นภายใต้ข้อจำกัดตามรัฐธรรมนูญโดยไม่ตกอยู่ภายใต้อำนาจของหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจหรือเจ้าของกิจการนั้น แต่ต้องไม่ผิดจรรยาบรรณแห่งการประกอบอาชีพ

(2) ข้าราชการ พนักงาน หรือลูกจ้างของหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจในกิจการวิเทศกระจายเสียงหรือวิเทศโทรทัศน์ย่อมมีเสรีภาพเช่นเดียวกับพนักงานหรือลูกจ้างของเอกชนตามวรรคหนึ่ง

(ข) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชนโดยทางอ้อม

นอกเหนือจากกฎหมายทั้ง 3 มาตราที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรรคลื่น เสร็จภาพในการสื่อสารของประชาชนและเสรีภาพของผู้ที่ทำงานด้านการสื่อสารแล้ว ยังมีกฎหมายฉบับอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสิทธิเสรีภาพในการสื่อสารซึ่งเป็นพื้นฐานรองรับการทำงานวิทยุชุมชน อันได้แก่

มาตรา 37 ได้รับรองให้บุคคลที่มีเสรีภาพในการสื่อสารถึงกันโดยทางที่ชอบด้วยกฎหมายในทางปฏิบัติ หมายความว่า ประชาชนมีสิทธิที่จะส่งข่าวสารเพื่อเผยแพร่ให้คนอื่น ๆ ทั้งในและนอกชุมชนได้รู้โดยผ่านวิทยุชุมชนหรือสื่อมวลชนอื่นๆ

มาตรา 58 ได้รับรองสิทธิของบุคคลในการรับทราบข้อมูล หรือข่าวสารสาธารณะของหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือราชการส่วนท้องถิ่น มาตรานี้ช่วยให้ประชาชนสามารถแสวงหาข่าวสารสาธารณะที่เป็นของหน่วยราชการ เช่น งบประมาณพัฒนาตำบล แผนการสร้างสาธารณูปโภคของชุมชนได้

มาตรา 59 ได้รับรองสิทธิของบุคคลที่จะได้รับข้อมูล คำชี้แจง และเหตุผลจากหน่วยราชการ ฯลฯ ก่อนการอนุญาตหรือดำเนินโครงการหรือกิจกรรมที่อาจมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สุขอนามัย คุณภาพชีวิต หรือส่วนได้ส่วนเสียสำคัญอื่น ๆ และสิ่งที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนในสังคม กฎหมายข้อนี้ทำให้ประชาชนมีสิทธิที่จะขอให้หน่วยราชการหรือธุรกิจเอกชนต้องเปิดเผยข้อมูลแก่ชุมชนที่เรารู้จักกันในนามของ "การทำประชาพิจารณ์" ในกรณีที่จะมีการก่อสร้างท่อก๊าซ โรงงานพลังไฟฟ้านิวเคลียร์ และอื่นๆ

มาตรา 60 ซึ่งได้รับรองสิทธิของบุคคลในการมีส่วนร่วมในกระบวนการพิจารณาของเจ้าหน้าที่ของรัฐในการปฏิบัติราชการทางการปกครองที่กระทบต่อสิทธิและเสรีภาพ

จากข้อเท็จจริงในเรื่องกฎหมายหลายมาตราที่เกี่ยวข้องกับเรื่องวิทยุชุมชนนั้น ในสภาพการณ์ปัจจุบัน (เดือนมีนาคม 2548 ช่วงเวลาที่เขียนบทสังเคราะห์นี้) สภาพการณ์เกี่ยวกับการดำเนินการตามขั้นตอนของกฎหมายนั้นยังไม่เสร็จสิ้นสมบูรณ์ เช่น ในมาตรา 40 ข้อ(2) ที่ให้สิทธิองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระนั้น ยังดำเนินการไม่เรียบร้อย ฉะนั้นการทำจัดแผนแม่บทกิจการการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์จึงยังไม่เกิดขึ้น

เนื่องจากสถานะที่กฎหมายและการดำเนินการตามขั้นตอนของกฎหมายยังไม่เสร็จสิ้นนี้เอง ทำให้เกิดปัญหาตามมาหลายประการ เช่น

(1) ประชาชนเกิดความสับสน ความไม่ชัดเจนในสถานภาพทางกฎหมายของวิทยุชุมชน เช่น ประชาชนมีสิทธิขอคลื่นจัดตั้งวิทยุชุมชนได้หรือยัง วิทยุชุมชนที่จัดตั้งขึ้นเป็นวิทยุเถื่อนหรือไม่ หากยึดตามกฎหมายบางมาตรา อาจจะเถื่อน บางมาตราหรือตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญก็ไม่เถื่อน ความไม่ชัดเจนดังกล่าวนี้ส่งผลต่อความไม่มั่นใจของประชาชนที่จะเข้ามาช่วยงานวิทยุชุมชนเนื่องจากเกรงกลัวว่าจะผิดกฎหมาย

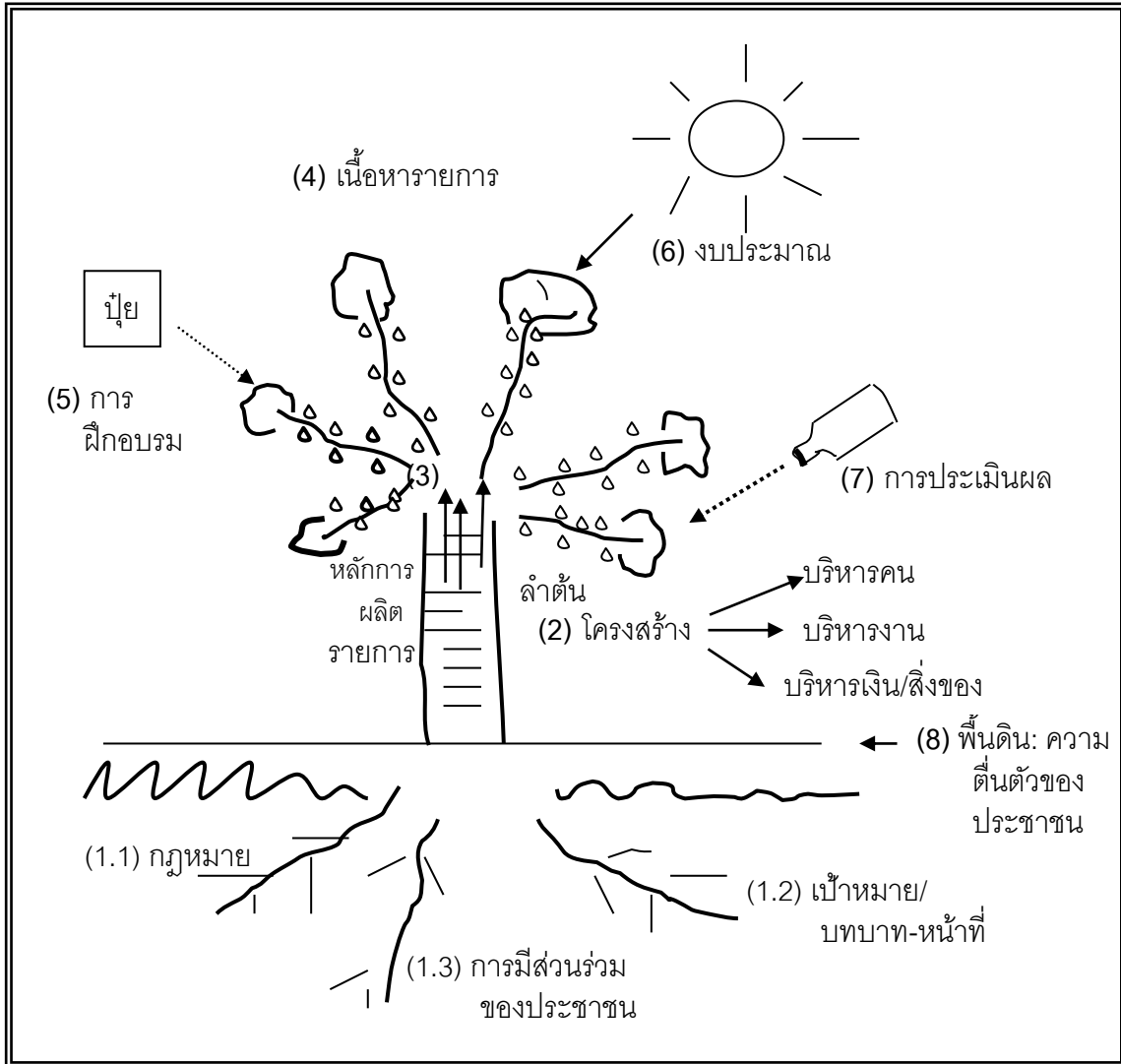
(2) ในเดือนมีนาคม ปีพ.ศ.2548 ขณะที่เกิดสภาวะคลุมเครือทางกฎหมาย ก็ได้เกิดมีการจัดตั้งวิทยุชุมชนถึงเกือบประมาณ 2,000 แห่ง (ทั่วประเทศ) ซึ่งมีวิทยุชุมชนจำนวนมากที่อาจจะไม่ได้ดำเนินการตามคุณลักษณะที่แท้จริงของวิทยุชุมชน

(3) สืบเนื่องจากข้อ 2 เนื่องจากวิทยุเป็นสื่อกระจายเสียงที่ใช้คลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า เมื่อมีการจัดตั้งสถานีวิทยุจำนวนมาก จึงเกิดปัญหาเรื่องการส่งกระจายเสียงที่มีคลื่นทับซ้อนกัน ทำให้เกิดปัญหาในการรับฟังตามมา

อย่างไรก็ตาม เป็นที่คาดหวังว่า เมื่อการดำเนินการในขั้นตอนของกฎหมายทั้งการจัดตั้งองค์กรที่ทำหน้าที่ควบคุม/กำกับ/ดูแล และมีร่างกฎระเบียบต่างๆออกมา ปัญหาในเชิงกฎหมายก็น่าจะคลี่คลายไปได้ โดยที่ต้องมีกระบวนการสร้างความเข้าใจให้แก่ประชาชนควบคู่ไปด้วย

ส่วนที่ 3 : การวิเคราะห์องค์ประกอบของวิถุชุมชน

เนื่องจากวิถุชุมชนเป็นวิถุที่ทำงานโดยชุมชน ดังนั้น ในที่นี้จึงขออุปมาอุปมัยเปรียบเทียบกับองค์ประกอบวิถุชุมชนกับโครงสร้างของต้นไม้ดังในภาพ



ภาพที่ 7: องค์ประกอบของวิถุชุมชน

จากภาพข้างบนนี้ เราอาจจะอุปมาอุปมัยได้ว่า ความเจริญเติบโตของวิถุชุมชนนั้นจะต้องการปัจจัยเงื่อนไขดังนี้

(1) **สามรากแก้ว** สำหรับรากฐานของงานวิถุชุมชนที่จะดูแลน้ำและอาหารไปเลี้ยงลำต้น/ดอกใบผลนั้น น่าจะมีอยู่ 3 รากแก้ว คือ

(1.1) กฎหมายและกฎระเบียบต่างๆที่เกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชน (ดังรายละเอียดข้างหน้า)

(1.2) เป้าหมาย/บทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชน เนื่องจากวิทยุชุมชนจัดเป็นสื่อประเภทหนึ่งของชุมชน ดังนั้น เหตุผลการดำรงอยู่ของสื่อประเภทนี้จะยาวนานเพียงใด ดำรงอยู่ในสภาพการณ์ใด ย่อมขึ้นอยู่กับคำตอบที่ว่า วิทยุชุมชนได้ทำหน้าที่ตอบสนองความต้องการต่าง ๆ แก่ชุมชนอย่างไร

(1.3) การมีส่วนร่วมของประชาชน ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า ธรรมชาติที่สำคัญของวิทยุชุมชนคือ การเป็นวิทยุประชาธิปไตย (เพื่อไปสร้างประชาธิปไตยในสังคม) ดังนั้น การมีส่วนร่วมของประชาชนทุกกลุ่มที่มีขอบเขตกว้างขวางและหลากหลายรูปแบบจึงเป็นหลักประกัน "ความเป็นวิทยุชุมชนที่แท้จริง"

(2) สามโครงสร้างของลำต้น ถัดจากรากแก้วขึ้นมาเหนือพื้นดินก็จะเป็นส่วนที่ค้ำยันให้ส่วนอื่นๆของต้นไม้มงค้ำอยู่ได้ คือส่วนที่เป็นลำต้น ซึ่งในที่นี้น่าจะเป็นโครงสร้างการบริหารของวิทยุชุมชนที่น่าจะประกอบด้วย 3 ส่วน

(2.1) การบริหารคน ดังได้กล่าวมาแล้วว่า เอกลักษณะเฉพาะตัวของวิทยุชุมชนก็คือเป็นวิทยุอาสาสมัครของประชาชน มิใช่วิทยุของรัฐหรือธุรกิจ ดังนั้น บุคลากรที่เข้ามาทำงานในวิทยุชุมชนจึงน่าจะมีลักษณะที่แตกต่างไปจากเจ้าหน้าที่รัฐของวิทยุสาธารณะ หรือบรรดาคนทำงานมืออาชีพแบบวิทยุธุรกิจทั้งในแง่ปริมาณและคุณภาพ

(2.2) การบริหารงาน ก็เช่นเดียวกับหลักเรื่องการบริหารคน การบริหารงานสำหรับวิทยุชุมชนจะต้องมีลักษณะที่แตกต่างไปจากวิทยุที่เคยมีมาตั้ง 2 แบบ และจากผลการวิจัยทั้ง 4 กรณีศึกษาได้ข้อสรุปที่คล้ายคลึงกันประการหนึ่งว่า เรื่องการบริหารงานของวิทยุชุมชนยังคงเป็นปัญหาใหญ่ที่ต้องการการทดลอง เรียนรู้ พร้อมทำศึกษาวิจัยต่อไปอีกมาก

(2.3) การบริหารเงิน/สิ่งของ สำหรับทรัพยากรในเรื่องเงินและสิ่งของ (อุปกรณ์ต่างๆ) เป็นปัญหาที่สืบเนื่องมาจากการบริหารสองข้อแรกคือ คนและระบบการทำงาน และที่แน่นอนก็คือแหล่งรายได้ของวิทยุชุมชนจะต้องมีความแตกต่างจากวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจ รวมทั้งเป้าหมายของการบริหารเงินก็แตกต่างกันไปด้วย (เช่น ไม่ได้หวังผลกำไร) ดังนั้น หากขาดหลักการที่ชัดเจนในเรื่องการบริหารเงินและสิ่งของ ก็จะทำให้เกิดปัญหาในภาคปฏิบัติทันที เช่น คำถามที่ว่าวิทยุชุมชนจะมีการโฆษณาสินค้าเพื่อหารายได้มาพัฒนารายการได้หรือไม่ เป็นต้น

(3) ท่อส่งอาหารและน้ำ ผลผลิตที่จะออกมาจากโครงสร้าง (ลำต้น) การบริหารจัดการก็คือ ส่วนที่เป็นตัวรายการวิทยุและกิจกรรมต่างๆ (ดอก/ผล/ใบ) แต่ทว่า ระหว่างโครงสร้างกับผลผลิตนั้นจะต้องมีส่วนที่เป็น "ท่อส่งอาหารและน้ำ" ซึ่งในกรณีของวิทยุชุมชนน่าจะได้แก่ "หลักการผลิตรายการแบบวิทยุชุมชน"

(4) **ดอก/ผล/ใบ** ส่วนนี้ก็คือ ตัวผลผลิตของวิद्यุชุมชน อันได้แก่ ตัวรายการวิद्यุและ กิจกรรมอื่นๆ

(5) **ปุ๋ย** ตามหลักธรรมชาติ การที่ต้นไม้จะสมบูรณ์แข็งแรง มีใบดก มีดอกและผลที่สมบูรณ์ นั้น จะต้องมีปุ๋ยที่ดี ซึ่งในกรณีของวิद्यุชุมชนนี้ ข้อสรุปจากงานวิจัยทั้ง 4 ชิ้นให้ผลที่ตรงกันว่า **การฝึกอบรมในรูปแบบต่างๆ และเนื้อหาที่หลากหลายนั้นเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับการเจริญเติบโตของวิद्यุชุมชน**

(6) **แสงแดด** ปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้ต้นไม้ยืนต้นอยู่ได้ก็คือแสงแดด ซึ่งในกรณีของวิद्यุชุมชนนี้ แสงแดดนั้นก็คือ **งบประมาณหรือทรัพยากรรูปแบบต่างๆ** ที่มาจากการสนับสนุนของหลายๆฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

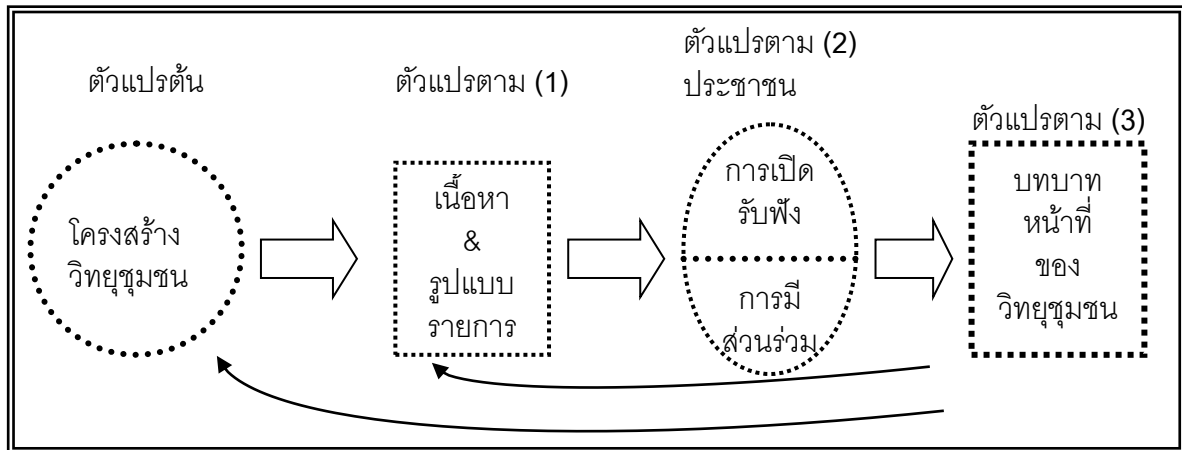
(7) **น้ำ** ในการปลูกพืชนั้น หากต้องการให้ต้นไม้เติบโตไม่แคระแกรน เหี่ยวแห้ง ปัจจัยที่สำคัญน่าจะได้แก่ **น้ำ** ซึ่งในกรณีของวิद्यุชุมชน ปัจจัยที่จะสร้างความกระชุ่มกระชวยให้แก่วิद्यุชุมชนก็คือ**การประเมินผลอย่างต่อเนื่อง**

(8) **พื้นดิน** ในขณะที่ต้นไม้ต้องมีพื้นดินรองรับฉันใด วิद्यุชุมชนจะดำรงอยู่ได้ก็จำเป็นต้องมีความตื่นตัวของประชาชนในเรื่องสิทธิของการสื่อสารโดยเฉพาะสิทธิที่จะเป็นผู้ส่งสารรองรับอยู่ฉันนั้น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีกระบวนการพรวนดินอย่างต่อเนื่อง/สม่ำเสมอ

ในตอนต่อไปนี้จะกล่าวถึงองค์ประกอบแต่ละอย่างที่ได้คุบมาคุบมายนี้โดยอาศัยกรอบในภาพที่ 7 เป็นแนวทางโดยจะเลือกนำเสนอตามลำดับที่เหมาะสมของแต่ละองค์ประกอบ โดยจะเริ่มจากเรื่องกฎหมายและโครงสร้างของวิद्यุชุมชนเสียก่อน

(3.1)การวิเคราะห์โครงสร้างของวิद्यุชุมชนใน 3 กรณี

จากแผนภาพที่ 8 ข้างล่างนี้ได้แสดงให้เห็นแล้วว่า ลักษณะของโครงสร้างวิद्यุชุมชนนั้นจะเป็นตัวแปรต้นที่ส่งผลถึงตัวแปรตามที่ 1 คือเนื้อหาและรูปแบบรายการ และส่งผลต่อเนื่องไปถึงตัวแปรตามที่ 2 คือ การเปิดรับ/การมีส่วนร่วมของประชาชน และตัวแปรสุดท้าย คือบทบาทและการทำหน้าที่ของวิद्यุชุมชน

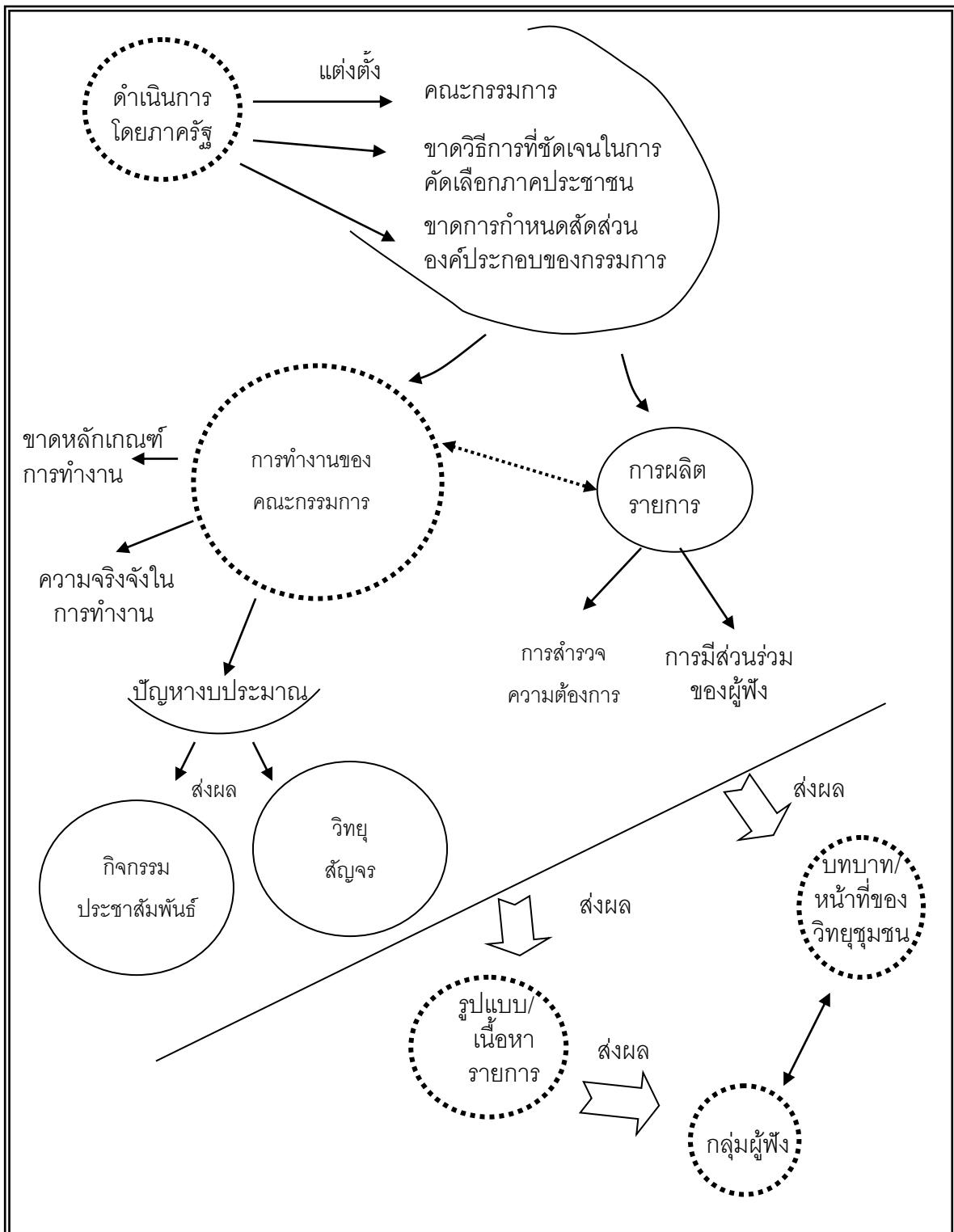


ภาพที่ 8 : โครงสร้างวิเทศชุมชนในฐานะตัวแปรต้น

จากงานวิจัยทั้ง 4 ชิ้น มีกรณีศึกษาที่ได้ศึกษาวิเคราะห์โครงสร้างของวิเทศชุมชนอย่างละเอียดมีอยู่ 3 กรณี ซึ่งทั้ง 3 กรณีนี้ล้วนเป็นกรณีของวิเทศชุมชนที่อยู่ในโครงการนำร่องของกรมประชาสัมพันธ์ทั้งสิ้น (เรายังขาดงานศึกษารูปแบบการจัดโครงสร้างของวิเทศชุมชนระดับอื่นๆ) ดังนั้น ในกรอบใหญ่ๆของโครงสร้างนั้นจึงไม่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม ในขั้นของการลงมือดำเนินการ เราก็ยังพบว่า เมื่อมีเรื่องของ**ตัวบุคคล**เข้ามาเกี่ยวข้อง (เช่น บุคลิกของผู้อำนวยความสะดวก) หรือมีปัจจัยเรื่อง**บริบทของชุมชน/สังคม**เข้ามาเกี่ยวข้อง (เช่น ความเข้มแข็งของภาคประชาสังคม) ปัจจัยเหล่านี้จึงทำให้เกิดความแตกต่างในขั้นตอนของการดำเนินงาน ซึ่งอาจจะแบ่งแบบแผนของโครงสร้างวิเทศชุมชนจากกรณีศึกษาออกเป็น 3 แบบแผน (ซึ่งแต่ละแบบแผนอาจจะใช้เป็นตัวแทนของวิเทศชุมชนที่อยู่ได้สถานะของรัฐในรูปแบบต่างๆ)

- **แบบแผน 1** เป็นรูปแบบโครงสร้างที่มีรัฐเป็นหลัก ชุมชนเป็นตัวประกอบเท่านั้น ได้แก่กรณีของวิเทศชุมชน จ.นครราชสีมา (มีชื่อเรียกว่า "วิเทศชุมชนของคนโคราช")
 - **แบบแผน 2** เป็นรูปแบบโครงสร้างที่มีรัฐเป็นหลักเช่นกัน แต่ชุมชนมีบทบาทมากขึ้นจนอาจจะพอกัน ได้แก่กรณีของวิเทศชุมชน จ.บุรีรัมย์
 - **แบบแผนที่ 3** เป็นรูปแบบโครงสร้างที่ตัวแทนชุมชนค่อนข้างเป็นหลัก แต่ทว่ายังทำงานอยู่ในสถานะที่มีรัฐเป็นเจ้าของ ได้แก่กรณีของวิเทศชุมชน จ.น่าน
- จากนี้เราจะพิจารณาดูรายละเอียดของแต่ละแบบแผน

(3.1.1) แบบแผนที่ 1 : รูปแบบโครงสร้างที่มีรัฐเป็นหลัก ชุมชนเป็นตัวประกอบ
 สำหรับรูปแบบโครงสร้างแบบที่ 1 นี้จะส่งผลต่อองค์ประกอบอื่นๆ ดังนี้



ภาพที่ 9: รูปแบบโครงสร้างวิทยุชุมชนของจ.นครราชสีมา

จากแผนภาพข้างบนนี้ จะอธิบายได้ว่า โครงสร้างของวิธีการทำงานของวิเทศชุมชน จ.นครราชสีมา นั้น จะเริ่มจาก

(1) การดำเนินการส่วนใหญ่เริ่มจากภาครัฐ โดยการให้วิธีการแต่งตั้ง คณะกรรมการทุกชุดไม่ว่าจะเป็นคณะกรรมการที่ปรึกษา คณะกรรมการบริหารวิเทศฯ และ คณะอนุกรรมการผลิตรายการ

(2) การขาดหลักเกณฑ์ในเรื่องการกำหนดสัดส่วนขององค์ประกอบของ คณะกรรมการ เนื่องจากไม่ได้มีการวางหลักเกณฑ์เรื่องการกำหนดสัดส่วนขององค์ประกอบของ คณะกรรมการ ผลที่ออกมาจึงปรากฏว่าคนส่วนใหญ่ในคณะกรรมการทุกชุดมาจากภาครัฐ โดยมี ภาคประชาชนเป็นส่วนน้อยมาก เช่น คณะกรรมการบริหารมีตัวแทนประชาชนเพียง 2 คนจาก 15 คน คณะอนุกรรมการผลิตรายการมีประชาชน 8 คนจาก 25 คน เป็นต้น สัดส่วนเช่นนี้ไม่เป็นไปตามหลักการของวิเทศชุมชนที่ต้องเป็นตัวแทนของภาคประชาชนเป็นผู้บริหารจัดการ

จากสัดส่วนที่มีน้อยของภาคประชาชน จึงทำให้เป็นไปไม่ได้ที่ตัวแทนของภาค ประชาชนนั้นจะหลากหลาย และครอบคลุมกลุ่มประชาชนทุกกลุ่มตามหลักของวิเทศชุมชนที่ แท้จริง

(3) การขาดการกำหนดคุณสมบัติของคณะกรรมการ ผลจากการศึกษาพบว่า ไม่มีการระบุหลักเกณฑ์ที่แน่นอนว่า คุณสมบัติของคณะกรรมการชุดต่างๆนั้นต้องเป็นอย่างไรบ้าง และโดยส่วนใหญ่แล้ว ผู้ที่มีอำนาจแต่งตั้งนั้นใช้วิธีคิดและกลไกแบบข้าราชการ (bureaucratic) คือเอาผู้ที่อยู่ในตำแหน่งงานปกครองมารับผิดชอบงานสื่อกระจายเสียง เช่น เอาผู้ใหญ่บ้าน/กำนัน มาเป็นคณะกรรมการ หรือแต่งตั้งคนที่รู้จัก ซึ่งอาจจะเกิดปัญหาความลักลั่นไม่ลงตัวระหว่าง คุณสมบัติคนทำงานกับลักษณะงาน เช่น กำนันอาจจะไม่สนใจงานวิเทศชุมชน ผู้ใหญ่บ้านอาจจะ ไม่มีเวลารับผิดชอบงานวิเทศซึ่งเป็นงานที่ต้องทำทุกวันอย่างต่อเนื่อง

(4) การขาดกลไกการสรรหาบุคคลที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากผู้ที่มีอำนาจใน การแต่งตั้งคณะกรรมการชุดต่าง ๆ ไม่เคยมีประสบการณ์การทำงานร่วมกับภาคประชาชนมาก่อน จึงขาดกลไกในการสรรหาตัวบุคคลที่มีคุณสมบัติตรงกับงาน (Identify person) เช่น ไม่รู้ว่ามีใคร บ้างที่สนใจงานวิเทศชุมชน ใครบ้างที่มีความเข้าใจหรือมีความสามารถที่จะทำงาน นี่เป็นข้อ แตกต่างที่สำคัญระหว่างวิเทศชุมชนจ.นครราชสีมา กับวิเทศชุมชนจ.บุรีรัมย์ และจ.น่านที่จะกล่าว ต่อไป

เมื่อเริ่มต้นผลิตผลตั้งแต่ตัวแปรต้นคือโครงสร้างของกรได้มาซึ่งคณะกรรมการ ชุดต่าง ๆ เสียแล้ว ปัญหาในขั้นตอนที่ตามมาก็เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ เช่น

(5) ปัญหาของการดำเนินงาน แม้จะมีการวางหลักเกณฑ์ต่างๆ ในการทำงาน เช่น การกำหนดให้มีการประชุมร่วมกัน แต่ในทางปฏิบัติก็ไม่มี การดำเนินการจริงๆ อนุกรรมการบาง

ท่านมีแต่ชื่ออยู่ในเอกสารแต่งตั้ง แต่ไม่เคยมาเข้าร่วมประชุมหรือทำงาน รวมทั้งยังมีปัญหาผู้ที่เข้ามาทำงานวิทยุชุมชนที่ใช้วิทยุเป็นเครื่องมือแสวงหาผลประโยชน์ เป็นต้น

(6) **ผลจากการดำเนินงานที่เป็นปัญหา** เมื่อวิธีการดำเนินงานไม่มีประสิทธิภาพ ก็ย่อมแน่นอนว่า ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นย่อมเป็นผลลัพธ์ที่เป็นปัญหาทั้งสิ้น วิทยุชุมชนจ.นครราชสีมาจึงมีปัญหาดาวรรคคือ การขาดทรัพยากรเงิน บุคคล และเทคนิคอุปกรณ์ต่างๆ

(7) **ผลที่สืบเนื่องต่อมาอีกถึงกิจกรรมเสริม** เมื่อขาดแคลนปัจจัยที่เป็นทรัพยากร ดังที่กล่าวมาแล้ว ก็จะส่งผลมาถึงกิจกรรมอื่นๆ เช่น เมื่อไม่มีงบประมาณ วิทยุชุมชนคนโคราชก็ไม่สามารถออกไปจัดกิจกรรมวิทยุสัญจรหรือการประชาสัมพันธ์วิทยุชุมชนได้ ทำให้ขาดโอกาสที่จะได้ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้เรื่องวิทยุชุมชนซึ่งเป็นเรื่องใหม่ให้ประชาชนได้เข้าใจ หรือเรื่องความไม่มั่นคงของงบประมาณ เนื่องจากงบประมาณที่ใช้นั้นมาจากการจัดสรรของกรมประชาสัมพันธ์เพียงแหล่งเดียว หากทางกรมฯไม่อนุมัติเงินให้ ก็หมายความว่า รายการวิทยุชุมชนคงต้องถึงแก่กาลอวสาน

(8) **ผลกระทบต่อการผลิตรายการ** ดังได้กล่าวมาแล้วว่า วิทยุชุมชนเป็นวิทยุอีกประเภทหนึ่งที่แตกต่างไปจากวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจที่เคยมี ซึ่งหมายความว่า ในแง่ของหลักการการผลิตรายการ การคัดเลือกเนื้อหา การประเมินผลรายการ ฯลฯ จะต้องมีการ/หลักการที่แตกต่างไปจากวิทยุที่เคยมี ตัวอย่างเช่น วิธีการผลิตรายการนั้นจะต้องมีการสำรวจความต้องการของผู้ฟังเสียก่อน ต้องมีการประเมินผลรายการซึ่งจะขาดเสียมิได้ ฯลฯ แต่เนื่องจากตัวบุคคลที่ได้รับแต่งตั้งให้มาทำวิทยุชุมชนนั้น มิได้รับการติดตั้งความเข้าใจวิทยุชุมชนมาด้วย ดังนั้น วิธีการผลิตรายการวิทยุชุมชนจึงมิได้มีลักษณะที่แตกต่างไปจากวิทยุสาธารณะ เช่น มิได้มีการสำรวจความต้องการของผู้ฟังก่อนเลย รวมทั้งไม่มีการกระตุ้นการมีส่วนร่วมของผู้ฟัง จึงอาจสรุปได้ว่า วิทยุชุมชนแบบนี้เปลี่ยนแปลง "สลากปัด" เท่านั้น แต่ "ตัวผลิตภัณฑ์" ในกล่องยังคงเหมือนเดิม

ในขั้นตอนสุดท้ายคือผลผลิตที่ออกมาจากโครงสร้างและวิธีการทำงานวิทยุชุมชนที่กล่าวมาข้างต้น ก็คือ รูปแบบและเนื้อหาของรายการที่จะส่งผลต่อการเปิดรับฟังของประชาชน และท้ายที่สุดก็คือ คำถามที่ว่า บทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชนคืออะไร

(9) ดังได้กล่าวมาแล้วว่า วิทยุชุมชนคนโคราชมีการจัดรายการทุกวัน วันละ 3 ช่วงเวลา วีรพงษ์และคณะได้สรุปว่า **เนื้อหาและรูปแบบรายการของวิทยุชุมชนคนโคราชนั้น** แม้ว่าจะมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวภายในชุมชน แต่ทว่าแหล่งข้อมูลของข่าวสารนั้นก็**เป็นหน่วยงานของรัฐเป็นหลัก** คณะวิจัยจึงได้ให้ข้อเสนอแนะวิทยุชุมชน จ.นครราชสีมา ว่า ควรจะขยายขอบเขตของเนื้อหาที่มาจากแหล่งข้อมูลอื่นๆ โดยเฉพาะเนื้อหาที่มาจากชุมชนต่าง ๆ ให้ครอบคลุมทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ อย่างไรก็ตาม ข้อเสนอแนะดังกล่าวจะเป็นจริงเป็นจังได้ก็ต่อเมื่อหน่วยงานขึ้นไปดูที่โครงสร้างของวิทยุซึ่งเป็นต้นทาง ถ้ากลุ่มคนที่เข้ามาร่วมการผลิตเป็นเพียง

คนกลุ่มเล็กๆ ที่มีได้เป็นตัวแทนของกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน การใช้แหล่งข้อมูลที่หลากหลายก็เป็นไปได้ยาก

สำหรับ**ประเภทของเนื้อหา**นั้น คณะวิจัยได้สรุปว่า ประเภทของเนื้อหาที่มีนั้นยังไม่ได้ตอบสนองความต้องการของคนส่วนใหญ่ ซึ่งมีอาชีพหลักเป็นเกษตรกร เนื่องจากเนื้อหาที่เอื้ออำนวยประโยชน์ให้แก่เกษตรกรมีน้อยมาก (ประมาณ 3% ของเนื้อหาทั้งหมด)

ในแง่ความครอบคลุมกลุ่มบุคคลนั้น ที่เห็นได้อย่างเด่นชัดก็คือ ไม่มีรายการสำหรับกลุ่มเด็กและเยาวชน ซึ่งหมายความว่า วิทยุชุมชนนี้ยังไม่ได้ให้บริการแก่คนทุกกลุ่มอย่างทั่วถึง

สำหรับวิธีการนำเสนอ นั้น จากกรณีศึกษาทั้ง 4 กรณีนั้น ประเด็นที่เป็นประเด็นสำคัญสำหรับวิทยุชุมชนก็คือ**ประเด็นเรื่องภาษาที่ใช้ในรายการ** ทั้งนี้เนื่องจากวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจนั้นมักจะใช้ภาษาไทยกลางสำหรับการสื่อสาร แต่ทว่าคุณลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งของวิทยุชุมชนก็คือ **ความสอดคล้องกับวัฒนธรรมและระสนิยมของท้องถิ่น** ดังนั้นในการสำรวจความพึงพอใจของผู้ฟังในงานวิจัยทั้ง 4 ชิ้น จึงพบว่าลักษณะที่ทำให้ผู้ฟังพอใจวิทยุชุมชนก็คือการใช้ภาษาของท้องถิ่นหรือใช้ภาษาท้องถิ่นควบคู่กับภาษากลาง แต่สำหรับวิทยุชุมชนคนโคราชนั้นจะใช้ภาษากลางเป็นสื่อ

(10) **การเปิดรับฟังของประชาชน** จากลักษณะของโครงสร้างวิทยุที่ไม่ค่อยแตกต่างจากวิทยุสาธารณะส่งผลมาถึงวิธีการดำเนินงาน การผลิตรายการ และทำที่สุดคือรูปแบบ/เนื้อหาของรายการที่จะส่งผลต่อเนื่องไปถึงการรับฟังของประชาชน

ผลการสำรวจการรับฟังของประชาชนที่มีต่อวิทยุชุมชนคนโคราช ที่มิวิจัยพบว่า

- จำนวนคนที่ไม่รู้จักวิทยุชุมชนมีถึงประมาณ 75%
- คนที่ฟังรายการวิทยุชุมชนคนโคราชมีเพียง 21% เท่านั้น
- ทั้งๆที่รายการวิทยุชุมชนดำเนินการมาได้ 3 ปีแล้ว แต่กลุ่มผู้ตอบส่วนใหญ่เพิ่ง

จะฟัง เมื่อประมาณครึ่งปีที่ผ่านมา

คณะวิจัยวิเคราะห์ว่า สาเหตุที่คนฟังวิทยุชุมชนมีจำนวนเพียงเล็กน้อยน่าจะเนื่องมาจากจำนวนช่วงเวลาของรายการที่ออกอากาศใน 3 ช่วงเวลาคือ 11-12 น. 13-14 น. และ 15-16 น. นั้นมีน้อยเกินไป และเป็นช่วงเวลาที่ไม่สอดคล้องกับอาชีพเกษตรกรซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของชุมชน รวมทั้งเนื้อหาของรายการก็ไม่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของคนกลุ่มใหญ่นี้

(11) **สำหรับการศึกษาบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชน** ซึ่งที่มิวิจัยได้ศึกษามาจากตัวเนื้อหารายการของวิทยุ ที่มิวิจัยได้แบ่งหมวดหมู่ของการศึกษาออกเป็น 3 ทิศทางการไหลของข่าวสารคือ

(ก) จากบนลงล่าง คือ เล่นบทบาทเป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารจากภาครัฐไปสู่ประชาชน

(ข) จากล่างขึ้นบน คือ เล่นบทบาทเป็นเครื่องมือส่งข่าวสารจากประชาชนถึงหน่วยงานรัฐ เช่น การร้องเรียนหรือสอบถามข้อมูล

(ค) การแสดงบทบาทเป็นสื่อกลางระหว่างประชาชนกับประชาชน

ผลการวิจัยพบว่า วิทยุชุมชนคนโคราชยังแสดงบทบาทหลัก (42%) ในการเป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารจากบนลงล่าง มีบทบาทเพียง 3% ในการเป็นสื่อกลางระหว่างประชาชนกับประชาชน และมีบทบาทประมาณ 6% ในการส่งข่าวสารจากล่างขึ้นบน ในแง่นี้ก็หมายความว่า วิทยุชุมชนยังไม่ได้แสดงบทบาทที่แตกต่างไปจากวิทยุสาธารณะหรือวิทยุธุรกิจเลย

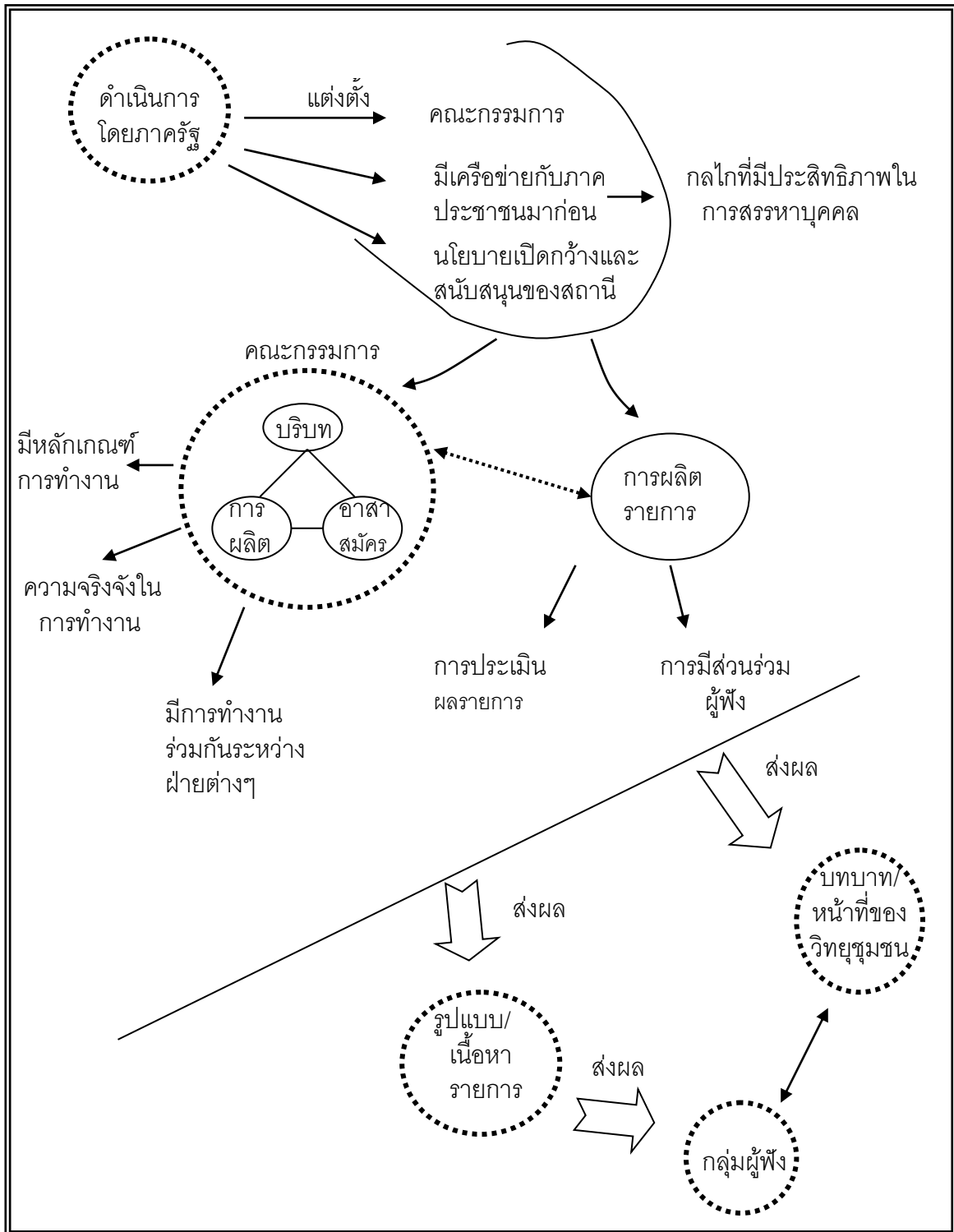
(ดูรายละเอียดในหัวข้อการใช้ประโยชน์และบทบาทหน้าที่ในตอนต่อไป)

ข้อเสนอแนะ

สำหรับรูปแบบโครงสร้างวิทยุชุมชนแบบแผนแรกนี้ ก็คงเป็นการทำงานของวิทยุชุมชนภายใต้กรอบของรัฐ การพัฒนาวิทยุชุมชนให้แสดงบทบาทหน้าที่อย่างแท้จริงให้มากขึ้นนั้น ก็คงต้องแก้ไขไปตามสาเหตุที่ระบุมาข้างต้น คือ

- (1) ควรปรับปรุงวิธีการได้มาซึ่งคณะกรรมการให้มีการประสานประสานระหว่างวิธีการแสวงหาตัวบุคคล ที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับงานวิทยุชุมชน เข้ากับวิธีการแต่งตั้งแบบทางราชการ
- (2) มีการกำหนดสัดส่วนของคณะกรรมการจากภาคต่างๆเอาไว้อย่างชัดเจน อย่างน้อยให้สัดส่วนของแต่ละภาคเท่าเทียมกัน
- (3) มีการระบุคุณสมบัติตัวบุคคลที่จะมาเป็นตัวแทนในแต่ละภาคเอาไว้อย่างเหมาะสม
- (4) มีการจัดหากลไกการแสวงหาตัวบุคคลให้ได้ตามคุณสมบัติที่ระบุเอาไว้ และควรเป็นกลไกที่เปิดกว้าง
- (5) มีการร่างกฎระเบียบของการทำงานร่วมกันอย่างชัดเจน
- (6) มีการวางระบบการบริหารงานที่ชัดเจน มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของแต่ละฝ่าย การกำหนดวาระการประชุม
- (7) มีวิธีการดำเนินงานที่เป็นไปหรือใกล้เคียงกับหลักการของวิทยุชุมชนให้มากที่สุด เช่น การสำรวจความต้องการของวิทยุ การประเมินผล

(3.1.2) แบบแผนที่ 2 : รูปแบบที่โครงสร้างรัฐเป็นหลัก แต่ชุมชนมีบทบาทมากขึ้น



ภาพที่ 10 : รูปแบบโครงสร้างวิทยุชุมชนของจ.บุรีรัมย์

จากแผนภาพข้างบนนี้จะเห็นได้ว่า โครงสร้างของวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์นั้น ในแง่กรอบใหญ่ๆมิได้แตกต่างจากจ.นครราชสีมา หากทว่าในขั้นตอนการปฏิบัติการนั้น มีตัวแปรหลายประการที่เข้ามาเกี่ยวข้องทำให้เกิดความแตกต่างที่ปลายทางอย่างมาก ดังนี้

(1) **การดำเนินการเริ่มต้นจากภาครัฐ** มีวิธีการเดียวกับจ.นครราชสีมาคือภาครัฐแต่งตั้งคณะกรรมการชุดต่างๆ คือ คณะกรรมการบริหารและคณะอนุกรรมการผลิตรายการ อย่างไรก็ตาม องค์ประกอบที่เพิ่มขึ้นมาในโครงสร้างก็คือ การมีชมรมอาสาสมัครวิทยุชุมชนที่ประกอบด้วยสมาชิกถึง 200 คน

(2) **สัดส่วนของภาคต่าง ๆ ในคณะกรรมการ** เป็นที่น่าสังเกตว่าถึงแม้จะไม่มีกำหนดหลักเกณฑ์ในการกำหนดสัดส่วนของภาคต่าง ๆ ในคณะกรรมการ แต่สัดส่วนของภาคประชาชนในคณะกรรมการชุดต่างๆ ของวิทยุชุมชนจ.บุรีรัมย์ ก็สูงกว่าวิทยุชุมชนคนโคราชอย่างเห็นได้ชัด กล่าวคือ ในคณะกรรมการบริหาร 16 ท่าน เป็นภาครัฐ 6 ท่าน ภาคประชาชน 4 ท่าน และเจ้าหน้าที่สถานี 4 ท่าน ในคณะอนุกรรมการการผลิตรายการ 14 ท่าน เป็นภาครัฐ 6 ท่าน ภาคประชาชน 7 ท่าน ภาคเอกชน 1 ท่าน ซึ่งนับว่าสัดส่วนของภาคประชาชนมีใกล้เคียงกับภาครัฐในคณะกรรมการทั้ง 2 ชุด อันอาจนับได้ว่า โครงสร้างดังกล่าวเริ่มมีร่องรอยของการทำงานร่วมกันอย่างค่อนข้างเสมอภาคระหว่างภาครัฐกับภาคประชาชนในงานวิทยุชุมชน

(3) **การมีกลไกที่มีประสิทธิภาพในการสรรหาบุคคล** ก่อนหน้าที่จะเกิดโครงการนำร่องวิทยุชุมชนของกรมประชาสัมพันธ์นั้น ทางสถานีฯได้จัดสรรเวลาบางส่วนให้ภาคประชาชนได้เข้ามาแสดงความคิดเห็นร่วมคิดร่วมคุยในประเด็นต่างๆ กล่าวคือ วิทยุสาธารณะเองได้ทำหน้าที่เป็นพื้นที่/เวทีสำหรับการแสดงความคิดเห็นของประชาชนอยู่แล้ว (ลักษณะดังกล่าวนี้จะมีบางส่วนที่คล้ายคลึงกับกรณีของวิทยุชุมชน จ.น่าน) ดังนั้น เมื่อเกิดโครงการวิทยุชุมชน จึงทำให้ทางสถานีสามารถดำเนินงานได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และถูกฝาถูกตัวเพราะมีเครือข่ายอยู่แล้ว ทางสถานีสามารถระบุตัวบุคคลที่มีความสนใจ มีความสามารถและมีความจริงจังในการทำงานวิทยุได้อย่างถูกต้อง

นอกเหนือจากกลไกการสรรหาบุคคลที่เกิดมาจากเครือข่ายที่มีประสบการณ์การทำงานร่วมกันดังกล่าวมาแล้ว ทางสถานีวิทยุบุรีรัมย์ยังเปิดช่องทางการแสวงหาตัวบุคคลให้กว้างขวางไปมากยิ่งขึ้น ด้วยการประกาศรับสมัครผ่านทางรายการวิทยุกระจายเสียง โดยให้ผู้สนใจเขียนจดหมายสมัครมาหรือเดินทางมาสมัครที่สถานีโดยตรง การเปิดกว้างในการสรรหาบุคคลเช่นนี้ **เป็นกลไกที่สำคัญในการเริ่มต้นวางศิลาฤกษ์ให้บรรดาผู้ที่มีความสนใจในกิจการวิทยุ** สามารถ "เข้าถึง" วิทยุชุมชนได้ และเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้วิทยุชุมชนประกอบด้วยอาสาสมัครจำนวนมากสมดังคุณสมบัติ "การเป็นวิทยุอาสาสมัคร"

(4) **มีการระบุหลักเกณฑ์ที่แน่นอนในการคัดเลือกบุคคล** เนื่องจากกิจการวิทยุเป็นงานการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ ซึ่งสามารถจะนำมาใช้การได้ทั้งประโยชน์ส่วนรวมหรือประโยชน์ส่วนตัว ดังนั้น เมื่อได้ใช้ช่องทางที่เปิดกว้างสำหรับคนทุกคนในเวลาเดียวกัน ทางสถานีวิทยุบุรีรัมย์ก็ต้องมีความรอบคอบมากในการกำหนดหลักเกณฑ์ที่แน่นอนในการคัดเลือกตัวบุคคลที่จะมาร่วมงาน ในการนี้ ผู้อำนวยการสถานีวิทยุบุรีรัมย์ได้ระบุคุณสมบัติของผู้ที่จะมาร่วมงานไว้ว่า "ต้องเป็นบุคคลที่สนใจงานวิทยุ มีความกระตือรือร้น และพร้อมที่จะอุทิศตนเพื่อชุมชน เพราะงานนี้ไม่มีค่าจ้าง" นอกจากนั้นก็ต้องไม่เป็นฐานเสียงหรือคนของพรรคการเมือง และทางวิทยุมีกลไกที่จะตรวจสอบได้เพราะมีเครือข่ายในพื้นที่ ทั้งนี้เพื่อให้การใช้สื่อเพื่อนำเสนอเนื้อหาที่เป็นกลางเท่านั้น

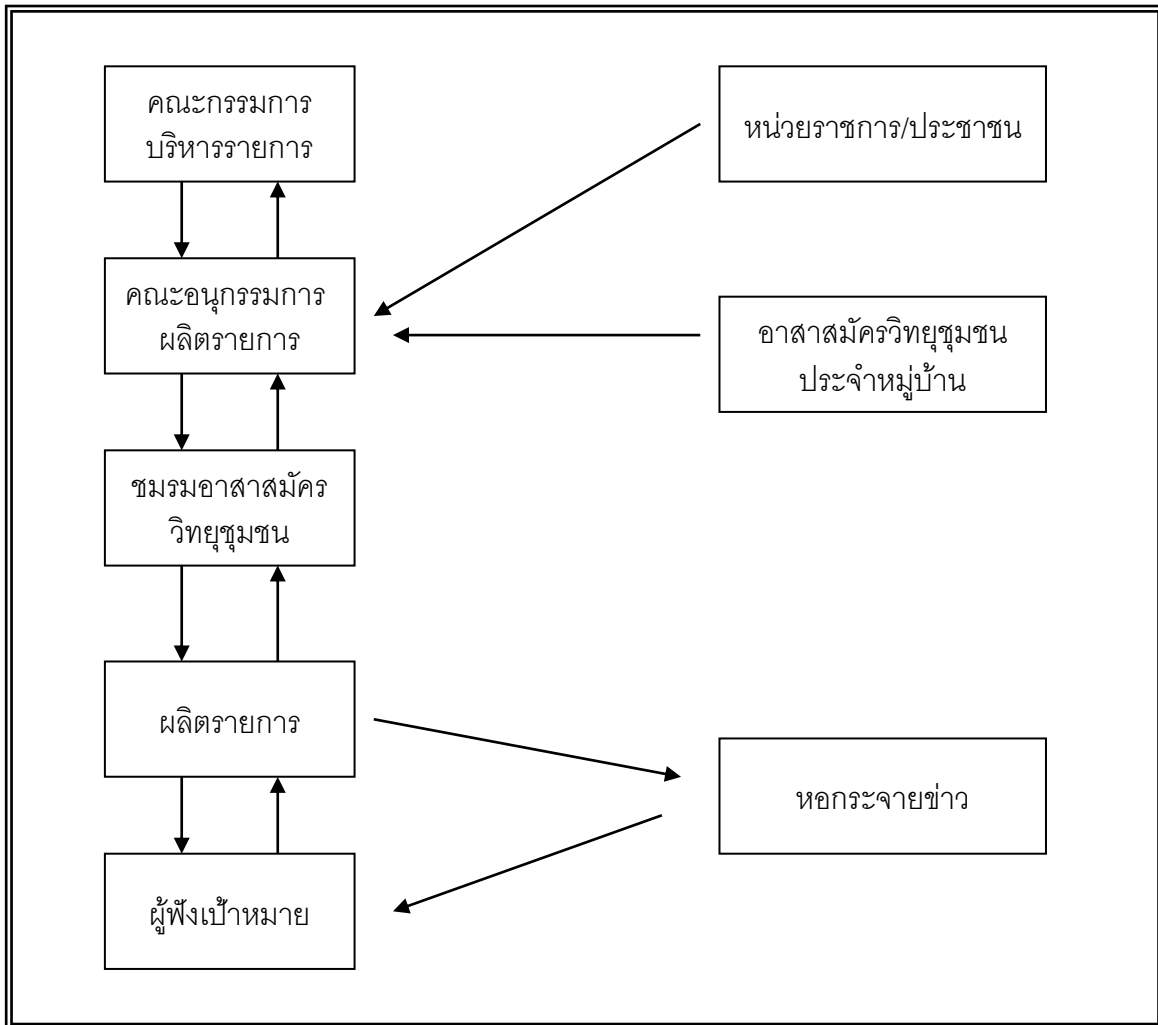
(5) **ปัจจัยที่เอื้ออำนวยสำหรับวิทยุชุมชน : นโยบายที่เปิดกว้างและสนับสนุนของสถานี** เมื่อเริ่มมีโครงการวิทยุชุมชนนั้น ทางผู้อำนวยการสถานีได้จัดสรรช่วงเวลาให้แก่วิทยุชุมชนถึง 5 รายการ และยกรวมเอารายการเดิมของสถานีเข้ามาไว้รวมทั้งสิ้นเป็น 10 รายการ โดยจัดตลอดเกือบทั้งวัน และมีความหลากหลายในตัวรายการ

หากวิเคราะห์ที่มาของปรากฏการณ์นี้ก็ น่าจะเนื่องมาจากทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในของวิทยุชุมชน ปัจจัยภายนอกน่าจะ ได้แก่บริบทของชุมชน คือ จ.บุรีรัมย์ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า จ.บุรีรัมย์เป็นเมืองเล็กๆ ไม่ใช่เมืองธุรกิจ ดังนั้น วิทยุจึงไม่ค่อยได้ถูกใช้เพื่อเป็นเครื่องมือทางการค้าและมีโอกาสสูงที่จะนำมาใช้เป็นกลไกการสื่อสารสาธารณะ

ส่วนปัจจัยภายในนั้น น่าจะได้แก่การเล็งเห็นความสำคัญของการใช้วิทยุเป็นพื้นที่สาธารณะสำหรับชุมชน ดังเช่นที่ทางสถานีได้เปิดโอกาสให้คนกลุ่มต่าง ๆ เข้ามามีส่วนร่วมในสถานีตั้งแต่ช่วงก่อนยุควิทยุชุมชน และเมื่อก้าวเข้าสู่ยุควิทยุชุมชน ทางสถานีก็ได้มีนโยบายสนับสนุนอย่างเต็มที่ด้วยการจัดสรรเวลาให้ถึง 10 รายการ

เมื่อมีรายการที่หลากหลาย ก็ย่อมมีโอกาสที่เนื้อหารายการจะตอบสนองของคนกลุ่มต่าง ๆ ทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ ทุกความสนใจได้มากขึ้น และนอกจากนั้นการมีรายการบางรายการเช่น รายการ "พันธตรงประเด็น" ซึ่งเป็นรายการวิพากษ์วิจารณ์การให้บริการประชาชนของหน่วยงานของรัฐ การวิจารณ์การเมือง ฯลฯ ก็ยังแสดงให้เห็นถึงทัศนะและจิตใจที่เปิดกว้างของฝ่ายนโยบายของสถานีวิทยุของรัฐ

(6) โครงสร้างการดำเนินงานภายใน มีรูปแบบดังนี้



ภาพที่ 11: โครงสร้างการดำเนินงานภายในของวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์

เมื่อเปรียบเทียบกับวิทยุชุมชนคนโคราชแล้ว องค์ประกอบของโครงสร้างการดำเนินงานภายในจะมีส่วนที่คล้ายคลึงกัน คือ มีคณะกรรมการ 2 ชุด คือกรรมการบริหารและคณะอนุกรรมการผลิตรายการ แต่ทว่าสิ่งที่แตกต่างออกไปคือ วิทยุชุมชนจ.บุรีรัมย์ มีชมรมอาสาสมัครฯ ซึ่งประกอบด้วยสมาชิกประมาณ 200 คน ที่มีการจัดตั้งเป็นเครือข่ายอย่างดี

การมีชมรมอาสาสมัครซึ่งเป็นช่องทางสำคัญให้ดำเนินการได้เข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้นนั้น ทำให้วิทยุชุมชนจ.บุรีรัมย์มีลักษณะที่ตรงกับคุณลักษณะของวิทยุชุมชน กล่าวคือ เป็นวิทยุของอาสาสมัคร ทรัพยากรทุกด้านไม่ว่าจะเป็นด้านกำลังคน แรงงาน กำลังความคิด กำลังทรัพย์ จึงได้มาจากกองทัพอาสาสมัครเหล่านี้ และเป็นเหตุผลสำคัญที่อธิบายว่าเพราะเหตุใดวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์จึงสามารถจัดรายการได้ถึง 10 รายการทุกวัน

(ดูรายละเอียดเรื่องอาสาสมัครในตอนต่อไป)

(7) **การมีหลักเกณฑ์ที่แน่นอนในการทำงาน** หลังจากที่ได้อัตว์บุคคลที่มีความเหมาะสมและเอาจริงเอาจังในการทำงานมาแล้ว รวมทั้งมีการออกแบบโครงสร้างการทำงานที่มีสัดส่วนภาครัฐ/ภาคประชาชนอย่างค่อนข้างเหมาะสมกับลักษณะวิทยุชุมชน ก็ยังมีปัจจัยตัวที่ 3 ที่ช่วยให้การทำงานวิทยุชุมชนบุรีรัมย์สามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างต่อเนื่องคือ การกำหนดหลักเกณฑ์ที่แน่นอนในการทำงาน เช่น การกำหนดอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการผลิตรายการ เอาไว้อย่างชัดเจนว่า

....1. ผลิตและจัดทำรายการ.....

....3. เชิญบุคคลหรือองค์กรมาให้ข้อมูลหรือร่วมรายการได้ตามความเหมาะสม...

การกำหนดหลักเกณฑ์การทำงานที่แน่นอนเอาไว้ จะเป็นเกราะป้องกันปัญหาเรื่องความขัดแย้งที่จะเกิดขึ้นในการทำงานร่วมกันระหว่างบุคคลที่มีภูมิหลังและวัฒนธรรมในการทำงานที่แตกต่างกัน และยังเป็นกลไกในการแก้ไขปัญหาเมื่อได้เกิดขึ้นแล้วอีกด้วย

8. วิธีการผลิตรายการ ตามหลักการแล้ว การผลิตรายการของวิทยุชุมชนนั้น จะต้องมีการสำรวจความต้องการของชุมชนเสียก่อน ดังเช่นตัวอย่างอุดมคติของวิทยุชุมชน จ.จันทบุรี (ดูสุรินทร์, 2533) และหลังจากที่ได้กระจายเสียงไปแล้ว ก็ต้องมีการประเมินผลเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการให้ตรงตามความต้องการของชุมชน

สำหรับวิทยุชุมชนบุรีรัมย์นี้ ผลจากการวิจัยไม่ได้ระบุว่า ได้มีกระบวนการสำรวจความต้องการของชุมชนก่อนที่จะมีการออกแบบรูปแบบและเนื้อหารายการหรือไม่ อย่างไรก็ตาม ข้อมูลที่แน่นอนได้ระบุว่า หลังจากออกอากาศไปได้ 3 เดือนแรก (ต.ค.-ธ.ค. 2541) คณะอนุกรรมการผลิตรายการได้**ทำการติดตามและประเมินผล** และได้้นำผลการประเมินรวมทั้งความต้องการของประชาชนมา**กำหนดเป็นเนื้อหา**รายการซึ่งเป็นไปตามหลักการวิธีการผลิตรายการของวิทยุชุมชน

9. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการผลิตรายการ ก่อนหน้าที่จะเริ่มโครงการวิทยุชุมชนนั้น สถานีวิทยุ (สวท.บุรีรัมย์) ได้ทำโครงการวิทยุชุมชนกับ "คนอปม." (อาสาสมัครประชาสัมพันธ์หมู่บ้านประมาณ 142 คนจาก 21 อำเภอ กับ 2 กิ่งอำเภอ) ทั้งนี้เพื่อเปิดโอกาสให้อปม.เหล่านี้ได้มีโอกาสเข้ามาช่วยในฐานะ "ผู้ส่งสาร" หรือการสื่อข่าวสาร เสนอผลงานแลกเปลี่ยนความเห็นและทัศนคติที่แตกต่างกัน เพื่อเพิ่มศักยภาพของอปม.ในการสื่อวิทยุ กลุ่มอปม.นี้ถือได้ว่าเป็น "กลุ่มประชาชนแถวหน้า" ที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตรายการ

นอกจากกลุ่มอปม.นี้แล้ว วิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์ยังมีกลไกของ "กลุ่มอาสาสมัคร" ที่ได้กล่าวไปแล้ว ซึ่งทำหน้าที่หลายอย่าง (ดูรายละเอียดต่อไป) ดังนั้น **กลุ่มอาสาสมัครนี้**จึงเป็นทั้งกลุ่มที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตรายการในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เป็นแหล่งข้อมูล และยังทำหน้าที่เป็น**ช่องทาง/เชื่อมต่อ**ระหว่างวิทยุชุมชนกับผู้รับฟังคนอื่นๆ

(10) **รูปแบบและเนื้อหารายการ** ผลสืบเนื่องจากการจัดวางโครงสร้างของวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับ "ความเป็นวิทยุชุมชน" ที่แท้จริง กล่าวคือ เป็นวิทยุระบบอาสาสมัคร ทั้งที่อยู่ใต้กรอบการทำงานของรัฐ หากแต่การมีปัจจัยด้าน "ตัวบุคคล" คือ ผู้มีอำนาจในหน่วยงานรัฐที่มีความเข้าใจในหลักการของวิทยุชุมชน และมีการลงมือทำงานตามความเข้าใจ (ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น) ทำให้ผลผลิตที่เป็นรูปแบบและเนื้อหารายการของวิทยุชุมชนปรากฏออกมาดังนี้

- ปริมาณของรายการวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์ มีถึง 10 รายการและออกอากาศทุกวัน
- ช่วงเวลาที่ออกอากาศแบ่งเป็น 3 ภาค คือภาคเช้า กลางวัน และเย็น ซึ่งในแต่ละช่วงเวลานั้นได้จัดให้สอดคล้องกับลักษณะวิถีชีวิตประจำวันของคนแต่ละกลุ่ม เช่น

เวลา 05.00-05.15 น. เป็นรายการคติธรรมประจำวัน

เวลา 05.15-06.00 น. เป็นรายการทันข่าวเช้า

เวลา 18.00-19.00 น. เป็นรายการดีใจเยาวชน

การจัดตารางเวลาของวิทยุชุมชนให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตประจำวันของคนแต่ละกลุ่มทำให้โอกาสที่จะเข้าถึงผู้รับสารมีสูง กล่าวคือ ผู้ฟังมีโอกาสจะเปิดรับฟังได้

- สำหรับรูปแบบรายการนั้นก็หลากหลายถึง 3 รูปแบบ คือนิตยสารทางอากาศ 5 รายการ พุดคุยกับผู้ฟัง 3 รายการ และพุดคุยสลับเพลง 2 รายการ ซึ่งรายการนิตยสารทางอากาศนั้นเป็นรูปแบบการนำเสนอที่ทีมงานผลิตต้องทำงานอย่างหนักในแง่การเตรียมคน/วัสดุอุปกรณ์เพื่อนำมาใช้ในการประกอบรายการ แต่ก็ยังเป็นรูปแบบที่ประชาชนให้ความสนใจมากที่สุด จึงนับว่าวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์ได้ตอบสนองความต้องการด้านรูปแบบของประชาชนเป็นอย่างดี

● ในแง่เนื้อหาของรายการนั้น เมื่อแบ่งโดยใช้เกณฑ์เรื่อง "ภายใน/ภายนอกชุมชน" จะพบว่า วิทยุชุมชนบุรีรัมย์มีสัดส่วนเนื้อหาทั้ง 2 ประเภทใกล้เคียงกัน คือเนื้อหาในชุมชน 56% จึงถือได้ว่าเป็นไปตามหลักการของวิทยุชุมชนที่มีลักษณะเนื้อหาที่ควรจะเป็นเรื่องราวของชุมชน

● สำหรับประเภทของเนื้อหานั้น ทีมวิจัยได้แบ่งประเภทเนื้อหาออกเป็น 13 ประเภท และพบว่าสัดส่วนของเนื้อหาในแต่ละประเภทนั้นจะกระจายกันออกไป ไม่หนักไปที่เนื้อหาใดเนื้อหาหนึ่ง 5 อันดับแรกของเนื้อหาที่มีมากที่สุดคือ เรื่องสังคม เกษตร การเมือง เศรษฐกิจ และสุขภาพ และ 86% ของเนื้อหาทั้งหมดมีลักษณะเป็นข้อมูลข่าวสารโดยมีเนื้อหาประเภทบันเทิงเพียง 14% นี่ก็นับได้ว่า เนื้อหาของวิทยุชุมชนบุรีรัมย์มีลักษณะที่เหมาะสมกับความเป็นวิทยุชุมชน

- ในเรื่องภาษาที่ใช้นำเสนอ ซึ่งมักจะเป็นประเด็นปัญหาเสมอสำหรับวิทยุที่ตั้งอยู่ในท้องถิ่นและมีวัฒนธรรมเฉพาะที่ สำหรับรายการที่ปรากฏในวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจนั้นมักจะไม่มีปัญหาคือเป็นการใช้ภาษาไทยกลางมาตรฐานโดยตลอด แต่สำหรับวิทยุชุมชนซึ่งมีหลักการว่าต้องให้สอดคล้องกับรสนิยมของท้องถิ่นนั้น ก็มักจะเป็นประเด็นว่า ควรจะใช้ภาษาใด

วิทยุชุมชนจ.บุรีรัมย์ใช้ภาษากลางเกือบทั้งหมดในทุกรายการ ยกเว้นรายการ**ภูมิปัญญาชาวบ้าน** ซึ่งใช้ภาษาอีสานผสมกับภาษากลาง และรายการ**ทันข่าวเช้า**นี้ก็ใช้ภาษาอีสานทุกวันศุกร์ในการประกาศแจ้งข่าวในรายการ ซึ่งก็นับว่าเป็นการก้าวเข้าสู่ "ความเป็นชุมชน" ในแง่มุมมองของวัฒนธรรมอีกก้าวหนึ่ง

- มีข้อที่น่าสังเกตเกี่ยวกับ "ความใจกว้าง" และ "ความเข้าใจ" ในหลักการและบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชนในภาครัฐซึ่งแสดงออกมาในเรื่องรูปแบบและเนื้อหาของรายการของวิทยุชุมชน หนึ่งในสิบรายการของวิทยุชุมชนจ.บุรีรัมย์คือรายการ**พันธตรงประเด็น** ซึ่งมีเนื้อหารายการที่เป็นการวิพากษ์วิจารณ์การให้บริการประชาชนของหน่วยงานของรัฐ วิจารณ์การเมือง ฯลฯ การที่รายการเช่นนี้สามารถดำรงอยู่ได้ภายในสถานีวิทยุของรัฐเอง สะท้อนให้เห็นความเข้าใจอันดีอย่างยิ่งของภาครัฐเอง

(11) การเปิดรับฟังของประชาชน ผลจากการสำรวจตามชุมชนต่าง ๆ ของทีมวิจัยพบว่า จำนวนผู้ที่รู้จักวิทยุชุมชนบุรีรัมย์มีถึง 51%

- จำนวนผู้ฟังที่ฟังวิทยุชุมชนมีถึง 46% (ในขณะที่ในจ.บุรีรัมย์มีสถานีวิทยุถึง 5 สถานี)

- มีผู้ที่พอใจวิทยุชุมชนในระดับชอบ-ชอบมากถึง 40%

ตัวเลขการเปิดรับฟังของประชาชนนี้นับเป็นตัวเลขที่น่าพึงพอใจเมื่อคำนึงถึงว่าวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์เพิ่งดำเนินการมาได้เพียง 3 ปี และอยู่ท่ามกลางวิทยุสถานีอื่นๆ เหตุผลที่น่าจะเป็นคำอธิบายพฤติกรรมการรับฟังดังกล่าวนั้นก็น่าจะเริ่มมาจากโครงสร้างของวิทยุที่มีนโยบายสนับสนุนวิทยุชุมชนอย่างจริงจัง ส่งผลถึงการให้เวลาแก่รายการวิทยุชุมชนหลายช่วงเวลา ทำให้มีเนื้อหาที่หลากหลาย บวกผสมกับการสามารถดึงตัวบุคคลที่มีความสนใจในงานวิทยุเข้ามาร่วมทำงานกันอย่างจริงจัง รวมทั้งมีการติดตามประเมินผลเพื่อพัฒนารายการ และที่สำคัญที่สุดคือการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในงานวิทยุ

(12) บทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชน

สำหรับปัจจัยตัวสุดท้ายคือบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชนบุรีรัมย์นั้นจะเป็นเสมือนบทสรุปที่เกิดมาตั้งแต่การจัดออกแบบโครงสร้างของวิทยุ วิธีการดำเนินงาน จนกระทั่งถึงผลผลิตคือรูปแบบและเนื้อหาของรายการ ดังนั้น การศึกษาบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์อันเป็นผลจากการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการจึงปรากฏดังนี้

หากแบ่งบทบาทหน้าที่ของวิद्यุชุมชนออกเป็น 3 ทิศทางของการสื่อสารจะพบผล ดังนี้

(1) บทบาทของการไหลของข่าวสารจากบนลงล่าง (Top-down) ก็ยังเป็นบทบาทที่ชัดเจน กล่าวคือ วิद्यุชุมชนยังมีบทบาทเป็นผู้ให้ข่าวสาร ให้การศึกษา และระดมความร่วมมือ (83%-95%)

(2) บทบาทของการไหลของข่าวสารในแนวนอน (horizontal) อันได้แก่ การสื่อสารระหว่างประชาชนกับประชาชนด้วยกัน ก็มีสัดส่วนใกล้เคียงกับบทบาทแรก (81%-85%)

(3) บทบาทของการไหลของข่าวสารจากล่างขึ้นบน (bottom-up) อันได้แก่ บทบาทในการเป็นช่องทางร้องเรียนและสอบถามข้อมูล บทบาทในการตรวจสอบปัญหาที่ประชาชนร้องเรียนก็มีสัดส่วนสูงเช่นเดียวกัน (72%-88%)

หากดูภาพรวมของทิศทางการไหลของข่าวสารแล้วจะเห็นว่า ทั้ง 3 ทิศทางนั้นมีลักษณะที่ค่อนข้างสมดุลย์ โดยที่บทบาทที่มีลักษณะเฉพาะของวิद्यุชุมชนเช่น การเป็นสื่อกลางเชื่อมโยงระหว่างประชาชนกับประชาชน หรือการสื่อสารแบบจากล่างขึ้นบน (ซึ่งวิद्यุชุมชน จ.บุรีรัมย์ จัดเนื้อหาเอาไว้ในรายการของวิद्यุเลย) มีลักษณะเด่นชัดอย่างยิ่ง ซึ่งหมายความว่า วิद्यุชุมชน จ.บุรีรัมย์ที่อยู่ภายใต้โครงสร้างของรัฐก็ยังสามารถทำหน้าที่วิद्यุชุมชนได้อย่างใกล้เคียงกับหลักการเป็นอย่างยิ่ง

ข้อเสนอแนะ

การดำเนินงานของวิद्यุชุมชน จ.บุรีรัมย์นี้แม้จะเป็นการปฏิบัติงานของวิद्यุชุมชนที่อยู่ภายใต้กรอบของรัฐ แต่ทว่าก็มีบทเรียนมากมายที่แสดงให้เห็นว่า ภายใต้กรอบดังกล่าว จะสามารถดำเนินงานวิद्यุชุมชนให้ใกล้เคียงกับหลักการและแนวคิดได้อย่างไร

จึงมีข้อเสนอแนะว่า ให้วิद्यุชุมชนที่มีระดับ/สถานภาพเช่นเดียวกับวิद्यุชุมชน จ.บุรีรัมย์ ศึกษาวิธีการดำเนินงานของวิद्यุชุมชน จ.บุรีรัมย์นี้เพื่อใช้เป็นต้นแบบต่อไป

3.1.3 แบบแผนที่ 3 : รูปแบบที่ตัวแทนชุมชนค่อนข้างเป็นหลัก แม้จะอยู่ภายใต้ สถานะของรัฐ

สำหรับรูปแบบวิถุชุมชนในแบบแผนที่ 3 นี้เป็นกรณีตัวอย่างของวิถุชุมชน จ.น่านที่
วิระวรรณ (2547) ได้ทำการศึกษาโดยใช้วิธีการศึกษาที่แตกต่างจากกรณีของวิถุชุมชนโคราช
และบุรีรัมย์ที่ได้กล่าวถึงมาแล้ว ทั้งนี้เนื่องจากวิถุชุมชน จ.น่านได้ผ่านช่วงเวลาของการแสวงหา
วิถุชุมชนมาหลายยุคสมัย รวมทั้งบริบทของสังคม จ.น่านมีการรวมกลุ่ม/องค์ประชาสังคมที่มี
ความเข้มแข็ง ดังนั้น กรณีของวิถุชุมชน จ.น่านจึงมิได้มีลักษณะเป็นแบบ "ม้วนเดียวจบ" หรือเพิ่ง
เปิดบันทึกหน้าประวัติศาสตร์เมื่อมีมาตรา 40 และโครงการนำร่องของกรมประชาสัมพันธ์ หาก
ทว่าวิถุชุมชนจ.น่านได้ค่อยๆ จูนดีกรี "ความเป็นวิถุชุมชน" มาเป็นหลายระลอกผ่านยุคสมัย
ต่างๆ ดังนี้

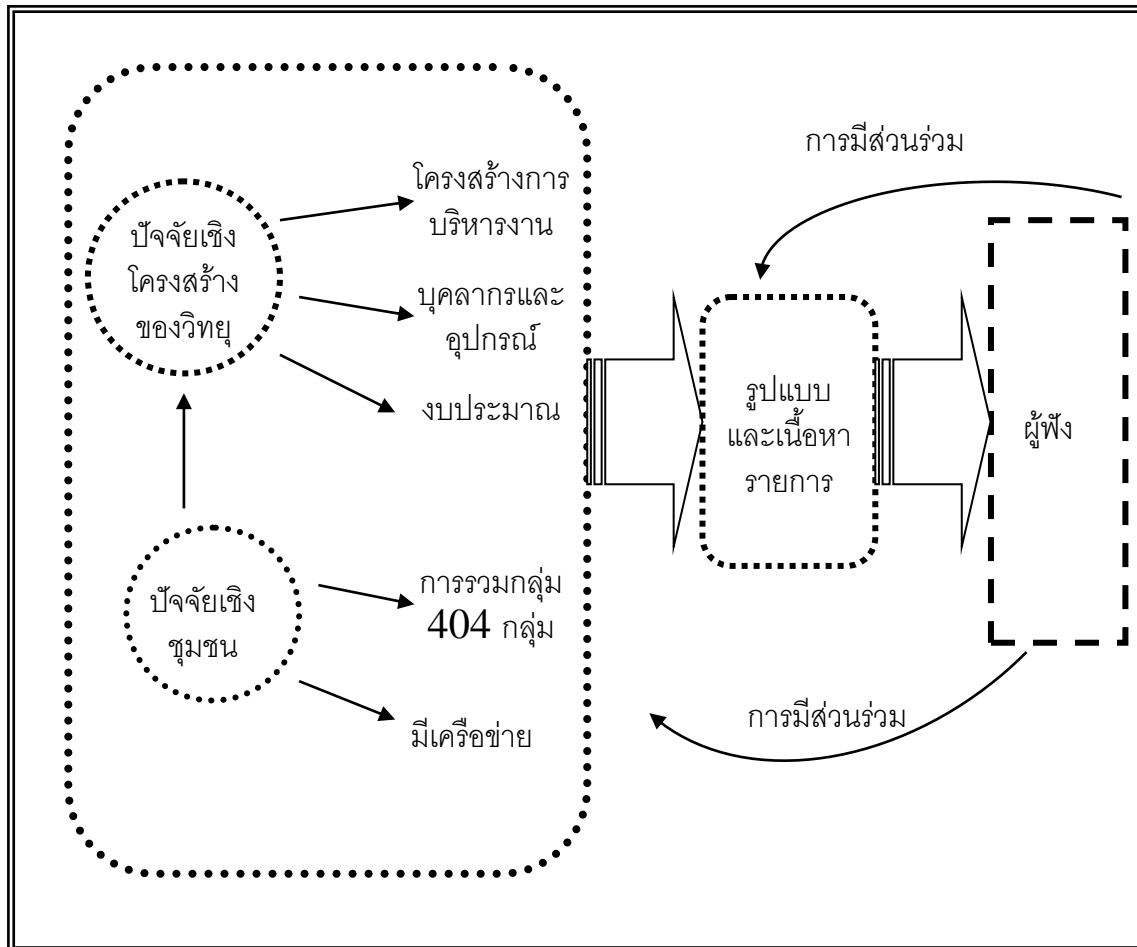
- **ยุค 1 (2516-2536)** ยุคนี้เริ่มตั้งแต่เปิดสถานีวิถุสวท. จ.น่าน เมื่อปี 2516 มา
จนถึงปี 2533 วิธีการจัดรายการก็จะเป็นแบบภาครัฐสื่อसारจากบนลงล่าง ประชาชนมีลักษณะ
เป็นเพียงผู้รับฟัง แต่ในช่วงปีพ.ศ.2534-36 ทางวิถุได้เริ่มเปิดให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม ด้วยการ
มาร่วมในรายการ มาให้ข้อมูลหรือโทรศัพท์เข้ามาในรายการ

- **ยุค 2 (2536-2538)** ในภาคประชาชนเกิดการรวมตัวเป็นองค์กรขนาดใหญ่ชื่อ
กลุ่มฮักเมืองน่าน กลุ่มนี้ได้เข้ามาขอเป็นผู้จัดรายการวิถุเพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่
ประชาสัมพันธ์แก่บรรดาเครือข่าย โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับการทำงานพัฒนาของประชาชน
กระบวนการทำงานนั้น กลุ่มฮักเมืองน่านมีอิสระในการเลือกประเด็นโดยมี สวท.กลั่นกรอง

- **ยุค 3 (2538-2540)** เนื่องจากงานวิถุเป็นงานที่ต้องใช้ความต่อเนื่องสม่ำเสมอ
แต่กลุ่มฮักเมืองน่านมีกิจกรรมอย่างอื่น ๆ และทำงานวิถุเป็นงานประกอบ จึงไม่มีกำลังคนเพียง
พอที่จะดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง และต้องหยุดการจัดรายการไป

- **ยุค 4 (2540-2543)** เมื่อเกิดมีมาตรา 40 สวท.น่านจึงได้ริเริ่มการดำเนินการวิถุ
ชุมชนขึ้นมาใหม่ โดยได้เชิญกลุ่มประชาชนหลายกลุ่มมาร่วมประชุมกัน เพื่อร่วมดำเนินงานจัด
รายการวิถุชื่อ "วิถุชุมชนคนเมืองน่าน" ในช่วงเวลาดังกล่าวนั้น เป็นช่วงเวลาที่กลุ่มประชาชน
กลุ่มต่าง ๆ ได้ร่วมเรียนรู้วิธีการดำเนินงานวิถุร่วมกับสวท.น่าน

- **ยุค 5 (2543-2545)** หลังจากที่ประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ได้สะสมประสบการณ์
เกี่ยวกับการดำเนินงานวิถุมาไ้ระยะหนึ่ง ในเดือนกุมภาพันธ์ 2543 สวท.ได้เชิญตัวแทนของกลุ่ม
ต่างๆ ที่ร่วมทำงานกับสวท. มาจัดตั้งเป็นคณะกรรมการบริหารวิถุชุมชน ซึ่งองค์ประกอบของ
คณะกรรมการจะเป็นตัวแทนจากชุมชน 13 คน ตัวแทนจากหน่วยราชการต่าง ๆ 9 คน เจ้าหน้าที่
สวท. 6 คน ซึ่งอาจนับได้ว่าเป็นการทำงานของคณะกรรมการที่เป็นตัวแทนของกลุ่มต่าง ๆ
พอสมควร



ภาพที่ 12 : โครงสร้างของวิทย์ชุมชน จ.น่าน

สำหรับงานศึกษาวิทย์ชุมชน จ.น่านนี้ได้เจาะลึกในยุคที่ 5 ซึ่งจัดได้ว่าเป็นยุคที่มีรูปแบบของวิทย์ชุมชนมากที่สุด

1. **ปัจจัยเชิงโครงสร้างที่สำคัญที่สุด**ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับรายการวิทย์ชุมชนคนเมืองน่านคือ ทางสถานีไม่ได้ดำเนินงานในเชิงธุรกิจที่ขายเวลาในลักษณะให้สัมปทานกับภาคธุรกิจเอกชน หากแต่ได้จัดสรรเวลาให้หน่วยราชการต่าง ๆ มานำเสนอรายการในลักษณะการประชาสัมพันธ์ ดังนั้น ทางสถานีจึงสามารถพิจารณาจัดสรรเวลาตั้งแต่ 13.00-15.00 ทุกวันจันทร์-ศุกร์ ให้มีการดำเนินงานวิทย์ชุมชนได้

2. **สำหรับโครงสร้างการบริหารงาน**นั้น เนื่องจากเป็นรูปแบบที่อยู่ภายใต้กรมประชาสัมพันธ์ ดังนั้นกรอบใหญ่ๆของโครงสร้างการบริหารงานจึงมีลักษณะเหมือนวิทย์ชุมชนโคราชและบุรีรัมย์ คงมีแต่ความแตกต่างในระดับของการดำเนินการ

ที่มาของโครงสร้างการบริหารของวิเทศชุมชนคนเมืองน่าได้มาจากการออก
จดหมายเชิญประชุมตัวแทนของกลุ่มประชาชนและหน่วยงานรัฐที่มีประสบการณ์ทำงานร่วมกับ
ทางสถานีมาเป็นเวลา 3 ปีตามที่ได้กล่าวมาแล้ว จากจดหมายเชิญ 50 ราย มีผู้มาเข้าร่วม 25 ราย
และผู้ที่มาประชุมทั้งหมดก็ได้จัดรูปองค์กรเป็น "คณะกรรมการวิเทศชุมชน"

ต่อจากนั้น คณะกรรมการชุดนี้ก็ได้วางระบบการเลือกตั้งเพื่อสรรหาประธานชมรม
และจัดแบ่งฝ่ายต่าง ๆ 5 ฝ่าย คือ ฝ่ายบริหาร ฝ่ายประสานและสรรหาข้อมูล ฝ่ายวิชาการ ฝ่าย
รายการ และฝ่ายเทคนิค

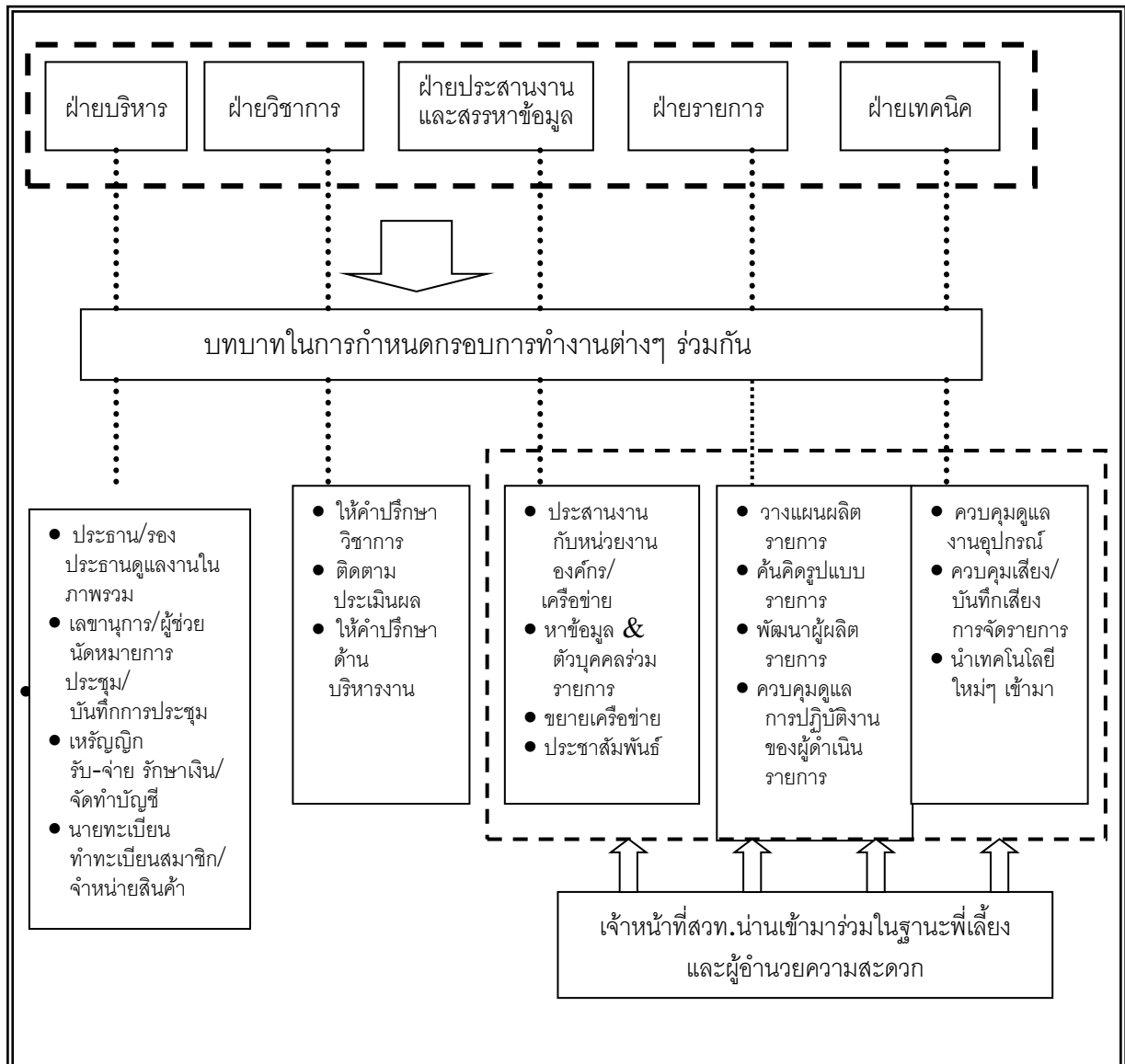
หากพิจารณาองค์ประกอบของคณะกรรมการโดยแบ่งด้วยเกณฑ์ "คนของภาค
ประชาชน" และ "ภาครัฐ" แล้ว ดังได้กล่าวมาแล้วว่าสัดส่วนของทั้งสองส่วนนั้นใกล้เคียงกัน แต่ที่
สำคัญก็คือ กลไกการที่มีประสบการณ์การทำงานวิเทศชุมชนมาในช่วงเวลาหนึ่ง นับเป็นกลไกที่มี
ประสิทธิภาพในการสรรหาตัวบุคคลสำหรับภารกิจงาน (เช่นเดียวกับกรณีของวิเทศชุมชนบุรีรัมย์)

ส่วนลักษณะของโครงสร้างองค์กรนั้น จะเห็นได้ว่า โครงสร้างขององค์กรทำงาน
ของวิเทศชุมชนคนเมืองน่ามีลักษณะที่เป็น**ตัวของตัวเอง**มากกว่าวิเทศชุมชนคนโคราชและ
บุรีรัมย์ ซึ่งออกแบบองค์กร "แบบราชการ" มาก คือมี "หน่วยงานบริหาร" ซึ่งมีอำนาจหน้าที่สูงกว่า
"ฝ่ายปฏิบัติการ" แต่คณะกรรมการของวิเทศชุมชนคนเมืองน่า ทุกหน่วยงานอยู่ในระนาบเดียวกัน
หมด และมีคณะกรรมการบริหารที่แยกตัวออกมาจากหน่วยงานรัฐ **รูปแบบโครงสร้างเช่นนี้ น่าจะ
เป็นต้นแบบและมีลักษณะแบบเดียวกับวิเทศชุมชนที่ภาคประชาชนเป็นฝ่ายจัดขึ้น** (เช่นในงานวิจัย
วิเทศชุมชน จ.ปัตตานีของชาลีสา)

3. การบริหารงาน ดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า วิเทศชุมชนคนเมืองน่าได้ออกแบบ
การบริหารงานที่มาจากสภาพความต้องการที่เป็นจริงของการดำเนินงานวิเทศชุมชน เช่น มี**ฝ่าย
บริหาร** (ซึ่งอาจเทียบเท่ากับคณะกรรมการอำนวยการในวิเทศชุมชนแบบกรมประชาสัมพันธ์) มี**ฝ่าย
วิชาการ**ซึ่งจากงานทดลองเรื่องวิเทศชุมชนที่จ.จันทบุรี ของสุรินทร์ แปลงประสพโชค เมื่อปี
พ.ศ.2533 พบว่า งานด้านวิชาการเป็นภารกิจที่สำคัญของวิเทศชุมชน ดังนั้นจึงต้องมีการจัดตั้งฝ่าย
ดังกล่าวขึ้นมา เช่นเดียวกับ "ฝ่ายประสานและสรรหาข้อมูล" ซึ่งก็เป็นงานที่สำคัญของวิเทศแบบ
อาสาสมัคร

และนอกจากนั้นในแต่ละฝ่ายยังมีการระบุอำนาจหน้าที่เอาไว้อย่างชัดเจนอีกด้วย
ซึ่งอาจประเมินได้ว่า ระบบการบริหารงานของวิเทศชุมชนคนเมืองน่าเป็นระบบที่ออกแบบ
แบบอย่างมีประสิทธิภาพ มีความเป็นตัวของตัวเอง สอดรับกับสภาพความต้องการที่เป็นจริง ซึ่ง
ความสามารถดังกล่าวนี้น่าจะเนื่องมาจากการสั่งสมประสบการณ์และบทเรียนของทางสถานีที่
ได้เปิดพื้นที่สำหรับการทำงานร่วมกับภาคประชาชนมาตั้งแต่ปีพ.ศ.2536 เมื่อมาพบผลสมกับ

ความสามารถในการสรรหาตัวบุคคลที่สนใจและมีความสามารถในงานวิทยุชุมชนก็ทำให้เกิดระบบการบริหารและการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 13 : แผนภูมิสายงานการบริหารของคณะกรรมการวิทยุชุมชน จ.น่าน

4. การบริหารบุคคล บุคลากรที่เข้ามาทำงานในวิทยุชุมชนคนเมืองน่านนั้นจะมีอยู่

2 ประเภท

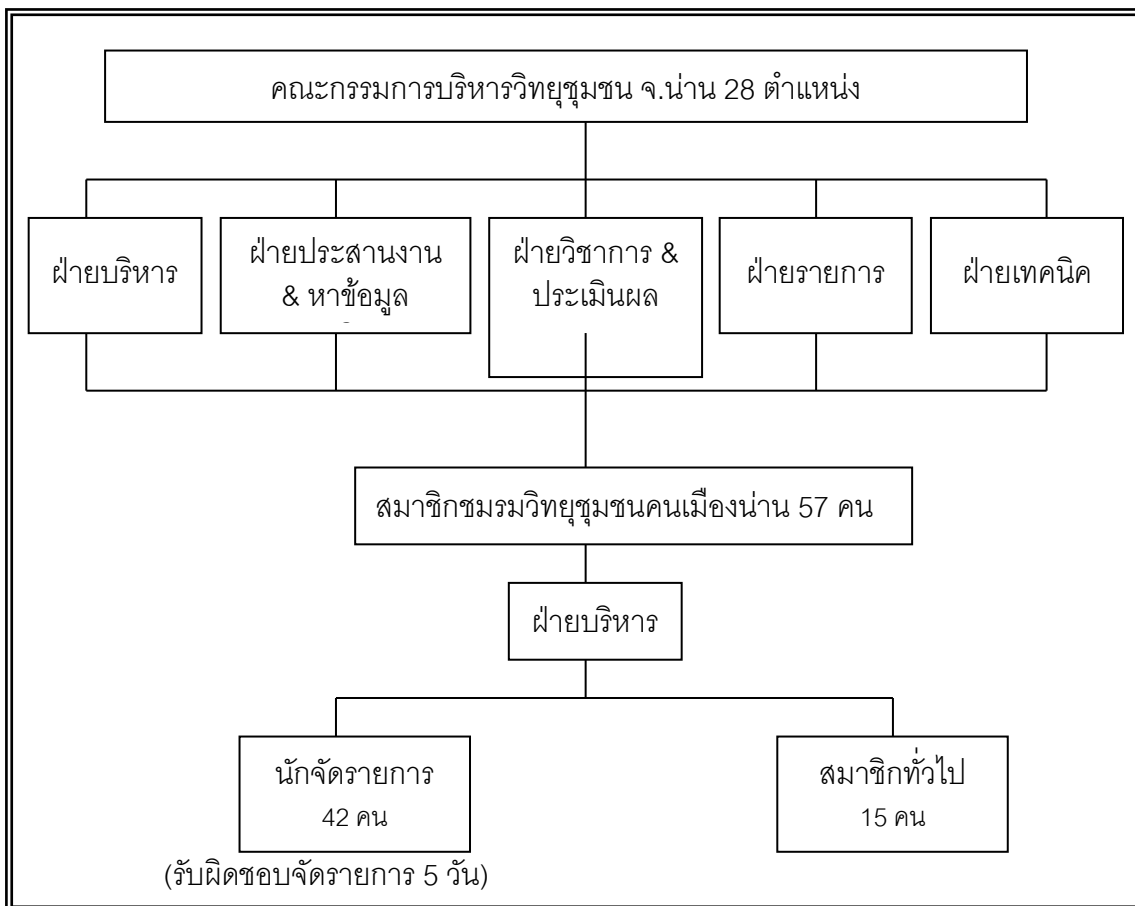
- กลุ่มแรกคือ คณะกรรมการบริหารรายการจำนวน 28 ตำแหน่ง
- กลุ่มที่สองคือ อาสาสมัครที่เป็นสมาชิกชมรมวิทยุชุมชนคนเมืองน่านจำนวน

57 คน

การมีบุคลากร 2 ประเภทนี้จะคล้ายคลึงกับวิทย์ชุมชน จ.บุรีรัมย์ และทำให้โฉมหน้าของวิทย์ชุมชนคนเมืองน่านเริ่มละม้ายคล้ายคลึงกับวิทย์ชุมชนที่แท้จริงซึ่งเป็นวิทย์ของอาสาสมัคร อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีความแตกต่างระหว่างวิทย์ชุมชนของทั้ง 2 แห่ง คือวิธีการ**ได้มาซึ่งอาสาสมัคร** (จะกล่าวรายละเอียดในตอนต่อไป) โดยที่วิทย์ชุมชน จ.บุรีรัมย์นั้นจะใช้ช่องทางที่หลากหลายในการ**เข้ามาเป็นอาสาสมัคร** โดยอาศัยคุณสมบัติเพียงไม่กี่ประการ เช่น เป็นผู้ที่สนใจงานวิทย์ เป็นผู้มีจิตใจเสียสละเพื่อส่วนรวม มีเวลา ฯลฯ

สำหรับวิทย์ชุมชนคนเมืองน่าน นอกจากจะใช้ช่องทางการแสวงหาอาสาสมัครแล้ว ยังได้เสริมความเข้าใจ (empower) อาสาสมัครเหล่านั้นด้วยการจัดการฝึกอบรมเพิ่มเติม ต่อจากนั้นก็จัดระบบจัดตั้งขึ้นเป็นกลุ่ม/องค์กรที่มีโครงสร้าง (ดูแผนภาพ) การกำหนดบทบาทของสมาชิก/อาสาสมัคร และได้มอบหมายให้อาสาสมัครบางท่านที่มีขีดความสามารถเข้ามาเป็นนักจัดรายการด้วย

ระบบทั้งบริหารและทั้งพัฒนาบุคลากรดังกล่าวน่าจะเป็นแนวทางและหลักการพื้นฐานของการดำเนินงานของวิทย์ชุมชนซึ่งนับว่าเป็นวิทย์อาสาสมัครที่ถูกต้อง



ภาพที่ 14 : โครงสร้างการบริหารจัดการของชมรมวิทย์ชุมชนคนเมืองน่าน

5. **การบริหารงบประมาณ** เป็นที่น่าสังเกตว่า วิทยุชุมชน จ.นครราชสีมาและจ.บุรีรัมย์ ซึ่งเป็นองค์กรที่อยู่ภายใต้การอุปถัมภ์งบประมาณจากภาครัฐนั้น จะมีปัญหาในเรื่องงบประมาณในทุกด้าน ทั้งในเชิงปริมาณคืองบประมาณนั้นมีน้อยเกินไปจนไม่สามารถจัดกิจกรรมต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ ทั้งในเชิงคุณภาพ คือความต่อเนื่องของงบประมาณ

และสำหรับวิทยุชุมชนที่ริเริ่มมาจากภาคประชาชนจริงๆ และมีภาคประชาชนเป็นทั้งเจ้าของและผู้ดำเนินงานเช่นวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี ก็ไม่สามารถจะแก้ปัญหาเรื่องข้อจำกัดของงบประมาณได้เช่นกัน

แต่ทว่าสำหรับวิทยุชุมชนคนเมืองน่าน ซึ่งเป็นองค์กรที่ภาคประชาชนค่อนข้างมีบทบาทหลักกลับไม่ค่อยมีปัญหาในเรื่องงบประมาณ เนื่องจากคณะกรรมการบริหารสามารถจะระดมเงินทุนสนับสนุนได้จากหน่วยงานต่างๆ เช่น สำนักงานปฏิรูประบบสุขภาพ (สปรส.) หรือโครงการกองทุนเพื่อสังคม

เมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างที่เกิดขึ้นระหว่างวิทยุชุมชนคนเมืองน่าน และวิทยุชุมชนจ.ปัตตานี ซึ่งล้วนแต่มีจุดร่วมกัน คือ มีภาคประชาชนที่มีบทบาทเข้มแข็ง แต่ทว่าข้อแตกต่างก็คือ กลุ่มประชาชนที่เข้ามาร่วมงานวิทยุชุมชน จ.น่านนั้น เป็นคนที่มีสถานภาพทางสังคมสูง (เช่น หัวหน้าฝ่ายประสานงานของวิทยุชุมชนเป็นกรรมการกองทุนเพื่อสังคมระดับจังหวัด) มีการศึกษาสูง มีเครือข่ายทางสังคมมาก ดังนั้น จึงมีความสามารถที่จะเข้าถึงแหล่งเงินทุนต่าง ๆ แต่กลุ่มประชาชนในวิทยุชุมชนจ.ปัตตานี เป็นประชาชนในระดับรากหญ้าซึ่งขาดต้นทุนทางสังคมที่จะเข้าถึงแหล่งทรัพยากรต่างๆ

ประเด็นเรื่อง “ภาคประชาชนที่เข้ามาร่วมงานวิทยุชุมชนนั้นเป็นประชาชนจากกลุ่มใด ชนชั้นใด” จึงยังคงน่าจะศึกษาค้นคว้ากันต่อไป แต่ทว่าจากบทเรียนที่ผ่านของทั้ง 4 กรณีนี้ น่าจะมีข้อสรุปชั่วคราวว่า ภาคประชาชนที่เข้ามาทำงานในวิทยุชุมชนนั้นน่าจะมีความหลากหลายมาจากหลายกลุ่ม หลายชนชั้น เพื่อเอื้ออำนวยให้เกิดการประสานพลังในการเข้าถึงแหล่งทรัพยากรทั้งหลาย

6. **วิธีการดำเนินงาน** วิธีการทำงานของวิทยุชุมชน จ.น่านนั้นมีการจัดระบบระเบียบอย่างแน่นอน และเนื่องจากมีอาสาสมัครที่เป็นสมาชิกชมรมฯ จึงมีการกระจายงานและความรับผิดชอบออกไป เช่น การกำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิกชมรมว่ามี 3 บทบาทคือ

- การเป็นผู้กำหนดเนื้อหารายการประจำวันและผลิตรายการ
- การติดต่อประสานงานกับแหล่งข้อมูล (มีฝ่ายงานรับผิดชอบโดยเฉพาะ)
- การประชาสัมพันธ์รายการ

7. รูปแบบและเนื้อหารายการ

เริ่มจากในแง่ของเวลาที่นำเสนอรายการ วิทยุชุมชนจ.น่านนำเสนอรายการทุกวันจันทร์-ศุกร์ในช่วงเวลา 13.00-15.00 น. โดยที่ช่วงเวลาดังกล่าวไม่ใช่ช่วงเวลาที่เหมาะสมนักสำหรับการรับฟัง ซึ่งทางสถานีเองก็อยากจะได้ช่วงเวลา 17.00-18.00 น. ซึ่งเป็นเวลาที่สะดวกสำหรับทุกคน แต่ทว่าช่วงเวลาดังกล่าวนั้นเป็นช่วงเวลาที่กรมประชาสัมพันธ์กำหนดว่าต้องออกอากาศรายการจากส่วนกลาง จึงเห็นได้ว่า ปัจจัยด้านโครงสร้างของราชการส่วนกลางยังเป็นอุปสรรคต่อการเป็นวิทยุชุมชนของท้องถิ่นจริงๆ

สำหรับรูปแบบรายการนั้น คณะวิจัยพบว่า มีอยู่ 4 รูปแบบ คือรูปแบบนิตยสารทางอากาศ (เป็นรายการลูกผสมของหลายรูปแบบคือ การพูดคุย รายการข่าว สัมภาษณ์ และสนทนา) รูปแบบรายการสัญจร (การออกไปจัดรายการนอกสถานที่) รูปแบบรายการเพลง และรูปแบบของโฆษณาคลื่นรายการ

วิเคราะห์และคณะได้วิเคราะห์ว่า รูปแบบรายการดังกล่าวนี้มีลักษณะที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน (ซึ่งแนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมนี้เป็นหัวใจสำคัญของวิทยุชุมชน) เพราะรูปแบบการพูดคุย การสัมภาษณ์นั้น ผู้จัดรายการที่เป็นสมาชิกชมรมและคนในชุมชนเองย่อมเลือกเอาเรื่องใกล้ตัว (เรื่องในชุมชน) เรื่องที่เข้าใจง่ายและน่าสนใจมาผลิตรายการ หรือการกำหนดช่วงต่างๆของรายการเป็น "เรียนรู้กับชุมชน" "เสียงจากชุมชน" ก็เป็นรูปแบบที่เปิดพื้นที่ต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนอยู่แล้ว

เช่นเดียวกับช่วงของการสัมภาษณ์ ผู้ผลิตรายการที่เป็นสมาชิกชมรมจะให้ความสำคัญกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มที่มีอยู่ในชุมชน เช่น ผู้นำกลุ่ม ผู้นำชุมชน หัวหน้าหน่วยราชการ จึงทำให้เนื้อหาการสัมภาษณ์เน้นไปที่ลักษณะการดำเนินงานของกลุ่ม อย่างไรก็ตาม การจัดรายการในลักษณะนี้จะกระทำได้อีกก็ต้องมีปัจจัยเอื้ออำนวย คือบริบทของชุมชน/สังคมเองต้องมีภาคประชาสังคมที่เข้มแข็ง มีการรวมตัวของประชาชนเป็นกลุ่มก้อน เช่น ในจ.น่านมีถึง 404 กลุ่ม วิทยุชุมชนที่ทำงานภายใต้บริบทชุมชน/สังคมมีความเข้มแข็งจึงจะสามารถดำเนินงานโดยใช้ต้นทุนทางสังคมที่มีมากมายดังกล่าวได้

ในส่วนของเนื้อหารายการนั้น คณะวิจัยพบว่าประเภทของเนื้อหารายการอันดับแรกๆได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ/การส่งเสริมประกอบอาชีพ ต่อด้วยเนื้อหาด้านวัฒนธรรมและสุขภาพ (แต่เนื้อหาด้านการเกษตรยังคงมีอยู่น้อย) ซึ่งสะท้อนให้เห็นความต้องการของชุมชนได้ในระดับหนึ่ง และเมื่อวิเคราะห์โดยแยกแยะเป็นเนื้อหาของภาคประชาชนและภาครัฐแล้ว คณะวิจัยพบว่าวิทยุชุมชนจ.น่านมีเนื้อหาของชุมชนเพิ่มมากขึ้น แต่ทว่าเนื้อหาที่ประชาสัมพันธ์ภาครัฐก็ยังมีได้ลดลง ซึ่งน่าจะเป็นภาพสะท้อนให้เห็นสัดส่วนของโครงสร้างคณะกรรมการบริหารของวิทยุชุมชนจ.น่านได้ดี

8. **บทบาทหน้าที่ของวิद्यุชุมชน** สำหรับงานวิจัยวิद्यุชุมชน จ.น่านนี้ไม่ได้วางเป้าหมายที่จะศึกษาบทบาทหน้าที่ของวิद्यุชุมชนเอาไว้โดยตรง เนื่องจากได้กำหนดประเด็นที่จะศึกษาคือเรื่อง "การมีส่วนร่วมของประชาชนในการกำหนดรูปแบบ เนื้อหาและวิธีการดำเนินงาน (ดูรายละเอียดในหัวข้อ "การมีส่วนร่วม" อย่างไรก็ตาม เราอาจจะอนุมานเอาได้จากข้อมูลที่ได้ศึกษาเอาไว้ทั้งในเรื่องพัฒนาการและรูปแบบรายการ

จากประวัติพัฒนาการของวิद्यุชุมชนคนเมืองน่านในยุคที่ 2 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มิกลุ่มฮักเมืองน่านเข้ามาเป็นผู้จัดรายการวิทยุนี้ กลุ่มฮักเมืองน่านได้ระบุเป้าหมายของการใช้ประโยชน์จากวิद्यุชุมชนเอาไว้อย่างชัดเจน 2 ประการคือ จะใช้วิทยุเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานแก่บรรดาเครือข่าย และใช้วิทยุเป็นสื่อกลางในการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายต่าง ๆ เป้าหมายดังกล่าวนั้นก็ยังคงน่าจะสืบทอดต่อเนื่องมาจนถึงยุคที่ 5 ที่แม้จะมีการเพิ่มปริมาณกลุ่มองค์กรทั้งภาครัฐและประชาชนที่เข้ามาเป็นคณะกรรมการและเป็นผู้ผลิตรายการมากขึ้น แต่จากเนื้อหาของรายการ ก็น่าจะสรุปได้ว่า วิद्यุชุมชนก็ยังคงน่าจะแสดงบทบาทเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของกิจกรรมการพัฒนาทั้งภาครัฐและภาคประชาชน

9. **ข้อเด่นและข้อจำกัดของวิद्यุชุมชนคนเมืองน่าน** ในกรณีของวิद्यุชุมชนคนเมืองน่านซึ่งเป็นกรณีที่ตัวแทนชุมชนมีบทบาทค่อนข้างเป็นหลัก เนื่องจากการมีภาคประชาสังคมที่เข้มแข็ง แม้ว่าจะยังคงทำงานอยู่ภายใต้กรอบ/สถานะของรัฐนี้ ย่อมมีบทเรียนที่เป็นทั้งข้อเด่นและข้อจำกัดที่น่าจะเป็นข้อสังเกตดังนี้

- **การสร้างความสำเร็จให้กับวิद्यุชุมชน** เนื่องจากวิद्यุชุมชนเป็นสถาบันใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้นมาในชุมชน โดยที่ก่อนหน้านี้เคยมีวิทยุ 2 ประเภทเกิดมาก่อนหน้าแล้ว คือวิทยุสาธารณะที่ทำเพื่อประโยชน์ของรัฐ วิทยุการค้าที่ทำเพื่อประโยชน์ของธุรกิจ ดังนั้น ทำอย่างไรจึงจะให้ประชาชนมีการรับรู้วิทยุชุมชนให้แตกต่างไปจากเดิม โดยเฉพาะประเด็นที่ว่า กลุ่มคนที่เข้าไปใช้วิทยุชุมชนนี้มีใช่เป็นการแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัวในแง่มุมต่าง ๆ หากแต่เป็นการใช้เพื่อประโยชน์ของส่วนรวม

ในการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับวิद्यุชุมชนว่าเป็นเครื่องมือสำหรับส่วนรวมนี้วิद्यุชุมชน จ.น่าน มีหลายกลไก ดังนี้

(1) **การถ่ายโอนความเชื่อที่เดิมมีจาก "กลุ่มฮักเมืองน่าน"** ที่เป็นกลุ่มที่พิสูจน์ตัวเป็นเวลานานว่าเป็นภาคประชาสังคมที่มีจิตสำนึกสาธารณะ เมื่อกลุ่มฮักเมืองน่านเข้ามาช่วยงานเป็นสมาชิกของวิद्यุชุมชน ก็ทำให้ผู้คนพลอยเชื่อถือวิทยุชุมชนไปด้วย

(2) **การมีกลไกการแสวงหาบุคคลที่มาร่วมงาน** เกณฑ์ที่สวท.น่านใช้คัดเลือกกลุ่มคนที่เข้าร่วมงานวิทยุชุมชนนั้น ได้คัดเลือกรายชื่อจากกลุ่มแกนนำ และเป็นที่รู้จัก

มักคุ้นกันในกลุ่มชุมชน ซึ่งมักจะเป็นคนที่ทำประโยชน์ต่างๆให้กับชุมชน และมีลักษณะกระจายตัวไปทุกอำเภอ

(3) **มีวิธีการดำเนินงานที่มีระบบ/ขั้นตอนที่ชัดเจน** สมาชิกที่เข้ามาเป็นผู้จัดรายการของวิทยุชุมชนนั้น ในเบื้องต้นจะได้รับการฝึกอบรมจากคณะกรรมการบริหารก่อนที่จะลงมือทำงาน และในขั้นตอนของการทำงานก็มีลักษณะการทำงานแบบมีอาชีพ คือมีการแบ่งกลุ่มผู้รับผิดชอบการจัดรายการในแต่ละวัน มีการร่วมประชุมกำหนดเนื้อหา/ร่วมกันดำเนินการ (เช่นร่วมกันคิดรูปแบบคำถามสำหรับสัมภาษณ์ เป็นต้น)

- สำหรับข้อดีของวิทยุชุมชนคนเมืองน่าน โดยเฉพาะในประเด็นเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชน ทั้งในฐานะผู้ฟัง ผู้ร่วมรายการ ผู้จัดรายการ ฯลฯ จะมีอยู่ 2 ประการสำคัญๆ คือ

(1) สวท.น่านมีพื้นที่ออกอากาศครอบคลุมทั่วจังหวัด ซึ่งมีรัศมีกว้าง อันผิดไปจากหลักการของวิทยุชุมชนซึ่งเป็นวิทยุที่มีรัศมีการส่งไม่กว้างขวางนัก (ประมาณ 20-40 กม.) ดังนั้น เมื่อคณะวิจัยได้ทำการสำรวจความต้องการของชุมชนต่างๆในจังหวัด จึงพบว่ารูปแบบและเนื้อหารายการไม่อาจตอบสนองความต้องการของทุกชุมชนได้

(2) จากปัญหาในข้อ (1) ที่กล่าวมา เมื่อบวกผสมกับข้อเท็จจริงของสภาพภูมิประเทศของจ.น่านที่มีลักษณะเป็นภูเขาสลับซับซ้อนในแต่ละท้องที่/อำเภอเดินทางไปมาหาสู่กันได้ลำบาก สภาพดังกล่าวเป็นอุปสรรคต่อการเข้ามามีส่วนร่วมในวิทยุชุมชนซึ่งมีที่ตั้งห่างไกลจากชุมชน หรือแม้แต่จะเปิดรับฟังอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น กลุ่มคนที่สามารถเข้ามามีส่วนร่วมกับวิทยุชุมชนได้อย่างเต็มที่จึงจำกัดเฉพาะบริเวณที่อยู่ใกล้ๆ สถานีเท่านั้น

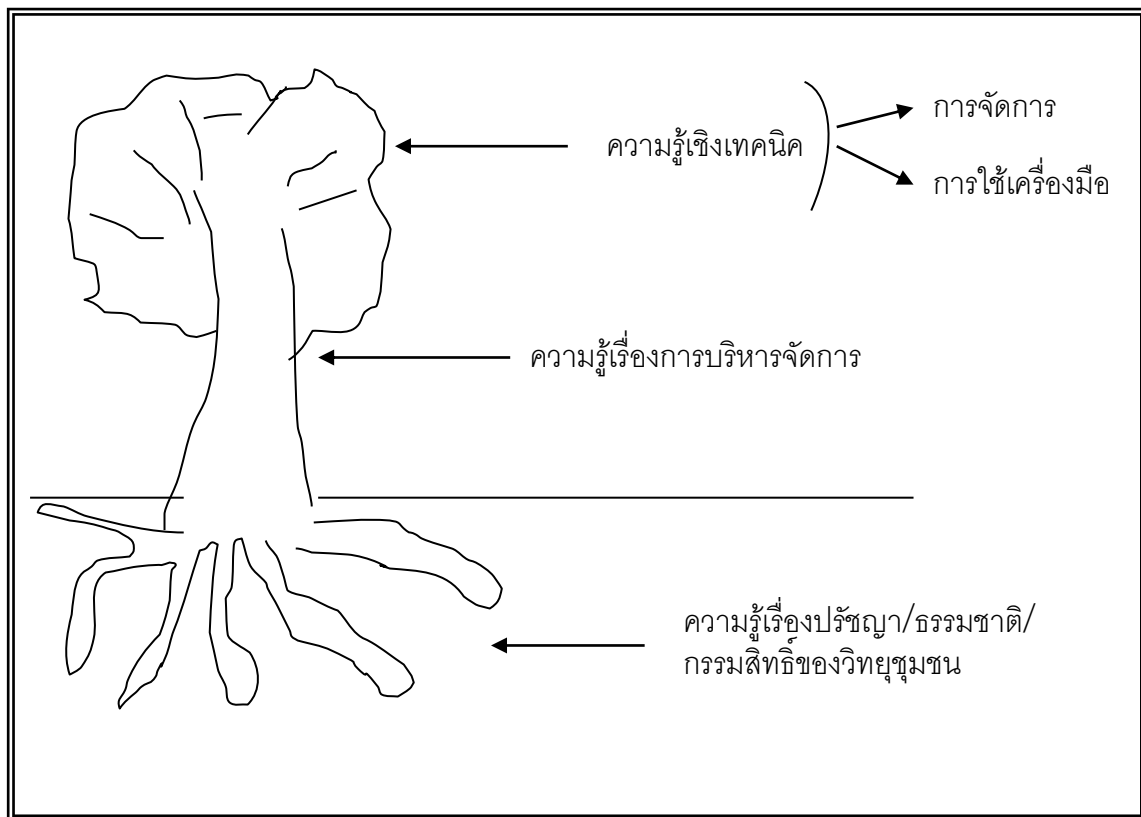
ข้อเสนอแนะ

ในกรณีของวิทยุชุมชน จ.น่านนี้ เป็นกรณีของวิทยุชุมชนที่มีเงื่อนไขอันสำคัญ 2 ประการคือ ประการแรก บริบทสังคมมีภาคประชาสังคมที่เข้มแข็ง จึงสามารถเข้ามาหนุนช่วยสร้างความเข้มแข็งให้แก่วิทยุชุมชน ประการที่สอง เจ้าหน้าที่ของรัฐที่มีประสบการณ์การทำงานกับภาคประชาสังคมมาอย่างยาวนาน จึงมีความเข้าใจเรื่องการทำงานแบบ "ชุมชนประชาชนเป็นศูนย์กลาง" ซึ่งเป็นหัวใจของการทำงานวิทยุชุมชน และได้จัดวางบทบาทของ "หน่วยงานสนับสนุน" (social support) ขององค์กรรัฐได้อย่างเหมาะสม

จึงควรมีการโยก/ขยายบทเรียนเรื่องการทำงานร่วมระหว่างภาครัฐกับภาคประชาชน โดยเฉพาะความเข้าใจจากภาครัฐไปยังหน่วยงานของรัฐ (เช่นสวท.) ในที่อื่นๆ

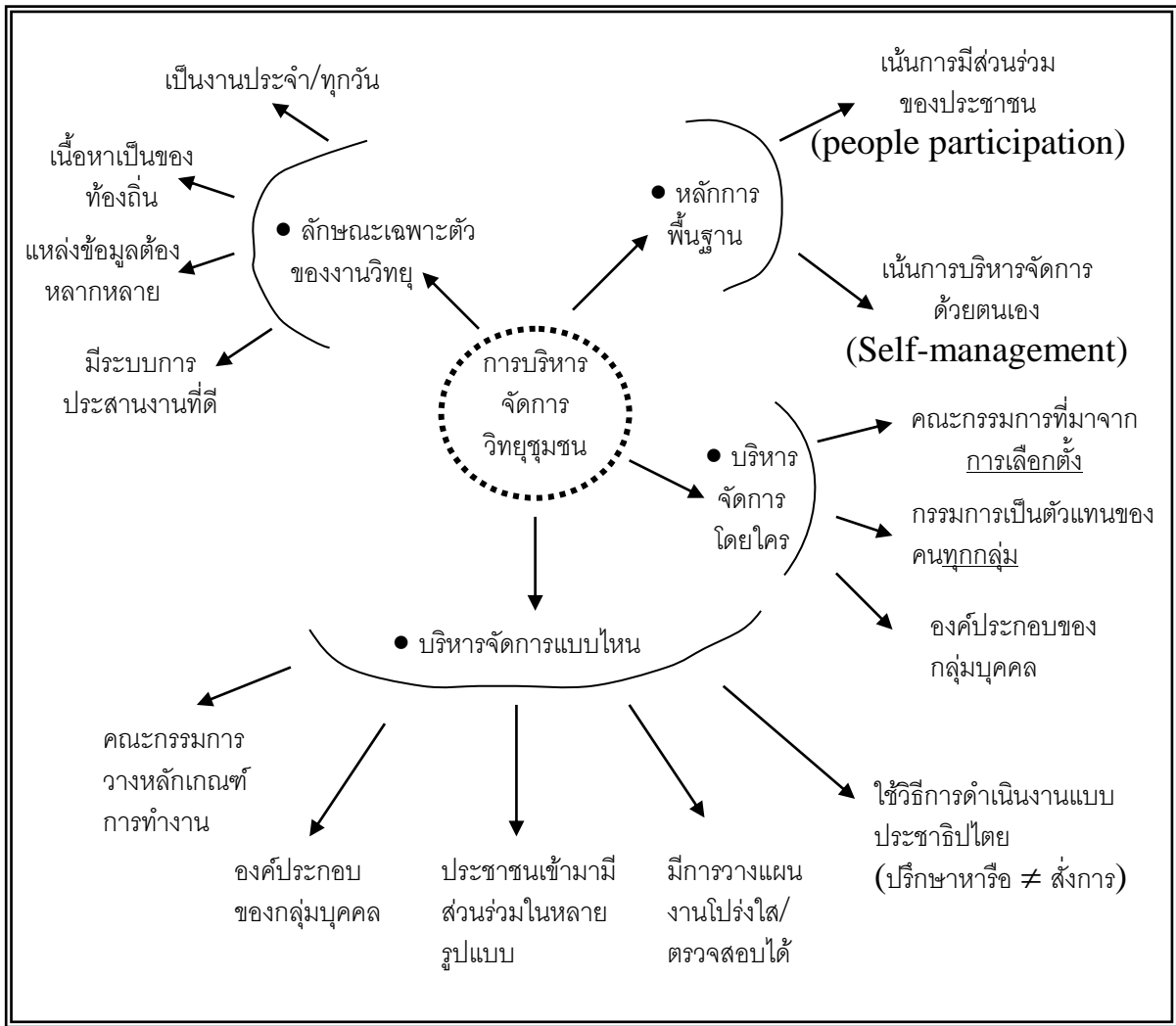
3.2 การวิเคราะห์การบริหารจัดการงานวิद्यชุมชน

จากที่ได้กล่าวมาถึงอัตลักษณ์ของวิद्यชุมชนที่แตกต่างจากวิद्यสาธารณะและวิद्यธุรกิจ ซึ่งจะมีนัยยะต่อเนื่องมาว่า ในเรื่องการบริหารจัดการวิद्यชุมชนนั้นก็จำเป็นต้องมีลักษณะที่แตกต่างไปจากวิद्यทั้ง 2 ประเภทเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม ในที่นี้อาจจะสรุปประเมินคร่าวๆได้ก่อนว่า ทิศทางการทำงานด้านวิद्यชุมชนที่ผ่านมากในประเทศไทยนั้น หากเปรียบเทียบการสั่งสมองค์ความรู้ 3 ระดับที่เกี่ยวข้องกับภาพต้นไม้ องค์ความรู้ที่วิद्यชุมชนในประเทศไทยได้เริ่มบุกเบิกมาในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมาจะอยู่ในระดับราก คือเรื่องการมีกรรมสิทธิ์เป็นเจ้าของที่ดินและสถานที่ กับระดับดอก/ใบ/ผล คือเทคนิคการผลิตรายการ หากทว่ายังมีการบุกเบิกไม่มากนักในส่วนที่เป็นลำต้นคือ "การบริหารจัดการวิद्यชุมชน"



ภาพที่ 15: องค์ความรู้ 3 ส่วนที่เกี่ยวข้องกับวิद्यชุมชน

ในที่นี้จะขอทบทวนหลักการของการบริหารจัดการวิद्यชุมชนตามสมควรจะเป็นและข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยทั้ง 4 กรณีตามประเด็นเหล่านี้



ภาพที่ 16 : องค์ประกอบของการบริหารจัดการในหลายรูปแบบ

จากแผนภาพที่ 16 นี้จะเห็นได้ว่า วิธีการบริหารจัดการวิทยุชุมชนนั้น ในเบื้องต้นการออกแบบการบริหารจำเป็นต้องคำนึงถึง

(1) **ลักษณะเฉพาะตัวของงานวิทยุชุมชน**เสียก่อน ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานหรือทำบังคับรูปแบบการบริหาร งานวิทยุเป็นงานประจำที่ต้องทำอย่างต่อเนื่องทุกวัน ดังนั้น หากบุคลากรที่มาทำงานเป็นอาสาสมัคร ก็ต้องมีการวางระบบผลัดเปลี่ยนเวรกัน

เนื้อหาของรายการต้องเป็นเรื่องของท้องถิ่น ตอบสนองความสนใจและความต้องการของท้องถิ่น ดังนั้น จึงต้องมี**แหล่งข้อมูล**ที่อยู่ในท้องถิ่นที่จะ**ทั้งป้อนข้อมูลขาเข้า** (เช่น หาผู้ร่วมรายการ หาประเด็นในท้องถิ่น) และ**ส่งต่อข้อมูลขาออก** (เช่น งานประชาสัมพันธ์วิทยุชุมชน งานขยายเครือข่าย ฯลฯ) และต้องมีการจัดวางตำแหน่ง "ผู้ประสานงาน" ที่ชัดเจน และมีระบบการประสานงานที่มีประสิทธิภาพซึ่งเป็นลักษณะทั่วไปของการสื่อสารในสาธารณะ

(2) **หลักการพื้นฐานของการบริหารจัดการวิद्यุชุมชน** ซึ่งก็เป็นหลักการเฉพาะตัวที่มีลักษณะสำคัญ 2 ประการคือ **เน้นการมีส่วนร่วม**ของประชาชนอย่างกว้างขวางและหลากหลายรูปแบบ และเป็น**การบริหารจัดการด้วยตนเอง** คือ ปราศจากการควบคุม/บังคับจากพลังภายนอก (เช่น นักการเมือง นักธุรกิจ)

(3) **บริหารจัดการโดยใคร** โดยทั่วไป การบริหารจัดการวิद्यุชุมชนจะดำเนินการโดยคณะกรรมการที่มาจากการ**เลือกตั้ง** (แต่ที่ว่าองค์ประกอบของคณะกรรมการจะเป็นอย่างไรบ้างยังต้องศึกษากันต่อไป) และกรรมการนี้น่าจะเป็นตัวแทนของคนทุกกลุ่ม

นอกเหนือจาก**คณะกรรมการ**ที่ทำหน้าที่เป็น "ตัวแทน" ของคนกลุ่มต่างๆ แล้ว ก็ยังมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ**กลุ่มบุคคล**ที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการอีกด้วย

(4) **บริหารจัดการแบบไหน** หลักการพื้นฐานของวิธีการบริหารจัดการของวิद्यุชุมชนก็คือ

- คณะกรรมการต้องวางหลักเกณฑ์การทำงานให้ชัดเจน
- ต้องบริหารงานอย่างเป็นอิสระ
- ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการอย่างกว้างขวางและหลายรูปแบบ
- มีการวางแผนงาน
- การทำงานมีลักษณะโปร่งใส/ตรวจสอบได้

จากกรณีศึกษาวิจัยทั้ง 4 กรณีนั้น เฉพาะในส่วนเรื่องการบริหารจัดการนั้น อาจจะแบ่งได้เป็น 3 แบบแผนใหญ่ๆคือ (ตามเกณฑ์ที่อยู่ในภาพที่ 16)

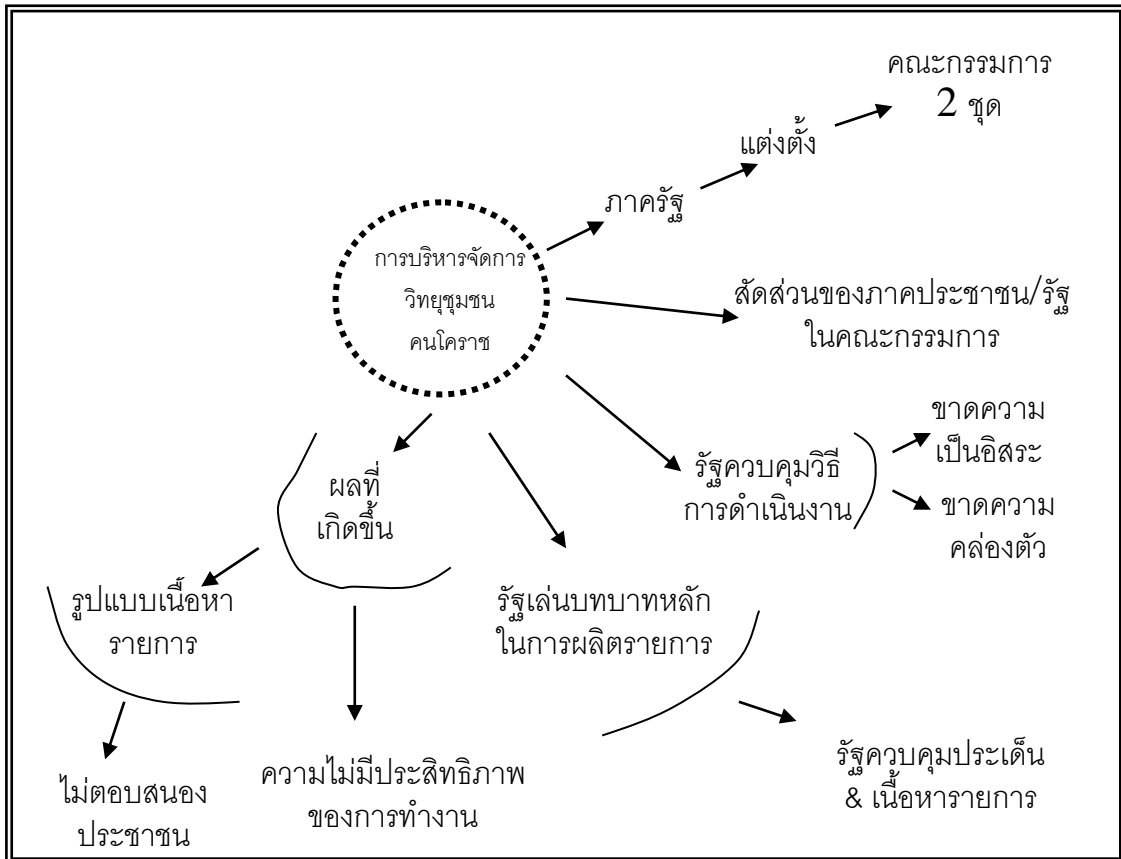
(3.2.1) การบริหารจัดการแบบรัฐ ได้แก่กรณีของวิद्यุชุมชน จ.นครราชสีมา และจ.บุรีรัมย์

(3.2.2) การบริหารจัดการแบบคณะกรรมการร่วมรัฐ-ภาคประชาชน ได้แก่กรณีวิद्यุชุมชน จ.น่าน

(3.2.3) การบริหารจัดการแบบวิद्यุชุมชนภาคประชาชน ได้แก่กรณีของวิद्यุชุมชน จ.ปัตตานี

(3.2.1) แบบแผนที่ 1 : การบริหารจัดการวิทยุชุมชนแบบรัฐ

สำหรับแบบแผนที่ 1 นี้ แม้ว่าภารกิจของงานวิทยุจะเป็นวิทยุชุมชน แต่ทว่าในแง่การบริหารจัดการแล้ว ยังมีการโยกวิธีการบริหารจัดการวิทยุแบบรัฐเข้ามาใช้ทั้งหมด ทิวพร แสนเมืองชิน (2543) ศึกษาพบว่า วิธีการบริหารจัดการแบบรัฐนั้นทำให้วิธีการดำเนินงานของวิทยุชุมชนมีปัญหารอบด้าน รวมทั้งผลผลิตที่ออกมาก็ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้ตามหลักการวิทยุชุมชนที่แท้จริง



ภาพที่ 17 : การบริหารจัดการวิทยุชุมชนคนโคราช

(1) **ระดับโครงสร้าง** จุดเริ่มต้นของวิทยุชุมชนโคราชเกิดมาจากการต้องการของภาครัฐ (กรมประชาสัมพันธ์) ที่ต้องการทดลองจัดการผลิตรายการในลักษณะวิทยุชุมชนเพื่อตอบสนองแผนการพัฒนาวิทยุกระจายเสียง (ผู้สังเคราะห์ไม่แน่ใจว่า วัตถุประสงค์ข้อนี้ได้บรรลุหรือไม่ รัฐได้เรียนรู้หรือไม่ การผลิตรายการในลักษณะวิทยุชุมชนเป็นอย่างไร แตกต่างจากการผลิตรายการแบบที่เคยมีมาอย่างไร)

วิธีการจัดตั้งโครงสร้างได้ใช้วิธีการแบบราชการ คือทางสถานี (ภาครัฐ) ได้แต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อทำงานขึ้นมา 2 ชุด ผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจว่าจะแต่งตั้งตัวบุคคลใดก็เป็นเจ้าหน้าที่รัฐ

- **ไม่มีการกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะเข้ามาทำงานเป็นคณะกรรมการเอาไว้**
อย่างแน่นอน ดังนั้นวิธีการได้ตัวบุคคลมาจึงเป็นไปตามยถากรรม เช่น เจ้าหน้าที่รัฐเลือกผู้นำ
ชุมชนที่เป็นทางการ (กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน) เลือกคนที่รู้จัก เลือกคนที่อยู่ใกล้สถานี (เพื่อความ
สะดวก)

- **ไม่มีขั้นตอนการสรรหาที่ผ่านการตัดสินใจของประชาชน** ตัวบุคคลที่
ได้มาจึงมิใช่ตัวแทนของกลุ่มประชาชน อาจจะมีใครที่สนใจ/มีความถนัดในงานวิทยุ อาจจะไม่มีความ
พร้อมด้านเวลาและอื่นๆ

- **ไม่มีการกำหนดสัดส่วนระหว่างตัวแทนภาครัฐ/ภาคประชาชนเอาไว้**
อย่างแน่นอน ทำให้ตัวแทนภาครัฐมีมากกว่า

(2) **ระดับการดำเนินงาน** ผลจากการศึกษาของวีรพงษ์ พบว่า วิธีการดำเนินงาน
ของวิทยุชุมชน จ.นครราชสีมา นั้น เป็นการบริหารแบบราชการที่มีการบังคับบัญชาสั่งการให้
คนทำงานตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายตามลำดับชั้น และมีการจัดการในลักษณะสั่งการจากบน
ลงล่าง ส่งผลให้การทำงานวิทยุชุมชนไม่มีอิสระเท่าที่ควร และไม่คล่องตัวในการทำงาน
ตัวอย่างเช่น เรื่องการกำหนดเวลานั้น กรมประชาสัมพันธ์จะเป็นผู้กำหนด และสวท.นครราชสีมา
มากำหนดและดำเนินการต่อ ไม่ว่าจะช่วงเวลาวิทยุชุมชนได้มานั้นจะตรงกับความต้องการของ
ชุมชนหรือไม่ก็ตาม

(3) **ระดับการผลิตรายการ** ทั้งผลการวิจัยของทิวาพร (2543) และวีรพงษ์ (2542)
ให้ข้อสรุปที่ตรงกันว่า ในระดับของการผลิตรายการนั้น ภาครัฐยังคงมีบทบาทเป็นตัวหลัก
เนื่องจากรัฐยึดกฎระเบียบที่เคร่งครัดว่า ผู้จัดรายการวิทยุจะต้องมีคุณสมบัติตามกฎหมายของกระทรวง
(รูปแบบการควบคุมระดับชาติ) ซึ่งรูปแบบดังกล่าวได้กลายมาเป็นปัจจัยจำกัดสำหรับวิทยุชุมชน
เนื่องจากคณะกรรมการการผลิตและคณะทำงานที่เป็นภาคประชาชนไม่มีคุณสมบัติและ
ใบรับรองดังกล่าว ภาคประชาชนจึงเป็นได้เพียงผู้ร่วมดำเนินรายการ เพราะไม่สามารถเป็นผู้
ดำเนินรายการหลักหรือดำเนินรายการตามลำพังได้ (ในปี 2544 ภาคประชาชนที่เป็นตัวแทนอยู่ใน
คณะกรรมการการผลิตก็ลาออกจนเหลือเพียง 2 คนเท่านั้น)

นี่จึงหมายความว่า ภาครัฐสามารถจะลงมาควบคุมถึงระดับปฏิบัติการด้านการ
ผลิต คือ การคัดเลือกประเด็น/เนื้อหา/วิธีการนำเสนอ/รูปแบบรายการได้ด้วยนั่นเอง

(4) **ผลที่เกิดขึ้น** จากรูปแบบการบริหารจัดการที่ยังมีลักษณะแบบ "ข้าราชการอย่าง
เต็มตัว" ในวิทยุชุมชน จ.นครราชสีมา ทำให้เกิดผลที่ตามมา 2 ประการคือ

- ระบบการทำงานที่ไม่มีประสิทธิภาพและมีปัญหาต่างๆ ตามมากมาย ดังที่
วีรพงษ์พบว่า ตั้งแต่เริ่มดำเนินโครงการมา คณะกรรมการบริหารฯ ไม่ได้มีการประชุมกันอย่าง
สม่ำเสมอตามที่วางแผนเอาไว้ คณะกรรมการที่มีรายชื่ออยู่ไม่เคยมาเข้าร่วมการประชุม

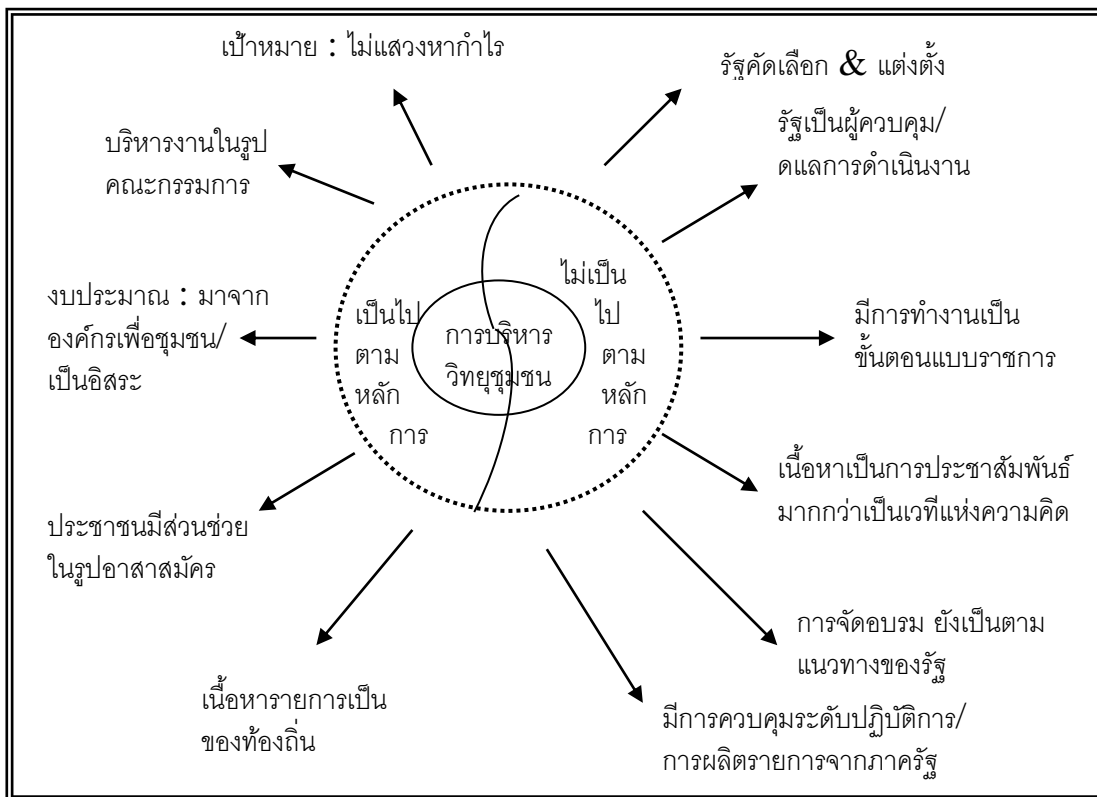
คณะกรรมการลาออกหลังจากเริ่มดำเนินการ มีกรรมการบางคนเข้ามาเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัว เป็นต้น

- ผลผลิตที่ออกมาคือ ตัวรายการไม่สามารถตอบสนองความต้องการของชุมชนได้ โดยเริ่มตั้งแต่ผลการสำรวจพบว่า การฝึกอบรมส่วนใหญ่ไม่ค่อยรู้จักวิทยุชุมชนเลย ดังนั้นวิทยุชุมชนจึงไม่สามารถจะแสดงบทบาทหน้าที่ตามที่ควรจะเป็นได้

(3.2.2) แบบแผนที่ 2 : การบริหารจัดการแบบคณะกรรมการร่วมรัฐ-ภาคประชาชน

สำหรับแบบแผนการบริหารจัดการที่ 2 นี้ เป็นกรณีของวิทยุชุมชนคนเมืองน่าน ซึ่งได้แสดงให้เห็นว่า แม้ว่าโดยโครงสร้างใหญ่ๆแล้ว วิทยุชุมชนคนเมืองน่านจะอยู่ภายใต้โครงสร้างของภาครัฐเช่นเดียวกับโคราซและบุรีรัมย์ แต่ทว่าเมื่อมีปัจจัยเสริมทั้งจากภายในและภายนอก เช่น ปัจจัยด้านบริบทชุมชนที่มีภาคประชาสังคมที่เข้มแข็ง ปัจจัยภายในคือความเข้าใจที่ชัดเจนต่อเรื่องวิทยุชุมชนของภาครัฐ และประสบการณ์การทำงานร่วมระหว่างภาครัฐกับภาคประชาชนก็ก่อให้เกิดรูปแบบใหม่ของการบริหารจัดการเป็นแบบคณะกรรมการภาครัฐ-ภาคประชาชน

ในที่นี้จะแสดงให้เห็นรูปแบบการผสมผสานของการบริหารจัดการที่เป็นไปตามและไม่เป็นไปตามหลักการของวิทยุชุมชนดังนี้



ภาพที่ 18 : การบริหารจัดการวิทยุชุมชน จ.น่าน

วิระวรรณได้ให้ข้อสรุปแบบแผนการดำเนินงานของวิเทศชุมชนคนเมืองนานโดยได้ประเมินไปพร้อมๆ กันว่า แบบแผนดังกล่าวมีลักษณะเป็นลูกผสมของการบริหารจัดการแบบรัฐกับแบบวิเทศชุมชนที่แท้จริง ดังนี้

(ก) คุณลักษณะที่เป็นไปตามหลักการของวิเทศชุมชน ก็คือ

(i) เป้าหมายของการบริหารจัดการ ไม่ได้มุ่งเน้นการแสวงหากำไรแบบวิเทศธุรกิจ
 (ii) มีการบริหารจัดการในรูปแบบคณะกรรมการ ซึ่งแม้จะไม่มีกำหนดสัดส่วนออกมา แต่ก็มีสัดส่วนของตัวแทนภาคประชาชนและภาครัฐใกล้เคียงกัน (อาจเนื่องจากความเข้าใจของภาครัฐ)

(iii) วิธีการแสวงหางบประมาณ ได้มาจากองค์กรเพื่อชุมชน ซึ่งทำให้การบริหารงานมีลักษณะเป็นอิสระ โปร่งใส ตรวจสอบได้

(iv) เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ในรูปแบบของอาสาสมัคร ซึ่งนอกจากจะมีวิธีการสรรหาอาสาสมัครที่มีประสิทธิภาพแล้ว (ดูรายละเอียดต่อไป) ยังมี "กระบวนการเสริมสร้างความเข้มแข็งด้านความเข้าใจ" ให้แก่อาสาสมัครด้วยการจัดการฝึกอบรม

(v) มีการวางหลักเกณฑ์การผลิตอาหารรายการ ว่าจะต้องเป็นเนื้อหาในท้องถิ่นและเพื่อท้องถิ่น

(ข) ส่วนคุณลักษณะที่ยังไม่เป็นไปตามหลักการของวิเทศชุมชน ก็คือ
 คุณลักษณะการบริหารแบบรัฐนั่นเอง

(i) ในขั้นวางโครงสร้าง รัฐยังคงเป็นผู้มีอำนาจเต็มที่ในการคัดเลือก/สรรหา/และแต่งตั้งกรรมการ (แม้ว่ารัฐจะมีความเข้าใจดี เจตนาดี มีการกำหนดคุณสมบัติคร่าวๆเอาไว้ในใจ รวมทั้งมีกลไกที่มีประสิทธิภาพในการสรรหาตัวบุคคลก็ตาม)

(ii) ในขั้นการดำเนินการ รัฐยังคงมีอำนาจควบคุมทั้งหมด เริ่มตั้งแต่การจัดสรรเวลา วิธีการทำงานแบบเป็นขั้นตอนแบบราชการ

(iii) ในขั้นปฏิบัติการ ในขั้นตอนของการผลิต ภาครัฐยังมีอำนาจการจัดการควบคุมถึง 2 ชั้น

- ชั้นแรก คือการจัดการอบรมเป็นนักจัดรายการวิทยุให้กับตัวแทนชุมชน เนื้อหาการอบรมทั้งเรื่องรูปแบบ การเลือกเนื้อหา และลีลาในการพูดจัดรายการ ซึ่งได้กลายมาเป็นต้นแบบนั้น ก็เป็นต้นแบบที่มาจากวิเทศแบบรัฐ ทำให้ลักษณะเฉพาะและความเป็นตัวแทนของแต่ละชุมชนไม่ได้แสดงออกมา

- ชั้นที่สอง คือ การควบคุมการเขียนบท ซึ่งคณะวิจัยระบุว่า ผู้ที่รับหน้าที่ดำเนินรายการจะต้องส่งบทให้เจ้าหน้าที่ สวท.ตรวจสอบก่อนออกอากาศ

ด้วยคุณลักษณะที่ยังไม่เป็นไปตามหลักการของวิद्यุชุมชน ทำให้การบริหารจัดการของวิद्यุชุมชนคนเมืองน่ายังขาดความเป็นอิสระอย่างแท้จริง และที่มิวิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะเพื่อให้รัฐต้องผ่อนคลายนานาจนการควบคุมให้น้อยลง

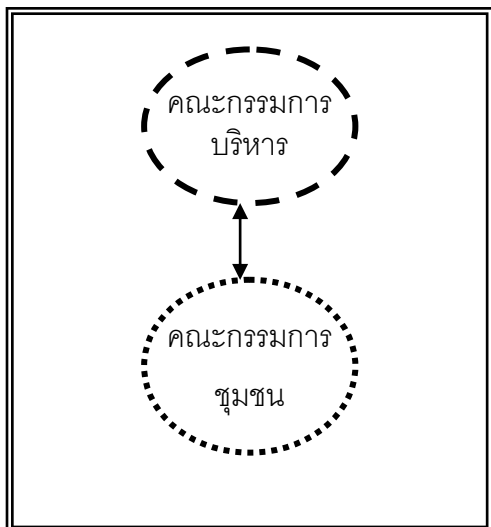
(3.2.3) แบบแผนที่ 3: การบริหารจัดการแบบวิद्यุชุมชนภาคประชาชน

สำหรับแบบแผนที่ 3 นี้ คือกรณีของวิद्यุชุมชน จ.ปัตตานี ซึ่งชาลิสสาและคณะ (2547) ได้เข้าร่วมดำเนินการและได้วิจัยสรุปบทเรียนมาตั้งแต่ปีพ.ศ.2542-2545 โดยลักษณะพิเศษของวิद्यุชุมชน จ.ปัตตานีที่แตกต่างจาก 2 แบบแผนที่กล่าวมาแล้วก็คือ กลุ่มประชาชนที่เข้ามาดำเนินงานวิद्यุชุมชนนั้นเป็นกลุ่มประชาชนที่มาจากรากหญ้าทั้งหมด

จากช่วงปีพ.ศ.2542-2545 ที่มิวิจัยได้พบว่ามีกรปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารจัดการวิद्यุชุมชนถึง 4 ครั้ง ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ในกลุ่มประชาชนที่เข้ามาดำเนินงานเพื่อภารกิจใหม่ๆ เช่น วิद्यุชุมชนนั้น ยังไม่มีบทเรียนสำเร็จรูปมาให้ แต่ต้องผ่านกระบวนการแสวงหาและลองผิดลองถูกสรุปบทเรียนของชุมชนเอง เช่น เริ่มตั้งแต่ระยะแรกก็ไม่มีผู้ประสานงาน ต่อมาก็ไม่มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของฝ่ายต่างๆ ในลำดับต่อมาก็ไม่มีกำหนดวาระการประชุม และในขั้นสุดท้ายก็ยังไม่มีการวางแผนกิจกรรม ฯลฯ ซึ่งปัญหา "ความไม่รู้" เหล่านี้วิद्यุชุมชน จ.ปัตตานีได้ใช้วิธีการ "ลงมือทำ" (action) และก็ "ทบทวนไตร่ตรอง/ถอดบทเรียน" (reflection) สลับกันไป

ชาลิสสาได้สรุปรูปแบบการบริหารจัดการของวิद्यุชุมชน จ.ปัตตานีในทั้ง 4 ยุคดังนี้ โดยที่ทั้ง 4 ชุดต้องตอบคำถามหลัก 2 ประการคือ จะออกแบบโครงสร้างอย่างไร และจะหาคนมาทำงานในแต่ละโครงสร้างอย่างไร

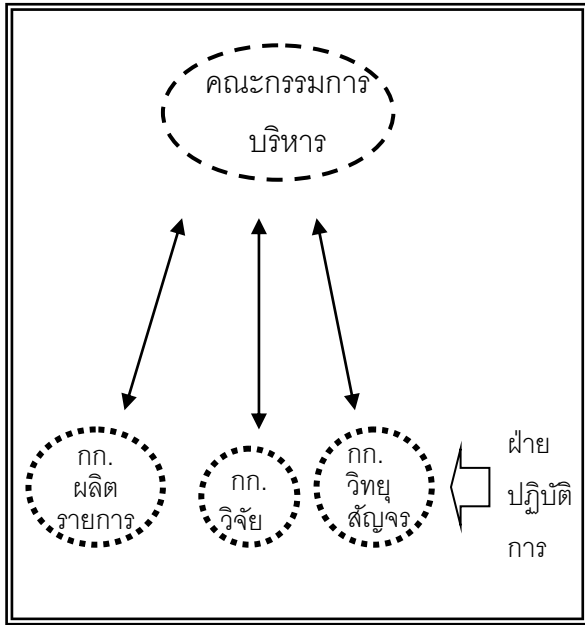
ยุคที่ 1 : เริ่มใช้เดือนส.ค. 2543



ในยุคแรกนี้ โครงสร้างการทำงานแบ่งออกเป็น 2 ระดับคือ คณะกรรมการบริหาร (ซึ่งไม่มีการแบ่งฝ่ายงาน) และคณะกรรมการชุมชน ซึ่งเป็นตัวแทนมาจากแต่ละตำบล โครงสร้างชุดแรกนี้มีลักษณะเรียบง่าย แต่ก็ทำงานไม่ได้ เพราะคณะกรรมการทั้ง 2 ชุดต่างไม่ทำตามหน้าที่ที่ได้กำหนดเอาไว้ โดยเฉพาะตัวประธานซึ่งไม่ทำหน้าที่ แต่ด้วยวัฒนธรรมแบบชุมชนจึงไม่ใช้วิธีเปลี่ยนตัวบุคคล แต่ใช้วิธีการเปลี่ยนโครงสร้าง

ภาพที่ 19 : โครงสร้างการบริหารงานวิद्यุชุมชน จ.ปัตตานี ยุคแรก

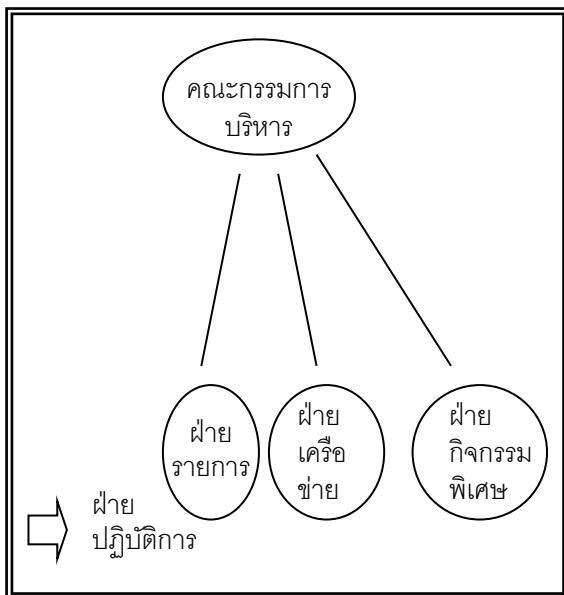
ยุคที่ 2 : พ.ศ.2544



ในยุคที่ 2 นี้ มีการยุบคณะกรรมการชุมชนออกไปเนื่องจากไม่มีบทบาทหน้าที่ และได้เพิ่มคณะกรรมการตามลักษณะงานของวิทยุชุมชนขึ้นมาแทนคือคณะกรรมการผลิตรายการ กรรมการฝ่ายวิจัยและกรรมการวิทยุสัญญา ส่วนคณะกรรมการบริหารนั้นยังคงเหมือนเดิม ผลจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง ก็ยังแก้ปัญหาเรื่องตัวบุคคลคือ ภาระงานไม่ทำงานไม่ได้ อย่างไรก็ตาม การเพิ่มโครงสร้างฝ่ายวิทยุสัญญาขึ้นมา ก็ทำให้การดำเนินงานเสริมวิทยุชุมชนมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ภาพที่ 20 : โครงสร้างการบริหารวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี ยุค 2

ยุคที่ 3 : กุมภาพันธ์ 2545



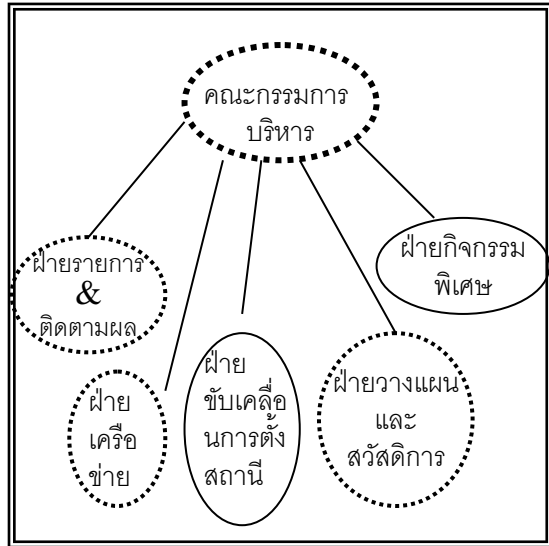
ภาพที่ 21 : โครงสร้างการบริหารวิทยุชุมชน จ. ปัตตานี ยุค 3

ในยุคที่ 3 นี้ โดยโครงสร้างใหญ่ๆ ยังคงเหมือนยุคที่ 2 แต่ได้มีการเปลี่ยนแปลงในรายละเอียดคือ

- ในส่วนของคณะกรรมการบริหารได้เพิ่ม "ฝ่ายการเงิน" ขึ้นมา (ซึ่งไม่มีใน 2 ชุดแรก) ทั้งนี้เพราะคณะกรรมการเล็งเห็นว่า เรื่องงบประมาณนั้นเป็นปัญหาใหญ่ของคณะกรรมการ
- ในระดับปฏิบัติการนั้นได้ยุบฝ่ายวิจัยออกไป และได้เพิ่มฝ่ายเครือข่ายเนื่องจากวิทยุชุมชนต้องการจะขยายผลออกไป และได้เพิ่มฝ่ายเครือข่ายโดยขยายเป็นฝ่ายกิจกรรมพิเศษซึ่งรวมทั้งงานวิทยุสัญญา งานพัฒนาบุคลากร การจัดตั้งสถานีทดลองและอื่นๆ

ผลจากการปรับโครงสร้างในยุคที่ 3 นี้ ทำให้ชาลิสาผู้วิจัยสรุปว่า คณะกรรมการเริ่มพัฒนาความสามารถในการบริหารจัดการมากขึ้น กล่าวคือ สามารถเพิ่ม/ยุบ/ขยายหน่วยงาน/ฝ่ายต่าง ๆ ตามสภาพความต้องการที่เป็นจริงของการทำงาน นอกจากนี้ โครงสร้างในยุคที่ 3 ยังกระจายภาระงานออกไปให้สมาชิกมากขึ้น และเป็นงานที่มีความชัดเจนมากขึ้น

ยุคที่ 4 : ต.ค.2545



**รูปที่ 22 : โครงสร้างการบริหารจัดการ
วิทยุชุมชน จ.ปัตตานี ยุค 4**

ในยุคที่ 4 นี้ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนั้นคือมีการแตกแยกย่อยกรรมการฝ่ายปฏิบัติการออกมามากยิ่งขึ้น ซึ่งคณะวิจัยประเมินว่าเนื่องจากการทำงานในสภาพการณ์เชิงรุก เช่น การแยกฝ่ายขับเคลื่อนการจัดตั้งสถานีซึ่งแต่เดิมอยู่รวมกับฝ่ายกิจกรรมพิเศษออกมา และได้เพิ่มฝ่ายวางแผนและสวัสดิการขึ้นมาซึ่งสะท้อนให้เห็นวิธีการบริหารจัดการที่เป็นระบบมากขึ้น นอกจากนี้ในฝ่ายรายการก็ยังได้เพิ่มภารกิจเป็น "ฝ่ายรายการและติดตามผล"

อย่างไรก็ตาม ชาลิสาได้ประเมินว่า แม้จะมีการพัฒนาโครงสร้างการบริหารจัดการให้ดีขึ้นกว่าเดิมสักเพียงใด แต่วิทยุชุมชน จ.ปัตตานีก็ยังคงแก้ปัญหาที่ผู้กรัดเอาไว้อีกประการหนึ่งไม่ได้คือ "ตัวบุคคลที่ทำงาน" ซึ่งมีปัญหาทั้งในเชิงปริมาณ (คือจำนวนคนไม่มีเพียงพอ) และปัญหาในเชิงคุณภาพ (เช่นความรับผิดชอบของคนทำงาน) ดังนั้น คณะวิจัยจึงเสนอว่าในเรื่องการออกแบบการบริหารจัดการนั้น จะต้องพิจารณาดู 2 ปัจจัยนั้นควบคู่กันไปเสมอ คือทั้งโครงสร้างการบริหารและตัวบุคคลที่จะเข้ามาปฏิบัติงาน

(3.2.4) บทเรียนบางประการเรื่องกลไกการควบคุม

เนื่องจากสถานภาพของงานวิจัยเรื่องวิทยุชุมชนทั้ง 4 กรณีที่กล่าวมานี้ ยังคงอยู่ในระยะเริ่มต้นเช่นเดียวกับประวัติศาสตร์ของวิทยุชุมชนที่เพิ่งเริ่มพลิกหน้าใหม่ขึ้นมา ดังนั้นในเนื้อหาของงานวิจัยจึงยังเป็นการสำรวจคุณลักษณะโดยทั่วไป และยังมีลักษณะที่หลากหลายแบบกว้างๆ เนื่องจากรูปแบบนานาชนิดของวิทยุชุมชน ดังนั้น ประเด็นที่เป็นเรื่องเฉพาะเจาะจง เช่น เรื่องการ

บริหารจัดการงานวิทยุชุมชนนั้น จึงยังไม่มีการศึกษาในรายละเอียดอย่างแท้จริง และก็น่าจะเป็นหัวข้อการวิจัยเรื่องวิทยุชุมชนต่อไปในอนาคต

และในเรื่องการบริหารงาน นอกเหนือจากเรื่องการออกแบบโครงสร้างรูปแบบต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาแล้ว องค์ประกอบที่สำคัญก็คือ การมี**กลไกการควบคุม** เพื่อให้โครงสร้างดังกล่าวทำงานได้ ซึ่งผลการวิจัยทั้ง 4 กรณียังไม่เห็นประเด็นกลไกการควบคุมที่ชัดเจน

อย่างไรก็ตาม ในบทสรุปสังเคราะห์นี้ ก็ขอเสนอแนวคิดบางประการเกี่ยวกับกลไกการควบคุมพอสังเขปดังนี้

เป็นเรื่องแน่นอนว่า ในการบริหารจัดการทั้งหลายนั้น จำเป็นต้องมี**ระบบการควบคุม**เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามที่วางเป้าหมายหรือวางแผนเอาไว้ ปัญหาที่อยู่ที่ว่า จะใช้**ระบบการควบคุมแบบไหน** อย่างไร มากกว่า สำหรับประสบการณ์การทำวิทยุชุมชนที่ผ่านมาของไทยได้ให้บทเรียนว่า กลไกในการควบคุมการทำงานวิทยุชุมชนนั้นต้องมีอย่าง**หลากหลาย** และใช้การควบคุมเพื่อ**สร้างสมดุลระหว่าง** "การบรรลุเป้าหมาย" กับ "การมีส่วนร่วมของคนทำงาน" ตัวอย่างกลไกการควบคุมที่หลากหลายนั้น ได้แก่

(1) **กฎระเบียบ** เป็นกลไกแบบเดิมๆ ที่พวกเราส่วนใหญ่คุ้นเคยกันดี เนื่องจากการทำงานกับคนหมู่มากจำเป็นต้องมีข้อตกลงร่วมกันในรูปของกฎระเบียบ เพื่อเป็นหลักประกันว่าวิทยุชุมชนจะทำประโยชน์ให้แก่ส่วนรวมอย่างแท้จริง ตัวอย่างกฎระเบียบที่ควรมีก็เช่นการกำหนดคุณสมบัติของผู้จัด/ผู้ดำเนินรายการ รายการที่จะออกอากาศ การควบคุมโฆษณาและบริการธุรกิจ ค่าตอบแทนของฝ่ายต่าง ๆ เป็นต้น

และเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย ที่มาของกฎระเบียบที่จะใช้นี้ควรมาจากข้อตกลงร่วมกันของกลุ่มผู้ทำงาน มิใช่ถูกกำหนดมาจากภายนอก และสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสภาพความเป็นจริง

(2) **การประชุม** ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า การประชุมเป็นวิธีการสำคัญในการดำเนินงานแบบประชาธิปไตย นอกจากนั้น การประชุมยังสามารถทำหน้าที่เป็นกลไกการควบคุมความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานอีกด้วย

(3) **การประเมินผล** การประเมินผลก็เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการควบคุมเนื่องจากได้มีการระบุระยะเวลาและเป้าหมายที่แน่นอนของการประเมินผลเอาไว้ อย่างไรก็ตาม การประเมินผลในงานวิทยุชุมชนก็ไม่ควรเน้นทำที่ที่วัดแต่ "ความสำเร็จ/ความล้มเหลว" มากจนเกินไป แต่ควรมุ่งที่ "การเรียนรู้ร่วมกัน" เพื่อมิให้ทำลายขวัญและกำลังใจของคนทำงาน

(4) **ระบบการตรวจสอบ** ในบางมิติของการบริหารจัดการเช่น การเงิน/บัญชี/งบประมาณ ควรมีระบบการตรวจสอบทั้งจากภายนอกและภายใน เพื่อให้เกิดความโปร่งใสในการทำงาน

อนึ่ง มีข้อนำสังเกตจากผลการวิจัยที่ผ่านมาว่า เนื่องจากในช่วงระยะเปลี่ยนผ่านนี้ ยังมีกลไกการควบคุมหลายแบบที่นำเอากฎระเบียบของวิทยุแบบเดิมๆ มาใช้กับวิทยุชุมชน ซึ่งกฎระเบียบบางข้อนั้นเข้ากันไม่ได้ มีลักษณะลัทธิ หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อเป้าหมายของวิทยุชุมชนเลย ตัวอย่างเช่น กฎระเบียบเรื่องการสอบใบผู้ประกาศ ซึ่งหากในด้านหนึ่ง วิทยุชุมชนมีเป้าหมายที่จะเปิดกว้างให้ประชาชนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วม แต่ในอีกด้านหนึ่งก็กลับมีประเด็นเรื่องการสอบใบประกาศ ทำให้เกิดลักษณะการควบคุมที่ขัดแย้งกันเอง หรือกฎเกณฑ์ที่ต้องพูดภาษากลาง ไม่ให้พูดภาษาถิ่นในการจัดรายการ ก็ทำให้เป้าหมายเรื่องการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นไปไม่ได้

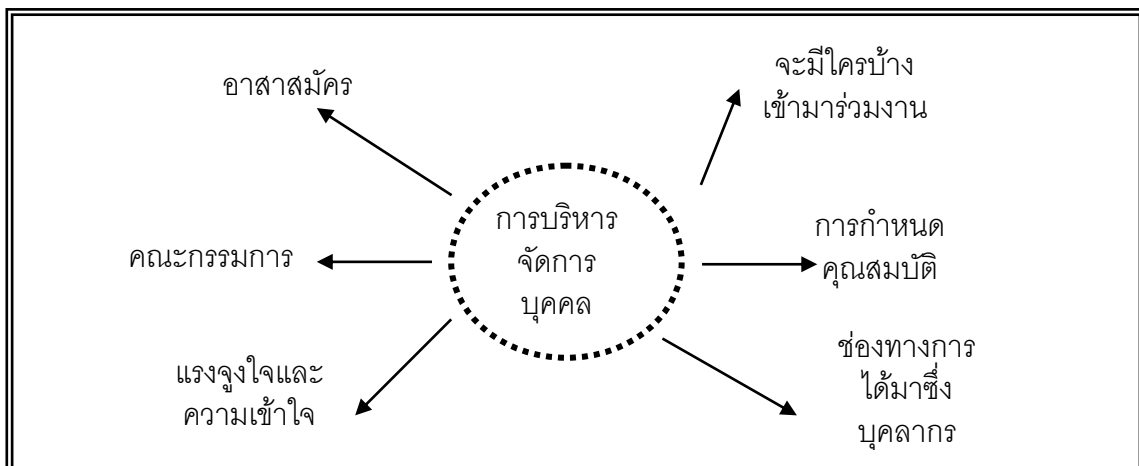
จึงมีข้อเสนอแนะให้มีการแก้ไขกลไกการควบคุมแบบเดิม หรือสร้างกลไกการควบคุมตามแบบของวิทยุชุมชนขึ้นมาใหม่โดยไม่ต้องหยิบยืมจากระบบวิทยุเดิม

3.3 การวิเคราะห์การบริหารจัดการบุคคล

แม้แต่ในงานวิทยุแบบต่างๆ ไป ประเด็นเรื่องการบริหารจัดการบุคคลก็ยังคงเป็นประเด็นที่สำคัญทั้งในเรื่องปริมาณและคุณภาพของบุคลากร เช่น งานวิทยุจะต้องการจำนวนคนที่มากพอที่จะใช้อุปกรณ์เครื่องมือและรับผิดชอบงานในขั้นตอนต่างๆ ในแง่คุณภาพ งานวิทยุต้องการคนที่ความเข้าใจในเรื่องการสื่อสารผ่านสื่อวิทยุ และมีทักษะความรู้ด้านเทคนิคการผลิตรายการจำนวนไม่น้อย เนื่องจากงานวิทยุเป็นงานที่ต้องการความต่อเนื่อง ต้องการเวลาทำงานที่สม่ำเสมอเป็นประจำทุกวัน และเป็นงานสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ และเมื่อมาเป็นวิทยุชุมชนก็ยิ่งต้องการคนทำงานที่มีปริมาณมากพอและมีความเข้าใจเรื่องปรัชญา หลักการและแนวคิดของวิทยุชุมชน รวมทั้งต้องมีทักษะความสามารถในการทำงานประสานงานได้อย่างดี

จึงอาจกล่าวได้ว่า การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลถือเป็นหัวใจสำคัญที่สุดของงานวิทยุชุมชน

ประเด็นที่ควรต้องพิจารณาอย่างละเอียดในเรื่องการบริหารจัดการบุคคลจะมีดังนี้



ภาพที่ 23 : การบริหารจัดการ

(1) ควรจะมีใครบ้างที่เข้ามาร่วมงานวิद्यุชุมชน (Stakeholder)

(1.1) **ตัวแทนหลาย ๆ กลุ่ม** ตามหลักการแล้วเนื่องจากวิद्यุชุมชนเป็นวิद्यุของ "คนทุกกลุ่มในชุมชน" โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มคนที่ด้อยโอกาสด้านสิทธิการสื่อสาร เช่น กลุ่มผู้หญิง กลุ่มเยาวชน กลุ่มเด็ก กลุ่มผู้พิการ กลุ่มผู้อาวุโส กลุ่มผู้เจ็บป่วย ฯลฯ ดังนั้น จึงควรมีหลักประกันว่าวิद्यุชุมชนจะเป็นพื้นที่สาธารณะที่เปิดให้ตัวแทนจากทุกกลุ่มเข้ามาร่วมงาน

จากกรณีศึกษาวิจัยทั้ง 4 กรณีนั้น ยังไม่พบว่ามีกรณีใดที่มีคุณลักษณะตรงตามหลักการที่กล่าวมาข้างต้น เนื่องจากโดยส่วนใหญ่แล้วพัฒนาการของวิद्यุชุมชนเพิ่งจะอยู่ในระยะแรกเริ่มเปิดหน้าประวัติศาสตร์ ดังนั้น วิธีการสรรหาตัวบุคคลเข้าไปทำงานวิद्यุชุมชนยังคงใช้เรื่องความสนใจเป็นสำคัญ

มีตัวอย่างรูปธรรมเล็กๆ น้อยๆ ที่ส่อแววให้เห็นวิธีการสรรหาตัวแทนของกลุ่มต่างๆ ให้เข้าไปร่วมงานวิद्यุชุมชน เช่น วิद्यุชุมชน จ.ปัตตานี ในระยะเริ่มแรกได้มีการจัดโครงสร้างให้มีตัวแทนจากทุกตำบล หรือในกรณีของวิद्यุชุมชน จ.บุรีรัมย์ ในประเภทรายการทั้ง 10 รายการนั้นก็มีความหลากหลาย เช่น มีรายการธรรมะที่จัดโดยพระสงฆ์ มีรายการของเยาวชนที่จัดโดยวัยรุ่น มีรายการจากกลุ่มวิชาชีพ เช่น กลุ่มช่าง เป็นต้น

(1.2) **ความหลากหลายของกลุ่มคน** จากกรณีศึกษาของงานวิจัยทั้ง 4 ชิ้น มีงานวิจัย 2 ชิ้นที่แสดงให้เห็นมิติเรื่องความหลากหลายของกลุ่มคน ในวิद्यุชุมชนคนเมืองน่าน กลุ่มคนที่เข้าไปร่วมงานวิद्यุชุมชนนั้นมักจะเป็นกลุ่มชนชั้นกลาง กลุ่มวิชาชีพและคนที่อยู่ในเมืองเป็นส่วนใหญ่ โดยมีตัวแทนจากประชาชนกลุ่มรากหญ้า กลุ่มเกษตรกรและผู้ใช้แรงงานไม่มากนัก กลุ่มชนชั้นกลางเช่นนี้จะสามารถดำเนินงานวิद्यุได้ดี แต่ทว่า จะขาดความทั่วถึงคนระดับล่าง

ในทางตรงกันข้าม วิद्यุชุมชน จ.ปัตตานีนั้น จะประกอบด้วยตัวแทนที่มาจากรากหญ้าเกือบทั้งหมด แม้ว่าเมื่อพิจารณาโดยรวมๆ แล้วจะพบว่าคุณลักษณะของตัวแทนที่มาร่วมงานวิद्यุชุมชนนั้นมีลักษณะอุดมคติอย่างมาก แต่ในสภาพความเป็นจริงแล้ว การที่คนทำงานเป็นกลุ่มประชาชนรากหญ้าทั้งหมดนั้นก็ก่อให้เกิดข้อจำกัดอย่างมากสำหรับการทำงาน

ดังนั้น จึงน่าจะเป็นประเด็นที่พิจารณาว่า กลุ่มที่ทำงานวิद्यุชุมชนนั้นน่าจะเป็นคนที่มาจากหลายชนชั้น หลากสถานภาพ (heterogeneous) มากกว่าเป็นคนจากชนชั้นเดียวหรือมีสถานภาพแบบเดียวกันทั้งหมด (homogeneous) ดังเช่นข้อสรุปของงานวิจัยเรื่องวิद्यุชุมชน จ.ปัตตานี

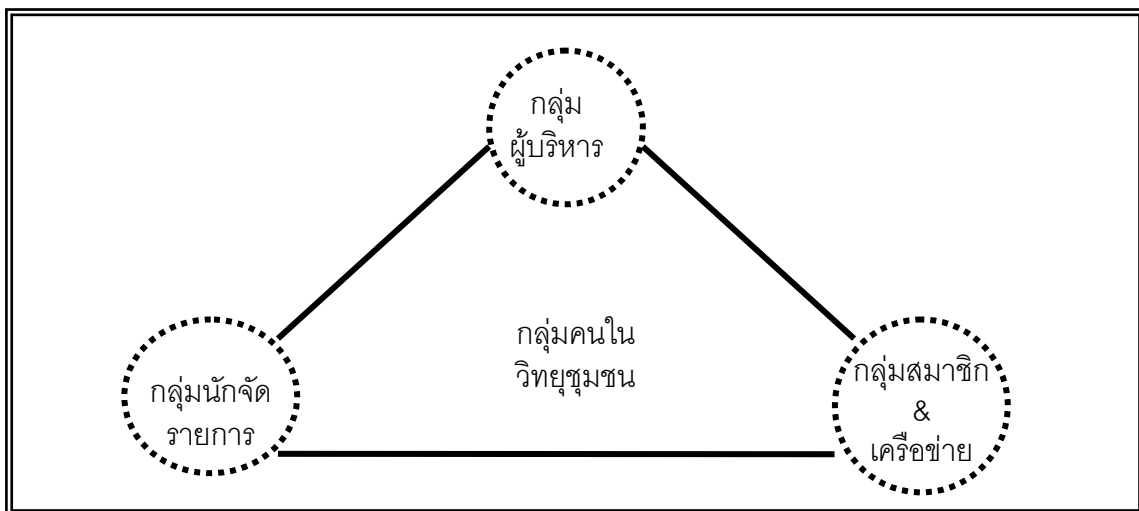
(1.3) **บุคคล 3 ประเภทที่เป็นที่ต้องการ** จากการสรุปบทเรียนของงานวิจัยเรื่องวิद्यุชุมชน จ.ปัตตานี ซาลิส้าให้ข้อสรุปว่า กระบวนการทำงานวิद्यุชุมชนนั้นน่าจะต้องการบุคลากร 3 กลุ่ม พร้อมทั้งระบุคุณสมบัติเอาไว้ดังนี้คือ

(ก) **กลุ่มผู้บริหาร** ได้แก่กลุ่มบุคคลที่มีความสามารถในการบริหารจัดการ มีความสามารถในการปฏิบัติงานท่องเที่ยว ซึ่งคนกลุ่มนี้จะทำหน้าที่ดูแลกลุ่มและสร้างเครือข่ายของกลุ่มให้เติบโต

(ข) **กลุ่มนักจัดรายการ** ได้แก่กลุ่มบุคคลที่มีความสามารถในการจัดรายการได้ ซึ่งบุคคลกลุ่มนี้สามารถสร้างขึ้นมาได้จากผู้ที่สนใจการจัดรายการวิทยุ เป็นผู้ที่มีความรู้หรือมีคุณสมบัติเฉพาะเพื่อมาจัดรายการ เช่น สนใจติดตามข่าวสาร มีความรอบรู้หรือรู้จักแสวงหาความรู้ มีทักษะการสื่อสารเบื้องต้นที่ดี ฯลฯ กล่าวคือมีคุณสมบัติแบบนักสื่อสาร

(ค) **กลุ่มสมาชิก** ได้แก่บุคคลทั่วไปที่สนใจกิจกรรมวิทยุชุมชนที่สามารถเข้ามาช่วยงานหรือสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของวิทยุชุมชน

โดยที่ทั้ง 3 กลุ่มนี้ต้องทำงานประสานร่วมมือกัน



ภาพที่ 24 : กลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกับงานวิทยุชุมชน

(2) **การกำหนดคุณสมบัติของคนทำงาน** จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาถึงความสำคัญของวิทยุชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาเช่น วิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์ จะเห็นได้ว่า ในการคัดเลือก/สรรหาตัวบุคคลเข้ามาทำงานวิทยุชุมชนนั้น จำเป็นต้องมีการกำหนดคุณสมบัติของคนทำงานบ้าง อันเป็นไปตามหลักการว่า "ใช้คนให้ถูกกับงาน" (put the right man to the right job)

ชาลิสำให้ข้อสรุปจากงานวิจัยวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี ซึ่งผ่านข้อผิดพลาดในการคัดเลือกคนมาทำงานในระยะแรกๆ ว่า คุณสมบัติเบื้องต้นของคนทำงานวิทยุชุมชนควรมีดังนี้

(i) **ต้องเป็นผู้ที่มีเวลาว่างพอสมควร** ทั้งนี้เพราะงานวิทยุเป็นงานประจำที่ต้องทำต่อเนื่อง ดังนั้นเมื่อวิทยุจ.ปัตตานีไปคัดเลือกเอาบรรดาแกนนำ/ผู้นำชุมชนมาทำวิทยุ จึงพบว่าผู้นำเหล่านั้นมีภาระงานอื่น ๆ รัดตัวจนไม่สามารถมาทำงานวิทยุได้

(ii) **ต้องเป็นผู้ที่มีจิตสาธารณะ** เนื่องจากงานวิทยุเป็นงานอาสาสมัครเพื่อประโยชน์ส่วนรวม

(iii) **ต้องเป็นผู้รัก/เข้าใจและเห็นคุณค่าของการสื่อสาร** เนื่องจากงานวิทยุจัดเป็นงานการใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน

(iv) **ต้องเป็นผู้รักความถูกต้องและมีจรรยาบรรณแบบนักวิชาชีพ** เนื่องจากงานวิทยุชุมชนเป็นการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ บรรดาข่าวสาร/ความรู้ที่จะเผยแพร่ออกไปจึงต้องมีคุณสมบัติของข่าวสาร/ความรู้ที่ดีคือมีความถูกต้อง

ส่วนการมีจรรยาบรรณแบบนักวิชาชีพ ก็คือผู้ที่ใส่ใจในการเตรียมเนื้อหาอย่างดีก่อนที่จะเผยแพร่สู่สาธารณะ ซึ่งหากขาดคุณสมบัติข้อนี้ก็ทำให้ผลงานที่ออกไปไม่ได้มาตรฐาน ดังเช่น ผู้จัดรายการบางคนของวิทยุชุมชนจ.มหาสารคามถูกผู้ฟังวิจารณ์ว่า "จัดรายการโดยไม่ได้ทำการบ้านมาล่วงหน้า"

นอกเหนือจากคุณสมบัติพื้นฐานเหล่านี้แล้ว ในแต่ละท้องถิ่นอาจจะกำหนดคุณสมบัติเพิ่มเติมตามหลักเกณฑ์การทำงานของตนเอง เช่น วิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์ กำหนดคุณสมบัติว่า "ต้องไม่เป็นหัวหน้า/สมาชิกของพรรคการเมือง" ทั้งนี้เพื่อรักษาความเป็นกลางทางการเมือง เป็นต้น (วีรพงษ์, หน้า 396)

ส่วนที่เพิ่มเติมไปมากกว่าคุณสมบัติพื้นฐานดังกล่าวนั้นก็ขึ้นอยู่กับบทบาท/หน้าที่/ภาระงานที่จะเข้ามารับผิดชอบ เช่น ซาลิสภาพพบว่า ในกรณีที่จะเข้ามาเป็นผู้นำกลุ่ม คุณสมบัติที่ควรมีคือ มีความรู้ทั้งด้านกระบวนการกลุ่ม คือสามารถขับเคลื่อนกลุ่มและวางแผนงานได้ ซึ่งต้องการผู้นำที่มีระดับการศึกษาปานกลางถึงสูง เนื่องจากผู้นำกลุ่มจะต้องติดตามสถานการณ์ใหม่ๆ ทางสังคม เรียนรู้ข้อมูลใหม่และทำความเข้าใจเรื่องต่างๆ ได้ดี

(3) **ช่องทางที่ได้มาซึ่งบุคลากร** จากงานวิจัยที่นำมาศึกษา มีบทเรียนเกี่ยวกับช่องทางที่ได้มาซึ่งบุคลากรที่จะมาทำงานวิทยุชุมชนอยู่หลายวิธีการดังนี้

(i) มาจากกลุ่มเครือข่ายที่เคยมาร่วมทำงานกับสถานีอยู่แล้ว เช่น กรณีวิทยุชุมชนคนเมืองน่าน ช่องทางนี้จะได้ทั้งคนที่มีความสนใจ รวมทั้งมีความเข้าใจและมีประสบการณ์การทำงานร่วมกัน

(ii) ได้มาจากกลุ่มบุคคลที่ผ่านการอบรมแบบใดแบบหนึ่ง เช่น วิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์ ได้มาจากกลุ่มคนที่มารับการอบรมเป็นอาสาสมัครประชาสัมพันธ์ (อปม.) ของกรมประชาสัมพันธ์ ส่วนวิทยุชุมชน จ.น่านได้มาจากสมาชิกที่มาเข้ารับการอบรมที่ทางคณะกรรมการบริหารวิทยุชุมชนจัดขึ้น เป็นต้น

(iii) ได้มาจากการรับสมัครผ่านทางสื่อวิทยุเอง เช่น วิทยุชุมชนจ.บุรีรัมย์และจ.ปัตตานี

(iv) ที่มีวิทยุเดินทางออกไปเผยแพร่แนวคิดในกลุ่มคนทำงานเพื่อสังคม เช่น วิทยุชุมชน จ.ปัตตานีได้ออกไปเผยแพร่แนวคิดวิทยุชุมชนในเวทีของภาคประชาชน

(v) ใช้กลุ่มคนที่เข้ามาร่วมงานวิทยุชุมชนแล้วเป็น "สื่อบุคคล" เพื่อชักชวนบอกต่อไปยังคนอื่น ๆ

(vi) ใช้ช่องทางการจัดวิทยุสัญจร ซึ่งเป็นกลยุทธ์เชิงรุกคือการออกไปสาธิตการจัดวิทยุชุมชนสัญจรในพื้นที่ของชุมชนเลย

(4) การตรวจสอบแรงจูงใจและความเข้าใจของบุคคลที่เข้ามาร่วมงาน หลังจากที่ได้อัตว์บุคคลมาแล้ว ขั้นตอนที่ทางกลุ่มผู้บริหารวิทยุชุมชนจะต้องทำต่อไปก็คือการตรวจสอบแรงจูงใจและความเข้าใจของบุคคลที่สนใจมาร่วมงาน

สำหรับการตรวจสอบแรงจูงใจนั้นก็จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการใช้สื่อวิทยุเพื่อผลประโยชน์ส่วนตัวหรือส่วนรวม เช่น วิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์จะใช้การตรวจสอบจากกลุ่มเพื่อน ๆ/คนรู้จัก (peer review) เรื่องความเป็นกลางทางการเมืองของผู้สนใจ

ส่วนเรื่องความเข้าใจในการทำงานนั้น ในระยะเริ่มแรกนั้นคงไม่จำเป็นที่จะต้องเรียกร้องให้ทุกคนที่เข้ามาร่วมงานเข้าใจงานของวิทยุชุมชนอย่างสมบูรณ์ แต่การตรวจสอบการรับรู้/ความเข้าใจนั้นจะเป็นประโยชน์สำหรับการจัดเนื้อหาสำหรับการอบรมคนทำงาน (empower)

ชาลิสสาแสดงให้เห็นปัญหาในเรื่องความเข้าใจอย่างไม่ครบถ้วนของสมาชิกที่เข้ามาเป็นอุปสรรคของการพัฒนาวิทยุชุมชน กล่าวคือ สมาชิกส่วนใหญ่เข้าใจว่า การมาทำงานวิทยุชุมชนก็คือการมาจัดรายการวิทยุเท่านั้น ส่วนงานสร้างกลุ่มหรือบริหารกลุ่มนั้น สมาชิกไม่ได้ให้ความสนใจ ซึ่งชาลิสสาเห็นว่า ความเข้าใจที่ไม่สมบูรณ์เป็นอุปสรรคต่อการขยายแนวคิดวิทยุชุมชนสู่ระดับสูง (คงทำได้เพียงระดับรายการ แต่ไม่ใช่ระดับการเป็นเจ้าของสถานี)

คณะวิจัยวิทยุชุมชน จ.ปัตตานีให้ข้อเท็จจริงว่า สำหรับในระยะเริ่มต้นนั้น กลุ่มน่าจะต้องการสมาชิกที่มีคุณสมบัติด้านความเข้าใจพื้นฐาน 3 ประการคือ

(i) มีความเข้าใจหรือตระหนักรู้ว่า ตนเองเข้ากลุ่มมาเพื่ออะไร

(ii) มีความเข้าใจใน "ความเป็นวิทยุชุมชน" นั่นคือ เข้าใจชัดเจนว่าวิทยุชุมชนแตกต่างจากวิทยุแบบอื่น ๆ อย่างไร

(iii) เมื่อเข้ามาในกลุ่มแล้ว มีความเข้าใจ/ตระหนักรู้ว่า กลุ่มคาดหวังอะไรจากตน หรือตนมีบทบาทหน้าที่อะไรในกลุ่ม

(5) คณะกรรมการ

ดังได้กล่าวมาแล้วว่า เอกลักษณะที่สำคัญที่สุดของวิทยุชุมชนคือ การมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ของประชาชนในสื่อ ("โดย" "ประชาชน") ผ่านรูปแบบต่าง ๆ ตั้งแต่ระดับอ่อน ๆ ไปจนถึง

เข้มขัน เช่น เริ่มตั้งแต่เป็นผู้ฟังที่ active เข้ามาร่วมเป็นแหล่งข่าว เป็นผู้รายงานข่าว/ส่งข่าวสาร เป็นแขกรับเชิญจากรายการ เป็นผู้ร่วมดำเนินรายการ เป็นผู้บริหารจัดการ เป็นผู้วางนโยบาย เป็นผู้อุปถัมภ์รายการ ฯลฯ ซึ่งหากประมวลบทบาทของประชาชนที่จะเข้าร่วมในวิทยุชุมชนแล้ว อาจแบ่งได้เป็น 3 บทบาทใหญ่ๆ คือ

(ก) **เป็นผู้ฟังที่ active** ซึ่งในบทบาทนี้จะเปิดโอกาสให้ประชาชนจำนวนมากทุกคน สามารถเข้าร่วมแสดงบทบาทได้

(ข) **เป็นอาสาสมัคร** เป็นบทบาทที่เขยิบเข้ามาใกล้วิทยุชุมชนมากขึ้น มีภาระหน้าที่มากขึ้น เช่น เป็นแหล่งข่าว เป็นผู้รายงานข่าว เป็นฝ่ายประชาสัมพันธ์ในหมู่บ้าน เป็นตัวแทนวิทยุชุมชน ในท้องถิ่น ฯลฯ และได้รับการฝึกอบรมเป็นพิเศษ เป็นต้น

(ค) **เป็นคณะกรรมการ** เป็นบทบาทที่อยู่ตรงหัวใจของวิทยุชุมชนเลย

ในที่นี้จะขอกล่าวถึงบทบาทของประชาชนในฐานะคณะกรรมการซึ่งเป็นรูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนในวิทยุชุมชนที่เข้มขันมากที่สุดเสียก่อน

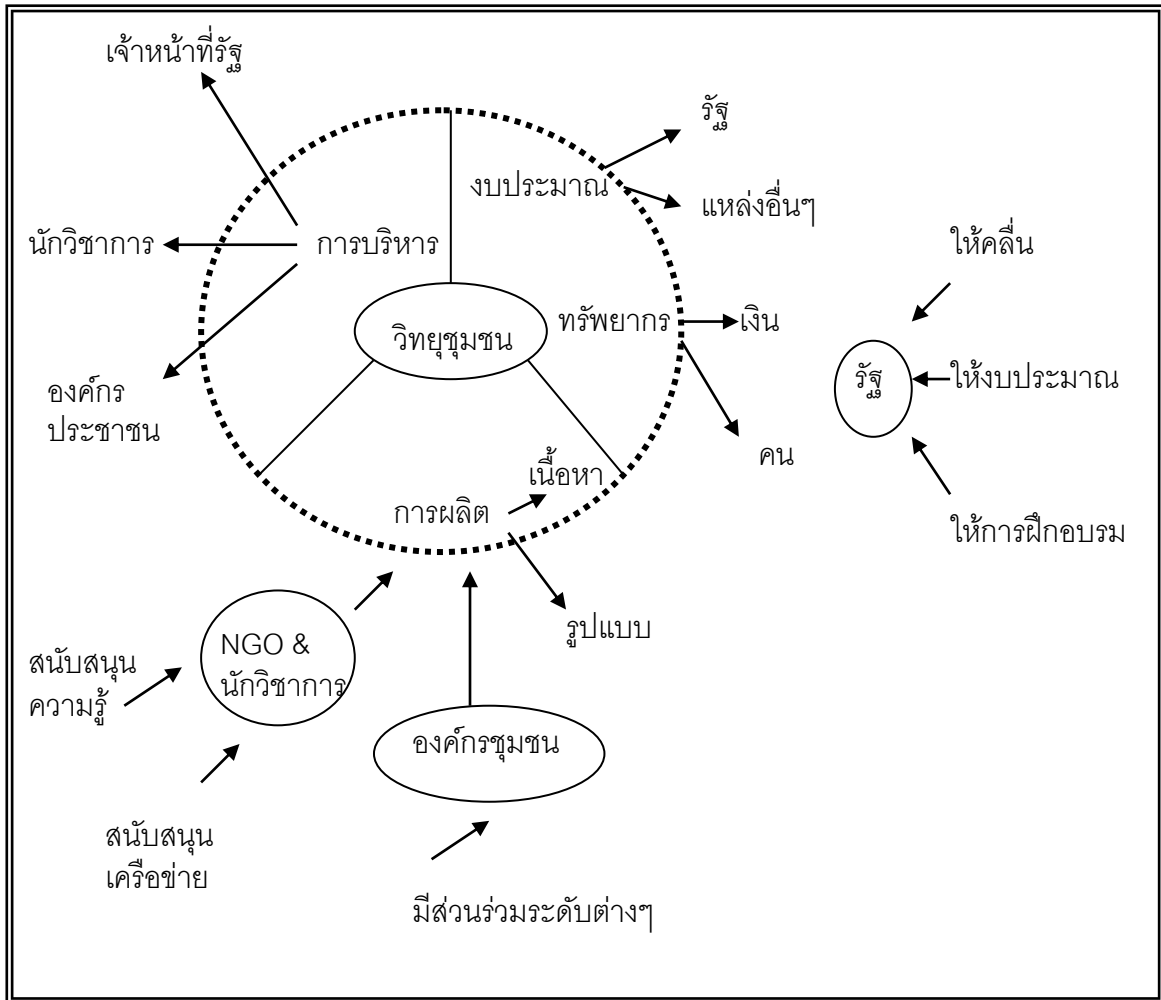
(5.1) **คุณสมบัติของคณะกรรมการวิทยุชุมชน** มีข้อสังเกตประการแรกเกี่ยวกับตัวแทนของภาคประชาชนที่จะเข้ามาเป็นคณะกรรมการชุมชนว่า ปัจจุบันนี้ สังคมไทยมักมีการตั้งคณะกรรมการชุดต่าง ๆ เพื่อรองรับภารกิจใหม่ๆ ของการพัฒนาชุมชน แต่ในขณะที่**ภารกิจนั้นใหม่**นั้น หากทว่าเรามักจะมอบหมาย**ตัวบุคคลเก่า**ให้มาทำหน้าที่ และตัวบุคคลเก่าๆนั้นก็ถูกจัดตั้งมาจากองค์กรแบบข้าราชการ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ซึ่งมีภารกิจในแง่ของการปกครองชุมชน หากนำเอาตัวแทนชุมชนเหล่านี้มาทำงานด้านการสื่อสารเช่นวิทยุชุมชน ก็อาจจะเกิดรายการผิดพลาดได้ เนื่องจากบรรดากำนันผู้ใหญ่บ้านอาจจะไม่มีความสนใจหรือไม่มีคุณสมบัติทักษะด้านการสื่อสาร ซึ่งบทเรียนจากหอคระจายข่าวในชุมชนหลาย ๆ แห่งได้เป็นประจักษ์พยานอย่างดี

ดังนั้น คณะกรรมการวิทยุชุมชนในส่วนของชาวบ้านนั้นควรจะต้องเปิดช่องทางแสวงหา**ตัวบุคคลใหม่** เพื่อให้ได้**คนที่สนใจในงานการสื่อสาร**เพื่อพัฒนาชุมชนอย่างแท้จริง

(5.2) **ความเป็นตัวแทนของคณะกรรมการ** นอกจากนั้นเพื่อให้วิทยุชุมชนนั้นมีลักษณะเป็นตัวแทนของคนทุกกลุ่มในชุมชน จำเป็นต้องมีการจัดสัดส่วนให้ตัวแทนของคนทุกกลุ่มในชุมชน เช่น กลุ่มสหกรณ์ กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มผู้อาวุโส กลุ่มเอดส์ ฯลฯ โดยเฉพาะกลุ่มคนที่ด้อยโอกาสได้เข้ามาใช้เวทีพื้นที่แห่งนี้ตามหลัก Pluralistic Democracy อย่างแท้จริง

(5.3) **องค์ประกอบของคณะกรรมการ** ในขณะที่องค์ประกอบของคณะกรรมการวิทยุชุมชนนั้นจำเป็นต้องประกอบด้วยบุคคลจากหลายฝ่าย เนื่องจากงานของวิทยุชุมชนนั้นมีหลายแง่มุม ทั้งงานด้านเทคนิค งานด้านการสื่อสารมวลชน ด้านการบริหารจัดการ ด้านการประสานงาน ฯลฯ ดังนั้น ในแผนผังข้างล่างจึงได้แสดงให้เห็นว่า คณะกรรมการวิทยุชุมชนนั้นคงจะไม่มีเพียง

ตัวแทนของชุมชนเท่านั้น แต่คงจะมีเจ้าหน้าที่เทคนิคของรัฐ นักวิชาการ องค์กรพัฒนาเอกชน เข้ามาทำงานด้วย ฯลฯ อย่างไรก็ตาม เพื่อให้วิทยุชุมชนมีความหมายตรงกับชื่อจริง ๆ สัดส่วนของตัวแทนจากชุมชนก็ควรจะมีมากกว่าฝ่ายอื่นๆ



ภาพที่ 25 : องค์ประกอบของกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชน

(5.4) **คุณสมบัติของคณะกรรมการ** ผลจากการวิจัยเรื่องวิทยุชุมชนในหลายๆ ที่ให้บทเรียนบางประการเกี่ยวกับคุณสมบัติของคณะกรรมการวิทยุชุมชนว่า **ควรมี/ไม่ควร**มีคุณสมบัติอะไรบ้าง ดังนี้

- **คณะกรรมการควรเป็นบุคคลที่มีความกระตือรือร้น** เพราะงานวิทยุต้องการความคิดริเริ่มสร้างสรรค์แปลกใหม่อยู่ตลอดเวลา

- เป็นผู้ที่รักและพร้อมที่จะอุทิศตนเองเพื่อชุมชน เพราะงานวิทยุชุมชนเป็นงานเพื่อส่วนรวมมิใช่ธุรกิจ ควรเป็นผู้ที่มีเวลาร่างพอดสมควรที่จะทำงานให้ส่วนรวมภายในช่วงเวลาที่กำหนดตำแหน่ง

- มีความบริสุทธิ์ใจในการเข้ามาทำงาน ไม่มีเป้าหมายเพื่อหวังผลประโยชน์แอบแฝงอยู่เบื้องหลัง สำหรับคุณสมบัติข้อนี้ จำเป็นต้องผ่านการตรวจสอบด้วยกระบวนการเลือกตั้งของชุมชนเท่านั้น เนื่องจากเป็นคุณสมบัติที่ต้องดูจากประวัติชีวิตที่ผ่านมา

- ไม่เป็นฐานเสียงของพรรคการเมืองพรรคใดพรรคหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อป้องกันการที่วิทยุชุมชนจะถูกครอบงำจากการเมืองท้องถิ่น

- คณะกรรมการวิทยุชุมชนนี้ไม่จำเป็นต้องเป็นผู้นำของชุมชน เช่น กำนันหรือผู้ใหญ่บ้าน ขอให้เป็นผู้ที่รักและสนใจงานวิทยุเป็นใช้ได้

- ประสบการณ์จากงานวิทยุชุมชนบางแห่งพบว่า คณะกรรมการมีการเสนอบุคคลอื่นที่โดดเด่นหรือมีอิทธิพลในชุมชนที่ตนเห็นว่าเหมาะสมเป็นกรรมการเพื่อหวังผลการสนับสนุนรายการบางอย่าง เช่น การเงิน ความสะดวกในการทำงานหรือวิทยากร ซึ่งความคิดเห็นดังกล่าวมันได้พิสูจน์แล้วว่าไม่ถูกต้อง เพราะบุคคลที่เด่นหรือมีอิทธิพลอาจจะส่งผลเสียมากกว่าผลดีต่อการทำงานกลุ่ม เนื่องจากมีลักษณะที่ข่มกรรมการคนอื่น ๆ จนไม่มีการแสดงความคิดเห็นอย่างเสมอภาคเป็นประชาธิปไตย

- ปรากฏการณ์ที่ต่อเนื่องจากที่กล่าวมาแล้วก็คือ หากกรรมการมีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมแตกต่างกันอย่างมากเท่าไร ก็ะยิ่งเกิดความเกรงใจกันมากขึ้นเท่านั้น ดังนั้นการเลือกกรรมการที่มีคุณสมบัติคล้ายคลึงหรือใกล้เคียงกัน และมีลักษณะความเป็นตัวแทนของกลุ่มต่าง ๆ เพื่อให้ทุกคนกล้าแสดงความคิดเห็นในที่ประชุม จึงเป็นข้อควรพิจารณาประกอบด้วย

(6) อาสาสมัคร

(6.1) ความสำคัญของอาสาสมัคร เป็นที่น่าสังเกตว่า ในขณะที่แนวคิดเรื่อง "คณะกรรมการ" ในฐานะตัวแทนประชาชนที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในวิทยุชุมชนนั้น มีความชัดเจนและรับรู้เข้าใจกันได้ทั่วไป แต่แนวคิดเรื่อง "อาสาสมัคร" กลับเป็นเรื่องมันนอกสายตา ยังเห็นความสำคัญกันน้อย หรือยังเข้าใจกันไม่ดีนัก

แท้จริงแล้ว เราเกือบจะกล่าวได้เลยว่า **อาสาสมัครนั้นก็คือหัวใจของวิทยุชุมชน** ดังที่ได้กล่าวมาเบื้องต้นบ้างแล้วว่า วิทยุชุมชนนั้นมีชื่อเรียกอีกแบบหนึ่งว่า "วิทยุอาสาสมัคร" ความสำคัญและความจำเป็นของอาสาสมัครในวิทยุชุมชนนี้มีที่มาดังนี้คือ

- เนื่องจากธรรมชาติของวิทยุชุมชนที่ต้องทำอย่างต่อเนื่องทุกวัน และเป็นงานที่ต้องระดมพลังคนจำนวนมาก ไม่สามารถทำงานได้แบบ "one-man show"

- ในแง่ปรัชญา การมีอาสาสมัครเข้ามาเป็นพันธมิตรที่ใหญ่ที่จะขับเคลื่อนให้ งานวิทยุชุมชนดำเนินไปได้ นั่น ก็เท่ากับเป็นความหมายที่แท้จริงของวิทยุชุมชนซึ่งเป็นวิทยุ "โดย" ชุมชน

- ในขณะที่ชุมชนสามารถจะเข้ามามีส่วนร่วมในวิทยุชุมชนได้ในบทบาทต่าง ๆ เช่น เป็นผู้บริหาร เป็นผู้วางนโยบาย เป็นผู้จัดรายการ เป็นคณะกรรมการ แต่จะเห็นได้ว่า บทบาท เหล่านี้จะรองรับปริมาณคนได้เพียงกลุ่มเล็กๆกลุ่มหนึ่งเท่านั้น ในอีกด้านหนึ่ง ประชาชนส่วนใหญ่ ก็ต้องเล่นบทบาทเป็น "ผู้ฟังที่เอาการเอางาน/กระตือรือร้น" ซึ่งก็เป็นบทบาทที่มีส่วนร่วมน้อยเกินไป ดังนั้น "อาสาสมัคร" จึงเป็นการพบกันครึ่งทางระหว่างบทบาททั้ง 2 กลุ่ม ซึ่งเป็นบทบาทที่เปิด โอกาสให้ "คนส่วนใหญ่" มีบทบาทและมีส่วนร่วมได้มากขึ้น แม้จะไม่มากที่สุดก็ตาม และเป็นเวทีที่ เปิดกว้างมากขึ้นกว่าช่องทาง "การเป็นคณะกรรมการ"

- หากมีการพัฒนาระบบอาสาสมัครทั้งในแง่ปริมาณและคุณภาพแล้ว อาสาสมัครก็จะสามารถทำหน้าที่เป็นกลไกในการตัดสินใจร่วมเกี่ยวกับแนวทางและทิศทางใน การดำเนินงานวิทยุชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(6.2) ปัญหาเรื่องความเข้าใจเกี่ยวกับ "อาสาสมัคร" ลักษณะการรับรู้และความ เข้าใจเกี่ยวกับ "อาสาสมัคร" ในระบบความนึกคิดของสังคมไทยนั้นดูเหมือนจะสร้างปัญหาให้แก่ คำว่า "อาสาสมัคร" อยู่ไม่น้อย เพราะเมื่อใดที่มีการใช้คำว่า "อาสาสมัคร" ก็มักจะมีการนำไปเข้ากับ คู่ตรงกันข้าม คือคำว่า "มีอาชีพ" ซึ่งพลอยทำให้มีนัยยะต่อไปว่า ใครใคร่สมัครเป็นอาสาสมัคร ก็เข้ามาได้เลย เข้ามาแล้วก็ทำงานได้เลย เป็นแล้วก็ไม่ต้องจ่ายค่าตอบแทน เป็นได้โดยไม่ต้องมี การฝึกอบรม อาสาแล้วจะทำงานมั่งไม่ทำมั่งก็ได้ ฯลฯ ซึ่งทั้งหมดนี้ไม่น่าจะเป็นความหมายของ "อาสาสมัครวิทยุชุมชน" ทั้งนี้เพราะการเป็นอาสาสมัครวิทยุชุมชนนั้นน่าจะมีการกำหนดคุณสมบัติ เบื้องต้นบ้าง (แม้ว่าจะไม่เข้มงวดมาก) ต้องมีการฝึกอบรม มีการจัดสรรงบประมาณให้บ้าง มีการ จัดตั้งรวมกลุ่มเพื่อให้มีการทำงานที่มีระเบียบวินัยตามสมควร เป็นต้น

นอกเหนือจากปัญหาการรับรู้ "อาสาสมัคร" อย่างผิดๆ แล้ว ก็ยังมีปัญหาเรื่อง ความเข้าใจ/การรับรู้ "วิทยุชุมชน" อย่างผิดๆ ของตัวอาสาสมัครเอง เช่น ชาลิสได้ประมวลเอาไว้ ว่าอาสาสมัครจะขาดความเข้าใจว่าวิทยุชุมชนคืออะไร หรือรับรู้เฉพาะส่วนเลี้ยวเท่านั้นว่า งาน วิทยุก็คือการผลิตรายการวิทยุ รวมทั้งยังขาดประสบการณ์ตรงว่า "วิทยุชุมชนคืออะไร" เนื่องจาก วิทยุชุมชนเป็นสื่อใหม่ในสังคมไทย แต่เนื่องจากในความคิดประชาชนมิได้ว่างเปล่าเรื่อง "วิทยุ" (แบบสาธารณะหรือการค้า) จึงเกิดปัญหาการรับรู้ดังที่ได้กล่าวมาตั้งแต่แรก

จากปัญหาเรื่องความไม่เข้าใจ "วิทยุชุมชน" นี้เอง ทำให้การฝึกอบรมในเรื่อง ปรัชญา/ธรรมชาติ/อัตลักษณ์ของวิทยุชุมชนเป็นกิจกรรมที่จะขาดเสียมิได้ เพราะมิฉะนั้น วิทยุ ชุมชนก็จะเกิดปัญหาในการทำงานกับอาสาสมัครที่ไม่มีสัมมาทิฐิในเรื่องวิทยุชุมชนอยู่ตลอดเวลา

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า อาจมีปรากฏการณ์ "ทำงานวิทยุชุมชน ด้วยความเข้าใจในแบบวิทยุสาธารณะ/วิทยุธุรกิจ" และการประเมินผลความเข้าใจของอาสาสมัครทั้งก่อนและหลังจากการมาร่วมอบรมและทำงานกับวิทยุชุมชนก็สามารถจะใช้เป็นตัวชี้วัดความก้าวหน้าของวิทยุชุมชนได้อย่างหนึ่ง

(6.3) **กลยุทธ์การแสวงหาอาสาสมัคร** ในการทำงานอาสาสมัครนั้น คงจะต้องคิดถึงมิติทั้ง "ปริมาณและคุณภาพ" ควบคู่กันไปอยู่ตลอดเวลา เพราะหากมีแต่ปริมาณอาสาสมัครจำนวนมาก แต่ขาดคุณภาพ นอกจากจะทำงานวิทยุชุมชนไม่ได้ผลแล้ว ยังจะมีปัญหาเรื่องการบริหารจัดการตามมาตามหลักที่ว่า "คนเยอะก็เรื่องเยอะ" ในอีกด้านหนึ่ง หากมีคนที่มีคุณภาพดีแต่มีจำนวนน้อย ก็อาจจะไม่เพียงพอกับงานวิทยุชุมชนที่ต้องใช้ทรัพยากรบุคคลจำนวนมาก

ซาลิสามีบทเรียนในการขยายแนวคิดสู่กลุ่มบุคคลอื่นๆ (ทั้งเพื่อหาอาสาสมัครหรือเพื่อขยายผลการทำงาน) ว่า การคัดเลือก "ผู้นำสาร" นั้นมีความสำคัญมากที่สุด กล่าวคือ ผู้นำสารนั้นต้องเป็นคนที่มีความน่าเชื่อถือและมีความรอบรู้ (credibility & expertise) สามารถตอบคำถามหรือข้อสงสัยต่าง ๆ ได้ และในระยะเริ่มต้นนั้น เนื้อหาที่จะนำเสนอ นั้น ควรจะมีลักษณะทั้งที่ "คิดใหม่และทำได้จริง" คือควรมีแผนการทำงานที่ชัดเจนและแปลงเป็นขั้นตอนเชิงปฏิบัติการได้ ทั้งนี้ การเปิดตัววิทยุชุมชนครั้งแรกต่อกลุ่มผู้ที่จะมาเป็นอาสาสมัครนั้นเปรียบเสมือนการวางศิลาฤกษ์ด้านความเข้าใจต่อเรื่องวิทยุชุมชนเป็นครั้งแรกซึ่งมีความสำคัญต่อการสร้างฐานรากที่มั่นคง

(6.4) **ภารกิจ 3 ด้านต่ออาสาสมัคร** หลังจากที่ผ่านมาขั้นตอนในการแสวงหาและคัดสรรอาสาสมัครมาแล้ว ภารกิจที่วิทยุชุมชนพึงกระทำต่ออาสาสมัครนั้นจะมีอยู่ 3 ด้าน

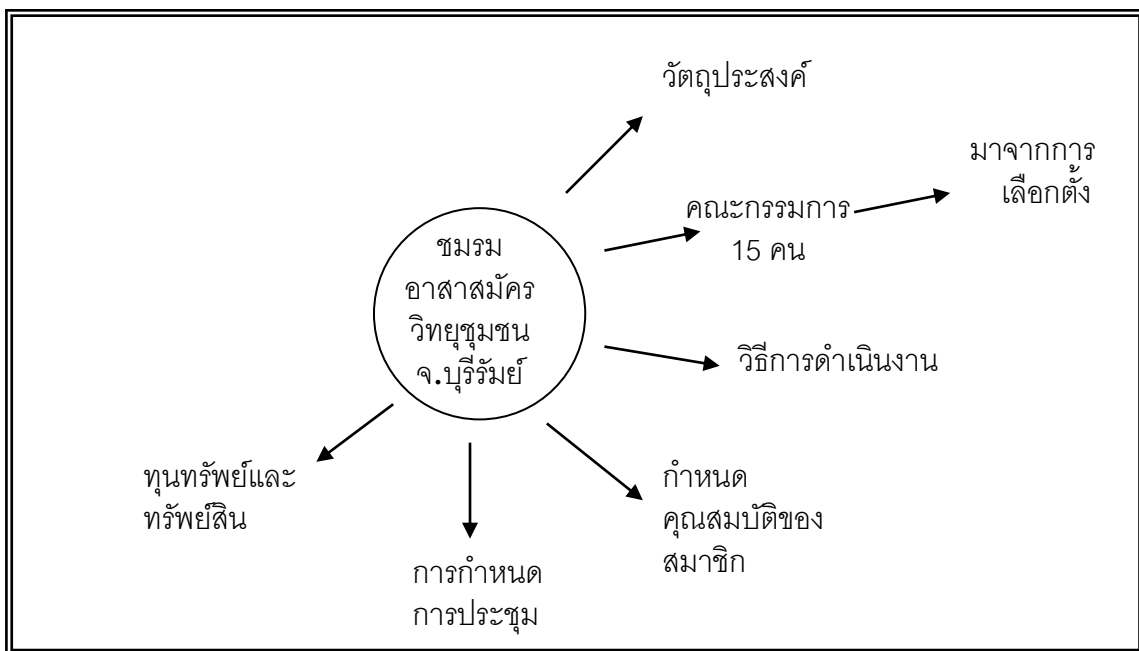
- (i) ต้องเสริมขวัญกำลังใจด้านปัญญา คือการจัดการฝึกอบรม
- (ii) ต้องมีการจัดระบบด้วยการตั้งเป็นกลุ่ม/ชมรม/เครือข่าย เพื่อการประสานงานหนุนเสริมกัน
- (iii) ต้องมีการกำหนดบทบาทหน้าที่เพื่อให้คนทำงานปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง

(i) **สำหรับการฝึกอบรมให้แก่อาสาสมัครนั้น** (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป) ถือเป็นกิจกรรมสำคัญที่จะขาดเสียมิได้ ส่วนการที่จะฝึกอบรมเนื้อหาอะไรนั้น น่าจะขึ้นอยู่กับบทบาทหน้าที่ที่อาสาสมัครแต่ละประเภทจะรับผิดชอบ และควรมีการกำหนดคุณสมบัติที่เหมาะสมสำหรับงานประเภทต่างๆของอาสาสมัคร เช่น วีรพงษ์พบว่า อาสาสมัครที่จะมาทำงานเป็นผู้ดำเนินรายการนั้น ควรมีคุณสมบัติดังนี้

- (1) ต้องเป็นคนในชุมชน และควรรู้ข้อมูลของท้องถิ่นอย่างดี
- (2) มีทักษะในการใช้ภาษา (ทั้งภาษากลางและภาษาท้องถิ่น)

- (3) รู้วิธีการถามคำถามให้ได้รายละเอียด
- (4) รู้วิธีและสามารถควบคุมประเด็นในการสนทนาในรายการได้
- (5) มีความเป็นกลาง ไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใดและเปิดโอกาสให้ทุกคนได้แสดงความคิดเห็น
- (6) มีปฏิภาณไหวพริบ และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้
- (7) เป็นผู้ใฝ่ศึกษาหาความรู้ทั้งภายใน/ภายนอกชุมชนอย่างสม่ำเสมอ

(ii) **การจัดระบบของอาสาสมัคร** ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดในเรื่องนี้คือกรณีของวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์ ซึ่งมีอาสาสมัครถึง 300 คน ดังนั้น จึงได้มีการจัดตั้งอาสาสมัครทั้งหมดขึ้นเป็น "ชมรมอาสาสมัครวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์" ที่มีโครงสร้างการทำงานที่แน่นอน ดังที่แสดงในภาพ



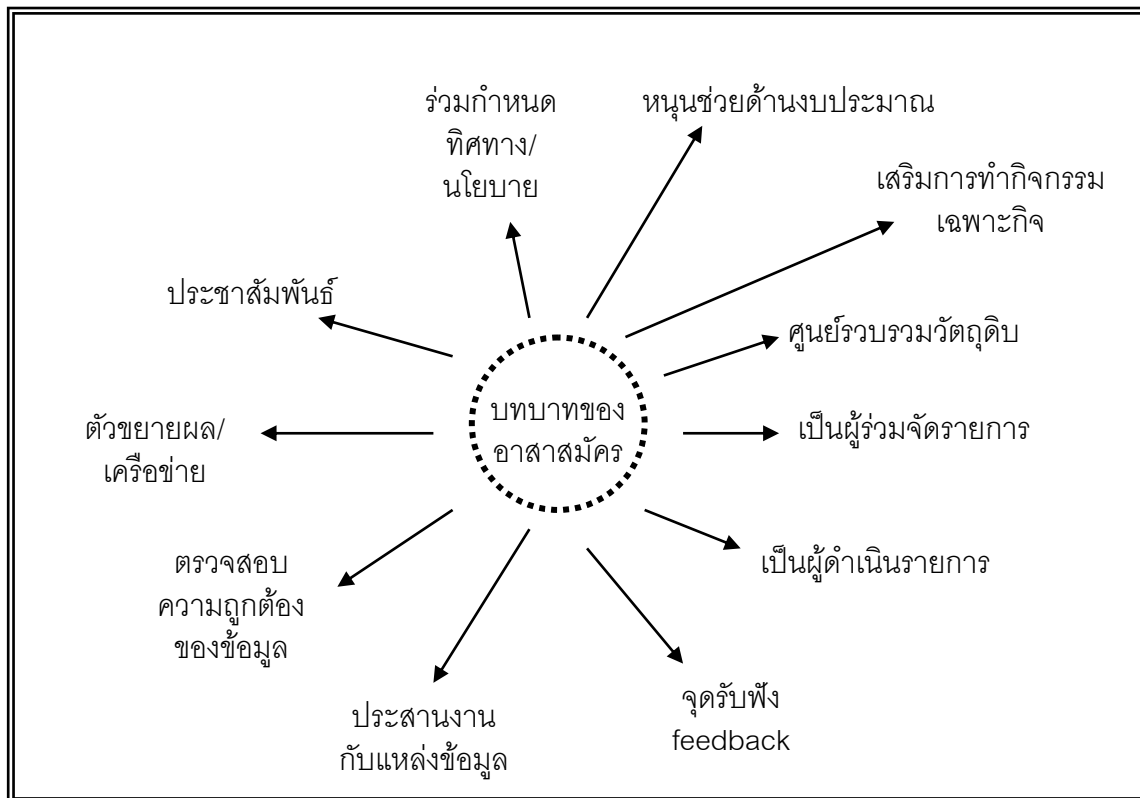
ภาพที่ 26 : ชมรมอาสาสมัครวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์

ประเด็นที่น่าสนใจก็คือ การมีกลไกของชุมชนนี้มีส่วนสำคัญในการพัฒนาความเข้าใจของสมาชิกวิทยุชุมชนได้เป็นอย่างดี ดังที่ผลงานวิจัยพบว่า เมื่อสำรวจเหตุผลเหตุจูงใจที่ทำให้สมาชิกชมรมจำนวนหนึ่งเข้ามาทำงานวิทยุชุมชนจะได้คำตอบที่คล้ายคลึงกันว่า เหตุของการเข้ามาทำงานวิทยุชุมชนนั้นก็คือ

(ก) ทุกคนศรัทธาใน "ความเป็นวิทยุชุมชน" ซึ่งเห็นว่าเป็นรายการที่มีประโยชน์ต่อคนในชุมชน สังคม และประเทศชาติ

(ข) ทุกคนศรัทธาใน "ตัวผู้ดำเนินรายการวิทยุชุมชน" ที่ทำการโดยไม่ได้ผลตอบแทน ถือว่าเป็นผู้เสียสละเพื่อส่วนรวม

(iii) การกำหนดบทบาทหน้าที่ของอาสาสมัคร จากกรณีศึกษาวิจัยทั้ง 4 กรณี จะพบว่า บทบาทหน้าที่ของอาสาสมัครนั้นมีได้หลากหลายและยังสามารถสร้างสรรค์ต่อไปได้อีกมากดังนี้



ภาพที่ 27 : บทบาทของอาสาสมัคร

(1) **ผู้รวบรวมวัตถุดิบ** อันได้แก่เรื่องราวต่าง ๆ ในชุมชน เนื่องจากเนื้อหาของวิทยุชุมชนนั้นจะเป็นเรื่องที่อยู่ในชุมชน ดังนั้น อาสาสมัครจึงเปรียบเสมือนนักข่าวท้องถิ่นที่จะป้อนวัตถุดิบให้กับสถานีแม่

(2) **ผู้แนะนำ/ประสานแหล่งข่าว** ในกรณีที่อาสาสมัครไม่ทราบเนื้อหาที่แน่นอนอย่างชัดเจน หากแต่รู้จักแหล่งข่าว อาสาสมัครก็อาจจะทำได้ทั้งเป็นผู้แนะนำแหล่งข่าวให้ทางรายการทราบ และเนื่องจากอาสาสมัครที่อยู่ในพื้นที่ โดยส่วนใหญ่แล้ว เช่น อาสาสมัครของวิทยุชุมชนคนเมืองน่าก็จะทำหน้าที่ประสานงานกับแหล่งข่าวไปด้วยเลย

(3) **เป็นผู้จัดรายการหลัก** ซึ่งเป็นพัฒนาการที่ต่อเนื่องมาจากข้อ (3) ในกรณีที่อาสาสมัครดังกล่าวมีความสนใจ มีเวลาว่าง มีความสามารถ ก็สามารถจะยกระดับขึ้นมาเป็นผู้จัดการได้เลย เช่น จากสมาชิกชมรมวิทยุชมรมคนเมืองน่า 57 คนที่ได้รับการอบรม ก็จะมา

แบ่งกลุ่มกันรับผิดชอบการผลิตรายการทุกวันเป็น 5 กลุ่ม กลุ่มละ 8-9 คน และในจำนวนนี้มีผู้ที่สามารถจัดรายการได้ถึง 42 คน ซึ่งสามารถหมุนเวียนผลัดเปลี่ยนกัน ทำให้เกิดความต่อเนื่องได้

(5) **เป็นจุดรับฟัง feedback ในชุมชน** เนื่องจากการสื่อสารในวิทยุชุมชนนั้น จะต้องเป็นการสื่อสารแบบสองทาง และเป้าหมายของวิทยุชุมชนนั้น จะต้องนำเสนอให้ตรงกันหรือตอบสนองความต้องการของชุมชน แต่โดยทั่วไป ผู้รับฟังทั่วไปอาจจะมีกำแพงกีดขวางการส่งปฏิกิริยาป้อนกลับมายังสถานี เช่น ระยะเวลาห่างไกลเกินไป ไม่มีโทรศัพท์ ฯลฯ ในแง่นี้อาสาสมัครซึ่งอยู่ในพื้นที่สามารถจะเล่นบทบาทเป็น “จุดรับฟัง feedback” ที่อยู่ในชุมชน ว่าวิทยุชุมชนนั้นได้ “เกาะถูกที่คั่น” หรือไม่ และว่า feedback มายังสถานี

(6) **ผู้ตรวจสอบความถูกต้องของข่าวสาร** ในขณะที่วิธีการผลิตเนื้อหารายการของวิทยุชุมชนนั้น จะเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากทั่วทุกสารทิศเพื่อมาทำรายการนั้น ข้อมูลที่หลังไหลเข้ามาอย่างท่วมท้น “ข้อเท็จ” และ “ข้อจริง” และผู้ที่จะช่วยตรวจสอบให้ได้ก็คือบรรดาอาสาสมัครที่เกาะติดอยู่กับพื้นที่นั่นเอง

(7) **ผู้ขยายผล/ขยายเครือข่าย** เพื่อขยายผลการรับฟังให้กว้างขวางออกไป จึงมักมีข้อเสนอให้มีการเชื่อมต่อระหว่างวิทยุชุมชนกับระบบการสื่อสารของชุมชน เช่น หอกระจายข่าว ซึ่งอาสาสมัครสามารถจะทำหน้าที่เป็นผู้ประสานเครือข่ายเชื่อมโยงนี้ได้

(8) **ผู้ประชาสัมพันธ์** เนื่องจากงานวิทยุชุมชนเป็นของใหม่ ดังนั้นจึงต้องฝ่าฝืนโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ใครเล่าจะทำหน้าที่นี้ได้เท่ากับอาสาสมัครที่อยู่ในชุมชน ประสบการณ์จากวิทยุชุมชนคนเมืองน่าจะได้แสดงให้เห็นว่า สมาชิกชมรมวิทยุชุมชนหลายคนทำหน้าที่เป็นประชาสัมพันธ์หมู่บ้านไปด้วย เมื่อมีการจัดงานขึ้นที่ในหมู่บ้าน สมาชิกก็สามารถจะประชาสัมพันธ์รายการให้ชาวบ้านได้ทราบ เป็นต้น

(9) **เป็นผู้ร่วมกำหนดทิศทาง/นโยบายของวิทยุชุมชน** ตัวอย่างเช่น วิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์นั้น ชมรมอาสาสมัครวิทยุชุมชนถือเป็นหน่วยหนึ่งในโครงสร้างของวิทยุชุมชนทั้งหมด และเป็นตัวแทนขนาดใหญ่ของชุมชนที่จะร่วมกำหนดทิศทาง/นโยบายของวิทยุชุมชน (ทำหน้าที่คล้ายๆ สส.ในทางการเมือง)

(10) **หนุนช่วยด้านงบประมาณและช่วยกิจกรรมเสริมต่างๆ** ตามหลักการแล้ว กิจกรรมของวิทยุชุมชนนั้นจะหยุดอยู่แค่การจัดรายการวิทยุเท่านั้นไม่ได้ หากแต่จะต้องมีทำกิจกรรมเสริมต่างๆ เช่น วิทยุสัญจร การระดมทุนทรัพย์ ฯลฯ กิจกรรมเหล่านี้จำเป็นต้องอาศัยกองทัพอาสาสมัครเข้ามาหนุนช่วย

เพียงแค่นี้บทบาท 10 ประการที่กล่าวมานี้ก็น่าจะเพียงพอแล้วที่จะแสดงให้เห็นว่าอาสาสมัครเป็นปัจจัยที่จะขาดเสียมิได้สำหรับงานวิทยุชุมชน หากว่า “คณะกรรมการวิทยุชุมชน”

เป็นประจักษ์มือขวา อาสาสมัครก็เป็นประจักษ์ “มือซ้าย” และมีแต่ต้องตบมือสองข้างเท่านั้น เสียงของวิทยุชุมชนจึงจะดังได้อย่างกึกก้อง

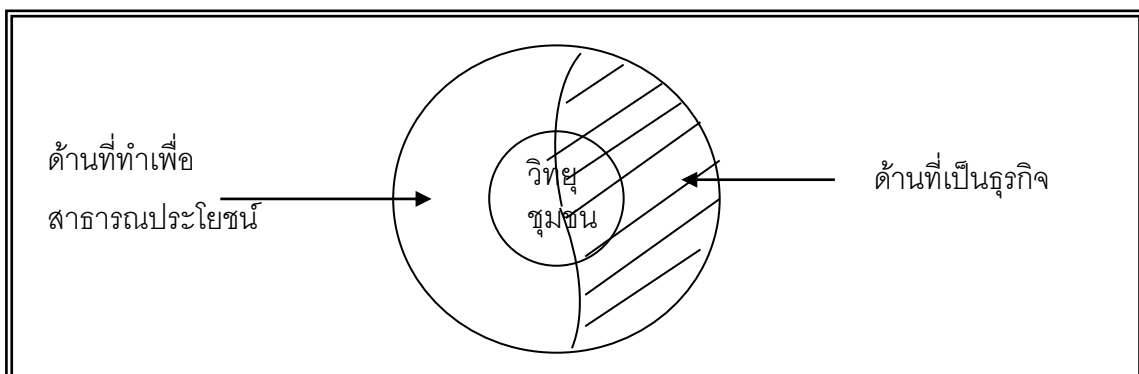
3.4 การวิเคราะห์การบริหารจัดการงบประมาณ

นอกจากทรัพยากรบุคคลที่เป็นหัวใจของการทำงานวิทยุชุมชนแล้ว "เมื่อมีคนทำงานแล้วก็ต้องหาอย่างอื่นมาส่งเสริมคนทำงาน" สำหรับทรัพยากรอื่นที่สำคัญของวิทยุชุมชน ก็คือ งบประมาณและงบความรู้ ในที่นี้จะกล่าวถึงเรื่องงบประมาณ

(1) **ความสำคัญของงบประมาณ** แม้ว่าวิทยุชุมชนจะมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างไปจากวิทยุธุรกิจตรงที่ไม่ได้หวังทำกำไรเป็นเป้าหมาย แต่มุ่งหวังที่จะทำประโยชน์แก่ชุมชนเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม เราก็ต้องยอมรับความจริงว่า ในการจัดทำสื่อกระจายเสียงซึ่งเป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่งนั้น จำเป็นจะต้องมีค่าใช้จ่าย ไม่ว่าจะเป็นค่าวัสดุอุปกรณ์ ค่าจัดทำรายการ ค่าเดินทาง ฯลฯ ดังนั้นภารกิจประการหนึ่งของผู้ที่รับผิดชอบงานวิทยุชุมชนก็จะต้องมีการวางแผนเรื่องการบริหารจัดการงบประมาณและการบริหารจัดการงบประมาณที่มีประสิทธิภาพ

(2) หลักการการบริหารงบประมาณของวิทยุชุมชน

(i) หลักการข้อแรกของการบริหารงบประมาณของวิทยุชุมชนก็ต้องเป็นไปตามปรัชญาและธรรมชาติของวิทยุชุมชน กล่าวคือต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจนว่า มิใช่การบริหารจัดการเพื่อการแสวงหากำไรเป็นหลัก (แม้ว่าอาจจะมีการทำธุรกิจบ้างก็ตาม) การบริหารจัดการเรื่องงบประมาณนั้นกระทำไปเพียงเพื่อให้พอเลี้ยงตัวได้เท่านั้น มิใช่หวังกำไรเป็นตัวเงิน



ภาพที่ 28 : ลักษณะ 2 ด้านของวิทยุชุมชน

(ii) **ต้องกระจายแหล่งรายได้ให้มาจากหลายแหล่ง** ทั้งนี้ทั้งเพื่อป้องกันการพึ่งพาแหล่งรายได้เพียงอันใดอันหนึ่ง ซึ่งทำให้มีความเสี่ยงสูงต่อความอยู่รอด และในเวลาเดียวกันก็เพื่อรักษาความเป็นอิสระของวิทยุชุมชนในด้านเศรษฐกิจด้วย ดังเช่นกรณีตัวอย่างของวิทยุชุมชนใน

ต่างประเทศเช่น สถาบัน HANU ในรัฐโคโลราโด สหรัฐอเมริกา มีการกระจายของแหล่งรายได้หลายแหล่งดังนี้

- จากเงินอุดหนุนของรัฐ 17%
- จากค่าธรรมเนียมรวมหักรายปีประมาณ 65%
- จากโฆษณา 10%
- ที่เหลือเป็นรายได้จากการระดมทุน

(iii) ในการรับเงินสนับสนุน/งบประมาณจากแหล่งใดๆก็ตาม จะต้องเป็นการรับ **อย่างไร้เงื่อนไขแลกเปลี่ยน**ที่จะทำให้เบี่ยงเบนไปตามหลักการของวิทยุชุมชน และจำเป็นต้องมีการวางหลักเกณฑ์เพื่อควบคุมการปฏิบัติดังกล่าวเอาไว้อย่างชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร เช่น หลักเกณฑ์เรื่องการรับโฆษณาสินค้าจากบริษัทห้างร้าน สามารถทำได้ แต่ให้เป็นเพียงสปอตสั้นๆ เพียงกล่าวคำขอบคุณและระบุชื่อสินค้านั้นเพียง 1 ประโยค เป็นต้น

(iv) **ต้องมีการบริหารจัดการงบประมาณที่มีระบบระเบียบอย่างชัดเจน** โดยมีการจัดทำระบบบัญชีรับจ่าย มีระเบียบการเบิกจ่าย เป็นระบบงบประมาณที่มีประสิทธิภาพ มีการบันทึกโปรแกรมตรวจสอบได้ เป็นต้น

การดำเนินงานการบริหารจัดการที่มีระบบเช่นนี้เป็นเรื่องสำคัญ และจำเป็นมากยิ่งขึ้นเมื่อวิธีการหารายได้บางวิธีมาจากการบริจาค ซึ่งจำเป็นต้องสร้างความน่าเชื่อถือ เพื่อให้ผู้บริจาคไว้ใจว่า ได้ใช้เงินไปตามเจตน์จำนงของผู้บริจาค และควรมีระบบการป้อนข้อมูลกลับ (feedback) เช่น การรายงานผลย้อนกลับไปสู่ผู้บริจาคว่า ได้ใช้จ่ายเงินดังกล่าวไปสำหรับกิจกรรมใดบ้าง

ตัวอย่างเช่น วีรพงษ์ได้เสนอแนะว่า การบริหารจัดการงบประมาณของวิทยุชุมชน อาจจัดตั้งในรูปแบบ "กองทุน" ที่คนในชุมชนร่วมกันถือหุ้น โดยมีกรรมการบริหารกองทุน ซึ่งเป็นตัวแทนที่คัดเลือกจากคนในชุมชนกันเอง เพื่อทำหน้าที่ในด้านต่าง ๆ เช่น หารายได้ บริหารกองทุน และจัดสรรรายได้ของกองทุนมาสนับสนุนวิทยุชุมชน เป็นต้น

(v) **การกำหนดหลักการเกี่ยวกับการโฆษณา** จากกรณีตัวอย่างของต่างประเทศได้มีการทดลองดำเนินการในการหารายได้จากการโฆษณาอย่างมีหลักการของวิทยุชุมชน เช่น วิธีการกองทุนของ Marty Dulin ผู้บริหารวิทยุชุมชนแห่งเมืองโพลเดอร์ รัฐโคโลราโด ใช้นโยบายหาทุนให้กับวิทยุชุมชนโดยการหาทุนจากการโฆษณาจากร้านค้าปลีกขนาดย่อม และให้พูดโฆษณาสั้นๆ เพียง 1-2 ประโยคเท่านั้น

ในกรณีของไทย วิทยุชุมชนน่าจะก็ได้ใช้การแสวงหารายได้จากการโฆษณาเพื่อนำมาใช้จ่ายค่าโทรศัพท์ โดยวางหลักการเอาไว้ว่า จะประกาศชื่อห้างร้าน/ธุรกิจที่สนับสนุน แต่จะไม่พูดถึงเนื้อหาของสินค้า ไม่พูดถึงรายละเอียดของผู้ให้การสนับสนุน

(vi) มีข้อเสนอแนะจากงานวิจัยวิทยุชุมชนทั้ง 4 กรณีว่า ควรมีการสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์หรือเครือข่ายวิทยุชุมชนในจังหวัดต่าง ๆ เพื่อที่จะช่วยกันระดมทุนจากองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร

(vii) ควรมีกฎหมายประกอบการมารองรับในการจัดสรรเงินทุนเพื่อให้ภาคประชาชนมีโอกาสเข้าร่วมในโครงการมากขึ้น

(3) แหล่งที่มาของรายได้

จากงานวิจัยทั้ง 4 กรณี จะเห็นได้ว่ามีความพยายามที่จะแสวงหารายได้เพื่อมาใช้ในกิจการของวิทยุชุมชนจากหลายๆแห่งดังนี้ (รวมทั้งมีข้อเสนอแนะจากบางแหล่งด้วย)

- **เงินอุดหนุนจากรัฐ** เนื่องจากวิทยุชุมชนเป็นกิจการเพื่อสาธารณะประโยชน์ ดังนั้นจึงควรได้รับการอุดหนุนส่วนหนึ่งจากรัฐอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งอาจจะออกมาในรูปของการยกเว้นค่าเช่าสถานีและอื่นๆ

ข้อเสนอแนะ

มีข้อเสนอแนะว่าเนื่องจากปัจจุบันได้แบ่งให้มีการจัดสรรคลื่น 40% ให้แก่ภาคเอกชนไปหารายได้ และจ่ายเงินในรูปแบบสัมปทานหรือรูปแบบอื่นๆคืนให้แก่รัฐ รัฐจึงควรแบ่งรายได้ส่วนนี้มาอุดหนุนวิทยุชุมชนโดยอาจจัดตั้งเป็นกองทุนสวัสดิการวิทยุชุมชน เป็นต้น

- **จากค่าธรรมเนียมสมาชิกเป็นรายปี** ซึ่งวิธีการหารายได้เช่นนี้ยังไม่ค่อยมีการปฏิบัติ เพราะจะต้องอาศัยความเข้าใจและจิตสำนึกของสมาชิกอย่างสูง อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติก็คือ สมาชิกบางคนอาจจะออกค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเอง บางท่านอาจจะบริจาครายได้ส่วนตัวส่วนหนึ่ง เป็นต้น

- **การระดมทุนภายในชุมชนเป็นครั้งคราว** กิจกรรมที่มีการดำเนินการกันอย่างแพร่หลายโดยอาศัยกิจกรรมตามประเพณี/ศาสนา คือการจัดตั้งผ้าป่าเพื่อวิทยุชุมชน ฯลฯ หรือการขอการสนับสนุนจากองค์กรต่าง ๆ ภายในชุมชนทั้งภาครัฐ องค์กรปกครองท้องถิ่น และเอกชน เช่น อบต. กลุ่มแม่บ้าน ฯลฯ โดยอาจจะจัดช่วงรายการวิทยุให้ได้ไปนำเสนอผลงาน

- **การทำโครงการเพื่อขอรับการสนับสนุนจากองค์กรเงินทุนความช่วยเหลือที่ไม่หวังผลกำไร** เช่นกรณีของวิทยุชุมชนคนเมืองน่านที่ทำโครงการขอรับการสนับสนุนจากสำนักงานปฏิรูประบบสุขภาพ (สปรส.) และอื่นๆ

- **หาวิธีการหารายได้ด้วยตนเอง** โดยการพยายามจัดทำกิจกรรมเพื่อหาทุน เช่นในกรณีของวิทยุชุมชนจ.ปัตตานี ที่สมาชิกได้ช่วยกันทำเสื่อยัด ทำไก่ทอดขายในงานเฉลิมฉลองในจังหวัด ฯลฯ อย่างไรก็ตาม การทำกิจกรรมที่ต้องมีทุนเช่นนี้ก็ต้องการความสามารถเฉพาะด้านของสมาชิก

● การหารายได้จากภาษีเงินได้เช่นกรณีของวิद्यุชุมชนคนเมืองน่าที่ได้กล่าวไปแล้ว

ตัวอย่างของวิธีการแสวงหารายได้ที่นำเสนอมานี้จะเกี่ยวโยงสัมพันธ์กับ "การมีส่วนร่วมของประชาชน" เช่น ในรูปแบบของคณะกรรมการหรืออาสาสมัครที่ได้กล่าวไปแล้ว กล่าวคือ หากสามารถดำเนินการเรื่องการระดมการมีส่วนร่วมของประชาชนได้สำเร็จมากเท่าใด ก็จะยิ่งแก้ปัญหาเรื่องงบประมาณได้มากเท่านั้น

(4) ข้อเสนอแนะเรื่องการแสวงหางบประมาณจากกรณีศึกษาปัจจุบันนี้วิद्यุชุมชนที่เป็นโครงการทดลองของกรมประชาสัมพันธ์เป็นส่วนใหญ่ ยังคงพึ่งพางบประมาณจากกรมฯ เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นงบประมาณที่ไม่เพียงพอและไม่สม่ำเสมอต่อเนื่อง ดังนั้น ในงานวิจัยเรื่องวิद्यุชุมชนหลายชิ้นจึงให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับวิธีการแสวงหางบประมาณสำหรับวิद्यุชุมชนดังนี้

(i) มาจากหน่วยงานรัฐส่วนกลางในหลายรูปแบบ เช่น

- ยกเว้นค่าเช่าสถานีให้แก่รายการวิद्यุชุมชน
- เนื่องจากรัฐได้แบ่งให้มีการจัดสรรคลื่น 40% ให้แก่ภาคเอกชนนำไปหารายได้และจ่ายเงินในรูปแบบของสัมปทานหรือรูปแบบอื่นๆ คืนให้แก่รัฐ รัฐจึงควรแบ่งรายได้ส่วนนี้มาอุดหนุนวิद्यุชุมชนโดยอาจจัดตั้งเป็นกองทุนสวัสดิการวิद्यุชุมชน เป็นต้น

(ii) มาจากหน่วยงานท้องถิ่น

ปัจจุบันมีการกระจายนโยบายการคลังและการจัดเก็บเงินรายได้ลงไปให้หน่วยงานในท้องถิ่น เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ดังนั้น ควรให้หน่วยงานเหล่านี้สนับสนุนงบประมาณแก่วิद्यุชุมชน

(iii) มาจากการโฆษณาของภาคธุรกิจเอกชนโดยมีการกำหนดมาตรการและหลักเกณฑ์ดังที่ได้เสนอมาแล้ว

(iv) มาจากแหล่งเงินทุนขององค์กรความช่วยเหลือที่ไม่หวังผลกำไร ตัวอย่างเช่น วิद्यุชุมชนจ.ปัตตานี ซึ่งเคยได้รับทุนสนับสนุนจากกองทุนทางสังคม (SIF) และวางแผนจะเขียนโครงการขอทุนจากรัฐบาลญี่ปุ่น และสหประชาชาติ เป็นต้น

(v) หาวิธีการหารายได้ด้วยตนเอง เช่นวิद्यุชุมชนจ.ปัตตานีนำเสนอวิธีการหารายได้เข้ากลุ่ม เช่น

- จัดทำเสื่อกกลุ่มและจัดขาย
- การขายสินค้าในงานเทศกาล
- การทำปากกาและของที่ระลึกในนามของกลุ่มออกขาย

(vi) ใช้รูปแบบทางประเพณีและวัฒนธรรมมาระดมทุนทางสังคม เช่น การจัดงานทอดกฐิน/ผ้าป่าเพื่อก่อตั้งกองทุนวิद्यุชุมชน

ตัวอย่างของวิธีการแสวงหารายได้ที่น่าเสนอมานี้ จะเกี่ยวโยงสัมพันธ์กับ "การมีส่วนร่วมของประชาชน" กล่าวคือ หากสามารถดำเนินการเรื่องการระดมการมีส่วนร่วมของประชาชนได้สำเร็จมากเท่าใด ก็จะช่วยแก้ปัญหาเรื่องงบประมาณได้มากเท่านั้น

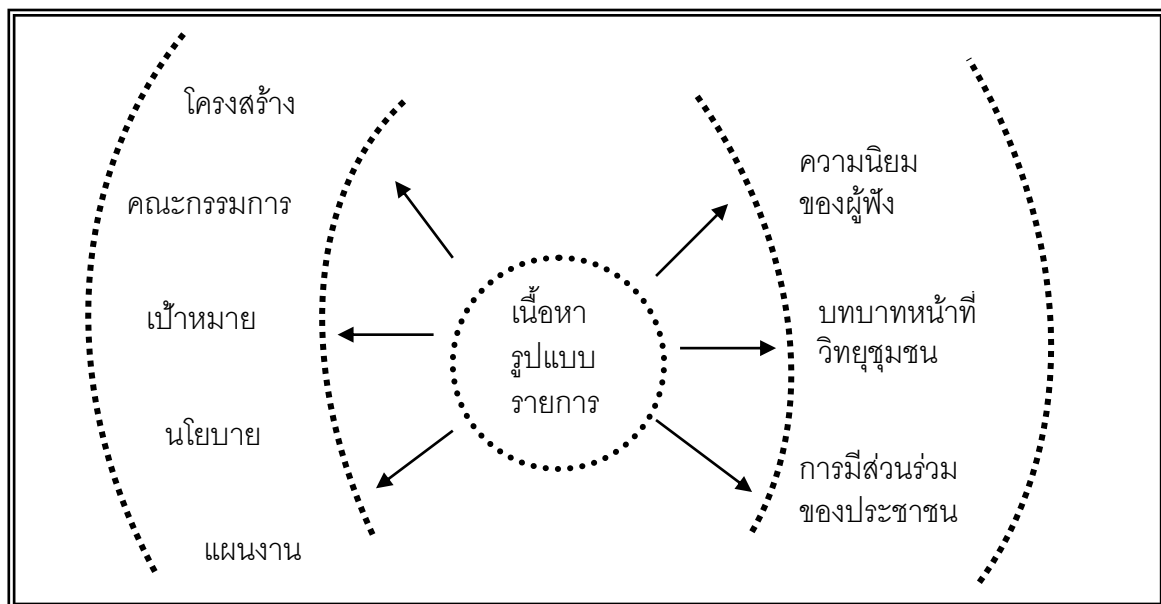
ส่วนที่ 4 : การวิเคราะห์การผลิตเนื้อหาและรูปแบบรายการ

(4.1) การวิเคราะห์กระบวนการผลิตรายการ

(4.1.1) หลักการผลิตเนื้อหาและรูปแบบรายการ

ผลงานที่เป็นรูปธรรมที่สุดของวิทยุชุมชนก็คือ ตัวเนื้อหาและรูปแบบรายการวิทยุชุมชน ซึ่งสามารถจะสะท้อนย้อนกลับไปให้เห็นถึงองค์ประกอบทุกอย่างของวิทยุชุมชน ไม่ว่าจะเป็นคณะกรรมการ เป้าหมาย/นโยบาย/แผนงาน ฯลฯ และก็ยังส่องมองไปข้างหน้าให้เห็นถึงความนิยมในการเปิดรับฟังของชาวบ้าน ประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นต่อชุมชน การแสดงบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชนตามที่คาดหวังไว้

และหลังจากได้วิเคราะห์ตัวแปรต้นคือ โครงสร้างของวิทยุชุมชนที่กำหนดวิธีการดำเนินงานแล้ว ผลงานที่เป็นรูปธรรมที่สุดของวิทยุชุมชน ก็คือ ตัวเนื้อหาและรูปแบบรายการวิทยุชุมชน



ภาพที่ 29 : ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างและเนื้อหา/รูปแบบรายการวิทยุชุมชน

จากตัวเนื้อหาและรูปแบบรายการของวิทยุชุมชนนี้ เมื่อมอง "เหลือไว้ข้างหลัง" ย้อนสะท้อนกลับไป ก็จะส่องให้เห็นองค์ประกอบด้านโครงสร้างทุกอย่างของวิทยุชุมชน (มองเห็นด้าน

ผู้ส่งสาร) ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างของวิทยุ องค์ประกอบ/สัดส่วนคณะกรรมการ เป้าหมาย นโยบาย และแผนงาน

ในอีกทางหนึ่ง เนื้อหาและรูปแบบรายการของวิทยุชุมชนนี้ เมื่อ "แล้ไปข้างหน้า" ก็ยังสามารถส่องให้เห็นถึงความนิยมของผู้ฟัง การทำบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชน และระดับการมีส่วนร่วมของประชาชน

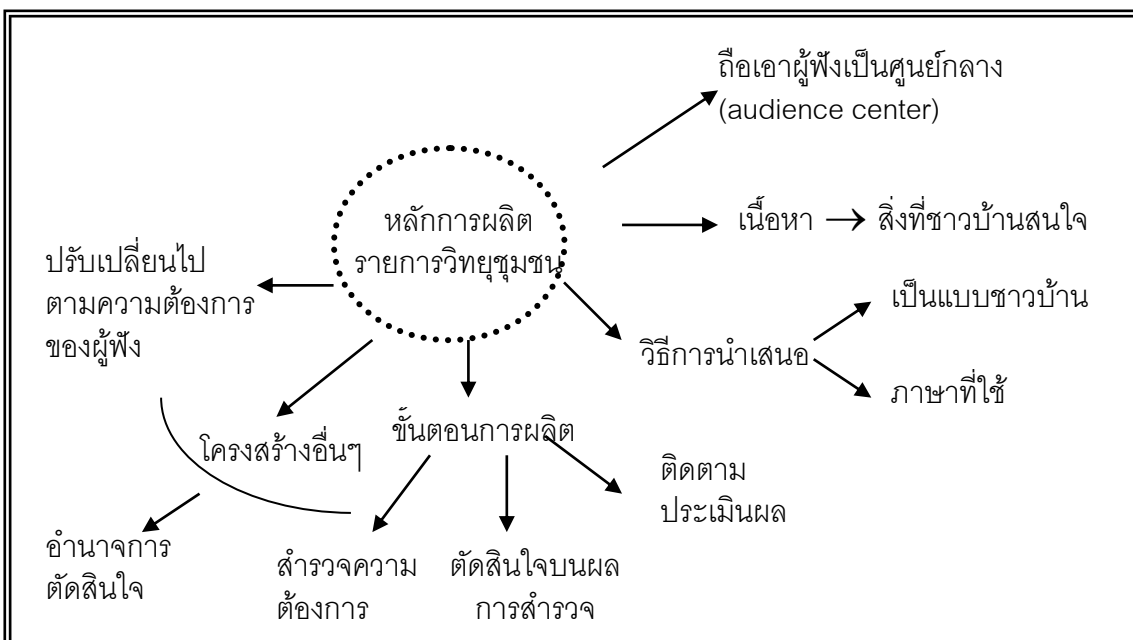
ในการวิเคราะห์เรื่องเนื้อหาและรูปแบบรายการนี้ ตามหลักการแล้วจะประกอบด้วย 2 แนวทางคือ

- (1) ศึกษากระบวนการผลิตเนื้อหาและรูปแบบรายการ (production)
- (2) วิเคราะห์ตัวผลผลิตเนื้อหาและรูปแบบรายการ (product)

เป็นที่น่าสังเกตว่าในงานศึกษาทั้ง 4 กรณีนั้น ส่วนใหญ่แล้วจะใช้แนวทางการศึกษาแบบที่ 2 คือ วิเคราะห์ตัวผลผลิตเนื้อหารายการ (มีกรณียกเว้นคือกรณีวิทยุชุมชนคนเมืองน่าน ซึ่งสนใจประเด็นการมีส่วนร่วมในการผลิตรายการ) ซึ่งที่มสังเคราะห์คาดเดาว่าข้อจำกัดของการศึกษากระบวนการผลิตนั้นอาจจะเนื่องมาจากข้อเท็จจริงที่ว่านักวิจัยที่จะเข้าไปศึกษากระบวนการผลิตรายการนั้น จะต้องมีความรู้เรื่องการผลิตรายการวิทยุพอสมควร หรืออาจจะต้องเป็น "คนวงใน/คนในองค์กรวิทยุ" นั้น

อย่างไรก็ตาม แนวทางการศึกษา "กระบวนการผลิตรายการวิทยุชุมชน" ก็เป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากและควรมีการศึกษาวิจัยอย่างละเอียดในโอกาสต่อไป ในที่นี้จึงจะขอถอดบทเรียนจากงานวิจัยที่ศึกษาเรื่อง "กระบวนการผลิตรายการวิทยุชุมชน" ของสุรินทร์ แปลงประสพโชค ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงทดลองสำหรับวิทยุชุมชน จ.จันทบุรี (2533) มานำเสนอให้เห็นเป็นตัวอย่าง

โดยหลักการ กระบวนการผลิตเนื้อหารายการสำหรับวิทยุชุมชนคงจะเป็นเรื่องใหม่สำหรับทุกคนที่เกี่ยวข้อง แม้แต่กับเจ้าหน้าที่รัฐที่เคยผลิตรายการอยู่ในระบบวิทยุสาธารณะ เนื่องจากองค์ประกอบสำคัญของการผลิตรายการวิทยุชุมชนจะต้องมีดังนี้



ภาพที่ 30 : หลักการผลิตรายการวิทยุชุมชน

หลักการสำคัญของการผลิตรายการวิทยุชุมชนนั้นจะมีองค์ประกอบดังในภาพข้างบนคือ

- ต้องถือเอา "ผู้ฟังเป็นศูนย์กลาง" ทั้งในแง่ของเนื้อหา รูปแบบรายการ/วิธีการนำเสนอ กล่าวคือในแง่เนื้อหาจะต้องเป็นเรื่องราวที่ชาวบ้านสนใจเป็นสำคัญ (ซึ่งจะทราบได้โดยการสำรวจความต้องการของชุมชน) ต้องเอาความเชื่อวัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญาชาวบ้านมาเป็นเนื้อหาเพื่อให้มีเอกลักษณ์ของชุมชน ซึ่งตามหลักการดังกล่าวนี้ อาจกล่าวได้ว่า ผลจากการวิจัยวิทยุชุมชนคนเมืองน่าน และวิทยุชุมชนจ.บุรีรัมย์ ได้ดำเนินการตามหลักการดังกล่าวพอสมควร

- ส่วนวิธีการนำเสนอนั้นก็ต้องเป็น"แบบชาวบ้าน"และ"อย่างที่ชาวบ้านต้องการ" ประเด็นเรื่องวิธีการนำเสนอจะมีเรื่องสำคัญๆ อยู่ 2 เรื่องคือ **ช่วงเวลาและภาษาที่ใช้**

ในเรื่อง**ช่วงเวลา**นั้น จะเห็นได้ว่าวิทยุชุมชนที่ยังอยู่ภายใต้โครงสร้างของรัฐจะมีปัญหาเรื่องกำหนดช่วงเวลาเป็นอย่างมาก เพราะอำนาจในการตัดสินใจจะออกอากาศช่วงเวลาใดนั้น มิได้ถือเอาความต้องการของชุมชนเป็นหลัก แต่กลับเป็นนโยบายและข้อกำหนดจากทางสถานี เช่น หน่วยงานรัฐจากส่วนกลางเป็นตัวกำหนด นโยบายของสถานีที่นำเอาเวลาช่วงดีๆไปขายให้ภาคธุรกิจ แต่หากสถานีใดมีนโยบายที่จะไม่ขายเวลาให้ภาคธุรกิจ ก็สามารถจะเลือกเวลาที่เหมาะสมกับความต้องการของชุมชนได้

ส่วนเรื่อง**ภาษา**ที่ใช้ นั้น โดยทั่วไปแล้ว วิทยุสาธารณะของทางราชการนั้นจะใช้ภาษาไทยกลางแบบเดียวกันทั่วประเทศ แต่เอกลักษณ์ของวิทยุชุมชนก็คือมีการใช้ภาษาท้องถิ่น และผลการสำรวจผู้ฟังก็มักจะพบว่า การใช้ภาษาท้องถิ่นนั้นเป็นประเด็นที่ชาวบ้านชื่นชอบ อย่างไรก็ตาม การใช้ภาษาใดในรายการแบบใดก็ยังคงน่าจะยึดหลักความต้องการของผู้ฟังเป็นแนวทาง

ในเรื่องประเด็นของภาษาที่ใช้ นั้นอาจจะกลายเป็นปัญหามากยิ่งขึ้นสำหรับในบางบริบทของชุมชนที่มีคนหลายๆเชื้อชาติอยู่ร่วมกัน เช่น กรณีของวิทยุชุมชนจ.ปัตตานี ซึ่งคณะวิจัยพบว่า เนื่องจากปัตตานีเป็นจังหวัดที่ประกอบด้วยชนชาติ 2 เชื้อสาย คือ มลายูและไทย ส่งผลให้จังหวัดนี้มีการใช้ภาษาหลากหลายคือใช้ภาษาไทยภาคกลาง ภาษาไทยภาคใต้ และภาษามลายู (ยาวี) แต่ปัจจุบัน กรมประชาสัมพันธ์กำหนดให้สถานีวิทยุทุกแห่งต้องใช้ภาษาไทยกลางเป็นหลักในการประกาศและจัดรายการ นอกจากนี้ยังมีกฎเกณฑ์ว่า ผู้จัดรายการและผู้ประกาศสถานีจะต้องผ่านการทดสอบเสียงและการอ่านจากกรมประชาสัมพันธ์ และต้องมีใบอนุญาตเป็นผู้ประกาศสถานี

จากสภาพดังกล่าว กฎเกณฑ์เหล่านี้ นอกจากจะเป็นอุปสรรคสำหรับผู้ฟังชาวมุสลิมที่ไม่เข้าใจภาษาไทยภาคกลางแล้ว ยังเป็นอุปสรรคต่อกลุ่มประชาชนผู้สนใจจัดรายการวิทยุด้วย เพราะโดยส่วนใหญ่อาสาสมัครและสมาชิกกลุ่มไม่สามารถพูดภาษาไทยกลางได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง แต่เมื่อพิจารณาเป้าประสงค์ของสื่อวิทยุชุมชนแล้ว การเลือกใช้ภาษาถิ่นน่าจะเป็นเรื่องบ่งบอกและส่งเสริมเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ

ข้อเสนอแนะในเรื่องภาษา

- (1) ควรมีการอนุญาตให้วิทยุชุมชนมีการใช้ภาษาของแต่ละท้องถิ่น
- (2) สำหรับการออกใบอนุญาตเป็นผู้ประกาศสถานีนั้น ให้มีการเพิ่มการทดสอบเสียงและการอ่านโดยใช้ภาษาท้องถิ่นเพิ่มเติมเข้าไปด้วย

● **ขั้นตอนการผลิต** จากตัวอย่าง? สาทิตให้เห็นวิธีการผลิตรายการวิทยุชุมชนที่ถูกตามหลักการในงานวิจัยวิทยุชุมชน จ.จันทบุรี ในรายการชื่อ "รายการสร้างสรรค์จันทบุรี" คณะกรรมการวิทยุชุมชนได้ดำเนินการดังนี้คือ

(i) **ก่อนการผลิต: การสำรวจชุมชน** คณะกรรมการได้สำรวจชุมชนใน 4 ด้าน คือ

● **สำรวจโครงสร้าง/สภาพของชุมชน** ปัญหาของชุมชน เพื่อนำมาเป็นเนื้อหารายการ

● **สำรวจแบบแผนการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ** ของชุมชนว่า ชาวบ้านเปิดรับสื่ออะไรบ้าง ในเวลาใด เนื้อหาอะไร เพื่อนำข้อมูลส่วนนี้มาวางแผนประชาสัมพันธ์ รวมทั้งตัดสินใจในเรื่องเวลาออกอากาศ

● **สำรวจความต้องการ** ในการรับฟังวิทยุชุมชนของประชาชนว่า มีความต้องการมากน้อยเพียงใด อยากฟังเรื่องอะไร

● **สำรวจแบบแผนชีวิตประจำวัน** ของประชาชนกลุ่มต่างๆ โดยเฉพาะช่วงเวลาต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อจัดรายการวิทยุให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตประจำวันของประชาชนกลุ่มต่างๆ

(ii) **ขั้นตอนการตัดสินใจ** คณะกรรมการวิทยุชุมชนได้นำเอาข้อมูลจากการสำรวจทั้ง 4 ประการ มาเป็นฐานข้อมูลในการตัดสินใจดังนี้

● **ช่วงเวลาออกอากาศ** ควรเป็นเวลา 11.30-12.30 ซึ่งเป็นเวลาที่กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายพักเที่ยง

● **เนื้อหารายการ** ควรเป็นเรื่องการดูแลสวนผลไม้ การทำนาทำไร่ และปัญหาต่างๆ ในชุมชน

● **รูปแบบรายการ** ควรเป็นรูปแบบนิตยสารทางอากาศ (เนื่องจากมีช่วงเวลาเพียง 1 ชั่วโมง) ที่ประกอบด้วยเนื้อหาหลายๆ ประเภท คือ

- ข่าวท้องถิ่น
- ความรู้โดยเฉพาะทางด้านเกษตร
- ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาท้องถิ่น
- เพลงลูกทุ่งเก่าๆ ที่เคยได้รับความนิยม
- สปอตต่างๆ

(iii) **ขั้นการประเมินผล** เพื่อให้การทำงานวิทยุชุมชนครบวงจร หลังจากที่เกิดรายการและออกอากาศไปแล้ว ก็จำเป็นต้องมีการประเมินผลเพื่อตอบคำถาม 2 ประการว่า เนื้อหาที่ผลิตไปแล้วนั้นได้ตอบสนองความต้องการของผู้ฟังหรือไม่ และจะต้องปรับปรุงแก้ไขอะไรบ้างต่อไปในอนาคต (ดูรายละเอียดเรื่องการประเมินผลในตอนต่อไป)

สำหรับการวิจัยทดลองครั้งนี้ได้ให้ความสำคัญกับการ**ประเมินผลผู้ฟัง** และพบว่าในแง่**ปริมาณ** จำนวนผู้ฟังรายการ "สร้างสรรค์จันทร์" มีเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิมประมาณ 20% และในแง่**คุณภาพ** กลุ่มผู้ฟังส่วนใหญ่ต้องการจะให้มีการจัดรายการวิทยุชุมชนแบบนี้ต่อไป โดยให้เหตุผลว่า เนื้อหารายการมีประโยชน์ สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างดี กล่าวโดยสรุปคือสามารถตอบสนองความต้องการของชุมชนได้

● **โครงสร้างของวิทยุ** หากเราย้อนถอยกลับไปดูว่า เพราะเหตุใดรายการสร้างสรรค์จันทร์จึงสามารถมีกระบวนการผลิตที่เป็นไปตามหลักการของวิทยุชุมชนได้ดังนี้ คำตอบนั้นก็ น่าจะอยู่ที่**ตัวแปรต้น**ที่เราเหลียวหลังไปดู คือโครงสร้างของคณะกรรมการบริหารวิทยุชุมชน ซึ่งมีโครงสร้างที่ประกอบด้วย 3 ฝ่ายคือ ตัวแทนชุมชน (เป็นส่วนใหญ่) ตัวแทนของสถานี (เพื่อช่วยด้านเทคนิค) และตัวแทนฝ่ายวิชาการ (เพื่อช่วยงานด้านวิชาการ) ซึ่งโครงสร้างดังกล่าวนี้จะคล้ายคลึงกับฝ่ายต่างๆของโครงสร้างกลุ่มของวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี

ถึงแม้ว่ากลไกการสรรหาและวิธีการได้มาซึ่งคณะกรรมการชุดนี้จะไม่ค่อยถูกต้องตามหลักการนัก เนื่องจากเกิดมาจาก "การแต่งตั้ง" ของหน่วยงานราชการ (เนื่องจากเป็นโครงการทดลองวิจัยของมหาวิทยาลัย) แต่ทว่าก็ได้มี**กลไกที่มีประสิทธิภาพอื่น ๆ**มาแก้ไข คือการมีเกณฑ์ระบุคุณสมบัติของกรรมการเอาไว้คือ

- เป็นกรรมการ**อาสาสมัคร** ไม่มีรายได้หรือผลประโยชน์อื่นใดจากวิทยุชุมชน
- เป็นผู้**ที่สนใจ**ในหลักการทำงานของวิทยุชุมชน
- เป็นผู้ที่มี**จิตสาธารณะ/เสียสละ** ทำงานเพื่อส่วนรวม

- กรรมการเกือบทั้งหมดเป็นผู้นำชุมชน เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน มีอาสาสมัครชาวบ้านเพียง 1 คน

(4.1.2) กระบวนการและหลักเกณฑ์การคัดเลือกเนื้อหาเพื่อผลิตรายการ

ดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า เนื้อหารายการนั้นก็คือตัวบ่งชี้ที่เป็นรูปธรรมว่า วิทยุชุมชนได้ดำเนินการบรรลุเป้าหมายสูงสุดคือ การตอบสนองของความต้องการของชุมชนและการเป็นเครื่องมือพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง และเพื่อให้ได้มาซึ่งเนื้อหารายการที่พึงประสงค์นั้น จะมีกลไกและกระบวนการ 2 อย่างที่ต้องใช้ควบคู่กัน คือ กระบวนการได้มาซึ่งเนื้อหา และเกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหา

(ก) กระบวนการได้มาซึ่งเนื้อหา สำหรับกระบวนการได้มาซึ่งเนื้อหานี้มี 2 ขั้นตอนที่สำคัญ ขั้นตอนแรกเป็นหลักสามัญสำนึกอย่างง่าย ๆ ว่า หากเราต้องการที่จะ "เกา" ให้ถูกที่คัน" เราก็ต้องไปสำรวจดูเสียก่อนว่า "ที่คัน" นั้นอยู่ที่ตรงไหน ดังนั้น ในการจัดทำเนื้อหารายการของวิทยุชุมชนนั้น จึงต้องมีการสำรวจความต้องการของผู้ฟังเสียก่อนว่า ต้องการจะฟังเรื่องอะไร (ดูตัวอย่างจากกรณีศึกษาของวิทยุชุมชนทดลองที่จังหวัดจันทบุรี)

สำหรับขั้นตอนที่สองก็ยังคงเป็นสามัญสำนึก (แต่มักจะไม่ค่อยได้ทำในทางปฏิบัติ) คือหลังจากที่เราได้ลงมือ "เกา" ไปแล้ว เราก็ต้องไปติดตามประเมินผลว่า "แล้วหายคันหรือเปล่า" ดังนั้น การประเมินผลรายการหลังจากที่ออกอากาศไปแล้วจึงเป็นงานที่จำเป็นต้องทำเพื่อจะนำมาประกอบการตัดสินใจในอนาคตว่า จะเก็บรักษาเนื้อหาอะไรเอาไว้ จะเพิ่มเติมหรือลดทอนหรือตัดออกเนื้อหาอะไร

(ข) เกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหา เกณฑ์ต่อไปนี้ก็เกิดมาจากปรัชญา/ธรรมชาติ/ลักษณะสำคัญของวิทยุชุมชนนั่นเอง กล่าวคือ

- ควรเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องหรือใกล้ตัวท้องถิ่นเป็นหลัก เกณฑ์ข้อนี้ซึ่งทำให้วิทยุชุมชนแตกต่างจากวิทยุสาธารณะ ซึ่งจะรายงานข่าวสารหรือมีเรื่องราวจากส่วนกลางเป็นส่วนใหญ่ แต่วิทยุชุมชนจะเป็นข่าวสารในท้องถิ่น ความรู้ที่อยู่ใกล้ตัว ศิลปะวัฒนธรรมที่ชื่นชอบตามรสนิยมของชุมชน ซึ่งการที่จัดทำเนื้อหาให้บรรลุหลักเกณฑ์ข้อนี้ได้ จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากสมาชิกชุมชนอย่างกว้างขวาง เช่น การเป็นอาสาสมัครรายงานข่าวในท้องถิ่น การเป็นแหล่งข้อมูลด้านความรู้ในท้องถิ่น

แต่ถึงแม้จะกำหนดสัดส่วนให้มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องหรือใกล้ตัวท้องถิ่นเป็นหลักก็มิได้หมายความว่า วิทยุชุมชนจะปิดตัวจากโลกภายนอก ในทางตรงกันข้าม วิทยุชุมชนยังต้องแสดงบทบาทเป็นช่องทางหนึ่งในการพัฒนาเอาข่าวสารและความรู้จากโลกภายนอกเข้ามาในชุมชนเพื่อให้ก้าวไปให้ทันกับโลก

● **วิทยุชุมชนควรมีเนื้อหาพร้อมทั้งผู้จัดรายการที่หลากหลาย** ประสบการณ์จากวิทยุชุมชนที่เมือง Freiburg ประเทศเยอรมัน เคยพบว่า เมื่อทั้งคนฟังและคนจัดรายการวิทยุชุมชนเป็นคนกลุ่มเดียวกันที่ผลัดบทบาทเล่นไปมา ก็เกิดความต้องการที่ขัดแย้งกัน กล่าวคือเวลาเป็น**คนฟัง**ก็อยากจะมีรายการที่ชัดเจนเฉพาะเจาะจงไปเลย แต่เวลาเป็น**คนจัด**ก็อยากจะมีคนหลายๆกลุ่มมาฟัง ถ้ามีเพียงรายการเดียวก็ต้องจัดให้เป็นแบบกว้างๆ เอาใจคนฟังทุกกลุ่ม ทางแก้ปัญหาสำหรับความขัดแย้งนี้ก็คือ การจัดให้มีหลาย ๆ รายการ แต่ละรายการมุ่งเฉพาะสำหรับกลุ่มผู้ฟังแต่ละกลุ่ม และต้องมีการตรวจสอบติดตามให้แน่ใจว่า วิทยุชุมชนนั้นมีรายการสำหรับคนทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ

สำหรับเงื่อนไขที่จะทำให้หลักเกณฑ์การคัดเลือกเนื้อหาข้อนี้เป็นไปได้จริงก็คือต้องมีช่วงเวลาการออกอากาศที่มากพอสมควร ตัวอย่างเช่น รายการวิทยุชุมชนของจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งมีถึง 10 รายการ

รายการ	เวลาออกอากาศ	วัน	เนื้อหา
1. คติธรรมประจำวัน	05.00 – 05.15	ทุกวัน	ธรรมะ
2. ทันข่าวเช้าวันนี้	05.15 – 06.00	ทุกวัน	ข่าวทั่วไป
3. บอกกล่าวเล่าแจ้ง	06.30 – 07.00	ทุกวัน	ข่าวท้องถิ่น
4. ร่วมคิดร่วมคุย	10.00 – 11.00	ทุกวัน	เวทีพูดคุยประเด็นต่างๆ
5. ฟันธงตรงประเด็น	11.00 – 12.00	จ.- ศ.	วิจารณ์การเมือง
6. ระวังใจ	13.00 - 14.00	จ.- ศ.	เพลง
7. พูดจาภาษาช่าง	14.00 – 14.30	จ.- ศ.	ช่าง/อาชีพ
8. เสียงจากชุมชน	17.00 – 18.00	ทุกวัน	ร้องทุกข์
9. ดีใจเยาวชน	18.00 - 19.00	ทุกวัน	เยาวชน
10. ภูมิปัญญาชาวบ้าน	21.00 – 22.00	ทุกวัน	ความรู้ของชาวบ้าน

● **จัดสรรช่วงเวลาให้เหมาะกับวิถีชีวิตของกลุ่มเป้าหมาย** จากตัวอย่างรายการวิทยุชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์ที่ยกมาแสดงให้เห็นจะชี้ให้เห็นว่า การจัดสรรช่วงเวลานั้นเหมาะสมกับวิถีชีวิตประจำวันของกลุ่มเป้าหมาย กล่าวคือ รายการข่าวจะเป็นช่วงเวลาเช้าก่อนที่กลุ่มผู้ใหญ่จะออกจากบ้านไปทำงาน

ในส่วนที่เกี่ยวกับช่วงเวลาออกอากาศนี้ยังมีข้อควรพิจารณาอีก 2 ประการคือการจัดช่วงเวลาโดยดูสื่อคู่แข่งอื่นๆ เช่น ผลการวิจัยผู้รับฟังกลุ่มวิทยุชุมชนจังหวัดระยองเสนอว่ารายการที่ดีๆของวิทยุชุมชนไม่ควรไปอยู่บนกับเวลาของละครโทรทัศน์ เป็นต้น

นอกจากนั้น เนื้อหารายการจะเป็นที่น่าสนใจเมื่อมีลักษณะสอดคล้องกับกาลเวลาหรือฤดูกาล เช่น เมื่อถึงฤดูร้อน รายการความรู้เพื่อสุขภาพก็ควรเป็นโรคที่มักเป็นในฤดูร้อน เป็นต้น

การคัดเลือกเนื้อหาให้เหมาะสมกับช่วงเวลานั้น จำเป็นต้องมีการสำรวจวิถีชีวิตของคนแต่ละกลุ่มในชุมชน รวมทั้งสอบถามความต้องการของผู้ฟังในเรื่องช่วงเวลาออกอากาศประกอบไปด้วย

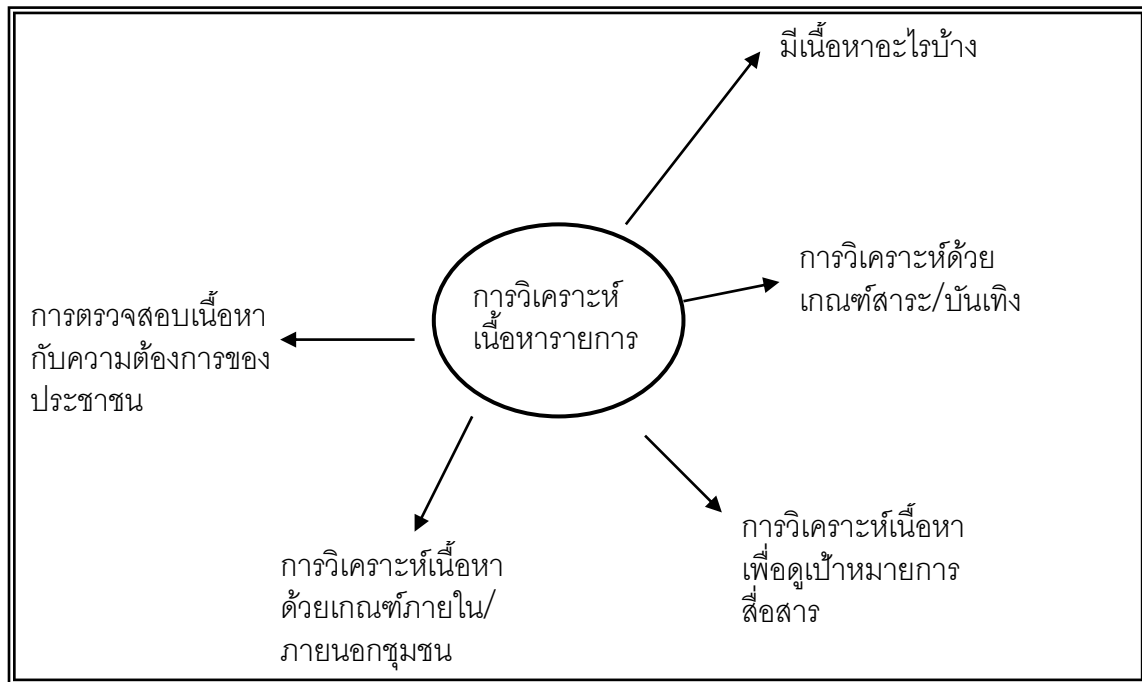
- **ควรคัดเลือกเนื้อหาให้สอดคล้องหรือแสดงออกซึ่งความเชื่อ/ภูมิปัญญา/วัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น** ประเด็นที่เป็นปัญหามากที่เกี่ยวข้องกับหลักเกณฑ์ข้อนี้ก็คือ ควรใช้ภาษากลางหรือภาษาท้องถิ่นในการนำเสนอเนื้อหา รายการการวิจัยบางชิ้นระบุว่า ผู้ฟังมีความเห็นว่าน่าจะมีการใช้ภาษาท้องถิ่น เพราะจะทำให้ฟังง่าย รู้สึกใกล้ชิด และไม่เป็นทางการมากเกินไป อย่างไรก็ตาม ก็ยังไม่มีข้อสรุปที่แน่นอนตายตัว และคงต้องสำรวจความชื่นชอบในแต่ละท้องถิ่น ในแต่ละประเภทรายการดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

สำหรับเนื้อหาที่แสดงออกซึ่งภูมิปัญญาหรือวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นนั้น จะทำให้วิทยุชุมชนในแต่ละแห่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น ในทางภาคใต้ ก็คงมีรายการโนห์รา ในขณะที่ทางภาคเหนือก็คงจะมีรายการคำซอ หลักเกณฑ์ข้อนี้จะเอื้ออำนวยให้วิทยุชุมชนเป็นช่องทางในการแสดงออกซึ่งตัวตนของแต่ละท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี

- **หลักเรื่อง "ความสมดุล"** ดูเหมือนจะเป็นหลักการสำคัญประการหนึ่งในการพิจารณาคัดเลือกเนื้อหา กล่าวคือ ไม่ควรให้มีแต่เนื้อหาที่ "สะท้อนปัญหา" แต่ควรมีเนื้อหาที่มีวิธีการ "แก้ปัญหา" ด้วย อย่าให้มีแต่เนื้อหาที่ "จับผิดหน่วยงานราชการต่างๆ" แต่ควรมีเนื้อหาที่ "ชมเชยและสร้างสรรค์" อย่าให้มีแต่เนื้อหาเรื่อง "การเมือง" เท่านั้น แต่ควรมีเรื่องผ่อนคลาย เช่น ศิลปวัฒนธรรมและศีลธรรมศาสนาด้วย เป็นต้น

4.2 การวิเคราะห์เนื้อหารายการ

มีวิธีการหลายวิธีการ และการเลือกใช้เกณฑ์หลายเกณฑ์ในการวิเคราะห์เนื้อหารายการ โดยที่วิธีการและเกณฑ์แต่ละอย่างที่ใช้กันต่างก็มุ่งตอบคำถามแต่ละอย่าง ในที่นี้จะประมวลวิธีการศึกษาเนื้อหารายการที่ปรากฏอยู่ในงานวิจัยวิทยุชุมชนทั้ง 4 กรณี



ภาพที่ 31 : การวิเคราะห์เนื้อหารายการ

(4.2.1) มีเนื้อหาอะไรบ้างในรายการวิทยุชุมชน

การวิเคราะห์แบบนี้เป็นการตอบคำถามง่ายๆ ว่า "มีเนื้อหาประเภทอะไรบ้างในรายการ" ซึ่งวิธีการแบ่งประเภทของเนื้อหานั้น อาจจะแตกต่างกันไปในงานวิจัยแต่ละชิ้น

การตรวจสอบประเภทของเนื้อหา นี้ มักเป็นบันไดขั้นแรกที่จะก้าวต่อไป เช่น นำเอาเนื้อหาดังกล่าวไปตรวจสอบกับความต้องการ/ความคาดหวังของชุมชนว่าสอดคล้องกันหรือไม่ ตัวอย่างเช่น ผลจากการตรวจสอบเปรียบเทียบเนื้อหารายการด้านเกษตรที่สอดคล้องกับอาชีพของชุมชนนั้น วิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์มีสัดส่วนสูงกว่าจ.นครราชสีมา เป็นต้น (ดูกรณีตัวอย่างวิทยุชุมชนคนเมืองนานในอันดับต่อไป)

ตัวอย่างการสำรวจประเภทของเนื้อหาวิทยุชุมชนจ.นครราชสีมาและบุรีรัมย์ พบว่า มีเนื้อหาประเภทต่างๆ ดังนี้

- เนื้อหาที่เกี่ยวกับการทำมาหากิน เช่น การเกษตร แรงงานเศรษฐกิจ
- เนื้อหาด้านการปกครอง เช่น กฎหมาย การเมือง
- เนื้อหาด้านสังคม-วัฒนธรรม-ศาสนา เช่น ปัญหาสังคม
- เนื้อหาด้านการศึกษา เช่น ความรู้ต่างๆ วิทยาการทันโลก
- เนื้อหาด้านสุขภาพอนามัย
- เนื้อหาด้านศิลปะ/ความบันเทิง

- เนื้อหาด้านสิ่งแวดล้อม
- เนื้อหาด้านการท่องเที่ยว
- เนื้อหาอื่นๆ เช่น พยากรณ์อากาศ

ในขณะที่วิทยุชุมชนจ.ปัตตานี มีการแบ่งประเภทของเนื้อหาออกเป็นถึง 14 หัวข้อย่อย และมีหลายหัวข้อที่ไม่ปรากฏในวิทยุชุมชน จ.นครราชสีมา และบุรีรัมย์ เช่น เนื้อหาเกี่ยวกับวิทยุชุมชน บทบาทสตรี เยาวชน สื่อศิลปะพื้นบ้าน บุคคลสำคัญ ฯลฯ

ความหลากหลายของประเภทเนื้อหานั้นสะท้อนให้เห็น "ความเป็นตัวตน" และ "ความต้องการ" ที่แตกต่างกันหลากหลายของแต่ละท้องถิ่นได้อย่างดี

(4.2.2) การแบ่งประเภทเนื้อหาตามเกณฑ์สาระ/บันเทิง

ด้านหลักการทฤษฎีของ "การสื่อสารเพื่อชุมชน" เนื่องจากสื่อวิทยุส่วนใหญ่ได้กลายเป็นสื่อเพื่อการค้าและธุรกิจ ส่งผลให้ประเภทของเนื้อหารายการนั้นหันไปทางด้าน "การให้ความบันเทิง" และมีสัดส่วนของรายการ "ที่มีสาระประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชน" น้อยกว่าที่ควร ดังนั้นหน้าที่ประการหนึ่งของ "การสื่อสารเพื่อชุมชน" เช่น วิทยุชุมชนจึงควรเป็นการเพิ่มสัดส่วนของรายการที่ให้สาระประโยชน์มากขึ้น

นี่จึงเป็นที่มาของการตั้งเกณฑ์ในการตรวจสอบว่าสัดส่วนของเนื้อหารายการประเภทสาระ/บันเทิง มีมากน้อยเพียงใด

- เนื้อหาประเภทที่มุ่งให้สาระ ได้แก่ เนื้อหาที่เป็นข้อมูลข่าวสารเป็นเรื่องราวที่เป็นจริง เป็นเนื้อหาที่ให้ความรู้แบบต่างๆ ตัวอย่างเช่น รายการข่าว รายการสารคดี ความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

- เนื้อหาประเภทให้ความบันเทิง ได้แก่ เนื้อหาที่เกี่ยวกับเรื่องราวที่สนุกสนานรื่นเริง สร้างความรู้สึกผ่อนคลายหรือเจ้าอารมณ์ความรู้สึก เช่น เนื้อหาที่เป็นเพลง กีฬา เป็นต้น

เป็นที่น่าสังเกตว่า จากผลการวิเคราะห์เนื้อหารายการวิทยุชุมชนโดยเกณฑ์เรื่อง "สาระ/บันเทิง" นี้ จากกรณีศึกษาทั้ง 4 กรณี จะพบว่า สัดส่วนของเนื้อหาที่เป็นข้อมูลข่าวสารจะมากกว่าความบันเทิงอย่างชัดเจน เช่น

วิทยุชุมชน	เนื้อหาข้อมูล/ข่าวสาร	เนื้อหาบันเทิง
จ.นครราชสีมา	95.71	4.29
จ.บุรีรัมย์	86.00	14.00

ภาพที่ 32 : สัดส่วนเนื้อหาประเภทต่างๆของวิทยุชุมชน จ.นครราชสีมา และ จ.บุรีรัมย์

สัดส่วนดังกล่าวน่าจะมีนัยยะว่า บรรดาผู้รับผิดชอบวิทยุชุมชนได้เข้าใจถึง ภาระหน้าที่ของวิทยุชุมชนในด้านที่จะคานสัดส่วนของข่าวสารข้อมูลที่เป็นสาระให้เพิ่มมากขึ้น

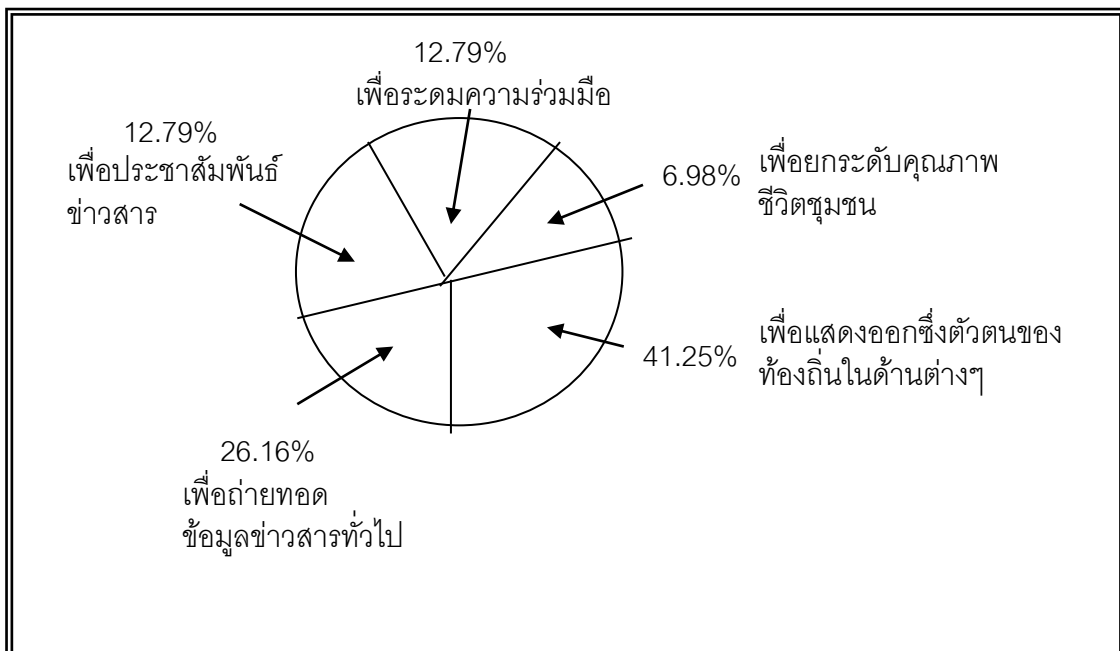
(4.2.3) การวิเคราะห์เนื้อหารายการเพื่อดูเป้าหมายของการสื่อสาร

จากหลักการของ "การสื่อสารเพื่อชุมชน" ที่ระบุดูไว้ว่า เป้าหมายการสื่อสารเพื่อ ชุมชนนั้นนอกจากจะมีเป้าหมายระบบการสื่อสารโดยทั่วไป เช่น เพื่อการถ่ายทอดข่าวสาร เพื่อ การให้ความรู้ ฯลฯ แล้ว การสื่อสารเพื่อชุมชนก็ยังมีเป้าหมายเฉพาะตัวอีกหลายประการเช่น

- การกระตุ้นให้ชุมชนเห็นคุณค่าของตนเอง ด้วยการเปิดโอกาสในพื้นที่สาธารณะ ให้ชุมชนได้พูดถึงท้องถิ่นของตนเอง/กิจกรรมของตนเอง และได้แสดงออกซึ่งตัวตนของตัวเอง
- สร้างความมั่นใจให้ชุมชน
- ยกกระดับความคิด/ความรับผิดชอบต่อชุมชน
- เปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความรู้สึก ความต้องการ ชี้ปัญหาและเสนอแนว ทางแก้ไข

เป็นต้น

จากหลักการดังกล่าวนี้ ชาลีสาได้ศึกษาเป้าหมายของการสื่อสารของวิทยุชุมชน จ. บัตตานี ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหารายการ และพบว่าเป้าหมาย 5 ประการที่ปรากฏในรายการ



ภาพที่ 33 : เป้าหมายที่ปรากฏในเนื้อหาประเภทต่างๆ

จากสัดส่วนในภาพที่ 33 ชาลิส้าได้วิเคราะห์ว่า จากตัวเลขที่สูงมากกว่า 41.28% ที่เนื้อหารายการได้สะท้อนเป้าหมายของการแสดงออกซึ่งตัวตนของท้องถิ่นในด้านต่าง ๆ สะท้อนให้เห็นในกรณีที่ให้ภาคประชาชนได้เข้ามาจัดรายการด้วยตนเอง ประชาชนจะใช้วิทยุเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนตนเองในด้านต่าง ๆ ได้อย่างดี ซึ่งนับว่าเป็นประโยชน์ที่ประมาณค่ามิได้

(4.2.4) การวิเคราะห์เนื้อหารายการโดยใช้เกณฑ์ภายใน/ภายนอกชุมชน

แนวคิดที่อยู่เบื้องหลังเกณฑ์การวิเคราะห์เนื้อหาว่า เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวกับ "ภายใน" หรือ "ภายนอก" ชุมชนนั้น ก็มาจากหลักการเรื่องการไหลของข่าวสารของการสื่อสารมวลชน (กระแสหลัก) และการสื่อสารเพื่อชุมชน กล่าวคือ

- การไหลของข่าวสารของการสื่อสารมวลชนนั้น จะมีทิศทางของการไหลแบบทางเดียว และเป็นการไหลของข่าวสารจากภายนอกชุมชนเข้าไปสู่ชุมชนเป็นส่วนใหญ่ๆ แม้ว่าทิศทางของการไหลเช่นนั้นจะช่วยให้ประชาชนรับรู้ความเป็นไปของสังคมและโลกภายนอก พร้อมปรับตัวรับการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้น แต่ปัญหาก็คือ ชุมชนได้แค่รู้จักคนอื่นอย่างดีแต่กลับไม่รู้จักตัวเอง

- ดังนั้น คุณลักษณะประการหนึ่งของการสื่อสารเพื่อชุมชนจึงต้องเป็นเนื้อหาที่เป็นข่าวสารของท้องถิ่นเอง เพื่อให้มีทิศทางการไหลของข่าวสารในเส้นทางอื่น เพื่อส่งข่าวสารจากภายในชุมชนสู่สังคมภายนอก เป็นการใช้สื่อเพื่อส่งสารเกี่ยวกับท้องถิ่นไปยังบุคคลอื่นๆ ในสังคมเพื่อกระจายอัตลักษณ์ของตนเองสู่สังคมหรือเป็นการไหลของข่าวสารในแนวระนาบ เพื่อใช้สื่อกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารภายในชุมชน

ดังนั้น วิทยุชุมชนจึงมีความแตกต่างจากวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจตรงที่มีเนื้อหาเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชุมชนเป็นหลัก โดยงานวิจัยที่เป็นกรณีศึกษาได้แบ่งประเภทของเนื้อหาจากเกณฑ์ภายใน/ภายนอก ดังนี้

- เนื้อหาภายในชุมชน ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ด้านการทำมาหากิน ศิลปวัฒนธรรมของชุมชน ประวัติความเป็นมา บุคคลสำคัญ ปัญหาของชุมชน ฯลฯ

- เนื้อหาภายนอกชุมชน ได้แก่ เนื้อหาทุกประเภทที่มีต้นตอมาจากภายนอกชุมชน

ตัวอย่างผลการศึกษาเนื้อหาโดยเกณฑ์ภายใน/ภายนอกชุมชนของวิทยุชุมชนจ.

นครราชสีมาและจ.บุรีรัมย์ มีดังนี้

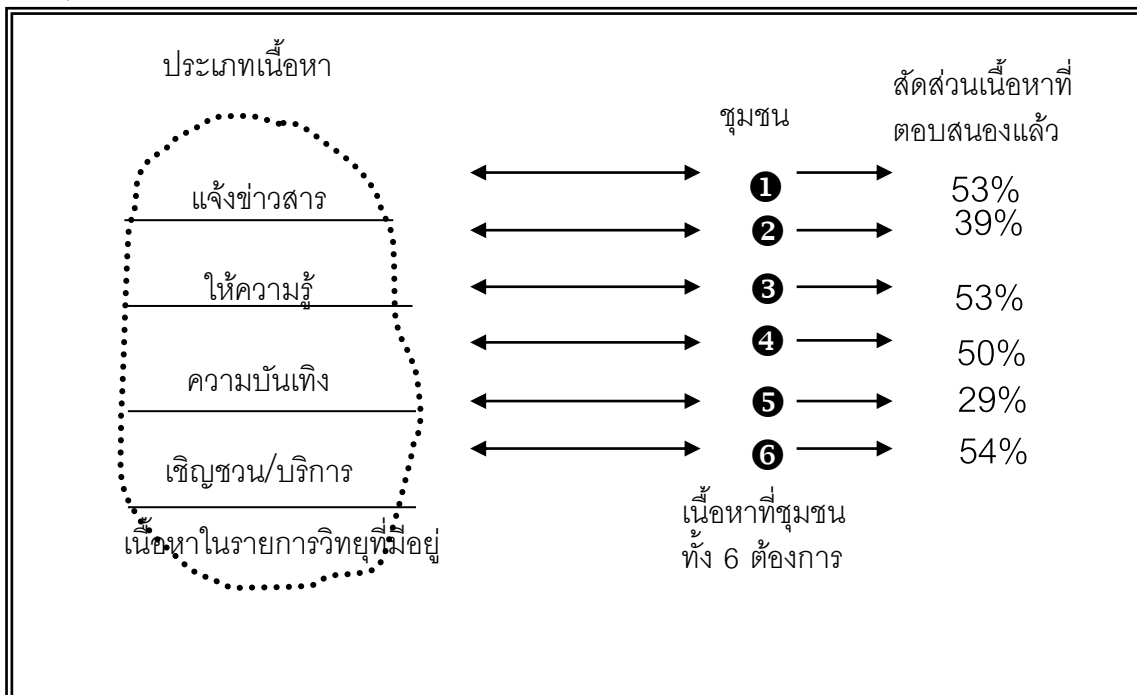
วิทยุชุมชน	เนื้อหาภายนอก (%)	เนื้อหาภายใน (%)
จ.นครราชสีมา	9.94	90.06
จ.บุรีรัมย์	44.00	56.00

ภาพที่ 34 : สัดส่วนของเนื้อหาภายนอก/ภายในของวิทยุชุมชน จ.นครราชสีมา/บุรีรัมย์

ในการตีความข้อมูลสัดส่วนเรื่องประเภทเนื้อหาภายใน/ภายนอกชุมชนนี้มีข้อพึงระวังว่า สัดส่วนที่เนื้อหาภายในมีมากกว่าภายนอกนั้น ยังไม่น่าจะหมายความว่า วิทยุชุมชนนั้นได้ทำหน้าที่สื่อเพื่อชุมชนที่ดีแล้วเสมอไป ทั้งนี้เนื่องจากข้อเท็จจริงว่า ชุมชนเองก็น่าจะมีความต้องการที่จะรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากโลกภายนอกเพื่อการรู้เท่าทันด้วย แนวทางการศึกษาต่อไปในอนาคตจึงน่าจะอยู่ตรงประเด็นเหล่านี้คือ "ชุมชนมีอำนาจในการตัดสินใจมากพอหรือไม่" จะให้มีสัดส่วนของเนื้อหาจากภายนอก/ภายในสักเท่าใด เนื้อหาจากภายนอกแบบไหนที่ชุมชนต้องการ เนื้อหาจากภายนอกเหล่านั้นมีความเกี่ยวข้องและส่งผลกระทบต่อชุมชนอย่างไร เป็นต้น

(4.2.5) การตรวจสอบเนื้อหากับความต้องการของประชาชน

อีกมิติหนึ่งที่เป็นการตรวจสอบสถานภาพของ "ความเป็นวิทยุชุมชน" อย่างตรงไปตรงมาเลยก็คือ การตรวจสอบว่า "เนื้อหาที่มีอยู่นั้น" ตรงกับ "ความต้องการของประชาชน" หรือไม่ ดังตัวอย่างเช่น การออกแบบงานวิจัยของวีระวรรณและคณะในกรณีของวิทยุชุมชน จ.น่าน โดยวีระวรรณได้ซักถามประชาชนที่อยู่ในชุมชน 6 แห่งของ จ.น่านว่า มีความต้องการเนื้อหาในรายการวิทยุชุมชนอะไรบ้าง แล้วก็นำมาตรวจสอบกับ "เนื้อหาที่มีอยู่จริงๆ" ในรายการวิทยุ"



ภาพที่ 35 : ประเภทเนื้อหาและการตอบสนองความต้องการของชุมชน

จากสัดส่วนเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการของชุมชนทั้ง 6 คณะวิจัยคิดว่ามีไม่สูงมากนัก (ที่สูงสุดประมาณครึ่งเดียว) และจะตอบสนองได้มากน้อยแตกต่างกัน ชุมชนที่อยู่ในเขตเทศบาลจะตอบสนองได้สูงกว่าอำเภอรอบนอกและห่างไกล คณะวิจัยวิเคราะห์ว่าเนื่องจากรายการวิทยุชุมชนมีเพียงรายการเดียว และกระจายเสียงในรัศมีวงกว้างเกินกว่าขอบเขตของวิทยุชุมชน (ประมาณ 10 กิโลเมตร) ดังนั้น เมื่อชุมชนมีลักษณะที่หลากหลาย ความต้องการของชุมชนก็ย่อมแตกต่างกันออกไป รายการวิทยุชุมชนรายการเดียวจึง "เอาใจ" ชุมชนทุกชุมชนไม่ได้

นอกเหนือจากการวิเคราะห์เนื้อหาตามเกณฑ์ต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาแล้ว การวิเคราะห์เนื้อหาที่นั้นยังมักถูกนำไปใช้ในการศึกษา "บทบาทและหน้าที่ของวิทยุชุมชน" (ดูรายละเอียดในหัวข้อต่อไป) และสำหรับวิทยุชุมชนที่มีหลักการสำคัญคือเรื่อง "การมีส่วนร่วมของประชาชน" ก็ยังสามารถวิเคราะห์กระบวนการเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิต/คัดเลือก/นำเสนอเนื้อหาได้ด้วย (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป)

4.3 การวิเคราะห์รูปแบบรายการ

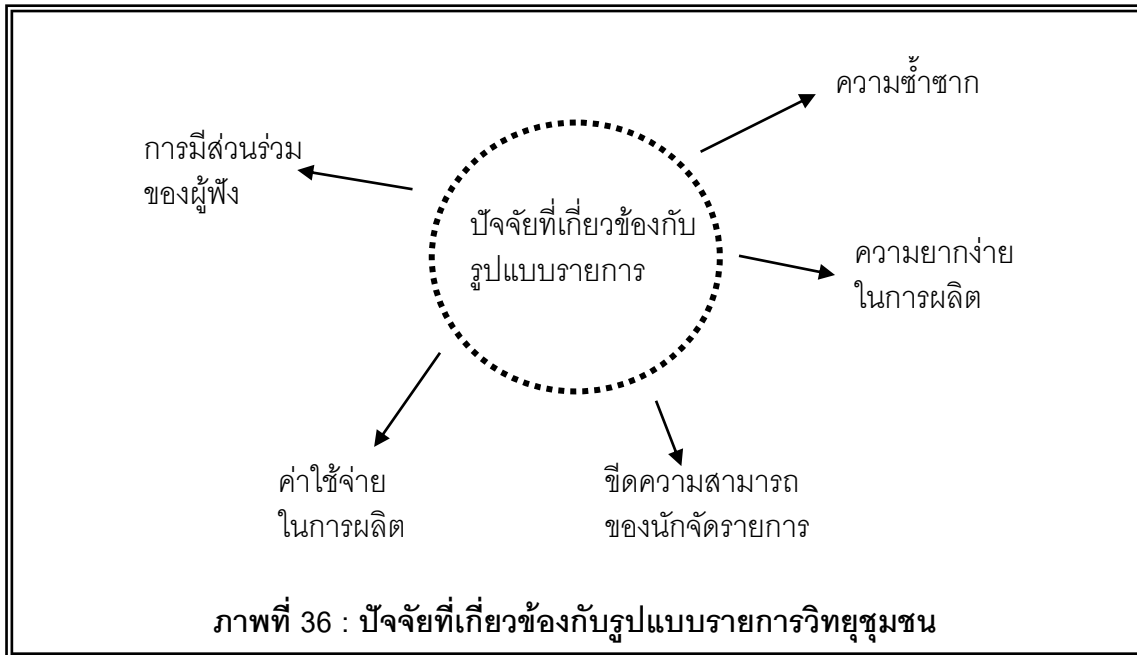
(4.3.1) แนวคิดเรื่อง "รูปแบบรายการ"

หากเปรียบเทียบตัวเนื้อหารายการเป็น "สิ่งของ" แล้ว ตัวรูปแบบรายการ ก็น่าจะเปรียบเสมือนกล่องที่บรรจุสิ่งของนั้น

ในขณะที่เนื้อหารายการหมายถึงประเด็นของสารที่ปรากฏในรายการวิทยุดังที่ได้กล่าวไปแล้วรูปแบบรายการ ก็จะหมายถึงลักษณะการนำเสนอรายการในรูปแบบต่างๆ

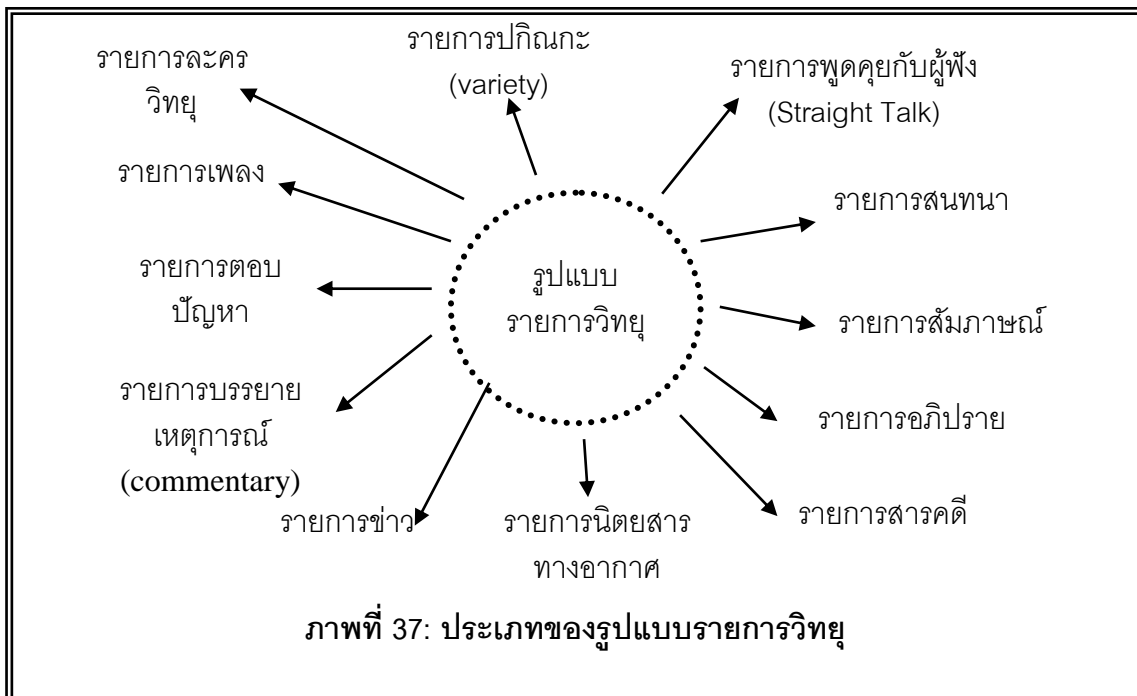
ในวิชาการเรื่องการผลิตรายการวิทยุได้แบ่งประเภทของรูปแบบรายการวิทยุออกเป็นหลายสิบประเภท ทั้งนี้เนื่องจากวิทยุเป็นสื่อที่ส่งกระจายเสียงเป็นช่วงเวลายาวนานในแต่ละวันและออกอากาศทุกวัน ดังนั้น หากมีเพียงรูปแบบรายการเดียวหรือเพียง 2-3 รูปแบบ ก็จะทำให้เกิดความซ้ำซากน่าเบื่อหน่าย

อย่างไรก็ตาม เมื่อนำแนวคิดเรื่อง "รูปแบบรายการ" มาใช้ในกรณีของวิทยุชุมชน นอกจากตัวแปรเรื่อง "ความซ้ำซาก" แล้ว ในเรื่องของวิทยุชุมชนยังมีตัวแปรอื่นๆเข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องรูปแบบรายการด้วย เช่น ความยากง่ายในการผลิต ขีดความสามารถของนักจัดรายการ ค่าใช้จ่ายในการผลิต การมีส่วนร่วมของประชาชน/ผู้ฟัง



(4.3.2) ทำความรู้จักกับรูปแบบรายการ

มีวิธีการหลายวิธีที่จะแบ่งประเภทของรูปแบบรายการ ในที่นี้จะขอใช้วิธีการของนภาพกรณ์ อัจฉริยะกุล (2531) ที่ได้แบ่งรูปแบบรายการออกเป็น 12 ประเภท



จากประเภทของรูปแบบรายการทั้งหมดนี้ จากกรณีศึกษาทั้ง 4 กรณี มีข้อค้นพบในเรื่องรูปแบบรายการดังนี้

(i) ความหลากหลายของรูปแบบรายการ

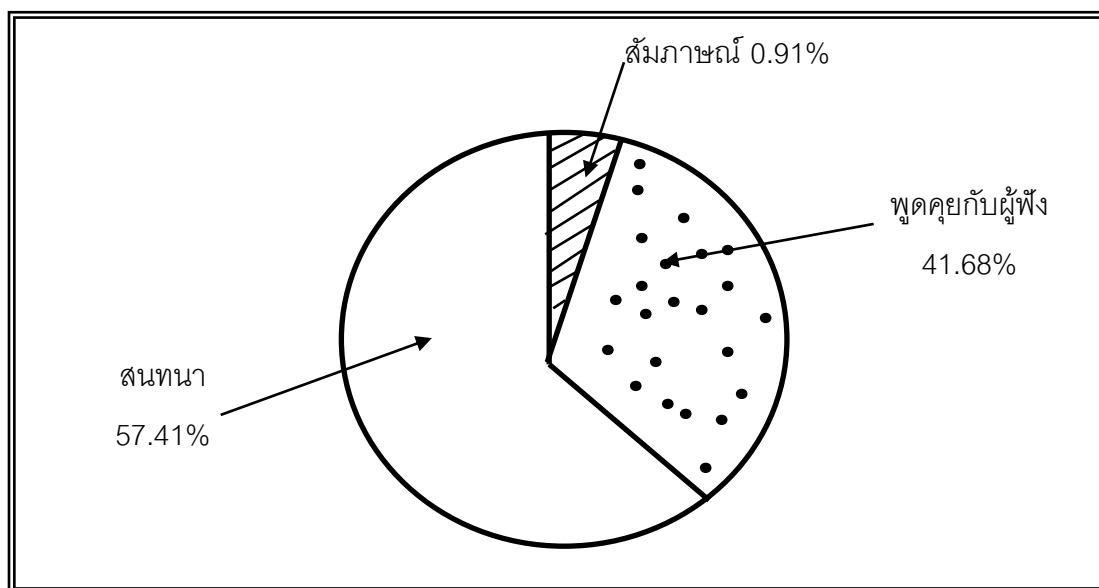
วีรพงษ์ทำการเปรียบเทียบความหลากหลายของรูปแบบรายการของวิเทศชุมชน จ. นครราชสีมา และจ.บุรีรัมย์ และพบผลดังนี้

รูปแบบรายการวิเทศชุมชน น.นครราชสีมา	ร้อยละ	รูปแบบรายการวิเทศชุมชน จ.บุรีรัมย์	ร้อยละ
1. นิตยสารทางอากาศ	73.31	1. นิตยสารทางอากาศ	60.00
2. รายการสัมภาษณ์	13.88		
3. รายการข่าวสลับเพลง	6.76		
4. รายการพูดคุยกับผู้นำ	4.27	2. พูดคุยกับผู้นำ	20.00
5. สันทนา	1.07		
6. พูดคุยสลับเพลง	0.36		
7. อภิปราย	0.36	3. พูดคุยสลับเพลง	20.00

ภาพที่ 38 : เปรียบเทียบความหลากหลายของรูปแบบรายการ

จากตารางในภาพที่ 38 ได้แสดงให้เห็นว่าวิเทศชุมชน จ.นครราชสีมา มีการใช้รูปแบบรายการที่หลากหลายกว่าวิเทศชุมชน จ.บุรีรัมย์ ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่า กลุ่มผู้จัดรายการของจ.นครราชสีมา เป็นกลุ่มเจ้าหน้าที่ของสถานีมากกว่าเป็นชาวบ้านทั่วไป (ดูหัวข้อ "โครงสร้างของวิเทศชุมชน") ดังนั้น จึงมีความรู้ความสามารถในการเลือกใช้รูปแบบรายการได้มากกว่า

ดังนั้นสำหรับรายการวิเทศชุมชนจ.ปัตตานีที่ผู้จัดรายการทั้งหมดเป็นชาวบ้าน ชาลีสาจึงพบว่าประเภทของรูปแบบรายการมีเพียง 3 ประเภทเท่านั้น ดังแสดงในภาพ



ภาพที่ 39 : สัดส่วนของรูปแบบรายการของวิเทศชุมชน จ.ปัตตานี

(ii) ความยากง่ายในการผลิต

จากข้อมูลรูปแบบรายการของวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี ซึ่งคณะวิจัยพบว่ามีเพียง 3 รูปแบบคือ การสนทนา การพูดคุยกับผู้ฟัง และการสัมภาษณ์นั้น ทั้ง 3 รูปแบบนี้มีลักษณะเรียบง่ายไม่ซับซ้อนทั้งในด้านการผลิตและการสร้างสรรค์รูปแบบรายการ เนื่องจากการสนทนาและการพูดคุยนั้นเป็นเพียงการถ่ายทอดความรู้ที่ชาวบ้านใช้กันอยู่ในชีวิตประจำวันเข้ามาใช้ในการจัดรายการวิทยุเท่านั้น

หากเป็นรายการประเภทสัมภาษณ์ ก็จะเริ่มเรียกร้องผู้จัดให้ต้องมีความสามารถมากขึ้น เช่น ต้องรู้จักตั้งคำถามสำหรับสัมภาษณ์ ต้องมีความรู้ในเรื่องที่จะสัมภาษณ์ ต้องกะระยะเวลาให้ลงตัวกับเนื้อหา ต้องเตรียมตัวพร้อมกับผู้ให้สัมภาษณ์ ฯลฯ

หรือรายการประเภทข่าวสลับเพลงหรือพูดคุยสลับเพลง นักจัดรายการก็ต้องทำการบ้านด้วยการจัดหาข้อมูลที่เป็นเนื้อหาข่าว ต้องเตรียมแผ่นเสียงเพื่อเปิดเพลง ต้องมีทักษะในการใช้และควบคุมอุปกรณ์ เป็นต้น

(iii) ค่าใช้จ่ายในการผลิต

ชालิสิตั้งข้อสังเกตว่า สัดส่วนของรูปแบบรายการสัมภาษณ์ของวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี มีเพียง 0.91% เช่นเดียวกับที่วีรพงษ์พบว่า วิทยุชุมชนจ.บุรีรัมย์ไม่มีรายการประเภทสนทนาและอภิปรายเลย คณะวิจัยทั้งสองคณะวิเคราะห์ว่า เนื่องจากรายการประเภทสัมภาษณ์สนทนา และอภิปรายนั้นต้องอาศัยผู้ร่วมรายการจำนวน 2 คนขึ้นไป ต้องมีการเชิญแขกรับเชิญมาร่วมรายการ ซึ่งทั้งหมดนี้จะต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น เช่น ค่าเดินทาง ค่าตอบแทน ฯลฯ ซึ่งปัญหาเรื่องงบประมาณของวิทยุชุมชนไม่เอื้ออำนวยให้เลือกรูปแบบรายการดังกล่าวได้

(iv) ขีดความสามารถของนักจัดรายการ

ชาลิสิตั้งข้อสังเกตว่า ประเภทรายการที่จำกัดเพียง 2-3 รูปแบบ และเป็นประเภทรายการที่เรียบง่ายไม่ซับซ้อนของวิทยุชุมชน จ.ปัตตานีนั้น น่าจะเกิดเนื่องจากขีดความสามารถของนักจัดรายการที่มาจากประชาชนรากหญ้า และได้รับการฝึกอบรมในเรื่องการจัดรายการวิทยุในระดับพื้นฐานเท่านั้น ดังนั้น หากประชาชนได้รับการอบรมการผลิตรายการที่หลากหลายและมีระดับสูงขึ้น ก็คาดว่าผู้จัดจะสามารถผลิตรายการที่ซับซ้อนขึ้น และหากได้มีโอกาสใช้เครื่องมือหรือมีเครื่องมือเป็นของตนเอง ก็คาดว่ารูปแบบรายการจะพัฒนาไปมากกว่านี้

(v) การมีส่วนร่วมของผู้ฟัง

ในการออกแบบรูปแบบรายการแต่ละรายการนั้น จะมีมิติของการมีส่วนร่วมของประชาชน/หรือผู้ฟังเอาไว้ ตัวอย่างเช่น การศึกษารูปแบบรายการของวิทยุชุมชนคนเมืองน่าน ซึ่งมี 4 รูปแบบ

1. **รูปแบบนิตยสาร** ผู้ดำเนินรายการเป็นสมาชิกชมรมวิทยุชุมชนฯ แบ่งเป็น 4 ช่วง
 - 1.1 พูดคุย
 - 1.2 ผู้ดำเนินรายการ 2 คน อ่านข่าวสลับกัน
 - 1.3 สัมภาษณ์
 - 1.4 สนทนา โดยให้ผู้ดำเนินรายการโทรศัพท์เข้ามายังรายการ
2. **รายการสัญจร** ผู้ดำเนินรายการหลักคือเจ้าหน้าที่สวท. 1 คน แบ่งเป็น 4 ช่วง
 - 2.1 พูดคุย
 - 2.2 สนทนาระหว่างผู้ดำเนินรายการกับตัวแทนชุมชน
 - 2.3 พูดคุยสนทนาระหว่างผู้ดำเนินรายการกับตัวแทนฝ่ายราชการในท้องถิ่น
 - 2.4 สนทนาระหว่างผู้ดำเนินรายการ/ตัวแทนชุมชน/เจ้าหน้าที่ราชการ
3. **เพลงคั่นรายการ**
4. **สปรอต**

ภาพที่ 40 : รูปแบบรายการในวิทยุชุมชน จ.น่าน

จากรูปแบบรายการที่แสดงมาข้างบนนี้จะเห็นได้ว่า

(ก) รูปแบบรายการสัมภาษณ์ (1.3) รูปแบบสนทนากับตัวแทนชุมชน (2.2) จะเป็นรูปแบบที่เปิดโอกาสให้ประชาชนบางคนได้เข้ามามีส่วนร่วมในฐานะแหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข่าวสาร

(ข) รูปแบบ (1.4) สนทนาโดยให้ผู้ฟังโทรศัพท์เข้ามานั้น หรือรูปแบบที่เปิดกว้างให้ประชาชนทั่วไปได้เข้ามามีส่วนร่วม

(vi) การตรวจสอบความต้องการของผู้ฟังในเรื่องรูปแบบรายการ

วิระวรรณและคณะได้สร้างเครื่องมือเพื่อเปรียบเทียบรูปแบบรายการวิทยุชุมชนที่ออกอากาศอยู่จริงๆ กับรูปแบบวิทยุชุมชนที่ผู้ฟังต้องการ โดยตั้งประเด็นคำถามเป็น 3 แนวทางคือ

- (1) รูปแบบรายการที่ตอบสนองความต้องการแล้ว
- (2) รูปแบบรายการที่ไม่ตอบสนองความต้องการ
- (3) รูปแบบรายการที่ต้องการให้เพิ่มขึ้นมา

ในทางปฏิบัติ สามารถจะนำเอาประเด็นเรื่องความต้องการเนื้อหาและรูปแบบรายการดังกล่าวมาเป็นหัวข้อหนึ่งของการประเมินผลผู้ฟัง และนำผลที่ได้จากการประเมินมาพัฒนาปรับปรุงรูปแบบรายการ รวมทั้งมาเพิ่มพูนทักษะการจัดการรายการของนักจัดรายการวิทยุชุมชนให้มากขึ้น

5. การวิเคราะห์บทบาท/หน้าที่และประโยชน์ของวิทยุชุมชน

(5.1) แนวคิดเรื่องบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชน

แนวคิดที่อยู่เบื้องหลังการศึกษาบทบาท/หน้าที่และประโยชน์ของวิทยุชุมชนนั้นเกิดมาจากทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism) ซึ่งได้อุปมาอุปมัยว่า ชุมชน/สังคมโดยรวมเปรียบเสมือนร่างกายของมนุษย์ บรรดาสถาบันย่อยต่างๆก็เป็นประจุกอวัยวะส่วนย่อยที่มาประกอบกันเข้าและต่างมีหน้าที่/บทบาทที่เป็นประโยชน์ต่อการดำรงรักษาร่างกาย/ส่วนรวมทั้งหมด

ในแง่นี้ วิทยุชุมชนซึ่งเป็นเสมือนอวัยวะ/ส่วนย่อยของชุมชน/ส่วนรวม การเล่นบทบาทหรือทำหน้าที่นั้นจะมองเห็นได้เมื่อเกิด"สภาวะความขาด" อันนำไปสู่ความต้องการ (Need) เช่นเมื่อร่างกายขาดน้ำ อวัยวะส่วนต่าง ๆ ก็จะทำหน้าที่/เล่นบทบาทเป็นผู้ไปจัดหา น้ำมาตอบสนองความต้องการ หากอวัยวะส่วนย่อยทั้งหมดทำหน้าที่อย่างประสานกลมกลืนกัน ก็สามารถจะตอบสนองความต้องการของส่วนรวมได้

ในการพิจารณาบทบาท/หน้าที่/ประโยชน์ของวิทยุชุมชนก็เป็นไปในลักษณะเดียวกัน คือ การศึกษาผลที่เกิดขึ้นจากการแสดงบทบาท/ทำหน้าที่ของวิทยุชุมชนว่าเราสามารถจะตอบสนองความต้องการในด้านต่าง ๆ ที่ชุมชนยังขาดแคลนอยู่ได้อย่างไร

การศึกษารoles of radio community ในงานวิจัยที่เป็นกรณีศึกษาทั้ง 4 กรณีนี้มีแนวทางการศึกษาวิทยุชุมชนใน 2 ลักษณะด้วยกันคือ

(1) การพิจารณาวิทยุชุมชนในฐานะ**เครื่องมือการสื่อสาร**ชนิดหนึ่ง หากพิจารณาวิทยุชุมชนในแง่นี้ การทำบทบาทหน้าที่หรือเป้าหมายใช้ประโยชน์ของวิทยุชุมชนก็จะเป็นไปตามหลักการสื่อสาร เช่น งานวิจัยวิทยุชุมชนจ.ปัตตานีนั้นต้องการจะตรวจสอบเป้าหมายของวิทยุชุมชนว่าทำหน้าที่อย่างไร

- การทำหน้าที่ถ่ายทอดข่าวสาร
- การทำหน้าที่ให้ความรู้
- การทำหน้าที่เพื่อแสดงออกซึ่งความเป็นตัวตนของผู้จัดรายการ/ตัวตนของท้องถิ่นเป็นต้น

(2) การพิจารณาวิทยุชุมชนในฐานะ**กลไกการสร้างความเข้มแข็งให้แก่หรือเพื่อการพัฒนาชุมชน** ดังเช่นข้อสรุปของสถาบันการเรียนรู้และพัฒนาประชาสังคมและสถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนาที่ได้มีการประชุมเวทีสื่อภาคประชาชนขึ้นเมื่อปีพ.ศ.2543 และได้นำเสนอพันธกิจของสื่อภาคประชาชนอันหมายถึงวิทยุชุมชนว่าจะต้องมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างไปจากพันธกิจของวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจดังนี้ (เชื้อจิต, 2546)

(i) เป็นเวทีแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิดเห็น และเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงการเรียนรู้ระหว่างเครือข่ายหรือชุมชน

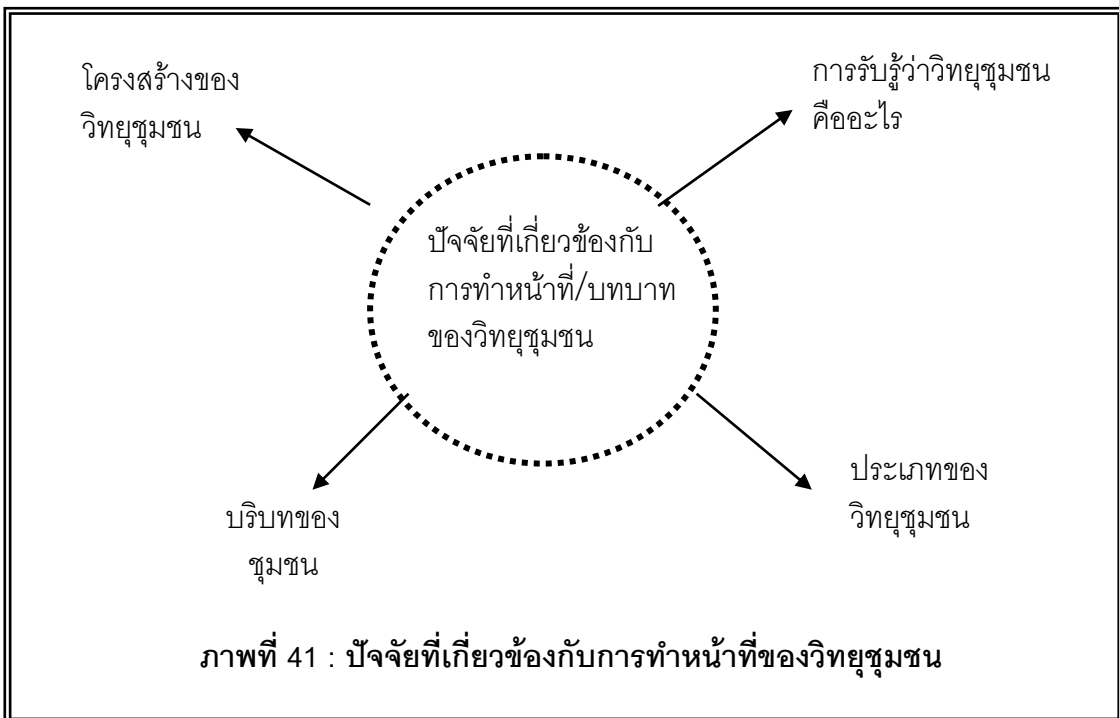
(ii) เป็นศูนย์กลางประสานความร่วมมือในการแก้ปัญหาและพัฒนาท้องถิ่นในด้านต่างๆ เช่น สาธารณสุข สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ เป็นต้น

(iii) อนุรักษ์คุณค่าและเอกลักษณ์ท้องถิ่น เผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่น

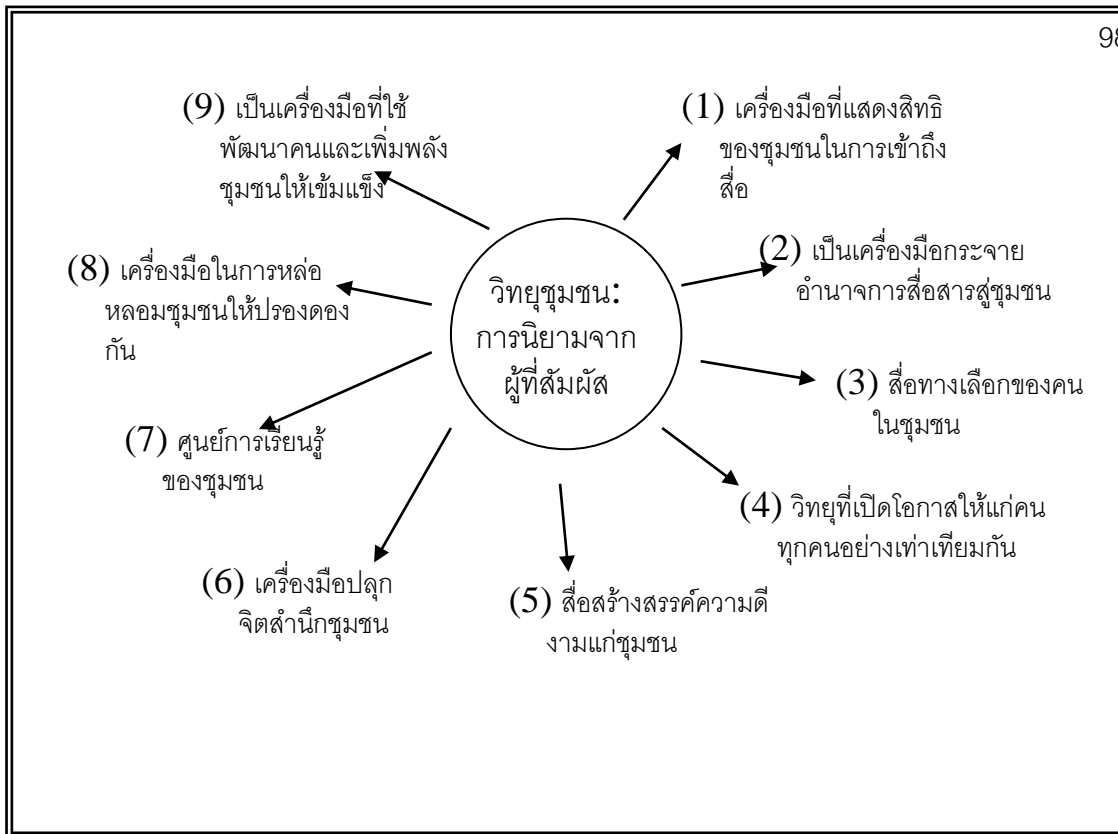
(iv) เป็นเวทีให้แก่ผู้ด้อยโอกาสและกลุ่มพิเศษทางสังคม

(v) เป็นเครื่องมือในการสร้างความเชื่อมั่นในการพึ่งตนเอง

การที่วิทยุชุมชนที่มีอยู่มากมายหลายแบบจะทำหน้าที่และแสดงบทบาทให้มีประโยชน์ตามที่กล่าวไปข้างต้นนั้น น่าจะมีปัจจัยเข้ามาเกี่ยวข้องกันอยู่หลายๆ ประการดังนี้



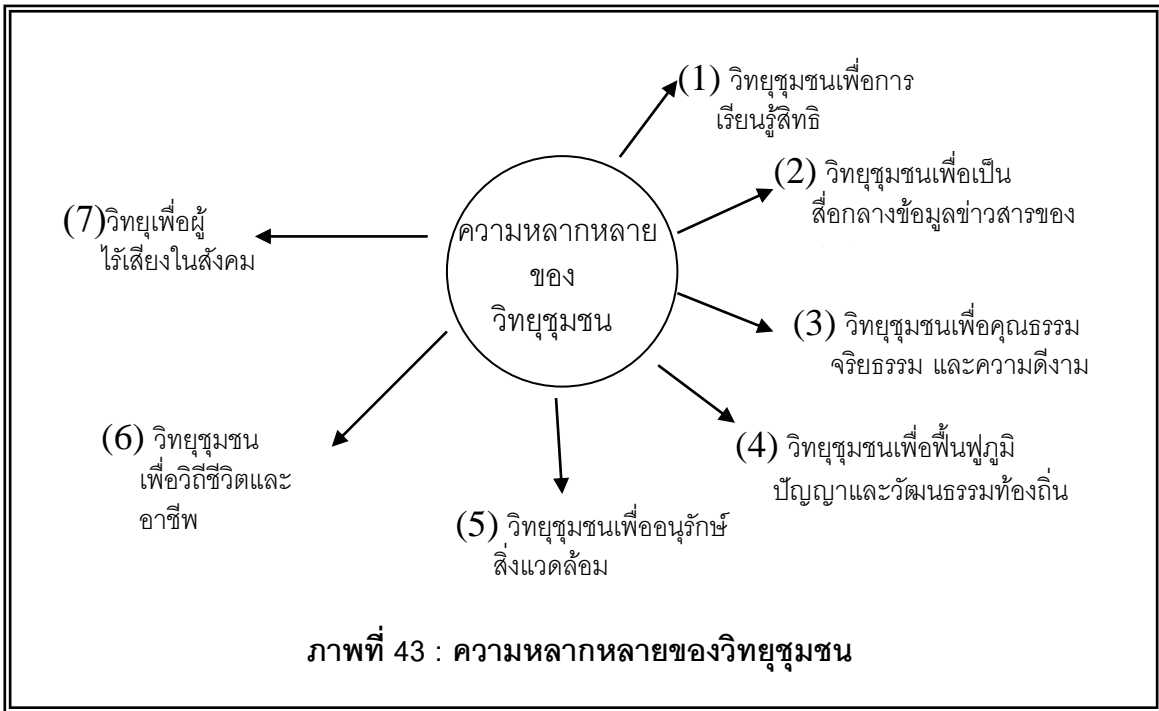
(1) การรับรู้ว่ามีวิทยุชุมชนคืออะไร ดังที่ได้กล่าวมาตั้งแต่เริ่มแรกแล้วว่า วิทยุชุมชนเป็นวิทยุที่เกิดมาที่หลังวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจ ดังนั้น การแยกแยะให้เห็นความแตกต่างในการรับรู้ว่ามี "วิทยุชุมชนคืออะไร" จึงเป็นเสมือนลูกบิดที่จะเปิดประตูไปสู่เรื่องอื่นๆ เชื้อจิต (2546) ได้ประมวลนิยามของวิทยุชุมชนจากผู้คนที่ได้สัมผัสกับวิทยุชุมชนจริงๆ ไม่ว่าจะในฐานะผู้ฟังหรือผู้ที่ดำเนินการที่ลงมือปฏิบัติ และพบว่าความหมายทั้ง 9 นี้ น่าจะเป็นตัวแทนการรับรู้วิทยุชุมชนที่แท้จริง



ภาพที่ 42 : ความหมายของวิทยุชุมชนจากนานาชาติ

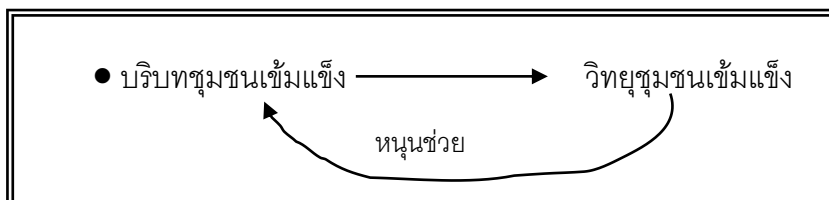
(2) **ประเภทของวิทยุชุมชน** ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า เนื่องจากวิทยุชุมชนเป็นวิทยุของชุมชนโดยที่ชุมชนในแต่ละแห่งนั้นล้วนมีความแตกต่างเฉพาะตัว ดังนั้นวิทยุของชุมชนจึงมีความหลากหลายตามไปด้วย ทั้งนี้เพื่อให้สามารถทำหน้าที่ตอบสนองของความต้องการในแต่ละที่ของชุมชนได้ (ลักษณะเฉพาะที่แตกต่างดังกล่าวนี้เป็นจุดเด่นที่วิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจไม่สามารถจะมาทดแทนได้

เอื้อจิต (2546) ได้ประมวลประเภทของวิทยุชุมชนเท่าที่ปรากฏในปีพ.ศ.2546 ว่า มีจุดเน้นที่แตกต่างกันไปในหลายแบบดังนี้



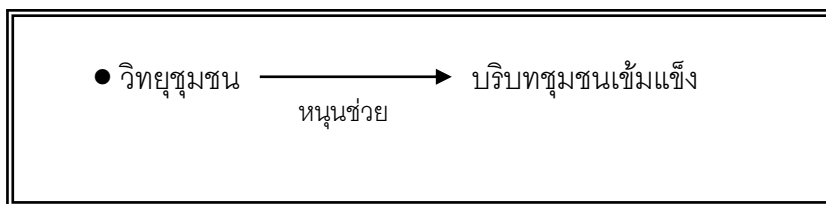
สำหรับประเภทของวิद्यุชุมชนแต่ละชนิดก็จะแสดงบทบาทหลักและทำหน้าที่สำคัญๆแตกต่างกันออกไป และน่าสังเกตว่า ประเภทดังกล่าวนี้ย่อมขึ้นอยู่กับการรับรู้ความหมายของวิद्यุชุมชนดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นด้วย (จากภาพที่ 42)

(3) **บริบทของชุมชน** ความสัมพันธ์ระหว่างวิद्यุชุมชนกับบริบทชุมชนนั้นต่างมีส่วนหนุนช่วยซึ่งกันและกัน และส่งผลมาถึงการทำหน้าที่ของวิद्यุชุมชนเอง เช่น



ภาพที่ 44 : ความสัมพันธ์ระหว่างวิद्यุชุมชนเข้มแข็งกับวิद्यุชุมชน

ในกรณีแรกนี้ เช่นกรณีของวิद्यุชุมชน จ.น่าน ซึ่งมีบริบทชุมชนที่เข้มแข็ง มีการรวมกลุ่มประชาชนเป็นภาคประชาสังคมที่เข้มแข็ง เช่นกลุ่มฮักเมืองน่าน เมื่อกลุ่มเหล่านี้เข้าไปทำงานวิद्यุชุมชนก็ทำให้วิद्यุชุมชนมีความเข้มแข็งตามไปด้วย และไปย้อนกลับมาเสริมความแข็งแกร่งของชุมชนให้มากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 45 : การหนุนช่วยของวิทยุชุมชนต่อบริบทชุมชน

ในบางกรณี เช่น กรณีของบริบทสังคม จ.มหาสารคาม ซึ่งชาคริตและคณะวิจัยระบุว่า จ.มหาสารคามแม้จะมีกลุ่มต่าง ๆ อยู่มาก แต่ก็ยังเป็นกลุ่มที่ต้องพึ่งพารัฐและทำงานในลักษณะสงเคราะห์เท่านั้น ดังนั้นภาคประชาสังคมจึงยังไม่เข้มแข็ง และคณะวิจัยได้พยายามศึกษาว่า วิทยุชุมชนจะเข้าไปช่วยหนุนช่วยเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนในด้านต่าง ๆ ได้อย่างไรบ้าง

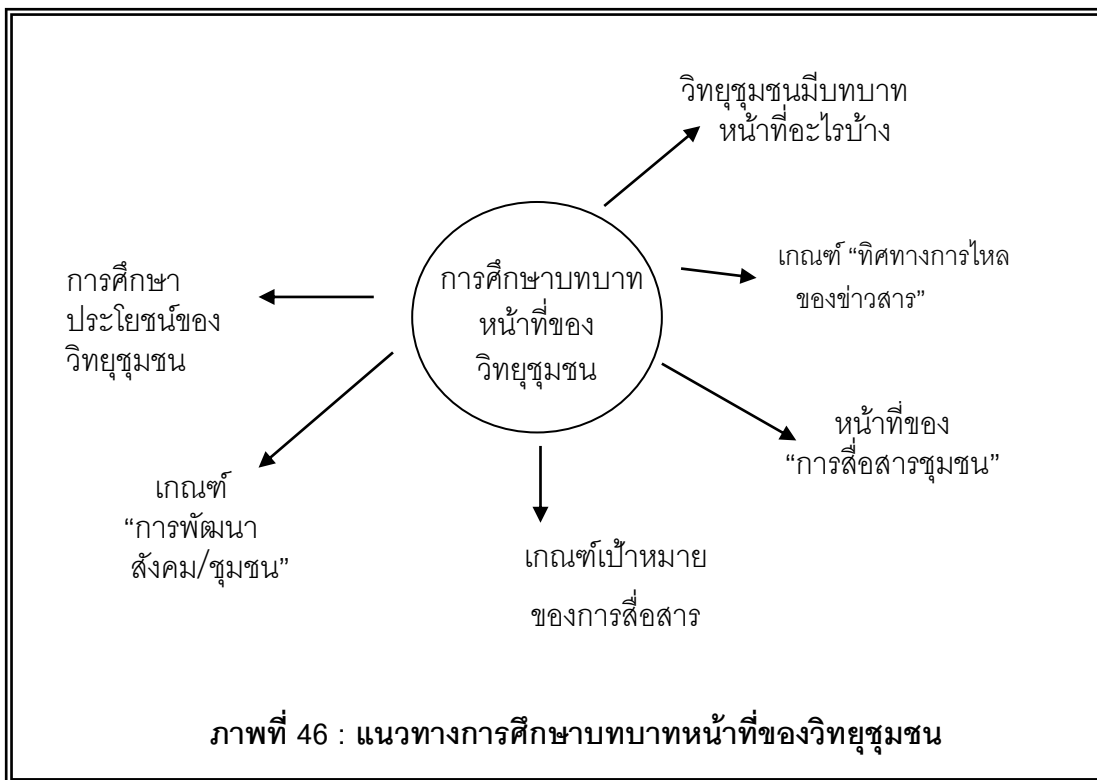
(4) **โครงสร้างของวิทยุชุมชน** นอกเหนือจากปัจจัยภายนอก คือการรับรู้ของประชาชนต่อวิทยุชุมชน ความเข้มแข็งของบริบทชุมชน และประเภทของวิทยุชุมชนแล้ว ปัจจัยตัวสุดท้ายที่เป็นปัจจัยภายในของวิทยุชุมชนเองที่จะเข้ามากำหนดบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชนก็คือ ปัจจัยเชิงโครงสร้างของวิทยุชุมชน อันได้แก่ สถานภาพการเป็นเจ้าของ คณะกรรมการและกลุ่มอาสาสมัคร นโยบายและแผนงาน วิธีการดำเนินงาน ฯลฯ ดังที่ได้แสดงมาตั้งแต่เริ่มต้น

5.2 วิธีการศึกษาบทบาทและหน้าที่ของวิทยุชุมชน

จากงานวิจัยที่เป็นกรณีศึกษาทั้ง 4 กรณี จะพบว่าวิธีการศึกษาบทบาท/หน้าที่ของวิทยุชุมชนนั้นเมื่อแยกแยะด้วย "แหล่งข้อมูลที่ศึกษาแล้ว" จะแบ่งได้เป็น 2 วิธีการใหญ่ๆ คือ

- (1) การใช้ผลผลิตที่เป็นตัวรายการวิทยุชุมชนเป็นแหล่งข้อมูลในการวิเคราะห์
- (2) การใช้กลุ่มผู้ฟังเป็นผู้ประเมินบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชน

จากวิธีการใหญ่ๆที่ใช้แหล่งข้อมูลที่แตกต่างกันนี้ การศึกษาเรื่องบทบาท/หน้าที่ก็จะแตกตัวออกไปอย่างหลากหลายแล้วแต่วัตถุประสงค์ของผู้ศึกษา ในที่นี้จะได้ประมวลผลการศึกษารoles and functions of community radio from the 4 cases



(5.2.1) วิद्यุชุมชนมีบทบาทหน้าที่อะไรบ้าง

เป็นวิธีการศึกษาบทบาทหน้าที่ขั้นพื้นฐานที่สุดคือ การตอบคำถามว่า วิद्यุชุมชนได้แสดงบทบาทหน้าที่อะไรบ้าง และแสดงบทบาทอะไรมาน้อยเพียงใด ตัวอย่างเช่น วีรพงษ์ ประมวลการแสดงผลของวิद्यุชุมชน จ.นครราชสีมาและบุรีรัมย์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา รายการและได้ผลดังนี้

บทบาทหน้าที่ของวิเทศชุมชน

1. เป็นเครื่องมือถ่ายทอดบอกข่าวสารของหน่วยงานท้องถิ่น
2. ให้ข้อมูลข่าวสาร
3. ให้การศึกษา
4. เป็นเครื่องมือทางการเมือง
5. เป็นช่องทางการร้องเรียนและสอบถามข้อมูล
6. การให้ความบันเทิง
7. เป็นสื่อกลางระหว่างประชาชนกับประชาชน
8. กำรรักษาไว้ซึ่งสถาบันพระมหากษัตริย์
9. สะท้อนปัญหาสังคม
10. เวทีแสดงความคิดเห็น
11. เตือนภัย
12. ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมและธรรมเนียมประเพณี
13. ชัดเภาทางสังคม
14. ระดมความร่วมมือ
15. เป็นพลังทางเศรษฐกิจ
16. เป็นสื่อกลางประสานงาน
17. เป็นช่องทางติดตามตรวจสอบปัญหาที่ประชาชนร้องเรียน
18. ประสานสามัคคี
19. วิพากษ์วิจารณ์การเมือง
20. ปลุกจิตสำนึกให้รักมาตุภูมิ
21. เผยแพร่หลักธรรมคำสอน
22. เสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีของสมาชิกในครอบครัว

ภาพที่ 47 : ตารางแสดงบทบาทหน้าที่ของวิเทศชุมชน

จากตารางในภาพที่ 47 นั้น วีรพงษ์ได้นำมาตีความเพื่อตอบคำถามต่างๆ ดังนี้

(1) **บทบาทที่ปรากฏและบทบาทที่ขาดหาย** วีรพงษ์ตั้งข้อสังเกตว่า ในขณะที่วิทยุชุมชนของทั้ง 2 จังหวัดนั้น จะมีบทบาทบางอย่างที่เป็นปรากฏการณ์ร่วมกัน เช่น เป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสาร บทบาทด้านให้การศึกษา บทบาทให้ความบันเทิง ฯลฯ แต่ในเวลาเดียวกันก็จะมีบทบาทบางอย่างที่ปรากฏเฉพาะในวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์แต่กลับขาดหายในวิทยุชุมชนจ.นครราชสีมา เช่น บทบาทในการวิพากษ์วิจารณ์การเมือง บทบาทในการเผยแพร่คำสั่งสอนของพุทธศาสนา บทบาทในการปลุกจิตสำนึกให้ห่วงแหนมาตุภูมิของตน และบทบาทในการส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีของสมาชิกในครอบครัว วีรพงษ์วิเคราะห์ว่า บทบาทบางบทบาทเช่น การวิพากษ์วิจารณ์การเมือง ซึ่งมีเนื้อหาเป็นการวิจารณ์ระบบการเมืองท้องถิ่นและระดับประเทศ เช่น การทำงานของราชการท้องถิ่น การที่วิทยุชุมชนสามารถแสดงบทบาทดังกล่าวได้นั้น น่าจะเนื่องมาจากปัจจัยด้านโครงสร้างและตัวบุคคลทั้งระดับสถานี (คือตัวผู้อำนวยการสถานี) และระดับวิทยุชุมชน (เช่นการมีชมรมอาสาสมัครจ.บุรีรัมย์) เนื่องจากบทบาทการวิพากษ์วิจารณ์การเมืองนั้นเป็นการแสดงบทบาทที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริหารของรัฐทั้งในระดับท้องถิ่นและประเทศ ซึ่งหากไม่มีข้อมูลที่นำเชื่อถือมากพอ ไม่มีความชัดเจนในการจัดรายการของผู้ดำเนินรายการ หรือไม่มีความใจกว้างของผู้บริหารสถานี วิทยุชุมชนก็คงจะไม่สามารถเล่นบทบาทดังกล่าวได้

(2) **บทบาทที่มากและบทบาทที่น้อย** จากกรณีตัวอย่างของวีรพงษ์ คณะวิจัยได้วิเคราะห์ต่อไปว่า ท่ามกลางบทบาทที่ปรากฏออกมานั้น มีบทบาทอะไรบ้างที่วิทยุชุมชนในแต่ละแห่งได้แสดงมากและน้อย

ผลการวิเคราะห์สรุปว่า บทบาทที่วิทยุชุมชนทั้งจ.นครราชสีมาและจ.บุรีรัมย์ได้แสดงออกอย่างมากเหมือนกัน บทบาทในการเป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารของหน่วยงานท้องถิ่น และบทบาทในการให้ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งน่าสังเกตว่า บทบาททั้งสองนี้ก็ไม่แตกต่างจากวิทยุสาธารณะแต่อย่างใด

ส่วนบทบาทที่แสดงได้น้อยนั้น ในกรณีของวิทยุชุมชนคนโคราช คือบทบาทในการเป็นช่องทางติดตามตรวจสอบ (Monitor) ปัญหาที่ประชาชนร้องเรียนและบทบาทในการประสานสามัคคีในชุมชน ซึ่งทั้งสองบทบาทเป็นคุณลักษณะที่สำคัญของวิทยุชุมชนที่นิยามจากผู้ที่มีสัมผัส/มีประสบการณ์จากวิทยุชุมชนที่ได้กล่าวมาข้างหน้า

และเช่นเดียวกับวิทยุชุมชนจ.บุรีรัมย์ บทบาทที่วิทยุชุมชนแสดงได้น้อยคือบทบาทในการประสานสามัคคี การสร้างความสัมพันธ์อันดีของสมาชิกภายในครอบครัว และบทบาทในการเตือนภัย

จากข้อมูลเรื่องการแสดงบทบาทที่ยังไม่สามารถเผยแพร่ "คุณลักษณะพิเศษ/เฉพาะตัว" ของวิทยุชุมชนออกมาได้ของวิทยุชุมชนทั้ง 2 แห่ง ในด้านหนึ่งก็ได้สะท้อนให้เห็น

ข้อจำกัดของการเป็นวิทยุชุมชนที่อยู่ภายใต้โครงสร้างแบบเดิมของรัฐได้ในระดับหนึ่ง แต่ในอีกด้านหนึ่ง เราก็อาจจะมองโลกในแง่ดีได้ว่าขนาดเป็นวิทยุชุมชนที่อยู่ภายใต้กรอบเดิม แต่วิทยุชุมชนก็ยังสามารถแสดงบทบาทได้อย่างหลากหลายมากมายที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน

(5.2.3) การวิเคราะห์บทบาทตามเกณฑ์ "ทิศทางการไหลของข่าวสาร" (Information Flow)

เมื่อนำเอาบทบาทประเภทต่าง ๆ ที่ปรากฏมาจัดหมวดหมู่โดยใช้แนวคิดเรื่อง "ทิศทางการไหลของข่าวสาร" เป็นเกณฑ์ ก็จะทำให้การศึกษาเรื่องบทบาท/หน้าที่ก้าวเขยิบขึ้นไปอีกชั้นหนึ่ง

แนวคิดเรื่อง "ทิศทางการไหลของข่าวสาร" นั้นก็มีที่มาจากแนวคิดเรื่องการสื่อสาร กระแสหลักและการสื่อสารชุมชนนั่นเอง จากแนวคิดเรื่องคุณลักษณะวิทยุชุมชนที่ได้กล่าวมาในแรกเริ่มว่า เนื่องจากวิทยุสาธารณะและธุรกิจต่างมีทิศทางการไหลของข่าวสารเป็นแบบแผนเดียวกัน คือมีแต่ทิศทางการไหลทางเดียวแบบแนวดิ่ง (Vertical Flow) จากบนลงล่าง (top-down flow) โดยขาดทิศทางการไหลจากล่างขึ้นบน (bottom-up flow) และที่สำคัญยังขาดทิศทางการไหลในแนวนอน (horizontal flow) ดังนั้นบทบาทประการหนึ่งของวิทยุชุมชนจึงเป็นการปรับสมดุลย์ของการไหลของข่าวสาร คือการเพิ่มทิศทางการไหลจากล่างขึ้นบน และทิศทางการไหลในแนวนอนให้เพิ่มมากขึ้น

การแสดงบทบาทของวิทยุชุมชนตามทิศทางการไหลของข่าวสารแบ่งได้เป็น 2 ทิศทาง คือ

(1) ในแนวดิ่ง

(1.1) การไหลของข่าวสารจากบนลงล่าง (top-down flow) มักเป็นบทบาทเดิมที่วิทยุสาธารณะ/วิทยุส่วนกลาง/วิทยุแห่งชาติแสดงอยู่ คือ

- บทบาทเป็นเครื่องถ่ายทอดข่าวสารของหน่วยงานราชการไม่ว่าจะเป็นส่วนกลางหรือหน่วยงานท้องถิ่นสู่ประชาชน
- บทบาทในการแจ้งข้อมูลข่าวสารทั่วไป เช่น ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวการเมือง ข่าวสังคม
- บทบาทในการให้การศึกษา/ให้ความรู้จากหน่วยงาน-สถาบันการศึกษา
- บทบาทในการเป็นเครื่องมือทางการเมืองระดับชาติ เช่น การให้ความรู้เรื่องการเลือกตั้ง
- บทบาทในการธำรงรักษาวัฒนธรรมหลักของสังคม เช่น ความจงรักภักดีต่อสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์

(1.2) การไหลของข่าวสารจากล่างขึ้นบน (bottom-up flow) เป็นทิศทางการไหลที่ตรงกันข้ามกับบทบาทเดิมที่วิทยุเคยแสดงอยู่เช่น

- บทบาทในการเป็นช่องทางกรร่งเรียนและสอบถามข้อมูล เช่น ที่เราอาจคุ้นเคยในรายการ "ร้องทุกชาวบ้าน" ของสถานีโทรทัศน์
- บทบาทในการเป็นช่องทางติดตามตรวจสอบปัญหาของประชาชน ในขณะที่บทบาทแรกทีกล่าวถึงนั้นเป็นเพียงครึ่งทางเท่านั้น ซึ่งหากมีปรากฏการณ์ว่า "ร้องเรียนแล้ว แต่ก็เงียบหายไป หรือไม่เห็นมีอะไรเกิดขึ้น" การร้องเรียนที่เป็นหมั่นย่อมนำให้ประชาชนเบื้อหน่วยต่อการส่งข่าวสารจากล่างขึ้นบน เพื่อให้แก้ปัญหาที่มีลักษณะครบวงจร วิทยุชุมชนจะต้องแสดงบทบาทในการติดตามตรวจสอบการแก้ปัญหาไปจนสุดเส้นทาง
- การนำเสนออัตลักษณ์ ศักดิ์ศรี และความภาคภูมิใจของชุมชนออกสู่โลกภายนอก เช่น บรรดารายการ "ของดีบ้านเฮา" หรือ "ภูมิปัญญาท้องถิ่น" ทั้งหลาย

(2) ในแนวนอน การเล่นบทบาทเป็นช่องทางให้มีการติดต่อสื่อสารในแนวนอนระหว่างชาวบ้านกับชาวบ้านด้วยกันเองนั้น ถือได้ว่าเป็นมิติใหม่ของวิทยุชุมชนทีเดียว การแสดงบทบาทในเชิงแนวนอนมีกระทำได้หลายรูปแบบเช่น

- การเป็นสื่อกลางระหว่างประชาชนกับประชาชนกันเอง เช่น เป็นจุดนัดพบระหว่างชาวบ้านที่เป็นวิทยากรกับเป็นผู้ฟังที่สนใจ
- บทบาทในการเป็นเวทีแสดงความคิดเห็น ทั้งความคิดเห็นต่อเรื่องราวทั่วไป (เช่น เพศที่สาม รักในวัยเรียน ฯลฯ) และความคิดเห็นต่อปัญหาของชุมชน รวมทั้งเป็นพื้นที่รวบรวมข้อเสนอแนะต่อการแก้ปัญหาอันเป็นไปตามหลักการที่ว่า "หลายหัวดีกว่าหัวเดียว"
- เป็นจุดประสานความช่วยเหลือเกื้อกูลกันระหว่างชุมชนในประเด็นดั้งเดิมของไทยมีคำว่า "พริกอยู่บ้านเหนือ เกล็ดอยู่บ้านใต้ หัวตะไคร้อยู่บ้านเพื่อน" อันหมายถึงการช่วยเหลือเอื้ออาทรระหว่างชุมชนเมื่อเกิดเหตุพิภพภัยกับชุมชนใกล้เคียง ซึ่งในปัจจุบันนี้วิทยุชุมชนจะสามารถแสดงบทบาทเป็นตัวต่อสายความช่วยเหลือให้ถึงกันได้

งานศึกษาเรื่องบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชนจึงต้องตรวจสอบว่า วิทยุชุมชนได้แสดงบทบาทนี้ตามที่คาดหวังเอาไว้หรือไม่ วีรพงษ์และคณะได้ศึกษาการแสดงบทบาทดังกล่าวของวิทยุชุมชนทั้ง 2 จังหวัด และพบว่า ในทั้งสองกรณีวิทยุชุมชน จ.นครราชสีมาและจ.บุรีรัมย์ยังคงแสดงบทบาทที่มีทิศทางการไหลของข่าวสารจากบนลงล่างเป็นหลัก โดยมีบทบาทของทิศทางการไหลของข่าวสารตามแนวนอนและทิศทางการไหลของข่าวสารจากล่างขึ้นบนเป็นเพียงบทบาทเสริมเท่านั้น

ดังนั้น คณะวิจัยจึงได้ให้ข้อเสนอแนะว่า จะต้องเพิ่มบทบาทของทิศทางการไหลของข่าวสารตามแนวนอน และจากล่างขึ้นบนให้เพิ่มมากขึ้น ด้วยการเพิ่มประเภทของบทบาทเหล่านี้ เช่น

(i) **บทบาทในการเป็นเวทีแสดงความคิดเห็น** โดยกำหนดให้มีเนื้อหาเกี่ยวกับประเด็นปัญหาต่างๆของสังคมในท้องถิ่นหรือระดับประเทศ เช่น โครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค กองทุนหมู่บ้าน ปัญหาที่ทิ้งขยะในเทศบาล ฯลฯ เพื่อให้ชุมชนได้แสดงความคิดเห็น

(ii) **บทบาทในการเป็นสื่อกลางระหว่างประชาชนกับประชาชน** โดยนำเสนอเนื้อหาที่เป็นการถ่ายทอดความรู้/ประสบการณ์/กิจกรรมระหว่างประชาชนกลุ่มต่างๆ (เช่น กรณีของวิทยุชุมชนคนเมืองน่าน)

(iii) **บทบาทในการเป็นช่องทางกรรองเรียนและสอบถามข้อมูล** รวมทั้งบทบาทในการเป็นช่องทางติดตามตรวจสอบปัญหาที่ประชาชนร้องเรียน เพื่อให้ครบวงจรและส่งผลถึงการลงมือปฏิบัติจะให้ได้ผล

(5.2.3) การวิเคราะห์บทบาทหน้าที่ตามเกณฑ์ "หน้าที่ของการสื่อสารชุมชน"

ในกรณีของงานวิจัยเรื่องวิทยุชุมชน จ.น่าน วีระวรรณได้นำเอามุมมองของ Windahl et al (1992) ที่นำเสนอว่า การสื่อสารชุมชนต้องมีหน้าที่ 4 ประการคือ

- (i) หน้าที่ในการแสดงออก (Expressive Function)
- (ii) หน้าที่ทางสังคม (Social Function)
- (iii) หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร (Information Function)
- (iv) หน้าที่ในการควบคุมปฏิบัติการ (Control Activation Function)

คณะวิจัยได้พบผลการวิเคราะห์จากการวิเคราะห์เนื้อหารายการของวิทยุชุมชนคนเมืองน่าน ดังนี้คือ

(i) **หน้าที่ในการแสดงออก** ถึงแม้ว่าบุคคลในชุมชนจะได้มีโอกาสเข้าไปเป็นผู้จัดรายการวิทยุเอง แต่เนื่องจากกลุ่มบุคคลเหล่านี้ได้ผ่านการอบรมจากสวท.น่าน และยังผ่านการควบคุมตรวจสอบจากทางสถานี คณะวิจัยจึงพบว่า ในตัวรายการจึงยังไม่ค่อยปรากฏความเป็นตัวของตัวเองอันเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม/ชุมชนได้มากที่ควร คณะวิจัยเห็นว่า การอบรมมีผลต่อการจัดรายการเป็นอย่างมาก ดังนั้นจึงต้องเปลี่ยนแปลงทิศทางและเนื้อหาการอบรมให้ประชาชนเข้าใจเรื่อง "อัตลักษณ์ของชุมชน" ให้มากขึ้น

(ii) **หน้าที่ทางสังคม** หมายถึงการนำเอาสื่อเพื่อชุมชนมาสร้างความรู้สึกร่วมว่าเป็นชุมชนเดียวกัน ซึ่งคณะวิจัยวิเคราะห์ว่า เนื่องจากการก่อเกิดของวิทยุชุมชนนั้นมาจาก "การริเริ่มจากภาครัฐที่ต้องการตอบสนององกระแสสังคม/และกฎหมายมาตรา 40" แต่มิได้มีเจตนามุ่งหมายจะ

ให้เกิดวิทยุชุมชนเพื่อทำหน้าที่ทางสังคม ดังนั้น วิธีการหรือแนวทางในการส่งเสริมรายการจึงยังไม่มีทิศทาง และทำให้วิทยุชุมชนคนเมืองน่านยังทำหน้าที่ทางสังคมได้ไม่เต็มที่

สำหรับในปีภาคประชาชนที่เข้ามาร่วมดำเนินงานกับรัฐนั้น หากวิเคราะห์มูลเหตุจูงใจแล้ว ก็พบว่า ต้องการให้วิทยุชุมชนเพื่อทำหน้าที่ทางสังคมให้มากกว่ารายการท้องถิ่นแบบเดิม และอาจจะทำได้ไม่เต็มที่เพราะขาดปัจจัยผลักดันจากภาครัฐ

(iii) **หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร** สำหรับหน้าที่พื้นฐานด้านการสื่อสารนี้ วิทยุชุมชนคนเมืองน่านได้แสดงบทบาทตั้งแต่แรกเริ่มที่ได้ตั้งเป้าหมายเอาไว้ว่า "จะทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์" อย่างไรก็ตาม คณะวิจัยเห็นว่า ทิศทางการไหลของข่าวสารยังมีลักษณะไม่สมดุลย์/รอบด้าน กล่าวคือ เป็นแบบแผนเดียวกับวิทยุชุมชนจ.นครราชสีมาและบุรีรัมย์คือ การไหลของข่าวสารจากภาครัฐไปสู่ประชาชนยังคงเป็นหลักและมากกว่าการไหลจากประชาชนมาสู่ภาครัฐหรือการไหลของข่าวสารระหว่างประชาชนด้วยกันเอง

(iv) **หน้าที่ในการควบคุมปฏิบัติการ** การที่วิทยุชุมชนจะทำหน้าที่นี้ได้นั้น วิทยุชุมชนจะต้องเป็นช่องทางให้ชุมชนใช้สื่อสารระหว่างกัน เพื่อปรับปรุงและแก้ไขปัญหาของบุคคล/ชุมชน แต่เมื่อนำที่ทั้ง 3 ประการที่กล่าวมาข้างต้นยังไม่สมบูรณ์ ก็ทำให้วิทยุชุมชนจ.น่านไม่สามารถทำหน้าที่ประการสุดท้ายนี้ได้

(5.2.4) การวิเคราะห์บทบาทหน้าที่ตามเกณฑ์ "เป้าหมายของการสื่อสาร"

ชาลีสาได้ใช้การวิเคราะห์บทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชนโดยใช้เกณฑ์เรื่อง "เป้าหมายของการสื่อสาร" เป็นตัวประเมินว่า วิทยุชุมชนได้แสดงบทบาทได้อย่างที่ควรจะเป็นหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหารายการ ผู้วิจัยได้พบผลดังนี้

เป้าหมายของการสื่อสารที่ปรากฏในรายการมี 5 ประเภท เรียงตามลำดับจากมากไปน้อยดังนี้

(1) **เพื่อแสดงออกซึ่งตัวตนของท้องถิ่นในด้านต่าง ๆ** ซึ่งมีนโยบายเกือบครึ่งหนึ่งของเนื้อหาทั้งหมด (41.28%) การแสดงบทบาทดังกล่าวนี้จะสะท้อนย้อนไปที่บริบทของชุมชนในจ.ปัตตานี ซึ่งเป็นจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีลักษณะอันเป็นเอกลักษณ์ในด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตอันสืบเนื่องมาจากการนับถือศาสนาอิสลามที่เป็นเอกลักษณ์อันแตกต่างไปจากประชาชนไทยส่วนใหญ่ ดังนั้น วิทยุชุมชนซึ่งมีภาคประชาชนเข้ามาเป็นผู้บริหารจัดการจึงแสดงออกซึ่งความต้องการที่จะนำเสนอตัวตนของท้องถิ่นเป็นอันดับแรก

(2) **เพื่อถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารโดยทั่วไป** เป็นบทบาทอันดับที่ 2 ซึ่งเมื่อวิเคราะห์รายละเอียดของเนื้อหาแล้ว ก็พบว่า เป็นข้อมูลข่าวสารที่ตอบสนองกับความเป็นอยู่และ

ชีวิตประจำวันของประชาชนในท้องถิ่น เช่น การดูแลสุขภาพอย่างง่าย ๆ ปัญหาประมงอวนรุน เป็นต้น

(3) **เพื่อระดมความร่วมมือ** เป็นหน้าที่อันดับที่ 3 ซึ่งผู้จัดรายการได้หยิบยกปัญหาของชุมชนขึ้นมาพูดถึง และชักชวนให้ผู้นำมาร่วมกันแก้ไข

(4) **หน้าที่เพื่อการประชาสัมพันธ์** หน้าที่นี้สามารถดำเนินการได้ เนื่องจากผู้จัดรายการของวิทยุเป็นตัวแทนของกลุ่มกิจกรรมสังคมต่างๆ ในจังหวัด จึงใช้วิทยุชุมชนเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์

(5) **หน้าที่ยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน** ซึ่งขอบเขตของเนื้อหาที่ตั้งแต่การแนะนำอาชีพต่าง ๆ ไปจนกระทั่งการกระตุ้นจิตสำนึกสาธารณะต่อสังคม เช่น ร่วมกันดูแลบุตรหลานเพื่อต่อต้านยาเสพติด เป็นต้น

ผู้วิจัยเห็นว่า ผลการศึกษาหน้าที่เป้าหมายของวิทยุชุมชนนั้นได้สะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนว่า วิทยุชุมชนเป็นสื่อที่มีประโยชน์มาก บนเงื่อนไขที่ชุมชนได้เข้ามาเป็นผู้ดำเนินการอย่างแท้จริง เพราะสามารถจะเป็นเครื่องมือในการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน สร้างพลังให้แก่สังคม ถ่ายทอดความรักและความห่วงใยในสังคมและชุมชน และเป็นเครื่องมือที่เสริมพลังการแสดงออกของประชาชนระดับรากหญ้าได้

(5.2.5) การวิเคราะห์บทบาทหน้าที่โดยใช้เกณฑ์เรื่อง "การพัฒนาสังคม/ชุมชน"

จากหลักการแนวคิดที่ว่า ในกระแสการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งและพึ่งตนเองให้ได้ในปัจจุบันนี้ วิทยุชุมชนสามารถจะเป็นกลไกที่สำคัญกลไกหนึ่งในการเข้าร่วมกันการพัฒนาชุมชนในมิติต่าง ๆ ดังนี้เช่น

(1) บทบาทในการเสริมพลังทางเศรษฐกิจ เช่น การเผยแพร่สินค้าของชุมชน การแนะนำอาชีพ ฯลฯ

(2) บทบาทในการติดตาม/จับตา/วิพากษ์วิจารณ์การเมืองระดับท้องถิ่น เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบแนวทาง/นโยบาย/การปฏิบัติงานของการเมืองในชุมชน เช่น กองทุนหมู่บ้าน ฯลฯ

(3) บทบาทในการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี สืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การแสดงเพลงโคราช ลิเก ประเพณีแข่งเรือ ฯลฯ

(4) บทบาทในการขัดเกลาทางสังคม เช่น การส่งเสริมค่านิยมเรื่องความขยันขันแข็ง รักถิ่นกำเนิด รักษาสิ่งแวดล้อม ฯลฯ

(5) บทบาทในการระดมความร่วมมือ (Mobilization) เช่น ในช่วงเวลาที่ต้องการการร่วมมือร่วมแรงร่วมใจทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การรณรงค์ป้องกันพิษสุนัขบ้า โรคเอดส์ ฯลฯ

(6) บทบาทในการเตือนภัย วิทยุชุมชนสามารถทำหน้าที่เป็นยามป้องกันชุมชนให้รู้ตัวล่วงหน้าจากภัยอันตรายต่าง ๆ การที่วิทยุชุมชนจะแสดงบทบาทนี้ได้ก็ต้องหมายความว่าแม้ว่าเนื้อหาของวิทยุชุมชนจะเป็นเรื่องราวในชุมชน แต่ผู้รับผิดชอบวิทยุชุมชนก็ต้องเปิดตัวเปิดรับข่าวสารจากโลกภายนอกเพื่อจะได้เป็น "แถวหน้าของการรับรู้ข่าวสาร" และนำมาบอกต่อให้แก่ชุมชน เช่น ภัยจากน้ำท่วม ไฟป่า โรคระบาด ฯลฯ

(7) บทบาทในการประสานความสามัคคี (integration) หรือเป็นสื่อกลางในการจัดการกับความขัดแย้ง แน่นนอนว่า ในทุกชุมชนย่อมไม่อาจหลีกเลี่ยงความขัดแย้งทั้งที่มาจากภายในชุมชนเอง หรือความขัดแย้งที่เกิดมาจากภายนอก ในท่ามกลางความขัดแย้งดังกล่าว วิทยุชุมชนอาจจะเล่นบทเป็น "พื้นที่เจรจา" ให้ทุกฝ่ายได้เข้ามาเจรจาทกลงต่อรองกัน

(8) บทบาทในการสร้างบุคลิกภาพแบบใหม่ให้แก่คนในชุมชน เมื่อวิทยุชุมชนได้เปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วม ได้เข้ามามีปากมีเสียงในพื้นที่สาธารณะก็เท่ากับว่าวิทยุชุมชนได้เป็นเวทีสำหรับฝึกซ้อมให้ประชาชนรู้จักแสดงความคิดเห็นต่อสาธารณะ

อย่างไรก็ตาม จากหลักการดังกล่าวนี้ ในภาคปฏิบัติที่เป็นจริง วิทยุชุมชนแต่ละแห่งจะสามารถแสดงบทบาทการพัฒนาชุมชน/สังคมได้หรือไม่ มากน้อยเพียงใด ก็ขึ้นอยู่กับตัวแปร/ปัจจัยหลายประการ เช่น ปัจจัยที่ว่า วิทยุชุมชนนั้นมีสถานภาพแบบใด มีความเป็นวิทยุชุมชนระดับไหน ชีตความสามารถของผู้ดำเนินงานมีมากน้อยเพียงใด เป็นต้น

ตัวอย่างเช่นงานศึกษา "บรรดาวิทยุชุมชน" ในจ.มหาสารคามของชาคริตและคณะ ซึ่งพบว่า มี "วิทยุชุมชน" หลายสายพันธุ์มาก ซึ่งคณะผู้วิจัยได้แยกประเภทของวิทยุชุมชนทั้งหมดออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่คือ

(ก) **วิทยุเพื่อชุมชน** ซึ่งหมายถึงรายการของสถานีวิทยุท้องถิ่นในจ.มหาสารคามที่หน่วยงานรัฐยังเป็นเจ้าของ แต่ได้กำหนดให้บางรายการนำเสนอเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะมีอยู่ 3 ตัวอย่างคือ

- รายการเสียงจากชุมชนคนมหาสารคาม สวท.จ.มหาสารคาม
- รายการวิทยุชุมชน อสมท. จ.มหาสารคาม
- รายการตลาดชุมชนคนรักบ้านเกิด สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัย

มหาสารคาม

(ข) **วิทยุชุมชน** หมายถึงจุดปฏิบัติการเรียนรู้หรือสถานีวิทยุชุมชนที่ก่อตั้งขึ้นตามเจตนารมณ์ของมาตรา 40 รัฐธรรมนูญ พ.ศ.2540 เป็นวิทยุไม่แสวงหากำไรที่บริหารจัดการโดยภาคประชาชนตามปรัชญาวิทยุเพื่อประชาธิปไตยว่า "วิทยุชุมชน โดยชุมชน ของชุมชน และเพื่อชุมชน" มีอยู่ 2 ตัวอย่างคือ

- สถาบันวิทยุชุมชนของกลุ่มอัครธรรมศาสตร์ ต.แวงบัว จ.มหาสารคาม
- สถาบันวิทยุกลุ่มเกษตรกรทำนนานาทอง ต.นาทอง จ.มหาสารคาม

ในวิทยุแต่ละประเภทนี้ สามารถแสดงบทบาทหน้าที่ได้อย่างแตกต่างกันอันเนื่องมาจากปัจจัยเรื่องโครงสร้างของวิทยุตั้งที่ได้กล่าวมาแล้ว

(ก) รายการวิทยุเพื่อชุมชน ทั้ง 3 รายการมีลักษณะโครงสร้างดังนี้

รายการ	แนวคิดและความเป็นมา	เป้าหมาย	การบริหารจัดการ
1. รายการเสียงจากชุมชนสารคาม	1. รัฐธรรมนูญ พ.ศ.2540 2. ความต้องการผลิตรายการเพื่อชุมชนของอาสาสมัคร	1. ผลิตรายการเพื่อชุมชน 2. เป็นเวทีสื่อกลางของคนท้องถิ่น	คณะอนุกรรมการ (แบบโครงการนำร่องของกรมประชาสัมพันธ์)
2. วิทยุชุมชน อสมท.	1. รัฐธรรมนูญ 2540	1. ผลิตรายการเพื่อสาธารณประโยชน์ 2. ปรับตัวเพื่อความชอบธรรมในการเป็นเจ้าของคลื่น	1. สถานี (เหมือนเดิมทุกอย่าง)
3. ตลาดชุมชนคนรักบ้านเกิด	1. สนองแนวคิดเศรษฐกิจชุมชน	1. สร้างสัดส่วนที่สมดุลระหว่างรายการสาระและบันเทิงของสถานี	1. สถานีและผู้สนับสนุนรายการ

ภาพที่ 48 : โครงสร้างของ 3 รายการในวิทยุชุมชน จ.มหาสารคาม

จากรายการทั้ง 3 รายการนั้น คณะผู้วิจัยได้สรุปบทบาทหน้าที่ของวิทยุเพื่อชุมชนทั้ง 3 รายการว่า

(1) **รายการเสียงจากชุมชนคนสารคาม** แม้จะวางกรอบเนื้อหาให้ครอบคลุมทุกเรื่องตั้งแต่การเมืองเศรษฐกิจ สุขภาพ สิ่งแวดล้อม ฯลฯ แต่ทว่า **บทบาทที่เป็นจริง**และเด่นชัดของรายการก็คือ นำเสนอเนื้อหาด้านการเมืองท้องถิ่น และการตรวจสอบการทำหน้าที่ของหน่วยงานรัฐเป็นหลักตามความสนใจของผู้ดำเนินรายการ ซึ่งเท่ากับเป็นวิทยุที่ถือเอาความสนใจของผู้ส่งเป็นหลัก (sender-centered) มิใช่ถือเอาความต้องการของผู้รับเป็นหลัก

(2) **รายการวิทยุชุมชนอสมท.** เนื่องจากใช้ผู้จัดรายการเป็นหน่วยงานของรัฐ ดังนั้นเนื้อหาที่ปรากฏออกมาก็ต้องเป็นไปตามกระทรวงทบวงกรมต่าง ๆ นั้นเอง ซึ่งก็มีลักษณะการทำบทบาทหน้าที่ที่ถือเอาผู้ส่งสารเป็นหลักเช่นกัน

(3) **รายการตลาดชุมชนคนรักบ้านเกิด** อาจถือได้ว่าเป็นวิทยุชุมชนที่เน้นหนักไปในด้านเศรษฐกิจชุมชน การกำหนดเป้าหมายดังกล่าวเป็นตัวบังคับให้ทางรายการต้องออก

ค้นหากลุ่ม/องค์กรชุมชนต้นแบบและนำมานำเสนอ นอกจากนี้ก็ยังเปิดการมีส่วนร่วมของผู้ฟัง โดยให้โทรศัพท์เข้ามา ดังนั้นบทบาทที่ชัดเจนของรายการจึงเป็นการนำเสนอข่าวสารที่เป็นทางเลือกด้านอาชีพให้แก่ชุมชน

(ข) **วิทยุชุมชน** สำหรับสถานีวิทยุชุมชนทั้ง 2 แห่งที่เพิ่งก่อตั้งขึ้นเมื่อปีพ.ศ.2544 ท่ามกลางความไม่แน่นอนด้านกฎหมายที่เกี่ยวกับการกระจายเสียงของไทย (มีแต่กฎหมายรัฐธรรมนูญปี 2540 แต่ยังไม่มีความหมายลูกที่เกี่ยวข้องโดยตรง) ในกรณีของวิทยุชุมชนของภาคประชาชนนั้น คณะวิจัยได้ตั้งเกณฑ์ในการวิเคราะห์บทบาทหน้าที่ใหม่ โดยแยกเป็น "บทบาทที่คาดหวัง" โดยวิเคราะห์จากตารางการออกอากาศ กับ "บทบาทที่เป็นจริง โดยดูจากตัวเนื้อหา รายการที่ออกอากาศไปจริง ๆ ทั้งนี้เพื่อประเมินขีดความสามารถของวิทยุชุมชนว่าจะสามารถแสดงบทบาทตามที่คาดหวังเอาไว้ได้มากน้อยเพียงใด

ผลการวิจัยมีดังแสดงในภาพนี้

จุดปฏิบัติการเรียนรู้	บทบาทที่คาดหวัง	บทบาทที่เป็นจริง
กลุ่มเกษตรทำนนานาทอง	1. ด้านสังคมและวัฒนธรรม 2. ด้านการศึกษา 3. ด้านศิลปวัฒนธรรม	1. เสนอข่าวสารความเคลื่อนไหวของท้องถิ่น ข่าวประกาศราชการ ข่าวงานบุญของชุมชน 2. ให้เกิดความรู้และความบันเทิง
กลุ่มอุ้มชูสารคาม	1. ด้านเศรษฐกิจชุมชน 2. ด้านการศึกษา 3. ด้านสิ่งแวดล้อม 4. ด้านกฎหมาย 5. ด้านศิลปวัฒนธรรม	1. ด้านส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน 2. ด้านศิลปวัฒนธรรม-บันเทิง 3. ข่าวประชาสัมพันธ์

ภาพที่ 49 : การเปรียบเทียบบทบาทที่คาดหวังและที่เป็นจริง
ของศูนย์ปฏิบัติเรียนรู้วิทยุชุมชน จ.มหาสารคาม

คณะวิจัยวิเคราะห์ว่า สำหรับวิทยุชุมชนกลุ่มเกษตรทำนนานาทอง ได้วางบทบาทเอาไว้ทั้งด้านสังคม-วัฒนธรรม/ด้านการศึกษาและด้านศิลปวัฒนธรรม-บันเทิง แต่บทบาทที่เป็นจริงกลับเป็นเรื่องการรายงานข่าวสารความเคลื่อนไหวของท้องถิ่น ข่าวงานบุญ งานกิจกรรมกลุ่ม การให้เกิดความรู้และความบันเทิง ทั้งนี้ เนื่องจากผังรายการนั้นกำหนดโดยคณะกรรมการ และในทางปฏิบัติ คนจัดรายการกลับเป็นคนที่มบทบาทสำคัญในการกำหนดเนื้อหา ซึ่งก็หมายความว่า ฝ่ายปฏิบัติงานมิได้ดำเนินการตามที่ฝ่ายนโยบายได้วางเอาไว้ และอีกปัจจัยหนึ่ง เนื่องจากผู้จัด

รายการเองก็มีขีดจำกัดด้านการเข้าถึงข่าวสารข้อมูล (บทบาทที่คาดหวังเอาไว้ต้องใช้ทั้งทรัพยากรบุคคล เวลา และงบประมาณในการจัดทำ) ผู้จัดรายการจึงได้ใช้ประสบการณ์ส่วนตัวเป็นตัวกำหนดเนื้อหา

สำหรับวิทยุชุมชนกลุ่มอุ้มชูสารคาม ได้วางผังรายการเอาไว้ครอบคลุมบทบาทของสื่อชุมชนในการพัฒนาประชาคมท้องถิ่นอย่างครอบคลุมทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจ การศึกษา กฎหมาย วัฒนธรรม ฯลฯ แต่ในทางปฏิบัติที่เป็นจริง กลุ่มก็สามารถทำหน้าที่ให้ได้แต่ความบันเทิง ข้อมูลที่เป็นการประชาสัมพันธ์และความรู้ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนเท่านั้น ทั้งไม่สามารถออกอากาศได้อย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้สาเหตุหลักคือการขาดการมีส่วนร่วมจากสมาชิก ซึ่งหากเปรียบเทียบกับวิทยุชุมชนของจ.บุรีรัมย์แล้ว จะเห็นได้ว่าสามารถทำหน้าที่บทบาทที่คาดหวังไว้ได้อย่างมากกว่า

(5.2.6) การศึกษาประโยชน์ของวิทยุชุมชนจากทัศนะของผู้ฟัง

สำหรับวิธีการศึกษาบทบาทหน้าที่ในแบบสุดท้ายนี้ก็คือการซักถามผู้ฟังโดยตรงถึงประโยชน์ของวิทยุชุมชน เป็นงานศึกษาของวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี ซึ่งคณะวิจัยได้พบว่า ประชาชนผู้ฟังเห็นว่าวิทยุชุมชนมีประโยชน์ถึง 22 ข้อ ดังนี้

- (1) เปิดโอกาสให้ประชาชนนำเอาสิ่งที่มีในชุมชนมาพูดคุยให้ชุมชนด้วยกันรู้และเข้าใจกัน
- (2) เป็นสื่อโฆษณาเผยแพร่ข้อมูลดิบของชุมชน
- (3) สามารถช่วยเหลือชุมชนที่อ่อนแอกว่าได้
- (4) ช่วยเชื่อมโยงชุมชนกับรัฐบาล
- (5) เป็นเครื่องมือสำหรับการสื่อสาร/สำหรับประชาชนทุกคนในฐานะผู้ส่งสาร
- (6) สร้างโอกาสที่เท่าเทียมสำหรับประชาชนในการสื่อสาร
- (7) ถ้าวิทยุชุมชนมีประสิทธิภาพ จะสามารถเป็นจุดศูนย์กลางของชุมชน
- (8) ช่วยให้ชุมชนได้รับรู้ปัญหาของชุมชนที่ไม่เคยเปิดเผย
- (9) กระตุ้นจิตสำนึกของคนในสังคม
- (10) จะมีประโยชน์มากหากสื่อมีความเป็นกลาง
- (11) เป็นสื่อช่วยเชื่อมโยงมิติทุกๆด้านของชุมชนเข้าด้วยกัน
- (12) เป็นตัวกระตุ้นรัฐให้รับผิดชอบต่อชุมชน
- (13) เป็นสื่อระดมพลังความร่วมมือจากชุมชน
- (14) เป็นเครื่องมือช่วยรัฐบาลทำงานในชุมชน
- (15) เป็นสื่อที่ช่วยกระจายเสียงได้ในวงกว้าง
- (16) เป็นสื่อที่ช่วยแก้ไขความเข้าใจผิดต่อชุมชน

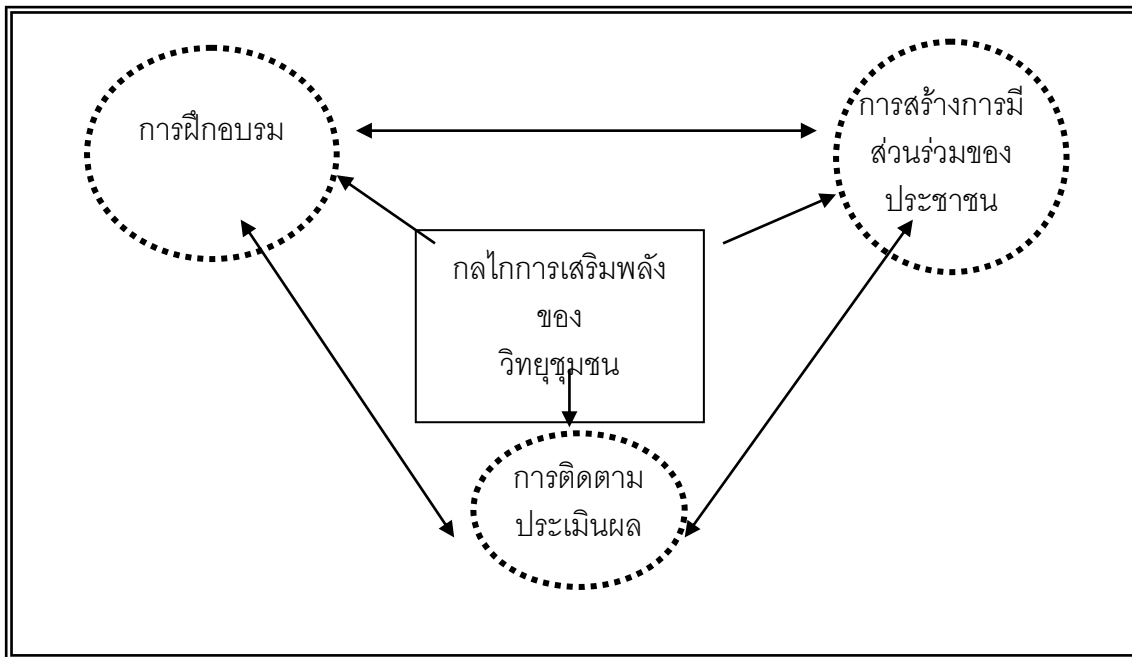
- (17) เป็นเครื่องมือสื่อสารความคิดเห็นต่าง ๆ ของชุมชน
- (18) จะเป็นสื่อที่มีประโยชน์มาก หากมีการจัดการบริหารให้ดี
- (19) สามารถนำข่าวสารที่ดีๆ มาบอกเล่าสู่กันฟัง
- (20) ชุมชนสามารถประชาสัมพันธ์ศักยภาพของตนให้ชุมชนอื่นได้รู้
- (21) ช่วยเป็นเครื่องมือขยายเครือข่ายชุมชนให้กว้างขวางออกไป
- (22) ช่วยสร้างความเป็นหนึ่งเดียวกันในสังคมให้มากขึ้น

ส่วนที่ 6: กลไกการเสริมพลังของวิถุชุมชน

ดูเหมือนว่า "การก่อตั้งวิถุชุมชน" ขึ้นมาให้ได้นั้น อาจจะเป็นภารกิจที่ไม่ยากลำบากเท่าใดนัก แต่การจะทำให้วิถุชุมชนที่ถือกำเนิดขึ้นมาแล้ว**มีการเจริญเติบโตและมีสุขภาพอนามัยที่แข็งแรง**นั้น อาจจะยากยิ่งกว่า รวมทั้งการจะทำให้วิถุชุมชนนั้นมี**อายุยั่งยืนยาวนาน**ต่อไปได้ ก็ดูเหมือนจะเป็นภารกิจที่ยากเย็นแสนเข็ญเลยทีเดียว

ดังนั้น เมื่อมีการก่อตั้งวิถุชุมชนขึ้นมาแล้ว ภารกิจที่ทำทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับวิถุชุมชนก็เห็นจะเป็นการแสวงหาและติดตั้งกลไกการเสริมพลังของวิถุชุมชน แนวคิดที่สำคัญของ "วิถุชุมชน" อีกประการหนึ่งก็คือ การทำวิถุชุมชนนั้นต้องเป็น**วิถุที่มากกว่าที่สถานี** กล่าวคือต้องมีกิจกรรมอื่นๆมาเสริมเรื่องการจัดรายการ ซึ่งกิจกรรมต่างๆนี้ยังเปิดกว้างต่อความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของประชาชนที่เข้ามาช่วยกันดำเนินงาน

กล่าวเฉพาะในที่นี่ ผลจากการวิจัยเรื่องวิถุชุมชนที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่า ข้อที่อ่อนที่สุดของวิถุชุมชนก็คือ **การขาดแคลนทรัพยากร**ที่เป็นเสมือนท่อน้ำที่ให้นำมาใส่ในวิถุชุมชนให้ลูกไหลต่อไป ทรัพยากรที่สำคัญคือ ทรัพยากรบุคคล และทรัพยากรงบประมาณ ซึ่งทรัพยากรทั้งสองอย่างนี้จะแก้ไขได้ด้วยการเพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชนและการฝึกอบรม และจุดอ่อนอีกประการหนึ่งก็คือ **การขาดการติดตามประเมินผล** ดังนั้น ในที่นี้จึงขอเสนอตัวอย่างของกลไก 3 ประเภทที่จะแก้ไขปัญหาที่กล่าวมานี้



ภาพที่ 50 : กลไกเสริมพลังของวิद्यชุมชน

6.1 การวิเคราะห์การฝึกอบรมในงานวิद्यชุมชน

เมื่อกล่าวถึงทรัพยากรบุคคลที่จะเข้ามาเป็นส่วนประกอบในวิद्यชุมชนนั้น ความแตกต่างระหว่างวิद्यชุมชนกับวิद्यสาธารณะ/วิद्यธุรกิจโดยทั่วไปก็คือ ในขณะที่วิद्यสาธารณะ/ธุรกิจจะมี **คนกลุ่มเล็ก ๆ** ที่มีลักษณะเป็น **มืออาชีพ** เข้ามาเป็นผู้บริหารจัดการวิद्य แต่ทว่าในวิद्यชุมชนนั้น ผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมในกิจการวิद्यจะเป็น **คนกลุ่มใหญ่** ที่มีลักษณะเป็น **อาสาสมัคร** ที่มาทำวิद्य เพราะใจรักและเข้าใจในเจตนารมณ์ของวิद्यชุมชน

อย่างไรก็ตาม แม้กลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับวิद्यชุมชนจะเป็นอาสาสมัคร แต่เนื่องจากวิद्यชุมชนไม่ใช่เรื่อง "ที่ใครๆก็ทำได้หรือเกิดมาก็ทำเป็นเลยตามธรรมชาติ/หรือเพียงแค่มีใจรักก็ทำได้แล้ว" หากทว่าเป็นเรื่องที่ต้องมี **การฝึกอบรม** เป็นการเฉพาะ

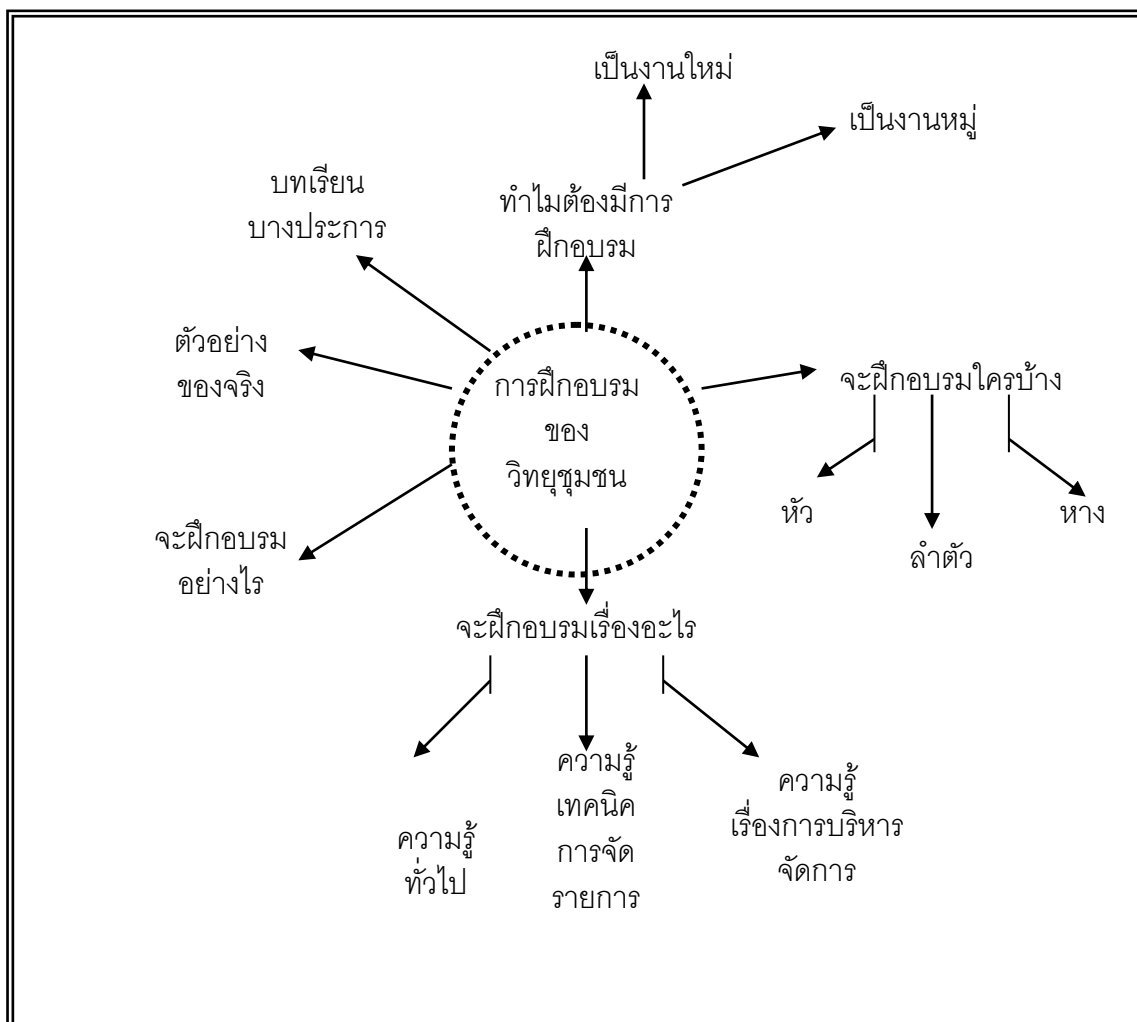
ดังเช่นที่ชาลิสานักวิจัยที่ศึกษาเรื่องการสรุปบทเรียนของการเตรียมกลุ่มวิद्यชุมชน จ.ปัตตานี ยืนยันว่า การสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องวิद्यชุมชนซึ่งเป็นโครงสร้างที่จำเป็นของวิद्यแก่ภาคประชาชนนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะเป็นปรากฏการณ์ที่ยังไม่เคยมีในสังคมไทย ดังนั้นประชาชนไทยส่วนใหญ่จึงยังไม่คุ้นเคยกับความคิดที่ว่าภาคประชาชนจะสามารถเข้ามาผลิตรายการวิद्यได้ด้วยตนเอง (ชาลิสานัก, 2544)

อีกประการหนึ่ง รูปแบบวิद्यที่มีอยู่ในสังคมไทยนั้นคือวิद्यสาธารณะและธุรกิจนั้นก็แตกต่างจากวิद्यชุมชน จึงไม่สามารถโยกองค์ความรู้ในทุกเรื่องมาใช้งานได้ หากทว่าจะต้องมีการ **สร้างสรรคองค์ความรู้เฉพาะตัววิद्यชุมชน** ขึ้นมาใหม่

ชาติสาจึงเห็นว่า จำเป็นต้องมีการฝึกอบรมจนกระทั่งให้ประชาชนบังเกิดเข้าใจความคิดว่า ประชาชนสามารถผลิตรายการวิทยุด้วยตนเองได้ บริหารจัดการคลื่นความถี่ ตลอดจนจนสามารถเป็นเจ้าของสถานีวิทยุได้ ในกรณีนี้ ประชาชนต้องการการติดตั้งและจัดการความรู้หลายๆประการไม่ว่า จะเป็นการขอใช้คลื่นความถี่ การใช้อุปกรณ์กระจายเสียง ขนาดกำลังส่ง พื้นที่กระจายเสียง สถานที่ตั้งของสถานี การออกแบบผังรายการ การกำหนดกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย การระดมทุน การออกแบบ โครงสร้างการบริหารจัดการ การหาอาสาสมัคร และการดูแลด้านเทคนิค เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ จึงน่าจะเป็นการสรุปที่ไม่เกินเลยไปกว่า การฝึกอบรมน่าจะเป็นกลไกหลักตัว หนึ่งที่ไม่อาจจะขาดเสียได้ในการเสริมพลังความเข้มแข็งให้แก่วิทยุชุมชน

สำหรับแง่มุมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการฝึกอบรมจะมีดังนี้



ภาพที่ 51 : มิติของการฝึกอบรมของวิทยุชุมชน

(1) ทำไมต้องมีกรฝึกอบรม

มีคำตอบหลากหลายประการต่อคำถามที่ว่า "ทำไมต้องมีกรฝึกอบรม" ให้แก่ อาสาสมัคร/คนที่จะเข้าไปทำงานเกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชน แต่ท่ามกลางคำตอบที่หลากหลายนั้น จะตกผลึกอยู่ในธรรมชาติของวิทยุชุมชนว่า **"วิทยุชุมชนเป็นงานใหม่และเป็นงานใหญ่"** กล่าวคือ

(i) **เมื่อกระจายอำนาจแล้วต้องกระจายความรู้ด้วย** แม้ว่าแนวคิดเรื่อง "วิทยุชุมชน" จะมีความเป็นมาจากรื่องการกระจายอำนาจและสิทธิด้านการสื่อสารให้แก่กลุ่มประชาชน แต่การกระจายอำนาจและสิทธินั้นก็คงจะเป็นหมันหรือกลับส่งผลในทางลบ หากไม่มีกระบวนการกระจายความรู้ควบคู่กันไปด้วย ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในเบื้องต้นถึงโครงสร้างที่เหมาะสมประการหนึ่งของวิทยุชุมชนก็คือ ความเข้าใจในสิทธิการสื่อสารของประชาชน แต่เนื่องจากสิทธิการสื่อสาร โดยเฉพาะในฐานะ "ผู้ส่งข่าวสาร" เป็นเรื่องใหม่ จึงต้องมีกลไกการฝึกอบรมมาเสริมเพิ่มเติม

Reyes Meta (1981) ตั้งข้อสังเกตในเรื่องการกระจายความรู้เรื่องวิทยุซึ่งเป็นผู้ส่งข่าวสารชนิดหนึ่งว่า สำหรับระบบการฝึกอบรมการสื่อสารที่เคยเป็นมานั้น มักจะมีการจัดการฝึกอบรมให้แก่ฝ่ายผู้ส่งสารเท่านั้น ไม่ว่าจะเป็นการฝึกอบรมทักษะในการใช้เครื่องมือการสื่อสาร ทักษะในการถ่ายทอดข่าวสารและโน้มน้าวชักชวนอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ทว่าในฝ่ายของผู้รับสารนั้น จะไม่มีการฝึกอบรมเพื่อรับข่าวสารเลย กระบวนการเช่นนี้ทำให้ช่องว่างด้านความรู้ในการสื่อสารระหว่างผู้ส่ง/ผู้รับสารขยายกว้างและไม่เท่าเทียมกัน ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการสื่อสารที่จะทำการฝึกอบรมให้แก่ผู้รับสารบ้าง และสำหรับในกรณีของวิทยุชุมชนที่ต้องการ "ผู้รับสารที่กระตือรือร้น/เอาการเอางาน" ผู้รับสารเช่นนี้ก็คงไม่เกิดขึ้นมาเองตามธรรมชาติ หากทว่าจะต้องมีการจัดฝึกอบรมให้เกิดขึ้น

(ii) **งานวิทยุเป็นงานการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ** การพูดคุยทางวิทยุชุมชนไม่เหมือนกับการพูดคุยแบบธรรมดาท่ามกลางหมู่ญาติมิตร เนื่องจากต้องมีความระมัดระวัง ต้องมีการตรวจสอบข้อมูล เพราะเป็นการพูดให้คนหมู่มากฟังและมีผลกระทบสูงกว่าการพูดแบบธรรมดา ดังนั้นจึงต้องอบรมให้ชาวบ้านรู้จักกฎเกณฑ์และขอบเขตในการพูดในพื้นที่สาธารณะ

(iii) **งานวิทยุเป็นงานที่ต้องทำอย่างต่อเนื่องทุกวันสม่ำเสมอ** จึงต้องการทรัพยากรบุคคลจำนวนมากเข้ามาร่วมด้วยช่วยกัน และหากงานวิทยุชุมชนไปตกอยู่ในมือของคณะกรรมการ/อาสาสมัครกลุ่มเล็กๆ ผลงานวิจัยเรื่องวิทยุชุมชนในหลายแห่งได้พิสูจน์แล้วว่า อนาคตของวิทยุชุมชนนั้นมักจะมีอาการ "ไม่ตายก็เลี้ยงไม่โต" เพราะกรรมการ/อาสาสมัครกลุ่มเล็กมักจะหมดแรงไปก่อนจะถึงเป้าหมาย การฝึกอบรมจึงเป็นกลไกการสร้างขยายทรัพยากรบุคคลเพื่อนำมาใช้จัดระบบผลัดเปลี่ยนหมุนเวียน และกระจายความรับผิดชอบให้เกี่ยกันในระดับที่ชีวิตชาวบ้านธรรมดาพอจะรองรับไหว

(iv) การเคลื่อนไหวจาก "หัว" สู่ "ลำคอ" เพื่อจะลง "ลำตัว" ในความเป็นจริง คงต้องยอมรับว่าทิศทางการไหลของอำนาจ/ความรับผิดชอบ/หน้าที่สิทธิของวิทยุกระจายเสียงนั้นเริ่มจากส่วนหัว คือ "หน่วยงานราชการ" และในขั้นต่อมาเมื่อมีการเปิดฉากยกแรกเรื่อง "วิทยุชุมชน" นั้น กลุ่มคนที่เข้ามาสนใจและดำเนินการวิทยุชุมชนยังมักจะเป็น "ส่วนลำคอ" คือกลุ่มชนชั้นกลางหรือกลุ่มแกนนำในชุมชนที่มีความเข้าใจเรื่องสิทธิหน้าที่ บทบาท/ความสำคัญของวิทยุ รวมทั้งอาจมีความคุ้นเคยกับงานวิทยุในหลาย ๆ แห่ง กลุ่มคนที่ทำวิทยุชุมชนจึงยังคงจำกัดอยู่ในกลุ่มชนชั้นกลางหรือผู้นำชุมชนเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม เป้าหมายสุดท้ายของวิทยุชุมชนที่จะสามารถทรงตัวได้อย่างมั่นคงก็จะต้องขยับเขยื้อนให้มีการไหลจาก "ส่วนลำคอ" ลงสู่ "ส่วนลำตัว" ต่อไป ในกรณีนี้ การฝึกอบรมจะเป็นพลังลดปรวนในการขับเคลื่อนการไหลได้ส่วนหนึ่ง การฝึกอบรมจะเป็นเวทีเงื่อนไขให้ชาวบ้านได้ทำความรู้จัก/คุ้นเคยกับวิทยุชุมชน และสามารถขจัดโรคกลัวงานวิทยุसारพัดชนิดให้หายขาดได้

(v) **ผูกประสานความเข้าใจร่วมกัน** ดังได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า "ความเข้าใจร่วมกัน" ระหว่างฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชน (โดยเฉพาะในช่วงเปลี่ยนผ่านจากมือรัฐมาสู่มือประชาชน) จะเป็นประจักษ์เชื่อกมัดคนทำงานให้อยู่ร่วมกัน หากเมื่อใดที่เจ้าหน้าที่รัฐยังมองว่า "วิทยุชุมชนคือแหล่งที่จับผิดข้าราชการ" หรือชาวบ้านรับรู้ที่ "วิทยุชุมชนเป็นพื้นที่ที่ด่าคนได้โดยเสรี" เมื่อนั้นวิทยุชุมชนก็ไม่มีทางไปได้ตลอดรอดฝั่ง

มีข้อสังเกตว่า ทั้งที่เรื่อง "การฝึกอบรม" เป็นกลไกสำคัญอย่างยิ่งที่รับประกันการคงอยู่ของงานวิทยุชุมชน แต่สังคมไทยเกือบทุกส่วนยังมักมองข้ามการดำเนินการเรื่องการฝึกอบรมไปอย่างมาก ในหมู่ข้าราชการมักมีแต่การมอบหมายนโยบายให้รับไปปฏิบัติ แต่ไม่มีการเสริมอบรมความเข้าใจโดยมีความเชื่อว่า ข้าราชการจะเข้าใจทุกๆ เรื่องโดยอัตโนมัติ ในหมู่ประชาชนมักมีการระดมพลังให้เข้ามาช่วยแบกรับงาน แต่ก็ไม่มีการติดเขี้ยวเล็บทางความคิดให้เช่นกัน กล่าวโดยสรุปก็คือ สังคมไทยยังเอาใจใส่/และทำการบ้านน้อยมากในเรื่องใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น เรื่องการฝึกอบรมวิทยุชุมชน

(vi) **การใช้การฝึกอบรมเป็นเครื่องมือในการสร้างกลุ่มคนทำงาน** อันที่จริงสำหรับวิทยุสาธารณะ/ธุรกิจนั้นมีกลไกและกระบวนการที่เห็นได้อย่างชัดเจนว่า จำเป็นต้องมีสถาบันการศึกษาที่ทำงานฝึกอบรมอย่างเป็นระบบ มีเป้าหมายของการฝึกอบรมที่แน่นอน มีขอบเขตของเนื้อหาที่จำเป็นสำหรับการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ (มิใช่เพียงความรู้ด้านเทคนิคการใช้เครื่องมือเท่านั้น) ฉะนั้นดังนั้น การสื่อสารสาธารณะในรูปแบบของวิทยุชุมชนก็จำเป็นต้องมีการฝึกอบรมเพื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างกลุ่มคนทำงาน

ผลงานวิจัยเพื่อสรุปบทเรียนเรื่องกระบวนการเตรียมกลุ่มวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี ชาติสาได้สรุปอย่างชัดเจนว่า การฝึกอบรมในรูปแบบต่าง ๆ ที่หลากหลายเป็นสิ่งที่จำเป็นในการกระตุ้น

ให้ภาคประชาชนเห็นความเป็นไปได้ว่า ตนเองสามารถเข้ามาใช้สื่อในฐานะผู้ส่งสาร และยังสามารถถึงระดับบริหารจัดการสื่อชนิดนี้ได้ ดังนั้น งานเบื้องต้นของงานวิทยุชุมชนจึงเป็น "การเตรียมกลุ่มหรือการสร้างคนทำสื่อ" ขึ้นมาเพื่อเรียนรู้งานวิทยุอย่างเป็นขั้นตอน นับตั้งแต่การปลูกสร้าง**แนวคิดวิทยุชุมชน** การทำความเข้าใจหัวใจของวิทยุชุมชนและประโยชน์ของวิทยุชุมชนต่อการพัฒนาท้องถิ่น จากนั้นจึงก้าวมาสู่การเรียนรู้**ด้านการผลิตรายการ**เพื่อบอกข่าวสารแก่ชุมชน และสุดท้ายคือการสร้าง**ทักษะการบริหาร**เพื่อเตรียมพร้อมเป็นเจ้าของสถานีในโอกาสต่อไป

กิจกรรมการฝึกอบรมเพื่อสร้าง "กลุ่มคนทำงาน" นี้ ต้องกระทำไปพร้อมๆ กับการประชาสัมพันธ์แนวคิดวิทยุชุมชนให้แพร่หลายแก่ประชาชนทั่วไป เพื่อมุ่งหวังให้ประชาชนในท้องถิ่นให้การสนับสนุนแก่การดำเนินกิจการวิทยุชุมชน

(vii) **การฝึกอบรมเป็นเครื่องมือในการขยายเครือข่าย** ลักษณะที่คล้ายคลึงประการหนึ่งของวิทยุชุมชนกับวิทยุสาธารณะ/ธุรกิจก็คือ ลักษณะของการเป็นเครือข่ายวิทยุ ทั้งนี้เนื่องจากงานวิทยุเป็นงานข่าวสาร ซึ่งจำเป็นต้องมีการแลกเปลี่ยนเพื่อขยายฐานความรู้ รวมทั้งเครือข่ายนั้นจะเป็นกลไกในการช่วยเสริมความยั่งยืนของสื่อชุมชนทุกประเภทเนื่องจากสามารถระดมพลัง/ทรัพยากร/ความช่วยเหลือจากเครือข่ายได้

ขालิสารายงานว่า หลังจากทีกลุ่มวิทยุชุมชน จ.ปัตตานีได้เดินสายจัดเวทีสัญจรหลายครั้ง สมาชิกในกลุ่มก็ได้บทรูปว่า แม้ว่าเวทีสัญจรจะให้ผลในด้านการให้ความเข้าใจแก่ชาวบ้านในพื้นที่ต่าง ๆ แต่หลังจากจบกิจกรรมแล้ว ชาวบ้านที่เข้าใจก็ได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี เนื่องจากอุปสรรคด้านระยะทางห่างไกล ดังนั้น จึงควรเปลี่ยนกลยุทธ์การส่งเสริมเผยแพร่ให้มีการจัดตั้งกลุ่มวิทยุชุมชนแห่งใหม่เกิดขึ้นคือการตั้ง "จุดเชื่อมต่อ"(node)หลายๆจุด ซึ่งเป็นไปตามลักษณะของวิทยุชุมชนที่ครอบคลุมพื้นที่ไม่กว้างขวางนัก

ขาลิสาพบว่า ในการขยาย "จุดเชื่อมต่อ" วิทยุชุมชนกลุ่มใหม่นี้ กลุ่มวิทยุชุมชนกลุ่มเดิมต้องเล่นบทบาทเป็นพี่เลี้ยงด้วยการให้ความรู้เกี่ยวกับวิทยุชุมชน แนะนำการสร้างกลุ่มและการระดมคนในชุมชนมาทำกิจกรรมสื่อ ต้องเป็นวิทยากร ต้องเข้าร่วมการวางแผน ฯลฯ การปรับเปลี่ยนบทบาทจากที่เคยเป็น "นักเรียน" (โดยมีทีมวิจัยเป็นครู) มาเป็น "ครู" บ้างนั้น ทำให้กระบวนการสั่งสมความรู้เป็นไปอย่างสมบูรณ์/ครบวงจร ดังนั้นการสร้างหรือขยาย "จุดเชื่อมต่อ" ใหม่ ๆ ด้วยกระบวนการฝึกอบรมนั้นจึงไม่เพียงจะได้ "ผลลัพธ์" ออกมาเป็นกลุ่มใหม่ๆเท่านั้น หากแต่ยังเป็นการเสริมความแข็งแกร่งด้านปัญญาและทักษะในการทำงานให้แก่กลุ่มเก่าไปพร้อม ๆ กันด้วย

2. จะฝึกอบรมใครบ้าง

คำถามที่ว่า จะฝึกใครบ้างนั้น ควรเป็นคำถามแรกเลยสำหรับการจัดการฝึกอบรม ทั้งนี้ เพราะการตอบคำถามได้ว่าผู้ที่จะมาเข้ารับการฝึกอบรมเป็นใครนั้น จะสะท้อนกลับไปให้เป็นเป้าหมายของการฝึกอบรม และจะเป็นตัวไปกำหนดเนื้อหาและวิธีการฝึกอบรมในขั้นต่อไป

ดังนั้นในการวางแผนงานการฝึกอบรม ผู้ที่รับผิดชอบจึงต้องย้อนกลับไปดูเนื้อหาในเรื่อง วิทยุชุมชนจะมีใครบ้างที่เข้ามาเกี่ยวข้อง แล้วจึงค่อยกำหนดเป้าหมาย คัดเลือกเนื้อหา และวิธีการฝึกอบรมเป็นลำดับต่อไป

อย่างไรก็ตาม มีหลักการที่เป็นข้อค้นพบจากงานวิจัยในส่วนที่เกี่ยวกับการคัดเลือกบุคคลเพื่อการฝึกอบรมดังนี้คือ

(i) การที่จะคัดเลือก "ใคร" เข้ามาเป็นผู้รับการอบรมนั้นก็ขึ้นอยู่กับว่างานวิทยุชุมชนกำลังต้องการระดับทรัพยากรบุคคลในระดับไหน/แบบไหน เช่น ถ้าเป็นช่วงที่กำลังมีการก่อตัวของคณะกรรมการบริหารวิทยุชุมชน ก็คงต้องฝึกอบรมกลุ่มตัวแทนที่จะเข้ามาเป็นกรรมการ หากต้องการขยายอาสาสมัครผู้สื่อข่าวท้องถิ่น ก็คงต้องฝึกอบรมกลุ่มประชาชนที่สนใจจะมาเป็นผู้สื่อข่าว เป็นต้น

(ii) แต่ในขั้นตอนการปฏิบัติที่แท้จริง การฝึกอบรมนั้นก็ควรมีลักษณะ "กินหัว กินกลาง แล้วค่อยกินหาง" หมายความว่า ควรจะเริ่มต้นจากกลุ่มแกนนำชุมชนระดับหัวๆ เสียก่อน แล้วค่อยขยายลงไปสู่แกนนำกลุ่มย่อยๆ และประชาชนทั่วไป

(iii) อย่างไรก็ตาม หลักการเรื่องความหลากหลายและสมดุลที่เป็นหลักยึดสำคัญของวิทยุชุมชนก็ยังต้องคำนึงถึงตลอดเวลา การเลือกตัวบุคคลมารับการฝึกอบรมนั้นจึงต้องให้ครอบคลุมคนหลายวัย หลายเพศ หลายอาชีพ ทั้งกลุ่มวัยรุ่น กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มพระสงฆ์ กลุ่มหัตถกรรม กลุ่มช่างตัดผม ฯลฯ

(iv) ส่วนกลุ่มบุคคลกลุ่มหนึ่งที่มีถูกมองข้ามไปคือ กลุ่มข้าราชการ เพราะความเข้าใจว่า "เป็นข้าราชการแล้วต้องเข้าใจเรื่องใหม่ ๆ ได้ทุกเรื่องที่มีนโยบายสั่งมา" ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ฉะนั้น จึงควรมีการฝึกอบรมเรื่องวิทยุชุมชนให้แก่ข้าราชการด้วย

(v) การกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่เข้ารับการฝึกอบรม คุณสมบัตินี้ควรจะต้องสอดคล้องกับเป้าหมาย/ภารกิจของผู้เข้าอบรม โดยอาจมีคุณสมบัติพื้นฐานบางอย่างร่วมกัน เช่น การเป็นบุคคลที่มีจิตสาธารณะ (ชอบทำกิจการเพื่อส่วนรวม) และมีจิตใฝ่รัก/สนใจงานวิทยุ เป็นต้น แต่ควรมีการกำหนดคุณสมบัติเฉพาะตัวของผู้ที่เข้ารับการอบรมทุกครั้งเพื่อให้เกิด "การถูกฝึกรักตัว"

ตัวอย่างของคุณสมบัติของคนที่จะเข้ารับการศึกษา "การเป็นผู้จัดรายการ" เช่น ต้องพูดจาชัดเจน/ฉะฉาน/มีไหวพริบ/มีทักษะการฟังที่ดี/สุขภาพ เป็นต้น

งานวิจัยเรื่องกระบวนการเตรียมกลุ่มวิทยุชุมชนจ.ปัตตานีของชาลีสาได้ให้บทเรียนอย่างละเอียดเกี่ยวกับเรื่องการฝึกอบรม ในที่นี้ จึงจะขอยกเป็นตัวอย่างเป็นตัวอย่างว่า ผู้วิจัยได้แยกเกณฑ์ในการระบุตัวบุคคลที่จะเข้ามาฝึกอบรมหลายๆแบบ เช่น

(ก) ใช้เกณฑ์เรื่องขั้นตอนของการก่อตั้งกลุ่มวิทยุชุมชน ซึ่งทำให้แยกตัวบุคคลที่มาจากเกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชนออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกทั่วไป ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า

สำหรับกลุ่มแกนนำนั้น ผู้วิจัยเห็นว่า การให้ข้อมูลคือสิ่งที่จำเป็น แต่คำถามคือ ข้อมูลที่ให้ควรอยู่ในระดับใดและเป็นเรื่องใดบ้าง ซึ่งผู้วิจัยใช้การพิจารณาถึงผลที่ต้องการให้เกิด หรือวัตถุประสงค์ของการให้ข้อมูลว่าหวังผลอันใด ดังนี้

1. ระยะแรกเริ่มให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์การปฏิรูปสื่อ เพื่อโน้มน้าวให้สมาชิกสนใจเข้าร่วมกิจกรรม เห็นความสำคัญของการปฏิรูปสื่อและความจำเป็นที่ภาคประชาชนต้องเข้าร่วมในกระบวนการขับเคลื่อน เป็นการให้ข้อมูลเชิงโน้มน้าวใจให้ประจักษ์ถึงความสำคัญ

2. ระยะต่อมา เริ่มให้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดและปรัชญาวิทยุชุมชน ประโยชน์ของวิทยุชุมชน เพื่อตอกย้ำความสำคัญของสื่อวิทยุชุมชนต่อการพัฒนาท้องถิ่น เพื่อย้ำให้สมาชิกมั่นใจในคุณค่าของกิจกรรมที่ตนเสียสละเวลา แรงกาย และแรงใจมาร่วมทำ

3. ป้อนข้อมูลด้านกฎหมาย เพื่อให้สมาชิกสามารถทำความเข้าใจต่อสถานการณ์การปฏิรูปสื่อ และสามารถเชื่อมโยงความคิดเกี่ยวกับกิจกรรมสื่อที่ตนกำลังขับเคลื่อนกับการเคลื่อนไหวในแวดวงสื่อสารมวลชนไทย ทั้งในส่วนกลางและในส่วนภูมิภาค

4. ให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิตรายการวิทยุ เพื่อให้สมาชิกมีความรู้ความเข้าใจสื่อวิทยุกระจายเสียงมากขึ้น จนสามารถอธิบายงานวิทยุแก่ผู้อื่นได้อย่างชัดเจนขึ้น นอกจากนี้ยังได้เน้นให้เข้าใจว่าวิทยุชุมชนนั้นแตกต่างจากวิทยุทั่วไป ที่นอกจากจะมีรูปแบบการกระจายเสียงจำกัดในระยะแคบคือ ครอบคลุมในพื้นที่ไม่กี่หมู่บ้านแล้ว วิทยุชุมชนยังเป็นสื่อของชุมชน จัดทำโดยคนในชุมชน และทำเพื่อชุมชน ดังนั้นเนื้อหารายการจึงควรเน้นเรื่องราวของชุมชนด้วย

(ข) ใช้เกณฑ์เรื่องลักษณะกิจกรรมที่บุคคลต้องรับผิดชอบ

ชาลีสาผู้วิจัยพบว่า การให้ข้อมูลนี้ยังแบ่งตามลักษณะกิจกรรมด้วยดังนี้

1) **กรรมการบริหาร** ต้องให้ความรู้ความเข้าใจในแนวคิดวิทยุชุมชน และเสริมความเข้าใจเรื่องการบริหารจัดการ การวางแผนงาน และการทำงานเป็นหมู่คณะในลักษณะประชาธิปไตย

2) **นักจัดรายการ** ต้องให้ความรู้ด้านการผลิตรายการ และความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาที่ควรนำเสนอต่อผู้ฟัง ปรชญาวิทยุชุมชน เหตุผลและความสำคัญของสื่อวิทยุชุมชน ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะทำให้ นักจัดรายการตระหนักในความแตกต่างระหว่างวิทยุชุมชนและวิทยุทั่วไป รวมทั้งให้แนวทางการประเมินผลผู้ฟังอย่างง่าย เช่น การเชิญชวนผู้ฟังให้เขียนจดหมายหรือไปรษณียบัตร หรือการแจกรางวัลแก่ผู้สะท้อนความคิดเห็นกับทางรายการ เป็นต้น

3) **สมาชิกทั่วไป** ให้ความรู้ว่วิทยุชุมชนคืออะไร วิทยุชุมชนจะอยู่ได้ต้องได้รับการสนับสนุนจากประชาชน และจากสมาชิกทั้งในรูปของการอาสาสมัคร การช่วยเหลือ และการระดมทุน

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่าวิธีการการให้ความรู้ในลักษณะการบอกกล่าวที่เน้นรูปแบบการสื่อสารแบบทางเดียว เป็นวิธีการที่ให้ผลลัพธ์ค่อนข้างต่ำ กรรมการและสมาชิกเรียนรู้ค่อนข้างช้า ดังนั้นกระบวนการให้ความรู้จึงต้องปรับเปลี่ยนเป็นการทดลองทำ เพื่อให้สมาชิกเกิดประสบการณ์เกิดการมีส่วนร่วม ได้ทำงานในลักษณะลองผิดลองถูก และร่วมกันคิดแก้ไขปัญหา ซึ่งหลังจากเปิดให้มีการริเริ่มทำงานเชิงปฏิบัติการแล้ว ผู้วิจัยพบว่ากิจกรรมต่าง ๆ ที่กรรมการและสมาชิกได้ทดลองทำ ได้สร้างความเข้มแข็งทั้งด้านความรู้และด้านปฏิบัติการแก่กลุ่มมากขึ้น เกิดบรรยากาศการทำงานแบบมีส่วนร่วม กรรมการและสมาชิกพูดคุยกันมากขึ้น รูปแบบการสื่อสารเปลี่ยนไป เป็นการสื่อสารแบบสองทางที่ทุกคนมีโอกาสได้แลกเปลี่ยนและแสดงความคิดเห็นกันมากขึ้น การได้รับความรู้ที่เพียงพอ ส่งผลให้กิจกรรมของกลุ่มดำเนินไปได้ดี อย่างไรก็ตาม การทำกิจกรรมต่าง ๆ ก็ได้สะท้อนให้เห็นเช่นกันว่า กรรมการและสมาชิกในกลุ่มต่างมีปัญหาเรื่องการขาดทักษะในการบริหารจัดการ ซึ่งเป็นเนื้อหาที่ต้องใส่เพิ่มในโอกาสต่อไป

3. จะฝึกอบรมเรื่องอะไร/เนื้อหาอะไร

สำหรับการตอบคำถามว่า "จะฝึกอบรมเรื่องอะไร คือใช้เนื้อหาอะไรในการฝึกอบรม" นั้น ดูเหมือนว่า จะยังไม่มีข้อสรุปที่แน่นอนตายตัวจากงานวิจัยทั้ง 4 กรณี โดยที่ยังคงอยู่ในกระบวนการแสวงหาค้นคว้าอยู่ อย่างไรก็ตาม ก็มีบทเรียนบางประการที่จะเป็นบันไดขั้นแรกสำหรับการก้าวขึ้นไปในขั้นต่อไป

(i) เนื้อหาขึ้นอยู่กับเป้าหมายการทำงาน

การกำหนดเนื้อหาที่จะใช้ฝึกอบรมนั้นต้องขึ้นอยู่กับเป้าหมายและภาระงานของผู้ที่เข้าร่วมการอบรมนั้นจะไปปฏิบัติหน้าที่ต่อ เช่น

- ไปเป็นผู้ฟังที่เอาการเอางาน
- เป็นผู้สื่อข่าวท้องถิ่น
- เป็นผู้ดำเนินรายการ

- เป็นผู้ผลิตรายการ
- เป็นผู้บริหาร/คณะกรรมการวิทยุชุมชน

แต่ไม่ว่ากลุ่มบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชนในบทบาทที่แตกต่างกัน และภาระหน้าที่หลากหลายอย่างใดก็ตาม ก็คงน่าจะมี**ความรู้พื้นฐาน**อยู่ชุดหนึ่งที่ทุกคนที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชนจะต้องรับรู้ และ**ความรู้**อีกชุดหนึ่งเป็น**ความรู้เฉพาะแต่ละบทบาทหน้าที่**

(ii) หมวดหมู่ของเนื้อหาที่ฝึกอบรม

จากที่กล่าวมาข้างต้น เราอาจจะแบ่งหมวดหมู่ของเนื้อหาออกเป็น 3 หมวดหมู่ใหญ่ ดังนี้

(ก) หมวดที่เกี่ยวกับความรู้/ความเข้าใจทั่วไปเรื่องวิทยุชุมชน ชุดความรู้ในหมวดนี้ก็คือความรู้พื้นฐานที่คนทุกคนที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชนจะต้องได้รับการฝึกอบรม เนื้อหาในหมวดนี้น่าจะได้แก่ตัวอย่างเหล่านี้

- แนวคิด/ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุชุมชน (หัวข้อนี้ ผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องทุกคนกับวิทยุชุมชนควรจะผ่านการอบรมมา)

- พัฒนาการของวิทยุชุมชนในต่างประเทศ/ประเทศไทย
 - สถานการณ์การปฏิรูปสื่อในสังคมไทย
 - บทบาทหน้าที่ประโยชน์ของวิทยุชุมชนกับสังคมไทย
 - การเตรียมประชาชนเพื่อการปฏิรูปสื่อและวิทยุชุมชน
- ฯลฯ

สำหรับการฝึกอบรมให้ความรู้แบบทั่วไป ซาลิสซาพบทเรียนว่า หากมีตัวอย่างรูปธรรมประกอบหลักการแบบนามธรรมจะช่วยให้ผู้เข้าร่วมการอบรมเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว อย่างเช่นในเรื่องหน้าที่และประโยชน์ของวิทยุชุมชนนั้น ในการอบรมครั้งแรก วิทยากรซึ่งเป็นที่นักวิจัยก็ได้บรรยายประโยชน์ด้านต่างๆของวิทยุชุมชน แต่ในระยะหลังๆ เมื่อเริ่มมีการใช้ประโยชน์จากวิทยุชุมชนจริงๆ เช่น วิทยากรชุมชนได้เล่าถึงประสบการณ์ของตนเองในการขอความช่วยเหลือผ่านวิทยุชุมชน และได้ผลดีอย่างแท้จริง การเล่าประสบการณ์จริงดังกล่าวทำให้ประชาชนสนใจมาก

(ข) หมวดที่เกี่ยวกับความรู้เชิงเทคนิคการผลิตรายการ ความรู้ในหมวดนี้เป็นความรู้ที่กลุ่มวิทยุชุมชนในประเทศไทยมีการฝึกอบรมมากที่สุด และเป็นเหตุผลให้เกิดการรับรู้ว่าการเข้ามามีส่วนร่วมในวิทยุชุมชนก็คือ การมาจัดรายการวิทยุ

เนื้อหาที่เกี่ยวกับความรู้ในหมวดเทคนิคการผลิตรายการมักจะประกอบด้วย

- หลักการผลิต/พัฒนา/วิจัยรายการ
- การเป็นผู้ผลิตรายการ
- วิธีการดำเนินรายการ
- การเป็นผู้จัดรายการวิทยุ (หลักการพูดในที่สาธารณะ)
- การเป็นผู้สื่อข่าวท้องถิ่น (เทคนิคการหาข่าว/การสัมภาษณ์)
- การเรียงข่าว และการเขียนข่าวให้กระชับ
- วิธีการรายงานข่าว
- การใช้อุปกรณ์และเครื่องมือ

เป็นที่น่าสังเกตว่า ในการฝึกอบรมทางเทคนิคนี้ ปัญหาที่ประชาชนที่เข้ามาจัดรายการมักจะมีกังวลหรือความกลัวเทคโนโลยี เช่น ไมโครโฟน อุปกรณ์ต่างๆ ซึ่งอันที่จริงปัญหาความหวาดกลัวเทคโนโลยีนั้นเป็นเพียง "สภาวะชั่วคราว" เพราะเมื่อเกิดความคุ้นเคยแล้ว ปัญหาเหล่านี้ก็จะหายไป

แต่สิ่งที่น่าจะเป็น "ปัญหาถาวร" น่าจะได้แก่ปัญหาความเข้าใจเรื่อง "การสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ" เนื่องจาก "การพูดผ่านวิทยุ" นั้น เป็น "การพูดในที่สาธารณะ" ซึ่งอาจจะต้องกังวลกับ "เรื่องการออกเสียง" "แบบแผนในการขึ้นต้นลงท้าย" (จึงค่อนข้างเป็นเรื่องคอขาดบาดตายของวิทยุสาธารณะ) หรือวิธีการพูดแบบเป็นทางการ (ซึ่งผลจากการสำรวจความพึงพอใจของประชาชนพบว่า ผู้ฟังมักจะไม่ชอบวิธีการพูดแบบดังกล่าว) แต่ทว่าสิ่งที่น่าจะเป็นห่วงน่าจะได้แก่เรื่องจรรยาบรรณของการพูดในที่สาธารณะ เช่นต้องพูดสิ่งที่จริงซึ่งผ่านการตรวจสอบกลั่นกรองพอสมควร ต้องระมัดระวังในเรื่องการละเมิดสิทธิของผู้อื่น เป็นต้น

(ค) หมวดที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการวิทยุชุมชน น่าจะได้แก่เนื้อหาต่อไปนี้ เช่น

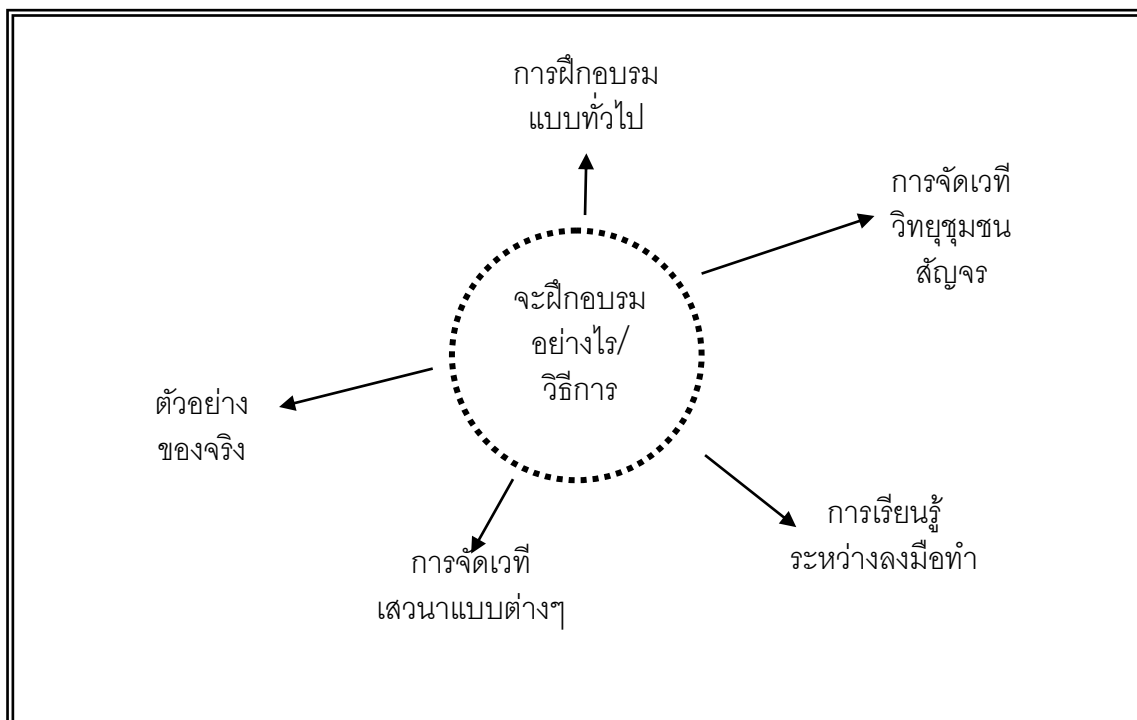
- โครงสร้างการจัดองค์กร/กลุ่ม
- โครงสร้างการบริหารจัดการวิทยุชุมชน
- การบริหารงานกลุ่ม/การแจกจ่ายงาน
- เทคนิคและวิธีการทำงานร่วมกัน
- การบริหารจัดการงบประมาณ
- หลักการวางเป้าหมาย/นโยบาย/แผนงาน
- หลักการวางแผนกิจกรรมต่างๆ
- ภาวะการเป็นผู้นำ
- การระดมทุนแบบต่างๆ

- การระดมทรัพยากรบุคคล ได้แก่ อาสาสมัคร
 - การประเมินผลการทำงาน
- ฯลฯ

เป็นที่น่าสังเกตว่า เนื้อหาด้านการบริหารจัดการวิทยุชุมชนนี้ยังเป็นเนื้อหาการฝึกอบรมที่มีการดำเนินการน้อย และอาจเป็นผลให้งานด้านการบริหารจัดการของวิทยุชุมชนเกิดปัญหา เนื่องจากธรรมชาติและลักษณะของวิทยุชุมชนมีความแตกต่างจากวิทยุสาธารณะ/ธุรกิจ จึงไม่อาจจะถ่ายโอนความรู้เรื่องการบริหารจัดการจากเดิมมาใช้ในกรณีของวิทยุชุมชนได้อย่างลงตัวทั้งหมด องค์ความรู้เรื่องการบริหารจัดการวิทยุชุมชนให้มีประสิทธิภาพนี้ยังคงน่าจะต้องมีการแสวงหาศึกษาค้นคว้ากันต่อไป

4. จะฝึกอบรมอย่างไร/ด้วยวิธีการอะไร

สำหรับรูปแบบการฝึกอบรมนั้น ผลจากงานวิจัยทั้ง 4 กรณีพบว่า สามารถทำได้หลากหลาย และยังสามารถคิดริเริ่มสร้างสรรค์ให้สอดคล้องกับเป้าหมายและกลุ่มเป้าหมาย ดังที่จะยกตัวอย่างเพียงบางรูปแบบในที่นี้



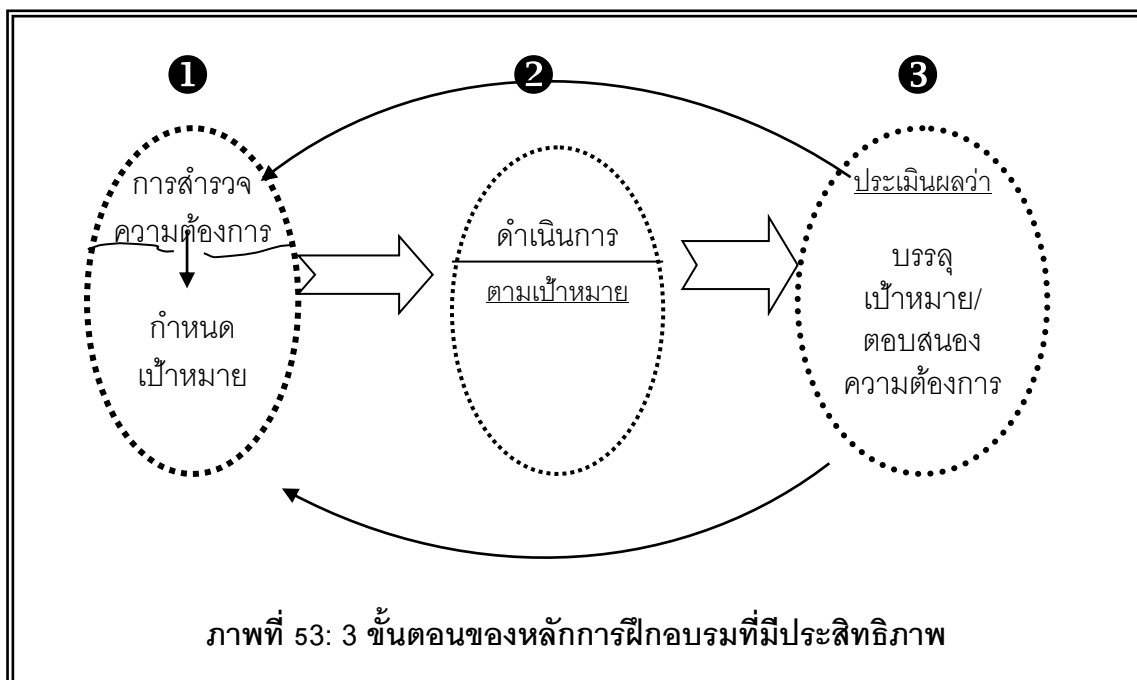
ภาพที่ 52 : วิธีการฝึกอบรม

(1) การฝึกอบรมแบบทั่วไป ลักษณะการจัดการฝึกอบรมแบบนี้ ผู้จัดจะต้องมีการเตรียมการไว้ล่วงหน้าก่อน กล่าวคือต้องมีการเตรียมสถานที่ฝึกอบรม เนื้อหา วิธีการ กระบวนการ อุปกรณ์เอาไว้ให้เรียบร้อย (จะเตรียมมากน้อยเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับวิธีการฝึกอบรมนั้นมีลักษณะเป็นทางการมากหรือน้อย)

ในส่วนผู้เข้ารับการอบรมนั้น ก็ต้องมีการคัดเลือกผู้เข้ารับการอบรมมาเรียนรู้ตามหลักสูตรที่เตรียมเอาไว้ เช่น หากเป็นหลักสูตรการผลิต/การจัดรายการเบื้องต้น ผู้เข้ารับการอบรมก็อาจจะเป็นผู้ที่ไม่มีประสบการณ์เลย แต่ถ้าเป็นหลักสูตรการจัดรายการวิทยุหลายๆ รูปแบบ ซึ่งเป็นความรู้ระดับที่สูงขึ้น ผู้เข้ารับการอบรมก็ต้องมีความรู้มาบ้างแล้ว หรือหลักสูตรเรื่องการบริหารจัดการวิทยุชุมชน ผู้เข้ารับการอบรมก็น่าจะเป็นคณะกรรมการ/คณะทำงานของกลุ่ม

วิธีการฝึกอบรมนั้นก็ขึ้นอยู่กับลักษณะของเนื้อหา เช่น การอบรมผลิตรายการวิทยุชุมชนแบบ BBC ที่วิทยุชุมชนจ.ปัตตานีได้รับความร่วมมือจากทางBBC มาฝึกอบรมให้สมาชิกกลุ่มนั้น มีเนื้อหาที่ครอบคลุมเกี่ยวกับวิธีการผลิตรายการวิทยุและการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ในการจัดรายการวิทยุ การฝึกอบรมแบบนี้ มักต้องเตรียมสถานที่ที่เป็นสถานีวิจัยจริง ๆ เพื่อให้ผู้รับการอบรมรู้จักและคุ้นเคยกับเครื่องมือ วิธีการอบรมมักจะใช้การบรรยายประกอบกับการลงมือปฏิบัติจริง เพราะมีเนื้อหาเชิงเทคนิค

วิธีการฝึกอบรมให้มีประสิทธิภาพที่ดีนั้นก็มีการเหมือนกับการกระบวนการเรียนรู้โดยทั่วไป คือ ควรประกอบด้วย 3 กระบวนการย่อย ดังนี้



ตัวอย่างเช่นเมื่อสมาชิกวิทยุชุมชนจ.ปัตตานีได้มีประสบการณ์จัดรายการวิทยุมาสัก ช่วงเวลาหนึ่ง ผู้วิจัยได้จัดการอบรมการผลิตรายการเสริมให้แก่สมาชิกเพื่อเพิ่มพูนทักษะการจัด รายการ ซึ่งผลจากการจัดรายการทำให้สมาชิกได้ทราบจุดบกพร่องและจุดเด่นของตน และสามารถระบุความต้องการได้ หลังจากสำรวจความต้องการของสมาชิกแล้ว ผู้วิจัยจึงได้สร้าง หลักสูตรการฝึกอบรมตามความต้องการนั้น และเพื่อความมั่นใจ หลังจบการฝึกอบรมแล้วก็ได้มี การประเมินว่าได้ตอบสนองความต้องการของสมาชิกและ "เข้าเป้า" ที่ตั้งไว้หรือไม่

2. การจัดเวทีวิทยุชุมชนสัญจร

การจัดเวทีวิทยุชุมชนสัญจรนั้นถือได้ว่าเป็นรูปแบบการฝึกอบรมที่มีลักษณะ เฉพาะตัวของงานวิทยุชุมชน หลักการเบื้องต้นเลยก็คือ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบจากการที่เคยจัด รายการวิทยุอยู่ที่สถานีในห้องส่ง เป็นการย้ายสถานที่การจัดการในชุมชนเพื่อให้ชุมชนได้มองเห็น กระบวนการผลิตรายการ/รวมทั้งสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนการผลิต

อย่างไรก็ตาม สำหรับเป้าหมายของการจัดเวทีสัญจรนี้ก็ได้มากมาย นับตั้งแต่การ ประชาสัมพันธ์วิทยุชุมชน ไปจนถึงกระทั่งถึงการฝึกอบรมให้กลุ่มผู้รับผิดชอบวิทยุชุมชนได้ปฏิบัติงาน จริง รวมทั้งฝึกอบรมความเข้าใจให้แก่ชุมชนที่ลงไป

เมื่อเป้าหมายของเวทีสัญจรนี้ได้หลายวัตถุประสงค์ ผลที่จะเกิดตามมาก็คือ วิธีการ และเนื้อหาของการจัดเวทีสัญจรจึงแตกต่างกันออกไปด้วย แต่ทว่าหลักการพื้นฐานก็คือ เป็น วิธีการจัดอบรมที่ทีมผู้จัดจะสัญจรไปใช้สถานที่จัดในชุมชนเพื่อให้แกนนำชุมชนหรือคนในชุมชนได้ มีโอกาสเข้าร่วมมากที่สุด

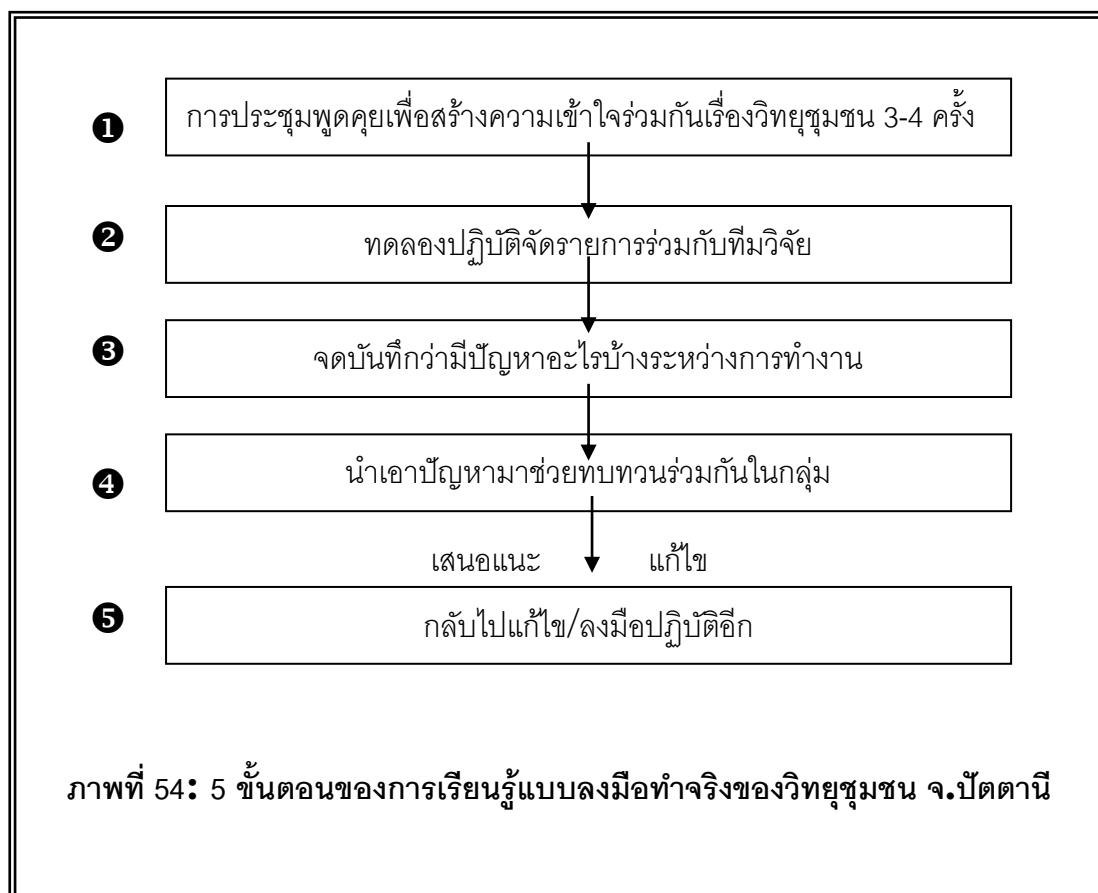
สำหรับเนื้อหาการอบรมมักจะเป็นเรื่องแนวคิด/ความเข้าใจเกี่ยวกับวิทยุชุมชนหรือ การบริหารจัดการวิทยุชุมชน

ส่วนวิธีการจัดนั้น จะใช้หลายวิธีร่วมกัน เช่น วิทยุชุมชนจ.ปัตตานีใช้วิธีให้คนใน ชุมชนเล่าประวัติของหมู่บ้าน และรูปแบบการสื่อสารของชุมชน มีการบรรยายแนวคิด และมีการ แบ่งกลุ่มย่อยให้ระดมสมอง เป็นต้น

กระบวนการดำเนินการฝึกอบรมในรูปแบบของเวทีวิทยุชุมชนสัญจรยังคงเป็น หลักการเดียวกับการฝึกอบรมทั่วไป จากข้อค้นพบของงานวิจัยวิทยุชุมชนจ.ปัตตานีซึ่งเน้นเรื่อง การฝึกอบรมอันเป็นเสมือนเครื่องมือสำคัญในการเตรียมกลุ่มนั้นได้ยืนยันว่า การจัดเวทีวิทยุชุมชน สัญจรให้ได้ผลอย่างแท้จริงจะต้องมี 3 ขั้นตอนคือ มีการเตรียมการทั้งด้านทีมผู้จัดและฝ่ายพื้นที่ ชุมชน ต้องมีการดำเนินการให้เป็นไปตามแผนงานที่วางเอาไว้ และต้องมีการประเมินผล หลังจากที่ทำกิจกรรมไปแล้ว หากขาด "กระบวนการสามช่า" ดังกล่าวแล้ว กิจกรรมการฝึกอบรมที่ ค่อนข้างใช้ทรัพยากรทุกอย่างสูง (เวลา/กำลังคน กำลังแรงงาน เงิน ฯลฯ)เช่นเวทีสัญจรนี้ก็อาจจะ ไม่คุ้มค่าของการลงทุน

3. การเรียนรู้ระหว่างลงมือทำจริง (On-the-job-training) เนื่องจากงานวิทยุชุมชนเป็นงานที่ผสมผสานระหว่างแนวคิดกับการปฏิบัติ ระหว่างความเข้าใจกับการลงมือทำ ดังนั้นข้อสรุปจากงานวิจัยวิทยุชุมชนจ.ปัตตานีข้อหนึ่งที่ชัดเจนอย่างยิ่งก็คือ รูปแบบการฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด (และอาจจะจำเป็นในระดับที่ขาดเสียมิได้) คือการเรียนรู้ระหว่างลงมือปฏิบัติจริง

จากกรณีตัวอย่างของวิทยุชุมชนจ.ปัตตานี ได้สรุปขั้นตอนของการเรียนรู้ระหว่างลงมือทำจริงออกเป็น 5 ขั้นตอนดังนี้คือ



ใน **ขั้นตอนที่ 1** เป็นการประชุมพูดคุยระหว่างกลุ่มคนทำงานวิทยุชุมชนเพื่อวางพื้นฐานความเข้าใจร่วมกัน (สัมมาทิฐิ) เนื้อหาก็คจะเป็นความรู้ที่อยู่ในหมวดความรู้/ความเข้าใจทั่วไปเรื่องวิทยุชุมชน

ใน **ขั้นตอนที่ 2** เป็นการลงมือทดลองปฏิบัติจัดรายการร่วมกับคณะวิจัย โดยการแนะนำให้ผู้รู้จักอุปกรณ์เครื่องมือและวิธีการใช้แบบพื้นฐาน และเริ่มลงมือทำ

ใน **ขั้นตอนที่ 3** ในระหว่างที่กำลังฝึกทำงานนั้น ให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคนจดบันทึกว่ามีปัญหาอะไรบ้างในระหว่างการทำงาน

ใน **ขั้นตอนที่ 4** จัดประชุมสรุปปัญหาด้วยการนำเอาปัญหาของแต่ละคนมา ทบทวนร่วมกันและช่วยกันหาทางแก้ไข ตัวอย่างเช่นการประชุมสรุปปัญหาของกลุ่มวิทยุชุมชนจ.ปัตตานี ในวันที่ 3 มิ.ย. 2544 มีดังนี้

- เนื้อหารายการ พบปัญหาคือไม่มีข้อมูลหรือบางครั้งมีมาก แต่ย่อไม่เป็น
- กลุ่มคนฟังและผลที่ได้รับ พบว่าสมาชิกไม่ทราบว่ากลุ่มผู้ฟังที่แท้จริงเป็นใคร แต่คาดว่าเป็นบุคคล 2 กลุ่มคือช่วงเวลา 19.35-20.00 น. เป็นชาวบ้านทั่วไป และเวลา 13.05 - 13.30 น. เป็นกลุ่มแม่บ้าน

- เวลาที่ออกอากาศ สมาชิกกล่าวว่า เป็นช่วงเวลาที่ ไม่เหมาะสม เพราะเป็นช่วงเวลาที่ ต้องละหมาด (เป็นวิทยุในชุมชนมุสลิม)

- ความยาวของรายการ คิดว่าเหมาะสมดีแล้ว
- รูปแบบรายการ ส่วนใหญ่รายการที่จัดมาเป็นรายการสดใช้รูปแบบพูดคุยและสัมภาษณ์ แต่ปัญหาที่ประสบคือ บางครั้งผู้จัดหาวิทยากรมาร่วมรายการไม่ได้ หรือมีการเชิญชวนให้ผู้ฟังโทรศัพท์เข้ามาแสดงความคิดเห็น แต่เท่าที่ผ่านมายังไม่มีผู้ฟังติดต่อเข้ามา

ใน **ขั้นตอนที่ 5** หลังจากได้แนวทางการแก้ไขปัญหาบางประการจากขั้นตอนที่ 4 แล้ว ขั้นตอนที่ 5 ก็เป็นการนำข้อเสนอแนะนั้นมาทดลองปฏิบัติ เช่นข้อเสนอแนะเหล่านี้

- ทางกลุ่มควรจัดกิจกรรมการพัฒนาทักษะการจัดรายการ
- ควรจัดหาวิทยุเทปกระเป๋าคือขนาดเล็กที่สามารถบันทึกเสียงหรือทำรายการสัมภาษณ์นอกสถานที่ได้ เพื่อแก้ปัญหาต้องเชิญวิทยากรมาที่สถานี

- ควรหาคนจัดรายการเพิ่มเพื่อหมุนเวียนแบ่งเบาภาระของคนทำงาน

ผลจากการฝึกอบรมแบบลงมือปฏิบัติงานจริงพร้อมทั้งมีกระบวนการทบทวนอย่างครบเครื่องดังนี้มีประโยชน์หลายประการ เช่น ข้อเสนอของสมาชิกกลุ่มวิทยุชุมชนจ.ปัตตานี สรุปว่า

- (i) ช่วยให้ผู้จัดรายการเกิดความมั่นใจในการจัดรายการมากขึ้น
- (ii) เกิดการพัฒนาคุณภาพรายการ
- (iii) ได้รูปแบบและวิธีการจัดรายการแบบใหม่ๆ
- (iv) ได้ทบทวนคุณภาพรายการและทราบปัญหาการจัดรายการของกลุ่ม
- (v) ได้ขยายกลุ่มโดยเปิดโอกาสให้บุคคลอื่นๆได้มาร่วมกิจกรรมการฝึกอบรม สมัครเป็นสมาชิกและร่วมจัดรายการวิทยุ

4. การจัดเวทีเสวนารูปแบบต่างๆ

การจัดเวทีเสวนาหรือเวทีสัมมนาที่มีลักษณะเหมือนการฝึกอบรมเพื่อการเรียนรู้แบบการจัดเวทีวิทยุชุมชนสัญจร กล่าวคือสามารถทำได้เพื่อตอบวัตถุประสงค์เป้าหมายหลายๆอย่าง ตั้งแต่การสรุปบทเรียน การเผยแพร่แนวคิดใหม่ การประกาศเปิดตัว การระดมพลังเพื่อการขับเคลื่อน ฯลฯ ซึ่งเป้าหมายที่แตกต่างกันนั้นก็จะมีผลไปถึงการคัดเลือกผู้เข้าร่วมเสวนาทั้งในเชิงปริมาณ/จำนวนคน และทั้งในแง่คุณภาพของคน และทำดีที่สุด เป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ก็จะมาเป็นตัวกำหนดเนื้อหาและรูปแบบของการจัดเวทีเสวนา

แต่ไม่ว่าจะมีความแตกต่างหลากหลายอย่างไรก็ตาม การจัดการอบรมในรูปแบบของเวทีเสวนาก็จะมีลักษณะร่วมกันเป็นพื้นฐาน คือ เป็นการสื่อสารระดับกลุ่มแบบเห็นหน้าเห็นตากัน ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดการถ่ายทอดหรือ/ระดมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นใดประเด็นหนึ่งที่มีการเตรียมเอาไว้ก่อน ทั้งนี้โดยทีมผู้จัดต้องทำการบ้านมาก่อนทั้งในเรื่องประเด็น/ผู้เข้าร่วม/วิทยากร(ถ้ามี)/สถานที่/กระบวนการ

ตัวอย่างเช่นการจัดเวทีเสวนา/สัมมนาของวิทยุชุมชน/จุดปฏิบัติการเรียนรู้ของจ.มหาสารคาม ซึ่งในช่วงปีพ.ศ.2545 มีจำนวน 39 สถานี การเสวนา/สัมมนาครั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อแสวงหาทิศทางและแนวทางของวิทยุชุมชนภาคอีสานร่วมกัน คณะผู้จัดประกอบด้วยสมาพันธ์วิทยุชุมชนอีสานและคณะวิทยากรสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสารคาม มีผู้เข้าร่วมประมาณ 250 คน

จากวัตถุประสงค์ดังกล่าว ได้แตกตัวออกมาเป็นเนื้อหา 3 ส่วนโดยใช้เกณฑ์เรื่องช่วงเวลาเป็นตัวกำหนดคือ

- (i) การสรุปบทเรียนของวิทยุชุมชนในภาคอีสาน (ภาคอดีต)
- (ii) สถานการณ์วิทยุชุมชนในปัจจุบัน (ภาคปัจจุบัน)
- (iii) จังหวะก้าวและทิศทางวิทยุชุมชน (ภาคอนาคต)

ในขณะที่เวทีเสวนาของวิทยุชุมชนจ.ปัตตานีนั้นได้นำไปออกแบบอย่างสร้างสรรค์ คือผนวกเป็น "การจัดเวทีเสวนาและการเดินรณรงค์ชูธงสี" โดยมีที่มาว่า หลังจากกลุ่มวิทยุชุมชนได้ทำงานมาระยะหนึ่งแล้ว พบว่า กลุ่มตนเองพอจะเป็นที่รู้จักในสังคมและรู้สึกภาคภูมิใจ จึงคิดว่าน่าจะมีการประกาศตัวตนให้คนในจังหวัดได้รู้จักอย่างกว้างขวาง จึงได้จัดเสวนาเพื่อเป้าหมายดังกล่าว

สำหรับรูปแบบกิจกรรมนั้นได้แบ่งออกเป็น 2 ช่วงคือ

- (1) ช่วงเช้าตรู่เป็นการเดินขบวนรณรงค์ชูธงสี เป็นกิจกรรมประกาศตัวตนของวิทยุชุมชน ผู้ร่วมขบวนมี 250 คน เป็นสมาชิกและเครือข่ายของวิทยุชุมชน

(2) ช่วงสายเป็นการจัดเวทีเสวนา ซึ่งเชิญผู้ว่าราชการจังหวัดมาให้เกียรติร่วมเสวนา โดยใช้ชื่อเวทีว่า "สิทธิและการมีส่วนร่วมในการใช้คลื่นของวิทยุภาคประชาชน"

เนื้อหาของการเสวนาบนเวทีมี 3 ประเด็นคือ สถานการณ์ของกฎหมายที่เกี่ยวกับการปฏิรูปสื่อ บทบาทของสื่อชุมชนต่อสังคม และการเตรียมพร้อมของภาคประชาชนเพื่อมาใช้สิทธิตามกฎหมาย

รูปแบบของการเสวนา จะเป็นการพูดคุยอภิปรายของวิทยากรบนเวที และเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้แสดงความคิดเห็น

นอกเหนือจากตัวอย่างรูปแบบการฝึกอบรมที่ประมวลมาแล้วนั้น ดังที่ได้กล่าวมาตั้งแต่ต้นแล้วว่า การฝึกอบรมนั้นยังเป็นเรื่องที่สามารถจะสร้างสรรค์ต่อไปได้อีก และยังมีรูปแบบการฝึกอบรมอย่างอื่นที่น่าสนใจ เช่น รูปแบบการไปดูงานวิทยุชุมชนในที่อื่นๆ ซึ่งเป็นรูปแบบที่จะช่วยขยายฐานความรู้ เปิดโลกทัศน์ เกิดการเรียนรู้เปรียบเทียบระหว่างงานของคนอื่นกับตัวเราเอง อย่างไรก็ตาม รูปแบบการฝึกอบรมแบบดูงานก็จำเป็นต้องใช้ทรัพยากรสูงมาก จึงต้องมีการออกแบบวางแผนอย่างรอบคอบให้คุ้มค่า เป็นต้น

5. ตัวอย่างของจริง

ถึงแม้เราจะทำการจัดประเภทแยกแยะการฝึกอบรมออกเป็นรูปแบบต่างๆ กลุ่มคนกลุ่มต่างๆ เนื้อหาแบบต่างๆ ฯลฯ ตามที่กล่าวมาข้างต้น แต่ผลจากการวิจัยกรณีศึกษาทั้ง 4 กรณีก็พบว่า ในการลงมือทำงานจริงๆ นั้น มักจะมีการผสมผสานรูปแบบ/เนื้อหา/เป้าหมายของการฝึกอบรมเข้าด้วยกัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(5.1) การอบรมการจัดรายการวิทยุชุมชนคนเมืองน่าน

หลังจากก่อตั้งคณะกรรมการบริหารวิทยุชุมชนและได้แสวงหาเงินทุนได้แล้ว คณะกรรมการฯ ได้ดำเนินการจัดอบรมผู้ดำเนินรายการวิทยุชุมชนเป็นเวลา 2 วัน

เป้าหมาย เพื่อขยายเครือข่ายสมาชิกและสรรหาผู้ดำเนินรายการให้กับรายการ

ผู้เข้าร่วม เป็นผู้สนใจที่มาจากตัวแทนชุมชนของ 10 อำเภอ (จ.น่าน มีเครือข่ายคนทำงานภาคประชาสังคมที่เข้มแข็ง จึงสามารถสรรหาผู้สนใจได้)

วัตถุประสงค์เฉพาะ เพื่อให้ความรู้ด้านการจัดรายการและฝึกปฏิบัติ รวมทั้งคัดเลือกตัวแทน (ที่มีแววดี) มาร่วมทำรายการวิทยุ

เนื้อหาการอบรม

วันที่ 1: เสวนาโดยมีวิทยากรเรื่อง "แนวคิดการจัดรายการวิทยุภาคประชาชน"

: เจ้าหน้าที่สวท. บรรยายเรื่อง "หลักการทั่วไปของการจัดรายการวิทยุ"

วันที่ 2: แบ่งกลุ่มย่อยเพื่อลงมือฝึกปฏิบัติการจัดรายการจริงๆ ให้ครบทุกขั้นตอน

(5.2) การประชุมเชิงปฏิบัติการการผลิตรายการวิทยุชุมชน จ.มหาสารคาม

หลังจากที่กลุ่มปฏิบัติการวิทยุชุมชนได้ทดลองจัดรายการไปช่วงระยะเวลาหนึ่ง คณะวิจัยวิทยุชุมชน จ.มหาสารคามได้จัดประชุมเชิงปฏิบัติการโดยมีเป้าหมายเพื่อเสริมฐานความเข้าใจและขยายทักษะการจัดรายการให้แก่สมาชิกกลุ่มวิทยุชุมชน

ผู้เข้าร่วม เป็นตัวแทนกลุ่มวิทยุชุมชนอุ้มชูสารคามจำนวน 10 คน และนิสิตสาขาการสื่อสารมวลชน 5 คน

ระยะเวลา 2 วัน

เนื้อหาการอบรม

วันที่ 1: วิทยากรบรรยายเรื่อง "หลักการและแนวคิดพื้นฐานของวิทยุชุมชน"

: วิทยากรที่เป็นนักวิจัยและเป็นนักจัดรายการวิทยุชุมชนจาก จ.นครราชสีมาและจ.บุรีรัมย์ เล่าประสบการณ์ของตนเอง

: วิทยากรบรรยายเรื่อง "วิธีการผลิตรายการแบบต่างๆของวิทยุชุมชน"

วันที่ 2: แบ่งกลุ่มผู้เข้าร่วมเป็นกลุ่มย่อยๆ ให้ทดลองเลือกผลิตรายการรูปแบบใหม่ๆ ที่ฟังมาจากการบรรยายอย่างครบขั้นตอน

: การนำเสนอและอธิบายผลการทดลองการผลิตรายการร่วมกันในกลุ่มใหญ่

6. บทเรียนของการฝึกอบรมที่สำเร็จ/ล้มเหลว

ผลจากการวิจัยเรื่องวิทยุชุมชนที่ผ่านมาให้บทเรียนบางประการเกี่ยวกับการฝึกอบรมด้านวิทยุชุมชนดังนี้

- **ต้องระมัดระวังวิธีการให้เนื้อหาที่เป็นวิชาการมากเกินไป** ซึ่งมักจะเป็นข้อคิดเห็นอันดับแรกๆ เมื่อมีการประเมินผลผู้รับการอบรม ทั้งนี้เนื่องจากวิทยากรที่เชิญมามักเป็นนักวิชาการหรือนักวิชาชีพสื่อมวลชน ดังนั้นจึงต้องมีการแปลง "ภาษาวิชาชีพ" ให้เป็น "ภาษาที่ชาวบ้านฟังเข้าใจได้"

- **รูปแบบการสื่อสารแบบสองทางจะให้ผลดีมากกว่าการสื่อสารแบบทางเดียว** ดังนั้นการฝึกอบรมจึงไม่ควรมีแต่ช่วงที่วิทยากรมาพูดแล้วผู้รับการอบรมนั่งฟังตลอดทั้งรายการแน่นอนว่าการรับฟังความรู้จากวิทยากรเป็นรูปแบบที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่ควรจัดรูปแบบการอบรม

ให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การประชุมกลุ่มย่อย การซักถามข้อข้องใจ การระดมสมอง ฯลฯ ผสมผสานด้วย

- **จัดอบรมต้องประกอบด้วยกิจกรรม** ไม่ว่าจะเป็นการอบรมด้วยเนื้อหาแบบใดก็ตาม ควรจะมีการมอบหมายให้ผู้เข้าอบรมไปทดลองทำกิจกรรมจริงๆ หลังจบแล้ว เช่น ไปทดลองจัดวิทยุจริง ๆ ไปลองประชาสัมพันธ์วิทยุชุมชน ไปขยายเครือข่าย ฯลฯ แล้วนำผลการทำกิจกรรมมาทบทวนอีกครั้ง

- การจัดอบรมจะได้ผลดีอย่างมาก หากชุมชน/ผู้เข้าอบรม**มีความต้องการการอบรม**อย่างแท้จริง เช่น มีการเรียกร้องให้อบรม และหากมีการ "ตัดเย็บ" หลักสูตรการอบรมให้เข้ากับลักษณะของชุมชนก็จะยิ่งได้ผลดียิ่งขึ้น

- **บรรยากาศในการอบรม** ก็เป็นส่วนประกอบให้การอบรมได้ผลดีหรือล้มเหลว การลงไปจัดเวทีสัญจรในหมู่บ้าน จะทำให้ได้บรรยากาศที่เป็นกันเอง เกื้อหนุนให้มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนอย่างเป็นกันเอง

- มีข้อควรคำนึงว่า การจัดฝึกอบรมนั้น จะทำเพียงครั้งเดียวแล้วก็เลิกกันนั้น มักจะไม่ได้ผล จึงควรมีการวางแผนการฝึกอบรมเอาไว้เป็น "ชุด" หรือมีการชุมนุมศิษย์เก่าเพื่อย้อนกลับมาทบทวนความหลังเป็นระยะๆ โดยใช้สูตร action/reflection (คิด-ทำ-คิด-ทำ...) สลับกันไป

6.2 การวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของประชาชนในวิทยุชุมชน

หากย้อนกลับไปพิจารณาภาพที่ 7 องค์ประกอบของวิทยุชุมชนแล้วก็จะเห็นว่า ปัจจัยเรื่อง "การมีส่วนร่วมของชุมชนในวิทยุชุมชน" นั้น ถือได้ว่าเป็นรากแก้วรากหนึ่งของต้นไม้ที่ชื่อวิทยุชุมชนทีเดียว ซึ่งหมายความว่า ต้นไม้ดังกล่าวจะแข็งแรงหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับความแข็งแรงของรากแก้วรากนี้

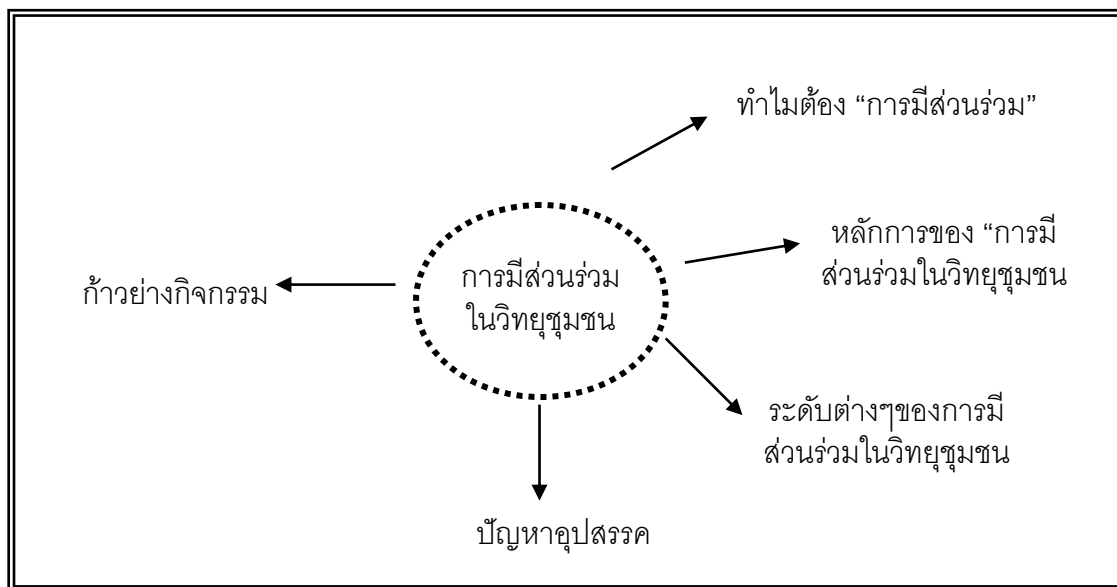
สำหรับแนวคิดเรื่อง "การมีส่วนร่วม" กับ "วิทยุชุมชน" นั้น สามารถพิจารณาได้ 2 แง่มุม คือ

(1) การใช้วิทยุชุมชนเป็นเครื่องมือให้ประชาชนได้เข้าไปมีส่วนร่วมในชีวิตสาธารณะ รวมทั้งมีส่วนในการตัดสินใจดำเนินการในระดับนโยบาย ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในเรื่องบทบาท/หน้าที่และประโยชน์ของวิทยุชุมชน

(2) การเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในตัววิทยุชุมชนเอง ซึ่งเป็นประเด็นที่เรา กำลังจะพิจารณากันต่อไปในที่นี้

ทั้งสองแง่มุมนั้นต่างมีความเกี่ยวข้องรับส่งกัน กล่าวคือหากประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในวิทยุชุมชนอย่างเข้มแข็ง ก็สามารถใช้วิทยุชุมชนเป็นเส้นทางเสริมพลังเข้าไปสู่วิถีวัฒนธรรมได้อย่างดี

สำหรับประเด็นที่น่าจะพิจารณาเกี่ยวกับเรื่องการมีส่วนร่วมในวิทยุชุมชนมีดังนี้



ภาพที่ 55 : การมีส่วนร่วมในวิทยุชุมชน

1. ทำไมต้อง "การมีส่วนร่วม"

เมื่อเราทบทวนความหมายและความสำคัญกันอีกครั้งหนึ่งเพื่อความแน่ใจว่า "ทำไมเรื่องวิทยุชุมชน" ต้องมีรากแก้วเป็นเรื่องการมีส่วนร่วม เราก็จะพบคำตอบจาก 3 ทิศทางคือ

(1.1) คำตอบเชิงปรัชญาของวิทยุชุมชน

หากเรากำหนดระบุนำให้คำตอบเดียวต่อคำถามที่ว่า "วิทยุชุมชนนั้นคืออะไร มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากวิทยุสาธารณะ/ธุรกิจอย่างไร" คำตอบที่ดูเหมือนจะต้องเลือก ก็คือ วิทยุชุมชนนั้นเป็นวิทยุที่เปิดกว้างต่อ "การมีส่วนร่วมของผู้คนมากที่สุด" เนื่องจากเป็นวิทยุที่ดำเนินงานโดยชุมชน ของชุมชน และเพื่อชุมชน

อย่างไรก็ตาม จากหลักปรัชญาดังกล่าวนี้นี้ เมื่อยามแปรลงไปเป็นภาคปฏิบัติก็จำเป็นต้องระมัดระวังการผิดเพี้ยน ดังที่เวิร์ท (1994:17) ชี้ว่า แม้ว่าในเรื่องของการมีส่วนร่วมในสื่อชุมชนนั้นจะมีได้หลายระดับ หลายรูปแบบ แต่ทว่า ก็อาจจะแยกประเภทออกมาได้เป็น 2 แบบใหญ่ๆ คือการมีส่วนร่วมแท้และการมีส่วนร่วมเทียม โดยการมีส่วนร่วมแท้จริงคือการที่ภาค

ประชาชนได้ร่วมกันเป็นเจ้าของ (ownership) และสามารถควบคุม (control) กิจกรรมนั้นๆ ได้ ในขณะที่*การมีส่วนร่วมเทียม* คือการที่ภาคประชาชนได้โอกาสเข้ามาร่วมกิจกรรมในระดับปฏิบัติ ตาม แต่ทว่าไม่มีผู้ออกแบบแนวคิดเอาไว้แล้ว ประชาชนเพียงแต่มาร่วมเอาแนวคิดนั้นไปปฏิบัติในระดับชุมชนของตนเท่านั้น

(1.2) คำตอบเชิงหลักการของวิถุชุมชน

ดังได้กล่าวมาแล้วว่า เป้าหมายสูงสุดประการหนึ่งของวิถุชุมชนก็คือการผลิต เนื้อหารายการเพื่อตอบสนองความต้องการในงานพัฒนาของชุมชน การตอบสนองความต้องการ นั้นจะเป็นไปไม่ได้เลยหากชุมชนไม่เข้ามามีส่วนร่วม มาร่วมสะท้อนความต้องการ มาบอกเล่าเก็บ สืบว่าชุมชนคาดหวังอะไร รวมทั้งมาคอยช่วยประเมินผลวิถุชุมชนด้วย

(1.3) คำตอบภาคปฏิบัติ

นอกเหนือจากเหตุผลเชิงหลักการ/ปรัชญาที่ว่า "วิถุชุมชนเป็นวิถุของทุกคน จึง ต้องให้ทุกคนมีส่วนร่วมแล้ว" แม้แต่เหตุผลในทางปฏิบัติก็ต้องการหลักการมีส่วนร่วมของชุมชน อยู่ดี ดังตัวอย่างงานวิจัยวิถุชุมชนหลายแห่งที่มีอาการเหมือนผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ แปลกๆ ของไทย คือจะครีกรึ้นเพื่อองฟูในระยะเริ่มแรก แล้วก็ค่อยๆ ชบเซาในระยะต่อมา จนกระทั่งฟูหายไป ตอนท้าย ชะตากรรมของวิถุชุมชนก็อาจจะเป็นเช่นนั้น

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในตอนต้นว่า งานวิถุเป็นงานที่ต้องทำทุกวัน ทำอย่างต่อเนื่อง ยาวนาน ในการจัดทำต้องมีการเตรียมตัว มีการประสานผู้คน ค้นหาข้อมูล ฯลฯ ซึ่งล้วนแต่ต้องใช้ แรงงานคน แรงงานสมอง กำลังกาย และเวลาทั้งนั้น ดังนั้น หากงานวิถุชุมชนรวมศูนย์อยู่ในกลุ่ม คนเพียงไม่กี่คน ในไม่ช้า คนกลุ่มนั้นก็หมดแรงที่จะยืนหยัดต่อไปได้ ทางออกทางเดียวก็คือ ต้องมีกลุ่มอาสาสมัครกลุ่มใหญ่ที่จะมีการหมุนเวียนผลัดเปลี่ยนกันมาแบกรับความรับผิดชอบ (ดู กรณีศึกษาของอาสาสมัครได้จากวิถุชุมชน จ.บุรีรัมย์)

ปัญหาการขาดทรัพยากรกำลังคนในการดำเนินงานวิถุชุมชนจึงแก้ไขได้ด้วยการใช้ กระบวนการขยายการมีส่วนร่วมของเครือข่าย/อาสาสมัครเท่านั้น **แผนการขยายเพื่อร่วมงาน** จึงเป็นหลักประกันอันหนึ่งของอายุอันยืนยาวของวิถุชุมชน

การมีส่วนร่วมของประชาชนในวิถุชุมชนจึงเป็นทั้งความจำเป็นอันจะขาดเสียมิได้ใน อันดับแรก และเป็นหลักประกันการเป็นวิถุชุมชนที่แท้จริงในลำดับต่อมา และคงต้องอาศัยการมี ส่วนร่วมของประชาชนในวิถุชุมชนอย่างแท้จริงนี่เอง ที่จะทำให้วิถุชุมชนสามารถแสดงบทบาท หน้าที่และคุณประโยชน์นานับประการวนคืนกลับไปสู่ชุมชนดังที่กล่าวมาข้างต้น

2. หลักการของ "การมีส่วนร่วมในวิถุชุมชน"

นอกเหนือจากหลักการพื้นฐานเรื่อง "การมีส่วนร่วมของแท้และของเทียม" ที่กล่าวมาแล้ว ผลการวิจัยเรื่อง วิถุชุมชนทั้ง 4 กรณี ได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับหลักการของ "การมีส่วนร่วมในวิถุชุมชน" ดังนี้คือ

(i) ต้องมีส่วนร่วมทุก ๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับชุมชน

จากบทเรียนจากวิถุชุมชน จ.ปัตตานี ซึ่งเป็นวิถุระดับรากหญ้าอย่างจริงจัง ชาลิสสาให้ข้อสรุปว่า ภาวะการสร้างการมีส่วนร่วมนั้นจะต้องมี 3 ระดับดังนี้

(ก) การสร้างความมีส่วนร่วมระดับภายในกลุ่ม เป็นเรื่องของการติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่มคนที่มีความสนใจและเข้าใจในเรื่องเดียวกัน เช่น กลุ่มวิถุชุมชน การสื่อสารในระดับนี้จะเป็นแนวนอนเพื่อขยายหรือสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกให้เหนียวแน่นเพื่อเกาะกลุ่มกันทำงานร่วมกันต่อไป การมีส่วนร่วมในระดับนี้เกิดขึ้นได้ง่าย เพราะการมีเจตนาจริงและความเข้าใจร่วมกันเป็นพื้นฐาน

(ข) การสร้างการมีส่วนร่วมในระดับชุมชน เป็นการสร้างบรรยากาศการมีส่วนร่วมรับรู้ในแนวคิดวิถุชุมชนและการปฏิรูปสื่อ การสื่อสารนั้นคงจะต้องผ่านตัวแทนที่เป็นแกนนำหรือเป็นสมาชิกในกลุ่มวิถุชุมชน (ทำหน้าที่คล้ายๆ กัน "ผู้นำทางความคิด" (opinion leader) รูปแบบการสื่อสารที่ใช้คือ การสื่อสารสองทางที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสามารถร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและซักถามได้

(ค) การสร้างความมีส่วนร่วมกับผู้ปกครอง ทั้งระดับจังหวัดและระดับท้องถิ่น รวมทั้งกลุ่ม/องค์กรภายนอก ทั้งนี้เนื่องจากแนวคิดและแนวปฏิบัติของวิถุชุมชนเป็นเรื่องใหม่ของสังคมไทย จึงจำเป็นต้องสร้างภาวะการมีส่วนร่วมปฏิรูปสื่อระหว่างผู้ปกครองกับประชาชนในท้องถิ่นเพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น ลดความหวาดระแวงหรือความสงสัยในเจตนาจริงของภาคประชาชน ในอีกด้านหนึ่งก็เพื่อระดมความร่วมมือ/ช่วยเหลือ/การสนับสนุนจากภายนอก (external support)

จากกรณีของวิถุชุมชนจ.น่าน และ จ.ปัตตานี ได้แสดงให้เห็นว่า หากกลุ่มวิถุชุมชนสามารถระดมความร่วมมือในระดับที่ 3 คือจากภาครัฐ/องค์กรภายนอกได้ จะมีส่วนหนุนช่วยการพัฒนา/เติบโตของวิถุชุมชนอย่างดี

สำหรับรูปแบบการสื่อสารที่ทางกลุ่มวิถุชุมชนได้ใช้ก็คือ การแสวงหาโอกาสไปนำเสนอข่าวสารเรื่องวิถุชุมชนต่อผู้ปกครองและองค์กรภายนอกโดยผ่านเวทีประชุมต่างๆ ที่ทางจังหวัดจัดขึ้น หรือกลยุทธ์เชิงรุก คือการเชิญตัวแทนรัฐมาร่วมในงานวิถุชุมชน หรือการติดต่อผู้แทนหน่วยราชการมาร่วมใช้สื่อวิถุชุมชนด้วย เป็นต้น

ในทางตรงข้าม มีงานศึกษาวิทยุชุมชนจ.แม่ฮ่องสอน ซึ่งนักวิจัยพบว่า เนื่องจากในระยะเริ่มแรก การทำงานวิทยุชุมชนต้องอาศัยความร่วมมือและร่วมใจทั้งจากฝ่ายประชาชนและเจ้าหน้าที่ แต่ทว่าปัญหาของเจ้าหน้าที่ก็คือ เมื่อรับนโยบายมากก็ต้องดำเนินกิจกรรมทันที ทำให้ขาดความเข้าใจทั้งในตัวเนื้อหา/ปรัชญา/ธรรมชาติของวิทยุชุมชน และทั้งวิธีการที่จะ "ทำงานกับชาวบ้าน" (จิระวรรณ, 2545) ซึ่งสภาพการณ์ดังนี้ วีรพงษ์และคณะก็พบเช่นเดียวกันว่าในกรณีของวิทยุชุมชนจ.นครราชสีมา นั้น ไม่เพียงแต่ด้านฝ่ายประชาชนเท่านั้นที่ไม่เข้าใจเรื่องวิทยุชุมชน แม้แต่เจ้าหน้าที่รัฐเองก็ยังไม่เข้าใจที่ชัดเจนเช่นเดียวกัน ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการติดตั้งความเข้าใจให้กับเจ้าหน้าที่ด้วย คือ ต้องเตรียมความเข้าใจของเจ้าหน้าที่ทั้งในเรื่อง "แนวคิดวิทยุชุมชน" และ "วิธีการทำวิทยุร่วมกับชาวบ้าน" รวมทั้งต้องให้เวลาในขั้นตอนการเตรียมประชาชน การประชาสัมพันธ์ ฯลฯ ซึ่งเราอาจคิดเปรียบเทียบกับการทำงานหรือปลูกพืชได้ว่า หากเตรียมดินไม่ดีก็เสียแล้ว โอกาสที่จะได้ผลผลิตสมบูรณ์ย่อมมีน้อย

(ii) ภายในชุมชนต้องระดมการมีส่วนร่วมจากทุกกลุ่มอย่างกว้างขวาง

เป็นที่น่าสังเกตว่า ในสภาพความเป็นจริงของการเคลื่อนไหวของวิทยุชุมชนในสังคมไทยปัจจุบัน ยังคงเลื่อนจากระดับ "หัว" มาสู่ "ลำคอ" เท่านั้น กล่าวคือ กลุ่มคนที่เข้าไปมีบทบาทในวิทยุ ส่วนใหญ่ยังคงเป็นกลุ่มชนชั้นกลางที่มีการศึกษาดี มีความเข้าใจเรื่องสิทธิการสื่อสาร หรือเป็นผู้นำชุมชน ดังนั้นก้าวต่อไปของวิทยุชุมชนจึงควรเป็นการผลักดันให้การเคลื่อนไหวนี้ลงไปสู่ลำตัวซึ่งเป็นฐานรากเพื่ออนาคตอันมั่นคงของวิทยุชุมชนในสังคมไทย

และแม้แต่ในระดับชุมชน เนื่องจากชุมชนเองก็มีกลุ่มคนแยกเป็นกลุ่มต่าง ๆ ด้วยเกณฑ์ต่างๆ เช่น เพศ วัย อาชีพ สถานะทางเศรษฐกิจสังคม ฯลฯ เช่น กลุ่มเด็ก เยาวชน กลุ่มผู้หญิง กลุ่มผู้ป่วย กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มพระสงฆ์ ฯลฯ ในทางหลักการแล้ว วิทยุชุมชนจะต้องเปิดพื้นที่ให้คนทุกกลุ่มได้เข้ามามีส่วนร่วมในหลายระดับ เช่น ต้องมีตัวแทนกลุ่มแม่บ้าน เยาวชน ผู้สูงอายุ พระสงฆ์ ฯลฯ เข้ามาเป็นคณะกรรมการวิทยุชุมชน ต้องมีเนื้อหาสำหรับคนทุกกลุ่มในชุมชน เป็นต้น

ในระดับของชุมชนทั้งหมดนั้น หากการระดมการมีส่วนร่วมเป็นไปอย่างไม่กว้างขวาง โฉมหน้าของวิทยุชุมชนก็จะเป็น "เครื่องมือของคนบางกลุ่ม" เท่านั้น จากประวัติศาสตร์การพัฒนาของวิทยุชุมชนจ.น่านในยุคแรก ๆ ที่มีเพียง "กลุ่มฮักเมืองน่าน" เท่านั้นที่เป็นกลุ่มผู้รับผิดชอบ ผลที่เกิดขึ้นก็ได้แสดงให้เห็นแล้วว่า ทรัพยากรกำลังคนและเวลาไม่เพียงพอสำหรับการดำเนินงานอย่างยั่งยืน ดังนั้น ในยุคสุดท้าย ทางสวท.จ.น่านจึงต้องเปิดกว้างให้คณะผู้รับผิดชอบวิทยุชุมชนมาจากตัวแทนของกลุ่มต่างๆ หลายสิบกลุ่ม พร้อมทั้งยังมีแผนงานที่จะเปิดขยายการมีส่วนร่วมออกไปอีกในอนาคต

(3) ระดับต่าง ๆ ของการมีส่วนร่วมในวิทยุชุมชน

(3.1) ตามหลักการ

สำหรับงานวิชาการที่ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมในวิทยุชุมชนนั้น มักจะแบ่งระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนเอาไว้ 3 ระดับดังนี้คือ

- (ก) การมีส่วนร่วมในระดับผู้ฟัง
- (ข) การมีส่วนร่วมในระดับผู้ผลิตรายการ
- (ค) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้บริหาร/ผู้วางแผน/นโยบาย

อย่างไรก็ตาม ในแต่ละระดับนั้น ยังคงเปิดกว้างต่อการริเริ่มสร้างสรรค์ของวิทยุชุมชนในแต่ละอย่างว่าจะสามารถพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมในแต่ละระดับออกมาได้อย่างไร จากกรณีศึกษาทั้ง 4 กรณีนั้น มีตัวอย่างการสร้างสรรค์การมีส่วนร่วมที่หลากหลายมากดังนี้

(i) การมีส่วนร่วมในระดับผู้ฟัง

ผู้ฟังวิทยุชุมชนจะไม่เป็นเพียง "ผู้ฟังเฉยๆ" แต่สามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้อย่างหลากหลาย ตั้งแต่

- รับฟังอย่างสม่ำเสมอ
- รายงานผลการฟังให้ทางผู้จัดรายการทราบ
- ดิชม/เสนอแนะ/ประเมินผลรายการ
- โทรศัพท์เข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็นในรายการ
- จดหมายมาเสนอแนะหัวข้อ/ประเด็นเนื้อหา/ประเด็นปัญหา
- เป็นตัวแทนส่งข่าวสาร/ร่วมแจ้งข่าวสาร/ตรวจสอบข่าวสารกับพื้นที่
- ร้องทุกข์/ร้องเรียนปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในชุมชน
- ร่วมงานเวทีสัญจร/กิจกรรมต่างๆของวิทยุชุมชน/ช่วยจัดหาทุนสนับสนุน
- เสนอแนะรูปแบบรายการ
- ช่วยประชาสัมพันธ์วิทยุชุมชน

ฯลฯ

(ii) การมีส่วนร่วมในระดับผู้ผลิตรายการ/ผู้ดำเนินรายการ

เป็นระดับการมีส่วนร่วมที่สูงขึ้นมา ซึ่งมีได้หลายรูปแบบตามความสนใจและโอกาสเงื่อนไขที่เอื้ออำนวยของประชาชน เช่น

- เป็นอาสาสมัครทำหน้าที่เป็นผู้สื่อข่าวท้องถิ่น ส่งข่าวสาร (แบบวิทยุจส.100) โดยคัดเลือกเนื้อหาข่าวสารที่น่าสนใจมาให้
- ช่วยเป็นแหล่งข้อมูลประจำสำหรับการแนะนำวิทยากร/แขกรับเชิญในพื้นที่

- ทำหน้าที่เป็นแขกรับเชิญ/วิทยากร/ผู้ให้สัมภาษณ์แบบบางโอกาสหรือแบบประจำ
- เข้ามาเป็นผู้ร่วมผลิตรายการ ในแง่ของการช่วยเลือกประเด็น เลือกแง่มุมช่วยรวบรวมข้อเท็จจริง ซึ่งจะมีบทบาททั้งในขั้นตอนก่อน/ระหว่าง/หลังการผลิต ซึ่งอาจอยู่ในฐานะอนุกรรมการ/คณะกรรมการผลิตเนื้อหารายการ
- หากมีความถนัด/มีความสนใจ/มีประสบการณ์และมีเวลาเอื้ออำนวยก็อาจจะเข้ามาเป็นผู้ดำเนินรายการได้เลย

ฯลฯ

(iii) การมีส่วนร่วมในระดับบริหารงาน

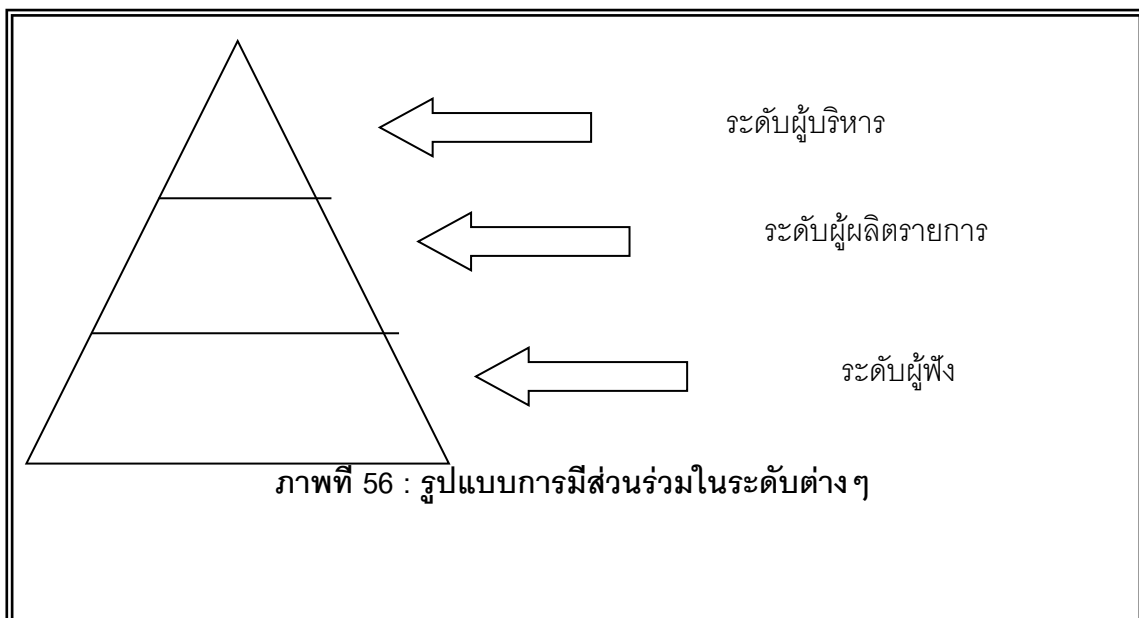
การมีส่วนร่วมในระดับนี้ถือเป็นขั้นสูงสุดของการมีส่วนร่วม ตัวอย่างเช่น การเข้ามาเป็นคณะกรรมการบริหารวิทยุชุมชน ซึ่งมีบทบาทหลากหลายอย่างที่ได้อธิบายมาแล้วข้างต้น เช่น

- เป็นผู้วางแผนและนโยบายเกี่ยวกับวิทยุชุมชน
- เป็นผู้ตัดสินใจเกี่ยวกับการแต่งตั้งคณะทำงานฝ่ายต่างๆ
- เป็นผู้ตัดสินใจเกี่ยวกับการเพิ่ม/ลดช่วงเวลาออกอากาศ/เนื้อหา
- เป็นผู้วางแผนกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการพัฒนาวิทยุชุมชน

ฯลฯ

มีข้อเสนอที่น่าสังเกตเกี่ยวกับระดับการมีส่วนร่วมทั้ง 3 ระดับนี้ดังนี้

- รูปแบบของการเข้ามามีส่วนร่วมในแต่ละระดับชั้นจะมีลักษณะเป็นรูปสามเหลี่ยมปิรามิด กล่าวคือ จำนวนคนที่จะเข้าไปร่วมในระดับผู้ฟังจะมีได้มาก ในระดับผู้ผลิตรายการจะมีได้น้อย และในระดับผู้บริหารจะมีคนกลุ่มเล็กๆเท่านั้น



(3.2) การมีส่วนร่วมในโลกที่เกิดขึ้นจริง

ในผลการวิจัยที่เกิดขึ้นจริงจะพบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในวิทยุชุมชนนั้นมีรูปแบบที่ละเอียดมากกว่าตามหลักการ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(i) **การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ฟัง/ผู้รับสาร** ซึ่งถือว่าเป็นบทบาทระดับแรกสุดและตามหลักการก็เห็นได้ว่า แม้แต่ในฐานะผู้รับสาร หากเป็นผู้รับสารที่มีความสนใจ/กระตือรือร้น (active audience) ก็สามารถจะแสดงบทบาทการมีส่วนร่วมได้อย่างมากมายตามที่ระบุอยู่ข้างหน้า เช่น ผู้รับสารของวิทยุชุมชนจ.นครราชสีมา หลังจากที่ได้ฟังบทวิทยุที่ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิทยุชุมชน กลุ่มตัวอย่างจำนวนหนึ่งให้ทัศนะว่า ตนเองสามารถจะเล่นบทบาทได้มากกว่าเป็นผู้ฟังเฉยๆ แต่กลับมีความต้องการที่จะเข้ามามีส่วนร่วม เช่น เป็นตัวแทนเพื่อส่งข่าวสารประชาสัมพันธ์ชุมชน และเพื่อร้องเรียนปัญหาที่เกิดขึ้นกับชุมชน

(ii) **การมีส่วนร่วมในรายการ** จากรายงานวิจัยวิทยุชุมชนจ.นครราชสีมา และ จ.บุรีรัมย์ พบว่า ประชาชนมีรูปแบบการมีส่วนร่วมในรายการใน 3 รูปแบบคือ

- การมีส่วนร่วมในรายการโดยการโทรศัพท์ ซึ่งเป็นรูปแบบที่มากที่สุดโดยโทรศัพท์เข้ามาในส่วนของการรายการข่าว การแจ้งข่าว การพูดคุยทางโทรศัพท์ การขอเพลง ฯลฯ
- การมีส่วนร่วมในรายการที่สถานีในฐานะผู้ให้สัมภาษณ์ เช่น เป็นแขกรับเชิญในรายการ
- การมีส่วนร่วมในรายการโดยผ่านทางจดหมายและไปรษณีย์บัตร

(iii) **การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ผลิตรายการ** ในการผลิตวิทยุชุมชนแบ่งขั้นตอนการผลิตออกเป็น 3 ขั้นตอนคือ ขั้นตอนเตรียมการก่อนการผลิต (pre-production) ขั้นตอนการผลิต (production) และขั้นตอนหลังการผลิต (post-production)

กลุ่มอาสาสมัครที่เข้ามาช่วยผลิตรายการสามารถจะเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนทั้ง 3 ได้ดังนี้

- **ขั้นก่อนการผลิตรายการ** อาสาสมัครสามารถมีส่วนร่วมด้วย
 - เลือกประเด็นหัวข้อในการนำเสนอ
 - เลือกแง่มุมที่จะนำเสนอ
 - รวบรวมข้อเท็จจริงที่จะใช้เป็นวัตถุดิบ
- **ขั้นการผลิตรายการ** อาสาสมัครสามารถจะมีบทบาททั้งเป็นผู้ดำเนินรายการหรือเป็นแขกรับเชิญ
- **ขั้นหลังการผลิต** เช่น ในการสัมภาษณ์นอกสถานที่ อาสาสมัครอาจจะช่วยในการติดต่อเทป เป็นต้น

(iv) **การมีส่วนร่วมในฐานะแหล่งข้อมูล** ในการผลิตเนื้อหาวิทยุนั้น การมีแหล่งข้อมูลเป็นทรัพยากรที่สำคัญ ดังนั้นอาสาสมัครสามารถจะเข้ามามีส่วนร่วมด้วยการเป็นแหล่งข้อมูลในชุมชน ทั้งในแง่การส่งข่าวสาร และทำหน้าที่เป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องของข่าวสารในฐานะผู้ที่อยู่ในพื้นที่

ในเวลาเดียวกัน ทางผู้รับผิดชอบวิทยุชุมชนควรมีการทำฐานข้อมูลที่เป็นรายชื่อและวิธีติดต่อแหล่งข้อมูลเหล่านี้ให้เป็นระบบ

(v) **การเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินงานวิทยุชุมชน** ในแง่นี้ ประชาชนอาจจะเข้ามาทั้งในรูปแบบของคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ คณะทำงาน ตัวแทนชมรมอาสาสมัคร ฯลฯ ซึ่งมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินงานวิทยุชุมชน เช่น การจัดทำผังรายการ การปรับเปลี่ยนรายการ การออกสัญจรของวิทยุชุมชน เป็นต้น

(vi) **การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย** เป็นการมีส่วนร่วมในระดับสูงสุด คือการเข้ามาเป็นตัวแทนของคณะกรรมการชุดต่างๆ

มีข้อสังเกตจากการมีส่วนร่วมในระดับต่างๆที่เกิดขึ้นในโลกแห่งความเป็นจริง ดังนี้คือ

(1) จากกรณีของวิทยุชุมชนจ.แม่ฮ่องสอน นักวิจัยได้สำรวจทัศนคติของผู้ฟังและพบว่า ประชาชนก็มีความต้องการที่จะเข้ามามีส่วนร่วมกับวิทยุชุมชน แต่ติดขัดอยู่ตรงที่ว่า ยังไม่เข้าใจว่าจะมีส่วนร่วมได้อย่างไร ในรูปแบบใดบ้าง รูปแบบการมีส่วนร่วมที่ประชาชนเข้าใจมีอยู่เพียงรูปแบบเดียว คือการเข้ามาเป็นผู้จัดรายการ (DJ) แต่ทว่ารูปแบบนี้มีข้อจำกัดมาก เพราะเปิดโอกาสให้คนเพียงไม่กี่คนเข้าร่วมได้ ชาวบ้านจึงอยากจะเรียนรู้รูปแบบอื่นๆ ของการมีส่วนร่วม

ผลการวิจัยของวิทยุชุมชนจ.ปัตตานีก็พบผลเช่นเดียวกันว่า ประชาชนกลุ่มที่เข้ามาทำงานวิทยุชุมชนจะสนใจแต่การเป็นนักจัดรายการ และสนใจความรู้/ทักษะที่จะผลิตรายการ โดยไม่เห็นความสำคัญหรือไม่เข้าใจงานด้านอื่นๆของวิทยุชุมชน เช่น งานด้านการบริหารจัดการกลุ่ม

(2) สำหรับการมีส่วนร่วมในระดับนโยบายและการจัดรายการ คือรูปแบบของการเข้ามาเป็นคณะกรรมการและผู้จัดรายการ ชาวบ้านมีความยินดีให้ความร่วมมือ แต่ทว่าต้องมีเงื่อนไขบางประการ เช่น ชาวบ้านยังขาดความเข้าใจเรื่องวิทยุชุมชน ดังนั้น ถ้าจะให้เข้าไปบริหารจัดการ ก็ต้องมีการติดอาวุธทางความคิดให้ชาวบ้านด้วยการจัดอบรมเสียก่อน

(จิระวรรณ ,2545)

(3) เมื่อนำแนวคิดเรื่อง "การมีส่วนร่วม" ไปประกอบกับแนวคิดเรื่อง "การฝึกอบรม" ก็จะมีแนวคิดอีก 2 แนวคิดพ่วงเข้ามาในการบริหารจัดการคือ "การหมุนเวียนผลัดเปลี่ยนกัน" เนื่องจากในชีวิตชาวบ้านเองก็มีภาระต่างๆเต็มมืออยู่แล้ว ในขณะที่งานวิทยุเป็นงานที่ต้องการ

ความต่อเนื่องสม่ำเสมอ ดังนั้น รูปแบบการบริหารจัดการจึงควรเป็นการหมุนเวียน (Rotation) ทั้งการเป็นคณะกรรมการและการมาเป็นผู้จัดรายการ ด้วยเหตุนี้หากมีการฝึกอบรมอย่างกว้างขวางก็จะทำให้วิทยุชุมชนที่กองทัพอาสาสมัครจำนวนมหาศาลที่มีความสามารถที่จะกระจายหมุนเวียนกันเข้าไปรับภารกิจของวิทยุชุมชนได้อย่างยาวนาน และเมื่อนั้นวิทยุชุมชนก็จะเป็นเพียง "ของเล่นชั่วคราว" แต่จะเป็น "ปากเสียงของชุมชนตลอดไป" วิทยุชุมชนจึงเป็นวิทยุของอาสาสมัครดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น

(4) และเมื่อกองทัพอาสาสมัครจำนวนมากที่เข้ามามีส่วนร่วมในงานวิทยุ ในพื้นที่ที่มีความพร้อม รูปแบบระดับสูงของวิทยุชุมชนที่มีชุมชนเป็นเจ้าของสถานี่หรือเป็นเจ้าของคลื่นก็มีใช้เรื่องไกลเกินฝัน

4. ปัญหาอุปสรรคของการมีส่วนร่วมในวิทยุชุมชน

สำหรับปัญหาอุปสรรคของการมีส่วนร่วมในวิทยุชุมชนนั้น จะแปรเปลี่ยนไปตามประเภทของวิทยุชุมชนที่ได้จัดแบ่งมาตั้งแต่ต้น ดังนี้

(ก) สำหรับรูปแบบวิทยุชุมชนที่ยังอยู่ภายใต้กรอบของรัฐ เช่น วิทยุชุมชนจ.นครราชสีมา จ.บุรีรัมย์ จ.น่าน ปัญหาอุปสรรคสำคัญก็คือ "ลักษณะของความเป็นราชการ" ดังจะได้กล่าวรายละเอียดในตอนต่อไป

(ข) สำหรับรูปแบบวิทยุชุมชนที่ประชาชนเป็นผู้บริหารจัดการเอง ในรูปแบบของศูนย์เรียนรู้หรือจุดปฏิบัติการวิทยุชุมชน เช่น ในกรณีของวิทยุชุมชนจ.ปัตตานี หรือจ.มหาสารคาม ปัญหาของการมีส่วนร่วมก็จะเนื่องมาจากข้อจำกัดใหญ่ๆ 2-3 ประการคือ ความรู้ความเข้าใจ/ทักษะของประชาชนในเรื่องวิทยุชุมชน ซึ่งเป็นเรื่องใหม่สำหรับประชาชน และเรื่องวิถีชีวิตประจำวันที่มีการะงานด้านอื่นๆ จนไม่เอื้ออำนวยให้เข้ามามีส่วนร่วมได้อย่างเต็มที่ รวมทั้งความไม่ชัดเจนในเรื่องปัจจัยภายนอก เช่น กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชน

(ก) ปัญหาอุปสรรคของการมีส่วนร่วมของวิทยุชุมชนที่อยู่ใต้กรอบของรัฐ

วีรพงษ์และคณะประมวลปัญหา/อุปสรรคของการมีส่วนร่วมของประชาชนในกรณีของวิทยุชุมชนจ.นครราชสีมาและบุรีรัมย์เอาไว้ดังนี้คือ

(i) ที่มาของความต้อการ เริ่มตั้งแต่วิทยุชุมชนเกิดมาจากความต้องการของภาครัฐมิได้เกิดมาจากความต้องการของภาคประชาชน เมื่อไม่ใช่สิ่งที่ตนเองต้องการ ก็ไม่ยากให้ความร่วมมือหรือเข้ามามีส่วนร่วม

แต่อันที่จริง หากวิทยุชุมชนเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอย่างแท้จริงแล้ว ถึงแม้จะไม่ได้เริ่มต้นมาจากความต้องการของประชาชน แต่หากมีกระบวนการให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน ก็สามารถที่จะสร้างหรือเพิ่มความต้อการได้ เช่น เมื่อคณะวิจัยได้ทดลองเผยแพร่

ความรู้เรื่องวิถียุทธศาสตร์ผ่านรายการวิทยุชุมชนเองต่อเนื่องกันเป็นเวลา 20 ตอน ผู้ฟังก็จะเริ่มมองเห็นความสำคัญและมองเห็นบทบาทของภาคประชาชนว่าจะเข้ามามีส่วนร่วมได้อย่างไร ซึ่งเป็นการตอบคำถามที่ประชาชนในจ.แม่ฮ่องสอนได้ตั้งคำถามไว้ว่า ยังขาดความเข้าใจว่าจะเข้ามามีส่วนร่วมในรูปแบบไหน (จิระวรรณ, 2545)

ดังนั้น จุดกำเนิดของวิทยุชุมชนที่ควรจะมาจกความต้องการของประชาชนนั้น อาจจะไม่ใช้ "เงื่อนไขเบื้องต้นที่ต้องมีก่อน" (precondition) ซึ่งหากมีเงื่อนไขนี้ก็จะดี แต่ถ้าไม่มี ก็น่าจะมีกระบวนการสร้าง/กระตุ้นความต้องการได้

ข้อเสนอแนะ จากผลการวิจัยจึงมีข้อเสนอแนะว่าในระยะเริ่มแรก เนื้อหารายการประเภทหนึ่งที่ต้องมี คือการให้ความรู้ความเข้าใจว่าวิทยุชุมชนคืออะไร โดยใช้ตัววิทยุชุมชนเองเป็นช่องทางเผยแพร่ความเข้าใจนั้น เช่น คณะวิทยุชุมชนจ.นครราชสีมาได้ทดลองทำบทวิทยุชุด "วิทยุชุมชนของชุมชน โดยชุมชน เพื่อชุมชน" ความยาวตอนละ 5-7 นาที จำนวน 14 ตอน เผยแพร่ในรายการวิทยุชุมชน และพบว่า หลังจากได้รับฟังแล้ว ประชาชนมีความเข้าใจดีขึ้นและต้องการจะมีส่วนร่วมมากขึ้น

(ii) นโยบายและแนวทางในการแสวงหาคณะกรรมการ ลักษณะโครงสร้างของวิธีการทำงานของราชการนั้น จะมอบหมายให้ผู้มีอำนาจเป็นผู้แต่งตั้งตัวบุคคลเข้ามาเป็นคณะกรรมการชุดต่าง ๆ โครงสร้างการทำงานเช่นนี้เป็นการปิดกั้นการมีส่วนร่วมของประชาชนทุก ๆ กลุ่ม

ข้อเสนอแนะ นโยบายและแนวทางในการแสวงหาคณะกรรมการนั้น ต้องปรับเปลี่ยนจากวิธีการแต่งตั้ง มาเป็น วิธีการแสวงหา โดยมีการกำหนด "คุณลักษณะที่ต้องการ" (สเปกของคณะกรรมการ) เอาไว้อย่างชัดเจนและเหมาะสมกับภาระงานที่จะทำ (ดูรายละเอียดข้างหน้า) รวมทั้งให้มีการกระจายตัวคือเป็นตัวแทนมาจากกลุ่มทุกกลุ่ม (ให้มากที่สุด) ตามหลักการของวิทยุชุมชน

(iii) กลไกการควบคุม ถึงแม้จะเป็นวิทยุชุมชน แต่เมื่อมาอยู่ภายใต้กรอบของรัฐ ก็ยังคงใช้รูปแบบการควบคุมของรัฐอยู่ เช่น ใช้กฎระเบียบเดิมของการเป็นผู้จัดรายการว่าต้องมีใบประกาศ (ซึ่งต้องสอบ) หรือต้องใช้ภาษากลาง ฯลฯ กลไกการควบคุมเช่นนี้เป็นกำแพงขวางกั้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในระดับของการเข้ามาเป็นผู้ผลิตรายการไปโดยปริยาย

ข้อเสนอแนะ แน่นนอนว่าการจัดรายการวิทยุชุมชนก็เป็นรูปแบบของการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ ซึ่งจำเป็นต้องมี "กลไกการควบคุม" แบบใดแบบหนึ่ง แต่เนื่องจากวิทยุชุมชนมีปรัชญา/ธรรมชาติ/ภารกิจ/บทบาทหน้าที่ที่แตกต่างไปจากวิทยุสาธารณะ/ธุรกิจ ดังนั้นจึงควรมีกำหนดกฎระเบียบการควบคุม มีระบบการตรวจสอบภายในภายนอกของตัวเองขึ้นมา เช่น อาจจะต้องมีการสอบใบประกาศ

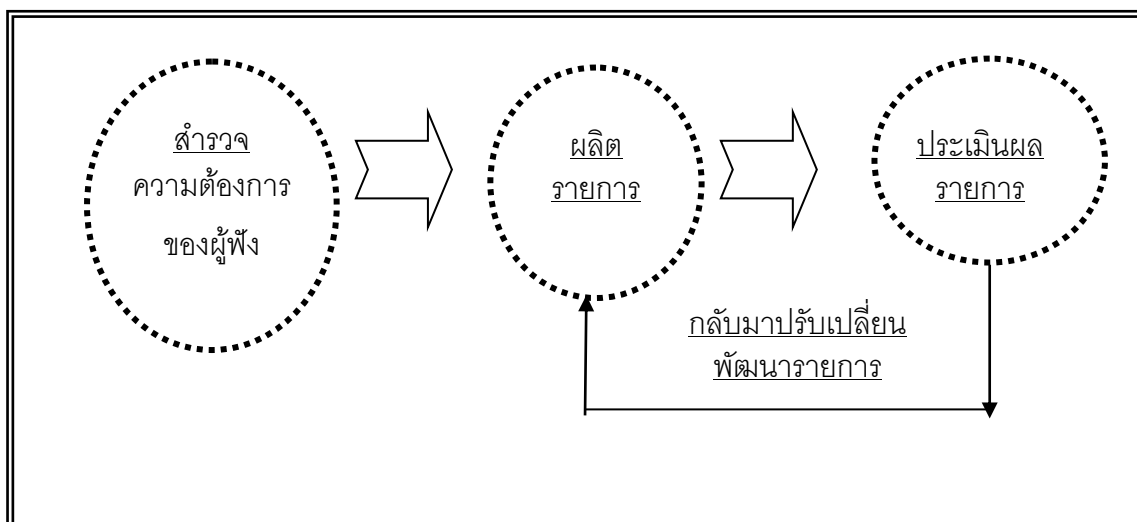
หากแต่เป็นการสอบภาษาท้องถิ่น มีกฎระเบียบที่ว่าด้วยการโฆษณา รวมทั้งมีการออกกฎระเบียบเกี่ยวกับการทำงานของคณะกรรมการ หลักการทำงาน ฯลฯ โดยกลไกการควบคุม/กฎระเบียบการควบคุมเหล่านี้ควรจะก่อตัวมาจากปรัชญาและคุณลักษณะของวิद्यุชุมชนเอง

(iv) **วิธีดำเนินงาน** สำหรับวิธีการทำงานแบบ "ราชการ" นั้น จะใช้วิธีการ "สั่งการ" จากหัวหน้ามาสู่เจ้าหน้าที่ ซึ่งวิธีการทำงานแบบดังกล่าวก็ถูกนำมาใช้ในการทำงานวิद्यุชุมชนด้วย วิธีการทำงานแบบดังกล่าวเป็นอุปสรรคปิดกั้นการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น (และต่อโยงไปถึงขั้นตอนการลงมือทำงาน) ของตัวแทนประชาชนที่เข้ามาทำงานในรูปแบบคณะกรรมการชุดต่างๆ

ข้อเสนอแนะ ต้องปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงานจากแบบ "สั่งการ" มาเป็นรูปแบบของ "การปรึกษาหารือ" เพื่อระดมการมีส่วนร่วมของคนทำงานเนื่องจากการทำงานวิद्यุชุมชนมิใช่การทำงานแบบวิद्यุสาธารณะ

(v) **การผลิตเนื้อหา/รูปแบบรายการ/ช่วงเวลานำเสนอ** ตามหลักการที่สำคัญของวิद्यุชุมชนนั้น จะต้องมีการกลไกที่สำคัญ 3 ขั้นตอนของกระบวนการผลิตเนื้อหา/รูปแบบ/และเลือกช่วงเวลานำเสนอรายการดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นคือ

- มีการสำรวจความต้องการของประชาชนก่อนจะลงมือผลิต
- มีการประเมินผลหลังการเผยแพร่รายการออกไปแล้ว
- มีการนำผลการประเมินมาปรับเปลี่ยน/พัฒนารายการ



ภาพที่ 57 : ความสัมพันธ์ระหว่างการสำรวจความต้องการผู้ฟัง/
การผลิตรายการและการประเมินผลรายการ

ผลจากการวิจัยทั้ง 4 กรณียังไม่ได้แสดงให้เห็นว่า มีกระบวนการผลิตเนื้อหา รายการตามหลักการที่ควรจะเป็นของวิทยุชุมชนยังไม่ได้มีการดำเนินการเลยหรือมีอย่างไม่ สมบูรณ์ โดยเฉพาะขั้นตอนแรกคือการสำรวจความต้องการของผู้ฟัง ไม่ว่าจะป็นเนื้อหารายการที่ ต้องการ รูปแบบรายการที่พอใจ ช่วงเวลาที่สะดวกสำหรับกลุ่มผู้ฟัง ดังนั้นจึงเป็นไปตามหลักที่ว่า "เมื่อไม่ได้สำรวจที่ค้นก็ยากที่จะแก้ไขให้ถูกที่ได้"

และเนื่องจากเนื้อหารายการเป็น "สะพานเชื่อม" ที่จะดึงการมีส่วนร่วมของ ประชาชนให้เข้ามามีส่วนร่วมกับวิทยุชุมชนในฐานะผู้ฟัง แต่เนื้อหาที่จะเป็นสะพานเชื่อมได้นั้น ต้องผ่านกระบวนการสร้างแบบ 3 ขั้นตอนที่กล่าวมาข้างต้น นี่จึงเป็นเรื่องไม่น่าแปลกใจเลยว่า เมื่อมีการสำรวจผลการรับฟังวิทยุชุมชน จึงพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ไม่รู้จักรั ังไม่ได้รับฟัง (ซึ่งเป็น รูปแบบการมีส่วนร่วมในระดับพื้นฐานที่สุดคือ passive audience) ฉะนั้นก็คงไม่ต้องไปพูดถึงการ เข้ามามีส่วนร่วมในระดับที่สูงๆ ขึ้นมา เช่น active audience (เช่นโทรศัพท์เข้ามาในรายการ) หรือ การให้ความร่วมมือในแบบอื่นๆ ตามหลักการที่ได้กล่าวมา

ข้อเสนอแนะ

- **เนื้อหา** รายการ ในแง่กระบวนการผลิตเนื้อหา รายการ ต้องเคร่งครัดต่อหลักการ 3 ขั้นตอนของการ ผลิตเนื้อหาแบบวิทยุชุมชน
- **รูปแบบเนื้อหา** สำหรับตัวแทนภาคประชาชนที่เข้ามาจัดการรายการวิทยุแบบ "มีใจรักสมัครมาช่วย" อาจจะมีควมรู้จำกัดในเรื่องรูปแบบรายการ และตั้งที่ได้กล่าวมาแล้วว่า รูปแบบรายการแต่ละชนิด เปิดโอกาสให้ประชาชน/คนฟังมีส่วนร่วมได้มากน้อยต่างกัน ดังนั้นจึงต้องมีเปิดการฝึกอบรมเรื่อง การจัดการรูปแบบต่างๆ ให้กับคณะทำงานวิทยุชุมชนอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอโดยถือเป็นส่วนหนึ่งของ การพัฒนารายการ
- **ช่วงเวลา** หากทางสถานีวิทยุของรัฐถือว่าเรื่องวิทยุชุมชนเป็นเรื่องสำคัญและเป็นบทบาทของภาครัฐ ที่ต้องให้การสนับสนุน ต้องทำหน้าที่เป็น "พี่เลี้ยง/สถานเพาะชำ" วิทยุชุมชนให้เจริญเติบโต ทางสถานี ก็ต้องมีนโยบายเกี่ยวกับเรื่องการจัดสรรช่วงเวลาชัดเจน แน่แน่นอน และเป็นไปตามความต้องการของ ชุมชนเป็นอันดับแรก

(vi) **ความพร้อมเรื่องโครงสร้างพื้นฐานสำหรับเสริมการมีส่วนร่วมของ ประชาชน** สำหรับรูปแบบการมีส่วนร่วมที่เป็นพื้นฐานที่สุดและง่ายที่สุดที่จะเข้าถึงวิทยุชุมชน ก็ คือ รูปแบบของการเป็นผู้ฟังที่เอาใจใส่วิทยุชุมชน (active audience) การแสดงออกที่เห็นได้ชัด ก็คือ คอยดูแลความเป็นไปของวิทยุชุมชน โดยเฉพาะในส่วนเนื้อหา รายการ ซึ่งในทางหลักการได้

วางเอาไว้ว่า การเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนในฐานะผู้ฟังนั้น จะต้องใช้การสื่อสารแบบสองทาง (ซึ่งเป็นรูปแบบที่ตรงข้ามกับลักษณะของวิทยุซึ่งเป็นสื่อมวลชนอันเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว) กล่าวคือจะต้องมี "ปฏิกริยาป้อนกลับ" (feedback) จากประชาชนผู้ฟัง

การมีปฏิกริยาป้อนกลับนี้โดยส่วนใหญ่จะมาใน 3 รูปแบบคือ

- การมาเยี่ยมเยียนที่สถานี ซึ่งต้องใช้ทรัพยากรสูงมาก คือทั้งเวลาและค่าเดินทางอันเป็นปัญหาอุปสรรคด้านระยะทาง

- การเขียนจดหมายส่งทางไปรษณีย์ ซึ่งอาจจะมีปัญหาอุปสรรคด้านวัฒนธรรมคือคนชนบทอาจจะไม่คุ้นชินกับวัฒนธรรมการเขียน

- การโทรศัพท์เข้ามาในรายการ ซึ่งเป็นรูปแบบที่สะดวกที่สุดและรวดเร็วที่สุด หากทว่างานวิจัยทั้ง 4 กรณีก็แสดงให้เห็นความไม่พร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน คือจำนวนโทรศัพท์ที่ใช้ในรายการมีเพียง 1-2 เครื่อง ซึ่งไม่เอื้ออำนวยต่อการโทรศัพท์เข้ามา

นอกจากนั้นก็ยังมีอุปสรรคด้านการเข้าถึงทางวัฒนธรรม เช่น จีระวรรณ (2545) พบว่าในกรณีที่บ้านจ.แม่ฮ่องสอนโทรเข้ามาแล้วก็ยังไม่กล้าแสดงความคิดเห็นออกอากาศเนื่องจากพูดภาษาไทยกลางไม่ชัด เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

- (i) การเอาชนะอุปสรรคเรื่องระยะทาง ตามหลักการแล้ว วิทยุชุมชนจะเป็นวิทยุที่ส่งกระจายเสียงในขอบเขตที่ไม่กว้างมากนักคือ 1 กิโลเมตรครอบคลุมระยะทางประมาณ 10 กิโลเมตรเท่านั้น ดังนั้น ในอนาคต หากมีการดำเนินการรูปแบบวิทยุชุมชนที่แท้จริงแล้ว อุปสรรคเรื่องระยะทางน่าจะหายไป
- (ii) สำหรับการมีส่วนร่วมในรูปแบบของจดหมายหรือโทรศัพท์นั้น หากมีกลไกการกระตุ้นการมีส่วนร่วมแบบนี้ เช่น การนำเอาจดหมายหรือเสียงโทรศัพท์มาออกในรายการ เป็นการประเมินค่าว่า ความคิดเห็นเหล่านี้มีคุณค่าแก่วิทยุ ก็จะทำให้อุปสรรคดังกล่าวลดน้อยลง
- (iii) สำหรับอุปสรรคด้านวัฒนธรรม เช่น การใช้ภาษา ควรมีการวางหลักการว่า ขอให้ผู้ฟังได้ใช้ภาษาท้องถิ่นตามที่ผู้ฟังจะสะดวก
- (iv) ใช้ระบบการสื่อสาร 2 จังหวะ (Two-step Flow of Information) หากทว่าระยะทางเป็นอุปสรรคต่อการเข้าถึงวิทยุชุมชน รวมทั้งการไม่มีโครงสร้างพื้นฐานเช่นไปรษณีย์หรือโทรศัพท์ที่สะดวก ก็อาจจะเปลี่ยนมาใช้ "สื่อบุคคล" อันได้แก่บรรดาอาสาสมัครที่อยู่ในชุมชนที่จะทำหน้าที่เป็น "สถานีแรกรับความคิดเห็นของคนในชุมชน" แล้วส่งต่อมายังสถานีวิทยุอีกทอดหนึ่ง
- (v) วิทยุชุมชนและคณะได้แนะนำให้ใช้กลยุทธ์เชิงรุกคือ การจัดวิทยุสัญจรในรูปแบบของการบันทึกเทป (ไม่ใช่จัดสด) โดยทางวิทยุจะสัญจรเข้าพื้นที่และนำเทปบันทึกมาออกอากาศ ซึ่งนอกจากจะเป็นการเปิดรับฟังปฏิกริยาป้อนกลับจากประชาชนแล้ว ยังสามารถเพิ่มบทบาทการเป็นสื่อกลางระหว่างประชาชนได้อีกด้วย (ดูรายละเอียดในหัวข้อวิทยุสัญจร)

(5) ตัวอย่างกิจกรรมเพื่อเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน

(1) ตัวอย่างกิจกรรมเพื่อเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน

จากบทเรียนการทำวิทยุที่ผ่านมา มีการค้นคว้าสร้างสรรค์กิจกรรมหลายรูปแบบ เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนดังตัวอย่างต่อไปนี้

● กิจกรรมการเปิดตัววิทยุชุมชน

เมื่อปีพ.ศ.2544 วิทยุชุมชนของคนโคราชได้จัดงานเปิดตัวโครงการวิทยุชุมชนของคนโคราชอย่างเป็นทางการ เพื่อแนะนำรายการให้เป็นที่รู้จักแก่ประชาชนชาวโคราชทั่วไป ตลอดจนขยายเครือข่ายผู้ฟังและผู้ร่วมผลิตรายการให้มากยิ่งขึ้น ณ สนามศาลากลาง จ.นครราชสีมา ซึ่งมี**กิจกรรมให้ความรู้**ในรูปของการจัดนิทรรศการด้านต่างๆ เช่น ความรู้สมุนไพรเพื่อสุขภาพ ฯลฯ **กิจกรรมด้านบันเทิง** มีทั้งการแสดงดนตรี ขบวนการกลองยาว ฯลฯ **การให้บริการ** อาทิ การตรวจสุขภาพฟรี ซ่อมอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า และกิจกรรมออกบ้านและจำหน่ายผลผลิตกลุ่มแม่บ้านเกษตร

ผลของการจัดงานเปิดตัวดังกล่าวประสบผลสำเร็จในระดับที่น่าพอใจ เนื่องจากมีคนเข้าร่วมกิจกรรมและร่วมชมงานเป็นจำนวนมาก กิจกรรมดังกล่าวทำให้สาธารณชนมีโอกาสได้รู้จักกับวิทยุชุมชน

● กิจกรรมวิทยุสัญจร (ดูรายละเอียดในตอนที่ผ่านมา)

อีกกิจกรรมหนึ่งที่น่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์และเปิดโอกาสให้คนมาเข้าร่วมกิจกรรมของวิทยุชุมชน รวมทั้งเป็นการขยายเครือข่ายผู้สนใจออกไป คือการจัดวิทยุชุมชนสัญจร อันเป็นการจัดรายการนอกสถานที่ของวิทยุชุมชน โดยมีการนำอุปกรณ์สำหรับการส่งกระจายเสียงไปติดตั้งชั่วคราว ณ สถานที่จัดกิจกรรม อาทิ หมู่บ้าน ตำบล โรงเรียนต่างๆ เพื่อถ่ายทอดรายการออกอากาศในเวลาของวิทยุชุมชน

กิจกรรมของวิทยุสัญจรนี้เท่ากับได้เปิดโอกาสให้ประชาชนผู้สนใจงานวิทยุได้สัมผัสกับวิธีการจัดทำวิทยุอย่างใกล้ชิด เพราะได้เห็น "เบื้องหลังการถ่ายทำ" ของงานวิทยุ

● กิจกรรมขยายเครือข่ายผ่านงานประชาสัมพันธ์

ข้อเสนอแนะของกลุ่มวิทยุชุมชนปัตตานีเกี่ยวกับการขยายการมีส่วนร่วมของประชาชนก็คือ การขยายเครือข่ายโดยใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์แบบต่าง ๆ เช่น รถแห่ สปอตประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ และใบปลิว รวมทั้งอาจมีการใส่หมายเลขเอาไว้ที่แผ่นพับ เพื่อจับสลากชิงรางวัล ซึ่งเป็นการดึงดูดความสนใจด้วยวิธีการแบบของชาวบ้าน

● กิจกรรมการจัดนิทรรศการ

ก็เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่จะขยายความเข้าใจ และดึงดูดความสนใจให้คนทั่วไปเข้ามาร่วมในงานวิทยุชุมชน การจัดนิทรรศการนั้นอาจจะถือโอกาสเข้าไปร่วมจัดในงานประเพณีต่างๆ

ของจังหวัดหรือชุมชน เช่น งานกาชาดจังหวัด งานเทศกาลต่างๆ ซึ่งการจัดนิทรรศการดังกล่าวนี้ สามารถจะสร้างสรรค์เนื้อหาที่น่าสนใจ ทั้งที่เป็นเนื้อหาแบบนิ่งๆ เช่น การจัดบอร์ดนิทรรศการ แนะนำว่าวิทยุชุมชนอะไร รวมทั้งเนื้อหาที่**วิ่งได้เคลื่อนไหว**เช่น การเปิดโอกาสให้เยาวชนได้มาทดลองจัดรายการร่วมกับผู้จัดรายการจริงๆ เป็นต้น

● **การใช้สื่อวิทยุชุมชนเป็นช่องทางระดมการมีส่วนร่วม**

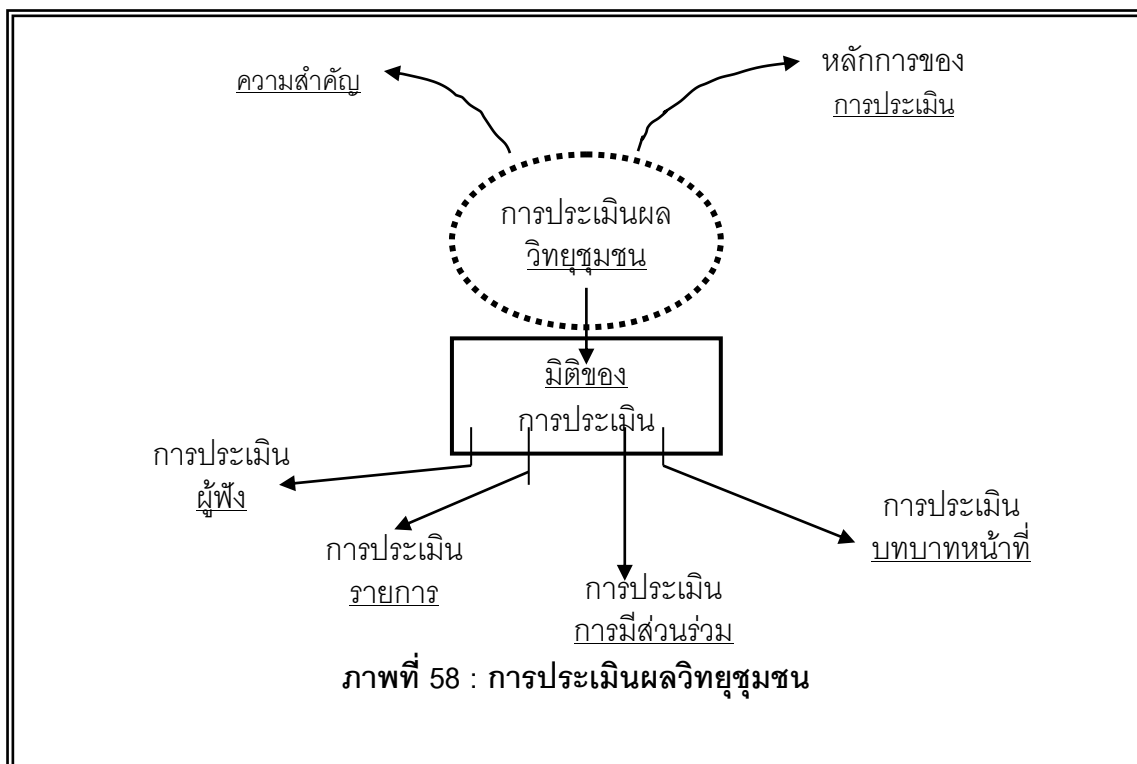
ชาลีสาได้ประมวลบทเรียนจากวิทยุชุมชนจ.ปัตตานีว่า กลุ่มผู้รับผิดชอบวิทยุชุมชนได้ใช้ช่องทางวิทยุชุมชนนั่นเองเป็นเครื่องมือในการระดมการมีส่วนร่วมของผู้ฟัง โดยได้เปิด "เส้นทาง" หลายๆเส้นทางในการเข้ามามีส่วนคือ

(i) การชักชวนให้ผู้ฟังเข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่างๆในสังคม ซึ่งเป็นหน้าที่พื้นฐานของสื่อชุมชนที่จะเป็นเส้นทางให้ผู้คนได้เข้ามามีส่วนร่วมในชีวิตสาธารณะ ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

(ii) การชักชวนให้ผู้ฟังเข้ามาร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ กับกลุ่มวิทยุชุมชนเอง รวมทั้งการเข้ามาร่วมสมัครเป็นสมาชิก/อาสาสมัครของกลุ่ม ซึ่งเป็นแนวทางในการเปิดกว้างหรือขยายโอกาสแก่เพื่อนประชาชนคนอื่นๆ รูปแบบการมีส่วนร่วมเช่นนี้ค่อนข้างมีความเข้มข้น (intensive) มีระยะเวลาต่อเนื่องยาวนานพอสมควร

(iii) การชักชวนให้ผู้ฟังร่วมติดตามรับฟัง ดิชมหรือแสดงความคิดเห็นต่อเนื้อหาหรือรายการที่ได้รับฟัง อันเป็นการมีส่วนร่วมในชั้นพื้นฐานของวิทยุชุมชน

6.3 การติดตั้งการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง



(1) ความสำคัญของการประเมินผลในงานวิทยุชุมชน

เมื่อใดที่เราถึงธนูออกจากแหล่งแล้วไม่มีการติดตามไปดูผล เราก็ไม่มีทางทราบว่าธนู นั้นเข้าเป้าหรือไม่ และเมื่อไม่ทราบว่ากรยิงไปนั้นถูกเป้าหรือเปล่า เราก็ไม่มีทางรู้อีกต่อไปว่า จะต้องย้อนกลับมาปรับปรุงการยิงหรือไม่ อย่างไร

ที่กล่าวมานี้ดูเหมือนการประเมินผลนั้นเป็นหัวใจหนึ่งของการดำเนินงานที่มี ประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม มีข้อที่น่าสังเกตเกี่ยวกับวิธีคิด/วิธีการดำเนินงานโครงการต่างๆของ สังคมไทยประการหนึ่งว่า จะมีการทุ่มเทจัดสรรทรัพยากรทั้งคน เงิน เวลา สิ่งของอย่างมากมาใน ขั้นตอนของการวางแผน แต่พอถึงขั้นลงมือทำก็ชักจะเริ่มแผ่วๆ และหลังจากที่โครงการเสร็จสิ้น เรียบร้อยแล้ว ก็เสี่ยงเสียไปเลยสำหรับการประเมินผล (เช่น หน่วยงานจำนวนมากไม่จัดสรร งบประมาณเอาไว้สำหรับการประเมินผล) หรือมีจะนั้นก็จัดการประเมินผลให้มีเอาไว้พอเป็นวิธี แต่ ไม่นำเอามาเป็นแนวทางการปรับปรุงงาน

วิธีคิด/วิธีการทำงานดังกล่าวจะนำมาใช้กับการดำเนินงานวิทยุชุมชนไม่ได้เลย เพราะมี แต่รูปแบบของการสื่อสารแบบสองทาง (two-way communication) เท่านั้น ที่จะเป็นหลักประกัน ของความสำเร็จของวิทยุชุมชน การสื่อสารสองทางดังกล่าวก็คือ การติดตั้งกลไกการประเมินผลให้ เป็นส่วนหนึ่งที่จะขาดเสียมิได้ของการทำงานนั่นเอง

ในทางปฏิบัติก็หมายความว่า จะต้องมีการกำหนดทั้งตัวบุคคล กิจกรรม ระยะเวลาที่ แน่นนอนสำหรับการประเมินผล เพื่อให้หลักประกันว่าจะมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง แบบอย่างที่ดีในเรื่องการประเมินผลนี้มีเกิดขึ้นแล้ว เช่น ในกรณีของวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์ ซึ่งได้จัดให้มีการ ประเมินผลการทำงานภายหลังจากที่ออกอากาศไปได้ 3 เดือนแรก เพื่อนำผลการประเมินมา ปรับปรุงและพัฒนาระบบการทำงาน

(2) หลักการของการประเมินผลในงานวิทยุชุมชน

จากที่กล่าวมาข้างต้นนำมาสู่ข้อสรุปว่า การประเมินผลงานจึงเป็นกลไกสำคัญส่วนหนึ่ง ในการพัฒนางาน สำหรับงานวิทยุชุมชนนั้น ควรมีหลักการเกี่ยวกับการประเมินผลดังนี้

- มีการติดตั้งกลไกประเมินผลเอาไว้เป็นส่วนหนึ่งของแผนงาน โดยมีการกำหนด ทั้งตัวบุคคล กิจกรรม และระยะเวลาที่แน่นอน เพื่อเป็นหลักประกันว่า จะมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างที่ดีก็เช่น วิทยุชุมชนบุรีรัมย์ที่ได้กล่าวถึงมาแล้ว

- ใช้รูปแบบการประเมินผลอย่างหลากหลาย เช่น การสัมภาษณ์ผู้ฟัง การใช้ แบบสอบถาม/สำรวจขนาดกว้าง ฯลฯ ดังจะได้แสดงรายละเอียดในตอนต่อไป

- วางแผนให้มีทั้งรูปแบบการประเมินผลแบบเป็นประจำและแบบตามโอกาส เป็นการประเมินทั้งจากภายในองค์กรเองและจากหน่วยงาน/บุคคลภายนอก เพื่อตรวจสอบ กัน รูปแบบการประเมินผลแบบเป็นประจำก็เช่น การวางแผนงานเอาไว้ว่า จะต้องมีการประเมินผล

การรับฟังทุก 3 เดือน 6 เดือน เป็นการดำเนินการขององค์กรเอง และในบางโอกาสอาจจะจัดให้มีหน่วยงานภายนอกมาประเมินผลภาพโดยรวม ตัวอย่างเช่น วิทยุชุมชนจังหวัดสงขลาที่ได้ดำเนินงานมาอย่างต่อเนื่องเป็นเวลา 7 ปี ก็ได้มีการวิจัยประเมินผลการทำงานที่ผ่านมาจากบุคคลภายนอก เป็นต้น

• การประเมินผลวิทยุชุมชนนั้นไม่ควรมีเป้าหมายที่จะจับผิดหรือโจมตีใคร รวมทั้งไม่ควรมุ่งเน้นแต่เรื่องความสำเร็จ/ความล้มเหลวจนหน้ามืดตามัว เราควรมีข้อคิดว่า "ที่ได้มีการทำงาน ที่นั้นย่อมมีการล้มเหลว/ผิดพลาด และอาจจะเป็นใครก็ได้ที่ทำผิดเช่นนั้น" การประเมินผลนั้น ควรมีมุ่งอยู่ที่ "กระบวนการเรียนรู้" และนำมาสู่ "การแก้ไขปรับปรุง/หรือพัฒนาให้ดีขึ้นไปเรื่อยๆ" เนื่องจากงานวิทยุชุมชนเป็นงานใหม่และเป็นงานใหญ่ที่ยังต้องการการเรียนรู้เพื่อสร้างสรรค์และพัฒนาต่อไปในภายภาคหน้า การประเมินผลจึงจะเป็นเครื่องมือประการหนึ่งในการบ่อนองศ์ความรู้เข้าสู่กระบวนการแห่งการเรียนรู้ของภาคประชาชน

ถึงแม้ว่า โดยหลักการแล้ว การประเมินผลดูเหมือนจะเป็น "เครื่องมือที่มีคุณทุกอย่างไป" แต่ทว่าในภาคปฏิบัติ ในสภาพความเป็นจริงก็คงเป็นดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นว่า การประเมินผลเป็นข้อข้อที่อ่อนที่สุดของการทำงานแบบไทยๆ เนื่องจากมักจะไม่ค่อยมีการประเมินผล (อันอาจจะเนื่องมาจากความเข้าใจว่า การประเมินผลก็คือกระบวนการจับผิดนั่นเอง)

และแม้จะได้ริเริ่มให้มีการติดตั้งการประเมินผลขึ้นมา ประสพการณ์จากกรณีวิทยุชุมชนจ.ปัตตานีที่ใช้ชื่อกระบวนการประเมินผลว่า "การถอดบทเรียน/สรุปบทเรียน" ก็ยังพบว่ากระบวนการดังกล่าวได้สร้างความกดดันและตึงเครียดแก่กลุ่มอยู่ไม่น้อย ดังนั้น การที่จะใช้เครื่องมือการประเมินผลที่เป็นประจวบสองคมนี้ จึงอาจต้องมีการตั้งคำถาม "วัดใจ" เสียก่อน เช่น

1. จะประเมินผลไปเพื่ออะไร (เป้าหมาย)
2. จะประเมินอะไร(ประเด็น)
3. จะประเมินใครโดยใครเป็นผู้ประเมิน
4. จะใช้วิธีการอะไร
5. จะนำเอาผลการประเมินไปใช้งานอะไร

(3) มิติของการประเมินผล

เป็นการตอบคำถามว่า เราจะประเมินผลในแง่มุมใดบ้าง สำหรับกรณีวิทยุชุมชนนั้น จากประสพการณ์งานวิทยุชุมชนที่ผ่านมาของไทย พบว่า หากต้องการให้ "ครบเครื่องเรื่องการประเมิน" ควรมีการประเมินผลใน 4 แง่มุมด้วยกันคือ

- (i) การประเมินผลการเข้าถึงและความสนใจในการรับฟังของผู้ฟัง
- (ii) การประเมินผลรายการ

(iii) การประเมินมิติการมีส่วนร่วมในวิทยุชุมชนในระดับต่างๆ

(iv) การประเมินผลการทำบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชน

(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 หรือการประเมินบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชนในฐานะสื่อของชุมชนที่จะช่วยในการพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ เป็นต้น

จากนี้จะพิจารณาดูการประเมินในแต่ละมิติในรายละเอียด

(3.1) การประเมินการเข้าถึงและความสนใจของผู้ฟัง

มิติแรกของการประเมินผลของวิทยุชุมชนคือ การประเมินผลของผู้ฟัง เนื่องจากผู้ฟังในวิทยุชุมชนนั้นถือได้ว่า "เป็นทั้งจุดเริ่มต้นและเป็นจุดหมายปลายทางของวิทยุชุมชนเลยทีเดียว" กล่าวคือ ผลผลิตของวิทยุชุมชนต้องเกิดมาจากความต้องการของผู้ฟัง (จุดเริ่มต้น) และก็เป็นผู้ฟังที่จะเป็นผู้ชี้ขาดว่า ความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองหรือไม่ (จุดหมายปลายทาง)

การประเมินผลจากผู้ฟังนั้นสามารถดูได้จากหลายประเด็นและสามารถจะทำการประเมินทั้งในแง่ปริมาณและคุณภาพดังตัวอย่างต่อไปนี้

(i) **การประเมินผลเข้าถึง** เป็นด่านแรกจากการประเมิน เพราะหากผู้ฟังไม่สามารถเปิดรับฟังวิทยุชุมชนได้ (เช่น รัศมีการส่งไปไม่ถึง หรือสัญญาณเสียงไม่ชัดเจน ซึ่งเป็นเหตุผลทางเทคนิค) มิติอื่นๆ ก็เป็นอันว่าไม่ต้องพูดถึง

ในบางกรณี แม้จะไม่มีกำแพงอุปสรรคด้านเทคนิค แต่ผู้ฟังก็อาจจะไม่เปิดรับฟังวิทยุชุมชนเนื่องจากความไม่น่าสนใจชวนให้ติดตามรับฟัง และในขณะที่ความเป็นจริง สื่อวิทยุเป็นสื่อที่มีคู่แข่งมากมาย ผู้ฟังจึงมีทางเลือกทางอื่นๆ

วิธีการประเมินผลการรับฟังนี้เป็นวิธีการที่ทั้งวิทยุสาธารณะ/ธุรกิจมักจะมีการสำรวจในเชิงปริมาณอยู่เสมอ ในงานวิจัยที่เป็นกรณีศึกษา งานวิจัยวิทยุชุมชนจ.นครราชสีมา และจ.บุรีรัมย์ ก็ได้ทำการสำรวจผลรับฟังวิทยุชุมชนด้วย

(ii) **การประเมินผลรับฟัง** ได้แก่การสำรวจพฤติกรรมการรับฟัง ซึ่งมักจะมีประเด็นคำถามดังนี้คือ

- มีการเปิดรับฟังหรือไม่
- ฟังแบบใด
- ช่วงเวลาไหน
- รายการอะไร
- แรงจูงใจที่เปิดรับฟัง

(iii) **การประเมินความพึงพอใจ** ตัวอย่างประเด็นคำถามได้แก่

- ความพึงพอใจโดยรวม
- ส่วนที่ชอบในรายการ (เช่น เนื้อหา รูปแบบ ผู้ดำเนินรายการ ฯลฯ)
- เนื้อหาที่ชอบ
- รูปแบบที่ชอบ
- ส่วนที่ไม่ชอบ

(iv) **การประเมินประโยชน์** ตัวอย่างประเด็นคำถามได้แก่ประโยชน์จากการใช้วิทยุชุมชนมีดังนี้

- ได้ข่าวสารท้องถิ่นมากขึ้น
- ได้ความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์
- ได้ความรู้ที่เป็นประโยชน์ในการแก้ปัญหา
- ได้รับการแก้ปัญหาในเรื่องที่ร้องทุกข์

- ได้รับความบันเทิง

ฯลฯ

(ดูประเด็นจากหัวข้อ "ประโยชน์ของวิทยุชุมชน")

(v) การประเมินความต้องการ คณะวิจัยวิทยุชุมชนคนเมืองน่านได้ตั้งประเด็นที่จะศึกษาความต้องการเกี่ยวกับวิทยุชุมชนจากชุมชนต่างๆในจ.น่าน ตามประเด็นดังนี้

- ความต้องการด้านรูปแบบรายการ (อยากได้รูปแบบรายการแบบใดบ้าง)

- ความต้องการด้านเนื้อหารายการ

- ความต้องการด้านเทคนิคการนำเสนอ (เช่น ภาษาที่ใช้)

- ความต้องการช่วงเวลาการรับฟัง

● ความต้องการด้านวิธีดำเนินงานซึ่งรวมหลายประเด็น เช่น การฝึกอบรมวิธีการตั้งคณะกรรมการ การจัดหางบประมาณ สถานที่ตั้ง การประเมินผล

สำหรับการประเมินผลด้านผู้ฟังนี้ ผลการวิจัยวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี ซึ่งกลุ่มผู้รับผิดชอบเป็นประชาชนระดับรากหญ้า ผู้วิจัยพบว่า ในระยะเริ่มแรกของการดำเนินงาน คณะผู้รับผิดชอบวิทยุชุมชนไม่มีความสนใจที่จะมีการประเมินผู้ฟังเลย โดยยังไม่มีแนวคิดเรื่องการวัดความนิยมเพื่อจะได้ทราบว่าผู้ฟังรายการมากน้อยเพียงใด เป็นใครและอยู่ที่ใด ความไม่สนใจดังกล่าวนับว่าเป็นปัญหาใหญ่ของวิทยุชุมชนซึ่งมีหลักการว่า จะต้องมึลักษณะ "ตอบสนองความต้องการของชุมชน" เป็นหลัก

สำหรับวิธีการประเมินผู้ฟังนี้ หากต้องการผลในเชิงปริมาณ ก็คงต้องใช้วิธีการสำรวจแบบผสมกับแบบสอบถามหรือแบบสัมภาษณ์ แต่หากต้องการผลในเชิงคุณภาพก็อาจจะใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus group interview) เพื่อการจัดเวทีเสวนา

(3.2) การประเมินผลรายการ

ในขณะที่การประเมินผลการเข้าถึงและความสนใจรับฟังนั้น เป็นการประเมินภาพโดยรวมของวิทยุชุมชนทั้งหมด แต่ในกรณีที่วิทยุชุมชนนั้นมีหลายรายการ ก็อาจจะมีการประเมินผลเจาะลงไปที่รายการแต่ละรายการเป็นพิเศษ โดยอาจมีเป้าหมายที่จะเพิ่ม/ลด/ตัดรายการหรือมีเป้าหมายเพื่อการพัฒนารายการ

ประเด็น/หัวข้อที่จะประเมินรายการอาจจะครอบคลุมเนื้อหา ดังนี้

- ความเหมาะสมของช่วงเวลา

- ความสั้นยาว/ความพอดีของเวลารายการ

- รูปแบบรายการ/วิธีการนำเสนอ

- เนื้อหารายการ/ประโยชน์/ความน่าสนใจ/ความเหมาะสม/ยากง่าย ฯลฯ

- ผู้ดำเนินรายการ (การพูด/ความเป็นกันเอง/ภาษาที่ใช้/ฯลฯ)
 - แขนงรับเชิญ/วิทยากร
 - จังหวะในการนำเสนอเนื้อหา
 - เพลงที่ใช้ในรายการ
- ฯลฯ

สำหรับวิธีการประเมินผลรายการก็ยังคงจะใช้วิธีการสำรวจด้วยการสัมภาษณ์ หรือใช้แบบสอบถาม และหากต้องการข้อมูลที่ลึกซึ้งหลากหลายมากขึ้น ก็อาจจะใช้วิธีการสนทนากลุ่มด้วยการจัดสถานการณ์ให้ผู้ฟังหลายๆคนมานั่งสนทนากันตามหัวข้อที่ผู้ประเมินตั้งเอาไว้

สำหรับการประเมินผลรายการนี้ ผลจากการวิจัยกรณีศึกษา 2 กรณีให้ข้อค้นพบที่น่าสนใจเกี่ยวกับวิธีการนำเสนอ โดยที่ตามปกติ ผู้จัดรายการวิทยุชุมชนมักจะมีแนวคิดว่าการจัดรายการวิทยุชุมชนนั้นควรจะมีเนื้อหาในรูปแบบรายการ และวิธีการนำเสนอที่เป็นสาระมากกว่าให้ความบันเทิง เพื่อให้แตกต่างหรือเพื่อเพิ่มสาระให้แก่สื่อวิทยุให้มากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ผลจากการสำรวจความต้องการและความชื่นชอบของกลุ่มผู้ฟังวิทยุชุมชนจ.น่าน และจ.ปัตตานี ก็พบว่า ผู้ฟังจำนวนไม่น้อยชอบที่จะให้มีการนำเสนอรายการเพลงเพื่อความผ่อนคลาย ดังนั้นประเด็นที่ยังท้าทายวิธีการนำเสนอในอนาคตก็คือ วิทยุชุมชนอาจจะไม่ต้องแยกประเภทรายการออกเป็น "รายการที่ให้สาระล้วน" หรือ "มีแต่บันเทิงอย่างเดียว" หากเป็นรายการแบบผสมผสาน "สาระ/บันเทิง" (Edutainment) ไปพร้อมๆกัน เช่น การเปิดเพลงลูกทุ่งแล้วนำเอาเนื้อเพลงมาพูดสนทนาให้ข้อคิดต่อ เป็นต้น

(3.3) การประเมินมิตินการมีส่วนร่วมในวิทยุชุมชนในระดับต่างๆ

เนื่องจากหัวใจสำคัญของวิทยุชุมชนคือ การมีส่วนร่วมของชุมชนในระดับต่างๆ ตามที่ได้กล่าวมาแล้ว จึงต้องมีการประเมินผลการมีส่วนร่วมในระดับต่างๆ ที่กล่าวมาแล้ว ตัวอย่างเช่น

● **การประเมินผลการมีส่วนร่วมในระดับผู้ฟัง** หัวข้อคำถามที่ใช้จะเป็นไปตามเรื่องการมีส่วนร่วมที่ได้กล่าวมาแล้ว เช่น

- ร่วมฟังอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ
- ร่วมแจ้งข่าวสาร
- ร่วมเสนอประเด็น
- ร่วมร้องทุกข์
- ร่วมเวทีสัญจร
- ร่วมโทรศัพท์เข้ามาในรายการ/วัตถุประสงค์ของการโทรเข้ามา

- ร่วมเขียนจดหมายติชม/เสนอรายการ
ฯลฯ

● **การประเมินผลการทำงานมีส่วนร่วมในระดับผู้ผลิต** หัวข้อคำถามก็เช่น

- เคยเข้ามาเป็นผู้ร่วมจัดรายการ
- เคยเข้ามาเป็นแขกรับเชิญ
- เคยเป็นแหล่งข้อมูล
ฯลฯ

● **การประเมินผลการทำงานมีส่วนร่วมในระดับผู้บริหาร** หัวข้อคำถามก็เช่น

- ความกระตือรือร้นในการทำงาน
- ความรับผิดชอบในการทำงาน
- ความสม่ำเสมอในการเข้าประชุม
ฯลฯ

วิธีการใช้ในการเก็บข้อมูลจะใช้หลายๆวิธีประกอบกัน เช่น

- การใช้แบบสำรวจ/แบบสอบถาม/แบบสัมภาษณ์
- การดูบันทึกเอกสาร เช่น อัตรากำลังโทรศัพท์เข้ามา บันทึกรายงานผลประชุม
ของคณะกรรมการบริหาร
- การสังเกตการณ์ เช่น เข้าสังเกตการณ์การจัดรายการ การประชุมของ
คณะทำงาน เป็นต้น

นอกเหนือจากการประเมินผล "การมีส่วนร่วมในวิทยุชุมชน" ดังที่กล่าวมาแล้ว นักวิจัยจากโครงการวิทยุชุมชนจ.ปัตตานี ยังได้ขยายมิติของการวัดการประเมินผลการทำงานมีส่วนร่วม ออกเป็น 3 มิติ (ดูหัวข้อ "การมีส่วนร่วม") โดยนักวิจัยได้วัดจากการวิเคราะห์เนื้อหารายการวิทยุว่ามีสัดส่วนของการสร้างบรรยากาศการมีส่วนร่วม 3 ลักษณะ คือ

- (1) การชักชวนให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งถือได้ว่าเป็นการใช้สื่อเป็นเครื่องมือเข้าไปสร้างการมีส่วนร่วมในชีวิตสาธารณะ
- (2) การชักชวนให้ผู้ฟังเข้ามาทำกิจกรรมกับกลุ่มวิทยุชุมชน
- (3) การชักชวนให้ผู้ฟังร่วมติดตามรับฟัง ร่วมติชมหรือแสดงความคิดเห็นต่างๆ ต่อเนื้อหาและรูปแบบรายการ อันเป็นบทบาทของการมีส่วนร่วมแบบผู้ฟังรายการ

(3.4) การประเมินผลการทำงานบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชน

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า วิทยุชุมชนนั้นเกิดขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่หลัก 2 ประการคือ การเป็นสื่อประชาธิปไตยเพื่อสร้างสรรค์ประชาธิปไตยในสังคม และการเป็นเครื่องมือหนุนช่วยการ

พัฒนาสังคมในมิติต่างๆ ดังนั้นจึงต้องมีการประเมินผลการทำหน้าที่บทบาทของวิद्यุชุมชนว่าเป็นไปตามหลักการหรือไม่

ในงานวิจัยวิद्यุชุมชนจ.นครราชสีมาและบุรีรัมย์ได้มีการประเมินบทบาทของวิद्यุชุมชนเอาไว้อย่างละเอียด โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหารายการที่ออกอากาศไปแล้ว และตั้งเกณฑ์การแสดงบทบาทเอาไว้ (ดูรายละเอียดในหัวข้อ "หน้าที่และประโยชน์ของวิद्यุชุมชน") เช่น

- บทบาทตามทิศทางการไหลของข่าวสาร
 - (ก) ในแนวดิ่ง มีทิศทางการคือ
 - จากบนลงล่าง เป็นการถ่ายทอดข่าวสารจากรัฐไปสู่ประชาชน
 - จากล่างขึ้นบน เป็นการถ่ายทอดข่าวสารจากประชาชนไปสู่รัฐ
 - (ข) ในแนวนอน คือการติดต่อส่งข่าวสารระหว่างประชาชนด้วยกัน
 - บทบาทการพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ
 - บทบาทเสริมพลังทางเศรษฐกิจ
 - บทบาทในการจับตาดูการเมืองระดับท้องถิ่น
 - บทบาทในการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม
- ฯลฯ

ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหารายการได้ให้ภาพที่ชัดเจนอย่างมากว่า วิद्यุชุมชนยังคงเล่นบทบาทหนักไปทางด้านการส่งข่าวสารแนวดิ่งจากบนลงล่าง โดยมีสัดส่วนรายการประเภทนี้ถึงเกือบครึ่งหนึ่ง 42% และมีเพียง 3% เท่านั้นที่เป็นการสื่อสารแนวนอนระหว่างประชาชน ซึ่งเท่ากับว่าวิद्यุชุมชนยังไม่ได้เล่นบทบาทที่โดดเด่นแตกต่างไปจากวิทยุสาธารณะที่เคยมีมา การรับทราบผลจากการประเมินเช่นนี้ ช่วยให้ทิศทางการหันกลับมาปรับปรุงพัฒนาเนื้อหาและรูปแบบรายการได้อย่างดี

นอกเหนือจากวิธีการวิเคราะห์เนื้อหารายการ ซึ่งเป็นวิธีการที่ให้ผลอย่างแน่นอนในการประเมินผลเรื่องบทบาทหน้าที่แล้ว อาจจะใช้วิธีการสำรวจ/สัมภาษณ์/ซักถามผู้ฟัง-ผู้ผลิตรายการ/คณะผู้บริหารวิद्यุชุมชนประกอบด้วยก็ได้

เอกสารงานวิจัยที่ใช้สังเคราะห์

1. ชาศริต สุดสายเนตรและคณะ (2547)
"การใช้สื่อวิทยุท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมประชาคม จ.มหาสารคาม", รายงานการวิจัย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
2. ชาลิสสา มากแผ่นทอง (2547)
"การวิจัยเพื่อสรุปบทเรียน : กระบวนการเตรียมกลุ่มวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี", สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
3. วีรพงษ์ พลนิกรกิจ, เสกสรร พรหมพิทักษ์ และนิภากร กำจรเมฆกุล (2545)
"แนวทางการพัฒนาวิทยุชุมชนเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน จ.นครราชสีมา และ จ.บุรีรัมย์", สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
4. วีระวรรณ ยังกิจการ และคณะ(2547)
"การมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบ เนื้อหา และวิธีดำเนินงานรายการวิทยุเพื่อชุมชนของ จ.น่าน", สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ (2543)
“สื่อเพื่อชุมชน : การประมวลองค์ความรู้”, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- กาญจนา แก้วเทพ (2545)
“วิทยุชุมชน : กระบวนการคลี่คลายและกลายเป็น”, **นิเทศศาสตร์ปริทัศน์** ปีที่6-7 (2545-46) มหาวิทยาลัยรังสิต.
- จตุรภัทร ชัยสุวรรณ (2543)
“การศึกษารูปแบบและกลวิธีในการจัดรายการวิทยุชุมชนคนโคราช จ.นครราชสีมา”, โครงการเฉพาะบุคคล คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิระวรรณ ตันกูวานนท์ (2545)
“การมีส่วนร่วมและบทบาทผู้นำชุมชนชาวไทยภูเขาในการจัดการวิทยุชุมชน จ.แม่ฮ่องสอน” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จุมพล รอดคำดี (2542)
วิทยุชุมชน : การปฏิรูปสื่อเพื่อสังคม, กรุงเทพมหานคร: ครอบคลุม 1 ปีการดำเนินงานโครงการวิทยุชุมชนของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 2 สวท. อุบลราชธานี
- ทิวาพร แสนเมืองชิน (2543)
“การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชากรโดยผ่านรายการวิทยุชุมชนสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จ.นครราชสีมา”, วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประภากร ดลกิจ (2544)
“การวิเคราะห์การจัดรายการวิทยุชุมชน “สร้างสรรค์จันทร์”, วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นภาพรณ อัจฉริยะกุล (2531)
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุและโทรทัศน์ หน่วยที่ 1-7 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- สิริพร สงบธรรม (2544)
 “บทบาทของรายการวิทยุชุมชนในการเสริมสร้างประชาคมสงขลาด้านปัญหาสิ่งแวดล้อม”
 วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรินทร์ แปลงประสพโชค (2533)
 “การทดลองจัดวิทยุกระจายเสียงชุมชนสำหรับชุมชนชนบทในเขตชานเมือง จ.จันทบุรี”
 วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วีรพงษ์ พลนิกรกิจ (2542)
 “ปัจจัยเชิงโครงสร้างของสถานีวิทยุท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่กำหนดรูปแบบและ
 เนื้อหารายการวิทยุ” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรวรรณ ปิลาธนนโหวาท (2544)
 “การสื่อสาร การมีส่วนร่วม และความพึงพอใจของประชาชนในวิทยุชุมชน จ.อุบลราชธานี
 และจ.ระยอง” สภาวิจัยแห่งชาติ.
- เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2543)
แผนแม่บทและกฎหมายประกอบกิจการ จากเวทีปฏิรูปสื่อภาคประชาชน, เอกสารอัดสำเนา.
- เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2546)
 วิทยุชุมชน : การดำเนินงานและบทบาทเชิงคุณค่า เอกสารประกอบการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ
 “วิทยุชุมชน : จากชุมชนสู่สังคมประเทศ, 18-20 ก.ย. 2546 สำนักงานกองทุนสนับสนุนการ
 สร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)