

## บทที่ 2

### เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง รูปแบบ และผังรายการวิทยุชุมชนท้องถิ่นที่เหมาะสมกับผู้ฟังในพื้นที่อำเภอเมืองเชียงใหม่ได้ดำเนินการทบทวนองค์ความรู้ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดการสื่อสารชุมชน
2. แนวคิดพื้นที่สาธารณะ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการแพร่กระจาย
4. แนวคิดวิทยุชุมชน
5. แนวคิดการมีส่วนร่วม
6. หลักการจัดและผลิตวิทยุกระจายเสียง
7. รูปแบบและเทคนิคการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง
8. หลักการจัดการบริหารสถานีวิทยุกระจายเสียง
9. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิทยุกระจายเสียง
10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดการสื่อสารชุมชน

แนวคิดด้านการสื่อสารชุมชนได้ให้ความสำคัญกับกระบวนการสื่อสารของชุมชนหนึ่ง ๆ โดยนิยามความหมายของชุมชนนั้น รวมไปถึงชุมชนเป็นทั้งชุมชนพื้นที่ ชุมชนผ่านคลื่น และชุมชนในลักษณะอื่น ที่คนกลุ่มต่าง ๆ มีความรู้สึกร่วมกันในด้านหนึ่งด้านใด และมีการติดต่อสื่อสารกันด้วยช่องทางต่างๆ

แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับ ดร. กาญจนา แก้วเทพ นักวิชาการที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารชุมชนที่ระบุว่า ชุมชนมิได้ผูกขาดว่าหมายถึงแต่ชาวบ้านในชนบท หรือ ชุมชนที่ต้องอยู่ในพื้นที่เดียวกันเท่านั้น แต่เมื่อก้าวถึงชุมชนต้องหมายถึงชุมชนทุกประเภททั้งชุมชนพื้นที่

ชุมชนผ่านคลื่น เช่น รายการวิทยุ ชุมชนผ่านสาย เช่น กลุ่มเฟซเจอร์ ชุมชนสายเดี่ยว ชุมชนไร้สาย ชุมชนเสมือนจริง (2544:5)

ความเป็นชุมชนจะต้องมีเป้าหมายร่วมกัน (Common Goals) ในทางหนึ่งทางใด อันนำไปสู่การกระทำการปฏิบัติการการสื่อสารร่วมกัน (Communicative Action) จนเกิดความสัมพันธ์เป็นชุมชนที่ต่อเนื่อง ที่สำคัญสมาชิกของชุมชนนั้นๆ ต้องมีความรู้สึกติดถิ่น (Attachment) ร่วมกัน อันเกิดจากการทำกิจกรรมในด้านต่าง ๆ ร่วมกัน

จากการประมวลองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารชุมชนในประเทศไทย พบว่า การสื่อสารชุมชน มีคุณลักษณะสำคัญ ดังนี้

1. เป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way communication) ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีปฏิริยาโต้ตอบกันอยู่ตลอดเวลา สถานะของทั้งสองฝ่ายไม่ตายตัวอาจสลับกันได้
2. ทิศทางการไหลของข่าวสาร (Flow of Information) มีไม่จำกัด ทั้งจากบนลงล่าง (Top- down) และจากล่างขึ้นบน (Bottom- up) และแนวระนาบ (Horizontal)
3. เป้าหมายของการสื่อสารเป็นไปเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆเพื่อชุมชน และตอบสนองความต้องการของคนในชุมชน
4. เป็นสื่อที่มีลักษณะการเข้าถึง (Access) ได้ตลอดเวลา โดยมีชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม “สื่อชุมชนต้องเป็นสื่อที่แสดงออกของชุมชน มิใช่เป็นสื่อเพื่อชุมชนเท่านั้น”
5. หน้าที่ของการสื่อสารชุมชน นอกจากจะทำหน้าที่ในด้านการให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนแล้ว ต้องทำหน้าที่ทั้งในด้านการแสดงออกซึ่งเอกลักษณ์ของสมาชิกในชุมชน หน้าที่ทางสังคมที่เปิดโอกาสให้ทุกคนเข้าร่วมทำการสื่อสารเพื่อจะสร้างความรู้สึกร่วมเป็นชุมชนเดียวกัน และต้องทำหน้าที่ในการควบคุมการปฏิบัติการ (Control Activation Function) อันเป็นการสื่อสารเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นของคนในชุมชน ผ่านช่องทางการสื่อสารสองทาง

#### แนวคิดพื้นที่สาธารณะ

แนวคิดพื้นที่สาธารณะ (Public sphere) เป็นแนวคิดที่ เจอร์เกน ฮาเบอร์มาส (Jurgen Habermas) นักวิชาการชาวเยอรมัน ได้นำเสนอไว้ในหนังสือชื่อ Structural Transformation of Public Sphere ในปี คริสตศักราช 1962 ฮาเบอร์มาส (1998: pp.207-208) ให้ความสำคัญกับพื้นที่สาธารณะในเชิงของการติดต่อสื่อสารและการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสาร (flow of communication) ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวสาธารณะ ภายในเครือข่าย (network) มากกว่าในเชิงสถาบัน หรือเชิงสถานที่

ทั้งนี้เพราะการติดต่อสื่อสาร ย่อมนำไปสู่การรับรู้และเรียนรู้อันส่งผลสำคัญในการกระตุ้นให้ประชาชนหันมาให้ความสำคัญ และสนใจเรื่องสาธารณะซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ประชาชนได้ก้าวเข้ามาเป็นพลเมือง (citizen) ผู้มีความสนใจและมุ่งมั่นในการเข้าไปมีส่วนร่วมในเรื่องของชีวิตสาธารณะ (Public life) ไม่ใช่ดำรงชีวิตอยู่แบบผู้ถูกกระทำจากภายนอก หรือใช้ชีวิตไปในฐานะผู้บริโภค (consumer) ที่ดำรงอยู่แต่เพียงวิถีชีวิตส่วนตัว (Private life) เท่านั้น

หลักการสำคัญของความเป็นพื้นที่สาธารณะอยู่ที่การเป็นพื้นที่ที่อิสระ ปลอดภัยจากครอบงำจากรัฐ และระบบตลาด เป็นพื้นที่ของคนหลากหลาย มีการติดต่อกันสม่ำเสมอ ผู้เข้าร่วมเข้าร่วมในฐานะที่เป็นพลเมืองมากกว่าผู้บริโภค โดยมีจิตสำนึกสาธารณะร่วมกัน มีการพูดคุยเรื่องสาธารณะ (public dialogue) (กาญจนา แก้วเทพ, 2543:215)

จากแนวคิดและหลักการของพื้นที่สาธารณะตามแนวคิดของฮาร์เบอร์มาส พบว่า หัวใจของการกำเนิดขึ้นและดำรงอยู่ของพื้นที่สาธารณะ ก็คือ การติดต่อสื่อสารระหว่างคนกลุ่มต่างๆ ดังนั้นช่องทางแห่งการสื่อสารสาธารณะหรือ ตัวสื่อสารสาธารณะ (Public media) ที่เปิดกว้าง และเป็นอิสระปราศจากการครอบงำของฝ่ายใดๆ และไม่เข้าไปเพื่อการค้าหรือธุรกิจ เพราะยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางในฐานะพลเมือง (Citizen) ไม่ใช่ผู้บริโภค (Consumer) จึงเป็นหนึ่งในพื้นที่สาธารณะสำหรับประชาชนได้เข้าร่วมกันแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเรื่องสาธารณะเป็นสำคัญ

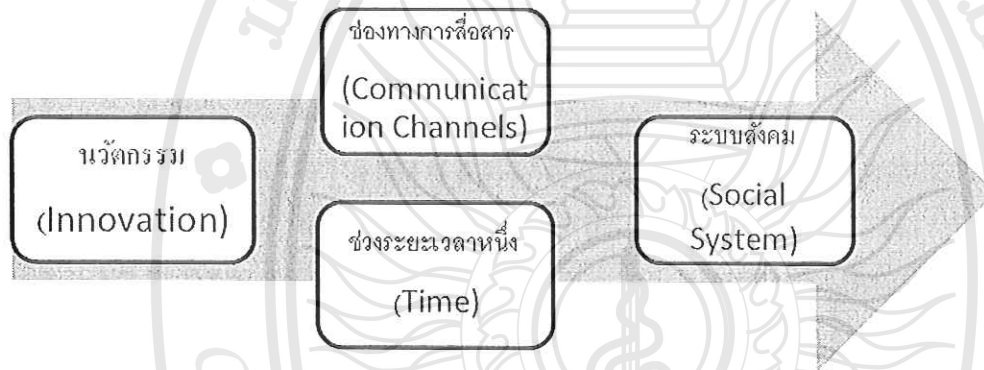
### แนวคิดเกี่ยวกับการแพร่กระจาย

แนวคิดเกี่ยวกับการแพร่กระจายเป็นเรื่องที่มีการกล่าวถึงในเรื่องการแพร่กระจายนวัตกรรมเป็นสำคัญ ซึ่งหมายถึง การเผยแพร่ความคิด การปฏิบัติใหม่ หรือสิ่งใหม่ที่สมาชิกในระบบสังคมเห็นว่าเป็นของใหม่ ซึ่งอาจเป็นเรื่องที่เคยได้ยินหรือเห็นมาก่อนแต่ยังไม่เกิด ทักสนใจชอบหรือไม่ชอบ เป็นการศึกษาถึงช่องทาง (Channel) ในการเผยแพร่สิ่งใหม่จากผู้ส่งสารถึงผู้รับสารในช่วงเวลาหนึ่งๆ เพื่อให้ผู้รับสารยอมรับนวัตกรรมใหม่นั้น (เสถียร เขยประทับ, 2529:18-19)

ดังนั้น ประสิทธิภาพของการแพร่กระจาย จึงขึ้นกับช่องทางในการส่งสารไปยังผู้รับสาร โดย ประสิทธิภาพของช่องทางขึ้นกับ ความน่าเชื่อถือของช่องทาง (Channel Credibility) หมายถึง ความน่าไว้วางใจของผู้ส่งสารในความรู้สึกรับสาร ปฏิกริยาตอบสนองผ่านช่องทาง (Channel Feedback) หมายถึง โอกาสที่ช่องทางได้เปิดให้ผู้รับสารได้ตอบสนองกลับอย่างเต็มที่ทันทั่วทั้งอันก่อให้เกิดการปรับปรุงการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

การแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovations Theory : DOI) ของ เอเวอเรท โรเจอร์ นั้นได้กล่าวว่า การยอมรับ (Adoption) สิ่งใดของสังคม จะมีกระบวนการ (Process) คล้าย ๆ

กัน โดยเริ่มต้นจากมีสิ่งใหม่เกิดขึ้น มีคนกลุ่มหนึ่งยอมรับคิดว่าดีแล้ว จะเกิดการแพร่กระจาย (Diffusion) ไปตามช่องทางการสื่อสาร (Channels) ต่าง ๆ ของคนกลุ่มหนึ่งไปสู่อีกกลุ่มหนึ่งในสังคม อยู่ที่สิ่งใหม่นั้นมีความดึงดูดใจสูงก็จะทำให้การยอมรับสิ่งนั้นในสังคม ใช้ระยะเวลาในการยอมรับสั้นขึ้น การแพร่กระจายความนิยมเหล่านี้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยไม่มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์หรือ Promotion ใดให้เกิดความนิยม แต่ล้วนแล้วเกิดการแพร่กระจายอย่างรวดเร็วไปตามช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ สังคมโดยธรรมชาติ ธรรมชาติของโทรคมนาคมเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีและธุรกิจสมัยใหม่ก็เช่นกัน



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองการแพร่กระจายนวัตกรรม Diffusion of Innovation

ที่มา : ปรับปรุงจากแนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรมของ Everett Roger : 2555

จากการทบทวนงานวิจัยในรอบสองทศวรรษของกาญจนา แก้วเทพ ระบุว่าสื่อที่มีขนาดยิ่งเล็กระยะทางอันไกลไปใกล้ชิดประชาชน ยิ่งมีคุณสมบัติต่อชาวบ้านในชนบทมากยิ่งขึ้น สื่อมวลชนใหญ่เกินไปที่จะช่วยกระตุ้นหรือหนุนนำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในเชิงพฤติกรรมของคนในชุมชนได้เป็นอย่างดี (กาญจนา แก้วเทพ, 2543:28-29) เพราะ สื่อขนาดเล็กที่ใกล้ชิดในชุมชนสามารถเข้าถึงทัศนคติ ความต้องการ และมีฐานความคิด ความเชื่อ วัฒนธรรม ประสบการณ์ที่ใกล้เคียงกันระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสารในชุมชน

ขณะเดียวกันช่องทางการแพร่กระจายในด้านการการส่งกระจายเสียงเองก็มีลักษณะเช่นเดียวกัน กล่าวคือ หากสื่อที่ส่งกระจายเสียงไปในรัศมีที่จำกัดชัดเจนเป็น (Narrowcasting) ย่อมทำให้ผู้ส่งสารสามารถรู้กลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน และเลือกเนื้อหา ดีลา และรูปแบบการส่งกระจายได้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ตรงข้ามกับในระบบการส่งกระจายเสียงที่กว้างไกล (Broadcasting) ของสื่อมวลชน ซึ่งมักมีเนื้อหาไม่หลากหลาย แต่มุ่งครอบคลุมผู้รับให้ได้กว้างขวางที่สุด อัน

เป็นการทำการผลิตในลักษณะอุตสาหกรรม ส่งผลให้กลุ่มผู้รับที่ไม่มีอำนาจการซื้อ เช่น คนจน ชนกลุ่มน้อย ต้องรับสื่อที่ผลิตขึ้นเพื่อคนอื่น ๆ และมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารที่ไม่ตรงกับความต้องการของคนกลุ่มเหล่านั้น และการกระจายเสียงดังกล่าวมักอยู่ในฐานะผู้รับสารแต่เพียงอย่างเดียว อาจมีเสียงสะท้อนกลับได้บ้างแต่ทว่าล่าช้า (delayed feedback) ผ่านทางสื่อมวลชนทั่วไป (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2544:4)

### แนวคิดวิทยุชุมชน

วิทยุชุมชนได้ถือกำเนิดในกลุ่มประเทศตะวันตก โดยเกิดขึ้นจากสภาพความหลากหลายชุมชน มีความต้องการในด้านการสื่อสารของประชาชนที่แตกต่างกัน ซึ่งสื่อมวลชนทั่วไปซึ่งเป็นกระแสหลัก ไม่สามารถตอบสนองได้ เนื่องจากข้อจำกัดทางธุรกิจ ขณะเดียวกันในสังคมไทย วิทยุชุมชนได้ถือกำเนิดขึ้นจากภาคประชาสังคมที่ต้องการแสวงหาเครื่องมือในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น โดยเริ่มจัดตั้งและพัฒนาขึ้นในนาม “จุดปฏิบัติการเรียนรู้วิทยุชุมชน” ในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา

วิทยุชุมชนเป็นสื่อที่มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการพัฒนาเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน เพราะวิทยุชุมชนมีแนวคิดสำคัญ คือ การเป็นสื่อกลางเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของความเป็นไปในชุมชนท้องถิ่น และความเปลี่ยนแปลงของสังคมภายนอกชุมชนเข้าด้วยกัน โดยมีหลักการสำคัญ คือ เป็นสื่อที่ดำเนินการ โดยชุมชน เพื่อชุมชน และเป็นสื่อของชุมชน อันเป็นลักษณะที่โดดเด่นแตกต่างไปจากการดำเนินงานของสื่อมวลชน โดยทั่วไป

อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานของวิทยุชุมชนไทยยังเต็มไปด้วยความสับสน ตลอดจนขาดทิศทางในการพัฒนาอย่างเป็นระบบ ทั้งในด้านองค์ความรู้ การจัดการ การบริหารและการดำเนินการกระบวนการสื่อสารเนื่องจากอยู่ในระยะเริ่มต้น จนส่งผลให้เกิดการจัดตั้งวิทยุชุมชนอย่างกว้างขวางทั่วประเทศอย่างไร้ทิศทาง ขาดหลักการและปรัชญาของความเป็นวิทยุชุมชนที่แท้จริง ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการประมวลองค์ความรู้และแนวคิดด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับหลักการวิทยุชุมชนพัฒนาขึ้นมาเป็นดัชนีชี้วัดความเข้มแข็งของ วิทยุชุมชน อันเป็นหนึ่งในทิศทาง การหนุนเสริมให้ภาคประชาชนและผู้เกี่ยวข้องได้ร่วมกันพัฒนา วิทยุชุมชนให้กลายเป็นสื่อภาคประชาชนที่มีประสิทธิภาพ ตรงตามเจตนารมณ์ของสังคมและรัฐธรรมนูญ

### แนวคิดวิทยุชุมชน

วิทยุชุมชนแม้ว่าเป็นสื่อกระจายเสียงในลักษณะเดียวกับวิทยุมวลชน แต่ทว่าสถานีวิทยุชุมชน มีแตกต่างไปวิทยุมวลชนอย่างหลากหลายทั้งในด้านการบริหาร การจัดการ การส่งกระจาย

เสียง จนยากที่จะกำหนดนิยามอย่างชัดเจน ขึ้นกับเงื่อนไขบริบทแวดล้อมของแต่ละด้าน บางฝ่ายเลือกกำหนดเพียงการส่งกระจายเสียงเพื่อชุมชน โดยปราศจากความเป็นเจ้าของ บางฝ่ายกำหนดความเป็นวิทยุชุมชน แค่เพียงการที่ชุมชนเข้าไปดำเนินการ แม้เนื้อหาการกระจายเสียงไม่ได้เป็นประโยชน์ใดต่อชุมชนเลยก็มี

แนวคิดเกี่ยวกับ “วิทยุชุมชน” มีอยู่หลายแง่มุมด้วยกัน แต่เมื่อพิจารณาเป้าหมายของวิทยุชุมชนที่มุ่งตอบสนองในสิ่งที่วิทยุกระแสหลักไม่สามารถตอบสนองให้ได้ มี 3 แง่มุมด้วยกัน

1.1 วิทยุชุมชนเป็นสื่อทางเลือก (Alternative Media) ในแง่มุมนี้วิทยุชุมชนเป็นวิทยุที่ประชาชนเป็นเจ้าของ ไม่ใช่บริษัทขนาดใหญ่ ส่วนการดำเนินงานนั้นก็ไม่ได้แสวงหาผลกำไร และไม่ขายผู้รับสารให้กับบริษัทเพื่อเป็นรายได้ นอกจากนี้ยังเป็นอิสระจากรัฐ และองค์กรอื่น ๆ และไม่สนใจการทำงานแบบมืออาชีพ แต่พึ่งพาอาสาสมัคร ส่วนการผลิตรายการนั้น ผู้รับสารทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร โดยนำเสนอเนื้อหาจากเกณฑ์การเลือกที่แตกต่างจากสื่อกระแสหลัก เช่น เรื่องต้องห้าม

1.2 วิทยุชุมชนเป็นสื่อภาคประชาชน (Civic Media) เป็นมุมมองในแง่ที่ว่าวิทยุชุมชน ไม่เป็นทั้งของภาครัฐ และเอกชน ไม่มุ่งกำไรสูงสุด และมีพันธกิจเพื่อสนองประโยชน์ของสาธารณะ นอกจากนี้รายการยังมีเนื้อหาที่หลากหลายกว่าสื่อภาครัฐ และเอกชน กล่าวคือ สื่อภาคประชาชนนอกจากจะมุ่งเน้นที่ข่าวสาร และสาระมากกว่าสื่อบันเทิงแล้ว ยังมุ่งหวังการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนอีกด้วย ทั้งในเรื่องของการเป็นเจ้าของ การกำหนดทิศทางของเนื้อหาการผลิต การแสดงความคิดเห็น การสนับสนุนด้านการเงิน การรวบรวมกำลังคนและทรัพยากร และการประเมินผล (พิรงรอง รามสูต ธรรมะนันท์, 2547:3-13)

1.3 วิทยุชุมชนเป็นสื่อสาธารณะ (Public Service Broadcasting) ความเป็นสาธารณะทำให้วิทยุชุมชนต้องยึดถือประโยชน์ของประชาชนทุกคน โดยมีอิสระจากอิทธิพลของรัฐ และกลุ่มทุน และมีความหลากหลาย และความแตกต่างจากสื่อเชิงพาณิชย์ ส่วนเนื้อหาที่นำเสนอต้องเป็นกลางสอดคล้องกับความต้องการของประชากรทุกกลุ่ม รวมถึงการให้ความสำคัญของคุณภาพมากกว่าปริมาณ และรายได้หลักควรมาจากประชาชนในรูปแบบของค่าธรรมเนียมเป็นหลัก (จิตินันท์ พงษ์สุทธิรักษ์ และวีระยุทธ กาญจน์ชูฉัตร, 2546:viii)

เฟลิซ ลิบเบโร (Felix Librero, 1993:218-223) อธิบายว่า วิทยุชุมชน อาจนิยามได้หลายทาง ขึ้นอยู่กับบทบาทของวิทยุชุมชนในระบบสื่อสารของชาติ หรือนิยามทางเทคนิค ก็คือการส่งกระจายเสียงกำลังต่ำเพื่อชาวบ้านหรือประชาชนในพื้นที่เฉพาะ หรืออาจหมายถึงการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการผลิตรายการก็ได้ หรืออาจหมายถึงระบบที่ใช้วิทยุเป็นเครื่องมือสร้างจิตสำนึก

นี้ในการพัฒนาของประชาชนในพื้นที่ ภูมิภาคที่กำหนดชัดเจนทั้งทางด้านสังคม จิตวิทยา และทางด้านกายภาพ คริสตศักราช 1977 ได้มีการเสนอรายงานการดำเนินงานวิทยุชุมชนในสหรัฐอเมริกาต่อที่ประชุมใหญ่องค์การยูเนสโก (UNESCO) ที่กรุงเบลเกรด ประเทศยูโกสลาเวีย และที่ประชุมได้มีความเห็นว่า การใช้วิทยุเพื่อชุมชนเป็นส่วนหนึ่งที่อยู่ในกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) ซึ่งการสื่อสารในแนวนี้นั้นหลัก 3 ประการ 3 คือ การเข้าถึงสื่อ (Access) เข้าถึงง่าย ควบคุมกันง่าย เปลี่ยนแปลงได้ การมีส่วนร่วม (Participation) ร่วมทุกระดับตั้งแต่คิด การผลิต การจัดการด้วยตนเอง (Self management)

### แนวคิดวิทยุชุมชนของไทย

ในประเทศไทย แนวคิดวิทยุชุมชนในเชิงหลักการที่เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางคือ “วิทยุชุมชนเป็นของชุมชน โดยชุมชน เพื่อชุมชน” กล่าวคือ ประชาชนต้องเข้ามาดำเนินงานวิทยุชุมชน(โดยชุมชน) รวมทั้งเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ (ของชุมชน) และเนื้อหารายการของวิทยุชุมชนเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ของชุมชน(เพื่อชุมชน) (จิตินันท์ พงษ์สุทธิรักษ์ และ วีระยุทธ กาญจน์วัชร์, 2546: viii และพิรงรอง รามสูต รณะนันท์, 2547: 3-10)

กำเนิดและพัฒนาการวิทยุชุมชนไทย จากการรวมตัวของภาคประชาชน โดยเสรี เพื่อสิทธิการสื่อสารเพื่อชุมชน เริ่มตั้งแต่ปลายปี พุทธศักราช 2543 เรื่อยมา จนก่อให้เกิดการกระจายตัวของกิจการวิทยุชุมชน แล้วแปรเปลี่ยนเป็นวิทยุธุรกิจขนาดเล็ก (SMEs) ควบคู่ไปกับการเปลี่ยนแปลงในกฎระเบียบต่าง ๆ อาทิ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 มาตรา 40 ต่อเนื่องรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 มาตรา 47 พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พุทธศักราช 2543 พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พุทธศักราช 2551 พระราชบัญญัติวิทยุคมนาคม พุทธศักราช 2498 ประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชนชั่วคราว (วิทยุกระจายเสียงชุมชน) และประกาศคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่องหลักเกณฑ์การประกอบกิจการบริการชุมชนชั่วคราว (วิทยุกระจายเสียงชุมชน)

จากประสบการณ์การบริหารจัดการของกิจการสถานีวิทยุชุมชนต่างๆ รวมทั้งทิศทางในอนาคตของวิทยุชุมชนที่ควรเป็น ความท้าทายไม่มีหน้าปัดจากเทคโนโลยี ตลอดจนการหลอมรวมสื่อวิทยุชุมชนภาคประชาชนที่ไม่แสวงหากำไร และไม่มีโฆษณา นั้น มีลักษณะร่วมกันที่สำคัญ คือ การสนับสนุนทางความคิดและการเงินจากกองทุนการลงทุนทางสังคม (SIF) เป็นส่วนใหญ่ ในจุดเริ่มต้น เพื่อต่อยอดแนวทางการพัฒนาที่ทางกองทุนฯ ได้วางรากฐานและให้การสนับสนุนชุมชนต่าง ๆ ทั่วประเทศ อันนำไปสู่กำเนิดของวิทยุชุมชนภาคประชาชนอย่างกว้างขวาง ในพุทธศักราช

2545 โดยมีสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชนเมือง (พอช.) มาขยายผลแนวคิดไปยังชุมชนต่าง ๆ ที่องค์กรเคยให้การสนับสนุน

อย่างไรก็ตาม วิถีชุมชนที่ไม่แสวงหากำไรนั้นมิได้มีเพียงสถานีวิถีชุมชนที่เกิดขึ้นจากความพยายามและการผลักดันขององค์กรพัฒนาทั้งสองแห่งข้างต้นเท่านั้น มีสถานีวิถีชุมชนจำนวนมากไม่น้อยที่เกิดจากองค์กรชุมชน หน่วยราชการท้องถิ่น รวมไปถึงตัวบุคคลที่มีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งวิถีชุมชน ที่แตกต่างกันไป อันมีลักษณะของการตามอย่างสถานีวิถีชุมชนที่ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรพัฒนาเอกชนทั้งสอง โดยมีรายละเอียดความหลากหลายในลักษณะการดำเนินการแตกต่างของฐานที่มา และปัจจัยแวดล้อมของชุมชนต่าง ๆ โดยเฉพาะกิจกรรมต่างๆ ที่คนในชุมชนได้ร่วมกันทำมาอย่างต่อเนื่อง ผ่านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ถือเป็นทุนทางสังคมได้ส่งผลต่อการดำเนินงาน และการดำรงอยู่ของวิถีชุมชน จนถึงปัจจุบัน ในลักษณะที่แตกต่างกันไป แต่โดยภาพรวมแล้ววิถีชุมชนมักมีลักษณะการจัดตั้งและการวางโครงสร้างในการบริหารที่มีแนวทางคล้ายคลึงกันดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.2 ลักษณะภาพรวมการบริหารงานวิถีชุมชนที่ไม่แสวงหากำไรและไม่มีโฆษณา  
ที่มา: ประมวลสรุปและปรับปรุงจากรายงานผลการดำเนินงานสหพันธ์วิถีชุมชนแห่งชาติ พุทธศักราช 2546

จากภาพแสดงให้เห็นว่า โดยทั่วไปวิถีชุมชนมีตัวแทนจากองค์กรชุมชนต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนหรือของภาคประชาชนเข้าร่วม รวมทั้งประชาชนแต่ละคนที่สนใจงานเข้าร่วมกันเป็นคณะกรรมการบริหารวิถีชุมชนวางแนวทาง และกำหนดกฎกติกาต่างๆ รวมไปถึงวางแนวทางการดำเนินงานทั้งในด้านการระดมทุน การหาที่ตั้งสถานี และกำหนดผังรายการโดยช่วงแรกคณะกรรมการ ก็เป็นผู้จัดการเองส่วนใหญ่



นอกจากนั้นวิทยุชุมชนโดยทั่วไปมีการกำหนดให้มีผู้จัดการสถานี หรือผู้ประสานงานที่ทำหน้าที่คอยดูแลการทำงานของวิทยุชุมชน ซึ่งเป็นผู้มีอำนาจในเชิงบริหารในการกำหนดผังรายการ การอนุญาตหรือไม่อนุญาตให้คนใดคนหนึ่งมาจัดรายการหรือเลิกจัดรายการ โดยมากผู้ทำหน้าที่ เป็นนายสถานีหรือผู้จัดการสถานี มักเป็นแกนนำคนสำคัญของกลุ่มผู้ก่อตั้งวิทยุชุมชน ในขณะที่ผู้จัดรายการส่วนใหญ่ต่างเป็นตัวแทนของคนในชุมชน หรือชาวบ้านที่สนใจเข้าร่วมซึ่งมีความหลากหลายสูงมาก ตามแต่ลักษณะชุมชน ในหลายพื้นที่พบว่า ผู้จัดรายการจำนวนมากไม่ได้เข้าร่วมตั้งแต่ก่อตั้งสถานีชุมชน หากเป็นการเข้าร่วม จัดรายการหลังจากได้รับฟังการกระจายเสียงของวิทยุชุมชนแล้ว

จุมพล รอดคำดี (2542:22-24) ได้สรุปแนวคิดของวิทยุชุมชนจะมีหลักการดังนี้

1. ต้องเกิดขึ้นจากความต้องการของชุมชน โดยถือว่าคนส่วนใหญ่ แสดงความคิด ความต้องการแตกต่างกัน
2. วิทยุชุมชนต้องได้รับการยอมรับของกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน
3. วิทยุชุมชนย่อมไม่มีการแบ่งแยกเชื้อชาติ ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรมของคนในชุมชน
4. วิทยุชุมชนต้องยึดถือแนวทางการเสนอรายการ และข่าวสารของชุมชนเป็นหลัก ภายใต้นโยบาย ความเชื่อ วัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น สิ่งแวดล้อม และเหตุการณ์ในท้องถิ่นเป็นหัวใจของการนำเสนอข่าวสารและรายการ
5. วิทยุชุมชนจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมจัดรายการ และสามารถเข้าไปบริหาร หรือเป็นผู้ปฏิบัติงานในสถานีได้ ยูเนสโกได้เน้นว่า "Participatory Radio Means a Radio Station That Self-managed by Those Participating in it" นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในสื่อวิทยุชุมชนให้เป็นไปตามแนวคิดและความต้องการของประชาชนในชุมชน โดยยึดหลักกระบวนการทางประชาธิปไตย
6. วิทยุชุมชนเป็นสถานีวิทยุที่มีรัศมีการออกอากาศครอบคลุมเฉพาะพื้นที่เท่านั้น (มีลักษณะเป็น Narrowcasting ไม่ใช่ Broadcasting) กำลังส่ง 1 กิโลวัตต์
7. วิทยุชุมชนเป็นสื่อมวลชนตามแนวคิดประชาธิปไตย (Democratic Media) เพื่อประชาชน โดยประชาชน ของประชาชน

### แนวคิดวิทยุชุมชนในต่างประเทศ

1. วิทยุชุมชนในอินเดีย ในคริสต์ศักราช 1984 อินเดียได้จัดตั้งสถานีวิทยุท้องถิ่นที่เมือง Nagercoil ใช้เครื่องส่งขนาด 1 กิโลวัตต์ มีรูปแบบในการนำเสนอโดยบันทึกเสียงชาวบ้านทั้งในเขตเมือง และชนบทแล้วนำมา ออกอากาศในรายการ โดยเจ้าหน้าที่ของสถานีเป็นผู้ดำเนินรายการ หรือ บันทึก เสียงคำถามจากคน ในหมู่บ้านนำมาเปิดในรายการแล้วนำผู้เชี่ยวชาญมาตอบคำถามนั้น เนื้อหารายการส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพ และการเรียนรู้หนังสือ

2. วิทยุชุมชนของชนเผ่าอะบอริจินในออสเตรเลียวิทยุชุมชนในออสเตรเลียไม่เกี่ยวข้องกับระบบการกระจายเสียงสาธารณะทั่วไป สิ่งสำคัญในการดำเนินรายการ คือ นำเสนอเนื้อหา เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร และการแสดงวัฒนธรรมเฉพาะถิ่นของชุมชนอะบอริจิน ดำเนินรายการทั้ง ภาษาอังกฤษ และภาษาอะบอริจิน โดยเปิดเพลงพื้นเมืองอะบอริจิน ซึ่งเป็นลักษณะการเล่านิทาน ตามแบบวัฒนธรรมอะบอริจินในรายการด้วย สถานี 6NR เป็นผู้ได้รับอนุญาตดำเนินรายการจัด รายการในพื้นที่ตอนใต้ โดยมอาสาสมัครจากชุมชน 450 คน เข้ามาร่วมทำรายการกับสถานี ผู้ผลิต รายการ 5 คน จะต้องรับผิดชอบการจัดรายการสำหรับชุมชนเผ่าอะบอริจิน 4 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ และเมื่อได้ดำเนินรายการต่อไปปรากฏว่าจำนวนอาสาสมัครจากกลุ่มเชื้อชาติต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น ซึ่ง คนเหล่านี้จะได้รับการฝึกอบรมการจัดรายการ และดำเนินรายการได้เอง

3. วิทยุชุมชนในปากีสถานรูปแบบรายการวิทยุในประเทศปากีสถานเป็นรายการที่มี รูปแบบเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจของชาติ และนำสื่อวิทยุมาช่วยในการพัฒนาชนบทซึ่ง ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทางการเกษตรถึง 71 เปอร์เซ็นต์ โดย Pakistan Broadcasting Corporation (PBC) ได้ให้ตัวแทนจาก 15 หมู่บ้านซึ่งเป็นพื้นที่ตั้งของสถานี โดยตัวแทนเหล่านั้น คัดเลือกหมู่บ้านละ 2 คน จากเจ้าหน้าที่ ที่ดูแลด้านการเกษตรของท้องถิ่น 1 คน และจากหน่วยงาน ด้านการปศุสัตว์ 1 คน มาร่วมอบรมกับ (PBC) ด้านการผลิตรายการ โดยให้ตัวแทนเหล่านั้นเข้าไป พูดคุยกับเกษตรกรเพื่อค้นหาความต้องการเกี่ยวกับเนื้อหาที่คนในชุมชนต้องการ นำมาเป็นแนวทาง ในการเสนอเนื้อหาในรายการ รวมทั้งนำจดหมายที่ได้รับเกษตรกรและผู้ฟังต่างจังหวัดมาพิจารณา ในการผลิตรายการด้วย

แต่หลังจากดำเนินการได้มาระยะเวลาหนึ่งพบว่า ข้อมูลที่รวบรวมมาได้จากหมู่บ้าน เหล่านั้นได้มา โดยผู้ผลิตรายการมีอาชีพ และจากเจ้าหน้าที่ของรัฐด้านการเกษตร และปศุสัตว์ จึง ให้ตัวแทนเหล่านั้นเขียนบทวิทยุนำเสนอเนื้อหารายการเกี่ยวกับการสนทนาด้วยภาษาท้องถิ่นเรื่อง ปัญหาการเลี้ยงสัตว์ของเกษตรกรซึ่งเป็นเรื่องหนัก แต่จัดรายการด้วยเสียงที่แสดงความตื่นเต้นเร้าใจ ตลกขบขัน ตามแนวทางการจัดรายการวิทยุกระจายเสียงทั่วไป ที่ได้รับการอบรมมาเพื่อไม่ให้จำเจ

และน่าฟัง มีความหลากหลาย จึงทำให้รายการวิทยุชุมชนในป่าก็สถานไม่ประสบความสำเร็จถึงแม้จะเป็นเรื่องราวในชุมชน แต่ก็ไม่ได้ผลิตโดยคนในชุมชนเอง

#### บทสรุปแห่งการดำเนินงานวิทยุชุมชน

จากตัวอย่างการทดลองจัดรายการวิทยุชุมชนในต่างประเทศ พบว่าเป็นการดำเนินการภายใต้ความต้องการของชุมชนท้องถิ่นเป็นหลัก การดำเนินการแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ของรายการวิทยุชุมชนของในแต่ละประเทศ ยังไม่มีรูปแบบที่เป็นสากลชัดเจน แต่หลักการเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงชุมชนชัดเจน แต่หลักการเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงชุมชนที่จัดทำขึ้นของประเทศอังกฤษ (Simon Partridge 1992 อ้างถึงในสุรินทร์ แผลงประสพโชค) ปี 1979 กลุ่มสื่อสารชุมชน (Community Communication Group) ของอังกฤษ ได้ยกร่างกฎหมายของการกระจายเสียงชุมชนขึ้น โดยมีสาระสำคัญ 10 ข้อดังนี้

1. สนองตอบชุมชนท้องถิ่น หรือความสนใจของชุมชนเป็นหลัก
2. รูปแบบของการไม่แสวงหากำไร
3. มีการบริหารนโยบายรายการที่จัดทำขึ้น โดยคณะกรรมการบริหารซึ่งเป็นตัวแทนจากกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชนร่วมกับพนักงานกระจายเสียงซึ่งเป็นลูกจ้างหรืออาสาสมัคร
4. ให้บริการข่าวสาร การศึกษา และความบันเทิง รวมทั้งทำให้เกิดการสื่อสาร 2 ทางสำหรับความคิดเห็นที่ขัดแย้ง
5. ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากแหล่งต่าง ๆ ซึ่งรวมทั้งเงินยืมจากท้องถิ่นจากสปอนเซอร์ที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนในช่วงเวลาที่จำกัด และเงินกองทุนทั้งจากส่วนกลางและท้องถิ่น
6. ขอมอบให้พนักงานกระจายเสียงที่จ้างไว้ร่วมในสหภาพมีความคล่องตัวในการทำงานและอนุญาตให้ใช้อาสาสมัครในที่ที่เหมาะสม
7. พยายามทำให้เกิดความเสมอภาคในการจ้างงาน สำหรับผู้หญิงและกลุ่มเชื้อชาติ หรือชนกลุ่มน้อยในสังคม
8. ต้องเตรียมให้ประชาชนได้รู้ถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในการฝึกอบรม ในการผลิตและการส่งข่าวสาร
9. เนื้อหารายการที่ส่งกระจายเสียง ต้องเป็นเนื้อหาหลักจากสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น
10. มีนโยบายรายการที่กระตุ้นให้เกิดการพัฒนาการมีส่วนร่วมในระบบประชาธิปไตยต่อต้านปัญหาชาตินิยม เพศนิยม และทัศนคติที่แตกแยกอื่น ๆ

## แนวคิดการมีส่วนร่วม

1. กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) องค์การ UNESCO ได้ให้ความหมายไว้เมื่อปี 1977 ในการประชุมที่กรุงเบลเกรด ประเทศยูโกสลาเวีย ว่า การสื่อสารในแนวนี้ได้กำหนดหลักการที่สำคัญ 3 ประการ (BERRIGAN อ้างถึงใน Jan Servaes 1996 : 18 และ จุมพล รอดคำดี 2542) คือ

1.1 การเข้าถึงสื่อ (Access) หมายถึง การเข้าถึงที่ให้บริการแก่ชุมชน สื่อยอมเปิดโอกาสให้ประชาชนเลือกรายการ หรือเข้าไปจัดทำในสิ่งที่จะเป็นประโยชน์แก่ตัวเองได้ทราบ ที่ไม่ขัดกับกฎหมาย นอกจากนี้ยังเป็นช่องทางที่จะทำให้องค์กรที่จะทำให้ประชาชนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นต่อรายการ หรือแสดงความต้องการการเปลี่ยนแปลงรายการ รวมทั้งการเสนอให้มีการปรับเปลี่ยนได้แม้แต่คณะผู้ผลิตรายการ หรือผู้ที่ควบคุมการทำงานของสื่อนั้นก็สามารเปลี่ยนแปลงได้

1.2 การมีส่วนร่วม (Participation) หมายถึง การมีส่วนร่วมในทุกระดับในระบบการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นเรื่องการวางแผนการสื่อสารภายในชุมชน ตั้งแต่เริ่มคิดไปจนกระทั่งการผลิต การจัดการ การใช้สื่อในชุมชนต่าง ๆ ประชาชนในชุมชนจะต้องมีส่วนร่วม หรือมีโอกาสเข้าร่วมได้ทุกขั้นตอน

1.3 การจัดการด้วยตัวเอง (Self-Management) การมีส่วนร่วมที่สำคัญยิ่งกว่าสิ่งใดก็คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้วยตัวเองมาวิถีทางกระบวนการประชาธิปไตย และการตัดสินใจนั้นประชาชนในชุมชนมีอำนาจตัดสินใจตั้งแต่เริ่มคิด วางแผน ไปจนกระทั่งการกำหนดนโยบายการบริหาร และการลงมือผลิตสื่อด้วยตัวเอง ยูเนสโกยอมรับการจัดการด้วยตัวเองจะต้องกระทำอย่างค่อยเป็นค่อยไป ส่วนการเข้าถึงสื่อ และการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร มีความเป็นไปได้มากและสามารถทำได้ง่ายกว่า

แนวคิดด้านการมีส่วนร่วม เป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับหลักการประชาธิปไตยที่มุ่งเน้นการเปิดกว้างให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการในระดับต่างๆ เพื่อการพัฒนาสังคม การมีส่วนร่วม มีการแบ่งการมีส่วนร่วมไว้ 2 ประเภท ( Shirley A. White with K.Sadamandoman Nair and Joseph Ashcroft:1994:16 )

1. การมีส่วนร่วมเทียม (Pseudo - participation) หมายถึงการมีส่วนร่วมที่อำนาจในการควบคุมโครงการ อำนาจในการตัดสินใจอยู่ที่ผู้วางแผน ผู้บริหาร และชนชั้นสูงในชุมชน ประชาชนมีส่วนร่วมเพียงรับฟังว่ามีการวางแผนโครงการ และประชาชนต้องปฏิบัติตามเช่นนี้ ถือว่าไม่มีส่วนร่วม (nonparticipation) การมีส่วนร่วมเทียมประกอบด้วย Domestication หมายถึง การให้ความรู้ การแจ้งให้ทราบ การบำบัดรักษา (Assistencialism) หมายถึง การช่วยเหลือ การให้คำปรึกษา

2. การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง (Genuine - participation) หมายถึงการที่ทุกฝ่ายเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการต่างๆ ร่วมกัน ตั้งแต่กระบวนการตัดสินใจ จนในที่สุดประชาชน มีอำนาจในการควบคุมการปฏิบัติการต่างๆ การมีส่วนร่วมแท้จริงประกอบด้วย Co-operation หมายถึง การเป็นหุ้นส่วน การเป็นตัวแทนของอำนาจ และ Citizen control หมายถึง การให้อำนาจแก่ประชาชน

จากลักษณะดังกล่าวการมีส่วนร่วมที่แท้จริงจึงได้แก่การมีส่วนร่วมในการบริหาร การจัดการ การดำเนินการ ตลอดจนการติดตามตรวจสอบ ทั้งนี้การมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร สามารถแบ่งระดับการมีส่วนร่วมในการสื่อสารไว้ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร และผู้ใช้สาร (Audience/ Receiver/User) ผู้รับสารต้องตระหนักถึงสิทธิของตนเอง โดยในการกระบวนการสื่อสารมีหลักประกันในการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร ทั้งช่วงขาเข้า (Input) กล่าวคือ ผู้รับสารมีส่วนร่วมในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารอันเป็นความต้องการของคนที่ต้องการให้นำเสนอ หรือมีช่องทางรับรู้ความต้องการของผู้รับสาร ทั้งในด้านการเข้าถึง รูปแบบของสาร และ ช่วงเวลาการรับสารที่สอดคล้องกับความต้องการของตน

2. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง ผู้ผลิต และผู้ร่วมแสดง (Sender/Producer/Co-Producer/Performance) การมีส่วนร่วมในขั้นนี้ หมายถึง ประชาชนสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในขั้นตอนก่อนการผลิตสาร Pre-production stage คือ กิจกรรมการเลือกหัวข้อ แง่มุม รวบรวมข้อเท็จจริง และวัตถุดิบ ขั้นตอนการผลิตสาร Production stage คือ ลงมือผลิต ถ่ายทำ บันทึกเสียง และขั้นตอนหลังการผลิต Post-production คือ ขั้นตอนการตัดต่อ เรียบเรียงสาร

3. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผน และกำหนดนโยบาย (Policy Maker and Planner) นับเป็นรูปแบบที่สำคัญที่สุดของการมีส่วนร่วม ซึ่งหมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดนโยบายทิศทางการดำเนินงานของสื่อ

จากการทดลองเปิดโอกาสให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมคิด วางแผน และผลิตรายการ ในสถานีวิทยุชุมชน จังหวัดจันทบุรี โดยสุรินทร์ แปลงประสพโชค (อ้างถึงใน สิริพร สงบธรรม:2544) พบว่า สื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้ง่าย การให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมช่วยคิด ช่วยกำหนดเนื้อหา ทำให้รายการวิทยุได้รับความสนใจจากประชาชน ได้อย่างดี และเกิดเป็นรายการที่ตรงกับความต้องการของคนในชุมชน ทำให้มีการติดตามฟังรายการเหล่านั้นอย่างต่อเนื่อง เพราะความรู้สึกร่วม และความรู้สึกใกล้ชิดระหว่างผู้จัดรายการและผู้รับฟัง งานวิจัยนี้ถือได้ว่าเป็นต้นแบบทางการทดลองวิทยุชุมชน เพราะได้ปรับเปลี่ยนเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในรูปแบบคณะกรรมการเพื่อการดำเนินงาน บริหารจัดการ และจัดรายการ ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากคนในชุมชน

สรุปได้ว่านักวิชาการบางท่านเป็นผู้นำเสนอแนวคิดใหม่ ๆ ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจะมี 2 ประเด็น ที่เป็นหลักการสำคัญ และมีความโยงใยกัน คือ แนวคิดเรื่อง “การมีส่วนร่วม” และ “การเข้าถึง” (Accessibility) สำหรับประเด็นแรกนี้นักคิดบางท่านได้ถือเป็นหลักสำคัญอย่างมากจนได้ขนานนามการสื่อสารแบบใหม่ว่า “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” (Participatory Communication) ในส่วนที่เกี่ยวกับการสื่อสารชุมชนนั้นอาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นรูปแบบหนึ่งที่สำคัญของการสื่อสารในชุมชน

### หลักการจัดและผลิตวิทยุกระจายเสียง

การจัดและผลิตวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่งซึ่งถ้าเทียบกับสื่อวิทยุกระจายเสียง จะเป็นสื่อที่ลงทุนต่ำ และเข้าถึงประชาชนได้มากกว่าสื่ออื่นด้วย เราสามารถสื่อเรื่องราวต่างๆ ไปถึงผู้ฟังได้ทุกสถานการณ์ ไม่ว่าจะผู้รับจะอยู่ในอิริยาบถใด ก็สามารถรับฟังข่าวสารได้ทันที หากมีเครื่องรับวิทยุ นอกจากนั้นแล้วสื่อวิทยุกระจายเสียงยังสามารถเข้าถึงความรู้สึกและสร้างจินตนาการให้ผู้ฟังได้รับ จะสามารถจินตนาการได้กว้างขวางและอิสระ ดังนั้นผู้จัดรายการจึงเน้นเป็นผู้ให้ ทั้งความรู้ ความบันเทิง ข่าวสาร ตลอดจนการบริการต่าง ๆ แต่การที่จะให้สิ่งใดแก่ผู้ฟังในสิ่งที่ตรงกับความต้องการของเรานั้นจึงเน้นสิ่งที่ทำได้ยาก เพราะคนเราอาจมีความแตกต่างกันทั้งสิ่งแวดล้อม ขนบธรรมเนียมประเพณี จึงเป็นหน้าที่ของผู้จัดรายการและผู้ผลิตรายการที่ต้องนำรายการเพื่อสนองความต้องการเหล่านั้น

ผู้ผลิตรายการและผู้จัดรายการนั้น หากพิจารณากันอย่างผิวเผินแล้วจะดูเป็นทางง่ายแต่ข้อเท็จจริงนั้นไม่ง่ายอย่างที่คิด ผู้ผลิตรายการต้องคำนึงถึงธรรมชาติของสื่อเทคนิคต่าง ๆ ของการจัดรายการที่เหมาะสม รูปแบบต่างๆ ของรายการตลอดจนกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย และนโยบายของทางสถานีหรือนโยบายรัฐ

ดังนั้นรายการวิทยุกระจายเสียงจึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เนื่องจากใช้เสียงเป็นหลัก ผู้จัดรายการและผู้ฟังไม่มีโอกาสได้เห็นหน้ากัน รายการวิทยุกระจายเสียง จึงหมายถึงเสียงที่ส่งออกอากาศในเรื่องหนึ่งเรื่องใด จึงมักประกอบด้วย ส่วนสำคัญ 2 ส่วน คือ เนื้อหา (Content) และเสียงเพลง (Music) หรือเสียงประกอบ (Sound Effect) แต่วิทยุกระจายเสียงนั้น เป็นสื่อที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่มีโอกาสได้เห็นตัวกัน แม้ว่าจะเป็นการสื่อสารทางตรงแต่ก็เป็นการสื่อสารทางเดียว จึงเป็นความลำบากที่ผู้ส่งสารหรือผู้จัดรายการจะต้องอาศัยการคาดเดาของผู้ฟัง

การที่สถานีจะออกรายการใด ๆ ก็ตาม ต้องมีการจัดเป็นตารางการกระจายเสียงประจำ หรือที่เรียกกันว่า Layout ซึ่งจะกำหนดรายละเอียดในแต่ละวันในการจัดตารางรายการกระจายเสียง

ให้เหมาะสมแก่ผู้ฟัง การจัดรายการวิทยุกระจายเสียงเริ่มแรกในต่างประเทศนั้น ไม่ได้มีหลักในการจัดที่แน่นอน มักเป็นไปในลักษณะง่าย ๆ มีรูปแบบรายการไม่มากนัก ต่อมามีการพัฒนา รูปแบบรายการมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ส่วนการจัดรายการของไทยนั้น มีลักษณะแบบค่อยเป็นค่อยไป โดยเริ่มจากการเสนอรายการเพลง และคำประกอบก่อนการพัฒนา รูปแบบต่างๆมากขึ้น

สำหรับช่วงเวลาแต่ละรายการนั้น หากจะสังเกตให้ดีจะสังเกตเห็นได้ว่าจะถือหลักการแบ่งออกเป็นรายการทุกครั้งชั่วโมงหรือรายการ 1 ชั่วโมง คือลงท้าย 00 หรือ 30 เชนอเพื่อความสะดวกในการติดตามฟัง

สำหรับผู้จัดรายการนั้นเมื่อได้รับมอบหมายให้ได้ดำเนินรายการแล้ว จะต้องมาวางแผนการจัดรายการของตน โดยมีข้อควรคำนึงในหลายๆด้าน กล่าวคือ

ผู้ฟังจะต้องรู้ว่ากลุ่มผู้ฟังรายการคือใคร มีลักษณะเฉพาะกลุ่มอย่างไร ทั้งความรู้ ประสบการณ์ เพศ วัย และความเชื่ออื่นๆ

เนื้อหา จะต้องรู้ว่าเนื้อหาที่จะเสนอนั้นควรมีขอบข่ายอย่างไร ความยากง่ายของเนื้อหาที่จะเสนอรวมทั้งการแบ่งสรรเนื้อหาที่จะนำเสนอในแต่ละครั้งด้วย

เวลาที่ออกอากาศ เวลาที่ออกอากาศในช่วงใด ความยาวของเวลาที่รับผิดชอบเพื่อจะได้สอดคล้องเนื้อหาได้ครบถ้วนเหมาะสมกับเวลาที่ได้รับ

รูปแบบของรายการที่เหมาะสม ผู้จัดรายการจะต้องฉลาด ที่จะต้องเลือกใช้รูปแบบรายการเพื่อสามารถเสนอรูปแบบรายการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ชวนรับฟัง ทั้งนี้รายการต่างๆที่จัดนั้น ไม่จำเป็นต้องยึดถือรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งเป็นหลักเสมอไป ควรเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสมของเนื้อหาเป็นหลัก

เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ ก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่นักจัดรายการต้องสำรวจไว้ล่วงหน้า บางครั้งจะวางแผนโดยไม่คำนึงถึงเครื่องมือที่มีอยู่ก็จะไร้ประโยชน์ จากเครื่องมือที่มีอยู่นี้ นักจัดรายการที่ฉลาดย่อมจะใช้ประโยชน์ได้อย่างมีคุณค่ามากที่สุด

การประสานงานและความร่วมมือ เป็นสิ่งหนึ่งที่นักจัดรายการต้องวางแผนไว้ล่วงหน้า เพราะการประสานงานกับส่วนต่าง ๆ ทั้งฝ่ายเทคนิค และหน่วยงานภายนอก จะช่วยให้สามารถจัดรายการได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ

แหล่งข้อมูลและการรวบรวมวัตถุดิบ นักจัดรายการจำเป็นต้องหาแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ไว้ล่วงหน้าและข้อมูลใดสามารถรวบรวมเก็บเป็นข้อมูลได้ก็จะเก็บไว้ใช้ในการผลิตรายการแม้แต่การผลิตรายการต่างๆก็ตาม มักจะมีการผลิตไว้ล่วงหน้าเพื่อให้รายการสามารถเผยแพร่ได้อย่างต่อเนื่องไม่ขาดหาย การมอบหมายงานและแบ่งงาน นับว่าเป็นสิ่งสำคัญเพราะการผลิตรายการ

สมัยใหม่นี้จะไม่ใช่การผลิตรายการแบบตัวใครตัวมัน จำเป็นต้องจัดทำเป็นทีมงานเพื่อจะได้รายการที่ดี มีความหลากหลาย ดังนั้นการแบ่งงานจึงนับว่าเป็นเรื่องสำคัญอีกด้านหนึ่ง

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า หลักการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง จึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เนื่องจากใช้เป็นหลักของผู้จัดและผู้ฟัง แม้ว่าจะเป็นการสื่อสารทางตรง แต่ก็เป็นการสื่อสารทางตรงเฉพาะผู้จัดเท่านั้น เมื่อได้รับมอบหมายให้ได้ดำเนินรายการใดแล้วจะต้องมาวางแผนการจัดรายการของตน โดยมีข้อควรคำนึงอยู่หลายๆ ด้าน คือ ผู้ฟัง เนื้อหา เวลาออกอากาศ รูปแบบรายการที่เหมาะสม

### รูปแบบและเทคนิคการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง

#### รูปแบบการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง

1. การอ่านข่าว เป็นการอ่านที่ต้องการความถูกต้อง ชัดเจน ความหนักแน่น ซึ่งหมายถึงความน่าเชื่อถือของผู้อ่าน ผู้อ่านเพียงทำหน้าที่บอกกล่าวเท่านั้น ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องแสดงอารมณ์ลงไปในช่วง ความหนักแน่นควรจะก่อกำเนิดจากความรู้สึกของความเชื่อมั่น ในความถูกต้องของข่าวที่อ่าน เสียงขาดความกระฉ่าง ฟังแล้วเลื่อนลอย ฟังระลึกรู้สึกว่าความถูกต้องคือ หัวใจของการอ่านข่าว การอ่านถูกต้องอักขรวิธี เป็นสิ่งที่สร้างความน่าเชื่อถือให้คนฟัง

2. การอ่านสารคดี เป็นการอ่านประเภทเล่าเรื่อง จุดประสงค์เพื่อเป็นการบอกกล่าวและให้ความรู้ โดยแฝงความบันเทิง ในรูปของการเล่าให้หน้าฟัง น่าติดตาม ผู้อ่านควรอ่านให้เสมือนว่ากำลังเล่าสิ่งที่ตนไปเห็นมาให้ผู้อื่นฟัง ผู้อ่านจะต้องมองเห็นภาพผ่านตัวหนังสือ ความรู้สึกย่อมจะเกิดขึ้น ผู้ฟังก็จะเกิดการคล้อยตามและเห็นไปตามที่ได้ยิน ข้อควรระวังคือ น้ำเสียง อารมณ์ และถ้อยคำจะต้องไปด้วยกัน

3. การอ่านบทความเป็นการอ่านที่ผู้อ่านใช้ความพยายามที่จะทำให้ผู้ฟังเกิดความเชื่อมั่นและคล้อยตาม การอ่านบทความนั้นเราจะอ่านอย่างไรก็ได้ เพียงขอให้ผู้ฟัง ผู้ชม เชื่อและถือปฏิบัติตามที่เรารอ่าน

4. การอ่านการพูดในรายการเพลง บางครั้งผู้จัดรายการจะเตรียมต้นฉบับไว้อ่านในรายการหรือไม่เตรียมก็ได้ ใช้พูดสดแนะนำเพลงและพูดคุยกันไปเรื่อย ๆ ผู้จัดรายการจำเป็นต้องทำหน้าที่ของผู้สนทนาหรือ เพื่อนคุย การพูดคุยควรจะเป็นไปเพื่อความบันเทิง เนื้อหาที่ให้การสอดคล้องเข้ากันได้กับเสียงเพลงที่เปิด เมื่อเพลงจบควรจะมีคำตอบเนื่องระหว่างเสียงเพลงกับการพูดคุย สนทนา การพูดแนะนำเพลง บอกชื่อเพลง ผู้ร้อง ผู้แต่งนั้นเป็นสิ่งที่ควรกระทำอย่างยิ่ง เว้นไว้แต่เพลงนั้นจะเป็นที่นิยมกันมากในกรณีที่เราจะต้องรับผิดชอบในฐานะผู้สัมภาษณ์ ลักษณะของการสัมภาษณ์คือ การสนทนา ผู้สัมภาษณ์ ควรสร้างบรรยากาศของความเป็นกันเอง ถีลาของคำถาม



แต่ละคำถามควรมีลักษณะเป็นการพุดคุยธรรมดา ฟังระลึกไว้เสมอว่า รายการสัมภาษณ์จะน่าสนใจ ขวนพียง หรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับผู้สัมภาษณ์ ต้องทำหน้าที่ในฐานะแทนผู้ฟังถามคำถาม

### รูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียง

1. รายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อข่าวสาร เป็นรายการที่มีวัตถุประสงค์จะแจ้งข่าวสาร หรือรายงานเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้ประชาชนรู้เรื่องราวข่าวสารที่เกิดขึ้นทั้งใกล้ตัวและไกลตัว เพื่อติดตามให้ทันความเปลี่ยนแปลง ไปต่างๆอย่างสม่ำเสมอ รูปแบบรายการเพื่อข่าวสารจึงนิยมทำเป็นรูปแบบการเสนอข่าวด้วยการอ่าน การรายงานข่าว การบรรยายถ่ายทอดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ณ จุดที่เกิดเหตุ ตลอดจนการวิเคราะห์ข่าว

2. รายการวิทยุกระจายเสียงที่มุ่งให้ความรู้แก่ผู้ฟัง มุ่งให้เกิดประโยชน์ในทางสร้างสรรค์ สติปัญญา ความรู้ ให้เกิดความเข้าใจ เกิดความคิดและเพื่อนำความรู้ไปพัฒนา ในทางที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ รายการความรู้จึงมักนิยมจัดทำในรูปแบบบทความหรือการบรรยาย สารคดี สัมภาษณ์ สันทนา อภิปราย และถาม-ตอบปัญหา

3. รายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อเสนอความบันเทิง มักไม่นิยมเรื่องราวเนื้อหาสาระมากนัก แต่จะเน้นให้เกิดความสนุกสนานบันเทิงใจมากกว่ารูปแบบรายการเพื่อความบันเทิง จึงมักจัดทำในรูปแบบรายการเพลง รายการละคร รายการปกิณกะ และนิตยสารทางอากาศ

4. รายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อบริการสาธารณะ มีจุดประสงค์เพื่อให้บริการแก่ประชาชนทั่วไปในเรื่องที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตอยู่ในสังคมแก่ประชาชนทั่วไปในการดำรงชีวิตอยู่ในสังคมอย่างมีความสุขและเสมอภาค รูปแบบรายการจึงนิยมทำเป็นรูปแบบรายการประกาศแจ้งความ การให้ข้อมูลข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์

### รูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อข่าวสาร

1. รูปแบบรายการอ่านข่าว (New Reading) รายการรูปแบบนี้นิยมจัดทำกันทั่วไป โดยมีผู้อ่านข่าว (New Reader) นั่งอ่านข่าวภายในห้องส่ง รูปแบบรายการข่าวเช่นนี้มีวัตถุประสงค์เพียงเพื่อเป็นการแจ้งให้ผู้ฟังทราบว่าใคร ทำอะไร หรือมีเหตุการณ์อะไร เกิดขึ้นที่ไหน เมื่อใด ทำไม และอย่างไร รายการข่าวรูปแบบนี้มักจะเสนอข่าวติดต่อกันหลาย ๆ ข่าว และรายการข่าวของไทยมักนิยมจัดลำดับการเสนอข่าว ไว้ดังนี้ คือ

- 1.1 ข่าวในพระราชสำนัก
- 1.2 ข่าวจากคณะรัฐมนตรีหรือข่าวบุคคลสำคัญ
- 1.3 ข่าวภายในประเทศทั่วไป
- 1.4 ข่าวท้องถิ่น
- 1.5 ข่าวต่างประเทศ

## 1.6 ข่าวพยากรณ์อากาศ

## 1.7 ข่าวกีฬา

รายการข่าวรูปแบบนี้มีความยาวประมาณ 15-30 นาที แล้วแต่เนื้อหาของข่าว หรือแล้วแต่การแบ่งช่วงเวลาในการจัดเสนอ

2. รูปแบบรายงานข่าว รูปแบบการรายงานข่าวมักทำกันในเวลาที่มีเหตุการณ์สำคัญ ๆ และน่าสนใจจริงเป็นสิ่งที่ประชาชนควรต้องรับรู้ในเหตุการณ์นั้นๆ และมักไม่ได้จัดไว้ล่วงหน้า ในตารางรายการออกอากาศ เพราะเมื่อมีเหตุการณ์เกิดขึ้น ผู้อำนวยการสถานีอาจสั่งให้ทำการรายงานข่าวทันทีหรือหัวหน้าสถานีอาจได้รับนโยบายให้รายงานเหตุการณ์นั้น ๆ ทันที รูปแบบรายงานข่าว เช่นนี้ได้แก่ เหตุการณ์ปฏิวัติ การรายงานการแข่งขันกีฬาคัดสำคัญ หรือเกิดเหตุการณ์วิกฤตที่ต้องรายงานสิ่งที่เกิดขึ้นให้ประชาชนได้รับทราบโดยทั่วกัน

3. รูปแบบการวิเคราะห์ข่าวเป็นรูปแบบรายการข่าวที่มุ่งเสนอเรื่องราวที่ลึกซึ้ง ไม่เพียงแต่แจ้งหรือรายงานว่ามีอะไร เกิดขึ้น ที่ไหน อย่างไร เท่านั้น แต่เมื่อเหตุการณ์เหล่านั้นเกิดขึ้นแล้วยังนำเหตุการณ์นั้นๆมาวิเคราะห์ คาดการณ์ ทำนาย ต้องการให้ความกระจ่างชัดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพิ่มขึ้น วิเคราะห์เบื้องหน้า เบื้องหลัง ของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เผยเบื้องหน้าที่สลับซับซ้อนให้ผู้ฟังทราบรายละเอียดมากขึ้น รวมทั้งชี้ให้เห็นแนวโน้ม หรือข้อดีข้อเสียที่อาจจะเกิดขึ้น

4. รูปแบบการวิจารณ์ข่าวรูปแบบของการวิจารณ์ข่าวนั้น จะต้องอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง เป็นการนำข่าวใดข่าวหนึ่งที่สำคัญมาตีชม วิจารณ์ พร้อมทั้งแสดงความคิดเห็นให้ผู้ฟังได้ทราบว่าผู้พูดมีความคิดเห็นอย่างไร แต่ต้องไม่เป็นการบ่อนทำลาย หรือทำให้ผู้อื่นเสื่อมเสีย

5. รูปแบบการบรรยายเหตุการณ์เป็นการรายงานเหตุการณ์อีกลักษณะหนึ่ง ซึ่งต่างจากรายงานข่าว กล่าวคือเป็น การรายงานเหตุการณ์(commentator) เป็นผู้บรรยายถ่ายทอดสิ่งที่ได้เห็นนั้นให้ผู้ฟังฟังโดยอาจมีเสียงประกอบจริงจากสถานการณ์ที่เกิดเหตุขึ้นด้วย การบรรยายนั้นบางครั้งก็อาจมีวิจารณ์แทรกไปด้วยเพื่อให้ผู้ฟังพลอยเห็นภาพตามไปด้วย

6. รูปแบบรายการข่าวประกอบเสียงเป็นลักษณะการรายงานข่าวโดยใช้เสียงจริงของต้นตอแหล่งข่าวมาประกอบรายการ เช่น ข่าวประกอบเสียงจากที่เกิดเหตุจริง และการให้สัมภาษณ์ของบุคคลสำคัญที่เป็นข่าว

7. รูปแบบนิตยสารข่าว(New Magazine) รูปแบบนิตยสารข่าว หมายถึง รายการข่าวที่ประกอบด้วยข่าวหลายชิ้น โดยมีการเรียงลำดับข่าว ซึ่งมีหัวข้อต่างๆกัน แต่ละข่าวควรเป็นข่าวที่น่าสนใจ เรียกร้องความสนใจของผู้ฟัง ได้มากที่สุด ข่าวแต่ละข่าวจึงมีจุดเด่นต่างกัน การเลือก

หัวข้อข่าวสำหรับรายการนิตยสารข่าว นอกจากจะให้เป็นที่สนใจแล้วยังต้องคำนึงถึงความหลากหลายของเนื้อหาข่าวให้มากที่สุดด้วยและแต่ละข่าวจะมีการเชื่อมโยงเพื่อให้มีเอกภาพ

### รูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อความรู้

1. กายบรรยาย รายการรูปแบบการบรรยายนี้มีข้อพึงระวัง คือ การเลือกผู้บรรยายต้องเลือกผู้ที่พูดดี พูดน่าฟัง กระจ่างชัด จังหวะการบรรยายต้องไม่ช้ามากจนน่าเบื่อหรือเร็วมากจนฟังไม่ทัน การบรรยายต้องมีลำดับขั้นตอนไม่วกวน คำพูดที่บรรยายนั้นต้องสามารถใช้คำพูดที่สร้างภาพพจน์ได้ชัดเจน และประการสำคัญ คือการบรรยายไม่ว่าจะเป็นเรื่องใดไม่ควรมีความยาวมากนัก เพราะรูปแบบรายการมักเป็นการพูดคนเดียว ถ้าผู้พูดไม่ใช่คนที่มีพรสวรรค์ในการพูดจริงๆแล้วจะทำให้ผู้ฟังเบื่อหน่ายและหมดความสนใจฟังในที่สุด

2. รายการบทความรายการบทความ หมายถึง รายการที่นำเนื้อหาซึ่งเขียนขึ้นเป็นบทความ มาอ่านทาง วิทยุกระจายเสียงให้ผู้ฟังรายการบทความมีลักษณะเป็นความเรียงประเภทหนึ่งของผู้เขียนตั้งใจเสนอสาระและความคิดเห็นอย่างมีเหตุผล และเสนอแนวทางแก้ไขและข้อคิดอย่างมีหลักการที่ดี บทความที่นิยมเขียนเพื่อเสนอทางวิทยุกระจายเสียงมีหลายประเภท ได้แก่

บทความเชิงสาระ เป็นบทความที่ให้ข้อมูล โดยหวังให้ผู้ฟังเกิดความรู้ความเข้าใจ แต่เพียงด้านเดียว เช่น บทความวิทยาศาสตร์ บทความทางเกษตร

บทความเชิงแสดงความคิดเห็น เป็นบทความที่มุ่งเสนอข้อคิดเห็นที่จะทำให้ข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนั้นได้รับการแก้ไขที่ดี

บทความเชิงวิจารณ์ เป็นบทความที่มุ่งวิเคราะห์วิจารณ์มากกว่าจะเสนอข้อคิดเห็น ซึ่งผู้เขียนบทความประเภทนี้ต้องมีความเข้าใจ

บทความที่เล่าเรื่องเชิญชวน เป็นบทความที่เล่าถึงสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความรู้และเพลิดเพลิน

บทความเชิงโต้ข้อขัดแย้ง เป็นบทความที่แสดงความคิดเห็นในเชิงถกเถียงปัญหา เหมือนโต้ว่าที่ หัวข้อบทความจะมีลักษณะเป็นเชิงโต้ตอบ เช่น “ควรหรือไม่ที่เมืองไทยจะตั้งโรงงานแทนชาลัม”

บทความอธิบายวิธีทำไมอะไรอย่างหนึ่ง เช่น การทำร่ม การทอเสื่อ การปลูกต้นไม้ให้งาม การเลี้ยงลูกให้ถูกวิธี บทความประเภทนี้ต้องมีความสามารถในการเสนอเนื้อหา เพราะผู้ฟังมองไม่เห็นภาพ

บทความแสดงความคิดใหม่ เป็นบทความที่เสนอแนวความคิดหรือสาระที่ไม่เคยเสนอมาก่อน

บทความเกี่ยวกับบุคคล บทความประเภทนี้ไม่ใช่การเสนอประวัติบุคคลสำคัญแต่ต้องการนำจุดเด่นของบุคคลมาเสนอให้ผู้ฟังเกิดการศรัทธา โดยอาจยกเอาพฤติกรรมที่น่าศึกษา ตอนใดตอนหนึ่งมาเล่าให้ผู้ฟังฟัง

3. รายการพูดคุยกับผู้ฟัง (talk หรือ straight talk) รายการพูดคุยกับผู้ฟัง หมายถึง รายการที่มีผู้พูดคนเดียวพูดคุยกับผู้ฟังทางบ้านลักษณะการพูดนั้นจะเป็นการพูด โดยมีได้อ่านบทพูดเป็นธรรมชาติเหมือนกำลังนั่งคุยกัน ผู้ที่กำลังนั่งคุยด้วยกันคือผู้ฟังทางบ้าน

4. รายการสนทนา (conversational programme) เป็นการสนทนาพูดคุยแต่ไม่ใช่พูดคนเดียวหรือพูดกับผู้ฟัง แต่เป็นการพูดคุยกันระหว่างคนสองคนขึ้นไปไม่เกิน 4 คน รายการสนทนาโดยทั่วไปจะมีผู้ดำเนินการสนทนาคนหนึ่งทำหน้าที่เป็นผู้คอยควบคุมให้การสนทนาเป็นไปตามแนวทางหรืออยู่ในขอบเขตของเรื่องที่กำหนดไว้

5. รายการสัมภาษณ์ (interviewing programme) จุดประสงค์ของรูปแบบการสัมภาษณ์ก็เพื่อให้ผู้ฟังได้รับฟังคำพูด ข้อเท็จจริงหรือความคิดเห็นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งจากตัวผู้ที่ให้สัมภาษณ์เอง เพื่อให้ผู้ฟังจะได้สรุปหรือตีความจากคำพูดซึ่งถือเป็นแหล่งต้นตอของเนื้อหาสาระ โดยไม่มีการถ่ายทอดความหมายต่อซึ่งอาจคิดเพี้ยนไปจากความหมายเดิมได้

การสัมภาษณ์ทางวิทยุกระจายเสียงสามารถแบ่งได้ไป 2 ลักษณะ คือ

5.1 การสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการ (formal interview) เป็นการเชิญบุคคลที่มีความรอบรู้ในเรื่องที่ต้องการซักถามมาคุยกันในห้องส่งหรือสถานที่ที่เหมาะสม โดยมีการนัดแนะวัน เวลาสถานที่และเสนอหัวข้อที่สัมภาษณ์ให้ทราบล่วงหน้าอย่างเป็นทางการ

5.2 การสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ (informal interview) เป็นการสัมภาษณ์บุคคลซึ่งไม่ได้มีการเตรียมมาก่อน เมื่อถูกถามก็จะตอบออกมาจากความคิดเห็นหรือจากความรู้สึกในขณะนั้น ปัญหาที่ถามจึงมักไม่ใช่เรื่องทางวิชาการ แต่มักเป็นการถามความคิดเห็น ความรู้สึก ปัญหาเฉพาะหน้า

6. รายการอภิปราย (discussion programme) รายการอภิปรายเป็นรายการที่มีลักษณะการพูดคุยอีกแบบหนึ่ง โดยมีผู้ร่วมอภิปรายมาออกความคิดเห็นในหัวข้อใดหัวข้อหนึ่ง ซึ่ง ผู้ร่วมอภิปรายต่างความคิดเห็นต่างทัศนคติกันหรือมีประสบการณ์มาคนละแนวกันจึงมาร่วมกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็นตามทัศนคติของตน บางครั้งความคิดเห็นอาจจะเป็นแนวเห็นคล้อยตามกัน ต่างก็ให้ความเห็นเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนทัศนคติของตน ดังนี้

6.1 อภิปรายโต้เถียง รูปแบบนี้เหมาะกับการวิทยุกระจายเสียงในแง่ของความชัดเจนของเสียงและผู้ร่วมอภิปรายสามารถเห็นหน้ากันชัดเจนในขณะที่พูดทำให้มีความเป็นธรรมชาติมากขึ้น

6.2 อภิปรายแบบเพนเนิล ผู้ร่วมอภิปรายจะนั่งเรียงหน้าหรือเป็นแถวเดียวกัน มักจะให้ผู้อภิปรายนั่งกลางและนิยมนิยมนักอภิปราย 4 คน

6.3 โฟรัม หมายถึงการอภิปรายสถานที่โล่งแจ้งในเมืองโรมันซึ่งเป็นที่รวมของพวกเขา พ่อค้า ตุลาการและนักการเมืองมาพบกันและเจรจากัน ต่อมาในวงการวิทยุกระจายเสียงได้ดัดแปลงนำมาใช้ในความหมายของการอภิปรายโดยตั้งชื่อรายการว่า โฟรัม เช่น รายการ เรดิโอ โฟรัม

6.4 การอภิปรายข้ามแดน เป็นการอภิปรายซึ่งอยู่ต่างสถานที่กัน ต่างผลัดกันออกความคิดเห็นที่ละคน ผู้อภิปรายไม่เห็นหน้ากันได้ยินแต่เสียงพูดเท่านั้น

6.5 รายการสารคดี รายการที่ให้สาระเนื้อหาในหัวข้อใดหัวข้อหนึ่งแต่มีรายละเอียดหลายแง่หลายมุม มีวิธีการนำเสนอได้หลายลักษณะ โดยมุ่งที่จะเสนอประเด็นสาระเนื้อหาในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเพียงเรื่องเดียว

6.6 รายการสารคดีแบบด็อกคิวเมนทารี เป็นรายการสารคดีที่เป็นจริงทั้งหมดมีหลักฐานที่เป็นเอกสารสนับสนุน ค้นคว้าและอ้างอิงได้

6.7 รายการสารคดีแบบพีเจอร์ เป็นรายการที่มุ่งเสนอเนื้อหาบนพื้นฐานของความเป็นจริงที่ไม่ต้องจำเป็นเรื่องจริงทั้งหมด ไม่จำเป็นต้องมีเอกสารหลักฐานสนับสนุน

6.8 รายการถามตอบปัญหา เป็นรายการที่ให้ความรู้กับผู้ฟังอย่างตรงไปตรงมามี 2 ลักษณะ

6.8.1 ลักษณะแรก อาจเชิญผู้ตอบมาร่วมรายการ โดยตอบปัญหาในห้องส่งในลักษณะแข่งขันกัน

6.8.2 ลักษณะที่สอง เปิดโอกาสให้ผู้ฟังในมีโอกาสร่วมรายการ โดยถามปัญหาแล้วให้ผู้ฟังตอบปัญหากลับทางโทรศัพท์ (จิราภรณ์ สวรรธนวาจกกลกิจ, 2545:183-192)

#### เทคนิคการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง

1. หัวใจของการเป็นนักจัดรายการวิทยุ สิ่งที่สำคัญต้องถามตัวเองว่า รัก ชอบที่ จะเป็นนักจัดรายการหรือไม่ บางคนชอบเฉพาะช่วงแรก แต่ต่อมาไม่ยอมเป็น ไม่อยากทำ เนื่องจากต้องมีความรับผิดชอบสูง ตรงต่อเวลา การเตรียมตัวก่อนออกอากาศ เนื้อหา สาระ วันหยุดของเราแต่วิทยุไม่ได้หยุด ออกอากาศทุกวัน หากเรามีความรัก ความชอบที่จะเป็นนักจัดรายการวิทยุแล้ว เหล่านั้นก็จะไม่ใช่ปัญหา นักจัดรายการวิทยุควรเป็นนักเล่าเรื่อง นักขายฝัน การมีส่วนร่วมของผู้ฟัง เราต้องพูดอยู่ในห้องส่งเพียงคนเดียว ยิ้มคนเดียวกับ ไมค์ บางคนบอกว่าเหมือนคนบ้าก็ตามที่ จึงต้องจินตนาการว่ามีผู้ฟังอยู่ต่อหน้าเราจ้องมองเราอยู่

## 2. การจัดรายการให้ประสบความสำเร็จ

2.1 รู้จักตนเอง จิตใจใฝ่รู้ แสวงหาความรู้มาพูดคุยกับผู้ฟัง รวดเร็วกับข้อมูลข่าวสาร ควรติดตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในบ้านเมือง โดยเฉพาะในพื้นที่ แล้วนำมาบอกกล่าว สิ่งที่สำคัญต้องตรวจสอบก่อนข่าวสารที่เราได้มา เป็นเรื่องจริง เพราะเมื่อออกอากาศไปแล้วไม่สามารถแก้ไขได้ อาจเกิดความเสียหายกับผู้จัดหรือสถานีวิทยุ ใจกว้างเห็นอกเห็นใจผู้อื่น มีหลักการ มีเหตุผล จิตใจมั่นคง มีความอดทนต่อแรงกดดันต่างๆ สนใจการพัฒนาชุมชนและสิ่งแวดล้อม มีความทันสมัย มีวิสัยทัศน์ มีความสามารถในการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง

2.2 รู้จักหน้าที่ ให้ข่าวสาร รายการข่าว ประกาศประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ในขณะที่เราจัดรายการวิทยุ อาจมีการขอความร่วมมือประกาศข่าวด่วน หรือประชาสัมพันธ์งาน เรื่องราวที่สำคัญเร่งด่วน ควรให้ความร่วมมือโดยไม่เกี่ยงงอน ให้ความรู้ สาระ บทความ สัมภาษณ์ ให้ความบันเทิง เพลง ละคร ตลก ให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ (การชูงใจ โน้มน้าว)

3. รายการและประเด็นที่ควรมุ่งเน้น วัฒนธรรมท้องถิ่น อาชีพ ทักษะ งานฝีมือ สุขภาพ ครอบครัว สตรี เด็ก ผู้สูงอายุ ศาสนา จริยธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น

4. รายการที่ควรหลีกเลี่ยง หลีกเลี่ยงสถาบันสำคัญทางสังคม ยุยงให้เกิดความแตกแยก ยั่วยุ ในทางที่ผิดศีลธรรม ขัดต่อกฎหมาย จารีต ประเพณี ไม่รับผิดชอบต่อสังคม และค่านิยมที่ดี มุ่งเน้นการโฆษณา (สุมน อยู่สิน, 2548:17)

### หลักการจัดการบริหารสถานีวิทยุ

การบริหารคือการหาทางทำงานให้สำเร็จ การทำงานให้สำเร็จได้นั้น มีวิธีการอยู่มากมายหลายวิธีที่ผู้บริหารทั้งหลายได้ใช้ความรู้ ความสามารถ เลือกวิธีที่เหมาะสมตามสภาพความต้องการ และสภาพแวดล้อมมาใช้ให้เป็นประโยชน์ได้ อธิปตย์ คลี่สุนทร, (2530 : 10-12) ได้กล่าวไว้ว่า การบริหาร หมายถึง การทำงานให้สำเร็จแต่จะมีกลวิธีใดบ้างที่จะช่วยให้งานสำเร็จได้นั้น โดยเฉพาะในยุคโลกาภิวัตน์ที่โลกเสมือนเล็กกลาง (Global Village) ในขณะที่ทรัพยากรธรรมชาติ และทรัพยากรการผลิตลดลงด้วยนั้น นักบริหารในระยะหลังนี้ พยายามใช้ยุทธศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อมุ่งบรรลุเรื่อง 3 เรื่อง คือ

1. ใช้คนเท่าเดิมทำงานได้มากขึ้น
2. งานเท่าเดิม แต่ใช้คนน้อยลง
3. คุณภาพของงานต้องดีเท่าเดิม หรือดีกว่า การจะบรรลุเรื่อง 3 เรื่อง ดังกล่าวนั้น ยุทธศาสตร์ คือ

3.1 การใช้ระบบข้อมูลสารสนเทศ (Information Utilization) เพื่อประกอบการตัดสินใจให้มากขึ้น แต่ทั้งนี้ต้องมีข้อแม้ว่า ข้อมูลสารสนเทศนั้น ๆ ต้องรวดเร็ว ถูกต้อง ทันสมัย

และใช้ประยุกต์ได้ ปัญหาคือ ข้อมูลสารสนเทศบางอย่างรวบรวมได้ง่าย ถ้าครอบคลุมเนื้องานน้อย แต่บางอย่างก็ใ้มายาก ต้องอาศัยเวลาสำรวจ ตรวจสอบ วิเคราะห์ ก่อนนำมาใช้ได้ ในส่วนนี้ต้องอาศัยระยะเวลาและศึกษาว่าข้อมูลสารสนเทศเรื่องใดจำเป็นและครอบคลุมพื้นที่ใดมากน้อยเพียงใด จากผู้บริหารหรือผู้ต้องการใช้ข้อมูลด้วย ปัจจุบันข้อมูลต่าง ๆ นอกจากจะสามารถเก็บได้ในหน่วยความจำของระบบคอมพิวเตอร์แล้ว ยังสามารถเก็บไว้ใน CD-ROM (Compact Disk Read-Only-Memory) ซึ่งนำไปใช้ได้สะดวก รวดเร็วและราคาถูกลงด้วย

3.2 การบริหารทางไกล (High-Tech Administration) ในยุคนี้เครื่องมือเครื่องใช้ใน การติดต่อสื่อสารสะดวก รวดเร็วมาก อยู่ไกลกันก็สามารถทำงานเรื่องเดียวกันได้ ประชุมร่วมกันได้ (Teleconference) ดังนั้น สื่อหลายอย่าง อาทิ โทรศัพท์มือถือ โทรสาร วิทยุ โทรทัศน์ คอมพิวเตอร์ เครื่องข่ายการเชื่อมโยงอุปกรณ์เหล่านี้ควรหาไว้ใช้ตามสมควร เพราะจะช่วยประหยัดเวลาเข้าใจกัน ง่ายและสะดวก เรื่องนี้ปัญหาคือ ต้องมีการจัดระบบ ระเบียบ และเครือข่ายการรับส่งให้ดีพอ

3.3 การหาความรู้ทำงานกับระบบคอมพิวเตอร์ (Computer Literacy) ปัจจุบันระบบ คอมพิวเตอร์เป็นส่วนสำคัญในการทำงานสำหรับผู้บริหารมากขึ้น ผู้บริหารในยุคนี้ ควรมีทักษะ ทำงานกับระบบคอมพิวเตอร์บางประการ อาทิ การเรียกข้อมูลสำคัญมาใช้ การแก้ไขข้อมูลบาง รายการ ฯลฯ ซึ่งทักษะดังกล่าวสามารถฝึกอบรมได้ภายในเวลาไม่นานนัก โปรแกรมสำเร็จรูป จำนวนมากสามารถฝึกฝนใช้ได้โดยใช้เวลาประมาณ 1 สัปดาห์ หลังจากนั้นเมื่อใช้บ่อยๆ ทักษะด้าน นี้จะพัฒนาขึ้นได้

3.4 การมองการณ์ไกล (Introspection) ดังที่ใช้นั้นถือว่าผู้บริหารและคณะต้องมี วิสัยทัศน์ (vision) กว้างไกล ไม่นึกแต่เพียงการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า แต่ต้องคาดการณ์ในอนาคต 10 ปี 15 ปี 30 ปี บนฐานของความเป็นจริงในปัจจุบัน ผนวกกับความเปลี่ยนแปลงทุกด้านในอนาคตจากการคาดเดาเชิงวิทยาศาสตร์ ได้ใกล้เคียง และมีแนวปฏิบัติที่จะไปสู่เป้าหมาย หรือความคาดหวังใน อนาคตนั้น ๆ ได้อย่างชัดเจน ซึ่งบางครั้ง จำเป็นต้องอาศัยคนนอกมาช่วยมอง (outside in) หรือช่วย คิดในบางเรื่องด้วย

3.5 การใช้หน่วยงาน/องค์กรอื่นทำงาน (Decentralization) งานบางงานที่หน่วยงาน อื่น ๆ ทำได้ดีกว่า เนื่องจากหลายหน่วยงานที่ตั้งภายหลังหรืออยู่ในพื้นที่เป้าหมาย มีวัตถุประสงค์ เฉพาะสามารถทำงานได้ดีกว่า ปัจจุบันภาคเอกชนที่ทำงานเฉพาะบางเรื่องได้ดีกว่า ควรได้รับ โอกาสให้ทำงาน (Privatization) เนื่องจากคล่องตัวกว่า ปรับเปลี่ยนได้ง่ายกว่า แต่ทั้งนี้ควรต้องมี การวิเคราะห์ลักษณะงานอย่างรอบคอบด้วย แนวคิดพื้นฐานของเรื่องนี้คือ การกระจายอำนาจให้ ผู้เหมาะสมรับผิดชอบ

3.6 การจัดรูปองค์กรที่ทำงานได้ฉับไว (Organization Development) ให้มีลักษณะ ขั้นตอนการบังคับบัญชาไม่ซับซ้อนนัก องค์กรปัจจุบันควรต้องปรับ โครงสร้างองค์กร (Restructuring) และปรับวิธีหรือกระบวนการการทำงาน (Re-engineering) ให้เหมาะสมกับยุคและสมัย นี้ด้วย มีนักบริหารบางท่านเสนอว่าองค์กรอาจจัดให้มีความยืดหยุ่น สามารถสนองตอบความต้องการของผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี หน่วยงานย่อยควรจะมี ความสำคัญทัดเทียมกันและลักษณะงานประจำ ดังเช่นเป็นสายงานหลัก (Line) และสายงานรอง (Staff) ที่ไม่ค่อยเอื้อต่อการปรับตัว น่าจะค่อยๆ หายไป องค์กรใดใหญ่มาก อู้ยอ้าย ปรับตัวช้า ก็ควรแยกองค์กร (Spin off) ให้เป็น องค์กรย่อยหลายองค์กร งานก็จะฉับไว รวดเร็ว และตอบสนองความต้องการได้ดีขึ้น นอกจากนี้ระบบสำนักงานอัตโนมัติ (Office Automation) ที่เชื่อมโยงกันได้ทั้งสำนักงาน ควรได้รับการพิจารณาในการปรับปรุงองค์กรด้วย

3.7 การพัฒนาบุคลากร (Personnel Development) บุคลากรในหน่วยงานควรได้รับการศึกษา ฝึกฝน อบรมอย่างสม่ำเสมอ ให้เท่าทันความเปลี่ยนแปลงทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และความต้องการของหน่วยงาน มิฉะนั้นอาจจะปรับเปลี่ยนได้ไม่ทันหรือไม่เหมาะสม การพัฒนาบุคลากรมิใช่แนวคิดใหม่ แต่ปัจจุบันวิธีพัฒนาบุคลากรนั้นอาจจะทำได้โดยรูปแบบใหม่ ทำให้สามารถเข้าใจวัตถุประสงค์ขององค์กร แนวโน้มของความเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น พื้นฐานการศึกษาที่สูง การสร้างความเข้าใจทำได้น่าจะง่ายขึ้น และช่วยปรับตัวให้เข้ากับ ความเปลี่ยนแปลงได้ง่ายขึ้น ในส่วนนี้การให้โอกาสบุคลากรได้ทำงาน การสนับสนุนให้ได้เรียนต่อ หรือได้ฝึกอบรมในระดับสูงขึ้น รวมทั้งให้โอกาสเรียนภาษาที่ใช้ในองค์กรสหประชาชาติ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาฝรั่งเศส ภาษาจีน ภาษาสเปน ภาษาอาหรับ ภาษารัสเซีย หรือภาษาของประเทศที่มีอาณาเขตติดต่อ ให้เก่งเท่าหรือเกือบเท่าภาษาแม่ของแต่ละคน จะช่วยให้รับรู้และทำงานได้ดีขึ้น

ถ้าพิจารณาคำจำกัดความของการบริหารว่า การบริหาร หมายถึงการทำงานให้สำเร็จตาม วัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้โดยบุคคลแล้ว ในการบริหารวิทยุกระจายเสียงนั้น จะต้องมีวัตถุประสงค์ใน การดำเนินการ อาจจะเป็นการกระจายเสียงเพื่อให้ข่าวสารความรู้แก่ประชาชน สร้างความเข้าใจที่ ถูกต้องเกี่ยวกับการปฏิบัติตามนโยบายของรัฐบาล หรือเพื่อการค้าหากำไรหรือเพื่อสนองความ ต้องการของประชาชนผู้อยากฟังเพลงประเภทใด ประเภทหนึ่งแล้วพยายามหาเจ้าหน้าที่มาผลิต รายการ โดยอาศัยอาคารที่เหมาะสม มีอุปกรณ์เครื่องมือที่มีคุณภาพดี และมีค่าใช้จ่ายมาดำเนินการ ออกอากาศให้ต่อเนื่อง และเป็นประจำวันตามผังรายการของทางสถานี จึงเป็นได้ว่า ในการบริหารงานวิทยุกระจายเสียงตามนัยแห่งความหมายในคำจำกัดความดังกล่าวแล้วนั้น เป็นเรื่อง เกี่ยวกับองค์กร เกี่ยวกับระบบการทำงาน และเกี่ยวกับความสัมพันธ์ภายในระหว่างผู้ร่วมงาน และสัมพันธ์ภายนอกกับประชาชนโดยทั่วไป (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชหน่วยที่1-8 (2540)



## กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิทยุกระจายเสียง

ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ได้กำหนดให้มีกฎหมายที่ดำเนินการ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานสถานีวิทยุชุมชนคือ พระราชบัญญัติการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พุทธศักราช 2551 โดยมอบอำนาจให้คณะกรรมการที่เป็นอิสระตามพระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการกิจการวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พุทธศักราช 2543 เป็นผู้ดำเนินการ

มาตรา 10 ได้ระบุไว้ว่า ใบอนุญาตประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง หรือกิจการโทรทัศน์โดยใช้คลื่นความถี่มีสามประเภทดังนี้

1. ใบอนุญาตประกอบกิจการสาธารณะ ได้แก่ ใบอนุญาตที่ออกให้สำหรับการประกอบกิจการที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการบริการสาธารณะ แบ่งเป็นสามประเภท

1.1 ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะประเภทที่หนึ่ง ออกให้สำหรับกิจการ กระจายเสียง หรือกิจการ โทรทัศน์ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมความรู้ การศึกษา ศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม วิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม การเกษตร และการส่งเสริมอาชีพอื่น ๆ สุขภาพอนามัย กีฬา หรือการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชน

1.2 ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะประเภทที่สอง ออกให้สำหรับกิจการกระจายเสียง หรือกิจการโทรทัศน์ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อความมั่นคงของรัฐ หรือความปลอดภัย

1.3 ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะประเภทที่สาม ออกให้สำหรับกิจการกระจายเสียง หรือกิจการโทรทัศน์ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการกระจายข้อมูลข่าวสาร เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาล กับประชาชนและรัฐสภากับประชาชน การกระจายข้อมูลข่าวสารเพื่อส่งเสริมสนับสนุนในการเผยแพร่ และให้การศึกษาแก่ประชาชนเกี่ยวกับการปกครอง ในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข บริการข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์สาธารณะแก่คนพิการ คนด้อยโอกาส หรือกลุ่มความสนใจที่มีกิจการเพื่อประโยชน์สาธารณะ หรือบริการข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์สาธารณะอื่น ๆ ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชน ได้แก่ ใบอนุญาตสำหรับการประกอบกิจการ ที่มีวัตถุประสงค์เช่นเดียวกับการประกอบกิจการสาธารณะ แต่ต้องเป็นประโยชน์ตามความต้องการของชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการ

2. ใบอนุญาตประกอบกิจการวิทยุธุรกิจ

3. ใบอนุญาตประกอบกิจการวิทยุชุมชน

มาตราที่ 12 ผู้ขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการบริการวิทยุชุมชน ต้องเป็นสมาคม มูลนิธิ นิติบุคคลอื่นที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งไม่ใช่หน่วยงานของรัฐ และมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์สาธารณะ โดยไม่แสวงหากำไรในธุรกิจ หรือกลุ่มคนในท้องถิ่น ที่ไม่เป็นนิติบุคคล ซึ่งรวมตัวกันเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ทั้งนี้ ต้องมีความเหมาะสมกับการประกอบกิจการบริการชุมชนตามลักษณะที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

มาตราที่ 21 ในการประกอบกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชนจะหารายได้จากโฆษณาไม่ได้

มาตราที่ 29 ในการประกอบกิจการกระจายเสียง หรือกิจการโทรทัศน์ ให้ผู้รับใบอนุญาตแต่งตั้งบุคคลซึ่งมีสัญชาติไทยเป็นผู้อำนวยการสถานีประจำแต่ละสถานี เพื่อควบคุมดูแลให้มีการออกอากาศให้เป็นไปตามที่ได้รับอนุญาตและจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบดูแลการจัดรายการ การดำเนินรายการ และการออกอากาศของสถานีให้เป็นไปโดยถูกต้องตามกฎหมาย และประกาศต่าง ๆ ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

มาตราที่ 33(2) ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่แต่ละประเภทต้องจัดทำผังรายการให้มีสัดส่วนรายการดังต่อไปนี้

1. ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชนต้องกำหนดให้มีรายการที่เป็นข่าวสารสาระที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน หรือท้องถิ่นที่รับบริการสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละเจ็ดสิบ
2. ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะต้องกำหนดให้มีรายการที่เป็นข่าวสาร สาระที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน หรือท้องถิ่นที่รับบริการสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละเจ็ดสิบ

มาตราที่ 34 ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดทำผังรายการให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการประกอบกิจการที่ได้รับใบอนุญาต ทั้งนี้ ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศ หรือกำหนดไว้ในแต่ละประเภท

มาตราที่ 35 ในกรณีที่มีภัยพิบัติ หรือมีเหตุฉุกเฉิน หรือมีกรณีอื่นตามที่คณะกรรมการกำหนด ซึ่งมีความจำเป็นต้องออกอากาศแจ้งข่าว หรือเตือนภัยให้ประชาชนทราบ เมื่อรัฐบาลหรือหน่วยงานของรัฐ ที่เกี่ยวข้องร้องขอ ให้ผู้รับใบอนุญาตดำเนินการตามที่ร้องขอนั้น

มาตราที่ 37 ห้ามมิให้ออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาสาระที่ก่อให้เกิดการล้มล้างการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข หรือมีผลกระทบต่อรัฐ ความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชนหรือมีการกระทำที่มีลักษณะลามกอนาจาร หรือมีผลกระทบต่อทำให้เกิดความเสื่อมทรามทางจิตใจ หรือสุขภาพของประชาชนอย่างร้ายแรง

มาตราที่ 38 ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดให้มีการบันทึกรายการที่ได้ออกอากาศไปแล้ว โดยอาจบันทึกไว้ในเทป หรือวัสดุโทรทัศน์อย่างอื่น หรือด้วยวิธีการใด ๆ ที่สามารถถ่ายทอดกลับมา

เป็นรายการ นั้นได้ และเก็บรักษาไว้เพื่อให้พนักงานเจ้าหน้าที่ทำการตรวจสอบได้รายการที่ต้องจัดให้มีการบันทึก ตามวรรคหนึ่ง และระยะเวลาในการเก็บรักษานั้น

มาตราที่ 40 ผู้ที่ได้รับความเสียหายเนื่องจากรายการที่ออกอากาศเป็นเท็จ หรือละเมิดสิทธิเสรีภาพ เกียรติยศ ชื่อเสียง สิทธิในครอบครัว หรือความเป็นอยู่ส่วนตัวของบุคคลอาจร้องเรียนต่อคณะกรรมการ

มาตราที่ 74 ให้ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานอื่นของรัฐ ที่ประกอบกิจการกระจายเสียง หรือกิจการโทรทัศน์ อยู่ในวันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ ประกอบกิจการนั้นต่อไปจนถึงวันที่กำหนดในแผนแม่บทกิจการกระจายเสียง และกิจการ โทรทัศน์ใช้บังคับ โดยหากส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐประสงค์จะประกอบกิจการต่อไปให้จัดทำแผนประกอบกิจการให้แก่ส่วนราชการ ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานอื่นของรัฐนั้น โดยคำนึงถึงความจำเป็นของการประกอบกิจการ และการใช้คลื่นความถี่

มาตราที่ 78 ในระหว่างที่การจัดตั้งองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระเพื่อทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคมตาม มาตราที่ 47 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ยังไม่แล้วเสร็จให้คณะกรรมการกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ ตาม พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ และกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคม พุทธศักราช 2543 ปฏิบัติหน้าที่คณะกรรมการตาม พระราชบัญญัตินี้เป็นการชั่วคราว

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่ารัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ได้กำหนดให้คลื่นวิทยุเป็นของประชาชนทุกคน มีองค์กรอิสระขึ้นมากำกับดูแล ทั้งการออกใบอนุญาต และการกำกับดูแลการดำเนินงานของสถานีวิทยุต่างๆ รวมทั้งวิทยุชุมชน โดยเนื้อหาสาระสำคัญของวิทยุชุมชน จะเป็นการเปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามามีบทบาทในฐานะผู้ดำเนินงาน โดยชุมชน เพื่อชุมชน และตามความต้องการของชุมชน โดยปราศจากผลประโยชน์ทางธุรกิจ หรือการดำเนินงานโดยกลุ่ม การเมือง และบุคคลอื่น

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นาฎยา เสวกแก้ว (2541) ได้ศึกษาเรื่อง“บทบาทของวิทยุชุมชนท้องถิ่นในจังหวัดชลบุรี ต่อการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ” พบว่าบทบาทวิทยุท้องถิ่นกำลังกระทำ มากที่สุดในปัจจุบัน ได้แก่ การนำเสนอข่าวสาร การสร้างจิตสำนึก การให้แนวทางปฏิบัติ การให้ ความรู้ ส่วนบทบาทที่กระทำน้อย ได้แก่ การนำเสนอแนวคิดในการแก้ปัญหา การเป็นเวทีให้

ประชาชนแสดงความคิดเห็นย้อนกลับ และบทบาทที่ไม่ได้กระทำเลย คือ การเป็นแกนนำในการปฏิบัติ และการเฝ้าระวัง สำหรับความคาดหวังของผู้รับสานในท้องถิ่น ต้องการให้วิทยุท้องถิ่นแสดงบทบาทที่กำลังแสดงอยู่ คือ การสร้างจิตสำนึก และการให้ความรู้ที่มากขึ้น การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแสดงบทบาทของวิทยุท้องถิ่นที่มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการแสดงบทบาทของวิทยุท้องถิ่นที่มีปัจจัยภายใน ได้แก่ นโยบายองค์กร ทักษะคิของนักจัดรายการ จำนวนและความถนัดของบุคลากร และงบประมาณ ส่วนปัจจัยภายนอก ได้แก่ แหล่งข่าว แหล่งข้อมูล และผู้สนับสนุนรายการ ซึ่งผู้ส่งสารมีทัศนะว่า ปัจจัยด้านงบประมาณเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุด

งานวิจัยนี้ ชี้ให้เห็นว่า ในฐานะผู้ส่งสารนั้น การจัดทำรายการวิทยุท้องถิ่นจะต้องมีเหตุปัจจัยหลายประการที่จะทำให้เห็นว่า บทบาทหน้าที่ที่ผู้ส่งสารพึงกระทำมีอะไรบ้างเพื่อเป็นแนวทางในการที่จะจัดรายการวิทยุให้เกิดประโยชน์ต่อคนในท้องถิ่นมากที่สุด และเหตุปัจจัยใดบ้างที่จะมีส่วนในการกำหนดรูปแบบ และเนื้อหาต่อการจัดรายการวิทยุเพื่อท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นเหตุปัจจัยภายนอก หรือปัจจัยภายใน เพื่อเป็นพื้นฐานในการดำเนินการผลิตรายการวิทยุเพื่อท้องถิ่น งานวิจัยชิ้นนี้ยังแสดงให้เห็นว่าวิทยุกระจายเสียงในปัจจุบันยังไม่ได้เสนอแนวคิดในการแก้ปัญหาให้กับท้องถิ่นเท่าที่ควร และยังไม่เป็นเวทีให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นย้อนกลับ(Feedback)

บัณฑิตร ไพบุลย์วัฒนกิจ (2549) ได้ศึกษาในหัวข้อ “การเตรียมความพร้อมวิทยุชุมชนของภาคประชาชน :กรณีเครือข่ายองค์กรวิทยุชุมชนเชียงใหม่” พบว่าปัจจัยที่สนับสนุนการเตรียมความพร้อมวิทยุชุมชนมี 3 ด้านคือ

1. ปัจจัยทางการเมือง กฎหมายรัฐธรรมนูญ ได้ให้สิทธิคุ้มครองแก่ประชาชนในการเข้าถึงสื่อ ดังนั้น ประชาชนสามารถทดลองจัดตั้งวิทยุชุมชนในชุมชนของตนได้ และมีช่องทางในการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงที่ภาครัฐเป็นเจ้าของในการจัดรายการวิทยุชุมชน

2. ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เครื่องส่งและอุปกรณ์ในการส่งกระจายเสียงของวิทยุชุมชนมีราคาถูกลง ทำให้ประชาชนสามารถจัดซื้อได้ นอกจากนี้ยังมีแหล่งเงินทุนให้การสนับสนุนการเตรียมความพร้อมวิทยุชุมชนภาคประชาชนอีกด้วย

3. ปัจจัยทางด้านสังคม แกนนำชุมชนและประชาชนตื่นตัวในสิทธิการสื่อสาร และเล็งเห็นความจำเป็นของการมีวิทยุชุมชน เมื่อก่อตั้งสถานีวิทยุชุมชนแล้ว สมาชิกในชุมชนก็ให้การยอมรับ นอกจากนี้ยังเกิดความร่วมมือระหว่างนักวิชาการ และภาคประชาชนในการผลักดันการปฏิรูปสื่อ และเผยแพร่ให้ประชาชนทั่วไปมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับวิทยุชุมชนเพิ่มอีกด้วย

งานวิจัยชิ้นนี้ได้ชี้ให้เห็นว่า การดำเนินงานสถานีวิทยุชุมชนนั้นย่อมอาศัยปัจจัยทั้งภายในและปัจจัยภายนอก โดยปัจจัยภายนอกนั้นส่วนใหญ่จะเกิดจากการสนับสนุนทางด้านกฎหมาย และ

การดำเนินงานในขั้นต้น ไม่ว่าจะเงินทุนในการดำเนินงาน และการให้ความรู้ในระยะแรกของการจัดตั้งสถานี

พิชญา รัตนพล (2540) ได้ศึกษา “พฤติกรรมสื่อสาร ความคาดหวังผลประโยชน์และความน่าเชื่อถือ ของรายการสถานีวิทยุเพื่อสังคม และชุมชน : ศึกษากรณีสถานีวิทยุชุมชนพบว่า คุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ มีพฤติกรรมการสื่อสาร ทั้งระดับความคาดหวังในผลประโยชน์ต่อตัวเอง และต่อสังคมจากสถานีวิทยุชุมชน ระดับความน่าเชื่อถือด้านผู้ดำเนินรายการ และข้อมูลข่าวสาร ในสายตาของสมาชิกล้วนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารทั้งสิ้น

งานวิจัยนี้ ชี้ให้เห็นว่า การรวมตัวเป็นกลุ่มสมาชิกของชุมชน ก็เพราะสมาชิกมีความคาดหวังในผลประโยชน์ และความเชื่อถือจากสถานีวิทยุเพื่อสังคม และชุมชน เพราะฉะนั้นถ้าหากทุกคนในชุมชน ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินรายการ กำหนดเนื้อหาเองยิ่งจะทำให้สถานีวิทยุเพื่อชุมชน เพื่อสังคมจะทำให้มีการสื่อสารของคนในชุมชนด้วย การรวมตัวกันเป็นสมาชิกของสถานีวิทยุเพื่อสังคม และชุมชน จะทำให้มีการสื่อสารผ่านคลื่นวิทยุเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทำให้สังคมพัฒนา และเป็นช่องทางในการพึ่งพาอาศัยกัน งานวิจัยชิ้นนี้เป็นแนวทางในการนำผลไปศึกษาถึงข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนา และปรับปรุงการผลิตรายการของสถานีวิทยุชุมชน (City Radio) ตลอดจนสถานีอื่นที่มีลักษณะเดียวกัน ให้มีข้อมูลประกอบการจัดรายการให้ตรงตามความต้องการของผู้รับฟังรายการ และเหมาะสมกับคุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของคนในชุมชน

ศิริพล สัจจาพันธุ์ (2545) ได้ศึกษาในหัวข้อ “กระบวนการสร้างความพร้อมของชุมชนในการก่อตั้งสถานีวิทยุชุมชน:ศึกษากรณีวิทยุชุมชนอำเภอควนเนียง จังหวัดสงขลา” พบว่าในกระบวนการเตรียมความพร้อมชุมชนเพื่อก่อตั้งสถานีวิทยุชุมชนนั้น ต้องให้ความสำคัญกับกลุ่มแกนนำชุมชน สภาพชุมชน และเป้าหมายชุมชนดังนี้

1. แกนนำชุมชน เป็นผู้ที่มิบทบาทสำคัญต่อกระบวนการสร้างความพร้อมของชุมชน ดังนั้น แกนนำชุมชนต้องมีความน่าเชื่อถือและตั้งใจดำเนินการวิทยุชุมชนอย่างจริงจัง นอกจากนี้ ต้องให้ความสำคัญกับการจัดกระบวนการเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจกับคนในชุมชนให้ครอบคลุมทั่วพื้นที่ออกอากาศกระจายเสียงด้วย จึงจะได้รับความร่วมมือและมีคนอาสาเข้าร่วมรับผิดชอบบริหารจัดการ อย่างไรก็ตาม มีความจำเป็นต้องฝึกอบรมแกนนำชุมชนในเรื่องการบริหารจัดการ การผลิต และการจัดรายการด้วย

2. สภาพชุมชน ชุมชนต้องมีรากฐานที่ดีในกระบวนการพัฒนาประชาธิปไตย และมีแนวคิดในการพึ่งตนเองในการดำเนินการต่างๆ ร่วมกัน นอกจากนี้วิถีชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น

ความสัมพันธ์กับเครือข่ายกับชุมชนอื่นๆ ก็เป็นเงื่อนไขที่สื่อต่อกระบวนการเรียนรู้วิทย์ชุมชนให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาได้มากขึ้น

3. เป้าหมายต่อวิทย์ชุมชน ชุมชนต้องเชื่อมั่นว่า เมื่อมีวิทย์ชุมชนแล้วจะทำให้คนในชุมชนสามารถเข้าถึงสื่อ มีส่วนร่วม และสามารถบริหารจัดการได้ด้วยตัวเอง นอกจากนี้ หลักการวิทย์ชุมชนจะต้องสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน ที่ชุมชนสามารถเรียนรู้และเข้าใจได้ง่าย

สุระชัย ชูผกา (2548) ได้ศึกษาในหัวข้อ “บทบาทและสถานภาพวิทย์ชุมชนไทยกับการมีส่วนร่วมของประชาชน” โดยเลือกสถานีวิทย์ชุมชนที่เป็นสมาชิกสหพันธ์วิทย์ชุมชนแห่งชาติ เป็นตัวอย่างศึกษา 21 สถานี งานศึกษาชิ้นนี้พบว่า วิทย์ชุมชนโดยทั่วไปยังไม่สามารถสถาปนารูปแบบบทบาทและสถานภาพในการเป็นสื่อชุมชนและสร้างพื้นที่สาธารณะใหม่ในสังคมไทยได้ เนื่องจากยังขาดการมีส่วนร่วมที่แท้จริงของประชาชนในชุมชน อันเป็นผลพวงมาจากการครอบงำของรัฐผ่านกลไกทางการปราบปรามและกลไกทางอุดมการณ์เช่น การตอกย้ำว่าวิทย์ชุมชนเป็นสื่อที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย และการออกกฎระเบียบที่ตอกย้ำหลักการของวิทย์กระจายเสียงทั่วไปหรือสื่อกระแสหลักที่รัฐได้ยึดครองและครอบงำเป็นเวลานานแล้ว เป็นต้น สำหรับการมีส่วนร่วมงานวิจัยชิ้นนี้ได้ระบุไว้ว่า การประชุมวางแผนดำเนินงานวิทย์ชุมชนมีเฉพาะช่วงแรกของการก่อตั้ง พอเวลาผ่านไปบทบาทเหล่านี้เป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้ประสานงาน หรือผู้จัดการสถานีเท่านั้น นอกจากนี้การใช้รูปแบบอาสาสมัครมีข้อจำกัดไม่สามารถแบ่งสายงานหรือโครงสร้างองค์กรอย่างเป็นระบบได้แต่เพียงเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในฐานะผู้จัดรายการเท่านั้น

ส่วนเนื้อหารายการที่วิทย์ชุมชนนำเสนอส่วนใหญ่ก็เป็นการให้ความรู้ ข่าวประชาสัมพันธ์ และรายการเพลง นอกจากนี้สถานีวิทย์ชุมชนส่วนใหญ่ไม่เพียงแต่หลีกเลี่ยงการนำเสนอปัญหาภายในท้องถิ่น หรือการตั้งประเด็นที่เป็นปัญหาเฉพาะท้องถิ่นเพื่อลดความขัดแย้งและปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้ แม้ว่าทิศทางดังกล่าวถือเป็นพันธกิจสำคัญของวิทย์ชุมชนก็ตาม ดังนั้นการนำเสนอข่าวสารชุมชนจึงวนเวียนอยู่แค่ข่าวกิจกรรมของคนในชุมชน เช่น งานอุปสมบท งานมงคลสมรส งานวันเกิด งานฌาปนกิจ เป็นต้น การหลงลืมหน้าที่ และพันธกิจของการเป็นสื่อชุมชนและสื่อทางเลือก ทำให้วิทย์ชุมชนเป็นเพียงแค่นกหวีดของการได้มาซึ่งสิทธิและการเป็นเจ้าของสื่อเท่านั้น ไม่ได้ช่วยปฏิรูปสื่อหรือยกระดับการบูรณาการแก่ชุมชนหรือสังคมเลย

งานวิจัยชิ้นนี้แสดงให้เห็นว่ากระบวนการเรียนรู้วิทย์ชุมชนในสังคมไทยนั้นต้องอาศัยความร่วมมือ และการสนับสนุนจากทุกภาคส่วนทั้งคนในชุมชนเอง การสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐอย่างแท้จริง มิเช่นนั้นกระบวนการเรียนรู้วิทย์ชุมชนจะเป็นแค่เพียงความพยายามของคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น และหลังจากที่ดำเนินการไประยะเวลาหนึ่ง จะประสบปัญหาต่างๆ มากมายจนต้องปิดตัวเองลงไปในที่สุด

อรรถรรณ ปิรันธน์โอวาท (2544) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสาร การมีส่วนร่วม และความพึงพอใจของประชาชนในวิทยุชุมชน จังหวัดอุบลราชธานี และจังหวัดระยอง พบว่า การดำเนินรายการวิทยุเพื่อชุมชนของทั้งสองจังหวัดมีผู้อำนวยการ สวท. และเจ้าหน้าที่ฝ่ายผลิตรายการ รวมทั้งประชาชนได้ร่วมกันจัดตั้ง คณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงชุมชน และมีคณะอนุกรรมการผลิตรายการอีกชุดหนึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างฝ่ายรัฐบาล และฝ่ายประชาชน โดยรัฐให้ความช่วยเหลือในด้านอุปกรณ์ ส่วนประชาชนพยายามผลิตรายการเพื่อสนองต่อความต้องการของประชาชน รูปแบบเนื้อหาที่น่าสนใจเสนอเป็นข่าวสารในท้องถิ่น บริการด้านสาธารณสุข และสิ่งแวดล้อม ข่าวสารเกี่ยวกับการกินอยู่ เกษตรกรรม สาธารณสุข การศึกษา วัฒนธรรมพื้นบ้าน โดยใช้ภาษาถิ่น มีรายการสัมภาษณ์ พยายามให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นด้วยการโทรศัพท์ หรือส่งจดหมายเข้ามา

นอกจากการดำเนินงานที่กล่าวข้างต้นแล้ว ความต้องการของประชาชนเรื่องรูปแบบ และเนื้อหารายการวิทยุชุมชนของจังหวัดอุบลราชธานี และระยองที่ได้ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้นำชุมชนยังนำมาเป็นแนวทางในการเปรียบเทียบกับความต้องการของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ว่าเรื่องการจัดรายการ ควรมีคนจัดรายการจากหลากหลายอาชีพ เช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มพระ รายการควรเป็นเรื่องทำมาหากิน การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม การประชาสัมพันธ์สินค้า หรือเทศกาลในชุมชนของตน รายการควรเป็นเรื่องการทำมาหากิน การอนุรักษ์วัฒนธรรม การทนายปัญหาเชิงรางวัล มีเพลงคั่นรายการ เวลาที่เหมาะสมคือเช้าตรู่ และช่วงเย็นคือ ก่อนไปทำงาน และหลังเลิกงาน รูปแบบรายการควรมีความหลากหลายเช่น การเสนอข่าว การสนทนากับผู้ฟัง ละคร การสื่อข่าวนอกสถานที่