

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทราบถึงแนวคิด การดำเนินการ การบริหารจัดการ และรูปแบบเนื้อหารายการของสถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการ ทบทวน ผังการดำเนินรายการของจุดปฏิบัติการเตรียมความพร้อมสถานีวิทยุชุมชน เพื่อทำความเข้าใจการ ดำเนินกิจการสถานีวิทยุชุมชนดังกล่าว และดำเนินการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ดำเนินรายการสถานี วิทยุชุมชน เพื่อสังเคราะห์ แนวคิด และความคิดเห็น ในเรื่อง รูปแบบ การบริหารจัดการสถานีวิทยุ ชุมชนซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดประเด็นในการนำเสนอผลการศึกษานี้เป็น 6 ส่วน

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของวิทยุชุมชน

ตอนที่ 2 ที่มา และการจัดการรายการ

ตอนที่ 3 การบริหารจัดการ และการดำเนินงาน

ตอนที่ 4 การแทรกแซงจากหน่วยงานภายนอกที่มีผลต่อการดำเนินงาน

ตอนที่ 5 ปัญหา และแนวทางในการดำเนินงานวิทยุชุมชน

ตอนที่ 6 รูปแบบ และการดำเนินงานสถานีวิทยุชุมชนที่เหมาะสม

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของวิทยุชุมชน

ในการศึกษาสำรวจ โครงสร้างวิทยุชุมชนในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า มีจำนวนที่เก็บรวบรวมข้อมูลได้ทั้งสิ้น 16 สถานี ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นในการรวบรวมข้อมูลไว้ ดังนี้

1. สถานที่ตั้งของสถานีวิทยุชุมชน
2. กำลังส่งในการกระจายเสียง
3. ความสูงของเสาอากาศ
4. ชนิดของสายอากาศ
5. รัศมีการส่งกระจายเสียง
6. จำนวนวันต่อสัปดาห์ที่ส่งกระจายเสียง

7. จำนวนชั่วโมงต่อวันที่ออกอากาศ

ลักษณะทั่วไปของวิทยุชุมชน

หลักการของวิทยุชุมชน ได้ระบุว่า สถานที่ตั้งของสถานีวิทยุชุมชน ควรตั้งในพื้นที่สาธารณะ ที่สมาชิกสามารถเข้าออกได้สะดวก นอกจากนี้ กำลังส่งกระจายเสียงมีกำลังต่ำประมาณ 20 – 30 วัตต์ รัศมีการกระจายเสียงประมาณ 10-15 กิโลเมตร และช่วงเวลาออกอากาศขึ้นอยู่กับความต้องการของชุมชน ไม่จำเป็นต้องออกอากาศตลอดวัน อย่างไรก็ตาม จากการปฏิบัติงานจริงของวิทยุชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่ พบรายละเอียดดังนี้

สถานที่ตั้งของสถานีวิทยุชุมชน

ตารางที่ 4.1 สถานที่ตั้งของสถานีวิทยุชุมชน

สถานที่	จำนวนสถานี	ร้อยละ
ที่ส่วนบุคคล	10	62.50
องค์การบริหารส่วนตำบล	3	18.75
วัด/มัสยิด/โบสถ์	1	6.25
โรงเรียน	1	6.25
อื่นๆ	1	6.25
รวม	16	100.00

หมายเหตุ เรียงจากการตอบคำถามมากไปหาน้อย

สถานีวิทยุชุมชนตั้งอยู่ในพื้นที่ที่หลากหลาย และสถานีวิทยุชุมชนบางแห่งก็มีการเปลี่ยนแปลงสถานที่ตั้งอยู่หลายครั้ง ตามเงื่อนไขที่เปลี่ยนแปลงไปของแต่ละชุมชน จากการศึกษาสถานีวิทยุชุมชนกลุ่มตัวอย่างพบว่าสถานีวิทยุชุมชนกลุ่มตัวอย่างตั้งอยู่ในพื้นที่ส่วนบุคคลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาตั้งอยู่ในที่ทำการองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นคิดเป็นร้อยละ 18.75 รองลงมามีจำนวนเท่ากันคือ วัด/มัสยิด/โบสถ์ โรงเรียน และอื่น ๆ คือ สถานีอนามัย คิดเป็นร้อยละ 6.25 เท่ากัน (ดูตารางที่ 4.1)

นอกจากนี้ ผู้มีส่วนได้เสียที่สนับสนุนสถานที่ตั้งสถานีวิทยุชุมชน ส่วนมากยังให้การสนับสนุนค่าใช้จ่ายประจำด้วย เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ เป็นต้น ถ้าตั้งสถานีที่บ้านผู้นำชุมชน ทั้งผู้นำทางการ และผู้นำธรรมชาติ ผู้นำชุมชนท่านนั้น มักเป็นแกนหลักในการสนับสนุนการ

ดำเนินงานวิทยุชุมชน และช่วยเหลือเครื่องส่ง และอุปกรณ์ต่าง ๆ ด้วย ทำให้เกิดข้อขัดข้องในการดำเนินงานวิทยุชุมชน นั่นคือชาวบ้านที่ไม่ชอบผู้นำดังกล่าว มักจะไม่เข้ามามีส่วนร่วมในสถานีวิทยุชุมชน ทั้งนี้ในแต่ละชุมชน มักมีกลุ่มการเมืองท้องถิ่นที่บางครั้งร่วมมือกัน และบางครั้งขัดแย้งกันตามสภาพการณ์

สำหรับสถานีวิทยุชุมชนที่ตั้งอยู่ในสถานที่ของที่ทำกรส่วนราชการ เช่น โรงเรียนเทศบาล เป็นต้น จะได้รับการสนับสนุนจากส่วนราชการนั้น ๆ เช่นกัน การออกค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานไม่ว่าจะเป็นค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ และการซ่อมบำรุงรักษาเครื่องส่ง และอุปกรณ์ล้วนเป็นความรับผิดชอบของหน่วยราชการนั้น ๆ

กำลังส่งในการกระจายเสียง

กำลังส่งในการออกอากาศของสถานีวิทยุชุมชนถือเป็นส่วนสำคัญที่ผู้ดำเนินงานสถานีวิทยุชุมชนมักให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกๆ โดยเฉพาะกำลังส่ง ซึ่งจะมีผลต่อการรับฟังของผู้ฟังว่าจะไปไกลได้ถึงไหน

“การที่ต้องใช้กำลังส่งมากกว่า 30 วัตต์นั้น เป็นเพราะว่าสถานีวิทยุชุมชนบางแห่งตั้งอยู่ในเขตภูเขา จึงต้องใช้กำลังส่งมากกว่า 30 วัตต์ และสถานีวิทยุชุมชนบางแห่งมีคลื่นวิทยุอื่นมาทับหรือแทรกเข้ามาจนพื้นที่กระจายเสียงหดแคบลง จึงได้เพิ่มกำลังวัตต์สู้กับสถานีวิทยุที่มีกำลังวัตต์สูงกว่า” (กมลศิลป์ ระดม, สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2555)

ตารางที่ 4.2 กำลังส่งในการกระจายเสียง (เรียงจากกำลังส่งมากไปหาน้อย)

กำลังส่ง	จำนวนสถานี	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 วัตต์	10	62.50
31 – 300 วัตต์	2	12.50
มากกว่า 300 วัตต์	4	25.00
รวม	16	100.00

วิทยุชุมชนส่วนใหญ่ ใช้เครื่องส่งที่มีกำลังส่งตามระเบียบที่กำหนดไว้คือ 30 วัตต์ โดยสถานีวิทยุที่ใช้เครื่องส่งที่มีกำลังส่งน้อยกว่า 30 วัตต์ คิดเป็นร้อยละ 62.50 สถานีวิทยุชุมชนที่ใช้เครื่องส่ง ที่มีกำลังส่งระหว่าง 31 – 300 วัตต์คิดเป็นร้อยละ 12.50 และสถานีวิทยุชุมชนที่มีกำลังส่งมากกว่า 300 วัตต์คิดเป็นร้อยละ 25.00 (ดูตารางที่ 4.2)

ความสูงของเสาอากาศ

ตารางที่ 4.3 ความสูงของเสาอากาศ

ความสูง	จำนวนสถานี	ร้อยละ
15-21 เมตร	4	25.00
24-45 เมตร	4	25.00
มากกว่า 45 เมตร	8	50.00
รวม	16	100.00

ลักษณะของเสาส่ง และสายอากาศก็มีความสำคัญในการส่งกระจายเสียงของสถานีวิทยุชุมชน จากสถานีวิทยุชุมชนกลุ่มตัวอย่าง มีเสาส่งที่มีความสูงมากกว่า 45 เมตรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคืออัตราเท่ากัน คือ ความสูงของเสาส่งระหว่าง 24-45 เมตร และเสาส่งที่มีความสูงระหว่าง 15-21 เมตร คิดเป็นร้อยละ 25.00 (ดูตารางที่ 4.3)

ชนิดของเสาอากาศของวิทยุชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งกระจายเสียงเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะสภาพภูมิประเทศของที่ตั้งสถานี โดยการศึกษาพบว่าวิทยุชุมชนส่วนใหญ่ใช้สายอากาศแบบรอบทิศทางมากกว่าเพราะจะส่งผลให้คุณภาพของเสียงที่ชัดเจนกว่า แต่มีข้อด้อยคือไม่สามารถส่งไปได้ไกลเมื่อเทียบกับสายอากาศแบบด้านเดียว

ตารางที่ 4.4 ชนิดของสายอากาศ

ลักษณะ	จำนวนสถานี	ร้อยละ
สายอากาศแบบกระจายคลื่นกึ่งรอบตัว (เซกูล่า)	12	75.00
สายอากาศแบบกระจายคลื่นด้านเดียว (ไดโพน)	4	25.00
รวม	16	100.00

ชนิดของสายอากาศ

สำหรับชนิดของสายอากาศที่ใช้กับสถานีวิทยุชุมชนกลุ่มตัวอย่างนั้น สถานีวิทยุชุมชนส่วนใหญ่นิยมใช้สายอากาศแบบกระจายคลื่นกึ่งรอบตัว (เซกูล่า)มากที่สุดคือร้อยละ 75.00

ส่วนสายอากาศแบบกระจายคลื่นด้านเดียว (ไดโพน) ได้รับความนิยม คิดเป็นร้อยละ 25.00 (ดูตารางที่ 4.4)

รัศมีการส่งกระจายเสียง

พื้นที่กระจายเสียงของสถานีวิทยุชุมชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีพื้นที่กระจายเสียงอย่างน้อยครอบคลุมพื้นที่ระดับตำบล บางสถานีครอบคลุมพื้นที่ทั้งอำเภอ หรือระหว่างอำเภอ/จังหวัด นอกจากนี้ พื้นที่กระจายเสียงยังขึ้นกับเงื่อนไขหลายด้าน เช่น กำลังส่ง เสาอากาศ ภูมิประเทศ และสัญญาณคลื่นข้างเคียง ฯลฯ

“อย่างที่เรารู้ว่าครอบคลุมที่ตำบล เพราะเวลาเราไปงานต่างๆ คนฟังก็จะมาทักเรา ทำให้ทราบว่ารัศมีการออกอากาศไปไกลแค่ไหน” (พิสมัย มณีโชติ, สัมภาษณ์, 9 กันยายน 2555)

อย่างไรก็ตาม พื้นที่กระจายเสียงไม่ได้หมายถึงพื้นที่เป้าหมายในการออกอากาศ และการตั้งชื่อสถานีวิทยุชุมชนจะมีนัยยะบ่งบอกว่าสถานีดังกล่าว เป็นสถานีวิทยุชุมชนที่มีเป้าหมายเป็น ผู้ฟังกลุ่มใด คือ ในระดับอำเภอ ใช้ชื่ออำเภอ หรือชื่อกลุ่มเป็นชื่อสถานี เช่น สถานีวิทยุชุมชนคนแม่ริม หรือกลุ่ม เช่น สถานีวิทยุชุมชนสหกรณ์การเกษตรอำเภอพร้าว เป็นต้น

ตารางที่ 4.5 รัศมีการส่งกระจายเสียง

รัศมีการส่ง	จำนวนสถานี	ร้อยละ
1- 4 ตำบล	8	50.00
5-8 ตำบล	5	31.25
9-12 ตำบล	3	18.75
รวม	16	100.00

ถ้าพิจารณาจากหลักการที่กำหนดรัศมีการกระจายเสียงอยู่ในช่วง 10-15 กิโลเมตรแล้ว การกระจายเสียงสถานีวิทยุชุมชนไม่น่าจะเกิน 9-12 ตำบล และจากกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีสถานีวิทยุชุมชนที่มีรัศมีการกระจายเสียงน้อยกว่า 4 ตำบล มีจำนวนถึงร้อยละ 50.00 ส่วนรองลงมา สถานีที่มีรัศมีการส่งกระจายเสียง 5-8 ตำบล คิดเป็นร้อยละ 31.25 และสถานีที่มีรัศมีการส่งกระจายเสียง 9-12 ตำบลมีร้อยละ 18.75 (ดูตารางที่ 4.5)

วันต่อสัปดาห์ที่ส่งกระจายเสียง

ตามหลักการวิทยุชุมชนแล้ว สถานีวิทยุชุมชนไม่จำเป็นต้องออกอากาศทุกวัน หรือตลอดทั้งวัน ซึ่งขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือความจำเป็นของแต่ละชุมชน แต่สถานีวิทยุชุมชนกลุ่มตัวอย่าง มีวัน และเวลากระจายเสียงไม่ต่างจากสถานีวิทยุกระแสหลัก กล่าวคือ สถานีวิทยุชุมชนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 16 แห่ง มีการออกอากาศรายการทุกวัน ทั้ง 16 สถานี หรือคิดเป็นร้อยละ 100 (ดูตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 จำนวนวันต่อสัปดาห์ที่ส่งกระจายเสียง

จำนวนวันต่อสัปดาห์	จำนวนสถานี	ร้อยละ
7 วัน	16	100.00
รวม	16	100.00

จำนวนชั่วโมงต่อวันที่ออกอากาศ

การที่สถานีวิทยุชุมชนส่วนใหญ่ออกอากาศทุกวัน และวันละมากกว่า 9 ชั่วโมงนั้น เป็นเพราะว่า ผู้ดำเนินรายการต้องการสื่อสารให้ผู้รับฟังรับทราบว่า สถานีของตนเปิดดำเนินการอยู่ ซึ่งผู้ฟังสามารถสัมผัสได้จากทางคลื่น แม้ว่าจะเปิดแต่เพลงเพียงอย่างเดียว โดยไม่มีผู้จัดรายการก็ตาม ในขณะที่สถานีวิทยุชุมชนเชิงประเด็นบางแห่ง ซึ่งมีเป้าหมายในการออกอากาศวิทยุชุมชนที่ชัดเจนว่าเป็นไปเพื่อการทำความเข้าใจประเด็นปัญหาในชุมชนกับผู้ฟัง จึงจัดรายการออกอากาศเพียงวันละ 5-8 ชั่วโมงเท่านั้น โดยช่วงเวลาที่เหลือในแต่ละวัน ให้ผู้ฟังหมุนหน้าปัดไปฟังคลื่นอื่น หรือยอมให้คลื่นอื่นมาแทรกเมื่อปิดการกระจายเสียง

“การที่เราออกอากาศไม่ตลอด 24 ชั่วโมงเพราะว่าเราต้องการออกอากาศรายการที่เป็นสาระมากกว่า และคำนึงถึงความปลอดภัยของปฏิบัติงานเป็นหลัก แต่ก็อาจจะมีการปรับอยู่ถ้าทุกอย่างลงตัวแล้ว” (บุญตัน พิณเสนาะ, สัมภาษณ์, 12 มิถุนายน 2555)

ตารางที่ 4.7 จำนวนชั่วโมงต่อวันที่ออกอากาศ

จำนวนชั่วโมง	จำนวนสถานี	ร้อยละ
5-8 ชั่วโมง	2	12.50
9 ชั่วโมงขึ้นไป	14	87.50
รวม	16	100.00

สถานีวิทยุชุมชนกลุ่มตัวอย่างที่ออกอากาศ จำนวน 9 ชั่วโมงขึ้นไปมีมากที่สุดคือ ร้อยละ 87.50 รองลงมาจะมีการออกอากาศระหว่าง 5 – 8 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 12.50 (ดูตาราง 4.7)

ตอนที่ 2 ที่มา และการจัดการรายการ

การที่วิทยุชุมชนเป็นของชุมชนนั้น หมายถึงการเป็นเจ้าของร่วมกันของคนในชุมชน ซึ่งอาจดูได้จากการเข้าร่วมดำเนินการ การเป็นผู้จัดรายการ และการเป็นผู้ฟัง ฯลฯ อย่างไรก็ตาม การศึกษาครั้งนี้ ได้สำรวจในแง่มุมมองของความหลากหลายในองค์ประกอบของคณะกรรมการวิทยุชุมชน วิธีการระดมทุน และแหล่งเงินที่นำมาสร้างในโครงสร้างพื้นฐาน

การบริหารจัดการสถานีวิทยุชุมชนนั้น ควรดำเนินการให้สถานีวิทยุชุมชนมีความเป็นชุมชนมากที่สุด ให้ทุกฝ่ายในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมออกความคิดเห็น หรือมีส่วนร่วมเข้ามาจัดการได้ รูปแบบการบริหารจัดการที่ควรจะเป็น เช่น การรวมตัวก่อตั้งโดยคนในชุมชน การบริหาร และการกำหนดรูปแบบรายการ โดยคณะกรรมการที่เป็นคนในชุมชนบริหารจัดการ ทั้งการใช้ทรัพยากร ทั้งคน และทุนในชุมชน ที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด แต่ไม่แสวงหาผลกำไร สร้างความเท่าเทียมกันในสิทธิการสื่อสาร สร้างคนให้รู้เท่ากัน และการสร้างพื้นฐานในประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม

เพื่อศึกษาถึงที่มา การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินงานการจัดการต่าง ๆ ที่เป็นส่วนหนึ่งของการทำงานวิทยุชุมชน ผู้ศึกษาได้กำหนดเป็นประเด็นศึกษาดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. องค์ประกอบของคณะกรรมการ-
2. การระดมทุน
3. คณะกรรมการดำเนินงาน
4. จำนวนผู้ดำเนินรายการ
5. การประชุมคณะกรรมการเพื่อปรับผังรายการ
6. การมีส่วนร่วมในการปรับผังรายการ
7. วิธีการปรับผังรายการ
8. การมีส่วนร่วมในรายการของคนในท้องถิ่น

องค์ประกอบของคณะกรรมการ

สำหรับองค์ประกอบของคณะกรรมการ ผู้วิจัยจะได้ศึกษาว่า คณะกรรมการที่ดำเนินงาน สถานีวิทยุชุมชนมีที่มาอย่างไร อีกทั้งได้มีการพิจารณาจากตำแหน่งในชุมชน หรือแม้กระทั่ง สถานภาพ ว่าคนในชุมชนให้การยอมรับมากน้อยเพียงใด

“คณะกรรมการก็จะมี นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลในท้องถิ่น มีผู้ใหญ่บ้าน แล้วก็มี ผู้ทรงคุณวุฒิในตำบลมาร่วมเป็นคณะกรรมการในสถานีวิทยุชุมชนของเรา” (พิสมัย มณีโชติ, สัมภาษณ์, 9 กันยายน 2555)

ตารางที่ 4.8 องค์ประกอบของคณะกรรมการ

องค์ประกอบคณะกรรมการ	จำนวนสถานี	ร้อยละ
ตัวแทนกลุ่มองค์กร/ชาวบ้าน	7	43.75
พระสงฆ์/ผู้นำศาสนา	2	12.50
ตัวแทนองค์กรภายนอกชุมชน	2	12.50
ชาวบ้านทั่วไป	2	12.50
นักเรียน/นักศึกษา	2	12.50
ผู้นำอย่างเป็นทางการ	1	6.25
รวม	16	100

หมายเหตุ เรียงจากการตอบคำถามมากไปหาน้อย

จากกลุ่มตัวอย่างพบว่า ตัวแทนกลุ่มองค์กรในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเป็น คณะกรรมการมากที่สุดมีถึงร้อยละ 43.75 รองลงมาคือพระสงฆ์ ผู้นำทางศาสนา ผู้แทนจาก ภายนอกชุมชน กลุ่มชาวบ้านที่ไม่มีตำแหน่ง และกลุ่มนักเรียนนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 12.50 เท่ากัน ส่วนกลุ่มผู้นำอย่างเป็นทางการน้อยที่สุดคือร้อยละ 6.25 (ดูตารางที่ 4.8)

การระดมทุน

สำหรับประเด็นการระดมทุนในการดำเนินงานวิทยุชุมชนนั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาประเด็น ที่มาของทุนในการดำเนินงานครั้งแรกของการจัดตั้งสถานีวิทยุชุมชน และทุนที่ใช้ในการ ดำเนินงานเป็นประจำในแต่ละเดือนว่า วิทยุชุมชนได้ดำเนินการบริหารจัดการอย่างไรบ้าง โดยกลุ่ม ตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นออกมาดังนี้

“บางที่วัดมีงานก็ฝากของใส่ข้าวสารประชาสัมพันธ์ เมื่อเปิดมาก็จะมีเงินสดอยู่ในนั้น หลวงพ่อท่านก็เห็นว่าเราทำงานก็ให้เป็นค่าน้ำ ค่าไฟ ซึ่งเราก็ไม่เคยเรียกเรื่อง ซึ่งถือเป็นรายได้เล็ก ๆ น้อย ๆ” (บุญส่วน พิณเสนาะ, สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2555)

“หน่วยงานที่เราเชิญมาจัดรายการเขาก็มีค่าน้ำค่าไฟช่วย อย่างที่สถานีวิทยุชุมชนของเรา อาจจะได้เป็นปี ๆ แล้วแต่หน่วยงานจะสนับสนุน แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าได้ตลอด เราก็ไม่เคยเรียกเรื่องให้เขามาจ่ายให้ เป็นการอุดหนุนในน้ำใจกันมากกว่า” (เกษมสันต์ ต้นสูง, สัมภาษณ์, 4 มิถุนายน 2555)

“การระดมทุนในครั้งแรกเป็นการสนับสนุนของทุกฝ่ายมากกว่า ร่วมบริจาคเข้ากองทุน เพื่อจัดตั้งวิทยุชุมชน” (พิสมัย มณี โชติ, สัมภาษณ์, 9 กันยายน 2555)

“งบประมาณตอนนี้เราเอื้อไปทางวัดมากกว่า เพราะเขาได้มาอุดหนุน ถ้าเราไปดำเนินการ ถ่ายทอดสด หรือให้เวลาในการออกอากาศ ทางวัดก็จะมีปัจจัยมาสนับสนุนสถานี” (วิทยา เมทะโว, สัมภาษณ์, 9 กันยายน 2555)

ตารางที่ 4.9 การระดมทุน

การระดมทุน	จำนวนสถานี	ร้อยละ
ขอรับการสนับสนุนจากส่วนราชการ	10	62.50
ชาวบ้านบริจาคเข้ากองทุน	2	12.50
จัดโต๊ะจีน งานราตรี มวย	2	12.50
ขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก	1	6.25
ทอดผ้าป่า	1	6.25
รวม	16	100.00

การระดมทุนนับเป็นวิธีการสร้างความรู้สึกร่วม “ความเป็นเจ้าของสถานีวิทยุชุมชน” แบบหนึ่ง จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างพบว่าวิทยุชุมชนมักจัดทอดผ้าป่า จัดโต๊ะจีน อันเป็นการระดมทุนภายในท้องถิ่น ซึ่งในระยะแรกการก่อตั้งสถานีวิทยุ เพื่อจัดหาทุนในการซื้อเครื่องส่ง และอุปกรณ์ประกอบการกระจายเสียง ต่อจากนั้นก็จะใช้วิธีการระดมทุนจากหน่วยงานราชการ โดยขอรับการสนับสนุนค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ มากที่สุด มีถึงร้อยละ 62.50 รองลงมาคือการขอรับบริจาคจากชาวบ้านเข้ากองทุน และการจัดโต๊ะจีน งานราตรี งานมวยการกุศลเป็นประจำทุก ๆ ปี คิดเป็น

ร้อยละ 12.50 ส่วนการขอรับบริจาคจากหน่วยงานภายนอก และการทอดผ้าป่า มีอัตราเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 6.25 (ดูตารางที่ 4.9)

คณะกรรมการดำเนินงาน

วิทยุชุมชน โดยชุมชน หมายความว่าชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ และการดำเนินงานในวิทยุชุมชน อย่างไรก็ตามการศึกษาครั้งนี้ได้พิจารณาในแง่มุมมองของจำนวนคณะกรรมการ และผู้จัดรายการ การประชุม และการปรับผังรายการ การเชิญคนท้องถิ่นมาพูดในรายการ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จำนวนคณะกรรมการดำเนินงาน

นับเป็นตัวชี้วัดอันหนึ่งว่าวิทยุชุมชนบริหารจัดการ และดำเนินงานโดยชุมชนมากน้อยเพียงใด แต่กรรมการ และผู้จัดรายการอาจเป็นคนๆ เดียวกัน นอกจากนี้ จำนวนคณะกรรมการที่ปรากฏในเอกสารกับจำนวนคณะกรรมการที่ดำเนินงานจริงๆ อาจจะแตกต่างกันก็ได้

“วิทยุชุมชน เป็นเครื่องมือหนึ่งในการถ่ายทอดข้อมูลที่เป็นองค์ความรู้ของชุมชน องค์ความรู้ของตนเองที่มีอยู่ในทุกคน ไม่ใช่เพื่อกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เราต้องสร้างทางเลือกด้วยตัวเรา ต้องสละเวลากลุ่มของตนเองมาร่วมกันทำงาน ภายใต้ความคิดที่ว่า ปลดแอกความคิด โดยใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือ โดยการเข้ามามีส่วนร่วมทั้งการเข้ามาเป็นคณะกรรมการ หรือ ผู้จัดรายการ” (ดลชนก ปิ่นรอด, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2555)

ตารางที่ 4.10 คณะกรรมการดำเนินงาน

จำนวน	จำนวนสถานี	ร้อยละ
1-10 คน	10	62.50
11-20 คน	6	37.50
รวม	16	100.00

จากการศึกษาสถานีวิทยุชุมชนกลุ่มตัวอย่างพบว่า สถานีวิทยุชุมชนที่มีคณะกรรมการดำเนินงานจำนวน 1- 10 คนคิดเป็นร้อยละ 62.50 ส่วนสถานีวิทยุชุมชนที่มีคณะกรรมการดำเนินงาน 11-20 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 (ดูตารางที่ 4.10)

จำนวนผู้ดำเนินรายการ

ผู้ดำเนินรายการมาจากคนในชุมชนที่เน้นความเสียสละ ความสมัครใจ โดยไม่ได้เน้นทักษะความรู้เรื่องการสื่อสารผ่านวิทยุชุมชน เพราะต้องการให้ประชาชนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานมากที่สุด และจากการเกิดขึ้นของวิทยุชุมชนที่มีเป็นจำนวนมากทำให้ขาดแคลนผู้จัดรายการ ประการสำคัญการเป็นอาสาสมัครที่ไม่ได้มีค่าตอบแทนที่แน่นอน ทำให้วิทยุชุมชนหลายแห่งต้องเปิดเพลงเป็นหลัก เนื่องจากขาดผู้ดำเนินรายการ

“ผู้จัดรายการของเรา จะมาจัดรายการต้องเดินทางมาเอง บางที่ต้องมาเปิดสถานีแต่เช้า ต้องเสียเวลา มีค่าใช้จ่าย และถ้าตรงกับวันทำงาน ก็ทำให้เสียรายได้อีก ตรงนี้ไม่มีใครช่วย เพราะงานอาสาสมัครมาทำงานโดยไม่มีค่าตอบแทน ซึ่งอาจจะมีบ้างเล็กน้อย ตรงนี้ถ้าใครไม่ได้มาก็ต้องเปิดเพลงรอไป (ณทอง บันทะวัน, สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2555)

“เราส่งคน ไปเรียนรู้ทางการดำเนินการดำเนินงานวิทยุชุมชนตามความถนัด บางคนชอบด้านการจัดรายการเราก็จะส่งไปอบรมทางการจัดรายการ ส่วนคนที่ชอบทางด้านเทคนิค ด้านอุปกรณ์ เราก็จะส่งบุคคลนั้นไปอบรมทางด้านเทคนิค เรื่องการตั้งเสา ดังนั้นลักษณะของเราคือ จะใช้คนตามความถนัด ตามความสามารถของแต่ละคนที่เขาสนใจ อย่างผู้จัดรายการของเราอยากจัดแบบไหน ก็จะทำให้เขาจัดตามที่เขอยากจัด เราก็ให้เขาลองดู (บุญสั้น พิณเสนาะ, สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2555)

“อย่างดีใจของเราคนหนึ่งนี่ก็เป็นแพทย์ประจำตำบล ถ้ามีการอบรมเกี่ยวกับสุขภาพเราก็จะส่งไปอบรม อย่างตัวที่จะมีความถนัดทางด้านอาชีพการทำสมุนไพร ก็จะรวบรวมความรู้มาถ่ายทอดอีกที เราจัดการกับผู้ดำเนินรายการแต่ละคนตามความถนัด” (ปราณี ปุกแก้ว, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“ที่ผมนำดีใจเข้ามา บางคนก็ไม่ใช่เป็นมาก่อนต้องเอามาสอน บางครั้งก็มานั่งดูก่อนสักประมาณหนึ่งอาทิตย์ แล้วหลังจากนั้นก็ร่วมจัดด้วยกันทั้งสองคน ประมาณสักสองอาทิตย์ก็ให้จัดเอง แต่เราต้องคอยควบคุมอยู่” (วิทยา เมทะโว, สัมภาษณ์ 9 กันยายน 2555)

ตารางที่ 4.11 จำนวนผู้ดำเนินรายการ

จำนวน	จำนวนสถานี	ร้อยละ
1-10 คน	13	81.25
11-20 คน	6	18.75
รวม	16	100.00

สำหรับจำนวนผู้จัดรายการนั้น พบว่าสถานีวิทยุชุมชนมีผู้จัดรายการเฉลี่ย 1-10 คน มีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 81.25 รองลงมา มีจำนวนผู้จัดรายการ 11-20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 (ดูตารางที่ 4.11)

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากงานวิทยุชุมชนเป็นงานอาสาสมัคร ทำให้ผู้จัดรายการเข้า และออกอยู่ตลอดเวลา จึงส่งผลให้จำนวนผู้จัดรายการมีจำนวนไม่แน่นอน นอกจากนี้เมื่อมีสถานีวิทยุชุมชนที่มีโฆษณาเพิ่มจำนวนมากขึ้น จึงมีการดึงตัวผู้จัดรายการจากสถานีวิทยุชุมชนที่ดำเนินการอยู่แล้วไปจัดรายการสถานีใหม่ โดยการให้ค่าจ้างแก่ผู้จัดรายการ ยิ่งไปกว่านั้น ผู้จัดรายการที่เป็นอาสาสมัคร มักเลือกไปทำภาระอื่นที่จำเป็นมากกว่าการมาจัดรายการ ซึ่งปรากฏการณ์ลักษณะนี้ ทำให้สถานีวิทยุชุมชนกลุ่มตัวอย่าง ต้องมีการปรับผังรายการอยู่เสมอ

การประชุม และการปรับผังรายการ

ชุมชนที่มีฐานงานพัฒนา และใช้วิทยุชุมชนเป็นเครื่องมืออันหนึ่งของการส่งเสริมงานพัฒนา มักจะมีการประชุมกันบ่อยๆ และวาระวิทยุชุมชนมักจะเป็นวาระหนึ่งของการประชุม ส่วนชุมชนที่ไม่มีฐานของงานพัฒนา และมีการประชุมเกี่ยวกับวิทยุชุมชนแต่เพียงอย่างเดียว มักจะไม่ค่อยจัดประชุมกันมากนัก

จากการศึกษาพบว่ารายการของสถานีวิทยุชุมชนในกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา มีความพยายามที่จะดำรงตนให้เป็นที่ทางเลือก ที่จะสนองความต้องการของชุมชน กล่าวคือ ผู้นำชุมชนท่านหนึ่งกล่าวถึงกรณีความพยายามของภาครัฐที่จะพยายามให้สถานีวิทยุชุมชนถ่ายทอดเสียงรายการวิทยุของภาครัฐว่า

“จะบังคับให้ถ่ายทอดรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ถ่ายทอดข่าว หรือถ่ายทอดรายการมันเป็นไปได้ เพราะชุมชนเขาจัดผังรายการของเขาไว้เองแล้ว มันเป็นเวลาที่เขาจะสื่อถึงกัน อันนี้เราก็ไม่ทำ” (วิเชียร คุณควัต, อ้างจากการสัมภาษณ์ในผู้จัดการออนไลน์)

ตารางที่ 4.12 การประชุมคณะกรรมการเพื่อปรับผังรายการ

จำนวนครั้ง/เดือน	จำนวนสถานี	ร้อยละ
ประชุมตามสะดวก	6	37.50
ทุก 3 เดือน	5	31.25
ทุก 6 เดือน	3	18.75
ประชุมอย่างไม่เป็นทางการ	2	12.50
รวม	16	100.00

จากกลุ่มตัวอย่างพบว่า คณะกรรมการสถานีวิทยชุมชนส่วนใหญ่มีการประชุมปรึกษาหารือกันตามสะดวกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.50 และวิธีการรองลงมาคือการประชุมทุก ๆ 3 เดือน คิดเป็นร้อยละ 31.25 การประชุมทุก 6 เดือนคิดเป็นร้อยละ 18.75 และการประชุมอย่างไม่เป็นทางการ คิดเป็นร้อยละ 12.50 อย่างไรก็ตามหากมีเหตุเร่งด่วน หรือมีเรื่องต้องตัดสินใจ คณะกรรมการจะใช้วิธีการเรียกประชุมวิสามัญแทน (ดูตารางที่ 4.12)

การมีส่วนร่วมในการปรับผังรายการ

จากการศึกษาพบว่า การปรับผังรายการของสถานีวิทยชุมชนนั้น ส่วนใหญ่อาสาสมัครที่เป็นผู้จัดรายการจะเป็นผู้รับผิดชอบ คัดเลือกเนื้อหาหารายการนั้น ตามวัตถุประสงค์ของสถานี ซึ่งเนื้อหาจะเป็นไปตามความเหมาะสม และต้องไม่ทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน ไม่พูดพาดพิงให้บุคคลอื่นเสียหาย

“เราจะไม่ยอมให้การเมืองเข้ามาบีบบังคับในสถานีเรา อย่างรายการพวกความรู้ เพื่อสุขภาพ เราจะเปิดเพลงสลับกับเกร็ดความรู้ให้เป็นประโยชน์ ให้ทุกคนในชุมชนดูแลตัวเองได้ หรือรายการเพลงจะมีวิธีการคัดลอกเนื้อหา เปิดเพลงตามคำขอของผู้ฟัง ถ้าเพลงนี้น่าสนใจ เนื้อหาดี ก็จะเอาเนื้อหาของเพลงมาสอดแทรกในรายการให้คนฟังเรา ถึงข้อคิด ข้อสอนใจ ให้เข้ากับบรรยากาศ เพื่อให้ผู้ดำเนินรายการพูดเข้าเพลงได้” (ณทอง ปันทะวัน, สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2555)

“ผังรายการของเราปรับมาหลายครั้งแล้ว ตอนแรกเราดูตามความพร้อมของคนเรา ซึ่งพอทำได้สักพัก เราก็มาดู ปรากฏว่าคนฟังรายการน้อยก็ทำการวิเคราะห์ว่าเราจัดไม่ถูกตนเอง เพราะจัดรายการต้องตามใจกลุ่มเป้าหมาย เพราะตอนหลังก็มานั่งคุยกันว่าอันไหนเหมาะสม อันไหนไม่เหมาะสม รายการไหนดี รายการไหนไม่ดี คุยกัน ปรับผังรายการกันไป ให้รายการตรงกับความต้องการของผู้ฟังมากที่สุด” (บุญส่วน พิณแสนาะ, สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2555)

“การปรับผังรายการของเรานั้นมาจากการประเมินของผู้ดำเนินรายการ และผู้ฟังเอง แต่คนฟังบางคน ที่ไม่โทรเข้ามาเราก็จะประเมินได้ยาก แต่บางครั้งเราก็ทราบจากผู้ฟังที่เดินมาคุยกับเราเมื่อเจอตัวเราก็จะสอบถามได้ตรงๆ และหลังจากนั้นก็นำมาพูดคุยกับผู้ดำเนินรายการอีกที คือการปรับผังรายการเราต้องมีความจริงใจกับทุกฝ่าย” (ปราณี ปุกแก้ว, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“การปรับผังรายการ เพิ่งปรับไป แต่ระยะเวลาไม่แน่นอนแล้วแต่ความสะดวก เพราะเรามีการพูดคุยกับหลายส่วน อย่างวันนี้ผู้ดำเนินรายการคนนี้ไม่ว่าง เราก็จะรอ ส่วนใหญ่จะปรับผังตามสถานการณ์มากกว่า ไม่มีกำหนดที่แน่นอน” (พิสมัย มณี โชติ, สัมภาษณ์, 9 กันยายน 2555)

ตารางที่ 4.13 การมีส่วนร่วมในการปรับผังรายการ

วิธีการ	จำนวนที่ตอบ	ร้อยละ
โทรศัพท์เสนอแนะในรายการ	13	36.11
เขียนจดหมายแนะนำ	10	27.78
สถานีออกไปคุยกับผู้ฟัง	8	22.22
บอกผ่านตัวแทนในชุมชน	3	8.33
สถานีทำแบบสอบถามเอง	1	2.78
ผู้ฟังเข้าร่วมประชุมกับกรรมการ	1	2.78
รวม	36	100.00

หมายเหตุ: กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

สำหรับการมีส่วนร่วมในการกำหนด – ปรับเนื้อหา / ประเด็นของรายการของผู้ฟังนั้น สถานีวิทยุชุมชนเปิดโอกาสให้ผู้ฟังเข้ามามีส่วนร่วม โดยการรับฟังคำแนะนำของกลุ่มผู้ฟังที่โทรศัพท์เข้ามาในรายการมีมาก คิดเป็นร้อยละ 36.11 ส่วนวิธีการรองลงมา คือ จากจดหมายที่ผู้ฟังเขียนเข้ามาซึ่งรายการคิดเป็นร้อยละ 27.78 สถานีออกไปคุยรับฟังความคิดเห็นจากผู้ฟัง คิดเป็นร้อยละ 22.22 การบอกผ่านตัวแทนของกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชนจากผู้ฟัง คิดเป็นร้อยละ 8.33 และสถานีเชิญผู้ฟังมาร่วมประชุมปรับผัง และสถานีได้ทำแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 2.78 เท่ากัน (ดูตารางที่ 4.13)

วิธีการปรับผังรายการ

วิธีการปรับผังการออกอากาศรายของวิทยุชุมชน อาศัยปัจจัยหลักจากความสะดวกเป็นหลัก กล่าวคือ สถานีวิทยุชุมชนมักจะปรับผังรายการตามปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละครั้ง ซึ่งไม่มีการกำหนดที่แน่นอน โดยกลุ่มตัวอย่างได้ใช้วิธีการปรับผังรายการ ดังนี้

ตารางที่ 4.14 วิธีการปรับผังรายการ

วิธีการ	จำนวนที่ตอบ	ร้อยละ
ประชุมร่วมกันระหว่างคณะกรรมการกับผู้จัดรายการ	10	62.50
คณะกรรมการปรับกันเอง	4	25.00
ผู้จัดรายการปรับกันเอง	2	12.50
รวม	16	100.00

เมื่อพิจารณาถึงวิธีการปรับฝั่งรายการล่าสุดของสถานีวิทยุชุมชนแล้ว ปรากฏว่าสถานีวิทยุชุมชนใช้วิธีการประชุมร่วมกันระหว่างคณะกรรมการ กับผู้จัดรายการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาคือคณะกรรมการปรับกันเอง คิดเป็นร้อยละ 25.00 และผู้จัดรายการปรับฝั่งเองคิดเป็นร้อยละ 12.50 ซึ่งการที่ต้องใช้วิธีการปรับฝั่งรายการดังกล่าวเป็นเพราะว่ามีการเข้าออกของผู้ดำเนินรายการอยู่เสมอ จึงใช้วิธีการปรับฝั่งกันภายในมากกว่า นอกจากนี้ผู้ดำเนินรายการมักได้รับคำแนะนำจากผู้ฟังทางโทรศัพท์ และออกไปพบปะกับผู้ฟังและรับฟังความคิดเห็นอยู่เสมอ ๆ เพราะอาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกัน ดังนั้น ผู้ดำเนินรายการจะรับรู้ความต้องการของผู้ฟังโดยตรง (ดูตารางที่ 4.14)

การมีส่วนร่วมในรายการของคนในท้องถิ่น

นับเป็นวิธีการ การสร้างการมีส่วนร่วมแบบหนึ่งตามแนวคิดวิทยุชุมชน คือ ดำเนินงานโดยชุมชน เพื่อชุมชน และยังเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์ของวิทยุชุมชนในแต่ละถิ่น ได้เป็นอย่างดี

“การเชิญคนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในรายการ หรือพูดคุยในรายการ ทั้งการมาพูด เสนอสาระความรู้ หรือแม้กระทั่งการเชิญเด็ก ๆ ในชุมชนมาร่วมแสดงดนตรีเพื่อออกอากาศให้คนในชุมชนฟัง มันทำให้เกิดความใกล้ชิดระหว่างผู้ฟังกับ สถานีวิทยุชุมชน ได้เป็นอย่างดี เป็นการดำเนินงานโดยชุมชน และเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง” (ณทอง ปันทะวัน, สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2555)

“อย่างรายการของกรไฟฟ้าเราก็เชิญมาตลอด คนฟังก็โทรศัพท์เข้ามาถามเรื่องเกี่ยวกับค่าไฟฟ้าฟรีบ้าง การติดตั้งมาตรวัดบ้าง ทางเจ้าหน้าที่ที่เราเชิญมาก็สามารถตอบในรายการ ได้ทันที คนฟังเราก็ได้ทราบถึงคำตอบของปัญหาที่เขาสงสัย” (บุญสั้น พิณเสนาะ, สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2555)

“มีการเชิญผู้สูงอายุ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและชาวบ้าน โดยเชิญมาทุกสัปดาห์ ก็จะมีพูดเรื่องการดำเนินชีวิตประจำวัน ภูมิปัญญาในอดีต เช่นการจักสาน และภูมิปัญญาท้องถิ่นในอดีตโบราณ ประเพณีวัฒนธรรมก็จะนำมาพูดคุยในรายการ” (พิสมัย มณี โชติ, สัมภาษณ์, 9 กันยายน 2555)

ตารางที่ 4.15 การมีส่วนร่วมในรายการของคนในท้องถิ่น

จำนวนครั้ง	จำนวนที่ตอบ	ร้อยละ
เชิญมาทุกสัปดาห์	8	50.00
เชิญมาทุกเดือน	6	37.50
เชิญตามโอกาสแต่ไม่บ่อย	2	12.50
รวม	16	100.00

จากกลุ่มตัวอย่างพบว่าสถานีวิทยุชุมชนเชิญคนท้องถิ่นมาร่วมรายการทุกสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 50.00 เชิญมาร่วมในรายการทุกเดือน คิดเป็นร้อยละ 37.50 และเชิญมาร่วมรายการตามโอกาสแต่ไม่บ่อย คิดเป็นร้อยละ 12.50 (ดูตาราง 4.15)

ตอนที่ 3 การบริหารจัดการ และการดำเนินงาน

ตามหลักการแล้ว วิทยุชุมชนก่อตั้งขึ้น โดยมีเป้าหมายเพื่อประโยชน์ของชุมชนเป็นหลัก สำหรับการศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาจากประเภทของรายการวิทยุชุมชนที่ได้นำเสนอ เนื้อหาในรายการที่สถานีวิทยุชุมชนเชิญคนในท้องถิ่นมาร่วมพูดคุยในรายการ ประโยชน์ของวิทยุชุมชนที่มีต่อชุมชน และการดำเนินงานของสถานีวิทยุชุมชน ตามความคิดเห็นของผู้ดำเนินงานวิทยุชุมชนคั้งนี้

1. ประเภทรายการ
2. เนื้อหาที่นำมาพูดในรายการ
3. ประโยชน์ของวิทยุชุมชนที่มีต่อชุมชน
4. การดำเนินงานสถานีวิทยุชุมชน

ประเภทรายการ

สถานีวิทยุชุมชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ นำเสนอรูปแบบรายการนิตยสารทางอากาศ กล่าวคือ รูปแบบรายการมักเป็นรายการที่มีความหลากหลายทั้งสาระ และวิธีการนำเสนอ รวมอยู่ในรายการเดียวกัน เช่น การสัมภาษณ์ การอภิปราย พูดคุยสลับกับเพลง สนทนาข่าวสลับเพลง เป็นต้น สถานีวิทยุชุมชนหลายแห่งพยายามดำเนินรายการแบบสนทนา เปิดประเด็นสาธารณะที่เป็นข้อที่สงสัย หรือส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชน ซึ่งถือว่าการสนับสนุนคนในชุมชนให้เกิดวิจารณ์ถกเถียงในการตัดสินใจ เป็นสื่อทางเลือก และเป็นข้อมูลด้านหนึ่ง นอกเหนือจากข้อมูลที่ได้รับจากสื่อมวลชน เปิดโอกาสให้มาร่วมแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็นผ่านที่สาธารณะ โดยเฉพาะปัญหาชุมชน และเรื่องราวที่เป็นความภาคภูมิใจ ภูมิปัญญาชาวบ้านนำมาเล่าสู่กันฟัง เพื่อให้ชุมชนเห็นคุณค่าของตนเอง และมีความมั่นใจในตัวเอง

ตารางที่ 4.16 แสดงลักษณะประเภทรายการ

ประเภทรายการ	จำนวน	ร้อยละ
รายการข่าวในท้องถิ่น	10	22.22
รายการเยาวชน	7	15.56
รายการเพลง	6	13.33
รายการเกษตร	5	11.11
รายการธรรมะ	4	8.89
รายการภูมิปัญญาท้องถิ่น	4	8.89
รายการสุขภาพอนามัย	4	8.89
รายการสิ่งแวดล้อม	3	6.67
รายการกฎหมาย	2	4.44
รวม	45	100.00

หมายเหตุ: สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

สถานีวิทยุชุมชนกลุ่มตัวอย่าง มักนิยมจัดรายการข่าวสารภายในท้องถิ่นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.22 ส่วนรายการรองลงมาคือรายการเยาวชน คิดเป็นร้อยละ 15.56 รายการเพลง คิดเป็นร้อยละ 13.33 รายการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 11.11 รายการธรรมะ รายการภูมิปัญญาท้องถิ่น และรายการสุขภาพอนามัย คิดเป็นร้อยละ 8.89 เท่ากัน ส่วนรายการสิ่งแวดล้อมคิดเป็นร้อยละ 6.67 และรายการกฎหมายคิดเป็นร้อยละ 4.44 (ดูตารางที่ 4.16)

จุดเด่นของรายการเพลงของสถานีวิทยุชุมชน คือ สถานีวิทยุชุมชนมักจัดเพลงที่ไม่นิยมในวิทยุกระแสหลัก และจะจัดตามคำขอของผู้ฟัง ส่วนรายการข่าวสารภายในท้องถิ่น จะมีเนื้อหาที่เกี่ยวกับคนในชุมชน ที่หารับฟังจากวิทยุกระแสหลักได้ยาก นอกจากนี้ รายการส่วนใหญ่มุ่งตอบสนองการสื่อสารภายในกลุ่มมากกว่า

อย่างไรก็ตาม พบว่า รายการในสถานีวิทยุชุมชนส่วนใหญ่ยังคงเน้นรายการที่มีความบันเทิงเป็นหลัก การให้ความสำคัญกับเนื้อหาในชุมชนจึงยังไม่ได้ตอบสนองผู้ฟังในแง่ของความรู้เท่าที่ควร รูปแบบรายการจึงกลายเป็นเครื่องมือเพื่อสนองความต้องการของผู้ดำเนินรายการของสถานี ซึ่งส่วนใหญ่ไม่ได้มาจากชุมชนที่แท้จริง ทำให้รูปแบบของรายการมีลักษณะจากบนลงล่างมากกว่าการมีบทบาทที่เป็นการสื่อสารในแนวนอน และการสื่อสารแบบล่างขึ้นบน อย่างที่รูปแบบ

รายการของวิทยุชุมชนควรสนองต่อความต้องการของผู้ฟังที่อยู่ในชุมชน และเน้นการสื่อสารแบบ 2 ทาง

เนื้อหาที่นำมาพูดในรายการ

จากการดำเนินงานศึกษาถึงเนื้อหาที่คนในชุมชนที่ได้รับเชิญไปร่วมพูดคุยในรายการหรือประเด็นต่าง ๆ ที่ถูกหยิบยกมาสนทนาในรายการ ส่วนใหญ่ผู้ดำเนินรายการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในสถานีฯ สะท้อนความคิดเห็นออกมา ดังนี้

“โดยส่วนตัวจะเป็นคนชอบอ่านอยู่แล้ว ถ้าเจอแผ่นพับก็จะอ่าน ถ้าเหมาะสม ก็จะเอามาอ่านให้คนฟัง เนื้อหาที่เหมาะสมกับชุมชนบ้านเรา บางทีไปเจอก็ถ่ายเอกสารเก็บไว้ เมื่อออกอากาศไปพอเจอคนฟังก็จะมาทักว่าข้อมูลที่ได้รับฟังวันนั้นไม่เคยทราบมาก่อน เพิ่งทราบจากทีวีวันนั้นเอง แสดงว่าคนฟังเขาฟังเราและได้รับประโยชน์ตลอด” (อุสณีย์ รัตนโรจน์, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“การผลิตรายการแบบเสียดสี ไม่มีผลตอบแทน ต้องพยายามหาสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ มานำเสนอ เพื่อให้กลุ่มผู้ฟัง ให้ดีใจแต่ละช่วงหากกลุ่มผู้ฟัง แฟนเพลงให้ได้ บางครั้งต้องลงทุนด้วยเงินของตนเอง เช่น หาของมาแจก วิธีการแจกก็ใช้ส่ง sms ใช้ลักษณะแบบนี้แล้วแต่เทคนิคของดีใจ เพื่อให้แฟนรายการติด การวางผังรายการ ต้องดูว่าช่วงไหนแฟนเพลงแบบไหน ดีใจจะอยู่เฉยไม่ได้” (กมลศิลป์ ประดม, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2555)

“ส่วนใหญ่เนื้อหาที่นำมาพูดในรายการก็จะเปิดจากหนังสือ แล้วเราก็ต้องศึกษาข้อมูลให้ชัดเจนก่อนที่จะนำมาพูดในรายการ ซึ่งเนื้อหาหลักๆ ก็จะเป็นเรื่องในชุมชน เช่นปัญหาเรื่องประปา หรือขยะ หรือการเผาไหม้ทำให้เกิดหมอกควัน ก็จะเน้นปัญหาในชุมชนมากกว่า” (พิสมัย มณีโชติ, สัมภาษณ์, 9 กันยายน 2555)

ตารางที่ 4.17 เนื้อหาที่นำมาพูดในรายการ

เนื้อหา	จำนวน	ร้อยละ
ปัญหาต่างๆ ในชุมชน	16	39.02
วัฒนธรรม/ประเพณี	8	19.51
การทำมาหากิน	10	24.40
เล่าข่าวสาร	7	17.07
รวม	41	100.00

หมายเหตุ: สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

สถานีวิทยุชุมชนที่เชิญคนท้องถิ่นมาร่วมรายการ ส่วนใหญ่มักให้มาเล่าเรื่องเกี่ยวกับข่าวสารปัญหาต่างๆ ในท้องถิ่น ซึ่งล้วนเป็นเรื่องที่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 39.02 ส่วนเนื้อหา รองลงมาคือการให้ความรู้ด้านการทำมาหากิน คิดเป็นร้อยละ 24.40 วัฒนธรรมและประเพณี ในชุมชนคิดเป็นร้อยละ 19.51 และเล่าข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 17.07 ซึ่งจะเห็นได้ว่าวิทยุชุมชน มุ่งตอบสนองต่อความต้องการของคนในท้องถิ่นมากกว่าจะส่งถ่ายข้อมูลจากภายนอก ทั้งนี้ ก็เนื่องจากข่าวสารจากภายนอกสามารถรับรู้ได้จากสื่อประเภทอื่น ๆ (ดูตารางที่ 4.17)

ประโยชน์ของวิทยุชุมชนที่มีต่อชุมชน

จากการสัมภาษณ์ผู้ดำเนินรายการคลื่นวิทยุชุมชนได้สะท้อนความคิดเห็นถึงประโยชน์ ที่ได้จากการมีสถานีวิทยุชุมชนในท้องถิ่นพบว่า คุณค่าและประโยชน์ของวิทยุชุมชนล้วน ตอบสนองในด้านปัญหาความเป็นอยู่ และเรื่องราวของคนในชุมชนเป็นหลัก และยังตอบสนองต่อ ความต้องการให้ความบันเทิง เสมือนสถานีวิทยุชุมชนนั้นเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน

“ฝาท่อในซอย เรารอมาตั้งนาน ไม่มีใครมาจัดการ ไม่รู้เกี่ยวกับหรือเปล่านะ แต่พอเรา ได้รับแจ้งมาจากคนฟังถึงเรื่องฝาท่อหาย เราก็ออกอากาศไป ทางองค์การบริหารส่วนตำบลก็มา จัดการให้เราทำงานกันแบบเหมือนที่ เหมือนน้ององค์การบริหารส่วนตำบลก็รู้จักกัน แต่ที่แน่ ๆ มัน เหมือนมีที่ระบายเรื่องของเรา เรื่องของเขา ในความเดือดร้อนในชุมชน” (บุญส่ง พิณแสนาะ, สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2555)

“มีวิทยุชุมชนคอยแจ้งข่าวสารงานบุญ งานปอย งานแต่ง แม้กระทั่งงานศพของคนใน ชุมชน ทำให้เรารู้ว่าชุมชนเรามีอะไรบ้าง ทำงานไป ฟังรายการไป ก็เพลินดี ยิ่งคนที่เรารู้จักมาจัด รายการเอง อยากฟังเพลงอะไรก็โทรศัพท์ไป หรือเจอกันก็เดิน ไปบอกเลยว่าอยากฟังเพลงอะไร” (กมลศิลป์ ระดม, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2555)

“อย่างที่ผ่านมาทุกกิจกรรมอย่างวันเด็ก วันแม่ หรือกิจกรรมที่ทางเทศบาลมีการร้องขอ มาเราก็จะจัดดีเจที่ว่างเว้นจากภารกิจไปช่วยทันที รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ผ่านสถานีวิทยุชุมชน (ปราณี ปุกแก้ว, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“คิดว่าวิทยุชุมชนมีประโยชน์ต่อคนในชุมชนมาก เพราะเนื้อหาสาระที่นำมาพูดก็เป็น เรื่องในชุมชน เป็นกระบอกเสียงของคนในชุมชนว่า ขณะนี้ที่หมู่บ้านเขามีอะไร หมู่บ้านเรามีอะไร มีการพัฒนา หรือมีปัญหาอย่างไร เราสามารถร่วมแก้ปัญหาได้หรือไม่ คิดว่าเป็นผลดีต่อคนใน ชุมชนมากๆ” (อุสณีย์ รัตนโรจน์, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“การให้ข่าวสาร ก็พูดจบออกกล่าว เรื่องที่บางครั้งก็มีกรณีพิพาทระหว่างเพื่อนบ้าน เขาก็ โทรศัพท์เข้ามาปรึกษาดีใจ บางทีเราก็เป็นสื่อกลางในการแก้ปัญหาาร่วมกัน” (แสงเดือน วรรณ, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2555)

นอกจากนี้แล้ว จากการสัมภาษณ์พบว่า ชุมชนสามารถใช้ประโยชน์ของวิทยุชุมชนในด้านการให้ความรู้ที่ใกล้ชิดตัว รวมทั้งยังเป็นศูนย์กลางในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสาร แจ้งข้อร้องเรียนในชุมชนซึ่งถือว่าเป็นประโยชน์ต่อชุมชน

ตารางที่ 4.18 ประโยชน์ของวิทยุชุมชนที่มีต่อชุมชน

ประโยชน์	จำนวน	ร้อยละ
แจ้งข่าวสารภายในชุมชน	16	21.92
เกิดความร่วมมือระหว่างรัฐกับชุมชน	15	20.55
ได้รับความรู้และความบันเทิง	14	19.18
ช่วยคลี่คลายปัญหาความขัดแย้ง	12	16.44
เสริมสร้างศักยภาพ และส่งเสริมพัฒนาชุมชน	9	12.33
รู้จักและเข้าใจความสำคัญและบทบาทวิทยุชุมชน	5	6.85
เข้าใจเหตุผลในการเรียกร้องสิทธิของวิทยุชุมชน	2	2.73
รวม	73	100.00

หมายเหตุ: สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ประโยชน์ที่คนในชุมชนได้รับ จากการดำเนินงานของวิทยุชุมชนที่ผ่านมากลางกรรมการวิทยุชุมชนเห็นว่า วิทยุชุมชนเป็นประโยชน์ต่อคนในชุมชนหลายแง่มุมด้วยกัน อันดับแรก คือ แจ้งข่าวสารภายในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 21.92 รองลงมาคือ เกิดความร่วมมือระหว่างรัฐกับชุมชน คิดเป็นร้อยละ 20.55 ได้รับความรู้และความบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 19.18 ช่วยคลี่คลายปัญหา ความขัดแย้ง คิดเป็นร้อยละ 16.44 การเสริมสร้างศักยภาพ และพัฒนาชุมชน คิดเป็นร้อยละ 12.33 รู้จักและเข้าใจความสำคัญและบทบาทวิทยุชุมชนคิดเป็นร้อยละ 6.85 และเข้าใจเหตุผล ในการเรียกร้องสิทธิของวิทยุชุมชนคิดเป็นร้อยละ 2.73 (ดูตารางที่ 4.19)

การดำเนินงานสถานี

แนวคิดที่ว่า วิทยุชุมชนเป็นกิจกรรมที่ไม่แสวงหากำไรทางธุรกิจ ได้เสนอว่าการดำเนินงานวิทยุชุมชนเป็นงานอาสาสมัคร และเป็นกิจกรรมที่ไม่รับเงิน โฆษณา เพราะเห็นว่าจะถูกรอบงำ จากทุน จะส่งผลกระทบต่อเจตนารมณ์ของการดำเนินงานวิทยุชุมชน อย่างไรก็ตาม สถานีวิทยุชุมชนจำเป็นต้องมีค่าใช้จ่ายเพื่อการดำเนินการ ดังนั้น สถานีวิทยุชุมชนหลายแห่งจึงต้องรับเงินจากภาคธุรกิจภายในชุมชน โดยแลกกับการช่วยประชาสัมพันธ์ว่า ธุรกิจใดสนับสนุน

การดำเนินงาน ในกรณีการประชาสัมพันธ์ สถานีวิทยชุมชนจะเป็นฝ่ายกำหนดเอง แต่ถ้ารับเงิน โฆษณา ฝ่ายธุรกิจที่ให้เงินจะเป็นผู้กำหนดเงื่อนไข ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาในประเด็น ค่าใช้จ่ายประจำเดือน เหตุผลของการมีหรือไม่มีโฆษณา และการหาทางออกของวิद्यชุมชน เมื่อไม่มีโฆษณา ในประเด็นศึกษาดังนี้

1. ค่าใช้จ่ายประจำเดือน
2. เหตุผลที่วิद्यชุมชนต้องมีโฆษณา
3. แนวทางการระดมทุน

ตารางที่ 4.19 ค่าใช้จ่ายประจำเดือน

ค่าใช้จ่าย	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 9,000 บาท	13	81.25
9,001 – 10,000 บาท	1	6.25
10,001 – 20,000 บาท	2	12.50
รวม	16	100.00

ค่าใช้จ่ายประจำเดือน

การดำเนินงานวิद्यชุมชนจำเป็นต้องมีค่าใช้จ่ายประจำเดือน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ และค่าซ่อมแซมบำรุงรักษาเครื่องส่ง และอุปกรณ์ต่าง ๆ จากการศึกษากลุ่มตัวอย่าง พบว่าสถานีวิद्यชุมชน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยน้อยกว่าเดือนละ 9,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 81.25 สถานีวิद्यชุมชนมีค่าใช้จ่ายระหว่าง 9,0001- 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.25 อย่างไรก็ตามมีสถานีวิद्यชุมชนที่มีค่าใช้จ่ายเกินกว่า 10,001 ถึง 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.50 แต่จะสังเกตได้ว่า ไม่มีวิद्यชุมชนที่มีค่าใช้จ่ายเกินกว่า 20,000 บาทต่อเดือน เนื่องจากเป็นภาระค่าใช้จ่ายที่สูงมาก(ดูตารางที่ 4.19)

เหตุผลที่วิद्यชุมชนต้องมีโฆษณา

สถานีวิद्यชุมชนหลายแห่งเมื่อดำเนินงานมาได้ช่วงระยะเวลาหนึ่ง การระดมทุนมักเริ่มมีปัญหา เนื่องจากเหตุหลายอย่าง เช่น ไม่อยากระดมทุนจากคนในชุมชนเพราะว่าคนในชุมชนมีฐานะยากจน ไม่อยากถูกกล่าวหาว่าเรียกรับเงินบ้าง และคนในชุมชนยังไม่ให้การสนับสนุนวิद्यชุมชน เพราะเพิ่งจัดตั้งสถานี่ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ทำให้วิद्यชุมชนกลุ่มตัวอย่างต้องหัน ไปหาเงินจากการโฆษณาเพื่อนำไปใช้ในการดำเนินงาน และนำเงินดังกล่าวไปจ้างผู้จัดรายการ

“เพราะว่าบางครั้งไม่สามารถรับบริจาค เพราะก่อนหน้านั้นเราไปรับมาแล้ว
 ก้าวผู้สนับสนุนจะว่าเราไปเบียดเบียน มารับบริจาคบ่อยเกินไป เพราะฉะนั้นเราจึงต้องการเงินทุน
 สนับสนุน เป็นค่าใช้จ่าย ค่าไฟ เป็นหลัก เพราะปัญหาอย่างอื่นเราไม่ค่อยเดือดร้อน” (พิสมัย
 มณีโชติ, สัมภาษณ์, 9 กันยายน 2555)

ตารางที่ 4.20 สาเหตุการโฆษณาของวิฑูชุมชน

สาเหตุ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นค่าใช้จ่ายในสถานี เช่น ค่าน้ำ – ค่าไฟ	16	26.66
ช่วยประชาสัมพันธ์ สนับสนุนสินค้าในชุมชน	16	26.66
ต้องนำเงินไปจ่ายให้ผู้ดำเนินรายการ	16	26.66
ไม่มีรายได้ และไม่ทราบวิธีการหารายได้	12	20.02
รวม	60	100.00

หมายเหตุ : สามารถตอบ ได้มากกว่า 1 ข้อ

สาเหตุที่สถานีวิทยุชุมชนกลุ่มตัวอย่างยังคงมีโฆษณา คือ ต้องนำไปจ้างผู้ดำเนินรายการ
 ช่วยประชาสัมพันธ์ สนับสนุนสินค้าในชุมชน เป็นค่าใช้จ่ายในสถานี เช่น ค่าน้ำ – ค่าไฟ มีอัตรา
 เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 26.66 ต่อมาคือไม่มีรายได้ และไม่ทราบวิธี การหารายได้ คิดเป็นร้อยละ
 20.02 (ดูตาราง 4.20)

แนวทางการระดมทุน

สำหรับทุนในการดำเนินงานสถานีวิทยุชุมชนนั้น นับว่ามีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง แต่
 ด้วยหลักการวิทยุชุมชนที่มุ่งทำประ โยชน์เพื่อชุมชนอย่างแท้จริง การดำเนินงาน โดยชุมชน
 และเพื่อชุมชน สถานีวิทยุชุมชนกลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดอย่างเป็นอิสระ เกี่ยวกับแนวทาง
 ในการหาทุนเพื่อดำเนินงานสถานีวิทยุชุมชนให้คงอยู่ต่อไป

“แรกเริ่มทางสถานีเราก็มีอาสาสมัคร ทำหน้าที่ดูแลอุปกรณ์ที่ใช้ดำเนินรายการวิทยุ
 ชุมชน คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์อะไรต่าง ๆ เราก็เห็นว่าควรมีค่าตอบแทนให้อาสาสมัครบ้าง และ
 ต้องมีค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาอุปกรณ์ อย่งไรก็ตาม แม้ว่าที่ผ่านมาสถานีวิทยุชุมชนจะมี
 งบประมาณจากการบริจาคจากคนที่มิจิตศรัทธาในชุมชน อยากจะให้วิทยุชุมชนนี้มีอยู่ต่อไปก็
 บริจาคเงินเข้ามาช่วยเหลือ โดยไม่มีค่าโฆษณาเลย อีกทั้งยังได้รับเงินงบประมาณสนับสนุนจาก

เงินกองทุนในชุมชนมาจากภายนอกบ้างแต่ก็ไม่มีมายั่งยืน ได้บ้างไม่ได้บ้าง(บุญส่วน พิณสวณะ,สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2555)

"ยืนยันการอนุญาตให้โฆษณาได้ไม่เกินชั่วโมงละ 6 นาที เพื่อที่จะเป็นการหารายได้สนับสนุนการดำเนินการของวิฑูชุมชนให้เลี้ยงตนเองได้ แต่การดำเนินการดังกล่าวจะต้องไม่เป็นการขายโฆษณาเพื่อแสวงหากำไรเชิงพาณิชย์ แต่ให้อยู่ในกรอบของการเผยแพร่ภาพลักษณ์ของสินค้าในท้องถิ่นหรือชุมชนเท่านั้น โดยผู้ให้การสนับสนุนต้องเข้าใจเงื่อนไขและข้อจำกัดของกำลังส่ง และผู้มีรายได้ ไม่ว่าจะเป็นบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลจะต้องเสียภาษีถูกต้องตามกฎหมาย" (ดลชนก ปิ่นรอด,สัมภาษณ์,3 มิถุนายน 2555)

"ทุนที่เราได้มาบางครั้งก็ไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่าย ทางคณะกรรมการหรือว่าผู้จัดรายการจะต้องควักทุนส่วนตัวออกไปก่อน เพื่อเพิ่มสภาพคล่องให้กับสถานี แต่ในบางครั้งเราก็ได้มาจำนวนมากก็สะสมไว้เป็นค่าใช้จ่ายในเดือนต่อ ๆ ไป" (กมลศิลป์ ระดม,สัมภาษณ์,3มิถุนายน 2555)

"สถานีเราคงระดมทุนอย่างอื่นก่อนข้างลำบากคงต้องใช้วิธีเขียน โครงการเพื่อขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานในท้องถิ่น เช่น เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล.ทั้งนี้ทั้งนั้นเราต้องมีผลงานจนเป็นที่ได้รับการยอมรับก่อนหน้านั้น และการให้ทุนนั้นหน่วยงานที่สนับสนุนก็ไม่ได้หวังผลตอบแทนใดๆ" (ปราณี ปุกแก้ว,สัมภาษณ์,12 สิงหาคม 2555)

"ส่วนนี้ผมคิดว่าน่าจะขอส่วนสนับสนุน จากกองทุนวิฑูชุมชนปีละหนึ่งครั้ง ประมาณสี่หมื่นบาท เท่าที่เคยได้ยื่นมา และอีกอย่างถ้าในหมู่บ้านหรือในชุมชนเรามีกองทุนอยู่แล้ว แล้วก็มีดอกเบี้ย ก็เก็บเอาดอกเบี้ยมา กองทุนละประมาณ 3% ก็พอแล้ว" (วิทยา เมทะโว,สัมภาษณ์, 9 กันยายน 2555)

"การจัดตั้งกองผ้าป่า การขอรับเงินบริจาค การขอสนับสนุนในรูปแบบต่างๆ อย่างเทศบาลมีข่าวฝากประชาสัมพันธ์ต่างๆเราก็ขอค่าสนับสนุนนิดหน่อย ส่วนใหญ่เขาก็ให้ ถ้าหลายๆข่าว เราก็สะสมไว้ อย่างค่าไฟต่อเดือน บางที่ก็ลดลง ก็จะเก็บเข้าเป็นกองกลางเพิ่มเติมเข้าไป ก็ถือว่าเป็นน้ำใจจากคนฟัง" (แสงเดือน วรธนา,สัมภาษณ์,10 กันยายน 2555)

ตารางที่ 4.21 แนวทางการระดมทุน

แนวทาง	จำนวน	ร้อยละ
เรียกรื้องให้รัฐสนับสนุน และจัดสรรงบประมาณให้	16	29.63
ของบประมาณจากหน่วยงานราชการ	14	25.93
รับประชาสัมพันธ์สินค้า ร้านค้าชุมชน	13	24.08
จัดตั้งกลุ่มสหกรณ์	7	12.96
เปิดเพลงตามคำขอเพื่อหวังเงินบริจาค	4	7.40
รวม	54	100.00

หมายเหตุ : สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

เมื่อถามถึงทางออกของวิฑูชชุมชน เมื่อไม่มีโฆษณาแล้วกลุ่มตัวอย่างตอบว่าจะเรียกรื้องให้รัฐสนับสนุน และจัดสรรงบประมาณให้ คิดเป็นร้อยละ 29.63 รองลงมาคือ ของบประมาณจากหน่วยงานราชการ คิดเป็นร้อยละ 25.93 การรับประชาสัมพันธ์สินค้า ร้านค้าชุมชนคิดเป็นร้อยละ 24.08 การจัดตั้งกลุ่มสหกรณ์คิดเป็นร้อยละ 12.96 และ เปิดเพลงตามคำขอเพื่อหวังเงินบริจาคคิดเป็นร้อยละ 7.40 (ดูตาราง 4.21)

ตอนที่ 4 การแทรกแซงจากหน่วยงานภายนอกที่มีผลต่อการดำเนินงาน

วิฑูชชุมชนกับการแทรกแซงของรัฐ ทุน และกลุ่มการเมือง

การไม่ถูกแทรกแซง และครอบงำจากรัฐ ทุน และกลุ่มการเมืองนับเป็นหลักการอันหนึ่งของการดำเนินงานวิฑูชชุมชน แต่เนื่องจากวิฑูชชุมชนเป็นพื้นที่สาธารณะ เป็นพื้นที่การเมืองทำให้ กลุ่มการเมืองมักใช้วิฑูชชุมชนเป็นเครื่องมือในการตอบสนองความต้องการผลประโยชน์ของตนเองอยู่เสมอ ดังนั้น วิฑูชชุมชน จึงมักถูกแทรกแซง ครอบงำอยู่เป็นระยะ ตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจการเมืองของประเทศ และการแทรกแซง ครอบงำส่วนใหญ่จะไม่กระทำโดยตรง หรือมีลักษณะบังคับขู่เข็ญ แต่จะเป็นการขอความร่วมมือ และสร้างเงื่อนไขให้กระทำตาม โดยไม่รู้สึกรู้ว่ากำลังถูกแทรกแซง หรือครอบงำ

ลักษณะการแทรกแซงสามารถจำแนกได้ดังนี้ คือ สั่งปิดสถานีย่อยถาวร การสั่งปิดสถานีชั่วคราว การสั่งระงับรายการบางรายการ การชักชวนให้มีโฆษณา การสั่งห้ามมิให้ข้าราชการเข้ามามีส่วนร่วม หรือให้ความร่วมมือ การเข้ามาจัดรายการเพื่อหวังผลทางการเมือง หรือธุรกิจ และ

การส่งเจ้าหน้าที่รัฐไปตรวจสอบสถานี อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาสามารถสรุปลักษณะของการแทรกแซงได้ดังนี้

1. ลักษณะการแทรกแซงของรัฐ
2. ลักษณะการแทรกแซงโดยกลุ่มการเมือง
3. ลักษณะการแทรกแซงโดยกลุ่มธุรกิจ

ลักษณะการแทรกแซงของรัฐ

จากการสอบถามของผู้วิจัย กลุ่มตัวอย่าง ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นการเข้ามาแทรกแซงการดำเนินงานของรัฐ ดังนี้

“บางครั้งก็มีหนังสือเข้ามาว่ากำลังส่งของสถานีวิทยุเราไปกวนคลื่นวิทยุการบิน และเคยได้ยินสถานีที่เป็นเพื่อนๆ กันว่า ไปรบกวนวิทยุของทางราชการ ต้องดำเนินการภายในกี่วัน ไม่เช่นนั้นจะสั่งระงับการออกอากาศ” (อานันต์ สุดประเสริฐ, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2555)

“เป็นเจ้าหน้าที่ตำรวจบอกว่ามาสำรวจข้อมูลสถานีวิทยุชุมชนในพื้นที่รับผิดชอบว่ามีเนื้อหาปลุกระดมหรือไม่ ถามหาเอกสารต่างๆ แต่ก็ไม่มีอะไรเข้ามาเพียงครั้งเดียว แล้วก็ไม่มีอีกเลย” (ชลชนก ปิ่นรอด, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2555)

“อันนี้เขาไม่ได้มาถึงสถานี แต่ใช้วิธี โทรศัพท์เข้ามาถามข้อมูลว่าบ้านของดีเจอยู่ที่ไหน กันบ้าง จัดรายการเป็นอย่างไร จัดเวลาไหน ได้มีการพูดข่าวแบบนี้ไหม เราก็ตอบว่าไม่มี และดีเจทุกคนเรารู้จักที่มาที่ไปของเขา เพราะเป็นคนในชุมชนนี้เอง แล้วเราก็ได้ตรวจสอบรายการทุกครั้ง ก่อนออกอากาศ” (แสงเดือน วรรณ, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2555)

ตารางที่ 4.22 ลักษณะการแทรกแซงของรัฐ

ลักษณะการแทรกแซง	จำนวน	ร้อยละ
ส่งเจ้าหน้าที่มาตรวจสอบ	15	93.75
สั่งปิดสถานี	1	6.25
รวม	16	100.00

หมายเหตุ เรียงจากการตอบคำถามมากไปหาน้อย

สถานีวิทยุชุมชนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 16 สถานี ได้แสดงความคิดเห็นเป็นของลักษณะการแทรกแซงจากอำนาจรัฐ โดยการส่งเจ้าหน้าที่จากหลากหลายหน่วยงานเข้ามาตรวจสอบทั้งจาก

เจ้าหน้าที่ตำรวจ เจ้าหน้าที่สรรพากร คิดเป็นร้อยละ 93.75 และเคยถูกสั่งให้ปิดสถานี ด้วยเหตุผลทางด้านเทคนิค คิดเป็นร้อยละ 6.25 ซึ่งต่อมาภายหลังสถานีวิทยุชุมชนดังกล่าวได้มีการปรับปรุงและดำเนินการออกอากาศใหม่อีกครั้ง

ลักษณะการแทรกแซงโดยกลุ่มการเมือง

วิทยุชุมชนกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่า การแทรกแซงเข้ามาของกลุ่มการเมืองกับวิทยุชุมชน จะมีการเข้ามาโดยไม่ได้มีการข่มขู่แต่อย่างใด แต่จะเข้ามาในลักษณะเป็นความสัมพันธ์ที่เอื้อประโยชน์ต่อกันมากกว่า โดยเฉพาะกลุ่มการเมืองท้องถิ่น มักจะให้การสนับสนุนวิทยุชุมชน โดยเฉพาะการจัดสรรงบประมาณ และบริจาคอุปกรณ์ให้ ซึ่งเป็นการสร้างความสัมพันธ์ในระบบอุปถัมภ์ และหวังผลทางการเมืองในระยะยาว

ตารางที่ 4.23 ลักษณะการแทรกแซงโดยกลุ่มการเมือง

ลักษณะการแทรกแซง	จำนวน	ร้อยละ
ให้เงินสนับสนุน และให้อุปกรณ์ โดยมีเงื่อนไข	16	59.26
ส่งตัวแทนเข้ามาจัดรายการ	8	29.63
เสนอตัวเข้ามาจัดรายการวิทยุเอง	3	11.11
รวม	27	100.00

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

สำหรับลักษณะการแทรกแซงของกลุ่มการเมืองที่มีต่อสถานีวิทยุชุมชนให้เงินสนับสนุนและให้อุปกรณ์ โดยมีเงื่อนไข คิดเป็นร้อยละ 59.26 ส่งตัวแทนเข้ามาจัดรายการคิดเป็นร้อยละ 29.63 และเสนอตัวเข้ามาจัดรายการวิทยุเองคิดเป็นร้อยละ 11.11 (ดูตารางที่ 4.23)

ลักษณะการแทรกแซงโดยกลุ่มธุรกิจ

วิทยุชุมชนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 16 สถานี ได้แสดงความคิดเห็นในลักษณะการแทรกแซงการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจว่า จะเข้ามาในลักษณะเชิญชวน และชักจูงให้เห็นถึงความสำคัญของแหล่งทุน ที่จะนำไปเป็นค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละเดือน โดยอาจจะเข้ามาในลักษณะโทรศัพท์เข้ามาพูดคุยโดยตรง ส่งจดหมาย หรือเข้ามาพูดคุยในเวทีสัมมนาวิทยุชุมชน เป็นต้น

“อย่างที่มีเข้ามาเสนอค่าสนับสนุนเข้ามาเดือนละ 5,000 โดยเสนอให้เปิดโฆษณาสินค้าของเขา ตั้งแต่เที่ยงคืนถึง หกโมงเช้า หรือหกโมงเย็นถึงเที่ยงคืน เขาก็จะให้เดือนละ 5,000 บาท เราก็

ปฏิเสธไป เพราะว่าสถานีเราไม่ได้ขายเวลาให้ใคร ดำเนินงานแบบชุมชนมากกว่า” (แสงเดือน
วรรณ, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2555)

ตารางที่ 4.24 ลักษณะการแทรกแซงโดยกลุ่มธุรกิจ

ลักษณะการแทรกแซง	จำนวนตอบ	ร้อยละ
พยายามชักจูงให้มีการโฆษณา และให้รับสปอนเซอร์	14	70.00
โน้มน้าว หรือชักจูงใจให้มองว่าวิทยุชุมชนต้องมีโฆษณา	5	25.00
โทรศัพท์เข้ามาระหว่างดำเนินรายการ และระบุว่า ขอเพลงจากร้านค้า	1	5.00
รวม	20	100.00

หมายเหตุ สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

สำหรับลักษณะการแทรกแซงโดยกลุ่มธุรกิจ สถานีวิทยุชุมชนกลุ่มตัวอย่างจำนวน ร้อยละ 70.00 เห็นว่าลักษณะการแทรกแซงของภาคธุรกิจที่พบมากที่สุดคือ การพยายามชักจูงให้มีการโฆษณา และให้รับสปอนเซอร์ รองลงมาคิดเป็นร้อยละ 25.00 ระบุว่า ได้มีการโน้มน้าว หรือชักจูงใจให้มองว่าวิทยุชุมชนต้องมีโฆษณา และร้อยละ 5.00 ระบุว่าเคยมีการแทรกแซงในรายการโดยโทรศัพท์เข้ามาระหว่างดำเนินรายการ และระบุว่าขอเพลงจากร้านค้าร้านไหน (ดูตารางที่ 4.24)

ตอนที่ 5 ปัญหา และแนวทางในการดำเนินงานวิทยุชุมชน

การศึกษาครั้งนี้ ศึกษาปัญหาด้านการดำเนินงานในประเด็นปัญหาค้นห้บื้อน และคลื่นแทรก ปัญหาบุคลากร ปัญหางบประมาณ ปัญหาอุปกรณ์ในห้องส่ง และปัญหาการสร้างเครือข่ายการสร้างคามเข้มแข็งภายในชุมชนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ปัญหาค้นห้บื้อน และ คลื่นแทรก
2. ปัญหาบุคลากร
3. ปัญหางบประมาณ
4. ปัญหาอุปกรณ์ในห้องส่ง
5. ปัญหาการสร้างเครือข่าย/การสร้างคามเข้มแข็งภายในชุมชน
6. ลักษณะความต้องการการสนับสนุน

ปัญหาคลื่นทับซ้อน และคลื่นแทรก

ปัญหาคลื่นทับซ้อนเป็นอีกหนึ่งประเด็นที่ผู้ศึกษาได้ให้ความสนใจ เพราะตลอดช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาสถานีวิทยุชุมชนมักประสบปัญหานี้เป็นอันดับต้น ๆ

“เรื่องสัญญาณรบกวนกันนี้เป็นเรื่องปกติของสถานีวิทยุชุมชนด้วยกัน เพราะเราก็ไม่มีความรู้ทางด้านเทคนิค หน่วยงานราชการเขาก็จะมาคอยจับอย่างเดียว ไม่ได้มีมาแนะนำว่าจะแก้ไขยังไง ส่วนใหญ่ถ้ามีปัญหาก็จะให้คนที่ขายเครื่อง บางทีคนที่ขายเครื่องก็หายไปเมื่อรับเงินไปแล้ว เราก็ไม่รู้จะแก้ไขปัญหานี้อย่างไร จะซื้อเครื่องใหม่ก็ไม่มีเงินละ บางทีต้องปิดไป” (บุญต้น พิณเสนาะ, สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2555)

“สถานีวิทยุชุมชนของเจ้ามีคลื่นออกอากาศด้วยกัน ความถี่เดียวกัน 3 คลื่น คลื่นเจ้ามันอยู่ในเมือง คลื่นอื่นจะอยู่ตามอำเภอรอบนอก แต่เขาก็ส่งแรง มันก็เบียดกันไปมาจนบางที่เจ้าก็อ่อนใจ” (ณทอง ปันทะวัน, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“จะให้เราไปส่งกำลังแข่งกันคงไม่ได้ ต่างคนต่างแรงมันจะพังไปทั้งคู่ คนฟังก็ฟังไม่ได้ เสียเงินก็เสีย คงต้องมีหน่วยงานใด หรือสมาคมที่ตั้งขึ้นมาเพื่อจัดการดูแลการใช้คลื่นอย่างเป็นจริงเป็นจังเพราะทุกวันนี้เราก็อ่อนหน่วยงานอย่าง กสทช.ว่าจะเอาอย่างไร เมื่อไหร่จะเปิดหรือจะปิดก็ว่ากัน มาสักอย่างเราก็จะได้สบายใจ” (ปราณี ปุกแก้ว, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

ตารางที่ 4.25 ปัญหาคลื่นทับซ้อน และ คลื่นแทรก

ลักษณะการรบกวน	จำนวนตอบ	ร้อยละ
ออกอากาศความถี่ใกล้เคียงกัน	14	50.00
คลื่นทับซ้อน	8	28.57
สถานีใกล้เคียงกัน	6	21.43
รวม	28	100.00

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

สำหรับลักษณะปัญหาคลื่นทับซ้อน และคลื่นแทรกในการดำเนินงานของสถานีวิทยุชุมชนกลุ่มตัวอย่าง ล้วนแต่มีปัญหาเกี่ยวกับปัญหาคลื่นวิทยุในการกระจายเสียงแทบทุกสถานี โดยกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 50.00 มีปัญหาการออกอากาศความถี่ใกล้เคียงกัน และสถานีวิทยุชุมชน ร้อยละ 28.57 มีปัญหาการออกอากาศความถี่คลื่นทับซ้อน และสถานีวิทยุชุมชนกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 21.43 มีปัญหาสถานีใกล้เคียงกัน (ดูตารางที่ 4.25)

ปัญหาบุคลากร

เนื่องจากงานวิทยุชุมชนเป็นงานอาสาสมัคร ทำให้มีคนเข้าออกตลอดเวลา คนเข้ามาใหม่บางคนขาดความรู้ความสามารถในการใช้เครื่องมือต่าง ๆ ในการกระจายเสียง และบางคนก็ไม่ทราบแนวคิดวิทยุชุมชน ในการบริหารจัดการวิทยุชุมชน โดยชุมชน ส่วนใหญ่ปัญหาทางด้านบุคลากรมักเป็นปัญหาอันดับแรก ๆ โดยเฉพาะการขาดแคลนผู้ดำเนินรายการ และผู้จัดรายการที่ยังขาดทักษะในการสื่อสาร และขาดความต่อเนื่องในการจัดรายการ ซึ่งส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการจัดรายการ ขณะที่ปัญหาทางด้านเทคนิคที่เกี่ยวกับความรู้ด้านการใช้เครื่องมือ และอุปกรณ์ของบุคลากร สามารถเรียนรู้ได้จาก การดำเนินการ เพราะในการจัดรายการ ผู้จัดรายการมักทำหน้าที่ด้านเทคนิคควบคู่ไปด้วย

“เรื่องความรู้ของดีเจนี่ยังเป็นปัญหา เพราะคนที่มาทำงานก็มีใจรัก ให้เรียนจบทางด้านนิเทศคงไม่มี ก็พูดตามประสาชาวบ้านไป แต่ถ้าอย่างทางราชภัฏมีวิทยากร หรืออาจารย์ที่เก่งๆ ก็มาสอนพวกเราด้วยก็คงเป็นการพัฒนา” (บุญส่วน พิศแสนาะ, สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2555)

“สถานีนี้มีเราจัดคนเดียวตั้งแต่วัน ถ้าดีเจคนอื่นไม่มาบางทีก็บอกว่าติดธุระ หรือบอกว่าไม่ว่างบ้าง เราก็จะใช้วิธีหาข่าวมาพูด หรือรับสัญญาณจากกรมประชาสัมพันธ์แทน หรือเปิดเพลงไป เปิดสปอตของสาธารณสุขแทน ตอนหลังนี้เราก็ไม่เอาดีเจที่ไหน เอาเด็กๆ ในชุมชนดีกว่า ว่างก็มาไม่ว่างก็ไม่มา” (ถทอง ปันทะวัน, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“ชุมชนเราเป็นเกษตรกร บางครั้งไปทำงาน ไม่มีเวลา บางทีผู้สูงอายุก็ไม่มีคนรับส่ง หรือว่ารถออก ซึ่งกระทบต่อภาระงานประจำทำให้ไม่สามารถมาดำเนินรายการได้ตามปกติ” (แสงเดือน วรรณ, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2555)

ตารางที่ 4.26 ปัญหาบุคลากร

ลักษณะของปัญหา	จำนวนตอบ	ร้อยละ
ขาดทักษะการจัดรายการ	16	24.62
ขาดทักษะทางด้านเทคนิค	14	21.54
ขาดความรู้กฎหมายวิทยุชุมชน	13	20.00
ขาดทักษะการหาข้อมูล	12	18.46
ขาดแคลนอาสาสมัคร	10	15.38
รวม	65	100.00

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากการวิเคราะห์ผลพบว่าวิद्यุชุมชนกลุ่มตัวอย่างมีปัญหาทางด้านบุคลากร โดยปัญหาที่พบมากที่สุดคือ ขาดทักษะการจัดรายการคิดเป็นร้อยละ 24.62 ขาดทางด้านเทคนิคคิดเป็นร้อยละ 21.54 ขาดความรู้กฎหมายวิद्यุชุมชนคิดเป็นร้อยละ 20.20 ขาดทักษะการหาข้อมูลคิดเป็นร้อยละ 18.46 และปัญหาขาดแคลนอาสาสมัครคิดเป็นร้อยละ 15.38 (ดูตารางที่ 4.26)

ปัญหาขบประมาณ

ประเด็นของการหารายได้จากการโฆษณา สถานีวิทยุชุมชนที่ดำเนินการโดยชุมชนมองว่าเป็นการบิดเบือนเจตนารมณ์ของวิद्यุชุมชน เป็นเหตุให้เกิดปัญหาในชุมชนมากกว่า เพราะสถานีวิทยุชุมชนที่ดำเนินการโดยชุมชนนั้น ไม่ได้คำนึงถึงรายได้ว่าทำได้กำไรหรือขาดทุนอย่างไร

จากการสำรวจ และพูดคุยกับผู้ดำเนินรายการสถานีวิทยุชุมชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการสนับสนุนรายได้ และค่าใช้จ่ายจากผู้ฟัง หรือหน่วยงานในท้องถิ่น

“สปอตโฆษณานี้แหละที่เป็นตัวการสร้างความรำคาญในการฟังวิทยุเป็นอย่างมาก สถานีวิทยุกระแสหลักแต่ละแห่งจะมีการเปิดสปอตโฆษณาอย่างมาก จนเหลือเวลาให้กับสาระของรายการเพียงเล็กน้อย รวมถึงการเปิดเพลงจากค่ายเพลงต่างๆ ที่เปิดด้วยวัตถุประสงค์ทางธุรกิจอีกด้วย สาเหตุที่ทำให้สถานีวิทยุชุมชนอยู่มายาวนาน โดยไม่รับโฆษณานั้น ทั้งนี้ก็เพราะการสนับสนุนจากชุมชน ไม่ว่าจะเป็นการทอดผ้าป่าชุมชน เงินบริจาค ทำให้สถานีวิทยุอยู่รอดได้ ที่สำคัญชุมชนให้การต้อนรับ บางครอบครัวมีคนแก่คนเฒ่าก็มักจะเปิดวิทยุเสมือนเป็นเพื่อน” (บุญส่วน พิณแสนาะ, สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2555)

“ในส่วนของ การโฆษณานั้น วิทยุชุมชนของเราไม่มีนโยบายรับโฆษณา แม้ว่าอุดมการณ์ในเรื่องนี้จะมีคนในชุมชนที่คิดต่างกัน บางส่วนต้องการโฆษณา แต่ด้วยมติส่วนใหญ่ไม่รับโฆษณา ดังนั้น จึงยึดเสียงส่วนใหญ่ไว้ เพราะเราก็ไม่รู้จะไปหาทุนที่ไหนโดยไม่มีโฆษณาไม่ได้ ถึงแม้ว่าจะขาดแคลนผู้ดำเนินรายการเพราะไม่มีค่าจ้าง หรือเงินสนับสนุน เราจึงตกลงกันว่า ใครมีเวลาว่างวันใดก็มาจัดรายการ ไม่มีใครว่างมาจัดก็ว่างวันไปก่อน ซึ่งชาวบ้านก็เข้าใจดี” (แสงเดือน วรรณ, สัมภาษณ์, 4 มิถุนายน 2555)

ตารางที่ 4.27 ปัญหาขบประมาณ

ลักษณะของปัญหา	จำนวนตอบ	ร้อยละ
ไม่ทราบวิธีหาเงินทุน	14	53.84
ขาดค่าจ้างช่างซ่อมบำรุง	12	46.16
รวม	26	100.00

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ลักษณะของวิทยุชุมชนกลุ่มตัวอย่างพบว่ายังขาดแคลนงบประมาณในการดำเนินงานเกือบทั้งหมด โดยสถานีวิทยุชุมชนกลุ่มตัวอย่างพบว่ามีปัญหาไม่รู้วิธีการระดมทุนเพื่อนำไปพัฒนาบุคลากรมีมากที่สุดคิด เป็นร้อยละ 53.84 ส่วนปัญหาการขาดแคลนทุนเพื่อนำมาจ้างช่างซ่อมบำรุงอุปกรณ์เครื่องส่ง ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้วิทยุชุมชนต้องหยุดออกอากาศ คิดเป็นร้อยละ 46.16 (ดูตารางที่ 4.27)

ปัญหาอุปกรณ์ในห้องส่ง

ที่มาของวัสดุอุปกรณ์ในการจัดตั้งวิทยุชุมชนนั้น ส่วนใหญ่มาจากทุนส่วนตัว จากการบริจาคของคนในชุมชน และจากการสนับสนุนงบประมาณในการจัดซื้อ จากเทศบาล องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น โดยเจ้าหน้าที่ ผู้ดูแลอุปกรณ์การส่งกระจายเสียง มักที่จะเป็นคนในชุมชน และด้วยการจัดรายการที่ไม่เน้นเพลงที่หลากหลาย ดังนั้น อุปกรณ์ที่ใช้จึงมีน้อยชิ้น ไม่มีความซับซ้อน ซึ่งผู้ดำเนินรายการสามารถควบคุมเสียงเพลงตามที่ต้องการได้โดยลำพัง

“ในระยะแรกอุปกรณ์การทำงานของสถานีวิทยุชุมชนเราจะมีไม่พอ แต่ก็ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการต่างๆ ได้ร่วมกันจัดงานยื่นคำถึงใจให้ ซึ่งก็ได้รับทุนสนับสนุนมาส่วนหนึ่ง และส่วนหนึ่งได้มาจากการทอดผ้าป่าของชาวบ้านเอง เป็นการระดมอุปกรณ์มาทีละเล็กละน้อยจนมืออย่างที่เห็นในปัจจุบันนี้ (ณทอง ปิ่นทะวัน, สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2555)

“ถ้าได้เครื่องถ่ายทอดสดไปตามงานต่างๆ ที่คนไปมากๆ คนเขาก็ตื่นตื่นว่ามีเครื่องถ่ายทอดเสียงทาง FM ทำให้เกิดการตื่นตัว สถานีเราก็เป็นที่รู้จัก แต่เครื่องถ่ายทอดสดก็มีราคาแพง ต้องใช้ช่างที่มีความสามารถไม่ใช่เรื่องง่ายเลย” (กมลสิทธิ์ ระดม, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2555)

“ปัญหามันต้องมีบ้าง เช่น ไมค์ บางครั้งไมค์มันไม่ได้คุณภาพดีตามมาตรฐาน จะให้มันดีเหมือนอันที่แพงๆ มันเป็นไปได้ไม่ได้ เพราะสถานีเราไม่มีเงินซื้อ” (แสงเดือน วรรณ, สัมภาษณ์, 9 กันยายน 2555)

“การถ่ายทอดสดเป็นผลดีกับสถานีเรา เพราะถ้าเราเป็นแม่ข่าย ทุกสถานีที่รับสัญญาณหรือคนฟังก็จะรู้ว่าสถานีเรามีตัวตน” (วิทยา เมทะโว, สัมภาษณ์ 9 กันยายน 2555)

ตารางที่ 4.28 ปัญหาอุปกรณ์ในห้องส่ง

ลักษณะของปัญหา	จำนวนตอบ	ร้อยละ
ขาดอุปกรณ์ถ่ายทอดสด	16	37.21
อุปกรณ์ในห้องส่งมีไม่เพียงพอ	14	32.56
อุปกรณ์เสียงบ่อ	13	30.23
รวม	43	100.00

หมายเหตุ สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากลักษณะการศึกษาในเรื่องของปัญหาอุปกรณ์ เครื่องมือในห้องส่ง วิทยุชุมชนกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 37.21 ยังพบปัญหาขาดอุปกรณ์ถ่ายทอดสด ซึ่งเป็นปัญหาที่วิทยุชุมชนระบุมากที่สุด เนื่องจากการถ่ายทอดสด จะสามารถระดมทุน และสร้างการมีส่วนร่วมให้กับคนในชุมชนได้เป็นอย่างดี ส่วนปัญหา รองลงมาคือ อุปกรณ์ในห้องส่งมีไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 32.56 ส่วนปัญหาอุปกรณ์เสียบ่อยนั้น คิดเป็นร้อยละ 30.23 (ดูตาราง 4.28)

ปัญหาการสร้างเครือข่าย/การสร้างความเข้มแข็งภายในชุมชน

กระบวนการเตรียมความพร้อมของชุมชนในการจัดตั้งสถานีวิทยุชุมชนส่วนใหญ่ ดำเนินการในชุมชนที่มีฐานของการพัฒนา และใช้วิทยุชุมชนเป็นเครื่องมืออันหนึ่งในการส่งเสริมงานพัฒนา หากสถานีวิทยุชุมชนที่ไหนมีความเข้มแข็งจากการดำเนินงานภายในชุมชนอยู่แล้ว เช่น กลุ่มสตรี กองทุนในชุมชนต่าง ๆ ก็จะสามารถดำเนินงานวิทยุชุมชนต่อเนื่องได้เป็นอย่างดี

“อย่างหลักการวิทยุชุมชนนี่จริงๆ แล้วเราก็ไม่รู้นะ ก็ได้ยินเขาเล่ามาอีกที ก็ทำๆ กันไป แต่ถ้าเราได้วิทยากรมาอบรมให้เรา ก็คงเป็นการดี จะได้ดำเนินการงานตามเจตนารมณ์ของวิทยุชุมชนตอนนี้เราก็ทำงานตามที่เราเห็น อาจจะเรียนรู้ ลองผิดลองถูก” (บุญส่วน พิณแสนาะ, สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2555)

“วิทยุชุมชนก็เหมือนไฟไหม้ฟาง ใหม่ๆ ก็ห่อกัน ใครมีอะไรก็มาช่วยกัน อย่างดีเจทีแรกนี้มี 7 – 8 คน เป็นอาสาสมัครทั้งหมด พอเดือนที่ 5 เดือนที่ 6 ก็หายไป บ้างก็ติดงาน ลา ๆ หาย ๆ จนสุดท้ายก็ไม่มาอีกเลย” (อานันต์ สุดประเสริฐ, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2555)

“เห็นตั้งเป็นสมาคมบ้าง ชมรมบ้าง เราก็หวังจะฟังฟังได้ แต่พอเอาเข้าจริง ๆ สมาชิกก็เริ่มมีความเห็นไม่ตรงกัน การประชุมครั้งต่อๆ ไปก็หายไปไม่เข้าประชุม สุดท้ายก็ต่างคนต่างทำ พอมีปัญหาที่ไม่ว่างไปปรึกษาใคร” (ชลชนก ปิ่นรอด, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2555)

“เคยเข้าเป็นสมาชิกของชมรมทั้งเครือข่ายในจังหวัด และระดับประเทศมาแล้ว มาประชุมอบรมทั้งเชียงใหม่ก็มา นั่งรถ เหมารถไปประชุมกันที่กรุงเทพฯ ก็ยังเคยไป แต่พอพักหลังๆ นี้มันก็เริ่มซำๆ กันไป ก็พอไม่มีประโยชน์ หรือสมาชิกไม่เห็นความสำคัญ สมาคมที่มีสมาชิกทั่วประเทศ ทัวทุกภาคเป็นร้อย ๆ สถานีก็ปิดตัวได้เหมือนกัน” (ณทอง ปันทะวัน, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“ปัญหาการสร้างเครือข่ายวิทยุชุมชนในปัจจุบันนี้ยังมีอยู่ เพราะแต่ละคนอาจจะมีความคิดไม่เหมือนกัน ทั้งการทำงาน และการหาผลประโยชน์” (ปราณี ปุกแก้ว, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“แต่ถ้ามีปัญหารื่องกฎหมายและเทคนิคเราก็จะมีกลุ่มสถานีวิทยุชุมชนในละแวกเดียวกัน ที่รู้จักกันมาให้คำปรึกษา อย่างสถานีวิทยุชุมชนที่ใกล้ ๆ กันนี้เราก็รู้จักกัน ถ้ามีปัญหาเรื่องกฎหมายเรื่องเทคนิค เราก็ปรึกษากันได้ทันที” (แสงเดือน วรรณ, สัมภาษณ์, 9 กันยายน 2555)

“ในปัจจุบันมีสมาคม มีกลุ่มชุมชนต่าง ๆ มากมาย ในความคิดของผม คิดว่า เขาต้องมากอบโกยผลประโยชน์อะไรสักอย่าง เพราะว่าการเข้ามา จะเข้ามาในการสร้างเครือข่ายให้ครอบคลุมวิทยุชุมชนให้มากที่สุด แล้วสามารถจะเอาผลประโยชน์ในทางธุรกิจเข้ามาแฝงในวิทยุชุมชน” (วิชา เมทะโว, สัมภาษณ์, 9 กันยายน 2555)

จากการวิเคราะห์ผลพบว่าวิทยุชุมชนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 16 สถานี หรือทั้งหมดระบุว่าเวลาพบปัญหาแล้วไม่รู้จะไปปรึกษาใคร หรือหน่วยงานใดที่จะสามารถให้คำปรึกษาในการแก้ไขปัญหาได้ ส่วนปัญหาอื่น ๆ คือ เครือข่ายขาดข้อมูลข่าวสาร ทำให้ไม่สามารถปฏิบัติตามระเบียบ หรือการเข้าร่วมประชุมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ การติดต่อประสานงานในระดับภาคไม่ต่อเนื่อง การสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน และความเข้มแข็งของคณะกรรมการ เป็นต้น

ลักษณะความต้องการการสนับสนุน

วิทยุชุมชนส่วนใหญ่ดำเนินการด้วยตัวเองภายในชุมชนลักษณะลงมือลงถูก บางครั้งประสบกับปัญหาในการดำเนินงาน และบางครั้งก็ไม่สามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ ดังนั้น การที่วิทยุชุมชนประสบปัญหา และมีหน่วยงานใด หรือองค์กรใดเข้ามามีบทบาทในการร่วมแก้ไขปัญหา หรือแนะนำวิธีแก้ปัญหาก็จะสามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับวิทยุชุมชนได้

“เรื่องพัฒนาดีใจของเราให้มีความรู้ทางด้านต่างๆ นี้เรายังขาด บางทีต้องไปอบรมถึงต่างจังหวัด ต้องใช้เงินค่าเดินทาง ค่าที่พัก แต่พักหลังๆ นี้ถ้ามีอบรมอะไรเราจะดูก่อนว่าเจ้าของงานเขามีการสนับสนุนงบประมาณค่าเดินทาง ค่าที่พักให้เราหรือไม่ เรื่องนี้อาจจะดูเป็นเรื่องเล็กๆ น้อยๆ แต่ถ้ามองจากมุมมองของวิทยุชุมชนที่เป็นชาวบ้านมันเป็นเรื่องใหญ่” (กมลศิลป์ ระดม, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2555)

“ถ้ามีการจัดอบรมเรื่องอะไรถ้าดีใจเราสนใจเราก็จะให้ไป อย่างดีใจคนนี้ชอบเรื่องสุขภาพ เป็นอาสาสมัครสุขภาพเราก็ให้ไปอบรม บางคนชอบทางด้านเกษตร ทางสหกรณ์การเกษตรเข้าเชิญไปฟังเรื่องเกษตรอินทรีย์ เขาก็อาสาไปเอง แต่เรื่องบางเรื่องที่เราอยากให้มีแต่กลับไม่มีอย่างเรื่องเทคนิคการจัดรายการให้นำเสนอใจ ให้คนฟังชอบ หรือเรื่องเกี่ยวกับอุปกรณ์เครื่องไม้เครื่องมือ กลับไม่มีหน่วยงานใดจัด” (เกษมสันต์ ต้นกุง, สัมภาษณ์, 4 มิถุนายน 2555)

“ต้องการงบประมาณมาบริหารบุคลากร เพราะเราต้องการคนมาร่วมงานเรา เราจึงต้องอบรมให้ความรู้เขาเสียก่อน ถ้าเขาไม่มีความรู้เขาก็จะไม่มาช่วยเราจัดรายการ เพราะฉะนั้นปัญหาเรื่องการบริหารบุคลากร จึงเป็นปัญหาหลัก” (แสงเดือน วรรณ, สัมภาษณ์, 9 กันยายน 2555)

“ปัญหาที่มีตอนนี้คือ งบประมาณบุคลากร เพราะว่ามีวิทยากร อยู่แล้ว ทางด้านสถานที่ เราก็มี แต่เรายังขาดงบประมาณในการดำเนินการ ถ้ามีงบประมาณ สามารถดำเนินการได้ทันที” (วิทยาเมทะโว, สัมภาษณ์ 9 กันยายน 2555)

ตารางที่ 4.29 ลักษณะความต้องการการสนับสนุน

ลักษณะการสนับสนุน	จำนวนตอบ	ร้อยละ
งบประมาณพัฒนาบุคลากร	16	30.19
วิทยากร หรือผู้เชี่ยวชาญมาช่วยฝึกอบรม	14	26.41
เทป หรือซีดีข่าวสารข้อมูล	13	24.53
คู่มือวิทยุชุมชน	10	18.87
รวม	53	100.00

หมายเหตุ: สามารถตอบ ได้มากกว่า 1 ข้อ

จากลักษณะดังกล่าว สถานีวิทยุชุมชนกลุ่มตัวอย่างต้องการงบประมาณพัฒนาบุคลากรของสถานีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.19 ซึ่งสอดคล้องกับปัญหาบุคลากร ที่ต้องการพัฒนาศักยภาพของการทำงาน ความต้องการรองลงมาคือร้อยละ 26.41 คือต้องการวิทยากร หรือผู้เชี่ยวชาญมาช่วยฝึกอบรมวิทยุชุมชนในด้านต่างๆ ส่วนความต้องการเทป หรือซีดีข่าวสารข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 24.53 และความต้องการคู่มือวิทยุชุมชน คิดเป็นร้อยละ 18.87 (ดูตารางที่ 4.29)

ตอนที่ 6 รูปแบบและการดำเนินงานของสถานีวิทยุชุมชนที่เหมาะสม

หลังจากที่คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้เริ่มดำเนินการออกใบลักษณะอนุญาตชั่วคราวให้กับวิทยุชุมชนที่มา ขึ้นทะเบียน ตั้งแต่ปี 2553-2555 แต่การดำเนินงานในระยะแรกยังไม่ได้ระบุแนวทางการดำเนินงาน และยังไม่ได้ควบคุมชัดเจนเท่าที่ควร เพียงแต่ต้องการเก็บรวบรวมข้อมูลวิทยุชุมชนที่มีอยู่เพียงเบื้องต้น แต่หลังจากปี พุทธศักราช 2555 กสทช. ได้แต่งตั้งคณะกรรมการวิทยุชุมชนเพื่อเริ่มให้สถานีวิทยุชุมชนเข้ามาลงทะเบียนใหม่อีกครั้ง พร้อมทั้งยังได้สำรวจความคิดเห็นในร่างแผนแม่บทในการจัดการการดำเนินงานสถานีวิทยุกระจายเสียงทั้งชุมชน สาธารณะ และวิทยุธุรกิจต่อไป ซึ่งอยู่ในระหว่างขั้นตอนของการดำเนินงาน ซึ่งในการดำเนินงานระหว่างนี้วิทยุชุมชนยังมีปิด และ

เปิดสถานีตามปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาแล้ว และสถานีวิทยุชุมชนบางส่วนที่มีความชัดเจนในวัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง เช่น วิทยุสาธารณะของภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เทศบาล หรือแม้กระทั่งวิทยุที่มีโฆษณาภาครัฐกิจ ก็เริ่มที่จะปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดประเด็นเพื่อศึกษากับตัวอย่างวิทยุชุมชนในแนวทาง และบทบาททั้งในปัจจุบัน และในอนาคต ของหน่วยงานที่จะเข้ามาดูแลกิจการวิทยุชุมชน หรือวิทยุชุมชนเองในประเด็นดังนี้

1. แนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน
2. รูปแบบ และแนวทางการดำเนินงานของสถานีวิทยุชุมชนในอนาคต
3. บทบาทรับผิดชอบของหน่วยงานที่จะเข้ามาดูแล
4. ข้อเสนอแนะต่อนโยบายรัฐบาล

แนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน

“การดำเนินงานวิทยุชุมชนในปัจจุบันควรออกอากาศต่อไปตามปกติ เพราะที่ผ่านมาก็ไม่ไปเดือดร้อนใครอย่างที่สถานีมีคนมาดูงานตลอด” (ปราณี ปุกแก้ว, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“วิทยุชุมชนปัจจุบันควรจะอยู่ตรงกลาง โดยเฉพาะเรื่องการเมือง ไม่เข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง เพราะเราขึ้นชื่อว่าเป็นวิทยุชุมชน สิ่งแรกที่เราควรให้ความสำคัญคือชุมชนมากกว่า ถึงแม้ว่าเราจะชอบฝ่ายไหนเราก็ควรเก็บไว้ใจ แต่ถ้าเราจะพูดสื่อสารอะไรออกไปเราก็ควรเป็นกลางมากกว่า ไม่ต้องมาปิดสถานี เราปฏิบัติตัวอย่างไรตั้งแต่ตอนแรกก็ให้ปฏิบัติตัวอย่างนั้น” (แสงเดือน วรรณ, สัมภาษณ์, 9 กันยายน 2555)

“การหยุดออกอากาศเท่ากับว่าสละพื้นที่ เหมือนคลื่นวิทยุเป็นที่สาธารณะ ถ้าเราไม่ได้ใช้งานก็จะมีคนอื่นมาจับจองพื้นที่ เพราะฉะนั้นเราต้องออกอากาศ” (วิทยา เมทะโว, สัมภาษณ์ 9 กันยายน 2555)

ตารางที่ 4.30 แนวทางการดำเนินงานในปัจจุบัน

แนวทางดำเนินงาน	จำนวนตอบ	ร้อยละ
วิทยุชุมชนควรดำเนินงานตามปกติ	16	55.18
ร่วมมือกับเครือข่ายเรียกร้องให้มีกฎหมายรับรองสถานภาพ	8	27.58
เลิกยุ่งกับการเมือง	5	17.24
รวม	29	100.00

หมายเหตุ สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ลักษณะของการดำเนินงานสถานีวิทยุชุมชนในปัจจุบัน ถึงแม้ในสถานการณ์ปัจจุบันที่ยังไม่ได้มีการจดทะเบียนให้ถูกต้องตามกฎหมายโดย กสทช. ที่ได้รับมอบหมายเป็นหน่วยงานตามรัฐธรรมนูญ โดยจากการศึกษาวิद्यุชุมชนส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 55.18 ได้แสดงความเห็นว่าวิद्यุชุมชนควรดำเนินงานตามปกติต่อไปจนกว่าหน่วยงานที่รับผิดชอบ กสทช. จะมีการจดทะเบียนให้ถูกต้อง รองลงมาคือการร่วมมือกับภาคีเครือข่ายเรียกร้องให้มีกฎหมายรับรองสถานภาพวิद्यุชุมชนในปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 27.58 ส่วนสถานีวิद्यุชุมชนที่เห็นว่า การนำเสนอรายการของวิद्यุชุมชนด้วยตนเองควรเลิกยุ่งเกี่ยวกับการเมือง เพื่อป้องกันการคุกคามจากอำนาจรัฐ หรือฝ่ายตรงข้าม คิดเป็นร้อยละ 17.24 (ดูตารางที่ 4.30)

รูปแบบ และแนวทางการดำเนินงานของสถานีวิद्यุชุมชนในอนาคต

รูปแบบ และแนวทางในการดำเนินงานของวิद्यุชุมชนนั้น ต้องเน้นหลักการที่ว่า ใช้คนน้อย ใช้ทรัพยากรน้อย แต่เกิดผลประโยชน์สูงสุด เพราะความไม่พร้อมของชุมชนที่จะเข้ามาบริหารจัดการอย่างในรูปแบบองค์กรธุรกิจ เพราะวิद्यุชุมชน ที่แท้จริงไม่สามารถแสวงหาผลกำไร แต่จะเน้นสร้างความเท่าเทียมกันในการสื่อสาร วิद्यุชุมชนจึงต้องไม่ใช่องค์กรธุรกิจ แต่เป็นรูปแบบหนึ่งของสื่อประชาชน ที่ชุมชนเป็นเจ้าของ โดยจากการวิจัยพบว่า กสทช. ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบสถานีวิद्यุชุมชนควรกำหนดกรอบเกี่ยวกับการขอรับใบอนุญาต วัตถุประสงค์การดำเนินการ การผลิตรายการ และเนื้อหาในรายการ ลักษณะ และขนาดของการประกอบกิจการ การมีส่วนร่วมของชุมชน และที่มาของรายได้ ซึ่งเน้นหลักการดำเนินการวิद्यุชุมชนที่เป็นของชุมชน เพื่อชุมชน และโดยชุมชน ตามหลักการของวิद्यุชุมชนในอนาคต โดยมีหลักสำคัญดังนี้

1. รูปแบบและคุณสมบัติของผู้ดำเนินการ
2. วัตถุประสงค์ในการดำเนินการ
3. การบริหารจัดการสถานี
4. บุคลากร
5. แหล่งที่มาของเงินทุน
6. วัสดุ อุปกรณ์
7. รูปแบบ เนื้อหา และการนำเสนอรายการ

รูปแบบและคุณสมบัติของผู้ดำเนินการ

จากการศึกษาผู้นำชุมชนเห็นว่าควรมีการดำเนินการเพื่อให้เกิดคณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เพื่อทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติโดยเร็ว ระหว่างนี้

ควรสนับสนุนวิद्यุชุมชนที่ยึดหลักปรัชญาของวิद्यุชุมชน โดยไม่มีวัตถุประสงค์แอบแฝงทางธุรกิจ และการเมือง ตลอดจนวางกรอบนโยบายเกี่ยวกับวิद्यุชุมชน ควรจะต้องดำเนินการโดย คณะกรรมการพหุภาคี ที่มีตัวแทนจากภาครัฐและภาคประชาชน ตลอดจนนักวิชาการและ นักวิชาชีพ ที่ได้รับการสรรหาและเป็นที่ยอมรับของทุกฝ่าย

“การก่อตั้งได้ดำเนินการตามหลักการระเบียบของกรมประชาสัมพันธ์ทั้งสิ้น แต่ที่อยู่รอด มาได้ประกอบด้วย 2 คณะ คือคณะกรรมการอำนวยการ 15 คนซึ่งก็มาจากผู้นำในชุมชนที่จะคอย ช่วยแก้ไขปัญหา ให้คำปรึกษา” (ณทอง ปันทะวัน, สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2555)

“คณะกรรมการดำเนินงานวิद्यุชุมชนไม่จำเป็นต้องเป็นผู้นำท้องถิ่นเสมอไป อาจจะเป็น คนที่อยู่ในชุมชน และมีจิตอาสา เพราะว่าถ้าเป็นคนในชุมชนและมีจิตอาสาเขาจะทราบข้อมูล และ ทำงานด้วยความเต็มใจ” (เกษมสันต์ ต้นกุง, สัมภาษณ์, 4 มิถุนายน 2555)

“ผู้ดำเนินการ ผู้ประกอบการวิद्यุชุมชนควรเป็นบุคคลที่นับหน้าถือตาของบุคคลที่ไปใน ท้องถิ่นที่จะได้รับความเชื่อถือ การยอมรับจากสังคม เพราะว่าถ้าพูดอะไรออกไปก็จะได้รับความ สนใจและการยอมรับจากผู้ฟัง และต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้เกี่ยวกับวิद्यุชุมชนพอสมควร (พิสมัย มณีโชติ, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“บุคคลที่จะขออนุญาตสถานีวิद्यุชุมชนนั้นควรเป็นผู้นำในชุมชนมากกว่า เพราะว่าผู้นำ ชุมชนจะทราบเกี่ยวกับวิถีชีวิต และปัญหาของคนในชุมชนเป็นอย่างดี” (อุสณีย์ รัตน์ โรจน์, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“คนที่จะมาดำเนินการวิद्यุชุมชนนี้ต้องไม่เข้ามาแสวงหาผลกำไร เพราะบางครั้งถ้ามาใน ลักษณะนี้ ก็มักยึดยึดในสิ่งที่ไม่ดีให้กับคนฟัง และที่สำคัญคนที่มาดำเนินการวิद्यุชุมชนต้องมีความรู้ความเข้าใจในกฎระเบียบ ไม่ใช่ไปคู่มือที่ไหนมาก็เอาเข้ามาเป็นแบบอย่างหมด ไม่เช่นนั้นวิद्यุ ชุมชนก็จะไม่มีความหมายอีกเลย” (บุญเด่น พิลแสนาะ, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“ควรจะเป็นผู้นำในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นผู้ในหมู่บ้าน องค์กรในท้องถิ่น กลุ่มผู้สูงอายุ ภูมิปัญญาชาวบ้าน ควรจะเป็นคนดำเนินการยื่นขอตั้งวิद्यุชุมชน อย่างผู้ใหญ่บ้านควรมีบทบาท เป็นอย่างมาก เพราะเป็นผู้ในชุมชนอยู่แล้ว” (แสงเดือน วรรณ, สัมภาษณ์, 9 กันยายน 2555)

“ที่จริงแล้วคำว่าวิद्यุชุมชน คนที่จะเข้ามาทำงานจะต้องมาจากคนในชุมชน ชุมชนของ เรานี้มีทั้งครู มีทั้งเจ้าหน้าที่อนามัย มีเกษตรตำบล แล้วมีผู้ใหญ่บ้าน และตัวแทนเกษตรกร เพราะว่า กลุ่มนี้เขารู้จักชุมชนของเรา สามารถดำเนินงานวิद्यุ โดยไม่มีธุรกิจมาครอบงำ” (วิทยาเมทะโว, สัมภาษณ์, 9 กันยายน 2555)

ซึ่งผู้ดำเนินการสถานีวิद्यุชุมชน ควรมีคุณสมบัติเป็นกลุ่มองค์กรอย่างแท้จริง หรือเป็น สมาคม มูลนิธิ หรือนิติบุคคลที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย มีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินกิจการ

สถานีวิทยุชุมชน โดยไม่แสวงหาผลกำไรทางธุรกิจ และไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินกิจกรรมทางการเมือง กล่าวคือ ต้องดำเนินกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนหรือสังคม ที่เป็นທີ່ประจักษ์ ที่ได้รับการยอมรับจากชุมชนและสาธารณะ ด้วยการดำเนินการอย่าง โปร่งใส เปิดช่องให้ชุมชนสามารถมีส่วนร่วมและตรวจสอบได้ในทุกขั้นตอน เพื่อให้สามารถดำเนินการได้อย่างยั่งยืนควรเป็นการรวมตัวกันของกลุ่มองค์กรชุมชนในลักษณะพหุภาคี หรือกลุ่มประชาสังคมรวมกลุ่มกันมากกว่าหนึ่งองค์กร เพื่อยื่นขออนุญาตในการดำเนินกิจการสถานีวิทยุกระจายเสียง อย่างที่ได้มีการดำเนินการอยู่แต่มีแผนงาน วัตถุประสงค์และเป้าหมาย รวมทั้งการบริหารจัดการสถานีวิทยุกระจายเสียงชุมชนที่ชัดเจน

วัตถุประสงค์ในการดำเนินการ

จากการศึกษาพบว่าวิทยุชุมชนส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน เพื่อเป็นพื้นที่สื่อสารของตนภายในกลุ่ม และตอบสนองต่อความต้องการของท้องถิ่นเป็นหลัก

“เพื่ออนุรักษ์ประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น ภาษา ศิลปะ วิทยุชุมชนต้องให้การสนับสนุนและที่สำคัญต้องเป็นพื้นที่ของชุมชน” (เกษมสันต์ ต้นกุง, สัมภาษณ์, 4 มิถุนายน 2555)

“วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งวิทยุชุมชนควรมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นวัด หรือชุมชนมีงานอะไรก็สามารถตอบสนองได้ (ปราณี ปุกแก้ว, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“สถานีวิทยุชุมชนควรมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของคนในชุมชนมากที่สุด และมีไว้เพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารของกันและกัน” (อุสณีย์ รัตนโรจน์, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“วิทยุชุมชน มีวัตถุประสงค์ก็เพื่อชุมชน เพื่อความเข้าใจอันดีของคนในชุมชน และอีกอย่างสถานีวิทยุชุมชนต้องตอบสนองความต้องการของผู้ฟังทั้งสาระ และความบันเทิง” (บุญส่วน พิณเสนาะ, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“วัตถุประสงค์เพื่อบอกข่าว สื่อสาร กิจกรรมต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในชุมชน เช่นวันพรุ่งนี้ชุมชนจะมีการประชุม หรือกิจกรรมต่างๆ ก็สามารถบอกข่าวกันได้ สื่อสาร ข่าวสารกันเองในชุมชน ให้เกิดความเข้าใจอันดีในชุมชน” (แสงเดือน วรรณา, สัมภาษณ์, 9 กันยายน 2555)

จากการศึกษาได้เห็นว่าถึงเป้าหมายหลักของสถานีวิทยุชุมชนไว้ดังนี้ คือ ทำหน้าที่เป็นเวทีสาธารณะในการสื่อสารและการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันของประชาชน เสริมสร้างความเข้มแข็งในประชาธิปไตย ทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงของประชาชน เป็นเสียงของผู้ที่ไร้สิทธิไร้เสียงในสังคม (Voice of the Voiceless) สนับสนุนสิทธิเสรีภาพ ความคุ้มครอง และส่งเสริมเสรีคุณค่าศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ เป็นเวทีกลางที่จะสื่อสารความดั่งามของสังคม ส่งเสริมและ

เผยแพร่องค์ความรู้ ภูมิปัญญา คุณค่าความดีงาม ศิลปวัฒนธรรม เอกลักษณ์ท้องถิ่น และทำหน้าที่ เป็นเวทีแห่งการเรียนรู้ร่วมกันของประชาชน เป็นเป็นศูนย์กลางเพื่อการสนองตอบความต้องการ ทางด้านข้อมูลข่าวสารของประชาชน ประสานงานร่วมมือในการแก้ปัญหาและพัฒนาชุมชน ท้องถิ่น เป็นกลไกการมีส่วนร่วมในระบบการเมืองการปกครองประชาชน ช่วยสอดส่องและ ตรวจสอบการบริหารงานท้องถิ่นและในระดับชาติ เป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงและสานสัมพันธ์ ในมิติต่าง ๆ ของสังคม เป็นสื่อกลางระหว่างชุมชน หน่วยต่าง ๆ ในสังคมและรัฐ ทำหน้าที่ช่วย ขยายเครือข่ายทางการสื่อสาร เป็นเวทีในการเสริมสร้างระบบการสื่อสารสองทาง ลดช่องว่าง ในการสื่อสารระหว่างประชาชนกับประชาชน และประชาชนกับภาครัฐ เป็นเครื่องมือในการสร้าง คุณภาพในการสื่อสารในสังคม ทำหน้าที่เป็นสื่อทางเลือกของประชาชน

การบริหารจัดการสถานี

กลุ่มตัวอย่างสถานีวิทยุชุมชนที่ศึกษา ได้แสดงความคิดเห็นในด้านการบริหารจัดการ และ โครงสร้างการดำเนินการกิจการสถานีวิทยุชุมชนไว้ว่า

“วิทยุชุมชน จะต้องให้ชุมชนเป็นผู้มีอำนาจบริหารจัดการอย่างแท้จริง โดยไม่ให้ภาครัฐ เข้ามาเกี่ยวข้องในส่วนการจัดการ แต่รัฐควรทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนทุนในการจัดการ ให้ความรู้ ให้ข้อมูลในส่วนที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ให้ชุมชนจัดตั้งคณะกรรมการขึ้นมาดูแลและจัดการกันเอง เพื่อพัฒนาสื่อชุมชนให้ดียิ่งขึ้นต่อไป” (เกษมสันต์ ตันกุง, สัมภาษณ์, 4 มิถุนายน 2555)

“หลักการทำงานที่ผ่านมาผู้อำนวยการ เจ้าของ และฝ่ายการตลาด หรือฝ่ายสรรหาทุน จะต้องมีความใกล้ชิด หรือมีปฏิสัมพันธ์กับฝ่ายต่างๆ ในชุมชน” (แสงเดือน วรรณ, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“คณะกรรมการก็คนในชุมชนนั้นละดีที่สุด แต่ต้องเป็นคนที่สมัครใจ อย่างเด็ก ๆ ใน ท้องถิ่นก็เป็นการให้พื้นที่พวกเขาในการแสดงออก” (ณทอง ปิ่นตะวัน, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“คนที่เข้ามาบริหารจัดการสถานีต้องเป็นคนที่มืบทบาทในสังคม มืบทบาทในชุมชน ทั้งก้านั้น ผู้ใหญ่บ้านบุคคลที่มีความรู้ในแต่ละด้านของชุมชน บางครั้งถ้าไม่ได้เป็นกรรมการก็เป็น ที่ปรึกษา” (บุญส่วน พิณเสนาะ, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“เราควรจะดูแลควบคุมกันเอง ในด้านการทำงานไม่ควรมีหน่วยงานเข้ามาควบคุม เพราะวิทยุชุมชนต้องมีอิสระในการนำเสนอข่าวสาร โดยไม่ให้หน่วยงานราชการหรือหน่วยงาน ใดๆ เข้ามาจัดการนอกเหนือจากกลุ่มที่เราสร้างขึ้นมาเอง” (แสงเดือน วรรณ, สัมภาษณ์, 9 กันยายน 2555)

จากการศึกษาพบว่า ผู้ดำเนินการวิทยุชุมชนเห็นว่าควรเน้น และให้ความสำคัญกับประชาชนให้ได้โอกาสเข้ามามีบทบาท และมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการสถานีในทุกๆระดับ ทั้งด้านการบริหารจัดการ ควรปราศจากการแทรกแซงจากภาครัฐ ธุรกิจ และการเมือง คณะกรรมการบริหารสถานี ควรมีความหลากหลายทั้งสถานภาพ สาขาอาชีพ การศึกษา ฯลฯ โดยไม่มุ่งหวังเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจการค้าและการเมือง หรือผลประโยชน์ส่วนตน และพวกพ้อง ซึ่งคณะกรรมการควรมีความตั้งใจ อุทิศตน มีความเสียสละ ควรมีการกำหนดหน้าที่ และวาระในการดำรงตำแหน่งที่ชัดเจน มีการหมุนเวียนตำแหน่ง ดำเนินกิจการด้วยความโปร่งใส ชุมชนและสาธารณชนสามารถตรวจสอบได้ การบริหารจัดการสถานีควรเป็นในรูปแบบการประสานความร่วมมือ มากกว่าลักษณะการสั่งการ โครงสร้างขององค์กร หรือสถานี ควรมีลักษณะเป็นองค์กรขนาดเล็กเน้นความคล่องตัวในการปฏิบัติ ควรมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน การบริหารงานสถานีควรสร้างความรู้สึกร่วมกันเป็นเจ้าของร่วมกันของชุมชนเป็นสำคัญ ควรมีคณะกรรมการที่ปรึกษาซึ่งประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาชีพที่หลากหลายเป็นบุคคลที่ได้รับการยอมรับจากชุมชน ควรสร้างกลไกโดยให้ประชาชนและผู้ฟังเข้ามามีบทบาทในการตรวจสอบและประเมินผลเพื่อการดำเนินกิจการสถานีให้เป็นไปตามพันธกิจ วัตถุประสงค์ และเป็นประโยชน์ต่อประชาชน รูปแบบ และแนวทางในการดำเนินการ และการบริหารจัดการควรคำนึงถึงความเหมาะสมและความสอดคล้องกับแต่ละชุมชนการบริหารจัดการสถานีควรเน้นการสร้างความสัมพันธ์ ความเป็นเอกภาพ ประสานงานและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือซึ่งกันและกัน ทั้งในระดับองค์กร ชุมชน ท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ตลอดจนสถานีวิทยุอื่น ๆ

บุคลากร

กลุ่มตัวอย่างสถานีวิทยุชุมชนที่ศึกษา ได้แสดงความคิดเห็นในด้านการบริหารจัดการบุคลากรในสถานีวิทยุชุมชนไว้ว่า

“ตัวแทนของแต่ละหน่วยงานควรเข้ามามีบทบาทในสถานีวิทยุชุมชน ทั้งตัวแทนจากอำเภอ ตัวแทนจากโรงพยาบาล ที่เข้าร่วมผลิตรายการ หรือเป็นส่วนหนึ่งในชุมชนควรเข้ามามีบทบาทในการดำเนินงานของสถานีไม่ว่าจะเข้ามาในฐานะใดก็ตาม(แสงเดือน วรธนา, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“ส่วนเรื่องของคณะกรรมการน่าจะมาจากกลุ่มคนในแต่ละกลุ่มของชุมชน เช่น กลุ่มน้ำประปา กลุ่มเงินล้าน กลุ่มเกษตร กลุ่มสูงอายุ ถ้าเขามีปัญหาอะไร หรือความต้องการอะไรก็จะสามารถถ่ายทอดได้ ทางที่ดีน่าจะเป็นตัวแทนมาจากแต่ละกลุ่มหรือคนที่มีความสามารถในการสื่อสาร หรือการพูดนำมากระจายข่าวสารของกลุ่มตัวเองให้คนในชุมชนได้ทราบ” (อุสณีย์ รัตนโรจน์, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“บุคลากรต้องมาจากคนในชุมชนนั้นละดี เพราะว่าถ้าเราดำเนินงานด้วยตัวเอง ไม่มีคณะกรรมการก็จะเป็นเรื่องทีลำบากในการทำงาน” (บุญส่วน พิณเสนาะ, สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2555)

จากการศึกษาพบว่า ผู้ดำเนินการสถานีวิทยุชุมชน ควรมีลักษณะผสมผสานกล่าวคือ คณะกรรมการบริหารสถานีควรมาจากตัวแทนของประชาชนในชุมชน ทางด้านการปฏิบัติการ อาจจะมีลักษณะผสมผสานระหว่างอาสาสมัครและพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ประจำที่ได้รับค่าจ้าง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและความจำเป็นของแต่ละสถานี บุคลากรที่จะเข้ามาทำงานควรมีความตั้งใจจริงในการสร้างประโยชน์ให้กับชุมชน มีความเสียสละ สนใจและเข้าใจสภาพการณ์ และปัญหาของท้องถิ่นหรือชุมชนอย่างแท้จริง โดยหากเป็นวิทยุชุมชนที่แท้จริงแล้ว ไม่มีผู้ใดเป็นเจ้าของ

แหล่งที่มาของเงินทุน

กลุ่มตัวอย่างสถานีวิทยุชุมชนที่ศึกษา ได้แสดงความคิดเห็นในด้านการบริหาร และจัดการเงินทุนที่ใช้ดำเนินงานสถานีวิทยุชุมชนไว้ว่า

“ในระยะแรกของการก่อตั้งวิทยุชุมชนควรได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานในชุมชน มาเป็นอันดับแรก เพราะที่สถานีนี้เคยได้มีโอกาสคุยกับนายกเทศมนตรี ท่านนายกก็เห็นชอบ และเราก็ให้ความอนุเคราะห์เต็มที่ในการเผยแพร่ข่าวสารของทางเทศบาล (แสงเดือน วรรณมา, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“จริง ๆ แล้วหน่วยงานที่รับผิดชอบควรมีกองทุนไว้ให้วิทยุชุมชนดำเนินงาน เพราะวัตถุประสงค์ของวิทยุชุมชนจริงๆ แล้วก็ดำเนินงานมาเพื่อชุมชน เพื่อสังคม จะว่าไปก็ถือว่าวิทยุชุมชนเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน และสังคม” (ปราณี ปุกแก้ว, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“ส่วนค่าใช้จ่ายน่าจะมาจากการขอสนับสนุนจากแต่ละกลุ่มในชุมชน ซึ่งในระยะแรกเราต้องช่วยกันไปก่อนเพราะเป็นของคนในชุมชน” (อุสณี รัตน์โรจน์, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“จากที่เคยได้นั่งคุยกัน ทางเทศบาล หรือสหกรณ์การเกษตรในท้องถิ่นเขาก็พร้อมที่จะเข้ามาสนับสนุนเพราะมีงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ แต่ไม่ได้ทุกเดือนแต่อาจจะให้เป็นรายปี” (บุญส่วน พิณเสนาะ, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ดำเนินการสถานีวิทยุชุมชนและต่างนำเสนอความเห็นตรงกันว่า สถานีวิทยุภาคประชาชนเอง ควรมีส่วนร่วมรับผิดชอบในการจัดหาเงินทุนเพื่อสนับสนุนค่าใช้จ่ายด้วย โดยที่การจัดหาเงินทุนดังกล่าว ต้องไม่เป็นไปเพื่อการแสวงหาผลกำไรเป็นหลัก กสทช. ควรมีบทบาทสำคัญในการช่วยกำหนดกรอบ กติกาเกี่ยวกับการบริจาค และการจัดหาแหล่งทุนเงินของสถานีให้มีความชัดเจน และส่วนใหญ่เห็นว่า กรมประชาสัมพันธ์มีส่วนทำให้เจตนารมณ์ของวิทยุชุมชนไขว่ไขว เพราะการประกาศให้ขึ้นทะเบียน ไปเตรียมความพร้อมไปชำระ

ค่าธรรมเนียมร่วมโครงการปีละ 1,000 บาท และชำระเงินประกัน 5,000 บาท ภายใต้เงื่อนไขว่าสามารถโฆษณาได้ชั่วโมงละ 6 นาที ซึ่งรายได้ที่มาจากโฆษณา และการอุปถัมภ์รายการหรือสถานีจากบริษัท ห้างร้านผลิตภัณฑ์สินค้าบริการนั้น มีผู้ให้ความคิดเห็นไว้อย่างหลากหลายโดยผู้นำชุมชนส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยกับการโฆษณา เพราะมีความเป็นห่วงเรื่องความเป็นอิสระและเสรีภาพทางด้านการดำเนินการ ขณะที่บางส่วนมีความคิดเห็นว่าการอนุโลมให้มีรายได้จากการโฆษณาหรือรายได้จากการเข้ามาเป็นผู้อุปถัมภ์รายการหรือสถานีได้นั้น จะมีส่วนช่วยให้สถานีวิทยุชุมชนดำเนินการได้ ตามกรอบกฎหมายหรือระเบียบที่ทาง กสทช. ได้กำหนดไว้ ในเรื่องการบริหารจัดการทางการเงิน ผู้ทรงคุณวุฒิได้เน้นว่าการบริหารการเงินควรมีความโปร่งใส ต้องมีการทำบัญชีรายรับรายจ่ายที่ชัดเจน ควรระบุแหล่งที่มาของเงิน รายละเอียดต่าง ๆ ของการใช้เงิน โดยที่ค่าใช้จ่ายหลัก ๆ ของสถานีควรผ่านเห็นชอบหรือมติของคณะกรรมการ บัญชีรายรับ รายจ่ายสามารถที่จะเปิดเผยต่อสาธารณะประชาชนสามารถตรวจสอบสถานะทางการเงินของทางสถานีได้

วัสดุ อุปกรณ์

กลุ่มตัวอย่างสถานีวิทยุชุมชนที่ศึกษา ได้แสดงความคิดเห็นในด้านวัสดุ และอุปกรณ์ในการดำเนินการกิจการสถานีวิทยุชุมชนไว้ว่า

“วัสดุอุปกรณ์ของสถานีวิทยุชุมชนควรเป็นอุปกรณ์ที่มีความแข็งแรงมีอายุการทำงานที่ยาวนาน คือว่า ถ้าของที่ไม่ดีมันคงมีปัญหาในการใช้งาน อันนี้คงจะต้องดูตามทุนทรัพย์ของแต่ละสถานี เขาเป็นว่าให้มีความคงทน และถูกต้องตามระเบียบ เป็นไปตามมาตรฐาน ตามกำลังของแต่ละสถานีวิทยุชุมชนอีกที (ปราณี ปุกแก้ว, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“อุปกรณ์ของสถานีอย่างเครื่องเสียง เครื่องบันทึกเสียงควรจะทันสมัยขึ้นมาหน่อยเพราะช่วงก่อนลำบาก ถ้าใหม่ คงจะอำนวยความสะดวกให้กับดีเจมากที่สุด” (อุสณีย์ รัตนโรจน์, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“ตามใจจริงของแต่ละสถานีวิทยุชุมชนก็คงอยากได้อุปกรณ์ที่ดีที่สุด แต่ต้องดูกำลังของแต่ละสถานีว่าจะหาซื้อได้แค่ไหน คงดูที่ทุน แต่กำลังทุนของเรามีไม่ถึงก็คงเอาแต่พอใช้ได้แค่นั้น แต่ที่สำคัญคือการส่งกระจายเสียงจะต้องไม่ไปรบกวนคนอื่น ต้องได้มาตรฐาน” (บุญส่วน พิณเสนาะ, สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2555)

“เรื่องวัสดุอุปกรณ์จะมีคนมาบริจาคจำนวนมาก สถานีไหนมีเยอะก็จะแบ่งให้สถานีที่อื่น ๆ ถ้าคำว่าวิทยุชุมชน ไม่จำเป็นต้องมีอุปกรณ์เช่นห้องบันทึกเสียงขนาดใหญ่ อุปกรณ์ป้องกันเสียงสะท้อนในห้องส่ง อันนั้นมันแพงเกินไป แต่ต้องอยู่ในมาตรฐานต้น ๆ” (วิทยา เมทะโว, สัมภาษณ์, 9 กันยายน 2555)

จากการศึกษาพบว่าผู้ดำเนินการสถานีวิทยุชุมชน ได้นำเสนอว่า ระบบการแพร่สัญญาณกระจายเสียง ห้องส่งและจัดรายการวิทยุของสถานีวิทยุภาคประชาชน ควรเป็นลักษณะห้องส่งขนาดเล็ก ไม่ควรใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ราคาแพงจนเกินความจำเป็น เทคนิคและอุปกรณ์ที่ใช้ควรคำนึงความเหมาะสมกับสภาพของชุมชนเป็นหลัก ควรคำนึงถึงการบำรุงรักษาเครื่องมือ และอุปกรณ์ในระยะยาวด้วย ผู้ให้ข้อมูล เห็นว่าภาครัฐควรมีบทบาทในการสนับสนุนทางด้านให้ความรู้การจัดตั้งสถานี และเครื่องมืออุปกรณ์การส่งสัญญาณ ตลอดจนมีบทบาทในการวางแผนออกแบบห้องส่งหรือห้องจัดรายการ จัดทำรายการของอุปกรณ์และเครื่องมือที่จำเป็น และการอบรมทางด้านเทคนิคพื้นฐานในการจัดรายการให้กับภาคประชาชน

รูปแบบ เนื้อหา และการนำเสนอรายการ

ส่วนในเรื่องที่สำคัญที่สุด คือ รูปแบบรายการ เนื้อหา ตลอดจนการนำเสนอรายการกลุ่มตัวอย่างสถานีวิทยุชุมชนที่ศึกษา ได้แสดงความคิดเห็นไว้ว่า

“การดำเนินรายการด้วยความเป็นกันเองของผู้ดำเนินรายการกับคนในชุมชน อย่างบางทีคนฟังโทรศัพท์บ่นว่าตนไม่สบายก็สามารถพูดออกอากาศได้ ซึ่งคลื่นวิทยุกระแสหลักอาจจะไม่มีการนำเสนอตรงนี้ เพราะมีความเป็นทางการมากกว่า” (ปราณี ปุกแก้ว, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“ประโยชน์ สิ่งที่วิทยุชุมชนมีจะแตกต่างจากวิทยุคลื่นหลัก คือการส่งข่าวสารกระจายข่าวของชุมชนมีมากกว่า ไม่ต้องมีสปอตโฆษณาร้านค้าเป็นส่วนใหญ่เหมือนวิทยุคลื่นหลัก เพราะวิทยุชุมชนไม่เน้นตรงนี้อยู่แล้วเราจะพูดเกี่ยวกับเรื่องหรือตอบสนองคนในชุมชน” (อุบลเกียรติ รังคน โรจน์, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“วิทยุชุมชนเน้นความเป็นกันเองกับคนฟัง ในรูปแบบรายการที่เป็นเอกลักษณ์ เช่นการไถ่ถามสารทุกข์ มีคำถามหรือข้อสงสัยใดๆก็สอบถามตรงๆ แล้วพอจบรายการก็สามารถโทรศัพท์สอบถามเข้ามาในรายการ แต่คำถามไหนตอบได้เราก็ตอบ แต่ถ้าตอบยังไม่ได้จะไปหาข้อมูลหรือเชิญผู้ที่เกี่ยวข้องมาตอบในวันถัดไป” (บุญส่วน พิณเสนาะ, สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2555)

“เนื้อหาของรูปแบบรายการ สารความรู้ต่างๆ เราต้องหยิบขมมาจากเรื่องราวต่างๆ ในชุมชน มันจะเป็นรูปแบบรายการที่สื่อสารกับคนในชุมชน โดยตรง ตรงนี้น่าจะเป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอที่ดีต่อไปในอนาคตของชุมชน” (แสงเดือน วรรณภา, สัมภาษณ์, 9 กันยายน 2555)

“เนื้อหาของวิทยุชุมชน สามารถพูดคุยกับพี่น้องชาวบ้านได้ อย่างเป็นกันเอง ไม่หยาบคาย คนนั้นสามารถพูด คนนี้สามารถแสดงความคิดเห็น ก็สามารถแสดงได้ แต่ถ้าเป็นวิทยุคลื่นหลักไม่สามารถแสดงได้ บางที่เขาฝากข่าว บางที่บ้านนั้นขึ้นบ้านใหม่ อย่างชุมชนรอบนอกเขาก็ไม่มีบัตรเชิญ ก็สามารถฝากข่าวผ่านทางวิทยุชุมชนได้ บางครั้งคนฟังก็โทรมาคุยกับดีเจ แล้วก็ฝากข่าวได้ คนที่ได้ยินเข้าภาพก็ไม่ต้องเดินทางไปเชิญแล้ว เพราะมีวิทยุชุมชน เพราะในชุมชนไม่

จำเป็นต้องมีบัตรเชิญ ถ้าได้ยื่นจากวิद्यุชุมชนเขาก็มาช่วยกัน” (วิทยา เมทะโว, สัมภาษณ์ 9 กันยายน 2555)

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ดำเนินการสถานีวิทยุชุมชน และกลุ่มผู้ฟังรายการวิทยุชุมชน เห็นว่า รูปแบบ เนื้อหาสาระที่นำเสนอของสถานีวิทยุชุมชน ควรสนองตอบความต้องการทางด้าน ข่าวสารในชีวิตประจำวัน โดยคำนึงถึงประโยชน์ และความสนใจชุมชนเป้าหมายหลัก ควรมีรูปแบบการนำเสนอที่ยืดหยุ่นและหลากหลาย เทคนิค และวิธีการการใช้ โดยในส่วนของรายการ กลุ่มผู้ฟังรายการซึ่งเป็นชาวชุมชนเมืองมีความต้องการการฟังเพื่อความบันเทิงเป็นหลัก ขณะที่ห้องถิ่นรอบนอกส่วนใหญ่ ต้องการรายการสาระความรู้เกี่ยวกับการประกอบอาชีพต่าง ๆ รายการด้านสุขภาพ รายการธรรมะ ไม่น้อยเช่นกัน รูปแบบรายการที่เหมาะสมสำหรับวิทยุชุมชน ควรมีรูปแบบง่ายๆ ไม่ต้องใช้เทคโนโลยีที่ซับซ้อน จนเกินศักยภาพของชุมชน หากเป็นรายการพูดคุย สันทนาการ หรือรายการที่มีการแสดงสดๆ ให้ได้บรรยากาศและสร้างอารมณ์ประทับใจที่ต่างจากรายการของวิทยุหลัก นอกจากนั้นเน้นความแตกต่างที่สำคัญอยู่ที่ประเด็นและเนื้อหาในการจัดรายการ ซึ่งควรเป็นเรื่องที่ใกล้ตัว เกี่ยวกับวิถีชีวิตและภูมิปัญญาของชุมชนเอง โดยแต่ละชุมชนจะแตกต่างกันไป และผู้จัดรายการก็จะเป็นคนในชุมชนเอง ทำให้เกิดความคุ้นเคย ใกล้ชิดสนิทสนม ผู้จัดรายการเข้าถึง ความเป็นอยู่และประเด็นปัญหาในชุมชนอย่างลึกซึ้ง อีกทั้งทำให้ผู้ฟังเองก็กล้าที่จะแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ เกิดเป็นปฏิสัมพันธ์ และเกิดกระบวนการสื่อสารแบบ สร้างสรรค์จนสามารถใช้เป็นเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่ชาวบ้านสามารถมาร่วมกระบวนการคิดหาแนวทางแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชนได้

บทบาทรับผิดชอบของหน่วยงานที่จะเข้ามาดูแล

“น่าจะมีการกระจายอำนาจหน่วยงานที่จะเข้ามาดูแลในส่วนของจังหวัดมากกว่าที่จะรวมกับที่ส่วนกลางเพียงอย่างเดียว ทั้งเทศบาล หรือองค์กรเอกชนในจังหวัด รวมถึงเครือข่ายวิทยุชุมชนด้วยตัวเองให้เข้ามาดูแลร่วมกัน” (ปราณี ปุกแก้ว, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“ปัจจุบันถ้าให้ กสทช. เข้ามาดูแลเพียงอย่างเดียวคิดว่ามันไม่ถูกต้องเพราะวิทยุชุมชนนั้น เป็นของคนในชุมชน เนื้อหาสาระต่างๆ ความเดือดร้อนก็ล้วนมาจากคนในชุมชน ก็น่าจะเอาใน ส่วนของภาคชุมชนเข้าไปดำเนินการตรงนี้ อาจจะเป็นในรูปแบบกรรมการร่วมจะช่วยให้ช่วยตัดสินใจ เพราะส่วนกลางอาจจะไม่ทราบข้อมูลที่แท้จริงในชุมชน” (อุสณีย์ รัตน โรจน์, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“ถ้าในอนาคตอยากให้ชุมชนดูแลกันเอง และหน่วยงานภายนอกในท้องถิ่นเข้ามาดูแลใน ส่วนต่างๆ อย่างราชภัฏก็เข้ามาดูแลในส่วนของผังรายการ การดำเนินรายการ เทศบาลก็เข้ามาดูแล

ในเรื่องความเป็นชุมชนมาแนะนำแนะแนว ส่วนทางด้านเทคนิคก็ให้ทางวิทยาลัยเทคนิคในท้องถิ่น เข้ามาร่วมดูแล” (ถทอง ปันทะวัน, สัมภาษณ์, 12 สิงหาคม 2555)

“ถ้ากสทช. เขาตั้งขึ้นมาเพื่ออะไร หรือมาดูแลวิทยุชุมชนของเรา เขาต้องรับผิดชอบไหม เราต้องถามเขาอีกครั้ง คิดว่าในปัจจุบัน ควรให้กลุ่มที่อยู่ในชุมชนทั้งภาครัฐและเอกชน สถาบันการศึกษาในท้องถิ่นเข้ามาดูแลไปก่อน ส่วนในอนาคตค่อยว่ากันอีกที” (แสงเดือน วรรณ, สัมภาษณ์, 9 กันยายน 2555)

ตารางที่ 4.31 บทบาทรับผิดชอบของหน่วยงานที่จะเข้ามาดูแล

หน่วยงานที่รับผิดชอบ	จำนวนตอบ	ร้อยละ
คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการ โทรทัศน์ และ กิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)	10	62.50
หน่วยงานราชการ วิทยุชุมชน และภาคประชาชน	4	25.00
รับรองกันเองภายในกลุ่ม	2	12.50
รวม	16	100

ลักษณะบทบาทความรับผิดชอบของหน่วยงานที่จะเข้ามาดูแลสถานีวิทยุชุมชน ทั้งการ จัดระเบียบ เนื้อหารายการ การใช้คลื่นความถี่วิทยุกระจายเสียง ณ เวลาปัจจุบัน สถานีวิทยุชุมชน กลุ่มตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 62.50 แสดงความคิดเห็นว่าควรมีการจดทะเบียนสถานีวิทยุชุมชน ที่ออกอากาศอยู่กับคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการ โทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคม แห่งชาติ (กสทช.) เพราะเป็นหน่วยงานหลักที่จะบังคับใช้กฎหมายดูแลสถานีวิทยุชุมชนต่อไปในอนาคต รองลงมาคิดเป็นร้อยละ 25.00 มีความเห็นว่าการจดทะเบียนร่วมกันระหว่างหน่วยงาน ราชการที่เกี่ยวข้อง สถานีวิทยุชุมชน และภาคประชาชน เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ร่วมกันทั้ง 3 ฝ่าย ทั้งภาครัฐ ประชาชน และผู้ประกอบการ ส่วนแนวทางอันดับสุดท้ายคิดเป็น ร้อยละ 12.50 แสดงความคิดเห็นว่าควรมีการรับรองกันเองภายในกลุ่มของสถานีวิทยุชุมชนในแต่ละ ภูมิภาค (ดูตารางที่ 4.31)

ข้อเสนอแนะต่อนโยบายรัฐบาล

จากการศึกษาในประเด็นของวิทยุชุมชนในแต่ละที่ผู้ศึกษาได้รับการสะท้อนความคิดเห็น เกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาลในการดำเนินงานของวิทยุชุมชนในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

“ให้รัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรีบๆดำเนินการ สถานีไหนดำเนินการได้หรือไม่ ก็ให้บอกตอนนี้วิทยุชุมชนส่วนใหญ่กำลังไม่มั่นใจ ไม่ทราบชะตากรรมในการดำเนินงาน” (กมลศิลป์ ระดม,สัมภาษณ์,3 มิถุนายน 2555)

“อยากให้รัฐบาลสนับสนุนวิทยุให้เป็นของชุมชน ปัจจุบันทุกคนก็รอหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะ กสทช.ที่จะมาดำเนินการว่าอันไหนวิทยุชุมชน อันไหนวิทยุธุรกิจ อันไหนใครจะอยู่อันไหนใครจะไป”(ถทอง ปันทะวัน,สัมภาษณ์,12 สิงหาคม 2555)

“น่าจะเร่งให้ กสทช. ทำงานให้เร็วขึ้น ไม่ควรจะอืดอาด ชืดอาดไหนๆ ก็ตั้งมาแล้ว และควรแยกประเภทของวิทยุชุมชนให้เรียบร้อย ไม่ใช่ทำให้วิทยุชุมชนอยู่อย่างไรเสียสภาพ อันไหนวิทยุธุรกิจ อันไหนวิทยุชุมชนต้องแยกให้ชัดเจน” (แสงเดือน วรรณ,สัมภาษณ์,9 กันยายน 2555)

“ที่อยากจะให้มาดำเนินการมากที่สุด คือการจัดสรรคลื่นวิทยุโดยให้วิทยุแต่ละที่ปฏิบัติตามระเบียบ ความแรงของสัญญาณให้เท่ากัน ก็สามารถจัดการดูแลวิทยุชุมชนได้” (วิทยา เมทะโว,สัมภาษณ์,9 กันยายน 2555)

ตารางที่ 4.32 ข้อเสนอแนะต่อนโยบายรัฐบาล

ข้อเสนอแนะ	จำนวนตอบ	ร้อยละ
แยกแยะประเภทวิทยุชุมชนออกจากวิทยุภาคธุรกิจ	16	25.40
รัฐส่งเสริม/สนับสนุน วิทยุชุมชนสามารถดำเนินการได้	15	23.82
กสทช.ดำเนินการโดยเร็ว	13	20.63
สร้างความเข้าใจแนวคิด/หลักการวิทยุชุมชน	10	15.87
อื่นๆ	9	14.28
รวม	63	100.00

สถานีวิทยุชุมชนกลุ่มตัวอย่างต้องการให้รัฐบาลสำรวจสถานภาพ และดำเนินการแยกแยะประเภทวิทยุชุมชนออกจากวิทยุภาคธุรกิจ และวิทยุประเภทอื่นๆ ให้ชัดเจนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 25.40 และความต้องการรองลงมาคือ ต้องการให้รัฐบาลได้ส่งเสริม สนับสนุนให้สถานีวิทยุชุมชนสามารถดำเนินการภายใต้ปรัชญา “วิทยุชุมชน ของชุมชน โดยชุมชน เพื่อชุมชน” คิดเป็นร้อยละ 23.82 ส่วนความต้องการให้องค์กรอิสระ (กสทช.) ได้เร่งเข้ามาดำเนินการตามภาระหน้าที่ตามกฎหมาย คิดเป็นร้อยละ 20.63 และความต้องการให้รัฐบาลสร้างความเข้าใจแนวคิด

หลักการวิเทศชุมชนที่แท้จริงให้กับสังคม คิดเป็นร้อยละ 15.87 ส่วนความต้องการอื่นๆ ได้แก่ การแบ่งคลื่นให้ชัดเจน การจัดตั้งกองทุนวิเทศชุมชน และการเพิ่มกำลังส่งในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 14.28 (ดูตารางที่ 4.32)

