

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การมีส่วนร่วมและความพึงพอใจของเกษตรกรต่อวิทยชุมชนคลื่นเอฟ.เอ็ม. ความถี่ 90.25 เมกะเฮิร์ตซ์ ตำบลป่าสัก อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน” ได้มีการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความกระจ่างซึ่งปัญหา รวมถึงเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัยได้อย่างถูกต้องโดยครอบคลุมเนื้อหาดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารการมีส่วนร่วม

2.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.3 แนวคิด วิทยุชุมชน

2.3.1 วิทยุกระจายเสียงชุมชนในต่างประเทศ

2.3.2 วิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย

2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication)

แนวคิดนี้เป็นแนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนาใน Multiplicity Paradigm

Servaes *et.al.*(1996) อ้างโดยอรวรรณ(2544:20)ที่เกิด จากการวิพากษ์วิจารณ์กระบวนการทัศน์ 2 กระบวนทัศน์ คือ modernization และ dependency paradigm เป็นแนวคิดที่มีการเปลี่ยนแปลงมุมมองของการสื่อสารจากข้างล่างสู่ข้างบน และเปลี่ยนมุมมองความสามารถในการพัฒนาตนเองของชุมชน โดยเพื่อว่ามีแนวคิดและวิธีการพัฒนาที่หลากหลาย ซึ่งแต่ละสังคมสร้างสรรค์ขึ้นมา ซึ่งไม่จำเป็นต้องเหมือนกัน ทั้งความหมาย เป้าหมายและหนทางของการพัฒนา คำว่า “การพัฒนา” ของแต่ละสังคมไม่สามารถกำหนดโดยสังคมอื่นได้ และเพื่อให้เกิดความเข้าใจ multiplicity paradigm มากขึ้น จึงควรทำความเข้าใจกระบวนการทัศน์ซึ่งเป็นที่มาของกระบวนการทัศน์นี้คือ modernization paradigm และ dependency paradigm

Modernization Paradigm

กระบวนการนี้ เป็นกระบวนการพัฒนาความทันสมัยให้แก่สังคมกระบวนการหลักเกือบทั่วโลกในช่วงทศวรรษ 1980 เป็นต้นมา Modernization paradigm มีคุณลักษณะ คือ

1. การพัฒนาเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในแต่ละสังคมอย่างเป็นเส้นตรงแบบขั้นบันได (Unlinear) เมื่อเกิดแล้วมีแต่ก้าวรูดไปข้างหน้า ไม่มีกระบวนการย้อนกลับ (Irreversible)
2. การพัฒนา หมายถึง การแยกแยะทางโครงสร้าง (Structural Differentiation) และการทำหน้าที่ใหม่ ๆ ของสถาบันทางสังคม (Functional Specialization)
3. การพัฒนาเป็นกระบวนการที่มีเป้าหมายเพื่อสร้างการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจด้วยการใช้เทคโนโลยีที่ลงทุนสูง
4. การพัฒนานั้นสามารถถูกกระตุ้นจากปัจจัยภายนอก (External Factors) ปัจจัยภายใน (Endogenous Factors) และจากระดับวิธีการภายใน (Internal Measures) ที่ช่วยสนับสนุนสังคมส่วนที่สมัยใหม่ และสร้างความทันสมัยให้แก่สังคมส่วนที่ยังยึดถือจารีตเดิม

ในกระบวนการทำให้เป็นสมัยใหม่ การสื่อสารเพื่อการพัฒนาเป็นบทบาทเป็นเครื่องมือในการพัฒนา โดยมองกระบวนการสื่อสารว่าเป็นกระบวนการถ่ายทอดสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับ สื่อสารมวลชนจึงถูกนำมาใช้ในการเผยแพร่นโยบายและวิถีปฏิบัติของรัฐและนักพัฒนา เช่น แนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนาของ Rogers (1962) อ้างโดยอรวรรณ(2544:20) ที่เรียกว่า การเผยแพร่นวัตกรรม ซึ่ง Rogers เสนอว่า การถ่ายทอดแนวคิดใหม่ ๆ ไปสู่ประชาชนผ่านทางสื่อมวลชนให้ประสบผลสำเร็จนั้น จำเป็นต้องใช้การสื่อสารสองจังหวะ กล่าวคือ การถ่ายทอดข่าวสารไปยังมวลชนนั้น จะต้องทำการถ่ายทอดไปยังผู้นำความคิดในชุมชนเป็นจังหวะแรกก่อน จากนั้นสารจะได้รับการถ่ายทอดจากผู้นำความคิดผ่านไปยังมวลชนอีกจังหวะหนึ่ง ทั้งนี้เนื่องจากสื่อมวลชนทำหน้าที่เพียงถ่ายทอดและโน้มน้าวด้วยข้อมูลเท่านั้น แต่ในขั้นตัดสินใจและลงมือปฏิบัติจำเป็นต้องอาศัยคำแนะนำและการสนับสนุนจากสื่อบุคคลที่เป็นผู้นำความคิดในชุมชน

แนวความคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนาใน modernization paradigm อีกแนวคิดหนึ่งคือแนวคิดของ Lerner (1958) อ้างโดยอรวรรณ(2544:20) ที่กล่าวว่ากระบวนการเปลี่ยนแปลงสังคมคือการพัฒนาเป็นสังคมทันสมัยนั้น ปัจเจกบุคคลต้องเปลี่ยนแปลงทัศนคติและค่านิยมมาเป็นคนทันสมัยด้วย หรือแนวคิดของ Schramm (1964) อ้างโดยอรวรรณ(2544:21) ที่นำเสนอบทบาทของสื่อมวลชนที่มีต่อการพัฒนาว่า สื่อมวลชนสมัยใหม่มีบทบาทที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมไปสู่สังคมทันสมัย

การสื่อสารเพื่อการพัฒนาตามกระบวนการทันสมัย modernization ได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ว่าเป็นต้นเหตุของปัญหาต่าง ๆ เช่น ปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ปัญหาสิ่งแวดล้อม

เลียมโทรม องค์การยูเนสโก ประกาศว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจในประเทศโลกที่สามนั้นมีสาเหตุเนื่องมาจาก รูปแบบ แนวคิด และวิธีการทำงานในการพัฒนา เป็นการนำเข้าจากภายนอก และส่งผ่านจากบนสู่ล่าง ซึ่งละเลยความสำคัญของประชาชนที่เกี่ยวข้อง กระบวนทัศน์ที่มีเนื้อหาต่อต้านกระบวนทัศน์ modernization โดยตรงคือ dependency paradigm

Dependency Paradigm

กระบวนทัศน์นี้มีแนวคิดว่าการพัฒนาตาม modernization paradigm นั้น เป็นกระบวนการนำเอาประเทศโลกที่สาม ไปพึ่งพาขึ้นต่อประเทศตะวันตกที่พัฒนาแล้ว ข้อเสนอของ dependency paradigm ได้แก่

1. การวิเคราะห์กระบวนการพัฒนาจะต้องแยกความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่พัฒนาแล้ว ที่เรียกว่า ประเทศศูนย์กลาง และประเทศด้อยพัฒนาที่เรียกว่าประเทศรอบนอก
2. อุปสรรคสำคัญที่ขัดขวางการพัฒนาของประเทศด้อยพัฒนา คือปัจจัยภายนอก ได้แก่ ความสัมพันธ์ที่พึ่งพาและเอาเปรียบของประเทศศูนย์กลาง
3. เนื่องจากการกดขี่ความมั่งคั่งจากประเทศรอบนอก ไปหล่อเลี้ยงประเทศศูนย์กลาง ดังนั้น ความเจริญก้าวหน้าของประเทศที่พัฒนาแล้วจึงมาจากความด้อยพัฒนาของประเทศรอบนอกนั่นเอง
4. ประเทศรอบนอกจำเป็นต้องตัดขาดตนเองออกจากระบบตลาดโลก และมีนโยบายพึ่งตนเอง

การสื่อสารเพื่อการพัฒนาในกระบวนทัศน์ dependency paradigm มักหมายถึง cultural imperialism ที่ศึกษาจักรวรรดินิยมหรือความครอบงำทางวัฒนธรรม และพบว่า เกิดความไม่เท่าเทียมกันในการไหลเวียนข่าวสารระหว่างประเทศศูนย์กลางที่พัฒนาแล้วกับประเทศรอบนอกที่กำลังพัฒนา โดยมีแต่ข่าวสารจากประเทศศูนย์กลางเท่านั้นที่ไหลไปสู่ประเทศรอบนอก และกลายเป็นอุปสรรคปิดกั้นมิให้มีการไหลเวียนข่าวสารระหว่างประเทศด้อยพัฒนาด้วยกัน

จะเห็นได้ว่า กระบวนทัศน์ modernization กับกระบวนทัศน์ dependency แม้ว่าจะมีลักษณะขัดแย้งกัน แต่กระบวนทัศน์ทั้งสองยังคงเน้นว่า การพัฒนา คือ การสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และใช้มิติเชิงปริมาณเป็นแนวทางหลักในการศึกษา รูปแบบ การสื่อสารเพื่อการพัฒนา ยังคงมีลักษณะเป็นแนวคิด มีลักษณะครอบงำจากบนลงล่าง ทิศทางการไหลของข่าวสารแบบทางเดียว แตกต่างจากแนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมใน multiplicity paradigm ที่มีรูปแบบการสื่อสารจากด้านล่างสู่ด้านบน มีทิศทางการไหลของข่าวสารแบบสองทาง เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนผู้เป็นเป้าหมายของการพัฒนา

Multiplicity Paradigm

กระบวนการทัศน์นี้เชื่อว่า มีแนวคิดและวิธีการพัฒนาที่หลากหลาย ซึ่งแต่ละสังคมสร้างขึ้นซึ่งไม่จำเป็นต้องเหมือนกัน การพัฒนาไม่จำเป็นต้องมีกระบวนการทัศน์เดียวที่ใช้กันอย่างเป็นสากลทั่วโลก แต่ละสังคมอาจมีกระบวนการทัศน์เฉพาะของตนเอง ขึ้นอยู่กับระบบนิเวศน์ และวัฒนธรรมของสังคมนั้น ๆ ที่มีประวัติความเป็นมาและภูมิหลังทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน ลักษณะสำคัญของ multiplicity paradigm ได้แก่

1. ประเทศทั้งหลายในโลกนี้จำเป็นต้องพึ่งพากันไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง ดังนั้น ปัจจัยทั้งภายในและภายนอกจึงน่าจะเป็นสาเหตุร่วมกันในกระบวนการพัฒนา
2. การศึกษาเรื่องการพัฒนาของประเทศใด จำเป็นต้องศึกษาการพัฒนาของประเทศนั้นท่ามกลางบริบทของสังคมโลก ไม่ว่าจะมีความสัมพันธ์ระหว่างประเทศศูนย์กลางกับประเทศรอบนอก หรือความสัมพันธ์ภายในของแต่ละประเทศ
3. แนวทางการศึกษาการพัฒนานั้น ควรให้ความสนใจกับเนื้อหาของการพัฒนาให้มากกว่าความสนใจรูปแบบของการพัฒนา
4. ไม่มีแบบจำลองสากลสำหรับการพัฒนา แต่ละสังคมต้องพัฒนากลยุทธ์การพัฒนาสำหรับตนเองขึ้นมา

Multiplicity paradigm จึงเป็นการเปลี่ยนแปลงแนวคิดเรื่องการพัฒนาและการสื่อสารดังนี้

1. เปลี่ยนแปลงวิธีมองการพัฒนาการสื่อสาร ในลักษณะที่เป็นปฏิฐานนิยม (Positivist Instrumentalist) ซึ่งใช้บ่งชี้การพัฒนาหรือดัชนีเชิงปริมาณ (Quantifiable Indicators) มาเป็นแนวทัศนะแบบปทัสถาน (Normative Standpoint) ที่มองว่า การพัฒนาเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการวางมาตรฐานบางอย่างให้แก่สังคมและชีวิตมนุษย์ โดยเน้นวิธีดำเนินการและวิธีการศึกษาที่มีลักษณะเชิงคุณภาพและเชิงโครงสร้าง (Qualitative and Structuralism methods)
2. เปลี่ยนแปลงวิธีการใช้คำนิยามการพัฒนาที่เคยกำหนดเป้าหมายของการพัฒนาเอาไว้อย่างเป็นสากล และสามารถคาดเดาล่วงหน้าได้ว่า จุดหมายปลายทางของแต่ละสังคมคืออะไร เปลี่ยนเป็นการให้คำนิยามใหม่ว่าการพัฒนามีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมของแต่ละสังคม ซึ่งมีจุดหมายปลายทางและทิศทางที่แตกต่างกันอย่างไม่อาจคาดเดาอนาคตได้
3. เปลี่ยนแปลงจากความเข้าใจด้านการพัฒนาตามแบบอย่างตะวันตกมาเป็นแนวทางการพัฒนาที่อิงบริบทและมีศูนย์กลางได้หลายแบบ
4. เปลี่ยนแปลงจากการเน้นเฉพาะปัจจัยภายในสังคม (Endogenism) มาสู่การให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอกสังคม (Exogenism) และปัจจัยในสังคมนระดับโลก (Globalism)

5. เปลี่ยนแปลงหน่วยการวิเคราะห์ที่เคยใช้หน่วยระดับชาติ หรือระดับสากล มาเป็นการผสมผสานระหว่างหลายหน่วยการวิเคราะห์หลายระดับ
6. เปลี่ยนแปลงจากการเน้นหนักการพัฒนา ในทางเศรษฐกิจมาสู่แนวทางการพัฒนาที่หลากหลาย
7. เปลี่ยนแปลงวิธีการศึกษาที่มีลักษณะแยกส่วน (Segmentary) มาสู่การศึกษาแบบองค์รวม (Holistic) และถือเอาปัญหาของชุมชนเป็นตัวตั้ง
8. เปลี่ยนแปลงจากกลยุทธ์แบบบูรณาการปฏิรูปและทางเลือกแนวปฏิบัติ (Integrationist Reformist Strategy and Revolutionary Options) มาสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างและเป็นระดับนโยบาย

การสื่อสารเพื่อการพัฒนาในกระบวนทัศน์ Multiplicity Paradigm มีเป้าหมายเพื่อเพิ่มอำนาจให้แก่ประชาชนในการคิดอย่างเป็นอิสระ ส่งเสริมความเสมอภาคในชุมชน เป็นการพัฒนาแบบกระจายอำนาจ (Decentralization) และพยายามถ่วงดุลอำนาจระหว่างการสะสมทุนกับการเคลื่อนไหวประชาชนทางด้านการเมืองสังคมและเพิ่มความเป็นชุมชน โดยมีกลยุทธ์พื้นฐานที่ตั้งอยู่บนหลักการของความเข้มแข็งของชุมชน ขอบเขตของการสื่อสารขยายจากสื่อมวลชนออกไปสู่การสื่อสารระหว่างบุคคล สื่อประเพณี สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล ที่ถูกนำมาใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการการสื่อสารของชุมชน โดยสื่อทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวก (Facilitator role) ด้านข่าวสารทุกประเภทจากทุกแหล่งข่าวให้แก่ชุมชน การค้นคว้าวิจัยด้านการสื่อสารในกระบวนทัศน์ใหม่นี้มักใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นการวิจัยที่มีลักษณะเสมอภาคกันระหว่างผู้วิจัยกับผู้ถูกวิจัยมากขึ้น และเป็นวิธีการวิจัยที่ให้คำตอบเรื่องกระบวนการแตกต่างจากการวิจัยเชิงปริมาณซึ่งมักให้คำตอบเรื่องผลลัพธ์

หลักการพื้นฐานที่สำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมี 2 ประเภทใหญ่ คือ (1) คำกล่าวของ Paulo (1996) อ้างโดยอรวรรณ(2544:25) ที่ยืนยันว่า ประชาชนที่อยู่ภายใต้อำนาจรัฐจะต้องได้รับการปฏิบัติในฐานะบุคคลในทุกกระบวนการทางการเมือง ประชาชนทุกคนตั้งแต่ระดับบุคคลถึงหมู่คณะมีสิทธิที่จะพูด ดังนั้น แนวคิดนี้จึงเน้นการฟังสิ่งที่ชาวบ้านพูด ยอมรับทัศนคติและเชื่อในความสามารถของประชาชน นั่นคือมีความเชื่อว่า ในชุมชนนั้นไม่ว่าอย่างไร หากแต่บรรลุไว้ด้วยพลังความสามารถ พลังภูมิปัญญา พลังสร้างสรรค์ที่จะแก้ปัญหาชุมชนของตน หลักการที่ (2) ได้แก่ คำประกาศของยูเนสโกจากการประชุมที่กรุงเบลเกรด ประเทศยูโกสลาเวีย เมื่อปี ค.ศ. 1977 ที่ว่าการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมหมายถึง

1. การเข้าถึงสื่อ (Access) หมายถึง การใช้สื่อเพื่อให้บริการแก่สาธารณชนโดยเปิดโอกาสให้ประชาชนเลือกรายการที่จะเกี่ยวข้องกับตนเองได้อย่างหลากหลาย และมีวิธีการที่จะให้

ประชาชนได้ตอบกลับหรือแสดงความต้องการในวิธีการจัดการการผลิตรายการหลากหลายวิธี (Demands to production organizations)

2. การมีส่วนร่วม (Participation) ประชาชนมีส่วนร่วมมากขึ้นในระบบการสื่อสาร ทั้งการมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิต การบริหารจัดการ และการวางแผนระบบการสื่อสาร

3. การมีส่วนร่วมที่สำคัญยิ่งกว่าการแสดงความคิดเห็น และการให้คำปรึกษา คือการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจหรือการจัดการด้วยตนเอง ซึ่งเป็นรูปแบบของการมีส่วนร่วมในระดับสูงสุด โดยประชาชนมีอำนาจในการตัดสินใจตั้งแต่เริ่มคิด วางแผน กำหนดนโยบาย การบริหาร และการผลิตสื่อด้วยตนเอง

ในหลักการของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของยูเนสโกดังกล่าว การมีส่วนร่วมในระดับเข้าถึงสื่อ (Access) นั้น มีความเป็นไปได้ แต่ในระดับของการบริหารจัดการด้วยตนเอง อาจต้องกระทำอย่างค่อยเป็นค่อยไป อย่างไรก็ตามยูเนสโกได้มุ่งประเด็นสำคัญไปที่สถาบันโดยยกตัวอย่างวิทยุชุมชนว่าเป็นสถานีวิทยุที่มีการบริหารจัดการตนเองโดยประชาชนที่เข้ามามีส่วนร่วม

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมให้ความสนใจกับกระบวนการและบริบทเพิ่มมากขึ้นหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การเปลี่ยนจากการให้ความสำคัญที่ผู้ทำการสื่อสารมาสู่การให้ชุมชนเป็นศูนย์กลาง นักพัฒนาจะเป็นผู้ตอบสนองมากกว่าผู้ออกคำสั่ง โดยเป็นการสื่อสารแบบสองทางที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีปฏิริยาโต้ตอบกันอยู่ตลอดเวลา และเป็นกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในสังคมทุกระดับ กลยุทธ์ทางการสื่อสารจึงขึ้นอยู่กับหลักการของที่เชื่อมโยงกันระหว่างการสื่อสาร สันติภาพ ความเป็นประชาธิปไตย และการพัฒนาแบบขนานแท้ (Authentic development)

เพื่อให้เห็นภาพความแตกต่างอย่างชัดเจนระหว่างกระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในกระบวนการทัศน์ modernization และกระบวนการทัศน์ dependency ที่เป็นระบบครอบงำจากบนลงล่าง (Dominant Top to Bottom) กับการสื่อสารเพื่อการพัฒนาใน multiplicity paradigm ที่มีความไม่เป็นเพียงหนึ่งหรือความมีมากกว่าหนึ่งวิธี โดยมีทิศทางการไหลของข่าวสารจากล่างสู่บน (Pluralism Bottom to Top) จึงได้แสดงเปรียบเทียบทั้งองค์ประกอบของการพัฒนาและการสื่อสารในกระบวนการทัศน์ดังกล่าวในตารางที่ 1

ตัวอย่างการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในรูปแบบของวิทยุชุมชนได้แก่ งานวิจัยของ Peruzzo (1996) อ้างโดยอรรณ(2544:25) ที่ศึกษารายการวิทยุชุมชน Sao Pedro's Popular Radio ซึ่งตั้งอยู่ในตำบลหนึ่งของ Sao Pedro เมือง Victoria เมืองหลวงของรัฐ Espirito Santo ประเทศบราซิล ซึ่งเดิมทีวิทยุชุมชนยังไม่เป็นที่คุ้นเคยของคนในชุมชนมากนักและการมีส่วนร่วมของประชาชนไม่สามารถจะเป็นไปได้เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการดำเนินการสูงและมีความพยายามควบคุมอย่างมากของหน่วยงานรัฐบาล

กาญจนา และคณะ(2543:52-61) ได้กล่าวถึงการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ในประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ในระดับของชุมชนเป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมน่าจะมีดังต่อไปนี้

- (i) เพื่อกระตุ้นให้ชุมชนมองเห็นคุณค่าของตนเอง เช่น การนำเอาภูมิปัญญาของชาวบ้านมาเผยแพร่ในวงกว้าง
- (ii) เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับชาวบ้านที่เข้ามามีส่วนร่วม และเพื่อให้เห็นคุณค่าความคิดและความเชื่อของเขา
- (iii) เพื่อพิสูจน์ความเชื่อของชุมชนที่เคยคิดว่าตนเองไม่สามารถใช้เทคโนโลยีใหม่ที่ซับซ้อนได้ การเข้าร่วมฝึกฝนอบรมการผลิตสื่อ จะพิสูจน์ให้ชาวบ้านเห็นว่าพวกเขาสามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ได้หากมีโอกาส
- (iv) เพื่อสร้างทักษะในการสร้างสื่อให้กับชุมชน เพื่อเป็นช่องทางที่ชุมชนจะส่งข่าวสารออกไปจากจุดยืน มุมมองและทัศนระของตนเอง
- (v) เพื่อให้ชุมชนได้แสดงความรู้สึก ปัญหา วิธีการวิเคราะห์ปัญหา รวมทั้งวิธีการแก้ปัญหาจากทัศนะของชุมชน
- (vi) ผลจากการสื่อสารของชุมชนที่อาจจะเกิดจากการริเริ่มของบางส่วนเลี้ยวของชุมชนหรือจากชุมชนใดชุมชนหนึ่ง จะช่วยยกระดับความมีสติและความรับผิดชอบให้กับทั้งชุมชนหรือชุมชนอื่น ๆ เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น
- (vii) เนื่องจากเนื้อหาของสื่อสารชุมชนนั้น จะเน้นเรื่องราวที่มีสาระประโยชน์ต่อชีวิตชุมชนเอง ดังนั้น สื่อประเภทนี้จึงช่วยเพิ่มสัดส่วนของการสร้างสื่อที่มีสาระให้แก่ชุมชนให้มีปริมาณเพิ่มมากขึ้นเพื่อถ่วงดุลกับการสื่อสารที่มุ่งเน้นแต่ความบันเทิงและการหลีกเลี่ยงปัญหา (Escapist) ที่สื่อจากภายนอกอัดฉีดเข้าไปในชุมชน

การมีส่วนร่วมในองค์ประกอบของการสื่อสาร

ปัจจัยที่จะเข้ามามีส่วนกำหนดระดับความมากน้อยของการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของการสื่อสารดังนี้

- (i) เป้าหมายของการสื่อสาร ได้กำหนดให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในระดับใด เช่น ในระดับเข้าร่วมร่วมแสดง ระดับเป็นผู้รับสารที่คอยป้อนปฏิกิริยาป้อนกลับ (Feedback) ระดับวางนโยบาย ฯลฯ
- (ii) ลักษณะสองทางและ interactivity ของการสื่อสาร ยิ่งการสื่อสารที่เอื้ออำนวยให้มีลักษณะตอบโต้กันอยู่ตลอดเวลามากขึ้นเท่าใด โอกาสที่ชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วมก็ยิ่งจะมีมากขึ้นเท่านั้น
- (iii) ใครคือผู้ส่งสาร ในชุมชนเองโอกาสที่คนส่วนใหญ่จะได้เข้ามาเป็นผู้ส่งสารมีมากน้อยและทั่วถึงหรือไม่ หรือเมื่อเปรียบเทียบระหว่างนักสื่อสารมวลชนอาชีพ เจ้าหน้าที่รัฐและชาวบ้าน สัดส่วนที่จะได้เป็นผู้ส่งสารเป็นอย่างไรบ้าง
- (iv) ประเภทของเนื้อหาสาร เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสภาพความเป็นจริงของชุมชนหรือเปล่า ตัวอย่างเช่น ปัจจุบันนี้ แม้ในโทรทัศน์จะมีรายการประเภทวิเคราะห์ข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน แต่ทว่า เนื้อหาทั้งหมดยังคงเป็น “วาระแห่งชาติ” เป็นส่วนใหญ่ โอกาสที่ประเด็นท้องถิ่นจะได้เข้าไปเป็นเนื้อหาในสื่อมวลชนยังมีอยู่น้อย นอกจากนั้นวิธีการนำเสนอเนื้อหา หากมีลักษณะของการสนทนาแลกเปลี่ยนทัศนะซึ่งกันและกัน (Dialogue) แสวงหาความร่วมมือจากหลายฝ่าย (Collaboration) และก่อให้เกิดการตัดสินใจโดยกลุ่ม (Group Decision-Making) ก็จะยิ่งทำให้การมีส่วนร่วมมีโอกาสมากขึ้น
- (v) ประเภทของช่องทาง/สื่อ โดยหลักการทั่วไปแล้ว สื่อขนาดเล็กเช่นสื่อเฉพาะกิจจะเป็นโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมได้มากกว่าสื่อมวลชน สื่อที่ชาวบ้านคุ้นเคยเช่นสื่อประเพณีจะเอื้ออำนวยให้ชาวบ้านเข้าร่วมได้ง่ายกว่าสื่อสมัยใหม่ที่แปลกหน้าอย่างไรก็ตาม ก็ได้หมายความว่าถึงการปิดโอกาสโดยสิ้นเชิงสำหรับสื่อสมัยใหม่หรือสื่อที่มีขนาดใหญ่ เช่น สื่อมวลชนเพียงแต่มีข้อพึงตระหนักถึงความยากง่ายในการเข้ามีส่วนร่วมของสื่อประเภทต่าง ๆ และการค้นคิดสร้างสรรค์กิจกรรมและช่องทางแบบใหม่ที่จะอำนวยความสะดวกในการเข้ามีส่วนร่วมของประชาชน
- (vi) ผู้รับสารและการมีปฏิกิริยาป้อนกลับ (Feedback) สำหรับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้นจะมีความเชื่อพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสารที่แตกต่างไปจากการสื่อสารเพื่อการพัฒนากระแสหลักโดยสิ้นเชิง กล่าวคือ กระบวนทัศน์ใหม่นี้จะเชื่อว่า ผู้รับ

สารนั้นมิใช่ผู้ที่วางแปลนและไม่รู้อะไรเลยเกี่ยวกับเนื้อหาสารที่จะสื่อไป หากแต่ความรู้ที่ผู้รับสารมีนั้น อาจจะเป็นความรู้คนละชุดที่แตกต่างจากที่ผู้ส่งคาดคิดเอาไว้ ไม่ว่าชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วมกับการสื่อสารในระดับใดก็ตาม การจัดช่องทางสำหรับปฏิบัติการป้อนกลับก็เป็นปัจจัยที่จำเป็นอย่างขาดไม่ได้ของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

ระดับการมีส่วนร่วม

ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนแบ่งได้ 3 ระดับ โดยเรียงลำดับจากระดับที่น้อยที่สุดไปจนถึงมากที่สุดดังนี้

- (ก) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร/ผู้ใช้สาร (Audience/Receiver/Users)
- (ข) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง/ผู้ผลิต/ผู้ร่วมผลิต/ผู้ร่วมแสดง (Sender/Produce/Co-producer/Performance)
- (ค) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย (Policy Maker/Planner)

การมีส่วนร่วมในแต่ละระดับจะเรียกรื่องประเภทของกิจกรรมและเงื่อนไขต่าง ๆ แตกต่างกันในรายละเอียดดังนี้

(ก) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร/ผู้ใช้สาร

เป็นขั้นตอนของการมีส่วนร่วมในระดับล่างที่สุด ที่ผู้รับสารก็ยังคงมีฐานะเป็นเพียงผู้รับสารแต่เพียงอย่างเดียว แต่สิ่งที่จะเปลี่ยนแปลงไปสำหรับฐานะของผู้รับสารในการสื่อสารชุมชนแบบมีส่วนร่วมก็คือ

(i) ต้องมีการขยายแนวคิดของผู้รับสารให้ตระหนักถึงสิทธิที่จะรู้ของตน (Right to Know/Right to be Informed) และนอกจากนั้น สิทธินี้ยังขยายไปถึงสิทธิที่จะบอกเล่าข้อมูลข่าวสารของตนต่อสาธารณะด้วย (Right to Inform)

(ii) จะต้องสร้างหลักประกันในการมีส่วนร่วมของผู้รับสารทั้งในช่วงขาเข้า (Input) และช่วงขาออก (Output) เช่น ในช่วงนำเข้าข้อมูล จะต้องมี การสำรวจว่ามีช่องทางข่าวสารอะไรบ้างสำหรับชุมชน โอกาสในการเข้าถึงเป็นอย่างไร เนื้อหาของข่าวสารนั้นเกี่ยวข้องกับชุมชนหรือเปล่า และมีรูปแบบการนำเสนอในลักษณะอย่างไร (ตามเกณฑ์ของการสื่อสารชุมชนที่ได้กล่าวข้างต้น) ในช่วงของการส่งข้อมูลออกจากชุมชนก็เช่นกัน

(iii) ปัจจัยสำคัญของการมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร ก็คือ ช่องทางข่าวสาร (Channel) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบางช่วงเวลาที่ เป็นช่วงระยะเวลาสำคัญของชุมชน ตัวอย่างเช่น เมื่อมีการนิรโทษกรรมหรือการทำประชาพิจารณ์ในต่างจังหวัดและมีการถ่ายทอดการดังกล่าว

ผ่านสื่อมวลชนจะต้องมีการสำรวจว่า มีช่องทางอะไรบ้างที่ประชาชนในบริเวณดังกล่าวจะได้รับ-
ส่งข่าวสารอย่างทั่วถึง ในกรณีเช่นนี้ มาตรการการเพิ่มช่องทางการสื่อสาร (Addition of
Channel) เป็นสิ่งที่จำเป็น

(ข) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง/ผู้ผลิต/ผู้ร่วมผลิต/ผู้ร่วมแสดง

เป็นขั้นตอนของการมีส่วนร่วม ในระดับที่สูงขึ้นมาและจำเป็นต้องสร้าง
เงื่อนไขใหม่ ๆ เพิ่มเติมหรือต้องมีการปฏิรูปเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเก่า ๆ ที่มีอยู่ การเข้ามามีส่วน
ร่วมในฐานะผู้ผลิตหรือ ผู้ร่วมผลิตนั้น ยังแบ่งออกได้เป็นหลายขั้นตอนตามหลักแนวคิดของการ
ผลิตสื่อ คือ

(i) **ขั้นก่อนการผลิต (Pre-Production Stage)** อันได้แก่ ขั้นตอนการเตรียมการ
ก่อนการผลิตสื่อ กิจกรรมในขั้นตอนนี้จะประกอบด้วย การเลือกประเด็นหัวข้อ การเลือกแง่มุมที่
จะนำเสนอ การรวบรวมข้อเท็จจริงที่จะนำมาใช้เป็นวัตถุดิบ การเขียนบทแบบต่าง ๆ การคัดเลือก
ฉากและตัวแสดง ฯลฯ

(ii) **ขั้นการผลิต (Production Stage)** ได้แก่ขั้นตอนของการลงมือผลิต เช่น การ
เข้าห้องจัดรายการในกรณีของวิทยุ การลงมือถ่ายทำในกรณีของวิดีโอ โทรทัศน์/ภาพยนตร์ ฯลฯ

(iii) **ขั้นหลังการผลิต (PostProduction Stage)** ได้แก่ ขั้นตอนหลังการถ่ายทำ
เสร็จแล้ว ก็ต้องมีการตัดต่อ การอัดเสียงประกอบ การเพิ่มเติมด้านเทคนิคต่าง ๆ ฯลฯ

(ค) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย

การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบายนั้น ถือว่าเป็นรูปแบบ
สูงสุดของการมีส่วนร่วม และดังที่ได้สังเกตเห็นว่า ยิ่งระดับของการมีส่วนร่วมสูงขึ้นมาเท่าใด
สัดส่วนของชุมชนที่จะเข้ามามีส่วนร่วมได้ก็จะเล็กลง กล่าวคือ ในระดับของผู้รับสาร คนใน
ชุมชนทุกคนสามารถมีส่วนร่วมได้ แต่เมื่อขึ้นมาถึงขั้นการผลิต ก็อาจจะมีคนบางกลุ่มในชุมชน
เท่านั้นที่จะเข้ามามีส่วนร่วมจนกระทั่งถึงขั้นตอนสุดท้ายคือ ระดับการวางแผนและนโยบายนี้ ก็คง
มีตัวแทนบางคนเท่านั้นจากชุมชนที่จะเข้ามาดำเนินกิจกรรมในระดับนี้

การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบายการใช้สื่อของชุมชนนั้น
หมายถึงการวางแผนและนโยบายดำเนินการใช้สื่อที่รวมเอาชุมชนเข้ามาอยู่ในโครงสร้างการ
สื่อสารของชุมชน กล่าวในระดับกว้างอาจจะหมายความถึงการวางแผนและกำหนดนโยบายของ
การสื่อสารทุกประเภทที่มีอยู่ในชุมชน ส่วนในระดับที่แคบลงมาอาจจะหมายถึงการมีส่วนร่วมใน
การกำหนดแผนและนโยบายของสื่อบางประเภทที่จะเข้ามาในชุมชน

ตัวอย่างการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในรูปแบบของวิทยุชุมชนได้แก่ งานวิจัยของ Peruzzo (1996) อ้างโดยอรรถ(2544:30) ที่ศึกษารายการวิทยุชุมชน Saw Pedro's Popular Radio ซึ่งตั้งอยู่ในตำบลหนึ่งของ Sao Pedro เมือง Victoria เมืองหลวงของรัฐ Espirito Santo ประเทศบราซิล ซึ่งเดิมทีวิทยุชุมชนยังไม่เป็นที่คุ้นเคยของคนในชุมชนมากนักและการมีส่วนร่วมของประชาชนไม่สามารถจะเป็นไปได้เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการดำเนินการสูงและมีความพยายามควบคุมอย่างมากของหน่วยงานรัฐบาล

	ระบบครอบงำ (dominant) จากบนลงล่าง	ระบบพหุนิยม (pluralism) จากล่างสู่บน
แหล่งสาร	ชนชั้นปกครอง หรือกลุ่มชนชั้นสูง	การแข่งขันอย่างเสรี กลุ่มบุคคลที่ให้ความสนใจ คนทุกกลุ่มในสังคม
สื่อ	อยู่ภายใต้การผูกขาดเป็นเจ้าของกลุ่มเล็ก ๆ ไม่กี่กลุ่ม / มีรูปแบบเดียว	มีรูปแบบหลากหลายและเป็นอิสระซึ่งกันและกัน
โครงสร้าง	มีลำดับชั้นหรือตามอำเภอใจ	เป็นการสื่อสารแนวนอน มีลักษณะเสมอภาค
การผลิต	ตามมาตรฐานที่ชนชั้นปกครองกำหนด กระทำเป็นกิจวัตร ถูกควบคุมในทุกขั้นตอนการผลิต	ผู้ผลิตสามารถสร้างสรรค์ได้อย่างอิสระ
เนื้อหาและอุดมการณ์	ผ่านการคัดเลือกและตัดสินใจจากเบื้องบน	มีเนื้อหาหลากหลาย เป็นการตัดสินใจจากข้างล่าง
ผู้รับสาร	มีความเฉื่อยชา (passive) สามารถถูกทำให้มีทัศนคติทางเดียวกันหมด	มีสิทธิเลือกทำ (active) และมีปฏิกิริยาตอบโต้ มีความแตกต่างระหว่างกลุ่มต่าง ๆ

ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบรูปแบบการสื่อสารระหว่างระบบครอบงำ (Dominance) กับระบบพหุนิยม pluralism

ประชาชนในชุมชนที่มีการดำเนินการวิทยุชุมชนดังกล่าวมีรายได้ต่ำ มาตรฐานการดำเนินชีวิตด้านที่อยู่ต่ำมาก ในบริบททางสังคมดังกล่าว ระบบกระจายข่าว ของ Sao Pedro's popular radio ได้เริ่มดำเนินการกระจายเสียงเป็นเวลา 2 ชั่วโมง ทุกวันเสาร์ โดยรายการเริ่มต้น

ประกอบด้วยคนตรี การทำนายโชคชะตา การแข่งขัน การแสดงความคิดเห็น การร้องเรียน และ รายงานข่าว ซึ่งเนื้อหาสาระของรายการส่วนใหญ่เกี่ยวกับชุมชน

จุดเริ่มต้นของการดำเนินการสถานีวิทยุเริ่มจากการอภิปรายเกี่ยวกับความต้องการแนวทางปฏิบัติที่เป็นไปได้ และวัตถุประสงค์ของระบบการสื่อสาร โดยเป็นการอภิปราย ในกลุ่มผู้อยู่อาศัย ในชุมชน ได้แก่ ผู้นำชุมชน พรรคการเมืองฝ่ายซ้าย โดยในระยะเริ่มต้น กลุ่มผู้นำเหล่านี้ได้รับความช่วยเหลือจากมืออาชีพด้านวิทยุและอาจารย์จากมหาวิทยาลัย การกระจายเสียงเริ่มดำเนินการได้ โดยความอุปถัมภ์ขององค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) 2 กลุ่ม ในปี ค.ศ. 1986 จึงพบว่ามีการรับฟังรายการประมาณ 5,000 คน

การวิเคราะห์การมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิต การวางแผน และการบริหารจัดการด้านการสื่อสารแบ่งออกเป็น 2 แนวทางคือ (1) ความร่วมมือกันของทีมงาน (2) การมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวางของชุมชน โดยเป็นการวิเคราะห์การดำเนินงานในระหว่างปี ค.ศ. 1966 ถึงปี ค.ศ. 1990 และแบ่งเป็น 2 ช่วงคือ ช่วงเริ่มดำเนินการ เดือนธันวาคม 1988 และมกราคม 1989 – 1990

การศึกษาวิเคราะห์ดังกล่าวพบว่า ช่วงแรก สถานีวิทยุมีการปฏิบัติอย่างประชาธิปไตย ผู้เข้าร่วมมีการประชุมเพื่อประเมินผล วางแผนงานและแจกจ่ายงานสัปดาห์ละครั้ง สมาชิกทุกคนคือผู้อยู่อาศัยในชุมชน และมีส่วนร่วมในการอภิปรายและตัดสินใจเกี่ยวกับสิ่งที่พบและวิธีปฏิบัติ อย่างไรก็ตาม กลุ่มคนที่เข้ามามีส่วนร่วมคือ คนที่ผู้นำชุมชนเชิญเข้ามา มิได้ถูกเลือกโดยองค์กรประชาชน

ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า การมีส่วนร่วมในช่วงแรกเป็นการมีส่วนร่วมอย่างมีประสิทธิภาพของทีมทั้งการผลิตรายการ การวางแผน และการจัดการ แม้ว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างกว้างขวางจะถูกจำกัดที่ระดับของสาร กล่าวคือ ไม่มีช่องทางให้คนในชุมชนส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในการผลิต และการวางแผนรายการ ชุมชนไม่มีส่วนร่วมในการควบคุมรายการ สมาชิกที่มีส่วนร่วมดำเนินการแม้ว่าจะเป็นคนในชุมชน แต่ก็มีความเป็นอิสระ เมื่อระยะเวลาผ่านไป สมาชิกที่เข้าร่วมส่วนใหญ่ลาออกไป สมาชิกใหม่ที่เข้ามาก็มาจากการเชิญของสมาชิกเก่าที่คงอยู่

ในช่วงที่สอง การมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวางของชุมชนและเสรีภาพในทีมงานลดน้อยลง การประชุมสัปดาห์ละครั้งค่อย ๆ น้อยลง และหายไปในที่สุด จนในที่สุด รายการที่ออกอากาศปราศจากการวางแผน สมาชิกใหม่ที่เข้ามามีส่วนร่วมในทีมเป็นเด็กนักเรียนอายุ 7 – 16 ปีขึ้นไป ซึ่งไม่ผ่านการฝึกมาอย่างเพียงพอ มีผลให้คุณภาพของรายการลดลงและให้ความสนใจกับการออกอากาศมากกว่างานด้านชุมชน สารที่ได้รับการออกอากาศเป็นการเลือกและตัดสินใจโดยผู้นำที่เป็นหัวหน้าพรรคการเมืองฝ่ายซ้าย เช่น สุนทรพจน์ของผู้นำที่ออกอากาศโดยไม่มี การวางแผนมาก่อน

ดังนั้น การดำเนินการของวิทยุชุมชนดังกล่าวจึงไม่ได้เป็นการมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวางของคนในชุมชน ทั้งการออกแบบสาร การผลิต การวางแผน และการจัดการ การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนมีบ้างเมื่อสารนั้นเกี่ยวข้องกับชุมชน

จากงานวิจัยดังกล่าวจะเห็นได้ว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมทางวิทยุชุมชนมีทางเป็นไปได้ ชุมชนมีความต้องการการสื่อสาร ถ้าเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้าถึงสื่อ ได้ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมจัดรายการ และสามารถเข้าไปบริหารจัดการ หรือเป็นผู้ดำเนินการในสถานี มีลักษณะการสื่อสารแบบสองทางโดยมีแนวทางหลักในการเสนอรายการและข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับชุมชนหรือในบริบทของชุมชนนั่นคือ การดำเนินการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่เลียนแบบคำกล่าวถึงการปกครองระบบประชาธิปไตยที่ว่า วิทยุชุมชนคือ วิทยุของชุมชน โดยชุมชน เพื่อชุมชน นั่นเอง

และในการปฏิบัติการเช่นที่กล่าวมาแล้ว บทบาทของผู้นำชุมชนเป็นบทบาทที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง การจะสร้างชุมชนให้เข้มแข็งต้องผ่านกระบวนการสื่อสารแบบหลายขั้นตอน (Multi-step flow Communication) จากผู้นำชุมชนไปยังชาวบ้านเพื่อแนะนำให้ความรู้และจูงใจชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในวิทยุชุมชนอย่างเต็มรูปแบบในที่สุด

2.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) คือ ทัศนคติอย่างหนึ่งที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดความพึงพอใจโดยตรง แต่สามารถวัดโดยทางอ้อม โดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้น และการแสดงความคิดเห็นนั้นจะต้องตรงกับความรู้สึกที่แท้จริงจึงจะสามารถวัดความพึงพอใจนั้นได้ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 (2538: 600) กล่าวไว้ว่า “พึง” เป็นคำช่วยกริยาอื่น หมายความว่า “ควร” เช่น พึงใจ หมายความว่าพอใจ ชอบใจ และคำว่า “พอ” หมายถึงเท่าที่ต้องการ เต็มความต้องการ ถูกชอบ เมื่อนำคำสองคำมาผสมกัน พึงพอใจ จะหมายถึง ชอบใจ ถูกใจตามที่ต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับ Wolmam (1973) อ้างโดย อมรลักษณ์ (2535: 21) กล่าวถึงความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึก ได้รับความสำเร็จตามความมุ่งหวังและความต้องการ

ความหมาย

ได้มีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้ความหมายของคำว่า “ความพึงพอใจ” ไว้ดังต่อไปนี้

เทพพนม และสวิง (2529: 98) กล่าวว่า ความพอใจในงานเป็นภาวะของความพึงพอใจหรือภาวะของการมีอารมณ์ในทางบวก ที่มีผลเกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินประสพการณ์ในงานของคนๆ หนึ่งที่ทำขึ้นด้วยตัวของเขาเองและเป็นเรื่องเกี่ยวกับเหตุการณ์ปัจจุบันหรืออดีต

บุญแสง (2533) กล่าวว่า เมื่อบุคคลในองค์การทำงานด้วยความพอใจ จะเป็นผลให้องค์การสามารถดำเนินกิจกรรมจนบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในที่สุด

ปภาวดี (2535 : 503-532) กล่าวว่า ความพอใจในงานเป็นทัศนคติอย่างหนึ่งเกิดขึ้นเฉพาะในบุคคลเพียงคนเดียว และความพอใจในงานเกี่ยวกับปัจจุบันและสิ่งที่ผ่านมาในอดีต คนที่ทำงานจะต้องตัดสินใจระดับความพอใจของตนจาก ประสบการณ์และสิ่งที่เป็นอยู่ในขณะนั้นเป็นเกณฑ์ และไม่ว่าจะเป็นคนในระดับไหนการทำงานเปรียบประดุจโครงสร้างและหล่อหลอมชีวิตให้มีคุณค่าอยู่เสมอ ความพอใจในงานช่วยเสริมความรู้สึกอันมีคุณค่านี้ให้แก่คนทำงานได้ นอกจากนี้การทำให้คนทำงานมีความพอใจยังอาจช่วยลดโอกาสเป็นปฏิปักษ์ต่องานของคนทำงานด้วย

ภนิดา (2541) อ้างโดยเพิ่มศักดิ์ (2542 : 8) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึงสิ่งใดก็ตามที่สามารถลดความตึงเครียดของมนุษย์ให้น้อยลงและความตึงเครียดนี้เป็นผลจากการต้องการของมนุษย์ เมื่อมนุษย์มีความต้องการมากก็เกิดปฏิกิริยาเรียกร้อง เมื่อใดความต้องการได้รับการตอบสนองความตึงเครียดก็จะน้อยลงหรือหมดไป ทำให้เกิดความพึงพอใจ

Milton and Naylor (1968) อ้างโดย ปภาวดี (2535 : 9) กล่าวว่า ความพึงพอใจในงานเป็นผลรวมของทัศนคติต่างๆ ที่แสดงออกโดยผู้ปฏิบัติงาน ทัศนคติเหล่านี้มีความสัมพันธ์กับงานที่ปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับปัจจัย เช่น ค่าจ้าง ความมั่นคง โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้า การได้รับการยอมรับนับถือ

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นพอสรุปได้ว่า “ความพึงพอใจ” เป็นการแสดงความรู้สึกดีใจยินดีของเฉพาะบุคคลในการตอบสนองความต้องการในส่วนที่ขาดหายไป ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยปัจจัยเหล่านั้นสามารถสนองความต้องการของบุคคลทั้งทางร่างกายและจิตใจได้อย่างเหมาะสม และเป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคลที่จะเลือกปฏิบัติในกิจกรรมนั้นๆ

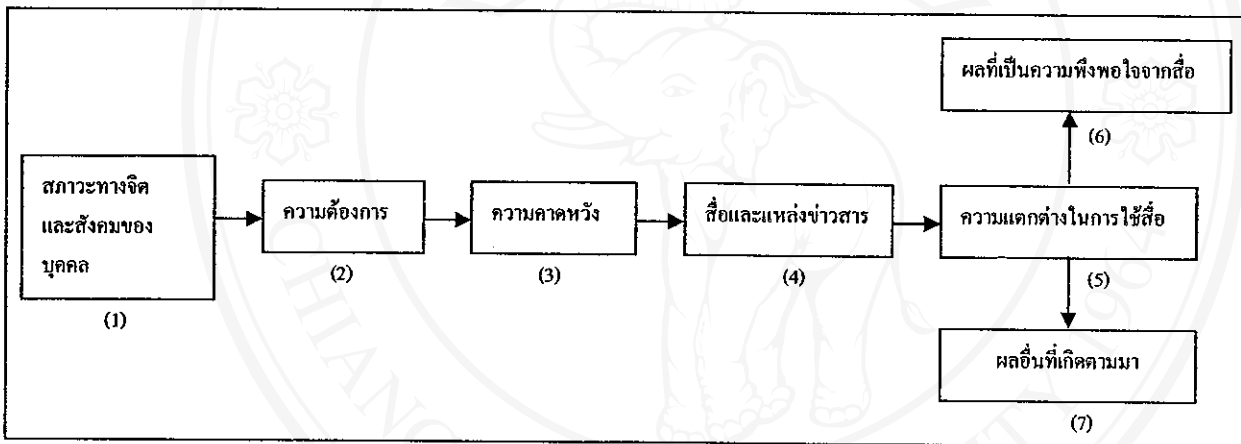
แนวคิดการใช้และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications)

Katz *et al.* (1974) อ้างโดย ชุบล (2542 : 61) ได้กล่าวว่า การศึกษาการใช้และความพึงพอใจ คือ การศึกษาเกี่ยวกับ (1) สภาวะของสังคมและจิตใจที่มีผลต่อ (2) ความต้องการของบุคคลซึ่งนำไปสู่ (3) การคาดคะเนเกี่ยวกับ (4) สื่อ และแหล่งที่มาของสาร การคาดคะเนนี้นำไปสู่ (5) ความแตกต่างกับในการใช้สื่อ และพฤติกรรมอื่น ๆ ของแต่ละบุคคล ยังผลให้เกิด (6) ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ และ (7) ผลอื่น ๆ ที่บางครั้งมิได้คาดหมายมาก่อน

กาญจนา (2541: 306-309) ได้อธิบายถึงแนวคิดหลักของการวิเคราะห์การใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อสื่อไว้ดังนี้ คือ โดยส่วนใหญ่ในการเปิดรับสารของผู้รับสารนั้นผู้รับสารมีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง เช่น เพื่ออาชีพการงาน

เพื่อประกอบการตัดสินใจที่แน่นอนดังกล่าว การเข้าไปใช้สื่อจึงเป็นการกระทำกิจกรรมที่มีเป้าประสงค์ที่แน่นอน (Goal-oriented Activity) ในท่ามกลางสภาวะการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสารสื่อมวลชนมิได้เป็นทางเลือกเดียวของบุคคล หากเป็นเพียงตัวหนึ่งท่ามกลางตัวเลือกอื่น ๆ และสื่อมวลชนคงต้องพบว่าแหล่งข่าวสารอื่น ๆ มีฐานะเป็นคู่แข่งโดยปริยาย สำหรับทิศทางที่บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้น จะเกิดจากความต้องการของบุคคลนั้นเป็นปฐมเหตุ จากนั้นความต้องการดังกล่าว ก็จะถูกแปรมาเป็นแรงจูงใจ (Motivation) ที่จะผลักดันให้บุคคลเคลื่อนไหวเข้าหาการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ

หลักการข้างต้น สามารถเขียนเป็นกระบวนการแต่ละขั้นตอนอย่างละเอียดได้เป็นแบบจำลองดังนี้



Katz *et al.* (1973) อ้างโดยบุบล (2542 : 62) ได้สร้างเครื่องมือวัดลักษณะการใช้สื่อที่ประยุกต์จากแบบจำลองข้างต้น โดยใช้ 3 ตัวแปรเป็นหลัก ในแต่ละตัวแปรมีคุณลักษณะแยกย่อยออกไป และสามารถผสมเป็นสูตรเพื่อจัดแบบแผนการใช้สื่อของบุคคล ดังนี้

1. mode คือ ลักษณะของความต้องการ ประกอบด้วย
 - 1.1 ต้องการเพิ่มมากขึ้น (จากที่มีอยู่แล้ว)
 - 1.2 ต้องการให้น้อยลง (จากที่มีอยู่แล้ว)
 - 1.3 ต้องการให้ได้มา (ยังไม่มีเลย)
2. connection คือ จุดประสงค์ของการใช้สื่อ ประกอบด้วย
 - 2.1 รับรู้ข่าวสารความรู้
 - 2.2 เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์ (ความตื่นเต้น ความสนุกสนาน)
 - 2.3 เพื่อความมั่นใจ ความเชื่อถือ ความมั่นคงของสถานภาพ

2.4 เพื่อสร้างหรือธำรงรักษาความสัมพันธ์

3. referent คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปถึงระดับต่าง ๆ โดยเริ่มจากระดับใกล้ตัวจนห่างออกไปเรื่อย ๆ ดังนี้

3.1 ตนเอง

3.2 ครอบครัว

3.3 เพื่อนฝูง

3.4 ชนบธรรมนิยม ประเพณี สังคม

3.5 โลกกว้าง

3.6 สิ่งอื่น ๆ ที่อยู่เหนือระดับการรับรู้ทางกายภาพ เช่น อำนาจเหนือธรรมชาติ

การวัดความพึงพอใจ

ภนิดา (2541) อ้างโดย เพิ่มศักดิ์ (2542 : 9) ได้กล่าวไว้ว่าการวัดระดับความพึงพอใจนั้นสามารถทำได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถาม โดยผู้ออกแบบสอบถาม เพื่อต้องการทราบความคิดเห็น ซึ่งสามารถทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือก หรือตอบคำถามอิสระ คำถามดังกล่าว อาจถามความพอใจในด้านต่างๆ

2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจทางตรง ซึ่งต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการที่ดี จะได้ข้อมูลที่เป็นจริง

3. การสังเกต เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจโดยสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมาย ไม่ว่าจะแสดงออกจากการพูด กริยา ท่าทาง วิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจัง และสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่า บุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน และต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคลที่จะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้น การสร้างสิ่งเร้าจึงจะเป็นแรงจูงใจของบุคคลให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้น

สมพงษ์ (2526) อ้างโดยเพิ่มศักดิ์ (2542 : 9) ได้กล่าวถึงทฤษฎีการจูงใจของ Maslow ว่า A.H. Maslow ได้เสนอทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลายและได้ตั้งสมมติฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ไว้ดังนี้

1. มนุษย์มีความต้องการ ความต้องการมีอยู่เสมอไม่สิ้นสุด ความต้องการใดที่ได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการอย่างอื่นจะเข้ามาแทนที่ ขบวนการนี้ไม่มีที่สิ้นสุดและเกิดจนตาย
2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป ความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนองเท่านั้นเป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรม
3. ความต้องการของมนุษย์มีลำดับชั้น ตามความสำคัญ (A Hierarchy of need) กล่าวคือ เมื่อต้องการในระดับต่ำ ได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการในระดับสูงก็จะเรียกร้องให้มีการตอบสนอง

Skinner (1938) อ้างโดย พิสมัย (2538) รายงานว่า นักจิตวิทยาชาวเยอรมัน เชื่อว่า พฤติกรรมของมนุษย์และสัตว์ถูกกำหนดโดยผลของการกระทำหรือผลกระทบ (Consequences) เขาเชื่อว่าพฤติกรรมของมนุษย์สามารถปรับเปลี่ยนได้ โดยหลักเงื่อนไขและแรงบวก ตามแนวคิดของสกินเนอร์ พฤติกรรมทุกอย่างจะประกอบไปด้วย 3 ประการคือ

1. สิ่งเร้า หมายถึง สภาพการณ์หรือสิ่งแวดล้อมที่ประสบ
2. การตอบสนอง หมายถึง ปฏิกริยาต่อสิ่งเร้า หรือพฤติกรรม
3. สิ่งเสริมแรง หมายถึง ผลของการกระทำหรือรางวัล

จากแนวคิดพฤติกรรม โดยหลักเงื่อนไขการเสริมแรงบวกของสกินเนอร์ได้พัฒนาเป็นทฤษฎีการจูงใจ ที่เรียกว่า “ทฤษฎีการเสริมแรง” (Reinforcement Theory) โดยแนวความคิดต่างๆ ของทฤษฎีนี้จะอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีการเรียนรู้รากฐานของทฤษฎีจะอยู่บนปัจจัยพื้นฐาน 3 ประการคือ

ประการที่ 1 ทฤษฎีนี้มีความเชื่อว่าบุคคลบุคคลใดบุคคลหนึ่ง จะมีลักษณะไม่มีปฏิกริยาอะไรเลยและพยายามปรับความสัมพันธ์ระหว่างแรงผลักดันที่เกิดขึ้นกับเขาและผลผลิตของเขา

ประการที่ 2 ทฤษฎีนี้ยังไม่เห็นด้วยกับการอธิบายพฤติกรรมในลักษณะที่ว่า พฤติกรรมจะอยู่บนพื้นฐานของความต้องการ หรือเป้าหมายของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เพราะว่าทฤษฎีนี้เชื่อว่าความต้องการดังกล่าวไม่อาจจะสังเกตได้ และยากแก่การวัด จุบรวมความสนใจของทฤษฎีนี้จะอยู่ที่พฤติกรรมโดยตัวของมันเองที่จะสังเกตได้

ประการที่ 3 ทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นว่า การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลใดบุคคลหนึ่งค่อนข้างถาวรที่เกิดมาจากพฤติกรรมที่ได้รับการเสริมแรงหรือประสบการณ์ การเสริมแรงที่เป็นไป

อย่างเหมาะสมนั้น น่าจะเป็นการแสดงออกของพฤติกรรมที่ต้องการสูงขึ้น และความน่าจะเป็นของการแสดงออกของพฤติกรรมที่ไม่ต้องการที่จะลดลง

ในทฤษฎีนี้เมื่อพิจารณาจะเห็นว่า ผลที่ติดตามมา หรือผลที่เกิดขึ้นภายหลังพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะจะเกี่ยวพันกับผลลัพธ์ที่ให้ความพอใจและพฤติกรรมอื่นอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะจะเกี่ยวพันกับผลลัพธ์ที่ทำให้เกิดความไม่พอใจ โดยทั่วไป คนจะชอบผลลัพธ์ทำให้คนพอใจมากกว่า ดังนั้นพวกเขาจะกระทำหรือมีพฤติกรรมแบบเดียวกันซ้ำๆ กับที่พวกเขาได้เรียนรู้ จะก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ทำให้เกิดความพอใจ

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจที่น่าสนใจอีกชิ้นหนึ่ง คือ งานของ ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) โดยเฉพาะการรวบรวมผลงานวิจัยที่มีผู้ทำไว้มากมาย แล้วสร้างออกมาเป็นแผนที่แสดงความพึงพอใจในการบริโภคสื่อข่าวสาร (Media News Gratification's Map)

Wenner (1985) อ้างโดยอรรถวณิช(2544:29) แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง และเพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม (Orientation Gratifications) รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) หรือการได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยการตัดสินใจ (Decisional Utility)

2. การใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม (Social Gratifications) ซึ่งรับรู้จากข่าวสารเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่นการนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น ใช้เป็นข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ

3. การใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล (Para-Social Gratifications) หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อหรือปรากฏในเนื้อหาสื่อ เช่น การยึดถือผู้ที่เรารับชมเป็นแบบอย่างในพฤติกรรม

4. การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลด หรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์หรือเพื่อปกป้องตนเอง (Para-Orientation Gratifications) เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น

McQuial (1972) อ้างโดยอรรถวณิช(2544:30) ได้แบ่งความพึงพอใจจากการชมโทรทัศน์ของผู้ชมออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้

1. การเบนความสนใจออกไปจากสภาพการณ์ในชีวิตจริง (Diversion) ผู้รับสารจะสามารถหลีกเลี่ยงจากปัญหาชีวิต หรือความจำเจในงานประจำวันไปสู่โลกแห่งจินตนาการใน

โทรทัศน์หรือภาพยนตร์ ซึ่งเท่ากับเป็นการหายไปจากปัญหาชั่วคราว และเป็นการผ่อนคลายความตึงเครียด

2. การตอบสนองความต้องการเพื่อน หรือการมีความสัมพันธ์กับสมาชิกคนอื่น ๆ ของสังคม (Personal Relations) เป็นการใช้สื่อเพื่อชดเชย เป็นรูปแบบที่เห็นได้ชัดมาก เช่น แม่บ้านเปิดวิทยุทิ้งไว้เป็นเพื่อนยามที่ต้องอยู่คนเดียวตอนกลางวัน ผู้รับสารบางคนก็พบว่าเป็นการยากที่จะมีความสัมพันธ์ทางสังคมอย่างแท้จริงกับคนอื่น จึงหันมาใช้สื่อเป็นเพื่อน นอกจากนั้นสื่อยังตอบสนองต่อการใช้ประโยชน์ทางสังคมอีก เช่น การดูโทรทัศน์ช่วยสร้างประเด็นการสนทนา การถ่ายทอดประสบการณ์ หรือการถกเถียงกับเรื่องราวในชีวิตประจำวัน ซึ่งทำให้การมีความสัมพันธ์กับสมาชิกคนอื่น ๆ ในสังคมเป็นไปอย่างยิ่งขึ้น

3. การตอบสนองความต้องการด้านการแสวงหาเอกลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) ผู้ชมรายการโทรทัศน์มักจะใช้สารที่ได้รับจากรายการมาเปรียบเทียบกับชีวิตตัวเองหรือคนที่รู้จัก การสำรวจความเป็นจริงเกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้เนื้อหาของรายการเพื่อช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจชีวิต การสนับสนุนค่านิยม คือ การอธิบายตัวเอง (Self - Explanatory) อย่างหนึ่ง นั่นคือ ผู้รับสารได้พยายามแสวงหาคู่มือหรือมาตรฐานทางศีลธรรม สังคม และการเมืองที่จะมาสนับสนุนค่านิยมที่ตนมีอยู่

4. การใช้ประโยชน์ด้านการติดตามเหตุการณ์ต่าง ๆ (Surveillance) ให้รู้ทันสิ่งที่กำลังเกิดขึ้น นอกจากนั้นบุคคลที่เป็นผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leaders) ใช้สื่อเพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารเพื่อดำรงไว้ซึ่งบทบาททางสังคมของตนไว้

Kippax(1980) อ้างโดย ยุกต (2542:32) ได้ศึกษาเรื่องของการใช้สื่อและความพึงพอใจ และได้ศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของการรับรู้ในคุณสมบัติประโยชน์ของสื่อ โดยเขาต้องการหาความสัมพันธ์ของความต้องการใช้สื่อมวลชนกับความพึงพอใจ และการใช้สื่อกับการรับรู้ในคุณสมบัติประโยชน์ของสื่อ ผลการศึกษามีดังนี้ คือ

1. ปัจจัยด้านตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อและการรับรู้ในคุณสมบัติประโยชน์ของสื่อ โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวกับอายุปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากที่สุดคือตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จะเลือกใช้สื่อเพราะคำนึงถึงความสำคัญของสื่อมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยคือตั้งแต่ 9 - 11 ปี และกลุ่มที่มีอายุน้อยจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง แต่กลุ่มที่มีอายุมากจะใช้สื่อเพราะสนใจที่จะรับรู้เรื่องเกี่ยวกับสังคมและความต้องการของตนเอง เป็นต้น

2. คนที่มีระดับการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย

3. จากประเภทของสื่อที่ทำการศึกษา โทรทัศน์จะถูกเลือกใช้เป็นอันดับ 1 เพราะกลุ่มเป้าหมายเห็นว่าเป็นสื่อที่มีประโยชน์โดยให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เขาสนใจ เช่น เกี่ยวกับโลกและ

เหตุการณ์ภายในประเทศรวมทั้งให้ความบันเทิงได้ด้วย หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ ภาพยนตร์ จะถูกเลือกใช้เป็นอันดับรองลงมาตามเหตุผลของการเลือกใช้

4. กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดมุ่งหมายและเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของสื่อ

McComb(1979) อ้างโดยจตุรภัทร(2543:17) ได้อธิบายถึงเหตุผลในการใช้สื่อมวลชนหรือเหตุผลในการติดตามข่าวสารว่ามีอยู่ 6 ประการ ดังนี้

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ จากสื่อมวลชนเพื่อให้ทันเหตุการณ์ ทันสมัยและรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญพอที่ควรจะเรียนรู้

2. เพื่อใช้ข้อมูลข่าวสารช่วยในการตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน โดยการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะ หรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัว

3. เพื่อได้ข้อมูลประกอบการสนทนาในชีวิตประจำวัน (Discussion) โดยการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลนำไปใช้พูดคุยกับผู้อื่น

4. เพื่อต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว

5. เพื่อเสริมความคิดเห็นหรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)

6. เพื่อความบันเทิง ความเพลิดเพลิน และผ่อนคลายอารมณ์ (Relaxing and Entertainment)

2.3 แนวคิดวิทยุชุมชน (Community Radio)

จุมพล (2542:26, 32-34) ได้สรุปแนวคิดของวิทยุชุมชน และลักษณะวิทยุชุมชนโดยแนวคิดของวิทยุชุมชนนั้น ได้เสนอเป็นหลักการ ดังนี้

1. ต้องเกิดขึ้นจากความต้องการของชุมชน โดยถือหลักว่าคนส่วนใหญ่ แสดงความคิดเห็นความต้องการร่วมกัน

2. วิทยุชุมชนต้องได้รับการยอมรับของกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน

3. วิทยุชุมชนย่อมไม่มีการแบ่งแยกเชื้อชาติ ศาสนา ประเพณีวัฒนธรรมของคนในชุมชน

4. วิทยุชุมชนต้องยึดถือแนวทางการเสนอรายการและข่าวสารของชุมชนเป็นหลัก ภายใต้แนวคิด ความเชื่อ วัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น สิ่งแวดล้อม และเหตุการณ์ในท้องถิ่น เป็นหัวใจของการนำเสนอข่าวสารและรายการ

5. วิทยุชุมชนจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมจัดรายการและสามารถเข้าไปบริหาร จัดการ หรือเป็นผู้ปฏิบัติในสถานีได้ ยูเนสโกได้เน้นว่า “Participatory radio means a radio station that self-managed by those participation in it.” นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในสื่อวิทยุให้เป็นไปตามแนวคิดและความต้องการของประชาชนในชุมชน โดยยึดหลักกระบวนการทางประชาธิปไตย

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

7. วิทยุชุมชนเป็นสื่อมวลชนตามแนวคิดประชาธิปไตย (Democratic Media) เพื่อประชาชนโดยประชาชนของประชาชน

ส่วนลักษณะวิทยุชุมชน ได้พิจารณาเป็นระดับของการเป็น “วิทยุชุมชน” ซึ่งแบ่งได้เป็น 6 ระดับ คือ

1. ระดับรายการ จำแนกได้เป็น 3 แนวคิด คือ

1.1 เป็นการจ้ดรายการเพื่อบริการประชาชน รายการเป็นของสถานีหรือเป็นผู้จัดรายการ โดยที่ประชาชนหรือผู้ฟังจะส่งจดหมายหรือโทรศัพท์มาบอกข่าวสารต่าง ๆ จากนั้นผู้จัดรายการจะเป็นผู้เลือกเนื้อหาและพูดด้วยตนเอง ผู้ฟังหรือประชาชนไม่มีสิทธิในการเลือกเนื้อหาหรือวิธีการนำเสนอ ตลอดจนเป็นเจ้าของรายการได้

1.2 แนวคิดการจัดรายการ โดยเนื้อหาเป็นรายงานโดยตรงจากประชาชน เช่น รายการของ จส.100, สวพ.91, รายการร่วมด้วยช่วยกัน เป็นต้น ผู้ฟังจะเป็นผู้กำหนดเนื้อหา และวิธีการนำเสนอ (รายงานการจราจร, แจ้งของหาย เหตุการณ์เหตุร้ายด้วยตนเอง) ตามที่สถานีกำหนดกรอบรายงาน แต่ประชาชนยังไม่สามารถเป็นเจ้าของรายการได้ สถานีหรือผู้จัดรายการยังเป็นผู้ควบคุมหรือเป็นเจ้าของรายการ หรือประชาชน หรือผู้ฟังจะเป็นผู้เสนอเนื้อหาหรือเล่าเหตุการณ์ด้วยตนเองเท่านั้น

1.3 แนวคิดการจัดรายการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งของสถานี ซึ่งสถานียินยอมให้จัดเนื้อหาและวิธีการนำเสนอจะมาจากความคิดเห็นจากตัวแทนของประชาชนที่ได้รับการคัดเลือกขึ้นมาอยู่ในรูปของ “คณะกรรมการวิทยุชุมชน” จะเป็นผู้ตัดสิน และให้ความเห็นชอบว่าจะจัดรายการอย่างไร กรรมการชุดนี้จะเป็นผู้กำหนดนโยบาย กำหนดเรื่องราวหรือเนื้อหาที่จะเสนอ ในขณะที่เดียวกันจะสะท้อนความต้องการของผู้ฟังให้ทราบ ผู้จัดรายการ ซึ่งเป็นนักจัดรายการอาชีพ

หรือเป็นเจ้าของหน้าที่ของสถานีนั้น ๆ ก็จะรับผิดชอบหรือเอาความเห็นของคณะกรรมการไปปฏิบัติ ในกรณีนี้ จะสังเกตได้ว่าประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมเป็นเจ้าของรายการ และบริหารรายการโดยสามารถกำหนดเนื้อหา และวิธีการนำเสนอรายการตามแนวทางของตนได้ มิใช่สถานีหรือผู้จัดรายการเป็นผู้กำหนดแต่ประการใด สถานีจะทำหน้าที่ดูแลให้คำปรึกษาเฉพาะทางด้านระเบียบกฎหมายที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ และอำนวยความสะดวกในด้านการออกอากาศและผลิตรายการตามวัตถุประสงค์ของ “คณะกรรมการวิทยุชุมชน” เท่านั้น

2. ระดับสถานี จำแนกได้เป็น 2 แนวคิด ดังนี้

2.1 ในระดับนี้จะอาศัยอาสาสมัครเข้ามาเป็นผู้ปฏิบัติหน้าที่ต่าง ๆ ในสถานี บริหารรายการทั้งหมดโดยกลุ่มอาสาสมัครที่เป็นตัวแทนของกลุ่มต่าง ๆ การกำหนดเนื้อหาในชุมชน การจัดรายการจะทำด้วยตนเองทั้งสิ้น โดยมีเจ้าหน้าที่ประจำสถานีคอยให้คำแนะนำและช่วยเหลือ แต่สถานียังเป็นหน่วยงานของรัฐ งบประมาณมาจากรัฐและการบริจาค ประชาชนไม่ใช่เจ้าของ

2.2 เป็นสถานีที่มีใบอนุญาตเป็นเจ้าของคลื่นความถี่ ในแนวคิดนี้ประชาชนในชุมชนสามารถรวมตัวกันยื่นขอคลื่นความถี่จากรัฐ และลงทุนจัดตั้งสถานีวิทยุเป็นของตนเอง แล้วตั้งตัวแทนเข้าไปบริหารสถานีในรูปคณะกรรมการวิทยุชุมชน คณะกรรมการฯ จะทำหน้าที่กำหนดนโยบายการบริหารสถานี แต่งตั้งผู้จัดการสถานี (Station Managing Director) และว่าจ้างผู้ผลิตรายการมืออาชีพ (Professional Radio Producers) และนักข่าวมืออาชีพ (Professional Journalists) ตลอดจนว่าจ้าง พนักงานธุรการ และอาสาสมัครหรือสมาชิกในชุมชนที่สามารถทำงาน การเงินการบัญชีเข้ามาทำงานให้สถานี การทำงานของพนักงานสถานี ตั้งแต่ผู้จัดการลงไปจนถึงพนักงานระดับล่าง จะอยู่ภายใต้นโยบายของคณะกรรมการฯ การจัดรายการจะเป็นไปในแนวทางที่กรรมการฯ กำหนดหรือให้นโยบายไว้

3. ระดับเจ้าของสถานีและมีใบอนุญาตเป็นเจ้าของคลื่นความถี่ ในระดับนี้ประชาชนรวมตัวกันจัดตั้งสถานี และขอใบอนุญาตเป็นเจ้าของคลื่นความถี่จากรัฐเช่นเดียวกับระดับที่ 2.2 แต่การดำเนินงานของสถานี ตั้งแต่ระดับกรรมการวิทยุชุมชนไปจนกระทั่งเจ้าหน้าที่ทุกคนทุกระดับจะเป็นอาสาสมัครทั้งสิ้น อาสาสมัครเหล่านี้จะได้รับการอบรมจากผู้เชี่ยวชาญในด้านการบริหารสถานี การจัดรายการ การสื่อข่าวเขียนข่าว และหน้าที่อื่น ๆ ที่จำเป็น ซึ่งชุมชนว่าจ้างให้มาอบรม หรือสถาบันการศึกษาหน่วยงานที่เชี่ยวชาญจากภาคเอกชน ภาครัฐ อาจจะเข้ามาให้ความช่วยเหลือก็เป็นได้

การประชุมวิทยุชุมชนระดับชาติ (The Nation Community Radio Forum) ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 3-5 ธันวาคม ปี 1993 ที่ Orlando และ Soweto แอฟริกาใต้ (National Community

Radio Forum. About NCRF. WWW. 2001) ได้ให้ความหมายของคำว่า วิทยุชุมชนไว้ว่า วิทยุชุมชน หมายถึง สื่อที่ใช้ในการสื่อสารพื้นฐานของคนในระดับล่าง (Grassroots) ที่มีลักษณะของการมีส่วนร่วมแบบเป็นผู้กระทำ (Active) และเป็นเครื่องมือสื่อสารที่มีประสิทธิภาพที่จะบ่งบอกและจัดลำดับความสำคัญความจำเป็นของการพัฒนาในระดับท้องถิ่น และส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาดังกล่าวขึ้น โดยการเผยแพร่ การอภิปราย การโต้แย้ง หรือแม้กระทั่งการกดดัน โดยชุมชนจะเป็นเจ้าของ มีการควบคุม และดำเนินการโดยชุมชนเพื่อประโยชน์สูงสุดต่อชุมชน

2.3.1 วิทยุกระจายเสียงชุมชนในต่างประเทศ

วิทยุกระจายเสียงชุมชน เป็นการจัดการดำเนินการและส่งกระจายเสียงของวิทยุท้องถิ่น (Local Station) รูปแบบหนึ่งที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของชุมชน โดยมีหลักการดำเนินงานที่เป็นประชาธิปไตย และเป็นการสื่อสารสองทางกล่าวคือ มีหลักการเป็นของประชาชน โดยประชาชน และเพื่อประชาชน โดยเฉพาะประชาชนในชุมชนท้องถิ่นที่เป็นเขตบริการของวิทยุกระจายเสียงนั้น

Simon (1968) อ้างใน จตุรภัทร (2543:24) ได้เขียนถึงการทดลองวิทยุกระจายเสียงชุมชน และหลักการของวิทยุกระจายเสียงชุมชนไว้ว่า ปัจจุบัน ได้มีการทดลองและดำเนินการจัดรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชนทั้งในประเทศอังกฤษ สหรัฐอเมริกา สวีเดน ออสเตรเลีย แคนาดา อิตาลี เบลเยียม ฝรั่งเศส ไอร์แลนด์ นิวซีแลนด์ เยอรมัน สเปน และประเทศกำลังพัฒนาอื่นๆ โดยได้รับความนิยมนจากผู้ฟังในประเทศที่พัฒนาแล้ว และกำลังพัฒนา ทั้งนี้เนื่องจากเขตบริการของวิทยุชุมชนจะไม่กว้างขวางเหมือนกับวิทยุท้องถิ่นที่จัดการอยู่ทั่วไป แต่จะมีเขตบริการเพื่อชุมชนใดชุมชนหนึ่ง หรือชุมชนในละแวกเดียวกันเป็นหลัก เพราะวิทยุกำลังส่งต่ำ ที่มีรัศมีกระจายเสียงไม่กว้างไกลนักทำให้กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายมีการคล้ายคลึงกันทางเศรษฐกิจ สังคม และขนบธรรมเนียมประเพณี ประกอบกับการเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในขั้นตอนต่างๆ ของการดำเนินการ จึงเท่ากับได้รับความสนใจดังกล่าว

2.3.1.1 วิทยุกระจายเสียงชุมชนในสหรัฐอเมริกา

Simon (1968) อ้างใน จตุรภัทร (2543:24) วิทยุกระจายเสียงชุมชนเริ่มขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกาเมื่อปี พ.ศ. 2491 โดยสถานีวิทยุ เคพีเอฟเอ(KPFA) ในเมืองเบอร์กลีย์ รัฐแคลิฟอร์เนีย วิทยุแห่งนี้เป็นวิทยุอิสระที่ไม่หากำไร แต่ได้รับการสนับสนุนจากผู้ฟังที่รักอิสระและความสงบสุข ต่อมาได้ขยายการจัดตั้งอย่างกว้างขวาง และได้รวมตัวกันเป็นสหพันธ์นักวิทยุกระจายเสียงชุมชนแห่งชาติ เมื่อปี พ.ศ.2518 โดยมีสมาชิกถึง 60 สถานี ลักษณะการ

ดำเนินงานวิทยุกระจายเสียงชุมชนในสหรัฐในระยะเริ่มต้น จะมีลักษณะคล้ายๆกัน คือมีรูปแบบที่เป็นวิทยุการค้าที่ได้รับเงินอุดหนุนจากการโฆษณา หรือ รูปแบบที่เป็นวิทยุเพื่อกิจการสาธารณะ โดยได้รับการสนับสนุนจากกองทุน แต่ทั้ง 2 รูปแบบนี้ จะเก็บเงินจากผู้ฟังรายละ 10-15 เหรียญ เพื่อดำเนินการเหมือนกัน

วิทยุกระจายเสียงชุมชนในสหรัฐอเมริกา ผู้ฟังมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวาง พนักงานส่วนใหญ่จะเป็นอาสาสมัครเปิดโอกาสให้คนมาแสดงความคิดเห็น โทรศัพท์เข้าสู่รายการและเชิญมาร่วมผลิตรายการ ต่อมาวิทยุกระจายเสียงชุมชนเหล่านี้ ได้แปรสภาพเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร บริหารงานโดยคณะกรรมการอำนวยการ ซึ่งมาจากชุมชนส่วนหนึ่งและจากสถานีส่วนหนึ่ง บุคลากรฝ่ายต่างๆ จะจ้างคนในชุมชนเป็นหลักและมีอาสาสมัครเป็นผู้สนับสนุน ด้านการเงิน แม้ว่าจะได้รับการสนับสนุนจากผู้ฟังโดยตรงแล้วยังได้จากสหกรณ์ มูลนิธิ และผู้บริจาคอื่นๆ ด้วย

สำหรับเนื้อหาของรายการนั้น จะแตกต่างจากรายการวิทยุโดยทั่วไป คือในส่วนของเพลง จะพยายามค้นหาเพลงของท้องถิ่นทั้ง โฟล์ค แจ๊ส และเพลงบลู รวมทั้งการนำผลงานของศิลปินท้องถิ่นมาเผยแพร่ โดยนิยมเชิญศิลปินนั้นมาออกอากาศสด นอกจากนั้นในส่วนของเหตุการณ์ปัจจุบัน ก็นิยมจัดทำเป็นสารคดีทางวิทยุและวิเคราะห์เรื่องราวของท้องถิ่น เรื่องของชาติและต่างชาติ จัดให้แสดงทัศนะต่างๆ อย่างอิสระเกี่ยวกับข่าวสำคัญโดยโฆษกท้องถิ่นขณะเดียวกัน หน่วยงานต่างๆ และผู้นำท้องถิ่นต่างก็มีบทบาทเสมอกัน ในการที่จะออกอากาศเผยแพร่ทางวิทยุกระจายเสียงชุมชนดังกล่าว

2.3.1.2 วิทยุกระจายเสียงชุมชนในประเทศสวีเดน

ได้เริ่มทดลองเมื่อปี พ.ศ.2522 ในพื้นที่ 15 แห่ง ซึ่งแตกต่างกันตั้งแต่สถานที่ที่เป็นชุมชนหนาแน่นในเมืองใหญ่ๆ ชานเมืองและชนบท โดยมีเป้าหมายในชุมชนท้องถิ่นในรัศมี 2.5 ไมล์ มาออกอากาศรายการของตนเอง ได้แก่ สหภาพการค้า พรรคการเมืององค์กรศาสนา สโมสรกีฬา สมาคมคุ้มครองผู้บริโภค นักสิ่งแวดล้อม และวิทยาลัยชุมชนโดยการบริการนั้นจะไม่แสวงหากำไร และไม่อนุญาตให้มีการโฆษณา นาร์ (Nar) หรือวิทยุกระจายเสียงชุมชนในสวีเดนนี้ หน่วยงานที่ออกอากาศจะต้องได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการวิทยุเสียงชุมชน ซึ่งรัฐสภาสวีเดน แต่งตั้งขึ้น ในการดำเนินการจะไม่เป็นไปตามกฎเกณฑ์ของบรรษัทกระจายเสียงแห่งชาติสวีเดน (SBC) แต่จะคล้ายคลึงกับหนังสือพิมพ์ อนุญาตให้มีการให้ความเห็นของบรรณาธิการ(ภายใต้ขอบเขตของกฎหมาย) ประกันสิทธิในการได้รับคำตอบในสิ่งที่ป็นทัศนตรงข้ามหรือการเปิดเผยบุคคลที่กระทำผิด ในการดำเนินการรัฐบาลเป็นผู้จัดสรรเงินให้ซึ่งให้เงินกว่า 200,000 ปอนด์

การประเมินผลหลังการดำเนินการไปแล้ว 1 ปี มีผู้ให้ทัศนะความจำเป็นที่ต้องมีวิทยุกระจายเสียงชุมชน นอกเหนือจากวิทยุท้องถิ่นที่มีอยู่ถึง 24 สถานี ดังนี้ผู้ฟังร้อยละ 12.60 กล่าวว่าเพราะชอบลักษณะของวิทยุชุมชน และจำนวนใกล้เคียงกันนี้ กล่าวว่าวิทยุกระจายเสียงชุมชนมีคุณค่าต่อองค์กรของเขามากกว่าท้องถิ่น ร้อยละ 9.00 บอกว่ามีความใกล้ชิดดีกว่า อีกร้อยละ 55.00 ให้ทัศนต่าง ๆ กันว่าเขาสามารถเลือกเวลาที่เหมาะสมสำหรับเขาได้ในวิทยุชุมชนหรือให้เหตุผลว่าเพื่อจะช่วยกันทำลายระบบการผูกขาดทางวิทยุหรือบางคนก็ให้เหตุผลว่าวิทยุกระจายเสียงชุมชนดีเพราะมีความเป็นอิสระไม่ถูกควบคุม

2.3.1.3 วิทยุกระจายเสียงชุมชนในประเทศออสเตรเลีย

วิทยุกระจายเสียงชุมชนในประเทศออสเตรเลียรู้จักกันในนามวิทยุเพื่อกิจการสาธารณะ เริ่มขึ้นโดยพรรคกรรมกร ในเดือนกันยายน พ.ศ.2517 ปัจจุบันมีอยู่ทั้งสิ้น 30 สถานีและกำลังขอจัดตั้งเพิ่มขึ้นอีกในจำนวนพอๆกัน โดยมีการรวมกลุ่มกันเป็นสมาคมชื่อว่า สมาคมการกระจายเสียงเพื่อกิจการสาธารณะแห่งออสเตรเลีย

วิทยุกระจายเสียงชุมชนออสเตรเลียค่อนข้างจะแปลกไปกว่าที่อื่น คือจัดขึ้นตามกลุ่มที่สนใจ 4 กลุ่ม คือกลุ่มที่ 1 สำหรับคนสนใจในเพลงเพราะ เช่น พวกคลาสสิก เป็นแนวความคิดในการจัดวิทยุเพื่อคนกลุ่มน้อยหรือที่มีความสนใจเฉพาะขึ้น กลุ่มที่ 2 เป็นการติดตามลักษณะชุมชนเชื้อชาติ คือจัดสำหรับคนเชื้อชาติต่างๆ ขึ้นเป็นการเฉพาะกลุ่ม กลุ่มที่ 3 เป็นกลุ่มการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยแห่ง Adelaide ต้องการใช้วิทยุสำหรับการศึกษาผู้ใหญ่ เป็นต้น และกลุ่มที่ 4 เป็นเรื่องเกี่ยวกับการเมือง

ต่อมาในปี พ.ศ.2519 ได้มีการกำหนดบทบาทวิทยุกระจายเสียงชุมชนไว้ว่าเป็นสถานีที่จัดตั้งขึ้นโดยไม่หวังผลกำไร เพื่อตอบสนองความสนใจเฉพาะพื้นที่ หรือเฉพาะกลุ่มชุมชนและได้จำแนกออกตามลักษณะใบอนุญาต 3 ประเภท คือ

ประเภทอี (E) อนุญาตให้จัดการกระจายเสียงเพื่อศึกษาต่อเนื่องและการศึกษาผู้ใหญ่ แต่รวมไปถึงวัฒนธรรมด้านการดำรงชีวิตของผู้ฟัง

ประเภทเอส (S) อนุญาตให้จัดรายการสนองตอบกลุ่มสนใจต่างๆ เช่น คนตรี กีฬา หรือศาสนา

ประเภทซี (C) อนุญาตให้จัดรายการสนองตอบชุมชนเฉพาะพื้นที่

2.3.1.4 วิทยุกระจายเสียงชุมชนในประเทศอังกฤษ

สำหรับวิทยุกระจายเสียงชุมชนในประเทศอังกฤษนั้นเป็นการยอมรับเป็นครั้งแรกเมื่อเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2524 หลังจากที “กลุ่มสื่อสารชุมชน” (Communication Group COMCOM) ได้พยายามเสนอในเรื่องนี้ถึง 4 ปี เพราะในประเทศอังกฤษแต่เดิมจะมีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เพียง 2 เครือข่ายหลักได้แก่ บีบีซี (BBC) ซึ่งเป็นบรรษัทกระจายเสียงแห่งชาติ และไอบีเอ (IBA) ซึ่งเป็นของรัฐสภา

2.3.2 วิทยุกระจายเสียงชุมชนในประเทศไทย

จตุรภัทร์ (2543:24) วิทยุกระจายเสียงชาวเขา ซึ่งดำเนินการโดยสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงใหม่ นับเป็นรูปแบบการจัดกระจายเสียงที่ใกล้เคียงกับแนวความคิดของวิทยุชุมชนมากที่สุด กล่าวคือ เป็นสถานีวิทยุที่มีเป้าหมายการจัดรายการเฉพาะกลุ่มชาวเขาและใช้ผู้จัดรายการเป็นชาวเขาดำเนินการ ในการส่งกระจายเสียงมีเป้าหมายเพื่อการบริการชาวเขาเผ่าต่างๆ ที่อยู่บนภูเขาสูงของภาคเหนือของประเทศซึ่งมีจำนวนกว่า 500,000 คน จุดมุ่งหมายของข่าวสารเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและสร้างสัมพันธอันดีของคนในชาติ การส่งออกอากาศใช้กระจายเสียงในระบบ เอ.เอ็ม ความถี่ 1476 กิโลเฮิร์ตซ์ เริ่มทดสอบส่งกระจายเสียงเมื่อวันที่ 1 กันยายน พ.ศ. 2511 และยังคงดำเนินการส่งกระจายเสียงอยู่ในปัจจุบันนี้ โดยกระจายเสียงภาคภาษาชาวเขา 6 เผ่า คือ ม้ง เข่า กระเหรี่ยง มูเซอ ลีซอ และอีเก้อ วิทยุชาวเขานี้ยังคงมีเนื้อหารายการหลักในการเผยแพร่ข่าวสารทางราชการและก็มีบริการสำหรับชาวเขาที่ลงมาบนพื้นราบในการส่งข่าวถึงชาวเขาที่อยู่ในพื้นที่

หากพิจารณาในรูปแบบของการดำเนินการแล้ว ยังนับได้ว่าวิทยุชาวเขายังหาใช้รูปแบบของการดำเนินการวิทยุกระจายเสียงชุมชนที่แท้จริง เพราะยังเป็นการจัดโดยทางราชการเป็นผู้กำหนดนโยบายและเนื้อหาส่วนใหญ่ การมีส่วนร่วมของชาวเขายังอยู่ในขอบเขตที่จำกัดประกอบกับการใช้วิทยุกำลังส่งสูงเพื่อให้สามารถส่งถึงชาวเขาได้นับว่าเป็นการสูญเสียไป ผิดกับหลักการของวิทยุชุมชนที่มีเป้าหมายการบริการแคบและชุมชนเป็นผู้ดำเนินการโดยตรง แต่มีหลักการที่ตรงกันในเรื่องของชุมชนเป้าหมายและการใช้เจ้าหน้าที่ที่เป็นชาวเขาแม้ว่าจะไม่ได้อยู่ในชุมชนโดยตรงก็ตาม อีกสิ่งหนึ่งที่อยู่ในหลักการเดียวกันคือ เป็นการดำเนินการที่ไม่หวังกำไรโดยรัฐเป็นคนลงทุนและได้รับการสนับสนุนจากองค์กรภาคเอกชนแต่ยังไม่ถึงกับได้รับการสนับสนุนด้านการเงินจากท้องถิ่น

การจัดรายการสำหรับชนกลุ่มน้อยเช่นชาวเขานี้ยังมีการดำเนินการโดยสถานีวิทยุกระจายเสียงของหน่วยงานทหาร คือ สถานีวิทยุกระจายเสียง 914 กรป.กลาง จังหวัด

เชียงราย นอกจากนี้ยังมีการจัดรายการเฉพาะสำหรับชาวเขาไทยมุสลิม ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดยะลา โดยมีการใช้ภาษาไทยท้องถิ่นในช่วงของการกระจายเสียงเพื่อชนกลุ่มน้อยดังกล่าว แต่ดำเนินการโดยส่วนราชการและเป็นไปในวัตถุประสงค์เพื่อการปฏิบัติทางจิตวิทยาและความมั่นคงเป็นหลัก จึงมิใช่เป็นไปในหลักการของวิทยุกระจายเสียงชุมชนโดยตรง

การดำเนินการเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงชุมชนในประเทศไทยนั้นได้แผ่กระจายไปในหลายรูปแบบ ทั้งในรูปแบบการจัดวิทยุกระจายเสียงประจำถิ่น หรือ วปถ. ซึ่งดำเนินการโดยกองทัพภาควิทยุกรุงเทพมหานคร (ปชส.7) โดยกรุงเทพมหานคร วิทยุเมืองพัทยา (ของ อสมท.) มีจุดมุ่งหมายเพื่อคนในชุมชนแต่ในการดำเนินการได้เปลี่ยนรูปแบบไปในลักษณะของธุรกิจโฆษณา จนไม่มีความแตกต่างจากวิทยุเพื่อการค้าทั่วไป

อีกรูปแบบหนึ่งก็คือ วิทยุเกษตร มีลักษณะการดำเนินการที่ใช้หลักการของวิทยุกระจายเสียงชุมชนเข้าไปดำเนินการ เริ่มจากการใช้วิทยุกระจายเสียงเพื่อพัฒนาเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ซึ่งทำมากในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ถึงประมาณปี พ.ศ. 2490 ผู้ที่มีบทบาทในการนำสื่อวิทยุมาใช้เป็นคนแรก คือ หลวงสุวรรณวาจกกสิกิจ ในสมัยดำรงตำแหน่งอธิการบดีมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ได้ส่งเสริมการเลี้ยงไก่พันธุ์ดี โดยจัดเป็นบทเรียนออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย นอกจากนั้น ยังจัดการแสดงตลก และละครวิทยุ รวมทั้งการใช้สื่ออื่น ๆ ผสมด้วย ทำให้การเลี้ยงไก่พันธุ์ดีเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย ต่อมาในสมัยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ เป็นนายกรัฐมนตรี ได้มีนโยบายให้เพิ่มผลผลิตการเกษตรโดยวิธีต่าง ๆ รวมทั้งสนับสนุนให้มีการเผยแพร่ข่าวสารทางการเกษตร และเห็นความสำคัญในการใช้วิทยุกระจายเสียงเพื่อเผยแพร่ข่าวสาร โดยมีการจัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อการเกษตร ปชส.8 ขึ้น ในสังกัดของกรมประชาสัมพันธ์ ได้มีจุดมุ่งหมายเพื่อการเผยแพร่ข่าวสารและความรู้สู่เกษตรกร โดยมีเจ้าหน้าที่จากกรมส่งเสริมการเกษตรเป็นผู้ดำเนินการในระยะเวลาที่ใกล้เคียงกันก็ได้มีการจัดตั้งสถานีวิทยุของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2504 โดยเรียกชื่อย่อว่า ม.ก. ซึ่งมีอยู่รวม 4 สถานี ในปัจจุบันคือ

1. สถานีวิทยุกระจายเสียง ม.ก. บางเขน ความถี่ 1116 กิโลเฮิร์ตซ์
2. สถานีวิทยุกระจายเสียง ม.ก. เชียงใหม่ ความถี่ 675 กิโลเฮิร์ตซ์
3. สถานีวิทยุกระจายเสียง ม.ก. ขอนแก่น ความถี่ 1314 กิโลเฮิร์ตซ์
4. สถานีวิทยุกระจายเสียง ม.ก. สงขลา ความถี่ 1269 กิโลเฮิร์ตซ์

สถานีวิทยุกระจายเสียงทั้ง 4 แห่งนี้นอกจากจะจัดรายการเพื่อการเกษตรประมาณร้อยละ 15 จัดรายการในรูปแบบของความบันเทิง ประมาณร้อยละ 50

นอกจากจะดำเนินการดังกล่าวแล้ว กรมส่งเสริมการเกษตร และกรมประชาสัมพันธ์ ได้ร่วมกันทดลองจัดทำรายการกระจายเสียงในรูปแบบของฟาร์มฟอรัม (Farm Forum) เมื่อปี พ.ศ. 2518 ดร.พจน์ ชุ่มศรี เจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมการเกษตรเป็นผู้รับผิดชอบโครงการโดยได้จัดการทดลองขึ้นที่สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดขอนแก่น ต่อมาในปี พ.ศ. 2519 และ พ.ศ. 2520 กรมส่งเสริมการเกษตรได้มอบหมายให้ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของกรมฯ เป็นผู้ดำเนินงาน นายอนันต์ ชุมสิน หัวหน้าฝ่ายโสตทัศนูปกรณ์ กองเกษตรสัมพันธ์ กรมส่งเสริมการเกษตร ซึ่งขณะนั้นดำรงตำแหน่งหัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ ได้ทำโครงการนำร่องขึ้นใน 3 จังหวัด คือ ขอนแก่น พิจิตร และเชียงใหม่ โดยสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ซึ่งตั้งอยู่ที่ทั้ง 3 จังหวัดดังกล่าวกำหนดเวลาออกอากาศสัปดาห์ละ 1 วัน ในเวลา 19.00 – 19.30 น. ในการนี้ได้จัดตั้งกลุ่มผู้ฟังวิทยุขึ้นทุกอำเภอ อำเภอละ 1 – 2 กลุ่ม การดำเนินการไม่ประสบผลเพราะขาดความร่วมมือจากกลุ่มผู้ฟังรวมทั้งไม่ได้นำสิ่งที่ได้จาก รายการวิทยุมาวิเคราะห์วิจารณ์ เพื่อให้ได้ข้อยุติไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนา โครงการนี้จึงล้มเลิกไปในที่สุด

ในปีพ.ศ. 2548 วิทยุกระจายเสียงเพื่อการเกษตร (ปชส.8 เค็ม) ได้เริ่มจัดรายการโรงเรียนทางอากาศขึ้นโดย นายปฐวี เรืองสุขสุข เป็นผู้ดำเนินรายการออกอากาศทุกวันในเวลา 06.00 – 06.30 น. เว้นวันอาทิตย์และนำรายการไปสรุปออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงเครือข่าย 2 เพื่อการศึกษาพร้อมกันในเวลา 05.00 – 05.30 น. ในปี พ.ศ. 2533 ได้จัดออกอากาศทั้งวิทยุกระจายเสียงเพื่อการเกษตรและวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเครือข่าย 2 เพื่อการศึกษาพร้อมกันในเวลา 05.00 – 05.30 น. ทำให้มีสถานีที่เป็นเครือข่ายทั่วประเทศถึง 12 สถานี โครงการนี้ต้องการที่จะสืบต่อลักษณะของฟาร์มฟอรัม (Farm Forum) ที่เคยดำเนินการไปแล้วแต่ปรับปรุงใหม่ โดยจัดหลักสูตรขึ้นแล้วทำการส่งกระจายเสียงในรายการหลักสูตรละ 3 เดือน โดยผู้เรียนนั้นจะต้องสมัครเรียนล่วงหน้า 1-2 เดือน แต่ละรุ่น ๆ จะรับได้ประมาณ 1,000 คน ผู้เรียนเหล่านี้จะฟังวิทยุดังกล่าวพร้อมทั้งได้รับเอกสารและจดหมายข่าวซึ่งจัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนเนื้อหารายการ และตอบปัญหาด้านการเกษตร เมื่อจบหลักสูตรจะมีการทดสอบความรู้ ผู้ที่ผ่านจะได้รับประกาศนียบัตรจากอธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตร ซึ่งกรมการศึกษานอกโรงเรียนให้การยอมรับ

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ มีดังนี้

1. งานศึกษาเรื่อง “การทดลองจัดวิทยุกระจายเสียงชุมชนสำหรับชุมชนชนบทในเขตขานเมืองจังหวัดจันทบุรี” สุรินทร์ (2534:16) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้และรูปแบบของการจัดวิทยุกระจายเสียงชุมชนที่เหมาะสม สำหรับผู้ฟังในชนบทขานเมืองจังหวัดจันทบุรี เพื่อศึกษาถึงผลของวิทยุกระจายเสียงชุมชนต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรรับสื่อ และความพึงพอใจในการรับสารของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย และเพื่อศึกษาแนวทางในการใช้วิทยุกระจายเสียงชุมชนในลักษณะสื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาในพื้นที่ทดลอง ด้วยวิธีวิจัยกึ่งทดลอง ผลการศึกษาพบว่า การทดลองจัดรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชนดังกล่าวมีลักษณะ โครงสร้างการบริหารงาน โดยมีคณะกรรมการบริหารวิทยุฯ จำนวน 11 คน แบ่งเป็นกรรมการที่ปรึกษาด้านวิชาการ 1 คน ที่ปรึกษาด้านสถานี 1 คน คือ นายสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดจันทบุรี กรรมการ 7 คน ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน กรรมการสุขาภิบาล และกรรมการอีก 1 คน เป็นราษฎรอาสาสมัครจากพื้นที่ทดลอง ซึ่งกรรมการทั้ง 8 คนเป็นอาสาสมัครที่ไม่มีค่าตอบแทนในการดำเนินการ และไม่ได้มุ่งหวังเพื่อแสวงหารายได้หรือผลประโยชน์อื่นใด คณะกรรมการแต่งตั้งโดยคณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมีผู้วิจัยเป็นกรรมการและเลขานุการ ทั้งนี้คณะกรรมการฯ ดังกล่าวมีบทบาทหน้าที่ดังนี้

- 1) กำหนดบทบาทหน้าที่และขอบข่ายการทำงานของคณะกรรมการ
- 2) กำหนดเวลาออกอากาศและความยาวของรายการ
- 3) กำหนดรูปแบบ เนื้อหา วิธีการนำเสนอรายการและผู้ดำเนินรายการ
- 4) สนับสนุนการจัดรายการ ประสานงานแหล่งข้อมูล จัดส่งข่าวสารเผยแพร่ จัดทำไต่เต้ล

รายการ ประชาสัมพันธ์รายการ และถ่ายทอดเสียงทางหอกระจายข่าว

- 5) รับฟังความคิดเห็นของชาวบ้าน สสำรวจความนิยม และอุปสรรคปัญหาในการรับฟัง
- 6) ประสานงานระหว่างชาวบ้านกับสถานี

การทำงานของคณะกรรมการฯ พบปัญหาดังนี้

1) ปัญหาความแตกต่างระหว่างบุคคล ทั้งด้านฐานะและความเป็นอยู่ที่ไม่เท่าเทียม ทำให้กรรมการที่เป็นผู้ใหญ่บ้านหรืออ่อนอาวุโสมีความรู้สึกเป็นปมด้อย มีความเกรงใจ กรรมการที่เป็นกำนัน กรรมการที่เป็นกำนันก็จะให้ความเกรงใจประธานซึ่งเป็นกำนันที่ใกล้ชิดผู้ใหญ่ในวงราชการ

- 2) กรรมการขาดประชุม เพราะมีภารกิจทั้งในส่วนองราชการและส่วนตัวเป็นหลัก

3) กรรมการขาดความรู้ความเข้าใจในการผลิตรายการ

4) ความรู้สึกการเป็นเจ้าของ มีมากขึ้นเมื่อมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล การประสานแหล่งข้อมูล การประชุม เป็นต้น

5) การมีส่วนร่วมในรายการมีลักษณะเหมือนเป็นวิทยากรหรือผู้ให้สัมภาษณ์

รายการที่ผลิตมีรูปแบบรายการเป็นรายการนิตยสารทางอากาศ โดยนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ อย่างสั้นกะทัดรัด แต่มีเนื้อหาหลายเรื่องครอบคลุมอาชีพต่าง ๆ ฯลฯ โดยมีเนื้อหารายการและสัดส่วนดังนี้

1) ข่าวท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา เหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ ข่าวอากาศเพื่อการเกษตร และข่าวบริการ ข่าวจากส่วนกลางหรือข่าวต่างประเทศจะนำเสนอเฉพาะที่สำคัญจริง ๆ และอยู่ในความสนใจของผู้ฟัง ร้อยละ 10

2) ความรู้ ซึ่งเน้นด้านเกษตรและประมง ร้อยละ 40

3) ความคิดเห็น เกี่ยวกับปัญหาสังคม อาชีพและงานพัฒนาต่าง ๆ จากบุคคลตัวอย่าง บุคคลสำคัญหรือมีชื่อเสียงในท้องถิ่น ผู้จัดรายการและประชาชน ร้อยละ 20

4) เพลง โดยใช้เพลงลูกทุ่งเก่า ร้อยละ 20

5) ไต่เต๋ลรายการและการกล่าวเชื่อมโยงรายการ ร้อยละ 10

สำหรับการศึกษาที่เกี่ยวกับผู้ฟัง ผลการวิจัยพบว่าผู้ฟังรายการมีการติดต่อกับผู้จัดรายการน้อยมาก ผู้ฟังให้ความสนใจกับข่าวอาชญากรรมมาก โดยเฉพาะข่าวสำคัญที่เกิดขึ้นในท้องถิ่น รวมทั้งเนื้อหาเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ เทคนิคการผลิตใหม่ ๆ การแก้ไขปัญหาในการผลิต และเนื้อหาจากบุคคลที่ตนรู้จักและมีชื่อเสียงในท้องถิ่น

ความนิยมรายการพบว่า มีผู้ฟังเพิ่มขึ้นมีการใช้ประโยชน์จากการฟังวิทยุเพิ่มขึ้น มีความพึงพอใจในการฟังมากกว่ารายการเดิม มีความต้องการให้ผู้จัดรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชนต่อไป และมีการติดต่อกว่ารายการเดิม

2. งานวิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชนของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดจันทบุรี” ของ อุษา (2535) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชน และเพื่อศึกษาถึงลักษณะการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน โดยการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม ซึ่งใช้สอบถามกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของรายการที่อาศัยอยู่ห่างจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

จังหวัดจันทบุรีในรัศมีโดยรอบตั้งแต่ 6-10 กิโลเมตร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ฟังรายการส่วนใหญ่เปิดรับฟังรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชน และส่วนใหญ่เปิดฟัง 2-3 วันต่อครั้ง ทั้งนี้ส่วนใหญ่รู้จักและฟังรายการ เพราะได้ยินผู้อื่นพูดถึงรายการจึงลองเปิดฟังดู ในประเด็นที่เกี่ยวกับส่วนของรายการ พบว่า ผู้ฟังส่วนใหญ่จัดอันดับความชอบเป็นอันดับที่หนึ่ง คือ ชอบเนื้อหาที่น่าสนใจของรายการ ร้อยละ 38.4 จัดอันดับความชอบเป็นอันดับที่สอง และอันดับที่สาม คือ ชอบช่วงการสัมภาษณ์บุคคลในรายการ ชอบรูปแบบรายการ ร้อยละ 27.3 และร้อยละ 26.3 ตามลำดับ ผู้ฟังส่วนใหญ่มีเหตุผลในการรับฟัง คือ รูปแบบรายการมีความน่าสนใจ รายการได้เสนอข่าวและสาระน่ารู้เกี่ยวกับท้องถิ่นและรายการเป็นรายการที่มีกรรมการบริหารและจัดรายการโดยตัวแทนของคนในท้องถิ่น ส่วนใหญ่สนใจฟังเนื้อหาเกี่ยวกับเกษตรกรรมในท้องถิ่น เช่น วิธีการทำสวนทุเรียนขายพืชผล

นอกจากนี้การศึกษายังพบว่า ผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชนส่วนใหญ่มีระดับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในระดับมาก 7 เรื่อง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1) รายการที่เป็นของประชาชน บริหารรายการโดยตัวแทนของประชาชน 2) ความรู้ 3) ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานอาชีพและการดำเนินชีวิตประจำวัน 4) รายการที่เป็นกระบอกเสียงแทนประชาชน 5) วิธีการแก้ปัญหาต่าง ๆ 6) ข่าวสารและเหตุการณ์ต่าง ๆ 7) ข้อมูลเพื่อใช้พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น สำหรับการทดสอบการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการรับฟังรายการกับลักษณะทางประชากรของผู้ฟังอันได้แก่ เพศ อายุ และอาชีพพบว่า ไม่แตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษานั้นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. งานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในรายการวิทยุเพื่อแก้ไขปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา สถานีวิทยุ จส. เอฟ.เอ็ม. 100 เมกะเฮิรตซ์” ของ ฉวีวรรณ (2536)อ้างโดยจตุรภัทร(2543:32) มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงโครงสร้างและการดำเนินรายการองค์กรผู้ผลิตรายการ จส. 100 และเพื่อทราบถึงรูปแบบรายการและลักษณะเนื้อหาของรายการ จส. 100 รวมทั้งเพื่อทราบผลสืบเนื่องของรายการ จส.100 โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม สัมภาษณ์แบบเจาะลึก และวิเคราะห์เอกสาร จากการศึกษาพบว่า โครงสร้างและลักษณะการดำเนินการผลิตรายการ จส.100 ประกอบด้วยผู้ร่วมทำการสื่อ 3 ประเภท ได้แก่ เจ้าหน้าที่บริษัทแปซิฟิกคอร์ปอเรชั่น จำกัด เจ้าหน้าที่ศูนย์ควบคุมการจราจร (บก.02) กองบังคับการตำรวจจราจร และประชาชนผู้ฟังที่โทรศัพท์เข้ามา ซึ่งต่างฝ่ายต่างผลิตเปลี่ยนแปลงบทบาทในฐานะเป็นผู้รายงานข่าว เป็นแหล่งข่าว และผู้รับสาร สลับสับเปลี่ยนกันไป จนกระทั่งเกิดความเข้าใจและ

สนองวัตถุประสงค์ร่วมกัน โดยนำเสนอเนื้อหาสาระ ดังนี้ การรายงานสภาพจรรยา รายงานอุบัติเหตุ แนะนำเส้นทาง ร้องเรียน ร้องทุกข์จากผู้ประสบปัญหาต่าง ๆ ในด้านส่วนตัว และส่วนรวม สอบถามเส้นทาง และเรื่องอื่น ๆ ได้แก่ การบริการประชาสัมพันธ์ข่าวฝากจากบริษัท ห้างร้าน หรือหน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ และสำหรับผลสืบเนื่องของรายการ จส.100 พบว่าเป็นผลดีต่อสังคมในกรุงเทพฯ โดยรวม กล่าวคือ ทำให้เกิดการยอมรับและการเตรียมใจกับสภาพจรรยาที่ต้องเผชิญร่วมกัน ทำให้ผ่อนคลายความตึงเครียด ทำให้เกิดเครือข่ายการสื่อสารแบบใหม่ในสังคม

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is an elephant standing and facing left, with a traditional Thai umbrella (parasol) above its head. The umbrella has a central finial that resembles a flame or a sunburst. The entire emblem is enclosed within a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are two decorative floral motifs on the left and right sides of the circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved