

บทที่ 2

แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการวิทยุชุมชนอย่างมีส่วนร่วมในชุมชนเกษตร ตำบลป่าสัก อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน” ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมเอกสาร วารสาร หนังสือและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการวิทยุชุมชนอย่างมีส่วนร่วม เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ซึ่งแยกเป็นประเด็นดังต่อไปนี้

1. แนวคิด เกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงและวิทยุชุมชน
2. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ
3. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม
4. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์
5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิด เกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงและวิทยุชุมชน

1.1 วิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

สถานีวิทยุกระจายเสียงที่เกิดขึ้นในประเทศไทย โดยพลเอกพระเจ้าวรวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธินเสนาบดีกระทรวงพาณิชย์และคมนาคมเป็นผู้ริเริ่ม เมื่อเสด็จกลับจากการศึกษาด้านคมนาคมในต่างประเทศ ทรงตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงขึ้นเมื่อ พ.ศ.2471 โดยส่งเครื่องส่งกระจายเสียงคลื่นเข้ามามาทดลอง โดยให้อยู่ในความควบคุมของช่างวิทยุกรมไปรษณีย์โทรเลขใช้ชื่อสถานีในครั้งนั้นว่า “4 พีเจ” คำว่า “พีเจ” นั้นย่อมาจากคำว่า “บูรณฉัตรไชยากร” อันเป็นพระนามเดิม

สถานีวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทยได้กำเนิดมา 81 ปีมาแล้ว ทั้งระบบ เอ-เอ็ม และเอฟ-เอ็ม ในอดีตก่อนที่มีสื่อมวลชนประเภทอื่น เช่น โทรทัศน์ เกิดขึ้นมานั้น วิทยุกระจายเสียงเคยมีบทบาทอย่างมากในด้านการประชาสัมพันธ์ และการเผยแพร่ข่าวสารความรู้และสาระประโยชน์แก่ประชาชนรวมทั้งทางด้านการบันเทิงด้วย รัฐบาลต่างก็ใช้วิทยุเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ สร้างความรู้ ความเข้าใจ แก่ประชาชนรวมทั้งการพัฒนาประเทศ วิทยุเคยได้รับความนิยมน้อย่างแพร่หลายสูงสุดมาแล้วในอดีตเท่าๆ กับความนิยมโทรทัศน์ในปัจจุบัน แม้แต่ในต่างประเทศเช่น ที่สหรัฐอเมริกาประมาณปี ค.ศ. 1920-1940 เศษ เป็นช่วงระยะเวลาที่วิทยุครองความนิยมจากประชาชนชาวอเมริกันเป็นอันดับหนึ่งในบรรดาสื่อทั้งหลาย ครอบครัวทุกครอบครัวเมื่อรับประทานอาหารเช้าเรียบร้อยแล้ว ก็จะไม่ยอมออกจากบ้านเพราะเกรงจะพลาดรายการ

ดีๆ จากวิทยุทุกคนในครอบครัวจะนั่งล้อมวงฟังวิทยุอย่างมีความสุขเพลิดเพลินจนถึงยามค่ำคืนดึกดื่นเป็นประจำทุกคืน ยุคนี้เป็นยุคที่ชาวอเมริกันเรียกกันว่าเป็น “ยุคทองแห่งวิทยุกระจายเสียง” (The Golden Age of Broadcasting) วิทยุเริ่มเสื่อมความนิยมลงไป โดยมีโทรทัศน์เกิดขึ้นแทนที่ ตั้งแต่ในราวปี ค.ศ. 1950 เศษเป็นต้นมา (ประทีป, 2539)

1.2 วิทยุชุมชน

1.2.1 ประวัติความเป็นมาของวิทยุชุมชน

1) วิทยุชุมชนในต่างประเทศ

ต้นกำเนิดมาจากต่างประเทศ ไว้ว่าวิทยุชุมชนหรือที่อาจมีอีกชื่อหนึ่งว่า “วิทยุท้องถิ่น” ถือกำเนิดขึ้นมาเป็นครั้งแรกโดยสถานี KPFA ในเมืองเบิร์กลีย์ รัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อปี พ.ศ. 2491 (อายุ 50 กว่าปีแล้ว) โดยมีกลุ่มผู้ดำเนินงานเป็นกลุ่มที่เรียกตัวเองว่า ผู้แสวงสันติและรักอิสระ ลักษณะสำคัญของวิทยุท้องถิ่นนี้แตกต่างจากวิทยุ 2 รูปแบบที่มีอยู่ คือ วิทยุสาธารณะ (Public Radio) และวิทยุธุรกิจ (Commercial Radio) ในหลายลักษณะ เช่น ส่งกระจายเสียงด้วยกำลังส่งต่ำ (ประมาณ 1 กิโลวัตต์) ครอบคลุมในพื้นที่จำกัดประมาณ 6-10 กิโลเมตร ซึ่งทำให้แตกต่างจากวิทยุสาธารณะระดับชาติ และดำเนินงานโดยไม่แสวงหากำไร (Non-commercial) ซึ่งทำให้แตกต่างไปจากวิทยุธุรกิจ เงินที่ใช้ดำเนินการส่วนใหญ่ได้มาจากสมาชิกในชุมชน หรือมาจากการบริจาคของมูลนิธิ องค์กรการกุศล และการระดมทุนของกลุ่มผู้ดำเนินงาน นอกเหนือจากเรื่องกำลังส่ง/พื้นที่ที่ครอบคลุม/และการไม่แสวงหากำไรแล้ว ลักษณะที่สำคัญอีกประการหนึ่งของสถานีวิทยุท้องถิ่น KPFA ก็คือ ยึดหลักว่ากรรมสิทธิ์และการควบคุมวิทยุเป็นของประชาชน รวมทั้งเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดบริหารจัดการและการดำเนินการ KPFA จะทำงานโดยใช้อาสาสมัครที่เป็นตัวแทนของชุมชนเป็นหลัก โดยมีเจ้าหน้าที่ประจำสถานีเป็นผู้ช่วยเหลือด้านเทคนิค

จากจุดเริ่มต้นเล็ก ๆ เพียง 1 สถานีเมื่อ 50 กว่าปีก่อน ปัจจุบันนี้วิทยุชุมชนในสหรัฐได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างกว้างขวาง จากจำนวนสถานีวิทยุ 500 แห่งทั่วประเทศ มีสถานีวิทยุชุมชนถึง 100 แห่ง และในปี พ.ศ. 2518 (เกือบ 30 ปี ต่อมา) ได้มีการจัดตั้งสหพันธ์นักวิทยุกระจายเสียงชุมชนแห่งชาติ มีสมาชิกถึง 60 สถานี และจากสถานีวิทยุชุมชนแห่งแรกในอเมริกา ปัจจุบันนี้ แนวคิดและการดำเนินงานวิทยุชุมชนได้แผ่ขยายออกไปทั่วโลก ทั้งในทวีปยุโรป เช่น อังกฤษ เยอรมัน สวีเดน ในทวีปลาตินอเมริกา แอฟริกา รวมทั้งทวีปเอเชียของเราเอง เนื่องจากวิทยุชุมชนได้พิสูจน์ตนเองแล้วว่าเป็นระบบการสื่อสารที่สามารถตอบสนองความสนใจและความต้องการของชุมชนได้อย่างตรง

จุด ตัวอย่างเช่น สถานีวิทยุชุมชนเอฟเอ็มนาพาสะ ที่เมืองฮิวะทลีตะ ประเทศญี่ปุ่น ที่ตั้งอยู่ห่างจากกรุงโตเกียวไป 60 กิโลเมตร ผลจากการเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นเข้ามาทำงานเป็นอาสาสมัครซึ่งส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นที่แต่เดิมมองเห็นแต่เมืองหลวงเป็นศูนย์กลางแห่งความเจริญและทันสมัย แต่เมื่อได้เข้ามาทำงานเป็นอาสาสมัครทำรายการวิทยุ ทำให้วัยรุ่นเหล่านั้นต้องศึกษาเรื่องราวของท้องถิ่น จึงบังเกิดความเข้าใจและเห็นคุณค่าของท้องถิ่นตนเองมากยิ่งขึ้น ผลจากการที่ประชาชนในท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ในวิทยุชุมชน ทำให้คนในชุมชนได้มีส่วนเกี่ยวพันวิทยุช่วยเหลือชุมชน และอาสาสมัครเช่นกลุ่มวัยรุ่นก็ได้เกิดความภาคภูมิใจในตนเองด้วย

ความแพร่หลายของวิทยุชุมชนในปัจจุบัน ทำให้เกิดมีวิทยุชุมชนเกือบทุกแห่งทั่วโลก ในปี พ.ศ. 2526 (35 ปี หลังมีวิทยุชุมชนแห่งแรก) เป็นปีที่กลุ่มผู้ชื่นชอบวิทยุชุมชนได้มารวมตัวกันที่เมืองมอนเทรอล ประเทศแคนาดา และจัดตั้งองค์กรนานาชาติชื่อ AMARC ซึ่งเป็นองค์กรที่ไม่เกี่ยวข้องกับรัฐบาลใด เป็นองค์กรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อการเคลื่อนไหวของวิทยุชุมชน มีสมาชิกจำนวนเกือบ 30,000 คน และเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย 106 ประเทศทั่วโลก จุดมุ่งหมายของ AMARC คือให้การสนับสนุนและกระตุ้นการพัฒนาของชุมชนและวิทยุชุมชน (กาญจนา, ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์)

2) วิทยุชุมชนในประเทศไทย

เอื้อจิต (2547) กล่าวว่า ช่วงปี 2542-2544 กระบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม ในเรื่องเกี่ยวกับวิทยุชุมชน ที่สถาบันการเรียนรู้และพัฒนาประชาสังคม มูลนิธิการเรียนรู้และพัฒนาประชาสังคม ร่วมกับองค์กรสนับสนุนทั้งในประเทศและระหว่างประเทศดำเนินการเป็นการจัดกระบวนการเรียนรู้ ให้ตัวแทนชุมชนที่สนใจเข้าร่วมโครงการ ซึ่งมีในทุกภูมิภาคของประเทศ ได้ทราบถึงสิทธิตามที่ระบุในมาตรา 40 ของรัฐธรรมนูญ และนำเสนอแนวคิด การดำเนินการวิทยุชุมชนตามแนวทางของยูเนสโก (UNESCO) คือ เพื่อให้เป็นสื่อที่ประชาชนร่วมกันเป็นเจ้าของ ร่วมใช้ ร่วมรับผิดชอบ เพื่อประโยชน์สาธารณะ เพื่อให้เป็นเครื่องมือการสื่อสารของชุมชน โดยศักยภาพและความเป็นตัวตนของชุมชน

ที่สำคัญเพื่อให้เป็นเครื่องมือการสื่อสารของชุมชน อย่างสร้างสรรค์แห่งอำนาจการสื่อสารผ่านคลื่น กัมบ็อก 2 กลุ่มผู้ประกอบการ คือ ภาครัฐและภาคธุรกิจเอกชนในกระบวนการเรียนรู้ ได้มีการอธิบายแนวคิด หลักการวิทยุชุมชน การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมด้วยฐานทุนคนและทรัพยากรของชุมชน และการฝึกปฏิบัติในการจัดและการผลิตรายการ โดยใช้เครื่องมือต่างๆ เน้นการสร้าง ความเข้าใจในหลักการพูดทางวิทยุ และการพัฒนาทักษะในการนำเสนอรายการในลักษณะต่างๆ อาจเป็นเพราะเหตุที่มีการจัดสภาพการณ์อย่างเสมือนจริง สามารถสร้างความตื่นตัวและสนใจ จนทำให้ผู้เข้าร่วมกระบวนการเรียนรู้เกิดความต้องการในการทดลองในห้องเรียนชุมชน

เพราะเห็นว่าเป็นเรื่องที่ต้องเรียนรู้ร่วมกันทั้งชุมชน มิใช่เฉพาะผู้เข้าร่วมการสัมมนาปฏิบัติการเท่านั้น

ดังนั้น ในช่วงปลายปี 2544 ต่อเนื่องต้นปี 2545 จึงมีบางชุมชนเริ่มดำเนินกระบวนการเกี่ยวข้อง จนสามารถออกอากาศวิทยุชุมชน ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้เกิดการดำเนินการในหลายชุมชน ที่ขยายตัวต่อเนื่องอย่างกว้างขวางหากกระบวนการประกาศใช้กฎหมายประกอบรัฐธรรมนูญ และการจัดตั้งองค์กรอิสระด้านสื่อวิทยุโทรทัศน์ หรือคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แห่งชาติ หรือ กสช. เป็นไปตามช่วงเวลาที่ควรจะเป็น กระบวนการเรียนรู้ของประชาชน ซึ่งจัดและดำเนินการด้วยการร่วมมือกันของภาคประชาสังคม และองค์กรสนับสนุนที่ไม่ใช่ภาครัฐ คือ กระบวนการเตรียมการภาคประชาชนเพื่อพร้อมรับและใช้สิทธิอย่างมีวิสัยทัศน์ แต่ด้วยความล่าช้า เพราะความไม่จริงจังของหน่วยงานรับผิดชอบ กับการไม่ยอมปรับกระบวนการทัศนของกลุ่มผู้ครอบครองประโยชน์จากสื่อวิทยุโทรทัศน์ในปัจจุบัน ผนวกกับการที่คนทั่วไปคิดว่าไม่ใช่เรื่องของตน ทั้งที่ตนคือผู้ร่วมครองสิทธินั้น แต่กลับเห็นเป็นเพียงความขัดแย้งระหว่างชุมชนกับภาครัฐ ทำให้การปฏิรูปสื่อในประเทศไทยยังไม่เกิดขึ้น อันเป็นช่องทางให้หน่วยงานภาครัฐอ้างความในบทเฉพาะกาลของ พ.ร.บ.องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ.2543 เข้ามาจัดการกับวิทยุชุมชน ด้วยกระบวนการที่เก่า ที่ยังมีความคิดว่าผู้ใช้สื่อจำกัดเฉพาะผู้มีหน้าที่ของรัฐ หรือผู้ที่ได้สัมปทานจากรัฐ หรือคือรัฐ หรือทุน ทั้งยังสร้างตนเป็นผู้กำหนด ผู้วัดมาตรฐาน มากกว่ารับผิดชอบในการพัฒนาความเข้าใจในสิทธิอำนาจ บทบาทหน้าที่ และความเป็นตัวตนอันแตกต่างของผู้ประกอบการกลุ่มต่างๆ ตามเจตนารมณ์รัฐธรรมนูญ

นอกจากนี้ เอื้อจิต (2547) ยังได้กล่าวถึงสถานการณ์วิทยุชุมชนในประเทศในปัจจุบัน ไว้ว่า ในขณะที่ยังมีกลุ่มที่ยืนหยัดและยืนยงในการแสดงตนและร่วมกันพัฒนา การเรียนรู้งานวิทยุชุมชน ซึ่งจัดว่าเป็นกลุ่มที่ชัดเจนในแนวคิดวิทยุชุมชนของประชาชน และเชื่อมั่นในพลังประชาชนแต่ก็มีกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับรายการและการออกอากาศ มากกว่าการขยายกลุ่มผู้ร่วมงานและร่วมอุดมการณ์ที่ร้ายไปกว่านั้นคือ กว่าครึ่งของจำนวนวิทยุชุมชนในปัจจุบัน(อาจจะมิจำนวนถึง 500 แห่ง? ไม่สามารถระบุชัดเจนแน่นอน แต่จำนวนที่ผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่กล่าวข้างต้นมีประมาณ 200 แห่ง) เป็นการจัดตั้งขึ้น อย่างไม่ได้ชัดและเชื่อในหลักการและวิธีการที่มีการเรียนรู้กัน แต่เพียงต้องการใช้ช่วงสัญญาภาคนี้ ในการดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียง ซึ่งในกลุ่มนี้มีทั้งกลุ่มที่ไม่มุ่งหารายได้ แต่ต้องการดำเนินการวิทยุชุมชนเหมือนสถานีวิทยุทั่วไปคือมีกลุ่มหนึ่งจัดตั้งขึ้นมาและรับผิดชอบดำเนินการ คนทั่วไปเป็นเพียงคนฟัง กับกลุ่มที่อาจมีการร่วมกันของชุมชน หรือการจัดการของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง แต่มีการหารายได้ ด้วยการโฆษณา ซึ่งกลุ่มนี้คือกลุ่มที่บิดเบือนคุณค่าที่แท้จริงของวิทยุชุมชน แต่กลับกลายเป็นว่าบางแห่งได้รับการรับรองอย่างไม่เป็นทางการจาก

บุคลากรในหน่วยงานภาครัฐ ที่ประกาศว่า ตนมีความชอบธรรมในการรับรองการดำเนินการวิทยุชุมชน ตามความในบทเฉพาะกาล พ.ร.บ.องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2543 และตามมาตรการผ่อนผันที่คณะรัฐมนตรีอนุมัติ ทั้งที่มาตรการนั้น เป็นการริเริ่มและดำเนินการของกลุ่มผู้เรียนรู้เรื่องวิทยุชุมชน ที่ต้องการให้มาตรการผ่อนผัน ช่วยแก้ปัญหาการสกัดกั้นการเรียนรู้วิทยุชุมชนของภาคประชาชน จากภาครัฐ และยังเป็นวิธีการกั้นกรองกลุ่มที่เป็นกระบวนการชุมชน จากกลุ่มแอบแฝงประโยชน์ แต่หน่วยงานภาครัฐนี้ กลับใช้กระบวนการแยกแยะ อ้างความชอบธรรม ทำให้ตนมีอำนาจในการควบคุมและรับรองการดำเนินการวิทยุชุมชน โดยใช้เนื้อหาในมาตรการที่ภาคประชาชนทำงานกันมา เป็นเครื่องมือการทำงานอย่างใช้อำนาจ ที่คำนึงถึงลักษณะทางเทคนิคเป็นสำคัญ มากกว่าการพัฒนาความรู้ ความเข้าใจในสิทธิการดำเนินการวิทยุของชุมชน นอกจากนั้น ยังใช้อำนาจและวิธีการจัดการในกระบวนการตรรกศาสตร์เดิมมาสกัดกั้นการดำเนินการวิทยุชุมชน ทั้งที่ในขณะที่วิทยุชุมชน เป็นเพียงกระบวนการเรียนรู้ของประชาชนเรียกว่า นอกจากจะไม่สนับสนุนและพัฒนาดำเนินการที่แล้ว หน่วยงานภาครัฐนี้ ยังพยายามดำเนินการเพื่อให้คำอธิบายวิทยุชุมชน เป็นเพียงการดำเนินการภายใต้การกำกับของรัฐ มิใช่การรวมตัวกันเป็นเจ้าของและดำเนินการภายใต้กติกาการใช้เพื่อสาธารณประโยชน์ ที่ไม่มีการแสวงหากำไร ที่น่าเศร้าคือ หน่วยงานดังกล่าวไม่ดูแล เยี่ยมชม หรือให้การสนับสนุนรับรองแก่วิทยุชุมชน ที่เป็นกระบวนการร่วมเรียนรู้ ร่วมใช้ร่วมรับผิดชอบของชุมชนต่างๆ อย่างยึดมั่นในหลักการการใช้สิทธิเพื่อประโยชน์สาธารณะ แต่กลับสร้างภาพการเยี่ยมชมและเก็บข้อมูลวิทยุชุมชนจากการดำเนินการที่เป็นไปในรูปแบบ มีการว่าจ้างบุคคลให้รับผิดชอบดำเนินการ โดยองค์กรปกครองท้องถิ่นระดับจังหวัด หรือ เมือง ขณะที่ภารกิจของภาครัฐคือ การดำเนินการให้ได้องค์กรอิสระด้านสื่อวิทยุโทรทัศน์ หรือ กสช. กับการประกาศใช้ พ.ร.บ.การประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

บทสรุป วิทยุชุมชนในประเทศไทยยังมีภาระงานการต่อสู้กับกระบวนการกีดกัน การขาดความรับผิดชอบ และความจริงจังจากหน่วยงานรับผิดชอบภาครัฐทั้งยังต้องต่อสู้กับตนเองว่าจะมองวิทยุชุมชนเป็นเครื่องมือ เพื่อสะท้อน แสดง สิทธิอำนาจในการกำหนดเนื้อหา และวิธีการสื่อสารเพื่อประโยชน์และความต้องการของชุมชนที่ร่วมกันเป็นเจ้าของหรือจะมองวิทยุชุมชนเป็นเพียงกลไกในการทำให้มีกลุ่มคนของชุมชนมาผลิตรายการ และได้ออกอากาศหรือทำให้เครือข่ายที่ร่วมเรียนรู้เรื่องวิทยุชุมชน เพื่อเตรียมพร้อมชุมชนในการใช้สิทธิในการสื่อสารผ่านคลื่นเพื่อประโยชน์สาธารณะ กลายเป็นเพียงเครือข่ายที่ดำเนินการด้านการตลาดแสดงตนหรือแสวงหากำไรสนับสนุนจากหน่วยงานหรือโครงการต่างๆ เพื่อให้วิทยุชุมชนเป็นหน่วยผลิตรายการที่มีเนื้อหาเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แก่หน่วยงานที่สนับสนุน ซึ่งถ้าเป็นเช่นนี้ ชุมชนจะกลายเป็นเครื่องมือของการเกิดสื่อประเภทใหม่เท่านั้น ไม่ใช่สื่อเป็นเครื่องมือของชุมชนวิทยุชุมชนจะกลายเป็นเพียงอีกประเภท

ของกลุ่มคน และอีกประเภทของการดำเนินการวิทยุกระจายเสียง ซึ่งถ้าเป็นเช่นนั้น การปฏิรูปสื่อวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ของประเทศไทย ไม่มีทางเกิดขึ้นได้อย่างสนองหลักการในรัฐธรรมนูญ โดยเฉพาะเพื่อสิทธิและเสรีภาพ ในการสื่อสารผ่านคลื่นของภาคประชาชน อย่างมีศักดิ์ศรี ที่เท่าเทียมกับผู้ประกอบการภาครัฐ และภาคเอกชน

1.2.2 ความหมายของวิทยุชุมชน

สุริยวัชร (2545) อ้างใน พิศิษฐ์ (2542) ได้ให้ความหมายของวิทยุชุมชนไว้ว่า “วิทยุชุมชน หมายถึง การแพร่เสียงรายการวิทยุกระจายเสียงที่เสนอเนื้อหาสาระสำคัญสำหรับประชาชนแต่ละท้องถิ่น ที่มีลักษณะเฉพาะด้านเชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรม และศาสนา โดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของประชาชนในด้านการศึกษา วัฒนธรรม ความมั่นคงของรัฐและประโยชน์สาธารณะอื่น มีเขตครอบคลุมในวงจำกัด โดยยึดหลักการดำเนินงานตามแนวคิดประชาธิปไตย คือ เพื่อประชาชน โดยชุมชน ของประชาชน สามารถดำเนินการได้ 2 แบบ คือ แบบบริหารจัดการกันเองโดยชุมชน และแบบประชาชน หรือบริษัทเอกชน ดำเนินการโดยไม่คิดเงิน/ ค่าเช่า

สิทธิชัย (2549) ได้ให้ความหมายของวิทยุชุมชน ไว้ว่า “วิทยุชุมชน หมายถึง เทคโนโลยีที่เปิดช่องทางการสื่อสารเพื่อชีวิตของคนในชุมชนและมาจากการที่ชุมชนได้จัดตั้งสถานีวิทยุของตัวเอง โดยมีเครื่องส่งวิทยุกำลังต่ำ ขนาด 20-30 วัตต์ กระจายเสียงได้ในระยะใกล้โดยมากครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 10-20 กิโลเมตร จากเครื่องส่ง โดยผู้จัดรายการคือคนของชุมชนอาจจะแวะเวียนกันมาจัดหรือมีคนยืนพื้นที่ประจำ โดยจะมีการประชาสัมพันธ์ให้กับคนในพื้นที่ที่ทราบถึงคลื่นวิทยุที่ใช้และเวลาที่จัดรายการเพื่อที่ทุกคนจะได้เปิดฟังในเวลาที่ต้องการได้ โดยมากมักเป็นช่วงเช้าและช่วงหัวค่ำ ส่วนเนื้อหาก็คือเป็นเรื่องชุมชนนั่นเอง” ดังนั้นวิทยุชุมชนจึงเป็นเรื่องของ ชุมชนคิด ชุมชนทำ ชุมชนนำเสนอ และชุมชนตรวจสอบการจัดการเป็นหลัก หรือเป็นการนำเทคโนโลยีที่รัฐเคยผูกขาด มาสร้างช่องทางอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมแห่งสิทธิภายใต้รัฐธรรมนูญ ที่ชุมชนต้องการมีสิทธิ ในการสื่อสารเรื่องที่ดีเพื่อสิ่งที่ดีต่อชุมชน ของตน ซึ่งไม่ใช่แค่เรื่องการเมือง หรือมีสถานีวิทยุเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างคุณแห่งอำนาจของภาคประชาชน ที่จะสร้างสรรค์สื่อและสารบนรากฐานทางวัฒนธรรมที่แท้จริง ของตนเอง” เช่นเดียวกับ วิทยุชุมชน คนเมืองหละปุน ที่เกิดจากคนในชุมชน ร่วมกันก่อตั้ง ทั้งร่วมกันคิด ร่วมกันวางแผนและร่วมกันดำเนินงาน ซึ่งวิทยุชุมชน คนเมืองหละปุนจึงเป็นอีกหนึ่งช่องทางการสื่อสารและกระจายข้อมูลสารให้กับคนในชุมชน เป็นวิทยุชุมชน๑สาธารณะ ที่ให้คนในชุมชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมกับวิทยุชุมชน๑ได้ ทั้งร่วมกันบริหารดำเนินงาน จัดรายการ รวมไปถึงรับฟังและร่วมแสดงความคิดเห็น ดังนั้น ทุกขั้นตอนของการ

ดำเนินงานวิทยุชุมชน คนเมืองหละปูน ไม่ว่าจะเป็นการก่อตั้งวิทยุชุมชนฯ การดำเนินงาน การจัดรายการ เป็นเรื่องของคนในชุมชนที่ร่วมมือกันให้วิทยุชุมชน คนเมืองหละปูนสามารถดำเนินงาน

1.2.3 แนวคิดวิทยุชุมชน (Community Radio)

แนวคิดเกี่ยวกับวิทยุชุมชน มีอยู่หลากหลายแง่มุมด้วยกัน ซึ่งจะแตกต่างกันออกไป ตามแนวคิดและการพิจารณาของผู้เสนอแนวคิดนั้นขึ้น

วีระพงษ์และคณะฯ (2545) อ้างใน จุมพล (2542) ได้สรุปแนวคิดของวิทยุชุมชนและลักษณะวิทยุชุมชน โดยแนวคิดของวิทยุชุมชนนั้น ได้เสนอเป็นหลักการ ดังนี้

1) ต้องเกิดขึ้นจากความต้องการของชุมชน โดยถือหลักว่าคนส่วนใหญ่ แสดงความคิดเห็น ความต้องการร่วมกัน

2) วิทยุชุมชนต้องได้รับการยอมรับของกลุ่มต่างๆ ในชุมชน

3) วิทยุชุมชนย่อมไม่มีการแบ่งแยกเชื้อชาติ ศาสนา ประเพณีวัฒนธรรมของคนในชุมชน

4) วิทยุชุมชนต้องยึดถือแนวทางการเสนอรายการและข่าวสารของชุมชนเป็นหลัก ภายใต้แนวคิด ความเชื่อ วัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น สิ่งแวดล้อม และเหตุการณ์ในท้องถิ่นใน หัวใจของการนำเสนอข่าวสารและรายการ

5) วิทยุชุมชนจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมจัดรายการ และสามารถเข้าไปบริหารจัดการ หรือเป็นผู้ปฏิบัติในสถานีได้ ยูเนสโกได้เห็นว่า “Participatory radio means a radio station that self-managed by those participating in it” นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงใดๆ ในสื่อวิทยุให้เป็นไปตามแนวคิดและความต้องการของประชาชนในชุมชน โดยยึดหลักกระบวนการทางประชาธิปไตย

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

7) วิทยุชุมชนเป็นสื่อมวลชนตามแนวคิดประชาธิปไตย (Democratic Media) เพื่อประชาชน โดยประชาชน ของประชาชน

ดังนั้น ในเรื่องของวิทยุชุมชน ควรจะต้อง

1. สนองตอบชุมชนท้องถิ่น และหรือความสนใจของชุมชนเป็นหลัก

2. รูปแบบของการไม่แสวงหากำไรทางธุรกิจ

3. มีการบริหารงานและการดำเนินโดยคณะกรรมการบริหาร ซึ่งเป็นคนในชุมชน หรือตัวแทนจากกลุ่มผู้ที่สนใจต่างๆ ในชุมชนหรืออาสาสมัคร

4. ให้บริการข่าวสารครอบคลุมทั้งการศึกษา สารระและควมบั่นเทง รวมทั้งมีการอำนวควมสะดวกให้กับคนในชุมชน การบริการแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆให้กับคนในชุมชนได้รับทราบ
5. เนื้อหารายการที่ส่งกระจายเสียงต้องเป็นเนื้อหาหลักจากที่มีอยู่ในท้องถิ่น / ชุมชน
6. มีรายการที่กระตุ้นให้เกิดการพัฒนาการมีส่วนร่วมในระบบประชาธิปไตยต่อต้านปัญหาการแบ่งแยกกันของกลุ่มคนเป็นต้น

1.2.3.1 แนวคิดเรื่องบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชน

กาญจนา (2549) ได้เสนอแนวคิดเรื่องบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชนไว้ว่า แนวคิดที่อยู่เบื้องหลังการศึกษาบทบาท/หน้าที่และประโยชน์ของวิทยุชุมชนนั้น เกิดมาจากทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism) ซึ่งได้อุปมาอุปมัยว่า ชุมชน/สังคมโดยรวมเปรียบเสมือนร่างกายของมนุษย์ บรรดาสถาบันย่อยต่างๆ ก็ประจวบวิวะะส่วนย่อยที่มาประกอบกันเข้าและต่างมีหน้าที่/บทบาท/ที่เป็นประโยชน์ต่อการธำรงรักษาร่างกาย/ส่วนรวมทั้งหมด ในแง่นี้วิทยุชุมชนซึ่งเป็นเสมือนอวัยวะ/ส่วนย่อยของชุมชน/ส่วนรวมการเล่นบทบาทหรือทำหน้าที่นั้นจะมองเห็นได้เมื่อเกิด “สภาวะความขาด” อันนำไปสู่ความต้องการ (Need) เช่น เมื่อร่างกายขาดน้ำ อวัยวะส่วนต่างๆก็จะทำหน้าที่/เล่นบทบาทเป็นผู้จัดหา น้ำมาตอบสนองความต้องการ หากอวัยวะส่วนย่อยทั้งหมดทำหน้าที่อย่างประสานกลมกลืนกัน ก็จะสามรถตอบสนองความต้องการของส่วนรวมได้

ในการพิจารณาบทบาท/หน้าที่/ประโยชน์ของวิทยุชุมชนก็จะเข้าไปในลักษณะเดียวกัน คือการศึกษาผลที่เกิดขึ้นจากการแสดงบทบาท/ทำหน้าที่ของวิทยุชุมชนว่าสามารถจะตอบสนองความต้องการในด้านต่างๆที่ชุมชนยังขาดแคลนอยู่ได้อย่างไร

การศึกษาบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชนในงานวิจัยที่เป็นกรณีศึกษาทั้ง 4 กรณีนี้ มีแนวทางการศึกษาวิทยุชุมชนใน 2 ลักษณะด้วยกันคือ

1) การพิจารณาวิทยุชุมชนในฐานะเครื่องมือการสื่อสารชนิดหนึ่ง หากพิจารณาวิทยุชุมชนในแง่นี้ การทำบทบาทหน้าที่หรือเป้าหมายประโยชน์ของวิทยุชุมชนก็จะไปตามหลักการสื่อสาร เช่น งานวิจัยวิทยุชุมชน จ.ปัตตานีนั้นต้องการจะตรวจสอบเป้าหมายของวิทยุชุมชนว่าทำหน้าที่อย่างไร

- (1.1) การทำหน้าที่ถ่ายทอดข่าวสาร
- (1.2) การทำหน้าที่ให้ความรู้
- (1.3) การทำหน้าที่เพื่อแสดงออกซึ่งความเป็นตัวตนของผู้จัดรายการ/ตัวตนของท้องถิ่น

2) การพิจารณาวิद्यุชุมชนในฐานะ กลไกการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนหรือเพื่อการพัฒนาชุมชน ดังเช่นข้อสรุปของสถาบันการเรียนรู้และพัฒนาประชาสังคมและสถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนาที่ได้มีการประชุมเวทีสื่อภาคประชาชน อันหมายถึงวิद्यุชุมชนว่าจะต้องมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างไปจากพันธกิจของวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจดังนี้

(2.1) เป็นเวทีแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิดเห็น และเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงการเรียนรู้ระหว่างเครือข่ายหรือชุมชน

(2.2) เป็นศูนย์กลางประสานความร่วมมือในการแก้ปัญหาและพัฒนาท้องถิ่นในด้านต่างๆ เช่น สาธารณสุข สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ เป็นต้น

(2.3) อนุรักษ์คุณค่าและเอกลักษณ์ท้องถิ่น เผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่น

(2.4) เป็นเวทีให้แก่ผู้ด้อยโอกาสและกลุ่มพิเศษทางสังคม

(2.5) เป็นเครื่องมือในการสร้างความเชื่อมั่นในการพึ่งตนเอง

1.2.3.2 แนวคิดของนักวิชาการในประเทศและแนวคิดของต่างประเทศ

แนวคิดของนักวิชาการในประเทศ

หลักการของวิद्यุชุมชนเน้นการส่งเสริมสิทธิ เสรีภาพของประชาชนในการดำเนินบริการ สื่อ กระจายเสียง กล่าวคือ เป็นสื่อกระจายเสียงที่ชุมชนร่วมกันเป็นเจ้าของ มีการดำเนินบริการบริหารจัดการ และตรวจสอบกันเองในชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ชุมชนได้รับประโยชน์สูงสุด โดยวิद्यุชุมชนเป็น รูปแบบการบริหารจัดการองค์กรสื่อกระจายเสียงในระดับท้องถิ่น และมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นศูนย์กลางของข้อมูลข่าวสารที่สนองตอบต่อความต้องการอันหลากหลายของปัจเจกบุคคลที่รวมตัวกันเป็นชุมชน รวมทั้ง เชื่อมโยงสมาชิกของชุมชนผ่านทางการแลกเปลี่ยนความรู้และทัศนคติ การสร้างความเข้าใจ ตลอดจนการส่งเสริมการมีส่วนร่วม ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการพัฒนา ให้ชุมชนเข้มแข็งยิ่งขึ้น ดังนั้น รูปแบบการดำเนินบริการดังกล่าวจึงเป็นการบริการสาธารณะ ไม่แสวงหากำไรทางธุรกิจการค้า หรือผลประโยชน์อื่นใด โดยถือเป็นกระบวนการทางการสื่อสารหนึ่ง ในลักษณะของการมีส่วนร่วม

รองศาสตราจารย์จุมพล รอดคำดี คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กล่าวถึงหลักการสำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมตามแนวทางขององค์กรยูเนสโก คือ การเข้าถึงสื่อ (Access) คือ การเข้าถึงตั้งแต่การฟัง การแสดงความคิดเห็น ความต้องการ ต่อรายการทั้งด้านการจัดการ การจัดการ การผลิตรายการ ไปจนถึงการมีส่วนร่วมเข้าไปจัดทำในสิ่งที่ตนเอง

การมีส่วนร่วม (Participation) คือ ประชาชนในชุมชนต้องมีส่วนร่วม หรือมีโอกาสเข้าร่วม ได้ทุกขั้นตอน ตั้งแต่เริ่มคิด ไปจนถึงการผลิต การจัดการ

การจัดการด้วยตนเอง (Self-management) คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้วยตนเอง ตามวิธีทางกระบวนการประชาธิปไตย คือ ชุมชนมีอำนาจตัดสินใจตั้งแต่เริ่มคิด วางแผน ไปจนกระทั่งการกำหนดนโยบาย การบริหาร และการลงมือผลิตสื่อด้วยตนเอง

อนึ่ง การบริหารจัดการด้วยตนเองต้องกระทำอย่างค่อยเป็นค่อยไป ในขณะที่การเข้าถึงสื่อ และการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร มีความเป็นไปได้มากกว่าและสามารถทำได้ง่ายกว่า ดังนั้น รองศาสตราจารย์จุมพลจึงยึดหลักการแบ่งระดับความเป็นวิทยุชุมชนขององค์กรยูเนสโกไว้เป็น 6 ระดับ ได้แก่

ระดับที่ 1 ผู้จัดการของ/ในสถานี นำข้อมูลที่สมาชิกชุมชนแจ้งมานำเสนอในลักษณะ การประกาศสาธารณะหรือการบริการชุมชน

ระดับที่ 2 สถานียังคงเป็นเจ้าของ ดูแลการจัดการผลิต และการนำเสนอ แต่กำหนดกรอบ และเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดและ/หรือการนำเสนอเนื้อหาในบางรายการ เช่น การรายงานสภาพการจราจร

ระดับที่ 3 ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในระดับการเป็นเจ้าของรายการ การบริหารรายการ การกำหนดเนื้อหาและวิธีการนำเสนอรายการ โดยการทำงานในรูปแบบกรรมการ ส่วนสถานียังเป็นของหน่วยงานที่เป็นเจ้าของ บุคลากรสถานี ทำหน้าที่ดูแลให้คำปรึกษาด้านระเบียบ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง และอำนวยความสะดวกในการผลิตและการออกอากาศ

ระดับที่ 4 สถานียังคงเป็นของหน่วยงานรัฐ งบประมาณมาจากรัฐและการบริจาคแต่ตัวแทน กลุ่มต่างๆ ในชุมชนที่เป็นอาสาสมัครเข้ามาบริหารสถานีและดำเนินการด้านรายการโดยมีเจ้าหน้าที่สถานี คอยให้คำแนะนำและช่วยเหลือ

ระดับที่ 5 ประชาชนในชุมชนรวมตัวกัน ยื่นขอคลื่นความถี่จากรัฐและลงทุนจัดตั้งสถานีวิทยุ เป็นของชุมชน มีการบริหารในรูปแบบกรรมการทำหน้าที่กำหนดนโยบายและควบคุมการบริหาร จ้างมืออาชีพทำงานในการจัดการสถานี การจัดและผลิตรายการ ส่วนงานธุรการ มีทั้งที่เป็นพนักงานและอาสาสมัคร

ระดับที่ 6 ประชาชนรวมตัวกันจัดตั้งและยื่นขอใบอนุญาตเป็นเจ้าของคลื่นความถี่ เช่นเดียวกับระดับห้า แต่การดำเนินงานของสถานี ตั้งแต่ระดับกรรมการไปจนถึงเจ้าหน้าที่ ผู้ปฏิบัติงาน ล้วนเป็น อาสาสมัครทั้งสิ้น แต่ได้รับความช่วยเหลือหรือร่วมมือในการพัฒนาทักษะจากหน่วยงานรัฐหรือหน่วยงานวิชาการ อย่างไรก็ตาม ในระยะเริ่มต้น ภาครัฐอาจมีบทบาทในการเป็นพี่เลี้ยงให้กับชุมชน หรือให้ความช่วยเหลือเพื่อสนับสนุนและเตรียมความพร้อม โดยกำหนด

ระยะเวลาที่เหมาะสมในการถอนตัวให้ ชุมชนได้เข้ามาดำเนินการตามหลักการอย่างแท้จริง คือ "เพื่อชุมชน โดยชุมชน ของชุมชน"

แนวคิดของต่างประเทศ

การกระจายการใช้คลื่นความถี่แก่ประชาชน เพื่อประโยชน์สาธารณะในระดับท้องถิ่นนี้เป็นแนวคิด ที่เกิดขึ้นและมีการปฏิบัติจริงในหลายประเทศ โดยนักวิชาการสื่อสารมวลชนชาวตะวันตก เช่น Barker (1997) ให้ความเห็นว่า ประชาชนของประเทศต่างๆ ยังคงยึดหลัก “ความเป็นท้องถิ่น” (Localism) และ “การรวมตัวกันเป็นชุมชน” (Community) ถึงแม้ว่าจะมีกระแสการไหลเวียนของข้อมูล ข่าวสาร และ วัฒนธรรมจากต่างชาติในยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) ที่เป็นผลมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การสื่อสารและการพัฒนาของสื่อกระจายเสียงระหว่างประเทศ ซึ่งหลักความเป็นท้องถิ่นดังกล่าวเชื่อว่า ระบบของสื่อกระจายเสียงไม่ได้เป็นเพียงสื่อข้ามชาติในระดับโลกเพียงอย่างเดียว แต่สื่อกระจายเสียงยังคง ทำหน้าที่ในระดับประเทศ และระดับท้องถิ่นด้วย

สื่อกระจายเสียงในระดับท้องถิ่นนั้น นอกจากจะเป็นสื่อที่ผลิตโดยหน่วยงานของรัฐ และภาคธุรกิจแล้ว ยังมีสื่ออีกประเภทหนึ่งที่เกิดจากความต้องการของบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์กรในชุมชนระดับท้องถิ่นนั้น เพื่อเป็นประโยชน์แก่ชุมชน เรียกว่า สื่อกระจายเสียงเพื่อชุมชน (Community Broadcasting)

รูปแบบ วิทยุชุมชนเป็นรูปแบบการบริหารจัดการองค์กรสื่อกระจายเสียงในระดับท้องถิ่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นศูนย์กลางของข้อมูลข่าวสารที่สนองต่อความต้องการอันหลากหลายของปัจเจกบุคคล ที่รวมตัวกันเป็นชุมชน รวมทั้ง เชื่อมโยงสมาชิกของชุมชนผ่านทาง การแลกเปลี่ยนความรู้และทัศนคติ การสร้างความเข้าใจ ตลอดจนการส่งเสริมการมีส่วนร่วม ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาให้ชุมชนเข้มแข็ง ยิ่งขึ้น ดังนั้น รูปแบบการดำเนินบริการดังกล่าวจึงเป็นการบริการสาธารณะ ไม่แสวงหากำไรทางธุรกิจ การค้า หรือผลประโยชน์อื่นใด ซึ่งมุ่งเน้นไปที่ การมีส่วนร่วมทางการสื่อสารของคนในชุมชน (Participatory Communication) เพื่อใช้เป็นกระบอกเสียงของบุคคล กลุ่มบุคคล ชนกลุ่มน้อย และผู้ที่มีความสนใจ ในเรื่องเฉพาะใดๆ โดยมีหลักการสำคัญ 3 ประการ ได้แก่

1. รูปแบบการบริหารจัดการที่ไม่หวังผลกำไร (Non-Profit Consortium) ซึ่งหมายรวมถึงผลกำไร ทางธุรกิจ และผลประโยชน์ทางอำนาจรัฐใดๆ เพื่อให้เกิดความเป็นอิสระทางด้านการบริหาร จัดการ และเป็นประโยชน์ต่อชุมชนอย่างแท้จริง

2. การมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ (Local Participation) ซึ่งหมายรวมถึง ความเป็นเจ้าของ ในสถานี

3. ระบบการตัดสินใจโดยหลักประชาธิปไตย (Democratic Decision-making)

พื้นที่บริการ วิทยุชุมชนส่วนใหญ่มีรูปแบบการบริหารจัดการ เช่นเดียวกับกับสถานีวิทยุระดับอื่นๆ เพียงแต่อาจจะมีขนาดองค์กรที่เล็กกว่า เนื่องจากมีพื้นที่การออกอากาศเฉพาะในท้องถิ่น (Local) ไม่ใช่การออกอากาศโดยกว้างไปทั่วประเทศ ซึ่งคำว่าท้องถิ่นนั้น หมายถึง ความใกล้ชิดของพื้นที่ที่อยู่อาศัย (รัฐ / เมือง / เขต) วัฒนธรรม (เชื้อชาติ / ภาษา / ศาสนา) และความสนใจ (รสนิยม / ความต้องการ) รวมไปถึง ความหมายโดยกว้าง ได้แก่ เพศ วัย และการศึกษาอีกด้วย กล่าวคือ สถานีจะเป็นเหมือนศูนย์กลางของกลุ่มคนหลายๆ กลุ่ม ซึ่งรวมตัวกันด้วยความต้องการที่จะผลิตและนำเสนอรายการที่ตนเองสนใจและเกี่ยวข้อง เพื่อสื่อสารกันเองภายในกลุ่ม รวมทั้ง สร้างความเข้าใจกับบุคคลภายนอกกลุ่ม

บุคลากรและการงบประมาณ เนื่องจากวิทยุชุมชนดำเนินบริการโดยไม่หวังผลกำไรทางธุรกิจ จึงใช้หลักอาสาสมัคร เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ส่วนการงบประมาณนั้น สถานีวิทยุชุมชนอาจมีรายได้จาก 4 แหล่ง คือ 1) รายได้จากการเช่าเวลาของผู้ผลิตรายการ ซึ่งเป็นการเช่าเวลาที่มีราคาถูก เพื่อให้กลุ่มต่างๆ มีความสามารถในการร่วมผลิตรายการกับทางสถานี และเป็นการเปิดโอกาสทางการสื่อสารให้แก่ชุมชน 2) รายได้จากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภายนอก ซึ่งจะต้องมีการกำหนดลักษณะช่วงเวลา และระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์ตามกรอบทางกฎหมาย 3) รายได้จากการสนับสนุนหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ บุคคลและหน่วยงานในชุมชน รวมทั้ง กองทุนอิสระและจัดตั้งขึ้น โดยรัฐบาล เพื่อให้ความช่วยเหลือทางการเงินด้านการดำเนินการของสถานี และ 4) รายได้จากการรับมอบเงินอุดหนุน เป็นรายได้ที่ได้มาจากการที่บุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์กร ที่มีความประสงค์ที่จะมอบเงิน หรือทรัพย์สินอุดหนุนให้แก่สถานี ทั้งที่เป็นการมอบให้โดยทั่วไปหรือมอบให้เมื่อสถานีมีการจัดกิจกรรมพิเศษใดๆ

1.2.4 ระดับของการเป็น “วิทยุชุมชน” แบ่งได้เป็น 6 ระดับ คือ

1) ระดับรายการ จำแนกได้เป็น 3 แนวคิด คือ

ก) เป็นการจัดรายการเพื่อบริการประชาชน รายการเป็นของสถานีหรือเป็นของผู้จัดรายการ โดยที่ประชาชนหรือผู้ฟังจะส่งจดหมายหรือโทรศัพท์มาบอกข่าวสารต่างๆ จากนั้นผู้จัดรายการจะเป็นผู้เลือกเนื้อหาและพูดด้วยตนเอง ผู้ฟังหรือประชาชนไม่มีสิทธิในการเลือกเนื้อหาหรือวิธีการนำเสนอ ตลอดจนเป็นเจ้าของรายการได้

ข) แนวคิดการจัดรายการ โดยเนื้อหาเป็นรายงานโดยตรงจากประชาชน เช่น รายการของ จส.100, สวพ.91, รายการร่วมด้วยช่วยกัน เป็นต้น ผู้ฟังจะเป็นผู้กำหนดเนื้อหา และวิธีการนำเสนอ (รายงานการจราจร, แจ้งของหาย, เหตุการณ์เหตุร้ายด้วยตนเอง) ตามที่สถานีกำหนดกรอบรายงาน

แต่ประชาชนยังไม่สามารถเป็นเจ้าของรายการได้ สถานีหรือผู้จัดรายการยังเป็นผู้ควบคุมหรือเป็นเจ้าของรายการ หรือประชาชนหรือผู้ฟังจะเป็นเสนอเนื้อหาหรือเล่าเหตุการณ์ด้วยตนเองเท่านั้น

ค) แนวคิดการจัดรายการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งของสถานี ซึ่งสถานียินยอมให้จัดเนื้อหาและวิธีการนำเสนอจะมาจากความคิดเห็นจากตัวแทนของประชาชนที่ได้รับการคัดเลือกขึ้นมาอยู่ในรูปแบบของ “คณะกรรมการวิทยุชุมชน” จะเป็นผู้ตัดสินใจและให้ความเห็นชอบว่าจะจัดรายการอย่างไร กรรมการชุดนี้จะเป็นผู้กำหนดนโยบายกำหนดเรื่องราวหรือเนื้อหาที่จะเสนอ ในขณะที่เดียวกันจะสะท้อนความต้องการของผู้ฟังให้ทราบ ผู้จัดรายการ ซึ่งเป็นนักจัดรายการอาชีพหรือเป็นเจ้าของพื้นที่ของสถานีนั้นๆ ก็จะรับมติหรือเอาความเห็นของคณะกรรมการไปปฏิบัติ ในกรณีนี้จะสังเกตได้ว่าประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมเป็นเจ้าของรายการ และบริหารรายการโดยสามารถกำหนดเนื้อหา และวิธีการนำเสนอรายการตามแนวทางของตนได้ มิใช่สถานีหรือผู้จัดรายการเป็นผู้กำหนดแต่ประการใด สถานีจะทำหน้าที่ดูแลให้คำปรึกษาเฉพาะทางด้านระเบียบ กฎหมายที่เกี่ยวข้องต่างๆ และอำนวยความสะดวกในด้านการออกอากาศและผลิตรายการตามวัตถุประสงค์ของคณะกรรมการวิทยุชุมชนเท่านั้น

2) ระดับสถานี จำแนกได้เป็น 2 แนวคิด ดังนี้

ก) ในระดับนี้จะอาศัยอาสาสมัครเข้ามาเป็นผู้ปฏิบัติในหน้าที่ต่างๆ ในสถานี บริหารรายการทั้งหมดโดยกลุ่มอาสาสมัครที่เป็นตัวแทนของกลุ่มต่างๆ การกำหนดเนื้อหาในชุมชน การจัดรายการจะทำด้วยตนเองทั้งสิ้น โดยมีเจ้าหน้าที่ประจำสถานีคอยให้คำแนะนำและช่วยเหลือ แต่สถานียังเป็นหน่วยงานของรัฐ งบประมาณจากรัฐและการบริจาค ประชาชนไม่ใช่เจ้าของ

ข) เป็นสถานีที่มีใบอนุญาตเป็นเจ้าของคลื่นความถี่ ในแนวคิดนี้ประชาชนในชุมชนสามารถรวมตัวกันยื่นขอคลื่นความถี่ของรัฐ และลงทุนจัดตั้งสถานีวิทยุเป็นชุมชนตนเอง แล้วตั้งตัวแทนเข้าไปบริหารสถานีในรูปคณะกรรมการวิทยุชุมชน คณะกรรมการฯ จะทำหน้าที่กำหนดนโยบายการบริหารสถานี การบริหารสถานี แต่งตั้งผู้จัดการสถานี (Station Managing Director) และว่าจ้างผู้ผลิตรายการมืออาชีพ (Professional Radio Producers) และนักข่าวมืออาชีพ (Professional Journalists) ตลอดจนว่าจ้างพนักงานธุรการ และอาสาสมัครหรือสมาชิกในชุมชนที่สามารถทำงาน การเงินการบัญชีเข้ามาทำงานให้สถานี การทำงานของพนักงานสถานี ตั้งแต่ผู้จัดการลงไปจนถึงพนักงานระดับล่าง จนอยู่ภายใต้ันโยบายของคณะกรรมการฯ การจัดรายการจะเป็นไปในแนวทางที่กรรมการฯ กำหนดหรือให้นโยบายไว้

3) ระดับเจ้าของสถานี่และมีใบอนุญาตเป็นเจ้าของคลื่นความถี่

ในระดับนี้ประชาชนรวมตัวกันจัดตั้งสถานี่ และขอใบอนุญาตเป็นเจ้าของคลื่นความถี่จากรัฐเช่นเดียวกับระดับที่ 2 แต่การดำเนินงานของสถานี่ ตั้งแต่ระดับกรรมการวิทยุชุมชนไปจนกระทั่งเจ้าหน้าที่ทุกคน ทุกระดับจะเป็นอาสาสถานี่ อาสาสมัครเหล่านี้จะได้รับการอบรมจากผู้เชี่ยวชาญในด้านการบริหารสถานี่ การจัดรายการ การสื่อข่าวเขียนอ่าน และหน้าที่อื่นๆที่จำเป็น ซึ่งชุมชนว่าจ้างให้มาอบรม หรือสถาบันการศึกษาหน่วยงานที่เชี่ยวชาญจากภาคเอกชน ภาครัฐ อาจจะเข้ามาให้ความช่วยเหลือก็เป็นได้

1.2.5 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชน

กาญจนา (2549) เนื่องจากวิทยุชุมชนเป็นการดำเนินงานที่เกี่ยวกับกิจกรรมสาธารณะ ดังนั้นจึงเป็นการดำเนินงานภายใต้กฎหมาย สำหรับวิทยุชุมชนในปัจจุบันนั้น เป็นแนวคิดที่เกิดจากการปฏิรูปทางการเมืองของไทยที่มีจุดเริ่มต้นตั้งแต่เหตุการณ์เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2535 จนกระทั่งถือการร่างรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 ในกฎหมายที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับวิทยุชุมชนอยู่ 3 มาตรา คือ มาตรา 39, 40 และ 41 และมีอีกหลายมาตราที่เกี่ยวข้องโดยทางอ้อม เช่น มาตรา 37 มาตรา 58, 59, 60

(ก) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชนโดยตรง ได้แก่ มาตราที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรรคลื่นความถี่คือ

มาตรา 40 มีข้อความสำคัญ 3 ข้อคือ

(1) คลื่นความถี่ที่ใช้ในการส่งวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และวิทยุโทรคมนาคม เป็นทรัพยากรสื่อสารของชาติ เพื่อประโยชน์สาธารณะ

(2) ให้มีองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่ตามวรรคหนึ่งและกำกับดูแลการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ

(3) การดำเนินการตามวรรคสองต้องคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของประชาชนในระดับชาติ และระดับท้องถิ่นทั้งในด้านการศึกษา วัฒนธรรม ความมั่นคงของรัฐและประโยชน์สาธารณะอื่น รวมทั้งการแข่งขัน โดยเสรีอย่างเป็นธรรม

มาตรา 39 ซึ่งเป็นกฎหมายที่รับรองเสรีภาพในการสื่อสาร มีข้อความสำคัญ 5 วรรค คือ

(1) บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น การพูด การเขียน การพิมพ์ การโฆษณา และการสื่อความหมายโดยวิธีอื่น (ในมาตรานี้หมายความว่าประชาชนมีสิทธิทั้งจะเป็นผู้รับสารและผู้ส่งข่าวสารได้)

(2) การจำกัดเสรีภาพตามวรรคหนึ่งจะกระทำไม่ได้ เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตามบัญญัติแห่งกฎหมายเฉพาะเพื่อรักษาความมั่นคงแห่งรัฐ เพื่อคุ้มครองสิทธิเสรีภาพ เกียรติยศ ชื่อเสียง สิทธิในครอบครัวหรือความเป็นส่วนตัวของบุคคลเพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือเพื่อป้องกันหรือระงับความเสื่อมทรามทางจิตใจหรือสุขภาพของประชาชน

(3) การตั้งปิดโรงพิมพ์ สถานีวิทยุกระจายเสียง หรือสถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อลดรอนเสรีภาพตามมาตรานี้จะกระทำไม่ได้

(4) การให้นำข่าวหรือรายการ ไปให้เจ้าหน้าที่ตรวจก่อนจะไปโฆษณาในหนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง หรือวิทยุโทรทัศน์ จะกระทำมิได้ เว้นแต่จะกระทำในระหว่างเวลาที่ประเทศอยู่ในภาวะสงครามหรือการรบ แต่ทั้งนี้จะต้องกระทำโดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายซึ่งได้ตราขึ้นตามความในวรรคสอง

(5) เจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชนอื่นต้องเป็นบุคคลสัญชาติไทย ทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ

(6) การให้เงินหรือทรัพย์สินอย่างอื่นอุดหนุนหนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชนอื่นของเอกชนรัฐจะกระทำมิได้

มาตรา 41 เป็นกฎหมายที่รับรองเสรีภาพของพนักงาน ลูกจ้างในกิจการสื่อมวลชนของรัฐ และเอกชน อันมีข้อความสำคัญ ดังนี้

(1) พนักงานหรือลูกจ้างของเอกชนที่ประกอบกิจการหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ ย่อมมีเสรีภาพในการเสนอข่าวและแสดงความคิดเห็นภายใต้ข้อจำกัดตามรัฐธรรมนูญโดยไม่ตกอยู่ภายใต้อำนาจของหน่วยราชการหน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจหรือเจ้าของกิจการนั้น แต่ต้องไม่ผิดจรรยาบรรณแห่งการประกอบอาชีพ

(2) ข้าราชการ พนักงาน หรือลูกจ้างของหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐหรือรัฐวิสาหกิจในกิจการวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ย่อมมีเสรีภาพเช่นเดียวกับพนักงานหรือลูกจ้างของเอกชนตามวรรคหนึ่ง

(ข) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิद्यุชุมชน โดยทางอ้อม

นอกเหนือจากกฎหมายทั้ง 3 มาตราที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรรคลื่นเสรีภาพในการสื่อสารของประชาชนและเสรีภาพของผู้ที่ทำงานด้านการสื่อสารแล้ว ยังมีกฎหมายฉบับอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสิทธิเสรีภาพในการสื่อสารซึ่งเป็นพื้นฐานรองรับการทำงานวิद्यุชุมชน อันได้แก่

มาตรา 37 ได้รับรองให้บุคคลที่มีเสรีภาพในการสื่อสารถึงกันโดยทางที่ชอบด้วยกฎหมาย ในทางปฏิบัติ หมายความว่า ประชาชนมีสิทธิที่จะส่งข่าวสารเพื่อเผยแพร่ให้คนอื่นๆ ทั้งในและนอกชุมชนได้รู้โดยผ่านวิทยุชุมชนหรือสื่อมวลชนอื่นๆ

มาตรา 38 ได้รับรองสิทธิของบุคคลในการรับทราบข้อมูล หรือข่าวสารสาธารณะของ หน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือราชการส่วนท้องถิ่นมาตรานี้ช่วยให้ประชาชน สามารถแสวงหาข่าวสารที่เป็นของหน่วยราชการ เช่น งบประมาณพัฒนาตำบล แผนการสร้าง สาธารณูปโภคของชุมชนได้

มาตรา 59 ได้รับรองสิทธิของบุคคลที่จะได้รับข้อมูล คำชี้แจง และเหตุผลจากหน่วย ราชการ ฯลฯ ก่อนการอนุญาตหรือการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมที่อาจมีผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อม สุขอนามัย คุณภาพชีวิต หรือส่วนได้ส่วนเสียสำคัญอื่นๆ และสิ่งที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ในสังคม กฎหมายข้อนี้ทำให้ประชาชนมีสิทธิ ที่จะขอให้หน่วยราชการหรือธุรกิจเอกชนต้อง เปิดเผยข้อมูลแก่ชุมชนที่เรารู้จักกันในนามของ “การทำประชาพิจารณ์” ในกรณีที่จะมีการก่อสร้าง ท่อก๊าซ โรงงานพลังไฟฟ้านิวเคลียร์และอื่นๆ

มาตรา 60 ซึ่งได้รับรองสิทธิของบุคคลในการมีส่วนร่วมในกระบวนการพิจารณาของ เจ้าของรัฐในการปฏิบัติราชการทางการปกครองที่กระทบต่อสิทธิและเสรีภาพ จากข้อเท็จจริงใน เรื่องกฎหมายหลายมาตราที่เกี่ยวข้องกับเรื่องวิทยุชุมชนนั้น ในสภาพการณ์ปัจจุบัน (เดือนมีนาคม 2548 ช่วงเวลาที่เขียนบทสังเคราะห์นี้) สภาพการณ์เกี่ยวกับการดำเนินการตามขั้นตอนของจดหมาย นั้นยังไม่เสร็จสิ้นสมบูรณ์ เช่น ในมาตรา 40 ข้อ (2) ที่มีใ้ห้องค์กรของรัฐอิสระนั้นยังดำเนินการไม่ เรียบร้อย ฉะนั้นการทำจัดแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการ โทรทัศน์จึงยังไม่เกิดขึ้น

อย่างไรก็ตาม เมื่อการดำเนินการในขั้นตอนของกฎหมายทั้งการจัดตั้งองค์กรที่ทำหน้าที่ ควบคุมกำกับ/ดูแล และมีร่างกฎระเบียบต่างๆ ออกมา ปัญหาในเชิงกฎหมายก็น่าจะคลี่คลายไปได้ โดยที่ต้องมีกระบวนการสร้างความเข้าใจให้แก่ประชาชนควบคู่ไปด้วย

2. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ต่าง ๆ ดังนี้

บุญทัน (2537) ให้ความหมาย การบริหาร คือ การจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคล องค์กร หรือประเทศ หรือการจัดการเพื่อผลกำไรของทุกคนในองค์กร

ไพบุลย์ (2532) ให้ความหมายการบริหารว่า หมายถึง ระบบที่ประกอบไปด้วยกระบวนการในการนำทรัพยากรทางการบริหารทั้งทางวัตถุและคนมาดำเนินการเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

การบริหารจัดการ (Management) หมายถึง ชุดของหน้าที่ต่างๆ (A set of functions) ที่กำหนดทิศทางในการใช้ทรัพยากรทั้งหลายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายขององค์กร การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficient) หมายถึง การใช้ทรัพยากรได้อย่างเฉลียวฉลาดและคุ้มค่า (Cost-effective) การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Effective) นั้น หมายถึง การตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง (Right decision) และมีการปฏิบัติการสำเร็จตามแผนที่กำหนดไว้ ดังนั้นผลสำเร็จของการบริหารจัดการจึงจำเป็นต้องมีทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผลควบคู่กัน (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2550)

การบริหารจัดการ หมายถึง การปฏิบัติการตามหน้าที่บริหารของหน่วยงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของสำนักอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยอาศัยภาวะผู้นำที่จะเพิ่มสมรรถภาพ ความสามารถ และรวมน้ำใจของบุคลากรในองค์กรให้สามารถทำงานเป็นทีม มีความรับผิดชอบที่สามารถตรวจสอบได้ และพัฒนายกระดับมาตรฐานการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานวางแผนและพัฒนา, 2552)

จึงอาจกล่าวได้ว่า การบริหารหมายถึง การร่วมมือกันดำเนินงานอย่างใดอย่างหนึ่งภายในองค์กร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้และในการที่จะพิจารณาการดำเนินงานขององค์กรต่าง ๆ นั้น พิจารณาได้จากหน้าที่ในการจัดการ ซึ่งประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์กร การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการและการควบคุม

1. การวางแผน หมายถึง การกำหนดวิธีทางที่จะปฏิบัติไว้เป็นการล่วงหน้า ซึ่งจะทำให้เป็นผลสำเร็จตามต้องการ การวางแผนประกอบด้วย กระบวนการนึกคิดที่สมบูรณ์และเป็นสาระถูกต้อง พัฒนากลยุทธ์ จัดทำแผนงาน จัดสรรการใช้ทรัพยากรต่างๆ กำหนดวิธีปฏิบัติและแนวนโยบายที่ดีที่สุดสำหรับองค์กรของตน ภายหลังจากการที่ได้มีการวิเคราะห์และคาดการณ์สภาพเหตุการณ์ต่างๆ อย่างระมัดระวังและรอบคอบที่สุดแล้ว เป้าหมายสำคัญของการปฏิบัติหน้าที่วางแผนนี้คือ จะต้อง

ตัดสินใจเลือกและรู้จักทำแผนต่างๆ ให้ได้แผนงานที่ดีที่สุด และเหมาะสมกับกำลังความสามารถขององค์กร

2. การจัดองค์กร หมายถึง ภาระในการกำหนดจัดเตรียมความสัมพันธ์ของกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. การจัดคนเข้าทำงาน หมายถึง การคัดเลือก บรรจุกคนเข้าทำงานและธำรงรักษาให้คนมีประสิทธิภาพภายในองค์กร

4. การสั่งการ หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้การกระทำต่างๆ ของทุกฝ่ายในองค์กรเป็นไปทางที่จะส่งเสริมให้เกิดผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

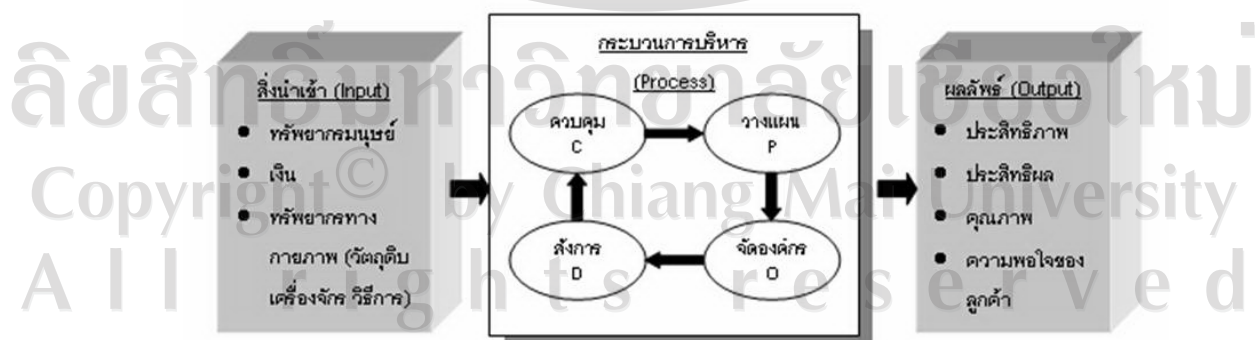
5. การควบคุม หมายถึง การบังคับหรือกำกับให้การทำงานต่างๆ เป็นไปตามแผนการบริหารและการบริหารจัดการมีแนวคิดมาจากธรรมชาติของมนุษย์ที่เป็นสัตว์สังคมซึ่งจะต้องอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม โดยจะต้องมีผู้นำกลุ่มและมีแนวทางหรือวิธีการควบคุมดูแลกันภายในกลุ่มเพื่อให้เกิดความสุขและความสงบเรียบร้อย ซึ่งอาจเรียกว่าผู้บริหารและการบริหาร ตามลำดับ ดังนั้น ที่ใดมีกลุ่มที่นั้นย่อมมีการบริหาร

วิรัช (2552) ได้กล่าวไว้ว่า คำว่า การบริหารและการบริหารจัดการ รวมทั้งคำอื่น ๆ อีกเป็นต้นว่า การปกครอง (Government) การบริหารการพัฒนา การจัดการ และการพัฒนา (Development) หรือแม้กระทั่งคำว่า การบริหารการบริการ (Service Administration) การบริหารจัดการสำนักหรือการบริหารความรู้ผู้คิดรู้ชอบ (Consciousness Administration) การบริหารคุณธรรม (Morality Administration) และการบริหารการเมือง (Politics Administration) ที่เป็นคำในอนาคตที่อาจถูกนำมาใช้ได้ คำเหล่านี้ล้วนมีความหมายใกล้เคียงกัน ขึ้นอยู่กับผู้มีอำนาจในแต่ละยุคสมัยจะนำคำใดมาใช้โดยอาจมีจุดเน้นแตกต่างกันไปบ้าง อย่างไรก็ตาม ทุกคำที่กล่าวมานี้เฉพาะในภาครัฐล้วนหมายถึง (1) การดำเนินงาน การปฏิบัติงาน แนวทาง (Guideline) วิธีการ (Method) หรือมรรควิธี (Means) ใด ๆ (2) ที่หน่วยงานของรัฐ และ/หรือ เจ้าหน้าที่ของรัฐนำมาใช้ในการบริหารราชการหรือปฏิบัติงาน (3) ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ (4) เพื่อนำไปสู่จุดหมายปลายทาง (End หรือ Goal) หรือการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้นกว่าเดิม เช่น มีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปสู่จุดหมายปลายทางเบื้องต้น (Primary Goal) คือ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารราชการ หรือช่วยเปลี่ยนแปลงการปฏิบัติราชการให้เป็นไปในทิศทางที่ดีกว่าเดิม หรือมีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปสู่จุดหมายปลายทางสูงสุด (Ultimate Goal) คือ การพัฒนาประเทศที่ประเทศชาติและประชาชนอยู่เย็นเป็นสุขอย่างยั่งยืน เป็นต้น และทุกคำดังกล่าวนี้ อาจมองในลักษณะที่เป็นกระบวนการ (Process) ที่มีระบบและมีหลายขั้นตอนในการดำเนินงานได้ อีกทั้ง การบริหารจัดการ (Management) ยังหมายถึงชุดของหน้าที่ต่างๆ (A set of Functions) ที่กำหนดทิศทางในการใช้

ทรัพยากรทั้งหลายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายขององค์กร การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficiency) หมายถึง การใช้ทรัพยากรได้อย่างเฉลียวฉลาดและคุ้มค่า (Cost-effective) การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Effective) นั้นหมายถึงการตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง (Right Decision) และมีการปฏิบัติการสำเร็จตามแผนที่กำหนดไว้ ดังนั้นผลสำเร็จของการบริหารจัดการจึงจำเป็นต้องมีทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผลควบคู่กัน

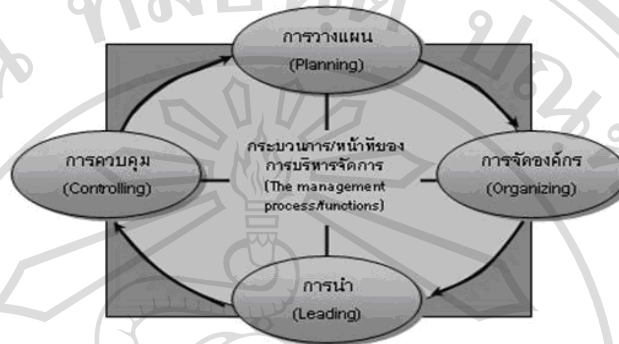
สุรัสวดี (2543) ได้กล่าวว่า “การบริหาร” (Administration) และ “การจัดการ” (Management) มีความหมายแตกต่างกันเล็กน้อย โดยการบริหารจะสนใจและสัมพันธ์กับการกำหนดนโยบายไปลงมือปฏิบัติ นักวิชาการบางท่านให้ความเห็นว่าการบริหารใช้ในภาครัฐ ส่วนการจัดการใช้ในภาคเอกชน อย่างไรก็ดี ในตำราหรือหนังสือส่วนใหญ่ทั้ง 2 คำนี้มีความหมายไม่แตกต่างกัน สามารถใช้แทนกันได้และเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป จากความหมายต่างๆ ข้างต้น การบริหารจัดการจึงเป็นกระบวนการของกิจกรรมที่ต่อเนื่องและประสานงานกัน ซึ่งผู้บริหารต้องเข้ามาช่วยเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร ประเด็นสำคัญของการบริหารจัดการ (Management) มีดังนี้

- 1) การบริหารจัดการสามารถประยุกต์ใช้กับองค์กรใดองค์กรหนึ่งได้
- 2) เป้าหมายของผู้บริหารทุกคนคือ การสร้างกำไร
- 3) การบริหารจัดการเกี่ยวข้องกับการเพิ่มผลผลิต (Productivity) โดยมุ่งสู่ประสิทธิภาพ (Efficiency) (วิธีการใช้ทรัพยากรโดยประหยัดที่สุด) และประสิทธิผล (Effectiveness) (บรรลุเป้าหมายคือประโยชน์สูงสุด)
- 4) การบริหารจัดการสามารถนำมาใช้สำหรับผู้บริหารในทุกระดับชั้นขององค์กร



ภาพ 1 แสดงระบบการบริหารโดยรวม

กระบวนการการบริหารจัดการ (Management Process) หมายถึง กระบวนการเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร ซึ่งกระบวนการการบริหารจัดการนี้สามารถแสดงให้เห็นถึงความเกี่ยวเนื่องกันได้อย่างมี ปฏิสัมพันธ์สอดคล้องและต่อเนื่อง (ภาพ 2)



ที่มา : ทวีวรรณ และคณะ (2545, 22)

ภาพ 2 แสดงหน้าที่ของการบริหารจัดการ (Functions of Management) หรือกระบวนการของการบริหารจัดการ (Management Process)

ทั้งนี้หน้าที่ของการบริหารประกอบด้วยกิจกรรมพื้นฐาน 4 ประการหรืออาจแบ่งในลักษณะที่เป็นขั้นตอนดังนี้

1) การวางแผน (Planning) เป็นสิ่งที่องค์กรต้องการเปลี่ยนแปลงในอนาคต การวางแผนเป็นสะพานเชื่อมระหว่างเหตุการณ์ปัจจุบันและอนาคตซึ่งทำได้โดยการให้บรรลุเป้าหมายผลลัพธ์ที่ต้องการ การวางแผนจึงต้องอาศัยการกำหนดกลยุทธ์ที่ประสิทธิภาพ แม้ว่าพื้นฐานของการจัดการโดยทั่วไปเป็นงานของผู้บริหารการวางแผนเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการปฏิบัติตามกลยุทธ์ให้ประสบความสำเร็จและการประเมินกลยุทธ์ เพราะว่าการจัดการองค์กร การจูงใจ การจัดบุคคลเข้าทำงาน และกิจกรรมควบคุม ขึ้นกับการวางแผน กระบวนการวางแผนจะต้องประกอบด้วยผู้บริหารและพนักงานภายในองค์กร

การวางแผนจะช่วยให้องค์กรกำหนดข้อดีจากโอกาสภายนอกและทำให้เกิดผลกระทบจากอุปสรรคภายนอกต่ำสุด โดยต้องมองเหตุการณ์ในอดีตและปัจจุบันเพื่อคาดคะเนเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต การวางแผน ประกอบด้วย การพัฒนาภารกิจ (Mission) การคาดคะเนเหตุการณ์ปัจจุบัน เหตุการณ์อนาคต และแนวโน้ม การกำหนดวัตถุประสงค์ และการเลือกกลยุทธ์ที่ใช้

การวางแผนจะช่วยให้ธุรกิจปรับตัวสู่การเปลี่ยนแปลงของตลาดและสามารถกำหนดเป้าหมายได้ การบริหารเชิงกลยุทธ์นั้นต้องการให้องค์กรติดตามในลักษณะเชิงรุก (Proactive)

มากกว่าที่จะเป็นเชิงรับ (Reactive) องค์กรที่ประสบความสำเร็จจะต้องควบคุมอนาคตขององค์กรมากกว่าที่จะรอรับผลจากอิทธิพลสภาพแวดล้อมภายนอกและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น การตัดสินใจ (Decision Making) ถือเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผน การปรับตัวเป็นสิ่งจำเป็นเพราะว่ามีการเปลี่ยนแปลงของตลาด เศรษฐกิจ และคู่แข่งทั่วโลก จุดเริ่มต้นของความสำเร็จที่ดีของธุรกิจคือการวางแผนที่เหมาะสม เห็นผลได้จริง ยืดหยุ่น มีประสิทธิผล และทรงประสิทธิภาพ

2) การจัดการองค์กร (Organizing) จุดมุ่งหมายของการจัดการองค์กรคือ การใช้ความพยายามทุกกรณีโดยการกำหนดงานและความสำคัญของอำนาจหน้าที่ การจัดการองค์กร หมายถึง การพิจารณาถึงสิ่งที่ต้องการทำและผู้ที่จะทำรายงานมีตัวอย่างในประวัติศาสตร์ของธุรกิจที่มีการจัดการองค์กรที่ดี สามารถประสบความสำเร็จในการแข่งขันและสามารถเอาชนะคู่แข่งได้ ธุรกิจที่มีการจัดการองค์กรที่ดีสามารถจูงใจผู้บริหารและพนักงานให้มองเห็นความสำคัญของความสำเร็จขององค์กร

การกำหนดลักษณะเฉพาะของงาน (Work Specialization) โดยการแบ่งงานประกอบด้วยงานที่กำหนดออกมาเป็นแผนก การจัดแผนก และการมอบอำนาจหน้าที่ (Delegating Authority) การแยกงานออกเป็นงานย่อยตามการพัฒนารายละเอียดของงาน (Job Description) และคุณสมบัติของงาน (Job Specification) เครื่องมือเหล่านี้มีความชัดเจนสำหรับผู้บริหารและพนักงาน ซึ่งต้องการทราบลักษณะของงาน การกำหนดแผนกในโครงสร้างขององค์กร (Organization Structure) ขนาดของการควบคุม (Span of Control) และสายการบังคับบัญชา (Chain of Command) การเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ต้องการการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้าง เพราะตำแหน่งใหม่ๆ ที่สร้างขึ้นหรือลดลงหรือรวมกัน โครงสร้างองค์กรจะต้องระบุถึงวิธีการใช้ทรัพยากรและวิธีการซึ่งวัตถุประสงค์มีการกำหนดขึ้นในธุรกิจ การสนับสนุนทรัพยากรและกำหนดวัตถุประสงค์ตามสภาพทางภูมิศาสตร์จะแตกต่างจากโครงสร้างด้านผลิตภัณฑ์หรือลูกค้า

รูปแบบทั่วไปของการจัดแผนกคือ ตามหน้าที่ (Functional) ตามฝ่าย (Divisional) ตามหน่วยธุรกิจเชิงกลยุทธ์ (Strategic Business Unit) และด้านเมทริกซ์ (Matrix)

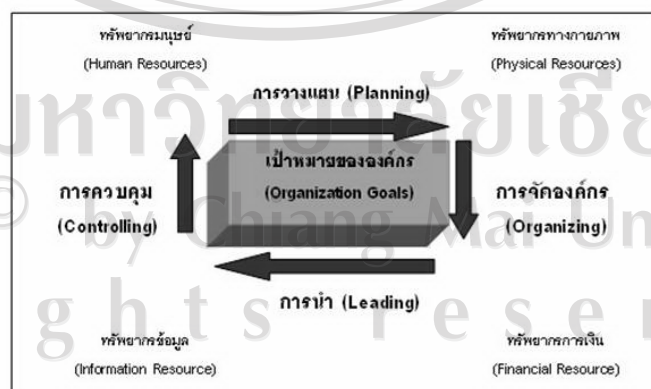
3) การนำหรือการสั่งการ (Leading/Directing) เป็นการใช้อิทธิพลเพื่อจูงใจพนักงานให้ปฏิบัติงานและนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่ระบุไว้ หรือเป็นกระบวนการจัดการให้สมาชิกในองค์กรทำงานร่วมกันได้ด้วยวิธีการต่างๆ เพราะทรัพยากรมนุษย์เป็นสิ่งที่ซับซ้อนและเข้าใจได้ยาก การนำหรือการสั่งการจึงต้องใช้ความสามารถหลายเรื่องควบคู่กันไป อาทิ ภาวะความเป็นผู้นำของผู้บริหาร การจูงใจ การติดต่อสื่อสารในองค์กร และการทำงานเป็นทีม เป็นต้น หน้าที่ในการนำหรือสั่งการนี้ มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าหน้าที่อื่น เพราะผู้บริหารต้องแสดงบทบาทของผู้สั่งการอย่างมีคุณภาพ ถ้าไม่เช่นนั้น แผนงานที่วางไว้ตลอดจนทรัพยากรที่จัดเตรียมไว้อาจไม่เกิดประสิทธิผล ถ้าผู้บริหารดำเนินกิจกรรมด้านการสั่งการไม่ดีพอ ดังนั้น การสั่งการจึงเป็นเรื่องของ

ความรู้ความชำนาญ ประสบการณ์ และความสามารถที่จะชักจูงให้พนักงานร่วมกันปฏิบัติงานไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ให้องค์กรประสบความสำเร็จตามต้องการ

4) การควบคุม (Controlling) การใช้ทรัพยากรต่างๆ ขององค์กร ถือว่าเป็นกระบวนการตรวจสอบ หรือติดตามผลและประเมินการปฏิบัติงานในกิจกรรมต่างๆ ของพนักงาน เพื่อรักษาให้องค์กรดำเนินไปในทิศทางสู่เป้าหมายอย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์หลักขององค์กร ในเวลาที่กำหนดไว้ องค์กรหรือธุรกิจที่ประสบความสำเร็จล้มเหลวอาจเกิดจากการขาดการควบคุม หรือมีการควบคุมที่ไร้ประสิทธิภาพ และหลายแห่งเกิดจากความไม่ใส่ใจในเรื่องของการควบคุม ละเลยเพิกเฉย หรือในทางกลับกันคือมีการควบคุมมากเกินไปจนเกิดความผิดพลาดขององค์กรเอง การควบคุมจึงเป็นหน้าที่หลักทางการบริหารที่มีความสำคัญ ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบกระบวนการทางการบริหาร

การควบคุมเป็นการตรวจตราและตรวจสอบผลการปฏิบัติงานโดยเปรียบเทียบกับเป้าหมายและดำเนินการปฏิบัติเพื่อให้มั่นใจว่า จะบรรลุผลลัพธ์ตามต้องการ นอกจากนี้การควบคุมยังเป็นกระบวนการรวบรวมและแสดงถึงข้อมูลย้อนกลับเรื่องของการดำเนินงานในฐานะที่เป็นพื้นฐานสำหรับการปฏิบัติและการเปลี่ยนแปลงในอนาคตอีกด้วย อาจกล่าวถึงบทบาทสำคัญของการควบคุมได้ว่า อยู่ที่คำ 4 คำ ได้แก่ มาตรฐาน (Standard) การวัดผล (Measurement) การเปรียบเทียบ (Comparison) และการปฏิบัติ (Take Action) โดยการควบคุมจะครอบคลุมดูแลพื้นที่ 4 พื้นที่ใหญ่ๆ ของการบริหาร กล่าวคือ พฤติกรรมบุคคลในองค์กร การเงิน การปฏิบัติการ และ ข้อมูลข่าวสาร

ทรัพยากรประกอบด้วย มนุษย์ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ การเงิน ตลอดจนทรัพยากรข้อมูลขององค์กร ดังแสดงในภาพ 3 ซึ่งผู้บริหารจะเป็นบุคคลที่ทำหน้าที่ในกระบวนการบริหารจัดการทรัพยากรขององค์กร โดยอาศัยหน้าที่ทั้ง 4 ประการนี้



ที่มา: รศ. ศิวรรณ เจริญรัตน์ และคณะ, องค์การและการจัดการ, 2545, น. 19

ภาพ 3 แสดงกระบวนการบริหารจัดการซึ่งประกอบด้วยหน้าที่ที่สัมพันธ์กัน 4 ประการ

ดังนั้น การบริหารจัดการจึงเป็นเรื่องของการดำเนินงาน กระบวนการทำงานต่างๆกลุ่มหรือองค์กร โดยอาศัยปัจจัยต่างๆ ได้แก่ คน เงิน วัสดุสิ่งของ มาเป็นกลไกในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งการบริหารจัดการวิทยุชุมชนคนเมืองหละปูน จำเป็นต้องอาศัยปัจจัยดังกล่าวในการดำเนินงาน ทั้งคนหรือผู้ที่เข้ามาปฏิบัติงานเช่น คณะกรรมการ ผู้จัดการ เป็นต้น เงินเป็นสิ่งที่ต้องใช้จ่ายในการดำเนินการ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า รวมไปถึงค่าใช้จ่ายอื่นๆในวิทยุชุมชนฯ เป็นต้น

งานวิจัยวิทยุชุมชนฯ จึงต้องมีเรื่องของการบริหารจัดการเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง ทั้งในส่วนของการแบ่งบทบาทหน้าที่รับผิดชอบของทีมวิจัย กระบวนการดำเนินงานต่างๆ ทั้งการวางแผนและปฏิบัติงาน ถือได้ว่าเป็นการบริหารจัดการได้เช่นกัน ซึ่งหากมีการวางแผน และมีการบริหารงานหรือบริหารทีมที่ดี จะทำให้งานออกมามีประสิทธิภาพและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

3. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

ในภาวะการณ์ปัจจุบันในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้มีการนำหลักการของการมีส่วนร่วมเข้าพิจารณา ในแนวทางของการบริหารจัดการก็เช่นเดียวกันที่มีการเน้นให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการดำเนินการมากขึ้น

3.1 ความหมายของการมีส่วนร่วม

สุพรชัย (2537) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนหมายถึงประชาชนเป็นผู้นำในขั้นตอนต่างๆ คือกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ การจัดลำดับความสำคัญ การวางแผนปฏิบัติตามแผนและเป็นผู้ได้รับความรู้จากการพัฒนา

ยุวัฒน์ (2526) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมว่า หมายถึงการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม การพิจารณาตัดสินใจ การร่วมปฏิบัติและการรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ อันเป็นผลกระทบมาถึงตัวประชาชนเอง และการที่จะสามารถทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม เพื่อปัญหาและสภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และจำเป็นที่จะต้องรับปรัชญาที่ว่ามนุษย์ทุกคนต่างก็ปรารถนาที่จะอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างมีความสุขได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมและเป็นที่ยอมรับของผู้อื่น และพร้อมที่จะอุทิศตนเองเพื่อกิจกรรมกลุ่ม ขณะเดียวกันจะต้องยอมรับด้วยความบริสุทธิ์ใจว่ามนุษย์นั้นสามารถพัฒนาได้ถ้ามีโอกาส และการชี้แนะที่ถูกต้อง

3.2 วิธีการวัดการมีส่วนร่วม

สุภาพรรณ (2548) อ่างถึง อนงค์ (2535) ได้แบ่งวิธีการวัดการมีส่วนร่วมออกเป็น 4 แบบคือ

1. วัดตามประเภทของขั้นตอนการมีส่วนร่วม ในขั้นตอนเริ่มพัฒนา การค้นหา ปัญหาและสาเหตุ การกำหนดความต้องการ ขั้นตอนและการวางแผน ขั้นตอนการดำเนินงาน ขั้นตอนการรับผลประโยชน์ และขั้นตอนการประเมินผล

2. วัดตามระดับความเข้มข้นของการมีส่วนร่วม โดยแบ่งระดับการตัดสินใจระดับความร่วมมือและระดับการใช้ประโยชน์

3. จำแนกตามประเภทของผู้มีส่วนร่วม ซึ่งแบ่งได้เป็น 4 ประเภท คือ บุคคลในท้องถิ่น ผู้นำในท้องถิ่น เจ้าหน้าที่รัฐ และเจ้าหน้าที่ต่างชาติ

4. จำแนกตามรูปแบบการมีส่วนร่วมแบ่งออกเป็น การมีส่วนร่วมทางตรง และการมีส่วนร่วมทางอ้อม

3.3 ลักษณะของการมีส่วนร่วม

สุภาพรณ (2548) อ้างถึง สุภาวิณี (2545) ถึงลักษณะของการมีส่วนร่วมของประชาชน ไว้ดังนี้

1. พื้นฐานของการเข้ามามีส่วนร่วม ลักษณะของการเข้ามามีส่วนร่วมที่มาจากแรงจูงใจภายในจะเป็นแรงหนุน หรือช่วยให้ประชาชนมีความกระตือรือร้นที่จะเข้ามามีส่วนร่วม ส่วนการมีส่วนร่วมที่มาจากปัจจัยภายนอก โดยอาศัยอำนาจบารมี หรือแรงบีบบังคับจากผู้มีอำนาจ ความเกรงใจ หรืออิทธิพลของผู้มีอำนาจนอกชุมชนเองถึงจะสามารถกระทำได้สำเร็จ แต่ก็ไม่มีผลผูกพันทางใจ ความยั่งยืนต่อเนื่องของกิจกรรมหรือโครงการต่างๆก็จะลดลง

2. รูปแบบของการเข้าร่วม การร่วมของประชาชนนั้นเป็นการเข้าร่วมโดยผ่านองค์กรจัดตั้งของประชาชนเอง โดยเฉพาะกิจกรรมที่คำนึงถึงผลประโยชน์ที่ได้รับของประชาชนสำหรับการเข้าร่วมกิจกรรม โดยผ่านกลุ่มตัวแทน เช่น กรรมการหมู่บ้าน การเข้าร่วมของประชาชนจะอยู่ในลักษณะผู้ให้การสนับสนุนและให้ความร่วมมือ

3. ขอบเขตการมีส่วนร่วม เป็นช่วงเวลาการมีส่วนร่วม การใช้เวลาเข้าร่วมในกิจกรรมหรือโครงการต่างๆ จะใช้เวลาอย่างน้อยแตกต่างกัน ความถี่ห่างของจำนวนครั้งที่เข้าร่วม ความสม่ำเสมอ และฤดูกาล ที่เหมาะสมกับช่วงเวลาที่ใช้ในกิจกรรมแต่ละครั้ง

4. ผลของการเข้าร่วม ลักษณะของการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนทำให้เกิดการรวมพลังที่จะสร้างอำนาจต่อรองให้ชุมชนมีศักยภาพเป็นตัวของตัวเองสร้างปฏิสัมพันธ์อันดี มีความสามัคคีในมวลสมาชิกของชุมชน

3.4 ระดับของการมีส่วนร่วม

กาญจนา (2543) ได้ให้ทัศนะระดับการมีส่วนร่วมไว้ว่า เนื่องจากการมีส่วนร่วมในการสื่อสารของชุมชนนั้น กระทำได้ในหลายระดับ และได้มีนักวิชาการหลายท่านจัดแบ่งระดับการมีส่วนร่วมเอาไว้หลายแบบ ในที่นี้ จะขอจัดแบ่งระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนเอาไว้ 3 ระดับ โดยเรียงลำดับจากระดับที่น้อยที่สุดไปจนถึงมากที่สุดดังนี้ ก) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร/ผู้ใช้สาร

ข) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง/ผู้ผลิต/ผู้ร่วมผลิต/ผู้ร่วมแสดง ค) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผน และกำหนดนโยบาย การมีส่วนร่วมในแต่ละระดับนี้จะเรียกร่องประเภทของกิจกรรมและเงื่อนไขต่างๆ แตกต่างกันดังที่จะกล่าวถึงในรายละเอียดดังนี้

ก. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร/ผู้ใช้สาร

เป็นขั้นตอนของการมีส่วนร่วมในระดับล่างที่สุด กล่าวคือ ในกระบวนการสื่อสารตั้งแต่ต้น ยังอยู่ในการกำหนดของผู้ส่งสาร ไม่ว่าจะเป็นการเลือกประเด็นเนื้อหา การเลือกวิธีการนำเสนอ ไปจนกระทั่งการเลือกช่องทางสื่อที่จะใช้เผยแพร่ และผู้รับสารก็ยังคงมีฐานะเป็นเพียงผู้รับสารแต่เพียงอย่างเดียว อย่างไรก็ตามสิ่งที่อาจจะเปลี่ยนแปลงไปสำหรับฐานะของผู้รับสารในการสื่อสารชุมชนแบบมีส่วนร่วมก็คือ 1) ต้องมีการขยายแนวคิดของผู้รับสาร ให้ตระหนักถึงสิทธิที่จะรู้ของตน (Right to know / Right to be inform) และนอกจากนั้น สิทธินี้ยังขยายไปถึงสิทธิที่จะบอกเล่าข้อมูลข่าวสารของตนต่อสาธารณะด้วย (Right to inform) 2) จะต้องสร้างหลักประกันในการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร ทั้งในช่วงขาเข้า (Input) และในช่วงขาออก (Output) เช่นในช่วงนำเข้าสู่ข้อมูล จะต้องมีการสำรวจว่ามีช่องทางข่าวสารอะไรบ้างสำหรับชุมชน โอกาสในการเข้าถึงเป็นอย่างไร เนื้อหาของข่าวสารนั้นเกี่ยวข้องกับชุมชนหรือเปล่า และมีรูปแบบการนำเสนอในลักษณะอย่างไร 3) ปัจจัยสำคัญของการมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร ก็คือ ช่องทางข่าวสาร (Channel) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบางช่วงเวลาที่เป็นช่วงระยะเวลาสำคัญของชุมชน ตัวอย่างเช่น เมื่อมีกรณีรัฐมนตรีสัญจรหรือการทำประชาพิจารณ์ในต่างจังหวัดและมีการถ่ายทอดรายการดังกล่าวผ่านสื่อมวลชน จะต้องมีการสำรวจว่า มีช่องทางอะไรบ้างที่ประชาชนในบริเวณดังกล่าวจะได้รับ-ส่งข่าวสารอย่างทั่วถึง ในกรณีเช่นนี้ มาตรการการเพิ่มช่องทางการสื่อสาร (Addition of Channel) เป็นสิ่งที่จำเป็น

ข. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง/ผู้ผลิต/ผู้ร่วมผลิต/ผู้ร่วมแสดง

เป็นขั้นตอนของการมีส่วนร่วมในระดับที่สูงขึ้นมาและจำเป็นต้องสร้างเงื่อนไขใหม่ๆ เพิ่มเติมหรือต้องมีการปฏิรูปเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเก่าๆที่มีอยู่ การเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะผู้ผลิตหรือผู้ร่วมผลิตนั้น ยังแบ่งออกได้เป็นหลายขั้นตอนตามหลักแนวคิดของการผลิตสื่อ คือ 1) ขั้นตอนการผลิต (Pre-production Stage) อันได้แก่ขั้นตอนการเตรียมการก่อนการผลิตสื่อ กิจกรรมในขั้นตอนนี้จะประกอบด้วย การเลือกประเด็นหัวข้อ การเลือกแ่งมุมที่จะนำเสนอ การรวบรวมข้อเท็จจริงที่จะนำมาใช้เป็นวัตถุดิบ การเขียนบทแบบต่างๆ การคัดเลือกนักแสดงและตัวแสดง ฯลฯ 2) ขั้นการผลิต (Production Stage) ได้แก่ขั้นตอนของการลงมือผลิต เช่น การเข้าห้องจัดรายการในกรณีของวิทยุ การลงมือถ่ายทำในกรณีของวิดีโอ โทรทัศน์/ภาพยนตร์ ฯลฯ 3) ขั้นหลังการผลิต (Post-production Stage) ได้แก่ขั้นตอนหลังการถ่ายทำเสร็จแล้ว ก็ต้องมีการตัดต่อ การอัดเสียง ประกอบ การเพิ่มเติมด้านเทคนิคต่างๆ ฯลฯ

ชุมชนอาจจะเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตชิ้นตอนใดชิ้นตอนหนึ่ง ซึ่งแต่ละชิ้นตอนอาจจะต้องการสร้างเงื่อนไขใหม่ๆ เช่น หากต้องการให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนการผลิต ก็จำเป็นต้องมีการอบรมให้ชาวบ้านเรียนรู้การใช้อุปกรณ์เสียก่อน อย่างไรก็ตาม จะเป็นการดียิ่งที่จะเปิดโอกาสให้ชาวบ้านได้เข้ามามีส่วนร่วมให้มากที่สุด ในลักษณะการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการ ระหว่างนักสื่อมวลชนกับชุมชน แม้ว่าชาวบ้านอาจจะไม่มีเวลาที่จะมาเรียนรู้การใช้เครื่องมือได้อย่างชำนาญจนถึงขั้นการผลิตได้ด้วยตัวเองก็ตาม อันที่จริงการใช้เครื่องมือเป็นเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้นของการมีส่วนร่วม ซึ่งชาวบ้านอาจจะไม่จำเป็นต้องลงมือใช้เครื่องมือเอง แต่ก็สามารถจะเข้าร่วมได้อย่างเต็มที่ เช่น ในขั้นตอนก่อนการผลิต การให้ชาวบ้านเป็นคนเลือกประเด็น/วิธีการที่จะนำเสนอ เลือกหาสถานที่ที่จะใช้เป็นฉากถ่ายทำ และหลังจากที่ถ่ายทำออกมาแล้ว ก็นำมาฉายให้ชาวบ้านชมก่อน เพื่อแสดงความคิดเห็นพูดคุยแลกเปลี่ยนทัศนะกัน

ค. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย

การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบายนั้น ถือว่าเป็นรูปแบบสูงสุดของการมีส่วนร่วม และดังที่จะได้สังเกตเห็นว่า ยิ่งระดับของการมีส่วนร่วมสูงขึ้นมากเท่าใด สัดส่วนของชุมชนที่จะเข้ามามีส่วนร่วมได้ก็จะเล็กลง กล่าวคือ ในระดับของผู้รับสาร คนในชุมชนทุกคนสามารถจะเข้ามามีส่วนร่วมได้ แต่เมื่อขึ้นมาถึงขั้นการผลิต ก็อาจจะมีคนบางกลุ่มในชุมชนเท่านั้นที่จะเข้ามามีส่วนร่วม จนกระทั่งถึงขั้นตอนสุดท้ายคือ ระดับการวางแผนและนโยบายนี้ ก็จะมีตัวแทนบางคนเท่านั้นจากชุมชนที่จะเข้ามาดำเนินกิจกรรมในระดับนี้

การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผน และกำหนดนโยบายการใช้สื่อของชุมชนนั้น หมายถึง การวางแผนและนโยบายดำเนินการใช้สื่อที่รวมเอาชุมชนเข้ามาอยู่ในโครงสร้างการสื่อสารของชุมชน กล่าวในระดับกว้าง อาจหมายถึงความถึงการวางแผนและกำหนดนโยบายของการสื่อสารทุกประเภทที่มีอยู่ในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นสื่อประเภทใด เช่น สื่อมวลชน (วิทยุ หนังสือพิมพ์หมู่บ้าน) สื่อเฉพาะกิจ (วิดีโอ โปสเตอร์ หอกระจายข่าว เสียงตามสาย) สื่อประเพณี รวมทั้งสื่อบุคคล การวางแผนนั้นจะเป็นการสร้างเชื่อมโยงระหว่างสื่อแต่ละประเภทเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้ ตัวอย่างเช่น เมื่อมีการพิจารณาวิทยุที่เสนอสารคดีเรื่องการปรับปรุงดินด้วยวิธีการแบบชีวภาพ หน่วยงานที่รับผิดชอบเรื่องการสื่อสารของชุมชน ก็อาจจะติดต่อขอเทปดังกล่าวมาออกอากาศซ้ำผ่านหอกระจายข่าว เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงให้แก่ชาวบ้าน หรืออาจจะส่งต่อให้โรงเรียนจัดทำออกมาเป็นโปสเตอร์เพื่อให้เป็นสื่อที่คงทนถาวร เหมาะสำหรับการศึกษามากขึ้น เป็นต้น

ส่วนในระดับที่แคบลงมา อาจหมายถึงการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนและนโยบายของสื่อบางประเภทที่จะเข้ามาในชุมชน ตัวอย่างที่กำลังจะเกิดขึ้นในสังคมไทย คือการทำวิทยุ

ชุมชนที่ในโครงสร้างของการดำเนินงานจะมีตัวแทนชาวบ้านเข้าไปอยู่ในทุกขั้นตอน คือ ทั้งระดับ คณะกรรมการบริหารวิทย์ ทั้งระดับการผลิต กล่าวคือ เป็นการรับผิดชอบร่วมกัน ชุมชนเองก็ต้อง รับผิดชอบการดำเนินงานของสื่อ ซึ่งรวมทั้งด้านงบประมาณ อุปกรณ์ บุคลากร ฯลฯ ส่วนสื่อนั้นก็ ต้องตอบสนองต่อความต้องการของชุมชน

3.5 แนวคิดการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR)

สิทธิชัย (2546) กล่าวว่า การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) เป็นอีกวิธีการหนึ่งที่น่าจะเหมาะสมที่สุดสำหรับการพัฒนา หรือแก้ปัญหาของคน ที่อยู่กับปัญหาในบริบทชุมชน โดยมีผู้เกี่ยวข้องอย่างน้อย 3 ฝ่าย ฝ่ายแรก คือ ชาวบ้าน อัน ประกอบด้วย แกนนำ กลุ่มผู้ที่อยู่กับปัญหา ฝ่ายที่สอง นักพัฒนาที่มีภารกิจในชุมชน ทั้งที่มาจาก หน่วยงานรัฐ หน่วยงานพัฒนาเอกชน หรือจากองค์กรศาสนา การกุศลต่าง ๆ ฝ่ายที่สาม นักวิชาการ ที่เป็นนักวิจัย ผู้ต้องการแสวงหาคำตอบแบบใหม่ เพื่อแก้ปัญหาต่าง ๆ ในชุมชน โดยมีกระบวนการ พิเศษที่เฉพาะเจาะจง (Specific Paradigm) กับปัญหาหนึ่ง และเชื่อว่า เป้าหมายคือ การแก้ไขปัญหา และการพัฒนาใหม่หรือปรับปรุงข้อค้นพบ ทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งเป็นแนวทางที่จะทำให้เกิด ทฤษฎีที่เหมาะสมกับปัญหา รวมทั้งมีวิธีการวิจัย และจริยธรรมทางการวิจัยที่เหมาะสม ทั้งสามฝ่าย ร่วมใช้กระบวนการ PAR เพื่อทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ ทำให้เกิดการพัฒนาขีดความสามารถใน การวิเคราะห์ และจัดการแก้ปัญหาของกลุ่มผู้ที่อยู่กับปัญหาให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน โดย การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม จะเน้นการยอมรับ หรือความเห็นพ้องจากชาวบ้านเป็นสำคัญ ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า การเรียนรู้ และแสวงหาคำตอบจากประสบการณ์โดยอาศัยการมีส่วนร่วม ของหมู่คณะ คือระหว่างชาวบ้านกับผู้วิจัย โดยจะเริ่มตั้งแต่ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมดำเนินการ ร่วมประเมินผลและร่วมรับผลที่เกิดจากการดำเนินงานและสรุปบทเรียนตลอดจน ร่วมหาวิธีแก้ไขปัญหา และร่วมพัฒนาต่อไป

หลักการการวิจัยปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม

1. ให้ความสำคัญและเคารพต่อภูมิความรู้ของชาวบ้าน ตลอดจนระบบการสร้างความรู้ที่ แตกต่างไปจากของนักวิชาการยังเป็นสิ่งที่ปฏิบัติและยอมรับกันแพร่หลายในหมู่วิชากรคนยากจน เพื่อเป็นหนทางแก้ปัญหาในการดำรงชีวิตของเขา
2. ปรับปรุงความสามารถและศักยภาพของชาวบ้านด้วยการส่งเสริมยกระดับและพัฒนา ความเชื่อมั่นในตัวเองของเขาให้สามารถวิเคราะห์และสังเคราะห์สถานการณ์ปัญหาของเขาเอง

3. ให้ความรู้ที่เหมาะสมแก่ชาวบ้านและคนยากจน โดยให้สามารถได้รับความรู้ที่เกิดขึ้นในระบบสังคมของเขาและสามารถที่จะทำความเข้าใจ แปลความหมายตลอดจนนำไปใช้อย่างเหมาะสม

4. สนใจในปริทัศน์ของชาวบ้าน โดยการวิจัยปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมจะช่วยเปิดเผยให้เห็นคำถามที่ตรงกับปัญหาของชาวบ้าน

5. ปลดปล่อยความคิด สามารถใช้ความคิดเห็นของตนอย่างเสรีในการมองสถานการณ์และปัญหาของตนเอง สามารถใช้วิจารณ์ญาณในการวิเคราะห์ วิจัย ตรวจสอบสภาพเท็จจริงต่าง ๆ สามารถยื่นข้อคัดค้านพลังอิทธิพลจากภายนอก หรือจากอำนาจค้ำของผู้มีอำนาจ

ขั้นตอนการวิจัยแบบ PAR

พัชณี และอเล็กซานดรา (Alexandra) แห่งองค์กร Food and Agriculture Organization of the United Nations Office for Asia and the Pacific ได้เขียนหนังสือ “Taking Hold of Rural Life” เป็นภาษาอังกฤษและแปลเป็นภาษาไทยโดย สุนทร และวิศนี (2534) ได้ให้ความหมายของการวิจัยแบบมีส่วนร่วมไว้ว่า เป็นกระบวนการค้นคว้าร่วมกันของเพื่อนร่วมงานวิจัยในการศึกษาสถานการณ์ การเก็บรวบรวมข้อมูลและร่วมเรียนรู้ไปด้วยกัน เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการเชิงสะท้อนให้เห็นภาพอันถูกต้องและแท้จริงของชีวิตในหมู่บ้าน การวิจัยแบบมีส่วนร่วมยังชี้ให้เห็นวิถีทางการแก้ไขที่เหมาะสมกว่าได้อีกด้วย

การวิจัยโดยมีส่วนร่วมในการพัฒนา หรืองานวิจัยเพื่อการพัฒนา หรือการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) มีการประยุกต์ข้อมูลที่ศึกษาได้เพื่อหาทางแก้ปัญหา และทำกิจกรรมไปพร้อมๆ กัน พอสรุปขั้นตอนสำคัญได้ดังนี้

1. การพิจารณาหาปัญหา โดยเปิดโอกาสให้ใช้ภูมิปัญญาของกลุ่มบุคคลต่างๆ ที่มีมุมมองและวิธีการวิเคราะห์ปัญหาต่างกัน โดยอาศัยความเข้าใจในคุณค่า ค่านิยม วัฒนธรรม และบรรทัดฐานในการประพฤติปฏิบัติของชาวบ้าน หรือกลุ่มเป้าหมาย อาจจะโดยวิธีการอภิปรายกลุ่ม การทัศนศึกษา การเยี่ยมชมดูงานต่างพื้นที่ การปรึกษาหารือกับผู้ชำนาญการ การทดสอบ การทดลอง ตลอดจนการศึกษาค้นคว้าจากสื่อต่างๆ เช่น เอกสาร คน สถานการณ์ สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยีและวิทัศน์ เป็นต้น

2. การจัดกลุ่มและประเภทของปัญหา เช่น ด้านอาชีพด้านสังคม สิ่งแวดล้อม การศึกษา หรืออาจจะแบ่งประเด็นย่อยออกไปอีกก็ได้ แต่ต้องมีความเชื่อมโยงกับประเด็นใหญ่

3. การเลือกวิธีการและออกแบบการวิจัย โดยเลือกปัญหาและวิธีการวิจัยที่เหมาะสม ผ่านการใช้กระบวนการกลุ่มแบบไม่ชี้นำและให้กลุ่มเป้าหมายหรือชาวบ้านมีส่วนในการออกแบบการ

วิจัย โดยเฉพาะเครื่องมือวิจัยในรูปแบบ แบบสอบถาม ประเด็นการอภิปรายกลุ่ม ประเด็นการสังเกต หรือสัมภาษณ์ เป็นต้น

4. การจัดเก็บและรวบรวมข้อมูล หลังจากมีการทดสอบและปรับปรุงเครื่องมือวิจัยในสนามแล้ว ก็มีการดำเนินการ ดังนี้

4.1 การศึกษาสภาพปัจจุบันโดยอาศัยความร่วมมือ และเรียนรู้กันระหว่างชาวบ้านกับนักวิจัย ซึ่งเป็นการสร้างความตระหนัก และเป็นจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Transformation)

4.2 การศึกษาสถานการณ์ที่คาดหวัง ภายใต้ประเด็นที่กำหนดไว้ ในกรณีนี้ผู้เขียนควรเข้าใจว่าข้อมูลแต่ละเรื่องสามารถพิจารณาได้หลายมุมมอง การด่วนสรุปอาจจะทำให้เกิดความผิดพลาด ฉะนั้น จำเป็นต้องมีใจกว้าง และอดทนต่อการเรียนรู้ของชาวบ้านในการศึกษาสถานการณ์ดังกล่าว

5. การวิเคราะห์ข้อมูลทั้งสภาพปัจจุบัน และที่คาดหวังจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลหลากหลาย และการคัดเลือกข้อมูลที่เหมาะสมกลุ่มเป้าหมายต้องใช้ความคิด ความรู้สึก ประสบการณ์ และอาจจะต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมขึ้นอีก

สุนทร และวิศนี (2534) ได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า PAR จะก่อให้เกิดมิติใหม่ที่มีมักจะไม่มีในการวิจัยทางวิชาการทั่วไป โดยเปรียบเทียบในตาราง ดังนี้

ตาราง 1 การเปรียบเทียบระหว่างการวิจัยวิชาการการแบบการวิจัยแบบ PAR

แบบวิชาการ	แบบ PAR
- อาศัยหัวข้อเรื่อง	- อาศัยกระบวนการ
- ผู้เขียน	- ผู้ร่วมการวิจัย (รวมผู้ถูกวิจัย)
- พิสูจน์สมมติฐาน	- การร่วมกันหาสมมติฐาน
- หลีกเลี่ยงความลำเอียงในคุณค่า (Value-bias)	- รวมความลำเอียงในคุณค่าเข้าไว้ด้วยกัน

6. การรายงานและนำเสนอ อาจเป็นรูปเอกสารการประชุมชี้แจง แผนภูมิฝาผนัง หรือแม้แต่การออกรายการวิทยุในชุมชน เพื่อให้ทุกคนในชุมชน เพื่อให้ทุกคนในชุมชนที่จะได้รับผลกระทบจากโครงการได้มีส่วนร่วมรับรู้และวิเคราะห์หรือวิจารณ์ต่อเนื่อง

7. การวางแผนอย่างมีส่วนร่วม หลังจากการนำเสนอผลการวิจัยแล้ว กลุ่มวิจัย PAR จำเป็นต้องมีความเห็นสอดคล้องกัน เพื่อนำไปสู่การวางแผนงานอย่างมีส่วนร่วม อันประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ

- การจำแนกปัญหา
- กำหนดจุดประสงค์และเป้าหมาย อาจจะเป็นทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ
- กำหนดทรัพยากร และวางแผนงบประมาณที่จำเป็นต้องใช้
- เตรียมแผนปฏิบัติ ทั้งด้านกลุ่มเป้าหมาย เวลาสถานที่ เทคนิค กระบวนการ และขั้นตอนของงานธุรการ และวิชาการ

8. การจัดการและดำเนินการ โดยช่วยให้กลุ่มเป้าหมายมีทักษะในการจัดการ และจะเกิดการตื่นตัว มีความตระหนัก และติดตามงานอย่างใกล้ชิด และมีโอกาสในการเพิ่มศักยภาพในการคิดริเริ่มสร้างสรรค์งานอื่นๆ และการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี ดังนั้นกลุ่มเป้าหมาย

- ต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ
- มีแรงบันดาลใจ ความสามารถ และความพร้อมที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และยอมรับการเปลี่ยนแปลงนั้นๆ
- ลดแรงต่อต้านหรือไม่มีแรงต่อต้านต่อสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายได้ตัดสินใจ และมีส่วนร่วมดำเนินการที่สอดคล้องกับความต้องการและปัญหาของเขา

การจัดการ และดำเนินการกิจกรรมที่กำหนดไว้ มักจะมี 6 ขั้นตอน คือ

- 1) ศึกษาแผนและเตรียมขั้นตอนปฏิบัติ
- 2) ดำเนินการในภาคปฏิบัติ
- 3) ติดตามและทบทวนการปฏิบัติงาน
- 4) แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นขณะปฏิบัติงาน
- 5) จัดการผลผลิตและแบ่งสรรผลประโยชน์
- 6) ประเมินผลและรายงานต่อผู้เกี่ยวข้อง

9. การติดตามและประเมินผลอย่างมีส่วนร่วมที่กลุ่มเป้าหมายมีส่วนที่จะให้ข้อมูลย้อนกลับอย่างต่อเนืองว่ากิจกรรมนั้นๆ เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ โดยครอบคลุมทุกกระบวนการ เช่น กระบวนการทำงาน กิจกรรมของผู้เกี่ยวข้อง ความก้าวหน้าที่เกิดขึ้น ทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ ปัจจัยป้อนที่ใช้และจำเป็น ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินการ ผลลัพธ์ที่ได้ และผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อชีวิตความเป็นอยู่ของผู้เกี่ยวข้องด้านต่างๆ และแม้แต่ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจการเมือง และธรรมชาติ ทั้งนี้ การติดตามและประเมินผลแบบมีส่วนร่วมมักมี 5 ขั้นตอน คือ

- 1) กำหนดจัดระบบและลำดับความสำคัญของเรื่องที่ติดตามและประเมินผล
- 2) สร้างตัวชี้วัดที่บอกถึงความเปลี่ยนแปลงตามจุดประสงค์ของโครงการ เช่น ตัวชี้วัดทางสังคม การเมือง สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ เป็นต้น
- 3) สร้างเครื่องมือ เพื่อใช้ในการติดตามและประเมินผลและการแบ่งความรับผิดชอบ
- 4) การรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูลโดยให้โอกาสอย่างเต็มที่แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียส่วนร่วมในกระบวนการต่างๆ
- 5) การรายงานและเผยแพร่

โดยสรุปแล้ว PAR เป็นวิธีวิทยาวิจัยที่เปิดโอกาสให้แก่กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในการแสวงหาแนวทางแก้ไขปัญหา โดยศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์หาทางเลือก ตัดสินใจ และดำเนินการแก้ไขปัญหาคตามทีเลือกไว้ แนวคิดการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมเป็นอีกหนึ่งแนวทางการปฏิบัติที่จะนำไปสู่การออกแบบกระบวนการวิจัย ซึ่งจะทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ภายใต้การมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย โดยทีมวิจัยร่วมสามารถที่จะนำกระบวนการและวิธีการต่างๆ ไปใช้ได้ในการทำงานของแต่ละกลุ่ม รวมถึงการปฏิบัติงานหรือการวางแผนงานของผู้วิจัย

4. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์

4.1 การสื่อสาร

ความหมาย

ปรมะ (2538) ให้ความหมายของการสื่อสารว่า คือ กระบวนการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังอีกบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel)

วิรัช (2546) กล่าวว่า “การติดต่อสื่อสาร คือ กระบวนการในการส่งผ่านหรือสื่อความหมายระหว่างบุคคลสังคมมนุษย์เป็นสังคมที่สมาชิกสามารถใช้ความสามารถของตนสื่อความหมายให้ผู้อื่นเข้าใจได้ โดยแสดงออกในรูปของความต้องการ ความปรารถนา ความรู้สึกนึกคิด ความรู้ ประสบการณ์ต่าง ๆ จากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง”

จากความหมายข้างต้น จะเห็นได้ว่า สิ่งหนึ่งที่มีความหมายเหล่านี้มีรวมกันก็คือ การสื่อสารของมนุษย์ตั้งอยู่บนหลักของความสัมพันธ์ (Relationship) กล่าวคือ ในการสื่อสารนั้นจะต้องมีผู้เกี่ยวข้องอยู่สองฝ่าย โดยฝ่ายหนึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร และอีกฝ่ายหนึ่งเป็นผู้รับสาร ซึ่งทั้งสองฝ่ายมีความเกี่ยวข้องหรือสัมพันธ์กันจากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า การสื่อสาร (Communication)

เป็นกระบวนการถ่ายทอดสารระหว่างมนุษย์ โดยผ่านเครื่องมือที่เรียกว่า “ภาษา” เพื่อติดต่อกัน ด้วยวิธีการต่างๆอันจะส่งผลให้ฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสารเกิดความเข้าใจได้ตรงกัน เช่น การถ่ายทอดความรู้สึคนึกคิด การบอกเล่าเรื่องราว ประสบการณ์เป็นต้น แต่ละบุคคลอาจนำวิธีการหรือกระบวนการสื่อสารที่แตกต่างกันไปตามความเหมาะสมหรือความจำเป็นของตนเองและคู่สื่อสาร

วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

ในการติดต่อสื่อสารกันทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารทั้งสิ้น ซึ่งทั้งสองฝ่ายอาจมีวัตถุประสงค์ที่เหมือนกันหรือแตกต่างกันก็ได้ ดังนั้นวัตถุประสงค์ของการสื่อสารจึงสามารถจำแนกได้ดังนี้

1. เพื่อแจ้งให้ทราบ (To inform) เป็นวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการเผยแพร่หรือบอกกล่าว เรื่องราว เหตุการณ์ต่าง ๆ กิจกรรม นโยบาย ความเคลื่อนไหว ฯลฯ ของตนเองหรือหน่วยงาน ให้ได้รับสาร ได้รับทราบ ผู้รับสารก็มีความประสงค์ที่จะได้ทราบข่าวสาร เพื่อนำไปใช้ใน ชีวิตประจำวัน หรือเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการตัดสินใจ
2. เพื่อการศึกษา (To educate) เป็นวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการให้ผู้รับสาร ได้เรียนรู้ และเกิดความเข้าใจลึกซึ้งซึ่งมากกว่าการได้รับทราบ ผู้ส่งสารก็มีความประสงค์ที่จะเรียนรู้และ การศึกษา
3. เพื่อโน้มน้าว (Persuade) เป็นวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการให้ผู้รับสารเกิดความ รู้สึกชอบ สนใจ คล้อยตาม สนับสนุนและต้องปฏิบัติตาม ส่วนผู้รับสารก็ต้องการที่จะได้ข้อมูลสำหรับการตัดสินใจ
4. เพื่อความบันเทิง (To entertain) เป็นวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการให้ผู้รับสารเกิดความพอใจ สนุกสนาน ส่วนผู้รับสารก็ต้องได้รับความพอใจเพลิดเพลิน หรือสนุกสนาน

ดังนั้น การสื่อสาร (Communication) จึงเป็นเรื่องของกระบวนการส่งข่าวสารข้อมูลจากผู้ส่งข่าวสารไปยังผู้รับข่าวสาร มีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูงให้ผู้รับข่าวสารมีปฏิกิริยาตอบสนองกลับมา โดยคาดหวังให้เป็นไปตามที่ผู้ส่งต้องการ

องค์ประกอบของการสื่อสาร ประกอบด้วย

1. ผู้ส่งข่าวสาร (Sender)
2. ข้อมูลข่าวสาร (Message)
3. สื่อในช่องทางการสื่อสาร (Media)
4. ผู้รับข่าวสาร (Receivers)

5. ความเข้าใจและการตอบสนอง

กระบวนการสื่อสาร

กระบวนการสื่อสาร (Communication Process) โดยทั่วไปเริ่มต้นจากผู้ส่งข่าวสาร (Sender) ทำหน้าที่เก็บรวบรวมแนวความคิดหรือข้อมูล จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เมื่อต้องการส่งข่าวไปยังผู้รับข่าวสาร ก็จะแปลงแนวความคิดหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องออกมาเป็น ตัวอักษร น้ำเสียง สี การเคลื่อนไหว ฯลฯ ซึ่งเรียกว่าข่าวสาร (Message) จะได้รับการใส่รหัส (Encoding) แล้วส่งไปยังผู้รับข่าวสาร (Receivers) ผ่านสื่อกลาง (Media) ในช่องทางการสื่อสาร (Communication Channels) ประเภทต่าง ๆ หรืออาจจะถูกส่งจากผู้ส่งข่าวสารไปยังผู้รับข่าวสารโดยตรงก็ได้ ผู้รับข่าวสาร เมื่อได้รับข่าวสารแล้วจะถอดรหัส (Decoding) ตามความเข้าใจและประสบการณ์ในอดีต หรือสภาพแวดล้อมในขณะนั้น และมีปฏิกิริยาตอบสนองกลับไปยังผู้ส่งข่าวสารซึ่งอยู่ในรูปของความรู้ความเข้าใจ การตอบรับ การปฏิเสธหรือการนิ่งเงียบก็เป็นได้ ทั้งนี้ข่าวสารที่ถูกส่งจากผู้ส่งข่าวสาร อาจจะไม่ถึงผู้รับข่าวสารทั้งหมดก็เป็นได้ หรือข่าวสารอาจถูกบิดเบือนไปเพราะในกระบวนการสื่อสาร ย่อมมีโอกาสเกิดสิ่งรบกวน หรือตัวแทรกแซง (Noise or Interferes) ได้ ทุกขั้นตอนของการสื่อสาร

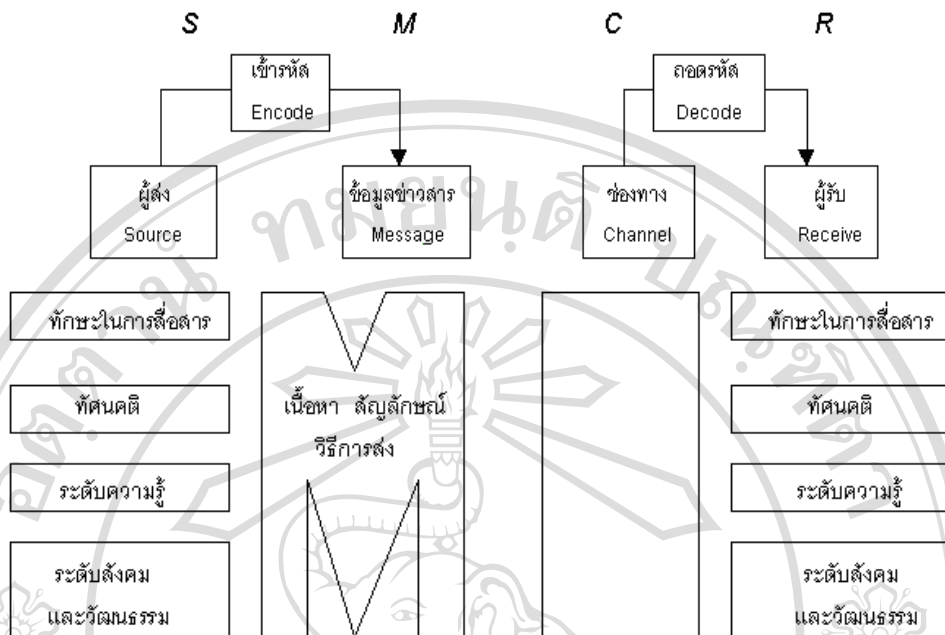
เบอร์โล (1960) ได้กล่าวถึงกระบวนการของการติดต่อสื่อสารไว้ในลักษณะรูปแบบจำลอง S M C R Model อันประกอบด้วย

1. **ผู้ส่ง (Source)** ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถในการเข้ารหัส (encode) เนื้อหาข่าวสาร มีเจตคติที่ดีต่อผู้รับเพื่อผลในการสื่อสาร มีความรู้อย่างดีเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่ง และควรจะมีความสามารถในการปรับระดับของข้อมูลนั้นให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับ ตลอดจนพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับด้วย

2. **ข้อมูลข่าวสาร (Message)** เกี่ยวข้องทางด้านเนื้อหา สัญลักษณ์ และวิธีการส่งข่าวสาร

3. **ช่องทางการส่ง (Channel)** หมายถึงการที่จะส่งข่าวสาร โดยการให้ผู้รับได้รับข่าวสาร ข้อมูล โดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง คือ การได้ยิน การดู การสัมผัส การลิ้มรส หรือการได้กลิ่น

4. **ผู้รับ (Receiver)** ต้องเป็นผู้มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถในการ “การถอดรหัสสาร” (decode) เป็นผู้ที่มิมีเจตคติ ระดับความรู้ และพื้นฐานทางสังคม วัฒนธรรม เช่นเดียวหรือคล้ายคลึงกันกับผู้ส่งสารจึงจะทำให้การสื่อความหมายหรือการสื่อสารนั้นได้ผล



ภาพ 4 แสดงแบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของเบอร์โล (Berlo's SMCR Model)

ตามลักษณะของ S M C R Model นี้ มีปัจจัยสำคัญที่มีความสำคัญต่อขีดความสามารถของผู้ส่งและผู้รับที่จะทำให้การสื่อความหมายนั้นได้ผลสำเร็จหรือไม่เพียงใด ได้แก่

1) ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills) หมายถึง ทักษะซึ่งทั้งผู้ส่งและผู้รับควรมีความรู้ความชำนาญในการส่งและการรับสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจกันได้อย่างถูกต้อง

2) ทศนคติ (Attitudes) เป็นทัศนคติของผู้ส่งและผู้รับซึ่งมีผลต่อการสื่อสาร ถ้าผู้ส่งและผู้รับมีทัศนคติที่ดีต่อกันก็จะทำให้การสื่อสารได้ผลดี ทั้งนี้เพราะทัศนคติย่อมเกี่ยวข้องไปถึงการยอมรับซึ่งกันและกันระหว่างผู้ส่งและผู้รับด้วย

3) ระดับความรู้ (Knowledge Levels) ถ้าผู้ส่งและผู้รับมีระดับความรู้ที่เท่าเทียมกันก็จะทำให้การสื่อสารนั้นลุล่วงไปด้วยดี แต่ถ้าหากความรู้ของผู้ส่งและผู้รับมีระดับที่แตกต่างกัน ย่อมจะต้องมีการปรับความยากง่ายของข้อมูลที่จะส่งในด้านของความยากง่ายของภาษาและถ้อยคำสำนวนที่ใช้

4) ระบบสังคมและวัฒนธรรม (Socio-Culture Systems) ระบบสังคมและวัฒนธรรมในแต่ละชาติเป็นสิ่งที่มีส่วนกำหนดพฤติกรรมของประชาชนในชาตินั้น ซึ่งเกี่ยวข้องไปถึงขนบธรรมเนียมประเพณีที่ยึดถือปฏิบัติ สังคมและวัฒนธรรมในแต่ละชาติย่อมมีความแตกต่างกันไป

4.1.1 แนวคิดการสื่อสารชุมชน

วีรพงษ์ (2545) อ้างใน กาญจนา และคณะฯ (2543) กล่าวถึงคุณลักษณะสำคัญของการสื่อสารชุมชน มีดังนี้

(1) เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) ที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถมีปฏิริยาโต้ตอบ (interactivity) กันอยู่ตลอดเวลาทั้งในลักษณะเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้ ลักษณะการสื่อสารแบบสองทาง ทำให้สถานะของผู้ส่งและผู้รับไม่ตายตัว แต่จะมีการผลัดเปลี่ยนบทบาทอยู่ตลอดเวลา

(2) ทิศทางการไหลของข่าวสาร (Flow of Information) ในขณะที่กระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบกระแสหลักนั้น ทิศทางการไหลของข่าวสารเป็นไปอย่างจำกัด คือมีการไหลจากเบื้องบน (เจ้าหน้าที่รัฐ) ไปสู่เบื้องล่าง (ประชาชน) เท่านั้น แต่การสื่อสารชุมชนนั้น การหลังไหลของข่าวสารจะมีทิศทางที่หลากหลาย มาจากทุกทิศทาง ทั้งจากบนลงล่าง (Top-Down) แบบล่างสู่บน (Bottom-Up) และแบบแนวนอน (Horizontal) ดังนั้น ข่าวสารจึงอาจจะไหลจากนักวางแผนพัฒนาไปสู่ชาวบ้าน จากสื่อมวลชนไปสู่ผู้รับสารในชุมชน ในเวลาเดียวกัน ชาวบ้านอาจจะส่งข่าวสารขึ้นไปยังเจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือมีการแลกเปลี่ยนติดต่อส่งข่าวสารระหว่างกลุ่มชาวบ้านด้วยกัน

(3) เป้าหมายของการสื่อสารชุมชน มีวิธีการและแง่มุมหลายแง่มุมที่จะกำหนดเป้าหมายของการสื่อสารเพื่อชุมชน ตัวอย่าง เช่น

(ก) การกำหนดเป้าหมายโดยการใช้ระดับผู้ที่เกี่ยวข้องเป็นเกณฑ์

การสื่อสารชุมชนจะมีเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้เกี่ยวข้องในระดับต่างๆ ดังนี้

- ระดับชุมชนเป็นการสื่อสารที่มีเป้าหมายเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน
- ระดับหน่วยงานนอกชุมชน เป็นการสื่อสารที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงองค์กรหรือหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องกับด้านการพัฒนาและการสื่อสาร
- ระดับสังคมส่วนรวม เป็นการสื่อสารที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมในระดับกว้าง

(ข) การกำหนดเป้าหมายโดยสอดคล้องกับทิศทางการไหลของข่าวสาร อาจกำหนด

ได้เป็น 3 เป้าหมายย่อย คือ

- เพื่อทำการถ่ายทอดข่าวสารข้อมูลและโน้มน้าวชักจูงใจ อันมักได้แก่ ทิศทางการไหลของข่าวสารจากบนลงล่าง (อย่างไรก็ตาม ทิศทางการไหลแบบอื่นๆ ก็ใช้เป้าหมายนี้ได้เช่นกัน)

- เพื่อเป็นช่องทางแสดงออกซึ่งตัวตนของชุมชน (Community Self-Expression) อันอาจจะหมายรวมถึงแต่การแสดงออกซึ่งความต้องการของชุมชนไปจนกระทั่งถึงการแสดงออกซึ่งสิทธิ ศักดิ์ศรี ภูมิปัญญาของชุมชนด้วย

- เพื่อพัฒนาความเป็นตัวเองของบุคคล (Development of the Individual Self) ในหน่วยที่เล็กลงมากกว่าชุมชน การสื่อสารชุมชนจะทำหน้าที่คล้ายๆ เป็นเวทีแห่งการศึกษาเรียนรู้ที่ช่วยให้ศักยภาพของปัจเจกบุคคลได้พัฒนาสร้างสรรค์อย่างเต็มที่

(ก) เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นและดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน (Need-Oriented) ซึ่งสอดคล้องกับคุณลักษณะประการสำคัญของกระบวนการสำคัญองกระบวนการทัศน์การพัฒนาแนวใหม่แทนการพัฒนาที่แต่เดิมเคยตอบสนองความต้องการของรัฐเป็นหลัก

(ง) หน้าที่ของการสื่อสาร

- หน้าที่การแสดงออก (Expressive Function) คือ ทั้งบุคคลและกลุ่มสามารถแสดงความเป็นตัวของตัวเองออกมาเพื่อที่จะสร้างเอกลักษณ์ของตนเองได้

- หน้าที่ทางสังคม (Social Function) คือ การเข้ามีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อจะสร้างความรู้สึกร่วมเป็นชุมชนเดียวกัน

- หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร (Information Function) อันเป็นหน้าที่พื้นฐานของการสื่อสารโดยทั่วไป หากทว่าในการสื่อสารชุมชนนั้น ทิศทางการไหลของข่าวสารต้องเป็นไปอย่างรอบด้าน ดังนั้น ผู้เข้าร่วมกระบวนการสื่อสารทุกคนจึงได้แลกเปลี่ยนข้อมูลและความรู้ในเรื่องของการสื่อสารและทักษะการถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการพัฒนาชุมชน

- หน้าที่ในการควบคุมการปฏิบัติการ (Control Activation Function) การสื่อสารจะเป็นช่องทางนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อปรับปรุงหรือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นของบุคคลและชุมชนได้ เนื่องจากการสื่อสารชุมชนมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทางที่มีขั้นตอนของปฏิกิริยาป้อนกลับ (Feedback)

(จ) สื่อของชุมชนเน้นการปรับปรุงสื่อ ให้เหมาะสมสำหรับประโยชน์ของการใช้งานของชุมชน ไม่ว่าชุมชนจะตั้งวัตถุประสงค์การใช้เอาไว้เช่นใดก็ตาม

(ฉ) สื่อชุมชนต้องเป็นสื่อที่คนในชุมชนสามารถเข้าถึง (Access) ได้ตลอดเวลา เพื่อนำไปใช้เพื่อหาข่าวสาร เพื่อความรู้หรือเพื่อความบันเทิง

(ช) สื่อชุมชนเป็นสื่อที่ชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วม (Participates) ในหลายๆ บทบาทไม่ว่าจะเป็นผู้วางแผนการใช้สื่อ ผู้ผลิต ผู้แสดง ฯลฯ

(ณ) สื่อชุมชนต้องเป็นสื่อที่แสดงออกของชุมชน มิใช่เป็นสื่อเพื่อชุมชน ซึ่งหมายความว่า ตัวตนของชุมชนที่จะแสดงออกไปนั้น ต้องมาจากการกำหนดของชุมชนเอง มิใช่เป็นผู้อื่นมาทำให้ชุมชน

(ญ) สื่อชุมชนจะปรับเปลี่ยนลักษณะของการเป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสาร จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง มาเป็นเวทีสำหรับแลกเปลี่ยนข่าวสารและทัศนะของคนทุกคน

4.1.2 แนวคิด การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication)

กาญจนา (2543) ให้ทัศนะว่า ในการทบทวนความล้มเหลวของการพัฒนาที่ใช้กระบวนการทัศน์ Modernistic นั้น พบว่า สาเหตุประการหนึ่งที่จะเป็นสาเหตุเบื้องต้นแรกอันนำไปสู่สาเหตุอื่นๆ ก็คือ ในแบบจำลองการพัฒนาดังกล่าว ประชาชนผู้เป็นเป้าหมายของการพัฒนาไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมของการพัฒนา ดังนั้น ในการปรับปรุงแนวคิดเรื่องการพัฒนา แนวคิดใหม่ๆ บางแนวจึงได้ชูประเด็นเรื่อง “การมีส่วนร่วม” ขึ้นมาเป็นประเด็นหลัก ที่เรียกว่า “การพัฒนาแบบประชาชนมีส่วนร่วม” สำหรับ “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” (Participatory Communication) นั้น อาจกล่าวได้ว่าการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นรูปแบบหนึ่งที่สำคัญของการสื่อสารชุมชนในที่นี้ เราจึงจะพิจารณาแนวคิดนี้โดยละเอียด ดังนี้

1) เป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

หากกล่าวเฉพาะในระดับของชุมชนแล้ว เป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมน่าจะมีดังต่อไปนี้

ก) เพื่อกระตุ้นให้ชุมชนมองเห็นคุณค่าของตนเอง เช่น การนำเอาภูมิปัญญาของชาวบ้านมาเผยแพร่ในวงกว้าง

ข) เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับชาวบ้านที่เข้ามามีส่วนร่วม และเพื่อให้เห็นคุณค่าความคิดและความเชื่อของเขา ตัวอย่างเช่น เมื่อมีการนำเอาแนวคิดเรื่อง เศรษฐกิจแบบพอเพียงมาเผยแพร่ในวงกว้าง และคนทั่วไปให้การยอมรับผ่านการแสดงทัศนะผ่านสื่อ (เป็น Feedback) ก็จะทำให้ชุมชนมีความมั่นใจในคุณค่าของตนเอง

ค) เพื่อพิสูจน์ความเชื่อของชุมชนที่เคยคิดว่าตนเองไม่สามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ซับซ้อนได้ การเข้าร่วมฝึกฝนอบรมการผลิตสื่อจะพิสูจน์ให้ชาวบ้านเห็นว่า พวกเขาสามารถจะใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ได้หากมีโอกาส

ง) เพื่อสร้างทักษะในการสร้างสื่อให้กับชุมชน เพื่อเป็นช่องทางที่ชุมชนจะส่งข่าวสารออกไปจากจุดยืน มุมมองและทัศนะของตนเอง

จ) เพื่อให้ชุมชนได้แสดงความรู้สึก ปัญหา วิธีการวิเคราะห์ปัญหา รวมทั้งวิธีการแก้ปัญหา จากทัศนระของชุมชน

ฉ) ผลจากการสื่อสารของชุมชนที่อาจจะเกิดจากการริเริ่มของบางส่วนของชุมชน หรือจากชุมชนใดชุมชนหนึ่ง จะช่วยยกระดับความมีสติและความรับผิดชอบให้กับทั้งชุมชนหรือชุมชนอื่นๆ เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ทั้งนี้เราต้องยอมรับว่า ผลจากการใช้กระบวนการพัฒนาแบบบนลงล่างนั้น ไม่เพียงแต่จะไม่ได้ผลตามที่คาดหวังเอาไว้เท่านั้น หากทว่ายังทิ้งร่องรอยแห่งความสูญเสียในเชิงภูมิปัญญาและวัฒนธรรมเอาไว้ด้วย กล่าวคือ ชาวบ้านจะเกิดวัฒนธรรมแห่งการพึ่งพา การรอคอยความช่วยเหลือจากภายนอก และไม่เชื่อมั่นว่าตนเองจะแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ด้วยความสามารถของตนเอง

ช) เนื่องจากเนื้อหาของการสื่อสารชุมชนนั้น จะเน้นเรื่องราวที่มีสาระประโยชน์ต่อชีวิตของชุมชนเอง ดังนั้นสื่อประเภทนี้จึงช่วยเพิ่มสัดส่วนของการสร้างสื่อที่มีสาระให้แก่ชุมชน ให้มีปริมาณเพิ่มมากขึ้นเพื่อถ่วงดุลกับการสื่อสารที่มุ่งเน้นแต่ความบันเทิงและการหลีกเลี่ยงปัญหา (Escapist) ที่สื่อจากภายนอกอัดฉีดเข้าไปในชุมชน

2) การมีส่วนร่วมในองค์ประกอบของการสื่อสาร

จากต้นกำเนิดแนวคิดการพัฒนาเรื่องการมีส่วนร่วมนั้น ในระยะแรกๆที่มีการนำแนวคิดนี้มาบรรจุใช้ในทางปฏิบัติ เนื่องจากการรับรู้และความเข้าใจร่วมต่อแนวคิดดังกล่าวยังไม่ชัดเจน จึงเกิดการปฏิบัติที่แตกต่างกันและถึงกับการปฏิบัติที่เบี่ยงเบนออกไปจากเป้าหมายเดิม เช่น มีการบรรจุว่า ในการทำโครงการพัฒนาชนบทนั้น ต้องให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมด้วยการนำเงินทองและแรงงานเข้ามามีส่วนร่วม แต่ในขั้นตอนอื่นๆไม่ว่าจะเป็นการวางแผน การจัดการ การดำเนินงาน การแบ่งผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นยังอยู่ในอำนาจของเจ้าหน้าที่รัฐเหมือนเดิม

สำหรับเรื่องการมีส่วนร่วมในการสื่อสารก็อาจจะมีปัญหาเช่นเดียวกัน กล่าวคือมีระดับต่างๆที่แตกต่างกันไปของการเข้ามามีส่วนร่วมของการสื่อสาร ปัจจัยที่เข้ามามีส่วนกำหนดระดับความมากน้อยของการมีส่วนร่วมนั้น จะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของการสื่อสารดังนี้

1. เป้าหมายของการสื่อสาร ได้กำหนดให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในระดับใด เช่นในระดับเข้ามาร่วมแสดง ระดับเป็นผู้รับสารที่คอยป้อนปฏิกริยาข้อนกลับ (Feedback) ระดับวางนโยบาย ฯลฯ

2. ลักษณะสองทางและ Interactivity ของการสื่อสาร ยิ่งการสื่อสารที่เอื้ออำนวยให้มีลักษณะตอบโต้กันอยู่ตลอดเวลามากขึ้นเท่าใด โอกาสที่ชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วมก็ยิ่งจะมีมากขึ้นเท่านั้น

3. ใครคือผู้ส่งสาร ในชุมชนเองโอกาสที่คนส่วนใหญ่จะได้เข้ามาเป็นผู้ส่งสารมีมากน้อย และทั่วถึงหรือไม่ หรือเมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างนักสื่อสารมวลชนอาชีพ เจ้าหน้าที่รัฐและชาวบ้าน ล้วนแล้วแต่จะได้เป็นผู้ส่งสารเป็นอย่างไรบ้าง

4. ประเภทของเนื้อหาสาร เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสภาพความเป็นจริงของชุมชนหรือเปล่า ตัวอย่างเช่น ปัจจุบันนี้ แม้ในโทรทัศน์จะมีรายการประเภทวิเคราะห์ข่าวและสถานการณ์ ปัจจุบัน แต่ทว่า เนื้อหาทั้งหมดยังคงเป็น “วาระแห่งชาติ” เป็นส่วนใหญ่ โอกาสที่ประเด็นท้องถิ่น จะได้เข้าไปเป็นเนื้อหาในสื่อมวลชนยังมีอยู่น้อย นอกจากนั้นวิธีการนำเสนอเนื้อหา หากมีลักษณะของการสนทนาแลกเปลี่ยนทัศนะซึ่งกันและกัน (Dialogue) แสวงหาความร่วมมือจากหลายฝ่าย (Collaboration) และก่อให้เกิดการตัดสินใจโดยกลุ่ม (Group decision making) ก็จะยิ่งทำให้การมีส่วนร่วมมีโอกาสมากขึ้น

5. ประเภทของช่องทาง/สื่อ โดยหลักการทั่วไปแล้ว สื่อขนาดเล็กเช่น สื่อเฉพาะกิจจะเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมได้มากกว่าสื่อมวลชน สื่อที่ชาวบ้านคุ้นเคย เช่น สื่อประเพณี ก็จะช่วยอำนวยความสะดวกให้ชาวบ้านเข้าร่วมได้ง่ายกว่าสื่อสมัยใหม่ที่แปลกหน้า อย่างไรก็ตาม นี่ก็ไม่ได้หมายความว่าสื่อมวลชนปิดโอกาสโดยสิ้นเชิง สำหรับสื่อสมัยใหม่หรือสื่อที่มีขนาดใหญ่ เช่น สื่อมวลชน เพียงแต่มีข้อพิงตรงกันถึงความยากง่ายในการเข้ามีส่วนร่วมของสื่อประเภทต่างๆ และการค้นคิดสร้างสรรค์กิจกรรมและช่องทางแบบใหม่ที่จะอำนวยความสะดวกในการเข้ามีส่วนร่วมของประชาชน

6. ผู้รับสารและการมีปฏิกริยาป้อนกลับ (Feedback) สำหรับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้น จะมีความเชื่อพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสารที่แตกต่างไปจากการสื่อสารเพื่อการพัฒนากระแสหลัก โดยสิ้นเชิง กล่าวคือ กระบวนทัศน์ใหม่นี้จะเชื่อว่า ผู้รับสารนั้นมีใช้ผู้ที่วางเปล่าและไม่รู้อะไรเลย เกี่ยวกับเนื้อหาสารที่จะสื่อไป หากแต่ความรู้ที่ผู้รับสารมีนั้น อาจจะเป็นความรู้คนละชุดที่แตกต่างจากที่ผู้ส่งสารคาดคิดเอาไว้ ไม่ว่าจะชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วมกับการสื่อสารในระดับใดก็ตาม การจัดช่องทางสำหรับปฏิกริยาป้อนกลับก็เป็นปัจจัยที่จำเป็นอย่างขาดไม่ได้ของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

สรุปได้ว่า

การสื่อสาร คือ กระบวนการถ่ายทอดสาร จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยผ่านสื่อหรือช่องทาง การสื่อสาร ซึ่งในที่นี้หากเปรียบเทียบกับ การสื่อสารในวิทยุชุมชน คนเมืองหละปุน ก็คือ การใช้วิทยุชุมชน คนเมืองหละปุนเป็นสื่อหรือช่องทาง การสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารในที่นี้คือ ผู้จัดรายการ ไปยังผู้รับสารคือ ผู้ฟัง เป็นต้น

ซึ่งวัตถุประสงค์ของการสื่อสารก็เพื่อแจ้งให้ผู้รับสารได้เข้าใจและรับทราบถึงวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร ผ่านการบอกเล่า เรื่องราว เหตุการณ์ต่างๆ ให้ผู้รับสารเกิดการเรียนรู้ และติดตามตลอดจนให้ผู้รับสารเกิดความพึงพอใจในการรับสาร เช่นเดียวกับวิทยุชุมชน คนเมืองหละปุน ที่ผู้จัดรายการมีความประสงค์ที่อยากให้ผู้ฟังได้รับข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เป็นประโยชน์และให้ความบันเทิงกับผู้ฟัง

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) นั้น อาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารที่ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชน ทั้งการส่งสารและรับสาร การดำเนินงานของวิทยุชุมชน คนเมืองหละปุน เช่นในการจัดรายการของวิทยุที่มีการแลกเปลี่ยนพูดคุยผ่านรายการสด มีการขอเพลงแจ้งบอกสถานการณ์ ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลต่างๆ ในชุมชน ในที่นี้ผู้ฟังอาจจะเป็นทั้งผู้รับและผู้ให้ข้อมูลได้ในเวลาเดียวกัน ซึ่งถือได้ว่าเป็นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมอย่างหนึ่งเช่นเดียวกันกับงานวิจัย วิทยุชุมชนฯ ก็ต้องอาศัยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมระหว่างผู้จัดรายการและผู้ฟัง

4.2 การประชาสัมพันธ์

4.2.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์

วิจิตร (2534) ได้ให้คำนิยามการประชาสัมพันธ์ เป็นความพยายามที่จะสร้างความพึงพอใจ ความเข้าใจต่อกันให้เกิดขึ้นแก่ทุกๆ ฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นประชาชน ลูกค้า ผู้ใช้บริการ หน่วยงาน สถาบัน เพื่อให้เกิดความร่วมมือ สนับสนุน ผลักดันให้ความรู้ ความเข้าใจ เกิดความรัก สันติภาพ สงบสุข และความราบรื่นในการดำเนินงาน

ประทีป (2539) กล่าวว่า นักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์บางท่าน ได้พยายามหาความหมายอธิบายตัวของการประชาสัมพันธ์ หรือ Public Relations คือ PR. ว่า

P – หมายถึง การกระทำ (Performance) การประชาสัมพันธ์จะต้องมีการกระทำ หรือพฤติกรรมปฏิบัติตามที่พูดหรือเผยแพร่ชี้แจงเอาไว้ มิใช่ดีแต่พูดอย่างเดียวแต่ไม่ทำหรือไม่ปฏิบัติ เพราะการกระทำย่อมสำคัญกว่าการพูด ประชาชนย่อมพิจารณาตัดสินเอาจากการกระทำของหน่วยงาน องค์กร สถาบัน มิใช่พิจารณาตัดสินเอาจากสิ่งที่องค์กร สถาบัน พูดหรือแถลงไว้ในนโยบายเพียงอย่างเดียว

R – หมายถึง การยอมรับ (Recognition) การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน องค์กร สถาบัน ก็เพื่อให้ประชาชนยอมรับในองค์กร สถาบัน นั้นๆ และเพื่อให้เกิดความร่วมมือสนับสนุนตามมา เพราะเราต้องไม่ลืมว่า สิ่งใดก็ตามหากเป็นการยอมรับของประชาชนแล้ว ประชาชนย่อมให้ความร่วมมือสนับสนุนด้วยดี

ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและกระทำต่อเนื่องกันไป ในอันที่จะสร้างหรือทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนเพื่อให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง มีความรู้ ความเข้าใจ และให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้น ดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมายโดยมีประจําติเป็นแนวบรรทัดฐานอันสำคัญด้วย

พินิต (2537) ได้ยกเอาความหมายมาจาก สถาบันประชาสัมพันธ์ (Institute of Public Relation : IPR) ได้นิยามว่า การประชาสัมพันธ์ (PR) คือ ความหมายอย่างมีแผนและต่อเนื่องที่จะสร้างและรักษาไว้ ซึ่งความปรารถนาดีและความเข้าใจต่อกันระหว่างองค์การและสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง

ศักดิ์ (2537) ได้ให้คำนิยามการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Public Relations ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน คำว่า “ประชา” เป็นคำนามแปลว่า “หมู่คน” ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Public” และคำว่า “สัมพันธ์” เป็นคำนามแปลว่า “ความผูกพัน” ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า “Relations” ฉะนั้น การประชาสัมพันธ์คือ “การเกี่ยวข้องกับผูกพันกับกลุ่มคน”

ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ คือการปฏิบัติการทุกวิถีทางอย่างมีแผนการต่อประชาชนหรือกลุ่มชนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เพื่อให้กลุ่มชนนั้นมีความรู้สึกมีความเข้าใจในเรื่องราว และก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีต่อกันในที่สุด ลักษณะของงานประชาสัมพันธ์นั้นเป็นงานที่ละเอียดอ่อนและต้องกระทำต่อเนื่องกันไป เป็นกระบวนการสร้างเสริมความสัมพันธ์ระหว่างสถาบัน หน่วยงาน องค์กร ผลิตภัณฑ์ บริการ ฯลฯ ให้เกิดขึ้นต่อประชาชน เป็นการแนะนำองค์การ หน่วยงาน บริการ ผลิตภัณฑ์ สินค้า ให้เป็นที่รู้จักของประชาชนในแง่ของคุณภาพ และความดี ความเด่น ความมีประสิทธิภาพ ฯลฯ เพื่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดี ความเชื่อ ชื่อเสียง เลื่อมใส ศรัทธา ให้การสนับสนุนอุดหนุน มีทัศนคติเชิงบวกต่อสินค้า บริการ หน่วยงาน สถาบัน จากประชาชน

4.2.2 เครื่องมือและสื่อของการประชาสัมพันธ์ มีผู้ให้ความหมายเกี่ยวกับเครื่องมือและสื่อของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

อัญชลี (2546) อ่างถึง วิรัช (2529) ได้กล่าวถึงประเภทของเครื่องมือและสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ คือ การเผยแพร่หรือกระจายข่าวสารต่างๆในงานประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องใช้สื่อเป็นตัวกลางการถ่ายทอดให้ประชาชนเกิดความเข้าใจ นิยมศรัทธาและสามารถเรียกร้องความร่วมมือ สนับสนุนได้ แต่ไม่ว่าจะสื่อออกมาเป็นคำพูด สิ่งพิมพ์ โสตทัศนูปกรณ์ตลอดจนสื่ออื่นๆ นั้น ล้วนแล้วแต่ต้องอาศัยเครื่องช่วยในการทำความเข้าใจซึ่งกันและกัน เพื่อให้ผู้รับ (Receiver)

ผู้ฟัง (Audience) ได้รับข่าวสาร (Message) และข้อมูลถูกต้องตรงกัน ทั้งนี้เพราะความสำเร็จหรือความล้มเหลวของงานด้านประชาสัมพันธ์นั้น ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับการใช้เครื่องมือและสื่อในการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมถูกต้องตามลักษณะการใช้สื่อและต้องพิจารณาศึกษา ถึงข้อดีข้อเสียของเครื่องมือแต่ละประเภทและลักษณะการใช้ที่แตกต่างกัน การติดต่อสื่อสารจะได้ผลมากน้อยเพียงใด นอกจากจะขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพร่วมกันของผู้รับและผู้ส่งแล้ว ขึ้นอยู่กับลักษณะของข่าวสารและวิธีการติดต่อสื่อสารตลอดจนกลวิธี (Tactics) ต่างๆ อันเป็นศาสตร์และศิลป์ในการติดต่อสื่อสารประกอบด้วย จึงจะทำให้การติดต่อสื่อสารประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ สื่อชนิดหนึ่งที่เป็นที่นิยมใช้ในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง เป็นเครื่องมือและสื่อในการประชาสัมพันธ์ที่มีบทบาทและมีความสำคัญยิ่งสำหรับประเทศไทย

ปัจจุบันนี้ ประเทศไทยมีสถานีวิทยุกระจายเสียงมากกว่า 200 สถานี ส่วนใหญ่เป็นของส่วนราชการทหาร คลื่นวิทยุสามารถปกคลุมเกือบทั่วทุกพื้นที่ในประเทศไทย อาจกล่าวได้ว่าในจำนวนครัวเรือนทั้งหมด จะมีเครื่องรับวิทยุเป็นส่วนมากเท่ากับเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างทั่วถึง กว้างขวางและรวดเร็ว โดยเฉพาะชาวชนบทชอบฟังวิทยุมาก จึงนับได้ว่าเป็นสื่อที่สามารถชักจูงใจในชนบทได้อย่างดี แม้ว่าปัจจุบันจะมีสื่อประเภทโทรทัศน์เข้ามาแทนที่ก็ตาม แต่วิทยุก็ยังเป็นแหล่งข่าวสารที่มีความสำคัญอันดับหนึ่ง สำหรับคนไทยในขอบเขตทั่วประเทศ

สื่อวิทยุกระจายเสียงมีข้อดีและข้อเสีย ดังนี้

ข้อดี

- ครอบคลุมพื้นที่ได้กว้างขวางและเข้าถึงคนได้ทุกระดับชั้น
- รวดเร็วกว่าสื่ออื่นๆ เมื่อเกิดข่าวด่วน ข่าวสดหรือเหตุการณ์ วิกฤติต่างๆ
- มีผลด้านจิตวิทยาสูงในการเข้าถึงประชาชน เพราะสามารถสร้างอารมณ์ หรือจูงใจง่าย โดยใช้คำพูดและน้ำเสียง
- ไม่เสียเวลาที่จะฟังเหมือนสื่ออื่นๆ โดยอาจทำงานอื่นขณะรับฟังไปด้วยก็ได้
- ประชาชนมีแนวโน้มจะเชื่อสื่อชนิดนี้ เพราะเป็นสถานีวิทยุของทางราชการ
- สามารถเสนอเหตุการณ์และติดตามรายงานเหตุการณ์ได้ตลอดไปโดยกระบวนการไม่ยุ่งยากเหมือนดังสื่ออื่นๆ

ข้อเสีย

- เสียเปรียบสื่อมวลชนบางประเภท เช่น หนังสือพิมพ์เพราะวิทยุไม่อาจเสนอรายละเอียดที่ สลับซับซ้อนได้เนื่องจากต้องใช้ภาษาพูดที่สั้น กระชับและเข้าใจง่าย ผิดกับภาษาเขียนที่ใช้ อรรถาธิบายได้กว้างขวางได้

- การจัดช่วงเวลาออกอากาศ ต้องเลือกให้เหมาะสม เช่น เช้าหรือค่ำ หรือรายการเด็กต้องจัด ในวันเสาร์-อาทิตย์ ทั้งนี้จำเป็นต้องพิจารณาถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ

- วิทยุขาดความคงทนถาวร เพราะเมื่อออกอากาศแล้วก็ผ่านไป แม้ในปัจจุบันจะบันทึกเสียง ไว้เป็นหลักฐานได้ แต่ก็ไม่สะดวกเสมอไปในทางปฏิบัติ

- กรณีที่ฟังไม่ทันหรือไม่เข้าใจก็ไม่สามารถย้อนมาทบทวนได้อีก

กล่าวโดยสรุป การประชาสัมพันธ์คือ กระบวนการสื่อสารที่มีการติดต่อเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารต่างๆ ให้แก่ประชาชน หรือกลุ่มคนเป้าหมาย เพื่อให้เกิดความร่วมมือและการสนับสนุน เพื่อให้เกิดทัศนคติเชิงบวกต่อสิ่งของหรือเรื่องที่ต้องการจะประชาสัมพันธ์ เช่นเดียวกับ วิทยุชุมชน คนเมืองหละปูน ที่ต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้กับคนในชุมชน ให้หันมารับฟังวิทยุๆ การรับข้อมูล ข่าวสารต่างๆ รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์เพื่อใ้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมกับวิทยุชุมชน สร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกันและกัน ไม่เพียงแต่มีการประชาสัมพันธ์สร้างความรู้จัก สร้างทัศนคติ ที่ดีต่อวิทยุชุมชนฯ ยังมีการประชาสัมพันธ์ในส่วนของกลุ่มต่างๆ ในเครือข่ายของวิทยุชุมชนฯ เช่น กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มเศรษฐกิจพอเพียง เป็นต้น ที่ได้เข้ามาร่วมกับวิทยุชุมชนในการเป็นสมาชิกของ วิทยุชุมชนฯและการจัดรายการ ซึ่งในการจัดรายการแต่ละครั้งนั้น มีการพูดถึงกลุ่มของตนเอง ตัวอย่างเช่น กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมีการประชาสัมพันธ์ถึงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านที่ได้รวมตัว กันผลิตขึ้น การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการทำอาหาร เหตุการณ์ต่างๆ ที่จะมีการดำเนินการขึ้น อาทิ เช่น ตลาดนัดกลุ่มแม่บ้านตำบลป่าสัก ที่ได้มีการเชิญชวน ชักชวนคนในชุมชนหรือคนทั่วไปที่รับ ฟังวิทยุชุมชนไปร่วมงาน ซึ่งจัดว่าเป็นการประชาสัมพันธ์งานและประชาสัมพันธ์กลุ่มแม่บ้านด้วย เช่นกัน

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อาภาภรณ์ (2543) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ทักษะของประชากรกับการนำเสนอข่าวสารการเมืองท้องถิ่นของสถานีวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า การนำเสนอข่าวสารการเมืองท้องถิ่นทางสื่อวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดเชียงใหม่ ตามความคิดเห็นของประชาชนควรมีความเป็นกลางมากกว่าที่เป็นอยู่ เนื่องจากสื่ออาจถูกรวบงำจากผู้มีอิทธิพลหรือนักการเมืองในท้องถิ่น ทำให้ข่าวสารขาดความน่าเชื่อถือในบางข่าว ประชาชนต้องการที่จะให้มีตัวแทนเข้าไปมีส่วนร่วมทำกิจกรรมของสถานีวิทยุซึ่งเป็นตัวแทนของท้องถิ่นหรือชุมชนโดยตรง

การจัดรูปแบบรายการข่าวท้องถิ่นของสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้บริหารสถานีควรจะเป็นผู้มีวิสัยทัศน์ การทำงานควรเป็นลักษณะการทำงานเป็นทีม สายการบังคับบัญชาตามระบบราชการอาจทำให้ข่าวขาดความรวดเร็ว แต่เท่าที่ดำเนินการตามรูปแบบที่เป็นอยู่คือ เวลาในการนำเสนอข่าวที่ประชาชนสนใจจะอยู่ในช่วง 06.00-07.00 น. และ 16.00-17.00 น. ระยะเวลาการนำเสนอแต่ละช่วงประมาณ 30 นาที ซึ่งประชาชนส่วนใหญ่เห็นด้วย และการศึกษาแนวโน้มของข่าวที่ประชาชนท้องถิ่นสามารถมีส่วนร่วมในทางการเมือง โดยผู้บริหารสถานีและผู้จัดรายการวิทยุสามารถให้เวลาที่เป็นของท้องถิ่นมากขึ้น โดยการปรับผังรายการบางรายการที่ส่งผ่านดาวเทียมจากกรุงเทพฯ ให้เป็นรายการที่ผลิตในท้องถิ่น โดยแทรกข่าวสารด้านการเมืองท้องถิ่น และให้ชุมชนมีส่วนร่วม มีตัวแทนของชุมชนเข้าร่วมเป็นผู้ดำเนินรายการกับเจ้าหน้าที่ของทางสถานี

จากผลการวิจัยสรุปว่า ทักษะของประชากรกับการนำเสนอข่าวสารการเมืองท้องถิ่นของสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดเชียงใหม่ ช่วงระยะเวลาของการนำเสนอข่าวอยู่ในระดับที่ประชาชนพอใจ ส่วนเนื้อหาและรูปแบบของข่าวควรต้องมีการปรับปรุงแก้ไข ข่าวควรจะนำเสนอข้อเท็จจริงได้ โดยไม่ถูกบิดเบือน เพื่อให้ประโยชน์สูงสุดเกิดกับประชาชนผู้บริโภคข่าวสาร

ปทุมพร (2547) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องข้อจำกัดในการจัดตั้งและดำเนินงานวิทยุชุมชนของวิทยุชุมชนบ้านโฮ้ง จังหวัดลำพูนและวิทยุชุมชนสันป่าตองจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า จุดปฏิบัติการเรียนรู้วิทยุชุมชนทั้งสองแห่งได้รับการสนับสนุนอุปกรณ์จากสถาบันพัฒนาองค์กรเอกชน (พอช.) โดยใช้ความถี่เดียวกันคือ 89.70 MHz. จุดปฏิบัติการเรียนรู้วิทยุชุมชนสันป่าตองเกิดจากปัญหาของเกษตร และจุดปฏิบัติการเรียนรู้วิทยุชุมชนคนบ้านโฮ้ง เกิดจากการรวมตัวของชมรมคนฮักบ้านโฮ้ง แล้วไปใช้พื้นที่สาธารณะของประชาชนที่ สวท.ลำพูน เป็นพื้นที่บ้านด้านวิทยุก่อน หลังจากนั้นทั้งสองจุดปฏิบัติการ จึงประสานงานกับเครือข่ายภาคีภาคเหนือ 15 จังหวัดเขียนโครงการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนโดยสื่อวิทยุแก่สถาบันพัฒนาองค์กรเอกชน (พอช.) และมีขั้นตอนในการจัดตั้งที่เหมือนกัน

ปัญหาในการเป็นเจ้าของสถานี่และการดำเนินการกระจายเสียง เนื่องจากกระบวนการปฏิรูปสื่อ ยังไม่คืบหน้าไปมากนัก แม้จะมีรัฐธรรมนูญ มาตรา 40 และ พรบ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับรายการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการ โทรคมนาคม พ.ศ.2543 แต่ก็ยังไม่มีการคณะกรรมการกระจายเสียงและกิจการ โทรทัศน์แห่งชาติ (กสช.) ทำให้ทุกอย่างยังคงคลุมเครือขาดความชัดเจน ไม่มีการจัดสรรคลื่นความถี่ให้แก่ประชาชน เจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญมาตรา 40 จึงยังไม่สมบูรณ์ ทำให้ประชาชนขาดความมั่นใจในความเป็นเจ้าของที่แท้จริงและห่วงไหวในความไม่แน่นอนของอนาคต ปัญหาที่เกิดจากการเมือง แม้ว่าจุดปฏิบัติการเรียนรู้ทั้งสองแห่งจะระบุว่าไม่มีการแทรกแซงทางการเมือง แต่หากวิเคราะห์รายการ จะพบว่าส่วนใหญ่เป็นรายการบันเทิงและสาระความรู้ทั่วไป ไม่เกี่ยวข้องกับเรื่องการเมือง เรื่องผลประโยชน์ทับซ้อนที่แสดงถึงสิทธิเสรีภาพทางการพูดตามระบอบประชาธิปไตย ลักษณะการจัดรายการยังพยายามเทียบเคียงกับวิทยุการค้าหรือวิทยุกระแสหลัก การสะท้อนถึงความเป็นวิทยุชุมชนหรือวิทยุทางเลือกที่แท้จริงจึงไม่ชัดเจน ปัญหาที่เกิดจากงบประมาณในการดำเนินการ จุดปฏิบัติการเรียนรู้วิทยุชุมชนทั้งสองแห่งประสบปัญหาขาดความคล่องตัวของงบประมาณ ปัจจุบันใช้วิธีระดมทุน จากสมาชิก เช่น การทอดผ้าป่า การจัดกีฬาการกุศล การรับบริจาคในรูปสิ่งของ เช่น เทปเพลง CD แต่ก็ยังมีปัญหาที่ต้องแก้ไขในระยะยาวโดยเฉพาะหากต้องจัดซื้ออุปกรณ์ใหม่ทั้งหมดเองทดแทนของเก่า และปัญหาทางเทคนิคอุปกรณ์ในการผลิตรายการ จุดปฏิบัติการเรียนรู้วิทยุชุมชนทั้งสองแห่งมีอุปกรณ์และสถานที่ในการผลิตรายการวิทยุชุมชนที่ยังไม่ได้มาตรฐาน อีกทั้งบุคลากรยังขาดทักษะในการผลิตรายการ

ชาลิสตา (2547) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การวิจัยเพื่อสรุปบทเรียน : กระบวนการเตรียมกลุ่มวิทยุชุมชนจังหวัดปัตตานี ผลการวิจัยพบว่า การสร้างกลุ่มเป็นส่วนสำคัญของกระบวนการเรียนรู้สื่อวิทยุชุมชนและการขับเคลื่อนกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ประชาชนมีความพร้อมในการเป็นเจ้าของคลื่นความถี่และสถานีวิทยุ ขณะเดียวกันธรรมชาติของสื่อวิทยุที่มีการดำเนินการในลักษณะสาธารณะทำให้การค้นหากลยุทธ์ในการสร้างความเป็นวิทยุชุมชนแก่ประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความจำเป็น เพื่อให้วิทยุชุมชนเป็นสื่อที่ก่อประโยชน์แก่คนทุกฝ่ายในสังคม และพบว่ากระบวนการสร้างกลุ่มมีทั้งสิ้น 3 ระยะ คือ ระยะการสร้างกลุ่ม ระยะการเตรียมความพร้อม และระยะการขยายโหนด โดยพบว่าทั้ง 3 ระยะแห่งการเติบโตต้องอาศัยกิจกรรมเป็นเครื่องประคองไม่ให้กลุ่มล้มหายไปในขณะที่การทำงานที่ยากที่สุดคือ ระยะการขยายโหนดเพื่อสร้างเครือข่ายให้กว้างขึ้น ซึ่งพบว่าภาคประชาชนมีปัญหาเรื่องการบริหารจัดการ

สำหรับการค้นหากลยุทธ์ในการสร้างความเป็นวิทยุชุมชนให้เกิดแก่ประชาชนนั้น ผู้วิจัยเลือกใช้กลยุทธ์ทั้งสิ้น 6 ประการ และพบว่ากลยุทธ์ที่มีลักษณะการบอกกล่าวโดยตรงในลักษณะการสื่อสารทางเดียว ไม่ใช่วิธีการที่ได้ผลดีนัก กิจกรรมต่างๆ จึงต้องมุ่งเน้นกระบวนการสื่อสาร

อย่างมีส่วนร่วม ซึ่งต้องอาศัยการสื่อสารสองทางที่ประชาชนสามารถร่วมแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็นได้

วีรพงษ์ และคณะฯ (2545) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาวิद्यุชุมชนเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ผลการวิจัยพบว่า วิद्यุชุมชนมีโครงสร้างระบบรัฐ ที่รัฐเป็นเจ้าของมีการบริหารแบบการบริหารราชการ มีการควบคุม 3 ระดับ คือ การควบคุมระดับชาติ การควบคุมระดับหน่วยงาน และการควบคุมระดับปัจเจกบุคคล โดยภายใต้การควบคุมระดับหน่วยงานนั้น การควบคุมจากส่วนท้องถิ่นหรือระดับสถานีมีบทบาทในการควบคุมการปฏิบัติมากกว่าระดับอื่น มีการดำเนินงานโดยผู้มีอำนาจ และไม่มี ความหลากหลายของกลุ่ม และมีงบประมาณไม่เพียงพอในการดำเนินงานแต่ละการดำเนินงานของวิद्यุชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์มีชมรมอาสาสมัครนักวิद्यุชุมชนบุรีรัมย์ ซึ่งมีสัดส่วนภาคประชาชนมากกว่าภาครัฐ จากโครงสร้างดังกล่าว ทำให้วิद्यุชุมชนให้ความสำคัญกับการนำเสนอรูปแบบรายการนิยตสารทางอากาศ และเนื้อหาที่เป็นข้อมูลข่าวสาร และความเป็นจริงโดยให้ความสำคัญกับเนื้อหาภายในชุมชนมากที่สุด ซึ่งนอกจากจะไม่มีความสมดุลในเนื้อหาและรูปแบบรายการแล้ว การนำเสนอรายการไม่ได้ตอบสนองความต้องการของคนส่วนใหญ่ โดยเฉพาะคนที่อยู่ในภาคเกษตร และมีบทบาทหลัก คือ การเป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารของหน่วยงานท้องถิ่น โดยเฉพาะหน่วยงานภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ

ปัจจัยที่ทำให้วิद्यุชุมชนเป็นกลไกหนึ่งในการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน มีปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับวิद्यุชุมชนด้านต่างๆ อาทิ 1) ปัจจัยด้านงบประมาณ ต้องมีงบประมาณสนับสนุนอย่างเพียงพอ 2) ปัจจัยในการมีคลื่นความถี่ที่ใช้ได้อย่างอิสระเสรีตามหลักการวิद्यุชุมชน 3) ปัจจัยด้านบุคลากร ต้องมีบุคลากรเสียดสละ ยอมรับฟังความคิดเห็นของคนอื่น 4) ปัจจัยด้านการวางแผนงานที่ชัดเจนปฏิบัติได้จริง 5) ปัจจัยด้านการดำเนินงานที่สนองตอบความต้องการของชุมชนเป็นหลัก ฯลฯ และปัจจัยเชิงนโยบาย และเป้าหมายของวิद्यุชุมชน มีปัจจัยต่างๆ เช่น 1) วิद्यุชุมชนต้องเป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ 2) วิद्यุชุมชนต้องเป็นเครื่องมือในการรณรงค์สร้างความเข้าใจเรื่องวิद्यุชุมชนต่อชุมชน และ 3) วิद्यุชุมชนต้องเป็นเครื่องมือในการสร้างระบบเครือข่ายชุมชน ฯลฯ