

เรื่อง

เหลียวหลังแลหน้า: ยี่สิบปีเศรษฐกิจสังคมไทย

กลุ่มที่ 1

การเปลี่ยนแปลงของคนไทยและสภาพแวดล้อม

1.2 การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางสังคม

สื่อชุมชน: ดุลยภาพแห่งการสื่อสารเพื่อการพัฒนาคนและสังคม
*Community Media: Balancing Communications for
Human and Social Development*

โดย

สุภิญญา กลางณรงค์

คณะกรรมการรณรงค์เพื่อการปฏิรูปสื่อ (คปส.)

ร่วมจัดโดย

มูลนิธิชัยพัฒนา

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน

กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

และ

มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย

สารบัญ

	หน้า
แนวคิดสื่อสาธารณะและสื่อชุมชน.....	1
เส้นทางวิทยุชุมชน.....	7
โทรทัศน์ชุมชน และเคเบิลท้องถิ่น.....	14
บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	18
ข้อเสนอแนะ ต่อรัฐ และประชาสังคม.....	21
บรรณานุกรม.....	23

สื่อชุมชน: ดุลยภาพแห่งการสื่อสารเพื่อการพัฒนาคนและสังคม

สุภิญญา กลางณรงค์

แนวคิดสื่อสารสาธารณะและสื่อชุมชน

“การเกิดขึ้นของวิทยุและโทรทัศน์ชุมชนเป็นการตอบสนองต่อโลกาภิวัตน์ และการแสวงหาผลประโยชน์ทางธุรกิจของสื่อที่มีชีวิตชีวาและมีความหวังที่สุด”

Edward S.Herman and Robert W.McChesney

(The Global Media: the new missionaries of corporate capitalism)

Herman และ McChesney นักวิพากษ์สื่อชาวอเมริกัน กล่าวถึงพัฒนาการของสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ เพื่อบริการสาธารณะและชุมชนที่กำลังเติบโตว่าเป็นความหวังที่โดดเด่นที่สุดท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ และธุรกิจเติบโตขึ้นทุกวัน

เรามีคำเรียกประเภทของสื่อหลายคำที่สะท้อนความเข้าใจต่อลักษณะของสื่อ นั้น เช่นเรามักจะเรียกสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ในเมืองไทยว่า เป็นสื่อของรัฐ (state media) เพราะอยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐ และเรียกสื่อสารมวลชนที่อยู่ในกลไกธุรกิจไม่ว่าจะเป็นสื่อวิทยุ-โทรทัศน์หรือสื่อหนังสือพิมพ์ว่าเป็นสื่อกระแสหลัก (mainstream media) หรืออาจใช้คำกลางๆ ว่าสื่อมวลชน (mass media) ทว่าในหลายประเทศโดยเฉพาะในประเทศแถบตะวันตก เขามักเรียกสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ส่วนหนึ่งว่าเป็นสื่อสาธารณะ (public media) เพราะแม้จะอยู่ในการกำกับดูแลของรัฐแต่เน้นการบริหารจัดการที่เป็นอิสระ และดำเนินการเพื่อประโยชน์สาธารณะ

จูดิธ นันท์ พงษ์สุทธิรักษ์ ได้สรุปแนวคิดของสื่อสาธารณะว่าเกิดขึ้นมาเพราะความไม่เชื่อมั่นและข้อจำกัดในการควบคุมของรัฐ และกลไกตลาด ดังนั้นหลักการที่สำคัญของสื่อสาธารณะคือ

1. ประชาชนทุกคนสามารถรับฟัง / ชมได้
2. ผู้ผลิตรายการมีเสรีภาพและความเป็นกลางในการนำเสนอ
3. มีเนื้อหาสาระที่หลากหลายเพื่อให้สอดคล้องกับประชาชนทุกกลุ่ม
4. มุ่งผลิตรายการที่มีคุณภาพมากกว่าต้องการจำนวนผู้ชม
5. มีบทบาทในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน

Michel Tracey (1998) ได้สรุปตัวชี้วัดถึงความต่างของสื่อสาธารณะไว้อย่างน่าสนใจว่า ผู้ผลิตรายการเพื่อสื่อสาธารณะอาจจะต้องการเงินเพื่อสร้างสรรค์รายการ แต่ผู้ผลิตสื่อภาคธุรกิจนั้นกลับสร้างรายการขึ้นมาเพื่อหาเงิน

“In a public system, television producers acquire money to make programme. In a commercial system they make programmes to acquire money”

สื่อสาธารณะอาจมีหลักการที่ตีแต่ในความเป็นจริงแล้วก็ยังมีข้อจำกัดในตัวเอง เนื่องจากเป็นสื่อสาธารณะจึงไม่สามารถลงรายละเอียด หรือมีความหลากหลายที่ตอบสนองความสนใจและความต้องการของกลุ่มชนที่หลากหลายในสังคมได้ ดังนั้นแนวคิดเรื่องสื่อทางเลือก (Alternative media) สื่อท้องถิ่น (Local media) สื่อชุมชน (Community media) จึงเกิดขึ้นมาเพื่อเติมเต็มช่องว่างของการสื่อสารที่ขาดหายไป

แนวคิดเรื่องสื่อทางเลือก เริ่มต้นในประเทศตะวันตกและอีกหลายภูมิภาคในช่วงทศวรรษ 1970 อาจกล่าวได้ว่า ขบวนการของสื่อทางเลือกเติบโตขึ้นเนื่องจาก

1. การเกิดขึ้นของขบวนการทางสังคมใหม่ (new social movement) เช่น กลุ่มสิทธิสตรี ชาติพันธุ์ ผู้อพยพ นักสิ่งแวดล้อม ขบวนการสันติภาพ กลุ่มสิทธิรกร่วมเพศ และกลุ่มต่อต้านการเหยียดสีผิว เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากเนื้อหาสาระ หรือ ความคิดเห็น ความรู้สึกของกลุ่มดังกล่าวไม่ได้รับความสนใจ หรือไม่มีพื้นที่ในสื่อกระแสหลัก และอาจจะถูกนำเสนอภาพให้บิดเบือนไป
2. ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมแบบเก่า ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มนักสิทธิมนุษยชน สหภาพแรงงาน หรือ ขบวนการชาวนา ชาวไร่ คนในชนบท ที่ไม่ได้รับผลประโยชน์จากการรวมศูนย์อำนาจที่ส่วนกลาง และขบวนการคนจนที่ได้รับผลกระทบจากนโยบายเพื่อคนร่ำรวย เป็นต้น กลุ่มคนเหล่านี้ก็ยังขาดพื้นที่ในการสื่อสาร และสิทธิเสรีภาพในการแสดงออก (freedom of expression) ในพื้นที่สาธารณะ (public space)
3. ความต้องการทางการเมืองในการมีสื่อทางเลือก เช่น กลุ่มชนพื้นเมืองในทวีปอเมริกาเหนือ กลุ่มประเทศยุโรปตะวันออก หรือ กลุ่มชนชาวแอฟริกัน ซึ่งอยู่ภายใต้การปกครองของหลายกลุ่ม ซึ่งส่วนใหญ่เริ่มต้นจากการมีสื่อใต้ดิน (underground) จากนั้นจึงพัฒนามาเป็นสื่อทางเลือก

สื่อกระจายเสียงทางเลือก หรือวิทยุชุมชน จึงเป็นที่นิยมและเกิดขึ้นอย่างแพร่หลาย กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการเติมเต็มพื้นที่ในการสื่อสารของกลุ่มชนที่ต้องการพื้นที่ของตนเองในการแสดงออก และเป็นหลักการสำคัญที่องค์กรยูเนสโกให้ความสำคัญในการพัฒนาและส่งเสริมกระบวนการวิทยุชุมชน

จากหนังสือ Alternative Media: Linking Global and Local (1993) อ้างถึง เอกสาร World Communication Report (1989) ของ UNESCO ที่กล่าวถึงลักษณะของสื่อชุมชนว่า

ชุมชน นั้นสะท้อนทั้งลักษณะทางสังคมวิทยา และทางภูมิศาสตร์ ซึ่งขึ้นอยู่กับพื้นฐานของการสื่อสารแนวราบขององค์กรทางสังคม ส่วนวิทยุชุมชน นั้นถือเป็นสื่อที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวางของตัวแทนทุกกลุ่มชน ครอบคลุมสถานทางเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงวัฒนธรรมที่หลากหลาย แยกย่อยในชุมชนด้วย

แนวคิดเรื่องสิทธิในการสื่อสาร (Right to communicate) และสื่อภาคประชาชน (People's media) ของ Hamelink (1994) ทำให้เห็นภาพมิติของสื่อเพื่อชุมชนได้ชัดเจนขึ้น

นั่นคือ สื่อภาคประชาชน ต้องปราศจากควบคุมหรือครอบงำจากอำนาจใดใด แต่ต้องส่งเสริมให้ประชาชนได้มีอำนาจ (empowerment)

“คำว่า empower มีความหมายว่า มีการให้อำนาจแก่ประชาชน ซึ่งเป็นกระบวนการที่ช่วยให้ประชาชนเข้าถึงศักยภาพที่จะควบคุมการตัดสินใจที่มีผลกระทบต่อชีวิตพวกเขา การเสริมพลังจะทำให้สามารถนิยามตนเองและสร้างเอกลักษณ์ของตนเองได้ การเสริมพลังก็จะเกิดแบบไม่ตั้งใจ หรือตั้งใจ การสื่อสารมีความสำคัญทั้งการ Disempower และ Empower พลังจะเกิดจากการมีความรู้ในการตัดสินใจที่ส่งผลกระทบต่อชีวิต ของเขา และข้อมูลความรู้ที่พวกเขาสามารถทำอะไรกับการตัดสินใจเหล่านั้นได้อำนาจของประชาชนจะต้องมีการแสดงออก ถึงความรู้สึก การพูดคุย และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ต่อไปนี้เป็นวิธีที่จะนำไปสู่การ empower ในบริบทของการสื่อสารโลก”

วิทยุชุมชนถือเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลก ตั้งแต่ทวีปอเมริกา ไปสู่ยุโรป และเอเชีย แม้จะมีบริบทที่แตกต่างกันไปแต่หลักเน้นสำคัญที่ การดำเนินการที่ไม่แสวงหาผลกำไร และการมีส่วนร่วมของกลุ่มคนในชุมชน ได้มีการรวมตัวของเครือข่ายวิทยุชุมชนในระดับสากล ภายใต้ชื่อองค์กรที่รู้จักกันทั่วไปว่า AMARC หรือ World Association of Community Radio Broadcasters และ Global Alternative Media Association (GAMA)

ในสหรัฐอเมริกา มีบทบัญญัติในการจัดสรรคลื่นความถี่แบ่งเป็นสองประเภทชัดเจน คือ คลื่นธุรกิจ (commercial sector) และคลื่นที่ไม่แสวงหาผลกำไร (non-profit) โดยที่สัดส่วนคลื่นเพื่อประโยชน์สาธารณะย่อมมีน้อยกว่า เปรียบได้ประมาณร้อยละ 20 -30 ซึ่งครอบคลุมทั้งสื่อสาธารณะ คลื่นเพื่อการศึกษา คลื่นศาสนา และคลื่นวิทยุชุมชน กล่าวได้ว่าปัจจุบันนี้ความต้องการของกลุ่มชนมีมากเกินสัดส่วนที่หน่วยงานรัฐซึ่งเป็นองค์กรกำกับดูแลอิสระในด้านคลื่นความถี่คือ Federal Communication Commission (FCC) ได้จัดสรรให้จนก่อให้เกิดการเกิดวิทยุเครื่องส่งกำลังต่ำ ในลักษณะวิทยุโจรสลัด (pirate radio) ขึ้นมามากมายในสหรัฐอเมริกา เพื่อเป็นพื้นที่ในการสื่อสารของสรรพเสียงที่เข้าไม่ถึงการจัดสรรคลื่นความถี่อย่างเป็นทางการ

“We have to make sure that the voiceless have voices”

(Kiilu Nyasha, San Francisco Liberation Radio)

“เราต้องให้เสียงของคนไร้สิทธิได้พูด” เป็นคำยืนยันของหนึ่งในสมาชิกเครือข่ายวิทยุชุมชนแบบ micropower radio ที่เกิดขึ้นมาท้าทายทั้งวิทยุธุรกิจ และวิทยุชุมชนแบบกระแสหลัก ในหนังสือ Seizing the airwaves หรือ ยึดคลื่นความถี่ ซึ่งเป็นหนังสือที่เขียนโดย Ron Sakolsky & Stephen Dunifer ผู้บุกเบิก Free Radio Berkley หรือวิทยุกำลังส่งต่ำที่ตั้งขึ้นมาโดยไม่ได้รับใบอนุญาตจาก FCC

จนมีการฟ้องร้องจับกุมและต่อสู้อันถึงขั้นศาลสูงสุด และในที่สุดกลุ่มวิทยุชุมชนก็ได้รับชัยชนะ เพราะหลักประกันเรื่อง เสรีภาพในการพูด (Free speeches) อันเป็นหลักสำคัญของรัฐธรรมนูญอเมริกัน

วิทยุโจรสลัด วิทยุนอกกรอบ หรือจะเรียกว่าวิทยุเถื่อนที่ไม่ได้รับใบอนุญาตจากรัฐบาล ยังคงมีเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องเพราะกลุ่มชุมชนที่ต้องการพื้นที่ในการสื่อสาร กลุ่มใหม่ที่เข้าไม่ถึงสื่อเดิมที่มีอยู่ และน่าสนใจคือสื่อใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นมาท้าทายอย่างต่อเนื่องนั้น ยังเป็นการสะท้อนมุมมองในเชิงวิพากษ์วิจารณ์ต่อสื่อวิทยุชุมชนที่เกิดขึ้นก่อนและอยู่มาจนถึง 20- 30 ปีว่า ส่วนใหญ่ได้ปรับเปลี่ยนตัวเองเป็นสื่อกระแสหลัก เปิดรับการสนับสนุนจากภาคธุรกิจมากขึ้น เน้นหารายได้และความเติบโตยั่งยืนเป็นหลัก ที่สำคัญคือมีสัมผัสน้อยในการตั้งคำถามวิพากษ์วิจารณ์น้อยลง และกลับมีเนื้อหาคล้อยตามไปกับสื่อในระดับชาติ เป็นต้น

ดูเหมือนว่า จากจุดเริ่มต้นในรอบ 20-30 ปีที่ผ่านมาของวิทยุชุมชน ย่อมหนีไม่พ้นสังขะเรื่องความเปลี่ยนแปลงของเจตนาภรณ์ดั้งเดิมของวิทยุชุมชนในประเทศตะวันตก นั่นคือการผันตัวเองให้กลายเป็นสื่อกระแสหลัก และมีสถานีใหม่ๆ เกิดขึ้นมาท้าทายตลอดเวลา

ข้อจำกัดของวิทยุชุมชนมีหลายประการ แน่นนอนที่สุดว่า หลักการของสื่อที่ไม่แสวงหากำไร ย่อมต้องดำรงอยู่อย่างยากลำบากในกระแสทุนนิยมเช่นทุกวันนี้ อีกทั้งการมีส่วนร่วมและจิตวิญญาณอาสาสมัครในการร่วมสร้างสรรค์วิทยุชุมชน ย่อมเป็นโจทย์ท้าทายสำคัญสำหรับความยั่งยืนของชุมชน

มีหลักสำคัญในการตรวจสอบความเป็นวิทยุชุมชนคือ ถ้าจะดูความเป็นอิสระของวิทยุชุมชนให้ดูแหล่งที่มาของเงินสนับสนุนมาจากแหล่งใด และถ้าจะดูความยั่งยืนของวิทยุชุมชนก็ต้องดูความร่วมมือร่วมใจของอาสาสมัครสมาชิกในชุมชน และความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมของคนในชุมชน ถ้าสองหลักการนี้สั้นคลอนย่อมนำไปสู่จุดจบของวิทยุชุมชน

ในทวีปอเมริกาเหนือ รวมถึง ออสเตรเลีย และกลุ่มประเทศยุโรป ส่วนใหญ่มีรูปแบบของวิทยุชุมชนที่คล้ายคลึงกันในเรื่องของแหล่งรายได้ของวิทยุชุมชน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการสนับสนุนทางตรงของผู้ฟังหรือสมาชิกในชุมชนทั้งในรูปแบบของค่าสมาชิกหรือเงินบริจาค (listener-sponsored) รวมเป็นสัดส่วนถึง 50 - 60 % ส่วนอีกประมาณ 20 - 30 % เป็นกองทุนสนับสนุนจากเงินภาษีของประชาชนผ่านการจัดสรรของรัฐบาล หรือรัฐสภา และอีก 10 - 20 % เป็นรายได้ที่มาจากผู้สนับสนุนรายการ ทั้งในรูปแบบของธุรกิจ หรือ กลุ่มสมาคม รวมทั้งการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการระดมทุนของสถานีวิทยุชุมชนนั้นๆ

ในสหรัฐอเมริกา FCC เป็นผู้จัดสรรคลื่นความถี่ แต่รัฐสภาจัดสรรเงินเป็นกองทุน ผ่านการบริหารของ Corporation for Public Broadcasting (CPB) เพื่อสนับสนุนเป็นทุนสมทบให้กับสื่อสาธารณะและสื่อชุมชนไม่เกิน 25 % ของงบประมาณทั้งหมด

สื่อชุมชนในแต่ละประเทศอาจมีชื่อเรียกที่แตกต่างกันไปแยกย่อยตามลักษณะของเทคโนโลยีและการแสดงออก ไม่ว่าจะเป็นวิทยุชุมชน (community radio) วิทยุละแวกบ้าน (neighbourhood radio) วิทยุกระจายเสียงในพื้นที่ห่างไกล (remote broadcasting radio) สื่อชุมชนไม่ได้มีเฉพาะสื่อกระจายเสียงแต่หมายรวมทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อพินบ้าน และสื่อเคลื่อนที่ในรูปแบบต่างๆ ด้วย

ความท้าทายหลักซึ่งเป็นปัญหาร่วมของวิทยุชุมชนก็คือการบริหารจัดการ การรักษาอุดมการณ์ การระดมทุน การสร้างความยั่งยืน ซึ่งเริ่มต้นตั้งแต่การวางโครงสร้างของกรรมการบริหารวิทยุชุมชน หลักของความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และความเป็นประชาธิปไตยในการทำงาน รวมทั้งการตัดสินใจทั้งในเรื่องการบริหารและกองบรรณาธิการ

อีกทั้งขอบเขต กติกา ธรรมเนียมของวิทยุชุมชน และการจัดสรรเนื้อหาสาระ ผังรายการให้สอดคล้องกับความสนใจของกลุ่มคนที่หลากหลาย รักษาคุณภาพและคุณภาพของข้อมูลข่าวสารและความบันเทิงเป็นต้น

จุดท้าทายของวิทยุชุมชนในระยะแรกจะอยู่ที่ ความพร้อมและจิตวิญญาณร่วมกันของสมาชิกที่ดูแลวิทยุชุมชน โดยเฉพาะวิทยุชุมชนในประเทศกำลังพัฒนาที่ส่วนใหญ่เป็นชุมชน หรือ ชาวบ้านที่อยู่ในภาคเกษตร และไม่คุ้นเคยกับการทำงานกับอุปกรณ์สื่อสาร อีกทั้งต้องมีภาระในการประกอบอาชีพ ดังนั้นมีหลายสถานที่เริ่มต้นด้วยความตึกคัก ชาวบ้านส่วนใหญ่มาร่วมคิด ร่วมจัดรายการ แม้เมื่อช่วงเวลาแห่งการตื่นน้ำผึ้งพระจันทร์ผ่านไป ความสนใจ ความกระตือรือร้นในการสร้างสรรค์วิทยุชุมชนจะน้อยลง และท้ายที่สุดจะเหลือเพียงไม่กี่คนที่รับผิดชอบการออกอากาศจนอาจทำให้สถานีวิทยุชุมชนมีความผิดเพี้ยนไปหรืออาจต้องยุบสถานีลงไป ตามบทวิเคราะห์ของ Cees J.Hamelink นักวิชาการด้านสื่อที่สะท้อนไว้อย่างน่าสนใจว่า หลังจากที่ชุมชนเริ่มไม่มีความเข้มแข็งในการช่วยกันดูแลวิทยุชุมชนก็จะเปิดช่องให้กลุ่มอำนาจต่างๆ เข้ามามีอิทธิพล ไม่ว่าจะเป็นนักการเมือง นักธุรกิจ หรือ ทหาร

“People’s media such as community radio or TV stations often find it difficult to mobilize local communities after the initial honeymoon period is over. These is real difficulty in getting local communities involved in control ownership, and management over longer period of time” (Hamelink, 1994)

ในประเทศไทย แนวคิดเรื่องสื่อกระจายเสียงชุมชนได้รองรับตามสิทธิในรัฐธรรมนูญฉบับ พ.ศ. 2540รวมทั้งเป็นแนวคิดที่บรรจุอยู่ในแผนแม่บทพัฒนาสื่อมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศและโทรคมนาคม เพื่อการพัฒนาคนและสังคม พ.ศ. 2542 – 2551 ซึ่งระบุวิสัยทัศน์ในการเสริมสร้างจิตสำนึกของสังคมและชุมชนให้เห็นคุณค่าของตน ทำให้สังคมมีคุณภาพชีวิตที่ดีและมีความสุข วัตถุประสงค์ของแผนแม่บทคือต้องให้มีสมดุระหว่าง 3 ส่วน ได้แก่สื่อภาครัฐ 40 % ภาคประชาชน เช่นองค์กรพัฒนาเอกชน ชุมชน 20% และภาคธุรกิจเอกชน 40%

อูบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2547) นำเสนอว่าปรัชญาของวิทยุชุมชน คือแนวคิดที่ว่าสื่อเป็นของประชาชน ประชาชนเป็นเจ้าของโดยตรง บริหารเอง มีรูปแบบไม่แสวงหากำไร สอดคล้องกับแนวคิดของกาญจนา แก้วเทพ ที่ว่าเราต้องทำการสื่อสารให้เป็นของประชาชน มาจากประชาชนและเพื่อประชาชน ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

จุมพล รอดคำดี (2542) กล่าวว่า ประชาชนจะมีส่วนร่วมในกิจการสื่อสารของชาติได้ ด้วยวิทยุชุมชน (community radio) เป็นวิทยุของประชาชน โดยประชาชน เพื่อประชาชน ตามแนวทางขององค์กรการ

ศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ที่ว่าการใช้สื่อวิทยุชุมชนถือเป็นกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory communication) ที่เน้นหลักการให้ประชาชน เข้าถึงสื่อ (Access) การมีส่วนร่วม (Participation) และการจัดการด้วยตนเอง (Self-management) ซึ่งเน้นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่ยึดถือแนวคิดการสร้าง ความเข้าใจการยอมรับความมีเกียรติ มีศักดิ์ศรีของประชาชน การยอมรับอยู่บนพื้นฐานของความหลากหลาย (Diversity) ความไม่เป็นเพียงหนึ่งหรือความมีมากกว่าหนึ่ง (Plurality)

วิทยากร เชียงกูล (2540) เสนอว่า การที่จะให้ประชาชนมีสิทธิและโอกาสในการสื่อสารมากขึ้น นอกจากควรมีนโยบายเปิดเสรีวิทยุและโทรทัศน์แล้ว รัฐควรสนับสนุนให้องค์กรประชาชนหรือชุมชนเป็นเจ้าของสถานีวิทยุ และโทรทัศน์ หรือมีตัวแทนเข้าไปบริหารในสถานีวิทยุและโทรทัศน์ ที่เป็นของภาคสาธารณะ

พิศิษฐ์ ชาวลาวัช (2542) นักวิชาการด้านกฎหมายสื่อมวลชนเห็นด้วยว่า มีความจำเป็นต้องปรับองค์กรให้มีบทบาทของการมีส่วนร่วมกับประชาสังคมท้องถิ่นสอดคล้องกับโครงสร้างของชุมชนที่มีสิทธิในการปกครองตนเองมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงในเชิงโครงสร้างที่รัฐต้องให้หลักประกันในเรื่องสิทธิเสรีภาพเพื่อให้คนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในกิจกรรมเท่ากับยอมรับในแนวคิดในเชิงอุดมคติ “สื่อมวลชนท้องถิ่น ทำโดยคนท้องถิ่น และเพื่อคนท้องถิ่น”

แนวคิดจากหลักวิชาการสอดคล้องประสานกับความรู้สึกของภาคประชาชน ที่ต้องการมีสื่อของตัวเอง เพื่อเป็นกระบอกเสียง และสื่อสารโยในการสร้างความเข้าใจในชุมชนและสังคม โดยเฉพาะกลุ่มองค์กรประชาชนเช่นสมัชชาคนจนที่รวมตัวเพื่อนำเสนอปัญหาต่อภาครัฐและใช้สิทธิในการชุมนุมเคลื่อนไหวภายใต้กรอบแห่งรัฐธรรมนูญ และได้รับผลกระทบความไม่เป็นธรรมของสื่อในเชิงโครงสร้างเช่นกัน

ชัยพันธ์ ประภาสวัตติ ที่ปรึกษาสมัชชาคนจน ให้เหตุผลว่า

“เรื่องของคลื่นความถี่ทั้งวิทยุและโทรทัศน์และโทรคมนาคม ล้วนมีอำนาจและผลประโยชน์เข้ามาเกี่ยวข้อง รัฐจึงอุปไม่ทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมและก่อให้เกิดความพินาศเสียหายตามมา ดังจะเห็นได้จากในปี 2540 ไทยมีคลื่นวิทยุมากกว่า 500 สถานี แต่ตกเป็นของกระทรวงกลาโหมหรือทหารมากกว่า 200 สถานี หรือกว่า 40 % นอกจากนี้การที่ประชาชนไม่มีสื่ออยู่ในมือทำให้ต้องเลือกแนวทางการสื่อสารในด้านอื่น เช่นการรวมตัวประท้วง นับได้ว่ารัฐสร้างความรุนแรงทางโครงสร้างทั้งที่สื่อเป็นเสรีภาพขั้นพื้นฐานของมนุษย์ที่มีมาตั้งแต่ตีตกด้าบรรพ์ และสามารถสร้างได้ทั้งสงครามและสันติภาพ จึงคิดว่าถึงเวลาแล้วที่ต้องคืนสื่อให้ประชาชน”

นางสมปอง เวียงจันทร์ ตัวแทนชาวบ้านที่คัดค้านการสร้างเขื่อนปากมูล และสมาชิกกลุ่มสมัชชาคนจน แสดงความคิดเห็นว่า

“พวกเราต้องการให้ชาวอุบลเข้าใจชะตากรรมที่ชาวบ้านต้องเจอ และเป็นพันธมิตรกับเรา”

“เราอยากมีรายการวิทยุ และรายการโทรทัศน์ที่ได้สนองตอบปัญหาและความต้องการของพวกเขาบ้าง เราอยากมีสื่อที่ได้ถ่ายทอดประเพณีและดนตรีในท้องถิ่นของเรา”

“เราไม่อยากจะเห็นลูกหลานของเราดูถูกวัฒนธรรมที่เป็นรากเหง้าของเราเอง”

(อ้างจาก สุภรา จันทร์ชิตฟ้า, “Radio Free Isan”, BangkokPost 16 May 1999)

เช่นเดียวกับภาคประชาชนกลุ่มอื่นๆ ที่สะท้อนถึง “ความไม่มีสิทธิในการสื่อสาร” ไม่ว่าจะเป็นตัวแทนเครือข่ายสลัมที่กล่าวว่า “ประชาชนต้องการคลื่นความถี่เป็นของตัวเอง เพราะปัจจุบันสื่อเป็นของคนไม่กี่กลุ่ม เช่น ทหาร นายทุน ในขณะที่คนจน คนสลัม อยากจะพูดถึงปัญหา ก็ไม่ได้พูด” ตัวแทนเครือข่ายแรงงานกล่าวว่า “ประชาชนขาดโอกาสที่จะสื่อสารถึงปัญหาของตัวเอง จึงต้องมาชุมนุมกันที่ ทำเนียบทำให้คน กทม. เบื่อหน่าย ฉะนั้นการมีเวลาหรือคลื่นความถี่ของภาคประชาชน เพื่อสื่อสารถึงปัญหาต่างๆ จะช่วยลดมือบได้” และตัวแทนองค์กรประชาธิปไตยกล่าวว่า ประชาชนต้องมีส่วนร่วมในการจัดสรรคลื่นความวิทยุและโทรทัศน์ ถ้าให้รัฐบาลมีอำนาจอย่างเต็มที่ จะไม่มีการจัดสรรคลื่นความถี่มาสู่ประชาชน ที่ผ่านมากษัตริกร ผู้ใช้แรงงาน ไม่สามารถถ่ายทอดปัญหาให้สังคมรับรู้ (อ้างจากวาระประชาชนเพื่อความเป็นไทย , 2543)

กิตติพงษ์ สุทธิ จากสมาคมคนตาบอดแห่งประเทศไทย สะท้อนว่า

“กลุ่มคนตาบอด เป็นผู้พิการทางสื่อสิ่งพิมพ์แต่สื่อวิทยุนั้นทดแทนให้คนตาบอดได้ เราจึงอยากเห็นสถานีวิทยุเพื่อคนพิการบ้าง นอกจากคนตาบอดแล้ว ผู้สูงอายุที่ไม่สามารถจะอ่านได้แล้ว หรือเด็กเล็กๆ รวมทั้งผู้ป่วยที่อยู่ตามโรงพยาบาล ที่ต้องการพักผ่อนไม่อยากจะสายตานาน หรือคนอ่านหนังสือไม่ออก น่าจะมีสื่อวิทยุที่ให้คุณเหล่านี้ได้มีส่วนร่วมบ้าง”

(อ้างจาก ชุติมา ชื่นเจริญ, “มาตรา 40 สู่การปฏิรูปสื่อ”, กรุงเทพธุรกิจ-จุดประกาย 20 พ.ค.2542)

เส้นทาง วิทยุชุมชน

ในกระบวนการดำเนินเพื่อออกกฎหมายประกอบรัฐธรรมนูญมาตรา 40 ซึ่งเริ่มต้นได้มีการถกเถียงกันว่าร่างกฎหมายอะไรก่อน ระหว่างนักวิชาการที่สนับสนุนการร่าง พรบ.ประกอบกิจการวิทยุโทรทัศน์ ก่อนการร่างกฎหมายจัดตั้งองค์กรเพราะเป็นหลักการปฏิรูปสื่อ แต่ในที่สุดรัฐก็เลือกร่างกฎหมายจัดตั้งองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระขึ้นก่อน ซึ่งในช่วงเวลา การเคลื่อนไหวของภาคประชาชนในนาม “คณะทำงานติดตามมาตรา 40” ซึ่งประกอบด้วยมูลนิธิธิดาธรรมเพื่อสังคม คณะกรรมการณรงค์เพื่อประชาธิปไตย สมาคมสิทธิเสรีภาพของประชาชน กลุ่มเพื่อนประชาชน เครือข่ายองค์กรพัฒนาเอกชน และองค์กรประชาชนได้มีการเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่รัฐธรรมนูญประกาศใช้

นอกจากการติดตาม ทวงถามความโปร่งใสของภาครัฐในการดำเนินการแล้ว การต่อสู้ทางความคิดที่แตกต่าง ระหว่างภาคประชาชน ภาครัฐ และภาคธุรกิจ เกิดขึ้นอย่างเข้มข้นบนความเชื่อที่แตกต่างกันระหว่างแนวคิดเรื่องสิทธิของประชาชนโดยองค์กรพัฒนาเอกชนกับแนวคิดที่อ้างเรื่องตลาด

แข่งขันเสรีของภาคธุรกิจและแนวทางของรัฐที่ยังเชื่ออำนาจนิยมบางส่วนผสมกับแนวคิดทุนนิยมเสรีแต่ต้องอยู่ในกำกับของคำว่า “ความมั่นคงแห่งชาติ”

ดังนั้นจุดยืนของคณะทำงานติดตามมาตรา 40 โดยหลักแล้วชูธงเรื่องแนวคิดสื่อภาคประชาชน ด้วยวาทกรรม “มาตรา 40 คืนสื่อให้ประชาชน” ดังที่เอกสารวาระประชาชน เพื่อความเป็นไทย (2543) กล่าวไว้ว่า

“จากรัฐธรรมนูญมาตรา 40 ซึ่งคณะทำงานติดตามมาตรา 40 ประกอบด้วย มูลนิธิอาสาสมัครเพื่อสังคม (มอส.) คณะกรรมการรณรงค์เพื่อประชาธิปไตย (ครป.) สมาคมสิทธิเสรีภาพของประชาชน (สสส.) และกลุ่มเพื่อนประชาชน รวมทั้งเครือข่ายองค์กรพัฒนาเอกชนด้านอื่นๆ เช่นองค์กรด้านเด็ก แรงงาน ชุมชนเมือง เอดส์ เป็นต้น โดยร่วมกันติดตามผลกีดกันกลไกต่างๆ เพื่อมิให้เจตนาของรัฐธรรมนูญนั้น ถูกทำให้บิดเบือนไปด้วยคนบางกลุ่มที่อาจไม่ยอมเห็นการเปลี่ยนแปลง โดยคณะทำงานติดตามมาตรา 40 ได้เกาะติดและผลักดันอย่างต่อเนื่อง ตลอด 3 ปีที่ผ่านมา ด้วยกิจกรรมเคลื่อนไหวทางสังคมเช่น การที่ตัวแทนภาคประชาชนเช่นกลุ่มเด็ก เยาวชน ชุมชนเมือง กลุ่มชาวไทยภูเขา กลุ่มเกษตรกร ได้หมุนเวียนกันไปฟังการประชุมของคณะกรรมการวิสามัญร่างกฎหมายฯ พร้อมยื่นหนังสือข้อเรียกร้องเป็นระยะๆ และการรณรงค์สู่สาธารณะชนด้วยการทำกิจกรรมเคลื่อนไหวนอกสภาอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดเวทีสัมมนา อภิปราย แลกเปลี่ยน รวมทั้งยุทธวิธีการติดตามอย่างใกล้ชิดในสภานิติบัญญัติ เช่น การรวมพลังภาคประชาชนสวมเสื้อยืดรณรงค์สีเขียวที่มีข้อความสนับสนุนการปฏิรูปสื่อเพื่อประชาชน เข้าไปนั่งเต็มห้องประชุมของคณะกรรมการวิสามัญที่รัฐสภา เพื่อแสดงตัวตนให้ผู้ร่างกฎหมายทราบว่าเป็นประชาชนเฝ้าดูและติดตามอย่างใกล้ชิด ถือเป็นยุทธวิธีเพื่อสร้างแรงกดดันให้บทเจรจาในห้องประชุมให้กลายมาเป็นประเด็นที่ต้องพูดคุยกันในบริบทของพื้นที่สาธารณะเป็นประเด็นทางสังคม โดยที่ภาคประชาชนส่งตัวแทนเข้าไปสู่ทั้งในระบบและการเคลื่อนไหวนอกสภาเพื่อผลักดันหลักการของเรา”

“ชาวบ้านขอกระบอกเสียงจัดคลื่นวิทยุ-ทีวีประชาชน” (ไทยโพสต์ 20 มิ.ย. 41)

“ขอมีเอี่ยวจัดสรรคลื่นวิทยุ” (มติชน 21 มิ.ย. 41)

ในการร่างกฎหมายประกอบมาตรา 40 ช่วงปี พ.ศ. 2542-2543 ตัวแทนนักวิชาการและภาคประชาสังคม ได้สัดส่วนเข้าไปนั่งเป็นคณะกรรมการร่างกฎหมายฯ 3 คน คือ รศ.ดร.วิษณุ วัลญญู, ดร.จิราพร วิทยศักดิ์พันธุ์, นพ.นิรันดร์ พิทักษ์วัชระ ซึ่งได้แสดงบทบาทสำคัญในการผลักดันแนวคิดเรื่องสื่อภาคประชาชนในกระบวนการร่างกฎหมาย พร้อมไปกับการเคลื่อนไหวของภาคประชาชนส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ ในพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2543 ในมาตรา 26 ที่ว่า

“การจัดทำแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และการอนุญาตให้ประกอบกิจการดังกล่าว ต้องคำนึงถึงสัดส่วนที่เหมาะสมระหว่างผู้ประกอบการภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน โดยจะต้องจัดให้ภาคประชาชนได้ใช้คลื่นความถี่ไม่น้อยกว่าร้อยละยี่สิบ ในกรณีที่ภาคประชาชนยังไม่มีความพร้อม ให้ กสช. ให้การสนับสนุนเพื่อให้ภาคประชาชนมีโอกาสใช้คลื่นความถี่ในสัดส่วนตามที่กำหนด

เพื่อประโยชน์ในการจัดสรรคลื่นความถี่ให้ภาคประชาชนได้ใช้และการสนับสนุนการใช้คลื่นความถี่ของภาคประชาชนให้ กสช. กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับลักษณะของภาคประชาชนที่พึงได้รับการจัดสรรและสนับสนุนให้ใช้คลื่นความถี่ รวมทั้งลักษณะการใช้คลื่นความถี่ที่ได้รับจัดสรรโดยอย่างน้อยภาคประชาชนนั้นต้องดำเนินการโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์สาธารณะและไม่แสวงหากำไรในทางธุรกิจ"

หลังจากกฎหมายดังกล่าวประกาศใช้แนวคิดเรื่องสื่อภาคประชาชนได้กลายเป็นข้อถกเถียงในสังคมอย่างกว้างขวาง โดยมีหน่วยงานรัฐนำโดยกรมประชาสัมพันธ์ออกมาแสดงท่าทีไม่เห็นด้วยและคัดค้านเรื่องการที่ประชาชนจะเป็นเจ้าของสื่อด้วยเหตุผลเรื่อง คุณภาพ ความมั่นคง และภาษาวัฒนธรรมที่ไม่ถูกแบบแผนตามมาตรฐานภาษาไทยกลางเป็นต้น รวมทั้งความตื่นตัวของสื่อธุรกิจบันเทิง ค่ายเทปต่าง ๆ ที่เริ่มให้ความสนใจกับการปฏิรูปสื่อ จากนั้นจึงเข้ามามีส่วนร่วมในทุกกระบวนการสรรหาคณะกรรมาธิการการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แห่งชาติ (กสช.) และการร่างกฎหมายประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แห่งชาติ ซึ่งส่วนใหญ่ภาครัฐและภาคธุรกิจจะมีแนวคิดที่ขัดแย้งกับแนวคิดภาคประชาชนและนักวิชาการอยู่เสมอ แต่กระทั่งปัจจุบันกลไกต่าง ๆ ของรัฐธรรมนูญยังไม่มีวิ้วว่าจะเสร็จสิ้น ในขณะที่ภาครัฐและภาคธุรกิจดูเหมือนว่าได้ตัดตอนดำเนินการเปลี่ยนแปลงสัญญาสัมปทานแปรรูปกิจการวิทยุ-โทรทัศน์และโทรคมนาคม โดยไม่สนใจรัฐธรรมนูญอีกต่อไป

กว่า 7 ปีที่ผ่านมาหลังจากรัฐธรรมนูญประกาศใช้ แม้อีกไม่กี่ปีในเชิงโครงสร้างจะเปลี่ยนแปลงน้อยมาก แต่อย่างไรอย่างไรรักก็ตาม พลวัตการเรียนรู้เพื่อใช้สิทธิของภาคประชาชนตื่นตัวขึ้นอย่างสูงมาก โดยเฉพาะหลังจากที่กฎหมายลูกมาตรา 40 รองรับสิทธิประชาชนในการเป็นเจ้าของสื่อจำนวน 20 % รูปธรรมอย่างหนึ่งคือการเกิดขึ้นของวิทยุชุมชน ซึ่งกลุ่มประชาสังคมที่จังหวัดกาญจนบุรี ได้สร้างเครื่องส่งกระจายเสียงและทดลองออกอากาศโดยใช้ระบบการกระจายเสียงกำลังต่ำ (Low-powered transmitter) ออกอากาศเป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 19 ธ.ค. 2544 จนนำไปสู่กระแสการก่อตั้งสถานีวิทยุชุมชนทั่วประเทศพร้อมกับกระแสการต่อต้านจากภาครัฐว่าเป็นวิทยุเถื่อน แต่ภาคประชาชนชี้แจงว่าวิทยุชุมชนไม่ได้เป็นวิทยุเถื่อน เพียงแต่ยังไม่ได้รับใบอนุญาตเท่านั้น (not illegal, just unlicensed)

นายบุญส่ง จันทรส่องรัตน์ ประธานกลุ่มปฏิรูปสื่อจังหวัดกาญจนบุรี ผู้บุกเบิกวิทยุชุมชนแห่งแรกในประเทศไทย กล่าวถึงวิทยุชุมชน ในฐานะที่เป็นเครื่องมือหนึ่งในการถ่ายทอดข้อมูลที่เป็นองค์ความรู้ของชุมชน องค์ความรู้ของตัวเองที่มีอยู่ในทุกคน ไม่ใช่เพื่อกลุ่มอำนาจใดกลุ่มหนึ่ง เราต้องสร้างทางเลือกด้วยตัวเราเอง ต้องสละเวลากลุ่มของตนเองมาร่วมกัน ผมทำงานด้านสื่อภายใต้ความคิดว่า "ปลดแอก" กับการสื่อสาร การครอบงำทางความคิดโดยใช้สื่อเป็นเครื่องมือ (จดหมายข่าวไฮด์ปาร์ค, ฉบับ 1 ปี 1 มิ.ย. - ก.ค. 46)

จากสถานีแรก ณ จังหวัดกาญจนบุรี เครือข่ายองค์กรชุมชนทั่วประเทศได้ทยอยก่อตั้งสถานีวิทยุชุมชนรวมแล้วในปัจจุบันมีกว่า 140 สถานี และได้มีการรวมตัวกันจัดตั้งเป็นสหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติขึ้นเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2545 ทว่าปรากฏการณ์ดังกล่าวได้รับการคัดค้านจากหน่วยงานราชการอย่างสูงมาก นำโดยกรมประชาสัมพันธ์และกรมไปรษณีย์โทรเลข โดยยื่นข้อกล่าวหาว่าวิทยุชุมชนดังกล่าวเป็นวิทยุ

เถื่อน ผิดกฎหมาย เก่า คือพระราชบัญญัติวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2498 และบทเฉพาะกาลมาตรา 80 ของ มาตรา 40 ที่ระบุไว้ว่ายังไม่สามารถจัดสรรคลื่นความถี่ได้ถ้ายังไม่มี กสช. แต่กระแสความต้องการของ ประชาชนมีสูงมากและยืนยันในสิทธิตามรัฐธรรมนูญประกอบกระแสสังคมที่สนับสนุน จึงส่งผลให้รัฐบาลไม่ กล้าที่จะคัดค้านการเกิดขึ้นของวิทยุชุมชน

ดังนั้นทางออกจึงเป็นที่มาของการออกมติคณะรัฐมนตรี เพื่อรับรองการดำรงอยู่ของวิทยุชุมชนเมื่อ วันที่ 16 ก.ค. 2545 ที่ระบุอย่างชัดเจนว่า หากจะห้ามไม่ให้ภาคประชาชนจัดทำวิทยุชุมชนก็อาจเป็นการ ขัดบทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญ ดังนั้น สำนักปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีได้จัดประชุมเนื่องจากมติ ครม. เพื่อ หมายมาตรการและหลักเกณฑ์ชั่วคราววิทยุชุมชน ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ คณะกรรมการรณรงค์เพื่อการปฏิรูปสื่อ (คปส.) ได้ร่วมกับสหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติ เครือข่ายนักวิชาการ สื่อสารมวลชน เครือข่ายนักวิชาชีพสื่อสารมวลชน ในการประชุมกับสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี เพื่อผลักดันร่างมาตรการและหลักเกณฑ์ชั่วคราวฯ ให้เอื้อต่อการเข้าถึงและเข้าไปใช้สื่อวิทยุชุมชน

อย่างไรก็ดี ในระหว่างการประชุมจัดทำร่างมาตรการและหลักเกณฑ์ชั่วคราวฯ ในช่วงปลายของ วันที่ 30 ตุลาคม 2545 ผู้แทนกรมไปรษณีย์โทรเลขนำหมายศาล (จากศาลอาญา กรุงเทพมหานคร ลง วันที่ 30 ต.ค. 45) ไปค้นและยึดเครื่องส่งวิทยุที่จุดปฏิบัติการเรียนรัฐวิทยุชุมชนจังหวัดอ่างทอง โดยอ้าง กฎหมายเก่าที่ต้องปรับปรุงใหม่คือ พ.ร.บ. วิทยุโทรคมนาคม พ.ศ. 2498 ได้เกิดเหตุการณ์การออกหมาย ค้นยึดเครื่องส่งและออกหมายจับนายเสถียร จันทร ผู้ประสานงานวิทยุชุมชนอ่างทอง กลายเป็นขบวนการ ก่อให้เกิดบรรยากาศตึงเครียดและความไม่พอใจต่อนโยบายที่ถกเถียงกันของรัฐบาลในเรื่องวิทยุชุมชนอีกครั้ง ในวันที่ 31 ตุลาคม 2545 ซึ่ง คปส. ได้ร่วมกับสหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติ แลกของขวัญและยื่นหนังสือถึง คณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ ประธานวุฒิสภา และประธานคณะกรรมการการมีส่วนร่วมของ ประชาชน วุฒิสภา ขอให้ดำเนินการติดตามและตรวจสอบข้อเท็จจริงกรณีวิทยุชุมชนอ่างทอง

นายเสถียร จันทร ผู้ตกเป็นจำเลยในข้อหาใช้เครื่องส่งวิทยุชุมชน เล่าว่า ช่วงแรกเริ่มต้นจากการทำ หอกระจายข่าวที่ใช้ทุนส่วนตัวเก็บของเหลือที่หลวงไม่ใช้มาซ่อมแซม ปรับปรุง จนสามารถนำมาใช้จนเป็น หอกระจายข่าวในปี พ.ศ.2526 เรื่อยมาจนถึงปี พ.ศ. 2543 ได้ของบประมาณจากกองทุนเพื่อสังคมมาทำ เสียงตามสายในตำบลจนเกิดเป็นสถานีวิทยุชุมชนจังหวัดอ่างทอง เรื่อยมา จนในที่สุดเมื่อ 2545 ก็ถูกจับ และสถานีได้ปิดตัวลง

“หลักในการทำวิทยุชุมชน คือทำอย่างไรให้ข้อมูลต่าง ๆ ของส่วนราชการถูกเปิดเผยได้สู่มือ ประชาชน เป็นตัวกลางในการรับส่งสาร ไม่อยากให้เป็นสื่อทางเดียวเหมือนผู้ใหญ่ดีดกลองประชุมเพียงแค่ว่าที่ประชุมมีอะไรมาบอก ให้ประชาชนรับรู้การเคลื่อนไหวอย่างเท่าทัน อย่าถูกครอบงำโดยนักการเมือง ชูธุรกิจ โดยเฉพาะนักการเมืองท้องถิ่น” (คำสัมภาษณ์ของนายเสถียร ในจดหมายข่าว ไซด์ปาร์ค ฉบับที่ 2 ปี ที่ 1 ส.ค.- ก.ย. 46)

นับตั้งแต่มติคณะรัฐมนตรี 16 กรกฎาคม 2545 ที่ผ่อนผันให้มีการดำเนินการวิทยุชุมชนและให้มีการ ตั้งคณะกรรมการกำหนดมาตรการเพื่อควบคุมดูแลการใช้คลื่นความถี่ของวิทยุชุมชนขึ้น เพื่อหาเกณฑ์

ชั่วคราวในการกำกับดูแลโดยคณะกรรมการประกอบด้วย ผู้แทนหน่วยงานรัฐ นักวิชาการ องค์กรพัฒนาเอกชน และองค์กรชุมชน

ในระหว่างที่ภาคประชาสังคมได้ดำเนินการหาข้อตกลงรวมถึงมาตรการชั่วคราวในการกำกับดูแลวิทยุ กรมประชาสัมพันธ์ซึ่งไม่เห็นด้วยกับวิทยุชุมชนตั้งแต่แรก ได้ยื่นเรื่องไปยังสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาเพื่อพิจารณาเรื่องการจัดทำวิทยุของค์กรบริหารส่วนตำบล (อบต.)

จากเอกสารของกรมประชาสัมพันธ์ หน้าข่าวสังคม วันที่ 8 ธันวาคม 2545 กล่าวว่า นายปราโมทย์ รัฐวิจิตร รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ ได้ประชุมร่วมกับเลขาธิการนายกรัฐมนตรี นายยงยุทธ ดิยะไพรัช และนายกรัฐมนตรี และเห็นชอบให้มีการสถานีวิทยุชุมชนได้ทุกตำบลเป็นของขวัญปีใหม่แก่ประชาชน โดยรายละเอียดการดำเนินงาน คือ ให้กรมไปรษณีย์โทรเลขจัดสรรคลื่นความถี่ที่มีอยู่แล้วให้สามารถจัดตั้งวิทยุชุมชนได้ทั่วประเทศ สถานีวิทยุชุมชนที่จะเกิดต้องมีกำลังส่งไม่เกิน 20 วัตต์ เสาอากาศสูงไม่เกิน 30 เมตร ผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่ของทุกสถานีต้องผ่านการอบรมการบริหารวิทยุกระจายเสียง การผลิตรายการ การออกเสียงภาษาไทย การสื่อข่าวจากกรมประชาสัมพันธ์ก่อนจะดำเนินการออกอากาศได้ โดยจะเริ่มต้น ประมาณ 400 สถานี ซึ่งต่อมาได้เพิ่มจำนวนเป็น 1,500 สถานี ทว่าแนวคิดดังกล่าวได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ และเสียงคัดค้านของสังคมจนทำให้กรมประชาสัมพันธ์ต้องยุติการดำเนินการ

หลังจากที่รัฐบาลใช้เวลากว่า 8 เดือนในการพิจารณาร่างหลักเกณฑ์ชั่วคราววิทยุชุมชน ล่าสุด เมื่อวันที่ 24 มิ.ย. 2546 ที่ผ่านมา คณะรัฐมนตรีได้ผ่านมติ ครม. เกี่ยวกับวิทยุชุมชนที่คลุมเครือ และยกอำนาจในการจัดการวิทยุชุมชนไปให้กับกรมประชาสัมพันธ์ โดยขาดการมีส่วนร่วมจากภาคประชาชนอย่างสิ้นเชิง

ปัจจุบันนี้แม้กรมประชาสัมพันธ์ (กปส.) จะยุติแนวคิดเรื่องวิทยุ อบต. แต่ได้ทำคู่มือ การเข้าร่วมโครงการเตรียมความพร้อมวิทยุชุมชน โดย กองงานคณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ (กทช.) จากนั้นในวันที่ 29 ตุลาคม 2547 ได้มีการประกาศเชิญชวนให้ผู้ดำเนินการวิทยุชุมชนทั่วประเทศและผู้มีความประสงค์เข้าร่วมเป็นเครือข่ายของกรมประชาสัมพันธ์ โดย กปส. จะออกใบอนุญาตในการออกอากาศวิทยุชุมชนให้แต่ต้องทำสัญญาภายใต้เงื่อนไขว่าจะหารายได้หรือโฆษณาเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายได้ไม่เกินชั่วโมงละ 6 นาที และจะต้องมีคณะกรรมการบริหารจัดการจุดปฏิบัติการเตรียมความพร้อมวิทยุชุมชน ตามกฎหมายวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ทุกประการ ทั้งนี้ผู้เข้าร่วมโครงการจะต้องชำระค่าธรรมเนียมโครงการปีละ 1,000 บาท และจะต้องชำระเงินประกัน 5,000 บาทเพื่อป้องกันการทำผิดสัญญา ซึ่ง กปส. จะเปิดให้ผู้สนใจเข้าร่วมโครงการยื่นความจำนงที่สำนักประชาสัมพันธ์ทั่วประเทศ ตั้งแต่วันที่ 1 พ.ย. - 31 ธ.ค. 2547 และภายในวันที่ 31 ม.ค.2548 ต้องมีการลงนามในสัญญาทุกฉบับและตั้งแต่วันที่ 1 ก.พ. 2548 กปส. จะส่งการให้สำนักประชาสัมพันธ์ทั่วประเทศเข้มงวดกับผู้ที่ดำเนินการวิทยุชุมชนผิดกฎหมายอย่างเข้มงวด เช่น การปิดสัญญาณ และยึดเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ

ผศ.ดร.เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ รองประธานคณะกรรมการรณรงค์เพื่อการปฏิรูปสื่อ (คปส.) แถลงข่าวคัดค้านแผนการดังกล่าวของกรมประชาสัมพันธ์ว่าเป็นความพยายามของ กปส. ที่ค่อนข้างจะรุนแรงและสร้างผลกระทบต่อกระบวนการสิทธิภาคประชาชน (กรุงเทพฯธุรกิจ 15 พ.ย. 47)

ปัญหาความขัดแย้งเรื่องวิทยุชุมชน ระหว่างกรมประชาสัมพันธ์และภาคประชาสังคมกำลังเป็นเสมือน ภาพยนตร์ขนาดยาวที่ยังไม่สามารถมีตอนจบได้ เพราะแม้ว่าภาคประชาชนสามารถต่อสู้จนได้สิทธิในการเป็นเจ้าของคลื่นความถี่สาธารณะ ทว่าวิถีคิดในเชิงอำนาจของรัฐ ยังไม่ยอมรับว่า ประชาชนนั้นมีสิทธิที่จะดูแลปกครองกันเองในเรื่องของดำเนินการวิทยุชุมชน ความพยายามของกรมประชาสัมพันธ์ในการเข้ามาจัดระเบียบสื่อชุมชนให้อยู่ภายใต้และให้มีการโฆษณาได้เพื่อแสวงหาผลกำไรทางธุรกิจสะท้อนให้เห็นถึงความลึกลับของนโยบายรัฐและวิสัยทัศน์กรมประชาสัมพันธ์

ดังนั้นการใช้อำนาจรัฐควบคุมแต่ปูทางให้ภาคธุรกิจได้ประโยชน์ จึงกลายเป็นสูตรสำเร็จของรัฐในปัจจุบันและเป็นวิธีการที่ได้ผลในการแบ่งแยกแล้วปกครอง (divide and rule) เพราะตอนนี้สภาพการณ์ของวิทยุชุมชนนั้นอลเวง เกิดความแตกแยก ขัดแย้ง ระหว่างกลุ่มที่เห็นด้วยกับการจัดระเบียบของกรมประชาสัมพันธ์ และกลุ่มที่ไม่เห็นด้วยเพราะเห็นว่าขัดเจตนารมณ์รัฐธรรมนูญ

นอกจากการที่เครือข่ายภาคประชาชนจะต้องต่อสู้ทางวิถีคิดกับอำนาจรัฐ ในขณะเดียวกันก็เป็นบททดสอบความเข้มแข็งและจุดยืนที่ชัดเจนของของวิทยุชุมชนที่ภาคประชาชนจะต้องต่อสู้กับตนเองเพื่อพิสูจน์ถึงความชอบธรรมในการใช้สิทธิตามรัฐธรรมนูญ ซึ่งแน่นอนว่าในภาวะปัจจุบันกำลังเป็นภาวะแห่งความโกลาหล มีการต่อสู้กันในเชิงโครงสร้าง ระหว่างการใช้อำนาจ และการท้าทายอำนาจ

รัฐคุมสื่อ + ทุนครอบงำ --- > ประชาชนท้าทายอำนาจ = วิทยุชุมชน

ประชาชนเป็นเจ้าของสื่อ ---- > รัฐท้าทายอำนาจ = จัดระเบียบ จับกุม

ประชาชนเข้มแข็ง = รัฐ / ธุรกิจ ไม่มีความหมาย

ประชาชนอ่อนแอ = รัฐ ควบคุม ธุรกิจครอบงำ

อิสระจากรัฐ + อิสระจากทุน = สื่อภาคประชาชนที่เป็นอิสระ

มีส่วนร่วม + มีประโยชน์ + เป็นประชาธิปไตย + โปร่งใสตรวจสอบได้ + ไม่หากำไร = วิทยุชุมชน

นอกเหนือจากโจทย์ดังกล่าวแล้วการเกิดขึ้นของวิทยุชุมชนแอบแฝงอย่างมากมายในปัจจุบัน สำหรับกลุ่มคนหรือปัจเจกบุคคลที่มีกำลังทรัพย์ในการจัดซื้อเครื่องส่งก็สามารถจัดตั้งสถานีได้ ซึ่งมีทั้งสถานีของนักการเมืองท้องถิ่น ธุรกิจค่ายเทป นักจัดรายการเชิงธุรกิจ และกลุ่มปัจเจกบุคคลทั่วไปซึ่งไม่ได้ผ่านกระบวนการตามหลักวิชาการของความเป็นวิทยุชุมชน

ความสับสนในช่วงเวลานี้ เป็นช่วงเวลาแห่งการเรียนรู้ร่วมกันของสังคม และรอบทบทวนหน้าที่ของ กสช. มากำกับดูแล สำคัญที่สุดคือต้องเป็นกระบวนการกำกับดูแลที่ในการมีส่วนร่วมและกลไกตรวจสอบของสังคม ควบคู่กันดูไปกับการใช้อำนาจเบ็ดเสร็จของ กสช. ในการตีความว่า สถานีใดคือวิทยุชุมชน

และสถานีใดไม่ใช้วิทยุชุมชน ถ้า กสช. ปรากฏจากวิสัยทัศน์ในเรื่องสื่อประชาธิปไตย และมีผลประโยชน์ทับซ้อนกับกลุ่มนักการเมืองและภาคธุรกิจสื่อแล้ว ย่อมทำให้เกิดปัญหาวิกฤตต่อกระบวนการจัดสรรคลื่นความถี่ ฯ และให้ใบอนุญาตในอนาคต

ในระหว่างที่วิทยุชุมชนเริ่มต้นเติบโตในสังคมไทย มีงานวิชาการและแนวคิดของหลายกลุ่มคนที่พยายามให้คำนิยามและคำจำกัดความของวิทยุชุมชน เช่น โครงการผสานยุทธศาสตร์ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ซึ่งได้จัดพิมพ์ ทำเนียบสถานีวิทยุชุมชน ทั้งหมดจำนวน 108 สถานีทั่วประเทศ โดยระบุหลักการของวิทยุชุมชน 3 ประการคือ

1. องค์กรชุมชนร่วมเป็นเจ้าของ
2. ไม่แสวงหากำไร ดำเนินการเพื่อประโยชน์สาธารณะ
3. ดำเนินการโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนทุกชั้นตอน ตั้งแต่การตกลงว่าจะมีวิทยุ การจัดระบบบริหาร การระดมทุน การร่วมวางแผนรายการ จัดรายการและร่วมรับฟังประเมินผล

โครงการดังกล่าวยังกำหนดหลักของชุมชนในการดำเนินการสถานีวิทยุชุมชนอีก 6 ประการคือ

1. เป็นสถานีวิทยุขนาดเล็ก กระจายเสียงในรัศมี 10-20 กิโลเมตร หรือภายในหนึ่งหรือสองสามตำบล ต้องการงบประมาณในการดำเนินการต่ำ ชุมชนสามารถดูแลเองได้
2. กลุ่มต่างๆ ในชุมชนทั้งที่จัดตั้งเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ ทุกเพศทุกวัย ทุกศาสนา สามารถใช้ประโยชน์ได้ เข้าถึงง่าย
3. คนทำงานเน้นอาสาสมัครซึ่งถือเป็นการมีส่วนร่วมที่สำคัญของสถานี
4. คนฟังรายการกับคนจัดรายการคือคนกลุ่มเดียวกัน กลุ่มต่างๆ ในชุมชนจะร่วมกันกำหนดผังรายการร่วมจัดร่วมฟัง ตามความพร้อมของคนฟังและคนจัด ออกอากาศตามเวลาที่มีคนฟัง และมีคนจัดรายการ อาจจะเพียงสองสามชั่วโมงต่อวันเท่านั้น
5. สะท้อนความต้องการและลักษณะของท้องถิ่นเช่นใช้ภาษาถิ่น ฯลฯ
6. ปรากฏจากการครอบงำของกลุ่มอิทธิพล กลุ่มผลประโยชน์และพรรคการเมืองทุกระดับ

ทั้งนี้ กฎ กติกา มารยาทในรายละเอียดอาจจะแตกต่างกันไปตามแต่ละสำนักวิชาการ หรือ ตามความคิดเห็นของชุมชน แน่แน่นอนว่า บุคลิก ลักษณะ ของวิทยุชุมชน นั้นจะเต็มไปด้วยความหลากหลาย ทั้งในเชิงเนื้อหา ลีลา สีสัน หรือแม้กระทั่งจุดยืนในเรื่องต่างๆ บางสถานีอาจจะออกแนวอนุรักษ์นิยม แต่ในหลายสถานีอาจจะเข้มข้น (radical) มีทั้งสถานีที่เอียงซ้าย และเอียงขวา สถานีที่นุ่มนวลละมุนละไม เน้นเรื่องของวัฒนธรรม ไปจนถึงสถานีที่เป็นเครื่องมือในการต่อสู้ของชุมชนในประเด็นต่างๆ เช่นวิทยุชุมชนกลุ่มคนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่กาญจนบุรีอาจจะมีบุคลิกที่ต่างไปจากวิทยุชุมชนคนภูไทที่จังหวัดสกลนคร และย่อมต่างไปจากวิทยุชุมชนคนจะนะ ของกลุ่มประชาชนที่คัดค้านการสร้างท่อส่งก๊าซและโรงแยกก๊าซ ไทย-มาเลเซีย ที่จังหวัดสงขลาเป็นต้น

ข้อมูลบางส่วนซึ่งได้รับการคัดย่อจากรายงานเรื่อง “วิทยุชุมชนกระบวนการคลี่คลายและกลายเป็น” โดย ดร.กาญจนา แก้วเทพ ลงในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ วันที่ 19 ก.พ. 2547 กล่าวถึงประสบการณ์ซึ่งให้บทสรุปประการหนึ่งว่า ในเรื่องของวิทยุชุมชนนั้นคงจะมีลักษณะเหมือนยุคจิวาสลิตพาร์ค กล่าวคือ มีไดโนเสาร์ที่หลากหลายสายพันธุ์ มีหลายขนาด มีรูปร่างหน้าตาแตกต่างกัน บางสายพันธุ์อาจเป็นมังสวิรัต และบางสายอาจจะนิยมกินสตั๊กเนื้อประเภทต่างๆ ฉะนั้นไดโนเสาร์นั้น “จากโฉมหน้าที่หลากหลายของวิทยุชุมชนจะมีปัจจัยบริบทของชุมชนเข้ามาเกี่ยวข้องในฐานะผู้แต่งหน้าทาแป้งให้แก่วิทยุชุมชน เช่นบริบทของสังคมที่เป็นเมืองใหญ่ มีธุรกิจการค้าแพร่สะพัด เช่น จ.นครราชสีมา ย่อมแต่งหน้าวิทยุชุมชนคนโคราชได้แตกต่างจากบุรีรัมย์ซึ่งเป็นเมืองขนาดเล็กหรือสภาพของจังหวัดน่านที่เต็มไปด้วยภูเขาโอบล้อม การเดินทางไปมาหากันลำบาก ก็คงทำให้วิทยุชุมชน จ.น่านมีหน้าตาอีกแบบหนึ่งเมื่อเทียบกับ จ.ปัตตานี ที่เป็นจังหวัดเล็กๆ อยู่แถบชายแดนของไทย”

ท้ายที่สุด ย่อมมีวิทยุชุมชนทั้งที่เข้มแข็งได้เกรดเอบวก และวิทยุชุมชนที่สอบไม่ผ่านติดลบ แต่ทั้งหมดนี้จะเป็นความมีชีวิตชีวาของเสียงแห่งสรรพเสียง ร่ำร้องก้องกังวานในสังคม ทั้งนี้ความหลากหลายคือเสรีภาพ โดยที่อำนาจรัฐและอำนาจทุนควรจะต้องปล่อยให้วิทยุชุมชนเป็นอิสระ คอยช่วยสนับสนุนอย่างอยู่ในความเหมาะสม ท้ายที่สุดกระบวนการทางสังคม ความพร้อมและความเข้มแข็งของภาคประชาชนจะเป็นคำตอบ

ดังที่ ผศ.ดร.เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ สรุปว่า “วิทยุชุมชนต้องใช้มิติมนุษยในการทำงาน นั่นคือเขาต้องพิสูจน์ตัวเองให้เห็นว่า เขายังประโยชน์ให้กับชุมชนเป็นสำคัญ” (หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ - จุดประกาย, 27 มกราคม 2547)

โทรทัศน์ชุมชน และเคเบิลท้องถิ่น

บทบัญญัติของมาตรา 26 ของ พ.ร.บ.องค์การจัดสรรคลื่นความถี่กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2543 ระบุสิทธิของประชาชนในคลื่นโทรทัศน์ด้วยเช่นกัน ทว่าสื่อโทรทัศน์มีความยากในเชิงเทคนิคมากกว่าสื่อวิทยุ การเกิดขึ้นของโทรทัศน์ชุมชนจึงยังไม่แพร่หลายเท่าที่ควร ทั้งที่สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีผลกระทบสูงและสามารถสร้างตัวตนของชุมชนและเป็นเวทีของการสื่อสารที่มีสีสันเพราะนำเสนอทั้งภาพและเสียงเรียงร้อยเป็นเรื่องราวที่สร้างความเข้าใจได้ในเวลาเพียงไม่กี่นาที

โครงการบ้านนอกทีวีเป็นหนึ่งในโครงการที่กลุ่มกระเจิงเงาเริ่มขึ้นจากการมองเห็นความสำคัญของสื่อโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่มีแทบทุกบ้าน จึงเกิดความคิดที่จะสร้างโทรทัศน์ชุมชนในแนวคิดเดียวกับวิทยุชุมชนคือเป็นสื่อของคนในชุมชน ทำกันเองดูกันเองภายใต้สโลแกนว่าเราทำเอง เราดูเอง (We make it, We watch it)

“ถ้าเป็นเรื่องโทรทัศน์ คนจะคิดว่ามีต้นทุนสูง เพราะติดภาพโทรทัศน์ที่เป็น mass แต่ความจริงแล้วเราก็สามารถทำรายการโทรทัศน์ได้เอง” ประไพ เกสรา ผู้รับผิดชอบโครงการบ้านนอกทีวี ยืนยันถึง

แรงบันดาลใจในการทำโทรทัศน์ชุมชนมาจากรัฐธรรมนูญมาตรา 40 และยืนยันว่าทำโทรทัศน์ต้นทุนไม่สูงอย่างที่คิดเพราะใช้คอมพิวเตอร์ตัดต่อได้ อีกอย่างโทรทัศน์จะเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้ง่าย เพราะประชาชนมีโทรทัศน์เป็นสื่ออันดับหนึ่ง 50% มีโทรทัศน์อยู่ในบ้าน เริ่มแรกที่ท่ากระเจกเงาจะประชุมทุกเดือนก็เอาชาวบ้านมาประชุมกันว่า ชาวบ้านอยากมีอะไรในรายการโทรทัศน์บ้าง ชาวบ้านก็บอกอยากมี

- กฎหมายสัญชาติไทย เพราะชาวบ้านจะมีปัญหาเรื่องสัญชาติและไม่ได้ติดต่อกับรัฐโดยตรง
- เกษตรแผนใหม่
- ชาวจาก อบต. เรื่องแผนการพัฒนาในหมู่บ้าน
- รายการบันเทิง
- รายการวัฒนธรรมซึ่งชาวบ้านเพิ่งจะเปลี่ยนมาถือคริสต์ จึงอยากมีรายการที่นำเสนอประเพณี ชาวเขาแบบเดิมๆ ที่เคยปรากฏในชุมชน
- รายการเด็ก

กลุ่มกระเจกเงาเข้าไปมีบทบาทในเรื่องของเทคนิค วิธีการทำรายการ ส่วนชุมชนจะนำเสนอเนื้อหาของรายการแต่ต่อมาปรากฏว่าเจ้าหน้าที่กลุ่มกระเจกเงาผลิตรายการเยอะเกินไปทำให้ไม่มีเวลาทำอย่างอื่น ถึงคิดว่าต้องให้ชาวบ้านเข้ามามีบทบาทในการทำรายการเองทั้งหมดโดยอาจจะทำรายการให้ง่ายขึ้น เช่น ให้มีการถ่ายทอดสดมากขึ้น และลดช่วงเวลาของการออกอากาศให้น้อยลง จากเดิมวันจันทร์ถึงเสาร์เวลาทุ่มครึ่ง ออกอากาศวันละครึ่งชั่วโมง ก็เหลือออกอากาศสัปดาห์ละ 2 ครั้ง

ชาวบ้านจะได้เห็นว่าการทำรายการโทรทัศน์ทำกันอย่างไรทำให้โทรทัศน์กลายเป็นสื่อที่ไม่ไกลตัวทุกคนเคยออกทีวีหมด เนื้อหาของรายการก็เป็นเรื่องเกี่ยวกับชาวบ้านไม่ใช่เรื่องของใครก็ไม่รู้ที่เขาไม่รู้จก ทุกวันนี้ไม่มีใครไม่เคยอยู่ในโทรทัศน์เลยสำหรับชุมชนที่บ้านนอกที่วิวออกอากาศ รายการที่ชาวบ้านผลิตช่วงหลังเป็นรายการเกี่ยวกับชุมชนอย่างแท้จริง มีรายการท่องเที่ยวตามหมู่บ้านไปรู้จักกับชาวบ้านในหมู่บ้านและมีรายการมิวสิควิดีโอที่เป็นการนำภาพถ่ายเก่าๆ ของแต่ละบ้านมาฉายพร้อมกับเล่นเพลงพื้นบ้านคลอไปด้วย ปรากฏว่าเมื่อผู้เฒ่าผู้แก่ได้ดูแล้วก็บอกเล่ากับลูกหลานว่าคนในภาพถ่ายเป็นใคร เป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์จากเรื่องเล่าในชุมชนโดยที่คนทำรายการไม่ต้องทำอะไรมาก ให้ภาพเล่าเรื่องด้วยตนเอง นอกจากนี้ยังมีรายการบอกเล่าชุมชนที่เป็นการนำผู้เฒ่าผู้แก่ในชุมชนมาพูดคุยถึงเรื่องเล่าในอดีตของชุมชนและรายการครัวคนดอย ที่เป็นรายการสอนทำอาหารพื้นบ้านอย่างง่าย ๆ อีกด้วย ซึ่งรายการทั้งหมดชาวบ้านมีส่วนร่วมค่อนข้างมาก ทั้งผลิตรายการและเป็นคนที่ทั้งปรากฏในจอทีวีและรับชมอยู่ที่บ้าน

กลุ่มกระเจกเงาถือเป็นกลุ่มอิสระที่สนใจในการสร้างสื่อเพื่อพัฒนาชุมชนมาตั้งแต่เริ่มต้นเป็นละครชุมชน จากนั้นมาบุกเบิกสื่อไอซีที ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเวทีเผยแพร่เรื่องราวการทำงานทางสังคมและระดมพลังอาสาสมัครผ่านเว็บไซต์ bannok.com ไปร่วมทำงานในชุมชน จากนั้นถึงได้บุกเบิก บ้านนอกทีวี ซึ่งลงทุนด้วยการมีกล้องวิดีโอ คอมพิวเตอร์ เครื่องบันทึกเสียง และเครื่องส่ง กำลังส่งต่ำ (รัศมี 3 กิโลเมตร) รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมดประมาณกว่าหนึ่งแสนบาท

อย่างไรก็ตามแม้ดูเหมือนว่าจะเป็นการลงทุนลงแรงไม่หนักมากอย่างที่หลายฝ่ายคิด แต่ในการปฏิบัติจริงปัญหาทั้งในด้านเทคนิค การมีส่วนร่วมของชุมชน การสร้างสรรค์เนื้อหาป้อนสถานีโทรทัศน์ และงบประมาณในการดำเนินการอย่างต่อเนื่องย่อมเป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับความยั่งยืนของสถานีโทรทัศน์ชุมชนที่ต้องมีการสรุปบทเรียน แลกเปลี่ยนองค์ความรู้และการสนับสนุนในระดับนโยบายสำหรับสื่อโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะและบริการชุมชน เจกเช่นประสบการณ์ในสหรัฐอเมริกาและอีกหลายประเทศ

แม้ว่าโทรทัศน์ชุมชนที่เน้นการบริการสาธารณะยังไม่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในสังคมไทย ทว่าการเติบโตของสถานีโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก หรือ เคเบิลทีวีในระดับท้องถิ่นกำลังขยายการเติบโตเป็นที่นิยมของประชาชน เพราะเป็นทางเลือกในการบริโภคข้อมูลข่าวสาร ความบันเทิงโดยที่มีรายจ่ายน้อยกว่าโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกในระดับชาติ คือ UBC ซึ่งเป็นเจ้าใหญ่รายเดียวที่มีอิทธิพลเหนือตลาดในประเทศไทย

ขณะนี้เคเบิลทีวีท้องถิ่นทั่วประเทศมีผู้ประกอบการกว่า 400 รายกระจายตัวอยู่ตามจังหวัดต่างๆ ทำหน้าที่เป็นทางเลือกให้กับคนดู ซึ่งสามารถแสดงบทบาทที่ตอบสนองความสนใจของคนในท้องถิ่น ในกรณีของเมืองท่องเที่ยวอย่างพัทยาที่ธุรกิจเคเบิลทีวีมีการแข่งขันกันอย่างสูงมากโดยมีช่องรายการถึง 60 ช่อง และยังมีมีการพัฒนาระบบส่งสัญญาณให้มีความทันสมัยเพื่อรองรับการบริการใหม่ๆ เช่น การเล่นอินเตอร์เน็ตผ่านเครือข่าย การรับชมภาพยนตร์ส่วนตัวเฉพาะบ้าน พร้อมทั้งยังให้บริการท้องถิ่นประเภทโทรทัศน์วงจรปิดดูสภาพการจราจรบนถนนเมืองพัทยาและการถ่ายทอดสดการประชุมสภาเมืองพัทยาอีกด้วย

ดูเหมือนว่า การพัฒนาคุณภาพของรายการจะเป็นเรื่องสำคัญของเคเบิลทีวี ซึ่งหลายที่กำลังลงทุนเพื่อปรับปรุงทั้งในด้านเทคนิคเนื้อหาของรายการ นอกจากนั้นการซื้อรายการทั้งภายในประเทศและจากต่างประเทศเป็นปัญหาที่สร้างภาระของต้นทุน ส่วนปัญหาใหญ่ของเคเบิลทีวีคือเรื่อง ลิขสิทธิ์ เพราะไม่มีเงินทุนมากพอสำหรับการจ่ายค่าลิขสิทธิ์ แต่ดูเหมือนว่าเรื่องนี้กำลังได้รับการคลี่คลายไป โดยสมาคมเคเบิลทีวีแห่งประเทศไทยได้เข้ามาเป็นตัวกลางในการจัดซื้อลิขสิทธิ์ร่วมให้กับผู้ประกอบการรายย่อย

"ปัญหาลิขสิทธิ์ เป็นความสมยอมกันระหว่างผู้ประกอบการเคเบิลทีวีทุกเจ้ารวมทั้งนักการเมืองท้องถิ่นที่ไม่คิดจะร้องเรียนซึ่งกันและกัน แต่หากวันใดที่มีผู้ต้องการทำธุรกิจเคเบิลรายใหม่หรือเกิดขัดแย้งกับกลุ่มการเมืองท้องถิ่น เรื่องลิขสิทธิ์ก็จะถูกหยิบยกขึ้นมาโจมตีทันที" (บทความ เคเบิลทีวีท้องถิ่น ธุรกิจหรือชุมชน, กรุงเทพฯธุรกิจ - จุดประกาย 15 ก.ค. 47)

แต่มุมมองของ ผศ.ดร. เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ เห็นว่า เมื่อเคเบิลทีวีท้องถิ่นยังเชื่อว่าชาวบ้านชอบดูทีวีช่องเดียวกับคนส่วนกลางเท่านั้น จึงต้องมีการละเมิดลิขสิทธิ์โดยการนำเอาละครหลังข่าวมาฉายซ้ำหรือไปเช่า ภาพยนตร์ วีซีดีฮิตๆ มาฉาย รวมทั้งทำรายการเพลงของค่ายเพลงยักษ์ใหญ่ซึ่งวันหนึ่งสื่อระดับชาติที่มีทุนมากก็จะรุกลงมาทำสเกลระดับท้องถิ่นเชื่อว่าเนื้อหาของท้องถิ่นมีคนที่ต้องการ ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์จะน้อยลง

อย่างไรก็ตาม เห็นได้ว่าขณะนี้ เคเบิลทีวีท้องถิ่นมีอนาคตที่น่าจับตามอง เพราะสามารถตอบสนองต่อผู้ชมในแต่ละภูมิภาคที่แตกต่างกัน ข้อดีประการสำคัญของเคเบิลทีวีท้องถิ่นคือเป็นตัวเลือกที่ถ่วงดุลกับผู้ประกอบเคเบิลทีวีรายใหญ่ในระดับชาติ ก่อให้เกิดการแข่งขันเชิงคุณภาพและราคา สร้างทางเลือกให้กับผู้บริโภค ลดการผูกขาดของรายใหญ่ แต่ในอนาคต เคเบิลทีวี ควรจะมีทางเลือกที่มากขึ้นคือนอกจากเป็นโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกที่คนดูต้องเสียเงิน ซึ่งถือเป็นการประกอบการในเชิงธุรกิจแล้ว การส่งเสริมให้เคเบิลทีวีมีพัฒนาการเป็นเคเบิลทีวีชุมชน ซึ่งไม่แสวงหากำไรและดำเนินการโดยภาคประชาชน รัฐควรส่งเสริมให้เกิดเคเบิลทีวีชุมชนตามความจำเป็นของแต่ละพื้นที่ และควรมีการกำกับดูแลให้เกิดประโยชน์สูงสุด และปลอดจากการแทรกแซงของนักการเมืองหรือผู้มีอิทธิพลในท้องถิ่น รวมทั้งสร้างช่องทางให้ภาคประชาชนสามารถเข้ามาใช้สื่อได้มากขึ้น ในรูปแบบของเคเบิลทีวีชุมชน บริการสาธารณะเช่นช่องเพื่อการศึกษา ช่องรายการเพื่อสุขภาพ ช่องรายการกฎหมาย และสาระน่ารู้ที่จำเป็นของชุมชน รวมทั้งช่องที่เป็นเวทีในการสื่อสารและแสดงออกของคนในชุมชนนั้นๆ เช่นในพื้นที่ที่เป็นนิคมอุตสาหกรรม มีคนงานอาศัยรวมหมู่เป็นจำนวนมาก ก็ควรส่งเสริมให้มีช่องของผู้ใช้แรงงานในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต และสะท้อนปัญหาของชุมชนนั้นๆ

รูปธรรมของเคเบิลทีวีในต่างประเทศ เช่นในสหรัฐอเมริกาซึ่งมีพื้นที่กว้างใหญ่และมีประชากรจำนวนมาก สถานีโทรทัศน์ระดับชาติไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างครอบคลุม เคเบิลทีวีจึงมีจำนวนมากและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคข่าวสาร และผู้ต้องใช้อินเทอร์เน็ต สถานีเคเบิลทีวีชุมชนถือเป็นบริการสาธารณะ (public access) ในระดับเมืองหรือชุมชน เช่นสถานีเคเบิลทีวีชุมชนเมืองแมนฮัตตัน (Manhattan Neighborhoods Network; MNN Cable Television Station) เป็นหนึ่งในสถานีเคเบิลทีวีชุมชนที่มีอยู่ทั่วไปในสหรัฐอเมริกา มีขึ้นเพื่อส่งเสริมสิทธิพลเมืองในการแสดงความคิดเห็นและวิพากษ์วิจารณ์โดยเป็นช่องทางการสื่อสารของพลเมืองผ่านสื่อเพื่อสร้างโอกาสในการสื่อสารระหว่างคนในชุมชน การศึกษา ศิลปะเพื่อการจรรโลงใจและกิจกรรมสาธารณประโยชน์ที่ไม่แสวงหากำไร สถานี MNN มีไว้สำหรับพลเมืองชาวแมนฮัตตันทุกคน ซึ่งหมายความว่าคนที่มิใช่ทะเบียนบ้านอยู่ในแมนฮัตตันสามารถเข้ามาใช้บริการทุกอย่างของสถานีได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ซึ่งคนที่มาจัดรายการที่สถานี MNN เน้นการมีส่วนร่วมจากชุมชนให้ได้มากที่สุด คนที่มาจัดรายการที่สถานี MNN มีทั้งที่จัดเป็นรายการบุคคลและจัดเป็นกลุ่ม เช่น กลุ่มเด็ก ผู้หญิง ผู้สูงอายุ กลุ่มรักร่วมเพศ กลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และคนทำสื่อทางเลือกต่างๆ กลุ่มศิลปิน และกลุ่มคนต่างๆ ในเมืองเช่น ชาวแอฟริกัน-อเมริกัน ชาวไฮติ ชาวเม็กซิโก เป็นต้นงบประมาณในการหล่อเลี้ยงสถานีเคเบิลทีวีชุมชน เป็นไปในลักษณะเดียวกับกับสถานีวิทยุบริการสาธารณะและบริการชุมชนในอเมริกา คือ 1. งบประมาณจากรัฐผ่านกองทุนสื่อสารสาธารณะ 2. การบริจาค 3. ส่วนแบ่งรายได้จากการให้บริการเคเบิลทีวีของภาคธุรกิจเอกชน ซึ่งจะเป็นรายได้หลักของสถานีเคเบิลทีวีชุมชน

"หลักการกำหนดให้บริษัทที่ได้ประโยชน์จากทรัพยากรสาธารณะอย่างหนึ่งอย่างใดต้องสนับสนุนหรือแบ่งส่วนแบ่งรายได้จากการประกอบธุรกิจนั้นๆ ให้กับบริการสาธารณะหรือบริการชุมชนนั้น มาจากแนวคิดที่ว่า บริษัทธุรกิจเข้ามาใช้และได้รับประโยชน์จากทรัพยากรสาธารณะซึ่งประชาชนทุกคนเป็น

เจ้าของร่วมกัน ดังนั้นจึงต้องแบ่งปันหรือคืนกำไรกลับสู่สังคมส่วนรวม" คำบอกเล่าของ Tracy Holder ผู้อำนวยการฝ่ายผลิตรายการของสถานีเคเบิลทีวีชุมชน MNN (อ้างจากบทความเรื่องเคเบิลทีวีชุมชนอเมริกา ดูฟรี ออก(ทีวี) ฟรี!, จดหมายข่าว ไฮด์ปาร์ค ฉบับที่ 7 ปีที่ 2 ก.ค. ต.ค. 2547)

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยในโครงการการปฏิรูประบบสื่อของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ทั้งในเรื่องโครงสร้างตลาดของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ด้านคุณภาพเนื้อหาสาระสนเทศ และด้านความเป็นไปได้ของสื่อสารสาธารณะและสื่อชุมชนในประเทศไทย ดอกย้ำให้เห็นสภาพปัญหาของระบบสื่อไทยที่ต้องได้รับการปฏิรูปในทิศทางที่ตอบสนองประโยชน์สาธารณะเพื่อนำไปสู่การพัฒนาคนและสังคมให้มากขึ้นเพราะจากอดีตจนถึงปัจจุบันโครงสร้างความเป็นเจ้าของสื่อวิทยุ FM และ AM ทั่วประเทศ 524 และสถานีโทรทัศน์ช่อง 3, 5, 7, 9 และ 11 ยังคงเป็นกรรมสิทธิ์ของรัฐ แต่ในทางปฏิบัติเป็นของเอกชน ที่สำคัญคือการแปรรูปให้เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์โดยที่ยังไม่มีแผนแม่บทการปฏิรูปสื่อตามรัฐธรรมนูญทั้งระบบ สถานีโทรทัศน์ไอทีวีซึ่งเป็นสถานีเอกชนช่องแรก ปัจจุบันนี้ก็ถือครองโดยบริษัทชินคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจที่ใกล้ชิดกับการเมือง ส่งผลให้สถานีโทรทัศน์เสรีในอดีตไม่เหลือสภาพความเป็นอิสระอีกต่อไป

ส่วนเนื้อหาของสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ เพื่อพิจารณาสัดส่วนของเนื้อหารายการ พบว่าในช่วงเวลาหลัก (prime time) ประเภทของรายการกระจุกตัวอยู่ที่รายการบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ คือการนำเสนอละคร เกมโชว์ และวาไรตี้โชว์

ผศ.ดร. วิลาสิณี พิพิชกุล สรุปไว้ว่า การกระจายตัวของบริษัทผู้ผลิตรายการพบว่าส่วนใหญ่ เช่น เวิร์คพอยท์ เจเอสแอล แกรมมี่ และบอร์น คอร์ปอเรชั่น ซึ่งมีรายการเกมโชว์นำเสนอในหลายสถานีด้วยกัน ลักษณะรูปแบบของเกมโชว์จะสะท้อนเป้าหมายทางการตลาดของบริษัท กล่าวง่าย ๆ ก็คือเป็นช่องทางส่งเสริมการตลาดของบริษัท

สรุปก็คือรายการบันเทิงมีสัดส่วนที่เพิ่มสูงมากขึ้นเรื่อยๆ ในรายการโทรทัศน์ซึ่งอ่อนเบาในด้านเนื้อหาสาระและปิดกั้นช่องทางในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์หลากหลาย และกระทบต่อสิทธิประโยชน์ของประชาชน ปัจจัยสำคัญที่กำหนดการเปลี่ยนแปลงรายการบันเทิง ได้แก่ นโยบายสถานี และผู้สนับสนุนรายการ ส่วนผู้ชมนั้นเป็นเพียงกลไกหนึ่งทางการตลาดที่จะทำให้การวัดเรตติ้งของรายการปรากฏเชิงรูปธรรมเท่านั้น (วิลาสิณี พิพิชกุล , การสร้างสารสนเทศคุณภาพ, 2546)

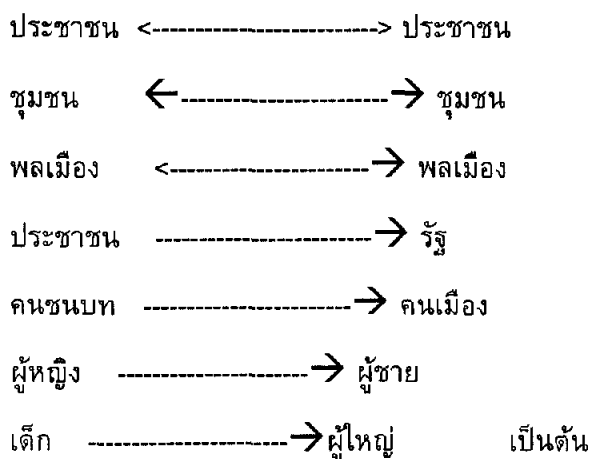
เมื่อสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ ในระดับชาติเต็มไปด้วยข้อจำกัด ในขณะที่ประชาชนถูกรับให้กลายเป็นผู้บริโภคมากกว่าพลเมืองที่มีสิทธิในการเป็นเจ้าของทรัพยากรการสื่อสารตามรัฐธรรมนูญ การยืนยันหลักการเรื่องการปฏิรูปสื่อในเชิงโครงสร้าง จึงเป็นเรื่องสำคัญที่จำเป็นต้องได้รับการสานต่ออย่างจริงจังอีกครั้งหนึ่งโดยภาคประชาสังคม เพราะถ้าปราศจากการปรับโครงสร้างสื่อให้มีความเป็นประชาธิปไตยมากขึ้น โอกาสที่สื่อบริการสาธารณะและสื่อชุมชน เพื่อการพัฒนาคนและสังคม ย่อมเป็นโอกาสที่เป็นไปได้ยาก โดยเฉพาะในภาวะเศรษฐกิจการเมืองปัจจุบันที่ กลุ่มทุนสื่อสาร และกลุ่มธุรกิจการเมืองมีอิทธิพลอย่างมาก

ในการกำหนดกรอบนโยบายที่เอื้อประโยชน์เฉพาะภาคธุรกิจ เข้าข่ายการทุจริตเชิงนโยบายและเป็นปัญหาเรื่อง ผลประโยชน์ทับซ้อนของการเมืองไทย

นอกเหนือจากมิติทางการเมือง และเศรษฐกิจแล้ว มิติเรื่องวัฒนธรรมกำลังเป็นปัญหาใหญ่เช่นกัน กรณีความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในพื้นที่สามจังหวัดภาคใต้ (ยะลา ปัตตานี และนราธิวาส) ซึ่งถูกกระทำให้กลายเป็นปัญหาความขัดแย้งด้านศาสนา การแบ่งแยกดินแดน หรือ การก่อการร้าย ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้ว การรับรู้หรือที่สิ่งสังคมเห็นผ่านสื่ออาจจะไม่ใช่ภาพปัญหาที่เป็นจริง

สื่อของรัฐ และสื่อมวลชนกระแสหลัก มีอิทธิพลอย่างมากในการสร้างภาพลักษณ์ หรือสื่อความหมายไปในทางที่ไม่ได้ส่งเสริมความเข้าใจ และไม่ได้ชูขงแนวทางการสร้างสันติภาพ แต่กลับเป็นวิธีการที่สร้างอคติ หรือความแปลกแยกในสังคมมากขึ้น ดังนั้นการมีสื่อทางเลือกที่หลากหลาย ทั้งสื่อในระดับชาติและสื่อในชุมชนที่เป็นอิสระ จะช่วยเปิดพื้นที่สำหรับการสื่อสาร แสดงออกให้กับกลุ่มคนที่ไร้สิทธิไร้เสียง และอาจถูกหลงลืมเสมอมา สังคมจำเป็นต้องเปิดพื้นที่ให้กับเสียงของผู้ไร้เสียง (voices of the voiceless) และเสียงของกลุ่มคนที่ถูกกดทับอยู่ในมุมมืดได้มีโอกาส ได้มีเวที และมีพื้นที่ในการสื่อสารระหว่างกันเอง และระหว่างกลุ่มต่างๆ ในสังคม เสียงแห่งสรรพเสียงยังคงรอคอยอยู่ทั่วทุกหย่อมหญ้าในสังคม เพื่อสะท้อนความคิดเห็น ความรู้สึก และบอกเล่าปัญหา เพื่อนำไปสู่ความเข้าใจอันเป็นเครื่องมือสำคัญในการเยียวยาปัญหาความขัดแย้งและช่องว่างทางสังคม

ท้ายที่สุดสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ควรเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจในสังคม และเปลี่ยนกระบวนทัศน์จากการสื่อสารทางเดียวแบบ บนลงล่าง เป็นการสื่อสารในแนวราบ และจากล่างขึ้นบน เพื่อนำไปสู่การสร้างดุลยภาพแห่งการสื่อสารในสังคม นั่นคือ การเปิดพื้นที่การสื่อสารจาก



สื่อภาคประชาชน สื่อชุมชน เช่นวิทยุชุมชน รวมทั้งสื่อสาธารณะ และสื่อทางเลือก คือรูปธรรมของการสร้างเวทีในการปฏิสัมพันธ์ทางการสื่อสารในแนวราบและเป็นประชาธิปไตย ด้วยความเชื่อมั่นที่การสร้างความเป็นประชาธิปไตยทางการสื่อสารนำไปสู่การสร้างสังคมประชาธิปไตยที่มีอิสรภาพ ความเป็นธรรมกับคนทุกกลุ่มในสังคมอันจะนำไปสู่การมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ ชุมชน สังคม และประเทศให้

พัฒนาไปได้อย่างยั่งยืน แต่การสร้างสื่อภาคประชาชน และสื่อชุมชนให้เกิดขึ้นได้นั้นจำเป็นที่รัฐจะต้องมีนโยบายที่เหมาะสมรวมทั้งความตื่นตัวของภาคประชาชน

ดังนั้นสังคมไทยจึงควรทำให้เรื่องการปฏิรูปสื่อเป็นวาระแห่งชาติ ตามข้อเรียกร้องของภาคประชาชน ดังเช่น ลำสุตซึ่งมีข้อเรียกร้อง ศ. ผาสุก พงษ์ไพจิตร ที่เสนอให้ขบวนการประชาธิปไตยสนใจทำให้กระบวนการปฏิรูปสื่อกลายเป็นวาระสำคัญของการเมืองไทยอีกรอบหนึ่ง (มติชน 19 ก.ย. 47)

การปฏิรูประบบวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เพื่อความเป็นประชาธิปไตยของการสื่อสาร (democratisation of communication) จะต้องดำเนินไปกับการจัดระเบียบในมิติทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสื่อ (economic and industrial re-regulation) ซึ่งจะช่วยให้ปัญหาผลกระทบด้านการผูกขาดสื่อ การเป็นเจ้าของข้ามสื่อ ฯลฯ ในอีกด้านหนึ่งเป็นการจัดระเบียบในทางการเมือง (political deregulation) คือเปิดระบบให้มีเสรีภาพมากขึ้น เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนได้มีโอกาสรับข้อมูลข่าวสารที่เป็น "ความจริง" และมีโอกาสแสดงความคิดเห็นอย่างกว้างขวางหลากหลาย ที่สำคัญสื่อมวลชนในฐานะเป็น "สื่อกลาง" ในด้านข้อมูลข่าวสารและศิลปวัฒนธรรมของสังคม ย่อมเป็นหัวใจสำคัญในอันที่จะทำให้สื่อวิทยุและโทรทัศน์สามารถแสดงบทบาทการเป็นเวทีสาธารณะ (public forum) ตลอดจนเป็นสถาบันที่ร่วมส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ทางสังคม วัฒนธรรมและการเมืองในระบอบประชาธิปไตยได้ต่อไปในอนาคต

ส่วนการวางนโยบายการสื่อสารนั้น ต้องเน้นการมีส่วนร่วมของสังคม โดยเฉพาะกลุ่มคนที่ไม่เคยมีอำนาจในการเสนอแนะนโยบายทางการเมือง เพื่อเข้าไปมีส่วนถ่วงดุลการตัดสินใจของผู้มีอำนาจทางการเมืองหรือเศรษฐกิจที่เคยคุมสภาพการตัดสินใจเป็นหลักตลอดมา

Herbert I. Schiller วิเคราะห์ไว้อย่างน่าสนใจว่าการวางนโยบายการสื่อสารนั้น ภาคพลเมืองหรือชนชั้นล่างมักไม่ค่อยได้รับความสำคัญในการมีส่วนร่วม เช่นกรณีองค์การยูเนสโก (UNESCO) ที่มีบทบาทนำในการพูดเรื่องความจำเป็นของการมีนโยบายการสื่อสาร แต่ก็เห็นได้ชัดจากรายงานและเอกสารของยูเนสโกในเรื่องนี้ว่าต้องการให้เป็นระบบที่ใช้ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาชีพและการวางนโยบายจากบนสู่ล่าง การรับสมัครผู้เชี่ยวชาญ เจ้าหน้าที่รัฐบาล และนักวิชาการเข้ามาช่วยวางแผนการจัดทำนโยบายการสื่อสาร อาจจะเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นในระยะแรกของการพัฒนาและส่งเสริมในเรื่องนี้ แต่การจำกัดการมีส่วนร่วมไว้เฉพาะกลุ่มบุคคลเหล่านี้เท่ากับเป็นการปิดประตูสาธารณะ ความคิดริเริ่มควรจะมาจากประชาชน ถ้าหากว่าวัตถุประสงค์ของการกระตุ้นจิตสำนึกตลอดทั่วทั้งสังคมจะเป็นจริงขึ้นมาได้ เมื่อถึงจุดหนึ่งจะต้องมีการเลือกเอาระหว่างความเป็นนักวิชาชีพกับการมีส่วนร่วมของประชาชน

Schiller ได้อ้างถึง รายงานของผู้เชี่ยวชาญในประเด็นที่ว่า "ใครคือบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับนโยบายการวางแผนการสื่อสาร" พวกเขาจัดลำดับไว้ดังนี้ ผู้บริหารรัฐบาล สถาบันร่างกฎหมาย เจ้าหน้าที่รับผิดชอบด้านการวางแผนเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงต่าง ๆ และคณะกรรมการวางแผน ธุรกิจการสื่อสาร องค์การวิชาชีพ และท้ายที่สุดพลเมือง ผู้เชี่ยวชาญเขียนไว้ว่า "พลเมืองมีผลประโยชน์โดยตรงในนโยบายการสื่อสาร" หลังจากที่พวกเขาได้รวมเอาเขา/เธอไว้ในลำดับสุดท้าย

การวางนโยบายการสื่อสารแห่งชาติเป็นคำที่มีความหมายครอบคลุมถึงการต่อสู้กับปัญหาการครอบงำทางวัฒนธรรมและสังคมในทุกๆ รูปแบบทั้งเก่าและใหม่จากภายในหรือภายนอกประเทศ มันเกิดขึ้นพร้อมๆ กับพัฒนาการด้านจิตสำนึกของประชาชน และในกระบวนการต่อสู้นี้เองก็ได้มีส่วนต่อพัฒนาการทางจิตสำนึกนี้ด้วย ดังนั้น การวางแผนทางการสื่อสารและวัฒนธรรมจะเป็นสิ่งที่ผู้เชี่ยวชาญจัดทำขึ้นและส่งให้แก่ประชาชนทั้งหมดในลักษณะของขั้วไม้ได้ (การสื่อสารและการครอบงำทางวัฒนธรรม, แปลโดย อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์)

ข้อเสนอแนะ ต่อรัฐ และประชาสังคม

1. **รัฐบาล รัฐสภา ราชการ องค์การอิสระ** ต้องให้ความสำคัญต่อกระบวนการปฏิรูปสื่อตามเจตนารมณ์รัฐธรรมนูญมาตรา 40 โดยอยู่บนพื้นฐานของการเคารพสิทธิ การมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคม และหลักทางวิชาการ รูปธรรม

- 1.1. ผลักดันกระบวนการสรรหา คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แห่งชาติ (กสช.) ให้มีความโปร่งใส เป็นอิสระและได้มาซึ่งองค์การอิสระที่มีวิสัยทัศน์และไม่ มีผลประโยชน์ทับซ้อนทางธุรกิจ
- 1.2. ผลักดันการร่างกฎหมาย พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แห่งชาติ โดยกระบวนการมีส่วนร่วมจากสังคม คือให้สัดส่วนตัวแทนจากภาควิชาการ องค์การพัฒนาเอกชน สื่อมวลชนและชุมชนเข้าไปเป็นคณะกรรมการร่างกฎหมายของรัฐสภาอย่างเสมอภาค
- 1.3. รัฐควรส่งเสริมความเข้าใจ และให้ความรู้ร่วมกับประชาชนในเรื่องสิทธิตามมาตรา 40 และเปิดเวทีร่วมกับ กสช. ในอนาคตเพื่อรับฟังความคิดเห็น และระดมการมีส่วนร่วมในการวางแผนแม่บทการสื่อสารด้านวิทยุ และโทรทัศน์
- 1.4. รัฐควรทบทวนแนวคิดและนโยบายในการแปรรูปกิจการสื่อสารมวลชนให้ตกเป็นของเอกชน (privatisation) จนกว่าจะมีการวางแผนแม่บทการปฏิรูปสื่อที่รอบคอบ สอดคล้องกับการพัฒนาสังคม
- 1.5. รัฐ (กรมประชาสัมพันธ์) ควรยุติการแทรกแซงเพื่อจัดระเบียบการเกิดขึ้นของ “วิทยุชุมชน” แต่ควรเป็นแสดงบทบาทเป็นหน่วยงานสนับสนุนไปจนกว่าจะมี กสช.
- 1.6. รัฐควรเคารพต่อสิทธิในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและอิสรภาพในการสื่อสารของภาคประชาชนที่เป็นอิสระและปราศจากการแทรกแซง
- 1.7. รัฐควรส่งเสริมแนวคิดเรื่องสื่อบริการสาธารณะ เช่น โทรทัศน์เพื่อบริการในระดับชาติ และระดับท้องถิ่น
- 1.8. รัฐควรส่งเสริมให้มีรายการ หรือ สถานีวิทยุ-โทรทัศน์ เพื่อการพัฒนาเด็ก เยาวชน และการศึกษา เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้อย่างบูรณาการ

- 1.9. รัฐควรส่งเสริมสื่อเพื่อเป็นพื้นที่ให้กับกลุ่มคนที่ขาดโอกาสเช่น สถานีวิทยุสำหรับการอ่านเรื่องราวให้ฟัง (reading station) เพื่อกลุ่มคนที่ขาดทักษะในการอ่านเช่น กลุ่มคนตาบอด คนสูงอายุ หรือ ผู้ป่วยในโรงพยาบาล เป็นต้น
 - 1.10. รัฐควรส่งเสริมเรื่องกองทุนสื่อเพื่อสังคม ไม่ว่าจะเป็นการเก็บภาษีทางตรง หรือการแบ่งสัดส่วนรายได้มาจากสื่อธุรกิจ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการพัฒนาสื่อสาธารณะ และสื่อชุมชน
2. ภาคประชาสังคม ประชาชน ชุมชน ควรให้ความสำคัญและมีส่วนร่วมในการปฏิรูปสื่อมากขึ้น
 - 2.1. ติดตามกระบวนการปฏิรูปสื่อในระดับนโยบาย สะท้อนความคิดเห็นต่อรัฐและสังคม
 - 2.2. สร้างภูมิคุ้มกันและรู้เท่าทันสื่อสาธารณะ
 - 2.3. รวมตัวกันเป็นองค์กรชุมชน ริเริ่ม สร้างสรรค์ พัฒนา สร้างความเข้มแข็ง เป็นอาสาสมัครเพื่อสื่อชุมชน
 - 2.4. ให้ความสำคัญกับปัญหาสิทธิเสรีภาพในการสื่อสาร และปัญหาการควบคุม ครอบงำสื่อทั้งจากภาครัฐ กลุ่มทุนในประเทศ และกลุ่มทุนข้ามชาติ
 - 2.5. รณรงค์ เรียกร้อง กอดตัน ทวงถามต่อรัฐบาล สมาชิกวุฒิสภา ผู้แทนราษฎรในทุกๆระดับ เพื่อให้วาระเรื่องการปฏิรูปสื่อเป็นวาระแห่งชาติ คู่ขนานไปกับการพัฒนาการเมืองและเศรษฐกิจ

สิทธิเสรีภาพในการสื่อสารและการแสดงออก ต้องเติบโตคู่ขนานไปกับการพัฒนาตัวเลขทางเศรษฐกิจถ้าประชาชนมีสิทธิในการสื่อสารอย่างเสมอภาค ย่อมนำไปสู่ดุลยภาพแห่งสรรพเสียงในสังคม อันหมายถึงตัวชี้วัดถึงคุณภาพ และสุขภาพทางการเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมของสังคมไทย

บรรณานุกรม

1. กาญจนา แก้วเทพ, สื่อสองวัฒนธรรม, กรุงเทพมหานคร :มูลนิธิภูมิปัญญา, 2539.
2. คณะกรรมการประสานงานองค์กรพัฒนาเอกชน, หัวใจรัฐธรรมนูญ กรุงเทพมหานคร: กป.อพช., 2540.
3. คณะกรรมการรณรงค์เพื่อประชาธิปไตย, 2 ทศวรรษ ครป. กรุงเทพมหานคร :โรงพิมพ์กั้งหัน, 2543.
4. คณะกรรมการรณรงค์เพื่อการปฏิรูปสื่อ , จดหมายข่าว ไฮด์ปาร์ค ฉบับที่ 3 ปีที่ 1 เดือนตุลาคม – ธันวาคม พ.ศ.2546.
5. เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง บรรณาธิการ , รู้ทันทักษิณ , สำนักพิมพ์ขคิดด้วยคน, กรุงเทพฯ 2547.
6. ชาญวิทย์ เกตศิริ บรรณาธิการ, 3 ทศวรรษ 14 ตุลา กับประชาธิปไตยไทย, สำนักพิมพ์เคล็ดไทย กรุงเทพฯ 2547.
7. บุญรักษ์ บุญญเขตมาลา (แปล),นโยบายการสื่อสาร:แนวโน้มและแนวคิดสมัยใหม่ เขียนโดย จอห์น เอ อาร์ ลี กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527.
8. ประยงค์ คงเมือง, ขอบคุณคุณอานันท์ , บรรณาธิการ สำนักพิมพ์มติชน : กรุงเทพมหานคร, 2547.
9. พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2543 (2543) สำนักพิมพ์สุทรไพศาล, กรุงเทพฯ.
10. พิเศษฐ์ ชวลาชวัช , ปฏิรูปสื่อมวลชนท้องถิ่น : ยุทธศาสตร์การมีส่วนร่วมและผลักดันองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้มีอิสระตามรัฐธรรมนูญ กรุงเทพมหานคร: บริษัทดับเบิลเอ็นพริ้นติ้ง, 2542.
11. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์เรื่อง การสร้างสารสนเทศคุณภาพ โดย วิลาสิณี พิพิธกุล, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2546.
12. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์เรื่อง โครงสร้างตลาดของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ โดย สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ และธนวิทย์ สุทธิรัตนกุล, สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย, 2546.
13. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์เรื่อง สื่อสาธารณะและสื่อชุมชน โดย จูตินันท์ พงษ์สุทธิรักษ์, สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย.
14. สุภิญญา กลางณรงค์ มาตรา 40 กับวาทกรรมการปฏิรูปสื่อ, วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
15. อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, การสื่อสารและการครอบงำทางวัฒนธรรม แปลจาก เออร์เบิร์ต ไอ. ซิลเลอร์ กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533.

16. อุบลรัตน์ ติริยวศักดิ์, ระบบวิทยุและโทรทัศน์ไทย โครงสร้างทางเศรษฐกิจการเมืองและผลกระทบต่อสิทธิเสรีภาพ กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
17. อุบลรัตน์ ติริยวศักดิ์, วรพจน์ วิศรุตพิชญ์, วิษณุ วรรณัญญ และมุขเมธิน กลั่นนุรักษ์, บทบาทของรัฐในด้านสื่อสารมวลชน ข้อเสนอร่าง พ.ร.บ.วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์, กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
18. The Economist. Pocket World in Figures 2005 Edition, Profile Books Ltd., London.
19. Cairncross, Frances, The Death of distance. How the new Communications Revolution will change our lives. London: Orien, 1997.
20. Cees J.Hamelink, Trends in World Communication, Penang: Southbound, 1940.
21. Croteau, David and Hoynes, The Business of media. Corporate media and the public interest. California: Pine Forge Press, 2001.
22. Damiand, Green; and Robinson, Bill. The Cross Media Revolution. London: John Libbey & Company, 1995.
23. Edward S. Herman and Robert W.McChesney, The Global Media. The new missionaries of corporate capitalism, Continuum, London, 1997.
24. Green, Damian, Preserving Plurality in a Digital World' in Congdon, Tim; Graham, Andrew; 1995.
25. Murdock, Graham, Digital Future: European Television in the age of convergence. In Wieten, Jan; Murdock, Graham and Dahlgren, Peter; (ed), *Television Across Europe. A Competitive Introduction.* London: Sage Publication, 2000.
26. McChesney, W., Robert, Rich Media Poor Democracy. Communication politics in dubious times. New York: The New Press, 1999.
27. Philip Lee (ed), The Democratization of Communication, edited by, University of Weles Press, Cardiff, 1955.
28. Ron Sakolsky & Stephen Dunifer, Seizing the airwaves. A Free Radio Handbook, AK Press San Francisco, 1998.
29. Sean MacBride et al., Many Voices, One World, Paris: Unesco Press (1980) Schiller, Dan, Digital Capitalism. Networking the global market system. Massachusetts Institute of Technology, 1999.
30. UNESCO, Alternative media: Lonking Global and Local, Unesco Publishing edited by Peter Lewis.