

## แนวทางการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา



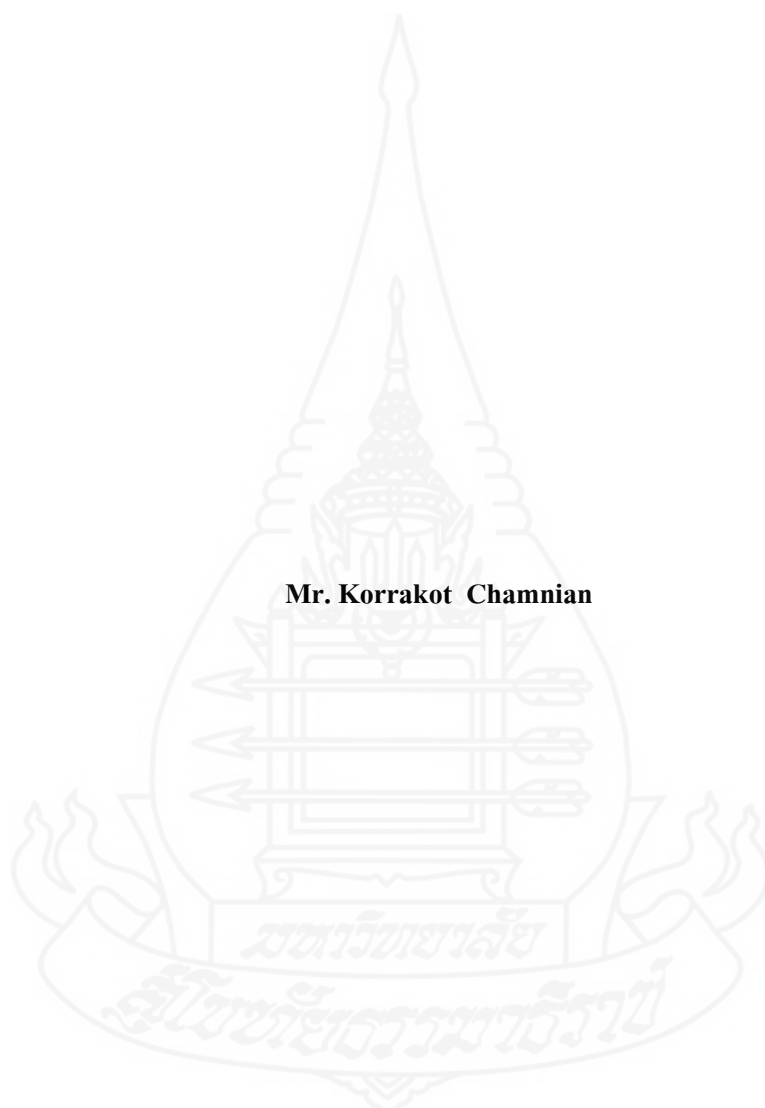
นายกรกฎ จำเนียร

คุณฉันทิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต  
สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2561

# **Guidelines for Community Television Station Development in Songkhla Lake Basin**

**Mr. Korrakot Chamnian**



A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for  
the Degree of Doctor of Philosophy in Communication Arts

School of Communication Arts

Sukhothai Thammathirat Open University

2018

หัวข้อคุณิพนธ์    แนวทางการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่คู่ม่น้ำทะเลสาบสงขลา  
ชื่อและนามสกุล    นายกรกฎ จำเนียร  
สาขาวิชา    นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช  
อาจารย์ที่ปรึกษา    1. รองศาสตราจารย์ ดร.กมลรัฐ อินทรทัศน์  
                                  2. รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยฉัตร ล้อมชวการ  
                                  3. รองศาสตราจารย์ ดร.อุมาพร มุณีแนนม

คุณิพนธ์นี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรระดับปริญญาเอก เมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2561

คณะกรรมการสอบคุณิพนธ์

  
..... ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรา บุรารักษ์)

  
..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.กมลรัฐ อินทรทัศน์)

  
..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยฉัตร ล้อมชวการ)

  
..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.อุมาพร มุณีแนนม)

  
..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลดาวัลย์ แก้วสินवल)

  
..... ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา  
(รองศาสตราจารย์ ดร.วรางคณา จันทร์คง)

**ชื่อคุณูปนิพนธ์** แนวทางการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

**ผู้วิจัย** นายกรกฎ จำเนียร **รหัสนักศึกษา** 4571500125 **ปริญญา** ปริญญาคุณวุฒิบัณฑิต (นิเทศศาสตร์)

**อาจารย์ที่ปรึกษา** (1) รองศาสตราจารย์ ดร.กมลรัฐ อินทรทัศน์ (2) รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยฉัตร ล้อมชวการ

(3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทธา บุรารักษ์ **ปีการศึกษา** 2561

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาที่เอื้อต่อการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 2) ศึกษาบริบทโทรทัศน์ชุมชนที่เอื้อต่อการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และ 3) เสนอแนวทางการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนเพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มผู้นำจากพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 2 พื้นที่ ได้แก่ พื้นที่ทะเลน้อย และพื้นที่คาบสมุทรสทิงพระ จำนวน 140 คน โดยเลือกแบบหลายขั้นตอนจากกลุ่มตัวอย่างที่ร่วมทำงานกับแกนนำในพื้นที่ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสนทนากลุ่ม จำนวน 26 คน และการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 14 คน จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้นำทางความคิดและเป็นคณะแกนนำขับเคลื่อนกิจกรรมต่าง ๆ จากพื้นที่ที่มีความพร้อมพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) บริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาที่เอื้อต่อการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนฯ คือ ประวัติศาสตร์ ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา รวมถึงสภาพปัญหาที่พื้นที่มีความต้องการแก้ไขปัญหาประกอบด้วย ปัญหาน้ำท่วมซ้ำซาก กัญพิบัติ ความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรประมง การหลงลืมวิถีชุมชน และการขาดคนรุ่นใหม่ในการร่วมขับเคลื่อนชุมชน ในขณะที่พฤติกรรมการบริโภคสื่อทั่วไปของชุมชนพบว่า ชุมชนเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุดเรียงตามลำดับคือ ช่อง 7HD ช่องเวิร์คพอยท์ทีวี และช่อง 3 HD โดยที่เนื้อหาจากสื่อดังกล่าวไม่สามารถเอื้อต่อความต้องการที่แท้จริงของชุมชน จึงทำให้เกิดความต้องการโทรทัศน์ชุมชนขึ้นมา 2) บริบทโทรทัศน์ชุมชนที่เป็นปัจจัยเอื้อต่อการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนฯ คือการมีส่วนร่วมระหว่างกลุ่มแกนนำต่างๆ ที่มีความเชี่ยวชาญหลากหลายและกลุ่มคนรุ่นใหม่ในชุมชน ชุมชนมีความต้องการรับชมรายการประเภทต่างๆ จากสถานีโทรทัศน์ชุมชนฯ เรียงตามลำดับคือ รายการข่าว รายการสารคดี และรายการละครตลก ส่วนเนื้อหารายการที่ชุมชนต้องการเรียงตามลำดับคือ เนื้อหาการพัฒนาตามที่ชุมชนต้องการ เนื้อหาที่ส่งผลต่อความมั่นคงของชีวิตและเนื้อหาที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน โดยเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์และขยายสู่สัญญาณภาคพื้น และ 3) แนวทางการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนฯ คือ (1) แนวทางการบริหาร โดยการมีส่วนร่วมของแกนนำและคนรุ่นใหม่ในชุมชน ตามแนวคิด “โพนดี ดังดี ดังนาน” เพราะ “โพน” เป็นเครื่องมือใช้สื่อสารร่วมกันของคนทุกกลุ่มในพื้นที่ลุ่มน้ำฯ มาแต่โบราณ เช่นเดียวกับสถานีโทรทัศน์ชุมชนฯ ที่ต้องใช้วิธีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจากคนในชุมชนทุกระดับตั้งแต่การร่วมวางกติกา ร่วมคิดร่วมผลิต และร่วมคิดตามประเมินผลสถานีฯ (2) แนวทางการพัฒนารูปแบบและเนื้อหารายการ ควรมาจากคณะทำงานชุมชน เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อทุกพื้นที่ที่รอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และ (3) แนวทางการจัดหารายได้ คือ การบริจาค ค่าโฆษณาที่ส่งเสริมเศรษฐกิจในชุมชน และทุนสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน

**คำสำคัญ** สถานีโทรทัศน์ชุมชน การพัฒนาสื่อท้องถิ่น ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

**Dissertation title:** Guidelines for Community Television Station Development in Songkhla Lake Basin

**Researcher:** Mr. Korrakot Chamnian; **ID:** 4571500125;

**Degree:** Doctor of Philosophy (Communication Arts);

**Dissertation advisors** (1) Dr.Kamolrat Intaratat, Associate Professor;

(2) Dr.Piyachat Lomchavakarn, Associate Professor; (3) Dr.Pattra Burarak, Assistant Professor;

**Academic Year:** 2018

### Abstract

The objectives of this research were to 1) study Songkhla Lake Basin context that advocates the development of community television station in Songkhla Lake Basin 2) study the context of community television contributed to the development of the community television and 3) propose the development guidelines of community television station to solve problems and develop Songkhla Lake Basin.

This research is mixed method. Questionnaire survey was utilized in quantitative method to collect data from 140 community leaders from Thale Noi and Sathing Phra Peninsular; two key areas of Songkhla Lake Basin. The samples were selected by multistage sampling from people who work with community leaders. The data was analyzed by descriptive statistics which are mean and standard deviation. For qualitative method, the researcher applied focus groups with 26 key informants and in depth interview with 14 key informants who are opinion leaders and leader board working for community activities from the areas which have readiness for the development of community television station. The data was, then, analyzed by content analysis.

The results showed that: 1) the context that advocates the development of community television station in Songkhla Lake Basin are history, abundance with various culture and lifestyle of Songkhla Lake Basin including problems that the area needs to solve consisting of the consecutive flooding, natural disaster, degradation of environment and fishery resources, abandonment on communities, and insufficient participation of young generations. In relation to media consumption behavior, the top three TV media the local residents expose to are 7 HD, Workpoint TV and 3 HD which their content can not advocate local residents' real need. This is the reason that they prefer community television. 2) The community television context which is contributing factor of community television development reveals cooperation between community leaders who possess diverse expertise in communication and young generations who keen in using modern media. The top three TV programs local residents expect from the community television station are news, documentaries and comedies. When consider the contents, they apprise to watch any programs related to community development, stability of life and community identity through online broadcasting media and expanding to terrestrial signals and 3) the findings on guidelines of the development of the community television are (1) management guidelines with participatory of leaders and young generations in community according to the concept of "Phon Dee Dung Dee Dung Nan" (best drum sounds of all time) because "Phon" has been a common communication tool for all communities in Songkhla Lake Basin since ancient time. This concept will be applied for the development of community television station which need the participation of residents at all steps; set rules, think, produce and monitor and evaluate the community television station. (2) guidelines for program format and content development should come from the community working group to benefit all areas around the Songkhla Lake Basin and (3) guidelines for procurement of income should come from donations, advertising that promote the economy in the community and grants from local agencies or organizations.

**Keywords:** Community Television Station, Local media development, Songkhla Lake Basin

## กิตติกรรมประกาศ

การทำคุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.กมลรัฐ อินทรทัศน์ อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยนัทร ล้อมชวการ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล ประธานหลักสูตรปรัชญาคุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ และขอขอบพระคุณคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ รองศาสตราจารย์ ดร.อุมาพร มุณีแนม คณะการจัดการสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ผศ.ดร.ภัทรา บุรารักษ์ คณะวิทยาการจัดการและ สารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลดาวัลย์ แก้วสีนวล คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะและแนวทางในการพัฒนาคุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิ รองศาสตราจารย์จันทนา ทองประยูร และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันทัต ทองรินทร์ สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โรจน์จรรย์ย์ ด่านสวัสดิ์ คณะการจัดการสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ที่สละเวลาตรวจสอบเครื่องมือในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ ขอขอบคุณเพื่อพิเศษ จุ๊ สุขแก้ว ว่าที่ร.ต.หญิง เสาวนิจ ปากบารา ศูนย์สื่อพลเมืองและนายต้นตระกูล บำรุง ศิษย์แห่งหลักสูตรนิติศาสตร์ ม.ราชภัฏนครศรีธรรมราช ที่ร่วมเก็บข้อมูลครั้งนี้ ขอขอบพระคุณคุณครูฉิ่ง บัวบาน แกนนําในพื้นที่ทะเลน้อย อ.ควนขนุน จ.พัทลุง และป้าลม นางพูนทรัพย์ ชูแก้ว แกนนําในพื้นที่ตำบลท่าหิน อ.สทิงพระ จ.สงขลา เป็นกำลังหลักที่ประสานงานในการเก็บข้อมูล ขอขอบคุณแกนนําทุกท่านที่ร่วมให้ข้อมูลในครั้งนี้ ขอขอบคุณรุ่นพี่และเพื่อนร่วมรุ่น ขอขอบคุณแหล่งอ้างอิงทุกท่านที่ทำงานชิ้นนี้สมบูรณ์ขึ้น

ขอขอบคุณครอบครัว คุณพ่อสาธุร จำเนียร คุณพ่อมานพ แก้วสนิท คุณแม่ณิศา จำเนียร ลูกๆ ทั้งสอง เด็กหญิงมาตาและเด็กชายมาตุภูมิ จำเนียร ภรรยา ดร.เมธาวิ จำเนียร ที่เป็นแรงทั้งผลักดัน หนุนเสริม และให้กำลังใจให้ผู้วิจัยได้มีแรงในการทำคุษฎีนิพนธ์ในครั้งนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณหลักสูตรปรัชญาคุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่เปิดโอกาสให้ผู้วิจัยได้ศึกษาและพัฒนาตนเองเพื่อกลับไปปรับใช้ชุมชน สังคมต่อไป

กรกฎ จำเนียร

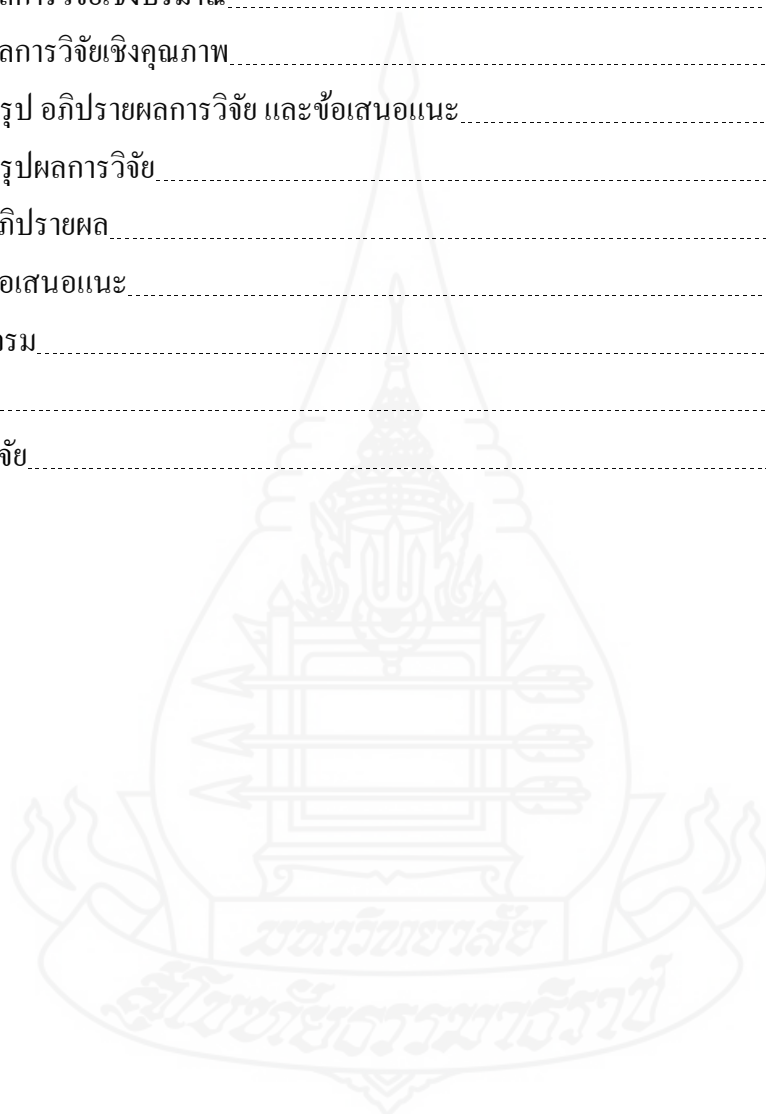
พฤศจิกายน 2562

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ฅ
สารบัญภาพ .....	ญ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
คำถามการวิจัย .....	4
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	5
ขอบเขตการวิจัย .....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	5
ประโยชน์ที่ได้รับ .....	11
กรอบแนวคิดการวิจัย .....	12
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	13
บริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา .....	13
แนวคิดการจัดการชุมชน .....	28
แนวคิดสื่อชุมชน .....	34
แนวคิดการบริหารจัดการองค์กรสื่อโทรทัศน์ .....	41
แนวคิดโทรทัศน์ชุมชน .....	51
แนวคิดการบริหารสถานีโทรทัศน์ชุมชน .....	54
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	90
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย .....	93
รูปแบบการวิจัย .....	93
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	93
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	94

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	98
ผลการวิจัยเชิงปริมาณ.....	98
ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	107
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ.....	136
สรุปผลการวิจัย.....	136
อภิปรายผล.....	144
ข้อเสนอแนะ.....	165
บรรณานุกรม.....	166
ภาคผนวก.....	175
ประวัติผู้วิจัย.....	191





สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1	สภาพปัญหาและพื้นที่เปราะบางต่อปัญหา..... 18
ตารางที่ 2.2	การเปรียบเทียบลักษณะสื่อมวลชนกับสื่อชุมชน..... 35
ตารางที่ 2.3	ข้อเด่นและข้อจำกัดของสื่อชุมชนประเภท โทรทัศน์ชุมชน/เคเบิลท้องถิ่น..... 54
ตารางที่ 2.4	จำนวนประเทศที่มีรูปแบบ โครงสร้างการบริหาร โทรทัศน์ชุมชนต้นแบบ..... 60
ตารางที่ 2.5	รูปแบบรายการ โทรทัศน์ชุมชนทั่วโลก..... 64
ตารางที่ 2.6	เนื้อหารายการโทรทัศน์ชุมชนทั่วโลก..... 68
ตารางที่ 2.7	จำนวนประเทศที่มีช่องทางการเผยแพร่ของสถานีโทรทัศน์ชุมชน..... 69
ตารางที่ 2.8	จำนวนประเทศที่มีช่องทางการหารายได้ของสถานีโทรทัศน์ชุมชน..... 71
ตารางที่ 2.9	ลำดับเหตุการณ์ของการเกิดโทรทัศน์ชุมชนในประเทศไทย..... 76
ตารางที่ 2.10	การมีส่วนร่วมของชุมชนตามแนวคิด 6 Cs..... 85
ตารางที่ 2.11	โครงสร้างองค์กรสถานีโทรทัศน์ชุมชน..... 87
ตารางที่ 4.1	ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้..... 98
ตารางที่ 4.2	ปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ ในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา..... 100
ตารางที่ 4.3	พฤติกรรมกรบริโภคสื่อทั่วไปและความต้องการในการบริโภคสื่อของชุมชน... 102
ตารางที่ 4.4	สถานีโทรทัศน์ที่ชุมชนเปิดรับในรอบหนึ่งสัปดาห์..... 103
ตารางที่ 4.5	ความต้องการรายการ โทรทัศน์ชุมชนของชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา..... 104
ตารางที่ 4.6	เนื้อหารายการของสถานีโทรทัศน์ชุมชนที่ชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ต้องการ..... 106
ตารางที่ 5.1	ลำดับขั้นตอนแนวทางการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชน ในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา..... 158
ตารางที่ 5.2	ระยะการดำเนินงานเพื่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชน ในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา..... 163

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	12
ภาพที่ 2.1 แผนที่แสดงอำเภอในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา.....	14
ภาพที่ 2.2 วิดีโอที่เกี่ยวข้องกับทะเลสาบสงขลาในเว็บไซต์ ศูนย์วิจัยลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.....	25
ภาพที่ 2.3 โครงการพัฒนาสื่อความรู้ ความรักและความหวงแหนลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา.....	26
ภาพที่ 5.1 ทิศทางในการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ตามแนวคิด โพนดี ตีดัง ตีนาน.....	154
ภาพที่ 5.2 กระบวนการในการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา.....	155



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พุทธศักราช 2553 มาตราที่ 49 ได้กล่าวถึงกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ที่ภาคประชาชนสามารถใช้คลื่นความถี่เพื่อประโยชน์สาธารณะไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของคลื่นความถี่ จึงเกิดการเปลี่ยนแปลงในระบบแพร่ภาพและกระจายเสียงส่งผลให้ประเทศไทยที่ก้าวเข้าสู่สังคมดิจิทัล มีระบบการแพร่ภาพและกระจายเสียงในวงการโทรทัศน์ที่มีจำนวนช่องในระบบดิจิทัลแพร่ภาพบนพื้นดินถึง 48 ช่อง แบ่งเป็นประเภทบริการธุรกิจ 24 ช่อง บริการสาธารณะ 12 ช่อง และบริการชุมชน 12 ช่อง สำหรับประเภทบริการชุมชนได้ถูกแบ่งเป็น 12 ช่องตามพื้นที่ให้บริการของเสารับสัญญาณภาคพื้น (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2555) โดยโทรทัศน์บริการชุมชนถูกกำหนดบทบาทเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและตอบสนองต่อความต้องการชุมชน

“โทรทัศน์บริการชุมชน” เป็นรูปแบบหนึ่งของการให้บริการโทรทัศน์ดิจิทัล โดยคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. ต้องการให้โทรทัศน์บริการชุมชนเป็นแหล่งเผยแพร่องค์ความรู้ ข้อมูลและเรื่องราวในชุมชน โดยการบริหารงานของคนในชุมชนเอง เพื่อให้คนในชุมชนได้พัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็ง ด้วยหลักการของโทรทัศน์ชุมชนคือ เป็นของชุมชน ควบคุมโดยชุมชน และดำเนินการโดยชุมชน นอกจากนี้ โทรทัศน์ชุมชนยังแฝงไว้ด้วยแนวคิดของ “ภูมิภาค” และไม่ใช่ธุรกิจที่แสวงหากำไรในเชิงพาณิชย์ เป็นโทรทัศน์ที่แยกเป็นรายภาคหรือแยกตามกลุ่มจังหวัด โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างรายการโทรทัศน์ที่เน้นกลุ่มผู้ชมเฉพาะภูมิภาค แทนรายการเพียงรายเดียวสำหรับผู้ชมทั่วประเทศ อย่างไรก็ตาม โทรทัศน์บริการชุมชนมีเงื่อนไขเข้มงวดกว่าโทรทัศน์บริการสาธารณะ คือ ผู้ที่มีสิทธิขอใบอนุญาตต้องเป็นมูลนิธิ – สมาคมตามแต่ละภูมิภาคเท่านั้น ห้ามการนำเสนอโฆษณา รายได้สนับสนุนสถานีต้องอาศัยเงินบริจาคจากผู้ชมหรือเงินสนับสนุนจาก กสทช. เป็นบางส่วนแทน ส่วนวิธีการคัดเลือกคล้ายกับโทรทัศน์บริการสาธารณะ คือ กสทช. จะคัดเลือกจากใบสมัครของหน่วยงานที่ยื่นเข้ามาขอ (อิสริยะ ไพรีพ่ายฤทธิ์, 2556) ดังนั้น เจตนารมณ์

ของการเกิดโทรทัศน์ชุมชนถูกอธิบายและวางกรอบกติกาจากหน่วยงานรัฐที่ดูแล เพื่อเปิดโอกาส และให้ชุมชนได้ใช้โทรทัศน์ชุมชนในกระจายองค์ความรู้และเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในชุมชน

ทั้งนี้ ในปี 2545 ชุมชนได้เรียนรู้ที่จะเป็นเจ้าของสิทธิ์ในคลื่นความถี่และได้ทดลอง ดำเนินงานโทรทัศน์ชุมชนผ่านคลื่นความถี่ภายในชุมชน โดย “บ้านนอกทีวี” ถือเป็นจุดเริ่มต้น ของโทรทัศน์ชุมชนที่ทำให้คนไทยได้รู้จัก สถานีโทรทัศน์ชุมชนแห่งนี้มีการบริหารงานโดยคน ในชุมชน ผลิตโดยคนในชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนได้เรียนรู้ ผ่านการสร้างการมีส่วนร่วมโดยการ ฝึกอบรมทักษะการผลิต กลุ่มคนหนุ่มสาวในชุมชนเป็นหัวเรี่ยวหัวแรงในการถ่ายทำและการผลิต รายการ โดยทำการสื่อสารประเด็นภายในชุมชน ไม่ว่าจะประเด็นสุขภาวะภายในชุมชน หรือประเด็นข่าวสารอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน มีการจัดประชุมชาวบ้านเพื่อรับฟังความ คิดเห็นในการผลิตรายการเพื่อแก้ไขปัญหาในชุมชน ถือเป็น การประสานความร่วมมือในชุมชนผ่าน การจัดการรับฟังความคิดเห็น การวางแผนประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนได้รู้จักสถานีและ การประเมินผลรายการ บ้านนอกทีวีจึงเป็นต้นกำเนิดของการมีส่วนร่วมของคนชุมชนในการ สื่อสารเรื่องราวภายในชุมชน ให้คนในชุมชนได้รับรู้เรื่องราวและทำให้เห็นว่าชุมชนต้องการมีสื่อ เป็นของตัวเอง

ต่อมา ในปี 2555 กลุ่มผู้มีประสบการณ์ด้านสื่อ ด้านการพัฒนาชุมชน และนักวิชาการ ในจังหวัดพะเยา ร่วมกันก่อตั้งสถาบันปวงผญาพายว ซึ่งมีการทำกิจกรรมเพื่อขับเคลื่อนประเด็น ทางสังคมและเปิดโอกาสในการสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในจังหวัดพะเยา จุดมุ่งหมาย เพื่อผลักดัน แก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่อง และในปีถัดมาได้มีการทำงานร่วมกับ องค์การอิสระภายนอกชุมชน ได้แก่ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการ โทรทัศน์และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ มูลนิธิฟรีดริช เนามัน และกลุ่มเครือข่ายอื่นๆ รวมถึงบ้านนอกทีวี ได้ร่วมกัน พัฒนาสื่อเพื่อเป็นเครื่องมือสื่อสารของชุมชน มีการร่วมกันจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนพะเยาทีวี หรือพะเยาทีวี โดยมองผลประโยชน์เดียวกันคือ ชุมชน ถือเป็นการทำงานร่วมกันครั้งสำคัญและ เป็นต้นแบบของการสร้างการมีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้คนในชุมชนเป็นเจ้าของสื่อ มีการขยาย เครือข่ายออกไปไกลมากกว่าเพียงแค่กลุ่มคนในชุมชน มีการสร้างเครือข่ายทั้งในและนอกชุมชน เพื่อการสื่อสารผ่านโทรทัศน์ชุมชนอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

ในปี 2559 กสทช. และสหภาพโทรคมนาคมแห่งชาติ (International Telecommunication Union (ITU)) ดำเนินการร่วมกันภายใต้การวิจัยเพื่อหาช่องทางดำเนินการสถานีโทรทัศน์ชุมชนที่มีความยั่งยืน โดยให้ทุนสนับสนุนการดำเนินงานสถานีโทรทัศน์ชุมชนเพื่อทำการทดลองออกอากาศ ผ่านช่องทางออนไลน์สัปดาห์ละ 4 ชั่วโมง นำเสนอประเด็นต่างๆ ภายในชุมชน และเพื่อส่งเสริม ให้ชุมชนตื่นตัวในการนำเสนอเรื่องราวผ่านสถานีโทรทัศน์ชุมชนที่ทดลองออกอากาศ

ซึ่งสถานีโทรทัศน์ชุมชนที่ทำการทดลองออกอากาศ ประกอบด้วย สถานีโทรทัศน์ชุมชนพะเยาทีวี ซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์ชุมชนที่เน้นการนำเสนอข้อมูลและอัตลักษณ์ในพื้นที่จังหวัดพะเยาและจังหวัดใกล้เคียง สถานีโทรทัศน์ชุมชนอุบลราชธานี ดำเนินงานโดยมูลนิธิสื่อสร้างสุข เน้นนำเสนอข้อมูล ข่าวสารและสร้างเสริมสุขภาวะในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี และสถานีโทรทัศน์ชุมชนอันดามันมั่นคง ดำเนินงานในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามัน ประกอบด้วย จังหวัดภูเก็ต จังหวัดพังงา จังหวัดกระบี่ และจังหวัดใกล้เคียง โดยสถานีโทรทัศน์ชุมชนอันดามันมั่นคง เป็นองค์กรที่มาจากความร่วมมือที่หลากหลาย มีองค์กรและหน่วยงานรัฐร่วมบริหารสถานีฯ ได้แก่ มูลนิธิริศภัยไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตและภาคีองค์กรย่อยอื่นๆ ในพื้นที่ มีจุดเริ่มต้นเพื่อการสื่อสารร่วมกันในการเฝ้าระวังภัยพิบัติในพื้นที่ชายฝั่งอันดามัน การจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนทั้ง 3 แห่งเพื่อทดลองออกอากาศ ถือเป็น การดำเนินงานเพื่อก่อให้เกิดโทรทัศน์ชุมชนขึ้นในพื้นที่ต่างๆ ของประเทศไทย โดยอาศัยพื้นที่บนโลกออนไลน์ในขณะที่รอความชัดเจนในเรื่องโครงข่ายออกอากาศและเป็นพื้นที่ที่สามารถเข้าถึงผู้ชมได้ง่าย รวมถึงใช้งบประมาณที่ไม่มากนักในการออกอากาศ อย่งไรก็ตาม ในปี 2560 มีการเปลี่ยนแปลงคณะกรรมการ กสทช. การพัฒนาโทรทัศน์ชุมชนระบบโทรทัศน์ดิจิทัลในเชิงนโยบายจึงแทบไม่มีการเปลี่ยนแปลงจวบจนถึงปัจจุบัน แต่มีการทดลองในพื้นที่ทั้ง 3 พื้นที่ เพื่อทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงในการช่วยแก้ปัญหา บอกกล่าว แจ้งเตือนให้กับคนในชุมชน ทำให้คนไทยได้รู้จักกับโทรทัศน์ชุมชนหรือทีวีชุมชนมากขึ้น

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่า มีการดำเนินงานสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ภาคใต้เพียง สถานีโทรทัศน์ชุมชนที่วิอันดามันมั่นคงที่ได้รับทุนโครงการพัฒนาต้นแบบสถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการชุมชน (community TV prototype station) จาก กสทช. และมีการขยายความร่วมมือในพื้นที่ชายฝั่งอันดามัน ผ่านกิจกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอข่าวสาร กิจกรรมและการพัฒนาทักษะการผลิตของคนในพื้นที่ชายฝั่งอันดามันอย่างต่อเนื่อง แต่ในขณะเดียวกันในพื้นที่ฝั่งอ่าวไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาซึ่งมีอาณาเขตครอบคลุม 3 จังหวัด พบว่า ไม่มีการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชน มีเพียงสื่อท้องถิ่นที่สื่อสารประเด็นพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาผ่านทางสื่อโทรทัศน์หลัก ไม่ว่าจะเป็นสื่อของรัฐและเคเบิลทีวีที่เป็นสื่อเอกชน รวมถึงสื่ออื่นๆ เช่น สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อหนังสือพิมพ์ ฯลฯ ซึ่งชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาต้องรอเวลาและโอกาสเหมาะที่สื่อเหล่านี้จะลงพื้นที่เพื่อสื่อสารประเด็นปัญหาและเผยแพร่วิถีชีวิตในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ทั้งที่พื้นที่แห่งนี้อุดมประเด็นในการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นมิติด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิต สิ่งแวดล้อม สภาพปัญหาในแต่ละชุมชนรอบพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

นอกจากนี้ พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลายังมีผู้นำทางความคิดที่มีความรักในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผู้นำดังกล่าวได้ลุกขึ้นมาให้ความสำคัญต่อปัญหาในมิติต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงสภาพในพื้นที่ เป็นต้น รวมถึงการใช้พลังความคิดหาหนทางการพัฒนาพื้นที่ผ่านการจัดทำสารสื่อสารในรูปแบบสื่อต่างๆ แต่การสื่อสารดังกล่าวยังเป็นเชิงตั้งรับผ่านการสื่อสารผ่านสื่อกระแสหลัก ทั้งนี้ จากข้อสรุปการประชุมลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาครั้งที่ 3 ได้มีข้อเสนอแนะระเบียบและมาตรการในภาพรวมของการจัดการลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และมีการรณรงค์เพื่อดูแลรักษาและเผยแพร่ข้อมูลลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา โดยมีข้อเสนอแนะให้มีการใช้สื่อรูปแบบต่างๆ เช่น เว็บไซต์ (website) สถานีวิทยุกระจายเสียงลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และมีข้อเสนอที่สำคัญคือ ข้อเสนอในการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเพื่อตอบสนองต่อการรณรงค์ในการแก้ไขปัญหาในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา (เสรี กลิ่นจันทร์, 2558)

จากปรากฏการณ์ของชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาข้างต้น แสดงให้เห็นว่าไม่เคยมีการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนมาก่อน ทั้งที่มีความต้องการจากในพื้นที่ ที่เห็นควรให้มีการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาผ่านข้อเสนอเพื่อเป็นแนวทางแก้ไขปัญหาในการประชุมลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาครั้งที่ 3 เมื่อปีพุทธศักราช 2558 เพื่อใช้สื่อสารแก้ไขปัญหาภายในพื้นที่ งานวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา” จึงเป็นการศึกษาบริบทเชิงพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา บริบทการสื่อสารและการมีส่วนร่วมของชุมชน รวมถึงหน่วยงานในพื้นที่ เพื่อเป็นแนวทางในการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ให้ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกิดการตื่นตัวกับการพัฒนาโทรทัศน์ชุมชนให้เป็นเครื่องมือของการแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาต่อไป

## 2. คำถามการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา” ได้กำหนดคำถามการวิจัยดังนี้

1. บริบทของชุมชนที่เอื้อต่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเป็นอย่างไร
2. บริบทการสื่อสารของชุมชนที่เกี่ยวข้องและที่เอื้อต่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเป็นอย่างไร
3. แนวทางการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนเพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเป็นอย่างไร

## 5. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาโทรทัศนชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา” ได้กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาบริบทของชุมชนที่เอื้อต่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศนชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา
2. เพื่อศึกษาบริบทการสื่อสารของชุมชนที่เกี่ยวข้องและที่เอื้อต่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศนชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา
3. เพื่อเสนอแนวทางการเพื่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศนชุมชนเพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

## 6. ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาหาแนวทางเพื่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศนชุมชนเฉพาะพื้นที่ในเขตลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ในช่วงปี 2560 ถึงปี 2561 เท่านั้น

## 7. นิยามศัพท์เฉพาะ

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาสถานีโทรทัศนชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา” ได้มีการกำหนดนิยามศัพท์เฉพาะที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวทางการจัดตั้งผู้การพัฒนาสถานีโทรทัศนชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา หมายถึง นโยบาย ทิศทาง วิธีการ กระบวนการเพื่อนำไปสู่การจัดตั้งสถานีโทรทัศนชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา อันประกอบด้วย 1) ด้านบริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 2) ด้านบริบทโทรทัศนชุมชน และ 3) ด้านการบริหารจัดการเพื่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศนชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

1.1 บริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา หมายถึง สภาพแวดล้อมลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาที่เกี่ยวข้องและที่เอื้อต่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศนชุมชน ประกอบด้วย 1) ลักษณะประชากร 2) ปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ ในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และ 3) พฤติกรรมการบริโภคสื่อทั่วไป

**1.2 บริบทโทรทัศนชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา** หมายถึง บริบทที่เป็นแนวทางเพื่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศนชุมชน ประกอบด้วย 1) ความต้องการโทรทัศนชุมชน 2) โครงสร้างโทรทัศนชุมชน 3) รูปแบบและเนื้อหารายการโทรทัศนชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และ 4) การจัดหารายได้ที่เหมาะสมและที่เอื้อต่อการพัฒนาชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาต่อไป

**1.3 การบริหารจัดการเพื่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศนชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา** หมายถึง นโยบาย ทิศทาง วิธีการ กระบวนการเพื่อนำไปสู่การจัดตั้งสถานีโทรทัศนชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาอันประกอบด้วย 1) ทิศทาง วิธีการ กระบวนการ 2) รูปแบบและเนื้อหารายการโทรทัศนชุมชน และ 3) การจัดหารายได้ของสถานีโทรทัศนชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

**2. บริบทของโทรทัศนชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา** หมายถึง สภาพหรือสถานการณ์ของโทรทัศนชุมชนที่ประกอบด้วย ความต้องการโทรทัศนชุมชน โครงสร้างโทรทัศนชุมชน รูปแบบและเนื้อหาของสถานีโทรทัศนชุมชน และการจัดหารายได้

**2.1 ความต้องการโทรทัศนชุมชน** หมายถึง ความต้องการของชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาต่อการรับชมรายการ ความต้องการเนื้อหารายการ และความต้องการมีส่วนร่วมในสถานีโทรทัศนชุมชน

**2.2 โครงสร้างโทรทัศนชุมชน** หมายถึง องค์ประกอบของสถานีโทรทัศนชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา บทบาทของสถานีโทรทัศนชุมชนและการมีส่วนร่วมของชุมชน ดังรายละเอียดคือ

**2.2.1 องค์ประกอบของสถานีโทรทัศนชุมชน** หมายถึง องค์ประกอบของสถานีโทรทัศนชุมชนจากการรวมตัวกันของคณะทำงานเพื่อร่วมกันขับเคลื่อนสถานีโทรทัศนชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาโดยอาศัยกลุ่มคนที่มีทุนทางสังคมมาขับเคลื่อนสถานีโทรทัศนชุมชนทำงานร่วมกัน บริหารสถานีโทรทัศนชุมชน ผลิตรายการ การให้ความรู้และสร้างกลุ่มคนรุ่นใหม่เพื่อร่วมทำงาน และการมีความสัมพันธ์กับเครือข่ายทั้งภายในและภายนอกชุมชน

**2.2.2 บทบาทของสถานีโทรทัศนชุมชน** หมายถึง การทำหน้าที่ของสถานีโทรทัศนชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา เรียงตามลำดับความสำคัญ คือ 1) การส่งเสริมการพัฒนาอาชีพ 2) การสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างชุมชนกับหน่วยงานรัฐ 3) การเฝ้าระวังและติดตามภัยพิบัติจากภัยธรรมชาติ และ 4) การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการพัฒนาภายในชุมชนในด้านต่างๆ เช่น สุขภาพ อนามัย กีฬา การศึกษา ศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม การเกษตร ภูมิปัญญา ท้องถิ่น และการดำรงชีวิต



**2.2.3 การมีส่วนร่วมของชุมชน** หมายถึง การมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเพื่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ประกอบด้วย 1) การร่วมมือของอาสาสมัครในการผลิตรายการและการบริหารงานสถานีโทรทัศน์ชุมชนร่วมกับคนในชุมชน 2) การร่วมกำหนดประเด็นเนื้อหาของรายการที่มาจากภายในชุมชน 3) การร่วมแสดงความคิดเห็นต่อการผลิตรายการและการบริหารงานสถานีโทรทัศน์ชุมชน และ 4) การร่วมพัฒนาทักษะการสื่อสาร เช่น การอบรมเกี่ยวกับการผลิตรายการเพื่อนำไปสู่การร่วมผลิตรายการให้แก่สถานีโทรทัศน์ชุมชน

**2.3 รูปแบบและเนื้อหาของสถานีโทรทัศน์ชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา** หมายถึง รูปแบบและเนื้อหาเพื่อนำมาใช้ในสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ประกอบด้วย 1) รูปแบบรายการ เนื้อหารายการ และ 2) ช่องทางการเผยแพร่ ดังรายละเอียดคือ

**2.3.1) รูปแบบรายการ** หมายถึง รูปแบบรายการที่เหมาะสมหรือเป็นที่ต้องการของชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเรียงตามลำดับคือ 1) รายการข่าว 2) รายการสารคดี 3) รายการละครตลก 4) รายการสนทนา 5) รายการกีฬา 6) รายการเกมโชว์ 7) รายการที่นำเสนอกิจกรรมภายในองค์กร 8) รายการเพลง 9) รายการละครน้ำเน่า 10) รายการที่ออกอากาศหลายช่องทาง 11) รายการภาพยนตร์สุดสัปดาห์ 12) รายการเว็บisode (webisode) เป็นรายการที่นำเสนอผ่านทางเว็บไซต์ เป็นรายการโทรทัศน์ขนาดสั้นที่นำเสนอสดหรือปล่อยให้ดาวน์โหลดรายการเพื่อการรับชม 13) รายการละครที่นำเสนอเป็นตอนๆ 14) รายการที่เกี่ยวกับเด็ก 15) รายการที่เกี่ยวกับเกม 16) รายการที่นำเสนอย้อนหลัง 17) รายการวอดแคสหรือพอดแคส และ 18) รายการให้ข้อมูลสินค้า โฆษณารายการที่นำเสนอกิจกรรมภายในองค์กรต่างๆ รายการที่บันทึกภาพในรูปแบบวีดีโอหรือรายการโทรทัศน์ที่นำเสนอย้อนหลัง

**2.3.2 เนื้อหารายการ** หมายถึง เนื้อหารายการของสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาที่ตรงกับความต้องการของชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาอันประกอบด้วย 4 ประเด็นหลักคือ 1) ชีวิต (life) ที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตของคนในชุมชน 2) กระเป๋าเงิน (wallet) หรือรายได้ที่ส่งผลกระทบต่อปากท้อง สามารถสร้างรายได้ให้คนในชุมชนได้ 3) ทางเลือก (choice) ที่ก่อให้เกิดสิ่งใหม่ในชุมชน และ 4) ความบันเทิง (entertainment) ที่ให้ความบันเทิง เช่น กีฬา วัฒนธรรม ประเพณีภายในบริบทที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนลุ่มน้ำสงขลา

**2.3.3 ช่องทางการเผยแพร่** หมายถึง ช่องทางในการเผยแพร่รายการของสถานีโทรทัศน์ชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำสงขลา อันประกอบด้วย 4 ช่องทางหลักคือ 1) ช่องทางออนไลน์ 2) ช่องทางเคเบิลทีวี 3) ช่องทางออกอากาศส่งสัญญาณภาคพื้นดิน (OTA) และ 4) ช่องทางดาวเทียม

**2.4 การจัดการรายได้** หมายถึง วิธีการในการจัดการรายได้เพื่อนำมาใช้ในการบริหารจัดการโครงการโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา เรียงตามลำดับคือ 1) รายได้จากค่าโฆษณา 2) รายได้จากอุดหนุนหน่วยงานรัฐส่วนกลาง 3) รายได้จากเงินอุดหนุนของหน่วยงานรัฐท้องถิ่น 4) รายได้จากค่าสมาชิกของผู้ชม 5) รายได้จากการบริจาค 6) รายได้จากองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร 7) รายได้จากกองทุนที่สนับสนุนการดำเนินงานของสถานีฯ 8) รายได้จากการวิจัยเพื่อพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชน 9) รายได้จากการแบ่งเวลาออกอากาศ 10) รายได้ทางอื่นๆ ที่ไม่ได้มาจากค่าโฆษณา เช่น เงินรายได้จากการถ่ายทอดสดกิจกรรมภายในชุมชน และ 11) เงินจากการขายลิขสิทธิ์รายการของสถานีโทรทัศน์ชุมชน

**3. การบริหารจัดการเพื่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา** หมายถึง ทิศทาง วิธีการ กระบวนการการบริหารจัดการเพื่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ประกอบด้วย 1) แนวทางการบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์ชุมชน 2) รูปแบบและเนื้อหารายการ และ 3) การจัดการรายได้ ดังรายละเอียดคือ

**3.1 แนวทางการบริหารจัดการเพื่อจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชน** หมายถึง ลักษณะการบริหารจัดการเพื่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา อันประกอบด้วย 1) โครงสร้างองค์กร 2) กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหาร 3) ระยะเวลาการขยายตัวของสถานีโทรทัศน์ชุมชนลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และ 4) การมีส่วนร่วมของชุมชน ดังรายละเอียดคือ

**3.1.1 โครงสร้างองค์กร** หมายถึง โครงสร้างการบริหารจัดการที่เป็นแนวทางเพื่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา โดยมีรูปแบบโครงสร้างที่เอื้อต่อการบริหาร การดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ชุมชน และลักษณะทางภูมิศาสตร์ในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

**3.1.2 กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหาร** หมายถึง คณะทำงานหลักของสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ประกอบด้วย 4 ฝ่ายคือ 1) คณะทำงานด้านเนื้อหา 2) คณะทำงานด้านการผลิต 3) คณะทำงานด้านสนับสนุน และ 4) คณะที่ปรึกษา ซึ่งทำงานในรูปแบบอาสาสมัครที่ช่วยในการบริหารจัดการและดำเนินการสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

**3.1.3 ระยะเวลาการขยายตัวของสถานีฯ** หมายถึง พัฒนาการของการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา อันประกอบด้วยขั้นตอนหลัก 4 ประการคือ 1) การศึกษาความต้องการที่แท้จริงของชุมชน 2) การออกแบบการสื่อสารที่เหมาะสมและยั่งยืนระหว่างชุมชนกับสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา อันประกอบด้วย การสร้างเนื้อหา

การสร้างสื่อ การใช้สื่อโดยชุมชนเอง เช่น การใช้สื่อสังคมออนไลน์ การถ่ายทอดสดด้วยตนเอง (live) เพจร้านค้าของชุมชน (page) เป็นต้น 3) การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ในพื้นที่ เพื่อการระดมทรัพยากรที่เกี่ยวข้องเพื่อการใช้ประโยชน์จากสถานีโทรทัศน์ชุมชนร่วมกัน เช่น ทุนวัฒนธรรมเดิมของชุมชน งบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามที่ชุมชนและหน่วยงานต้องการ ฯลฯ และ 4) กำหนดกฎ กติกาของสถานีฯ ที่มีความเป็นสถานีฯ อิสระที่สามารถดำเนินการตามความต้องการของพื้นที่ได้อย่างเป็นเอกภาพและยั่งยืน เช่น กำหนดโครงสร้างการบริหารงาน โครงสร้างการดำเนินการ เครือข่าย การจัดหารายได้ ฯลฯ

**3.1.4 การมีส่วนร่วมของชุมชน** หมายถึง การมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาในระดับต่างๆ การเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา เรียงตามลำดับคือ

1) **การร่วมมือเกี่ยวกับการผลิตรายการ** หมายถึง แนวทางในการร่วมมือที่ชุมชนและหน่วยงานในพื้นที่สามารถให้ความร่วมมือเกี่ยวกับการผลิตรายการของสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาที่จะจัดตั้งขึ้น ได้แก่ การร่วมคิด ร่วมแก้ปัญหา ร่วมสร้างสรรค์ประเด็นหรือเนื้อหารายการตามความต้องการของตนเอง เช่น การให้ข้อมูล การประสานงานการผลิต ได้แก่ แหล่งข้อมูล สถานที่ อีกทั้งทรัพยากรที่เกี่ยวข้อง การมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิต เริ่มตั้งแต่การให้ความเห็นชอบเนื้อหารายการ การออกแบบเนื้อหารายการ การตรวจสอบความถูกต้องของรายการ การนำไปใช้ประโยชน์ เช่น นำไปประชาสัมพันธ์ในแหล่งอื่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน และการร่วมผลิตรายการหรือจัดหารายการเพื่อป้อนสถานีฯ ตนเอง

2) **การร่วมมือในการบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา** หมายถึง แนวทางในการร่วมมือที่ชุมชนและหน่วยงานในพื้นที่ให้ความร่วมมือในการบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ได้แก่ 1) การเข้ามาแสดงความคิดเห็นเพื่อการบริหารงานสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาผ่านช่องทางสื่อสารที่สถานีฯ กำหนด 2) การเข้ามาร่วมจัดตั้งและเป็นตัวแทนชุมชนในหน่วยงานตรวจสอบการบริหารงานของสถานีฯ ได้แก่ การจัดตั้งสภาผู้ชมสถานีโทรทัศน์ชุมชนลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 3) การเข้ามาเป็นตัวแทนในการกำหนดวาระการทำงานของสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และ 4) การเป็นตัวแทนของสถานีโทรทัศน์ชุมชนลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาในการขยายเครือข่ายของสถานีฯ

**3.2 รูปแบบและเนื้อหารายการโทรทัศน์ชุมชน** หมายถึง รูปแบบและเนื้อหารายการของสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา อันประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก คือ 1) รูปแบบรายการ 2) การควบคุมคุณภาพการผลิต 3) มาตรฐานรายการ 4) เนื้อหารายการ และ 5) ช่องทางการเผยแพร่ ดังรายละเอียดคือ

**3.2.1 รูปแบบรายการ** หมายถึง รูปแบบรายการของสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาที่เป็นต้องการของชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา อันประกอบด้วย (1) รายการข่าว (2) รายการสนทนา (3) รายการสารคดีชุมชน (4) รายการละคร และ (5) รายการเพลง

**3.2.2 การควบคุมคุณภาพรายการ** หมายถึง การควบคุมคุณภาพของรายการสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา เพื่อให้ตรงกับความต้องการของชุมชนและหน่วยงานในพื้นที่ อันประกอบด้วย (1) คณะตรวจสอบคุณภาพรายการ คือ คณะทำงานด้านการผลิตและคณะทำงานด้านเนื้อหา (2) ตัวแทนสภาลุ่มน้ำฯ เช่น ผู้นำความคิดในชุมชน ผู้มีประสบการณ์ด้านการผลิตสื่อที่ทำงานในพื้นที่ลุ่มน้ำฯ (3) นักวิชาการในพื้นที่

**3.2.3 มาตรฐานรายการ** หมายถึง คุณภาพรายการของสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา อันประกอบด้วย รายการที่มีปัจจัยในเรื่องของทุน เวลาในการผลิต ประเด็นเนื้อหารายการ (ระดับคุณภาพสูง ระดับคุณภาพปานกลาง ระดับคุณภาพต่ำ) เช่น ระดับคุณภาพสูง ได้แก่ รายการข่าวในชุมชน ละครที่สะท้อนถึงชุมชน สารคดีชุมชน รายการเกี่ยวกับอาชีพ ความเป็นอยู่ วิถีชุมชน ภัยพิบัติ เช่น รายการเกี่ยวกับหนังตะลุง รายการกีฬาพื้นบ้าน เช่น วัวชน ไก่ชน การแข่งเดือนภัยพิบัติ สภาพอากาศในพื้นที่ ระดับปานกลาง ได้แก่ รายการสนทนา หรือรายการทอล์กโชว์ (talk show) กิจกรรมในชุมชน เช่น การประชุมในท้องถิ่น กิจกรรมศาสนาต่างๆ และระดับคุณภาพต่ำ ได้แก่ รายการที่มาจากเครือข่ายภายนอก (contents outsource) เป็นรายการที่ผู้ผลิตที่เป็นเครือข่ายผลิตขึ้น ไม่ใช้เงินทุนแต่ใช้ความสัมพันธ์ของเครือข่ายในการดึงรายการมานำเสนอในสถานีฯ

**3.2.4 เนื้อหารายการ** หมายถึง เนื้อหาของรายการสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา อันประกอบด้วย (1) เนื้อหารายการที่เกี่ยวข้องกับวิถีของชุมชน ประเพณี และวิถีทางวัฒนธรรมของชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา (2) เนื้อหารายการที่เกี่ยวกับการดำรงชีวิต การเพิ่มรายได้ ความรู้และทักษะใหม่ๆ ที่ต่อยอดการดำรงชีวิต การเฝ้าระวังภัยพิบัติและภัยที่มีผลต่อการดำรงชีวิต (3) เนื้อหารายการที่เกี่ยวข้องทุกช่วงวัยในชุมชน และ (4) เนื้อหาที่ให้และแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างรัฐบาลกับชุมชน

**3.2.5 ช่องทางการออกอากาศ** หมายถึง ช่องทางการเผยแพร่รายการสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาที่เข้าถึงคนในชุมชนได้ทุกเพศ ทุกวัย ด้วยงบประมาณที่ไม่สูงแต่มีศักยภาพในการเผยแพร่ข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว และคนในชุมชนสามารถแสดงความคิดเห็นเพื่อการพัฒนารายการของสถานีฯ ได้ เรียงตามลำดับ คือ (1) สื่อออนไลน์ผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ประเภทต่างๆ เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เป็นต้น และ (2) สื่อโทรทัศน์ผ่านช่องทางการแพร่ภาพด้วยระบบเคเบิลทีวี ระบบแพร่ภาพผ่านดาวเทียม และระบบออกอากาศส่งสัญญาณภาคพื้น

**3.3 การจัดการรายได้** หมายถึง การจัดการรายได้ของสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเรียงตามลำดับ คือ 1) รายได้จากค่าบริการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ธุรกิจในพื้นที่ 2) รายได้จากเงินอุดหนุนของหน่วยงานรัฐท้องถิ่น และ 3) รายได้จากบริจาค หรือจากการบริจาคผ่านกิจกรรมภายในชุมชน

## 8. ประโยชน์ที่ได้รับ

ผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ สามารถนำไปใช้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อคนในชุมชนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นักพัฒนา และนักสื่อสารชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาที่สามารถใช้ผลการวิจัยเพื่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนของตนเอง เพื่อการพัฒนาชุมชนในพื้นที่บนฐานของการมีส่วนร่วม และเป็นแนวทางเพื่อการขยายผลในการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนที่เหมาะสมในพื้นที่อื่นๆ ต่อไป

## 9. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาสถานีโทรทัศนชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ได้ทำการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. บริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา
2. แนวคิดการจัดการชุมชน
3. แนวคิดสื่อชุมชน
4. แนวคิดการบริหารจัดการองค์กรสื่อโทรทัศน์
5. แนวคิด โทรทัศนชุมชน
6. แนวคิดการบริหารสถานีโทรทัศนชุมชน
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. บริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

##### ลักษณะภูมิศาสตร์

ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเป็นลุ่มน้ำแห่งเดียวของประเทศไทยที่มีระบบทะเลสาบแบบลากูน (lagoon) ขนาดใหญ่ เป็นแอ่งรองรับน้ำจืด (น้ำฝน น้ำจืดจากคลอง และน้ำหลากจากแผ่นดิน) โดยมีน้ำเค็มจากทะเลไหลเข้ามาผสมผสาน พื้นที่ประมาณ 8,484.35 ตารางกิโลเมตร ความยาวจากเหนือจรดใต้ประมาณ 150 กิโลเมตร ขนาดของพื้นที่นี้ครอบคลุมพื้นที่ 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครศรีธรรมราช (บางส่วนของอำเภอชะอวดและอำเภอหัวไทร) จังหวัดพัทลุงทั้งจังหวัดและจังหวัดสงขลา (ยกเว้นพื้นที่อำเภอนาทวี อำเภอจะนะ อำเภอเทพาและอำเภอสะบ้าย้อย) รวม 147 ตำบล 26 อำเภอ ประชากรในพื้นที่ทั้งลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาจำนวน 1,675,847 คนและเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สถาบันสารสนเทศทรัพยากรน้ำและการเกษตร, 2556)



ภาพที่ 2.1 แผนที่แสดงอำเภอในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

ที่มา : (ศูนย์วิจัยลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2558)

ทะเลสาบสงขลาถูกเรียกขานอีกชื่อหนึ่งคือ “ทะเลสามน้ำ” เพราะในแต่ละพื้นที่ในทะเลสาบสงขลา มีความแตกต่างของน้ำจืดและน้ำเค็มที่มีการผสมกัน ขึ้นอยู่กับฤดูกาลและปริมาณน้ำจืดและการรุกพื้นที่ทะเลสาบของน้ำเค็ม ดังนั้น ทะเลสาบสงขลาจึงมีทั้งน้ำจืด น้ำกร่อย และน้ำเค็ม พื้นที่ทะเลสาบสงขลา แบ่งออกได้เป็น 4 ส่วนใหญ่ๆ ดังนี้ (ศูนย์วิจัยลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2558)

1. ทะเลน้อย เป็นส่วนที่เล็กที่สุดและอยู่ทางตอนบนสุดของทะเลสาบ มีพื้นที่ประมาณ 28 ตารางกิโลเมตร ความลึกเฉลี่ยประมาณ 1.5 เมตร เป็นทะเลสาบน้ำจืดที่แยกส่วนค่อนข้างชัดเจนกับทะเลสาบส่วนอื่นๆ โดยมีคลองนางเรียง คลองบ้านกลาง และคลองยวนเชื่อมต่อระหว่างทะเลน้อยกับทะเลหลวง



2. ทะเลหลวง (ทะเลสาบตอนบน) เป็นส่วนที่อยู่ถัดจากทะเลน้อยลงมาจนถึงเกาะใหญ่ อำเภอกะแสสินธุ์ เป็นห้วงน้ำที่กว้างใหญ่ที่สุดมีพื้นที่ 458.80 ตารางกิโลเมตร ความลึกเฉลี่ยประมาณ 2 เมตร น้ำในบริเวณนี้ปกติเป็นน้ำจืด แต่ในบางปีที่มีการรุกตัวของน้ำเค็มค่อนข้างสูง ในช่วงฤดูแล้งทำให้ระดับความเค็มของน้ำสูงได้

3. ทะเลสาบ (ทะเลสาบสงขลาตอนกลาง) อยู่ถัดจากทะเลหลวงลงมา ตั้งแต่บริเวณแนวเกาะใหญ่ทางใต้ไปบรรจบกับเขตอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุงทางด้านตะวันตก และตั้งแต่อำเภอสทิงพระ จนถึงบริเวณปากกรอ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลาทางด้านตะวันออก มีพื้นที่ 377.2 ตารางกิโลเมตร ความลึกเฉลี่ยประมาณ 2 เมตร เป็นส่วนของทะเลสาบที่มีเกาะอยู่หลายเกาะ เช่น เกาะสี่ เกาะห้า ฯลฯ พื้นที่ส่วนนี้มีการผสมผสานของน้ำเค็มและน้ำจืดและน้ำกร่อยผันแปรตามฤดูกาล

4. ทะเลสาบสงขลา (ทะเลสาบสงขลาตอนล่าง) เป็นส่วนของทะเลสาบตอนนอกสุดที่เชื่อมต่อกับอ่าวไทย มีพื้นที่ 182 ตารางกิโลเมตร ความลึกเฉลี่ยประมาณ 1.5 เมตร ยกเว้นบริเวณช่องแคบที่ติดต่อกับทะเลอ่าวไทย ซึ่งเป็นช่องเดินเรือมีความลึกประมาณ 12-14 เมตร ทะเลสาบส่วนนี้เป็นบริเวณที่เป็นน้ำเค็มเสียส่วนใหญ่ แต่บางช่วงในฤดูฝนจะเป็นน้ำกร่อยและได้รับผลจากน้ำขึ้น-น้ำลงอย่างมาก

ลักษณะทางด้านภูมิศาสตร์มีส่วนในการสนับสนุนประเด็นของการสื่อสารภายใต้ โทรทศน์ชุมชน เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ตัวตนและวิถีชีวิตของคนลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ดังนั้น โทรทศน์ชุมชนที่คนในชุมชนร่วมผลิตจะสืบทอดเรื่องราวต่างๆ ผ่านอัตลักษณ์ของคนสามน้ำต่อไป

### ประวัติศาสตร์ในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์พบว่าในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา มีประวัติการตั้งถิ่นฐานมาช้านานหลายพันปี เป็นชุมชนที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจการเมืองในภาคใต้มาอย่างยาวนาน มีรากฐานทางวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ อาณัติ อาณันตภาค (2557) กล่าวว่า นักวิชาการทางประวัติศาสตร์หลายท่านจำแนกภูมิหลังของชุมชนรอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ออกเป็น 2 ส่วน คือ ชุมชนด้านทิศตะวันออกของทะเลสาบสงขลา และชุมชนด้านทิศตะวันตกของทะเลสาบสงขลา

สำหรับชุมชนด้านทิศตะวันออกของทะเลสาบสงขลา เป็นชุมชนที่เกิดจากการตั้งรกรากของชุมชนตั้งแต่ยุคเริ่มประวัติศาสตร์บริเวณคาบสมุทรสทิงพระตั้งแต่บริเวณเขาหัวแดงริมทะเลสาบสงขลาจนถึงตำบลท่าบอน อำเภอระโนด อำเภอเหนือสุดของจังหวัดสงขลา ในพื้นที่บริเวณดังกล่าวพบหลักฐานทางประติมากรรมต่างๆ นักวิชาการแบ่งยุคของการพัฒนาด้านศาสนา

สังคม และการเมืองเป็น 3 ยุค ในยุคแรกคือยุคที่ได้รับอิทธิพลจากศาสนาพราหมณ์-ฮินดู และศาสนาพุทธมีการขุดค้นพบหลักฐานเทวรูปพระนารายณ์และพระพุทธรูป ยุคที่สองเป็นยุคพัฒนาทางศาสนา มีศาสนวัตถุของพุทธศาสนาเถรวาทและศาสนาฮินดูทั่วไป และมีศิลปกรรมที่เรียกว่า “ศรีวิชัย” รวมถึงมีหลักฐานการติดต่อค้าขายกับเกาะชวาและสุมาตรา ยุคที่สามเป็นยุคของการพัฒนาและขยายบ้านเมืองทั้งทางฝั่งอ่าวไทยและฝั่งทะเลสาบ มีชุมชนโบราณอยู่รายรอบศาสนสถาน

นอกจากนี้ ถนอม พูนวงศ์ (2545) ได้กล่าวถึงความเจริญก้าวหน้าของชุมชนด้านตะวันออกของสงขลาในพื้นที่ชุมชนโบราณสทิงพระ โดยขุดค้นพบวัตถุซึ่งเป็นเศษถ้วยจีนสมัยราชวงศ์ถัง ราชวงศ์ซ่ง ราชวงศ์หยวน และราชวงศ์หมิง เครื่องถ้วยของเวียดนาม ซึ่งเป็นดินเผาสีเขียวใช้การร่วมสมัยกับราชวงศ์ซ่ง (พ.ศ.1503-1822) ทำให้เห็นว่าพื้นที่นี้มีการค้าขายและการก่อตั้งชุมชนมาอย่างยาวนาน

ชุมชนด้านทิศตะวันตกของทะเลสาบสงขลา จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า มีเมืองหลักเช่นเมืองพัทลุงมีการพัฒนามาจากการย้ายถิ่นจากฝั่งตะวันออกในพื้นที่บริเวณชุมชนวัดพะโคะ ด้วยเหตุผลจากการหนีการโจมตีจากพวกโจรสลัดมาเลย์ ชีระศักดิ์ ลิมปณุกุล (2533) ได้กล่าวเสริมในเรื่องการโจมตีจากโจรสลัดว่า เมืองพัทลุงที่พะโคะเจริญรุ่งเรืองอยู่ได้ประมาณ 100 ปีเศษ ก็ล่มสลายลงเนื่องจากโจรสลัดมาเลย์หลายพวกยกกำลังที่มากกว่าเข้าปล้นเมือง พวกโจรได้เผาทำลายวัด วาอาราม บ้านเรือนราษฎร และจับตัวราษฎรไป ราษฎรที่เหลือหลบหนีไปสร้างชุมชนที่อยู่อาศัยใหม่ที่ปลอดภัยกว่า บางพวกข้ามทะเลสาบไปสร้างชุมชนใหม่ที่อำเภอบางแก้ว อำเภอเขาชัยสน ในปัจจุบัน กลายเป็นเมืองพัทลุงบนฝั่งตะวันตกของทะเลสาบสงขลา ส่วนพวกที่ยังรักดินแดนเดิมก็ไปสร้างชุมชนใหม่บริเวณริมเขาแดงปากทะเลสาบสงขลา สอดคล้องกับ อาณัติ อนันตภาค (2557) ที่ได้กล่าวถึงการโจมตีของโจรสลัดที่เข้ามาปล้นถึง 2 ครั้งซ้อนว่า คราวแรกถูกโจรสลัด “อาจะอะฮารู” มารบจนเสียเมืองและถูกกวาดครัวไปเป็นจำนวนมาก เมื่อกรุงศรีอยุธยาตั้งเจ้าเมืองคนใหม่ให้ไปปกครองในเวลาไม่นาน ก็เกิดศึกครั้งสำคัญที่เรียกว่าศึก “อุยงตะนะ” ซึ่งเป็นโจรสลัดมาตีเสียเมืองแก่ข้าศึกอีกครั้งหนึ่ง พงสาวดารเมืองพัทลุงเขียนเอาไว้ว่าพวกโจรอุยงตะนะ หลังจากปล้นเมืองแล้วก็กวาดต้อนครอบครัวกรมการเมือง และสมณะชีพราหมณ์ ราษฎร หม่า พระ โยมไปพร้อมกับเผาภู่วิหารบ้านเรือนราษฎรเสียสิ้น จากเอกสารทางประวัติศาสตร์พบว่าเมืองพัทลุงปรากฏอย่างชัดเจนในพุทธศตวรรษที่ 18 ในจารึกเมืองนครศรีธรรมราช เมืองพัทลุงเป็นส่วนหนึ่งของเมือง 12 นักษัตริย์ของนครศรีธรรมราช ลักษณะทางกายภาพของฝั่งตะวันตกทะเลสาบสงขลาเป็นพื้นที่ราบเชิงเขา หุบเขา และเป็นพื้นที่ริมทะเลสาบเหมาะแก่การเพาะปลูก

ประวัติศาสตร์ของกลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ทำให้เห็นถึงความเป็นชุมชนซึ่งอยู่ในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาหลายชั่วอายุคน ชุมชนเหล่านี้มีวิถีชีวิต ภูมิปัญญาและเรื่องราวต่างๆ ที่ควรได้รับการถ่ายทอด และสถานีโทรทัศน์ชุมชนเป็นหนึ่งในช่องทางของการสื่อสารให้ชุมชนได้รับรู้เรื่องราวในชุมชนต่อไป

### สภาพปัญหาในปัจจุบัน

ประวัติศาสตร์ของชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาอย่างยาวนาน ผ่านกาลเวลาที่ทำให้เห็นว่าทั้งสองฟากฝั่งของกลุ่มทะเลสาบสงขลาอุดมไปด้วยประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และการสงครามที่ส่งผลต่อการสร้างเมืองขึ้นมา ณ ปัจจุบันพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลามีธรรมนูญลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาที่เป็นกรอบในการดำเนินโครงการที่เกี่ยวข้องกับลุ่มน้ำฯ ของหน่วยงานต่างๆ โดยธรรมนูญนี้ประกอบด้วย ประเด็นต่างๆ ที่ช่วยแก้ปัญหาภายในชุมชนไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความมั่นคงทางอาหาร สิทธิชุมชนและการอยู่ร่วมกันของคนในพื้นที่วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในคนพื้นที่ การศึกษา การสื่อสารและพัฒนาคนในพื้นที่ เป็นต้น ดังนั้นธรรมนูญดังกล่าวจึงเป็นกรอบของรูปแบบและเนื้อหาในการสื่อสารผ่านสถานีโทรทัศน์ชุมชน

รายงานโครงการพัฒนาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาอย่างยั่งยืน เรื่องผลการศึกษาด้านชุมชนและสังคม ความรู้สืบทอดและวิธีการปฏิบัติที่ดีในการรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ (อุมพร มณีแนม และคณะ, 2556) ได้รายงานถึงการเปลี่ยนแปลงในพื้นที่ตลอด 30 ปีที่ผ่านมา ซึ่งพบว่าจากการเพิ่มขึ้นของประชากรส่งผลกระทบต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ 8 ประเด็นคือ 1) ผลกระทบจากภัยดินถล่ม อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพพื้นที่ การตัดไม้ทำลายป่ามีมากขึ้น และการชะล้างหน้าดินอันเกิดจากปริมาณฝนจำนวนมากในช่วงมรสุม 2) ผลกระทบจากการเพิ่มขึ้นของน้ำทะเล จากสภาวะเรือนกระจก ทำให้อุณหภูมิโลกสูงขึ้นส่งผลให้ปริมาณน้ำทะเลเพิ่มขึ้น และน้ำกร่อยเริ่มไหลรุกเข้าสู่พื้นที่ใจกลางทะเลสาบ 3) ผลกระทบจากอุณหภูมิที่สูงขึ้น ทำให้สภาวะอากาศเสียสมดุล หน้าแล้งแล้งอย่างหนัก หน้ามรสุมน้ำฝนมีปริมาณมากกว่าเดิม ระบบนิเวศภายในทะเลสาบเกิดเสียสมดุล 4) ผลกระทบจากปริมาณน้ำฝนที่เพิ่มสูงขึ้น เกิดอุทกภัยในพื้นที่รอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ก่อเกิดความเสียหายทั้งชีวิตและทรัพย์สิน 5) ผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ เนื่องจากลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลามีความหลากหลายทางชีวภาพ สภาพป่า ป่าดิบชื้น ป่าพรุ และป่าชายเลน ประกอบด้วยพันธุ์ไม้ที่มีความหลากหลาย คุณภาพน้ำ สภาพคูคลองที่อยู่ภายในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา สัตว์น้ำ สัตว์ป่าที่อาศัยอยู่ในลุ่มน้ำทะเลสาบ และเป็นแหล่งอาหารหล่อเลี้ยงคนในพื้นที่มาช้านาน หากเกิดการเปลี่ยนแปลงหรือได้รับผลกระทบ ผลกระทบเหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อปัจจัยทั้งหมดของสิ่งที่มีอยู่ในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาทั้งระบบ 6) ผลกระทบจากอากาศที่แปรปรวนต่อการเกษตร อุณหภูมิที่ร้อนขึ้น แล้งขึ้น หรือมรสุมที่เข้ามากเกินไป ส่งผลต่อ

การวางแผนและกระบวนการผลิตทางการเกษตร 7) ผลกระทบจากอากาศที่แปรปรวนต่อการประมง การเปลี่ยนแปลงของคลื่น ลม ทิศทางลม ช่วงเวลา และความรุนแรงของลมมรสุมเพิ่มขึ้น ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงสภาพน้ำในพื้นที่ นอกเหนือจากนี้ ปริมาณน้ำจืดลดลง การรุกเข้ามาของน้ำเค็มทะเล ปัญหาน้ำเสียจากแหล่งชุมชน มีผลต่อทรัพยากรสัตว์น้ำทั้งสิ้น สัตว์น้ำพื้นถิ่นค่อยๆ สูญหายไปจากพื้นที่ 8) ผลกระทบต่อศิลปวัฒนธรรม การถูกหลงลืม ขาดการสานต่อจากคนรุ่นใหม่ ภูมิปัญญาเก่าแก่ดั้งเดิมไม่ได้รับการเหลียวแล เกิดการสูญหายภูมิปัญญาที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มน้ำทะเลสาบนับวันยิ่งมากขึ้น

นอกจากนี้มีการระบุพื้นที่เปราะบางต่อปัญหาทั้ง 8 ประเด็น ดังรายละเอียดในตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 สภาพปัญหาและพื้นที่เปราะบางต่อปัญหา

สภาพปัญหา	พื้นที่
ความเสี่ยงต่อผลกระทบจากภัยดินถล่ม	อำเภอศรีนครินทร์ จังหวัดพัทลุง
ความเสี่ยงต่อผลกระทบจากการเพิ่มขึ้นของระดับน้ำทะเล	ตำบลคูเต่า อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
ปัญหาการกัดเซาะชายฝั่ง	ตำบลทะเลน้อย อำเภอกวนขนุน จังหวัดพัทลุง
ผลกระทบจากการอุทกภัยที่สูงขึ้น เกิดไฟป่าบริเวณป่าพรุ	อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช
ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ ปริมาณน้ำฝนที่สูงขึ้น	อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
พื้นที่เปราะบางได้รับผลกระทบจากความ หลากหลายทางชีวภาพ	เขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลน้อย ตำบลทะเลน้อย อำเภอกวนขนุน จังหวัดพัทลุง
พื้นที่เปราะบางต่อผลกระทบจากอากาศที่ แปรปรวนต่อการเกษตร	อำเภอบางแก้ว จังหวัดพัทลุง
ผลกระทบจากอากาศที่แปรปรวนส่งผลต่ออาชีพ พื้นถิ่นคือ อาชีพประมงที่สืบทอดต่อมาหลาย ชั่วอายุคน	บริเวณบ้านหัวเขา ตำบลพะวง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
พื้นที่เปราะบางต่อผลกระทบด้านศิลปวัฒนธรรม	อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

ที่มา: (อุมาพร มุณีแนม และคณะ, 2556)

จากตารางที่ 2.1 การระบุพื้นที่ในรายงานชิ้นนี้ทำให้สามารถพิจารณาพื้นที่ปัญหาเร่งด่วนในแต่ละสภาพปัญหาและนำปัญหาดังกล่าวมาแก้ไขโดยใช้สื่อโทรทัศน์ชุมชนผ่านรายการต่างๆ

นอกจากนี้ สถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคประชาชนมีการร่วมกันแก้ไขปัญหาพร้อมๆ กับการศึกษาโดยการทำงานร่วมกันผ่านการประชุมลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ที่ประชุมมีการนำเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาและผลจากการศึกษาจากการวิจัยในทุกๆ ปี และการประชุมลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาครั้งที่ 3 ของ (เสรี กลิ่นจันทร์, 2558) พบว่า ที่ประชุมได้มีข้อเสนอแนะระเบียบและมาตรการในภาพรวมของการจัดการลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาใน 6 หัวข้อใหญ่ ประกอบด้วย 1) การมีส่วนร่วมของชุมชนในโครงการพัฒนาขนาดใหญ่ในพื้นที่ 2) การรณรงค์เพื่อดูแลรักษา และเผยแพร่ข้อมูลลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 3) การบริหารและการกำหนดผังลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 4) การจัดตั้งศูนย์เรียนรู้ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 5) ระเบียบ กฎหมาย ที่เกี่ยวข้องที่สอดคล้องกับบริบทในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 6) การมีส่วนร่วมขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา โดยในข้อที่ 2 ของข้อเสนอแนะนี้ที่กล่าวถึงการรณรงค์เพื่อดูแลรักษา และเผยแพร่ข้อมูลลุ่มน้ำทะเลสาบ คนในชุมชนได้ให้ข้อเสนอให้มีการใช้สื่อรูปแบบต่างๆ เช่น เว็บไซต์ (website) สถานีวิทยุกระจายเสียงลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเพื่อตอบสนองต่อการรณรงค์ในการแก้ไขปัญหาในพื้นที่ที่ได้รับการศึกษาและจำเป็นต้องสร้างการมีส่วนร่วมในการแก้ไขผ่านการใช้สื่อโทรทัศน์ชุมชนแนวคิดบริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาทำให้เห็นถึงลักษณะประชากร ลักษณะภูมิประเทศ สภาพปัญหาและบริบทความต้องการสื่อในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา เพื่อเป็นข้อมูลและแนวทางการพัฒนารูปแบบสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ตอบโจทย์ความต้องการของคนในพื้นที่ได้อย่างแท้จริง

#### **การรวมตัวกันเพื่อแก้ไขปัญหาของชุมชน**

จากลักษณะประชากร ลักษณะภูมิประเทศ สภาพปัญหาและบริบทความต้องการสื่อที่เกิดขึ้นในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา การรวมตัวกันเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น โดยการร่วมมือกันของชุมชนและสถาบันการศึกษารวมถึงหน่วยงานของรัฐ การรวมตัวดังกล่าวเกิดขึ้นผ่านการประชุมลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา เพื่อนำเสนอการศึกษาเพื่อแก้ไขปัญหา และพัฒนาการรวมกลุ่มก่อเกิดเป็นสภากลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และมีการขยายตัวเกิดตัวแทนภาคประชาชนจากรอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา แบ่งพื้นที่เป็น 7 พื้นที่ นฤฤทธิ์ ดวงสุวรรณ เลขาธิการสภากลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา (ประชาไท, 2552) เปิดเผยด้วยว่า สำหรับสภากลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา เกิดขึ้นจากการร่วมมือกันของภาคประชาชนที่พบปัญหาแล้วมารวมกลุ่ม ต่อมาในปี 2546 รัฐบาลต้องการที่จะพัฒนากลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา จึงได้มีการรวมตัวกันของภาคประชาชน

ในโซนต่างๆ ทั้ง 7 โซน ประกอบด้วย 1) โซนพรุควนเคิ่ง 2) โซนทะเลน้อย 3) โซนทะเลสาบฝั่งตะวันตก 4) โซนป่าต้นน้ำ 5) โซนเมือง 6) โซนทะเลสาบตอนล่าง และ 7) โซนคาบสมุทรสทิงพระ

เอกสารของคณะกรรมการวิสามัญศึกษาและติดตามการแก้ไขปัญหาพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา โดยมีรองศาสตราจารย์ประเสริฐ ชิตพงศ์ เป็นประธานคณะกรรมการวิสามัญฯ ได้ศึกษาและวิเคราะห์แผนแม่บทการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาและได้ข้อสรุปของการให้ความสำคัญเร่งด่วนกับประเด็นปัญหา 6 ประเด็น และประเด็นด้านศักยภาพ 2 ประเด็นดังนี้ (สำนักกรรมการ, สำนักงานเลขาธิการ, 2553)

1. ปัญหามลพิษทางน้ำ ระบบการจัดการน้ำเสียและระบบการจัดการขยะในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา
2. ปัญหาการประมงจากการใช้เครื่องมือประมงที่มีจำนวนมากเกินศักยภาพและกีดขวางทางสัญจรทางน้ำของทะเลสาบสงขลา
3. ปัญหาความเสื่อมโทรมของป่าต้นน้ำและความตื้นเขินของทะเลสาบสงขลา
4. ปัญหาการบุกรุกพื้นที่ชุ่มน้ำในเขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลน้อยและการออกเอกสารสิทธิ์ที่ดินโดยมิชอบ
5. ปัญหาการขาดการส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการแก้ไขปัญหาและการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา
6. ปัญหาการบริหารจัดการที่ขาดเอกภาพและความต่อเนื่อง ตลอดจนการจัดสรรงบประมาณที่ขาดการบูรณาการ
7. ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา
8. ศักยภาพของพื้นที่ทะเลสาบสงขลาในการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกด้านนิเวศวัฒนธรรม

นอกจากนี้ มีคณะกรรมการวุฒิสภา สื่อมวลชน สถาบันการศึกษาและหน่วยงานรัฐร่วมเป็นภาคีในการก่อตั้งสภาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา โดยก่อตั้งสภาขึ้นเมื่อปี 2552 มีคณะทำงานประกอบด้วย ตัวแทนของทั้ง 7 โซน โดยมีนักวิชาการคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (ม.อ.) กลุ่มนักธุรกิจและสื่อมวลชนร่วมเป็นคณะทำงานด้วย โดยมีคณะทำงานของสำนักเลขาธิการสภาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาทำหน้าที่ประสานงาน (ประชาไท, 2552)

การทำงานของสภาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาที่ผ่านมามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการช่วยพัฒนาและแก้ไขปัญหาต่างๆ ในลุ่มน้ำฯ บทบาทของสภาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาที่ผ่านมามีดังนี้ (นฤฤทธิ์ ดวงสุวรรณ, ม.ป.ป.)

1. การเชื่อมโยง “นโยบาย-พื้นที่” ผ่านช่องทางการประชุมสัมมนา เช่น การประชุม คณะกรรมการพัฒนาลุ่มน้ำฯ คณะอนุกรรมการชุดต่างๆ คณะกรรมาธิการวิสามัญฯ วุฒิสภา การร่วมกิจกรรม เช่น การลงพื้นที่ติดตามประเมินผล

2. การมีส่วนร่วมกับระดับนโยบายและการวางแผนพัฒนาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ในปี 2553-ปัจจุบัน เครือข่ายสภาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาได้มีส่วนร่วมในการปรับปรุงแผนแม่บทพัฒนาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา การจัดทำกรอบแผนพัฒนาลุ่มน้ำทะเลสาบเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

3. ทำงานคู่ขนานกับภาคนโยบายเสนอทางเลือกในการจัดการลุ่มน้ำฯ ในรูปแบบการจัดการทรัพยากร โดยชุมชนที่หลากหลาย และมีบทบาทในการจัดทำแผนพัฒนาลุ่มน้ำทะเลสาบภาคประชาชน

4. ติดตามแผนพัฒนาที่อาจมีผลกระทบต่อลุ่มน้ำฯ การใช้เวทีสภาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาติดตามความคืบหน้า โครงการและแผนพัฒนาที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ลุ่มน้ำฯ

5. เชื่อมโยงภาคีพันธมิตรร่วมขับเคลื่อนระดับกว้าง ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เช่น สภาองค์กรชุมชน เครือข่ายแผนสุขภาพสงขลา สมาคมสวัสดิการ เครือข่ายผู้บริโภค เครือข่ายปฏิรูปที่ดินภาคใต้ เครือข่ายติดตามแผนพัฒนาภาคใต้ เป็นต้น โดยการเชื่อมประสาน ร่วมเสนอการปฏิรูปประเทศไทยในนาม “สมัชชาคนใต้เพื่อปฏิรูปประเทศไทย” การเชื่อมโยงเครือข่ายการพัฒนาลุ่มน้ำโดนเลสาบ ประเทศกัมพูชา และกลุ่มลุ่มน้ำโขง

6. รณรงค์ สื่อสารสาธารณะ ในรูปแบบของกิจกรรมรวมพลคนลุ่มน้ำทะเลสาบ การเสนอข้อมูลผ่านสื่อท้องถิ่นและสื่อส่วนกลาง

7. แหล่งเรียนรู้การจัดการทรัพยากรธรรมชาติแบบมีส่วนร่วม สภาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาและสมาชิกเครือข่ายมีประสบการณ์ผ่านการปฏิบัติการจนสามารถแลกเปลี่ยนถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ต่างๆ ได้

8. สร้างความเข้มแข็งองค์กรและ “พัฒนาองค์ความรู้” ร่วมกับมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ นอกจากภาคส่วนต่างๆ ที่กล่าวถึงแล้ว มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โดยสถาบันทรัพยากรทะเลและชายฝั่ง ได้แก่ ในเรื่องการจัดตั้งศูนย์ประสานงานกลางของสภาลุ่มน้ำทะเลสาบ การนำวาระของคนลุ่มน้ำฯ สู่งานวิชาการ การติดตามประเมินผลโครงการพัฒนาลุ่มน้ำฯ โดยชุมชนมีส่วนร่วม

จากการทบทวนวรรณกรรมนี้ทำให้เห็นว่าคณะทำงานซึ่งเป็นตัวแทนภาคประชาชนทั้ง 7 โชนในสภาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา มีการทำงานเพื่อแก้ไขปัญหาในพื้นที่มาอย่างต่อเนื่อง และมีความสนใจที่จะสื่อสารให้กับคนในลุ่มน้ำทะเลสาบได้ทราบ ผู้วิจัยเห็นว่า กลุ่มแกนนำเหล่านี้

จะเป็นกลุ่มคนที่สามารถชี้ให้เห็นปัญหาและสามารถร่วมทำงานเพื่อพัฒนาแนวทางของสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาต่อไป

### บริบทสื่อในกลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

บริบทของสื่อในพื้นที่ จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า มีการจัดการสื่อสารวิถีของความเป็นกลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาผ่านสื่อต่างๆ หลากหลายรูปแบบในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา โดยนำเสนอเรื่องราวชีวิต ภูมิปัญญา และสถานการณ์สิ่งแวดล้อมภายในพื้นที่

1. **สื่อสิ่งพิมพ์** สื่อสิ่งพิมพ์เข้ามามีบทบาทสำคัญในการแสดงตัวตนของคนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลามาเป็นระยะเวลายาวนาน ช่วงประมาณปี 2532 – 2544 มีวารสาร “แลใต้” โดยบรรณาธิการ นายบรรจง นะแส ซึ่งเป็นนักวิชาการ ทำงานด้านการพัฒนาสังคมโดยเฉพาะในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ได้จัดทำวารสารเผยแพร่เรื่องราววิถีชีวิต สิ่งแวดล้อมของคนใต้ โดยเฉพาะคนใต้ในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

สำหรับบริบทหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ในรอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา การปรากฏของหนังสือพิมพ์มีความเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจของจังหวัดนั้นๆ ในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา จังหวัดสงขลา ซึ่งถือเป็นศูนย์กลางการค้าในภาคใต้ มีจำนวนหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมากที่สุด รองลงมาคือจังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดพัทลุง อย่างไรก็ตาม หนังสือพิมพ์จะมีเกิดขึ้นและหายไปเป็นจำนวนมาก ไม่มีจำนวนคงที่ หนังสือพิมพ์ที่ถือได้ว่ายังคงยืนหยัดมาจนถึงปัจจุบันในระยะเวลาที่ยาวนานกว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอื่นๆ คือ “ภาคใต้โฟกัส” (ปี 2540-2561) ซึ่งนำเสนอประเด็นการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม (การศึกษา ศิลปวัฒนธรรม บันเทิง ฯลฯ) ของพื้นที่ภาคใต้ โดยเฉพาะใน จังหวัดสงขลา พัทลุง และนครศรีธรรมราช

2. **สื่อวิทยุกระจายเสียง** สื่อวิทยุกระจายเสียงในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเป็นจำนวนมาก นับตั้งแต่การถือกำเนิดวิทยุชุมชน โดยเฉพาะจังหวัดใหญ่อย่างจังหวัดสงขลา และจังหวัดนครศรีธรรมราช มีสถานีวิทยุกระจายเสียงของบริษัทเอกชนถือกำเนิดจำนวนมาก ปัจจุบัน กสทช. อนุญาตให้แต่ละสถานีฯ สามารถออกอากาศได้โดยใช้ใบอนุญาตทดลองออกอากาศ สถานีวิทยุภาคเอกชนส่วนใหญ่ออกอากาศในสถานีวิทยุชุมชน ภาคบริการธุรกิจ และเนื้อหาที่ออกอากาศเป็นในภาคบันเทิงส่วนใหญ่ แม้บางสถานีฯ จะนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมพื้นถิ่น เช่น หนังสือตลก โนรา ฯลฯ อยู่บ้าง แต่ยังมีไม่มากพอที่จะสนับสนุนการอนุรักษ์และคอบใจที่ประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเท่าที่ควร



สำหรับภาครัฐ จะมีสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยประจำอยู่ทุกจังหวัด โดยเฉพาะในจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่มีทั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช (สวท.นครศรีธรรมราช) และสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยทุ่งสง (สวท.ทุ่งสง)

เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2552 มีการสำรวจสถานการณ์ของสื่อวิทยุชุมชน จากประชุมย่อยกลุ่มแกนสื่อภาคประชาชน พบว่า พื้นที่สงขลา มีวิทยุกระจายเสียง 3 แบบจากประมาณ 140 สถานีฯ

- วิทยุกระจายเสียงของภาครัฐ ประมาณ 10 กว่าสถานีฯ
- วิทยุกระจายเสียงธุรกิจเอกชน 100 กว่าสถานีฯ
- วิทยุกระจายเสียงสาธารณะ/วิทยุชุมชน (ภาคประชาชน/ศาสนา/สหภาพฯ) 6-7

สถานีฯ

ภาพรวมของการเคลื่อนไหวที่ผ่านมา ส่วนใหญ่จะเคลื่อนไหวในส่วนของวิทยุชุมชนเป็นหลัก ในส่วนของวิทยุสาธารณะซึ่งภาคประชาสังคมเป็นผู้ดำเนินการมีอยู่น้อยและไม่ค่อยแพร่หลาย

ด้านวิทยุชุมชน ที่ถือกำเนิดจากจุดมุ่งหมายของการทำวิทยุชุมชนเพื่อช่วยกันยกระดับและเสริมให้เป็นวิทยุชุมชนที่แท้จริง และรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียงที่ตอบสนองต่อการพัฒนาชุมชนยังน้อย รวมถึงการจัดผังรายการที่เป็นประโยชน์กับชุมชน และผังรายการตามกรอบกฎหมายที่ออกมาซึ่งระบุให้มีข่าวสาร ถึง 70 % บันเทิง 30% ทางวิทยุชุมชนยังต้องปรับตัวอีกครั้ง

ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของเครือข่ายสื่อ ประเด็นการทำงาน การผลิตรายการ การส่งต่อข้อมูล รวมถึงสื่อเพื่อการเผยแพร่มีน้อย (สำนักงานเครือข่ายสร้างเสริมสุขภาพจังหวัดสงขลา, 2552)

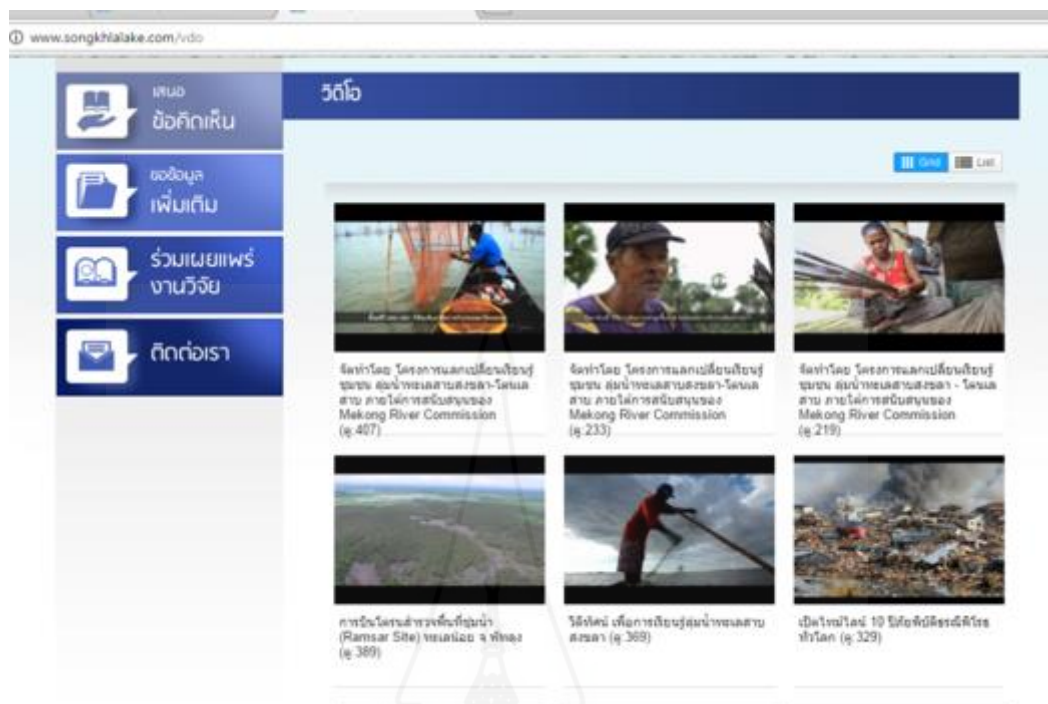
การนำเสนอข่าวสารประเด็นลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาของสื่อประเภทนี้ปรากฏให้เห็นอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับสื่อโทรทัศน์ โดยมีรายการที่เกี่ยวกับวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมของคนลุ่มน้ำฯ สิ่งแวดล้อม เช่น ปรากฏในรายการข่าว รายการสารคดีท้องถิ่น สอดแทรกอยู่ในช่วงเวลาการออกอากาศในแต่ละวัน ฯลฯ

**3. สื่อโทรทัศน์** ในเขตลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ที่ครอบคลุม 3 จังหวัด มีสื่อโทรทัศน์ของรัฐอย่างสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดสงขลา (สทท.สงขลา) และนครศรีธรรมราช (สทท.นครศรีธรรมราช) นอกจากนี้ มีสถานีโทรทัศน์สื่อสาธารณะ คือ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ศูนย์ข่าวภาคใต้ รวมถึงสถานีโทรทัศน์เอกชนอื่น ๆ ที่มีศูนย์ข่าวย่อยในภูมิภาคอยู่ที่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และยังมีสถานีโทรทัศน์ที่แพร่ภาพในระบบเคเบิลทีวีอีกหลายช่อง

โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน จังหวัดสงขลา จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดพัทลุง ตามลำดับ ซึ่งประเด็นข่าวที่น่าสนใจ ส่วนโทรทัศน์ของรัฐและสื่อสาธารณะจะเน้นการนำเสนอวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ประเด็นสังคมของคนในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ขณะนี้สถานีโทรทัศน์เอกชน และเคเบิลทีวีมีกานำเสนอข่าวอาชญากรรมและข่าวเศรษฐกิจของพื้นที่เสียเป็นส่วนใหญ่

สำหรับสื่อโทรทัศน์ออนไลน์ จากการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องพบว่า มีการพัฒนาการแพร่ภาพสถานีฯ ผ่านสื่อออนไลน์ผ่านการร่วมมือกันของสื่อมวลชนในจังหวัด โดยเฉพาะการแพร่ภาพการแข่งขันกีฬาแห่งชาติ 2560 ซึ่งจัดขึ้นในจังหวัดสงขลาทำให้เห็นว่าการพัฒนาช่องทางในการแพร่ภาพให้มีความทันสมัยมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันการแพร่ภาพที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับทะเลสาบสงขลา พบว่า มีโครงการวิจัยเชิงปฏิบัติการ “การจัดการองค์ความรู้เพื่อการขับเคลื่อนชุมชนท้องถิ่นจัดการตนเองลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา (ธรรมนูญลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา)” ซึ่งเป็นการทำงานร่วมกันของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ร่วมกับหน่วยงานเครือข่าย ดำเนินการจัดทำเว็บไซต์ และนำเสนอโทรทัศน์ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา (SLBTV) และวิทยุกระจายเสียงลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา (SLBRadio) แต่ปัจจุบันไม่สามารถเข้าชมหรือฟังรายการได้ และข่าวสารประชาสัมพันธ์ต่างๆ เกี่ยวกับลุ่มน้ำฯ แสดงว่าไม่มีความต่อเนื่องและไม่ทันเหตุการณ์

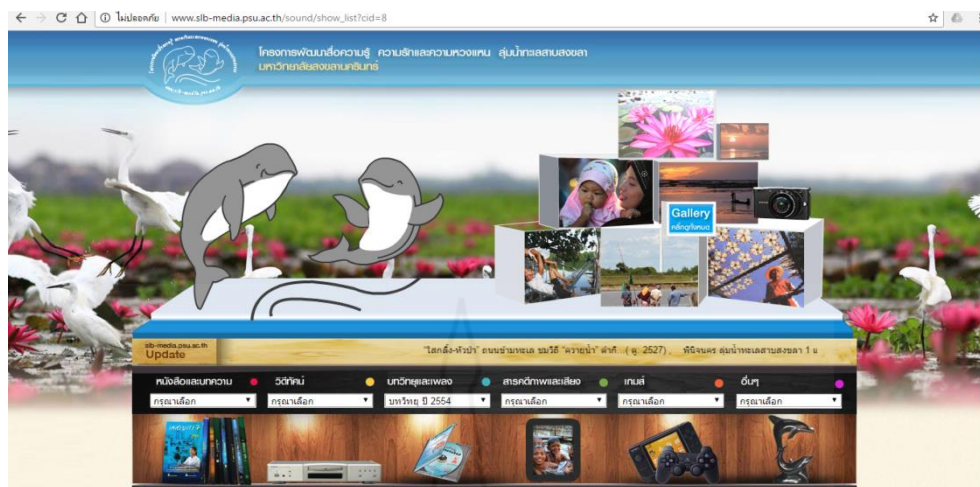
**4. สื่อออนไลน์ (เว็บไซต์)** เว็บไซต์ที่รวบรวมเรื่องราวลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาอย่างเป็นทางการ จัดทำโดยศูนย์วิจัยลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา คณะการจัดการสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เพื่อเป็นหน่วยประสานการดำเนินการวิจัยกับหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง การนำงานวิจัยมาสังเคราะห์ข้อมูลเป็นองค์ความรู้เพื่อใช้ในการวางแผนกำหนดทิศทางการพัฒนาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ส่งผลต่อการพัฒนาความเป็นอยู่ของคนลุ่มน้ำฯ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยได้มีการรวบรวมวิดิทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับลุ่มน้ำฯ ไว้ในหน้าแรกของเว็บไซต์หมวดวิดีโอ (ศูนย์วิจัยลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา คณะการจัดการสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2558)



ภาพที่ 2.2 วิดีโอที่เกี่ยวข้องกับทะเลสาบสงขลาในเว็บไซต์ ศูนย์วิจัยลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ที่มา : (ศูนย์วิจัยลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2558)

นอกจากนี้ ยังมีโครงการพัฒนาสื่อความรู้ ความรักและความหวงแหนลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา จัดทำขึ้นตั้งแต่ปี 2554 รวบรวมสื่อที่เกี่ยวข้องกับลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา แบ่งเป็นในรูปแบบหนังสือและบทความ วิดีทัศน์ บทวิทยุกระจายเสียงและเพลง สารคดีภาพและเสียง เกมส์ และอื่นๆ รวบรวมไว้ภายในเว็บไซต์ <http://www.slb-media.psu.ac.th/>



ภาพที่ 2.3 โครงการพัฒนาสื่อความรู้ ความรักและความห่วงใยกลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

ที่มา : (ศูนย์วิจัยกลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2558)

นอกจากเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาแนะนำเสนอมิติต่างๆ ของกลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ซึ่งจัดทำโดยสถาบันการศึกษาในพื้นที่ ยังมีมิติการทำงานของสถาบันการศึกษาที่ใส่ใจต่อการร่วมแสดงอัตลักษณ์และวิถีชีวิตคนลุ่มน้ำฯ ซึ่งเป็นผลดีต่อในพื้นที่ และหากสถานศึกษาดังกล่าวได้ร่วมเป็นเครือข่ายในการดำเนินการโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่จะช่วยเสริมความเข้มแข็งให้กับชุมชน

ปัจจุบันนอกจากสื่อเว็บไซต์ที่จัดนำเสนอแล้ว สื่อสังคมออนไลน์ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา พบว่า มีแฟนเพจเฟซบุ๊กที่ทำการสื่อสารประเด็นในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาและได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง มีเว็บแฟนเพจที่ได้รับความนิยมในพื้นที่ลุ่มน้ำฯ ประกอบด้วย แฟนเพจที่นี้เกาะใหญ่ สวยสุดแห่ง ทะเลสาบสงขลา แฟนเพจที่นี้สงขลา at SongkhlaJourney.com แฟนเพจหาดใหญ่โฟกัส – วาไรตี้ แฟนเพจ#ที่นี้พัทลุง แฟนเพจสื่อเดือน และแฟนเพจสงขลาฟอรั่ม

5. **สื่อกิจกรรม** หน่วยงานต่างๆ รอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยที่ตั้งอยู่รอบลุ่มน้ำฯ เช่น มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ฯลฯ ได้จัดกิจกรรมเชิงรณรงค์การอนุรักษ์ทรัพยากรในพื้นที่ลุ่มน้ำฯ การปลูกจิตสำนึกแก่เยาวชนอยู่เสมอ เช่น การจัดค่ายเด็กรุ่นใหม่เพื่อทะเลน้อยของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ การจัดกิจกรรมจำหน่ายสินค้าในพื้นที่ลุ่มน้ำฯ ฯลฯ

สำหรับกิจกรรมเชิงวิชาการ มีการประชุมวิชาการระดับชาติลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา การประชุมแลกเปลี่ยนองค์ความรู้เกี่ยวกับลุ่มน้ำฯ จากการวิจัย โดยได้จัดอย่างต่อเนื่องโดยความร่วมมือของมหาวิทยาลัย ต่างๆ เป็นระยะเวลา 6 ปี (ล่าสุดในปี 2561 ที่ผ่านมา) ซึ่งได้นำเสนอประเด็นต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน เพื่อให้ชุมชนได้รู้จักตัวตนเอง บริบทปัญหาในพื้นที่ และทางออกร่วมกันของคนลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาว่าควรดำเนินในทิศทางร่วมกัน

6. **สื่อสถานที่ (พิพิธภัณฑ์คติชนวิทยา สถาบันทักษิณคดีศึกษา)** สื่อสถานที่ คือ แหล่งที่ให้ความรู้ในด้านข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมภาคใต้ทุกลักษณะ ทั้งที่เป็นวัตถุของจริง วรรณกรรม (ทั้งที่ลายลักษณ์อักษร) และการจัดแสดงข้อมูลเกี่ยวกับภาคใต้ที่เกี่ยวข้องกับประเพณี วัฒนธรรมทุกด้าน เช่น ประวัติศาสตร์และชาติพันธุ์ ศาสนา การศึกษา อาชีพ ฯลฯ

สถาบันทักษิณคดีศึกษาเป็นหน่วยงานในสังกัดมหาวิทยาลัยทักษิณ มีที่ทำการอยู่ที่บ้านอ่าวทราย หมู่ที่ 1 ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลาบริเวณใกล้เชิงสะพานติณสูลานนท์ ช่วงที่ 2 สถาบันตั้งขึ้นเมื่อปี 2521 เพื่อศึกษาเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมของภาคใต้ มีพื้นที่ทั้งหมด 23 ไร่ ลักษณะของอาคารเป็นสถาปัตยกรรมแบบภาคใต้ แบ่งออกเป็น 4 อาคาร โดยแต่ละอาคารจะแบ่งออกเป็นห้องๆ แสดงเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และชาติพันธุ์ โบราณวัตถุที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่น เครื่องประดับศาสตราวุธที่ใช้กันในภาคใต้ เช่น กริช มีดชายธง มีดหางไก่ ฯลฯ แสดงผ้าทอพื้นเมือง เช่น ผ้าทอพุมเรียง ผ้าทอปัตตานี ฯลฯ ห้องแสดงกระต่ายขูดมะพร้าว รูปทรงต่างๆ ที่มีรูปแบบหาชมได้ยาก ห้องแสดงการละเล่นพื้นเมือง เช่น หนังตะลุง โนรา ลิเกป่า ห้องแสดงวิถีชีวิตชาวใต้ เช่น การแสดงการละเล่นและของเล่นเด็ก ฯลฯ เช่น การเล่นซ้ดราว การเล่นว่าว ลูกข่าง ห้องแสดงประเพณีการบวช ห้องแสดงการรักษาพยาบาลแบบโบราณ (สถาบันทักษิณคดี มหาวิทยาลัยทักษิณ, ม.ป.ป.)

แนวคิดบริบทสื่อในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ทำให้เห็นถึงการเกิดขึ้นและดำเนินอยู่ของสื่อในพื้นที่ กระบวนการทำงาน หน้าที่และสถานการณ์ต่างๆ ที่สื่อแต่ละสื่อพยายามทำหน้าที่ของตนเองอย่างสม่ำเสมอ และการเกิดขึ้นอย่างมีส่วนร่วมของสถานีโทรทัศน์ชุมชนจะเข้ามามีส่วนแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

## 2. แนวคิดการจัดการชุมชน

แนวคิดนี้อธิบายถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยใช้การจัดการภายในชุมชน เพื่อเป็นตัวชี้วัดถึงความพร้อมและประสิทธิภาพของชุมชนในการร่วมกันทำงานเพื่อให้เกิดแนวทางการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

### ความเป็นพลเมือง (citizenship)

ความเป็นพลเมืองคือ หนึ่งปัจจัยที่ทำให้ชุมชนได้เกิดแรงกระตุ้นในการเข้าใจสิทธิที่ตนเองมีในสังคมประชาธิปไตย ความเป็นพลเมืองคือ พลังที่ทำให้ชุมชนเห็นว่าตนเองมีสิทธิ์และมีหน้าที่ที่สามารถนำเรื่องราวภายในชุมชนมาใช้ ดังนั้นแนวคิดนี้สามารถตอบได้อย่างชัดเจนว่าความเป็นพลเมืองคือ ภาวะสำคัญให้ชุมชนลุกขึ้นมาเสนอเรื่องราวของตนเองผ่านสื่อโทรทัศน์ชุมชน

ความเป็นพลเมือง เลย์เดท (Leydet) (2017) แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ประการที่หนึ่งมิติหลักของการเป็นพลเมือง (กฎหมาย การเมือง ความเป็นตัวตน) มิตินี้มีรูปแบบที่เห็นได้ชัดที่แตกต่างกันมาก ได้แก่ สาธารณรัฐและเสรีนิยม ทั้งสองรูปแบบมีมุมมองที่ให้ความหมายของพหุนิยมทางสังคมและวัฒนธรรมต่อแนวความคิดเกี่ยวกับการเป็นพลเมือง หลักการสำคัญของรูปแบบสาธารณรัฐ คือ การปกครองตนเองของพลเมืองรูปแบบของสถาบันคลาสสิกและแนวปฏิบัติ เช่น การหมุนเวียนของการทำงานการเมืองที่สามารถควบคุมตัวและถูกปกครองได้ ในทางกลับกันพลเมืองเป็นสิ่งแรกและสำคัญที่สุด "เป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการดูแลสังคม" (นโยบายอริสโตเติล (Aristotle Politics), 1275 อ้างใน เลย์เดท (Leydet), 2017) พลเมืองปกครองตนเองเป็นหัวใจสำคัญของในความคิดของรูสโซ (Jean Jacques Rousseau'Project) คือ การมีส่วนร่วมเขียนกฎหมายโดยทั่วไปที่ทำให้ประชาชนมีอิสระและถูกต้องตามกฎหมาย การมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในกระบวนการพิจารณาและตัดสินใจเพื่อให้แน่ใจว่าประชาชนเป็นพลเมือง กล่าวโดยสรุป รูปแบบของสาธารณรัฐ คือ การมองในมิติที่สองของการเป็นพลเมืองของหน่วยสนับสนุนทางการเมือง

ขณะเดียวกันรูปแบบที่มองในแบบเสรีนิยม มีการตรวจสอบย้อนกลับไปในสมัยจักรวรรดิโรมัน ซึ่งสามารถมองภาพเปรียบเทียบกันระหว่างยุคสมัยใหม่กฎหมายของโรมัน (Walzer (วาลเซอร์), 1989) การขยายตัวของจักรวรรดิทำให้สิทธิในการเป็นพลเมืองถูกขยายไปสู่ความพ่ายแพ้ของประชาชนโดยเปลี่ยนแนวคิดอย่างลึกซึ้ง การเป็นพลเมืองหมายถึง การได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายแทนที่จะเข้าร่วมในการกำหนดหรือการบังคับใช้ สถานะทางกฎหมายมากกว่าความเป็นจริงในชีวิตประจำวัน" (Walzer (วาลเซอร์), 1989) การมุ่งเน้นที่นี้ คือ การเป็นพลเมืองเป็นที่เข้าใจกันว่าเป็นสถานะทางกฎหมายแทนที่จะเป็นตำแหน่งทางการเมือง หมายถึงการเป็นสมาชิกในชุมชน กฎหมายที่ใช้ร่วมกันอาจจะเหมือนหรือไม่เหมือนกันกับชุมชนในอาณาเขต"

(Pocock (พอค็อก) 1995, 37) ประสบการณ์ของชาวโรมันแสดงให้เห็นว่ามีติของความเป็นพลเมืองต้องอยู่ภายใต้กฎหมาย

ประการที่สองของความเป็นพลเมืองของเลย์เดท (Leydet, 2017) คือ วิธีการที่จะเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นพลเมืองและเชื้อชาติ ในสังคมโลกที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติอยู่มาก เป็นความท้าทายที่ทำให้เกิดแนวคิดเกี่ยวกับการเป็นพลเมืองโลก ทฤษฎีเหล่านี้ได้รับการยอมรับมานานแล้วว่าเป็นแนวคิดที่จำเป็นสำหรับพลเมือง แนวคิดนี้กำลังถูกโต้แย้งมากขึ้นโดยผู้ที่ตั้งคำถามเกี่ยวกับสิทธิของรัฐในการกำหนดว่าใครเป็นที่ยอมรับในฐานะสมาชิกหรือการอ้างสัญชาติ เชื้อชาติอาจมีความหมายมากกว่าเส้นแบ่งเขตของประเทศ และประการสุดท้ายความเป็นพลเมืองไม่ควรมองข้ามกลุ่มคนที่ด้อยโอกาสในสังคม ไม่ว่าจะเป็นเด็ก คนพิการ ผู้สูงอายุ และอาจรวมถึงสัตว์โลกที่พึ่งพาอาศัยสภาพแวดล้อมเดียวกับมนุษย์

การมองความเป็นพลเมืองของเลย์เดททำให้มองเห็นว่า มิติหลักของความเป็นพลเมืองที่อยู่ภายใต้กฎหมาย ข้อบังคับ เข้าใจในความหลากหลายของเชื้อชาติ ศาสนา มองทุกคนอย่างความเท่าเทียม เปิดโอกาสและให้อิสระทางความคิดทั้งที่ให้อโอกาสในการเข้ามามีส่วนร่วมและการสร้างกรอบกฎหมายเพื่อให้ทุกคนอยู่ในระเบียบ กติกาที่เหมือนกัน ความเป็นพลเมืองจึงเป็นอีกแนวคิดหนึ่งเข้ามาเป็นเครื่องมือที่จะประกาศสิทธิของคนในชุมชนให้ทราบว่า ทุกคนมีสิทธิที่เท่าเทียมกันในสังคมโลกใบนี้ สอดคล้องกับ วาติคิโอติส (Vatikiotis, 2010) ที่มองเรื่องของความเป็นพลเมืองว่า แม้มีติของแนวความคิดนี้จะมีแนวทางที่แตกต่างกัน แต่ส่งเสริมแนวคิดเรื่องการเป็นพลเมืองที่มีส่วนร่วมอันหมายถึง การมีส่วนร่วมของพลเมืองและการอภิปรายกลุ่มเกี่ยวกับทุกเรื่องที่ส่งผลต่อชุมชนทางการเมือง

#### **บทบาทของความเป็นพลเมืองที่มีผลต่อสื่อ**

ณัฐนันท์ ศิริเจริญ (2555) อภิปรายภายใต้งานวิจัยเรื่อง การใช้สื่อบูรณาการเพื่อสร้างความเป็นพลเมืองกับอนาคตประชาธิปไตยไทยว่า พลเมืองในปัจจุบันหรือประชาชนในยุคดิจิทัลไม่ใช่เป็นเพื่อผู้รับบริการ (customer) แต่เป็นพลเมือง (citizens) ผู้ซึ่งมีสิทธิและหน้าที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการจัดการวิถีชีวิตของตนเอง ภายใต้การคำนึงถึงผลประโยชน์ของส่วนรวมเป็นสิ่งสำคัญ จากความคิดนี้ทำให้เห็นว่า สื่อจะต้องปรับตัวและไม่มองผู้ชมเป็นแค่เพียงคนชมรายการเพียงเท่านั้น แต่เป็นผู้ชมที่มีสิทธิเท่าเทียมกันกับผู้ผลิตรายการในสถานีฯ ดังจะเห็นได้ว่าการเติบโตของช่องทางกรับสื่อ ที่ผู้ชมมีช่องทางที่เป็นทางเลือกมากขึ้น ดังนั้น โอกาสในการเลือกของผู้ชมมีมากกว่าเดิม (คิวเลตต์ (Quellette), 2017) เพราะการเติบโตของอินเทอร์เน็ต สังคมออนไลน์ และการตอบสนองความต้องการการใช้งานของสมาร์ตโฟน ทำให้ช่วงหลายสิบปีที่ผ่านมา พลเมืองมีสิทธิมีอำนาจมากกว่าสื่อ ผ่านการโหวตดาราที่ชื่นชอบ แชร์ (share) ข้อมูลและความคิดเห็นทางการเมือง

ที่เป็นความคิดในระดับรากหญ้า หรือมีส่วนร่วมในปรากฏการณ์ร่วมกันคลิกไลค์หรือติตแซชแท็ก กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ถือเป็นรูปแบบใหม่ของการมีส่วนร่วมในสื่อของพลเมืองในระบบประชาธิปไตย นอกจากนี้ ด้วยเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้การแสดงออกทางการเมืองมีความเฉพาะเจาะจงขึ้น นักเคลื่อนไหวทางการเมืองมักใช้แพลตฟอร์มสื่อดิจิทัลแบบโต้ตอบไปมา เพราะมองว่าสื่อใหม่มีความเท่าเทียมกันระหว่างประชาชนกับรัฐ

แนวคิดนี้ทำให้เห็นว่าความเป็นพลเมืองมีบทบาทต่อสื่อเป็นอย่างมาก ทั้งเป็นผู้ชักนำ เป็นผู้ติดตามและเป็นผู้รับหรือไม่รับเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นจากสื่อ และหากมองย้อนกลับไปที่โทรทัศน์ชุมชน บทบาทของความเป็นพลเมืองจะส่งผลกระทบต่อในการขับเคลื่อนโทรทัศน์ชุมชนให้มีการทำงานเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของชุมชน สอดคล้องกับคำนิยามของโทรทัศน์ชุมชนที่ว่า โทรทัศน์เป็นของชุมชน มีความเป็นชุมชน และไม่มุ่งหวังผลกำไร เพื่อแก้ไขและพัฒนาชุมชนให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น ดังนั้นจึงเป็นไปได้เลยว่าผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบของการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา จะไม่มีหัวใจและความตั้งใจในการเป็นพลเมืองที่ดีในพื้นที่ลุ่มน้ำฯ ที่มองเห็นปัญหาและใช้โทรทัศน์ชุมชนเป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาล่าช้าให้หมดไป

#### พื้นที่สาธารณะ (public sphere)

แนวคิดนี้อธิบายความเป็นพื้นที่สาธารณะของสื่อ สื่อโทรทัศน์ชุมชนเองคือพื้นที่สาธารณะด้วยเช่นกัน เพราะสื่อโทรทัศน์ชุมชนเป็นอีกหนึ่งสื่อที่มีศักยภาพ กาญจนนา แก้วเทพ (2553) มองว่าสื่อเป็น “พื้นที่สาธารณะ” ของสังคม เพราะศักยภาพของสื่อที่แปรเรื่องที่เป็นส่วนตัว (private) ให้กลายเป็นส่วนรวม ดังนั้นสื่อมวลชนเป็นพื้นที่ของ “บุคคลสาธารณะ” (public figure) เรื่องราวจะกลายเป็นสาธารณะ ดังนั้นไม่ว่าสภาพปัญหาภายในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาที่ต้องการการแก้ไข ย่อมสามารถใช้โทรทัศน์ชุมชนเป็นเครื่องมือสร้างวาระให้กลายเป็นวาระสาธารณะทั้งในระดับพื้นที่และระดับชาติได้ด้วยเช่นกัน

ฮาเบอร์มาส (Habermas) นักทฤษฎีชาวเยอรมัน (ฮาเบอร์มาส (Habermas, J.), เลนนอกซ์ เอส (Lennox, S.) และ เลนนอกซ์ เอฟ (Lennox, F.), 1974) ได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับแนวคิดในเรื่องพื้นที่สาธารณะ (public sphere) ว่าพื้นที่สาธารณะไม่ได้ถูกมองเป็นสิ่งของที่เป็นสาธารณะ แต่พื้นที่สาธารณะเป็นขอบเขตทางสังคมที่เปิดพื้นที่ให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น การเปิดพื้นที่นี้เป็นสิ่งที่แทรกซึมเข้ามาในการสนทนาทุกคน เมื่อมีการรวมตัวกันเพื่อพูดถึงสังคมและอาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อไป เมื่อกล่าวถึงพื้นที่และความเป็นสาธารณะที่มองในมิติต่างๆ ความหมายของพื้นที่สาธารณะในความคิดของ กาญจนนา แก้วเทพ (2553) คำว่าพื้นที่ในแง่รูปธรรม คือ ขอบเขตหรืออาณาบริเวณที่แบ่งกันเอาไว้แน่นอน ในแง่นามธรรม พื้นที่ถูก



มองในเรื่องของสังคม การเมือง หรือวัฒนธรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยอาศัยความรู้และภูมิปัญญาของคนทุกระดับทุกชนชั้นที่ทำให้มีเวทีในการแสดงออกในสังคม นอกจากนี้ คำว่า สาธารณะทั่วไป หมายถึง คำว่า ส่วนรวม (public) ที่ตรงข้ามของคำว่า ส่วนตัว (private) ดังนั้นคำว่า สาธารณะคือ เรื่องของผลประโยชน์ส่วนรวม ในแง่รูปธรรม คือ สิ่งที่เป็นส่วนรวม และในนามธรรม คือ บุคคลหรือกลุ่มคนที่มีจิตสาธารณะที่ทำงานเพื่อประโยชน์ส่วนรวมโดยไม่คำนึงถึงเรื่องส่วนตัว

พื้นที่สาธารณะ (public sphere) เกิดในศตวรรษที่ 17 ซึ่งเป็นยุคสมัยของอำนาจนิยมที่ปกครองโดยระบบกษัตริย์และขุนนาง และนักบวชที่มีอำนาจในการตัดสินความเป็นไปในสังคม ดังนั้นการแสดงออกทางความคิดสาธารณะเริ่มปรากฏขึ้น เพื่อต่อต้านและคานอำนาจของชนชั้นปกครองในแต่ละสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม พื้นที่สาธารณะที่เป็นพื้นที่กลางที่สามารถสื่อสารสารเหล่านี้ในยุคสมัยนั้นคือ ร้านกาแฟเป็นพื้นที่แสดงออก หลังจากนั้นวิวัฒนาการของการผลิตพัฒนาขึ้น ประกอบกับสื่อสิ่งพิมพ์หรือหนังสือพิมพ์ถือกำเนิดขึ้นพร้อมๆ กับการพัฒนาการศึกษาที่ส่งผลให้คนในสังคมมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ชนชั้นกลางผู้มีความรู้เริ่มใช้สื่อเป็นพื้นที่สาธารณะในการแสดงออก ดังนั้น สื่อมีหน้าที่เป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างสมาชิกในพื้นที่สาธารณะ สื่อกลายเป็นเครื่องมือของการเป็นสาธารณะ (ฮาเบอร์มาส (Habermas), เลนนอกซ์ เอส (Lennox, S.) และเลนนอกซ์ เอฟ (Lennox, F.), 1974)

ปัจจุบันสื่อกับการสร้างพื้นที่สาธารณะในศตวรรษที่ 20 สื่อได้ขยายออกไปอย่างไร้พรมแดน เข้าถึงวิถีชีวิต และช่วยหาคำตอบจากคำถามที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับสิ่งที่มีผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของแต่ละคน สังคม และวิถีทางทางการเมือง สื่อเข้ามาเติมเต็มพฤติกรรมของคนให้มีบทบาทของการเป็นพลเมืองท่ามกลางสังคมที่เปิดกว้างและมีเสรีมากขึ้น สื่อกลายเป็นพื้นที่ในการพูดคุยกันถึงปัญหาต่างๆ และเป็นพื้นที่รับคำติชมของผู้ชมทั้งทางตรงและทางอ้อมเป็นสัญญาณของการสร้าง dialogicมีส่วนร่วมของผู้ชมผ่านสื่อ เป็นพื้นที่สาธารณะ และทำให้ผู้ชมบรรลุถึงบทบาทในฐานะพลเมืองที่วาทกรรมเกี่ยวกับผู้ชม ผู้อ่าน และผู้ฟังสื่อกลายเป็นภาพลักษณ์ในอุดมคติของความเป็นพลเมืองที่ได้รับการศึกษา การศึกษาสร้างพลเมืองที่มีความสามารถและมุ่งมั่นในหน้าที่ของตนในฐานะที่เป็นผู้มีใจรักชุมชน สังคมซึ่งขัดแย้งกับกลุ่มที่ไม่มีการศึกษา และไม่สนใจที่จะใช้พื้นที่ในสื่อ (บุช (Butsch), 2011)

สื่อที่เปิดพื้นที่สาธารณะที่สำคัญสื่อแรกคือ สื่อสิ่งพิมพ์ ฮาเบอร์มาส (Habermas, 1989) กล่าวว่า สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อสาธารณะ ที่เป็นสื่อที่เน้นความจำเป็นในการนำเสนอข้อมูลเพื่อการอภิปรายสาธารณะ หรือเกิดการพูดคุย โดยคัดเลือกเอาประเด็นที่กระทบต่อสังคมเป็นหลัก นอกจากนี้ สื่อสิ่งพิมพ์ได้ก้าวเข้ามาเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญของการเผยแพร่ความเป็นสาธารณรัฐ และสังคมประชาธิปไตยที่ทุกคนมีสิทธิเท่าเทียมกันของประชาชนทุกคน (บุช (Butsch), 2011)

บทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์เป็นส่วนหนึ่งของทฤษฎีการสื่อสารทางสังคมวิทยาของความ เป็นสาธารณะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อหนังสือพิมพ์ที่เกิดขึ้นในเมืองใหญ่ที่ได้มาตรฐานในระดับสูง เพราะมาตรฐานการผลิตที่ดีย่อมส่งเสริมให้ผู้อ่านข้อมูลข่าวสารต่างๆ ในหนังสือพิมพ์ ทาร์ด (Tarde, 1969) กล่าวว่า การเพิ่มจำนวนประชากรได้สร้างความเป็นสาธารณะผ่านประสบการณ์ใน การอ่านของแต่ละคนและนำสิ่งที่ได้อ่านมาอภิปราย แลกเปลี่ยนในสถานที่สาธารณะไม่ว่าจะเป็น ในร้านอาหารหรือคาเฟ่ (café) และทาร์ดได้ข้อสรุปว่าการอ่านช่วยให้การแลกเปลี่ยน การอภิปรายมี รสชาติมากกว่าเดิม

นอกจากนี้ (บุช (Butsch), 2011) ระบุว่า พื้นที่สาธารณะที่สำคัญผ่านสื่ออีกสื่อหนึ่ง คือ สื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ได้รับการจัดให้เป็นพื้นที่สาธารณะ ตั้งแต่เริ่มมีสื่อนี้ การออกอากาศทางวิทยุกระจายเสียงเป็นรูปแบบของสื่อมวลชนที่ได้รับการยกย่องว่าการมีส่วนร่วม ของประชาชน สะท้อนถึงการรับรู้ถึงความสำคัญในกิจการสาธารณะ รัฐบาลส่วนใหญ่พยายาม ควบคุมระบบกระจายเสียงและควบคุมเงินทุนสาธารณะ รวมถึงใบอนุญาตกระจายเสียง เมื่อได้รับ การสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นการสื่อสารสองทิศทางโดยใช้คลื่นความถี่ไร้สายในการสื่อสาร สื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสิ่งที่ติดต่อสาธารณชน เป็นประโยชน์แม้กระทั่งการสื่อสารในทะเล แม้มอง โดยผิวเผินจะเห็นว่า สื่อวิทยุกระจายเสียงถือเป็นเครื่องมือสำคัญของรัฐบาล แต่บางครั้งแม้จะเป็น เครื่องมือของรัฐบาลแต่ก็เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้คนได้เรียนรู้ ปรับเปลี่ยนตัวเองได้ดีขึ้นเช่นกัน เช่น สถานีวิทยุกระจายเสียงบีบีซี (BBC) ของอังกฤษที่วางบทบาทตนเองเป็นสถานีฯ ที่ให้ความรู้แก่ ประชาชน เพราะประชาชนไม่ได้เป็นเพียงแค่ผู้ฟัง แต่เป็นพลเมืองของประเทศ ดังนั้น การสร้าง ความรู้ ประสบการณ์และการวางบทบาทของความเป็นพลเมือง เพราะนโยบายของสถานีฯ แห่งนี้ คือ ถ้าประชาธิปไตยเป็นประชาธิปไตยที่แท้จริงจะต้องเป็นประชาธิปไตยที่มีการศึกษา นอกจากนี้ เมอร์ด็อก ((Murdock) อ้างใน สมัชชา นิลปัทม์, 2555) นักเศรษฐศาสตร์การเมืองด้านสื่อชาวอังกฤษ ได้ลองนำแนวคิดของฮาร์เบอร์มาศึกษา ‘สถานเสวนาสาธารณะ’ ตอบบทบาทของสถานีวิทยุ โทรทัศน์สาธารณะของอังกฤษ (BBC) ในช่วงปี 1992 พบว่า

- บีบีซี ได้เป็นเวทีสำหรับการสร้าง ‘วงอภิปรายสาธารณะ’ (public forum) ที่ให้กลุ่ม ผลประโยชน์มีความชอบธรรมที่จะเข้ามาใช้เวทีดังกล่าว โดยเฉพาะกรณีที่มีความขัดแย้งหรือข้อ พิพาทต่างๆ ต้องตรวจสอบว่า กลุ่มที่จะมีโอกาสได้เข้ามาใช้พื้นที่สื่อ นั้นต้องเป็น “ทุกกลุ่ม” ที่เกี่ยวข้องและมีส่วนได้ส่วนเสีย

- เวทีสาธารณะ ต้องทำหน้าที่เป็นช่องทางให้กลุ่มต่างๆ สามารถติดตามตรวจสอบ ประเด็นสาธารณะ โดยเฉพาะติดตามผลงานของกลุ่มผู้มีอำนาจ ซึ่งพลังการตรวจสอบเดิมมักไม่มี ประสิทธิภาพ

- ต้องเสริมสร้างแนวคิด ‘พลเมือง’ เข้มแข็งขึ้นให้ได้

- สื่อมวลชนต้องคิดตั้งกลไกตรวจสอบตนเองตลอดเวลาว่าในพื้นที่สื่อของตนได้แบ่งสัดส่วนเรื่อง “ส่วนตัว” (private) และ “สาธารณะ” (public) เอาไว้อย่างเหมาะสม

นอกจากนี้ ฮาเบอร์มาส (Habermas, 1989) มองว่า สื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่สร้างพื้นที่ให้กับกลุ่มผู้ฟังที่สนใจ ใฝ่ใจและศรัทธาในสื่อมากกว่ากลุ่มคนทั่วไป ที่หาโอกาสในการมีส่วนร่วมในการอภิปรายและการมีส่วนร่วมได้ส่วนเสียทางการเมือง สร้างความตระหนักรู้ของการจัดการสาธารณะ หนุนการสนทนา เกี่ยวกับโฆษณาชวนเชื่อ การสื่อสารมวลชน และสังคมมวลชน (บุช (Butsch), 2011)

หลังจากการมาถึงของสื่อโทรทัศน์ แม้ในช่วงแรกจะไม่ได้รับการตอบรับเป็นอย่างมาก หากเทียบกับสื่อวิทยุกระจายเสียง แต่เริ่มได้รับความสนใจมากขึ้นหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 ในประเทศสหรัฐอเมริกา เพราะสื่อโทรทัศน์ถูกใช้เป็นที่ของการแทรกแซงวัฒนธรรมและค่านิยม มาแทนที่กิจกรรมที่สร้างสรรค์ที่เคยมีมาก่อนมากขึ้น นอกจากนี้ ยังถูกมองว่าพลังของสื่อโทรทัศน์ทำให้น่าสนใจและเข้ามาจัดการชีวิตของผู้ชม ในช่วงสงครามเย็นมีความกลัวกระจายไปทั่วในเรื่องของการกลัวถูกล้างสมองในเรื่องลัทธิการปกครอง และการโฆษณาที่ไม่สามารถแก้ปัญหาทำให้เกิดช่องว่างระหว่างผู้ชมกับสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโทรทัศน์ ที่ถูกวิพากษ์วิจารณ์อย่างหนักในช่วงเวลานั้น ในช่วงทศวรรษที่ 1950 ถึง 1970 มีการพยายามวัดผลกระทบของสื่อโทรทัศน์ที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้คน แต่มีคำถามอย่างมากที่ยอมรับผลของการเก็บข้อมูลว่าสื่อเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อผู้ชม และเข้าถึงความคิดของผู้ชมที่เป็นพลเมืองได้อย่างแท้จริงหรือไม่ (บุช (Butsch), 2011)

ด้านบวกของสื่อโทรทัศน์ มีการผูกโยงกับแนวคิดพื้นที่สาธารณะ โดยการอาศัยโครงข่ายการออกอากาศ และการทำงานร่วมกันเพื่อการสร้างความเท่าเทียมกันของสังคมบริโภค นิยมและความเป็นพลเมืองของคนในสังคม แม้ว่าผู้บริโภคสื่อโทรทัศน์จะมีความรู้สึกส่วนตัวเมื่อได้รับชมสื่อประเภทนี้ แต่ในขณะที่เดียวกันมันแฝงเรื่องของความเป็นสาธารณะ การวิจัยในสื่อโทรทัศน์ทำให้เห็นว่ามีมิติต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสื่อนี้ ไม่ว่าจะเป็นการค้นพบการสื่อสารสองทางของลาซาเฟลด์ (Lazarsfeld) ที่ช่วยอธิบายปรากฏการณ์ในการขายแปร่งสีฟันหรือการรณรงค์ทางการเมืองในสื่อโทรทัศน์ ซึ่งการสื่อสารสองทางทำให้เห็นเกิดกระบวนการที่ใหม่นำเสนอผู้ชมเป็นตัวแทน มุ่งเน้นที่วัยรุ่นและกลุ่มวัยเพิ่งเริ่มทำงาน นอกจากจะเกิดภาพของการสนทนาของผู้ชมที่ได้ชมบางอย่างในสื่อโทรทัศน์ และไม่น่าจะกล่าวเกินไปได้ว่า สื่อโทรทัศน์ทำให้เกิดพื้นที่ที่ให้ความสนใจทางการเมืองมากขึ้น ถือเป็นความสำเร็จในการเปิดให้ผู้ชมได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการสาธารณะร่วมกัน (บุช (Butsch), 2011)

หลังจากการที่สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อสิ่งพิมพ์ครองความสนใจและเป็นพื้นสาธารณะให้กับสังคมมาช่วงระยะเวลาหนึ่ง การพัฒนาเครื่องคอมพิวเตอร์ โคร่งข่าย อินเทอร์เน็ตและการพัฒนาเว็บไซต์ที่ทั่วถึงใช้งานได้คล่องตัวและหลากหลายมากขึ้นก่อให้เกิดความสนใจในสื่อใหม่ในการเป็นพื้นที่สาธารณะแหล่งใหม่ในสังคม ยิ่งการเกิดของเฟซบุ๊ก (facebook) และเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์รูปแบบต่างๆ พร้อมกับการพัฒนาการใช้งานให้มีการถ่ายทอดสดพร้อมๆ กับการเปิดช่องทางในการแสดงความคิดเห็น รวมถึงการพัฒนาสมาร์ตโฟน (smart phone) ที่ทุกคนสามารถเข้าสู่สังคมออนไลน์ได้ในทุกที่ ทำให้การพัฒนาพื้นที่สาธารณะผ่านสื่อใหม่ขยายวงกว้างมากขึ้น ดังนั้น อุตสาหกรรมสื่อในปัจจุบันค่อยๆ ปรับเปลี่ยนตัวเองโดยไม่ยึดติดเพียงแค่อะไรเพียงอย่างเดียว แต่เพิ่มความหลากหลายให้มีช่องทางผ่านสื่อๆ หลากหลายรูปแบบ นอกจากนี้ การพัฒนาการแพร่ภาพผ่านดาวเทียมและช่องทางผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้สื่อไม่มีขอบเขต การพัฒนาเหล่านี้ที่เกิดขึ้นในสภาพการณ์และพัฒนาทางการเมืองที่เปลี่ยนแปลงไปในหลายประเทศมีการสนับสนุนการแปรรูปและการผ่อนคลายกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องสื่อสาธารณะ เช่น ในประเทศเอสโตเนียที่มีการพัฒนาระบบโครงสร้างสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และสนับสนุนให้คนใช้อินเทอร์เน็ตในการดำเนินชีวิตให้มากขึ้น (บุช (Butsch, R.), 2011)

แนวคิดพื้นที่สาธารณะทำให้เห็นว่า พัฒนาการทางสังคมมีการเปลี่ยนแปลงและคนในสังคมต้องการพื้นที่สาธารณะในการแสดงออกทางความคิดเห็นอันเกิดจากการพัฒนาองค์ความรู้ต่างๆ ในชุมชน ในขณะที่เดียวกันการเกิดขึ้นของสื่อรูปแบบต่างๆ ได้เข้ามาสอดคล้องกับการเกิดพื้นที่สาธารณะผ่านสื่อเหล่านั้น ไม่ว่าจะเป็สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ ซึ่งการเกิดโทรทัศน์ชุมชนผ่านช่องทางโคร่งข่ายสื่อโทรทัศน์และผ่านช่องทางสื่อใหม่ได้เข้ามาเปิดพื้นที่สาธารณะให้กับชุมชน ได้แสดงความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกชุมชน รวมถึงเปิดพื้นที่ในการนำเสนอเรื่องราวต่างๆ ตามความคิดเห็นของคนในชุมชนได้ สังคมวงกว้างได้ทราบโดยทั่วกัน

### 3. แนวคิดสื่อชุมชน

แนวคิดสื่อชุมชนเป็นแนวคิดที่อธิบายถึงสื่อที่ตอบสนองต่อชุมชน ฌ็องซูฟงส์ สุขโสต (2559) แสดงความคิดเห็นว่า สื่อชุมชนนั้นมีได้หลายประเภทขึ้นอยู่กับบริบทของแต่ละชุมชน สื่อดังกล่าวเป็นสื่อที่อยู่ภายในชุมชนหนึ่งๆ ที่ต้องทำหน้าที่ “เพื่อ” ชุมชน “โดย” ชุมชน และเป็น “ของ” ชุมชน และที่สำคัญคือ การเน้นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (participatory communication) ทั้งให้ประชาชนในชุมชนสามารถเข้าถึง (access) เข้ามามีส่วนร่วมในประเด็นที่จะสื่อสารและเข้ามา

มีส่วนร่วมในการสื่อสาร ทั้งการใช้และผลิตสื่อ การกำหนดนโยบายหรือการเป็นเจ้าของ โดยที่ไม่จำเป็นต้องมีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินงานและไม่ใช้กิจการที่มุ่งเน้นแสวงหาผลกำไร

สื่อชุมชนมักถูกนิยามในความหมายที่ตรงกันข้ามกับสื่อมวลชนที่ถือว่าเป็นสื่อกระแสหลัก ซึ่งการนิยามแบบคู่ที่ตรงกันข้ามมีข้อดีที่ทำให้มองเห็นและเข้าใจในลักษณะของสื่อชุมชนได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม มีข้อสังเกตว่า ไม่ใช่สื่อมวลชนทุกประเภทจะไม่ใช่สื่อชุมชน เมื่อพิจารณาคุณสมบัติของสื่อมวลชนบางประการที่เปิดพื้นที่สาธารณะให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น สามารถสื่อสารความต้องการของตนเองได้ เหตุผลดังกล่าวก็เพียงพอในระดับหนึ่งที่จะทำให้สื่อมวลชนมีส่วนที่เป็นสื่อชุมชนได้ ถึงแม้ว่าจะไม่ได้เป็นสื่อที่เป็น “ของ” ชุมชนก็ตาม แต่ก็ยังเป็นสื่อที่ทำ “โดย” ชุมชน เช่น กรณีการทำหน้าที่เพื่อชุมชนของสถานีวิทยุกระจายเสียง จส. 100 เป็นต้น (กัจจกร หลุยยะพงศ์, 2557 อ้างใน ฉัฐสุพงศ์ สุขโสต, 2559) ซึ่งได้แสดงการเปรียบเทียบลักษณะสื่อมวลชนกับสื่อชุมชน ดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 การเปรียบเทียบลักษณะสื่อมวลชนกับสื่อชุมชน

สื่อ	สื่อมวลชน	สื่อชุมชน
ลักษณะ		
สื่อกลาง	สื่อมวลชนทุกประเภทต้องผ่าน “สื่อกลาง” เช่น คลื่นวิทยุ โทรทัศน์ กระดาษสำหรับ หนังสือพิมพ์ วารสาร หนังสือ	มีทั้งผ่าน “สื่อกลาง” และ “ไม่ผ่าน” สื่อกลาง
เป้าหมาย/บทบาทหน้าที่	เพื่อธุรกิจ ให้ข่าวสาร ความรู้บันเทิง บริการสาธารณะ	เพื่อชุมชน ตอบสนองความต้องการชุมชน ให้ชุมชนมีส่วนร่วม บทบาทหลากหลาย

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

ลักษณะ	สื่อ	สื่อมวลชน	สื่อชุมชน
การเป็นเจ้าของและการควบคุม	รัฐ เอกชน เป็นเจ้าของ โดย กฎหมาย ระเบียบ จรรยาบรรณ ฯลฯ	เน้น ชุมชน เป็นเจ้าของ ควบคุมโดยชุมชน	
เนื้อหา	กำหนดมาจากนโยบาย ส่วนกลาง/เจ้าของทุน เกี่ยวข้อง กับส่วนรวม ใช้ภาษาไทยกลาง	เฉพาะกลุ่ม แตกต่างไปตาม ความสนใจตามบริบท เงื่อนไขของชุมชน ชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนด เนื้อหา ใช้ภาษาถิ่น	
กระบวนการผลิตสื่อ	ผลิตจากส่วนกลาง ปริมาณมาก เพื่อลดต้นทุน มีการลงทุนในการผลิตสูง ใช้เทคโนโลยี ซับซ้อน ผลิตโดยมืออาชีพ	ผลิตจากชุมชน โดยชุมชน ท้องถิ่น มีการลงทุนในการ ผลิตน้อย ผลิตตามต้องการ ใช้เทคโนโลยีไม่ซับซ้อนนัก ผลิตโดยอาสาสมัครที่ไม่ จำเป็นต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญ และไม่ใช่มืออาชีพ	
การแพร่กระจาย/การเข้าถึง	กว้างขวาง เข้าถึงมวลชน ขนาดใหญ่	อยู่ในพื้นที่ชุมชน เน้นให้ ทุกคน ทุกกลุ่มสามารถ เข้าถึงสื่อได้	
ผู้รับสาร	“มวลชน” ที่กระจัดกระจาย ไม่รู้จักกัน มีสถานะเป็น ผู้บริโภค/ตลาด มีส่วนร่วมกับ สื่อน้อย/ค่อนข้างน้อย	ขนาดของผู้รับสารที่ไม่มากนัก เป็นคนที่อยู่ในชุมชน และรู้ได้อย่างชัดเจนว่าเป็น ใคร มักรู้จักกัน มุ่งเน้นให้มี ส่วนร่วมกับสื่อ	

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

ลักษณะ	สื่อ	สื่อมวลชน	สื่อชุมชน
การทำงานระดับสาธารณะ	เน้นเรื่องส่วนรวมของประเทศ ดำเนินงานอย่างเป็นทางการ	เน้นเรื่องภายใน/เกี่ยวข้องกับ ชุมชนดำเนินงานไม่เป็น ทางการมากนัก	
การไหลของข่าวสาร	ทิศทางเดียว	ทุกทิศทางทั้งบนลงล่างและ ระนาบเดียวกัน	
ปฏิริยาตอบกลับ	ทางอ้อม	ฉับพลันทันที	
เวลาและความต่อเนื่อง	เวลาเป็น สิ่งสำคัญ/กำหนด ทำงานต่อเนื่อง ไม่สิ้นสุด	เวลาเป็นไปตามกิจกรรมใน ชีวิต	
การบริหารจัดการ	แบบมืออาชีพ เพื่อการพาณิชย์ แสวงหากำไรสูงสุด มีรายได้ จากการดำเนินธุรกิจรวมถึงการ โฆษณา ผู้สนับสนุนรายการ หรือจากรัฐ	สมัครเล่น/สมัครใจ ไม่ใช่ ธุรกิจ อาจมีรายได้จาก ชุมชน การโฆษณา ผู้สนับสนุนรายการ หรือ จากรัฐ แต่มีเป้าหมายเพื่อ รักษากิจการของการผลิตสื่อ เท่านั้น มิใช่เน้น การ แสวงหาเพื่อหวังผลกำไร	

ที่มา: (ณัฐสุพงษ์ สุข โสศ, 2559)

จากตารางที่ 2.2 การเปรียบเทียบลักษณะสื่อมวลชนกับสื่อชุมชน ทำให้เห็นข้อแตกต่างระหว่างสื่อชุมชนกับสื่อมวลชนในลักษณะต่างๆ เป็นเบื้องต้น ซึ่งจะขยายให้เห็นคุณลักษณะของสื่อชุมชนให้กว้างขึ้นในลำดับต่อไป

#### คุณลักษณะของการสื่อชุมชนหรือการสื่อสารชุมชน

กาญจนา แก้วเทพ (2543) อธิบายคุณลักษณะของสื่อชุมชนหรือการสื่อสารชุมชนไว้ 10 ประการ ดังนี้

1. เป็นการสื่อสารสองทาง (two-way communication) ที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถมีปฏิกริยาโต้ตอบ (interactivity) กันอยู่ตลอดเวลาทั้งในลักษณะเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้ ลักษณะการสื่อสารแบบสองทาง ทำให้สถานะของผู้ส่งและผู้รับไม่ตายตัว แต่จะมีการผลัดเปลี่ยนบทบาทอยู่ตลอดเวลา

2. ทิศทางการไหลของข่าวสาร (flow of communication) ในขณะที่กระบวนการทัศนัยการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบกระแสหลักนั้น ทิศทางการไหลของข่าวสารเป็นไปอย่างจำกัด คือมีการไหลจากเบื้องบน (เจ้าหน้าที่รัฐ) ไปสู่เบื้องล่าง (ประชาชน) เท่านั้น แต่การสื่อสารชุมชนนั้น การหลังไหลของข่าวสารจะมีทิศทางที่หลากหลาย มาจากทุกทิศทุกทาง ทั้งบนลงล่าง (top-down) แบบล่างสู่บน (bottom-up) และแบบแนวนอน (horizontal) ดังนั้น ข่าวสารจึงอาจจะไหลจากนักวางแผนพัฒนาไปสู่ชาวบ้าน จากสื่อมวลชนไปสู่ผู้รับสารในชนบทในเวลาเดียวกัน ชาวบ้านอาจจะส่งข่าวสารขึ้นไปยังเจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือมีการแลกเปลี่ยนติดต่อส่งข่าวสารระหว่างกลุ่มชาวบ้านด้วยกัน (ในวงการพัฒนาชุมชนของไทยในปัจจุบัน เริ่มคุ้นเคยกับแนวทางการปฏิบัติที่เรียกว่า “การสร้างเครือข่ายชุมชน” “การศึกษาฐานจากกลุ่มชาวบ้าน” ด้วยกันเอง)

ทิศทางการไหลของข่าวสารนั้น นอกจากจะใช้มิติ (dimension) เป็นเกณฑ์พิจารณาแล้ว ยังมีนักวิชาการบางท่าน เช่น พาเวลกา (Pavelka) อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2543) ใช้เกณฑ์เรื่องขอบเขตของชุมชนเป็นตัวแบ่งเป็น “ขอบเขตภายในชุมชน” และ “ขอบเขตภายนอกชุมชน” จากเกณฑ์นี้ ทำให้มองเห็น ทิศทางการไหลของข่าวสารใน 3 ทิศทาง คือ การไหลของข่าวสารจากสื่อภายนอกเข้ามาสู่ชุมชน การใช้สื่อเพื่อส่งสารเรื่องราวของชุมชนออกไปยังบุคคลภายนอก และการใช้การสื่อสารเพื่อกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารภายในชุมชนกันเอง เพื่อช่วยยกระดับความตระหนักเกี่ยวกับความต้องการและการแสดงซึ่งความเป็นตัวของตัวเองของชุมชน

3. เป้าหมายของการสื่อสารชุมชน มีวิธีการและแง่มุมหลายแง่มุมที่จะกำหนดเป้าหมายของการสื่อสารเพื่อชุมชน ตัวอย่างเช่น

3.1 การกำหนดเป้าหมายโดยการใช้ระดับที่ผู้เกี่ยวข้องเป็นเกณฑ์ การสื่อสารชุมชนจะมีเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้เกี่ยวข้องในระดับต่างๆ ดังนี้

- ระดับชุมชน เป็นการสื่อสารที่มีเป้าหมายเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน
- ระดับหน่วยงานนอกชุมชน เป็นการสื่อสารที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงองค์กรหรือหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องกับด้านการพัฒนาและการสื่อสาร
- ระดับสังคมส่วนร่วม เป็นการสื่อสารที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม และวัฒนธรรมในระดับกว้าง



### 3.2 การกำหนดเป้าหมายโดยสอดคล้องกับทิศทางการไหลของข่าวสาร

ในแง่มุมมองนี้อาจกำหนดเป้าหมายของการสื่อสารชุมชนได้เป็น 3 เป้าหมายย่อยคือ

- เพื่อทำการถ่ายทอดข่าวสารข้อมูลและโน้มน้าวชักจูงใจ อันมักได้แก่ทิศทางการไหลของข่าวสารจากบนลงล่าง (อย่างไรก็ตาม ทิศทางการไหลแบบอื่นๆ ก็ใช้เป้าหมายนี้ได้เช่นกัน)

- เพื่อเป็นช่องทางแสดงออกซึ่งตัวตนของชุมชน (community self-expression) อันอาจจะหมายรวมถึงแต่การแสดงออกซึ่งความต้องการของชุมชนไปจนกระทั่งถึงการแสดงออกซึ่งสิทธิ ศักดิ์ศรี ภูมิปัญญาของชุมชนด้วย

- เพื่อพัฒนาความเป็นตัวของบุคคล (development of the individual's self) ในหน่วยที่เล็กลงมากกว่าชุมชน การสื่อสารชุมชนจะทำหน้าที่คล้ายๆ กับเวทีแห่งการศึกษาเรียนรู้ที่ช่วยให้ศักยภาพของปัจเจกบุคคลได้พัฒนาสร้างสรรค์อย่างเต็มที่

4. เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นและดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน (need oriented) ซึ่งสอดคล้องกับคุณลักษณะประการสำคัญของกระบวนการพัฒนาแนวใหม่ แทนการพัฒนาที่แต่เดิมเคยตอบสนองความต้องการของรัฐเป็นหลัก

5. หน้าที่ของการสื่อสาร (วินดาห์ลและคณะ (Windahl et al) อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2543, 50-51) ระบุว่า หน้าที่ของการสื่อสารชุมชนน่าจะประกอบด้วย

5.1 หน้าที่ในการแสดงออก (expressive function) คือ ทั้งบุคคลและกลุ่มสามารถแสดงความเป็นตัวของตัวเองได้

5.2 หน้าที่ทางสังคม (social function) คือ การเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อจะสร้างความรู้สึกร่วมเป็นชุมชนเดียวกัน

5.3 หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร (information function) อันเป็นหน้าที่พื้นฐานของการสื่อสารโดยทั่วไป หากทว่าในการสื่อสารชุมชนนั้น ทิศทางการไหลของข่าวสารต้องเป็นไปอย่างรอบด้านดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ดังนั้นผู้เข้าร่วมกระบวนการสื่อสารทุกคนจึงได้แลกเปลี่ยนข้อมูลและความรู้เพื่อยกระดับความเข้าใจและความรู้ในเรื่องการสื่อสารและทักษะการถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการพัฒนาชุมชน

5.4 หน้าที่ในการควบคุมการปฏิบัติการ (control activation function) การสื่อสารจะเป็นช่องทางนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อปรับปรุงหรือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นของบุคคลและชุมชนได้ เนื่องจากการสื่อสารชุมชนมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทางที่มีขั้นตอนของปฏิกิริยาป้อนกลับ (feedback)

นอกเหนือจากคุณลักษณะที่กล่าวมาแล้ว Berrigan F. J. (เบอร์ริแกน เอฟ แอล, 1979 อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2543) ได้เพิ่มเติมคุณสมบัติบางประการที่การสื่อสารชุมชนน่าจะมี คือ

1. สื่อของชุมชนเน้นการปรับปรุงสื่อให้เหมาะสมสำหรับประโยชน์การใช้งานของชุมชน ไม่ว่าจะชุมชนจะตั้งวัตถุประสงค์การใช้เอาไว้เช่นใดก็ตาม
2. สื่อชุมชนต้องเป็นสื่อที่คนในชุมชนสามารถเข้าถึง (access) ได้ตลอดเวลา เพื่อนำไปใช้เพื่อหาข่าวสาร เพื่อความรู้หรือเพื่อความบันเทิง
3. สื่อชุมชนเป็นสื่อที่ชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วม (participates) ในหลาย ๆ บทบาท ไม่ว่าจะเป็นผู้วางแผนการใช้สื่อ ผู้ผลิต ผู้แสดง ฯลฯ
4. สื่อชุมชนต้องเป็นสื่อที่แสดงออกของชุมชน มิใช่เป็นสื่อเพื่อชุมชน ซึ่งหมายความว่าตัวตนของชุมชนที่แสดงออกไปนั้นต้องมาจากการกำหนดของชุมชนเอง มิใช่เป็นผู้อื่นมาให้ชุมชน
5. สื่อชุมชนจะปรับเปลี่ยนลักษณะของการเป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง มาเป็นเวทีสำหรับแลกเปลี่ยนข่าวสารและทัศนะของคนทุกคน (กาญจนา แก้วเทพ, 2543)

กรณีของประเทศไทย มีนักวิชาการไทยได้รวบรวมคุณลักษณะสำคัญๆ ที่ครอบคลุมองค์ประกอบย่อยของการสื่อสารทั้ง 4 ลักษณะ คือ S-M-C-R ว่าควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. ระดับความยาก-ง่ายของสื่อ ต้องเหมาะสมกับระดับและความสามารถในการรับข่าวสารของชาวบ้าน โดยเฉพาะในกรณีที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ต้องคำนึงถึงความสามารถในการอ่านของชาวบ้าน
2. ประเภทของเนื้อหาของสื่อ ต้องเป็นเรื่องที่เน้นหลักลงไปปัญหาเร่งด่วนหรือปัญหาในชีวิตประจำวันของคนในสังคมนั้นๆ
3. กลุ่มเป้าหมาย สื่อแต่ละชนิดควรจัดทำขึ้นสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ
4. วิธีการนำเสนอ สื่อควรนำเสนอสิ่งที่เป็นปัญหา หรือสภาพที่ก่อให้เกิดปัญหาแล้วเสนอแนะหรือกระตุ้นให้ผู้รับสารช่วยกันคิดแก้ไขปัญหาดังกล่าว
5. ความเกี่ยวข้องกับเนื้อหา เนื้อหาของสื่อควรเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์และชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน
6. บทบาทของสื่อ สื่อจะต้องมีส่วนช่วยผลักดันให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสบการณ์ และมีการทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง
7. ความน่าสนใจ สื่อต้องมีลักษณะง่ายๆ แต่น่าสนใจ และดึงดูดความสนใจโดยอาศัยภาพและเสียง เป็นตัวดึงดูดความน่าสนใจ

8. ความเกี่ยวข้องกับผู้รับ สื่อควรจะมีส่วนที่ช่วยให้ผู้รับสารสามารถประเมินตนเองได้ ตัวอย่างเช่น หลังจากที่นำเสนอปัญหาและสาเหตุของปัญหาแล้ว อาจจะมีส่วนของเนื้อหาที่ตั้งคำถามว่า ผู้รับสารเป็นส่วนใดของสาเหตุของปัญหา เป็นต้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2543)

การพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนจึงควรดำเนินการตามแนวคิดสื่อชุมชนที่เน้นที่มาจากชุมชน โดยชุมชนเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง

#### 4. แนวคิดการบริหารจัดการองค์กรสื่อโทรทัศน์

การบริหารงานทั่วไปเป็นองค์ประกอบที่กำหนดทิศทางขององค์กร สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2554) กล่าวว่า ในประเทศไทยการบริหารงานองค์กรสื่อโทรทัศน์มี 3 หลักเกณฑ์ คือ 1) สถานีโทรทัศน์ที่มีการบริหารองค์กรแบบราชการหรือรัฐวิสาหกิจ 2) การบริหารงานแบบกึ่งเอกชน และ 3) สถานีโทรทัศน์ที่บริหารงานแบบเอกชน ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1. การบริหารแบบราชการหรือรัฐวิสาหกิจจะต้องปฏิบัติตามขั้นตอนของราชการ ซึ่งส่งผลต่อการบริหารงาน ไม่ว่าจะเป็นงานทางด้านเอกสาร บุคคลและงบประมาณ ทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับสถานีโทรทัศน์ที่มีรูปแบบการบริหารองค์กรแบบอื่นๆ

2. การบริหารงานแบบกึ่งเอกชน มีนโยบายเพื่อการแข่งขันเชิงธุรกิจเป็นหลัก และมุ่งเน้นสร้างความอิสระเสรีต่อการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชน แต่มีความเสี่ยงต่อการส่งผลกระทบต่อใบอนุญาตสัญญาสัมปทานคลื่นความถี่ที่ถือครองอยู่

3. การบริหารงานแบบเอกชน เป็นการบริหารงานที่ไม่ต้องบริหารงานภายใต้รัฐมีจุดยืนที่ชัดเจน มีอิสระและเสรีภาพในการปฏิบัติหน้าที่สูงกว่าการบริหารองค์กรสื่อโทรทัศน์ประเภทอื่น

ทั้งนี้ สามารถอธิบายการบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์ทั้ง 3 แบบ ดังนี้ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2554)

การบริหารแบบราชการหรือรัฐวิสาหกิจ คือ การบริหารเป็นขั้นเป็นตอนโดยอิงระเบียบของราชการ เน้นในด้านของการบริหารเอกสาร บุคคลและงบประมาณ ซึ่งเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้สถานีโทรทัศน์ไม่สามารถแข่งขันกับสถานีโทรทัศน์แบบเอกชนหรือกึ่งเอกชนได้ วัตถุประสงค์ของสถานีฯ ที่มีการบริหารประเภทนี้คือ เป็นกระบอกเสียงหรือเครื่องมือให้ภาครัฐในการสร้างความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้นระหว่างหน่วยงานรัฐและประชาชน การบริหารในรูปแบบราชการหรือวิสาหกิจนี้ มีรูปแบบการบริหารจัดการองค์กรที่ยึดหลักการทำงานตามสายการบังคับบัญชา เน้นการทำงานในเรื่องการกำหนดนโยบายและแผนงาน มีการทำงานที่มีความเป็นทีมน้อย

มีกระบวนการทำงานที่ต้องคำนึงถึงการบริหารงบประมาณที่รัดกุมสูง และเป็นหน่วยงานของราชการที่ต้องอยู่ในกรอบของกฎระเบียบวินัยเคร่งครัด มีการใช้ระบบอาวุโส ระบบชนชั้น และระบบพวกพ้องเป็นตัวชี้วัด มองข้ามความสามารถและความเหมาะสมของบุคลากร ผังรายการตอบสนองต่อภาครัฐและหน่วยงานรัฐ ทั้งหมดนี้เพื่อทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงของรัฐ รวมถึงตอบเป้าหมายและยุทธวิธีที่จะเป็นสื่อแห่งชาติที่ป้องกันการรุกรานของสื่อต่างชาติที่จะกลืนวัฒนธรรมของชาติ

การบริหารสถานีโทรทัศน์แบบกึ่งเอกชน มีนโยบายเพื่อการแข่งขันธุรกิจเป็นหลัก คำนึงถึงความต้องการและตอบสนองผู้ชม และการบริหารด้านตลาดเป็นสำคัญ เน้นเรื่องของสื่อซึ่งมีอิสระเสรีในการปฏิบัติหน้าที่เป็นเรื่องสำคัญรองลงมา แม้จะส่งผลกระทบต่อการต่อใบอนุญาตสัมปทาน นโยบายและแผนงานของการบริหารสถานีฯ รวดเร็ว เพื่อที่จะทำให้นโยบายนั้นสามารถเปลี่ยนให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ไม่ยึดตายตัวกับนโยบายและแผนงานแบบสถานีโทรทัศน์ที่บริหารแบบราชการ ในปัจจุบันสถานีโทรทัศน์กลุ่มนี้สามารถดึงดูดผู้ชมได้ดีกว่าทุกกลุ่มสถานีฯ เพราะเป็นสถานีฯ ในเชิงธุรกิจ มุ่งเน้นด้านบันเทิงเป็นหลัก มีการนำเสนอรายการได้อย่างน่าสนใจ ทั้งรูปแบบและเนื้อหาของรายการสามารถสร้างสีสัน สร้างจินตนาการและความหวังให้เกิดกับผู้ชม มีการวางผังอย่างมีกลยุทธ์เพื่อการแข่งขันกับคู่แข่งได้ดี รวมถึงตอบสนองต่อกลุ่มทุนหรือบริษัทตัวแทนโฆษณาให้ได้มากที่สุด ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการบริหารงานของทุกฝ่าย คือ เรื่องของรายได้ ค่าจ้างเงินเดือนและผลตอบแทน ส่วนปัจจัยภายนอกคือ สภาวะเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงซึ่งส่งผลกระทบต่อยอดโฆษณาและรายได้สถานีฯ แนวโน้มในการบริหารสถานีโทรทัศน์ประเภทนี้มีการปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของโลก เช่นเดียวกับสถานีโทรทัศน์แบบราชการหรือรัฐวิสาหกิจที่ต้องเน้นทางสื่อใหม่มากขึ้น เพื่อเสริมประสิทธิภาพในการเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่มเป้าหมาย

การบริหารสถานีโทรทัศน์แบบเอกชน เป็นสถานีฯ ที่ไม่ต้องบริหารงานภายใต้รัฐ มีจุดยืนในการดำเนินการสถานีฯ ที่ชัดเจน มีอิสระสูงกว่าสถานีฯ ที่มีการบริหารทั้งสองแบบ เน้นความโปร่งใสในการบริหารและสรรหาบุคคลเพื่อเข้ามาทำงาน โดยยึดหลักความรู้ความสามารถและความตั้งใจเป็นเกณฑ์ ยึดหลักเหตุและผลในการทำงาน ให้ความสำคัญกับเรื่องการเงินพอใจให้เกิดกับลูกค้า มีกระบวนการในการควบคุมและตรวจสอบประเมินผลการดำเนินงานมากกว่าทุกกลุ่มสถานีฯ เน้นการทำงานเป็นทีม ยึดรูปแบบการทำงานที่ทำงานตามสายบัญชาการน้อยกว่าทุกกลุ่มสถานีฯ ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการบริหารงานของสถานีฯ คือ นโยบายขององค์กรหรือนโยบายของผู้บริหาร หรือกลุ่มผู้บริหารตลอดจนสายงานของการปฏิบัติงาน ส่วนปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการทำงานของทุกฝ่ายในองค์กร คือ สภาวะทางการเมือง ถัดมาเป็นปัจจัยทาง

ด้านเศรษฐกิจและผู้ถือหุ้น นอกจากนี้ปัจจัยด้านผู้รับสารมีส่วนสำคัญต่อผลสัมฤทธิ์ในการทำงานของสถานีโทรทัศน์เอกชน โดยประเมินจากความพึงพอใจของผู้รับสารหรือผู้ชมให้ได้มากที่สุด รองลงมาคือการตอบสนองต่อนโยบายของรัฐ และการเอื้อประโยชน์ต่อผู้ลงทุนและวงการโฆษณา ในอนาคตสถานีโทรทัศน์เอกชนจะต้องมีการพัฒนาองค์กรต่อไปรวมถึงพัฒนาทักษะวิชาชีพของคนในองค์กร เพราะมีการแข่งขันที่รุนแรงของสถานีฯ ในกลุ่มประเภทเดียวกันหรือกลุ่มที่ต่างออกไปเพิ่มมากขึ้น

ประเภทของการบริหารสถานีฯ ทั้ง 3 ประเภท ทำให้เห็นกระบวนการในการทำงานวัฒนธรรมภายในองค์กร ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก รวมถึงนโยบายภาครัฐที่เป็นตัวควบคุมการทำงานของสถานีฯ ปัจจัยเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อสถานีโทรทัศน์ชุมชนทั้งสิ้น ดังนั้นการศึกษากระบวนการและรูปแบบการบริหารงานสถานีโทรทัศน์ทั้งสามแบบนี้ถือเป็นแนวทางที่จะนำไปใช้กับสถานีโทรทัศน์ชุมชนต่อไป

อุบลรัตน์ ศิริวุศศักดิ์ (2547) ได้แบ่งประเภทของสถานีโทรทัศน์โดยแบ่งตามประเภทของเทคโนโลยีการแพร่ภาพ ได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่

1. สถานีโทรทัศน์ที่ออกอากาศทางคลื่นภาคพื้นดิน (terrestrial television) เป็นสถานีฯ ที่ผู้ชมสามารถรับชมรายการต่างๆ ของสถานีฯ ได้ โดยใช้เสาอากาศรับสัญญาณ โดยรับสัญญาณได้ฟรี เรียกสถานีโทรทัศน์รูปแบบนี้ว่า ฟรีทีวี ปัจจุบันแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ (1) สถานีโทรทัศน์ที่รับส่งสัญญาณแบบแอนะล็อก (analog) เป็นการส่งสัญญาณแบบต่อเนื่องมีลักษณะเป็นคลื่นไซน์ (sine wave) และ (2) สถานีโทรทัศน์ที่รับส่งสัญญาณในระบบดิจิทัล (digital) เป็นการส่งสัญญาณโดยการเข้ารหัส และมีความคมชัดกว่าระบบแอนะล็อก (analog) ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยเริ่มมีการใช้ระบบการส่งสัญญาณแบบดิจิทัลและพัฒนาระบบให้ครอบคลุมสัญญาณทั่วประเทศ โดยแบ่งการให้บริการเป็น 3 ประเภท คือ (1) กิจการบริการสาธารณะ (2) กิจการบริการธุรกิจและ (3) กิจการบริการชุมชน

2. สถานีโทรทัศน์ที่ออกอากาศทางสายเคเบิล (cable television) เป็นสถานีฯ ที่สามารถรับสัญญาณได้ผ่านทางสายเคเบิล เดิมใช้สายทองแดง ต่อมาปรับเปลี่ยนเป็นสายใยแก้วนำแสง เพื่อให้คุณภาพสัญญาณดียิ่งขึ้น ช่องรายการที่ออกอากาศมีทั้งที่ผู้ประกอบการผลิตขึ้นเองและซื้อลิขสิทธิ์ในการแพร่ภาพจากที่อื่น ผู้ประกอบการมีรายได้จากการเก็บค่าสมาชิก

3. สถานีโทรทัศน์ที่ออกอากาศทางดาวเทียม (satellite television) เป็นการส่งสัญญาณผ่านทางจานดาวเทียม สถานีโทรทัศน์รูปแบบนี้ได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศไทย โดยผู้ใช้จำเป็นต้องติดตั้งจานดาวเทียมและกล่องรับสัญญาณ (set-top-box) ปัจจุบันมีผู้ให้บริการหลายแห่ง

แต่ละแห่งมีช่องรายการแตกต่างกันไป รวมทั้งการเก็บค่าบริการที่มีทั้งเก็บค่าสมาชิกรายเดือนและการขายขาด โดยผู้ใช้เสียเงินซื้อจานรับดาวเทียมและกล่องรับสัญญาณเพียงครั้งเดียว

4. สถานีโทรทัศน์ที่ออกอากาศผ่านทางอินเทอร์เน็ต (internet television) เป็นสถานีโทรทัศน์ที่ส่งสัญญาณผ่านทางอินเทอร์เน็ต มีทั้งผลิตขึ้นมาเพื่อเผยแพร่ผ่านทางอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะ และออกอากาศผ่านทางระบบอื่นและเผยแพร่ในระบบอินเทอร์เน็ตควบคู่กันไป จุดเด่นของระบบนี้คือ สามารถดูซ้ำได้ และผู้ชมสามารถเลือกเนื้อหารายการที่ตนสนใจ สถานีโทรทัศน์ในอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เผยแพร่ภาพผ่านทางเว็บไซต์ยูทูป (YouTube) หรือผ่านทางแฟนเพจเฟซบุ๊ก (facebook)

ประเภทของสถานีโทรทัศน์ทั้ง 4 ประเภทจะทำให้ผู้วิจัยสามารถกำหนดกรอบในการวัดการเปิดรับและความต้องการสื่อโทรทัศน์ที่คนในกลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาว่า คนในพื้นที่เลือกเปิดรับและต้องการสื่อโทรทัศน์ประเภทใด

ประเด็นการบริหารการผลิตและจัดหารายการ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ทำให้สถานีฯ อยู่รอดได้ หรือเรียกว่า ธุรกิจโทรทัศน์ที่รวมถึงการดำเนินกิจกรรมใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเทคโนโลยีโทรทัศน์ การจัดและผลิตรายการโทรทัศน์ การออกอากาศรายการโทรทัศน์ การตลาด รวมถึงการดำเนินกิจการใดๆ ที่สร้างรายได้ให้แก่สถานีโทรทัศน์ ศิริมิตร ประพันธ์ธุรกิจ (สมสุข หินวิมาน, บก., 2558) แบ่งผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโทรทัศน์ออกเป็น 4 กลุ่มใหญ่ๆ คือ 1) ผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยีโทรทัศน์ 2) สถานีโทรทัศน์และผู้จัดหารายการ 3) ผู้ให้สนับสนุนการจัดรายการ และ 4) ผู้ชม ดังมีรายละเอียด ดังนี้

1. ผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยีโทรทัศน์ ผู้ประกอบการด้านนี้มีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาธุรกิจเป็นอย่างมาก เนื่องจากเทคโนโลยีการแพร่ภาพและรับสัญญาณมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จากในอดีตที่ใช้ระบบแบบจานหมุน ก้าวเข้าสู่แอนะล็อกภาพขาวดำจนมาถึงภาพสีสีจนก้าวเข้าสู่การแพร่ภาพในระบบดิจิทัลในปัจจุบัน นอกจากนี้ ยังมีระบบการแพร่ภาพต่างๆ ที่สร้างความหลากหลายในการรับชม ไม่ว่าจะเป็นกล่องรับสัญญาณและจานดาวเทียม หรือกล่องรับสัญญาณ กล่องทวนสัญญาณ และสายสัญญาณซึ่งแพร่ภาพในระบบเคเบิลทีวี รวมถึงกล่องรับสัญญาณในระบบดิจิทัลทีวี เป็นต้น

2. สถานีโทรทัศน์และผู้จัดหารายการ สถานีโทรทัศน์มีหน้าที่ในการผลิต จัดหาและส่งเสริมรายการที่แพร่ภาพในสถานีฯ นอกจากนี้ มีหน้าที่ในการซื้อขาย และแลกเปลี่ยนรายการที่มีคุณภาพเพื่อมาเผยแพร่ในสถานีฯ หรือนำเสนอสู่สถานีฯ ที่เป็นเครือข่าย รวมถึงการจัดผังรายการ โดยคัดสรรการจัดผังเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมให้มากที่สุด และที่สำคัญที่สุดคือการคัดเลือกรายการถือเป็นอำนาจของสถานีโทรทัศน์โดยต้องวิเคราะห์และวางแผนรายการ

อย่างละเอียดถี่ถ้วนว่ารายการที่คัดเลือกนั้น ตอบสนองต่อวิสัยทัศน์ พันธกิจและภารกิจของสถานีฯ โดยรายการที่สถานีโทรทัศน์นำมาออกอากาศมาจากหลายแหล่ง ดังนี้

2.1 สถานีโทรทัศน์เป็นผู้ผลิตรายการเอง เช่น รายการข่าว รายการประจำที่เป็นหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ประจำที่อยู่ในแต่ละสังกัดของสถานีฯ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการผลิตเป็นหน้าที่ของสถานีฯ เป็นผู้รับผิดชอบ

2.2 การจ้างบริษัทภายนอกผลิตรายการ ในกรณีนี้เนื่องจากสถานีโทรทัศน์ไม่มีทรัพยากรบุคคลมากพอในการผลิตรายการ จึงใช้วิธีในการจ้างบริษัทภายนอกมาผลิตรายการ สถานีโทรทัศน์มีหน้าที่ในการกำหนดกรอบแนวคิดในการออกแบบรายการ เลือกเรื่อง เลือกผู้แสดง เลือกวิธีการนำเสนอ และอื่นๆ วิธีการคัดเลือกผู้ผลิตอาจใช้ระบบอุปถัมภ์ แต่ในอีกกรณี เช่น ในสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสจะใช้คัดเลือกผู้ผลิตรายการด้วยระบบการยื่นข้อเสนอและมีคณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกผู้เหมาะสม และทำสัญญาว่าจ้างในการผลิตรายการในขั้นต่อไป

2.3 การแบ่งเช่าเวลาให้ผู้อื่นดำเนินรายการแทน การผลิตรายการตลอดทุกวัน วันละหลายชั่วโมง เป็นภาระงานที่หนักและต้นทุนสูงมาก ในฝั่งของผู้ผลิตก็ไม่มีทุนสูงมากนักในการผลิต สถานีโทรทัศน์จึงมีนโยบายในการเปิดให้ผู้ผลิตเช่าเวลาในการออกอากาศรายการ โดยหารายได้จากการโฆษณาสนับสนุนการผลิตและการเช่าเวลาของสถานีฯ สถานีฯ ได้รายได้จากการปล่อยให้เช่าเวลา ส่วนผู้ผลิตได้รายได้จากค่าโฆษณาและหักค่าเช่าเวลาของสถานีโทรทัศน์ นอกจากนี้ ยังมีระบบที่เรียกว่า “ไทม์ แชร์ริง (time sharing)” เป็นข้อตกลงร่วมระหว่างสถานีโทรทัศน์และผู้ผลิตหรือผู้เช่าเวลา โดยสถานีฯ ไม่คิดค่าเช่าเวลา แต่จะให้การขอแลกเป็นสัดส่วนเวลาในการโฆษณาในรายการแทน

2.4 การซื้อลิขสิทธิ์รายการจากผู้ผลิตรายการทั้งในและต่างประเทศ เป็นการซื้อสิทธิ์ในการเผยแพร่รายการเพื่อนำมาเผยแพร่ในสถานีโทรทัศน์ กลยุทธ์ในข้อนี้ถือเป็นข้อดี เพราะสถานีโทรทัศน์ได้พิจารณารายการ โดยเห็นรูปแบบและเนื้อหารายการทั้งหมดก่อนออกอากาศ และได้เห็นผลการตอบรับจากผู้ที่ได้ชมรายการจากการเผยแพร่ในสถานีโทรทัศน์อื่นๆ การซื้อลิขสิทธิ์ สถานีโทรทัศน์ไม่มีสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาใดๆ เช่น ละคร ซีรีส์ ภาพยนตร์ สารคดีจากต่างประเทศ และการถ่ายทอดสดกีฬา เป็นต้น และในปัจจุบันมีการซื้อขายลิขสิทธิ์รูปแบบรายการด้วยเช่นกัน เช่น รายการเดอะวอยส์ (The Voice) และรายการไทยแลนด์ ก๊อต ทาเลนต์ (Thailand Got Talent) เป็นต้น

การขายลิขสิทธิ์แพร่ภาพให้สถานีโทรทัศน์อื่นๆ เป็นการลดต้นทุนและเพิ่มกำไรให้ผู้ผลิตรายการได้ เมื่อขายลิขสิทธิ์ได้มาก ผลกำไรจากการขายจึงช่วยลดต้นทุนการผลิตได้มากเท่านั้น ดังนั้นในปัจจุบันมีผู้ผลิตรายการทุ่มทุนจำนวนมากในการผลิตรายการให้มีคุณภาพสูง

เพราะนอกเหนือจากแสดงถึงมาตรฐานงานที่ได้คุณภาพ สิ่งนี้คือโอกาสที่ผู้ผลิตจะขายลิขสิทธิ์รายการได้มากด้วยเช่นกัน

2.5 สถานีโทรทัศน์แม่ข่ายหรือบริษัทในเครือเป็นผู้จัดส่งรายการให้ ลักษณะการดำเนินธุรกิจประเภทนี้ คือ สถานีโทรทัศน์แบบเครือข่าย โดยสถานีโทรทัศน์แม่ข่ายทำสัญญาจัดส่งรายการหรือทวนสัญญาไปสู่อุปกรณ์ที่กระจายอยู่ทั่วประเทศ เป็นการเพิ่มยอดผู้ชมที่สามารถรับชมรายการจากสถานีโทรทัศน์แม่ข่ายให้เพิ่มขึ้น การส่งรายการไปยังลูกข่ายขึ้นอยู่กับ การตกลงทางธุรกิจระหว่างทั้งสองสถานีฯ ในบางครั้งสถานีฯ แม่ข่ายอาจต้องจ่ายเงินชดเชยให้เป็นค่าเสียรายได้ที่สถานีโทรทัศน์ลูกข่ายจะได้รับโอกาสทางธุรกิจ เช่น การขายโฆษณาได้จากการผลิตรายการเองของสถานีโทรทัศน์ลูกข่าย ในทางกลับกันสถานีโทรทัศน์ลูกข่ายอาจต้องจ่ายเพื่อให้ได้รายการดีๆ จากสถานีโทรทัศน์แม่ข่ายให้ผู้ชมในพื้นที่ได้ชมรายการที่มีมาตรฐานที่สูงกว่าที่สถานีโทรทัศน์ลูกข่ายจะผลิตได้ เป็นต้น

3. ผู้ให้เงินสนับสนุนการจัดรายการ ถือเป็นผู้เล่นที่มีบทบาทเป็น “น้ำมันหล่อลื่น” ให้กับการดำเนินธุรกิจโทรทัศน์มากที่สุด เพราะธุรกิจโทรทัศน์มีต้นทุนสูงทั้งทางด้านเทคโนโลยีการผลิตรายการ ค่าจ้างบุคลากร การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด และค่าใช้จ่ายอื่นๆ เป็นต้น การหารายได้ในกลวิธีต่างๆ จึงเป็นปัจจัยสำคัญให้สถานีโทรทัศน์ดำเนินธุรกิจไปได้อย่างต่อเนื่องและราบรื่น การหารายได้จากแหล่งรายได้มีหลากหลายวิธี แต่แหล่งรายได้หลักของสถานีโทรทัศน์มีดังนี้ (คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2556)

3.1 รายได้จากค่าเช่าช่วงเวลา ซึ่งเป็นแหล่งรายได้หนึ่งของกิจการเกือบทุกประเภท

3.2 รายได้จากค่าโฆษณา เป็นรายได้หลักของสถานีโทรทัศน์ที่ไม่เก็บค่าสมาชิก (ฟรีทีวี/วิทยุ) ในปัจจุบัน โฆษณาในกิจการสถานีโทรทัศน์ที่บอกรับสมาชิกด้วย ซึ่งกฎหมายเปิดช่องให้ทำได้ แต่ระยะเวลาจะได้น้อยกว่าฟรีทีวี

3.3 รายได้จากค่าสมาชิก เช่น เคเบิลทีวี (cable TV) ที่เก็บค่าบริการรายเดือน หรือสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมที่ต้องจ่ายรายเดือนเพื่อรับชมบางช่องที่สถานีฯ ได้เข้ารหัสสัญญา

3.4 รายได้จากการขายหรือให้เช่าอุปกรณ์รับสัญญาณ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สถานีโทรทัศน์ที่เผยแพร่ผ่านดาวเทียม ที่จำหน่ายกล่องรับสัญญาณ จานรับสัญญาณ บางรายจำหน่ายอุปกรณ์แบบขายขาด บางรายให้เช่าและต้องจ่ายรายเดือน บางทีมีมัดจำ พอเลิกใช้บริการก็จ่ายคืน หรือบางรายขายกล่อง



3.5 รายได้จากการบริจาค หรือระดมทุนเป็นแหล่งรายได้หลักของวิทยุ-โทรทัศน์ เพื่อชุมชน แหล่งรายได้นี้มาจากการบริจาคไม่ว่าจะเป็นการบริจาคจากคนในชุมชน หรือนโยบายของรัฐที่ได้กำหนดให้เงินภาษีส่วนหนึ่งถือเป็นเงินบริจาคที่มอบให้สถานีโทรทัศน์ชุมชน

3.6 รายได้จากแหล่งอื่นๆ ประกอบด้วย เงินงบประมาณของรัฐ โดยได้รับการจัดสรรให้รายปี บางสถานีโทรทัศน์ได้รับงบประมาณบางส่วนจากรัฐบาลเช่นกัน เช่น สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (ThaiPBS) ที่ได้รับงบประมาณที่ได้จากเงินภาษีของรัฐ แหล่งได้อื่นๆ คือ เงินบำรุงองค์กร เงินที่ได้จากทรัพย์สินขององค์กร ฯลฯ นอกจากนี้ ยังมีแหล่งรายได้มาจากการทำการตลาดแบบตรง เป็นช่องขายสินค้า การโฆษณาแฝง และวิธีการอื่นๆ ด้วย

จากการทบทวนบริบทโทรทัศน์ชุมชนทั่วโลกพบว่า แหล่งทุนของโทรทัศน์ชุมชนที่ยังไม่ได้กล่าวถึงนอกเหนือจากนี้ มีแหล่งรายได้จากรัฐบาลท้องถิ่น องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร เงินกองทุนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานที่หน่วยงานดูแลจัดสรรและคัดเลือกผู้ขออนุญาต รายได้จากการวิจัยเพื่อพัฒนา รายได้จากกิจกรรมอื่นๆ ที่ใช้อุปกรณ์ของสถานีฯ เช่น การถ่ายทอดสดกิจกรรมที่มีผู้ว่าจ้าง ถือเป็นแหล่งรายได้ที่โทรทัศน์ชุมชนแต่ละสถานีฯ นำมาใช้เพื่อบริหารงบประมาณในการดำเนินงานของสถานีฯ

1. ผู้ชม กลุ่มคนที่มีความสำคัญต่อความอยู่รอดในธุรกิจโทรทัศน์ ผู้ชมไม่ได้เป็นเพียงแค่ผู้ดูรายการต่างๆ เท่านั้น แต่ผู้ชมมีส่วนในการได้รายได้ของสถานีฯ ไม่ว่าจะทั้งทางตรงและทางอ้อม รายจ่ายที่ผู้ชมต้องจ่ายอยู่ในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการจ่ายเงินภาษีเพื่อสนับสนุนสถานีโทรทัศน์ การจ่ายค่าธรรมเนียมเพื่อรับชมรายการ และการจ่ายเงินซื้อสินค้าและบริการของเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่เป็นผู้อุปถัมภ์รายการ เป็นต้น ในธุรกิจโทรทัศน์จำนวนผู้ชมซึ่งได้จากการวัดเรตติ้งรายการเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่ผู้ผลิตรายการจะนำเสนอต่อเจ้าของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้ลงโฆษณา เพราะมีความเชื่อว่า หากผู้ชมดูรายการใดมากก็ย่อมจะมีโอกาสซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ลงโฆษณาในรายการมากด้วยเช่นกัน แต่ในความเป็นจริงนั้น ผู้ชมไม่ได้ถูกหลอกล่อให้เป็นเหมือนสินค้าไว้ซื้อขายในตลาดโฆษณาเพียงอย่างเดียว แต่ผู้ชมกลับมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มผู้ชมที่มีอำนาจในการต่อรองกลุ่มผู้ประกอบการด้านโทรทัศน์และโฆษณาด้วยเช่นกัน การต่อรองต่างๆ ของผู้ชมทำให้เห็นว่า ปัจจุบันผู้ชมไม่ได้เป็นเพียงผู้สร้างรายได้จากการรับชมรายการเพียงอย่างเดียว แต่เป็นผู้ตรวจสอบ ดูแล และสะท้อนคุณภาพของรายการซึ่งส่งผลต่อการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ด้วยเช่นกัน

ดังนั้น การรักษาคุณภาพของรายการ รวมถึงการรักษามาตรฐานรายการของสถานีโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์ระดับประเทศมีการรักษามาตรฐานรายการโดยการจัดวางและประเมินผังรายการอยู่เสมอ บางสถานีฯ มีการจัดทำแผนในการวางผังรายการเป็นรายปีหรือรายไตรมาส

เพื่อสนองต่อบทบาทของวิทยาศาสตร์และวัตถุประสงค์ของสถานีฯ นอกจากนี้ ยังส่งผลต่อความคุ้มค่าในงบประมาณและผลสัมฤทธิ์ที่เป็นเป้าหมายของ สถานีฯ องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย หรือสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (2559) มีการจัดวางผังรายการเพื่อให้ผู้ชมสนใจและเกิดความต่อเนื่องในการรับชม ด้วยมีแนวทางดังนี้ 1) คั่นหากลุ่มเป้าหมายหลัก 2) คำนึงถึงผู้ชมในแต่ละช่วงเวลาที่ย่อออกอากาศและพฤติกรรมกรรับชม 3) คั่นหารายการเด่นและส่งเสริมการรับรู้จากรายการไปสู่สถานีฯ นอกจากนี้ มีการจัดกลุ่มรายการตามงบประมาณการผลิตเพื่อจัดสรรเวลาการออกอากาศให้คุ้มค่ากับปริมาณการรับชมในแต่ละวัน แบ่งเป็น 4 กลุ่มดังนี้

2. กลุ่มเอ อับเปออร์ (A group upper) เป็นกลุ่มที่ใช้งบประมาณในการผลิตมาก ช่วงเวลาออกอากาศช่วงเวลา 18.00-23.00 น. ถือเป็นรายการเด่นและเป็นรายการขยายกลุ่มผู้ชม

3. กลุ่มบี มิดเดิล (B group middle) เป็นกลุ่มรายการที่ใช้งบประมาณปานกลาง ออกอากาศในวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 16.00-18.00 น. และช่วงเสาร์-อาทิตย์ เวลา 6.00-18.00 น. นอกจากนี้ ในช่วงวันจันทร์-ศุกร์และเสาร์-อาทิตย์ เวลา 23.00-24.00 น.

4. กลุ่มซี โลเวอร์ (C group lower) เป็นกลุ่มรายการที่มีต้นทุนในการผลิตที่ต่ำ ออกอากาศในวันช่วงจันทร์-ศุกร์ เวลา 5.00-16.00 น. และวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 5.00-6.00 น.

5. กลุ่มดี เอฟโอซี (D group FOC) เป็นรายการที่ไม่มีค่าใช้จ่ายในการผลิต จัดช่วงเวลาออกอากาศ อยู่ในกลุ่มรายการเดียวกับ (ต้นทุนต่ำ)

นอกจากนี้ สถานีฯ มีการออกอากาศรายการซ้ำ เพิ่มความคุ้มค่า แต่ต้องมีสัดส่วนที่เหมาะสม โดยส่วนใหญ่ออกอากาศในช่วงเวลาของกลุ่มรายการซี โลเวอร์ (C group lower)

การศึกษาและค้นหารูปแบบในการผลิตรายการเป็นสิ่งที่จำเป็นเช่นกัน ในปัจจุบันมีรูปแบบรายการโทรทัศน์ต่างๆ ดังนี้ (เคลลีสัน, มอร์โรว์ ดี และมอร์โรว์ เค (Kellison, Morrow, D. & Morrow, K., 2013))

1. รายการเรียลลิตี้หรือรายการสารคดี เป็นรายการที่เกี่ยวข้องกับรายการสารคดีที่นำเสนอความจริง การแข่งขัน อัตชีวประวัติ ธรรมชาติ ท่องเที่ยว การสัมภาษณ์ รายการสนทนา หรือการนำเสนอว่าบางสิ่งบางอย่างเกิดขึ้นได้อย่างไร

2. รายการชิทคอม รายการละครตลก ที่มีบทบาทครอบครัว วัยรุ่น ไร้สาระ

3. รายการละครที่นำเสนอเป็นตอนๆ อาจเป็นรายการที่เป็นมีตัวละครเป็นตำรวจ ทนาย นักสืบ นักดับเพลิง ครอบครัว นักการเมือง วัยรุ่น หรืออาจเป็นสารคดีที่นำเสนอวิถีชีวิตซึ่งอาจมีสถานการณ์ที่แตกต่างกันไปในแต่ละตอน

4. รายการที่เกี่ยวข้องกับเด็ก เช่น การ์ตูน การศึกษาการเรียนรู้อย่าง ละครหุ่นสถานการณ์ภายในห้องเรียน

5. รายการสนทนา ที่มีประเด็นเกี่ยวกับวิถีชีวิต วิถีคนกลางวัน คนกลางคืน ประเด็นเกี่ยวกับผู้หญิง และกีฬา
  6. รายการละครน้ำเน่า ที่ออกอากาศช่วงกลางวัน หรือช่วงกลางคืนเป็นละครตอนสั้นๆ
  7. รายการกีฬา รายการที่พูดคุยถึงสถานการณ์กีฬาโลกหรือกีฬาภายในชุมชน ผลการแข่งขัน
  8. รายการเกมโชว์ ทายคำ แข่งคำนวณ การแข่งขันเกม
  9. รายการภาพยนตร์สุดสัปดาห์ อาจได้จากเครือข่าย หรือต้องซื้อลิขสิทธิ์เพื่อนำมาเผยแพร่
  10. รายการให้ข้อมูลสินค้า เป็นรายการที่ให้ข้อมูลสินค้า โดยอาจแทรกอยู่ในกิจกรรมต่างๆ ที่รายการสร้างสรรค์ขึ้นเพื่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้า
  11. รายการที่นำเสนอกิจกรรมภายในองค์กร อาจนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร การอบรม การประชุม และการนำเสนอกิจกรรมภายในองค์กร
  12. รายการโฆษณา การทำเพื่อการค้าโดยตรง การทดลองใช้ การสาธิตสินค้าเพื่อให้เห็นประสิทธิภาพของสินค้า
  13. รายการเพลง รายการที่นำเสนอมิวสิกวิดีโอ (music video) เพลงต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสากลไทยและเทศ รวมถึงเพลงลูกทุ่ง
  14. รายการนำเทปบันทึกภาพที่อยู่ในรูปดีวีดี (DVD) รายการที่แนะนำละครหรือรายการทีวีที่นำเสนอย้อนหลัง เพื่อการตัดสินใจซื้อดีวีดีหรือซีดีรายการที่เคยนำเสนอไปแล้ว
  15. รายการเว็บisode (webisode) เป็นรายการที่นำเสนอผ่านทางเว็บไซต์ เป็นรายการโทรทัศน์สั้นที่นำเสนอสดหรือปล่อยให้ดาวน์โหลดรายการเพื่อการรับชม
  16. รายการพอดแคสต์หรือพอดแคสต์ (vodcast/podcast) คือรายการที่เปิดให้สมัครสมาชิกหรือกดติดตามเพื่อข้อความแจ้งรายการใหม่แบบอัตโนมัติ พบมากในยูทูป (YouTube)
  17. รายการเกี่ยวกับเกม เป็นรายการที่นำเสนอภาพการเล่นเกมนแนะนำหรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับเกม
  18. รายการที่ออกอากาศหลายช่องทาง รายการที่มีรูปแบบออกอากาศที่หลากหลาย โดยใช้ช่องทางใหม่ๆ หรือช่องทางที่มีในการออกอากาศ
- ประเด็นการผลิตรายการจุดเริ่มต้นควรเริ่มจากการหาแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่ทำให้ผู้ผลิตรายการสามารถสร้างสรรค์การผลิตรายการที่น่าสนใจได้ มีดังนี้ (เคลลีสัน, มอร์โรว์ ดีและมอร์โรว์ เค (Kellison, Morrow, D. & Morrow, K., 2013))

1. เพื่อน ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน เพื่อนนักเรียน บางคนในกลุ่มนี้อาจมีความคิดและต้นเรื่องที่น่าสนใจ ซึ่งยังไม่ได้ถูกนำมาเล่า และสามารถนำเรื่องเหล่านี้มาผลิตเป็นงานได้เช่นกัน
2. คนแปลกหน้าที่เพิ่งรู้จัก ผู้คนที่ได้พบบนเครื่องบิน ในงานสังสรรค์ หรือทุกคนที่มีเรื่องเล่าที่น่าสนใจ
3. หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์หัวใหญ่หรือหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่รายงานข่าวต่างๆ ถือเป็นเรื่องราวที่สามารถนำมาเป็นประเด็นต่อเนื่องได้เช่นกัน เรื่องราวเหล่านี้ถูกเล่ามาจากชีวิตจริงแทบทั้งสิ้น
4. อินเทอร์เน็ต แหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ ทุกวันนี้มีเว็บไซต์จำนวนมาก เว็บไซต์ที่แนะนำเรื่องของการพัฒนาการเขียน การนำเสนองานให้คนอื่นสนใจ การแนะนำวิธีการเล่าเรื่อง นอกจากนี้ บล็อก ห้องสนทนา เว็บไซต์สังคมออนไลน์เป็นอีกหนึ่งแหล่งที่สามารถหยิบมาเป็นประเด็นในการเล่าเรื่องด้วยเช่นกัน
5. ห้องสมุด แหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ ดังนั้น การค้นหาหนังสือหรือวรรณกรรมดีๆ และนำมาปรับใช้แต่ต้องระมัดระวังเรื่องของลิขสิทธิ์
6. งานสัปดาห์หนังสือ เป็นแหล่งรวมหนังสือดีๆ จากผู้เขียนเก่งๆ ที่สามารถหยิบนำไปเสริมความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตรายการ เป็นอีกแนวทางหนึ่งของการพัฒนาตนเอง
7. ประวัติศาสตร์ ความจริงเป็นสิ่งที่น่าสนใจ การได้เขียนบทบาทสมมติที่อยู่ในสถานการณ์จริงในประวัติศาสตร์เป็นอีกสิ่งที่น่าสนใจ เช่น นวนิยายคู่กรรม
8. อัจฉริยะประวัติ เรื่องของบุคคลสำคัญของชุมชน ประเทศหรือระดับโลกเป็นเรื่องที่น่าสนใจ อัจฉริยะประวัติสำหรับการสร้างสรรค์ประเด็น แนวคิดหรือปัจจัยสำคัญที่ทำให้ท่านเหล่านี้ประสบความสำเร็จ
9. นักปราชญ์ การอ่านหนังสือหรือเห็น และพูดคุยกับนักปราชญ์จะทำให้เกิดแรงบันดาลใจในการค้นหาประเด็นเช่นกัน บางประเด็นอาจทำให้เปลี่ยนวิถีคิดไปได้ตลอดกาล
10. ความคิดสร้างสรรค์ในผู้ผลิต ความคิดสร้างสรรค์เหล่านี้เป็นแหล่งที่สามารถสร้างประเด็นได้ การได้เห็น ได้มอง ได้พินิจพิเคราะห์ประเด็นที่เล่าเรื่อง ได้ลองค้นหา ผู้ผลิตรายการควรมีสมาคมหรือเครื่องบันทึกไอเดียของตนเอง บางครั้งความคิดสร้างสรรค์เกิดขึ้นได้โดยที่ไม่รู้ตัว การจดจึงมีความสำคัญ เพราะหลังจากนั้นผู้ผลิตได้กลับมาอ่าน มาฟังใหม่อีกครั้ง เพื่อพัฒนางานต่อ ความคิดจำนวนมากเกิดจากตัวของเราเอง
11. สนใจในวิถีของตนเอง เป็นสิ่งที่ทุกคนมีไม่ว่าจะเป็นทัศนคติ ความเชื่อ สุขภาพ แพ้ช่น เรื่องบันเทิง การเมือง ยุคสมัย การแข่งขัน ในฐานะนักเขียน ผู้ผลิตรายการสามารถเชื่อมโยงอารมณ์หรืออุดมคติให้เข้ากับผู้ชมได้ และสร้างสรรค์ให้ทุกคนเข้าถึงได้เช่นกัน

12. การค้นหาตามเว็บไซต์ค้นหาชื่อดัง ไม่ว่าจะเป็นกูเกิ้ลค็อกคอม (google.com) ยูทูปค็อกคอม (YouTube.com) เมื่อค้นหาตามเว็บไซต์เหล่านี้แล้ว ทำให้พบแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์รายการและตรงตามความสนใจของผู้ชม

แนวคิดการบริหารจัดการองค์กรสื่อโทรทัศน์ เป็นแนวคิดที่นำมาใช้ในการกำหนดตัวแปรในประเด็นรูปแบบการจัดการองค์กร การวางโครงสร้างองค์กร รูปแบบรายการและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการผลิตรายการเพื่อการสนับสนุนและขับเคลื่อนสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาต่อไป

## 5. แนวคิดโทรทัศน์ชุมชน

โทรทัศน์ชุมชนเกิดขึ้นตามแนวคิดเดียวกับวิทยุชุมชนที่ต้องการเป็นสื่อชุมชนโดยชุมชน เพื่อชุมชน และเป็นสื่อกลางในการแพร่ภาพและเสียงสำหรับการช่วยส่งเสริมให้เกิดความหลากหลาย ความคิดสร้างสรรค์และการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน โดยองค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (องค์การยูเนสโก) มุ่งเน้นให้เห็นถึงความสำคัญของสื่อโทรทัศน์ในการเป็นสื่อบริการชุมชนประเภทหนึ่งที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของกลุ่มต่าง ๆ หรือประเด็นต่าง ๆ ของสังคมได้

พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ให้นิยามของคำว่า “โทรทัศน์ชุมชน” ไว้ในมาตรา 4 โดยแบ่งออกเป็น 2 คำ คือ “กิจการโทรทัศน์” อยู่ในวรรคที่ 7 และ “ชุมชน” อยู่ในวรรคที่ 13

“กิจการโทรทัศน์” หมายความว่า กิจการวิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรทัศน์ ซึ่งให้บริการส่งข่าวสารสาธารณะ หรือรายการไปยังเครื่องรับที่สามารถรับชมและฟังการให้บริการนั้น ๆ ได้ ไม่ว่าจะส่งผ่านระบบคลื่นความถี่ ระบบสาย ระบบแสง ระบบแม่เหล็กไฟฟ้า หรือระบบอื่น ระบบใดระบบหนึ่ง หรือหลายระบบรวมกัน หรือกิจการอื่นทำนองเดียวกันที่ กสทช.กำหนดให้เป็นกิจการโทรทัศน์

“ชุมชน” หมายความว่า กลุ่มประชาชนที่มีพื้นที่อาศัยในแหล่งเดียวกันไม่ว่าจะเป็นในเมืองหรือในชนบท และให้ความหมายรวมถึงกลุ่มประชาชนที่มีความสนใจร่วมกันและอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกันหรือสื่อสารถึงกันได้โดยมีผลประโยชน์ด้านสังคมวัฒนธรรมเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกัน ทำกิจกรรมกัน ชอบด้วยกฎหมายและศีลธรรมร่วมกัน มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง มีการจัดการและการแสดงเจตนาแทนกลุ่มได้

นอกจากนี้ สมัชชา นิลปัทม์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 23 ธันวาคม 2561) ได้อธิบายถึงความเชื่อมโยงของคำว่า ชุมชน หรือ คอมมูนิตี (community) ที่สอดคล้องกับคำว่า คอมมอน (common) หรือศูนย์กลาง คำว่าคอมมูน (commune) ที่แปลว่า จังหวัดหรือพื้นที่และคำว่า คอมมิวนิเคชัน (communication) หรือการสื่อสาร การเชื่อมโยงดังกล่าวทำให้เห็นภาพของความเป็นชุมชนว่าชุมชนต้องเป็นพื้นที่ศูนย์กลางที่สามารถระบุเป็นพื้นที่หรือเป็นชุมชนที่ชัดเจนและในชุมชนเองย่อมต้องมีการสื่อสารกันของคนในชุมชน ถือเป็น การถอดรอกของคำในภาษาอังกฤษและถอดออกมาให้เห็นภาพของความเป็นชุมชน ได้อย่างชัดเจนและเชื่อมโยงกับการเป็นสื่อชุมชน ได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

ดังนั้น โทรทัศน์ชุมชน จึงหมายถึง กิจกรรม โทรทัศน์รูปแบบหนึ่ง ที่ดำเนินการโดยบุคลากรที่เป็นสมาชิกอยู่ในชุมชน ตั้งอยู่ในพื้นที่ของชุมชน นำเสนอเนื้อหา ข้อมูล ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนหรือท้องถิ่น เพื่อให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมได้ทั้งในส่วนของการรับชมหรือการผลิตรายการ

นอกจากนั้น พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ได้กำหนดหลักเกณฑ์ให้ภาคประชาชนในรูปแบบของชุมชน ได้เป็นส่วนหนึ่งที่จะเข้าถึงและเป็นเจ้าของคลื่นความถี่อย่างน้อยร้อยละ 20 นอกเหนือจากภาครัฐที่ใช้สื่อโทรทัศน์ในการเป็นเครื่องมือสื่อสารข่าวสารของรัฐที่ต้องการแจ้งให้ประชาชนรับทราบ และภาคทุนเอกชนที่มุ่งเน้นธุรกิจ ซึ่งผูกขาดการเป็นเจ้าของสื่อโทรทัศน์และผู้ผลิตรายการมาอย่างยาวนานนับตั้งแต่เกิดสื่อโทรทัศน์ขึ้นในประเทศไทย

แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ พ.ศ. 2555 มีการระบุตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 มาตรา 49 ที่ต้องจัดให้ภาคประชาชนได้ใช้คลื่นความถี่เพื่อประโยชน์สาธารณะและไม่แสวงหากำไรในทางธุรกิจในการประกอบกิจการกิจการชุมชนไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของคลื่นความถี่ในแต่ละพื้นที่ของการอนุญาตประกอบกิจการ โดยมีกำหนดจำนวนช่องออกอากาศรายการสำหรับภาคประชาชนหรือบริการชุมชนไว้จำนวน 12 ช่อง (39 เขตบริการ) เท่ากับจำนวนช่องออกอากาศที่จัดสรรคลื่นความถี่ให้กับสื่อโทรทัศน์ในรูปแบบบริการสาธารณะ (ระดับชาติ) ในขณะที่สื่อโทรทัศน์ในรูปแบบบริการทางธุรกิจเพื่อให้องค์กรเอกชนเข้ามาประมูลดำเนินการมีจำนวน 24 ช่อง (ระดับชาติ) จากช่องรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทยที่มีทั้งหมด 48 ช่อง

สื่อโทรทัศน์ชุมชนโดยส่วนใหญ่จะดำเนินการโดยกลุ่มคนในชุมชนหรือองค์กรที่ไม่มุ่งแสวงหากำไรหรืออาจอยู่ในรูปของสหกรณ์หรือมูลนิธิ แต่บางกรณีอาจพบว่าสื่อโทรทัศน์ชุมชนบางแห่งมีการร่วมมือกับสถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัย หรือทำข้อตกลงกับ

ผู้ประกอบการเคเบิลทีวี เพื่อดำเนินการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อชุมชนหรือท้องถิ่นออกอากาศทางเคเบิลทีวี หรือโทรทัศน์ระบบดาวเทียมในช่วงเวลาตามผังรายการของสถานีโทรทัศน์นั้น ๆ

ความสำคัญของโทรทัศน์ชุมชน คือ โทรทัศน์ชุมชนเดินก้าวตามรอยสื่อดั้งเดิมที่เกิดขึ้นก่อนอย่างสื่อวิทยุชุมชนที่มุ่งให้ความสำคัญต่อชุมชนในหลากหลายด้าน ดังนี้ 1) สื่อโทรทัศน์ชุมชนช่วยส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมในชุมชน 2) ส่งเสริมและถ่ายทอดความรู้ การศึกษา วัฒนธรรมและภูมิปัญญาในท้องถิ่นเป็นเอกลักษณ์ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน 3) เป็นเวทีให้คนในชุมชนได้แสดงความคิดเห็นร่วมกันในประเด็นต่าง ๆ ในระดับชุมชนและสังคม เพื่อนำไปสู่การเรียนรู้ แก้ไขปัญหาความเดือดร้อน หรือแนวทางในการพัฒนาให้เกิดความโปร่งใสในท้องถิ่น และ 4) เป็นช่องทางสื่อสารระหว่างกันของคนในชุมชน (กุลนารี สื่อโรจน์ และพรชัย ฉันทวีเสษลักษณ์, 2560)

สื่อภาพและเสียงชุมชน เป็นสื่อที่มีการแพร่ภาพและกระจายเสียงภายในชุมชน ได้แก่ โทรทัศน์ชุมชน เคเบิลท้องถิ่น ด้วยคุณสมบัติของสื่อที่นำเสนอเนื้อหาสาระด้วยภาพและเสียง จึงมีความน่าสนใจสามารถดึงดูดผู้ชมได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังไม่มีอุปสรรคเรื่องการอ่านออกเขียนได้ เช่นเดียวกับสื่อกระจายเสียง อย่างไรก็ตาม ด้วยความสลับซับซ้อนในแง่ของเทคโนโลยีในการผลิตและออกอากาศจำเป็นต้องใช้บุคลากรที่มีทักษะความรู้ จึงจำเป็นต้องใช้งบประมาณในการว่าจ้างบุคลากรรวมถึงค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อและบำรุงรักษาอุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก

อย่างไรก็ตามจะเห็นความพยายามในการจัดทำโทรทัศน์ชุมชนโดยกลุ่มคนกลุ่มหนึ่งที่รวมตัวกันในนามสถาบันปวงศญาพยาว ที่จังหวัดพะเยา เพื่อทดลองดำเนินงาน “สถานีโทรทัศน์ชุมชนพะเยาทีวีชุมชน” สร้างกระบวนการมีส่วนร่วมในการออกแบบโทรทัศน์ชุมชน กระบวนการผลิตรายการ จนกระทั่งได้ออกอากาศผ่านทางพะเยาเคเบิลทีวีเป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 29 สิงหาคม พ.ศ.2556 และได้ดำเนินการผลิตและออกอากาศมาจนถึงเดือนธันวาคม พ.ศ.2557

ทั้งนี้สื่อชุมชนทั้งประเภทโทรทัศน์ชุมชนและเคเบิลท้องถิ่น มีข้อเด่นและข้อจำกัดสรุปไว้ดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 ข้อเด่นและข้อจำกัดของสื่อชุมชนประเภทโทรทัศน์ชุมชน/เคเบิลท้องถิ่น

ข้อเด่น	ข้อจำกัด
มีภาพและเสียง ดึงดูดความสนใจได้ดี ไม่มีปัญหาการอ่านออกเขียนได้ ครอบคลุมพื้นที่หลายชุมชน อำนวยความสะดวกให้ผู้ชมได้เข้าถึงและมีส่วนร่วม	ขาดความชัดเจนจากภาครัฐ ลงทุนสูง ต้องใช้ผู้ที่มีความรู้ความชำนาญในการผลิต มักมีข้อจำกัดด้านเทคนิค/เทคโนโลยี การมีส่วนร่วมน้อยมักเป็นแค่ผู้รับสาร โดยเฉพาะเคเบิลทีวีที่เป็นของเอกชนจึงมุ่งหวังกำไรมากกว่าตอบสนองความต้องการของท้องถิ่น

ที่มา: (ณัฐสุพงศ์ สุข โสศ, 2559)

จากตารางที่ 2.3 สถานีโทรทัศน์ชุมชนมีข้อเด่นที่น่าสนใจคือ การเป็นช่องทางที่เป็นเอกลักษณ์ สามารถดึงดูดความสนใจของคนชุมชนได้ผ่านเอกลักษณ์ดังกล่าว แม้ว่าจะมีข้อจำกัดในเรื่องของการลงทุนที่สูง การค้นหาผู้ที่มีความชำนาญในการผลิต ข้อจำกัดด้านเทคโนโลยี และการมีส่วนร่วมของชุมชน แต่หากสถานีโทรทัศน์ชุมชนมีการบริหารจัดการสถานีที่ดี ข้อจำกัดดังกล่าวอาจพลิกกลับเป็นข้อได้เปรียบได้เช่นกัน

## 6. แนวคิดการบริหารสถานีโทรทัศน์ชุมชน

แนวคิดนี้อธิบายรูปแบบการบริหารจัดการโทรทัศน์ชุมชน รูปแบบและเนื้อหารายการโทรทัศน์ชุมชนและการหารายได้ของสถานีโทรทัศน์ชุมชน

### การบริหารจัดการโทรทัศน์ชุมชน

แนวคิดของการบริหารงานองค์กรที่เกี่ยวข้องกับสถานีโทรทัศน์ชุมชนทำให้เห็นโครงสร้างการดำเนินงาน ประกอบด้วย โครงสร้างองค์ประกอบของสถานีโทรทัศน์ชุมชน บทบาทของสถานีโทรทัศน์ชุมชน การมีส่วนร่วม และการหารายได้ แมคแนสปี (McNaspy, 2016) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม การสร้างความเป็นเจ้าของ และการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ นับว่าเป็นประเด็นที่นำไปสู่การพัฒนากระบวนการจัดการการบริหารภายในสถานีโทรทัศน์ชุมชน โดยใช้แนวคิดการจัดการคุณภาพแบบทั่วทั้งองค์กร (Total Quality Management (TQM)) ในรูปแบบก้างปลาหรืออิชิคาว่าไดอะแกรม (Ishikawa Diagram) ซึ่งปัจจัยของแนวคิดนี้มีอิทธิพลต่อผลรับของกระบวนการการบริหารในรูปแบบนี้ ประกอบด้วยปัจจัยหลัก 6 ปัจจัย ดังนี้ 1) กลวิธีหรือ



กระบวนการจัดการองค์กร (method) มีรูปแบบการจัดการองค์กรและวางแผนกลวิธีในการดำเนินงานองค์กร 2) เทคโนโลยีหรือเครื่องมือ (machine/technology) เครื่องมือและเทคโนโลยี 3) บุคลากร (manpower) 4) อุปกรณ์ (materials) 5) การวัดผล (measurement) และ 6) การบริหารจัดการ (management)

แนวคิดการบริหารงานจัดการโทรทัศน์ชุมชนดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของสุภรณ์ ฤทธิมนตรี และนิธิตา แสงสิงแก้ว (2558) ที่อธิบายหลักการของแนวคิดการจัดการคุณภาพแบบทั่วทั้งองค์กร (Total Quality Management (TQM)) ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ชุมชนสถานีโทรทัศน์ชุมชนพะเยาทีวี ในประเด็นปัจจัยเชิงโครงสร้างและการบริหารจัดการ โดยการบริหารงานที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วม ดังนี้ 1) โครงสร้างองค์กรและรูปแบบการดำเนินการที่ให้ผู้ชมหรือคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในทุกระดับ ตั้งแต่มีสภาผู้ชมและเป็นตัวแทนในการบริหารสถานีฯ เพื่อขับเคลื่อนประเด็นและวาระของสถานีฯ 2) การบริหารงานด้านบุคคลที่มุ่งเน้นเปิดโอกาสในคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในรูปแบบอาสาสมัคร และพนักงานประจำเพื่อรับผิดชอบงานในส่วนต่างๆ ของสถานีฯ 3) การบริหารงานด้านการเงิน ด้วยสถานีโทรทัศน์ชุมชนสามารถทำได้เพียงพอต่อการใช้จ่ายภายในสถานีฯ ไม่ได้มุ่งแสวงหาผลกำไร ทำให้หารายได้ผ่านการรับเงินบริจาคหรือเงินสนับสนุนจากชุมชน 4) การบริหารงานด้านอุปกรณ์ จะต้องได้รับการสนับสนุนจากอาสาสมัครซึ่งอาศัยหลักการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับบริบทของสถานีโทรทัศน์ชุมชนทั้งในต่างประเทศและในประเทศ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐาน นำมาเป็นกรอบในการดำเนินการวิจัย และเพื่อหาเป็นแนวทางในการศึกษาโครงสร้างการบริหารองค์กร ประเด็นการทำงานภายในชุมชน ช่องทางออกอากาศและการหารายได้ของสถานีโทรทัศน์ชุมชน

จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีเอกสารของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (The Canadian Radio Television and Telecommunication Commission (2009)) ได้ทำการสรุปสถานะของสถานีโทรทัศน์ชุมชนไว้ว่ามีสถานีโทรทัศน์ชุมชนที่คงอยู่และกำลังดำเนินการอยู่ใน 31 ทั่วโลก โดยมีการระบุถึงประวัติของการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในแต่ละประเทศ การให้ใบอนุญาต การหารายได้ คำอธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับการดำเนินการของสถานีฯ รูปแบบรายการ ข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณของสถานีฯ การสนองตอบของผู้ชม บทบาทของโทรทัศน์ชุมชนต่อภาพรวมของแต่ละประเทศ และข้อท้าทายต่อไปของสถานีโทรทัศน์ชุมชน

จากเอกสารดังกล่าวมีการระบุข้อมูลซึ่งแสดงให้เห็นว่า การจัดตั้งสถานีโทรทัศน์แต่ละที่มีทั้งความแตกต่างและคล้ายคลึง สามารถจำแนกการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในแต่ละประเทศได้ 2 กรณี คือ 1) เกิดจากการรวมกลุ่มกันของกลุ่มคนที่มีความสนใจสื่อ และต้องการสร้างพื้นที่การสื่อสารภายในชุมชน จึงได้ดำเนินการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชน และ 2) เกิดขึ้นจากการจัดตั้งของหน่วยงานรัฐตามคำแนะนำของสื่อมวลชน หรือคนที่มีประสบการณ์สื่อในพื้นที่

ข้อมูลเอกสารชิ้นนี้ยังพบว่า สถานีโทรทัศน์ชุมชนในต่างประเทศที่มีบริบทการทำงานที่ชัดเจนมีโครงสร้างการบริหารสถานีโทรทัศน์ชุมชน มีการทำงานชุมชนที่ชัดเจน มีรูปแบบรายการและเนื้อหา ช่องทางออกอากาศ และแหล่งรายได้ที่ชัดเจนซึ่งสามารถเป็นแนวทางให้กับสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ประกอบด้วย สถานีโทรทัศน์ชุมชนในประเทศออสเตรเลีย ประเทศแคนาดา ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศบราซิล ประเทศอูรุกวัย ประเทศนิวซีแลนด์ ประเทศเกาหลีใต้ และประเทศอินโดนีเซีย โดยจะอภิปรายเป็นรายประเทศดังนี้

ประเทศออสเตรเลีย เป็นประเทศที่มีแนวทางในการดำเนินงานสถานีโทรทัศน์ชุมชนที่ชัดเจน เกิดจากการรวมตัวของนักสื่อสารมวลชน นักวิชาการ และกลุ่มคนที่ทำงานด้านศิลปะ รวมถึงทำงานด้านสื่อทางเลือก จุดเด่นของสถานีโทรทัศน์ชุมชนของออสเตรเลีย คือ ช่องทางการออกอากาศที่หลากหลาย แม้ว่ารัฐจะออกประกาศเปลี่ยนแปลงช่องทางออกอากาศจากเดิมในระบบออกอากาศในระบบทีวีดิจิทัลเปลี่ยนเป็นให้สถานีโทรทัศน์ชุมชนออกอากาศผ่านช่องทางออนไลน์ แต่สถานีโทรทัศน์ชุมชนภายในประเทศนี้ มีความพยายามใช้ช่องทางออนไลน์ที่หลากหลายไม่เพียงแค่เฟซบุ๊ก (facebook) หรือยูทูป (YouTube) แต่รวมถึงเว็บไซต์ (website) ทวิตเตอร์ (twitter) อินสตาแกรม (instagram) ลิงคอิน (linkedin) และแอปพลิเคชันของสถานีฯ

ประเทศแคนาดา มีสถานีโทรทัศน์ชุมชนที่มีรูปแบบโครงสร้างคล้ายกับประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้แนวทางของการบริหารสถานีโทรทัศน์ชุมชนในรูปแบบของพีอีจี (PEG) มีการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชน (Public) สถาบันการศึกษาในชุมชน (Education) และหน่วยงานท้องถิ่น (Government) มี กสทช.ของประเทศแคนาดาคอยกำกับดูแลและออกระเบียบข้อบังคับในการบริหารสถานีฯ รายได้ของสถานีโทรทัศน์ชุมชนเกิดจากภาษีของการแพร่ภาพในระบบเคเบิลทีวีของสถานีโทรทัศน์เคเบิลทีวีในประเทศแคนาดา ล่าสุดในปี 2561 กสทช.ประเทศแคนาดาได้ประกาศปรับลดงบประมาณในการบริหารสถานีโทรทัศน์ชุมชนลง ทำให้สถานการณ์ของสถานีโทรทัศน์ชุมชนของประเทศแคนาดาไม่เป็นที่สู้คืนัก

ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นประเทศที่ถือว่าเป็นต้นแบบของความยั่งยืนของโทรทัศน์ชุมชน มีรูปแบบการบริหารองค์กรแบบมีส่วนร่วมระหว่างชุมชน หน่วยงานรัฐบาลท้องถิ่นและสถานศึกษาในชุมชน โดยมีโครงสร้างบริหารองค์กรที่เป็นระบบ และเปิดกว้างให้ชุมชนเข้ามามี

ส่วนร่วมในการบริหาร ผลิตเนื้อหา และประเมินผลการทำงานของสถานีฯ มีการหารายได้โดยได้รับงบประมาณจากหน่วยงานรัฐ จากการเก็บภาษีของคนในชุมชน

ประเทศบราซิล มีโทรทัศน์ชุมชนอยู่ 2 รูปแบบ คือ 1) สถานีโทรทัศน์ชุมชนที่อยู่ในรูปแบบองค์กรบริษัท เป็นสถานีโทรทัศน์ที่มีโครงสร้าง รูปแบบรายการ เนื้อหาคล้ายสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่น และ 2) สถานีโทรทัศน์ชุมชนที่มีจุดเด่นคือรายการที่เรียกว่า รายการข้างถนน (street TV) ซึ่งเป็นรายการที่ฉายภาพวิถีชีวิตของคนในบราซิล

ประเทศอูรุกวัย เป็นประเทศที่มีโทรทัศน์ชุมชนหลากหลายรูปแบบ แม้มีข้อจำกัดอย่างมากต่อการเกิดขึ้นของสถานีโทรทัศน์ชุมชน แต่มีสถานีโทรทัศน์ชุมชนที่สร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชนอย่างสถานีอาร์โบล (Arbol) และมีสถานีคิวดาด (Ciudad) บุคลากรของสถานีเปิดสอนทักษะการผลิตสื่อให้กับคนในชุมชน และสตูดิโอของสถานีตั้งอยู่ใจกลางชุมชน สถานีออกอากาศผ่านระบบวงจรปิด ทำให้การโต้ตอบของผู้ชมทำได้ง่ายขึ้น

ประเทศนิวซีแลนด์ โทรทัศน์และโทรทัศน์ชุมชนเกิดขึ้นเพราะประเทศต้องการสื่อที่ส่งเสริม อัตลักษณ์ของตนเองให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ประเทศออสเตรเลียมีชนเผ่าอะบอริจิน ประเทศนิวซีแลนด์ก็มีเมารีที่เป็นชนเผ่าพื้นถิ่น ดังนั้น รัฐบาลจึงออกนโยบายเปิดกว้างให้สื่อโทรทัศน์ชุมชนเข้ามามีบทบาทภายใต้ข้อกำหนดดังนี้ 1) ส่งเสริมการออกอากาศในท้องถิ่นแยกจากเครือข่ายระดับชาติและควบคุมโดยองค์กรชุมชน 2) ส่งเสริมความหลากหลายโดยสะท้อนถึงข้อกังวลในท้องถิ่นและระดับภูมิภาค ความสนใจของชุมชน ชุมชนที่น่าสนใจและชนกลุ่มน้อยทางเชื้อชาติและภาษา 3) อำนวยความสะดวกด้านการเข้าถึงด้านเทคนิคและสังคมในวงกว้าง เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อให้ชุมชนสามารถมีส่วนร่วมในการผลิตรายการ และ 4) เปิดใช้งานการออกอากาศในระดับภูมิภาคและชุมชนที่ไม่ได้มุ่งเน้น โฆษณาและแบ่งปันพื้นที่สาธารณะสำหรับคนในชุมชนทุกคนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น

ประเทศเกาหลีใต้ ประเทศเกาหลีใต้มีสถานีโทรทัศน์หลักของประเทศที่ครอบคลุมในทุกพื้นที่ คือ สถานีเคบีเอส (KBS) แต่มีองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรก่อตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนชื่อว่า อาร์ทีวี (RTV) ขึ้น เพื่อเป็นอีกกระบอกเสียงให้กับคนในชุมชนและสร้างพื้นที่สื่อสารให้คนเกาหลีใต้ได้รับรู้ข่าวสาร ประเด็นที่สถานีฯ หลีกเลี่ยงไม่เห็น และมีการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้ฝึกปฏิบัติการผลิตและการเปิดพื้นที่ให้คนในชุมชนได้นำผลงานการผลิตของตนเองมาร่วมออกอากาศในสถานีฯ โดยมีรายละเอียดของคลิปปริดีโอที่ใช้ในการออกอากาศที่ชัดเจนเป็นรูปแบบเดียวกัน

นอกจากนี้ จากเอกสารของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (2560) ได้ให้ข้อมูลโทรทัศน์ชุมชนในประเทศอินโดนีเซีย แม้ไม่มีสถานีโทรทัศน์ชุมชนอย่างเป็นทางการ แต่หน่วยงานรัฐภายในประเทศร่วมกับสถาบันการศึกษาได้

ทดลองการออกอากาศโทรทัศน์ชุมชนผ่านการออกอากาศในระบบภาคพื้นระยะใกล้รัศมีออกอากาศ 5 กิโลเมตร บทเรียนของการทดลองออกอากาศของสถานีโทรทัศน์ชุมชนคือ การได้ทดลองใช้ทรัพยากรเพื่อออกอากาศ และการได้ฝึกปฏิบัตินักศึกษาโดยสร้างการมีส่วนร่วมของคนภายในชุมชนในการคิดชมรายการ รวมถึงการให้ข้อเสนอแนะประเด็นสำหรับการผลิตรายการ

โครงสร้างการบริหารสถานีโทรทัศน์ชุมชนในต่างประเทศเป็นโครงสร้างที่มีความหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการทำงานร่วมระหว่างชุมชน สถาบันการศึกษา และหน่วยงานรัฐ หรือเป็นการทำงานร่วมระหว่างคณะทำงานที่มีความชำนาญด้านสื่อและการลงพื้นที่ในชุมชน และชุมชนที่ให้ความร่วมมือในการผลักดันสถานีโทรทัศน์ชุมชน แต่จุดเริ่มต้นของการพัฒนาโครงสร้างเกิดจากกลุ่มคนที่มีความสนใจในการพัฒนาในประเทศไทยจากเอกสารของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม ได้ให้งบประมาณในการทดลองโทรทัศน์ชุมชนในประเทศไทยเพื่อการพัฒนาโทรทัศน์ชุมชนในประเทศไทย 3 พื้นที่คือ 1) สถานีโทรทัศน์ชุมชนสถานีโทรทัศน์ชุมชนพะเยาทีวี 2) สถานีโทรทัศน์ชุมชนอุบลราชธานี (ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็น อุบลคอนเนก (Ubon Connect)) และ 3) ทีวีชุมชนอันดามันมั่นคง ซึ่งโครงสร้างการบริหารองค์กรแต่ละสถานีฯ มีโครงสร้างดังนี้ เมื่อศึกษาการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนสถานีโทรทัศน์ชุมชนพะเยาทีวี สถานีโทรทัศน์ชุมชนที่มีการทำงานเป็นรูปธรรมแห่งหนึ่งในประเทศไทย สถานีฯ มีกระบวนการจัดตั้งโดยอาศัยการมีส่วนร่วมเป็นสิ่งสำคัญ กระบวนการจัดตั้งเริ่มจากกลุ่มคนที่มีความสนใจและต้องการเห็นการพัฒนาในชุมชนของตนเอง โดยมีกลุ่มแกนนำหลักที่สำคัญประกอบด้วย ชัยวัฒน์ จันธิมา นักสื่อสารมวลชนระดับชาติ ระดับท้องถิ่นและนักพัฒนาท้องถิ่น สหัชชา วิเศษ นักวิชาการและนักพัฒนาในประเด็นต่างๆ ในสังคม เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ ผู้หญิง และเยาวชน มนตรา พงษ์นิล นักวิชาการ ด้านพัฒนาสังคม และภัทรานูรารักษ์ อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยพะเยา โดยจัดตั้งเป็นสถาบันปวงผญาพายว และขยายความร่วมมือทำงานเพื่อสื่อสารประเด็นต่างๆ ภายในชุมชน ร่วมกันกับนักวิชาการ นักพัฒนา นักธุรกิจ สื่อมวลชน คณะสงฆ์ คณะทำงานมีการขยายการทำงานร่วมมากขึ้น โดยมีแผนขยายพื้นที่ในจังหวัดเชียงราย โดยนำเสนอประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องกับจังหวัดพะเยา ทั้งมิติวัฒนธรรม วิถีชีวิต และการแก้ไขปัญหาภายในจังหวัด มีช่องทางการออกอากาศผ่านทางออนไลน์ เว็บไซต์ของสถานีและหารายได้จากการบริหารจัดการ การวิจัย การอบรมและการเป็นทีมผลิตให้หน่วยงานรัฐและชุมชน ประเด็นการทำงานภายในชุมชน ช่องทางออกอากาศและการหารายได้ของสถานีโทรทัศน์ชุมชน

ทีวีชุมชนอุบลราชธานี หรือ อุบล คอนเนก (Ubon Connect) มีโครงสร้างที่จัดตั้งจากมูลนิธิสื่อสร้างสุขและเครือข่าย มีแกนนำที่มีอำนาจในการตัดสินใจแบบเด็ดขาด แต่มีจุดเด่นคือโครงสร้างการทำงานเปิดโอกาสให้คนหลายกลุ่มเข้ามามีส่วนร่วม ไม่เพียงแต่คนที่มีสภาพร่างกาย

ปกติ มีผู้บกพร่องทางร่างกายมีส่วนร่วมด้วยเช่นกัน ประเด็นการทำงาน เน้นการสื่อสารประเด็นที่เกิดขึ้นในจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อให้คนในพื้นที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสาร ซึ่งเป็นประเด็นภายในชุมชนและประเด็นภายนอกชุมชน เช่น ประเด็นของฝุ่นละออง 2.5 พีเอ็ม (PM) ซึ่งส่งผลกระทบต่อกรุงเทพมหานคร แต่ทางสถานีฯ เลือกประเด็นดังกล่าวเพื่อสื่อสารให้คนในจังหวัดได้ตื่นตัวและเตรียมพร้อมรับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นได้ภายในจังหวัด ช่องทางอากาศออกอากาศผ่านทางเคเบิลทีวีในจังหวัดและผ่านทางออนไลน์ และหารายได้จากการบริจาค ทุนโครงการและทุนวิจัย

สถานีโทรทัศน์ชุมชนทีวีอเนกามันม่นคง ซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์ชุมชนที่มีบริบทใกล้เคียงและสามารถเป็นต้นแบบของสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาได้ เนื่องจากเป็นสถานีที่มีแกนนำกระจายอยู่ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามัน ประกอบด้วย จังหวัดภูเก็ต จังหวัดพังงา จังหวัดกระบี่ เริ่มต้นจัดตั้งจากแกนนำที่ตื่นตัวในเรื่องของภัยพิบัติ และมีโอกาสได้พูดคุยกันเพื่อร่วมทำงานในการประชุมด้านการสื่อสารเรื่องภัยพิบัติที่ จ.กระบี่ มีแกนกลางคือ คุณพิภพ พานิชภักดิ์ที่เป็นแกนกลางในการประสานงานแกนนำหลักท่านอื่นๆ คือ คุณประสาร สถานสฤติย์ และคณะทำงานจากมูลนิธิริรักษ์ไทย รวมถึงแกนนำจากชมรมกู้ภัยบางไทร จ.พังงา นอกจากนี้ มีการทำงานร่วมกันสามฝ่าย ระหว่างมูลนิธิริรักษ์ไทย สถาบันการศึกษา และแกนนำชุมชน 3 จังหวัด นำเสนอประเด็นภายในพื้นที่ 3 จังหวัดประกอบด้วย กระบี่ พังงา ภูเก็ต ทั้งวิถีชีวิต วิถีวัฒนธรรม สภาพปัญหา การแก้ไขปัญหา การแก้ปัญหามา ออกอากาศผ่านทางช่องทางออนไลน์ และหารายได้จากการดำเนินการโครงการภายในพื้นที่ และทุนวิจัย

สถานีโทรทัศน์ชุมชนทีวีอเนกามันม่นคงมีการประชุมแกนนำในทุกๆ เดือน โดยสลับพื้นที่ในการประชุมทั้งในภูเก็ต กระบี่ และพังงา วาระการประชุมแต่ละครั้งแบ่งเป็น ในช่วงเริ่มต้นคือการปรับแนวคิดร่วมกันทำงานของแกนนำ แบ่งการเตรียมความพร้อมของแกนนำในการผลิตและเผยแพร่รายงานของแต่ละที่ การกำหนดผู้ประสานงานในแต่ละพื้นที่ การกำหนดประเด็นการสื่อสารของแต่ละพื้นที่ การขยายเครือข่ายของแต่ละพื้นที่ และการสรุปประเด็นการสื่อสารของแต่ละที่ ในช่วงดำเนินการและการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนสถานีโทรทัศน์ชุมชนทีวีอเนกามันม่นคง มีการประชุมวางแผนโดยแบ่งเป็น การประชุมประเด็นที่นำเสนอ โดยแต่ละที่จะแจ้งแกนนำที่เป็นคณะทำงานในวาระและประเด็นที่จะทำการสื่อสารคืออะไร การแจ้งประเด็นปัญหาการทำงานของแต่ละพื้นที่ หลักๆ จะเป็นปัญหาทางด้านเทคนิคเพราะการผลิตจะใช้สมาร์ตโฟนเป็นหลัก ซึ่งถือเป็นเรื่องใหม่ของการทำงานดังกล่าว จึงต้องร่วมคิดและหาทางแก้ปัญหาดังกล่าว การร่วมกับตัวแทนของกสทช. นักวิชาการในพื้นที่และนอกพื้นที่ และเครือข่ายโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่อื่นๆ ร่วมแลกเปลี่ยนและรับข้อเสนอแนะของการพัฒนาการดำเนินงานของทีวีชุมชนอเนกามันม่นคงต่อไป

แม้ว่าจะมีการแลกเปลี่ยนและพัฒนาอยู่เสมอตลอดการดำเนินงานของสถานี แต่ปฏิเสธไม่ได้เลยว่า แคนนำที่ร่วมเริ่มต้นสถานีโทรทัศน์ชุมชนที่วิอันตามันมันคง บางคนขอลองตัวออกไป เนื่องจาก ทำงานร่วม การมองประเด็นที่น่าเสนอและโอกาสที่ได้จากโทรทัศน์ชุมชนไม่เหมือนกัน รวมถึงไม่สามารถทุ่มเทและใช้เวลาต่อการดำเนินงาน โทรทัศน์ชุมชนสถานีโทรทัศน์ชุมชนที่วิอันตามันมันคงได้ จึงถือเป็นบทเรียนสำคัญที่ทำให้เห็นตัวอย่างของการทำงานร่วมกัน เพื่อนำมาพัฒนาการวางแผนความสัมพันธ์ร่วมกันของแคนนำในสถานีโทรทัศน์ชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาต่อไป

### โครงสร้างการบริหารโทรทัศน์ชุมชน

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า เอกสารของ กสทช. ประเทศแคนาดาได้เก็บข้อมูลโทรทัศน์ชุมชนจาก 31 ประเทศทั่วโลก ประกอบด้วย ออสเตรเลีย แคนาดา อเมริกา เนเธอร์แลนด์ เยอรมัน ออสเตรีย เบลเยียม สหราชอาณาจักร เดนมาร์ก นอร์เวย์ ฟินแลนด์ สวีเดน สเปน อิตาลี ฝรั่งเศส เม็กซิโก เวเนซุเอลา บราซิล อูรุกวัย เปรู โคลัมเบีย อิสราเอล เนปาล นิวซีแลนด์ ฟิจิ เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย แอฟริกาใต้ เบนิน และโบลิเวีย พบว่า โครงสร้างการบริหารโทรทัศน์ชุมชนต้นแบบในต่างประเทศแบ่งเป็นรูปแบบต่างๆ ดังตารางที่ 2.4 ได้ดังนี้

ตารางที่ 2.4 จำนวนประเทศที่มีรูปแบบโครงสร้างการบริหารโทรทัศน์ชุมชนต้นแบบ

รูปแบบโครงสร้างบริหารสถานีโทรทัศน์ชุมชน	จำนวนประเทศ
บริษัทหรือนิติบุคคล	22
สมาคม	8
หน่วยงานรัฐและเครือข่าย	6
มูลนิธิ	1

จากตารางที่ 2.4 โครงสร้างองค์กรโทรทัศน์ชุมชนต้นแบบในต่างประเทศประกอบด้วย 1) บริษัทหรือนิติบุคคลถือเป็นรูปแบบโครงสร้างที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เพราะเป็นองค์กรที่บริหารจัดการได้ง่าย มีอิสระและสร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชนได้ชัดเจนเป็นระบบ มีจำนวน 22 ประเทศที่มีสถานีโทรทัศน์ชุมชนที่มีโครงสร้างองค์กรดังกล่าว 2) สมาคม มีโทรทัศน์

ชุมชนที่มีโครงสร้างรูปแบบนี้ถึง 8 ประเทศทั่วโลก 3) หน่วยงานรัฐในชุมชน เป็นโครงสร้างที่มี หน่วยงานรัฐเป็นผู้ดูแล บางประเทศเป็นแบบหน่วยงานในชุมชนบริหารสถานีฯ บางประเทศเป็น สถานีฯ ที่สถานศึกษาในชุมชน ซึ่งมี 6 ประเทศมีลักษณะการบริหาร โครงสร้างองค์กรดังกล่าว 4) มูลนิธิ มีเพียงประเทศเม็กซิโกเท่านั้นที่มีการจัดโครงสร้างองค์กรเป็นมูลนิธิ การแบ่ง โครงสร้าง องค์กรการบริหารสถานีโทรทัศน์ชุมชนในบางประเทศอาจมีรูปแบบที่แตกต่างกันในแต่ละสถานีฯ และบางประเทศยึดถือรูปแบบ โครงสร้างองค์กรสถานีโทรทัศน์ชุมชนรูปแบบเดียวกันทั่วประเทศ

สำหรับประเทศไทย โครงสร้างองค์กรสถานีโทรทัศน์ชุมชนต้นแบบที่กำลังทดลอง ออกอากาศในปัจจุบันแบ่งออกเป็น 3 ประเภท (ภัทรา บุรารักษ์, 2561) คือ 1) องค์กรขนาดเล็ก ระบบปิด เป็นองค์กรที่มีผู้ตัดสินใจหลักเพียงหนึ่งเดียว แม้จะเปิดโอกาสให้หลายภาคส่วนเข้ามา มี ส่วนร่วมด้วยก็ตาม ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ชุมชนอุบลราชธานี ซึ่งโครงสร้างรูปแบบนี้สามารถพบ ได้ในอีก 9 ประเทศทั่วโลก 2) องค์กรขนาดเล็กระบบเปิด ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ชุมชน สถานีโทรทัศน์ชุมชนพะเยาทีวี รูปแบบนี้เป็นองค์กรแบบเปิดมีคณะทำงานและคณะงานร่วมที่สลับ สับเปลี่ยนคณะทำงานร่วม มีรูปแบบ โครงสร้างองค์กรลักษณะนี้ในอีก 5 ประเทศทั่วโลก 3) กลุ่มขนาดเล็ก แบ่งตามโหนดหรือตามพื้นที่ มีการทำงานร่วมกันมีการประชุมพบปะกันเพื่อ วางแผนเป็นรายเดือนหรือรายไตรมาส โครงสร้างรูปแบบนี้เป็น โครงสร้างที่สถานีโทรทัศน์ชุมชน ที่เวียดนามมั่นคงเลือกใช้ เพราะสถานีฯ แห่งนี้มีพื้นที่บริเวณกว้างครอบคลุม 3 จังหวัดคือ กุเก็ด พังงาและกระบี่ โครงสร้างองค์กรรูปแบบนี้สอดคล้องกับในต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศบราซิลและ อูรุกวัย ซึ่งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในสองประเทศนี้มีทั้งสถานีฯ ที่มีขนาดใหญ่ และมีขนาดเล็ก ซึ่งสถานีฯ ขนาดเล็กใช้การเชื่อมโยงคณะทำงานตามพื้นที่ต่างๆ และก่อรูปเป็นสถานีโทรทัศน์ ชุมชนขนาดที่มีโครงสร้างองค์กรในรูปแบบนี้

บทบาทของสถานีโทรทัศน์ชุมชนทั่วโลก จากเอกสาร กสทช.แคนาดา ทำให้สรุป ประเด็นของการบทบาทของสถานีโทรทัศน์ชุมชน ได้ดังนี้

- ต้องการให้ผู้ชมเข้าใจในเนื้อหามากขึ้น ประเด็นนี้มีการอธิบายเพิ่มเติมคือ บางครั้ง เนื้อหาที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อ โทรทัศน์หลักอาจไม่ครอบคลุมและไม่ได้สร้างความเข้าใจ มากเท่าที่ควร

- สร้างพื้นที่สื่อสารให้กับชุมชน เป็นการเปิดพื้นที่การสื่อสารให้กับคนในชุมชน ได้แสดงความคิดเห็น ได้นำเสนอสิ่งที่มีในชุมชน ให้ทุกคนได้รับรู้

- สร้างสมดุลระหว่างรัฐกับชุมชน คานอำนาจรัฐ บทบาทหน้าที่ ในบางครั้งสื่อกระแส หลัก บางประเทศก็ไม่สามารถทำหน้าที่ในประเด็นนี้ได้

- กระจายอำนาจสู่ชุมชน

- เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับวัฒนธรรม ความหลากหลายทางภาษา ความเฉพาะตัวของท้องถิ่น
  - ให้ชุมชนได้เข้าถึงทรัพยากรคลื่นความถี่ ซึ่งทุกคนมีสิทธิที่จะได้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรดังกล่าว
  - การรวมตัวกันของคนทำสื่อ หรือคนที่มีความสนใจในโทรทัศน์ชุมชน แต่มีความถนัดด้านอื่นๆ เช่น นักศิลปะ นักดนตรี
  - การทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนกับองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรเพื่อพัฒนาชุมชน
  - มีเครือข่าย มีช่องทางในการนำเสนอวิถีชีวิตที่เป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนสถานีฯ
  - โทรทัศน์ชุมชนเป็นเครื่องมือของการเรียกร้องสิทธิมนุษยชน
- องค์ประกอบของโทรทัศน์ชุมชน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของชุมชน จากการศึกษาบริบทของสถานีโทรทัศน์ชุมชนต้นแบบ พบว่า คณะทำงานทำงานขับเคลื่อนชุมชนผ่านการสื่อสารในรายการต่างๆ ของสถานีโทรทัศน์ชุมชน เพื่อแก้ไขปัญหาภายในชุมชน ประกอบด้วยการทำงานเรียงตามลำดับมากน้อยดังนี้
- การพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ เช่น การศึกษา เป็นต้น มีถึง 22 ประเทศที่ชูประเด็นในการพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ มีการเน้นด้านการศึกษาให้กับคนในชุมชน
  - เวทีในการหาทางออกของปัญหาให้กับชุมชน ถือเป็นประเด็นที่มีสถานีโทรทัศน์ชุมชนใน 18 ประเทศ เพื่อเป็นพื้นที่กลางในการพูดคุยเพื่อหาทางออกของปัญหาที่เกิดขึ้นภายในชุมชน
  - เสริมคุณภาพชีวิตให้กับคนในชุมชน มีสถานีโทรทัศน์ชุมชน 17 ประเทศ ที่นำเสนอประเด็นที่เสริมคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้ดียิ่งขึ้น
  - นำเสนอความหลากหลายทางวัฒนธรรม สถานีโทรทัศน์ชุมชนใน 16 ประเทศที่เน้นนำเสนอประเพณีและวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ในชุมชน รวมถึงรวมอนุรักษ์อัตลักษณ์ของตนเองให้สืบทอดถึงรุ่นลูกหลานต่อไป
  - เสริมพลังให้เด็ก ผู้หญิงและคนพิการ มีสถานีโทรทัศน์ชุมชน 14 ประเทศที่เปิดพื้นที่ในการเสริมสร้างประเด็นเฉพาะกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นเด็ก ผู้หญิง และคนพิการ ให้ได้โอกาสในการสื่อสารประเด็นของความเป็นเฉพาะกลุ่มให้ชุมชนได้ทราบ
  - อิทธิพลทางการเมืองในด้านต่างๆ การเสริมสร้างสิทธิให้แก่คนในชุมชน และได้รับรู้จักสิทธิต่างๆ ที่หน่วยงานรัฐในชุมชนได้มอบให้แก่ทุกคนในชุมชน โดยมีสถานีโทรทัศน์ชุมชนใน 13 ประเทศที่มุ่งให้ข้อมูลดังกล่าว



- การกระจายอำนาจสู่ชุมชน สถานีโทรทัศน์ชุมชนต้นแบบทั่วโลกมีการทำงานเพื่อเสริมสร้างประชาธิปไตยและกระจายอำนาจให้คนในชุมชนได้มีสิทธิ ถึง 10 ประเทศทั่วโลก
- ลดความยากจน มีสถานีโทรทัศน์ชุมชนใน 8 ประเทศ เน้นการนำเสนอเนื้อหาเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน มีการค้นหาเนื้อหาที่ส่งเสริมอาชีพและช่องทางเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน
- คนพิการและคนชายขอบ มีสถานีโทรทัศน์ชุมชน 7 ประเทศ ที่มุ่งประเด็นไปที่การทำงานเพื่อคนพิการและคนชายขอบหรือกลุ่มคนชาติพันธุ์ที่ไม่มีโอกาสได้สะท้อนปัญหาและสื่อสารวิถีของตนเองในชุมชน
- สร้างสำนึกรับผิดชอบชุมชน การตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน ให้คนในชุมชนได้รับรู้ เป็นอีกประเด็นที่สถานีโทรทัศน์ชุมชนใน 6 ประเทศเน้นหนักผ่านรายการต่างๆ
- สาธารณภัยและภัยพิบัติทางธรรมชาติ การรายงาน การร่วมนำเสนอแนวทางในการเตรียมตัว และรับมือภัยพิบัติ มีการรายงานสภาพปัญหาและชี้หนทางแก้ไขในปัญหาดังกล่าว มี 5 ประเทศที่เน้นการสื่อสารในประเด็นนี้
- สันติภาพและความขัดแย้ง ในพื้นที่ความขัดแย้งของสถานีโทรทัศน์ชุมชน 3 ประเทศ

บทบาทของสถานีโทรทัศน์ชุมชนในประเทศไทย จากการศึกษาพบว่า การจัดตั้งเกิดจากการมองประเด็นปัญหาภายในพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นประเด็นการรวมตัวกันของสถานีโทรทัศน์ชุมชนพะเยาทีวี สถานีโทรทัศน์ชุมชนทีวีอุบลราชธานีและสถานีโทรทัศน์ชุมชนทีวีอันดามันมั่นคง เพื่อการทำงานร่วมในการแก้ไขปัญหาไม่ว่าจะเป็นเรื่องการสื่อสารภายในชุมชน เรื่องภัยพิบัติ การเตรียมตัวและกระบวนการรับมือภัยพิบัติที่อาจเกิดขึ้นในพื้นที่ตลอดเวลา

#### การมีส่วนร่วมของชุมชน

การมีส่วนร่วมของชุมชน จากการศึกษาเอกสาร พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนผ่านสถานีโทรทัศน์ชุมชนทั้ง 31 ประเทศ รวมถึงในประเทศไทย ประกอบด้วย 1) การร่วมมืออาสาสมัครของสถานีโทรทัศน์ชุมชนจะสร้างพื้นที่การมีส่วนร่วมกับคนในชุมชน ผ่านการร่วมมือในเบื้องต้น โดยให้คนในชุมชนร่วมให้ข้อมูล นำเสนอความคิดในประเด็นต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน ตัวอย่างที่ชัดเจนในการมีส่วนร่วมรูปแบบนี้คือ รายการสตรีททีวี (street TV) ของสถานีโทรทัศน์ชุมชนในประเทศบราซิล 2) การปฏิบัติตาม พบว่า มีสถานีโทรทัศน์ชุมชนในสเปน อาร์ทีวีซี (Radio Television Cardedeu) ที่กำหนดควาระประเด็นข่าวสารในชุมชน เพื่อคานอำนาจของรัฐบาลและเคลื่อนไหวในการเลือกตั้งในแคว้นคาตาลันของสเปน ซึ่งทำให้คนในชุมชนได้ตื่นตัว แสดงความคิดเห็นกับการเลือกตั้งครั้งนี้ 3) การให้คำปรึกษา การเปิดโอกาสให้คนในชุมชน คนภายนอกชุมชนร่วมเป็นคณะทำงานและพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชน รูปแบบการมีส่วนร่วมนี้เด่นชัดมากคือ

โทรทัศน์ชุมชนในประเทศไทย สถานีโทรทัศน์ชุมชนอันดามันมั่นคง ที่มีพื้นที่การสร้างการมีส่วนร่วมร่วมกับคนในชุมชน 3 จังหวัดคือ พังงา กระบี่ และภูเก็ต มีการประชุมเพื่อขอความเห็นจากคนในชุมชนทั้ง 3 พื้นที่ในการดำเนินงานของสถานีฯ เช่น คนในพื้นที่เกาะคอเขา จังหวัดพังงา นอกจากนี้มีการรับฟังข้อเสนอแนะจากนักวิชาการ และนักวิชาชีพอย่างสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสที่ช่วยเป็นที่เล็งในการช่วยเหลือการทำงานของสถานีฯ 4) การให้ความร่วมมือ 5) การเรียนรู้ร่วมกัน การมีส่วนร่วมรูปแบบนี้ถือเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมที่เป็นที่นิยมมาก หลายสถานีฯ มีการเปิดการฝึกอบรมเพื่อให้คนในชุมชนได้พัฒนาทักษะการผลิตในชุมชน และ 6) การลงมือทำร่วมกัน

### รูปแบบและเนื้อหารายการโทรทัศน์ชุมชน

จากการศึกษารูปแบบและเนื้อหารายการโทรทัศน์ชุมชนจากสถานีโทรทัศน์ชุมชนทั่วโลก จำนวน 31 สถานีโทรทัศน์ชุมชน ได้ผลดังตารางที่ 2.5

ตารางที่ 2.5 รูปแบบรายการโทรทัศน์ชุมชนทั่วโลก

รูปแบบรายการ	จำนวนประเทศ
รายการตลก	2
รายการกีฬา	2
รายการข่าว	4
รายการชีวิตข้างถนน	2
รายการทักษะใหม่ๆ	1
รายการเพลง	5
รายการคลับ	2
รายการสนทนา	8
ภาพยนตร์สั้น	5
เรื่องจริงหลังจอ	3
รายการเจาะลึกประเด็นข่าว	2
รายการเด็ก	1
รายการสิ่งแวดล้อม	1
ชื่อรายการมานำเสนอในสถานีฯ	1

## ตารางที่ 2.5 (ต่อ)

รูปแบบรายการ	จำนวนประเทศ
รายการศิลปะและวัฒนธรรม	5
รายการสุขภาพ	2

จากตารางที่ 2.5 รูปแบบรายการสนทนามีการใช้เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอในโทรทัศน์ชุมชนมากที่สุด จำนวน 8 ประเทศ รองลงมาเป็นรายการบันเทิงอย่างรายการเพลง (5 ประเทศ) รายการภาพยนตร์สั้น (5 ประเทศ) และรายการศิลปะและวัฒนธรรมภายในชุมชน (5 ประเทศ) รูปแบบรายการที่ไม่ได้รับความนิยมในการผลิตคือ รายการเด็ก รายการสิ่งแวดล้อม รายการพัฒนาทักษะใหม่ๆ และการซื้อรายการมานำเสนอในสถานีฯ คือ มีเพียง 1 ประเทศที่มีรูปแบบรายการดังกล่าว

ในด้านการควบคุมคุณภาพการผลิตรายการโทรทัศน์ชุมชน เพเรบินอสซอฟ และคณะ (Perebinosoff et al.) (2015) กล่าวว่าวิธีการที่จะทำให้รายการสามารถดึงดูดความสนใจและติดตามจากผู้ชม ควรมีกลวิธีที่เป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จนั่นคือ การทำรายการให้ตรงใจผู้ชม โดยมีวิธีการที่จะควบคุมคุณภาพการผลิตรายการที่จะทำให้รายการประสบความสำเร็จคือ

1. ต้องขยายฐานผู้ชมให้กว้างที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ การขยายฐานผู้ชมจะทำให้ผู้ชมรับรู้ถึงกิจกรรมของสถานีฯ รวมถึงร่วมติดตามรายการต่างๆ ของสถานีฯ กลวิธีต่างๆ จึงต้องถูกนำมาใช้เพื่อสร้างการรับรู้ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารผ่านทางออนไลน์ หรือการสร้างการจดจำสถานีฯ
2. รายการต้องเจาะกลุ่มผู้ชมที่มีความชื่นชอบที่หลากหลาย การผลิตรายการต้องคำนึงถึงผู้ชมเป็นสำคัญ และตอบโจทย์ความต้องการที่หลากหลายให้ได้
3. ดึงดูดให้เกิดความสนใจและติดตาม การสร้างสรรค์รายการให้น่าสนใจในต่างประเทศมีการสร้างรายการให้มีสาระคู่กับบันเทิง คือ การไม่เน้นแต่ข้อมูลเนื้อหาเพียงอย่างเดียว แต่ข้อมูลความรู้เหล่านั้นถูกแทรกอยู่ในการนำเสนอในรูปแบบความบันเทิงอย่างแนบเนียนจนผู้ชมไม่รู้สึกรู้ว่ากำลังดูรายการสาระความรู้เพียงอย่างเดียว
4. สร้างความสนใจให้ผู้ชมขจร การสร้างความประทับใจให้กับผู้ชมที่เพิ่งเข้ามาชมรายการคืออีกแนวทางหนึ่งในการออกแบบรายการ

5. ส่งเสียงให้เกิดการพูดคุย ในเนื้อหาและรูปแบบรายการต้องสร้างการพูดถึงต่อเมื่อรายการออกอากาศไปแล้ว ดังนั้นผู้ผลิตต้องมองเห็นว่าจุดใดที่จะสร้างปรากฏการณ์ได้ และมองเห็นว่าผู้ชมส่วนใหญ่ต้องการชมรายการรูปแบบไหน เนื้อหาเกี่ยวกับอะไร

6. การมีศักดิ์ศรีในตนเองและการมีรางวัลการันตีคุณภาพรายการ รางวัลคือ เครื่องประกันคุณภาพงาน ว่ารายการที่ได้รับรางวัลต้องมีคุณภาพไม่อย่างใดอย่างหนึ่งถึงได้รับการยอมรับจากคณะกรรมการที่ตัดสินให้รางวัล ปัจจุบันนี้เป็นจุดดึงดูดให้ผู้ชมสนใจในรายการและจะติดตามรายการต่อไป

นอกจากการทำรายการให้ถูกใจผู้ชมผ่านการควบคุมคุณภาพรายการ การผลิตรายการโทรทัศน์ชุมชนควรมีการวางแผนในการผลิต ภัทรา บุรารักษ์ (2558) ได้กล่าวถึงยุทธศาสตร์ด้านการผลิตรายการโทรทัศน์ชุมชนว่า ยุทธศาสตร์รายการควรประกอบด้วยกลวิธีดังนี้ 1) สร้างความคุ้นชินและให้ผู้ชมชนเข้าถึง 2) สร้างพื้นที่การมีส่วนร่วม 3) การขยายความคิดโทรทัศน์ชุมชน 4) การขยายการเข้าถึงเครือข่าย 5) การเป็นช่องทางฟังเสียงสะท้อนจากชุมชน และ 6) การสร้างการรับรู้และติดตาม สอดคล้องกับแนวความคิดของ ชัยวัฒน์ จันทิมา (การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 ตุลาคม 2559) ที่กล่าวถึงการมีส่วนร่วมในการผลิตรายการ คือ 1) การผลิตรายการโดยผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ชุมชนคิดประเด็น เนื้อหาและผลิตรายการเอง 2) การผลิตรายการโดยผู้ผลิตรายการและคนในชุมชนร่วมคิดประเด็นรายการ แต่การผลิตรายการเป็นหน้าที่ของผู้ผลิตรายการ 3) การผลิตรายการโดยผู้ผลิตรายการและคนในชุมชนร่วมคิดประเด็นและผลิตรายการร่วมกัน และ 4) คนในชุมชนพัฒนาตนเองจนสามารถผลิตรายการและคิดประเด็นได้

การวางยุทธศาสตร์ในการผลิตรายการให้เข้าถึงชุมชน การสร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชน แนวทางการผลิตต่อมา คือ การศึกษาเนื้อหาที่ชุมชนมีความต้องการอยากชม หรืออยากให้นำเนื้อหาเหล่านั้นมาผลิต ซารายัน (Salajann) การสื่อสารส่วนบุคคล, 24 มิถุนายน 2559) อธิบายวิธีในการผลิตรายการให้มีเนื้อหาตรงตามความต้องการของชุมชน (local target demand) มี 4 ประเด็นที่ชุมชนต้องการ เรียงลำดับตามความต้องการ คือ 1) ชีวิต (life) รายการที่ผลิตจะต้องมีเนื้อหาส่งผลกระทบต่อชีวิตของคนในชุมชน 2) รายได้ (wallet) หรือรายได้ รายการที่ผลิตจะต้องมีเนื้อหาส่งผลกระทบต่อปากท้อง สามารถสร้างรายได้ให้คนในชุมชนได้ 3) ทางเลือก (choice) ทางเลือกที่ก่อให้เกิดสิ่งใหม่ในชุมชน เป็นทางเลือกที่ใครจะเลือกก็ได้ และ 4) บันเทิง (entertainment) รายการที่ให้ความบันเทิง กีฬา วัฒนธรรม ประเพณีภายในพื้นที่ที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน

นอกจากนี้ ภัทรา บุรารักษ์ (2555) ได้กล่าวถึงการผลิตรายการโดยชุมชนว่า การผลิตรายการควรยึดเกณฑ์ง่ายในการผลิตรายการเป็นตัวกำหนดเลือกบุคลากรมาปฏิบัติงาน ดังนี้ 1) รายการที่มีรูปแบบรายการที่ผลิตง่าย ใช้ทักษะการผลิตที่ไม่ยากจนเกินไป แต่มีเนื้อหาเฉพาะตัวที่

เล่ามาจากมุมมองของคนในชุมชนหรือเจ้าของประเด็น ควรให้คนในพื้นที่หรือชุมชนที่เป็นอาสาสมัคร มาผลิตชิ้นงานขึ้นเอง และ 2) รายการโทรทัศน์ที่มีรูปแบบรายการที่ต้องอาศัยทักษะการผลิตรายการ ขึ้นสูง หรือต้องใช้อุปกรณ์ที่มีความซับซ้อนมาก ควรให้ผู้ผลิตที่อยู่ในฐานะของผู้ผลิตอิสระในพื้นที่ หรือสถาบันการศึกษาในพื้นที่ หรือผู้ผลิตมืออาชีพเป็นผู้ดำเนินงานผลิตรายการ และดึงคนใน บุคคลมาร่วมเรียนรู้การผลิตและแลกเปลี่ยนข้อมูลรวมถึงประเด็นในการผลิต

รูปแบบรายการโทรทัศน์ชุมชนมีความแตกต่างและไม่เหมือนกับรายการโทรทัศน์ทั่วไปตรงที่เนื้อหาของรายการจะต้องตอบโจทย์ความต้องการของชุมชนและต้องให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการผลิตตามลำดับหรือมาตรฐานของรายการที่ชุมชนต้องการ การรักษามาตรฐานรายการ และมาตรฐานสถานีโทรทัศน์จะกล่าวถึงในลำดับต่อไป

มาตรฐานรายการคือ การกำหนดรูปแบบรายการ โดยมีปัจจัยในเรื่องของทุน เวลาในการผลิต ประเด็นเนื้อหาของรายการ และซารายัน (Salajann) (การสื่อสารส่วนบุคคล, 24 มิถุนายน 2559) ได้กล่าวถึงมาตรฐานการทำรายการในโทรทัศน์ชุมชนที่มีคุณภาพ โดยแบ่งมาตรฐานของ รายการไว้ 3 ระดับ คือ 1) รายการระดับคุณภาพสูง (premium content) รายการประเภทนี้ใช้เงินทุน และระยะเวลาในการผลิตมาก เช่น รายการข่าวในชุมชน ละครที่สะท้อนถึงชุมชน สารคดีชุมชน 2) รายการระดับคุณภาพปานกลาง (B-level content) ใช้เวลาและเงินทุนน้อยกว่าแบบแรก เช่น รายการสนทนาหรือทอล์กโชว์ (talk show) หรือรายการโฟนอิน (phone in) เข้ามาพูดในรายการ และ 3) รายการที่มาเครือข่ายภายนอก (content outsource) เป็นรายการที่ผู้ผลิตที่เป็นเครือข่ายผลิตขึ้น ไม่ใช่เงินทุนแต่ใช้ความสัมพันธ์ของเครือข่ายในการดึงรายการมาเสนอในสถานีฯ และเอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2560) อธิบายว่า ภายในชุมชนมีเนื้อหาที่สามารถผลิตรายการได้เป็นจำนวนมาก รวมถึงเชื่อมโยงเป็นวาระการสื่อสารเชิงพื้นที่ได้ รวมถึงสามารถผลักดันในเป็นการกำหนดวาระ ของสื่อหลักได้ รวมถึงเป็นด่านหน้าแรกของการเปิดพื้นที่การสื่อสารได้ภายในชุมชน

มนตรี จันทวงศ์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 28 มิถุนายน 2560) ได้กล่าวเสริมในประเด็น ของการผลิตรายการชุมชนว่า ในประเทศไทย สถานีโทรทัศน์ชุมชนควรมุ่งเน้นผลิตรายการที่ตอบ ความต้องการของชุมชน ความต้องการของชุมชนส่วนใหญ่จะมองในประเด็นดังนี้ 1) ประเด็นที่ เกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง 2) การท่องเที่ยวชุมชน 3) ความมั่นคงของชีวิต 4) ภัยพิบัติและภัย ธรรมชาติที่เกิดขึ้นในพื้นที่ 5) ภัยพิบัติจากนโยบายภาครัฐ และ 6) เรื่องอื่นๆ ที่ไม่ได้พูดถึง

นอกจากการกำหนดประเด็นแล้ว สิ่งต่อมาที่ต้องคำนึงถึง คือการหาแหล่งเครือข่าย โดยวิเคราะห์ดังนี้ 1) วิเคราะห์ว่าประเด็นที่กำหนดอยู่ในพื้นที่เมืองใด เรื่องที่เล่าคืออะไร 2) เก็บข้อมูลจากใครบ้าง เช่น บุคคลที่ทำงานในพื้นที่ ผู้รู้ ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้นำสตรี ผู้สูงอายุ ผู้นำ เยาวชน และผู้รู้จากภายนอกพื้นที่ และ 3) การประสานงาน นัดแนะบุคคลที่ให้ข้อมูล และนั่งพูดคุย

ถึงประเด็นที่ต้องการ กระบวนการวิเคราะห์แหล่งข้อมูลในประเด็นแบบนี้จะทำให้ผู้ผลิตได้สำรวจตัวเองและทำงานง่ายขึ้นเมื่อลงพื้นที่ผลิตรายการ

### เนื้อหารายการโทรทัศน์ชุมชน

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า เนื้อหารายการโทรทัศน์ชุมชน ที่ถูกนำเสนอผ่านสถานีโทรทัศน์ชุมชนทั่วโลก สะท้อนความต้องการของผู้ชมผ่านสถานีโทรทัศน์ชุมชนทั้ง 31 ประเทศ ได้ผลดังตารางที่ 2.6

ตารางที่ 2.6 เนื้อหารายการโทรทัศน์ชุมชนทั่วโลก

เนื้อหารายการโทรทัศน์ชุมชน	จำนวนประเทศ
<b>เนื้อหาเกี่ยวกับชีวิต</b>	
วิถีชีวิตของชุมชน	5
การดำรงชีวิต	15
ชนกลุ่มน้อย	2
ความเชื่อในชุมชน	1
เพื่อคนพิการ	1
เกี่ยวกับเด็ก	6
<b>เนื้อหาเกี่ยวกับรายได้</b>	
เกษตรกรรม	1
การพัฒนาชุมชน	2
เสริมสร้างชุมชน กิจกรรมภายในชุมชน	2
<b>เนื้อหาเกี่ยวกับทางเลือก ก่อเกิดสิ่งใหม่ในชุมชน</b>	
การศึกษา	2
ประชาสัมพันธ์ในชุมชน	3
ตอบคำถามกฎหมาย	1
ข้อมูลจากรัฐบาล	4
สิทธิของชุมชน	3
สิ่งแวดล้อม	2

ตารางที่ 2.6 (ต่อ)

เนื้อหารายการโทรทัศน์ชุมชน	จำนวนประเทศ
เนื้อหาสร้างความบันเทิง ดนตรีท้องถิ่น	2

จากตารางที่ 2.6 เนื้อหารายการที่ถูกนำเสนอมากที่สุด คือ เนื้อหาเกี่ยวกับชีวิต ส่งผลต่อการดำรงชีวิตของคนในชุมชน จำนวน 15 ประเทศ และเนื้อหาเกี่ยวกับเด็ก จำนวน 6 ประเทศ และเนื้อหาที่ไม่ค่อยมีสถานีโทรทัศน์ชุมชนนำเสนอหรือนำเสนอน้อยคือ เนื้อหาเกี่ยวกับวิถีชีวิตที่เป็นความเชื่อในชุมชน และเพื่อคนพิการ เนื้อหาเกี่ยวกับรายได้ ในประเด็นเกษตรกรรม เนื้อหาเกี่ยวกับทางเลือก ด้านการตอบคำถามข้อกฎหมาย มีนำเสนอเพียง 1 ประเทศ

#### ช่องทางการเผยแพร่รายการโทรทัศน์ชุมชน

ผลที่ได้จากการศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการเผยแพร่เป็นช่องทางเผยแพร่รูปแบบและเนื้อหารายการ โดยสถานีโทรทัศน์ชุมชนทั่วโลกมีช่องทางการเผยแพร่เรียงตามลำดับ ดังตารางที่ 2.7

ตารางที่ 2.7 จำนวนประเทศที่มีช่องทางการเผยแพร่ของสถานีโทรทัศน์ชุมชน

ช่องทางการเผยแพร่ของสถานีโทรทัศน์ชุมชน	จำนวนประเทศ
ออนไลน์	28
ระบบแพร่สัญญาณภาคพื้น (OTA)	18
เคเบิลทีวี (cable TV)	15
ดาวเทียม	6
อื่นๆ เช่น วิทยุ	4

จากตารางที่ 2.7 พบว่าช่องทางการเผยแพร่ของสถานีโทรทัศน์ชุมชน มีหลากหลายช่องทาง ดังนี้

1. ออนไลน์ ช่องทางออนไลน์มีสถานีโทรทัศน์ชุมชนทั่วโลกเลือกใช้ เพราะเป็นช่องทางที่ใช้งบประมาณไม่มาก จึงได้รับความนิยม และในปัจจุบันมีช่องทางออนไลน์ที่หลากหลาย อันประกอบด้วย แอปพลิเคชัน (application) ลิงคอิน (LinkedIn) อินสตาแกรม (instagram) ยูทูป (YouTube) เฟซบุ๊ก (facebook) ทวิตเตอร์ (twitter) ไลน์ (line) และเว็บไซต์ (website)

2. ระบบแพร่สัญญาณภาคพื้น (OTA) มีสถานีโทรทัศน์ชุมชน 18 ประเทศทั่วโลกที่มีระบบการเผยแพร่ทั้งระบบแพร่ภาพแบบดิจิทัลภาคพื้น (digital terrestrial) และเผยแพร่ในระบบแอนะล็อก (analog) ย่านความถี่วีเอสเอฟ (VHF) และย่านความถี่ยูเอสเอฟ (UHF)

3. เคเบิลทีวี (cable TV) มีสถานีโทรทัศน์ชุมชน 15 ประเทศ ช่องทางเผยแพร่รูปแบบนี้กระจายตัวอยู่ในต้นกำเนิดโทรทัศน์ชุมชนอย่างประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศแคนาดา

4. ดาวเทียม มีสถานีโทรทัศน์ชุมชนแพร่ภาพในระบบดาวเทียมถึง 6 ประเทศ

5. อื่นๆ เช่น วิทยุ มีสถานีโทรทัศน์ชุมชน 4 ประเทศ

ช่องทางของการเผยแพร่สถานีโทรทัศน์ชุมชน ในต่างประเทศมีนโยบายที่ต้องให้ความสำคัญกับข่าวในชุมชน ที่สะท้อนให้เห็นบางอย่างภายในชุมชน ในส่วนของผู้ชม ผู้ชมจะต้องเข้าถึงรายการที่มีคุณภาพในหลากหลายรูปแบบการสื่อสาร เช่น เว็บไซต์หรือบนสมาร์ตโฟน (smartphone) ด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ ได้อนุญาตให้ผู้ผลิตมีอาชีพและผู้ผลิตอิสระรวมถึงคนในชุมชนสามารถเข้าถึงระบบแพร่ภาพและกระจายเสียงนี้ จากนโยบายดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการวางแผนงานในการบริหารงานสถานีโทรทัศน์ชุมชนไม่ใช่แค่ตอบสนองต่อความต้องการชุมชนอย่างมีส่วนร่วมเท่านั้น แต่ต้องตอบสนองต่อความต้องการตามยุทธศาสตร์ของประเทศเพื่อความเท่าเทียมด้วย (Canadian Radio - television and Telecommunications Commission, 2016)

จากรายงานเรื่องเกี่ยวกับข่าวในยุคดิจิทัลของสถาบันรอยเตอร์ (Reutor) (2017) ในการรายงานผลของข่าวที่ได้นำเสนอในยุคดิจิทัล พบว่า อัตราการมีส่วนร่วมของผู้ชมเพิ่มมากขึ้น สาเหตุหลักคือการเติบโตขึ้นของสังคมออนไลน์ ทำให้ข่าวถูกนำเสนอในช่องทางออนไลน์ด้วยเช่นกัน จากช่องทางการนำเสนอใหม่ที่มีผลทำให้เกิดการมีส่วนร่วมกันของผู้ชม โดยกิจกรรมที่ผู้ชมเข้าไปมีส่วนร่วมหลักๆ คือ การแชร์และการแสดงความคิดเห็นของผู้ชม นอกจากนี้ การมีส่วนร่วมโดยมีกิจกรรมอื่นๆ เช่น เขียนบล็อก (blog) ในวาระข่าวสารที่ได้นำเสนอไป การมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวาระข่าวสารนั้นๆ การโพสต์ (post) ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้องกับข่าวที่ถูกนำเสนอ และการโพสต์หรือแชร์เพิ่มเติมข่าวที่มีถูกนำเสนอมาก่อนหน้านี้ในเว็บไซต์องค์กรข่าว (website) หรือสื่อสังคมออนไลน์ที่องค์กรข่าวเป็นเจ้าของ กิจกรรมเหล่านี้เป็นกิจกรรมที่เปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ชม และเพิ่มการมีส่วนร่วมมากขึ้นซึ่งส่งผลดีต่อการทำงานของสถานีโทรทัศน์ชุมชนได้ต่อไป



### การจัดการรายได้ของสถานีวิเทศน์ชุมชน

จากการทบทวนวรรณกรรม การจัดการรายได้ของสถานีวิเทศน์ชุมชน เป็นประเด็นหลักของสถานีวิเทศน์ชุมชน มีสถานีวิเทศน์ฯ หลายสถานีวิเทศน์ฯ ที่มีช่องทางในการหารายได้เพื่อความอยู่รอดของสถานีวิเทศน์ฯ โดยช่องทางการหารายได้ของสถานีวิเทศน์ชุมชนทั่วโลกเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ดังตารางที่ 2.8

ตารางที่ 2.8 จำนวนประเทศที่มีช่องทางการหารายได้ของสถานีวิเทศน์ชุมชน

รายได้ของสถานีวิเทศน์ชุมชน	จำนวนประเทศ
เงินอุดหนุนสถานีวิเทศน์ฯ	28
รัฐบาลกลาง	11
รัฐบาลท้องถิ่น	10
องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร	6
กองทุนสนับสนุน	1
ค่าโฆษณา	12
ค่าสมาชิก	9
เงินบริจาค	8
รายได้อื่นที่ไม่ใช่ค่าโฆษณา	5
รายได้จากการขายลิขสิทธิ์รายการ	4
รายได้จากการแบ่งเวลาออกอากาศ	1

จากตารางที่ 2.8 แสดงให้เห็นจำนวนของประเทศทั่วโลกกับช่องทางการหารายได้ของสถานีวิเทศน์ชุมชนเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้

1. เงินอุดหนุนของสถานีวิเทศน์ฯ ซึ่งถือเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของสถานีวิเทศน์ชุมชนทั่วโลก ทั้งนี้ มีถึง 28 ประเทศที่มีรายได้จากเงินอุดหนุน โดยแบ่งรูปแบบรายได้จากเงินอุดหนุน ได้แก่ รัฐบาลกลางที่จัดสรรงบประมาณจากเงินภาษีของประชาชน (11 ประเทศ) และรายได้จากรัฐบาลท้องถิ่นที่ต้องงบประมาณหรือจัดสรรงบประมาณจากเงินภาษีของคนในชุมชน (10 ประเทศ) รายได้สนับสนุนจากองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร มี 6 ประเทศ เพื่อนำเข้ามาจุนเจือขับเคลื่อนสถานีวิเทศน์ฯ และรายได้จากกองทุนที่สนับสนุน 1 ประเทศ (ประเทศไทย)

2. รายได้จากค่าโฆษณา ถือเป็นรายได้อันดับรองลงมาที่เป็นรายได้ของสถานีโทรทัศน์ชุมชนในปัจจุบัน มีสถานีโทรทัศน์ชุมชนถึง 12 ประเทศที่หารายได้จากค่าโฆษณา และสามารถขับเคลื่อนให้สถานีโทรทัศน์ชุมชนได้ดำเนินการต่อไปได้อย่างราบรื่น

3. รายได้จากค่าสมาชิก มี 9 ประเทศที่สถานีโทรทัศน์ชุมชนหารายได้ในรูปแบบนี้ โดยค่าสมาชิกอยู่ในอัตราที่คนในชุมชนสามารถจ่ายได้และสามารถหนุนเสริมให้สถานีโทรทัศน์ชุมชนขับเคลื่อนต่อไปได้

4. รายได้จากเงินบริจาค มี 8 ประเทศ เช่น ในประเทศสหรัฐอเมริกาที่อนุญาตให้สถานีโทรทัศน์ชุมชนสามารถหารายได้จาก การเปิดรับบริจาคจากชุมชน

5. รายได้อื่นที่ไม่ได้จากค่าโฆษณา รายได้อื่นดังกล่าว เกิดจากงานอื่นๆ ที่ไม่ได้เกิดจากการบริหารและผลิตของสถานีฯ โดยตรง แต่เกิดจากผลทางอ้อมของการบริหารสถานีฯ เช่น รายได้จาก การถ่ายทอดสดกิจกรรมต่างๆ ภายในชุมชน รายได้จาก การขายสินค้าของที่ระลึกของสถานีฯ รายได้จาก การผลิตชิ้นงานตามที่ได้รับ การว่าจ้างภายในชุมชน มีสถานีโทรทัศน์ชุมชนที่หารายได้ในรูปแบบนี้อยู่ใน 5 ประเทศทั่วโลก

6. รายได้จาก การขายลิขสิทธิ์รายการ มีสถานีโทรทัศน์ชุมชน ใน 4 ประเทศที่ผลิตรายการในสถานีฯ และขายลิขสิทธิ์รายการให้สถานีโทรทัศน์อื่นๆ ได้นำไปเผยแพร่ แต่การผลิตและได้รับการยอมรับในระดับนี้ จำเป็นต้องมีคุณภาพรายการในระดับสูง หรือมีเนื้อหาที่น่าสนใจอย่างมาก จึงจะมีโอกาสที่ขายลิขสิทธิ์ผลงานได้

7. รายได้ การแบ่งเวลาออกอากาศ มี 1 ประเทศ ที่เปิดโอกาสให้ผู้ผลิตรายการภายนอกซื้อช่วงเวลาของสถานีฯ เพื่อหารายได้จาก การผลิตรายการ

บริบทโทรทัศน์ชุมชนทั่วโลก ทำให้เห็นแนวทางของโครงสร้างองค์กรของโทรทัศน์ชุมชน กระบวนการในการจัดตั้งของโทรทัศน์ชุมชนในแต่ละประเทศ ประเด็นการทำงานชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชน รูปแบบรายการและเนื้อหา รายการโทรทัศน์ชุมชนในแต่ละประเทศ และการหารายได้ ซึ่งสามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาแนวทางโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาต่อไป

### นโยบายของรัฐที่เกี่ยวข้องกับโทรทัศน์ชุมชนในประเทศไทย

นโยบายของรัฐที่เข้ามากำกับดูแลสื่อในประเทศไทย มีแนวทางซึ่งถูกกำหนดไว้ด้วยกฎหมายแห่งราชอาณาจักรไทยหลายฉบับ เป็นการเปิดช่องให้ชุมชนได้มีโอกาสในการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนขึ้น โดยนโยบายและกฎหมายที่เป็นแนวทางในการจัดตั้งสถานีฯ มีดังนี้

1. รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2550 ที่มีเนื้อหา กล่าวถึงสิทธิเสรีภาพเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของบุคคล นอกจากนี้ คลื่นความถี่เป็นทรัพยากรของชาติซึ่งรัฐมี

หน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดของประชาชนทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น ทั้งในด้านการศึกษา วัฒนธรรมและความมั่นคงของรัฐและประโยชน์สาธารณะอื่น มีการแข่งขันกัน โดยเสรีอย่างเป็นธรรม ประชาชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการเชื่อมวลชนสาธารณะ (สำนักคณะกรรมการการอุดมศึกษาแห่งชาติ, 2550)

2. พระราชบัญญัติประกอบกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 ได้กล่าวถึงการให้ใบอนุญาตในการประกอบกิจการโทรทัศน์ชุมชนว่าต้องเป็นสมาคม มูลนิธิ นิติบุคคลอื่นที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมาย ดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์สาธารณะโดยไม่แสวงหาผลกำไรในทางธุรกิจ มีวัตถุประสงค์ที่เป็นประโยชน์ตามความต้องการของชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการ ทั้งนี้เนื้อหาในพระราชบัญญัตินี้ คำนึงถึงประสิทธิภาพ ตอบสนองความต้องการของชุมชน และลดการครอบงำสื่อของกลุ่มทุน (คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2555)

3. พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ พ.ศ.2553 (ฉบับที่ 1 และฉบับที่ 2) มีการขยายความเนื้อหาในพระราชบัญญัติประกอบกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 โดยให้กสทช. จัดทำแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์และแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคม ในระยะ 5 ปี และมีการอธิบายแหล่งรายได้ของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ชุมชนว่าต้องเป็นรายได้จากการบริจาค การอุดหนุนสถานีฯ หรือรายได้จากแหล่งอื่นๆ ที่ไม่ใช่การโฆษณาหรือการประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ (คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2555)

นอกจากนี้ มีการจัดตั้งกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการ โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อเป็นแหล่งทุนในการวิจัย พัฒนาการดำเนินงานสถานีโทรทัศน์ชุมชน เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่สาธารณะอย่างแท้จริง

4. แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 1 (พ.ศ.2555-2559) มีการต่ออายุใช้งานไปอีก 5 ปี แผนแม่บทนี้เป็นแนวทางในการทำงาน โดยคำนึงถึง แนวทางการให้ใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่และอนุญาตประกอบกิจการ แผนการจัดสรรให้ประชาชนได้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่อย่างแท้จริง (ราชกิจจานุเบกษา, 2555)

5. ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการ โทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง แผนการเปลี่ยนระบบการรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์เป็นระบบดิจิทัล ประกาศฉบับนี้ ทำให้เห็นถึงการส่งเสริมให้ประชาชนได้มีโอกาสใช้คลื่นความถี่ในระบบดิจิทัลมากขึ้น รวมทั้งมีการพัฒนาการปรับเปลี่ยนการใช้เทคโนโลยีจากระบบแอนะล็อกเป็นระบบดิจิทัลของประชาชน (คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2555)

6. ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง กำหนดลักษณะและประเภทของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ประกาศฉบับนี้ระบุประเภทและวัตถุประสงค์ของโทรทัศน์ชุมชนให้ชัดเจนขึ้น กล่าวคือ ในประกาศฉบับนี้มีการระบุถึง คำว่าบริการชุมชน ได้แก่บริการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อบริการสาธารณะ แต่ต้องเป็นประโยชน์ตามความต้องการของชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการ (คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2555)

7. ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตเพิ่มเติมในส่วนการให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ประเภทให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ประเภทที่ใช้คลื่นความถี่ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล พ.ศ.2556 ประกาศฉบับนี้ได้กล่าวถึงการจัดสรรคลื่นความถี่ร้อยละ 20 ให้บริการโทรทัศน์ชุมชน แต่ในความเป็นจริงการเรียกคืนคลื่นความถี่จากหน่วยงานรัฐที่ถือครองอยู่ยังคงดำเนินการล่าช้า และไม่สามารถจัดสรรคลื่นความถี่ร้อยละ 20 ได้ตามประกาศฉบับนี้ (คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2556)

8. ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ ประกาศฉบับนี้มีการระบุความหมายของคำว่ารายได้ เป็นการอธิบายแบบกว้างๆ ซึ่งครอบคลุมโทรทัศน์บริการธุรกิจ สาธารณะและชุมชน หมายถึง รายได้ก่อนหักค่าใช้จ่ายจากการให้บริการของผู้รับใบอนุญาต ค่าสมาชิก รายได้จากการโฆษณาทั้งทางตรงและทางอ้อม หรือรายได้อื่นที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของผู้รับใบอนุญาต นอกจากนี้ มีการอธิบายอัตราค่าธรรมเนียมของการขอใบอนุญาต ใบอนุญาตรายปี (คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2555)

9. ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ.2555 ประกาศฉบับนี้ได้อธิบายถึงหลักเกณฑ์ของผู้ที่จะขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ทั้งสามประเภท ในประเภทบริการชุมชนหรือโทรทัศน์ชุมชน ผู้ขอรับใบอนุญาต จะต้องมีความรู้พื้นฐานเชิงประจักษ์ของการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนครอบคลุมกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะข้อใดข้อหนึ่งหรือหลายข้อรวมกันอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่าสองปี ดังต่อไปนี้ (ราชกิจจานุเบกษา, 2556)

9.1 การสร้างเสริมประชาธิปไตยและกระจายอำนาจสู่ชุมชน

9.2 การเสริมสร้างสิทธิพลเมืองในด้านต่างๆ

- 9.3 การสร้างการมีส่วนร่วมของคนพิการ ผู้ด้อยโอกาส และคนชายขอบในชุมชน
- 9.4 การลดปัญหาความยากจนในชุมชนและการส่งเสริมอาชีพอื่นๆ
- 9.5 การสร้างธรรมาภิบาล และสำนึกเกี่ยวกับความรับผิดชอบในชุมชน
- 9.6 การส่งเสริมให้เกิดการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาในด้านต่างๆ เช่น สุขภาพ อนามัยกีฬา การศึกษา ศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม การเกษตร ภูมิปัญญาท้องถิ่น การดำรงชีวิต
- 9.7 การป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยและภัยธรรมชาติ
- 9.8 การสร้างเสริมสันติภาพและการบรรเทาความขัดแย้ง
- 9.9 การเสริมพลังให้กับผู้หญิง คนพิการ ชนกลุ่มน้อยและคนด้อยโอกาส
- 9.10 การส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชน
- 9.11 การส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรม
- 9.12 การส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรของชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ
- 9.13 การเปิดพื้นที่หรือเป็นเวทีในการแสวงหาทางออกสำหรับปัญหาที่ชุมชนประสบ นอกจากนี้ ผู้ขอรับใบอนุญาตจะต้องมีแผนการดำเนินงานที่บ่งบอกถึงการมีส่วนร่วมในการบริหารสถานีฯ ของคนในชุมชน มีการจัดทำผังรายการ แผนการหารายได้ที่ชัดเจน
10. ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ.2556 เป็นการอธิบายถึงโครงสร้างผังรายการที่ต้องผลิตรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนหรือท้องถิ่นไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ต้องมีรายการที่เกี่ยวกับชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการและต้องมีรายการที่ผลิตโดยคนในชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการในสัดส่วนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของเวลาออกอากาศทั้งหมด (คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2556)
11. ระเบียบคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ว่าด้วยการลดหย่อนหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2556 ในข้อนี้มีการระบุถึงสถานีโทรทัศน์ประเภทบริการชุมชนว่า หากสถานีฯ มีสัดส่วนรายการที่เป็นข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะตลอดทั้งปีเกินกว่าร้อยละ 70 สามารถขอยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตรายปีได้ ทำให้เอื้อต่อการลดค่าใช้จ่ายของสถานีฯ และเป็นเกณฑ์ในการบังคับให้การนำเสนอเนื้อหาในสถานีฯ เป็นไปตามเจตนารมณ์ของการเป็นโทรทัศน์ชุมชนอย่างแท้จริง (คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2556)

12. รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560 ในมาตรา 56 ได้ระบุถึงคลื่นความถี่ และสิทธิในวงโคจรเป็นสมบัติของชาติ ให้เป็นประโยชน์สูงสุดของชาติและประชาชน โดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมได้ใช้ประโยชน์ด้วยตามที่กฎหมายบัญญัติ นอกจากนี้รัฐต้องมีองค์การที่อิสระในการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อรับผิดชอบและกำกับกำกับการดำเนินการเกี่ยวกับคลื่นความถี่ให้เกิดประโยชน์ต่อชาติและประชาชน (ราชกิจจานุเบกษา, 2555)

สำหรับโทรทัศน์ชุมชนในประเทศไทยสามารถลำดับเหตุการณ์สำคัญๆ ที่มีผลต่อพัฒนาการโทรทัศน์ชุมชนดังตารางที่ 2.9

ตารางที่ 2.9 ลำดับเหตุการณ์ของการเกิดโทรทัศน์ชุมชนในประเทศไทย

ปี	รายละเอียด
2550	รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2550 ที่มีเนื้อหากล่าวถึงสิทธิเสรีภาพ เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของบุคคล นอกจากนี้ คลื่นความถี่ เป็นทรัพยากรของชาติซึ่งรัฐมีหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดของประชาชนทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น
2551	พระราชบัญญัติประกอบกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 ได้กล่าวถึงการให้ใบอนุญาตในการประกอบกิจการโทรทัศน์ชุมชนว่าต้องเป็นสมาคม มูลนิธิ นิติบุคคลอื่นที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมาย ดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์สาธารณะ โดยไม่แสวงหาผลกำไรในทางธุรกิจ
2556	ประชุมเครือข่ายสื่อพลเมือง สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เป็นการเปิดตัวให้ชุมชนได้ทราบเรื่องของโทรทัศน์ชุมชน
พฤศจิกายน 2557	เปิดห้องเรียนโทรทัศน์ชุมชน เรียนรู้เพื่อก้าวไปสู่ข้างหน้า ผู้สื่อสาธารณะชุมชน ณ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ตัวแทนผู้สนใจด้านดำเนินการโทรทัศน์ชุมชนยื่นหนังสือแก่ กสทช. แสดงเจตนารมณ์ให้คงช่องโทรทัศน์ชุมชน
2558	กสทช. ดึงไอทียู (ITU) หรือ สหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ มาศึกษากรอบการพัฒนาโทรทัศน์ชุมชนของประเทศไทย
22 กันยายน 2558	การประชุมหารือเรื่องแนวทางการพัฒนาโทรทัศน์ดิจิทัลชุมชนในประเทศไทย โดย กสทช. และ ไอทียู (ITU) สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (ThaiPBS) และตัวแทนผู้สนใจด้านโทรทัศน์ชุมชน

ตารางที่ 2.9 (ต่อ)

ปี	รายละเอียด
20-22 ตุลาคม 2558	กสทช., ไอทียู (ITU) สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (ThaiPBS) และยูเนสโก เชิญนักวิชาการด้านสื่อ ผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายสื่อจากประเทศออสเตรเลีย ลงพื้นที่ศึกษาการทำงานของสถานีโทรทัศน์ชุมชนอุบลราชธานี และ สถานีโทรทัศน์ชุมชนพะเยาทีวี
11-12 พฤศจิกายน 2558	กสทช. และ ไอทียู (ITU) จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเรื่องกิจการโทรทัศน์ ประเภทบริการชุมชนในประเทศไทย ร่วมกับตัวแทนผู้สนใจประกอบการ ด้านโทรทัศน์ชุมชน เป็นการประกาศทำงานด้านโทรทัศน์ชุมชนในผู้ดูแล นโยบายได้ทราบ
13 พฤศจิกายน 2558	สัมมนาเรื่องกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการชุมชนในต่างประเทศและในประเทศไทย
10 กุมภาพันธ์ 2559	กสทช.เห็นชอบการจัดสรรทุนแก่กองทุน กทปส. โครงการประเภท 2 ประจำปี 2558 ในวงเงินด้านส่งเสริมชุมชน 16 ล้านบาท
กุมภาพันธ์ – พฤษภาคม 2559	กทปส.ประกาศการเปิดรับ โครงการเพื่อให้ทุน โครงการพัฒนาต้นแบบ สถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการชุมชน ทั่วประเทศ 4 แห่ง แห่งละ 4 ล้านบาทโดยประมาณ
กันยายน 2559	ผู้ยื่นเสนอโครงการเพื่อขอรับทุน โครงการพัฒนาต้นแบบสถานีโทรทัศน์ ชุมชนเข้าชี้แจงเพิ่มเติมกับคณะกรรมการพิจารณาทุนของ กทปส
12 ตุลาคม 2559	กสทช. ประกาศผลการสนับสนุนทุนที่ได้รับการพิจารณาจาก กทปส. จำนวน 3 จาก 4 ทุน อันประกอบด้วย สถานีโทรทัศน์ชุมชนพะเยาทีวี สถานีโทรทัศน์ชุมชนทีวีอุบลราชธานี และสถานีโทรทัศน์ชุมชนทีวีอ้นดามันมั่นคง
13-15 ตุลาคม 2559	ประชุมกลุ่มย่อย เรื่องแนวทางการให้บริการโทรทัศน์ชุมชนในประเทศไทย จัดโดย กสทช. ไอทียู (ITU) ณ โรงแรมอิมพีเรียล หัวหิน บีช รีสอร์ท ประจวบคีรีขันธ์
19-21 พฤศจิกายน 2559	ไทยพีบีเอส (ThaiPBS) และนักวิชาการ ตัวแทนสถานีโทรทัศน์ชุมชนที่ได้รับทุนจาก กทปส.ประชุมภายใต้หัวข้อ “การเตรียมความพร้อมการ ดำเนินการโทรทัศน์ชุมชน ณ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

ตารางที่ 2.9 (ต่อ)

ปี	รายละเอียด
22 พฤศจิกายน 2559	ประชุมวิชาการเรื่อง “แนวทางการประกอบกิจการโทรทัศนซ์ชุมชนในประเทศไทย” ณ โรงแรมสุโกศล กรุงเทพฯ เป็นการประชุมเพื่อนำเสนอผลการศึกษารอบการพัฒนาโทรทัศนซ์ชุมชนในประเทศไทยของไอทียู (ITU)
ธันวาคม 2559	ไอทียู (ITU) จัดส่งรายงานฉบับสมบูรณ์ เรื่อง กรอบการพัฒนาการให้บริการโทรทัศนซ์ชุมชนในประเทศไทยให้กับ กสทช.
1 มีนาคม 2559 – 1 สิงหาคม 2562	ผู้ได้รับทุนวิจัยโทรทัศนซ์ชุมชนต้นแบบจาก กทปส. ลงนามสัญญารับทุนและเริ่มดำเนินการในพื้นที่ภายใต้เงื่อนไขต่างๆ ในการรับทุน
26 เมษายน 2560	กสทช. มีมติให้หารือกับผู้ถือครองช่องสัญญาณความถี่ ให้อ่างกรอบการช่องสัญญาณความถี่เพื่อนำไปใช้ดำเนินการโทรทัศนซ์ชุมชน
สิงหาคม 2560	โทรทัศนซ์ชุมชนที่ได้รับทุนสถานีโทรทัศนซ์ต้นแบบ เริ่มทดลองเผยแพร่ออกอากาศตามเงื่อนไขในการรับทุน
กุมภาพันธ์ 2562	ครบสัญญาการให้ทุนสนับสนุนแต่ละสถานีโทรทัศนซ์ชุมชนเสนอผลการดำเนินงานและให้ข้อเสนอเพื่อเป็นแนวนโยบายในการพัฒนาโทรทัศนซ์ชุมชนให้กับ กสทช.

จากตารางที่ 2.9 เป็นพัฒนาการของโทรทัศนซ์ชุมชนในประเทศไทยที่ได้รับทุนเพื่อการพัฒนาเชิงทดลองบริหารจัดการจริง ซึ่งการทดลองดังกล่าวถือเป็นกรอบแนวทางในการจัดตั้งสถานีโทรทัศนซ์ชุมชนเป็นต้นแบบที่ส่งสัญญาณในระบบภาคพื้นดินภายใต้การระบียบข้อบังคับของ กสทช. ซึ่งต้องศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่และความครอบคลุมของสัญญาณในการให้บริการเช่นกัน

#### การครอบคลุมสัญญาณการให้บริการโทรทัศนซ์ชุมชน

การครอบคลุมพื้นที่การให้บริการโทรทัศนซ์ชุมชนเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่เป็นตัวกำหนดพื้นที่ของการวิจัยในครั้งนี้ โดยคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศนซ์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ได้ร่วมกับไอทียู (ITU) ในการกำหนดแผนคลื่นความถี่การให้บริการโทรทัศนซ์ที่ใช้ความถี่ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลในปัจจุบัน โดยการครอบคลุมสัญญาณในแต่ละพื้นที่ทั่วประเทศไทย แบ่งออกเป็น 39 พื้นที่ ตั้งแต่เหนือจรดใต้ ครอบคลุมพื้นที่การให้บริการสัญญาณในเกือบทุกครัวเรือน หรือเท่ากับจำนวนประชากรทั้งประเทศ 64,505,166 ล้านคน และจำนวนครัวเรือนทั้งประเทศเท่ากับ 22,865,383 ครัวเรือน (คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศนซ์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2559)



พื้นที่ 39 พื้นที่การบริการคลื่นความถี่ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล แต่ละพื้นที่จะมีสถานีฯ ส่งสัญญาณหลักและสถานีฯ ส่งย่อยจำนวนแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับสภาพทางภูมิศาสตร์ โดยพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาจะอยู่ในพื้นที่ให้บริการที่ 35 และพื้นที่ให้บริการที่ 36 พื้นที่ให้บริการที่ 35 ครอบคลุมในพื้นที่ คือ จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดพัทลุงทั้งจังหวัด และบางส่วนของจังหวัดสงขลา คือ พื้นที่อำเภอระโนด อำเภอกะเสสินธุ์ อำเภอสทิงพระ และบริเวณในพื้นที่อำเภอรัตภูมิ และอำเภอควนเนียง ขณะเดียวกันหากมองในพื้นที่ให้บริการที่ 36 พบว่ามีพื้นที่การให้บริการครอบคลุมจังหวัดสงขลา จังหวัดพัทลุงและจังหวัดปัตตานี รวมถึงกินพื้นที่บริเวณลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเกือบทั้งลุ่มน้ำฯ ยกเว้นในบริเวณอำเภอชะอวดและอำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช (คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2559)

หากมองถึงที่ตั้งของสถานีวิทยุคมนาคมที่ส่งสัญญาณคลื่นความถี่สำหรับกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง แผนความถี่วิทยุสำหรับกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล พุทธศักราช 2555 จะทำให้เห็นว่า พื้นที่ให้บริการที่ 35 มีสถานีฯ ที่ตั้งหลักอยู่ที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช และสถานีฯ ย่อยที่ 35.1 อยู่ที่อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนั้นพื้นที่ส่วนใหญ่จะครอบคลุมพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นหลัก ซึ่งแตกต่างกับพื้นที่การให้บริการที่ 36 (คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2559)

พื้นที่ในการให้บริการที่ 36 มีสถานที่หลักตั้งอยู่ที่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และมีสถานีฯ ย่อยกระจายอยู่ในพื้นที่อันประกอบด้วย สถานีฯ ย่อยที่ 37.1 อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา สถานีฯ ย่อยที่ 37.2 อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา สถานีฯ ย่อยที่ 37.3 อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง สถานีฯ ย่อยที่ 37.4 บ้านประกอบ และสถานีฯ ย่อยที่ 37.5 จังหวัดพัทลุง (คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2555) ทำให้เห็นได้ชัดว่าแม้สัญญาณคลื่นความถี่จะทับซ้อนกันในพื้นที่จังหวัดพัทลุง แต่หากมองในสถานีฯ ที่มีเสาส่งสัญญาณในระบบภาคพื้นดินจะพบว่าพื้นที่การให้บริการที่ 36 เป็นพื้นที่ให้บริการหลักที่ครอบคลุมพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลามากที่สุด

ดังนั้น การทบทวนวรรณกรรมเพื่อหาพื้นที่การให้บริการคลื่นความถี่พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา จะทำให้ผู้วิจัยสามารถกำหนดกรอบของพื้นที่ในการดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัย เพื่อให้สอดคล้องกับการพัฒนา การสำรวจข้อมูลและการมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ตามแผนที่หน่วยงานที่ดูแลกำหนดต่อไป

### กลยุทธ์การบริหารงานโทรทัศนชุมชน

กลยุทธ์การบริหารงานโทรทัศนชุมชน เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2560) ให้ความหมายของกลยุทธ์โทรทัศนชุมชนในประเทศไทยว่า โทรทัศนชุมชนต้องอยู่ในระบบโทรทัศนดิจิทัล รวมถึงควรดำเนินการให้โทรทัศนชุมชนเป็นสื่อในมิติของความเป็นชุมชน อันประกอบด้วย 1) การทำความเข้าใจในสิทธิที่ชุมชนได้รับผ่านสื่อโทรทัศนชุมชน ความเข้าใจในสื่อโทรทัศนชุมชน 2) การรับรู้ถึงสารของโทรทัศนชุมชน 3) สารที่ส่งออกจะผลิตเนื้อหาอะไร 4) การรู้ว่าควรนำเสนออะไร รวมถึง 5) รู้จักสังคมและชุมชนเพียงพอที่จะดำเนินการชุมชนให้ก้าวเดินต่อไป ทั้งหมดนี้ คือ กลยุทธ์สำคัญในการสะท้อนศักยภาพ แสดงตัวตนและพื้นที่วาระการสื่อสารของโทรทัศนชุมชน

1. การทำความเข้าใจในสิทธิที่ชุมชนควรได้รับผ่านสื่อโทรทัศนชุมชน ประกอบด้วย 1) การสร้างสรรคงานของผู้ผลิตรายการโทรทัศนชุมชนที่ต้องแสดงออกในเนื้อหาที่บ่งบอกถึงความเป็นชุมชน 2) ในเนื้อหาที่นำเสนอควรสอดแทรกสิทธิของสื่อโทรทัศนชุมชนในเนื้อหาด้วยเช่นกัน เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับคนในชุมชน 3) สร้างความตระหนักให้กับชุมชนว่าทำไมต้องมีสื่อโทรทัศนชุมชน และ 4) การขยายเครือข่ายและขับเคลื่อน โดยเน้นหัวใจหลักคือชุมชน โดยเน้นปัจจัยในด้านเนื้อหาที่ต้องเกี่ยวข้องกับชุมชน ผู้สนับสนุนภายในชุมชน และผู้ยืนยันสิทธิ คือ คนในชุมชนที่เป็นหน่วยสนับสนุนให้สื่อโทรทัศนชุมชนยั่งยืน

2. ความเข้าใจในสื่อโทรทัศนชุมชน ผู้บริหารสถานีโทรทัศนชุมชนต้องมุ่งทำความเข้าใจว่าช่องทางหลักของโทรทัศนชนิดนี้ออกอากาศผ่านโทรทัศนดิจิทัลภาคพื้นดิน เพราะเป็นสิ่งที่รัฐวางนโยบายไว้ตั้งแต่เริ่มก่อร่างเรื่องของโทรทัศนชุมชน ประกอบกับคลื่นความถี่เป็นสิทธิที่ทุกคนเข้าถึงและสามารถใช้ประโยชน์ได้ แม้ว่าในปัจจุบันยังไม่สามารถใช้งานคลื่นความถี่ดังกล่าวได้ก็ตาม โทรทัศนชุมชนจึงใช้ช่องทางรองในการออกอากาศ คือ โทรทัศนออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางเสริมที่สามารถเข้าถึงผู้ชมในชุมชนและในสังคม รวมถึงมีแนวโน้มผู้ใช้งานมากขึ้นๆ ในปัจจุบัน เพราะสะดวก เข้าถึงและรับข่าวสารได้อย่างรวดเร็วสอดคล้องกับรายงานสถาบันวิชาการสื่อสารสาธารณะ (2557) ที่รายงานว่า สิ่งที่พบเห็นในหน้าหนังสือพิมพ์ คือ สิ่งที่เกิดขึ้นแล้ว 48 ชั่วโมง สิ่งที่พบเห็นบนหน้าจอโทรทัศน์ คือ สิ่งที่เกิดขึ้นแล้ว 12 ชั่วโมง แต่สิ่งที่เห็นในอินเทอร์เน็ต หรือในเครือข่ายสังคมออนไลน์ (social network) คือ สิ่งที่เกิดขึ้นเมื่อครู วิถีชีวิตมันเปลี่ยน ไปทันที สื่อโทรทัศนไม่ใช่สื่อที่เร็วที่สุด วิกฤตกระจายเสียงไม่ใช่สื่อที่ทันสมัยที่สุดต่อไป

3. สารที่ส่งออกจะผลิตเนื้อหาอย่างไร เนื้อหาในรายการของโทรทัศนชุมชนจะต้องกระแทกใจ เป็นเรื่องภายในหรือเกี่ยวข้องกับชุมชน คนในชุมชนรับรู้ สนใจและดึงดูดใจ

4. การรู้ว่าควรนำเสนออะไร การนำเสนอ ผู้ผลิตรายการ โทรทัศน์ชุมชนควรผลิตงาน ออกสื่อใดหรือช่องทางใด ณ ปัจจุบันไม่ควรผลิตออกเพียงสื่อเดียว ดังในกรณี โทรทัศน์ชุมชน ไม่ควรผลิตรายการ โทรทัศน์ชุมชนเพียงออกอากาศทางโทรทัศน์ดิจิทัลอย่างเดียว จำเป็นต้อง ออกอากาศออนไลน์ด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ ไม่ควรจบเพียงสื่อเดียว ควรมีคลิปและโพสต์ส่งเสริม รายการผ่านสื่อออนไลน์หรืออาจมีช่องทางอื่นๆ ขึ้นอยู่กับความสามารถในการหาช่องทางในการ นำเสนอของทีมผู้ผลิตรายการ

5. การรู้จักสังคมและชุมชนเพียงพอที่จะดำเนินการชุมชนให้ก้าวเดินต่อไป เป็นการตี โจทย์ของผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ว่าคณะทำงานควรประกอบด้วยใคร ทีมบริหาร คนผลิตรายการ คนในชุมชนที่จะเข้ามามีส่วนร่วม แหล่งทุนที่จะขับเคลื่อนสถานีโทรทัศน์ชุมชน นอกจากนี้ แหล่ง ทุนเสริมที่จะเข้ามาช่วยสนับสนุนในกรณีที่ไม่สามารถหาแหล่งทุนหลักได้

จากองค์ประกอบของแนวคิดนี้ ทำให้เห็นว่ากระบวนการในการดำเนินการที่จะสร้าง สถานีโทรทัศน์ชุมชน ไม่ใช่เพียงแค่กองกำลังหรือกลุ่มคนเพียงกลุ่มเล็กๆ ที่มีอุปกรณ์และออกไป ทำสื่อเท่านั้น หลักคิดนี้เป็นกลวิธีแบบสื่อกระแสหลักที่มีมุมมองแบบเดิมที่มองว่าสื่อสร้างเรา ไม่ใช่เราสร้างสื่อ ในขณะที่เดียวกันหากเป็น โทรทัศน์ชุมชน สิ่งที่ต้องคำนึงถึงมากที่สุด คือ การมี ส่วนร่วมและการสื่อสารจากชุมชน ดังนั้น หลักคิดจึงกลับกัน กลายเป็นอย่าให้สื่อสร้างเรา แต่เรา ต้องสร้างสื่อขึ้นมา ดังนั้น องค์ประกอบทั้ง 5 ข้อเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สามารถวางเป็นกลยุทธ์ ของการดำเนินงานสถานีโทรทัศน์ชุมชนได้ในลำดับต่อไป

ดังนั้น หากมองการจัดตั้งของสถานีโทรทัศน์ชุมชนสถานีโทรทัศน์ชุมชนพะเยาที่วิจะ พบว่า มีการอาศัยกลุ่มแกนหลักที่สนใจทำงานร่วมกันก่อน โดยกลุ่มแกนหลักเองต้องมีทุนทาง สังคมในการขับเคลื่อนภารกิจในการขยายตัวในการก่อตั้งสถานีฯ และแบ่งหน้าที่ในการจัดตั้งอย่าง ชัดเจน อันประกอบด้วยการประสานงานเครือข่ายกลุ่มคนในชุมชนไม่ว่าจะเป็นกลุ่มคนในชุมชน สถาบันการศึกษาในชุมชนและหน่วยงานในชุมชน การให้ความรู้ด้านโทรทัศน์ชุมชนและการผลิต รายการ การประสานงานกับคนรุ่นใหม่เพื่อเป็นกำลังหลักในการเป็นอาสาสมัครในการขับเคลื่อน สถานีฯ การประสานงานกับองค์กรสื่อมวลชนภายนอกและหน่วยงานภายนอกที่มีการให้ทุนผ่าน การเขียนโครงการขอทุนในการขับเคลื่อนและขยายตัวและกระจายตัวของสถานีโทรทัศน์ชุมชน

จากการขยายและกระจายตัวของโทรทัศน์ชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดของ สเตรา เบอ์ และคณะ (Strubhaar, et al.) (2013) ที่กล่าวถึงการกระจายตัวของโทรทัศน์ท้องถิ่นว่ามีรูปแบบ ของการขยายตัวผ่านรูปแบบการดำเนินการ 4 ประการ อันประกอบด้วย 1) การสร้างกลุ่มหุ้นส่วน ร่วมในการดำเนินการ 2) การสร้างเครือข่ายสถานีฯ 3) การเป็นสถานีฯ อิสระ และ 4) การกลายเป็น สื่อท้องถิ่นเต็มตัว

การสร้างหุ้นส่วนร่วม คือ สถานีโทรทัศน์หลายๆ สถานีฯ ทำงานร่วมกันโดยบริหารจัดการผ่านบริษัทร่วมในการผลิตสื่อที่มีความหลากหลาย ไม่เพียงแต่สื่อโทรทัศน์แต่ผ่านสื่ออื่นๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อออนไลน์ การทำงานเช่นนี้เป็นการป้องกันการผูกขาดทางการค้า ถ้าใครเกิดจากการดำเนินงานสถานีฯ การผลิตรายการและการโฆษณาภายในสถานีฯ

กาญจนา แก้วเทพ (2552) ได้สรุปคุณลักษณะของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมอย่างน้อย 9 ประการ ดังนี้

1. การสื่อสารแบบสองทาง (two-way communication) เป็นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม มีการสื่อสารกันระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสารเสมอ
2. เป็นการสื่อสารในแบบจำลองเชิงพิธีกรรม (ritualistic model) การสื่อสารจะเน้นแบบจำลองพิธีกรรม หรือการสื่อสารที่เน้นการสร้างความหมาย อารมณ์ ความรู้สึกร่วมกันของผู้ส่งสารและผู้รับสารซึ่งมักจะเน้นการแลกเปลี่ยนกันมากกว่าการสื่อสารแบบทางเดียวหรือจากบนลงล่าง
3. มีการสลับบทบาทระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารกันไป (s-r role shifting) การกำหนดบทบาทของการเป็นผู้ส่งและผู้รับสารจะไม่ตายตัว หากแต่ผู้ส่งสารจะผลัดเปลี่ยนบทบาทกันในฐานะที่เป็นผู้ส่งและผู้รับสาร ในฐานะ “คู่การสื่อสาร” (communicator)
4. เป็นการสื่อสารในเชิงแนวนอน (vertical) ที่มีความเสมอภาคทัดเทียมกันระหว่างคู่สื่อสาร อีกทั้งควรมีทิศทางไหลของข่าวสารมาจากหลากหลายทิศทาง ทั้งจากบนลงล่าง ล่างขึ้นบน หรือระดับเดียวกัน
5. มีลักษณะการกระจายศูนย์ (decentralization) เช่น สื่อพื้นบ้านซึ่งมีศิลปินพื้นบ้านกระจายตัวไปทั่ว
6. ระดับการมีส่วนร่วม การมีส่วนร่วมจะมีได้หลากหลายระดับ ทั้งในระดับการมีส่วนร่วมในการรับสาร การผลิต การแพร่กระจาย และการกำหนดนโยบาย เช่น เป็นผู้ส่งสาร เป็นผู้ผลิต เป็นผู้แสดง เป็นผู้รับสาร เป็นผู้ใช้สาร เป็นต้น
7. เป็นการสื่อสารที่ยึดผู้รับสารเป็นศูนย์กลาง หรือการยึดผู้รับสารเป็นศูนย์กลาง (audience-centered) เช่น วิทยุชุมชนต้องเลือกเนื้อหารายการตามใจผู้ฟังในชุมชน ที่แตกต่างจากวิทยุอื่นที่ต้องสนองต่อความต้องการของผู้สนับสนุนหรือธุรกิจ เนื้อหาการสื่อสารจะเน้นการเสริมพลังให้กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อพัฒนา นอกจากนั้น เนื้อหาสารต้องสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยที่เนื้อหาจะต้องมีลักษณะที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้
8. เป้าหมายการสื่อสารจะปรับเปลี่ยนจากการโน้มน้าวใจสู่การสร้างความหมายร่วม (shared meaning) เช่น ชุมชนได้เสนอปัญหาและวิธีการแก้ไข ชุมชนได้แสดงอัตลักษณ์ ชุมชนเห็นคุณค่าของตนเอง สร้างเสริมความมั่นใจของชุมชน เป็นต้น

9. จำเป็นต้องติดตั้งกลไกการมีปฏิริยาตอบกลับ (feedback) เอาไว้เป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการสื่อสารเสมอ ผลการสื่อสารทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และที่สำคัญคือ การทำให้ชุมชนตระหนักถึงความเป็นเจ้าของร่วมทั้งประเด็นที่สื่อสาร และตัวสื่อเองด้วย

การสร้างการมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สื่อชุมชน มีกระบวนการและกลวิธีในการสร้างความร่วมมือกับชุมชนในการผลักดันสื่อชุมชนให้เกิดขึ้นภายในชุมชน กระบวนดังกล่าวเกิดจากการทดลองและเรียนรู้จนได้เป็นชุดความรู้ในการสร้างพื้นที่การทำงานร่วมในชุมชน ฌัฐพงศ์ สุขโสต และขจิตขวัญ กิจวิศาละ (2560) กล่าวถึงขั้นตอน ระดับและการผลิตสื่อชุมชนแบบมีส่วนร่วม โดยการวิเคราะห์งานวิชาการของดวงพร คำคุณวัฒน์ และคณะ (2545) ที่ทำการศึกษาขั้นตอนการมีส่วนร่วมในสื่อชุมชนประเภทหอกระจายข่าว โดยมีขั้นตอน 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นตอนการสร้างสายสัมพันธ์การแจ้งเจตนาของการศึกษาและใช้เวลาในการสร้างสายสัมพันธ์ที่ไว้วางใจกันขึ้นมาเป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการ การรับฟังความเห็น เพื่อให้เห็นว่าข้อมูลที่มาจากทุกคนในชุมชนเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในการพัฒนาสื่อชุมชนเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากชุมชนอย่างแท้จริง

2. ขั้นตอนการเปิดโอกาสให้คนชุมชนได้แสดงความคิดเห็นผ่านการเสวนาภายใน เพื่อสร้างความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของสื่อชุมชน และช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันภายในชุมชนผ่านการใช้สื่อชุมชนที่ร่วมคิดร่วมแลกเปลี่ยนเพื่อการพัฒนาในขั้นต่อไป

3. ขั้นตอนการสร้างองค์/ผู้ส่งสารกลุ่มใหม่ เป็นขั้นตอนของการลงมือทำ ซึ่งไม่สามารถใช้ทุกคนในชุมชนมาร่วมลงมือทำได้ จำเป็นอย่างยิ่งในการหาแกนนำคือ คณะทำงานภายในชุมชนขึ้นมาเป็นหลักในการดำเนินงาน คณะทำงานเหล่านี้อาจได้รับคัดเลือกหรือสมัครใจในการมาร่วมเป็นแกนนำในการขับเคลื่อนสื่อชุมชน

นอกจากนี้ ควรสร้างเสริมศักยภาพให้แก่กลุ่มแกนนำเหล่านี้ โดยการพัฒนาทักษะผ่านองค์กร นักวิจัย นักวิชาการจากภายนอกที่มีศักยภาพองค์ความรู้ในการพัฒนาสื่อชุมชน โดยกระบวนการเสริมสร้างศักยภาพมี 6 ประการ คือ (1) การเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมและฝึกปฏิบัติ (2) การดำเนินงานโดยใช้ข้อตกลงร่วมกัน (3) การสนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์ (4) การติดตามและให้คำปรึกษา (5) การประชุมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในแต่ละพื้นที่ และ (6) การศึกษาดูงานในสถานที่หรือพื้นที่ตัวอย่าง เป็นการพัฒนาศักยภาพอย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

1. ขั้นตอนการให้ผู้ส่งสารกลุ่มใหม่ได้ลงมือทำงานตามหลักการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมตามแนวคิดใหม่ที่ได้รับการพัฒนามา

2. การประเมินผลโดยชุมชน จากในขั้นตอนที่ 2 คือ การได้ร่วมคิด ร่วมแสดงความคิดเห็นกันทั้งชุมชนผ่านการเสวนา จากนั้นให้แกนนำได้ลงมือทดลองทำ หลังจากนั้นจึงเป็นการประเมินผล โดยการประเมินผลนั้นต้องเกิดจากคนในชุมชนทั้งชุมชน เพื่อเป็นการติดตามผลงานของชุมชนที่ได้ริเริ่มดำเนินการมาแล้วช่วงระยะเวลาหนึ่ง

การจัดระดับของการมีส่วนร่วมในการบริหารโทรทัศน์ชุมชนโดยคนในชุมชน สิงคาล (Singhal, 2001) ได้นำเสนอแนวคิดของระดับการมีส่วนร่วม ซึ่งดัดแปลงมาจากแนวคิดของ เดอเนกรีและคณะ (De Negri et al., 1998) ที่ช่วยให้การมีส่วนร่วมของชุมชนผ่านการสื่อสารแนวคิด 6 CS ของสิงคาล (Singhal) ประกอบด้วย

1. การร่วมตัวเลือกหรือตัวแทน (co-option) คือ การทำงานบนคนในชุมชน (working on the local people) ระดับการมีส่วนร่วมในระดับนี้คือการคัดเลือกตัวแทนมาทำงาน ซึ่งตัวแทนดังกล่าวไม่ได้เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญและไม่มีอำนาจหรือพลังเครือข่ายชุมชน

2. การปฏิบัติตาม (compliance) คือ การมอบหมายให้ชุมชนทำด้วยสิ่งจูงใจ บุคคลภายนอกทำหน้าที่ตัดสินใจวาระและกำกับกระบวนการ เป็นการทำงานเพื่อคนในชุมชน (working for the local people)

3. การให้คำปรึกษา (consultation) คือ การเปิดให้ชุมชนมีส่วนร่วม โดยขอความเห็นจากคนในชุมชน และบุคคลภายนอกซึ่งเป็นคณะทำงานจะวิเคราะห์และตัดสินใจในการดำเนินการ

4. การให้ความร่วมมือ (cooperation) คือ คนในชุมชนทำงานร่วมกันบุคคลภายนอกในการสื่อสาร อย่างไรก็ตามความรับผิดชอบยังคงอยู่กับบุคคลภายนอกสำหรับการกำกับกระบวนการในการดำเนินงาน

5. การเรียนรู้ร่วมกัน (co-learning) คือ คนในชุมชนและบุคคลภายนอกร่วมกันแบ่งปันความรู้ในการสร้างสรรค์ความเข้าใจร่วมกันและทำงานร่วมกันเพื่อให้ถึงเป้าหมายแห่งความสำเร็จด้วยอุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกจากภายนอกชุมชน

6. การลงมือทำร่วมกัน (collective action) คือ คนในชุมชนเป็นคนกำหนดวาระของตัวเอง ระดมกำลังคนในการดำเนินการ โดยไม่ต้องร้องขอคนแนะนำจากภายนอกและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการทำงาน

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปการมีส่วนร่วมของชุมชนตามแนวคิด 6 Cs ได้ดังตารางที่ 2.10

ตารางที่ 2.10 การมีส่วนร่วมของชุมชนตามแนวคิด 6 Cs

หัวข้อการมีส่วนร่วม	ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชน	การเกี่ยวข้องของคนในชุมชน
การร่วมตัวเลือกหรือตัวแทน (co-option)	การคัดเลือกตัวแทนมาทำงาน ซึ่งตัวแทนดังกล่าวไม่ได้เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญและไม่มีอำนาจหรือพลังเครือข่ายชุมชน	การทำงานบนคนในชุมชน (working on the local people)
การปฏิบัติตาม (compliance)	การมอบหมายให้ชุมชนทำด้วย เพราะมีสิ่งจูงใจ บุคคลภายนอกทำหน้าที่ตัดสินใจวาระและกำกับกระบวนการ	การทำงานเพื่อคนในชุมชน (working for the local people)
การให้คำปรึกษา (consultation)	การเปิดให้ชุมชนมีส่วนร่วม โดยขอความเห็นจากคนในชุมชน และบุคคลภายนอกจะวิเคราะห์และตัดสินใจในการดำเนินการ	การทำงานเพื่อชุมชนและพร้อมกับชุมชน (working for and with the local people)
การให้ความร่วมมือ (cooperation)	คนในชุมชนทำงานร่วมกัน บุคคลภายนอกในการสื่อสาร แต่ความรับผิดชอบยังคงอยู่กับบุคคลภายนอกสำหรับการกำกับกระบวนการในการดำเนินงาน	การทำงานพร้อมกับชุมชน (working with the local people)
การเรียนรู้ร่วมกัน (co-learning)	คนในชุมชนและบุคคลภายนอกร่วมกันแบ่งปันความรู้ในการสร้างสรรค์ความเข้าใจร่วมกัน และทำงานร่วมกันเพื่อให้ถึงเป้าหมายแห่งความสำเร็จ	การทำงานพร้อมกันกับชุมชน โดยคนในชุมชน (working with the local people and by the local people)

ตารางที่ 2.10 (ต่อ)

หัวข้อการมีส่วนร่วม	ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชน	การเกี่ยวข้องของคนในชุมชน
การลงมือทำร่วมกัน (collective action)	คนในชุมชนเป็นคนกำหนด วาระของตัวเอง ระดมกำลังคน ในการดำเนินการ โดยไม่ต้อง ร้องขอคนแนะนำจากภายนอก และอุปกรณ์อำนวยความสะดวก ในการทำงาน	การทำงานโดยคนในชุมชน (by the local people)

ที่มา: สิงคาล (Singhal, 2001)

จากตารางที่ 2.10 ทำให้เห็นระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนซึ่งมีระดับการมีส่วนร่วมจากวงนอกของการบริหารงานและการผลิตสู่วงในที่สามารถคิดและทำงานได้ด้วยคนในชุมชนเอง ซึ่งระดับการมีส่วนร่วมของสถานีโทรทัศน์ชุมชนในฝัน คือ การที่คนในชุมชนสามารถทำงานได้ด้วยคนในชุมชนเอง แต่การก้าวไปสู่ระดับดังกล่าวได้ ควรที่ศึกษาสภาพของชุมชนและเลือกกระบวนของการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างค่อยเป็นค่อยไป เพราะพื้นที่ชุมชนส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสบการณ์แต่มีพลังในประเด็นและการขับเคลื่อนเพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ดังนั้นเมื่อมีทำให้เห็นระดับของส่วนร่วมแล้ว ลำดับต่อไปคือการสร้างยุทธศาสตร์ในการพัฒนาโครงสร้างของสถานีฯ เพื่อให้สถานีโทรทัศน์ชุมชนที่ตอบสนองต่อชุมชนได้อย่างยั่งยืน

#### โครงสร้างองค์กรสถานีโทรทัศน์ชุมชน

การแบ่งหน้าที่โครงสร้างองค์กรสถานีโทรทัศน์ชุมชน สเตราเบอร์ ลาโรส และดาเวนพอร์ต (Straubhaar, LaRose & Davenport, 2013) แบ่งหน้าที่ของบุคลากรในสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อให้ดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพได้ ดังตารางที่ 2.11



ตารางที่ 2.11 โครงสร้างองค์กรสถานีโทรทัศน์ชุมชน

งาน	ลักษณะงาน	ผู้ช่วย
ผู้จัดการสถานีฯ	รับผิดชอบทั้งหมดของสถานีฯ การจัดการงบประมาณ การวางแผน และการสร้างสัมพันธ์กับชุมชน	ผู้จัดการและเลขานุการทุกฝ่าย
หัวหน้าฝ่าย วิศวกรรม	รักษามาตรฐานการออกอากาศ ของสถานีฯ และเฝ้าติดตาม การออกอากาศ	เจ้าหน้าที่วิศวกรรมโครงข่าย และ เจ้าหน้าที่สตูดิโอ
ผู้อำนวยการรายการ	เลือกและจัดผังรายการของสถานีฯ รวมถึงการนำรายการของเครือข่าย มาออกอากาศภายในสถานีฯ	องค์กรสื่อที่เป็นเครือข่าย
ผู้อำนวยการฝ่าย สนับสนุนสถานีฯ	วางแผนกิจกรรมภายในรายการและ กิจกรรมสัมพันธ์กับชุมชน ของสถานีฯ	เจ้าหน้าที่ออกแบบกราฟิก นักคิดกิจกรรม
ผู้อำนวยการฝ่ายข่าว	ดูแลและรับผิดชอบการรายงานข่าว ในท้องถิ่น	เจ้าหน้าที่วางแผนข่าว ผู้เขียนบท ผู้ประกาศข่าว
ผู้อำนวยการผลิต รายการ	ดูแลเรื่องของการรายได้จากโฆษณา	โปรดิวเซอร์ดูแลการผลิต ผู้อำนวยการผลิต ลูกทีมฝ่ายผลิต
ผู้จัดการฝ่ายขาย	ควบคุมสถานะทางการเงิน และดูแล ค่าใช้จ่ายต่างๆ ของสถานีฯ	ฝ่ายดูแลการขาย
ผู้อำนวยการการเงิน	วิเคราะห์และจัดทำรายงานการ รับชมและข้อเสนอแนะของสถานีฯ จากชุมชนในพื้นที่	ฝ่ายดูแลเรตติ้งสถานีฯ
ผู้จัดการฝ่ายช่องทาง องค์กร	จัดหาช่องทางสร้างรายได้ให้กับ สถานีฯ	บริษัทผลิตโฆษณา

ที่มา: (สเตราเบอร์ ลาโรส และดาเวนพอร์ต (Straubhaar, LaRose & Davenport, 2013))

ตารางที่ 2.11 ทำให้เห็นถึงโครงสร้างของสถานีโทรทัศน์ในระดับชุมชนหรือระดับท้องถิ่น ซึ่งโครงสร้างดังกล่าวเป็น โครงสร้างที่เป็นองค์กรขนาดใหญ่แบ่งหน้าที่รับผิดชอบที่ชัดเจน บุคคลในแต่ละตำแหน่งต้องมีความเชี่ยวชาญชำนาญในหน้าที่ดังกล่าว แต่โครงสร้างของสถานีโทรทัศน์ชุมชนในระยะเริ่มต้นควรอาศัยบุคลากรในชุมชนหรือเครือข่ายที่พอจะสามารถขับเคลื่อนหน้าที่ในสถานีโทรทัศน์ชุมชนได้

ในขณะที่โครงสร้างโทรทัศน์ชุมชนในประเทศไทย ภัทรา บุรารักษ์ (2557) ได้กล่าวถึงบุคลากรที่มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนและบริหารสถานีโทรทัศน์ชุมชนสถานีโทรทัศน์ชุมชนพะเยาที่วิวัฒน์ 2 ลักษณะคือ 1) ทีมงานประจำหรืออาสาสมัครเต็มเวลา ที่มีค่าตอบแทนจากแหล่งทุนต่างๆ ที่ขับเคลื่อนสถานีฯ และ 2) เครือข่ายที่มาเป็นอาสาสมัครไม่ประจำเข้ามาร่วมเสริมศักยภาพการทำงานและความต้องการ ผ่านการผลิตรายการและเป็นคณะกรรมการบริหารสถานีฯ รวมถึงกรรมการตรวจสอบการทำงานของสถานีฯ

การบริหารสถานีโทรทัศน์ที่มองปัจจัยหลายๆ ด้านในการดำเนินการสถานีฯ สอดคล้องกับแนวคิดของเรนนี (Rennie, 2006) ที่กล่าวถึงการมองปัจจัยของการร่วมมือกันในการบริหารองค์กรสื่อโทรทัศน์ชุมชนในต่างประเทศที่มีการร่วมมือของเครือข่ายกันเรียกว่า PEG (Public, Educational, Government) เป็นการร่วมมือกันระหว่างชุมชนหรือสาธารณะ (public) สถานศึกษาหรือองค์กรด้านการศึกษา (educational) และรัฐ (government) ในการผลิตโทรทัศน์ชุมชนในการบริหารสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่น คาร์เพนเทียร์ (Carpentier, 2011) ยังได้กล่าวเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารองค์กรสื่อโทรทัศน์และผู้เกี่ยวข้องว่า การดำเนินการเพื่อขยายศักยภาพของสถานีฯ มีพัฒนาการแบ่งออกเป็น 2 ระยะคือ ระยะแรกควรเป็นพัฒนาการการบริหารให้เป็นสื่อขนาดเล็กและมีอิสระจากรัฐและนายทุน เป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายการเรียนรู้ที่หลากหลายของภาคประชาสังคมและมุ่งเน้นช่วยเหลือชุมชน โดยเฉพาะกลุ่มผู้ด้อยโอกาสและเคารพความหลากหลายของชุมชน ในระยะที่สองคือ สร้างพื้นที่พัฒนาโครงสร้างของสถานีฯ โดยให้ความสนใจบริบทด้านอื่นๆ ภายในชุมชนมากขึ้น

นอกจากนี้ การมีส่วนร่วมในการบริหารสถานีฯ ของชุมชน สามารถร่วมบริหารสถานีฯ ผ่านการผลิตรายการและเนื้อหา ซึ่งมีประสิทธิภาพและสามารถดำเนินการได้ง่ายกว่าการวางยุทธศาสตร์และตรวจสอบการทำงานของสถานีฯ การผลิตรายการและเนื้อหาชุมชนมีส่วนร่วมผ่านการเป็นแหล่งข่าวแจ้งข้อมูล โทรศัพท์รายงานข้อมูล หรือรายงานข้อมูลและส่งภาพข่าวให้กับสถานีฯ นอกจากนี้ หากชุมชนมีศักยภาพในการผลิต สามารถที่จะร่วมผลิตรายการผ่านการส่งสื่อบันทึกภาพพร้อมออกอากาศได้ด้วยตนเอง และสุดท้าย คือ การผลิตรายการด้วยตนเองเป็นผู้ผลิตรายการที่อาศัยอยู่ในชุมชนอย่างแท้จริง

### ความยั่งยืนของโทรทัศน์ชุมชน

เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2560) ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อชุมชนได้เสนอแนวคิดในการดำเนินงานโทรทัศน์ชุมชน ซึ่งเคยถูกใช้เป็นแนวคิดในการผลักดันโทรทัศน์ชุมชนของประเทศไทยให้เกิดความยั่งยืน คือ แนวคิด 5ช ประกอบด้วย ชัด เชื่อ ชวนหรือเชื่อม ใช้ ชอบ ดังนี้

1. ชัด (clear) การดำเนินโทรทัศน์ชุมชนคำถามแรกที่คุณดำเนินงานต้องตอบตนเอง คือ เรากำลังทำอะไร ต้องการอะไรจากการสร้างโทรทัศน์ชุมชน เมื่อตอบตนเองได้แล้ว สิ่งต่อมาที่ต้องทำคือขยายความคิดให้ชุมชนได้เห็น ทำให้ชุมชนเห็นว่าทำโทรทัศน์ชุมชนแล้ว จะทำให้ชุมชนดีขึ้นได้อย่างไร นอกจากนี้ อธิบายชุมชนให้ได้ว่า โทรทัศน์ชุมชนก่อให้เกิดมรรคผลให้ชุมชน ทำให้ชุมชนมีความสุข การขยายความคิดหลีกเลี่ยงการพูดว่า เราจะทำอะไรก็ได้ในโทรทัศน์ชุมชน

2. เชื่อ (believe) ความเชื่อ คือ การส่งเสริมพลังในการสร้างสรรค์โทรทัศน์ ดังนั้นคณะผู้ทำงานจะต้องเชื่อ เชื่อในศักยภาพ พลังของตนเอง ทีม เครือข่ายที่ร่วมดำเนินการ หลังจากนั้นจึงเริ่มสร้างความเชื่อให้กับชุมชน กลวิธีนี้ความชัดกับความเชื่อ จำเป็นต้องอาศัยการสร้างแรงบันดาลใจและพลังอย่างมาก บางครั้งคณะดำเนินงานอาจท้อแท้หรือหมดพลังในการเดินต่อ ดังนั้นระยะของการสร้างตัวเองให้ชัด และทำตัวเองให้เชื่อ ต้องคอยตอบตัวเองอยู่เสมอว่า เราทำไปทำไม แรงบันดาลใจสำคัญคืออะไร

3. ชวน/เชื่อม (invite/connect) ความล้มเหลวของการทำสื่อชุมชนมักเกิดจากพลังเครือข่ายที่ไม่เข้มแข็ง อันเกิดจากการไม่ลงในพื้นที่ทำความรู้จักชุมชนในทุกๆ มิติ และอีกหนึ่งสาเหตุเกิดจากการวางตัวของคณะทำงานที่วางตัวเสมือนสื่อมวลชนกระแสหลักที่มุ่งแต่จะเอาแต่ประเด็นที่เป็นข่าว แต่ขาดการเรียนรู้ชุมชนเชิงลึก มองข้ามชุมชนเพราะมองว่าชุมชนไม่สามารถให้ข้อมูลได้ ถือเป็นความคิดที่ผิด

4. ใช้ (use) เมื่อเครือข่ายเชื่อมต่อกันดี รวมถึงชุมชนที่มีการสื่อสารร่วมกันตลอดเวลา หลังจากนั้นเป็นกระบวนการเสริมทักษะให้กับกลุ่มคนที่อาสาทำงานร่วมกันในชุมชน ทักษะเหล่านี้ อาจเป็นทักษะการผลิตสื่อทั้งก่อน ขณะ และหลังการผลิต นอกจากนี้ ควรมีการพัฒนาทักษะการประสานงานซึ่งจะทำให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งขึ้น เมื่อเข้มแข็ง งานโทรทัศน์ชุมชนโดยชุมชนจึงดำเนินต่อไป

5. ชอบ (like) เมื่อชุมชนเริ่มมีทักษะ สิ่งต่อมาที่ควรทำคือ สร้างความอยาก ความชอบที่จะสื่อสารจากชุมชน ในชุมชนอาจมีสมาชิกที่มีความชอบที่แตกต่างกัน จำแนกแยกออกมาและเสริมทักษะให้ เมื่อมีทักษะแล้วจึงให้คนในชุมชนเหล่านี้ได้ทำในสิ่งที่ชอบ เช่น เขาชอบชอบเครื่องมือ แต่ไม่มีโอกาสหาเครื่องมือเป็นของตนเองได้ ผู้ใหญ่ในชุมชนต้องสนับสนุน เมื่อมีเครื่องมือ เขาก็สามารถใช้เครื่องมือเหล่านี้สร้างสรรค์งาน หรือผู้สูงอายุมีประเด็น มุ่งองค์ความรู้

ที่เป็นภูมิปัญญา แต่ไม่มีทักษะการเล่าผ่านสื่อ ต้องให้สมาชิกที่มีทักษะการเล่าผ่านสื่อเข้ามาเก็บข้อมูล จับประเด็นและสร้างสรรค์สื่อออกมา เป็นต้น

นอกจากนี้ กาญจนา แก้วเทพ (2560) ได้กล่าวถึงตัวชี้วัดของความยั่งยืนของสื่อชุมชนไว้ 9 ประการ ประกอบด้วย 1) คน หมายถึง มีกำลังคนที่ทำงานอย่างต่อเนื่อง 2) กลุ่ม คือการขยายเครือข่ายต่อเนื่อง เชื่อมต่อกับกลุ่มคนต่างๆ ในสังคม 3) คณะกรรมการ มีการจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อดูแลการทำงาน ซึ่งคณะกรรมการประกอบด้วยกลุ่มคนที่มีความหลากหลายในชุมชน 4) แผนงาน เป็นการมองอนาคตและการทำงานอย่างมีแผนงาน 5) โครงสร้าง/ระเบียบ/กฎเกณฑ์ 6) กองทุน หรือทรัพยากรเงิน ที่ขับเคลื่อนองค์กรสื่อชุมชนให้ดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง 7) กิจกรรมสืบเนื่อง เป็นกิจกรรมที่สื่อชุมชนมีการดำเนินงานขึ้นภายในชุมชน ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้เกิดใหม่ต่อเนื่องในทุกๆ ปี 8) การขยายผล ขยายผลของกิจกรรมในตอบสนองต่อความต้องการของชุมชน และ 9) กลุ่มน้องใหม่ มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ และช่วยพัฒนากลุ่มใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นเพื่อการดำเนินงานสื่อชุมชนให้ครอบคลุมพื้นที่ในชุมชน

ความยั่งยืนของสถานีโทรทัศน์ชุมชนประกอบด้วย การสร้างบรรยากาศการมีส่วนร่วมของชุมชนและการอาศัยการเสริมพลังของเครือข่ายในการบริหารสถานีโทรทัศน์ชุมชนให้ดำเนินการผลิตเนื้อหาและรูปแบบรายการที่น่าสนใจรอบทิศทาง ในชุมชนได้อย่างยั่งยืนเท่าทันการเปลี่ยนแปลงภายในชุมชน ซึ่งผู้วิจัยจะนำมาเป็นแนวคิดนี้มาเป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปรต้นในงานวิจัยชิ้นนี้ต่อไป

## 7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการค้นคว้างานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในแต่ละปีวิจัยหลักของการเป็นโทรทัศน์ชุมชน พบว่า

ประเด็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม งานวิจัยของ ภัทธา บุรารักษ์ (2554) วิจัยเรื่อง “การสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างโทรทัศน์สาธารณะกับภาคประชาสังคมเพื่อพัฒนาสถานีฯ ภูมิภาค” งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปฏิบัติการมีส่วนร่วมระหว่างภาคประชาสังคมกับสถานีโทรทัศน์สาธารณะในการพัฒนาสถานีฯ ในระดับภูมิภาคและลักษณะของการมีส่วนร่วมระหว่างประชาสังคมกับสถานีโทรทัศน์สาธารณะเพื่อการพัฒนาสถานีฯ และกลไกและเครื่องมือการปฏิบัติการมีส่วนร่วมระหว่างภาคประชาสังคมกับสถานีโทรทัศน์สาธารณะในภูมิภาค ผลการวิจัย ซึ่งให้เห็นว่ากระบวนการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคมภายในท้องถิ่นที่มีอยู่ 4 ระดับ คือ การมีส่วนร่วมในการชี้เป้าประเด็น การมีส่วนร่วมเป็นคณะทำงาน การมีส่วนร่วมในการกำหนดประเด็น

และเนื้อหารายการ รวมถึงการมีส่วนร่วมในระดับกำหนดนโยบาย ทิศทางการบริหาร ผลการวิจัยนี้ช่วยในการออกแบบการวิจัยในการสร้างรูปแบบและเนื้อหารายการต่อไป

สอดคล้องกับงานวิจัยของลัดดาวัลย์ อินทจักร (2550) ศึกษาเกี่ยวกับ กระบวนการดำเนินงานโทรทัศน์ชุมชน “บ้านนอกทีวี” ระดับการมีส่วนร่วม และวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานโครงการนำร่องโทรทัศน์ชุมชนแห่งแรกของประเทศไทยตามโครงการบ้านนอกทีวีของกลุ่มศิลปินวัฒนธรรมกระเจกเงา ซึ่งมีระดมการออกอากาศครอบคลุมหมู่บ้านชาวเขาเผ่าอาข่าบ้านห้วยขม จังหวัดเชียงราย

เช่นเดียวกับงานวิจัยของเรนนี (Rennie, 2013) ที่ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง Co-creative Media in Remote Indigenous Communities มีวัตถุประสงค์งานวิจัยเพื่อศึกษาการมีส่วนร่วม ความเกี่ยวข้องในการผลิตวิดิทัศน์ที่จะอธิบายและสร้างการรับรู้ชุมชนคนอะบอริจิน (Aboriginal Communities) ซึ่งเป็นคนพื้นถิ่นในประเทศออสเตรเลีย โดยเป็นการศึกษาเกี่ยวกับการสร้างความร่วมมือและการเน้นเนื้อหาที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ผลงานวิจัยที่ได้ชี้ให้เห็นถึงปัจจัยที่มีผลต่อการร่วมมือกันในการผลิตวิดิทัศน์ การสร้างสรรค์ร่วมกันระหว่างผู้ผลิตรายการและคนในชุมชนถือเป็นบริบทการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากในการสร้างสรรค์งานวิดิทัศน์ที่สืบสานวัฒนธรรมพื้นเมืองวัฒนธรรมอะบอริจิน (Aboriginal) ซึ่งสอดคล้องและคล้ายกับบริบทของกลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาที่มีรากฐานภูมิปัญญาที่สืบสานมาหลายชั่วอายุคน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิรพงษ์ พลนิกรกิจ (2550) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง โทรทัศน์ชุมชนในประเทศออสเตรเลียที่ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบและเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ชุมชนพบว่า โทรทัศน์ชุมชนมีความแตกต่างออกไปจากโทรทัศน์รูปแบบอื่นๆ ประเด็นที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของโทรทัศน์ชุมชนคือ การเข้าถึง การมีส่วนร่วม ความหลากหลาย ความเป็นท้องถิ่น และความเป็นอิสระ แม้ว่าโทรทัศน์ชุมชนในประเทศนี้ประสบปัญหาด้านการเงิน แต่สื่อชุมชนเหล่านี้มีบทบาทสำคัญต่อชุมชนและประเทศในฐานะของการให้การศึกษ ความบันเทิง และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม เพื่อคนในชุมชน และส่งเสริมสนับสนุนความเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม จากบทความชิ้นนี้ ทำให้ผู้วิจัยเห็นภาพของการทำงานของโทรทัศน์ชุมชนในประเทศออสเตรเลีย ตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงจุดของการอยู่อย่างยั่งยืนของสถานีฯ และสามารถนำไปเปรียบเทียบกับกรณีเริ่มต้นโทรทัศน์ชุมชนของภาคใต้ว่าเป็นทิศทางที่ถูกต้องและยั่งยืนหรือไม่

ประเด็นเกี่ยวกับความยั่งยืนด้านรายได้ ที่จะส่งผลกระทบต่อการทำงานให้กับชุมชนของสถานีโทรทัศน์ชุมชน นอกจากนี้ยังมีสถานีโทรทัศน์ชุมชนหลากหลายประเทศ ต่างมีวิธีในการหารายได้ที่แตกต่างกันออกไป เพราะการหารายได้ที่เป็นปัญหาใหญ่ของโทรทัศน์ชุมชน สถานีโทรทัศน์ชุมชนในแต่ละประเทศมีการหารายได้หลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการหารายได้ด้วยตนเอง

การระดมทุน การหาผู้สนับสนุนสถานีฯ การหาแหล่งทุน การสนับสนุนจากองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรและการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐและค่าโฆษณา

นอกจากนี้ ประเด็นเกี่ยวกับประเภทหรือช่องทางการเผยแพร่ของโทรทัศน์ชุมชน ตลอดจนปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ไทม์แลป โปรดักชั่น (Timelapse Production, 2009) ได้นำเสนอ แก่คณะกรรมการ กสทช.ประเทศแคนาดา เกี่ยวกับข้อมูลของสถานีโทรทัศน์ชุมชนจาก 8 ภูมิภาค 28 ประเทศ พบปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องดังนี้

รูปแบบการเผยแพร่ พบว่า โทรทัศน์ชุมชนในโลกนี้แบ่งรูปแบบการเผยแพร่ 5 ประเภท ได้แก่ 1) การออกอากาศผ่านระบบสายสัญญาณเคเบิลทีวี (cable TV) 2) การออกอากาศผ่านสัญญาณภาคพื้น แบ่งเป็นสัญญาณในระบบแอนะล็อกโดยใช้คลื่นความถี่ย่านยูเอชเอฟ (UHF) และวีเอชเอฟ (VHF) รวมถึงการออกอากาศสัญญาณภาคพื้นในระบบดิจิทัล (digital) 3) การออกอากาศโดยสัญญาณผ่านดาวเทียม 4) เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ที่สามารถรับชมได้ผ่านทางคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน (smartphone) และ 5) เผยแพร่ผ่านจอโทรทัศน์ในพื้นที่สาธารณะ

ช่องทางการเผยแพร่สถานีโทรทัศน์ชุมชนที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ การเผยแพร่ผ่านทางสายสัญญาณหรือเคเบิลทีวี และการเผยแพร่โดยใช้สัญญาณภาคพื้น ในรูปแบบต่างๆ แต่รูปแบบการเผยแพร่ที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นและเป็นรูปแบบที่น่าสนใจคือ เผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์และผ่านทางสมาร์ตโฟนซึ่งเหมาะกับพฤติกรรมการใช้งานสื่อของคนในปัจจุบัน

ประเด็นเกี่ยวกับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับ โทรทัศน์ชุมชน พบว่าการพัฒนาและการเตรียมตัวของนักสื่อสารท้องถิ่นต้องมีการเติมเต็มองค์ความรู้ และปรับตัวในการทำงานร่วมกันกับท้องถิ่น เพื่อสื่อสารเรื่องราวภายในท้องถิ่น เดชานันท์ (Deshano, 2014) วิจัยเรื่อง Hyperlocal Journalism: Exploring a Commons-based Model in Physical and Virtual Environments พบว่า กระบวนการมีส่วนร่วมของสื่อท้องถิ่นผ่านการทำงานของคนในชุมชนที่ตื่นตัวในการสื่อสารเรื่องราวภายในชุมชน การพัฒนาตนเองของคนในชุมชน และการต่อสู้กับข้อจำกัดของสื่อท้องถิ่นในด้านงบประมาณและเครื่องมือเพื่อพัฒนาการสื่อสารภายในชุมชนให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

แม้เวลาจะผ่านมาระยะหนึ่งแล้วก็ตาม แต่การได้ค้นข้อมูลในเอกสารชิ้นนี้ทำให้เห็นถึงความยั่งยืนของสถานีโทรทัศน์ชุมชนในแต่ละประเทศมีความยั่งยืนด้านรายได้ที่แตกต่างกัน บางประเทศ เช่น อเมริกา แคนาดา หรือที่ญี่ปุ่น รายได้ที่ได้รับผ่านการโฆษณาและการดำเนินงานที่คล้ายกับสถานีโทรทัศน์เอกชนทั่วไป นอกจากนี้ ประเด็นที่น่าสนใจในเรื่องรายได้คือ การทำอย่างไรให้สถานีโทรทัศน์ชุมชนอยู่รอดได้เป็นกลวิธีที่น่าสนใจสำหรับการหาหนทางที่จะทำให้สถานีโทรทัศน์ชุมชนในประเทศไทยยั่งยืน เลี้ยงตัวเองได้

# บทที่ 3

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมวิธี (mixed methods research) ได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังรายละเอียดคือ

### 1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับบริบทพื้นที่ ลักษณะประชากร พฤติกรรมการเปิดรับและความต้องการสื่อของประชาชนในเขตพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา รวมทั้งการศึกษารูปแบบการสื่อสารของชุมชนที่เกี่ยวข้องและที่เอื้อต่อการจัดตั้งโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ดังกล่าว โดยเป็นการศึกษาจากพื้นที่ที่มีความพร้อมตามรายงานจากหน่วยงานในพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง คือ สภาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ได้แก่ พื้นที่โซนทะเลน้อยและพื้นที่โซนคาบสมุทรสทิงพระ

### 2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร คือ ประชาชนจากพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาที่มีความพร้อมในการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องและที่เอื้อต่อการจัดตั้งโทรทัศน์ชุมชน ซึ่งได้แก่ ประชาชนจากพื้นที่ทะเลน้อย และพื้นที่คาบสมุทรสทิงพระที่ประกอบด้วย ประชาชนจากหมู่ 2 ตำบลพนาตุ้ง อำเภอกวนขุ่น จังหวัดพัทลุง และหมู่ 7 ตำบลท่าหิน อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา รวมประชากรทั้ง 2 พื้นที่ จำนวนทั้งสิ้น 1,209 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2561)

2.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนของประชากรจากพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาจากพื้นที่ทะเลน้อย และพื้นที่คาบสมุทรสทิงพระ โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multistage sampling) เพื่อให้ได้เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ทำกิจกรรมร่วมกับแกนนำทั้ง 2 พื้นที่อย่างสม่ำเสมอ โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 สุ่มตัวอย่างโดยทำการคัดเลือกจากพื้นที่ที่มีความพร้อมโดยสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมพื้นที่ที่มีการทำกิจกรรมเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ขั้นที่ 2 คือทำการคัดเลือกในระดับอำเภอ ขั้นที่ 3 ทำการคัดเลือกในระดับตำบล และขั้นที่ 4 ทำการคัดเลือกในระดับหมู่บ้าน และขั้นที่ 5 ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ทำกิจกรรมร่วมกับแกนนำอย่างสม่ำเสมอแล้ว ขั้นที่ 6 ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เข้าถึงสื่อโทรทัศน์ และมีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์อย่างสม่ำเสมอด้วย ซึ่งจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงได้จำนวนทั้งสิ้น 140 คน

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณคือ แบบสังเกตการณ์และแบบสอบถาม มีการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านนิเทศศาสตร์ และผู้เชี่ยวชาญพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

#### 3.1 วิธีการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics)

3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) เป็นการศึกษาทั้งบริบทและการบริหารจัดการโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา จากพื้นที่ที่มีความพร้อม คือ พื้นที่ทะเลน้อย และพื้นที่คาบสมุทรสทิงพระ ประกอบด้วย

3.2.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) คือ ผู้นำทางความคิดหลัก ผู้นำทางความคิดและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจาก 2 พื้นที่คือพื้นที่ทะเลน้อยและคาบสมุทรสทิงพระ ประกอบด้วย นักขับเคลื่อนกิจกรรมในชุมชน จำนวน 4 คน เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐท้องถิ่น จำนวน 3 คน ตัวแทนชุมชน จำนวน 5 คน และผู้ผลิตสื่อในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา จำนวน 2 คนรวมทั้งสิ้น 14 คน คัดเลือกโดยวิธีการสุ่มแบบลูกบอลหิมะ (snow ball) จากผู้นำทางความคิดหลัก ผู้นำทางความคิดและผู้แทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังรายละเอียดคือ

##### 1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในพื้นที่ทะเลน้อย ประกอบด้วย

(1) นายฉิ้น บัวบาน บ้านเลขที่ 186 หมู่ 3 ตำบลพนางตุง อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง อาชีพ ข้าราชการบำนาญ อายุ 65 ปี โทรศัพท์ 081-5364082 ครุภัณฑ์วิทยุทะเลน้อย นักขับเคลื่อนกิจกรรมภายในชุมชน อดีตสมาชิกสภาผู้ชมและผู้ฟังไทยพีบีเอส และผู้ผลักดันกลุ่มเยาวชนทำการสื่อสารในพื้นที่



(2) นายบุญฤทธิ์ ทวีสุข บ้านเลขที่ 165 หมู่ 2 ตำบลพนาสูง อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง อาชีพเกษตร อายุ 69 ปี โทรศัพท์ 087-4664842 สมาชิกสภาพัฒนาองค์กรชุมชน จังหวัดพัทลุง และนักกิจกรรมในพื้นที่ทะเลน้อย ทำการสื่อสารเรื่องราวทะเลน้อยผ่านบทกลอน

(3) นางสาวฉนิษฐา ทองคำ อาชีพ ลูกจ้างส่วนราชการ (เขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลน้อย) ผู้ประสานงานและทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนในพื้นที่ทะเลน้อยและเขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลน้อย

(4) นายสมใจ เกื่อนุ่น อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว โทรศัพท์ 081 445 5991 อดีตรองนายกเทศมนตรี ตำบลทะเลน้อย นักพัฒนาชุมชน ผลักดันกิจกรรมเพื่อพัฒนาชุมชน ผลักดันเรื่องสินค้าชุมชน การเลี้ยงควายน้ำ และช่วยขับเคลื่อนกิจกรรมเพื่อแก้ปัญหาภายในชุมชน

(5) นายพิเชษฐ พรหมเชือก บ้านเลขที่ 138 หมู่ 12 ตำบลชะมวง อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง อาชีพ พนักงานราชการเทศบาลตำบลพนาสูง จังหวัดพัทลุง อายุ 38 ปี โทรศัพท์ 091-985 8723 นักพัฒนาชุมชนตำบลพนาสูง ทำงานร่วมกับครุฉิน แม่งานตลาดนัดในชุมชน งานทะเลน้อยร้อยริ้น งานท่องเที่ยว งานสินค้าโอท็อป และแอดมินแฟนเพจ “อัยยะ ทะเลน้อย”

(6) นางสาวธัญชนก หอมขาว บ้านเลขที่ 165 หมู่ 8 ตำบลพนาสูง อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง อาชีพ เกษตรกร อายุ 54 ปี โทรศัพท์ 087-890012 สมาชิกสภาผู้ชมและผู้ฟังไทยพีบีเอส นักขับเคลื่อนกิจกรรมภายในชุมชนร่วมกับครุฉิน

(7) นางสาวเสาวนิจ ปากบารา บ้านเลขที่ 33 หมู่ 13 ตำบลช้างซ้าย อำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช อายุ 30 ปี ผู้ผลิตรายการอิสระ ผู้เขียนบทสารคดี และนักสื่อสารชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

## 2) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในพื้นที่คาบสมุทรสทิงพระ ประกอบด้วย

(1) นางพูนทรัพย์ ชูแก้ว บ้านเลขที่ 11/4 หมู่ 7 ตำบลท่าหิน อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา อาชีพ เกษตรกร อายุ 57 ปี นักขับเคลื่อนกิจกรรมภายในชุมชน เลขานุการศูนย์ประสานงานองค์กรชุมชนคาบสมุทรสทิงพระ เลขานุการเครือข่ายชุมชนเพื่อฟื้นฟูและพัฒนาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผู้ประสานงานการทำแผนบริบทลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา กรรมการสภาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผู้ประสานงานชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตำบลท่าหิน ประธานเครือข่ายภัยพิบัติตำบลท่าหิน อำเภอสทิงพระ

(2) นางจวบ แดงเหมือน บ้านเลขที่ 28 หมู่ 6 ตำบลท่าหิน อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา อาชีพ เกษตรกร อายุ 61 ปี คณะทำงานและขับเคลื่อนกิจกรรมภายใต้ศูนย์เรียนรู้วิถีโหนด-นา-เล ตำบลท่าหิน อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

(3) นางประทง ขวัญอ่อน บ้านเลขที่ 36 หมู่ 7 ตำบลท่าหิน อำเภอสีทิงพระ จังหวัดสงขลา อาชีพ เกษตรกร อายุ 61 ปี คณะทำงานและขับเคลื่อนกิจกรรมภายใต้ศูนย์เรียนรู้วิถี โหนด-นา-เล ตำบลท่าหิน อำเภอสีทิงพระ จังหวัดสงขลา

(4) นางประยูร ศรีสุกใส บ้านเลขที่ 37/1 หมู่ 7 ตำบลท่าหิน อำเภอสีทิงพระ จังหวัดสงขลา อาชีพ เกษตรกร อายุ 64 ปี คณะทำงานและขับเคลื่อนกิจกรรมภายใต้ศูนย์เรียนรู้วิถี โหนด-นา-เล ตำบลท่าหิน อำเภอสีทิงพระ จังหวัดสงขลา

(5) นางวรรณ สัมภ์แก้ว บ้านเลขที่ 11/1 หมู่ 7 ตำบลท่าหิน อำเภอสีทิงพระ จังหวัดสงขลา อาชีพ เกษตรกร อายุ 61 ปี คณะทำงานและขับเคลื่อนกิจกรรมภายใต้ศูนย์เรียนรู้วิถี โหนด-นา-เล ตำบลท่าหิน อำเภอสีทิงพระ จังหวัดสงขลา

(6) นางสาวร้อย ชูสังข์ บ้านเลขที่ 60/1 หมู่ 6 ตำบลท่าหิน อำเภอสีทิงพระ จังหวัดสงขลา อาชีพ เกษตรกร อายุ 58 ปี คณะทำงานและขับเคลื่อนกิจกรรมภายใต้ศูนย์เรียนรู้วิถี โหนด-นา-เล ตำบลท่าหิน อำเภอสีทิงพระ จังหวัดสงขลา

(7) นายอพิเชษฐ์ สุขแก้ว บ้านเลขที่ 33 หมู่ 13 ตำบลช้างซ้าย อำเภอพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช อายุ 38 ปี ผู้ผลิตรายการอิสระไทยพีบีเอส นักขับเคลื่อนกิจกรรม เพื่อแก้ไขปัญหาในชุมชน และนักสื่อสารชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

### 3.2.2 เครื่องมือที่ใช้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์กลุ่มย่อย (focus group interview) มีโครงสร้างข้อคำถาม ประกอบด้วย (1) บริบทและสภาพปัญหาในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา (2) ความถี่ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์และสื่ออื่นๆ (3) ความเข้าใจในโทรทัศน์ชุมชน (4) รูปแบบและเนื้อหารายการโทรทัศน์ชุมชนที่ต้องการ และ (5) การมีส่วนร่วมและแนวทางในการบริหาร สถานีฯ

นอกจากนี้ ยังมีแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ซึ่งมีโครงสร้างคำถาม 13 ข้อประกอบด้วย (1) บริบทและสภาพปัญหาในพื้นที่ (2) ความถี่ในการเปิดรับสื่อต่อ สัปดาห์ทั้งสื่อทั่วไปและสื่อชุมชน (3) ความถี่ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ (4) การแก้ปัญหาโดยการใช้สื่อชุมชนหรือสื่อท้องถิ่นในอดีต (5) การใช้สื่อโทรทัศน์ช่วยแก้ปัญหาในพื้นที่ในอดีต (6) ความเข้าใจในโทรทัศน์ชุมชน (7) รูปแบบรายการโทรทัศน์ชุมชนที่ต้องการ (8) เนื้อหาใน รายการโทรทัศน์ชุมชนและช่วงเวลาที่ต้องการให้ออกอากาศรายการ (9) ความต้องการมีส่วนร่วม ในการบริหารและการผลิตรายการโทรทัศน์ชุมชน (10) ขั้นตอนดำเนินการก่อตั้งโทรทัศน์ชุมชน ลักษณะผู้นำชุมชนหรือแกนนำที่เข้ามาก่อตั้งและแนวทางดำเนินการสถานีโทรทัศน์ชุมชน (11) รูปแบบการบริหารจัดการ การกำกับดูแลการบริหารงาน การเปิดรับอาสาสมัคร การจัดหา

รายได้ของสถานีฯ และการสนับสนุนด้านอุปกรณ์การผลิตของสถานีฯ ที่ควรเป็นในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา (12) รายการที่เหมาะสม เนื้อหารายการและช่องทางการออกอากาศ และ (13) วิธีการบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์ชุมชนสู่ความสำเร็จ การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิของชุมชนในการสื่อสาร การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่

### 3.3 วิธีการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยลงพื้นที่เป้าหมายเพื่อทำการเก็บข้อมูลโดยการจัดสนทนากลุ่ม (focus group discussion) ระหว่างกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากทุกฝ่าย จาก 2 พื้นที่คือ พื้นที่ทะเลน้อยและพื้นที่คาบสมุทรสทิงพระ และสัมภาษณ์เชิงลึกอีกครั้ง (in-depth interview) จากนั้นทำการวิเคราะห์เนื้อหาโดยใช้การพรรณนาความ

เมื่อได้ข้อมูลที่วิเคราะห์จากทั้งสองระเบียบวิธีวิจัย ผู้วิจัยจะดำเนินการออกแบบแนวทางในการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาต่อไป



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ใช้วิธีวิธีการวิจัยแบบผสม (mixed methods research) ได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้คือเพื่อ 1) ศึกษาบริบทของชุมชนที่เอื้อต่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 2) ศึกษาบริบทของการสื่อสารของชุมชนที่เกี่ยวข้องและที่เอื้อต่อการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และ 3) เสนอแนวทางการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา โดยนำเสนอผลที่ได้จากการวิจัยเรียงตามลำดับคือ

#### 1. ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ 1) บริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 2) บริบทโทรทัศน์ชุมชน และ 3) การบริหารจัดการโทรทัศน์ชุมชน ดังรายละเอียดคือ

##### 1.1 บริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

เป็นการศึกษาที่ประกอบด้วย 1) ลักษณะประชากร 2) ปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ ในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และ 3) พฤติกรรมการบริโภคสื่อทั่วไป ดังผลที่แสดงในตารางที่ 4.1 – 4.7 เรียงตามลำดับคือ

##### ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากร

ลักษณะประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นการศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่างจากพื้นที่ที่ศึกษาดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

ลักษณะประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	65	46.40
หญิง	75	53.60

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>อายุ</b>		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	2	1.40
21-30 ปี	20	14.30
31-40 ปี	33	23.60
41-50 ปี	34	24.30
51-60 ปี	28	20.00
มากกว่า 60 ปี	23	16.40
<b>การศึกษา</b>		
ประถมศึกษา	56	40.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	10	7.10
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	32	22.90
อนุปริญญา/ปวส.	20	14.30
ปริญญาตรี	20	14.30
ปริญญาโทขึ้นไป	2	1.40
<b>อาชีพ</b>		
ข้าราชการ	13	9.30
พนักงานบริษัท	4	2.90
ธุรกิจส่วนตัว	30	21.40
ค้าขาย	10	7.10
รับจ้าง/ลูกจ้าง	25	17.90
นิสิต/นักศึกษา	4	2.90
เกษตรกร	24	17.10
อื่นๆ (อาชีพประมง)	30	21.40

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้		
ไม่เกิน 10,000 บาท	84	60.00
10,001-20,000 บาท	33	23.60
20,001-30,000 บาท	22	15.70
30,001-40,000 บาท	1	0.70
40,001-50,000 บาท	0	0
มากกว่า 50,000 บาท	0	0

จากตารางที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยเป็นเพศหญิง 75 คน (ร้อยละ 53.60) เพศชาย 65 คน (ร้อยละ 46.40) ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 41-50 ปี และ 31-40 ปี ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ 34 คน (ร้อยละ 24.30) และ 33 คน (ร้อยละ 23.60) การศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ จบการศึกษาระดับประถมศึกษา 56 คน (ร้อยละ 40) อาชีพส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง คือ ธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ (ทำอาชีพประมง) จำนวน 30 คนเท่ากัน (ร้อยละ 21.40) มีรายได้ส่วนใหญ่ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน จำนวน 84 คน (ร้อยละ 60)

ส่วนที่ 2 ปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ ในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาของกลุ่มตัวอย่าง ดังแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ ในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

ปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ ในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
น้ำท่วมซ้ำซาก	4.56	0.65
ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรประมง/ สัตว์น้ำ	3.51	0.89
ความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศที่ ส่งผลกระทบต่อเกษตรกร	3.40	0.92

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ ในกลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ระบบนิเวศ/คุณภาพสิ่งแวดล้อมเมือง/ ชุมชนเสื่อมโทรม	3.01	1.02
การบุกรุก/เสื่อมโทรมของทรัพยากรป่าไม้/ ป่าต้นน้ำ/ป่าพรุ	2.91	1.20
การรुकล้ำ/การปนเปื้อนของน้ำเค็ม	2.90	1.25
การใช้ที่ดิน/การเกษตรไม่เหมาะสม	2.66	0.97
ขาดการมีส่วนร่วม/ขาดช่องทาง/พื้นที่ แสดงสิทธิชุมชน	2.61	1.02
ขาดการอนุรักษ์ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิต	2.58	0.95
ภัยแล้ง	2.24	1.10
ดินถล่ม	1.34	0.78

จากตารางที่ 4.2 ปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ ในกลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นปัญหามากที่สุด คือ เรื่องน้ำท่วมซ้ำซาก ค่าเฉลี่ย 4.56 นอกจากนี้ยังมีประเด็นความเสื่อมโทรมของทรัพยากรประมง/สัตว์น้ำ ค่าเฉลี่ย 3.51 และความแปรปรวนอากาศ ค่าเฉลี่ย 3.40 ตามลำดับ

จากข้อมูลทั้งหมดทำให้เห็นถึงปัญหาสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างได้สะท้อนให้เห็นและส่งผลกระทบต่อในพื้นที่กลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญ นอกจากนี้ การศึกษาการเปิดรับสื่อที่ทำให้เห็นถึงพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อของกลุ่มตัวอย่าง ที่จะเป็นช่องทางในการเผยแพร่บริบทของปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ ในพื้นที่ของการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนกลุ่มน้ำทะเลสาบต่อไป

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคสื่อทั่วไป เป็นการศึกษาเกี่ยวกับบริบทของการเปิดรับสื่อทั่วไปและความต้องการสื่อของชุมชนพื้นลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา อันประกอบด้วยประเภทสื่อที่เปิดรับ และความต้องการสื่อของชุมชน ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.3 -4.4

ตารางที่ 4.3 พฤติกรรมการบริโภคสื่อทั่วไปและความต้องการในการบริโภคสื่อของชุมชน

ประเภทสื่อ ที่ชุมชนเปิดรับ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
หนังสือพิมพ์	0.56	1.17
นิตยสาร	0.49	0.97
สื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ	1.23	1.57
วิทยุกระจายเสียง	4.49	2.68
โทรทัศน์	6.32	1.54
สื่อออนไลน์	4.86	2.70
สื่อป้ายประกาศ	4.54	1.87
สื่อบุคคล การพูดปากต่อปาก	6.05	1.61
สื่อพื้นบ้าน มโนราห์ หนังตะลุง เป็นต้น	3.69	2.04
<b>ความต้องการในการเปิดรับสื่อของ</b>		
<b>ชุมชน</b>	<b>2.18</b>	<b>1.02</b>
หนังสือพิมพ์	2.05	0.95
นิตยสาร	2.33	1.10
สื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ	3.89	1.14
วิทยุกระจายเสียง	4.56	0.90
โทรทัศน์	3.95	1.27
สื่อออนไลน์	3.61	0.94
สื่อป้ายประกาศ	4.39	0.92
สื่อบุคคล การพูดปากต่อปาก	3.54	1.02
สื่อพื้นบ้าน มโนราห์ หนังตะลุง เป็นต้น	0.06	0.54
สื่ออื่นๆ		



จากตารางที่ 4.3 การเปิดรับสื่อทั่วไป กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 6.32 รองลงมาคือสื่อบุคคล ค่าเฉลี่ย 6.05 และสื่อออนไลน์ ค่าเฉลี่ย 4.86 ตามลำดับ

สำหรับความต้องการในการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.56 รองลงมาคือ สื่อบุคคล การพูดปากต่อปาก ค่าเฉลี่ย 4.39 และสื่อออนไลน์ ค่าเฉลี่ย 3.95 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 สถานีโทรทัศน์ที่ชุมชนเปิดรับในรอบหนึ่งสัปดาห์

สถานีโทรทัศน์ที่ชุมชนเปิดรับ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ช่อง 5	1.59	2.18
เอ็นบีที (NBT)	2.01	2.35
ไทยพีบีเอส (ThaiPBS)	2.97	2.60
ทีวีรัฐสภา	.68	1.46
ช่อง 3 แฟมิลี่	1.59	2.41
อสมท. (เด็ก)	1.29	2.12
ทีเอ็นเอ็น (TNN)	1.54	2.19
นิวทีวี (NewTV)	2.34	2.64
สปริงส์นิวส์ (Spring News TV)	1.80	2.38
ไบรท์ทีวี (Bright TV)	1.86	2.56
วอยซ์ทีวี (Voice TV)	2.98	2.92
เนชั่นทีวี (Nation TV)	3.33	2.92
เวิร์คพอยท์ทีวี (Workpoint TV)	4.78	2.46
ทรู4ยู (True4U)	2.14	2.49
จีเอ็มเอ็ม 25 (GMM 25)	1.68	2.23
นาวทีวี (Now TV)	3.54	2.96
ช่อง 8	2.66	2.56
ช่อง 3 SD	3.26	2.80
โมโนทีวี (Mono TV)	3.48	2.84

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

สถานีโทรทัศน์ที่ชุมชนเปิดรับ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
เอ็มคอต เอชดี (MCOT HD)	2.18	2.34
จีเอ็มเอ็มวัน (One)	2.31	2.48
ไทยรัฐทีวี	3.91	2.71
ช่อง 3 HD	4.16	2.90
อมรินทร์ทีวี	2.24	2.43
ช่อง 7 HD	5.26	2.41
พีพีทีวี (PPTV)	2.96	2.73
สถานีโทรทัศน์ออนไลน์ แพร่ภาพทาง	3.54	2.96
อินเทอร์เน็ต ผ่านเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก (facebook)		
และยูทูป (YouTube)		
ช่องอื่นๆ	.11	0.69

จากตารางที่ 4.4 กลุ่มตัวอย่างเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ในช่องโทรทัศน์ต่างๆ ใน 3 ลำดับแรก ได้แก่ ช่อง 7 HD ค่าเฉลี่ย 5.26 ช่องเวิร์คพอยท์ทีวี ค่าเฉลี่ย 4.78 และช่อง 3 HD ค่าเฉลี่ย 4.16

### 1.2 บริบทของโทรทัศน์ชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

ในส่วนของกรวิจัยเชิงปริมาณนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะประเด็น 1) ความต้องการเกี่ยวกับโทรทัศน์ชุมชน และ 2) เนื้อหารายการโทรทัศน์ชุมชน ดังผลที่แสดงในตารางที่ 4.5 – 4.6

#### ส่วนที่ 1 ความต้องการรายการโทรทัศน์ชุมชน ดังแสดงในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ความต้องการรายการโทรทัศน์ชุมชนของชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

รูปแบบรายการที่ชุมชนต้องการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
รายการข่าว	4.27	0.89
รายการสารคดี	3.89	1.17

## ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รูปแบบรายการที่ชุมชนต้องการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
รายการละครตลก	3.71	1.20
รายการละครที่นำเสนอเป็นตอน ๆ	2.02	1.23
รายการที่เกี่ยวกับเด็ก เช่น การ์ตูน	1.91	1.19
รายการสนทนาที่มีประเด็นเกี่ยวกับวิถีชีวิต	3.29	1.25
รายการละครหลังข่าวภาคค่ำ	2.36	1.28
รายการกีฬา	3.19	1.29
รายการเกมโชว์	2.99	1.29
รายการภาพยนตร์สุดสัปดาห์	2.22	1.28
รายการให้ข้อมูลสินค้า โฆษณา	1.56	1.02
รายการที่นำเสนอกิจกรรมภายในองค์กรต่าง ๆ	2.74	1.22
รายการเพลง รายการที่นำเสนอมิวสิกวิดีโอ (music video) เพลงต่าง ๆ	2.69	1.21
รายการนำเทปบันทึกภาพที่อยู่ในรูปดีวีดี (DVD) รายการแนะนำละครหรือรายการทีวีที่นำเสนอย้อนหลัง	1.71	1.04
รายการเว็บisode (webisode) เป็นรายการที่นำเสนอผ่านทางเว็บไซต์ เป็นรายการทีวีสั้นที่นำเสนอสดหรือปล่อยให้ดาวน์โหลดรายการเพื่อการรับชม	2.09	1.32
รายการพอดแคสต์หรือพอดแคสต์ (vodcast/podcast) พบมากในยูทูป (YouTube)	1.74	1.16
รายการเกี่ยวกับเกม เป็นรายการที่นำเสนอภาพการเล่น เกม แนะนำหรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับเกม	1.81	0.96
รายการที่ออกอากาศหลายช่องทาง รายการที่มีรูปแบบออกอากาศที่หลากหลาย โดยใช้ช่องทางใหม่ ๆ หรือช่องทางที่มีในการออกอากาศ	2.30	1.17

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ความต้องการรายการของชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา รายการที่ชุมชนต้องการติดตามรับชม ได้แก่ รายการข่าว ค่าเฉลี่ย 4.27 รองลงมาได้แก่ รายการสารคดี รายการละครตลก รายการสนทนา และรายการกีฬา ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 เนื้อหารายการโทรทัศน์ชุมชนที่ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาต้องการ ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 เนื้อหารายการของสถานีโทรทัศน์ชุมชนที่ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาต้องการ

เนื้อหารายการของสถานีฯ ที่ชุมชนต้องการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
รายการที่มีเนื้อหากระทบสภาพชีวิต ความมั่นคงของชีวิต หรือภัยพิบัติที่เกิดขึ้นในชุมชน	4.39	0.65
รายการที่มีเนื้อหาสร้างรายได้เพิ่มให้กับชุมชน	4.45	0.80
รายการที่มีเนื้อหาก่อให้เกิดสิ่งใหม่ในชุมชน	4.44	1.06
รายการที่มีเนื้อหาส่งเสริม อนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีภายในชุมชน	4.39	1.08
รายการที่มีเนื้อหานำเสนอกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในชุมชน	4.26	0.99
อื่น ๆ	0.04	1.39

จากตารางที่ 4.6 พบว่าเนื้อหารายการโทรทัศน์ชุมชนที่ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำฯ ต้องการมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน อันดับแรก คือ รายการที่มีเนื้อหาสร้างรายได้เพิ่มให้กับชุมชน ค่าเฉลี่ย 4.45 รายการที่มีเนื้อหาก่อให้เกิดสิ่งใหม่ในชุมชน ค่าเฉลี่ย 4.44 และรายการที่มีเนื้อหากระทบต่อสภาพชีวิต ความมั่นคงของชีวิต หรือภัยพิบัติที่เกิดขึ้นชุมชน และรายการที่มีเนื้อหาส่งเสริม อนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีภายในชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.39

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ ทำให้เห็นบริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ที่ประกอบด้วยลักษณะประชากร ปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ และพฤติกรรมการบริโภคสื่อทั่วไปของคนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาซึ่งเป็นแนวทางเพื่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาต่อไป

## 2. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ 1) บริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 2) บริบทโทรทัศน์ชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และ 3) การบริหารจัดการเพื่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชน โดยเป็นการศึกษาจากพื้นที่ที่มีความพร้อม คือ พื้นที่โซนทะเลน้อยและพื้นที่โซนคาบสมุทรสติงพระ โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่มย่อย (focus group discussion) และวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (deep interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นผู้นำทางความคิดและเป็นคณะแกนนำขับเคลื่อนกิจกรรมต่างๆ ในพื้นที่ทั้ง 2 พื้นที่ เพื่อหาแนวทางการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ดังผลที่ได้เรียงตามลำดับคือ

1. ผลจากการสนทนากลุ่มย่อย (focus group discussion) เป็นการศึกษาร่วมกันด้วยวิธีการสนทนากลุ่มจากทั้ง 2 พื้นที่ในครั้งเดียวกันเพื่อให้แนวทางในการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ดังผลที่ได้คือ

### 1.1 บริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

ผลการศึกษาจากการสนทนากลุ่มย่อย ประเด็นบริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา พบว่า ลักษณะประชากรในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม มีการทำนา การประมงและทำน้ำตาลโตนดเป็นหลัก มีอาชีพเสริมที่ได้จากการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากตาลโตนดเป็นสินค้าแปรรูปอื่นๆ เพื่อสร้างรายได้เพิ่ม แต่มีสิ่งที่เป็นข้อสังเกตที่น่าสนใจคือ คนในชุมชนส่วนใหญ่จะประกอบด้วยเด็กและผู้ที่มีอายุเกิน 35 ปีขึ้นไป นอกจากนี้ประชากรในพื้นที่ที่มีความพร้อมต่อการรับสภาพอากาศที่แปรปรวน เพราะพื้นที่นี้เป็นพื้นที่ที่เปิดโล่งง่ายต่อการเผชิญหน้าพายุฝนในหน้ามรสุมและเคยเกิดเหตุการณ์อุทกภัยและวาตภัยที่สร้างความเสียหายต่อไร่นาและบ้านเรือนของคนในชุมชน

พื้นที่ทะเลสาบสงขลา ประสบปัญหาในประเด็นต่างๆ คือ ปัญหาด้านเกษตรกรรม วิถีตาลโตนดที่มีมายาวนานถูกหลงลืม ผลผลิตตกต่ำต้นทุนการผลิตสูงจากการทำน้าขาดน้ำเพื่อการเกษตรในฤดูแล้ง การทำน้ายังอาศัยน้ำจากธรรมชาติน้ำอุปโภคไม่เพียงพอ ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมถูกทำลาย ทรัพยากรสัตว์น้ำในทะเลสาบสงขลาลดน้อยลง ปัญหาสังคม คนในชุมชนขาดความสามัคคี มีความแตกแยก ปัญหาการว่างงาน การจัดการเงินทุนหมุนเวียนไม่เป็นระบบครัวเรือนมีหนี้สิน ปัญหาภัยพิบัติธรรมชาติที่เกิดบ่อยขึ้น ขาดการบูรณาการการทำงานของทุกภาคส่วนอย่างจริงจัง ปัญหาทั้งหมดส่งผลกระทบต่อรายได้และชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีผลให้การดำเนินการพัฒนาสู่การเป็นชุมชนนวัตกรรมมีอุปสรรค นอกจากนี้พบว่า ชุมชนมีความต้องการที่จะดำเนินการเพื่อพัฒนาเกษตรกรรม

ภายในชุมชน คือ โรงอนุบาลลูกทุ่งชุมชนเพื่อพัฒนาความรู้ในการดูแลและสามารถนำไปสู่โรงเพาะฟักชุมชนเพื่อให้ชุมชนได้จัดการตนเองและทรัพยากรสัตว์น้ำ ในด้านเศรษฐกิจชุมชน ชุมชนมีความต้องการในการหากระบวนการผลิตสินค้าชุมชน (สบู่ตาล โตนด และน้ำตาลตาล โตนดผง) เพราะชุมชนยังขาดความรู้ ประสบการณ์การผลิต บรรจุภัณฑ์แม่พิมพ์ในการผลิต รวมถึงทุนในการลงทุนจัดหาอุปกรณ์ต่างๆ ยังมีน้อยในการแปรรูปวัตถุดิบพื้นถิ่น หากมีความรู้ในกระบวนการดังกล่าว ชุมชนจะสามารถสร้างอาชีพอื่นเสริมเพื่อให้มีรายได้ในการดำรงชีวิตและส่งลูกเรียนสูงๆ เพื่อที่จะได้ประกอบอาชีพที่ดีต่อไป

“ปัญหาเรื่องสภาพแวดล้อม ขยะ สารเคมี และการเคลื่อนย้ายแรงงาน ขาดคนวัยแรงงานในการขับเคลื่อนภายในชุมชน มีแต่วัยรุ่นและวัยเด็ก ระยะเวลาหลังวัยเด็กก็ไม่สนใจชุมชนแล้ว เพราะเข้าไปเรียนในเมืองเสียเป็นส่วนใหญ่ ไม่ค่อยเลือกเรียนโรงเรียนในชุมชนแล้ว”

(สนทนากลุ่ม, วันที่ 24 พฤษภาคม 2561)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในพื้นที่คาบสมุทรสติงพระได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมด้านบริบทและสภาพปัญหาในพื้นที่มีในเรื่องของผลผลิตทางการเกษตรตกต่ำ การเคลื่อนย้ายคนวัยทำงานไปทำงานต่างถิ่น ทำให้ขาดแรงงานวัยทำงานในการขับเคลื่อนชุมชน ส่งผลให้ชุมชนมีเพียงคนสูงอายุและเด็ก สภาวะอากาศแปรปรวนส่งผลให้พื้นที่เกิดอุทกภัยบ่อยครั้ง

“ผลผลิตทางการเกษตรตกต่ำ การเคลื่อนย้ายคนวัยทำงานไปทำงานต่างถิ่นทำให้ขาดแรงงานวัยทำงานในการขับเคลื่อนชุมชน สภาวะอากาศแปรปรวนส่งผลให้พื้นที่เกิดอุทกภัยบ่อยครั้ง”

(สนทนากลุ่ม, วันที่ 24 พฤษภาคม 2561)

การสนทนากลุ่มย่อยพบข้อมูลเพิ่มเติมว่า หลายพื้นที่ในกลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา กำลังประสบปัญหาความไม่เข้าใจกันระหว่างชุมชนกับภาครัฐ การบริหารจัดการเชิงนโยบายของรัฐบาลมีส่วนร่วมของชุมชนเจ้าของพื้นที่ ดังกรณีตัวอย่างหลายกรณีที่สร้างความแตกแยกให้กับชุมชน เช่น การสร้างเขื่อนกั้นอุทกภัยในพื้นที่ป่าต้นน้ำตลอดแนวจังหวัดพัทลุง ซึ่งคนในชุมชนต้นน้ำเองมีแนวคิดในการใช้ฝายมีชีวิตในการกักเก็บน้ำและป้องกันอุทกภัย ซึ่งสวนทางกับนโยบายของรัฐ

จากสภาพปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ ทำให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเห็นว่าแกนนำควรสร้างและพัฒนาตนเองให้มีทุนทางสังคม รวมถึงพยายามทำการสื่อสารผ่านช่องทางที่มีเครือข่ายจากภายในและภายนอกที่ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือเพื่อหาทางแก้ไขปัญหภายใน

พื้นที่ จากการสืบค้นข้อมูลพบว่าแก่นนำมีความพยายามในการสื่อสารปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ ในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลามาแล้วในก่อนหน้านี้ โดยนำจุดเด่นที่ชุมชนมีอยู่มาเป็นประเด็นในการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นคนในชุมชนในพื้นที่ที่มีความรู้ในการทำมาหากิน มีการทำประมง การใช้ทรัพยากรธรรมชาติมาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ในชุมชนที่มีชื่อเสียงอย่างหัตถกรรมกระจูด เสื้อกระจูด นอกจากนี้ ยังอาศัยทุนธรรมชาติที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน รวมถึงกิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ได้รับการตอบรับจากนักท่องเที่ยว

ประเด็นการสื่อสารที่แก่นนำในพื้นที่ทะเลน้อย ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลามาเสนอผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์ที่ผ่านมามีประกอบด้วย

1. นักข่าวพลเมือง: ควายทะเล ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2551 (<https://www.youtube.com/watch?v=q45rt8P3BmU>)
2. นักข่าวพลเมือง: ไขปลาทะเลน้อย จ.พัทลุง ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2556 (<https://www.youtube.com/watch?v=ki06Rm1IESU>)
3. นักข่าวพลเมือง: ควายในทะเลน้อย จ.พัทลุง ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เมื่อวันที่ 13 มกราคม 2558 (<https://www.youtube.com/watch?v=bK0K0nrIys>)
4. นักข่าวพลเมือง: ทะเลน้อยเตรียมรับมือฤดูการท่องเที่ยว ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ ไทยพีบีเอส เมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2558 (<https://www.youtube.com/watch?v=0sf23I7IN0I>)
5. นักข่าวพลเมือง: ทางเลือกในการซื้อผลิตภัณฑ์กระจูด ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ ไทยพีบีเอส เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2558 (<https://www.youtube.com/watch?v=X0O5019XK8>)
6. นักข่าวพลเมือง: ความหวัง การจัดการแหล่งท่องเที่ยวทะเลน้อย จ.พัทลุง ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2558 (<https://www.youtube.com/watch?v=UBZchIvXifo>)
7. นักข่าวพลเมือง: สังคมสูงวัยที่ชุมชนทะเลน้อย จ.พัทลุง ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ ไทยพีบีเอส เมื่อวันที่ 4 มิถุนายน 2558 (<https://www.youtube.com/watch?v=8RFWrIXthTw&t=58s>)
8. นักข่าวพลเมือง: สานกระจูด สานภูมิปัญญา ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2558 (<https://www.youtube.com/watch?v=55ispkbWxfU&t=6s>)
9. นักข่าวพลเมือง: จุดเปลี่ยนทะเลน้อย ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เมื่อวันที่ 20 มกราคม 2559 (<https://www.youtube.com/watch?v=oldm3XBDkwY>)
10. นักข่าวพลเมือง: ประมงคนทะเลน้อย ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2559 ([https://www.youtube.com/watch?v=UP43-tl\\_zwM](https://www.youtube.com/watch?v=UP43-tl_zwM))

11. นักข่าวพลเมือง: มโนราห์ถิ่นทะเลน้อย จ.พัทลุง ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2560 (<https://www.youtube.com/watch?v=TBedglRzwOI>)

นอกจากการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ แล้วจากการสืบค้นเอกสารพบว่า ในปี 2553 แกนนำในพื้นที่ทะเลน้อยมีการจัดกิจกรรมให้กลุ่มตัวแทนเยาวชนในพื้นที่และจากจังหวัดนครศรีธรรมราช (กลุ่มเด็กได้จายข่าว) เพื่อให้เยาวชนในพื้นที่ได้รู้จักตัวตนและสิ่งต่างๆ ที่เป็นของดีในชุมชน ซึ่งกลุ่มเยาวชนดังกล่าวได้ทำการสื่อสารประเด็นภายในชุมชนทะเลน้อยในนามนักข่าวพลเมืองเยาวชน ประกอบด้วยชิ้นงานสื่อสารดังต่อไปนี้

1. นักข่าวพลเมือง เยาวชน จ.พัทลุง : ประมงทะเลน้อย ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2553 ([https://www.youtube.com/watch?v=NM71bdzIV\\_M](https://www.youtube.com/watch?v=NM71bdzIV_M))

2. นักข่าวพลเมือง เยาวชน จ.นครศรีธรรมราช : ร้านอาหารริมทะเลน้อย ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2553 (<https://www.youtube.com/watch?v=sVDk4pr9ZWE>)

3. นักข่าวพลเมือง เยาวชน จ.พัทลุง : วิกฤตพืชน้ำในทะเลน้อย ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2553 (<https://www.youtube.com/watch?v=h5wOXjW1ao4>)

ทำให้สามารถสรุปประเด็นของการสื่อสารของกลุ่มแกนนำและกลุ่มเยาวชนในพื้นที่ทะเลน้อย ได้ว่า มีการสื่อสารประเด็นเพื่อแก้ไขปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ คือ ประเด็นด้านวิถีชีวิต ประเด็นการจัดการภายในชุมชน ประเด็นการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม และประเด็นเศรษฐกิจภายในชุมชน เพื่อแก้ไขปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ ในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

พื้นที่คาบสมุทรสทิงพระมีประเด็นการสื่อสารเพื่อสะท้อนปัญหาและการพัฒนาในพื้นที่เช่นเดียวกันกับพื้นที่ทะเลน้อยนำเสนอผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์ที่ผ่านมาประกอบด้วย

1. นักข่าวพลเมือง: นาดามภูมิปัญญา ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เมื่อวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2559 (<https://www.youtube.com/watch?v=BrZfF5dKcfE>)

2. นักข่าวพลเมือง: เก็บผัก หาบปลา ที่ท่าหิน ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม 2559 (<https://www.youtube.com/watch?v=9RYjIY2taF4>)

3. นักข่าวพลเมือง: ตาล โตนควิถีชีวิตที่ผูกพันกับชาวสทิงพระ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เมื่อวันที่ 4 เมษายน 2560 (<https://www.youtube.com/watch?v=IDycxBfyRsk>)

4. นักข่าวพลเมือง: ชุมชนเข้มแข็งวิถี โหนด นา เล จ.สงขลา ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2560 (<https://www.youtube.com/watch?v=TEVGVGBMq7M>)



5. นักข่าวพลเมือง: คีนชีวิตสู่วิดีโอ โหนด นา เล จ.สงขลา ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม 2560 (<https://www.youtube.com/watch?v=B-ESmHpWZfM>)

จากการสื่อสารในประเด็นต่างๆ ที่แกนนำได้มีส่วนร่วมถ่ายทอดประเด็นในพื้นที่คาบสมุทรสตงพระ สามารถสรุปประเด็นที่ทำการสื่อสารออกมาได้คือ ประเด็นวิถีโหนดนา เล วิถีชุมชน เกษตรกรรมภายในชุมชน หนทางแห่งการใช้ชีวิตภายใต้สภาวะต่างๆ ในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นเหตุการณ์ที่ต้องรับมืออยู่เสมอ เช่น ภัยพิบัติ สภาวะน้ำท่วมซ้ำซาก เป็นต้น

ผลจากการศึกษาผลการวิจัยจากการสนทนากลุ่มย่อย ในเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อทั่วไปของคนในชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา พบว่า ปัจจุบันสื่อใหม่เข้ามามีบทบาทต่อกิจกรรมของคนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเพิ่มขึ้น แม้ยังคงมีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์อยู่เดิม เพราะเป็นสื่อที่ให้ความบันเทิงภายในครอบครัว แต่การเติบโตของสื่อใหม่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของคนในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเปลี่ยนแปลงไป เช่น พฤติกรรมของวัยรุ่นที่ก่อนนอนจะต้องดูคลิปวิดีโอหนังตะลุงก่อนนอนทุกคืน เป็นต้น

นอกจากนี้ การสนทนากลุ่มย่อย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า การเปิดรับสื่อของชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา มีการเปิดรับสื่อในทุกๆ ด้านและติดตามข่าวสารบ้านเมืองอยู่เสมอ เพื่อนำมาปรับใช้ในการแก้ไขปัญหาในชุมชน นอกจากนี้ ยังติดตามรับชมสื่อโทรทัศน์เพื่อหาหนทางเทคนิคในการสื่อสารเพื่อแก้ไขปัญหา รวมถึงยังใช้สื่อใหม่ในการติดตามรับชมข่าวสารและเสริมข้อมูลความรู้ให้กับตนเอง

การเปิดรับสื่อในทุกๆ ด้านของคนในชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ทำให้ชุมชนสามารถนำมาเป็นข้อมูลในการจัดวางแผนและวางยุทธศาสตร์ภายในชุมชน และเชื่อเชิญให้สื่อโทรทัศน์ที่เข้ามาในพื้นที่ที่จะทำข่าวหรือสื่อสารเรื่องราวในพื้นที่นั้น เพื่อโอกาสนำเสนอเรื่องราวภายในพื้นที่สู่สาธารณะ ชุมชนเลือกติดตามข่าวสารผ่านทางสื่อโทรทัศน์และสื่ออินเทอร์เน็ต ข้อมูลที่ชุมชนติดตามมีหลากหลาย แต่จะเน้นข่าวสารด้านการเฝ้าระวังภัยพิบัติเป็นพิเศษ เนื่องจากพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา มักจะเกิดอุทกภัยอยู่เสมอในฤดูมรสุม นอกจากนี้ เคยประสบเหตุลมพายุกำลังแรงพัดเข้าสู่ในพื้นที่ สร้างความเสียหายให้กับบ้านเรือน พื้นที่การเกษตรของชาวบ้าน ดังนั้น เพื่อเป็นการเฝ้าระวังภัยและเตรียมรับมือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น แกนนำจึงมักติดตามข่าวสารเหล่านี้เสมอทันทีที่มีเวลาว่าง หรือแม้แต่ช่วงเวลาพักรับประทานอาหารกลางวัน

## 1.2 บริบทของโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

ผลการศึกษาจากการสนทนากลุ่มย่อยเกี่ยวกับบริบทโทรทัศน์ชุมชน พบว่า เนื้อหารายการโทรทัศน์ชุมชนควรเป็นเนื้อหารายการที่ทำเพื่อสังคม เนื้อหาที่เกี่ยวกับเคลื่อนไหว

ภายในชุมชน เพื่อลดช่องว่างระหว่างวัย เนื้อหารายการที่ส่งเสริมเศรษฐกิจภายในชุมชน แนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน สภาวะสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน เรื่องของชนบทวัฒนธรรมและการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมความเป็นมาที่มีภายในชุมชน, ประวัติศาสตร์การพัฒนาชุมชน เนื้อหาที่เกี่ยวกับรากเหง้าของชุมชน วิถีชุมชน ภูมิปัญญาชุมชน เนื้อหาที่ส่งเสริมให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นหรือนำเสนอครัวเรือนต้นแบบ ชุมชนต้นแบบเพื่อพัฒนา และเนื้อหาเกี่ยวกับเด็ก

### 1.3 การบริหารจัดการเพื่อการจัดตั้งของสถานีโทรทัศน์ชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำ

#### ทะเลสาบสงขลา

การสนทนากลุ่มย่อยเพื่อหา นโยบาย ทิศทาง วิธีการและกระบวนการบริหารจัดการโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา พบว่า นโยบายหลักที่ควรดำเนินการคือสร้างความเข้าใจสิทธิของการสื่อสารของชุมชน ว่าชุมชนเองมีเครื่องมือและช่องทางในการสื่อสารผ่านสถานีโทรทัศน์ชุมชน ควรให้ทางคณะทำงานดำเนินงานสถานีโทรทัศน์ชุมชนได้ช่วยการสื่อสารภายในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาอย่างต่อเนื่อง ภายใต้แนวคิดของการสื่อสารผ่านโทรทัศน์ชุมชนไว้ว่า “โพนดี ดังดี ดังนาน” เสมือนโพนดีที่เป็นเครื่องมือสื่อสารของคนลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาในอดีต ที่ต้องดีและทำให้ชุมชนได้ขยับเสี่ยงสัญญาณ ไม่ว่าจะเป็สัญญาณเสียงเพลงพระมาแต่โบราณหรือสัญญาณเรียกประชุมของคนในชุมชน เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับโทรทัศน์ชุมชน ดังดีคือโทรทัศน์ชุมชนเป็นเครื่องมือที่ทำให้ทุกคนได้รับข้อมูลข่าวสารความรู้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อคนในชุมชน เป็นของดีในชุมชน ดังนานคือ การคงอยู่ต่อเนื่องของโทรทัศน์ชุมชนกับชุมชน ให้ชุมชนได้พึ่งพาตลอดไป

สำหรับผู้ผลิตเนื้อหารายการในสถานีโทรทัศน์ชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ควรมีการอบรมเพื่อพัฒนาเนื้อหาอย่างต่อเนื่องผ่านเครือข่ายสถาบันการศึกษาและนักวิชาชีพทั้งในและนอกพื้นที่ รวมถึงควรมีกระบวนการวิจัยเข้ามาในการพัฒนาเนื้อหารายการ เพราะข้อมูลจากการวิจัยจะช่วยทำให้เนื้อหารายการมีความเข้มข้นและน่าเชื่อถือมากขึ้น

กระบวนการในการพัฒนาเนื้อหารายการควรมีกองบรรณาธิการออนไลน์ของสถานีโทรทัศน์ชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา เพื่อกำหนดเนื้อหาตามวาระและลำดับความเร่งด่วนของวาระต่างๆ ที่กองบรรณาธิการมีแผนการนำเสนอ

เนื้อหารายการอาจเป็นประเด็นที่สามารถแลกเปลี่ยนกับพื้นที่ใกล้เคียง เช่น ประเด็นด้านภัยพิบัติที่สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลกับทีวีอันดามันม่นลงซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์ที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งสามารถนำเนื้อหาดังกล่าวกระตุ้นเตือนทั้งคนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาและพื้นที่อันดามันได้ ดังในกรณีของพายุปาบึกที่เข้าพัดถล่มเกือบทุกพื้นที่ในภาคใต้

ช่องทางออกอากาศ จากการสนทนากลุ่มพบว่า ช่องทางที่เป็นไปได้ มีประสิทธิภาพและประหยัดงบประมาณมากที่สุดคือ ช่องทางออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ

**2. ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญจาก 2 พื้นที่** เรียงตามลำดับคือ พื้นที่ทะเลน้อย และพื้นที่คาบสมุทรสติงพระ ดังรายละเอียดคือ

2.1 นายฉิ้น บัวบาน บ้านเลขที่ 186 หมู่ 3 ตำบลนางตุง อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง อาชีพ ข้าราชการบำนาญ อายุ 65 ปี โทรศัพท์ 081-5364082 ฐานักอนุรักษ์ทะเลน้อย นักขับเคลื่อนกิจกรรมภายในชุมชน อดีตสมาชิกสภาผู้ชมและผู้ฟังไทยพีบีเอส (TPBS) และผลักดันกลุ่มเยาวชนทำการสื่อสารในพื้นที่

2.1.1 บริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นายฉิ้น กล่าวถึงลักษณะประชากรของคนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาว่า

“ประชากรจะมีผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย และมีประชากร ผู้สูงอายุ เด็กวัยทำงาน จำนวนเฉลี่ยเท่ากัน ลักษณะการประกอบอาชีพไม่มีความหลากหลายเพราะในอดีตประชากรจะประกอบอาชีพประมงเป็นหลัก แต่ปัจจุบันจะมีอาชีพที่เกี่ยวกับเรื่องการท่องเที่ยว ทั้งด้านอาหารผู้ประกอบการร้านค้า ร้านอาหาร เรือนำเที่ยว ที่พัก และการประกอบอาชีพหัตถกรรมจากกระจูดทั้งสานและแปรรูป ส่วนเรื่องการทำนาลงแต่ยังการประกอบอาชีพนี้อยู่บ้างในโซนนาตอนบนของทะเลน้อย ส่วนการประมงลดลงมาๆ เนื่องจากฐานทรัพยากร แต่กลับผันวิถีเป็นการหาสายบัว รากบัวจำหน่ายเป็นสินค้าชุมชนที่มีความสำคัญมากในปัจจุบัน”

นอกจากนี้ นายฉิ้นระบุถึงสภาพปัญหาของพื้นที่ทะเลสาบสงขลา โดยแบ่งประเด็นเป็นปัญหาในพื้นที่ ปัญหาสังคม ปัญหาเศรษฐกิจและปัญหาด้านการศึกษาว่า

“ปัญหาในพื้นที่แยกออกเป็นสถานการณ์ทางสิ่งแวดล้อมซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ เช่น วัชพืช น้ำเสีย น้ำท่วม น้ำแล้ง ที่ดำเนินต่อไปและทวีความรุนแรงมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากไม่มีมาตรการควบคุมที่ดีและจริงจังจากทุกฝ่ายส่งผลต่อความเป็นอยู่ วิถีชีวิต การประกอบอาชีพ และสุขภาพของคนในชุมชน”

“ปัญหาสังคมมีความเกี่ยวโยงจากปัญหาสิ่งแวดล้อม เมื่อคนแย้งซึ่งทรัพยากร ก็ส่งผลต่อความสามัคคีของคนในชุมชน เช่น การทำอาชีพหัตถกรรมกระจูด เกิดกลุ่มการแปรรูปขึ้นมากมายแย่งพื้นที่ แย่งวัตถุดิบในการผลิต ไม่เกิดการรวมตัวส่งเสริมร่วมกัน การท่องเที่ยวเกิดทำเรือนำเที่ยวหลายจุดที่ไม่สามารถควบคุมราคากลางได้ ไม่สามารถควบคุมมาตรฐานการให้บริการได้ ปัญหาสังคมส่วนที่สอง ด้านยาเสพติด เพิ่มรุนแรงในทุกรูปแบบ ผู้เสพผู้ค้ำมียาเสพติดที่หลากหลายมากขึ้นในกลุ่มช่วงวัยที่อายุน้อยลง รวมถึงการพนัน หวย ไพ่ ไฮโล

โดยเฉพาะก่อนช่วงสงกรานต์และในช่วงสงกรานต์ที่เกิดเป็นธุรกิจมืด คาซิโนขนาดย่อมในชุมชนแทบทุกบ้าน”

“ปัญหาด้านเศรษฐกิจ เกิดกลุ่มทุนที่ได้ผลประโยชน์เพียงกลุ่มเดียวที่ได้เอารัดเอาเปรียบคนในชุมชน ถึงแม้ว่าจะอยู่ในภาพการรวมกลุ่มให้ชาวบ้านส่งเสริมอาชีพเป็นรูปธรรม ชาวบ้านรายได้และอาชีพมากขึ้นในชุมชน แต่ถ้ามองอย่างแท้จริงชาวบ้านถูกเอาเปรียบอย่างมาก เช่น คนจำหน่ายผลิตภัณฑ์กระจับจ้อในราคาที่ต่ำแต่ขายในราคาสูง ส่วนการวิ่งเรื่อนำเที่ยวก็ส่งผลต่อคนที่ใช้บริการ เนื่องจากกลุ่มทุนไม่หนุนให้ได้รับบริการ”

“ปัญหาเรื่องการศึกษาเด็ก จะมีค่านิยมไปเรียนต่อในเมือง โรงเรียนขนาดใหญ่ในอำเภอหรือในระดับจังหวัด แต่โรงเรียนในท้องถิ่นกลับเหลือน้อยทำให้โรงเรียนถูกยุบมีนักเรียนเพียง 200-300 คนต่อ 1 โรงเรียน ส่วนการส่งเสริมการเรียนรู้ กศน. มีในตำบลแต่ไม่มีการส่งเสริมให้เด็กมาเรียน ในไม่ช้ามีความกังวลว่าจะหายไปทีละทีละคน”

พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อทั่วไป พบว่า จะเปิดรับสื่อที่นำเสนอเนื้อหาที่มีเรื่องราวเกี่ยวกับการดำรงชีวิต และช่องทางในการเปิดรับที่มีอิทธิพลมากขึ้นคือ ช่องทางออนไลน์หรือสื่อใหม่

“ส่วนการรับรู้ข่าวสารมีการรับรู้ข่าวสารพอสมควร แต่เพียงรับรู้แต่ไม่เข้าถึง แต่ถ้าข่าวสารเรื่องผลประโยชน์ปากท้องชาวบ้านจะให้ความสำคัญและให้ความสนใจมาก เพราะคิดว่าเป็นเรื่องของตนเอง”

“สื่อใหม่มีอิทธิพลมาก ส่วนสื่อโทรทัศน์จะได้รับความนิยมเรื่องความบันเทิง เช่น รายการบันเทิงในช่องทีวีที่มีรายการเกมส์โชว์ สารคดี ละครหลังข่าวภาคค่ำ ส่วนสื่อกระแสหลัก เช่น ช่อง 3 ช่อง 7 ยังได้รับความนิยมเรื่องข่าวสารอยู่แต่คนรุ่นใหม่ได้รับความนิยมการดูผ่านสื่อออนไลน์ในทุกข่าวสาร”

“ชุมชนทะเลน้อยมีสื่อท้องถิ่นส่วนที่ส่งข่าวสารราชการ เช่น มีการประชาสัมพันธ์ของคนในท้องถิ่น มีการประกาศข่าวสารผ่านหอกระจายข่าวเรื่องข่าวสารราชการจากผู้นำชุมชน”

ความต้องการโทรทัศน์ชุมชน พบว่า ต้องการเห็นคนในชุมชนมีส่วนร่วมในโทรทัศน์ชุมชน

“เรื่องแรกมีความต้องการให้มีโทรทัศน์ชุมชนที่เกิดจากคนในท้องถิ่นในชุมชนสื่อสารเพื่อคนในชุมชน เพราะคิดว่าคนในท้องถิ่นรู้ว่าคนในท้องถิ่นต้องการอะไร จึงมีความจำเป็นในการเติมเต็ม คนในท้องถิ่นรู้ห้วงเวลาว่าคนในท้องถิ่นต้องการอะไรในห้วงเวลาใด เรื่องที่สองเรื่องการปรับทัศนคติของคนในท้องถิ่น การพัฒนาคุณภาพชีวิต ความเป็นไปของโลก ปัจจุบัน

มีเรื่องซุกซุกซำว่าเท่านั้นที่ได้รับความนิยม หรือแม้แต่ข่าวราชการและข่าวอื่นๆ ที่ส่งต่อข่าวจากผู้ที่ส่งต่อชาวบ้าน แต่เรื่องของชาวบ้าน โดยชาวบ้าน ไม่มี”

2.1.2 บริบทโทรทัศน์ชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการศึกษาผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นายฉิ้น บัวบาน กล่าวถึงบริบทโทรทัศน์ชุมชนว่า โครงสร้างองค์กรควรสร้างการมีส่วนร่วมกับทุกฝ่ายในชุมชน มีกลุ่มแกนนำที่ร่วมทำงานที่มีความหลากหลาย และไม่หลงลืมการสร้างคนรุ่นใหม่ให้มีโอกาสในการบริหารและผลิตรายการในโทรทัศน์ชุมชน

“โทรทัศน์ชุมชนเป็นเรื่องใหม่ที่คนในชุมชนจะเข้ามาเป็นเจ้าของในการจัดสรรโทรทัศน์ชุมชน จึงมีความจำเป็นต้องคิดโครงสร้างที่ชุมชนจัดการได้อย่างมีส่วนร่วมเป็นรูปธรรมผ่านการใช้วิธีการฝึกอบรม และดึงคนในชุมชนทุกฝ่าย กลุ่มที่หลากหลายการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการผ่านฝ่ายต่างๆในการบริหารที่วิชุมชน และกลุ่มที่มีความสำคัญคือคนรุ่นใหม่ในการผลิตและสื่อสาร (สื่อกลาง) ในการเชื่อมโยงปัญหาในชุมชนสู่การแก้ปัญหาโดยการสื่อสาร”

รูปแบบและเนื้อหารายการควรมีการออกแบบ และขอคำปรึกษาจากผู้รู้แต่ละประเด็น มีการประชุมเรื่องผังรายการผ่านการทำงานของคณะทำงานทุกเพศทุกวัย

“รูปแบบและเนื้อหาต้องมีข้อมูลชัดเจน ไม่ควรจะคิดเอง ควรจะประชุมแผนการผลิต สอบถามชุมชนผ่านผู้รู้แต่ละประเด็นก่อนการผลิตนำสื่อสาร มีการประชุมปรับผังรายการบ่อยครั้งในคณะทำงานและคณะทำงานต้องทุกมีทุกเพศทุกวัย และมีความหลากหลายของช่วงวัย รูปแบบการนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ เพราะสามารถดูที่ไหนเวลาไหนก็ได้ และมีการพัฒนาช่องทางออกอากาศทั้งโทรทัศน์ชุมชนที่ออกทางโทรทัศน์ วิทยุ และการออนไลน์ และหากมีช่องทางการสื่อสารผ่านแผ่นป้ายด้วยถือว่าเป็นสิ่งที่ดี และการส่งเสริมการอบรมสัมมนาการเรียนรู้ในชุมชนถือเป็นการสื่อสารอีกรูปแบบ”

2.1.3 การบริหารจัดการเพื่อการจัดตั้งโทรทัศน์ชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการศึกษาสัมภาษณ์เชิงลึก นายฉิ้น บัวบาน กล่าวถึงการบริหารจัดการโทรทัศน์ชุมชนลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาว่า ควรมีการทำความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับโทรทัศน์ชุมชนของคนในชุมชนรอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา โครงสร้างองค์กรควรเชื่อเชิญบุคคลที่มีความถนัด เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ มาร่วมขับเคลื่อนองค์กร แต่โครงสร้างองค์กรไม่ควรเป็นโครงสร้างขนาดใหญ่ นอกจากนี้ควรให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการร่างกฎ กติกาของโทรทัศน์ชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา การจัดทำรายได้มาจากการผลิตสื่อให้ชุมชนหรือหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง หรือควรมีรายได้จากภาษีท้องถิ่น และให้ชุมชนเข้ามาหาทุนเสริมเพื่อจัดทำรายได้ให้สถานีโทรทัศน์ชุมชนได้ดำเนินการต่อไป

“โทรทัศน์ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ควรเป็นโทรทัศน์ที่สร้างความรู้ความเข้าใจลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ทั้งจังหวัดสงขลา พัทลุง นครศรีธรรมราช ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน และนำเสนอโดยชุมชนสู่การเปลี่ยนแปลงเพื่อยกระดับชุมชนสู่สากล”

“โครงสร้างองค์กรใช้องค์ประกอบโดยการอาศัยคนกล่าวคือ บุคคลที่มีความถนัดแต่ละด้าน และนำมาเติมเต็มซึ่งกันและกันผ่านการฝึกอบรมในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของชุมชนได้ เช่น การบริหารจัดการคนไม่จำเป็นต้องมากบริหารด้วยข้อมูล ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ ด้านการพัฒนา และความฟายที่ปรึกษา ด้านกฎหมาย ด้านการปฏิบัติการ ด้านการพัฒนา ด้านแหล่งทุน ด้านส่งเสริมเครือข่าย ด้านประชาสัมพันธ์องค์กร และอาจอ้างอิงรูปแบบของโทรทัศน์ขนาดใหญ่ และมีการแลกเปลี่ยนเนื้อหาความรู้บุคคล ส่วนการมีส่วนร่วมแน่นอนว่าต้องมาจากคนในชุมชนผ่านฝ่ายต่างๆ ตามความเหมาะสมและมีมติร่วมของการประชุม มาจากการร่างกฎเกณฑ์ในการบริหารจัดการ ไม่ควรจะมาจกคนใดคนหนึ่งเขียน จะต้องมาจากตัวสังคม”

“การมีส่วนร่วม จะต้องมาจากการร่วมร่างกฎเกณฑ์การใช้เสียก่อนเพราะมีความเชื่อว่าคนหากมีความเข้าใจในการใช้กฎเกณฑ์แล้วก็ไม่ง่ายที่จะปฏิบัติตามเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมที่แท้จริงได้ไม่ยาก ในส่วนของกฎเกณฑ์กติกานั้นก็ต้องเกิดจากการประชุมวางแผนและตั้งระเบียบภายใต้การเสนอและยอมรับ รับผิดชอบร่วมกันด้วย การมีส่วนร่วมในการใช้ภายใต้การร่วมกันเพื่อป้องกันเหตุการณ์ในอนาคตที่จะเกิดขึ้น หากมีปัญหาในระบบ ความไม่เข้าใจ อาจมีกรรมการอีกฝ่ายในการจัดการปัญหาตรงนี้เพราะเกิดหลายชุมชนมาทำงานร่วมกันของทีวลุ่มน้ำฯ แล้วแน่นอนว่าต้องมีความไม่เข้าใจกัน”

“มาตรฐาน ไม่ควรจะเทียบกับทีวีกระแสหลัก เพราะต้องมีระดับการสื่อสารเน้นเรื่องการสื่อสารเป้าหมายการสื่อสารมากกว่าคุณภาพการผลิต เน้นเรื่องจริยธรรม ไม่กระทบสิทธิการสื่อสาร ไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น ส่วนเนื้อหาจากการรวบรวมข้อมูลในการดำเนินการ ที่สำคัญเราสามารถควบคุมเนื้อหาได้ เช่นเนื้อหาที่เป็นปัญหาใหญ่กระทบในวงกว้างอาจต้องกำหนดรูปแบบให้นำเสนอได้”

“ในลุ่มน้ำฯ ประชากรมากกว่า 1.8 ล้านคน ไม่รวมประชากรแฝง ความเป็นสากลต้องมีความหลากหลายของชุมชนความแตกต่างของบุคคล มาตรฐานการผลิตอย่างเข้าถึงสิทธิหน้าที่ ระดับการผลิตต้องมาตรฐานและระดับที่หลากหลายพอสมควร”

“การจัดหารายได้ในการขับเคลื่อนควรเป็นทีวีที่มีรายได้ที่แน่นอน ประการที่หนึ่งต้องเป็นนิติบุคคลที่หารายได้เองได้ สามารถผลิตสื่อได้ ควรมีรายได้จากภาษีท้องถิ่น ชุมชนเข้ามาหนุนเสริม เพราะเราเป็นทีวีที่ไม่แสวงหาผลกำไร ท้องถิ่นควรส่งเสริม และมีกฎหมายคุ้มครอง ระบุวัตถุประสงค์เงิน”

2.2 นายบุญฤทธิ์ ทวีสุข บ้านเลขที่ 165 หมู่ 2 ตำบลพนางตุง อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง อาชีพเกษตรกร อายุ 69 ปี โทรศัพท์ 087-4664842 สมาชิกสภาพัฒนาองค์กรชุมชน จังหวัดพัทลุง และนักกิจกรรมในพื้นที่ทะเลน้อย ทำการสื่อสารเรื่องราวทะเลน้อยผ่านบทกลอน

2.2.1 บริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นายบุญฤทธิ์ พบว่า คนในพื้นที่ทะเลสาบสงขลาเคยมีความรู้สึกคาดหวังต่อการพัฒนาของรัฐ แต่ทุกครั้งที่คาดหวังกลับผิดหวังในทุกครั้ง ในพื้นที่มีแต่ผู้สูงอายุและเด็ก คนวัยทำงานย้ายไปทำงานในเมืองใหญ่ ปัญหาในพื้นที่คือการพัฒนาที่ไม่ทั่วถึง ปัญหาการเสื่อมโทรมในทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และการขาดความสามัคคีของคนในลุ่มน้ำ พฤติกรรมการบริโภคสื่อทั่วไป เด็กวัยรุ่นจะบริโภคสื่อออนไลน์ และผู้สูงอายุจะติดตามข่าวสารผ่านทางสื่อโทรทัศน์

“คนทะเลน้อยเคยคาดหวังการพัฒนาในพื้นที่ แต่ทุกครั้งความคาดหวัง เป็นเพียงแค่ความหวังที่ไม่มีจริง”

“ลักษณะประชากร คนทะเลน้อยแบ่งออกเป็นกลุ่มคือ กลุ่มเด็กเยาวชนจะ อยู่ในช่วงวัยเรียนซึ่งอยู่ในชุมชนเรียนตามมาตรฐานการศึกษา อาศัยอยู่กับกลุ่มวัยสูงอายุในชุมชน สองกลุ่มนี้มีสถิติเท่ากัน ส่วนกลุ่มวัยทำงานจะ ไปทำงาน ในจังหวัดอื่น มีส่วนน้อยที่ยังคงอยู่บ้าน สังคมของคนส่วนใหญ่อยู่แบบครอบครัวใหญ่ ในหนึ่งครอบครัวจะอยู่กันทั้งพ่อแม่ลูก ปู่ย่า ตายาย เขยสะใภ้เป็นสังคมเครือญาติ เป็นกลุ่มชุมชนที่มีประชากรอยู่กันอย่างหนาแน่น”

“ปัญหาที่มีมาช้านานที่รัฐไม่ได้เหลียวแลคือ ถนนหนทางที่มีความ ต้องการขยายมากขึ้น การจัดการร้านค้าริมทะเลน้อยที่ถูกไล่เส้นทางปิดบังทะเลสาบ และปัญหาด้าน ทรัพยากร จะเห็นได้ว่า ทะเลน้อยเปลี่ยนไปทะเลสาบตื้นเขิน สัตว์น้ำน้อยลงจนใช้ค่าได้ว่า แทบหมดไปจากทะเลน้อยขึ้นทุกวัน ปัญหาคนในชุมชนขาดความสามัคคีกันอย่างรุนแรง คนสองตำบลติดกันมีการปกครองดูแลด้วยหน่วยงานของรัฐที่ไม่เหมือนกันจนเกิดข้อ เปรียบเทียบ การปกครองที่แบ่งการปกครองจนทำให้ขาดความปรองดองกัน สถานการณ์ดอกบัว บานไม่ตรงตามฤดูกาล การแก้ไขปัญหาวัชพืชในทะเลน้อยที่เพิ่มขึ้นทุกปี การจัดการการท่องเที่ยว ที่ทับซ้อนกันอย่างเห็นได้ชัดจากการจัดสรรผลประโยชน์ไม่ลงตัว และปัญหาความเข้มแข็งของ ชุมชนที่ควรจะมีแต่กลับหายไปทุกวัน”

“พฤติกรรมการบริโภคสื่อ แบ่งคนได้ 3 กลุ่มดังนี้ กลุ่มผู้สูงอายุยังเลือกอ่าน หนังสือพิมพ์ และสื่อทีวีเพื่อติดตามข่าวสารบ้านเมืองและเสพหนังสือตลิ่ง หรือความบันเทิงอื่นๆ มีการ รับรู้ข่าวสารออนไลน์ผ่าน ไลน์ต่างๆ แต่ส่วนตัวของลุงนั้นทำไม่เป็น ตอนนี้มีมาศึกษาเล่นได้ระดับหนึ่ง เท่านั้นแต่คิดว่าต้องเรียนรู้ให้ตามทันมากขึ้น กลุ่มวัยทำงานก็ดูสื่อผ่านโทรศัพท์ทั้งยูทูป เฟซบุ๊ก ไลน์

มากมาย กลุ่มเค้กรับข่าวสารผ่านโทรศัพท์เช่นกัน สื่อบุคคลในชุมชนหนาแน่นแบบนี้ถือว่ามิบทบาทมาก ทำหน้าที่ไม่ขาดสาย แต่สารนั้นควรมีคุณภาพเพื่อทำให้คนเกิดการพัฒนา”

2.2.2 บริบทโทรทัศน์ชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นายบุญฤทธิ์ พบว่า โครงสร้างองค์กรควรมีกลุ่มตั้งต้น และให้ชุมชนมีส่วนร่วมขับเคลื่อนเพื่อการบริหารและการผลิตที่ส่งผลต่อการพัฒนาชุมชนในมิติต่างๆ

“คิดว่าความสำคัญในการก่อตัวก่อการให้เกิดโครงสร้าง ควรมีกลุ่มบริหารตั้งต้น ในการจัดตั้งเพื่อเป็นต้นแบบที่วิชุมชนผ่านฝ่ายที่เกี่ยวข้องและมีฝ่ายผู้มีส่วนร่วมในชุมชน ผ่านกลุ่มอาชีพ กลุ่มขับเคลื่อนเพื่อพัฒนาชุมชนในมิติต่างๆ และหนุนเสริมจากท้องถิ่น เป็นวาระร่วมกันในการผลักดันทีวีให้ไปได้เพื่อสื่อสารเรื่องราวที่มีประโยชน์ให้แก่คนในชุมชน อาทิ เรื่องอาชีพ ช่องทางอาชีพที่หลากหลาย คนต้นแบบ ปัญหาสังคมที่มีความจำเป็นต้องยกขึ้นมาพูดคุยร่วมกันในบางเรื่อง”

“ชุมชนควรเข้ามามีส่วนร่วมทุกกลุ่มทุกฝ่ายและมีช่วงวัยที่หลากหลาย ทั้งระบบการบริการและการผลิตสื่อ รวมถึงบริหารช่องทางการสื่อสาร โดยมีพี่เลี้ยงที่มีความรู้ความสามารถด้านการสื่อสารมาคอยอบรมและจัดการระบบร่วมกัน”

2.2.3 การบริหารจัดการเพื่อการจัดตั้งโทรทัศน์ชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นายบุญฤทธิ์ พบว่า ควรเริ่มต้นจากการรวมตัวกันของแกนนำที่มีอุดมการณ์เดียวกัน ก่อรูปโครงสร้างองค์กรและการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา มีการประชุมวางแผนในการออกแบบรายการและเนื้อหาการร่วมกับชุมชนผ่านช่องทางเผยแพร่ออนไลน์ การจัดหารายได้ ผ่านหน่วยงานส่วนท้องถิ่นเข้ามาหนุนเสริมและจัดทำกิจกรรมที่หารายได้เข้าสถานีฯ

“แนวทางให้แต่ละพื้นที่แต่ละโซน ในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาที่เป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจกันในการที่อยากเห็นทีวีชุมชนเกิดขึ้น มาประชุมร่วมกันในครั้งแรกด้วยตัวแทนแต่ละโซน เพื่อจัดตั้งกรรมการบริหารลุ่มน้ำฯ กำหนดนโยบายทีวี กำหนดรูปแบบ เนื้อหา ตารางผังการออกอากาศ รายได้งบประมาณ การประชาสัมพันธ์และเข้าผู้วาระของสมาคมลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และควรมีองค์กรทางการศึกษานักวิชาการจากสถาบันรอบลุ่มน้ำฯ มาหนุนเสริมในการบริหารจัดการเป็นภาคีร่วมกัน”

“รูปแบบเกิดจากการพูดคุยวางแผนทางร่วมกันแล้วจากวงประชุมและควรเป็นสื่อสารชาวบ้านผลิตได้ไม่จำกัดกรอบการผลิตจนทำให้ไม่ใช้งานของชุมชน แต่จำกัดเนื้อหาและประเด็นตามความเหมาะสมจากคณะกรรมการร่วม ช่องทางออนไลน์ และสื่อที่สามารถสื่อสารได้ แต่ควรมีช่องทางตรงการในการสื่อสารร่วมกัน”



“การจัดการรายได้ ควรมีการจัดการรายได้ที่มีหน่วยงานส่วนท้องถิ่นเข้ามาหนุนเสริมและจัดทำกิจกรรมที่เกิดรายได้ให้กับองค์กร”

2.3 นางสาวณิชญา ทองคำ อาชีพ ลูกจ้างส่วนราชการ (เขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลน้อย) ผู้ประสานงานและทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนในพื้นที่ทะเลน้อยและเขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลน้อย

2.3.1 บริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นางสาวณิชญา พบว่า บริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลามีลักษณะประชากรที่มีคนส่วนใหญ่อยู่กันครอบครัวใหญ่ เด็กจะอาศัยอยู่กับผู้สูงอายุ คนวัยทำงานจะย้ายไปทำงานในเมืองใหญ่ เมื่อเด็กเติบโตจะถูกผลักดันให้ไปเรียนในเมืองใหญ่ ในพื้นที่รอบลุ่มน้ำฯ ประกอบอาชีพหัตถกรรม เกษตรกรรม ประมง และท่องเที่ยว ปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ พบว่า มีปัญหาด้านเศรษฐกิจ ค่าครองชีพสูงแต่รายได้ต่ำ ปัญหาสังคม ปัญหาวัยรุ่นที่คึกคะนองและสร้างความเดือดร้อนให้กับชุมชน ปัญหาทรัพยากรธรรมชาติที่ลดลง ระบบนิเวศขาดสมดุล พฤติกรรมการรับสื่อทั่วไป ผ่านการรับฟังเสียงตามสายเพื่อรับฟังข่าวประชาสัมพันธ์และกิจกรรมต่างๆ ในชุมชน

“คนส่วนใหญ่อยู่กันแบบครอบครัวใหญ่ เด็กจะอยู่กับคนแก่ คนวัยทำงานจะออกไปทำงานต่างจังหวัดเมืองใหญ่ส่งเงินกลับบ้านมาให้ครอบครัวและเมื่อเด็กได้เรียนสูงขึ้นก็ถูกผลักดันให้ไปเรียนในโรงเรียนในเมือง ประชากรประกอบอาชีพสานกระจุค ประมง ค้าขาย การท่องเที่ยว และประมง แต่คนวัยทำงานนอกบ้านส่วนใหญ่จะรับราชการหรือภาคธุรกิจ”

“ปัญหาด้านเศรษฐกิจค่าครองชีพการจับจ่ายใช้สอยในชุมชนน้อยลง ปัญหาสังคม เด็กเยาวชนบางส่วนติดยาเสพติด น้ำกระต๋อม ไม่ได้เรียนต่อ ปัญหาการขับริดจักรยานยนต์สร้างความรำคาญในชุมชน ทั้งถนนหลักและเส้นเล็กในชุมชนเกิดอันตรายต่อชาวบ้าน ปัญหาทรัพยากรแน่นอนว่า สถิติที่อยู่เขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลน้อยมีสถิตินกอพยพแต่ละปีลดน้อยลงและเปลี่ยนแปลงมากขึ้น นกบางชนิดที่เคยมาก็กลับไม่มา เกิดจากความสมบูรณ์ที่ไม่สมดุลกัน สัตว์น้ำลดน้อยลง บางชนิดสูญพันธุ์ไปจากทะเลน้อย ปัญหาน้ำเสีย น้ำดื่มเงิน วัชพืชเพิ่มขึ้น”

“ที่ได้รับฟังก็มีสื่อเสียงตามสายตอนเช้า หรือประกาศจากผู้นำชุมชนเรื่องสวัสดิการจากรัฐ การเข้าร่วมประชุมในชุมชนหมู่บ้านต่างๆ งานวัด งานกฐิน งานบุญ งานศพ”

2.3.2 บริบทโทรทัศน์ชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นางสาวณิชญา พบว่า ไม่ทราบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโทรทัศน์ชุมชนก่อนหน้านี้ แต่ควรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชนรับรู้ ทำความเข้าใจในโทรทัศน์ชุมชน รวมถึงควรมีการมีส่วนร่วมของชุมชนรูปแบบและเนื้อหารายการในสถานีโทรทัศน์ชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาควรเป็นเนื้อหา

ที่เน้นประโยชน์ให้กับชุมชน การจัดการรายได้ผ่านการประชุมร่วมกันเพื่อหาแนวทางในการจัดการรายได้ให้สถานีโทรทัศน์ชุมชนลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาดำเนินการต่อไปได้

“ไม่มีข้อมูลการจัดการเรื่องทีวีชุมชนมากนัก แต่ที่รับรู้ได้คือ หากทุกหน่วยงานและชุมชน มีพื้นที่ในการสื่อสารร่วมกันจะเกิดผลดีในการสร้างความเข้าใจร่วมกันของทุกฝ่ายในการบริหารจัดการชุมชน ใครจัดกิจกรรมอะไร งบประมาณเป็นอย่างไรก็สามารถตรวจสอบได้ ควรมีโอกาสทำงานที่มาจากชุมชนและหน่วยงานทุกหน่วยงานในพื้นที่ทะเลน้อย ในการบริหารทีวีชุมชน สร้างการมีส่วนร่วม ในการคิดเนื้อหา ประเด็นและสิ่งที่จะสื่อสารในการแก้ไขปัญหาชุมชนที่ทับซ้อนร่วมกันมากขึ้น”

“สื่อกลางในการพูดคุยระหว่าง ประชาชน หน่วยงานและรัฐ ในการแก้ไขปัญหาหรือนำเสนอแนวคิดการพัฒนาที่ประชาชนต้องการอย่างแท้จริง เนื้อหาเน้นเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ เป็นพื้นที่ให้เยาวชนได้สื่อสาร มีเนื้อหาที่เด็กและเยาวชนในชุมชนสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ เช่น ด้านภาษา ศิลปวัฒนธรรม”

2.3.3 การบริหารจัดการเพื่อการจัดตั้งโทรทัศน์ชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นางสาวณิชาญา พบว่า การบริหารองค์กรควรเป็นโครงสร้างที่คนลุ่มน้ำฯ สามารถมีส่วนในการบริหาร ผ่านตัวแทนของแต่ละพื้นที่ เนื้อหารายการควรเป็นเนื้อหาที่คนลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

“การบริหารก็เหมือนที่กล่าวมาข้างต้น แต่อาจเป็น โครงสร้างที่ใหญ่ขึ้นในรูปแบบคนทั้งลุ่มน้ำฯ ในการบริหารร่วม ตัวแทนของแต่ละพื้นที่คือคนที่จัดวางกรอบแนวคิดจากพื้นที่ได้ในการทำงาน”

“เป็นเนื้อหาที่คนทั้งลุ่มน้ำฯ สามารถเป็นประโยชน์ได้และพัฒนาไปสู่วงกว้างให้คนทั่วประเทศได้เข้าใจร่วมเป็นวาระของสังคมต่อไป”

“การจัดการรายได้ เป็นการคิดร่วมกันและการระดมกองทุนส่วนกลางในการจัดการรายได้ จากทุกช่องทางในการให้ทีวีและคนทำงานอยู่ได้อย่างยั่งยืน”

2.4 นายสมใจ เกื้อนุ่น อาชีพธุรกิจส่วนตัว โทรศัพท์ 081 445 5991 อดีตรองนายกเทศมนตรี ตำบลทะเลน้อย นักพัฒนาชุมชนผลักดันกิจกรรมเพื่อพัฒนาชุมชน ผลักดันเรื่องสินค้าชุมชน การเลี้ยงควายน้ำ และช่วยขับเคลื่อนกิจกรรมเพื่อแก้ปัญหาภายในชุมชน

2.4.1 บริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นายสมใจ พบว่า ในพื้นที่มีกลุ่มผู้สูงอายุอาศัยอยู่มาก ประกอบอาชีพประมง เกษตรกรรม ค้าขายและท่องเที่ยว ปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ ปัญหาที่สำคัญที่สุดคือ ปัญหาด้านทรัพยากรธรรมชาติที่เสื่อมโทรมลง ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา นอกจากนี้ ปัญหาเยาวชน

เลือกที่จะเข้าศึกษาในโรงเรียนในตัวเมือง ทำให้ผู้ปกครองมีค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น และเยาวชนแทบไม่มีความสัมพันธ์กับชุมชนมากเท่าที่ควร

“คนทะเลน้อยมีประชากรแฝงน้อย ส่วนใหญ่เป็นคนท้องถิ่นดั้งเดิมและมีกลุ่มผู้สูงอายุ มีสังคมผู้สูงอายุอยู่มากในท้องถิ่น ชุมชน ส่งผลต่อการประกอบอาชีพคือ ประมงที่ยังคงทำอยู่แต่ทรัพยากรลดลง การทำนา ทำสวน ค้าขาย และการท่องเที่ยว”

“ปัญหาที่เห็น ได้ชัดคือปัญหาทรัพยากรที่สร้างความกังวลใจให้กับคนสูงอายุที่เห็นการเปลี่ยนแปลงมาในรอบ 40 ปีที่ผ่านมาจะเห็น ได้ชัดถึงพื้นที่ที่เปลี่ยนไป ทะเลน้อยน่าเป็นห่วงว่าในไม่ช้า ไม่เกิน 20 ปีเราอาจจะไม่มีทะเลน้อยให้เห็นอีกต่อไป ทะเลบัวแดงขึ้นชื่อของเราแทบจะไม่สามารถเรียกแขกได้ ควายน้ำที่มีกระแสน้ำโด่งดัง แต่มองย้อนกลับคนเลี้ยงควายน้อยลงจากปัญหาพื้นที่เลี้ยงควาย อาหารควาย การจำกัดสิทธิตามกฎหมายมากมาย เหล่านี้ล้วนเป็นปัญหาของทะเลน้อย สถานการณ์ที่เป็น โอกาสคือ การท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนเราจะเห็นได้ว่ามีมากมายในพื้นที่โดยรอบของบ้านเรา แต่กลับเป็นปัญหาอะไรที่มีเรื่องเงินทองมักเป็นปัญหาของชุมชน ปัญหาการศึกษาเยาวชนไปเรียนในตัวจังหวัดมากขึ้นแทบจะไม่มีเด็กเรียนในตัวตำบล ส่งผลให้ผู้ปกครองมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ในการส่งเสริม เยาวชนในทุกวันนี้ส่งผลให้เยาวชนห่างบ้านห่างชุมชน ไปตั้งแต่เช้ากลับค่ำความสัมพันธ์การรับรู้เรื่องราวในชุมชนกลับหายไป”

2.4.2 บริบทโทรทัศน์ชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นางสาวณิชญา พบว่า คนในชุมชนควรเป็นส่วนหนึ่งในการบริหารองค์กร แบ่งตามความถนัดและความต้องการมีส่วนร่วม ควรมีคณะทำงานที่ช่วยเสริมสร้างทักษะให้กับคนในชุมชนในด้านต่างๆ ที่ช่วยพัฒนาสถานีฯ

“คนในชุมชนทุกกลุ่มควรมีเป็นส่วนหนึ่งในคณะทำงานของฝ่ายต่างๆ ในทีวีชุมชน ตามความถนัดและการแต่งตั้งคัดสรรจากการประชุม หลังจากมีคณะทำงานส่งเสริมบุคคลด้วยการพัฒนาความสามารถเพราะทีวีชุมชนเป็นสิ่งใหม่เราจึงควรมีการเรียนรู้จัดอบรมให้เข้าใจและสามารถทำงานตามเป้าหมายร่วมกันได้”

2.4.3 การบริหารจัดการเพื่อการจัดตั้งโทรทัศน์ชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นางสาวณิชญา พบว่า สถานีโทรทัศน์ชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาควรมีคณะทำงานจากตัวแทนในทุกพื้นที่ แบ่งเป็นคณะกรรมการบริหารฝ่ายต่างๆ และผู้มีความสามารถด้านสื่อและนักวิชาการเป็นพี่เลี้ยงในบริหารงาน มีการวางรูปแบบ เนื้อหารายการ และการจัดหารายได้ผ่านการประชุมของคณะทำงาน มาตรฐานรายการมีหลากหลายระดับ เพื่อเสรีภาพในการสื่อสารและช่องทางที่มีคุณภาพการสื่อสารหลากหลายระดับ

“เมื่อเป็นที่วิถุ่มน้ำฯ ก็ควรมีคณะทำงานจะทุกจังหวัดซึ่งเป็นตัวแทนจากโครงสร้างของคณะทำงานของแต่ละจังหวัดในการเป็นคณะกรรมการบริหารฝ่ายต่างๆ และควรมีผู้ที่มีความสามารถด้านสื่อเข้ามาเป็นที่ปรึกษาหรือพี่เลี้ยงในการบริหารงาน รวมถึงนักวิชาการสถาบันการศึกษาในคณะทำงานตามโครงสร้าง”

“รูปแบบข้อตกลงจากการประชุมคณะทำงาน มาตรฐานควรมีหลายระดับ เพื่อเสริมในการสื่อสารและคุณภาพการสื่อสารหลายระดับ”

“การจัดการรายได้ หาแนวทางร่วมกันจากการประชุมระดับลุ่มน้ำฯ”

2.5 นายพิเชษฐ์ พรหมเช็ด บ้านเลขที่ 138 หมู่ 12 ตำบลชะมวง อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง อาชีพพนักงานราชการเทศบาลตำบลพนาสูง จังหวัดพัทลุง อายุ 38 ปี โทรศัพท์ 091-985 8723 พัฒนาชุมชนตำบลพนาสูง ทำงานร่วมกับครุฑัน ผู้ดูแลตลาดนัดในชุมชน งานทะเลน้อยร้อยรัน งานท่องเที่ยว งานสินค้าโอท็อปและแอดมินแฟนเพจ “อัยยะ ทะเลน้อย”

2.5.1 บริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นายพิเชษฐ์ พบว่า ลักษณะประชากรในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเป็นผู้สูงอายุมีหลายประเภทคือ ไม่สนใจชุมชน เข้าร่วมกลุ่มตามความสนใจและเป็นนักขับเคลื่อนในชุมชน ปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ พบปัญหาสังคม เรื่องยาเสพติด การไร้คนสืบทอดคิดวัฒนธรรมในชุมชน ปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมที่ทำให้ทรัพยากรลดลง และปัญหาการพัฒนาภาครัฐที่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรในพื้นที่

“ประชากรส่วนใหญ่จะรับสารที่เป็นประโยชน์เท่านั้น ผู้สูงอายุมีหลายประเภทกลุ่มแรกเป็นกลุ่มที่ทำงานของตนเองไม่สนใจเรื่องของชุมชนและมีส่วนร่วม กลุ่มที่สองเป็นกลุ่มที่เข้าร่วมกิจกรรมตามความสนใจและกลุ่มที่สามที่เป็นกลุ่มนักขับเคลื่อนชุมชน ถือเป็นจุดแข็งของทะเลน้อย แต่คนทะเลน้อยมีความแข็งแรงไม่ค่อยมีการปรับตัวจึงทำให้เกิดพัฒนาการในทุกด้าน”

“ปัญหาสังคม เรื่องยาเสพติด การพนันในชุมชนถือเป็นเรื่องที่ต้องได้รับแก้ไขปัญหา เรื่องศิลปวัฒนธรรมเป็นจุดเด่นที่มีในชุมชนแต่ไม่มีการส่งเสริมพัฒนาให้ได้สืบทอดและส่งเสริมให้เป็นหน้าตาของชุมชน ได้ทั้งที่สืบทอดกันทุกบ้าน ปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อม ทะเลน้อยทรัพยากรลดลงทุกด้านจนน่าเป็นห่วง ปัญหาเรื่องการพัฒนาของภาครัฐที่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรครั้งแล้วครั้งเล่า”

2.5.2 บริบทโทรทัศน์ชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นายพิเชษฐ์ พบว่า องค์ประกอบของสถานีโทรทัศน์ชุมชนควรมีทุกฝ่ายเข้ามาบริหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง รูปแบบรายการต้องน่าสนใจ และเนื้อหารายการเป็นประโยชน์ต่อชุมชน เผยแพร่ผ่านทางช่องทางออนไลน์และควรเผยแพร่ผ่านสื่อวิทยุชุมชนที่มีอยู่ในพื้นที่อยู่แล้ว

“ควรมีทุกฝ่ายเข้ามาบริหารที่วิชุมชน โดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นถือเป็นการบริการสังคมและสร้างพื้นที่สื่อสารร่วมกันให้มากขึ้น”

“รูปแบบสื่อที่น่าสนใจ เนื้อหาที่ประโยชน์ อาชีพ การทำมาหากิน การแก้ปัญหาท้องถิ่น กิจกรรมของชุมชน และออกอากาศผ่านออนไลน์และวิทยุชุมชน โดยคนในชุมชนนำร่องแล้วค่อยขยายสู่เสาตัญญาณ”

2.5.3 การบริหารจัดการเพื่อการจัดตั้งโทรทัศน์ชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นายพิเชษฐ พบว่า การจัดการรายได้ควรผ่านองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นผ่านการเขียนแผนของงบประมาณในทุกปีงบประมาณ

“การจัดการรายได้คิดว่างบประมาณขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริการสังคมมีตามกฎหมาย หากมีการประชุมและจัดงบประมาณตามวาระล่วงหน้าในปีงบประมาณ ก็สามารถหนุนเสริมกิจการส่วนนี้ได้ตามความต้องการของชุมชนเพราะเป็นการบริการชุมชนที่เป็นประโยชน์”

2.6 นางสาวรัชชนก หอมขาว บ้านเลขที่ 165 หมู่ 8 ตำบลพนาสูง อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง อาชีพเกษตรกร อายุ 54 ปี โทรศัพท์ 087-890012 สมาชิกสภาผู้ชมและผู้ฟังสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส นักขับเคลื่อนกิจกรรมภายในชุมชนร่วมกับครุฑ

2.6.1 บริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นางสาวรัชชนก พบว่า ในพื้นที่เยาวชนได้รับการศึกษาเป็นอย่างดี คนวัยทำงานจะโยกย้ายไปทำงานในเมืองใหญ่ มีผู้สูงอายุยังคงประกอบอาชีพภายในชุมชน จุดเด่นของชุมชนคือคนหนึ่งสามารถทำงานได้มากกว่าหนึ่งอาชีพ สินค้าภายในชุมชนขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งโทรทัศน์ชุมชนสามารถเข้ามาช่วยส่งเสริมสินค้าชุมชนให้มีระบบที่ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้โทรทัศน์ชุมชนสามารถส่งเสริมให้ศิลปวัฒนธรรมในชุมชนได้รับการถ่ายทอดและสืบทอดต่อไป พฤติกรรมการบริโภคสื่อทั่วไปมีวิทยุชุมชนที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางราชการ และสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในกลุ่มเยาวชน

“เด็กวัยเรียนได้รับการศึกษาร้อยเปอร์เซ็นต์เต็ม ส่วนคนวัยทำงานก็ออกไปทำงานนอกบ้าน ส่วนใหญ่ที่อยู่ในชุมชนจะมีวัยผู้สูงอายุที่ยังคงทำประมง ทำนา ค้าขาย และที่เห็นได้ชัดคือการทำหัตถกรรมกระจูดที่ให้ทุกวัน ได้มีรายได้เสริม เนื่องจากต้นทุนของคนในพื้นที่มีการรองรับของอาชีพ คนหนึ่งคนสามารถทำงานได้มากกว่าหนึ่งอาชีพเพื่อเลี้ยงครอบครัวของตัวเอง”

“ที่จริงคนที่ทะเลน้อยมีโอกาสหลายอย่างที่กล่าวคือ มีอาชีพเสริมในเรื่องเศรษฐกิจ ที่ได้มีรายได้แต่ขาดการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่ดี เช่น การทำกระจูด หากไม่มีการสื่อสารออกไปในวงกว้างปัญหาและการหนุนเสริมเรื่องเหล่านี้ก็ยังไม่ได้รับการแก้ไขปัญหานั้นเอง

หากเกิดที่วิชุมชนขึ้นมา อาจทำให้เข้าได้สื่อสาร พัฒนาคุณภาพ และตลาด รวมถึงการแก้ปัญหา วัตถุประสงค์คือ กระจัดในพื้นที่ที่ไม่มีแล้วให้กลับมามีกระจัดฐานเพื่อสืบสานภูมิปัญญาเอาไว้ได้ เปิด โอกาสเปิดโลก ศิลปวัฒนธรรมมีปัญหาที่ไม่มีการสืบทอดแต่กลับเป็นเอกลักษณ์ที่มีอยู่ในทุกบ้าน ด้วยความพยายามสืบทอดและยังคงรักษา”

“ส่วนใหญ่จะบริ โภคสื่ออยู่ในชุมชนในพื้นที่แคบ ตรงนี้ผ่านสื่อชุมชน วิชชุมชน โดยมีข่าวสารทางราชการที่มาจากข่าวสารให้ประชาชนในชุมชนรับรู้เท่านั้น แต่ไม่ได้ สื่อสารมุมมองอื่นผ่านชุมชนให้คนในชุมชนตระหนักร่วมกัน และสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ผ่านคน รุ่นใหม่มากกว่า สื่อทั่วไปก็มีการดูทีวีสื่อกระแสหลักอยู่บ้าง แต่ไม่ได้รับรู้สื่อในชุมชนผ่านสื่อ กระแสหลักได้”

2.6.2 บริบทโทรทัศน์ชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์ เจริญลักษณ์ นางสาวธัญชนก พบว่า องค์ประกอบโทรทัศน์ชุมชน ควรมีคนในชุมชนเข้าไปร่วมด้วย แม้จะมีทีมผลิตเข้ามาในพื้นที่แต่ไม่สามารถสื่อสารได้ดีเท่ากับทำงานร่วมกับคนในชุมชน การมีส่วนร่วมควรมี 2 ระดับคือ ให้ข้อมูล และชุมชนสามารถสื่อสารได้ด้วยตัวเอง คุณภาพการผลิต ในระยะแรกควรจุดประเด็นให้สนใจในการสื่อสารและสร้างมีส่วนร่วมในการนำเสนอ ระยะที่สอง คือการพัฒนาคุณภาพของบุคลากร คุณภาพชิ้นงาน เติมความต้องการเพิ่มเติมให้เป็นนักสื่อสารได้ ด้วยตัวเอง มาตรฐานการผลิตไม่จำกัดคนในชุมชนในการผลิต หากต้องการมาตรฐานการผลิตที่สูง ควรมีทีมผลิตสื่อที่มีประสบการณ์เข้ามาร่วมผลิตกับคนในชุมชน

“โครงสร้างต้องมีคนในชุมชนเข้าไปร่วมด้วย หากให้ทีมสื่อทำโดยเฉพาะ ทีมผลิต เชื่อว่าไม่สามารถสื่อสารเรื่องราวดีๆ และอีกหลากหลายเรื่องราวในชุมชนออกไปได้ เพราะคนในชุมชนยอมรับเรื่องราวในชุมชนดีกว่าชุมชนต้องการอะไร ต้องการให้เกิดทำงานการบริหารแบบเป็นระบบมีฝ่ายทุกฝ่าย”

“ต้องการการสร้างการมีส่วนร่วมทั้งส่วนร่วมประการที่หนึ่งในการให้ ข้อมูล ประการที่สองเรื่องการผลิตที่ต้องผลิตเองได้ในส่วนของชุมชนและกลุ่มเยาวชนหรือกลุ่ม อาชีพต่างๆ ที่ควรมีข่าวสารเล็กๆ นำเสนอผ่านพวกเขาเองไปได้”

“คุณภาพในการผลิตในระยะแรกควรเป็นการจุดประเด็นในการสื่อสาร ไม่ เน้นคุณภาพงานแต่เน้นประเด็น เนื้อหาที่จะสื่อสารและสร้างการมีส่วนร่วมในการนำเสนอ หลังจากนั้นพัฒนาคุณภาพคน คุณภาพชิ้นงานผ่านการฝึกอบรมการผลิต เติมความต้องการให้เข้า เป็นนักสื่อสารด้วยตัวเองได้ ทั้งนี้ทั้งนั้น ไม่ควรเอามาตรฐานการผลิตที่มีคุณภาพมาจำกัดการผลิต ของชุมชน อาจต้องมีทีมผลิตที่มีคุณภาพอีกทีมในการผลิตชิ้นงานที่เป็นสากลได้เพื่อนำเสนอในมุม ที่กว้างมากขึ้นจับกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ใช่คนพื้นที่ได้ด้วย”

“ความฝันอยากเห็นเสาที่ส่งสัญญาณในพื้นที่ แต่อาจจะเริ่มต้นจากการผลิตเล็กๆ สื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์แล้วค่อยขยับเป็นทีวีที่มีเสาส่งอย่างเต็มรูปแบบในอนาคตในการสื่อสารที่กว้างกว่าที่ผ่านมา”

2.6.3 การบริหารจัดการเพื่อการจัดตั้งโทรทัศน์ชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นางสาวชญชนก พบว่า ควรมีการประชุมตัวแทนในแต่ละโซนรอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ร่วมออกแบบโทรทัศน์ชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และออกแบบการบริหารเป็นกลุ่มใหญ่ที่เป็นตัวแทนจากทุกโซน และในแต่ละโซนจะมีแกนนำที่ทำการสื่อสารเรื่องราวเพื่อนำเสนอในโทรทัศน์ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา คุณภาพงานควรเป็นประโยชน์ต่อทุกพื้นที่รอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา การจัดทำรายได้เริ่มจากการลงขันแต่ละโซน เพื่อแสดงความเป็นเจ้าของร่วมกัน และดำเนินการขั้นต่อไปในการหาวิธีหารายได้ของสถานีโทรทัศน์ชุมชนลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาต่อไป

“การบริหารจัดการทีวีลุ่มน้ำฯ ควรมีตัวแทนของแต่ละโซนเข้ามาประชุมร่วมกันในการออกแบบทีวีลุ่มน้ำฯ ในตัวแทนในนามของคนลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาในเรื่องราวทั้งหมด ที่กลุ่มทั้งหมด การบริหารโครงสร้าง คือแต่ละโซน เช่น โซนทะเลน้อยควรมีกรรมการของทะเลน้อยที่ทำเรื่องราวของทะเลน้อยสื่อสารในภาพลุ่มน้ำฯ โซนทะเลน้อยก่อนแล้วไปรวมที่กลุ่มกลางในนามทีวีลุ่มน้ำฯ”

“คุณภาพงานของกลุ่มน้ำฯ ที่สามารถที่จะเป็นประโยชน์ให้กับพี่น้องทั้งสามจังหวัดได้และขยับให้ไปสู่สากลให้คนทั่วประเทศได้รับรู้”

“จุดเริ่มต้นการจัดหารายได้เริ่มจากการลงขัน เพื่อแสดงความเป็นเจ้าของร่วมกัน ในการลงทะเบียนในการเป็นเจ้าของร่วมกันแล้วค่อยขยับในการหาวิธีในการจัดหารายได้ใน การให้องค์กรอยู่ได้ ซึ่งแหล่งทุนบริหารจัดการให้มั่นคง แต่เชื่อมั่นว่าเครือข่ายลุ่มน้ำฯ ที่ทำงานเพื่อสังคมจะผลักดันให้เราทำให้ทีวีลุ่มน้ำฯ มีความยั่งยืนได้”

2.7 นางสาวเสาวนิจ ปากบารา บ้านเลขที่ 33 หมู่ 13 ตำบลช้างซ้าย อำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช อายุ 30 ปี ผู้ผลิตรายการอิสระ ผู้เขียนบทสารคดี และนักสื่อสารชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

2.7.1 บริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นางสาวเสาวนิจ พบว่า พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเป็นพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว คนในชุมชนมีความผูกพันกับธรรมชาติผ่านวิถีของคนลุ่มน้ำฯ แต่ปัจจุบันมีการพัฒนาของหน่วยงานภาครัฐกำลังทำให้วิถีคนลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเปลี่ยนแปลงไป

“พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา มีวิถีทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ รวมถึงวิถีชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติที่แตกต่างกันในลุ่มน้ำฯ ตอนบนทะเลสาบเป็นพื้นที่ป่าพรุจะมีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับกระดาด ตอนกลางทะเลสาบจะผูกพันกับการวิถีเกษตรกรรม ไม่ว่าจะเป็นการทำนาทำสวนยางพารา และวิถีตาล โตนด ตอนล่างของทะเลสาบจะเป็นวิถีประมงและวิถีคนเมืองเพราะมีเมืองเศรษฐกิจสำคัญในภาคใต้”

“ปัญหาที่เห็นได้ชัดในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเวลานี้ เห็นจะเป็นเรื่องของนโยบายรัฐที่เข้ามาพัฒนาพื้นที่ แต่ทำให้วิถีในพื้นที่เปลี่ยนแปลงไป”

2.7.2 บริบทโทรทัศน์ชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นางสาวเสาวนิจ พบว่า องค์ประกอบโทรทัศน์ชุมชนคือ ชุมชนและเครือข่าย ชุมชนมีประเด็นและเครือข่ายมีองค์ความรู้ใหม่ๆ เพื่อการพัฒนาศักยภาพในการดำเนินงานโทรทัศน์ชุมชนรูปแบบรายการควรมีทั้งมาตรฐานเทียบเท่าโทรทัศน์ทั่วไปและมาตรฐานที่เป็นลักษณะของชุมชนทำชุมชนผลิต

“องค์ประกอบของโทรทัศน์ชุมชน คือ ชุมชนและเครือข่าย มีชุมชนย่อมมีประเด็น ประเด็นที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทั้งภาพรวมและรายประเด็น ส่วนการมีเครือข่ายเครือข่ายคือศักยภาพ ศักยภาพในการนำเสนอประเด็น ประเด็นสู่การเปลี่ยนแปลงเพื่อยกระดับชุมชนสู่สากล”

“รูปแบบรายการควรมีทั้งรูปแบบรายการที่เป็นมาตรฐานรายการทั่วไปกับรูปแบบรายการที่เป็นมาตรฐานแบบชาวบ้านหรือคนในชุมชนทำ ควบคู่กันไปในสถานีโทรทัศน์ชุมชน”

2.7.3 การบริหารจัดการเพื่อการจัดตั้งโทรทัศน์ชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นางสาวเสาวนิจ พบว่า มีการกำหนดโครงสร้างการทำงานที่ชัดเจนสร้างความเข้าใจในโทรทัศน์ชุมชนให้กับผู้นำชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบ ไม่ล้มที่จะสร้างคนรุ่นใหม่เพื่อนำเสนอเรื่องราวในชุมชน และเนื้อหารายการควรมีผลการวิจัยในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาซึ่งมีการวิจัยอยู่มากมาย มาผลิตให้คนในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาได้ทราบ การมีส่วนร่วมของชุมชนควรเปิดโอกาสในการพัฒนาศักยภาพการสื่อสารในแต่ละชุมชนเพื่อพัฒนาประเด็นในพื้นที่

“มีการกำหนดโครงสร้างบริหารจัดการที่มีความชัดเจนในการดำเนินงาน มีแผนงานที่นำสู่การปฏิบัติได้”

“ควรมีการสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องโทรทัศน์ชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาให้กับผู้นำชุมชนและหน่วยงานท้องถิ่นได้ทราบ”



“สร้างกลุ่มคนรุ่นใหม่ในชุมชนนำเสนอเรื่องราวในชุมชน”

“เนื้อหารายการควรมีการนำเสนอเนื้อหาจากการวิจัยที่มีอยู่มากในกลุ่มน้ำมาผลิตรายการให้คนกลุ่มน้ำฯ ได้เข้าใจสภาพปัญหาในปัจจุบัน นอกจากนี้ควรมีการวางแผนการสื่อสารในแต่ละระยะเพื่อการขับเคลื่อนเนื้อหา”

“เปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพของการสื่อสารในแต่ละชุมชนและแต่ละประเด็นในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา”

2.8 นางพูนทรัพย์ ชูแก้ว บัณฑิตที่ 11/4 หมู่ 7 ตำบลท่าหิน อำเภอสตงิ่งพระ จังหวัดสงขลา อาชีพเกษตรกร อายุ 57 ปี นักขับเคลื่อนกิจกรรมภายในชุมชน เลขานุการศูนย์ประสานงานองค์กรชุมชนคาบสมุทรสตงิ่งพระ เลขานุการเครือข่ายชุมชนเพื่อฟื้นฟูและพัฒนาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผู้ประสานงานการทำแผนบริบทลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา กรรมการสภาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผู้ประสานงานชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตำบลท่าหิน ประธานเครือข่ายภัยพิบัติตำบลท่าหิน อำเภอสตงิ่งพระ

2.8.1 บริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นางพูนทรัพย์ พบว่า ลักษณะประชากรประกอบอาชีพเกษตรกร เลี้ยงปลาคูสวด์ และทำประมง ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ลดลง ส่งผลกระทบต่อผลิตทางการเกษตร นอกจากนี้ มีปัญหาดังคม เรื่องของยาเสพติดที่ระบาดในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ส่งผลกระทบต่อความเข้มแข็งของชุมชน พฤติกรรมการเปิดรับสื่อทั่วไป พบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ และสื่อใหม่ ผู้สูงอายุรับสื่อผ่านทางแอปพลิเคชันไลน์ และไลฟ์สด วัยรุ่นเปิดรับสื่อออนไลน์เป็นหลัก ความต้องการโทรทัศน์ชุมชนเพื่อการสื่อสารในเรื่องของภัยพิบัติให้เข้าถึงคนในชุมชนได้มากขึ้น

“ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกี่ยวกับตาล โคนดตั้งแต่ผลอ่อนทำลูกตาลขาย ทำน้ำตาลสดขาย ทำน้ำตาล โคนด ถึงแปรรูปน้ำตาลและสบู่จากตาล และขนมจากลูกตาล การทำนา และการทำประมง และการเลี้ยงสัตว์ที่มากคือ การเลี้ยงวัว ประชากรส่วนใหญ่จะเป็นวัยผู้สูงอายุ”

“ปัญหาด้านที่สิ่งแวดล้อมประกอบด้วยทะเลสาบตื้นเขิน พันธุ์สัตว์น้ำลดน้อยลง ระบบน้ำทะเลสาบสงขลาไม่เอื้อต่อการปล่อยพันธุ์สัตว์น้ำ เรื่องของกฎหมายที่ส่งผลกระทบต่ออาชีพการจับเครื่องมือหาปลา “ไอ้โง่” (เครื่องมือประมงซึ่งมีลักษณะที่เป็นลอบแบบพับได้ มีงา สลับช่องกันทั้งซ้ายและขวา) เพราะทำหินไม่ได้ทำลายล้างด้วยไอ้โง่ ปัญหาที่ปากอ่าวทะเลสาบสงขลาถูกปิดกั้นทำให้สัตว์น้ำที่จะเข้ามาเจริญเติบโตในทะเลสาบสงขลาตอนกลางของท่าหินก็ไม่สามารถเข้ามาได้ ทำให้มีสัตว์น้ำน้อยลง แม้กระทั่งทำหินตั้งกลุ่มอนุรักษ์และเฝ้าระวัง แต่ก็ไม่สามารถทำให้สัตว์น้ำเพิ่มขึ้นเหมือนในอดีต ได้เพียงแค่ให้คงสภาพไม่ให้แย่ไปกว่าเดิมเท่านั้น

เรื่องของนาข้าวที่ทำด้วยสารเคมี ส่งผลให้น้ำไหลลงสู่ทะเลสาบสงขลา ชาวนาไม่ได้กำหนดราคาข้าว แต่โดนกำหนดราคาข้าวด้วยนายทุน ทำให้ชาวนาขาดทุน และกินข้าวที่มีสารเคมี ปัญหาไม้สตั้วน้ำในทะเลสาบตายไม่ทราบสาเหตุในบางช่วงเวลา เรื่องปัญหาการเลี้ยงหมู จี๋หมูทำให้ทะเลตื้น น้ำเสีย ปัญหาสังคม ที่สำคัญเรื่องของยาเสพติด วัยรุ่นติดยามากไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ ปัญหาลักขโมย ปัญหาท้องก่อนวัยอันควร เรียนไม่จบ ทำให้สอดคล้องต่ออาชีพต่อเด็กรุ่นนี้ไม่สามารถประกอบอาชีพเลี้ยงตัวเองได้”

“ส่วนใหญ่คูทีวี แต่ก็ยังมีการฟังวิทยุและมาได้รับความนิยมน คนสูงอายุจะรับสื่อผ่านไลน์และการไลฟ์สด วัยรุ่น ก็ดูออนไลน์เป็นส่วนใหญ่”

“มีหอกระจายข่าวบ้าง แต่ที่เราทำก็เป็นการสื่อสารผ่าน ไลน์เรื่องการจัดการภัยพิบัติในชุมชนของเรา และหากมีโทรทัศน์ชุมชนจะช่วยให้การสื่อสารดังกล่าวกระจายตัวมากขึ้น”

2.8.2 บริบทโทรทัศน์ชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นางพูนทรัพย์ พบว่า องค์ประกอบของโทรทัศน์ชุมชนควรมีการดึงคนในชุมชนทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาร่วมทำงานด้วย เพราะคนในชุมชนแต่ละกลุ่มมีจุดเด่นและจุดด้อยที่แตกต่างกัน แต่ละกลุ่มสามารถช่วยเหลือส่งเสริมกันได้ เนื้อหารายการควรเป็นเรื่องวิถีของชุมชน เศรษฐกิจ การแก้ปัญหาสังคม และการจัดการภัยพิบัติให้คนในชุมชน

“น่าจะดึงการมีส่วนร่วมของคนทุกวัย ทุกอาชีพ หน่วยงานราชการในโครงสร้าง เพราะวัยสูงอายุอาจจะทำการสื่อสาร ไม่ถนัด ได้วัยเด็กมาช่วยด้านเครื่องมือการผลิต และมีทีมและสามารถสอนการผลิตมาจัดฝึกอบรมให้เยาวชนก็เป็นการสร้างจิตสำนึกให้เยาวชนสำนึก รักบ้านเกิด รักทะเลสาบได้มากขึ้นอีกทางนอกจากการที่เราทำวิถีไหนคนนาเล ทำให้คนรักทะเลสาบมากขึ้น โดยมีผู้ใหญ่มาดูแลคนรุ่นใหม่เข้ามาทำงาน แต่ต้องได้รับความร่วมมือจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้รับความรู้และหนุนเสริมเพื่อให้งานมีผลสัมฤทธิ์มากขึ้น”

“เป็นเรื่องวิถีชีวิตของชุมชน และเน้นเรื่องของทะเลสาบสงขลา เพราะเป็นแหล่งอาหารอาจจะเป็นเรื่องของเศรษฐกิจ เช่น การแปรรูปผลิตภัณฑ์ต่างๆ เรื่องสังคม เรื่องยาเสพติด และเรื่องของการจัดการภัยพิบัติให้คนในชุมชนได้ตื่นรู้”

2.8.3 การบริหารจัดการเพื่อการจัดตั้งโทรทัศน์ชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นางพูนทรัพย์ พบว่า โครงสร้างองค์กรควรมีจุดย่อยในแต่ละโซน และมีจุดกึ่งกลางเป็นสถานีฯ หลัก ควรมีการเผยแพร่ให้คนนอกพื้นที่ได้ทราบเนื้อหาด้วย การจัดหารายได้ควรจัดหาผ่านการระดมทุนและงบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

“อาจจะมีจุดย่อยแต่ละ โชนและมีจุดรวมเป็นสถานีฯ หลัก และสามารถ ออกอากาศที่กว้างให้คนในภาคอื่นๆ ได้รับรู้ได้ด้วย ในเรื่องที่สำคัญได้แยกออกเน้นการ สื่อสารภายในและภายนอก”

“ภายในสื่อสารง่าย ๆ ไม่จำกัดรูปแบบและวิธีการ แต่ภายนอก สื่อสารเรื่อง ระดับนโยบายและทำสื่อในรูปแบบที่มีมาตรฐานที่น่าชมและเรื่องที่ชุมชนประสบความสำเร็จให้ เป็นต้นแบบได้”

“การจัดการรายได้ มีการระดมทุน ทอดผ้าป่า ตั้งมูลนิธิ งบประมาณภาครัฐ ที่เป็นภาษีที่ชาวบ้านจะใช้ได้ งบประมาณกลาง”

2.9 นางจวบ แดงเหมือน บ้านเลขที่ 28 หมู่ 6 ตำบลท่าหิน อำเภอสิงหนคร จังหวัด สงขลา อาชีพเกษตรกร อายุ 61 ปี คณะทำงานและขับเคลื่อนกิจกรรมภายใต้ศูนย์เรียนรู้วิถีไหนค-นา-เล ตำบลท่าหิน อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา

2.9.1 บริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นางจวบ พบว่า ลักษณะประชากรมีความสัมพันธ์แบบเครือข่าย ประกอบอาชีพเกษตรกรรม และประมง คนในชุมชนสามารถทำอาชีพที่หลากหลายในพื้นที่เดียวกัน คนวัยทำงานทำงานนอกพื้นที่ ในเมืองใหญ่ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ เปิดรับสื่อบุคคล เพราะไม่มีเวลาดูโทรทัศน์

“ประชากรมีความสัมพันธ์อยู่แบบเครือข่าย มีอาชีพทำนา เกี่ยวกับไหนค และทำประมง บางครอบครัวทำทั้ง 3 อาชีพในพื้นที่เดียวกัน”

“ปัญหาคนวัยทำงาน ทำงานนอกบ้านในเมืองในสงขลา หาดใหญ่ ที่ผู้สูงอายุอยู่บ้านกับเด็ก ปัญหาราคาสินค้าแพง”

“คูทีวีแทบจะไม่มีเวลาดู สื่อสารบุคคลมากกว่า”

2.9.2 บริบทโทรทัศน์ชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์ เชิงลึก นางจวบ พบว่า องค์ประกอบของโทรทัศน์ชุมชน เบื้องต้นคนในชุมชนสามารถร่วมเสนอ ประเด็นได้ ส่วนการผลิตคิดว่าคนในชุมชนทำได้ยาก ต้องมีคณะทำงานที่เชี่ยวชาญด้านนี้และคนใน ชุมชนมีหน้าที่ดูแลประเด็นในการนำเสนอ เนื้อหารายการควรเป็นเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อการ พัฒนาตัวเองของคนในชุมชน

“ถ้าให้รวมก็สามารถร่วมในการเสนอประเด็นได้ แนะนำและให้ข้อมูล ได้ ส่วนในการผลิตสื่อคงจะยาก แต่ก็คิดว่าควรมีคนที่มีความรู้เข้ามาอยู่ในโครงสร้าง ชุมชนมีส่วนร่วม โดยการเป็นเจ้าของเสนอเรื่องที่ยากทำ ใครมีความสามารถที่จะสื่อสารก็มีพื้นที่ให้สื่อสารได้”

“เนื้อหาที่เป็นประโยชน์ สอนอาชีพ เรื่องใกล้ตัว ให้เยาวชนในชุมชน สามารถพัฒนาตัวเองสร้างแรงบันดาลใจได้”

2.9.3 การบริหารจัดการเพื่อการจัดตั้งโทรทัศน์ชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นางจวบ พบว่า โครงสร้างองค์กรประกอบด้วยแกนนำจากพื้นที่รอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา มีการประชุมกำหนดวาระการทำงานสื่อสาร ผ่านคณะทำงานที่ครอบคลุมทุกกลุ่มและทุกสาขาอาชีพ เนื้อหารายการควรนำเสนอเรื่องของพื้นที่ทะเลน้อย ทะเลสาบสามน้ำ การเฝ้าระวังภัยพิบัติ การส่งเสริมอาชีพ และบุคคลที่สร้างแรงบันดาลใจ

“มีส่วนร่วมทั้ง 3 ท้องถิ่น มีการประชุม ตามวาระที่ชัดเจน ของทุกกลุ่ม มีทุกอาชีพทุกกลุ่ม”

“เรื่องของทะเลสาบสามน้ำ ภัยพิบัติ อาชีพรายได้ สร้างแรงบันดาลใจ”

2.10 นางประทวง ขวัญอ่อน บ้านเลขที่ 36 หมู่ 7 ตำบลท่าหิน อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา อาชีพเกษตรกร อายุ 61 ปี คณะทำงานและขับเคลื่อนกิจกรรมภายใต้ศูนย์เรียนรู้วิถีโหนด-นา-เล ตำบลท่าหิน อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา

2.10.1 บริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์ นางประทวง พบว่า ปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ เป็นปัญหาทางด้านทรัพยากรธรรมชาติที่ลดลง สภาพอากาศที่แปรปรวน ปัญหาสุขภาพของคนในชุมชนที่ต่ำลง และปัญหาสังคม

“ปัญหาเรื่องปลาน้อยลง ภัยพิบัติ ฝนแล้ง น้ำท่วม ฝนตกไม่ตามฤดูกาล โรคพืช สุขภาพมีโรคใหม่ๆ เกิดขึ้น เด็กติดเกมส์ ดิคาเสพติดคน้ำกระท่อมทุกหลัง เกิดการลักขโมย”

2.10.2 บริบทโทรทัศน์ชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์ นางประทวง พบว่า องค์กรประกอบของโทรทัศน์ชุมชน คนในชุมชนควรเป็นเจ้าของ และสนับสนุนด้วยผู้รู้เข้ามาช่วยพัฒนาทักษะให้กับคนในชุมชน ช่องทางเผยแพร่ควรช่องทางไลน์ เชื่อมสัญญาณกับวิทยุชุมชนในพื้นที่

“ให้คนในชุมชนมีความเป็นเจ้าของ โครงสร้างต้องมีทุกฝ่ายมาช่วยกันหนุนเสริม มีผู้รู้เข้ามาผลิตและสอนชาวบ้าน”

“ควรมีช่องทางไลน์ หรือเชื่อมสัญญาณเสียงผ่านทางสถานีวิทยุ และเสียงตามสายในชุมชน”

2.10.3 การบริหารจัดการเพื่อการจัดตั้งโทรทัศน์ชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์ นางประทวง พบว่า รูปแบบและเนื้อหารายการควรเป็นเรื่องที่เป็นประโยชน์ในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา มีเนื้อหาเกี่ยวกับภัยพิบัติ คุณภาพงานไม่ควรจำกัด เพื่อไม่กีดกันไม่ให้คนในชุมชนหยุดแรงบันดาลใจในการลงมือทำ แต่เนื้อหาต้องไม่กระทบกระเทือนใคร และการจัดหารายได้ควรเป็นการระดมทุนจากชุมชน

“รูปแบบและเนื้อหารายการควรเป็นเรื่องที่มีประโยชน์ร่วมกัน เรื่องทะเลสาบ เรื่องแจ้งภัยพิบัติ คุณภาพไม่จำกัดชาวบ้านในการผลิตแต่ควรรื่องเนื้อหา แต่ความถูกต้องไม่กระทบใคร”

“การจัดหารายได้ ระดมทุนจากชุมชน”

2.11 นางประยูร ศรีสุกใส บ้านเลขที่ 37/1 หมู่ 7 ตำบลท่าหิน อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา อาชีพเกษตรกร อายุ 64 ปี คณะทำงานและขับเคลื่อนกิจกรรมภายใต้ศูนย์เรียนรู้วิถี โหนด-นา-เล ตำบลท่าหิน อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

2.11.1 บริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นางประยูร พบว่า ลักษณะประชากรในพื้นที่ มีคนในชุมชนส่วนใหญ่คือผู้สูงอายุและเยาวชน ้วยทำงานจะเดินทางไปทำงานในเมือง ประกอบอาชีพเกษตรกรและการทำประมง ปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ พบปัญหาผลผลิตทางการเกษตรราคาตกต่ำ ปัญหาทางสังคม ปัญหาทรัพยากรธรรมชาติลดลง ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสถานะอากาศที่เปลี่ยนแปลงไปในพื้นที่

“มีคนแก่และเด็กอาศัยในชุมชน คนวัยกลางคนไปทำงานในเมือง การเป็นอยู่เรียบง่าย ทำสวน ทำนา ทำประมงและตาลโตนด”

“เรื่องราคาข้าวตกต่ำ ปัญหาเด็กติดยาเสพติด พ่อแม่ทะเลาะกัน ครอบครัวแตกแยก ปัญหาลักขโมย สถานการณ์ทรัพยากรในทะเลลดลง ฝนฟ้าไม่ตกต้องตามฤดูกาลส่งผลให้การทำนาได้รับความเสียหาย”

2.11.2 บริบทโทรทัศน์ชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นางประยูร พบว่า องค์กรประกอบโทรทัศน์ชุมชนควรประกอบด้วยคนในชุมชนหลากหลายวัย มีส่วนร่วมในทุกกลุ่มอาชีพ และแบ่งโครงสร้างตามความสามารถและคุณสมบัติที่มีเนื้อหารายการเป็นเรื่องการสร้างอาชีพเพื่อแก้ไขปัญหาชุมชน ควรค้นหาคนต้นแบบในชุมชนเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ และการส่งเสริมกิจกรรมของเยาวชน

“มีคนหลายวัย เข้ามามีส่วนร่วม มีทุกกลุ่มอาชีพเข้ามาอยู่ใน โครงสร้างแบ่งเอาตามความสามารถและคุณสมบัติ”

“เนื้อหารายการควรเป็นเรื่องอาชีพ ปากท้อง การแก้ไขปัญหาชุมชน คนต้นแบบ ส่งเสริมกิจกรรมของเยาวชน”

2.11.3 การบริหารจัดการเพื่อการจัดตั้งโทรทัศน์ชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นางประยูร พบว่า การจัดหารายได้ควรมาจากการระดมทุนภายในชุมชน

“การจัดหารายได้ ชุมชนควรมีการร่วมระดมทุน”

2.12 นางวรรณฯ สังข์แก้ว บ้านเลขที่ 11/1 หมู่ 7 ตำบลท่าหิน อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา อาชีพเกษตรกร อายุ 61 ปี คณะทำงานและขับเคลื่อนกิจกรรมภายใต้ศูนย์เรียนรู้วิถี โหนด-นา-เล ตำบลท่าหิน อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

2.12.1 บริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นางวรรณฯ พบว่า ปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ พบปัญหาสุขภาพจิต ปัญหาในเยาวชน ปัญหาการขาดแคลนแรงงานวัยทำงาน ปัญหาทรัพยากรธรรมชาติลดลง และการทำประมงโดยใช้เครื่องมือผิดกฎหมาย

“ปัญหาสุขภาพจิต เด็กติด โทรศัพท์ ติดเกมส์ คนวัยกลางคนออกไปทำงานนอกบ้าน ทิ้งคนแก่อยู่ที่บ้าน ปัญหาคนทำประมงมีรายได้ลดลง เสี่ยงต่อเครื่องมือประมงเสียหายจากการลักลอบ”

2.12.2 บริบทโทรทัศน์ชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลจากการสัมภาษณ์ นางวรรณฯ พบว่า องค์ประกอบของโทรทัศน์ชุมชน ประกอบด้วยทุกคนมีส่วนร่วม และมีผู้ที่มีความรู้คอยสนับสนุนทักษะให้กับคนในชุมชน เนื้อหาไม่ควรทิ้งเรื่องของการกัญชงกัญชงภายในชุมชน

“ทุกคนควรมีส่วนร่วม โครงสร้างต้องมีผู้รู้ นักวิชาการเข้ามาผลิตและส่งต่อให้ชาวบ้านผลิตได้”

“ไม่ควรทิ้งเนื้อหารายการที่เกี่ยวข้องกับกัญชงกัญชง”

2.12.3 การบริหารจัดการเพื่อการจัดตั้งโทรทัศน์ชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นางวรรณฯ พบว่า ควรมีบุคคลต้นแบบมาให้แรงบันดาลใจให้กับชุมชน โดยเป็นแรงบันดาลใจในการขับเคลื่อนโทรทัศน์ชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

“ควรมีบุคคลต้นแบบสร้างแรงบันดาลใจให้กับคนในชุมชน เสริมสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนา อาชีพ และรายได้”

2.13 นางสร้อย ชูสังข์ บ้านเลขที่ 60/1 หมู่ 6 ตำบลท่าหิน อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา อาชีพเกษตรกร อายุ 58 ปี คณะทำงานและขับเคลื่อนกิจกรรมภายใต้ศูนย์เรียนรู้วิถี โหนด-นา-เล ตำบลท่าหิน อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา

2.13.1 บริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นางสร้อยฯ พบว่า ปัญหาและมิติต่างๆ ในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา มีปัญหาเกี่ยวกับการทำมาหากิน รายได้ ปัญหาสุขภาพจิต ปัญหาทรัพยากรธรรมชาติที่ลดลง และการเฝ้าระวังกัญชงกัญชง ทั้งน้ำท่วมและภัยแล้ง ซึ่งเกิดขึ้นในฤดูร้อนด้วยเช่นกัน

“ปัญหาปากท้อง ปัญหายาเสพติด ปัญหาทรัพยากรน้อยลงและปัญหาภัยพิบัติน้ำท่วมน้ำแล้ง”

2.13.2 การบริหารจัดการเพื่อการจัดตั้งโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นางสร้อย พบว่า ให้ข้อมูลในประเด็นการใช้โทรทัศน์ชุมชนแก้ไขปัญหาในพื้นที่ลุ่มน้ำ

“นำเสนอเรื่องราวของทะเลสาบสงขลาในมุมต่างๆ ในการรักษาทรัพยากร”

2.14 นายอภิเชษฐ์ สุขแก้ว บ้านเลขที่ 33 หมู่ 13 ตำบลช้างซ้าย อำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช อายุ 38 ปี ผู้ผลิตรายการอิสระสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส นักขับเคลื่อนกิจกรรมเพื่อแก้ไขปัญหาในชุมชน และนักสื่อสารชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

2.14.1 บริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นายอภิเชษฐ์ พบว่า ลักษณะประชากรในพื้นที่ลุ่มน้ำฯ ในมิติถิ่นที่อยู่อาศัย การประกอบอาชีพ วิถีชีวิต ศาสนา และวัฒนธรรม ลักษณะการกินที่มีความหลากหลายกันและแตกต่างกัน ปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ พบว่าปัญหาการพัฒนาจากโครงการภาครัฐส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ วิถีชีวิตและสภาพแวดล้อมในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา พฤติกรรมการบริโภคสื่อทั่วไป ชุมชนเลือกบริโภคเสียงตามสายซึ่งแจ้งเรื่องราวข่าวสารในชุมชนรวมถึงชักจูงใจให้คนในชุมชนเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่ชุมชนได้จัดขึ้น

“ภาพรวมลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา มีความหลากหลายทางทรัพยากร ส่งผลให้เกิดความหลากหลายของประชากร ทั้งความเป็นอยู่ที่อยู่อาศัย การประกอบอาชีพ วิถีชีวิต ศาสนาและวัฒนธรรม ลักษณะการกินที่มีความหลากหลายกันและแตกต่างกัน เช่น โชนพัทลุงจะมีอาหารที่หลากหลายรสชาติเผ็ดจัดจ้าน วัตถุดิบในแต่ละเมนูจะมาก เมนูอาหารมากมาย การแปรรูปถือว่าหลายรูปแบบ โชนสงขลาความเผ็ดน้อยลง รสชาติเป็นการมีวัฒนธรรมจีนเข้ามาผสมผสานกับอิสลาม นครฯ มีความเป็นสองรส ในพื้นที่ที่มีการประกอบอาชีพหลากหลาย”

ปัญหาที่เห็นได้ชัดจากโครงการภาครัฐ เริ่มต้นจากลุ่มน้ำปากพนัง ในการทำพังกันน้ำแก้ไขปัญหาน้ำเค็มรุกกล้าได้ แต่ก็กระทบความเป็นอยู่และทรัพยากรสัตว์น้ำที่บางชนิดสูญพันธุ์จากกระแสน้ำเปลี่ยนไป ปัญหาพื้นที่ป่ากระวะที่ส่งผลกระทบต่อชาวนาในการแย่งชิงน้ำในการทำนาแต่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศ การจัดการป่าพรุควนเคร็งที่ทำให้เกิดไฟป่าทุกปี ทะเลน้อยที่มีการประการอนุสัญญาแรมซ่าไซค์จนทำให้เกิดกฎหมายทับซ้อนการจัดการหลายหน่วยงานส่งผลกระทบต่อประกอบอาชีพประมงและเลี้ยงควาย ทำกระจุคของชาวบ้าน และไม่สามารถแก้ไขปัญหาละเลตื้นเขินได้ ปัญหาป่าต้นน้ำที่ทำอ่างเก็บน้ำหลายสิบลูกในโชนเทือกเขาบรรทัด ส่งผลต่อป่าที่หายไปนับแสนไร่ ส่งผลต่อการผลิตน้ำและความสมบูรณ์ของคนลุ่มน้ำฯ การเดินน้ำทำประตูกันน้ำเค็มบริเวณคลองปากประและแนวคลองในโชนพัทลุง การทำแนวกำแพงกัน

ทะเลสาบ เหล่านี้ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศทุกด้าน ทำให้ทรัพยากรลดลงและหายไป ส่งผลต่อปัญหาด้านสังคม คนแอ่งทรัพยากร ปากท้อง อาชีพและความเป็นอยู่ ทำให้คนแห่ไปทำงานนอกบ้านส่งผลกระทบต่อสถาบันครอบครัว เกิดภัยสังคมเด็กมีปัญหาติดยาเสพติด การพนัน ดิจเกมส์ ใช้ความรุนแรงในครอบครัว

“สื่อท้องถิ่นในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ทั่วไปจะมีการสื่อสารผ่านเสียงตามสายของหมู่บ้าน การแจ้งเรื่องราวบ้านเมืองและสวัสดิการของรัฐที่ให้ประชาชนเข้าถึง รวมถึงการทำกิจกรรมของชุมชนให้ประชาชนเข้าร่วม”

2.14.2 บริบทโทรทัศน์ชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นายอภิเชษฐ์ พบว่า องค์ประกอบของโทรทัศน์ชุมชน ควรมีบุคคลทุกกลุ่มเข้ามามีส่วนร่วม โดยคัดเลือกจากความเหมาะสมและความถนัด

“ด้วยปัญหาที่หลากหลาย ด้วยช่วงวัยที่เกิดปัญหา โครงสร้างควรมีบุคคลทุกกลุ่มทุกฝ่ายเข้ามามีส่วนร่วม ในการทำงานผ่านการคัดเลือกโดยกรรมการในการประชุมตามความเหมาะสมและถนัด ความมีกลุ่มนักวิชาการ สถาบันทางการศึกษามาเป็นที่เล็งในการทำงานและให้ความรู้”

2.14.3 การบริหารจัดการเพื่อการจัดตั้งโทรทัศน์ชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก นายอภิเชษฐ์ พบว่า โครงสร้างองค์กรมีสถานี๑ ย่อยในพื้นที่นาร่องและมีสถานี๑ หลักที่เป็นจุดรวม มีการประชุมวาระ รูปแบบรายการ เนื้อหา ประเด็นในแต่ละเดือน มาตรฐานรายการเป็นสองรูปแบบคือ มาตรฐานรายการที่ชาวบ้านสามารถผลิตได้และมาตรฐานที่มีมาตรฐานจากทีมผลิตหรือคนในชุมชนที่มีทักษะในการผลิต การจัดการรายได้จากการระดมทุนหาแหล่งทุน และการผลิตสื่อเพื่อโฆษณาสินค้าชุมชน

“มีสถานี๑ ย่อยตามโซนนาร่องและมีสถานี๑ หลักในการสื่อสารในภาพรวม โครงสร้างการบริหารให้ตัวแทนแต่ละโซนมาประชุมวาระ เนื้อหา ประเด็น แนวทางรูปแบบและการพัฒนาบุคคลทุกเดือน”

“มีการผลิต 2 รูปแบบคือ มาตรฐานชาวบ้านชวนสื่อสารไม่ว่าจะรูปแบบใดและรูปแบบการสื่อสารตามผังรายการที่มีคุณภาพจากทีมผลิตหรือชาวบ้านที่ได้รับการพัฒนา”

“การจัดการรายได้มาจากการระดมทุน หาแหล่งทุน การผลิตสื่อที่มีรายได้และการลงโฆษณาสินค้าชุมชน”

จากข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง การสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์เชิงลึกของแกนนำ ทำให้เห็นถึงลักษณะประชากรของคนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา สภาพปัญหาทั้งที่เป็นปัญหาที่สะสมเป็นเวลานานและสภาพปัญหาใหม่ซึ่งส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตและระบบนิเวศของพื้นที่



พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อของคนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาซึ่งเปิดรับสื่อโทรทัศน์ แต่สื่อใหม่เข้ามามีบทบาทในการเปิดรับข่าวสารของคนในพื้นที่ บริบทของโทรทัศน์ชุมชนคนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาที่เกิดจากการทำความเข้าใจเกี่ยวกับโทรทัศน์ชุมชนก่อน แล้วก่อรูปโครงสร้างผ่านการมีส่วนร่วมตามความถนัดและความต้องการของคนในชุมชน แนวทางในการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนคือ การทำความเข้าใจในการสื่อสารผ่านแนวคิด โพนดิ ดั่งดี ดั่งนาน ผ่านการทำงานร่วมกันของแกนนำอุดมการณ์เดียวกันภายใต้โครงสร้างองค์กรที่มีเป็นระบบการมีส่วนร่วมในการร่วมวางกติกาของสถานีฯ เนื้อหารายการต้องเอื้อประโยชน์ต่อชุมชน เข้าถึงคนในชุมชนทุกกลุ่มทุกช่วงวัย และมีแนวทางในการหารายได้ของสถานีโทรทัศน์ชุมชนที่เป็นไปได้และสามารถดำเนินการได้จริงในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา



## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทของชุมชนที่เอื้อต่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 2) ศึกษาบริบทของการสื่อสารของชุมชนที่เกี่ยวข้องและที่เอื้อต่อการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และ 3) เสนอแนวทางการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนเพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา โดยนำเสนอผลที่ได้จากการวิจัยเรียงตามลำดับคือ ระเบียบวิจัยเชิงปริมาณด้วยวิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถาม รวม 140 ชุด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรใน 2 พื้นที่ คือ พื้นที่ทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง และพื้นที่คาบสมุทรสทิงพระ จังหวัดสงขลา ซึ่งพื้นที่ทั้ง 2 พื้นที่ที่มีความพร้อมตามรายงานจากหน่วยงานในพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง คือ สภาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา สำหรับระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์เชิงลึก แกนนำทั้ง 2 พื้นที่โดยนัดหมายล่วงหน้า พื้นที่ละ 7 คน รวม 14 คน ซึ่งได้ผลการวิจัยดังในบทที่ 4 และสามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะการวิจัย ดังนี้

#### 1. สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยในบทที่ 4 สามารถนำมาสรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้างต้นได้ดังต่อไปนี้

##### 1.1 บริบทของชุมชนที่เกี่ยวข้องและที่เอื้อต่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

1.1.1 ลักษณะประชากรส่วนใหญ่ของบริบทพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการศึกษาวินิจฉัยพบว่า จำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มเด็กเยาวชนและ 2) กลุ่มผู้สูงอายุ สำหรับกลุ่มเด็กและเยาวชนอยู่ในช่วงวัยเรียนซึ่งอาศัยอยู่กับกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชน ขณะเดียวกันกลุ่มผู้สูงอายุสามารถจำแนกออกได้เป็น 3 กลุ่มแบ่งเป็น กลุ่มที่หนึ่งเป็นกลุ่มที่ทำงานของตนเองไม่สนใจเรื่องของชุมชนและการมีส่วนร่วม กลุ่มที่สองเป็นกลุ่มที่เข้าร่วมกิจกรรมตามความสนใจและกลุ่มที่สามเป็นกลุ่มนักขับเคลื่อนชุมชน ซึ่งถือเป็นจุดแข็งของชุมชนในพื้นที่ทะเลสาบสงขลา ประชากรมี

อาชีพทำธุรกิจส่วนตัว อาชีพทำนา อาชีพทำน้ำตาลโตนด และอาชีพประมง บางครอบครัวทำทั้ง 3 อาชีพในพื้นที่เดียวกัน นอกจากนี้ มีอาชีพเสริม คือ การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากตาลโตนดหรือจากทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นเป็นหัตถกรรมเพื่อสร้างรายได้เพิ่มและส่งเสริมการท่องเที่ยว คนในชุมชนส่วนใหญ่จะมีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน

1.1.2 ปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ ในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผลการวิจัย ปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ ในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา พบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ ปัญหาน้ำท่วมซ้ำซาก ปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรประมง/สัตว์น้ำ ปัญหาผลผลิตตกต่ำ ต้นทุนการผลิตสูง ปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาความแปรปรวนอากาศและปัญหาการเคลื่อนย้ายคนวัยทำงานไปทำงานต่างถิ่น ทำให้ขาดแรงงานวัยทำงานในการขับเคลื่อนชุมชน

หากแยกปัญหาสังคมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา พบว่า ปัญหาสังคมมีความเกี่ยวข้องกับปัญหาสิ่งแวดล้อม มีการแข่งขันทรัพยากร ส่งผลต่อความสามัคคีของคนในชุมชน เช่น การทำอาชีพหัตถกรรมกระจูด เกิดกลุ่มการแปรรูปขึ้นมากมาย แย่งพื้นที่ แย่งวัตถุดิบในการผลิต ไม่เกิดการรวมตัวและส่งเสริมซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ ปัญหาสิ่งแวดล้อมทำให้ความสมบูรณ์เสียสมดุล สถิติพบว่า สถิตินกอพยพแต่ละปีลดน้อยลงและเปลี่ยนแปลงมากขึ้น นกบางชนิดที่เคยมา ก็กลับไม่มา สัตว์น้ำลดน้อยลง บางชนิดสูญพันธุ์ไปจากทะเลน้อย ปากอ่าวทะเลสาบสงขลาถูกปิดกั้น ทำให้สัตว์น้ำที่จะเข้ามาเจริญเติบโตในทะเลสาบสงขลาตอนกลางก็ไม่สามารถเข้ามาได้ ปัญหาน้ำเสีย น้ำตื้นเขิน วัชพืชเพิ่มขึ้น กระทบต่อทะเลบัวแดงที่ขึ้นชื่อและควายน้ำที่เป็นที่รู้จัก ปัญหาสังคมที่มีผลในทุกพื้นที่ คือ ปัญหายาเสพติด ผู้เสพและผู้ค้ายามียาเสพติดที่หลากหลายมากขึ้นในกลุ่มช่วงวัยที่อายุน้อยลง นอกจากนี้ ยังพบว่ามีปัญหาวัยรุ่นที่ติดยาและสร้างความเดือดร้อนให้กับชุมชนด้วย

ปัญหาด้านเศรษฐกิจ พบว่า ในพื้นที่มีกลุ่มทุนที่ได้ผลประโยชน์เอาัดเอาเปรียบคนในชุมชน แม้ว่าจะอยู่ในสภาพการรวมกลุ่มส่งเสริมอาชีพเป็นรูปธรรม ชาวบ้านมีรายได้ และมีอาชีพมากขึ้นในชุมชน แต่ถ้ามองอย่างแท้จริง ชาวบ้านถูกเอาเปรียบอย่างมาก ค่าครองชีพสูง แต่รายได้ต่ำ การจับจ่ายใช้สอยในชุมชนน้อยลง

ปัญหาเรื่องการศึกษาของเด็กและเยาวชน จะมีค่านิยมเข้าศึกษาโรงเรียนขนาดใหญ่ในอำเภอหรือในระดับจังหวัด ทำให้ผู้ปกครองเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น โรงเรียนในชุมชนมีนักเรียนเหลือน้อยทำให้โรงเรียนเสี่ยงต่อการถูกยุบ และเยาวชนไม่มีความสัมพันธ์กับชุมชนเท่าที่ควร นอกจากนี้ มีการส่งเสริมการเรียนรู้ กศน. ให้ก่อตั้งในตำบล แต่ไม่มีการส่งเสริมให้เด็กได้เรียนรู้ภูมิปัญญาและศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่มีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์และเคยสืบทอดกันมาทุกครัวเรือน เพื่อสร้างโอกาสในอาชีพให้กับเด็กเหล่านั้นและสืบทอดภูมิปัญญาและศิลปวัฒนธรรมให้คงอยู่ในชุมชนต่อไป

นอกจากนี้ คนในชุมชนรู้จักสิ้นหวังกับความคาดหวังต่อการพัฒนาของรัฐที่เคยมีแผนพัฒนาพื้นที่มาก่อนหน้านี้ แต่สุดท้ายก็ไม่ได้เป็นดังคาดหวัง เช่น กรณีการจัดตั้งมหาวิทยาลัยในพื้นที่ที่ก่อนหน้านี้รัฐได้แจ้งว่าจะดำเนินการก่อสร้าง แต่กลับกลับไปก่อสร้างในพื้นที่อื่นแทน ทั้งนี้ในประเด็นการก่อสร้างมหาวิทยาลัย คนในชุมชนเชื่อว่าจะทำให้คนในชุมชนมีโอกาสหางานทำได้ง่ายขึ้นและช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจในพื้นที่ นอกจากนี้ หลายโครงการของรัฐส่งผลต่อวิถีชีวิตของคนลุ่มน้ำและระบบนิเวศของลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

จากบริบทของปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ เป็นปัจจัยที่ทำให้ชุมชนให้ความสำคัญและพยายามทำการสื่อสารผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์เพื่อแก้ไขปัญหาภายในชุมชน แต่ขาดความต่อเนื่องในการทำการสื่อสาร เพราะต้องอาศัยช่องทางสื่อโทรทัศน์หลักในการสื่อสารเท่านั้น ในขณะที่เดียวกันประเด็นปัญหาดังกล่าวยังคงปรากฏและส่งผลกระทบต่อชุมชน ดังนั้นจึงเป็นปัจจัยที่เอื้อให้โทรทัศน์ชุมชนทำการสื่อสารปัญหาดังกล่าว เพื่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายในชุมชน

1.1.3 พฤติกรรมบริโภคสื่อทั่วไปของชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา พบว่าชุมชนเปิดรับและต้องการสื่อโทรทัศน์มากที่สุด แต่ช่องทางสื่อใหม่หรือสื่อออนไลน์ก็มีอิทธิพลมากขึ้น นอกจากนี้ กลุ่มผู้สูงอายุยังเลือกอ่านหนังสือพิมพ์ มีการเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์ โดยเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ในสถานีโทรทัศน์ต่างๆ ได้แก่ 7 HD ช่องเวิร์คพอยท์ทีวี และช่อง 3 HD ตามลำดับ ความต้องการเกี่ยวกับโทรทัศน์ชุมชนของชุมชน ชุมชนต้องการติดตามรับชมรายการข่าว รายการสารคดี รายการละครที่มีเนื้อหาตลก รายการสนทนา และรายการกีฬา ตามลำดับ เนื้อหารายการโทรทัศน์ชุมชนที่ชุมชนต้องการ คือ รายการที่มีเนื้อหาสร้างรายได้เพิ่มให้กับชุมชน นอกจากนี้ ชุมชนยังเปิดรับสื่อวิทยุชุมชน และหอกระจายข่าวซึ่งเป็นสื่อท้องถิ่นที่กระจายข่าวสารของหน่วยงานรัฐท้องถิ่น มีการประชาสัมพันธ์ของชุมชน มีการประกาศข่าวสารผ่านหอกระจายข่าวเรื่องข่าวสารราชการจากผู้นำชุมชน รวมถึงสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในกลุ่มเยาวชน ในขณะที่เดียวกันผู้สูงอายุรับสื่อใหม่ผ่านทางแอปพลิเคชันไลน์ และไลฟ์สดผ่านช่องทางสื่อใหม่หรือสื่อออนไลน์ด้วย

## 1.2 บริบทการสื่อสารของชุมชนที่เกี่ยวข้องและที่เอื้อต่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

1.2.1 ความต้องการโทรทัศน์ชุมชน พบว่า ชุมชนมีความต้องการให้มีโทรทัศน์ชุมชนซึ่งเกิดจากในชุมชน เพราะชุมชนรู้ว่าชุมชนต้องการอะไร ควรมีการหนุนเสริมชุมชนเพื่อการพัฒนาตนเอง พัฒนาคุณภาพชีวิต ความเป็นไปของสังคมภายในชุมชน ควรให้ชุมชนรับรู้ ปัจจุบันพบว่าสื่อวิทยุกระจายเสียงชุมชนบทบาทในการผลิตรายการแบบเล่าข่าวที่เป็นข่าวสารราชการที่ส่ง

ข่าวจากผู้ว่าราชการจังหวัดถึงชาวบ้าน และรวมถึงข่าวอื่นๆ ที่เป็นประเด็นภายนอกชุมชน แต่เรื่องที่เป็นประเด็นของชุมชนที่ผลิตโดยคนในชุมชนได้มีส่วนร่วมยังไม่ปรากฏให้เห็น ทั้งที่ชุมชนมีความต้องการให้มีการสื่อสารจากชุมชนเอง ผลการวิจัย พบว่า ควรให้ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำความเข้าใจในโทรทัศน์ชุมชน สิทธิในการสื่อสารของชุมชน ร่าง โครงสร้างองค์กรที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการได้อย่างเป็นรูปธรรม เพราะโทรทัศน์ชุมชนเป็นเรื่องใหม่ที่คนในชุมชนจะเข้ามาเป็นเจ้าของโทรทัศน์ชุมชน จึงมีความจำเป็นต้องร่วมคิดโครงสร้างที่แกนนำและชุมชนจัดการได้อย่างมีส่วนร่วมผ่านการใช้วิธีการฝึกอบรม และดึงคนในชุมชนกลุ่มทุกฝ่ายร่วมกันทำงาน โดยแบ่งหน้าที่ตามทุนทางสังคมที่มีความถนัดและความต้องการการมีส่วนร่วม กลุ่มคนที่มาร่วมทำงานควรเป็นกลุ่มคนที่หลากหลาย เพื่อช่วยดำเนินการบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์ชุมชนผ่านฝ่ายต่างๆ และเปิดโอกาสคนรุ่นใหม่ในการผลิตและสื่อสาร (สื่อกลาง) ในการเชื่อมโยงปัญหาในชุมชนสู่การสื่อสารเพื่อแก้ไขปัญหา นอกจากนี้ ควรมีคณะทำงานที่ช่วยเสริมสร้างทักษะให้กับชุมชนในด้านต่างๆ ที่สามารถช่วยพัฒนาสถานีฯ

1.2.2 โครงสร้างโทรทัศน์ชุมชน ควรประกอบด้วยทุกฝ่ายเข้ามาบริหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนในชุมชน แม้จะมีทีมผลิตเข้ามาในพื้นที่ แต่ไม่สามารถสื่อสารได้ดีเท่ากับทำงานร่วมกับคนในชุมชน ทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ เพราะคนในชุมชนแต่ละกลุ่มมีจุดเด่นและจุดด้อยที่แตกต่างกัน แต่ละกลุ่มสามารถช่วยเหลือส่งเสริมกันได้ ในขณะที่เดียวกันควรดึงหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องในชุมชนมาร่วมทำงานด้วย เพื่อให้การทำงานสอดคล้องกับนโยบายในระดับชุมชน รวมถึงเครือข่าย เพราะเครือข่ายคือศักยภาพ ศักยภาพในการพัฒนาการนำเสนอประเด็น ประเด็นสู่การเปลี่ยนแปลงเพื่อยกระดับชุมชนสู่สากล

ดังนั้น โครงสร้างที่เหมาะสมของสถานีโทรทัศน์ชุมชนประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ชุมชนและเครือข่าย ที่รวมกลุ่มคนทั้งในชุมชนและเครือข่ายเข้ามาเป็นคณะทำงานสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

คณะทำงานในชุมชนควรมีการประสานการทำงานกัน 3 ฝ่าย คือ แกนนำผู้สูงอายุในชุมชนที่มีประเด็นนำเสนอ กลุ่มเยาวชนที่มีความสนใจและมีความสนใจในการสื่อสารภายในชุมชน และหน่วยงานรัฐภายในชุมชนที่หนุนเสริมงานทำงานร่วมกันให้เกิดผลสัมฤทธิ์มากขึ้น

เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์มากขึ้นและต่อเนื่อง การทำงานกับเครือข่ายที่ทำงานร่วมสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ทะเลสาบสงขลา ควรประกอบด้วย ทีมผู้ผลิตซึ่งมีประสบการณ์ในการสื่อสารทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่ โดยต้นทุนของผู้ผลิตควรเป็นผู้ที่มองเห็นโอกาสในการสื่อสารภายในชุมชนและพร้อมที่จะถ่ายทอดความรู้ ทักษะการผลิตให้กับคนชุมชน นอกจากทีมผู้ผลิตแล้ว สถานศึกษาที่อยู่ใกล้เคียงกับพื้นที่ชุมชนเป็นเครือข่ายที่ควรเข้าร่วมทำงานในการ

พัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา เพราะสถาบันการศึกษามีความพร้อมในเรื่ององค์ความรู้ทางวิชาการที่เป็นเครื่องมือช่วยเหลือแกนนำและชุมชน อีกหนึ่งเครือข่ายที่สามารถร่วมพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนได้คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สถานีโทรทัศน์หลัก หรือหน่วยงานที่ดูแลเรื่องที่เกี่ยวข้องกับโทรทัศน์ชุมชนที่สามารถช่วยเสริมให้กับชุมชนได้เช่นกัน

สำหรับบทบาทของสถานีโทรทัศน์ชุมชน คือ ให้ข้อมูลเนื้อหาที่เน้นประโยชน์กับชุมชน วิถีชีวิตของชุมชน และเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจโดยเน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

ในด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน สถานีโทรทัศน์ชุมชนควรออกแบบองค์ประกอบที่สร้างการมีส่วนร่วมกับคนในชุมชน คนในชุมชนทุกกลุ่มควรเป็นส่วนหนึ่งในคณะทำงานของฝ่ายต่างๆ ในโทรทัศน์ชุมชน ตามความถนัดและการแต่งตั้งคัดสรรจากการประชุม หลังจากมีคณะทำงานแล้วควรส่งเสริมบุคคลด้วยการพัฒนาความสามารถ เพราะโทรทัศน์ชุมชนเป็นสิ่งใหม่ จึงควรจัดอบรมให้เข้าใจและสามารถทำงานตามเป้าหมายร่วมกันได้ มีการร่างกฎเกณฑ์ในการบริหารจัดการ ในด้านการมีส่วนร่วมในการผลิตรายการในสถานีโทรทัศน์ชุมชน ควรมีการคิดเนื้อหา ประเด็นและสิ่งที่จะสื่อสารในการแก้ไขปัญหาชุมชนที่ทับซ้อนร่วมกันมากขึ้น

1.2.3 รูปแบบและเนื้อหารายการโทรทัศน์ชุมชนของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา รูปแบบรายการควรมีมาตรฐานรายการ 3 ระดับ คือ 1) รายการที่มีมาตรฐานระดับคุณภาพสูง คือ รายการที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชุมชน 2) รายการที่มาตรฐานระดับกลาง คือ รายการนั่งสนทนาตามลำดับ ควรเน้นการมีส่วนร่วมกับคนในชุมชน ทั้งที่เป็นรายการที่ผู้ผลิตรายการในพื้นที่เป็นผู้คิดประเด็น เนื้อหาและผลิตรายการเอง คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการเป็นผู้ให้ข้อมูลในการสนับสนุนประเด็น และ 3) รายการที่มาตรฐานระดับต่ำหรือรายการที่คนในชุมชนทำการผลิตและสื่อสารเรื่องของตนเองผ่านการช่วยเหลือของผู้ผลิตรายการในพื้นที่

รูปแบบและเนื้อหารายการควรเกี่ยวข้องกับอาชีพ การทำมาหากิน การแก้ปัญหาท้องถิ่น กิจกรรมของชุมชน บุคคลต้นแบบที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาอาชีพและสร้างรายได้ ออกอากาศผ่านออนไลน์ควบคู่กับถ่ายทอดเสียงผ่านวิทยุชุมชน โดยคนในชุมชนนำร่องแล้วค่อยขยายสู่ช่องทางเผยแพร่อื่นๆ

1.2.4 การจัดการรายได้ ควรผ่านการประชุมร่วมกันของคณะทำงาน เพื่อหาแนวทางในการจัดการรายได้ให้สถานีโทรทัศน์ชุมชนดำเนินการต่อไปได้ โดยมีวิธีการจัดการรายได้ประกอบด้วย 1) รายได้จากค่าโฆษณา 2) รายได้จากค่าอุดหนุนจากหน่วยงานท้องถิ่น 3) รายได้จากค่าบริการของคนในชุมชน

### 1.3 แนวทางการบริหารจัดการเพื่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนเพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

1.3.1 นโยบาย ทิศทาง วิธีการและกระบวนการบริหารจัดการเพื่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชน ผลการวิจัย พบว่า โทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาควรสร้างความรู้ความเข้าใจกลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ทั้งจังหวัดสงขลา พัทลุง นครศรีธรรมราช ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน และนำเสนอโดยชุมชนสู่การเปลี่ยนแปลงเพื่อยกระดับชุมชนสู่สากล ผ่านแกนนำที่เป็นตัวแทนของแต่ละพื้นที่ แกนนำต้องขยับการสื่อสารจากในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาอย่างต่อเนื่อง โดยได้ผ่านการสื่อสารด้วยแนวคิด “โพนดี ตีดัง ตีนาน” เสมือนโพนที่ทำให้ชุมชนได้ยินเสียงสัญญาณ เลี้ยงเพลพระมาแต่เหมือนแต่โบราณ เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับโทรทัศน์ชุมชน ดังดีคือ โทรทัศน์ชุมชนเป็นเครื่องมือที่ทำให้ทุกคนได้รับข้อมูลข่าวสารความรู้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อกันในชุมชน เป็นของดีในชุมชน ดังนานคือ การคงอยู่ต่อเนื่องของโทรทัศน์ชุมชนกับชุมชน ให้ชุมชนได้พึ่งพาตลอดไป

แนวทางการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ตามแนวคิดโพนดี ตีดัง ตีนาน คือ ระยะแรกเป็นการหาผู้ดีโพนซึ่งผู้ดีโพนต้องเป็นกลุ่มคนที่อยู่ในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา มีความตื่นตัว ห่วงใยและต้องดำเนินการกิจกรรมเพื่อพัฒนาชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้มีความพร้อมและสามารถเป็นแกนนำประสานได้ทั้งหน่วยงานชุมชน สถาบันการศึกษาและชุมชนรอบลุ่มน้ำฯ กลุ่มคนในชุมชนที่มีคุณสมบัติดังกล่าวและสามารถดำเนินการได้ในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา คือ คณะทำงานในสมาคมพัฒนาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ที่เป็นองค์กรที่รวมคณะทำงานจากในชุมชนรอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา สถาบันการศึกษา และหน่วยงานชุมชน วัตถุประสงค์หลักของสมาคม คือ การสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน การพัฒนาศักยภาพขององค์กรชุมชนและเครือข่าย การประสานความร่วมมือกับภาคีพัฒนา ภาควิชาการ ภาคราชการ การเมือง การเป็นศูนย์กลางสารสนเทศเสริมสร้างการเรียนรู้ ศึกษาวิจัย เผยแพร่ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกในทุกมิติของการพัฒนาลุ่มน้ำฯ รวมถึงการติดตาม ประเมินสถานการณ์และการเปลี่ยนแปลงในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาและเพื่อประสานการระดมทุนในด้านต่างๆ เพื่อใช้ในการอนุรักษ์และพัฒนาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา วัตถุประสงค์ทั้งหมดจะเอื้อและหนุนเสริมเพื่อการจัดตั้งโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเป็นอย่างมาก

ระยะที่สอง คือ การลงมือดีโพนเพื่อส่งเสียงให้ทุกคนได้รับรู้ หลังจากการรวบรวมแกนนำเพื่อจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาได้แล้ว ควรดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนรอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาได้รับรู้ และทำการ

สื่อสารเพื่อแก้ไขปัญหาและสร้างรายได้ให้กับชุมชนผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ซึ่งการสื่อสารจะทำการสื่อสารเป็นรายประเด็น ควรนำเสนอทั้งเนื้อหาในด้านปัญหาที่เกิดขึ้นรอบลุ่มน้ำฯ และการเสริมสร้างรายได้เพื่อความเข้มแข็งของชุมชนควบคู่กัน

นอกจากนี้ผลการวิจัยทำให้พบข้อได้เปรียบของสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา คือ เครือข่ายที่ทำงานร่วม และแหล่งงบประมาณในการสนับสนุน เพราะในพื้นที่รอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาประกอบด้วยหน่วยงานทางวิชาการหรือสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ถึง 7 สถาบัน ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา มหาวิทยาลัยทักษิณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช และมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ซึ่งมีการประชุมร่วมกันเป็นเครือข่ายวิชาการในพื้นที่ลุ่มน้ำสงขลาเป็นระยะๆ ดังนั้น เครือข่ายด้านวิชาการมีความเข้มแข็งอย่างมาก ซึ่งสมาคมพัฒนาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาสามารถเชื่อมโยงการทำงานกับเครือข่ายสถาบันการศึกษาได้อย่างใกล้ชิด ควรมีการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในพื้นที่รอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา กับสถาบันการศึกษาดังกล่าว ตามความเชี่ยวชาญของนักวิชาการในแต่ละมหาวิทยาลัย

ระยะที่สาม คือ ตีเนียน การตีเนียนคือ การดำเนินการสื่อสารในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาอย่างต่อเนื่องไม่ขาดตอน ปัจจัยที่เป็นข้อได้เปรียบของการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง คือ บริบทเชิงพื้นที่ เพราะพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาเป็นพื้นที่ที่มีผู้คนที่อยู่อาศัยอยู่จำนวนมาก มีวิถีชีวิต การทำมาหากินที่มีความแตกต่างกันตั้งแต่ตอนบนจนถึงตอนล่างของกลุ่มน้ำฯ วิถีชีวิตที่ต่างกันอย่างสิ้นเชิงในพื้นที่ใกล้เคียงกันทำให้ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาที่มีความหลากหลายทั้งวิถีชีวิต วัฒนธรรม ซึ่งสามารถนำมาเป็นประเด็นเนื้อหาที่สามารถประชาสัมพันธ์เผยแพร่เพื่อให้เข้าใจถึงวิถีของคนลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาได้ นอกจากนี้ วิถีของคนลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาที่สอดคล้องกับวิถีชุมชนใกล้เคียง เช่น พื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง หรือชุมชนในพื้นที่ฝั่งตะวันตกหรือชายฝั่งทะเลอันดามัน ทั้งสามพื้นที่สามารถการเรียนรู้และใช้ชีวิตชุมชนกับการเตรียมความพร้อมในช่วงมรสุม ถือเป็น การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เฝ้าระวังภัยพิบัติ เป็นต้น รวมถึงลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา มีโครงการในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับพื้นที่โดนเลสาบประเทศกัมพูชาเมื่อปี 2560 ที่ผ่านมา โดยมีการนำแกนนำในพื้นที่รอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการกับแกนนำในพื้นที่โดนเลสาบ ซึ่งมีวิทยากรที่มีประสบการณ์ในระดับนานาชาติ ประเด็นในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เสริมทักษะเพื่อการพัฒนาการผลิตรายการให้กับแกนนำ ซึ่งให้เห็นว่าในชุมชนมีประเด็นการสื่อสารเรื่องราวภายในชุมชนให้คนภายนอกได้รับรู้ ถือเป็น การเรียนรู้ที่สามารถมาหนุนเสริมการพัฒนาโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาได้เป็นอย่างมาก



โครงสร้างองค์กรสถานีวิจัยศูนย์ชุมชนควรมีคณะทำงานที่เป็นบุคลากรที่มีความถนัดแต่ละด้าน และเติมเต็มซึ่งกันและกัน มีประสบการณ์ผ่านการฝึกอบรมในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของชุมชนได้ เช่น การบริหารจัดการคน การบริหารด้านข้อมูล ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ ด้านการพัฒนา ด้านกฎหมาย ด้านการปฏิบัติการ ด้านการพัฒนา ด้านแหล่งทุน ด้านส่งเสริมเครือข่าย และด้านประชาสัมพันธ์องค์กร

การมีส่วนร่วมระหว่างคณะทำงานและชุมชนควรมีส่วนร่วมในการร่างระเบียบ กฎเกณฑ์ของสถานีวิจัยศูนย์ชุมชน การวางกฎเกณฑ์กติกาต้องเกิดจากการประชุมวางแผน และตั้งระเบียบภายใต้การเสนอและการยอมรับ รับผิดชอบร่วมกัน การมีส่วนร่วมในการใช้ภายใต้การร่างร่วมกันเพื่อป้องกันเหตุการณ์ความไม่เข้าใจกันในอนาคตที่จะเกิดขึ้น

ด้านมาตรฐานรายการ มาตรฐานการผลิตรายการในระยะเริ่มต้นของสถานีวิจัยศูนย์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาไม่ควรนำไปเปรียบเทียบกับรายการในโทรทัศน์กระแสหลัก เพราะรายการควรมุ่งเน้นประเด็นการสื่อสารไปยังเป้าหมายมากกว่าคุณภาพการผลิต ควรเป็นรายการที่เน้นการสื่อสารที่คณะทำงานสามารถผลิตได้ ไม่จำกัดกรอบการผลิตในมาตรฐานที่สูงจนทำให้ไม่ใช่งานที่ต้องการสื่อสารกับชุมชน ควรจำกัดเนื้อหาและประเด็นตามความเหมาะสมผ่านการพิจารณาของคณะทำงานร่วม และควรเน้นเรื่องจริยธรรมไม่กระทบสิทธิการสื่อสาร ไม่ละเมิดสิทธิของบุคคลที่ให้ข้อมูลเนื้อหาหรือประเด็นในรายการ

1.3.2 รูปแบบและเนื้อหาของรายการสถานีวิจัยศูนย์ชุมชน เนื้อหารายการควรเป็นประโยชน์ต่อคนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และสามารถพัฒนาเนื้อหาบางประเด็นจากภายในชุมชนสู่ภายนอกชุมชน ให้ทุกคนได้เข้าใจ และเป็นวาระของสังคมร่วมกันต่อไป ดังนั้นคณะทำงานสถานีวิจัยศูนย์ชุมชนควรมีการอบรมเพื่อพัฒนาเนื้อหาผ่านเครือข่ายสถาบันการศึกษาและนักวิชาชีพทั้งในและนอกพื้นที่ ควรมีการนำเนื้อหาจากการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาที่มีอยู่อย่างมากมายมานำเสนอผ่านเนื้อหาของรายการ ควรมีพัฒนาระบบการพัฒนาเนื้อหารายการผ่านกองบรรณาธิการออนไลน์ ควรมีการกำหนดเนื้อหาของรายการตามวาระของพื้นที่ นอกจากนี้ ควรมีการนำเนื้อหาของรายการแลกเปลี่ยนกับสถานีวิจัยศูนย์ชุมชนใกล้เคียง

สำหรับช่องทางออกอากาศควรเป็นช่องทางออนไลน์ต่างๆ ผ่านเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์

1.3.3 การจัดหารายได้ของสถานีวิจัยศูนย์ชุมชนลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ควรเริ่มจากการลงขัน เพื่อแสดงความเป็นเจ้าของร่วมกัน การลงทะเบียมนในการความเป็นเจ้าของร่วมกันแล้วค่อยขยับในการหาวิธีการจัดหารายได้ผ่านการจัดตั้งนิติบุคคลที่หารายได้เองได้ ควรมีการวางแผนและระดมทุนส่วนกลางในการดำเนินงาน ควรมีการจัดหารายได้จากภาษี หรืองบประมาณ

ที่หน่วยงานส่วนท้องถิ่นเข้ามาหนุนเสริมผ่านการประชุม วางแผนและจัดงบประมาณตามวาระล่วงหน้าในงบประมาณและจัดทำกิจกรรมที่เกิดรายได้ให้กับองค์กร

## 2. อภิปรายผล

เมื่อนำผลการวิจัยเชื่อมโยงกับแนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องสามารถอภิปรายผลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

2.1 บริบทของชุมชนที่เกี่ยวข้องและที่เอื้อต่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา พบว่า พื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาที่มีความเป็นไปได้ในการจัดตั้งโทรทัศน์ชุมชน เนื่องจากลักษณะประชากรส่วนใหญ่มีกลุ่มเยาวชนและกลุ่มผู้สูงอายุ มีกลุ่มผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มนักขับเคลื่อนชุมชนสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องความเป็นพลเมืองของลาเดท (Ladet, 2017) ที่กล่าวว่า มิติของความเป็นพลเมืองที่อยู่ภายใต้กฎหมาย ข้อบังคับและความเข้าใจความหลากหลายในเชื้อชาติ ศาสนา มองอยู่บนความเท่าเทียมกัน เปิดโอกาสและให้มีส่วนร่วมอย่างอิสระในการแสดงความคิดเห็นเพื่อแก้ไขปัญหาภายในชุมชน และสอดคล้องกับความคิดของวาติคิโอติส (Vatikiotis, 2010) ที่มองว่า ความเป็นพลเมือง คือ การมีส่วนร่วมของพลเมืองและการอภิปรายกลุ่มที่เกี่ยวกับทุกเรื่องซึ่งส่งผลต่อชุมชน และกลุ่มแกนนำนักขับเคลื่อนชุมชนได้เลือกการใช้สื่อในการเผยแพร่ประเด็นปัญหา โดยไม่รื้อให้ภาครัฐเข้ามาแก้ไขปัญหา แต่เลือกที่จะทำการสื่อสารให้รัฐคนในชุมชนและคนนอกชุมชนได้มองเห็นและร่วมแก้ไขปัญหาดังกล่าว ผ่านการรวมตัวกันจัดตั้งเป็นสมาคมพัฒนาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา นอกจากนี้ การทำงานของกลุ่มแกนนำนักขับเคลื่อนชุมชนภายใต้สมาคมพัฒนาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาสอดคล้องกับแนวคิดของณัฐนันท์ ศิริเจริญ (2555) ที่มองว่า พลเมืองในปัจจุบันหรือประชาชนในยุคดิจิทัลไม่ใช่เป็นผู้รับบริการ (customer) แต่เป็นพลเมือง (citizens) ที่มีสิทธิและหน้าที่ในการจัดการวิถีชีวิตของตนเอง ภายใต้ผลประโยชน์ของส่วนรวม

กลุ่มแกนนำนักขับเคลื่อนชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลายังมีบทบาทการทำงานในลักษณะแกนนำชุมชน ดังที่ นฤทธิ ดวงสุวรรณ (ม.ป.ป.) ได้สรุปบทบาทการทำงานของแกนนำไว้ดังนี้ 1) การเชื่อมโยง “นโยบายสู่พื้นที่” แกนนำในพื้นที่เป็นเหมือนแกนกลางในการทำงานร่วมกันจากนโยบายสู่การปฏิบัติ (จากบนสู่ล่าง) และจากพื้นที่สู่การวางแผนนโยบายเพื่อแก้ไขปัญหา (จากล่างขึ้นบน) 2) มีส่วนร่วมทำงานระดับนโยบายและวางแผนลุ่มน้ำฯ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน แกนนำในพื้นที่มีสถานะเป็นคณะทำงานที่ขับเคลื่อนนโยบายภายใต้สภาลุ่มน้ำ

ทะเลสาบสงขลา 3) ทำงานคู่ขนานกับภาคนโยบาย แคนนามีการทำงานด้านสาธารณะเพื่อแก้ไข ปัญหาภายในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 4) ติดตามแผนพัฒนาที่มีผลต่อลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา แคนนามี การติดตามและร่วมประชุมในประเด็นการพัฒนาที่มีผลต่อลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา เช่น กรณีการ ขุดคลองไทย ที่แคนนำเข้าไปรับฟังและนำข้อมูลมานำเสนอกับคนในชุมชน 5) เชื่อมโยงเครือข่าย ร่วมขับเคลื่อน ทั้งภายในและภายนอกชุมชน แคนนามีการทำงานร่วมกับเครือข่ายทั้งเครือข่าย พัฒนาชุมชน เครือข่ายสื่อ เครือข่ายสถาบันการศึกษา เพื่อสนับสนุนการพัฒนาในพื้นที่อยู่เสมอ 6) ทำการสื่อสารสาธารณะ แคนนามีการทำงานสื่อสารทั้งภายในชุมชนและภายนอกชุมชน เพื่อสะท้อนปัญหาและทางแก้ไข รวมถึงแนวทางในการพัฒนาภายในชุมชน 7) พัฒนาแหล่งเรียนรู้ การจัดการทรัพยากรธรรมชาติแบบมีส่วนร่วม แคนนามีการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ทั้งทางวัฒนธรรม ในชุมชน อย่างแหล่งเรียนรู้ในพื้นที่ทะเลน้อย และแหล่งเรียนรู้โหนด นา เล ในพื้นที่ตำบลท่าหิน อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา 8) สร้างความเข้มแข็งขององค์กร พัฒนาองค์ความรู้ร่วมกับ สถาบันการศึกษา มีการทำงานร่วมกันกับสถาบันการศึกษา มีการประสานงานกันในรูปของ เครือข่ายวิจัยลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา เพื่อการศึกษาวิจัยและพัฒนาเชิงพื้นที่ร่วมกันระหว่างชุมชนกับ สถาบันการศึกษา

ประเด็นปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ ในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา คือ ปัญหา น้ำท่วมซ้ำซาก สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมของทรัพยากรประมงและสัตว์น้ำ ผลผลิตทางการเกษตรตกต่ำ ต้นทุนการผลิตสูง อากาศแปรปรวน การเคลื่อนย้ายแรงงานไปทำงานต่างถิ่นเป็น ปัญหาที่ชุมชนแสดงความคิดเห็นมากที่สุดในพื้นที่ สอดคล้องกับการศึกษาบริบทชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาของ อูมาพร มุณีแนม และคณะ (2556) ได้ทำการศึกษาบริบทของชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ในมิติของปัญหาและสถานการณ์ต่างๆ ของจังหวัดในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และพบว่าประกอบด้วยปัญหา 8 ประเด็น คือ 1) ผลกระทบจากภัยดินถล่ม อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพพื้นที่ 2) ผลกระทบจากการเพิ่มขึ้นของน้ำทะเล น้ำกร่อยเริ่มไหลรุกเข้าสู่พื้นที่ใจกลางทะเลสาบ 3) ผลกระทบจากอุณหภูมิที่สูงขึ้น ทำให้สภาวะอากาศเสียสมดุล 4) ผลกระทบจากปริมาณน้ำฝนที่เพิ่มสูงขึ้น เกิดอุทกภัยในพื้นที่รอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 5) ผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งแหล่งอาหารหล่อเลี้ยงคนในพื้นที่มาช้านาน 6) ผลกระทบจากอากาศที่แปรปรวนต่อการเกษตร ส่งผลต่อการวางแผนและกระบวนการผลิตทางการเกษตร 7) ผลกระทบจากอากาศที่แปรปรวนต่อการประมง ส่งผลต่อทรัพยากรสัตว์น้ำ สัตว์น้ำพื้นถิ่นค่อยๆ สูญหายไปจากพื้นที่ 8) ผลกระทบต่อศิลปวัฒนธรรม การถูก ภูมิปัญญาเก่าแก่ดั้งเดิมไม่ได้รับการเหลียวแล เกิดการสูญหาย นอกจากนี้ ผลการวิจัยได้ข้อค้นพบเพิ่มเติมเกี่ยวกับสภาพปัญหาในพื้นที่ คือ การขาดแคลนแรงงานในชุมชน เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป

ในพื้นที่ ส่งผลให้แรงงานในชุมชนเคลื่อนย้ายเข้าสู่พื้นที่ที่มีสภาพเศรษฐกิจที่ดีกว่า ทำให้คนในชุมชนขาดแคลนรายได้ และการที่เยาวชนในพื้นที่เลือกที่จะเดินทางเข้าศึกษาต่อโรงเรียนในเมืองมากขึ้น ทำให้โรงเรียนในชุมชนไม่มีนักเรียนเข้าศึกษาต่อ หลักสูตรที่สอนให้นักเรียนรู้จักชุมชนไม่มีผู้เรียน เยาวชนในพื้นที่ไม่รับรู้เรื่องราวความเป็นไปของชุมชน เกิดการเพิกเฉยต่อการเปลี่ยนแปลงในชุมชนไปโดยปริยาย

นอกจากนี้ ชุมชนในพื้นที่ผิดหวังต่อนโยบายของรัฐ เพราะการขาดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนสอดคล้องกับเอกสารของคณะกรรมการวิสามัญศึกษาและติดตามการแก้ไขปัญหาพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา (2553) ที่ระบุสภาพปัญหาไว้ 6 ประเด็นและประเด็นด้านศักยภาพ 2 ประเด็น โดยสอดคล้องในข้อที่ 5 ที่ได้ระบุถึง ปัญหาการขาดการส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการแก้ไขปัญหาและการพัฒนาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

สำหรับในประเด็นพฤติกรรม的开รับสื่อของคนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ประชาชนเปิดรับสื่อโทรทัศน์ สื่อบุคคล และสื่อออนไลน์มากที่สุด ตามลำดับ สอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรม ศูนย์วิจัยลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา คณะการจัดการสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (2558) เคยจัดทำสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ เพื่อเผยแพร่ถือเป็นสื่อที่นำเสนอวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ประเด็นสังคมเพื่อแก้ไขปัญหาภายในชุมชนได้เป็นอย่างดี ในขณะที่สื่อท้องถิ่นในพื้นที่มีการนำเสนอข่าวสารในพื้นที่ มีการเปิดประเด็นชุมชนต้นแบบอยู่บ้าง รวมถึงมีการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่อยู่ด้วยเช่นกัน

2.2 บริบทการสื่อสารของชุมชนที่เกี่ยวข้องและที่เอื้อต่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ทำให้เห็นว่า ชุมชนยังเปิดรับสื่อโทรทัศน์ และหากมีสื่อของชุมชนก็จะยังคงเลือกสื่อโทรทัศน์เพราะมีทั้งภาพและเสียง และในชุมชนมีความต้องการเนื้อหาที่ช่วยส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชน จึงเป็นโอกาสที่ดีหากโทรทัศน์ชุมชนจะเข้ามาเป็นศูนย์กลางในการขับเคลื่อนบริบทต่างๆ สอดคล้องกับแนวคิดของสมัชชา นิลปัทม์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 23 ธันวาคม 2561) ที่เชื่อมโยงความหมายของคำว่า ชุมชน หรือ คอมมูนิตี (community) ที่สอดคล้องกับคำว่า คอมมอน (common) หรือศูนย์กลาง คำว่าคอมมูน (commune) ที่แปลว่า จังหวัดหรือพื้นที่ และคำว่า คอมมิวนิเคชัน (communication) หรือการสื่อสาร การเชื่อมโยงดังกล่าวทำให้เห็นภาพของความเป็นชุมชนและการรวมตัวกันในการขับเคลื่อนโทรทัศน์ชุมชน และประเด็นดังกล่าวยังสอดคล้องกับแนวคิดสื่อชุมชน ที่ฉัฐพงษ์ สุขโสต (2559) ได้มองบริบทของสื่อชุมชนว่า ต้องเป็นสื่อที่อยู่ภายในชุมชนต้องทำหน้าที่ “เพื่อ” ชุมชน “โดย” ชุมชน และเป็น “ของ” ชุมชน และที่สำคัญคือ การเน้นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (participatory communication) ทั้งให้ประชาชนในชุมชนสามารถเข้าถึง (access) เข้ามามีส่วนร่วมในประเด็นที่จะสื่อสารและเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสาร ทั้งการใช้และ

ผลิตสื่อ การกำหนดนโยบายหรือการเป็นเจ้าของ โดยที่ไม่จำเป็นต้องมีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินงานและไม่ใช่งานที่มุ่งเน้นแสวงหาผลกำไร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกัับวิทยุกระจายเสียงพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกัับวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ให้นิยามของคำว่า “โทรทัศน์ชุมชน” ไว้ ในมาตรา 4 โดยแบ่งออกเป็น 2 คำ คือ “กิจการโทรทัศน์” อยู่ในวรรคที่ 7 และ “ชุมชน” อยู่ในวรรคที่ 13 “กิจการโทรทัศน์” หมายความว่า กิจการวิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรทัศน์ซึ่งให้บริการส่งข่าวสารสาธารณะ หรือรายการไปยังเครื่องรับที่สามารถรับชมและฟังการให้บริการนั้น ๆ ได้ ไม่ว่าจะส่งผ่านระบบคลื่นความถี่ ระบบสาย ระบบแสง ระบบแม่เหล็กไฟฟ้า หรือระบบอื่น ระบบใดระบบหนึ่ง หรือหลายระบบรวมกัน หรือกิจการอื่นทำนองเดียวกันที่ กสทช. กำหนดให้เป็นกิจการโทรทัศน์ “ชุมชน” หมายความว่า กลุ่มประชาชนที่มีพื้นที่อาศัยในแหล่งเดียวกันไม่ว่าจะเป็นในเมืองหรือในชนบท และให้ความหมายรวมถึงกลุ่มประชาชนที่มีความสนใจร่วมกันและอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกันหรือสื่อสารถึงกันได้โดยมีผลประโยชน์ด้านสังคมวัฒนธรรม เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกัน ทำกิจกรรมกัน ชอบด้วยกฎหมายและศีลธรรมร่วมกัน มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง มีการจัดการและการแสดงเจตนาแทนกลุ่มได้ นอกจากนี้ ปัจจัยที่เอื้อต่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนคือ มีภาคประชาสังคมในพื้นที่กลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาที่รวมตัวกันภายใต้สมาคมพัฒนาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา สอดคล้องกับแนวคิดของการจัดตั้งพะเยาทีวี (ภัทรา บุรารักษ์, 2558) ที่จัดตั้งจากกระบวนการกลุ่มคนที่มีความสนใจและต้องการเห็นการพัฒนาในชุมชนของตนเองและขยายความร่วมมือทำงานเพื่อสื่อสารประเด็นต่างๆ ภายในชุมชน ร่วมกันกับ นักวิชาการ นักพัฒนา นักธุรกิจ สื่อมวลชน และคณะสงฆ์

ในประเด็นรูปแบบและเนื้อหารายการที่ชุมชนมองว่าสถานีโทรทัศน์ชุมชนควรมีรูปแบบรายการ คือ รายการข่าว รายการสารคดี และรายการบันเทิงภายในชุมชน เนื้อหารายการในสถานีโทรทัศน์ชุมชนต้องการมีเนื้อหาที่สร้างรายได้ให้กับชุมชน ซึ่งความต้องการจากชุมชน สอดคล้องกับ ภัทรา บุรารักษ์ (2558) ในประเด็นแนวคิดยุทธศาสตร์ด้านการผลิตรายการโทรทัศน์ชุมชน ในแง่ของการพึงเสียงสะท้อนของชุมชน และการสร้างการรับรู้และติดตาม นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับความคิดของกาญจนา แก้วเทพ (2552) ที่กล่าวถึงคุณลักษณะของการมีส่วนร่วม 9 ประการ กล่าวโดยสรุปคือ เป็นการสื่อสารที่สร้างความหมาย อารมณ์ ความรู้สึกร่วมกันของผู้ส่งสารและผู้รับสาร เป็นการสื่อสารแนวนอนที่คู่สื่อสารมีความเสมอภาคทัดเทียมกัน รวมถึงเป็นการสื่อสารที่ยึดผู้รับสารเป็นตัวตั้ง นำไปสู่เป้าหมายการสื่อสารเพื่อปรับเปลี่ยนจากการ โน้มน้าวใจสู่การสร้าง ความหมายร่วม

ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่า เนื้อหารายการที่สร้างรายได้ให้กับชุมชน กิจกรรมของชุมชน บุคคลต้นแบบที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาอาชีพและรายได้ ออกอากาศผ่านออนไลน์ควบคู่กับถ่ายทอดเสียงผ่านวิทยุชุมชน โดยคนในชุมชนนำร่องแล้วค่อยขยายสู่ช่องทางเผยแพร่อื่นๆ สอดคล้องกับคุณลักษณะของสื่อชุมชน (กาญจนา แก้วเทพ, 2543) ที่ว่า รูปแบบและเนื้อหารายการของโทรทัศน์ชุมชนต้องเกิดขึ้นและดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน และสื่อชุมชนเน้นการปรับปรุงสื่อให้เหมาะสมสำหรับประโยชน์การใช้งานของชุมชน

2.3 แนวทางในการบริหารจัดการเพื่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนเพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา พบว่า นโยบายโทรทัศน์ชุมชนของกสทช. ยังคงเปิดโอกาสให้สถานีโทรทัศน์ชุมชนที่มีความพร้อมดำเนินการเขียนโครงการขอทุนเพื่อดำเนินการทดลองออกอากาศสถานีโทรทัศน์ชุมชนผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ ส่วนนโยบายการผลักดันโทรทัศน์ชุมชนให้เกิดขึ้นในระบบออกอากาศสัญญาณภาคพื้นดินหรือระบบโทรทัศน์ดิจิทัลยังคงต้องรอต่อไป นอกจากนี้ สถานการณ์การบริโภคสื่อของผู้ชม ผู้ชมเลือกที่จะบริโภคสื่อออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ทำให้การลงทุนในระบบโทรทัศน์ดิจิทัลเป็นเรื่องที่มีความเสี่ยงสูงไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน

ขณะเดียวกันทิศทางการบริหารจัดการเพื่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา องค์กรอย่างสมาคมพัฒนาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา มีแนวคิดที่จะพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนผ่านการประสานงานระหว่างแกนนำในสมาคม แกนนำและผู้ผลิตรายการในพื้นที่ในการวางแผนขับเคลื่อนสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ดังนั้นทิศทางของการเกิดสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา มีโอกาสที่จะเกิดขึ้นได้ โดยสื่อสารในประเด็นของปัญหาที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และประเด็นในการสร้างรายได้ให้กับชุมชน

วิธีการในการบริหารจัดการเพื่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชน พบว่า ควรยึดวิธีการตามแนวคิด โพนดี ดีดั่ง ดีนาน ประกอบด้วย 1) วิธีการโพนดี คือการจัดตั้งคณะทำงานใน 3 ระยะเวลา คือ ขั้นเริ่มต้น กำหนดโครงสร้างและกำหนดบทบาทหน้าที่ 2) วิธีการดีดั่ง คือการผลิตรายการภายใต้เงื่อนไขของประเด็นปัญหาและความต้องการของชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 3) วิธีการดีนาน คือ การผลิตรายการสื่อสารในช่องทางที่สร้างความยั่งยืน ต่อเนื่อง และขยายการสร้างการรับรู้ให้ครอบคลุมทั้งในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาและภายนอกชุมชน

กระบวนการในการบริหารจัดการเพื่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชน คือ การใช้วิธีการตามแนวคิด โพนดี ดีดั่ง ดีนาน โดยรวบรวมคณะทำงานอันประกอบด้วย 1) แกนนำในพื้นที่และผู้ผลิตรายการ 2) เยาวชนในพื้นที่ 3) แกนนำในสมาคมพัฒนาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

4) นักวิชาการจากสถาบันการศึกษาในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 5) หน่วยงานท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง ร่วมทำความเข้าใจในโทรทัศน์ชุมชน ประสานการทำงานกำหนดโครงสร้างการทำงานควบคู่กับการพัฒนาทักษะการผลิตแกนนำในการผลิตรายการเพื่อแก้ไขปัญหาภายในชุมชน ศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหาภายในพื้นที่ลุ่มน้ำฯ และแนวทางในการสร้างรายได้ให้กับชุมชน เพื่อให้ตอบสนองต่อวิธีการบริหารตามแนวคิด โพนดิ ตีตัง ตินาน คณะทำงานควรดำเนินการภายใต้กระบวนการสื่อสาร ประกอบด้วย 1) การสื่อสารด้วยความเข้าใจประเด็น 2) สื่อสารอย่างต่อเนื่อง 3) สื่อสารอย่างพัฒนา และ 4) สื่อสารเพื่อให้ชุมชนเชื่อใจและมั่นใจว่าสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาในแต่ละพื้นที่รอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาผ่านช่องทางเผยแพร่คือช่องทางออนไลน์ โดยมีรูปแบบและเนื้อหารายการที่เน้นสองประเด็นคือ แก้ไขปัญหาและสร้างรายได้ให้กับชุมชน มีกองบรรณาธิการออนไลน์ที่ดูแลเนื้อหาไม่ให้หลุดจากทั้ง 2 ประเด็น การทำการผลิตรายการให้มีรูปแบบและเนื้อหารายการดังกล่าวจะไปช่วยให้การรายได้ของสถานีสอดคล้องกับแหล่งทุนภายในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา โดยกระบวนการในการหารายได้ของสถานีโทรทัศน์ชุมชนพบว่า ควรหารายได้จาก 1) ค่าโฆษณาสินค้าที่สามารถส่งเสริมเศรษฐกิจภายในชุมชนซึ่งมีมากมายในพื้นที่ลุ่มน้ำฯ 2) รายได้จากงบประมาณของหน่วยงานท้องถิ่นที่ตั้งงบประมาณเพื่อแก้ไขปัญหาในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 3) รายได้จากค่าบริจาคของคนในชุมชนที่สถานีโทรทัศน์ชุมชนได้ทำให้คนในชุมชนมั่นใจและเชื่อใจว่าเงินที่บริจาคไปจะหวนคืนมาเพื่อแก้ไขปัญหาและเสริมสร้างรายได้ให้กับชุมชน กระบวนการในการบริหารจัดการเพื่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา สอดคล้องกับแนวคิดกลยุทธ์โทรทัศน์ชุมชนของเอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2560) ที่ประกอบด้วย 1) การทำความเข้าใจในสิทธิที่ชุมชนได้รับผ่านสื่อโทรทัศน์ชุมชน ความเข้าใจในสื่อโทรทัศน์ชุมชน 2) การรับรู้ถึงสารของโทรทัศน์ชุมชน 3) สารที่ส่งออกจะผลิตเนื้อหาอะไร 4) การรู้ว่าควรนำเสนออะไร รวมถึง 5) รู้จักสังคมและชุมชนเพียงพอที่จะดำเนินการชุมชนให้ก้าวเดินต่อไป

ทั้งนี้ โครงสร้างองค์กรควรมีบุคคลที่มีความถนัดแต่ละด้าน และนำมาเพิ่มเติมซึ่งกันและกันผ่านการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของชุมชน สอดคล้องกับ ฌัฐพงศ์ สุขโสภา และชจิต ขวัญ กิจวิศาละ (2560) ที่กล่าวถึงขั้นตอน ระดับและการผลิตสื่อชุมชนแบบมีส่วนร่วม โดยการวิเคราะห์งานวิชาการของดวงพร คำบุญวัฒน์ และคณะ (2545) ที่ทำการศึกษาขั้นตอนการมีส่วนร่วมในสื่อชุมชนประเภทหอกระจายข่าว โดยมีขั้นตอน 5 ขั้นตอนโดยสรุป คือ 1) ขั้นการสร้างสายสัมพันธ์การแจ้งเจตนาของการศึกษาและใช้เวลาในการสร้างสายสัมพันธ์ที่ไว้วางใจกัน 2) ขั้นของการเปิดโอกาสให้คนชุมชนได้แสดงความคิดเห็นผ่านการเสวนาภายใน 3) ขั้นของการสร้างองค์/ผู้ส่งสารกลุ่ม 4) ขั้นของการให้ผู้ส่งสารกลุ่มใหม่ได้ลงมือทำงาน 4) การประเมินผลโดยชุมชน และ

5) ให้แกนนำได้ลงมือทดลองทำ หลังจากนั้นจึงเป็นการประเมินผล โดยการประเมินผลนั้นต้องเกิดจากคนในชุมชนทั้งชุมชน เพื่อเป็นการติดตามผลงานของชุมชนที่ได้ริเริ่มดำเนินการมาแล้วช่วงระยะเวลาหนึ่ง

นอกจากนี้ ผลการวิจัยในประเด็น โครงสร้างองค์กรสอดคล้องกับแนวคิดของสุกนันท ฤทธิมนตรี และนิธิตา แสงสิงแก้ว (2558) ที่อธิบายหลักการของแนวคิดการจัดการคุณภาพแบบทั่วทั้งองค์กร (Total Quality Management (TQM)) ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินงานของสถานีวิจัยชุมชนพะเยาทีวี ในประเด็นปัจจัยเชิงโครงสร้างและการบริหารจัดการ โดยการบริหารงานที่เอื้อต่อการมีผลต่อการมีส่วนร่วม ดังนี้ 1) โครงสร้างองค์กรและรูปแบบการดำเนินการที่ให้ผู้ชมหรือคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในทุกๆระดับ ตั้งแต่มีสภาผู้ชม และเป็นตัวแทนในการบริหารสถานีฯ เพื่อขับเคลื่อนประเด็นและวาระของสถานีฯ 2) การบริหารงานด้านบุคคลที่มุ่งเน้นเปิดโอกาสในคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในรูปแบบอาสาสมัคร และพนักงานประจำเพื่อรับผิดชอบงานในส่วนต่างๆ ของสถานีฯ 3) การบริหารงานด้านการเงิน ด้วยสถานีวิจัยชุมชนสามารถทำได้เพียงพอต่อการใช้จ่ายภายในสถานีฯ ไม่ได้มุ่งแสวงหาผลกำไร ทำให้หารายได้ผ่านการรับเงินบริจาคหรือเงินสนับสนุนจากชุมชน และ 4) การบริหารงานด้านอุปกรณ์ จะต้องได้รับการสนับสนุนจากอาสาสมัครซึ่งอาศัยหลักการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

ประเด็นการมีส่วนร่วม ควรให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการร่วมร่างกฎเกณฑ์ของสถานีฯ กฎเกณฑ์กติกานั้นก็ต้องเกิดจากการประชุมวางแผนและตั้งระเบียบภายใต้การเสนอและการยอมรับ และการรับรองร่วมกันด้วย ทั้งนี้ การมีส่วนร่วมในการใช้ภายใต้การร่วมกันเพื่อป้องกันเหตุการณ์ความไม่เข้าใจกันในอนาคตที่จะเกิดขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของสิงคาล (Singhal, 2001) ที่ได้นำเสนอแนวคิดของระดับการมีส่วนร่วม ซึ่งคัดแปลงมาจากแนวคิดของเดอเนกรีและคณะ (De Negri et al., 1998) ที่ช่วยให้การมีส่วนร่วมของชุมชนผ่านการสื่อสารแนวคิด 6 CS ของสิงคาล (Singhal) ประกอบด้วย 1) การร่วมตัวเลือกหรือตัวแทน (co-option) 2) การปฏิบัติตาม (compliance) 3) การให้คำปรึกษา (consultation) 4) การให้ความร่วมมือ (cooperation) 5) การเรียนรู้ร่วมกัน (co-learning) และ 6) การลงมือทำร่วมกัน (collective action)

ในประเด็นของเนื้อหารายการ ต้องมีเนื้อหาที่ให้ประโยชน์ต่อคนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา เพราะความต้องการเบื้องต้นของคนในชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา คือความต้องการสร้างรายได้ นอกจากนี้ เนื้อหารายการยังสามารถพัฒนาเนื้อหาให้คนนอกพื้นที่ได้เข้าใจร่วมเป็นวาระของสังคมต่อไป ดังนั้น ควรมีการอบรมเพื่อพัฒนาเนื้อหาอย่างต่อเนื่องผ่านเครือข่ายสถาบันการศึกษาและนักวิชาชีพทั้งในและนอกพื้นที่ มีการนำเนื้อหาจากการวิจัยมาย่อยและนำเสนอผ่านเนื้อหารายการ กระบวนการพัฒนาเนื้อหารายการ มีกองบรรณาธิการออนไลน์



กำหนดเนื้อหารายการตามวาระของพื้นที่ นอกจากนี้ มีการนำเนื้อหารายการแลกเปลี่ยนกับสถานีโทรทัศน์ชุมชนใกล้เคียง สอดคล้องกับแนวคิดกลยุทธ์การบริหารงานโทรทัศน์ชุมชนของเอ็อิจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2560) ที่ให้ข้อเสนอแนะว่า เนื้อหาในรายการของโทรทัศน์ชุมชนจะต้องกระแทกใจ เป็นเรื่องภายในชุมชนหรือเกี่ยวข้องกับชุมชน สามารถทำให้คนในชุมชนรับรู้ สนใจ และดึงดูดใจ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ชุมชนควรผลิตรายการและเผยแพร่ทางช่องทางต่างๆ ซึ่ง ณ ปัจจุบันไม่ควรผลิตออกเพียงสื่อเดียว นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดการศึกษาเนื้อหาที่ชุมชนต้องการของซารายัน (Salajan, การสื่อสารส่วนบุคคล, 24 มิถุนายน 2559) ซึ่งอธิบายวิธีในการผลิตรายการให้มีเนื้อหาตรงตามความต้องการของชุมชน (local target demand) มี 4 ประเด็นที่ชุมชนต้องการ เรียงลำดับตามความต้องการ คือ 1) ชีวิต (life) รายการที่ผลิตจะต้องมีเนื้อหาส่งผลกระทบต่อชีวิตของคนในชุมชน 2) กระเป๋าเงิน (wallet) หรือรายได้ รายการที่ผลิตจะต้องมีเนื้อหาส่งผลกระทบต่อปากท้อง สามารถสร้างรายได้ให้คนในชุมชนได้ 3) ทางเลือก (choice) ทางเลือกที่ก่อให้เกิดสิ่งใหม่ในชุมชน เป็นทางเลือกที่ใครจะเลือกก็ได้ และ 4) บันเทิง (entertainment) รายการที่ให้ความบันเทิง กีฬา วัฒนธรรม ประเพณีภายในพื้นที่ที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน

สำหรับช่องทางออกอากาศเป็นช่องทางออนไลน์ต่างๆ ผ่านเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ สอดคล้องกับแนวคิดพื้นที่สาธารณะของฮาเบอร์มาส (ฮาเบอร์มาส (Habermas, J.), เลนนอกซ์ เอส (Lennox, S.) และ เลนนอกซ์ เอฟ (Lennox, F.), 1974) ที่กล่าวว่า พื้นที่สาธารณะคือขอบเขตทางสังคมที่เปิดพื้นที่ให้ทุกคนได้แสดงความคิดเห็น และสอดคล้องในเชิงขอบเขตของพื้นที่สาธารณะที่ กาญจนา แก้วเทพ (2553) กล่าวว่า คำว่าสาธารณะคือ เรื่องผลประโยชน์ส่วนรวม การเปิดพื้นที่ออกอากาศทางออนไลน์สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาพื้นที่สาธารณะที่ก้าวไปสู่สื่อใหม่ที่ก้าวจากสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์มาสู่สื่อออนไลน์ และยังคงสอดคล้องกับแนวคิดของบุงช (Butsch, 2011) ที่กล่าวว่า อุตสาหกรรมสื่อค่อยๆ เปลี่ยนแปลงตัวเอง และไม่ยึดติดเพียงแค่อะไรเพียงสื่อเดียว แต่มีความหลากหลายในช่องทางที่หลากหลาย ทำให้สื่อไม่มีขอบเขตเช่นเดียวกับสถานีโทรทัศน์ชุมชนซึ่งแม้ ณ เวลานี้จะยังไม่มียุทธศาสตร์ผ่านทางโครงข่ายโทรทัศน์ภาคพื้น แต่สามารถออกอากาศได้ผ่านทางช่องสื่อออนไลน์ และปรับรูปแบบไม่เพียงแต่เฟซบุ๊กและยูทูปเพียงอย่างเดียว แต่สามารถผลิตคลิปข่าวผ่านทางช่องทางไลน์ได้ด้วยเช่นกัน

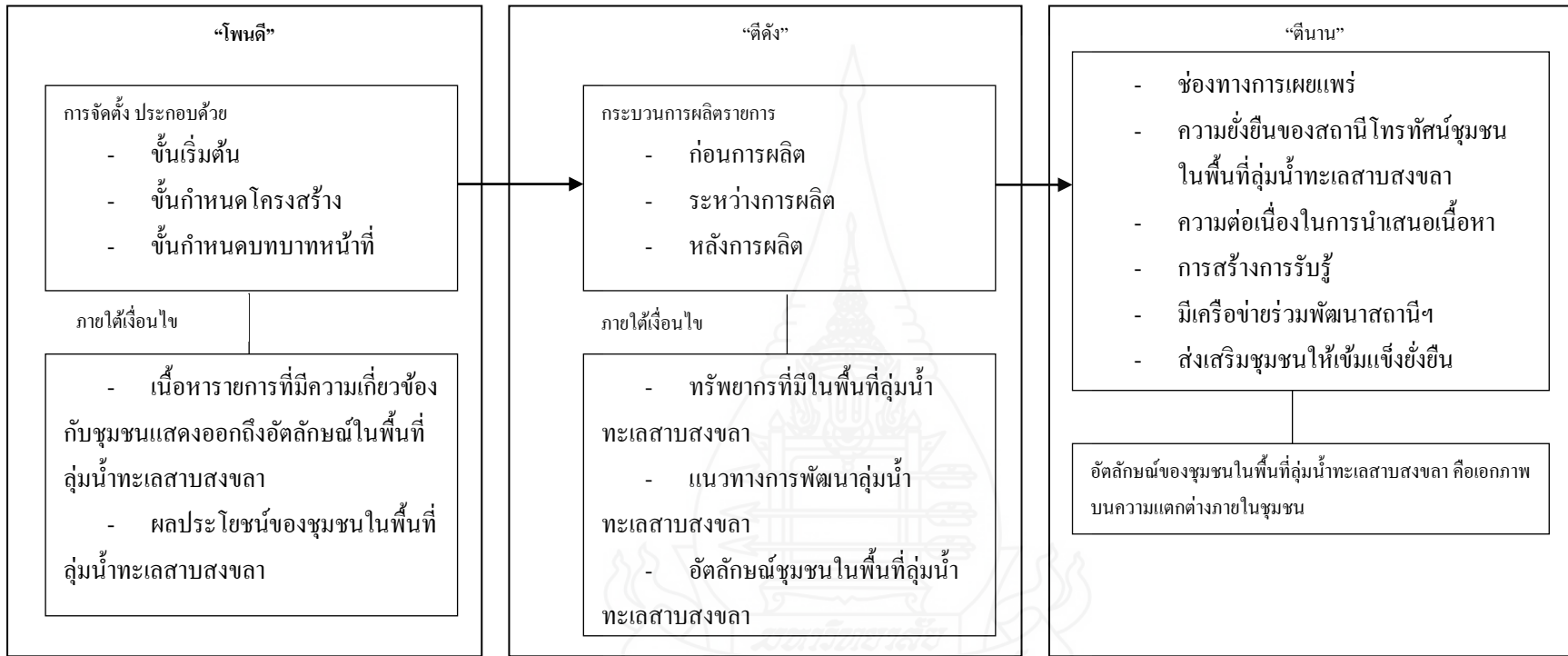
นอกจากนี้ การเผยแพร่ผ่านทางช่องทางสื่อออนไลน์ยังสอดคล้องกับข้อมูลของสถาบันรอยเตอร์ (Reutor, 2017) ในการรายงานผลของข่าวในยุคดิจิทัล พบว่า อัตราการมีส่วนร่วมของผู้ชมเพิ่มมากขึ้น สาเหตุหลัก คือ การเติบโตขึ้นของสังคมออนไลน์ ทำให้ข่าวถูกนำเสนอในช่องทางออนไลน์ด้วยเช่นกัน จากช่องทางการนำเสนอใหม่นี้มีผลทำให้เกิดการมีส่วนร่วมกันของผู้ชม โดยกิจกรรมที่ผู้ชมเข้าไปมีส่วนร่วมหลักๆ คือ การแชร์และการแสดงความคิดเห็นของผู้ชม

สำหรับการหารายได้ของสถานีโทรทัศน์ชุมชนลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ควรมีการวางแผนการจัดการรายได้ผ่านการประชุมร่วมกัน เพื่อหาแนวทางการจัดการรายได้ให้สถานีโทรทัศน์ชุมชนดำเนินการ มีแนวทางเริ่มจากการลงขันบริจาค เพื่อแสดงความเป็นเจ้าของร่วมกัน แล้วหาวิธีการจัดการรายได้ผ่านการจัดตั้งนิติบุคคลที่หารายได้เองได้ มีการวางแผนและระดมทุนส่วนกลางในการดำเนินงาน มีการจัดการรายได้จากภาษี หรืองบประมาณที่หน่วยงานส่วนท้องถิ่นเข้ามาหนุนเสริมผ่านการประชุม วางแผนและจัดงบประมาณตามวาระล่วงหน้าในปีงบประมาณและจัดทำกิจกรรมที่เกิดรายได้ให้กับองค์กร ซึ่งวิธีการจัดการรายได้สอดคล้องกับการแนวคิดการจัดการรายได้ของสถานีโทรทัศน์ชุมชนทั่วโลกที่มีแนวทางการจัดการรายได้ที่หลากหลายประกอบด้วย 1) รายได้ของสถานีฯ จากรัฐบาลกลางที่จัดสรรงบประมาณจากเงินภาษีของประชาชน และรายได้จากรัฐบาลท้องถิ่นที่มีงบประมาณหรือจัดสรรงบประมาณจากเงินภาษีของคนในชุมชน รายได้สนับสนุนจากองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร และรายได้จากกองทุนที่สนับสนุน 2) รายได้จากค่าโฆษณา 3) รายได้จากค่าสมาชิก 4) รายได้จากเงินบริจาค 5) รายได้อื่นที่ไม่ได้จากค่าโฆษณา เกิดจากงานอื่นๆ เช่น รายได้จากการถ่ายทอดสดกิจกรรมต่างๆ ภายในชุมชน รายได้จากการขายสินค้าของที่ระลึกของสถานีฯ รายได้จากการผลิตชิ้นงานตามที่ได้รับคำสั่งว่าจ้างภายในชุมชน 6) รายได้จากการขายลิขสิทธิ์รายการ และ 7) รายได้การแบ่งเวลาออกอากาศ นอกจากนี้ วิธีการจัดการรายได้ด้วยการโฆษณาสอดคล้องกับแนวคิดของศิริมิตร ประพันธ์ธุรกิจ (สมสุข หินวิมาน, บก., 2558) ที่แบ่งผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโทรทัศน์ โดยมองว่าค่าโฆษณาคือ แหล่งได้หลักในการหล่อเลี้ยงสถานีโทรทัศน์ให้ดำเนินงานต่อไปได้ และสอดคล้องกับแนวคิดการขยายและการกระจายตัวของโทรทัศน์ชุมชนของ สเตราเบอร์ และคณะ (Strubhaar, et al.) (2013) ที่กล่าวถึงการกระจายตัวของโทรทัศน์ท้องถิ่นว่า มีรูปแบบของการขยายตัวในแง่ของการสร้างกลุ่มหุ้นส่วนร่วมในการดำเนินการ กล่าวคือ เป็นการทำงานร่วมกันของสถานีโทรทัศน์ชุมชนกับกลุ่มที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน เช่น วิชากิจชุมชน ผ่านการสื่อสารในช่องทางที่โทรทัศน์ชุมชน เพื่อให้วิชากิจชุมชนเหล่านั้นขายสินค้าได้เพิ่มมากขึ้น เมื่อเศรษฐกิจชุมชนอยู่ได้ สถานีโทรทัศน์ชุมชนก็ย่อมอยู่ได้ด้วยเช่นกันสอดคล้องกับแนวคิด 5ช ของเอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2560) ที่กล่าวถึงเรื่องของความเชื่อ หากโทรทัศน์ชุมชนสามารถทำให้เศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้น ความเชื่อมั่นของชุมชนก็จะเพิ่มขึ้น รวมถึงสอดคล้องกับแนวคิดความยั่งยืนของสื่อชุมชน ที่กาญจนา แก้วเทพ (2560) ได้กำหนดตัวชี้วัดของความยั่งยืนของสื่อชุมชนไว้ 9 ประการ โดยมีประเด็นหนึ่งเกี่ยวข้องกับการขยายผลที่กิจกรรมในการทำให้บริการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ธุรกิจในพื้นที่ ของโทรทัศน์ชุมชนสามารถตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนได้

จากผลการวิจัยและการอภิปรายผลข้างต้น แม้ว่านโยบายโทรทัศน์ชุมชนของกสทช.จะยังไม่มีความชัดเจนมากขึ้น แต่โอกาสในการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผู้วิจัยสามารถสังเคราะห์เป็นทิศทางในการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาตามกรอบแนวคิด โพนดี ตีตั้ง ตีนาน ได้ดังแผนภาพที่ 5.1



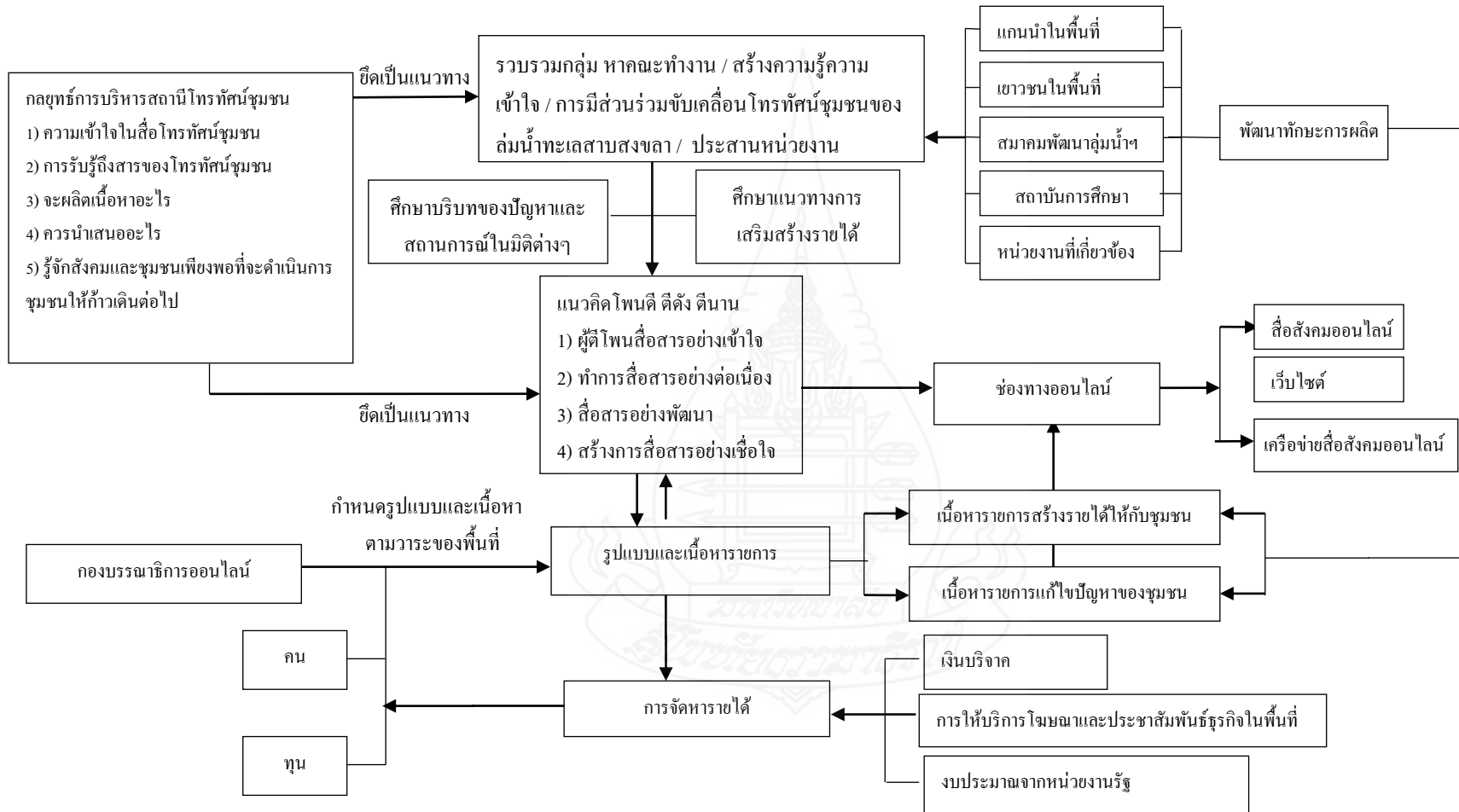
5.1 ทิศทางในการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาตามแนวคิดโหนด ดีดัง ตีนาน



ภาพที่ 5.1 ทิศทางในการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ตามแนวคิด โหนด ดีดัง ตีนาน

วิสัยทัศน์และพันธกิจของสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ควรเป็นการกำหนดแนวทางร่วมกันของคณะทำงานและชุมชนเพื่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาที่ไม่เคยมีมาก่อน วัตถุประสงค์ของสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ควรมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อเป็นพื้นที่ในการสนับสนุนการแก้ไขปัญหาและร่วมพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา(2) เพื่อส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

## 5.2 กระบวนการในการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา



ภาพที่ 5.2 กระบวนการในการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

จากแผนภาพที่ 5.2 อธิบายกระบวนการในการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาได้ว่า

1. การทำความเข้าใจในโทรทัศน์ชุมชนกับชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา เป็นการเข้าร่วมประชุมและสื่อสารกับคนในชุมชนในเรื่องความหมายของโทรทัศน์ชุมชนและสิทธิ์ในการสื่อสารของชุมชน เพื่อหาแกนนำร่วมทำงาน โดยเจาะจงกลุ่มแกนนำที่เป็นนักขับเคลื่อนภายในพื้นที่ ประกอบด้วย แกนนำในพื้นที่ กลุ่มเยาวชนที่สนใจร่วมผลิต คณะทำงานสมาคมพัฒนาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาซึ่งมีคณะทำงานเป็นผู้ผลิตสื่อในพื้นที่ที่มีประสบการณ์ในการสื่อสารในพื้นที่มาอย่างต่อเนื่องและแกนนำที่ทำงานขับเคลื่อนภายในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา สถาบันการศึกษาในพื้นที่ที่มีองค์ความรู้ด้านวิชาการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่สามารถช่วยพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาได้ มาร่วมกันทำงานเพื่อขับเคลื่อนสถานีฯ

2. การกำหนดประเด็นการสื่อสารของสถานีฯ การกำหนดประเด็นของสถานีโทรทัศน์ชุมชน เพื่อเป้าหมายที่ชัดเจน โดยศึกษาบริบทปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ และศึกษาแนวทางการสร้างรายได้ของชุมชน เพื่อให้แนวทางการสื่อสารภายในสถานีมีความชัดเจนและตรงตามความต้องการของชุมชน

3. การดำเนินงานสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผ่านกลยุทธ์การบริหารสถานีโทรทัศน์ชุมชนและแนวคิดโพนดี ตีดัง ตีนาน แนวคิดกลยุทธ์บริหารสถานีโทรทัศน์ชุมชนทำให้สามารถวิเคราะห์เนื้อหาและแนวทางการนำเสนอเนื้อหาในสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ในขณะที่เดียวกันแนวคิด โพนดี ตีดัง ตีนานจะทำให้แกนนำที่ร่วมทำงานขับเคลื่อนสถานีฯ สามารถทำความเข้าใจแนวทางและขับเคลื่อนการสื่อสารอย่างเข้าใจความต้องการของพื้นที่อย่างต่อเนื่องโดยสื่อสารเป็นระยะในวาระประเด็นที่พื้นที่ต้องการ อย่างพัฒนา พัฒนาทักษะการสื่อสารของแกนนำและคนในพื้นที่อย่างต่อเนื่องสร้างเครือข่าย ขยายเครือข่ายในพื้นที่ อย่างเชื่อใจ ทำการสื่อสาร โดยให้พื้นที่เห็นความสำคัญและเชื่อว่าแกนนำสามารถทำการสื่อสารผ่านสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาให้พื้นที่เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีได้ต่อไป

4. การผลิตรูปแบบและเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของพื้นที่ที่ต้องการให้เพิ่มรายได้และร่วมเผยแพร่ที่มาและแนวทางในการแก้ไขปัญหาให้กับชุมชน โดยมีกองบรรณาธิการออนไลน์ ทูททรีพี และกำลังคนในการร่วมผลิตเพื่อกำหนดรูปแบบและเนื้อหาตามวาระของพื้นที่ ซึ่งรูปแบบและเนื้อหาการจะถูกเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ เพราะเป็นช่องทางที่มีงบประมาณในการเผยแพร่ที่น้อยที่สุด แต่มีประสิทธิภาพสูง ซึ่งช่องทางออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยม ผ่านเว็บไซต์ของสถานีฯ และผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของเครือข่ายที่สถานีฯ ได้ทำข้อตกลงร่วมกันในการเผยแพร่เนื้อหาการ

**5. การพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาอย่างมีส่วนร่วมในทุกภาคส่วน** เป็นการพัฒนาร่วมกันของแกนนำ เยาวชนในพื้นที่ ทีมผลิตสื่อ สถาบันการศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาทักษะการผลิต พัฒนาเนื้อหารายการและพัฒนาวิธีการในการเผยแพร่เนื้อหารายการสู่ช่องทางเผยแพร่อื่นๆ เพราะหากสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาหยุดนิ่งและไม่มีการพัฒนาร่วมกัน อาจทำให้การสื่อสารเนื้อหาไม่มีประสิทธิภาพที่ดีพอเมื่อเวลาผ่านไป

**6. การจัดการรายได้มีความหลากหลาย** การจัดการรายได้ของสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา สามารถจัดการรายได้ได้ 3 วิธีคือ การขอรับบริจาคจากคนในพื้นที่หรือนอกพื้นที่ที่ที่เชื่อใจและต้องการเห็นสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาอยู่ต่อไป อาจผ่านกิจกรรมขอรับบริจาคโดยตรงหรือผ่านกิจกรรมอื่นๆ ในชุมชน การจัดการรายได้ผ่านการให้บริการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ธุรกิจในพื้นที่ คือการวางแผนและทำการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ของสถานีฯ และเครือข่ายที่ส่งเสริมให้วิสาหกิจต่างๆ ภายในชุมชนมีกำไรมากขึ้น โดยกำไรที่ได้จะถูกหักเปอร์เซ็นต์ส่วนหนึ่งมาเป็นรายได้ของสถานีต่อไป การจัดการรายได้ผ่านงบประมาณของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยขอรับงบประมาณจากหน่วยงานปกครองท้องถิ่นที่เห็นความสำคัญของการมีสถานีโทรทัศน์ชุมชนเพื่อการแก้ไขปัญหาภายในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ผ่าน โครงการที่ร่วมจัดทำแผนงบประมาณในแต่ละปีงบประมาณหรือขออนุมัติวิจัยเพื่อการแก้ไขปัญหาภายในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาผ่านหน่วยงานที่เปิดรับโครงการวิจัยตามหัวข้อและประเด็นที่สถานีโทรทัศน์ชุมชนสามารถดำเนินการได้



จากภาพที่ 5.2 สามารถอธิบายขั้นตอนและกระบวนการในการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ได้ดังนี้

ตารางที่ 5.1 ลำดับขั้นตอนแนวทางการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

ระยะการทำงาน	ขั้นตอน	กระบวนการ	ตัวชี้วัด
1 (ระยะเริ่มต้น)	การหาแกนนำร่วมเพื่อจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา	<p>1. ร่วมประชุมสภาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา สมาคมพัฒนาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา กลุ่มประชุมทางวิชาการเพื่อขับเคลื่อนวาระลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และกลุ่มประชุมต่างๆ ที่ขับเคลื่อนแก้ไขปัญหาภายในชุมชนรอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา</p> <p>2. สร้างความรู้ความเข้าใจในโทรทัศน์ชุมชน เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในสถานีโทรทัศน์ชุมชน</p>	<p>- ร่วมการประชุมอย่างน้อย 1 ครั้งต่อเดือน</p> <p>- ดึงเครือข่ายมาเป็นแกนนำขับเคลื่อนโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ทะเลสาบสงขลาอย่างน้อย 8 คน จากสภาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา สมาคมพัฒนาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา กลุ่มประชุมทางวิชาการ และกลุ่มประชุมที่ขับเคลื่อน แก้ไขปัญหาภายในชุมชน</p> <p>- เกิดการขับเคลื่อนเพื่อขยายต่อความรู้โทรทัศน์ชุมชนอย่างน้อย 2 ชุมชน</p>



ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ระยะการทำงาน	ขั้นตอน	กระบวนการ	ตัวชี้วัด
2 (ระยะเริ่มต้น)	การศึกษาปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ ของทุกพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา	1. ร่วมประชุมสภาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา สมาคมพัฒนาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา กลุ่มประชุมทางวิชาการเพื่อขับเคลื่อนวาระลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และกลุ่มประชุมต่างๆ ที่ได้รับทุนสนับสนุนจากภายนอกชุมชน และกลุ่มประชุมที่เกิดขึ้นภายในชุมชนที่ขับเคลื่อน แก้ไขปัญหาภายในชุมชนรอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา	- ระบุประเด็นปัญหาในเชิงพื้นที่ทั้งปัญหาภายในชุมชน และปัญหาที่กระทบต่อชุมชนรอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา อย่างน้อย 3 ประเด็นต่อเดือน - ระบุประเด็นที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนอย่างน้อย 1-2 ประเด็นต่อเดือน
3 (ระยะดำเนินการ)	การสื่อสารประเด็นตามแนวคิดโพนดี ตีตั้ง ตีนาณ	1. ทำการสื่อสารเนื้อหาประเด็นปัญหา และประเด็นของการเสริมสร้างรายได้ในรูปแบบของรายการข่าว สารคดี และรายการบันเทิงผ่านช่องทางที่สถานีฯ กำหนด 2. ทำการสื่อสารในประเด็นที่นำเสนออย่างต่อเนื่องในหลากหลายรูปแบบไม่เพียงแต่ภาพเคลื่อนไหว แต่เป็นภาพนิ่งหรือข้อความผ่านสื่อสังคมออนไลน์ 3. พัฒนาประเด็น โดยเปิดโอกาสให้มีการพัฒนาการสื่อสารของคนในชุมชนที่ลงพื้นที่ทำประเด็นและพื้นที่ที่เป็นเครือข่าย	- มีรายการเกิดขึ้น 3 รายการที่สะท้อน ประเด็น ปัญหา และประเด็นของการเสริมสร้างรายได้ใน ชุม ชน พลิต โดยแกน นำขับเคลื่อนโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ทะเลสาบสงขลาอย่างน้อย 8 คน นำเสนอประเด็นดังกล่าวต่อเนื่องเป็นวาระอย่างน้อย 1 เดือน

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ระยะการทำงาน	ขั้นตอน	กระบวนการ	ตัวชี้วัด
		<p>4. เปิดพื้นที่แสดงชิ้นงานที่ผลิตภายในชุมชน และชิ้นงานตัวอย่างอื่นๆ ที่ทำการสื่อสารผ่านสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาให้คนในชุมชนได้เห็น พร้อมทั้งสร้างเครือข่ายการสื่อสารชุมชนกับแกนนำสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดการอบรมการพัฒนาการสื่อสาร เช่น การถ่ายภาพด้วยมือถือ การโพสต์ข้อความในประเด็นปัญหา และประเด็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชน เป็นต้น อย่างน้อย 1 การอบรมต่อเดือน</li> <li>- จัดแสดงชิ้นงานรายการอย่างน้อย 1 ครั้งต่อเดือนต่อพื้นที่</li> <li>- เกิดเครือข่ายระหว่างชุมชนกับแกนนำเพิ่มขึ้น อย่างน้อย 1 เครือข่าย</li> </ul>

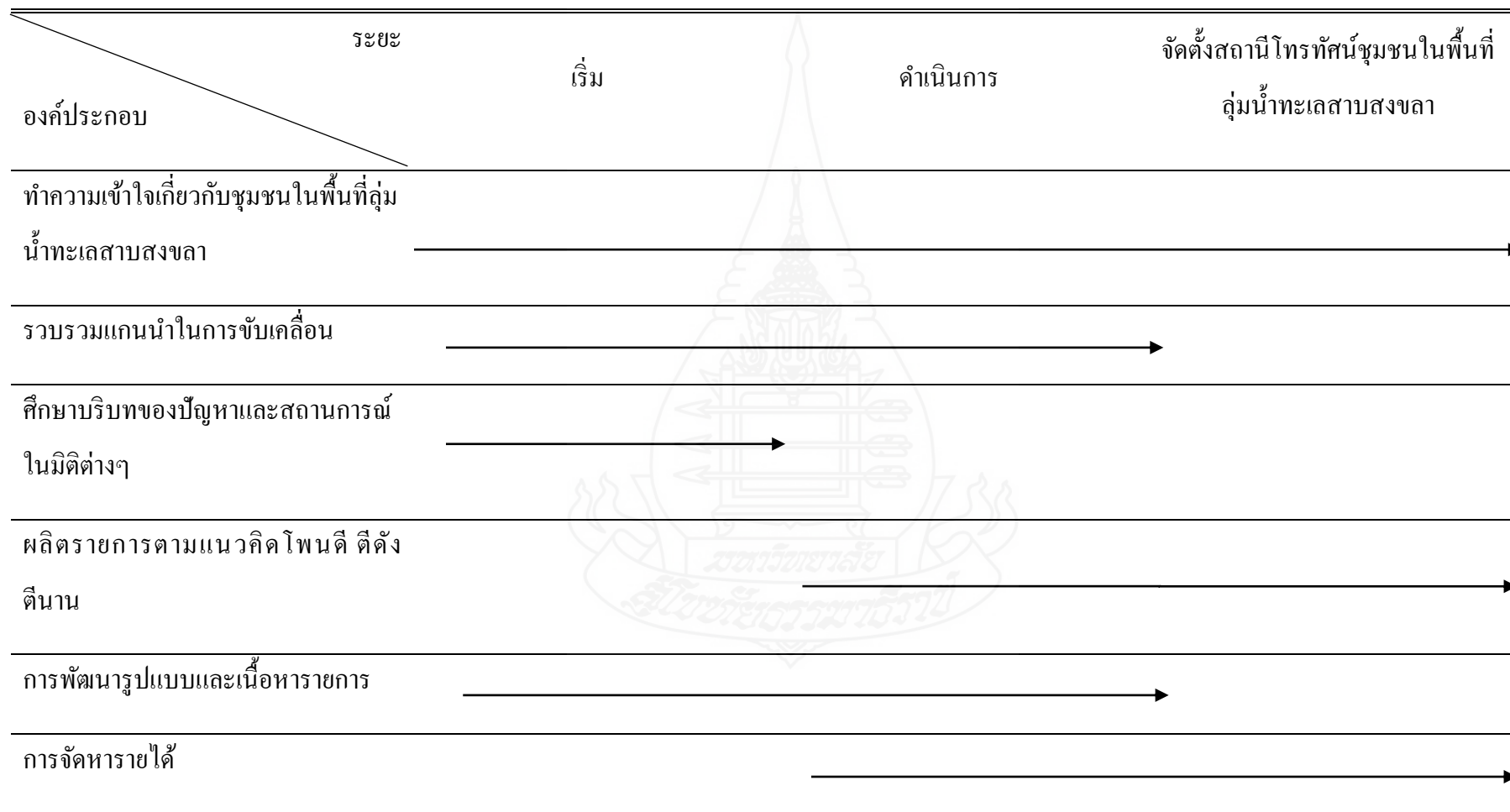
ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ระยะการทำงาน	ขั้นตอน	กระบวนการ	ตัวชี้วัด
4 (ระยะดำเนินการ)	การพัฒนารูปแบบและ เนื้อหารายการ	1. จัดตั้งกองบรรณาธิการออนไลน์ร่วมระหว่างแกนนำ ขับเคลื่อนโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ทะเลสาบสงขลา เพื่อพัฒนา รูปแบบ เนื้อหารายการและกำหนดวาระประเด็นการสื่อสาร อย่างต่อเนื่อง	- มีการประชุมร่วมออนไลน์อย่างน้อย 1 ครั้งต่อเดือน - มีการวิเคราะห์ประเด็นเนื้อหา รายการใหม่เพื่อสร้างรายได้ให้กับ ชุมชน อย่างน้อย 1 ประเด็นต่อเดือน - มีการวิเคราะห์ประเด็นเนื้อหา รายการเพื่อแก้ไขปัญหาชุมชน อย่าง น้อย 1 ประเด็นต่อเดือน
5 (ระยะดำเนินการ)	การจัดหารายได้	1. มีการประชุมเพื่อวางแผนการจัดหารายได้ของสถานีฯ 2. จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อเปิดรับบริจาคเพื่อบริหาร สถานีฯ 3. วางแผนเพื่อกำหนดพื้นที่ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้า ภายในชุมชน 4. จัดกิจกรรมการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าภายในชุมชน ผ่านทางช่องทางออนไลน์	- มีการประชุมอย่างน้อย 1 ครั้งต่อ เดือน - กำหนดรูปแบบ พื้นที่และกิจกรรม การรับบริจาคอย่างน้อย 1 กิจกรรม ต่อปี - มีสินค้าชุมชน ที่ทำการส่งเสริม สินค้าอย่างน้อย 2 ผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ระยะการทำงาน	ขั้นตอน	กระบวนการ	ตัวชี้วัด
		5. ดำเนินการติดต่อหน่วยงานรัฐเพื่อของบประมาณสนับสนุน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการประชาสัมพันธ์ผ่านคลิปภาพนิ่งและการสื่อสารผ่านทางออนไลน์เพื่อส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง 1 เดือน</li> <li>- มีการประชุมร่วมกับหน่วยงานที่มีงบประมาณสนับสนุน เช่น อบต. เทศบาล สถาบันการศึกษาที่มีทุนวิจัย อย่างน้อย 1 ครั้งต่อเดือน</li> <li>- มีกิจกรรมที่สนับสนุนงบประมาณให้กับ สถานีฯ อย่างน้อย 1 กิจกรรม 1 หน่วยงานรัฐ</li> </ul>

ตารางที่ 5.2 ระยะเวลาดำเนินงานเพื่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา



ปฏิทินสำหรับการวางแผนเพื่อพัฒนาสถานีโทรทัศน์ในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ประกอบด้วยกระบวนการทำงานตามตัวแปรของผลการวิจัยดังนี้

1. การทำความเข้าใจเกี่ยวกับชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ควรสร้างความเข้าใจให้กับชุมชนในทุกๆ ระยะเวลาการทำงานตั้งแต่การระยะเริ่มต้น การรวมทีมแกนนำควรมีการสร้างทำความเข้าใจกับแกนนำในเรื่องของโทรทัศน์ชุมชน ระยะเวลาดำเนินงานก่อนการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนซึ่งมีการขับเคลื่อนขยายประเด็นการสื่อสารของสถานีฯ ระยะนี้การกำหนดประเด็นควรมีการแทรกเรื่องของความเข้าใจในสถานีโทรทัศน์ชุมชนด้วยเช่นกัน ระยะเวลาจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา มีการขยายตัวเพื่อสร้างการรับรู้จากชุมชนให้ครอบคลุมพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา เพื่อให้การครอบคลุมและเกิดความเชื่อใจจากชุมชนตามแนวคิดของ โพนดี ตีดง ตีนาน

2. รวบรวมแกนนำในการขับเคลื่อน ควรอยู่ใน 2 ระยะ คือ ระยะเริ่มต้นควรเป็นแกนนำที่มีทุนทางสังคม และมีอุดมการณ์เดียวกัน นอกจากนี้ ควรมีแกนนำที่มีความรู้ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ รวมถึงประเด็นที่สามารถเสริมสร้างรายได้ให้กับชุมชน ระยะดำเนินการควรมีการขยายแกนนำเพื่อครอบคลุมพื้นที่รอบลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา รวมถึงหนุนเสริมต่อการพัฒนารูปแบบเนื้อหารายการ และการจัดหารายได้ให้กับทางสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

3. ศึกษาบริบทของปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ การศึกษาบริบทของปัญหาและสถานการณ์ในมิติต่างๆ ควรอยู่ในระยะเริ่มต้น แกนนำควรศึกษาบริบทของปัญหา ควรเป็นทั้งปัญหา ร่วมของคนทั้งลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ไม่ว่าจะประเด็นสิ่งแวดล้อม ประเด็นด้านเศรษฐกิจ ประเด็นทางสังคมที่ส่งผลต่อชุมชนในลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

4. ผลิตรายการตามแนวคิด โพนดี ตีดง ตีนาน ควรอยู่ในระยะการดำเนินการ เพื่อวางแผนการผลิตในการที่จะสร้างความเข้าใจในประเด็นการสื่อสารของสถานีฯ เพื่อการวางแผนการสื่อสารอย่างต่อเนื่องในประเด็นที่แกนนำต้องการ และเพื่อการวางแผนงานของการพัฒนางานให้ตอบสนองความต้องการของชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และเพื่อสร้างความเชื่อใจของชุมชนว่าสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาสามารถเป็นที่พึ่งชุมชน

5. การพัฒนารูปแบบและเนื้อหารายการ ควรอยู่ในระยะเริ่มต้นและระยะดำเนินการ ภายหลังจากที่มีแกนนำเป็นคณะทำงานแล้ว ควรมีการพูดคุยเพื่อออกแบบและพัฒนารูปแบบ เนื้อหารายการที่จะเผยแพร่สู่สายตาผู้ชม นอกจากนี้ ระยะดำเนินการควรมีการประชุมวางแผนการพัฒนารูปแบบและเนื้อหารายการผ่านกองบรรณาธิการออนไลน์ เพื่อให้รูปแบบและเนื้อหารายการตอบโจทย์วาระที่เปลี่ยนแปลงไปของชุมชน

6. การจัดการรายได้ ควรอยู่ในระยะดำเนินการและระยะการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา เพราะจะเป็นทุนในการขับเคลื่อนการทำงานการสื่อสารผ่านสถานีฯ ในระยะการดำเนินการควรเป็นการจัดการรายได้ในรูปแบบของการให้บริการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ธุรกิจในพื้นที่ ในระยะการจัดตั้งสถานีฯ ควรเป็นการเปิดรับบริจาคและการขอรับงบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐ

### 3. ข้อเสนอแนะ

#### 3.1 ข้อเสนอแนะระดับนโยบาย

จากผลการวิจัยพบว่า ชุมชนยังมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับโทรทัศน์ชุมชนน้อยมาก เกิดความเข้าใจผิดกับโทรทัศน์ชุมชน หลายคนมองว่ามีความคล้ายคลึงกับวิทยุชุมชน และมีอีกหลายคนมองว่าโทรทัศน์ชุมชนจะเป็นเครื่องมือของผู้มีอิทธิพลในพื้นที่เช่นเดียวกับวิทยุชุมชน ความเข้าใจผิดอีกประการคือ ความแตกต่างระหว่างโทรทัศน์ดิจิทัลและโทรทัศน์แพร่ภาพผ่านดาวเทียม และความต่างระหว่างโทรทัศน์ชุมชนกับโทรทัศน์ท้องถิ่น ซึ่งคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. ควรเร่งสร้างความเข้าใจในความแตกต่างของประเภทของสื่อโทรทัศน์แก่ชุมชน

นอกจากนี้ กสทช. ควรสร้างองค์ความรู้ให้ชุมชนรู้จักสิทธิในการสื่อสารของคนในชุมชน แนวคิดต่างๆของโทรทัศน์ชุมชนที่คนในชุมชนสามารถเรียนรู้ได้และทำได้จริง การรู้เท่าทันการใช้เครื่องมือสื่อเพื่อสร้างเนื้อหาในชุมชน รวมถึงการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนต่อไป เพราะถึงแม้ว่า ณ เวลานี้โทรทัศน์ชุมชนในระบบโทรทัศน์ดิจิทัลยังไม่เกิด แต่ กสทช. ควรให้การสนับสนุนเพิ่มเติมแก่พื้นที่ที่มีความสนใจในการก่อรูป พัฒนาตนเองจนกลายเป็นสถานีโทรทัศน์ชุมชนในทุกพื้นที่ของประเทศไทย ผ่านการออกอากาศผ่านช่องทางอื่นๆ เช่น ช่องทางออนไลน์ซึ่งมีผู้ติดตามใช้สื่อดังกล่าวเพิ่มขึ้นๆ ทุกวัน

#### 3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

ในการทำวิจัยครั้งต่อไป 1) ควรนำผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปทำการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาไปขยายผลในพื้นที่อื่นๆ เพื่อการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนที่ยั่งยืนร่วมกัน และ 2) ควรทำการวิจัยเพื่อการติดตามประเมินผลสถานีโทรทัศน์ชุมชนที่มีอยู่ รวมทั้งที่เพิ่งก่อตั้งขึ้นใหม่ เพื่อการต่อยอดการพัฒนาโทรทัศน์ชุมชนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) รวมทั้งบริบทของชุมชนที่เปลี่ยนแปลงไป



บรรณานุกรม



## บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2543) สื่อเพื่อชุมชน : การประมวลองค์ความรู้. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- \_\_\_\_\_. (2552). สื่อเล็กๆ ที่น่าใช้ในงานพัฒนา. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- \_\_\_\_\_. (2553). แนวพินิจใหม่ในการสื่อสารศึกษา. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.
- \_\_\_\_\_. (2560, ตุลาคม). Engagement การสร้างผลงานวิชาการรับใช้สังคม. กิจกรรม “บทบาทอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ” และ Workshop “การสร้างผลงานวิชาการรับใช้สังคม” ณ ศูนย์ฝึกอบรมธนาคารไทยพาณิชย์ จังหวัดชลบุรี.
- กุลนารี เสือโรจน์ และพรชัย ฉันทวีพิเศษลักษณ์. (2561). การผลิตสื่อเสียงและภาพของชุมชน เอกสารการสอนชุดวิชา การวางแผน การออกแบบและการผลิตสื่อชุมชน. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2555). การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551. สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 30, 2560 จาก <https://www.nbtc.go.th/law/พระราชบัญญัติ/พระราชบัญญัติ/พรบ-ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์-พ.aspx>
- \_\_\_\_\_. (2555). ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง กำหนดลักษณะและประเภทของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์. สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 30, 2560 จาก [http://www.nbtc.go.th/law/law\\_noti/ประกาศ-\(1\)/ประกาศ-กทช-เรื่อง-กำหนดลักษณะและประเภทของกิจการโทร.aspx](http://www.nbtc.go.th/law/law_noti/ประกาศ-(1)/ประกาศ-กทช-เรื่อง-กำหนดลักษณะและประเภทของกิจการโทร.aspx)
- \_\_\_\_\_. (2555). ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2555. สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 30, 2560 จาก [http://www.nbtc.go.th/law/law\\_noti/ประกาศ-\(1\)/ประกาศ-กทช-เรื่อง-ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการ.aspx](http://www.nbtc.go.th/law/law_noti/ประกาศ-(1)/ประกาศ-กทช-เรื่อง-ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการ.aspx)
- \_\_\_\_\_. (2555). ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง แผนการเปลี่ยนระบบการรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์เป็นระบบดิจิทัล. สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 30, 2560 จาก [https://broadcast.nbtc.go.th/data/document/law/do c/th/56040000020.pdf](https://broadcast.nbtc.go.th/data/document/law/do%20c/th/56040000020.pdf)

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2555).

ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีอนุญาตการให้บริการการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ.2555. สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 30, 2560 จาก [http://www.nbtc.go.th/law/law\\_noti/ประกาศ-\(1\)/ประกาศ-กทช-เรื่อง-หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้.aspx](http://www.nbtc.go.th/law/law_noti/ประกาศ-(1)/ประกาศ-กทช-เรื่อง-หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้.aspx)

\_\_\_\_\_ . (2555). องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553. สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 30, 2560 จาก <https://www.nbtc.go.th/law/พระราชบัญญัติ/พระราชบัญญัติ/พรบ-องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการโทรคมนาคม-พ.aspx>

\_\_\_\_\_ . (2556). ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ.2556. สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 30, 2560 จาก <https://broadcast.nbtc.go.th/law/dwl.php?id=NTYwNTAwMDAwMDA1&file=ZGF0YS9kb2N1bWVudC9sYXcvZG9jL3RoLzU2MDUwMDAwMDAwNS5wZGY=>

\_\_\_\_\_ . (2556). ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตเพิ่มเติมในส่วนการให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ประเภทให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์ประเภทที่ใช้คลื่นความถี่ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล พ.ศ.2556. สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 30, 2560 จาก <https://broadcast.nbtc.go.th/law/dwl.php?id=NTYwNTAwMDAwMDAz&file=ZGF0YS9kb2N1bWVudC9sYXcvZG9jL3RoLzU2MDUwMDAwMDAwMy5wZGY=>

\_\_\_\_\_ . (2556). ระเบียบคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ว่าด้วยการลดหย่อนหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2556. สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 30, 2560 จาก <https://broadcast.nbtc.go.th/law/dwl.php?id=NTYwNTAwMDAwMDI2&file=ZGF0YS9kb2N1bWVudC9sYXcvZG9jL3RoLzU2MDQwMDAwMDAwNi5wZGY=>

\_\_\_\_\_ . (2556). สื่อวิทยุ-โทรทัศน์มีรายได้จากอะไรบ้าง สืบค้นเมื่อ มิถุนายน 20, 2560 จาก <http://bcp.nbtc.go.th/knowledge/detail/270>

\_\_\_\_\_ . (2559). ข้อมูลพื้นที่ครอบคลุมสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล. สืบค้นเมื่อ สืบค้นเมื่อ มิถุนายน 20, 2560 จาก <http://www.nbtc.go.th/News/Information/ข้อมูลพื้นที่ครอบคลุมสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบ.aspx>

คณะกรรมการจัดการสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (2558). รู้จักลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา.

สืบค้นเมื่อ สิงหาคม 1, 2560 จาก [http://www.songkhla lake.com/content/bio\\_physic](http://www.songkhla lake.com/content/bio_physic)

\_\_\_\_\_ . (2558). ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 9, 2559

จาก <http://www.songkhllake.com/frontpage>

ชัยวัฒน์ จันทิมา. (2559, 13 ตุลาคม). คณะดำเนินงานสถานีโทรทัศน์ชุมชนพะเยาทีวี

[บทสัมภาษณ์].

ณัฐนันท์ ศิริเจริญ. (2555). การใช้สื่อบูรณาการเพื่อสร้างความเป็นพลเมืองกับอนาคต

ประชาธิปไตยไทย. สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 30, 2560 จาก

<https://www.researchgate.net/publication/256372503>

\_karchisuxburnakarpheuxsrankhwampenphlmeuxngkabxnakhtpra

chathiptythy\_The\_Use\_of\_Integrated\_Media\_for\_Building\_Citizenship\_towards\_

The\_Future\_of\_Thai\_Democracy

ณัฐสุพงศ์ สุขโสตและ ขจิตขวัญ กิจวิสาละ. (2560). การผลิตสื่อชุมชนบนพื้นฐานการมีส่วนร่วม

และสำรวจชุมชน, เอกสารการสอนชุดวิชา การวางแผน การออกแบบและการผลิตสื่อ

ชุมชน (หน้า 5-13). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

ดวงพร คำณวัฒน์ และคณะ. (2545). *การพัฒนาหอกระจายข่าวสารเพื่อสนองตอบความต้องการ*

*ของชุมชน*. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์การพัฒนาหอกระจายข่าวสารเพื่อสนองตอบ

ความต้องการของชุมชน. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ถนอม พูนวงศ์. (2545). *ประวัติศาสตร์เมืองสงขลา*. กรุงเทพฯ : โอเอสพรีนติ้งเฮาส์.

เทศบาลตำบลท่าหิน. (2019). ข้อมูลทั่วไปขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าหิน. สืบค้นเมื่อ

กุมภาพันธ์ 16, 2559 จาก [http://www.tahin.go.th/content/general\\_information](http://www.tahin.go.th/content/general_information)

ธีระศักดิ์ ลิ้มปณดุษฎี. (2533). *ท้องถิ่นของเรา จังหวัดสงขลา*. มปป.

นฤทธิ์ ดวงสุวรรณ. (ม.ป.ป.) บทบาทสภาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาที่ผ่านมา. สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน

30, 2560 จาก [http://www.songkhllake.com/content/slb\\_board](http://www.songkhllake.com/content/slb_board)

ประชาไท. (2552). *ภาคประชาชนจับทวนแผนฟื้นฟูทะเลสาบสงขลา รุดตั้งสภาลุ่มน้ำ-ขึ้นนโยบายรัฐ*

*แก้ปัญหาหาล้มเหลว*. สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 30, 2560 จาก

<https://prachatai.com/journal/2009/08/25297>

ภัทรา บุรารักษ์. (2554). *การสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างโทรทัศน์สาธารณะกับภาคประชาสังคม*

*เพื่อการพัฒนาสถานีภูมิภาค*. วารสารนิเทศศาสตร์ ปีที่ 29 ฉบับที่ 2 : 1-17.

ภัทรา บุรารักษ์. (2557). *รูปแบบการจัดการ โทรทัศน์ชุมชนของภาคชุมชนในประเทศไทย*.

สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 29, 2558 จาก [https://www.academia.edu/18754902/Community\\_Television\\_Management\\_in\\_Thailand](https://www.academia.edu/18754902/Community_Television_Management_in_Thailand) รูปแบบการจัดการ โทรทัศน์ชุมชนของภาคชุมชนในประเทศไทย

\_\_\_\_\_. (2558). *บทเรียนจากการทดลองดำเนินการ โทรทัศน์\_บริการชุมชนในประเทศไทย*.

*Lesson\_learnt\_from\_Community\_TV\_management\_in\_Thailand*. สืบค้นเมื่อ สิงหาคม 9, 2559 จาก <https://www.academia.edu/23932726>

\_\_\_\_\_. (2561, 30 พฤศจิกายน). *โครงสร้างองค์การสถานีโทรทัศน์ชุมชนต้นแบบ. นำเสนอในการประชุมเชิงปฏิบัติการ"การจดทำแผนยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และการบริหาร โทรทัศน์ชุมชนอย่างยั่งยืน ณ โรงแรม ดิ อิมพีเรียล ริเวอร์ เฮาส์ รีสอร์ท เชียงราย*.

มนตรี จันทวงศ์. (2560, มิถุนายน). *ประสบการณ์ตรงจากการทำงานวิจัยไทยบ้าน จากแม่โขงถึงเมือง เขินรัฐมอญ เมียนมา สามารถนำมาปรับใช้กับงานวิจัยสื่อชุมชนได้อย่างไร, การประชุมคณะกรรมการและที่ปรึกษาโครงการที่วิชุมชนอันดามันมั่นคง, 27-28 มิถุนายน 2560 ณ วิทยาลัยชุมชนพังงา วิทยาเขตตะกั่วป่า อ.ตะกั่วป่า จ.พังงา*.

ราชกิจจานุเบกษา. (2555). *แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 1*

(พ.ศ.2555-2559) สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 30, 2560 จาก

<http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2555/E/063/2.PDF>

\_\_\_\_\_. (2556). *ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่สำหรับการให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล พ.ศ.2556* สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 30, 2560 จาก <http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2556/E/026/14.PDF>

\_\_\_\_\_. (2560). *รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560*. สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 30, 2560 จาก <http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2560/A/040/1.PDF>

ลัดดาวัลย์ อินทจักร. “กระบวนการดำเนินงาน โทรทัศน์ชุมชน บ้านนอกทีวี”. วารสาร

สื่อสารมวลชน. 1,2 (2550) : 1-17.

วิทยาลัยภูมิปัญญาชุมชน มหาวิทยาลัยทักษิณ. (2559). *ฐานข้อมูลท้องถิ่นภาคใต้*. สืบค้นเมื่อ ตุลาคม

21, 2560 จาก [http://www2.tsu.ac.th/clw/page\\_detial\\_menu.php?idm=4&mid=102](http://www2.tsu.ac.th/clw/page_detial_menu.php?idm=4&mid=102)

วีรพงษ์ พลนิกรกิจ. “โทรทัศน์ชุมชนในประเทศไทยออสเตรเลีย” วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 (2549) : 31-44.

ศิริมิตร ประพันธ์ธุรกิจ. (2558). *ธุรกิจโทรทัศน์*. สมสุข หินวิมาน (บรรณาธิการ).

ธุรกิจสื่อสารมวลชน (หน้า 378-387). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศูนย์วิจัยลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (ม.ป.ป.). *โครงการพัฒนาสื่อความรู้  
ความรักและความหวงแหนลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 9, 2559*  
จาก <http://www.slb-media.psu.ac.th/>

สำนักกรรมการ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. (2553). รายงานของคณะกรรมการวิสามัญและติดตาม  
การแก้ไขปัญหาพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา. สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 30, 2560 จาก  
[http://library.senate.go.th/document/Ext6191/6191260\\_0002.PDF](http://library.senate.go.th/document/Ext6191/6191260_0002.PDF)

สำนักคณะกรรมการการอุดมศึกษาแห่งชาติ. (2550). รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย  
(พ.ศ.2550). สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 30, 2560 จาก [http://www.mua.go.th/users/he-  
commission/doc/law/Constitution2550.pdf](http://www.mua.go.th/users/he-commission/doc/law/Constitution2550.pdf)

สถาบันทักษิณคดี มหาวิทยาลัยทักษิณ. (ม.ป.ป.). *พิพิธภัณฑ์คติชนวิทยา สถาบันทักษิณคดีศึกษา*  
สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 9, 2559 จาก <http://www.ists.tsu.ac.th/ists/index.php/th/>

สถาบันวิชาการสื่อสารมวลชน. (2557). *สื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล*. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.

สถาบันสารสนเทศทรัพยากรน้ำและการเกษตร. (2556). *ข้อมูลพื้นฐานลุ่มน้ำ*. สืบค้นเมื่อ สิงหาคม  
9, 2559, จาก [http://www.thaiwater.net/web/attachments/25basins/23-songkhla\\_lake.pdf](http://www.thaiwater.net/web/attachments/25basins/23-songkhla_lake.pdf)

สมัชชา นิลปัทม์. (2012). *สื่อ-พื้นที่สาธารณะ*. สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 30, 2560 จาก  
<https://www.deepsouthwatch.org/node/3535>

\_\_\_\_\_. (2561, 23 ธันวาคม 2561). *ความเชื่อมโยงของคำว่าชุมชน*. [บทสัมภาษณ์].

สุทธิดี ชัดติยะ. (2555). *ศาสตร์การเขียน*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ทริปเฟล็ด.

สุกนันท ฤทธิมนตรี และนิธิดา แสงสิงแก้ว. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดขึ้นของทีวีชุมชน  
ในระบบดิจิทัลศึกษาระดับปริญญาโทที่วิชุมชน*. วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจ  
และสังคมศาสตร์, ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 กรกฎาคม-ธันวาคม 2558.

สุรพงษ์ โสชนะเสถียร. (2554). *การบริหารงานสื่อสารมวลชน*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ประสิทธิ์ภัณฑ์  
แอนด์พริ้นติ้ง.

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.

(2555). *พรบ.องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และโทรคมนาคม พ.ศ.2553*. สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 9, 2559 จาก <https://www.nbt.go.th/wps/wcm/connect/NBTC/c027ff2a-75e3-4f8b-bbc3-67291f76c156/1.+เวอร์ชันภาษาไทย.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=c027ff2a-75e3-4f8b-bbc3-67291f76c156>

สำนักงานเครือข่ายสร้างเสริมสุขภาพ จังหวัดสงขลา. (2552). *ประชุมย่อยกลุ่มแกนสี่ภาค ประชาชนหาดใหญ่ สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 9, 2559 จาก* <http://songkhlahealth.org/paper/1519>.

เสรี กลิ่นจันทร์. (2558). *ความเคลื่อนไหว วิกฤติลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา...?*. สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 9, 2559 จาก [slbact.org/paper/60+&cd=4&hl=th&ct=clnk&gl=th](http://slbact.org/paper/60+&cd=4&hl=th&ct=clnk&gl=th)

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย.(2559). *การจัดผังรายการ. การฝึกอบรม การเตรียมความพร้อมการผลิตที่วิชุมชน, 20-21 พฤศจิกายน 2559 ณ* สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส กรุงเทพมหานคร.

อานัติ อนันตภาค. (2557). *สุดต๋านลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา. (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ ยิปซี.

อิสระ ไพรีพ่ายฤทธิ์. (2556). *ทีวีดิจิทัล:อะไรคือทีวีดิจิทัล และกระบวนการให้ใบอนุญาตของ กสทช.* สืบค้นเมื่อ กุมภาพันธ์ 16, 2559 จาก <http://www.siamintelligence.com/digital-tv-nbtc-process/>

เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์. (2560). *ปรัชญา และวิวัฒนาการของสื่อชุมชน จากวิทยุชุมชน จนถึงทีวีชุมชน กระบวนการวางแผนและยุทธศาสตร์สื่อชุมชน (ทีวีชุมชน). การประชุม* คณะกรรมการและที่ปรึกษาโครงการทีวีชุมชนอันดามันมั่นคง, 27-28 มิถุนายน 2560 ณ วิทยาลัยชุมชนพังงา วิทยาเขตตะกั่วป่า อ.ตะกั่วป่า จ.พังงา.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2547). *สื่อมวลชนเบื้องต้น: สื่อมวลชนวัฒนธรรมและสังคม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อุมาพร มุณีแนม และคณะ. (2556). *ผลการศึกษาด้านชุมชน และสังคม ความรู้สืบทอด และวิธีการปฏิบัติที่ดีในการรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ*. รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการพัฒนาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาอย่างยั่งยืน สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กองประสานงานการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.

- โสรเรีย ชารายัน. (2559, มิถุนายน). *What is Community TV programing?*. นำเสนอในการประชุม  
 เครื่องข่ายที่วิชุมชนและสถานบันการศึกษาเพื่อพัฒนาการสื่อสาธารณะ ณ  
 สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส.
- Butsch, R.. (2011). Audiences and Publics, Media and Public Spheres. In Nightingale, V. (Ed.) :  
*The Handbook of Media Audiences*, UK : Wiley-Blackwell.
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission. (2016). *Policy framework for  
 local and community television*. Retrieved August 9, 2016, from  
<http://www.crtc.gc.ca/eng/archive/2016/2016-224.htm>
- Carpentier, N. (2011). *Media and Participation*. Chicago : The University of Chicago Press.
- Day, S. (2016). *Community TV*. Retrieved August 9, 2016 from [http://www.commedia.org.uk/  
 go/community-tv/](http://www.commedia.org.uk/go/community-tv/)
- Deshano L. C. (2014). *Hyperlocal Journalism : Exploring a commons-based model in physical  
 and virtual environment*. Retrieved October 25, 2015 from [http://search.proquest.  
 com/docview/1648173901?accountid=31982](http://search.proquest.com/docview/1648173901?accountid=31982)
- De Negri, B., Thomas, E., Illinikumugabo, A., Muvandi, I., & Lewis, G. (1998). Empowering  
 communities: Participatory techniques for community-based programme  
 development. Volume 1(2).
- Habermas, J. (1989). The Structural Transformation of the Public Sphere : An Inquiry into a  
 Category of Bourgeois Society. Retrieved December 21, 2017 from  
<https://pdfs.semanticscholar.org/359a/4f9e78f2efe441dce955c609db17b8295e12.pdf>
- Habermas, J., Lennox, S., Lennox, F. (1974). NEW GERMAN CRITIQUE. . Retrieved  
 December 21, 2017 from <http://www.jstor.org/stable/487737>.
- Kellison, C., Morrow, D. and Morrow, K.. (2013). The Big Idea : Script and Project Development  
 (3 rd Ed.), *Producing for TV and New Media : A Real-World Approach for  
 Producers*. UK : Focal Press.
- Leydet, D.. (2017). Citizenship. Retrieved December 1, 2017 from  
<https://plato.stanford.edu/entries/citizenship/>
- McNaspy, L. (2016). *Kaoru Ishikawa and TQM*. Retrieved December 2, 2016 from  
[https://www.academia.edu/27224804/Kaoru\\_Ishikawa\\_and\\_TQM](https://www.academia.edu/27224804/Kaoru_Ishikawa_and_TQM)

- Perebinossoff, P., Gross, L., & Gross, B. (2013). *Programming for TV, radio & the internet*. New York : Focal Press.
- Quellette, L. (2017). CITIZENSHIP : BOOK KEYWORDS FOR MEDIA STUDIES. Retrieved December 1, 2017 from [https://www.academia.edu/34765108/Citizenship\\_Keywords\\_for\\_Media\\_Studies\\_](https://www.academia.edu/34765108/Citizenship_Keywords_for_Media_Studies_)
- Rennie, E. (2006). *Community media : a global introduction*. USA: Rowman & Littlefield.
- \_\_\_\_\_. (2013). *Co-creative Media in Remote Indigenous Communities*. Retrieved October 25, 2015, from <http://cultural-science.org/journal/index.php/culturalscience/article/download/77/151>.
- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2017). Digital News Report 2017. Retrieved August 6, 2017 from [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web\\_0.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf)
- Singhal, A.. (2001). The Participatory Continuum. Retrieved August 6, 2017 from [https://www.researchgate.net/publication/228390792\\_Facilitating\\_Community\\_Participation\\_Through\\_Communication](https://www.researchgate.net/publication/228390792_Facilitating_Community_Participation_Through_Communication).
- Straubhaar, J., LaRose, R.& Davenport, L.. (2013). *Media Now : Understanding Media, Culture and Technology*. ( 7<sup>th</sup> Ed.) Boston:Wadsworth.
- Tarde, Gabriel. (1969). "The public and the crowd". In: Clark, Terry (ed.) *Communication and social influence*. Chicago: University of Chicago,
- Timelapse Production. (2009). *Community Television Policies and Practices Around the World*. Retrieved September 6, 2015 from <http://www.vcn.bc.ca/cmcs/1pages/Community-Television-Around-the-World.htm>
- Vatikiotis, P. (2010). Democratic Potentials of Citizens' Media Practices. In Howley, K. (Ed.) : *Understanding Community Media*, California : SAGE.
- Walzer, M. (1989). Citizenship, In T. Ball, J. Farr, R. L. Hanson (Ed.) : *Political Innovation and Conceptual Change*, Cambridge: Cambridge University Press.





ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

สภามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

แบบสังเกตการณ์ความพร้อมของคณะทำงาน โทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

พื้นที่ (โซน).....

ลักษณะประชากร

- ประสบการณ์ของแกนนำในพื้นที่

ความคิดเห็นต่อปัญหาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

- บทบาทความรับผิดชอบขับเคลื่อนแก้ไขปัญหามุมชนของแกนนำ
- เครือข่ายที่แกนนำมีความสัมพันธ์ในการแก้ไขปัญหามุมชน

การเปิดรับสื่อ

- ความถี่ในการเปิดคู่มือของแกนนำ
- ความถี่ในการรับชม โทรทัศน์ของแกนนำ

การทำงานด้านสื่อในพื้นที่

- การทำงานร่วมกับสื่อในพื้นที่ของแกนนำ
- สื่อที่เคยนำเสนอปัญหาในพื้นที่ สื่อบุคคลผ่านนักเรียนที่ทำการสอน สื่อ पोสเตอร์ ป้ายประกาศและจดหมายข่าวทะเลน้อย การนำผู้สูงอายุเดินทางไปดูงานเพื่อให้ข้อมูลแก่ลูกหลาน ทำสื่อชุดการเรียนรู้ให้เด็กประถมศึกษาให้สนใจ ชื่อช่วงเวลาสื่อวิทยุที่มีพื้นที่สัญญาณกว้างอย่างสถานีวิทยุ อสมท.
- เนื้อหาที่เคยนำเสนอ
- ผลการเปิดรับสื่อของผู้รับสารผ่านการนำเสนอของสื่อในพื้นที่

ความพร้อมการผลิต โทรทัศน์ชุมชน

- ความพร้อมของแกนนำต่อความรู้ที่เกี่ยวข้องกับ โทรทัศน์ชุมชน
- ความพร้อมของแกนนำต่อทักษะของการใช้ช่องทางสื่อ (โทรทัศน์ชุมชน)
- ความพร้อมของแกนนำต่อทักษะการคิดประเด็นเรื่องและการสร้างเนื้อหาสาร

- ความพร้อมของการเชื่อมเครือข่ายภายนอกและการสร้างการมีส่วนร่วม
  - เครือข่ายภายในและภายนอกชุมชน
  - เครือข่ายสื่อภายในและภายนอกชุมชน
  - เครือข่ายสถาบันการศึกษา
  - เครือข่ายหน่วยงานรัฐ



## แบบสอบถาม

เรื่อง รูปแบบการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาบริบทของชุมชนและบริบทของการสื่อสารของชุมชนที่ส่งเสริมการก่อตัวของโทรทัศน์ชุมชน ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่รูปแบบการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มทะเลสาบสงขลาต่อไป ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดตอบแบบสอบถาม โดยเลือกคำตอบที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด

**นิยามศัพท์** โทรทัศน์ชุมชน คือ สถานีโทรทัศน์ที่ดำเนินการโดยคนในชุมชน คนในชุมชนเป็นผู้ผลิตรายการภายในสถานีฯ ที่ตั้งอยู่ในชุมชน นำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ทั้งนี้เป็นเนื้อหา ข้อมูลข่าวสารที่ตอบสนองความต้องการของชุมชนหรือท้องถิ่น และให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมรับชม

## ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  ตามความจริง

## 1. เพศ

 ชาย หญิง

## 2. อายุ

 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี 21 - 30 ปี 31 - 40 ปี 41 - 50 ปี 51 - 60 ปี มากกว่า 60 ปี

## 3. ระดับการศึกษาสูงสุด

 ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อนุปริญญา/ปวส.ปริญญาตรีปริญญาโทขึ้นไป อื่นๆ โปรดระบุ.....

## 4. การประกอบอาชีพ

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ข้าราชการ            | <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัท     |
| <input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | <input type="checkbox"/> ค้าขาย            |
| <input type="checkbox"/> รับจ้าง/ลูกจ้าง      | <input type="checkbox"/> นิสิต/นักศึกษา    |
| <input type="checkbox"/> เกษตรกร              | <input type="checkbox"/> สื่อมวลชนท้องถิ่น |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....  |  |

## 5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ไม่เกิน 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 10,001-20,000 บาท  |
| <input type="checkbox"/> 20,001-30,000 บาท  | <input type="checkbox"/> 30,001-40,000 บาท  |
| <input type="checkbox"/> 40,001-50,000 บาท  | <input type="checkbox"/> มากกว่า 50,000 บาท |

## ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อปัญหาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นต่อสภาพปัญหาในพื้นที่ของท่านมากที่สุด

## 6. ปัญหาในชุมชนของท่าน

- 5 หมายถึง ระดับปัญหามากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับปัญหามาก
- 3 หมายถึง ระดับปัญหาปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับปัญหาน้อย
- 1 หมายถึง ระดับปัญหาน้อยที่สุด

สภาพปัญหาในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบ สงขลา	ระดับปัญหา				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1.ภัยธรรมชาติ / พิบัติภัยเกี่ยวข้องกับ ธรรมชาติ					
1.1 น้ำท่วมซ้ำซาก					
1.2. ภัยแล้ง					
1.3 การรุกล้ำ/ การปนเปื้อนของ น้ำเค็ม					
1.4 ความแปรปรวนของสภาพ (ภูมิ) อากาศ ที่ส่งผลกระทบต่อ การเกษตร					
1.5 ดินถล่ม					
2.การบุกรุก/เสื่อมโทรมของ ทรัพยากรป่าไม้/ป่าต้นน้ำ/ป่าพรุ					
3.ความเสื่อมโทรมของทรัพยากร ประมง/สัตว์น้ำ					
4.การใช้ที่ดิน/การเกษตรไม่ เหมาะสม					
5.ระบบนิเวศ/คุณภาพสิ่งแวดล้อม เมือง/ชุมชนเสื่อมโทรม					
6.ขาดการอนุรักษ์ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิต					
7.การกระจายรายได้ไม่ทั่วถึง/ขาด โอกาสการศึกษา/การพัฒนาตนเอง					







ความถี่ในการเปิดรับโทรทัศน์ต่อสัปดาห์	ความถี่ในการเปิดรับ (จำนวนวันต่อสัปดาห์)							
	7	6	5	4	3	2	1	0
ช่อง 3 แฟมิลี่								
อสมท. (เด็ก)								
ทีเอ็นเอ็น (TNN)								
นิวทีวี (NewTV)								
สปริงนิวส์ (Spring TV)								
ไบรท์ ทีวี (Bright TV)								
วอยซ์ทีวี (Voice TV)								
เนชั่น (Nation TV)								
เวิร์คพอยท์ทีวี (Workpoint TV)								
ทรู4ยู (True4u)								
จีเอ็มเอ็ม 25 (GMM 25)								
นาวทีวี (Now TV)								
ช่อง 8								
ช่อง 3 SD								
โมนอทวี (Mono TV)								
อสมท. HD								
จีเอ็มเอ็มวัน (One)								
ไทยรัฐทีวี								
ช่อง 3 HD								
อมรินทร์ทีวี								
ช่อง 7 HD								
พีพีทีวี (PPTV)								
สถานีโทรทัศน์ออนไลน์ แพร่ภาพทางอินเทอร์เน็ต ผ่านเว็บไซต์เฟซบุ๊ก (Facebook) และยูทูป (YouTube)								
อื่นๆ โปรดระบุ.....								

## 10. รูปแบบรายการที่ท่านต้องการติดตามชม

- 5 หมายถึง ระดับความต้องการติดตามชมมากที่สุด  
 4 หมายถึง ระดับความต้องการติดตามชมมาก  
 3 หมายถึง ระดับความต้องการติดตามชมปานกลาง  
 2 หมายถึง ระดับความต้องการติดตามชมน้อย  
 1 หมายถึง ระดับความต้องการติดตามชมน้อยที่สุด

รูปแบบรายการที่ต้องการติดตามชม	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
รายการข่าว					
รายการสารคดี					
รายการละครตลก					
รายการละครที่นำเสนอเป็นตอนๆ					
รายการที่เกี่ยวกับเด็ก เช่น การ์ตูน					
รายการสนทนา ที่มีประเด็นเกี่ยวกับวิถีชีวิต					
รายการละครน้ำเน่า					
รายการกีฬา					
รายการเกมโชว์					
รายการภาพยนตร์สุดสัปดาห์					
รายการให้ข้อมูลสินค้า โฆษณา					
รายการที่นำเสนอกิจกรรมภายในองค์กรต่างๆ					
รายการเพลง รายการที่นำเสนอมิวสิกวิดีโอ (Music Video) เพลงต่างๆ					
รายการนำเทปบันทึกภาพที่อยู่ในรูปดีวีดี (DVD) รายการที่แนะนำละครหรือรายการทีวีที่นำเสนอ ย้อนหลัง					

รูปแบบรายการที่ต้องการติดตามชม	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
รายการเว็บisode (Webisode) เป็นรายการที่นำเสนอผ่านทางเว็บไซต์ เป็นรายการทีวีสั้นที่นำเสนอสดหรือปล่อยให้ดาวน์โหลดรายการเพื่อการรับชม					
รายการวอดเคสหรือโพสเคส (Vodcast/Podcast) พบมากในยูทูป (YouTube)					
รายการเกี่ยวกับเกม เป็นรายการที่นำเสนอภาพการเล่นเกมนแนะนำหรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับเกม					
รายการที่ออกอากาศหลายช่องทาง รายการที่มีรูปแบบออกอากาศที่หลากหลาย โดยใช้ช่องทางใหม่ๆ หรือช่องทางที่มีในการออกอากาศ					



**ตอนที่ 4 ความต้องการรูปแบบ เนื้อหารายการ และการมีส่วนร่วมในโทรทัศน์ชุมชนของประชากร**

**คำชี้แจง** กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความต้องการของท่านมากที่สุด

**11. ความต้องการรูปแบบและเนื้อหารายการ โทรทัศน์ชุมชน**

5 หมายถึง ระดับความต้องการมากที่สุด

4 หมายถึง ระดับความต้องการมาก

3 หมายถึง ระดับความต้องการปานกลาง

2 หมายถึง ระดับความต้องการน้อย

1 หมายถึง ระดับความต้องการน้อยที่สุด

ความต้องการรูปแบบและเนื้อหา รายการโทรทัศน์ชุมชน	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>รูปแบบรายการโทรทัศน์ที่ต้องการ</b>					
รายการข่าว					
รายการสารคดี					
รายการละคร/ภาพยนตร์ (หนัง)					
รายการเพลง					
รายการนั่งพูดคุย					
รายการเกมโชว์					
อื่นๆ โปรดระบุ.....					

ความต้องการรูปแบบและเนื้อหา รายการโทรทัศน์ชุมชน	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
<b>เนื้อหาในรายการโทรทัศน์ที่ต้องการ</b>					
รายการที่มีเนื้อหากระทบต่อสภาพ ชีวิต ความมั่นคงของชีวิต หรือภัย พิบัติที่เกิดขึ้นในชุมชน					
รายการที่เนื้อหาสร้างรายได้เพิ่ม ให้กับชุมชน เช่น การท่องเที่ยว ชุมชน					
รายการที่มีเนื้อหาก่อให้เกิดสิ่งใหม่ ในชุมชน เช่น เรื่องเศรษฐกิจ พอเพียง นวัตกรรมทางการเกษตร					
รายการที่มีเนื้อหาส่งเสริม อนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีภายใน ชุมชน					
รายการที่มีเนื้อหาแนะนำเสนอกิจกรรม ต่างๆ ที่จัดขึ้นในชุมชน					
อื่นๆ โปรดระบุ.....					

12. ลักษณะการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการผลิตรายการและบริหารสถานีโทรทัศน์ชุมชนที่ชุมชนต้องการ

- ชุมชนควรเป็นผู้ผลิตและคิดเรื่องที่จะผลิตเอง และร่วมบริหารจัดการต่างๆ ทั้งระบบ
- ให้ผู้มีประสบการณ์ในการผลิตสื่อเป็นผู้ผลิตรายการ แต่ชุมชนมีส่วนร่วมในการคิดเรื่องที่จะผลิต และร่วมบริหารจัดการต่างๆ
- ให้ผู้มีประสบการณ์ในการผลิตสื่อและชุมชนผลิตร่วมกัน และร่วมบริหารจัดการต่างๆ
- ให้ผู้มีประสบการณ์ในการผลิตสื่อผลิตรายการเองและคิดเรื่องที่จะผลิตเอง และร่วมบริหารจัดการต่างๆ ทั้งหมด ชุมชนเพียงติชมรายการ ให้ข้อเสนอแนะในฐานะผู้ชม

**ตอนที่ 5 ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะต่อ...**

13. ข้อเสนอแนะต่อแนวทางการพัฒนาโทรทัศน์ชุมชนในบริบทลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

13.1 ขั้นตอนดำเนินการก่อตั้งโทรทัศน์ชุมชน ลักษณะผู้นำชุมชนหรือแกนนำที่เข้ามาก่อตั้งและแนวทางดำเนินการสถานีโทรทัศน์ชุมชน

.....

.....

.....

.....

13.2 รูปแบบการบริหารจัดการ การจัดตั้งสภาผู้ชมของสถานีโทรทัศน์ชุมชนเพื่อกำกับดูแลการบริหารงาน การเปิดรับอาสาสมัครและพนักงานประจำสถานีฯ การจัดการรายได้ของสถานีฯ และการสนับสนุนด้านอุปกรณ์การผลิตของสถานีฯ

.....

.....

.....

.....

13.3 รูปแบบรายการโทรทัศน์ชุมชนที่ต้องการ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการคิดประเด็น  
เนื้อหาและผลิตรายการ

.....

.....

.....

13.4 เนื้อหารายการโทรทัศน์ชุมชนที่ต้องการ อาจเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชุมชน การสร้าง  
รายได้ สิ่งใหม่ๆ ที่ชุมชนควรมีและความบันเทิงในชุมชน

.....

.....

.....

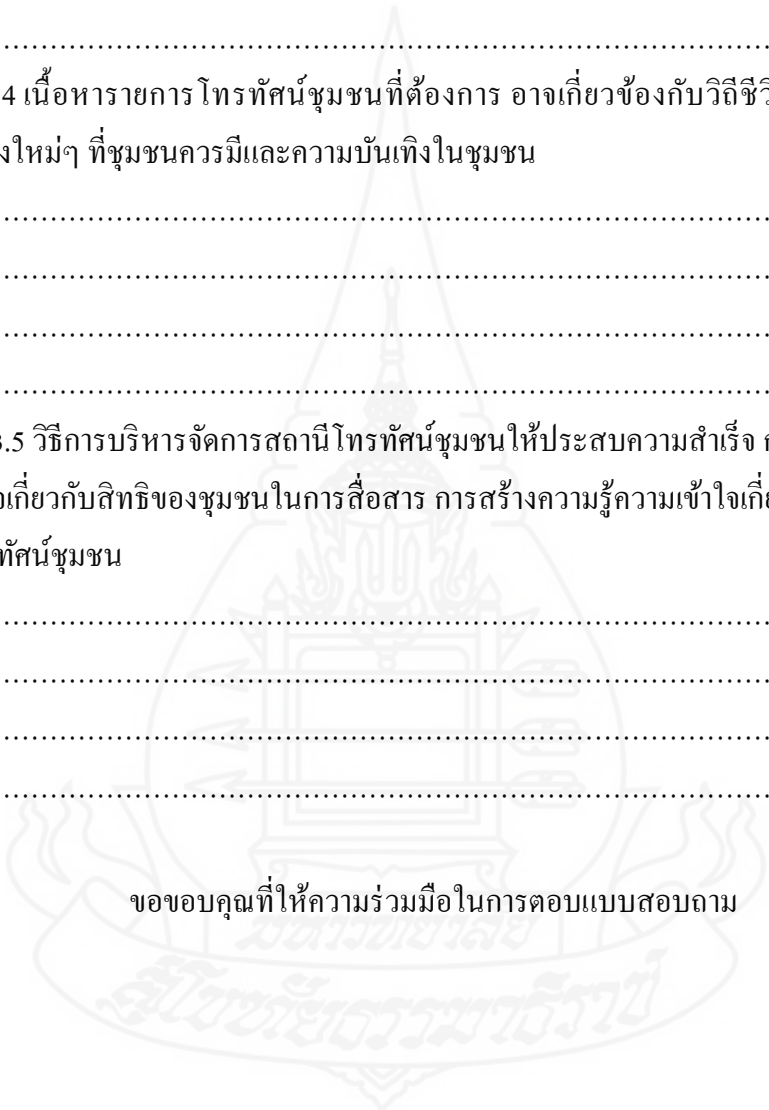
13.5 วิธีการบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์ชุมชนให้ประสบความสำเร็จ การสร้างความรู้  
ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิของชุมชนในการสื่อสาร การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ  
สถานีโทรทัศน์ชุมชน

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม



## แบบข้อคำถามสนทนากลุ่มแกนนำ

## เรื่อง การพัฒนาสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

-----

ให้สมาชิกในกลุ่มสนทนาแนะนำตัว ประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวกับสื่อทั่วไปและสื่อชุมชน

1. บริบทและสภาพปัญหาในพื้นที่มีอะไรบ้าง
2. ความถี่ในการเปิดรับสื่อต่อสัปดาห์ทั้งสื่อทั่วไปและสื่อชุมชนมีมากน้อยเพียงใด
3. ความถี่ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์มีมากน้อยเพียงใด
4. ก่อนหน้านี้ทางแก้ปัญหาโดยการใช้อินเทอร์เน็ตหรือสื่อท้องถิ่นมีอะไรบ้าง
5. ก่อนหน้านี้ในพื้นที่มีการใช้สื่อโทรทัศน์ช่วยแก้ปัญหาหรือไม่
6. ท่านรู้จักโทรทัศน์ชุมชนหรือไม่ ในความคิดของท่านโทรทัศน์ชุมชนเป็นอย่างไร
7. รูปแบบรายการโทรทัศน์ชุมชนแบบใดที่ท่านต้องการ
8. เนื้อหาในรายการโทรทัศน์ชุมชนอย่างไรและช่วงเวลาใดที่ท่านต้องการให้ออกอากาศรายการ
9. ท่านต้องการมีส่วนร่วมในการบริหารและการผลิตรายการโทรทัศน์ชุมชนมากน้อยเพียงใด
10. ขั้นตอนดำเนินการก่อตั้งโทรทัศน์ชุมชนควรมีขั้นตอนอย่างไร ลักษณะผู้นำชุมชนหรือแกนนำที่เข้ามาก่อตั้งและแนวทางดำเนินการสถานีโทรทัศน์ชุมชนควรมีลักษณะอย่างไร
11. หากมีสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ รูปแบบการบริหารจัดการ การจัดตั้งสภาผู้ชมของสถานีโทรทัศน์ชุมชนเพื่อกำกับดูแลการบริหารงาน การเปิดรับอาสาสมัครและพนักงานประจำสถานีฯ การจัดหารายได้ของสถานีฯ และการสนับสนุนด้านอุปกรณ์การผลิตของสถานีควรเป็นอย่างไร
12. รายการที่จะออกอากาศผ่านทางโทรทัศน์ชุมชนในชุมชนที่ท่านคิดว่าเหมาะสม ควรเป็นรูปแบบรายการแบบใด และเนื้อหารายการและช่องทางการออกอากาศควรเป็นแบบใด
13. วิธีการบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์ชุมชนให้ประสบความสำเร็จ การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิของชุมชนในการสื่อสาร การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ชุมชนในพื้นที่ควรเป็นอย่างไร



## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นายกรกฎ จำเนียร
วัน เดือน ปีเกิด	13 กรกฎาคม 2524
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดตรัง
ประวัติการศึกษา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยรามคำแหง พ.ศ.2550
สถานที่ทำงาน	หลักสูตรนิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

