

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “สภาพการจัดรายการและการบริหารจัดการของสถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐม” นั้น มีแนวคิดหลักๆ ที่ใช้เป็นแกนในงานวิจัยทั้งสิ้น 3 แนวคิด ได้แก่

1. แนวคิดเกี่ยวกับวิทยุชุมชน
2. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง
3. แนวคิดการบริหารจัดการองค์กรสื่อ

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับวิทยุชุมชน

วิทยุชุมชน (ศุทธิชัย บุณนาค , 2543) หมายถึงสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ให้บริการเฉพาะเจาะจงในพื้นที่หรือเขตบริการส่งกระจายเสียงเป็นลักษณะแนวแคบ (Narrowcasting) ไม่ใช่แพร่กระจายไปสู่สาธารณชน (Broadcasting) โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะจัดระบบเนื้อหารายการให้สอดคล้องกับปัญหา และความต้องการที่แท้จริง หรือรสนิยมเฉพาะของกลุ่มเป้าหมายในลักษณะชุมชน หรือกลุ่มที่มีรสนิยมเดียวกัน โดยเปิดโอกาสให้ผู้ฟัง หรือตัวแทนของชุมชนมีส่วนร่วมในรายการของสถานี การส่งกระจายเสียงของวิทยุชุมชนเป็นการส่งกระจายเสียงของวิทยุท้องถิ่นที่มีกำลังส่งต่ำ ประมาณ 10 วัตต์ 50 วัตต์ 100 วัตต์ 500 วัตต์ ส่วนใหญ่ไม่เกิน 1 กิโลวัตต์

ส่วนประกาศในหลักการของสมาคมวิทยุชุมชนโลก (World Association of Community Broadcasters) (อ้างอิงใน สุมน โมรากุล , 2539) อธิบายคำว่า วิทยุชุมชนว่า ขึ้นอยู่กับความต้องการของชุมชนที่วิทยุชุมชนนั้นบริการ สนับสนุนการพัฒนาความก้าวหน้าภายในมิติของชุมชน และการเปลี่ยนแปลงทางสังคม วิทยุชุมชนเป็นระบบการสื่อสารแบบประชาธิปไตย โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีลักษณะแตกต่างออกไปเฉพาะที่

ในแผนพัฒนาสื่อสารมวลชนเทคโนโลยีสารสนเทศ และโทรคมนาคมเพื่อการพัฒนาคนและสังคม พ.ศ. 2542-2551 ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี ได้ให้คำจำกัดความของ “วิทยุชุมชน” ว่าหมายถึง การแพร่เสียงรายการวิทยุกระจายเสียงที่เสนอเนื้อหาสาระสำคัญสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะพิเศษด้านเชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรม และศาสนา มีเขตครอบคลุมในวงจำกัด โดยแพร่เสียงผ่านช่องทางที่เหมาะสม ทั้งที่เป็น การออกอากาศการส่งตามสาย และผ่านดาวเทียม

ในโครงการวิทยุชุมชนขององค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย ได้มีการกำหนดหลักการ และเหตุผลของวิทยุกระจายเสียงชุมชนไว้ดังนี้

วิทยุชุมชน (Community Radio) เป็นการจัดการดำเนินการ และส่งการกระจายเสียงที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของชุมชนนั้น ๆ เป็นสำคัญ โดยไม่เน้นการแสวงหากำไร แต่มุ่งเน้นการให้ข่าวสาร ความรู้ ควบคุมความบันเทิงตามรสนิยมแต่ละท้องถิ่น และเปิดโอกาสให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในลักษณะการสื่อสารสองทาง หรือรายการที่ผู้ฟังสามารถมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นโดยมีการใช้ภาษาถิ่นเป็นหลัก มีรูปแบบรายการที่สอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่นนั้น ๆ เช่น ข่าวสารที่เกิดขึ้นในชุมชน รายการความรู้ (การเกษตร การทำนา ทำสวน ทำไร่ การประมง การเลี้ยงสัตว์ ศิลปวัฒนธรรม สุขภาพอนามัย กฎหมายที่จำเป็นสำหรับชาวบ้าน ความรู้เกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาชีวิตประจำวัน การพัฒนาคุณภาพ ฯลฯ)

ศุทธิชัย บุณนาค (2543) ได้สรุปแนวคิดของวิทยุชุมชนไว้ดังนี้

1. ต้องเกิดขึ้นจากความต้องการของชุมชน โดยถือหลักว่าคนส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นความต้องการร่วมกัน
2. วิทยุชุมชนต้องได้รับการยอมรับของกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน
3. วิทยุชุมชนย่อมไม่มีการแบ่งแยกเชื้อชาติ ศาสนา ประเพณีวัฒนธรรมของคนในชุมชน
4. วิทยุชุมชนต้องยึดถือแนวทางการเสนอรายการ และข่าวสารของชุมชนเป็นหลัก ภายใต้แนวคิด ความเชื่อ วัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น สิ่งแวดล้อม และเหตุการณ์ในท้องถิ่น เป็นหัวใจของการนำเสนอข่าวสารและรายการ
5. วิทยุชุมชนจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมจัดรายการ และสามารถเข้าไปบริหารจัดการ หรือเป็นผู้ปฏิบัติในสถานีได้ นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในสื่อวิทยุชุมชนให้เป็นไปตามแนวคิด และความต้องการของประชาชนในชุมชน โดยยึดหลักกระบวนการทางประชาธิปไตย
6. วิทยุชุมชนเป็นสถานีวิทยุที่มีรัศมีการออกอากาศครอบคลุมเฉพาะพื้นที่เท่านั้น (มีลักษณะเป็น Narrowcasting ไม่ใช่ Broadcasting) กำลังส่งไม่เกิน 1 กิโลวัตต์
7. วิทยุชุมชนถือเป็นสื่อมวลชนตามแนวคิดประชาธิปไตย (Democratic Media) เพื่อประชาชน โดยประชาชน ของประชาชน

2.2 แนวคิดการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง

Harold Mendelsolm (2539) กล่าวว่าวิทยุเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของคนเรา วิทยุปลุกเราให้ตื่นในตอนเช้า ไปทำงานพร้อมกับเรา และนำเสนอเรื่องราวมากมายจนถึงกลางคืน วิทยุมีประเด็นที่จะพูดคุยกับคนอื่น รวมทั้งในบางครั้งอาจจะมีการสื่อสารโต้ตอบกลับไปยังรายการวิทยุต่างๆ ได้ ดังนั้นวิทยุจึงเป็นสื่อที่มีความสำคัญ และมีความใกล้ชิดกับผู้ฟังจนเรียกได้ว่าเป็นสื่อส่วนบุคคล (Personalized Medium) ดังที่ Mcleish ได้กล่าวไว้ว่า “ความสัมพันธ์ของผู้พูดทางวิทยุกับผู้ฟังนั้นมีความคุ้นเคยยิ่งกว่าเพื่อนเสียอีก”

เฉลิมศรี หุนเจริญ (2531) ได้กล่าวถึงแนวความคิดการเสนอรายการทางวิทยุกระจายเสียงว่าการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงนั้น ความมุ่งหมายก็เพื่อเสนอให้คนฟังได้รับทั้งความบันเทิง ความรู้ และข่าวสาร โดยผ่านสื่อคือวิทยุ เป็นการเสนอให้ในลักษณะที่ผู้ฟังต้องเต็มใจรับฟังเอง ผู้เสนอจะบังคับผู้ฟังไม่ได้ เพราะผู้ฟังวิทยุกระจายเสียงมีสิทธิที่จะไม่ฟัง คือปิดเครื่องรับหรือเปลี่ยนไปฟังรายการอื่นทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งอื่นเมื่อใดก็ได้ ดังนั้นการที่จะทำให้มีคนสนใจฟังรายการที่ผลิตจึงต้องมีวิธีการที่จะทำให้รายการนั้นเป็นที่น่าสนใจ ให้ผู้ฟังต้องการที่จะฟังด้วยตัวของเขาเอง ซึ่งวิธีการดังกล่าวนี้ วิธีการเสนอรายการต่อผู้ฟังมีส่วนสำคัญอยู่มาก ถึงแม้ว่าผู้ผลิตรายการจะได้จัดทำทุกสิ่งทุกอย่างให้ดีสมบูรณ์แบบและน่าฟังเพียงใด หากขาดวิธีการนำเสนอที่ดีแล้วก็ไม่สามารถทำให้รายการนั้นๆ เป็นที่น่าสนใจหรือดึงดูดใจคนให้มาฟังรายการที่ดีและสมบูรณ์แบบนั้นได้

การนำเสนอรายการทางวิทยุกระจายเสียงก็เท่ากับการเสนอขายสินค้า คือต้องไม่เพียงการนำไปเสนอแต่พอให้ลูกค้าทราบว่ามีอะไรขายเท่านั้น แต่จะต้องมีใช้ศิลปะและความชำนาญในการพูดเพื่อดึงดูดความสนใจ จนกระทั่งเขายอมซื้อสินค้าที่เราเสนอขายนั้นด้วย แต่การเสนอรายการวิทยุเป็นการเสนอโดยการสื่อความหมายฝ่ายเดียว โดยที่เสนอมีแต่เสียงพูดที่จะชักชวนให้ผู้ฟังเกิดความสนใจในเบื้องต้น ติดตามรับฟังอย่างเข้าใจในช่วงต่อไป และความเห็นคล้อยตามคือเชื่อศรัทธาในที่สุด เพราะจุดมุ่งหมายสำคัญของการเสนอรายการมีอยู่โดยลำดับดังนี้

1. เรียกร้องถึงความสนใจ (ให้อยาก)
 2. สร้างภาพพจน์และความประทับใจ (ให้ติดตามเรื่องราวต่อไป)
 3. กระตุ้นให้เกิดจินตนาการและมีความเห็นคล้อยตาม (เชื่อถือ)
- การดำเนินรายการวิทยุกระจายเสียงต้องระลึกถึงเสมอว่า

1. เพื่อช่วยให้ผู้ฟังฟังรายการได้อย่างเพลิดเพลิน
2. เพื่อทำให้เกิดความน่าสนใจและให้สีสัน โดยความหลากหลายแก่รายการที่เสนอ
3. เพื่อทำให้รายการที่เสนอได้ดำเนินไปอย่างราบรื่นน่าฟัง

ไธต ยูธธนา (2531) ได้กล่าวว่า การเป็นนักจัดรายการวิทยุเป็นเหมือนกับเราเป็นสื่อกลางหรือตัวกลาง คือ มีการรับข่าวสารแล้วเราก็ส่งออกไปหรือถ่ายทอดไปยังคนฟังอีกครั้งหนึ่ง ถ้าเราเป็นคนหนึ่งที่ไม่หยุดอยู่กับที่ มีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ เรื่องที่จะพูดคุยกับคนฟังก็ทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์เสมอ

ชลลดา วงศ์วิชัย และพูนทรัพย์ สิทธิพรหม (2533) ได้กล่าวถึงความสำคัญของวิทยุกระจายเสียงไว้ดังต่อไปนี้คือ วิทยุกระจายเสียงจัดว่าเป็นสื่อมวลชนที่เข้าถึงประชาชนได้มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนประเภทอื่นๆ วิทยุกระจายเสียงสามารถแพร่กระจายข่าวสารไปสู่ประชาชน ทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับได้อย่างรวดเร็วและกว้างไกลทุกหนทุกแห่ง วิทยุกระจายเสียง ไม่เป็นอุปสรรคสำหรับผู้ด้อยการศึกษาที่อ่านและเขียนหนังสือไม่ได้ ในปัจจุบันราคาเครื่อง วิทยุกระจายเสียงไม่แพงนักอยู่ในระดับที่คนทั่วๆ ไปสามารถจะซื้อหาไว้ในครอบครองได้ ด้วยเหตุนี้วิทยุกระจายเสียงจึงเป็นสื่อที่มีอิทธิพลและมีความสำคัญอย่างยิ่ง สังเกตได้จากการนำ

วิทยุกระจายเสียงไปใช้ในกิจการต่างๆ ของประเทศ เช่น การประชาสัมพันธ์ ธุรกิจการค้า การทหาร การศึกษา การบริการ และการพัฒนาประเทศด้านต่างๆ เป็นต้น

วิทยุกระจายเสียงในฐานะที่เป็นสื่อมวลชนมีความสำคัญในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ความสำคัญในด้านการเสริมสร้างสติปัญญา
2. ความสำคัญในด้านการพัฒนาประเทศ
3. ความสำคัญในด้านการสื่อสารของโลก

1. ความสำคัญในด้านการเสริมสร้างสติปัญญา มี 3 ลักษณะ คือ

ก. การให้ข้อเท็จจริงแก่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนมีเหตุตักว้างขวางรอบรู้ในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นรอบตัว เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ทันต่อเหตุการณ์อยู่ตลอดเวลา

ข. การให้การศึกษา เป็นการเปิดโอกาสให้มนุษย์ได้รับความรู้ได้อย่างทัดเทียมกัน เพื่อช่วยให้มีโอกาสในการดำรงชีพที่ดีขึ้น

ค. การแสดงความคิดเห็น วิทยุกระจายเสียงเป็นเวทีกลางให้ประชาชนมีโอกาสแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความนึกคิดซึ่งกันและกัน เพื่อเพิ่มพูนความรู้มากยิ่งขึ้น อันเป็นหนทางให้เกิดความเจริญได้ในที่สุด

2. ความสำคัญในด้านการพัฒนาประเทศ

วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อมวลชนที่เข้าถึงประชาชนได้ดีกว่าสื่ออื่นด้วยธรรมชาติและลักษณะพิเศษบางประการ วิทยุกระจายเสียงสามารถแพร่กระจายข่าวสารไปสู่ประชาชนทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับได้อย่างรวดเร็วและ กว้างไกลทุกหนทุกแห่ง ไม่เป็นอุปสรรคสำหรับผู้ด้อยการศึกษาที่อ่านและเขียนหนังสือไม่ได้ ประกอบกับราคาเครื่องรับวิทยุกระจายเสียงราคาไม่แพง สูงนัก จึงทำให้ทุกคนครอบครัวยุคใหม่ในครอบครองได้จากธรรมชาติและลักษณะพิเศษบางประการของวิทยุกระจายเสียงจึงมีความสำคัญในการใช้เป็นสื่อเพื่อการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ ได้อย่างดี เช่น การพัฒนาการศึกษา การพัฒนาทางการเมือง การพัฒนาชนบท การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม เป็นต้น

3 . ความสำคัญในด้านการสื่อสารของโลก

ก. วิทยุกระจายเสียงเป็นเครื่องมือในการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในโลกได้อย่างรวดเร็วและเหมาะสมที่สุด ไม่ว่าเหตุการณ์นั้นจะเกิดขึ้น ณ ที่แห่งใดของโลกก็ตาม เนื่องจากวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อมวลชนที่สามารถส่งข่าวสารด้วยความรวดเร็วกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น เพราะคลื่นวิทยุสามารถไปได้ทุกหนแห่งและไปได้ไกลๆ ในทุกท้องถิ่น ทำให้ชาวโลกมีโอกาสรับรู้เหตุการณ์ต่างๆ ในโลกได้พร้อมๆ กัน

ข. วิทยุกระจายเสียงเป็นเครื่องมือในการใช้เป็นที่ทำให้เกิดจากการพึ่งพากันและกันทั่วโลก การพึ่งพากันที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารทางวิทยุกระจายเสียงมักเป็นไปในรูปของการแจ้งข่าวสารเพื่อให้คนทั่วโลกทราบว่ามิอะอะไรเกิดขึ้นกับใคร ที่ไหน และมีความเป็นมาอย่างไร

คุณลักษณะของสื่อวิทยุกระจายเสียง (บำรุง สุขพรรณ, 2522) มีดังนี้

1. สามารถเข้าถึงเป้าหมายได้กว้างกว่าและสามารถเข้าถึงประชาชนบางคนที่สื่อประเภทวิทยุและโทรทัศน์เข้าถึงไม่ถึง
2. ผู้ฟังมีความสนุกเพลิดเพลินเหมือนมีส่วนร่วมด้วยกับรายการ
3. ราคาถูกกว่าโทรทัศน์มาก
4. เลือกรับฟังได้มากสถานีกว่าโทรทัศน์
5. ผู้ฟังรู้สึกว่าย้ายกับผู้ประกาศวิทยุมายืนพูดอยู่ตรงหน้า
6. มีความรวดเร็วในการเสนอข่าว ทำให้คนฟังมีความเชื่อมั่นในข่าวสารจากวิทยุว่าเป็น Primary Facts คือ เป็นข้อเท็จจริงเบื้องต้นที่จะติดตามหารายละเอียดจากสื่อชนิดอื่นต่อไปได้
7. ทำให้ผู้ฟังมีความรู้สึกว่าได้ฟังเรื่องเดียวกันพร้อมๆ กันซึ่งจะทำให้เกิดเพิ่มพูนความเชื่อมั่นในข่าวสารและคำแนะนำทางวิทยุขึ้น
8. วิทยุไม่ต้องการด้านเทคนิคมากเท่าโทรทัศน์ เพราะโทรทัศน์มีเทคนิคทางภาพเพิ่มขึ้นมาอีกจึงเป็นงานที่มีภาระยุ่งยากกว่าวิทยุมาก
9. วิทยุต้องการคนทำงานน้อยกว่าโทรทัศน์
10. การรับฟังรายการวิทยุ ผู้ฟังสามารถรับฟังได้ตลอดเวลาเพราะใช้แต่การได้ยินเท่านั้น

ผลของวิทยุกระจายเสียงที่มีต่อสังคม

ผลของวิทยุกระจายเสียงต่อสังคมมีมากมายและต่างกัน ดังจะได้แยกให้เห็นเป็นข้อๆ ดังนี้

1. วิทยุกระจายเสียงมีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวัน และกิจวัตร (Habits) เบ็ดเตล็ด อื่นๆ ของผู้ฟัง ในขณะที่ทางสถานีพยายามปรับเวลาของรายการเพื่อให้เหมาะสมกับกิจวัตรประจำวันของสาธารณชนนั้น ในทางกลับกัน สาธารณชนก็พยายามปรับกิจวัตรให้คล้อยตามรายการกระจายเสียงอยู่เสมอ รายการบางประเภทเป็นเหตุให้บางคนฝึกฝนตนเองให้อยู่ติดบ้านตามวันและเวลาของรายการนั้นๆ
2. วิทยุกระจายเสียงมีผลต่อการใช้ในการแสดงความสามารถพิเศษ ในการชักนำให้เกิดปฏิกิริยาต่อมวลชน (Mass Social) ให้แสดงความมีน้ำใจกว้างขวางเพื่อการมีส่วนร่วมกันช่วยเหลืออย่างรีบด่วน
3. การกระจายเสียงมีอิทธิพลทำให้สาธารณชนเกิดความตื่นตระหนกต่อสถานการณ์บางอย่างที่ไม่น่าไว้วางใจอันอาจนำมาซึ่งความไม่ปลอดภัย แต่ในขณะเดียวกันสามารถทำให้ความตื่นตระหนกนั้นทุเลาลงโดยการให้คำแนะนำหรือให้ข้อเสนอแนะต่างๆ
4. วิทยุเน้นหนักไปในการใช้ภาษาที่ง่ายๆ แก่การเข้าใจในทันที แต่ยังรักษามาตรฐานและความหมายที่ถูกต้องไว้ สื่อมวลชนอื่นก็เช่นเดียวกัน มักจะใช้ข้อความสั้นๆ ที่สมบูรณ์ เข้าใจง่ายๆ ใช้ภาษากลัดย่อดรรมา เพื่อให้ง่ายต่อการสื่อสารสำหรับวิทยุขึ้นเป็นการยากที่จะดึงดูดให้ผู้ฟังคงอยู่กับรายการพูดนานกว่า 15 นาที นอกจากผู้ฟังจะสนใจและตั้งใจฟังรายการนั้นอย่างจริงจัง หรือปรารถนาที่จะมีส่วนร่วมกับรายการวิทยุที่ให้ผู้ฟังรายการตอบโต้หรือสนทนาพูดคุยกับทางรายการได้หรือเนื้อหาของรายการนั้นเป็นที่ชื่นชอบหรือใกล้ตัวผู้ฟังอยู่แล้ว

5. ผลของวิทยุอีกประการหนึ่งก็คือ สามารถแนะนำให้สังคม (ประชาชน) ได้รู้จักและใกล้ชิดบุคคลที่น่าสนใจหรือผู้นำของชุมชน สมาคมองค์กรต่างๆ ตลอดจนให้ได้ทราบถึงสถานะและความเคลื่อนไหวต่างๆ การอภิปรายถกเถียงปัญหาที่เกิดขึ้นมาในสังคม เป็นการเพื่อความสำคัญความสนใจทั้งบุคคลและเรื่องที่หยิบยกขึ้นมาอภิปรายมากขึ้นในความคิดของสาธารณชน

ผู้วิจัยได้นำเอาคุณลักษณะของสื่อวิทยุกระจายเสียง ผลของวิทยุกระจายเสียงที่มีต่อสังคมมาอธิบาย วิเคราะห์ถึงลักษณะการบริหารจัดการวิทยุชุมชนว่ามีลักษณะเป็นอย่างไร

องค์ประกอบที่สำคัญในการผลิตรายการวิทยุ (บุญเกื้อ ครอบหาเวช, 2539)

1. ผู้ฟัง (Audience) หมายถึง กลุ่มผู้ฟังที่เป็นเป้าหมายของการจัดรายการ (Target Audience) จะเป็นตัวตัดสินว่ารายการที่จัดประสบความสำเร็จหรือไม่ ผู้จัดรายการต้องรู้ว่ากลุ่มผู้ฟังเป็นใคร นอกจากจะรู้ว่าเป็นกลุ่มใดแล้ว ควรจะรู้ให้ลึกถึงประวัติ พฤติกรรม และทัศนคติของคนในกลุ่มนั้น

2. เนื้อหา (Content) เรื่องราวต่าง ๆ ที่ผู้จัดรายการต้องการให้ผู้ฟังได้ฟังกัน การบรรจุเนื้อหาควรจะต้องสอดคล้องกับกลุ่มผู้ฟัง เป้าหมาย ซึ่งอาจจะพิจารณาถึงระดับการศึกษาของผู้ฟัง

3. วิธีเสนอ (Technique of Programme Presentations) วิธีเสนอรายการเป็นกระบวนการที่จะนำเนื้อหาหรือเรื่องราวต่าง ๆ ไปสู่ผู้ฟังอย่างมีศิลปะ ส่วนสำคัญที่ควรนำมาพิจารณาในการนำเสนอรายการประกอบด้วยส่วนสำคัญ 5 ประการ คือ

ก. ภาษาพูด (Language) ควรใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ประโยคสั้นๆ กระชับรัดกุม เหมาะสมกับสภาพของการฟังวิทยุของผู้ฟังโดยทั่วไป

ข. ลีลาการพูด (Style) ไม่ควรพูดเหมือนกับอ่านหนังสือ ควรพูดเหมือนกับการพูดคุยกับเพื่อน น้ำเสียงต้องแสดงถึงความจริงใจ ไม่ดูถูกผู้ฟัง หรือผู้ฟังไม่รู้เท่าตนเอง

ค. เพลงประกอบ (Programme Music) จะช่วยให้รายการน่าฟังและผ่อนคลายความตึงเครียด ใช้ประกอบ แนะนำรายการ คั่นรายการ สร้างบรรยากาศหรือเนื้อหาส่วนหนึ่ง เปลี่ยนฉากหรือเรื่องราวที่จะพูด

ง. เสียงประกอบ (Sound Effect) เป็นเสียงที่เกิดขึ้นในธรรมชาติหรือประดิษฐ์ขึ้นมาเพื่อนำมาใช้สอดแทรกในรายการ ทำให้มีบรรยากาศสมจริง

จ. ความหลากหลาย (Variety) และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Unity) การเสนอรายการให้มีความหลากหลายจะช่วยให้รายการไม่น่าเบื่อ จะต้องใช้ภาษาลีลาในการพูด เพลงประกอบหรือเสียงประกอบจะต้องมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทั้งในแง่เนื้อหาและวิธีเสนอ

4. เวลาออกอากาศ (Air Time) เป็นตัวกำหนดให้ผลิตในรูปแบบใดบ้าง หมายถึง เวลาที่ผู้ฟังเป้าหมายพร้อมที่จะฟังรายการต่างๆ จากผู้จัด เหมาะกับผู้ฟังเป้าหมายกลุ่มใดบ้าง แล้วจึงมาวางแผนรายการให้เหมาะสม

5. การประเมินผล (Evaluation) ความสำเร็จของการจัดรายการวิทยุขึ้นอยู่กับความต้องการฟังของผู้ฟังอย่างเดียวกันนั้น ผู้จัดจึงจำเป็นต้องรู้จักประเมินผลรายการ ซึ่งจำเป็นต้องทำเป็นประจำเป็นระยะๆ ไป

บทบาทความรับผิดชอบของสถานีวิทยุกระจายเสียง ต้องมีเป้าหมายทางวิชาชีพและมีความรับผิดชอบ 4 ประการ คือ

1. เพื่อแจ้งข่าวสารและเปิดหูเปิดตาผู้ฟัง
2. เพื่อเปิดเผยข้อเท็จจริง
3. เพื่อทำความเข้าใจแก่ผู้ฟัง
4. เพื่อเตือนภัยหรือผิดปกติต่อสังคมส่วนรวม
5. เพื่อหาข่าวสารที่ถูกต้องมาเสนอต่อผู้ฟังอย่างรวดเร็ว
6. เพื่อเป็นประจักษ์พยาน และรายงานเหตุการณ์ที่เป็นข่าวตามลำดับเวลา (ดวงทิพย์ วรรณพันธ์, อ่างโน บุขราคม เอี่ยมอำไพ 2540)

รูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียง (พินิตตา สุขโกศล , 2549) แบ่งได้กว้าง ๆ ออกเป็น 12 รูปแบบรายการดังนี้

1. รายการพูดคุยกับผู้ฟัง (Talk Programme) การสื่อสารจะมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two way Communication) กับผู้ฟัง โดยปกติผู้จัดรายการจะอาศัยเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย และจำเป็นต้องมีผู้ช่วยประจำรายการ คอยทำหน้าที่ในการรับสายโทรศัพท์ ลักษณะรายการส่วนใหญ่จะเน้นการแสดงความคิดเห็นในประเด็นสาธารณะ เปิดกว้างในการแสดงความคิดเห็น ผู้ดำเนินรายการจะต้องมีความอดทนและต้องรู้จักวิธีการกำหนดกรอบการแสดงความคิดเห็นให้เหมาะสมตามช่วงเวลาในรายการและให้ได้ความคิดเห็นของคนฟังที่หลากหลาย ปัจจุบันด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ารายการอาจจะมีการเสริมด้วยการส่งข้อความ (SMS) และอ่านข้อความนั้นๆ ออกอากาศแทน รูปแบบรายการนี้จะทำให้ทราบระดับความนิยมในรายการทราบความหลากหลายของกลุ่มคนฟัง และจำนวนคนฟังในรายการ จนกระทั่งสามารถสร้างชมรมคนฟังในรายการได้ เช่น รายการของ จส. 100 รายการร่วมด้วยช่วยกัน เป็นต้น

2. รายการสนทนา (Conversational Programme) การสื่อสารจะเป็นการสื่อสารสองทาง (Two way Communication) กับผู้ดำเนินรายการร่วม แต่จะเป็นการสื่อสารทางเดียว (One way Communication) กับผู้ฟังที่บ้าน ยกเว้นจะเปิดโอกาสให้คนฟังสามารถโทรศัพท์เข้ามาสอบถามประเด็นในเรื่องที่ผู้ดำเนินรายการร่วม รูปแบบรายการลักษณะนี้ผู้ผลิตรายการและผู้ดำเนินรายการร่วมจะต้องทำการกำหนดวาระในการสนทนาที่เป็นประเด็นทันสมัย ศึกษาข้อมูลทำความเข้าใจตกลงร่วมกันว่าจะแบ่งประเด็นในการพูดคุยแลกเปลี่ยนกันอย่างไร สิ่งที่ควรระวังในรายการ คือ ความขัดแย้งทางความคิด เพราะจะทำให้ผู้ฟังที่บ้านเกิดความสับสนในการจับประเด็นและสรุปประเด็น หากต้องการจะสอดแทรกความคิดเห็นควรจะเริ่มต้นว่า เห็นด้วยกับผู้ดำเนินรายการร่วมก่อน แต่มีข้อเสนอเพิ่มเติมว่าอย่างไร

3. รายการสัมภาษณ์ (Interview Programme) รายการนี้จะมีลักษณะเป็นการสื่อสารสองทางกับผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมในรายการ หรืออาจจะใช้วิธีการสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์ในกรณีที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่สะดวกที่จะเข้าร่วมรายการในสถานีวิทยุ ผู้ดำเนินรายการควรจะต้องแจ้งให้ผู้ฟังที่บ้านทราบว่าผู้ที่เชิญเข้ามาสัมภาษณ์ในรายการชื่ออะไร ตำแหน่งหน้าที่การทำงาน ความสามารถเฉพาะเรื่องที่เชิญเข้ามาสัมภาษณ์ในรายการ หรือกำลังเป็นบุคคลที่ประชาชนให้ความสนใจในเวลา

นั้น หรือเป็นบุคคลสาธารณะ หรือเป็นบุคคลที่กำลังเกิดข้อพิพาทพิจารณา ช่วงเริ่มต้นรายการผู้ดำเนินรายการควรจะนำเสนอประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผู้ที่เกี่ยวข้องในรายการให้ผู้ฟังรับทราบ หรือสรุปประเด็นที่สำคัญในช่วงต้นของรายการให้ผู้ฟังทราบเบื้องต้นก่อน แล้วจึงแนะนำผู้ที่เกี่ยวข้อง และจึงเข้าสู่การสัมภาษณ์ ข้อควรปฏิบัติที่ดี ผู้ดำเนินรายการควรจะทำกาหนดวัน เวลา และกำหนดประเด็นที่จะสัมภาษณ์ให้กับผู้ที่จะสัมภาษณ์ก่อนล่วงหน้าอย่างน้อย 3 วัน เพื่อให้ผู้ที่ถูกสัมภาษณ์สามารถเตรียมเนื้อหา หากเกิดกรณีฉุกเฉินผู้ถูกสัมภาษณ์สามารถแจ้งล่วงหน้าว่าไม่สามารถมาร่วมได้ ผู้ดำเนินรายการจะต้องเตรียมประเด็นสำรอง หรือเชิญผู้ถูกสัมภาษณ์อื่นมาแทนในรายการได้ทันที

4 . รายการอภิปราย (Discussion Programme) การสื่อสารของรายการลักษณะนี้จะเป็นการสื่อสารแบบสองทางระหว่างผู้ดำเนินการอภิปรายกับผู้ร่วมอภิปราย รายการลักษณะนี้จะเป็นรายการที่มีผู้ดำเนินการอภิปราย 1 คน และผู้ร่วมอภิปรายตั้งแต่ 2 - 4 คน เนื่องจากหากมีผู้เข้าร่วมอภิปรายในรายการมาก การแสดงความคิดเห็นจะทำให้เกิดความหลากหลายจนกระทั่งผู้ดำเนินการอภิปรายไม่สามารถควบคุมประเด็นได้ รายการลักษณะนี้จะต้องอาศัยทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญในการประสานงาน และการเชิญบุคคลเข้าร่วมอภิปรายที่สามารถได้ความคิดเห็นที่หลากหลาย อย่างน้อยผู้เข้าร่วมในรายการจะต้องอภิปรายได้ 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายที่เห็นด้วยและฝ่ายที่ไม่เห็นด้วย รายการอภิปรายที่ดี สามารถเปิดโอกาสให้ผู้ฟังโทรศัพท์เข้ามาแสดงความคิดเห็น หรือสามารถสอบถามข้อสงสัยในประเด็นที่เกี่ยวข้องในรายการกับผู้อภิปรายได้ในเวลาที่กำลังออกอากาศ (Real time) ผู้ดำเนินการอภิปรายจะเป็นเพียงผู้ตั้งคำถาม และกำหนดประเด็น

5. รายการสารคดี (Documentary or Feature Programme) การสื่อสารของรายการลักษณะนี้จะเป็นการสื่อสารแบบทางเดียวกับผู้ฟังทางบ้าน โดยมีผู้บรรยาย 1 – 2 คน โดยควรจะเป็นคน ๆ เดียวกันตลอดไป ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นผู้บรรยายควรจะมีน้ำเสียงที่น่าเชื่อถือ โทนเสียงไม่สูงมากนัก เพื่อให้ผู้ฟังสามารถฟังได้จนจบรายการและเป็นการสร้างลักษณะเฉพาะของรายการ (Identity Programme) ไม่จำเป็นต้องเป็นรายการที่จัดสด สามารถบันทึกเทปล่วงหน้าได้ เพื่อให้สามารถตัดต่อและแก้ไขข้อมูลที่ต้องการในรายการได้ โดยส่วนใหญ่รายการสารคดีของหน่วยงานต่าง ๆ จะมีขนาดสั้น ความยาวไม่เกิน 5 นาที การกำหนดเนื้อหาจะเป็นไปตามวัตถุประสงค์ด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานนั้น ทั้งนี้รายการสารคดี 1 ชั่วโมงควรแบ่งออกเป็น 4 ส่วน โดยมีช่วงเวลาที่เท่ากัน คือ 10 – 15 นาที และควรจะมี ความต่อเนื่องกันในการนำเสนอเนื้อหาของรายการ การกำหนดประเด็นของรายการ (Theme) ควรจะเป็นประเด็นกว้าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ เหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ สิ่งมีชีวิต สิ่งประดิษฐ์ เป็นต้น รายการลักษณะนี้ ทีมงานต้องมีความรู้ ความสามารถในการสืบค้นข้อมูล เรียบเรียงและนำเสนอเนื้อหา เลือกเพลงประกอบรายการ หรือจัดทำเสียงประกอบรายการได้อย่างเหมาะสม หากทำให้ผู้ฟังทางบ้านมองเห็นภาพได้จะเป็นรายการที่ช่วยสร้างอารมณ์ให้กับคนฟังได้เป็นอย่างดี รายการสารคดีไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงวันเวลาในการออกอากาศ แต่ควรจะเป็นเรื่องที่ส่งเสริมความรู้ให้กับผู้ฟังมากขึ้น เจาะลึกในสิ่งที่ผู้ฟังยังไม่ทราบ หรือเป็นเรื่องที่ไม่เคยมีใครรู้จักมาก่อน

6 . รายการนิตยสารทางอากาศ (Magazine Programme) การสื่อสารจะเป็นลักษณะของการสื่อสารทางเดียวกับผู้ฟังทางบ้าน รายการนิตยสารทางอากาศควรจะเป็นรายการที่มีผู้ดำเนิน

รายการหลัก 1 คน และมีผู้ดำเนินรายการในแต่ละช่วงรายการช่วงละ 1 คน ทั้งนี้รายการ ใน 1 ชั่วโมงควรแบ่งออกเป็น 4 ช่วง ๆ ละ 10 – 15 นาที มีความหลากหลายทั้งเนื้อเรื่องและรูปแบบการนำเสนอ เน้นความทันสมัยและตรงกับเหตุการณ์ของเรื่องราวที่นำเสนอ โดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ การนำเสนอควรจะให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น กำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็น รายการนิตยสารสำหรับผู้หญิง ข้อมูลที่นำเสนอจะเกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพ รุปราง การรักษาผิวพรรณ แฟชั่นการแต่งกาย การสร้างเสน่ห์กับเพศตรงข้าม เป็นต้น โดยมีประเด็นในการนำเสนอที่แตกต่างกันแต่ควรอยู่ในหัวข้อที่ใกล้เคียงกัน หรืออาจจะเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับช่วงวันและเวลาที่จะออกอากาศ

7 . รายการข่าว (News Programme) การสื่อสารจะเป็นการสื่อสารแบบทางเดียวกับผู้ฟังที่บ้าน โดยส่วนใหญ่รายการข่าวจะมีอยู่ 2 รูปแบบ คือ รายการข่าวประจำวัน และรายการข่าวสั้น ในแต่ละช่วงของวัน ซึ่งจะมีความยาวของรายการที่แตกต่างกัน และมีวิธีการนำเสนอที่แตกต่างกันรายการข่าวประจำวันจะมีความยาว 1 ชั่วโมง โดยจะแบ่งออกตามประเภทของข่าว ได้แก่ ข่าวเด่นประจำวันข่าวสังคม ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวเกษตร ข่าวต่างประเทศ ข่าวกีฬา ทั้งนี้จะมีผู้ประกาศข่าว 1 – 2 คน และมีผู้สื่อข่าวนอกสถานที่กระจายตามพื้นที่ โดยเป็นการรายงานสดทางโทรศัพท์ รายงานสดจากสถานที่จัดประชุม หรือเป็นการส่งเทปที่ตัดต่อแล้วมาออกอากาศทางสถานี ส่วนข่าวสั้น ในแต่ละช่วงของวันนั้น จะมีความยาวไม่เกิน 3 - 5 นาที ซึ่งจะเป็นประเด็นด่วนในช่วงเวลานั้นการผลิตรายการจะอาศัยจึงเกิด รายการข่าวที่ฟังแล้วเกิดความรู้สึกอยากรู้ อยากฟัง ทั้งนี้ควรมีสโลแกนของรายการข่าวเพื่อให้คนฟังสามารถจดจำได้ว่าเป็นรายการข่าวประจำสถานีวิทยุ

8. รายการเพลง (Music Programme) การสื่อสารจะเป็นลักษณะสองทาง โดยมีผู้จัดรายการ หรือ DJ รายการละ 1 คน ดำเนินรายการ 1 – 3 ชั่วโมงต่อวัน รวมทั้งทำหน้าที่ในการประสานความบันเทิงในรายการตามคำขอของผู้ฟัง หรืออาจจะเป็นการเปิดเพลงที่กำลังอยู่ในความนิยม ตามรูปแบบของรายการ หรือให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของคนฟังในรายการ โดยส่วนใหญ่รายการเพลงจะเป็นรายการที่เน้นการเปิดเพลงเพื่อการประชาสัมพันธ์ การโฆษณาสินค้า หรือผู้สนับสนุนรายการ ซึ่งรายการลักษณะนี้ จะเป็นรายการที่มีจำนวนมาก เนื่องจากเป็นรายการที่มี กลุ่มผู้ฟังสูงกว่ารายการประเภทอื่น ปัจจุบันรายการเพลงของสถานีวิทยุในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลนั้น จะเน้นการเปิดเพลงมากกว่าการพูด หรือที่เรียกว่า Non -stop music เนื้อหาที่นำเสนอในรายการจะมีความเบา ฟังง่ายและเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตประจำวันสลับกับการเล่นเกมส์ ตอบปัญหาชิงรางวัลจากผู้สนับสนุนรายการ การเปิดสปอตโฆษณา และการรายงานข่าวตามสถานการณ์ หรือการรายงานข่าวจราจร เป็นต้น รูปแบบรายการเพลงนั้น ผู้จัดรายการ จะจัดรายการและเลือกเปิดเพลงตามความถนัดของตนเอง รวมทั้งจะต้องมีความสามารถในการเลือกเพลง จดจำรายชื่อเพลง เชื่อมต่อเพลงในรายการได้อย่างต่อเนื่อง (Smooth) สามารถให้ข้อมูลเพลงที่เปิดได้ เช่น ข้อมูลนักร้อง (Singer) ผู้แต่งเพลง (Composer) อัลบั้ม(Album/ Version) ผลงานสร้างชื่อเสียง รางวัลที่ได้ ความเคลื่อนไหวในวงการเพลง ความเคลื่อนไหวของศิลปิน เป็นต้น

9. รายการปพลิเคชัน (Variety Programme) เป็นรายการที่มีความหลากหลาย ในการนำเสนอเนื้อหาสาระ หรือเป็นการเปิดกว้างของรายการภายในเวลา 1 ชั่วโมง โดยจะมี ผู้ดำเนินรายการ 1 คน คอยทำหน้าที่เชื่อมโยงเนื้อหารายการในแต่ละช่วง ไม่จำเป็นต้องเป็นรายการสด และไม่จำเป็นต้องเป็นหัวเรื่องเดียวกัน (Theme) ความหลากหลายในแต่ละช่วงจะถูกกำหนดโดยชื่อของช่วงรายการ

10 . รายการละครวิทยุ (Radio Drama) เป็นรายการการแสดงที่ใช้เสียงบอกเล่าเรื่องราว แสดงอารมณ์ ความรู้สึกและสามารถถ่ายทอดความนึกคิดต่าง ๆ ไปสู่ผู้ฟังได้ โดยไม่จำเป็นต้องมองเห็นท่าทางกิริยาของผู้แสดงละครที่แสดงทางวิทยุกระจายเสียงนั้น มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างสรรค์ความบันเทิง ให้ความรู้ ให้แง่คิดแก่คนฟัง หรือเป็นละครเพื่อการรณรงค์ ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง การผลิตรายการละครหนึ่งเรื่องต้องอาศัยทีมงานที่ประกอบไปด้วย ผู้เขียนบทละคร ผู้แสดงละคร ผู้กำกับละคร และบุคลากรทางด้านเทคนิค เสียงประกอบ ทั้งนี้รายการละครจะต้องทำการผลิตและบันทึกเทปล่วงหน้า 3 ขั้นตอน คือ
ขั้นวางแผนและเตรียมงาน ขั้นการผลิต และขั้นหลังการผลิตเพื่อตรวจสอบและประเมินผลรายการ ส่วนใหญ่แล้วความยาวของรายการละครหนึ่งเรื่องจะไม่เกิน 30 – 45 นาที โดยจะเป็นเรื่องสั้นจบในตอนหรือแบ่งออกเป็นตอน ๆ เพื่อสร้างความต่อเนื่อง ทีมงานละครจะต้องตั้งชื่อทีมละคร กำหนดเพลงรายการละคร และมีผู้บรรยายประจำรายการเพื่อนำเสนอเรื่องย่อ ความเดิมจากตอนที่แล้ว ของรายการทุกวัน

11 . รายการตอบปัญหา (Quiz Programme) เป็นรายการที่คล้ายคลึงกับรายการที่เน้นเนื้อหาทางวิชาการ ซึ่งเป็นลักษณะของการสื่อสาร 2 ทิศทางระหว่างผู้ดำเนินรายการ และผู้ตอบปัญหาที่บ้าน รายการลักษณะนี้จะไม่ค่อยปรากฏเนื่องจากไม่ค่อยมีผู้สนับสนุนรายการชัดเจน ผู้ดำเนินรายการจะต้องศึกษาข้อมูลในเชิงวิชาการมามาก และจำเป็นต้องมีผู้เชี่ยวชาญ ทางวิชาการที่จะมาเป็นผู้ร่วมรายการเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับรายการ

12 . รายการบรรยายเหตุการณ์ (Commentary Programme) เป็นรายการถ่ายทอดสดจากสถานที่เกิดเหตุการณ์ในเวลานั้น โดยส่วนใหญ่จะแทรกได้ทุกช่วงเวลาของการเกิดเหตุการณ์ ทั้งนี้เหตุการณ์นั้นจะต้องมีความสำคัญและเกิดผลกระทบต่อประชาชนระดับประเทศ หรือเป็นประเด็นสาธารณะที่คนสนใจในขณะนั้น เช่น การโหวตของผู้สมัครเลือกตั้งของประธานาธิบดี การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร การเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เป็นต้น

ธรรมชาติของสื่อกระจายเสียง เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ทุกคน (Accessibility) โดยไม่จำกัดพรมแดนทางความรู้ ระยะเวลาและลักษณะทุพสภาพของประชาชน เป็นสื่อที่ใกล้ชิดกับผู้รับสารมากที่สุด สามารถถ่ายทอดเรื่องราวสดๆ (Real - time) มีความยืดหยุ่นสูง

อย่างไรก็ตาม วัตถุประสงค์ของการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงโดยทั่วไปจะสอดคล้องกับการทำหน้าที่ของสื่อมวลชน 4 ประการสำคัญ คือ

1. เพื่อแจ้งข่าวสารให้ทราบ (To inform) คือ การที่ผู้ผลิตรายการต้องการจะบอกแจ้งหรือชี้แจงข้อมูล เรื่องราวข่าวสารเพื่อให้ผู้ฟังทราบ

2. เพื่อให้การศึกษา (To Educate) คือ การให้ข้อมูลความรู้ในเชิงวิชาการด้วยการใช้ภาษาที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจของผู้ฟัง

3. เพื่อให้ความบันเทิง (To entertain) คือ การทำให้ผู้ฟังเกิดความเพลิดเพลิน ผ่อนคลาย

4. เพื่อการชักจูงใจ หรือเสนอแนะ (To persuade) คือการทำหน้าที่ในการชักจูงผู้ฟังเพื่อให้เกิดการคล้อยตาม หรือทำตามข้อเสนอนั้น

หน้าที่ของผู้ผลิตรายการที่สำคัญคือ การกำหนดวัตถุประสงค์ของรายการนั้น ให้ชัดเจนว่าต้องการผลิตรายการนั้นๆ เพื่ออะไร ซึ่งการกำหนดวัตถุประสงค์นั้นต้องคำนึงถึง ความสนใจ ความต้องการของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายด้วย เช่น ประชาชนในบริเวณชุมชน โดยส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร ระดับความรู้ไม่สูง การจัดรายการวิทยุควรเน้นให้ความรู้ที่เกษตรกรสนใจ อาทิ เรื่องการทำเกษตร แผนใหม่ไม่ใช้สารเคมี การรักษาผิวดิน ช่องทางการทำการตลาดในการจัดจำหน่ายสินค้าเพื่อการเกษตร เป็นต้น รวมทั้งเพลงที่ใช้ประกอบในรายการควรจะเป็นเพลงที่กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายนิยมฟังมากกว่าการเปิดเพลงตามความนิยม หรือตามความคิดของผู้จัด

2.3 แนวคิดทางด้านการบริหารจัดการ องค์กรสื่อ

Dennis McQuail (1998) กล่าวว่า โครงสร้างมีผลกระทบโดยตรงต่อการปฏิบัติงานขององค์กร และยังส่งผลต่องานที่ผลิตออกมาเช่นเดียวกัน โดยภายในตัวองค์กรสื่อ นั้น จะต้องประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบ คือ

1. การจัดการองค์กร (Management) งานสื่อมวลชนเป็นงานที่ไม่สามารถทำคนเดียวได้ จะต้องมีผู้ร่วมงานมากมายภายในองค์กร และผู้ร่วมงานแต่ละคนก็มีความแตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นด้านระดับการศึกษา อายุ เพศ องค์กร จึงต้องอาศัยการจัดการบริหารที่ดี
2. ด้านเทคนิค (Technical) เกี่ยวข้องกับการใช้เครื่องมือ และเทคโนโลยีการผลิต และกระจายข่าวสารข้อมูล
3. ความเป็นมืออาชีพ (Media professional) จะต้องมีการฝึกหัดและต้องมีวิชาความรู้ทางด้านสื่อสารมวลชน นอกจากนั้น ยังต้องมีมาตรฐานและจรรยาบรรณและกฎเกณฑ์ทางอาชีพประกอบด้วย

นอกจากนั้น Dennis McQuail (อ้างถึงใน กลอยกมล ขวัญเบื้องกุล, 2543) ยังได้มองการแสดงออกในบทบาทหน้าที่ขององค์กรสื่อ ผ่านทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมวลชน (Normative Theory) ซึ่งกล่าวว่าสื่อมวลชนถูกคาดหวังว่าควรจะทำหน้าที่อะไรให้กับสังคม ทั้งความเกี่ยวข้องของสื่อมวลชนผู้ที่อยู่เบื้องบน หรือโครงสร้างแห่งอำนาจเบื้องบนของสังคม และกับผู้รับสารจากสื่อมวลชน ทฤษฎีนี้จึงเกี่ยวข้องกับระเบียบ กฎเกณฑ์ และการควบคุมสื่อมวลชนให้ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่สังคมเป็นผู้กำหนด ทั้งนี้ เพื่อทำประโยชน์ให้แก่สังคมโดยพยายามแสวงหาสิ่งต่าง ๆ มาเสนอแก่ผู้รับสาร ดังนั้น สิ่งทีทฤษฎีบรรทัดฐานนิยมได้เอื้อกันก็คือ

ประเด็นเกี่ยวกับโครงสร้างและการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อ โดยเกี่ยวเนื่องกับประเด็นหลักดังต่อไปนี้คือ เสรีภาพ ความเสมอภาค ความหลากหลาย คุณภาพของข้อมูล ระเบียบทางสังคม ความร่วมมือ และ ระเบียบทางวัฒนธรรม

“เสรีภาพของสื่อ” หมายถึง สิทธิในการแสดงออกและการแสดงความคิดเห็นอย่างเสรี อย่างไรก็ตามสิทธิเหล่านั้น จะต้องเข้าถึงช่องทางและโอกาสที่จะได้รับข้อมูลที่หลากหลาย

“ความเสมอภาคของสื่อ” หมายถึง สื่อควรเปิดโอกาสให้คนเข้าถึงสื่ออย่างเท่าเทียมกัน ทั้งที่ผู้ที่พยายามเป็นเจ้าของสื่ออย่างเป็นทางการและผู้ที่มีความคิดเห็นที่ขัดแย้งกัน ดังนั้น ความเสมอภาค จึงหมายถึง การปฏิบัติงานอย่างมีเสรีภาพและยุติธรรม

John M. Gaus (1940) ได้ให้ความหมายของการจัดการองค์กรว่า หมายถึง การจัดสรรกำลังบุคคลเพื่อปฏิบัติงานให้ลุล่วงตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ โดยการแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบให้เหมาะสมหรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง การจัดการคือ การใช้ความพยายามนำเอาสมรรถภาพของสมาชิกกลุ่มมาทำงานร่วมกัน เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยให้ความขัดแย้งกันน้อยที่สุดและให้เกิดความพอใจทั้งสองฝ่าย ผู้ให้บริการและผู้รับบริการขององค์กรมากที่สุด

องค์กรสื่อมวลชนทุกองค์กรย่อมต้องมีการบริหารจัดการ สำหรับการบริหารจัดการองค์กรใหม่ ๆ เช่นวิทยุชุมชน ซึ่งเป็นองค์กรที่มีขนาดเล็กและมีลักษณะเฉพาะมีเงื่อนไขที่แตกต่างจากองค์กรอื่น ๆ ค่อนข้างมาก ทำให้แนวทางการบริหารจัดการก็จะมีลักษณะจำเพาะเช่นกัน

เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2544) กล่าวถึงลักษณะของการบริหารจัดการวิทยุชุมชนไว้ว่า ต้องเป็นไปในแนวทางที่องค์กรชุมชนร่วมเป็นเจ้าของ บริหารในรูปคณะกรรมการ อิสระจากรัฐ การเมือง ธุรกิจ และต่างชาติ ไม่แสวงหากำไร จัดตั้งกองทุนและมีกิจกรรมระดมทุน ได้รับการสนับสนุนจากกองทุนพัฒนากิจการ ผู้ทำงานเป็นอาสาสมัครที่มีจรรยาบรรณ และความเสียสละ แต่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีกระบวนการตรวจสอบประสิทธิภาพการดำเนินงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์การจัดตั้ง และสนองต่อความต้องการชุมชน มีการร่วมมือจัดตั้งและประสานงานเป็นเครือข่ายวิทยุภาคประชาชนในระดับชาติ

นอกจากนั้น กาญจนา แก้วเทพ (2545) ได้เสนอแนวทางการบริหารจัดการวิทยุชุมชนนั้น จะต้องครอบคลุมในประเด็นต่าง ๆ ต่อไปนี้

- การบริหารจัดการตัวบุคคล
- การบริหารจัดการการผลิตรายการ
- การบริหารจัดการอุปกรณ์/สิ่งของ
- การบริหารจัดการงบประมาณ

ในการบริหารจัดการจัดการทั้ง 4 มิตินี้ การบริหารจัดการองค์กร เช่น วิทยุชุมชน จำเป็นต้องมีหลักการสำคัญในการบริหารจัดการ เพื่อให้สอดคล้องกับความหมายที่แท้จริงของวิทยุชุมชนคือ

- หลักการบริหารอย่างเป็นอิสระ ปราศจากการครอบงำกันเองภายในกลุ่มคณะกรรมการ และเป็นอิสระจากการครอบงำจากอิทธิพลภายนอก ไม่ว่าจะเป็นอิทธิพลของการเมืองท้องถิ่น ธุรกิจ โฆษณา และอื่น ๆ
- หลักการบริหารแบบประชาธิปไตย ผลการวิจัยเรื่องวิทยุชุมชนที่ผ่านมาได้พิสูจน์แล้วว่าระบบการบริหารแบบ “แต่งตั้ง/สั่งการ/ควบคุม” แบบราชการนั้น ไม่อาจก่อให้เกิดโฉมหน้าของวิทยุชุมชนที่แท้จริงได้ การบริหารจัดการวิทยุชุมชนจึงต้องใช้หลักการ “เลือกตั้ง/ประชุมหาข้อสรุป/กำหนดกรอบ/สร้างจิตสำนึก”
- หลักการบริหารร่วม ถึงแม้จะมีคณะกรรมการหลาย ๆ ชุด รวมทั้งมีการแบ่งฝ่ายงานต่าง ๆ แต่ทว่าความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการต่าง ๆ นั้น มิได้เน้นลักษณะลำดับชั้นที่มีใครสูงกว่า/ต่ำกว่า มีอำนาจเหนือกว่า/น้อยกว่า แต่ทว่าคณะกรรมการทุกชุด ฝ่ายทุกฝ่าย จะต้องมีส่วนร่วมในการบริหารที่เรียกว่าเป็น “การบริหารร่วมกัน”

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทิวาพร แสนเมืองชิน (2543) ได้ทำการศึกษาแนวคิดและโครงสร้างการดำเนินงานโครงการวิทยุชุมชน การเข้าถึงสื่อวิทยุชุมชนของประชาชน การมีส่วนร่วมของประชาชนและการบริหารจัดการด้วยตนเองของประชาชนในการดำเนินรายการวิทยุชุมชนคนโคราช สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดนครราชสีมา

ผลการศึกษาวิจัยนี้ พบว่ามีคณะกรรมการวิทยุชุมชน 2 ชุด เป็นผู้รับผิดชอบซึ่งทำให้เกิดปัญหาในการทำงานค่อนข้างมาก การมีคณะกรรมการวิทยุชุมชนเพียงชุดเดียวน่าจะดีกว่าและต้องมาจากการสรรหาของประชาชนโดยตรง การดำเนินงานวิทยุชุมชนพบว่าประชาชนเข้าถึงสื่อติดตามรับฟังได้เป็นอย่างดี แต่ส่วนในการบริหารจัดการด้วยตนเองของประชาชนในการดำเนินรายการวิทยุชุมชนยังไม่สามารถทำได้

ลักษณะ คล้ายแก้ว วิทยุชุมชนในประเทศไทย ระหว่างปี 2541-2545 : กรณีศึกษาเปรียบเทียบสถานีวิทยุชุมชนของ 4 องค์กร (ประกอบด้วย 2 องค์กรรัฐคือกรมประชาสัมพันธ์ และองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย ภาคเอกชนคือบริษัทไอเอ็นเอ็น จำกัด และภาคประชาชนคือคณะกรรมการปฏิรูปสื่อจังหวัดกาญจนบุรี)

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับวาทกรรมวิทยุชุมชน ลักษณะเศรษฐกิจการเมืองของระบบกระจายเสียงไทย และการขาดนโยบายที่ต่อเนื่องของวิทยุชุมชน ส่งผลให้การดำเนินงานมีข้อจำกัดหลายอย่างในเชิงปฏิบัติ การปฏิรูปสื่อที่ผ่านมาไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล ปัจจุบันหน่วยงานของรัฐมีนโยบายไม่แน่นอนเกี่ยวกับวิทยุชุมชนทำให้วิทยุชุมชนในประเทศไทยยังไม่สร้างให้เกิดเสรีภาพในวงกว้างได้

2.5 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

สภาพการจัดรายการและการบริหารจัดการของสถานีวิทยุชุมชนในจังหวัดนครปฐม

