

รูปแบบและปัจจัยทางการเมืองว่าด้วยการโฆษณาแฝงในสื่อวิทยุกระจายเสียงชุมชน:
กรณีศึกษาสถานีวิทยุกระจายเสียงชุมชนแห่งหนึ่งในภาคตะวันออก
Political Patterns and Factors on Advertising in the Community Radio
Media: Case Study of a Community Radio Station in the Eastern
Region

พระมหาวิเศษ กนตธมโม¹ นรา บรรลิตกุล²
Pramahawiset Kantadhommo, Nara Bunlikitkul

บทคัดย่อ (Abstract)

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ การศึกษารูปแบบของการโฆษณาแฝง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดการโฆษณาแฝง และการศึกษาการเมืองในกระบวนการบริหารของสถานีวิทยุกระจายเสียงชุมชนแห่งหนึ่งในภาคตะวันออก โดยใช้วิธีทฤษฎีเชิงคุณภาพ การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์ประวัติศาสตร์จากคำบอกเล่า การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสนทนาเฉพาะกลุ่มจากผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเฉพาะเจาะจง โดยอาศัยแนวสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเป็นเครื่องมือ และการวิเคราะห์ข้อมูลการออกอากาศจากการรับฟังรายการต่าง ๆ ของทางสถานี จากนั้นนำมาทำการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า ผลการศึกษามีข้อค้นพบว่า รูปแบบของการโฆษณาแฝงเป็นการดำเนินรายการโดยที่นักจัดรายการผ่านการพูดแทรกในเนื้อหาหรายการนั้นๆ ส่วนปัจจัยที่กำหนดการโฆษณาแฝงนั้นพบว่าเป็นปัจจัยด้านผลประโยชน์โดยที่นักจัดรายการไม่มีคำตอบแทนจากทางสถานี แต่ได้รับโอกาสให้แสวงหาผู้สนับสนุนแบบไม่เป็นทางการ มีการจำกัดจำนวนรายการโฆษณา และการได้ผลประโยชน์อื่นๆจากประชาชนผู้รับฟัง ขณะที่การศึกษาการเมืองในกระบวนการบริหาร พบว่าสถานีแห่งนี้ใช้กระบวนการในการบริหารงานในแบบเครือญาติ

คำสำคัญ (Keywords): การโฆษณาแฝง; สถานีวิทยุชุมชน; รูปแบบ; ปัจจัยทางการเมือง

Received: 2025-02-08 Revised: 2025-02-21 Accepted: 2025-02-23

¹ วิทยาลัยสงฆ์จันทร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย จังหวัดจันทบุรี Chanthaburi Sangha College Mahachulalongkornrajavidyalay University Chanthaburi. Corresponding Author e-mail: mahawiset08@gmail.com

² วิทยาลัยสงฆ์จันทร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย จังหวัดจันทบุรี Chanthaburi Sangha College Mahachulalongkornrajavidyalay University Chanthaburi

Abstract

This research aims to study 3 main issues: studying the form of hidden advertising; Study of factors affecting the determination of hidden advertising and a study of politics in the administrative process of a community radio station in the eastern region. Using historical qualitative research methods. Data collection by studying documents oral history interview In-depth interview from specific key informants that uses a semi-structured interview guide as a tool and analyzing broadcast data from listening to various programs on the station, then triangulating the data. The results of the study found that A form of hidden advertising involves running a program where the program host inserts the content of the program. As for the factors that determine hidden advertising, it was found to be a benefit factor where the programmer does not receive compensation from the station. But were given the opportunity to seek out informal sponsors. There is a limit on the number of ad items. and receiving other benefits from the listening public While studying politics in the administrative process It was found that this station uses a kinship-style management process.

Keywords: hidden advertising; community radio station; format; political factors

บทนำ (Introduction)

ในปัจจุบันเครื่องมือสื่อสารมีด้วยกันหลายประเภท เช่น โทรศัพท์ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น และหนึ่งในนั้นก็คือวิทยุกระจายเสียงชุมชน ซึ่งนับเป็นสื่อสารที่เข้าถึงได้ง่ายอีกทั้งเป็นที่ยอมรับในวงกว้างของผู้บริโภค ในปี พ.ศ. 2540 เริ่มมีการตื่นตัวในแง่ความเป็นเจ้าของคลื่นวิทยุเหล่านั้นที่ควรเป็นของสาธารณะเป็นของประชาชน พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการดูแลกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2543 ภายใต้รัฐธรรมนูญ พ.ศ.2540 ถือว่าเป็นการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม จึงมีนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนและนักพัฒนาองค์กรเอกชน ได้ออกมาส่งเสริมและขยายความรู้เรื่องสิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น และการฝึกอบรมเกี่ยวกับการดำเนินงานวิทยุกระจายเสียงชุมชนให้แก่ประชาชนผู้สนใจอย่างต่อเนื่องภายใต้หลักการที่ว่า วิทยุกระจายเสียงชุมชนเป็นของชุมชน โดยชุมชนเพื่อชุมชน ดำเนินการโดยใช้รูปแบบอาสาสมัคร และไม่แสวงหากำไรทางธุรกิจ แต่ในช่วง พ.ศ. 2547 รัฐบาลโดยกรมประชาสัมพันธ์อนุญาตให้วิทยุกระจายเสียงชุมชนสามารถมีโฆษณาได้ ส่งผลให้จำนวนวิทยุกระจายเสียงชุมชนจากประมาณ 500 สถานี เพิ่มขึ้นเป็น 2,000 กว่าสถานี ภายในเวลา 3 เดือน หลังจากการประกาศอนุญาตให้มีการโฆษณา และเพิ่มเป็นกว่า 4,000 สถานี ในปี 2560 ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการที่เปิดให้วิทยุกระจายเสียงชุมชน มีการโฆษณาทำให้จำนวนวิทยุกระจายเสียงชุมชน

เพิ่มขึ้น อันเนื่องมาจากการหวังผลทางธุรกิจ ดังนั้น หลักเกณฑ์ของวิทยุกระจายเสียงชุมชนไม่ได้ถูกดำเนินการอย่างแท้จริง (จุฬพล รอดคำดี. 2564; ขวนสิทธิ ศิริพันธ์, สัมภาษณ์. 10 ธันวาคม 2567)

ในทางปฏิบัติแล้ววิทยุกระจายเสียงชุมชนจึงมีทั้งข้อดีและข้อเสีย ข้อดีก็คือในยุคโลกาภิวัตน์หรือยุคที่โลกมีขีดการพัฒนาอย่างไร้พรมแดนเช่นนี้ สื่อวิทยุกระจายเสียงชุมชนจึงนับเป็นสื่อที่มีศักยภาพที่สุดประเภทหนึ่ง ในการแสดงบทบาทหน้าที่ของการเป็นเครื่องมือสื่อสาร เพราะสามารถแพร่ข่าวสารได้ครอบคลุมพื้นที่ได้อย่างกว้างขวาง มีความสะดวกสำหรับการรับข่าวสารได้ง่ายมีราคาถูก การส่งกระจายเสียงสามารถทำได้ซ้ำๆ บ่อยๆ ไม่มีขั้นตอนยุ่งยากในการผลิต บทบาทของสื่อวิทยุกระจายเสียงชุมชน และมีผลกระทบโดยตรงต่อสังคมท้องถิ่นนั้น ๆ เช่น การสร้างจิตสำนึกสาธารณะให้เห็นความสำคัญร่วมกัน การชี้แนะแนวทางปฏิบัติในชีวิตประจำวันของประชาชนไปสู่หน่วยงานที่รับผิดชอบอันเป็นสื่อสหายย้อนกลับ ตลอดจนการนำเสนอบริบททางวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่จะมีส่วนเสริมสร้างการพัฒนาที่มีต่อชุมชนอย่างใกล้ชิดได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป เป็นต้น ขณะที่วิทยุกระจายเสียงชุมชนก็มีจุดอ่อนที่เปิดช่องว่างให้กลุ่มทุนธุรกิจแฝงตัวเข้ามาแสวงหาผลกำไร ด้วยการใช้รูปแบบของการโฆษณาแฝง และบางโอกาสยังเปิดช่องว่างให้ประชาชนกลุ่มผู้บริโภคมือวิทยุชุมชนกระทำการละเมิดหลักศีลธรรมอันดีงาม ด้วยการแทรกซึมผ่านกระบวนการจัดการรูปแบบต่างๆ อีกด้วย เป็นต้น (ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ, 2546)

ในปัจจุบัน ถึงแม้ว่าวิทยุกระจายเสียงชุมชนมีข้อห้ามมิให้มีการระดมทุนหรือแสวงหารายได้ใด ๆ จากการโฆษณา แต่ในความเป็นจริงแล้วยังคงพบเห็นการโฆษณาอยู่เป็นจำนวนมาก และด้วยสาเหตุที่การโฆษณาเป็นการกระทำผิดต่อข้อกำหนดตามกฎหมาย จึงทำให้เกิดการแสวงหาช่องทางใหม่ขึ้นมา นั่นก็คือ การโฆษณาแฝง ซึ่งหมายถึง โฆษณาที่พยายามสอดแทรกเข้าไปในส่วนที่เป็นเนื้อหารายการด้วยความตั้งใจของผู้ผลิตและเจ้าของสินค้า โดยมีการจ่ายเงินหรือผลประโยชน์ตอบแทนอื่นๆ เพื่อมุ่งหวังผลประโยชน์ทางธุรกิจมากกว่าการเป็นผู้สนับสนุนรายการ การทำโฆษณาแฝงเป็นกลยุทธ์ที่แนบเนียนในการสอดแทรกโฆษณาเพื่อหลีกเลี่ยงกฎหมาย เจตนาารมณ์ของวิทยุกระจายเสียงชุมชนถูกออกแบบมาเพื่อประโยชน์ของคนในชุมชน เป็นสื่อที่มีบทบาทในการดึงดูดหรือเชื่อมโยงประชาชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในชีวิตสาธารณะของสังคมในแง่ที่เป็นสื่อสารทางเลือกใหม่คือการมีอิสระจากรัฐและองค์กรทางสังคมอื่น ๆ แต่จากการพบเห็นโฆษณาแฝงที่หลากหลายต่อเนื่องอยู่ในปัจจุบันชี้ให้เห็นว่า วิทยุกระจายเสียงชุมชนกำลังถูกครอบงำหรือมีผลประโยชน์เกี่ยวข้องกับเรื่องของธุรกิจหรือองค์กรใด ๆ ที่ไม่ใช่คนในชุมชน ดังนั้น ภายใต้ระบบทุนนิยมที่ให้ความสำคัญต่อระบบเสรีภาพ สังคมท้องถิ่นอาจกำลังถูกรุกรานอย่างหนักจากกลุ่มธุรกิจที่เข้าครอบครองสื่อ ด้วยอำนาจเงินตราจนกระทั่งทำให้พื้นที่สาธารณะซึ่งเป็นของชุมชนในการใช้อำนาจสาธารณะจริง ๆ มีบทบาทน้อยลง (นิภาพร จำจรเมณกุล, 2545)

การโฆษณาแฝงในสื่อวิทยุกระจายเสียงชุมชนจึงกลายเป็นปริศนาของสังคม จนกลายเป็นข้อถกเถียงว่าภายใต้กระบวนการโฆษณาแฝงที่ถูกซ่อนรูปอยู่ในสื่อวิทยุกระจายเสียงชุมชนดังกล่าวนี้เป็นเรื่องของ “เทคนิคหรือการเมือง” กันแน่ งานวิจัยนี้จึงปรารถนาที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการแสวงหาคำตอบเพื่อนำไปสู่การตอบคำถามในเชิงเหตุผลต่อปริศนาเรื่องรูปแบบและปัจจัยทางการเมืองที่มี

ผลต่อกำหนดโฆษณาแฝงเป็นเช่นไร ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาเรื่อง รูปแบบและปัจจัยทางการเมืองว่าด้วยการโฆษณาแฝงในสื่อวิทยุกระจายเสียงชุมชน โดยอาศัยกรณีศึกษาจากสถานีวิทยุกระจายเสียงชุมชนแห่งหนึ่งในภาคตะวันออก นี้ขึ้นมา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษารูปแบบของการโฆษณาแฝงในสื่อวิทยุของสถานีวิทยุกระจายเสียงชุมชนแห่งหนึ่งในภาคตะวันออก
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดการโฆษณาแฝงในสื่อวิทยุของสถานีวิทยุกระจายเสียงชุมชนแห่งหนึ่งในภาคตะวันออก
3. เพื่อศึกษาการเมืองในกระบวนการบริหารงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงชุมชนแห่งหนึ่งในภาคตะวันออก

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูล 4 รูปแบบด้วยกัน ได้แก่

1. การวิจัยเอกสาร (documentary research) โดยอาศัยการศึกษาทั้งเอกสารชั้นต้นและเอกสารชั้นรอง เช่น บันทึกการประชุม กฎระเบียบทางกฎหมาย และงานวิจัย เป็นต้น
2. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) เป็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยมีแนวการสัมภาษณ์ (interview guide) ในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informant) ในกลุ่มต่างๆ ได้แก่ กลุ่มนักจัดรายการ ผู้บริหารสถานีวิทยุกระจายเสียงชุมชน และกลุ่มผู้รับฟัง เป็นต้น
3. การสัมภาษณ์ประวัติศาสตร์จากคำบอกเล่า (oral history) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากความทรงจำของผู้อาวุโสที่มีลักษณะเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยได้ เช่น ปราชญ์ชุมชน ครูเกษียณราชการ และพระภิกษุ เป็นต้น
4. การสังเกตการณ์ หมายถึง การเฝ้าดูสิ่งที่เกิดขึ้นหรือปรากฏขึ้นอย่างเอาใจใส่และกำหนดไว้อย่างมีระเบียบวิธี เพื่อวิเคราะห์หรือหาความสัมพันธ์ของสิ่งที่เกิดขึ้นนั้นกับสิ่งอื่น การสังเกตเป็นวิธีการรวบรวมข้อมูลที่เป็นการกระทำ กิริยาอาการหรือพฤติกรรมที่ผู้วิจัยสามารถใช้ประสาทสัมผัสในภาคสนาม และใช้เป็นเครื่องมือช่วยในการรับรู้ทำความเข้าใจและจดบันทึกเป็นข้อมูลได้

ในการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากวิธีการดังกล่าวใช้หลักการสามเส้า (triangulation) โดยพิจารณาจากผู้ให้ข้อมูลที่มีจุดยืนต่างกัน แหล่งข้อมูลที่แตกต่างกัน การเก็บข้อมูลเดียวกันในเวลาและสถานที่ที่ต่างกัน ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นเน้นการตีความเกี่ยวกับกระบวนการทางสังคมและความสัมพันธ์ในเชิงเครือข่าย

ผลการวิจัย (Research Results)

1.รูปแบบของการโฆษณาแฝงในสื่อวิทยุของสถานีวิทยุกระจายเสียงชุมชนแห่งหนึ่งในภาคตะวันออก

พบว่ารายการที่มีการโฆษณาและโฆษณาแฝงส่วนใหญ่เป็นรายการที่มีการดำเนินรายการโดยนักจัดรายการอาสาสมัคร โดยมีทั้งส่วนที่เป็นการโฆษณาโดยตรง(การใช้สปอตโฆษณา) และโฆษณาแฝง(โดยผ่านการพูดแทรกของนักจัดรายการ) ที่สามารถสรุปได้ดังนี้

รายการที่ไม่มีการโฆษณา

รายการทำวัตร-สวดมนต์โดยแม่ชี ซึ่งเป็นการสวดมนต์ตลอดทั้งรายการ

รายการข่าวต้นชั่วโมง ซึ่งใช้การถ่ายทอดสดสัญญาณข่าวจากกรมประชาสัมพันธ์

รายการที่มีการโฆษณา

รายการแสดงธรรมโดยหลวงพ่อบุญที่แสดงธรรม จะมีโฆษณาแฝงในลักษณะการเชิญชวนให้กลุ่มผู้ฟังร่วมทำบุญหรือบริจาคเงินในกิจกรรมของทางวัด เช่น การทอดผ้าป่าสามัคคี งานกฐิน เป็นต้น

รายการเพลง พูดคุยกันใกล้กัน มีการโฆษณาตรงโดยใช้สปอตโฆษณาความยาว 30-50 วินาที จำนวน 2 รายการต่อช่วงพัก มี 3 ช่วงพัก แต่เป็นสปอตโฆษณาเดียวกัน และการโฆษณาแฝงผ่านการพูดของนักจัดรายการ จำนวน 2 รายการ

รายการเพลินเพลงทั่วไป มีโฆษณาตรงโดยใช้สปอตโฆษณาความยาว 30-50 วินาที จำนวน 2 ตัว ต่อช่วงพัก มี 6 ช่วงพัก สปอตโฆษณาสลับกันไป รวม 6 รายการ และการโฆษณาแฝงผ่านการพูดของนักจัดรายการ จำนวน 18 รายการ

รายการเพลงลูกทุ่งทั่วไปและเรื่งน่ารู้ มีโฆษณาตรงโดยใช้สปอตโฆษณาความยาว 30-50 วินาที จำนวน 2 รายการต่อช่วงพัก และการโฆษณาแฝงผ่านการพูดของนักจัดรายการ จำนวน 2 รายการ

รายการเพลงหน้าไมค์ มีโฆษณาตรงโดยใช้สปอตโฆษณาความยาว 30-50 วินาที จำนวน 2 รายการต่อช่วงพัก และการโฆษณาแฝงผ่านการพูดของนักจัดรายการ จำนวน 4 รายการ

เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนของการโฆษณาตรงและโฆษณาแฝง พบว่า

จำนวนโฆษณาตรงคิดเป็นร้อยละ 31.58 ของโฆษณาทั้งหมด

จำนวนโฆษณาแฝงคิดเป็นร้อยละ 68.42 ของโฆษณาทั้งหมด

โดยจำนวนโฆษณาทางตรงที่ใช้การเปิดสปอตโฆษณามีสัดส่วนที่น้อยกว่าจำนวนโฆษณาแฝงซึ่งเป็นผลมาจากการกำหนดกฎเกณฑ์ของทางสถานีที่อนุญาตให้นักจัดรายการสามารถรับโฆษณาได้เพียงคนละ 2-3 รายการ เท่านั้น

ลักษณะของสินค้าในโฆษณาแฝงมีหลากหลายประเภท เช่น รถจักรยานยนต์ ท่อสูบน้ำ การแนะนำร้านค้า และร้านอาหาร เป็นต้น

บทบาทของนักจัดรายการต่อการโฆษณาแฝง

ถึงแม้สถานีวิจัยชุมชนแห่งหนึ่งในภาคตะวันออก จะมีจุดประสงค์เฉพาะด้านการจัดตั้ง คือ เป็นสถานีวิจัยเพื่อพระพุทธศาสนา และเพื่อเผยแพร่ธรรมะออกสู่ประชาชน แต่ในความเป็นจริงแล้ว ผังรายการวิทยุยังประกอบไปด้วยรายการประเภทอื่นๆ โดยเฉพาะรายการในลักษณะบันเทิงเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้ฟังได้ง่ายมากขึ้น นักจัดรายการจึงขึ้นมามีบทบาทสำคัญในการเป็นสื่อกลางระหว่างสถานีวิทยุของวัดและกลุ่มผู้ฟัง ทั้งในแง่การนำเสนอความบันเทิงและการดึงดูดกลุ่มผู้ฟัง โดยปฏิเสธไม่ได้ว่า ผู้ฟังบางกลุ่มเลือกที่จะฟังสถานีวิทยุนี้ เพราะมีความชอบและพึงพอใจในการจัดรายการของนักจัดรายการเหล่านั้น นักจัดรายการจึงเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนสถานีวิจัยด้วย การที่นักจัดรายการเข้ามามีบทบาทสำคัญย่อมส่งผลถึงการมีโฆษณาแฝงเนื่องจากโฆษณาแฝงถูกนำเสนอผ่านนักจัดรายการที่อยู่ในรูปการพูดแทรกไปกับเนื้อหารายการ การมีอยู่ของนักจัดรายการจึงก่อให้เกิดการมีอยู่ของโฆษณาแฝงด้วย จากการศึกษาพบว่า โฆษณาแฝงเหล่านั้นได้ถูกดำเนินการจากผู้ผลิตหรือเจ้าของสินค้าผ่านนักจัดรายการโดยตรง โดยมีการตอบแทนเป็นเงิน สิ่งของ หรือค่าตอบแทนอื่นๆ โฆษณาแฝงจึงเป็นช่องทางหนึ่งในการรับผลประโยชน์ของนักจัดรายการ

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดการโฆษณาแฝงในสื่อวิทยุของสถานีวิจัยกระจายเสียงชุมชนแห่งหนึ่งในภาคตะวันออก

จากการศึกษาประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เรื่อง หลักเกณฑ์การประกอบกิจการบริการชุมชนชั่วคราว (วิทยุกระจายเสียงชุมชน) ในหมวด 3 การหารายได้กิจการบริการชุมชน ได้กำหนดไว้ว่า ผู้รับใบอนุญาตต้องไม่หารายได้จากโฆษณา แต่ปัญหาการโฆษณาแฝงกลับมีเพิ่มขึ้นทดแทน อันเนื่องมาจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

2.1 นักจัดรายการไม่ได้รับค่าตอบแทน

การจัดตั้งสถานีวิจัยกระจายเสียงแห่งหนึ่งในภาคตะวันออก มีนักจัดรายการทั้งหมด 7 คน เดิมทีนักจัดรายการเหล่านั้นมีลักษณะของอาสาสมัคร ไม่ได้ค่าตอบแทนใดๆ แต่ภายหลัง เริ่มมีการเรียกร้องค่าตอบแทนเป็นตัวเงินจากทางสถานีเป็นรายเดือน นักจัดรายการให้เหตุผลว่า จำเป็นต้องมีเงินจำนวนนี้เพื่อเป็นค่าอาหารกลางวันและค่าน้ำมันรถ แต่ทางวัดซึ่งเป็นผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงไม่สามารถรับภาระรายจ่ายจำนวนมากนี้ได้ จึงได้อนุญาตให้นักจัดรายการสามารถรับโฆษณาที่เหมาะสมได้ คนละไม่เกิน 2-3 รายการ โดยใช้วิธีประเมินราคาขั้นต่ำรายการละ 1,000 บาท ซึ่งเพียงพอต่อการเรียกร้องของนักจัดรายการ ค่าตอบแทนกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการเปิดสัมปทานขายเวลาโฆษณาให้กับสินค้าต่าง ๆ เพื่อให้ นักจัดรายการมีรายได้ โดยวัดมิได้มีส่วนเกี่ยวข้องใด ๆ

2.2 การจำกัดจำนวนโฆษณา

เนื่องจากการเรียกร้องค่าตอบแทนจากทางนักจัดรายการ ทางสถานีวิจัยกระจายเสียงกรณีศึกษาจึงได้อนุญาตให้มีการรับโฆษณาโดยจำกัดจำนวนไม่เกิน 2-3 รายการต่อนักจัดรายการ 1 คน แต่จำนวนสินค้าที่ต้องการทำโฆษณาผ่านสถานีวิจัยมีจำนวนมากกว่านั้น จึงมีการโฆษณาแฝง

เกิดขึ้น กล่าวคือ ไม่ใช่สปอตโฆษณาเหมือนโฆษณาอื่น ๆ แต่จะทำการพูดปากเปล่าของนักจัดรายการเองโดยอาจพูดแทรกไปกับเนื้อหารายการ หรือช่วงพักทนายผู้ฟังรายการ นอกจากนั้น รายได้จากการโฆษณาแฝงจะแปรผันตรงกับจำนวนโฆษณาแฝงที่รับ ซึ่งหมายถึง ยิ่งนักจัดรายการทำการโฆษณาแฝงมาก รายได้จากกิจกรรมนี้ก็จะมากขึ้นไปด้วย การจำกัดจำนวนโฆษณาของทางสถานีจึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการโฆษณาแฝงจำนวนมากขึ้น

2.3 ผลประโยชน์อื่นๆจากโฆษณาแฝง

จุดประสงค์ในการทำโฆษณาแฝงมีด้วยกันหลายประเภท นอกเหนือจากการได้รับค่าตอบแทนเป็นตัวเงิน เช่น การโฆษณาแฝงร้านอาหาร มีการพูดเชิญชวนกลุ่มผู้ฟังให้ไปรับประทานอาหารในร้านที่กล่าวถึง นักจัดรายการอาจไม่ได้รับเงินค่าโฆษณา แต่จะได้รับการบริการอย่างดี และการรับประทานอาหารโดยไม่ต้องเสียเงิน หรือการทำโฆษณาแฝงที่มีการพูดถึงร้านขายสินค้าอื่นๆ นักจัดรายการมักจะได้รับสิ่งตอบแทนเป็นเครื่องใช้ไฟฟ้า กระเช้าของขวัญในโอกาสสำคัญต่างๆ ซึ่งบางครั้ง สิ่งตอบแทนเหล่านี้มีมูลค่ามากกว่าค่าโฆษณา

สถานีวิทยุกรณีศึกษามีนักจัดรายการจากหลากหลายอาชีพ หนึ่งในนั้น คือ อาชีพนักการเมือง นักจัดรายการคนหนึ่งเป็นนักการเมืองท้องถิ่น โดยนักจัดรายการคนนี้จะไม่มีการรับสปอตโฆษณาและปฏิเสธการรับค่าตอบแทนใดๆ แต่มีการกล่าวถึงร้านค้าให้กับคนในชุมชนที่เป็นพื้นที่หาเสียง หรือหวั่นแค้นของตน ผลประโยชน์แอบแฝงที่เกิดขึ้นจากการโฆษณาแฝงจึงเป็นในรูปแบบของคະແນນິยม ที่คนในชุมชนจะมีต่อนักจัดรายการที่เป็นนักการเมืองท้องถิ่นด้วย

3. การเมืองในกระบวนการบริหารงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงชุมชนแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียง

จากการศึกษาระบบการบริหารงานของสถานีวิทยุแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียง บุคลากรพบว่า มีการบริหารงานภายใต้ความสัมพันธ์แบบเครือญาติ มีความสัมพันธ์กันภายใต้ระบบเครือญาติ โดยเริ่มจากผู้อำนวยการสถานี ที่มีความสัมพันธ์เป็นพี่ชายของผู้จัดการสถานี ถึงแม้ว่าเจ้าอาวาสจะมีตำแหน่งเป็นผู้อำนวยการสถานี แต่ในความเป็นจริงแล้ว อำนาจการตัดสินใจการจัดการเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆของทั้งวัดและสถานีวิทยุกลับขึ้นอยู่กับรองเจ้าอาวาส ทำให้ผู้อำนวยการสถานีเป็นเพียงตำแหน่งที่ถูกตั้งขึ้นมาให้เป็นไปตามองค์ประกอบประกาศของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เท่านั้น

ในส่วนของนักจัดรายการก็มีความสัมพันธ์ในหลากหลายรูปแบบกับผู้จัดการสถานี ซึ่งล้วนแต่เป็นเครือญาติกันเกือบทั้งหมด การที่ระบบการบริหารมีความสัมพันธ์แบบครอบครัวเข้ามาเกี่ยวข้องย่อมส่งผลกระทบในแง่ของการดำเนินการและอำนาจตัดสินใจ โดยเฉพาะการจัดการในเรื่องโฆษณาแฝงที่มีจำนวนมากเกินกว่าจำนวนที่กำหนด ความสัมพันธ์แบบเครือญาติทำให้ไม่สามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบได้อย่างเคร่งครัด ผู้จัดการสถานีไม่สามารถกำหนดบทลงโทษนักจัดรายการผู้ที่จะผิดกฎ กล่าวคือ ความสัมพันธ์แบบเครือญาติทำให้การบริหารงานและการอยู่ร่วมกันในสถานีเป็นไปในลักษณะอะลุ่มอล่วย ผู้จัดการสถานียินยอมให้นักจัดรายการรับโฆษณาในจำนวนที่กำหนด

แต่เมื่อมีการรับโฆษณาแฝงในจำนวนที่เกินกว่าที่กำหนดไว้ ผู้จัดการสถานี่ไม่สามารถจัดการได้เด็ดขาด การห้ามปรามทำให้เกิดการทะเลาะกันในเหล่าเครือญาติ จึงทำให้โฆษณาแฝงยังคงมีอยู่จำนวนมากและไม่สามารถควบคุมได้

กล่าวโดยสรุปแล้ว ปัญหาในการบริหารงานภายใต้ระบบความสัมพันธ์ของครอบครัวยังก่อให้เกิดการแสวงหาผลประโยชน์ส่วนบุคคล นักจัดรายการสามารถมีรายได้เข้ากระเป๋าดตนเองได้จากการรับโฆษณาแฝง หรือการที่ทางวัดใช้สถานีวิทย์เป็นช่องทางในการเชิญชวนให้ร่วมทำบุญเรียไร การรับบริจาคในกิจกรรมของวัด เช่น การทอดผ้าป่าสามัคคี งานทอดกฐิน เป็นต้น

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากการศึกษาวิจัยในเรื่อง รูปแบบและปัจจัยทางการเมืองว่าด้วยการโฆษณาแฝงในสื่อวิทยุกระจายเสียงชุมชน : กรณีศึกษาสถานีวิทย์แห่งหนึ่งในภาคตะวันออก พบว่า มีการโฆษณาแฝงจริง ซึ่งมาในรูปแบบของการพูดแทรกเข้าไปในเนื้อหารายการของนักจัดรายการ ซึ่งเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญกับสถานี่ นอกจากนั้นระบบการดำเนินงานของสถานีวิทย์แห่งนี้ยังมีระบบเครือญาติเข้ามาเกี่ยวข้องอีกด้วย ทำให้การโฆษณาแฝงยังคงมีอยู่และมีแนวโน้มว่าจะเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

สถานีวิทย์แห่งหนึ่งในภาคตะวันออก จัดตั้งโดยมีจุดประสงค์หลักเพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนา โดยสื่อวิทยุจะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ทำให้ประชาชนเข้าถึงธรรมะได้ง่ายขึ้น แต่ในคลื่นวิทยุนี้ไม่สามารถที่จะจัดให้มีรายการธรรมะตลอดเวลาที่ออกอากาศได้ จึงเป็นช่องทางให้วัดนำคนรู้จัก หรือเครือญาติของผู้จัดการสถานี่เข้ามามีส่วนร่วมในแต่ละช่วงการจัดรายการ บุคลากรในสถานีวิทย์เกิดขึ้นจากระบบอาสาสมัครรวมทั้งนักจัดรายการซึ่งจัดโดยไม่มีค่าจ้าง แต่เมื่อมีการเรียกร้องค่าตอบแทน เงินบริจาคของทางวัดที่ใช้อุดหนุนค่าน้ำ ค่าไฟ ฯลฯ คงไม่เพียงพอที่ใช้จ่ายเป็นค่าตอบแทนของนักจัดรายการ จึงมีการให้สัมปทานเวลา โดยมีการตกลงกันเองในสถานี่ให้นักจัดรายการสามารถรับโฆษณาได้

สถานีวิทย์กระจายเสียงชุมชนแห่งนี้กลายเป็นแหล่งกอบโกยผลประโยชน์ ทั้งจากทางวัดที่ใช้พื้นที่สื่อในการประชาสัมพันธ์งานบุญ เรียไรเงินบริจาคเข้าวัด ซึ่งหากเกิดขึ้นเพื่อทำนุบำรุงพระพุทธศาสนาย่อมเป็นสิ่งที่ดี แต่ถ้ามองว่าวัดเปรียบเสมือนองค์กรหนึ่งที่อาศัยศาสนาในการจัดตั้งสถานี่บังหน้าเพื่อหาผลประโยชน์ทางอ้อมก็เป็นสิ่งที่ต้องพิจารณากันต่อไป นอกจากนี้ การมีโฆษณาและโฆษณาแฝงปรากฏในวิทยุกระจายเสียงชุมชนยังแสดงถึงการเอื้อประโยชน์ต่อนักจัดรายการที่มีความใกล้ชิดกับครอบครัวผู้จัดการสถานี่ให้เข้ามาหารายได้จากการทำหน้าที่ ทั้งนี้ การบริหารงานภายใต้ระบบเครือญาติอาจมองได้ว่า เป็นการรวบอำนาจและครอบครองพื้นที่วิทยุซึ่งควรเป็นของสาธารณะไว้ที่คนในครอบครัวเพื่ออำนวยความสะดวกต่อการจัดการรวมถึงการหาผลประโยชน์

แต่ในการจัดตั้งสถานีวิทย์กระจายเสียงชุมชนไปจนถึงการดำเนินกิจกรรมของสถานี่ให้อยู่รอดมีความจำเป็นอย่างยี่งที่จะต้องใช้เงินจำนวนมาก การดำเนินกิจกรรมของวัดเพื่อหารายได้มีเพียงการบริจาค และเงินทำบุญในการทอดผ้าป่า ทอดกฐิน เป็นต้น หากไม่มีเงินจำนวนนี้ หรือในกรณีที่ผู้ได้รับใบอนุญาตจัดตั้งสถานี่ไม่ใช่วัดแต่เป็นองค์กรอื่นที่ไม่มีรายได้เหมือนวัด จะต้องหา

รายได้จำนวนมากเอง จะมีช่องทางใดที่จะเพิ่มรายได้หรือผู้สนับสนุนสถานีวิทยาและโฆณาแฝง อาจเป็นสิ่งแปลกเปลี่ยนที่ต่อความต้องการของผู้สนับสนุนหรือแหล่งเงินทุนมากที่สุด แต่ภายใต้กฎระเบียบของกสทช.ที่ห้ามมิให้มีการหารายได้จากการโฆษณา การห้ามหารายได้จากโฆณา คือ การปิดกั้นแหล่งรายได้สำคัญที่จะมาสนับสนุนสถานีวิทยา เมื่อไม่มีผู้สนับสนุนจึงยากที่จะดำรงอยู่ และการไม่มีสถานีวิทยาอันเป็นทรัพย์สินของสาธารณะนั้นย่อมส่งผลกระทบต่อสังคม พื้นที่สื่อสารของคนในชุมชนที่ควรมีนั้นหายไปรวมถึงการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนด้วย ผลกระทบจากการมีโฆณาแฝงอาจเทียบไม่ได้กับการสูญเสียพื้นที่สื่อสาร ดังนั้น โฆณาแฝงอาจส่งผลกระทบต่อสังคมในหลายด้านแต่ก็แฝงแง่มุมของการอยู่รอดของบริการสาธารณะไว้ด้วยเช่นกัน

เนื่องจากสถานีวิทยากระจายเสียงชุมชนที่ใช้เป็นกรณีศึกษา มีฐานะเป็นวิทยุชุมชนประเภทบริการสาธารณะเพื่อพระพุทธศาสนาเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร (non-profit organization) โดยมีจุดมุ่งหมายในการสนับสนุนกลุ่มที่มีความคิดเห็นพ้องกันในเรื่องพระพุทธศาสนา จึงไม่ควรมีการดำเนินการเชิงพาณิชย์ที่มุ่งหวังกำไรเข้าสู่องค์กรในรูปแบบต่าง ๆ นอกจากนั้น วัดเปรียบเสมือนศูนย์รวมจิตใจของคนในชุมชน เป็นแหล่งศรัทธาที่สามารถชักจูงให้คนในชุมชนปฏิบัติตามได้ การใช้วิทยุศาสนาเป็นสื่อกลางในการสื่อสารระหว่างวัดกับชุมชนมีจุดประสงค์เพียงเพื่อเผยแพร่พระธรรมคำสั่งสอนของพุทธศาสนาและดำรงศาสนาพุทธให้อยู่คู่ชุมชนต่อไป แต่ในกรณีที่วัดอาศัยวิทยุเป็นกระบอกเสียงกลับเป็นสิ่งที่ต้องพิจารณาถึงความถูกต้องเหมาะสม กล่าวคือ ถ้าจุดประสงค์ของการประชาสัมพันธ์งานบุญของวัดเป็นเพียงเชิญชวนชาวบ้านมาร่วมทำบุญคงเป็นสิ่งไม่ผิดอะไร แต่ในกรณีที่วัดได้ประโยชน์ทางอ้อมจากการใช้สื่อวิทยุศาสนาบ้างหน้าเพื่อหาผลประโยชน์เข้าวัด เช่น การพยายามทำกำไรจากการทำบุญของญาติโยม หรือบางกรณีที่ร้ายแรง มีการโฆษณาชวนเชื่อจนเข้าข่ายหลอกลวงให้มาทำบุญ ทำให้วิทยุศาสนามีการใช้งานที่ผิดจากวัตถุประสงค์ที่แท้จริง จึงถือเป็นเรื่องไม่เหมาะสมในการที่วัดจะใช้วิทยุศาสนาเป็นกระบอกเสียงหาผลประโยชน์เข้าวัด

นอกจากนั้น การบริหารจัดการซึ่งเป็นระบบเครือญาติที่ทำให้สถานีวิทยาดำรงสถานะคล้ายเป็นธุรกิจครอบครัว เนื่องจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสถานีวิทยานั้นมีความสัมพันธ์เป็นญาติพี่น้องกัน ยังก่อให้เกิดประเด็นปัญหาตามมา ถึงแม้ว่าการบริหารงานแบบธุรกิจครอบครัวจะทำให้มีการดำเนินงานที่รวดเร็วในขั้นตอนการตัดสินใจ และการดำเนินนโยบายที่น่าจะทำให้เป็นไปในแนวเดียวกันได้ไม่ยาก มีความเป็นเอกภาพ แต่การดำเนินธุรกิจลักษณะนี้อาจทำให้เกิดข้อบกพร่องในเรื่องของระบบตรวจสอบ ที่ใช้ความอะลุ่มอล่วยกับคนในครอบครัวเดียวกัน มากไปกว่านั้น สถานีวิทยาเป็นสถานีสื่อสาธารณะที่ควรมีเจ้าของร่วมกันคือคนในชุมชน ไม่ใช่สถานที่ประกอบธุรกิจส่วนบุคคล การบริหารธุรกิจแบบครอบครัวจึงไม่สมควรถูกนำมาใช้และไม่เหมาะสมกับการบริหารสถานีสื่อสาธารณะ

สถานีวิทยากระจายเสียงได้รับเงินอุดหนุนจากวัดเป็นรายได้หลัก ซึ่งรายได้ของทางวัดนั้นส่วนใหญ่มาจากเงินบริจาคและเงินทำบุญของญาติโยมที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก ระบบการบริหารงานที่ขาดการตรวจสอบโดยเฉพาะในเรื่องของการเงิน ย่อมเป็นการเปิดช่องทางให้มีการใช้เงินโดยผิดวัตถุประสงค์หรือการเงินตกอยู่ในอำนาจของคนบางกลุ่ม หากมีกรณีที่เงินบริจาคไม่ได้เข้าสู่วัดหรือ

สถานีวิทย์จริง จะทำให้เกิดปัญหาในด้านของค่าใช้จ่ายที่ไม่เพียงพอต่อค่าซ่อมบำรุง ค่าสาธารณูปโภค และค่าใช้จ่ายอื่นๆที่จะทำให้สถานีวิทย์ดำเนินการต่อไปได้ การขาดแคลนปัจจัยหลักอาจทำให้สถานีวิทย์ไม่สามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่นและอาจต้องใช้วิธีอื่นๆในการหาเงินเข้าสถานีวิทย์ที่อาจผิดต่อกฎระเบียบและทำให้วิทยาศาสตร์ไม่สามารถเป็นวิทยาศาสตร์ที่แท้จริงได้

วิทยุกระจายเสียงชุมชนควรเป็นของชุมชนที่จัดการโดยคนในชุมชนเพื่อคนในชุมชน แต่ในกรณีที่สถานีวิทย์ถูกควบคุมโดยกลุ่มคนเพียงบางกลุ่มเท่านั้น คงไม่สามารถเรียกได้ว่าเป็นวิทยุกระจายเสียงชุมชนอย่างแท้จริง คนในชุมชนไม่ได้มีส่วนร่วมในการดำเนินการจัดการเท่าที่ควร ทางแก้ปัญหาคือจะทำให้วิทยุกระจายเสียงชุมชนกลับมาเป็นของคนในชุมชนไม่เพียงแต่การดึงประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมเท่านั้น แต่ควรสร้างระบบอาสาสมัครที่แท้จริง ซึ่งจะ使人ในชุมชนอาสาเข้ามาทำงานหรือใส่ใจกับสื่อของชุมชนอย่างจริงจัง และต้องทำให้คนในชุมชนรู้สึกว่สถานีวิทย์กระจายเสียงชุมชนเป็นสมบัติของชุมชนและสร้างประโยชน์ให้กับผู้ฟัง จึงจะทำให้เกิดความรักและความรับผิดชอบร่วมกัน ปัญหาในเรื่องความเป็นเจ้าของวิทยุกระจายเสียงชุมชนไปจนถึงประเด็นปัญหาโฆษณาแฝงยังคงเป็นโจทย์ใหญ่สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องที่จะแก้ปัญหาให้วิทยุกระจายเสียงชุมชนกลายเป็นของชุมชนที่แท้จริงได้

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestion)

จากผลการศึกษาที่เป็นข้อค้นพบจากการศึกษาดังกล่าวซึ่งได้นำเสนอมาแล้วนั้น ในบทความนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ดังนี้

1. เนื่องจากระบบการบริหารของสถานีวิทย์แห่งหนึ่งในภาคตะวันออก ยังมีลักษณะที่อาศัยคนในครอบครัวเข้ามามีบทบาทสำคัญในสถานีวิทย์จนทำให้การบริหารงานในบางส่วน เช่น การกำหนดกฎเกณฑ์ที่เด็ดขาดเกี่ยวกับโฆษณาแฝง เป็นไปได้อย่างไม่เต็มที่ นอกจากนี้ สถานีวิทย์ที่เต็มไปด้วยบุคลากรที่เป็นเครือญาติกันอาจถูกมองว่าเป็นแหล่งกอบโกยผลประโยชน์ของครอบครัว การบริหารงานอาจไม่ได้เป็นไปเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง จึงควรที่มีระบบการตรวจสอบ เพื่อถ่วงดุลอำนาจการจัดการในสถานีวิทย์ โดยการเปิดโอกาสให้คนอื่นๆในชุมชนเข้ามามีส่วนในการบริหารสถานีวิทย์ด้วย

2. สถานีวิทย์ควรมีรายการที่หลากหลายประเภทมากยิ่งขึ้น เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านทรัพยากรบุคคลที่อาจไม่ค่อยถนัดรายการประเภทอื่น รายการส่วนใหญ่ที่ไม่ใช่ธรรมะ จึงออกมาในรูปแบบของรายการเพลง ทางสถานีวิทย์ควรมีนักจัดรายการประเภทอื่นๆ ขอความร่วมมือจากกลุ่มคนใหม่ๆ เพื่อสร้างสรรค์ พัฒนา รายการให้ดียิ่งขึ้น โดยมีความเหมาะสมกับทางสถานีวิทย์ ทั้งในเรื่องของธรรมะ และเรื่องที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม

3. การดำเนินการสถานีวิทย์ภายใต้กฎระเบียบของกสทช. โดยห้ามมิให้มีการหารายได้จากโฆษณา ควรปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎระเบียบ คือ ห้ามมิให้สถานีวิทย์มีการโฆษณาใดๆออกอากาศ รวมถึงโฆษณาแฝง แต่ควรเพิ่มการระดมทุนจากแหล่งต่างๆให้มากขึ้น โดยไม่พึ่งพาจากเงินบริจาคจากทางวัด การเรียไร หรือยอดเงินทำบุญเพียงอย่างเดียว ควรดึงการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ให้

มากขึ้นเพื่อให้เกิดความรัก ความผูกพันต่อสถานี่ จนเกิดเป็นการสนับสนุนเพื่อให้สถานี่คงอยู่ต่อไปได้

4. ระบบการเบิกจ่ายเงินของทางสถานี่วิทยุซึ่งมีการบริหารงานแบบระบบเครือข่าย อาจทำให้เกิดการเอื้อประโยชน์ต่อการเบิกจ่ายเงินของสถานี่ที่ควรเป็นของสาธารณะตกอยู่ในอำนาจกลุ่มคนบางกลุ่ม และอาจทำให้เกิดปัญหาตามมา เช่น การยกยอกเงิน หรือการเบิกจ่ายเพื่อประโยชน์ส่วนตัว ในกรณีที่มีการมการสถานี่ไม่มีความซื่อสัตย์เพียงพอ ดังนั้น ระบบการบริหารงานจึงไม่ควรอาศัยคนในครอบครัวเพียงอย่างเดียว ระบบการเบิกจ่ายเงินทางวัดหรือทางสถานี่ควรมีบุคคลภายนอกที่ไม่ใช่เครือข่ายและมีความเกี่ยวข้องกับสถานี่เป็นผู้รับผิดชอบด้วย

5. สถานี่วิทยุกระจายเสียงแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียง ในปัจจุบันอาจไม่สามารถเรียกได้ว่าเป็นวิทยุชุมชนที่แท้จริง เพราะยังมีการละเมิดกฎระเบียบในเรื่องการหารายได้จากโฆษณาและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนที่เป็นเพียงกลุ่มคนบางกลุ่มเท่านั้น การจะทำให้สถานี่วิทยุเพื่อพระพุทธศาสนาแห่งนี้เป็นวิทยุชุมชนที่สมบูรณ์ควรมีการดึงคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น ทั้งบทบาทในการจัดรายการ วางแผน รับรู้ นโยบายของทางสถานี่ เพื่อเกิดระบบอาสาสมัครที่แท้จริง การให้คนในชุมชนเข้ามามีบทบาทโดยสมัครใจ อาจช่วยลดปัญหาการพึ่งพานักจัดรายการที่ต้องการค่าตอบแทน และไม่มีปัญหาโฆษณาแฝงตามมา

เอกสารอ้างอิง (References)

- จุมพล รอดคำดี. (2564). รายงานประเมินประสิทธิภาพการใช้วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ เพื่อการศึกษา. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ภาพพิมพ์.
- ชวนสิทธิ์ สิริพันธ์. อดีตผู้อำนวยการวิทยุกรมประชาสัมพันธ์. เป็นผู้ให้สัมภาษณ์. จำลอง แสนเสนาะ เป็นผู้สัมภาษณ์. เมื่อวันที่ 10 ธันวาคม 2567 : ที่ วัดแห่งหนึ่งในจังหวัดภาคตะวันออกเฉียง.
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. (2546). สื่อมวลชนบนเส้นทางทุนนิยม. กรุงเทพฯ : บริษัท เอ็ดดิสันเพรส โปรดักส์ จำกัด.
- นิภาพร จำจรเมณกุล. (2564). วิทยุชุมชน. วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.