

บทที่ 2

วิวัฒนาการ แนวคิด ความหมาย ลักษณะของคลื่นความถี่ของ สถานีวิทยุชุมชนและธุรกิจการโฆษณาตามกฎหมายไทย

เพื่อให้การศึกษาในเรื่อง “ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับคลื่นความถี่ของสถานีวิทยุชุมชน และธุรกิจการโฆษณาตามกฎหมายไทย : ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดชลบุรี” มีความสมบูรณ์จึงได้นำ วิวัฒนาการ แนวคิดความหมายลักษณะและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการศึกษาและ วิเคราะห์เพื่อการนำเสนอผลการศึกษา

ในเรื่องของวิวัฒนาการด้านการสื่อสารวิทยุกระจายเสียง (Radio) ประวัติความเป็นมา วิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย แนวคิดสิทธิการสื่อสารของประชาชน (Communication Right) ทฤษฎีสื่อมวลชนกับการมีส่วนร่วมแบบประชาธิปไตย แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับ สารจากสื่อ ทฤษฎีความแตกต่างระหว่าง แนวคิดทางด้านการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชน วิทยุชุมชนสื่อของประชาชน การจัดตั้งและการบริหารจัดการ สถานีทดลองปฏิบัติการวิทยุชุมชน การโฆษณา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์

1. วิวัฒนาการด้านการสื่อสารวิทยุกระจายเสียง

เมื่อสงครามโลกสงบลง กฎหมายควบคุมการส่งรับวิทยุถูกยกเลิก เอกชนได้รับอนุญาต ครอบครองและค้นคว้าทดลองกับสิ่งประดิษฐ์ที่นำมาให้ศรัทธาได้อีกครั้งหนึ่ง และก็เช่นกับการ ค้นพบโทรศัพท์ก่อนหน้านั้น นักประดิษฐ์ไม่พึงพอใจกับวิทยุที่ต้องเคาะรหัสอีกต่อไป ต่างทุ่มเท ค้นหาวิทยุที่จะช่วยให้รับฟังเสียงเพลงและเสียงพูดได้แทนเสียงรหัส การค้นคว้าทดลองดำเนินไป จนกลายเป็นกิจกรรมที่แพร่หลายมากในยุโรปและอเมริกา นักประดิษฐ์มืออาชีพและนักประดิษฐ์ มือสมัครเล่นแปลงห้องเก็บของ ห้องใต้หลังคาโรงจอดรถในบ้านให้เป็นห้องทดลอง แล้วในที่สุดก็ ประสบผลสำเร็จ มีเสียงร้องเพลง อ่านบทกลอน เล่านิทาน ออกจากเครื่องส่งที่นั่นที่นี้ ปกติว่าคุณที่อยู่ ในรัศมีใกล้เคียงกับผู้ส่งสามารถรับสัญญาณได้ สร้างความตื่นเต้นยินดีให้กับประชาชนในยุค

นั้นมา ห้างสรรพสินค้าต่างๆ จึงเริ่มเปิดแผนกขายเครื่องรับวิทยุหนังสือพิมพ์ก็พากันตีพิมพ์ชื่อรายการและตารางเวลาออกอากาศที่มีผู้ส่งกระจายเสียงให้กับผู้ฟังเป็นประจำทำให้หนังสือพิมพ์พลอยขายดีตามวิทยุกระจายเสียงไปด้วยเมื่อการส่งวิทยุพัฒนาไปจนถึงจุดที่มีการออกอากาศรายการวิทยุเป็นประจำแล้ว สถานีวิทยุกระจายเสียงก็เกิดขึ้นต่อมา สถานีวิทยุแห่งแรกของโลกอยู่ที่ประเทศไคยงไม่มีคำตอบที่แน่ชัด หลายประเทศต่างอ้างเกียรติประวัตินี้ให้กับประเทศของตน ฮอลันดาและแคนาดาต่างอ้างว่าสถานีวิทยุแห่งแรกของโลกเกิดขึ้นที่ประเทศของตนในปี ค.ศ.1919 ไม่ใช่ใครอื่นมาร์โคนีเองเป็นผู้ตั้งสถานีแห่งแรกที่เมืองมอนทรีล (Montreal) ในแคนาดา แต่ข้อมูลที่ได้รับการอ้างอิงมากที่สุดเป็นข้อมูลของอเมริกาซึ่งอ้างว่า สถานีวิทยุ ในอเมริกาเป็นสถานีวิทยุแห่งแรกของโลก ออกอากาศในปี ค.ศ.1920 ส่วนในรัสเซีย เลนิน (Lenin) ผู้นำการปฏิวัติรัสเซียได้จัดตั้งสถานีวิทยุขึ้นในปี ค.ศ.1922

ตลอดทศวรรษที่ 1920 วิทยุกระจายเสียงในประเทศตะวันตก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอเมริกาได้รับการตอบรับจากประชาชนราวกับเกิดความบ้าคลั่งขึ้นในกิจการกระจายเสียงเติบโตอย่างรวดเร็วในประเทศอุตสาหกรรมตะวันตก ตัวอย่างเช่น ในอเมริกาเพียง 2 ปีแรกก็มีผู้สนใจไปขอรับใบอนุญาตเป็นผู้ประกอบการกระจายเสียง 600 ราย และในปี ค.ศ.1923 จำนวนเครื่องรับในอเมริกาก็นับได้ถึง 600 ราย และในปี ค.ศ.1923 จำนวนเครื่องรับมีเครื่องรับวิทยุไว้ในครอบครองกันหมด ส่วนที่อื่นๆ ประมาณ 40 ประเทศ ได้เริ่มออกอากาศกระจายเสียงแล้วตั้งแต่ทศวรรษที่ 1930 จากการประมวลประเภทของสิทธิและเสรีภาพในการสื่อสารของประชาชน

2. ประวัติความเป็นมาวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย

เมื่อนายพลเอกพระเจ้าพี่ยาเธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน เข้ามาดำรงตำแหน่งเสนาบดีกระทรวงพาณิชย์และคมนาคมนั้นได้ทรงริเริ่มให้มีการจัดระเบียบ การไปรษณีย์โทรเลขใหม่ ในปี พ.ศ.2469 และได้ทรงริเริ่มให้มีการจัดตั้ง “ที่ทำการไปรษณีย์ให้ส่วนลด” หรือในปัจจุบันคือ ที่ทำการไปรษณีย์อนุญาตขึ้น โดยได้ทรงนำมาทดลองใช้ในประเทศไทยโดยรัฐมอบให้เอกชนจัดตั้งที่ทำการไปรษณีย์ขึ้นแล้วรัฐจัดเงินค่าตอบแทนให้ โดยในขั้นต้นเรียกว่า ค่าส่วนลดในปี พ.ศ.2470 ได้มีการกำหนด “ข้อบังคับไปรษณีย์อนุญาตเอกชน 2470” มาใช้บังคับและได้เปิดให้เอกชนมารับจัดตั้ง ที่ทำการไปรษณีย์ขึ้น แต่ส่วนใหญ่จะมีการจัดตั้งเฉพาะในที่ชุมชนและตลาดมิได้แพร่หลายไปในท้องถิ่นห่างไกล จึงไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควรอย่างไรก็ตามในระยะนี้ยังได้มีการริเริ่มเปิดบริการไปรษณีย์ใหม่ๆ ด้วย เช่น บริการไปรษณีย์สาร, บริการพัสดุไปรษณีย์เก็บเงิน

ปลายทาง (พ.ก.ง.) และได้มีการขนส่งอุปกรณ์ทางอากาศระหว่างประเทศขึ้นในปี พ.ศ.2471 ด้วย นอกจากนี้ นายพลเอกพระเจ้าพี่ยาเธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ยังได้ทรงเป็นผู้ที่ชี้แนะให้เห็นความสำคัญของการเลือกทำเลที่ตั้งของที่ทำการ ไปรษณีย์โทรเลขว่าควรอยู่ในที่ที่จะอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนให้มากที่สุด โดยควรจะอยู่ในย่านธุรกิจการค้ามากกว่าที่จะคำนึงถึงความสะดวกของทางราชการเอง และยังสามารถแข่งขันกับเอกชนได้ ในช่วงสมัยนี้มีการโอนกิจการออมสินจากกระทรวงพระคลังมหาสมบัติมาไว้ยังที่กรมไปรษณีย์โทรเลขอีกด้วย ทำให้บริการของทางด้านการไปรษณีย์โทรเลขมีขอบเขตกว้างขวางมากยิ่งขึ้นสำหรับในด้านการไปรษณีย์ระหว่างประเทศนั้น ได้มีการประชุมใหญ่ สหภาพสากลไปรษณีย์ขึ้นที่กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ เมื่อปี พ.ศ.2472 และประเทศไทยได้ส่งอำมาตย์เอกพระประทีปกมลศาสตร์ผู้รั้งตำแหน่งอธิบดีกรมไปรษณีย์โทรเลขเป็นผู้แทนไทยเข้าร่วมประชุมและได้มีการลงนาม ในหนังสือสำคัญ 6 ฉบับเมื่อ 28 มิถุนายน พ.ศ.2472 คือ สัญญาสากลไปรษณีย์ ความตกลงว่าด้วยหีบห่อพัสดุไปรษณีย์ ความตกลงว่าด้วยการส่งไปรษณีย์ธนาณัติ ความตกลงว่าด้วยการเรียกเงินคืน และความตกลงว่าด้วยการรับหนังสือพิมพ์ และหนังสือที่ออกเป็นคราวๆ ซึ่งมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ.2473

3. กิจการโทรคมนาคม

นับได้ว่าช่วงระยะเวลาที่นายพลเอกพระเจ้าพี่ยาเธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ดำรงตำแหน่งเสนาบดีกระทรวงพาณิชย์และคมนาคมนี้ เป็นช่วงเวลาที่กิจการโทรคมนาคมได้เจริญก้าวหน้าอย่างมากมายดังจะเห็นได้จากเหตุการณ์สำคัญๆ ทางด้านโทรคมนาคม ดังนี้คือในด้านโทรเลขนั้น ได้มีการเลิกใช้เครื่องส่งวิทยุโทรคมนาคมแบบประกายไฟฟ้า โดยได้เปลี่ยนมาใช้หลอดวาล์วอากาศแทน โดยใช้ในการติดต่อทางวิทยุโทรเลขกับเรือเดินทะเลได้มีการเปิดบริการวิทยุโทรเลขกับต่างประเทศเป็นครั้งแรก โดยติดต่อกับกรุงเบอร์ลินประเทศเยอรมัน เมื่อวันที่ 15 มกราคม พ.ศ.2471 และได้เปิดบริการกับประเทศอื่นๆ อีกหลายประเทศนอกจากนี้ยังได้มีการนำเครื่องมือทันสมัยมาใช้ในกิจการโทรเลขด้วย กล่าวคือ เครื่องปรุแถบส่งโทรเลขเพื่อป้อนเข้าเครื่องเคาะสัญญาณอัตโนมัติแทนการเคาะด้วยมือคน เครื่องรับสัญญาณวิทยุโทรเลขชนิดเขียนเป็นเส้นหยักๆ ลงบนแถบกระดาษแทนการฟังด้วยหูพนักงาน การใช้เครื่องพิมพ์ดีดพิมพ์โทรเลขแทนการเขียนด้วยมือ การนำเครื่องโทรเลขใหม่ๆ มาใช้ในประเทศไทย เช่น เครื่องรับส่งสัญญาณมอร์ส

ที่รับส่งรวดเร็วมาก (High Speed) แบบวิสโตน (Wheatstone) และเครื่องโทรเลข ชนิดพิมพ์ส่งและรับออกด้วยตัวอักษร ของฝรั่งเศส มีการเปลี่ยน วงจรโทรเลขเพื่อทำงานรับส่งพร้อมๆ กันหลายคนสวนทางกันในเวลาเดียวกันมีการนำเครื่องโทรพิมพ์ภาษาอังกฤษระบบ 5 ยูนิต เข้ามาใช้ด้วย และได้มีการทดลองติดต่อทางวิทยุโทรภาพกับกรุงเบอร์ลิน ประเทศเยอรมัน เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ.2474 โดยใช้คลื่นวิทยุความถี่สูงแต่ทดลองไม่ได้ผลดี ส่วนในด้านกิจการวิทยุกระจายเสียงนั้น ในช่วงระยะนี้กรมไปรษณีย์โทรเลขได้มีกิจการทางวิทยุกระจายเสียงเพิ่มขึ้นอีกแขนงหนึ่งได้มีการจัดตั้งกองช่างวิทยุขึ้นในปี พ.ศ.2469 และในสมัยนั้นนายพลเอกพระเจ้าพี่ยาเธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธินได้ทรงตั้งเครื่องวิทยุกระจายเสียงทดลองขนาดเล็กขึ้นที่วังบ้านดอกไม้เพื่อค้นคว้าเป็นการส่วนพระองค์จึงกล่าวได้ว่าพระองค์เป็นผู้ริเริ่มให้มีการส่งวิทยุกระจายเสียงขึ้นในประเทศไทย

ในส่วนของกรมไปรษณีย์โทรเลขเองนั้น กองช่างวิทยุได้เตรียมการสำหรับทดลองส่งวิทยุกระจายเสียงโดยจัดตั้งเครื่องวิทยุกระจายเสียงขนาดเล็กขึ้น ณ กองช่างวิทยุ ในปี พ.ศ.2470 และต่อมาได้มีการเริ่มงานส่งกระจายเสียงเป็นประจำ ตั้งแต่วันที่ 31 พฤษภาคม พ.ศ.2471 โดยใช้คลื่นสั้นความยาวคลื่น 37 เมตร กำลังส่ง 200 วัตต์ ใช้นามเรียกขานประจำสถานีว่า 4 pj ต่อมาเมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2473 จึงได้มีการเปิดสถานีวิทยุกระจายเสียงถาวรแห่งแรกของประเทศไทยที่ตำบลพญาไท อยู่บนไฮเต็ลพญาไท (โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้าฯ) ใช้ชื่อว่า “สถานีวิทยุกรุงเทพที่พญาไท” โดยส่งกระจายเสียงเป็นประจำทุกวัน เว้นคืนวันจันทร์ แต่ต่อมาได้มีการเพิ่มส่งกระจายเสียงในคืนวันจันทร์ด้วย ตั้งแต่วันที่ 2 มกราคม พ.ศ.2475 เป็นต้นมา

อนึ่ง แผนกวิทยุกระจายเสียง กองช่างวิทยุ กรมไปรษณีย์โทรเลข ได้เปิดรับการโฆษณาประกาศการค้าขาย การทำมาหากินในเชิงการค้า อุตสาหกรรมและวิชาชีพโดยทางวิทยุกระจายเสียงด้วย ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ.2475 เป็นต้นมา ซึ่งนับได้ว่าเป็นการเริ่มต้นการโฆษณากิจการค้าและธุรกิจทางวิทยุกระจายเสียง

นอกจากนี้นายพลเอกพระเจ้าพี่ยาเธอ กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ยังได้ทรงดำริจะให้ มีวิทยุโทรทัศน์ในประเทศไทย โดยได้ติดต่อกับบริษัทวิทยุในสหรัฐอเมริกา นำเครื่องวิทยุโทรทัศน์เข้ามาตั้งทดลองในประเทศ หากการรับส่งเป็นที่พอพระราชหฤทัย ก็จะได้ซื้อไว้ใช้ในราชการ แต่เป็นที่น่าเสียดายว่า การติดตั้งยังไม่ทันเสร็จเรียบร้อย ก็เกิดการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ.2475 เรื่องวิทยุโทรทัศน์จึงระงับไป เมื่อวันที่ 30 มีนาคม พ.ศ.2469 ได้มีการประชุมเพื่อกำหนดคลื่นวิทยุ โดยมีนายพลเอกพระเจ้าพี่ยาเธอ กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธินเป็นประธานและมีตัวแทนของกรมไปรษณีย์โทรเลข กระทรวงทหารเรือ กรมอากาศยานทหารบก, และกระทรวงกลาโหม เพื่อกำหนดขนาดคลื่นวิทยุด้วยซึ่งแสดงให้เห็นถึงวิวัฒนาการด้านการบริหารความถี่วิทยุในประเทศไทย

ไทยได้ส่วนหนึ่งนอกจากนี้ในสมัยนี้ ยังได้มีการจัดตั้งสถานีวิทยุการบิน ขึ้นที่พิษณุโลกเป็นแห่งแรกเพื่อช่วยเหลือให้ความสะดวกในการเดินอากาศ โดยทำงานร่วมกับสถานีวิทยุการบินที่หลักสี่ กรุงเทพมหานคร ส่วนในด้านการปรับปรุงกฎหมายนั้น ได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติ วิทยุโทรเลข (แก้ไขเพิ่มเติม) พ.ศ.2473 เพื่อควบคุมและคุ้มครองการวิทยุโทรเลขและวิทยุโทรศัพท์ โดยเปิดโอกาสให้ประชาชน ได้มีเครื่องรับวิทยุเพื่อรับฟังวิทยุ กระจายเสียงได้ด้วย

4. แนวคิดสิทธิการสื่อสารของประชาชน

ภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ผู้นำประเทศต่างๆ ได้ร่วมกันจัดตั้งองค์การสหประชาชาติ ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญประการหนึ่งนั้นคือ เพื่อให้มนุษย์ทุกคนในโลกได้รับการคุ้มครองในการที่จะดำรงตนเป็นมนุษย์ด้วยความเท่าเทียมกัน โดยการให้การคุ้มครองแก่สิทธิมนุษยชนจึงได้จัดทำเอกสารสำคัญที่ยอมรับสิทธิมนุษยชนไว้อย่างชัดเจน เรียกว่า กฎบัตร และต่อมายังได้มีการตั้งคณะกรรมการขึ้นมาคณะหนึ่ง เรียกว่า คณะกรรมาธิการสิทธิ ซึ่งคณะกรรมการดังกล่าวได้จัดทำร่างเอกสารปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน ค.ศ.1948 ขึ้น และที่ประชุมสมัชชาแห่งสหประชาชาติได้ลงมติยอมรับเป็นเอกฉันท์ เมื่อวันที่ 10 ธันวาคม ค.ศ.1948 โดยที่ประเทศไทยได้เป็นภาคีสมาชิกองค์การสหประชาชาติ เมื่อปี ค.ศ.1946 และได้ร่วมลงนามยอมรับปฏิญญาสากลดังกล่าวด้วย 1 ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนฉบับนี้ นับว่าเป็นจุดเริ่มต้นของแนวคิดสิทธิการสื่อสาร เพราะหนึ่งในข้อรับรองทั้ง 30 ข้อ นั้นคือการรับรองสิทธิในการสื่อสารของมนุษย์ ซึ่งบัญญัติไว้ในข้อ 19 ดังนี้ “ทุกคนมีสิทธิเสรีภาพแห่งความคิดเห็นและการแสดงความคิดเห็นสิทธินี้รวมถึงเสรีภาพในการที่จะยึดถือความคิดเห็นโดยปราศจากการแทรกแซง และที่จะแสวงหา รับ ให้ ข่าวสาร และให้ความคิดเห็น ไม่ว่าโดยวิธีการใดๆ และโดยไร้ขอบเขตจำกัด” (บุญเลิศ ศุภคิดถ, 2527, หน้า 1) การขยายแนวคิดและการพัฒนาเรื่องสิทธิเสรีภาพในการสื่อสารของประชาชนนั้น ได้มีพัฒนาการสืบเนื่องเรื่อยมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันในโลกยุคโลกาภิวัตน์ ยุคที่กระแสประชาธิปไตยกำลังเบ่งบานอย่างเต็มที่ สิทธิเสรีภาพในการสื่อสารของประชาชนได้กลายเป็นดัชนีชี้วัดที่สำคัญของการปฏิรูปในบริบทต่างๆ ของสังคมนั้นๆ ว่าเป็นไปตามครรลองประชาธิปไตยมากน้อยเพียงใด จากการประมวลประเภทของสิทธิและเสรีภาพในการสื่อสารของประชาชน ได้แก่ ระดับบุคคล ระดับองค์กรสื่อ ระดับชุมชนท้องถิ่น ระดับชุมชนประเทศ ระดับชุมชนระหว่างประเทศ และเอกสารดังกล่าวได้จำแนกตามประเภทของสิทธิและเสรีภาพในด้านการสื่อสารที่สำคัญไว้ 4 ด้าน คือ

1. สิทธิด้านข้อมูลข่าวสาร ได้แก่
 - สิทธิและเสรีภาพในการคิดและในการยืนยันความคิดเห็นของตน
 - สิทธิในการแสดงความคิดเห็นโดยการเขียน การพิมพ์ หรือในรูปแบบศิลปะอื่นๆ
 - สิทธิในการรับ การแสวงหา และในการส่งข้อมูลข่าวสารและความ
 - สิทธิในการตอบโต้ความคิดเห็นของผู้อื่น
 - สิทธิในการชุมนุมโดยสงบ
 - สิทธิในการเข้าถึงแหล่งข้อมูล
2. สิทธิในด้านการได้รับความคุ้มครอง (Protection Right) ได้แก่
 - สิทธิในความเป็นส่วนตัวของบุคคล
 - สิทธิที่จะไม่ได้รับการกล่าวโทษจากสื่อจนกว่าจะมีคำพิพากษา
 - สิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองจากการเลือกปฏิบัติของสื่อ
 - สิทธิที่จะได้รับการคุ้มครองจากข้อมูลที่เป็นเท็จหรือหลอกลวง
 - สิทธิในความเป็นอิสระของนักสื่อสารมวลชนในการปฏิบัติงานวิชาชีพ
3. สิทธิของกลุ่มบุคคล องค์กรและชุมชน
 - สิทธิและเสรีภาพในการใช้ภาษาของตน
 - สิทธิและเสรีภาพในการศึกษา
 - สิทธิและเสรีภาพในการพัฒนาตนเองและชุมชน
 - สิทธิในการได้รับข่าวสาร โดยเสรี
4. สิทธิในการมีส่วนร่วม
 - สิทธิในการมีส่วนร่วมตัดสินใจในทางการเมือง และในสถาบันทางสังคมอื่นๆ
 - สิทธิในการมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรมในชุมชนและในสังคมโลก และการพิทักษ์เกียรติภูมิแห่งวิถีวัฒนธรรมของตนเอง

5. ทฤษฎีสื่อมวลชนกับการมีส่วนร่วมแบบ

การสื่อสารจึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาถึงสถานภาพโครงสร้าง ระบบสื่อมวลชน เพราะระบบสื่อมวลชนในประเทศหนึ่งๆ จะเป็นสะท้อนมาจากลักษณะทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ทฤษฎีที่ทัศนคติของสื่อมวลชน จึงสามารถอธิบายเรื่องความสัมพันธ์และสายใยเชื่อมโยงระหว่างสื่อมวลชนกับสังคมนั้นๆ เป็นการมองสื่อมวลชนในเชิงบทบาทหน้าที่ภายใน

กรอบการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และทัศนะเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ตามเงื่อนไขอุดมการณ์ และโครงสร้างระบบที่ได้วางโดยมีการอธิบายถึงเหตุผลเชิงปรัชญาว่า ทำไมสื่อมวลชนจึงต้องทำหน้าที่ เช่นนั้น เช่นนี้ แตกต่างกันไป โดยทฤษฎีปทัสถานของสื่อมวลชนสามารถนำเสนอได้ว่า “สื่อมวลชนควรหรือถูกคาดหวังให้ปฏิบัติงานอะไรบ้าง” (กาญจนา แก้วเทพ, 2541, หน้า 97) ซึ่งมีลักษณะหลักทั่วไปของทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมวลชนนั้นจะเกี่ยวข้องกับเรื่องการควบคุม หรือการกำกับดูแล กระบวนการการทำงานของสื่อมวลชน โดยอาศัยหลักกลไกแบบต่างๆ เช่น กฎหมาย จรรยาบรรณวิชาชีพ องค์กรของผู้รับสาร

ซึ่งในปี ค.ศ.1956 ซีเบิร์ต (Siebert) ปีเตอร์สัน (Peterson) และ ชแรมม์ (Schramm) ได้สร้างทฤษฎีปทัสถานของสื่อมวลชน ซึ่งแสดงไว้ในงานเขียน โดยได้จัดประเภทของทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมวลชนไว้ 4 ทฤษฎีหลักดังนี้คือ

1. ทฤษฎีอำนาจ
2. ทฤษฎีอิสรภาพ
3. ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อ
4. ทฤษฎีเบ็ดเสร็จ

การจัดแบ่งทฤษฎีปทัสถานของสื่อมวลชนออกเป็น 4 ทฤษฎี ตามแนวคิดดังกล่าวข้างต้น จัดว่าเป็นการแบ่งเบาระบบสื่อสารมวลชนที่ให้แนวคิดซึ่งเน้นความสำคัญ ในเรื่องการ มีเสรีภาพ หรือไม่มีของสื่อมวลชน อีกทั้งทฤษฎีดังกล่าวมีพัฒนาการมาจากสื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลักซึ่งไม่อาจจะสามารถอธิบายถึงสื่อใหม่ เช่น วิทยุและโทรทัศน์ และสภาพการเปลี่ยนแปลงของสังคมในปัจจุบันได้ ดังนั้นการเกิดขึ้นของทฤษฎีใหม่ๆ ที่สามารถอธิบายระบบของสื่อมวลชน จึงได้รับการวิวัฒนาการตามการเปลี่ยนแปลงของสภาพการเมือง สังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเช่นในยุคปัจจุบัน ทฤษฎีสื่อสารมวลชนกับการมีส่วนร่วมแบบประชาธิปไตย นับว่าเป็นทฤษฎีที่ได้รับการพัฒนา และสามารถอธิบายได้อย่างสอดคล้องกับการปฏิรูปกิจการสื่อสารของชาติได้เป็นอย่างดีโดยที่สาระสำคัญของทฤษฎีสื่อมวลชนกับการมีส่วนร่วมแบบประชาธิปไตย (กาญจนา แก้วเทพ, 2541, หน้า 97) ได้ให้การอธิบายไว้

จุดกำเนิดของทฤษฎีสื่อมวลชนกับการมีส่วนร่วมแบบประชาธิปไตยนี้ เกิดมาจากการยอมรับหลักบางประการที่เคยมีอยู่ในทฤษฎีปทัสถานของสื่อแบบเดิมๆ แต่ได้พยายามนำเสนอหลักการใหม่บางประการ เพื่อแก้ไขปัญหาความเป็นจริงที่เกิดขึ้นจากการใช้ทฤษฎีแบบเดิม จุดเน้นที่สำคัญของทฤษฎีนี้คือ การเน้นการสื่อสารแนวนอน มากกว่าการสื่อสารแบบแนวตั้ง โดยเฉพาะการสื่อสารแบบบนลงล่าง

หลักการของทฤษฎีนี้พยายามต่อต้านปรากฏการณ์ 2 ด้าน ด้านหนึ่งคือการที่สื่อมวลชนเป็นเจ้าของมีลักษณะผูกขาดและมีการนำไปใช้เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจมากเกินไป ในอีกด้านหนึ่งก็พยายามต่อต้านการใช้อำนาจของข้าราชการแบบศูนย์รวมอำนาจด้วย

ช่วงเวลาที่ทฤษฎีสื่อมวลชนกับการมีส่วนร่วมแบบประชาธิปไตยเกิดขึ้นนี้เป็นยุคที่สื่อกระจายเสียง เช่น วิทยุและโทรทัศน์เกิดขึ้นแล้ว ในขั้นแรกได้มีความคาดหวังกันว่า บรรดาสื่ออิเล็กทรอนิกส์เหล่านี้จะเอื้ออำนวยให้เกิดการมีส่วนร่วมด้านเศรษฐกิจ และการเมืองของชาติจากประชาชนในกลุ่มต่างๆ เหมือนเช่นที่หนังสือพิมพ์ได้ปฏิบัติภารกิจนี้มาแล้ว เมื่อศตวรรษที่ 19 แต่แล้วผลลัพธ์ที่เป็นจริงก็มักสร้างความผิดหวังให้แก่ผู้ที่ตั้งความคาดหวังเอาไว้ ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรที่ทำงานด้านสื่อกระจายเสียงนั้น มักวางตัวอยู่เหนือประชาชน ทำตัวเป็นผู้รู้ดีกว่า และวางตัวใกล้ชิดกับศูนย์อำนาจ ทำงานไปตามกระแสกดดันทางการเมืองและเศรษฐกิจมากกว่าที่จะอยู่กับหลักการ และมีลักษณะแข็งตัวมากเกินไป เป็นต้น

ฉะนั้นบรรดาทฤษฎีปทัสถานเก่าๆ ที่มีอยู่จึงสร้างข้อจำกัดขึ้นภายใน เปิดโอกาสให้สื่อมวลชนควบคุมกันเอง ปัญหาที่เกิดขึ้นคือ องค์กรวิชาชีพสื่อสารมวลชนไม่เข้มแข็งพอ และไม่สามารถควบคุมกันเองได้ จึงเป็นช่องทางให้อำนาจรัฐเข้ามาแทรกแซงการทำงานของสื่อ ทั้งนี้

ต่อมาเดนิส แมคเควล์ จึงได้นำเสนอทฤษฎีใหม่ขึ้น อาทิ ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา เพื่อเสนอเป็นทางเลือกต่อบทบาทของสื่อมวลชนที่มีต่อการพัฒนา โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลาย และทฤษฎีสื่อมวลชนกับการมีส่วนร่วมแบบประชาธิปไตย เป็นต้น

โดยที่แนวคิดหลักของทฤษฎีสื่อมวลชนกับการมีส่วนร่วมแบบประชาธิปไตย คือต้องหันกลับมาหาความต้องการผลประโยชน์และความคาดหวังของกลุ่มผู้รับสารทุกๆ กลุ่ม ทฤษฎีนี้ปฏิเสธการสื่อสารที่เน้นความจำเป็นเรื่องรูปแบบรวมศูนย์ มีราคาแพง ต้องใช้มืออาชีพเท่านั้น การถูกควบคุมโดยรัฐและมุ่งนำเสนอความหลากหลายด้านการสื่อสาร โดยนำเสนอหลักการเรื่องสิทธิที่จะได้รับข่าวสารที่ต้องการสิทธิที่จะตอบได้ สิทธิที่จะใช้ช่องทางการสื่อสารเพื่อสร้างสรรค์ความสัมพันธ์ในชุมชน กลุ่มผลประโยชน์และวัฒนธรรมย่อยต่างๆ การสื่อสารที่มีขนาดเล็กและมีการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร เป็นต้น

เดนิส แมคเควล์ ได้ประมวลหน้าที่สำคัญของสื่อมวลชนตามทฤษฎีสื่อมวลชนกับการมีส่วนร่วมแบบประชาธิปไตยดังต่อไปนี้

1. พลเมืองทุกคน และชนกลุ่มน้อยต่างๆ มีสิทธิที่จะเข้าถึงสื่อ มีสิทธิในการสื่อสาร และมีสิทธิที่จะได้ใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของตน
2. องค์กรสื่อมวลชนและเนื้อหาของสื่อ จะต้องปลอดจากการควบคุมจากหน่วยงานของรัฐ และจะต้องไม่ตกอยู่ภายใต้การรวมศูนย์อำนาจทางการเมือง

3. สื่อจะต้องดำรงอยู่เพื่อประชาชนมิใช่เพื่อองค์กรของตัวเอง มิใช่เพื่อบรรดานักวิชาชีพหรือเพื่อบรรดาลูกค้า (ภาคธุรกิจ) ของสื่อเอง
4. กลุ่ม องค์กร และชุมชนท้องถิ่น ควรจะเป็นเจ้าของสื่อเองได้
5. สื่อขนาดเล็กที่มีลักษณะให้ผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์ และมีส่วนร่วม ได้นั้น ย่อมดีกว่าสื่อขนาดใหญ่ที่มีลักษณะเป็นการสื่อสารทางเดียว ที่ดำเนินการโดยนักสื่อสารมวลชนมืออาชีพ
6. สื่อสารมวลชนมีความสัมพันธ์กับความต้องการและความจำเป็นทางสังคมมากเกินกว่าที่จะปล่อยให้ตกอยู่ภายใต้ความต้องการของผู้บริโภคในระดับปัจเจก หรืออยู่ในมือของภาครัฐและสถาบันนักวิชาชีพสื่อสารมวลชนเพียงเท่านั้น

6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเลือกรับสารจากสื่อ

การเลือกในการรับสาร ในการรับข่าวสารต่างๆ ผู้รับสารจะมีกระบวนการรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะคิด ความรู้สึนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งกระบวนการในการเลือกรับข่าวสารนั้น เราเรียกว่า กระบวนการเลือกสาร (พีระ จีระ โสภณ, 2535, หน้า 16) กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง การรับรู้ข่าวสารของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอน

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ เป็นแนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง โดยทั่วไปผู้รับสารมักเลือกเปิดรับข่าวสารที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความเชื่อ ทักษะคิด ความสนใจและสิ่งที่สนับสนุนความคิดเดิมของตน
2. การเลือกรับรู้หรือตีความ เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมาเมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมาย ตามความเข้าใจ ทักษะคิดของตนเอง การเลือกจดจำนี้เปรียบ
3. การเลือกจดจำ เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะสารที่มีเนื้อหาสาระตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทักษะคิดของตนเอง การเลือกจดจำนี้เปรียบเสมือนเครื่องกรองขั้นสุดท้ายที่ผลต่อการส่งสาร ไปยังผู้รับสาร ซึ่งในบางครั้งผู้รับสารก็จะลืมเนื้อหาของสารในส่วนที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเอง

นอกจากนี้ วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilber Schramm) ยังชี้ให้เห็นองค์ประกอบอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับสาร ดังนี้

1. ประสบการณ์ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ของตน
2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร โดยที่ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตนเอง
3. ภูมิหลังผู้รับสารที่มีภูมิหลังแตกต่างกัน จะให้ความสนใจต่อเนื้อหาของสารต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม มีผลต่อพฤติกรรม การเลือกรับสื่อและเนื้อหาของสารที่ต่างกัน
5. ความสามารถในการรับสื่อ เป็นเรื่องเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจของผู้รับสารที่มีผลต่อพฤติกรรม การเปิดรับสื่อสารที่แตกต่างกัน
6. บุคลิกภาพมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติการ โน้มน้าวใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร

7. อารมณ์ สถานภาพทางอารมณ์อาจอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของสาร

8. ทัศนคติ เป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและการตอบสนองข่าวสาร

นอกจากนี้ เมอร์ริล และ โลเวนสไตน์ ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรม การเปิดรับสื่อและข่าวสารที่มีผลต่อการยอมรับหรือปฏิเสธ นวัตกรรม

1. ความเหงา เพราะมนุษย์ต้องการมีเพื่อน ไม่สามารถอยู่ได้เพียงลำพังจึงต้องหันมาสื่อสารผู้อื่น แต่บางครั้งคนเราก็พอใจที่อยู่กับสื่อมากกว่าอยู่กับคน
2. ความอยากรู้อยากเห็น เพราะเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการจะรับรู้ข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ไม่ว่าสิ่งที่ยากรู้นั้นจะมีผลต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อมหรือเป็นผลกระทบต่อนผู้อื่น
3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง โดยทั่วไปแล้วมนุษย์มีความเห็นแก่ตัวในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสาร จึงต้องแสวงหาข่าวสาร และใช้สารบางอย่างเพื่อเป็นประโยชน์ต่อตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนเองบรรลุ เพื่อให้ได้รับข่าวสาร ความรู้ ความสะดวกสบาย ปลอดภัย รวมทั้งความสนุกสนานบันเทิงเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง
4. สาเหตุจากสื่อ ซึ่งกระตุ้นซึ่งกันทำให้ผู้รับสารนั้นๆ จากที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองและทำให้เกิดความพึงพอใจ เช่น คนดูโทรทัศน์แทนการออกนอกบ้าน เป็นต้น

จากแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ผู้วิจัยได้นำมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อชี้ให้เห็นถึงพฤติกรรมในการเปิดรับสารจากสื่อว่ามีกระบวนการเลือกสารและแสวงหาข่าวสาร เลือกรับและเลือกจำเนื้อหาของข่าวสารจากสื่อ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสื่อและตอบสนองความต้องการของตนเองอย่างไร

7. ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล

ผู้รับสารจากสื่อมวลชนแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยา เช่น ทักษะคิด ค่านิยม และความเชื่อถือ ทำให้ความสนใจในการเปิดรับข่าวสารหรือตีความหมายปัจเจกบุคคล ดังนี้

1. มนุษย์เรามีความแตกต่างอย่างมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล
2. ความแตกต่างนี้ บางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาพหรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วมาจากความแตกต่างที่เกิดจากการเรียนรู้
3. มนุษย์ซึ่งถูกเลี้ยงดูภายในเกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไปด้วย
4. จากการเรียนเกี่ยวกับรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไปด้วย

8. แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชน

ในการประชุมขององค์การยูเนสโก ณ กรุงเบลเกรด ประเทศยูโกสลาเวีย เมื่อปี ค.ศ.1977 ได้มีการนำเสนอประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ แนวคิดเรื่อง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชน” ซึ่งสาระสำคัญของแนวคิดดังกล่าวนี้ได้เน้นหลักการที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. การเข้าถึงสื่อ หมายถึง การเข้าถึงสื่อที่ให้บริการแก่ชุมชนรวมทั้งประชาชนย่อมได้รับโอกาสในการเลือกรับรายการ หรือมีส่วนร่วมในการเข้าไปจัดทำในสิ่งที่จะเป็นประโยชน์แก่ตน อีกทั้งยังต้องมีช่องทางให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นหรือแสดงความต้องการสื่อผ่านไปสูผู้ผลิตรายการ หรือองค์กรผู้ผลิตสื่อได้
2. การมีส่วนร่วม หมายถึง การเข้าไปมีส่วนร่วมในระบบการสื่อสารในทุกระดับนั้น คือ ประชาชนสามารถมีส่วนร่วมในทุกๆ ขั้นตอน ทั้งในกระบวนการผลิตรายการการบริหารจัดการ และการวางแผนระบบการสื่อสารต่างๆ ในชุมชน
3. การจัดการด้วยตนเอง หมายถึง กระบวนการมีส่วนร่วมที่มีความสำคัญที่สุดนั่นคือการที่ประชาชนเป็นส่วนสำคัญในกระบวนการตัดสินใจ ประชาชนในชุมชนมีอำนาจและสิทธิในการตัดสินใจ ตั้งแต่การคิดริเริ่ม การกำหนดนโยบาย การวางแผนการ การกำหนดและการจัดสรร

งบประมาณ ฯลฯ และองค์การยูเนสโก เองได้ให้ความสนใจและการสนับสนุนโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีส่วนร่วมของประชาชน ในสื่อวิทยุกระจายเสียงที่ประชาชนสามารถจัดการได้ด้วยตนเอง

ซึ่งในการศึกษาแนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ได้ยึดถือแนวคิดการสร้างความสำเร็จ การยอมรับความมีเกียรติมีศักดิ์ศรีของประชาชน การยอมรับที่อยู่บนพื้นฐานของความหลากหลาย การไม่เป็นเพียงหนึ่งหรือการมีมากกว่าหนึ่ง ซึ่งหมายความว่า มนุษย์ย่อมมีความแตกต่างกันในด้านความเชื่อในสิ่งต่างๆ การยอมรับว่าผู้คนบนโลกมีหลายเผ่าพันธุ์ เชื้อชาติเดียว หรือมีประเพณีเดียว วัฒนธรรมเดียวกันเพราะฉะนั้นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมต้องอยู่บนพื้นฐานการยอมรับสิ่งเหล่านี้ และวิธีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเน้นที่สถานะแวดล้อมผู้รับสารมากกว่าตัวผู้ส่งสาร หรือการแสดงผลการสื่อสาร สิ่งสำคัญคือ เน้นให้เห็นถึงการแสวงหาวิธีสื่อสารที่เหมาะสมกับผู้รับสารมากกว่าวิธีการสื่อสาร เพียงเพื่อถ่ายทอดข่าวสารเท่านั้น ดังนั้นหัวใจของกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ที่สำคัญนั้นคือกระบวนการร่วมกันคิด ร่วมรับฟัง และเคารพในความคิดของผู้อื่น ตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของสมาชิกในชุมชน ร่วมวิเคราะห์ประเด็นปัญหาทางสังคมแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน ตลอดจนกระบวนการร่วมกันค้นหาแนวทาง และตัดสินใจร่วมกันโดยอาศัยพื้นฐานของข้อมูลที่สมบูรณ์ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของสมาชิกในสังคมนั้น จะนำไปสู่การเกิดสำนักเชิงสาธารณะร่วมกัน และกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน ระหว่างสมาชิกในสังคม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เหมาะสม และเป็นที่ยอมรับของสมาชิกในสังคมเงื่อนงำที่สำคัญที่จะทำให้กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นแนวทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาสังคมนั้น ได้แก่ ปรัชญาและแนวคิดด้านประชาธิปไตยในการสื่อสาร กล่าวคือ กระบวนการสนทนาโต้ตอบกันระหว่างสมาชิกในสังคม โดยคำนึงถึงความเท่าเทียมกันของบุคคล สิทธิ และเสียงของบุคคลในการแสดงความคิดเห็น โอกาสในการรับรู้ และเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้อง การมีจิตสำนึกในเชิงประโยชน์ของสาธารณะเหนือประโยชน์ส่วนตัว การตระหนักในบทบาทและหน้าที่ของตน การยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น และการปฏิบัติตามแนวทางที่ได้รับการเห็นชอบจากสมาชิกส่วนใหญ่ เป็นต้น โดยเชื่อกันว่าปรัชญาการสื่อสารเชิงประชาธิปไตยดังกล่าวจะนำไปสู่การเพิ่ม “พลัง” ให้กับสมาชิกในสังคม โดยการกระตุ้นให้ประชาชนรู้สึกเป็นเจ้าของกิจกรรม หรือโครงการต่างๆ ที่ได้ร่วมกันกำหนด ตลอดจนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการ เอาใจใส่ดูแล และตรวจสอบโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และ คุณ อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชนที่สามารถสะท้อนถึงความสัมพันธ์กับการเมืองในระบอบประชาธิปไตย โดยอาศัยการเปรียบเทียบรูปแบบทางการเมืองและการสื่อสารในระบอบประชาธิปไตย ไว้ที่น่าสนใจ นับเป็นการแสดงรูปแบบในการปฏิรูป

ระบบการเมือง และการสื่อสารที่มีประชาชนเป็นศูนย์กลาง ประชาชนมีสิทธิ มีส่วนร่วม และสามารถเข้าถึงทั้งในระบบการเมืองและการสื่อสารโดยตรง ดังนี้

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบรูปแบบทางการเมืองและการสื่อสารในระบบประชาธิปไตยแบบตัวแทน และประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม

ประชาธิปไตยแบบตัวแทน (Democracy by Representation/ Patron-client Democracy)	ประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Democracy)
การเมือง การเลือกตั้งระดับชาติ การเลือกตั้งระดับท้องถิ่น	การกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นและชุมชนในการบริหาร และการเป็นเจ้าของทรัพยากรและกิจกรรมของท้องถิ่น และชุมชน ประชาชนมีอำนาจตรวจสอบผู้แทน องค์กรบริหารและส่วนราชการ
การสื่อสาร สื่อของรัฐ สื่อของธุรกิจเอกชน	สื่อชุมชน/สื่อของประชาชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และเคเบิลชุมชน
การเข้าถึงระบบโดยผ่านตัวแทน (representation access)	การเข้าถึงระบบโดยตรง (direct access)

9. วิทยุชุมชนสื่อของประชาชน

เปิดโอกาสให้ประชาชนเขามาเป็นเจ้าของสถานีวิทยุ-โทรทัศน์ ภาคประชาชน ภายใต้เงื่อนไขว่า

1. เพื่อบริการสาธารณะ
2. เพื่อประโยชน์ของชุมชน
3. ไม่หวังกำไรในทางธุรกิจ หรือของบุคคลใด กลุ่มใด
4. เพื่อสร้างองค์ความรู้ ภูมิปัญญาชาวบ้าน เศรษฐกิจพึ่งตน และโลกาภิวัตน์ สถานที่

แลกเปลี่ยนเรียนรู้ประชาชนเป็นเจ้าของ และ ดำเนินการสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ เพื่ออะไรวิทยุชุมชน คือ จุดเริ่มต้นของ สื่อภาคประชาชน ที่สร้างและนำเสนอเนื้อหาสาระ ที่ชุมชนสนใจ เรียนรู้ และเพื่อ

สร้างความรู้จักรักเข้าใจ ช่วยเหลือ แบ่งปัน และร่วมกันสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง ทั้งด้านปัญญา อารมณ์ และ ความสามารถ

9.1 หลักการสำคัญของวิถชุมชน

การสร้างควมมีส่วนร่วม ให้สมาชิกในชุมชนร่วมกันรับผิดชอบ ทั้งในด้านการบริหาร การจัดการ การผลิต และการนำเสนอรายการวิถชุมชนมีได้หลายระดับ

1. ระดับเนื้อหา คือ ประชาชน เป็นผู้นำเสนอเนื้อหาสาระ และนำเสนอผู้ที่จะเข้าร่วมรายการ แต่ ผู้ผลิตรายการ เป็นมีอำนาจจะอนุญาตให้หรือไม่
2. ระดับรายการ คือ ประชาชน เป็นผู้จัดและ ผลิตรายการ ผู้เป็นเจ้าของสถานีเป็นผู้มีอำนาจจะให้หยุด หรือยกเลิกรายการเมื่อใดก็ได้
3. ระดับสถานี คือ ประชาชน มี สิทธิ และ อำนาจ ในการบริหารสถานี เนื้อหาสาระ และการผลิตรายการ โดยอยู่ภายใต้ กติกา จรรยาบรรณ และ ความรับผิดชอบร่วมกัน วิถชุมชน-โทรทัศน์ ภาคประชาชน เป็นเรื่องของประชาชน ที่ต้องการรักษาสิทธิในการสื่อสารเพื่อสิ่งที่ดีของชุมชน ไม่ใช่เพียงแค่มีสถานีหรือรายการแต่เป็นเรื่องของการสร้างสมดุลแห่งอำนาจในการสื่อสารของประชาชน ในการดำเนินการวิถชุมชน

9.2 หัวใจวิถชุมชน

1. คนในชุมชนเป็นผู้ผลิตและผู้ฟังเข้าถึงง่าย
2. ปิด-เปิดง่าย
3. ภาษาดิ้น
4. ต้นทุนต่ำ
5. การผลิตเครื่องมือไม่ซับซ้อน
6. สถานการณ์ใกล้บ้าน
7. เป็นสมบัติสาธารณะ (ทางอากาศ)
8. ใช้ระบบอาสาสมัครในการดำเนินการ
9. ไม่แสวงหากำไร แต่ สร้างทุนทางสังคม
10. คนในชุมชนร่วมกันจัดตั้ง และ ร่วมเป็นเจ้าของคลื่นความถี่

หมายเหตุ : ทูทางสังคม หมายถึง ภูมิปัญญาชาวบ้าน ปราชญ์ชาวบ้าน แนวทางเศรษฐกิจพอเพียงขั้นตอนการเตรียมการวิถุชุมชน (พลังประชาชน เพื่อการขยายเครือข่ายวิถุชุมชน)

1. สร้างกลุ่มแกนนำ ในการผลักดันวิถุชุมชน
2. พัฒนากลุ่มแกนนำ ให้เข้าใจใน หัวใจ หลักการ แนวคิด วิถุชุมชน
3. เตรียมประชาชน
4. ค้นหา และ จำแนก กลุ่มเป้าหมาย
 - พวกเอาการะ
 - พวกเห็นด้วย
 - พวกลังเล
 - พวกเฉยๆ
 - พวกขัดขวาง
5. เผยแพร่แนวคิดประโยชน์ของวิถุชุมชนไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างเหมาะสม
6. ประเมิน หาข้อตกลงร่วมกัน ในการจัดตั้งสถานี
7. ฝึกอบรม การบริหารจัดการสถานี แก่แกนนำ แกนร่วม
8. จัดตั้งคณะกรรมการบริหารสถานี และ กติการ่วมกัน
9. ตำรวจ ค้นหา กลุ่ม บุคคล องค์กร ที่สนใจการผลิตรายการ
10. ฝึกอบรมปฏิบัติการ การผลิตและจัดรายการ
11. ทดลองผลิตรายการ
12. ทดลองออกอากาศ
13. ประเมินผลการทดลองออกอากาศ
14. เปิดสถานีออกอากาศจริง
15. พัฒนาอย่างต่อเนื่อง

10. การจัดตั้งและการบริหารจัดการ สถานีทดลองปฏิบัติการวิถุชุมชน

การเขียนโครงการ-ขายกิจกรรม สถานีวิถุชุมชน

- (1) สถานที่ตั้ง
- (2) สมาชิกกลุ่มผู้รับฟัง และมีส่วนร่วม

- (3) รัศมีการกระจายเสียง (แผนที่)
- (4) วัตถุประสงค์
- (5) กติกา และข้อตกลงร่วมกัน (ธรรมนูญวิद्यชุมชน)
- (6) คณะกรรมการบริหารสถานี (ผังโครงสร้าง)
- (7) ผังรายการออกอากาศ
- (8) การสร้างองค์ความรู้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้
- (9) วัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือ
- (10) ระยะเวลาทดลองการกระจายเสียง

คำอธิบาย

- (1) สถานที่ตั้ง
 - บ้านเลขที่... หมู่ที่... ถนน... ตำบล... อำเภอ... จังหวัด... รหัสไปรษณีย์... โทรศัพท์... ให้ระบุว่า จะใช้สถานที่ใดเป็นสำนักงานที่ตั้งของวิद्यชุมชน เช่น ชื่อองค์กร ชุมชน บ้านเลขที่ หมู่ที่ ตำบล อำเภอ จังหวัด และโทรศัพท์ติดต่อ
- (2) สมาชิกกลุ่มผู้รับฟัง และมีส่วนร่วม
 - ชื่อกลุ่ม... ผู้นำกลุ่ม ชื่อ... นามสกุล... ตำแหน่ง... สถานที่ติดต่อ... ให้ระบุว่าในระยะรัศมีการกระจายเสียง มีชื่อกลุ่ม องค์กรใด (ให้ใช้เป็นกลุ่ม 2-3 คน ขึ้นไป จะแบ่งเป็นตำบล หรือ หมู่บ้านก็ได้ แต่ มิใช่ตัวบุคคล) แต่ละกลุ่ม มีใคร (ชื่อ นาม-สกุล ตำแหน่ง และสถานที่ติดต่อ เช่น เบอร์โทรศัพท์) เป็นผู้นำ และมียอดจำนวนสมาชิกอยู่เท่าใด
- (3) รัศมีการกระจายเสียง (แผนที่)
 - ให้ระบุกำลังส่ง ไม่เกิน 30 กิโลวัตต์ รัศมีการกระจายเสียง 10 กิโลเมตร พร้อมแสดงแผนที่
- (4) วัตถุประสงค์
 - ในห้องกรประชุมประชาชน หรือกลุ่มสมาชิกที่อยู่ในรัศมีการกระจายเสียง ประชุมกำหนดวัตถุประสงค์ในการจัดทำสถานีวิทยุ (ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชน ระดับที่ 3 คือ ประชาชนเป็นผู้เลือกเนื้อหาเอง ผลิตรายการเองในรูปคณะกรรมการ เป็นเจ้าของสถานีร่วมกัน สิทธิในการสื่อสารตามที่สมาชิกจะตกลงร่วมกัน) ดูตัวอย่างจากสถานีที่เคยทำไปแล้ว

(5) กติกา และข้อตกลงร่วมกัน (ธรรมนูญวิถุชุมชน)

- ให้ระบุแนวเป็นแนวปฏิบัติแก่ทุกคน ทุกกลุ่มองค์กร ที่จะมาร่วมกัน บริหารสถานผลิตินายการ กำหนดเนื้อหาสาระ ออกอากาศรายการต่างๆ ตลอดจนการใช้บริการประกาศ โฆษณา เผยแพร่ข่าว ดูตัวอย่างจากสถานีที่เคยทำไปแล้ว

(6) คณะกรรมการบริหารสถานี (ผังโครงสร้าง)

- ให้จัดทำผังโครงสร้างการบริหารจัดการสถานีทดลองออกอากาศ ดูตัวอย่างคณะกรรมการบริหารสถานี

ก. กรรมการบริหารมีหน้าที่กำหนดนโยบายในการบริหารสถานี ระดมทุน หาสมาชิก สร้างความสัมพันธ์กับชุมชน ได้แก่

- ประธาน
- รองประธาน
- เลขานุการ
- เกร็ดญก
- กรรมการ จำนวน...คน

ข. กรรมการด้านรายการ มีหน้าที่ จัดทำผังรายการนำเสนอที่ประชุมใหญ่ เพื่ออนุมัติ (ข้อ ก. และ ข้อ ข.) พัฒนาทักษะในการจัดรายการ ไปกล่เกลี่ย กรณีพิพาทเรื่องการจัดผังรายการและการจัดสรรเวลาทีออกอากาศ (จัดจรรยาการออกกรรมการ จำนวน...คน

ค. การมีส่วนร่วม ได้แก่ผู้จัดรายการ (ดีเจ) เป็นอาสาสมัคร ที่ไม่มีค่าตอบแทน เพราะผู้จัดก็คือประชาชน ที่เป็นสมาชิกของแต่ละกลุ่มองค์กรประชาชน ผลัดเปลี่ยนกันไปออกรายการ

ง. กิจกรรม กระบวนการสร้างความมีส่วนร่วม (ได้แก่ กิจกรรมใดๆ ของแต่ละกลุ่มองค์กร ที่จะเผยแพร่ แลกเปลี่ยน ให้เพื่อนสมาชิกกลุ่มอื่นรับรู้

จ. กลุ่มองค์กรผู้ฟัง (ได้แก่กลุ่ม หรือองค์กรประชาชน ทีอยู่ในรัศมีการกระจายเสียง)

(7) ผังรายการออกอากาศ

- ให้ระบุ วัน เดือน ปี และ เวลา ชื่อรายการ ชื่อผู้รับผิดชอบเนื้อหารายการ (กลุ่ม หรือ องค์กร หรือผู้แทนกลุ่ม องค์กร) และชื่อผู้จัด (ดีเจ) ให้จัดทำผังรายการ โดยที่ประชุม คณะกรรมการบริหารสถานีเห็นชอบ ดูตัวอย่างจากสถานีที่เคยทำไปแล้ว

(8) การสร้างองค์ความรู้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ให้ระบุกิจกรรมในการสร้างองค์ความรู้ เพื่อพัฒนา กลุ่ม องค์กรประชาชน ที่จะมาร่วมจัดรายการ ตลอดจนสร้างความเข้าใจ ให้แก่ประชาชน ทีอยู่ในรัศมีการกระจายเสียง ให้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างไร วิธีการใด

(9) วัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือ

- ให้จัดทำบัญชีรายการเครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์ สำหรับการส่งรายการออกทางอากาศ
คูตัวอย่างจากสถานีที่เคยทำไปแล้ว

(10) ระยะเวลาทดลองการกระจายเสียง

- ให้ระบุ วัน เดือน ปี ที่ทำการออกอากาศ ในวันแรก ส่วนวันสิ้นสุดไม่ต้องกำหนด
รอกันกว่าจะมี แนวปฏิบัติหรือ คำสั่ง จาก กสช.

ตารางที่ 2 สถานีวิทยุที่เข้าร่วมโครงการเตรียมความพร้อมวิทยุชุมชนในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดชลบุรี

ลำดับ	เขตอำเภอ เมือง จังหวัด ชลบุรี	ชื่อสถานี/ที่อยู่	ยื่นใบสมัคร	โทรศัพท์
1	106.25	<u>วิทยุชุมชนวัดนอก</u> 767 ถ.โพธิ์ทอง ต.บางปลาสร้อย อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000	27 ธ.ค. 47	038-287493 Fax 038-287493
2	87.75	<u>วิทยุชุมชนบูรพาเพื่อส่งเสริมการ เรียนรู้และการท่องเที่ยว</u> 169 ถ.ลงหาดบางแสน ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000	28 ธ.ค. 47	038-745900 Fax 038-390353
3	ยังไม่มีคลื่น ความถี่	<u>วิทยุชุมชนวิทยาพาณิชยศาสตร์ ม. บูรพา</u> 169 ถ.ลงหาดบางแสน ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000	28 ธ.ค. 47	038-393561 Fax 038-393562
4	104.40	<u>วิทยุชุมชนตำบลนาป่า</u> 9 ม.3 ต.นาป่า อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000	28 ธ.ค. 47	038-759039 081-5240662
5	90.25	<u>วิทยุชุมชนศรีปทุม</u> 79 ถ.บางนา-ตราด ม.1 ต.คลองตำหรุ อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000	30 ธ.ค. 47	038-743690 Fax 038-276590

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ลำดับ	เขตอำเภอ เมือง จังหวัด ชลบุรี	ชื่อสถานี/ที่อยู่	ยื่นใบสมัคร	โทรศัพท์
6	98.75	<u>วิทยุชุมชนห้วยกะปิ</u> 142/23 ต.ห้วยกะปิ อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000	7 ม.ค. 48	038-383903 Fax 038-383903
7	89.25	<u>วิทยุชุมชนเพื่อการศึกษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม</u> 121 ม.1 ต.บ้านสวน อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000	17 ม.ค. 48	038-795221 Fax 038-448438
8	88.75	<u>วิทยุชุมชน ต.บางปลาสร้อย</u> 934 ถ.สุขุมวิท ต.บางปลาสร้อย อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000	19 ม.ค. 48	081-6635788
9	94.25	<u>วิทยุชุมชนโอเซียน เรดิโอ รักรักษ์</u> <u>เยาวชล</u> โอเซียน เซ็นเตอร์ พอยท์ 894 ต.บางปลาสร้อย อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000	11 ก.พ. 48	038-276555 Fax 038-278666
10	97.75	<u>วิทยุชุมชนแสนสุข</u> 39/1 ถ.สุขุมวิท ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000	18 ก.พ. 48	038-765184-6 Fax 038-383579
11	90.75	<u>วิทยุชุมชนบางแสน</u> 39/1 ถ.สุขุมวิท ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000	18 ก.พ. 48	038-765184-6 Fax 038-383579
12	109.75	<u>วิทยุชุมชนเปลือกไม้ทิม</u> 79/67 ม.4 ต.บ้านสวน อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000	25 เม.ย. 48	038-274118 081-37163641

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ลำดับ	เขตอำเภอ เมือง จังหวัด ชลบุรี	ชื่อสถานี/ที่อยู่	ยื่นใบสมัคร	โทรศัพท์
13	105.30	<u>วิทยุชุมชน Happy Radio</u> 767 ถ.โพธิ์ทอง ต.บางปลาสร้อย อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000	26 ธ.ค. 47	038-277264 Fax 038-277264
14	100.75	<u>วิทยุชุมชนตำบลหนองไม้แดง</u> 55/2 ม.7 ต.หนองไม้แดง อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000	17 พ.ค. 48	038-213629
15	92.75	<u>วิทยุชุมชนค่ายนวมินทรราชินี</u> 301 ม.9 ต.บ้านสวน อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000	31 พ.ค. 48	038-279007 038-748513
16	106.65	<u>วิทยุชุมชนเมืองบ้านสวน</u> 130/5 ม.5 ต.บ้านสวน อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000	2 มิ.ย. 48	038-799889 081-8634316
17	100.25	<u>วิทยุชุมชนเครือข่ายชุมชนบ้านสวน</u> 9/9 ม.3 ต.บ้านสวน อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000	13 มิ.ย. 48	038-286121 081-3775274
18	107.45	<u>วิทยุชุมชนท่าเรือพลี-ศรีนิคม</u> 494/18-19 ถ.ท่าเรือพลี ต.บางปลาสร้อย อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000	22 มิ.ย. 48	081-8654321
19	93.40	<u>วิทยุชุมชนพัยค์ม่น้อย</u> 303 ม.9 ถ.สุขุมวิท ต.บ้านสวน อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000	24 มิ.ย. 48	089-7470569

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ลำดับ	เขตอำเภอ เมือง จังหวัด ชลบุรี	ชื่อสถานี/ที่อยู่	ยื่นใบสมัคร	โทรศัพท์
20	90.0	<u>วิทยุชุมชนอนุบาลชลบุรี</u> ถ.วชิรปราการ ต.บางปลาสร้อย อ. เมือง จ.ชลบุรี 20000	8 ก.ค. 48	038-282554
21	89.80	<u>วิทยุชุมชนเมืองชลบุรี</u> 246 ม.5 ถ.เศรษฐกิจ ต.บ้านสวน อ. เมือง จ.ชลบุรี 20000	19 ก.ค. 48	

11. การโฆษณา

เมื่อการกระจายเสียงเกิดขึ้นใหม่ๆ ในยุคแรก นอกจากอเมริกาแล้ว มีเพียงไม่กี่ประเทศในโลกที่กล่าวประกาศอย่างเปิดเผยว่า ระบบกระจายเสียงในประเทศมีรายได้ที่ขึ้นต่อโฆษณา แรงดันการโฆษณาทางสื่อกระจายเสียงค่อนข้างรุนแรงในยุคแรก ในความรู้สึกของประชาชนมันอาจมีความหมายว่าคุณค่าของการกระจายเสียงถูกทำให้แปดเปื้อน ระบบกระจายเสียงส่วนใหญ่ถ้าไม่รับเงินอุดหนุนจากรัฐบาลจึงมักเลือกวิธีเก็บค่าธรรมเนียมเครื่องรับตามแบบอังกฤษมากกว่า

11.1 การในระบบสังคมนิยม

ประเทศคอมมิวนิสต์คัดค้านการใช้สื่อโฆษณาสินค้ากระตุ้นการแข่งขัน เพราะวิธีการเช่นนี้เป็นคุณลักษณะอันชั่วร้ายของเศรษฐกิจทุนนิยม แต่ทั้งนี้มิได้หมายความว่าวิทยุและโทรทัศน์ในประเทศสังคมนิยมจะไม่มีโฆษณาสินค้าเสียเลย เพียงแต่ว่ารูปแบบการโฆษณาไม่ใช่เทคนิคตลกขำเพื่อการจูงใจหรือชวนเชื่อ ต้องการเพียงเพื่อบอกกล่าวให้ประชาชนมีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าในตลาดมากกว่า เพราะในประเทศสังคมนิยม รัฐเป็นผู้วางแผนการผลิตสินค้าทุกอย่างให้เพียงพอต่อการบริโภคของประชาชน ไม่มีการแข่งขันทางธุรกิจ โฆษณาตามนัยของโลกทุนนิยมจึงไม่มีความจำเป็น

11.2 การโฆษณาในประเทศโลกที่สาม

ปัญหาของประเทศโลกที่สามส่วนใหญ่เป็นเรื่องของความยากจนเช่นกัน กำลังซื้อของประชาชนไม่สูง หากต้องการให้โฆษณาเป็นรายได้หลักยังหวังไม่ได้ ยิ่งกว่านั้น รัฐบาลในประเทศโลกที่สามส่วนใหญ่ยังต้องการใช้สื่อกระจายเสียงเป็นสื่อเพื่อการพัฒนา ซึ่งเป็นจุดยืนที่ขัดแย้งกับการบริหารสื่อในเชิงธุรกิจ ปี ค.ศ.1981 รัฐบาลอินโดนีเซียเคยสั่งห้ามการโฆษณาทั้งหมดเพื่อป้องกันไม่ให้ผู้ยากจนในชนบทต้องตกอยู่ใต้อิทธิพลชั่วร้ายของนายทุนเจ้าของสินค้า

ปัจจุบันกำลังทางเศรษฐกิจพอสู้กับการคุกคามของบริษัทสื่อยักษ์ใหญ่จากภายนอกได้ แต่ทั้งนี้โดยแลกกับเสียงวิพากษ์วิจารณ์ว่า ได้ละทิ้งอุดมการณ์ของผู้ก่อตั้งไปเกือบสิ้นเชิง รายการต่างๆ ผลิตโดยมีเป้าหมายเพื่อแย่งผู้ชมและเอาใจผู้โฆษณาเป็นหลัก ส่วนอันแน่วแน่จะเป็นสื่อที่ดีเพื่อการพัฒนา แต่ต้องถูกผลักดันให้ละทิ้งแนวทางเดิมหันไปหาความอยู่รอดด้วยการเป็นสื่อธุรกิจขายโฆษณาจนเกินความพอดี

11.3 การโฆษณาในยุโรป

คงได้กล่าวแล้วว่า ปัญหาทางเศรษฐกิจเป็นแรงกดดันให้ระบบกระจายเสียงสาธารณะในยุโรปต้องหารายได้จากโฆษณามาจุนเจือค่าธรรมเนียมเครื่องรับที่เก็บจากประชาชน กลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย (ฟินแลนด์ นอร์เวย์ สวีเดน) ซึ่งปกครองด้วยระบบรัฐสวัสดิการเป็นกลุ่มสุดท้ายในยุโรปที่ยอมหันเข้าหาโฆษณา โทรทัศน์ในฟินแลนด์ทั้งสองช่องตกลงขายเวลาประมาณ 20 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ให้กับบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง คือ เอ็มทีวี (MTV) เมื่อปี ค.ศ.1974 มีผู้ถือหุ้นใน เอ็มทีวี เกือบสามร้อยบริษัท รวมทั้งรัฐบาลฟินแลนด์ด้วย เอ็มทีวี ทำหน้าที่เป็นนายหน้าขายเวลาต่อให้กับบริษัทอื่น และเป็นผู้ผลิตรายการด้วยที่สุดเมื่อกฎหมายของฟินแลนด์ผ่อนคลายการควบคุมสื่อลงไปอีกตามกระแส เอ็มทีวีได้เข้าไปเป็นผู้ประกอบการสถานีเสียเองตั้งแต่ปี ค.ศ.1981

เนื่องจากสื่อข้ามโลกทุกประเภทที่กล่าวมาข้างต้นล้วนอยู่ได้ด้วยโฆษณา กลยุทธ์การโฆษณาจึงต้องเปลี่ยนไปจากเดิม คือต้องให้ความสำคัญกับรสนิยมและพลังดึงดูดที่แตกต่างกันของลูกค้าแต่ละตลาดเป็นอันดับแรก เอเยนซีโฆษณาข้ามชาติเป็นผู้ที่ตื่นตัวมากที่สุดในเรื่องนี้ เอเยนซียักษ์ใหญ่ต่างค้นพบว่าการสื่อสารกับคนทั้งโลกจะใช้ภาพหรือสปอตโฆษณาที่สร้างขึ้นมาเป็นมาตรฐานอันใดอันหนึ่งเพียงอันเดียวไม่ได้ หรือแม้แต่การปรับแต่งเล็กๆ น้อยๆ ให้เหมาะสมกับบรรยากาศของแต่ละท้องถิ่นก็จะยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ วิธีการที่ดีกว่าคือการสร้างความร่วมมือในระดับองค์กรกับเอเยนซีโฆษณาของท้องถิ่นในรูปแบบการร่วมทุน หรือแตกสาขาของบริษัทออกไปสู่ภูมิภาคต่างๆ ไปทำให้เอเยนซีท้องถิ่นยอมรับและให้การสนับสนุนกลยุทธ์การตลาดของเอเยนซียักษ์ใหญ่นั้น บริษัทโฆษณา เปิดสาขาของบริษัทกระจายไปทุกภูมิภาค

ทั่วโลก และมีรายได้จากการผลิตสเปคโฆโมนาสินค้าที่ใช้ภาษาต่างๆ ให้กับลูกค้าจนมีรายได้เพิ่มขึ้นทุกปี ในประเทศจีนซึ่งการตลาดเป็นเรื่องที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อนจีน คือ ซีซีทีวี (CCTV) ยังร่วมทุนกับเอเยนซีของฝรั่งเศสแห่งหนึ่ง ตั้งศูนย์ให้คำปรึกษาและวิจัยตลาดผู้ชม ขายข้อมูลให้กับบริษัทผู้ผลิตสินค้าระดับโลกมากมายที่ต้องการวัตถุดิบเหล่านี้ไปใช้ในการเจาะตลาดของจีน

สื่อบางชนิดโดยธรรมชาติของมันแล้วมีความเป็นสากลมากกว่า เช่นดนตรีซึ่งไม่ถูกจำกัดด้วยเงื่อนไขทางด้านภาษาเหมือนสื่อชนิดอื่น จึงมีส่วนอย่างสำคัญในการสร้างกลุ่มผู้รับข่าวสารวัยรุ่นและวัฒนธรรมวัยรุ่น จีนทั่วโลก โดยปกติ ดนตรีแนวป๊อปแบบตะวันตกมีความถนัดที่จะใช้การผสมผสานรูปแบบดนตรีและวัฒนธรรมจากหลายๆ แหล่ง มารวมกันอยู่แล้ว ในระยะ 2 ถึง 3 ทศวรรษที่ผ่านมายังสนใจนำรูปแบบดนตรีจากทั่วโลกมาหลอมให้กลายเป็นดนตรีของชาวโลกในเวลาอันรวดเร็ว ทั้งนี้โดยอาศัยเทคโนโลยีการกระจายเสียง ได้แก่ วิทยุเอฟเอ็ม (FM) เทคโนโลยีดาวเทียม เคเบิลทีวี และอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางที่สำคัญ ต่อเมื่อเสียงเพลงเหล่านี้กลายเป็นเสียงเพลงสำหรับชาวโลกไปแล้ว จากนั้นบรรษัทสื่อข้ามชาติก็จะจับบรรจุลงหีบห่อไปจำหน่ายทั่วโลก

12. การวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิราพร ยังสุข ได้ทำการศึกษาถึงอนาคตภาพสถานีวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทยตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารสถานีวิทยุกระจายเสียง นักวิชาการด้านเผยแพร่และวางแผนนโยบายศึกษา และนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน พบว่าสื่อวิทยุกระจายเสียงจะเป็นสื่อเพื่อให้เกิดการศึกษาตลอดชีวิต ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการแห่งชาติเพื่อควบคุมและดูแลงานด้านวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และโทรคมนาคม โดยเฉพาะ การจัดสรรคลื่นความถี่ต้องได้รับการพิจารณาอย่างเป็นธรรม ควรจัดตั้งกองทุนเพื่อสนับสนุนและพัฒนาการผลิตรายการ บุคลากร และจัดหาเทคโนโลยี โดยระดมทุนจากภาครัฐบาล เอกชน และองค์กรประชาชนที่เกี่ยวข้อง จัดทำการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ เพื่อพัฒนาสื่อวิทยุกระจายเสียงและเพิ่มจำนวนผู้ฟัง และควรมีการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินงาน โดยใช้ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากภาคสนามและจากผู้ฟังโดยตรง

ระดับศักดิ์ อุทัยชิต ทำการศึกษาเรื่องบทบาทนักจัดรายการวิทยุกระจายเสียงกับการให้การศึกษาเอกลักษณ์ไทย : กรณีศึกษานักจัดรายการวิทยุกระจายเสียงในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่านักจัดรายการวิทยุกระจายเสียงได้แสดงบทบาทในการให้การศึกษาเอกลักษณ์ไทยดังต่อไปนี้ ด้าน

การส่งเสริมการค้าอยู่หลายชาติ นักจัดรายการวิทยุได้นำวันสำคัญ ๆ ของชาติมาประกาศทางรายการ เช่น วันรัฐธรรมนูญ และได้เชิญชวนให้นิยมใช้สินค้าไทย ด้านศาสนา นักจัดรายการวิทยุกระจายเสียงได้ให้ความรู้เกี่ยวกับวันเข้าพรรษา วันวิสาขบูชา และวันอาสาฬหบูชา ตามลำดับ ด้านสถาบันพระมหากษัตริย์ นักจัดรายการวิทยุกระจายเสียงนำเกร็ดความรู้ วันเฉลิมพระชนพรรษา วันปิยะมหาราช และพระราชกรณียกิจต่างๆ มาประกาศทางรายการด้านแบบอย่างวัฒนธรรม นักจัดรายการวิทยุกระจายเสียงใช้ภาษาไทยอย่างถูกต้อง นอกจากนี้ยังได้นำความรู้เกี่ยวกับประเพณี สงกรานต์ ลอยกระทง แห่เทียนพรรษา ประกาศทางรายการวิทยุด้วย เกี่ยวกับลักษณะนิสัยประจำชาติ นักจัดรายการวิทยุกระจายเสียง เริ่มรายการโดยการทักทายกับผู้ฟังแบบไทยๆ และนำเรื่องกรเลาของผู้อาวุโสประกาศผ่านทางรายการด้วย

สมควร กวียะได้ทำการศึกษาพฤติกรรมมารับข่าวสารของประชาชนในชนบทไทยโดยเลือกหมู่บ้านละภาคหนึ่งหมู่บ้านยกเว้นภาคใต้ 2 หมู่บ้าน รวม 520 ครั้วเรือน จากศึกษาพบว่า สื่อประเภทวิทยุกระจายเสียง ชาวชนบทส่วนใหญ่มีลักษณะนิสัยในการรับฟังรายการต่างๆ จากสื่อประเภทวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำทุกวัน ระดับการศึกษา อาชีพ ไม่ได้เป็นอุปสรรคต่อนิสัยการฟังวิทยุกระจายเสียงของชาวชนบท อายุมีอิทธิพลต่อการชอบไม่ชอบรายการวิทยุกระจายเสียง-สื่อประเภทหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ชาวชนบทไม่ว่าเพศใด วัยใด อาชีพใด ไม่ค่อยมีโอกาสที่ได้อ่านหนังสือพิมพ์และนิตยสาร อาชีพเป็นอุปสรรคของการอ่านหนังสือพิมพ์และนิตยสาร

- สื่อประเภทวิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อที่ไม่แพร่หลายในหมู่บ้านชนบทชาวชนบททุกวัน และทุกระดับการศึกษาและทุกอาชีพนานๆ จึงจะได้ดูวิทยุโทรทัศน์

- สื่อประเภทภาพยนตร์ ส่วนใหญ่ชาวชนบททุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา ทุกอาชีพ และทุกระดับรายได้ มีความถี่ในการดูภาพยนตร์ไม่ต่างกัน คือ นานๆ จะได้ดูภาพยนตร์