



องค์กรกำกับดูแลสื่อวิทยุและโทรทัศน์

■ นิรมล ประสารสุข

ในต่างประเทศ



ในขณะที่ประเทศไทยยังไม่มีหน่วยงานหรือองค์กรที่กำกับดูแล และจัดสรรคลื่นความถี่และพ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม ซึ่งที่ประชุมสภาผู้แทนราษฎร ชุดที่ 23 ปีที่ 2 ครั้งที่ 16 (สมัยสามัญทั่วไป) วันพุธที่ 4 มีนาคม 2552 ได้พิจารณาและลงมติรับหลักการ และได้แต่งตั้งคณะกรรมการวิสามัญเพื่อพิจารณา กฎหมายฉบับดังกล่าว ซึ่งคาดว่าจะสามารถ ประกาศบังคับใช้ประมาณกลางปี 2553 ในขณะที่ประเทศไทย อยู่ระหว่างการรอและติดตาม ความเคลื่อนไหวของกฎหมายฉบับนี้ แต่การพัฒนาการในการสื่อสารทั้งวิทยุ โทรทัศน์ และ นิวมีเดีย ในประเทศไทยและประเทศอื่นในโลกใบนี้ไม่ได้หยุดชะงักตามไปด้วย...หลายฝ่าย หลายคนจึงตั้งข้อสงสัยว่าประเทศอื่นมีการกำกับดูแลจัดสรรคลื่นความถี่กันอย่างไรบ้าง? เพื่อเป็นการตอบใจความสงสัยบางประเด็นเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว...

หวังว่าบทความและรายงานชิ้นนี้พอจะคลี่คลายได้บ้าง กับรูปแบบและวิธีการจัดการในการควบคุมดูแลและส่งเสริมการสื่อสารและสื่อในรูปแบบต่าง จากหลายประเทศที่ได้มีการจัดตั้งองค์กรหรือหน่วยงานที่กำกับดูแลสื่อโดยภาครัฐ องค์กรอิสระ หรือ ภาคเอกชน มานานหลายปี

องค์กรที่กำกับดูแลสื่อโดยภาครัฐที่มีชื่อเสียงในประเทศต่างๆ ได้แก่ **ประเทศสหราชอาณาจักร (UK)** คือ OFCOM, **ประเทศสหรัฐอเมริกา (USA)** คือ Federal Communications Commission, **ประเทศแคนาดา (Canada)** คือ Canadian Telecommunications and Radio Commission, **ประเทศออสเตรีย (Austria)** คือ Austrian Regulatory Authority for Broadcasting and Communications, **ประเทศออสเตรเลีย (Australia)** คือ Australia Communications and Media Authority, **ประเทศญี่ปุ่น (Japan)** คือ The National Association of Commercial Broadcasters in Japan (NAB), **ประเทศมาเลเซีย (Malaysia)** คือ The Malaysian Communications and Multimedia Commission (SKMM), **ประเทศสิงคโปร์ (Singapore)** คือ The Media Development Authority (MDA), **ประเทศอิรัก (Iraq)** คือ Communications and Media Commission, **ประเทศแอฟริกาใต้** คือ ICASA เป็นต้น

ประเทศอังกฤษ

กฎหมาย ทุกระเบียบ และจรรยาบรรณ

กำกับดูแลสื่อโดยหน่วยงานชื่อ OFCO หน้าที่โดยทั่วไปของ OFCOM พอสรุได้ดังนี้ คือทำให้การสื่อสารสัมพันธ์กับความสนใจของสาธารณชน ทำให้การตลาดสัมพันธ์กับความสนใจของผู้บริโภค

หน้าที่ที่พึงปฏิบัติ OFCOM คือ ทำให้การให้การสื่อสารไร้สายเกิดประโยชน์สูงสุดให้บริการกระจายเสียงอิเล็กทรอนิกส์แพร่หลายในสหราชอาณาจักรและทำให้การให้บริการวิทยุและโทรทัศน์ที่มีคุณภาพสูงและมีรสนิยมแพร่หลายในสหราชอาณาจักรรักษาการให้บริการวิทยุโทรทัศน์ที่หลากหลาย และเพียงพอกับความต้องการปกป้องสาธารณชนจากสื่อกระจายเสียงที่ไม่เหมาะสมและเป็นภัยปกป้องสาธารณชนและคนกลุ่มต่างๆ จากบริการสื่อกระจายเสียงที่มีรายการที่ไม่เป็นธรรมและมีการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

ในการปฏิบัติตามหน้าที่ OFCOM ต้องคำนึงถึงหลักการที่การกำกับดูแลนั้นความโปร่งใส เชื่อถือได้ เหมาะสม คงที่และมุ่งไปยังกรณีที่สำคัญเท่านั้น หลักการอื่นที่จะทำให้ OFCOM กำกับดูแลได้อย่างดีที่สุด

ประเทศเยอรมัน

กฎหมาย ทุกระเบียบ และจรรยาบรรณ

มีการกำกับดูแลเนื้อหาและการกระจายเสียงโดยรัฐบาลควบคุมเนื้อหาสื่ออิเล็กทรอนิกส์และการกระจายเสียงมีหน่วยงานสำคัญถึง 15 หน่วยงานที่กำกับดูแลสื่ออิเล็กทรอนิกส์ทั่วประเทศเรียกว่า The State Media Authorities (DLM) มีผู้อำนวยการฝ่ายต่างๆ เป็นผู้ดำเนินงานเกี่ยวกับประเด็นที่เกี่ยวข้องและมีผลกระทบกับประเทศ

ในการคุ้มครองสิทธิมนุษยชน และคนกลุ่มน้อยมีคณะกรรมการเรียกว่า the Commission for the Protection of Minors (KJM) ซึ่งแยกออกมาจาก DLM โดยมีสมาชิก 12 คน ในจำนวนนั้นสมาชิก 6 คนมาจากผู้อำนวยการของ DLM นอกจากนี้ในประเทศเยอรมันยังมีการกำกับดูแลตนเอง (self-regulation) ซึ่งเริ่มขึ้นในเดือนเมษายน ค.ศ.2003 เป็นการกำกับดูแลตนเองโดยบริษัทต่างๆ และถือเป็นการร่วมกันกำกับดูแล (co-regulation) ระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนการร่วมกันกำกับดูแลครอบคลุมในประเด็นดังต่อไปนี้คือ

1. การให้บริการรายการโทรทัศน์เพื่อการค้า
2. การบริการโทรทัศน์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสาธารณชน

การร่วมกันกำกับดูแลใช้กับการสื่อสารผ่านเครือข่ายและการบริการทางอินเทอร์เน็ตต่างๆ การร่วมกันกำกับดูแลนี้ช่วยป้องกันเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมทางสื่อกระจายเสียง โดยบริษัท

ผู้ผลิตร่วมกันตรวจสอบก่อนออกอากาศทั้งหมดนี้อยู่ภายใต้การดูแลของ KJM โดยมีกฎหมาย จรรยาบรรณและแนวทางในการดำเนินงานของ KJM ที่ชัดเจน KJM จะเข้ามาแทรกแซงในกรณีที่มีการฝ่าฝืนที่ผิดกฎระเบียบอย่างมากเท่านั้น

KJM ได้ออกใบอนุญาตให้มีหน่วยงานกำกับดูแลตนเอง 2 หน่วยงานหลักคือ

1. Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (Voluntary Self-Regulation for Television) หรือ FSF ผู้ดำเนินการสื่อกระจายเสียงเพื่อการค้า ของเยอรมันเกือบทั้งหมดเป็นสมาชิก
2. Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia (Voluntary Self-Regulation Multi-Media) หรือ FSM กำกับดูแลสื่อมัลติมีเดียและอินเทอร์เน็ต ปัญหาหลักคือผู้ให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตส่วนมากเต็มใจเข้าร่วมเป็นสมาชิกและสมาชิกมักไม่ค่อยให้ตรวจสอบเนื้อหาอินเทอร์เน็ตทั้งหมด ดังนั้น KJM จึงยังดำเนินการเป็นหลักอยู่

ประเทศสเปน

กฎหมาย ทุกระเบียบ และจรรยาบรรณ

RUTVE Corporation คือ องค์กรที่ทำหน้าที่กำกับดูแลด้านการกระจายเสียงวิทยุและโทรทัศน์สาธารณะซึ่งอยู่ภายใต้ผู้บริหารรัฐสภาที่ได้มาจากการแต่งตั้ง

ประเทศออสเตรเลีย

กฎหมาย ทุกระเบียบ และจรรยาบรรณ

ประเทศออสเตรเลีย ให้ความสำคัญกับการคุ้มครองผู้บริโภคทั้งในด้านสื่อกระจายเสียง และสื่อโทรคมนาคมสื่อกระจายเสียงเน้นที่การปกป้องผู้บริโภคจากเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมและด้านโทรคมนาคมเน้นที่การเข้าถึงบริการต่างๆ และการกำหนดราคาค่าบริการในปี ค.ศ.1992 รัฐบาลออสเตรเลียได้ปรับปรุง Australian Broadcasting Tribunal และ Broadcasting Act 1942 ซึ่งใช้มากกว่า 50 ปี โดยเปลี่ยนเป็น Broadcasting Services Act 1992 พร้อมทั้งมีองค์กรกำกับดูแล ที่มีชื่อว่า Australian Broadcasting Authority (ABA) ABA ได้เริ่มดำเนินการตั้งแต่วันที่ 5 ตุลาคม ค.ศ.1992 และมี Australia Communications and Media Authority (ACMA) เข้ามาดำเนินการแทนในวันที่ 1 กรกฎาคม ค.ศ. 2005

การกำกับดูแลสื่อมีการจัดตั้งองค์กรอิสระ คือ Australian Communications and Media Authority (ACMA) ตามพระราชบัญญัติได้กำหนดบทบาทเกี่ยวกับการกำกับดูแลสื่อกระจายเสียงพระราชบัญญัตินี้ได้วางกรอบสำหรับความร่วมมือ

และประสานความร่วมมือกับชุมชน พระราชบัญญัตินี้เปิดโอกาสให้มีการแข่งขันกันอย่างกว้างขวางวงการบริการรูปแบบใหม่และเทคโนโลยีสมัยใหม่ รวมทั้งตั้งระบบการควบคุมกำกับดูแลที่ได้มาตรฐานของ ACMA โดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ ความต้องการเกี่ยวกับรายการที่หลากหลายข้อจำกัดเกี่ยวกับการเป็นเจ้าของสื่อข้อจำกัดเกี่ยวกับการควบคุมสื่อมวลชนต่างประเทศความต้องการเกี่ยวกับสื่อที่ช่วยในการส่งเสริมอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของออสเตรเลีย การรายงานข่าวที่เที่ยงตรงการเคารพมาตรฐานของชุมชน

ACMA มีหน้าที่รับผิดชอบ ดังนี้

-ส่งเสริมการกำกับดูแลตนเอง และการแข่งขันในอุตสาหกรรมสื่อสาธารณะที่ทำหน้าที่ปกป้องผู้บริโภคและผู้ใช้อื่นๆ สนับสนุนสิ่งแวดล้อมที่ทำให้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้ความสำคัญกับมาตรฐานของชุมชนและตอบรับกับความต้องการของผู้รับสาร และผู้ใช้บริหารจัดการการเข้าถึงคลื่นกระจายเสียงนำเสนอการสื่อสารของออสเตรเลียในระดับนานาชาติ

ด้านการเป็นเจ้าของและการควบคุมสื่อมี Broadcasting Services Amendment (Media Ownership) Act 2006 ใน Schedule 2 ซึ่งเริ่มบังคับใช้ในวันที่ 4 เมษายน ค.ศ.2007 คอยควบคุมดูแลการเป็นเจ้าของข้ามสื่อ และการเป็นเจ้าของสื่อของต่างชาตินอกจากนี้ยังมี Telecommunications Act ควบคุมสื่อโทรคมนาคม และ Radio Communications Act ทำหน้าที่ควบคุมคลื่นวิทยุ กำกับดูแลสื่อกระจายเสียงวางแผนให้ช่องต่างๆ ให้โทรทัศน์และวิทยุได้ใช้ออกอากาศกำหนดและต่อใบอนุญาต กำกับดูแลเนื้อหาของบริการวิทยุและโทรทัศน์และบริหารจัดการเกี่ยวกับความเป็นเจ้าของและกฎการควบคุมสำหรับบริการสื่อกระจายเสียง

-การกำกับดูแลเนื้อหาออนไลน์ รับผิดชอบเกี่ยวกับการกำกับดูแลเนื้อหาออนไลน์(รวมทั้งอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือ) รวมทั้งบังคับใช้กฎหมาย anti-spam ของออสเตรเลีย

-การกำกับดูแลสื่อโทรคมนาคมออกใบอนุญาตให้ผู้ให้บริการโทรคมนาคมของออสเตรเลีย และกำกับดูแลโทรศัพท์บ้าน และโทรศัพท์มือถือ

-การกำกับดูแลการจัดการคลื่นความถี่วิทยุ ACMA วางแผนในการบริหารจัดการคลื่นความถี่ในประเทศออสเตรเลีย และรับผิดชอบในการออกใบอนุญาตพร้อมทั้งตรวจสอบข้อร้องเรียนเกี่ยวกับบริการต่างๆ

ACMA มีบทบาทหน้าที่หลักดังนี้ คือ

1. จัดการและวางแผนเกี่ยวกับคลื่นความถี่
2. วางมาตรฐานทางเทคนิค

3. การให้ใบอนุญาตและต่อใบอนุญาต
4. การกำกับดูแลสื่อ (ไม่รวมสื่อสิ่งพิมพ์)
5. การตรวจสอบ ข้อร้องเรียนและบังคับใช้กฎหมาย
6. การคุ้มครองผู้บริโภคและให้การศึกษา
7. การทำวิจัยและวิเคราะห์เกี่ยวกับกระทรวงและรัฐบาล

โครงสร้างองค์กร Australian Communications and Media Authority (ACMA) ซึ่งมีบทบาทสำคัญมากในการกำกับดูแลสื่อในประเทศออสเตรเลีย ACMA มีสำนักงานอยู่ที่แคนเบอร์รา เมลเบิร์น และซิดนีย์มีพนักงาน 500 คน การบริหารจัดการมีทีมบริหารซึ่งประกอบด้วยประธาน รองประธาน สมาชิกที่ทำงานเต็มเวลา

ประเทศแคนาดา

กฎหมาย กฎระเบียบ และจรรยาบรรณ

ประกอบด้วยสถานีวิทยุ AM และ FM มากกว่า 1000 สถานี และสถานีโทรทัศน์ 719 สถานีที่พร้อมให้บริการมอบความบันเทิงและให้สาระแก่ผู้ชมและผู้ฟัง

CRTC (The Canadian Radio - television and Telecommunications Commission) จัดตั้งขึ้นโดยรัฐสภาเมื่อ ค.ศ. 1968 (พ.ศ. 2511) เป็นองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระ ภายใต้กฎหมายว่าด้วยคณะกรรมการวิทยุ-โทรทัศน์ และโทรคมนาคม แห่งแคนาดาและกำหนดให้รายงานผลการปฏิบัติงานต่อรัฐสภาโดยผ่านทางกระทรวงที่สังกัด

CRTC มีหน้าที่กำกับดูแลและบริหารจัดการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับระบบวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ รวมทั้งการกำกับดูแลบรรดาผู้ให้บริการโทรคมนาคมของประเทศโดยใช้อำนาจที่ได้รับมาจากกฎหมายว่าด้วยกิจการวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ (Broadcasting Act) และกฎหมายว่าด้วยกิจการโทรคมนาคม ร่วมกับกฎหมายบริษัทเบลล์แคนาดา ข้อมูล ณ วันที่ 24 เม.ย. 2550

สหรัฐอเมริกา

กฎหมาย กฎระเบียบ และจรรยาบรรณ

FCC (The Federal Communications Commission) หรือคณะกรรมการกลางกำกับดูแลกิจการสื่อสารเป็นหน่วยงานของรัฐบาลสหรัฐอเมริกาที่เป็นอิสระรายงานตรงต่อสภาสูง หรือคองเกรส จัดตั้งขึ้นโดย "กฎหมายว่าด้วยการสื่อสาร ค.ศ.1934" (Communications Act) ทำหน้าที่กำกับดูแลการสื่อสารระหว่างรัฐ (interstate) ของสหรัฐอเมริกา และระหว่างประเทศ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกิจการวิทยุ โทรทัศน์ การสื่อสารทางสาย ดาวเทียม และ

ประเทศสิงคโปร์

กฎหมาย ทุกระเบียบ และจรรยาบรรณ

การกำกับดูแลสื่อของประเทศสิงคโปร์จะให้สื่อเซ็นเซอร์กันเอง (self-censorship) โดยกระทรวงข่าวสารการสื่อสารและศิลปะ (Ministry of Information, Communications and the Arts (MICA) รับผิดชอบในการวางนโยบายกำกับดูแลเนื้อหาสื่อผ่านองค์กร Media Development Authority (MDA) ซึ่งออกกฎหมายเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ 2 ฉบับคือ Newspaper and Printing Presses Act (1974, 2003) และ the Publications Act (1967,2003)

สื่อกระจายเสียงของสิงคโปร์อยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐบาลอย่างชัดเจนด้านกฎหมายเกี่ยวกับสื่อกระจายเสียง และอินเทอร์เน็ต ได้แก่ The Broadcasting Act (1994, 2003) และ The Media Development Authority of Singapore Act (2002,2003) นอกจากนี้กระทรวงนี้ยังกำกับดูแลสื่ออื่นๆ ได้แก่ ภาพยนตร์ วิทยุทัศน์ เกมคอมพิวเตอร์ และดนตรี ที่มีการพัฒนามาตรฐานในการเซ็นเซอร์โดยมีคณะที่ปรึกษาพลเมือง (acitizen advisorypanel) ที่เรียกว่า TheCensorship Review Committee ประกอบด้วยสมาชิกที่ได้รับการแต่งตั้งทั้งหมด 22 คน โดยกระทรวงข่าวสารการสื่อสารและศิลปะ

ในการกำกับดูแลสื่อใหม่มี Singapore Broadcasting Authority (SBA) สามารถสั่งให้ผู้ให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบล็อกการเข้าใช้เว็บเพจได้ ถ้าเห็นว่าเนื้อหาไม่สอดคล้องกับวัฒนธรรม ค่านิยมและศีลธรรมของประชาชน อีกทั้งมีกฎหมายสำคัญที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ต ได้แก่ The Computer Misuse Act (1993,2003) และ The Electronic Transactions Act (1998,2004)

The Media Development Authority (MDA) จัดตั้งขึ้นในปีค.ศ.2003 เพื่อเปลี่ยนสิงคโปร์ให้เป็นเมืองสื่อของโลกโดยองค์กรนี้มีหน้าที่หลักอยู่ 2 ประการคือ ช่วยส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจสื่อและจัดการเนื้อหาสื่อเพื่อส่งเสริมคุณค่าของสังคมและคุ้มครองผู้บริโภคการจัดตั้ง MDA เป็นการรวมตัวของ 3 หน่วยงานคือ Singapore Broadcasting Authority, the Films and Publications Department และ the Singapore Film Commission (SFC) ในวันที่ 1 มกราคม ค.ศ.2003 MDA ทำหน้าที่กำกับดูแลทั้งโทรทัศน์ ภาพยนตร์ วิทยุทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อใหม่

บทบาทหน้าที่

การพัฒนาสิงคโปร์ให้กลายเป็น เมืองสื่อของโลก (Global Media City) MDA จึงมีบทบาทหน้าที่หลัก ดังนี้

1. พัฒนาเมืองให้เป็นรัฐแห่งศิลปะสื่อ
2. ทำให้สิงคโปร์กลายเป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนสื่อ
3. ส่งออกเนื้อหาสื่อของสิงคโปร์
4. เชื่อมโยงศักยภาพสื่อในด้านต่างๆ
5. ส่งเสริมให้เกิดการกำกับดูแลสื่อและจรรยาบรรณ

นอกจากนี้ประเทศสิงคโปร์ยังมี IDA (Infocomm Development Authority) เป็นหน่วยงานกำกับดูแลและพัฒนากิจการที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information) และการสื่อสาร (Communications) ของประเทศ IDA มีบทบาทเป็น Infocomm Industry champion และ CIO ของรัฐบาลสิงคโปร์ รวมทั้งเป็นผู้จัดทำและพัฒนาแผนแม่บทสารสนเทศและการสื่อสาร (Infocomm) แห่งชาติอีกด้วย

ประเทศมาเลเซีย

กฎหมาย ทุกระเบียบ และจรรยาบรรณ

การกำกับดูแลสื่อของประเทศมาเลเซีย เป็นการกำกับดูแลธุรกิจมัลติมีเดียและการสื่อสารตามพระราชบัญญัติมัลติมีเดียและการสื่อสาร 1998 (The Communications and Multimedia Act 1998 (the CMA) CMA ได้กำหนดโครงสร้างการกำกับดูแลแบบใหม่ที่ครอบคลุมการควบคุมเทคโนโลยีของธุรกิจมัลติมีเดียและการสื่อสารองค์กรที่กำกับดูแลนี้รู้จักกันในชื่อว่า Malaysian Communications and Multimedia Commission (the MCMC) ตามพระราชบัญญัติเน้นให้ธุรกิจสื่อกำกับดูแลกันเองโดยการมีฟอรัมของธุรกิจสื่อและมีข้อกำหนดต่างๆ ขึ้น นอกจากนี้ CMA ยังกำกับดูแลเกี่ยวกับการแข่งขันด้านธุรกิจและส่งเสริมการเจรจาต่อรองระหว่างรัฐบาลและผู้ถือหุ้นในธุรกิจสื่อ

นอกจาก CMA ยังมีข้อกำหนดสำหรับสื่อโฆษณาตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection Laws) ในประเทศมาเลเซียที่สำคัญคือ The Consumer Protection Act 1999 (the CPA) และ The Trade Descriptions Act 1972 (the TDA) สามารถบังคับใช้กับการโฆษณาทุกรูปแบบ สำหรับธุรกิจโฆษณามีการควบคุมกันเองโดยข้อกำหนดทางวิชาชีพ ได้แก่ The Malaysian Code of Advertising Practice ข้อกำหนดนี้ร่างขึ้นโดยองค์กรที่เป็นตัวแทนของนักโฆษณา เอเจนซีโฆษณา และสื่อบริหารองค์กรโดย The Malaysian Advertising Standards Authority ซึ่งมีสมาชิกประกอบไปด้วยสมาชิกจากสมาคม และ

องค์กรต่างๆ ได้แก่ The Malaysian Newspapers' Publishers Association, The Association of Accredited Advertising Agents of Malaysia และ The Malaysia Advertisers Association ข้อกำหนดนี้ใช้ได้กับการโฆษณาทุกรูปแบบ ส่วนการกำกับดูแลตนเอง (self-regulation) ในด้านเนื้อหาสื่อและสื่อมัลติมีเดียมีการจัดตั้ง The Communications and Multimedia Content Forum of Malaysia และมีข้อกำหนดคือ The Content Code Malaysian Communications and Multimedia Commission (SKMM)

บทบาทในการส่งเสริมและกำกับดูแลธุรกิจมัลติมีเดียและการสื่อสารและบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับมัลติมีเดียและการสื่อสารในประเทศมาเลเซีย SKMM ตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน ค.ศ. 1998 และดำเนินงานตามพระราชบัญญัติที่ชื่อว่า The Malaysian Communications and Multimedia Commission Act 1998 (MCMC) ตามพระราชบัญญัติที่กำหนดหน้าที่ของคณะกรรมการดังนี้คือ

1. ให้คำแนะนำกับรัฐมนตรี เกี่ยวกับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับนโยบายชาติสำหรับกิจกรรมการสื่อสารและมัลติมีเดีย
2. ดำเนินการและบังคับใช้กฎหมายการสื่อสารและมัลติมีเดีย
3. กำกับดูแลประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการสื่อสารและมัลติมีเดียที่นอกเหนือจากที่ระบุไว้ในกฎหมายการสื่อสารและมัลติมีเดีย
4. พิจารณาและให้คำแนะนำในการปฏิรูปกฎหมายการสื่อสารและมัลติมีเดีย
5. ตรวจสอบกิจกรรมการสื่อสารและมัลติมีเดีย
6. ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจการสื่อสารและมัลติมีเดีย
7. ส่งเสริมและสนับสนุนการกำกับดูแลตนเอง (self-regulation) ในธุรกิจการสื่อสาร และมัลติมีเดีย
8. สนับสนุนบุคคลหรือองค์กรที่ได้รับใบอนุญาตให้ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
9. ให้ความช่วยเหลือในหลากหลายรูปแบบและสนับสนุนความร่วมมือระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการสื่อสารและมัลติมีเดีย
10. ดำเนินการตามหน้าที่ที่ได้รับไว้ในกฎหมายการดำเนินงานและส่งเสริมนโยบายของรัฐบาลมาเลเซียเพื่อพัฒนาธุรกิจมัลติมีเดียและการสื่อสาร SKMM ยังทำหน้าที่ควบคุมโครงสร้างการกำกับดูแลใหม่สำหรับการควบรวมธุรกิจโทรคมนาคมสื่อกระจายเสียงและกิจกรรมออนไลน์ตามนโยบายชาติที่จัดตั้งตาม The Communications and Multimedia Act



1998 (CMA) รวมทั้งการออกใบรับรองสื่อดิจิทัลและบริการไปรษณีย์ตามพระราชบัญญัติ The Digital Signature Act (1997)

บทบาทหน้าที่

SKMM มีขอบเขตการกำกับดูแลใน 4 ด้านคือ

1. การกำกับดูแลในด้านเศรษฐกิจ (Economic regulation) ส่งเสริมให้เกิดการแข่งขัน และห้ามพฤติกรรมที่ขัดขวางการแข่งขันโดยเสรีและมีการบังคับใช้ข้อกำหนดและมาตรฐานรวมทั้งการออกใบอนุญาตการบังคับใช้เงื่อนไขใบอนุญาตสำหรับเครือข่ายและควบคุมคุณภาพของการให้บริการ
2. การกำกับดูแลด้านเทคนิค (Technical regulation) การกระจายคลื่นความถี่อย่างมีประสิทธิภาพการพัฒนาและบังคับใช้ข้อกำหนดและมาตรฐานและการบริหารจัดการจำนวนของการจัดสรรคลื่น
3. การคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer protection) เน้นที่การทำให้ผู้บริโภคได้รับบริการที่ดีมีระบบในการแก้ปัญหากรณีขัดแย้ง
4. การกำกับดูแลด้านสังคม (Social regulation) ทำหน้าที่ในการกำกับดูแลเนื้อหาและการป้องกันเนื้อหาที่เป็นภัยต่อการศึกษาของประชาชน



ประเทศญี่ปุ่น

กฎหมาย กฎระเบียบ และจรรยาบรรณ

ประเทศญี่ปุ่นมีกระทรวงที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลสื่อและการวางนโยบาย 3 กระทรวงได้แก่ กระทรวงศึกษาวัฒนธรรม กีฬา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (The Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology (MEXT) รับผิดชอบในด้านการทำวิจัยพื้นฐานการหาเงินทุนเพื่อการศึกษาการวางนโยบายเกี่ยวกับเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์ รวมทั้งการวิจัยและพัฒนา MEXT นั้นรับผิดชอบโดยตรงเกี่ยวกับกฎหมายลิขสิทธิ์และสนับสนุนการผลิตเนื้อหา นอกจากนี้ยังมีกระทรวงพาณิชย์เศรษฐกิจและอุตสาหกรรม (The Ministry of Trade, Economy and Industry (METI)) รับผิดชอบเกี่ยวกับมาตรฐานทางเทคโนโลยีและพาณิชย์ที่สัมพันธ์กับสื่อ และเทคโนโลยีสื่อ

กระทรวงมหาดไทยและการสื่อสาร (The Ministry of Internal Affairs and Communication (MIC)) ได้ดำเนินการกำกับดูแลเกี่ยวกับคลื่นความถี่วิทยุ การให้ใบอนุญาตสำหรับวิทยุและการกำกับดูแลทั้งสื่อกระจายเสียง และโทรคมนาคมด้านโทรคมนาคมนั้นมี Telecom muncations Business Dispute Settlement Commsslon ทำหน้าที่กำกับดูแลอยู่ภายใต้ MIC

การกำกับดูแลสื่อในประเทศญี่ปุ่นอยู่ภายใต้กฎหมายดังต่อไปนี้คือ

1. Article 21 ของรัฐธรรมนูญที่ให้ปกป้องสิทธิในการพูดและเสรีภาพสื่อ
2. Radlo Act ที่อธิบายถึง ระบบการให้ใบอนุญาต
3. The Broadcasting Act ซึ่งกำกับดูแลเนื้อหาสื่อและโครงสร้างสื่อกระจายเสียง

การกำกับดูแลสื่อโทรคมนาคมมีกระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม (Ministry of Posts and Telecommunications) เกิดขึ้นในทศวรรษที่ 1990 ซึ่งระบุว่าบริการโทรคมนาคมควรตอบสนองประโยชน์ของสาธารณชน

National Association of Commercial Broadcasters (NAB) (Nihon Minkan Hoso Renmei) มีสมาชิกประกอบไปด้วยผู้ดำเนินงานกระจายเสียงเพื่อการค้าของญี่ปุ่นตั้งเป็นองค์กรอาสาสมัครในปี

ค.ศ.1951 โดยมีบริษัทเอกชนด้านผลิตรายการวิทยุเข้าร่วม 16 บริษัทและได้รับใบอนุญาตให้เป็นกลุ่มผู้ดำเนินการสื่อ

กระจายเสียงเอกชนเป็นกลุ่มแรก NAB ถูกจัดว่าเป็นสมาคมหนึ่งในปี ค.ศ.1952 โดยคณะกรรมการกำกับดูแลวิทยุ (Radio Regulatory Commission) ผู้ดำเนินงานสื่อกระจายเสียงทั้งวิทยุและโทรทัศน์เอกชนทั้งหมดเข้าร่วมในสมาคมนี้ รวมทั้งบริษัทที่ดำเนินงานเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านดาวเทียมได้แก่ Broadcasting Satellite (BS) TV, Communication Satellite (CS) TV และ Pulse Code Modulation (PCM) broadcasters ก็เป็นสมาชิกของสมาคมนี้รวม ทั้งสิ้นมีสมาชิกประมาณ 200 คน

NAB มีหน่วยงานในการทำวิจัยซึ่งมีสมาชิก 6 คน ทำวิจัยเกี่ยวกับผู้รับสารแนวของการกระจายเสียงและสื่อในระดับนานาชาติและตลาดสื่อ

บทบาทหน้าที่

1. กำกับดูแลจรรยาบรรณของสื่อกระจายเสียงเอกชน
2. ทำวิจัยและสำรวจประเด็นที่เกี่ยวกับสื่อกระจายเสียงเอกชนมีการตีพิมพ์รายงานการวิจัยและสถิติใน Japan Commercial Broadcasting Year Book บทบาทสำคัญในการกำกับดูแลสื่อและทำวิจัยเกี่ยวกับสื่อกระจายเสียงเอกชน

วัตถุประสงค์ในการดำเนินงานขององค์กร คือ

1. จัดตั้งและเผยแพร่จรรยาบรรณการกระจายเสียง
2. แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับสมาชิก และแก้ปัญหาต่างๆ
3. ทำวิจัยและศึกษารายการโทรทัศน์ เทคโนโลยีและการจัดการ
4. รายงานประเด็นต่างๆที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ รัฐบาลและเอเยนซี
5. จัดการเครือข่ายโทรทัศน์
6. ทำให้ธุรกิจสื่อกระจายเสียงเป็นที่รู้จักต่อสาธารณชน
7. เผยแพร่ข่าวสารทางหนังสือพิมพ์ นิตยสารและสื่ออื่นๆ
8. ให้บริการที่จำเป็นในการส่งเสริมสวัสดิการ มิตรภาพและความสามัคคีในกลุ่มผู้ประกอบการสื่อกระจายเสียง
9. ดำเนินงานโครงการต่างๆตามวัตถุประสงค์ของสมาคม

087

Annual Report 2009
Thaibja

ประเทศฟิลิปปินส์

กฎหมาย กฎระเบียบ และจรรยาบรรณ

ประเทศฟิลิปปินส์เป็นประเทศที่ไม่มีกฎหมายสื่อที่ชัดเจน บางส่วนในกฎหมายบางฉบับที่มีความเกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลสื่อในประเทศฟิลิปปินส์ ได้แก่รัฐธรรมนูญที่ระบุถึงเสรีภาพในการพูดในสื่อสิ่งพิมพ์ (Freedom of Speech and Press) ใน Article III หรือบทบัญญัติเกี่ยวกับเสรีภาพในการแสดงออก (Freedom of Expression) Article IX ของคณะกรรมการการเลือกตั้ง และ Article XVI ที่ห้ามครอบครองสื่อของต่างชาติ นอกจากนี้ยังมี Penal Code ที่กำหนดเกี่ยวกับความมั่นคงของประเทศและการก่อความไม่สงบ บทที่ 2 ของ Civil Code ที่กล่าวถึงสิทธิส่วนบุคคล ในประเทศไม่มีการออกใบอนุญาตการลงทะเบียนหรือเป็นสมาชิกขององค์กรสื่อสำหรับนักวิชาชีพสื่อ สำหรับองค์กรสื่ออำนาจของคณะกรรมการโทรคมนาคม (National Telecommunications Commission หรือ NTC) จะจำกัดอยู่เพียงการจัดสรรคลื่นความถี่ให้กับสถานีวิทยุและโทรทัศน์และไม่ได้ครอบคลุมถึงเนื้อหา การตีพิมพ์สื่อสิ่งพิมพ์แต่ลงทะเบียนเป็นผู้ประกอบกิจการสื่อเท่านั้น

กฎหมายต่างๆ ที่กำกับดูแลสื่อมวลชนในฟิลิปปินส์ แบ่งได้เป็น 3 กลุ่มคือ กฎหมายที่มีผลกระทบต่อสื่อมวลชนทั้งหมด กฎหมายที่มีผลกระทบต่อสื่อสิ่งพิมพ์และกฎหมายที่มีผลกระทบต่อสื่อกระจายเสียงและภาพยนตร์ NTC มีอำนาจในการบริหารและการบังคับใช้กฎหมายกฎระเบียบ และการกำกับดูแลทั้งหมดในด้านการสื่อสาร คณะกรรมการได้รับการแต่งตั้งจากประธานาธิบดีฟิลิปปินส์ ซึ่งทำให้การดำเนินงานของ NTC ถูกแทรกแซงทางการเมือง

โครงสร้างองค์กร

เป็นองค์กรที่กำกับดูแลเอง (self-regulation) ได้แก่ The Kapisanan ng mga Brodkaster ng Pilipinas (KBP) ทำหน้าที่ในการกำกับดูแลสื่อกระจายเสียงเพื่อถ่วงดุลอำนาจระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน KBP ประกอบด้วยตัวแทนธุรกิจสื่อกระจายเสียง ภายหลังรัฐบาลมาร์กอสลงจากตำแหน่ง KBP กลายเป็นองค์กรเพื่อการค้าของสื่อกระจายเสียงที่เทียบเท่ากับองค์กรกำกับดูแลของภาคธุรกิจ

KBP มี Standards Authority ควบคุมมาตรฐานรายการโฆษณาและการค้าตามข้อกำหนดของวิทยุและโทรทัศน์ (Radio and Television Codes) คณะกรรมการ อำนวยการ ของ KBP ประกอบด้วยบุคคลจากธุรกิจกระจายเสียง แต่งตั้งสมาชิกมาจากธุรกิจกระจายเสียง นักวิชาการจากมหาวิทยาลัยแห่งชาติฟิลิปปินส์และธุรกิจโฆษณา

088

Annual Report 2009
Thaibja



อย่างไรก็ตามปัญหาหลักของ KBP คือขาดบุคลากรที่จะดำเนินงานกำกับดูแลสื่อได้อย่างทั่วถึงทั่วประเทศ

ประเทศเกาหลี

กฎหมาย กฎระเบียบ และจรรยาบรรณ

การประกอบกิจการสื่อในประเทศเกาหลีขึ้นอยู่กับกระทรวงข่าวสารและการสื่อสาร โดยมีการแบ่งหน่วยงานกำกับดูแลออกเป็น 2 หน่วยงานตาม

ลักษณะของกิจการหน่วยงานแรกคือ องค์กรกำกับกิจการโทรคมนาคมซึ่งมีหน้าที่กำกับดูแลการประกอบกิจการและออกใบอนุญาตประกอบกิจการด้านโทรคมนาคม

หน่วยงานที่สองคือ องค์กรกำกับกิจการวิทยุโทรทัศน์ซึ่งมีหน้าที่กำกับดูแลการประกอบกิจการ และออกใบอนุญาตการประกอบกิจการด้านวิทยุและโทรทัศน์ อีกทั้งยังมีการตั้งกองทุนสนับสนุนผู้ผลิตในลักษณะเพื่อให้เกิด Public Access นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนผู้ผลิตสื่อโดยตรงอีกแห่งหนึ่งคือ กระทรวงวัฒนธรรม ซึ่งทำหน้าที่กำกับดูแลด้านเนื้อหาโดยรวมและให้งบประมาณอุดหนุนผู้ผลิตสื่อ ตามทิศทางที่กระทรวงวัฒนธรรมกำหนด

ประเทศไต้หวัน

กฎหมาย กฎระเบียบ และจรรยาบรรณ

MOTC (Ministry of Transportation and Communications) เป็นหน่วยงานระดับกระทรวงที่รับผิดชอบทั้งด้านการขนส่งและการสื่อสาร เนื่องจากรัฐบาลให้ความสำคัญว่าโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่ง และการสื่อสารที่แข็งแกร่งจะเป็นรากฐานการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่ยั่งยืน การขนส่งและการสื่อสารที่รวดเร็วและสะดวกสบาย จะทำให้ย่นระยะห่างระหว่างผู้คนที่ต้องปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

ประเทศเวียดนาม

กฎหมาย ฎระเบียบ และจรรยาบรรณ

The Ministry of Posts and Telematics (กระทรวงไปรษณีย์และโทรคมนาคม) เป็นหน่วยงานระดับกระทรวงของประเทศที่รับผิดชอบจัดทำนโยบายและกำกับดูแลกิจการไปรษณีย์โทรคมนาคมเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) อิเล็กทรอนิกส์ อินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีการแพร่และสื่อสัญญาณวิทยุ การบริหารความถี่วิทยุและโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศแห่งชาติ (NII) การบริหารบริการสาธารณะรวมทั้งการควบคุมในนามของรัฐบาลโดยให้กฎหมายและระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในส่วนที่เป็นการลงทุนของรัฐในองค์กรหรือบริษัทที่ให้บริการด้านกิจการไปรษณีย์ โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ

ประเทศนาบีเบีย

กฎหมาย ฎระเบียบ และจรรยาบรรณ

The Ministry of Works, Transport and Communication (กระทรวงแรงงาน ขนส่ง และการสื่อสาร) มีภารกิจจัดให้มีโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่ง และบริการพิเศษอย่างมีคุณภาพและตอบสนองความต้องการของประชาชนและรัฐบาล

ประเทศอาร์เจนตินา

กฎหมาย ฎระเบียบ และจรรยาบรรณ

กิจกรรมการกระจายเสียงและแพร่ภาพวิทยุ และโทรทัศน์ทุกประเภทในประเทศอาร์เจนตินา (เช่น โทรทัศน์ประเภทฟรีทีวี (ผู้ชมไม่ต้องเสียค่าชม) โทรทัศน์ประเภทเสียค่าชมวิทยุและอื่นๆ) กำหนดกฎระเบียบข้อปฏิบัติโดยสหพันธรัฐ (เป็นหน่วยงานราชการของ จังหวัดหรือเทศบาล) กฎระเบียบข้อปฏิบัติสำหรับการกระจายเสียงและแพร่ภาพวิทยุและโทรทัศน์ เป็นไปตามกฎหมายฉบับที่ 22 และ 285 (พระราชบัญญัติการกระจายเสียงและแพร่ภาพวิทยุและโทรทัศน์) พระราชกฤษฎีกาฉบับที่ 286/81 และมติเลขที่ 830/2002 โดยคณะกรรมการการกระจายเสียงและแพร่ภาพวิทยุและโทรทัศน์สหพันธรัฐ (Comite Federal Radiodifusion or COMFER - สภาครอบครัวและเด็กแห่งชาติ) กฎระเบียบข้อปฏิบัติกำหนดตามวัตถุประสงค์และข้อห้ามสำหรับเครือข่ายผู้ผลิตการกระจายเสียงและแพร่ภาพวิทยุและโทรทัศน์ โดยคำนึงถึงเนื้อหาของรายการและขอบเขตของ COMFER ซึ่งมีอำนาจในการใช้ข้อบังคับกฎเกณฑ์ต่อเนื้อหาของรายการโทรทัศน์และวิทยุและประเด็นด้านกฎหมาย

ประเทศแอฟริกาใต้

กฎหมาย ฎระเบียบ และจรรยาบรรณ

องค์กรที่ดูแลสื่อ คือ ICASA ควบคุมกำกับดูแลนโยบายเกี่ยวกับสื่อกระจายเสียงของแอฟริกาใต้ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณชน มีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ

- 1) ส่งเสริมประชาธิปไตย พัฒนาสังคมส่งเสริมความเท่าเทียมกันด้านเพศการสร้างชาติให้การศึกษา และเสริมความเข้มแข็งทางจิตวิญญาณและคุณธรรมของสังคม
- 2) ป้องกันส่งเสริมวัฒนธรรมการเมือง สังคม เศรษฐกิจในแอฟริกาใต้
- 3) ส่งเสริมให้คนที่ด้อยโอกาสได้มีส่วนร่วมในความเป็นเจ้าของและควบคุมสื่อกระจายเสียง
- 4) ทำให้เกิดความหลากหลายด้านข่าว การแสดงความคิดเห็นและข้อมูลข่าวสารและทำให้มีรายการเพื่อการศึกษา และเพื่อความบันเทิงมากขึ้น
- 5) ส่งเสริมให้มีรายการเกี่ยวกับเด็ก ผู้หญิง วัยรุ่น และคนพิการ
- 6) สนับสนุนให้มีการพัฒนาทรัพยากรบุคคลและการฝึกอบรม รวมทั้งการสร้างศักยภาพในหน่วยงานสื่อกระจายเสียง โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ด้อยโอกาส
- 7) ส่งเสริมการลงทุนในด้านสื่อกระจายเสียง
- 8) ทำให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมในสื่อกระจายเสียง
- 9) ทำให้เกิดการใช้คลื่นความถี่อย่างมีประสิทธิภาพ
- 10) จัดสรรบทบาทและมอบหมายภาระหน้าที่ ระหว่างผู้วางนโยบายการกำกับดูแลสื่อและการให้บริการเพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายระยะยาว
- 11) ทำให้เกิดการเชื่อมประสานทั้งสามส่วนได้แก่สาธารณชนเอกชนและบริการกระจายเสียงเพื่อชุมชน
- 12) จัดตั้งบริการสื่อกระจายเสียงสาธารณะที่เข้มแข็งและ ให้บริการตามความจำเป็นของสังคมแอฟริกาใต้
- 13) ดูแลให้การออกใบอนุญาตแก่ชุมชนและธุรกิจดำเนินการโดยกลุ่มที่หลากหลาย
- 14) ทำให้บริการสื่อกระจายเสียงได้รับการควบคุมอย่างมีประสิทธิภาพ
- 15) ประสานระบบการกระจายเสียงหลายช่องทาง

นอกจากองค์กรภาครัฐจะทำหน้าที่กำกับดูแลแล้วในหลายประเทศยังเปิดโอกาสให้สื่อทำการกำกับดูแลตนเอง (Self-regulation) โดยสรุปจะมีหลักการกำกับดูแลกันเองมีหลักสำคัญ 10 ประการคือ

1) **Universality of the Self-Regulatory System** ระบบการควบคุมกันเองควรเป็นสากล เป็นที่ยอมรับของนักวิชาชีพ นักโฆษณา เอเยนซี และสื่อมวลชนโดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐกิจสื่อส่วนใหญ่เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่น

2) **Sustained and Effective Funding** การจัดตั้งกองทุนที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้วยความร่วมมือจากหลากหลายหน่วยงาน

3) **Efficient and Resourced Administration** การบริหารจัดการควรเป็นอิสระจากองค์กรธุรกิจที่ให้อุปกรณ์ เป็น การดำเนินงานต้องมีความน่าเชื่อถือต่อบุคคลภายนอก

4) **Universal and Effective Codes** ควรมีการกำหนดจรรยาบรรณทางวิชาชีพซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

5) **Advice and Information** ควรจัดทำคู่มือ guidance notes ให้กับสมาชิกประกอบการดำเนินงาน

6) **Prompt and Efficient Complaint Handling** การดำเนินงานเกี่ยวกับข้อร้องเรียนต้องเที่ยงตรง ฉับไว และมีประสิทธิภาพ ก็จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กรได้

7) **Independent and Impartial adjudication** คณะกรรมการพิจารณาข้อร้องเรียนควรเป็นกลาง และปลอดจากการแทรกแซงของรัฐและองค์กรอื่น ๆ การทำงานต้องโปร่งใส รวดเร็วและตรวจสอบได้

8) **Effective Sanctions** มีการดำเนินงานกับผู้ฝ่าฝืนอย่างมีประสิทธิภาพและสื่อต่างๆให้ความร่วมมืออย่างดี

9) **Efficient Compliance and Monitoring** ควรมีการตรวจสอบอย่างเป็นระบบ อาจเป็นการตรวจสอบตามประเภทสื่อ หรือตรวจสอบตามประเด็นปัญหา

10) **Effective Industry and Consumer Awareness** ผู้บริโภคควรตระหนักรู้ว่าสามารถส่งข้อร้องเรียนไปยังช่องทางใดในขณะที่เดียวกันธุรกิจ ควรปฏิบัติตามจรรยาบรรณ และขั้นตอนต่างๆ อย่างถูกต้องในขณะที่กำกับดูแลกันเอง

การร่วมกันกำกับดูแล (Co-regulation) โดยมีการพัฒนาจรรยาบรรณวิชาชีพ (Code of practice) สำหรับองค์กรธุรกิจ เพื่อป้องกันการถูกแทรกแซง โดยหน่วยงานกำกับดูแลองค์กรธุรกิจต่างๆ จะรวมตัวกันเป็นสมาคม สมาพันธ์ และองค์กรเพื่อร่วมกันตรวจสอบสื่อ

หรืออีกทางเลือกหนึ่งคือ การกำกับดูแลโดยองค์กรอิสระ (Independent Regulation)

1. **วิธีการแต่งตั้ง (Means of Appointment)** องค์กรกำกับดูแลควรทำหน้าที่อย่างอิสระปราศจากการแทรกแซงหรือแรงกดดันทางการเมืองและทางเศรษฐกิจ ดังนั้นวิธีการแต่งตั้งจึงควรตามกฎหมายและควรทำด้วยความโปร่งใส

2. **ขอบเขตอำนาจหน้าที่ (Remit of regulatory authority)** หน้าที่และความรับผิดชอบขององค์กรนี้ควรเป็นไปตามกฎหมายและการทำงานควรจะน่าเชื่อถือมีวาระของการดำรงตำแหน่งที่ชัดเจน

3. **การหมดวาระ (Terms for Termination of appointment)** กฎหมายควรระบุอย่างชัดเจนเกี่ยวกับการหมดวาระของการดำรงตำแหน่ง

4. **กองทุน (Funding)** ควรมีการระบุไว้ในกฎหมายและควรเป็นกองทุนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเมือง เพื่อป้องกันการถูกแทรกแซง

5. **ผลประโยชน์ทับซ้อน (Conflicts of Interest)** สมาชิกขององค์กรต้องไม่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ทับซ้อน กับหน่วยงานสื่อทั้งสมาชิกองค์กรและญาติพี่น้องห้ามมีความเกี่ยวข้องทางการเงินในบริษัทสื่อ หากฝ่าฝืนสามารถถอดถอนออกจากตำแหน่งได้



การจัดการระบบโทรทัศน์และวิทยุในต่างแดน

วิทยุและโทรทัศน์ประเทศอังกฤษ

แนวคิด

แนวคิดในการดำเนินงานด้านสื่อของอังกฤษแตกต่างจากประเทศไทยอย่างมาก โดยให้สื่อเป็นบริการสาธารณะเพื่อประโยชน์ของประชาชน (Public Services) ไม่ใช่บริการเพื่อแสวงหากำไรและได้วางกลไกการเชื่อมโยงของสถานีต่างๆ ขึ้นภายใต้ Communication Act 2003 โดยมองความเชื่อมโยงและบทบาท ของสถานีต่างๆ อย่างเป็นระบบ(มี 5 สถานีหลัก) โดยกำหนดบทบาทหน้าที่ของแต่ละสถานีให้เหมาะสมกับธรรมชาติขององค์กรแต่ละลักษณะ

ตัวอย่างเช่น บางสถานีเป็นของประชาชนโดยตรง ที่ทำหน้าที่ให้บริการสาธารณะ (BBC) บางสถานีเป็นหน่วยงานเอกชนที่ตั้งโดยรัฐและมีหน้าที่ในการทำงานร่วมกับผู้ผลิตภาคเอกชนรายย่อย (Channel4) และมีสถานีเอกชนที่มีการกำหนดบทบาทในการบริการสาธารณะไว้อย่างชัดเจน สถานีแต่ละสถานีจะมีความรับผิดชอบของสื่อสาธารณะอย่างมาก ก่อนการให้ความบันเทิงมีความเป็นสถาบันสูง ความรับผิดชอบต่อสังคม ขยายไปในหลายด้าน เช่นการทำรายการครอบคลุมทุกอายุทุกสาขาอาชีพและผู้ด้อยโอกาสทำงานไม่ได้ทำเพียงแค่ตอบสนองด้านสื่อเท่านั้น แต่ยังขยายไปถึงการส่งเสริมการพัฒนาทางความคิดกิจกรรม และ สันถนาการ การให้ความรู้และสร้างความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของประชาชนในประเทศรวมทั้งแนวทางในการดำรงชีวิต ที่สอดคล้องกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป

นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

อังกฤษมีกฎหมายหลักเพื่อวางระบบสื่อให้เป็นบริการสาธารณะอย่างแท้จริง โดยได้ออก Communication act 2003 ซึ่งกำหนดบทบาทความสัมพันธ์ของสื่อประเภทต่างๆ และ กำหนดให้ OFCOM เป็นผู้ดูแลภาพรวมยกเว้น BBC

(มี Business charter ที่แยกออกมาต่างหากเนื่องจากเป็นองค์กรที่จัดตั้งมา 60 ปี)

อังกฤษให้ความสำคัญอย่างมากต่อการออกกฎระเบียบในการทำงานด้านสื่อ สื่อแต่ละรายจะต้องแจ้งให้หน่วยงานที่กำกับดูแลคือ OFCOM (หน่วยงานเหมือน กทท. และ กสท. รวมกัน) รวมถึงประชาชนให้ทราบ ว่าแต่ละปีมีนโยบายอย่างไรบ้าง ในการทำงานเช่นการพัฒนาให้เกิดผู้ผลิตภายในประเทศสัดส่วนของผู้ผลิตรายการย่อย และ สัดส่วนของรายการ ที่หลากหลายรายการที่สามารถแสดงความคิดเห็นได้หลากหลาย รวมถึงการผลิตรายการเพื่อตอบสนองคนพิการเป็นต้น หน่วยงาน OFCOM จะทำหน้าที่ออกกรอบการทำงาน ของสื่อดังนี้

กรอบการทำงานของสื่อโทรทัศน์

การดูแลเรื่องช่วงเวลาสำหรับครอบครัวไม่ให้มีเหล้า บุหรี่ หรือความรุนแรงทางเพศ ในช่วง 05.00 - 21.00น. และให้มีรายการที่ส่งเสริมเด็กเยาวชนและครอบครัวในช่วงบ่ายสำหรับ Pre School ช่วงเย็นสำหรับเด็กเล็ก เด็กโต และ ช่วงค่ำสำหรับทุกคน ในครอบครัวให้ได้ใช้สื่อเพื่อส่งเสริมทักษะการเรียนรู้โดยสอดแทรกความบันเทิงไว้ในตัว กรอบการทำงานของผู้ผลิตรายการ ผู้ผลิตรายการจะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น จะไม่แสดงภาพที่ประชาชนประสบอุบัติเหตุให้เห็นทางโทรทัศน์ ฯลฯ

แนวคิดการพัฒนาการสำหรับเด็ก และเยาวชน

ประเทศอังกฤษได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการสื่อสำหรับเด็กและเยาวชนเป็นอย่างมากดังตัวอย่างของ บีบีซี ที่มีการจัดตั้งช่องโทรทัศน์ขึ้นเฉพาะถึง 2 ช่อง โดยทำการเผยแพร่ในระบบ ดิจิตอล นอกจากนี้ยังมีการจัดทำสื่อเพื่อการเรียนรู้สำหรับเด็กในชั้นเรียน ซึ่งครูสามารถนำไปใช้ในการเรียนการ

สอนได้ ดังตัวอย่างของการจัดทำเว็บไซต์เพื่อการเรียนรู้ (www.bbc.co.uk/learning) ซึ่งในเว็บไซต์จะมีบทเรียน เกมส Video Clip เป็นต้นมีการจัดการฝึกอบรมให้กับครู และนักเรียนมีการจัดทำ CD หนังสือและวีดิทัศน์เพื่อการเรียนรู้มีการ จัดทำ BBCi (ระบบการสื่อสารสองทางซึ่งผู้ชมสามารถเรียกดูข้อมูลหรือเล่นเกมผ่านทางจอโทรทัศน์ได้) ในช่อง CBBC และ CBeebies

ประเทศอังกฤษมีระบบการสนับสนุนสื่อเพื่อการเรียนรู้และมีระบบในควบคุมสื่อที่ไม่เหมาะสมสำหรับเด็กอย่างจริงจัง ดังมีตัวอย่างดังนี้

- การกำหนดสัดส่วนรายการที่ผลิตในประเทศและต่างประเทศเพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาองค์ความรู้และศักยภาพการผลิตในประเทศ

- การกำหนดวัตถุประสงค์การเรียนรู้ตามวัยให้เหมาะสม

- การใช้รูปแบบรายการและเทคนิคการนำเสนอให้เหมาะสมกับวัยและเนื้อหา

- การใช้งานวิจัยและองค์ความรู้ในการพัฒนารูปแบบรายการ

- การสนับสนุนให้มีผู้ผลิตรายการย่อยเพื่อให้เกิดนวัตกรรมและความหลากหลาย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของสังคม

- การสนับสนุนงบประมาณเพื่อให้มีอิสระจากการขายสินค้า

- การสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตรายการอย่างต่อเนื่อง

- การควบคุมการโฆษณาและเนื้อหา รายการสำหรับเด็กและเยาวชนให้เหมาะสม

- การกำหนด Code of Conduct เพื่อเป็นแนวทางการควบคุมตนเองสำหรับ สถานีและผู้ผลิตรายการ

กฎระเบียบวิทยุและโทรทัศน์ในประเทศไทย

อุตสาหกรรมวิทยุและโทรทัศน์ในประเทศไทย อุตสาหกรรมวิทยุและโทรทัศน์ในประเทศไทย ได้รับการดูแลโดย สภานิติบัญญัติในการออกกฎการวางแผน การออกใบอนุญาตการควบคุม และการจัดบริการเนื้อหารายการวิทยุและโทรทัศน์ทั่วประเทศออสเตรเลีย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องอยู่ในพระราชบัญญัติการจัดบริการวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ.2535 ซึ่งประกาศโดยรัฐบาลสมาพันธ์เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2535 ภายใต้พระราชบัญญัติหน่วยงานวิทยุและโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จึงถูกก่อตั้งขึ้นและเป็นผู้ควบคุมดูแลการจัดบริการวิทยุและโทรทัศน์ในประเทศไทย

นโยบายที่ชัดเจนต่างๆ ถูกกำหนดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ตามพระราชบัญญัติรวมทั้งความต้องการรายการที่มีความหลากหลายการจำกัดสิทธิผูกขาดและการครอบครองสื่อจากต่างประเทศ และความต้องการให้สื่อรายงานข่าวอย่างเป็นธรรมและเคารพมาตรฐานของชุมชน วัตถุประสงค์อื่นๆ ของพระราชบัญญัติคือการช่วยพัฒนาและสะท้อนความรู้สึกในเอกลักษณ์และความหลากหลายทางวัฒนธรรมของชาวออสเตรเลีย และเพื่อรับประกันว่าผู้จัดบริการวิทยุและโทรทัศน์จะให้ความคุ้มครองในระดับสูงสำหรับเด็กๆ ที่จะห่างพันจากรายการที่อาจเป็นอันตรายต่อพวกเขา มาตรการหนึ่งที่หน่วยงานวิทยุและโทรทัศน์แห่งประเทศไทยดำเนินการคือการพัฒนา และบริหารมาตรฐานของรายการตามกฎหมายซึ่งทำให้สถานีโทรทัศน์ต้องผลิตรายการอย่างน้อยมีความเหมาะสมสำหรับชาวออสเตรเลียและคัดสรรรายการสำหรับเด็กๆ

พระราชบัญญัติยังเดินทางต่อไปโดยการกำหนดระบบกฎระเบียบร่วมกันสำหรับกฎข้อบังคับวิทยุและโทรทัศน์

ในประเทศไทยออสเตรเลียหน้าที่หนึ่งของหน่วยงานวิทยุและโทรทัศน์ แห่งประเทศออสเตรเลียคือการช่วยผู้จัดบริการวิทยุและโทรทัศน์ ในการพัฒนาข้อปฏิบัติที่สอดคล้องกับมาตรฐานของชุมชน และตรวจสอบการปฏิบัติตามข้อปฏิบัติเหล่านั้นๆ และยังมีบทบาทสำคัญในการวิจัยทัศนคติของชาวชุมชนต่อรายการวิทยุ และโทรทัศน์

ปรกฏรายการวิทยุและโทรทัศน์ในประเทศไทยออสเตรเลียการจัดบริการวิทยุและโทรทัศน์ในประเทศไทย แบ่งเป็น 6 ประเภทคือ

- 1.การจัดบริการวิทยุและโทรทัศน์แห่งชาติ
 - 2.การจัดบริการวิทยุและโทรทัศน์โดยเอกชน
 - 3.การจัดบริการวิทยุและโทรทัศน์โดยชุมชน
 - 4.การจัดบริการโทรทัศน์โดยบอกรับสมาชิก
 - 5.การจัดบริการโดยจำกัดจำนวน
 - 6.การบอกรับสมาชิกและเวลาออกอากาศ และการจัดบริการโดยจำกัดเวลาออกอากาศสำหรับผู้ชมทั่วไป
- การจัดบริการวิทยุและโทรทัศน์แห่งชาติสนับสนุนงบประมาณโดยรัฐบาลสมาพันธ์และดำเนินการโดยบริษัทวิทยุและโทรทัศน์แห่งประเทศไทยและหน่วยงานกระจายเสียงภาคพิเศษ บริษัทวิทยุและโทรทัศน์แห่งประเทศไทยออสเตรเลียก่อตั้งขึ้นพ.ศ.2475 และให้บริการกระจายเสียงวิทยุและโทรทัศน์ทั่วประเทศหน่วยงานกระจายเสียงภาคพิเศษเริ่มออกอากาศเมื่อพ.ศ.2523 ในการให้บริการภาควิทยุและโทรทัศน์ที่

หลากหลายภาษาและวัฒนธรรมเพื่อสะท้อนสังคมที่หลากหลายทางวัฒนธรรม

อุตสาหกรรมวิทยุและโทรทัศน์ในประเทศไทยได้รับการดูแลโดย สภานิติบัญญัติในการออกกฎการวางแผน การออกใบอนุญาตการควบคุม และการจัดบริการเนื้อหารายการวิทยุและโทรทัศน์ทั่วประเทศออสเตรเลีย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องอยู่ในพระราชบัญญัติการจัดบริการวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ.2535 ซึ่งประกาศโดยรัฐบาลสมาพันธ์เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2535 ภายใต้พระราชบัญญัติหน่วยงานวิทยุและโทรทัศน์แห่งประเทศไทยจึงถูกก่อตั้งขึ้นและเป็นผู้ควบคุมดูแลการจัดบริการวิทยุและโทรทัศน์ในประเทศไทย

การจัดบริการวิทยุและโทรทัศน์โดยเอกชนเป็นการออกอากาศโดยผู้ชมไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย (รายได้มาจากโฆษณา) และผลิตรายการสำหรับผู้ชมทั่วไป ปัจจุบันในประเทศไทยออสเตรเลีย มีโทรทัศน์ทั้งหมด 48 ช่อง และมีวิทยุทั้งหมด 264 คลื่น แต่ละรายการได้รับใบอนุญาตให้ออกอากาศเฉพาะท้องถิ่น ผู้ชมส่วนมากสามารถรับชมรายการโทรทัศน์เอกชนจำนวน 3 ช่องเพิ่มเติมจากบริษัทวิทยุและโทรทัศน์แห่งประเทศไทยและหน่วยงานกระจายเสียงภาคพิเศษ ในเมืองใหญ่และภูมิภาคสามารถรับชมรายการโทรทัศน์ชุมชนการจัดบริการวิทยุและโทรทัศน์โดยชุมชนดำเนินการโดยองค์กรชุมชนและไม่แสวงหากำไรรายการ ที่ผลิตไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ กรมประชาสัมพันธ์ แห่งประเทศไทย เป็นผู้ออกใบอนุญาตให้กับกลุ่มชุมชน โดยมีรากฐานเพื่อส่งเสริมศีลธรรมและไม่สามารถโอนขายกันได้ การจัดบริการ

วิทยุชุมชนขณะนี้ได้รับใบอนุญาตอย่างแพร่หลายเป็นจำนวน 409 ใบ ทั่วประเทศ การจัดบริการโทรทัศน์โดยบอกรับสมาชิก (เสียค่าชม) ผลิตรายการเพื่อผู้ชมทั่วไป แต่ผู้ชมต้องเสียค่าสมาชิกในประเทศ ออสเตรเลียมีผู้จัดบริการหลักอยู่ 3 ราย โดยใช้ดาวเทียมเคเบิลและสัญญาณไมโครเวฟในการส่งภาพไปยังผู้ชมการจัดบริการโดยจำกัดจำนวนการบอกรับสมาชิกและเวลาออกอากาศ มีเป้าหมายสำหรับกลุ่มที่ให้ความสนใจเป็นพิเศษและจำกัดพื้นที่ และเวลาในการออกอากาศหรือผลิตรายการตามความต้องการของผู้ชมมักจะเป็นรายการเฉพาะ เช่น สถานีภาษาต่างประเทศการให้บริการข้อมูล โดยเฉพาะหรือบริการสำหรับชนชาติต่างๆ การจัดบริการโดยจำกัดจำนวนการบอกรับสมาชิกและเวลาออกอากาศออกอากาศเฉพาะสำหรับผู้ชมที่เสียค่าบริการแต่การจัดบริการโดยจำกัดเวลาออกอากาศสำหรับผู้ชมทั่วไปไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ ในการชม

นโยบายการออกกฎระเบียบ

หัวใจของพระราชบัญญัติคือการออกกฎระเบียบที่แตกต่างตามการจัดบริการวิทยุและโทรทัศน์และระดับรายการวิทยุและโทรทัศน์ที่มีอิทธิพลต่อผู้ชม โดยมีมุ่งไปที่แต่ละชุมชนในประเทศ ออสเตรเลียโดยเฉพาะกฎระเบียบเข้มงวดสำหรับการจัดบริการโทรทัศน์โดยเอกชนที่ส่งผลอย่างกว้างขวางต่อผู้ชมในประเทศแต่ในทางตรงกันข้ามการจัดบริการโดยการบอกรับสมาชิกซึ่งเป็นผู้ผลิตที่มีอิทธิพลต่อผู้ชมน้อยกว่าจึงถูกควบคุมโดยกฎระเบียบน้อยกว่า

ความต้องการด้านเนื้อหาของชาวออสเตรเลีย

หน่วยงานมาตรฐานการจัดบริการวิทยุและโทรทัศน์ 2542 เป็นผู้ออกใบอนุญาตให้กับรายการโทรทัศน์เอกชน

โดยมีจุดมุ่งหมายส่งเสริมบทบาทในการจัดบริการวิทยุและโทรทัศน์ โดยพัฒนาและสะท้อนความรู้สึกของชาวออสเตรเลีย บุคลิกลักษณะและความแตกต่างทางวัฒนธรรมโดยการสนับสนุนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องของชุมชน ให้เป็นผู้ผลิตรายการภายใต้การควบคุมการผลิตโดยชาวออสเตรเลีย ภายใต้มาตรฐานรายการของชาวออสเตรเลีย ต้องออกอากาศอยู่ในสถานีของผู้ผลิตเอกชนประมาณ 55% ของรายการทั้งหมดในแต่ละปี ตั้งแต่เวลา 6 โมงเช้า จนถึงเที่ยงคืน การผลิตร่วมกันระหว่างผู้ผลิตออสเตรเลียและนิวซีแลนด์สามารถจัดสรรเป็นโควตา นอกจากนี้ยังให้โควตาสำหรับรายการละคร และรายการเด็กของออสเตรเลียเป็นลำดับแรกในช่วงเวลาต่อมารายการละครสำหรับเด็กโดยผู้ผลิตชาวออสเตรเลียมีเวลาออกอากาศ จำนวน 96 ชั่วโมงในช่วงเวลา 3 ปี มาตรฐานเกี่ยวกับโฆษณาระหว่างเวลาออกอากาศ ตั้งแต่ 6 โมงเช้าจนถึงเที่ยงคืน ผู้ถือใบอนุญาตต้องโฆษณาที่ผลิตโดยชาวออสเตรเลียอย่างน้อย 80% ประเภทการจัดรายการวิทยุและโทรทัศน์อื่นๆ เนื้อหา

ยังเกี่ยวกับความต้องการของชาวออสเตรเลีย ผู้ถือใบอนุญาตทีวีสมาชิก ต้องชำระค่าใช้จ่ายจำนวน 10% ให้กับช่องที่ผลิตละครใหม่ของประเทศออสเตรเลียรวมทั้งละครของประเทศนิวซีแลนด์ ในขณะที่ผู้ถือใบอนุญาตรายการวิทยุ เอกชนและวิทยุชุมชนต้องผลิตรายการภายใต้ข้อปฏิบัติที่จะเปิดเพลงของนักร้องนักดนตรีชาวออสเตรเลีย ซึ่งขึ้นอยู่กับรูปแบบของรายการนั้นๆ

คุณภาพของรายการโทรทัศน์ในสถานีโทรทัศน์เอกชนเป็นประเด็นสำคัญตั้งแต่เริ่มมีรายการโทรทัศน์ในประเทศออสเตรเลียหน่วยงานมาตรฐานโทรทัศน์ สำหรับเด็กก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2527 โดยมีรากฐานด้านนโยบายว่าเด็กๆ ต้องได้ชมรายการที่มีคุณภาพเหมาะสมกับอายุ

และกระตุ้นความสามารถในการรับรู้และประสบการณ์ เมื่อหน่วยงานมาตรฐานโทรทัศน์สำหรับเด็กก่อตั้งขึ้นจึงถูกมองว่า จะมีส่วนในการรับผิดชอบผู้ได้รับอนุญาตโทรทัศน์เอกชนให้ผลิตรายการสำหรับเด็กตามมาตรฐานดังกล่าวและต้องยอมรับว่าเด็กก็เหมือนกับผู้ใหญ่ที่มีโอกาสเลือกชมรายการที่มีความหลายหลายทั้งข้อมูลและความคิดซึ่งเป็นนโยบายสำคัญในการผลิตรายการ

หน่วยงานมาตรฐานโทรทัศน์สำหรับเด็กได้ปรับปรุงกระบวนการอย่างสม่ำเสมอตั้งแต่พ.ศ.2527 มาตรฐานรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กในปัจจุบันสำหรับเด็กก่อนวัยเรียนคือ พีโปรแกรม และสำหรับเด็กโตจนถึงอายุ 14 ปี คือ ซีโปรแกรม ผู้ผลิตเอกชนต้องผลิตรายการโทรทัศน์พีโปรแกรมจำนวน 130 ชั่วโมง และซีโปรแกรมจำนวน 260 ชั่วโมง เพื่อให้ผู้ผลิตสามารถดำเนินการได้ตามมาตรฐาน รายการพีโปรแกรมทั้งหมด ต้องเป็นของผู้ผลิตชาวออสเตรเลียและเวลาของรายการ ซีโปรแกรมจำนวน 50% ต้องพิจารณาผู้ผลิตชาวออสเตรเลียเป็นลำดับแรก การผลิตร่วมกันระหว่างประเทศนิวซีแลนด์ และประเทศออสเตรเลียจะพิจารณาเป็นรายการโทรทัศน์ของประเทศออสเตรเลียเพื่อให้รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กเป็นไปตามโควตาหน่วยงานวิทยุและโทรทัศน์แห่งประเทศออสเตรเลียจะเป็นผู้กำหนดประเภทของรายการให้ก่อนและกำหนดเวลาออกอากาศ ในช่วงที่จัดให้เป็นพิเศษและให้รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กเป็นไปตามมาตรฐานพีโปรแกรมและซีโปรแกรม รายการจะต้องมีความบันเทิง การผลิตมีคุณภาพส่งเสริมความเข้าใจ สำหรับเด็กๆได้เรียนรู้และเหมาะสมสำหรับเด็กๆ ออสเตรเลีย

นอกจากนี้รายการหนึ่งๆ ได้รับอนุญาตให้ออกอากาศเป็นเวลา 5 ปีและเป็นรายการนำร่องสำหรับการได้โควตาในการออกอากาศต่อไป

หน่วยงานมาตรฐานโทรทัศน์ สำหรับเด็ก ยังมีกฎเกี่ยวกับโฆษณาที่น่าออกฉาย รวมทั้งรางวัลที่มอบให้กับผู้ผลิตรายการสำหรับเด็กด้วย

กฎข้ออื่นๆ สำหรับรายการโทรทัศน์

การจัดบริการวิทยุและโทรทัศน์ทุกประเภทอยู่ภายใต้มาตรฐานตามพระราชบัญญัติรวมทั้งการห้ามโฆษณาบุหรี่ส่วนยา และผลิตภัณฑ์พิเศษใดๆ ต้องได้รับการเห็นชอบในทางการเมืองก่อนจึงได้ออกอากาศ นอกจากนี้ยังมีการอนุญาตเป็นพิเศษเพิ่มเติมตามพระราชบัญญัติสำหรับการจัดบริการวิทยุและโทรทัศน์ แต่ละประเภทจำนวนและขอบเขตที่เปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับระดับผลที่มีต่อชุมชน เช่น ภายใต้พระราชบัญญัติสถานีโทรทัศน์เอกชน ไม่ได้รับอนุญาตให้ฉายภาพยนตร์เรทอาร์ (จำกัดอายุผู้ชม) ตามการแบ่งแยกประเภทของประเทศออสเตรเลียว่าเป็นเรทอาร์ (เว้นแต่ว่าภาพยนตร์เรื่องนั้นได้ตัดต่อให้เหมาะสมแล้ว)

อย่างไรก็ตามการจัดบริการแบบบอกรับสมาชิกได้รับอนุญาตให้ฉายรายการเรทอาร์หากสถานีมีระบบควบคุมเพื่อเป็นรายการสำหรับผู้ใหญ่โดยเฉพาะ เช่น ผู้ชมต้องใส่รหัส (หมายเลขส่วนตัวเฉพาะบุคคลนั้น) จึงสามารถชมได้กฎข้อบังคับเหล่านี้ส่งผลถึงการระงับออกอากาศหรือยึดใบอนุญาต

สำหรับมาตรฐานของชุมชน และการให้ความคุ้มครองเด็กๆ อยู่ภายใต้ระเบียบข้อบังคับของการผลิตสิ่งเหล่านี้ รวมถึงการจัดประเภทของรายการก่อนออกอากาศ ข่าวสารที่ไม่บิดเบือนและความเป็นธรรมในการผลิตรายการ การละเมิดสิทธิส่วนตัวการกำหนดเวลาและการฉายโฆษณา การพนัน การโฆษณาสารเสพติดและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การฆ่าตัวตายการกำหนดประเภทรายการ

และการตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎดำเนินการโดยหน่วยงานวิทยุและโทรทัศน์แห่งประเทศออสเตรเลียในขณะที่การฝ่าฝืนเรื่องเรทดิ่งมีน้อยกว่าการฝ่าฝืนเรื่องใบอนุญาตหน่วยงานวิทยุและโทรทัศน์แห่งประเทศออสเตรเลียจึงได้กำหนดโทษเรื่องใบอนุญาตและให้เป็นไปตามมาตรฐานซึ่งหน่วยงานวิทยุและโทรทัศน์แห่งประเทศออสเตรเลียได้ใช้บทลงโทษนี้กับผู้ที่กระทำผิดซ้ำๆ ภายใต้ข้อปฏิบัติสำหรับสถานีโทรทัศน์เอกชน องค์การการจัดประเภทวรรณคดีและภาพยนตร์เป็นผู้กำหนดประเภทของรายการ การจัดประเภท แบ่งเป็น ซี (สำหรับผู้ชมทุกอายุ) พีจี (ผู้ปกครองต้องให้คำแนะนำ) เอ็ม (สำหรับผู้ชมที่บรรลุนิติภาวะ) และ เอวี (เป็นความรุนแรงสำหรับผู้ใหญ่) เป็นความพยายามในการจัดประเภทโดยคำนึงถึงความกังวลของชุมชน ในความเหมาะสมของระดับการใช้ภาษา ความรุนแรง เซ็กส์ และอนาจารที่น่าออกฉายในโทรทัศน์ การจัดประเภทรายการนี้จะนำออกฉายตามช่วงเวลาที่เหมาะสมการจัดประเภทและเวลามีการนำมาใช้กับการจัดบริการวิทยุและโทรทัศน์ประเภทต่างๆ การจัดเรทในการจัดบริการโทรทัศน์โดยบอกรับสมาชิกมีความคล้ายคลึงกัน แต่ไม่ได้จำกัดเวลาที่ออกฉายการจัดประเภทรายการต้องแสดงสัญลักษณ์ทั้งภาพและเสียงสำหรับผู้ชมด้วยรวมทั้งการให้คำแนะนำประเภทของรายการด้วย

Unsurp

ประเทศออสเตรเลีย วางกฎระเบียบภายใต้ความร่วมมือและความรับผิดชอบของภาครัฐและภาคเอกชน โดยจุดมุ่งหมายอยู่ที่ผู้ผลิตและระดับของรายการที่จะส่งผลต่อผู้ชมและข้อปฏิบัติที่สำคัญคือการจัดประเภทรายการโดยคำนึงถึงความรุนแรงภาษาที่ใช้คำหยาบคายและหยาบคาย เซ็กส์และอนาจาร การบังคับใช้และการพัฒนาการจัดประเภทรายการดำเนินการโดยหน่วยงานวิทยุและโทรทัศน์แห่งประเทศออสเตรเลียและเพื่อรับประกันว่าเด็ก ๆ ในประเทศออสเตรเลียจะได้รับชมรายการโทรทัศน์ที่เหมาะสมและมีคุณภาพสูงสุด

วิทยุและโทรทัศน์ในประเทศฝรั่งเศส

สื่อทุกประเภทในประเทศฝรั่งเศส จะอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานที่ทำหน้าที่กับดูแลสื่อ คล้ายกับคณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียง และกิจการวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ (กสทช.) ของประเทศไทย สื่อในประเทศประเทศฝรั่งเศสมีความหลากหลายและแตกต่าง เหมือนกับสื่อในประเทศที่พัฒนาแล้ว

โทรทัศน์

ถ้าไม่คำนึงถึงเคเบิลทีวี ปัจจุบันประเทศฝรั่งเศสมีโทรทัศน์ทั้งหมด 7 ช่อง 4 ช่องซึ่งดำเนินการโดยรัฐบาล ได้แก่ France 2, France 3, France 5 และ ARTE (ความร่วมมือฝรั่งเศส - เยอรมัน) ส่วน 3 ช่องที่เหลือดำเนินการโดยเอกชน ได้แก่ TF1, M6 และ Canal+ (ต้องเป็นสมาชิกเท่านั้น)

นอกจากช่องดังกล่าว ประเทศฝรั่งเศส ยังมีช่องอื่นๆ (รับภาพด้วยเคเบิล หรือจานดาวเทียม) ซึ่งเสนอรายการเฉพาะหัวข้อใดหัวข้อหนึ่ง อาทิเช่น Canal J (รายการสำหรับเด็ก), Canal Jimmy, Eurosport, MCM (ดนตรี) และ LCI ซึ่งเป็นช่องฝรั่งเศสช่องแรกที่เสนอข่าวตลอด 24 ชั่วโมง

ส่วนต่างประเทศเกือบทั่วโลกสามารถรับชมโทรทัศน์ของฝรั่งเศสได้จาก France 5 (TV5) ซึ่งออกอากาศโดยใช้ภาษาฝรั่งเศสเป็นหนึ่งในสถานีโทรทัศน์ซึ่งมีเครือข่ายอยู่ทั่วโลกที่สำคัญ (เช่นเดียวกับ MTV และ CNN) มากกว่า 135 ล้านครัวเรือนในกว่า 165 ประเทศสามารถรับชมโทรทัศน์ช่องนี้ได้ เครือข่ายของ TV5 ครอบคลุมทั่วทวีปเอเชียตั้งแต่ปีค.ศ. 1996 และปัจจุบันมีสำนักงานอยู่ที่กรุงเทพฯ ด้วย

สถานีโทรทัศน์ดังกล่าวซึ่งแพร่ภาพไป

ทั่วโลกต้องการเสนอความหลากหลาย จึงมีส่วนทำให้สถานีโทรทัศน์แห่งนี้ มีความสำคัญแตกต่างทางวัฒนธรรม นอกจากข่าวซึ่งเป็นรายการหลักของสถานีแล้ว TV5 ยังแพร่ภาพรายการอื่นๆอีกมากมาย อาทิเช่น ภาพยนตร์ กีฬา สารคดี รวมทั้งรายการซึ่งทางสถานีผลิตเอง

นอกจากการรับภาพโดยดาวเทียม Palapa C2 หรือ Asiasat 2 ของประเทศอินโดนีเซีย (ผู้รับต้องติดตั้งจานดาวเทียมและมีเครื่องแปรสัญญาณภาพ) ผู้ชมสามารถชม TV5 ได้ตลอด 24 ชั่วโมงทางช่อง 60 ของ UBC โดยการสมัครเป็นสมาชิก นอกจากนี้ยังสามารถดูรายละเอียดของรายการได้ในเว็บไซต์ที่มีชื่อว่า www.tv5.org

วิทยุ

เช่นเดียวกับโทรทัศน์ สถานีวิทยุฝรั่งเศสมีทั้งสถานีที่ดำเนินการโดยภาครัฐและเอกชน France Inter, France Culture, France Musiques, Radio Bleu และ France Info มีรัฐเป็นผู้บริหาร ส่วน RTL, Europe 1 และ Radio Monte Carlo ดำเนินการโดยเอกชน นอกจากสถานีวิทยุอื่นๆ ซึ่งส่วนใหญ่เสนอรายการดนตรีแล้ว ในประเทศฝรั่งเศสยังมีสถานีวิทยุเอกชนในภูมิภาคต่างๆ อีกประมาณ 30 สถานี และสถานีซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างรัฐและเอกชนอีกกว่า 350 สถานี

นอกจากนี้ฝรั่งเศสยังมีสถานีวิทยุ RFI (Radio France Internationale) เป็นหนึ่งในสถานีวิทยุสำคัญ 4 แห่งซึ่งกระจายเสียงไปทั่วโลกรายการของสถานีวิทยุนี้ซึ่งออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง มีความหลากหลาย (ข่าว ดนตรี การพูดคุยในหัวข้อต่างๆ) การที่ RFI มีผู้สื่อข่าว

ประจำอยู่ในแต่ละภูมิภาคและส่งผู้สื่อข่าวไปทำรายงานพิเศษ ทำให้ผู้ฟัง 30 ล้านคนสามารถรับฟังข่าวสารจากทั่วโลก

สำนักข่าว

สำนักข่าวฝรั่งเศส AFP เป็นหนึ่งในสำนักข่าวที่สำคัญที่สุดของโลกเช่นกัน นอกจากนี้ AFP ยังเป็นสำนักข่าวที่ใช้ภาษาฝรั่งเศสแห่งเดียวซึ่งมีสำนักงานอยู่ทั่วโลกถึง 150 แห่ง

ประเทศฝรั่งเศส ยังเป็นที่ตั้งของสำนักข่าวภาพที่สำคัญที่สุดในโลกอีกสองแห่งคือ Gamma และ Sipa

หนังสือพิมพ์

ในประเทศฝรั่งเศสมีหนังสือพิมพ์รายวันมากกว่า 100 ฉบับ (ไม่รวมหนังสือพิมพ์เฉพาะด้าน) ซึ่งมียอดการพิมพ์มากกว่า 12 ล้านฉบับ

หนังสือพิมพ์รายวัน

ซึ่งจำหน่ายทั่วประเทศ

หนังสือพิมพ์รายวันฝรั่งเศสซึ่งถือว่ามีคุณภาพมีอยู่ 3 ฉบับคือ Le Monde, Le Figaro และ Libération ซึ่งมียอดจำหน่ายเกือบ 1 ล้านฉบับและผู้อ่านเกือบ 5 ล้านคน Le Parisien เป็นหนังสือพิมพ์ 'ระดับชาวบ้าน' และมียอดการตีพิมพ์ถึง 500,000 ฉบับต่อวัน

นอกจากนี้ยังออกหนังสือพิมพ์ซึ่งจำหน่ายทั่วประเทศที่มีชื่อว่า Aujourd'hui อีกด้วย ในขณะที่หนังสือพิมพ์ France-Soir ปัจจุบันประสบปัญหาอย่างมาก

หนังสือพิมพ์เฉพาะทางประสบความสำเร็จกว่าหนังสือพิมพ์ซึ่งให้ข่าวสารทั่วไป Les Echos และ La Tribune เป็นหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจซึ่งขายดีที่สุดและ L'Equipe ซึ่งให้ข่าวสารทางกีฬาเป็นหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์รายวันที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดมีคนอ่านถึง 2 ล้านคน หนังสือพิมพ์รายวันในภูมิภาคหนังสือพิมพ์รายวันในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศฝรั่งเศสมีทั้งหมด 409 ฉบับซึ่งในแต่ละวันมียอดขายรวมกันถึง 7 ล้านฉบับและมีผู้อ่านถึง 20 ล้านคน ถือได้ว่าหนังสือพิมพ์ประเภทนี้เป็นคู่แข่งที่สำคัญกับสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ที่มีความสำคัญแยกออกได้เป็นกลุ่มดังนี้กลุ่ม Hershant ซึ่งครอบคลุมร้อยละ 30 ของตลาดทั้งหมด ตีพิมพ์ Le Dauphine Libere, Paris-Normandie, Le Progres de Lyon, Les Dernieres Nouvelles d'Alsace, Nice-Matin, Nord-Eclair, Le Havre-Libre, Midi-Libre กลุ่ม Hachette Filipacchi ซึ่งมีความสำคัญไม่ต้องยกว่าเป็นเจ้าของ Le Provençal, Le Midi-Liberal และ LaRe publique นอกจากนี้ยังมีหนังสือพิมพ์อื่นๆ ที่มีความสำคัญ อาทิเช่น

Ouest-France, Sud-Ouest, La D?p?che du Midi ฯลฯ

สิ่งตีพิมพ์รายสัปดาห์

นิตยสารรายสัปดาห์ของฝรั่งเศสที่ให้อ่านสารทั่วไปที่สำคัญๆ มีทั้งหมด 7 ฉบับคือ Le Nouvel Observateur, L'Express, Le Point, Paris-Match, VSD และ Marianne หนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ชื่อ Le Canard Encha?ne นอกจากให้ชีวิตชีวาแก่ผู้อ่านแล้ว ยังให้ความคิดเห็นที่เป็นตัวของตัวเองกว่าหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น Courier International เป็นหนังสือพิมพ์ซึ่งแปลและลงพิมพ์บทความจากสื่อต่างๆ ทั่วโลก

ในช่วงไม่กี่ปีมานี้ นิตยสารเฉพาะด้านได้เกิดขึ้นอย่างมากมาย นิตยสารซึ่งให้อ่านสารทางด้านเศรษฐกิจซึ่งเป็นที่รู้จักมีหลายฉบับ อาทิเช่น Capital ,Challenges

Enjeux-Les Echos, Le Revenu Fran?ais, L'Expansion และ Valeurs Actuelles ฯลฯ นิตยสารที่ให้อ่านทางวิทยาศาสตร์มียอดขายสูงเช่น ร้อยๆ Science et Vie, ?a m'int?resse และ Sciences et Avenir เป็นนิตยสาร ซึ่งติดตลาดมาเป็นเวลานานนอกจากนี้แล้วนิตยสารเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และ นิตยสารเด็กยังเป็นนิตยสารที่มียอดขาย สูงเช่นเดียวกัน ส่วนนิตยสารสำหรับผู้หญิงนอกจากจะเป็นนิตยสารซึ่งมีเป็นจำนวนมากและถือกำเนิดมาเป็นเวลานานแล้ว ยังเป็นนิตยสารซึ่งนำไปตีพิมพ์ในต่างประเทศเป็นจำนวนมากนิตยสารที่มีชื่อเสียงและแพร่หลายอย่างมากคือ Elle ในประเทศฝรั่งเศสนิตยสารฉบับนี้มียอดขายมากกว่า 350,000 ฉบับและมีการตีพิมพ์ในประเทศต่างๆ ถึง 29 ประเทศ (รวมถึงประเทศไทย)

วิทยุและโทรทัศน์ในประเทศสเปน

Television Espanola

คำอ่าน **เตเลวิซิออน เอสปาญอลา**

แปลตรงตัว : **สถานีโทรทัศน์สเปน**

เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์สาธารณะแห่งประเทศสเปน TVE ซึ่งรายได้มาจากเงินทุนมาจากรัฐบาลแห่งชาติสเปน สถานีโทรทัศน์สาธารณะแห่งประเทศสเปนจัดอยู่ในประเภทรัฐวิสาหกิจ ก่อตั้งเมื่อพ.ศ. 2499 สำนักงานใหญ่อยู่ที่กรุงมาดริด ประเทศสเปน

TVE ได้เริ่มการแพร่ภาพครั้งแรกเมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 1956 ในระบบวีเอชเอฟ และได้เชื่อมช่องสัญญาณอีกเมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 1966 จึงได้เพิ่มช่องรายการเป็น 2 ช่องจนถึงทุกวันนี้คือ ช่องลาอุโน (La Uno หรือTVE1ทางช่อง1) ช่องลาโดส

(La Dos หรือ TVE2 ทางช่อง 2) จนถึงปี 1980 เพียงแค่ช่องรายการจากประเทศสเปนเพียงอย่างเดียว หลังจากนั้นได้มีการริเริ่มเป็นสถานีโทรทัศน์ภูมิภาค และช่องทางแห่งการค้าทำให้สูญเสียจำนวนการรับชมเป็นจำนวนมาก ถึงแม้ว่าเหตุการณ์จะผ่านพ้นไปทำให้บางรายการจำนวนมีผู้ชมสูง อาทิ รายการข่าว (Telediario) บ่อยครั้งที่ TVE ได้ถูกกล่าวหาเป็นพรรคร่วมรัฐบาลคดีไม่ว่าอย่างไรก็ตาม และเป็นการยอมรับจากท่านผู้ชม จึงได้เป็น "สถานีภาพอย่างเป็นทางการ" ในแต่ละปีจึงได้มีการประท้วง มีส่วนร่วมต่อผู้ชมในช่วงวันคริสต์มาสได้มีการประกาศต่อพระเจ้าฆวนการโลสที่ 1 แห่งสเปนจะประกาศในช่องสเปนเกือบทุกช่อง แต่ส่วนใหญ่ก็ได้มีส่วนร่วมจากท่านผู้ชม

TVE เป็นสมาชิกของ RTVE Corporation ซึ่งเป็นองค์กรที่ทำหน้าที่กำกับดูแลด้านการกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์สาธารณะซึ่งอยู่ภายใต้ผู้บริหารรัฐสภาที่ได้มาจากการแต่งตั้งทั่วไปและเป็นคณะกรรมการ และกรรมการได้ให้รายงานต่อคณะกรรมการพรรครัฐสภาแห่งชาติจึงให้มีกฎหมายวิทยุและโทรทัศน์สื่อสารมวลชนในปี พ.ศ. 2549

สถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ

"Canal 24 Horas : ช่องรายการข่าวตลอด 24 ชั่วโมง แพร่ภาพครั้งแรกเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2540

"Canal Clasico : ช่องรายการเพลงคลาสสิก"

Clan TVE : ช่องรายการเด็กจะออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง

Docu TVE (เดิมคือ Grandes Documentales Hispavision) : ช่องรายการสารคดี

Teledeporte : ช่องกีฬา

TVE Internacional : ช่องรายการระดับโลกออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง

TVE 50 Anos (formerly Canal Nostalgia) : ช่องพิเศษเป็นการฉลองครบรอบ 50 ปี ซึ่งจะเป็นการนำรายการในอดีตเมื่อ 50 ปีก่อน ช่องนี้ทำการออกอากาศจนถึงวันที่ 1 มกราคม 2550

ช่องสัญญาณโทรทัศน์แห่งชาติ (แอนะล็อก)

- ลาปริเมรา (La Primera)
- ลา 2 (La 2)
- อันเตนา 3 (Antena 3)
- กวาโตรเตเบ (Cuatro TV)
- เตเลซิงโก (Telecinco)
- ลาเซซตา (La Sexta)

ช่องสัญญาณโทรทัศน์ระดับภูมิภาค

- อารากอนเตเลบีซีออน (อารากอน)
- เดเบปรีนซีปาโดเดอัสตูเรียส (ัสตูเรียส)
- กานัล 4 - กัสติยาอีเลออน(คาสติลและเลออน)
- เดเบ 3 (คาเทโลเนีย)
- เอซุสกาลเดเลบิสตา (บาสก์)
- กานัลซูร์ (อันดาลูเซีย)
- เดเลมาดริด (มาดริด)
- 7 (มูร์เซีย)
- กานัล 9 (บาเลนเซีย)
- กัสติยา - ลามันชาเตเลบีซีออน (คาสติล - ลามันชา)
- เดเลบีซีออนกานาเรีย (หมู่เกาะคะเนรี)
- เดเบเค (กาลิเซีย)
- อีเบ 3 (หมู่เกาะแบลีแอริก)

กานัลเอชเตรมาดูรา (เอชเตร มาดูรา)

สถานีวิทยุ

- กาเดนาเซร์ (Cadena SER)
- กาเดนาโกเป (Cadena COPE)
- สถานีวิทยุแห่งชาติสเปน (Radio Nacional de España)
- ออนดาเซโร (Onda Cero)
- ปุนโตราดิโอ (Punto Radio)
- กาเดนาเดียล (Cadena Dial)
- กาเดนา 100 (Cadena 100)
- โลส 40 ปรีนซีปาเลส (Los40 principales)
- คิสส์เอฟเอ็ม (Kiss FM)
- เอ็ม 80 เรดิโอ (m80 radio)

Ms. Monica Duran Ruiz ที่ปรึกษาด้านกฎหมาย สำนักงานคณะกรรมการกระจายเสียงประจำประเทศสเปนที่แคว้นแคตตาลุเนีย (Catalonia Broadcasting Council) โดยมีหน้าที่เป็นที่ปรึกษาและเขียนรายงานประจำปี ทั้งยังให้คำปรึกษากับคณะกรรมการ ซึ่งงานเขียนของ Ms. Monica จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะที่เป็นเรื่องของภาคสื่อฯ ทั้งการกระจายเสียงและแพร่ภาพที่แคว้นแคตตาลุเนีย ซึ่งอยู่ทางเหนือของประเทศสเปน นอกจากนี้ยังมีความรู้ความสามารถทางด้านกฎหมายมากมายจากการศึกษามายาวนาน

ณ ตอนที่ประเทศสเปนกำลังทำเรื่องจัดสรรคลื่นความถี่ใหม่ให้กับวิทยุ ทั้งยังทราบว่าคุณอนนี่มีผู้ประกอบการมาขอเป็นพันๆ คนแต่จริงๆ ให้ได้แค่ 80 กว่ารายแล้วเขาต้องทำอะไร ซึ่งเหตุการณ์แบบนี้ไม่ได้เกิดเฉพาะที่สเปน หรือประเทศไทยเท่านั้นแต่เกิดขึ้นทั่วโลก

Ms.Monica กล่าวถึงทิศทางของการพัฒนาสื่อในกลุ่มสหภาพยุโรปว่าในอนาคตนโยบายการหลอมรวมสื่อจะต้องเกิดขึ้นในสหภาพยุโรปอย่างแน่นอนรวมทั้งประเทศ

สเปนด้วย และเป็นการหลอมรวมในเรื่องของกฎเกณฑ์และนโยบายต่างๆ ในประเทศสเปนซึ่งมีเครือข่ายมากมาย และมีการให้บริการที่แตกต่างหลากหลายรวมถึงสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่ผู้บริโภคจะได้รับจากเนื้อหาสาระจากทีวี, โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือ ตอนนี้ไม่ได้เป็นเพียงแค่การใช้โทรหาเท่านั้นอย่างเดียวแล้วแต่ยังใช้ในการรับส่งอีเมลล์และใช้บริการอินเทอร์เน็ต อีกทั้งยังใช้ชมโทรทัศน์ได้ด้วย

ทั้งนี้นโยบายในการหลอมรวมสื่อของสเปนในแต่ละท้องถิ่นทั้ง 17 แห่งมีการปกครองกันเองซึ่งเป็นอิสระจากรัฐบาลกลางตามรัฐธรรมนูญ 1978 แต่เรื่องของการกระจายเสียงจะใช้หลักการเดียวกัน ทั้งนี้ยังสามารถที่จะออกกฎเกณฑ์ย่อยเป็นของตนเองที่สามารถพัฒนาวิธีการของตนเองได้ตามความเหมาะสมกับท้องถิ่นนั้นๆ

เรื่องของเทเลคอม และการกระจายเสียงนั้นจะเป็นเรื่องของรัฐบาลสเปน โดยที่รัฐสภาได้ผ่านกฎหมายออกมาเพื่อเป็นพื้นฐานของวิธีการที่จะนำไปพัฒนานโยบายต่างๆ ที่เหมาะสมกับท้องถิ่นนั้นๆ โดยมีพรบ. ต่างๆ ที่ออกมาเกี่ยวกับเทเลคอมซึ่งปัญหาต่างๆ ในเรื่องของการกระจายเสียงพรบ. นี้ก็มีนโยบายที่ครอบคลุมในการดูแลช่วงระยะแรกรัฐสภาสเปนเห็นว่าไม่มีความจำเป็นในการที่จะจัดตั้งผู้ที่จะมากำกับดูแลเรื่องเหล่านี้ แต่ภายหลังจากที่มีรัฐธรรมนูญใหม่เราก็เห็นว่ามีความจำเป็นในการที่จะมีการกำกับดูแลการกระจายเสียงเหล่านี้

ในส่วนของคุณชนที่มีการปกครองตนเองนั้นได้มีการร้องขอทางรัฐสภาให้คุณชนมีทิวี่สาธารณะที่เป็นของตนเอง ซึ่งศาลรัฐธรรมนูญก็ตีความว่า ตามหลักของรัฐธรรมนูญมีสิทธิที่จะมีทิวี่ที่เป็นบริการสาธารณะของตนเองในชุมชนนั้นๆ ซึ่งทางรัฐสภาก็ได้ทำ พรบ. นี้ออกมาด้วย

หลังจากนั้นเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น ก็มา ร้องขอทางรัฐสภาให้มีที่วิสธารณะที่เป็น ของเอกชนในท้องถิ่นด้วยเช่นกัน ซึ่งศาล รัฐธรรมนูญให้สิทธินั้นไปแจกเช่นเดียวกัน ต้องถือว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้ง สำคัญของสเปนเพราะเมื่อก่อนรัฐบาลจะเป็น ผู้เดียวที่สามารถดำเนินการกระเสีง และภาพได้

ทั้งนี้รัฐสภาของสเปนต้องมีการ กำหนดกฎเกณฑ์ใหม่ ในการให้ใบอนุญาต กับผู้ประกอบการที่มายื่นเรื่องขอซึ่งมีการ ทำระเบียบและขั้นตอนต่างๆ คล้ายคลึง กับกฎระเบียบของประเทศฝรั่งเศส โดยที่ รัฐบาลของสเปนนั้นต้องกำกับดูแลและเบียบ ต่างๆ ไม่ว่าจะคลื่นความถี่ใดก็ตามที่มีอยู่ อย่างจำกัดและถือว่าเป็นทรัพย์สินของ สาธารณะ

ต่อมาในปี 1987 รัฐบาลก็ได้มีการผ่าน พ.ร.บ.โทรคมนาคมที่เกี่ยวกับกระบวนการ ให้สัมปทาน และในปี 1988 มีการ รับรองโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ที่สามารถจัด

ตั้งบริษัทเอกชนทั้งยังสามารถที่จะ กระจายภาพเชิงพาณิชย์ได้ตามกระบวนการ ของการให้สัมปทานแต่ก็ยังคงอยู่ใน การควบคุมดูแลของรัฐบาลสเปนอยู่

ในฐานะที่เป็นสมาชิกสมาคมยุโรป (EU) ที่มีนโยบายในการกำกับดูแลค่อนข้างมาก อย่างที่ทราบกันว่าสมาชิก ประชาคมยุโรปมีอยู่ 25 ประเทศ ซึ่งตามข้อตกลงของสมาชิกประชาคม ยุโรป สเปนก็สามารถที่จะตัดสินใจ ร่วมในเรื่องของนโยบายหลัก ที่เป็นเรื่อง สำคัญใช้กำกับดูแลโดยรวมซึ่งมีหลัก การคือการมีเสรีภาพแห่งการบริการ

บริการโทรคมนาคม และบริการการ กระจายภาพและเสียงของสเปน ก็ไม่ได้ เจริญถึงขีดสุด แต่ก็ไม่ได้ด้อยพัฒนา เกินไป ทั้งยังมีระเบียบกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่ ใช้กำกับดูแลซึ่งจำเป็นต้องมีการตกลง ร่วมกันว่า จะดำเนินการอย่างไรให้ดีที่สุด เพื่อให้หลักการที่เป็นเสรีภาพแห่งบริการ นั้นดำรงอยู่ได้ โดยการเปิดเสรีภาค

โทรคมนาคมให้เอกชนสามารถจะดำเนินการ ได้ซึ่งเมื่อในอดีตเครือข่ายโทรคมนาคม ของสเปนจะเป็นของรัฐบาลทั้งหมด ดังนั้น เพื่อให้เป็นไปตามหลักการของ EU

ที่ระบุว่าต้องมีเสรีภาพในการให้บริการ รัฐบาลสเปนจึงไม่ผูกขาด และเปิดกว้าง สำหรับเอกชนในการดำเนินการทางธุรกิจ โทรคมนาคมอย่างเสรี ในปี 1997 ได้มี การออกพ.ร.บ. ที่เกี่ยวกับการเปิดเสรีโทร คมนาคมดังกล่าว จึงนำไปสู่เรื่องของการ จำแนกการกำกับดูแลโทรคมนาคมและ การกระจายเสียง ซึ่งถ้าผู้ประกอบการต้อง การที่จะเป็นผู้ดำเนินธุรกิจด้านโทรค มนาคมน่าจะเป็นที่จะต้องได้รับใบอนุญาตใน การประกอบการดังกล่าว

เทคโนโลยีที่ก้าวไปอย่างรวดเร็วทำให้ การสร้างหลักการต่างๆ ในการกำกับ ดูแลนั้นเป็นไปด้วยความยากเพราะฉะนั้น เราต้องศึกษาโดยการเรียนรู้ลอง ผิดลองถูก จากประเทศอื่นๆ ด้วยเพื่อให้ได้นโยบาย ในการกำกับดูแลที่ดีที่สุด

วิทยุและโทรทัศน์ในสหราชอาณาจักร

สถานีแพร่ภาพและกระจายเสียงเพื่อ สาธารณะ (Public Broadcasting) สถานี กลุ่มหลักนี้แต่เดิมเป็นสถานีของรัฐ และ ไม่เปิดพื้นที่การสื่อสารให้กับภาคประชา- ชนแต่ภายหลังมีการผลักดันให้เป็น บริการสาธารณะสำเร็จในปี 2542 จึงทำ ให้สถานีกลุ่มหลักเหล่านี้ เป็นช่องทางที่ เอื้อให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมเหมือน ระบบในประเทศไทยและในปัจจุบันยังมี สถานีโทรทัศน์ที่เป็นของเอกชนเพิ่มเข้ามา สถานีแพร่ภาพและกระจายเสียงเพื่อ สาธารณะในกลุ่มนี้ ได้แก่

1.KBS (Korean Broadcasting Service)

2.MBC สื่อของรัฐที่นำมาทำเป็น สถานีสาธารณะ

3.EDS สถานีเพื่อการศึกษา และ

4.SDS Local Private Station สถานีของเอกชน

สำหรับสถานีโทรทัศน์ระบบ Cable ซึ่งมีประชาชนร้อยละ 90 สมัครเป็น สมาชิก มีระเบียบข้อหนึ่งที่ระบุให้มีการ เข้าถึงของสาธารณะ (Public Access) คือต้องเปิด 1 ช่อง สำหรับให้ประชาชน เข้าไปดำเนินการเองขณะนี้จึงมีสถานี ผ่านดาวเทียมแห่งหนึ่งคือสถานี RTV ที่ เปิดให้ประชาชนเข้าไปผลิตรายการออก อากาศ แม้ปัจจุบันการรับชมจากสถานี

ผ่านดาวเทียม (Satellite) จะยังไม่กว้าง ขวางนัก แต่ก็มีบริการเตรียมการสำหรับ เทคโนโลยีล่าสุดคือ DMB (Digital Mobile Broadcasting) ที่สามารถออก อากาศแพร่ภาพบนโทรศัพท์มือถือได้ โดย แบ่งเป็นสองระบบคือระบบผ่านดาวเทียม (Satellite) ที่ผู้รับชมต้องจ่ายค่าสมาชิก และระบบภาคพื้นดิน (Terrestrial) ที่ ออกอากาศในระบบปกติ และผู้รับชม ไม่ต้องเสียค่าสมาชิก

การประกอบกิจการสื่อในประเทศ เกาหลีขึ้นอยู่กับกระทรวงข่าวสาร และ การสื่อสารโดยมีการแบ่งหน่วยงานกำกับ ดูแลออกเป็น 2 หน่วยงาน ตามลักษณะ

ของกิจการหน่วยงานแรกคือ องค์การกำกับกิจการโทรคมนาคม ซึ่งมีหน้าที่กำกับดูแลการประกอบกิจการและออกใบอนุญาตประกอบกิจการด้านโทรคมนาคม

หน่วยงานที่สองคือ องค์การกำกับกิจการวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งมีหน้าที่กำกับดูแลการประกอบกิจการ และออกใบอนุญาตประกอบกิจการด้านวิทยุและโทรทัศน์ อีกทั้งยังมีการตั้งกองทุนสนับสนุนผู้ผลิตในลักษณะเพื่อให้เกิด Public Access นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนผู้ผลิตสื่อโดยตรงอีกแห่งหนึ่งคือ กระทรวงวัฒนธรรมซึ่งทำหน้าที่กำกับดูแลด้านเนื้อหาโดยรวม และให้งบประมาณอุดหนุนผู้ผลิตสื่อ ตามทิศทางที่กระทรวงวัฒนธรรมกำหนด

ปัญหาที่เกิดขึ้นกับหน่วยงานข้างต้นในขณะนี้คือ เรื่องการออกใบอนุญาตและดูแลการประกอบกิจการที่มีลักษณะร่วมกันทั้งโทรคมนาคมและการแพร่ภาพกระจายเสียงกล่าว คือความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบัน ทำให้สามารถแพร่ภาพรายการโทรทัศน์บนโทรศัพท์มือถือได้ หรือการส่งผ่านรายการโทรทัศน์ในลักษณะ Video on demand จึงทำให้เกิดข้อโต้แย้งว่าหน่วยงานใดควรเป็นผู้ออกใบอนุญาต และกำกับดูแลระหว่างหน่วยงานที่ดูแลด้านโทรคมนาคม และการแพร่ภาพกระจายเสียงอย่างไรก็ตาม ปัญหายังชัดเจนมากขึ้นเมื่อมีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมหรือ IPTV (Internet Protocol Television) สามารถส่งสัญญาณให้รับชมรายการโทรทัศน์ได้โดยตรง

สิ่งที่ถือว่าก้าวหน้าในการกำกับดูแลการประกอบกิจการสื่อ เพื่อประโยชน์สาธารณะ คือในปี 2543 สถานีวิทยุโทรทัศน์ได้ออกกฎหมายการแพร่ภาพกระจายเสียงฉบับใหม่ซึ่งกำหนดว่ารายการที่ประชาชนเข้าถึงได้ต้องอยู่ในผังรายการของเคเบิลทีวี ซึ่งหมายรวมถึง KBS และดาวเทียมด้วย

สาระในมาตรา 70 (7) ระบุว่า "ผู้ควบคุมระบบ (System Operator) และหน่วยงานแพร่ภาพกระจายเสียงผ่านดาวเทียมควรตอบข้อเรียกร้องของผู้ชมในการออกอากาศรายการของตน (หมายถึงรายการที่ผู้ชมเป็นผู้ผลิต) ทางช่องสัญญาณท้องถิ่นหรือ ช่องสัญญาณของรัฐหากไม่มีเหตุผลเฉพาะที่คัดค้านได้" ซึ่งเป็นผลมาจากการกดดันเรียกร้องอย่างต่อเนื่องของประชาชนหลากหลายกลุ่มด้านกฎหมายการแพร่ภาพกระจายเสียงของเกาหลีฉบับปัจจุบันกำหนดว่ากองทุนพัฒนาการแพร่ภาพกระจายเสียงส่วนหนึ่งควรใช้เพื่อสนับสนุนรายการที่ประชาชนเข้าถึงและร่วมผลิตได้ ทำให้รายการโทรทัศน์หลายรายการจากสถานีทั้งภาคพื้นดินและเคเบิลทีวี ได้รับการสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการผลิต และค่าธรรมเนียมการออกอากาศสำหรับรายการที่มีลักษณะตามที่กล่าวมา แต่เดิมสนับสนุนการผลิตจำกัดสูงสุดไม่เกิน 500 เหรียญสหรัฐต่อรายการ แต่เมื่อเดือนมีนาคม 2548 ได้ปรับเพิ่มเป็น 40 เหรียญสหรัฐต่อนาทีและสูงสุดไม่เกิน 1,000 เหรียญสหรัฐต่อรายการ

ตัวอย่างการสนับสนุนรายการที่ผ่าน มาเช่นรายการ Open Channel ทางสถานี KBS ช่องสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ช่องระดับประเทศของเกาหลี หรือรายการ Our TV จากสถานีเคเบิลทีวีที่ออกอากาศในภูมิภาค Gangneung หรือในภูมิภาค Buam ที่ประชาชนผลิตรายการต่อต้านขยะนิวเคลียร์ ซึ่งทั้งสองรายการออกอากาศทางสถานีเคเบิล RTV รวมทั้งสถานีโทรทัศน์สาธารณะ MBC ซึ่งเป็นผู้สร้างภาพยนตร์ชุด แดจังกึม ที่ได้รับความนิยมทั้งนี้ในปี 2546 มีรายการที่ได้รับการสนับสนุนและออกอากาศจำนวน 150 รายการ โดยได้รับงบประมาณอุดหนุนการผลิต รายการจากกองทุนพัฒนาการแพร่ภาพกระจายเสียงโดยเฉลี่ย 7,500,000 วอน

หรือประมาณ 7,500 เหรียญสหรัฐหรือราว 300,000 บาท

การจัดตั้งกองทุนเพื่อสนับสนุนการผลิตสื่อ จึงทำให้ผู้ผลิตสื่ออิสระหรือบริษัทเอกชนมีช่องทางที่เอื้อต่อการพัฒนาคุณภาพเนื้อหาที่ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง ซึ่งถือได้ว่าเป็นที่มาของกระแส K - pop หรือ Korean Wave ที่แพร่หลายในปัจจุบัน

สื่อประชาธิปไตย การมีส่วนร่วมภาคประชาชน

การสนับสนุนประชาชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตรายการเพื่อสื่อสารนั้น มิใช่เป็นการพัฒนาความสามารถในการผลิตซึ่งเป็นงานทางเทคนิคเพียงอย่างเดียวแต่ยังให้ความสำคัญกับเรื่องเนื้อหาด้วย อาทิ การนำเสนอภาพหรือเรื่องราวของคนกลุ่มต่างๆ รวมถึงแรงงานต่างชาติทำให้ประชาชนได้เรียนรู้เรื่องอดีตที่อาจจะเกิดขึ้นในการสื่อสารรวมทั้งกระบวนการผลิต ที่พยายามจะสื่อสารเรื่องราวของตนเอง

ในปีหนึ่งๆ มีการจัดฝึกอบรม 20-30 ครั้ง โดยศูนย์กลางสื่อชุมชนหรือ Community Media Center ที่ดำเนินการโดย MediaAct ซึ่งเป็นองค์กรเอกชนที่ไม่มีส่วนได้ส่วนเสียทางธุรกิจ ศูนย์กลางสื่อชุมชนมีระบบจัดการบริหารโดยคณะกรรมการชุมชน โดยมีคณะกรรมการกระจายเสียงและโทรทัศน์แห่งเกาหลีเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณ จำนวน 15 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือราว 600 ล้านบาท ระบบการแพร่ภาพกระจายเสียงแห่งเกาหลีสนับสนุนการทำรายการที่มาจาก การมีส่วนร่วมของผู้ชมซึ่งผลิตโดยผู้ชมโดยตรงตามเงื่อนไขที่บัญญัติไว้ในคำสั่งของนายกรัฐมนตรี มาตรา 70 (7) ในกรณีที่ผู้ชมร้องขอให้มีการแพร่ภาพกระจายเสียงรายการที่ตนผลิตตามข้อ

กำหนดในข้อบังคับของกรมการผู้ประกอบธุรกิจแพร่ภาพกระจายเสียงผ่านเคเบิลระบบจ.รและผู้ประกอบการธุรกิจแพร่ภาพกระจายเสียงผ่านดาวเทียมต้องส่งสัญญาณระดับภูมิภาค หรือช่องสัญญาณสาธารณะเว้นแต่จะมีเหตุผลอื่นใด

Open Channel

สถานี KBS ซึ่งเป็นระบบแพร่ภาพกระจายเสียงสาธารณะรายใหญ่ของประเทศได้ออกอากาศรายการที่ผลิตโดยผู้ชมหลังจากรัฐมีนโยบายดังกล่าว โดยที่ภาคประชาชนได้รวมตัวกันในนาม "แนวร่วมเพื่อการมีส่วนร่วมของผู้ชม"(Coalition for Viewer Participation) เคลื่อนไหวผลักดันให้มีการดำเนินการอย่างเป็นทางการ สถานี KBS จึงได้จัดให้มีพื้นที่สื่อของประชาชนในรายการ Open Channel แพร่ภาพสัปดาห์ละ 25 นาที ออกอากาศทางช่อง KBS-ITV ทุกวันเสาร์ เวลา 13.10 น. โดยมีคณะกรรมการ 8 คน เป็นผู้คัดเลือกรายการออกอากาศ ประกอบไปด้วยผู้ผลิตอิสระ, หน่วยงาน, นักวิชาการ, ผู้เชี่ยวชาญด้านการแพร่ภาพกระจายเสียง, เจ้าหน้าที่จาก KBS, และฝ่ายผู้ชมอีก 2 คนแม้ว่าองค์ประกอบของคณะกรรมการและเวลาการออกอากาศ 25 นาทีต่อสัปดาห์นั้นจะยังไม่เป็นที่พอใจของภาคประชาชนนัก แต่ถือว่าค่อนข้างประสบความสำเร็จเนื่องจาก KBS เป็นช่องสัญญาณที่ออกอากาศครอบคลุมการรับชมของคนเกาหลี 48 ล้านคนทั่วประเทศ

ช่อง MBC ซึ่งเป็นช่องโทรทัศน์สาธารณะได้เปิดรายการโทรทัศน์ที่ให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วม ในการผลิตรายการสัปดาห์ละ 1 ชั่วโมง โดยรูปแบบจะเป็นรายการที่รายงานสถานการณ์บ้านเมือง และ ข่าวต่างประเทศสามารถนำ

เสนอเรื่องต่างๆที่ความคิดเห็นที่แตกต่างกันได้ส่งช่อง CABLE มีกฎหมายที่บัญญัติไว้ให้เป็นช่องสาธารณะ (Open access channel) โดยกำหนดช่วงเวลาสำหรับการเผยแพร่รายการที่ประชาชนผลิตและส่งเข้ามาและสนับสนุนการผลิตรายการ 1 ชั่วโมง แต่ก็มีบางรายที่ใช้ช่องทางนี้ในการแสวงหาประโยชน์ เช่น ผลิตรายการที่ไม่มีคุณภาพหรือก่อประโยชน์ให้กับสังคมโดยตรง เช่น การผลิตรายการที่เกี่ยวกับครอบครัวของตนเอง ในที่สุดโครงการนี้จึงถูกตรวจสอบและต้องยุติไป

สำหรับช่อง RTV ซึ่งเป็นสถานีผ่านดาวเทียม(Satellite)ที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากคณะกรรมการกระจายเสียงและโทรทัศน์แห่งเกาหลี(Korean Broadcasting Commission) ให้เปิดช่องสาธารณะ (Open Channel) ขึ้นมา กำหนดให้มีช่วงเวลารายการที่ผลิต และมาจากการมีส่วนร่วมของประชาชนหลากหลายกลุ่ม และออกอากาศเป็นประจำทุก 2 สัปดาห์รายการจึงสะท้อนให้เห็นเนื้อหาที่หลากหลายและมีการแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างกัน และที่น่าสนใจคือเป็นพื้นที่สาธารณะในการสื่อสารที่ทำให้กลุ่มผู้พิการและกลุ่มคนงานหลายชาติในแต่ละท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมสื่อสาร และสะท้อนเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นในมุมมองของตนเอง กลุ่มแรงงานหลายเชื้อชาติจึงมีรายการประจำของตนเอง เช่น ชาวพม่า ปากีสถาน ศรีลังกา ฯลฯ

เกาหลียังให้ความสำคัญกับพื้นที่การสื่อสารของภาคประชาชนรวมถึง กลุ่มแรงงานข้ามชาติ หรือแรงงานที่อพยพหลายเชื้อชาติ เนื่องจากตระหนักถึงความจำเป็นประชาธิปไตยในการสื่อสารโดยมีมาตรการชัดเจนที่กำหนดให้มีช่องโทรทัศน์สาธารณะกระจายอยู่ในเครือข่ายสถานีโทรทัศน์ทุกประเภท

ปัจจุบันศูนย์สื่อชุมชนกำลังอยู่ในความสนใจของรัฐบาล และมีการสร้างศูนย์กลางสื่อชุมชนขนาดใหญ่แห่งแรก ที่เมืองปูซาน และอยู่ระหว่างดำเนินการก่อสร้างแห่งที่สองที่เมืองกวางจู ขณะนี้จึงมีการผลักดันให้เกิดศูนย์กลางสื่อชุมชนขึ้นทั่วประเทศ โดยกระทรวงวัฒนธรรมและคณะกรรมการกระจายเสียงและโทรทัศน์เกาหลีดำเนินการดำเนินงานขององค์กรเอกชน จึงช่วยให้การทำงานของรัฐมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลขึ้นอย่างรวดเร็วอีกทั้งยังเป็นการใช้งบประมาณอย่างคุ้มค่าอีกด้วย

พื้นที่สื่อ ประชาชนเป็นผู้กำหนด

We Want to Work

ของสหภาพแรงงาน : หลังจากสถานี KBS ได้เปิดพื้นที่ออกอากาศรายการที่ผลิตโดยผู้ชมในรายการทีวี Open Channel จึงทำให้เกิดความร่วมมืออย่างแข็งขันจากนักเคลื่อนไหวหลายคน โดยจัดตั้งเครือข่ายการเข้าถึงของประชาชนแห่งเกาหลีขึ้นเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและสนับสนุนการผลิตรายการและทำให้รายการ We Want to Work ซึ่งผลิตโดยสหภาพแรงงานกลุ่มหนึ่งได้รับความสนใจ หลังจากคณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกรายการตัดสินใจเลือกการออกอากาศเนื่องจากแรงกดดันจากบริษัทธุรกิจขนาดใหญ่ที่ได้รับผลกระทบทำให้เกิดปฏิบัติการอย่างกว้างขวางขององค์กรเอกชน KCTU และเครือข่ายเพื่อสื่อในเกาหลีออกมาเคลื่อนไหวกดดันและประณามการตัดสินใจนี้อย่างรุนแรงทำให้ ต้องมีการปรับผังรายการและนำรายการ WE Want to Work มาออกอากาศในสัปดาห์ต่อมา

FTA กับสถานี MBC สถานีโทรทัศน์ MBC ซึ่งเป็นช่องโทรทัศน์สาธารณะที่นำเสนอเนื้อหาสาระเรื่องFTA หรือเขตการค้าเสรีผ่านรายการกิจการบ้านเมืองปัจจุบันทำให้ประชาชนได้รับรู้ข้อมูลและเรียนรู้

ความคิดเห็นที่แตกต่างจากผู้คนที่หลากหลาย และนำไปสู่การสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตส่งผลให้ประชาชนมีความเข้าใจในเรื่องเขตการค้าเสรี (FTA) และผล กระทบที่จะเกิดขึ้นทั้งที่ก่อนหน้านี้มีการเคลื่อนไหวรณรงค์บ่อยครั้ง แต่ประชาชนทั่วไปยังขาดความเข้าใจ

เมื่อมีการสำรวจประชามติในภายหลังพบว่า คนส่วนใหญ่มองว่าเขตการค้าเสรีเป็นเรื่องที่ไม่ส่งผลดีต่อประเทศชาติของสาธารณะจึงเปลี่ยนไปจากเดิมส่งผลให้มีการเคลื่อนไหวไม่สนับสนุนการลงนามกับสหรัฐอเมริกา กล่าวคือการเป็นช่องโทรทัศน์สาธารณะทำให้คงความอิสระได้ในระดับหนึ่ง

เสียงของพลเมืองในวิทยุชุมชนกำลังส่งต่ำ คณะกรรมการการแพร่ภาพและกระจายเสียงแห่งเกาหลี (KBC) ได้เปิดโครงการนำร่องระดับประเทศที่เรียกว่าการแพร่ภาพกระจายเสียง "วิทยุกำลังส่งต่ำ" เมื่อ 16 พฤศจิกายน 2547 มีการเปิดรับสมัคร และมีผู้เข้าร่วมทดลองในลักษณะจุดปฏิบัติการจำนวน 8 จุด โดยได้รับใบอนุญาตให้ใช้คลื่น เอฟเอ็ม (FM) เช่นเดียวกับสถานีวิทยุกระจายเสียงเต็มรูปแบบ

ผู้ได้รับคัดเลือกจะได้รับคลื่นความถี่และอุปกรณ์สำหรับออกอากาศนำร่องกิจกรรมของผู้ได้รับคัดเลือกจะเป็นพื้นฐานในการพิจารณาจัดตั้งวิทยุกระจายเสียงกำลังส่งต่ำอย่างถาวรหลังการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายภายในปี 2548 โครงการนี้จึงเป็นทั้งจุดเริ่มต้นในการจัดตั้งสถานีวิทยุในชุมชน และช่องทางที่ประชาชนจะเข้ามามีส่วนร่วมได้มากขึ้นโดยมีผู้สมัครที่ได้รับการคัดเลือก ได้แก่

- สถานีวิทยุชุมชน Sungeo สำหรับแรงงานอพยพ 5,000 คน ในศูนย์อุตสาหกรรมในเมือง Daegu,

- สถานีวิทยุชุมชนของพลเมืองที่อยู่อาศัยในเขต Kwanak-Gu ในกรุงโซล,

- สถานีวิทยุชุมชนของกสิกรใน Naju,
- สถานีวิทยุชุมชนของพลเมืองที่อยู่อาศัยในเขต Mapo ในกรุงโซล,

- หน่วยกระจายเสียงของผู้อยู่อาศัยชนชั้นกลางที่มีแนวคิดอนุรักษ์นิยม,

- สมาคมของมหาวิทยาลัยและรัฐบาลท้องถิ่น ซึ่งการดำเนินการข้างต้นนับเป็นก้าวสำคัญสู่การจัดตั้งและขยายการแพร่ภาพกระจายเสียงของท้องถิ่นในเกาหลี ทว่ายังมีสิ่งที่จะต้องพิจารณาอีกหลายประการ อาทิ ความชัดเจนของแนวคิดรวมทั้งการกำหนดมาตรฐานและคุณสมบัติในการกระจายเสียงลักษณะนี้ ปัญหาการสนับสนุนจากภาครัฐ การจัดสรรคลื่นความถี่และกำลังส่งซึ่งปัจจุบันจำกัดที่ 1 วัตต์และความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่จะก้าวเข้าสู่ระบบดิจิทัล

แต่ทั้งนี้ระหว่างการทำโครงการพบปัญหาสำคัญคือการขาดความร่วมมือจากกระทรวงข่าวสาร และการสื่อสาร (MIC) ที่ไม่อนุญาตให้ชุมชนที่เข้าร่วมโครงการลงทะเบียนในฐานะสถานีกระจายเสียงภาคพื้นดินซึ่งส่งผลให้ไม่สามารถใช้เงินทุนรัฐบาล (Public Funding) ที่มีกฎหมายการกระจายเสียงและการแพร่ภาพกำหนดไว้ ข้อถกเถียงระหว่างหน่วยงานรัฐที่มีหน้าที่ต่างกัน จึงเป็นอุปสรรคสำคัญที่ต้องหาหนทางแก้ไขต่อไป

อย่างไรก็ตามการทดลองกระจายเสียงแบบต่างๆ นี้จะนำไปสู่การออกกฎหมายที่เป็นอิสระเพื่อสร้างการแพร่ภาพและกระจายเสียงชุมชนผ่านวิทยุและโทรทัศน์ที่ก้าวหน้าต่อไป ซึ่งถือว่าการส่งเสริมความเข้มแข็ง ให้กับประชาธิปไตยในท้องถิ่น

RTV ช่องสัญญาณผ่านดาวเทียมเพื่อสาธารณะ

RTV ในฐานะที่เป็นผู้แพร่ภาพออกอากาศผ่านดาวเทียมรายแรกและรายเดียวในเกาหลีดำเนินงานโดย Citizen's

Broadcasting ซึ่งเป็นองค์กรกฎหมายที่ไม่แสวงหากำไร มีอิสระด้านการบริหารและได้รับเงินสนับสนุนส่วนแรกจากกองทุนพัฒนาการแพร่ภาพกระจายเสียงของคณะกรรมการการแพร่ภาพกระจายเสียงปีละ 1.8 ล้านเหรียญสหรัฐหรือราว 72 ล้านบาท เงินสนับสนุนส่วนที่สองมาจาก Skylife อีก 600,000 เหรียญสหรัฐหรือราว 24 ล้านบาทแต่ในช่วง 3 ปีแรกได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ด้วยความไม่พอใจจากประชาชนในเรื่องนโยบายการจัดทำรายการ และโครงสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนรวมถึงการทดลอง และกิจกรรมเพื่อการเข้าถึงของประชาชนการเคลื่อนไหวและผลักดันอนาคตของ RTV เพื่อให้เป็นช่องสัญญาณที่เหมาะสมสำหรับการเข้าถึงของประชาชนครั้งนี้เกิดจากองค์กรภาคประชาชน 57 แห่งร่วมกับ Media Act จัดตั้งและเคลื่อนไหวในนามแนวร่วมของประชาชนเพื่อการปฏิรูป RTV ซึ่งภายหลังทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงคณะกรรมการของ RTV ทั้งหมดโดยมีข้อตกลง และกำหนดหลักปฏิบัติที่ต้องคำนึงในการดำเนินงาน 5 ด้าน คือ

- 1.การมีส่วนร่วมและการเข้าถึง
- 2.ความหลากหลาย
- 3.ประชาธิปไตยและอำนาจในการตัดสินใจของประชาชน
- 4.การแสดงออกโดยตนเองและการเสริมอำนาจการสื่อสาร และ
5. ความเป็นอิสระ

สำหรับการบริหารจัดการ ที่ปรับเปลี่ยนหลังจากนั้นคือการจัดทำผังรายการใหม่ทั้งหมด การปรับโครงสร้างพนักงานและยืนยันวัตถุประสงค์ในการจัดทำรายการของประชาชน ซึ่งส่งผลให้ RTV ได้เข้าร่วมผลักดันให้เกิดการขยายเครือข่ายของประชาชนร่วมกับนักเคลื่อนไหวเพื่อสื่อและประชาสังคม และการเคลื่อนไหวผลักดันให้ RTV มีสถานะทาง

กฎหมายที่จะได้รับการสนับสนุนจากระบบ
เงินทุนของรัฐ ผ่านคณะกรรมการแพร่ภาพ
กระจายเสียงแห่งชาติ (KBC) รวมถึง
การมีโครงสร้างบริหารที่เป็นอิสระเพื่อป้องกัน
การแทรกแซง RTV

ในปัจจุบัน RTV ได้รับการสนับสนุน
เงินทุนจากรัฐบาลอย่างสม่ำเสมอ และได้
รับการรับรองจาก KBC ให้เป็นช่อง
สัญญาณเพื่อผลประโยชน์สาธารณะซึ่งมี
การออกอากาศ 14 ช่องสัญญาณ

Our TV ในเคเบิลท้องถิ่น

กิจการโทรทัศน์เคเบิล (Cable
Television) ในเกาหลีมีขึ้นเมื่อปี 1995 ซึ่ง
อาจถือว่าล่าช้า เมื่อเทียบกับประเทศ
ตะวันตกที่เริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี 1970 -
1980 ปัจจุบันชาวเกาหลีรับชมได้ถึง 50
ช่องสัญญาณ ทำให้ในช่วงแรกประชาชน
คาดหวังว่าจะมีรายการโทรทัศน์ที่หลากหลาย
และการแพร่ภาพกระจายเสียงใน
ระดับท้องถิ่นอย่างคึกคัก แต่การดำเนินงาน
ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาไม่ได้เป็นเช่นนั้น
อีกทั้งการผลักดันให้มีช่องสัญญาณ
เพื่อการเข้าถึงของประชาชนตั้งแต่ช่วงแรก
ก็ไม่ประสบความสำเร็จเนื่องจากการต่อต้าน
จากกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเคเบิลทีวี
ประกอบกับการเรียกร้องอย่างต่อเนื่องของ
ประชาชนทำให้ในปี 2543 สภานิติบัญญัติ
ได้ออกกฎหมายการแพร่ภาพกระจายเสียง
ฉบับใหม่ซึ่งกำหนดว่ารายการที่ประชาชน
เข้าถึงได้ต้องอยู่ในผังรายการของโทรทัศน์
ทุกประเภทตามข้อกำหนดของมาตรา 70
(7) ที่เปิดโอกาสให้ประชาชนออกอากาศ
รายการที่ตนเองผลิตได้โดยความสนับสนุน
ของผู้ประกอบการในสถานีทุกประเภท ถึง
กระนั้นสถานการณ์การเข้าถึงและมีส่วนร่วม
ในเคเบิลทีวีในปัจจุบันก็ยังไม่เป็นที่
น่าพอใจนัก เนื่องจากปัญหาการถูกปรับ
ออกจากผังรายการ เมื่อรายการมีเนื้อหา
หรือประเด็นขัดแย้งทางการเมือง แต่สิ่งที่
น่าจะถือเป็นความสำเร็จในขั้นหนึ่ง นั่นคือ

ในบางพื้นที่ รายการโทรทัศน์ที่ผลิตโดย
ประชาชนได้ออกอากาศอย่างต่อเนื่อง
นานกว่า 1 ปีแล้ว เช่น ในภูมิภาค Gang
neung ที่ออกอากาศผ่านรายการ Our TV
โดยรายการในตอนแรกมีชื่อว่า "ข้าราช
การก็เป็นแรงงานเช่นกัน" และมีประชาชน
ร่วมผลิตอีกกว่า 39 รายการหรืออีกตัว
อย่างหนึ่งในภูมิภาค Buon ที่มีประชาชน
ผลิตรายการออกอากาศทางเคเบิลทีวีและ
นำเสนอเนื้อหาที่ถ่ายทำขึ้น ระหว่างต่อสู้
ของประชาชนกับการสร้างโรงงานทิ้งขยะ
นิวเคลียร์ในท้องถิ่น

แม้ว่าจะต้องพบปัญหาในการออก
อากาศ รายการที่ต้องรอนานกว่า 5 เดือน
จากความต้องการเข้าถึงการสื่อสารและ
ร่วมผลิตรายการของประชาชนดังที่กล่าว
มาทำให้ C&M ซึ่งเป็นกลุ่มบริษัทเคเบิล
ยักษ์ใหญ่ในกรุงโซล รวบรวมรายการที่
ประชาชนผลิตมาไว้ในผังรายการของตน
เองในชื่อรายการว่า Hello TV ตั้งแต่เดือน
มิถุนายน 2548 ซึ่งทำให้พื้นที่รายการแห่ง
นี้เป็นที่ชุมนุมและเผยแพร่ผลงานของ
นักเคลื่อนไหวที่ผ่านหลักสูตรการอบรม
ของ MediaAct นอกจากนี้ยังมีอีกหลาย
ร้อยรายการที่ได้รับการสนับสนุนจากคณะ
กรรมการการแพร่ภาพและกระจายเสียง
แห่งชาติ (KBC) จนถึงบัดนี้

Media Act การปฏิรูปสื่อเพื่อเกาหลี

มีเดียแอค (MediaAct) เป็นองค์กร
เอกชนที่ดำเนินงานผลักดันการปฏิรูปสื่อ
ในประเทศเกาหลีได้รับเงินทุนจากสภา
ภาพยนตร์เกาหลี (KFC) ถือเป็นรูปแบบ
ใหม่ของโครงสร้างพื้นฐานทางวัฒนธรรม
ของประชาชนในยุคสื่อภาพและเสียง
ที่มีความสำคัญในฐานะพื้นที่และเครื่องมือ
ในการเรียนรู้สำหรับการสื่อสารและแสดง
ออกของประชาชนซึ่งในยุคสื่อสิ่งพิมพ์เมื่อ
ศตวรรษที่ 19 มีเพียงห้องสมุด และพิพิธ
ภัณฑ์สาธารณะเท่านั้นที่มีบทบาทในการ
ส่งเสริมการเรียนรู้ของประชาชน

ที่ดำเนินกิจกรรมที่มุ่งสร้างความเข้ม
แข็งและสร้างพลังในการเข้าถึงสื่อของ
ประชาชน สนับสนุนการผลิตสื่อและ
การสร้างเครือข่ายเพื่อกระตุ้นให้เกิด
การผลิตภาพยนตร์อิสระในประเด็น
ที่มีข้อถกเถียงด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม
ของผู้เกี่ยวข้อง รวมทั้งดำเนินการ
ค้นคว้าและพัฒนาด้านนโยบาย

กิจกรรมที่กำลังดำเนินการคือการ
ผลักดันให้เกิดสื่อศึกษาที่มีลักษณะสากล
ขึ้น เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจกับ
ประชาชนในระดับรากหญ้า และชน
กลุ่มน้อยในสังคมเกาหลี จึงมีการจัดสื่อ
ศึกษา (media studies) สัญจรไปตาม
ชุมชนและพื้นที่ต่างๆ รวมทั้งการจัดตั้ง
ศูนย์สื่อที่ Gwanghwanum สนับสนุน
ให้ประชาชนได้ผลิตสื่อ ทั้งนี้โดยมีการ
ให้บริการเครื่องมือตัดต่อและบันทึกสื่อ
ตลอด 24 ชั่วโมงนอกจากนี้ยังมี
บริการให้เช่าอุปกรณ์ถ่ายภาพ และ
บันทึกภาพ เช่น กล้อง, วิดีโอดิจิทัล,
ไมโครโฟน. ในราคาถูกหรือไม่เสียค่า
บริการ

ในฐานะผู้ผลักดันให้เกิดศูนย์สื่อ
แห่งแรกในเกาหลี MediaAct จึงมุ่งมั่น
ที่จะสนับสนุนให้เกิดการสร้างศูนย์สื่อ
และ ขยายเครือข่ายไปยังภูมิภาคอื่นๆ
ของเกาหลี ด้วยความร่วมมือ กับองค์กร
ที่ไม่แสวงหากำไรเพื่อเป้าหมายที่จะทำ
ให้ประชาชนทุกคนมีสิทธิในการสื่อสาร
และสามารถเข้าถึงสื่อได้

วิธีการ

จัดระเบียบสื่อ ในต่างประเทศ

(Media Policies and Regulations)

นอกจากประเทศไทยแล้ว นโยบายเกี่ยวกับการจัดระเบียบสื่อ ถือเป็นวาระสำคัญที่เห็นได้ชัดในหลายประเทศ จุดเน้นที่หลายประเทศมีร่วมกันคือ "การควบคุมสื่อร้ายขยาสื่อดี" โดยสื่อสำหรับเด็กที่หน่วยงานของประเทศต่างๆ ให้ความสำคัญมากในเชิงนโยบาย คือสื่อโทรทัศน์สื่อสิ่งพิมพ์สื่อเพื่อการเรียนรู้และสื่ออินเทอร์เน็ต เครื่องมือที่หลายประเทศนิยมนำมาใช้ในการจัดระเบียบสื่อ คือ

1. "คุมสื่อร้าย ขยาสื่อดี" วิธีการควบคุมสื่อร้ายที่ต่างประเทศนิยมใช้ คือ

1.1 ออกกฎหมายกำกับดูแลทั้งในลักษณะที่ใช้การจัดการจัดระเบียบสื่อให้เป็นระบบและมีมาตรฐานเดียวกัน

1.2 การกำหนดประเภท และจัดเรตติ้งของสื่อประเภทต่างๆการมีระบบเฝ้าระวังและคัดกรอง (Monitoring & Filtering) โดยทางสถานีที่ดูแลการกำหนดอายุผู้ใช้ (Age verification technologies)

1.3 ในส่วนของการทำ rating มีการทำอย่างแพร่หลายเป็นระบบในหลายประเทศ เนื่องจากให้ประโยชน์พร้อมกัน 2 ทางคือ เป็นการกำหนดมาตรฐานเนื้อหาของสื่อ พร้อมๆ กับเป็นการให้ข้อมูลผู้บริโภคในการเลือกรับสื่อที่เหมาะสมกับเด็ก ตัวอย่างนโยบายและมาตรการ "คุมสื่อร้าย" ในต่างประเทศ

- ประเทศอังกฤษใช้ระบบ rating เพื่อกำกับดูแลมาตรฐานของเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ เช่น ระบบ Watershed เป็นต้น

- ประเทศออสเตรเลีย มีระบบเรตติ้งในการกำกับมาตรฐานเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ เช่น ระบบ C และ P program

- ประเทศในกลุ่มยุโรป มีความเคลื่อนไหวของกลุ่ม NGO ของเยอรมันที่พยายามเสนอยุทธศาสตร์ให้ครอบครัว มีโปรแกรมจัดเรตติ้งและการคัดกรองเว็บไซต์เอง (self rating) เพื่อป้องกันไม่ให้ลูกดูรายการบางประเภท

ส่วนรูปแบบวิธีการ "ขยาสื่อดี" ในหลายประเทศมีแนวนโยบายร่วมกันที่ชัดเจนหลายเรื่อง ซึ่งก็มักเป็นแนวนโยบายและมาตรการทั่วไปของรัฐบาล เช่น การส่งเสริมการผลิตรายการโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ โดยรัฐเข้ามาร่วมลงทุนบางส่วนหรือให้แรงจูงใจแก่ภาคเอกชนการส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาสื่อเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน หรือ สื่อเพื่อครอบครัวการสนับสนุนองค์กรเครือข่ายผู้ผลิตสื่อเพื่อการพัฒนา เป็นต้น

2.การเฝ้าระวังสื่อ (Media Watch) เป็นการเฝ้าระวังสื่อของภาคประชาชนในสหรัฐอเมริกา มีการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการเฝ้าระวังสื่อส่วนใหญ่มักสะท้อนการให้ความสำคัญแก่ภาคประชาชน เช่น คณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแห่งชาติได้เสนอยุทธศาสตร์ประชาสังคมเข้ามาเคลื่อนไหวส่งเสริมให้ครอบครัว โรงเรียน และองค์กรภาคส่วนต่างๆ เข้ามาร่วมกันดูแลความปลอดภัยในการใช้อินเทอร์เน็ตของเด็ก เป็นต้น

ในกลุ่มยุโรปและสหรัฐ ยังได้อาศัยอาศัยเครือข่ายความร่วมมือระหว่างประเทศในการเสริมความเข้มแข็งของการเฝ้าระวังอีกด้วย เช่น เครือข่าย Child Watch International

3. สื่อศึกษา (Media Literacy /Media Education) แนวคิดเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ (media literacy) หรือสื่อศึกษา (media education) หมายถึงการที่ผู้รับสื่อเรียนรู้ที่จะรับสื่ออย่างมีเหตุผลและมีวิจารณญาณในการเลือกรับ วิเคราะห์ และประเมินสื่อ หลายประเทศเน้นเรื่องการเรียนรู้ "อ่านสื่อออก ใช้สื่อเป็น" ตั้งแต่เด็กชั้นประถมศึกษาให้รู้จักคัด เลือก รับ ปรับ ใช้สื่อ รวมทั้งการรู้เท่าทันผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการรับสื่อที่ไม่ดี

แต่สำหรับประเทศไทยดูเหมือนว่าทุกๆ นโยบาย และแนวทางในการจัดระเบียบสื่อเป็นความผันที่ไกลเกินเอื้อม ถ้าตราบโดที่อำนาจในการควบคุมสื่ออยู่ในกรอบทุนนิยมที่วัดกันแค่ผลประโยชน์ด้านเม็ดเงิน ความคุ้มค่าในการลงทุน และผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นหา ไขความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้คน โดยเฉพาะเด็กและเยาวชนในประเทศ

ระบบเรตติ้งทางโทรทัศน์	ระบบเรตติ้งทางโทรทัศน์ ระบบเรตติ้งภาพยนตร์ *
<p>ประเทศอังกฤษ ใช้ระบบเดียวกับเรตติ้งภาพยนตร์</p>	<p>U ทั่วไป : เหมาะสำหรับทุกเพศทุกวัย Uc ทั่วไป : เหมาะสำหรับเด็กโดยเฉพาะ PG สำหรับผู้ใหญ่ : บางฉากอาจไม่เหมาะสมสำหรับเด็ก 15 เหมาะสำหรับบุคคลอายุ ตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป 18 เหมาะสำหรับบุคคลอายุ ตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป 18 R จำกัดการฉายในสถานที่เฉพาะ ซึ่งไม่อนุญาตให้บุคคลอายุต่ำกว่า 18 ปีเข้าชม *ในประเทศอังกฤษ มีคณะกรรมการตรวจสอบภาพยนตร์ทำหน้าที่ควบคุมตรวจสอบภาพยนตร์ที่ฉายตามโรง , ภาพยนตร์โทรทัศน์, รวมทั้งวีดิทัศน์ โดยใช้การจำแนกประเภทของภาพยนตร์แบบกำหนดเป็นตัวเลข และตัวอักษร</p>
<p>ประเทศสหรัฐอเมริกา เรตติ้งสำหรับรายการเด็ก TV-Y เหมาะสำหรับเด็กทุกวัย TV-Y7 เหมาะสำหรับเด็ก ตั้งแต่อายุ ๗ ปีขึ้นไป ไม่มีเรื่องเพศ เรตติ้งสำหรับรายการทั่วไป</p>	
<p>TV-G เหมาะสำหรับทุกเพศทุกวัย มีความรุนแรงน้อย หรือไม่มีเลยไม่มีภาษารุนแรง</p>	<p>G : GENERAL AUDIENCE สำหรับผู้ชมทั่วไป</p>
<p>TV-PG ควรได้รับคำแนะนำจากผู้ปกครองอาจมีเนื้อหาบางตอนไม่เหมาะสมกับเด็ก ผู้ปกครองอาจดูร่วมกับเด็กมีคำหยาบและความรุนแรงบ้าง มีภาษาหรือสถานการณ์ที่เชิญชวนทางเพศ เช่น รายการตลก sitcom</p>	<p>PG : PARENTALGUIDANCE สำหรับผู้ชมทั่วไปแต่มีเนื้อหาบางตอนไม่เหมาะสมกับวัยของเด็ก ดังนั้นจึงต้องมีบิดามารดาหรือผู้ปกครองพาไปชม</p>
<p>TV-14 เนื้อหาไม่เหมาะสมกับเด็กอายุต่ำกว่า ๑๔ ปี เป็นเรื่องราวที่ลึกลับซึ่งมีภาษาที่รุนแรงมีการใช้ความรุนแรงและเรื่องเพศมากขึ้น</p>	<p>PG-13 ภาพยนตร์ที่ห้ามเด็กอายุต่ำกว่า 13 ปี เข้าชมยกเว้นมีบิดามารดาหรือผู้ปกครองไปชมด้วย</p>
<p>TV-M เหมาะสำหรับผู้ชมที่เป็นผู้ใหญ่เท่านั้น เนื้อหาทางเพศและความรุนแรงมีลักษณะโจ่งแจ้งเกินไปสำหรับเด็กอายุต่ำกว่า ๑๗ ปี</p>	<p>R : RESTRICTED ห้ามเด็กอายุต่ำกว่า 17 ปีเข้าชมยกเว้นมีบิดามารดาหรือผู้ปกครองไปชมด้วย</p>
<p>V-chip *** ระดับ 1-5 V Violence ใช้ควบคู่กับ S Sex ระบบเรตติ้ง L Language ข้างต้น</p>	<p>NC - 17 ; NO CHILDREN UNDER 17 ADMITTED ห้ามเด็กอายุต่ำกว่า 17 ปี เข้าชมเด็ดขาด เพราะมีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเพศ ความรุนแรงหรือภาษาหยาบคาย(เดิมใช้ระดับ X ซึ่ง MPAA ยกเลิกไปแล้ว แต่คนส่วนใหญ่ยังนิยมเรียก NC-17 ว่าภาพยนตร์เรท X)</p>

* ตัวแทนจากสถานีโทรทัศน์ และกลุ่มผู้ผลิตได้ตกลงร่วมกันกำหนดระบบการจัดระดับของรายการโทรทัศน์ โดยอาศัยหลักเกณฑ์ที่สมาคมภาพยนตร์แห่งอเมริกาได้วางไว้

** สมาคมภาพยนตร์แห่งอเมริกา (MOTION PICTURE ASSOCIATION OF AMERICA หรือ MPAA) ได้กำหนดวิธีการควบคุมภาพยนตร์โดยอาศัยระบบการจัดระดับของภาพยนตร์ตามอายุผู้ชม (AGE - BASED SYSTEM) เมื่อ ค.ศ. 1968

*** เป็นระบบที่กำหนดขึ้นตามพระราชบัญญัติสื่อสารโทรคมนาคม 1996 โดยพ่อแม่ผู้ปกครองสามารถตั้งโปรแกรมไว้ที่เครื่องรับโทรทัศน์ตามระดับ V, S, L ของเนื้อหารายการได้ ทำให้พ่อแม่สามารถควบคุมการชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหารุนแรงของเด็กได้



สถานีโทรทัศน์สาธารณะในต่างประเทศ

ในวงการสื่อสารมวลชนที่พัฒนาแล้วในต่างประเทศ สื่อสาธารณะจะปรากฏเพื่อเป็นทางเลือกในการบริโภคสื่อของประชาชนในประเทศ แม้ว่าในช่วงแรกของการออกอากาศ จะประสบปัญหาเป็นอย่างมากในหลายๆ เรื่อง ไม่ว่าจะเป็นปัญหาการขาดแคลนเงินทุนในการดำเนินงาน ปัญหาการแทรกแซงจากรัฐบาลและกลุ่มผลประโยชน์ แต่ต่อมาสื่อเหล่านั้นก็สามารถอยู่รอดได้ภายใต้เงื่อนไขทางสังคมวัฒนธรรม โครงสร้างการสื่อสารมวลชนภายในประเทศ ทำให้สื่อในแต่ละประเทศมีความแตกต่างและเป็นที่น่าสนใจเพื่อนำโครงสร้างการบริหาร จัดการเหล่านั้นมาปรับใช้เข้ากับโทรทัศน์ที่จะเกิดขึ้นในประเทศไทยได้

BBC ของอังกฤษ

สถานีโทรทัศน์บีบีซี ประสบความสำเร็จในการผลิตรายการคุณภาพที่ให้ความรู้แก่สังคมแต่ต้องดำเนินงาน ภายใต้ข้อจำกัดทางการเงิน เนื่องจากแหล่งรายได้หลักมาจากค่าธรรมเนียมรับชมที่เก็บจากรัฐบาลที่มีเครื่องรับโทรทัศน์ และสถานีแห่งนี้ไม่หารายได้จากการโฆษณาทุกรูปแบบ ทั้งนี้เพื่อให้ประชาชนควบคุมทิศทางการผลิตรายการและสถานีเป็นอิสระจากอำนาจทุนธุรกิจ การเพิ่มปริมาณรายได้หรือการเพิ่มอัตราค่าธรรมเนียมจะต้องได้รับความเห็นชอบจากรัฐบาลจึงทำให้การเมืองมีอำนาจควบคุม กล่าวคือรายได้จากค่าธรรมเนียมรับชมไม่สามารถปรับเพิ่มขึ้นได้ตามการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนการผลิตรายการที่เพิ่มขึ้นทุกปี ตั้งแต่ในปี 1980 ถึง 1985 ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 34000 ปอนด์ ต่อชั่วโมง เป็น 52000 ปอนด์ต่อชั่วโมงดังนั้นสถานีโทรทัศน์บีบีซีจึงประสบปัญหาขาดทุนมีค่าใช้จ่ายมากกว่ารายได้ถึง 80 ล้านปอนด์

จากปัญหาดังกล่าว ในปี 1985 ทางสถานีจำเป็นต้องโฆษณาสินค้าทางอ้อม เช่น รายการเรื่องหนังสือที่เพิ่งวางจำหน่ายโดยเชิญนักเขียนหนังสือเล่มนั้นมาเป็นวิทยากร และ หารายได้จากการผลิตสื่อต่อเนื่องอื่น ๆ เช่น หนังสือ เทปวีดิทัศน์ เทปเสียง ฯลฯ

จนกระทั่งมีข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการศึกษาแนะนำให้บีบีซีมีรายได้จากโฆษณาได้หรือเปลี่ยนระบบจากการเก็บค่าธรรมเนียมรับชม มาเป็นการเก็บค่าสมาชิกเพื่อให้สถานีสามารถปรับเปลี่ยนอัตราได้เองและเป็นกลไกควบคุมสถานีให้ผลิตรายการที่ตอบสนองต่อสมาชิกผู้เสียค่าบริการ ในที่สุดรัฐบาลจึงยินยอมให้มีการปรับอัตราค่าธรรมเนียมรับชมได้ทุกๆ 3 ปี ตามดัชนีราคา (retail price index) สถานีบีบีซีจึงมีรายได้จากค่าธรรมเนียมปีละประมาณ 2000 ล้านปอนด์ ในปี 2547 ได้สำรวจสัดส่วนรายได้ของบีบีซีว่ามาจากค่าธรรมเนียมการรับ 91.8% และมาจากแหล่งอื่นๆ 8.2% โดยรวมรายรับภายในประเทศทั้งหมด 2778.6 ล้านปอนด์

สภาพการณ์ปัจจุบัน สถานีโทรทัศน์ที่มีบริการแบบบอกรับสมาชิกและออกอากาศครั้งละหลายช่องมีจำนวนเพิ่มขึ้น เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลกระทบต่อค่าธรรมเนียมรับชมโดยตรงเพราะผู้ชมจะเปรียบเทียบระหว่างรายการของบีบีซีกับรายการในแต่ละช่องของโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกซึ่งมีให้เลือกรับชมได้ตามความพอใจในการชำระค่าธรรมเนียมรับชม จึงขึ้นกับความพึงพอใจของประชาชนมากขึ้น และเป็นปัจจัยที่สร้างการแข่งขันในตลาดการซื้อขายรายการจากต่างประเทศ โดยเฉพาะ

รายการถ่ายทอดสดกีฬา ทำให้ต้นทุนออกอากาศรายการปรับตัวสูงขึ้น

มีการวิพากษ์วิจารณ์ว่าสถานีโทรทัศน์บีบีซีทำหน้าที่เป็นตัวแทนของรัฐบาลและผูกขาดการแสดงความคิดเห็นเพียงแห่งเดียว จึงได้จัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลโทรทัศน์อิสระ หรือ ITA (Independent Television Authority) ซึ่งต่อมามีการเปลี่ยนชื่อเป็น ITC หรือ Independent Television Commission เพื่อดูแลการกระจายเสียงทั้งของรัฐและเอกชน อีกทั้งดูแลการกระจายสัญญาณในรูปแบบอื่นๆ ด้วยมีกรรมการ 12 คน ทำหน้าที่ควบคุมสถานีโทรทัศน์แห่งใหม่ที่เป็นเครือข่ายอิสระระดับชาติและมีสถานีโทรทัศน์อิสระ 15 แห่งในเขตภูมิภาคต่างๆ 14 เขต เป็นสถานีสมาชิกถ่ายทอดรายการและผลิตรายการให้กับเครือข่ายเรียกว่า สถานีไอทีวี หรือ ช่อง 3

การจัดตั้งสถานีโทรทัศน์เอกชนมีสิ่งที่น่าสนใจคือเป็นธุรกิจการค้ามากขึ้นไปคณะกรรมการกำกับดูแลจึงพยายามสร้างการแข่งขันภายในเครือข่ายสถานีอิสระในหลายด้าน กล่าวคือ มีการแบ่งเวลารายการให้ผู้จัดทำรายการหลายๆ แห่ง หรือแบ่งให้ตามภูมิภาค เพื่อให้เกิดการแข่งขันระหว่างผู้ผลิตรายการ และมีการปรับเปลี่ยนระเบียบกฎเกณฑ์ตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเช่น เมื่อคณะกรรมการให้ใบอนุญาตประกอบกิจการสถานีอิสระแก่เจ้าของหนังสือพิมพ์ระดับชาติ 2 แห่งแล้วเกิดปัญหา จึงมีการออกกฎหมายการถือครองหุ้นข้ามสื่อ เป็นต้น

หลังการเริ่มแพร่ภาพออกอากาศ สถานีโทรทัศน์ไอทีวีได้รับความนิยมสูงขึ้น โดยเฉพาะรายการบันเทิงเพราะสถานีแห่งนี้ไม่ถูกควบคุมเนื้อหารายการเข้มงวดเหมือนบีบีซี และเป็นสถานีที่หารายได้จากโฆษณาได้เพียงแห่งเดียว มีการประมาณการว่า ไอทีวีมีกำไรจากการดำเนินกิจการใหม่เพิ่มขึ้นอีกเพื่อลดการผูกขาดตลาดโฆษณาสินค้าของไอทีวี ในปี 1990 จึงมีการเปิดสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 เป็นสถานีโทรทัศน์ที่หารายได้จากโฆษณาอีกแห่งหนึ่งซึ่งเป็นตัวเพิ่มการแข่งขันแย่งชิงรายการกีฬาจากแหล่งต่างๆ ทำให้ต้นทุนได้รับสิทธิ์ถ่ายทอดรายการสูงขึ้น

การมีสถานีโทรทัศน์ที่เน้นการหารายได้จากโฆษณาเป็นสาเหตุของการละเลยกลุ่มผู้ชมพิเศษ หรือผู้ชมส่วนน้อย (Minority Group) ทำให้คณะกรรมการพิจารณาให้จัดตั้งสถานีโทรทัศน์ที่มีเป้าหมายผลิตรายการ เพื่อตอบสนองกลุ่มผู้ชมเหล่านี้ในปี 1982 คือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 4 เป็นสถานี รายการทางเลือกผลิตสารคดีและรายการสาระความรู้ โดยสถานีแห่งนี้มีความแตกต่างจากช่องอื่นๆ อย่างสิ้นเชิง กล่าวคือ สถานีโทรทัศน์ เป็นผู้ดูแลระบบการออกอากาศ ไม่ได้ผลิตรายการเอง จึงเป็นช่องทางให้กับผู้ผลิตรายการอิสระเสนอรายการแตกต่าง

จากช่องอื่น และกระตุ้นให้ผู้ผลิตอิสระกว่า 900 แห่งขยายบทบาทผลิตรายการให้กับสถานีแห่งนี้ด้วย โดยเป็นผู้ผลิตรายการอย่างน้อยร้อยละ 25 ของเวลาทั้งหมดในโทรทัศน์ภาคพื้นดิน

แหล่งรายได้ของช่อง 4 ก็มีความแตกต่างเช่นกัน โดยในช่วงเริ่มต้น คณะกรรมการต้องการให้สถานีแห่งนี้มีอิสระและเป็นทางเลือกอย่างแท้จริง จึงกำหนดให้มีรายได้คงที่มาจากส่วนแบ่งจากรายได้โฆษณาในช่อง 4 ที่ไอทีวีเป็นตัวแทนขายเวลาเพราะไอทีวีเป็นผู้ผูกขาดตลาดโฆษณาจึงสามารถหาโฆษณามาออกอากาศทางช่อง 4 ได้ แต่ต่อมาเมื่อมีช่อง 5 เกิดขึ้นในปี 1990 กฎหมายการกระจายสัญญาณออกอากาศ หรือ Broadcasting Act 1990 กำหนดให้ช่อง 4 หารายได้จากโฆษณาเองแต่มีรายได้รับประกันขั้นต่ำ 14% ของรายได้จากโฆษณารวมทั้งช่อง 3 และช่อง 4 ที่เป็นทุนดำเนินงานของช่อง 4 หากสถานีหารายได้น้อยกว่า 14% ดังกล่าวเพื่อให้เกิดการผลิตรายการโดยปลอดจากแรงกดดันในการหารายได้ผลิตรายการให้กลุ่มรสนิยมพิเศษ



NHK ของญี่ปุ่น

สถานีโทรทัศน์แห่งนี้ได้เริ่มออกอากาศในปี 1953 และรายได้หลักมาจากการเก็บค่าธรรมเนียมการรับชมตามพระราชบัญญัติ broadcasting act โดยที่ประชาชนชาวญี่ปุ่นที่มีเครื่องรับชมโทรทัศน์จะต้องจ่ายเงินจำนวนประมาณ 1345 เยน (380 บาท) ต่อเดือนหรือประมาณ 14910 เยน (4200 บาท) ต่อปี (ในอัตราที่ลดแล้ว) และสำหรับโทรทัศน์สีเป็นจำนวนเงิน 2290 เยน (645 บาท) ต่อเดือน หรือประมาณ 25520 เยน (7200 บาท) ต่อปี และราคาดังกล่าวก็เป็นราคาที่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว ตามกฎหมายแล้วจะไม่มีมาตรการลงโทษสำหรับผู้ที่ไม่จ่ายค่าธรรมเนียมรับชม ส่งผลให้มีผู้ที่ไม่ยอมจ่ายค่าธรรมเนียมกว่าหนึ่งล้านครัวเรือนทั่วประเทศ ทั้งนี้รัฐก็ได้ออกมาตราการที่จะฟ้องร้องตามกฎหมาย และเรียกร้องให้สามารถจ่ายย้อนหลังได้และในปัจจุบันพบว่ารายได้จากค่าธรรมเนียมที่เก็บได้เริ่มลดลงเรื่อยๆ เนื่องจากปัญหาภายในองค์กรที่มีการยกยอกทรัพย์สินจากสถานีโดยผู้บริหารระดับสูง ทำให้ยิ่งเป็นการเพิ่มจำนวนผู้ที่ไม่ต้องการจ่ายค่าธรรมเนียมมากขึ้น

รายได้ทางอื่นของสถานีก็มาจากการบริหารบริษัทลูกภายในสถานีเองที่ได้ตั้งขึ้นมาเพื่อหารายได้พิเศษ ในปีค.ศ.1989 เอ็นเอชเค จัดตั้งบริษัทลูกจำนวน 29 บริษัท หรือ NHK Affiliates

สร้างกิจกรรมขึ้นมาสนับสนุนบริษัทแม่ เพื่อให้เอ็นเอชเคสามารถแบกรับภาระหน้าที่ในฐานะองค์กรกระจายสัญญาณสาธารณะได้ กล่าวคือ บริษัทเหล่านี้ทำงานสนับสนุนการทำรายการเพื่อสาธารณะ และดำเนินธุรกิจเพื่อหารายได้จากกิจกรรมอื่นๆ นอกเหนือจากการกระจายสัญญาณเพื่อสาธารณะ ซึ่งรายได้เหล่านี้ทำให้เอ็นเอชเค ลดแรงกดดันทางการเงินจากการผลิตรายการที่ไม่แสวงหารายได้จากโฆษณา และช่วยให้เอ็นเอชเค คงอัตราค่าธรรมเนียมที่เก็บจากผู้รับชมรายการอยู่ได้เป็นระยะเวลายาวนาน

บริษัทลูกจำนวน 29 แห่งแบ่งเป็น 4 กลุ่มประเภทกิจการคือ

1 กลุ่มกระจายเสียง (Broadcast Group) จำนวน 14 บริษัทเกี่ยวข้องกับธุรกิจด้านการวางแผนผลิต จำหน่ายรายการกระจายเสียงและสิ่งพิมพ์ของเอ็นเอชเค

2 กลุ่มธุรกิจเสริม (Support Group) จำนวน 6 บริษัทเป็นธุรกิจที่หารายได้สนับสนุนเอ็นเอชเคได้อย่างมาก เช่น งานออกแบบจัดทำ หรือดูแลรักษาอุปกรณ์เครื่องใช้พัฒนาฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์ จัดการเกี่ยวกับการเก็บค่าธรรมเนียมรับชมของประชาชน จัดอบรมและบรรยาย เป็นต้น

3 กลุ่มบริการสาธารณะ (Public Service Group) จำนวน 7 บริษัทเกี่ยวข้องกับงานให้บริการ เช่น ส่งเสริมการขาย และแลกเปลี่ยนรายการระหว่างประเทศ จัดคอนเสิร์ตกิจกรรมการกุศล เป็นต้น

4 กลุ่มผลประโยชน์ของพนักงาน (NHK Employees Benefits Group) จำนวน 2 บริษัท เกี่ยวกับสวัสดิการของพนักงาน เช่น การประกันสุขภาพ การพักผ่อนหย่อนใจ การเคหะสงเคราะห์ เป็นต้น

การที่เอ็นเอชเค ต้องตั้งบริษัทลูกแสวงหารายได้จากทางอื่น เนื่องจากกฎหมายกำหนดให้ผู้ชมเป็นแหล่งรายได้เพียงอย่างเดียวของสถานี ห้ามการรับเงินอุดหนุนจากรัฐบาล เอกชนหรือหน่วยงานอื่นใด เพื่อไม่ให้ถูกครอบงำด้านเนื้อหารายการ และสัมพันธ์กับผู้ชมเป็นหลัก แต่อย่างไรก็ตามก็ไม่ได้มีความกังวลจากหลายฝ่ายถึงความเป็นอิสระของรายการในอนาคต หากแหล่งรายได้จากบริษัทลูกเหล่านี้เป็นสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับแหล่งรายได้จากค่าธรรมเนียมที่ค่อนข้างคงที่

จากการศึกษาของจูตินันท์ และวิรัช (2547) พบว่าปัจจุบันสัดส่วนรายรับทั้งหมดของสถานีมาจากค่าธรรมเนียม 97% และจากแหล่งอื่น ๆ เพียง 3% เท่านั้น

ตามโมเดลของสื่อสาธารณะของประเทศญี่ปุ่นได้ให้ความสำคัญกับประชาชนผู้ชมเป็นอย่างมาก จะเห็นได้จากการมีตัวแทนของประชาชนเข้าไปมีบทบาทในกรรมการนโยบายด้วย

ดังนั้นจากโมเดลดังกล่าว ประชาชนจึงไม่ได้เป็นเพียงผู้ชมเท่านั้น แต่สามารถที่จะเข้ามามีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางขององค์กรได้ด้วย เพราะถือว่าเป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรง



PBS

PBS ของสหรัฐอเมริกา

ในปี 1917 รัฐบาลได้จัดตั้งหน่วยงานกลางขึ้นมาทำหน้าที่ดูแลให้เกิดการผลิตสื่อเพื่อประโยชน์สาธารณะรวมทั้งจัดตั้งสถานีเครือข่ายกิจการสาธารณะพีบีเอสหรือ Public Broadcasting Service ขึ้น เพื่อผลิตรายการทางเลือกอื่นๆ และ เน้นรายการเพื่อการศึกษาโดยรัฐบาลจัดสรรงบประมาณอุดหนุนการดำเนินกิจการแต่ระบบโทรทัศน์ในประเทศนี้ยังคงเอื้ออำนวยให้เอกชนทำการผลิตสื่อกระแสหลักต่อไป เนื่องจากรัฐบาลทั้งสิ่งกลางและส่วนท้องถิ่นมีบทบาทสนับสนุนการเงินแก่สถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อประโยชน์สาธารณะในสัดส่วนที่ลดลง โดยลดจากร้อยละ 70 ในปี 1973 เหลือเพียงร้อยละ 46.6 ในปี 1990 ก่อให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์ถึงอิทธิพลจากทุน อาจมีผลต่อเนื้อหารายการมากขึ้น ในอนาคตเพราะผู้ผลิตสินค้าให้ความสนใจกับผู้บริโภคที่ไม่ชอบชมโฆษณาจึงมักให้การอุปถัมภ์รายการชุดหรือ Series Sponsored ที่ได้รับความนิยมสูงในสถานีแห่งนี้ โดยขึ้นสัญลักษณ์สินค้าเพียงรายการเดียวในระหว่างรายการ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีกับสินค้าที่ตนจำหน่าย นอกจากนี้เมื่อได้รับความสนใจจากกลุ่มผู้อุปถัมภ์รายการหลายบริษัทโดยเฉพาะกลุ่มบริษัทน้ำมัน และการปิโตรเลียม สถานีโทรทัศน์จึงเปิดให้มีการประมูลเป็นผู้อุปถัมภ์รายการเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับสถานี จึงอาจเป็นระบบโทรทัศน์ที่ผลิตรายการผิดเป้าหมาย จากหน้าที่ให้บริการเพื่อสาธารณะประโยชน์

ตัวอย่างที่ชัดเจนมากขึ้นคือเร็ว ๆ นี้เมื่อ 8 มิถุนายนปี 2007 สภาผู้แทนราษฎรได้ลดเงินอุดหนุนสถานีลง \$155 ล้าน หรือกว่า 23% เหลือเพียง \$380 ล้าน เพราะสถานีได้เป็นฐานเสี่ยงให้กับพรรคเดโมแครตมากเกินไป จะเห็นได้ว่าการมีงบประมาณที่มาจากรัฐบาลนั้นย่อมเป็นการบิดเบือนความเป็นกลางทางการเมืองของเนื้อหาที่น่าเสียดาย

จากข้อมูลในปี 2547 พบว่ารายรับทั้งหมดของสถานีมาจาก การขายรายการ 40.5% จากค่าสมาชิก 28.7% จากรัฐบาล 14.6% จากการดำเนินธุรกิจ 8.2% และการขายผลิตภัณฑ์ทางการศึกษาอีก 8.0% รวมรายรับทั้งหมด 534 ล้านดอลลาร์

อิทธิพลของประชาชน และการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการกำหนดทิศทางของสื่อพบว่า PBS มีรูปแบบการบริหารงาน

แบบองค์กรเอกชนโดยมีคณะกรรมการหรือ Board of Director ซึ่งเป็นตัวแทนของมลรัฐต่างๆ และเจ้าหน้าที่หรือ Corporate Officer ซึ่งรับผิดชอบงานด้านต่างๆ จะเห็นได้ว่า PBS เปิดกว้างต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนค่อนข้างที่จะทั่วถึง



ABC ของออสเตรเลีย

สถานี ABC หรือ Australia Broadcasting Corporation เป็นสถานีวิทยุและโทรทัศน์สาธารณะของออสเตรเลีย ที่ไม่ได้มีแหล่งที่มาของรายได้จากการโฆษณาเชิงพาณิชย์เลย แต่มีแหล่งที่มาของรายได้จากสองช่องทางหลักนั้นคือการสนับสนุนโดยตรงจากภาครัฐเป็นรายปี โดยในปีงบประมาณ 2006 ถึง 2007 สถานีนี้ได้รับงบประมาณมากถึง AUD \$823 ล้าน หรือเป็นเงินไทยประมาณ 20000 ล้านบาท และรายได้จากการขายสินค้าประเภททรัพย์สินทางปัญญาของทางสถานี รวมถึงสินค้าทั่วไปอื่นๆ โดยมีรายได้เข้ามากถึง AUD \$162 ล้าน หรือเป็นเงินไทยราว 4000 ล้านบาท ซึ่งแตกต่างจากสมัยก่อนที่สถานีนี้เคยเก็บค่าธรรมเนียมรับชมเหมือนสถานี BBC แต่ต้องยกเลิกไปในปี 1974

เนื่องจากสถานีได้รับการสนับสนุนทางการเงินส่วนใหญ่จากการของบประมาณจากภาครัฐแบบปีต่อปี ย่อมทำให้หลีกเลี่ยงการแทรกแซงทางการเมืองได้ยาก ตัวอย่างที่ชัดเจนคือการเข้ามาของผู้ที่มีเส้นสายทางการเมืองในคณะกรรมการนโยบายของสถานีโดยมีท่าทีจากสืบสวน ทำให้การนำเสนอข่าวย่อมเข้าข้างฝ่ายรัฐบาลและสถานีก็เป็นกระบอกเสียงของรัฐบาลโดยปริยาย



CBC television CBC ของแคนาดา

รายได้ส่วนใหญ่ของสถานีนี้ มาจากการสนับสนุนจากรัฐบาลแต่เป็นการให้เงินทุนสนับสนุนแบบถาวร โดยต้องให้ทุกปี ในปีล่าสุด (2006) สถานีได้รับเงินอุดหนุนเป็นจำนวน \$946 ล้าน และรวมรายได้ทั้งหมดของสถานีแล้วเป็นจำนวนที่มากถึง \$1.56 พันล้านและมีแหล่งรายได้อื่นๆ นอกเหนือจากรัฐบาลคือการเก็บค่าธรรมเนียมการรับชม การขายโฆษณาทางสถานี

โทรทัศน์และเว็บไซต์ของสถานี (ไม่เก็บค่าโฆษณาจากสถานีวิทยุ) และการหารายได้จากอสังหาริมทรัพย์ของสถานีเอง แต่ก็ยังมีข้อวิจารณ์มากเกี่ยวกับรายได้ของสถานีที่มีมากเกินไปไม่เหมาะสมกับรายจ่ายของสถานีที่มีเพียง \$616 ล้านเท่านั้น



ZDF ของเยอรมนีและ RTE ของไอร์แลนด์

สถานี ZDF หรือ Zweites Deutsches Fernsehen ของเยอรมันได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากเพียงสองช่องทางเท่านั้น คือการเก็บค่าธรรมเนียมจากครัวเรือนที่เป็นเจ้าของโทรทัศน์และจากการโฆษณา เช่นเดียวกับกับสถานี RTE หรือ Radio Telefís Éireann ของไอร์แลนด์ ที่เก็บค่าธรรมเนียมการรับชมจ 158 ต่อปี และค่าโฆษณาและผู้สนับสนุนรายการแต่ก็ได้มีการจำกัดจำนวนเงินที่ได้จากสองแหล่งไว้ในอัตราส่วน 50 ต่อ 50 เพื่อให้มีความสมดุลระหว่างรายได้



YLE ของฟินแลนด์

สถานี YLE หรือ Yleisradio Oy ของฟินแลนด์ได้รับโมเดลโครงสร้างการกำกับดูแลจาก BBC ของอังกฤษมาค่อนข้างมาก มีรัฐบาลเป็นเจ้าของและได้รับรายได้จากการเก็บค่าธรรมเนียมรับชมและจากการสนับสนุนของรัฐเล็กน้อยประชาชนต้องเสียค่าธรรมเนียมเป็นเงิน จ 208.15 ถึง จ 215.4 ต่อปี และตัวสถานีเองได้รับค่าชมมากกว่า แม้จะได้รับเงินจากรัฐบาลมาดำเนินการแต่ก็ไม่เข้าข้างรัฐบาล มีความเป็นกลางทางการเมืองมากและนำเสนอรายการที่มีคุณภาพแก่งัดคมได้เหล่านี้สะท้อนว่า วัฒนธรรมการบริโภคสื่อของประชาชนในประเทศเป็นตัวกำหนดความเป็นอิสระของสื่อได้เป็นอย่างดีโดยไม่ต้องอาศัยกฎหมายใดๆ มาบังคับใช้เลย

ประเด็น/สถานี(ประเทศ)	ความเป็นอิสระจากรัฐและทุน	ที่มาของรายได้	โครงสร้างและการกำกับดูแล	เนื้อหาและรูปแบบรายการ
 BBC BBC (อังกฤษ)	มีมากเพราะโครงสร้างการทำรายได้และการบังคับใช้กฎหมายที่เหมาะสม	ค่าธรรมเนียมรับชม	คณะกรรมการบริหาร (Board of Governors) 12 คน และคณะกรรมการมาตรฐานการกระจายเสียง (Broadcasting Standards Commission) ดูแลเนื้อหารายการ	แบ่งเป็นหลายช่องตามประเภทของรายการ เช่น ช่อง 1 เสนอรายการทั่วไป ช่อง 2 - 4 เสนอรายการเพื่อสังคม
 NHK NHK (ญี่ปุ่น)	มีมาก เพราะแหล่งรายได้มาจากประชาชนไม่ใช่รัฐหรือมาจากการโฆษณา	ค่าธรรมเนียมรับชม	คณะกรรมการ 12 คนจากทั่วประเทศและกรรมาธิการที่ปรึกษาเกี่ยวกับผู้ชม (Audience Advisory Councils)	มีช่อง General TV ที่นำเสนอรายการทั่วไป และ Education TV ที่เน้นการศึกษาและวัฒนธรรม
 PBS PBS (อเมริกา)	มีปานกลาง เนื้อหารายการขึ้นกับปัจจัยทางการเมืองเพราะรายได้ส่วนหนึ่งจากรัฐทำให้รัฐสามารถกำหนดทิศทางของเนื้อหารายการได้ในระดับหนึ่ง	ค่าสมาชิก เงินอุดหนุนจากรัฐทรัพย์สินทางปัญญา	Board of Directors จากทั่วประเทศ และ Office of the Inspector General หรือสำนักงานผู้ตรวจการดูแลการทำงานของบอร์ด	รายการเกี่ยวกับเด็ก วัฒนธรรมการศึกษา ประวัติศาสตร์ข่าวธรรมชาติเรื่องที่น่าสนใจ ธรรมชาติสนใจวิทยาศาสตร์
 ABC ABC (ออสเตรเลีย)	มีค่อนข้างน้อยเพราะกรรมการส่วนหนึ่งจากรัฐบาล	เงินอุดหนุนจากรัฐ ทรัพย์สินทางปัญญา		และรายการเสริมทักษะต่าง ๆ
 CBC CBC (แคนาดา)	มีค่อนข้างน้อย เพราะแหล่งรายได้จากรัฐและโฆษณา	โฆษณา เงินอุดหนุนจากรัฐ ผู้อุปถัมภ์		
 ZDF ZDF (เยอรมนี)	มีปานกลาง เพราะแหล่งรายได้มาจากโฆษณาบางส่วน	ค่าธรรมเนียมรับชม โฆษณา		
 RTE RTE (ไอร์แลนด์)	มีปานกลาง เพราะแหล่งรายได้มาจากโฆษณาบางส่วน	ค่าธรรมเนียมรับชม โฆษณา		
 YLE YLE (ฟินแลนด์)	มีมาก แม้จะมีรายได้หลักจากรัฐบาลก็ตาม	ค่าธรรมเนียมรับชม เงินอุดหนุนจากรัฐ		

ประเทศไทยในขณะนี้ผู้ประกอบการวิทยุชุมชน โทรทัศน์ดาวเทียมยังไม่มีความชัดเจนเกี่ยวกับกฎ กติกาและเงื่อนไขการออกใบอนุญาตและอายุของใบอนุญาตประกอบการวิทยุชุมชน และโทรทัศน์ดาวเทียม จากคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช) แต่ในขณะเดียวกันนี้หลายประเทศทั่วโลกได้ พยายามและมีความสำเร็จในการดำเนินการบริหารจัดการคลื่นความถี่วิทยุชุมชนและโทรทัศน์ ุชมชนมาอย่างยาวนานโดยความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน

สมาคมนักข่าววิทยุโทรทัศน์ไทยจึงนำเสนอบทความที่น่าสนใจ และ มีบทสรุปที่สำเร็จรูปด้านวิทยุชุมชน และโทรทัศน์ชุมชนเพื่อและเพื่อเป็นแนวทางในการนำไปใช้ในการออกใบอนุญาตและเป็นแนวทางในการประกอบ กิจการวิทยุชุมชนและโทรทัศน์ชุมชน เพื่อที่ผู้เกี่ยวข้องฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะนำไปศึกษาพิจารณาถึงความเป็น ไปได้และเหมาะสม อันนำไปสู่ความสำเร็จในการออกใบอนุญาตผู้ประกอบการวิทยุและโทรทัศน์ชุมชน ในประเทศไทย

อัตลักษณ์ ของวิทยุชุมชนและโทรทัศน์ชุมชน

หลากหลายอัตลักษณ์วิทยุชุมชน ประสบการณ์จากต่างประเทศ

โดย ดร. พินิตตา สุขโกศล
ภาควิชานิเทศศาสตร์
คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

สื่อชุมชนเปรียบเสมือนตัวกลางทางสังคม-วัฒนธรรม (Community media as socio-cultural mediation) สื่อชุมชนเป็นเสมือนกลไกหนึ่งในการขับเคลื่อน "จักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม" ขณะเดียวกันก็ไม่สูญเสียความสัมพันธ์สองด้านระหว่าง "องค์กรสื่อนานาชาติ" และ "ประชาชนในท้องถิ่น" แต่มีการตั้งข้อสงสัยว่าจะเกิดความขัดแย้งระหว่างกันอันเนื่องมาจากกระแสโลกาภิวัตน์

การขับเคลื่อนดังกล่าว มีการชี้วัดด้วยตัวเลขของส่วนแบ่งทางการตลาด ความสามารถในการทำกำไรของการใช้สื่อในการเข้าถึงสาธารณะ และคุณค่าในเชิงสังคม (Social value) สื่อเพื่อชุมชนเกิดขึ้นเพื่อการตรวจสอบ เพื่อความต้องการในการปกครองตนเองให้ชัดเจนมากขึ้นและเพื่อเป็นการกระตุ้นการตื่นตัวในการต่อต้านสื่อข้ามชาติที่มีอยู่เพียงไม่กี่แห่งทั่วโลก ซึ่งส่งผลต่อการรณรงค์ต่อสู้การสร้างรูปแบบวัฒนธรรมเดียวกันได้มากขึ้น

สื่อชุมชนทำหน้าที่ในการนำเสนอเรื่องราวที่แตกต่างจากสื่อระหว่างประเทศ เช่นการเพิ่มขึ้นของเชื้อชาติ-เผ่าพันธุ์ พื้นฐานความเชื่อทางศาสนาผู้ก่อการร้ายหรือการเดินขบวน เพื่อเรียกร้องให้เกิดการปกป้องช่วยเหลือคนในชุมชน ระหว่างที่มีการประชุม G8 และ WTO ที่เมืองต่างๆ เหล่านี้ แสดงให้เห็นว่าตระกราะทางวัฒนธรรมหรือทางเศรษฐศาสตร์ ไม่ได้มีความเป็นสากลเสมอไป

แต่แทนที่จะเป็นเช่นที่กล่าวมาข้างต้น "สื่อชุมชน" และ "สื่อสากล" ควรจะมีบทบาทในการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสารระหว่างกันสร้างการเชื่อมโยงที่ดีต่อกันและสร้างความรู้ที่กว้างไกลให้กับผู้คนในสังคม

หนังสือเรื่อง Community media: People, Places, and Communication Technologies เขียนโดย Kevin Howley นักวิชาการทางด้านการศึกษาและภาพยนตร์มหาวิทยาลัยเดอเพอว (DePauw University) ได้ทำการวิจัยทางด้านการศึกษาเพื่อชุมชนจากแรงบันดาลใจเมื่อได้ฟังรายการวิทยุบนรถแท็กซี่ขณะนั่งรถไปยังมหาวิทยาลัย และเมื่อได้ทำวิจัยเรื่องสื่อเพื่อชุมชน เขาได้สัมผัสกับคนในชุมชนมากขึ้น ยิ่งทำให้เขาหลงรักในความน่ารักของคนในชุมชนและนั่นคือเสน่ห์ของสื่อเพื่อชุมชน คือการแสดงความจริงใจกับคนรอบข้างแม้กระทั่งแขกผู้มาเยือน

ไม่เพียงเท่านั้นการต้อนรับที่ดี ยังส่งผลต่อความประทับใจให้กับผู้ที่เข้าไปเยี่ยมเยือน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับงานวิจัยเล่มนี้ที่ทีมวิจัยรู้สึกประทับใจกับเสน่ห์ของชุมชน เช่นเดียวกัน

ฮอว์ลีย์ (Howley) แสดงให้เห็นว่าสื่อเพื่อชุมชนนั้น ได้สร้างโลกไร้สายที่สามารถเชื่อมโยงเรื่องราวระหว่างกัน เป็นลักษณะแบบ Wireless world หลายครั้งที่เราเริ่มเมื่อที่จะรับรู้เรื่องของโลกจากกลุ่มคนเพียงไม่กี่คนในโลกทุนนิยม แต่เราสามารถสร้างเรื่องราวของชุมชนเล็กๆ ให้คนในชุมชนเล็กๆ แสดงพลังและศักยภาพของเรื่องราวตัวเองได้จากการเข้าเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างเนื้อหาข่าวสาร หรือจากการได้พูดคุยระหว่างกันเอง จากนั้นก็เชื่อมโยงเรื่องราวไปยังชุมชนอื่นด้วยระบบมัลติมีเดียทั้งภาพและเสียงในระบบเครือข่าย

ในหนังสือเล่มนี้ยังแสดงให้เห็นว่าหลายสถานีวิทยุชุมชนของในแต่ละประเทศต่างก็เริ่มต้นจากการเป็นสถานีวิทยุที่ผิดกฎหมายหรือ illegal radio station ทั้งในสหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย อิตาลี เยอรมันนี แคนาดา และอินเดีย

สถานีวิทยุที่นับเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างระบบความคิดในการดำเนินงานสถานีวิทยุชุมชน คือ WPFA ที่มีสถานีวิทยุแปซิฟิกคา (Pacifica Radio)

เบอร์กลีย์

ประเทศสหรัฐอเมริกา

วิทยุแปซิฟิกคา (Pacifica Radio) ในชุมชนเล็กๆ ของเมืองเบอร์กลีย์ สหรัฐอเมริกา เป็นความพยายามที่จะสร้างการสื่อสารในระบบประชาธิปไตย รวมทั้งยังเป็นการบุกเบิกวิธีการสร้างวิทยุในรูปแบบใหม่ที่ท้าทายกระบวนการสื่อสารในประเทศสหรัฐฯ หลังจากสงครามโลกครั้งที่สองจนกระทั่งปัจจุบันก็ยังคงดำเนินงานตามหลักการเช่นเดิม คือนำเสนอรูปแบบรายการข่าวข้อมูลและรายการทางด้านวัฒนธรรม (News, Information and Cultural programming) โดยปราศจากการครอบงำทางด้านการค้า หรือการเป็นสถานีแสดงสินค้าของประเทศสหรัฐฯ นับเป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมที่สำคัญในการทำรายการวิทยุอันเกิดจากการสนับสนุนรายการโดยกลุ่มคนฟัง ดังนั้นรายการจึงเป็นรายการข่าวเชิงสืบสวนสอบสวน รายการสารคดีทางอากาศมากขึ้น และไม่เปิดเพลงเพื่อส่งเสริมให้กับค่ายเพลง เช่นที่ผ่านมา

ภายหลังจากสงครามเย็น (Cold war) ซึ่งเข้ามาครอบงำเสรีภาพของประชาชนในบ้าน รวมทั้งยังรบกวนความสงบสุขของผู้คนในชุมชนและความมั่นคงต่างประเทศ มูลนิธิเคพีเอฟเอ จัดตั้งขึ้นเพื่อการสื่อสารการสร้างความเข้าใจและความสงบสุขร่วมกันของคนทั้งโลกต่อต้านระบบการค้าแบบยึดเหยียดคนฟังในระบบอุตสาหกรรมทางการค้า และความเยียบตอบรับกับระบบการทหาร วิทยุแปซิฟิกคาจึงตั้งมั่นบนพันธสัญญาที่ว่า "Engage in any activity, creeds, and colors; to gather and disseminate information on the causes of conflict between any and all such groups" (Pacifica founder, 1946).

วิทยุแปซิฟิกคา เป็นสถานีที่ทำหน้าที่ดำเนินกิจกรรมความเชื่อทางศาสนาและไม่แบ่งแยกผิวสี และเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลที่จะช่วยลดความขัดแย้งระหว่างชนกลุ่มต่างๆ โดยมีคนที่ได้รับการฝึกทักษะมาอย่างดีในการผลิตสื่อ ในฐานะอาสาสมัครเข้ามาทำงานอย่างเข้มแข็งด้วยความตั้งใจทำหน้าที่ให้ความรู้กับผู้ฟัง เปิดประเด็นท้าทายความคิด ความเชื่อของกลุ่มคนฟัง เพื่อสนับสนุนการแสดงออกทางความคิดสร้างสรรค์ต่อสังคม

จาการ์ตา ประเทศอินโดนีเซีย

เมืองทางตะวันออกเฉียงของจาการ์ตา ประเทศอินโดนีเซีย เกิดสถานีวิทยุ RSPM (Radio Suara Persaudaraan Matraman) โดยการจัดตั้งของ M.Samih ช่วงเทคนิคในเมืองเล็กๆ ด้วยการเก็บเงินจากผู้ฟังคนละ 1,000 รูปี หรือประมาณ 12 เซ็นและยังเชิญชวนให้ทุกคนเข้ามาเป็นอาสาสมัครนักจัดรายการวิทยุ เนื้อหาที่นำเสนอในรายการเน้นด้านการวิเคราะห์เกี่ยวกับชุมชนและการแก้ไขข้อขัดแย้งในท้องถิ่นการเจรจาเรื่องราวต่างๆ ในชุมชนสร้างชุมชนที่มีความสงบและมีสันติสุขจากการขัดแย้งกันมาโดยตลอด 30 ปีภายใต้สโลแกนว่า "Peace music station" หรือ "สถานีเพลงเพื่อสันติ" ด้วยจุดยืนที่ดีของสถานีวิทยุในหมู่เกาะเล็กๆ ของอินโดนีเซียเมื่อสิ้นยุคสมัยการปกครองของประธานาธิบดีซูฮาร์โต นโยบายด้านการสื่อสารของประเทศอินโดนีเซียก็ได้รับการปลดปล่อยและมีคุณค่ามากขึ้น แม้จะมีสื่อทางด้านพาณิชย์มากขึ้น แต่ก็มีจำนวนของนักสื่อสารกระจายเสียงที่ทำงานเพื่อชุมชนด้วยหัวใจเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน

ไอเซนเบิร์ก ประเทศเยอรมนี

ประเทศเยอรมนีภายหลังการปกครองโดยคนๆ เดียวมากำหนดชะตากรรมคนทั้งประเทศ ก็เริ่มสร้างกระแสเสรีภาพภายใต้การปกครองมากขึ้นด้วยการไม่ยินยอมให้อำนาจรัฐอยู่เหนืออำนาจของประชาชน และ วิทยุชุมชนในประเทศเยอรมนีเน้นการจัดนำหนักตาม Run Weight เชื่อในเรื่องระบบ Mono poly และไม่เกี่ยวข้องการค้า 100% เชื่อในเรื่องของการจัดแบ่งประเภทสูง

เช่นเดียวกับสถานีวิทยุเพื่อเรียกร้องความเท่าเทียมกัน ทางเพศกลุ่มเรียกร้องสิทธิสตรี (Feminist groups) ทางตะวันตกของยุโรปนำเสนอการต่อต้านการห้าม ทำแท้งและสิทธิทางด้านต่างๆ ของผู้หญิงที่สื่อกระจายเสียงไม่เคยกล่าวถึงเลยสถานีวิทยุในกรุงโรม ประเทศอิตาลี ถือเป็นตัวอย่างหนึ่งในการสื่อสารเพื่อชุมชนทางด้านสิทธิสตรีระหว่าง ค.ศ. 1970 เป็นต้นมา

ในขณะที่วิทยุในประเทศเยอรมนี สถานีวิทยุ St.Paula Radio ที่จัดตั้งขึ้นในปี 1991 มีการผลิตเนื้อหารายการกว่า 600 รายการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องของผู้หญิง อาทิเช่น วัฒนธรรมของกลุ่มเลสเบี้ยน การเมืองท้องถิ่น กีฬา และเพลง ทั้งนี้จะมีการเชิญคนในชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการออกอากาศ เรียนรู้ทางด้านเทคนิคต่างๆ หรือเข้ามาทำงานด้านธุรการรวมทั้งประสานงานในชุมชนที่ตนเองอาศัยอยู่.

วิทยุเซนพอลล่า (St.Paula Radio) เป็นสถานีวิทยุเริ่มต้นจากกลุ่มผู้หญิง 20 คนจนกลายเป็นกลุ่มสมาชิก FSK (Freise Sender Kombinat) หรือวิทยุชุมชนเพื่อเสรีภาพในเมืองแสมเบิร์กประเทศเยอรมนีโดยมีสมาชิกในกลุ่มได้แก่ RadioLoretta, Forum Radio, Stadterilradio, Uniradio/AcademicHardcore และ St.Paula จนกลายเป็นพื้นที่สาธารณะของกลุ่มสตรี ท้ายที่สุดสถานีวิทยุแห่งนี้ก็ได้รับการสนับสนุนอย่างดีจากกลุ่มคนฟัง

โบลิเวีย กลุ่มประเทศละตินอเมริกา

วิทยุชุมชนที่นี่ได้สร้างความคิดอัตลักษณ์ทางการเมืองให้แก่ท้องถิ่นประเทศชาติตลอดจนในระดับสากล สถานีวิทยุโบลิเวียซึ่งเป็นประเทศในกลุ่มละตินอเมริกาเป็นอีกแนวทางหนึ่งในการสร้างรูปแบบทางวัฒนธรรมในระดับรากหญ้าแม้จะถูกรุกรานทางวัฒนธรรมก็ตามแต่ได้ให้อิทธิพลที่ดีต่อการอยู่ร่วมกันของ WACC หรือ World Association of Christian Communicators (*) อันเป็นกลุ่มคริสเตียนที่จัดตั้งสถานีวิทยุขึ้นมา เช่น วิทยุเอสเปอแรนซา ในเมืองโคแชมบามาหรือวิทยุเพื่อความหวังออกอากาศในชุมชนของกลุ่มควิชู (Quechua people) เหมือนกับวิทยุของคนที่ตั้งรกรากอยู่เดิม วิทยุเอสเปอแรนซาเน้นเรื่องการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมการเป็นสื่อกลางทางสังคมเทคโนโลยีและเอนเอียงไปทางการส่งเสริมวัฒนธรรมรวมทั้งยังเป็นสื่อที่ให้การสนับสนุนความรู้ของคนในชุมชน โดยเฉพาะการให้ความรู้กับกลุ่มผู้หญิงในชุมชน

ออสเตรเลีย

จากวิกิยูนิเฝ้า

กลายเป็นจุดยืนทางการเพียวส์วันออสส

วิทยุของคนที่ตั้งรกรากดั้งเดิม จัดเป็นการสร้างจุดยืนท่ามกลางสังคมอุตสาหกรรมในประเทศออสเตรเลีย วิทยุชนเผ่าอะบอริจิน (Aboriginal Radio) ได้เผยแพร่สัญญาณผ่านดาวเทียม เพื่อบอกเล่าเรื่องราว ความเป็นมาของชนเผ่าอะบอริจิน ในประเทศรัฐบาลออสเตรเลียเป็นผู้สนับสนุนทั้งในด้านเทคนิคและงบประมาณ จากปัจจัยที่ได้รับการสนับสนุนที่ดีนี้เอง ทำให้มีกลุ่มคนฟังนับล้านคนทั่วประเทศทั้งในชนบทและในเมือง นับเป็นตัวอย่างของ

Global meeting the local, of the past merging with the present (โลกาภิวัตน์ผสมผสานท้องถิ่น อดีตสวมกอดกับปัจจุบัน) หรือความเป็นสากลเข้ากันได้ดีกับท้องถิ่น และสามารถรวมความเป็นอดีตให้เข้ากับความเป็นปัจจุบันได้อย่างดี

ทุกวันนี้วิทยุชนเผ่าอะบอริจินมีอิทธิพลต่อการขยายวัฒนธรรมและลักษณะทางสังคมของประเทศออสเตรเลียอย่างกว้างขวาง

Australia Broadcasting Corporation : ABC

Australia Broadcasting Corporation มีสถานีเครือข่ายระดับชาติ 4 สถานี สถานีบริการระหว่างประเทศ 1 สถานี สถานีในเมืองหลวง 9 สถานี และสถานีระดับภูมิภาค 48 สถานี รวมทั้งมีสถานีเชิงพาณิชย์ 241 สถานี การอธิบายชุมชนตามพระราชบัญญัติบริการกระจายเสียง หรือ Australian Broadcasting Authority (ABA) เชื่อว่าความกว้างไกลและเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับทางสังคม ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม รวมถึงการส่งเสริมให้มีความหลากหลายของบริการกระจายเสียงที่สามารถใช้ได้ในพื้นที่สาธารณะการพัฒนาและสะท้อนตัวตนบุคลิกลักษณะและความหลากหลายทางวัฒนธรรมของออสเตรเลีย ทั้งยังให้วัสดุอุปกรณ์ในการจัดรายการอยู่ในการดูแลของท้องถิ่นอย่างชัดเจน

วิทยุชนเผ่าในแคนาดาเหนือ

ประเทศแคนาดา

วิทยุชนเผ่าในประเทศแคนาดา เป็นการพยายามที่จะทำให้การสื่อสารผ่านวิทยุกระจายเสียงเกิดในชุมชนของชาวแคนาดาทางตอนเหนือ และนำเอาสถานีวิทยุเคลื่อนที่ (Mobile radio station) หรือ Radio Kenomadiwin ไปสอนคนในพื้นที่เพื่อให้เรียนรู้วิธีการและเทคนิคในการจัดรายการวิทยุ และนับเป็นความพยายามในการพัฒนาพื้นที่ด้วยการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงจนกลายเป็นการรวมตัวกันระหว่างวิทยุแห่งชาติกับวิทยุสาธารณะระดับภูมิภาค

ไม่เพียงเท่านั้นสถานีวิทยุการศึกษา ยังเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างวิทยุเพื่อสร้างความเข้มแข็งในระดับชุมชนยึดหลักการ "Free the airwaves" อันเป็นการวางรากฐานของสื่อในระบบประชาธิปไตย

เมืองเคป

ประเทศแอฟริกาใต้

อย่างที่กล่าวในข้างต้นว่าวิทยุชุมชนโดยส่วนใหญ่จะเริ่มต้นจากการเป็นวิทยุที่ผิดกฎหมายในแต่ละประเทศ วิทยุบุช หรือ Bush Radio ตั้งอยู่ที่เมืองเคป ในประเทศแอฟริกาใต้เช่นเดียวกันเป็นวิทยุที่เกิดเมื่อวันที่ 25 เมษายน 1993 ในประเทศแอฟริกาใต้ บางครั้งพวกเขาเรียกสถานีวิทยุแห่งนี้ว่า "วิทยุต้นแบบ" เพราะเป็นวิทยุที่คนซึ่งทำงานในสถานีถูกจับและถูกยึดอุปกรณ์การกระจายเสียง อย่างไรก็ตามความพยายามต่อสู้และเรียกร้องเพื่อให้ได้มาซึ่งเสรีภาพในการสื่อสาร ต่อมาได้รับการรับรองที่ถูกต้องตามกฎหมายเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 1995 โดยวิธีการนำเสนอหลากหลายรูปแบบ มีการฝึกคนรุ่นใหม่ๆ ให้เป็นผู้สื่อข่าววิทยุและนักจัดรายการเพลงที่มีคุณภาพ เนื้อหารายการเป็นการนำเสนอเรื่องราวของความขัดแย้งระหว่างคนที่ทำหน้าที่ในการคุ้มครองคนในชุมชน กับพวกค้ายาเสพติด รายงานความคืบหน้าและแจกจ่ายงานอนามัย มีการต่อต้านการกระทำทารุณทางเพศในเด็กและเยาวชน และการควบคุมการค้าอาวุธเถื่อนโดยเรียกวิทยุนี้ว่า วิทยุคลื่นต่ำ (Low Power FM: LPFM)

จากวิทยุโจรสลัด

กลายเป็นต้นแบบวิทยุที่แตกต่าง

ในประเทศฝรั่งเศส

ปี ค.ศ.1980 เป็นต้นมา เกิดวิทยุที่ให้การสนับสนุนส่งเสริมเสรีภาพในการแสดงออกตามระบอบประชาธิปไตยในประเทศฝรั่งเศส วิทยุเหล่านี้ยังทำหน้าที่เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์เชิงวัฒนธรรม (Electronic cultural media) และ สื่อของรัฐชาวยุโรป (European State). เจมส์ มิลเลอร์ (James Miller, 1992) นักวิชาการฝรั่งเศสได้ทำการวิเคราะห์จุดเด่นของวิทยุในสมัยการปกครองแบบสังคมนิยมในฝรั่งเศส ช่วงปี1981 มีลักษณะเป็นวิทยุท้องถิ่นที่เรียกว่า radio locales เป็นวิทยุที่ไม่ได้รับการรับรองทางกฎหมายหรือบางครั้งถูกเรียกว่าเป็น วิทยุโจรสลัด (Pirate broadcasters) จัดโดยกลุ่มเยาวชนที่มีวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่มของตนเอง มีวิธีการจัดรายการ และการนำเสนอเนื้อหาแตกต่างสถานีวิทยุที่มีในประเทศทั่วไป ในท้ายที่สุดรัฐบาลมิทเทอร์แรนด์ (Mitterrand government) ได้ให้

คำบำรุงขวัญและกำลังใจกับคนงานมีช่วงเวลาในการบริโภค และเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดค่าใช้จ่ายเพื่อให้กลายเป็น สถานีวิทยุเพื่อการสร้างความมีส่วนร่วมของคนในชุมชนระดับ รากหญ้า โดยเน้นการจัดรายการสด และกลายเป็นวิทยุเสรีภาพ (radio libres) อย่างเต็มตัว ปัจจุบันได้กลายเป็นสถานีวิทยุที่สามารถหารายได้ในลักษณะของวิทยุธุรกิจ แต่ตอบสนองต่อ ชุมชนตามรูปแบบอเมริกาเหนือ

BBCกับการรับรองอย่างถูกต้องทางกฎหมาย ในประเทศอังกฤษ

ในขณะที่ประเทศอังกฤษมีการออกมบทบัญญัติทางด้านการสื่อสารเพื่อชุมชนจากความสำเร็จของการสร้างสถานีวิทยุโทรทัศน์BBC ด้วยความพยายามในการผลักดันของ สมาคมสื่อเพื่อชุมชน หรือ Community Media Association (CMA)ทำให้เกิดนโยบายขานรับและในการสนับสนุนให้เกิด การสื่อสารในระดับชุมชน มีการออก Community White Paper (UK 2000) สมุดปกขาว เพื่อกระตุ้นให้นักเคลื่อนไหว ได้ช่วยกันพัฒนาและกำหนดกรอบการทำงานของสื่อกระจาย เสียงในระดับชุมชน เช่น วิทยุMeFM ประกาศว่าตนเป็นวิทยุ ของกลุ่มมเบอร์ดิน ที่เป็นวิทยุแห่งแรกและหนึ่งเดียว (First and only) ของคนสองเชื้อชาติรวมกันคือเชื้อชาติแอฟริกัน และ คาริบเบียนโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดความตึงเครียดความขัดแย้งทางชาติพันธุ์คล้ายกับวิทยุฟิซา (Radio Fiza) ของกลุ่ม เอเชียใต้ในเมืองนอตติงแฮม (Nottingham) ดำเนินการโดย 2 กลุ่มมูลนิธิ คือกลุ่ม Asian Women's Project Ltd., และ

Karimla Institute โดยการทำการรายการสารคดีท้องถิ่น และ ข่าวในชุมชนรายงานกระแสเงิน การโทรศัพท์เข้าไปแสดง ความคิดเห็นในรายการวิทยุ รวมทั้งการพูดถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรม สลับกับการเปิดเพลง อ่านบทกวี และพูดคุยออกอากาศ ด้วยภาษาอูรดู (Urdu) ฮินดี (Hindi) เมอร์พูรี (Mirpuri) กูจاراتิ (Gujarati) และภาษาอังกฤษ

AIR ประเทศอินเดียเกิดจากการรวมตัวกัน อย่างเข้มแข็ง

อย่างไรก็ตามอีกด้านหนึ่งของโลก เช่น ในประเทศอินเดีย All India Radio (AIR) รวมตัวกันจนกลายเป็นวิทยุในเชิง พาณิชยกรรมหลังจากที่มีการออกพระราชบัญญัติสื่อกระจาย เสียงแต่ทั้งนี้ก็มีรูปแบบรายการที่หลากหลาย ทั้งที่เป็นรายการ สารคดีรายการข่าวเชิงวิเคราะห์การสัมภาษณ์สด หรือแม้ กระทั่งการให้ผู้ฟังมาจัดรายการนั้นหมายถึงเสียงของ ผู้ฟัง ในประเทศที่ผู้ฟังไม่ได้เป็นใหญ่ได้รับการอนุญาตให้พูดใน พื้นที่สาธารณะได้

ปีเตอร์ เลวิส (Peter Lewis) ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร with ตั้งข้อสังเกตไว้ว่า "การสื่อสาร ในระบบการ ปกครอง แบบประชาธิปไตยในระดับท้องถิ่นหรือในระดับชุมชนนั้นสะท้อนให้เห็นโลกความจริงภายใต้การเมือง และระบบเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นในความร่วมมือของสื่อมวลชนด้วยกัน ทำหน้าที่ในการส่งผ่านระบบวัฒนธรรมและจัดระเบียบโลกแห่งข้อมูลข่าวสารใหม่ (NewWorld Information Order)"



KPFA เมืองเบิร์กลีย์ รัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา

รู้หรือไม่

ต้นกำเนิดวิทยุชุมชน

วิทยุชุมชนหรือที่อาจมีอีกชื่อหนึ่งว่า "วิทยุท้องถิ่น" ถือกำเนิดขึ้นมาเป็นครั้งแรกโดยสถานี KPFA ในเมืองเบิร์กลีย์ รัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อปีพ.ศ. 2491 (อายุ 50 กว่าปีแล้ว) โดยมีกลุ่มผู้ดำเนินงานเป็นกลุ่มที่เรียกตัวเองว่า ผู้แสวงสันติและรักอิสระลักษณะสำคัญของวิทยุท้องถิ่นนี้แตกต่างจากวิทยุ 2 รูปแบบที่มีอยู่ คือ วิทยุสาธารณะ (Public radio) และ วิทยุธุรกิจ (Commercial radio) ในหลายลักษณะ เช่น ส่งกระจายเสียงด้วยกำลังส่งต่ำ (ประมาณ 1 กิโลวัตต์) ครอบคลุมในพื้นที่จำกัดประมาณ 6 -10 กิโลเมตร ซึ่งทำให้แตกต่างจากวิทยุสาธารณะระดับชาติ และดำเนินงานโดยไม่แสวงหากำไร (Non-commercial) ซึ่งทำให้แตกต่างไปจากวิทยุธุรกิจเงินที่ใช้ดำเนินการส่วนใหญ่ได้มาจากสมาชิกในชุมชนหรือมาจากการบริจาคของมูลนิธิองค์กรการกุศล และการระดมทุนของกลุ่มผู้ดำเนินงาน

นอกเหนือจากเรื่องกำลังส่ง/พื้นที่ครอบคลุม/และการไม่แสวงหากำไรแล้ว ลักษณะที่สำคัญอีกประการหนึ่งของสถานีวิทยุท้องถิ่น KPFA ก็คือ ยึดหลักว่ากรรมสิทธิ์ และการควบคุมวิทยุเป็นของประชาชน รวมทั้งเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการจัดบริหารจัดการและการดำเนินการ KPFA จะทำงานโดยใช้อาสาสมัครที่เป็นตัวแทนของชุมชนเป็นหลัก โดยมีเจ้าหน้าที่ประจำสถานีเป็นผู้ช่วยเหลือด้านเทคนิค

จากจุดเริ่มต้นเล็กๆเพียง 1 สถานีเมื่อ 50 กว่าปีก่อน ปัจจุบันนี้วิทยุชุมชนในสหรัฐได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างกว้างขวางจากจำนวนสถานีวิทยุ 500 แห่งทั่วประเทศ มีสถานีวิทยุชุมชนถึง 100 แห่งและในปีพ.ศ.2518(เกือบ 30 ปีต่อมา) ได้มีการจัดตั้งสหพันธ์นักวิทยุกระจายเสียงชุมชนแห่งชาติมีสมาชิกถึง 60 สถานี

และจากสถานีวิทยุชุมชนแห่งแรกในอเมริกา ปัจจุบันนี้แนวคิดและการดำเนินงานวิทยุชุมชนได้แผ่ขยายออกไปทั่วโลกทั้งในทวีปยุโรปเช่น อังกฤษ เยอรมัน สวีเดน ในทวีปลาตินอเมริกา แอฟริกา รวมทั้งทวีปเอเชียของเราเอง เนื่องจากวิทยุชุมชนได้พิสูจน์ตนเองแล้วว่าเป็นระบบการสื่อสารที่สามารถตอบสนองความสนใจและความต้องการของชุมชนได้อย่างตรงจุด

ตัวอย่างเช่นสถานีวิทยุชุมชนเอฟเอ็มนาพาสะ ที่เมืองฮิวส์ทิสเต ประเทศญี่ปุ่น ที่ตั้งอยู่ห่างจากกรุงโตเกียวไป 60 กิโลเมตรผลจากการเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นเข้ามาทำงานเป็นอาสาสมัครซึ่งส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นที่แต่เดิมมองเห็นแต่เมืองหลวงเป็นศูนย์กลางแห่งความเจริญและทันสมัย แต่เมื่อได้เข้ามาทำงานเป็นอาสาสมัครทำรายการวิทยุ ทำให้วัยรุ่นเหล่านั้นต้องศึกษาเรื่องราวของท้องถิ่นจึงบังเกิดความเข้าใจและเห็นคุณค่าของท้องถิ่นตนเองมากยิ่งขึ้น ผลจากการที่ประชาชนในท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ในวิทยุชุมชน ทำให้คนในชุมชนได้มีส่วนเกื้อหนุนวิद्यุช่วยเหลือชุมชนและอาสาสมัคร เช่นกลุ่มวัยรุ่นก็ได้เกิดความภาคภูมิใจในตนเองด้วย

ความแพร่หลายของวิद्यุชุมชนในปัจจุบัน ทำให้เกิดมีวิद्यุชุมชนเกือบทุกแห่งทั่วโลก ในปี พ.ศ.2526 (35ปีหลังมีวิद्यุชุมชนแห่งแรก)เป็นปีที่กลุ่มผู้ชื่นชอบวิद्यุชุมชนได้มารวมตัวกันที่เมืองมอนเทรอล ประเทศแคนาดาและจัดตั้งองค์การนานาชาติชื่อAMARCซึ่งเป็นองค์กรที่ไม่เกี่ยวข้องกับรัฐบาลใด เป็นองค์กรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อการเคลื่อนไหวของวิद्यุชุมชนมีสมาชิกจำนวนเกือบ 30,000 คน และเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย 106 ประเทศทั่วโลก จุดมุ่งหมายของ AMARC คือให้การสนับสนุนและกระตุ้นการพัฒนาของชุมชนและวิद्यุชุมชน

วิद्यุชุมชน บทเรียนจากต่างแดน

ข้อสังเกต 6 ประการที่น่าสนใจจากประสบการณ์การดำเนินการวิद्यุชุมชนในแคนาดา สเปน สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น มีดังนี้

- 1.การกำกับดูแลอย่างเข้มงวดจริงจังในระดับพื้นที่สามารถป้องกันการเกิดปัญหาคลื่นความถี่ที่ทับซ้อนได้ (แคนาดา สเปน อเมริกาและญี่ปุ่น)
- 2.ภาครัฐมีบทบาทสนับสนุนให้เกิดการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาและหนุนช่วยกันเองทั้งภายในและข้ามกลุ่ม (แคนาดา)
- 3.การกำกับดูแลสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยกลไกดูแลกันเองในระดับรัฐ (สเปน)
- 4.การกำหนดเงื่อนไขให้สถาบันการศึกษาที่มีการเรียนการสอนด้านเทคนิคการดำเนินการวิद्यุชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม (อเมริกา แคนาดา)
- 5.การมีหน่วยงานให้ความรู้ความเข้าใจและแก้ไขปัญหาด้านเทคนิคโดยเฉพาะ (อเมริกา แคนาดา)
6. รัฐบาลมีบทบาทสนับสนุนอุปกรณ์และเทคนิค (สเปน)

การดำเนินการวิद्यุชุมชนในต่างประเทศ

ประเทศ แคนาดา สเปน สหรัฐ ญี่ปุ่น

การออกใบอนุญาตแต่ละครั้งจะมี 5 ปีต่ออายุได้ 5 ครั้ง 8 ปี

กำลังส่งขึ้นกับเขตบริการที่ต้องการจะครอบคลุม,ตำแหน่งที่ตั้งของสถานีและการดำเนินการวิทยุหลัก/วิद्यุชุมชนที่มีอยู่แล้วในพื้นที่ ขึ้นกับขนาดและลักษณะทางกายภาพชุมชนเป็นหลัก 10 วัตต์ หรือ 100 วัตต์ เท่านั้น ไม่เกิน 20 วัตต์ (สามารถตั้งสถานีทวนสัญญาณได้ หากออกอากาศได้ไม่ครอบคลุมพื้นที่ชุมชน)

กองทุนวิद्यุชุมชนมีกองทุนเพื่อพัฒนาและสนับสนุนการดำเนินการสถานีวิทยุในแนวชุมชนอย่างยั่งยืน มีการสนับสนุนด้านเทคนิคอุปกรณ์และมีโครงการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์

แหล่งรายได้/การโฆษณา - ค่าเล่าเรียนนักศึกษา / เงินบริจาค / สปอนเซอร์การกล่าวรายชื่อผู้สนับสนุนรายได้ (ห้ามโฆษณา) ห้ามแสวงหากำไรทางธุรกิจไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อผล ประโยชน์ด้านธุรกิจ

รูปแบบรายการ ข่าว/สารคดี 25% เพลง 35% (รวมถึงเพลงนอกกระแสนิยมทั่วไป) ควรนำเสนอเรื่องราวชุมชนและเปิดให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการผลิตอย่างหลากหลาย ต้องมีรายการเกี่ยวกับชุมชน50% รายการทั้งหมดต้องเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม

บทลงโทษ มีบทลงโทษสำหรับวิทยุชุมชนที่ไม่ได้มาตรฐาน

ข้อสังเกต

มีหน่วยงาน Industry Canada กำกับดูแลด้านเทคนิค

มีช่วงทดลองก่อนออกอากาศจริง ระยะเวลาใบอนุญาตชั่วคราว 3 ปี กำลังส่ง 5 วัตต์

อยู่ระหว่างร่างบทบัญญัติว่าด้วยวิทยุชุมชน

มีคณะกรรมการระดับชาติและระดับรัฐดูแลการจัดสรรคลื่นความถี่

ต้องออกอากาศไม่น้อยกว่า 36 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

คณะกรรมการต้องมีภูมิลำเนาห่างจากสถานีไม่เกิน 10 กิโลเมตร

ผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการวิทยุโทรทัศน์เคเบิลที่อยู่อ่แล้วไม่สามารถขอรับใบอนุญาตวิทยุชุมชน

คณะกรรมการต้องมีส่วนร่วมในการพิจารณารายการที่จะออกอากาศ



ตัวอย่างรูปแบบและวิธีการบริหารจัดการ โทรทัศน์ชุมชน

เมื่อมีการกล่าวถึงวิทยุชุมชนกันไปแล้ว

ก็เลยขอนำเสนอตัวอย่างเกี่ยวกับโทรทัศน์ชุมชนจากประเทศ

ที่ถือว่าประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก

ประเทศนั้นคือประเทศออสเตรเลีย

ซึ่งบทความนี้วิจัยศึกษาค้นคว้าโดย **ดร.วีรพงษ์ พลนิกรกิจ**

อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยสุรนารี

โทรทัศน์ชุมชนในประเทศออสเตรเลีย

หลังจากที่มีการทดลองการส่งสัญญาณวิทยุกระจายเสียงในประเทศออสเตรเลียตั้งแต่ปี2440 และเริ่มทดลองการแพร่ภาพของสถานีวิทยุโทรทัศน์ในประเทศออสเตรเลียเมื่อปี2499 โดยสถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อการค้าคือเครือข่ายสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่อง 9 และช่อง 7 และสถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อสาธารณะคือบรรษัทกระจายเสียงแห่งประเทศออสเตรเลีย (Australian Broadcasting Corporation (ABC)

ต่อมามีการเคลื่อนไหว ของกลุ่มคนที่รณรงค์ให้มีโทรทัศน์ชุมชนเริ่มตั้งแต่ปี 2516 และออกอากาศได้ในปี2528 หลังจากที่มีชุมชนพื้นเมืองที่ Yuendumu ล้มเหลวจากการเจรจาต่อรองในการขอใบอนุญาตเพื่อทดลองออกอากาศจากกรมการสื่อสาร(Department of Communications) ชุมชนYuendumuจึงตัดสินใจดำเนินการแพร่ภาพโทรทัศน์ชุมชนของตนเองในเดือนเมษายนปี2528 อันเป็นสถานีโทรทัศน์ชุมชนแห่งแรกของออสเตรเลีย กระทั่งปี2535 คณะกรรมการสอบสวนประจำรัฐสภา (Parliamentary Inquiry Committee) เสนอแนะให้ใช้คลื่นความถี่เป็นการชั่วคราวทางแถบความถี่สูงยิ่ง (Ultra High Frequency : UHF) ในการดำเนินการสถานีโทรทัศน์ชุมชน ซึ่งต่อมาเรียกว่า ช่อง 31 (Channel 31)

โทรทัศน์ชุมชนในออสเตรเลียตั้งอยู่บนเหตุผลพื้นฐาน 2 ประการสำคัญคือการขจัดเขยการสูญเสียความเป็นท้องถิ่นที่ไม่อาจนำกลับมาคืนได้จากการกระจายเสียงและแพร่ภาพของวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ระดับชาติได้แก่ ABC, SBS (Special Broadcasting Service), Parliamentary Proceedings Broadcasting และการกระจายเสียงและแพร่ภาพเพื่อการค้า ซึ่งมีสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่อง 7 ช่อง 9 และช่อง 10 เป็นต้น

รวมทั้งการให้เวที(platform) สำหรับการเข้าถึง (access) และการมีส่วนร่วม(participation) ซึ่งทั้ง 2 ประการดังกล่าวสามารถอยู่ในรูปของความหลากหลายของเนื้อหา(diversity of content)และความหลากหลายของการมีส่วนร่วม (diversity of participation)

ในส่วนของการเข้าถึงนั้นเป็นการเข้าถึงทรัพยากรต่างๆของสถานีตลอดจนการบริหารจัดการสถานี กล่าวคือทุกคนในชุมชนกลุ่มคนที่มีความสนใจร่วมกันกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆหรือกลุ่มอื่นๆ รวมทั้งสถาบันการศึกษาและธุรกิจในท้องถิ่นสามารถเข้ามีส่วนร่วมและเรียนรู้การจัดตั้งสถานีการดำเนินการ การนำเสนอรายการ และกระบวนการผลิตรายการในทุกขั้นตอน จากการเข้าถึงดังกล่าวจึงทำให้ทุกคนในชุมชนสามารถมีส่วนร่วมในสถานีในรูปแบบต่างๆ เช่นการอาสาสมัครดำเนินงานร่วมเป็นทีมผลิตรายการ ในทุกขั้นตอนตั้งแต่การวิจัยข้อมูล เพื่อผลิตรายการการเขียนบทการถ่ายทำรายการการดูแลเรื่องคุณภาพเสียงการตัดต่อภาพและเสียงการประชาสัมพันธ์รายการและสถานีรวมทั้งมีส่วนร่วมในการหาทุนสนับสนุนสถานี ฯลฯ

รายการที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ชุมชนในออสเตรเลียนั้นมีความเป็นท้องถิ่น (localism) กล่าวคือ สถานีโทรทัศน์ชุมชนต้องผลิตและแพร่ภาพรายการที่เกี่ยวข้องกับชุมชนต่างๆ ในท้องถิ่นของตนตามพื้นที่ๆ ครอบคลุมของสัญญาณแพร่ภาพที่ได้รับอนุญาต เช่น ข่าว ข้อมูลข่าวสารและความบันเทิงในชุมชนหรือท้องถิ่น โดยเฉพาะการนำเสนอด้านศิลปะ ดนตรีและวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นต้องสะท้อนอัตลักษณ์ของชาวออสเตรเลีย และความเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ตลอดจนเรื่องราวข่าวสารความรู้ที่สถานีโทรทัศน์เพื่อการค้าและระดับชาติที่รัฐให้เงินสนับสนุนมิได้นำเสนอทั้งนี้ในการดำเนินการสถานีมีความเป็นอิสระ (Independence) ในการผลิตรายการ การแสดงความคิดเห็น รวมทั้งการบริหารจัดการ

กฎหมายว่าด้วยการให้บริการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ปี1992 หรือ Broadcasting Services Act1992 ของออสเตรเลียกำหนดเงื่อนไขของการให้บริการกระจายเสียงและแพร่ภาพชุมชน (community broadcasting services)โดยสาระสำคัญ เช่น การกำหนดให้การดำเนินการมุ่งให้บริการชุมชนและต้องไม่ดำเนินการเพื่อผลกำไรหรือเป็นส่วนหนึ่งของบริษัทที่มุ่งหาผลกำไรรวมทั้งห้ามการโฆษณาแต่อนุญาตให้มีการประกาศการสนับสนุนรายการของผู้สนับสนุน(sponsorship announcement)ไม่เกิน7นาทิต่อ 1 ชั่วโมง ผู้ได้รับใบอนุญาตต้องส่งเสริมสนับสนุนให้ชุมชนเข้ามีส่วนร่วมในการดำเนินการให้บริการของสถานี มีส่วนร่วมในการคัดเลือกและจัดทำรายการและส่งเสริมเสรีภาพในการพูด (freedom of speech) รวมทั้งหลีกเลี่ยงการเซ็นเซอร์ ทั้งนี้ผู้มีสิทธิขอใบอนุญาตต้องเป็นบริษัท หรือสมาคมที่ถูกต้องตามกฎหมายและก่อตั้งในประเทศหรือมณฑล และเป็นตัวแทนของชุมชนในพื้นที่

ภายใต้หลักการของการเข้าถึงความหลากหลาย ความเป็นท้องถิ่นและความเป็นอิสระในการจัดตั้งและดำเนินการโทรทัศน์ชุมชนออสเตรเลียจึงมีบทบาทสำคัญของการเป็นเวทีในการผลิตเนื้อหาท้องถิ่น ที่มุ่งเน้นประเด็นต่างๆ ของท้องถิ่นและมีบทบาทในการเป็นสถานที่สำหรับฝึกอบรมของสมาชิกเพื่อวิชาชีพในอุตสาหกรรมสื่อทั้งในฐานะผู้สื่อข่าว ผู้ผลิตรายการ พิธีกรหรือผู้นำเสนอรายการเป็นต้นโดยในปี2548 สมาคมวิทยุชุมชนและโทรทัศน์ชุมชนแห่งออสเตรเลีย หรือ Community Broadcasting Association of Australia (CBA) สำรวจพบว่าสถานีโทรทัศน์ชุมชน 4 แห่งที่อยู่ในเขตเมืองหลวง (ยกเว้น BushVision Mount Gambier และ TVS

(Television Sydney) เป็นสถานที่ฝึกให้กับสมาชิกมากกว่า 500 คนในทักษะด้านเทคนิคการนำเสนอการผลิตและการบริหารจัดการ การสำรวจดังกล่าวยังพบว่าสถานีโทรทัศน์ชุมชนทั้ง 4 แห่ง ได้ผลิตรายการที่มีความหลากหลายทั้งความบันเทิง การศึกษา และข้อมูลข่าวสาร เช่น เนื้อหาเกี่ยวกับศาสนา เยาวชน ศิลปะและดนตรี กีฬา วัฒนธรรม รวมทั้งรายการสำหรับผู้พิการ ฯลฯ

สถานีโทรทัศน์ชุมชนของออสเตรเลียมีชุมชนเป็นเจ้าของและดำเนินงานโดยชุมชน จึงทำหน้าที่ให้บริการเพื่อชุมชน (Community Broadcasting Association of Australia) ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมในด้านต่าง ๆ ได้แก่โอกาสของคนในชุมชนในการฝึกฝนทางด้านสื่อ เนื้อหาที่มีความเป็นท้องถิ่นการพัฒนาารายการใหม่ๆ การให้การศึกษาความหลากหลายทางวัฒนธรรม และแบบแผนที่เป็นทางเลือกของการจัดการและโครงสร้างการเป็นเจ้าของ

แม้ว่าโทรทัศน์ชุมชนมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งสำหรับประเทศที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมอย่างประเทศออสเตรเลีย แต่สื่อชุมชน (community media) นี้ยังคงเผชิญปัญหาหลายด้าน เช่น การดำเนินงานของสถานียังคงประสบปัญหาทางการเงิน ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นเพราะสภาพของใบอนุญาตยังคงเป็นแบบชั่วคราว อันทำให้ยากต่อการวางแผนธุรกิจในระยะยาว รวมทั้งการไม่ได้รับการสนับสนุนด้านการเงินจากรัฐบาล ในขณะที่เดียวกันยังไม่มีการเตรียมการในการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ระบบการแพร่ภาพและเสียงดิจิทัล

รายงานของคณะกรรมการด้านการสื่อสารเทคโนโลยีสารสนเทศและศิลปะ สภาผู้แทนราษฎร (Standing Committee on Communications, Information Technology and the Arts, House of Representatives) เมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2550 เสนอแนะให้รัฐบาลออสเตรเลีย จอห์น เฮาเวิร์ด (John Howard) (เป็นผู้นำพรรคเสรีนิยมและนายกรัฐมนตรี) ดำเนินการให้โทรทัศน์ชุมชนเข้าถึงระบบดิจิทัล และให้เงินสนับสนุนในการเปลี่ยนอุปกรณ์แพร่ภาพและเสียงให้เข้าสู่ระบบดิจิทัล รายงานของคณะกรรมการฯ ดังกล่าวออกมาอีก 1 ฉบับ เมื่อวันที่ 20 มิถุนายน ปี 2550 เสนอแนะในภาพรวมสำหรับสื่อกระจายเสียงชุมชนให้รัฐบาลออสเตรเลียเพิ่มเงินเพื่อสนับสนุนตำแหน่งผู้จัดการสถานีและเพิ่มเงินเพื่อช่วยในการเปลี่ยนโครงสร้างพื้นฐานและอุปกรณ์สถานี รวมทั้งเสนอแนะให้รัฐบาลพัฒนาแบบแผนแนะนำโครงสร้างคณะกรรมการสถานีหรือคณะกรรมการบริหารจัดการ และให้เงินสนับสนุนทุกปี เป็นระยะเวลา 4 ปี ในการพัฒนาและฝึกอบรมการบริหารจัดการ

เมื่อปี 2550 ในประเทศออสเตรเลียนอกจากมีสถานีโทรทัศน์ชุมชนของคนพื้นเมืองแล้วยังมีสถานีโทรทัศน์ชุมชนที่ได้รับใบอนุญาตให้ดำเนินการ จำนวน 7 สถานีซึ่งกระจายอยู่ 5 รัฐ ได้แก่ (1) 31 (เมือง Brisbane รัฐ Queensland) (2) Channel 31 Adelaide (เมือง Adelaide รัฐ South Australia) (3) Channel 31 Melbourne (เมือง Melbourne รัฐ Victoria) (4) BushVision Mount Gambler (เมือง Mount Gambler รัฐ South Australia) (5) Access 31 Perth (เมือง Perth รัฐ Western Australia) (6) Linc TV Lismore (เมือง Lismore รัฐ New South Wales) และ (7) TVS (Television Sydney) (เมือง Sydney รัฐ New South Wales)

กรณีศึกษาโทรทัศน์ชุมชนของประเทศออสเตรเลียในบทความนี้มี 2 สถานี คือโทรทัศน์ชุมชน Ernabella ซึ่งเป็นโทรทัศน์ชุมชนของคนพื้นเมืองและสถานีโทรทัศน์ชุมชน 31 เมืองบริสเบน

โทรทัศน์ชุมชนคนพื้นเมือง Ernabella

Ernabella หรือปัจจุบันคือ Pukatja เป็นชุมชนคนพื้นเมืองท่ามกลางที่ตั้ง อยู่ทางตะวันตกเฉียงเหนือของรัฐออสเตรเลียใต้ (South Australia) ชุมชน Ernabella เป็นชุมชนหนึ่งในพื้นที่ Anangu Pitjantjatjara Yankunytjatjara (APY) APY Lands เป็นองค์กรชุมชนคนพื้นเมืองที่เกิดขึ้นจากกฎหมายสิทธิในที่ดิน (Anangu Pitjantjatjara Yankunytjatjara Land Rights Act 1981) ซึ่งให้สิทธิคนพื้นเมืองในการครอบครองที่ดินและความคุ้มครองที่ดินเพื่อประโยชน์ของคนพื้นเมืองที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ไกลทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือของรัฐออสเตรเลียใต้ซึ่งมีชนพื้นเมืองที่ยังคงรักษาวิถีการดำเนินชีวิตแบบดั้งเดิมและใช้ภาษาของตนเองเป็นภาษาหลักในการสื่อสาร



ชุมชนErnabellaมีชนพื้นเมืองอาศัยอยู่ประมาณ 550 คนในอดีตชุมชนต้องต่อสู้กับอุปสรรคต่างๆ เพื่อการถือสิทธิของพลเมืองของตนจากความกังวลเกี่ยวกับผลกระทบของการแพร่ภาพโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมที่มีต่อภาษาและวัฒนธรรมของชุมชนเป็นหนึ่งในหลายเหตุผลที่คนพื้นเมืองตัดสินใจจัดตั้งคณะกรรมการด้านสื่อขึ้น เพื่อติดตามการพัฒนาการ

แพร่ภาพและเสียงผ่านดาวเทียม และจัดตั้ง โครงการวีดิทัศน์ Ernabella (The Ernabella Video Project) ในปี 2526

โครงการวีดิทัศน์ Ernabella มีเป้าหมายเพื่อผลิตเทปวีดิทัศน์ท้องถิ่นที่เป็นความสนใจและเป็นกิจกรรมต่างๆของชุมชนและมีการเผยแพร่ภายในชุมชน ตัวอย่างของวีดิทัศน์ที่ผลิตในระยะเริ่มต้นได้แก่รายการเกี่ยวกับเหตุการณ์และกิจกรรมของสาธารณะหรือที่เกี่ยวกับชุมชน เช่น กีฬา การแสดงคอนเสิร์ต การประชุมสภาเทศบาล กิจกรรมการเดินป่า และโครงการต่างๆ ของชุมชน ต่อมาจึงเริ่มผลิตเทปวีดิทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมชุมชน

โครงการวีดิทัศน์ Ernabella ต่อมาได้พัฒนาเป็นองค์กรชื่อ Ernabella Video and Television (EVTV) ซึ่ง EVTV ได้ก่อตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนโดยให้ช่างไฟฟ้าสมัครเล่นในท้องถิ่นติดตั้งเครื่องส่งโทรทัศน์แบบธรรมดาๆ ที่ทำจากอะไหล่มือสองในราคา1,000 เหรียญ จำนวนเงินดังกล่าวนี้ร้านค้าในชุมชนได้รวบรวมจากการเพิ่มราคาจำหน่ายเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์จากราคาปกติขึ้นอีก 10 เซ็น

สถานีโทรทัศน์ชุมชนเริ่มแพร่ภาพในเดือนเมษายน 2528 และบริหารโดยคณะกรรมการสื่อท้องถิ่น ซึ่งกรรมการส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุในชุมชน ในระยะเริ่มต้นสถานีออกอากาศรายการโทรทัศน์ระหว่างเวลา 18.00 ถึง 22.00 น. สัปดาห์ละ 4 วัน โดยหยุดออกอากาศในช่วงวันหยุดเพื่อหลีกเลี่ยงไม่ให้กระทบต่อกิจกรรมทางสังคมของชุมชนและงดออกอากาศในระหว่างงานศพ และการประชุมสภาเทศบาล รายการที่ออกอากาศมีทั้งเนื้อหารายการที่ผลิตโดยชุมชนและองค์กรสื่อของคนพื้นเมืองรวมทั้งเนื้อหาเกี่ยวกับชนพื้นเมืองที่ผลิตโดยสถานีวิทยุโทรทัศน์อื่น เช่น ABC นอกจากนี้สถานีโทรทัศน์ชุมชนยังออกอากาศรายการเพื่อการศึกษาที่ผลิตโดยโรงเรียนในท้องถิ่นและการแสดงของคณะประสานเสียงของชุมชนและกลุ่มดนตรีในท้องถิ่น รวมทั้งรายการเพื่อระดมเงินบริจาคเพื่อช่วยเหลือชาวแอฟริกา ซึ่งสามารถรวบรวมเงินบริจาคได้ถึง 1,600 เหรียญ ในส่วนของการผลิตเทปวีดิทัศน์เกี่ยวกับประเพณีต่างๆ ของชุมชนนั้นมีการจำหน่ายทั่วทั้งพื้นที่ของAPY และพื้นที่ทางตอนเหนือของ APY

ในปี 2530 คณะกรรมการ APY Lands ได้เห็นชอบให้ขยายโครงการลักษณะเดียวกับ EVTV สู่อุทยานชนพื้นเมืองอื่น ๆ ทุกชุมชนในพื้นที่ APY และต่อมา EVTV เปลี่ยนเป็น PY Media โดยประมาณช่วงปี 2527-2530 ได้ย้ายที่ตั้งจากชุมชน Ernabella ไปยัง Umuwa เพื่อเป็นสำนักงานภูมิภาคโดยมีตัวแทนจากชุมชนต่าง ๆ ภายในพื้นที่ APY ร่วมดำเนินงานในปี 2547 PY Media ได้เพิ่มสำนักงานที่ Alice Spring เพื่อบริหารจัดการโครงการสื่อสารทางไกลและเทคโนโลยีใหม่เพื่อคนพื้นเมืองภายในพื้นที่ APY และทั่วประเทศ โดยในปีดังกล่าวได้ให้บริการด้านการสื่อสารและสื่อแก่ชุมชนคนพื้นเมืองในพื้นที่ APY และชุมชนคนพื้นเมืองที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อื่น เช่นการประชุมทางไกล การจัดการและให้เงินสนับสนุนการติดตั้งสายโทรศัพท์ในบ้าน การซ่อมบำรุงคอมพิวเตอร์ รวมทั้งการจัดอบรมซ่อมบำรุงและพัฒนาวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ ฯลฯ



โทรทัศน์ชุมชนเมืองบริสเบน 31

สถานีโทรทัศน์ชุมชน 31 (อดีตชื่อ Briz 31) ตั้งอยู่ที่เมืองบริสเบนซึ่งเป็นเมืองหลวง และเป็นเมืองที่มีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่นที่สุดของรัฐควีนส์แลนด์ ณ เดือนมิถุนายน ปี 2549 มีประชากร 989,152 คน (Australian Bureau of Statistics, 2007a) สถานีโทรทัศน์ชุมชนแห่งนี้เริ่มออกอากาศในปี 2537 และในปี 2548 สถานีออกอากาศระหว่างเวลา 07.00 ถึง 24.00 น. ด้วยใบอนุญาตการออกอากาศ 1 ปี จากองค์การกระจายเสียงแห่งออสเตรเลีย (Australian Broadcasting Authority: ABA) ในฐานะองค์กรแพร่ภาพรายการโทรทัศน์ (broadcaster) ซึ่งสถานีบริหารจัดการโดยคณะกรรมการบริหาร (board of director) จำนวน 10 คน ส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจในท้องถิ่นจากหลากหลายธุรกิจ (รวมทั้งผู้ที่ทำงาน/ธุรกิจด้านสื่อ) และส่วนหนึ่งมาจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีควีนส์แลนด์ (Queensland University of Technology : QUT) เป็นต้น ซึ่งบุคคลเหล่านี้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่เป็นประโยชน์ต่อสถานีโทรทัศน์ชุมชน

ในปีเดียวกันนี้ (2548) สถานีโทรทัศน์ชุมชน 31 มีบุคลากรที่ได้รับเงินเดือนจำนวน 8 คน ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้บริหารระดับสูง (chief executive officer) 1 คนและทีมบริหาร (management team) 7 คน ได้แก่ ผู้จัดการด้านการบริหารจัดการ (administration manager) ผู้จัดการด้านการตลาดและเสียง (sound and marketing manager) ผู้จัดการด้านผังรายการ (programming manager) ผู้จัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (facility manager) ผู้อำนวยการผลิต (executive producer) ผู้จัดการด้านการนำเสนอ (presentation manager) และผู้จัดการในขั้นตอนหลังการผลิต (post-production manager) ซึ่งนอกจากจะทำหน้าที่ตามตำแหน่งของตนแล้ว ยังมีหน้าที่ดูแล ให้ความสำคัญ/ปรึกษา และติดตามดูแล (monitor) อาสาสมัครจำนวนประมาณ 50 - 60 คนที่มีส่วนร่วมในการดำเนินการสถานีโทรทัศน์ชุมชน

ชุมชนในเมืองบริสเบนร่วมเป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ชุมชนได้ด้วยการสมัครเป็นสมาชิกของสถานีโดยการชำระค่าสมาชิกปีละ 45 เหรียญ จากนั้นสมาชิกสามารถมีส่วนร่วมในการทำงานของสถานีโทรทัศน์ชุมชนในด้านต่างๆ เช่น ร่วมเสนอชื่อกรรมการบริหารร่วมเป็นอนุกรรมการต่างๆ ได้แก่ อนุกรรมการทางการตลาด อนุกรรมการทางการเงิน อนุกรรมการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และอนุกรรมการด้านการจัดตารางรายการ ร่วมประชุมประจำปี เป็นอาสาสมัครเพื่อช่วยในการดำเนินงานที่เกิดขึ้นในแต่ละวันในสถานี รวมทั้งการผลิตรายการท้องถิ่นเพื่อออกอากาศ

สำหรับอาสาสมัครที่สนใจที่จะอาสาทำงานในฐานะลูกทีมหลักด้านการผลิตรายการโทรทัศน์สามารถร่วมทำงานในรูปโครงการผลิตรายการต่างๆ ในระยะเวลาหนึ่งเช่น 3 เดือน 6 เดือน และเมื่อดำเนินการแล้วเสร็จทางสถานีโทรทัศน์ชุมชนจะออกหนังสือรับรองการทำงาน พร้อมมอบเทปโทรทัศน์ที่บันทึกผลงานการผลิตรายการ (show reel) ในช่วงเวลาดังกล่าว ซึ่งอาสาสมัครสามารถนำไปเสนอบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ ผู้ผลิตภาพยนตร์ และสถานีวิทยุโทรทัศน์อื่นๆ เพื่อสมัครงานและเสนอแนวคิด เป็นต้น

อาสาสมัครสามารถร่วมทำงานกับสถานีโทรทัศน์ชุมชนแห่งนี้ได้ในช่วงเวลาประมาณ 2 - 3 ชั่วโมงต่อวันและเพียง 2 วันต่อสัปดาห์ เพราะการให้อาสาสมัครช่วยงานมากกว่า 2 วันต่อสัปดาห์ จะเป็นการหาประโยชน์จากอาสาสมัคร (Derek Lancashire, Briz31 Chief Executive Officer, สัมภาษณ์, 18 สิงหาคม 2548)

ค่าสมาชิกของชุมชนในเมืองบริสเบน สำหรับโทรทัศน์ชุมชนนั้นเป็นรายได้ส่วนน้อยของสถานีโทรทัศน์ชุมชน 31 ในขณะที่รายได้หลักของสถานีโทรทัศน์ชุมชนมาจาก 2 ส่วน คือ

1. การขายเวลาเพื่อให้เกิดรายการ (programming airtime) และ

2. การขายเวลาเพื่อนำเสนอข้อมูลผู้สนับสนุนสถานี (sponsorship airtime) โดยมีรายได้จากการขายเวลาทั้งสองแบบในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน สถานีโทรทัศน์ชุมชนไม่สามารถเผยแพร่เนื้อหาโฆษณาได้ แต่สามารถประกาศการสนับสนุนรายการของผู้สนับสนุน ซึ่งเป็นการประกาศขอบคุณและชื่นชมผู้สนับสนุนรวมทั้งการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการของผู้สนับสนุน อาทิ องค์กรชุมชน ทั้งนี้องค์กรชุมชนที่ประสงค์จะออกอากาศในเชิงการค้าจะถูกเรียกเก็บค่าธรรมเนียมสูงกว่าองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร สถานีโทรทัศน์ชุมชนได้รับอนุญาตให้ประกาศการสนับสนุนรายการของผู้สนับสนุนดังกล่าวได้ชั่วโมงละ 7 นาที โดยในครึ่งชั่วโมงของรายการสถานีขายเวลา 26.30 นาที ส่วน 3.30 นาทีเป็นการประกาศการสนับสนุนรายการฯ

ในมิติทางการตลาด สถานีโทรทัศน์ชุมชน 31 มีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ซึ่งแตกต่างจากสถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อการค้า โดยผู้สนับสนุนรายการส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ที่ไม่สามารถซื้อเวลาโฆษณาทางสถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อการค้าที่มีราคาสูงได้ และเนื่องจากสถานีโทรทัศน์ชุมชน 31 เน้นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับชุมชน จึงทำให้ความนิยมในสถานีโทรทัศน์ชุมชนแห่งนี้อยู่ในอันดับต้นๆ ของการจัดลำดับโดยชุมชนเอง

รายการท้องถิ่นต่าง ๆ (local programs) ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ชุมชน 31 ส่วนใหญ่เป็นรายการที่มีกระบวนการผลิตที่ไม่ซับซ้อนยุ่งยาก เช่น การพูดคุยกับผู้ชมโดยตรง การสัมภาษณ์ และการอภิปราย โดยมีเนื้อหาสำหรับทุกกลุ่มผู้ชม เช่น เด็ก วัยรุ่น ผู้สูงอายุ ผู้หญิง และผู้ชาย ฯลฯ ผ่านรายการที่มีเนื้อหาต่างๆ ตั้งแต่การ์ตูน การแข่งรถจักรยานยนต์ การเดินป่า ฟุตบอล ศิลปะและดนตรี สิ่งแวดล้อม การดูแลสวนไม้ดอกไม้ประดับที่บ้าน การดูแลสุขภาพ การออกกำลังกาย เทคโนโลยีอนาคต การแข่งม้า การแต่งหน้าทำผม ภาพยนตร์คลาสสิก ภาพยนตร์ที่ผลิตโดยคนในท้องถิ่น (local movies) และเรื่องราวเกี่ยวกับรถยนต์

ตัวอย่างรายการที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ชุมชน 31 เช่น รายการ Your Health ดำเนินรายการโดยแพทย์ในท้องถิ่น ด้วยการเชิญผู้ร่วมรายการมาสัมภาษณ์และพูดคุยในประเด็นเกี่ยวกับสุขภาพ และการแพทย์ รายการ This Town Brisbane ซึ่งช่วงหนึ่งของรายการได้เสนอเรื่องราวของกลุ่มวัยรุ่นที่ใช้เวลาว่างในการเป็นเชียร์ลีดเดอร์ (cheerleader) โดยสัมภาษณ์ผู้จัดการทีมและกลุ่มวัยรุ่นเชียร์ลีดเดอร์ถึงการเชียร์และเหตุผลของกลุ่มวัยรุ่นที่สนใจในกีฬาประเภทนี้ และรายการ QUT News ออกอากาศรายการข่าวเวลา 23.00 ถึง 23.30 น. ผลิตโดยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีควีนส์แลนด์ เพื่อนำเสนอข่าวเหมือนข่าวของสถานีโทรทัศน์เพื่อการค้าทั่วไป โดยนำเสนอทั้งข่าวในท้องถิ่นและข่าวในประเทศรวมทั้งข่าวต่างประเทศ นอกจากรายการท้องถิ่นดังกล่าวแล้ว สถานีโทรทัศน์ชุมชน 31 ยังออกอากาศรายการของ Deutsche Welle สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี เช่น รายการ DW Journal และ Euromaxx

ในฐานะสื่อชุมชน สถานีโทรทัศน์ชุมชน 31 มีบทบาทสำคัญในการเป็นสถานที่ฝึกฝน สำหรับผู้ที่สนใจและต้องการ เข้าสู่อุตสาหกรรมโทรทัศน์และภาพยนตร์เพื่อให้มีประสบการณ์ตรง จากการเป็นสมาชิกและอาสาช่วยงานสถานีโทรทัศน์ชุมชน นอกจากนี้ยังมีบทบาทด้านต่างๆ จากการออกอากาศรายการทางสถานีโทรทัศน์ชุมชน เช่น บทบาทในการให้ความรู้ การศึกษา ส่งเสริมวัฒนธรรม และสังคม ฯลฯ

บทสรุปและเสนอแนะ:

จากกรณีศึกษาโทรทัศน์ชุมชนของออสเตรเลียข้างต้น กล่าวได้ว่าโทรทัศน์ชุมชนคือสื่อโทรทัศน์ที่คนในชุมชนท้องถิ่นเป็นเจ้าของ และดำเนินการโดยคนในชุมชนท้องถิ่นทั้งระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม สถาบัน และองค์กร เป็นต้น โดยมีส่วนร่วมในการดำเนินการโทรทัศน์ชุมชนได้หลากหลายมิติทั้งการก่อตั้ง การบริหาร การจัดการ การผลิต และการสนับสนุนด้านการเงินในรูปของค่าสมาชิกและสนับสนุนรายการ หรือสถานีการจัดตั้งและดำเนินการตั้งอยู่บนพื้นฐานสำคัญคือ การเข้าถึง การมีส่วนร่วม ความหลากหลาย ความเป็นท้องถิ่น ความเป็นอิสระ และความเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร (nonprofit organization) เพื่อนำเสนอข่าวสารความรู้ที่หลากหลาย ทั้งในและนอกชุมชนเพื่อประโยชน์ของคนทุกกลุ่มในชุมชนเอง โดยมีสัญญาณการแพร่ภาพและเสียงครอบคลุมชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ

การเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ชุมชน คือ การที่ทุกคนในชุมชนสามารถเข้ามีส่วนร่วมและเรียนรู้ ทั้งการจัดตั้ง การดำเนินการ และการผลิตรายการ ฯลฯ อันนำไปสู่การมีส่วนร่วมในรูปแบบและระดับต่างๆ ในสถานี เช่น การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการในรูปของการอาสาเป็นอนุกรรมการด้านต่างๆ การมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตรายการด้วยการร่วมทีมผลิตรายการในตำแหน่งต่างๆ ตั้งแต่ขั้นตอนก่อนการผลิตรายการ (preproduction) การผลิตรายการ (production) และหลังการผลิตรายการ (postproduction) และการให้เงินสนับสนุน ฯลฯ ซึ่งโทรทัศน์ชุมชนนอกจากมีความหลากหลายของการมีส่วนร่วมแล้ว ควรมีความหลากหลายของเนื้อหารายการด้วย ทั้งนี้ เนื้อหารายการต้องเกี่ยวข้องกับชุมชน ทั้งข้อมูลข่าวสาร ความรู้และความบันเทิง อันสะท้อนถึงความเป็นท้องถิ่นนั้นๆ โดยในการดำเนินการสถานีมีความเป็นอิสระในการบริหารจัดการ การผลิตรายการ และการแสดงความคิดเห็น การดำเนินงานและการผลิตรายการของกรณีศึกษาโทรทัศน์ชุมชนคนพื้นเมือง Emabella และโทรทัศน์ชุมชนคนเมืองบริสเบน 31 สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของโทรทัศน์ชุมชนที่เด่นชัด ดังนี้

- 1.การให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ด้านต่าง ๆ เช่น ข่าว เหตุการณ์ สุขภาพ การแพทย์ กีฬา และกิจกรรมและการประชุมในชุมชน ฯลฯ
- 2.การให้ความบันเทิงเพื่อชุมชน/ท้องถิ่น
- 3.การทะนุบำรุงศิลปะ วัฒนธรรมนิยม ประเพณีและวัฒนธรรมชุมชน
- 4.การเป็นเวทีของความร่วมมือของชุมชนเพื่อช่วยเหลือและพึ่งพาอาศัยกัน รวมทั้งขยายความช่วยเหลือไปสู่สังคมและเพื่อนมนุษย์
5. ส่งเสริมเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น
- 6.เป็นช่องทางเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางเลือกอื่นที่ไม่ปรากฏในสถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อการดำรงระดับชาติที่รัฐให้งบประมาณสนับสนุน
- 7.การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- 8.การเป็นพื้นที่เรียนรู้ด้วยการปฏิบัติจริงในงานด้านสื่อโทรทัศน์ โดยเฉพาะกระบวนการผลิตรายการ อันทำให้คนในชุมชนที่สนใจวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชนได้มีโอกาสและช่องทางในการเข้าสู่วิชาชีพสื่อมวลชน ในอีกด้านหนึ่งยังเป็นการพัฒนาคนเพื่ออุตสาหกรรมบันเทิง โดยเฉพาะวิทยุโทรทัศน์และภาพยนตร์ของประเทศ
- 9.ส่งเสริมผู้ผลิตภาพยนตร์ท้องถิ่น และ
- 10.การสนับสนุนสินค้าและบริการท้องถิ่น ซึ่งตอบแทนจากการที่สถานีโทรทัศน์ชุมชนได้รับการสนับสนุนการเงินจากเจ้าของหรือผู้ผลิตสินค้าและให้บริการท้องถิ่น

รายละเอียดของกรณีศึกษาข้างต้นเป็นตัวอย่างหรือแนวทางในการดำเนินการโทรทัศน์ชุมชนในประเทศไทยในอนาคตได้ในหลายมิติ ทั้งนี้มีประเด็นที่น่าสนใจเพื่อการพิจารณา ดังนี้

1.ทุกภาคส่วนของสังคม โดยเฉพาะภาครัฐควรให้การสนับสนุนและส่งเสริมให้มีโทรทัศน์ชุมชนเพื่อประโยชน์ของประชาชนและประเทศชาติ รวมทั้งการสนับสนุนในด้านการฝึกอบรมที่เกี่ยวกับโทรทัศน์ชุมชน เช่น การจัดตั้ง การบริหารจัดการ และการผลิตรายการ เป็นต้น ตลอดจนเงินสนับสนุนแก่ชุมชนเพื่อการดำเนินการโทรทัศน์ชุมชน เป็นต้น โดยสนับสนุนให้โทรทัศน์ชุมชนดำเนินงานภายใต้แนวความคิดของการเข้าถึงการมีส่วนร่วม ความหลากหลาย ความเป็นอิสระ และเสรีภาพใน/ของสื่อชุมชน รวมทั้งให้ดำเนินงานเพื่อส่งเสริมความเป็นท้องถิ่นของแต่ละพื้นที่

2.ทุกภาคส่วนในสังคมร่วมกันผลักดันให้โทรทัศน์ชุมชนมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาชุมชน สังคมและประเทศชาติ โดยให้ครอบคลุมทั้งเรื่องการศึกษา ศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม คุณธรรม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งเรื่องราวที่สะท้อนให้เห็นถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมในสังคม เป็นต้น เพื่อทุกคนในชุมชนโดยเฉพาะเด็ก เยาวชน และผู้ด้อยโอกาส ฯลฯ

3.ระยะเริ่มต้น อันเป็นการเตรียมความพร้อมของชุมชนก่อนนำไปสู่การจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนต่อไป

3.1 ชุมชนอาจเริ่มต้นด้วยการผลิตวิดีโอทัศน์ ซึ่งชุมชนจะได้เรียนรู้การบริหารจัดการภายในชุมชนกันเองและกระบวนการผลิตรายการทั้งทางด้านของเนื้อหาและรูปแบบรายการ อันจะทำให้สื่อชุมชนนี้มีบทบาทต่อชุมชนด้านต่าง ๆ

3.2 สถาบันการศึกษาในท้องถิ่นควรมีบทบาทในการให้ความรู้พื้นฐานแก่ชุมชน เกี่ยวกับอุปกรณ์เครื่องมือ การผลิตรายการ สิทธิและเสรีภาพในการสื่อสาร คุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณของสื่อชุมชน เป็นต้น

4.ระยะการจัดตั้งสถานี

4.1 การดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ชุมชนอาจอยู่ในรูปของคณะกรรมการบริหาร คณะกรรมการดูแลและจัดการด้านต่างๆ เช่น การผลิตรายการ ผังรายการ บริหารจัดการสถานี ฯลฯ โดยมีพนักงานประจำที่มีค่าตอบแทน และอาสาสมัครดำเนินงานของสถานี

4.2 รายได้เพื่อใช้จ่ายในการดำเนินการของสถานีโทรทัศน์ชุมชนนั้น นอกจากการสนับสนุนจากส่วนต่างๆของสังคม โดยเฉพาะจากภาครัฐและค่าสมาชิกของคนในชุมชนแล้ว อาจให้มีการขายเวลาเพื่อการประกาศการสนับสนุนรายการของผู้สนับสนุนในท้องถิ่น

4.3 อุปกรณ์ต่างๆ ของโทรทัศน์ชุมชนควรรองรับระบบดิจิทัล เช่น กล้องถ่ายภาพเคลื่อนไหว ชุดคอมพิวเตอร์และโปรแกรมตัดต่อ ฯลฯ



PART 4

ธรรมนูญสภาวิชาชีพข่าว
วิทยุและโทรทัศน์ไทย



ON AIR