



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์เรื่อง

การสร้างสารสนเทศคุณภาพ

(โครงการ “การปฏิรูประบบสื่อ:
การสร้างสารสนเทศที่มีคุณภาพและการตรวจสอบโดยสังคม”)

โดย วิชาสินี พิพิธกุล
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตุลาคม 2546



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์เรื่อง

การสร้างสารสนเทศคุณภาพ

(โครงการ “การปฏิรูประบบสื่อ:
การสร้างสารสนเทศที่มีคุณภาพและการตรวจสอบโดยสังคม”)

โดย วิชาสินี พิพิธกุล
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สนับสนุนการวิจัยโดย
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
ตุลาคม 2546

(ความเห็นในรายงานฉบับนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสำรวจสถานภาพของสารสนเทศในสื่อมวลชน และนำเสนอแนวทางการสร้างสารสนเทศที่มีคุณภาพที่มุ่งเน้นการสนองตอบผลประโยชน์ของสาธารณะ โดยจำแนกขอบเขตของคุณภาพออกเป็น 4 มิติ คือ ด้านสาระและความหลากหลายของเนื้อหา ด้านจริยธรรมและศีลธรรมของเนื้อหา ด้านการส่งเสริมประชาสังคม และด้านความเป็นอิสระจากการถูกแทรกแซง โดยใช้วิธีศึกษาจากการทบทวนแนวคิดและตัวอย่างของสารสนเทศในสื่อมวลชนที่มีคุณภาพ การวิเคราะห์เนื้อหาสื่อ การสังเคราะห์ข้อมูลจากงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์ โดยเน้นเฉพาะสื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์

สรุปได้ว่า ในด้านของสาระและความหลากหลาย สารสนเทศของสื่อมวลชนยังกระจุกตัวอยู่ในรูปแบบการนำเสนอที่จำกัด ส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาประเภทบันเทิง ขาดการกระจายของเนื้อหาที่เข้าถึงคนทุกกลุ่ม และเนื้อหาด้านข่าวสารและสาระประโยชน์มีแนวโน้มลดลง ในด้านจริยธรรมและศีลธรรม พบว่าสื่อมวลชนมีการละเมิดสิทธิมนุษยชนและสิทธิส่วนบุคคล ผลิตซ้ำคดีในแง่มุมต่างๆ โดยเฉพาะด้านเพศ และสะท้อนความรุนแรงในรูปแบบต่างๆ ในด้านการส่งเสริมประชาสังคม พบว่าสื่อมวลชนยังเป็นเพียงแค่ผู้นำเสนอเหตุการณ์ มากกว่าจะเป็นเวทีที่สนับสนุนการเคลื่อนไหวของภาคประชาสังคม ในกรณีของวิทยุและโทรทัศน์พบว่ารายการเพื่อคนด้อยโอกาสต่างๆ ถูกลดจำนวนลงอย่างมาก และจัดไว้ในช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสม ในด้านความเป็นอิสระจากการถูกแทรกแซง พบว่าหนังสือพิมพ์พยายามสร้างมาตรการของการตรวจสอบเนื้อหาภายในกองบรรณาธิการเพื่อรักษาความเป็นอิสระจากการถูกแทรกแซงของภาครัฐกิจและการเมือง แต่รูปแบบของการแทรกแซงก็พัฒนาขึ้นไปเรื่อยๆ ส่วนวิทยุและโทรทัศน์พบว่าภายใต้โครงสร้างที่รัฐบาลเป็นเจ้าของและให้สัมปทานแก่เอกชนนั้น มีส่วนอย่างยิ่งต่อข้อจำกัดด้านอิสรภาพของสื่อโดยเฉพาะในรายการประเภทข่าวและวิเคราะห์ข่าว และมีส่วนต่อการปรับผังรายการที่เป็นไปตามเงื่อนไขทางการตลาดมากกว่าผลประโยชน์ของสาธารณะ

งานวิจัยนี้ได้เสนอแนะแนวทางการสร้างสารสนเทศที่มีคุณภาพ โดยมุ่งเน้นที่กลุ่มสำคัญ 3 กลุ่ม คือ รัฐบาล สื่อมวลชน/กลุ่มผู้ประกอบการผลิตรายการ และประชาสังคม อาทิ ให้รัฐจัดสรรส่วนแบ่งเวลาของรายการโทรทัศน์และวิทยุให้มีเนื้อหาเพื่อประโยชน์ของกลุ่มต่างๆ เช่น เด็ก ผู้หญิง ผู้ด้อยโอกาส ให้ผู้ประกอบการรายย่อยได้มีโอกาสผลิตรายการในช่วงเวลาดีไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ให้สื่อมวลชนจัดสรรผลกำไรจากการผลิตเชิงพาณิชย์เข้ากองทุนพัฒนาสื่อ ผลิตคู่มือเพื่อกำกับคุณภาพของเนื้อหาสื่อ และให้ภาคประชาชนจัดตั้งกลุ่มเพื่อพัฒนาทักษะของการรู้เท่าทันสื่อ

Abstract

The objective of this research is to investigate media content in mass media and to propose how to create media content with quality which pay attention to public interest. The quality of media content investigated here would be limited to 4 areas: a) the diversity of media content; b) the ethics and morality of media content; c) the promotion of civil society; and d) the independence of media content from intervention. The method followed would be to review concepts and example of media content from quality media, to analyze the media content and synthesize data from other related researches as well as to interview people. The media emphasized would be newspaper, radio and television.

In conclusion, in term of diversity of media content, it is still limited by the presentation form. Most of the contents are in entertainment. There is not enough diversity to reach all groups of people. News and feature programs tend to be decreased. For the ethics and morality of media content, media often violate human rights and privacy rights. It reproduces several myth, especially gender bias. It represents different forms of violence. For the promotion of civil society, media still take a role of reporter, rather than an advocator for movement in civil society. Among radio and television programs, numbers of program for disadvantaged groups are dramatically reducing and what is left is scheduled during inappropriate time. For the independence of media content from intervention, newspapers try to set up a measurement within the editorial team to prevent intervention from business and political sectors. However intervention has progressed and come in different forms. Radio and TV under the ownership of government with granted to private sector, play an eminent role in limiting freedom of the media, especially for news or news analysis programs. It also has an effect on the adjustment of program schedule which cares more on the market condition than public interest.

This research recommends how to produce quality media content, emphasizing on Government, media/producer of programs and civil society. Example are for the government to provide enough time-sharing of radio and TV programs for programs with content for the interest of different groups, such as children, women, disadvantaged groups. At least 10 percent of the programs during prime time to be produced by small producers. All media to contribute parts of their profit from commercial programs to media development fund. Manual on production of quality

media content to be developed. Public sector to set up a group to develop skill on media literacy.

การสร้างสารสนเทศที่มีคุณภาพ¹

(บทสรุปของผู้บริหาร)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิลาสินี พิพิธกุล

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผลผลิตของสื่อที่ปรากฏชัดในเชิงรูปธรรมมากที่สุด ได้แก่ เนื้อหาสาระ หรือสารสนเทศ ดังนั้นการประเมินสารสนเทศในฐานะผลผลิตที่บ่งบอกกระบวนการประกอบสร้างความจริงของสื่อจึงมีความสำคัญต่อการศึกษาวิจัยสื่ออย่างยิ่ง ในฐานะที่เป็นผลผลิตซึ่งมีความสัมพันธ์กับระบบต่างๆ ในโครงสร้างการผลิตของสื่อ ผู้รับสาร/ผู้บริโภคสังคมโดยรวม รวมทั้งสามารถสะท้อนให้เห็นปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกสถาบันสื่อมวลชนที่มีส่วนกำหนดคุณภาพของสื่อด้วย

เนื้อหาสาระของสื่อที่ถูกลำเสนอในประเภทต่างๆ สามารถจำแนกออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ สาระด้านข่าวสาร (news section/programme) สาระด้านบันเทิง (entertainment section/programme) และสาระด้านความรู้ การศึกษา และข้อแนะนำ (education section/programme) โดย “สารสนเทศที่มีคุณภาพ” ในงานวิจัยนี้ ได้กำหนดเป้าหมายของเกณฑ์ชี้วัดอยู่ที่การสนองตอบผลประโยชน์ของสาธารณะ (public interest) ซึ่งหมายถึง สารสนเทศที่มีคุณภาพต้องเป็นประโยชน์แก่สาธารณะและต้องทำหน้าที่ปกป้องผลประโยชน์ของสาธารณะ ซึ่งหมายรวมทั้งคนส่วนใหญ่ในสังคม (majority) และความหลากหลายของคนกลุ่มต่างๆ ในสังคม (diversity) ด้วย นอกจากนี้คำว่าผลประโยชน์ของสาธารณะยังรวมรวมถึงการที่สังคมหรือสาธารณะมีเจตจำนงร่วมกัน ซึ่งต้องได้รับการคุ้มครองและไม่ถูกละเมิด

ผลประโยชน์เชิงสาธารณะในที่นี้แสดงนัยถึงการใช้เสรีภาพ (freedom) ของสื่อมวลชนไปในวิถีทางที่ถูกต้องชอบธรรมและคงไว้ซึ่งความรับผิดชอบที่มีต่อสาธารณะ (social responsibility) ในการนำเสนอข่าว สาระ และบันเทิงที่อยู่บนพื้นฐานของความถูกต้องและเป็นธรรมของข้อเท็จจริง และต้องได้รับความเชื่อถือไว้วางใจจากสาธารณะ (public trust) และต้องเป็นที่ตรวจสอบได้ (accountable) จากสาธารณะ

¹ การวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ตามสัญญาเลขที่ RDG4510020 ความเห็นในรายงานฉบับนี้เป็นของผู้วิจัย สกว.ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป

นิสิตผู้ช่วยวิจัย : นางสาว สุมาลี มีจั่น นิสิตปริญญาโท คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นางสาว กัลยกร แก้วเกียรติคุณ นักศึกษาปริญญาโทสตรีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อาจารย์นิษฐา ทรุ่นเกษม นิสิตปริญญาเอก คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1. สารสนเทศของสื่อหนังสือพิมพ์

1.1 สารระและความหลากหลายของเนื้อหา: สารระของเนื้อหาขึ้นอยู่กับตำแหน่งทางการตลาด (positioning) ของหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีความสำคัญต่อการกำหนดขอบเขตและความลึกซึ้งของเนื้อหาสารระ หนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่อาศัยเกณฑ์นี้มาใช้ประเมินว่าสารระที่นำเสนอมีประโยชน์ต่อสาธารณะหรือไม่ นอกจากนี้การกำหนดขอบเขตของเนื้อหาสารระ ส่งผลให้การนำเสนอเนื้อหาอื่น ๆ ที่ไม่ใช่เป้าหมายของหนังสือพิมพ์ ต้องถูกทำให้อยู่ในระดับที่เป็นเพียงความหลากหลายภายใต้ รัศมีของกลุ่มผู้อ่านที่เป็นเป้าหมาย

นอกจากนี้ยังพบว่า สัดส่วนที่ได้รับการนำเสนอมากที่สุดในหนังสือพิมพ์รายวันประเภทเนื้อหาทั่วไปคือประเภทเนื้อหาข่าวในประเทศ รองลงมาคือโฆษณาและคอลัมน์ประจำ ในขณะที่เนื้อหาประเภทข่าวสังคม (เช่น ข่าวสตรี สุขภาพ การศึกษา บ้านเทิง) และข่าวเยาวชน ได้รับการจัดสัดส่วนเฉลี่ยประเภทละ 2-3 เปอร์เซ็นต์เท่านั้น เช่นเดียวกับเนื้อหาประเภทข่าวต่างประเทศที่เฉลี่ยแล้วนำเสนอในสัดส่วนต่ำกว่า 2 เปอร์เซ็นต์ของเนื้อที่ทั้งหมด สะท้อนให้เห็นว่า หนังสือพิมพ์ต้องสูญเสียเนื้อที่ไปกับเนื้อหาด้านโฆษณาค่อนข้างสูง ทำให้เนื้อที่สำหรับสารระประโยชน์ต่อประชาชนและเนื้อที่ที่เป็นการเปิดเวทีเพื่อแสดงทัศนะอันหลากหลายของผู้อ่านมีน้อย หนังสือพิมพ์จึงเป็นเสมือนการสื่อสารทางเดียวที่บอกแจ้งข่าวสารข้อมูลและการโฆษณากับสังคม มากกว่าสื่อสองทางที่สนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและการแนะนำความรู้แก่ประชาชน

1.2 จริยธรรมและศีลธรรมของเนื้อหา: จากการวิจัยพบว่าหนังสือพิมพ์ยังมีความบกพร่องในเรื่องของจริยธรรม ทั้งจริยธรรมเชิงวิชาชีพและจริยธรรมเชิงสังคม ทั้งนี้ปัญหาของจริยธรรมและศีลธรรมที่พบมากที่สุด ก็คือ การหมิ่นประมาทและละเมิดสิทธิส่วนบุคคล การละเมิดสิทธิมนุษยชนและการตอกย้ำอคติต่อคนกลุ่มน้อย และการนำเสนอข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง หรือไม่ใช่ข้อเท็จจริง

- เนื้อหาสาระด้านเด็กและเยาวชน พบว่าการนำเสนอเนื้อหาสาระยังคงวนเวียนอยู่กับรูปแบบและเป็นการนำเอาความหมายเดิมที่สังคมรับรู้มาผลิตซ้ำต่อไปเรื่อยๆ ส่วนใหญ่เป็นข่าวด้านร้าย และมักถูกนำเสนอในฐานะที่เป็น “ปัญหา” ของสังคมเพียงแง่มุมเดียว ไม่ค่อยได้มีการวิเคราะห์ถึงโครงสร้างปัญหาทั้งหมด ทำให้เรื่องของเด็กและเยาวชน รวมทั้งข้อแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญฝ่ายต่างๆ ถูกนำเสนออย่างจำกัด ส่งผลให้เด็กและเยาวชนอาจเกิดการรับรู้ว่าทางเลือกหรือทางออกของปัญหาที่ตนเผชิญอยู่นั้นมีเพียงแค่การตอบโต้ด้วยความรุนแรงเท่านั้น

- ด้านเพศและความรุนแรง พบว่าการนำเสนอเป็นมิติที่มีการผลิตซ้ำอคติทางเพศมากที่สุด และพบว่าการเปลี่ยนแปลงน้อยที่สุด เรื่องเพศจึงถูกทำให้เกิดความเข้าใจแบบสองขั้วความหมายตลอดเวลา คือเพศเป็นเรื่องที่ไม่ควรพูดถึง เป็นเรื่องที่สกปรก กับเพศเป็นเรื่องของกามารมณ์ ภาพเปลือย และวัตถุทางเพศ ซึ่งกล่าวได้ว่ายังมีมิติของเรื่องเพศอีกมากมายที่หายไปจากพื้นที่หนังสือพิมพ์ เช่น เพศในแง่มุมของสถานภาพทางเพศระหว่างหญิง-ชาย

- การประกอบสร้างความจริงและการตัดสินผู้ตกเป็นข่าว กระบวนการทำงานของกองบรรณาธิการ รวมไปถึงนโยบายขององค์กรและปัจจัยทางธุรกิจ ที่ต้องมีการคัดสรรประเด็นข่าวและเลือกเฉพาะบางส่วนมานำเสนอ ได้ทำให้การนำเสนอเนื้อหาสาระของหนังสือพิมพ์เป็นการประกอบสร้างความจริง ซึ่งทำให้หนังสือพิมพ์มักตัดสินผู้ตกเป็นข่าวตามมุมมอง ประสบการณ์ส่วนตัวของผู้สื่อข่าวและกองบรรณาธิการ และตามข้อมูลที่มีอยู่ ซึ่งทำให้เกิดความผิดพลาด เลื่อมเสียดังแก่ผู้ที่ถูกตัดสิน รวมทั้งก่อให้เกิดภาพติดยึด (stereotype) ที่มีต่อบุคคลหรือแม้แต่กลุ่มบุคคลที่มีลักษณะแบบเดียวกัน

1.3 การนำเสนอเนื้อหาสาระเพื่อส่งเสริมประชาสังคม: ในภาพรวมสรุปได้ว่าหนังสือพิมพ์ยังไม่ได้ใช้ศักยภาพในฐานะกลไกของการเสริมสร้างประชาสังคมเท่าที่ควร รูปธรรมที่เห็นชัดคือหนังสือพิมพ์ยังไม่ได้เปิดพื้นที่ให้เป็นเวทีสาธารณะได้มากเพียงพอ และเนื้อหาสาระที่จะนำไปสู่การสร้างจิตสำนึกและปัญญาของสังคมนั้นก็ยังไม่ได้รับการพัฒนาเชิงคุณภาพมากนัก เนื่องจากเนื้อหาสาระในด้านที่ส่งเสริมประชาสังคมในหนังสือพิมพ์ ส่วนใหญ่มักถูกนำเสนอในรูปแบบของรายงานข่าว ทำให้ผู้บริโภคข่าวสารส่วนใหญ่มีสภาพเป็นเพียงผู้รับรู้อ่านข่าวสาร มากกว่าจะถูกกระตุ้นให้เป็นผู้มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนพลังของประชาสังคม ซึ่งถือได้ว่าส่งผลให้ภาคประชาสังคมของไทยยังมีลักษณะที่หยุดนิ่งมากกว่าจะเคลื่อนไหว

1.4 เกณฑ์การควบคุมเนื้อหา: บรรณาธิการหรือหัวหน้าข่าวส่วนมากใช้นโยบายหนังสือพิมพ์ผ่านกลไกของการบรรณาธิการเนื้อหา ซึ่งต้องมีการประชุมกองบรรณาธิการ การวินิจฉัยข่าว การตรวจสอบข้อเท็จจริง พร้อมกับสิทธิในการรับรู้ของประชาชนและกลไกการควบคุมตรวจสอบผ่านสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ตลอดจนผ่านการควบคุมของรัฐเป็นหลักควบคุมคุณภาพเนื้อหา ซึ่งพิจารณาโดยรวมแล้วพบว่า มาตรฐานทางวิชาชีพที่ถือปฏิบัติกันมาเหล่านี้ เช่น หลักแห่งความเป็นกลาง หลักความรับผิดชอบต่อสังคม ยังสามารถนำมาใช้เป็นเกณฑ์ควบคุมคุณภาพเนื้อหาได้เสมอ แม้จะมีการปรับเปลี่ยนเพิ่มเติมเงื่อนไขที่แตกต่างกันไปบ้างเท่านั้น นอกจากนี้เกณฑ์ควบคุมคุณภาพเนื้อหาอีกประการหนึ่งคือ การสนับสนุนของผู้อ่านหรือสังคม ซึ่งมีการขยายความแตกต่างกันออกไปบ้าง คือหนังสือพิมพ์บางกลุ่มถือเอาความสนใจของผู้อ่านเป็นหลัก ในขณะที่บางกลุ่มถือเอาประโยชน์ที่ผู้อ่านจะได้รับจากข่าวนั้นเป็นหลัก

1.5 ความเป็นอิสระจากการถูกแทรกแซงทางการเมืองและธุรกิจ: จากการศึกษาพบว่าเป็นการแทรกแซงผ่านการสนับสนุนทางการเงิน ในรูปแบบของการถือหุ้น เป็นเจ้าของหรือผู้ประกอบการ การให้โฆษณา การซื้อเนื้อที่ประชาสัมพันธ์ในหนังสือพิมพ์ และการมอบสิ่งของตอบแทน ดังที่มีการเรียกปรากฏการณ์เหล่านี้ว่า การแทรกซื้อและการแทรกซึม แต่หนังสือพิมพ์ได้พยายามรักษาความเป็นอิสระ ด้วยการแยกการทำงานของฝ่ายบรรณาธิการกับฝ่ายการตลาดออกจากกัน เน้นการตรวจสอบข้อเท็จจริงของข้อมูลข่าวสารและความสำคัญของหลักจริยธรรมวิชาชีพ

2. สารสนเทศของสื่อโทรทัศน์

เนื่องจากวิทยุและโทรทัศน์เป็นสื่อที่เติบโตภายใต้วัฒนธรรมองค์กรแบบอำนาจอุปถัมภ์ และการผูกขาดสัมปทานโดยรัฐ ทำให้การกำหนดเนื้อหาสาระมีลักษณะวนเวียนอยู่กับรูปแบบและกรอบนโยบายเดิมๆ ซึ่งให้หลักประกันของการลดความเสี่ยงทั้งในเชิงธุรกิจและการรักษาสัญญาสัมปทานกับรัฐ ซึ่งผลที่ปรากฏในเชิงรูปธรรมคือ สัดส่วนของเนื้อหาบันเทิงที่กลายเป็นเนื้อหาหลักของรายการมาทุกยุคทุกสมัย

2.1 สารระและความหลากหลายของเนื้อหา: เมื่อนำผังรายการของสถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 ช่องมาพิจารณา พบว่าสัดส่วนของรายการบันเทิงมีจำนวนมากที่สุดทั้งรายการที่ออกอากาศในวันธรรมดา และรายการที่ออกอากาศในวันหยุดสุดสัปดาห์ เฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเวลาดี (prime time) พบว่าประเภทของรายการกระจุกตัวอยู่ที่รายการบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ คือการนำเสนอละคร เกมโชว์ และวาไรตี้โชว์ โดยมีรายการข่าวภาคค่ำเป็นองค์ประกอบสำคัญอยู่ด้วย บางสถานีนำเสนอข่าวสั้นหลังจบละครเพื่อเป็นการคั่นเวลาก่อนเข้าสู่รายการใหม่ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเกมโชว์ ถึงแม้ว่าโดยเฉลี่ยแล้วแต่ละสถานีจะให้สัดส่วนเวลากับรายการประเภทสาระค่อนข้างสูง แต่ก็มีบางสถานี เช่น ช่อง 7 ให้เวลากับรายการประเภทสาระต่ำมาก (ร้อยละ 9 ของประเภทเนื้อหาทั้งหมด) สำหรับรายการประเภทข่าวนั้น พบว่าเฉลี่ยแล้วรายการข่าวในวันหยุดสุดสัปดาห์มีสัดส่วนที่ลดลงจากวันธรรมดาเกือบร้อยละ 10 โดยสัดส่วนรายการที่เพิ่มมากขึ้นเหมือนกันทุกสถานีคือรายการบันเทิง ซึ่งเฉลี่ยแล้วเพิ่มมากกว่าร้อยละ 10 โดยช่อง 11 มีสัดส่วนของการเพิ่มมากที่สุด

ในการจัดสัดส่วนรายการ สิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือการสร้างจุดยืนทางการตลาด (marketing positioning) ที่แสดงบุคลิกของตัวเอง ให้แตกต่างจากช่องอื่น สำหรับการปรับผังรายการโทรทัศน์แต่ละครั้งนั้น เป็นไปตามกระแสความต้องการของผู้ชม ปัจจัยด้านคู่แข่ง และจากตัวแทนบริษัทโฆษณา โดยทั่วไปแล้วสถานีโทรทัศน์จะมีการปรับผังรายการทุก ๆ 3 เดือน เป็นการปรับเล็ก และจะปรับใหญ่ทุกปี ยกเว้นช่อง 11 ซึ่งจะปรับถี่กว่า คือทุกๆ 1 เดือน ไปจนถึง 3-6 เดือน สาเหตุที่ช่อง 11 มีการปรับผังรายการบ่อยเพราะมีรายการถ่ายทอดสดบ่อยและมักมีกำหนดล่วงหน้าแค่ระยะสั้นๆ

การปรับผังรายการล่าสุดของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2546 ทำให้มีรายการบันเทิงเพิ่มมากขึ้น ช่วงเวลาออกอากาศที่มีการปรับผังรายการมากที่สุด คือช่วง 20.00-23.30น. หรือหลังข่าวภาคค่ำ โดยเปลี่ยนเป็นรายการบันเทิงประเภททอล์กโชว์ เกมโชว์ ทำให้รายการสารคดีต่างๆ ในช่วงนี้หายไป มีรายการที่หลุดออกจากผังรายการใหม่ประมาณ 14 รายการ และเป็นรายการที่ผลิตโดยบริษัทผู้ผลิตรายการรายเล็ก มีการนำเอารายการสารคดีแบบเจาะลึกมานำเสนอเร็วขึ้นในช่วงเวลาเดียวกับละครหลังข่าวของช่องอื่น แสดงให้เห็นว่าไอทีวีพยายามนำรายการข่าวที่มีลักษณะของการเล่าเรื่องคล้ายละครมาแข่งขันกับรายการละครของสถานีคู่แข่ง

โดยสรุปแล้วการปรับผังรายการของสถานีโทรทัศน์จะพิจารณาจากเกณฑ์ 3 ประการด้วยกันคือ จากผลการสำรวจเรตติ้ง จากการตอบสนองของผู้บริโภคในการใช้จ่ายเงินในตลาด และจาก

ผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม หรือช่วงเวลาที่สอดคล้องกับงบประมาณของ เอเจนซีโฆษณา

2.2 รายการข่าว: จากภาพรวมเกี่ยวกับนโยบายด้านข่าวของทุกสถานี สรุปได้ว่าโครงสร้างของสถานีโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อกระบวนการและหลักเกณฑ์ในการผลิตข่าว รวมทั้งการนำเสนอข่าวและการคัดเลือกผู้ประกาศข่าวด้วย ซึ่งโดยรวมแล้วสถานีโทรทัศน์ทุกช่องของไทยมีจำนวนผู้ประกาศข่าวมาก และส่วนใหญ่แล้วเป็นผู้นำเสนอข่าวมากกว่าผู้วิเคราะห์ข่าวหรือนักข่าว แสดงให้เห็นว่าสถานีโทรทัศน์ให้ความสำคัญกับรูปแบบของการนำเสนอข่าวมาก

มีข้อสังเกตว่าเกณฑ์การวัดคุณภาพข่าวระหว่างผู้สื่อข่าวกับผู้ชมข่าวมีความแตกต่างกัน อันสะท้อนความคาดหวังที่มีต่อข่าวในฐานะที่เป็นผลผลิตของสื่อที่ต่างกัน พบว่า ผู้สื่อข่าวใช้เกณฑ์ของการปฏิบัติงาน อันประกอบด้วยประสิทธิภาพของผู้สื่อข่าวและการสะท้อนกลับ (feedback) จากผู้ชมเป็นตัวชี้วัดความมีคุณภาพของข่าว ในขณะที่ผู้ชมใช้เกณฑ์พิจารณาประโยชน์ที่จะได้รับจากข่าวนั้นเป็นตัวชี้วัด ข้อสรุปนี้ชี้ให้เห็นว่าผู้ชมต้องการรับรู้ข่าวสารและสาระที่จะเป็นประโยชน์ต่อชีวิตประจำวันของพวกเขา อันสอดคล้องกับกรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้ที่ระบุว่า ผลประโยชน์สาธารณะเป็นเป้าหมายสูงสุดของคุณภาพสารสนเทศในสื่อ

2.3 รายการสาระประโยชน์: รายการสาระต่างๆ ทางสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่ง มักเป็นรายการที่นำเสนอในช่วงเวลาเช้ามากหรือดึกมาก แทบไม่มีรายการใดที่ได้นำเสนอในช่วงเวลา primetime แต่หากมีการนำเสนอก็จะเป็นสปอตสั้นๆ ใช้เวลาเสนอประมาณ 3-5 นาที สาระความรู้ที่หลากหลาย ส่วนมากถูกนำเสนอเพียงเกร็ดเล็กๆ น้อยๆ ไม่สามารถสร้างความรู้และนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง และยังมีเรื่องของการโฆษณาเข้ามาแฝงในบทพูด นอกจากนี้ยังพบว่ารายการในวันจันทร์ถึงศุกร์ มีช่วงเวลาในการนำเสนอไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น รายการธรรมะ มักเสนอตอนเช้าตรู่ เหตุที่รายการเหล่านี้ต้องเสนอในช่วงนี้ก็เพราะเป็นรายการที่หาผู้สนับสนุนรายการยาก ส่วนใหญ่สถานีไม่คิดค่าเช่าเวลา แต่ขอแบ่งรายได้โฆษณา สำหรับรายการสาระที่เกี่ยวกับผู้หญิงส่วนใหญ่เป็นเรื่องความสวยความงาม ดอกย่ำภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ต้องสาวสวย รูปร่างเพริ้ว ผิวพรรณงดงาม จึงมีผลิตภัณฑ์ที่สร้างเสริมความสวยความงามเป็นผู้สนับสนุนรายการทั้งทางตรงและทางอ้อม สำหรับสาระเกี่ยวกับการเกษตร มักมีเพลงลูกทุ่งแทรกเข้ามาในรายการ ทำให้เนื้อหาสาระเกี่ยวกับการเกษตรจริงๆ ลดน้อยลงไป

รายการที่เป็นเรื่องราวของคนด้อยโอกาสในสังคม ยังไม่ค่อยปรากฏในสื่อโทรทัศน์ เช่น รายการสำหรับคนพิการ รายการสำหรับผู้สูงอายุ รายการที่เกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม และรายการที่ส่งเสริมอาชีพของคนในสังคม ทั้งนี้ยกเว้นบางรายการเช่น รายการคนค้นคน ทางช่อง 9 อย่างไรก็ตาม สถานีช่อง 11 เป็นสถานีที่มีส่วนสร้างความแตกต่างอย่างยิ่งในเรื่องของรายการสาระประโยชน์ ซึ่งกระจายอยู่ทุกช่วงเวลาของผังรายการ และเป็นรายการที่ส่งเสริมความรู้และการสร้างรายได้เป็นส่วนใหญ่

2.4 รายการละคร: ละครหลังข่าวถือเป็นรายได้หลักที่เลี้ยงสถานี รองลงมาคือรายการเกมโชว์ รายการทอล์กโชว์ ช่วงละครหลังข่าวจึงเป็นช่วงที่มีราคาโฆษณาแพงที่สุด จากฝั่งรายการโทรทัศน์ของเดือนเมษายน 2546 ของทุกสถานีพบว่า มีจำนวนรายการละครต่อหนึ่งสัปดาห์ 30 เรื่อง ประมาณได้ว่าผู้ชมใช้เวลาชมรายการละครไม่ต่ำกว่าวันละ 1-2 ชั่วโมง

ในกระบวนการผลิตละครโทรทัศน์นั้น ผู้ที่มีอิทธิพลมากต่อการตัดสินใจคือ ผู้ที่จ้างให้ผลิตละคร ซึ่งอาจเป็นสถานีโทรทัศน์ หรือบริษัทละครที่ลงทุนหลัก เช่น บริษัทเอ็กแซ็กท์ ซึ่งเป็นบริษัทในเครือแกรมมี่ ซึ่งต้องรับนโยบายการผลิตละครที่สอดคล้องกับการส่งเสริมการตลาดของแกรมมี่ การประเมินละครโทรทัศน์ที่ออกอากาศนั้น ส่วนใหญ่แล้วใช้เรตติ้งเป็นตัววัด และการออกไปสำรวจกระแสคนดูเอง เนื้อหาละครส่วนมากยังคงผลิตซ้ำแนวเรื่องแบบเดิมๆ จนเรียกได้ว่าละครทำหน้าที่ปฏิบัติการทางวัฒนธรรม (cultural practice) ของโลกในจินตนาการที่สอดคล้องกับบรรทัดฐานหลักของสังคม เช่น การตอกย้าบทบาทหญิง-ชายในละครผ่านบทพระเอก-นางเอก นอกจากบทละครแล้ว พบว่าละครของทุกสถานีมีโฆษณาแฝงอย่างจงใจ เช่น เครื่องแต่งกายของตัวละคร การให้ฉากหลักของละครเป็นร้านขายของชำซึ่งมีสินค้าของสปอนเซอร์จัดเรียงแน่นอยู่ องค์กรประกอบฉากต่างๆ และบางสถานี เช่น ไอทีวี และช่อง 5 มีการแทรกสินค้าที่มุล่งซ้ายของจอเกือบทุกตอน

2.5 รายการเกมโชว์: การจัดประเภทรายการเกมโชว์ในประเทศไทย แบ่งได้เป็น 2 รูปแบบใหญ่ คือ 1) ประเภทเกม (game) เป็นกิจกรรมหรือการแข่งขันที่เน้นทักษะทางร่างกาย สติปัญญา ความว่องไว ไหวพริบ การเสี่ยงโชคต่างๆ มีจุดขายที่ผู้เข้าร่วมแข่งขัน 2) รายการประเภทแข่งขันตอบปัญหาโดยตรง (quiz show) เป็นความรู้หรือเขาวัวในด้านต่างๆ ที่จัดตามประเภทกลุ่มผู้เข้าแข่งขัน จากการประเมินรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์ทุกช่องเดือนเมษายน 2546 ในหนึ่งสัปดาห์มีรายการเกมโชว์ไม่น้อยกว่า 40 รายการ เป็นช่วงเวลา prime time คือตั้งแต่ 18.00-22.00 น. และช่วงวันหยุดเสาร์อาทิตย์

ผู้อุปถัมภ์รายการเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อรูปแบบรายการ รวมทั้งนโยบายของสถานี เนื้อหาของรายการมีทั้งสนับสนุนสังคม ในแง่การส่งเสริมการเรียนรู้ การสั่งสอนตักเตือน ให้กำลังใจ แต่ภายในเกมเดียวกันนั้นก็มีการต่อต้านสังคม ด้วยการแสดงออกซึ่งความก้าวร้าว การเลือกผู้เข้าร่วมแข่งขันส่วนมากจะเป็นดารานักร้องที่กำลังอยู่ในกระแส หรือดารานักแสดงที่อยู่ในบริษัทที่เป็นสปอนเซอร์ หรือเป็นช่วงของการโปรโมทหนังหรือเพลงที่ต้องการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งทำให้มีผู้ชมรายการมากขึ้น และเรตติ้งสูงขึ้น

แม้ว่ารายการเกมโชว์จะเป็นการนำเสนอความบันเทิงให้ผู้ชมเป็นหลัก แต่มีผู้นิยมมากขึ้น เนื่องจากรูปแบบที่ผู้ชมสามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้ ทั้งจากการเข้าร่วมเล่นเกมหรือการส่งชิ้นส่วนเข้ามาทนายปัญหาชิงรางวัล จึงส่งผลให้สินค้าที่เป็นสปอนเซอร์มียอดขายสูงขึ้น เป็นกลไกทางการตลาดที่เป็นตัวกระตุ้นการเพิ่มยอดขาย ทำให้บางรายการขาดคุณภาพไป แต่ก็ยังดำเนินรายการอยู่

ได้ บริษัทที่เป็นผู้ผลิตมักผูกขาดอยู่เพียงไม่กี่บริษัทเท่านั้น เช่น บริษัทเวิร์คพอยท์ ซึ่งมีรายการขอดนิมอย่างน้อย 2 รายการคือ แฟนพันธุ์แท้ ทางช่อง 5 และเกมทศกัณฑ์ ทางช่อง 9 หรือบริษัทมีเดียออฟ มีเดีย เอ็กแซ็คท์ และ โพลีพลัส ซึ่งเข้ามาผลิตรายการเกมโชว์ทางไอทีวีมากขึ้น รูปแบบและเนื้อหาอาจปรับเปลี่ยนไป แต่ก็ยังคงอยู่ภายใต้ นโยบายของผู้อุปถัมภ์รายการและนโยบายของสถานีเป็นหลัก

3. สารสนเทศของสื่อวิทยุ

รูปแบบของสถานีวิทยุในประเทศไทย แบ่งเป็น 4 ประเภทใหญ่ ๆ คือ 1. สถานีเพลง ส่วนใหญ่เป็นสถานีที่หน่วยงานต้นสังกัดที่กำกับดูแลคลื่น ได้ให้สัมปทานแก่บริษัทผู้ผลิตรายการที่ประกอบการด้านอุตสาหกรรมเพลง เช่น เครือแกรมมี่ ซึ่งใช้ชื่อของบริษัทเอไอเอ็มมีเดียเป็นผู้ทำสัญญาและผลิตรายการทางวิทยุ เครืออาร์เอส ซึ่งใช้ชื่อบริษัทสกายไฮเน็ทเวิร์คเป็นผู้ผลิตรายการ ทำให้สถานีเพลงเหล่านี้เปิดเพลงจากบริษัทในเครือเป็นหลัก ส่วนใหญ่มีการนำเสนอสดส่วนของเนื้อหาบนเทปอยู่ภายใต้การกำหนดของกรมประชาสัมพันธ์ (ไม่เกินร้อยละ 58) แต่พบว่ามี การนำเสนอเนื้อหาโฆษณาเกินกว่าสัดส่วนที่กำหนด (ไม่เกินร้อยละ 17) โดยเป็นโฆษณาแฝง 2) สถานีข่าวสารและข้อมูล นำเสนอข่าวสารในรูปแบบต่างๆ ทั้งการพูดคุย สัมภาษณ์ การรับฟังความคิดเห็นจากประชาชน สารคดี ความรู้ทั่วไป ส่วนใหญ่แล้วดำเนินการโดยหน่วยงานต้นสังกัด เช่น กองบัญชาการทหารสูงสุด 3) สถานีเพื่อบริการสาธารณะ เป็นการรายงานข่าวสารและการจราจร การแจ้งเหตุด่วนเหตุร้าย มีเนื้อหาจากผู้ฟังและอาสาสมัคร มักเป็นสถานีที่บริษัทผู้ผลิตรายการได้สัมปทานมาจากหน่วยงานต้นสังกัดในระยะยาว เช่น สถานีจส. 100 4) สถานีข่าวสารและเพลง มีเนื้อหาผสมผสานกันอย่างหลากหลายและมีกลุ่มเป้าหมายของแต่ละรายการในผัง เป็นการให้บริษัทเอกชนเข้ามาเช่าเวลาจัดรายการและหาผู้สนับสนุนรายการเอง ทั้งนี้เมื่อพิจารณาประเภทของสถานีวิทยุระบบเอฟ.เอ็มในกรุงเทพมหานครจำนวน 40 สถานี พบว่าเป็นสถานีเพลงประมาณ 25 สถานี สถานีข่าวสารประมาณ 7 สถานี สถานีบริการสาธารณะ 2 สถานี และสถานีข่าวสารและเพลงประมาณ 6 สถานี สะท้อนให้เห็นว่าสถานีที่เน้นเนื้อหาบันเทิงประเภทรายการเพลงเป็นหลักนั้นมีจำนวนสูงมาก ในขณะที่สถานีเพื่อข่าวสารความรู้กลับมีจำนวนน้อย และสถานีที่ประชาชนมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นหรือร่วมจัดรายการนั้นก็ยังมีน้อยมาก

งานวิจัยนี้ได้เลือกกรณีศึกษาเครือข่ายสถานีวิทยุ 2 เครือข่าย คือ เครือข่ายสวท. และเครือข่าย อ.ส.ม.ท. สรุปเฉพาะประเด็นหลักๆ ดังนี้

3.1 เครือข่ายสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.): กรมประชาสัมพันธ์ได้จัดเครือข่ายสถานีวิทยุออกเป็น 7 เครือข่ายจาก 147 สถานีทั่วประเทศ ระบบเอ.เอ็ม 60 สถานี และระบบเอฟ.เอ็ม 87 สถานี ทดลองออกอากาศมาตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2545 ประกอบด้วย เครือข่ายที่ 1 เพื่อข้อมูลข่าวสารแห่งรัฐและประชาชน เครือข่ายที่ 2 เพื่อส่งเสริมการปกครองระบอบ

ประชาธิปไตยและพัฒนาอาชีพ เครือข่ายที่ 3 เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม เครือข่ายที่ 4 เพื่อการศึกษา เครือข่ายที่ 5 สถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด เครือข่ายที่ 6 ภาคภาษาต่างประเทศในประเทศ และเครือข่ายที่ 7 เครือข่ายคลื่นสั้นระหว่างประเทศ ซึ่งทั้งเครือข่ายที่ 6 และ 7 ต่างมุ่งผลิตเนื้อหาเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ข้อเท็จจริงให้ชาวต่างชาติเข้าใจ ส่งเสริมการท่องเที่ยวและการลงทุน

เมื่อพิจารณาผังรายการของเครือข่ายดังกล่าว พบว่า มีความซ้ำซ้อนของเนื้อหารายการอยู่มาก เช่น การถ่ายทอดข่าวและข่าวต้นชั่วโมง ซึ่งพบว่ามีกรถ่ายทอดข่าวจากกรมประชาสัมพันธ์ เช่นเดิม เครือข่ายไม่ได้ผลิตข่าวเองให้สอดคล้องกับลักษณะเนื้อหาและท้องถิ่น จึงไม่แตกต่างอะไรกับลักษณะของผังรายการก่อนมีเครือข่าย นอกจากนี้การกำหนดเครือข่ายใหญ่ๆ เช่น เครือข่ายที่ 1, 2 และ 3 ซึ่งถือเป็นเครือข่ายแห่งชาตินั้น ได้มีการนำเสนอเนื้อหารายการเพื่อรัฐบาลและหน่วยงานราชการอยู่แล้ว จึงเป็นการซ้ำซ้อนของเนื้อหาและสถานี นโยบายดังกล่าวจึงมีลักษณะ “แฝง” ในการสร้างคะแนนนิยมของรัฐบาลภายใต้การสร้างความหลากหลายและการกำหนด “ความเฉพาะ” ของกลุ่มผู้ฟังตามเครือข่าย อันเป็นการเอื้อให้เกิดการจัดประเภทและแง่มุมที่รัฐบาลสามารถกำหนดความรับผิดชอบ ในแง่ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสถานีวิทยุ นั้น ๆ ได้อีกด้วย

3.2 เครือข่ายวิทยุ อสมท.: มีทั้งสิ้น 62 สถานี เป็นระบบเอ.เอ็ม 2 สถานี และเอฟ.เอ็ม 60 สถานี มีลักษณะการจัดรายการให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายของแต่ละความถี่อย่างเด่นชัด เช่น เอฟ.เอ็ม 95 เมกะเฮิร์ตซ์ เป็นสถานีเพลงลูกทุ่ง เอฟ.เอ็ม 99 เมกะเฮิร์ตซ์ เป็นสถานีกีฬา ส่วนใหญ่แล้วเป็นการดำเนินการในรูปแบบเชิงพาณิชย์ที่มีผู้ประกอบการวิทยุเช่าเวลาหรือรับสัมปทาน ซึ่งพบว่าบริษัทที่ได้รับสัมปทานทั้งสถานีมักประกอบธุรกิจด้านเพลง ทำให้เกิดสถานีแนว Format station ที่ประเภทของรายการเพลงกำหนดแนวของสถานี เช่น วิทยุแอนด์ไอคอร์ตโปเรชั่น (เครือบีอีซี วิลล์) ได้สัมปทานคลื่น 95.5 เมกะเฮิร์ตซ์เป็นสถานีเพลงสากลในยุคทศวรรษ 90 คลื่น 105 Smooth FM เป็นสถานีเพลงสากลที่ฟังสบาย

เมื่อเปรียบเทียบผังรายการของสถานีวิทยุ อสมท. เอฟ.เอ็ม 100.5 เมกะเฮิร์ตซ์ ซึ่งจัดว่าเป็นสถานีข่าว (ด้วยสัดส่วนรายการข่าวร้อยละ 45.63 และรายการความรู้ร้อยละ 54.37 ในปี พ.ศ. 2545) พบว่า ผังรายการของปี 2546 มีการปรับเปลี่ยนบางช่วงเวลา ทำให้มีสัดส่วนรายการบันเทิงเพิ่มเข้ามาร้อยละ 4 ทั้งๆ ที่สัดส่วนเดิมนั้นไม่มีรายการบันเทิงเลย รายการบันเทิงดังกล่าวนำเสนอในช่วงเวลา 14.10-15.00 น. ของทุกวันยกเว้นวันอาทิตย์ มาแทนรายการรอบรู้บ้านเรา ช่วงบ้านและสวน จึงเป็นที่น่าสังเกตว่าการปรับผังรายการของสถานีวิทยุโดยทั่วไปแล้ว มีแนวโน้มเข้าสู่ความบันเทิงมากขึ้น

4. ข้อเสนอแนะเพื่อคุณภาพของสารสนเทศ

ภาครัฐ

- ต้องสร้างหลักประกันของการจัดสรรสัดส่วนเนื้อหารายการในสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ด้วยการรับหลักการตามข้อเสนอของสองสมาคมวิชาชีพ ว่าด้วยจัดสรรเวลาให้ผู้อื่นทำรายการของ ร.บ. การประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ.....ที่กำหนดให้แต่ละสถานีจัดสรรเวลาไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 ทำรายการสาระประโยชน์ต่อสังคม

- มีหลักประกันให้แก่ผู้ผลิตรายการอิสระ และธุรกิจขนาดเล็กได้มีโอกาสผลิตรายการในช่วงเวลาดี (primetime) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ตามข้อเสนอร.บ.ฯ ของสองสมาคมวิชาชีพ

- สนับสนุนความหลากหลายของเนื้อหา ด้วยการกำหนดให้สถานีวิทยุและโทรทัศน์ส่วนภูมิภาค ผลิตรายการของท้องถิ่น และลดเวลาหรือยกเลิกการถ่ายทอดรายการจากส่วนกลาง

- รัฐต้องเข้ามาสนับสนุนการผลิตรายการที่มีสาระประโยชน์ในสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ด้วยการนำงบประมาณจากกองทุนพัฒนากิจการกระจายเสียงและกิจการ โทรทัศน์จำนวน ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของค่าใช้จ่ายการผลิตของสถานีเพื่อสาระประโยชน์ และยกเว้นค่าธรรมเนียมการเช่าสถานี ในกรณีที่ยังมีการให้เช่าสัมปทาน รวมทั้งแสวงหาเงินทุนจากกองทุนอิสระอื่นๆ ของรัฐ เช่น สกว. และสสส. ในการสนับสนุนรายการสาระประโยชน์ รวมทั้งส่งเสริมให้มีรายการซึ่งประชาชนจะเข้ามาร่วมเป็นเจ้าของและจัดหาทุนการผลิต

- เร่งรัดให้มีกสช. เพื่อดำเนินการจัดสรรคลื่นวิทยุกระจายเสียง โดยให้มีคลื่นที่ดำเนินการโดยภาคประชาชนและสาธารณะตามสัดส่วนที่กำหนดในรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2540 และพรบ.องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ 2543 และเตรียมร่างข้อเสนอเพื่อจัดตั้งสื่อสาธารณะ และกำหนดกฎระเบียบที่เอื้อต่อการจัดตั้งและพัฒนาวิทยุชุมชนร่วมกับเครือข่ายภาคประชาชน

- รัฐบาลต้องกำหนดและจัดการ โครงสร้างความเป็นเจ้าของสื่อ ป้องกันการเป็นเจ้าของข้ามสื่อหลายประเภท และป้องกันการผูกขาด

- หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องประสานกับกบว. สถานี ให้เข้มงวดกับระบบการตรวจสอบรายการของสถานี โดยเฉพาะเรื่องของสัดส่วนรายการ โฆษณาและบันเทิงที่ต้องไม่เกินสัดส่วนที่กำหนด

- ในส่วนของหนังสือพิมพ์ รัฐบาลพิจารณาบททวนกฎระเบียบต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาคุณภาพเนื้อหาของสื่อ เช่น พรบ. การพิมพ์ 2484 และกำหนดรายละเอียดเงื่อนไขของการตรวจสอบเนื้อหาเชิงจริยธรรม-ศีลธรรมที่รัดกุม กำหนดประเภทเนื้อหาที่เข้าข่ายละเมิดศีลธรรมอย่างละเอียด และในขณะเดียวกันกระบวนการตรวจสอบต้องไม่ก่อให้เกิดการแทรกแซงสื่อจากรัฐ

- สนับสนุนให้เรื่องของการปฏิรูปสื่อเป็นวาระสำคัญในนโยบายปฏิรูปต่างๆ ของประเทศ เช่น ปฏิรูปการศึกษา

- สนับสนุนให้คณะกรรมการธิการของวุฒิสภาและสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่เกี่ยวข้อง และองค์กรอิสระ เช่น คณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติเข้ามามีบทบาทในการรับเรื่องร้องเรียนที่เกี่ยวข้องและดำเนินการตรวจสอบ

ภาคเอกชน/ ผู้ประกอบการผลิตรายการ/ องค์กรหนังสือพิมพ์

- พัฒนาจิตสำนึกแห่งการผลิตสื่อเพื่อรับใช้สาธารณะ ทั้งในส่วนของเจ้าของผู้ประกอบการและสื่อมวลชน

- จัดสรรผลกำไรจากการผลิตเชิงพาณิชย์เข้ากองทุนพัฒนากิจการกระจายเสียงวิทยุและโทรทัศน์ ในอัตราส่วนที่กำหนด

- ยินยอมให้มีการตรวจสอบโครงสร้างบริษัทและกลุ่มเครือข่าย เพื่อให้เกิดความโปร่งใสในกระบวนการผลิตและการขอสัมปทาน

- ปฏิบัติตามนโยบายและระเบียบเรื่องการจัดสัดส่วนรายการและการควบคุมเนื้อหา

- แบ่งแยกการทำงานระหว่างกองบรรณาธิการกับฝ่ายการตลาดอย่างชัดเจน และต้องสามารถตรวจสอบได้

- สนับสนุนให้มีรายการทางวิทยุโทรทัศน์หรือเนื้อหาในหนังสือพิมพ์ที่เปิดโอกาสให้ภาคประชาชนทุกกลุ่มสามารถแสดงความคิดเห็นที่มีต่อสภาพสังคมทั่วไป และต่อการวิพากษ์วิจารณ์สื่อโดยตรง

- องค์กรสื่อต้องจัดตั้งคณะทำงานจัดทำคู่มือการผลิตข่าวและสาระที่สอดคล้องเหมาะสมสำหรับทุกสื่อ โดยอาศัยคู่มือการผลิตเนื้อหาขององค์กรสื่อสาธารณะระดับสากล เช่น บีบีซี เป็นตัวอย่าง

- เพิ่มกลไกการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นสำหรับองค์กรตรวจสอบตัวเองของสื่อ เช่น สภาการหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย มีการศึกษาทบทวนและจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับการละเมิดและปัญหาด้านคุณภาพ

ภาคประชาชน

- จัดตั้งกลุ่มอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการเพื่อพัฒนาทักษะของการรู้เท่าทันสื่อ และเผยแพร่ทักษะนี้ในลักษณะของเครือข่ายความร่วมมือกับกลุ่มสังคมต่างๆ เช่น กลุ่มโรงเรียน กลุ่มผู้ปกครอง กลุ่มศาสนา

- มีองค์กรภาคประชาชนที่ทำหน้าที่ตรวจสอบสื่อโดยตรง และเปิดช่องทางให้มีการรับเรื่องราวร้องทุกข์จากประชาชน และมีการรวบรวมเพื่อนำเสนอต่อสาธารณะอย่างต่อเนื่อง

- สร้างจิตสำนึกสาธารณะและอำนาจในการต่อรองกับสื่อในฐานะผู้บริโภค

- จัดให้มีเวทีระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบาย ร่างกฎระเบียบต่างๆ ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับสื่ออย่างสม่ำเสมอ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	i
Abstract.....	ii
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร.....	iv
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 นิยามและขอบเขตการศึกษา.....	2
1.2 การนำเสนอผลการศึกษา.....	6
บทที่ 2 เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพเนื้อหาสื่อมวลชน	7
2.1 มิติด้านสาระและความหลากหลายของเนื้อหา	7
2.2 มิติด้านจริยธรรมและศีลธรรมของเนื้อหา	12
2.3 มิติด้านการสร้างสรรค์ประชาสังคม	19
2.4 มิติด้านอิสรภาพจากการถูกแทรกแซง.....	22
บทที่ 3 สถานภาพของสารสนเทศในสื่อมวลชนไทย.....	28
3.1 สารสนเทศของหนังสือพิมพ์.....	28
3.1.1 สาระและความหลากหลายของเนื้อหา	32
3.1.2 จริยธรรมและศีลธรรมของเนื้อหา	39
3.1.3 การนำเสนอเนื้อหาสาระเพื่อส่งเสริมประชาสังคม	46
3.1.4 เกณฑ์การควบคุมเนื้อหา.....	49
3.1.5 ความเป็นอิสระจากการถูกแทรกแซงทางการเมืองและธุรกิจ	52
3.2 สารสนเทศในสื่อโทรทัศน์.....	55
3.2.1 สาระและความหลากหลายของสารสนเทศของโทรทัศน์.....	57
3.2.2 จริยธรรมและศีลธรรมของเนื้อหา	86
3.2.3 เนื้อหาด้านประชาสังคม	105
3.2.4 การแทรกแซงเนื้อหา	112
3.3 สารสนเทศในสื่อวิทยุกระจายเสียง	114
3.3.1 สาระและความหลากหลายของสารสนเทศในสื่อวิทยุกระจายเสียง	116
3.3.2 วิเคราะห์สารสนเทศในสื่อวิทยุกระจายเสียง	127
สรุปภาพรวมของสารสนเทศในสื่อไทย.....	141
บทที่ 4 แนวทางการส่งเสริมให้เกิดการสร้างสารสนเทศที่มีคุณภาพ	142
บรรณานุกรม.....	147
ภาคผนวก	155

สารบัญญภาพและตาราง

	หน้า
แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดของการศึกษาการสร้างสารสนเทศที่มีคุณภาพ.....	5
แผนภาพที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบสัดส่วนประเภทเนื้อหาของหนังสือพิมพ์รายวันทั่วไป จำนวน 6 ชื่อฉบับที่นำเสนอในปี พ.ศ. 2541	34
แผนภาพที่ 3 เปรียบเทียบประเภทเนื้อหาของรายการสาระประโยชน์.....	106
แผนภาพที่ 4 ภาพแสดงสัดส่วนรูปแบบสถานีวิทยุ ระบบเอฟ.เอ็ม. ในกรุงเทพมหานคร.....	127
แผนภาพที่ 5 แสดงการเปรียบเทียบสัดส่วนเนื้อหาจากผังรายการวันจันทร์-ศุกร์ ของเครือข่ายสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) เครือข่าย 1 – 3	133
แผนภาพที่ 6 แสดงการเปรียบเทียบรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของสถานีในสังกัด อ.ส.ม.ท. ก่อนและหลัง พ.ศ. 2541	136
ตารางที่ 3.1.1 เปรียบเทียบเกณฑ์ที่ใช้กำหนดสัดส่วนและความหลากหลายของเนื้อหาสาระของ หนังสือพิมพ์.....	36
ตารางที่ 3.1.2 เปรียบเทียบหลักเกณฑ์ของการควบคุมคุณภาพเนื้อหาสาระภายใต้ กรอบคิดเชิงจริยธรรมและศีลธรรม	44
ตารางที่ 3.1.3 เปรียบเทียบหลักเกณฑ์เรื่องการให้ออกาสในการเข้าถึงสื่อของภาคประชาสังคม..	49
ตารางที่ 3.1.4 เปรียบเทียบเกณฑ์ของหนังสือพิมพ์ที่ใช้ควบคุมคุณภาพเนื้อหา.....	51
ตารางที่ 3.1.5 เปรียบเทียบหลักการรักษาอิสระจากการถูกแทรกแซง เพื่อควมมีคุณภาพของเนื้อหา.....	53
ตารางที่ 3.2.1.1 ประเภทรายการที่นำเสนอในวันธรรมดาของสถานีโทรทัศน์ทุกช่อง	58
ตารางที่ 3.2.1.2 ประเภทรายการที่นำเสนอในวันหยุดของสถานีโทรทัศน์ทุกช่อง	58
ตารางที่ 3.2.1.3 ลำดับของสถานีโทรทัศน์ที่นำเสนอรายการบันเทิงในวันธรรมดาและวันหยุด...	59
ตารางที่ 3.2.1.4 ลำดับของสถานีโทรทัศน์ที่นำเสนอรายการข่าวในจำนวนที่แตกต่างกันระหว่าง วันธรรมดากับวันหยุด จากมาก-น้อย	61
ตารางที่ 3.2.1.5 ประเภทรายการสาระความรู้ที่ไม่ปรากฏในผังรายการของสถานีโทรทัศน์ แต่ละแห่ง.....	62
ตารางที่ 3.2.1.6 เปรียบเทียบผังรายการของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี เดือนมิถุนายน กับ กรกฎาคม 2546 (เฉพาะผังรายการวันอังคารและวันพฤหัสบดีและเฉพาะช่วงเวลาที่มีการ ปรับเปลี่ยนมาก).....	68

ตารางที่ 3.2.1.7	เปรียบเทียบผังรายการของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี เดือน พฤษภาคม กับ กันยายน 2546 (เฉพาะช่วงเวลาที่มีการปรับเปลี่ยนมาก).....	70
ตารางที่ 3.2.1.8	เปรียบเทียบจำนวนและรูปแบบของรายการข่าวโทรทัศน์วันธรรมดา	73
ตารางที่ 3.2.1.9	เปรียบเทียบจำนวนและรูปแบบของรายการข่าวโทรทัศน์วันเสาร์-อาทิตย์	74
ตารางที่ 3.2.1.10	เปรียบเทียบจำนวนรายการวิเคราะห์ข่าวของสถานีโทรทัศน์ วันธรรมดา-วันหยุด	74
ตารางที่ 3.2.1.11	เปรียบเทียบหัวข้อข่าวประจำวันที 13 กันยายน 2546 ของสถานี โทรทัศน์ 3 แห่ง	76
ตารางที่ 3.2.1.12	เปรียบเทียบบุคลากรของทีมผลิตงานข่าว (เมษายน 2546).....	80
ตารางที่ 3.2.1.13	เปรียบเทียบทักษะของผู้สื่อข่าวกับผู้ชมที่มีต่อองค์ประกอบของข่าวที่มีคุณภาพ	85
ตารางที่ 3.2.14	รายการละครวันธรรมดาเดือนกันยายน 2546 ของทุกสถานี	88
ตารางที่ 3.2.15	รายการละครวันหยุดเดือนกันยายน 2546 ของทุกสถานี.....	89
ตารางที่ 3.2.16	ผังรายการเกมโชว์เดือนกันยายน 2546 ของสถานีโทรทัศน์ทุกช่องยกเว้นช่อง 11	96
ตารางที่ 3.2.17	รายการเกมโชว์ที่ผลิตโดยบริษัทขนาดใหญ่ ตามผังรายการเดือนกันยายน 2546.	99
ตารางที่ 3.2.18	รายละเอียดของรายการเกมโชว์ที่ผลิตโดยบริษัทเวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์	
	สรุปจากผังรายการเดือนเมษายน 2546.....	99
ตารางที่ 3.2.19	เปรียบเทียบจำนวนรายการสาระประโยชน์แยกตามประเภทเนื้อหา	
	จากผังเดือนเมษายน 2546	106
ตารางที่ 3.3.1	แผนผังรายการสถานีวิทยุกระจายเสียงระบบ เอฟ.เอ็ม. ในเขตกรุงเทพมหานคร ...	116
ตารางที่ 3.3.2	แสดงรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของสถานีเพลง	121
ตารางที่ 3.3.3	แสดงรูปแบบและแนวทางการดำเนินงานของสถานีข่าว	123
ตารางที่ 3.3.4	แสดงการวิเคราะห์ทิศทางเนื้อหาข่าวรายการวิทยุ.....	124
ตารางที่ 3.3.5	แสดงการเสนอรายการในแต่ละช่วงเวลาของสถานีวิทยุ จ.ส.100	126
ตารางที่ 3.3.6	แสดงผังรายการวันจันทร์-ศุกร์ ของสถานีวิทยุ สวท. เครือข่าย 1 – 3.....	130
ตารางที่ 3.3.7	เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาข่าวยุทธศาสตร์ ช่วง ก่อนพ.ศ.2541	
	หลังพ.ศ.2541 ในแต่ละสถานีที่สังกัดองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย..	135
ตารางที่ 3.3.8	แสดงชื่อรายการ รูปแบบที่นำเสนอและผู้ผลิตรายการวิทยุในสังกัดกองทัพบก	137

บทที่ 1

1. บทนำ

ผลผลิตของสื่อที่ปรากฏชัดในเชิงรูปธรรมมากที่สุด ได้แก่ เนื้อหาสาระหรือสารสนเทศ ด้วยเหตุนี้ เมื่อมีการประเมินสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นการประเมินคุณภาพของการผลิต ประสิทธิภาพของการจัดการและบริหารต้นทุน จริยธรรมของวิชาชีพ หรือผลกระทบต่อสังคม มักนิยมใช้วิธีการประเมินเนื้อหาสื่อ ในฐานะที่เป็นผลผลิตซึ่งมีความสัมพันธ์กับระบบต่าง ๆ ในโครงสร้างการผลิตของสื่อ รวมทั้งสามารถสะท้อนให้เห็นปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกสถาบันสื่อมวลชน ที่มีส่วนกำหนดคุณภาพของสื่อด้วย

แนวคิดทฤษฎีสื่อมวลชนได้อธิบายไว้ว่า สารสนเทศของสื่อไม่ได้สะท้อนความจริงของสังคม (do not reflect the realities of the social world) แต่ได้สร้างภาพตัวแทนของความจริง (construct representations of the social world) ในที่นี้ภาพตัวแทนของความจริงจึงย่อมไม่ใช่ความจริงทั้งหมด เพราะได้ผ่านขั้นตอนของการคัดเลือก การเน้นย้ำบางส่วนและตัดทิ้งบางส่วนไปแล้ว² ข้อสรุปดังกล่าวเป็นการยืนยันว่า สื่อมวลชนไม่ได้เป็นกระจกสะท้อนความจริงตามความเชื่อเดิม แต่สื่อมวลชนทำหน้าที่ประกอบสร้างความจริงที่ถูกกำหนดโดยแนวคิดหลักหรืออุดมการณ์หลักที่กำกับการทำงานของสื่อมวลชนอยู่เวลานั้น ด้วยเหตุนี้ภาพสะท้อนของกลุ่มคนต่าง ๆ ในเนื้อหาสาระของสื่อ เช่น ผู้หญิง ผู้ชาย คนด้อยโอกาส ฯลฯ จึงเป็นภาพตัวแทนที่ถูกประกอบสร้างขึ้นซึ่งสะท้อนความจริงเพียงส่วนเลี้ยวเท่านั้น

² กลุ่มสื่อมวลชนสายวัฒนธรรมศึกษา (Cultural Studies) ได้ใช้แนวคิดแบบปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic interaction) และแนวคิดการประกอบสร้างเชิงสังคม (Social construction) อธิบายว่าสื่อมวลชนทำหน้าที่นำเสนอและผลิตซ้ำภาพตัวแทนของความจริงหลายๆ ชุด โดยมีปัจจัยแวดล้อมสื่อเป็นตัวกำหนด เช่น สื่อของสังคมตะวันตกมักประกอบสร้างให้เห็นความแตกต่างตรงกันข้ามระหว่างสังคมตะวันตกซึ่งเหนือกว่าสังคมตะวันออก เป็นต้น

การประเมินสารสนเทศในฐานะผลผลิตที่บ่งบอกกระบวนการประกอบสร้างความจริงของสื่อจึงมีความสำคัญและมีบทบาทต่อการศึกษาวิจัยสื่ออย่างยิ่ง เพราะสารสนเทศของสื่อบ่งบอกถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตสื่อดังนี้³

สารสนเทศในฐานะสิ่งสะท้อนผู้ผลิต การคัดเลือกเนื้อหา การแสดงความคิดเห็น และการสร้างสรรค์ที่ปรากฏในสื่อ ล้วนแต่สะท้อนให้เห็นคุณภาพ อุดมการณ์ และประสบการณ์ของผู้ผลิต ซึ่งได้แก่ นักข่าว บรรณาธิการ คอลัมนิสต์ ผู้เขียนบท ผู้กำกับ ช่างภาพ ฯลฯ ไปจนถึงผู้บริหารและเจ้าของสื่อ รวมทั้งกฎระเบียบต่างๆ ที่ควบคุมการทำงานของผู้ผลิตสื่อ และกลไกทางการตลาด

สารสนเทศในฐานะสิ่งสะท้อนผู้รับสาร/ผู้บริโภค การนำเสนอเนื้อหาของสื่อมักเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้รับสาร แต่ในขณะเดียวกันผู้รับสารก็มีศักยภาพที่จะตีความหมายสารตามความเข้าใจและประสบการณ์ของตัวเองซึ่งอาจจะไม่สอดคล้องกับความหมายที่ถ่ายทอดจากผู้ผลิตก็ได้ การศึกษาสารสนเทศของสื่อจึงช่วยให้วิเคราะห์คุณลักษณะของผู้รับสารและความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับสารกับผู้ผลิตได้

สารสนเทศในฐานะสิ่งสะท้อนสังคมโดยรวม การวิเคราะห์สารสนเทศของสื่อทำให้มองเห็นภาพรวมของบรรทัดฐาน ค่านิยม และความสนใจของสังคมหรือสาธารณะ ซึ่งจะช่วยให้การประเมินคุณภาพและผลกระทบของสื่อต่อสังคมมีขอบเขตเปรียบเทียบที่ชัดเจนขึ้น

สารสนเทศในฐานะอิทธิพลต่อผู้รับสาร การศึกษาเนื้อหาสารจะช่วยให้เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างสื่อซึ่งเป็นหนึ่งในกลไกการเปลี่ยนแปลงสังคมกับผลกระทบต่อผู้รับสารได้ รวมทั้งความสัมพันธ์ในทิศทางที่กลับกันคือ ผลกระทบจากผู้รับสารที่มีต่อสื่อด้วย

สารสนเทศในฐานะตัวบทที่เป็นผลผลิตของสถาบันสื่อ การศึกษาสารสนเทศด้วยวิธีถอดรหัสความหมาย (decoding) และวิเคราะห์ระบบสัญลักษณ์หรือการสร้างความหมาย (semiotic) ช่วยให้เข้าใจระบบการสร้างความหมายของตัวบท(text) และการทำหน้าที่ของตัวบทในสารสนเทศนั้น ซึ่งเป็นการศึกษาเฉพาะเนื้อหาสื่อเพื่อดูโครงสร้างของภาษา-สัญลักษณ์ที่มีผลต่อการสร้างความหมาย

1.1 นิยามและขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาหัวข้อ “การสร้างสารสนเทศที่มีคุณภาพ” นี้ ได้นิยามความหมายของสารสนเทศไว้ว่า หมายถึง เนื้อหาสาระของสื่อที่ถูกนำเสนอในประเภทต่าง ๆ ซึ่งจำแนกออกเป็นประเภทหลัก ๆ ได้แก่

³ ปรับปรุงจากข้อเสนอเรื่อง The significance of content ของ Croteau, D. & Hoynes W., (2000) Media Society: Industrial, Images, and Audiences. California; Pine Forge Press: 2nd ed.

- สารคดีข่าวสาร (news section/programme)
- สารคดีบันเทิง (entertainment section/programme)
- สารคดีความรู้ การศึกษา และข้อแนะนำ (education section/programme)

ผู้วิจัยตระหนักดีว่า ในบางกรณีการจำแนกเนื้อหาสื่อออกเป็นสาระหลักทั้งสามประเภทนี้ มีความยากและคลุมเครือ เพราะในปัจจุบันการผลิตสารสนเทศของสื่อมวลชนนิยมผสมผสานสาระหลาย ๆ ประเภทเข้าด้วยกัน อันเป็นการพัฒนารูปแบบเนื้อหาที่น่าสนใจยิ่งขึ้น และในภาวะปัจจุบันที่ความตระหนักถึงการเป็นตัวแทนแห่งการเปลี่ยนแปลงสังคม (social agent) มีความชัดเจนขึ้นในพันธกิจของสื่อมวลชนนั้น รูปแบบเนื้อหาของสื่อที่เป็นการผสมผสานกันระหว่างสารคดีกับบันเทิงเพื่อให้สื่อสามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงเกิดขึ้นมากมาย เช่น เนื้อหาสาระประเภท edutainment ซึ่งเน้นสารคดีบันเทิงเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคม เนื้อหาสาระประเภท infotainment ซึ่งให้น้ำหนักกับข่าวสารข้อมูลมากกว่าบันเทิงแต่ก็เข้าไปเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคม และเนื้อหาสาระด้าน docudrama ซึ่งให้น้ำหนักกับความบันเทิงเชิงละครมากกว่า เป็นต้น ดังนั้น ในการศึกษาแยกตามประเภทของสาระทั้งสามด้านนั้น ผู้วิจัยจะคำนึงถึงรูปแบบใหม่ ๆ ของสื่อด้วยเสมอ

สำหรับคำนิยาม “สารสนเทศที่มีคุณภาพ” นั้น ผู้วิจัยได้จำแนกขอบเขตของคุณภาพออกเป็นมิติต่าง ๆ เพื่อให้ครอบคลุมโครงสร้าง กระบวนการผลิต และกระบวนการตรวจสอบควบคุมสื่อ ประกอบด้วย

- มิติด้านสาระและความหลากหลายของเนื้อหา ซึ่งหมายรวมถึงเนื้อหาที่สร้างเสริมและตอบสนองความทันต่อข่าวสารข้อมูล ความบันเทิงใจ ความรู้ความเข้าใจ และสนองตอบบรรดาประโยชน์ของประชาชนในเรื่องของคุณภาพชีวิต โดยมีหลักเกณฑ์ของความหลากหลาย การจัดสรรสัดส่วนของเนื้อหาที่เหมาะสมและสอดคล้องกับผลประโยชน์ของสาธารณะ และการเปิดกว้างของเนื้อหาสำหรับประชาชนทุกกลุ่มเป็นเกณฑ์ชี้วัดเชิงคุณภาพ
- มิติด้านจริยธรรมและศีลธรรมของเนื้อหา ซึ่งหมายถึงเนื้อหาที่มีหลักเกณฑ์การนำเสนอในกรอบของจริยธรรมแห่งวิชาชีพ และส่งเสริมศีลธรรมอันดีของสังคม สะท้อนภาพตัวแทนของกลุ่มคนทางสังคม-วัฒนธรรมต่าง ๆ ที่มีความแตกต่างกันในเรื่องของชนชั้น (class) เชื้อชาติ (race and ethnicity) และเพศสภาพ (gender) อย่างเหมาะสม เป็นธรรม และนำไปสู่ความเข้าใจอันดีต่อกัน รวมทั้งไม่นำไปสู่พฤติกรรมความรุนแรง และความมั่งงายในกระแสบริโภคนิยม เป็นเกณฑ์ชี้วัดเชิงคุณภาพ

- *มิติด้านการส่งเสริมประชาสังคม* ซึ่งหมายถึงการนำเสนอสารสนเทศที่มีส่วนร่วมเสริมอุดมการณ์แบบประชาสังคม สร้างจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม และเป็นเวทีเพื่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอันจะเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ เป็นเกณฑ์ชี้วัดเชิงคุณภาพ
- *มิติด้านเกณฑ์การควบคุมเนื้อหา* ซึ่งหมายถึงเนื้อหาสื่อที่ผ่านการรักษามาตรฐาน หรือผลิตภายใต้แนวทางของการควบคุมคุณภาพและผลกระทบต่อสังคม เช่น การกำหนดประเภทของรายการโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับวัยของผู้ชม เป็นต้น (*การพิจารณามติของกฤษฎีบัญญัตินี้จะไม่นำมาศึกษา เพราะปรากฏอยู่ในรายงานเรื่องการกำกับดูแลเนื้อหาสื่อภายใต้โครงการวิจัยเดียวกันนี้แล้ว*)
- *มิติด้านความเป็นนิสรภาพจากการถูกแทรกแซง* ซึ่งหมายถึงการนำเสนอข่าวสารและสาระเพื่อความบันเทิงและความรู้ โดยมีหลักเกณฑ์ของวิธีการนำเสนอตามหลักการวิชาชีพวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนที่มีอุดมการณ์ เสรีภาพ ความเป็นกลางที่ปราศจากการแทรกแซงทางการเมืองและธุรกิจ โดยรักษาหลักของความสมดุล ความหลากหลายและสอดคล้องกับผลประโยชน์ของสาธารณะและความมีศีลธรรมอันดีของเนื้อหาสื่อเป็นเกณฑ์ชี้วัดเชิงคุณภาพ

การศึกษาคุณภาพสารสนเทศแยกตามมิติต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น ได้กำหนดเป้าหมายของเกณฑ์ชี้วัดอยู่ที่ การสนองตอบผลประโยชน์ของสาธารณะ (public interest)⁴ ซึ่งหมายถึงว่า สารสนเทศที่มีคุณภาพต้องเป็นประโยชน์แก่สาธารณะและต้องทำหน้าที่ปกป้องผลประโยชน์ของสาธารณะด้วย คำว่าสาธารณะในที่นี้มีความหมายทั้งในเชิงปริมาณคือ คนส่วนใหญ่ในสังคม (majority) และเชิงคุณภาพคือ ความหลากหลายของคนกลุ่มต่างๆ ในสังคม (diversity) ซึ่งต้องการความเป็นธรรมและการปกป้องจากสื่อเช่นกัน นอกจากนี้คำว่าผลประโยชน์ของสาธารณะยังรวมความถึงการที่สังคมหรือสาธารณะมีเจตน์จันทร่วมกัน เป็นเจตน์จันทรแห่งสาธารณะซึ่งต้องได้รับการคุ้มครองและไม่ถูกละเมิด รวมทั้งเป็นสิ่งที่สาธารณะมีความต้องการร่วม (preference) สอดคล้องกัน⁵ ผลประโยชน์เชิงสาธารณะในที่นี้แสดงนัยถึงการไร้เสรีภาพ (freedom) ของสื่อมวลชนไปในวิถีทางที่ถูกต้องชอบธรรมและคงไว้ซึ่งความรับผิดชอบต่อสาธารณะ (social responsibility) นำเสนอข่าวสาร และบันเทิงที่อยู่บนพื้นฐานของความ ถูกถ้วนและเป็นธรรม

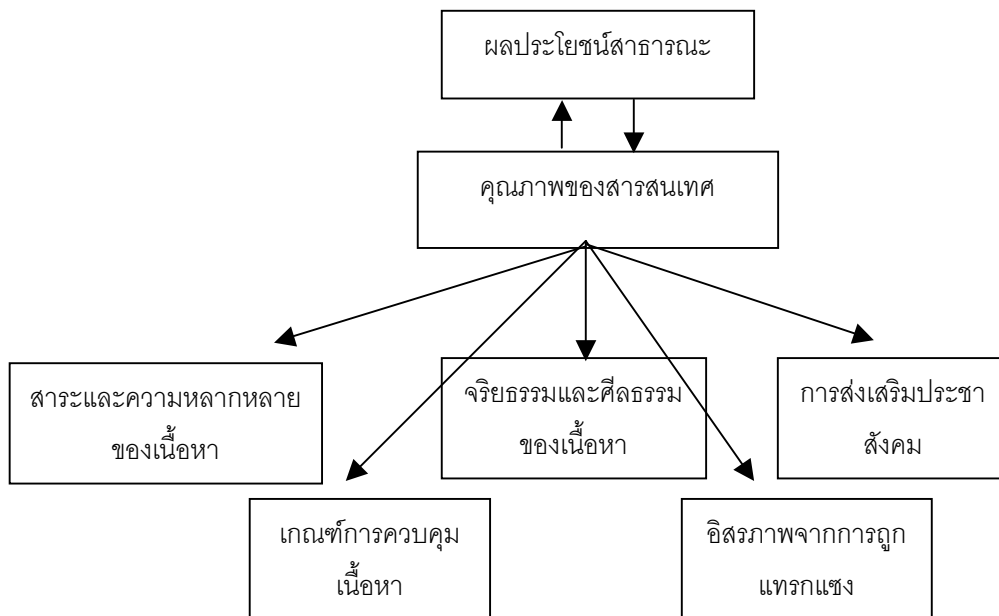
⁴ ดูรายละเอียดคำจำกัดความของ public interest เพิ่มเติมใน McQuail, D. 1992: Media Performance.

⁵ Mitnick, 1980 เสนอให้ใช้คำว่า preference แทนคำว่า interest เพราะเป็นรูปธรรมมากกว่าและสามารถใช้เป็นเกณฑ์เพื่อพิจารณาคูณภาพของการสื่อสารสาธารณะ ซึ่งต้องตอบสนองความต้องการของสาธารณะส่วนใหญ่ มากกว่าความสนใจของกลุ่ม (ดูเพิ่มเติมใน McQuail, 1992)

ของข้อเท็จจริง ยึดถือพันธกิจที่มีต่อสังคมและต้องได้รับความเชื่อถือไว้วางใจจากสาธารณะ (public trust) และสารสนเทศอันถือเป็นผลผลิตของสื่อมวลชนต้องเป็นที่ตรวจสอบได้ (accountable) จากสาธารณะ

มิติของการศึกษาและการกำหนดเป้าหมายของเกณฑ์ชี้วัดดังกล่าว สามารถนำเสนอเป็นแผนภาพเพื่อเป็นกรอบแนวคิดของการศึกษาได้ดังนี้

แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดของการศึกษาการสร้างสารสนเทศที่มีคุณภาพ



1.2 การนำเสนอผลการศึกษา

ผลการศึกษาหัวข้อสารสนเทศที่มีคุณภาพจะนำเสนอออกเป็น 4 ตอนหลัก ๆ ตามลำดับ ดังนี้

- เสนอที่พิจารณาคูณภาพเนื้อหาสื่อมวลชนจากแนวคิดและประสบการณ์ของต่างประเทศ โดยพิจารณาแยกตามกรอบแนวคิดที่ได้นำเสนอไว้แล้วข้างต้น
- สถานภาพของสารสนเทศในสื่อมวลชนไทย
- แนวทางการส่งเสริมให้เกิดการสร้างสารสนเทศที่มีคุณภาพ

บทที่ 2

เกณฑ์พิจารณาคุณภาพเนื้อหาสื่อมวลชน

หัวข้อนี้เป็นการนำเสนอผลการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจากการรวบรวมแนวคิดเกี่ยวกับหลักการของการสร้างเกณฑ์เพื่อพิจารณาคุณภาพของสารสนเทศ ซึ่งได้มาจากคำรณาด้านทฤษฎีสื่อสารมวลชนที่ได้เสนอแนวคิดจากบริบทของสังคมต่าง ๆ จากหลักการทางวิชาชีพของสื่อมวลชน หลักจรรยาบรรณสื่อมวลชน รวมทั้งเกณฑ์ควบคุมคุณภาพเนื้อหาที่เป็นตัวอย่างของต่างประเทศ การนำเสนอในหัวข้อนี้ จะแยกแยะไปตามมิติต่าง ๆ ทั้ง 5 มิติที่ได้นำเสนอไว้แล้วข้างต้น

2.1 มิติด้านสาระและความหลากหลายของเนื้อหา

หลักการเบื้องต้นที่ใช้เป็นข้อพิจารณาในการประเมินคุณภาพของเนื้อหาสาระและความหลากหลาย แบ่งออกเป็น 3 หัวข้อย่อยตามคุณสมบัติของเนื้อหาที่มีคุณภาพ คือ ความมี วรรณประโยชน์ของเนื้อหา ความหลากหลายของเนื้อหา และการจัดสรรสัดส่วนของเนื้อหาที่ เหมาะสม

2.1.1 ความมีวรรณประโยชน์ของเนื้อหา คำว่าเนื้อหาเชิงวรรณประโยชน์ในที่นี้ คือ สาระความรู้ที่นำมาใช้สอยและเป็นประโยชน์ได้ในชีวิตประจำวันของประชาชน เช่น เมื่อรับรู้ข้อมูลข่าวสารนี้ไปแล้วจะสามารถช่วยให้ดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างเป็นปกติสุข และสามารถรักษาสมาคมของปัจเจกและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่แวดล้อมชีวิตความเป็นอยู่ได้อย่างเหมาะสม ถ้าเปรียบไปแล้วสาระความรู้ก็คือโลกแห่งการศึกษาเล่าเรียน ทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการ เช่น การเรียนการสอนในห้องเรียน และรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ เช่น วงสนทนาบนโต๊ะอาหาร ในงานพิธีกรรมต่าง ๆ หรือการเผยแพร่รายการสาระความรู้ผ่านสื่อมวลชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บุคคลมีพัฒนาการที่เหมาะสมในด้านต่าง ๆ อาทิ ร่างกาย สติปัญญา จิตใจ และทักษะในการดำรงชีวิต (ปาริชาติ สถาปิตานนท์ 2543) สาระความรู้จึงเป็นเสมือนอาหารสำคัญที่บำรุงสมองของคนเรา ช่วยให้บุคคลก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งรู้เท่าทันสภาวะต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อปัจเจกบุคคล ชุมชน และสังคม

การเคลื่อนไหวเพื่อปฏิรูปภูมิปัญญาของสังคมไทยในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ได้มีการริ่สร้างองค์ความรู้แบบตะวันตก และวิเคราะห์ถึงระบบการศึกษา รวมทั้งกระบวนการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารที่ผิดพลาดและทำให้ผู้เรียน (หรือประชาชนไทย) กลายเป็นทาสของระบบ ดังที่ยุคศรีอาริยะ ได้กล่าวไว้ว่า การศึกษาไม่ได้ปลูกจิตสำนึกของประชาชนให้ตื่นขึ้น แต่กลับพันธนาการประชาชนเข้ากับค่านิยมและลัทธิวัตถุนิยมแข่งขัน ทำให้เกิดความเชื่อว่าการพัฒนาคือการพัฒนาทางเศรษฐกิจเท่านั้น และต้องเป็นการพัฒนาที่เลียนแบบประเทศทุนนิยมที่เจริญแล้ว (ยุค ศรีอาริยะ 2545) เมื่อพิจารณากระบวนการศึกษาของไทยที่ก่อให้เกิดการครอบงำทางความคิดด้วยวัฒนธรรมตะวันตก พบว่าระบบการสร้างเนื้อหาสาระของสื่อมวลชนไทยก็ไม่แตกต่างกัน

ประกอบกับการผลิตซ้ำของสื่อทำให้สื่อกลายเป็นศูนย์กลางของการผลิตแบบแผนต่าง ๆ ที่มีผลต่อการครอบงำสติปัญญาและจิตวิญญาณของประชาชนในสังคม เช่นแบบแผนบริโภคนิยม แบบแผนจักรวรรดินิยมที่ยอมรับในความเหนือกว่าของตะวันตก เป็นต้น เกือบ 90 เปอร์เซ็นต์ของความรับรู้ของคนเรานั้นมาจากการบอกเล่าของผู้อื่น และปัจจุบันเรารับรู้โลกภายนอกผ่านสื่อที่บอกเราว่าโลกที่เป็นจริงเป็นอย่างไร ความสามารถในการครอบงำนี้เองที่ทำให้เกิดรูปแบบของการผูกขาดเหนือระบบสื่อสารและข้อมูลข่าวสารของโลก และการขยายกิจการของบริษัททุนขนาดใหญ่ที่ผลิตสื่อของโลก (ยุค ศรีอาริยะ 2544) ทำให้ระบบข่าวสารและสาระความรู้ถูกผูกขาดโดยสื่อโลก และทำให้เนื้อหาสาระที่เป็นของท้องถิ่นหายไป

ดังนั้น ความพยายามที่จะสร้างเนื้อหาสาระซึ่งกล่าวได้ว่ามีอรรถประโยชน์ต่อผู้รับสื่อของสังคมไทยอย่างแท้จริง จึงต้องเป็นสาระที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมของท้องถิ่น ในขณะที่เดียวกันก็ต้องไม่ทิ้งความรู้ที่เป็นสากล ต้องเป็นสาระที่ก่อให้เกิดฐานของการพึ่งตัวเอง และเป็นสาระที่สร้างความเข้มแข็งให้สามารถต่อต้านวัฒนธรรมที่ครอบงำจากต่างแดนได้ นอกจากนี้จะต้องเป็นสาระที่ก่อให้เกิดการบูรณาการความรู้ที่ผู้รับรู้หรือเรียนรู้สามารถเชื่อมโยงกับระบบต่าง ๆ ได้ทั้งหมด นำความรู้ที่ได้ไปใช้เพื่อช่วยแก้ปัญหาสังคม และที่สำคัญคือต้องเป็นสาระความรู้ที่มีคุณธรรมเป็นฐาน นั่นคือ สอนให้ประชาชนตระหนักถึงคุณค่าแห่งการพัฒนาจิตใจและคุณธรรม เพื่อตนเองและสังคม

2.1.2 ความหลากหลายของเนื้อหา (diversity) เป็นการชี้วัดคุณภาพด้านเนื้อหาสาระที่เด่นชัดที่สุด ความหลากหลายมีพัฒนาการมาจากแนวคิดเรื่องพหุนิยม (pluralism) ซึ่งเกิดขึ้นจากกระแสความเคลื่อนไหวทางการเมืองที่ต้องการสร้างกลไกเพื่อการตรวจสอบและถ่วงดุลอำนาจ เริ่มจากอำนาจแบบเบ็ดเสร็จนิยม สู่อำนาจสังคมนิยม และอำนาจทุนนิยม ซึ่งล้วนแต่มีลักษณะของการรวมศูนย์อำนาจทั้งสิ้น แนวคิดพหุนิยมจึงให้หลักประกันเรื่องการต่อต้านการรวมศูนย์และความเป็นหนึ่งเดียวของอำนาจ โดยชูหลักการของความหลากหลาย ซึ่งได้กลายมาเป็นคุณสมบัติที่จำเป็นประการหนึ่งของสื่อมวลชนด้วย

คำว่าความหลากหลายในสื่อมวลชนนั้นครอบคลุมขอบเขตที่กว้างขวางและแตกต่างกันมาก คือมีทั้งในแง่ของการให้เสียงแก่กลุ่มคนชายขอบ (margins) ที่ไร้เสียงในสังคม ในแง่ของการคำนึงถึงรสนิยมอันหลากหลายของผู้บริโภคสื่อ (consumer choice) และในแง่ของการต่อต้านการผูกขาดสื่อในทุกรูปแบบ อย่างไรก็ตาม หลักการของความหลากหลายสำหรับสื่อมวลชนแต่ละประเภทและองค์กรต่างก็มีความแตกต่างกัน ดังได้รวบรวมหลักการของความหลากหลายที่ส่งผลต่อเกณฑ์ด้านมิติของคุณภาพเนื้อหาสาระมานำเสนอพอเป็นสังเขป ดังนี้ (McQuail, 1992; Croteau & Hoynes, 2000; BBC guidelines, www.bbc.co.uk)

Federal Communication Commission (FCC) สหรัฐอเมริกา ได้กำหนดหลักเกณฑ์เพื่อสนับสนุนความหลากหลายของเนื้อหาสำหรับสื่อกระจายเสียงไว้สองประการด้วยกัน คือ

1. หลักประกันว่าผู้บริโภคจะได้รับทางเลือก/ โอกาสเลือกตามรสนิยมและความต้องการสูงสุด
2. สนองตอบ “ผลประโยชน์ของสาธารณะ” สูงสุดด้วยการนำเสนอข้อมูลข่าวสารและความคิดเห็นจากทุกกลุ่มการเมืองด้วยหลักการของความยุติธรรม (fairness) รวมถึงโอกาสในการเข้าถึงสื่อมวลชนของกลุ่มการเมืองและกลุ่มความคิดเห็นต่าง ๆ ด้วย ต่อมาหลักการนี้ยังได้เพิ่มเติมสิทธิของผู้บริโภคที่จะเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในทุกด้าน คือ ด้านสังคม การเมือง บ้านเกิดและสุนทรียะ ศิลธรรม และประสบการณ์ต่าง ๆ

สหราชอาณาจักร กำหนดเกณฑ์ของความหลากหลายของเนื้อหาสำหรับสื่อสาธารณะไว้ 4 ประการด้วยกัน ซึ่งมีขอบเขตที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ได้แก่

1. เน้นในเรื่องของการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายสำหรับประชาชนมากกว่าการสื่อสารเสรี โดยเฉพาะคำนึงถึงกลุ่มด้อยโอกาสต่าง ๆ เป็นพิเศษ
2. ให้หลักประกันด้านความหลากหลายของเนื้อหารายการซึ่งสนองตอบความสนใจของผู้รับสารกลุ่มต่าง ๆ
3. จัดให้มีเนื้อหารายการที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม และรสนิยมของผู้บริโภคที่แตกต่างกันไปตามวัฒนธรรม ประเพณี และภูมิภาค
4. สนับสนุนให้มีรูปแบบทางเลือกของการสรรหางบประมาณและกลไกการควบคุมเพื่อให้มีการผลิตสื่อที่มีความหลากหลาย

สำหรับประเทศเนเธอร์แลนด์ มีหลักเกณฑ์เพื่อสนับสนุนความหลากหลายของเนื้อหา รายการคล้ายคลึงกับประเทศต่าง ๆ ในยุโรป ดังนี้

1. ต้องมีส่วนของเนื้อหาที่ครอบคลุมองค์ประกอบหลักทางจารีตของสังคม คือ เนื้อหาด้านการเมือง ศาสนา สังคมและวัฒนธรรม
2. ต้องให้โอกาสและช่องทางแก่ชนกลุ่มน้อยได้ส่งเสียงของตัวเองผ่านสื่อ
3. สนับสนุนสื่อขนาดเล็กและสื่อท้องถิ่น เพื่อคุ้มครองการถูกแทรกแซงจากรัฐกิจการค้า และการเมือง
4. สร้างหลักประกันว่าสินค้าเพื่อการบริโภคและบริการต่าง ๆ จะได้เผยแพร่ผ่านสื่ออย่างหลากหลาย เพื่อให้ผู้บริโภคจะมีทางเลือกและได้เลือกใช้สินค้าหรือบริการที่เหมาะสมทั้งราคาและคุณภาพ

จากแนวคิดเพื่อสร้างหลักประกันเรื่องความหลากหลายของเนื้อหาสาระของหลายประเทศ ดังกล่าวนี้ จะเห็นว่าความหลากหลายของเนื้อหาได้รับการพิจารณาแยกออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ ๆ ด้วยกันคือ ประการที่หนึ่ง ความหลากหลายในแง่ของการเข้าถึง (accessible) ซึ่งประชาชนทุกกลุ่ม ทุกอุดมการณ์ ทุกชนชั้น เชื้อชาติ และเพศสภาพ จะต้องได้รับหลักประกันของการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในสื่อมวลชน ประการที่สอง ความหลากหลายในเรื่องของการผลิตและนำเสนอเนื้อหาซึ่งต้องครอบคลุมความหลากหลายทางวัฒนธรรม ศาสนา การเมือง สังคม และรสนิยมของผู้บริโภค และประการที่สาม ความหลากหลายในเชิงโครงสร้างของสื่อ การบริหารจัดการและการตลาด ซึ่งเชื่อกันว่าหลักการของความหลากหลายจะช่วยป้องกันการผูกขาดหรือเข้าแทรกแซงของกลุ่มทุนได้

สำหรับสื่อมวลชนในประเทศไทย หลักการที่คุ้มครองความหลากหลายของเนื้อหาและโอกาสเข้าถึงสื่อของประชาชนนั้น ได้ปรากฏในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 ในมาตราหลัก ๆ คือ

มาตรา 39 ให้หลักประกันในสิทธิเสรีภาพของการแสดงความคิดเห็น การพูด การเขียน การพิมพ์ การโฆษณาและการสื่อความหมายโดยวิธีต่าง ๆ ของประชาชน

มาตรา 40 ให้คลื่นความถี่ที่ใช้ในการส่งวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และวิทยุโทรคมนาคมเป็นทรัพยากรสื่อสารของชาติเพื่อประโยชน์สาธารณะ

พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 เปิดโอกาสให้ประชาชนได้ใช้สิทธิของตนเองในการเข้าไปตรวจสอบหรือขอข้อมูลจากหน่วยงานของรัฐ เพื่อติดตามการทำงานและทำให้เกิดความโปร่งใสเป็นธรรมในการปฏิบัติหน้าที่

กฎหมายภายใต้รัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบันเหล่านี้ มิได้มีหน้าที่เพียงแต่การลดการผูกขาดของรัฐลงไปเท่านั้น แต่ยังสนับสนุนให้เกิดความหลากหลายของการแสดงความคิดเห็น และที่มาจากแหล่งข้อมูลข่าวสาร และกฎหมายเหล่านี้ยังมีพันธกิจในอันที่จะกำหนดกติกาใหม่ ๆ ระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ที่มีบทบาทในการประกอบกิจการวิทยุและโทรทัศน์ เช่น ระหว่างรัฐกับผู้ประกอบธุรกิจวิทยุและโทรทัศน์ ระหว่างรัฐกับกลุ่มวิทยุและโทรทัศน์ภาคประชาชน/ชุมชน เป็นต้น⁶

ในแง่ของคำนิยามความหลากหลายของเนื้อหาจากมุมมองด้านเนื้อหาสาระและการผลิตนั้น สามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ลักษณะด้วยกัน คือ (สุทธิชัย หยุ่น, 2545; ประเวศ วะสี, 2546)

1. ความหลากหลายด้านรูปแบบ คือ มีการนำเสนอรูปแบบของสื่อที่แตกต่างกัน เช่น รูปแบบข่าว สารคดี บันเทิง การศึกษา ฯลฯ ในแง่ของข่าวยังครอบคลุมไปถึงรูปแบบการ

⁶ อ่านรายละเอียดมาตรา 40 และการควบคุมและกำกับกิจการวิทยุและโทรทัศน์ได้ ใน รศ.ดร.อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2545: สื่อมวลชนในยุคปฏิรูป

นำเสนอข่าวที่หลากหลาย เช่น ข่าวสืบสวนสอบสวน ข่าวตีความ ข่าวที่รายงานตามเหตุการณ์ และข่าวที่เน้นการผสมผสานรูปแบบระหว่างสาระกับบันเทิงเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคม เป็นต้น

2. ความหลากหลายด้านเนื้อหา คือ มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข่าวต่างๆ อย่างกว้างขวาง ไม่จำกัดเฉพาะกลุ่มที่มีอำนาจอย่างเป็นทางการเท่านั้น และหมายถึงการนำเสนอความคิดเห็นของกลุ่มต่างๆ ในสังคม ทั้งฝ่ายรัฐบาล ฝ่ายค้าน และกลุ่มทางเลือกต่างๆ เพราะมีหลักการอยู่ที่สาธารณชนมีสิทธิที่จะได้รับฟังความคิดเห็นและข้อวิพากษ์วิจารณ์ซึ่งมาจากหลากหลายแหล่งความคิด
3. ความหลากหลายด้านการเป็นเจ้าของสื่อ โดยสนับสนุนกลุ่มผู้ผลิตรายย่อย และผู้ผลิตสื่อชุมชนหรือสื่อทางเลือก เพื่อให้ได้หลักประกันว่าประชาชนในท้องถิ่น และในกลุ่มเฉพาะต่างๆ จะได้รับการสนองตอบด้านเนื้อหาสื่อที่เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพชุมชนของตน

ความหลากหลายไม่ได้เป็นเพียงแค่เป้าหมายที่องค์กรสื่อต่างๆ ต้องดำเนินการเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายเท่านั้น แต่โดยตัวมันเองแล้ว ความหลากหลายเป็นหนทางหรือเครื่องมือ (means) หรือเกณฑ์ไปสู่การสร้างสื่อที่มีคุณภาพ เพราะความหลากหลายจะเป็นเกณฑ์กำหนดกรอบการผลิตเนื้อหาให้ครอบคลุมกลุ่มต่างๆ ในสังคมให้มากที่สุด และเป็นเกณฑ์กำหนดแนวทางวิชาชีพและอุดมการณ์ของสื่อมวลชน ตลอดจนแนวทางการกำหนดคดกลไกเพื่อควบคุมตรวจสอบสื่อให้มีคุณภาพด้วย

2.1.3 การจัดสรรสัดส่วนของเนื้อหา หลักเกณฑ์ประการหนึ่งในเชิงของการจัดการโครงสร้างเนื้อหาที่สามารถนำมาเป็นมาตรฐานชี้วัดคุณภาพของควมมีสาระและอรรถประโยชน์ของเนื้อหา และความหลากหลายของเนื้อหาโดยคำนึงถึงรสนิยมและโอกาสในการเลือกของผู้บริโภคสื่อได้นั้น ก็คือหลักเกณฑ์ของการจัดสรรสัดส่วนเนื้อหารายการ

McQuail (1992) ได้เสนอเกณฑ์ที่พิจารณาทั้งแนวตั้งและแนวนอนของเนื้อหาสื่อที่ปรากฏ (vertical/horizontal distinction) สำหรับความหลากหลายแนวตั้งได้แก่ การประเมินความแตกต่างของรายการหรือประเภทที่นำเสนอทั้งหมด (มักใช้กับสื่อกระจายเสียง) ของสถานีหรือเครือข่ายสถานีแห่งใดแห่งหนึ่งในช่วงระยะเวลาที่ประเมิน เช่น ช่วงหนึ่งวัน หนึ่งสัปดาห์ หรือหนึ่งเดือน ฯลฯ เช่น การพิจารณารายการของสถานีวิทยุชุมชนแห่งหนึ่งในรอบหนึ่งสัปดาห์ว่าประกอบด้วยเนื้อหารายการอะไรบ้าง มีความหลากหลายของเนื้อหา รูปแบบ และผู้จัดรายการ มากน้อยเพียงใด หากผังของรายการแสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่นำเสนอตลอดทั้งวันมีแต่เรื่องของความบันเทิง เปิดเพลงเสียงเป็นส่วนใหญ่ ก็แสดงว่าสถานีวิทยุแห่งนั้นไม่มีความหลากหลายของเนื้อหาและไม่ได้สนองตอบความต้องการและความมุ่งประโยชน์อันหลากหลายของผู้ฟังอย่างแท้จริง

สำหรับการประเมินความหลากหลายแน่นอนได้แก่ การเจาะจงเลือกช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง และสำรวจว่ารายการหรือข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอในช่วงนั้นของสื่อประเภทต่างๆ มีความหลากหลายเพียงใด เช่น สำรวจสถานีโทรทัศน์ทุกช่องในช่วงเวลาบ่ายของวันเสาร์ เพื่อดูว่าแต่ละช่องมีรายการที่แตกต่างหลากหลายกันหรือไม่อย่างไร หากปรากฏว่ารายการบ่ายวันเสาร์ของทุกช่องเป็นเกมโชว์หมด ย่อมแสดงว่าสถานีโทรทัศน์ระบบไม่เสียค่าสมาชิกทั้ง 6 สถานีไม่มีความหลากหลายของเนื้อหา และไม่ได้คำนึงถึงการสนองตอบประโยชน์ของผู้ชมอย่างแท้จริง

การพิจารณาการจัดสรรสัดส่วนของเนื้อหาต้องวิเคราะห์ปัจจัยด้านโครงสร้างและความ เป็นเจ้าของสื่อมวลชนประกอบกันไปด้วย เนื่องจากลักษณะของการกระจุกตัว (concentration) ของ การผลิตสื่อในปัจจุบัน ได้ทำให้การแข่งขันน้อยลง เกิดสภาวะผูกขาดหรือกึ่งผูกขาดขึ้น บริษัทหรือ องค์กรสื่อมวลชนขนาดใหญ่ที่มีทุนสูงจึงสามารถรักษาความเข้มแข็งมั่นคงของอุตสาหกรรมสื่อไว้ ได้ด้วยการขยายหรือซื้อธุรกิจสื่ออื่น ๆ ก่อให้เกิดการรวมตัวของสื่อ (integration) ซึ่งมีผลต่อความ จำกัดของคุณภาพเนื้อหา เนื่องจากสื่อที่ผลิตภายใต้เจ้าของเดียวกันย่อมมีเนื้อหาที่คล้ายคลึงหรือ สอดคล้องกัน ส่งเสริมการตลาดซึ่งกันและกัน และปิดกั้นโอกาสที่สื่อขนาดเล็กอื่นๆ จะได้เติบโต ในธุรกิจเดียวกันนี้ด้วย การรวมตัวของสื่อมีสองลักษณะ คือ การรวมตัวในแนวตั้ง (vertical integration) คือการรวมธุรกิจที่ผลิตสื่อตั้งแต่ต้นกระบวนการผลิตจนถึงสุดกระบวนการผลิตภายใต้ เจ้าของหรือผู้ประกอบการกลุ่มเดียวกัน เช่น ธุรกิจหนังสือพิมพ์มีโรงงานผลิตกระดาษ มีกอง บรรณาธิการ มีโรงพิมพ์ มีสำนักพิมพ์ มีบริษัทจัดจำหน่ายหนังสือ และมีรายและแผงขายหนังสือ ย่อย และการรวมตัวในแนวนอน (horizontal integration) คือการขยายธุรกิจออกไปสู่การผลิตสิน ค้าอื่น ๆ ที่อยู่ในประเภทเดียวกันกับสินค้าหลักของบริษัท เช่น ธุรกิจหนังสือพิมพ์ขยายไปสู่ธุรกิจ นิตยสาร สำนักข่าว โทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น

เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้ว การสร้างคุณภาพของสารสนเทศในมิติของสาระและความหลากหลายของเนื้อหา ได้กำหนดศูนย์กลางของเป้าหมายและการประเมินไว้ที่การสนองตอบผล ประโยชน์ของสาธารณะ ซึ่งการให้หลักประกันว่าสาธารณะจะได้รับประโยชน์ ค่านิยม วัฒนธรรม อันดีงามจากเนื้อหาสื่อ ก็คือ การผลิตสารสนเทศที่อยู่บนหลักการของการสนองตอบบรรด ประโยชน์และนำไปสู่คุณภาพชีวิต ความหลากหลายของเนื้อหาและโอกาสเข้าถึง ความเหมาะสม ของคุณภาพเนื้อหาต่อองค์ประกอบด้านต่าง ๆ ของสื่อ

2.2 มิติด้านจริยธรรมและศีลธรรมของเนื้อหา

เนื่องจากสื่อมวลชนเปรียบเสมือนเป็นเครื่องมือที่สำคัญของสังคมในการส่งผ่านค่านิยม ทางวัฒนธรรม เป็นผู้บอกไปด้วยสัญลักษณ์ต่าง ๆ ว่าค่านิยมอันไหนที่สำคัญ มาตรฐานทาง จริย ธรรมและศีลธรรมใดที่สังคมต้องการ ทั้งในระดับบุคคลและกลุ่ม หลักการที่เป็นสากลและใช้

กำหนดมาตรฐานทางจริยธรรมและศีลธรรมของสื่อมวลชนก็คือ ความเชื่อถือได้ของเนื้อหาสาระที่นำเสนอ โดยพิจารณาจากความถูกต้องแม่นยำของข้อมูลข่าวสาร การอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูล ความหลากหลายของทัศนคติที่นำเสนอ ข้อมูลข่าวสารและสาระบันเทิงที่นำเสนอต้องไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด ความสับสน ตื่นตระหนก หรือนำไปสู่พฤติกรรมที่สร้างปัญหาให้แก่สังคมส่วนรวม

ศ.นพ.ประเวศ วะสี ได้เสนอหลักการของระบบการสื่อสารที่ดีเอาไว้ว่า⁷ ต้องเป็นการสื่อสารที่ตั้งมั่นอยู่ใน “วจีสัจริต” คือ พูดความจริงและมีที่มาของข้อมูลที่ตรวจสอบเชื่อถือได้ พูดถูกกาลเทศะ พูดด้วยวาจาสุภาพและเป็นมิตร พูดแล้วเกิดประโยชน์ และพูดแล้วคนรู้เรื่อง รวมทั้งได้เสนอแนะว่าสื่อที่มีจริยธรรมและศีลธรรมต้องมีหลักของ EQE คือ มีความเป็นธรรม (equity) มีคุณภาพ (quality) และสามารถใช้อย่างคุ้มค่า (efficiency) ในแง่ของสื่อสารณะ เช่น วิทยุชุมชนนั้น ศ.นพ. ประเวศ วะสี⁸ ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องของมิติทางศีลธรรมอยู่มาก นอกเหนือจากความเป็นไทและการพึ่งตัวเองแล้ว ยังจำเป็นต้องเป็นสื่อเพื่อชีวิต สื่อที่ดีงาม และต้องใช้วจีสัจริต เป็นสื่อที่มีศีลธรรม เพื่อการยกระดับจิตวิญญาณของสื่อสารณะ จึงเห็นได้ว่าการให้ความสำคัญกับเรื่องของจริยธรรมและศีลธรรมในเนื้อหาของสื่อจึงเป็นองค์ประกอบอันจำเป็นที่จะประเมินว่าสื่อ นั้นมีคุณภาพหรือไม่

การประเมินความมีศีลธรรมอันดีของเนื้อหาสาระในสื่อ สามารถจำแนกออกตามองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการนำเสนอเนื้อหาของสื่อมวลชนได้ 3 ประการดังนี้

1) *กระบวนการเผยแพร่และตีความข่าวสาร* สิ่งที่ผู้รับสารคาดหวังจากสื่อมวลชนคือ ความถูกต้องแม่นยำและความไว้วางใจได้ในข้อมูลข่าวสาร ตามมาด้วยความคาดหวังต่อความลึกซึ้งและการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในเชิงลึก หรือในเชิงที่มีคุณค่าด้านศิลปะชั้นสูง รวมทั้งความคาดหวังต่อพฤติกรรมทางจริยธรรมของสื่อมวลชน อย่างไรก็ตาม ระดับของความคาดหวังต่อ คุณภาพด้านศีลธรรมและจริยธรรมที่สะท้อนผ่านเนื้อหา มีความแตกต่างกันไปตามประเภทของเนื้อหาหรือรายการ นั่นคือ ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะคาดหวังข้อเท็จจริงและความถูกต้องจากเนื้อหาประเภทข่าวหรือสารคดีที่นำเสนอเหตุการณ์ต่าง ๆ มากกว่าเนื้อหาประเภทบันเทิงและโฆษณา ดังนั้น สื่อที่มีคุณภาพคือสื่อที่ให้ความสำคัญและเข้มงวดกับความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

⁷ ปาฐกถาเรื่อง “สื่อในสังคมพหุลักษณะ” เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2546 คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ จัดโดยสำนักข่าวประชาธรรม

⁸ จากการประชุมสมัชชาสหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติครั้งที่ 1 จัดโดยเครือข่ายวิทยุชุมชนทั่วประเทศ วันที่ 10 ต.ค. 2545 ณ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ในแง่ของการนำเสนอข้อเท็จจริงและข่าวสารข้อมูล สำนักข่าวบีบีซีของอังกฤษ ได้กำหนดแนวทางสำหรับควบคุมคุณภาพของข่าวสารและการให้หลักประกันแก่ความมีศีลธรรมและจริยธรรมอันดีของข่าว สรุปได้ดังนี้

- การผลิตรายการไม่ควรยึดตามข้อมูลจากแหล่งเดียว เพราะอาจเกิดความผิดพลาดจากการเอาข้อมูลที่ผิดพลาดในรายงานอันใดอันหนึ่งไปผลิตซ้ำ
- ความถูกต้องมีความหมายมากกว่าแค่ได้ข้อเท็จจริงแม่นยำเพียงอย่างเดียว แต่ยังคงเอาบรรดาข้อเท็จจริงและข้อมูลต่าง ๆ มาพิจารณาเพื่อให้ได้ถึงแก่นของความจริง ถ้าเป็นประเด็นโต้แย้งทางกฎหมาย ความถูกต้องของรายงานต้องนำไปใช้ยืนยันในศาลได้
- การมีข้อเท็จจริงถูกต้องอย่างเดียวไม่พอ ต้องใช้ภาษาให้ถูกต้องด้วย คือต้องหลีกเลี่ยงการพูดเกินจริง ต้องระวังเรื่องการเลือกใช้ถ้อยคำซึ่งอาจตีความได้หลายทาง และใช้คำบรรยายภาพตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงอย่างเที่ยงตรง
- เมื่อมีความผิดพลาดเกี่ยวกับข้อเท็จจริง ต้องแก้ไขอย่างทันควัน ยอมรับโดยดีและตรงไปตรงมา การแก้ไขความผิดพลาดที่ได้ผลจริง ๆ คือการบอกว่าอะไรผิด และที่ถูกคืออะไร

2) กระบวนการถ่ายทอดเพื่อโน้มน้าวใจ สารสนเทศที่นำเสนอผ่านสื่อมีทั้งในรูปแบบของการรายงานเหตุการณ์ความเคลื่อนไหว และในรูปแบบของการโน้มน้าวชักจูงใจ ไม่ว่าจะนำไปเพื่อชักจูงให้มีการบริโภคมากขึ้น หรือโน้มน้าวให้ยอมรับแนวคิดอุดมการณ์ของผู้สื่อสารก็ตาม ข้ออ้างเรื่องตลาดความคิดเห็นเสรีที่เน้นการแข่งขันทำให้ระดับของการควบคุมจริยธรรมในเรื่องการโน้มน้าวใจอ่อนลง และทำให้การควบคุมกลายเป็นหน้าที่ของผู้รับสารหรือผู้บริโภค ดังนั้น สื่อที่มีคุณภาพในด้านของเนื้อหาที่สะท้อนศีลธรรมอันดี ก็คือ สื่อที่ไม่ได้มุ่งโน้มน้าวใจเพื่อผลประโยชน์ทางการตลาดของสื่อเป็นหลัก แต่ต้องคำนึงถึงการสร้างความเห็นพ้องของสังคมในประเด็นสาธารณะ ซึ่งก็เป็นกระบวนการโน้มน้าวใจที่อยู่บนหลักการของความเหมาะสม ในขณะเดียวกันสื่อที่มีคุณภาพจะยินยอมให้มีการตรวจสอบจากกลุ่มผู้บริโภค และเข้าร่วมในกลไกการควบคุมมาตรฐานทางจริยธรรมของกลุ่มวิชาชีพด้วยตนเอง

อย่างไรก็ตาม ในเรื่องการแสดงความคิดเห็นเพื่อการโน้มน้าวใจนี้ สำนักข่าวบีบีซีของอังกฤษได้มีข้อเสนอแนะว่า การแสดงความคิดเห็นส่วนตัวที่เป็นของสื่อมวลชนจะกระทำมิได้ แต่บีบีซีสามารถจัดให้มีการแสดงทัศนะส่วนตัวของคนกลุ่มต่าง ๆ ได้ ในกรณีที่เป็นการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องนโยบายสาธารณะหรือความขัดแย้งทางการเมืองและแรงงาน โดยมีกฎเกณฑ์ที่ต้องปฏิบัติเป็นพิเศษ คือ ต้องบอกให้ผู้ชม/ผู้ฟังทราบล่วงหน้าอย่างชัดเจนว่าทัศนะส่วนตัวนั้นเป็นแบบไหน ไม่บิดเบือนข้อเท็จจริงให้สอดคล้องกับความคิดเห็น และเปิดโอกาสให้มีการตอบโต้

3) กระบวนการผลิตและเผยแพร่ความบันเทิง สื่อมวลชนมักเผชิญกับคำถามเชิง จริยธรรมว่า สื่อมีพันธกิจในการยกระดับรสนิยมและส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมที่มีคุณธรรม หรือ มีพันธกิจในการตอบสนองสิ่งที่ผู้รับต้องการ เป็นที่แน่นอนว่าคำตอบที่ใช้กำหนดคุณภาพของสารสนเทศก็คือ การผสมผสานเป้าหมายทั้งสองเข้าด้วยกัน โดยที่ให้ความสำคัญกับการผลิตงานบันเทิงเพื่อการปรุงแต่งรสนิยมทางวัฒนธรรมของคนในสังคม มากกว่าการหวังผลประโยชน์ทางการค้า ดังนั้นหากปัจจัยหลักของการผลิตอยู่ที่การสร้างงานที่มีสุนทรียะ เนื้อหาสาระของงานนั้นก็จะมีคุณภาพแม้จะถูกผลิตแบบการตลาดที่มุ่งปริมาณก็ตาม

ในประเด็นนี้บีบีซีได้กำหนดแนวทางของการนำเสนอรายการที่ไม่ใช่ข้อเท็จจริงและรายการด้านศิลปะบันเทิงไว้ว่า ต้องเป็นรายการที่ศิลปินได้รับเสริมมากพอที่จะแสดงความคิดเห็นของตัวเอง ผู้บริหารรายการประเภทนี้มีหน้าที่ดูแลให้รายการสะท้อนความหลากหลายของศิลปินให้มากที่สุด และต้องดูแลรายการละครต่าง ๆ ให้มีความรู้สึกที่น่าเสนอเนื้อหาตรงไปตรงมารอบคอบ และชวนให้คิด ถ้ารายการละครนั้นนำเสนอเรื่องที่มีลักษณะขัดแย้งกับเหตุการณ์ในปัจจุบัน ก็จำเป็นที่จะต้องให้ข้อเท็จจริงที่ถูกต้อง และระมัดระวังการนำเสนอเนื้อหาที่มองแบบด้านเดียว ในกรณีที่บทละครเอาเรื่องแต่งกับเรื่องจริงมาผสมกัน ผู้จัดทำรายการต้องแม่นยำอะไรคือความจริง อะไรคือเรื่องแต่ง ประชาชนจะได้ไม่ไขว้เขว และต้องมีหลักฐานเกี่ยวกับเรื่องที่น่ามาเสนอมากพอและตรวจสอบได้ด้วย

นอกจากนี้หลักการทางวารสารศาสตร์ที่ยังนิยมใช้อ้างอิงกันอยู่มากในการวัดคุณภาพเชิงจริยธรรมของสื่อ คือ หลักแห่งความเป็นกลาง (objectivity) ซึ่งในที่นี้หมายถึงความเป็นกลางในการนำเสนอแง่มุมของความถูกต้อง (truth aspect) ซึ่งมีเกณฑ์ชี้วัด 4 เกณฑ์ ประกอบด้วย

1. ปริมาณของข้อมูล (quantity of information)
2. ความสมบูรณ์ของเรื่องที่น่าเสนอ (completeness)
3. ความถูกต้อง (accuracy)
4. ความจริงของการนำเสนอ (factualness)
5. ความเกี่ยวข้องกับผู้อ่าน (relevance) เป็นหลัก โดยผู้อ่านได้รับประโยชน์ และได้รับผลกระทบจากเนื้อหาของสื่ออย่างไร

ลักษณะสำคัญประการหนึ่งที่กำหนดคุณภาพของสารสนเทศเชิงจริยธรรมและศีลธรรมคือการนำเสนอภาพตัวแทนของคนกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม ทั้งนี้สำนักคิดด้านสื่อมวลชนและวัฒนธรรมศึกษาได้สรุปไว้ว่า ภาพตัวแทนไม่ใช่ความจริง แต่ได้ถูกนำเสนอซ้ำ หรือนำเสนอใหม่ (re-present) ในลักษณะที่ไม่สมบูรณ์และมีความคับแคบ (incomplete and narrow) นั่นคือ ได้ถูกคัดเลือกเฉพาะบางส่วนหรือบางคุณลักษณะ และปิดกั้นหรือปฏิเสธบางส่วน ทำให้ภาพตัวแทนของบุคคล กลุ่มคน หรือสถาบันที่ถูกนำเสนอมีลักษณะที่ลดรูปลงมาเหลือไม่กี่ลักษณะ และเมื่อผ่านกระบวนการผลิต

ซ้ำหลาย ๆ ครั้ง ทำให้ภาพตัวแทนนั้นถูกรับรู้ว่าเป็นภาพที่สะท้อนความจริงของบุคคลหรือกลุ่มคนนั้น ๆ ไปโดยปริยาย เช่น ภาพตัวแทนของคนอีสาน ซึ่งถูกนำเสนอผ่านสื่อว่าเป็นคนยากจน ไม้ฉลาด ใช้แรงงาน หรือภาพตัวแทนของผู้หญิงบริการ ซึ่งถูกนำเสนอว่าเป็นผู้ที่มีอารมณ์รุนแรงทางเพศ และรักความสบาย เป็นต้น

เรื่องของภาพตัวแทนในสื่อเป็นประเด็นสำคัญที่สามารถบ่งบอกคุณภาพของสารสนเทศในสื่อได้ เนื่องจากภาพตัวแทนเป็นสิ่งที่ถูกบิดเบือน คัดสรร และประกอบสร้างมากที่สุด แม้แต่ในรูปแบบรายการที่เน้นข้อเท็จจริง เช่น ข่าว สารคดี อย่างไรก็ตาม เนื่องจากกระบวนการผลิตสื่อมีการคัดเลือกประเด็นเฉพาะที่น่าสนใจหรือที่มีคุณค่า และเป็นการนำเสนอผ่านการทำงานของ นักข่าว ช่างภาพ ผู้เขียนบท หรือผู้กำกับ ทำให้การผลิตของสื่อเหล่านั้นหลีกเลี่ยงการสร้างภาพตัวแทนไม่ได้ แต่การทำให้สื่อมีคุณภาพด้านสารสนเทศย่อมทำได้ด้วยการเสนอภาพตัวแทนที่ดูสมจริงมากที่สุด มีหลากหลายมิติ และเป็นการนำเสนอบนฐานของความเข้าใจและเคารพในความแตกต่าง ในที่นี้ได้รวบรวมแนวคิดเกี่ยวกับภาพตัวแทนในสื่อในประเด็นหลักๆ 3 ประเด็นมานำเสนอ คือ ภาพตัวแทนด้านเชื้อชาติ ชาติพันธุ์ และชนกลุ่มน้อย (race, ethnicity and minorities) ภาพตัวแทนด้านชนชั้น (class) และภาพตัวแทนด้านเพศสภาพ (gender) โดยจะสอดแทรกข้อแนะนำในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับภาพตัวแทนของสื่อมวลชนบางองค์กรเอาไว้ด้วย

2.2.1 ภาพตัวแทนด้านเชื้อชาติ ชาติพันธุ์ และชนกลุ่มน้อย งานศึกษาเชิงสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาจำนวนมากระบุว่าเชื้อชาติเป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างขึ้นทางสังคม-วัฒนธรรม เพราะความแตกต่างทางเชื้อชาติไม่ใช่สาเหตุของการแบ่งแยกลำดับชั้น ด้วยเหตุนี้ เนื้อหาในสื่อจึงเป็นเป้าหมายสำคัญของการสำรวจว่าสื่อมีบทบาทกับการสร้างภาพตัวแทนเรื่องเชื้อชาติอย่างไร เช่นนักทฤษฎีสื่อมวลชนจำนวนมากได้ระบุว่าสื่อของสหรัฐอเมริกาตั้งแต่อดีตได้สร้างภาพให้คนขาวเป็นมาตรฐานของอารยธรรม ทำให้เกิดการเปรียบเทียบว่าคนสีผิวอื่น ๆ คือยกว่า (Hall, 1982; Croteau & Hoynes, 2000, etc.)

2.2.2 ภาพตัวแทนด้านชนชั้น มักถูกนำเสนอควบคู่ไปกับภาพตัวแทนด้านเชื้อชาติ โดยที่กลุ่มเชื้อชาติที่นอกเหนือจากผิวขาวตะวันตก จะถูกนำเสนอว่ามีความด้อยกว่าทางชนชั้นไปพร้อมกันด้วย ที่พบเห็นในเนื้อหาสื่อของตะวันตกบ่อยครั้งคือ ภาพตัวแทนของคนผิวดำในละคร สารคดี ข่าว ที่มักถูกนำเสนอว่ามีฐานะยากจน มีสถานภาพเป็นผู้ใช้แรงงาน หรือเป็นคนรับใช้ในครอบครัวของคนผิวขาว เป็นต้น ในสังคมไทย ภาพตัวแทนของคนกลุ่มชาติพันธุ์อื่นๆ ที่ถูกจัดวางให้ด้อยกว่าคนไทยหรือคนกรุงเทพฯ นั้นก็มักถูกนำเสนอว่ามีฐานะชนชั้นต่ำกว่าเช่นกัน การนำเสนอภาพตัวแทนเชื้อชาติและชนชั้นที่ผูกโยงกันไปเช่นนี้เป็นผลให้กลุ่มคนบางกลุ่มมีภาพเหมารวม (stereotype) ที่สังคมทั่วไปรับรู้ตามนั้น จนก่อให้เกิดความแบ่งแยกและความขัดแย้งระหว่างชนชั้นและเชื้อชาติได้

2.2.3 ภาพตัวแทนด้านเพศสภาพ ผู้หญิงมักถูกนำเสนอในสื่อในลักษณะของภาพ ตัวแทนที่ด้อยกว่าผู้ชายเสมอ รวมทั้งมักถูกผลิตซ้ำภาพเหมารวมอย่างต่อเนื่อง จนเป็นผลให้ ผู้หญิงเองรับเอาคุณลักษณะที่ถ่ายทอดผ่านสื่อเข้ามาเป็นคุณลักษณะส่วนหนึ่งของความเป็นผู้หญิงในชีวิตจริง แม้ว่าผู้หญิงจำนวนมากได้มีวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปจากในอดีตที่ถูกจำกัดสิทธิและโอกาสมากมาย แต่ภาพตัวแทนของผู้หญิงในสื่อก็ยังดูซ้ำหลังจากความเป็นจริง (Tuchman, ...; Dines & Humez, 1995) ภาพตัวแทนของผู้หญิงในสื่อจึงบ่งบอกถึงอคติทางเพศที่ฝังรากลึกอยู่ในสังคม และปรากฏออกมาทั้งในเนื้อหาประเภทข่าวสาร ซึ่งพบว่าภาพของผู้หญิงในข่าวถูกนำเสนอในมิติที่จำกัด เช่น เป็นผู้ถูกระทำความรุนแรงทางเพศ หรือเป็นผู้กระทำในสิ่งที่ขัดต่อบรรทัดฐานและศีลธรรมของสังคม ในรูปแบบของเนื้อหาบันเทิง พบว่าภาพตัวแทนของผู้หญิงถูกระทำมากที่สุด เฉพาะอย่างยิ่งในละครซึ่งสร้างภาพของตัวตรงข้ามให้กับผู้หญิงเช่น ผู้หญิงดี/ไม่ดี แม้แต่ใน รูปแบบของสารคดีเพื่อการศึกษาซึ่งภาพของผู้หญิงถูกนำเสนออย่างจำกัด และในสื่อโฆษณาซึ่งมีการสร้างภาพเหมารวมให้แก่ผู้หญิงอย่างมาก

นอกจากเรื่องของภาพตัวแทนที่ผ่านกระบวนการนำเสนอแล้ว วิธีการนำเสนอก็ยังมีส่วนตอกย้ำอคติทางเพศ เช่น การคัดเลือกประเด็นคุณค่าข่าวโดยมีเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงและเรื่องทางเพศเป็นองค์ประกอบหลัก การใช้มุมมองถ่ายทำสรีระของผู้หญิงอย่างจงใจ การใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์แต่งเติมบางส่วนของสรีระผู้หญิงที่ปรากฏในสิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น

วิธีการที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินระดับของการสร้างภาพตัวแทนด้านเชื้อชาติ ชนชั้น และเพศสภาพ ประกอบด้วยแนวคำถามหลัก 3 ประการ คือ

- เนื้อหาในสื่อได้รวมเอาความแตกต่างหลากหลายของวิถีชีวิต ความคิดเห็น และวัฒนธรรมของกลุ่มเชื้อชาติ ชนชั้น และเพศสภาพต่าง ๆ เข้ามาไว้มากน้อยแค่ไหน คำถามข้อนี้เป็นการวัดในเรื่องการรวมเข้ามา หรือ inclusion
- หากกลุ่มเชื้อชาติ ชนชั้น และเพศสภาพต่าง ๆ ได้ถูกนำเสนอรวมไว้ในเนื้อหา คนกลุ่มนี้ถูกนำเสนออย่างไร แสดงบทบาทอะไรในเนื้อหา คำถามข้อนี้เป็นการวัดเรื่องบทบาท หรือ role ของกลุ่มต่าง ๆ ที่ปรากฏในสื่อ ซึ่งเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับสารสนเทศมากที่สุด
- กลุ่มเชื้อชาติ ชนชั้นและเพศสภาพต่าง ๆ ได้มีส่วนกำหนด ควบคุม หรือตรวจสอบ เนื้อหาและกระบวนการผลิตของสื่อมากน้อยแค่ไหน คำถามข้อนี้เป็นการวัดเรื่องโอกาสในการการควบคุม หรือ control การผลิต ซึ่งเป็นเกณฑ์ชี้วัดด้านคุณภาพที่สำคัญ
- ภาพตัวแทนด้านเชื้อชาติ ชนชั้น และเพศสภาพได้ถูกใช้เพื่อผลประโยชน์ทางการค้า และส่งเสริมบริโภคนิยม ทุนนิยมอย่างไร เป็นผลให้เกิดความต้องการเทียมในสังคม

และนิยมบริโภคสินค้าที่ถูกนำเสนอผ่านสื่ออื่น ๆ หรือทำให้เกิดการสร้าง ความแตกต่าง การเปรียบเทียบและแข่งขันกันตามแบบอย่างในโฆษณาอย่างไร

สำนักข่าวบีบีซี ได้บรรจุกฎเกณฑ์ที่ใช้เป็นแนวทางในการนำเสนอภาพตัวแทนทั้งสาม ประเภทนี้อยู่มาก สรุปเฉพาะประเด็นสำคัญได้ดังนี้

- ไม่ควรมุ่งเน้นแต่คนผิวขาวในรายการของบีบีซี แต่ควรนำเสนอเกี่ยวกับคนจากทุกกลุ่ม บีบีซีมีฐานข้อมูลที่หลากหลายที่จะช่วยให้ผู้ผลิตรายการนำเสนอเรื่องของผู้คน จากหลายกลุ่มได้ และมีแผนกดูแลความเท่าเทียมกัน ในการออกอากาศ (The Broadcasting Equality Unit) คอยให้คำปรึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้
- รายการของบีบีซีไม่ควรให้จำกัดความคนผิวดำว่าเป็นอาชญากร ผู้หญิงเป็นแม่บ้าน คนพิการเป็นผู้เคราะห์ร้าย คนรักร่วมเพศเป็นคนผิดปกติ ผู้สูงอายุเป็นคนไร้ความสามารถ หรือพูดเป็นเชิงล้อเลียนบุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งในสังคมว่าเป็น ตัวตลก
- ควรใช้ภาษาคำพูดที่ไม่ระบุเพศ เพื่อหลีกเลี่ยงการสร้างภาพ หรือความรู้สึกที่ว่า กิจกรรมบางอย่างเพื่อเพศใดเพศหนึ่งโดยเฉพาะ
- การเอ่ยถึงคนโดยเน้นไปถึงแหล่งที่มา (แหล่งกำเนิด) และสีผิวเพียงอย่างเดียว นั้น เป็นความคิดที่คับแคบมาก
- คนผิวดำและคนเอเชียรู้สึกน้อยเนื้อต่ำใจที่คนยังมองเห็นพวกเขาในทางลบ รายการ บีบีซีต้องไม่ปล่อยให้คนเหล่านี้โดนขำขี้
- การเอ่ยถึงคนพิการในรายการ เป็นเรื่องที่จะเอียดอ่อน ไม่ควรเอ่ยถึงผู้พิการในลักษณะ ว่าเป็นคนที่ด้อยกว่า
- การพูดถึงคนรักร่วมเพศแบบเหมารวมกันหมด โดยมุ่งเน้นเพียงแค่นิยมทางเพศของ คนเหล่านี้เป็นหลักนั้น ถือเป็นเรื่องสุ่มเสี่ยง รายการต้องไม่ไปก่อให้เกิดความรู้สึกเหยียดหยาม หรือเกิดภาพเหมารวมของคนกลุ่มนี้
- เวลาจะพูดถึงคนหรือประเทศใดประเทศหนึ่ง ไม่ควรเอ่ยเรื่องศาสนา จนกว่าจะจำเป็นจริง ๆ เท่านั้น คำบางคำที่สื่อหรือตีความได้ว่ามีลักษณะเชิงลบ ควรใช้อย่างระมัดระวัง

๑๓๑

จากเกณฑ์การประเมินและข้อเสนอแนะด้านวิชาชีพที่สรุปรวบรวมมานำเสนอเหล่านี้ ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของเรื่องภาพตัวแทนด้านเชื้อชาติ ชนชั้น และเพศสภาพ ที่มีต่อการสร้างสารสนเทศคุณภาพ เนื่องจากสื่อมวลชนได้กลายเป็นกลไกและช่องทางสำคัญในการเผยแพร่ ถ่ายทอด

ประกอบสร้าง และผลิตซ้ำภาพตัวแทนเหล่านี้อย่างต่อเนื่อง การพัฒนาคุณภาพของสารสนเทศจึงจำเป็นต้องตระหนักถึงเกณฑ์ในด้านนี้อย่างมาก ควบคู่ไปกับเกณฑ์ด้านคุณภาพของเนื้อหาสาระ ด้านศีลธรรมและจริยธรรม ซึ่งยึดหลักการเรื่องข้อเท็จจริงและความถูกต้อง ไม่หลอกลวงผู้บริโภค เป็นสำคัญ ซึ่งความถูกต้องจะได้มาจากกระบวนการแสวงหาข่าวสารข้อมูล การรายงาน การผลิต การนำเสนอที่มีการตรวจสอบอย่างระมัดระวัง และการคำนึงถึงรสนิยมและศีลธรรมอันดีของผู้บริโภค

2.3 มิติด้านการสร้างสรรค์ประชาสังคม

กระแสแนวคิดและความเคลื่อนไหวของภาคประชาสังคมในประเทศไทยเริ่มก่อตัวขึ้นอย่างเงียบ ๆ เกือบ 3 ทศวรรษที่ผ่านมา การเติบโตขององค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรท้องถิ่น ภาคธุรกิจเพื่อชุมชน และการขยายตัวของสื่อสารมวลชน ได้ทำให้ความนึกคิดอิสระมีโอกาสแสดงตัวสู่สาธารณชนมากขึ้น ปัจจัยเหล่านี้ช่วยหล่อเลี้ยงให้ภาคประชาสังคมเติบโตและเริ่มมีบทบาทขึ้นในสังคมไทย

ไมเคิล แบริดตัน (อ้างในน.พ. โกมาศ จึงเสถียรทรัพย์, 2544) นิยามว่าประชาสังคมหมายถึง ปริณพททางสังคมที่ประชาชนกับรัฐมีปฏิสัมพันธ์กัน ซึ่งแสดงออกในรูปของการมีส่วนร่วมของชุมชน องค์กร อาสาสมัคร และเครือข่ายของสื่อสารมวลชน อันประกอบด้วย การมีค่านิยมและบรรทัดฐานของชุมชนร่วมกัน มีความเชื่อถือไว้วางใจกัน มีโครงสร้างขององค์กรประชาสังคมที่รองรับการเคลื่อนไหว และมีเครือข่ายการสื่อสารสาธารณะที่ไม่ถูกผูกขาดโดยกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

จากคำนิยามข้างต้นจะเห็นได้ว่า สารสนเทศที่มีคุณภาพจึงต้องมีมิติของการเสริมความเข้มแข็งให้แก่ภาคประชาสังคม ทั้งในแง่ของการเป็นเวทีเพื่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเชิงสาธารณะต่าง ๆ ที่คนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงได้ และในแง่ของการผลิตเนื้อหาที่ตอบสนองบรรทัดฐานของสาธารณะ รวมทั้งสร้างจิตสำนึกประชาสังคม ในแง่นี้สารสนเทศที่มีคุณภาพจึงมีนัยของการปลอดจากการถูกควบคุมผูกขาดจากกลุ่มอำนาจต่าง ๆ ทั้งทางการเมืองและทางธุรกิจ เพื่อให้สื่อมวลชนสามารถทำหน้าที่เป็นกลไกสนับสนุนการเชื่อมร้อยภาคประชาสังคมต่าง ๆ เข้าด้วยกัน และทำให้ประชาชนสามารถพัฒนาศักยภาพของการคิด และการถ่ายทอดความรู้หรือ ภูมิปัญญาได้อย่างเป็นอิสระ เพราะในที่สุดแล้วการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายและภูมิปัญญาที่ถูกถ่ายทอดสั่งสมระหว่างกัน จะก่อรูปเป็นทุนทางสังคม (social capital) ที่มีคุณค่าต่อการสร้างความเข้มแข็งของสังคมเป็นอย่างยิ่ง

ในแง่ของการนำเสนอข่าวสาร รูปแบบและหลักการทางวารสารศาสตร์ที่เหมาะสมต่อการปรับใช้เพื่อการมีคุณภาพของเนื้อหา คือ รูปแบบของวารสารศาสตร์สาธารณะ (public journalism) และวารสารศาสตร์เพื่อประชาสังคม (civic journalism) ซึ่งมีหลักการอยู่ที่การนำ

เสนอข่าวสารเพื่อประโยชน์หรือเกี่ยวข้องกับสาธารณะโดยรวม ไม่ใช่ให้ความสำคัญกับบุคคลหรือสถาบันของสังคม เช่น ข่าวการเมืองตามแนวทางวารสารศาสตร์ดังกล่าวนี้จะสะท้อนสภาพสังคมการเมืองและผลกระทบทางการเมืองต่อกลุ่มที่หลากหลาย ในขณะที่ข่าวการเมืองทั่วไปจะเน้นที่ความขัดแย้งของกลุ่มการเมือง โดยปราศจากการให้แง่มุมที่สอดคล้องกับประโยชน์ของผู้อ่าน แนวคิดวารสารศาสตร์สาธารณะและเพื่อประชาสังคมเกิดขึ้นเพื่อท้าทายรูปแบบทางวารสารศาสตร์ส่วนใหญ่ที่เน้นแต่เสียงของผู้มีอำนาจหลักในสังคม เช่น นักการเมือง ข้าราชการ นักธุรกิจ ในขณะที่เสียงเล็ก ๆ ของประชาชนหายไป อันเนื่องมาจากสื่อมวลชนมักวางศูนย์กลางของความสำคัญของข่าวสารข้อมูลอยู่ที่อำนาจทางการเมืองและเศรษฐกิจ ซึ่งเชื่อกันว่ามีความน่าเชื่อถือในการเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารมากกว่า

วารสารศาสตร์สาธารณะและวารสารศาสตร์เพื่อประชาสังคมมีความแตกต่างจากรูปแบบการรายงานข่าวทั่วไปอยู่ 4 ประการคือ ประการแรก มุ่งผลักดันให้สาธารณชนได้มีส่วนกำหนดวาระสาธารณะด้วยตัวเอง หรือนำเอาวาระของประชาชนมาเสนอ ไม่ใช่วาระของรัฐบาล นักการเมืองหรือนักการตลาด ประการที่สอง เน้นดึงสาธารณะเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นหรือในความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ไม่ใช่ให้สาธารณะเป็นเพียงผู้ฟัง รวมทั้งสนับสนุนให้สาธารณะได้เป็นเจ้าของสื่อหรือเป็นผู้ผลิตสื่อด้วยตัวเอง เพื่อให้ผลผลิตของสื่อสามารถตอบสนองประโยชน์ของชุมชนได้อย่างแท้จริง รวมทั้งเป็นการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มประชาสังคม ประการที่สาม มุ่งหมายที่จะช่วยให้สาธารณะได้มีข้อมูลหรือแนวทางเพื่อตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ของชุมชน และถ่ายทอดมติของสาธารณะไปสู่กลุ่มที่กำหนดนโยบายระดับประเทศ (McNair, 1998; Tapsall & Varley, 2001, etc.) และประการที่สี่ ยึดหลักการของการเคารพความหลากหลายของความคิดเห็นและการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ในภาคประชาสังคมนั้น ๆ ซึ่งจำเป็นต้องมีกรอบของจริยธรรมและศีลธรรมเป็นตัวกำหนดด้วย

อันที่จริงแล้ววารสารศาสตร์สาธารณะและวารสารศาสตร์เพื่อประชาสังคมไม่ได้มีเทคนิคของวิธีการแสวงหาและรวบรวมข่าวที่แปลกใหม่อย่างใด แต่เป็นเทคนิควิธีที่ย้อนกลับไปสู่หัวใจของวารสารศาสตร์ซึ่งปฏิบัติกันในช่วงทศวรรษ 1950-1960 ก่อนที่รูปแบบของข่าวแจกหรือข่าวแถลงจะเกิดขึ้น การแสวงหาข่าวของนักวิชาชีพในยุคนั้นมาจากการเข้าถึงข้อมูลโดยตรงด้วยการสนทนาหรือได้ยินจากประชาชนที่ชุมนุมกันตามผับ ร้านอาหาร โบสถ์ การประชุมของชุมชน และที่สาธารณะอื่น ๆ นักข่าวที่ใช้รูปแบบของวารสารศาสตร์สาธารณะจะไม่ติดอยู่กับการนำเสนอความขัดแย้งของกลุ่มบุคคลแค่สองฝ่าย แต่จะพยายามหาวิธีที่ทั้งสองฝ่ายจะสามารถสะท้อนปัญหาของการทำงานร่วมกันเพื่อสาธารณะได้อย่างไร ในขณะที่เดียวกันจะดึงเอาประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกรณีของความขัดแย้ง เพื่อให้เสียงและมติของสาธารณะเป็นฝ่ายกำหนดทางออกของความขัดแย้งนี้ แต่ไม่ใช่ออกมาในรูปแบบของการสำรวจความคิดเห็นหรือการทำโพลล์ นอกจากนี้วารสารศาสตร์

สาธารณะและเพื่อประชาสังคมจะไม่นำเสนอเรื่องอะไรที่มีแต่สีข้างกับคำเท่านั้น แต่จะแสดงให้เห็นถึงความหลากหลายเพื่อให้สาธารณะได้เป็นฝ่ายเลือก โดยอาศัยเทคนิคการนำเสนอที่มีข้อมูลครบถ้วนและมาจากหลากหลายแหล่งข่าว รวมทั้งข้อมูลภูมิหลังของเหตุการณ์หรือคำอธิบายในเชิงตัวเลขหรือกราฟฟิคต่าง ๆ

มีตัวอย่างของประเทศออสเตรเลียที่ดำเนินโครงการวารสารศาสตร์สาธารณะ (the Public Journalism Project – PJ) ขึ้นตั้งแต่ปี 1998 ที่มหาวิทยาลัยหลายแห่งซึ่งสอนหลักสูตรวารสารศาสตร์ โครงการ PJ ได้มีบทบาทผลักดันวารสารสาธารณะของประชาชนในหลายเรื่องด้วยกัน เช่น เรื่องของการแบ่งแยกสีผิวและนโยบายเลือกปฏิบัติต่อผู้อพยพเข้าเมือง เรื่องของการเอาเปรียบ ชนพื้นเมือง และสิทธิในที่ทำกิน การสร้างวารสารสาธารณะของ PJ ไม่ใช่เพียงแต่การทำสำรวจประชามติเช่นเทคนิคการสำรวจเชิงการตลาดทั่วไป แต่เป็นการก่อให้เกิดจิตสำนึกสาธารณะร่วมกันและนำไปสู่การเคลื่อนไหวเพื่อกดดันรัฐบาลในกรณีต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อสาธารณะในวงกว้าง

แนวคิดวารสารศาสตร์สาธารณะและประชาสังคมได้ถูกนำมาพูดถึงบ่อยครั้งในแวดวงสื่อมวลชนของไทยเช่นกัน โดยเฉพาะในการเคลื่อนไหวเพื่อดำเนินการวิถุชุมชนซึ่งอาศัยหลักปรัชญาเดียวกันกับวารสารศาสตร์ทั้งสองประเภทนี้ นพ.นิรันดร์ พิทักษ์วัชระ⁹ สมาชิกวุฒิสภาได้กล่าวถึงวารสารศาสตร์ในอุดมคติซึ่งสอดคล้องกับหลักการของวารสารศาสตร์สาธารณะและประชาสังคมว่า สื่อต้องเป็นกลไกที่นำไปสู่การแสดงความคิดเห็นของคนกลุ่มต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองได้ โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสาธารณะ ตลอดจนต้องนำเสนอเนื้อหาที่สามารถแสดงสาระสำคัญในเรื่องต่าง ๆ ของสังคมได้มากขึ้นจากที่มีอยู่ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และสุขภาพ รวมทั้งควรมีเนื้อหาในเชิงรุกเกี่ยวกับการให้บริการสาธารณะให้มากขึ้นกว่าที่จะเป็นเพียงการนำเสนอข้อมูลทั่วไปเพื่อแจ้งให้สาธารณะรับทราบ นพ.นิรันดร์ได้ยกตัวอย่างของรายการร่วมมิตรคิดทำ วิถุชุมชนในจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งมีบทบาทเป็นสื่อกลางแก้ไขปัญหาน้ำท่วมในพื้นที่ ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ได้ดีกว่าสื่อส่วนกลาง

กรณีของการทำหน้าที่ให้บริการสาธารณะและสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนหรือสาธารณะนั้น สามารถพบเห็นตัวอย่างได้จากวิถุชุมชนของหลายพื้นที่ทั่วประเทศไทย เช่น วิถุชุมชนวัดสระแก้ว จ.นนทบุรี ของพระพิศาลธรรมพาทิ (พระพยอม กัลยาโณ)¹⁰ ซึ่งเป็นสื่อกลางระดมกำลังชาวบ้านมาช่วยกันสกัดน้ำท่วมเรือกสวนไร่นาของชาวบ้านได้สำเร็จ วิถุชุมชนเพื่อน

⁹ จากการประชุม “โฉมหน้าสื่อมวลชนที่พึงปรารถนา” จัดโดยคณะวิจัยโครงการวิจัยปฏิรูประบบสื่อ วันที่ 12 พ.ย. 2545 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

¹⁰ จากการประชุมสมัชชาสหพันธ์วิถุชุมชนแห่งชาติครั้งที่ 1 จัดโดยเครือข่ายวิถุชุมชนทั่วประเทศ วันที่ 10 ต.ค. 2545 ณ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ช่วยเพื่อน ที่อินทร์บุรีจังหวัดสิงห์บุรีของท่านสมณะเสียงศีล¹¹ ที่เป็นสื่อกลางเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการเกษตรธรรมชาติ จนทำให้เกษตรกรในชุมชนปลดภาระหนี้สิน มีสุขภาพที่ดีขึ้นเพราะปลอดจากสารพิษทางการเกษตร และสามารถเป็นแรงสำคัญขยายความรู้นี้ไปสู่ชุมชนการเกษตรข้างเคียงด้วย หรือวิทยุชุมชนกาญจนบุรี ของคุณบุญส่ง จันทรส์องรัมย์¹² ที่วางหลักการของสถานีไว้ที่การสร้าง ความเข้มแข็งทางปัญญาและจิตสำนึกสาธารณะให้แก่คนในชุมชน ด้วยการจัดสรรเวลาให้แก่ตัวแทนกลุ่มองค์กรต่าง ๆ ของชุมชนรากหญ้าและสมาชิกชุมชนในฐานะปัจเจกบุคคลได้มาร่วมจัดรายการ เป็นต้น

แม้ว่าหลักการของวารสารศาสตร์สาธารณะและเพื่อประชาสังคมจะได้รับการวิพากษ์วิจารณ์จากนักวิชาชีพที่ยึดหลักการวารสารศาสตร์แบบอื่น ๆ ในแง่ของความไม่น่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลที่มาจกสาธารณชน และการที่ต้องเสียเวลา ทุน และบุคลากรของกองบรรณาธิการในการติดตามข่าวจากสาธารณะมากกว่าการตามข่าวจากแหล่งข่าวกระแสหลักก็ตาม แต่วารสารศาสตร์สาธารณะและเพื่อประชาสังคมก็เป็นความพยายามของสื่อมวลชนที่จะปรับรูปแบบและวิธีการของการเสนอข่าวมาสู่การเป็นส่วนหนึ่งของประชาชนมากขึ้น รวมทั้งเป็นความพยายามของภาคประชาสังคมที่จะใช้ศักยภาพของตนเองผลิตสื่อสาธารณะของชุมชนมากขึ้น ซึ่งเป็นหลักประกันว่าสาธารณะจะได้รับการสนองตอบผลประโยชน์มากกว่ารูปแบบการรายงานข่าวทั่วไป

ทั้งนี้ไม่เพียงแต่ในแง่ของเนื้อหาสาระด้านข่าวสารเท่านั้น หลักการของวารสารศาสตร์สาธารณะยังมีความเหมาะสมที่จะใช้เป็นหลักการสำหรับการผลิตเนื้อหารายการในรูปแบบบันเทิงและการศึกษาอีกด้วย เพราะหลักการนี้ให้ความสำคัญกับเสียงและความต้องการของสาธารณะ ทำให้เรื่องราวของคนเล็ก ๆ ที่อยู่ตามชายขอบของสังคม เช่น คนยากจน คนชนบท คนพิการ ผู้ อพยพ ฯลฯ ได้ถูกนำมาทำเป็นบทเพื่อผลิตรายการด้านบันเทิงและศิลปะ รวมทั้งนำมาบอกเล่าในรูปแบบของสารคดีที่ให้แง่มุมอันเป็นประโยชน์แก่ผู้ชมในวงกว้าง เช่น สารคดีทุ่งแสงตะวันที่นำเสนอชีวิต การต่อสู้และการเรียนรู้ที่จะอยู่กับธรรมชาติของเด็ก ๆ ในชนบท เป็นต้น

2.4 มิติด้านอิสรภาพจากการถูกแทรกแซง

อิสรภาพในที่นี้คือสิทธิในการแสดงออกและการแสดงความคิดเห็นอย่างเสรีโดยปราศจากการถูกแทรกแซงจากกลุ่มอำนาจต่าง ๆ ไม่ตกอยู่ภายใต้การครอบงำของกลุ่มใด ๆ และนำไปสู่การผลิตเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนอย่างแท้จริง รวมทั้งเปิดโอกาสให้ประชาชนตรวจสอบสื่อและบุคคลที่อยู่ในอำนาจซึ่งสื่อนำมาเสนอได้อย่างมีระบบและเป็นอิสระ

¹¹ สัมภาษณ์ สมณะเสียงศีล ชาตวโร ชุมชนปฐมอโศก จ.นครปฐม วันที่ 31 ม.ค. 2546

¹² สัมภาษณ์คุณบุญส่ง จันทรส์องรัมย์ ผู้แทนกลุ่มปฏิรูปสื่อภาคประชาชน จ.กาญจนบุรี วันที่ 20 ม.ค. 2546

สื่อส่วนมากในสังคมประชาธิปไตยเป็นสื่อที่มุ่งหวังกำไรทางธุรกิจ สื่อที่มีเอกชนเป็นเจ้าของหรือผู้ถือหุ้นย่อมมีลักษณะโดยรวมไม่แตกต่างจากธุรกิจประเภทอื่น ๆ นั่นคือ มุ่งเน้นการทำกำไร การบริหารค่าใช้จ่ายและทุน เป็นที่รับรู้กันว่าสองในสามของรายได้ของสื่อมวลชนมาจากค่าโฆษณา ไม่ใช่รายได้จากการจัดจำหน่าย ด้วยเหตุนี้ปัจจัยด้านธุรกิจและโฆษณาจึงมีผลอย่างมากต่อการกำหนดคุณภาพเนื้อหาของสื่อแต่ละองค์กรด้วย รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับธุรกิจที่เป็นกลุ่มทุนและธุรกิจโฆษณาจึงมีทั้งในลักษณะของการพึ่งพาอาศัยกัน และในลักษณะของการแทรกแซง (ทางอ้อมและทางตรง) เพื่อควบคุมเนื้อหาในสื่อให้ส่งเสริมประโยชน์ของภาคธุรกิจ เช่น ในลักษณะของการเป็นเจ้าของสื่อ เป็นผู้ถือหุ้นส่วนในธุรกิจสื่อ เป็นผู้ให้โฆษณา หรืออุปถัมภ์การผลิตรายการ เป็นต้น ปรากฏการณ์หนึ่งของการแทรกแซงจากภาคธุรกิจที่พบเห็นได้ทั่วไปคือการยินยอมให้ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของผู้สนับสนุนโฆษณาได้ปรากฏบ่อยครั้งในหน้าหนังสือพิมพ์ ในรายการหรือสอดแทรกกระหว่างรายการ การประกาศและรับรองสรรพคุณของสินค้าในรายการ รวมทั้งการนำผลผลิตหรือสินค้าเช่น เพลง มาใช้ประกอบในรายการ เป็นต้น การนำเสนอในปริมาณความถี่มาก ๆ ย่อมทำให้ผู้รับสื่อแปรสภาพไปเป็นผู้บริโภคของสินค้าประเภทนั้น ๆ ไปด้วย สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่ขายผู้รับสารให้แก่โฆษณาและธุรกิจอุตสาหกรรมผ่านการสำรวจเรตติ้ง (rating) หรือความนิยมของผู้รับสารต่อสื่อประเภทนั้น ๆ

นอกจากการแทรกแซงสื่อในเชิงของธุรกิจแล้ว สื่อมวลชนยังถูกแทรกแซงจากกลุ่มอำนาจต่าง ๆ ทางการเมือง ซึ่งเปลี่ยนรูปแบบและความรุนแรงไปตามบริบทและยุคสมัย เช่น ในสังคมที่รัฐบาลผูกขาดอำนาจทางการเมืองและการทหาร สื่อมวลชนก็มักอยู่ในความควบคุมของรัฐบาล ต้องนำเสนอแต่เนื้อหาที่ผ่านการตรวจสอบของรัฐแล้ว และเนื้อหาที่รัฐพิจารณาว่าไม่เป็นภัยต่อความมั่นคงของรัฐ (บาล) เป็นต้น สำหรับในประเทศไทย สื่อมวลชนได้เดินทางผ่านรูปแบบของการควบคุมสิทธิเสรีภาพจากรัฐบาลเผด็จการมาหลายยุคหลายสมัย ได้มีบทเรียนและได้มีการต่อสู้เพื่อสิทธิเสรีภาพมาเป็นระยะ ๆ บางยุคสมัยเมื่ออำนาจเผด็จการสามารถควบคุมสื่อมวลชนได้มาก ส่งผลให้สื่อมวลชนหันไปนำเสนอเนื้อหาที่ไม่วิพากษ์วิจารณ์หรือตรวจสอบรัฐบาล เน้นแต่เรื่องของความบันเทิง ทำให้ผู้รับสารของสังคมไทยไม่สนใจเรื่องทางการเมืองและขาดจิตสำนึกของสาธารณะ แต่ในยุคใดที่รัฐบาลเป็นประชาธิปไตย สื่อมวลชนก็จะกลับมาทำหน้าที่ตรวจสอบและวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาลมากขึ้น แม้จะมีทั้งในแง่ที่รับผิดชอบหรือขาดความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวมก็ตาม

สมมติฐานเบื้องหลังคำถามหลักที่ว่า “ใครเป็นเจ้าของสื่อ?” ก็คือ การคาดการณ่ว่า เจ้าของสื่อมีอิทธิพลต่อเนื้อหาและรูปแบบของผลผลิตสื่อ ไม่ว่าจะในแง่ของการจ้างบุคลากร การจัดสรรงบประมาณในแต่ละแผนก การให้พื้นที่แก่คนบางกลุ่ม รวมทั้งยังเป็นการสนับสนุนสมมติฐาน

ของสำนักวิทยุภาพศาสตร์ที่กล่าวว่าเนื้อหาสื่อสะท้อนอุดมการณ์ของเจ้าของสื่อที่ถูกทำให้เป็น อุดมการณ์ของสังคมโดยรวม

ปรากฏการณ์ของรูปแบบความเป็นเจ้าของสื่อที่มีแนวโน้มจะชัดเจนขึ้นเรื่อย ๆ และเกิดขึ้น เกือบทั่วโลกก็คือ รูปแบบของการกระจุกตัวหรือการจำกัดตัว (concentration) ของอุตสาหกรรมสื่อมวลชน อยู่ในมือของคนจำนวนน้อยลงเรื่อย ๆ เช่น ในสหรัฐอเมริกามีรายงานสำรวจความเป็นเจ้าของสื่อในปี ค.ศ. 1996 พบว่ามีบริษัทระดับชาติและระดับข้ามชาติรวมกันแล้วเพียง 10 แห่งเท่านั้น ที่ครอบครองส่วนแบ่งการตลาดเกือบทั้งหมดของอุตสาหกรรมสื่อ (Bagdikian 1997 cited in Croteau & Hoynes 2000) ตัวอย่างเช่น ในอุตสาหกรรมนิตยสาร มีเพียง 3 บริษัทขนาดใหญ่คือ Time Warner, Hearst Corporation และ Advance Publications ที่ครอบครองส่วนแบ่งรายได้จากโฆษณา มากกว่าครึ่งหนึ่ง หรือมากกว่า 11 พันล้านเหรียญ ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์มีบริษัทยักษ์ใหญ่ 5 บริษัท คือ Buena Vista (Disney) , Fox (News Corporation), Warner Bros. (Time Warner) , Paramount (Viacom) และ Sony ที่ครอบครองกว่า 75% ของภาพยนตร์ที่ผลิตออกฉายตามครัวเรือน และในอุตสาหกรรมเพลง มีบริษัททุนขนาดใหญ่เพียง 5 บริษัท คือ Seagram (Universal), Sony , Time Warner ,Bertelsmann และ EMI ที่ครอบครองมากกว่าสามในสี่ของส่วนแบ่งการตลาด

สำหรับโทรทัศน์ระบบเครือข่ายนั้น มีเครือข่ายขนาดใหญ่ที่ครอบครองอยู่จำนวน 4 แห่งด้วยกัน คือ ABC (Disney), NBC (General Electric) , CBS (Westinghouse) และ Fox (News Corp.) อย่างไรก็ตาม การตลาดของสถานีโทรทัศน์ระบบเครือข่ายจะเปิดกว้างมากกว่า อุตสาหกรรมสื่อประเภทอื่น ๆ เพราะในช่วงเกือบสิบปีที่ผ่านมาได้มีบริษัททุนขนาดใหญ่อื่น ๆ (ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจสื่ออื่น ๆ อยู่ด้วย) เข้ามาร่วมส่วนแบ่งนี้ด้วย ได้แก่ WB Network (Time Warner) UPN (Viacom) USA และ PAX ส่วนสื่อหนังสือพิมพ์นั้น พบว่าในสหรัฐมีบริษัทระดับชาติอยู่ 14 แห่งที่มีบริษัทหนังสือพิมพ์เป็นเครือข่ายย่อย ๆ ในชื่อต่าง ๆ มากมายทั่วประเทศ สองบริษัทแรกที่มีเครือข่ายมากที่สุด ได้แก่ บริษัท Gannett ซึ่งมีหนังสือพิมพ์รายวันในเครือ 87 ฉบับ และ Knight Ridder ซึ่งมีหนังสือพิมพ์รายวัน 33 ฉบับ

การรวมตัวของสื่อมีผลกระทบต่อธุรกิจสื่อแต่ละประเภทภายใต้อาณาจักรเดียวกันนี้ด้วย โดยเฉพาะผลกระทบต่อเนื้อหา เช่น ก่อให้เกิดลักษณะของ “synergy” คือการทำให้เนื้อหาที่ผลิตออกมาสามารถให้ประโยชน์แก่บริษัทในเครือให้ได้มากที่สุด เช่น การจัดจำหน่ายหนังสือเล่มที่นำไปทำเป็นบทภาพยนตร์ด้วย หรือในกรณีของการกระจุกตัวแนวตั้งที่อาศัยกระบวนการผลิตควบคุมการเผยแพร่และจัดจำหน่าย เช่น ร้านหนังสือของสำนักพิมพ์ก็จะโฆษณาเผยแพร่หนังสือในเครือเป็นพิเศษ เป็นต้น ผลกระทบของการกระจุกตัวของสื่อทั้งสองรูปแบบปรากฏชัดในอุตสาหกรรมข่าวสาร (news industry) มากที่สุด เพราะการมุ่งเน้นกำไรภายใต้บริษัทในเครือทำให้ปรัชญาของวิชาชีพข่าวคือ การรักษาผลประโยชน์ของสาธารณะถดถอยลงไป เพราะประโยชน์ของ

บริษัทในเครือย่อมต้องมาก่อน นอกจากนี้ยังทำให้เกิดสภาพของการข้ามเส้นแบ่งระหว่างสื่อประเภทต่าง ๆ ในเครือ เช่น ระหว่างข่าวบันเทิง โฆษณา การเน้นสนับสนุนนักแสดงในเครือ และอื่น ๆ จนแยกแยะได้ลำบากว่าอะไรคือข่าว อะไรคือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยรวมแล้วก็คือมีผลให้เนื้อหาข่าวซึ่งควรจะมีลักษณะของความเป็นทางการ เน้นแจ้งข้อมูลข่าวสาร กลายมาเป็นเนื้อหาข่าวที่ผนวกเอารูปแบบของความบันเทิงและสีสันเข้าไปมากขึ้น ข่าวสารจึงเป็นผลผลิตที่ต้องให้ประโยชน์แก่บริษัทในเครืออื่น ๆ ไปพร้อมกันด้วยเสมอ

นอกจากนี้ การกระจุกตัวของความเป็นเจ้าของสื่อ ยังเอื้อให้มีการแทรกแซงสื่อจากกลุ่มอำนาจทางการเมืองและเศรษฐกิจได้ง่าย เช่น หากกลุ่มอำนาจใดไม่พอใจข่าวในหนังสือพิมพ์ก็สามารถกดให้โฆษณาหรือลดการสนับสนุนสื่อทุกประเภทในกลุ่มเดียวกันด้วย ทำให้ผู้ประกอบการต้องใคร่ครวญหนักในการนำเสนอข่าวที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจได้ รวมทั้ง การเป็นเจ้าของอุตสาหกรรมสื่อขนาดใหญ่ก็อาจส่งผลให้มีโอกาสก้าวไปเป็นนักการเมืองหรือแม้แต่ผู้นำประเทศได้ เช่น นายเบอร์ลุสเคอร์นี แห่งประเทศอิตาลี ซึ่งเป็นเจ้าของสื่อกระจายเสียงขนาดใหญ่ที่สุดในอิตาลี และชนะการเลือกตั้งในปี ค.ศ. 1994 หรือที่ประเทศอังกฤษ ซึ่งกลุ่มทุนของนายรูเบิร์ต เมอร์ดอช เจ้าของธุรกิจสื่อหลายประเภทได้สนับสนุนพรรคเลเบอร์ของโทนี แบลร์ จนได้เป็นรัฐบาลในการเลือกตั้งทั่วไปปี ค.ศ. 1996 การกระจุกตัวของสื่อยังมีผลต่อการลดความหลากหลายของเนื้อหา มีงานวิจัยในต่างประเทศจำนวนมากที่ยืนยันว่า ยิ่งอุตสาหกรรมสื่อมีการกระจุกตัวกันมากเท่าไร เนื้อหาของสื่อก็จะยิ่งถูกทำให้เป็นแบบแผนที่มีมาตรฐาน (uniform) เดียวกันมากขึ้นเท่านั้น ทำให้ผู้รับสารไม่สามารถเลือกสื่อได้ตามรสนิยมอันหลากหลายของตน และจะทำให้เกิดการผูกขาดเนื้อหาสื่อไว้ที่แหล่งข่าวเพียงไม่กี่ประเภทมากขึ้น

วิธีปฏิบัติประการหนึ่งที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากการป้องกันการสูญเสียทางธุรกิจ (logic of safety) ก็คือ การหลีกเลี่ยงข้อขัดแย้งทั้งในเชิงความคิดหรือการขัดผลประโยชน์กับกลุ่มอำนาจต่าง ๆ ทางเศรษฐกิจการเมือง รวมทั้งหลีกเลี่ยงการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบที่แปลกใหม่ซึ่งมีโอกาสที่จะเสี่ยงต่อความสูญเสียได้สูงกว่า เราจึงมักได้ชมภาพยนตร์ชุด sit-coms และละครที่มีเนื้อหาคล้ายคลึงกับรายการที่ประสบความสำเร็จไปก่อนหน้านี้ เช่น ภาพยนตร์ชุดที่เกี่ยวกับเรื่องของหมอและพยาบาล หรือเกี่ยวกับตำรวจ ซึ่งมักถูกผลิตและออกอากาศทางเครือข่ายสถานี โทรทัศน์หลายแห่ง ทั้งที่ผลิตในสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ออสเตรเลีย และอีกหลายประเทศ แต่จากการสำรวจรายการของเครือข่ายโทรทัศน์ในบางประเทศพบว่า (Crisell, 1999) รายการที่ผลิตเลียนแบบเหล่านี้ไม่ค่อยประสบความสำเร็จในเชิงพาณิชย์เท่าใดนัก

ตัวอย่างรายการข่าวทางโทรทัศน์ที่จัดได้ว่าประสบความสำเร็จ และกลายเป็นต้นแบบของรายการข่าวโทรทัศน์ในหลายประเทศ คือรายการสารคดีวิเคราะห์ข่าวที่มีการใส่บรรยายภาพของความเร้าอารมณ์ต่าง ๆ ประกอบที่เรียกกันว่า tabloidlike newsmagazines ซึ่งเป็นการ ผสม

ผลจากรูปแบบของข่าวหนังสือพิมพ์แบบเร็วอารมณ์ (tabloid papers) เข้าไปในรูปแบบของการอ่านข่าวหรือรายงานข่าว รายการสารคดีข่าวลักษณะนี้จะเกิดขึ้นมากในช่วงปลายทศวรรษ 1990 เช่น รายการ “Dateline” ของเครือข่าย NBC ซึ่งนำเสนอ 5 คืนต่อสัปดาห์ รายการ “20/20” ของเครือข่าย ABC ซึ่งนำเสนอ 3 คืนต่อสัปดาห์ และรายการ “second” ของเครือข่าย CBS เป็นต้น มีการวิเคราะห์ไว้ว่าสาเหตุที่รายการสารคดีวิเคราะห์ข่าวได้รับความนิยมและกลายมาเป็นปัจจัยที่ทำรายได้ให้แก่สถานีโทรทัศน์ระบบเครือข่ายมีอยู่ 2 ประการด้วยกัน คือ

1) การเติบโตของสถานีโทรทัศน์ระบบเคเบิล ทำให้ความนิยมของผู้ชมที่มีต่อรายการของสถานีโทรทัศน์ระบบเครือข่ายใหญ่ ๆ ทั้ง 3 แห่งลดน้อยลง จึงต้องหันมาผลิตรายการสารคดีข่าวซึ่งมุ่งหวังกลุ่มผู้ชมเป้าหมายต่ำกว่ารายการบันเทิงประเภทอื่น ๆ

2) ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการภาพยนตร์ชุด และ sit-coms มีอัตราสูงขึ้นเรื่อยๆ เพราะการแข่งขันกับสถานีโทรทัศน์อื่นๆ ค่าตัวของนักแสดงที่สูงขึ้นเพราะมีทางเลือกมากขึ้น และโอกาสเลือกของผู้ชมท่ามกลางจำนวนรายการที่มีต้นทุนการผลิตสูง ในขณะที่รายการสารคดีข่าวนั้นใช้ต้นทุนในการผลิตที่ต่ำกว่า และเป็นการลงทุนที่สถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ ได้ทำอยู่แล้วในการพัฒนาฝ่ายข่าวของสถานี ทั้งในด้านทรัพยากรบุคคล เครื่องมือและอุปกรณ์ รวมทั้งการส่งเสริมทางการตลาด จึงอาจจะเรียกได้ว่าเป็นการลงทุนที่มีราคาถูกลงก็ได้ ในขณะเดียวกัน รูปแบบของการผลิตรายการเสมือนจริง หรือรายการที่สร้างจากเหตุการณ์จริง เช่น รายการสารคดีเบื้องหลังคดีอาชญากรรมต่างๆ เช่น “Emergency 911” ในสหรัฐอเมริกา และ “Crime Watch” ในอังกฤษ ก็เป็นรายการที่ได้รับความนิยมสูงและมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำเพราะอาศัยจากแฟ้มข่าวหรือจากการทำข่าวของนักข่าวในสถานีโทรทัศน์นั้นอยู่แล้ว

อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่น่าพิจารณาคงดูไปด้วยก็คือ ทำอย่างไรที่จะป้องกันไม่ให้เกิดลดต้นทุนการผลิตข่าวเป็นผลให้คุณภาพของเนื้อหาข่าวลดลงตามไปด้วย เพราะสิ่งที่มักจะตามมาเมื่อมีนโยบายประหยัดค่าใช้จ่ายของฝ่ายข่าวก็คือ การลดจำนวนแหล่งข่าวโดยจำกัดอยู่เฉพาะแหล่งข่าวประจำที่สามารถติดต่อหรือเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งสภาพการณ์เช่นนี้จะทำให้แหล่งข่าวที่เป็นประชาชนตามที่ห่างไกลไม่มีโอกาสได้ส่งเสียงของพวกเขาผ่านสื่อ นอกจากนี้ยังมีประเด็นที่เป็นเหมือนข้อขัดแย้งในแง่ที่ หากต้องการเพิ่มจำนวนผู้รับสื่อให้มากขึ้น จำเป็นหรือไม่ที่จะต้องทำ รายการให้มีเนื้อหาที่เบาและเป็นแนวบันเทิงมากขึ้น

ในยุคสมัยที่อำนาจของสังคมผูกขาดอยู่กับกลุ่มทุนขนาดใหญ่ซึ่งเข้ามามีบทบาททางการเมืองด้วยนี้ รูปแบบการแทรกแซงสื่อจึงมีความซับซ้อนมากขึ้น ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเกือบทั่วโลก หลักการเรื่องความมีอิสรภาพของสื่อมวลชนจึงเป็นองค์ประกอบที่ดูจะประาะบางที่สุดและกลายเป็นเงื่อนไขใหญ่ที่จะพิจารณาว่าสื่อสามารถผลิตเนื้อหาสาระได้อย่างมีคุณภาพหรือไม่ แต่การวิเคราะห์คุณภาพเนื้อหาเพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจ-การเมือง กับคุณภาพของสื่อ

นั่น กลับเป็นสิ่งที่กระทำได้อย่างจำกัด เพราะปัจจัยเรื่องการสืบค้นข้อมูลเชิงประจักษ์ ทำให้การพิจารณาในหัวข้อนี้ต้องอาศัยองค์ประกอบอื่น ๆ มาเสริม เช่น เรื่องของ โครงสร้างความเป็นเจ้าของ สื่อ สารและ ความหลากหลายของเนื้อหา จริยธรรมและศีลธรรมอันดี และโอกาสของการสร้างเนื้อหาเพื่อประชาสังคม ซึ่งเป็นประเด็นที่ใช้เป็นเกณฑ์ศึกษาคุณภาพของสารสนเทศอยู่แล้ว

บทที่ 3

สถานภาพของสารสนเทศในสื่อมวลชนไทย

การขยายตัวของอุตสาหกรรมสื่อมวลชนของไทยมีผลต่อการพัฒนารูปแบบเนื้อหาของสารสนเทศที่ปรากฏในสื่อมวลชนไทยอย่างมาก แต่จะเป็นผลบวกหรือผลลบนั้นต้องมาพิจารณากันที่บทวิเคราะห์ซึ่งจะนำเสนอไปตามกรอบแนวคิดที่ได้อธิบายไว้แล้วใน ส่วนที่ 1 ของรายงานนี้ การนำเสนอในส่วนนี้ เป็นการสรุปผลจากการศึกษารวบรวมลักษณะรูปแบบเนื้อหาของสารสนเทศเฉพาะบางรูปแบบของรายการหรือเนื้อหาเพื่อนำไปสู่การสรุปภาพรวมของลักษณะสารสนเทศในสื่อมวลชนไทย และได้มีการวิเคราะห์เพื่อประเมินคุณภาพของสารสนเทศของสื่อมวลชนไทยเปรียบเทียบกับเกณฑ์สารสนเทศที่มีคุณภาพของสื่อมวลชนในระดับสากล รวมทั้งเกณฑ์จากความสะดวกต่อผลประโยชน์ของสาธารณะในสังคมไทย การนำเสนอจะแยกออกเป็นสองกลุ่มตามประเภทของสื่อ คือ สารสนเทศของสื่อหนังสือพิมพ์ และสารสนเทศของสื่อวิทยุและโทรทัศน์

3.1 สารสนเทศของหนังสือพิมพ์

บทบาทและความสำคัญของสารสนเทศในหนังสือพิมพ์ที่ปรากฏชัดมากที่สุด คือ การเป็นเสมือนหน้าต่างหรือบุคลิกลักษณะ (character) ของหนังสือพิมพ์ฉบับนั้นๆ โดยที่รูปแบบและลักษณะของข่าว คอลัมน์ สารคดี ฯลฯ ภาพข่าว และภาษาที่นำเสนอ จะเป็นสิ่งบ่งบอกตำแหน่ง (position) ของหนังสือพิมพ์ในอุตสาหกรรมผลิตสื่อหนังสือพิมพ์ เป็นสิ่งที่บ่งบอกกลุ่มผู้อ่านหรือผู้บริโภค และที่สำคัญคือเป็นจุดขายของหนังสือพิมพ์ อย่างไรก็ตาม นอกจากบทบาทและความสำคัญของสารสนเทศในมิติของอุตสาหกรรมสื่อแล้ว สารสนเทศของหนังสือพิมพ์ยังมีบทบาทอย่างยิ่งในมิติด้านสังคม-วัฒนธรรม และความสัมพันธ์กับผู้อ่าน ในฐานะที่เป็นแหล่งบอกเล่าข่าว สารข้อมูลและความเคลื่อนไหวต่างๆ ในสังคมแก่ประชาชน รวมทั้งให้การตีความปรากฏการณ์ต่างๆ ทางสังคม และมีส่วนชี้นำความคิดเห็นของประชาชนด้วย

หลักการของทฤษฎีสื่อสารมวลชนยอมรับว่าสื่อมวลชนแต่ละชนิดมีรูปแบบ ขนบ และสุนทรียะเฉพาะของตัวเอง ซึ่งสื่อหนังสือพิมพ์ก็เป็นเช่นนั้น แม้จะมีเกณฑ์ต่างๆ ที่สามารถใช้จ่ายแจกกลุ่มหนังสือพิมพ์ออกเป็นประเภทต่างๆ ได้ก็ตาม แต่หนังสือพิมพ์ที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันก็มีบุคลิกเฉพาะตัว อันสะท้อนให้เห็นถึงการวางตำแหน่งของสินค้า (หนังสือพิมพ์) ในกลุ่มย่อย และเป็นการสะท้อนแนวคิดอุดมการณ์ของผู้ผลิตสื่อหนังสือพิมพ์ฉบับนั้นๆ ด้วย

นอกจากนี้ การเติบโตของธุรกิจหนังสือพิมพ์ได้มีผลทำให้ขอบเขตของประเภทเนื้อหาที่ได้เคยนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการจำแนกประเภทหนังสือพิมพ์มีความพร่าเลือนไม่ชัดเจน เช่น เกณฑ์ของประเภทเนื้อหาที่จำแนกออกเป็นหนังสือพิมพ์ที่นำเสนอข่าวหนัก (hard news) กับหนังสือพิมพ์ที่นำเสนอข่าวเบา (soft news) เพราะในปัจจุบันหนังสือพิมพ์ที่เคยได้ชื่อว่านำเสนอข่าวหนัก เช่น

มติชน ไทยโพสต์ สยามรัฐ ก็ได้ปรับเปลี่ยนให้มีการผสมผสานข่าวเบาหรือข่าวเร้าอารมณ์เข้าไปด้วย หนังสือพิมพ์บางฉบับเช่นสยามรัฐรายวันนั้นถึงกับเปลี่ยนโฉมหน้าไปเป็นหนังสือพิมพ์ที่เน้นข่าวเร้าอารมณ์ซึ่งแสดงออกผ่านทั้งข่าว ภาพ และการจัดหน้า นอกจากนี้ถ้าจำแนกประเภทของหนังสือพิมพ์ตามเกณฑ์ของลักษณะภูมิศาสตร์ในเนื้อหา เช่น เป็นหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง ก็แยกได้ไม่ชัดเจนเพราะมีการนำเสนอเนื้อหาที่ครอบคลุมระหว่างพื้นที่ด้วย แม้การเน้นหนักจะต่างกัน ไปก็ตาม ดังนั้น การกำหนดเกณฑ์เพื่อแบ่งประเภทของสารสนเทศในหนังสือพิมพ์จึงอาศัยเกณฑ์ด้านธุรกิจและตลาดผู้อ่าน ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ประเภท¹³ ดังนี้

1. หนังสือพิมพ์รายวันทั่วไปฉบับภาษาไทย ซึ่งมีสัดส่วนการตลาดสูงสุดคือ 87%
2. หนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาอังกฤษ ซึ่งมีสัดส่วนการตลาด 4%
3. หนังสือพิมพ์รายวันธุรกิจ ซึ่งมีสัดส่วนการตลาด 8%
4. หนังสือพิมพ์ธุรกิจ ซึ่งมีสัดส่วนการตลาด 1%

การจำแนกประเภทของหนังสือพิมพ์ตามตลาดผู้อ่าน และตามการกระจุกตัวของผู้ผลิตสะท้อนให้เห็นว่า หนังสือพิมพ์ที่นำเสนอสารสนเทศแบบทั่วไป ซึ่งมีความหลากหลาย เกี่ยวข้องกับกลุ่มสังคมและสถาบันต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง เช่น มีเนื้อหาประเภทการเมือง เศรษฐกิจ สังคม บันเทิง ผสมผสานอยู่ด้วยกันนั้น เป็นหนังสือพิมพ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้อ่านได้มากกว่าหนังสือพิมพ์ที่มีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ และเป็นกลุ่มหนังสือพิมพ์ที่มีการแข่งขันสูง เป็นผลให้ข้อมูลข่าวสารของหนังสือพิมพ์ในกลุ่มนี้กลายเป็นจุดชี้วัดการแข่งขันและควมมีคุณภาพของหนังสือพิมพ์ได้อย่างดี ข้อมูลส่วนใหญ่ในการวิเคราะห์นี้จึงรวบรวมจากการศึกษาเนื้อหาของหนังสือพิมพ์รายวันทั่วไปเป็นหลัก

เพื่อให้การนำเสนอสถานภาพของสารสนเทศในหนังสือพิมพ์มีความชัดเจนและมองเห็นที่มาที่ไปได้ดีขึ้น จะขอสรุปมิติทางประวัติศาสตร์ของหนังสือพิมพ์ไทย เพื่อเชื่อมโยงให้เห็นผลกระทบของพัฒนาการของหนังสือพิมพ์ต่อคุณภาพของสารสนเทศ

พัฒนาการของหนังสือพิมพ์ไทยกับผลกระทบต่อสารสนเทศ

หนังสือพิมพ์ไทยเติบโตไปตามภาวะความเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคม ประกอบกับหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานปรัชญาของการต่อสู้ทางอุดมการณ์ หนังสือพิมพ์จึงเป็นเสมือนกลไกหรือเครื่องมือสำคัญที่มีส่วนผลักดันเปลี่ยนแปลงสภาพการเมืองการปกครองและสังคมไทยเสมอมา หนังสือพิมพ์ไทยได้เดินทางผ่านจากยุคเริ่มต้น คือยุคหนังสือพิมพ์ฝรั่ง (ปลายรัชกาลที่ 3 - รัชกาลที่ 4) ซึ่งเป็นการเริ่มต้นรายงานเหตุการณ์ความไม่เป็นธรรมต่างๆ ให้พระมหา

¹³ ดูรายละเอียดในศศ. ดร. นวลน้อย ตรีรัตน์ และธานี ชัยวัฒน์ ในรายงานวิเคราะห์ตลาดหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย ในรายงานวิจัยชุดเดียวกันนี้

กษัตริย์ทรงทราบ แม้จะถูกประกาศไม่ให้เชื่อหนังสือพิมพ์เพราะเป็นเครื่องมือใส่ร้ายป้ายสีของฝรั่ง ก็ตาม มาสู่ยุคหนังสือพิมพ์ราชสำนัก (ปลายรัชกาลที่ 4 – รัชกาลที่ 5) ซึ่งเป็นเรื่องของทางราชการ และอ่านกันในหมู่ของราชสำนัก มาสู่ยุคสามัญชน (ปลายรัชกาลที่ 5) ซึ่งมีปัญญาชนแสดงความคิดเห็นวิจารณ์รัฐบาล และเรียกร้องสิทธิเสรีภาพในการพูดการเขียน ผู้ยุคหัวเลี้ยวหัวต่อในระบอบ สมบูรณาญาสิทธิราชย์ (รัชกาลที่ 6) เป็นยุคที่หนังสือพิมพ์เข้าถึงมวลชนมากขึ้น มีการปะทะกันทาง ความคิดในหนังสือพิมพ์ แข่งขันกันดึงดูดผู้อ่านด้วยการพาดหัวข่าวตัวโต การทำหนังสือพิมพ์กลายเป็นวิชาชีพ และมาสู่ยุคใหม่ของหนังสือพิมพ์ ซึ่งเริ่มนับหลังจากการเปลี่ยนแปลงการ ปก ครอง พ.ศ. 2475 ดังนี้

ยุคการเปลี่ยนแปลงของหนังสือพิมพ์ในระบบรัฐธรรมนูญ (พ.ศ. 2475-2516): การต่อสู้ ช่วงชิงอำนาจภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองระหว่างกลุ่มเจ้านายและคณะราษฎร ทำให้ หนังสือพิมพ์แบ่งออกเป็นฝักฝ่าย มีการควบคุมหนังสือพิมพ์อย่างเคร่งครัด ตรวจสอบก่อนการนำลง ตีพิมพ์ หนังสือพิมพ์หลายฉบับจึงหลีกเลี่ยงด้วยการเพิ่มเนื้อหาบันเทิงมากขึ้น เช่น เสนอ นว นิยาย ข่าวชาวบ้านประเภทอาชญากรรม และลดเนื้อหาการเมือง มีการออกพระราชบัญญัติการ พิมพ์ พ.ศ. 2476 ควบคุมมาตรฐานของหนังสือพิมพ์และคุณวุฒิของบรรณาธิการ และต่อมา มีการ ออกพระราชบัญญัติการพิมพ์ พ.ศ. 2484 ในสมัยจอมพล ป. พิบูลสงคราม เพื่อควบคุมหนังสือพิมพ์ ในภาวะฉุกเฉินหรือสงคราม ให้อำนาจแก่เจ้าพนักงานการพิมพ์สั่งถอนใบอนุญาตได้ กำหนดเงิน ทุนขั้นต่ำของการดำเนินกิจการหนังสือพิมพ์คือไม่ต่ำกว่า 5 หมื่นบาททำให้หนังสือพิมพ์ต้องปิดกิจการหรือยุบรวมกัน ตลอดเวลา 16 ปีภายใต้ระบบการปกครองเผด็จการทหารของ จอมพลสฤษดิ์ และจอมพลถนอม (พ.ศ. 2501-2516) ไม่มีบทบัญญัติใด ๆ รับรองสิทธิการพูดและการแสดงความคิดเห็น เป็นการควบคุมหนังสือพิมพ์อย่างเบ็ดเสร็จ

ยุคสิทธิเสรีภาพหนังสือพิมพ์เบ่งบานและการปราบปรามครั้งใหญ่ (พ.ศ. 2516-2524): การ โคลนล้มรัฐบาลทหารของขบวนการนิสิตนักศึกษาได้เปิดฟ้าใหม่ให้แก่สิทธิเสรีภาพของหนังสือ พิมพ์ไทย มีหนังสือพิมพ์เกิดใหม่ที่แสดงจุดยืนทางการเมืองที่แตกต่างหลากหลายทั้งฝ่ายเสรีนิยม และสังคมนิยม มีหนังสือพิมพ์แนวการเมืองที่เปิดเวทีเพื่อการแสดงความคิดเห็นของปัญญาชน และมีหนังสือพิมพ์แนวอาชญากรรมที่ใช้โอกาสของความเสรีขุดคุ้ยเรื่องราวส่วนตัวเพื่อขายข่าวใน เรื่องอาชญากรรม ความรุนแรง และเรื่องเพศ อย่างไรก็ตามการกระทำรัฐประหารในปี พ.ศ. 2519 ได้นำไปสู่การออกประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 42 สั่งปิดหนังสือพิมพ์และมีการเซ็นเซอร์อย่าง เข้มงวด หนังสือพิมพ์ที่ได้รับอนุญาตให้ตีพิมพ์ได้คือหนังสือพิมพ์ที่ไม่วิจารณ์รัฐบาล ต่อมารัฐบาล ได้ประกาศนโยบาย 66/2523 และ 65/2524 เพื่อนิรโทษกรรมแก่ผู้ที่กลับจากป่าคืนเมือง ทำให้การ ปะทะกันระหว่างพรรคสังคมนิยมซึ่งเข้าป่าสู้รบกับรัฐบาลยุติลง

ยุคพลังเศรษฐกิจนำหนังสือพิมพ์ (พ.ศ. 2525-2534): สติธิเสรีภาพของหนังสือพิมพ์ค่อย ๆ ฟื้นตัวขึ้นใหม่ เกิดการปรับตัวของโครงสร้างหนังสือพิมพ์ จนเรียกได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ ชนชั้นกลางเริ่มขยายตัวทางเศรษฐกิจ เกิดบรรยากาศใหม่ทางสังคม-วัฒนธรรมที่ ทำให้อุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ขยายตัวอย่างก้าวกระโดด เกิดหนังสือพิมพ์ที่จำแนกประเภทออกไปอย่างแยกย่อยมากขึ้น มีหนังสือพิมพ์แนวเศรษฐกิจซึ่งเป็นมิติใหม่ของยุคนี้อย่างแท้จริง การขยายตัวของธุรกิจโฆษณากลายเป็นพื้นฐานทางเศรษฐกิจของหนังสือพิมพ์ จนเป็นผลให้ เงื่อนไขความอยู่รอดขึ้นอยู่กับรายได้จากโฆษณา

ยุคหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจฟองสบู่/วิกฤติเศรษฐกิจและปฏิรูปการเมือง(พ.ศ.2535- ปัจจุบัน): หนังสือพิมพ์ต้องขับเคลื่อนกับอุตสาหกรรมสื่อมวลชนอื่น ๆ และทำงานภายใต้ระบบ วัฒนธรรมของการสื่อสารข้ามชาติ ทำให้หนังสือพิมพ์ต้องสะท้อนความเป็นสากล ความรอบด้าน ลึกซึ้งมากขึ้น ผู้นำนักของการเติบโตอยู่ที่หนังสือพิมพ์ระดับผู้นำ (elite newspaper) วิกฤติเศรษฐกิจทำให้หนังสือพิมพ์ปิดกิจการลงไปจำนวนมาก แต่ก็เป็นผลให้หนังสือพิมพ์ที่ยังดำเนินการอยู่สามารถขยายช่องทางจนกลายเป็นธุรกิจร่วมทุนขนาดใหญ่ มีการนำหนังสือพิมพ์เข้าตลาดหลักทรัพย์ เหตุการณ์พฤษภาคม พ.ศ. 2535 ได้ส่งผลให้ประชาชนเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้น มีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2540 ซึ่งรับรองสิทธิเสรีภาพของประชาชน (มาตรา 4) เสรีภาพในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร และคุ้มครองการทำงานของนักวิชาชีพสื่อมวลชน (มาตรา 39) หนังสือพิมพ์ถูกเรียกร้องให้ทำงานด้วยความโปร่งใสและเคร่งครัดใน จรรยาบรรณ ปีพ.ศ. 2540 เกิดการจัดตั้งสภาการหนังสือพิมพ์เพื่อการควบคุมตนเอง เกิดหนังสือพิมพ์ฉบับใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องซึ่งมีรูปแบบและเนื้อหาที่แตกต่างไปจากหนังสือพิมพ์ที่มีอยู่แล้ว แสดงให้เห็นถึงการคำนึงฐานะทางการตลาดของหนังสือพิมพ์ (position) เป็นสำคัญ เกิดการโยกย้ายเปลี่ยนสังกัดของนักหนังสือพิมพ์ รวมทั้งการลงทุนของกลุ่มทุนธุรกิจและกลุ่มการเมืองในหนังสือพิมพ์ฉบับใหม่ ๆ

จากพัฒนาการของหนังสือพิมพ์ไทยที่เดินทางมาอย่างยาวนานนี้ จะเห็นได้ว่าคุณภาพของสารสนเทศในหนังสือพิมพ์ปรับเปลี่ยนไปตามทิศทางทางการเมือง สังคม และเศรษฐกิจเป็นหลัก หากยุคใดที่การเมืองเป็นเผด็จการ หนังสือพิมพ์จะหันไปสู่การนำเสนอเรื่องบันเทิงเพื่อหลีกเลี่ยงการถูกตรวจสอบควบคุม และหากยุคใดที่หนังสือพิมพ์มีเสรีภาพมาก หนังสือพิมพ์ก็จะมีหลากหลายทางความคิดและพฤติกรรมอย่างสูง มีตั้งแต่การอยู่ริมสุดขั้วของการนำเสนอแนวคิดจุดยืนทางอุดมการณ์ ไปจนถึงอีกสุดขั้วหนึ่งของการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล จึงอาจกล่าวได้ว่ามรดกของเผด็จการที่มีต่อการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ซึ่งมุ่งสู่ความบันเทิงและเร้าอารมณ์นั้นยังคงดำรงอยู่ ในขณะที่เดียวกันมรดกของการต่อสู้เพื่อสิทธิเสรีภาพก็ยังคงเป็นรากฐานที่ทำให้หนังสือพิมพ์มีกรอบจรรยาบรรณที่กำกับควบคุมไว้กับการนำเสนอเนื้อหาเพื่อเป็นจุดขายเชิงธุรกิจด้วย

การดำรงอยู่ของมรดกแห่งประวัติศาสตร์เหล่านี้เองที่มีผลต่อสถานภาพของสารสนเทศของหนังสือพิมพ์ไทยในปัจจุบัน

3.1.1 สาระและความหลากหลายของเนื้อหา

จากการสังเคราะห์ข้อมูลจากงานวิจัยและวิทยานิพนธ์ที่ศึกษาเกี่ยวกับการนำเสนอเนื้อหาสาระของหนังสือพิมพ์ในด้านต่าง ๆ รวมทั้งการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์บรรณาธิการหนังสือพิมพ์จำนวน 8 ฉบับนั้น สามารถสรุปภาพรวมภายใต้กรอบแนวคิดของสาระที่มีผลกระทบต่อชีวิตประจำวันของสาธารณะได้ ดังนี้

สาระของเนื้อหาขึ้นอยู่กับตำแหน่ง (ทางการตลาด) ของหนังสือพิมพ์: การจัดวางตำแหน่งทางการตลาด (position) ของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับนั้น ไม่เพียงแต่เพื่อผลทางธุรกิจในแง่ของการกำหนดสัดส่วนการตลาดและเพื่อผลทางการจำหน่ายแก่กลุ่มผู้อ่านที่เป็นเป้าหมาย เท่านั้น การจัดวางตำแหน่งยังนำมาเป็นเกณฑ์ที่ใช้กำหนดขอบเขตของเนื้อหาสาระที่หนังสือพิมพ์ฉบับนั้นๆ ครอบคลุมด้วย เช่น หนังสือพิมพ์ที่เน้นผู้อ่านตลาดล่างและตลาดทั่วไป จะมีการนำเสนอสาระที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่และเรื่องปากท้องของประชาชนทั่วไป เช่น การป้องกันการระบาดของโรคไข้เลือดออก อันตรายของอาหารและสารปนเปื้อนต่าง ๆ สภาพแวดล้อมที่เป็นมลพิษ การจัดการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย ภัยและอุบัติเหตุในชีวิตประจำวัน วิธีการสร้างรายได้เสริม เป็นต้น ซึ่งพบว่ามีกรนำเสนอมากกว่าหนังสือพิมพ์แนวเศรษฐกิจและหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ ซึ่งจะให้น้ำหนักกับสาระที่มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจเชิงธุรกิจ รายงานภาวะการแข่งขันทางธุรกิจทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ และความเคลื่อนไหวทางสังคม-การเมือง-เศรษฐกิจของทั่วโลกซึ่งอาจมีผลกระทบต่อประเทศไทย

เมื่อการจัดวางตำแหน่งของหนังสือพิมพ์ในอุตสาหกรรมสื่อมีความสำคัญต่อการขีดเส้นรอบวงให้แก่ขอบเขตและความลึกซึ้งของเนื้อหาสาระ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่จึงอาศัยเกณฑ์นี้มาใช้ประเมินว่าสาระที่นำเสนอมีประโยชน์ต่อสาธารณะหรือไม่ ในแง่ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้อ่านกลุ่มเป้าหมายได้หรือไม่ ในขณะที่เกณฑ์เรื่องการตอบสนองความสนใจของสาธารณะในวงกว้างนั้นกลับพบว่าเป็นเงื่อนไขที่บรรณาธิการหลายฉบับไม่ให้ความสำคัญมากนัก เพราะหนังสือพิมพ์ก็เหมือนสินค้าประเภทอื่น ๆ ที่ต้องมีตำแหน่งทางการตลาดที่ชัดเจน อย่างไรก็ตาม การกำหนดขอบเขตของเนื้อหาสาระมิได้หมายความว่า จะไม่มีการนำเสนอเนื้อหาอื่น ๆ ที่ไม่ใช่เป้าหมายของหนังสือพิมพ์เสียเลย เพราะเนื้อหาสาระต้องถูกทำให้มีความหลากหลายเพียงแต่เป็นความหลากหลายภายใต้รสนิยมของกลุ่มผู้อ่าน เช่น คุณรุ่งมณี เมฆโสภณ คอลัมน์นิสต์อาวุโสของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ ได้แสดงความคิดเห็นว่า

“การกำหนดเนื้อหาสาระก็เป็นไปตาม positioning ของหนังสือพิมพ์ซึ่งก็สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค แต่ย่อมไม่มีใครอยากอ่านอะไรแนวเดียวกันหมด จึงต้องมีความหลากหลายแต่ในลักษณะของความสมดุลภายใต้กรอบของ positioning ดังนั้นเนื้อหาสาระของหนังสือพิมพ์จึงถูกกำหนดโดย positioning บวกไปกับบรรณนิยมของผู้บริโภค ซึ่งน่าจะต้องสอดคล้องกับบรรณนิยมของผู้ผลิตด้วย ในแง่เวลาที่เขาจะรับบรรณาธิการหรือนักข่าวเจ้าของเขาก็ต้องเลือกผู้ที่มีรสนิยมตรงกับ positioning ของหนังสือพิมพ์ไว้ก่อน”

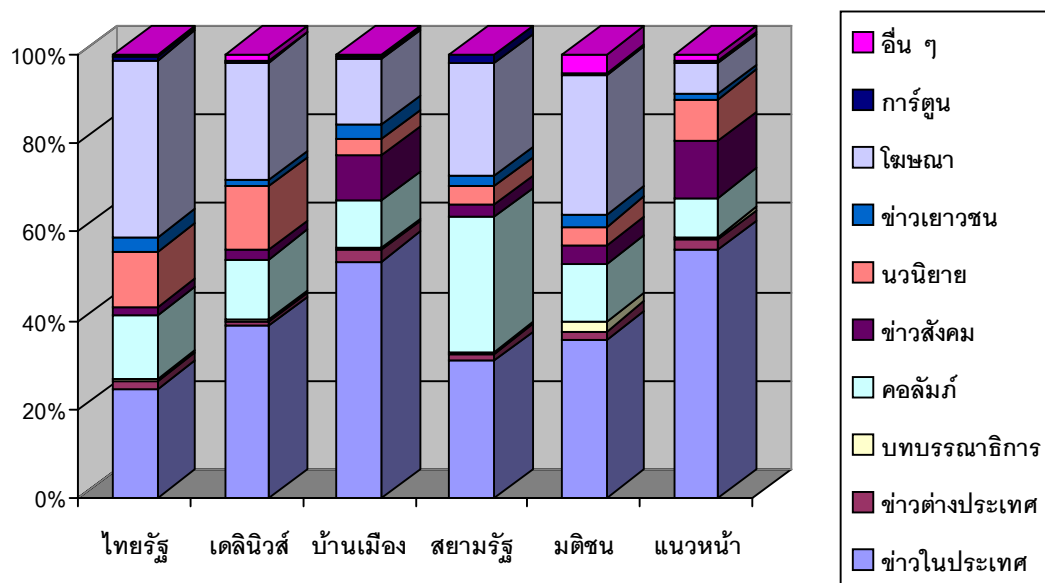
จากตัวอย่างความคิดเห็นข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์ไม่สามารถเป็นสื่อที่ตอบสนองเนื้อหาสาระเพื่อสังคมโดยรวมได้ เพราะหนังสือพิมพ์แต่ละประเภทย่อมมีกลุ่มผู้อ่านที่เป็นเป้าหมายทางการตลาดซึ่งมีส่วนกำหนดขอบเขตเนื้อหาของหนังสือพิมพ์¹⁴ อย่างไรก็ตามหนังสือพิมพ์รายวันประเภททั่วไป เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ ข่าวสด คมชัดลึก มติชน สยามรัฐ ฯลฯ ย่อมมีขอบเขตของเนื้อหาสาระที่กว้างขวางกว่าหนังสือพิมพ์ประเภทอื่น ๆ แต่ในความกว้างขวางนั้นก็ยังถูกกำหนดด้วยเงื่อนไขของสัดส่วนเนื้อหาและประเภทของข่าวอีกด้วย เช่น หน้าที่หนึ่งของไทยรัฐ เดลินิวส์ และข่าวสด จะเสนอข่าวหรือเหตุการณ์เด่นที่เกิดขึ้นในรอบ 24 ชั่วโมงโดยไม่จำกัดว่าต้องเป็นเหตุการณ์ประเภทใด แต่ถ้าเป็นเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับอุบัติเหตุ อาชญากรรม หรือเรื่องที่สร้างอารมณ์และความสนใจจากคนทั่วไปได้มากก็จะได้รับการนำเสนอ ในขณะที่มติชน แนวหน้า สยามรัฐ จะนำเสนอข่าวการเมืองและเศรษฐกิจในหน้าหนึ่ง (อ้างในสุทธีวรรณ ตัญญาพงศ์ปรัชญ์, 2540) จากตัวอย่างดังกล่าวนี้จะเห็นได้ว่าสาระที่จะเป็นประโยชน์ต่อชีวิตประจำวันของประชาชนจริง ๆ เช่น เรื่องของสุขภาพอนามัย การศึกษา ความรู้เพื่อการยังชีพ ฯลฯ จึงได้รับการนำเสนอน้อย เพราะไม่สอดคล้องกับแนวทางหลักของเนื้อหาสาระ หรือหากจะมีการนำเสนอ ก็จะเป็นการปรับให้สอดคล้องกับแง่มุมของสาระหลัก เช่น เลื่อนนำเสนอข่าวสุขภาพต่อเมื่อมีแง่มุมของอาชญากรรม เช่น กรณีข่าวการเสียชีวิตของนักเรียนหญิงเพราะคุณไสยมน หรือนำเสนอข่าวสิ่งแวดล้อม เพราะมีแง่มุมของความขัดแย้งทางการเมือง เช่น กรณีของท่อก๊าซไทย-มาเลย์ เป็นต้น

สัดส่วนของประเภทเนื้อหาที่มีความใกล้เคียงกัน: หนังสือพิมพ์รายวันประเภทเนื้อหาทั่วไปมักจัดสัดส่วนของประเภทเนื้อหาไว้ใกล้เคียงกัน หากพิจารณาตามเกณฑ์การแบ่งอย่าง กว้าง ๆ ตามรูปแบบของประเภทเนื้อหาพบว่า สัดส่วนที่ได้รับการนำเสนอมากที่สุดคือประเภท เนื้อหาข่าวในประเทศ รองลงมาคือโฆษณา และคอลัมน์ประจำ ยกเว้นไทยรัฐที่พบว่าสัดส่วนของเนื้อหาประเภทโฆษณามีเนื้อที่มากเป็นอันดับหนึ่ง และมีข้อน่าสังเกตว่าสัดส่วนของเนื้อหาประเภทนวนิยายในไทยรัฐก็มีเนื้อที่มากคิดเป็นอันดับสี่ของเนื้อหาทั้งหมดด้วย ในขณะที่เนื้อหาประเภทข่าว

¹⁴ ดูรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับการกำหนดลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์แยกตามกลุ่มผู้อ่านในตารางแสดงความแตกต่างของหนังสือพิมพ์รายวันตามลักษณะเด่นและตามกลุ่มผู้อ่าน ใน ผศ.ดร. นवलน้อย ตรีรัตน์และธานี ชัยวัฒน์ “ตลาดหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย” ในรายงานวิจัยการปฏิรูปสื่อ (ฉบับเดียวกันนี้)

สังคม (เช่น ชาวสตรี สุขภาพ การศึกษา บันเทิง) และชาวเยาวชน ได้รับการจัดสัดส่วนเฉลี่ยประเภทละ 2-3 เปอร์เซ็นต์เท่านั้น เช่นเดียวกับเนื้อหาประเภทข่าวต่างประเทศที่เฉลี่ยแล้วนำเสนอในสัดส่วนต่ำกว่า 2 เปอร์เซ็นต์ของเนื้อที่ทั้งหมด

แผนภาพที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบสัดส่วนประเภทเนื้อหาของหนังสือพิมพ์รายวันทั่วไปจำนวน 6 ชื่อฉบับที่นำเสนอในปี พ.ศ. 2541



ที่มา: อัมพร เสงี่ยมวิบูล, 2542 “การวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์ไทยในการให้การศึกษาด้านจริยธรรมแก่เยาวชน” วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การจัดสัดส่วนประเภทเนื้อหาข้างต้นสามารถบ่งบอกความหลากหลายและการให้ความสำคัญกับสาระที่เป็นข่าวสารความรู้ได้ในระดับหนึ่ง นั่นคือ หนังสือพิมพ์ต้องสูญเสียเนื้อหาที่ไปกับเนื้อหาด้านโฆษณาค่อนข้างสูง ทำให้เนื้อที่สำหรับสาระที่เป็นอรรถประโยชน์ต่อประชาชนและเนื้อที่ที่เป็นการเปิดเวทีเพื่อแสดงทัศนะอันหลากหลายของผู้อ่านมีน้อย หนังสือพิมพ์จึงเป็นเสมือนสื่อทางเดียวที่บอกแจ้งข่าวสารข้อมูลและการโฆษณากับสังคม มากกว่าสื่อสองทางที่สนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการแนะนำความรู้แก่ประชาชน ดังที่ คุณสมหมาย ปาโรจจิตต์ บรรณาธิการอาวุโส หนังสือพิมพ์มติชน ได้อธิบายว่า

“เกณฑ์หลักในการจัดสัดส่วนของหนังสือพิมพ์คือข่าวสารซึ่งต้องเน้นข่าวในประเทศเป็นหลัก เพราะผู้อ่านต้องการบริโภคข่าวสารประจำวันมากกว่าอย่างอื่น รองลงมาก็ต้องแล้วแต่

นโยบายของหนังสือพิมพ์นั้น ๆ อย่างเช่นมติชนจะมีแนวทางที่จะให้ความรู้ความคิดแก่ ผู้อ่าน ก็จะนำเสนอผ่านคอลัมน์ บทความ บทวิจารณ์ รายงานพิเศษ และก็ต้องให้สารบรรณถึง แก่ผู้อ่านด้วย ก็จะนำเสนอผ่านสารคดี คอลัมน์บันเทิง จริง ๆ แล้วเราอยากสนองตอบคนทุก อาชีพ ทุกกลุ่ม ทุกวัย เพราะยิ่งเสนอ ได้กว้างเท่าไร ก็เป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านมากเท่านั้น แต่ เป้าหมายหลักของหนังสือพิมพ์ก็คือเน้นการเสนอเหตุการณ์รายวัน” (สัมภาษณ์ 15 พ.ค. 2546)

เรื่องของการจัดสัดส่วนเนื้อหาและความหลากหลายนี้ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 6 ฉบับที่สัมภาษณ์ประกอบงานวิจัยนี้ และจากที่ได้รวบรวมจากวิทยานิพนธ์ฉบับอื่น ๆ ได้ให้หลักการที่สรุปได้ว่าการจัดสัดส่วนและความหลากหลายของเนื้อหาต้องคำนึงถึง

- บุคลิกของหนังสือพิมพ์ ซึ่งใช้เกณฑ์พิจารณาจากความสนใจหรือความต้องการของ ผู้อ่าน ความน่าสนใจของเหตุการณ์หรือสาระ การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของ หนังสือพิมพ์ และประสบการณ์ส่วนตัวของบรรณาธิการหรือหัวหน้าข่าวที่จะพิจารณา ตัดสินคุณค่าข่าวหรือคุณค่าของเนื้อหาสาระนั้น ๆ
- วัตถุประสงค์ของกลุ่มทุนหรือผู้สนับสนุนโฆษณา ซึ่งมีส่วนกำหนดสัดส่วนของเนื้อ ว่าจะมีสาระหรือมีโฆษณาในสัดส่วนเท่าใด มีหน้าเฉพาะที่สอดคล้องกับกลุ่มทุน และโฆษณาอย่างไร เช่น หน้าเศรษฐกิจ-การตลาด หน้าผู้บริโภค หน้าบันเทิง-ดารา

สำหรับเกณฑ์หลัก ๆ ที่หนังสือพิมพ์ใช้ในการกำหนดสัดส่วนเนื้อหาและความหลากหลาย ของสาระ แสดงไว้ในตารางจำแนกตามหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ ดังนี้

ตารางที่ 3.1.1 เปรียบเทียบเกณฑ์ที่ใช้กำหนดสัดส่วนและความหลากหลายของเนื้อหาสาระของหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์	เกณฑ์
ไทยรัฐ	เน้นสนองตอบกลุ่มผู้อ่านเป้าหมาย เรื่องที่มีความเร้าอารมณ์หรือสะเทือนใจ และอาศัยประสบการณ์ในการคัดเลือกเนื้อหาสาระของบรรณาธิการ-หัวหน้าข่าว
เดลินิวส์	เน้นตลาดผู้อ่านเป็นหลัก ซึ่งตลาดของผู้อ่านก็จะไปมีส่วนกำหนดความสนใจของตัวแทนบริษัทโฆษณาด้วย เช่น ถ้าหน้าไหนมีคนนิยมอ่านมากก็จะมีโฆษณามาจอง ทำให้ต้องนำเสนอสาระในหน้านั้นอย่างมีคุณภาพ แต่จะยกเว้นหน้า 1 และหน้าการเมืองไม่มีโฆษณา
มติชน	เน้นการนำเสนอเหตุการณ์รายวันที่เป็นข่าว แต่ก็พิจารณาถึงบุคลิกของหนังสือพิมพ์ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์คุณภาพ จึงเน้นเสนอข่าวที่เป็นสาระ มีผลกระทบ และเป็นประโยชน์แก่ผู้อ่าน
คมชัดลึก	ใช้เกณฑ์ความสนใจของประชาชนทั่วไป เพราะเป็นหนังสือพิมพ์ที่ไม่เน้นผู้อ่านกลุ่มใดเป็นพิเศษ แบ่งสัดส่วนเป็นข่าวทั่วไป การเมือง สังคม และอาชญากรรม 60% และบันเทิง-กีฬา 40%
ข่าวสด	ใช้เกณฑ์ความสนใจของผู้อ่าน และความน่าสนใจของเหตุการณ์ โดยพิจารณาทิศทางของยอดจำหน่ายด้วย เน้นข่าวและสาระด้านสิ่งแวดล้อมเป็นพิเศษ เพราะเป็นเรื่องของผลประโยชน์และอิทธิพลและเกี่ยวข้องกับอนาคตของประเทศ
ไทยโพสต์	เน้นสัดส่วนข่าวที่มีผลกระทบต่อสาธารณชน เหตุการณ์ที่มีเบื้องหน้าเบื้องหลัง ซึ่งบทความและทัศนะต่างๆ จะสอดคล้องไปกับการนำเสนอข่าว
สยามรัฐ	นำเหตุการณ์มากำหนดทิศทางข่าวในแต่ละวัน โดยพิจารณาปัจจัยด้านบุคลิกของหนังสือพิมพ์ เจ้าของทุน ธุรกิจ การเมือง ประกอบกันไปด้วย
โพสต์ทูเดย์	วางตำแหน่งเป็นหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจรายวันแต่มีความหลากหลาย ใช้ตัวหนังสือซึ่งแยกออกได้เป็น 3 sections เป็นตัวจัดสัดส่วนเนื้อหา คือ เศรษฐกิจ การเมือง สังคม ต่างประเทศ กีฬา อยู่ section 1 การตลาด การเงิน อยู่ section 2 และ magazine (สาระ ความรู้ บันเทิง) อยู่ section 3
บองกอกโพสต์	ใช้ section เป็นตัวแบ่งสัดส่วนเนื้อหา มีสัดส่วนของข่าว การตลาด ธุรกิจ และสารคดี สัดส่วนของข่าวขึ้นอยู่กับจำนวนเหตุการณ์และจะขึ้นอยู่กับจำนวนโฆษณาซึ่งจะวางดัมมี่มาก่อน ข่าวในประเทศกับต่างประเทศมีสัดส่วนพอๆ กันคือ 3-4 หน้า
เดอะ เนชั่น	เน้นผู้อ่านทั่วไป แบ่งออกเป็น 2 sections หลักๆ คือ ข่าวทั่วไป กับกีฬา เนื่องจากต้องการขยายตลาดและดึงให้เยาวชนไทยอ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษมากขึ้นจึงปรับสัดส่วนเนื้อหาให้มีเรื่องของกลุ่มผู้อ่านที่เป็นคนรุ่นใหม่มากขึ้น มีเรื่องของไอที ข่าวบันเทิง ข่าวศิลปะ การละคร ผสมผสานไปกับข่าวหลักๆ ไป

จากการพิจารณาเปรียบเทียบการกำหนดสัดส่วนเนื้อหาของหนังสือพิมพ์รายวัน มีข้อ นำสังเกตว่าหนังสือพิมพ์ที่มีการปรับปรุงเนื้อหา หรือหนังสือพิมพ์ที่ออกใหม่ มักมีการกำหนด สัดส่วนเนื้อหาแยกเป็นฉบับย่อย (section) อย่างชัดเจน เพื่อทำให้เกิดความหลากหลายและสามารถกระจายหรือเข้าถึงผู้อ่านกลุ่มต่าง ๆ ได้กว้างขวางขึ้นโดยไม่ต้องติดยึดอยู่กับบุคลิกของหน้าหนึ่งอย่างเดียวเท่านั้น นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ยังมีแนวโน้มที่จะเข้าถึงผู้อ่านที่เป็นเยาวชนมากขึ้นด้วยการนำเสนอสัดส่วนเนื้อหาที่ตอบสนองความสนใจของเยาวชน ทำให้การมีบุคลิก เครื่องขริมของหนังสือพิมพ์แต่ดั้งเดิมเริ่มเปลี่ยนไป ซึ่งอาจประเมินได้ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงที่ดีเพราะเป็นการขยายโอกาสในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่เหมาะสมแก่เยาวชนมากขึ้น อย่างไรก็ตาม หนังสือพิมพ์ที่จัดสัดส่วนเช่นนี้ยังเป็นเพียงกลุ่มหนึ่งเท่านั้น ไม่ใช่หนังสือพิมพ์รายวันทั้งหมด

นอกจากนี้ในการวิจัยคุณภาพของสาระต่าง ๆ ในข่าวหนังสือพิมพ์นั้น การนิยามว่าข่าวและเนื้อหาสาระประจำหน้าสำคัญ ๆ ที่มีคุณภาพเป็นอย่างไรนั้น สรุปและปรับปรุงจากงานวิทยานิพนธ์ของศศิธา วิจิตรจามรี ซึ่งศึกษาการสร้างมาตรฐานปฏิบัติงานหนังสือพิมพ์ (2546) โดยรวบรวมจากการสัมภาษณ์และทดสอบดัชนีชี้วัดของบรรณาธิการและหัวหน้าข่าวฝ่ายต่างๆ จำนวน 31 คนจากหลากหลายหนังสือพิมพ์ สรุปได้ดังนี้

เกณฑ์มาตรฐานของข่าวหน้าหนึ่ง: เป็นข่าวสารที่ใหม่ รวดเร็วและทันเหตุการณ์ มีผลกระทบต่อผู้อ่านทั้งเชิงสังคมและจิตใจ เป็นข้อเท็จจริง สมบูรณ์เที่ยงตรง มีการระบุแหล่งข่าวที่ชัดเจน มีข้อมูลจากหลายฝ่าย มีพาดหัวข่าวที่สะท้อนใจความสำคัญของเนื้อหาข่าวได้อย่าง ถูกต้อง เหมาะสม และสุภาพ มีสื่อบทข่าวที่น่าเสนอข้อมูลเชิงลึกทำให้ผู้อ่านเข้าใจภาพรวมหรือเบื้องหน้าเบื้องหลังของเหตุการณ์เป็นสื่อบทข่าวที่สอดคล้องกับเรื่องที่กำลังเป็นข่าว

เกณฑ์มาตรฐานของหน้าการเมือง: เป็นข่าวสารที่สามารถสะท้อนสภาพปัญหาของโครงสร้างและบุคลากรทางการเมือง รวมถึงการดำเนินงานขององค์กรทางการเมืองได้อย่างชัดเจน และมีความต่อเนื่อง มีข้อมูลเชิงลึก หลายแง่มุม และสะท้อนภาพรวมของความเคลื่อนไหวทางการเมืองได้ดี เป็นข่าวสารที่มีความถูกต้อง ระบุแหล่งข่าวชัดเจนและน่าเชื่อถือ มีบทความ สื่อบทข่าว บทวิเคราะห์/บทวิจารณ์ที่ให้ข้อเท็จจริงและข้อมูลภูมิหลังเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่น่าเสนอ มีการให้ข้อเสนอแนะหรือแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุการณ์ หรือคาดคะเนผลที่จะเกิดขึ้น

เกณฑ์มาตรฐานของหน้าต่างประเทศ: มีรายงานข่าวสารเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคมในต่างประเทศที่มีผลกระทบในวงกว้างต่อประเทศอื่นๆ เป็นความเคลื่อนไหวของบุคคลสำคัญ และมีความถูกต้อง มีการให้ข้อมูลภูมิหลังของเหตุการณ์ที่ช่วยให้ ผู้อ่านเข้าใจเหตุการณ์ได้ดี

เกณฑ์มาตรฐานของหน้าเศรษฐกิจ: มีการนำเสนอข่าวสารความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจ การเงินการธนาคาร และธุรกิจการค้าที่มีผลกระทบต่อผู้อ่าน มีรายละเอียดข้อมูลเพียงพอที่จะทำให้ผู้อ่านเข้าใจภาพรวมของเหตุการณ์ นำเสนอข้อมูลรอบด้าน มีความถูกต้อง ระบุแหล่งที่มาของข้อมูล มีบทวิเคราะห์สถานการณ์ทางเศรษฐกิจและนโยบายทางเศรษฐกิจที่จำเป็นอย่างเพียงพอ ขยายความศัพท์เฉพาะและนำเสนอด้วยภาษาที่ทำให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่าย

เกณฑ์มาตรฐานหน้ากีฬา: มีการรายงานผลการแข่งขันกีฬาที่อยู่ในความสนใจของผู้อ่านได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว การรายงานผลมีความต่อเนื่องจนถึงสิ้นสุดการแข่งขัน มีการบรรยายรายละเอียดให้เห็นภาพการแข่งขันได้อย่างชัดเจน มีคุณสมบัติด้านภาพข่าวที่ครบถ้วน (เช่น แสดงอิริยาบถสำคัญ สีหน้า อารมณ์ และคำบรรยายภาพ)

เกณฑ์มาตรฐานหน้าบันเทิง: มีการนำเสนอข้อมูลความเคลื่อนไหวของหลากหลายบุคคลในแวดวงบันเทิง ไม่ทำให้ผู้อ่านเข้าใจผู้ตกเป็นข่าวไปในทางเสื่อมเสียชื่อเสียง เป็นข้อมูลที่มาจากการสัมภาษณ์แหล่งข่าวโดยตรง มีคอลัมน์วิจารณ์ผลงานของวงการบันเทิงที่อยู่ในความสนใจของผู้อ่านและมีเหตุผลสนับสนุนอย่างชัดเจน มีภาพบุคคล/ภาพผลงานบันเทิงที่ตรงกับเนื้อหา

เกณฑ์มาตรฐานหน้าการศึกษา: มีรายงานข่าวสารด้านการศึกษาในทุกระดับชั้น รวมทั้งการศึกษานอกระบบ มีสาระช่วยส่งเสริมพัฒนาการเรียนรู้ของคนในสังคม มีข้อมูลเพียงพอในการอธิบายนโยบายหรือเรื่องราวทางการศึกษาให้ผู้อ่านเข้าใจได้ชัดเจน

เกณฑ์มาตรฐานหน้าภูมิภาค: มีรายงานข่าวสารจากทั่วทุกภูมิภาคในประเทศ ครอบคลุมทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม การศึกษา ธุรกิจการค้าในท้องถิ่น มีความถูกต้องและระบุแหล่งข่าวชัดเจน

เกณฑ์มาตรฐานหน้าอาชญากรรม-ตำรวจ: มีรายงานข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์การกระทำผิดทางอาญาที่มีรายละเอียดสำคัญครบถ้วนถูกต้อง นำเสนอข้อมูลของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องตรงตามข้อเท็จจริง ไม่มีข้อมูลที่เป็นการละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของบุคคลในข่าว มีการปกปิดชื่อ-สกุลจริงของผู้เสียหาย โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน ภาพประกอบต้องสื่อความหมายถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้ดี แสดงสีหน้าอารมณ์ของบุคคลในข่าวได้ดี แต่ต้องเคารพศักดิ์ศรีของผู้เสียหายเป็นภาพที่ไม่อวดตา และไม่ขัดต่อศีลธรรมของผู้อ่าน

เกณฑ์มาตรฐานหน้าสตรี-สังคม: มีการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมทางสังคม ความเคลื่อนไหวของสตรีในประเด็นที่หลากหลาย และเรื่องราวของบุคคลที่เป็นที่รู้จักหรือมีแง่มุมที่น่าสนใจ มีการนำเสนอข้อมูลที่สะท้อนภาพด้านดีของบุคคล นำเสนอด้วยภาษาที่เป็นกันเองกับผู้อ่าน

3.1.2 จริยธรรมและศีลธรรมของเนื้อหา

จากการประมวลทัศนะของนักหนังสือพิมพ์ระดับบรรณาธิการ พบข้อสรุปที่สอดคล้องกับผลการวิจัยต่าง ๆ เกี่ยวกับจริยธรรมของหนังสือพิมพ์ นั่นคือ หนังสือพิมพ์ยังมีความบกพร่องในเรื่องของจริยธรรม ทั้งจริยธรรมเชิงวิชาชีพและจริยธรรมเชิงสังคม ทั้งนี้ปัญหาของจริยธรรมและศีลธรรมที่พบมากที่สุด จนสามารถนำมาเป็นดัชนีชี้วัดมาตรฐานของเนื้อหาสาระทางจริยธรรมและศีลธรรมของหนังสือพิมพ์ได้ก็คือ

- การหมิ่นประมาทและละเมิดสิทธิส่วนบุคคล
- การละเมิดสิทธิมนุษยชนและการตอกย้าอคติต่อคนกลุ่มน้อย
- การนำเสนอข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง หรือไม่ใช่ข้อเท็จจริง

ตัวอย่างต่อไปนี้เป็นทัศนะที่นักหนังสือพิมพ์ด้วยกันวิพากษ์และตรวจสอบกันเอง

ประสงค์ เลิศรัตนวิสุทธิ์ บรรณาธิการบริหาร หนังสือพิมพ์มติชน กล่าวว่า “หนังสือพิมพ์ถูกวิพากษ์วิจารณ์ในเรื่องการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลโดยเฉพาะสิทธิของเด็กกับผู้ด้อยโอกาส เรื่องที่สองที่ถูกวิจารณ์คือ ความเที่ยงตรง แม่นยำ เมื่อมีข้อผิดพลาดทำการแก้ไขหรือไม่”

เกษม อัมมาลัย บรรณาธิการอาวุโส หนังสือพิมพ์สยามรัฐ “ความน่าเชื่อถือของหนังสือพิมพ์เป็นปัญหา ถ้าหนังสือพิมพ์ยังคงไม่รักษามาตรฐานของความรับผิดชอบที่สูงพอ ต่อไปคงลำบาก หนังสือพิมพ์ยังมีปัญหาเรื่องสิทธิมนุษยชน สิทธิส่วนบุคคล เกือบทุกฉบับละเมิดหมด”

จักรกฤษณ์ เพิ่มพูน บรรณาธิการข่าว หนังสือพิมพ์คมชัดลึก “มาตรฐานที่สี่ของหนังสือพิมพ์อยู่ที่คน ถ้ามีคนหนังสือพิมพ์ที่มีจริยธรรมและเข้าใจจริง ๆ ว่าจริยธรรมมีความสำคัญต่อวิชาชีพอย่างไรก็สามารถตอบโภจภัยได้หมด ปัจจัยบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดของการทำงานหนังสือพิมพ์เพราะเป็นสินค้าที่ขายความเชื่อถือ”

สมหมาย ปาริจัตต์ บรรณาธิการอาวุโส หนังสือพิมพ์มติชน “น้ำหนักของมาตรฐานหนังสือพิมพ์อยู่ที่คุณภาพของคน คนต้องมีทักษะในการทำงาน มีสำนึกในวิชาชีพ สำนึกทางจรรยาบรรณ จริยธรรม”

จากตัวอย่างทัศนะข้างต้นชี้ให้เห็นว่า การส่งเสริมจริยธรรมและศีลธรรมของเนื้อหามีส่วนสัมพันธ์อย่างอึงกับการส่งเสริมจริยธรรมทางวิชาชีพของนักหนังสือพิมพ์ รวมทั้งศีลธรรมทางสังคม และจิตสำนึกด้านสิทธิมนุษยชน ซึ่งจากการประมวลความเห็นของบรรณาธิการเกือบทุกฉบับต้องการให้มีการฝึกฝนอบรมและพัฒนาบุคลากรหนังสือพิมพ์ด้านจริยธรรมอย่างเข้มข้น อย่างไรก็ตาม มีข้อน่าสังเกตว่าประเด็นของการอบรมจริยธรรมเชิงสังคม เช่น การลดอคติทางเพศ อคติทางชนชั้น และอคติต่อกลุ่มคนอื่น ๆ อันถือเป็นการสร้างจิตสำนึกและจริยธรรมเชิงสังคมนั้นกลับ

ไม่ได้รับการเสนอหรือส่งเสริมให้มีการพัฒนาแต่อย่างใด จึงอาจเป็นไปได้ว่านักหนังสือพิมพ์มักเชื่อถือในกลไกของจริยธรรมเชิงวิชาชีพว่าจะสามารถสร้างเสริมเนื้อหาที่มีศีลธรรมได้ โดยไม่ได้พิจารณาว่าจริยธรรมเชิงสังคมนั้นก็เป็นเรื่องที่ต้องได้รับการแก้ไขเปลี่ยนแปลงเช่นกัน และการเปลี่ยนแปลงนี้ไม่สามารถกระทำผ่านระดับของการพัฒนาวิชาชีพได้ แต่ต้องอาศัยการเปลี่ยนแปลงองค์ความรู้และจิตสำนึกที่มีต่อเรื่องหรือกลุ่มคนนั้น ๆ ด้วย

เนื้อหาสาระด้านเด็กและเยาวชน: จากงานวิจัยเกี่ยวกับการนำเสนอข่าวเด็กและ เยาวชน ในหนังสือพิมพ์ซึ่งมีผู้ศึกษาเป็นจำนวนมากเมื่อเปรียบเทียบกับการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อด้านอื่น ๆ นั้น สรุปภาพรวมได้ว่าประมาณ 2 ใน 3 ของข่าวเด็กและเยาวชนที่นำเสนอในหน้าแรกของหนังสือพิมพ์เป็นข่าวด้านร้าย คือ ข่าวเกี่ยวกับความเสื่อมเสียและความโหดร้ายรุนแรงที่เกิดแก่เยาวชน เช่น การถูกทารุณกรรม ถูกล่วงละเมิดทางเพศ ถูกฆาตกรรม ฆ่าตัวตาย หรือถูกทอดทิ้ง ในขณะที่ปัญหาแรงงานเด็ก และการถูกเอารัดเอาเปรียบจากสังคมกลับไม่ได้ถูกนำเสนอในข่าวหน้าหนึ่งมากนัก ส่วนข่าวการค้าประเวณีเด็ก และปัญหาเสพติดนั้น พบว่ามีการนำเสนอเป็นพินในช่วงระยะเวลาหนึ่ง แล้วหายไป และจะกลับมาเสนอเป็นข่าวใหญ่ใหม่หากมีกรณีการจับกุมเกิดขึ้น สำหรับข่าวเด็กและเยาวชนด้านดีนั้น พบว่ามีการนำเสนอเพียงแค่ 1 ใน 3 ของเนื้อหาเรื่องนี้ซึ่งส่วนใหญ่ปรากฏในหน้าการศึกษาและเยาวชน ข่าวด้านดีได้แก่ข่าวเกี่ยวกับกิจกรรมสร้างสรรค์ของเยาวชน ผลงานความสำเร็จของเยาวชน ทักษะของเยาวชนต่อสังคม เป็นต้น (ธนาบุช เหมือนศิริ, 2539; สุทธิวรรณ ตัญญูพงศ์ปรีชญ์, 2540; พรรณราย พิทักษ์พงศ์, 2540; อัมพร เสงี่ยมวิบูล, 2542; อุไร สิงห์ไพบูลย์พร, 2542)

นอกจากลักษณะของข่าวแล้ว พบว่าองค์ประกอบของข่าวเด็กและเยาวชนที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์มีองค์ประกอบด้านอารมณ์เป็นหลัก เพื่อให้ผู้อ่านสะเทือนใจกับเหตุการณ์ เนื่องจากหนังสือพิมพ์เห็นว่าเด็กเป็นวัยที่ไร้เดียงสาและควรได้รับการปกป้องคุ้มครองจากผู้ใหญ่ในสังคม จุดขายของหนังสือพิมพ์จึงอยู่ที่การหยิบยกความน่าสงสาร ความทุกข์ทรมาน สภาพความเลวร้ายที่เด็กได้รับมานำเสนอ การเน้นให้เกิดความสนใจยังสะท้อนจากการใช้ภาษาและภาพที่เกี่ยวกับเด็กและเยาวชนซึ่งพบว่ามีการใช้คำที่ระบุถึงสถานภาพและอายุของเด็กโดยตรง และการใช้คำบรรยายที่สะเทือนใจ เช่น เด็กน้อยอายุ 5 ขวบ เด็กทารกน้อยวัยบริสุทธิ์ที่ต้องลืมหามาคูโลกเสียงเครื่อง เป็นต้น นอกจากนี้งานวิจัยที่รวบรวมมาศึกษาข้างสรุปตรงกันอีกว่า การนำเสนอข่าวเด็กมักนำเสนอในมิติของข่าวอาชญากรรม ให้นักข่าวสายอาชญากรรมเป็นผู้นำเสนอ จึงเน้นมุมมองของความโหดร้ายอารมณ์เป็นพิเศษ

จากผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้ปกครองและเด็กต่อการนำเสนอข่าวและภาพข่าว ความรุนแรงในหนังสือพิมพ์ จัดทำโดยคณะทำงานด้านเด็ก เมื่อวันที่ 11 มิถุนายน 2546 พบว่า ร้อยละ 55 ของพ่อแม่เห็นว่าข่าวและภาพข่าวมีความรุนแรงมากและถี่เกินกว่าจะยอมรับได้ ในขณะที่

ร้อยละ 44 ของเด็กกลับเห็นว่าเป็นเรื่องธรรมดา ในแง่ของการส่งผลกระทบต่อเด็กนั้น ร้อยละ 40 ของพ่อแม่เห็นว่าจะทำให้เด็กมีพฤติกรรมที่ก้าวร้าวรุนแรงขึ้น ในขณะที่ร้อยละ 41 ของเด็กตอบว่า จะทำให้เด็กเกิดความหวาดกลัววิตกกังวลและมองโลกในแง่ร้าย สำหรับสิ่งที่ทั้งพ่อแม่และเด็ก ต้องการเรียกร้องกับสื่อ นั้น ทั้งสองฝ่ายต่างเห็นตรงกันว่า (ร้อยละ 44 และร้อยละ 46 ตามลำดับ) อยากให้มีเกณฑ์และกระบวนการควบคุมนำเสนอข่าวและภาพข่าวให้เหมาะสมและมี บทลงโทษ สื่อในกรณีที่ไม่ปฏิบัติตามกติกา จากข้อมูลการสำรวจนี้ มีข้อสังเกตว่าทั้งพ่อแม่และเด็กต่างรับรู้ ปัญหาและความรุนแรงของผลกระทบจากสื่อ แต่เด็กมีแนวโน้มที่จะนิ่งเฉยกับเรื่องนี้มากกว่า อัน อาจเป็นเพราะความเคยชินกับการบริโภคเนื้อหาความรุนแรง และการขาดความ มั่นใจในการ วิพากษ์วิจารณ์สื่อ ซึ่งประเด็นดังกล่าวนี้เป็นสิ่งที่สะท้อนว่าเนื้อหาสาระของสื่อมีส่วนทำให้เด็ก และเยาวชนเกิดความเคยชินและยอมรับรูปแบบของความรุนแรงได้ง่ายขึ้น

เนื่องจากข่าวเด็กและเยาวชนถูกนำเสนอในแง่มุมของอาชญากรรม โอกาสที่หนังสือพิมพ์ จะละเมิดสิทธิเด็กและเยาวชนที่เป็นข่าวจึงปรากฏสูงมาก จากงานวิจัยที่ศึกษาในปีต่าง ๆ กัน แต่พบว่ารูปแบบการละเมิดสิทธิเด็กและเยาวชนของหนังสือพิมพ์ไม่ค่อยแตกต่างกันมากนัก เช่น นำเสนอ ภาพข่าวเด็กและเยาวชนที่ถูกล่วงละเมิด โดยมีเพียงแถบคาดดำที่ตา หรือสวมถุงผ้าอำพรางหน้าไว้ หรือใช้ชื่อสมมติของเด็กแต่ละรายละเอียดข้อเท็จจริงของผู้ปกครอง ข้อสรุปเหล่านี้ได้สะท้อนให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์ยังขาดความระมัดระวังในการนำเสนอเรื่องของเด็กและเยาวชนที่เป็นข่าวในเชิง ความรุนแรง การนำเสนอเนื้อหาในแง่มุมของความรุนแรงที่เด็กและเยาวชนถูกกระทำแบบซ้ำ ๆ โดยมีการนำเสนอทางเลือกหรือข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญฝ่ายต่าง ๆ อย่างจำกัดนั้น เป็นผลให้เด็ก และเยาวชนอาจเกิดการรับรู้ที่ทางเลือกหรือทางออกของปัญหาที่ตนเผชิญอยู่นั้นมีเพียงแต่การตอบ โต้ด้วยความรุนแรงเท่านั้น ทำให้เกิดพฤติกรรมความรุนแรงที่กระจายหรือขยายออกไปมากขึ้น

นอกจากนี้การนำเสนอข่าวปัญหาพฤติกรรมวัยรุ่น ซึ่งปรากฏมากในช่วงที่รัฐบาลเร่งรัด นโยบายการจัดระเบียบสังคม (พ.ศ. 2545-46) พบว่าหนังสือพิมพ์นำเสนอข่าวเรื่องนี้อย่างมาก แต่ เน้นไปที่รายละเอียดและรูปแบบพฤติกรรม จนสามารถประพฤติตามได้ เช่น การนำเสนอข่าวการ ตรวจจับสถานบันเทิงต่าง ๆ การนำเสนอข่าวขาดความเป็นกลาง และเน้นที่พาดหัวข่าวซึ่งสร้างความ สนใจและมีลักษณะของการตัดสินหรือการใส่อคติที่มีต่อกลุ่มเด็กวัยรุ่น (สุรรัตน์ ทองอินทร์, 2545)

แนวโน้มของการเสนอเนื้อหาสาระด้านเด็กและเยาวชนในหนังสือพิมพ์ในแง่ของปริมาณ จะมีเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ เพราะปัญหาที่เกี่ยวกับเด็กและเยาวชนเริ่มซับซ้อนและรุนแรงขึ้น เปลี่ยนรูปแบบ และลักษณะของปัญหาอยู่ตลอดเวลา แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าปรากฏการณ์ของเด็กและเยาวชน เหล่านี้มักถูกนำเสนอในฐานะที่เป็น “ปัญหา” ของสังคมเพียงแง่มุมเดียว ไม่ค่อยได้มีการวิเคราะห์ ถึงโครงสร้างปัญหาทั้งหมด และมีลักษณะของการสร้างเหตุและผลของปัญหาแบบชั้นเดียว เช่น การอธิบายว่าเด็กวัยรุ่นใจแตกเพราะวัฒนธรรมตะวันตก เป็นต้น ดังนั้น หากพิจารณาในแง่ของการ

นำเสนอเนื้อหาประเด็นเด็กและเยาวชนในเชิงคุณภาพแล้ว พบว่าการสร้างความหมายและ ภาพตัวแทนของเด็กและเยาวชนในหนังสือพิมพ์ยังคงวนเวียนอยู่กับรูปแบบเดิม ๆ เป็นการนำเอาความหมายเดิมที่สังคมรับรู้มาผลิตซ้ำต่อไปเรื่อย ๆ ทำให้เรื่องของเด็กและเยาวชนที่ถูกนำเสนอเป็นข่าวค่อนข้างมีแง่มุมที่จำกัด

เนื้อหาสาระด้านเพศและความรุนแรง: การนำเสนอเรื่องเพศในหนังสือพิมพ์เป็นมิติที่มีการผลิตซ้ำอคติทางเพศมากที่สุด และพบว่ามี การเปลี่ยนแปลงน้อยที่สุดด้วย เรื่องเพศในหนังสือพิมพ์มักปรากฏใน 3 ลักษณะหลัก ๆ คือ 1) เรื่องเพศที่เป็นข่าวหน้าหนึ่ง มักเป็นเรื่องของความรุนแรง ความผิดปกติทางเพศ เช่น การข่มขืน 2) เรื่องเพศที่อยู่ในหน้าบันเทิง มักเป็นเรื่องของการชู้ชبيبเกี่ยวกับพฤติกรรมทางเพศของดารา คนมีชื่อเสียง และการนำเอาภาพกึ่งเปลือย-เปลือยของนางแบบมานำเสนอพร้อมคำบรรยายที่สร้างอารมณ์ให้แก่ผู้อ่าน 3) เรื่องเพศที่อยู่ในหน้าสตรี-สังคม มักเป็นเรื่องของสตรีระวางาม การโฆษณาผลิตภัณฑ์และสถานเสริมความงามต่าง ๆ (สุวรรณฉัตร, 2536; พัชรา รุ่งสุข, 2544; มนทกานต์ เชื่อมชิต; 2545)

จากงานวิจัยเรื่อง “เพศและการสื่อสารในสังคมไทย” (วิลาสินี พิพิธกุล, 2546) ศึกษาวาทกรรมของเรื่องเพศในข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์ไทยช่วงปี พ.ศ. 2540 – 2545 พบว่าหนังสือพิมพ์สร้างวาทกรรมของความหมายเรื่องเพศออกเป็น 3 กลุ่มความหมายหลัก คือ

- วาทกรรมเรื่องเพศกับความรุนแรง ซึ่งมีการใช้ภาษาที่ตอกย้ำมายาคติในเรื่องเพศอยู่ตลอดเวลา เช่น ผู้หญิงถูกข่มขืนเพราะอยู่ในที่เปลี่ยว แต่งกายยั่ววน หรือเสนอข่าวว่าผู้หญิงเป็น “เหยื่อ” เพราะความโง่เขลา ในขณะที่ผู้ชายซึ่งกระทำความรุนแรงมักถูกนำเสนอว่าเป็นผู้ป่วยโรคจิต ทำให้การเปลี่ยนแปลงค่านิยมของสังคมในเรื่องความรุนแรงทางเพศเกิดขึ้นได้ยาก เพราะการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ไม่ได้นำไปสู่การสร้างจิตสำนึกใหม่ให้แก่สังคมในเรื่องของการเคารพกันระหว่างเพศ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างเพศ เป็นต้น

- วาทกรรมเรื่องเพศสตรีระวางาม มีการนำเสนอประเด็นที่ให้ความสำคัญกับขนาดของอวัยวะเพศ ทำให้เห็นว่าสังคมเกิดความแตกตื่นและดีใจอย่างยิ่งที่มีการเผยแพร่สูตรยาใหม่ ๆ นำเสนอข่าวการประกวดความงามที่เน้นแต่เรื่องของผู้เข้าประกวดของผู้เข้าประกวด รวมทั้งข่าวการเสริมความงามหรือลดน้ำหนัก ซึ่งรายงานแต่เพียงความผิดพลาดที่เกิดขึ้น แต่ไม่ค่อยได้มีการวิเคราะห์ถึงรากเหง้าของความเชื่อและค่านิยมของความงามทั้งหลาย

- วาทกรรมเรื่องเพศในความหมายแบบเดิม เป็นการนำเสนอที่มีนัยของการตัดสินว่าบุคคลในข่าวเป็นกลุ่มที่ผิดปกติ เบี่ยงเบนจากบรรทัดฐานของสังคม เช่น ข่าวเกี่ยวกับกลุ่มเพศที่สาม วิจารณ์กับเรื่องเพศ การตั้งท้องเมื่อไม่พร้อม เป็นต้น เมื่อการนำเสนออยู่ภายใต้กรอบของการตัดสินผิด/ถูก จึงมีการใช้ภาษา การอธิบาย การเลือกแหล่งข่าวที่สัมพันธ์ การนำเสนอภาพ และ

อื่น ๆ ที่ไปตอกย้ำการตัดสินดังกล่าว ทำให้สังคมเกิดการรับรู้ภาพตัวตนของคนเหล่านี้ว่าเป็น “คนอื่น” (the Other) เสมอ และมองว่าเป็นตัวก่อปัญหาทำลายศีลธรรม

จากการแบ่งกลุ่มเนื้อหาสาระเรื่องเพศในหนังสือพิมพ์และจากตัวอย่างของงานวิจัยข้างต้น จะเห็นได้ว่า มิติของเรื่องเพศอีกมากมายที่หายไปจากพื้นที่หนังสือพิมพ์ เช่น เพศในแง่มุมของ สถานภาพทางเพศระหว่างหญิง-ชาย การก่อให้เกิดความเข้าใจเรื่องเพศในมิติของวัฒนธรรม-สังคม เพศศึกษา เพศกับสุขภาพ และแม้แต่จริยธรรมทางเพศ ดังนั้น เรื่องเพศจึงถูกทำให้เกิดความเข้าใจ แบบสองขั้วความหมายตลอดเวลา คือเพศเป็นเรื่องที่ไม่ควรพูดถึง เป็นเรื่องที่สกปรก เป็นเรื่องของ ความผิดปกติทางจิต กับเพศเป็นเรื่องของกามารมณ์ เพศเชิงสังวาส ภาพเปลือย และวัตถุทางเพศ ทำให้สาระต่าง ๆ ของเรื่องเพศซึ่งควรจะเป็นองค์ความรู้หนึ่งในวิถีชีวิตของผู้คนกลับกลายเป็นเรื่อง ของความคลุมเครือ ความไม่รู้ และการปกปิดอยู่ตลอดไป ซึ่งมีส่วนอย่างยิ่งที่ทำให้สังคมไทยขาด วุฒิภาวะและจริยธรรมในเรื่องเพศ นอกจากนี้ ยังอาจกล่าวได้ว่าการนำเสนอเนื้อหาสาระเรื่องเพศ ด้วยวาทกรรมแบบเก่า ๆ เหล่านี้ สะท้อนให้เห็นถึงจิตสำนึกในเรื่องเพศและความเข้าใจเรื่องเพศใน มิติวัฒนธรรม-สังคมในองค์กรสื่อว่ายังมีความอ่อนแออยู่อย่างมาก

การประกอบสร้างความจริงและการตัดสินผู้ตกเป็นข่าว: กระบวนการทำงานของกอง บรรณาธิการที่ต้องมีการคัดสรรประเด็นข่าวและเลือกเฉพาะบางส่วนนำเสนอ นั้น ได้ทำให้การนำ สื่อนเนื้อหาสาระของหนังสือพิมพ์ (รวมทั้งสื่อทุกประเภท) เป็นการประกอบสร้างความจริง นั่นคือ ไม่ใช่ความจริงทั้งหมด ซึ่งกระบวนการดังกล่าวนี้เองที่ทำให้หนังสือพิมพ์มักตัดสินผู้ตกเป็นข่าว ตามมุมมอง ประสบการณ์ส่วนตัวของผู้สื่อข่าวและกองบรรณาธิการ และตามข้อมูลที่มีอยู่ ทำให้ เกิดความผิดพลาด เสื่อมเสียแก่ผู้ที่ถูกตัดสิน รวมทั้งก่อให้เกิดภาพติดยึด (stereotype) ที่มีต่อบุคคล หรือแม้แต่กลุ่มบุคคลที่มีลักษณะแบบเดียวกัน เช่น การนำเสนอข่าวความรุนแรงของกลุ่มมุสลิม ภาคใต้ที่มีการสอดแทรกการตัดสินผ่านการใช้ภาษา ลีลาของการเล่าเรื่อง ทำให้คนในสังคมไทยมัก มีความเข้าใจที่ผิด ๆ เกี่ยวกับชาวมุสลิม เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีตัวอย่างอีกมากมายที่หนังสือพิมพ์สามารถทำให้ใครเป็นวีรบุรุษขึ้นมาได้ใน พริบตา และในเวลาไม่นานก็สามารถทำให้เป็นผู้ร้ายได้ด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นกรณีของสมพงษ์ เลือดทหาร คนขับแท็กซี่ที่สร้างเรื่องของพลเมืองดี , ทองใบ อามะเหิยะ คนขับสามล้อที่ถูกกล่าวหา ในคดีข่มขืนนักท่องเที่ยวต่างชาติ หรือแม้แต่ผู้หญิงและเด็กที่ตกเป็นข่าวถูกล่วงละเมิดทางเพศ ซึ่ง มักถูกรายงานในลักษณะที่เน้นย้ำความเสียหายทางเพศ รวมทั้งข่าวของบุคคลในสังคมต่าง ๆ เช่น ดารา นักการเมือง นักบวช ฯลฯ ซึ่งปรากฏเป็นข่าวในลักษณะของการถูกละเมิดสิทธิส่วนบุคคล การตัดสินว่ามีพฤติกรรมที่ผิด โดยยังไม่มีการสอบสวนที่ชัดเจน

งานวิจัยจำนวนหนึ่งที่ศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินผู้ตกเป็นข่าว ชี้ให้เห็นว่าความผิดพลาดของ หนังสือพิมพ์มักเกิดขึ้นจากเงื่อนไขหลายประการ เช่น การเลือกใช้ชื่อกำกับประกอบของคุณค่าข่าวเป็น

หลักมากเกินไป (เช่น องค์ประกอบเรื่องเพศ เรื่องความมีชื่อเสียง) การเลือกใช้แหล่งข่าวผิดหรือไม่ มีความน่าเชื่อถือ ขาดการตรวจสอบข้อมูล ขาดความรู้ความเข้าใจที่ลึกพอในเรื่องนั้น ๆ ขาดการส่ง สวมคลังความรู้ในระดับลึก ขาดความรู้เรื่องกฎหมาย ขาดความตระหนักถึงการเคารพสิทธิส่วนบุคคล การทำข่าวด้วยความเคขชิน อคติส่วนตัวของนักข่าว รวมไปถึงจนถึงนโยบายขององค์กร และ ปัจจัยทางธุรกิจ เป็นที่น่าสังเกตว่าข่าวที่ส่วนใหญ่ที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้ตกเป็นข่าวนั้น หนังสือพิมพ์มักมีท่าทีที่พยายามเลี่ยงความรับผิดชอบ หรือยอมรับแบบไม่เต็มใจ เช่น นำเสนอ ประกาศขอภัยความผิดพลาดในล้อมกรอบที่เล็กมาก หรือรอให้เหตุการณ์ผ่านไปก่อนสักพักหนึ่ง แล้วค่อยนำเสนอคำชี้แจง ซึ่งคนในสังคมหมดความสนใจในเรื่องนี้ไปแล้ว รวมทั้งมีหลายกรณีที่ หนังสือพิมพ์ไม่แสดงความรับผิดชอบ แต่กลับเสนอข่าวตอบโต้ผู้โต้แย้ง และยืนยันในข้อเท็จจริงเดิม จนกระทั่งคนอ่านหมดความสนใจแล้ว หนังสือพิมพ์ก็จะเลิกเสนอข่าวนั้น โดยที่ข้อเท็จจริงและความผิดพลาดไม่ได้ถูกแก้ไขแต่อย่างใด (เบญจวรรณ นรสิงห์, 2539; อภิชาติ สักดิเศรษฐ์, 2542; มยุริน ผ่องผุดพันธ์, 2544; รัตนา ประยูรรักรัย, 2545)

จากการสัมภาษณ์บรรณาธิการของหนังสือพิมพ์และการประมวลข้อเสนอแนะของ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ที่นำเสนอในวิทยานิพนธ์หลายเล่มนั้น สามารถนำมาสรุปเปรียบเทียบให้เห็นหลักเกณฑ์ที่หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับใช้เพื่อควบคุมคุณภาพเนื้อหาสาระไม่ให้มีการละเมิดจริย ธรรมศีลธรรม รวมทั้งก่อให้เกิดการผลิตซ้ำอคติแก่กลุ่มคนต่างๆ ดังนี้

ตารางที่ 3.1.2 เปรียบเทียบหลักเกณฑ์ของการควบคุมคุณภาพเนื้อหาสาระภายใต้กรอบคิด เจริญจริยธรรมและศีลธรรม

หนังสือพิมพ์	หลักเกณฑ์
ไทยรัฐ	ข่าว: คำนึงถึงความถูกต้องตามกฎหมาย ระมัดระวังเรื่องการหมิ่นประมาท และอาศัย วิจารณ์ของหัวหน้าข่าวซึ่งมีประสบการณ์ ข่าวที่สะท้อนปัญหาความเสื่อมทางศีล ธรรมของสังคมจะได้รับการนำเสนอเป็นพิเศษ ภาพข่าว: ไม่เสนอภาพลามกอนาจาร หวาดเสียว ขัดต่อศีลธรรม ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล และภาพที่อาจก่อให้เกิดปัญหาทางกฎหมาย
เดลินิวส์	ข่าว: ให้ความระมัดระวังในเรื่องหมิ่นประมาทบุคคล หมิ่นสถาบัน และหมิ่นศาสนา ถ้ามี การร้องเรียนจะรีบพิจารณาและยอมรับผิดทันที มีมาตรการลงโทษนักข่าวที่ละเมิดจริย ธรรม เช่น ไล่ออก เนื่องจากเจ้าของหนังสือพิมพ์เป็นผู้พิมพ์ ผู้โฆษณาเอง จึงเป็นหลัก ประกันว่าจะใช้วิจารณ์ในการนำเสนอมาก ภาพข่าว: ไม่นำเสนอภาพลามกอนาจาร และภาพที่หมิ่นประมาทสิทธิส่วนบุคคล
มติชน	ข่าว: ระมัดระวังไม่ให้เกิดผลกระทบ หรือการดูถูกเหยียดหยามต่อกลุ่มที่มีความแตกต่าง หลากหลายในสังคมทั้งในแง่ของภาษาและประเด็นการนำเสนอ เปิดโอกาสให้นักวิชาการ

	<p>นักเคลื่อนไหว และประชาชนนำเสนอความคิดเห็นผ่านบทความต่าง ๆ ได้ ทำให้มีทัศนคติที่หลากหลายครอบคลุมกลุ่มคนในสังคม เน้นการตรวจสอบแหล่งข่าวว่าต้องยืนยันได้ มาตรฐานและจริยธรรมวิชาชีพต้องมาก่อนมาตรฐานขององค์กร</p> <p>ภาพข่าว: ไม่เสนอภาพลามกอนาจาร อุจาด หวาดเสียว ภาพที่เด็ก-ผู้หญิงถูกล่วงเกินทางเพศ และภาพที่ไม่มีประโยชน์ต่อผู้อ่าน</p>
คมชัดลึก	<p>ข่าว: ใช้หลักปฏิบัติภายใต้กรอบจริยธรรม 10 ประการของเครือเนชั่น เช่น กำหนดว่าไม่ก่อให้เกิดอคติทางเพศ ทางเชื้อชาติ ชนชั้นในข่าว ใช้วิจารณ์ญาณและสามัญสำนึกประกอบ หากส่งผลกระทบต่อผู้อ่านไม่ว่าด้านจิตใจหรือพฤติกรรมเลียนแบบ จะไม่นำเสนอ</p> <p>ภาพข่าว: ไม่นำเสนอภาพที่สะท้อนรสนิยมไม่ดีของสังคม ภาพที่เสื่อมเสียศีลธรรม และภาพลามกอนาจาร</p>
ข่าวสด	<p>ข่าว: เน้นการตรวจสอบข้อมูลความถูกต้อง ระวังระวังเรื่องการละเมิดสิทธิและละเมิดกฎหมาย ใช้วิจารณ์ญาณของการประชุมข่าวช่วยตัดสินใจ</p> <p>ภาพข่าว: ไม่นำเสนอภาพข่าวที่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ที่ตกเป็นข่าวหรือเกี่ยวข้องกับเรื่องนั้น ๆ</p>
โพสต์ทูเดย์	<p>ข่าว: มีระบบไว้ชัดเจนในนโยบายของหนังสือพิมพ์ ละเว้นหรือหลีกเลี่ยงการนำเสนอที่แสดงการเหยียดหยามหรือก่อให้เกิดอคติต่อกลุ่มคนต่าง ๆ ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม เคารพสิทธิที่เท่าเทียมกันระหว่างเพศโดยรักษาสมดุลของเนื้อหาที่ผู้อ่านทั้งชายและหญิงสามารถอ่านได้ มีขั้นตอนการตรวจสอบและลงโทษนักข่าวที่ละเมิดจรรยาบรรณ</p> <p>ภาพข่าว: ไม่นำเสนอภาพลามกอนาจาร ภาพที่เสื่อมเสียศีลธรรม และภาพที่ไร้รสนิยมอันดี</p>
บางกอกโพสต์	<p>ข่าว: มีนโยบายขององค์กรที่กำหนดเรื่องหลักการนำเสนอข่าวไว้ชัดเจน ให้ความสำคัญกับเรื่องของการเคารพความแตกต่างทางเชื้อชาติ ชนชั้น และเพศสภาพ มีกองบรรณาธิการ Outlook ที่รับผิดชอบนำเสนอเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของคนกลุ่มต่าง ๆ รวมทั้งการสร้างความเข้าใจของสังคมที่มีต่อความแตกต่างหลากหลาย</p> <p>ภาพข่าว: ไม่นำเสนอภาพข่าวลามกอนาจาร อุจาดตาและไร้รสนิยม ภาพที่แสดงอคติต่อผู้ที่ตกเป็นข่าว</p>
เดอะ เนชั่น	<p>ข่าว: มีนโยบายการนำเสนอข่าวที่สั่งสมและถ่ายทอดกันมาทุกรุ่น เน้นมากในเรื่องการป้องกันการสร้างอคติทางเพศ ทางชนชั้น และเชื้อชาติต่อคนกลุ่มต่าง ๆ ในกรณีของผู้ตกเป็นข่าวกระทำความผิด จะระมัดระวังการนำเสนอ ไม่ตัดสินว่าเป็นผู้ผิดจนกระทั่งมีผลการตัดสินจากศาล มีระบบการกลั่นกรองภายในกองบรรณาธิการ และมีหัวหน้าข่าวผู้หญิงหลายคนที่มีบทบาทช่วยตัดสินใจควบคุมการนำเสนอข่าวที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงและเด็ก</p> <p>ภาพข่าว: ไม่นำเสนอภาพที่สะท้อนรสนิยมไม่ดี ภาพลามกอนาจาร และภาพที่ ผู้หญิง-เด็กถูกล่วงเกินทางเพศ</p>

จากการเปรียบเทียบดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์มีลักษณะที่แตกต่างและคล้ายคลึงกันในบางประเด็น หนังสือพิมพ์ที่เน้นข่าวเร้าอารมณ์มักใช้ลักษณะที่ด้านกฎหมายเพื่อป้องกันการหมิ่นประมาท อันเป็นการป้องกันตัวหนังสือพิมพ์เองไม่ให้ถูกฟ้องร้อง ในขณะที่หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ และหนังสือพิมพ์ที่มีกลุ่มผู้อ่านเฉพาะมักกำหนดนโยบายขององค์กรในเรื่องของการระมัดระวังการสร้างอคติต่อคนกลุ่มต่าง ๆ ไว้อย่างชัดเจน แสดงให้เห็นถึงความละเอียดอ่อนและการให้ความสำคัญกับจริยธรรมเชิงสังคม-วัฒนธรรมประกอบกันไปด้วย อย่างไรก็ตาม เป็นไปได้ว่าด้วยเงื่อนใจของกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ประเภทนี้ที่ประกอบด้วยชาวต่างชาติและผู้ที่มีสถานะทางสังคม (เช่น เป็นนักคิด นักวิชาการ นักเคลื่อนไหวทางสังคม ผู้บริหาร) ทำให้หนังสือพิมพ์ต้องเพิ่มความระมัดระวังในการนำเสนอและคำนึงถึงผลกระทบต่อคนเฉพาะกลุ่มมากเป็นพิเศษ

3.1.3 การนำเสนอเนื้อหาสาระเพื่อส่งเสริมประชาสังคม

เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วหนังสือพิมพ์สามารถแสดงบทบาทของกลไกขับเคลื่อนประชาสังคมได้ในระดับหนึ่งโดยเป็นการแสดงผ่านการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร เพื่อแจ้งให้ประชาชนทราบหรือเพื่อเป็นการเปิดประเด็นสาธารณะต่าง ๆ ที่ประชาสังคมควรจะออกมาแสดงบทบาทในเรื่องนั้น ๆ การนำเสนอข้อมูลข่าวสารดังกล่าวนี้เป็นการแสดงบทบาทควบคู่ไปกับการตรวจสอบโครงการต่าง ๆ ของรัฐและกลุ่มธุรกิจแทนภาคประชาสังคมด้วย จากการสังเคราะห์งานวิจัยและบทวิเคราะห์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับข่าวประชาสังคมพบว่า เนื้อหาสาระด้านนี้มักถูกนำเสนอในรูปแบบของรายงานข่าวมากที่สุด เฉลี่ย 2 ใน 3 ของเนื้อหาสาระด้านประชาสังคมทั้งหมดในหนังสือพิมพ์ รองลงมาคือ บทความ บทรายงาน สารคดี และบทบรรณาธิการ จะเห็นได้ว่าทำให้สัดส่วนของข่าวมากนั้น ทำให้ผู้บริโภคข่าวสารส่วนใหญ่มีสภาพเป็นเพียงผู้รับรู้หรืออ่านข่าวสารนั้น มากกว่าจะถูกกระตุ้นให้เป็นผู้มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนพลังของประชาสังคม ภาคประชาสังคมของไทยจึงยังมีลักษณะที่นิ่งมากกว่าจะเคลื่อนไหว

ข่าวสารที่จัดว่ามีเนื้อหาสาระเพื่อประชาสังคมและพบว่ามีนำเสนอในหนังสือพิมพ์ได้แก่

- ข่าวสารสิ่งแวดล้อม
- ข่าวสารการเกษตร
- ข่าวสารสุขภาพ
- ข่าวสารการศึกษา
- ข่าวสารชุมชน ท้องถิ่น

- ข่าวการเมืองและเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อสังคม
- ข่าวการสำรวจความคิดเห็นของประชาชน ฯลฯ

สำหรับข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อม การเกษตร สุขภาพ และการศึกษานั้น การสังเคราะห์จากงานวิจัยและวิทยานิพนธ์จำนวนหนึ่งพบว่า เป็นข่าวสารที่ให้ข้อมูลได้ไม่ครบถ้วน เช่น ขาดคำอธิบายรายละเอียดทางวิชาการที่จำเป็น เสนอข้อมูลจากแหล่งข่าวด้านเดียวหรือไม่ครบทุกด้าน ทำให้ข่าวสารเหล่านี้สามารถมีผลต่อการสร้างความหวุ่นวิตก ความเข้าใจผิด และความตื่นกลัวในสังคมได้ นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอที่เน้นนโยบายของรัฐหรือหน่วยงาน นำเสนอภายใต้กรอบแนวคิดแบบรัฐ เสนอเพราะอยู่ภายใต้แผนการปฏิรูป ฯลฯ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าเนื้อหาสาระเหล่านี้ยังไม่สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อของประชาสังคมได้อย่างแท้จริง ตัวอย่างเช่นการวิเคราะห์เนื้อหาหน้าเกษตรของหนังสือพิมพ์แนวประชานิยม (คุชฎี นัยวัฒน์กุล, 2542) พบว่าพื้นที่การนำเสนอขยายน้อยเกินไป จึงไม่สามารถให้ข้อมูลด้านเทคนิคความรู้ซึ่งจำเป็นสำหรับเกษตรกรได้อย่างดีพอ และหากมีข่าวต่อจากหน้าอื่นจะทำให้เนื้อหาของหน้าเกษตรถูกลดหรือแม้แต่ยุบพื้นที่ไปชั่วคราว การนำเสนอจึงขาดความสม่ำเสมอ ขาดการแสดงจุดยืนหรืออัตลักษณ์ของหน้าเกษตร นอกจากนี้แหล่งข้อมูลข่าวสารของหน้าเกษตรยังมาจากหน่วยงานราชการเป็นส่วนมาก โดยเป็นหน่วยงานจากส่วนกลางมากกว่าส่วนภูมิภาค

อีกตัวอย่างหนึ่งคือการวิเคราะห์วาทกรรมกรณีอุบัติเหตุรังสีโคบอลต์ 60 (อ้อยทิพย์ สอดแสง, 2545) ซึ่งพบว่าหนังสือพิมพ์มีมุมมองต่อเรื่องนี้แตกต่างไปจากเดิม นั่นคือก่อนเกิดอุบัติเหตุ หนังสือพิมพ์สร้างวาทกรรมด้านบวกให้กับรังสีโคบอลต์ในฐานะสิ่งที่เป็นประโยชน์ทางการแพทย์ อุตสาหกรรม แต่เมื่อเกิดอุบัติเหตุขึ้น สื่อได้สร้างวาทกรรมด้านลบ เน้นที่โทษและความร้ายแรง โดยมีประชาชนที่ได้รับผลกระทบ คือกลุ่มชาเล้งที่ไปเก็บชิ้นส่วนเป็น “ผู้เคราะห์ร้าย” ในขณะที่ช่วงแรกข่าวคนกลุ่มนี้ถูกเรียกว่าเป็น “หวัชโมย” และเมื่อกลุ่มผู้ได้รับพิษเจ็บป่วยและเสียชีวิตก็จะถูกเรียกว่า “ผีโคบอลต์” ทำให้เหตุการณ์นี้สร้างความหวาดวิตกและเรื่อารมณ์ผู้อ่านมากกว่าจะสร้างความตระหนักในการควบคุมตรวจสอบสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างของการศึกษาเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นของการปรับปรุงคุณภาพเนื้อหาสาระในฐานะที่เป็นกลไกสำคัญที่ทำให้การเคลื่อนไหวของประชาสังคมเข้มแข็งขึ้น

สำหรับข่าวสารเกี่ยวกับชุมชน ท้องถิ่น และสถาบันทางสังคมอื่น ๆ ที่สัมพันธ์กับประชาสังคมนั้น พบว่าเน้นหนักการเสนอข่าวมากกว่ารูปแบบอื่น ๆ ทำให้เรื่องของชุมชนหรือประชาสังคมเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับความเคลื่อนไหวมากกว่าการให้สาระความคิดและสร้างจิตสำนึก เช่น ข่าวต่อต้านการสร้างสะพานข้ามแยกสนามบินที่จังหวัดเชียงใหม่ ข่าวการเมืองท้องถิ่น ข่าวปัญหาราคาพืชผลการเกษตร ลักษณะการนำเสนอเช่นนี้ไม่ต่างจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นซึ่งพบว่าเนื้อหาสาระมีส่วนกระตุ้นจิตสำนึกของคนในชุมชนน้อย เนื่องจากข่าวสารที่นำเสนอเป็นเรื่องของความเคลื่อนไหว

ไหวในระดับหน่วยงานราชการมากกว่าจากภาคประชาชน (ชลพันธ์ อุปกิจ, 2545) อย่างไรก็ตาม ถึงแม้หนังสือพิมพ์ทั้งในส่วนกลางและท้องถิ่นจะมีการนำเสนอเรื่องการเคลื่อนไหวของกลุ่มประชาชนที่เคลื่อนไหว เช่น ข่าวการประชุมเรียกร้องของกลุ่มเกษตรกรภาคอีสาน (กรรณิการ์ กิจติเวชกุล, 2541) แต่การนำเสนอจะเน้นให้เกิดความสนใจผู้ที่เคลื่อนไหว หรือความขัดแย้งจากฝ่ายรัฐบาลกับประชาชนมากกว่า ส่วนการนำเสนอสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในเรื่องต่าง ๆ มานำเสนอในหนังสือพิมพ์ที่เรียกว่าข่าวโพลนั้น พบว่าเป็นเพียงการหยิบยกตัวเลขมาประกอบ เหตุการณ์มากกว่าที่จะให้น้ำหนักกับเสียงของประชาชน

นอกจากหนังสือพิมพ์แล้ว มีสำนักข่าวประชาธรรมซึ่งนำเสนอข้อมูลข่าวสารจากภาคประชาสังคม โดยเน้นพื้นที่ชนบทซึ่งไม่ค่อยเป็นข่าวในสื่อมวลชน และสนับสนุนให้นักพัฒนาขององค์กรพัฒนาเอกชนเป็นผู้สื่อข่าวเนื่องจากสัมผัสกับประชาชนในพื้นที่อย่างจริงจัง สำนักข่าวประชาธรรมซึ่งมีสำนักงานอยู่ที่จังหวัดเชียงใหม่ผลิตข่าวทั้งในรูปแบบของข่าวออนไลน์ และหนังสือพิมพ์ข่าวชุมชน ให้บริการแก่สมาชิกซึ่งเป็นสื่อมวลชนในลักษณะของการขายข่าว อย่างไรก็ตาม มีสื่อมวลชนเพียงเล็กน้อยเท่านั้นที่เป็นสมาชิกของสำนักข่าวประชาธรรมเนื่องจากมีความเห็นว่าสำนักข่าวภูมิภาคประจำอยู่ในท้องถิ่นนั้น ๆ อยู่แล้ว

จึงสรุปได้ว่าหนังสือพิมพ์ยังไม่ได้ใช้ศักยภาพของตนในฐานะกลไกของการเสริมสร้างประชาสังคมเท่าที่ควร รูปแบบที่เห็นชัดคือหนังสือพิมพ์ยังไม่ได้เปิดพื้นที่ให้เป็นเวทีสาธารณะของประชาสังคมได้มากเพียงพอ และเนื้อหาสาระที่จะนำไปสู่การสร้างจิตสำนึกและปัญญาของสังคมนั้นก็ยังไม่ได้รับการพัฒนาเชิงคุณภาพมากนัก

อย่างไรก็ตาม หนังสือพิมพ์บางฉบับมีหลักเกณฑ์เพื่อการพิจารณาและปฏิบัติในเรื่องของการให้หลักประกันเรื่องโอกาสในการเข้าถึงสื่อและการส่งเสียงของตนเองในหนังสือพิมพ์ สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 3.1.3 เปรียบเทียบหลักเกณฑ์เรื่องการให้โอกาสในการเข้าถึงสื่อของภาคประชาสังคม

หนังสือพิมพ์	หลักเกณฑ์
เดลินิวส์	ให้ความสำคัญกับเรื่องคุณภาพชีวิต โดยเฉพาะเรื่องของแรงงาน สำหรับการเคลื่อนไหวเรียกร้องของกลุ่มประชาชนต่าง ๆ จะพิจารณาตามหลักคุณค่าข่าว และความน่าสนใจ โดยระมัดระวังว่าไม่ตกเป็นเครื่องมือของฝ่ายใด
มติชน	ยึดถือปรัชญาว่าสื่อเป็นเวทีสาธารณะ จึงเปิดโอกาสให้มีการรับเรื่องราวที่ หลากหลายจากประชาชน แต่ต้องมีการตรวจสอบว่าเรื่องรื้อเรียนนั้นเป็นจริง
คมชัดลึก	เป็นหนังสือพิมพ์ที่มีบุคลิกว่าเป็นปากเสียงให้กับประชาชน ข่าวหน้า 1 เป็นข่าวจากประชาชนถึง 70% เป็นสื่อกลางในการตอบจดหมายร้องทุกข์และประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้แก้ไขเรื่องที่ร้องเรียนมา โดยดูว่าต้องเป็นเรื่องของสาธารณะ ส่งผลกระทบต่อส่วนรวม และไม่ละเมิดบุคคลที่สาม
โพสต์ทูเดย์	เป็นนโยบายของหนังสือพิมพ์ว่าทุกกลุ่มคน ทุกเสียงในสังคมสามารถแสดงความคิดเห็นมาถึงกองบรรณาธิการได้ แต่จะมีการคัดกรองว่าถูกต้องหรือไม่ เป็นเสียงของกลุ่มนั้นจริงหรือเปล่า เน้นสนับสนุนการเติบโตของกลุ่มองค์กรภาคประชาสังคมในการมีส่วนร่วมในสังคมประชาธิปไตย
บางกอกโพสต์	เน้นการหาข้อมูลเชิงลึกกับกลุ่มประชาสังคม มี section Outlook ที่ให้พื้นที่และเสียงแก่คนทุกกลุ่ม เปิดให้ประชาชนได้มีช่องทางเข้าถึงด้วยการส่งจดหมายแสดงความคิดเห็นและรับข้อมูลจากสำนักข่าวประชาธรรม ซึ่งเป็นสำนักข่าวที่เสนอเรื่องจากภาคประชาชน
เดอะ เนชั่น	เปิดโอกาสให้ทุกกลุ่มใช้พื้นที่ของหนังสือพิมพ์เป็นเวทีแสดงความคิดเห็นผ่านคอลัมน์ และจดหมาย สนับสนุนให้นักข่าวหาข่าวในพื้นที่และใกล้ชิดกับภาคประชาสังคมจริง ๆ

3.1.4 เกณฑ์การควบคุมเนื้อหา¹⁵

ในหัวข้อนี้จะวิเคราะห์เฉพาะข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์บรรณาธิการหนังสือพิมพ์บางฉบับ และจากวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสะท้อนให้เห็นหลักเกณฑ์ของการควบคุมคุณภาพเนื้อหาที่หนังสือพิมพ์ถือปฏิบัติ นอกเหนือไปจากกลไกการควบคุมตรวจสอบผ่านสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ และผ่านการควบคุมของรัฐ

¹⁵ รายละเอียดของการวิเคราะห์ให้ดูในงานวิจัยเรื่องการกำกับดูแลเนื้อหาสื่อ ของดร. พิรงรอง งามสุต ธรรมะนันท์ และศศิธร ชูโกศล ในงานวิจัยโครงการเดียวกันนี้

หลักค่านิยมประการหนึ่งในกลุ่มวิชาชีพหนังสือพิมพ์คือ ผู้ที่มีคุณวุฒิและประสบการณ์มากกว่ามักมีระดับการตัดสินใจเพื่อรักษามาตรฐานของวิชาชีพสูงกว่าผู้ที่มีประสบการณ์หรือตำแหน่งงานในกองบรรณาธิการต่ำกว่า ในที่นี้ยังรวมไปถึงแนวโน้มของการตัดสินใจเชิงจริยธรรมด้วย (วิโรจน์ ศรีหิรัญ, 2541; เสาวลักษณ์ สุขสมัย, 2543) แสดงให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์มีการยอมรับรูปแบบของการควบคุมคุณภาพที่ผ่านวิจรณ์ญาณของผู้ที่มีประสบการณ์ในวิชาชีพมากกว่า เช่น ผู้ที่อยู่ในตำแหน่งบรรณาธิการ หัวหน้าข่าว หนังสือพิมพ์บางฉบับ เช่น ไทยรัฐ กำหนดให้หัวหน้าข่าวประจำวันมีบทบาทหลัก ในขณะที่หนังสือพิมพ์อื่น ๆ เช่น มติชน ข่าวสด คมชัดลึก ฯลฯ ใช้รูปแบบของการประชุมกองบรรณาธิการทุกวันเพื่อพิจารณาตัดสินข่าวและตรวจสอบคุณภาพของเนื้อหา (ศศิญา วิจิตจามรี, 2545) ทั้งนี้บรรณาธิการหรือหัวหน้าข่าวส่วนมากใช้นโยบายหนังสือพิมพ์และสิทธิในการรับรู้ของประชาชนเป็นหลักควบคุมคุณภาพเนื้อหาพร้อมกันไปด้วย แนวทางปฏิบัติที่หนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ใช้เหมือนกันคือ การตรวจสอบข้อเท็จจริงและความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวก่อนการนำเสนอ เปิดโอกาสให้ความคิดเห็นของทั้งสองฝ่ายได้นำเสนออย่างใกล้ชิดเคียงกัน และหากมีการนำเสนอข้อมูลผิดพลาด จะแก้ไขโดยทันทีและเปิดเผย รวมทั้งระมัดระวังตรวจสอบไม่ให้นักข่าวเขียนข่าวใส่ความคิดเห็นของตนลงไปในช่วง สำหรับแนวทางอื่น ๆ ที่ใช้เป็นเกณฑ์เพื่อพิจารณาควบคุมคุณภาพของเนื้อหานั้น สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 3.1.4 เปรียบเทียบเกณฑ์ของหนังสือพิมพ์ที่ใช้ควบคุมคุณภาพเนื้อหา

หนังสือพิมพ์	หลักเกณฑ์
ไทยรัฐ	ประชุมข่าววันละ 2 ครั้งและให้วินิจฉัยอยู่ที่หัวหน้าข่าวประจำวัน ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและระมัดระวังการหมิ่นประมาทหรือผิดกฎหมาย พิจารณาความสนใจของผู้อ่านประกอบ
เดลินิวส์	ประชุมข่าววันละ 2 ครั้ง ใช้เกณฑ์ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว ความถูกต้องของข้อมูล และความเป็นกลางเป็นหลัก ถือว่าทุกฝ่ายที่เป็นข่าวมีสิทธิชี้แจงข้อมูล และคำนึงถึงประโยชน์ของผู้อ่านที่จะได้จากข่าวนั้นเป็นหลัก
มติชน	ประชุมข่าวอย่างน้อยวันละ 2 ครั้ง ช่วงเช้าหัวหน้าข่าวทุกโต๊ะจะนำประเด็นจากการอ่านข่าวจากสื่อต่าง ๆ มาพิจารณากำหนดประเด็น และทำเป็นตารางข่าวของวันออกมา เพื่อที่การประชุมรอบเย็นจะได้มีการติดตามและคัดเลือกว่าขึ้นหน้า 1 และมีการแสดงความเห็นเพื่อทบทวนข่าวที่นำเสนอไปแล้ว มีการประชุมของโต๊ะข้างต่าง ๆ อาทิละ 1 ครั้งเพื่อวางแผนงานด้านเนื้อหาสาระ ยึดมาตรฐานทางวิชาชีพสำคัญกว่ามาตรฐานขององค์กร ตรวจสอบแหล่ง ข้อมูลและความน่าเชื่อถือ เสนอข่าวสองด้านและรอบด้าน โดยเฉพาะผู้ที่ได้รับผลกระทบและผู้ถูกกล่าวหา ยอมรับผิดเมื่อมีการนำเสนอข่าวผิดพลาด
ข่าวสด	ประชุมข่าว 2 ครั้ง คำนึงถึงผลกระทบและความเสียหายต่อผู้ตกเป็นข่าวเป็นหลักในการพิจารณาว่าควรนำเสนอหรือไม่
คมชัดลึก	ประชุมข่าว 3 รอบ รอบแรก (10.00 น.) ประชุมกับกองบรรณาธิการในเครื่องเนชั่นทั้งหมดเพื่อหาประเด็นใหญ่ และประชุมแยกในกองบรรณาธิการของคมชัดลึกเพื่อนำประเด็นใหญ่มาพิจารณาต่อ รอบบ่ายมีการประชุมเพื่อกำหนดข่าวหลักของวัน คำนึงถึงข้อเท็จจริง ความเหมาะสม และเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน ข่าวต้องมีหลักฐานและข้อมูลตรวจสอบได้
ไทยโพสต์	ประชุมข่าว 2 ครั้ง คำนึงถึงผลกระทบของข่าวต่อสาธารณชน ข่าวที่จะนำเสนอต้องรู้เบื้องหน้าเบื้องหลังอย่างชัดเจนเสียก่อน
โพสต์ทูเดย์	ประชุมข่าว 2 ครั้ง และใช้หลักจริยธรรมของวิชาชีพที่กำหนดตามนโยบายของบางกอกโพสต์ ข่าวทุกชิ้นต้องมีการตรวจสอบก่อนลงและรักษาความสมดุล ความเป็นกลาง ข่าวจะต้องแสดงออกซึ่งเสรีภาพของนักข่าวแต่อยู่บนฐานของความรับผิดชอบ
บางกอกโพสต์	ประชุมข่าว 2 ครั้ง มีหลักจริยธรรม (code of conduct) ของบางกอกโพสต์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 ซึ่งนักข่าวทุกคนต้องลงนามรับทราบหลักจริยธรรมนี้ เป็นข้อกำหนด 9 ข้อ และเป็นหลักปฏิบัติในการทำข่าว 18 ข้อ เช่น หลักความถูกต้องของข่าว หลักความสมดุล หลักความรับผิดชอบ การไม่รับสินบนจากแหล่งข่าว
เดอะ เนชั่น	ประชุมข่าวเพื่อวางแผนข่าววันต่อวัน และวางแผนข่าวที่คาดการณ์สำหรับวันถัดไปด้วย มีการฝึกอบรมนักข่าวของตัวเองเป็นประจำ เน้นหลักของการนำเสนอความจริง การใช้แหล่งข่าวจากหลาย ๆ แหล่ง เพื่อความละเอียดถี่ถ้วน และการลงขอโทษเมื่อเกิดข้อผิดพลาด

เกณฑ์ดังกล่าวนี้เป็นการควบคุมคุณภาพเนื้อหาผ่านกลไกของการบรรณาธิการเนื้อหา ซึ่งต้องมีการประชุมกองบรรณาธิการ การวินิจฉัยข่าว การตรวจสอบข้อเท็จจริง และหลักการที่ถือกันว่าเป็นมาตรฐานหรือเป็นจริยธรรมทางวิชาชีพ เช่น หลักแห่งความเป็นกลาง หลักความรับผิดชอบ ต่อสังคม เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วพบว่า มาตรฐานทางวิชาชีพที่ถือปฏิบัติกันมาเหล่านี้ (เช่น ความเป็นกลาง) ยังสามารถนำมาใช้เป็นเกณฑ์ควบคุมคุณภาพเนื้อหาได้เสมอ แม้จะมีการปรับเปลี่ยนเพิ่มเติมเงื่อนไขที่แตกต่างกันไปบ้างเท่านั้น นอกจากนี้เกณฑ์ควบคุมคุณภาพเนื้อหาอีกประการหนึ่งคือการสนับสนุนของผู้อ่านหรือสังคม ซึ่งมีการขยายความแตกต่างกันออกไปบ้าง คือหนังสือพิมพ์บางกลุ่มถือเอาความสนใจของผู้อ่านเป็นหลัก ในขณะที่บางกลุ่มถือเอาประโยชน์ที่ผู้อ่านจะได้รับจากข่าวนั้นเป็นหลัก คือถ้าไม่มีประโยชน์ใด ๆ ก็จะไม่นำเสนอ

3.1.5 ความเป็นอิสระจากการแทรกแซงทางการเมืองและธุรกิจ

จากรายงานสรุปรวบรวมเหตุการณ์การแทรกแซงสื่อของสมาคมนักข่าวหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทยในรอบปี 2545 เฉพาะในกรณีที่เกิดกับสื่อหนังสือพิมพ์ สรุปเฉพาะเหตุการณ์หลัก ๆ ได้ดังนี้

- สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (ปปง.) ตรวจสอบข้อมูลทางการเงินของกลุ่มบริษัทเนชั่น มัลติมีเดียกรุ๊ป หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ และหนังสือพิมพ์แนวหน้า โดยอ้างอำนาจตามมาตรา 40 แห่งพรบ.ป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน เหตุการณ์นี้ถือเป็นการใช้กลไกของรัฐคุกคามและแทรกแซงการทำงานของสื่อที่รุนแรงที่สุดในยุคที่ประเทศไทยมีการปกครองในระบอบประชาธิปไตย (วันนักข่าว 5 มีนาคม 2546)
- สันติบาลส่งหนังสือเตือนหนังสือพิมพ์ไทยรัฐและแนวหน้าให้ระมัดระวังการนำเอาข่าวจากนิตยสารต่างประเทศ ซึ่งวิจารณ์รัฐบาล (นายกรัฐมนตรี) มานำเสนอ โดยอ้างอำนาจตามพระราชบัญญัติการพิมพ์ 2484
- การที่รัฐบาลยกเลิกหนี้ ให้กับบริษัทเมเนเจอร์กรุ๊ป ซึ่งเป็นเจ้าของหนังสือพิมพ์ ผู้จัดการ และสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ทำให้มีข้อร้องเรียนว่ามีการแทรกแซงสื่อผ่านเงินอุดหนุนของรัฐ แต่กรณีนี้ทางสภากาหนังสือพิมพ์ฯ ไม่สามารถหาหลักฐานได้ และยังไม่มีการซื้อสรุป
- การคุกคามทางเพศนักข่าวหญิง ของนักการเมืองอาวุโส ในเหตุการณ์ “เหตุเกิดบนชั้น 28” ซึ่งถือเป็นการคุกคามการทำงานของสื่อในรูปแบบหนึ่ง

- การคุกคามด้วยการประทุษร้ายทางร่างกายอื่น ๆ อีกหลายกรณี โดยเฉพาะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

การแทรกแซงสื่ออีกรูปแบบหนึ่งที่ไม่ปรากฏเด่นชัด แต่เป็นการแทรกแซงอย่างแนบเนียน คือ การแทรกแซงผ่านการสนับสนุนทางการเงิน ในรูปแบบของการถือหุ้น เป็นเจ้าของหรือผู้ประกอบการ การให้โฆษณา การซื้อเนื้อที่ประชาสัมพันธ์ในหนังสือพิมพ์ และการมอบสิ่งของตอบแทน ดังที่มีการเรียกปรากฏการณ์เหล่านี้ว่า การแทรกซื้อ และการแทรกซึม เช่น กรณีที่หนังสือพิมพ์ในเครือเนชั่นไม่ได้รับโฆษณาจากกลุ่มชินวัตรซึ่งเป็นกลุ่มทุนรายใหญ่ อันเนื่องมาจากการนำเสนอเนื้อหาวิพากษ์วิจารณ์นายกรัฐมนตรีมากเกินไป ทำให้หนังสือพิมพ์ของเครือเนชั่น เช่น เดอะ เนชั่น กรุงเทพธุรกิจ และคมชัดลึก มีโอกาสที่จำกัดในการแสวงหาช่องทางธุรกิจอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับกลุ่มทุนดังกล่าวนี้

ในการรักษาความเป็นอิสระท่ามกลางภาวะของการแทรกแซงทั้งจากภาครัฐและธุรกิจหนังสือพิมพ์ได้พยายามกำหนดหลักการเพื่อรักษามาตรฐานของคุณภาพเนื้อหา ดังนี้

ตารางที่ 3.1.5 เปรียบเทียบหลักการรักษาอิสระจากการถูกแทรกแซงเพื่อควมามีคุณภาพของเนื้อหา

หนังสือพิมพ์	หลักการ
ไทยรัฐ	ตระหนักในบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบในฐานะเป็นสื่อกลางของการเสนอประเด็นปัญหาต่างๆ ในสังคมต่อประชาชน จึงต้องนำเสนอในสิ่งที่เป็นกลางและเป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่าย เสนอข่าวทั้งสองด้าน ให้โอกาสฝ่ายที่ถูกกล่าวหาได้แก้ตัว สร้างอำนาจต่อรองด้วยการวางตัวเป็นกลางทางการเมืองและใช้อัตราค่าโฆษณาและจำนวนจำหน่ายเพื่อสร้างความเป็นกลางทางธุรกิจ ความรับผิดชอบของการนำเสนอข่าวทั้งหมดขึ้นอยู่กับกองบก.ส่วนกลาง เพื่อหลีกเลี่ยงการแสวงหาประโยชน์ของนักข่าวต่างจังหวัด หรือการข่มขู่จากกลุ่มอิทธิพล
เดลินิวส์	ในระดับกองบรรณาธิการ มีที่ปรึกษากองบก. เป็นฝ่ายตรวจสอบวิจารณ์งานของนักข่าวเพื่อรักษาความเป็นกลาง และอิสรภาพของหนังสือพิมพ์ เป็นการจัดแนวโน้ม/โอกาสของความสัมพันธ์ส่วนตัวระหว่างนักข่าวกับแหล่งข่าว บรรณาธิการเป็นฝ่ายรับฟังคำวิจารณ์และร้องเรียนจากผู้อ่าน โดยตรง เอาผู้อ่านเป็นหลักของคำตอบว่าเงินที่เขาจ่ายค่าหนังสือพิมพ์ไปนั้นคุ้มค่าหรือไม่ การรักษามาตรฐานและความเป็นอิสระจึงขึ้นอยู่กับกรอบการตอบรับด้านการตลาดของผู้อ่าน
มติชน	ให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพด้วยการตรวจสอบข้อเท็จจริงและแหล่งที่มาของข้อมูล ถ้าข่าวใดที่ข้อมูลไม่ชัดเจนหมิ่นเหม่ต่อการถูกฟ้องร้อง จะยังไม่ลงตีพิมพ์ จนกว่าจะตรวจสอบได้ รมักระวังความสัมพันธ์กับแหล่งข่าว มีการประชุมเพื่อวิพากษ์วิจารณ์ตัวเองอยู่เป็นประจำเพื่อรักษาสถานะและอิสรภาพของหนังสือพิมพ์

	มีหลักการจริยธรรมทางวิชาชีพที่ชัดเจน เช่น ไม่รับของแจกหรือของขวัญ หากมีเรื่องการคุกคามนักข่าวจะมีการประทุษร้ายหรือและให้การปกป้องคุ้มครองนักข่าว สร้างเครือข่ายร่วมกับองค์กรภาคประชาชนต่าง ๆ และแก้ปัญหาอย่างทันที่หากมีการเสนอข่าวผิดพลาด
ข่าวสด	รักษาสสมดุลระหว่างความเป็นองค์กรธุรกิจกับสถาบันสาธารณะ ซึ่งเป็นสิ่งที่ไปด้วยกันได้ เพราะธุรกิจสื่อเป็นธุรกิจที่มีหลักจรรยาบรรณของวิชาชีพกำกับ หากสวนทางกับหลักจรรยาบรรณนี้ธุรกิจก็จะไม่โต ความเป็นอิสระอยู่ที่การนำเสนอเนื้อหาซึ่งไม่อยู่ภายใต้การควบคุมของกลุ่มองค์กรใด แต่มีการควบคุมตรวจสอบจากผู้บริหารในกองบรรณาธิการอย่างใกล้ชิด
คมชัดลึก	ภายในองค์กรมีการแบ่งงานกันชัดเจนระหว่างฝ่ายข่าวและฝ่ายการตลาด ซึ่งไม่มีอำนาจหรือสิทธิในการตรวจสอบงานของกันและกัน ทำให้สามารถรักษาความน่าเชื่อถือของเนื้อหาไว้ได้ เน้นการนำเสนอเนื้อหาเชิงลึกและหลากหลายมุมมองทำให้มีการตรวจสอบข้อมูลไปในตัว และป้องกันการครอบงำเนื้อหาได้ในระดับหนึ่ง ข่าวต้องยึดหลักความถูกต้อง ไม่เป็นเครื่องมือของใคร
โพสต์ทูเดย์	มีการปรับปรุงคุณภาพของหนังสือพิมพ์ทุก ๆ 2-3 เดือน เพื่อให้คุณภาพของเนื้อหาเป็นจุดแข่งขันทางการตลาด และเพื่อป้องกันการแทรกแซงทางธุรกิจเนื่องจากมีการทบทวนตรวจสอบคุณภาพและความเป็นกลางของเนื้อหาตลอดเวลา มีการจัดเสวนาแลกเปลี่ยนความคิดกับภาคประชาสังคมต่าง ๆ เพื่อป้องกันการนำเสนอเนื้อหาจากแง่มุมเดียว และป้องกันการแทรกแซงของกลุ่มอำนาจต่าง ๆ
บางกอกโพสต์	ใช้คุณภาพเนื้อหาเป็นตัวแข่งขันกับตลาดของสื่อประเภทอื่น ๆ ด้วย การแข่งขันจะทำให้โอกาสของการแทรกแซงและผูกขาดลดน้อยลง เน้นการนำเสนอเนื้อหาจากหลายแง่มุม และใช้หลักจรรยาบรรณตามนโยบายขององค์กร
เดอะ เนชั่น	มีการแบ่งฝ่ายอย่างชัดเจนระหว่างการตลาด (ผู้ประกอบการ) กับกองบรรณาธิการ ทำให้นักข่าวสามารถนำเสนอเนื้อหาได้อย่างมั่นใจ ไม่มีการกดดันนักข่าวหากข่าวที่นำเสนอมีผลกระทบต่อการลงทุน เพราะนักข่าวจะไม่มีทางรู้ถึงผลกระทบต่าง ๆ ในเชิงของโฆษณา เพื่อไม่ให้นักข่าวเกิดความวิตกและเกรงใจในการนำเสนอข่าวส่วนใหญ่แล้วหากมีปัญหาเกิดขึ้นฝ่ายการตลาดจะหารือกับบรรณาธิการ เท่านั้น ซึ่งส่วนใหญ่บรรณาธิการจะใช้วิจารณญาณและคำนึงว่าคุณภาพเนื้อหาต้องมาก่อน โอกาสทางการตลาด

จากหลักการข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่าความเป็นอิสระของหนังสือพิมพ์ขึ้นอยู่กับแนวทาง 3 ประการคือ

1) การจัดวางโครงสร้างขององค์กร การแบ่งแยกระหว่างฝ่ายธุรกิจการตลาดกับกองบรรณาธิการอย่างชัดเจน การป้องกันไม่ให้นักข่าวในกองบรรณาธิการล่วงรู้ถึงผลกระทบของข่าวต่อการตลาดหรือโฆษณา

2) ขึ้นอยู่กับการควบคุมคุณภาพเนื้อหาด้วยการนำเสนอแง่มุมที่หลากหลาย และมีแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือเพื่อป้องกันการถูกแทรกแซงด้านเนื้อหา และเพื่อเป็นหลักฐานที่พร้อมจะพิสูจน์ได้ หากมีการใช้กลไกของรัฐข่มขู่หนังสือพิมพ์ในเรื่องเนื้อหาที่ผิดพลาด รวมทั้งใช้รูปแบบของการตรวจสอบกันเองภายในกองบรรณาธิการ การทบทวนวิพากษ์วิจารณ์ตัวเอง และการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาสาระอย่างต่อเนื่อง

3) ในแง่ของการถูกคุกคามจากกลุ่มอิทธิพลนั้น หนังสือพิมพ์จะให้การปกป้องนักข่าวหากมีการตรวจสอบข้อเท็จจริงแล้ว และประสานงานกับองค์กรวิชาชีพต่าง ๆ เช่น สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ เพื่อร่วมกันตอบโต้กับการคุกคาม อย่างไรก็ตาม หลักการที่พบว่าหนังสือพิมพ์ยังให้ความสำคัญน้อยๆที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของการรักษาคุณภาพเนื้อหาและจะช่วยให้หนังสือพิมพ์สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีอิสระ ได้แก่การเปิดโอกาสให้สาธารณชนตรวจสอบการทำงานของหนังสือพิมพ์ได้ เพราะการเปิดให้มีเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การส่งเสริมให้สาธารณชนสามารถติชมการนำเสนอเนื้อหาสาระได้อย่างเปิดกว้าง จะช่วยทำให้สาธารณะได้เข้ามาร่วมตรวจสอบสื่อ และเป็นเงื่อนไขที่ทำให้กลุ่มทุนและกลุ่มอำนาจทางรัฐและการเมืองไม่อาจแทรกแซงสื่อได้สะดวกนัก

หัวข้อต่อไปเป็นการนำเสนอสถานภาพของสารสนเทศในสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุกระจายเสียง โดยจะนำเสนอบทสังเคราะห์ของสื่อโทรทัศน์ก่อน และตามด้วยสื่อวิทยุกระจายเสียง

3.2 สารสนเทศในสื่อโทรทัศน์

พัฒนาการของวิทยุและโทรทัศน์ของไทยเริ่มต้นขึ้นในยุครอยต่อทางการเมืองของการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 โดยที่วิทยุเริ่มมีบทบาทก่อนโทรทัศน์ประมาณ 20 ปีแรกของการปกครองโดยคณะราษฎร และเป็นสื่อที่อยู่ภายใต้กลไกการควบคุมของรัฐอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริบทเหล่านี้มีผลต่อการกำหนดเนื้อหาสาระของวิทยุและโทรทัศน์จากอดีตจนถึงปัจจุบัน เพื่อให้การนำเสนอมีความกระชับ จึงจะขอสรุปรวมพัฒนาการของสื่อโทรทัศน์ ดังนี้¹⁶

¹⁶ คุรยละเอียดประวัติและพัฒนาการของวิทยุและโทรทัศน์ไทยใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ, 2545: สื่อสารมวลชนเบื้องต้น, (กรุงเทพ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)

พัฒนาการโทรทัศน์ไทย

ยุคแรกของโทรทัศน์ไทย (พ.ศ. 2495-2500): สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 บางขุนพรหม (พ.ศ. 2498) เป็นสถานีโทรทัศน์แห่งแรกในสมัยรัฐบาลจอมพลป. พิบูลสงคราม เพื่อผลิตเนื้อหาที่เผยแพร่แนวคิดและอิทธิพลทางการเมือง สร้างความนิยมให้แก่รัฐบาล เป็นบริษัทที่อยู่ในความควบคุมของกรมประชาสัมพันธ์และให้มีรายได้จากการโฆษณา มีรายการบันเทิง 50% การศึกษา 20% ข่าว 10-18% และโฆษณา 20-12%

ยุคโทรทัศน์การค้าในอุปถัมภ์เผด็จการทหาร (พ.ศ. 2500-2515): สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก เป็นสถานีแห่งที่สอง (พ.ศ. 2501) รัฐบาลจอมพลสฤษดิ์ ควบคุมการใช้สื่อโทรทัศน์ทั้งสองช่อง ขยายเครือข่ายโทรทัศน์ไปยังภูมิภาค กองทัพบกให้สัมปทานแก่บริษัทเอกชนดำเนินกิจการ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 (พ.ศ. 2510) และบริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด ให้สัมปทานดำเนินกิจการสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 3 (พ.ศ. 2513) แข่งขันกับช่อง 4 ด้วยการมุ่งเน้นรายการบันเทิงกีฬา และตอบปัญหาชิงรางวัล

ยุคโทรทัศน์เอกชนขยายตัวและโทรทัศน์ของรัฐลดถอย (พ.ศ. 2516-2525): โทรทัศน์ช่วงหลัง 14 ตุลาไม่อาจปรับตัวได้ทันกับการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและสังคม หลัง 6 ตุลา 19 คณะปฏิรูปเข้าควบคุมสื่อโทรทัศน์อย่างเข้มงวด ประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 17 กำหนดให้สถานีนำเสนอเนื้อหารายการที่ส่งเสริมให้เกิดการรักษาดี และตรวจรายการที่เกี่ยวกับการเมืองล่วงหน้า ในขณะที่มุ่งแสวงหาประโยชน์ทางธุรกิจด้วยการผลิตรายการละครควบคู่ไปกับการนำเข้าละครชุดจากต่างประเทศ

ยุคโทรทัศน์เฟื่องฟูทางธุรกิจ (พ.ศ. 2526-2534): จัดตั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 (พ.ศ. 2511) ด้วยเงินจากรัฐบาลญี่ปุ่น และองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยให้สัมปทานโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิกแก่ไอบีซี และไทยสกาย (พ.ศ. 2532, 2533) การเติบโตทางเศรษฐกิจทำให้รายได้จากการโฆษณาเพิ่มขึ้น มีการลงทุนด้านเนื้อหาด้วยการนำรายการละครและข่าวสารของต่างประเทศมาเสนอ

ยุคเปิดเสรีอย่างจำกัด (พ.ศ. 2535- ปัจจุบัน): ภายหลังพฤษภา 35 มีกระแสเรียกร้องให้เปิดเสรีวิทยุโทรทัศน์ รัฐบาลประกาศยกเลิกการตรวจเซ็นเซอร์รายการของกบว. ให้แต่ละสถานีตรวจพิจารณาเอง มีรายการสนทนาการเมืองและสารคดีเพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับละครที่เป็นหลักของรายการบันเทิง จัดตั้งสถานีโทรทัศน์ไอทีวี (พ.ศ. 2538) เสนอข่าว สารคดี และสาระประโยชน์ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70 ของเวลาออกอากาศ แต่เมื่อมีการเปลี่ยนผู้ถือหุ้นใหญ่ทำให้เนื้อหาข่าวสารลดความเข้มข้นลงและมีการปรับสัดส่วนเพิ่มเนื้อหาบันเทิงมากขึ้น

จากความเป็นมาของโทรทัศน์ของไทย สะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยสำคัญที่กำหนดเนื้อหาของสาระของสื่อประเภทนี้คือบริบททางการเมืองและเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากโทรทัศน์เป็นสื่อที่เติบโตภายใต้วัฒนธรรมองค์กรแบบอำนาจอุปถัมภ์และการผูกขาดสัมปทานโดยรัฐ ทำให้การกำหนดเนื้อหาของสาระมีลักษณะวนเวียนอยู่กับรูปแบบและกรอบนโยบายเดิม ๆ ซึ่งให้หลักประกันของการลดความเสี่ยงทั้งในเชิงธุรกิจและการรักษาสัญญาสัมปทานกับรัฐ ซึ่งผลที่ปรากฏในเชิงรูปธรรมคือ สัดส่วนของเนื้อหาบันเทิงที่กลายเป็นเนื้อหาหลักของรายการมาทุกยุคทุกสมัย และการตรวจสอบควบคุมเนื้อหาซึ่งยังมุ่งไปที่รายการวิพากษ์วิจารณ์การเมืองเป็นหลัก อันสะท้อนถึงอุดมการณ์ความคิดของรัฐบาลและข้าราชการที่อยู่ในนโยบายการกำกับดูแลเนื้อหาของสถานี โทรทัศน์นั่นเอง

ในการนำเสนอสรุปผลการสำรวจคุณภาพเนื้อหารายการของโทรทัศน์นี้ จะจำแนกออกเป็นประเด็นต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิดของการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ตอนต้น ดังนี้

3.2.1 สาระและความหลากหลายของสารสนเทศของโทรทัศน์

เรื่องของสาระและความหลากหลายของเนื้อหา มีการกำหนดและควบคุมไว้ด้วยกฎระเบียบของกรมประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสัดส่วนเวลาออกอากาศของรายการประเภทต่าง ๆ ต่อวันทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ดังนี้

ประเภทข่าวและความรู้ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 15

ประเภทบันเทิง ไม่เกินร้อยละ 65

ประเภทโฆษณาและบริการธุรกิจ ไม่เกินร้อยละ 20

ทั้งนี้ หากพิจารณาตามสัดส่วนรายการที่สถานีโทรทัศน์ได้แจ้งไว้ในเอกสารสัญญาของสถานี พบการจัดสัดส่วนรายการ ดังนี้

	รายการข่าวสารและสาระ	รายการบันเทิง
สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	ร้อยละ 30	70
สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5	33	67
สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7	33	67
สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	32	68
สถานีโทรทัศน์ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์	100	-
สถานีโทรทัศน์ ไอทีวี	70	30

เมื่อนำผังรายการของสถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 ช่องมาพิจารณาโดยจำแนกออกเป็นประเภทรายการต่าง ๆ อย่างละเอียด สามารถแบ่งสัดส่วนของประเภทรายการ ตามจำนวนเวลาที่ออกอากาศ โดยศึกษาจากผังรายการเดือนกันยายน พ.ศ. 2546 ดังนี้

ตารางที่ 3.2.1.1 ประเภทรายการที่นำเสนอในวันธรรมดาของสถานีโทรทัศน์ทุกช่อง

รายการวันธรรมดา (ร้อยละ)

ประเภทรายการ	TV3	TV5	TV7	TV9	TV11	ITV
รายการข่าว/วิเคราะห์ข่าว 14.00	19.63	18.88	42.09	40.16	28.06	
รายการสาระและความรู้	11.50	18.49	9.92	25.80	53.45	22.03
รายการบันเทิง/ภาพยนตร์ 66.20	59.63	57.67	22.21	4.88	41.43	
รายการกีฬา	8.30	0.42	8.36	3.71	1.51	4.15
อื่นๆ (โฆษณาโดยตรง)	0	1.83	5.17	6.19	0	4.70

ตารางที่ 3.2.1.2 ประเภทรายการที่นำเสนอในวันหยุดของสถานีโทรทัศน์ทุกช่อง

รายการวันหยุด (ร้อยละ)

ประเภทรายการ	TV3	TV5	TV7	TV9	TV11	ITV
รายการข่าว/วิเคราะห์ข่าว 2.60	8.04	13.75	7.65	30.87	13.13	
รายการสาระและความรู้	26.70	36.26	20.86	22.40	50.95	29.72
รายการบันเทิง/ภาพยนตร์ 61.60	46.09	46.50	55.74	4.30	41.53	
รายการกีฬา	8.30	6.52	12.89	9.84	13.88	4.92
อื่นๆ (โฆษณาโดยตรง)	0	3.09	6.07	4.37	0	10.70

เมื่อพิจารณาสัดส่วนรายการตามผังรายการประจำเดือนกันยายน พ.ศ. 2546 ข้างต้นนี้ สามารถสรุปเป็นประเด็นหลัก ๆ ตามลักษณะของการเปรียบเทียบได้ ดังนี้

- 1) เปรียบเทียบในมิติของรายการบันเทิงกับสัดส่วนที่ขออนุญาต

จากตารางข้างต้น พบว่ารายการบันเทิงมีสัดส่วนสูงมากในทุกสถานี ยกเว้นสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 สถานีโทรทัศน์ที่มีสัดส่วนของรายการบันเทิงสูงที่สุด คือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 (วันธรรมดา ร้อยละ 66.20 วันหยุดร้อยละ 61.60) รองลงมาคือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 5 สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 ไอทีวี และสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 ตามลำดับ ทั้งนี้ มีข้อน่าสังเกตว่าหากไม่นับรวมรายการกีฬาเข้าไปในสัดส่วนของรายการบันเทิงด้วย จะพบว่าเวลาของการนำเสนอรายการบันเทิงของแต่ละสถานีไม่เกินสัดส่วนที่แต่ละสถานีได้แจ้งไว้ในเอกสารสัญญา ทั้งนี้ยกเว้นไอทีวี ที่มีสัดส่วนของรายการบันเทิงสูงกว่าเกณฑ์ที่แจ้งไว้ถึงร้อยละ 11.43 ในรายการวันธรรมดา และร้อยละ 11.53 ในรายการวันหยุด เป็นผลให้ไอทีวีมีสัดส่วนของรายการข่าวและสาระความรู้ที่เริ่มจะใกล้เคียงกับสัดส่วนของรายการบันเทิงมากขึ้นทุกที นั่นคือ ร้อยละ 50.90 ต่อร้อยละ 45.58 เมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างรายการข่าวและสาระในวันธรรมดากับรายการบันเทิงและกีฬา และร้อยละ 42.85 ต่อร้อยละ 46.45 ในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่ารายการบันเทิงซึ่งหมายถึงรายการประเภทละคร เกมโชว์ วาไรตี้โชว์ ละครชุดจากต่างประเทศ ภาพยนตร์ ภาพยนตร์การ์ตูน และเพลง จะปรากฏว่ามีสัดส่วนที่ไม่เกินจำนวนเวลาที่กำหนดก็ตาม แต่ทั้งนี้เมื่อนับรวมรายการกีฬาเข้าไปด้วยแล้ว พบว่ามีสถานีที่นำเสนอเกินสัดส่วนเวลา คือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 คือนำเสนอร้อยละ 74.50 ในรายการวันธรรมดา และร้อยละ 74.90 ในรายการวันหยุด ซึ่งถือว่าเกินจากสัดส่วนที่กำหนดไว้คือร้อยละ 70 สำหรับสถานีอื่น ๆ นั้นเมื่อรวมรายการกีฬาด้วยแล้ว พบว่ายังอยู่ภายใต้ขอบเขตของสัดส่วนแต่ก็จะใกล้เคียงกับจำนวนที่ขออนุญาตไว้อย่างมาก และบางสถานีก็มีการนำเสนอเกินบ้างเล็กน้อย ตามการจัดเรียงลำดับ ดังนี้

ตารางที่ 3.2.1.3 ลำดับของสถานีโทรทัศน์ที่นำเสนอรายการบันเทิงในวันธรรมดาและวันหยุด

	รายการบันเทิง วันธรรมดา	รายการบันเทิงวันหยุด
อันดับ1) สถานีโทรทัศน์ช่อง 3	ร้อยละ 74.50 (เกิน 4.50)	74.90 (เกิน 4.90)
อันดับ2) สถานีโทรทัศน์ช่อง 7	66.03	67.36 (เกิน 0.36)
อันดับ3) สถานีโทรทัศน์ช่อง 5	60.05	52.61
อันดับ4) สถานีโทรทัศน์ไอทีวี	45.58 (เกิน 15.58)	46.45 (เกิน 16.45)
อันดับ5) สถานีโทรทัศน์ช่อง 9	25.92	65.58
อันดับ6) สถานีโทรทัศน์ช่อง 11	6.39	18.18

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของรายการประเภทต่าง ๆ ในกลุ่มของรายการบันเทิงนั้น พบว่า รายการที่ได้รับการนำเสนอสูงสุดเฉลี่ยของทุกสถานี คือ รายการละคร รองลงมาได้แก่รายการเพลงและมิวสิกวิดีโอ อันดับที่สามคือ รายการเกมโชว์ อันดับทีสี่ คือ รายการทอล์กโชว์ อันดับห้า คือ ภาพยนตร์การ์ตูน อันดับทีหก คือ ละครชุดจากต่างประเทศ และอันดับที่เจ็ด คือ ภาพยนตร์เรื่องยาว (ดูตารางประกอบในภาคผนวก หน้า 161-193)

2) เปรียบเทียบในมิติของรายการข่าวและรายการสาระความรู้

พบว่าจำนวนเวลาของรายการประเภทข่าวและสาระความรู้โดยส่วนใหญ่ นั้น ไม่ต่ำกว่าจำนวนที่กำหนดไว้ในเอกสารสัญญา มากเกินไป ยกเว้นสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ซึ่งมีส่วนต่างอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากได้ถูกแบ่งสัดส่วนของเวลาไปให้กับรายการประเภทบันเทิง นอกจากนี้พบว่า สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 มีแนวโน้มที่จะเพิ่มสัดส่วนเนื้อหาข่าวและสาระมากขึ้น และมากกว่าที่กำหนดไว้ในเอกสารสัญญา

เมื่อพิจารณาในด้านของจำนวนเวลาระหว่างรายการข่าวกับรายการสาระความรู้ นั้น พบว่า รายการข่าวของทุกสถานีมีสัดส่วนเวลาสูงกว่ารายการสาระความรู้ ยกเว้นในวันหยุดสุดสัปดาห์ที่พบว่ารายการสาระความรู้ของสถานีหลายแห่งมีจำนวนสูงกว่า ทั้งนี้ รายการข่าวได้แก่ รายการข่าวหลัก ข่าวสั้นต้นชั่วโมง ซึ่งมีชื่อเรียกแตกต่างกันออกไปตามแต่ละสถานี และรายการสนทนา/วิเคราะห์ข่าว ซึ่งพบว่าเฉลี่ยแล้วแต่ละสถานีนำเสนอรายการข่าวหลักมากกว่ารายการข่าวประเภทอื่น ๆ ส่วนรายการข่าวต้นชั่วโมงนั้น แม้ว่าจะนำเสนอถี่แต่มีจำนวนเวลาที่นำเสนอแต่ละครั้งสั้นประมาณ 5 นาที จึงมีจำนวนเวลารวมต่ำกว่ารายการประเภทอื่น ๆ ในกลุ่มของข่าวสาร

รายการสาระความรู้ ได้แก่ สารคดีความรู้ทั่วไป รายการสิ่งแวดล้อม การเกษตร สุขภาพ ผู้หญิง เด็กและเยาวชน ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และชีวิตคนในสังคม พบว่าสารคดีความรู้ทั่วไปได้รับการนำเสนอมากที่สุด เนื่องจากรายการประเภทนี้มีเนื้อหาที่หลากหลายกว่าประเภทอื่น ๆ เช่น มีทั้งเรื่องของการท่องเที่ยว คริวและแนะนำอาหาร รวมทั้งสาระความรู้เกี่ยวกับชีวิตทั่ว ๆ ไป สำหรับรายการสาระความรู้ที่ได้รับการเสนอรองลงมา คือ รายการเด็กเยาวชนและครอบครัว อันดับสามคือรายการผู้หญิง อันดับสี่คือ รายการความรู้เพื่อสุขภาพ อันดับห้าคือ รายการศาสนา ส่วนรายการสาระประเภทอื่น ๆ นั้นพบว่ามีจำนวนน้อยมาก จึงไม่ได้จัดลำดับนำเสนอในที่นี้ (ดูตารางประกอบในภาคผนวก หน้า 161-193)

3) เปรียบเทียบในมิติของรายการวันธรรมดา กับวันหยุด

รายการที่มีความแตกต่างกันอย่างเด่นชัดในเรื่องของจำนวนเวลาออกอากาศระหว่างวันธรรมดากับวันหยุด คือ รายการข่าว/วิเคราะห์ข่าว สะท้อนให้เห็นว่ารายการข่าว/วิเคราะห์ข่าวไม่ใช่รายการที่เหมาะสมกับวันหยุดหากพิจารณาจากการจัดวางผังดังกล่าว การนำเสนอข้อมูล ต่อไป

นี้แสดงให้เห็นจำนวนของความแตกต่างของรายการข่าวระหว่างวันธรรมดากับวันหยุด จัดเรียงตามลำดับของทุกสถานี ดังนี้

ตารางที่ 3.2.1.4 ลำดับของสถานีโทรทัศน์ที่นำเสนอรายการข่าวในจำนวนที่แตกต่างกันระหว่าง วันธรรมดากับวันหยุด จากมาก-น้อย

	วันธรรมดา	วันหยุด	ค่าความต่าง (ร้อยละ)
อันดับ1) สถานีโทรทัศน์ช่อง 9	42.09	7.65	34.44
อันดับ2) สถานีโทรทัศน์ไอทีวี	28.08	13.13	14.93
อันดับ3) สถานีโทรทัศน์ช่อง 5	19.63	8.04	11.59
อันดับ4) สถานีโทรทัศน์ช่อง 3	14.00	2.60	11.40
อันดับ5) สถานีโทรทัศน์ช่อง 11	40.16	30.87	9.29
อันดับ6) สถานีโทรทัศน์ช่อง 7	18.88	13.75	5.13

สำหรับรายการประเภทอื่น ๆ นั้น ไม่พบว่ามีความแตกต่างกันมากนักระหว่างการนำเสนอในฝั่งของวันธรรมดากับวันหยุด ยกเว้นสัดส่วนรายการบันเทิงช่อง 9 ซึ่งเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 33.53 ในขณะที่รายการประเภทข่าว/วิเคราะห์ลดลง นอกจากนี้ยังพบว่ารายการกีฬาทั้งประเภทถ่ายทอดสด นำเสนอย้อนหลัง หรือให้ข้อเสนอแนะ มีการนำเสนอในวันหยุดเป็นจำนวนมากกว่าวันธรรมดาเล็กน้อย ยกเว้นสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 ซึ่งนำเสนอมากกว่าในอัตราร้อยละ 12.57

4) เปรียบเทียบในมิติของสถานี

สถานีที่ให้น้ำหนักกับสัดส่วนรายการประเภทข่าว/วิเคราะห์ข่าวมากที่สุด คือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 11 (ร้อยละ 40.16 ในวันธรรมดา และร้อยละ 30.87 ในวันหยุด) อันดับรองลงมาคือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 เฉพาะรายการของวันธรรมดา (ร้อยละ 42.09) และสถานีโทรทัศน์ไอทีวี (ร้อยละ 28.06 ในวันธรรมดา และร้อยละ 13.13 ในวันหยุด) ส่วนสถานีที่เหลืออีกสามแห่งนั้นมีจำนวนเฉลี่ยของการนำเสนอใกล้เคียงกันในวันธรรมดา รวมทั้งในวันหยุดที่นำเสนอในสัดส่วนที่น้อยลงอย่างมากด้วย

สำหรับรายการประเภทสาระและความรู้ นั้น พบว่ายังคงเป็นสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 ที่ให้สัดส่วนเวลามากที่สุด รองลงมาคือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 สถานีโทรทัศน์ช่อง 5 สถานีโทรทัศน์ไอทีวี สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในประเภทของรายการสาระความรู้ นั้น พบว่าส่วนใหญ่แล้วแต่ละสถานีนำเสนอรายการไม่ครบทุกประเภท ยกเว้นสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 และช่อง 9 (ซึ่งก็ไม่ครบถ้วนหากพิจารณาแยกตามประเภทของวัน) ดังการ

นำเสนอรายการที่ขาดหายไปในแต่ละสถานี พิจารณาเฉพาะรายการที่ไม่ปรากฏในผังของทั้งวัน
ธรรมดาและวันหยุด ดังนี้

ตารางที่ 3.2.1.5 ประเภทรายการสาระความรู้ที่ไม่ปรากฏในผังรายการของสถานีโทรทัศน์
แต่ละแห่ง

ประเภทของรายการสาระความรู้ที่หายไป

	วันธรรมดา	วันหยุด
สถานีโทรทัศน์ช่อง 3	รายการศาสนา	รายการความรู้สุขภาพ
	รายการเพื่อเกษตรกร	
	รายการศิลปวัฒนธรรม	
	รายการชีวิตจริงของคนในสังคม/คนชายขอบ	
สถานีโทรทัศน์ช่อง 5	รายการศาสนา	รายการสิ่งแวดล้อม
	รายการศิลปวัฒนธรรม	รายการชีวิตคนในสังคม
สถานีโทรทัศน์ช่อง 7	รายการศาสนา	
	รายการสิ่งแวดล้อม	
	รายการศิลปวัฒนธรรม	
	รายการเพื่อเกษตรกร	
	รายการชีวิตจริงของคนในสังคมคนชายขอบ	
สถานีโทรทัศน์ช่อง 9	รายการสิ่งแวดล้อม	รายการความรู้สุขภาพ
		รายการผู้หญิง
		รายการศิลปวัฒนธรรม
		รายการชีวิตคนในสังคม
สถานีโทรทัศน์ช่อง 11		รายการเด็กและเยาวชน
	รายการผู้หญิง	
สถานีโทรทัศน์ไอทีวี	รายการเด็กและเยาวชน	
	รายการศิลปวัฒนธรรม	

สำหรับรายการบันเทิง พบว่าสัดส่วนการนำเสนอของสถานีโทรทัศน์ช่อง 3, 5 และ 7 ไม่
แตกต่างกันมากนัก ทั้งในผังรายการวันธรรมดาและวันหยุด โดยมีสถานีโทรทัศน์ไอทีวีเริ่มขยาย
สัดส่วนในรายการประเภทนี้มากขึ้นตามลำดับ ในขณะที่สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 มีสัดส่วนที่ลดน้อย

ลงในผังรายการวันธรรมดา แต่ยังคงนำเสนอในสัดส่วนที่สูงมากในผังรายการวันหยุด ส่วนสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 นั้นมีสัดส่วนของรายการบันเทิงต่ำที่สุด

รายการอีกประเภทหนึ่งที่ปรากฏในผังรายการด้วยคือ รายการโฆษณาสินค้าแบบขายตรง ซึ่งส่วนใหญ่นำเสนอในช่วงเวลาก่อนเปิดสถานี หรือเสนอเป็นรายการแรกเมื่อเปิดสถานี เช่น รายการควอนตัมเทเลวิชั่น ทางช่อง 7 รายการเรสพอนท์ทีวี ทางช่อง 9 และไอทีวี รายการไคเร็กทูลู ทางช่อง 9 และรายการอินโนเวชั่น ทางช่อง 5 รายการเหล่านี้ไม่ได้นับรวมเข้าไว้ในสัดส่วนของโฆษณา เพราะไม่เช่นนั้น จำนวนเวลาของโฆษณาย่อมจะต้องสูงเกินกว่าที่ควบคุมไว้ คือ ไม่เกินร้อยละ 20 (จำนวนเวลาโฆษณาของทุกสถานียกเว้นสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 เฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 15 และร้อยละ 18 ในวันธรรมดาและวันหยุด ตามลำดับ¹⁷) โดยพบว่าสถานีโทรทัศน์ไอทีวีมีการนำเสนอรายการประเภทนี้ในสัดส่วนรวมสูงที่สุดโดยเสนอมากในรายการวันหยุด(เช่นเดียวกับสัดส่วนโฆษณาค้นรายการที่พบว่าไอทีวีมีสัดส่วนรายการโฆษณาสูงเกินกว่าที่กำหนด คือ ร้อยละ 21 และร้อยละ 27 ในวันธรรมดาและวันหยุดตามลำดับ ซึ่งเป็นสัดส่วนที่เพิ่มสูงขึ้นจากปี พ.ศ. 2544 มากกว่าสองเท่าตัว¹⁸) รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 ช่อง 9 และช่อง 5 ตามลำดับ ทั้งนี้พบว่า สถานีโทรทัศน์ที่ไม่มีรายการโฆษณาสินค้าขายตรงได้แก่ สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 และช่อง 11

เมื่อพิจารณาสัดส่วนของรายการในช่วงเวลาหลัก (prime time) พบว่า ประเภทของ รายการกระจุกตัวอยู่ที่รายการบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ คือการนำเสนอละคร เกมโชว์ และวาไรตี้โชว์ โดยมีรายการข่าวภาคค่ำเป็นองค์ประกอบสำคัญอยู่ด้วย บางสถานีนำเสนอข่าวสั้นหลังจบละครเพื่อเป็นการคั่นเวลา ก่อนเข้าสู่รายการใหม่ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเกมโชว์ ในขณะที่รายการซึ่งนำเสนอไว้ใน ช่วงเวลาอื่น ๆ ที่มีผู้ชมน้อย มักได้แก่รายการประเภทสาระและความรู้ เช่น รายการศาสนา รายการ สิ่งแวดล้อม และมีข้อสังเกตว่ารายการภาคบ่ายของบางสถานี เช่น สถานีโทรทัศน์ช่อง 5 ช่อง 9 และช่อง 7 นิยมเสนอรายการประเภทมิวสิควิดีโอ รวมทั้งรายการกีฬา และละครรีรัน คือนำกลับมาเสนอซ้ำ

จากการรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้บริหารรายการของสถานีโทรทัศน์ และจากข้อมูล การศึกษาในวิทยานิพนธ์หลายเรื่อง สรุปได้ว่าสถานีโทรทัศน์ทุกแห่งมีการจัดสัดส่วนรายการ โดยคำนึงถึงจุดยืนทางการตลาด (market positioning) ที่แสดงบุคลิกของตัวเอง ให้แตกต่างจากช่องอื่น และพัฒนารูปแบบการนำเสนอไปตามแนวทางนั้น สำหรับจุดยืนทางการตลาดของสถานี โทรทัศน์ทั้ง 6 ช่องนั้น สรุปได้ ดังนี้

¹⁷ ดูรายละเอียดจาก ดร.สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ งานวิจัยเรื่อง โครงสร้างตลาดวิทยุ-โทรทัศน์ ในโครงการวิจัยเดียวกันนี้

¹⁸ อ้างแล้ว ดูที่อ้างอิงหมายเลข 2 Croteau, D. & Hoynes W., (2000) อ้างแล้ว

สถานีโทรทัศน์ช่อง 3: เป็นสถานีที่เน้นบันเทิงแบบมีสาระ เน้นการสร้างรายการบันเทิงที่มีความแปลกใหม่และสะท้อนสุนทรียะของการผลิตในระดับที่สูงกว่ารายการบันเทิงของสถานีอื่น แม้แต่รายการประเภทสาระความรู้ก็จะนำเสนอในรูปแบบที่ผสมผสานรายการบันเทิงไว้ด้วย เนื่องจากช่อง 3 สร้างชื่อเสียงมาจากการนำเสนอภาพยนตร์ต่างประเทศ เช่น ภาพยนตร์จีน ฝรั่งเศส จึงขยายมาทำละครที่มีสาระ เพื่อให้สอดคล้องกับรสนิยมและระดับมาตรฐานของละครชุดจากต่างประเทศที่นำเข้ามา

สถานีโทรทัศน์ช่อง 5: เป็นสถานีที่เน้นรายการข่าวและสาระ เนื่องจากเป็นสถานีที่ดำเนินการโดยกองทัพบก จึงมีบุคลิกของความเป็นทางการ และเน้นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความมั่นคงของประเทศชาติ แม้จะมีการแสวงหาผลกำไรเชิงธุรกิจแต่จะต้องสอดคล้องกับแนวคิดที่กองทัพบกกำหนด คือ ดำเนินงานเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน ขณะเดียวกันก็ดำรงภาพลักษณ์ให้กับสถานีที่เป็นกลไกของรัฐ สำหรับบันเทิงมีจุดเด่นอยู่ที่รายการประเภทวาไรตี้ ซึ่งเน้นรูปแบบของการสนทนาและแม็กกาซีน โดยเป็นลักษณะของการขายเวลาให้กับบริษัทผู้ผลิต และมีละครซึ่งมีเนื้อหาของการรักษาชาติเป็นครั้งคราว อันสะท้อนถึงปรัชญาและภาพลักษณ์ของสถานีทหาร

สถานีโทรทัศน์ช่อง 7: เป็นสถานีที่เน้นความบันเทิง โดยเฉพาะละคร ส่วนใหญ่แล้วช่อง 3 และช่อง 7 จะมีการแข่งขันเรื่องละครในช่วง prime time แต่เนื่องจากละครของช่อง 7 มีความเป็น mass มากกว่า จึงมีเรตติ้งสูงกว่า ดูจากช่วงที่มีการแข่งขันฟุตบอลโลก (ปี 2544) ช่อง 7 นำละครดาวพระศุภร์มาฉาย จึงแย่งส่วนแบ่งคนดูไว้ได้ ส่วนละครช่อง 3 ตกลงไปและเสียส่วนแบ่งให้กับช่องเล็ก ๆ อีก 3 ช่องที่ถ่ายทอดฟุตบอล นอกจากละครซึ่งเป็นจุดเด่นที่สุดแล้ว ช่อง 7 ยังสร้างความนิยมในเรื่องของรายการเกมโชว์และวาไรตี้โชว์ สำหรับข่าวของช่อง 7 จะเน้นรูปแบบของข่าวรายวันที่มีความรวดเร็ว ทันเหตุการณ์ และมีความบันเทิงผสมผสานในรูปแบบของการรายงานข่าว

สถานีโทรทัศน์ช่อง 9: เป็นสถานีที่เน้นสาระและความหลากหลายของสาระในรูปแบบของรายการสารคดีและเน้นรายการข่าว ช่อง 9 จึงมีละครเพียงแค่ 2 เรื่องในวันเสาร์และอาทิตย์ พยายามสร้างจุดยืนของสถานีให้เป็นสถานีด้านสาระข่าวสาร และเป็นฐานความรู้ให้แก่ประชาชน รวมทั้งเน้นที่จะเป็นสถานีซึ่งผลิตรายการเองให้มากที่สุด รายการที่สร้างจุดเด่นให้แก่สถานีอย่างยิ่งคือ รายการการ์ตูนของน้ำต้อยซึ่งสามารถจับผู้ชมกลุ่มเด็กไว้ได้มาตลอด ทำให้ช่อง 9 มีบุคลิกของการเป็นสถานีเพื่อเด็กและเยาวชนด้วยในระดับหนึ่ง การปรับผังรายการครั้งใหญ่ที่เริ่มระยะแรกเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2545 ได้ทำให้ช่อง 9 มีชื่อเรียกใหม่ว่า โมเดิร์นไนน์ทีวี ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านรายการ การจัดฉาก ผู้ประกาศข่าว โลโก้ใหม่ และนโยบายด้านการตลาด ด้วยจุดยืนว่าเป็น “ความทันสมัยบนความแตกต่าง”

สถานีโทรทัศน์ช่อง 11: เป็นสถานีของรัฐจึงมุ่งกระจายข่าวสารและสาระสู่ประชาชนเพื่อความเข้าใจระหว่างรัฐกับประชาชน ไม่บริหารสถานีโดยการหารายได้เชิงการค้าเต็มรูปแบบ ไม่มีการลงโฆษณาสินค้าโดยตรง แต่หารายได้จากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ภาพพจน์หรือให้ข้อมูลข่าวสารสร้างสรรค์สังคมจากผู้สนับสนุนรายการ เนื่องจากสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์เน้นการสื่อข่าวสารแนวนโยบาย การทำงานของรัฐบาลและหน่วยราชการ ทำให้ข่าวสารของช่อง 11 มีลักษณะเป็นทางการและขึ้นข้างรัฐบาลมากเกินไป แม้นโยบายของสถานีจะระบุว่าเผยแพร่กิจกรรมทางการเมืองอย่างสร้างสรรค์และเป็นธรรมทั้งนักการเมืองฝ่าย รัฐบาล ฝ่ายค้าน และสมาชิกรัฐสภาทั้งมวลก็ตาม อย่างไรก็ตาม เนื่องจากช่อง 11 ให้ความสำคัญกับการควบคุมเนื้อหาที่ต้องไม่ขัดต่อศีลธรรมและจริยธรรมของสังคมและครอบครัวไทย จึงทำให้ช่อง 11 มีเนื้อหาที่ค่อนข้างปลอดภัยสำหรับเด็กและเยาวชน รวมทั้งมีเนื้อหาที่มาจากส่วนภูมิภาค

สถานีโทรทัศน์ไอทีวี: จุดเด่นคือเป็นสถานีข่าวและสาระ จึงนำเสนอเนื้อหาที่ต้องเน้นการวิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมายเป็นพวกที่มีการศึกษา เป็นนักคิด และเป็นคนรุ่นใหม่ มีการนำเสนอ รายการวิเคราะห์ข่าว และสารคดีซึ่งเป็นจุดเด่นอีกด้านหนึ่งของสถานี ข่าวที่สร้างชื่อให้ไอทีวีคือข่าวอาชญากรรม ข่าวสืบสวนสอบสวน ในลักษณะของการค้นหาความจริง และเข้าไปเปิดเผยสิ่งที่รัฐยังไม่ได้เข้าไปจัดการ อย่างไรก็ตาม การปรับผังครั้งล่าสุดของไอทีวีในเดือนกรกฎาคม 2546 ได้ทำให้จุดยืนของสถานีในฐานะเป็นสถานีข่าวสารเริ่มเปลี่ยนแปลงไปสู่สถานีที่เน้นสาระบันเทิงผ่านรูปแบบของทอล์กโชว์ดี เกมตอบปัญหาชิงรางวัล และละครชุดจากเอเชีย ด้วยการชูแนวคิดของ 'speed & spice' คือการนำเสนอที่รวดเร็วฉับไว และมีความสดใส ทันสมัย เพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายที่มุ่งไปสู่กลุ่มผู้ชมรุ่นใหม่ (modern generation) ซึ่งมีลักษณะของการแสวงหาสิ่งใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา

สำหรับการจัดวางผังรายการในหนึ่งวันนั้น สถานีโทรทัศน์ทุกแห่งใช้วิธีแบ่งช่วงเวลาที่แพร่ภาพออกอากาศเป็น 4 ช่วงเวลา คือช่วงเช้า (Early Fringe) เวลา 05.00-12.00 น. ช่วงภาคบ่าย (Day Time) เวลา 12.00-17.00 น. ช่วงภาคค่ำ (Prime Time) เวลา 17.00-23.30 น. และช่วงภาคดึก (Late Night) เวลา 23.30-05.00 น. โดยมีหลักการว่าในแต่ละช่วงเวลาต้องมีสัดส่วน รายการประเภทข่าว สารประโยชน์ และบันเทิงผสมผสานกัน ส่วนใหญ่แล้วรายการบันเทิงของทุกสถานี (ยกเว้นช่อง 11 ซึ่งไม่มีรายการบันเทิง) จะเริ่มในเวลา 20.30 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาหลังข่าวและอยู่ในช่วง prime time ในขณะที่สถานีโทรทัศน์ไอทีวีจะเริ่มรายการบันเทิงเวลา 22.00 น. ซึ่งช้ากว่าสถานีอื่น โดยก่อนหน้านี้เป็นการนำเสนอรายการสารคดีสรุปข่าวหรือนำเสนอข่าวเจาะ เชิงสารคดี หรือสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท. ที่เริ่มรายการบันเทิงตั้งแต่เวลา 19.35 น. ในลักษณะของการแทรกรายการข่าวด้วยรายการแข่งขันตอบปัญหาคือ เกมทศกัณฐ์ รวมทั้งสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 ที่นำรายการละครมาแทนที่รายการข่าวในช่วงเวลา 19.00 น. และเลื่อนการนำเสนอ รายการข่าว

ออกไปอยู่ที่เวลา 20.00 น. เพื่อตั้งผู้ชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นให้มาดูละครที่ช่อง 5 โดยการปรับผังดังกล่าวนี้ได้เริ่มใช้มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 โดยที่ผู้บริหารของสถานียืนยันว่าเป็นการตัดสินใจที่ถูกต้อง¹⁹

สำหรับการปรับผังรายการโทรทัศน์แต่ละครั้งนั้น เป็นไปตามกระแสความต้องการของผู้ชม ปัจจัยด้านคู่แข่ง และจากตัวแทนบริษัทโฆษณา โดยทั่วไปแล้วสถานีโทรทัศน์จะมีการปรับผังรายการทุก ๆ 3 เดือน เป็นการปรับเล็ก และจะปรับใหญ่ทุกปี ยกเว้นช่อง 11 ซึ่งจะปรับถี่กว่า คือ ทุก ๆ 1 เดือน ไปจนถึง 3-6 เดือน สาเหตุที่ช่อง 11 มีการปรับผังรายการบ่อยเพราะมีรายการถ่ายทอดสดบ่อยและมักมีกำหนดล่วงหน้าแค่ระยะสั้น ๆ บางครั้งก็เป็นการปรับผังวันต่อวัน ทำให้ผังใหญ่ช่วง 1 ปีเป็นเพียงผังรายการกว้าง ๆ เท่านั้น

“ส่วนใหญ่เขาจะปรับผังรายการกันทุก ๆ 3 เดือน เพราะอุปนิสัยของคนไทยเอาแน่ไม่ได้ ละครส่วนใหญ่จึงฉายไม่เกิน 3 เดือน และต้องเอาละครของแต่ละช่องมาชนกันด้วย เพื่อที่จะวางแผนได้ว่าจะเอาละครเรื่องไหนออกฉาย” (พลกร สมสุวรรณ รองผู้จัดการฝ่ายรายการ ช่อง 7)

อย่างไรก็ตาม ในช่วงปี 2546 นี้ สถานีโทรทัศน์ที่มีผลประกอบการอยู่ในระดับรอง เช่น สถานีโทรทัศน์ช่อง 5 ช่อง 9 และไอทีวี ต่างพยายามที่จะปรับผังรายการให้สามารถดึงดูดกลุ่มผู้ชมเป้าหมายได้มากขึ้น จึงมีการเคลื่อนไหวปรับผังรายการอย่างเป็นระยะ ๆ โดยที่ช่อง 9 ได้ปรับผังรายการครั้งล่าสุดเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2546 หลังจากปรับไปแล้วก่อนหน้านี้ในเดือนมิถุนายน ปีเดียวกัน และสถานีโทรทัศน์ไอทีวีได้ปรับผังครั้งล่าสุดเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2546

การปรับผังรายการล่าสุดของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ทำให้มีรายการบันเทิงเพิ่มมากขึ้น จนเกินสัดส่วนที่กำหนดไว้คือรายการบันเทิงไม่เกิน 30% ช่วงเวลาออกอากาศที่มีการปรับผังรายการมากที่สุด คือ ช่วงเวลา 20.30-23.30 น.หรือหลังข่าวภาคค่ำ โดยเปลี่ยนเป็นรายการบันเทิงประเภททอล์กโชว์ ไรตี้ เกมโชว์ ทำให้รายการสารคดีต่าง ๆ ในช่วงนี้หายไป รายการที่ถูกถอดออกจากผังในการปรับครั้งที่สามนี้ ได้แก่ รายการสู้แล้วรวย โลก 360 องศา I-DNA ทอล์กทะเล้น บางกอกอโต้แจม ฮอตบิท วาควาความรู้สัตว์โลก ซึ่งเป็นรายการที่ขายเวลาให้แก่บริษัทผู้ผลิตภายนอก ส่วนรายการที่ไอทีวีผลิตเองและถูกถอดออกจากผังเช่นกัน ได้แก่ รายการโลกสิ่งแวดล้อม ไอทีวีทอล์ก เกษตรลูกทุ่ง ชิมตามอำเภอใจ รวมแล้วมีรายการที่หลุดออกจากผังรายการใหม่ประมาณ 14 รายการ และส่วนใหญ่เป็นรายการที่ผลิตโดยบริษัทผู้ผลิตรายการรายเล็ก สำหรับรายการที่เพิ่มเข้ามาใหม่ในช่วงเวลาหลังข่าวและบางรายการในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ ได้แก่ พลอยล้อมเพชร (จุดเด่นอยู่ที่การเชิญบุคคลที่มีชื่อเสียงมาแสดงความสามารถเฉพาะด้าน) แอน-นัทไม่จำกัด (จุดเด่นอยู่ที่พิธีกรซึ่ง

¹⁹ ดูรายละเอียดเกี่ยวกับการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างเรตติ้งของสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 ได้ใน ไพเราะ เลิศวิราม: เปิดเบื้องลึกบิกทีวีไทย, 2546 สำนักพิมพ์ผู้จัดการ

เป็นคารานักร้องยอดเยี่ยม) ศุภร์สิทธิ์ (จุดเด่นอยู่ที่เขกรับเชิญซึ่งสะท้อนแบบฉบับของคนรุ่นใหม่) ซึ่งเป็นรายการประเภททอล์กโชว์ที่เน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่และพบว่าเป็นรายการที่ผลิตโดยบริษัทผู้ผลิตรายใหญ่ทั้งสิ้น เช่น มีเดีย ออฟ มีเดีย โพลีพลัส และ เอ็กแซ็คท์ เป็นต้น นอกจากนี้มีรายการประเภทสารคดีข่าวที่เพิ่มขึ้นมา เช่น ข่าวร้อนประเด็นดัง ทำผิดอย่าผลอ (เป็นการแกะรอยสืบค้นปัญหาสังคม อาชญากรรมที่นอกเหนือจากกระแสข่าวทั่วไป โดยให้พิธีกรปลอมตัวให้ใกล้เคียงกับสถานการณ์) ซึ่งมีรูปแบบการนำเสนอที่ เร้าอารมณ์และเพิ่มสีสันให้แก่เหตุการณ์ข่าวมากขึ้น

ในส่วน of รายการอื่นๆ ที่มีการปรับเปลี่ยนนั้น พบว่ามีการขยับผังเวลาออกอากาศในหลายรายการ โดยนำเอารายการสารคดีแบบเจาะลึกมานำเสนอเร็วขึ้น เช่น เลื่อนเวลาของรายการย้อนรอย จาก 22.45 น. ของวันศุกร์ มาเป็น 20.33 น. ของวันอังคาร อันเป็นช่วงเวลาเดียวกับละครหลังข่าวของช่องอื่น แสดงให้เห็นว่าไอทีวีพยายามนำรายการข่าวมาแข่งขันกับรายการละครของสถานีคู่แข่ง รายการข่าวและสารคดีที่นำมานั้นก็มักมีลักษณะของการเล่าเรื่องและโครงเรื่องคล้ายละครอยู่ไม่น้อย เลื่อนรายการสายด่วนลูกทุ่ง จาก 15.00 น. เป็น 13.30. อันเป็นเวลาพักผ่อนหลังอาหารเที่ยงของกลุ่มแฟนเพลงลูกทุ่ง รายการของไอทีวีในช่วงเช้าพบว่ามีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของช่วงเวลามากที่สุด และมีรายการที่หายไปจากผังรายการช่วงเช้า คือ มอร์นิ่ง สปอร์ต และรายการชิมไปบ่นไป ซึ่งถูกแทนที่ด้วยรายการเกมนักชิม ทั้งนี้ได้นำผังรายการเปรียบเทียบระหว่างเดือนมิถุนายน กับ เดือนกรกฎาคม 2546 ดังนี้

ตารางที่ 3.2.1.6 เปรียบเทียบผังรายการของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี เดือนมิถุนายน กับ กรกฎาคม 2546 (เฉพาะผังรายการวันอังคารและวันพฤหัสบดี และเฉพาะช่วงเวลาที่มีการปรับเปลี่ยนมาก)

วันอังคาร (มิถุนายน 2546)	วันอังคาร (กรกฎาคม 2546)
05:00 น. เรสพอนซ์ ทีวี (05.00 - 05.30 น.)	05:00 น. เรสพอนซ์ ทีวี (05.00 - 05.30 น.)
05:30 น. วิถีธรรม	05:30 น. วิถีธรรม
06:00 น. สี่แยกข่าว 6 นาฬิกา	06:00 น. ข่าว 6 โมงเช้า
06:25 น. มอร์นิ่ง สपोर्ट	06:45 น. เทคโนโลยี
06:45 น. เทคโนโลยี	07:00 น. สี่แยกข่าวไอทีวี
07:00 น. สี่แยกข่าวไอทีวี	
.....
10:50 น. ซิมไปป่วนไป Episode III	10:30 น. เกมนักซิม
11:00 น. เกาะติดข่าว 11.00 น.(จ.- ศ.)	11:00 น. เกาะติดข่าว
.....
19:53 น. ข่าวภาคค่ำ (จ.-ศ.)	20:10 น. รัฐบาลหุ่น
20:10 น. รัฐบาลหุ่น	20:15 น. ข่าวภาคค่ำ (จ.-ศ.)
20:15 น. ข่าวกีฬา (จ.-ศ)	20:30 น. ไฮเนเก้น กอล์ฟคลินิก
20:36 น. Shin Fun Fair Special	20:33 น. ย้อนรอย
20:38 น. ไฮเนเก้น กอล์ฟคลินิก	21:10 น. อินไซด์ เอนเตอร์เทนเมนท์
20:42 น. อินไซด์ เอนเตอร์เทนเมนท์	21:30 น. ภ.ซีริส ฌูปูน "คลิกรัก นักโฆษณา"
21:02 น. วาอุ วาอุ ผู้ดีทั่วโลก	22:25 น. ข่าวร้อนประเด็นดัง
21:30 น. ภ.ซีริส ฌูปูน "คลิกรัก นักโฆษณา"	22:30 น. พลอยล้อมเพชร
22:26 น. ไอทีวี ซูเปอร์กอล์ฟ	
22:30 น. ข่าว 22.30 น.(จ. - ศ.)	
22:45 น. ทูบโต้ะ	

วันหยุดหัตสบดี (มิถุนายน 2546)	วันหยุดหัตสบดี (กรกฎาคม 2546)
05:00 น. เรสพ็อนซ์ ทีวี (05.00 - 05.30 น.)	05:00 น. เรสพ็อนซ์ ทีวี (05.00 - 05.30 น.)
05:30 น. เจาะโลกผ่านเลนส์	05:30 น. เจาะโลกผ่านเลนส์
06:00 น. สี่แยกข่าว 6 นาฬิกา	06:00 น. ข่าว 6 โมงเช้า
06:25 น. มอร์นิ่ง สปอร์ต	06:30 น. การแสดงผลงานพรรคการเมือง
06:45 น. เทคโนโลยีใกล้	07:00 น. สี่แยกข่าวไอทีวี
07:00 น. สี่แยกข่าวไอทีวี	09:00 น. Health Station
09:00 น. ชั่วโมงนี้เพื่อคนไทย
.....	19:00 น. ข่าวภาคค่ำ (จ.-ศ.)
19:53 น. ข่าวภาคค่ำ (จ.-ศ.)	20:10 น. รัฐบาลหุ่น
20:10 น. รัฐบาลหุ่น	20:15 น. ข่าวภาคค่ำ (จ.-ศ.)
20:15 น. ข่าวกีฬา (จ.-ศ.)	20:30 น. ไฮเนเก้น กอล์ฟคลินิก
20:36 น. Shin Fun Fair Special	20:33 น. จับกระแสโลก
20:38 น. ไฮเนเก้น กอล์ฟคลินิก	21:10 น. อินไซด์ เอนเตอร์เทนเมนท์
20:42 น. อินไซด์ เอนเตอร์เทนเมนท์	21:30 น. ภ.ศิริส ญี่ปุ่น ผมฮีโร่ละครับ
21:02 น. Club X cite	22:25 น. ข่าวร้อนประเด็นดัง
21:30 น. ภ.เกาหลี จับมือไว้แล้วไปสู้ฝัน	22:30 น. แอน-นัท ไม่จำกัด
22:26 น. ไอทีวี กอล์ฟสตูด	
22:30 น. ข่าว 22.30 น.(จ. - ศ.)	

สำหรับสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ทีวี ได้ปรับผังรายการระยะที่สามไปเมื่อเดือน มิถุนายน 2546 โดยเสริมรายการบันเทิงด้านละคร เกมโชว์ โดยมีบริษัทผู้ผลิตรายการขอดนิยม เช่น บริษัทเวิร์คพอยท์ มาดำเนินรายการเกมทศกัณฑ์ ช่วงข่าวภาคค่ำ และมีรายการที่นำเข้ามาจากต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น มีการปรับเน้นรายการประเภทข่าว คือ รายการถึงลูกถึงคน ที่ดำเนินรายการโดยสรยุทธ สุทัศนะจินดา ในช่วงเวลา 23.00-24.00 น. ซึ่งสามารถวัดความนิยมของผู้ชมได้จากการร่วมแสดงความรู้สึกต่อประเด็นที่รายการนำเสนอผ่านทางข้อความในอินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือ และพัฒนารายการกีฬาด้วยการถ่ายทอดสดรายการกีฬาดัง ๆ ร่วมกับบริษัท ผู้ผลิตรายการกีฬา คือ ทศภาค และสยามกีฬา

สำหรับการปรับผังครั้งล่าสุดของโมเดิร์นไนน์ทีวีในเดือนกันยายน 2546 นี้ พบว่าช่วงเวลาที่มีการเปลี่ยนแปลงมากที่สุดคือ ช่วงเช้า ตั้งแต่เวลา 06.00-11.30 น. ซึ่งเป็นรายการของช่วงข่าวสารและการวิเคราะห์ข่าว ทั้งข่าวในประเทศ ข่าวต่างประเทศ ข่าวเศรษฐกิจ วิเคราะห์หุ้น และวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งนับเป็นสถานีที่ให้เวลากับช่วงข่าวและการวิเคราะห์ที่ติดต่อกันมากที่สุด ในขณะที่สถานีอื่นนำเสนอรายการข่าวช่วงเช้าสิ้นสุดที่เวลา 08.00 หรือ 09.00 น. เป็นส่วนใหญ่

รายการในภาคเช้านี้เป็นรายการที่ช่อง 9 ผลิตเองทั้งหมด ช่วงเวลาอีกช่วงหนึ่งที่ช่อง 9 ปรับผังครั้งใหญ่ คือช่วงเวลา 21.00-23.00 น. ซึ่งให้ชื่อเรียกว่า “โมเดิร์นไนน์” โดยมีการนำเอารายการเกี่ยวกับสาระและความบันเทิงมาผสมผสานกัน เป็นรายการที่ผลิตโดยบริษัทผู้ผลิตภายนอก เช่น รายการ โหด หวิด สยอง (เป็นการเล่าประสบการณ์ของความน่าสยดสยองตื้นตื้น) รายการ T-ZAA (เป็นรายการสนทนาของวัยรุ่นที่มีการสื่อสารแบบสองทางแบบอินเทอร์เน็ตแอกทีฟกับผู้ชมที่บ้าน) รวมทั้งนำเสนอรายการสารคดีคุณภาพ เช่น คนค้นคน ที่นำเสนอแง่มุมชีวิตของผู้คนอันหลากหลาย และอยู่ตามชายขอบของสังคมมานำเสนอ รายการวันสุดท้าย ที่ให้แขกรับเชิญเล่าว่าจะทำอะไรหากมีชีวิตอยู่อีก 7 วันสุดท้าย เป็นต้น รายการสารคดีบางรายการได้นำเสนอมาตั้งแต่การปรับรายการระยะที่สาม และเป็นรายการที่ทำให้มีจำนวนผู้ชมรายการของช่อง 9 เพิ่มขึ้น 3-4 เท่าตัว จากเดิมที่มีเรตติ้งในช่วงเวลานี้อยู่ที่ระดับ 1 เท่านั้น²⁰ อย่างไรก็ตาม มีข้อสังเกตว่า ผลจากการปรับผังรายการครั้งล่าสุดนี้ ได้ทำให้รายการเฉพาะกลุ่มบางอย่างหายไป เช่น รายการเพื่อผู้หญิง รายการเพื่อเกษตรกร รายการธรรมะเพื่อเยาวชน โดยที่ช่อง 9 ได้สอดแทรกเนื้อหาเหล่านี้ไว้บ้างในรายการที่ใหม่ในรูปแบบที่ดึงดูดผู้ชมมากกว่าและไม่มีชื่อรายการที่บ่งบอกชัดเจนว่าเป็นรายการเพื่อกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เช่น ผลิตรายการเรื่องเล่าจากความมืด เพื่อมาสอนธรรมะวัยรุ่นให้รู้จักกลัวบาปบุญคุณโทษ เป็นต้น ผังรายการต่อไปนี้เป็นเปรียบเทียบรายการก่อนและหลังการปรับผังวันที่ 1 กันยายน 2546 โดยนำเสนอเฉพาะช่วงเวลาที่มีการปรับเปลี่ยนมากเท่านั้น

ตารางที่ 3.2.1.7 เปรียบเทียบผังรายการของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี เดือนพฤษภาคม กับ กันยายน 2546 (เฉพาะช่วงเวลาที่มีการปรับเปลี่ยนมาก)

เดือนพฤษภาคม 2546	เดือนกันยายน 2546
06.00 ข่าวภาคเช้า	06.00 ข่าวก้าววันใหม่
07.00 โมเดิร์นไลฟ์สไตล์	
07.30 ไทยแลนด์ทูเดย์	
08.00 รายการวาไรตี้นำเสนอตามวัน เช่น วันจันทร์: เคาะ กระทะ วันอังคาร: คู่หูพาตะลุย วันพุธ: วิแมนคลับ	08.00 เวลาโลก
09.00 สารคดีสั้นนำเสนอตามวัน เช่น วันจันทร์: ธรรมะกับเยาวชน วันอังคาร: นำรู้ นำดู นำอ่าน นำกิน วันพุธ: หาเรื่องเที่ยว	08.50 ภาษาเศรษฐกิจ
09.30 เปิดประตูหูน	09.00 รายงานประเทศไทย
09.45 ก้าวทันตลาดหูน	
10.15 โมเดิร์น บิช	09.45 เปิดประตูหูน
10.30 สารคดีสั้นนำเสนอตามวัน เช่น วันจันทร์: ไนน์วาไรตี้	10.00 หูน ตลาดหลักทรัพย์
	10.30 มองไทยมองโลก

²⁰ Mitnick, 1980 อ้างแล้ว

<p>วันอังคาร: เบิกฟ้าเกษตรกรไทย วันพุธ: ตอบแทนแผ่นดิน</p> <p>.....</p> <p>21.00 วาไรตี้โชว์และสนทนาวิเคราะห์สถานการณ์ นำเสนอตามวัน วันจันทร์: โหดหวีดสยอง วันอังคาร: คาราโอเก่มส์ วันพุธ: ไนท์แอนดันทัวร์ วาไรตี้ วันพฤหัสบดี: เล่าแก่ใหญ่ วันศุกร์: เมืองไทยรายวัน</p> <p>22.00 สารคดีและเกมโชว์/ ภาพยนตร์นำเสนอตามวัน วันจันทร์ เซอร์ไวไฟเวอร์ วันอังคาร: คนค้นคน วันพุธ: แสบปี่แฟมมีลีเกมส์ วันพฤหัสบดี: จินซีฮ่องเต้ วันศุกร์: สุดขอด ภาพยนตร์ดัง</p>	<p>.....</p> <p>21.00 วาไรตี้โชว์ นำเสนอตามวัน วันจันทร์: โหดหวีดสยอง วันอังคาร: เดอะสตาร์ วันพุธ: T-ZAA วันพฤหัสบดี: บันทึกโลก วันศุกร์: เมืองไทยรายวัน</p> <p>22.00 สารคดีสลับและเกมโชว์นำเสนอตามวัน วันจันทร์: เซอร์ไวไฟเวอร์ วันอังคาร: คนค้นคน วันพุธ: วันสุดท้าย วันพฤหัสบดี: ชัยบัดินทร์ โชว์ วันศุกร์: เรื่องเล่าจากความมืด</p>
---	---

สำหรับสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ไม่ค่อยมีการปรับผังรายการใหญ่ ๆ มากนัก เนื่องจากมีเหตุผลว่ารายการของช่อง 3 มีเรตติ้งสูงอยู่แล้ว สำหรับรายการที่ปรับใหม่เพิ่มขึ้นมาเมื่อเดือนมิถุนายน 2546 คือรายการข่าว “เรื่องเล่าเช้านี้” ดำเนินรายการโดยสรยุทธ สุทัศนะจินดา และ อรปรีชา หุ่นศาสตร์ ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 06.30-07.00 น. เป็นรายการเล่าข่าวที่นำเสนอแบบเบา ๆ ตามบุคลิกของช่อง 3 ที่เป็นทีวีเพื่อความบันเทิง ทั้งนี้ โดยเฉลี่ยแล้วช่อง 3 จะปรับผัง รายการแบบเล็ก ๆ ทุก ๆ 3 เดือนอันเป็นไปตามรายการละคร และจะปรับใหญ่ทุกเดือนกรกฎาคมของทุกปี ส่วนใหญ่แล้วการปรับผังรายการของช่อง 3 มีความยืดหยุ่นมากเป็นไปตามความต้องการของผู้ชมละครในช่วงนั้น ๆ จะเห็นได้ว่ารูปแบบรายการของช่อง 3 และช่อง 7 ในช่วง prime time ไม่แตกต่างกัน คือตั้งแต่หลังข่าวภาคค่ำไปจนถึง 23.00 น. เริ่มด้วยละครหลังข่าวและตามด้วยรายการเกมโชว์ อันเป็นการขยายฐานคนดูให้กว้างขึ้นจากรายการช่วงก่อนหน้านี้ที่ค่อนข้างมีคนดูเฉพาะกลุ่ม

โดยสรุปแล้วการปรับผังรายการของสถานีโทรทัศน์ จะพิจารณาจากเกณฑ์ 3 ประการด้วยกัน คือ จากผลการสำรวจเรตติ้ง คว้าทิศทางของคนดูไปทางไหน อุปนิสัยของคนดูเป็นอย่างไร ประการที่สอง จากการตอบสนองของผู้บริโภคในการใช้จ่ายเงินในตลาด เช่น ถ้าผู้บริโภคนิยมเรื่องกีฬา มาก ก็จะมีการถ่ายทอดรายการกีฬา มาก และประการที่สาม จากองค์ประกอบด้านผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เช่น การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ทางเศรษฐกิจ หรือช่วงเวลา ที่สอดคล้องกับงบประมาณของเอเจนซี่โฆษณาซึ่งจะกำหนดเป็นไตรมาสเช่นกัน อย่างไรก็ตาม เกณฑ์เหล่านี้ยังต้องขึ้นอยู่กับตัวแทนบริษัทโฆษณาที่เป็นผู้ซื้อเวลาหลัก ซึ่งในบางกรณีได้มีการซื้อเวลาล่วงหน้าไว้แล้ว ดังนั้นการปรับผังรายการจึงต้องพิจารณาว่าไม่กระทบรายการโฆษณาที่จองไว้แล้วด้วย นั่นหมายความว่า รายการที่นำเสนอขึ้นมาใหม่ในผังรายการนั้นต้องทำหน้าที่ดึงดูดผู้ชม และรักษาการสนับสนุนของผู้ซื้อโฆษณาเอาไว้ให้ได้

“การทำผังรายการที่ดีคือต้องรู้ว่าผู้ชมส่วนใหญ่ที่มีโอกาสดูรายการของเราเป็นคนกลุ่มไหน มีรสนิยมอย่างไร ต้องสร้างช่วงเวลานั้นให้เขา แล้วเขาจะดูต่อเนื่อง ที่ช่อง 5 ไม่ประสบความสำเร็จแต่จะประสบความสำเร็จเฉพาะรายการในช่วงวันหยุดเพราะเขาให้คนอื่นมาทำรายการว่าไรดี ส่วนวันธรรมดานั้นรายการเขาไม่ต่อเนื่อง มีรายการเด็กแล้วก็ข้ามไปเป็นรายการคนแก่ แล้วก็กีฬา คนดูก็เปลี่ยนไปหาช่องอื่นที่เป็นรายการของเขา ยิ่งถ้ามีการเปลี่ยนผังรายการบ่อย ๆ ก็ไม่เอาแล้วซี เกียจจำ” (สุภาณี เดชาบุรณานนท์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผนสื่อโฆษณา อ่างในชัยพร ตั้งพลสินธนา 2545)

การจัดสรรรายการเพื่อออกอากาศตามผังรายการ โดยรวมแล้วมี 3 ลักษณะคือ 1) สถานีผลิตรายการเอง เช่น รายการข่าว ซึ่งใช้ฝ่ายข่าวของสถานีเป็นผู้ผลิต 2) สถานีจัดหารายการหรือว่าจ้างผู้ผลิตเพื่อนำมาออกอากาศตามที่กำหนดไว้ในผังรายการ และ 3) การให้เช่าเวลาออกอากาศ โดยพิจารณาความเหมาะสมกับผังรายการและนโยบายของสถานี ซึ่งมีทั้งผู้เช่าเวลาช่วงยาวและผู้เช่าเวลาช่วงสั้น ๆ ประมาณ 2-5 นาที สำหรับเกณฑ์พิจารณาการจัดสรรรายการขึ้นอยู่กับทรัพยากร เงินทุน ความชำนาญของสถานีซึ่งต้องสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและจุดประสงค์ของสถานี สถานีทุกช่องจะมีคณะกรรมการพิจารณาจัดสรรรายการทั้งสามประเภทนี้

สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 จะมีคณะกรรมการแยกทั้ง 3 ชุด และมีคณะกรรมการตรวจสอบหรือที่เรียกว่า กบว. สถานีเป็นฝ่ายตรวจเนื้อหาและความเหมาะสม ซึ่งจะตรวจรายการโฆษณาด้วย โดยใช้หลักว่ารายการโฆษณาไหนที่สถานีอื่นไม่ออก ทางช่อง 3 ก็จะไม่ออกด้วยเช่นกัน “แต่ถ้าช่องอื่นออก ช่อง 3 ก็ต้องออกด้วย ไม่ใช่ว่าไม่ออกอยู่ช่องเดียว” (อุดม จะโนภาย หัวหน้าฝ่ายรายการ ช่อง 3)

สถานีโทรทัศน์ช่อง 5 มีนโยบายให้เช่าเวลารายการมากขึ้นกว่ารายการที่ผลิตเอง เนื่องจากการแข่งขันสูง และขาดศักยภาพที่เพียงพอ โดยเน้นรายการประเภทวาไรตี้เพราะเป็นช่วงเวลาสั้นๆ สามารถจัดสรรช่วงเวลาให้ผู้เช่าได้หลากหลายกว่า

สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 การเลือกรายการทั้งหมดมีผู้ดูเพียงคนเดียวคือคุณสุรางค์ เปรมปรีดิ์ กรรมการผู้จัดการ ซึ่งสามารถมองกระแสผู้อ่านได้ออก รู้ว่าต้องทำอะไรไหนในตอนนี้ใช้เรตติ้งพิจารณาประกอบบ้างแต่ไม่เชื่อทั้งหมด เพราะต้องพิจารณาจากสื่อมวลชน จากโพลล์ และที่สำคัญที่สุดคือจากบริษัทตัวแทนโฆษณา เหตุที่ไม่ใช้เรตติ้งอย่างเดียวเพราะความนิยมของคนดูเปลี่ยนแปลงได้ง่าย และเนื่องจากช่อง 7 เป็นสถานีเครือข่ายทั่วประเทศ การเอาความนิยมของผู้ดูในเขตกรุงเทพฯ มาวัดผู้ดูทั่วประเทศก็ไม่ได้เช่นกัน

สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อาศัยการประเมินจากบริษัทวิจัยผู้ชม AC Neilson และจากการประเมินรูปแบบรายการว่าเป็นไปตามข้อตกลง ตามเป้าหมายของรายการหรือไม่ ที่สำคัญคือต้องไม่

บั้นทอนศีลธรรมอันดี เพราะเป็นสถานที่ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของรัฐบาล ช่อง 9 จะกำหนดเป้าหมายคู่แข่งไว้กับสถานีไอทีวี ในฐานะที่เป็นสถานีเน้นข่าวและสาระเช่นกัน แต่ขณะเดียวกันก็จะพยายามสร้างกลุ่มเป้าหมายผู้ชมไว้ในประเภทเดียวกับผู้ชมเป้าหมายของช่อง 3 และกำหนดเกณฑ์การปรับผังรายการว่าจะต้องให้มีรายการที่ช่อง 9 ผลิตเองมากขึ้นเป็นลำดับ จนถึงขั้นที่สามารถผลิตได้เองเป็นส่วนใหญ่

สถานีโทรทัศน์ไอทีวี ปรับรายการระยะที่สาม เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2546 โดยเน้นตอบสนองผู้ชมที่เป็นคนรุ่นใหม่ ซึ่งสะท้อนออกมาจากการเพิ่มรายการประเภททอล์กโชว์ ดี เกม โชว์ แทนที่รายการข่าวซึ่งเคยเป็นจุดยืนของสถานี แม้ว่าโดยหลักการแล้วการปรับผังรายการใด ๆ ต้องอยู่ภายใต้พื้นฐานของสัดส่วนตามสัญญาที่ประมุขจากรัฐ แต่มักจะมีการล่วงล้ำเกณฑ์เสมอ แสดงให้เห็นว่าไอทีวีอาศัยเกณฑ์ของการตอบสนองผลประโยชน์ทางธุรกิจเป็นหลัก รวมทั้งตอบสนองความต้องการของผู้ถือหุ้น คือกลุ่มชินคอร์ปซึ่งมักจะเข้ามาดูแลสถานีอย่างใกล้ชิด

ในการวิเคราะห์เพื่อให้เห็นรายละเอียดของคุณภาพเนื้อหาของรายการโทรทัศน์มากขึ้นนั้น จะเลือกศึกษาเฉพาะรายการหลักของสถานี คือ รายการข่าว ส่วนรายการประเภทอื่น ๆ นั้นจะนำไปวิเคราะห์ภายใต้หัวข้อจริยธรรม และประชาสังคม ตามลำดับ

สาระและความหลากหลายในรายการข่าว

การพิจารณาเบื้องต้นจะมุ่งดูที่รูปแบบของการนำเสนอรายการข่าวของแต่ละสถานี เพื่อประเมินว่าสถานีแต่ละแห่งให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวซึ่งถือกันว่าเป็นรายการประเภทสาระ และข่าวสารเพียงใด เมื่อแจกแจงจำนวนครั้งและรูปแบบของรายการข่าวแต่ละสถานี พบข้อสรุป ดังนี้

ตารางที่ 3.2.1.8 เปรียบเทียบจำนวนและรูปแบบของรายการข่าวโทรทัศน์วันธรรมดา (จำนวนข่าว: วัน)

ช่อง 3		ช่อง 5		ช่อง 7		ช่อง 9		ช่อง 11		ไอทีวี	
ข่าวสั้น	ข่าวหลัก	ข่าวสั้น	ข่าวหลัก	ข่าวสั้น	ข่าวหลัก	ข่าวสั้น	ข่าวหลัก	ข่าวสั้น	ข่าวหลัก	ข่าวสั้น	ข่าวหลัก
5	2	4	5	7	3	13	4	9	6	7	4

ตารางที่ 3.2.1.9 เปรียบเทียบจำนวนและรูปแบบของรายการข่าวโทรทัศน์วันเสาร์-อาทิตย์

(จำนวนข่าว: วัน)

ช่อง 3		ช่อง 5		ช่อง 7		ช่อง 9		ช่อง 11		ไอทีวี	
ข่าวสั้น	ข่าวหลัก	ข่าวสั้น	ข่าวหลัก	ข่าวสั้น	ข่าวหลัก	ข่าวสั้น	ข่าวหลัก	ข่าวสั้น	ข่าวหลัก	ข่าวสั้น	ข่าวหลัก
4	1	4	1	4	2	1	1	9	5	7	3

ตารางที่ 3.2.1.10 เปรียบเทียบจำนวนรายการวิเคราะห์ข่าวของสถานีโทรทัศน์วันธรรมดา-วันหยุด

ช่อง 3		ช่อง 5		ช่อง 7		ช่อง 9		ช่อง 11		ไอทีวี	
วันธรรมดา	วันหยุด	วันธรรมดา	วันหยุด	วันธรรมดา	วันหยุด	วันธรรมดา	วันหยุด	วันธรรมดา	วันหยุด	วันธรรมดา	วันหยุด
2	0	3	3	1	0	6	0	4	4	4	0

เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนของรายการข่าวรวมทั้งข่าวหลักและข่าวสั้นในแต่ละสถานี พบว่า สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 เป็นสถานีที่นำเสนอเนื้อหาข่าวมากที่สุดในวันธรรมดา อันเป็นผลมาจากการปรับผังรายการครั้งล่าสุดในเดือนกันยายน 2546 ที่มุ่งให้เป็นสถานีข่าวสารมากขึ้น โดยใช้ทีมงานข่าวของช่อง 9 และสำนักข่าวไทยซึ่งมีอยู่แล้ว แต่ก่อนหน้านี้ไม่ได้รับการพัฒนาหรือมีโอกาสที่จะได้ทำงานอย่างเต็มประสิทธิภาพ ทำให้สถานีไอทีวีซึ่งเคยเป็นผู้นำด้านข่าวสารและได้รับการจัดลำดับว่านำเสนอข่าวมากที่สุดนั้นต้องตกลงไปเป็นลำดับที่สาม รองจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 ซึ่งนำเสนอรายการข่าวในวันธรรมดามากเป็นอันดับสอง สถานีที่นำเสนอรายการข่าวมากเป็นอันดับสี่คือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 อันดับห้าคือสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 และอันดับหก คือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 3

รายการข่าวหลักของช่อง 9 จะประกอบด้วยข่าวก้าววันใหม่ ข่าวเที่ยง ข่าวภาค 17.00 น. และข่าวภาคค่ำ สำหรับของช่อง 11 ประกอบด้วยข่าวอรุณรุ่ง ทันข่าวเช้านี้ เทียงวันทันข่าว ข่าวท้องถิ่น ข่าวประจำวัน และข่าวในพระราชสำนัก ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ช่อง 11 มีจำนวนรายการข่าวหลักมากที่สุดคือ การจัดสรรเวลาให้แก่การรายงานข่าวจากสถานีเครือข่ายภูมิภาคของช่อง 11 ซึ่งนอกจากจะมีช่วงเวลาของข่าวท้องถิ่น (17.00-17.30 น.) โดยเฉพาะแล้ว ยังมีข่าวภูมิภาคอยู่ในรายการข่าวหลักทุกช่วงเวลาด้วย สำหรับไอทีวีนั้น รายการข่าวหลักประกอบด้วย 6 โมงเช้า ข่าวเที่ยงไอทีวี ข่าวภาคค่ำ และข่าวภาคดึก จะเห็นได้ว่าจำนวนข่าวหลักของช่อง 9 กับไอทีวีนั้นเท่ากัน แต่จะนำเสนอในเวลาที่เหลือกันเล็กน้อย

สำหรับรายการข่าวสั้น ซึ่งมักได้แก่รายงานข่าวต้นชั่วโมงนั้น พบว่าช่อง 9 มีการนำเสนอมากที่สุดคือ 13 ครั้งต่อวัน วันละ 5 นาที โดยเริ่มตั้งแต่ชั่วโมงที่ 08.00 น. ไปจนถึงชั่วโมงที่ 05.00 น.ของวันใหม่ ในขณะที่สถานีอื่น ๆ นั้น จะยุติเวลาของข่าวสั้นไว้ที่ 23.00 น. หรือ 01.00 น. และส่วนใหญ่เป็นข่าวสั้นที่กระจุกตัวที่ชั่วโมงในภาคบ่าย

ส่วนวันหยุดสุดสัปดาห์นั้น พบว่าสถานีทุกแห่งมีการลดปริมาณการเสนอต่ำลงจากวันธรรมดา โดยส่วนใหญ่เป็นการลดในส่วนของข่าวหลัก สถานีที่มีการลดจำนวนรายการข่าวมากที่สุดคือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 ซึ่งพบว่าลดทั้งในส่วนของข่าวหลักและข่าวสั้น ทำให้จำนวนรวมของรายการข่าวของช่อง 9 ระหว่างวันธรรมดากับวันหยุด อยู่ที่ 17:2 ซึ่งถือว่าเป็นสัดส่วนที่แตกต่างกันมาก สำหรับสถานีที่มีจำนวนของรายการข่าวไม่แตกต่างกันมากนักระหว่างวันธรรมดากับวันหยุดคือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 11 และไอทีวี

สำหรับรายการสนทนา/วิเคราะห์ข่าว ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้การให้ความสำคัญต่อการนำเสนอสาระเชิงวิเคราะห์วิจารณ์และการสร้างเวทีสาธารณะให้แก่สังคมนั้น พบว่าโดยเฉลี่ยแล้วมีการนำเสนอในจำนวนเล็กน้อย ยิ่งกว่านั้นหลายสถานีไม่มีรายการวิเคราะห์ข่าวปรากฏอยู่เลยในผังของวันหยุด ได้แก่ ช่อง 3 ช่อง 7 ช่อง 9 และไอทีวี เป็นที่น่าสังเกตว่าสถานีซึ่งมีจุดยืนเป็นสถานีข่าวสารอย่างช่อง 9 และไอทีวีกลับไม่มีรายการวิเคราะห์ข่าวในวันหยุด สถานีที่มีรายการวิเคราะห์ข่าวทั้งในวันธรรมดาและวันหยุดในจำนวนที่เท่ากัน คือสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 ซึ่งนำเสนอรายการวิเคราะห์ข่าวในช่วงเวลาเดียวกันของทุกวัน แม้จะเปลี่ยนชื่อรายการและประเภทของการวิเคราะห์ก็ตาม ทำให้ผู้ชมสามารถรับรู้ได้ว่าช่วงเวลาดังกล่าวของช่อง 9 เป็นช่วงของการวิเคราะห์ข่าว

จากการพิจารณาในด้านจำนวนและรูปแบบ ทำให้สรุปได้ว่ารายการเพื่อข่าวสารของสถานีโทรทัศน์ ยังเน้นหนักที่การรายงานข่าวตามสถานการณ์รายวัน มากกว่าการนำเสนอในเชิงวิเคราะห์ ซึ่งจะเป็นการกำหนดทิศทางความคิดให้แก่สังคม นอกจากนี้การมีจำนวนข่าวสั้นต้น ชั่วโมงมาก ยิ่งทำให้รายละเอียดของข่าวลดน้อยลง จึงทำให้ข่าวที่นำเสนอทางโทรทัศน์เป็นเสมือนกระแสรายวันหรือรายชั่วโมงที่มีความถี่และปริมาณมาก แต่มีคุณภาพเชิงลึกน้อย ส่วนใหญ่จึงเป็นการแสดงความเห็นของบุคคลในข่าวเสียมากกว่า การที่บางสถานีนำเสนอข่าวสั้นกระจุกตัวอย่างมากในภาคค่ำ ยิ่งทำให้ข่าวส่วนใหญ่ที่เหลือนำเสนอในช่วงนี้เป็นข่าวบริการ ข่าวประชาสัมพันธ์เสียมากกว่าข่าวด้านอื่น ๆ ยกเว้นแต่จะมีรายงานข่าวด่วนหรือข่าวสำคัญแทรกเข้ามา เท่านั้น

เมื่อพิจารณารายการข่าวในด้านของความหลากหลายของเนื้อหา สามารถดูได้จากหัวข้อข่าวประจำวัน ซึ่งจะนำเสนอเปรียบเทียบเฉพาะ 3 สถานี

ตารางที่ 3.2.1.11 เปรียบเทียบหัวข้อข่าวประจำวันที 13 กันยายน 2546 ของ
โทรทัศน์ 3 แห่ง

สถานี

ช่อง 5	ช่อง 9	ไอทีวี
<p>:ข่าวในพระราชสำนัก</p> <p>:ข่าวการเมือง</p> <p>นายกเร่งปฏิรูปราชการ เช่นสัญญาควบคุมการละเมิดลิขสิทธิ์ รัฐบาลยื่นยันเดินหน้าแนวทางไทยเป็น ประเทศปลอดภัย</p> <p>:ข่าวเศรษฐกิจ</p> <p>ยอดขายรถ 8 เดือนโต 32.8% แบงก์ชาติออกมาตรการปิดกั้นเก็งกำไร เงินบาท</p> <p>ซีพีรุกร้านอาหารต่างแดน</p> <p>: ข่าวภูมิภาค</p> <p>: ข่าวต่างประเทศ</p> <p>: ข่าวอาชญากรรม</p> <p>เหตุเพลิงไหม้โรงงานพลาสติก</p> <p>: ข่าวกีฬา</p> <p>นักกีฬาขี่ม้าไทยไปแข่งโอลิมปิก เทนนิสหญิงวิซิมิลลัค ที่อิน โดนีเซีย กอล์ฟยูโรเปียนที่ฝรั่งเศส</p> <p>: ข่าวกองทัพ</p> <p>นายกเยี่ยมบก.สส.</p>	<p>:ข่าวในพระราชสำนัก</p> <p>:ข่าวการเมือง</p> <p>บัญญัติไม่หวั่นแผนลดสส.ของทรท. ดึงทักษิณไม่ควรเหยียดกลางธีรยุทธ ปชป.ส่งตีความพรบ.งบฯจันทร์นี้ เตรียมขึ้นทะเบียนประชาชนไม่มีที่ทำกิน ฝ่ายค้านเนะปฏิรูปราชการต้องใจกว้าง ชววิทย์เตรียมจดทะเบียนพรรคการเมือง ยอดรวมเงินบริจาคพรรคการเมืองกว่า 59 ล้านบาท</p> <p>อคิดสรฟ้องประชาชนฝ่ายค้านถ่วงโซ่งบปี 47</p> <p>:ข่าวเศรษฐกิจ</p> <p>คนไทยนับหมื่นสนใจประกันเอื้ออาหาร สมคิด โปร โมทสินค้าโอท็อปผ่านทีวี ญี่ปุ่น</p> <p>ไทยจับมือเวียดนาม-อิน โดสู้อื้อหาทุ้ม ตลาดกุ้งสหรัฐ</p> <p>ใช้คอนเมืองโซว์กรุงเทพฯเมืองแฟชั่น ช่วงเอเปค</p> <p>มาตรการรพท.ได้ผล เงินบาทอ่อนค่าลง ทันที</p> <p>ไทยเน้นทำทีเปิดการค้าเสรีให้มากที่สุด ใน WTO</p> <p>ได้หวั่นยันยันลงทุนในไทยเป็นฐานขยาย การลงทุน</p> <p>: ข่าวสังคม</p> <p>เร่งปรับสถานพินิจให้เป็นโรงเรียนประจำ นายกเรียกประชุมแก้ปัญหาวงษ์ทรัพย์บน สะพานลอย</p> <p>นายกฯยื่นยันโรครักษาไม่ระบาดอีก ลมหายใจ “บ๊ิก” ขึ้นกับร่างกายที่จะสู้กับ เชื้อรา</p> <p>สมาคมพิทักษ์สัตว์ขอร่วมดูแลจับสุนัขจร จัดไปไว้สระแก้ว</p> <p>: ข่าวภูมิภาค</p> <p>เตรียมเสนอเพิกถอนที่ดินเขตเหมืองแร่</p>	<p>:ข่าวในพระราชสำนัก</p> <p>:ข่าวการเมือง</p> <p>นายกสั่งมท.ขึ้นทะเบียนประชาชนที่ไม่มี ที่ทำกิน</p> <p>บัญญัติไม่หวั่นแผนลดสส.ของทรท. โฆษกทรท.ได้ธีรยุทธกลับไปอยู่สมัย อยุธยา</p> <p>ย้าห้ามขายปืนเป็นการพูดเฟือ 6 ปีข้าง หน้า</p> <p>ชววิทย์คุยเลือกตั้งหน้าได้ถึง 20 ที่นั่ง</p> <p>นายกสั่งกองทัพปรับรับรัฐบาลโอเลค โท นิกส์</p> <p>ฝ่ายค้านร้องนายกฟังความเห็นทุกฝ่าย</p> <p>:ข่าวเศรษฐกิจ</p> <p>นายกเชื่อบ.ร่วมประกันเอื้ออาหารไม่ขาด ทุน</p> <p>สมคิด ไอเดียเร่งโปร โมทสินค้าโอท็อป ผ่านทีวีญี่ปุ่น</p> <p>นายกเตรียมเรียกประชุมแก้ปัญหารถติด</p> <p>: ข่าวสังคม</p> <p>สนธยามั่นใจซาส์ไม่กระทบท่องเที่ยว ครูอุ่นวอนทุกฝ่ายร่วมแก้โศกเด็ก จับสาวจีนลักลอบทำงานและค้าประเวณี ชาวบ้านราชบุรีร้องน้ำเสียทำกุ้งเสียหาย นครบาล2 จัดโครงการด้านยาเสพติด หมอเตรียมเช็คร่างกายบ๊ิกครั้งใหญ่</p> <p>: ข่าวภูมิภาค</p> <p>ดร.ยะลายันคั่นอดีตบ้านผู้สมัครปชป.ถูก กม.เพิ่ม</p> <p>บ้านเอื้ออาทรสุราษฎร์ไม่คึกคัก น้ำท่วมอีสาน ชาวอุบลขาดแคลนน้ำ เมืองบุรีรัมย์</p> <p>สันติบาลหลายโกดังเก็บหนังสือลามก</p> <p>: ข่าวต่างประเทศ</p> <p>อิหร่านประท้วงเส้นตายเรื่องนิวเคลียร์ ยูเอ็นยกเลิกคว่ำบาตรลิเบีย สหรัฐชี้ข้อเสนอฟิเศษของฝรั่งเศสเรื่อง</p>

	<p>ภูเก็ต</p> <p>หอการค้าเมืองคอนไวยการบินไทยแจ้ง งคบินกะทันหัน</p> <p>ตรวจเข้มตลาดโรงเกลือหาที่มาปลาหมึก ตะกั่ว</p> <p>องค์กรท้องถิ่นอุดรฯล่ำรายซื้อหนูน เหมืองแร่โปแตช</p> <p>: ข่าวต่างประเทศ</p> <p>สหรัฐและยุโรปเตือนอิสราเอลไม่ควรจับ อาราฟัด</p> <p>ที่ประชุม WTO รับกัมพูชาและเนปาลเข้า เป็นสมาชิก</p> <p>สวีเดนเชื่อมือมีคฆารมค.ก่อการเพียง ลำพัง</p> <p>บุขหาเรือตะวันออกกลางร่วมกับนายกลู เวต</p> <p>สหรัฐประกาศว่าบาตรสามชาติ ศาลตัดสินประหารชีวิตมีระเบิดที่บาห์ลี</p> <p>สหรัฐ โลงอกที่ซูจีไม่ได้้ออาหาร ประท้วง</p> <p>: ข่าวเทคโนโลยี</p> <p>อีซีสเปเปิดตลาดจุดโคเมนเนมในไทย ระบุทีวีอินเตอร์แอคทีฟช่วยสร้างเรตติ้ง ให้รายการ</p> <p>หมอเลียบั้งไอเดียอินกรมประชา สัมพันธ์และอสมท.มาอยู่กับกระทรวงไอ ซีที</p> <p>ไอซีทีผลักดันภูเก็ตเป็นเขตโทรคมนาคม แข่งกับสิงคโปร์</p>	<p>อิรักเป็นไปไม่ได้</p> <p>สหรัฐเตือนเนรเทศอาราฟัดไม่เป็นผลดี</p> <p>: ข่าวกีฬา</p> <p>จีไฟาเปิดตัวลูกฟุตบอลโปรโมทบอลโลก เซลซีเปิดตัวมาเกลเล่</p> <p>เบกแฮมเปิดตัวหนังสือใหม่</p> <p>ทีมยูโรปนำกอล์ฟโซลไฮม์</p> <p>แทมมีตกรอบเทนนิสที่บาห์ลี</p> <p>: ข่าวเทคโนโลยี</p> <p>ซอฟต์แวร์ป้องกันไวรัสคอมฯตัวใหม่</p> <p>วัคซีนกันสูบบุหรี่ใกล้เป็นจริง</p>
--	--	--

จากตารางหัวข้อข่าวเปรียบเทียบระหว่างสามสถานีดังกล่าว จะเห็นได้ว่าหัวข้อข่าวของ
สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 กับไอทีวีมีความคล้ายคลึงกันอย่างมาก โดยเฉพาะในส่วนของข่าวการเมือง
และข่าวเศรษฐกิจ สะท้อนให้เห็นลักษณะของการทำข่าวร่วมหรือที่เรียกว่า "การพูลข่าว" ของสื่อ
มวลชน และเมื่อพิจารณาทั้งสามสถานีแล้ว พบว่าแหล่งข่าวทั้งข่าวการเมืองและข่าวเศรษฐกิจส่วน
ใหญ่เป็นแหล่งข่าวภาครัฐ หรือฝ่ายรัฐบาล มากกว่าฝ่ายค้านหรือภาคประชาชน ส่วนมากเป็นข่าว
แถลงของรัฐบาล ข่าวแจ้งความสำเร็จหรือคาดการณ์ความสำเร็จ ซึ่งให้ภาพสะท้อนของการมีประ
สิทธิภาพในการบริหารงานของฝ่ายรัฐบาล นอกจากนี้หากเป็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับทิศทางการ
เมืองก็จะเป็นการโต้ตอบพรรคฝ่ายค้านหรือนักวิชาการ รวมทั้งข่าวการโต้ตอบกลับจากฝ่ายค้าน

ด้วย ทำให้เห็นว่าข่าวการเมืองส่วนหนึ่งยังคงสะท้อนแต่ทัศนคติและความคิดเห็นของบุคคลในวง การเมืองเป็นหลัก มีข้อน่าสังเกตว่า สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 มีหัวข้อข่าวที่มาจากพรรคการเมืองฝ่าย ค้านมากที่สุด เมื่อเทียบกับหัวข้อข่าวของไอทีวี และของช่อง 5 โดยที่พบว่าช่อง 5 ไม่มีข่าวจากฝ่าย ค้านเลย (จากวันที่เลือกศึกษา) สำหรับข่าวภูมิภาค พบว่าทั้งช่อง 9 และไอทีวียังนำเสนอข่าวที่มา จากหน่วยราชการในภูมิภาคมากกว่าข่าวที่มาจากประชาชนจริง ๆ ส่วนใหญ่เป็นข่าวการจับกุมของ เจ้าหน้าที่ตำรวจ ข่าวนโยบาย และข่าวการให้ความช่วยเหลือของจังหวัด ข่าวภูมิภาคจึงดูเหมือน จะเป็นตัวแทนของหน่วยราชการระดับภูมิภาคมากกว่าข่าวที่มาจากเสียงของคนในภูมิภาคอย่างแท้ จริง นอกจากนี้ในฐานะของสถานีทหาร ช่อง 5 จะปรากฏมีหัวข้อข่าว เกี่ยวกับกองทัพเป็น ประจำ อันเป็นนโยบายหลักด้านข่าวของสถานี

ดังนั้น นโยบายด้านข่าวของสถานีจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดระเบียบวาระของข่าว โดยสรุปแล้ว สถานีแต่ละแห่งได้กำหนดนโยบายด้านข่าวไว้ ดังนี้

ช่อง 3: เน้นข่าวเชิงสร้างสรรค์ มีการประกาศนโยบายข่าวแบบปีต่อปี เช่น รายการระเบียบ ข่าวน่า มีช่วงสลับข่าวสั้น ๆ เช่น “อย่าปล่อยให้คนชั่วลอยนวล” “คนดีของสังคม” แทรกอยู่ในรายการ ข่าว ทำให้รูปแบบข่าวมีลักษณะของการเล่าเรื่องที่มีทั้งความเป็นทางการและสารคดีผสมผสานกัน

ช่อง 5: มีปรัชญากำหนดชัดเจน มีนโยบายว่า “ถูกต้อง รวดเร็ว เป็นกลาง สร้างสรรค์” ความถูกต้องต้องมาก่อนความรวดเร็ว เน้นความเป็นกลางด้วยการเสนอข่าวทั้งสองด้าน ให้คนดูตัดสินเอง งานข่าวต้องอยู่ใน 4 หัวข้อนี้เป็นหลัก ไม่นับโลก โศก หรือบันเทิง เสนอข่าวด้านดีมากกว่า ด้านไม่ดี และให้ความสำคัญกับข่าวของกองทัพ

ช่อง 7: มีหลักที่เรียกว่า “หัวใจของข่าว 7 สี” คือ การเสนอข่าวที่รวดเร็ว เนื้อข่าวถูกต้อง และเสนอข่าวหลายประเภท เพื่อให้ได้ข่าวที่มีคุณภาพ เนื่องจากฝ่ายข่าวเป็นส่วนหนึ่งของสถานี ใช้ นโยบายหลักของสถานี ดังนี้

1. เป็นสื่อกลางในการเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาลกับประชาชน
2. เผยแพร่ข่าวสารผลงานของกองทัพกให้ประชาชนทราบมากที่สุด
3. เสริมสร้างความมั่นคงของชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ
4. เน้นความถูกต้องสมบูรณ์ในเนื้อหาสาระของข่าว
5. เน้นความต่อเนื่องของข่าว ติดตามความคืบหน้าของข่าวสารอย่างใกล้ชิด
6. เน้นความรวดเร็วในการเสนอข่าว คือความสด รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น
7. ให้ความสนใจต่อประชาชนต่างจังหวัด เร่งขยายเครือข่ายเพื่อครอบคลุมทั่วประเทศ จัดตั้งศูนย์ข่าวภูมิภาค

8. เผยแพร่ความรู้และส่งเสริมความเข้าใจเรื่องการเกษตร เพื่อให้เกษตรกรที่เป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศได้รับความรู้
9. เน้นการเสนอเรื่องที่ส่งเสริมการพัฒนาบ้านเมือง สังคม วัฒนธรรม
10. ให้ความหลากหลายในรูปแบบเนื้อหาที่น่าเสนอ คือให้มีข่าวประเภทต่างๆ กระจายกันไป ทั้งข่าวเศรษฐกิจ การเมือง อาชญากรรม กีฬา ต่างประเทศ และบันเทิง มีรายงานพิเศษและรายงานประจำ เช่น ข่าวช่วยชาวบ้าน ข่าวคำรณ และสะเก็ดข่าว

ช่อง 9: พยายามสร้างจุดยืนของสถานีข่าวสาร เน้นการผลิตข่าวเองโดยใช้ศักยภาพของทีมงานข่าวและสำนักข่าวไทยที่มีอยู่แล้ว มีหลักการว่าต้องทำข่าวให้มีความน่าเชื่อถือ ได้รับความเชื่อมั่นเช่นเดียวกับที่คนเชื่อมั่นข่าวของ BBC, CNN ข่าวของอสมท. ต้องไม่ใช่ข่าวลือ เป็นข่าวที่มีความถูกต้อง แม่นยำ ทำให้คนไทยภูมิใจได้กับข่าวของสำนักข่าวไทย ต้องให้สำนักข่าวต่างประเทศมั่นใจกับการอ้างอิงข่าวของสำนักข่าวไทย อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการจัดตั้งอ.ส.ม.ท. ไม่มีกฎบัตรระบุเช่น BBC ว่าต้องเป็นกลาง และเนื่องจากอ.ส.ม.ท. เป็นสื่อของรัฐมาตั้งแต่แรก จึงใช้ลักษณะเดียวกับ BBC ไม่ได้

ช่อง 11: มีการนำเสนอข่าวแบ่งตามแหล่งที่มาของข่าว และเป็นรายงานข่าวจากศูนย์ข่าวประชาสัมพันธ์ทั้ง 8 เขต โดยได้จัดสรรเวลานำเสนอที่แน่นอนว่าแต่ละศูนย์จะได้เวลานำเสนอข่าวเท่าไรต่อหนึ่งวัน ทำให้ช่อง 11 มีปริมาณของข่าวภูมิภาคมากกว่าสถานีอื่น ๆ การคัดเลือกข่าวใช้เกณฑ์คุณค่าข่าวและนโยบายกฎระเบียบของกรมประชาสัมพันธ์เป็นหลัก ให้ความสำคัญและเวลากับข่าวในพระราชสำนักมากที่สุด รองลงมาคือข่าวการเมืองที่เน้นข่าวจากฝ่ายรัฐบาล

ไอทีวี: มีปรัชญาขององค์กรที่ชัดเจน และให้ความสำคัญกับหลักจรรยาบรรณของวิชาชีพ ให้ความสำคัญกับข่าวที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนส่วนใหญ่เป็นอันดับแรก ไอทีวีมีหลักว่าคุณภาพของข่าวต้องชัดเจน เป็นกลาง ถูกต้อง น่าเชื่อถือ เปิดเผยถึงเบื้องหน้าเบื้องหลังของเหตุการณ์ และมีลักษณะเกาะติดเหตุการณ์มีเทคนิคของการนำเสนอที่ดี ตั้งแต่เพลงประกอบรายการ ฉาก พิธีกร การเรียงลำดับ ต้องมีการปรุงแต่ง ตัดต่อให้ดูดี ดูในมิติที่เป็นหนังมากกว่าประเด็น เนื่องจากถูกกำหนดสัดส่วนของข่าวและสาระไว้ที่ 70% ข่าวของไอทีวีจึงต้องมีความน่าเชื่อถือ เพราะไอทีวีถือว่ารายการหลักคือข่าว จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนารูปแบบและเนื้อหารายการข่าว ไอทีวีได้กำหนดนโยบายข่าวหลักไว้ ดังนี้

1. ข่าวในประเทศ ต้องฉีกแนวของรายการข่าวประจำวันทั้งด้านเนื้อหาและรูปแบบ หลีกเลี่ยงการรายงานข่าวตามกระแส ให้ความสำคัญกับข่าวที่มีผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชน
2. ข่าวต่างประเทศ มีแนวทางว่าจะคำนึงถึงความสำคัญของข่าวเหล่านั้นต่อผู้ชมในเมืองไทย และความสนใจที่คนไทยมีต่อเหตุการณ์นั้น ๆ

3. ข้าราชการพื้นเอเชียและแปซิฟิก ไอทีวีมีเป้าหมายที่จะทำให้เป็นสถานีโทรทัศน์ภูมิภาค จึงส่งทีมผู้สื่อข่าวเข้าไปรายงานเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้าน

ในด้านการปฏิบัติงานข่าว ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อกระบวนการผลิตงานข่าวให้มีคุณภาพนั้น พบว่าสถานีโทรทัศน์ของไทยใช้บุคลากรฝ่ายข่าวจำนวนมากกว่าฝ่ายข่าวของสำนักข่าวต่างประเทศ โดยเฉพาะแล้วมีผู้ปฏิบัติงานข่าว 12 ตำแหน่ง จำนวนบุคลากรประมาณ 50-70 คน เพื่อผลิตงานข่าวความยาว 45 นาที (อ้างในชัยพร ตั้งพลสินธนา, 2545)

“ธรรมชาติของการทำข่าวบ้านเราใช้คนเยอะ เพราะลักษณะข่าวของประเทศไทยอย่างข่าวการเมืองมีคนพูดหลายคน ระบบการเมืองมีอิทธิพลต่อสื่อ ทุกคนอยากเป็นข่าว อย่างทำเนียบรัฐบาลมีนักข่าวถึง 4-5 ทีม เวลารัฐมนตรีไปประชุม ไปสัมมนาก็ต้องติดตาม สายอาชญากรรม ต้องมีนักข่าวอยู่ถึง 3 กะ อาจจะใช้นักข่าวน้อยกว่านี้ได้ แต่ก็จะทำให้ตกข่าว” (วสันต์ ภัยหลิกสิทธิ์ (อดีต) ผอ.ฝ่ายข่าว ไอทีวี, อ้างในชัยพร ตั้งพลสินธนา, 2545)

ข้อมูลจากการปรับปรุงฝ่ายข่าวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 และไอทีวี สะท้อนให้เห็นการลงทุนกับบุคลากรและเทคโนโลยีในการผลิตข่าวของทั้งสองสถานี²¹ ดังนี้

ตารางที่ 3.2.1.12 เปรียบเทียบบุคลากรของทีมผลิตงานข่าว (เมษายน 2546)

สถานี	ทีมข่าว	รถถ่ายทอดผ่านดาวเทียม	จำนวนเวลาที่นำเสนอข่าว
โมเดิร์นไนน์ทีวี	ผู้สื่อข่าวและช่างภาพ 300 คน รับเพิ่มอีก 50 คน และรับพิธีกรเพิ่มอีก 20 หลังปรับผังระยะที่สอง	รถโอบี 3 คัน	54.50 ชั่วโมง/สัปดาห์
ไอทีวี	ผู้สื่อข่าวและช่างภาพ 270 คน รับเพิ่มอีก 30 คน หลังการย้ายสำนักงานและสร้างสตูดิโอข่าวใหม่ที่อาคารชินวัตร 3	รถ sng 4 คัน	35.75 ชั่วโมง/สัปดาห์

²¹ ปรับเพิ่มเติมจาก ไพเราะ เลิศวิราม อ้างแล้ว หน้า 133

หากพิจารณาจากข้อมูลข้างบนนี้ จะเห็นได้ว่าการลงทุนในกระบวนการผลิตข้าวของสถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ที่เน้นข้าวสารและสารเคมีแนวโน้มที่จะขยายขึ้นตามลำดับ เนื่องจากข้าวเป็นรายการที่สถานีผลิตเอง และสามารถกำกับควบคุมเพื่อตอบสนองผลประโยชน์ได้ทั้งสองทาง คือทางพาณิชย์ในแง่ของการเป็นจุดดึงดูดความสนใจของผู้ชมและผู้สนับสนุนโฆษณา (ข้าวน่าเชื่อถือ รวดเร็ว และน่าสนใจ) กับในแง่ของการควบคุมอำนาจและภาพลักษณ์ของรัฐบาล สถานีที่มีจุดยืนทางการตลาดด้านข้าวสารจึงให้ความสำคัญกับการผลิตในฝ่ายนี้มาก นอกจากนี้ การลงทุนกับฝ่ายข้าวยังสะท้อนได้จากกระบวนการผลิตข้าวเมื่อเกิดภาวะวิกฤติ ที่สถานีเชิงพาณิชย์ซึ่งเน้นข้าวสารจะใช้การระดมทีมข้าวทั้งหมดออกไปทำข้าวโดยไม่มีการแบ่งสายงานข้าว และบรรณาธิการข้าวประจำวันสามารถนำภาพและข้าวออกอากาศได้โดยไม่ต้องผ่านการตรวจสอบกลั่นกรองจากผู้บริหารระดับสูง โดยเฉพาะหากเป็นการนำเสนอข้าวที่แปลสดจากสำนักข่าว ต่างประเทศในกรณีวิกฤติต่าง ๆ จะสามารถนำออกอากาศได้ทันที (จากการศึกษาเรื่องการรายงานข่าวเหตุการณ์ในภาวะวิกฤติกรณีก่อวินาศกรรมอาคารเวิร์ลเทรด เซ็นเตอร์ ของสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 ช่อง 9 และไอทีวี โดยเกียรติยา ธรรมวิทัศน์, 2544)

สำหรับรายการวิเคราะห์/สนทนาข่าว ในภาพรวมสรุปได้ว่า ความน่าสนใจของรายการขึ้นอยู่กับ ชื่อเสียงและประสบการณ์ของผู้ดำเนินรายการ และประเด็นของเรื่องที่สนทนา รวมทั้งผู้รับเชิญมาแสดงความคิดเห็นด้วย อย่างไรก็ตาม ปัจจัยด้านผู้ดำเนินรายการค่อนข้างจะเป็นปัจจัยหลักที่สุด โดยผู้ดำเนินรายการต้องเป็นผู้มีความน่าเชื่อถือ มีประสบการณ์งานข่าว และที่สำคัญคือมีความกล้า ท้าทาย และตั้งคำถามได้ดี บุคลิกดังกล่าวนี้เป็นการพัฒนามาจากบุคลิกของสุทธิชัย หยุ่น ซึ่งเป็นผู้วางแนวทางรายการวิเคราะห์ข่าวเอาไว้ได้อย่างมีคุณภาพ แม้บุคลิกของสุทธิชัยจะดูก้าวร้าวเกินไปในสายตาของผู้ชมก็ตาม ผู้ดำเนินรายการวิเคราะห์ข่าวที่สามารถดึงผู้ชมได้ในปัจจุบันจึงมักมีบุคลิกคล้ายคลึงกับสุทธิชัยแต่มีความสุภาพและมีความอ่อนไหวด้านอารมณ์มากกว่า ได้แก่ สรยุทธ สุทัศนะจินดา จักรภพ เพ็ญแข และอดิศักดิ์ ศรีสม ในปัจจุบันนี้ผู้ดำเนินรายการที่มีสถานภาพเป็นนักวิชาการจึงไม่ค่อยได้รับความนิยมเหมือนในสมัยที่เริ่มบุกเบิกรายการสนทนา/วิเคราะห์ข่าวโดยทีมงานของบริษัททิวชดอคมเมื่อประมาณช่วงปี พ.ศ. 2536

อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่า การที่รายการวิเคราะห์ข่าวบางรายการ เช่น รายการถึงลูกถึงคน ทางช่อง 9 วางศูนย์กลางของความสนใจไว้ที่ผู้ดำเนินรายการ คือ สรยุทธ สุทัศนะจินดา มากเกินไป ทำให้รายการมีลักษณะของการไล่ต้อน จับผิด วางกลอุบายด้วยคำถาม จากผู้ดำเนินรายการสู่ผู้ร่วมสนทนา ทำให้เกิดสภาพของการมีอำนาจเหนือกว่าของผู้ดำเนินรายการ นอกจากนี้รูปแบบที่ทำให้ผู้ชมร่วมแสดงความคิดเห็นหรือโหวตผ่านโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตเข้าไปในรายการนั้น ถือเป็นวิธีการที่ดีเพราะทำให้ผู้ชมได้ร่วมเสนอความคิดเห็นต่อประเด็นนั้น ๆ แต่ขณะเดียวกันความคิดเห็นเหล่านี้ก็ไม่สามารถถือว่าเป็นความคิดเห็นของสาธารณะทั้งหมดได้ เพราะจริง ๆ แล้วเป็น

ปฏิกริยาที่เกิดจากการฟังทัศนะของฝ่ายต่าง ๆ ที่เชิญมาสนทนาในรายการต่างหาก ดังนั้นหากผู้สนทนาฝ่ายใดมีชั้นเชิงดีกว่าก็จะได้รับความเห็นสนับสนุนจากผู้ชมมากกว่า ทั้ง ๆ ที่เหตุผลต่าง ๆ ของฝ่ายนั้นอาจขัดแย้งหรือไม่เป็นธรรมกับสังคมส่วนใหญ่อยู่ก็ได้

จากการศึกษารายการวิเคราะห์ข่าวเพื่อประเมินกระบวนการสร้างสาธารณชนในวิทยานิพนธ์ของอดิศักดิ์ ศรีสม (2543) ศึกษารายการวิเคราะห์ข่าว 3 รายการ คือ 1) รายการกรองสถานการณ์ ที่ออกอากาศเวลา 20.30-21.30 น. ช่อง 11 วันจันทร์-ศุกร์ ดำเนินการผลิตโดยบริษัททิวชดออก จำกัด ร่วมกับช่อง 11 2) รายการมองรัฐสภา ออกอากาศเวลา 09.00-10.00 น. ช่อง 11 วันจันทร์-ศุกร์ ดำเนินการผลิตโดยบริษัทเจแอนด์จี มีเดีย ร่วมกับช่อง 11 และ 3) รายการโปร่งใส 360 องศา ออกอากาศเวลา 22.00-23.00 น. ช่อง 11 วันอาทิตย์ ดำเนินการผลิตโดยสมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย ร่วมกับช่อง 11 พบว่าเนื้อหาของรายการของกรองสถานการณ์เน้นหนักประเด็นเศรษฐกิจมากที่สุด ตามนโยบายและทิศทางของรัฐบาล ซึ่งส่วนมากเป็นเรื่องของการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจด้านต่าง ๆ มีการนำเสนอแบบเป็นกลางมากที่สุด เพราะอยู่ภายใต้การกำกับเนื้อหาของกรมประชาสัมพันธ์ มีการหลีกเลี่ยงวิเคราะห์เหตุการณ์ที่จะส่งผลกระทบต่อรัฐบาล แม้แต่ในการนำเสนอประเด็นการเมือง ก็จะเน้นเสนอเรื่องของกฎหมายและนโยบายต่าง ของรัฐ เช่น เรื่องของศาลปกครอง ศาลรัฐธรรมนูญ ซึ่งมีบุคคลในสถาบันหลักเป็นผู้ร่วมสนทนา สำหรับรายการมองรัฐสภา จากการศึกษาพบว่าเนื้อหาประเภทการเมืองมากที่สุด เพื่อให้เป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างนักการเมืองกับประชาชน ทั้งจากฝ่ายรัฐบาลและฝ่ายค้าน เนื้อหาที่นำเสนอค่อนข้างมีทัศนคติเป็นลบต่อประเด็นต่าง ที่เกี่ยวข้องกับนโยบายของรัฐ เนื่องจากเป็นรายการที่ ดำเนินรายการคือนักการเมืองสามารถกำหนดเหตุการณ์ได้อย่างเป็นอิสระ สำหรับรายการโปร่งใส 360 องศา พบว่ามีเนื้อหาประเภทสังคม ประเภทการเปิดโปงตรวจสอบทุจริตคอร์รัปชันมากที่สุด เป็นการสอดคล้องกับชื่อรายการที่ต้องการสร้างระบบธรรมาภิบาลในสังคม การนำเสนอพบว่ามีทิศทางเป็นกลางต่อการปกครอง แม้ว่ารายการมีลักษณะของการตรวจสอบแต่ก็เน้นการรักษาภาพลักษณ์ของประเทศ เนื่องจากมุ่งหวังที่จะสร้างความเชื่อมั่นต่อนักลงทุนเป็นหลัก

จากการศึกษารายการวิเคราะห์ข่าวของอดิศักดิ์ ศรีสม สะท้อนให้เห็นว่ารายการวิเคราะห์ข่าวที่นำเสนอในสถานีของรัฐ คือ ช่อง 11 ซึ่งถือว่าเป็นช่องที่มีรายการวิเคราะห์ข่าวมากที่สุดนั้น กลับเป็นรายการที่มีส่วนสร้างกระแสสาธารณชนได้ไม่มากเท่าที่ควร เพราะโครงสร้างของรายการที่ต้องอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานราชการและรัฐบาล อย่างไรก็ตาม สถานภาพ ดังกล่าวมีข้อดีที่ทำให้รายการวิเคราะห์ข่าวมีความเป็นทางการ ทำสังคมได้รับรู้ข้อมูลในประเด็นต่าง ๆ ที่สำคัญมากขึ้น แม้ว่าบทบาทในการสร้างเวทีสาธารณะจากทัศนะอันหลากหลายของประชาชนจะยังน้อยอยู่ก็ตาม

สรุปได้ว่าโครงสร้างของสถานีโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อกระบวนการและหลักเกณฑ์ในการผลิตข่าว รวมทั้งการนำเสนอข่าวและการคัดเลือกผู้ประกาศข่าวด้วย ซึ่งโดยรวมแล้ว สถานีโทรทัศน์ทุกช่องของไทยมีจำนวนผู้ประกาศข่าวมาก และส่วนใหญ่แล้วเป็นผู้นำเสนอข่าวมากกว่าผู้วิเคราะห์ข่าวหรือนักข่าว แสดงให้เห็นว่าสถานีโทรทัศน์ให้ความสำคัญกับรูปแบบของการนำเสนอข่าวมาก ทั้งนี้สามารถสรุปหลักเกณฑ์และการนำเสนอผู้ประกาศข่าวของสถานีแต่ละช่องจำแนกตามโครงสร้างของสถานีได้ 4 กลุ่ม ดังนี้ (สนมพร จิมเฉลิม, 2542)

1. สถานีโทรทัศน์ที่บริหารงานโดยเอกชนภายใต้ระบบสัมปทานอุปถัมภ์ที่เน้นนโยบายการนำเสนอรายการบันเทิงมากกว่ารายการข่าวสารสาระ เช่น ช่อง 3 ช่อง 7 พบว่า ด้วยวัตถุประสงค์เชิงธุรกิจเป็นหลัก ทำให้การนำเสนอข่าวและผู้ประกาศข่าวถูกนำมาเป็นภาพลักษณ์ของสถานี ผู้ประกาศข่าวต้องมีบุคลิกและเป็นที่น่าดู หรือมีชื่อเสียง มีการแต่งกายที่ทันสมัยและเหมาะสม ส่วนมากเป็นผู้หญิง ช่อง 7 นิยมให้นางงามที่ได้รับรางวัลจากการประกวดนางสาวไทยเป็นผู้ประกาศ เจ้าของหรือผู้บริหารสถานีมีอำนาจที่สามารถกำหนดนโยบายและมีส่วนตัดสินใจคัดเลือกผู้ประกาศข่าว หรือให้ออกได้โดยตรง

2. สถานีโทรทัศน์ที่เป็นของรัฐ บริหารงานโดยบุคลากรของรัฐ โดยมีนโยบายเพื่อสาธารณะที่ต้องหารายได้เข้าสถานี ได้แก่ ช่อง 5 และช่อง 9 สถานีอยู่ภายใต้โครงสร้างการบริหารงานด้วยระบบราชการและรัฐวิสาหกิจ แต่ต้องดำเนินควบคู่ไปกับการแข่งขันทางด้านธุรกิจกับสถานีที่ดำเนินงานโดยเอกชน และโดยที่นโยบายหลักต้องตอบสนองการประชาสัมพันธ์ของรัฐ รวมทั้งต้องอยู่ภายใต้กฎระเบียบข้อบังคับ รวมไปถึงบรรดาผู้มีอำนาจเหนือสถานีโทรทัศน์ ไม่ว่าจะเป็นกองทัพบกในส่วนของทบ. 5 และสำนักนายกรัฐมนตรีในส่วนของช่อง 9 ส่งผลให้สถานีมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายด้านข่าวบ่อยครั้ง รวมทั้งกระบวนการคัดเลือกผู้ประกาศข่าวด้วย ซึ่งมักเป็นไปตามความต้องการหรือนโยบายการสรรหาผู้ประกาศข่าวที่กำหนดขึ้นมาตามความต้องการของผู้มีอำนาจในช่วงเวลาดังกล่าว ด้วยเหตุนี้ ผู้ประกาศข่าวของช่อง 5 และช่อง 9 จึงไม่เป็นที่จดจำได้ของผู้ชม ไม่ใช่จุดขายของข่าว นอกจากนี้การยอมให้รายการบันเทิงกำหนดรายการข่าว ทำให้ความน่าเชื่อถือของผู้ประกาศข่าวลดน้อยลง และกระบวนการสรรหาผู้ประกาศข่าวเน้นที่ รูปลักษณ์ภายนอกที่ดึงดูดผู้ชมมากกว่าความสามารถ

3. สถานีโทรทัศน์ที่เป็นของรัฐ บริหารงานโดยระบบราชการและไม่หารายได้ อาศัยรายได้จากงบประมาณแผ่นดิน ได้แก่ ช่อง 11 จากการที่สถานีไม่ต้องดำเนินธุรกิจแต่ต้องตอบสนองนโยบายรัฐและการประชาสัมพันธ์ของรัฐ ส่งผลต่อกระบวนการคัดเลือกผู้ประกาศข่าว คือมีหน้าที่และบทบาทเพียงแก่ผู้นำเสนออย่างเดียว ไม่ใช่ผู้วิเคราะห์หรือสัมภาษณ์ และไม่ได้รับความสำคัญจากสถานีมากนักในแง่ของการลงทุนหรือพัฒนา เพราะน้ำหนักของความสำเร็จอยู่ที่ ฝ่ายรายการข่าวซึ่งต้องควบคุมตรวจสอบให้ได้มาตรฐานตามที่รัฐกำหนด และเสนอข่าวของรัฐ

4. สถานีโทรทัศน์ที่บริหารงานโดยเอกชนและมุ่งแสวงหาผลกำไร แต่เน้นนโยบายการนำเสนอรายการข่าวสารความรู้มากกว่ารายการบันเทิง ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไอทีวี ซึ่งเป็นสถานีที่มีนโยบายชัดเจนว่าเป็นสถานีข่าวและความรู้ด้วยการกำหนดสัดส่วนรายการข่าว 70% จึงส่งผลต่อการกำหนดรูปแบบรายการข่าวและผู้ประกาศข่าว ซึ่งต้องมีความโดดเด่น มีความน่าเชื่อถือ มีบุคลิกเชื่อมโยงสู่เนื้อหาข่าว ทำหน้าที่วิเคราะห์และสัมภาษณ์ข่าวไปพร้อมกันด้วย ไอทีวีจึงนิยมให้หัวหน้าข่าวที่ผ่านการฝึกฝนเรื่องการนำเสนอแล้วเป็นผู้ประกาศข่าว คือต้องเติบโตมาจากผู้สื่อข่าว

ในเรื่องของรูปแบบการนำเสนอข่าวนี้นักบริหารงานข่าวของช่อง 3 ได้กล่าวเปรียบเทียบรูปแบบของช่อง 11 กับ ช่อง 3 ไว้ว่า “ช่อง 11 ควรจะนำเสนอให้เป็นข่าวแบบชาวบ้าน ให้ชาวบ้านเข้าใจง่าย ไม่ใช้ภาษาราชการเกินไป ไม่จำเป็นต้องนั่งตัวตรง ใช้ภาษาราชการ อย่างช่อง 3 พอให้คนมาอ่านอ่านข่าว ถูกค่าเลย เพราะคนไม่ชิน แต่ความจริงแล้ว ณ วันที่ทีวีมันเข้าถึงทุกหมู่บ้าน กว่า 80% เขาเปิดทีวีเพื่อดูรายการบันเทิง เราต้องทำให้คนกลุ่มนี้รับข้อมูลข่าวสารได้ด้วย คือมี รูปแบบผสมผสานระหว่างความเป็นทางการกับบันเทิง พอมีรายการระเบียงข่าวทุกคนก็ดูกันได้ทั้งครอบครัว ไม่ใช่รายการข่าวที่พอนั่งดูคนเดียว” (สำราญ จัตุรโท หัวหน้าฝ่ายข่าว ช่อง 3 อังนชัยพร ตั้งพลสินธนา, 2545)

การประเมินคุณภาพด้านสาระและความหลากหลายของข่าวในอีกวิธีหนึ่งคือ การประเมินจากเสียงสะท้อนของประชาชน ซึ่งพบว่าเมื่ออย่างต่อเนื่อง และส่วนใหญ่จะปรากฏอยู่ในการสัมมนาต่าง ๆ ที่มีการนำเอาข่าวโทรทัศน์มาวิพากษ์วิจารณ์ รวมทั้งปรากฏในคอลัมน์ตามสื่อต่าง ๆ และในงานวิจัยและวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง ในที่นี้จะขอยกตัวอย่างจากวิทยานิพนธ์ของชยุตม์ เหมจักร (2544) ซึ่งได้ตั้งข้อสังเกตว่าเกณฑ์การวัดคุณภาพข่าวระหว่างผู้สื่อข่าวกับผู้ชมข่าวมีความแตกต่างกัน อันสะท้อนความคาดหวังที่มีต่อข่าวในฐานะที่เป็นผลผลิตของสื่อที่ต่างกัน ชยุตม์ได้ศึกษาคุณลักษณะของข่าวโทรทัศน์ที่มีคุณภาพในทัศนะของผู้สื่อข่าวโทรทัศน์จาก 5 สถานี (ยกเว้นช่อง 11) และผู้รับสาร พบว่า ผู้สื่อข่าวใช้เกณฑ์ของการปฏิบัติงาน อันประกอบด้วยประสบการณ์ของผู้สื่อข่าวและการสะท้อนกลับ (feedback) จากผู้ชมเป็นตัวชี้วัดความมีคุณภาพของข่าว ในขณะที่ผู้ชมใช้เกณฑ์พิจารณาประโยชน์ที่จะได้รับจากข่าวนั้นเป็นตัวชี้วัด ข้อสรุปนี้ชี้ให้เห็นว่าผู้ชมต้องการรับรู้ข่าวสารและสาระที่จะเป็นประโยชน์ต่อชีวิตประจำวันของพวกเขา อันสอดคล้องกับกรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้ที่ระบุว่า ผลประโยชน์สาธารณะเป็นเป้าหมายสูงสุดของคุณภาพสารสนเทศในสื่อ

ในการศึกษาเรื่องเดียวกันนี้ได้เปรียบเทียบองค์ประกอบของข่าวโทรทัศน์ที่มีคุณภาพจากทัศนะของผู้สื่อข่าวและผู้ชม อันสะท้อนให้เห็นถึงการประเมินคุณภาพที่แตกต่างกัน และมีนัยว่าข่าวที่นำเสนออยู่ทุกวันนี้เป็นไปตามความคาดหวังหรือเกณฑ์ของผู้สื่อข่าวมากกว่าผู้ชม ดังนี้

ตารางที่ 3.2.1.13 เปรียบเทียบทักษะของผู้สื่อข่าวกับผู้ชมที่มีต่อองค์ประกอบของข่าวที่มีคุณภาพ

องค์ประกอบ	ทักษะของผู้สื่อข่าว	ทักษะของผู้ชม
ผลกระทบของข่าว	เน้นวงกว้าง เพราะต้องทำข่าวให้ครอบคลุมมวลชน (mass) ข่าวส่วนบุคคลที่มีแต่ความฟุ้งเพื่อไม่ควรรนำเสนอ เพราะไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อสังคม	เน้นผลกระทบใกล้ตัวผู้ชม
ความถูกต้อง	เน้นความถูกต้องควบคู่กับความรวดเร็ว	เน้นความถูกต้องเป็นหลัก ความรวดเร็วไม่สำคัญ
ความเป็นกลาง	นำเสนอข่าวจากทั้งสองด้าน และให้เสียงสัมภาษณ์เป็นฝ่ายเล่า/ แสดงความคิดเห็น ไม่นำเสนอเกินกว่าสิ่งที่แหล่งข่าวพูด	ให้ข้อมูลครบทุกด้าน สัมภาษณ์ทุกฝ่าย และไม่ได้ความคิดเห็นของผู้สื่อข่าว
ความลึกของเนื้อหา	ต้องหาข้อมูลเชิงลึกมาประกอบข้อเท็จจริง เพื่อให้เนื้อหาและการนำเสนอน่าสนใจ	คือตัวตัดสินคุณภาพ ไม่นเสนอแต่ข้อมูลเบื้องต้น เพราะจะเป็นการพิพากษาผู้ที่เป็นข่าว
จริยธรรมของเนื้อหา	มีการตรวจสอบข้อมูล และคำนึงถึงนโยบายของสถานีอย่างไรก็ตาม เกณฑ์ของจริยธรรมปรับเปลี่ยนไปตามแรงกระทบ เช่น การแทรกแซงทางการเมือง	ไม่นำเสนอเนื้อหาโดยขาดศีลธรรมและความรับผิดชอบ อย่างไรก็ตาม ผู้ชมมีบทบาทมากขึ้นในการตรวจข่าวจากหลายสถานี ทำให้ตัดสินได้ว่าสถานีใดบกพร่องทางจริยธรรม

จากการนำเสนอและวิเคราะห์ภาพรวมของการจัดผังรายการ และวิเคราะห์เนื้อหารายการด้านข่าว เพื่อประเมินสาระและความหลากหลายของเนื้อหารายการโทรทัศน์นั้น สรุปได้ ดังนี้

1. สถานีโทรทัศน์ทุกแห่งพยายามจัดสรรรายการตามสัดส่วนที่กำหนดไว้กับเอกสาร

สัญญาของทางสถานี แต่ในทางปฏิบัติแล้ว พบว่าการแข่งขันทางการตลาดทำให้สถานีหลายแห่งปรับผังรายการเกินกว่าที่กำหนดไว้ในเกณฑ์สัดส่วน ทำให้เนื้อหารายการมีแนวโน้มที่จะหนักไปในด้านบันเทิงมากกว่าด้านข่าวสารและสาระความรู้

2. การปรับผังรายการด้วยการเพิ่มจำนวนเวลาของรายการบันเทิง เช่น ละคร เกมโชว์ ทอล์กโชว์ที่มากขึ้น เป็นไปเพื่อผลทางการตลาดและการเพิ่มโอกาสในการหาโฆษณา เช่น ช่อง 3 ปรับเวลาละครหลังข่าวออกไปอีก 15 นาที ทำให้มีเวลาโฆษณามากขึ้นอีก 3 นาที การปรับรายการบันเทิงให้มากกระจุกตัวหลังเวลา 22.00 น. เพื่อรองรับ โฆษณาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งไม่สามารถนำเสนอได้ก่อนเวลาดังกล่าว ตามมาตรการของรัฐบาลที่จะประกาศใช้ในวันที่ 1 ตุลาคม 2546 จึงสรุปได้ว่ารูปแบบและประเภทของรายการจะมีลักษณะของการกระจุกตัวมากขึ้น ในช่วงเวลาที่เป็น prime time ของผู้ชมและของตลาดโฆษณา อันจะเป็นผลให้รายการที่อยู่นอกเหนือช่วงเวลานี้ได้รับการลงทุนและให้ความสำคัญต่อการผลิตลดน้อยลง และจะทำให้รายการที่อยู่นอกเหนือช่วง prime time มีลักษณะของการกระจายตัว มีความหลากหลายของรายการ มากกว่ารายการที่นำเสนอในช่วง prime time

3. รายการข่าวซึ่งถือว่าเป็นจุดหลักของเนื้อหาด้านข่าวสารนั้น พบว่า การกำหนดเนื้อหา/หัวข้อข่าวอยู่ภายใต้นโยบายข่าวของแต่ละสถานีเป็นหลัก รวมทั้งมีปัจจัยด้านประเพณีในการปฏิบัติงานข่าว มุมมองของนักข่าวในการกำหนดองค์ประกอบด้านคุณค่าข่าว และแหล่งข่าว ทำให้ข่าวสารของสถานีโทรทัศน์ขาดความหลากหลายด้านเนื้อหาและแหล่งที่มาของข่าว เน้นความรวดเร็วเป็นหลัก จนทำให้ข่าวของแต่ละสถานีมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันจนเกินไป การเน้นผลิตข่าวสั้นต้นชั่วโมงมากเกินไปก็มีส่วนทำให้ลักษณะของข่าววนเวียนอยู่กับการแสดงความคิดเห็นหรือทัศนะของแหล่งข่าวเท่านั้น และในส่วนของรายการวิเคราะห์ข่าวนั้นพบว่า ในเชิงปริมาณยังมีไม่เพียงพอ โดยเฉพาะในวันหยุดซึ่งหลายสถานีไม่มีการนำเสนอ อีกทั้งรูปแบบและเนื้อหาของการวิเคราะห์ข่าวที่นำเสนอในสถานีของรัฐ ยังเน้นการให้ข้อมูลข่าวสารมากกว่าการสร้างประจักษ์ จึงทำให้รายการวิเคราะห์ข่าวมีสถานะของการแจ้งข่าวสารเชิงลึก มากกว่าเป็นเวทีสาธารณะเพื่อสร้างความเคลื่อนไหวทางความคิดของสังคม

3.2.2 จริยธรรมและศีลธรรมของเนื้อหา

ในการพิจารณาประเด็นด้านจริยธรรมและศีลธรรมของเนื้อหา ผู้ศึกษาได้เลือกวิเคราะห์ผ่านรายการประเภทบันเทิง ได้แก่ ละคร เกมโชว์ และทอล์กโชว์ ซึ่งเป็นรายการที่มีเนื้อหาด้านบันเทิงแต่มีผลต่อการสะท้อนค่านิยม คุณธรรม และการสร้างความหมาย ความเข้าใจในเรื่องของจริยธรรมและศีลธรรมมากที่สุด โดยจะนำเสนอแยกตามประเภทของรายการโดยสังเขป ดังนี้

รายการละคร

รายการละครโทรทัศน์ได้ถูกจัดเป็น “เรื่องขง” ของประเภทรายการที่สถานีใช้ในการเพิ่มฐานผู้ชมและฐานรายได้ให้ตัวเอง เห็นได้จากการจัดละครไว้ในช่วง prime time ช่วงละครหลังข่าว จึงเป็นช่วงที่มีราคาโฆษณาแพงที่สุด และต้องมีการจัดสรรโควตาของบริษัทตัวแทนโฆษณาในช่วงนี้ ตัวอย่างเช่น อัตราโฆษณาช่วงละครหลังข่าวของสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 อยู่ที่นาทีละ 420,000 บาท เปรียบเทียบกับอัตราโฆษณาวงรายการระเบียงข่าว (รายการข่าวหลักภาคค่ำ) อยู่ที่นาทีละ 290,000 บาท ซึ่งมากกว่ากันเกือบ 0.5 เท่า²² นอกจากนี้ เมื่อพิจารณารายการละครที่นำเสนอในทุกช่วงของวัน คือช่วงบ่าย ซึ่งมักเป็นละครออกอากาศใหม่ ละครช่วงเย็นหรือก่อนข่าวภาคค่ำ ละครช่วงเช้าวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ต่างมีผลการสำรวจความนิยมโดยรวมแล้วมากกว่ารายการประเภทอื่น ๆ ทำให้เม็ดเงินจากอุตสาหกรรมโฆษณาลงไปในละครช่วงต่าง ๆ จนสามารถสร้าง รายได้ให้แก่สถานีและผู้ผลิตละคร เช่นเป็นที่ทราบกันดีว่า ละครหลังข่าวเป็นรายการที่สุรางค์ เปรมปรีดิ์ ผู้จัดการฝ่ายรายการของช่อง 7 ให้ความสำคัญมากเป็นอันดับหนึ่งในรายการบันเทิงทั้งหมดที่นำเสนอทางช่อง 7 เพราะถือว่าเป็นช่วงเวลาทำเงินทำทองของสถานี²³ และดังที่ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ของช่อง 3 ได้กล่าวไว้ว่า

“ยอมรับว่าละครและเกมโชว์เป็นรายการที่ทำรายได้ให้กับสถานีมากกว่ารายการข่าวและสาระ โดยเฉพาะละครหลังข่าวถือเป็นรายได้หลักที่เลี้ยงสถานี นอกนั้นจะเป็นรายการเกมโชว์ รายการทอล์กโชว์ แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าเราจะไม่ให้ความสำคัญกับรายการข่าว แต่สถานีต้องมีรายได้ในการทำธุรกิจ ถ้าไม่มีรายได้จากรายการบันเทิง เราก็ไม่สามารถนำเงินมาพัฒนารายการอื่น ๆ ของสถานีได้ เพราะรายการข่าวต้องใช้เงินทุนและบุคลากรมาก” (ประวิทย์ มาลีนนท์ กรรมการผู้จัดการสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ้างอิงจากสนมพร จิมเฉลิม 2542, หน้า 191)

บทบาทของรายการละครที่มีต่อการสร้างเรตติ้ง และการดึงโฆษณา ยังสะท้อนได้จากกรณีของสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 ซึ่งปรับนโยบายของสถานีด้วยการให้บริษัทเทเลไฟว์เข้ามาบริหารงานช่วง prime time ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 ทำให้มีรายการบันเทิงเพิ่มมากขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว โดยเฉพาะรายการละครหลังข่าว เช่นเดียวกับสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 และช่อง 7 ที่ครองส่วนแบ่ง ผู้ชมด้านละครในช่วงนี้อยู่แล้ว ทำให้เรตติ้งของช่อง 5 ในช่วงเวลานี้ดีขึ้นจากแต่เดิม แม้จะไม่สูงเท่ากับช่องหลักที่นำเสนอละครก็ตาม และเรตติ้งของช่อง 5 จะสูงที่สุด (เมื่อเทียบกับรายการอื่นภายในสถานีเดียวกัน) ในช่วงละครหลังข่าวของวันศุกร์ เสาร์และอาทิตย์ ซึ่งเป็นละครที่ผลิตโดยค่ายเอ็กแซกท์ ในเครือของจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่

²² ข้อมูลจากสรุปข่าวในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับวันที่ 9 สิงหาคม 2546

²³ ไพเราะ เลิศวิราม อ้างแล้ว หน้า 75

จากผังรายการโทรทัศน์ของเดือนกันยายน 2546 ของทุกสถานี ยกเว้นช่อง 11 พบว่ามีจำนวนรายการต่อหนึ่งสัปดาห์ (รวมทั้งละครที่ผลิตเองในประเทศไทย และละครชุดจากต่างประเทศ) ดังนี้

ตารางที่ 3.2.14 รายการละครวันธรรมดาเดือนกันยายน 2546 ของทุกสถานี

เวลา	ช่อง 3	ช่อง 5	ช่อง 7	ช่อง 9	ไอทีวี
ภาคเช้า		ร้อยรสละครไทย “ซีอุย” (จ.-ศ. 10.30-10.55)		ละครวีรัน (จ.-ศ. 03.30-04.00)	ละครเค็ดสิบเอ็ด โมง “ส่วย” (จ.- ศ. 11.05-11.57)
ภาคบ่าย	ละครจีน ตำนาน รักดอกเหมย (จ.- พ. 13.30-14.20) ผู้กองยอดรัก (จ.-ศ. 14.20-15.17 น.) ศึก 3 เพดานสูง (จ.-ศ. 15.20- 16.20)	ละครเกาหลี อ้อม อกแม่ (จ.-ศ. 15.00-15.30) ละครเกาหลี รักนี้ เพื่อเธอ (พฤ.-ศ. 15.00-15.30)	กองร้อย 501 (จ.- ศ. 13.15-15.05) ละครเกาหลี มรสุม หัวใจ (จ.-ศ. 15.10-16.10)		
ภาคเย็น	ละครจีน จอมยุทธ เขี้ยวเทพทพ (จ.-ศ. 16.20-17.20) ละครจีน เดชเชียว ฮือฮือ (จ.-ศ. 18.00- 18.30) ฟ้าซี้รว्ह้อดิน (จ.- ศ. 18.30-19.15)		ทาสวังหลัง (จ.- พฤ. 17.20-17.45) ทับทวา (จ.-ศ. 18.25-19.20)		ละครเกาหลีวีรัน (จ.-ศ. 17.00- 17.58) รักห้ามโปรโมท (จ.-อ. 18.05- 19.00) ผีเพื่อนรัก (พฤ.-ศ. 18.05- 19.00)
ภาคค่ำ	บ่วงเล่ห์เสน่หา (จ.-อ. 20.15- 22.15 น.) พยัคฆ์ร้าย 6 แผ่น ดิน (พ.-พฤ. 20.15- 22.15) ทีเด็ดครูพันธุ์ใหม่ จิตพิสัยเดือด (ศ. 20.15-22.15)	กษัตริยา (จ.-ศ. 19.20-19.59) เมืองมายาเดอะซี รีส์ (ศ. 20.40- 21.20)	ลิเกี่ ลิเก (จ.-อ. 20.20-22.10) โซ่เสน่หา (พ.-พฤ. 20.20-22.10) มหานง (ศ. 20.20- 22.10)		ละครเกาหลี มหัศจรรย์รัก ทะลุมิติ (จ.-อ. 21.30-22.25) ละครญี่ปุ่น ร้อย ฝัน พันดาว ชาว ธนู (พ.-พฤ. 21.20-22.25) ละครเกาหลี สุครุณหัวใจ (ศ. 21.20-22.25)

ตารางที่ 3.2.15 รายการละครวันหยุดเดือนกันยายน 2546 ของทุกสถานี

เวลา	ช่อง 3	ช่อง 5	ช่อง 7	ช่อง 9	ไอทีวี
ภาคเช้า	โลกคุณตระกูลไข่ (ส. 10.00-10.45) สายน้ำ ลูกผู้ชาย (ส.-อา. 10.45-11.27) อลหม่านบ้านก๊วน โสด (อา. 9.20-10.00) เสียดสังข์กระทิง โสด (อา. 10.00-10.45) น้องใหม่ ร้าย บริสุทธ์ (อา. 11.30-12.30)		เทพสามฤดู (ส. 7.25-8.00) เซง เซง เซง (ส. 11.15-11.35) กลิ้งไว้ก่อนพ่อ สอนไว้ (อา. 10.50-11.20)		
ภาคบ่าย	ร้านมหาสนุก (ส. 14.00-14.57)		แม่แดงร่มโบ (ส. 13.10-13.40)	ละครจีน จีนซี ฮ่องเต้ (ส.-อา. 14.30-15.30) ละครอินเดีย มหาภารตะ (ส.-อา. 15.30-16.30)	ละครเกาหลี รอย รักรอยแค้น (ส.-อา. 13.00-13.57)
ภาคเย็น	ละครจีน หนุ่มรัก รสส้ม (ส.-อา. 17.40-18.25)		ทับทเวา (ส.-อา. 18.25-19.20)	บางรักซอย 9 (ส. 18.00-19.00) ขอหมอนใบนั้นที่ เชอฝันยามหนุน นอน (อา. 18.00-19.00)	
ภาคค่ำ	ทีเด็ดครูพันธุ์ใหม่ จิตพิสัยเดือด (ส.-อา. 20.15-22.15)	เมืองมายาเดอะซี รี่ส์ (ส.-อา. 20.40-21.20)	มหาสง (ส.-อา. 20.20-22.10)		ละครเกาหลี สุด ทรูหัวใจ (ส.-อา. 21.20-22.25)

จากตารางข้างต้น สรุปจำนวนของรายการละครแยกตามสถานีได้ ดังนี้

สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 มีละครออกอากาศสัปดาห์ละ 16 เรื่อง

สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 มีละครออกอากาศสัปดาห์ละ 5 เรื่อง

สถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 มีละครออกอากาศสัปดาห์ละ 11 เรื่อง

สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. มีละครออกอากาศสัปดาห์ 5 เรื่อง
สถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีละครออกอากาศอยู่สัปดาห์ละ 9 เรื่อง

รวมแล้วสถานีโทรทัศน์ทุกแห่งมีรายการละครทั้งละครไทยที่ผลิตเอง และละครชุดจากต่างประเทศ ออกอากาศสัปดาห์ละ 46 เรื่อง และเนื่องจากรายการละครอยู่ในช่วงเวลาที่ผู้ชมได้สะดวกและมีทุกวัน จึงประมาณได้ว่าผู้ชมใช้เวลาชมรายการละครไม่ต่ำกว่าวันละ 1-2 ชั่วโมง เนื่องจากละครโทรทัศน์มุ่งตอบสนองความบันเทิงของผู้ชมที่เป็นมวลชน (mass) จึงมีโจทย์ตรงกันว่าละครที่ผลิตต้องตอบสนองผู้ชมส่วนใหญ่ ผสมผสานการดำเนินงานด้านศิลปะและธุรกิจเข้าด้วยกัน การแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้สูงมาก เพราะนอกจากต้องแข่งขันกับตัวเองเพื่อให้ได้รายการคุณภาพแล้ว ยังต้องแข่งขันกับผู้ผลิตรายการละครรายอื่นซึ่งมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ แข่งกับสถานีในเรื่องความนิยมและภาพลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตด้วย

เหตุผลที่ว่าละครเป็นตัวสร้างรายได้หลักให้แก่สถานีเอง ที่ทำให้ผู้บริหารสถานีของช่อง 7 คือสุรางค์ เปรมปรีดิ์ เป็นผู้เข้าไปดูและอย่างใกล้ชิดทุกชั้นทุกตอน เริ่มตั้งแต่การว่าจ้างบริษัทผู้ผลิตละคร ซึ่งส่วนมากแล้วช่อง 7 จะผูกขาดอยู่กับบริษัทดาราวีดีโอ และบริษัทกันตนา โดยที่ทางช่อง 7 เป็นเจ้าของเวลาและขายโฆษณาเอง ทำให้สุรางค์สามารถกำหนดเนื้อหาและแนวละครที่ต้องการให้แก่บริษัทผู้ผลิตได้ การเลือกทำละครของสุรางค์นั้น มีทั้งเลือกจากเนื้อเรื่องก่อนเช่นจากนิยายดัง ๆ แล้วว่าจ้างบริษัทมาผลิต ก็กับการเลือกดาราที่ก่อนแล้วหาบทและเนื้อเรื่องที่เหมาะสมกับดารา แต่ไม่ว่าจะมีที่มาจากเรื่องหรือตัวแสดงก็ตาม สุรางค์ถือว่าหัวใจของการทำละครคือ ต้องเป็นเรื่องที่ดูสนุก เพราะเป็นรายการภาคบันเทิง ส่วนเรื่องสาระนั้นถือเป็นเรื่องรอง จึงทำให้ช่อง 7 ได้รับฉายาจากกลุ่มนักวิพากษ์สื่อในสังคมว่า เป็นละคร “น้ำเน่า” ซึ่งสุรางค์ไม่ปฏิเสธเรื่องนี้ แต่มักจะชี้แจงว่าคนดูละครเพราะอยากตัดดวงความสุข ไม่ใช่ดูเพราะอยากได้แง่คิด ดังที่มีผู้สังเกตการณ์ที่วิพากษ์หนึ่งให้ความเห็นไว้ว่า “ยิ่งละครน้ำเน่าเท่าไร คนดูก็ยิ่งตอมทีวีมากกว่ายูทูปม น้ำเน่า ทั้งเอเยนซีและเจ้าของสินค้าก็แห่กันมาซื้อ โฆษณาแน่นขนัด การทำละครน้ำเน่าจึงไม่ใช่เรื่องเสียหายอะไร”²⁴

สำหรับช่อง 3 ซึ่งถือว่าเป็นคู่แข่งของช่อง 7 ในเรื่องละครนั้น ได้ใช้วิธีเปิดกว้างให้มีผู้จัดละครและผู้กำกับที่หลากหลาย แทนที่จะผูกขาดกับสองบริษัทเช่นช่อง 7 เพราะสิ่งที่ช่อง 3 ได้รับตามมาก็คือ เนื้อหาที่หลากหลาย และบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับทีมผลิตรวมทั้งนักแสดงที่หลากหลายไม่จำเจ ช่อง 3 นำเอาระบบ time sharing มาใช้ คือ ไม่มีรายได้จากค่าเช่าเวลาที่ตายตัวแต่ใช้วิธีแบ่งรายได้จากโฆษณาที่ผู้จัดรายการละครได้รับ นั่นหมายความว่าละครของช่อง 3 ต้องมี เนื้อเรื่องที่ สามารถดึงดูดและดึงดูดกับช่อง 7 ได้มาก ๆ ช่อง 3 จึงมีละครที่ผลิตแล้วและยังไม่ได้แพร่ภาพอีก

²⁴ ดูรายละเอียดใน ไพเราะ เลิศวิกรม อ่างแล้ว หน้า 75

จำนวนมาก ซึ่งช่อง 3 ถือว่าในแง่ธุรกิจแล้วเป็นสิ่งดีเพราะทำให้สามารถเลือกเวลาออกอากาศตาม กระแสนิยมได้

การวัดความสำเร็จของละครนั้น ใช้เกณฑ์หลักคือ วัดความนิยม หรือวัดเรตติ้ง ดังที่ผู้ผลิต ละครบางคนได้กล่าวไว้ว่า “ในการวัดเรตติ้งจะดูเป็นคนกลุ่มใหญ่ๆ ถ้าได้วัยรุ่นหรือเด็กเรตติ้งจะสูง หรือถ้าเมื่อไรได้สาวๆ มาจะยิ่งเรตติ้งสูงมาก แต่ถ้าได้คนอายุ 50 ขึ้นไป หรือมีแต่แม่บ้าน ผู้ชายดู เรตติ้งจะต่ำ เรารู้ว่าเมื่อไรที่ได้ผู้หญิงเรตติ้งจะมา” (สมรักษ์ ณรงค์วิชัย หัวหน้าฝ่ายผลิตรายการ ช่อง 3 อ้างในชัยพร ตั้งพูนสินธนา, 2545)

“ตัววัดอย่างเดียวสำหรับละคร คือ เรตติ้ง ถ้าเรตติ้งสูงโฆษณาก็ต้องตามมา (พีรพล เทียน เจริญ ผู้กำกับรายการละครโทรทัศน์ บ. หนูกหนาน จำกัด อ้างในชัยพร ตั้งพูนสินธนา, 2545)

อย่างไรก็ตาม การประเมินรายการละครโทรทัศน์ควรมีเกณฑ์อื่น ๆ ด้วย ไม่ใช่การวัด เรตติ้งจากผู้ผลิตอย่างเดียว เช่น ใช้ระบบเรตติ้งจากบริษัทสำรวจที่เป็นทางการ เช่น เอซี เนลสันหรือ ดีมาร์ และการออกไปสำรวจเอง เช่น ฟังกระแสความสนใจของประชาชน นอกจากนี้ยังรวมถึงการ ประเมินผลภายในบริษัทหลังจากที่ผลิตรายการละครเสร็จสิ้นแต่ละเรื่อง ซึ่งบริษัทผลิตละคร ใหญ่ ๆ เช่น บริษัทบางกอกการละครคอน บริษัทเอ็กแซ็คท์ ระบุว่าต้องมีการทำประเมินผลทุกครั้ง เพื่อให้การทำงานเป็นระบบและนำไปสู่การวางแผนสำหรับการผลิตรายการละครเรื่องใหม่ ใน ขณะที่บริษัทกันตนา ระบุว่าไม่เคยมีการทำประเมินผลอย่างเป็นระบบ พอเสร็จละครเรื่องหนึ่งก็ทำ เรื่องอื่นต่อ การประเมินผลอยู่ที่สถานีโทรทัศน์ส่งกลับมาถ้าไม่พอใจ ซึ่งก็เป็นการควบคุม คุณ ภาพไปในตัว

นอกจากละครที่ผลิตในประเทศไทยแล้ว สถานีโทรทัศน์ยังพยายามสร้างกระแสความ นิยมในละครเอเชียให้กับคนดู ด้วยการนำละครชุดจากประเทศเกาหลี จีน และญี่ปุ่นเข้ามาฉาย ซึ่ง เป็นที่นิยมอย่างมากจนทำให้สถานีโทรทัศน์ไอทีวีมีภาพลักษณ์ของละครเอเชียที่โดดเด่นพอ ๆ กับ ภาพลักษณ์ของการเป็นสถานีข่าวสาร ละครเอเชียที่ไอทีวีนำมาเสนอในช่วงแรก ๆ เมื่อประมาณ สองสามปีมานี้ ก่อนข้างมีเนื้อหาเชิงให้แง่คิดทางสังคม เป็นละครแนวชีวิต แต่ต่อมาเมื่อสถานีโทร ทัศน์ช่องอื่นเริ่มนำละครเอเชียมาออกอากาศมากขึ้น ก็เป็นผลให้แนวละครเอเชียที่ฉายทางไอทีวีเริ่ม ปรับมาสู่แนวเบาสมอง ความรัก และวัยรุ่นมากขึ้นตามลำดับ ทั้งนี้ ละครเอเชียที่จัดว่าได้รับความนิยมอย่างสูงและมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมวัยรุ่นของสังคมไทยอยู่ไม่น้อย คือละครจากไต้หวัน นำ เสนอทางช่อง 3 คือเรื่องเอฟ-4 หรือรักใส ๆ หัวใจ 4 ดวง ซึ่งช่อง 3 ถึงกับนำละครเรื่องนี้เข้ามาออก อากาศแทนที่ละครซึ่งผลิตในไทย ในวันศุกร์-อาทิตย์ และมีการนำเสนอทั้งสองภาค ช่วงที่ละคร เรื่องนี้ออกอากาศอยู่นั้น (เดือนมกราคม- เมษายน 2546?) ได้สร้างกระแสวิพากษ์วิจารณ์อย่างมาก ในสังคม ระหว่างการมองเรื่องนี้จากสายตาของผู้ใหญ่กับการมองจากสายตาของเด็กวัยรุ่น จนนำไปสู่การถกเถียงพูดคุยในวงวิชาการและสาธารณะอย่างกว้างขวาง ละครเรื่องเอฟ-4 ได้นำเสนอ

ชีวิตของกลุ่มเพื่อนในวัยรุ่นซึ่งมีความรักต่อกัน ทั้งแบบเพื่อนและหนุ่มสาว บางจากบางตอนมีการพูดจาที่แสดงออกถึงเรื่องความรักเชิงกามารมณ์มากเกินไป และมีการนำเสนอบทบาทที่ผู้หญิงเป็นฝ่ายเสนอตัวให้กับผู้ชายก่อน อย่างไรก็ตาม หากผู้ใหญ่สามารถนั่งชมละครเรื่องนี้กับเด็ก ๆ วัยรุ่นได้ น่าจะเป็นช่วงเวลาที่สามารถพูดคุยและสอนเรื่องการวางตัว รวมทั้งการมีวุฒิภาวะทางเพศได้ แต่ทว่าส่วนใหญ่แล้ว เด็ก ๆ มักถูกทิ้งให้ดูละครเรื่องนี้ตามลำพัง หรือพอใจที่จะดูตามลำพังมากกว่า

ละครไทยอีกเรื่องหนึ่งที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับชีวิตวัยรุ่น และกำลังสร้างประเด็นการถกเถียงระหว่างผู้ใหญ่กับเด็กอยู่ในสังคมไทยเวลานี้ คือ ละครเรื่องที่ได้ครุพันธุ์ใหม่ จิตพิสัยเดือด ที่นำเสนอทางช่อง 3 เวลาหลังข่าวภาคค่ำ ทุกวันศุกร์ – อาทิตย์ ละครเรื่องนี้มีเนื้อหาและบทบาทของตัวแสดงซึ่งเป็นครูที่มีวิธีสั่งสอนนักเรียนวัยรุ่นตามแบบฉบับของตัวเอง เช่น การปราบนักเรียนหญิงที่ริหนือออกจากบ้านด้วยการแกล้งเผ็ดให้เกิดความหวาดกลัวที่ถูกรุมด้วยแก๊งอันธพาลปลอม หรือการสอนเรื่องเพศศึกษาในห้องเรียน โดยที่ครูมีวิธีการสอนที่แหวกแนว เป็นต้น ละครเรื่องนี้ได้กลายเป็นการจุดประเด็นการโต้เถียงระหว่างสองฟากความคิด ดังบทความที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์มติชน ซึ่งจะนำเสนอบางช่วง ดังนี้

“...หากตลาดให้การยอมรับ สังคมเพิกเฉย ละครพันธุ์นี้ก็จะอยู่ได้ และแพร่พันธุ์ออกไปรวดเร็ว.....ผู้เขียนไม่สนใจว่าละครจะหักมุมต่อไปอย่างไร จะมีสาระอะไรปลอมปนอยู่บ้างหรือไม่ หากเมื่อเทียบน้ำหนักกันแล้ว กรวดมีมากกว่าพลอยอย่างสิ้นหาลาม ความชั่วร้ายมีอยู่มากมายและแสดงออกอย่างโจ่งแจ้ง ขณะที่ความดีมีอยู่น้อยนิดและต้องใช้ปัญญาขุดค้นออกมา เมื่อนั้นก็ไม่ต้องนำเสนอละครเรื่องนั้นออกสู่สาธารณะ ความตกต่ำของสังคมไทยเราทุกวันนี้เกิดขึ้นละครประเภทนี้เป็นส่วนใหญ่...ละครเรื่องนี้มุ่งจับกลุ่มเด็กนักเรียนมัธยมต้นที่ยังไม่รู้จัก “ประจำเดือน” ไม่รู้จักการใส่ “บราเซียร์”.....จุดนี้เป็นสัญญาณอันตรายที่สังคมต้องรีบจับตามอง ละครเริ่มจับกลุ่มวัยรุ่นมาพักใหญ่แล้ว แต่เป็นวัยรุ่นระดับมัธยมปลายถึงระดับมหาวิทยาลัย ละครพันธุ์ใหม่เริ่มจะจับเหยื่อที่เด็กลงไป ที่ไร้เดียงสาลงไปกว่าเดิมกล้าพูดด้วยความมั่นใจว่าไม่เคยเห็นละครที่ทำทนายสถาบันหลักๆ ของสังคมอย่างเปิดเผยโจ่งแจ้งเช่นนี้ในบ้านเรา...” รศ.วิภา อุดมฉันทน์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ นำเสนอในบทความกระแสทรรศน์ นสพ.มติชน วันที่ 30 สิงหาคม 2546

“...เราไม่อาจสรุปได้ว่าเหตุที่วัยรุ่นติดตามละครเรื่องนี้เป็นเพราะสนใจเรื่องเพศเพียงอย่างเดียว ถ้าวัยรุ่นรู้เรื่องเพศศึกษาอย่างถ่องแท้และไม่ได้ประสบปัญหาในเรื่องเหล่านี้ด้วยตัวเองแล้วจะสนใจติดตามชมละครเรื่องนี้หรือไม่.....การที่คุณวิภาบอกว่าผู้สร้างเห็นวัยรุ่นที่ยังไม่รู้จักประจำเดือนและไม่รู้จักการใส่เสื้อชั้นในเป็นเหยื่อ คุณจะเป็นความเห็นที่ไม่จริงเสียทีเดียว เพราะอย่างน้อยวัยรุ่นเหล่านั้นรวมทั้งพ่อแม่ครูอาจารย์บางส่วน ก็คงจะได้ประโยชน์จากการชมละครตอนนี้นี้.....ดังนั้น ในเมื่อเรามีสื่อที่นำเสนอเนื้อหาที่สามารถเข้าถึงวัยรุ่นได้ พร้อมทั้งสามารถสอดแทรกเนื้อหาเรื่องเพศศึกษาที่ถูกต้องให้แก่วัยรุ่นซึมซับได้อย่างไม่รู้ตัว ควรจะนำมาเป็นแนวทาง

หนึ่งในการสอนเรื่องเพศศึกษาหรือไม่...” เอกรินทร์ บำรุงศักดิ์ คณะวารสารศาสตร์ ธรรมศาสตร์
นำเสนอในบทความกระแสทรรศน์ นสพ.มติชน ฉบับวันที่ 6 กันยายน 2546

“...เรื่องราวทั้งหมดนี้ ถูกกำหนดเรียบเรียงขึ้นอย่างเป็นขั้นตอน ตามลำดับความสำคัญและมีวิธีการที่จะให้คำตอบได้อย่างชัดเจน ผู้เขียนอยากให้ทุกคนได้รับรู้ปัญหาของวัยรุ่นอย่าง เข้าใจ ครุทีเด็ดจะพาเด็ก ๆ เข้าไปเจอปัญหาด้วยตัวเอง และจะไม่มีวันลืมคำตอบที่ถูกต้องนั้นไปชั่วชีวิต... ผู้สร้างมองปัญหานี้เหมือนมะเร็งร้ายที่จะทำลายสถาบันครอบครัว สถาบันครู...บุคคลใดก็แล้วแต่ที่ โคนกริดอาจจะต้องเจ็บปวด แต่เมื่อเจ็บขนาดนี้แล้วอย่าพยายามเอามือมาปิดบังบาดแผลนั้นเลย.....”
บำเพ็ญ ชานิบรรณการ ผู้กำกับการแสดง นำเสนอในบทความกระแสทรรศน์ นสพ.มติชน วันที่ 11 กันยายน 2546

ตัวอย่างของการโต้ตอบเกี่ยวกับเนื้อหาและผลกระทบของละครที่เด็กครูพันธุ์ใหม่ข้างต้นนี้มีประเด็นที่น่าวิเคราะห์หลายประการด้วยกัน ได้แก่

- สื่อละคร ควรมีหน้าที่นำเสนอเรื่องเพศศึกษาหรือไม่ ถ้ามีควรนำเสนออย่างไร
- การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสังคมของครูและนักเรียน ที่แสดงออกถึงรูปแบบความสัมพันธ์ที่แตกต่างออกไปจากบรรทัดฐานเดิมของสังคม ถือว่าเป็นละครที่ไม่สร้างสรรค์ และทำลายสถาบันหลักของสังคมหรือไม่
- การที่ผู้จัดชี้แจงว่า ต้องการนำเสนอปัญหาของสังคมให้เห็นเพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหานั้น จำเป็นต้องนำเสนอด้วยบทละครและการแสดงออกเช่นที่ปรากฏในละครหรือไม่
- ละครเรื่องนี้มุ่งแก้ปัญหาสังคม หรือมุ่งหวังผลเชิงการตลาดกันแน่

การตอบคำถามเหล่านี้ ถือว่าเป็นประเด็นด้านจริยธรรมและศีลธรรมของเนื้อหาสื่ออย่างยิ่ง ซึ่งผู้ศึกษาเห็นว่า จะต้องใช้มุมมองที่หลากหลายและกว้างขวางมาตัดสินความมีจริยธรรมของเรื่องดังกล่าว นั่นคือ ไม่ควรใช้กรอบคิดของบรรทัดฐานเดิมที่ไม่เอื้อต่อการทำความเข้าใจปรากฏการณ์ปัจจุบันของสังคมมาตัดสินเนื้อหาละครที่เกี่ยวกับปัญหาเพศของวัยรุ่น แต่ในขณะเดียวกันก็ไม่ควรใช้กรอบของความเป็นเสรีที่อ้างเรื่องของความมีสาระ ในขณะที่ยังไม่สามารถหลุดพ้นจากโครงสร้างทางการตลาดของการผลิตได้ การพิจารณาประเด็นทางจริยธรรมของละครเรื่องนี้ จึงเป็นอีกตัวอย่างหนึ่งของการปะทะทางความคิดที่สะท้อนการมองกันคนละมุม และทำให้การตัดสินเกณฑ์จริยธรรมและศีลธรรมของเนื้อหาละครเป็นสิ่งที่กำหนดกรอบได้ยาก ผู้ศึกษาจึงไม่ขอตัดสิน ณ ที่นี้ แต่เสนอว่ากระบวนการปฏิรูปเนื้อหาสื่อละคร จะต้องได้รับการดำเนินการอย่างเอาใจใส่ และแสวงหามุมมองอย่างกว้างขวาง ด้วยการจัดเวทีสาธารณะพูดคุยกับบุคคลหลาย ๆ ฝ่าย รวมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตละครรายต่าง ๆ ได้สามารถเข้ามามีโอกาสนำเสนอละครที่เป็นทางเลือกให้แก่การ

แก้ไขปัญหารื่องต่าง ๆ ของวัยรุ่นผ่านละคร ซึ่งอาจจะมีผู้ที่นำเสนอได้อย่างสร้างสรรค์กว่าที่เป็นกรณีอยู่นี้ก็ได้

นอกจากนี้จากการสุ่มสำรวจละครในช่วงเดือนมิถุนายน-สิงหาคม 2546 พบข้อสรุปได้ว่า โครงเรื่องของละครส่วนใหญ่ยังเน้นที่ความบันเทิง นักแสดง และแนวเนื้อเรื่องที่วนเวียนอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างหญิงชาย จนทำให้ละครหนีไม่พ้นเรื่องของความรักใคร่ ความผิดหวัง การแก้แค้น ความสูญเสียและสมหวัง แม้ว่าส่วนหนึ่งของละครอาจจะสะท้อนชีวิตจริงของผู้คนได้ แต่การนำเสนอที่เน้นหนักในมิติของความสัมพันธ์เช่นนี้ มีส่วนทำให้ละครกลายเป็นเพียงกลไกที่สอนให้คนเรียนรู้หรือคุ้นเคยกับเรื่องระหว่างบุคคล มากกว่าการพัฒนาจิตสำนึกไปสู่สาธารณะในวงกว้าง

อย่างไรก็ตาม มีละครอยู่ไม่กี่เรื่องในช่วงที่สุ่มศึกษา ซึ่งผู้ศึกษาเห็นว่ามีความเป็นสาระ และเป็นตัวอย่างของการสั่งสอนอบรมศีลธรรมได้อย่างดี คือ เรื่องพุทธานุภาพ ทางช่อง 3 วันพุธ-พฤหัสบดี ซึ่งนำเสนอเรื่องราวการชดช้อนของพระหนุ่มบวชใหม่ที่ได้ช่วยสั่งสอนรวมทั้งเป็นแรงบันดาลใจให้กับชาวบ้านในหลายท้องที่ที่ท่านชดช้อนผ่าน ละครที่มีเนื้อหาในเชิงสร้างพลังและทำให้ผู้คนได้ย้อนกลับมามองตัวเองเช่นนี้ จัดได้ว่าเป็นตัวอย่างของละครที่มีสาระเชิงคุณภาพ ที่สามารถดึงดูดใจได้ทั้งคนดู (ผ่านดารานำคือ สรราม เทพพิทักษ์) และได้ทั้งกระตุ้นจิตสำนึกของสังคม

นอกจากเรื่องของเนื้อหาแล้ว ยังพบว่าการนำเสนอละครในปัจจุบันต้องอาศัยการส่งเสริมการตลาดเข้ามาช่วยมากขึ้น ทำให้ละครกลายเป็นพื้นที่ของการโฆษณาแฝงอย่างมากมาย ตัวอย่างเช่น การแข่งภาพโลโก้ของสปอนเซอร์รายการเป็นช่วง ๆ เพิ่มเติมจากช่วงค้นรายการโฆษณาไว้ที่มุมด้านใดด้านหนึ่งของละคร ซึ่งพบมากในรายการละครที่นำเสนอในภาคเช้าและบ่ายของวันธรรมดานอกจากนี้ยังมีโฆษณาแฝงที่ปรากฏอยู่ในเนื้อหาละครที่กำหนดให้ตัวละครต้องสวมใส่เสื้อผ้า ใช้สิ่งของต่าง ๆ ที่ตั้งใจให้เห็นชื่อของผลิตภัณฑ์เหล่านั้นซึ่งเป็นผู้สนับสนุนรายการอยู่ รวมทั้งการจัดฉากร้านค้าของชำในละคร เช่น ละครเสง เสง เสง ทางช่อง 7 ที่สินค้าในร้านเต็มไปด้วยผลิตภัณฑ์ของผู้สนับสนุนรายการ รวมทั้งจะต้องให้มีบทที่มีผู้ซื้อร้องถามหาซื้อสินค้านั้นด้วย ทุกครั้งนอกจากกลยุทธ์การแฝงโฆษณาเหล่านี้แล้ว ยังมีการส่งเสริมการตลาดอีกรูปแบบหนึ่งคือให้ผู้ชมส่งคำตอบเข้ามาประกวดหรือชิงรางวัลในรายการ เช่น กดข้อความเพื่อทายว่าตัวเอกในเรื่องจะตัดสินใจอย่างไร (พบมากในละครที่นำเข้าจากเอเชีย) หรือส่งเทปบันทึกการร้องเพลงแบบลิปซิงค์ และการแสดงประกอบเพลงเข้ามาประกวดเพื่อเป็นการโฆษณารายการละครเรื่องนางโชว์ ก่อนที่จะฉายทางช่อง 3 เป็นต้น การโฆษณาแฝงในรูปแบบที่พัฒนาขึ้นเรื่อยๆ เหล่านี้ ถือว่าเป็นการละเมิดเกณฑ์มาตรฐานที่กรมประชาสัมพันธ์อนุญาตให้มีสัดส่วนเวลาโฆษณาได้ไม่เกินร้อยละ 20 หรือไม่เกิน 10-12 นาทีต่อหนึ่งชั่วโมง และถือว่าเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคผ่านการนำเสนอเรื่องบันเทิงที่ทำให้ผู้ชมพลอยเสพลินค้าเหล่านี้เข้าไปด้วยอย่างไม่รู้ตัว

รายการเกมโชว์

รายการเกมโชว์เป็นการแข่งขันระหว่างบุคคลหรือกลุ่มคนที่ใช้ทักษะทางร่างกาย สติปัญญา ความว่องไว ปฏิภาณไหวพริบ ความรู้รอบตัวตลอดจนการเสี่ยงโชคต่าง ๆ สำหรับรายการเกมโชว์ในบ้านเรามักนำแนวคิดหรือต้นแบบมาจากรายการเกมโชว์ต่างประเทศ สหรัฐอเมริกาได้ชื่อว่าเป็นประเทศที่ต้นแบบหลักของรายการเกมโชว์ การจัดประเภทรายการเกมโชว์ในประเทศไทย แบ่งได้เป็น 2 รูปแบบใหญ่ คือ

1. รายการประเภทเกม (game) เป็นกิจกรรมหรือการแข่งขันที่เน้นทักษะทางร่างกาย สติปัญญา ความว่องไว ไหวพริบ ความรู้รอบตัว การเสี่ยงโชคต่าง ๆ รายการประเภทนี้ต้องหาแนวของรายการให้มีความแปลกใหม่ ความหลากหลายในแง่กิจกรรม ต้องมีวิธีคัดเลือกผู้เข้าร่วมแข่งขัน เพราะหากผู้เข้าร่วมแข่งขันมีปฏิภาณไหวพริบดี ทำให้รายการดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง

2. รายการประเภทแข่งขันตอบปัญหาโดยตรง (quiz show) เป็นการตอบปัญหาที่เป็นความรู้หรือเชาว์ในด้านต่างๆ เป็นปัญหาที่จัดตามประเภทกลุ่มผู้เข้าแข่งขัน

หากแบ่งตามประเภทเนื้อหาของเกมโชว์ (จากงานวิจัยของ สุรดา จรุงกิจอนันต์, 2543) แบ่งได้เป็น 4 เนื้อหา คือ

1. รายการเกมโชว์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องส่วนบุคคล มีลักษณะคล้ายรายการวาไรตี้โชว์
2. รายการเกมโชว์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ทั่วไปและความรู้เฉพาะด้าน โดยการแข่งขันตอบปัญหา
3. รายการเกมโชว์ที่มีความท้าทาย ต้องใช้ไหวพริบ ความเร็ว และพลังกำลัง รวมทั้งจิตใจเพื่อเอาชนะ
4. รายการเกมที่มีเนื้อหาผสม เป็นการแข่งขันที่หลากหลายเนื้อหา

ในงานวิจัยเดียวกันนี้ยังได้กล่าวไว้ว่า ไม่ได้มีเกมการแข่งขันอย่างเดียวเท่านั้นที่สร้างความบันเทิงให้แก่ผู้ชม แต่การแสดงที่มีแทรกอยู่ในรายการมีส่วนสำคัญสำหรับรายการเช่นกัน

จากการประเมินรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์ทุกช่อง เดือนเมษายน 2546 ในหนึ่งสัปดาห์มีรายการเกมโชว์ไม่น้อยกว่า 40 รายการ และมักถูกจัดวางในช่วงผังรายการ prime time คือตั้งแต่ 18.00-22.00 น. และช่วงวันหยุดเสาร์อาทิตย์ จึงนับเป็นรายการบันเทิงที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับสาม รองลงมาจากรายการละครและรายการข่าว ดังนี้

ตารางที่ 3.2.16 ผังรายการเกมโชว์เดือนกันยายน 2546 ของสถานีโทรทัศน์ทุกช่อง ยกเว้นช่อง 11

วัน	ช่อง 3	ช่อง 5	ช่อง 7	ช่อง 9	ไอทีวี
วันจันทร์	12.45-13.30 มาสเตอร์ คีย์ 4 ภาค (ทีวีชั้น เดอรั) 17.42-18.00 ลูกใคร หว่า (บางกอกการละ คอน) 22.20-22.25 รวยราย วัน (บางกอกการละ คอน) 22.25-23.10 จุกบ็อก เกมส์ (บอร์น ออฟเปอ เรชั่น จก.)	11.3-12.00 ป๊อปป คอร์นโชว์	10.45-11.00 แข่ง ร้อยได้ล้าน (เจเอส แอล) 16.50-17.20 โบนัส เกมส์ (มีเดียออฟมี เดีย)	19.35-20.00 เกม ทศกัณฐ์ (เวิร์ค พอยท์) 22.00-23.00 เซอร์ ไวเวอร์ (กันตนา)	10.30-11.00 เกม นักชิม (เฟรชมี่ เดีย)
วันอังคาร	9.55-10.25 อยากได้ จัดให้ 13.00-13.30 มาสเตอร์คีย์ 4 ภาค 17.42-18.00 ลูกใคร หว่า 22.20-22.25 รวยราย วัน	11.3-12.00 ป๊อปป คอร์นโชว์ 22.05- 23.00 เกมวิคดวง (แก รมมี่)	10.45-11.00 แข่ง ร้อยได้ล้าน 16.50-17.20 โบนัส เกมส์ 22.20-23.10 เก้าอี้ ระทึก (มีเดียออฟมี เดีย)	19.35-20.00 เกม ทศกัณฐ์ 21.00-22.00 เดอะ สตาร์ (แกรมมี่)	10.30-11.00 เกม นักชิม
วันพุธ	13.00-13.30 มาสเตอร์ คีย์ 4 ภาค 17.42-18.00 ลูกใคร หว่า 22.20-22.25 รวยราย วัน	11.3-12.00 ป๊อปป คอร์นโชว์ 22.05- 23.00 ซิงร้อยชิงล้าน (เวิร์คพอยท์)	10.45-11.00 แข่ง ร้อยได้ล้าน 16.50-17.20 โบนัส เกมส์	11.30-12.00 บุญ หล่นทับยกกำลัง เก้า (สี่บวกสองเอ็น เทอร์เทนเมนต์) 19.35-20.00 เกม ทศกัณฐ์ 21.00-22.00 T- ZAA (อาร์เอส)	10.30-11.00 เกม นักชิม
วันพฤหัสบดี	13.00-13.30 มาสเตอร์ คีย์ 4 ภาค 22.20-22.25 รวยราย วัน 22.20-23.50 กล้อง วิเศษ (บางกอกการละ คอน)	11.3-12.00 ป๊อปป คอร์นโชว์ 17.30-17.55 คิคคิค โชว์ (วิดีโอเอ็นเทอร์ เทนเมนต์)	10.45-11.00 แข่ง ร้อยได้ล้าน 11.50-12.45 เกมฮอตเพลงฮิต (แกรมมี่)	19.35-20.00 เกม ทศกัณฐ์	10.30-11.00 เกม นักชิม 14.05-15.30 โชว์ ชิงแชมป์ (ชินวาคี โปรดักชั่น)
วันศุกร์	12.45-13.00 มาสเตอร์	11.3-12.00 ป๊อปป	10.45-11.00 แข่ง	19.35-20.00 เกม	10.30-11.00 เกม

	กีฬ 4 ภาค 22.20-22.25 รวบรวม วัน	คอร์น โช่ว 22.05-23.00 แฟน พันธุ์แท้ (เวิร์คพอยท์)	ร้อยได้ล้าน	ทศกัณท์	นักชิม 22.30-23.30 ก้อง โช่ว
วันเสาร์	15.00315.42 ชิงฝัน ปั่นดาว 16.30-17.15 เกมล่าลูก เขย 17.15-17.40 4ต่อ4 แฟมมิลี่เกม (เอ็กแซท) 18.40-19.30 เกม เศรษฐี (บอร์น ออป เปอเรชั่น) 22.20-22.25 รวบรวม วัน	11.0011.54 เวทีทอง (เวิร์คพอยท์) 12.30-12.55 มันไม่ หมูผู้ตายคลับ (สปอร์ตมาสเตอร์) 13.00-13.55 แชมป์ เบี่ยนเกมส์ (มายด์ทีวี) 18.05-18.30 ปริศนา พิศดาร 19.00-19.54 เลขมหา สมบัติ (เอ็กแซท) 22.06-23.00 แฟนซี โคน (เนฟเวอร์แลนด์)	14.55-15.20 ปลด หนี้ (แมทซิ่งเอ็น เทอร์เทน เมนท์)	10.30-11.30 ทวี แชมป์เบี่ยน (อีฟ นึ่งสตาร์) 12.30-13.30 กาม โช่ว (แกรมมี่) 14.00-14.30 ดอก ไปใส่จ้อ (ก๊กเฮงเท เลวิชั่น)	16.05-16.30 ลัว ไมค์ลัวแชมป์
วัน อาทิตย์	9.00-10.10 ก้อปปีโช่ว (ไท เอ็นเทอร์เทน เมนท์) 13.30-14.30 ตีบทแตก (รีโม่น) 14.30-16.15 ทไวไลท์ โช่ว (บอร์น ออปเป เรชั่น) 17.15-17.40 4ต่อ4 ชั้น เดย์ (เอ็กแซท) 18.40-19.25 เกม เศรษฐี 22.20-22.25 รวบรวม วัน	16.05-17.00 เกมแก้ จน (เวิร์คพอยท์) 17.00-17.55 เกมจาร ชน (เวิร์คพอยท์) 18.00-18.55 ทายได้ ให้เลย (เจเอสแอล) 19.00-19.55 สมอล ทอล์ค (ทีนทอล์ค) 22.06-23.00 5432 โช่ว (ซัสเซส) 23.00-00.00 ห้า...ให้ (ยูรการ)	12.15-13.15 เกม พันหน้า (ทริปเปิ้ล ทู) 16.00-17.00 07 โช่ว (เจเอสแอล)	10.30-11.30 ทวี แชมป์เบี่ยน 14.00-14.30 คิท เช่นโช่วโอล่าล่า	14.05-15.00 มา โช่วมาโช่ว 22.30-23.30 รัก สั้นจ้อ

จากผังรายการเกมโช่วข้างต้น สรุปจำนวนรายการเกมโช่วที่นำเสนอในสถานีโทรทัศน์แต่ละ
แห่ง ต่อหนึ่งสัปดาห์ ได้ดังนี้

สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 จำนวน 27 รายการ ต่อหนึ่งสัปดาห์
สถานีโทรทัศน์ช่อง 5 จำนวน 21 รายการ ต่อหนึ่งสัปดาห์
สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 จำนวน 13 รายการ ต่อหนึ่งสัปดาห์
สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 จำนวน 14 รายการ ต่อหนึ่งสัปดาห์
สถานีโทรทัศน์ไอทีวี จำนวน 10 รายการ ต่อหนึ่งสัปดาห์

เมื่อรวมทุกสถานีแล้ว พบว่ามีรายการเกมโชว์ที่นำเสนอในเดือนกันยายน 2546 ทั้งสิ้น 85 รายการ ซึ่งมากกว่าจำนวนที่นำเสนอในเดือนเมษายน 2546 ที่มีทั้งสิ้น 40 รายการ แสดงให้เห็นการเติบโตของรายการเกมโชว์อย่างมาก เป็นที่น่าสังเกตด้วยว่าเมื่อรายการเกมโชว์มากขึ้น รายการที่หายไปคือรายการประเภทสาระประโยชน์ และวิเคราะห์ข่าว ซึ่งเคยนำเสนอในช่วงเวลา 21.00 - 22.00 น. เป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ รายการเกมโชว์ที่เพิ่มมากขึ้นมักเป็นรายการสั้น ๆ ประมาณ 5-25 นาที ที่แทรกอยู่ตามช่วง prime time ของรายการ เช่น รายการเกมทศกัณฐ์ที่แทรกอยู่ระหว่างข่าวหลักภาคค่ำของช่อง 9 และรายการรวรยววันนำเสนอหลังละครภาคค่ำ ทางช่อง 3 รายการเกมโชว์สั้น ๆ เหล่านี้นำเสนอวันจันทร์ - ศุกร์ จึงทำให้จำนวนรายการมีมากขึ้น แม้ว่าในเชิงของจำนวนเวลาออกอากาศจะไม่ขยายเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดนักก็ตาม รายการเกมโชว์สั้นเพื่อคั่นเวลาเหล่านี้ได้กลายเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งที่บ่งบอกบุคลิกลักษณะของสถานี หรืออย่างน้อยก็เป็นเสมือนเครื่องมือบอกเวลาสิ้นสุดและเริ่มต้นรายการใหม่ นอกจากนี้ในแง่การตลาดรายการเกมโชว์สั้น ๆ จะเป็นปัจจัยที่ช่วยดึงอัตราค่าโฆษณาในช่วงเวลาหลักนั้นให้สูงขึ้น หรือในอีกแง่หนึ่งก็คือ ทำให้ช่วงเวลาของโฆษณาเพิ่มขึ้นโดยไม่เกินมาตรฐานที่กำหนด เพราะรายการเกมโชว์ที่มากันเวลาได้ถูกนับแยกเป็นอีกรายการ จึงสามารถหาโฆษณาได้เพิ่มมากขึ้น

จากผังรายการเกมโชว์ข้างต้น พบว่าสถานีโทรทัศน์ที่มีการเพิ่มจำนวนเกมโชว์มากขึ้นเป็นอันดับหนึ่ง คือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 5 จากเดิมในเดือนเมษายน ที่มีจำนวนเพียง 10 รายการ และส่วนใหญ่อยู่ในช่วงเสาร์-อาทิตย์ ได้เพิ่มมาเป็น 21 รายการ และกระจายอยู่ตามผังรายการของทุกวัน โดยกระจุกแน่นอยู่ในช่วงเวลาบ่ายและเย็นของวันเสาร์-อาทิตย์

เมื่อพิจารณาด้านการกระจายตัวของบริษัทผู้ผลิตรายการ พบว่าส่วนใหญ่แล้วมีลักษณะผูกขาดอยู่กับบริษัทผู้ผลิตขนาดใหญ่ เช่น บริษัทเวิร์คพอยท์ บริษัทเจเอสแอล บริษัทแกรมมี่ และบริษัทบอร์น ออปเปอเรชั่น ซึ่งมีรายการเกมโชว์นำเสนอในหลายสถานีด้วยกัน ลักษณะและรูปแบบของเกมโชว์จะสะท้อนเป้าหมายทางการตลาดของบริษัท หรือกล่าวง่าย ๆ ก็คือเป็นช่องทางส่งเสริมการตลาดของบริษัทด้วย เช่น รายการเกมโชว์ของบริษัทแกรมมี่มักเน้นการแข่งขันด้านเพลง เช่น รายการเกมฮอตเพลงฮิต ทางช่อง 7 หรือเน้นการให้ดารานักร้องในสังกัดเป็นผู้ร่วมแข่งขัน นอกจากนี้แกรมมี่ยังผลิตรายการเกมโชว์ในรูปแบบบันเทิงอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับเพลง แต่เน้นการวางพลอตรายการเหมือนการดูละครหรือการแสดงประกอบกันไปด้วย ซึ่งรายการเกมโชว์ในรูปแบบเช่นนี้จะดำเนินการในนามของบริษัทเอ็กแซกท์ ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของแกรมมี่ที่ผลิตรายการละครอยู่ด้วย เป็นต้น เมื่อเปรียบเทียบแต่ละสถานีแล้ว พบว่าสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 มีความหลากหลายในเรื่องของบริษัทผู้ผลิตรายการเกมโชว์มากที่สุด คือ จำนวน 10 บริษัท โดยมีทั้งบริษัทผู้ผลิตขนาดใหญ่และขนาดเล็กผสมผสานกันไป แต่โดยส่วนใหญ่แล้วบริษัทที่ได้สัดส่วนยื่นในผังรายการเกมโชว์ของช่อง 5 คือบริษัทเวิร์คพอยท์ ทำให้เห็นว่าแม้การผลิตรายการเกมโชว์จะขยายตัว

ทางการตลาดมากเกินไป แต่แนวโน้มที่รายการนี้จะถูกผูกขาดโดยบริษัทผู้ผลิตขนาดใหญ่ก็ยังมีสูงมากขึ้นเท่านั้น ทำให้โอกาสที่รูปแบบและเนื้อหาของรายการจะซ้ำซ้อนหรือขาดความหลากหลายก็มิได้อยู่สูงเช่นกัน ตารางข้างล่างนี้แสดงจำนวนและชื่อรายการเกมโชว์ของบริษัทผู้ผลิตรายใหญ่ จำนวน 5 บริษัท โดยรวมบริษัทแกรมมี่กับเอ็กแซกท์เข้าด้วยกัน เพื่อแสดงให้เห็นถึงการผูกขาดการผลิตรายการ รวมทั้งยังแสดงให้เห็นถึงการผูกขาดหรือกระจุกตัวตามสถานีด้วย เช่น จะเห็นว่าบริษัทบอร์นออฟเปอเรชั่น และบริษัทมีเดียออฟมีเดีย จะผลิตรายการเกมโชว์ให้กับสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 และช่อง 7 ตามลำดับ ดังนี้

ตารางที่ 3.2.17 รายการเกมโชว์ที่ผลิตโดยบริษัทขนาดใหญ่ ตามผังรายการเดือนกันยายน 2546

เวิร์คพอยท์	เจเอสแอล	แกรมมี่+เอ็กแซกท์	บอร์นออฟเปอเรชั่น	มีเดียออฟมีเดีย
ชิงร้อยชิงล้าน (TV5)	ทายได้ให้เลย (TV5)	4ต่อ 4 ชั้นเคย์ (TV3)	เกมเศรษฐี (TV3)	โบนัสเกม (TV7)
แฟนพันธุ์แท้ (TV5)	รักมาราธอน (TV5)	4ต่อ4แฟมมีลีเกม (TV3)	จู้กบอช้เกม (TV3)	
เก้าอี้ระทึก (TV7)				
เกมจาร์ชน (TV5)	07 โชว์ (TV7)	เกมวัดดวง (TV5)		
เกมแก้จน (TV5)	แข่งร้อยได้ล้าน (TV7)	เลฆมหาสมบัติ (TV5)		
เวทีทอง (TV5)		กาเมโชว์ (TV9)		
		คาราโอเกะ (TV9)		

ตารางที่ 3.2.18 รายละเอียดของรายการเกมโชว์ที่ผลิตโดยบริษัทเวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ สรุปรายการเดือนเมษายน 2546

รายการ	วันออกอากาศ	เวลา	ช่อง	พิธีกร	เนื้อหา
ทศกัณฐ์	จันทร์-ศุกร์	19.30-19.45	9	ปัญญา นิรันดร์กุล	จากผู้ชมทางบ้าน ทายใบหน้าที่ของบุคคลในทุกสาขา อาชีพ
ชิงร้อยชิงล้าน	พุธ	22.20-24.20	5	ปัญญา นิรันดร์กุล มยุรา เสวตศิลา	เชิญดารา-นักแสดงมาเล่น โดยมีการนำผู้ประกอบอาชีพต่างๆมาทำประลองแก๊งสามช่า แล้วให้ผู้เข้าแข่งขันทายว่าทำได้หรือไม่
เก้าอี้ใหญ่	พฤหัสบดี	21.00-22.00	9	ธงชัย ประสงค์สันติ โหน่ง สามช่า	แข่งขันเกี่ยวกับธุรกิจ อาชีพขนาดเล็ก กลางและสินค้าOTOP
แฟนพันธุ์แท้	ศุกร์	22.20-23.35	5	ปัญญา นิรันดร์กุล	จากผู้ชมทางบ้าน แข่งขันตอบประเด็นที่สนใจ

เวทีทอง	เสาร์	12.00- 13.00	5	หม่ำ จ๊กมิก ซูโม้ก๊ก	นักแสดงเข้ามาแข่งขัน แข่งขันเกี่ยวกับ ภาษาไทย
ระเบิดเถิดเทิง	อาทิตย์	14.00- 15.00	5	ลิเรียม หม่ำ,เพ่ง	เป็นละครสั้นที่เชิญนักแสดงมาร่วม ด้วย มีเนื้อเรื่องอยู่ในซอยเถิดเทิง
เกมแค้น	อาทิตย์	15.00- 16.00	5	ปัญญา ลิเรียม	เชิญผู้ที่ประสบความสำเร็จในอาชีพ เข้ามาร่วมรายการให้นักแสดงทนาย
เกมจรรยา	อาทิตย์	16.00- 17.00	5	มยุรา ศัลย์, โหน่ง	ดารา-นักแสดงร่วมเล่นเกม โดยทายตัว เลขพิฆาต

ในส่วนของการประกวดการผลิตรายการเกมโชว์นั้น ต้องมีการกำหนดรูปแบบของเกม (format) ก่อน ซึ่งปัจจัยที่มากำหนดแนวทางการผลิต ก็คือ กระแสความนิยมของตลาด รวมทั้งโอกาสที่จะดึงดูดสปอนเซอร์ได้มากนั่นเอง ดังคำอธิบายของผู้ผลิตรายการข้างล่างนี้ซึ่งสรุปได้ว่าเป้าหมายทางการตลาดของสปอนเซอร์มีส่วนสำคัญยิ่งในการกำหนดรูปแบบ เนื้อหา และแม้แต่ตัวพิธีกรและผู้ร่วมแข่งขัน รวมทั้งยังเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้รายการเกมโชว์เต็มไปด้วยแผ่นป้ายโฆษณา รวมทั้งรูปแบบของการเสียดวงด้วยการเปิดแผ่นป้าย

“ช่วงคิดฟอร์มเมตเป็นช่วงที่ยากมาก บางครั้งเกิดขึ้นเอง บางครั้งเกิดจากการดัดแปลง ถ้าฟอร์มเมตดี เกมโชว์ประสบความสำเร็จไปแล้วกว่า 50% การมีพิธีกรดีทำให้ฟอร์มเมตเข้มข้น เป็นการ์ตูนที่สำคัญของรายการ” (ประภาส ชลศรานนท์ กก.ผจก. บ. เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด อ่างในชัยพร ตั้งพูลสินธนา, 2545)

“ต้องดูว่ากระแสคนกำลังชอบอะไรอยู่ หรือคนมีการเรียนรู้วัฒนธรรมต่างประเทศอะไรบ้าง แล้วก็สร้างแก่นขึ้นมา แล้วก็สร้างแก่นขึ้นมา และพัฒนาเป็นรูปแบบหรือฟอร์มเมต จากนั้นก็จับว่าเกมโชว์ของเราจะต่างจากของคนอื่นอย่างไร จะทำให้มีผู้แพ้ผู้ชนะเกิดขึ้นได้อย่างไร” (ภูษิต ไล่ทอง รองกก. ผจก. บ. ทีวีทันเดอร์ จำกัด อ่างในชัยพร ตั้งพูลสินธนา, 2545)

“รูปแบบของเกมโชว์ที่ดีต้องมีโครงสร้างและกติกาที่ชัดเจน สื่อความเข้าใจง่าย ขั้นตอนไม่เยอะจนกระทั่งง ต้องเข้าใจง่าย ๆ แล้วสนุก แต่ไม่ใช่ง่ายเกินไปจนไม่สนุกก็ได้ แต่ละช่วงรอบของเกมจะมีความน่าสนใจในนั้น” (มาลี ปานเพชรผจก. ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ บ.เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด อ่างในชัยพร ตั้งพูลสินธนา, 2545)

การวัดความสำเร็จในเชิงธุรกิจของรายการเกมโชว์ อยู่ที่เงื่อนไขหลัก ๆ คือ การสนับสนุนจากสปอนเซอร์ ถ้ารายการใดที่มีการแข่งขันและมีของรางวัลที่มีมูลค่าสูง รวมทั้งมีของรางวัลมาก

แสดงว่ามีสปอนเซอร์สนับสนุนมาก ซึ่งก็จะทำให้มีการดึงดูดผู้เข้าร่วมสมัครแข่งขัน และดึงดูดผู้ชมที่คอยลุ้นหรือเชียร์อยู่ที่หน้าจอ

“ได้สปอนเซอร์จากป้ายนี้พอเพียงค่าผลิต ป้ายนี้คือกำไรทั้งหมด แต่มีสปอนเซอร์ต้นทุนการผลิต ป้ายทั้งหมดที่เปิดในรายการมีกำไรหมดเลย” (พัชรี เลิศศรีคัมภีร์ ผู้ควบคุมการผลิต บริษัท เอ็กแซ็คท์ จำกัด อ่างในชัยพร ตั้งพูลสินธนา, 2545)

“ถ้าถามว่าทำไมรายการนั้นสปอนเซอร์เต็ม ทำไมป้ายเต็ม เอเจนซี่เอาอะไรมาวัด บางทีความชอบส่วนตัวกับตัวแทน โฆษณาก็มีผลเหมือนกัน เช่นรายการสัญญาณมหาชน เรตติ้งนิดเดียว แต่รายการขายโฆษณาได้หมด เพราะภาพลักษณ์เขาดี ลงโฆษณาแล้วสินค้าก็มีภาพลักษณ์ดี อย่างสารแชนโซว์ เรตติ้ง 2-3 แต่โฆษณาเต็ม เพราะภาพลักษณ์ของวิลลี่ คูไฮโซดี” (เกียรติ กิจเจริญ กก.ผจก. บ.ทริปเปิ้ลทู จำกัด อ่างในชัยพร ตั้งพูลสินธนา, 2545)

“สปอนเซอร์นั้นก็เป็นส่วนหนึ่งที่เราต้องคำนึงด้วย ยิ่งเป็นสปอนเซอร์หลักที่เขาต้องการเข้ามีส่วนในรายการ ก็ต้องมาคิดโจทย์ให้เขาว่าจะอยู่ส่วนไหนถึงจะเหมาะสม อย่างบางราย เขาไม่ต้องการให้เห็นเฉพาะผลิตภัณฑ์ แต่ต้องการเข้ามามีส่วนร่วมในเกมด้วย” (ม.ล.ปิยะจันทร์ ประวิทย์ ผู้ดูแลการผลิตรายการ เกมล่า 2000 อ่างในชัยพร ตั้งพูลสินธนา, 2545)

กาญจนา วิชาคุณ (2543) กล่าวไว้ในงานวิจัยเรื่องการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาที่สนับสนุนและต่อต้านสังคมที่ปรากฏในเกมโชว์ว่า ผู้อุปถัมภ์รายการเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อรูปแบบรายการ การผลิตรายการก็ขึ้นอยู่กับนโยบายของสถานีอีกด้วย นอกจากนั้นเนื้อหาของรายการมีทั้งสนับสนุนสังคม ในแง่การส่งเสริมการเรียนรู้ การสั่งสอนตักเตือน ให้กำลังใจ ส่งเสริมการกีฬา ส่งเสริมอาชีพ และภายในเกมเดียวกันนั้นก็มีการต่อต้านสังคม ด้วยการแสดงออกซึ่งความก้าวร้าว เช่นบางรายการมีดารารับเชิญผู้ชายทำท่ากระโดดถีบพิธีกรหญิง มีการพูดจาก้าวร้าวโดยจากตัวพิธีกรเอง เช่น รายการลับเฉพาะคนรู้ใจ ที่ไตรภพพูดกับทรายว่า “หนูรู้ไหมหนู โชคดีมากที่พ่อสร้างบ้านทรายทอง ไม่ใช่บ้านผีปอบ ไม่เช่นนั้นต้องเรียกน้องปอบ” มีการแสดงออกทางเพศในรายการเกมโชว์ ไม่ว่าจะด้วยการกระทำหรือการแสดงออกโดยคำพูด มักมีปรากฏในเกือบทุกรายการ โดยเฉพาะถ้าในรายการมีดาราดตกเป็นพิธีกรร่วม จะมีคำพูดลามก พูดจาสองแง่สองง่าม และบางครั้งแสดงออกด้วยกิริยาที่ไม่สุภาพกับผู้เข้าร่วมรายการที่เป็นผู้หญิง

นอกจากนี้ในงานวิจัยยังกล่าวถึงความรุนแรงที่มีเสนอในรายการเกมโชว์ เช่นคาราชายคนหนึ่งที่เป็นที่นิยมของวัยรุ่นได้เล่าให้ฟังว่า สมัยที่เรียนหนังสือ ตึกกันทุกวันเหมือนอยู่ในสมรภูมิรบ ซึ่งสิ่งเหล่านี้อาจเป็นการชี้แนะในทางที่ผิดสำหรับเยาวชนที่มักมีคาราที่เป็นคนเก่งในใจ เมื่อได้ขึ้นเช่นนี้อาจทำตามและคิดว่าความรุนแรง การทำร้ายกันเป็นเรื่องธรรมดาที่เกิดขึ้นได้ในวัยเรียน

การแสดงออกซึ่งความโหดร้ายทารุณและความเลียดในเกม มีปรากฏในหลายรายการ เช่น การวางแคโรทไว้บนท้องแล้วใช้เลื่อยตัด หรือมีการกลั่นแกล้งกัน จากการแสดงของเหล่าดารา ตลกจนดูเป็นเรื่องธรรมดา ดูไม่ค่อยเห็นคุณค่าของความเป็นคน แต่ใช้ดาราตลกเป็นตัวเดินเรื่องในการถูกกลั่นแกล้ง เพื่อให้เป็นเรื่องขำขัน มีการเล่นมุขกันระหว่างพิธีกรกับผู้ร่วมรายการ

การเลือกผู้เข้าร่วมแข่งขัน ส่วนมากจะเป็นดารานักร้องที่กำลังอยู่ในกระแส หรือดารา นักแสดงที่อยู่ในบริษัทที่เป็นสปอนเซอร์ หรือเป็นช่วงของการโปรโมทหนังหรือเพลงที่ต้องการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ เพราะดารานักร้องที่กำลังเป็นที่สนใจของประชาชน จะทำให้มีผู้ชม รายการมากขึ้น เรตติ้งมีมากขึ้น ซึ่งมีผลต่อการพิจารณาให้มีรายการในผังครั้งต่อไป

แม้ปัจจุบันมีรายการเกมโชว์ที่มีผู้ร่วมรายการเป็นประชาชนชาวบ้านมากขึ้น บางรายการมี ผู้ชมทางบ้านร่วมเล่นเกมกับดารานักร้อง บางรายการมีแต่ผู้ชมจากทางบ้านเข้ามาเล่นเกม แต่ก็ยังมี เรื่องของโฆษณาแฝงเข้ามาในช่วงการแข่งขันเกม เช่นกำหนดให้มีเกมที่ต้องแข่งขันดื่มนม ก็จะโชว์ ลิ้นค้ำนมที่เป็นผู้อุปถัมภ์รายการ หรือบางเกมจะกำหนดว่า ผู้ที่เข้าร่วมเล่นเกมได้ ต้องมี ผลិតภัณฑ์สินค้านี้ของสปอนเซอร์ ให้นำมาแสดง แล้วจะได้เข้าร่วมแข่งขัน (ในลักษณะของเกม ที่ ออกนอกสถานที่)

อีกตัวอย่างหนึ่งคือ รายการปลดหนี้ ซึ่งผลิตโดยบริษัทแมทซิง สตูดิโอ มีรูปแบบ รายการ ที่ให้ผู้ร่วมรายการเป็นชาวบ้านที่มีหนี้สินอยู่กับสถาบันการเงินต่าง ๆ และสมัครเข้าร่วมรายการ เพื่อทำกิจกรรมบางอย่างตามที่ทางรายการกำหนด ถ้าทำได้ตามนั้นก็จะได้เงินรางวัลไปปลดหนี้ รายการนี้นับว่าเป็นรายการเกมที่ดี มีประโยชน์กับชาวบ้านที่ไม่มีโอกาส ไม่มีความรู้พอที่จะตอบ คำถามจากเกม ได้ แต่เป็นการแสดงความสามารถจากอาชีพของตัวเองที่ทำอยู่ แต่กระนั้นป้ายของผู้ อุปถัมภ์รายการก็มีปรากฏชัดในบริเวณที่แข่งขัน และยังมีช่วงพิเศษเฉพาะสปอนเซอร์หลังจากผู้ แข่งขันเล่นเกมหมดแล้ว คือช่วงของฉลาม(เครื่องดื่มบำรุงกำลัง) รวมทั้งการนำเสนอโลโก้ของรายการ ที่คล้ายคลึงกับโลโก้ของพรรคไทยรักไทยด้วย

สำหรับรายการระเบิดเถิดเทิง ของบริษัทเวิร์คพอยท์ ที่มีรูปแบบเป็นละครชวนหัว โดยมีดารา เป็นตัวหลักในเรื่อง และมีดารารับเชิญเข้าร่วมในรายการ ก็จะมีโฆษณาแฝงมากมาย โดย พล็อตเรื่องจะมีร้านขายของชำอยู่ในซอยเถิดเทิง ก็จะสินค้านี้วางโชว์ไว้เต็มร้าน ดาราที่เชิญมาก็มี ความหลากหลายพอสมควร สุดท้ายก็ให้ดารารับเชิญเข้าร่วมเล่นเกมในช่วงท้ายรายการ ซึ่งก็มีการ เปิดป้ายรางวัลจากแผ่นป้ายของสปอนเซอร์

บริษัทเวิร์คพอยท์ ที่เป็นผู้ผลิตรายการเกมโชว์มากที่สุดในขณะนี้ มีรายการที่มีผู้นิยมมาก โดย เฉพาะรายการ แฟนพันธุ์แท้ ซึ่งเป็นเกมโชว์ที่เกี่ยวกับแฟนคลับ มีรูปแบบเฉพาะตัว คือผู้เข้าแข่งขัน จะต้องมีความรู้เรื่องต่างๆที่ตนเองสนใจแบบเจาะลึก ซึ่งไม่จำกัดเรื่องอายุ ถ้าสุดมีเด็กอายุ 9 ขวบ

เข้าแข่งขันตอบคำถามเรื่องราวเกี่ยวกับไดโนเสาร์ จนสามารถเข้ารอบไปชิงกับผู้ใหญ่ จึงทำให้รายการน่าสนใจและท้าทายกับความรู้ที่ตนเองสนใจเป็นอย่างมาก

อีกรายการหนึ่งของบริษัทเวิร์คพอยท์ที่กำลังได้รับความนิยม คือ รายการเกมทศกัณฐ์ ที่เสนอในช่วงทุ่มครึ่ง วันจันทร์ถึงศุกร์ ปัญญา นิรันดร์กุล เป็นพิธีกร โดยมีเบียร์ซ้างเป็นผู้สนับสนุนรายใหญ่ ทำให้ฉากรายการเต็มไปด้วยโลโก้ของเบียร์ซ้าง รายการนี้เป็นเกมที่ทำให้ผู้เข้าแข่งขันทายใบหน้าของบุคคลที่มีชื่อเสียงต่าง ๆ ทั้งไทยและต่างประเทศ เป็นรายการที่ต้องใช้ความรู้และความจำในการทายใบหน้า เสน่ห์ของทั้งสองรายการนี้อาจอยู่ที่ความสามารถของพิธีกร ความแปลกที่ต่างจากเกมอื่น ๆ ที่มีทั้งผู้ช่วยพิธีกร และพิธีกรหลัก ซึ่งในรายการนั้นมักมีการแสดงออกซึ่งความก้าวร้าวรุนแรง แต่ทั้งสองรายการนี้ค่อนข้างต้องใช้สมาธิและความเจ็บในการแข่งขัน ไม่มีการพูดจาหยาบคาย สองแง่สองง่าม จึงทำให้เกมเป็นที่ชื่นชอบ และได้รับความนิยมมาก แต่เมื่อพิจารณาการกำหนดผังเวลาของรายการแล้ว จะเห็นว่ารายการเกมทศกัณฐ์เข้ามาแทรกอยู่ในช่วงเวลาของรายการข่าว อันอาจจะเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้มีผู้ชมรายการนี้มาก เพราะมีส่วนเกี่ยวข้องกับความรู้เรื่องข่าว เรื่องความเคลื่อนไหวของบุคคลอยู่ไม่น้อย แต่การที่มีรายการบันเทิงเช่นนี้มาคั่นช่วงท้ายของรายการ ก็ทำให้เวลาของรายการข่าวสารสาระถูกเบียดบังไปด้วยโดยปริยาย

โดยทั่วไปแล้ว พิธีกรในรายการเกมโชว์ส่วนใหญ่มักจะทำตัวให้ดูตลก มีการเล่นมุข หยอกล้อกันแรง ๆ บางครั้งดูไม่สุภาพ โดยเฉพาะทางคำพูด ซึ่งมีรายการจำนวนมากจะนำดาราดอกมาเป็นพิธีกรร่วม เพื่อสร้างสีสันให้กับรายการ

แม้ว่ารายการเกมโชว์จะเป็นการนำเสนอความบันเทิงให้ผู้ชมเป็นหลัก แต่มีผู้นิยมมากขึ้นเนื่องจากรูปแบบที่ผู้ชมสามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้มากขึ้น ทั้งจากการเข้าร่วมเล่นเกมหรือการส่งชิ้นส่วนเข้ามาทายปัญหาชิงรางวัล จึงส่งผลให้สินค้าที่เป็นสปอนเซอร์มียอดขายสูงขึ้น เป็นกลไกทางการตลาดที่เป็นตัวกระตุ้นการเพิ่มยอดขาย ทำให้บางรายการขาดคุณภาพไป แต่ก็ยังดำเนินรายการอยู่ได้ บริษัทที่เป็นผู้จัด ก็มักจะผูกขาดอยู่เพียงไม่กี่บริษัทเท่านั้น รูปแบบและเนื้อหาของเกมโชว์อาจปรับเปลี่ยนไป แต่ก็ยังคงอยู่ภายใต้นโยบายของผู้อุปถัมภ์รายการและนโยบายของสถานีเป็นหลัก ในเรื่องของผู้อุปถัมภ์รายการ เจ้าของสินค้า จึงอาจทำให้เนื้อหาและการนำเสนอเกมโชว์ ต้องปรับเปลี่ยนไปตามความต้องการของสปอนเซอร์ ดังนั้นหากผู้อุปถัมภ์รายการมีความรับผิดชอบต่องานมากกว่านี้ ไม่มุ่งเน้นแต่ผลกำไรของตัวเอง ควรมีรูปแบบรายการที่ส่งเสริมบุคคลหลายๆอาชีพให้เข้ามามีส่วนร่วมรายการ โดยคาดหวังให้ผู้เข้าร่วมรายการได้ประโยชน์มากกว่านี้

จากการวิเคราะห์รายการละครและเกมโชว์ เพื่อประเมินจริยธรรมและศีลธรรมของเนื้อหาพบข้อสรุปโดยรวม ได้ดังนี้

1. ด้วยลักษณะของสื่อที่เน้นความบันเทิง สนุกสนานต่อผู้ชม ทำให้รายการละคร เกมโชว์ ทอล์กโชว์ มีเนื้อหาที่กระจายเข้าถึงมวลชนจำนวนมาก จึงนิยมผลิตเนื้อหาที่ผู้ชมสามารถเข้าใจได้ง่าย ไม่ซับซ้อน และนำเสนอภาพเพียงส่วนเดียวของชีวิตจริง โดยเน้นการขยายอารมณ์ร่วมในบางจุดที่น่าเสนอ ทำให้รายการบันเทิงมุ่งสนองตอบด้านอารมณ์ของสังคมมากกว่าจะสนองตอบด้านปัญญา หรือจิตสำนึก ถึงแม้ว่าจะมีรายการบันเทิงที่มีคุณภาพปะปนอยู่บ้าง แต่พบว่ารายการเหล่านั้นมีจำนวนเล็กน้อยมาก จนไม่สามารถทำให้ภาพรวมของรายการบันเทิงด้านละคร เกมโชว์ และทอล์กโชว์ ได้รับการยกย่องว่ามีคุณภาพในเชิงของสาระและตอบสนองประโยชน์ของสาธารณะได้
2. รายการบันเทิงได้กลายเป็นช่องทางสำคัญของการสร้างเรตติ้ง และทำกำไรให้แก่สถานี ทำให้รายการบันเทิงส่วนใหญ่เต็มไปด้วยการโฆษณา ทั้งโฆษณาคั่นรายการ และโฆษณาแฝง ทำให้สัดส่วนเวลาโฆษณาของสถานีเชิงพาณิชย์เกินกว่ามาตรฐาน รวมทั้งการนำเสนอโฆษณาแฝงอย่างมากมายเกินไปยังมีผลต่อการสร้างความรับรู้และค่านิยมด้านบริโภคนิยมต่อสังคม
3. รายการบันเทิงส่วนหนึ่ง มีเนื้อหาที่หมิ่นเหม่ต่อศีลธรรมและจริยธรรมของสังคมเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะรายการที่มุ่งเน้นกลุ่มวัยรุ่นตอนต้น ซึ่งมีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเพศศึกษา ซึ่งในบางตอนนั้นการนำเสนอเกินเลยความเหมาะสม เพราะบทบาทของตัวแสดงและการใส่อารมณ์เชิงการแสดงที่มีส่วนทำให้การสร้างค่านิยมเชิงจริยธรรมและศีลธรรมผิดเพี้ยนไปจากความพอดี
4. มีข้อน่าสังเกตว่า รายการประเภททอล์กโชว์ หรือทอล์กโชว์ จะได้รับการผลิตมากขึ้น ดังตัวอย่างของรายการทอล์กโชว์ที่ดีที่สุดถึง 4 รายการที่ออกอากาศทางไอทีวี ช่วงเวลา 22.00 น. รายการทางไอทีวีเหล่านี้ มีเนื้อหาที่เน้นการบริโภคนิยมมากเกินไป และเน้นเชิญผู้ร่วมรายการที่เป็นบุคคลในสังคมชั้นสูงมาสนทนาเกี่ยวกับการแต่งกายและไลฟ์สไตล์ต่าง ๆ ซึ่งส่วนมากเป็นเรื่องของวัตถุนิยมทั้งสิ้น ทำให้นำเป็นห่วงว่ารายการประเภทนี้จะมีส่วนสนับสนุนให้คนในสังคมบริโภคมากขึ้น เท่ากับเป็นการขยายเนื้อหาของสังคมบริโภคนิยมแบบชั้นสูงจากนิตยสารมาสู่รายการโทรทัศน์
5. หากจะมีการนำรายการบันเทิง เช่น ละคร มาเป็นช่องทางการเรียนรู้ปัญหาสังคมในแง่มุมต่าง ๆ เพราะเป็นสื่อที่เข้าถึงผู้ชมได้ง่ายและกว้างขวางนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ผลิตรายการ ผู้บริหารสถานี จะต้องแสวงหาแนวคิด ทักษะ และความรู้จากกลุ่มต่าง ๆ ทางสังคมอย่างกว้างขวางเพื่อที่จะผลิตเนื้อหาที่ไม่เป็นภัย และตอกย้ำความรุนแรงของปัญหาแทนที่จะแก้ปัญหาเป็นต้น

3.2.3 เนื้อหาด้านประชาสังคม

ในการพิจารณาเนื้อหาด้านประชาสังคมของสถานีโทรทัศน์นั้น รายงานฉบับนี้ มุ่งพิจารณารายการประเภทสาระประโยชน์ เช่น สารคดี สกู๊ป ฯลฯ เป็นหลัก เพราะเป็นรายการที่มีเนื้อหาสาระที่มุ่งจะให้ความรู้แก่ผู้ชม รวมทั้งให้แนวทางต่าง ๆ ที่เป็นข้อคิดหรือข้อเสนอแนะ รายการเหล่านี้มีปรากฏในทุกสถานี เพียงแต่มีการนำเสนอในจำนวนที่มากน้อย และแตกต่างมิติของคุณภาพ

เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้ว รายการสาระต่าง ๆ ทางสถานีโทรทัศน์แต่ละแห่ง มักเป็นรายการที่นำเสนอในช่วงเวลาเช้ามากหรือดึกมาก แทบไม่มีรายการใดที่ได้นำเสนอในช่วงเวลา prime time แต่หากมีการนำเสนอก็คือเป็นสปอตสั้น ๆ ใช้เวลาเสนอประมาณ 3-5 นาที ในขณะที่รายการที่นำเสนอเป็นรูปแบบที่ชัดเจนและมีเวลาในการนำเสนอประมาณ 30 นาที มีจำนวนรายการไม่มากนัก เช่น รายการทุ่งแสงตะวัน ที่เสนอทางช่อง 3 ในช่วงเวลา 7.20 - 7.40น. ของวันเสาร์ รายการชีวิตไม่สิ้นหวัง ที่เสนอรายการธรรมะในวันอาทิตย์ เวลา 6.00 - 6.30น.

รายการสาระประโยชน์ที่นำเสนอทางโทรทัศน์ (จากผังรายการเดือนเมษายน 2546) จำแนกออกได้เป็น 9 ประเภท คือ

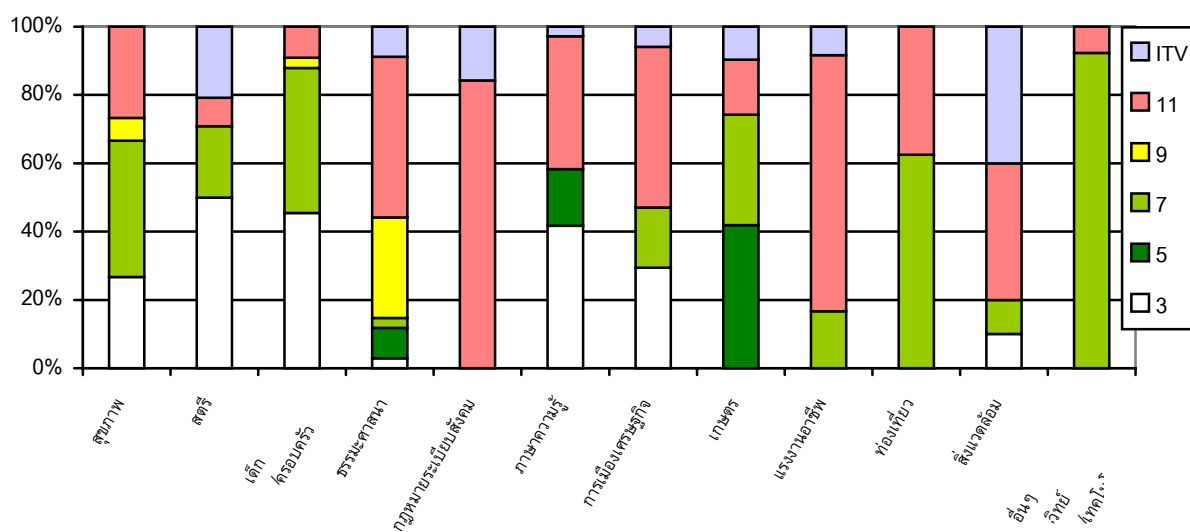
- รายการเด็กและเยาวชน
- รายการสำหรับผู้หญิง
- รายการเพื่อสุขภาพ
- รายการธรรมะและศาสนา
- รายการวิทยาศาสตร์/เทคโนโลยี
- รายการเกษตร
- รายการสิ่งแวดล้อม
- รายการส่งเสริมความรู้ในการประกอบอาชีพ
- รายการอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากนี้ เช่น วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี รถยนต์

เมื่อนำรายการสาระประโยชน์ข้างต้นมาจำแนกออกตามประเภทของเนื้อหา และตามสถานีโทรทัศน์ทุกช่อง สามารถแสดงตามตารางได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.2.19 เปรียบเทียบจำนวนรายการสาระประโยชน์แยกตามประเภทเนื้อหา
จากผังเดือนเมษายน 2546

ช่อง เนื้อหา	สุขภาพ	สตรี	เด็ก/ ครอบครัว	ธรรมะ ศาสนา	กฎหมาย ระเบียบ สังคม	ภาษา ความรู้	การ เมือง เศรษฐกิจ	เกษตร	แรงงาน อาชีพ	ท่องเที่ยว	สิ่ง แวด ล้อม	อื่นๆ,วิทย์/ เทคโนโลยี
TV 3	4	12	15	1	-	15	5	-	-	-	1	-
TV 5	-	-	-	3	-	6	-	13	-	-	-	-
TV 7	6	5	14	1	-	-	3	10	2	5	1	36
TV 9	1	-	1	10	-	10	-	3	-	2	-	-
TV 11	4	2	3	16	16	14	8	5	9	3	4	3
ITV	-	5	-	3	3	1	1	3	1	-	4	-
รวม	15	24	33	34	19	56	17	34	12	10	10	39

แผนภาพที่ 3 เปรียบเทียบประเภทเนื้อหาของรายการสาระประโยชน์



เมื่อเปรียบเทียบรายการสาระประโยชน์ตามผังเดือนเมษายน 2546 ของแต่ละช่องแล้ว พบว่า สถานีโทรทัศน์ช่อง 5 และสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีรายการสาระประโยชน์มากที่สุด โดยช่อง 5 มีรายการสารคดีสั้น ๆ ประมาณ 2-3 นาทีเป็นจำนวนมาก ในขณะที่ไอทีวีจะมีรายการประเภทความยาวเป็นจำนวนมากกว่า สำหรับรายการสาระด้านสตรีนั้นพบที่ช่อง 3 มีการนำเสนอมากที่สุด รายการการเกษตรเสนอทางช่อง 5 มากที่สุด รายการเกี่ยวกับเด็กและครอบครัวนำเสนอทางช่อง 7 มาก

ที่สุด รายการสิ่งแวดล้อมนำเสนอทางไอทีวิวมากที่สุด และรายการธรรมะนำเสนอทางช่อง 9 มากที่สุด สำหรับรายการที่ไม่ได้แยกประเภทเนื้อหาได้อย่างชัดเจนนั้น เป็นรายการเกี่ยวกับรถยนต์ กีฬา ความงาม เคล็ดลับในการทำอาหาร ซึ่งพบว่านำเสนอมากทางช่อง 7 เมื่อแยกพิจารณารายการสารประโยชน์ตามประเภทเนื้อหาที่ได้รับการนำเสนอมากในตารางข้างต้น สามารถสรุปได้ ดังนี้

รายการเด็กและเยาวชน แม้ว่าจะปรากฏจำนวนนำเสนอถึง 33 รายการต่อสัปดาห์ แต่ส่วนใหญ่เป็นรายการขนาดสั้น เช่น เสนอเคล็ดลับให้แก่พ่อแม่ในการเลี้ยงลูก (รายการดวงใจพ่อแม่ ช่อง 5) สนับสนุนเด็กให้มีความคิดสร้างสรรค์ (รายการกล้าคิดกล้าทำ ช่อง 5) เป็นต้น รายการสารประโยชน์ด้านเด็กและเยาวชนมักนำเสนอในช่วงเช้าของวันเสาร์-อาทิตย์ สลับไปกับการนำเสนอภาพยนตร์การ์ตูน ทำให้มีสปอนเซอร์ในช่วงนี้อย่างต่อเนื่อง ส่วนใหญ่แล้วสปอนเซอร์จะปรากฏร่วมอยู่ในการแสดงต่างๆ ของรายการด้วย เช่น รายการ FUN 4 ทางช่อง 3 ที่เน้นกลุ่มเด็กเล็ก เนื้อหารายการมีการร้องเพลง เต้น และเล่นิทานประกอบเพลง โดยมีนม UHT ยี่ห้อหนึ่งเป็นฉากหลัก รวมทั้งปรากฏอยู่ในเนื้อเพลงและประกอบท่าเต้นที่สนับสนุนให้เด็กดีมีนมด้วย

รายการธรรมะ ซึ่งเฉลี่ยแล้วสถานีโทรทัศน์ทุกช่องจะนำเสนอสัปดาห์ละ 2-3 รายการ ส่วนใหญ่ออกอากาศในวันอาทิตย์ และวันจันทร์ อย่างไรก็ตาม รายการธรรมะทุกรายการมีช่วงเวลาในการนำเสนอตอนเช้าตรู่มาก คือประมาณ 04.00 เป็นต้นไป จนถึง 06.00 มีเฉพาะช่อง 9 ที่นำเสนอรายการธรรมะกับเยาวชนในวันจันทร์ เวลา 09.00 น. การนำเสนอในช่วงเช้ามากเกินไปนี้อาจไม่เหมาะสมกับผู้ชมในระดับกว้าง เพราะเป็นเวลาที่ผู้ชมจำนวนมากเพิ่งตื่นนอน และบางรายก็มีภารกิจที่ต้องเตรียมตัวออกจากบ้าน ทำให้รายการธรรมะมีผู้ดูจำกัดเฉพาะกลุ่ม คือผู้สูงอายุ และผู้ที่อยู่บ้าน เหตุที่รายการเหล่านี้ต้องเสนอในช่วงนี้ก็เพราะเป็นรายการที่ไม่มีผู้อุปถัมภ์รายการ หากผู้สนับสนุนรายการยาก จึงต้องเลือกเวลาช่วงนี้ (อาริยา ทวีศักดิ์สกุล , 2544) ดังนั้น รายการธรรมะส่วนใหญ่จึงมีวิธีการจัดการธุรกิจในลักษณะของ time sharing คือสถานีไม่เก็บค่าเช่าเวลา แต่ขอแบ่งส่วนรายได้จากโฆษณาด้วยถ้ามี เช่นในรายการชีวิตต้องสู้ ที่นำเสนอทางช่อง 3 เวลา 05.30 น. ซึ่งก่อนหน้านี้ตอนที่รายการเริ่มต้นใหม่ ๆ ในปี พ.ศ. 2536 รายการนี้มีเวลาออกอากาศตอน 08.00 น. แต่เมื่อรายการมีผู้ชมนิยมมากขึ้นตามลำดับและสามารถหาโฆษณาได้ดี ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 จึงขอเวลาคืนเพื่อเอาช่วงที่มีคนติดแล้วไม่ขายเวลาให้กับผู้ผลิตรายการประเภทอื่น ที่มีทุนสูงกว่า และสามารถจ่ายค่าเช่าเวลาได้ แสดงให้เห็นว่ารายการธรรมะยังคงเป็นรายการที่สถานีโทรทัศน์ให้ความสำคัญต่อการลงทุนหรือสนับสนุนต่ำ แต่ต้องมีไว้เพื่อให้ผัง รายการมีเนื้อหาเชิงจริยธรรม และศีลธรรมสอดคล้องกับแนวทางของสังคมไทย

รายการสาระประโยชน์ที่มีการนำเสนอในจำนวนมากที่สุดตามผังรายการข้างต้น คือรายการภาษา ได้แก่ รายการภาษาไทยน่ารู้กับครูลิลลี่ ทางช่อง 5 ภาษาน่าสนุก ทางช่อง 5 และ ทอล์กออฟเดอะทาวน์ ทางช่อง 3 รายการเหล่านี้มักนำเสนอเป็นช่วงเวลาสั้น ๆ มีตั้งแต่ 1 นาที ไป

จนถึง 10 นาที บางรายการมีการนำเสนอทุกวัน ส่วนใหญ่เป็นช่วงเช้า หรือไม่ก็ช่วงเย็นก่อนข่าวภาค 19.00 น. การที่มีรายการช่วงสั้น ๆ แต่นำเสนอทุกวันนี่เองที่เป็นสาเหตุให้รายการสารประโยชน์ด้านภาษามีจำนวนมากเมื่อเปรียบเทียบกับในเชิงปริมาณ เนื่องจากรายการเหล่านี้มีช่วงเวลาออกอากาศสั้น จึงเน้นแต่การให้รู้จักศัพท์หรือการออกเสียงในภาษาไทยหรืออังกฤษที่อาศัยรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ และดึงดูดให้ผู้ชมเป้าหมาย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเด็กและเยาวชนได้ติดตาม

รายการที่นำเสนอในจำนวนมากอีกประเภทหนึ่ง คือ รายการสาระเกี่ยวกับการเกษตร ซึ่งนำเสนอมากทางช่อง 5 แต่โดยทั่วไปแล้วการนำเสนอเนื้อหาหมักมีเพลงลูกทุ่งแทรกเข้ามาในรายการ ทำให้เนื้อหาสาระเกี่ยวกับการเกษตรจริง ๆ ลดน้อยลงไป ทั้งนี้เพราะเมื่อเปิดเพลงจากบริษัทหรือค่ายเพลงใด นั้นหมายถึงว่าจะได้ค่าเวลาจากการเปิดเพลงจากค่ายเพลงนั้น ๆ ด้วย (เทินพันธ์ แพนสมบัติ, 2544) และเนื้อหาส่วนใหญ่ก็เป็นการนำผู้ชมไปท่องเที่ยวแหล่งการเกษตร มากกว่าจะให้ความรู้ด้านการเกษตรแก่ผู้ที่สนใจ

นอกจากรายการที่มีจำนวนนำเสนอในระดับที่มากเกินไปกว่า 30 รายการเมื่อนับรวมต่อสัปดาห์ และทุกสถานีแล้ว ยังมีรายการสารประโยชน์อีกจำนวนมากที่สร้างจุดสนใจให้แก่สถานีได้ดีพอสมควร แม้จำนวนรวมของการนำเสนอจะไม่สูงมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับรายการประเภทที่ได้กล่าวมาแล้ว รายการเหล่านี้ได้แก่

รายการสาระที่เกี่ยวกับผู้หญิง ซึ่งมักนำเสนอในช่วงเช้า หลังรายการวิเคราะห์ข่าว คือ ประมาณ 09.00 น. อันเป็นช่วงที่ผู้ชมกลุ่มเป้าหมายที่เป็นแม่บ้านเสร็จภารกิจงานบ้านแล้ว เนื้อหาส่วนใหญ่เป็นเรื่องความสวยความงาม ตอกย้ำภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่น่าพึงปรารถนาในสังคม คือ สาวสวย รูปร่างเพรียว หุ่นดี ผิวพรรณงดงาม จึงมีผลิตภัณฑ์ที่สร้างเสริมความสวยความงาม เป็นผู้สนับสนุนรายการทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น เป็นสปอตโฆษณาชัด ๆ หรือเป็นการเชิญ ผู้หญิงที่หุ่นดี ผิวสวยอยู่แล้ว มาคุยให้ฟังว่ามีวิธีดูแลความงามอย่างไร แต่สุดท้ายว่า ก็เพราะได้ผลิตภัณฑ์เหล่านั้นช่วยจึงดูดีตลอดกาล ดังนั้นยา อาหารเสริม และผลิตภัณฑ์เพื่อความงามจึงมาอยู่ในบทสนทนา ในลักษณะโฆษณาแฝง และส่วนใหญ่สินค้าเหล่านี้ก็มักจะละเลยผู้หญิงวัยกลางคน ถึงวัยสูงอายุ โดยอาจมีเข้ามาแทรกบ้างในโฆษณาอาหารบางชนิด เช่น ผลิตภัณฑ์นมที่ช่วยเสริมสร้างกระดูกสำหรับวัยทอง

จากงานวิจัยเรื่องบทบาทของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีกับการพัฒนาสตรีไทย ศึกษาโดยพิมพ์ประกาย ไชยมาลา (2545) สรุปได้ว่ารายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบัน นำเสนอเนื้อหาในระดับการพัฒนาตนเองมากที่สุด (เช่น เรื่องสุขภาพและความงาม บุคลิกภาพและการแต่งกาย) แง่คิดการดำเนินชีวิต การป้องกันตนเอง) รองลงมาคือระดับโลกภายนอก (เช่น เรื่องท่องเที่ยว เศรษฐกิจ ศิลปวัฒนธรรม วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี) และอันดับสุดท้าย คือการพัฒนาในระดับครอบครัว (เช่น การดูแลงานบ้านและงานครัว ความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัว) ไม่

ปรากฏว่ามีรายการสตรีใดที่มีเนื้อหาด้านการศึกษาและสิทธิสตรี รวมทั้งเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเมือง นอกจากนี้แม้ว่ารายการ โทรทัศน์สำหรับสตรีจะมีการนำเสนอเนื้อหาในระดับครอบครัวด้วย แต่กลับไม่ปรากฏว่ามีเนื้อหาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างหญิงชายในการใช้ชีวิตคู่ แสดงให้เห็นว่า มติของสามีภรรยาถูกคัดออกไปจากประเด็นเรื่องครอบครัว สำหรับภาพลักษณ์ของสตรีที่สะท้อนจากรายการโทรทัศน์สตรีเหล่านี้ พบว่าโดยรวมแล้วสะท้อนภาพลักษณ์ใหม่ คือ ผู้หญิงทำงานที่มีอาชีพมั่นคง เชื่อมั่นในตัวเอง ลดบทบาทภาระของแม่บ้านลง และพบว่าส่วนใหญ่แล้วเป็นการนำเสนอเนื้อหาของกลุ่มสตรีในวงสังคมชั้นสูงมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับการนำเสนอเนื้อหาของผู้หญิงในสังคมชั้นล่างแล้ว มีความแตกต่างถึง 54:2 เมื่อนับจำนวนครั้งที่ปรากฏ โดยรวมแล้วรายการสตรีมีเนื้อหาที่ถูกกำหนดด้วยปัจจัยเชิงพาณิชย์สูงมาก จึงไม่สามารถพัฒนาสตรีไทยได้อย่างแท้จริง

รายการเกี่ยวกับสุขภาพอนามัยพบว่ามักนำเสนอในช่วงภาคดึก รายการสุขภาพที่มีการนำเสนอมาเป็นเวลายาวนาน (ประมาณ 23 ปี) คือ รายการตอบปัญหาชีวิตและสุขภาพ ในรูปแบบของการถามตอบปัญหาโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่อง และมีนักเรียนแพทย์กลุ่มหนึ่งมานั่งรับโทรศัพท์จากทางบ้านเพื่อให้คำปรึกษาในสถานี นำเสนอทางช่อง 9 วันอาทิตย์ เวลา 20.30-21.30 ครั้งละ 1 ชั่วโมง ซึ่งยังไม่ปรากฏรายการสุขภาพที่นำเสนอได้ยาวเช่นนี้อีกในสถานีอื่น ๆ จะมีเพียงรูปแบบสาระสั้น ๆ ที่เข้ามาคั่นต่อจากรายการต่าง ๆ เท่านั้น เช่น ก้าวทันโรค เพราะฉันคือผู้หญิง ซึ่งเสนอสาระเกี่ยวกับสุขภาพ เป็นช่วงสั้น ๆ 3 นาที

รายการสิ่งแวดลอม โดยรวมแล้วพบว่ามีจำนวนลดน้อยลงในทุกครั้งที่มีการปรับผังรายการ รายการที่จัดได้ว่ามีคุณภาพคือ รายการ โลกสิ่งแวดลอมที่นำเสนอทางสถานีไอทีวี ทุกวันจันทร์ เป็นเวลา 20 นาที ซึ่งถ้าคิดเป็นสัดส่วนในผังของสถานี ถือว่ามีจำนวนน้อยมาก เป็นรายการที่จัดโดยนักข่าวสายสิ่งแวดลอมโดยตรง คือ กิตติ สิงหาปัด เนื้อหาที่นำเสนอเน้นผลกระทบทางสิ่งแวดลอม มีการเสนอความคิดเห็นของผู้กระทำ ผู้เสียหาย และผู้เชี่ยวชาญ โดยมีการนำเสนอเรื่องราวทางมลพิษมากที่สุด เพราะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของคน โดยตรง เช่น รถพ่นควันดำ (ข้อมูลจากงานวิจัยของปริญญา ศรีอนันต์, 2544) เป็นที่น่าเสียดายว่ารายการ โลกสิ่งแวดลอม ได้ถูกถอดออกจากผังรายการของสถานีไอทีวีแล้วในขณะนี้ เพราะเห็นว่ามีรูปแบบซ้ำซาก ไม่มีความหลากหลาย เนื้อหาแต่ละช่วงไม่เป็นที่น่าสนใจของผู้ชมรายการ ทั้ง ๆ ที่การทำหน้าที่ของสื่อโทรทัศน์ที่ส่งผลให้เกิดการแก้ปัญหาอย่างแท้จริงนั้น แม้เป็นส่วนน้อยแต่ก็ยังมีประโยชน์มากกว่าการเข้าถึงผู้ชมกลุ่มใหญ่ ที่ไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เห็นผลในทันที

รายการสารคดีวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่นำเสนอในสื่อโทรทัศน์ (วาริ อัสวเกียรติรักษา, 2542) พบว่ามีทั้งรายการที่สร้างความรู้ความเข้าใจ และเพื่อการรับรู้ จากการสำรวจทุกช่อง ตั้งแต่เดือนเมษายน-มิถุนายน 2541 ในจำนวนทั้ง 12 รายการนั้น พบว่ามีจำนวน 8 รายการ ที่เป็นสารคดีที่มีการแฝงโฆษณา โดยใช้การสอดแทรกภาพสินค้า ตราสินค้าหรือสถาบันไว้ในรายการอย่างจงใจ

โดยภาพเหล่านั้นไม่มีความสำคัญต่อเนื้อหา บางรายการยังพูดโน้มน้าวใจสินค้าของผู้สนับสนุนรายการ จนทำให้ขาดลักษณะของสารคดีที่ดีไป

รายการที่นำชีวิตการต่อสู้ของบุคคลอาชีพต่าง ๆ จนประสบความสำเร็จและเป็นแบบอย่างที่ดีในสังคม อย่างรายการ “สู้แล้วรวย” ดำเนินรายการ โดยดำรงค์ พุฒตาล เป็นการแนะนำผู้ที่ปัจจุบันมีฐานะร่ำรวยแล้ว แต่ในอดีตต้องต่อสู้มาด้วยความยากลำบากมาเล่าประสบการณ์ชีวิตการต่อสู้ให้ฟัง เพื่อเป็นการสร้างกำลังใจให้กับผู้ชมที่กำลังท้อแท้ และยังมีช่วงแนะนำอาชีพที่เกิดขึ้นใหม่ในสังคมและสามารถทำเงินได้ เช่น การทำไอศกรีมสมุนไพร การทำเต้าหู้นมสด มานาเสนอในช่วงท้ายรายการ โดยที่ผู้ทำอาชีพนั้น ๆ จะสาธิตวิธีการทำอย่างละเอียด ซึ่งถือว่าเป็นรายการที่ส่งเสริมอาชีพของคนได้มากที่สุด

มีข้อสังเกตว่ารายการที่เป็นสาระประโยชน์ของแต่ละสถานี มักออกอากาศแทรกก่อนการเข้ารายการหลัก ดังนั้นจึงมีเวลานำเสนอแค่ช่วงสั้น ๆ ประมาณ 3-5 นาที และส่วนมากเป็นรายการที่ผลิตโดยฝ่ายประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐ รัฐบาล และเอกชน เช่น รายการเปิดโลกพลังงาน ของการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย รายการไฟฟ้าพัฒนาชนบท ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ซึ่งมีความยาวรายการละ 3 นาที นำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี นอกจากนั้นพบว่ารายการสาระประโยชน์ส่วนใหญ่ที่ไม่ได้ผลิตโดยฝ่ายประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานใด มักเป็นการแฝงโฆษณาขายสินค้า การแนะนำสินค้าที่มีบทสนทนาเชื่อมโยงเข้ามาในตัวสินค้า ส่วนรายการที่มีเนื้อหาสาระเชิงสารคดีที่เสนอเป็นตอนมีความยาวประมาณ 20-30 นาที มีจำนวนไม่มากนัก มีรายการส่วนมากที่เป็นสารคดีจากต่างประเทศที่เสนอเกี่ยวกับชีวิตสัตว์ ความแปลกใหม่ของ วิชาการ ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แต่ขณะนี้รายการที่มีประโยชน์และให้ความรู้เหล่านั้นก็ค่อย ๆ หายไปจากจอโทรทัศน์ และมีรายการใหม่ ๆ เข้ามาแทนที่ โดยเฉพาะ รายการที่เป็นความบันเทิงจะมีเพิ่มขึ้นมาก

การปรับผังรายการที่ทำให้รายการสารประโยชน์หายไปทุกที

จากการปรับผังรายการของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี และสถานีโมเดิร์นไนน์ทีวี ได้ทำให้รายการสารประโยชน์ที่ถือกันว่าเป็นรายการเพื่อความรู้และสาระแก่ประชาสังคมนั้นถูกถอดออก จากผังมากขึ้นตามลำดับ ในที่นี้จะขอสรุปนำเสนอสภาพการณ์ของการปรับผังที่มีผลต่อรายการสารประโยชน์ ดังนี้

สถานีโทรทัศน์ไอทีวีได้มีการปรับผังรายการใหม่ โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2546 ทำให้ไอทีวีซึ่งมีภาพลักษณ์ของสถานีเพื่อสาระถูกปรับเปลี่ยนไป มีการยกเลิกรายการที่เป็นสาระประโยชน์อย่างรายการ โลกสิ่งแวดล้อม สู้แล้วรวย เกษตรลูกทุ่ง 360 องศา เพื่อให้เป็นไปตามกระแสนิยมของประชาชนกลุ่มใหญ่ที่ชื่นชอบรายการละครและรายการเกมโชว์ พบว่ารายการสาร

คดีที่เน้นการวิเคราะห์ นำเสนอเรื่องราวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น รายการย้อนรอย ได้ถูกเลื่อนเวลานำเสนอเร็วขึ้น และแทนที่เวลาดังกล่าวด้วยรายการรทอล้กว่าไรตี้ พลอยล้อมเพชร ซึ่งเป็นการสนทนากับผู้ร่วมรายการที่อยู่ในสังคมชั้นสูง หรือที่เรียกว่าไฮโซ ทำให้มีผู้กดลิ้นบนนิสต์วิจารณ์ว่า รายการโทรทัศน์ในยุคนี้เป็นการจับไฮโซลงจ่อ²⁵ และพบว่าได้มีการสลับผังรายการโดยเลื่อนรายการสารคดีที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เช่น รายการประเทศไทยใสสะอาด และรายการชั่วโมงนี้เพื่อคนไทย จากเดิม เวลา 09.00 น. เป็น 10.05 น. ซึ่งถือว่าเป็นช่วงที่มีผู้ชมน้อยกว่าเวลาเดิม เพราะเป็นช่วงทำงานของคนส่วนใหญ่ สำหรับรายการสารประโยชน์ที่ไม่ถูกขยับเวลามักเป็นรายการที่ออกอากาศในช่วงเช้าตรู่ เช่น รายการวิถีธรรม รายการเจาะโลกผ่านเลนส์ เวลา 05.30 น.

การปรับผังรายการของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 เมื่อวันที่ 1 กันยายน 2546 ได้มีผลให้รายการสารประโยชน์เพื่อกลุ่มเฉพาะบางประเภทหายไปจากสถานี เช่น รายการเพื่อการเกษตรได้ถูกถอดออกจากผังเกือบหมด เหลือแต่รายการผู้ใหญ่บ้านคำดี ช่วงเวลาเดิมที่เคยเสนอรายการเกษตร คือ ช่วงเวลา 10.00 น. ของวันธรรมดา กลับถูกแทนที่ด้วยรายการวิเคราะห์ข่าว วิเคราะห์ตลาดหุ้น แสดงว่าเกษตรกรในฐานะกลุ่มเป้าหมายคนดูหมดความสำคัญลงแล้ว เพราะรายการที่นำมาแทนที่นั้นเป็นรายการที่มุ่งตอบสนองผู้ดูที่เป็นคนทำงานในเมือง เฉพาะอย่างยิ่งกรุงเทพฯ นอกจากนี้ รายการที่พบว่าหายไปอีกเช่นกัน คือรายการธรรมะกับเยาวชน นำเสนอวันจันทร์ เวลา 09.00 ซึ่งถูกแทนที่ด้วยการวิเคราะห์ตลาดหุ้น รายการโมเดิร์นไลฟ์สไตล์ของผู้หญิงก็ถูกแทนที่ด้วยรายการเศรษฐกิจ และถูกย้ายไปอยู่ช่วงเวลา 14.00 น. ซึ่งเป็นช่วงที่มีผู้ชมน้อย นอกจากนี้รายการผู้หญิงในช่วงเช้าอื่น ๆ ยังถูกถอดออกจากผังหมด แต่กลับเพิ่มรายการผู้หญิงขึ้นมาอีกหนึ่งรายการ คือ รายการเสน่ห์แม่บ้าน ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 16.30 น. ซึ่งเน้นรายการทำอาหารมากกว่าการให้สาระความรู้เกี่ยวกับสตรี

จากการวิเคราะห์รายการสารประโยชน์เพื่อสะท้อนให้เห็นคุณภาพของเนื้อหาโทรทัศน์ในด้านที่สนองตอบประโยชน์ของสาธารณะนั้น พบข้อสรุปดังนี้

1. รายการสารประโยชน์ที่มีเนื้อหาเชิงความรู้ วิชาการ มีจำนวนจำกัด และยิ่งจะลดน้อยลงเรื่อย ๆ เช่น รายการด้านสิ่งแวดล้อม ทำให้การสร้างปัญญาให้แก่สาธารณะเพื่อผลักดันไปสู่กระแสการพัฒนาและการตรวจสอบสังคม เกิดขึ้นอย่างจำกัด เพราะสังคมขาดรายการโทรทัศน์ที่จะสนับสนุนข้อมูลข่าวสารและแนวคิดให้อย่างเพียงพอ
2. รายการสารประโยชน์มีแนวโน้มจะลดความหลากหลายของประเภทและเนื้อหาลง รายการที่ดำรงอยู่ได้จะมีลักษณะคล้ายคลึงกันมากขึ้น เช่น รายการเรียนรู้ภาษา รายการท่องเที่ยว เป็นต้น

²⁵ คอลัมน์บันเทิง นสพ.มติชน ฉบับวันที่ 10 สิงหาคม 2546

3. รายการที่เป็นเรื่องราวของคนด้อยโอกาสในสังคม ยังไม่ค่อยปรากฏในสื่อโทรทัศน์ หรือปรากฏในลักษณะของการเป็นส่วนประกอบในเนื้อหาอื่นๆ มากกว่าจะมีช่วงเวลา เฉพาะให้ ไม่ว่าจะป็นรายการสำหรับคนพิการ รายการสำหรับผู้สูงอายุ รายการที่ เกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม และรายการที่ส่งเสริมอาชีพของคนในสังคม พบว่ารายการที่สามารถเผยแพร่และสร้างองค์ความรู้ให้กับประชาชน เพื่อการดำรงชีพและการ มีงานทำยังมีจำนวนน้อยมาก
4. รายการที่ได้รับความนิยมสูง เช่น รายการสตรี พบว่าส่วนใหญ่แล้วมีลักษณะเชิง พาณิश्य์ ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม เน้นผลิตซ้ำเนื้อหาที่ตอกย้ำค่านิยมเรื่องความงาม และการดูแลตัวเอง มากกว่าจะมีส่วนสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาสังคมในวงกว้าง รายการสตรีจึงไม่สามารถทำหน้าที่พัฒนาสตรีไทยได้อย่างแท้จริง

3.2.4 การแทรกแซงเนื้อหา

จากโครงสร้างที่รัฐเป็นเจ้าของและกำกับดูแลสถานีโทรทัศน์ ทำให้การผลิตข่าวของสถานี เปิดโอกาสให้มีการแทรกแซงจากรัฐบาล เช่น ข่าวของช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในทางปฏิบัติแล้วอยู่ภายใต้ การควบคุมของของนายกรัฐมนตรี ซึ่งมอบหมายให้รองนายกรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีประจำสำนัก นายฯ เข้าไปกำกับดูแล ทำให้ข่าวของช่อง 9 และสำนักข่าวไทยเป็นเครื่องมือเพื่อประชาสัมพันธ์ รัฐบาลเช่นเดียวกับช่อง 11 ในขณะที่สถานีช่องอื่น ๆ เช่น ช่อง 7 ซึ่งเป็นของทหาร ช่อง 3 และไอที วี ซึ่งมีบริษัทเอกชนถือหุ้นและเช่าสัมปทานนั้น รัฐไม่สามารถควบคุมได้เต็มที่

อดีตผู้อำนวยการอ.ส.ม.ท. ได้เล่าว่ามักถูกเรียกตัวไปทำความเข้าใจเรื่องนโยบายของ รัฐบาล ทำที่และจุดยืนของรัฐบาลในประเด็นต่าง ๆ การวางแผนตอบโต้ฝ่ายค้าน หรือทำความเข้าใจ กับประชาชนเสมอ และถี่มากในบางช่วง นอกเหนือไปจากการขอร้องจากพรรคการเมืองให้ เสนอข่าวที่สร้างภาพลักษณ์ให้แก่ตนเอง นอกจากนี้รัฐบาลและนักการเมืองมักไม่เข้าใจระบบการ ทำงานของข่าวโทรทัศน์จึงมักต้องการให้นำเสนอข่าวเป็นเวลานาน และเข้าข้างฝ่ายรัฐบาล ทำให้ ข่าวของช่อง 9 ถูกกล่าวหาจากประชาชนว่าไม่มีความเป็นกลาง ดังนั้น เมื่อผู้บริหารงานข่าวต้องใช้ เวลาพุ่มเทกับการผลิตข่าว ทำให้การบริหารรายการอื่นๆ ค่อยลงไป นอกจากนี้ ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ยัง ถูกกดดันด้วยการแข่งขันกับสถานีคู่แข่งและการสร้างลูกค้าทางการตลาด ทำให้เกิดการบริหาร แบบเดินสวนทางกันระหว่างการนำเสนอเนื้อหาเพื่อเอาใจนาย ซึ่งมีผลทำให้เรตติ้งต่ำ และทำให้ผู้ สนับสนุนโฆษณาไม่สนใจ ดังนั้น การเอาใจรัฐบาลก็มีส่วนทำให้ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. สูญเสียรายได้ การพยายามรื้อฟื้นให้รายการได้รับความนิยม จึงต้องใช้เวลาในการปรับพฤติกรรมการดูโทรทัศน์ ของผู้ชมอย่างมาก

ในขณะที่ช่อง 5 ได้ยอมรับว่า ข่าวนั้นเป็นรายการที่สถานีผลิตเองด้วยการลงทุนมากที่สุด โดยรวมแล้วมีแต่ค่าใช้จ่าย การขายโฆษณาทำได้น้อยกว่ารายการบันเทิง ดังนั้น บางครั้งก็ต้องตัดทอนข่าวลงไปเพื่อไม่ให้ช่วงเวลาไปตำรายการบันเทิง เพราะนั่นหมายถึงรายได้ที่จะมาเลี้ยงสถานีลดน้อยลง ส่งผลให้รายการข่าวต้องปรับตัวตามรายการบันเทิง นอกจากนี้รายการข่าวของช่อง 5 ยังถูกกำหนดว่าต้องสอดคล้องกับแนวคิดการดำเนินงานของกองทัพบก ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผลตอบแทนเพื่อเป็นสวัสดิการแก่กำลังพลของกองทัพบก และกิจกรรมของกองทัพบก

สำหรับสถานีโทรทัศน์ไอทีวีซึ่งเน้นรายการข่าวและสาระเป็นหลักนั้น พบว่าตั้งแต่การเข้ามาถือหุ้นของบริษัทชินคอร์ป (ในสัดส่วน 55%) ในปลายปี พ.ศ. 2543 มีการลาออกของนักข่าวไอทีวี 23 คนซึ่งเป็นรุ่นบุกเบิกและการปรับเปลี่ยนทีมงานบริหารข่าว ทำให้มีการวิพากษ์วิจารณ์รายการข่าวของสถานีนี้ว่าลดความน่าเชื่อถือและคุณภาพลงไป ประกอบกับการปรับผังรายการที่มีรายการบันเทิงเข้ามามากขึ้น โดยเฉพาะภาพยนตร์ชุดจากเอเชีย ทำให้กระแสสังคมที่ต้องการเห็นไอทีวีเป็นสถานีข่าวอิสระเริ่มเสื่อมคลายลงไป อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์ทีมงานข่าวของไอทีวีสรุปได้ว่า ต่างยืนยันว่ารัฐและบริษัทชินคอร์ปไม่เคยเข้ามาแทรกแซงรายการข่าว เพราะเป็นเงื่อนไขที่กำหนดไว้แต่แรกว่าการทำงานข่าวต้องเป็นอิสระ แต่การเข้ามาถือหุ้นของชินคอร์ปทำให้นักข่าวเกิดความ กดดันอย่างมากในแง่ที่ตระหนักว่าสังคมจับตามองมากกว่าปกติ “เราเป็นทีวีเสรีที่มาจาก ประชาชน และคนดูตรวจสอบเรา ถ้าวันหนึ่งสถานีเราไม่มีคนดูเราจะเจ็บปวดมากที่สุด” (ประไพ ยังยืน ผู้จัดการแผนกโปรดิวเซอร์ รายการข่าวไอทีวี) นอกจากนี้ ในปลายปีพ.ศ. 2546 ได้มีการปรับสัดส่วนการถือหุ้นของไอทีวี โดยมีการเข้าถือหุ้น 20% จากตระกูลจิงรุ่งเรืองกิจ ซึ่งมีส่วนสัมพันธ์กับคณะรัฐมนตรี (ในปัจจุบัน) รวมทั้งการเพิ่มทุนใหม่จำนวน 300 ล้านบาท โดยมีการเข้าร่วมทุนของบริษัทผู้ผลิตรายใหญ่อีก 2 บริษัท เมื่อปลายปี 2546 ได้แก่ บริษัท บอร์น แอนด์ แอสโซซิเอท ของไตรภพ ลิมปพัทธ์ และบริษัทกันตนา กรุ๊ป คิดเป็นสัดส่วนการถือหุ้นรายละ 10% ทำให้มีแนวโน้มว่าเนื้อหาสาระของสถานีไอทีวีซึ่งเคยกำหนดเป้าหมายว่าเป็นสถานีข่าวสาร อาจจะปรับเปลี่ยนไปเป็นสถานีเพื่อสาระบันเทิงมากขึ้น เนื่องจากทั้งสองบริษัทร่วมทุนเป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงและมีประสบการณ์ด้านการผลิตรายการบันเทิง การร่วมทุนของผู้ผลิตรายการบันเทิงดังกล่าวนี้ จึงน่าจะเป็นไปเพื่อสนองตอบเป้าหมายทางการตลาดมากกว่าเป้าหมายด้านประโยชน์ของสาธารณะ เพราะการใช้รายการบันเทิงนำนั้นย่อมหมายถึงการปรับอัตราค่าโฆษณาได้สูงขึ้นตามไปด้วย

สำหรับสถานีข่าวระบบบอกรับสมาชิก เช่น ยูบีซี 7 พบว่าการผลิตข่าวมีการแทรกแซงจากนักธุรกิจเจ้าของบริษัท เช่น เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด (มหาชน) หรือซีพี ซึ่งควบคุมการทำข่าวว่าต้องไม่ส่งผลให้ผู้ใดหรือองค์กรใดเสียหาย อันจะนำมาสู่ผลกระทบเชิงธุรกิจของบริษัท และเน้นการทำประชาสัมพันธ์ให้กับบริษัท ทิศทางข่าวของยูบีซี 7 จึงมุ่งไปยังข่าวเศรษฐกิจและธุรกิจที่ตรงกับความต้องการของสมาชิกส่วนใหญ่ที่เป็นนักธุรกิจ การอยู่ในสังกัดของเครือซีพีและต้อง

ประชาสัมพันธรัฐกิจของซีพีนี้เองที่ทำให้บางครั้งยูบีซี 7 ตกข่าวสำคัญ ๆ ไป รวมทั้งเนื่องจากจำนวนบุคลากรไม่เพียงพอ

สรุปแล้ว การผลิตรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์มีปัจจัยต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องและส่งผลกระทบต่อการผลิตเนื้อหาอย่างยิ่ง ปัจจัยเหล่านี้มีทั้งปัจจัยภายนอกและภายในองค์กร เช่น เงื่อนไขและสถานการณ์ทางการเมือง แนวนโยบายของรัฐบาลแต่ละคณะที่บริหารประเทศ ระเบียบและนโยบายต่าง ๆ ของสถานี นโยบายแฝงของกลุ่มหรือผู้บริหารสถานีแต่ละยุค แหล่งเงินทุนและงบประมาณ บริษัทตัวแทนโฆษณา การแข่งขันกับสถานีอื่น ๆ ความเป็นอิสระของฝ่ายข่าวจากการแทรกแซงของผู้บริหารสถานี การตลาด และจากรัฐ ความต้องการและความคาดหวังของผู้ชม กระแสข่าวที่เกิดขึ้น จรรยาบรรณทางวิชาชีพ คุณภาพหรือประสิทธิภาพของบุคลากรและเทคโนโลยีการผลิต การวิพากษ์วิจารณ์ของสื่อมวลชนอื่น ๆ

จากการวิเคราะห์ภาพรวมของสารสนเทศในสื่อโทรทัศน์ แยกตามประเด็นหลักต่าง ๆ เหล่านี้ สามารถชี้ให้เห็นว่า สถานีโทรทัศน์เป็นสื่อที่มุ่งหวังเป้าหมายทางธุรกิจ และสร้างกำไรมหาศาลให้แก่สังคม มากกว่าสาระความรู้และกระตุ้นการมีจิตสำนึกสาธารณะ อย่างไรก็ตาม ในท่ามกลางเนื้อหาข่าวที่ค่อนข้างโน้มเอียงไปทางด้านบันเทิงและโฆษณามากกว่าสาระนั้น พบว่ายังมีรายการโทรทัศน์อีกจำนวนหนึ่ง ที่พยายามทวนกระแสตลาด และผลิตรายการที่มีคุณภาพออกมาอย่างต่อเนื่อง บางรายการเมื่อเริ่มผลิตได้วางเป้าหมายไว้ที่กลุ่มผู้ชมเฉพาะด้าน เช่น ผู้ชมที่ตระหนักในปัญหาสังคมต่าง ๆ แต่เมื่อนำเสนอไปได้สักระยะกลับพบว่าด้วยรูปแบบและเนื้อหาการนำเสนอที่มีคุณภาพ ได้ทำให้รายการมีผู้ชมจำนวนมาก และสามารถสร้างกำไรในเชิงการตลาดได้ เช่น รายการคนค้นคน ทางช่อง 9 ที่ดำเนินรายการโดยบริษัทเจเอสแอล มีอัตราโฆษณาอยู่ที่ 220,000 บาท เป็นต้น ตัวอย่างของรายการคุณภาพเหล่านี้จึงน่าจะเป็นแนวทางให้มีการผลิตรายการที่มีคุณภาพ มีสารประโยชน์แก่สาธารณะได้มากขึ้น

3.3 สารสนเทศในสื่อวิทยุกระจายเสียง

พัฒนาการของวิทยุไทย

สื่อวิทยุกระจายเสียงของประเทศไทย มีพัฒนาการและการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง ในด้านการนำเสนอรูปแบบเนื้อหา ในฐานะที่เป็นเครื่องมือหรือช่องทางในการถ่ายทอดความคิดและเนื้อหาต่าง ๆ ที่สะท้อนให้เห็นถึงสภาพสังคมการเมืองที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้น ๆ โดยแบ่งออกเป็นแต่ละช่วงเวลา ดังนี้

ยุคการปกครองใหม่ภายใต้รัฐธรรมนูญ (พ.ศ. 2476-2482): วิทยุเป็นเครื่องมือในการสร้างระบบการเมืองใหม่เนื้อหาหลักจึงเป็นการแถลงข่าวและปาฐกถาของรัฐบาลมีความบันเทิงควบคู่ไปกับข่าวสาร การดำเนินงานด้านเนื้อหาอยู่ภายใต้สำนักงาน โฆษณาการ ส่วนด้านเทคนิคอยู่กับการไปรษณีย์โทรเลข ในยุครัฐนิยมของจอมพล ป. วิทยุมีบทบาทเป็นสื่อโฆษณาปลุกความคิดความเชื่อในรูปของคำขวัญ ราชการสนทนาและเพลงปลุกใจ

ยุคชาตินิยม สงคราม และโฆษณาชวนเชื่อ (พ.ศ. 2483-2500): เนื้อหาของวิทยุยังสร้างกระแสชาตินิยมอย่างต่อเนื่อง เมื่อจอมพลป.กลับมาเป็นรัฐบาลอีก ได้มีการจดทะเบียนสถานีวิทยุท.ท.ท. ในรูปบริษัท ในระบบเอฟเอ็ม และมีหน่วยงานราชการจัดตั้งสถานีวิทยุตามมาอีกมากมาย มีการเปิดให้เอกชนเข้ามาทำรายการบันเทิงเพื่อการแข่งขันกันระหว่างสถานี

ยุควิทยุการค้าในอุปถัมภ์เผด็จการทหาร (พ.ศ. 2501-2515): วิทยุขยายเครือข่ายทั่วประเทศตอบสนองการปฏิบัติการด้านจิตวิทยาเพื่อต่อต้านลัทธิคอมมิวนิสต์ และเพื่อเปิดให้เอกชนและกองทัพได้แบ่งผลประโยชน์ร่วมกัน การควบคุมเนื้อหาข่าวสารอย่างเข้มงวดทำให้มีรายการบันเทิงประเภทเพลงและโฆษณามาก แต่ต่อมามีการควบคุมโฆษณาด้วยระเบียบวิทยุกระจายเสียงของส่วนราชการ พ.ศ. 2511 มีรายการข่าวชาวบ้านซึ่งเป็นที่นิยมของผู้ฟัง

ยุควิทยุด้านประชาธิปไตย (พ.ศ. 2516-2525): เหตุการณ์ 14 ตุลา 16 วิทยุนำเสนอเนื้อหาบิดเบือนเป็นเครื่องมือปะทะกับขบวนการนักศึกษา รัฐบาลใหม่หลังการเลือกตั้ง 2517 จัดตั้งคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (กบว.) กลุ่มการเมืองแนวอนุรักษนิยมใช้วิทยุนำเสนอเนื้อหาเพื่อโจมตีและระดมมวลชนต่อต้านนิสิตนักศึกษา การยึดอำนาจของคณะปฏิรูปการปกครองแผ่นดินนำมาสู่การออกคำสั่งคณะปฏิรูปฉบับที่ 15 ควบคุมการเสนอข่าวทางวิทยุและบังคับการถ่ายทอดรายการข่าวจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยวันละ 4 ครั้ง

ยุคการเติบโตทางธุรกิจของสื่อวิทยุ (พ.ศ. 2526-2534): หลังจากความคิดทางการเมืองระหว่างฝ่ายซ้ายและขวายุติลง การบริโภคนิยมขยายตัวขึ้น ทำให้มีโฆษณาหมุนเวียนในระบบมากขึ้น เกิดอุตสาหกรรมเพลงที่ต้องมีการส่งเสริมการขาย จำนวนสถานีเพิ่มขึ้นแต่ระบบการให้สัมปทานแบบอุปถัมภ์โดยหน่วยงานของรัฐยังไม่เปลี่ยนแปลง ทำให้การแข่งขันในวิทยุกระจายเสียงทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น

ยุคเสรีภาพวิทยุเบ่งบาน (พ.ศ. 2535- ปัจจุบัน): เหตุการณ์พฤษภาคม 2535 มีสื่อวิทยุและสำนักข่าววิทยุบางแห่ง เช่น จส. 100 รายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงขัดแย้งกับสถานีอื่นๆ ระเบียบวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ 2535 ให้มีคณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุแห่งชาติ (กกช.) มีการยกเลิกกำหนดเวลาโฆษณาให้เป็นไปตามกลไกตลาด เกิดรูปแบบของรายการที่หลากหลาย เช่น ราชการสนทนาทางการเมือง รายการวิเคราะห์ข่าว การโทรศัพท์แสดงความคิดเห็น

ของผู้ฟัง แต่ก็ถูกควบคุมตรวจสอบจากรัฐบาลทุกชุด รายการบันเทิงมีบทบาทกำหนดแนวเนื้อหา
ของวิทยุ การเคลื่อนไหวเพื่อปฏิรูปสื่อของรัฐเป็นไปอย่างต่อเนื่อง รัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2540 มาตรา
40 กำหนดให้มีการจัดสรรคลื่นวิทยุและโทรทัศน์ใหม่ พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่
และกำกับวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ 2545 ทำให้มีคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและ
กิจการโทรทัศน์แห่งชาติ (กสช.) การขยายตัวของกลุ่มทุนขนาดใหญ่ทำให้เกิดการครอบงำสื่อใน
ทางธุรกิจและการเป็นเจ้าของของข้ามกิจการสื่อ ทำให้สื่อวิทยุ-โทรทัศน์ขนาดเล็กประสบกับปัญหา สื่อ
ที่วิพากษ์วิจารณ์รัฐบาลยังคงถูกตรวจสอบ และสื่อวิทยุชุมชนก็ยังคงไม่ได้รับการอนุมัติอย่างเป็นทางการ
จากรัฐ แต่ก็ได้อาศัยช่วงรอยต่อเช่นนี้เคลื่อนไหวจัดทำวิทยุชุมชนกระจายเกือบทั่วประเทศ

ในการนำเสนอภาพรวมของสารสนเทศของรายการวิทยุกระจายเสียงนั้น เนื่องจากคุณ
ลักษณะของสื่อวิทยุ ที่มีจำนวนสถานีและจำนวนรายการมาก ทำให้ไม่สามารถวิเคราะห์แยกแยะ
ตามประเด็นที่กำหนดไว้ในกรอบแนวคิดในบทนำได้ อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์ในส่วนนี้แม้จะ
ศึกษาในภาพรวม แต่สามารถนำมาสรุปเพื่อให้เห็นสภาพปัญหาเฉพาะของแต่ละประเด็นเหล่านั้น
ได้ ซึ่งจะเป็นส่วนที่นำเสนอในตอนท้ายของหัวข้อนี้

3.3.1 สาระและความหลากหลายของสารสนเทศของวิทยุกระจายเสียง

วิทยุกระจายเสียงของไทยโดยภาพรวม ส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นการนำเสนอรายการ
ลักษณะเดียวกันทั้งคลื่น (Format Station) สร้างบุคลิกของรายการให้มีเอกลักษณ์ชัดเจน มีการระบุ
และดำเนินรูปแบบเนื้อหารายการให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น เป็นรายการสำหรับ วิทยุ
รุ่น รายการสำหรับผู้ใหญ่ วิทยุทำงาน ผู้บริหาร รายการเพื่อรายงานข่าวการจราจร เป็นต้น ทั้งนี้
รูปแบบและลักษณะการนำเสนอเนื้อหาของสถานีวิทยุคลื่นความถี่ในระบบ เอฟ.เอ็ม ในเขต
กรุงเทพมหานคร จำแนกออกได้ดังนี้

ตารางที่ 3.3.1 แผนผังรายการสถานีวิทยุกระจายเสียงระบบ เอฟ.เอ็ม. ในเขตกรุงเทพมหานคร

สถานี	ความถี่	รายการ-รูปแบบที่นำเสนอ	ผู้ผลิต
รัฐสภา	87.5	ข่าวสาร สาระความรู้ทั่วไปและถ่ายทอดเสียงการประชุมรัฐสภา	รัฐสภา
กรมประชาสัมพันธ์	88.0	เรดิโอ โนพรอบเบียม รายการเพลง เน้นการเป็นศูนย์รวมคำถาม และคำ ตอบทุก ๆ เรื่อง โดยเปิดโอกาสให้ผู้ฟัง ได้ฝากคำ ถามและทางรายการ จะทำหน้าที่ค้นหา คำ ตอบ	เอไอเอ็ม มีเดีย

กระทรวงกลาโหม (สทท.กรุงเทพ)	88.5	แซท สเตชั่น เพลงไทยสากล เป็นรายการสำหรับวัยรุ่น	สกายไฮท์ เนทเวิร์ค
สถานีวิทยุยานเกราะ (กองทัพบก)	89.0	เวอร์จิ้น ซอฟท์เพลงทั่วไป 24 ชั่วโมง	บีอีซี เทโร
กระทรวงศึกษาธิการ (สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล)	89.5	SWEET F.M.เพลงทั่วไป 24 ชั่วโมง	
สถานีวิทยุ พล. 1 รอ. กองทัพบก	90.0	คลื่นมหาชน FM 90 Mhz. เน้นแนวเพลงลูกทุ่ง หมอลำ และเพื่อชีวิต กลุ่มเป้า หมายระดับกลางถึงล่าง	บริษัท ทราฟฟิคคอร์ปอเรชั่น โพลีดีนส์ จำกัด (มหาชน)
กระทรวงกลาโหม (กรมการพลังงานทหาร)	90.5	วิทยุเนชั่น (คลื่นข่าวธุรกิจ) สาระความรู้ทางเศรษฐกิจ การเมืองสังคม ทั้งใน และต่างประเทศ	เดอะ เนชั่น
สำนักงานตำรวจแห่งชาติ	91.0	สวท.91 รายงานจราจร	วีไลเซ็นเตอร์, กรมตำรวจ
สถานีวิทยุยานเกราะ (กองทัพบก)	91.5	ฮอตเวฟ รายการเพลงไทย เน้นการจัดกิจกรรมทางดนตรี	เอไอเอ็ม มีเดีย
กระทรวงศึกษาธิการ	92.0	วิทยุการศึกษา	กระทรวงศึกษาธิการ
กรมประชาสัมพันธ์	92.5	สวท.เครือข่าย 2 (เครือข่ายเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม(เครือ ข่ายท่องเที่ยว กีฬา ศาสนา วัฒนธรรม)	กรมประชาสัมพันธ์
กระทรวงกลาโหม (สทท. 1 กรุงเทพ)	93.0	93 DNA รายการเพลงไทยสากล โดยเน้นกลุ่มมัธยม ตอนปลายและมหาวิทยาลัย	สกายไฮท์ เนทเวิร์ค
กรมประชาสัมพันธ์	93.5	เรดิโอโหวด แซทเทิลไลท์ รายการเพลงและเน้นรูปแบบวิทยุบันเทิงที่ติดตาม รายงานข่าวคราว ความเคลื่อนไหวในแวดวง บันเทิง ทั้งไทยและต่างประเทศ	เอไอเอ็ม มีเดีย
ททบ. กองทัพบก ช่อง 5	94.0	บางกอกเรดิโอ เพลงทั่วไปและสารบันเทิง	เอไอเอ็มมีเดีย
สถานีวิทยุ จส. (ทหารสื่อสาร) กองทัพบก	94.5	LOVE F.M.เพลงทั่วไป 24 ชั่วโมง	
อ.ส.ม.ท.	95.0	ลูกทุ่ง เวทีไทย เพลงลูกทุ่ง ตลอด 24 ชั่วโมง	บริษัท ลูกทุ่ง เอฟเอ็ม จำกัด
กรมประชาสัมพันธ์	95.5	เวอร์จิ้น ฮิตส์ รายการเพลง	บีอีซี เทโร
สถานีวิทยุรักษาดินแดง	96.0	ร่วมด้วยช่วยกัน	มีเดียพลัส

(กองทัพบก)		เป็นสื่อกลางในการร้องทุกข์และแก้ไขปัญหาความคับข้องใจ ระหว่างประชาชนไปยังผู้รับผิดชอบโดยตรง รวมทั้งเป็นสื่อกลางในการแจ้งเหตุร้าย เพื่อประสานงานในการช่วยเหลือผู้ประสบภัย ตลอดจนเป็นแกนนำจัดกิจกรรมส่งเสริมสังคมในด้านต่าง ๆ	
อ.ส.ม.ท.	96.5	BUSINESS RADIO เน้นการเสนอข่าวและความเคลื่อนไหวในแวดวงธุรกิจ	
กรมประชาสัมพันธ์	97.0	NEWS STATION รายการข่าวและ สารความรู้	ครีนิดี เรดิโอ
อ.ส.ม.ท.	97.5	คลื่นสามัญประจำบ้าน ข่าว ความรู้ ความบันเทิง และบริการสาธารณสุข ประโยชน์	ผู้จัดการ
สถานีวิทยุ พล. 1 รอ. กองทัพบก	98.0	คลื่น เอฟ.เอ็ม. เพลงไทยสากล เน้นกลุ่มเป้าหมายระดับวัยรุ่นใกล้วัยทำงานและคนทำงาน	สกายไฮท์ เนทเวิร์ค
กรมไปรษณีย์โทรเลข (1 ปณ.)	98.5	เพลงทั่วไป (เพลงสากล,เพื่อชีวิต,เพลงลูกทุ่ง)	
อ.ส.ม.ท.	99.0	คลื่นข่าวกีฬา สถานีเฉพาะทางด้านกีฬา เน้นการเสนอข่าวและความเคลื่อนไหวในแวดวงกีฬา	สยามกีฬา
กระทรวงกลาโหม	99.5	คลื่นข่าว INN ข่าวทั่วไป	สำนักข่าวไอ.เอ็น.เอ็น.
สถานีวิทยุ จส.100 กองทัพบก	100.0	จส.100 รายงานจราจรและอุบัติเหตุ อุบัติภัยต่าง ๆ และเพื่อรับแจ้งเหตุด่วนเหตุร้าย รับเรื่องร้องเรียน แจ้งความของหาย	แปซิฟิก คอร์ปอเรชั่น
อ.ส.ม.ท.	100.5	เป็นสถานีบันเทิง เน้นการเสนอเพลงสากล และถ่ายทอดเสียงภาษาอังกฤษภาพยนตร์ต่าง ๆ จากไทยทีวีสีช่อง 3	อ.ส.ม.ท.
กระทรวงกลาโหม	101.0	101 NEWS AND TALK F.M.	มีเดียพลัส
ทบวงมหาวิทยาลัย	101.5	วิทยุจุฬาฯ เน้นทางด้านการศึกษาให้ความรู้ เพื่อการศึกษาแก่ประชาชนทั่วไป	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
สถานีวิทยุ ขส.ทบ.	102.0	F.M. VARIETY	

กระทรวงกลาโหม(ทอ. 06)	102.5	Get เพลงสากล ไม่ยึดติดกับสังกัดหรือค่ายเพลง	บริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด
สถานีวิทยุ จส. 103 กองทัพบก	103.0	ถามมาซิจะ... โคน	บริษัท เรดิโอ โซว์
ททบ. กองทัพบก ช่อง 7	103.5	MODERN LOVE รายการเพลงไทยสากล	บริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด
สำนักพระราชวัง(อส.)	104.0	เพลงพระราชนิพนธ์, ลูกทุ่ง, เพลงทั่วไป	พระราชวังดุสิต
สถานีวิทยุ ปตอ. กองทัพบก	104.5	CHANNEL V.F.M. รายการเพลงสากล	บริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด
กรมประชาสัมพันธ์	105.0	SMOOTH 105 F.M. รายการเพลงสากลเป็นเพลงประเภท Easy Listening หรือ Audit Contemporay	ยู แอนด์ ไอ คอร์ปอเรชั่น
อ.ส.ม.ท.	105.5	EASY F.M. 105.5 รายการเพลงสากล และ จะเป็นเพลงเก่าที่ได้รับ ความนิยม	ยู แอนด์ ไอ คอร์ปอเรชั่น ร่วมดำเนินการกับไทย ทีวีสี ช่อง 3
กระทรวงกลาโหม (สทร.2 กรุงเทพ)	106.0	รายการเพลงและข่าวสารจากราชการ รายการคลื่นความเป็นไทย รายการ ร่วมเครื่องบิน รายการ เสียงเพลงจาก มาสเตอร์เทป รายการ ลูกทุ่งสนั่นเมือง (บจ. อาร์ สยาม) รายการ หลับไม่ลง (บมจ. อาร์.เอส. โปรโมชัน)	สถานีวิทยุเสียงจากทหารเรือ ร่วมกับซัวร์ ออดิโอ, อาร์ สยาม, อาร์.เอส. โปรโมชัน และมาสเตอร์ เทป
กรมไปรษณีย์โทรเลข (1 ปณ. ภาคปกติ)	106.5	กรีนเวฟ รายการเพลง ที่เน้นเนื้อหา และ ความรู้ เกี่ยวกับ สิ่งแวดล้อม	เอไอเอ็ม มีเดีย
อ.ส.ม.ท.	107.0	LIFE F.M. 107 ภาคภาษาอังกฤษ	มีเดียพลัส

รูปแบบสถานีวิทยุที่ปรากฏให้เห็นเป็นรูปแบบหลัก ๆ ของสถานีวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทยปัจจุบัน มีลักษณะในการดำเนินกิจการกระจายเสียงโดยรวมคล้ายคลึงกัน นั่นคือการเป็นสถานี แต่จะแตกต่างกันที่รายละเอียดในผังรายการที่มีการออกอากาศในแต่ละวันเท่านั้น ซึ่งรูปแบบของสถานีวิทยุในประเทศไทย แบ่งออกเป็น 4 ประเภทใหญ่ ๆ ได้ดังนี้

1. สถานีเพลง เป็นสถานีที่มีเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นการเปิดเพลงทั้งเพลงไทย เพลงสากลและเพลงลูกทุ่งรวมทั้งเพลงอื่น ๆ ซึ่งเป็นรูปแบบที่พบมากที่สุด ในสถานีวิทยุเพื่อการค้า โดยสถานีที่จัดรายการเพลงเหล่านี้ต่างก็ต้องจัดเนื้อหารายการให้สอดคล้องกับความต้องการและ รสนิยม

ของกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ ดังนั้นการทำงานของสถานีประเภทนี้ต้องสอดคล้องกับ แนวคิดทางการตลาด คือต้องสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค โดยทั่วไปสถานีเพลงจะดำเนินการภายใต้ นโยบายของผู้บริหาร หรือเจ้าของผู้ได้รับสัมปทานมาจากหน่วยราชการ พร้อมทั้งมี เป้าหมายหรือแนวทางของแต่ละคลื่นไว้ด้วย โดยบอกทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ผลที่ได้และผลที่เกิดขึ้นของรายการเพลง คือ ต้องสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ฟังได้ โดยมีปฏิริยาตอบรับจากผู้ฟังเป็นตัวชี้วัดว่าผู้ฟังพอใจหรือไม่

สำหรับสื่อวิทยุกระจายเสียงนั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการเพลงซึ่งมีส่วนการแข่งขันสูงมากในตลาดสื่อวิทยุของไทย ส่งผลให้ผู้ผลิตต้องหาเอกลักษณ์เฉพาะตัวของรายการ เช่นเดียวกับสินค้าทั่วไปที่ต้องมีจุดเด่นในตัวเอง การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของสถานีวิทยุ คือ การกำหนดบุคลิกพิเศษของสถานีวิทยุหรือรายการวิทยุ ซึ่งผู้บริหารจะต้องกำหนดรูปแบบและดึงออกมาเพื่อแสดงให้เห็นถึงคุณค่าอย่างเด่นชัด ได้แก่

1. มีการกำหนดรูปแบบรายการ และกลุ่มเป้าหมายของรายการอย่างชัดเจน
2. มีการแบ่งบุคลิกของคลื่นที่อยู่ในความดูแลอย่างชัดเจน มีรูปแบบหรือประเภทของเพลงอย่างชัดเจนเพื่อให้คนฟังเลือกฟังได้อย่างถูกต้อง
3. ดูแลกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพ
4. มีการสำรวจความนิยมจากผู้ฟังของคลื่นตลอดเวลา เพื่อประเมินและปรับปรุงรายการที่ได้รับความนิยมลดลงไป

ทั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นสถานีที่หน่วยงานต้นสังกัดที่กำกับดูแลคลื่นได้ให้สัมปทานแก่บริษัท ผู้ผลิตรายการที่เป็นผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมเพลง เช่น บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ซึ่งใช้ชื่อของบริษัทเอไทม์ มีเดีย ซึ่งเป็นบริษัทในเครือเป็นผู้ทำสัญญาและผลิตรายการทางวิทยุ ได้แก่ रेดิโอ โนพรอบเบิ้ล FM 88.0 MHz , ฮอตเวฟ FM 91.5 MHz , रेดิโอ โหวดแซทเทิลไลท์ FM 93.5 MHz, แบล็ก อีโอดีโอ (Bangkok Radio) FM 94.0 MHz และ กรีนเวฟ FM 106.5 MHz ด้านรายการวิทยุใน เครือของบริษัท อาร์เอส โปรโมชัน 1992 จำกัด (มหาชน) ภายใต้การผลิตของ บริษัท สกาย – ไฮเนตเวิร์ค จำกัด ได้แก่ แซท ป๊อปปี้ FM 88.5 MHz กูล เอฟเอ็ม FM 98 MHz และนายดีที ดีเอ็นเอ (93 DNA) ทำให้สถานีเพลงเหล่านี้เปิดเพลงจากบริษัทในเครือของตนเองและจัดกิจกรรมร่วมกับผู้ฟัง โดยมักเน้นที่ประชาสัมพันธ์ร้องคร่ำหรือกิจกรรม ส่งเสริมการขายในด้านต่าง ๆ เป็นหลัก นอกจากนี้ยังมีผู้ผลิตรายการซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตรายย่อย ซึ่งมีแนวทางการดำเนินกิจการที่ไม่ยึดติดกับสังกัดหรือค่ายเพลง ได้แก่ บริษัท บริษัท คลิก रेดิโอ จำกัด ได้แก่ รายการ Get FM 102.5 MHz , Modern Love FM 103.5 MHz และ Fat Radio FM 104.5 MHz รวมทั้งรายการวิทยุที่ผลิตโดย บริษัท ลูกทุ่ง เอฟเอ็ม จำกัดผลิตรายการชื่อ ลูกทุ่ง เอฟเอ็ม ออกอากาศทางคลื่นความถี่ FM 95.0 MHz เป็นต้น

จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ และผลการวิจัย ของ บริษัท AC Neilson จำกัด ซึ่งระบุว่าจากการสำรวจประชากรในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ประกอบด้วย อาชีพลูกจ้าง 70% และ 43% มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท มีผู้สนใจฟังเพลงไทยสากล และเพลงสากลถึง 32% โดยมี 23 สถานีรองรับ และผู้สนใจฟังข่าว 11% โดยมี 10 สถานี รองรับ ในขณะที่มีจำนวนผู้สนใจฟังเพลงไทยลูกทุ่ง 11% แต่มีรองรับเพียงสถานีเดียว²⁶(ปัจจุบันมีสถานีเพลงลูกทุ่ง 2 สถานี คือ ลูกทุ่งเอฟ.เอ็ม 95.0 MHzและคลื่นมหาชน FM 90.0 MHz.ซึ่งเริ่มออกอากาศ ตั้งแต่วันที่ 9 กันยายน 2546)

รูปแบบการนำเสนอเนื้อหารายการของสถานีเพลงในปัจจุบัน มักจัดให้มีช่วงกิจกรรมหรือเวลาสำหรับจัดให้มีการนำเสนอรูปแบบรายการที่แตกต่างไปจากช่วงเวลาปกติที่เน้นการเปิดเพลงหรือการเปิดโอกาสให้ผู้ฟังรายการ ได้พูดคุยกับผู้จัดรายการในช่วงเวลานั้น ๆ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตารางที่ 3.3.2 แสดงรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของสถานีเพลง

FM 91.5 Hotwave	นำเสนอเพลงไทยที่กำลังเป็นที่นิยมและใหม่ล่าสุดเน้นความสนุกสนานและสนับสนุนให้มีการแสดงออกด้านกิจกรรมทางดนตรี และการนำเสนอรูปแบบต่าง ๆ ในรายการ เช่น Hot Wave Board กระดานความคิดเห็นสำหรับวัยรุ่น, Hot Wave Live Concert ในโรงเรียน และ School Hit แนะนำ Website น่าสนใจแปลกใหม่ ทั่วโลก
FM 93.5 Radio Vote Satellite	รายการวิทยุบันเทิงที่ติดตาม รายงานข่าวคราว ความเคลื่อนไหวในแวดวงบันเทิง ทั้งไทยและต่างประเทศ Make Money กิจกรรมการร่วมสนุกในรูปแบบของ Quiz Show ทุกคำถาม-คำตอบ จะเป็นเรื่องราวในวงการบันเทิงทั้งหมด เพื่อรับทุนการศึกษาจาก RVS. ไปทันที ,แจ๊สเกิด...Scoop แนะนำศิลปิน ดารา นางแบบ นายแบบ บุคคลในวงการบันเทิง หน้าใหม่ว่าเป็นใครมาจากไหน ให้ทุกคนได้รู้จักกันและเอ็นจอยกับเพลง เป็นการแสดงดนตรีสดในสตูดิโอจากศิลปินที่กำลังเป็นที่นิยม
FM 106. 5 Green Wave	คลื่นสีเขียว เพื่อสิ่งแวดล้อม โดยสอดแทรกเนื้อหา และ ความรู้ เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างจิตสำนึกให้กับผู้ฟัง มีช่วง Never Give Up เป็นช่วงพิเศษที่เปิดโอกาส ให้ ผู้ฟังที่กำลังท้อแท้ หรือต้องการกำลังใจ ได้ขอเพลงที่ให้กำลังใจ หรือขอเพลงให้กำลังใจคนใกล้ชิด, คินพิเศษ คนพิเศษ เป็นการสัมภาษณ์ เจาะลึกบุคคลที่น่าสนใจ ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างสูง และ Save The World เป็นการรณรงค์ในการช่วยเหลือสังคม ในด้านต่าง ๆ โดยการเชิญชวน ในรูปแบบของสโปตวิทยุตลอดทั้งปี
คลื่นมหาชน FM 90.0 MHz.	เพลงลูกทุ่ง เพลงหมอลำ และเพลงเพื่อชีวิตจากทุกค่ายเพลง มีช่วงทันทุกประเด็นร้อน รายงานข่าวเหตุการณ์การเมือง เศรษฐกิจ สตรี และกีฬาวันละ 4 ครั้ง โดยทีมข่าวหนังสือพิมพ์รายวันบางกอกทูเดย์, ช่วงหมอลำโดย หมอพันธ์ศักดิ์ตอบทุกปัญหา และให้ความรู้เรื่องเพศศึกษา วันละ 1 ครั้ง, ช่วงหมอลำ หมอลำของ ตรวจสอบดวงชะตาวันละ 4 ครั้งและ ช่วงหมอลำ สมิงขาว ข่าวในวงการมวย วิเคราะห์มวยคู่ต่าง ๆ จากขอบเวที วันละ 2 ครั้ง

²⁶ ทรานส์ฟ็อกซ์ เปิด FM 90 MHz. http://entertainment.mweb.co.th/news_scoop/musicnews_07782.html

จากตัวอย่างรายการวิทยุที่ผลิตโดยเอกชน ตามที่ได้ยกตัวอย่างนั้น จะเห็นได้ว่า รายการที่เอกชนเข้าชื่อเวลามาดำเนินการผลิตเอง แต่ละรายการต่างมีรูปแบบหรือกลุ่มเป้าหมายที่เจาะเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคทั้งสิ้น ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการกำหนดเนื้อหาและรสนิยมให้แก่ผู้ฟัง ในด้านความหลากหลายและคุณภาพของเนื้อหาในรายการทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ทั้งนี้สถานีเพลงส่วนใหญ่มีการนำเสนอสัดส่วนของเนื้อหาบันเทิงอยู่ภายใต้การกำหนดของกรมประชาสัมพันธ์ (ไม่เกินร้อยละ 58) แต่พบว่าการนำเสนอเนื้อหาโฆษณาเกินกว่าสัดส่วนที่กำหนด (ไม่เกินร้อยละ 17) โดยเป็นโฆษณาแฝง ทั้งในรูปแบบการเล่นเกมส์ และกิจกรรมต่าง ๆ ในแต่ละช่วงเวลาของรายการ ซึ่งปัจจุบันการพัฒนาเนื้อหาในสถานีเพลงมักปรับรูปแบบด้วยการใส่สาระบันเทิงที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ในด้านประโยชน์ที่นอกเหนือไปจากความบันเทิงที่ผู้ฟังจะได้รับจากการนำเสนอจากรายการเหล่านี้แล้ว รูปแบบการจัดกิจกรรมของรายการวิทยุถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งที่ไม่สามารถเป็นตัวชี้วัดระดับความนิยมของรายการแล้ว ยังสามารถสร้างให้เกิดประโยชน์ด้านอื่น ๆ ด้วย เช่น จากการศึกษาของ วัชรภรณ์ จิตต์อารีย์ (2545) พบว่า การสร้างให้เกิดปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างผู้ฟังและรายการวิทยุกรีนเวฟ (F.M.106.5) เพื่อให้เกิดความรู้สึกร่วมว่าเป็นเจ้าของรายการ และสามารถสื่อสารกลับในเชิงแสดงความคิดเห็นเข้าไปในรายการได้โดยทันที ซึ่งนอกจากเป็นการพัฒนาให้เนื้อหารายการมีคุณภาพและตอบสนองความต้องการของผู้ฟังได้แล้ว ยังสามารถช่วยปกป้องไม่ให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีให้แก่รายการได้อีกด้วย อีกทั้ง การจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น กิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ผู้ฟังเข้ามามีส่วนร่วมกับรายการด้วยนั้น จะส่งผลทางตรงกับรายการโดยทำให้ผู้ฟังเชื่อในพลังสื่อ และเป็นแรงจูงใจให้เกิดการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในครั้งต่อ ๆ ไป นอกจากนี้ยังเป็นการทำให้ผู้ฟังทำหน้าที่เป็นผู้ขยายข้อมูลข่าวสารกิจกรรมนั้น ๆ สู่อื่นด้วย โดยใช้วิธีการคือ การให้ความรู้ในเนื้อหาที่ถูกต้องอยู่บนพื้นฐานของความจริง จะช่วยให้ผู้ฟังมีความเข้าใจต่อกิจกรรมเหล่านั้นอย่างชัดเจน

ทั้งนี้ สัดส่วนของสถานีบันเทิงในปัจจุบันมีแนวโน้มว่าจะมีการขยายตลาดและเพิ่มระดับการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้นมาก สะท้อนให้เห็นจากแนวทางการดำเนินธุรกิจของนายสุรชัย เศรษฐโชติศักดิ์ ประธานกรรมการบริหารบริษัท อาร์ เอส โพรโมชัน จำกัด (มหาชน) ที่ว่า "เราต้องการที่จะสร้างรายได้จากกลุ่มธุรกิจสื่อวิทยุ ให้มีสัดส่วนใกล้เคียงกับธุรกิจเพลงและภาพยนตร์ ซึ่งจะเป็นผลดีในการกระจายความเสี่ยงธุรกิจ ไม่พึ่งรายได้จากแหล่งใดแหล่งหนึ่งมากเกินไป" (กรุงเทพธุรกิจ 2 กรกฎาคม พ.ศ. 2546) ซึ่งเป็นตัวอย่างที่สะท้อนให้เห็นว่ารูปแบบสถานีเพลงจะมีการแข่งขันกันในระดับที่สูงขึ้น โดยเป็นผลโดยตรงจากการขยายพื้นที่หรือช่องทางการตลาดของอุตสาหกรรมบันเทิงอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมเทปเพลง เป็นต้น

2. **สถานีข่าวสารและข้อมูล** เป็นสถานีที่นำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นข้อมูลและข่าวสารในรูปแบบต่างๆ ทั้งการอ่าน การพูดคุย การสัมภาษณ์ การรับฟังความคิดเห็นจากประชาชน สารคดี ความรู้ทั่วไป การตอบปัญหาทางโทรศัพท์ จดหมาย หรือการติดต่อในรูปแบบอื่น ๆ ส่วนใหญ่ดำเนินการโดยหน่วยงานต้นสังกัด สถานีที่มีลักษณะเช่นนี้ได้แก่ สถานีวิทยุ 99.5 INN สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย 92.5 MHz สถานีวิทยุ อ.ส.ม.ท. 100.5 MHz และสถานีวิทยุเนชั่น 90.5 MHz เป็นต้น โดยกระบวนการผลิตเป็นหัวใจสำคัญของสถานีประเภทนี้เพื่อมุ่งหวังที่จะส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้ฟังมีโอกาสรับรู้ข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว ตลอดจนสาระความรู้และสาระบันเทิงที่มีประโยชน์ และไม่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน

หลังปี พ.ศ. 2535 สถานีในเครือกรมประชาสัมพันธ์ กองทัพบ และ องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) เปิดให้สัมปทานแก่บริษัทเอกชนขนาดใหญ่แต่ละบริษัทได้รับสัมปทาน 10 –40 สถานีทั่วประเทศถ่ายทอดรายการ โดยใช้สัญญาณดาวเทียม ทำให้มีรายการข่าวจากศูนย์ข่าวแปซิฟิก สำนักข่าวไอเอ็นเอ็น วิทยุผู้จัดการ วิทยุเนชั่น กระจายเสียงในลักษณะที่มีการแข่งขันกับข่าวของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยและสำนักข่าวไทย อ.ส.ม.ท. (อ้างใน ธีรรัตน์ พันทวี, 3) ซึ่งในแต่ละสถานีข่าวต่างมีรูปแบบและแนวทางการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.3.3 แสดงรูปแบบและแนวทางการดำเนินงานของสถานีข่าว

ชื่อสถานี-รายการ	แนวทางการดำเนินงาน
สถานีวิทยุ INN NEWS & TALK (F.M. 99.5 MHz)	เป็นคลื่นข่าวสาร มีการนำเสนอข่าวและสถานการณ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เกาะติดความเคลื่อนไหวตลอด 24 ชั่วโมง รวมทั้งมีการวิเคราะห์และเปิดสายให้ประชาชนมีส่วนร่วมในรายการ โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ประกอบการและผู้บริหารทั้งภาคเอกชน และรัฐ ที่อยู่ในระดับ “ตัดสินใจ” รวมทั้งคนทำงานรุ่นใหม่ที่ต้องการความสำเร็จในชีวิต อายุ 25 ปีขึ้นไป
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เครื่องข่าย สวท. 1(F.M. 92.5)	มีวัตถุประสงค์หลัก คือ เผยแพร่ความรู้และข่าวสารต่าง ๆ เป็นอย่างแรก และ ส่งเสริมอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ส่งเสริมการศึกษา มีการเปิดเพลงพื้นบ้าน เพลงไทย และมีนิทานให้ความบันเทิงบ้าง มีบริการสาธารณะบ้างประมาณ 5 % และมีรายการเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตอื่น ๆ ด้วย
วิทยุ เนชั่น (F.M. 90.5)	วางตัวเองเป็นสถานีวิทยุข่าวตั้งแต่มีการริเริ่มโครงการ เนื่องจากเครือเนชั่นทำธุรกิจเกี่ยวกับข่าวสารและสื่อสิ่งพิมพ์มาเกือบ 20 ปี ก่อนขยายงานเข้าสู่สื่อวิทยุกระจายเสียง สถานีวิทยุข่าว เนื่องจากข่าวเป็นสิ่งที่ชำนาญที่สุด และเห็นว่ายังมีประชาชนที่ต้องการข่าวอีกเป็นจำนวนมาก หนังสือพิมพ์เพียงอย่างเดียวคงกระจายข่าวไปให้ประชาชนได้ไม่ทั่วถึง เราจึงตั้งสถานีวิทยุข่าวขึ้น
สปอร์ต เรดิโอ (F.M. 99 MHz)	จัดรูปแบบรายการที่เป็นสถานีเฉพาะทางด้านกีฬา โดยทีมสยามกีฬารายวัน มีการจัดสรรเวลาเสนอข่าวเพื่อออกอากาศทุกนาที่ที่ 30 ทุกชั่วโมง และมีสปอร์ต อัปเดตสรุปข่าว

	สำคัญและข้าผลกีฬาเกิดขึ้นทุก ๆ รอบ 3 ชั่วโมง สำหรับการนำเสนอข่าวสารและสาระกีฬาต่าง ๆ ของสปอร์ต เรดิโอนั้น มีเป้าหมายหลัก คือ ทำรายการสนองต่อกลุ่ม ผู้ฟังที่เป็นแฟนกีฬา และนักกีฬาหรือคนที่ชอบกีฬาเป็นอันดับแรก ส่วนอันดับรองนั้นมีเป้าหมายที่จะกระจายความรู้ทางกีฬาให้กับประชาชนทั่วไปให้มีความรู้เรื่องกีฬามากขึ้น
--	---

ในด้านการพิจารณาถึงรูปแบบองค์กรและการจัดการของแต่ละสถานีวิทยุ ที่มีรูปแบบเป็นสถานะข่าวสารและความรู้นั้น ชีรรัตน์ พันทวี (2544) ได้ตั้งข้อสังเกตไว้ว่า สถานีที่รัฐดำเนินการจะไม่มุ่งเน้นความอยู่รอดในทางธุรกิจ เนื่องจากการจัดสรรงบประมาณมาดำเนินการจากภาครัฐอยู่แล้ว และยังพบว่าสถานีข่าวและความรู้ที่รัฐดำเนินการยังไม่มีเจ้าหน้าที่ฝ่ายสร้างสรรค์รายการด้วย

ในด้านวิเคราะห์เนื้อหาในส่วนของรายการ “ข่าว” จากการศึกษาของ อติศักดิ์ ศรีสม (2543) ได้ทำการวิเคราะห์ทิศทางเนื้อหาข่าวรายการวิทยุ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.3.4 แสดงการวิเคราะห์ทิศทางเนื้อหาข่าวรายการวิทยุ

บันทึกสถานการณ์ FM 92.50 MHz	เน้นการเมือง ในทิศทางบวกมากที่สุด ทั้งในด้านสังคมและการเมือง เนื่องจากผลิตโดยกรมประชาสัมพันธ์
ข้อเท็จจริงวันนี้ FM 94.00 MHz	นำเสนอเหตุการณ์ สอดคล้องกับสถานการณ์และข่าวสาร โดยเน้นเรื่องเศรษฐกิจเป็นหลัก นำเสนอเหตุการณ์ไปในทิศทางลบมากที่สุด ทั้งนี้กลุ่มผู้ผลิตเป็นนักวิชาการ ซึ่งมีนักวิพากษ์ฝ่ายปกครองในทิศทางลบอย่างตรงไปตรงมา
เปิดฟ้ากว้างกับการบินไทย FM 94.00 MHz	ดำเนินรายการโดยนักวิชาการ นำเสนอรายการประเภทสังคมมากที่สุด มีทิศทางลบมากที่สุด ในส่วนเศรษฐกิจนั้นนำเสนอในแง่บวก เนื่องจากไม่ต้องการให้เกิดผลกระทบต่อฝ่ายปกครองฝ่ายใด เนื่องจากอาจกระทบ ผู้สนับสนุนรายการซึ่งเป็นหน่วยงาน ภาครัฐวิสาหกิจ มีการนำเสนอกิจกรรมของผู้สนับสนุน
จับชีพจรข่าว FM 96.5 MHz	นำเสนอเนื้อหาในแง่เศรษฐกิจมากที่สุดและมีทิศทางลบมากที่สุด และ เนื้อหาประเภทสังคม นำเสนอข่าวอย่างตรงไปตรงมาตามเนื้อหาข่าวที่ เกิดขึ้น แต่ในเรื่องการเมืองนั้นทางรายการจะหลีกเลี่ยงไม่นำเสนอแง่ลบเนื่องจาก อ.ส.ม.ท. เจ้าของสถานี 96.5 ซึ่งเป็นของรัฐนั้นเป็นเจ้าของอยู่
ติดตามข่าว FM 97.00 MHz	นำเสนอข่าวสารและสาระที่ทันต่อเหตุการณ์ คัดเลือกประเด็นข่าวเด่นใน แต่ละวัน เพื่อนำมาตั้งประเด็น และวิเคราะห์ข่าวดังกล่าวที่ เกิดขึ้น ในแง่มุมต่าง ๆ พร้อมเปิดสายแสดงความคิดเห็น ซึ่งเป็นการนำเสนอในทิศทางบวกมากที่สุด เพราะในช่วงการดำเนินธุรกิจจากกรมประชาสัมพันธ์ การเสนอจึงหลีกเลี่ยงการกระทบกับฝ่ายการเมืองอย่างเห็นได้ชัด
แกะรอยข่าว FM 97.00 MHz	นำเสนอเรื่องการเมืองมากที่สุด โดยไม่ลบไม่บวก เพราะ ในช่วงการธุรกิจจากกรมประชาสัมพันธ์
รายการเพื่อบ้านเมืองของเรา FM 97 MHz	สรุปข่าวเด่นประจำวัน ในหน้าหนังสือพิมพ์ พร้อมวิเคราะห์ข่าวสาร บ้านเมือง สัมภาษณ์บุคคลในข่าว พร้อมทั้งเปิดสายให้ผู้ฟังร่วมแสดงความคิดเห็น เพิ่มเติม

คุยกันหลังข่าว FM 100.50 MHz	นำเสนอเนื้อหาเศรษฐกิจมากที่สุดเพื่อต้องการสนองนโยบายเศรษฐกิจของรัฐ ได้แก่ SME หลักเลียง การนำเสนอที่จะเสนอที่จะส่งผลกระทบต่อฝ่ายปกครองอย่างเห็นได้ชัด
ร้อยข่าวร้อยหนึ่ง FM 101 MHz	นำเสนอเนื้อหาสังคมมากที่สุดมีทิศทางลบ และเรื่องเศรษฐกิจนั้น นำเป็นเรื่องลบมาก ที่สุด กล่าววิจารณ์การทำงานของฝ่ายปกครองอย่างตรงไป ตรงมา แต่ไม่นำเสนอเรื่องของ การทหารแต่อย่างใด เพราะช่วงเวลาเวลานั้นเรื่องการทหารไม่มีอะไรเป็นที่สนใจ รวมทั้ง ไม่ต้องการให้เกิดผลกระทบต่อฝ่ายปกครองด้านการทหารโดยตรง

นอกจากรายการข่าวซึ่งมีลักษณะของการนำเสนอในรูปแบบของรายการข่าวโดยเฉพาะ
แล้ว ข่าวต้นชั่วโมงถือได้ว่าเป็นรายการข่าวอีกรูปแบบหนึ่งที่มีสัดส่วนหรือความถี่ในอัตราที่สูง
จากการศึกษาของอุไร คงคาลวง (2544) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการนำเสนอข่าวสั้นต้นชั่วโมงทางสำนักข่าว
ไทยและศูนย์ข่าวแปซิฟิก ให้คุณค่าข่าวด้านความเด่นหรือความสำคัญ มากที่สุด และเป็นการนำ
เสนอความเด่นหรือความสำคัญของบุคคล มากที่สุด โดยเสนอในลักษณะของความเห็น อันสะท้อน
ถึงรูปแบบการบริโภคข่าวว่า ผู้รับฟังข่าวถูกรอบงำให้สนใจในตัวบุคคลในข่าวมากกว่าประเด็น
หรือข้อเท็จจริง

อย่างไรก็ตาม การเสนอข่าวโดยการแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ ในสังคม ซึ่งเป็น
การเปิดโอกาสให้บุคคลที่มีความเด่นหรือความสำคัญได้แสดงความคิดเห็น โดยมีผู้สื่อข่าว
สัมภาษณ์นั้น เป็นการสะท้อนถึงวัฒนธรรมในการผลิตข่าวในยุคนี้ว่า เน้นความคิดเห็นมากกว่าข้อ
เท็จจริง อีกทั้งรายการข่าวส่วนใหญ่ยังนำเสนอองค์ประกอบข่าวไม่ครบถ้วน การเสนอข่าวใน
ลักษณะนี้สะท้อนถึงการผลิตข่าวของผู้สื่อข่าว และมุมมองในการผลิตข่าวของสำนักข่าวไทยและ
สำนักข่าวอื่นๆ ว่า ให้ความสำคัญกับความเด่นหรือความสำคัญของบุคคลเป็นหลัก ส่งผลให้ผู้
บริโภคข่าวทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ต้องรับฟังความคิดเห็นของบุคคลที่มีความเด่นหรือความ
สำคัญในสังคมต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ส่งผลให้การบริโภคข่าวถูกรอบงำทางความคิด จากบุคคล
เด่นในข่าว ซึ่งหากผู้บริโภครับฟังโดยไม่วิเคราะห์หรือไม่ไตร่ตรอง ก็จะตกอยู่ภายใต้ความคิดของ
บุคคลที่มีโอกาสเข้าถึงสื่อและมีพื้นที่ในสื่อได้ง่าย

3. สถานีเพื่อบริการชุมชน เป็นสถานีที่ดำเนินกิจการหลักเพื่อบริการสาธารณะให้แก่
บริการชุมชน เช่น การรายงานข่าวสารและการจราจร การแจ้งเหตุด่วนเหตุร้าย หรือการรับแจ้งเหตุ
และให้ความช่วยเหลือหรือการบริการเบื้องต้น โดยอาจมีการรายงานข่าวต้นชั่วโมง หรือ รายงาน
ข่าวด่วนแทรกระหว่างวัน แต่ไม่ใช่เนื้อหาหลักของผังรายการ โดยมักเป็นสถานีที่บริษัทผู้ผลิตราย
การได้รับสัมปทานจากหน่วยงานต้นสังกัดในระยะยาว ซึ่งสถานีที่มีลักษณะดังกล่าวได้แก่ สถานี
วิทยุ จส. 100 สถานีวิทยุพิทักษ์สันติราษฎร์ (สวพ.) FM 91 MHz และร่วมด้วยช่วยกัน FM 96.0
MHz ซึ่งมีความแตกต่างจากสถานีรูปแบบอื่น ๆ เนื่องจากเป็นรายการที่มีเนื้อหาจากผู้ฟัง และ

อาสาสมัคร รวมทั้งผู้รายงานที่มาจากที่เกิดขึ้น ณ ขณะนั้น โดยแท้จริง โดยมีตัวอย่างรูปแบบการนำเสนอรายการดังนี้

ตารางที่ 3.3.5 แสดงการเสนอรายการในแต่ละช่วงเวลาของสถานีวิทยุ จ.ส.100

ช่วงเวลารายงานข่าว และนำเสนอการรายงานสภาพจราจร	เนื้อหา	แหล่งข้อมูล
<p>1. ช่วงที่มีการจราจรหนาแน่นมาก 06.00 – 10.00 เป็นช่วงเวลาที่คนออกเดินทาง ไปทำงาน 12.00 – 14.00 เป็นช่วงเวลาที่คนพักเที่ยง 16.00-20.00 เป็นช่วงที่คนเลิกงานและเริ่ม ทยอยกลับบ้าน</p> <p>2. ช่วงที่มีการจราจรไม่ค่อยหนาแน่น 11.00 – 12.00 ซึ่งเป็นช่วงเวลาในการทำงาน 14.00 – 16.00 ซึ่งเป็นช่วงมีรถบรรทุกมาก 21.00 – 24.00 ซึ่งเป็นช่วงเกิดอุบัติเหตุมาก</p>	<p>1. รายงานสภาพจราจร 2. รายงานอุบัติเหตุ 3. แนะนำเส้นทาง 4. ร้องเรียน 5. สอบถามเส้นทาง 6. เรื่องอื่น ๆ เช่น บริการ ประชาสัมพันธ์</p>	<p>1. ผู้สื่อข่าวจราจรบ.แปซิฟิก คอร์ปอเรชั่น 2. ศูนย์ควบคุมการจราจร (บก.02) 3. ประชาชนทั่วไป</p>

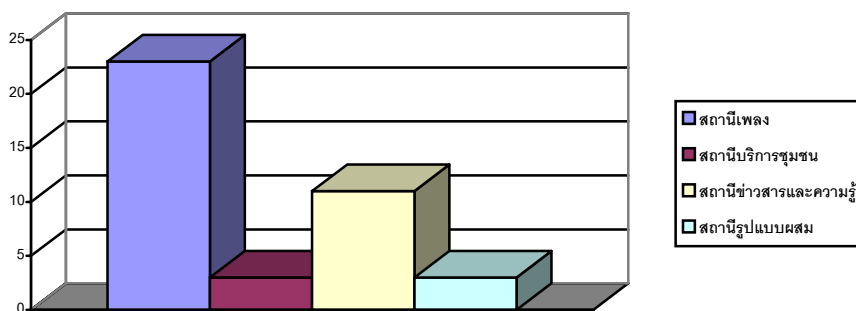
นอกจากประโยชน์จากคำเนิตรายการของสถานีในรูปแบบเพื่อบริการชุมชนจะให้ประโยชน์ในด้านการเผยแพร่ข่าวสารอันเป็นประโยชน์ไปยังผู้ฟังที่ใช้รถใช้ถนนแล้ว จากการศึกษาของ ฉัตรวรรณ วรนิชสกุล (2536) พบว่า ผลสืบเนื่องของรายการจส. 100 นอกจากจะสร้างการยอมรับและเตรียมใจกับสภาพการจราจรที่ต้องเผชิญร่วมกัน เป็นการผ่อนคลายความเครียด ยังเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้ใช้รายการเป็นเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและเสนอแนะแนวทางที่คาดว่าจะสมควรจะปฏิบัติร่วมกัน ทั้งนี้ในปัจจุบันถือได้ว่า สถานีในรูปแบบนี้ได้สร้างลักษณะการนำเสนอรูปแบบรายการที่ส่งเสริมให้เกิดการสื่อสาร 2 ทางในสื่อวิทยุให้ปรากฏชัดเจนและสร้างให้เกิดรูปแบบการมีส่วนร่วมในการนำเสนอเนื้อหาและข้อมูลจากประชาชนโดยตรงมากยิ่งขึ้น

4. สถานีรูปแบบผสม หรือ สถานีข่าว ความรู้ สารและบันเทิง มีลักษณะเป็นสถานีที่มีรายการที่หลากหลายและผสมผสานกันทั้งรูปแบบและเนื้อหา รวมทั้งมีกลุ่มเป้าหมายที่มีความแตกต่างกันทั้งทางเพศ วัย ระดับการศึกษาและรายได้ ของแต่ละรายการในผังรายการตลอด 24 ชั่วโมง โดยมีลักษณะการดำเนินกิจการเป็นการเปิดโอกาสให้เอกชนเข้ามาเช่าเวลาจัดรายการ ซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นกลุ่มนายทุนหรือผู้ที่เคยเข้ามาเป็นเวลานานจนเป็นที่รู้จักดีในท้องถิ่นนั้น ๆ และหาผู้สนับสนุนรายการเอง สถานีที่จัดรายการประเภทนี้มีภาพลักษณ์ที่ให้ความรู้ทุกด้าน อันเป็นสถานีที่เป็นแหล่งรวมสาระความรู้และความบันเทิง ทั้งสถานีและผู้จัดรายการได้รับความเชื่อถือ และ

การยอมรับจากผู้ฟังในท้องถิ่นหรือในสังคมเป็นอย่างดี สถานที่ที่มีรูปแบบเช่นนี้ ได้แก่ สถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นต้น

ทั้งนี้ในภาพรวมเมื่อพิจารณาประเภทของสถานีวิทยุระบบเอฟเอ็มในกรุงเทพมหานคร จำนวน 40 สถานี พบว่าเป็นสถานีเพลงประมาณ 25 สถานี สถานีข่าวสารประมาณ 7 สถานี สถานีบริการชุมชน 3 สถานี และสถานีรูปแบบผสมประมาณ 6 สถานี ดังแผนภาพ ต่อไปนี้

แผนภาพที่ 4 ภาพแสดงสัดส่วนรูปแบบสถานีวิทยุ ระบบเอฟ.เอ็ม. ในกรุงเทพมหานคร



จากแผนภาพดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าสถานีที่เน้นเนื้อหาบันเทิงประเภทรายการเพลงเป็นหลักนั้นมีจำนวนมาก ในขณะที่สถานีเพื่อข่าวสารความรู้กลับมีจำนวนน้อย รวมทั้งสถานีที่ประชาชนสามารถมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นหรือร่วมจัดรายการ ในเชิงสร้างสรรค์เพื่อประโยชน์สาธารณะนั้นยังมีน้อยมากอย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้ข้อสังเกตดังกล่าวสอดคล้องกับ ข้อความตอนหนึ่งในแผนพัฒนาสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศและโทรคมนาคม เพื่อพัฒนาคนและสังคม (พ.ศ.2542-2551) ที่ว่า หน่วยงานราชการต่าง ๆ ที่เป็นเจ้าของวิทยุกระจายเสียงส่วนใหญ่ เน้นการผลิตสื่อเพื่อความบันเทิง และยังมีปัญหาด้านการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย คุณภาพของเนื้อหา รายการ วิธีการนำเสนอขาดความหลากหลาย ผู้ฟังเข้ามามีส่วนร่วมได้น้อย และการจัดช่วงเวลาออกอากาศไม่เหมาะสมกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย เป็นต้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2542)

3.3.2 วิเคราะห์สารสนเทศของเครือข่ายสถานีวิทยุ

จากข้อสังเกตเรื่องรูปแบบของสถานีดังกล่าว นำไปสู่การพิจารณาถึง สัดส่วนเนื้อหาของแต่ละเครือข่ายซึ่งเป็นเจ้าของสถานีวิทยุ งานวิจัยนี้ ได้เลือกศึกษาเครือข่ายสถานีวิทยุ 3 เครือข่าย

คือ เครือข่ายสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) เครือข่ายองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) ดังต่อไปนี้และเครือข่ายของกองทัพบก ดังต่อไปนี้

1) เครือข่ายสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.)

กรมประชาสัมพันธ์ได้ปรับการบริหารคลื่นความถี่ที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ โดยได้จัดเครือข่ายสถานีวิทยุออกเป็น 7 เครือข่ายจาก 144 สถานีทั่วประเทศ ระบบ เอเอ็ม 60 สถานี และระบบเอฟเอ็ม 87 สถานี ทดลองออกอากาศมาตั้งแต่เดือน พฤษภาคม 2545 ประกอบด้วย

เครือข่าย 1 เครือข่ายแห่งชาติ เพื่อข้อมูลข่าวสารแห่งรัฐและประชาชน สถานีแม่ข่าย ระบบ A.M. ความถี่ 891 KHz กทม. สถานีลูกข่าย ระบบ A.M. 16 สถานีทั่วประเทศ ออกอากาศวันละ 19 ชั่วโมง ตั้งแต่เวลา 05.00 - 24.00 น. ครอบคลุมพื้นที่ออกอากาศร้อยละ 90 โดยมีกลุ่มเป้าหมาย เป็น ผู้นำทางสังคมทุกระดับ เป็นเนื้อหาที่ผลิตจากส่วนกลางร้อยละ 100 มีเวลาให้ส่วนราชการ/องค์กรเอกชน 39.50 ชั่วโมง

เครือข่าย 2 เครือข่ายเพื่อการถ่ายทอดเสียง เพื่อส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตยและการอาชีพ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สถานีแม่ข่าย ระบบ A.M. ความถี่ 819 KHz สถานีลูกข่าย ระบบ F.M. 1 สถานี และระบบ A.M. 26 สถานีทั่วประเทศ ออกอากาศวันละ 21 ชั่วโมง ตั้งแต่เวลา 05.00 - 02.00 น. ครอบคลุมพื้นที่ออกอากาศร้อยละ 70 – 80 โดยมีกลุ่มเป้าหมาย เป็นผู้นำทางสังคมทุกระดับ ถ่ายทอดสดสถานการณ์ เหตุการณ์ การประชุมรัฐสภา พิธีการเผยแพร่ผลงานรัฐบาล มีเวลาให้ส่วนราชการ/องค์กรเอกชน สัปดาห์ละ 58 ชั่วโมง

เครือข่าย 3 เครือข่ายเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม (เครือข่ายท่องเที่ยว กีฬา ศาสนา วัฒนธรรม) ลูกข่าย ระบบ F.M. 55 สถานีทั่วประเทศ ออกอากาศวันละ 21 ชั่วโมง ตั้งแต่เวลา 05.00 - 02.00 น. ครอบคลุมพื้นที่ออกอากาศร้อยละ 50 โดยมีกลุ่มเป้าหมาย เป็นคนรุ่นใหม่และคนวัยทำงาน เน้นส่งเสริมการท่องเที่ยว กีฬา วัฒนธรรม ความรู้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต มีเวลาให้ส่วนราชการ/องค์กรเอกชน สัปดาห์ละ 39.5 ชั่วโมง

เครือข่าย 4 เครือข่ายเพื่อการศึกษา สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเครือข่าย 4 สถานีแม่ข่าย ระบบ A.M. ความถี่ 1467 KHz สถานีลูกข่าย ระบบ F.M. 2 สถานี ระบบ A.M. 8 สถานี ออกอากาศวันละ 19 ชั่วโมง 10 นาที ตั้งแต่เวลา 04.30 - 02.00 น. ครอบคลุมพื้นที่ออกอากาศร้อยละ 80 เน้นให้ความรู้ด้านการศึกษาทั้งในและนอกระบบ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต ให้เวลาส่วนราชการ/องค์กรเอกชน สัปดาห์ละ 91 ชั่วโมง

เครือข่าย 5 สถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด (25 จังหวัดนำร่อง) ระบบ F.M. 23 สถานี ระบบ A.M. 2 สถานี ถ่ายทอดข่าว-รายการ จากส่วนกลาง ร้อยละ 50 ท้องถิ่นผลิตเอง ร้อยละ 50 ถ่ายทอดข่าว-รายการ จากเครือข่าย 1 A.M. 891 KHZ ออกอากาศวันละ 19 ชั่วโมง ตั้งแต่เวลา 05.00 - 02.00 น. ครอบคลุมพื้นที่ออกอากาศ 25 จังหวัด

เครือข่าย 6 เครือข่ายภาคภาษาต่างประเทศในประเทศ สถานีแม่ข่ายระบบ A.M. ความถี่ 918 MHz และมีสถานีต่างจังหวัดร่วมถ่ายทอดข่าวและข่าวต้นชั่วโมง เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ชาวต่างชาติ ส่งเสริมการท่องเที่ยวและเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม มีเวลาให้หน่วยงานราชการ/องค์กรเอกชน 7.30 ชั่วโมง

เครือข่าย 7 เครือข่ายคลื่นสั้นระหว่างประเทศ (WORLD SERVICE) เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสำหรับชาวต่างชาติในต่างประเทศทั่วโลก และคนไทยในต่างประเทศ สถานีแม่ข่าย ระบบคลื่นสั้น (S.W.) ความถี่ 9655 และ 11905 ส่งเสริมการท่องเที่ยวและการลงทุน

เมื่อพิจารณาจากผังรายการของเครือข่ายสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) เฉพาะเครือข่ายที่ 1 เครือข่ายแห่งชาติ เครือข่ายที่ 2 เพื่อการถ่ายทอดเสียง และ เครือข่ายที่ 3 เครือข่ายเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม พบว่า แม้เป้าประสงค์หลักหรือเอกลักษณ์ของแต่ละเครือข่ายจะมีความแตกต่างกันก็ตาม แต่เนื้อหาของรายการในผังรายการของทั้ง 3 เครือข่าย มีสัดส่วนของรายการและช่วงเวลาในการประชาสัมพันธ์และนำเสนอเนื้อหาข่าวสารจากหน่วยราชการเป็นหลัก นอกจากนี้ทุกวันที่ 1, 10, 16 และ 20 ของเดือน มีถ่ายทอดเสียงการออกสลากกินแบ่งรัฐบาล, ธนาคารเพื่อการเกษตรและ สหกรณ์ (ช.ก.ส.) และ ธนาคารออมสิน รองลงมาเป็นรายการที่มีเนื้อหาที่เป็นสาระความรู้เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชน ยกเว้นในเครือข่ายที่ 3 ที่สัดส่วนเนื้อหาแนวสาระความรู้มีสูงที่สุดเนื่องจากถูกกำหนดให้เป็นเครือข่ายเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต สำหรับเนื้อหาของรายการของเครือข่ายที่ 2 เพื่อการถ่ายทอดเสียง เพื่อส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตยและการส่งเสริมอาชีพนั้น พบว่าเนื้อหาที่นำเสนอในการถ่ายทอดเสียงมักเป็นการถ่ายทอดเพื่อเผยแพร่กิจการของทางภาครัฐ รวมทั้งแฝงการประชาสัมพันธ์หน่วยงานหรือนโยบายรัฐในรูปแบบของรายการเชิงสาระ เช่น พลังแผ่นดิน ด้านภัยสุขภาพติด และกรมประชาสัมพันธ์วันนี้ เป็นต้น ทั้งนี้ในการพิจารณาเพื่อประเมินถึงความหลากหลายของเนื้อหา รายการ เลือกรายการจากผังเครือข่ายสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) 3 เครือข่าย ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.3.6 แสดงผังรายการวันจันทร์-ศุกร์ ของสถานีวิทยุ สวท. เครือข่าย 1 – 3

เครือข่าย ประเภท เนื้อหารายการ	เครือข่าย 1 เครือข่ายแห่งชาติ เพื่อ ข้อมูลข่าวสารแห่งรัฐและประชาชน	เครือข่าย 2 เครือข่ายเพื่อการถ่ายทอดเสียง	เครือข่าย 3 เครือข่ายเพื่อการพัฒนา คุณภาพชีวิตและสังคม
ข่าว	ข่าวยามเช้า (จ-ศ 06.00-07.00) ข่าวทุกคืนชั่วโมง (จ-ศ 09.00,10.00,14.00,15.00,16.00,17.00,21.00,22.00,23.00) ข่าว/รายงานพิเศษ (จ-ศ 07.00-07.45) ข่าว/รายงานพิเศษ (จ-ศ 12.00-13.00) ข่าว (จ-ศ 19.00-19.30)	ข่าว/รายงานพิเศษ (จ-ศ 07.00-07.45) ข่าวทุกคืนชั่วโมง(จ-ศ)09.00,10.00,14.00,15.00,16.00,17.00,21.00,22.00,23.00 ข่าว/รายงานพิเศษ (จ-ศ 12.00-13.00) ข่าว (จ-ศ 19.00-19.30)	ข่าว/รายงานพิเศษ (จ-ศ 12.00-13.00) ข่าว (จ-ศ 19.00-19.30) ข่าวทุกคืนชั่วโมง (จ-ศ)09.00,10.00,14.00,15.00,16.00,17.00,21.00,22.00,23.00
สนทนา/วิเคราะห์ ข่าว	มองบ้านมองเมือง(จ-ศ 11.10-12.00) หมุนตามวัน (จ-ศ 17.10-19.00) กำลังใจ (จ-ศ 23.10-24.00)	บอกเล่าเช้านี้ (จ-ศ 05.00-06.00)	
สาระความรู้	รับวันใหม่ (จ-ศ 05.00-06.00) สารคดี (จ-ศ 07.45-08.00) บอกข่าว เล่าขาน ช่วงเมืองไทยพัฒนา (จ-ศ 09.10-10.00) บอกข่าว เล่าขาน ช่วงสร้างสรรค์เศรษฐกิจไทย (จ-ศ 10.10-11.00) กปร.(จ 13.00-13.10) ธนาคารสมอง (อ-พท 13.00-13.10) เล่าสู่กันฟัง (ศ 13.00-13.10) สารคดี 5 นาที (จ-ศ 14.10-14.15) ใฝ่ใจชีวิต (จ-ศ 14.15-15.00) สาระขามบาย (จ-ศ 14.15-15.00) 1500	แผ่นดินสีทอง (จ-ศ 06.00-07.00) ใฝ่ใจชีวิต (จ-ศ 18.00-19.00) ทนายชาวบ้าน (จ-ศ 20.30-22.00)	อาหารกาย-อาหารใจ (จ-ศ 05.00-06.00) ตะวันใหม่ (จ-ศ 06.00-06.50) กปร.(จ 13.00-13.10) ธนาคารสมอง (อ-พท 13.00-13.10) เล่าสู่กันฟัง (ศ 13.00-13.10) บันทึกสถานการณ์ (จ-ศ 08.00-09.00) พลังแผ่นดิน ต้านภัยยาเสพติด (จ-ศ 09.10-10.00) สุขภาพดีชีวิตใส (อ,พท 10.10-11.00) วิทยุกับบริหารไทย (พ 10.10-11.00) พลังชีวิต (จ-ศ 11.10-12.00)

			เที่ยวทั่วไทย (จ-ศ 13.00-14.00) วิทยุแรงงาน (จ-ศ 14.10-16.00) คุยกับสนง.ศาลยุติธรรม (ศ 10.10-11.00) เมืองไทยยุคปฏิรูป (จ-ศ 18.00-19.00) ที่นี่มีเรื่องราว (จ-ศ 20.30-21.00)
ข่าว ประชาสัมพันธ์/ ข่าวสารจากทาง ราชการ		ข่าวประกวดราคา (จ-ศ 08.00-09.00) เลาะรั้วทำเนียบ (อ 13.00-14.00) แถลงผลการประชุม ครม. (อ 14.10-16.00)	กรมประชาสัมพันธ์วันนี้ (จ 10.10-11.00)
สารบันเทิง	คิดถึงเพลงเก่า (จ-ศ 13.10-14.00) สังคีตภิรมย์ (จ-ศ 20.30-21.00) ละคร (จ-ศ 19.30-20.00) การบรรเลงดนตรีไทยและนาฏศิลป์ ไทย (จ-ศ 21.10-22.00) เพื่อนฝัน (จ-ศ 22.10-23.00)	เพลงเพลินใจ (จ-ศ 16.10-18.00)	เพลงเพลินไทย จ-ศ 21.10-22.00 เพลงฝันวันวาน จ-ศ 22.10-23.00
ประชาสังคม	เสียงสะท้อนจากประชาชนผู้รัฐบาล (จ-ศ 08.00-09.00) เสียงจากประชาชน (จ-ศ 16.10-17.00)	สื่อสายคลายทุกข์ (จ-ศ 23.10-02.00) หนังสือเสียงชาวบ้าน โดย สมาคมตาบอดแห่งประเทศไทย (จ-ศ 19.30-20.00)	สื่อสายคลายทุกข์ (จ-ศ 23.10-02.00) เสียงผู้บริโภค (จ-ศ 16.10-17.00)
อื่น ๆ		อภิปราย/สัมมนา/เหตุการณ์ (จ-ศ 09.10-12.00, 13.00-16.00)	

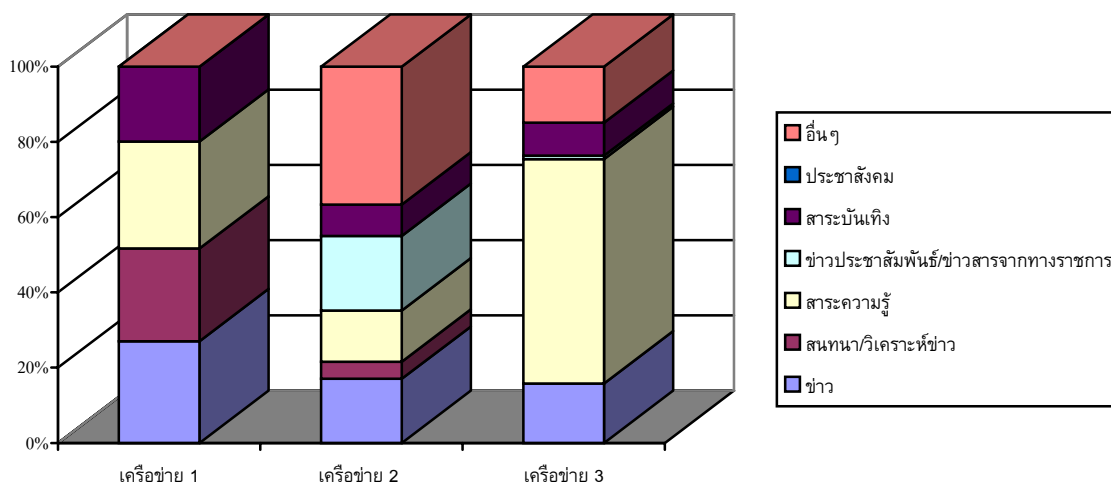
แม้จุดประสงค์หลักหรือเอกลักษณ์ของแต่ละเครือข่ายสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) จะมีความแตกต่างกันก็ตาม แต่เนื้อหารายการในผังรายการของทั้ง 3 เครือข่าย มีสัดส่วนของรายการที่มีเนื้อหาที่เป็นสาระความรู้เป็นหลัก ซึ่งเนื้อหาดังกล่าว มักเป็นสาระความรู้ในเชิงการเมือง-เศรษฐกิจ และความเป็นอยู่ของประชาชนที่เป็นการถ่ายทอดความรู้โดยเน้นการนำ

เสนอจากหน่วยงานของรัฐเป็นหลัก นอกจากนี้ รายการของเครือข่ายที่ 2 เพื่อการถ่ายทอดเสียง เพื่อส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตยและการส่งเสริมอาชีพ เนื้อหาที่นำเสนอในการถ่ายทอดเสียงมักเป็นการถ่ายทอดเพื่อเผยแพร่กิจการของทางภาครัฐ รวมทั้งแฝงการประชาสัมพันธ์หน่วยงานหรือนโยบายรัฐในรูปแบบของรายการเชิงสาระ เช่น พลังแผ่นดิน ด้านภัยยาเสพติด และกรมประชาสัมพันธ์วันนี้ เป็นต้น เหตุผลหนึ่งเนื่องมาจากเป็นรายการที่ผลิตภายใต้ความร่วมมือของกระทรวงมหาดไทยในการจัดรายการ ทำให้การพิจารณาสัดส่วนเวลาการนำเสนอเนื้อหา โดยภาพรวมพบว่า การออกอากาศที่เป็นช่วงเวลาก่อถ่ายทอดเสียงและการประชาสัมพันธ์หน่วยงานของรัฐเป็นเนื้อหาที่มีสัดส่วนการออกอากาศมากที่สุด สะท้อนให้เห็นว่าเนื้อหาของข่าวสารจะมีลักษณะไม่สมดุลทางการเมือง ทั้งนี้เพื่อเอาใจเจ้าของทุน ซึ่งมักเป็นผู้ที่มีอำนาจทางการเมือง (กาญจนา แก้วเทพ อ่างใน กนกศักดิ์ แก้วเทพ 2546 : 55)

นอกจากนี้ หากพิจารณาถึงความหลากหลาย และการเปิดพื้นที่ให้แก่คนกลุ่มน้อย พบว่า มีสัดส่วนที่ต่ำมาก จากผังรายการของทั้ง 3 เครือข่าย จะเห็นได้ว่ามีเพียงรายการหนังสือเสียงชาวบ้าน โดยสมาคมคนตาบอดแห่งประเทศไทย เท่านั้น ที่บ่งบอกถึงเนื้อหาและความดำรงอยู่ของผู้พิการ แม้ในผังรายการของเครือข่ายที่ 3 ซึ่งเป็นเครือข่ายเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมซึ่งสมควรอย่างยิ่งที่จะให้มีการนำเสนอหรือถ่ายทอดเนื้อหาเพื่อให้ความสำคัญและสะท้อนถึงการดำรงอยู่ของคนส่วนน้อย รวมทั้งเพื่อให้เป็นกลุ่มคนที่มีเสียงมากขึ้นในสังคม แต่ก็เป็นที่น่าสังเกตว่าในผังรายการของเครือข่ายที่ 3 กลับไม่ปรากฏรายการที่มีเนื้อหาประเภทนี้อยู่เลย มีเพียงรายการสื่อสายคลายทุกข์และรายการเสียงผู้บริโภค ที่มีการเปิดสายให้ผู้ฟังทางบ้านเข้ามาปรึกษาปัญหาเท่านั้น

ภาพที่ 5 แสดงการเปรียบเทียบสัดส่วนเนื้อหาจากผังรายการวันจันทร์-ศุกร์

ของเครือข่ายสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) เครือข่าย 1 – 3



จากการเก็บข้อมูลด้วยการฟังการนำเสนอเนื้อหารายการเครือข่าย สวท. 3 ที่ออกอากาศทางคลื่นความถี่ 891 KHz วันที่ 25 กรกฎาคม พ.ศ. 2546 ตั้งแต่เวลา 08.02 – 12.25 พบว่า รายการบันทึกสถานการณ์ ในช่วงที่หนึ่ง นำเสนอข่าวเตือนภัยสถานการณ์น้ำท่วมทางภาคเหนือ ,ความสำเร็จทางเศรษฐกิจในเรื่องการเพิ่มขึ้นของรายได้รัฐ ,ข่าวการขึ้นเงินเดือนของข้าราชการโดยมีการอ้างคำพูดของนายกรัฐมนตรี และการวางแผนการเลือกตั้งในการจัดทำรายละเอียดของตำแหน่งผู้ช่วยรัฐมนตรี ในบัญชีรายชื่อผู้สมัครส.ส.สมัยหน้า และการเปิดเผยรายชื่อผู้สมัคร ส.ส.ของพรรคภายหลังการประชุม เอเปค ซึ่งจากการนำเสนอรายการช่วงที่หนึ่ง มีข้อสังเกตว่า เน้นเรื่องการประชุมสัมมนา แนวคิดและความสำเร็จจากผลการดำเนินงานของนายกรัฐมนตรี และศักยภาพเชิงนโยบายของพรรคไทยรักไทย และย้ำในเรื่องการเลือกตั้ง ส.ส. ในครั้งต่อไป รวมทั้งยังมีการพูดถึงจำนวนที่นั่งที่พรรคไทยรักไทยจะสามารถได้รับการเลือกตั้ง ซึ่งสื่อถึงโอกาสที่เป็นไปได้สูงมากที่จะได้กลับมาเป็นพรรครัฐบาลอีกครั้งหนึ่ง

ช่วงที่สองของรายการ นำเสนอเรื่องโครงการธนาคารประชาชน มีการพูดถึงทั้งแง่บวกและแง่ลบ รวมทั้งมีการเปิดเผยเรื่องนี้เสีย ซึ่งมีการพูดคุยกับผู้อำนวยการธนาคารออมสิน ซึ่งระบุว่าอยู่ในระดับต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารพาณิชย์อื่น โดยภาพรวมให้น้ำหนักกับความสำเร็จและความน่าเชื่อถือของการดำเนินโครงการ รวมทั้งการให้ความรู้เกี่ยวกับรายละเอียดและกระบวนการในการติดตาม เฝ้ารัดหนี้สิน ทั้งนี้ในช่วงที่สาม ได้เปิดสายให้ประชาชนโทรเข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็น และอ่านความคิดเห็นจากประชาชนที่ส่งมาทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ซึ่งเสียงจากประชาชนที่โทรศัพท์เข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็น โดยภาพรวม เป็นการแนะ

นำไปให้มีการกระจายเม็ดเงินให้คนจนมีโอกาสในการได้รับประโยชน์จากโครงการ รวมทั้งมีการหวัง
ติงว่าโครงการนี้จะยิ่งทำให้ประชาชนเข้าสู่ความเป็นวัตถุนิยมและบริโภคนิยมมากยิ่งขึ้น รวมทั้งยัง
แสดงความเป็นห่วงในเรื่องการจัดการเงินของประชาชน ซึ่งอาจเป็นหนี้ที่ต่อเนื่องจากการกู้เงินจาก
หลาย ๆ กองทุน

ในส่วนของสปอต และสารคดีสั้น ระหว่างช่วงรายการพบว่า นำเสนอสารคดีสั้นจาก กอง
ทุนบำเหน็จบำนาญราชการ เน้นในเรื่องการดำเนินงานแบบธรรมาภิบาล เพื่อย้ำความมั่นใจให้แก่
ประชาชนและสมาชิก และเรื่องการส่งออกข้าวและมันสำปะหลัง จากกรมการค้าต่างประเทศ
เป็นต้น นอกจากนี้การนำเสนอเนื้อหาของรายการอื่น ๆ ในช่วงเวลาดังกล่าว เช่น รายการพลังแผ่นดิน
ดิน ด้านภัยยาเสพติด ซึ่งถ่ายทอดการสัมภาษณ์ นายพงษ์เทพ เทพกาญจนา รัฐมนตรีว่าการ
กระทรวงยุติธรรม ในเรื่องการประชุมร่วมกัน 5 ชาติในการลงนามความร่วมมือปฏิญญาเชียงทราย
(การควบคุมสารที่จะนำไปสู่การผลิตยาบ้า ยาเสพติดอื่น ๆ) และรายการคุยกับสำนักงานข่าวศาล
ยุติธรรม ได้มีการจัดรูปแบบรายการ โดยให้ประชาชนโทรศัพท์เข้ามาพูดคุยสอบถามปัญหาต่าง ๆ
โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายมาให้คำปรึกษา เช่น อำนาจของโจทก์ ในกรณีสืบทรัพย์ของลูกหนี้
เป็นต้น ทั้งนี้โดยภาพรวมของการนำเสนอเนื้อหาของรายการพบว่า เนื้อหารายการมีลักษณะการให้ข้อ
มูลเพื่อสร้างความศรัทธาต่อระบบราชการ และการรายงานข่าวมีเนื้อหาข่าวที่สนับสนุนและเป็น
กระบอกเสียงให้กับรัฐบาลอย่างชัดเจน

อย่างไรก็ตาม ในช่วงเวลาสั้นรายการหรือช่วงเวลาที่มีการแทรกข่าวประชาสัมพันธ์ พบว่า
นอกเหนือจากเนื้อหาที่เป็นข่าวประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานของรัฐแล้ว พบว่าโฆษณา AIS สา
นรัก โครงการสนับสนุนสายใยครอบครัว ความยาวประมาณ 30 วินาที เป็นโฆษณาจากเอกชนเพียง
รายการเดียวที่ปรากฏอยู่ในการนำเสนอของเครือข่าย ในวันและช่วงเวลาดังกล่าว

เมื่อพิจารณาผังรายการของเครือข่ายดังกล่าว พบว่า มีความซ้ำซ้อนของเนื้อหาของรายการอยู่
มาก เช่น การถ่ายทอดข่าวและข่าวต้นชั่วโมง ซึ่งพบว่ามี การถ่ายทอดข่าวจากกรมประชาสัมพันธ์
เช่นเดิม เครือข่ายไม่ได้ผลิตข่าวเองให้สอดคล้องกับลักษณะเนื้อหาและท้องถิ่น จึงไม่แตกต่างอะไร
กับลักษณะของผังรายการก่อนมีเครือข่าย นอกจากนี้การกำหนดเครือข่ายใหญ่ ๆ เช่น เครือข่ายที่ 1,
2 และ 3 ซึ่งถือเป็นเครือข่ายแห่งชาตินั้น ได้มีการนำเสนอเนื้อหาของรายการเพื่อรัฐบาลและหน่วยงาน
ราชการอยู่แล้ว จึงเป็นการซ้ำซ้อนของเนื้อหาและสถานี นโยบายดังกล่าวจึงมีลักษณะ “แฝง” ใน
การสร้างคะแนนนิยมของรัฐบาลภายใต้การสร้างความหลากหลายและการกำหนด “ความเฉพาะ”
ของกลุ่มผู้ฟังตามเครือข่าย อันเป็นการเอื้อให้เกิดการจัดประเภทและแง่มุมที่รัฐบาลสามารถ
กำหนดความรับผิดชอบ ในแง่ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสถานีวิทยุ นั้น ๆ ได้อีก
ด้วย

2) เครื่องข่ายวิทยุกระจายเสียงขององค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท.)

เครื่องข่ายวิทยุกระจายเสียงขององค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย จัดตั้งขึ้นเมื่อมีการตราพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) ขึ้น เมื่อวันที่ 25 มีนาคม พ.ศ. 2520 ซึ่งได้รวมกิจการสถานีวิทยุของบริษัทโทรทัศน์ไทย ในปี พ.ศ. 2520 เข้าเป็นหน่วยงานหนึ่งของ อ.ส.ม.ท. เพื่อให้มีพื้นที่ครอบคลุมและเป้าหมายสำคัญเพื่อให้สามารถบริการสื่อมวลชนของรัฐ ด้านวิทยุกระจายเสียงครอบคลุมทั่วประเทศ อันเป็นการสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ ที่จะให้ประชาชนได้มีโอกาสรับฟังข่าวสารความรู้ สาระบันเทิงต่าง ๆ อย่างทั่วถึง และทั้ดเทียมทั่วประเทศ นอกจากนี้แต่ละสถานียังมีลักษณะเป็นเครื่องข่ายที่สามารถรับรายการจากส่วนกลางไปออกอากาศในท้องถิ่นแต่ละแห่งได้พร้อมกันทั่วประเทศ รายการวิทยุของ อ.ส.ม.ท. ในเขตให้บริการครอบคลุมพื้นที่ในกรุงเทพและจังหวัดใกล้เคียง ประกอบด้วย 7 สถานี ซึ่งเนื้อหาการนำเสนอในแต่ละสถานีได้มีการเปลี่ยนแปลงเนื้อหารายการวิทยุ ในช่วงก่อนพ.ศ.2541 และหลังพ.ศ.2541 โดยหลังพ.ศ.2541 เป็นต้นมา อ.ส.ม.ท. ได้ปรับเปลี่ยนเนื้อหา รายการโดยให้แต่ละสถานีมีความชัดเจนในด้านรูปแบบการนำเสนอหรือมีลักษณะเป็น Format Station มากยิ่งขึ้น ดังตารางต่อไปนี้

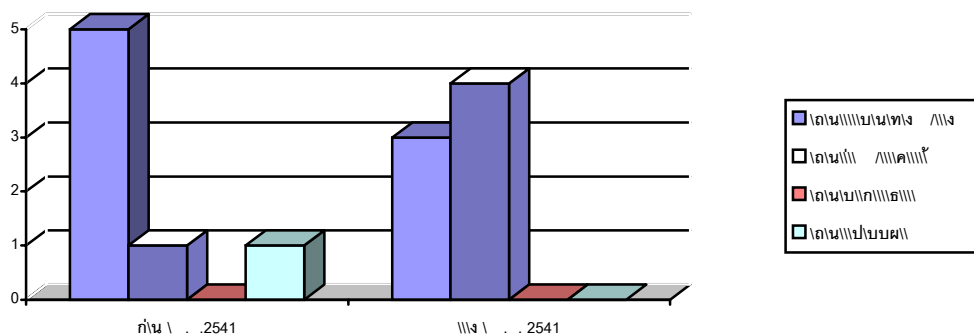
ตารางที่ 3.3.7 เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงเนื้อหารายการวิทยุ ช่วง ก่อนพ.ศ.2541 - หลังพ.ศ.2541 ในแต่ละสถานีที่สังกัดองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย

คลื่นความถี่	เนื้อหารายการก่อน พ.ศ.2541	เนื้อหารายการหลัง พ.ศ.2541
FM 95 MHz	เพลงช้า ทั้งเพลงสากล และเพลงสากล บรรเลง สำหรับผู้ใหญ่ตั้งแต่อายุ 40 ปีขึ้นไป	เน้นการเสนอเพลงลูกทุ่ง ตลอด 24 ชั่วโมง
FM 96.5 MHz	เพลงสากล สำหรับกลุ่มนักศึกษา ตั้งแต่ เวลา 22.00-02.00 เป็นเพลง ไทย	เน้นการเสนอข่าวและความเคลื่อนไหวในแวดวงธุรกิจ
FM 97.5 MHz	สำหรับกลุ่มแม่บ้าน พร้อมสอดแทรกความ รู้ทั่วไปสำหรับแม่บ้าน	(คลื่นสามัญประจำบ้าน) ข่าว ความรู้ ความบันเทิง และ บริการสาธารณประโยชน์
FM 99 MHz	เพลงสากลสำหรับวัยรุ่น	(สปอร์ตเรดิโอ) เป็นสถานีข่าว เน้นการเสนอข่าวและความเคลื่อนไหว ในแวดวงกีฬา

FM100.5 MHz	เพลงสากลสำหรับกลุ่มวัยรุ่น	เป็นสถานีข่าว นำเสนอข่าวโดยตรงจากสำนักข่าวไทย
FM 105.5 MHz	เน้นการเสนอเพลงสากล และถ่ายทอดเสียง จากไทยทีวีสีช่อง 3	เป็นสถานีบันเทิง เน้นการเสนอเพลงสากล และถ่ายทอดเสียงภาษาอังกฤษภาพยนตร์ต่าง ๆ จากไทยทีวีสีช่อง 3
FM 107 MHz	เป็นรายการภาษาอังกฤษ และเพลงสากล	เป็นสถานีบันเทิง เน้นการเสนอเพลงสากล

โดยภาพรวม พบว่ารูปแบบเนื้อหาของแต่ละสถานีที่นำเสนอในการกระจายเสียงที่มีสัดส่วนเนื้อหารายการที่ปรับลดลงได้แก่ เนื้อหาด้านบันเทิง โดยนำเนื้อหาข่าวและสาระความรู้มาเสนอในปริมาณที่หลากหลายมากขึ้น จากการพิจารณาถึงจำนวนของสถานีในความรับผิดชอบของอ.ส.ม.ท. กับสัดส่วนการปรับเปลี่ยน โดยเบื้องต้น สามารถประมวลภาพได้ดังนี้

ภาพที่ 6 แสดงการเปรียบเทียบรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของสถานีในสังกัด อ.ส.ม.ท. ก่อนและหลัง พ.ศ. 2541



ทั้งนี้การเข้ามาผลิตรายการของบริษัทเอกชนในรูปแบบเฉพาะช่วงเวลาทั้งหมด เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยตรงต่อการปรับเปลี่ยนเนื้อหาการนำเสนอของสถานีในเครือข่ายของอ.ส.ม.ท. ซึ่งส่วนใหญ่แล้วเป็นการดำเนินการในรูปแบบเชิงพาณิชย์ที่มีผู้ประกอบการวิทยุเช่าเวลาหรือรับสัมปทาน พบว่าบริษัทที่ได้รับสัมปทานทั้งสถานีมักประกอบธุรกิจด้านเพลง ทำให้เกิดสถานีแนว Format station ที่ประเภทของรายการเพลงกำหนดแนวของสถานี เช่น บริษัทยูเอ็นดีไอคอร์ปอเรชั่น (เครือบีอีซีเวิลด์) ได้สัมปทานคลื่น 95.5 เมกะเฮิรตซ์เป็นสถานีเพลงสากลในยุคทศวรรษ 90 คลื่น 105 Smooth FM เป็นสถานีเพลงสากล นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบ

ผังรายการของสถานีวิทยุ อ.ส.ม.ท. เอฟ.เอ็ม 100.5 เมกะเฮิร์ตซ์ ซึ่งจัดว่าเป็นสถานีข่าว นำเสนอข่าว โดยตรงจากสำนักข่าวไทย โดยมีสัดส่วนรายการข่าวร้อยละ 45.63 และรายการความรู้ร้อยละ 54.37 ในปี พ.ศ. 2545 แต่เมื่อมีการปรับผังรายการในปี พ.ศ. 2546 พบว่ามีการปรับเปลี่ยนบางช่วงเวลา ทำให้มีสัดส่วนรายการบันเทิงเพิ่มเข้ามาร้อยละ 4 ทั้ง ๆ ที่สัดส่วนของผัง รายการเดิมนั้นไม่มี รายการบันเทิงเลย รายการบันเทิงดังกล่าวนำเสนอในช่วงเวลา 14.10-15.00 น. ของทุกวันยกเว้นวันอาทิตย์ มาแทนรายการรอบรู้บ้านเรา ช่วงบ้านและสวน จึงเป็นที่น่าสังเกตว่าการปรับผังรายการของสถานีวิทยุโดยทั่วไปแล้ว แม้ว่าจะมีรูปแบบของสถานีข่าวและสาระความรู้ในจำนวนที่มากที่สุด แต่การนำเสนอเนื้อหาที่ออกอากาศจริงกลับมีแนวโน้มเข้าสู่ความบันเทิงมากขึ้น

3) เครื่องข่ายกองทัพบก

จำนวนคลื่นความถี่ในสังกัดของกระทรวงกลาโหมจำนวน 19 ความถี่ (MHz) มีสัดส่วน 47.5 % ของคลื่นความถี่ทั้งหมดทั่วประเทศ ซึ่งถือว่าเป็นเครือข่ายที่เป็นเจ้าของคลื่นความถี่มากที่สุด ทั้งนี้ภายในสัดส่วนดังกล่าวแบ่งออกเป็นคลื่นความถี่ในสังกัดของกองทัพบก 11 คลื่นความถี่ ได้แก่ คลื่น 89.0 , 90.0 , 91.5, 94.0, 94.5, 96.0 , 98.0 ,100.0 , 102.0, 103.5 และ 104.5 ซึ่งถือว่ามีสัดส่วนถึง 57% ของคลื่นความถี่ที่กระทรวงกลาโหมเป็นเจ้าของ หรือ 27.5% ของจำนวนคลื่นความถี่ทั้งหมด โดยจำนวนสถานีทั้ง 11 สถานีในสังกัดเป็นสถานีที่แสวงหาผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ (commercial station) ทั้งสิ้น

ตารางที่ 3.3.8 แสดงชื่อรายการ รูปแบบที่นำเสนอและผู้ผลิตรายการวิทยุในสังกัดกองทัพบก

สถานี	ความถี่	รายการ-รูปแบบที่นำเสนอ	ผู้ผลิต
สถานีวิทยุยานเกราะ (กองทัพบก)	89.0	เวอรี่จิน ซอฟท์เพลงทั่วไป 24 ชั่วโมง	บีอีซี เทโร
สถานีวิทยุ พล. 1 รอ. กองทัพบก	90.0	คลื่นมหาชน FM 90 Mhz. เน้นแนวเพลงลูกทุ่ง หมอลำ และเพื่อชีวิต กลุ่มเป้าหมายระดับกลางถึงล่าง	บริษัท ทราฟฟิคคอร์ปอเรชั่น โซลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)
กระทรวงกลาโหม (กรมการพลังงานทหาร)	90.5	วิทยุเนชั่น (คลื่นข่าวธุรกิจ) สาระความรู้ทางเศรษฐกิจ การเมืองสังคม ทั้งในและต่างประเทศ	เดอะ เนชั่น
สถานีวิทยุยานเกราะ (กองทัพบก)	91.5	ฮอตเวฟ รายการเพลงไทย เน้นการจัดกิจกรรมทางดนตรี	เอไอเอ็ม มีเดีย
ททบ. กองทัพบก ช่อง 5	94.0	บางกอกเรดิโอ เพลงทั่วไปและสาระบันเทิง	เอไอเอ็มมีเดีย
สถานีวิทยุ จ.ส. (ทหารสื่อสาร)	94.5	LOVE F.M. เพลงทั่วไป 24 ชั่วโมง	

กองทัพบก			
สถานีวิทยุรักษาดินแดง (กองทัพบก)	96.0	ร่วมด้วยช่วยกัน เป็นสื่อกลางในการร้องทุกข์และแก้ไขปัญหา ความคับข้องใจ ระหว่างประชาชนไปยังผู้รับผิดชอบ โดยตรง รวมทั้งเป็นสื่อกลางในการแจ้งเหตุ ร้าย เพื่อประสานงานในการช่วยเหลือผู้ประสบภัย ตลอดจนเป็นแกนนำจัดกิจกรรมส่งเสริมสังคมใน ด้านต่างๆ	มีเดียพลัส
สถานีวิทยุ พล. 1 รอ. กองทัพบก	98.0	ทูล เอฟ.เอ็ม. เพลงไทยสากล เน้นกลุ่มเป้าหมายระดับวัยรุ่นใกล้ วัยทำงานและคนทำงาน	สกายไฮท์ เนทเวิร์ค
สถานีวิทยุ จส.100 กองทัพบก	100.0	จส.100 รายงานจราจรและอุบัติเหตุ อุบัติภัยต่าง ๆ และ เพื่อรับแจ้งเหตุด่วนเหตุร้าย รับเรื่องร้องเรียน แจ้ง ความของหาย	แปซิฟิก คอร์ปอเรชั่น
สถานีวิทยุ ขส.ทบ.	102.0	หลากหลาย	หลากหลาย
สถานีวิทยุ จส. 103 กองทัพบก	103.0	ถามมาซิจะ...โดน	บริษัท เรดิโอ โช่ว
ททบ. กองทัพบก ช่อง 7	103.5	MODERN LOVE รายการเพลงไทยสากล	บริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด

ทั้งนี้ สัดส่วนเนื้อหารายการวิทยุ ในสังกัดกองทัพบกแบ่งได้เป็น สถานีเพลง 9 สถานี
สถานีบริการชุมชน 2 สถานี โดยไม่มีสถานีข่าวและความรู้ รวมทั้งสถานีรูปแบบผสม ซึ่งเนื้อหา
หลักของแต่ละสถานีขึ้นอยู่กับค่านิยมของผู้นําเสนอเป็นหลัก เมื่อพิจารณาจากรูปแบบรายการที่
นำเสนอ รวมทั้งสัดส่วนผู้ผลิตที่รับสัมปทาน พบว่า การถือครองการผลิตมีการกระจายตัวอยู่กับ
ผู้ผลิตรายการที่เป็นกลุ่มบริษัทธุรกิจด้านสื่อสารมวลชนรายใหญ่ เช่น บีบีซี เทโรและบริษัท ทรานส์
ฟิสิกคอร์ปอเรชั่น โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทในเครือบีบีซี เวิร์ล ผู้บริหารและผู้ผลิตราย
การโทรทัศน์ทางไทยทีวีสีช่อง 3 จำนวน 2 สถานี , บริษัท เอไอเอ็ม มีเดีย ในเครือจี.เอ็ม.เอ็ม.แกรมมี
จำนวน 2 สถานี นอกจากนั้นกระจายไปยังผู้ผลิตรายอื่น ๆ เช่น บริษัท คลิก เรดิโอ จำกัด 1 สถานี ,
เดอะ เนชั่น 1 สถานี , สกายไฮท์ เนทเวิร์ค บริษัทในเครือ อาร์ เอส โพรโมชัน (1992)จำนวน 1
สถานีและมีเดียพลัส จำนวน 1 สถานี

เมื่อพิจารณาการเข้าถือครองในการผลิตรายการของแต่ละสถานีวิทยุในสังกัดกองทัพ
บกแล้วจะเห็นได้ว่า แม้จะมีการกระจายตัวไปยังบริษัทต่าง ๆ โดยไม่มีกลุ่มธุรกิจใดครอบครอง

จำนวนคลื่นความถี่มากจนเห็นได้ชัด แต่ในแง่ของการกระจุกตัวของการถือครอง พบว่า คลื่นความถี่เกือบทั้งหมดถือครองโดยบริษัทผู้รับสัมปทานหรือเช่าเวลาที่เป็นกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ ที่มีการลงทุนหรือดำเนินธุรกิจในลักษณะข้ามสื่อเป็นจำนวนมาก รวมทั้งในบางคลื่นความถี่ยังมีลักษณะการผูกขาดการรับสัมปทานหรือการเช่าเวลาเป็นเวลานาน ซึ่งจากการศึกษาของกนกศักดิ์ แก้วเทพ (2546) ซึ่งให้เห็นว่า สถานีวิทยุต่าง ๆ ในสังกัดกระทรวงกลาโหม ซึ่งไม่ได้มีการเปิดประมูล แต่เอกชนรายเดิมยังคงได้สิทธิ์ในการเช่าเวลาต่อเนื่องกันหลายปี อาทิ บริษัทเอไอเอ็ม มีเดีย (ในเครือแกรมมี่) กับคลื่น 91.5 MHz เป็นต้น สะท้อนให้เห็นว่าระบบอุปถัมภ์ก็เกื้อกูลยังมีอยู่

สรุปภาพรวมของสารสนเทศในสื่อวิทยุ

จากภาพรวมของการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบการจัดรายการวิทยุ เพื่อประเมินคุณภาพของสารสนเทศในวิทยุกระจายเสียง สรุปได้ดังนี้

1. แม้ปัจจุบันรัฐยังคงเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์สถานีวิทยุทุกสถานี แต่ส่วนใหญ่ได้เปิดประมูลให้สัมปทานแก่เอกชนมาเข้าร่วมดำเนินกิจการในลักษณะการให้สิทธิ์เช่าเวลาหรือการเปิดประมูลให้สัมปทานในบางสถานี รวมทั้งการแข่งขันกันสูงในอุตสาหกรรมสื่อวิทยุกระจายเสียง ส่งผลให้เกิดการกระจุกตัวและผูกขาดการดำเนินกิจการ โดยบริษัทผู้ประกอบการรายใหญ่ ๆ หรือกลุ่มธุรกิจสื่อสารมวลชนเพียงไม่กี่กลุ่ม ที่น่าสังเกต คือ การลงทุนข้ามสื่อจากกลุ่มธุรกิจบันเทิงอื่น ๆ เริ่มปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจน และคาดการณ์ได้ว่าในอนาคตปรากฏการณ์การกระจุกตัวและผูกขาดในกิจการด้านวิทยุกระจายเสียง เช่น ค่ายเพลง , ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ ทำให้สื่อกระจายเสียงกลายเป็นเพียงช่องทางเพื่อโฆษณาหรือขยายพื้นที่ทางการตลาดในการนำเสนอผลผลิตของกลุ่มธุรกิจนั้น ๆ ดังนั้นเนื้อหาและความหลากหลายของสื่อวิทยุจึงมีลักษณะเน้นย้ำเนื้อหาจากผู้ผลิตรายการ โดยเฉพาะเนื้อหารายการเพลงและสารบันเทิง ซึ่งแต่ละสถานีเพลงมักนำเสนอเพลงจากค่ายเพลงหรือบริษัท ที่เป็นผู้ผลิตรายการนั้น ๆ สภาพการณ์เหล่านี้ส่งผลโดยตรงต่อสารสนเทศในสื่อวิทยุกระจายเสียง 2 ประการ อาทิ

ประการแรก การนำเสนอเนื้อหาสาระที่ผลิตโดยผู้ผลิตรายย่อย เช่น เพลงจากศิลปินหรือค่ายเพลงรายย่อย มีช่องทางการนำเสนอหรือประชาสัมพันธ์ผลงานของตนเองน้อยมากและเป็นไปได้ยากขึ้น ส่งผลให้ความหลากหลายของเนื้อหาที่ปรากฏในสารสนเทศของวิทยุกระจายเสียงมีลดน้อยลง

ประการที่สอง การผูกขาดและการเข้าไปมีอิทธิพลเหนือตลาด รวมทั้งระบบอุปถัมภ์ที่เป็นปัจจัยสำคัญในการเข้ารับสัมปทานหรือเช่าช่วงเวลาในการจัดรายการของแต่ละคลื่นความถี่ของกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ ทำให้ผู้ผลิตรายย่อยซึ่งถือได้ว่าเป็นผู้ผลิตรายการที่เป็นทางเลือก ไม่มี

ช่องทางในการสร้างสรรค์งานที่มีความแตกต่าง หลากหลาย อีกทั้งสภาพการณ์เช่นนี้นำไปสู่การตั้งคำถามต่อการเกิดขึ้นของวิทยุชุมชนว่าจะมีความเป็นไปได้และมีความเข้มแข็งเพียงพอที่จะสามารถผ่านพ้นข้อจำกัดทางด้านการตลาดเหล่านี้ได้หรือไม่

2. การปรับตัวของรูปแบบสถานีวิทยุกระจายเสียงในปัจจุบันแม้ว่าจะมีแนวโน้มที่จะนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบของรายการเพลงมากยิ่งขึ้น แต่ได้มีการปรับตัวในรูปแบบการนำเสนอโดยการเพิ่มช่วงเวลานำเสนอรายการในรูปแบบต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นจึงคาดการณ์ได้ว่า Format Station ที่เป็นสถานีเพลงจะมีความเป็นรูปแบบผสมที่มีเนื้อหาหลากหลายยิ่งขึ้น ซึ่งในอนาคตจะพบว่ามี การประสานความร่วมมือระหว่างสื่อมวลชนในสาขาต่าง ๆ เพื่อที่จะนำเนื้อหาที่โดดเด่นในแต่ละสาขามานำเสนอในสื่อวิทยุ นั่นคือ การกระจุกตัวของเนื้อหาและรูปแบบสาระแต่กระจายตัวในช่องทางการนำเสนอตนเอง

3. รูปแบบของการดำเนินรายการของสถานีวิทยุจะมีลักษณะเป็นสื่อสองทางมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ นอกเหนือจากการเปิดโอกาสให้ผู้ฟังสามารถโทรศัพท์เข้ามาพูดคุยกับผู้จัดรายการเพื่อแสดงความคิดเห็นหรือร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กับทางรายการแล้ว ผู้ฟังหรือประชาชนสามารถมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการใช้งานสื่อมากยิ่งขึ้น ทั้งรูปแบบของการสนทนาและการประสานความร่วมมือในรูปแบบการนำเสนอของสถานีเพื่อบริการชุมชนที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

สรุปภาพรวมของสารสนเทศในสื่อไทย

จากการนำเสนอข้อมูลการวิเคราะห์เกี่ยวกับภาพรวมของสารสนเทศในสื่อทั้งสามสื่อ คือ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และวิทยุ ซึ่งโดยรวมแล้วพบว่าเนื้อหาของสื่อทั้งสามประเภทยังขาดความหลากหลายในแง่ของการนำเสนอสาระที่เป็นทางเลือกให้แก่กลุ่มเฉพาะ เนื้อหามีแนวโน้มที่จะมุ่งเข้าสู่ความบันเทิงและโฆษณาเป็นหลัก ทำให้เหตุผลทางธุรกิจกลายเป็นตัวกำหนดสำคัญในการผลิตเนื้อหา จึงส่งผลให้เนื้อหาสาระประโยชน์ในแง่ของการสร้างความรู้เพื่อชีวิตประจำวัน ความรู้เพื่อการมองและวิเคราะห์ปัญหารอบตัว รวมทั้งความรู้เพื่อการพัฒนาวิสัยทัศน์ในวงกว้าง เป็นไปอย่างจำกัด นอกจากนี้ การเน้นความบันเทิงและความรวดเร็วมากเกินไปทำให้การนำเสนอเนื้อหาของสื่อทั้งสามประเภทมีความบกพร่องด้านจริยธรรมและศีลธรรม แม้ในบางกรณีจะมีสื่อจำนวนไม่น้อยที่พยายามเรียกร้องและผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพ เพื่อกระตุ้นจิตสำนึกและความมีจริยธรรมของสังคมกลับคืนมาก็ตาม ในแง่ของการสร้างประชาสังคมนั้น พบว่าด้วยโครงสร้างอำนาจที่ครอบงำสื่อ เฉพาะอย่างยิ่งสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ ทำให้การแสดงบทบาทในฐานะของการเป็นสื่อเพื่อประชาสังคมเป็นไปอย่างมีอุปสรรค และอยู่ภายใต้ขอบเขตที่จำกัดเท่านั้น สังคมมวลชนส่วนใหญ่จึงยังเพิกเฉยและไม่ตระหนักในการมีส่วนร่วมเพื่อสาธารณะอย่างที่ควรจะเป็น

ด้วยภาพรวมทั้งหมดนี้ งานวิจัยชิ้นนี้จึงได้กำหนดข้อเสนอแนะโดยสรุป เพื่อให้ภาคต่าง ๆ ของสังคมได้มีส่วนเข้ามารับผิดชอบและพัฒนาการผลิตเนื้อหาของสื่อให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ดังที่นำเสนอในบทต่อไป

บทที่ 4

แนวทางการส่งเสริมให้เกิดการสร้างสารสนเทศที่มีคุณภาพ

จากการศึกษาสารสนเทศที่ปรากฏออกมาจากการนำเสนอของสื่อสารมวลชนทั้ง 3 ประเภทในประเทศไทย เพื่อประเมินคุณภาพเนื้อหาและวิเคราะห์ถึงปัญหาที่เกิดขึ้น นำไปสู่การเสนอแนะเพื่อพัฒนาไปสู่การสร้างสารสนเทศที่มีคุณภาพ โดยภาพรวม ดังต่อไปนี้

1. ภาครัฐ

1.1 กำหนดสัดส่วนเนื้อหาสาระของรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เพื่อการศึกษาและเพื่อการพัฒนา (ได้แก่ รายการเพื่อการศึกษา วัฒนธรรม ความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะอื่นๆ) อย่างน้อยร้อยละ 50 ในสื่อของรัฐ โดยมีรูปแบบที่สร้างสรรค์และหลากหลาย²⁷

1.2 ให้สถานีโทรทัศน์ ผลิตและนำเสนอรายการที่สร้างสรรค์และเหมาะสมสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ในช่วงเวลาดี (prime time) คือระหว่างเวลา 16.00-22.00 น. (จันทร์-ศุกร์) และระหว่างเวลา 07.00-22.00 น. (เสาร์-อาทิตย์) โดยอาจเป็นรูปแบบรายการข่าวสาร สารประโยชน์ หรือรายการบันเทิง²⁸

1.3 ให้สถานีวิทยุผลิตและนำเสนอรายการที่สร้างสรรค์และเหมาะสมสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัวในช่วงเวลาดี ระหว่างเวลา 06.00-07.00 น. และ ระหว่าง 15.00-21.00 น. (จันทร์-อาทิตย์) โดยให้ผู้ผลิตอิสระมีโอกาสผลิตรายการในช่วงเวลาดังกล่าว²⁹

1.4 ต้องสร้างหลักประกันของการจัดสรรสัดส่วนเนื้อหารายการในสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ด้วยการจัดสรรเวลาให้ผู้อื่นทำรายการ โดยกำหนดให้แต่ละสถานีจัดสรรเวลาไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 ของเนื้อหาสาระประโยชน์ต่อสังคมให้แก่ผู้ผลิตรายการที่มีความหลากหลายมากขึ้น นอกเหนือจากการผลิตโดยสถานีและผู้ผลิตรายใหญ่

1.5 มีหลักประกันให้แก่ผู้ผลิตรายการอิสระ และธุรกิจขนาดเล็กได้มีโอกาสผลิตรายการในช่วงเวลาดี (prime time) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของสัดส่วนผู้ผลิตรายการ โดยใช้มาตรการทางภาษี

²⁷ ปรับปรุงจากข้อเสนอเรื่องยุทธศาสตร์การบริหารจัดการสื่อของรัฐเพื่อการศึกษา, รศ. ดร.อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2546 (รายงาน)

²⁸ รศ.ดร.อุบลรัตน์ อ่างแล้ว (ทั้งนี้ คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2546 ให้สถานีโทรทัศน์ช่อง 11 นำเสนอรายการที่มีเนื้อหาสาระสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ในช่วงเวลาดี อย่างน้อยวันละ 30 นาที โดยให้เริ่มนำเสนอในวันที่ 1 มกราคม 2547 เป็นสถานีนำร่อง)

²⁹ รศ.ดร.อุบลรัตน์ อ่างแล้ว

เพื่อส่งเสริมให้ผู้ผลิตสื่อรายเล็กที่ผลิตสื่อเพื่อการศึกษา เพื่อเด็ก เยาวชน และครอบครัว เพื่อคนด้อยโอกาส และเพื่อพัฒนาประชาสังคม สามารถลดหย่อนภาษีได้ หรือให้ลดหย่อนราคาค่าเวลาสถานี

1.6 สนับสนุนความหลากหลายของเนื้อหา ด้วยการกำหนดให้สถานีวิทยุและโทรทัศน์ส่วนภูมิภาค ผลิตรายการของท้องถิ่น และลดเวลาหรือยกเลิกการถ่ายทอดรายการจากส่วนกลาง

1.7 รัฐต้องเข้ามาสนับสนุนการผลิตรายการที่มีสาระประโยชน์ในสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ด้วยการนำงบประมาณจากกองทุนพัฒนากิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เพื่อประโยชน์สาธารณะ (ตามมาตรา 31 พรบ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2543) จำนวนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของค่าใช้จ่ายการผลิตของสถานีเพื่อสาระประโยชน์ และยกเว้นค่าเช่าเวลาสถานีในกรณีที่ยังมีการให้เช่าสัมปทาน รวมทั้งแสวงหาเงินทุนจากกองทุนอิสระอื่น ๆ ของรัฐ เช่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และสำนักงานกองทุนส่งเสริมสุขภาพแห่งชาติ (สสส.) ในการสนับสนุนรายการสาระประโยชน์ รวมทั้งส่งเสริมให้มีรายการซึ่งประชาชนจะเข้ามาร่วมเป็นเจ้าของและจัดหาทุนการผลิต

1.8 จัดตั้งกองทุนเพื่อการผลิตและสร้างสรรค์สื่อสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว โดยขอจัดสรรมาจากกองทุนพัฒนากิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เพื่อประโยชน์สาธารณะ สร้างกลไกการบริหารกองทุนให้คล่องตัวและมีประสิทธิภาพ ระดมทรัพยากรจากสาธารณะอย่างต่อเนื่อง และให้ผู้บริจาคเงินสมทบกองทุนสามารถลดหย่อนภาษีได้³⁰

1.9 เร่งรัดให้มีสรรหาคณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและกิจการวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ (กสช.) เพื่อดำเนินการจัดสรรคลื่นวิทยุกระจายเสียง โดยให้มีคลื่นที่ดำเนินการโดยภาคประชาชนและสาธารณะตามสัดส่วนที่กำหนดในรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2540 และพรบ.องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ฯ 2543 และเตรียมร่างข้อเสนอเพื่อจัดตั้งสื่อสาธารณะ และกำหนดกฎระเบียบที่เอื้อต่อการจัดตั้งและพัฒนาวิทยุชุมชนร่วมกับเครือข่ายภาคประชาชน

1.10 รัฐบาลต้องห้ามมาตรการกำหนดและจัดการโครงสร้างความเป็นเจ้าของสื่อ ป้องกันการเป็นเจ้าของข้ามสื่อหลายประเภท และป้องกันการผูกขาด

1.11 หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องประสานกับกบว. สถานีให้เข้มงวดกับระบบการตรวจสอบรายการของสถานี โดยเฉพาะเรื่องของสัดส่วนรายการโฆษณาและบันเทิงที่ต้องไม่เกินสัดส่วนที่กำหนด

1.12 ให้จัดตั้งองค์กรกลางมาทำหน้าที่บริหารจัดการและเสนอแนะแนวนโยบายเกี่ยวกับการพัฒนาสื่อเพื่อการศึกษา เด็ก เยาวชน และครอบครัว รวมทั้งสื่อเพื่อพัฒนาประชาสังคม โดยให้

³⁰ รศ. อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ อ่างแล้ว

การบริหารองค์กรประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิจากหลากหลายสาขา ทั้งภาครัฐ เอกชน และภาคประชาสังคม โดยให้ทำหน้าที่กำกับดูแล ติดตามผล และประเมินผลของรายการต่างๆ และเปิดรับฟังข้อคิดเห็นจากประชาชนทั่วไป³¹

1.13 ในส่วนของหนังสือพิมพ์ ให้รัฐบาลพิจารณาทบทวนกฎระเบียบต่าง ๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาคุณภาพเนื้อหาของสื่อ เช่น พรบ. การพิมพ์ 2484 และกำหนดรายละเอียดเงื่อนไขของการตรวจสอบเนื้อหาเชิงจริยธรรม-ศีลธรรมที่รัดกุม กำหนดประเภทเนื้อหาที่เข้าข่ายละเมิดศีลธรรมอย่างละเอียด และในขณะเดียวกัน ต้องให้เกิดความมั่นใจว่ากระบวนการตรวจสอบต้องไม่ก่อให้เกิดการแทรกแซงสื่อจากรัฐ

1.14 สนับสนุนให้เรื่องของการปฏิรูปสื่อเป็นวาระสำคัญและปรากฏอยู่ในนโยบายปฏิรูปต่าง ๆ ของประเทศด้วย เช่น ปฏิรูปการศึกษา ปฏิรูปการเมือง ปฏิรูปสังคม

1.15 สนับสนุนให้คณะกรรมการของวุฒิสภาและสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่เกี่ยวข้องและองค์กรอิสระ เช่น คณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติเข้ามามีบทบาทในการรับเรื่องร้องเรียนที่เกี่ยวกับสื่อและดำเนินการตรวจสอบ อย่างโปร่งใสและเป็นธรรม

2. ภาคเอกชน/ ผู้ประกอบการผลิตรายการ/ องค์กรหนังสือพิมพ์

2.1 พัฒนาจิตสำนึกแห่งการผลิตสื่อเพื่อรับใช้สาธารณะ ทั้งในส่วนของเจ้าของผู้ประกอบการ และสื่อมวลชน

2.2 จัดสรรผลกำไรจากการผลิตเชิงพาณิชย์เข้ากองทุนพัฒนากิจการกระจายเสียงวิทยุและโทรทัศน์เพื่อประโยชน์สาธารณะ ในอัตราส่วนที่กำหนด (ดูข้อเสนอแนะในรายงานเรื่อง สื่อสาธารณะ ภายใต้โครงการวิจัยเดียวกันนี้)

2.3 ยินยอมให้มีการตรวจสอบโครงสร้างบริษัทและกลุ่มเครือข่าย เพื่อให้เกิดความโปร่งใสในกระบวนการผลิตและการขอสัมปทานจากสช. หรือองค์กรกลางที่จัดตั้งขึ้นเพื่อกำกับควบคุมนโยบายและติดตามตรวจสอบสื่อ (ตามที่ปรากฏในข้อ 1.12)

2.4 ปฏิบัติตามนโยบายและระเบียบเรื่องการจัดสัดส่วนรายการและการควบคุมเนื้อหา

2.5 ให้จัดอันดับหรือจัดเรตติ้งรายการโทรทัศน์ โดยแยกเป็นรายการโทรทัศน์เพื่อเด็กและเยาวชน และรายการโทรทัศน์ทั่วไป

2.6 แบ่งแยกการทำงานระหว่างกองบรรณาธิการกับฝ่ายการตลาดอย่างชัดเจน และต้องสามารถตรวจสอบได้ ด้วยการรายงานผลประกอบการและรายได้จากการโฆษณาอย่างเป็นจริง

³¹ รศ.อุบลรัตน์ ศิริชูศักดิ์ อ่างแล้ว

(นอกเหนือจากที่รายงานสรุปให้แก่ผู้ถือหุ้นเป็นประจำทุกปี) สามารถเปิดเผยต่อสาธารณะได้เมื่อมีการร้องขอข้อมูล

2.7 สนับสนุนให้มีรายการทางวิทยุโทรทัศน์หรือเนื้อหาในหนังสือพิมพ์ที่เปิดโอกาสให้ภาคประชาชนทุกกลุ่มสามารถแสดงความคิดเห็นที่มีต่อสภาพสังคมทั่ว ๆ ไป และต่อการวิพากษ์วิจารณ์สื่อโดยตรง

2.8 องค์กรสื่อต้องจัดตั้งคณะทำงานจัดทำคู่มือการผลิตข่าวและสาระที่สอดคล้องเหมาะสมสำหรับทุกสื่อ โดยอาศัยคู่มือการผลิตเนื้อหาขององค์กรสื่อสาธารณะระดับสากล เช่น บีบีซี เป็นตัวอย่าง

2.9 เพิ่มกลไกการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นสำหรับองค์กรกำกับควบคุมดูแลด้านวิชาชีพ เช่น สภาการหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย มีการศึกษาทบทวนและจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับการละเมิดและปัญหาด้านคุณภาพ และเปิดโอกาสให้ประชาชนชนขอข้อมูลข่าวสารได้

3. ภาคประชาชน

3.1 จัดตั้งกลุ่มอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการเพื่อพัฒนาทักษะของการรู้เท่าทันสื่อ (สื่อมวลชนศึกษา) และเผยแพร่ทักษะนี้ในลักษณะของเครือข่ายความร่วมมือกับกลุ่มสังคมต่าง ๆ เช่น กลุ่มโรงเรียน กลุ่มผู้ปกครอง กลุ่มศาสนา

3.2 สนับสนุนให้สถาบันการศึกษา โดยเฉพาะในระดับโรงเรียน บรรจุหลักสูตรสื่อมวลชนศึกษาไว้ในการเรียนการสอนทุกระดับชั้น และมีการเรียนรู้ทดลองการผลิตสื่อที่เป็นต้นแบบของรายการหรือเนื้อหาที่มีคุณภาพ

3.3 มีองค์กรภาคประชาชนที่ทำหน้าที่ตรวจสอบสื่อโดยตรง และเปิดช่องทางให้มีการรับเรื่องราวร้องทุกข์จากประชาชน และมีการรวบรวมเพื่อนำเสนอต่อสาธารณะอย่างต่อเนื่อง โดยผ่านช่องทางเผยแพร่ที่หลากหลาย เช่น มีเว็บไซต์ที่ปรับปรุงข้อมูลตลอดและมีส่วนที่ประชาชนสามารถส่งข้อมูลการร้องเรียน หรือแสดงความคิดเห็นได้ เปิดสายด่วน (Hotline) ทางโทรศัพท์ เพื่อให้ประชาชนติดตามตรวจสอบสื่อได้อย่างทันที่ มีรายการทางโทรทัศน์และวิทยุอย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 รายการ เพื่อสรุปสถานการณ์การตรวจสอบสื่อ และเปิดเป็นเวทีสาธารณะให้ประชาชน

3.4 สร้างจิตสำนึกสาธารณะและอำนาจในการต่อรองกับสื่อในฐานะผู้บริโภค เช่น การรวมตัวเป็นเครือข่ายผู้บริโภคสื่อ จัดให้มีกิจกรรมพบปะเป็นประจำเพื่อให้เกิดพื้นที่สำหรับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การพัฒนากระบวนการคิดเชิงวิพากษ์ และการสร้างพลังเครือข่าย

3.5 จัดให้มีเวทีระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบาย ร่างกฎระเบียบต่าง ๆ ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับสื่ออย่างสม่ำเสมอ

3.6 จัดตั้งสถาบันวิจัยสื่อเพื่อการพัฒนาคุณภาพ โดยมีการศึกษาและออกแบบสื่อแต่ละประเภท และแต่ละเนื้อหา รวมทั้งการวิเคราะห์-ประเมินมิติเชิงเศรษฐศาสตร์ของสื่อที่สอดคล้องกับการพัฒนาคุณภาพสื่อ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กนกศักดิ์ แก้วเทพ. 2546. เศรษฐศาสตร์การเมืองของสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กรรณิการ์ กิจติเวชกุล. 2541. ความสมดุลของหนังสือพิมพ์ในการนำเสนอข่าวการชุมนุมเรียกร้องของกลุ่มเกษตรกรภาคอีสาน วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กิติพงษ์ ไทยเจริญ. 2541. การกำหนดนโยบายองค์กรและลักษณะการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตของสื่อมวลชนไทย วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กิตติชาติ นิลวรรณ. 2537. การวิเคราะห์เนื้อหาของข่าวในหนังสือพิมพ์ช่วงวิกฤตการณ์การเมืองไทย เดือน พฤษภาคม วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เกรียงไกร ทวีโชติ- กิจเจริญ. 2543. แนวโน้มหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กอบแก้ว ไทยีนยงศักดิ์. 2543. เนื้อหาความรุนแรงในภาพยนตร์โฆษณาที่ปรากฏในโทรทัศน์ระหว่าง พ.ศ.2541-2542 วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กาญจนา วิชากุณ. 2543. การนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาที่สนับสนุนและต่อต้านสังคมที่ปรากฏในรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์ วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์บัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เกียรติยา ธรรมวิวัฒน์ . 2544. การสร้างความจริงจากการรายงานข่าวเหตุการณ์ในภาวะวิกฤต ในกรณีก่อวินาศกรรมอาคารเวิร์ลเทรด เซ็นเตอร์ ประเทศสหรัฐอเมริกาของสถานีวิทยุโทรทัศน์ในประเทศไทย วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์บัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชยุตม์ เหมจักร. 2544. ข่าวโทรทัศน์ที่มีคุณภาพในทัศนะผู้สื่อข่าวและผู้รับสาร วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชลาลัย อุปกิจ. 2545. บทบาทของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นรายวัน จังหวัดเชียงใหม่ ตามแนวคิดประชาสังคม. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชัยพร ตั้งพูนสินธนา. การสร้างมาตรฐานสถานีโทรทัศน์ไทย. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์ดุสิตบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545

- ณิลวรรณ วรานิชสกุล, ร.ต.ท.หญิง . การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในรายการวิทยุเพื่อแก้ไขปัญหาการจราจรในกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา สถานีวิทยุ จส. เอฟ.เอ็ม. 100 เมกะเฮิร์ต . วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2536
- คุณฤ นัยวัฒน์กุล. 2542. การวิเคราะห์เนื้อหาหน้าเกษตร : ศึกษาเฉพาะกรณีหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ในช่วง 1 มกราคม – 30 มิถุนายน 2541 วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ดวงกมล เทวพิทักษ์ รอ. 2542 ลักษณะเนื้อหาข่าวสารและจินตนาการบันเทิงในข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ไทย วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชนานุช เหมือนศิริ. 2539. การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวโศกณิเด็กในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มติชน และสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ธีรรัตน์ พันทวี. 2545. การสร้างมาตรฐานสถานีวิทยุกระจายเสียงไทย วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์ดุสิตบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ธีรารัง เตมสุขสวัสดิ์. 2544. ความสอดคล้องระหว่างนโยบายการเสนอข่าวกับความต้องการรับชมรายการข่าวของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา สถานีโทรทัศน์ทีวีเอสไอทีวี วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- เทินพันธ์ แพนสมบัติ .2544. การตอบรับของผู้ชมรายการเกษตรลูกทุ่งของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นันทลักษณ์ นาคะโฆษิตสกุล รอ. 2543. ความสัมพันธ์ในการกำหนดประเด็นข่าวโทรทัศน์ระหว่างศูนย์ข่าวในส่วนภูมิภาคกับสถานีแม่ข่าย วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นวลน้อย ตรีรัตน์ และธานี ชัยวัฒน์. 2546. รายงานวิเคราะห์ตลาดหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย, โครงการวิจัยเพื่อการปฏิรูประบบสื่อ สกว.
- บุญชัย ศรีประทีป 2543 วิเคราะห์วาทศิลป์ในข่าวอาชญากรรมของหนังสือพิมพ์รายวัน ภาควารสารสนเทศ วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เบญจวรรณ นรสิงห์. 2539. การนำเสนอและการคัดเลือกภาพข่าวในหนังสือพิมพ์รายวัน วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ปราณี แซ่จ้ง. 2544. ภาพของผู้หญิงไทยในสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศและการรับรู้ภาพฝั่งใจของผู้ชายที่มีต่อผู้หญิง วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ประไพ ไกรธรโกวิทย์. 2540. การปรับตัวของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์เพื่อการแข่งขันในสังคมข่าวสาร วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- ปาริชาติ สถาปิตานนท์ 2543 “เอ็นดูเทนเมนต์: การสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคม” ใน กาญจนา
แก้วเทพ และคณะ, **มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่**, เอคิสัน เพรส โพรดักส์
- พรรณราย พิทักษ์พงศ์. 2540. การวิเคราะห์เรื่องเกี่ยวกับการละเมิดเด็กที่ปรากฏในข่าวหนังสือ
พิมพ์รายวันภาษาไทย วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ไพเราะ เลิศวิธาน .2546. **เปิดเบื้องหลัง บิ๊กทีวีไทย (BIG TV The Era of changing)** โครงการ
หนังสือเล่มของนิตยสารผู้จัดการ
- พัชรา รุ่งสุข. 2544. **วาทกรรมของนักวิจัยชายนักวิจัยหญิงกับวัยรุ่นและการผลิตซ้ำของหนังสือ
พิมพ์** วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พิมพ์ประภา ไชยมลลา .2545. **บทบาทของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีกับการพัฒนาสตรีไทย**
วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พิรงรอง รามสูต ธรรมนันท์ และศศิธร ยูโกศล .2546. งานวิจัยเรื่องการกำกับดูแลเนื้อหาสื่อ.
โครงการวิจัยเพื่อการปฏิรูประบบสื่อ, สกว.
- มนทกานต์ เชื่อมชิด. 2545 **หนังสือพิมพ์กับกระบวนการทำให้เป็นเหยื่อและชีวิตหลังผ่านพ้น** วิทยา
นิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- มณฑิรา อินคชสาร. 2539. **การอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ : ศึกษา
เปรียบเทียบปริมาณข้อมูลที่ได้อ่าน ความจำ และความพึงพอใจของผู้อ่าน** วิทยานิพนธ์
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- มัทนา เจริญวงศ์. 2543. **เนื้อหาการเมืองในหนังสือพิมพ์รายวัน** วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร
มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- มยุริน ผ่องผุดพันธ์.2544. **นโยบายและการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับศิลปินบันเทิงในนสพ.เชิงประชา
นิยมกับทัศนระของแหล่งข่าว** วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย
- ยุค ศรีอาริยะ 2545. **ภูมิปัญญาบูรณาการ, กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์วิถีทรรศน์**
- รัชดาภรณ์ มอญขาม. 2544. **วิธีการนำเสนอเชิงละครในรายการสารคดีท่องเที่ยวทางโทรทัศน์**
วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- รัตนา ประยูรรักษ์.2545. **การประกอบสร้างความเป็นจริงและการตัดสินผู้ตกเป็นข่าวด้วยการเล่า
เรื่องในหนังสือพิมพ์** วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- รุ่งนภา เอี่ยมงามทรัพย์.2545 **การใช้แหล่งข่าวบุคคลของนักข่าวหนังสือพิมพ์รายวัน** วิทยานิพนธ์
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วาลี ชันธุวาร. 2540. **การวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวกับการขยายตัวของหนังสือพิมพ์ข่าวสดในช่วงปี
พ.ศ.2533-2538** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- วารีย์ อัสวเกียรติรักษา.2542. การทำหน้าที่ของรายการสารคดีวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางโทรทัศน์ วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วรพิววรรณ กลยณี. 2544. เปรียบเทียบเนื้อหาการสำรวจโพลในหนังสือพิมพ์รายวัน และการสร้างความเชื่อถือ วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วัชรินทร์ กุลพิลิตธิเจริญ. 2542. การวิเคราะห์เนื้อหาเรื่องเอดส์ในหนังสือพิมพ์รายวัน ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วิภา อุตมฉันทน์ 2546. ปฏิรูปสื่อเพื่อสังคม หลักคิดและบทเรียนจากนานาชาติ. โครงการตำราและเอกสารทางวิชาการของคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วิโรจน์ ศรีหิรัญ 2545. จิตสำนึกทางวารสารศาสตร์และการตัดสินใจเชิงจริยธรรมของช่างภาพหนังสือพิมพ์ วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วิลาสินี พิพิธกุล และกิตติ กันภัย. 2546. งานวิจัยเพศและการสื่อสารในสังคมไทย. โครงการวิจัยทุนสกว.
- วัฒนา อนุวัฒน์นนทเขตต์. 2541. การวิเคราะห์เนื้อหารายการ “สะกิดข่าว” สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วัชรภรณ์ จิตต์อารีย์. 2545. การรับฟังรายการกรีนแอฟกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์พัฒนาการ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศศิญา วิจิตรจามรี. 2545. การสร้างมาตรฐานหนังสือพิมพ์ไทย. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์ดุสิตบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สาธินี ชัยพันธ์. 2544. การบริหารงานข่าวโทรทัศน์ : ข่าว 9 อ.ส.ม.ท. วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สุรดา จรุงกิจอนันต์ .2543. การนำเสนอความบันเทิงในรายการเกมโชว์ พ.ศ.2543 วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุทธิชัย หยุ่น. 2543. คนบ้าข่าว กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์เนชั่น
- สุทธิชัย หยุ่น. 2545. นักข่าวนอกคอก กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์เนชั่น
- สุจินดา ประสงค์ตนสกุล. 2540. การวิเคราะห์เนื้อหาและกลวิธีการเล่าเรื่องรายการโทรทัศน์แบบเดือนกัษยรายการ “เจียด” วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุวรรณณี กัลยาณสันต์. 2536. การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวข่มขืนกระทำชำเรา วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- สุทธิวรรณ ดัญญพงษ์ปรัชญ์. 2540. การนำเสนอข่าวเกี่ยวกับเด็กในหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวัน วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สนมพร นิคมเฉลิม. 2542. กระบวนการคัดเลือกผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์บัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ และธนวิทย์ . 2546. งานวิจัยเรื่อง โครงสร้างตลาดวิทยุ-โทรทัศน์, โครงการวิจัยเพื่อการปฏิรูประบบสื่อ, สกว.
- สมบัติ สนธิราษฎร์. 2539. การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวและปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกข่าวและจัดลำดับความสำคัญของข่าว ศึกษาเฉพาะข่าวทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย และสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 วิทยานิพนธ์ วารสารตรมมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สุธีรา อินทรวงศ์. มปป. กระบวนการผลิตซ้ำข้ามวัฒนธรรมของรายการที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศของสถานีโทรทัศน์ยูบีซี วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุรรัตน์ ทองอินทร์. 2544 การนำเสนอเนื้อหาการจัดระเบียบสังคมในหนังสือพิมพ์ไทย วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุวรรณณี กัลยาณสันต์. 2536 การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวข่มขืนกระทำชำเรา วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เสาวลักษณ์ สุขสมัย. 2543. บรรทัดฐานองค์กรและมาตรฐานวิชาชีพในการคัดเลือกข่าวของผู้บริหารข่าวหนังสือพิมพ์รายวัน วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สมชัย สุวรรณบรรณ. 2544. คู่มือ BBC (เอกสารถ่ายสำเนา)
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ . แผนพัฒนาสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ และโทรคมนาคม เพื่อการพัฒนาคนและสังคม (พ.ศ. 2542-2551) (พิมพ์ครั้งที่ 1), กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2542
- หัสญา หาดิระพันธุ์ 2542 ผลการวิจัยเรื่อง ภาพสะท้อนของสตรีไทยในสื่อ เวิลด์ ไซด์ เว็บ (world wide web) วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อดิศักดิ์ ศรีสม . 2543. สื่อมวลชนไทยกับกระบวนการการสร้างสาธารณมติ วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อภิชาติ ศักดิ์เศรษฐ์. 2542. ปัจจัยในการเสนอข่าวสารพัดพลาดและการยอมรับของหนังสือพิมพ์ วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- อภิวรรณ เนื่องผลมาก. 2544. การถ่ายเนื้อหากากรกีฬาผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อัมพร เสี่ยมวิบูล, 2542 .การวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์ไทยในการให้การศึกษาด้าน จริยธรรมแก่เยาวชน. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อ้อยทิพย์ สอดแสง. 2544. วิเคราะห์วาทกรรมกรณีอุบัติเหตุรังสีโคบอลต์ 60 วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อรพรรณ สุนทรกลัมภ์. 2543. นโยบายและวิธีปฏิบัติในการรายงานข่าวโพลกับทัศนยะจัดแหล่งจัดทำและผู้อ่านโพล วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อุบลรัตน์ ศิริชูศักดิ์, 2545. สื่อมวลชนในยุคปฏิรูป กรุงเทพฯ: โครงการจัดพิมพ์คบไฟ _____, 2546. รายงานการศึกษาเรื่องสื่อมวลชนเพื่อการศึกษาและการเรียนรู้ ยุทธศาสตร์การบริหารและการจัดการสื่อของรัฐเพื่อการศึกษาและการเรียนรู้ เอกสารประกอบการประชุมเพื่อร่วมกันกำหนดแนวทางและมาตรการการใช้สื่อของรัฐเพื่อการเรียนรู้และแก้ไขปัญหาการใช้ความรุนแรงของเด็กและเยาวชน
- อุไร สิงห์ไพบูลย์พร. 2542. การวิเคราะห์เนื้อหาของรายงานข่าวเกี่ยวกับสิทธิเด็กในหนังสือพิมพ์ไทยตามแนวคิดของอนุสัญญาสิทธิเด็ก วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อารียา ทวีศักดิ์สกุล .2544. การวิเคราะห์เนื้อหาารูปแบบรายการธรรมะทางโทรทัศน์ พ.ศ.2542 วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาษาอังกฤษ

- Crisell, A. 1997 **An introductory history of British broadcasting**. London: Routledge.
- Croteau, David and Hoynes, William. 2000 **Media / Society : Industrial, Images, and Audiences**. California; Pine Forge Press: 2nd ed.
- Dines & Humez, 1995 **Gender, race and class in media: a text-reader**. Thousand Oakes: SAGE.
- Karl Erik Rosengren with Mats Carlsson and Yael Tagerud (1996) "Quality in programming: Views from the North" In Sakae Ishikawa (ed.) **Quality Assessment of Television**. Luton : John Libbey Media
- McNair, B. 1998 **The Sociology of Journalism**. London: Arnold.
- Mcquail, D.1992 **Media performance : Mass communication and the public interest**. London ; The Cromptwell Press Limited.
- Meech, P. 1999 **The Media in Britain current debates and developments**. London ; Macmillan Press LTD,
- Tuchman, G., 1978 **A Study in the Construction of Reality**. New York: Free Press

ข้อมูลจาก Internet

ทราฟฟิกฯ เปิด FM 90 MHz.

http://entertainment.mweb.co.th/news_scoop/musicnews_07782.html

"อาร์เอส"ลุยธุรกิจ 3 ขารุกหนักสื่อวิทยุ-ลดเสียง คาดสิ้นปีกวาดรายได้ 3 ถillionกว่า 130 ล". กรุงเทพธุรกิจ 2 กรกฎาคม พ.ศ. 2546

<http://www.bangkokbiznews.com/2003/07/02/fin/index.php?news=fin1.html>

ข้อมูลจาก หนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับวันที่ 9 สิงหาคม 2546

บำเพ็ญ ชานีบรรณการ . 2546. "กระแสทรนศน์" หนังสือพิมพ์มติชน วันที่ 11 กันยายน 2546

วิภา อุดมฉันท . 2546. "กระแสทรนศน์" หนังสือพิมพ์มติชน วันที่ 30 สิงหาคม 2546

เอกรินทร์ บำรุงศักดิ์ . 2546. "กระแสทรนศน์" หนังสือพิมพ์มติชน วันที่ 6 กันยายน 2546

คอลัมน์บันเทิง หนังสือพิมพ์มติชน ฉบับวันที่ 10 สิงหาคม 2546

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการอภิปราย

จักรกฤษณ์ เพิ่มพูน บรรณาธิการข่าว หนังสือพิมพ์คมชัดลึก . 2546. สัมภาษณ์. วันที่ 30 พฤษภาคม 2546

ณ กภาพ เลาะห์วิไลย บรรณาธิการข่าว หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์. 2546. สัมภาษณ์. วันที่ 29 พฤษภาคม พ.ศ. 2546

ตุลสดีดิษฐ์ ทับทิม Managing Editor หนังสือพิมพ์ The Nation. 2546 . สัมภาษณ์. วันที่ 7 มิถุนายน 2546

นิรันดร์ พิทักษ์วัชระ สมาชิกวุฒิสภา. 2545 .จากการสัมมนา "โฉมหน้าสื่อมวลชนที่พึงปรารถนา" จัดโดยคณะวิจัยโครงการวิจัยปฏิรูประบบสื่อ วันที่ 12 พ.ย. 2545 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บุญส่ง จันทร์ส่องรัศมี ผู้แทนกลุ่มปฏิรูปสื่อภาคประชาชน จ.กาญจนบุรี. 2546. . สัมภาษณ์. วันที่ 20 ม.ค. 2546

ประเวศ วะสี, 2545 .จากการประชุมสมัชชาสหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติครั้งที่ 1 จัดโดยเครือข่ายวิทยุชุมชนทั่วประเทศ วันที่ 10 ต.ค. 2545 ณ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ประเวศ วะสี, 2546 .ปาฐกถาเรื่อง “สื่อในสังคมพหุลักษณะ” เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2546 คณะ นิเทศ
ศาสตร์ จุฬาฯ จัดโดยสำนักข่าวประชาธรรม

พรชัย ปิยะเกตุสิน รองหัวหน้าฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ ช่อง 9. 2546. สัมภาษณ์. วันที่ 5
สิงหาคม 2546

พระพิศาลธรรมพาทิ. 2546. จากการประชุมสมัชชาสหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติครั้งที่ 1 จัด
โดยเครือข่ายวิทยุชุมชนทั่วประเทศ วันที่ 10 ต.ค. 2545 ณ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
วรวิทย์ ศรีอนันตรักษา บรรณาธิการข่าว หนังสือพิมพ์เดลินิวส์.2546. สัมภาษณ์. วันที่ 29
พฤษภาคม พ.ศ. 2546

วีระ ประทีปชัยกุล บรรณาธิการข่าว หนังสือพิมพ์ Bangkok post
.2546. สัมภาษณ์. วันที่ 3 มิถุนายน พ.ศ. 2546

สมณะเสียงศีล ชาตวโร ชุมชนปฐมอโศก จ.นครปฐม. 2546. สัมภาษณ์. วันที่ 31 ม.ค. 2546
สมหมาย ปาริฉัตรดี บรรณาธิการอาวุโส หนังสือพิมพ์มติชน. 2546. สัมภาษณ์. วันที่ 28
พฤษภาคม พ.ศ. 2546

ภาคผนวก

สัดส่วนรายการ สถานีโทรทัศน์ เดือนกันยายน 2546 (หน่วย: นาที)

ประเภทรายการ	TV3		TV5		TV7		TV9		TV11		ITV	
	วันธรรมดา	วันหยุด	วันธรรมดา	วันหยุด	วันธรรมดา	วันหยุด	วันธรรมดา	วันหยุด	วันธรรมดา	วันหยุด	วันธรรมดา	วันหยุด
ข่าวหลัก (ภาคเช้า กลางวัน ค่ำ)	250	80	710	80	725	220	1625	180	1500	420	1495	304
ข่าวสั้น (ต้นชั่วโมง)	120	28	150	34	295	52	325	30	215	85	55	64
สนทนา/วิเคราะห์ข่าว	550	-	375	120	75	-	1110	-	675	140	227	0
สารคดีความรู้ทั่วไป	391	734	481	834	230	201	1120	240	2260	755	985	581
ศาสนา	-	30	-	120	-	20	120	180	330	90	60	60
สารคดี/ความรู้เพื่อเกษตรกร	-	-	204	6	-	-	30	30	80	30	56	6
สารคดีสิ่งแวดล้อม	10	10	51	-	-	25	-	25	160	20	67	3
ความรู้สุขภาพ	32	-	55	2	5	35	-	60	150	110	135	10
เด็กและเยาวชน	25	50	10	59	175	115	175	80	120	-	-	30
ผู้หญิง	290	10	286	32	165	10	210	-	-	-	92	-
ศิลปวัฒนธรรม	-	-	-	3	-	5	30	-	20	30	-	-
ชีวิตคนในสังคม/ชายขอบ	-	-	76	-	-	-	190	-	60	30	-	143
สารบันเทิง + เพลง มิวสิควิดีโอ	620	325	1656	406	600	135	810	420	270	60	972	503
ละคร	1490	541	320	120	1380	345	150	120	-	-	645	-
ละครชุดจากต่างประเทศ	835	205	150	-	300	-	-	-	-	-	569	224
เกมโชว์	545	267	295	600	195	80	335	240	20	30	235	315
วาไรตี้ ทอล์กโชว์	632	180	1255	163	270	50	180	180	-	-	175	62
ภาพยนตร์การ์ตูน	74	290	75	54	150	30	140	330	-	-	-	60
ภาพยนตร์เรื่องยาว	150	120	-	-	450	280	-	240	-	-	-	-
รายการกีฬา	545	260	26	190	485	255	270	270	90	290	263	138
อื่นๆ/ โฆษณาสินค้าขายตรง	-	-	115	90	300	120	450	120	-	-	300	300

เปรียบเทียบสัดส่วนรายการ เดือนกันยายน 2546 (หน่วย:ร้อยละ)

ประเภทรายการ	TV3		TV5		TV7		TV9		TV11		ITV	
	วันธรรมดา	วันหยุด	วันธรรมดา	วันหยุด	วันธรรมดา	วันหยุด	วันธรรมดา	วันหยุด	วันธรรมดา	วันหยุด	วันธรรมดา	วันหยุด
ข่าวหลัก (ภาคเช้า กลางวัน ค่ำ)	3.8	2.6	11.29	2.75	12.50	11.12	22.35	6.56	25.21	20.10	23.6	10.85
ข่าวสั้น (ต้นชั่วโมง)	1.8	0.9	2.38	1.17	5.09	2.63	4.47	1.09	3.61	4.07	0.87	2.28
สนทนา/วิเคราะห์ข่าว	8.4	0	5.96	4.12	1.29	0	15.27	0	11.34	6.70	3.59	0
สารคดีความรู้ทั่วไป	6	23.5	7.65	28.63	3.97	10.16	15.40	8.74	37.98	36.12	15.56	20.73
ศาสนา	0	1	0	4.12	0	1.01	1.65	6.56	5.55	4.32	0.95	2.14
สารคดี/ความรู้เพื่อเกษตรกร	0	0	3.24	0.21	0	0	0.42	1.09	1.34	1.43	0.88	0.21
สารคดีสิ่งแวดล้อม	0.2	0.3	0.81	0	0	1.26	0	0.91	2.69	0.96	1.06	0.11
ความรู้สุขภาพ	0.5	0	0.87	0.07	0.09	1.77	0	2.19	2.52	5.26	2.13	0.36
เด็กและเยาวชน	0.4	1.6	0.16	2.03	3.02	5.81	2.41	2.91	2.02	0	0	1.07
ผู้หญิง	4.4	0.3	4.55	1.10	2.84	0.51	2.89	0	0	0	1.45	0
ศิลปวัฒนธรรม	0	0	0	0.10	0	0.25	0.42	0	0.34	1.43	0	0
ชีวิตคนในสังคม/ชายขอบ	0	0	1.21	0	0	0	2.61	0	1.01	1.43	0	5.10
สารบันเทิง + เพลง มิวสิควิดีโอ	9.5	10.4	26.33	13.94	10.35	6.83	11.14	15.30	4.54	2.87	15.35	17.95
ละคร	22.7	17.3	5.09	4.12	23.79	17.44	2.06	4.37	0	0	10.19	0
ละครชุดจากต่างประเทศ	12.7	6.5	2.38	0	5.17	0	0	0	0	0	9.41	7.99
เกมโชว์/ตอบปัญหา	8.3	8.5	4.69	20.59	3.36	4.04	4.61	8.75	0.34	1.43	3.71	11.24
วาไรตี้ ทอล์กโชว์	9.6	5.8	19.95	5.59	4.65	2.53	2.47	6.56	0	0	2.76	2.21
ภาพยนตร์การ์ตูน	1.1	9.3	1.19	1.85	2.59	1.52	1.93	12.02	0	0	0	2.14
ภาพยนตร์เรื่องยาว	2.3	3.8	0	0	7.76	14.16	0	8.74	0	0	0	0
รายการกีฬา	8.3	8.3	0.42	6.52	8.36	12.89	3.71	9.84	1.51	13.88	4.15	4.92
อื่นๆ/โฆษณาสินค้าขายตรง	0	0	1.83	3.09	5.17	6.07	6.19	4.37	0	0	4.7	10.7

สัดส่วนรายการสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3 เดือนกันยายน 2546

รายการ	วันธรรมดา	วันหยุด
ข่าวหลัก (ภาคเช้า กลางวัน ค่ำ)	ข่าวภาคเที่ยง จ-ศ 11.35-12.25 <u>250min/week</u> Total 250min/week 3.8%	ข่าวสถานการณ์ประจำวัน ส-อา 19.30-20.10 <u>80 min/week</u> Total 80min/week 2.6%
ข่าวสั้น (ต้นชั่วโมง)	ข่าวสั้น จ-ศ 15.17-15.20 <u>15 min/week</u> ข่าวเด่นประจำวัน จ-ศ 17.30-17.40 <u>50 min/week</u> ตระเวนข่าว จ-ศ (ช่วงเวลาโดยประมาณ) 23.10-23.15 <u>25 min/week</u> ประเด็นร้อน พท 11.25-11.30 <u>5 min/week</u> ช่อง 3 ขามเช้า ศ 09.05-09.30 <u>25 min/week</u> Total 120 min/week 1.8%	ข่าวสั้น ส-อา 11.27-11.30 , 14.57-15.00, 15.42-15.45 <u>18 min/week</u> ตระเวนข่าว ส-อา 01.20-01.25 <u>10 min/week</u> Total 28 min/week 0.9%
สนทนา/วิเคราะห์ข่าว	เรื่องเล่าขำขัน จ-ศ 06.30-06.55 <u>125 min/week</u> เหตุบ้านการเมือง จ-ศ 07.40-08.25 <u>225 min/week</u> ระเบียบข่าว จ-ศ 19.30-20.10 <u>200 min/week</u> Total 550min/week 8.4%	
สารคดีความรู้ทั่วไป	สายตรงอบต. จ-ศ 05.30-05.35 <u>25 min/week</u> รายการเอาใจใส่บ้าน จ-ศ 05.35-05.40 <u>25 min/week</u> ช่างคิดช่างทำ จ-ศ 05.45-05.55 <u>25 min/week</u> รายการโลกยามเช้า จ-ศ 06.30-06.55 <u>125min/week</u> รายการแดนสยาม จ-อ,ศ 11.30-11.35 <u>15 min/week</u> คนหัวหอม* จ-ศ 12.25-12.30 <u>25 min/week</u> เรียงร้อยถ้อยไทย จ-ศ 17.40-17.42 <u>10 min/week</u> ภาษาอังกฤษ 1 นาที จ-ศ 19.29-19.30 <u>5 min/week</u> สารคดี สัตว์โลกสุดฮา อ 10.55-11.30 <u>35 min/week</u> บางกอกกระซิบ อ-ศ 12.15-12.20 <u>20 min/week</u> เพื่อนคู่คิด พท-ศ 08.34-08.37 <u>6 min/week</u>	เที่ยวละไมไทยแลนด์วิลด์ /รายการ 3 สำหรับ ส 06.30-07.00 <u>30min/week</u> สารคดีทุ่งแสงตะวัน ส 07.20-07.40 <u>20 min/week</u> น่ารัก น่ารัก สเปเชียล ส-อา 07.40-07.50 <u>20 min/week</u> เฟรช แอนด์ รีแลกซ์ ส 07.50-08.00 <u>10 min/week</u> เรื่องเด็ดเกร็ดอาชีพ อา 22.10-23.20 <u>70 min/week</u> รายการเปิดเลนส์ ส่องโลก อา 23.20-01.20 <u>120 min/week</u> รายการ 3 สำหรับ อา 06.55-07.00 <u>5 min/week</u> องศาสยาม อา 06.30-06.55 <u>25 min/week</u> ZOO เพื่อนรักสัตว์โลก อา 07.00-07.40 <u>40 min/week</u> รายการของกรมสรรพากร อา 11.27-11.30 <u>3 min/week</u> Total 734 min/week 23.5%

* เป็นรายการที่ให้สาระความรู้ด้านกฎหมาย ในรูปแบบการนำเสนอที่เป็นละครตลก

	<p>ลีลันวันสบาย พ-พฤ 09.30-09.55 <u>25 min/week</u></p> <p>3 นาทีทั่วไทย พฤ 13.27-13.30 <u>3 min/week</u></p> <p>สารคดีเชื้อหรือไม่ปี 3 พฤ 15.30-16.17 <u>47 min/week</u></p> <p>Total 391 min/week 6%</p>	
ศาสนา		<p>ชีวิตไม่สิ้นหวัง อา 06.00-06.30 <u>30 min/week</u></p> <p>Total 30 min/week 1%</p>
สารคดี/ความรู้เพื่อเกษตรกร		
สารคดีสิ่งแวดล้อม	<p>โครงการพลังงานหมุนเวียน พ 05.05-05.55</p> <p><u>5 min/week</u></p> <p>รู้ค่าพลังงาน พฤ 23.20-23.25 <u>5 min/week</u></p> <p>Total 10min/week 0.2%</p>	<p>สารคดี “พุงนี้ยังมีน้ำ” อา 07.50-08.00 <u>10 min/week</u></p> <p>Total 10min/week 0.3%</p>
ความรู้สุขภาพ	<p>บันทึกสุขภาพ จ 09.00-09.05 <u>5 min/week</u></p> <p>ก้าวทันโรค อ-ศ 08.59-09.05 <u>24 min/week</u></p> <p>Hello good Life พฤ 08.25-08.28 <u>3 min/week</u></p> <p>Total 32 min/week 0.5%</p>	
เด็กและเยาวชน/ครอบครัว	<p>เป็น+ไปท์ Love English จ-ศ 06.10-06.15 <u>25min/week</u></p> <p>Total 25 min/week 0.4%</p>	<p>เป็น+ไปท์ Show ศ 06.00-06.30 <u>30min/week</u></p> <p>จิวแจ้ว COOKING CLUB ศ 07.00-07.20 <u>20 min/week</u></p> <p>Total 50min/week 1.6%</p>
ผู้หญิง	<p>ผู้หญิงผู้หญิง จ-ศ 08.25-08.45 <u>100 min/week</u></p> <p>MAGIC WOMEN จ-ศ 08.53-08.56 <u>15 min/week</u></p> <p>ผู้หญิงวันนี้ เดลี่แม็กกาซีน จ-ศ 08.56-09.00 <u>20 min/week</u></p> <p>เพื่อนหญิง พลังหญิง จ-พฤ 09.05-09.30 <u>125 min/week</u></p> <p>ยายเม้า..วอนสอนหญิง อ 10.25-10.55 <u>30 min/week</u></p> <p>Total 290min/week 4.4%</p>	<p>108 กัยหญิง ศ-อา 18.25-18.30 <u>10 min/week</u></p> <p>Total 10min/week 0.3%</p>
ศิลปวัฒนธรรม		
ชีวิตคนในสังคม/ชายขอบ		
สารบันเทิง + เพลง มิวสิควิดีโอ	<p>แควดวงบันเทิง จ-ศ 05.45-05.55 <u>50 min/week</u></p> <p>รายการทอล์ค ออฟเดอะทาวน์ จ-ศ 05.55-06.10 <u>75min/week</u></p>	<p>เรื่องไม่เป็นเรื่อง ศ-อา 13.30-14.00 <u>60 min/week</u></p> <p>รายการ เรียกน้ำย่อย ศ-อา 18.40-18.50 <u>20 min/week</u></p>

	<p>รายการ FUN4 จ-ศ 06.15-06.30 <u>75min/week</u></p> <p>ARE YOU READY? จ-ศ 08.50-08.53 <u>15 min/week</u></p> <p>ก่อนบ่ายคลายเครียด จ-ศ 12.30-13.00 <u>150 min/week</u></p> <p>สี่สัปดาห์เท็ง จ-ศ 20.10-20.15 <u>25 min/week</u></p> <p>สังคมนันทิง จ-ศ 22.15-22.20 <u>15 min/week</u></p> <p>ดาวรุ่งเสียงทอง จ 01.20-02.35 <u>55 min/week</u></p> <p>สี่สัปดาห์สบาย อ 09.30-09.55 <u>25 min/week</u></p> <p>รายการ Oxegen อ 00.25-01.25 <u>60 min/week</u></p> <p>รายการชอเต็ดคนดัง พ 23.50-23.55 <u>5 min/week</u></p> <p>ศุกร์สบาย ศ 09.30-09.55 <u>25 min/week</u></p> <p>รายการ 3 ชั่วโมง คาเฟ่ ศ 15.30-16.15 <u>45 min/week</u></p> <p><u>Total 620min/week 9.5%</u></p>	<p>สี่สัปดาห์เท็ง ส-อา 20.10-20.15 <u>10 min/week</u></p> <p>สังคมนันทิง ส-อา 22.00-22.05 <u>10 min/week</u></p> <p>รายการ HOUSE PARTY ส 00.25-01.00 <u>45 min/week</u></p> <p>รายการเรดซี๊ด อ 08.40-09.20 <u>40 min/week</u></p> <p>WHAT IS IT ? อะไรกันนี้ อ 15.45-16.30 <u>45 min/week</u></p> <p>ม.ท. 1 (จัดระเบียบบ้าน) อ 16.30- 17.15 <u>45 min/week</u></p> <p>รายการฟันโอเวอร์ใหม่ อ 01.30-01.50 <u>20 min/week</u></p> <p>เฮฮาลูกทุ่ง อ 02.00-02.30 <u>30 min/week</u></p> <p><u>Total 325 min/week 10.4%</u></p>
ละคร	<p>ละครผู้กองยอดรัก จ-ศ 14.20-15.17 <u>285 min/week</u></p> <p>ละครศึก 3 เพดานสูง จ 15.20-16.20 <u>60 min/week</u></p> <p>ละครฟ้าสีรุ้งห่อดิน จ-ศ 18.30-19.15 <u>225 min/week</u></p> <p>ละครบ่วงเล่ห์เสน่ห์หา จ-อ 20.15-22.15 <u>240 min/week</u></p> <p>ละครพยัคฆ์ร้าย 6 แผ่นดิน พ-พ 20.15-22.15 <u>240 min/week</u></p> <p>ละครที่เด็ดครุภัณฑ์ใหม่ จิตพิสัยเดือด ศ 20.15-22.10 <u>115 min/week</u></p> <p><u>Total 1490 min/week 22.7%</u></p>	<p>ละครโลกคุณ ตระกูลไข่ ส 10.00-10.45 <u>45 min/week</u></p> <p>ละครสายน้ำ ลูกผู้ชาย ส-อา 10.45-11.27 <u>84 min/week</u></p> <p>ร้านมหาสนุก ส 14.00-14.57 <u>57 min/week</u></p> <p>ละครที่เด็ดครุภัณฑ์ใหม่ จิตพิสัยเดือด ส-อา 20.15-22.00 <u>210 min/week</u></p> <p>ละครอลหม่านบ้านก๊วนโสด อ 09.20-10.00 <u>40 min/week</u></p> <p>ละครเสื้อสิงห์ กระทั่งโสด อ 10.00-10.45 <u>45 min/week</u></p> <p>ละครน้องใหม่ ร้ายบริสุทธิ์ อ 11.30-12.30 <u>60 min/week</u></p> <p><u>Total 541 min/week 17.3%</u></p>
ละครชุดจากต่างประเทศ	<p>ภ.จีน “2 โจ้ ยอดนักแซงก์” 09.30-11.30 <u>120 min/week</u></p> <p>ตำนานรักดอกเหมย ตอน “ศึกเจ้าพ่อตลาดหุ่น”</p> <p>จ 13.30-14.20 <u>50 min/week</u></p> <p>ตำนานรักดอกเหมย ตอน “ศึกรักนางพญา”</p> <p>อ-พ 13.30-14.20 <u>100 min/week</u></p> <p>ภ.จีน จอมยุทธเยี่ยยุทธภพ จ-ศ 16.20-17.20 <u>300 min/week</u></p> <p>ภ.จีน เฉซเซียวอ้ออี้ ภาค 2 จ-ศ 18.00-18.30 <u>150 min/week</u></p> <p>ภ.จีน อิทริทท์ภูมิตเวดา พ 09.55-11.00 <u>65 min/week</u></p>	<p>แฮปปี้วีเดนด “หนุ่มรักรสส้ม” ส-อา 17.40-18.25 <u>90 min/week</u></p> <p>หนังดังแดนมังกร “เขมรน้อยยอดอัจฉริยะ” ศ 22.20-00.15 <u>115 min/week</u></p> <p><u>Total 205min/week 6.5%</u></p>

	<p>ภ.ฝรั่ง สายลับต้องหนีปี 2 พ 15.30-16.20 <u>50 min/week</u> <u>Total 835 min/week 12.7%</u></p>	
เกมโชว์	<p>มาสเตอร์คีย์ ตีภาค จ-ศ 13.00-13.30 <u>150 min/week</u> ลูกใครหว่า จ-พ 17.42 – 18.00 <u>40 min/week</u> รวยรายวัน จ-ศ 22.20-22.25 <u>15 min/week</u> จุกบ็อกซ์เกม จ 22.25-23.10 <u>45 min/week</u> อยากได้จัดให้ อ 09.55-10.25 <u>30 min/week</u> รายการ เกม กล้องวิเศษ พฤ 22.20-23.20 <u>60 min/week</u> <u>Total 545 min/week 8.3%</u></p>	<p>ชิงฝันปั้นดาว ศ 15.00-15.42 <u>42 min/week</u> เกมล่าลูกเขย ศ 16.30-17.15 <u>45 min/week</u> 4 ต่อ 4 แฟมิลี่เกม ศ 17.15-17.40 <u>25 min/week</u> เกมเศรษฐี ศ-อา 18.40-19.25 <u>90 min/week</u> รวยรายวัน ศ-อา 22.05-22.10 <u>10 min/week</u> ดิบบแตก อา 13.30-14.00 <u>30 min/week</u> 4 ต่อ 4 ชั้นเด อา 17.15-17.40 <u>25 min/week</u> <u>Total 267min/week 8.5%</u></p>
วาไรตี้ ทอล์กวาไรตี้	<p>เมนูวาไรตี้ จ-ศ 08.45-08.50 <u>25 min/week</u> จู้จู้ อ 15.30-16.20 <u>50 min/week</u> ดีลิบ อ 22.25-00.20 <u>115min/week</u> สมากมชมดาว พ 23.20-23.50 <u>30 min/week</u> รายการ 168 ชั่วโมง พ 24.05-01.30 <u>85 min/week</u> รายการชัวร์ ชูรส พฤ 23.25-00.25 <u>60 min/week</u> <u>Total 632 min/week 9.6%</u></p>	<p>รายการ สารระแนโชว์ ศ 15.45-16.30 <u>45 min/week</u> หลังคาเดียวกัน อา 12.30-13.30 <u>60 min/week</u> ทไวไลท์โชว์ อา 14.30-15.45 <u>75 min/week</u> <u>Total 180 min/week 5.8%</u></p>
ภาพยนตร์การ์ตูน	<p>แอนน้อยเจ้าปัญญา จ-พฤ 19.15-19.29 <u>70min/week</u> แก้วหน้าม้า ศ 19.25-19.29 <u>4 min/week</u> <u>Total 74 min/week 1.1%</u></p>	<p>การ์ตูน เทพยุทธพิฆิตมาร ศ-อา 05.30-06.00 <u>60 min/week</u> แก้วหน้าม้า ศ 19.25-19.30 <u>5 min/week</u> การ์ตูน SAWGA ซากาแอนน้อยหมายสยาม อา 08.10-08.40 <u>30 min/week</u> ลูนีย์ ทูนส์ กลับ อา 08.00-08.10 <u>10 min/week</u> ปังปอนด์ เดอะซีรีส์ อา 19.25-19.30 <u>5 min/week</u> <u>Total 290 min/week 9.3%</u></p>
ภาพยนตร์เรื่องยาว	<p>มูวี่ส์ ออนทรี ภ.ฝรั่ง “คนแผ่นดินวินาศ 2013” THE POSTMAN ศ 22.20-00.50 <u>150 min/week</u> <u>Total 150 min/week 2.3%</u></p>	<p>หนังดัง วันเสาร์ “คนเหล็ก 2029” TERMINATOR ศ 08.00 – 10.00 <u>120 min/week</u> <u>Total 120 min/week 3.8%</u></p>
รายการกีฬา	<p>ซีโก้ทปส์ จ-ศ 17.20-17.30 <u>50 min/week</u> ของฝากนักกอล์ฟ จ-ศ (ช่วงเวลาโดยประมาณ) 23.15-23.20 <u>25</u></p>	<p>ถ่ายทอดสด สิกจ้าวมวยไทย ศ 11.30-13.30 <u>120 min/week</u> ของฝากนักกอล์ฟ ศ-อา (ช่วงเวลาโดยประมาณ) 00.20-00.25 <u>10 min/week</u></p>

	<p><u>min/week</u> <u>กอล์ฟอินสไตส์ จ. 23.20-23.25 5 min/week</u> <u>เทปการแข่งขันอเมริกันฟุตบอล จ 23.25-01.20 115 min/week</u> <u>กอล์ฟไคด์ อ 00.20-00.25 5 min/week</u> <u>ถ่ายทอดสด ยูฟ่าแชมเปียนลีก อ 01.30-03.45 135 min/week</u> <u>รายการมวยเค็ดช่อง 3 / ถ่ายทอดสด ยูฟ่าแชมเปียนลีก พ 01.30-03.15</u> <u>105 min/week</u> <u>เทปยูฟ่าแชมเปียนลีก พฤ 01.05-02.50 105 min/week</u> <u>Total 545 min/week 8.3%</u></p>	<p><u>เทปการแข่งขันอเมริกันฟุตบอล ส 01.00-03.00 120min/week</u> <u>กอล์ฟแมกกาซีน อา 01.50-02.00 10 min/week</u> <u>Total 260 min/week 8.3%</u></p>
อื่นๆ/ โฆษณาสินค้าขายตรง		

สัดส่วนรายการ สถานีโทรทัศน์ ช่อง 5 เดือนกันยายน 2546

ประเภทรายการ	วันธรรมดา	วันหยุด
ข่าวหลัก (ภาคเช้า กลางวัน ค่ำ)	<p>ทันข่าว จ.-ศ 08.03-08.20 85 min / week</p> <p>ห้องข่าว 10 โมง จ.-ศ 10.00-10.30 150 min / week</p> <p>ข่าวเที่ยงวัน จ.-ศ .12.00-12.30 150 min / week</p> <p>ข่าวภาคค่ำ 18.30 น. จ.-ศ 18.30-19.00 150 min / week</p> <p>ข่าวภาคค่ำ 20.00 น. จ.-ศ 20.00-20.35 175 min / week</p> <p>Total 710 min / week</p>	<p>ข่าวภาคค่ำ 20.00 น. ส.-อา 20.00-20.40 80 min / week</p> <p>Total 80 min / week</p>
ข่าวสั้น (ต้นชั่วโมง)	<p>ทันข่าว 14.00 น. จ.-ศ 14.00-14.05 25 min / week</p> <p>ทันข่าว 16.00 น. จ.-ศ 16.00-16.05 25 min / week</p> <p>ทันข่าว 22.00 น. จ.-ศ . 22.00-22.05 25 min / week</p> <p>ข่าวภาคดึก จ.-ศ . 24.00-00.10 50 min / week</p> <p>Total 150 min / week</p>	<p>ทันข่าว ส-อา 08.03-08.05 4 min / week</p> <p>ทันข่าว 14.00 น. ส.-อา 14.00-14.05 10 min / week</p> <p>ทันข่าว 16.00 น. ส.-อา 16.00-16.05 10 min / week</p> <p>ข่าวเที่ยงวัน ส.-อา .12.00-12.05 10 min / week</p> <p>Total 34 min / week</p>
สนทนา/วิเคราะห์ข่าว	<p>เกาะข่าวเช้านี้ จ.-ศ .05.30-06.00 150 min / week</p> <p>เช้าวันนี้ (สด)จ.-ศ 06.05-06.45 200 min / week</p> <p>สาระหลังข่าว จ.-ศ 20.35-20.40 25 min / week</p> <p>Total 375 min / week</p>	<p>เกาะข่าวเช้านี้ ส.-อา 05.30-06.00 60 min / week</p> <p>มองทันโลก ส 10.00-10.15 15 min / week</p> <p>7 วันทันข่าว อา 10.00-10.15 15 min / week</p> <p>Total 120 min / week</p>
ข่าวเศรษฐกิจ ตลาดหุ้น	<p>ช่องทางเงินทอง(สด) จ.-ศ 09.30-10.00 150 min / week</p> <p>สำหรับผู้ประกอบการ อ 09.25-09.30 25 min / week</p> <p>Total 175 min / week</p>	
สารคดีความรู้ทั่วไป	<p>เมืองไทยน่ารู้ จ.-ศ 06.00-06.04 20 min / week</p> <p>เมืองไทยปลอดภัย จ.-ศ 06.04-06.05 5 min / week</p> <p>วีรกรรมทหารกล้า จ. 10.55-11.00 5 min / week</p> <p>รอบรู้เมืองไทย จ.-ศ 12.30-12.35 25 min / week</p> <p>เมืองไทยน่ารู้ จ.-ศ 15.56-16.00 20 min / week</p> <p>คลื่นอนาคต จ. 17.30-17.55 25 min / week</p> <p>ภาษาไทยน่ารู้กับครูลีลี่ จ.-ศ 17.55-18.00 25 min / week</p> <p>ตามล่าหาความจริง จ. 18.01-18.26 25 min / week</p> <p>สาระความรู้ จ.-ศ 18.28-18.30 10 min / week</p>	<p>เกษตรศาสตร์น่าไทย ส 06.00-06.20 20 min / week</p> <p>ถนนสายนวัตกรรม ส 06.27-06.30 10 min / week</p> <p>เส้นทางภูมิปัญญา(1,2,3) เสนาปริทรรศน์ (4) ส 07.30 - 07.55 25 min / week</p> <p>รอยยิ้มคนไทยกับประกันสังคม ส 07.55 - 07.57 2 min / week</p> <p>สารบัญญัตินโพล ส 08.30 - 08.55 25 min / week</p> <p>วันสบาย ส 08.55 - 08.57 2 min / week</p> <p>รอบรู้ ส-อา 08.57 - 09.00 3 min / week</p>

	<p>โครงการรวมใจช่วยไทยพัฒนา จ-ศ 19.00 – 19.05 <u>25 min / week</u></p> <p>จารึกไว้ในแผ่นดิน จ-ศ 19.59–20.00 <u>5 min / week</u></p> <p>สำรวจโลก จ-ศ 20.40 – 21.10 <u>150 min / week</u></p> <p>เดินเท้าเที่ยวกรุง อ-พ 10.25 – 10.30 <u>10 min / week</u></p> <p>ส่องโลก อ 18.01 – 18.26 <u>25 min / week</u></p> <p>คนรักรด พ 23.35 – 24.00 <u>25 min / week</u></p> <p>โอชะ..พระนคร พฤ 14.55 – 15.00 <u>5 min / week</u></p> <p>โลกยานยนต์ พฤ 15.30 – 15.56 <u>24 min / week</u></p> <p>ก้าวไปกับอมสิน พฤ 18.28 – 18.30 <u>2 min / week</u></p> <p>ภูมิปัญญา ศ 16.05 – 16.30 <u>25 min / week</u></p> <p>การบินไทยใจจักรวาล (1,3,5) ศ 17.30 – 17.55 <u>25 min / week</u></p> <p><u>Total 481 min / week</u></p>	<p>แค่อายจจะรู้ ส 09.00 - 09.30 30 min / week</p> <p>ไอ อีโหวด์ทคอม ส 10.15 – 11.00 45 min / week</p> <p>หยุดโลกไว้ด้วยมือ ส 11.54 – 11.55 1 min / week</p> <p>แรงงานชวนรู้ ส 13.55 – 14.00 5 min / week</p> <p>กรุงเทพปลอดภัยเสพติด ส 15.54 – 15.56 2 min / week</p> <p>มหันตภัยทุจริตคอร์รัปชั่น ส 15.56 – 16.00 4 min / week</p> <p>โลก 360 องศา ส 18.30 – 18.55 25 min / week</p> <p>คู่คิด ส 18.57 – 19.00 , อา 17.57-18.00 6 min / week</p> <p>บันทึกแห่งการพัฒนา ส 19.54 – 19.58 4 min / week</p> <p>ก๊าซธรรมชาติยุทธศาสตร์พลังงานไทย ส 19.58 – 20.00 <u>2 min / week</u></p> <p>เวิร์ด วาย วอทซ์ ส 21.40 – 22.04 24 min / week</p> <p>เปิดโลกขนส่งจราจร ส 22.04 – 22.05 <u>1 min / week</u></p> <p>จุดประกาย ส 23.00 – 0.00 <u>60 min / week</u></p> <p>กล้าคิดกล้าทำ อา 07.27-08.00 33 min / week</p> <p>รู้ลึกเรื่องรถ อา 13.55-14.00 5 min / week</p> <p>ไทยแลนด์มินิท อา 15.54-15.56 2 min / week</p> <p>ออฟฟิศ ไลน์ อา 15.58-16.00 2 min / week</p> <p>ครอบครัวจกรวาล อา 08.30-08.55 2 min / week</p> <p>บ้านความรู้ อา 08.55-08.57 2 min / week</p> <p>รอบรู้ อา 08.57-09.00 3 min / week</p> <p>ทุนทางปัญญา อา 09.53-09.57 4 min / week</p> <p>ไฮไลท์ไทยแลนด์ อา 19.54-19.58 4 min / week</p> <p><u>Total 834 min / week</u></p>
ศาสนา		<p>แผ่นดินทอง ส 05.00-05.30 30 min / week</p> <p>พุทธประทีป ส 06.30 – 07.00 30 min / week</p> <p>แสงตะวันยามเช้า อา 05.00-05.30 30 min / week</p> <p>แผ่นดินธรรม อา 06.30-07.00 30 min / week</p> <p><u>Total 120 min / week</u></p>

<p>สารคดี/ความรู้เพื่อเกษตรกร</p>	<p>เพื่อคนเกษตร (สค) จ.-ศ 05.00-05.30 150 min / week</p> <p>สีสันเกษตรไทย (1,3,5) อ 15.30 – 15.56 24 min / week</p> <p>สีสันเกษตรไทย/ ทำกินบนดินไทย อ 16.05 –16.30 25 min / week</p> <p>มหัศจรรย์พฤกษศาสตร์ถิ่นไทย พท 11.55-12.00 5 min / week</p> <p><u>Total 204 min / week</u></p>	<p>พหมอดิน ส 07.57 - 08.00 2 min / week</p> <p>คลินิกเกษตร อา 06.00 - 06.30 2 min / week</p> <p>เกษตรนำไทย อา 15.56 - 15.58 2 min / week</p> <p><u>Total 6 min / week</u></p>
<p>สารคดีสิ่งแวดล้อม</p>	<p>แม่น้ำลูกหลง/สารคดีพลังนักศึกษาต้านยาเสพติด จ.-ศ 16.55–17.00</p> <p><u>25 min / week</u></p> <p>ถนนปลอดฝุ่น (2,4) พท 15.30 – 15.56 <u>26 min / week</u></p> <p><u>Total 51 min / week</u></p>	
<p>ความรู้สุขภาพ</p>	<p>มอร์นิ่ง เอลท์คลับ จ 09.00-09.30 30 min / week</p> <p>คลินิกช่อง 5 จ 16.30-16.55 25 min / week</p> <p><u>Total 55 min / week</u></p>	<p>หนูน้อยสมองใสใส่ใจสุขภาพ อา 14.59-15.00 <u>1 min / week</u></p> <p>บันทึกสุขภาพ อา 09.57-09.58 <u>1 min / week</u></p> <p><u>Total 2 min / week</u></p>
<p>เด็กและเยาวชน</p>	<p>ล้อมรั้วด้วยรัก จ 08.20-08.30 <u>10 min / week</u></p> <p><u>Total 10 min / week</u></p>	<p>ดวงใจพ่อแม่ ส 08.30-08.55 <u>25 min / week</u></p> <p>อยากให้อีกเก่ง อา 08.05-08.30 <u>1 min / week</u></p> <p>สู้รบกับตัวน้อย ส 09.25 – 09.30 <u>25 min / week</u></p> <p>บ้านคิมี่สุข ส 09.57 – 09.58 <u>1 min / week</u></p> <p>सानสายใย ส 11.55 – 12.00 <u>5 min / week</u></p> <p>ครอบครัวอินเทรน อา 09.58-10.00 <u>2 min / week</u></p> <p><u>Total 59 min / week</u></p>
<p>ผู้หญิง</p>	<p>สบายสไตล์มูรา จ.-ศ 08.35-09.00 <u>125 min / week</u></p> <p>ความรู้คู่แฟชั่น/ปณิณกะความงาม/ผมสวยทันสมัย</p> <p>จ 15.30-15.56 <u>26 min / week</u></p> <p>เสน่ห์ผู้หญิง อ 09.00-09.25 <u>25 min / week</u></p> <p>ผู้หญิง พ 09.00-09.30 <u>25 min / week</u></p> <p>เมนูชอปปี้ง อ 16.30 – 16.55 <u>25 min / week</u></p> <p>ฮัลโหลเองจ้า พท-ศ 09.00-09.30 <u>60 min / week</u></p> <p><u>Total 286 min / week</u></p>	<p>เลดีคอร์ดเนอร์ ส 09.30 – 09.57 27 min / week</p> <p>พลังเพื่อผิวสวย อา 12.55-13.00 5 min / week</p> <p><u>Total 32 min / week</u></p>

ศิลปะวัฒนธรรม		นิยมไทย ส 09.58 - 10.00 <u>2 min / week</u> นีราศพระมหานคร อ 22.05 - 22.06 <u>1 min / week</u> Total <u>3 min / week</u>
ชีวิตคนในสังคม/ชายขอบ	ชุมชนคนแกร่ง อ 17.30 – 17.55 <u>25 min / week</u> หลายชีวิต ศ 15.30 – 15.56 <u>26 min / week</u> โรงเรียนของหนู (2,4) ศ 17.30 – 17.55 <u>25 min / week</u> Total <u>76 min / week</u>	
สารบันเทิง + เพลง มิวสิควิดีโอ	คลับนัมเบอร์ไฟว์ (โชว์) จ 00.10-01.00 <u>50 min / week</u> ลูกทุ่งยอดนิยม จ 01.00-01.30 <u>30 min / week</u> คาราโอเกะ 25 น. จ 01.30 - 02.00 <u>30 min / week</u> เพลงพาเพลิน/โบกี้โชว์/พักใจกับเพลง จ 11.00-11.30 <u>30 min / week</u> บันเทิงมือเที่ยง จ 12.35-13.30 <u>55 min / week</u> สเปเชียลดิงค์ จ 13.30 -14.00 <u>30 min / week</u> ลูกทุ่งรายวัน จ-ศ 14.30-15.00 <u>30 min / week</u> นุ่ผาสวรรค์ ชูเปอร์ลูกทุ่ง จ-ศ 17.00-17.30 <u>150 min / week</u> หน้ากล้องช่อง 5 จ-ศ 18.26-18.30 <u>20 min / week</u> สายตรงบันเทิง จ-ศ 19.05-19. 20 <u>75 min / week</u> สีทันคนตรี จ 23.00 -24.00 <u>60 min / week</u> ไฟว์ไลน์ อ-ส 00.10-01.00 <u>250 min / week</u> ลูกทุ่งสะออน อ 01.00-01.30 <u>30 min / week</u> สดใสกับเสียงเพลง อ 01.30 - 02.00 <u>30 min / week</u> สยามทูเดย์/มุมสบาย/สบายสบาย/สารพันบันเทิง อ 11.00-11.30 <u>30 min / week</u> ลูกทุ่งมหาสนุก 12.35-13.00 <u>30 min / week</u> เพลงในใจ อ 13.00 – 13.30 <u>30 min / week</u> พ่อบ้านเข้าครัว อ 15.30 –15.56 <u>26 min / week</u> มิวสิคมาร์ท อ 23.00 – 24.00 <u>60 min / week</u> ลูกทุ่งพาเหรด พ 01.00-01.30 <u>30 min / week</u>	คลื่นลูกทุ่ง ส 01.00-01.30 <u>30 min / week</u> ลานลูกทุ่ง อ 01.00-01.30 <u>30 min / week</u> เทียวไทยสไตล์ลูกทุ่ง อ 01.30- 02.00 <u>30 min / week</u> แชนเทอร์เดย์โชว์ ออนสแตจ ส 15.00- 15.54 <u>54 min / week</u> หน้ากล้องช่อง 5 ส-อา 18.55 – 18.57 <u>4 min / week</u> ที – ยูไนเต็ต อ 12.05-12.55 <u>50 min / week</u> เฟริส สเตจ โชว์ อ 13.00-13.55 <u>50 min / week</u> ระเบิดเท็งเถิง อ 14.05-14.59 <u>54 min / week</u> เวคคลับ อ 09.00-09.53 <u>53 min / week</u> เทรนดี้ดี อ 10.15 -11.00 <u>45 min / week</u> คู่หูคู่อร้อย อ 11.54 – 12.00 <u>6 min / week</u> Total <u>406 min / week</u>

	<p>สคไลกับเสียงเพลง พ 01.30 - 02.00 <u>30 min / week</u></p> <p>คลื่นได้นำตัวโน้ตออกเดิน พ 11.00-11.30 <u>30 min / week</u></p> <p>แ่ว่วหวาน พ 12.35 - 13.00 <u>30 min / week</u></p> <p>เฮฮาลูกทุ่ง พ 13.00 –13.30 <u>30 min / week</u></p> <p>แบบว่าโลกเบี้ยว พ 13.30 –14.00 <u>30 min / week</u></p> <p>ลิเกรวมดาว พ 16.05 –16.30 <u>25 min / week</u></p> <p>คำรับทอง พ 16.30 –16.55 <u>25 min / week</u></p> <p>ทีวี ไร่ดี พ 17.30 –17.55 <u>25 min / week</u></p> <p>คุยเฟื่องเรื่องบันเทิง พฤ 11.00-11.30 <u>30 min / week</u></p> <p>ตะวันบันเทิง พฤ 12.35 - 13.00 <u>30 min / week</u></p> <p>พาเที่ยวทั่วไทย พฤ 13.00 –13.30 <u>30 min / week</u></p> <p>มหาชนบันเทิง พฤ 13.30 –14.00 <u>30 min / week</u></p> <p>น้ำใจไมตรี พฤ 16.05 –16.30 <u>25 min / week</u></p> <p>ดวงตาพามิม พฤ 16.30 –16.55 <u>25 min / week</u></p> <p>ลูกทุ่งบันเทิง ศ 01.00-01.30 <u>30 min / week</u></p> <p>จี้อัจฉริยะ/ดื่มขำเพลง/เพลินกับเสียงเพลง/ตะลุมเพลงดัง ศ 11.00-11.30 <u>30 min / week</u></p> <p>ทีวีรีแล็กซ์ ศ 12.35 – 13.30 <u>30 min / week</u></p> <p>ลูกทุ่งพรรษา ศ 13.30-14.00 <u>30 min / week</u></p> <p>อร่อยช่อง 5 ศ 16.30 –16.55 <u>25 min / week</u></p> <p>นานานำโชว์ ศ 23.20 – 24.00 <u>40 min / week</u></p> <p>Total 1656 min / week</p>	
ละคร	<p>ร้อยสละครไทย “ซ้อย” จ.- ศ 10.30-10.55 <u>125 min / week</u></p> <p>ละคร “กษัตริยา” จ.- ศ 19.20 -19. 59 <u>195 min / week</u></p> <p>Total 320 min / week</p>	<p>ละคร เมืองมายาเดอะซีรีส์ 5 ตอนมายาลวง ส –อา 20.40 – 21.40 <u>120 min / week</u></p> <p>Total 120 min / week</p>
ละครชุดจากต่างประเทศ	<p>ภ.จีน อ้อมอกแม่ จ.-พ 15.00–15.30 <u>90 min / week</u></p> <p>ภ.จีน เกาหลี รักนี้เพื่อเธอ พฤ.-ศ 15.00–15.30 <u>60 min / week</u></p> <p>Total 150 min / week</p>	
เกมโชว์	<p>ป๊อปคอร์น โชว์ จ.-ศ 11.30-12.00 <u>30 min / week</u></p>	<p>เวทีทอง ศ 11.00 –11.54 <u>54 min / week</u></p>

	<p>เกมส์์วุดวง อ 22.05 – 23.00 <u>55 min / week</u></p> <p>ชิงร้อยชิงล้าน พ 22.05 – 23.00 <u>55 min / week</u></p> <p>คิดคิด โขว์ พฤ 17.30 – 17.55 <u>25 min / week</u></p> <p>แฟนพันธุ์แท้ ส 22.05 – 23.20 <u>75 min / week</u></p> <p>สิงห์นักสืบ จ 22.05 - 23.00 <u>55 min / week</u></p> <p><u>Total 295 min / week</u></p>	<p>มันไม่หมูผู้ตายกลับ ส 12.30 – 12.55 <u>25 min / week</u></p> <p>แชมป์ยืนเกมส์ ส 13.00 – 13.55 <u>55 min / week</u></p> <p>ปริศนาพิศดาร ส 18.05 – 18.30 <u>25 min / week</u></p> <p>เลฆมหาสมบัติ ส 19.00 – 19.54 <u>54 min / week</u></p> <p>แฟนซีโดน ส 22.06 – 23.00 <u>54 min / week</u></p> <p>เกมแก็ง อา 16.05 – 17.00 <u>55 min / week</u></p> <p>เกมจารชน อา 17.00– 17.55 <u>55 min / week</u></p> <p>ทวยได้ให้เลย อา 18.05 – 19.00 <u>55 min / week</u></p> <p>เกมสมอลทอล์ค อา 19.00 – 19.54 <u>54 min / week</u></p> <p>5432 โขว์ อา 22.06 – 23.00 <u>54 min / week</u></p> <p>ห้า..ให้ (สด) อา 23.00-00.00 <u>60 min / week</u></p> <p><u>Total 600 min / week</u></p>
<p>วาไรตี้ ทอล์ค</p> <p>วาไรตี้</p>	<p>ช่อง 5 พาที จ.-ศ 06.45–07.00 <u>75 min / week</u></p> <p>บ้านเลขที่ 5 จ.-ศ 07.00–08.00 <u>300 min / week</u></p> <p>5 ร้านบานหทัย จ.-ศ 14.05–14.30 <u>125 min / week</u></p> <p>ที่นี่ประเทศไทย จ.-ศ 21.10–22.00 <u>250 min / week</u></p> <p>เจาะใจ พฤ 22.05 – 23.20 <u>75 min / week</u></p> <p>สโมสรคนนอนตึก พฤ 23.20 – 24.00 <u>40 min / week</u></p> <p>คืนนี้ที่ช่อง 5 ศ 01.30 – 02.00 <u>30 min / week</u></p> <p><u>Total 1255 min / week</u></p>	<p>ไอโน้โขวว์ ส 14.05 – 15.00 <u>55 min / week</u></p> <p>แซดทีวี อา 15.00 – 15.54 <u>54 min / week</u></p> <p>รักมาราธอน อา 11.00 – 11.54 <u>54 min / week</u></p> <p><u>Total 163 min / week</u></p>
<p>ภาพยนตร์การ์ตูน</p>	<p>ลิตเติ้ลบิ๊กฮีโร่ พ 18.01-18.26 <u>25 min / week</u></p> <p>การ์ตูน กาโอ ไกอาร์ พฤ 18.01-18.26 <u>25 min / week</u></p> <p>การ์ตูน ไท้ม เรนเจอร์ ส 18.01-18.26 <u>25 min / week</u></p> <p><u>Total 75 min / week</u></p>	<p>การ์ตูน คิดดี ได้ดี ส-อา 07.00 – 07.27 <u>54 min / week</u></p> <p><u>Total 54 min / week</u></p>
<p>ภาพยนตร์เรื่องยาว/ชุด</p>		
<p>รายการกีฬา</p>	<p>เปิดบันทึกตำนาน/กีฬาโอลิมปิก พ 15.30 – 15.56 <u>26 min / week</u></p>	<p>ไฟว์สปอร์ต ส 12.05 – 12.30 <u>25 min / week</u></p> <p>ถ่ายทอดสดขมขมยุดมพินิ ส 16.05 – 18.00 <u>115 min / week</u></p>

	<u>Total 26 min / week</u>	กลับนมเบอร์รี่ (สปอร์ตโปรแกรม) อา 00.10-01.00 <u>50 min / week</u> <u>Total 190 min / week</u>
อื่นๆ	อินโนเวชั่น จ-ศ 02.00 - 02.30,04.30 - 05.30 <u>90 min / week</u> เส้นทางสีเขียว จ.-ศ 08.30 - 08.33 <u>15 min / week</u> ริงค์ แอนด์ คิว จ.-ศ 08.33-08.35 <u>10 min / week</u> <u>Total 115 min / week</u>	อินโนเวชั่น ส-อา 02.00 - 02.30,04.30 - 05.30 <u>90 min / week</u> <u>Total 90 min / week</u>

สัดส่วนรายการสถานีโทรทัศน์ ช่อง 7 เดือนกันยายน 2546

รายการ	วันธรรมดา	วันหยุด
ข่าวหลัก (ภาคเช้า กลางวัน ค่ำ)	ข่าวภาคเช้า จ.-ศ. 5.25-6.15 50min 250min/week ข่าวภาคเที่ยง จ.-ศ. 11.00-11.35 35min 175min/week ข่าวภาคค่ำ จ.-ศ. 19.20-20.20 60min 300min/week	ข่าวภาคเช้า ส.-อา. 5.25-6.15 50min 100min/week ข่าวภาคค่ำ ส.-อา. 19.20-20.20 60min 120min/week
ข่าวสั้น (ต้นชั่วโมง)	ข่าวเด็ด 7 สี จ.-ศ. (4 ครั้ง) 6 min 120min/week ข่าวเศรษฐกิจ จ.-ศ. 8.45-8.50 5 min 25min/week ข่าวเด่นเย็นนี้ จ.-ศ. 16.25-16.30 5min 25 min/week ข่าวภาค 18.00 น. จ.-ศ. 17.50-18.00 10min 50min/week ข่าวเด็ดภาคดึก จ.-ศ. 23.15 -23.20 5 min 25min/week ข่าวภาคดึก จ.-ศ. 00.15-00.20 5 min 25min/week เด็ดข่าวดึก จ.-ศ. 01.25-01.30 5 min 25 min/week	ข่าวเด็ด 7 สี ส.-อา. (4 ครั้ง) 6 min 12min/week ข่าวภาค 18.00 น. ส.-อา. 10min 20min/week ข่าวเด็ดภาคดึก ส.-อา. 23.40-23.45 5 min 10min/week ข่าวเด็ดข่าวดึก ส.-อา. 00.55-01.00 5 min 10min/week
สนทนา/วิเคราะห์ข่าว	เกาะกระแสโลก จ.-ศ. 06.40-06.55 15min 75min/week	
สารคดีความรู้ทั่วไป	เที่ยวเมืองไทยใน 1 นาที จ.-ศ. 1min 5min/week เศรษฐกิจทั่วไทย จ.-ศ. 1min 5min/week กระจกหกด้าน จ., อ.ศ. 16.10-16.15 5min 15min/week ไทยวันใหม่ จ. 7.35-8.05 30min/week อรร้อยเด็ด จ. 16.25-16.40 15 min/week เงินทุนเพื่อคนไทย จ. 17.55-18.00 5 min/week หัวใจสีขาว อ. 7.35-8.05 30min/week คุยกันเข้านี้ พท. 7.35-8.05 30min/week ด้วยรักและเข้าใจ ศ. 7.35-8.05 30min/week น้ำใสใจจริง อ. 16.15-16.20 5min/week เกร็ดน่ารู้คู่บ้าน อ., พ. 18.05-18.10 5min 10min/week ติดอกกัน พ., พท. 17.40-17.45 5min 10min/week หนึ่งในใจคุณ พ. 18.10-18.15 5min/week โมเดิร์นไลฟ์แอทโฮม พท. 18.05-18.10 5min/week ด้วยสำนึกดี ศ. 18.05-18.10 5min/week ล้านเจ็ดเคล็ดลับ จ.-ศ. 17.45-17.50 5min 25min/week	กระจกหกด้าน ส.-อา. 17.55- 18.00 5 min 10min/week งานเด็ดวันหยุด ส. 9.05-9.15 10min/week บ้านสวยของคนรักไม้ ส. 10.00-10.30 30min/week โฟโต้ 1 นาที ส. 1min/week เรื่องบ้านน่ารู้ ส. 13.15- 5min รอบรู้เรื่องสีสัน ส. 5min/week ด้วยสำนึกดี ส. 5min/week ล้านเจ็ดเคล็ดลับ ส. 5min/week เติมสุขทุกมีอรร้อย ส. 11.35-12.05 30min/week พาชมอัมสมบาย ส. 17.55-18.10 15min/week ตามรอยปฏิบัติการศึกษา อา. 8.25-8.30 5min/week คู่หู...คู่บ้าน อา. 9.10-9.15 5min/week ฉลาดซื้อฉลาดใช้ อา. 10.45-10.50 5min/week นานาไอเดีย อา. 11.30-11.35 5min/week ชีวิตหลากหลายสไตล์ อา. 11.35-12.15 40min/week อัจฉริยะบนทีกโลก อา. 13.55-14.00 5min/week

		เปิดครัวทั่วไทย อา. 17.00-17.15 15min/week เกร็ดน่ารู้คู่บ้านสวย อา. 18.05-18.10 5min/week
ศาสนา		รายการธรรมะ อา. 06.20- 06.40 20min/week
สารคดี/ความรู้เพื่อเกษตรกร		
สารคดีสิ่งแวดล้อม		โลกน่ารัก ส. 06.15-06.40 25 min/week
ความรู้สุขภาพ	คลินิกหมอหน้า จ. 17.15-17.20 5min/week	แพทย์ก้าวหน้า ส.-อา. 6.40-6.45 5min 10min/week สุขภาพดีเลือกได้ ส. 17.55-16.10 15min/week พบหมอศิริราช อา. 13.15-13.25 10min/week
เด็กและเยาวชน/ครอบครัว	ป๊าน...ป๊าน/ข่าวผู้เยาว์/ โลกนี้สีสวย จ. 7.10-7.35 25min/week เจ้าขุนทอง/ข่าวผู้เยาว์/ โลกนี้สีสวย อ. 7.10-7.35 25min/week สถานีครอบครัว/ โลกนี้สีสวย พ. 7.10-7.35 25min/week เจ้าขุนทอง/ข่าวผู้เยาว์/ โลกนี้สีสวย พท. 7.10-7.35 25min/week เจ้าขุนทอง/ข่าวผู้เยาว์/ โลกนี้สีสวย ศ. 7.10-7.35 25min/week รักลูกให้ถูกทาง จ. - พท. 16.45-16.50 5min 20min/week เยาวชนคนเก่ง พ. 16.10-16.40 30min/week	คิสนีย์คลับ ส. 06.45-07.45 60min/week แชมเปียนน้อย คัดลิมปิก ส. 07.45-8.25 30min/week พ่อแม่มีอใหม่ ส. 9.20-9.25 5 min/week บันทึกเล่มเล็ก อา. 7.10-7.20 10min/week แบ่งปันรอยยิ้ม อา. 7.50-7.55 5min/week หนูน้อยสมองใส สุขภาพดี อา. 9.15-9.20 5min/week
ผู้หญิง	ครบเครื่องเรื่องผู้หญิง จ. - ศ. 8.15-5.45 30min 150min/week ครัวคุณหรีด พท. 16.00-16.10 10min/week สวยเด็ดเจ็ดวัน พท. 17.20-17.25 5min/week	บันทึกผิวใส ส. 11.20-11.25 5min/week ผิวสวย ลดรอยแผลเป็น ส. 16.45-16.55 5min/week
ศิลปวัฒนธรรม		ของดีในถิ่นไทย อา. 17.45-17.50 5min/week
ชีวิตคนในสังคม/ชายขอบ		
สาระบันเทิง + เพลง มีวสิทวิดีโอ	เพลงทะเลจอก จ. 11.50-12.45 55min นัดกับโน้ต จ. 12.45-13.10 25 min ยูทู โน้ต จ. 00.20-01.25 55min ทีนเซ็นเตอร์ อ. 11.50-12.45 55min/week ขบวนการลูกทุ่ง อ. 12.45-13.10 25min/week แมลงมัน อ. 00.20-01.20 60min/week	7 ลีคอนเสิร์ต ส. 12.10 -12.45 35min/week คดีเด็ด ส. 14.55-15.50 55min/week ฮ่าไอ้...ไทยแลนด์ ส. 18.10-18.25 15min/week ซูเปอร์แก๊งค์ อา. 17.25-17.35 10min/week เรื่องจริงผ่านจอ อา. 22.20-23.40 20min/week

	<p>สะบัดช่อ พ. 23.20-00.10 50min/week</p> <p>Pop on the road พ. 00.20-01.20 60min/week</p> <p>คลื่นลูกใหม่ พฤ. 12.45-13.10 25min/week</p> <p>Mix club พฤ. 23.45-00.45 45min/week</p> <p>ชุมทางเสียงทอง ศ. 11.50-13.10 80min/week</p> <p>E- มาท์ ศ. 23.50-00.20 30min/week</p> <p>Music help TV ศ. 00.50-01.25 35min/week</p>	
ละคร	<p>กองร้อย 501 จ. - ศ. 13.15-15.05 110min 550min/week</p> <p>ทาสวังหลัง จ. - พฤ. 17.20-17.45 15min 60min/week</p> <p>ทับทวา จ. - ศ. 18.25-19.20 55min 275min/week</p> <p>ลิเก้ลิเก จ. - อ. 20.20-22.10 110min 220min/week</p> <p>โซ่เส่นหา พ. - พฤ. 20.20-22.10 110min 220min/week</p> <p>มหาสง ศ. 20.20-22.15 55min/week</p>	<p>เทพสามฤดู ศ. 7.25- 8.00 45min/week</p> <p>เฮง เฮง เฮง ศ. 11.15-11.35 20min/week</p> <p>ทับทวา ศ. - อา. 18.25-19.20 55min 110min/week</p> <p>มหาสง ศ. - อา. 20.20-22.15 55min 110min/week</p> <p>แม่แดงร่มไผ ศ. 13.10-13.40 30min/week</p> <p>กลิ้งไว้ก่อนพอสอนไว้ อา. 10.50- 11.20 30min/week</p>
ละครชุดจากต่างประเทศ	<p>ภาพยนตร์เกาหลีชุด มรสุมหัวใจ จ. - ศ. 15.10-16.10 60min</p> <p>300min/week</p>	
เกมโชว์	<p>แข่งร้อยได้ล้าน จ. - ศ. 10.45-11.00 15min 75min/week</p> <p>โบนัสเกมส์ จ. 16.50-17.15 15min/week</p> <p>เก้าอี้ระทึก อ. 22.20-23.10 50min/week</p> <p>เกมฮอตเพลงฮิต พฤ. 11.50-12.45 55min/week</p>	<p>ปลดหนี้ ศ. 14.55-15.20 25min/week</p> <p>เปรี้ยวหวานมันเผา ศ. 25min</p> <p>เกมพันหน้า อา. 12.15 - 12.45 30min/week</p>
วาไรตี้ ทอล์กวาไรตี้	<p>จันทร์เจ้าของ จ. 22.20-23.15 55 min/week</p> <p>เจ วาไรตี้ พ. 22.20-23.15 55min/week</p> <p>จ้อ...จี้ พฤ. 22.20-23.15 55min/week</p> <p>สัญญามหาชน ศ. 22.20-23.45 105min/week</p>	<p>07 โชว์ อา. 16.10-17.00 50min/week</p>
ภาพยนตร์การ์ตูน	<p>อภินิหารเจ้าชายน้อย จ. - ศ. 6.55-7.10 15min 75min/week</p> <p>อภินิหารขวานฟ้า จ. - พ. 18.10-18.25 15min 45min/week</p> <p>กล้วยหอมจอมชน พฤ. - ศ. 18.10-18.25 15min 30min/week</p>	<p>เรย์มีมี พิชิตดาวแห่งฝัน ศ. - อา. 18.10-18.25 15min 30min/week</p>
ภาพยนตร์เรื่องยาว	<p>หนังรอบเช้า จ. - ศ. 8.50- 10.30 90 min 450min/week</p>	<p>ขอลภาพยนตร์นานาชาติ ศ. - อา. 9.15-10.35 80 min 160min/week</p>

		บิกินีมา โปรแกรมทอง ส. 22.20-00.25 120min/week
รายการกีฬา	7 สีกีฬาโลก จ.-ศ. 6.15-6.40 25min 125min/week สปอร์ตแฟน จ.-ศ. 11.35-11.50 15min 75min/week กอล์ฟยูโร จ. 23.20-00.15 55min บัลลังก์แชมป์ อ. 23.20-00.10 50min/week มหกรรมกีฬาโลก พฤ. 00.45 – 01.25 30min/week ถ่ายทอดสดแข่งขันชกมวย สภามวยเอเชีย ส. 15.50-17.50 120 min/week ท็อปเกียร์แอคชั่น ส. 00.20-00.50 30min/week	เจาะสนาม ส. 15.25-17.55 50min/week ถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอล ส. 00.30-02.00 90min/week กอล์ฟพีจีเอ อา. 23.45-01.00 55 min/week ถ่ายทอดสดดาวเทียมฟุตบอลโลก อา. 02.00-03.00 60min/week
อื่นๆ/ โฆษณาสินค้าขายตรง	ควอนตัมเทเลวิชั่น จ.-ศ. 01.30 30min 150min/week ควอนตัมเทเลวิชั่น จ.-ศ. 04.30 -05.30 30min 150min/week	ควอนตัมเทเลวิชั่น ส.-อา. 01.30 30min 60min/week ควอนตัมเทเลวิชั่น ส.-อา. 04.30 -05.30 30min 60min/week

สัดส่วนรายการ สถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 เดือนกันยายน 2546

ประเภทรายการ	วันธรรมดา	วันหยุด
ข่าวหลัก (ภาคเช้า กลางวัน ค่ำ)	ข่าวก้าววันใหม่ จ.-ศ. 6.00-8.00 120 min <u>600min/week</u> ข่าวเที่ยง จ.-ศ. 12.00-13.00 60 min <u>300 min/week</u> ข่าวภาค 17.00 น. จ.-ศ. 17.00-17.25 25 min <u>125 min/week</u> ข่าวภาคค่ำ จ.-ศ. 19.00-21.00 120 min <u>600 min/week</u>	ข่าวภาคค่ำ ส.-อา 19.00-20.30 90 min <u>180 min/week</u>
ข่าวสั้น (ต้นชั่วโมง)	ข่าวสั้นทันโลก จ.-ศ. (13 ครั้ง/day) 5 min/time <u>325min/ week</u>	ข่าวสั้นทันโลก ส.-อา. (3 ครั้ง/day) 5min/time <u>30 min/week</u>
สนทนา/วิเคราะห์ข่าว	เมืองไทยรายวัน จ.-ศ. 5.30-6.00 30min <u>150min/week</u> วิเคราะห์ข่าวในประเทศ (เวลาโลก ภาษามัธยมศึกษา รายงานประเทศไทย) จ.-ศ. 8.00-9.00 60 min <u>300 min/week</u> มองไทยมองโลก จ.- ศ. 10.30-11.00 30min <u>150 min/week</u> ไทยแลนด์ทูเดย์ จ. - ศ. 14.30-15.00 30min <u>150min/week</u> ถึงลูกถึงคน จ.-ศ. 23.00-24.00 60 min <u>300 min/week</u> เมืองไทยรายสัปดาห์ ศ. 21.00-22.00 60 min/week	
ข่าวเศรษฐกิจ ตลาดหุ้น	โมเดิร์นบิซ จ. - ศ. 9.30-9.45 15 min <u>75min/week</u> เปิดประตูหุ้น จ.-ศ. 9.30-9.45 15 min <u>75 min/week</u> ก้าวทันตลาดหุ้น จ.-ศ. 9.45-10.10 25 min <u>125 min/week</u>	
สารคดีความรู้ทั่วไป	คู่มือช่อง 9 จ. 5.00-5.30 <u>30 min/week</u> น่ารู้ฯ อ. 5.00-5.30 <u>30 min/week</u> สารคดีแดนสนธยา (รีรัน) จ. - ศ. 11.00-11.30 30min <u>150min/week</u> บ่ายนี้มีคำตอบ จ.-ศ. 13.00-14.00 60min <u>300 min/week</u> เพื่อนเดินทาง อ. 15.00-16.00 <u>60min/week</u> เมืองไทยเมืองยิ้ม/ของดีจว. ศ. 15.00-16.00 <u>60 min/week</u> พ่อครัวบ้านเทิง อ. 16.30-17.00 <u>30 min/week</u> แดนสนธยา จ. - ศ. 18.30-19.00 30min <u>150min/week</u> ฟูดฟีดฟอไฟ จ.-ศ. หลังข่าวภาคค่ำ 3min <u>15 min/week</u> แมกกาซีนออนทีวี จ. - ศ. หลังข่าวภาคค่ำ 5 min <u>25min/week</u> บันทึกโลก พท. 21.00-21.30 <u>30min/week</u> สารคดี จ. 00.00-00.03 <u>30min/week</u>	รักไทย ส. 5.30-6.00 <u>30min/week</u> บ้านของเรา อ. 5.30-6.00 <u>30min/week</u> ที่น้มนานคร ส. 6.30-7.00 <u>30min/week</u> น้ำใจจากสายธาร อ. 6.30-7.00 <u>30min/week</u> 1 ในพระราชดำริ ส. 20.30-21.00 <u>30 min/week</u> เปิดโลกสดใส ส. 23.00-00.00 <u>30min/week</u> สารคดี อ. 23.30-00.00 <u>30min/week</u> สารคดี ส. 4.30-5.00 <u>30min/week</u>

	<p>สารคดี อ., พท, 04.30-5.00 30min 60min/week</p> <p>เช้าวันศุกร์ ศ. 04.30 – 05.00 30 min/week</p> <p>วันสุดท้าย พ. 22.00-23.00 60min/week</p> <p>เรื่องเล่าจากความมืด ศ. 22.00-23.00 60min/week</p>	
ศาสนา	<p>รัฐธรรมนูญชีวิต จ., พ. 4.30-5.00 30 min 60min/week</p> <p>เวทีธรรม พท. 5.00-5.30 30 min/week</p> <p>โลกมุสลิม ศ. 5.00-5.30 30 min/week</p>	<p>อยู่เย็นเป็นสุข ศ. 5.00-5.30 30min/week</p> <p>คำตอบชีวิต/แสงธรรม อ. 5.00-5.30 30min/week</p> <p>พุทธธรรมนำทาง ศ. 6.00-6.30 30min/week</p> <p>ประทับใจช่องทาง/ใจเขาใจเรา อ. 6.00-6.30 30min/week</p> <p>พบคนพบธรรม อ. 21.30-22.30 60min/week</p>
สารคดี/ความรู้เพื่อเกษตรกร	<p>ผู้ใหญ่บ้านคำดี พ. 16.30-17.00 30min/week</p>	<p>9 เพื่อนเกษตรไทย อ. 4.30-5.00 30 min/week</p>
สารคดีสิ่งแวดล้อม	<p>มหัศจรรย์แห่งป่า ศ. 17.25-17.50 25 min/week</p>	
ความรู้สึกสุขภาพ		<p>ปัญหาชีวิตและสุขภาพ อ. 20.30-21.30 60min/week</p>
เด็กและเยาวชน	<p>บัณฑิตน้อย จ. 17.25-17.50 25min/week</p> <p>เพื่อนแก้ว จ.-อ. 17.25-17.50 25min 50min/week</p> <p>ผจญภัยสุดสนุก พท. 17.25-17.50 25min/week</p> <p>ไอทีจีเนียส พท. 17.50-18.20 30min/week</p> <p>เกมคนเก่งกับแอลจี ศ. 17.25-18.20 45min/week</p>	<p>คิดชน อ. 7.00-7.30 30min/week</p> <p>ซูเปอร์จิว ศ. 10.30-11.20 50min/week</p>
ผู้หญิง	<p>โมเดิร์นไลฟ์สไตล์ จ. – ศ. 14.00- 14.30 30 min 150min/week</p> <p>เสน่ห์แม่บ้าน พท. 16.30-17.00 30min/week</p> <p>วันดีกับบรรพิตพรรณ ศ. 16.30-17.00 30min/week</p>	
ศิลปวัฒนธรรม	<p>ของดีของไทย พ. 5.00-5.30 30min/week</p>	
ชีวิตคนในสังคม/ชายขอบ	<p>รายงานประเทศไทย จ. – ศ. 9.10-9.30 20min 100min/week</p> <p>ชีวิตไทยไกลบ้าน จ. 16.30-17.00 30min/week</p> <p>คนค้นคน อ. 22.00-23.00 60 min/week</p>	
สารบันเทิง + เพลง มิวสิควิดีโอ	<p>ไนน์เอนเทอร์เทน จ. – ศ. 11.30-12.00 30min 150min/week</p> <p>ไม่คิดปีก จ. 15.00-16.00 60min/week</p> <p>แชมป์เยาวชน พ. 15.00-16.00 60min/week</p>	<p>ซีนีมาคัท ศ. 23.00-23.30 30min/week</p> <p>วันมันส์พันธุ์คาราโอเกะ ศ. 00.00-01.00 60min/week</p> <p>มิคไนท์สตาร์ อ. 00.30-01.00 30min/week</p>

	<p>ลูกทุ่ง M-TV ศ. 15.00-16.00 60min/week</p> <p>ลูกทุ่งปาร์ตี้ จ. 00.30-01.00 30min/week</p> <p>สายรุ้งลูกทุ่งไทย จ. 01.00-01.30 30 min/week</p> <p>ซีซอร์ซัน อ. 00.30-01.30 60min/week</p> <p>แบงแบงเคชี่ พ. 00.30-01.30 60min/week</p> <p>คนมันมัน พฤ. 00.30-01.00 30min/week</p> <p>สตาร์ไฟท์ส พฤ. 00.30-01.00 30min/week</p> <p>สตาร์ไฟท์ส พฤ. 01.00-01.30 30min/week</p> <p>ดึกดึกยังก๊ออยู่ ศ. 00.30- 01.00 30min/week</p> <p>ไนท์มิวสิก ศ. 01.00-01.30 30min/week</p> <p>ลูกทุ่งกำจัดความเครียด จ. 02.00-02.30 30min/week</p> <p>ลูกทุ่งบันเทิงไทย อ. 02.00-02.30 30min/week</p> <p>ดาวจรัสแสง พ., ศ. 02.00-02.30 30min 60min/week</p> <p>ทำเนียบลูกทุ่ง พฤ. 02.00-02.30 30min/week</p>	<p>คลื่นบันเทิง ศ. 01.00-01.30 30min/week</p> <p>บันเทิงจัดจาด อ. 01.30-02.00 30min/week</p> <p>ลูกทุ่งกำจัดความเครียด อ. 02.00-02.30 30min/week</p> <p>รักย์ลูกทุ่ง ศ. – อ. 03.00-03.30 30 min 60 min/week</p> <p>ตะวันรุ่งลูกทุ่งไทย ศ. – อ. 03.30-04.00 30 min 60 min/week</p> <p>ถ่ายทอดสดเวทีไท ศ. 16.30-18.00 90 min/week</p>
ละคร	ละครวีรין จ. – ศ. 03.30 – 04.00 30 min 150 min/week	<p>บางรักซอย 9 ศ. 18.00-19.00 60 min/week</p> <p>ขอหมอนใบนั้นที่เธอฝันยามหนุนนอน อ. 18.00-19.00 60 min/week</p>
ละครชุดจากต่างประเทศ		
เกมโชว์	<p>บุญหล่นทับยกก้าลัง 9 พ. 11.30-12.00 30min/week</p> <p>เดอะ สตาร์ อ. 21.00-22.00 60 min/week</p> <p>ที-ซ่า พฤ. 21.00-22.00 60 min/week</p> <p>เกมทศกัณฐ์ จ. – ศ. 19.35 – 20.00 25 min 125 min/week</p> <p>เซอร์ไวเวอร์ จ. 22.00-23.00 60min/week</p>	<p>ทีวีแชมเปียน ศ. อ. 10.30-11.30 60min 120min/week</p> <p>เกมโชว์ ศ. 12.30-13.30 60 min/week</p> <p>ดอกลงใจ จ. 14.00-14.30 30min/week</p> <p>คิทเช่นโชว์โอลาส่า อ. 14.00-14.30 30min/week</p>
วาไรตี้ ทอล์กโชว์	<p>โชว์ใหม่บายศศิธร จ. – ศ. หลังข่าวภาคค่ำ 6 min 30min/week</p> <p>โหดหวีดสยอง จ. 21.00—22.00 60min/week</p> <p>ชัยบดินทร์โชว์ พฤ. 22.00-23.00 60min/week</p> <p>เฮงเฮง ศ. 00.30-01.00 30min/week</p>	<p>วาไรตี้ซิงส์ ศ. 13.30-14.00 30min/week</p> <p>โนนโซไซตี้ ศ. 11.30-12.00 30 min/week</p> <p>แฮปปี้แฟมมีลี่เกมส์ อ. 17.00- 18.00 60min/week</p> <p>เปิดหูเปิดตา อ. 22.30-23.00 30min/week</p> <p>เวทีวาไรตี้ ศ. 01.30-02.00 30 min/week</p>
ภาพยนตร์การ์ตูน	<p>โลกการ์ตูนมหาสนุก จ. – พ. 17.50-18.20 30 min 90min/week</p> <p>ไฮไลต์การ์ตูน จ.- ศ. 18.20-18.30 10min 50 min/week</p>	<p>ก. อิชามิ แก๊ง 3 ซ่าซามูไร ศ. 07.00-07.30 30min/week</p> <p>ไฮไลต์การ์ตูน ศ. – อ. 07.30-08.00 30 min 60min/week</p>

		ช่อง 9 การ์ตูน ส. – อ. 08.00 – 10.00 120 min <u>240min/week</u>
ภาพยนตร์เรื่องยาว/ชุด		ภาพยนตร์จีน ชุดจีนซีฮ่องเต้ ส. – อ. 14.30-15.30 60min <u>120min/week</u> ภาพยนตร์อินเดีย ส. – อ. 15.30-16.30 60min <u>120min/week</u>
รายการกีฬา	มันเดย์สปอร์ต จ. 16.00-16.30 <u>30min/week</u> กีฬาทำใจ อ. 16.00-16.30 <u>30min/week</u> สปอร์ตโฟกัส พ. 16.00-16.30 <u>30min/week</u> สปอร์ตชาเลนจ์ พ. 16.00-16.30 <u>30min/week</u> ที่นี่กีฬาไทย ส. 16.00-16.30 <u>30min/week</u> มันเดย์ไนท์ อ. 00.00-00.30 <u>30min/week</u> มอเตอร์แตร็ค พ. 00.00-00.30 <u>30min/week</u> รถ 2003 พ. 00.00-00.30 <u>30min/week</u> เว็ลล์ชอคเกอร์แอนด์สปอร์ต ส. 00.00-00.30 <u>30min/week</u>	ถ่ายทอดสดมวยศึกอัศวินดำ อ. 11.30-13.00 <u>90 min/week</u> ท้าบั้นทีก อ. 16.30-17.00 <u>30 min/week</u> ถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีก ส. 22.00 – 23.30 <u>90 min/week</u> กีฬาชิงช่อง 9 อ. 23.00-23.30 <u>30 min/week</u> กอล์ฟคลาสสิก อ. 00.00-00.30 <u>30min/week</u>
อื่นๆ	เรสฟอนท์ทีวี จ. – ศ. 02.30 – 03.00 30 min <u>150 min/week</u> ทีวีบีวีดี จ. – ศ. 03.00-03.30 30 min <u>150 min/week</u> ไคเร็กทู จ. – ศ. 04.00-04.30 30 min <u>150 min/week</u>	เรสฟอนท์ทีวี ส. - อ. 02.30 – 03.00 30 min <u>60 min/week</u> ไคเร็กทู ส. – อ. 04.00-04.30 30 min <u>60 min/week</u>

สัดส่วนรายการ สถานีโทรทัศน์ ช่อง 11 เดือนกันยายน 2546

ประเภทรายการ	วันธรรมดา	วันหยุด
ข่าวหลัก (ภาคเช้า กลางวัน ค่ำ)	ข่าวอรุณรุ่ง จ. - ศ. 05.00-05.30 30 min <u>150 min/week</u> ทันข่าวเช้านี้ จ. - ศ. 07.00 - 08.30 90 min <u>450 min/week</u> เทียงวันทันข่าว จ. - ศ. 12.00-12.30 30 min <u>150min/week</u> ข่าวท้องถิ่น จ. - ศ. 17.00-17.30 30 min <u>150 min/week</u> ข่าวประจำวัน จ. - ศ. 18.30-20.00 90 min <u>450 min/week</u> ข่าวในพระราชสำนัก จ. - ศ. 20.00-20.30 30 min <u>150 min/week</u>	ข่าวภาคเช้า/ พิทักษ์สิ่งแวดล้อม ส. - อา. 07.00-07.30 30 min <u>60 min/week</u> เทียงวันทันข่าว ส. - อา. 12.00-12.30 30 min <u>60min/week</u> ข่าวท้องถิ่น ส. - อา. 17.00-17.30 30 min <u>60 min/week</u> ข่าวประจำวัน ส. - อา. 18.30 - 20.00 90 min <u>180min/week</u> ข่าวในพระราชสำนัก ส. - อา. 20.00-20.30 30 min <u>60 min/week</u>
ข่าวสั้น (ต้นชั่วโมง)	ข่าวสั้น จ. - ศ. 09.00-09.05 5 min <u>25 min/week</u> ข่าวสั้น จ. - ศ. 10.00-10.05 5 min <u>25 min/week</u> ข่าวสั้น จ. - ศ. 11.00-11.05 5 min <u>25 min/week</u> ข่าวสั้น จ. - ศ. 14.00-14.05 5 min <u>25 min/week</u> ข่าวสั้น จ. - ศ. 15.00-15.05 5 min <u>25 min/week</u> ข่าวสั้น จ. - ศ. 16.00-16.05 5 min <u>25 min/week</u> ข่าวสั้น จ. - ศ. 22.00-22.05 5 min <u>25 min/week</u> ข่าวสั้น จ. - พ. 23.00-23.05 5 min <u>15 min/week</u> ข่าวบริการ จ. - ศ. 13.00-13.05 5 min <u>25 min/week</u>	ข่าวสั้น ส. - อา. 09.00-09.05 5 min <u>10 min/week</u> ข่าวสั้น ส. - อา. 10.00-10.05 5 min <u>10 min/week</u> ข่าวสั้น ส. - อา. 11.00-11.05 5 min <u>10 min/week</u> ข่าวสั้น ส. - อา. 14.00-14.05 5 min <u>10 min/week</u> ข่าวสั้น ส. 13.00-13.05 <u>5 min/week</u> ข่าวสั้น ส. - อา. 15.00-15.05 5 min <u>10 min/week</u> ข่าวสั้น ส. - อา. 16.00-16.05 5 min <u>10 min/week</u> ข่าวสั้น ส. - อา. 22.00-22.05 5 min <u>10 min/week</u> ข่าวสั้น ส. - อา. 23.00-23.05 5 min <u>10 min/week</u>
สนทนา/วิเคราะห์ข่าว	มอร์นิ่งทอล์ค จ. - ศ. 08.30-09.00 30 min <u>150min/week</u> หมายเหตุ...ประเทศไทย จ. ศ. 11.05-11.45 40 min <u>200min/week</u> กรองสถานการณ์ จ. - ศ. 21.00- 21.40 40 min <u>200min/week</u> นิวส์ไลน์ จ. - ศ. 22.05-22.30 25 min <u>125min/week</u>	ทันข่าว/ทิศทางข่าวในรอบสัปดาห์ ส. 21.00-21.40 <u>40 min/week</u> ตลาดเศรษฐกิจ อ. 21.00-21.40 <u>40 min/week</u> ไปรุ่งใส 360 องศา อา. 22.00-22.30 <u>30 min/week</u> นายกั๊กคุยกับประชาชน ส. 08.30-09.00 <u>30 min/week</u>
สารคดีความรู้ทั่วไป	มสธ. จ. - ศ. 05.30 - 07.00 90 min <u>450min/week</u> มองรัฐสภา จ. - ศ. 09.05-10.00 55 min <u>275min/week</u> แทนคุณแผ่นดิน/ ทศพิธราชธรรม จ. - ศ. 10.30-11.00 30 min <u>150min/week</u> หน้าต่างสังคม/ สอดไลน์คลายเครียด จ. - ศ. 10.30-11.00 30min <u>150min/week</u> สภาเมืองหลวง/ สัมมนาทัศน์ จ. - ศ. 10.30-11.00 30 min <u>150min/week</u> แผ่นดินนี้มีรอยยิ้ม อ. 13.10-14.00 <u>50min/week</u>	มสธ. ส. - อา. 05.30- 07.00 90 min <u>180min/week</u> มสธ./ ส. วิถีไทย ส. - อา 07.30 - 08.00 30 min <u>60 min/week</u> ศึกษาทัศน์/ มสธ. อา. 08.30-09.00 <u>30 min/week</u> มร. ส. 10.00-10.30 <u>30min/week</u> มสธ. อา. 10.00-10.20 <u>20 min/week</u> สวัสดิศึกษาจีน อา. 10.20-10.30 <u>10min/week</u> เมืองไทยมีดี ส. 10.30-11.00 <u>30 min/week</u> รัฐสภาของประชาชน ส. 11.30 -12.00 <u>30 min/week</u>

	<p>ไปผู้แทน พ. 13.10-14.00 <u>50min/week</u></p> <p>พลังแผ่นดิน พลังด้านยาเสพติด พฤ. 13.10-14.00 <u>50min/week</u></p> <p>กฎหมายเพื่อประชาชน ศ. 13.10-14.00 <u>50min/week</u></p> <p>เพื่อแผ่นดินไทย จ. 14.10-15.00 <u>50 min/week</u></p> <p>รอบภูมิภาค อ.- พฤ. 14.10-15.00 50min <u>150 min/week</u></p> <p>เวทีประชาชนกองทุน ศ. 14.10-15.00 <u>50min/week</u></p> <p>คลินิกอุตสาหกรรม จ. 15.10-15.30 <u>20 min/week</u></p> <p>รัฐสภาพาทิ/แผ่นดินธรรมแผ่นดินทอง จ. 15.30-16.00 <u>30min/week</u></p> <p>ผู้ศตวรรษใหม่ พฤ. 15.10-16.00 <u>50min/week</u></p> <p>วันนี้ที่เมืองไทย จ.- อ. 16.10-16.30 20min <u>40min/week</u></p> <p>ก้าวเท้าเที่ยวไทย พฤ. 16.10-16.30 <u>40min/week</u></p> <p>ภาษาเพื่ออาชีพ พฤ. 16.30 – 17.00 <u>30min/week</u></p> <p>รายไม่เลิก พ. 18.00-18.30 <u>30 min/week</u></p> <p>คนหวงแผ่นดิน ศ. 18.00-18.30 <u>30min/week</u></p> <p>วิทยาศาสตร์รอบตัว จ.- ศ. 18.30-18.35 5 min <u>25min/week</u></p> <p>สารคดีภูมิแผ่นดิน จ.- ศ. 20.40-21.00 20 min <u>100min/week</u></p> <p>เทคโนโลยีแห่งการเรียนรู้/ ภูมิปัญญาชาวบ้าน จ.- อ. 21.50-22.05 15min <u>30min/week</u></p> <p>เจาะประเด็น กต.ตร. จ.- พ. 22.30-23.00 30min <u>90min/week</u></p> <p>เมืองไทยป้ายหน้า พฤ. 22.30-23.00 <u>30min/week</u></p> <p>หนึ่งสมองสองมือ จ. 23.30-24.00 <u>30 min/week</u></p> <p>สัมมนาทัศน์/ ครูชีวิต อ. 23.30-24.00 <u>30 min/week</u></p> <p>มันนี่ทอล์ก พ. 23.30-24.00 <u>30 min/week</u></p> <p>พรีอเพอร์ดีทอล์ก พฤ. 23.30-24.00 <u>30 min/week</u></p>	<p>เวทีชาวบ้าน อ. 11.30 – 12.00 <u>30 min/week</u></p> <p>ไทย-อ็อกทอล์กวิเจย์ วอลตัน ศ. 12.00-12.30 <u>30min/week</u></p> <p>ใจผู้มือสร้าง /ตาคุณ พุ่ง ศ. 13.10- 14.00 <u>50min/week</u></p> <p>ชี้ช่องรวย อ. 16.30 -17.00 <u>30min/week</u></p> <p>เที่ยวชิมริมทาง อ. 17.30 – 18.00 <u>30min/week</u></p> <p>เอเปคเพรสทัวร์ ศ. 18.00-18.45 <u>45min/week</u></p> <p>ประทีปปริทัศน์ อ. 18.00-18.30 <u>30 min/week</u></p> <p>วิทยาศาสตร์รอบตัว ศ.- อ. 18.30-18.35 5 min <u>10min/week</u></p> <p>เอเปควิซ ศ.- อ. 20.45-21.30 45 min <u>90min/week</u></p>
ศาสนา	<p>พุทธธรรมคู่ชาติ จ.- ศ. 11.45-12.00 15min <u>75min/week</u></p> <p>ธรรมะเพื่อชีวิต พ.- ศ. 21.50-22.05 15 min <u>45min/week</u></p> <p>เสียงธรรมเสียงทิพย์ จ. 00.00-01.30 <u>60min/week</u></p> <p>ลีลาชีวิต/ พุทธภาษิต จ.- ศ. 00.30-01.00 30min <u>150min/week</u></p>	<p>เจริญธรรม อ. 05.00-05.30 <u>30min/week</u></p> <p>ลีลาชีวิต/ พุทธภาษิต ศ.- อ. 00.30-01.00 30min <u>60min/week</u></p>
สารคดี/ความรู้เพื่อเกษตรกร	<p>พลังสหกรณ์ พ. 10.30-11.00 <u>30min/week</u></p>	<p>เกษตรพาทิ ศ. 05.00-05.30 <u>30min/week</u></p>

	พลิกฟื้นคืนชีวิตเกษตรกรไทย อ. 15.10-16.00 <u>50 min/week</u>	
สารคดีสิ่งแวดล้อม	เมืองหลวงของเรา พ. 15.10 – 16.00 <u>50min/week</u> เพื่อนรักยีสต์ทั่วโลก พฤ. 17.30-18.00 <u>30 min/week</u> เมืองน่าอยู่ชุมชนน่าอยู่ ศ. 17.30-18.00 <u>30 min/week</u> คุณภาพชีวิตกับสิ่งแวดล้อม จ. – ศ. 21.40-21.50 10 min <u>50min/week</u>	คุณภาพชีวิตกับสิ่งแวดล้อม ศ. – อา. 21.40-21.50 10 min <u>20min/week</u>
ความรู้สุขภาพ	รวมพลังสร้างสุข/สภาผู้บริโภคร พฤ. 10.30-11.00 <u>30min/week</u> หน้าต่างสุขภาพ จ. – อ. 16.30 – 17.00 30min <u>60min/week</u> พลังใจเพื่อสุขภาพ อ. 18.00-18.30 <u>30min/week</u> สติด้วยแข็งแรง ศ. 18.00-18.30 <u>30min/week</u>	ปลอดภัยไว้ก่อน ศ. 10.30-11.00 <u>30 min/week</u> ฮอตไลน์คลายเครียด ศ. 14.10-15.00 <u>50min/week</u> รอบรู้ทันมะเร็ง/ ผู้หญิงสามวัย อา. 12.30-13.00 <u>30min/week</u>
เด็กและเยาวชน	บ้านล้อมรัก ศ. 15.30-16.00 <u>30min/week</u> โลกใบจิ๋ว จ. 17.30 -18.00 <u>30min/week</u> เพื่อนหนูอยู่ต่างแดน อ. 17.30 -18.00 <u>30min/week</u> รอบรู้คู่วัยเยาว์ พ. 17.30 -18.00 <u>30min/week</u>	
ผู้หญิง		
ศิลปวัฒนธรรม	ท่องอารยธรรมสุวรรณภูมิ ศ. 15.10-15.30 <u>20min/week</u>	อยู่อย่างอีสาน/ รอบบ้านล้านนา อา. 13.00-14.00 <u>30min/week</u>
ชีวิตคนในสังคม/ชายขอบ	รักยมมนุษย์ พ. 16.30 – 17.00 <u>30min/week</u> คนไทยตัวอย่าง จ. 18.00-18.30 <u>30min/week</u>	บันทึกความดี ศ. – อา. 21.50-22.05 15 min <u>30 min/week</u>
สารบันเทิง + เพลง มิวสิควิดีโอ	เสียงธรรมเสียงทิพย์ จ. 24.00-00.30 <u>30 min/week</u> สารพันเพลง อ. 00.00-01.00 <u>60 min/week</u> จันทราทูไนท์ พ. 00.00-01.00 <u>60 min/week</u> เพลินเพลงคลาสสิก/สาระสังคีต พฤ. 00.00-01.00 <u>60 min/week</u> สังคีตประยุกต์ ศ. 00.30-02.00 <u>60 min/week</u>	มรดกเพลงไทย ศ. 02.00- 03.00 <u>60 min/week</u>
ละคร		
ละครชุดจากต่างประเทศ		
เกมโชว์	เกมหรรษาภาษาไทย ศ. 16.10-16.30 <u>20min/week</u>	เชลล์ควิช 2003 (ตอบปัญหา) อา. 10.30 – 11.00 <u>30min/week</u>
วาไรตี้ ทอล์กโชว์		
ภาพยนตร์การ์ตูน		

ภาพยนตร์เรื่องยาว		
รายการกีฬา	ศึกชิงแชมป์มวยไทย ส. 23.00- 24.30 <u>90min/week</u>	ศึกวันทรงชัย ส. 15.10-17.00 <u>110 min/week</u> สานฝันบอลไทยไปบอลโลก ส. 17.30-18.00 <u>30min/week</u> 11 โลกกีฬา ส. 23.00-24.00 <u>60 min/week</u> เส้นทางกีฬา ส. 24.00- 24.30 <u>30 min/week</u> 11 โลกกีฬา อ. 23.30-00.30 <u>60 min/week</u>

สัดส่วนรายการสถานีโทรทัศน์ไอทีวี เดือนกันยายน 2546

รายการ	วันธรรมดา	วันหยุด
ข่าวหลัก (ภาคเช้า กลางวัน ค่ำ)	ข่าว 6 โมงเช้า จ.-ศ 06.00-06.45 <u>225 min/week</u> ข่าวเที่ยง ไอทีวี จ-ศ 12:00-12.57 <u>285 min/week</u> ข่าวภาคค่ำ (จ.-ศ.) 19:00-20:10 <u>350 min/week</u> ข่าวภาคดึก จ-ศ 00:30-01:30 <u>300 min/week</u> เส้นทางนักลงทุน จ-ศ 09.30 – 10.00 <u>150 min/week</u> ข่าว 16.30 น./ สรุปรุ่นประจำวัน จ-ศ 16.30 -17:00 <u>150 min/week</u> ข่าวบริการธุรกิจ จ -ศ 23:30 - 23:32 <u>10 min/week</u> ลิตคอม เศรษฐกิจ ศ 15:05-15.30 <u>25min/week</u> total 1,495 min/week 23.6%	ข่าวเที่ยงสุดสัปดาห์ ส – อา 12:00-12:57 <u>114 min/week</u> ข่าวภาคค่ำ ส-อา 19:00-20.10 <u>70 min/week</u> ข่าวภาคดึก ส.-อา 00:30-01:30 <u>120 min/week</u> total 304 min/week 10.85%
ข่าวสั้น (ต้นชั่วโมง)	เกาะติดข่าว จ.- ศ. 10.00-10.05 , 11.00-11.05 , 14.00 - 14:05 , 15.00 - 15:05, 16.00 - 16:05, <u>25 min/week</u> ข่าวพาดหัว จ 8:00-18:05 <u>5 min/week</u> ข่าวร้อนประเด็นดัง จ-ศ 22:25-22:30 <u>25 min/week</u> total 55 min/week 0.87%	เกาะติดข่าว ส- อา 10.00-10:05, 14:00-14:05, 15.00-15.05,16.00-16.05, 22.25 - 22.30 <u>50 min/week</u> ข่าวพาดหัว ส-อา 18:00-18.05 <u>10 min/week</u> ข่าวบริการธุรกิจ ส-อา 23:30-23.32 <u>4 min/week</u> total 64 min/week 2.28%
สนทนา/วิเคราะห์ข่าว	สี่แยกข่าวไอทีวี จ.-ศ 07.00-09.00 <u>600 min/week</u> คุยข่าวมาคุย จ.- ศ. 10.05-10.30 <u>125 min/week</u> ประเทศไทยใสสะอาด อ 10:05-10.30 <u>25 min/week</u> จับกระแสโลก พท 20:33-21.10 , (Rerun) ศ 03:30-04.10 <u>77 min/week</u> total 227 min/week 3.59%	
สารคดีความรู้ทั่วไป	ทั่วไทยกับนายสะอาด จ 05:30-06.00 <u>30 min/week</u> เทคโนโลยีส์ จ –ศ 06.45-07.00 <u>75 min/week</u> ซีดีไฟท์ 3' จ 11:57-12.00 <u>3 min/week</u> วิถีทัศน์เฉลิมพระเกียรติ สมเด็จพระบรมโอรสาธิราชฯ จ.12:57-13:00 <u>3 min/week</u>	นิมิตใหม่ ไร่เพียงฝัน ส 06:00-06:30 <u>30min/week</u> เปิดโลกการเรียนรู้ ส 06:30-07.00 <u>30min/week</u> เวที คนเก่ง ส 07:00-07.30 <u>30min/week</u> ประโยชน์เหลือเฟือ...กับเกลือปรุงทิพย์" ส 09:28-09:30 <u>2 min/week</u> สุดหล้าฟ้าไทย ส 09:30-10:00 <u>30min/week</u>

	<p>Day Live จ-ศ 13:00-13:30 <u>150 min/week</u> <u>ชิมสยาม 3'</u> จ. 15:57-16:00 <u>3 min/week</u> <u>เชื่อมเขื่อนเพื่อนบ้าน</u> จ 16:05- 16:30 , (Rerun) พฤ 02:30-03:00 <u>50 min/week</u> <u>สารคดีเทิดพระเกียรติ ชุด "เพื่อแม่ของแผ่นดิน"</u> จ-พ 17:58-18:00 <u>6 min/week</u> <u>ถอดรหัส</u> จ 20:33-21:10 ,(Rerun) อ 03:30-04:10 <u>77 min/week</u> <u>เจาะเซฟ</u> จ 22:30-23:30 <u>60 min/week</u> <u>เที่ยวเมืองไทย...ในมุมมองใหม่</u> อ 15:05-15:30 , (Rerun) พฤ 03:00-03:30 <u>55 min/week</u> <u>เปิดโลกการค้า กับกรมการค้าต่างประเทศ 2'</u> อ 15:58-16.00 <u>2 min/week</u> <u>100 เล่มเกวียน</u> อ 16:05-16:30 <u>25 min/week</u> <u>ย้อนรอย</u> อ 20:33-21.10 , (Rerun) พ 03:30-04.10 <u>43min/week</u> <u>Unseen Thailand (Rerun)</u> พ 02:30-03.00 <u>30min/week</u> <u>สุดหล้าฟ้าไทย (Rerun)</u> พ 03:00-03:30 <u>30min/week</u> <u>ทิวบ้านสวนกุหลาบเช้า</u> พ 05:30-06.00 <u>30min/week</u> <u>ไฟฟ้าเพื่อคุณ 3'</u> พ 16:27-16.30 <u>3min/week</u> <u>อี วาไรตี้(Rerun)</u> พฤ 01:30-02:00 <u>30min/week</u> <u>เจาะโลกผ่านเลนส์</u> พฤ 05:30-06.00 <u>30min/week</u> <u>ชั่วโมงนี้เพื่อคนไทย</u> พฤ 10:05-10.30 <u>25min/week</u> <u>กรุงเทพเมืองยิ้ม</u> พฤ-ศ 11:58-12.00 <u>4min/week</u> <u>รักซึ้งใจ</u> พฤ 15:05-15:30 <u>25min/week</u> <u>ร้อยเรื่องเมืองสยาม</u> พฤ 15:30-15.58 <u>2min/week</u> <u>ทางเดียว ทางเลือก</u> พฤ-ศ 15:58-16.05 <u>14min/week</u> <u>อร่อยกนิ้ว</u> พฤ 16:05-16.27 <u>22min/week</u> <u>รักย์..คนไทย</u> ศ 10:05-10.30 <u>25min/week</u> <u>ศุภร์.สี.สรร.</u> ศ 20:33-21:10 ,(Rerun) ศ 03:30-04.10 <u>43min/week</u> <u>ทำผัดขี้เผลอ</u> พ 20:33-21.10 , <u>ทำผัดขี้เผลอ (Rerun)</u> พฤ 03:30-</p>	<p><u>บ้านอู๋ม</u> ศ 09:00-09.28 <u>28 min/week</u> <u>ชิมไปบ่นไป Episode III</u> ศ 15:30-16.00 , (Rerun) อ 03:30-04:00 <u>60min/week</u> <u>ไอทีวี สุดยอดสารคดีโลก ตอน In The Wild</u> ศ-อา 20:30-21.00 <u>60min/week</u> <u>ไทม์เอ๊าท์</u> ศ-อา 18:59-19.00 <u>2min/week</u> <u>ถ่ายทอดสด. งาน"เอื้ออาทรและห่วงใยด้วยประกันภัยวันละบาท"</u> ศ 10:30-11:30 <u>60min/week</u> <u>อี-วาไรตี้</u> อา 09:30 -10:00 <u>30min/week</u> <u>Unseen Thailand</u> อา 10:05-10.30 <u>25min/week</u> <u>Highspeed mobile multimedia</u> อา 13:58-14.00 <u>2min/week</u> <u>หมึกแดง'ส</u> เวลด์ อา 15:05-16.00 , (Rerun) จ 02:30-03.30 <u>115min/week</u> <u>สารคดีเทิดพระเกียรติ ชุด "เพื่อแม่ของแผ่นดิน"</u> อา 17:58-18.00 <u>2min/week</u> <u>จากใจถึงใจ</u> อา 06:00-06.30 <u>30min/week</u> <u>คนสร้างแผ่นดิน</u> อา 06:30-07.00 <u>30min/week</u> <u>คนเก่งหัวใจแกร่ง</u> อา 18:05-18.20 <u>15min/week</u> <u>total 581 min/week 20.73%</u></p>
--	--	--

	04.10 63 min/week total 985 min/week 15.56%	
ศาสนา	วิถีธรรม อ 05:30-06.00 30 min/week มุสลิมวาไรตี้ ส 05:30-06.00 30min/week total 60 min/week 0.95%	ธรรมรักษ์ ส 05:30-06:00 30 min/week อาหารกาย อาหารใจ อว 05:30-06.00 30 min/week total 60 min/week 2.14%
สารคดี/ความรู้เพื่อเกษตรกร	เพื่อเกษตรกรไทย อ 15:30-15.58 28 min/week ลูกทุ่งลุงเกษตร ศ 15:30-15.58 28 min/week total 56 min/week 0.88%	ส่งเสริมการเกษตร...ส่งเสริมชุมชน ส - อว 12:57-13.00 6 min/week total 6 min/week 0.21%
สารคดีสิ่งแวดล้อม	สำรวจธรรมชาติ จ 15:30-15:57 , (Rerun) ส 0300-03.30 67 min/week total 67 min/week 1.06%	พลังงานใสเพื่อโลกสวย 3' ส 13:57-14.00 3 min/week total 3 min/week 0.11%
ความรู้สุขภาพ	Health Station จ-ศ 09.00-09.27 135 min/week total 135 min/week 2.13%	ชุมชนคนรักสุขภาพ อว 18:20-18.30 10 min/week total 10 min/week 0.36%
เด็กและเยาวชน/ครอบครัว		Home Play ส-อว 08:00-08.30 60 min/week G Gundam ส-อว 08:30-09.00 60 min/week 4 x 4 เยาวชนวัยโจ๋ อว 07:00-07.30 30 min/week Family Delight อว 09:00-09.30 30 min/week total 30 min/week 1.07%
ผู้หญิง	เพราะฉันคือผู้หญิง 3' จ-ศ 09.27-09.30 15 min/week เลดี้ คอทคอม พ 16:05-16:27,(Rerun) ส 02.30-.3.00 52 min/week ผู้หญิงซ่อมได้ ส 16:05-16.30 25 min/week total 92 min/week 1.45%	
ศิลปวัฒนธรรม		
ชีวิตคนในสังคม/ชายขอบ		แจ้งความ ส 18:05-18.59, (Rerun) ส 02:30 -03:30 114min/week สน. ไอทีวี ส 18:30-18.59 29 min/week total 143 min/week 5.10%
สารบันเทิง + เพลง มิวสิควิดีโอ	สายด่วนลูกทุ่ง จ. -ศ 13:30-14:00 150 min/week เฮฮา कारาโอเกะ จ 14:05 – 15:00 55 min/week รัฐบาลหุ่น จ-ศ 20:10-20:15 25 min/week	เอเชียน แม็กซ์ ส 10:05-10:30 25 min/week เอ็กซ์เงิน คลิป ส 11:30-12:00 30 min/week หอย่อ ส 15:05-15.30 25 min/week

	<p>อินไซด์ เอนเตอร์เทนเมนท์ จ-ศ 21:10-21:30 , (Rerun) อ 04:10-04:30 , (Rerun) พ 04:10-04:30 , (Rerun) พฤ 04:10-04.30 , (Rerun) ศ 04:10-04.30 , (Rerun) ส 04:10-04.30 <u>200 min/week</u></p> <p>Auto Jam Gen X จ 00:00 - 00:30 <u>30 min/week</u></p> <p>เอ็กซ์เจน คลิป (Rerun) จ 01:30-02:00 <u>30 min/week</u></p> <p>อัลบั้มเพลง อ 14:05-15:00 <u>55 min/week</u></p> <p>ห่อซ้อ (Rerun) อ 02:30-03:00 <u>30 min/week</u></p> <p>ไอทีวีเอเชียนซีรีส์แฟนคลับ อ 22:22-22:25 , พฤ 22:22-22.30 <u>12 min/week</u></p> <p>รักเธอประเทศไทย อ 00:00-00:30 <u>30 min/week</u></p> <p>We're Za (Rerun) พ 01:30-0200 <u>30 min/week</u></p> <p>สกาใจัก พ 22:30-23:30 <u>60 min/week</u></p> <p>เทปบันทึกภาพ คอนเสิร์ต พ-ศ 00:00-00:30 <u>90 min/week</u></p> <p>ท่องไปกับเพลง ศ 01:30-02.00 <u>30 min/week</u></p> <p>เอเชียนแม็กซ์ (Rerun) ศ 02:30-03:00 <u>30 min/week</u></p> <p>Helo...สาระพา (Rerun) ศ 03:00-03.30 <u>30 min/week</u></p> <p>สนุกสนานบานทุ่ง ศ 14:05-15.00 <u>55 min/week</u></p> <p>สุขใจคลายเหงา ศ 01:30-02.00 <u>30 min/week</u></p> <p>total 972 min/week 15.35%</p>	<p>รัฐบาลหุ่น ส-อา 20:10-20.15 <u>10 min/week</u></p> <p>รักจริงหวังแต่ง ส 16:30-17.00 <u>30 min/week</u></p> <p>5 โมง โป๊ง โป๊ง ชิ่ง ส 17:00-18.00 <u>60 min/week</u></p> <p>อินไซด์ เอนเตอร์เทนเมนท์ ส-อา 21:00-21.30, (Rerun) อา 04:00- 04:30 <u>90 min/week</u></p> <p>ก๊ิก-กะ-ไบท์ ส 22:30-23.30 <u>60 min/week</u></p> <p>เสาร์สโมสร อา 01:30-02.00 <u>30 min/week</u></p> <p>We're Za อา 10:30 - 11:00 <u>30 min/week</u></p> <p>มิวสิก้า อา 11:05-12.00 <u>55 min/week</u></p> <p>ทปคอนเสิร์ต ทศท รวมพลังให้ไทยห่างไกลยาเสพติด ส23:32 – 00.30 <u>58 min/week</u></p> <p>ศูนย์หนึ่ง...ครั้งนาฬิกา จ 01:30-02.00 <u>30 min/week</u></p> <p>Total 503 min/week 17.95%</p>
ละคร	<p>ละครเด็ดลิบเฮ็ดโมง "สวย" จ-ศ 11.05-11.57 <u>260 min/week</u></p> <p>ละคร "รักห้ามโปรโมท" จ-อ 18:05-19:00 <u>275 min/week</u></p> <p>ละคร "ผีเพื่อนรัก" พฤ-ศ 18:05-19.00 <u>110 min/week</u></p> <p>total 645 min/week 10.19%</p>	
ละครชุดจากต่างประเทศ	<p>ภ.ซีรีส์ เกาหลี คุณผู้ชายกับขัยเป็น (Rerun) จ 17:00-17:58 , (Rerun) 17:00-17:58 , (Rerun) พ 17:00-17.58 , (Rerun) พฤ 17:00-18:00, (Rerun) ศ 17:00-18.00 <u>294 min/week</u></p> <p>ภ.ซีรีส์เกาหลี มหัศจรรย์(รัก) ทะลุมิติ จ.-อ. 21:30-22:25 <u>110 min/week</u></p> <p>ภ.ซีรีส์ญี่ปุ่น ร้อยฝัน พันดาว ชาวธนู พ-พฤ 21:30-22.25 <u>110</u></p>	<p>ภ.ซีรีส์ เกาหลี รอยรัก แรงกดดัน ส-อา 13:00-13.57 <u>114 min/week</u></p> <p>ภ.ซีรีส์ เกาหลี 19 * 25 สุตรคุณหัวใจ ส-อา 21:30-22.25 <u>110 min/week</u></p> <p>total 224 min/week 7.99%</p>

	<p>min/week</p> <p>ภ.ซีรีส์ เกาหลี 19 * 25 สูตรคุณหัวใจ ศ 21:30-22:25 <u>55 min/week</u></p> <p><u>total 569 min/week 9.41%</u></p>	
เกมโชว์	<p>เกมนักชิม Everyday จ-ศ 10.30-11.00 <u>150 min/week</u></p> <p>โชว์ชิงแชมป์ พท 14:05 –15.30 <u>25 min/week</u></p> <p>Gong Show ศ 22:30-23.30 <u>60 min/week</u></p> <p><u>total 235 min/week 3.71%</u></p>	<p>คว่ำไม้ค้วาแชมป์ ส 16:05-16.30 <u>25 min/week</u></p> <p>มาโชว์ มาโชว์ อา 14:05 -15:00 <u>55 min/week</u></p> <p>รักล้นจอ อ 22:30-23.30 <u>60 min/week</u></p> <p><u>total 315 min/week 11.24%</u></p>
วาไรตี้ ทอล์กวาไรตี้	<p>คุยกันวันจันทร์ จ 15:05-15:30 ,(Rerun) อ 03:00-03:30 <u>55 min/week</u></p> <p>พลอยล้อมเพชร อ 22:30-23.30 <u>60 min/week</u></p> <p>แอน-นัท ไม่จำกัด พท 22:30-23.30 <u>60 min/week</u></p> <p><u>total 175 min/week 2.76%</u></p>	<p>ก่อนถึงจันทร์ อา 23:32-00.30 <u>62 min/week</u></p> <p><u>total 62 min/week 2.21%</u></p>
ภาพยนตร์การ์ตูน	<p>ข่าวกีฬา จ.-ศ 20:15-20:30 <u>75 min/week</u></p> <p>ไฮเนเก้น กอล์ฟคลินิก จ.ศ. 20:30-20:33 <u>15 min/week</u></p> <p>Funny Golf Funny Game จ 23:32 - 00:00 <u>28 min/week</u></p> <p>After Kick Off อ 23:32-00.00 <u>28 min/week</u></p> <p>Sport Weekly พ 23:32-00.00 <u>28 min/week</u></p> <p>พีทีที ออโต้ คาร์ 3' พท 16:27-17.00 <u>33 min/week</u></p> <p>ซูเปอร์กอล์ฟ พท 23:32-00.00 <u>28 min/week</u></p> <p>เว็ลด์กรังด์ปรีซ์ ศ 23.32 – 00.00 <u>28 min/week</u></p> <p><u>Total 263 min/week 4.15%</u></p>	<p>Sport Preview ศ 14:05-15:00 <u>55 min/week</u></p> <p>ข่าวกีฬา ส-อา 20:15-20.30 <u>30 min/week</u></p> <p>ถ่ายทอดสด "ศึกวันทรงชัย ไอทีวี" อา 16:05-17.58 <u>53 min/week</u></p> <p><u>Total 138 min/week 4.92%</u></p>
ภาพยนตร์เรื่องยาว		<p>ภ.การ์ตูน ไชเบอร์ทีม พิทักษ์จักรวาล (Rerun) ส-อา 07:30-08:00 <u>60min/week</u></p> <p><u>total 60 min/week 2.14%</u></p>
รายการกีฬา	<p>ข่าวกีฬา จ.-ศ 20:15-20:30 <u>75 min/week</u></p> <p>ไฮเนเก้น กอล์ฟคลินิก จ.ศ. 20:30-20:33 <u>15 min/week</u></p> <p>Funny Golf Funny Game จ 23:32 - 00:00 <u>28 min/week</u></p> <p>After Kick Off อ 23:32-00.00 <u>28 min/week</u></p> <p>Sport Weekly พ 23:32-00.00 <u>28 min/week</u></p> <p>พีทีที ออโต้ คาร์ 3' พท 16:27-17.00 <u>33 min/week</u></p> <p>ซูเปอร์กอล์ฟ พท 23:32-00.00 <u>28 min/week</u></p>	<p>Sport Preview ศ 14:05-15:00 <u>55 min/week</u></p> <p>ข่าวกีฬา ส-อา 20:15-20.30 <u>30 min/week</u></p> <p>ถ่ายทอดสด "ศึกวันทรงชัย ไอทีวี" อา 16:05-17.58 <u>53 min/week</u></p> <p><u>Total 138 min/week 4.92%</u></p>

	เว็ลด์กรังด์ปรีซ์ ศ 23.32 – 00.00 <u>28 min/week</u> <u>Total 263 min/week 4.15%</u>	
อื่นๆ/ โฆษณาสินค้าขายตรง	เรสพ็อนซ์ ทีวี จ-ศ 02.00 – 02.30 , 04.30 - 05.00 , 05.00 - 05.30 300 min/week <u>Total 300 min/week 4.7%</u>	เรสพ็อนซ์ ทีวี ศ-อา 02.00 - 02.30 , 04.30 - 05.00, 05.00 - 05.30 <u>Total 300 min/week 10.70%</u>