

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อโครงสร้างและการจัดผังรายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ผู้วิจัยได้แบ่งเนื้อหาในส่วนของทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับระบบโครงสร้างและบทบาทหน้าที่ขององค์กรสื่อสารมวลชน
2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์และการเมือง
3. แนวความคิดในการจัดผังรายการโทรทัศน์
4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เหตุที่นำแนวคิด ทฤษฎี ดังกล่าวนี้ มาเป็นกรอบของการวิจัย ก็เนื่องด้วยสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 เป็นองค์กรสื่อสารมวลชนหนึ่งในสังคมไทย ในขณะที่เดียวกันก็เป็นหน่วยงานของรัฐมีหน้าที่เป็นสื่อของรัฐในการบริการข้อมูลข่าวสารและให้ความรู้แก่ประชาชน การศึกษาวิจัยเรื่องนี้ จึงจะนำแนวคิดทฤษฎีมาช่วยเป็นแนวทางศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อโครงสร้างและการจัดผังรายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 (สทท.11) เพื่อให้เข้าใจได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับระบบโครงสร้าง บทบาทและหน้าที่ขององค์กรสื่อสารมวลชน

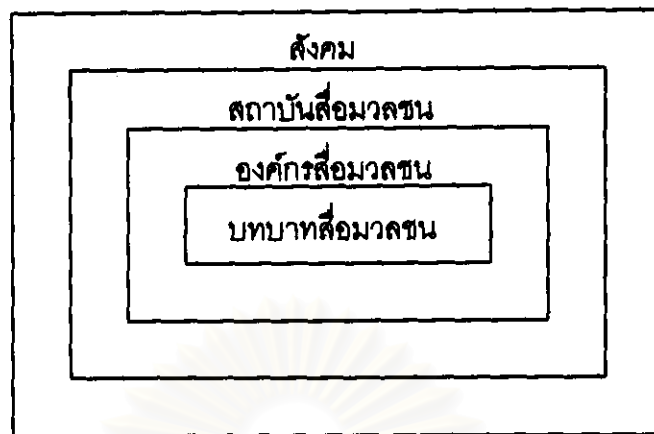
ทฤษฎีโครงสร้างและหน้าที่ของสื่อมวลชน เป็นแนวทางการศึกษาแนวหนึ่งที่ใช้ศึกษาสื่อมวลชน ทฤษฎีนี้จัดอยู่ในประเภททฤษฎีทางสังคมวิทยา ซึ่งอธิบายถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างซ้ำซาก และกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ ถูกรวบรวมจัดขึ้นในรูปของความเป็นสถาบัน ด้วยเหตุผลในแง่ "ความจำเป็น" ของสังคม (Merton 1957) สังคมนั้นถูกพิจารณาว่า มวลชนเป็นส่วนหนึ่งของระบบ ระบบย่อยๆ มีความเกี่ยวพันติดต่อกัน ซึ่งสื่อมวลชนก็เป็นส่วนหนึ่งของระบบ ด้วยระบบย่อยๆ เหล่านี้ แต่ละระบบจะช่วยกันผดุงรักษาระบบใหญ่เอาไว้ ในทฤษฎีนี้สื่อมวลชนถูกเน้นว่าเป็นตัวเชื่อมเพื่อทำให้เกิดการรวมตัวกันเข้าของทุกส่วนในสังคม เพื่อความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสังคม สื่อมวลชนพยายามที่จะสนองต่อความต้องการของสมาชิกในสังคมทั้งที่เป็นรายบุคคลและเป็นกลุ่มก้อนอย่างสม่ำเสมอ ผลก็คือสื่อมวลชนได้ทำประโยชน์ให้แก่สังคมโดยไม่ได้ตั้งใจในแง่ที่สามารถรวมสมาชิกทั้งหมดเข้าไว้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน... สื่อมวลชนได้เป็นทั้งผู้ชี้นำ

และผู้แก้ไขตัวของสื่อมวลชนเอง ภายใต้กฎเกณฑ์บางประการที่กำหนดมาจากสถาบันที่ควบคุมตัวสื่อมวลชนอยู่

ทฤษฎีเชิงบรรทัดฐานของสื่อมวลชน เป็นทฤษฎีอีกกลุ่มหนึ่งที่เสนอว่าสื่อมวลชนควรเป็นอย่างไรในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสังคม นั่นก็คือความเกี่ยวข้องของสื่อมวลชนทั้งกับผู้ที่อยู่เบื้องบน หรือโครงสร้างแห่งอำนาจเบื้องบนของสังคมและกับผู้รับสารของสื่อมวลชน เพราะฉะนั้นทฤษฎีนี้จึงเกี่ยวข้องกับระเบียบกฎเกณฑ์ และการควบคุมสื่อมวลชนให้ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่สังคมกำหนดมาให้ จุดมุ่งหมายก็คือเพื่อทำประโยชน์ให้แก่สังคม พยายามแสวงหาสิ่งต่างๆ มาเสนอแก่ผู้รับสารสื่อมวลชน ประโยชน์ที่ได้รับจากทฤษฎีเชิงบรรทัดฐานก็คือ เกณฑ์ที่นำมาใช้ในการพิจารณาการปฏิบัติงานของสื่อมวลชนในสังคม ด้วยเหตุนี้ความขัดแย้งย่อมต้องเกิดขึ้นได้ ในการที่จะต้องเลือกเอาว่าทฤษฎีเชิงบรรทัดฐานอันใดควรที่จะนำมาใช้ ซึ่งโดยทั่วไประบบสื่อมวลชนแต่ละระบบก็มักจะมีทฤษฎีเชิงบรรทัดฐานของตนเองเอาไว้แล้ว (ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ , ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน , ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, หน้า 81-82)

ทฤษฎีสังคมมวลชน มีผู้ค้นคว้าเกี่ยวกับทฤษฎีนี้หลายคน เช่น Mills (1951,1956), Komhauser (1959,1968), Bramson (1961), Bell (1961), และ Giner (1976)

ทฤษฎีนี้เน้นเรื่องการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันของสถาบันต่าง ๆ ที่มีอำนาจในสังคม เป็นเหตุให้มีการรวมสื่อมวลชนเข้าด้วยกันเพื่อเป็นแหล่งของพลังอำนาจ เนื้อหาของการสื่อสารเป็นการสนองต่อผลประโยชน์ของผู้กุมอำนาจทางการเมืองและเศรษฐกิจ แม้ว่าสื่อจะไม่ได้รับการคาดหวังให้วิพากษ์วิจารณ์ในสิ่งต่างๆ แต่ก็ได้รับการคาดหวังว่าจะเป็นที่พึ่งพาช่วยสนองต่อความต้องการเรื่องเกี่ยวกับโชคชะตาอนาคตของสาธารณชน ทฤษฎีนี้ถือว่าสื่อมวลชนเป็นสาเหตุและเป็นสิ่งที่ดำรงสังคมมวลชน สื่อมวลชนได้หนีบยื่นโลกทัศน์และสภาพแวดล้อม เพื่อให้เหมาะสมกับผู้คนในสังคมและช่วยเหลือทางด้านจิตใจ ให้เขาดำรงชีวิตอยู่ได้ภายใต้สภาวะที่ยากลำบากที่เขาเผชิญอยู่ ทฤษฎีนี้ก่อให้เกิดภาพพจน์ของการควบคุม กลั่นกรอง และกำหนดทิศทางของอิทธิพลจากเบื้องบนสู่เบื้องล่าง (Denis McQuail , Mass communication theory, 2 nd.ed (London : SAGE Publication,1987) , p.62) ความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันสื่อมวลชนองค์กรสื่อมวลชน และบทบาทของสื่อมวลชน ดังแผนภูมิดังต่อไปนี้



**แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสังคม สถาบันสื่อมวลชน
องค์กรสื่อมวลชน และบทบาทของสื่อมวลชน**

Denis McQuail ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างสังคม สถาบันสื่อมวลชน องค์กรสื่อมวลชน และบทบาทของสื่อมวลชน ไว้ดังนี้

สถาบันสื่อมวลชน (Media Institution) มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับองค์กรและบทบาทของสื่อมวลชน คือ

1. สถาบันสื่อมวลชน เป็นผู้กำหนดกฎเกณฑ์ในส่วนของบทบาทหน้าที่และจุดมุ่งหมายของสื่อมวลชนต่อสังคม
2. สถาบันสื่อมวลชน เป็นตัวประสานความแตกต่างที่เกิดขึ้น เนื่องจากคุณสมบัติของสื่อมวลชน
3. สถาบันสื่อมวลชนเป็นผู้กำหนดบทบาทของกิจกรรมของสื่อมวลชน ในลักษณะที่มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมสถาบันอื่น ๆ ของสังคม เช่น สถาบันการเมือง สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา เป็นต้น
4. สถาบันสื่อมวลชนเป็นผู้กำหนดความมากน้อย ในส่วนที่เกี่ยวข้องในเรื่องเสรีภาพที่เหมาะสม สำหรับกิจกรรมของสื่อมวลชนที่มีต่อสาธารณชน
5. กิจกรรมสถาบันสื่อมวลชน ขึ้นอยู่กับจารีต ธรรมเนียมปฏิบัติทางวิชาชีพและธรรมชาติของสื่อมวลชนเป็นสำคัญ

ปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวกำหนดคกภกเกณฑ์ของสถาบันสื่อมวลชน

1. ชนิดของสื่อ มีความแตกต่างของสื่อแต่ละประเภท ในด้านความคาดหวังและมาตรฐานของแต่ละสื่อ

2. ขอบเขตของการดำเนินงาน ขอบเขตของการดำเนินงานของสื่อแต่ละประเภท ว่าเป็นสื่อระดับชาติ ระดับนานาชาติ ระดับท้องถิ่น ความมากน้อยของลักษณะมืออาชีพ ความมากน้อย ในด้านเสรีภาพและอาชีพ

3. ลักษณะงานและหน้าที่ มีความแตกต่างกันในการใช้เกณฑ์ และข้อกำหนด ระหว่างผู้ผลิตและผู้สร้างสรรค์ กับผู้จัดการและจำหน่าย และฝ่ายเทคนิค

4. ลักษณะของการเป็นเจ้าของ การควบคุมดูแลและจัดการ สื่อมวลชนจะมีความแตกต่างตามการเป็นเจ้าของ การควบคุมดูแล และการจัดการ เพื่อไปให้ถึงเป้าหมายในอุดมคติ

องค์กรสื่อสารมวลชน (Media Organization) เป็นหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นมา โดยเฉพาะเพื่อผลิตงานทางด้านสื่อสารมวลชน จึงมีระบบการจัดการด้วยตัวเองอยู่ไม่มากนักน้อย ดังนั้นงานของผู้ปฏิบัติงานสื่อมวลชนในองค์กรใดองค์กรหนึ่ง จะอยู่ภายใต้สถาบันขนาดใหญ่ และผู้ที่ทำงานดังกล่าวก็จะมีบทบาททางอาชีพเกิดขึ้น เหล่านี้ส่วนใหญ่จึงเกี่ยวกับผู้ปฏิบัติงานสื่อมวลชน ในเรื่องของบทบาทที่ถูกปั้นแต่งขึ้น และถูกจำกัดโดยสถาบันสื่อมวลชน

สื่อมวลชน เป็นผู้ชี้นำทางอุดมการณ์ที่ถูกกำหนดมาจากสถาบันอื่นในสังคม แต่สื่อมวลชนได้เป็นผู้ชี้นำและผู้แก้ไขด้วยตัวของสื่อมวลชนเอง ภายใต้กฎเกณฑ์บางประการ ที่กำหนดออกมาจากสถาบันที่ควบคุมตัวสื่อมวลชน (ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ, 2533)

องค์ประกอบเกี่ยวกับลักษณะขององค์กรสื่อมวลชน องค์กรสื่อมวลชน ประกอบด้วยองค์ประกอบด้วยกัน คือ

1. เป็นการให้ความสำคัญต่อส่วนประกอบ 3 ส่วนของการปฏิบัติงานของสื่อมวลชน ส่วนประกอบนี้ก็คือเนื้อหาสาระ การผลิต หรือการสร้างงานสื่อมวลชน และการเผยแพร่ นั่นคือเราจะถามคำถามว่า สื่อมวลชนประเภทนี้เป็นสื่อมวลชนที่ให้ความสำคัญต่อตัวสาร หรือการ

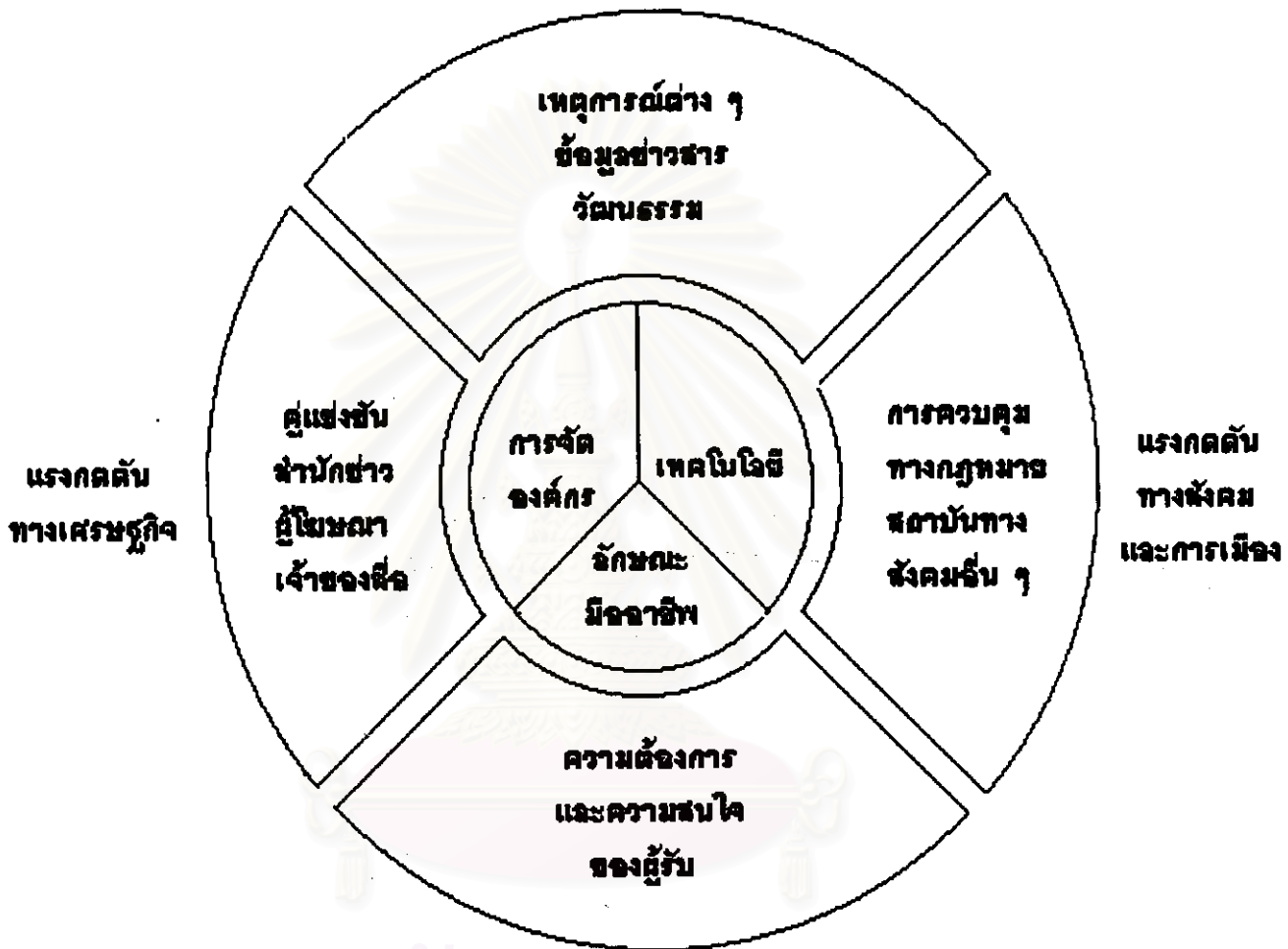
ผลิตหรือการเผยแพร่ความสำคัญของตัวเทคโนโลยี ซึ่งเราจะตั้งคำถามว่า สื่อมวลชนประเภทนี้มีภาพลักษณ์ของการที่เป็นสื่อมวลชนที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูงหรือระดับต่ำ

2. สื่อมวลชนแต่ละประเภท มีขอบเขตทางอาชีพของตนเองชัดเจนแล้วหรือยัง และมีกิจกรรมหลักทางอาชีพเป็นที่รู้จักกันทั่วไปแล้วหรือยัง

นอกจากนั้น ให้ความเห็นว่า สถาบันสื่อสารมวลชนเป็นสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการผลิต (Production) การผลิตซ้ำ (Reproduction) และการเผยแพร่ (Distribution) ของความรู้ต่าง ๆ ในโลก ความรู้นี้ทำให้เรามีประสบการณ์ต่อเนื่อง ได้รู้ ได้เข้าใจ และเป็นการสนับสนุนความรู้เดิมที่มีอยู่ จนก่อให้เกิดความเข้าใจ ในเหตุการณ์ปัจจุบันที่เกิดขึ้น

McQuail กล่าวอีกด้วยว่า สถาบันสื่อสารมวลชนแตกต่างไปจากสถาบันความรู้อื่น ๆ ตรงที่สถาบันต่าง ๆ นั้น สามารถถ่ายทอดความรู้ที่เกี่ยวกับสถาบันนั้นอย่างเดียว แต่สถาบันสื่อสารมวลชนสามารถถ่ายทอดความรู้ต่าง ๆ ได้ทุกสาขาวิชา ทั้งยังได้ปฏิบัติภารกิจในนามของสถาบันความรู้ต่าง ๆ เหล่านั้นอีกด้วย การปฏิบัติภารกิจของสถาบันสื่อสารมวลชนเป็นการปฏิบัติเพื่อสาธารณะ สามารถส่งข้อมูลข่าวสารไปให้ทุกคนในสังคมนั้นอย่างเปิดเผย โดยสมัครใจ ไม่กำหนดขอบเขตเฉพาะเจาะจง และยังเสียค่าใช้จ่ายต่อคนในอัตราที่ถูก ในการสื่อสารนั้นความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสารมีความสมดุลและเท่าเทียมกัน นอกจากนี้ข่าวสารที่ส่งโดยสื่อมวลชนยังไปถึงประชาชนได้มากกว่าที่แต่ละสถาบันจะส่งเอง และสถาบันสื่อสารมวลชนยังได้ปฏิบัติภารกิจแทนสถาบันต่าง ๆ สืบต่อไปได้อีก

บทบาทหน้าที่และวัตถุประสงค์ของสื่อมวลชนจะมีการเปลี่ยนแปลง โดยขึ้นอยู่กับทัศนะความคิดเห็นที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากความต้องการและผลประโยชน์ ของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีอยู่ในสังคม เช่น การควบคุมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของสังคมหรือของชาติ ผลกำไรและสถานภาพของเจ้าของสื่อ วิธีการควบคุมหรือเปลี่ยนแปลงกลุ่มย่อยในสังคม แหล่งข่าว วัฒนธรรม และการใช้สื่อของผู้รับ การเข้าถึงเสียงของสังคม การทำงานและความพึงพอใจของผู้ทำการสื่อสาร อำนาจของกลุ่มอิทธิพล สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนทั้งสิ้น นอกจากนี้องค์การสื่อสารมวลชนยังคงอยู่ท่ามกลางแรงผลักดันทั้งจากภายนอกองค์กรและภายในองค์กร ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจขององค์กร ดังอาจเขียนแผนภูมิไว้ดังนี้



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แสดงถึงปัจจัยที่มีบทบาทต่อการดำเนินงานของสื่อมวลชน

ดังนั้น ความสัมพันธ์ในวัฒนธรรมการผลิตสื่อมวลชน อาจกล่าวได้ว่า บุคคลที่อยู่ในฐานะผู้สื่อสารกับมวลชน ย่อมต้องปฏิบัติตามอยู่ภายใต้กรอบนโยบายขององค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนที่ตนสังกัดอยู่ ในขณะที่เดียวกัน องค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน ก็ถูกกำหนดให้ปฏิบัติตามหรือผลิตผลงานของตนออกมาภายใต้กรอบของสถาบันอื่น ๆ ในสังคม จึงเปรียบเสมือนว่า ทุก ๆ ส่วนในสังคมได้ทำหน้าที่เป็นผู้ควบคุมอีกต่อหนึ่ง

McQuail ได้กล่าวถึงการที่องค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนถูกควบคุมในระดับต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ทำให้องค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน จึงไม่สามารถปฏิบัติตามโดยอิสระด้วยตัวของตัวเอง แต่จะต้องดำเนินงานอยู่ท่ามกลางแรงกดดันจากตัวแปรต่าง ๆ ทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นภายในหรือภายนอกองค์กร ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการกำหนดนโยบายและหลักการในการปฏิบัติงานขององค์กร

แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์การเมือง (POLITICAL ECONOMY THEORY)

ทฤษฎีนี้เน้นที่โครงสร้างทางเศรษฐกิจของสื่อมวลชน โดยเน้นการวิเคราะห์โครงสร้างของการเป็นเจ้าของสื่อมวลชน และพลังทางด้านการตลาดของสื่อ ในแง่นี้ สถาบันสื่อมวลชนจึงเป็นส่วนหนึ่งของสถาบันเศรษฐกิจแต่ก็เกี่ยวข้องกับสถาบันการเมืองอย่างแยกไม่ออก และผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของเจ้าของผู้ประกอบการ ผลที่ตามมาคือ สื่อมวลชนขาดความเป็นอิสระ และมีความจำเป็นต้องให้ความสนใจต่อตลาดที่มีขนาดใหญ่หลีกเลี่ยงการเสี่ยงภัยในรูปแบบต่าง ๆ ละเลยกลุ่มผู้รับสารกลุ่มเล็ก ๆ และรายได้ต่ำ (ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ, 2531)

ทฤษฎีนี้นำไปพิจารณาประกอบการวิเคราะห์ในแง่ของผลประโยชน์ของการเป็นเจ้าของสื่อที่มีผลต่อความเป็นอิสระของสื่อมวลชน ในการผลิตผลงานภายใต้โครงสร้างที่จำกัด โดยอธิบายได้ว่าเนื่องจากสื่อมวลชนไม่ได้เป็นของประชาชนทั่วไปอย่างแท้จริงแต่เป็นของกลุ่มคนเล็ก ๆ เพียงไม่กี่คนเท่านั้น ซึ่งจากโครงสร้างทางกรรมสิทธิ์ในประเทศไทยนั้น กลุ่มคนที่เป็นเจ้าของสื่อประเภทกระจายเสียง ได้แก่ รัฐบาล และทหาร ซึ่งบุคคล 2 กลุ่มนี้ ล้วนแล้วแต่เป็นกลุ่มผลประโยชน์ที่มีวัตถุประสงค์บางประการในทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ในลักษณะที่ตอบสนองและเอื้ออำนวยต่อประโยชน์ของกลุ่มเป็นส่วนมาก การจะใช้สื่อมวลชนซึ่งอยู่ในครอบครองจึงมีแนวโน้มที่จะเป็นไปเพื่อกลุ่มมากกว่าส่วนรวม ความเป็นอิสระของสื่อมวลชนในการผลิตงาน

จึงมีน้อยลงไปตามสภาพการที่เข้ามาเกี่ยวข้องของสื่อที่ไม่ใช่วิชาชีพทางด้านสื่อมวลชน โดยเฉพาะ (วีรชัย วงศ์วิวัฒน์นาทกุล, 2538)

จากบทความ Critical political-economy theory ใน Theory of Media and Theory of Society (หน้า 82) แสดงถึงความสัมพันธ์ของทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองว่า มีความสำคัญอย่างมากในธุรกิจสื่อและเทคโนโลยี จากทฤษฎีวิเคราะห์ของมาร์กซิสต์ ประการแรก มีการเติบโตในสื่อมารวมตัวกัน ด้วยความต้องการพลังอำนาจของการเป็นเจ้าของมากขึ้น การรวมตัวของบริษัทระหว่างอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ (Murdock, 1990) ประการที่สอง มีการเติบโตในโลกของ "ข้อมูลทางเศรษฐกิจ" ประการที่สาม ความเสื่อมที่เกิดขึ้นในส่วน of สื่อ เพื่อสาธารณชนและการกำกับควบคุมโทรคมนาคมสาธารณะ ภายใต้การควบคุมกฎระเบียบความอิสระ (McQuail, 1980) นั้น อธิบายเปรียบเทียบถึงภาวะการณ์ในประเทศไทยได้ถึงการขาดมาตรการในการป้องกันการผูกขาดโดยบริษัทขนาดใหญ่ และป้องกันการเข้าดำเนินกิจการในลักษณะ cross - ownership ของนักธุรกิจที่ดำเนินกิจการสื่อมวลชนมากกว่าหนึ่งประเภท ขณะนี้เริ่มเกิดขึ้นแล้วระหว่างสื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์

สายทิพย์ สุดดีพันธ์ ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์สื่อมวลชนโดยใช้กรอบความคิด 2 แนวทางว่า การวิเคราะห์สื่อมวลชนโดยใช้กรอบแนวคิดของนักเศรษฐศาสตร์การเมือง มาร์กซิสต์ มีแนวโน้มที่จะมีลักษณะเศรษฐกิจกำหนดกลไก กล่าวคือ สื่อมวลชนจัดเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Cultural industry) ซึ่งจะสามารถอธิบายได้ด้วยกฎเกณฑ์ทั่วไปของการกำหนด โดยปัจจัยทางเศรษฐกิจโดยวัฒนธรรมและอุดมการณ์เป็นโครงสร้างส่วนบน ซึ่งจะดำรงอยู่และเปลี่ยนแปลงไปตามโครงสร้างทางเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นโครงสร้างส่วนล่าง สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เพื่อประโยชน์ของชนชั้นที่เป็นเจ้าของและควบคุมสื่อมวลชนนั้น ๆ ดังนั้น สื่อมวลชนที่เป็นกิจการเอกชนก็มุ่งผลิตรายการเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมที่เป็นผู้อุปถัมภ์รายการ โดยเป็นรายการที่มีเนื้อหา "เอาใจตลาด" เพื่อขยายจำนวนผู้รับสาร ถ้าเป็นสื่อสาธารณะของรัฐ ก็จะมีแนวโน้มจะนำเสนอรายการเพื่อสร้างความนิยมต่อรัฐบาล และยึดค่านิยมหลักของสังคม..

การวิเคราะห์ปฏิบัติการสื่อมวลชน โดยนักคิดอีกกลุ่มหนึ่งอาจเรียกวม ๆ ว่า Structuralist - culturalist ปฏิเสธข้อเสนอที่ว่า สื่อมวลชนทำหน้าที่เพียงถ่ายทอด ส่งผ่านสะท้อนภาพตามผลประโยชน์ทางชนชั้นทางเศรษฐกิจ และให้ความสำคัญต่อสื่อมวลชนในฐานะที่เป็นองค์กรกำหนดสัญลักษณ์ (Signifying agents) และกระบวนการกำหนดสัญลักษณ์ (Process of

signification) โดยเริ่มจากข้อเสนอที่ว่า ความเป็นจริง (Reality) มิใช่เป็นเพียงข้อเท็จจริงอย่างใดอย่างหนึ่งที่มีอยู่แล้วในธรรมชาติ แต่เป็นผลผลิตของการสร้างความเป็นจริง...ปัญหาที่น่าสนใจก็คือ ใครมีอำนาจในการกำหนดนิยามความหมายให้สิ่งต่าง ๆ อย่างเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป ความหลากหลายเหล่านั้นเกิดขึ้นมาได้อย่างไร มีการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดอย่างไร เป็นที่ยอมรับกันได้อย่างไร ความหมายเหล่านั้นให้ประโยชน์แก่ใคร แฝงไว้ด้วยความพยายามที่จะรักษาหรือเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์ใดในสังคม (สายทิพย์ สุดดีพันธ์, "ปฏิบัติการสื่อสารมวลชนกับการสร้างความชอบธรรมแห่งรัฐ", รัฐศาสตร์สาร 14 (พ.ค.-ส.ค.2531) : 102-103)

แรงผลักดันด้านเศรษฐกิจภายในระบบ และจากปัจจัยทางการเมือง รวมถึงประชาชนกลุ่มต่างๆ คงจะมีส่วนผลักดันให้เกิดการปฏิรูประบบวิทยุและโทรทัศน์ที่ละน้อย ในระดับปฏิบัติ แต่การเปลี่ยนแปลงในลักษณะของการปฏิรูปโครงสร้างในด้านกรรมสิทธิ์ และการวางนโยบายสื่อมวลชนระดับชาติให้เป็นเอกภาพ ยังเป็นเรื่องที่ยังไม่มีหน่วยงานใดไม่ว่าภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน หรือภาคประชาชนเข้ามารับผิดชอบอย่างจริงจัง หากไม่มีการกำหนดนโยบายอย่างชัดเจน อาจเกิดกรณีที่ระบบวิทยุโทรทัศน์ทั้งหมดเข้าสู่สภาพของการเปิดให้หารายได้จากกำไรโฆษณา คือ กลายเป็นการค้าทั่วทั้งระบบ (Full Commercialize System) หรืออีกนัยหนึ่งเป็นการแปรรูปสื่อของรัฐทางอ้อม (Privatize) ซึ่งทำให้ไม่มีข้อแตกต่างระหว่างสื่อของรัฐเป็นเจ้าของและดำเนินการเองกับสื่อ ที่เปิดให้เอกชนเข้ามาดำเนินการโดยได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการวิทยุโทรทัศน์ ในแง่นี้จะก่อให้เกิดการเสียดุลย์ในระบบวิทยุและโทรทัศน์ที่ภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน และภาคประชาชนมีสิทธิ์เป็นเจ้าของร่วมกัน (รศ.ดร.อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, บทบาทของรัฐในทางด้านสื่อมวลชน, 2539)

ผู้วิจัยเห็นว่า ในส่วนของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ซึ่งเป็นสื่อมวลชนของรัฐ กำลังอยู่ในช่วงของการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง การควบคุมทางการเมือง มีบทบาทสูงในการครอบงำจากชนชั้นปกครอง การถูกแรงผลักดันทางด้านเศรษฐกิจ รวมไปถึงปัจจัยที่เกิดขึ้น ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร ล้วนมีผลกระทบต่อการทำงานเป็นอย่างมาก ด้วยวัตถุประสงค์หลักของการก่อตั้ง บทบาทหน้าที่ที่แสดงออกในฐานะสื่อโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะ จึงต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีความพยายามที่จะเสนอรูปแบบและเนื้อหาให้มุ่งเป้าประสงค์ของส่วนรวมมากที่สุด ผู้วิจัยจึงได้หาแนวทางในการศึกษาถึงผลกระทบจากปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนลักษณะการจัดผังรายการของ สทท.11 ในแง่ของการสื่อสารรูปแบบและเนื้อหาในรายการ

รศ.ดร.อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ ได้กล่าวไว้ใน บทบาทของรัฐในทางด้านสื่อสารมวลชน, 2539 ว่า โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีหน้าที่ตอบสนองสิทธิที่จะรู้ (Right to know) ซึ่งเป็นพื้นฐานของมนุษย์ทุกคนบนสังคมโลก ความแตกต่างระหว่างแนวคิดในการจัดระบบวิทยุโทรทัศน์ของ Public Service และ Free Market จึงมีความแตกต่างกันอย่างมาก โดยสรุปการโต้แย้ง เพื่อแสวงหานโยบายสาธารณะ (Public Service) เพื่อปฏิรูประบบวิทยุและโทรทัศน์มักจะมี 2 แนวทางใหญ่ คือ การจัดระบบเพื่อบริการสาธารณะซึ่งเป็นเป้าหมายทางการเมือง และ วัฒนธรรมผสมผสานกันอยู่กับการจัดตามแนวตลาดเสรี ซึ่งเป็นเป้าหมายของระบบธุรกิจของสื่อวิทยุและโทรทัศน์เป็นสำคัญ

นอกจากการโต้แย้งในประเด็นหลักทางความคิดแล้ว ยังมีการโต้แย้งกันในเรื่องอื่น ๆ อีก ซึ่งเป็นผลมาจากการปฏิบัติในหลายประเทศ

ปัญหาที่เป็นจุดอ่อนที่น่าพิจารณาของฝ่าย Public Service System ได้แก่

1. การแทรกแซงทางการเมืองจากรัฐบาลหรือพรรคการเมือง
2. การจัดการด้านรายได้ ซึ่งต้องพึ่งภาษีการรับวิทยุและโทรทัศน์เกือบทั้งหมด
3. การผลิตรายการคำนึงถึงผลประโยชน์ของรัฐ และวัฒนธรรมแห่งชาติมากเกินไปจนเกิดช่องว่างระหว่างผู้ผลิตกับคนฟัง / คนดู

ในฝ่ายระบบ Free Market ก็มีปัญหาที่เป็นจุดอ่อนที่น่าพิจารณา ได้แก่

1. การแทรกแซงจากเจ้าของสินค้า โดยเฉพาะในระบบที่มีการโฆษณาแบบอุปถัมภ์รายการ (Sponsor)
2. การผลิตรายการตามสูตรที่ได้รับความนิยมเพื่อเอาใจตลาดและเจ้าของสินค้า
3. การซื้อรายการจากต่างประเทศเพื่อลดต้นทุนการผลิตรายการบางประเภท

ข้อถกเถียงที่สำคัญอีกประการหนึ่งของระบบ Public service และ Market system อยู่ที่ปัญหาการรักษาประโยชน์ของสาธารณชน (Public interest) ซึ่งเคยเป็นพันธกิจของฝ่ายวิทยุและโทรทัศน์ของรัฐ นักวิชาการในฝ่ายส่งเสริมประโยชน์สาธารณะชี้ว่า หากมีการแปรรูประบบให้เข้าสู่การค้ามากขึ้น พันธกิจที่สำคัญนี้ยังคงต้องรักษาไว้ แต่ต้องขยายออกไปเป็นภาระของทั้งฝ่ายวิทยุและโทรทัศน์ของรัฐและฝ่ายเอกชนร่วมกัน มิใช่ปล่อยให้ไปเป็นไปตามกลไกการทำงานของตลาด (Melody, 1992 ; 23)

จะเห็นได้ว่า เมื่อระบบวิทยุและโทรทัศน์ในประเทศต้นแบบหลายประเทศ เช่น สหราชอาณาจักรและประเทศในยุโรปตะวันตก ได้พัฒนาไปกว่าครึ่งศตวรรษ ก็ได้มีการปรับไปในแนวทางผสมผสานระหว่างระบบสื่อสารณะและแนวคิดตลาดเสรีมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในช่วงทศวรรษที่ 1980 - 1990 กำลังเป็นช่วงที่มีการปรับไปสู่ทิศทางของระบบพหุนิยม ในแนวคิดตลาดเสรี ทำให้เกิดระบบในแบบที่ 3 คือ ระบบแบบผสม (Mixed System) ขยายตัวไปทั่วโลก แต่การเปลี่ยนแปลงกระแสใหญ่ที่เกิดขึ้นกับประเทศส่วนมากในยุโรปตะวันตกขณะนี้ มีการถกเถียงกันมากกว่า ควรมีการปฏิรูประบบวิทยุและโทรทัศน์ไปในทิศทางใดกันแน่ และมีวิธีการดำเนินการอย่างไรจึงจะยังคงรักษาประโยชน์ของผู้ฟัง / ผู้ดู ให้มากที่สุด

ประสิทธิภาพในการให้บริการของรัฐ ในขณะที่ไม่มีการแข่งขันกับการตลาดทำให้เจ้าหน้าที่ของรัฐ มักไม่มีแรงจูงใจในการผลิตรายการใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ เพราะถือว่า คนฟัง / คนดู จะไม่หนีไปไหนเสีย ระบบวิทยุและโทรทัศน์แบบบริการสาธารณะกำลังเผชิญหน้ากับการท้าทายอย่างหนักจากเครื่องมือการสื่อสารสมัยใหม่ ที่เข้ามาชิงกลุ่มคนฟัง/คนดูไป และจากแรงกดดันของภาคธุรกิจเอกชนที่ต้องการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจการวิทยุโทรทัศน์มากขึ้น ผลที่ตามมาก็คือการเสนอสินค้าหรือรายการวิทยุและโทรทัศน์ที่ถูกใจตลาดขนาดใหญ่ที่สามารถหาโฆษณาได้ครั้งละมาก ๆ เช่น รายการทอล์คโชว์ รายการวาไรตี้ รายการบันเทิงประเภทต่าง ๆ รวมทั้งรายการประเภทข่าว วิเคราะห์ข่าว และรายการสารคดี ก็เสนอแนวคิดกลาง ๆ หรือไม่ก็หลบเลี่ยงประเด็นทางการเมือง เพื่อจะได้ไม่มีปัญหา กับฝ่ายรัฐ หรือฝ่ายเจ้าของสินค้าที่ให้โฆษณา โดยนัยนี้ ระบบที่เคยตอบสนองต่อผลประโยชน์ทางการเมืองและเศรษฐกิจของรัฐ ก็เปลี่ยนไปสู่การรับใช้ผลประโยชน์ของธุรกิจเอกชน (Corporate Interest) โดยเป้าประสงค์ทางสังคมอื่น ๆ จะถูกมองข้ามไป

กล่าวโดยสรุป การเปิดระบบวิทยุและโทรทัศน์ให้ดำเนินการในแนวคิดตลาดเสรี มีแนวโน้มนำไปสู่การผูกขาดโดยธุรกิจขนาดใหญ่ และการผูกขาดทางความคิดมาอีกทางหนึ่ง ถ้าหากไม่มีการวางนโยบายและมาตรการควบคุมที่เหมาะสม (Murdock & Golding ,1977/อ้างถึงในบทบาทของรัฐในทางด้านสื่อสารมวลชน , 2539)

ถึงแม้ว่าข้อโต้แย้งที่มองเห็นถึงประโยชน์ของแต่ละแนวคิดจะมีอยู่หลายประการก็ตาม แต่ก็ได้มีความพยายามที่จะผสมผสานแนวคิดทั้งสองระบบเข้าด้วยกัน เพื่อรับมิตชอบและรักษาสีทธิในการรับรู้ของประชาชน โดยการควบคุมและกำหนดสัดส่วนของการนำเสนอรูปแบบ

และเนื้อหารายการ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดการจัดผังรายการโทรทัศน์ มาเป็นแนวทางไปสู่ความเข้าใจถึงการจัดผังรายการหลักของ สทท.11 มีปัจจัยอะไรที่มีส่วนเข้ามาเกี่ยวข้องบ้าง

แนวคิดความคิดในการจัดผังรายการ

การจัดผังรายการของสถานีโทรทัศน์ส่วนใหญ่ ผู้บริหารระดับสูงของสถานีฯ จะเป็น ผู้ที่วางรูปแบบของผังรายการ เพื่อให้รายการต่าง ๆ ที่นำมาออกอากาศมีความสอดคล้องกัน โดยจะพิจารณาจากส่วนประกอบในการจัดผังรายการในส่วนต่าง ๆ ดังนี้ (อ้างถึง จอมพล สุภาพ, 2537)

1. การแบ่งช่วงเวลาในการออกอากาศ

การแบ่งช่วงเวลาในการออกอากาศมีส่วนสำคัญต่อการจัดผังรายการโทรทัศน์ เพื่อให้รายการออกมาเหมาะสมกับผู้ชมในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งในประเทศไทยมีการแบ่งช่วงเวลาในการออกอากาศเป็น 4 ช่วงด้วยกันคือ

- รายการภาคเช้า (Morning Programmes) ช่วงเวลา 05.00-12.00 น.
- รายการภาคบ่าย (Afternoon Programmes) ช่วงเวลา 12.00-18.00 น.
- รายการภาคค่ำ (Evening-Programmes) ช่วงเวลา 18.00-00.00 น.
- รายการภาคดึกหรือภาคหลังเที่ยงคืน (After Midnight Programmes) ช่วงเวลา 00.00-05.00 น.

2. นโยบายหลักหรือวัตถุประสงค์หลักของสถานีโทรทัศน์ ซึ่งจะมีลักษณะหน้าที่คล้ายคลึงกันในฐานะที่เป็นสื่อมวลชนคือ การให้ข่าวสาร ความรู้ ถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่ดีงามและการให้ความบันเทิง จะแตกต่างกันก็คือสัดส่วนของรายการที่นำมาแพร่ภาพออกอากาศตามนโยบายหลักของแต่ละสถานี นโยบายหลักนี้จะมีส่วนสำคัญในการวางแผนจัดผังรายการของสถานี ซึ่งจะต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้ทันกับความต้องการของคนในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้สถานีได้รับความนิยม ซึ่งหมายถึงมีจำนวนผู้ชมรายการสูงที่สุด (ผู้สนับสนุนรายการสนใจทำให้เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของรายการโทรทัศน์) และยังสร้างแรงดึงดูดใจผู้ผลิตรายการ ในการที่จะรายการที่ผลิตมาออกอากาศทางสถานีอีกด้วย

3. ลักษณะของสถานีและสภาพแวดล้อม หมายถึง ความกว้างไกลในการกระจายคลื่น ซึ่งมีส่วนสำคัญในการจัดช่วงเวลาในการแพร่ภาพออกอากาศรายการต่างๆ เพื่อความเหมาะสมระหว่างรายการกับผู้ชมรายการ เพราะการพิจารณาจัดรูปแบบผังรายการของสถานีโทรทัศน์ มีปัจจัยสำคัญเป็นสภาพแวดล้อมของสถานี ที่จะต้องพิจารณาควบคู่กันไปหลายประการ

3.1 ผู้ชม

เป็นส่วนสำคัญที่จะต้องพิจารณา เพราะรายการที่ออกอากาศทางสถานีต่างๆ จะเป็นที่นิยมหรือมีผู้ติดตามชมหรือไม่ ต้องขึ้นอยู่กับรายการนั้นสามารถตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของผู้ชมในขณะนั้นหรือไม่ ถ้าตอบสนองได้ตรงมีผู้ชมติดตามชมมากก็จะเป็นสถานีที่ได้รับความนิยมสูง แต่ถ้าตอบสนองได้ไม่ตรงกับความต้องการของผู้ชมก็จะมีผู้ชมติดตามชมน้อย นอกจากนี้ในส่วนที่เกี่ยวกับผู้ชม ผู้บริหารแต่ละสถานียังต้องพิจารณาถึงส่วนแบ่งผู้ชมที่มีอยู่ในแต่ละสถานีในช่วงเวลาเดียวกันด้วย เพราะแต่ละช่วงเวลาจะมีรายการที่ออกอากาศพร้อมกันหลายรายการ ผู้ชมจึงมีโอกาสเลือกชมรายการที่ตนเองชอบ ซึ่งอาจจะชอบชมรายการของสถานีหนึ่งมากกว่าสถานีอื่น ส่วนแบ่งผู้ชมก็จะมีในสถานีนี้นั้นสูงกว่า การพิจารณาในลักษณะนี้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดผังรายการต้องพิจารณาว่าจะมีวิธีการใดบ้างที่จะทำให้รายการของสถานีของตนได้รับความนิยมมากกว่าและมีวิธีใดบ้างที่สามารถดึงดูดกลุ่มผู้ชมให้มาสนใจรายการของสถานีของตนบ้าง

3.2 คุณภาพรายการ

รายการต่าง ๆ ที่ออกอากาศไปยังผู้ชม นอกจากจะตรงกับความต้องการของผู้ชมแล้ว ยังต้องเป็นรายการที่ให้เนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ดึงดูดความสนใจผู้ชมด้วย ซึ่งอาจจะพิจารณาจากรายการประเภทเดียวกันหรือรายการที่ออกอากาศในช่วงเวลาเดียวกัน เพื่อหาสัดส่วนและความแตกต่างของผู้ชมได้ เพราะรายการประเภทเดียวกันแต่ออกอากาศในช่วงเวลาที่ต่างกัน สัดส่วนของผู้ชมอาจจะไม่เท่ากัน เนื่องมาจากอิทธิพลของคุณภาพรายการข้างเคียง คุณภาพรายการก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถดึงดูดผู้ชมให้มาติดตามสถานีได้ เพราะในปัจจุบันนี้ผู้ชมมีโอกาสดูได้อย่างอิสระเต็มที่ รายการที่ออกอากาศในทุกวันนี้จึงมักจะผสมผสานความคิดสร้างสรรค์ของผู้ผลิตกับหน้าที่ทั้ง 4 อย่างของสื่อมวลชน เพื่อให้รายการที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้เป็นอย่างดี

3.3 ปริมาณความถี่และความยาวในการออกอากาศ

การจัดผังรายการจะต้องพิจารณาด้วยว่ารายการที่ออกอากาศนั้นควรจะมีปริมาณและความยาวของรายการเป็นอย่างไร เพื่อพิจารณาถึงความกระตือรือร้นของผู้ชมที่จะติดตามรายการนั้นมีมากน้อยแค่ไหน ซึ่งเป็นการสร้างนิสัยในการติดตามชมรายการด้วย ต่อวันหรือต่อสัปดาห์ อย่างเช่น สัปดาห์ละหนึ่งชั่วโมง หรือสัปดาห์ละสองชั่วโมง เดือนละครั้ง หรือสองครั้ง เป็นต้น เพราะรายการถ้ามีมากเกินไปหรือออกอากาศถี่เกินไปก็อาจจะทำให้ผู้ชมเบื่อได้ ส่วนความยาวของรายการก็ขึ้นอยู่กับว่าครั้งละหนึ่งชั่วโมง, หนึ่งชั่วโมงครึ่ง หรือสองชั่วโมง ตามความเหมาะสม

นอกจากนี้ยังต้องพิจารณาถึงความสามารถของผู้ผลิตที่ซื้อเวลาในการออกอากาศด้วยว่า มีความเป็นไปได้ในการผลิตรายการหรือไม่ อย่างเช่นผู้ผลิตต้องการออกอากาศทุกวัน ๆ ละ 30 นาที ฝ่ายจัดรายการก็ต้องพิจารณาด้วยว่าความสามารถของผู้ผลิตมีความเป็นไปได้หรือไม่ เนื้อหาสาระที่เป็นวัตถุประสงค์ในรายการมีอย่างเพียงพอสามารถป้อนรายการได้อย่างต่อเนื่องหรือไม่ ซึ่งส่วนต่าง ๆ นี้ มีส่วนในการจัดผังรายการ เพราะเมื่อกำหนดลงในผังรายการแล้ว ถ้าผู้ผลิตป้อนรายการไม่ทันออกอากาศก็จะเกิดความเสียหายต่อสถานีได้

3.4 ความสัมพันธ์ของรายการข้างเคียง

เป็นการศึกษาถึงผลกระทบจากรายการที่ออกอากาศในช่วงเวลาเดียวกัน โดยศึกษาในลักษณะของการเปรียบเทียบความนิยมของผู้ชมที่มีต่อรายการข้างเคียงในช่วงเวลาที่ออกอากาศ ซึ่งระดับความนิยมของรายการหนึ่งจะมีอิทธิพลต่ออีกรายการหนึ่ง เพื่อที่จะวิเคราะห์ว่าจะต้องใช้กลยุทธ์อย่างไร เพื่อที่จะพยายามรักษากลุ่มผู้ชมให้อยู่กับสถานีของตนอย่างเหนียวแน่นหรือพยายามดึงกลุ่มผู้ชมให้ กลับมาชมรายการของสถานีของตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการประเภทเดียวกันและออกอากาศในเวลาเดียวกัน ความน่าสนใจในรายการจะสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ชมได้เป็นอย่างดี แต่ละครายการจึงต้องมีการแข่งขันและพัฒนารูปแบบรายการตลอดเวลา

นอกจากจะพิจารณาถึงรายการที่ต่างสถานีกันแล้ว ในกรณีที่เป็นการออกอากาศในสถานีเดียวกัน ก็จะเปรียบเทียบจากกลุ่มผู้ชมรายการในช่วงเวลาเดียวกันที่อยู่ในแต่ละวัน และรายการที่จะบรรจุใหม่ที่แทนรายการเดิมว่า ความต้องการของผู้ชมเป็นกลุ่มเดียวกันหรือไม่ มีความต้องการอย่างเดียวกันหรือไม่ หรือรายการที่ออกอากาศก่อนหรือหลัง ผู้ชมกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มเดียวกัน

หรือไม่ ถ้าเป็นผู้ชมกลุ่มเดียวกันผู้ชมรายการก่อนก็อาจจะพลอยชมรายการหลังไปด้วย แต่ถ้าเป็นผู้ชมคนละกลุ่มกัน ก็อาจจะเปลี่ยนไปชมรายการของสถานีอื่น ๆ ได้ ดังนั้น จึงต้องพิจารณาถึงความสัมพันธ์ของแต่ละรายการด้วย

3.5 ความสามารถ ภาพพจน์ และค่านิยมของสถานี

หมายถึงความได้เปรียบและความเสียเปรียบของแต่ละสถานี ทั้งทางด้าน การปฏิบัติงาน ความชำนาญ ความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์ กำลังคน ภาพพจน์ รวมถึงความนิยม และการยอมรับของผู้ชม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้สามารถรักษาผู้ชมได้เป็นอย่างดี สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ทำให้สถานีมีประสิทธิภาพมากขึ้น และปัจจัยที่สามารถทำให้สถานีได้รับความนิยมและทันสมัยอยู่ตลอดเวลา ก็คือ

3.5.1 ความคล่องตัว เป็นความสามารถในการจัดผังรายการของแต่ละสถานี ซึ่งแต่ละสถานีมีความคล่องตัวไม่เหมือนกัน รวมถึงการเปลี่ยนแปลงผังรายการให้สอดคล้อง กับความนิยมและความต้องการของผู้ชม ความคล่องตัวนี้ สถานีที่มีการจัดรายการเองจะมีความคล่องตัวสูงกว่าสถานีที่มีหน่วยราชการ สถาบัน และเอกชนร่วมจัดรายการ

3.5.2 ความรวดเร็ว เป็นความสามารถในการจัดซื้อ จัดหา และผลิตรายการ เพื่อเตรียมออกอากาศได้ฉับไว ทันกับความต้องการของผู้ชมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ความรวดเร็วนี้จะขึ้นอยู่กับการวางแผนจัดเตรียมรายการที่ออกอากาศอย่างเพียงพอ อำนาจการผลิต การเปลี่ยนแปลงการผลิต การจัดซื้อรายการ เช่น การประมูลการถ่ายทอดสดรายการต่าง ๆ รวมถึง การมีรายการสำรอง เพื่อออกอากาศในกรณีที่มีรายการออกอากาศไม่ทันหรือเหตุขัดข้อง ก็จะสามารถนำรายการสำรองมาออกอากาศแทนได้ในเวลานั้น

3.5.3 ประสิทธิภาพ ภาพพจน์ของสถานีเป็นส่วนที่สร้างศรัทธาให้เกิดขึ้นกับกลุ่มผู้ชมได้ และยอมรับว่าเป็นสถานีที่เชื่อถือได้ ซึ่งเกิดจากการมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง เช่น มีเอกลักษณ์ของบุคคล เช่น ผู้ประกาศข่าว ผู้รายงานข่าว ผู้พากษ์ เอกลักษณ์ของรายการ เช่น รูปแบบการนำเสนอข่าว ความแปลกของรายการและเทคโนโลยี ซึ่งเอกลักษณ์เหล่านี้ต้องใช้เวลาสร้างค่อนข้างนาน จึงจะเกิดการยอมรับจากผู้ชมได้

3.5.4 **ความเชื่อถือ** เป็นค่านิยมซึ่งเป็นความผูกพันของกลุ่มผู้ชมที่ได้รับประโยชน์จากสถานี ซึ่งให้ความไว้วางใจและยอมรับการบริการของสถานี ความผูกพันนี้จะเกิดขึ้นในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง จนเป็นความคุ้นเคยที่จะเปิดชมรายการของสถานีในช่วงเวลานั้น เช่น ช่วงเวลาข่าว ช่วงเวลาละครหลังข่าว หรือช่วงรายการการ์ตูน เป็นต้น

3.6 ระเบียบ กฎหมาย ข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการแพร่ภาพออกอากาศ

ในส่วนนี้ William E. McCavett และ Peter K. Pringle (อ้างถึงวโรชา สุทธิรักษ์, 2536) กล่าวไว้ว่า ข้อบังคับต่าง ๆ ที่เป็นกรอบในการควบคุมรายการโทรทัศน์ มีส่วนต่อความเป็นอิสระในการจัดผังรายการและการผลิตรายการ ซึ่งถ้าจะเปรียบเทียบข้อบังคับในสหรัฐอเมริกาหรือประเทศต่าง ๆ ในยุโรป กับประเทศไทย จะเห็นว่ามี ความแตกต่างกันอย่างมาก ในสหรัฐอเมริกาและประเทศในยุโรปจะมีการแบ่งช่วงเวลาในการออกอากาศอย่างชัดเจน ทั้งรายการข่าว ความรู้ และบันเทิง อีกทั้งยังให้ความสำคัญเป็นอิสระอย่างเต็มที่ ซึ่งถึงแม้ว่าจะมีกฎระเบียบข้อบังคับก็ตาม แต่จะไม่เข้ามาควบคุมอย่างใกล้ชิด จะปล่อยให้ควบคุมกันเอง เนื่องจากว่าแต่ละสถานีมีความรับผิดชอบสูงมาก ซึ่งผิดกับในประเทศไทยที่มีการควบคุมกันอย่างใกล้ชิด และสามารถตัดส่วนหนึ่งส่วนใดของรายการออกได้ทันที โดยไม่ต้องมีการแจ้งผู้ผลิตล่วงหน้า แต่ต่อมาได้มีการให้อิสระเพิ่มมากขึ้น โดยให้แต่ละสถานีรับผิดชอบต่อรายการที่นำมาออกอากาศด้วยตนเอง ทั้งที่เป็นรายการทั่วไปและรายการโฆษณา แต่ยังคงต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบของกองงานคณะกรรมการบริหารงานวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ หรือ กกช.

4. **การสำรวจผู้ฟังหรือผู้ชม** จะต้องมีการทำอย่างสม่ำเสมอ เพราะมีส่วนในการพัฒนาและปรับปรุงผังรายการให้มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา การสำรวจผู้ชมนี้จะมีหน่วยงานที่ทำการศึกษาแบ่งออกเป็น

4.1 **ส่วนของสถานีโทรทัศน์** ในส่วนนี้สถานีโทรทัศน์แต่ละสถานีได้มีการสำรวจเป็นประจำตามความเหมาะสม โดยจะทำในลักษณะการสำรวจประชามติ คือการติดตามชมรายการทางสถานี เพื่อนำข้อมูลส่วนนี้ไปใช้ในการปรับปรุงการจัดผังรายการ และพิจารณาปรับปรุงเกี่ยวกับอัตราค่าเวลาของสถานีตามความเหมาะสม

4.2 **ส่วนของบริษัทเอกชน** จะมีบริษัทเอกชนจัดตั้งขึ้นมาเพื่อสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับผู้ฟังหรือผู้ชม เพื่อที่จะได้ทราบถึงความต้องการและความนิยมของผู้ชมในแต่ละช่วงเวลา

บริษัทที่ทำการสำรวจในลักษณะนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency) ซึ่งสามารถนำข้อมูลส่วนนี้ไปใช้ในการวางแผนการโฆษณา และยังจำหน่ายให้กับหน่วยงานที่ต้องการข้อมูล อีกส่วนจะเป็นบริษัทที่สร้างขึ้นมาเพื่อทำการสำรวจเก็บข้อมูลเพื่อขายข้อมูลโดยตรง อย่างเช่น บริษัทดีมาร์ เป็นต้น ซึ่งข้อมูลส่วนนี้มีส่วนสำคัญในการกำหนดอัตราค่าเช่าเวลาของสถานีด้วย

5. **บุคลากรของสถานีที่ใช้ในการจัดผังรายการ** จะต้องมีบุคลากรที่เพียงพอ และมีคุณภาพ เพื่อที่จะวางแผนจัดผังรายการให้สอดคล้องและมีความเหมาะสมกับผู้ชมในแต่ละช่วงเวลาให้เป็นไปตามนโยบายของสถานีอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงเป็นผู้ที่มีความสามารถในการพิจารณารายการที่เสนอเข้ามาเพื่อขอซื้อเวลาออกอากาศ เพื่อจะนำไปเป็นส่วนประกอบในการจัดผังรายการด้วย

6. **งบประมาณ** เป็นส่วนที่มีความสำคัญและจำเป็นไม่น้อยกว่าปัจจัยอื่น ๆ เพราะการแพร่ภาพออกอากาศให้มีความกว้างไกลครอบคลุมพื้นที่ได้มากจะต้องมีการพัฒนาเทคโนโลยีทางด้านอุปกรณ์และการรับและส่งสัญญาณภาพและเสียงตลอดเวลา เพื่อให้ทันกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิตรายการ นอกจากนี้ยังรวมถึงงบประมาณสำหรับรองรับบุคลากรที่มีความสามารถในด้านต่าง ๆ ทั้งทางด้านเทคนิคและด้านบริหารตามจำนวนที่สถานีต้องการได้

การแบ่งประเภทของรายการโทรทัศน์ ตามระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ.2518 ซึ่งราชการสำนักนายกรัฐมนตรีประกาศใช้เมื่อวันที่ 2 ตุลาคม 2518 ดังนี้ (อ้างถึง ศิริพร กิตติชัชวาล, 2536)

ข้อที่ 30 ว่าด้วยสถานีจะต้องจัดวางแผนผังรายการหลัก โดยจัดแบ่งรายการออกตามประเภทที่กำหนดคือ

1. **รายการประเภทข่าว** หมายถึงรายการที่มีเนื้อหาให้ความรู้ความเข้าใจในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมฯ
2. **รายการประเภทความรู้** แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ
 - 2.1 **รายการส่งเสริมการศึกษา** สำหรับประชาชนทั่วไป เช่น รายการสารคดี
 - 2.2 **รายการสอนโดยตรง** เสนอเป็นชุดตามหลักสูตร เช่น รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาของมหาวิทยาลัยรามคำแหง หรือมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

3. **รายการประเภทบันเทิง** แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

3.1 **รายการประเภทละคร** มีทั้งแบบจบในตอน(ตอนเดียวจบ) และละครเรื่องยาวแบบต่อเนื่อง

3.2 **รายการประเภทดนตรี** แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

3.2.1 รายการประเภทมิวสิควิดีโอ นำเสนอเฉพาะมิวสิควิดีโอเป็นส่วนใหญ่ แต่จะมีการจัดรายการรูปแบบอื่นด้วย เช่น มีการเล่นเกม ตอบปัญหา หรือมีช่วงสลับต่าง ๆ เพื่อเพิ่มสีสันให้กับรายการ

3.2.2 รายการประเภทคอนเสิร์ตเป็นรายการที่ออกอากาศโดยนำเสนอเฉพาะภาพคอนเสิร์ตมาออกอากาศตลอดช่วงเวลา เช่น คอนเสิร์ตของศิลปินจากค่ายเพลงต่าง ๆ หรือจากต่างประเทศ

3.3 **รายการประเภทปกิณกะบันเทิง** เป็นรายการทั่วไปโดยไม่เฉพาะเจาะจงว่าเน้นหนักด้านใดอย่างเช่นจะเป็นรายการเพลงแต่มีเนื้อหาประเภทตลกสอดแทรกอยู่ด้วย หรือเป็นรายการประเภทวาไรตี้โชว์ (Variety Show)

4. **รายการประเภทโฆษณาการบริการธุรกิจ** เช่น รายการข่าวสังคมธุรกิจ เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์องค์กรใดองค์กรหนึ่ง เป็นต้น

การดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์บริการสาธารณะ (Public Service Broadcasting) จะมีความแตกต่างจากสถานีโทรทัศน์ในเชิงธุรกิจการค้า (Commercial Broadcasting) โดยปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบทั้งภายในและภายนอกองค์กรจะต้องถูกนำมาพิจารณาในการจัดผังรายการด้วย ซึ่งการศึกษาของ Yves Achille และ Bernard Miege (1994) ในเรื่อง The limited to the Adaptation of European Public Service Television ได้กล่าวถึงการจัดผังรายการของสถานีโทรทัศน์ว่า "ระหว่างสถานีโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะกับสถานีโทรทัศน์เชิงธุรกิจการค้า นั้น มีข้อแตกต่างสำคัญที่เห็นได้ชัด ก็คือ ลำดับความสำคัญของสัดส่วนรายการอันเป็นหน้าที่หลัก 3 ประการในการให้การศึกษา ข่าวสาร ความบันเทิง ถึงแม้ว่า โดยธรรมชาติจะเป็นไปในลักษณะผสมผสานก็ตาม แต่โทรทัศน์ในเชิงธุรกิจการค้าก็จะให้ความสำคัญกับการให้ความบันเทิงมากกว่าการให้ข้อมูลข่าวสารและการศึกษา ส่วนโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะนั้นมีหน้าที่ให้ความสำคัญกับการศึกษามากกว่าการให้ข้อมูลข่าวสาร และความบันเทิง ซึ่งเป็นส่วนที่เหลือ"

นอกจากนั้น ลำดับความสำคัญของสัดส่วนรายการจะเป็นเครื่องชี้ให้เห็นถึงการแบ่งแยก ความแตกต่างของสถานีโทรทัศน์แล้ว Yves Achille และ Bernard Miege ยังได้

กล่าวว่า ในขณะที่สถานีโทรทัศน์บริการสาธารณะในยุโรปตะวันตก ต้องประสบปัญหาเรื่องของรายได้ และการวางนโยบายที่เปลี่ยนไปตามโครงสร้างองค์กร ได้ส่งผลให้ต้องถูกจำกัดอิสระในการดำเนินงานนำเสนอเนื้อหารายการนั้น เมื่อธุรกิจโทรทัศน์มีการขยายตัวมากขึ้นระหว่างปี 1980-1990 สถานีโทรทัศน์บริการสาธารณะก็ต้องเผชิญหน้ากับการแข่งขัน ท่ามกลางภาวะแรงกดดันด้านการตลาดที่เข้ามาเพิ่มต้นทุนการผลิต การจัดซื้อรายการ และราคาของการออกอากาศมากขึ้นด้วย ดังนั้น การจัดผังรายการของโทรทัศน์บริการสาธารณะจึงมีการเปลี่ยนแปลงไป

เมื่อต้องแข่งขันกันอย่างรุนแรงกับโทรทัศน์ในเชิงธุรกิจ ส่งผลให้เกิดการนำเสนอรายการข่าว โดยมีการหาผลกำไรในช่วงเวลาข่าว เพราะถือเป็นช่วงที่มีผู้ชมสูงสุด ด้วยกลยุทธ์ทางการตลาด ที่มองว่าราคาโฆษณากับผู้ชมจะมีความสัมพันธ์กันเสมอ ดังนั้น รายได้จากการจัดช่วงเวลาออกอากาศในผังรายการจึงไม่ใช่เหตุผลที่จะบอกว่ารายการมีคุณค่าต่อผู้ชมเสมอไป หากแต่เป็นคุณค่าในเชิงรายได้เป็นสำคัญ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดผังรายการของสถานีโทรทัศน์บริการสาธารณะจึงเปลี่ยนแปลงไป โดยมีการคำนึงถึง

1. เป็นรายการที่ทำให้เกิดความนิยมที่มีต้นทุนการผลิตต่ำ แต่สามารถดึงดูดใจผู้ชมได้มาก เป็นรายการบันเทิงเบา ๆ เช่น เพลง เกมโชว์ เป็นต้น
2. เป็นรายการที่มีความหมายต่อผู้ชม แม้ว่าจะมีต้นทุนการผลิตสูง แต่รายการสามารถทำให้ผู้ชมสนใจได้มาก ก็ถือว่าสร้างกำไรได้ดีไปด้วย เช่น รายการข่าว สารคดี ภาพยนตร์ กีฬา เป็นต้น
3. เป็นรายการเพื่อผู้ชมที่มีความสนใจในวงจำกัด แม้ว่าการลงทุนจะไม่คุ้มทุนกับจำนวนของผู้ชมที่ให้ความสนใจ แต่ก็ถือว่าเป็นรายการที่มีความจำเป็น เช่น รายการการศึกษา รายการด้านศาสนา รายการเด็ก หรือสารคดี เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในกลยุทธ์ด้านการจัดรายการของโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะในยุโรป หากพิจารณาในด้านเศรษฐกิจ ก็ขึ้นอยู่กับรายได้จากการออกอากาศรายการ ความต้องการความแตกต่างด้านรายการกับสถานีโทรทัศน์เอกชนต้องหยุดลง สถานีโทรทัศน์บริการสาธารณะก็เหมือนกับสถานีโทรทัศน์เอกชนที่ต้องดำเนินงานให้ผู้ชมเกิดความนิยมรายการสูงสุด

อย่างไรก็ตาม การจัดผังรายการของสถานีโทรทัศน์เชิงธุรกิจ ส่วนใหญ่จะมีทั้งภาพและเสียงที่ทำการตลาด โดยที่สถานีและผู้ผลิตมีอำนาจในการจัดการให้ทั้งเนื้อหาและเทคนิคการผลิตเป็นไปตามความต้องการไม่ต้องใช้ฝีมือหรือแนวความคิดอะไรมากเพราะการมีภาพลักษณ์ของเครื่องหมายการค้าที่ได้ผลดีทางการตลาดอยู่แล้ว การใช้วิธีการจัดซื้อรายการที่มีราคาถูกจากต่างประเทศ และการผลิตรายการด้วยตัวเอง ก็สามารถทำรายได้เพิ่มขึ้นได้ หรือบางวิธีก็ใช้การบรรจุรายการประเภท Music Video ลงในผังรายการ รวมทั้งในที่สุดการกระจายเสียงเพื่อมวลชนก็มีรายการประเภทเกมโชว์เข้าร่วมด้วย เพราะเป็นการผลิตที่มีการลงทุนต่ำนั่นเอง

ในอีกด้านหนึ่ง การจัดผังรายการของโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะ ถูกบังคับให้เป็นไปตามความนิยม เพราะการผลิตรายการที่ยากจะทำกำไร ประเภทรายการเพื่อการศึกษา หรือรายการด้านศาสนา เป็นรายการที่ดึงดูดในผู้ชมให้สนใจได้น้อย และด้วยแรงกดดันทางด้านเศรษฐกิจ ก็จะส่งผลให้รายการด้านวัฒนธรรมต้องถูกตัดออกจากผังรายการไป จึงเป็นเรื่องยากที่จะทำให้รายการที่มีสาระอยู่รอดได้ เพราะหากความสำคัญทางด้านราคาในการออกอากาศลดลง

ในที่สุดสถานีโทรทัศน์บริการสาธารณะและสถานีโทรทัศน์เอกชน ก็มีการนำเสนอรายการที่เท่าเทียมกัน ลำดับก่อนหลังของสัดส่วนรายการที่ทำกำไรมากที่สุด ด้วยเหตุผลที่สถานีโทรทัศน์สาธารณะมีแรงกดดันด้านรายได้ สถานีจึงต้องมีการวางแผนจัดผังรายการให้เป็นช่องทางการหารายได้แนวใหม่โดยพัฒนามาเป็นการหาผู้สนับสนุนรายการ ทั้งที่มีข้อจำกัดในการหารายได้จากการโฆษณาก็ตาม

แม้ว่าจะปฏิเสธไม่ได้ถึงผลที่เกิดขึ้นในการใช้กลยุทธ์การจัดผังรายการจะเป็นการหาทางออกเกี่ยวกับปัญหาเรื่อง "เงิน" ซึ่งเป็นสิ่งที่สร้างแรงกดดันให้เกิดความพยายามอย่างมากในการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร เพื่อที่จะตอบสนองการเปลี่ยนแปลงการเสนอรายการโทรทัศน์ได้อย่างรวดเร็ว และทำให้มีราคาต้นทุนลดลง

จากการศึกษาถึงนโยบายของรายการโทรทัศน์เรื่อง programming the Public Broadcast Station ของ Mark J. Banks (1994) ได้กล่าวถึงนโยบายของการจัดผังรายการไว้ว่า เป้าหมายของการจัดผังรายการที่จะให้ได้ชัยชนะสำหรับโทรทัศน์ในเชิงธุรกิจ คือ การเข้าถึงและสามารถดึงดูดใจผู้ชมจำนวนมาก มีความเป็นไปได้ในทุก ๆ ส่วนของการแพร่ภาพออกอากาศแต่ละสัปดาห์ การจัดการของสถานีไม่เพียงแต่หาทางเข้าถึงการแบ่งกลุ่มผู้ชมขนาดใหญ่แล้ว แต่การ

ดึงดูดใจผู้ชมเฉพาะกลุ่ม ซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ที่พึงปรารถนาของนักโฆษณา เนื่องจากมีรายการให้เลือกชมจำนวนมาก รายการสำหรับผู้ชมที่มีอายุระหว่าง 18 - 54 ปี จึงเป็นกลุ่มประชากรผู้บริโภคที่สำคัญในสังคมการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น

ส่วนในโทรทัศน์สาธารณะ การไม่มีธุรกิจการค้าทำให้การดำเนินงานมีบุคลิกลักษณะที่เน้นในด้านปรัชญาการจัดผังรายการ ปรัชญา ก็คือการเลือกรายการซึ่งตรงกันข้ามกับการแพร่ภาพออกอากาศเพื่อธุรกิจการค้า นั่นคือ รายการที่เลือกไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงการจัดผังรายการของสถานีที่เป็นเครือข่ายของมวลชน ตัวอย่างเช่นเป็นรายการเพื่อชนกลุ่มน้อย รายการเพื่อการศึกษาของเด็ก สารคดี การวิเคราะห์การเงิน และกีฬาของชนกลุ่มน้อย มีความจัดลำดับความสำคัญตามความเหมาะสมกับการเลือกประเภท วัน-เวลาการออกอากาศ สถานีโทรทัศน์สาธารณะจำนวนมากจึงมักแพร่ภาพออกอากาศรายการเพื่อการศึกษาสำหรับการสอนในโรงเรียนเป็นส่วนใหญ่

จากบทความเรื่อง Public Broadcasting Audience & Program Research : Problem & Possibilities ของ Jack Lyle ได้กล่าวว่า นโยบายด้านรายการที่ครอบงำการดำเนินงานของสถานีบรรษัทกระจายเสียง BBC มีเกณฑ์ในการจัดผังรายการ 4 ประการ คือ

1. การจัดสรรเวลาและให้ความสำคัญในการสร้างความพอใจกับประชาชนเป็นหลัก โดยไม่ลืมห่วงคำนึงถึงชนกลุ่มน้อยด้วย
2. รักษารายการของผู้ชมระดับบน ที่มีรสนิยมชั้นสูง แต่ต้องหลีกเลี่ยงที่จะให้มีบ่อยครั้ง
3. เป็นเวทีแสดงความคิดเห็นของประชาชน ซึ่งมีความเป็นกลางและมีอิสระจากการแทรกแซงทางการเมืองของรัฐบาล
4. ให้มีการเผยแพร่เรื่องของศาสนาโดยไม่แบ่งแยกนิกาย

ถึงแม้ว่าจะอยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐ แต่การกระจายเสียงสาธารณะไม่ใช่เป็นของรัฐบาล และไม่ควรตกอยู่ในอำนาจการแทรกแซงทางการเมือง แต่ต้องตั้งมั่นอย่างอิสระเพื่อประชาชน

ส่วนการศึกษาเรื่อง Program Funding in Public Television and the SPC ของ NaTan Katzman กับ Ken Wirt ได้กล่าวว่า การดำเนินงานจัดผังรายการตามนโยบายหลักเป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละสถานีโทรทัศน์ โดยจุดมุ่งหมายด้านรายการของสถานีโทรทัศน์บริการสาธารณะควรจะตอบสนองความต้องการของประชาชนโดยทั่วไป สำหรับสถานีโทรทัศน์ PBS ในสหรัฐอเมริกา ได้มีการประเมินผลโดยการสำรวจความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อสถานี และมีการประชุมพิจารณาเลือกรายการด้วยคุณภาพ ความต้องการ การวางตำแหน่งในผังรายการ การมีคุณค่าสมราคา และเป็นรายการที่สามารถแพร่กระจายในระดับชาติได้

บางส่วนของการศึกษาของ John W. Fuller และ Douglas A. Ferguson (1997) ในเรื่อง Public Broadcasting Programming ได้กล่าวถึง "ปรัชญาและกลยุทธ์ของโทรทัศน์สาธารณะ : ความแตกต่างของการเข้าถึงรายการ" ว่า กลยุทธ์ด้านรายการของโทรทัศน์สาธารณะมีความซับซ้อนเพราะมีหลายวัตถุประสงค์ คือ เพื่อการศึกษา ข้อมูลข่าวสาร และเพื่อให้ทางเลือกรายการวัฒนธรรม ในช่วงเช้าและบ่ายของโทรทัศน์สาธารณะส่วนหนึ่งของวันมักจะประกอบด้วยการศึกษาสำหรับเพิ่มเติมการสอนในโรงเรียน หน้าที่ของรายการก็คือการให้ความรู้เพิ่มเติมจากตารางการสอนในชั้นเรียน ส่วนตอนเย็นเป้าหมายเป็นช่วงที่มีผู้ชมจำนวนมากกับการเลือกยอมรับรายการ ซึ่งการเลือกบรรจुरายการในช่วงเวลา Prime Time หรือราว 20.00 น. จะพิจารณารายการที่มีประโยชน์สูงสุดกับผู้ชม โดยมีพื้นฐานที่ตรงกันข้ามกับรายการในเชิงธุรกิจการค้า เพราะเป้าหมายก็คือการให้บริการแก่ผู้ชม

การจัดผังรายการโทรทัศน์สาธารณะในระดับสากล อย่างเช่น PBS มักยึดหยุ่นกับผังรายการของท้องถิ่น ในขณะที่เดียวกันก็ยังคงรักษามลประโยชน์ของการบริการระดับชาติได้ด้วย โดยมีการร่วมกันโฆษณาและการส่งเสริมรายการ

สิ่งหนึ่งที่ผิดปกติของรายการโทรทัศน์เพื่อสาธารณะก็คือ มีการนำรายการมาซ้ำบ่อยครั้ง เป็นรูปแบบเบื้องต้นที่นำไปสู่ความสำเร็จในการเพิ่มระดับของผู้ชมให้สูงขึ้น และเนื่องจากการขาดแคลนรายการที่ได้รับการยอมรับเพื่อเติมลงในผังรายการ ทำให้การนำรายการมาซ้ำจะช่วยให้สถานีโทรทัศน์สาธารณะหลายสถานีบรรลุประสิทธิภาพสูงสุดจากข้อจำกัดด้านต้นทุนของรายการ ในขณะที่เดียวกันก็เป็นการให้บริการสูงสุดไปสู่ผู้ชมด้วย

นอกจากนั้น จากการศึกษาถึงกลยุทธ์การจัดผังรายการโทรทัศน์สาธารณะ ยังได้กล่าวสรุปในตอนท้ายว่า "ในที่สุดเราก็มองเห็นว่า โทรทัศน์สาธารณะมีการนำเสนอโครงสร้างที่ไม่มีความแน่นอนของระบบการเงิน ซึ่งปัญหาที่ยังคงมีอยู่เรื่อยไป ควบคู่ไปกับความต้องการที่จะได้รับความไว้วางใจจากรัฐบาล ชุมชน บริษัท และมูลนิธิที่จะบริจาคเงินทุนให้ ดังนั้น จึงมีความพยายามที่จะวางตัวเพื่อรักษาความเป็นอิสระและควมมีเอกภาพ โดยคาดหวังที่จะสามารถเข้าถึงการควบคุมในด้านการจัดวางบรรจรายการ"

และบทสรุปของการศึกษาเรื่อง Public Television Station Programming ของ Bruce L. Christensen และ James Robertson (1993) ได้กล่าวไว้ว่า "...การเลือกและการจัดผังรายการนั้น นักจัดรายการของสถานีต้องพิจารณาลำดับก่อนหลังของใบอนุญาต การศึกษาเรื่อง ประชากรผู้ชม การแข่งขันทางธุรกิจ การแบ่งส่วนรายการในแต่ละวัน รายการที่หามาได้ง่าย และการหารายการมาบรรจได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งบทบาทในด้านการให้การศึกษาของโทรทัศน์บริการสาธารณะยังคงเป็นส่วนหนึ่งที่มีอยู่ในสารคดีชุดพิเศษและยังเป็นส่วนสำคัญที่สุดในศตวรรษที่ 21"

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Nartindale (1969) ระบุว่า การศึกษาบทบาทหน้าที่เป็นส่วนย่อยในการศึกษาโครงสร้าง และการศึกษาโครงสร้างก็เป็นส่วนย่อยในการศึกษาบทบาทหน้าที่ การศึกษาเรื่องใดเรื่องหนึ่ง จะทำให้เข้าใจอีกเรื่องหนึ่งดีขึ้น

Marlyne E. Lashley (1992) ศึกษาเรื่อง Even in Public Television Ownership Changes matter ได้ระบุว่า การเปลี่ยนแปลงในเรื่องโครงสร้างองค์กร เป็นผลกระทบมาจากการเปลี่ยนแปลงความเป็นเจ้าของในเนื้อหารายการโทรทัศน์สาธารณะโดยเฉพาะจะเป็นตัวแสดงให้เห็นถึงการปรับเปลี่ยนการบริหารการรักษานโยบายเพื่อสาธารณะในวิกฤตการณ์เกี่ยวกับรายได้นั้น จึงต้องมีการเปลี่ยนแปลงเป้าหมาย (นโยบายที่ถือปฏิบัติ) โครงสร้างองค์กร และเนื้อหารายการของโทรทัศน์สาธารณะ

Murdock and Golding (1974) ระบุว่า สถาบันสื่อมวลชนนั้น ประกอบด้วยบริษัทที่ดำเนินการทางธุรกิจ หรือทำการผลิตแบบอุตสาหกรรม ซึ่งดำรงอยู่ในภาวะทางการตลาดเช่นเดียวกับธุรกิจอื่น ๆ ลักษณะทางธุรกิจปรากฏให้เห็นทุกระดับ ทั้งในกระบวนการผลิต ในการวางนโยบายการตลาด และในโครงสร้างการเป็นเจ้าของกิจการ

เสถียร เขยประดับ (2531) ได้ศึกษาเรื่อง "การสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในประเทศด้อยพัฒนา" ผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารในสังคมเกิดขึ้นภายในกรอบหรือขอบเขตที่กำหนดโดยอุดมการณ์ของสังคม เป้าหมายและเนื้อหาของ การสื่อสารจะสะท้อนให้เห็นถึงอุดมการณ์นี้ ในระบบทุนนิยมการสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการช่วยให้เกิดการเห็นพ้องต้องกัน ในการถ่ายทอดข่าวสารกลับไปกลับมา ระหว่างผู้ปกครองและผู้ถูกปกครอง ทั้งนี้เพื่อให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวกับประโยชน์ส่วนรวม และเพื่อคอยสอดส่องตรวจตราการบริหารงานของรัฐบาล

สายทิพย์ สุกติพันธ์ (2531) ได้เขียนเรื่อง "ปฏิบัติการสื่อสารมวลชนกับการสร้างความชอบธรรมแห่งรัฐ" โดยกล่าวว่า ปฏิบัติการสื่อมวลชนไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อประเภทไฟฟ้าเป็นส่วนหนึ่งของอุดมการณ์กลไกแห่งรัฐ โดยลักษณะโครงสร้างกรรมสิทธิ์และการควบคุมโดยกฎหมาย รัฐเป็นเจ้าของและดำเนินการบุคลากรของรัฐ รายได้ของสถานีวิทยุเหล่านี้ได้จากงบประมาณแผ่นดิน ไม่มีการโฆษณา สถานีวิทยุที่ดำเนินการในลักษณะนี้คือ สถานีวิทยุสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ บทบาทของสื่อมวลชนในด้านการให้ข่าวสารข้อมูลมีความสำคัญยิ่งในกระบวนการการเมืองและนโยบายสาธารณะในปัจจุบัน เพราะความสนใจของคนทั่วไปต่อประเด็นปัญหาต่าง ๆ นั้น แทบจะเรียกได้ว่าไม่มีอยู่เลย จนกระทั่งเรื่องราวถูกนำเสนอโดยสื่อมวลชน เรื่องราวเหล่านั้นเกิดขึ้นใกล้ตัว ซึ่งคนทั่ว ๆ ไปแทบไม่มีโอกาสได้มีประสบการณ์ด้วยตนเองโดยตรง เขาจะรับรู้แต่เพียงรายงานโดยที่ผู้สื่อข่าวและผู้รายงานข่าวนั้นก็มิได้ตระหนักว่าตนกำลังทำหน้าที่ด้านการปลุกฝังและสืบทอดอุดมการณ์อยู่ด้วย

บุญรักษ์ บุญณะเขตมาลา เขียนไว้ในหนังสือชื่อ "ฐานันดรที่สี่ จากระบบโลกถึงรัฐไทย"ว่า "นับตั้งแต่ยุคเริ่มแรก ตอนกลางๆ ทศวรรษ 1950 ท่ามกลางบรรยากาศการเผชิญหน้าระหว่างลัทธิต่าง ๆ ในโลก อันเป็นสมัยของจอมพล ป. พิบูลสงคราม ทวีเป็นกิจการที่เต็มไปด้วยอภิสิทธิ์ เพราะรัฐได้เข้ามาจัดการอย่างใกล้ชิดในนามของ "ความมั่นคงแห่งชาติ"

ในเวลาต่อมา แม้ว่าสถานการณ์ทั่วทั้งโลกและภายในสังคมไทยเองจะเปลี่ยนแปลงไปแล้วอย่างใหญ่หลวง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงทศวรรษ 1980 และ 1990 รัฐก็ไม่ได้ถอนตัวออกจากกิจการทีวี จนกระทั่งทุกวันนี้ที่ทั้งกองทัพบกและสำนักนายกรัฐมนตรีต่างเข้ามาครอบครองเครือข่ายทีวี ทั้งในรูปรัฐวิสาหกิจแบบ อ.ส.ม.ท. ตลอดจนถึงสัมปทานกับเอกชน

อย่างบริษัทกรุงเทพไทยโทรทัศน์ และบางกอกเอนเตอร์เทนเมนท์ และครั้งต่อมาเมื่อมีการก่อตั้งเครือข่ายทีวีเพื่อรายการ คุณภาพ ที่ไม่มุ่งหวังผลกำไรอย่าง ช่อง 11 ขึ้นมา ทั้ง ๆ ที่นี้อาจจะเป็นทางเลือกที่ดี (ทว่ายังไม่มีเวลาเพียงพอในการแก้ไขปัญหาด้านการจัดการ ทั้งด้านแหล่งทุนและระบบการผลิตรายการ) ก็มีใคร ๆ พยายามครั้งแล้วครั้งเล่าที่จะพลิกแพลงเครือข่ายนี้ให้กลายเป็นธุรกิจ"

รศ.ดร.อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ (2539) เขียนไว้ว่า "สถานีโทรทัศน์ ช่อง 11 เกิดขึ้นในช่วงที่หลังจากพรรคการเมืองบางพรรคเข้าไปผลักดันร่วมกับข้าราชการประจำในโครงสร้างของระบบโทรทัศน์ยุค 2530 จึงปรากฏภาพของตุลย์อำนาจทางการเมืองที่ดูขนานไปกับการปรับโครงสร้างทางการเมืองในระดับมหภาค กล่าวคือ กลุ่มพรรคการเมืองมีโอกาสอยู่ในอำนาจอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2524 และมีนายกรัฐมนตรีมาจากเลือกตั้งในปี 2530 หลังจากทั้งช่วงไปตั้งแต่ปี 2519 กลุ่มเศรษฐกิจและชนชั้นกลางขยายตัวอย่างรวดเร็ว และกลุ่มอำนาจเก่าถูกกดดันให้ปรับตัว

ในแง่นี้จะเห็นได้ว่า โครงสร้างของระบบโทรทัศน์มีลักษณะที่สอดคล้องกับการมีส่วนในอำนาจรัฐของกลุ่มพลังต่าง ๆ การก่อตั้ง ช่อง 11 ผนวกกับ ช่อง 9 เป็นฐานความชอบธรรมสำหรับกลุ่มพรรคการเมือง ในขณะที่กลุ่มทหารมี ช่อง 5 และ ช่อง 7 อยู่ในความดูแล แต่ในระบบแบบทวิภาค (Dual System) กลุ่มที่แทรกอยู่อย่างมีพลังตลอดเวลาคือ กลุ่มเศรษฐกิจซึ่งเป็นผู้ดำเนินการกิจการโทรทัศน์ส่วนใหญ่ ได้แก่ ช่อง 3 ช่อง 7 และสถานีเคเบิลอีก 2 แห่ง (นอกจากนี้โทรทัศน์ทุกช่อง ยกเว้น ช่อง 11 ยังเปิดให้มีการโฆษณาและขายเวลา ซึ่งเป็นช่องทางแก่ระบบธุรกิจตลาดเสรีโดยตรง) ปัญหาที่สำคัญของระบบที่เป็นอยู่ จึงมีลักษณะของการที่กลุ่มเศรษฐกิจบางกลุ่มได้อำนาจในการดำเนินการกิจการโทรทัศน์ แต่ปราศจากเสรีภาพในด้านข่าวสารข้อมูลและการแสดงความคิดเห็นอย่างแท้จริง"

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อโครงสร้าง และการจัดผังรายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ในฐานะสื่อโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะเท่าที่ปรากฏในเอกสารและงานวิจัยยังมีอยู่น้อยเรื่อง แต่ละเรื่องจะกล่าวถึงองค์กรสื่อโทรทัศน์เพียงสังเขป ซึ่งส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นไปในเรื่องของบทบาทของการเสนอข่าวสาร มากกว่าจะศึกษาถึงการจัดผังรายการโทรทัศน์ ด้านการนำเสนอเนื้อหา รูปแบบรายการ นอกจากนี้ในส่วนของ การแสวงหาทิศทางของการพัฒนาองค์กรสื่อในอนาคต ยังไม่มีการทำวิจัยขึ้นมาอย่างจริงจัง

อย่างไรก็ตาม จากเอกสารและงานวิจัยที่ผ่านมา ทำให้ผู้วิจัยเห็นถึงการปรับเปลี่ยนของโครงสร้างองค์กรและการจัดผังรายการ ลักษณะรูปแบบและเนื้อหาของรายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ด้วยความแตกต่างไปจากสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ ที่มีการแข่งขันกันสูงในวงการสื่อสารมวลชน จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องปรับตัวให้กับสภาวะการณ์ขณะเดียวกันก็ต้องรักษาจุดยืนของตัวเองไว้เพื่อประโยชน์ของสาธารณชน ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องมีการวิจัยในสิ่งเหล่านี้ โดยศึกษาจากการควบคุมและกำหนดสัดส่วน ลักษณะรูปแบบเนื้อหาของรายการ อันเป็นตัวบ่งชี้ถึงการแสดงบทบาทหน้าที่ของสื่อโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะต่อไป



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย