



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ สถานภาพของสิทธิการสื่อสารในประเทศไทย:
การสื่อสารในมณฑลสาธารณะ

โดย พิรกรอง รามสูต

สิงหาคม 2550

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ สถานภาพของสิทธิการสื่อสารในประเทศไทย: การสื่อสารในมณฑลสาธารณะ

คณะผู้วิจัย
พริ้งรอง งามสุต

สังกัด
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกอ. และสกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ศึกษาสถานภาพของสิทธิการสื่อสารในประเทศไทยใน 4 ประเด็นหลัก คือ กฎหมายและการกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง เสรีภาพของสื่อมวลชน เสรีภาพของข้อมูลข่าวสาร ความหลากหลายของเนื้อหา และมณฑลสาธารณะในสื่อมวลชน ระเบียบวิธีการวิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลัก อาทิ การสัมภาษณ์เชิงลึกและการศึกษาเอกสาร และวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า มีกฎหมายและบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญจำนวนไม่น้อยที่สนับสนุนเสรีภาพของสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังการยกร่างรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2540 ที่มาจากประชาชน ถึงแม้ว่าหลังจากนั้นจะเกิดความล้มเหลวของการสรรหาสมาชิกคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงแห่งชาติ (กสช.) ซึ่งก่อให้เกิดสุญญากาศทางการกำกับดูแล ซึ่งเอื้อให้ผู้ที่ทำหน้าที่ในกรมประชาสัมพันธ์เข้ามาแทรกแซงในการเคลื่อนไหวที่สำคัญตามเจตนารมณ์ของการปฏิรูปสื่อ เช่น วิทยุชุมชน

ในส่วนองเสรีภาพของสื่อมวลชน การศึกษาพบว่ามีปัญหาและข้อจำกัดหลายประการ การศึกษาจะมองใน 2 ช่วงระยะเวลา คือ 1) ช่วงเวลาที่อยู่ภายใต้การบริหารประเทศของรัฐบาลดร.ทักษิณ ชินวัตร (ในวาระที่สองถึงช่วงก่อนการรัฐประหารในเดือนกันยายน 2549) และ 2) ช่วงหลังการรัฐประหาร ในช่วงแรกพบว่าเสรีภาพของสื่อมวลชนพบว่าถูกควบคุมอย่างแนบเนียนผ่านการฟ้องร้องคดีหมิ่นประมาท การแทรกแซงความเป็นอิสระของบรรณาธิการโดยการครอบครองกิจการทางธุรกิจ ความสัมพันธ์ทางธุรกิจ และอิทธิพลทางการเมือง การเซ็นเซอร์ในสื่อที่รัฐเป็นเจ้าของ และการบีบบังคับและคุกคามสื่อผ่านกลุ่มรากหญ้าที่เป็นพันธมิตรทางการเมืองของรัฐ ในช่วงหลังการรัฐประหารซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงสำคัญที่ส่งผลต่อเสรีภาพของสื่อมวลชน เป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนของลักษณะในการควบคุม เป้าหมายของการควบคุมและบทบาทขององค์กรวิชาชีพ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกนักข่าวในประเด็นดังกล่าว พบว่ามีเสรีภาพในการทำงานสูงกว่าในสมัย พตท. ทักษิณ อย่างไรก็ดี สื่ออินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นเป้าหมายในการควบคุมที่สำคัญที่สุด เพราะเป็นพื้นที่ที่อำนาจเก่าเข้าถึงได้

นอกจากนี้ 10 ปีหลังจากการบังคับใช้กฎหมายเสรีภาพของข้อมูลข่าวสารฉบับแรก การศึกษาพบว่ายังมีอุปสรรคหลายประการต่อการสร้างธรรมาภิบาลของภาครัฐผ่านการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารของราชการ เช่น การขาดความรู้ ความเข้าใจของข้าราชการเกี่ยวกับเสรีภาพในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และทัศนคติ ค่านิยมของข้าราชการที่มักจะให้ข้อมูลข่าวสารในส่วนราชการเท่านั้น

ในส่วนองความหลากหลายในเนื้อหาสื่อและมณฑลสาธารณะในสื่อมวลชน ศึกษาในสื่อโทรทัศน์จากผังรายการและจากการวิเคราะห์เนื้อหา พบว่า ความหลากหลายในรายการโทรทัศน์มีต่ำ มักกระจุกตัวอยู่ที่รายการประเภทบันเทิงมากกว่ารายการที่เป็นข่าวสารและสาระ ขาดรายการประเภทวิเคราะห์ข่าว ส่วนในแง่ของกลุ่มผู้ชมพบว่าเน้นเหมารวมกลุ่มผู้ชมทั่วๆ ไปในวงกว้างจนขาดความสมดุลให้กับรายการที่เหมาะสมกับความต้องการของคนบางกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะ และพื้นที่สาธารณะในสื่อโทรทัศน์เป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับรายการประเภทสนทนาปัญหามานานเมือง 2 รายการ คือ รายการทรงสถิตการณ และรายการถึงลูกถึงคน ซึ่งพบว่ารายการแรกมีความเป็นพื้นที่สาธารณะน้อยกว่ารายการหลัง

Abstract

This study examines the status of communication rights in Thailand through four main indicators – related laws and regulation, freedom of the press, freedom of information, diversity of content, and the public sphere in mass media. The scope of study covers the mentioned four areas. The research uses mainly qualitative methods such as in-depth interviews and documentary research alongside quantitative method like content analysis to uncover findings.

The research has these findings. First, with respect to law and policies that relate to communicating in the public sphere, the study finds a number of laws and provisions that support freedom of the press particularly after the promulgation of the 1997 Constitution, the People Charter. Nevertheless, subsequent incidents like the failed selection of members of the National Broadcast Council has created a regulatory vacuum which allows the incumbent Department of Public Relations to intervene in important movements like community radio broadcasting.

As for freedom of the press, the study finds many problems and constraints. The study looks into two periods – the period under former Prime Minister Thaksin Shinawatra administration (only the second term and the period prior to the coup d'etat in September 2006) and the period subsequent to the coup. During the Thaksin regime, freedom of the press was found to be in retreat with many subtly-devised schemes for control including libel/defamation lawsuits, editorial interference through business takeover, business connection and political influence, censorship in state-owned media, and press harassment and coercion through grassroots political allies. In the post-coup period, however, there are important changes that affect freedom of the press. These changes manifest in the nature of control, object of control and the role of professional organizations. Based on in-depth interviews with news editors and chiefs, freedom of the press is perceived to be relatively higher in the post-coup period. The new regime tends to resort to requests for co-operation and patron-client favors. The Internet also emerges as relatively more important target of control. Meanwhile, representatives from professional media organizations have been opportunistic, from their existence in the legislature, to push for new media laws to replace old authoritarian laws.

Furthermore, after ten years of enforcement of the first freedom of information law, the study finds that many obstacles still remain in fostering transparency through open disclosure of public information including the general lack of knowledge about freedom of information in government officials, as well as their negative attitudes and values towards information disclosure.

As for diversity in media content and the public sphere in mass media, the research finds that content diversity is low in Thai television with high concentration in entertainment programs while lacking in news analysis programs. Meanwhile, a comparative textual study is carried out in two news talk programs – *krong stha nakarn* and *theung look theung khon* which finds that the former has elements that resemble a public sphere more than the latter.

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

ในการประชุมสุดยอดว่าด้วยสังคมสารสนเทศ (World Summit on the Information society) ครั้งล่าสุดที่นครเจนีวา เมื่อปลายปี พ.ศ.2546 ประเด็นเรื่องสิทธิการสื่อสาร (Communication Rights) ได้มีการทบทวนและนำเสนอกรอบในการพิจารณา “สิทธิการสื่อสาร” เสียใหม่ให้สอดคล้องกับบริบทแห่งยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้โดยมีมิติและมุมมองใหม่ๆ หลายประการเพิ่มเติมขึ้นจากแนวคิดเดิมเกี่ยวกับสิทธิการสื่อสารซึ่งมีรากฐานมาจาก ปณิญาสากล่าวด้วยสิทธิมนุษยชน ข้อ 19 ที่สหประชาชาติประกาศใช้ในปี พ.ศ.2491

จากการประชุมดังกล่าวได้มีการนำเสนอกรอบใหม่ของสิทธิการสื่อสารซึ่งประกอบด้วย 4 เสาหลัก (pillars) ด้วยกัน คือ

- 1) การสื่อสารในมณฑลสาธารณะเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมทางประชาธิปไตย
- 2) การสื่อสารความรู้เพื่อสร้างความเท่าเทียมและความคิดสร้างสรรค์
- 3) สิทธิทางประชาสังคมในการสื่อสาร
- 4) สิทธิทางวัฒนธรรมในการสื่อสาร

เนื่องจากการทบทวนและจัดทำกรอบแนวคิดใหม่เกี่ยวกับสิทธิการสื่อสารเป็นสิ่งที่เพิ่งเกิดขึ้นได้ไม่นาน จึงยังไม่มียานวิจัยใด ๆ เลยที่ศึกษาเกี่ยวกับสถานการณ์ของสิทธิการสื่อสารในประเทศไทย ตามกรอบใหม่นี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาถึงปรากฏการณ์จริง และสถานการณ์ของสิทธิการสื่อสารในสังคมไทย โดยจะทำการศึกษาในเฉพาะส่วนของเสาหลักแรกของกรอบแนวคิด คือ การสื่อสารในมณฑลสาธารณะ

มณฑลสาธารณะหรือพื้นที่สาธารณะ (public sphere) หมายถึง พื้นที่ที่เปิดให้ประชาชนสามารถเข้าถึงเพื่อรับรู้แลกเปลี่ยนและอภิปราย โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อแสวงหาความเห็นร่วมกันในเรื่องต่าง ๆ ที่เป็นประเด็นสาธารณะของสังคมหรือชุมชน แนวคิดเรื่องมณฑลสาธารณะนี้ ริเริ่มโดยนักวิชาการชาวเยอรมันชื่อ เจอร์เก้น ฮาเบอร์มาส (Jurgen Habermas) และมีการนำมาปรับใช้อย่างกว้างขวางในสายสังคมศาสตร์ รัฐศาสตร์ โดยเฉพาะในฐานะของภาพอุดมคติ หรือสัญลักษณ์ของการสื่อสารที่เอื้ออำนวยต่อระบบประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม (participatory democracy)

ทั้งนี้มณฑลสาธารณะหรือพื้นที่สาธารณะจะเข้มแข็งเพียงใด ก็ขึ้นอยู่กับว่าสมภาวการณ์ของสิทธิการสื่อสารในแง่มุมที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างไร ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของเสรีภาพในการแสดงออกของสื่อมวลชนและของประชาชน ความสามารถของประชาชนในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากข้อมูลสารสนเทศของรัฐ ความหลากหลายของเนื้อหาในสื่อต่าง ๆ เนื้อหาของสื่อที่สะท้อนถึงประโยชน์สาธารณะและการมีอยู่ของพื้นที่สาธารณะและบทบาทที่ชัดเจนในสื่อมวลชน

การศึกษาเรื่อง “สถานภาพสิทธิการสื่อสารในของไทย : การสื่อสารในมณฑลสาธารณะ” ได้ทำการศึกษาใน 4 ประเด็นหลักด้วยกัน คือ

- 1) กฎหมายและบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญที่เกี่ยวข้องกับสิทธิการสื่อสารในมณฑลสาธารณะ
- 2) เสรีภาพในการแสดงออกของประชาชนและสื่อมวลชน
- 3) เสรีภาพในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนและสื่อมวลชน
- 4) ความหลากหลายของเนื้อหาและมณฑลสาธารณะในสื่อมวลชน

1. กฎหมายและบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญที่เกี่ยวข้องกับสิทธิการสื่อสารในมณฑลสาธารณะ

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิการสื่อสารในมณฑลสาธารณะมีประเด็นที่ทำการศึกษายู่ 4 ประเด็นด้วยกัน คือ 1) บทบัญญัติในรัฐธรรมนูญ 2) กฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง 3) การปฏิรูปสื่อ และการจัดตั้งองค์กรกำกับดูแลสื่อ 4) การกำกับดูแลตนเองของสื่อมวลชน

1. บทบัญญัติในรัฐธรรมนูญ มีการบัญญัติรับรองสิทธิและเสรีภาพของบุคคลเพิ่มมากขึ้น จากเดิมที่ให้สิทธิเพียง 9 ประการ เพิ่มขึ้นเป็น 40 ประการ อาทิ มาตรา 37 39 และ 40
2. กฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสิทธิการสื่อสาร คือ พระราชบัญญัติการพิมพ์ พ.ศ. 2484 พระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2489 พระราชบัญญัติองค์การการจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2543 ร่างพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.... และมติคณะรัฐมนตรีเรื่องแนวทางการแก้ไขปัญหาวិทยุชุมชน วันที่ 16 สิงหาคม 2548
3. การปฏิรูปสื่อและการจัดตั้งองค์กรกำกับดูแลสื่อ จากพระราชบัญญัติองค์การการจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการ

ไตรมาสแรก พ.ศ. 2543 ซึ่งเป็นกฎหมายพื้นฐานของการปฏิรูปสื่อตามเจตนารมณ์ของมาตรา 40 นำไปสู่การจัดตั้งองค์กรอิสระเพื่อกำกับดูแลสื่อมวลชน และไตรมาสแรก คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) ถูกจัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2547 ขณะที่คณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติไม่สามารถจัดตั้งขึ้นได้ เนื่องจากกระบวนการสรรหาทั้ง 2 ครั้ง ในปี พ.ศ. 2544 และ พ.ศ. 2548 ถูกศาลปกครองตัดสินให้เป็นโมฆะ การไม่สามารถจัดตั้ง กทช. ขึ้นได้ทำให้เกิดสัญญาณการก่อกำกับดูแลอันเปิดช่องให้ผู้มีอำนาจเดิมอย่างกรมประชาสัมพันธ์เข้ามาแทรกแซงความเคลื่อนไหวใหม่หลังการปฏิรูปสื่ออย่างวิทยุชุมชน

4. การกำกับดูแลตนเองของสื่อมวลชน การจัดตั้งองค์กรอิสระเพื่อควบคุมดูแลตนเองของสื่อหนังสือพิมพ์ถูกมองว่าเป็นเพียงเสือกระดาษ ที่ไม่สามารถลงโทษสมาชิกที่ฝ่าฝืนกฎได้ ต่อมาในปี 2546 มีการเรียกร้องให้มีการจัดตั้งองค์กรที่ทำหน้าที่และบทบาทควบคุมและพัฒนาสื่อกระจายเสียงเช่นเดียวกับสื่อหนังสือพิมพ์

2. เสรีภาพในการแสดงออกของสื่อมวลชน

ในยุครัฐบาลภายใต้ พันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร และยุคหลังรัฐประหารเดือนกันยายน พ.ศ.2549 พบว่าเสรีภาพในการแสดงออกของประชาชนและของสื่อมวลชนยังคงมีปัญหาและข้อจำกัดอยู่หลายประการ ดังต่อไปนี้

ยุครัฐบาลภายใต้ พันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร

2.1 การเพิ่มขึ้นของการฟ้องร้องคดีหมิ่นประมาท และการเรียกค่าสินไหมในอัตราที่สูง

ในสมัยรัฐบาลยุค พตท.ทักษิณ ชินวัตร (2) มาตรการหนึ่งที่ใช้ในการจัดการกับนักสื่อมวลชนและนักเคลื่อนไหวที่ชอวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาลหรือนายกรัฐมนตรีคือการฟ้องหมิ่นประมาทและเรียกค่าสินไหมในอัตราที่สูง การฟ้องร้องนักสื่อมวลชนและนักกิจกรรม เห็นได้อย่างชัดเจนในช่วงปี พ.ศ.2546 – 2548 ลักษณะการฟ้องร้อง เป็นการฟ้องร้องโดยตัวอดีต นายกรัฐมนตรีเองหรือบางส่วนก็เป็นการฟ้องโดยหน่วยงานของรัฐ ตัวอย่างกรณีที่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย เช่น กรณีบริษัทชินคอร์ปอเรชั่นที่ก่อตั้งโดย พตท.ทักษิณ ฟ้อง น.ส.สุภิญญา กลางณรงค์ เลขาธิการคณะกรรมการณรงค์เพื่อการปฏิรูปสื่อ (คปส.) ในฐานะหมิ่นประมาทว่าชินคอร์ปอเรชั่นได้รับการเอื้อประโยชน์ทางธุรกิจจากสายสัมพันธ์ที่มีกับรัฐบาล หรือ กรณีฟ้องร้อง

นายสนธิ ลิ้มทองกุล และน.ส.สโรชา พรอุดมศักดิ์ ในฐานะหมิ่นประมาทว่าพตท.ทักษิณ หมิ่นพระบรมเดชานุภาพและเกี่ยวข้องกับการคอร์รัปชันที่สนามบินสุวรรณภูมิ เป็นต้น

2.2 การเข้าแทรกแซงความเป็นอิสระของกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ ผ่านการเข้ายึดครององค์กร ความสัมพันธ์ทางธุรกิจ และอิทธิพลทางการเมือง

ในยุครัฐบาลภายใต้ พันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร (2) ได้มีการเข้าแทรกแซงความเป็นอิสระของกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ เช่น การปลดบรรณาธิการและบีบบังคับให้บรรณาธิการข่าวหนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่งลาออกหลังมีการลงข่าวเรื่องรันเวย์ร้าวที่สนามบินสุวรรณภูมิ

การเข้าแทรกแซงในลักษณะถัดมาคือ การพยายามถือครองหุ้นในองค์กรสื่อโดยพันธมิตรของรัฐบาล คือ เช่น กรณีการซื้อหุ้นในเครือมติชน และเครือโพสต์ พับลิชชิง โดยบริษัท จีเอ็มเอ็ม มีเดีย ของนายไพบูลย์ ดำรงชัยธรรม ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจสื่อมวลชนที่มีความเชื่อมโยงกับการเมืองและรัฐบาล

2.3 การเซ็นเซอร์เนื้อหาในสื่อของรัฐ

การเซ็นเซอร์เนื้อหาที่เด่นชัดที่สุดคือ กรณีการถอดรายการเมืองไทยรายสัปดาห์ออกจากผังรายการของสถานีโมเดิร์นไนน์ทีวีอย่างกะทันหัน ซึ่งในกรณีนี้รัฐบาลอาศัยโครงสร้างการถือหุ้นในบริษัทของ อสมท. จำกัด (มหาชน) เป็นช่องทางในการถอดรายการ

2.4 การข่มขู่คุกคามสื่อผ่านพันธมิตรทางการเมืองในระดับรากหญ้า

ในช่วงรัฐบาลทักษิณ(2) สื่อมวลชนได้รับการวิพากษ์วิจารณ์จากรัฐบาลอย่างมากว่าขาดความเป็นกลางและไม่มีการรายงานบรรณวิชาชีพ รัฐบาลใช้วิธีการที่หลากหลายในการตอบโต้สื่อมวลชน เช่น การตอบโต้องค์กรสื่อ 2 องค์กร คือ Manager Media Group และ The Nation Multimedia Group ในเดือนพฤษภาคม 2549 โดยกลุ่มผู้ขับขีจักรยานยนต์รับจ้าง คนขับแท็กซี่ และคนขับรถตู้รับจ้าง ได้รวมตัวกันรอบที่ทำการของทั้งสององค์กรเพื่อข่มขู่ผู้รายงานข่าว ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ได้รับผลประโยชน์หลายอย่างจากนโยบายประชานิยมของรัฐบาลทักษิณ

การคุกคามสื่อของรัฐบาลได้แพร่กระจายไปสู่สื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ตด้วย โดยกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารอ้างว่าพยายามที่จะกำจัดเนื้อหาที่ “สกปรก” ออกจากสื่ออินเทอร์เน็ต แต่เนื่องด้วยการพยายามสร้างนิยามที่ไม่ชัดเจน ทำให้เว็บไซต์ที่เกี่ยวกับการเมืองและรัฐบาล ได้รับผลกระทบตามไปด้วย

ในส่วนของนักวิชาการ NGOs และประชาสังคม รัฐบาลทักษิณ (2) พยายามทำให้คนกลุ่มนี้สูญเสียความน่าเชื่อถือ เช่น การตั้งคำถามเกี่ยวกับความความเที่ยงตรงของการศึกษาหรือข้อค้นพบ การแสดงความคิดเห็นว่าโลกของนักวิชาการมีข้อจำกัดอยู่แต่ในห้องสมุด การลดความน่าเชื่อถือของกลุ่ม NGOs โดยบอกว่าทำงานโดยมีการรับเงินจากต่างชาติ หรือมีแรงจูงใจทางการเมืองอื่นที่ซ่อนเร้น

ยุคหลังรัฐประหารเดือนกันยายน พ.ศ.2549

ในยุครัฐบาลหลังรัฐประหารเดือนกันยายน พ.ศ.2549 เกิดความเปลี่ยนแปลงสำคัญทางบ้านเมืองหลายประการ ซึ่งส่งผลกระทบต่อเสรีภาพในการแสดงออกของสื่อมวลชน จากการสัมภาษณ์นักวิชาชีพด้านข่าว สรุปได้ดังต่อไปนี้

1. เสรีภาพในการทำงานมีมากขึ้นในช่วงหลังรัฐประหาร ซึ่งต่างจากการปฏิวัติรัฐประหารในอดีตที่มีการควบคุมสื่อโดยตรง และต่างจากในสมัยรัฐบาล พตท.ทักษิณ ชินวัตร ที่มีการควบคุมสื่อผ่านช่องทางต่างๆ นอกจากนี้สื่อต่างๆ มีการแสดงออกถึงจุดยืนและการฝ่าฝืนกฎหมายทางการเมืองอย่างชัดเจนมากขึ้นเช่นกันอันเป็นผลสืบเนื่องจากปลายยุครัฐบาลทักษิณที่มีการแบ่งขั้วทางความคิดชัดเจน

2. การควบคุมสื่อผ่านกฏอัยการศึกและประกาศ คปค. ฉบับที่ 5 โดยไม่ให้สื่อนำเสนอเนื้อหาที่อาจไม่เป็นผลดีต่อการทำรัฐประหาร อย่างไรก็ตามลักษณะการส่งผ่านอิทธิพลของรัฐ (รัฐบาล และ คมช.) สู่มวลชนไม่ซับซ้อนและแนบเนียนเหมือนในยุครัฐบาลทักษิณ

3. การจัดตั้งสถานีวิทยุแห่งชาติ (สนช.) ขึ้น และแต่งตั้งตัวแทนจากภาคสื่อมวลชนเข้ามาเป็นสมาชิกด้วย ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผู้นำขององค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน ได้แก่ สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย สมาคมนักข่าววิทยุโทรทัศน์ไทย การกระทำดังกล่าวนำไปสู่เสียงวิพากษ์วิจารณ์ในวงการสื่อมวลชนว่าทำให้เกิด “ผลประโยชน์ทับซ้อน” ในแง่การตรวจสอบการทำงานของฝ่ายนิติบัญญัติ และทำให้เกิดช่องทางของระบบอุปถัมภ์ระหว่างรัฐกับสื่อมวลชน

4. เป้าหมายการควบคุมที่เน้นอินเทอร์เน็ตเป็นหลักเพราะเป็นพื้นที่ที่อำนาจเก่าผู้สนับสนุนอำนาจเก่า และผู้ต่อต้านรัฐประหารสามารถเข้าถึงได้

5. การอาศัยช่วงเปลี่ยนผ่านการเมืองและการมีตัวแทนในฝ่ายนิติบัญญัติ เพื่อแก้ไขกฎหมายสื่อฉบับเก่าๆ ที่ล้าสมัย และมีลักษณะควบคุมเสรีภาพสื่อมวลชน

3. เสรีภาพในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนและสื่อสารมวลชน

ผลการศึกษาพบว่าหลังจากการบังคับใช้ พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสารของราชการ 2540 มาเป็นเวลา 10 ปี แม้จะพยายามเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมือง และสามารถแสดงความคิดเห็นหรือเสนอแนะต่อการดำเนินงานของรัฐบาลได้อย่างกว้างขวาง ผ่านการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารของราชการ แต่การปฏิบัติจริงยังคงมีอุปสรรคหลายประการ ได้แก่

1. การขอข้อมูลจะต้องใช้เวลาค่อนข้างนาน ทำให้ประชาชนยังติดตัวกับ พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสารน้อยกว่าที่ควร
2. พ.ร.บ.ดังกล่าว แทบไม่มีสภาพบังคับใช้เพราะหน่วยงานรัฐแม้จะได้รับคำตัดสินว่าต้องเผยแพร่ แต่หากไม่ปฏิบัติตามก็ไม่มีบทลงโทษใดๆ มาจัดการได้
3. คณะกรรมการไม่ค่อยได้รับความร่วมมือจากทางเจ้าหน้าที่ของรัฐ
4. ความรู้ ความเข้าใจของข้าราชการยังอยู่ในภาวะจำกัด ทศนคติของข้าราชการ ค่านิยมของระบบราชการที่มักจะใช้ข้อมูลเฉพาะในส่วนราชการเท่านั้น ไม่เปิดเผยแก่คนภายนอก

นอกจากนี้ จากข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการพบว่าในยุคก่อนและหลังรัฐบาล พตท. ทักษิณ พบว่าลักษณะการใช้สิทธิตามพ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสารของราชการ มีความคล้ายคลึงกัน โดยข้าราชการจะเป็นกลุ่มที่ใช้สิทธิตามพ.ร.บ. มากที่สุด ซึ่งขอข้อมูลไปเพื่อลดโทษหรือปกป้องตนเอง รวมถึงกลุ่มนักธุรกิจที่ขอข้อมูลเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้าง แต่โดยรวมแล้วยังไม่มีกลุ่มใดที่มีระดับการใช้งานที่สูงจนเห็นได้ชัด เหตุผลส่วนหนึ่งเพราะเจ้าหน้าที่ของรัฐปฏิเสธที่จะเปิดเผยหรือให้ข้อมูลตามที่มีการร้องขอตามพ.ร.บ. และหน่วยงานของรัฐมักอ้างว่าต้องรอจนกว่าจะมีการอุทธรณ์และได้รับคำตัดสินจากคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารก่อนที่จะให้ข้อมูลที่มีการร้องขอ

4. ความหลากหลายของเนื้อหาและมณฑลสาธารณะในสื่อสารมวลชน

จากการศึกษารายการโทรทัศน์ทั้งหมด 6 ช่องสถานีในเดือนตุลาคม 2549 พบว่า สภาพสิทธิการสื่อสารของประชาชนในพื้นที่รายการโทรทัศน์ไทยยังคงไม่สามารถทำงานได้อย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพดังนี้

1. รายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะตามแนวคิดรายการประโยชน์สาธารณะในกลุ่มที่ 1 พบว่าเฉพาะช่อง 11 มีรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะมากที่สุด รองลงมาคือช่อง 9, 5, itv, 3 และ 7 ตามลำดับ

2. รายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะตามแนวคิดรายการประโยชน์สาธารณะในกลุ่มที่ 2 พบว่าเฉพาะช่อง 11 มีรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะมากที่สุดอีกเช่นกัน รองลงมาคือช่อง 5, 9, itv, 3 และ 7 ตามลำดับ
3. ความหลากหลายของประเภทรายการ พบว่ารายการส่วนใหญ่ที่ยังคงขาดความหลากหลายอยู่ โดยมักกระจุกตัวอยู่ที่รายการประเภทรายงานข่าว ขาดรายการประเภทวิเคราะห์ข่าวซึ่งพบเพียงรายการเดียวจากสถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 ช่อง ขณะที่รายการสารคดีนั้นพบในสัดส่วนที่น้อยมาก
4. ด้านกลุ่มผู้ชมรายการพบว่าเน้นเหมารวมกลุ่มผู้ชมทั่วไปในวงกว้าง ทำให้รายการโทรทัศน์ขาดความหลากหลายในแง่ของเนื้อหาและความสนใจไป โดยเน้นรายการที่เหมาะสมกับความต้องการของคนบางกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะทางภูมิศาสตร์ ซึ่งเห็นได้ชัดเจนในรายการเนื้อหาศาสนา นอกจากนี้ยังเน้นเนื้อหาด้านชีวิตสังคมเมืองมากกว่าชีวิตสังคมชนบท
5. รายการที่เป็นพื้นที่สาธารณะในสถานีโทรทัศน์ไทยนั้นมีลักษณะคล้ายคลึงกล่าวคือมีความเป็นพื้นที่สาธารณะเทียมมากกว่ารายการที่ควรเป็นพื้นที่สาธารณะแท้ ที่เปิดกว้างแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในประเด็นสาธารณะนั้นๆ

สารบัญ

บทคัดย่อ.....	i
Abstract.....	ii
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร.....	vi
บทที่ 1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดสิทธิการสื่อสาร (communication right)	7
แนวคิดพื้นที่หรือมณฑลสาธารณะ (public sphere).....	14
แนวคิดเกี่ยวกับสื่อและสาธารณประโยชน์.....	16
แนวคิดเรื่องเศรษฐศาสตร์การเมืองของสื่อมวลชน.....	25
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	31
บทที่ 3 ผลการวิจัย	
กฎหมายและบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญที่เกี่ยวข้องกับสิทธิการสื่อสารใน	
มณฑลสาธารณะ	33
เสรีภาพในการแสดงออกของประชาชนและของสื่อมวลชน.....	55
เสรีภาพในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนและสื่อมวลชน.....	64
ความหลากหลายของเนื้อหาและมณฑลสาธารณะในสื่อมวลชน.....	70
บทที่ 4 สรุปและข้อเสนอแนะ.....	105
ผลลัพธ์ (output).....	111
บรรณานุกรม.....	112
ภาคผนวก ก	115
ภาคผนวก ข	117
ภาคผนวก ค	119
ภาคผนวก ง	119
ภาคผนวก จ	119

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 สิทธิและเงื่อนไขปลีกย่อย ที่เป็นองค์ประกอบของสิทธิการสื่อสารในแต่ละมิติ ของเสาหลัก.....	13
ตารางที่ 2 สรุปความแตกต่างระหว่างแนวคิดเรื่องผลประโยชน์สาธารณะ.....	24
ตารางที่ 3 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับการฟ้องร้องคดีต่อสื่อมวลชนโดย ทักษิณ ชินวัตร และกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง (2003 - 2005).....	57
ตารางที่ 4 แสดงสัดส่วนประเภทเนื้อหารายการในสัญญาสัมปทานของสถานีโทรทัศน์ แต่ละช่อง.....	71
ตารางที่ 5 แสดงสัดส่วนประเภทเนื้อหารายการที่ออกอากาศจริงของสถานีโทรทัศน์แต่ละ ช่อง.....	72
ตารางที่ 6 แสดงสัดส่วนประเภทเนื้อหารายการที่ออกอากาศจริงของสถานีโทรทัศน์แต่ละ ช่อง.....	73
ตารางที่ 7 แสดงลักษณะการจัดผังของสถานีโทรทัศน์แต่ละช่อง (<u>วันจันทร์-ศุกร์</u>) : จากผังเดือนตุลาคม 2549.....	74
ตารางที่ 8 สรุปภาพรวมของประเภทรายการในช่วงเวลาต่างๆ (<u>วันจันทร์-ศุกร์</u>).....	75
ตารางที่ 9 แสดงลักษณะการจัดผังของสถานีโทรทัศน์แต่ละช่อง (<u>วันเสาร์-อาทิตย์</u>) : จากผังเดือนตุลาคม 2549.....	76
ตารางที่ 10 สรุปภาพรวมของประเภทรายการในช่วงเวลาต่างๆ (<u>วันเสาร์-อาทิตย์</u>).....	78
ตารางที่ 11 แสดงสัดส่วนรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะในสถานีโทรทัศน์แต่ละ ช่อง (ตุลาคม 2549)ตามแนวคิดเรื่องผลประโยชน์สาธารณะกลุ่มที่ 1.....	79
ตารางที่ 12 สรุปภาพรวมของ <u>ประเภทรายการ</u> ที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะ.....	80
ตารางที่ 13 การวิเคราะห์รายการสนทนาที่สะท้อนให้เห็นระดับชนชั้น.....	88
ตารางที่ 14 แสดงสัดส่วนรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะในสถานีโทรทัศน์แต่ละ ช่อง (ตุลาคม 2549) ตามแนวคิดเรื่องผลประโยชน์สาธารณะกลุ่มที่ 2.....	91
ตารางที่ 15 แสดงเปรียบเทียบการเลือกประเด็นและเนื้อหาการถกเถียงระหว่างรายการถึง ลูกถึงคนและรายการกรอกรองสถานการณ์.....	99
ตารางที่ 16 เปรียบเทียบคุณภาพของพื้นที่สาธารณะในรายการกรอกรองสถานการณ์และ รายการถึงลูกถึงคน.....	101

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1 เนื้อหาของสื่อที่สะท้อนสาธารณประโยชน์.....	18
ภาพที่ 2 สถิติการร้องเรียนและอุทธรณ์ ตาม พ.ร.บ.ข้อมูลข่าวสารของราชการ.....	68
ภาพที่ 3 แสดงสถิติการร้องเรียนแยกตามรายอาชีพ.....	69
ภาพที่ 4 แสดงสถิติการอุทธรณ์แยกตามรายอาชีพ.....	69
ภาพที่ 5 แสดงสัดส่วนรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะในแต่ละช่อง (ตุลาคม 2549)	80
ภาพที่ 6 แสดงสัดส่วนประเภทรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะในแต่ละช่อง (ตุลาคม 2549).....	82
ภาพที่ 7 แผนภูมิแสดงสัดส่วนเปรียบเทียบรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะในตาม แนวคิดกลุ่มที่ 1 และ 2 ในสถานีโทรทัศน์แต่ละช่อง (เดือนตุลาคม 2549).....	92

บทที่ 1

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในการประชุมสุดยอดว่าด้วยสังคมสารสนเทศ (World Summit on the Information society) ครั้งล่าสุดที่นครเจนีวา เมื่อปลายปี พ.ศ.2546 ประเด็นเรื่องสิทธิการสื่อสาร (Communication Rights) ได้ถูกหยิบยกขึ้นมาอภิปรายกันอย่างกว้างขวางในเวทีสากล อันประกอบด้วยตัวแทนจากนานาประเทศจากภาคต่าง ๆ ในสังคม ตั้งแต่ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม

ต่อมาในเดือนสิงหาคม พ.ศ.2547 ได้มีการจัดประชุมเพื่อติดตามผลของ WSIS ในระดับภูมิภาคที่กรุงมะนิลา ประเทศฟิลิปปินส์ ซึ่งผู้วิจัยได้มีส่วนไปเข้าร่วมและนำเสนอรายงานเบื้องต้นในส่วนของประเทศไทยด้วย ในการประชุมดังกล่าว ได้มีการทบทวนและนำเสนอกรอบในการพิจารณา “สิทธิการสื่อสาร” เสียใหม่ให้สอดคล้องกับบริบทแห่งยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้โดยมีมิติและมุมมองใหม่ๆ หลายประการเพิ่มเติมขึ้นจากแนวคิดเดิมเกี่ยวกับสิทธิการสื่อสารซึ่งมีรากฐานมาจากปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน ข้อ 19 ที่สหประชาชาติประกาศใช้ในปี พ.ศ.2491

ในกรอบใหม่ของสิทธิการสื่อสารที่ได้มีการนำเสนอขึ้น สิทธิการสื่อสารจะประกอบด้วย 4 เสาหลัก (pillars) ด้วยกัน คือ

- 1) การสื่อสารในมณฑลสาธารณะเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมทางประชาธิปไตย
- 2) การสื่อสารความรู้เพื่อสร้างความเท่าเทียมและความคิดสร้างสรรค์
- 3) สิทธิทางประชาสังคมในการสื่อสาร
- 4) สิทธิทางวัฒนธรรมในการสื่อสาร โดยในแต่ละเสาหลัก ก็จะประกอบด้วย ประเด็นและแนวคิดปลีกย่อยลงไปอีก (ดูรายละเอียดแนวคิดสิทธิการสื่อสารได้ในบทที่ 2)

เนื่องจากการทบทวนและจัดทำกรอบแนวคิดใหม่เกี่ยวกับสิทธิการสื่อสารเป็นสิ่งที่เพิ่งเกิดขึ้นได้ไม่นาน จึงยังไม่มีงานวิจัยใด ๆ เลยที่ศึกษาเกี่ยวกับสถานการณ์ของสิทธิการสื่อสารในประเทศไทยตามกรอบใหม่นี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาดังปรากฏการณ์จริง และสภาวะการณ์ของสิทธิการสื่อสารในสังคมไทย โดยจะทำการศึกษาในเฉพาะส่วนของเสาหลักแรกของกรอบแนวคิด คือ การสื่อสารในมณฑลสาธารณะ

มณฑลสาธารณะหรือพื้นที่สาธารณะ (public sphere) หมายถึง พื้นที่ที่เปิดให้ประชาชนสามารถเข้าถึงเพื่อรับรู้แลกเปลี่ยนและอภิปราย โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อแสวงหาความเห็นร่วมกันในเรื่องต่าง ๆ ที่เป็นประเด็นสาธารณะของสังคมหรือชุมชน แนวคิดเรื่องมณฑลสาธารณะนี้ ริเริ่มโดยนักวิชาการชาวเยอรมันชื่อ เจอร์เก้น ฮาเบอร์มาส (Jurgen Habermas) และมีการนำมาปรับใช้อย่างกว้างขวางในสายสังคมศาสตร์ รัฐศาสตร์ โดยเฉพาะในฐานะของภาพอุดมคติ หรือสัญลักษณ์ของการสื่อสารที่เอื้ออำนวยต่อระบบประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม (participatory democracy)

ทั้งนี้มณฑลสาธารณะหรือพื้นที่สาธารณะจะเข้มแข็งเพียงใด ก็ขึ้นอยู่กับว่าสถานการณ์ของสิทธิการสื่อสารในแง่มุมที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างไร ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของเสรีภาพในการแสดงออกของสื่อมวลชนและของประชาชน ความสามารถของประชาชนในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากข้อมูลสารสนเทศของรัฐ ความหลากหลายของเนื้อหาในสื่อต่าง ๆ เนื้อหาของสื่อที่สะท้อนถึงประโยชน์สาธารณะและการมีอยู่ของพื้นที่สาธารณะและบทบาทที่ชัดเจนในสื่อมวลชน

การวิจัยนี้มุ่งตอบคำถามวิจัยดังต่อไปนี้

- 1) เสรีภาพในการแสดงออกทั้งในทางกฎหมายและในทางปฏิบัติในสังคมไทยมีสถานะเป็นอย่างไร
- 2) สื่อมวลชนในประเทศไทยมีเสรีภาพในการแสดงออกหรือไม่ เพียงใด
- 3) ประชาชนมีความสามารถในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากข้อมูลสารสนเทศของรัฐหรือไม่ เพียงใด
- 4) สื่อสารมวลชนมีความหลากหลายในเนื้อหาและสะท้อนถึงประโยชน์สาธารณะและการเป็นพื้นที่สาธารณะหรือไม่ อย่างไร

โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาถึงสถานภาพของสิทธิการสื่อสารในส่วนของการสื่อสารในมณฑลสาธารณะที่จะสร้างการมีส่วนร่วมทางประชาธิปไตย
- 2) เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับกรอบแนวคิดของสิทธิการสื่อสารซึ่งได้มีการทบทวนและปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับบริบทของสังคมสารสนเทศในปัจจุบัน

- 3) เพื่อหาข้อมูลเชิงประจักษ์ที่จะเป็นพื้นฐานสำหรับประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบายการวางแผน และการวิเคราะห์สังคมไทยในช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อของการปฏิรูปการเมืองและการปฏิรูปสื่อ
- 4) เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยในภาพรวมเรื่องสิทธิการสื่อสารในประเทศไทยซึ่งจะประกอบด้วย 4 โครงการย่อยตาม 4 เสาหลักแนวคิดซึ่งประกอบกันขึ้นเป็นสิทธิการสื่อสาร

ในการศึกษาสถานภาพสิทธิการสื่อสารในมณฑลสาธารณะของไทย ผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นการศึกษาเป็น 4 เรื่องหลักด้วยกัน ดังนี้คือ

- 1) กฎหมายและบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญที่เกี่ยวข้องกับสิทธิการสื่อสารในมณฑลสาธารณะ
- 2) เสรีภาพในการแสดงออกของประชาชนและสื่อสารมวลชน
- 3) เสรีภาพในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนและสื่อสารมวลชน
- 4) ความหลากหลายของเนื้อหาและมณฑลสาธารณะในสื่อสารมวลชน

ในแต่ละประเด็น ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัย ดังปรากฏในตารางข้างล่างนี้

ประเด็นในการศึกษา	วิธีการวิจัย
1) กฎหมายและบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญที่เกี่ยวข้องกับสิทธิการสื่อสารในมณฑลสาธารณะ	- การศึกษาเอกสาร
2) เสรีภาพในการแสดงออกของประชาชนและสื่อสารมวลชน	- การศึกษาเอกสาร - การสัมภาษณ์เชิงลึก
3) เสรีภาพในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนและสื่อสารมวลชน	- การศึกษาเอกสาร - การสัมภาษณ์เชิงลึก
4) ความหลากหลายของเนื้อหาและมณฑลสาธารณะในสื่อสารมวลชน	- การวิเคราะห์เนื้อหา - การสัมภาษณ์เชิงลึก

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลสำหรับทั้ง 5 ประเด็น เริ่มต้นในเดือนมกราคม พ.ศ.2549 และสิ้นสุดในเดือนมกราคม พ.ศ.2550 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 1 ปี¹

การศึกษาค้างนี้จะใช้การผสมผสานระหว่างการวิจัยในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยจะใช้การวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับประเด็นในการศึกษาที่ 1-3 โดยในส่วนของการสัมภาษณ์เชิงลึกจะเก็บข้อมูลจาก นักวิชาการ นักวิชาชีพสื่อสารมวลชน และผู้เชี่ยวชาญและผู้บังคับใช้กฎหมายข้อมูลข่าวสาร จำนวน 13 คน ดังรายนามในภาคผนวก ก

ในส่วนสุดท้ายของการศึกษา คือประเด็นเรื่องความหลากหลายของเนื้อหาและพื้นที่สาธารณะในสื่อมวลชน โดยจะมีวิธีการศึกษาดังนี้

1. ศึกษาจากผังรายการโทรทัศน์ฟรีทีวี (ช่อง 3, 5, 7, 9, 11 และ itv) ในเดือนตุลาคม 2549 เพื่อพิจารณาลักษณะโดยรวมของการจัดผังรายการในแต่ละช่องว่ามีลักษณะเช่นไร
2. ศึกษาจากเทปบันทึกรายการโทรทัศน์ตลอด 24 ชั่วโมงทั้ง 6 ช่อง ในแต่ละรายการ เฉพาะ 2 สัปดาห์แรกของเดือนตุลาคม 2549 เพื่อพิจารณาลักษณะเนื้อหา ประเภทรายการ กลุ่มเป้าหมายผู้ชม เพื่อศึกษาว่าต่างๆ เป็นรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะหรือไม่อย่างไร
3. ศึกษาเปรียบเทียบรายการโทรทัศน์ในประเด็น “พื้นที่สาธารณะ” โดยเปรียบเทียบระหว่างรายการประเภทสนทนาปัญหาเหตุการณ์ปัจจุบัน 1 รายการ คือ รายการ “กรอกรสถานการณ์” ที่นำเสนอทางช่อง 11 และรายการ “ถึงลูกถึงคน” ที่นำเสนอทางช่อง 9 ว่ามีความแตกต่างเชิงคุณภาพในการเป็นพื้นที่สาธารณะอย่างไร

¹ ระยะเวลาในการวิจัยจะเปลี่ยนแปลงจากที่กำหนดไว้ในข้อเสนอโครงการเดิม เนื่องจากการเซ็นสัญญาฉบับล่าสุดและไม่ได้เสร็จสิ้นจนเดือนตุลาคม พ.ศ.2548 นอกจากนี้ยังเกิดเหตุการณ์สำคัญทางการเมืองเกิดขึ้นในเดือนกันยายน พ.ศ.2549 คือ เหตุการณ์รัฐประหาร ผู้วิจัยจึงขยายเวลาในการเก็บข้อมูลจนสิ้นสุดเดือนธันวาคม พ.ศ.2549 เพื่อจะได้ครอบคลุมการวิเคราะห์ผลกระทบจากเหตุการณ์ดังกล่าว

หน่วยการศึกษา

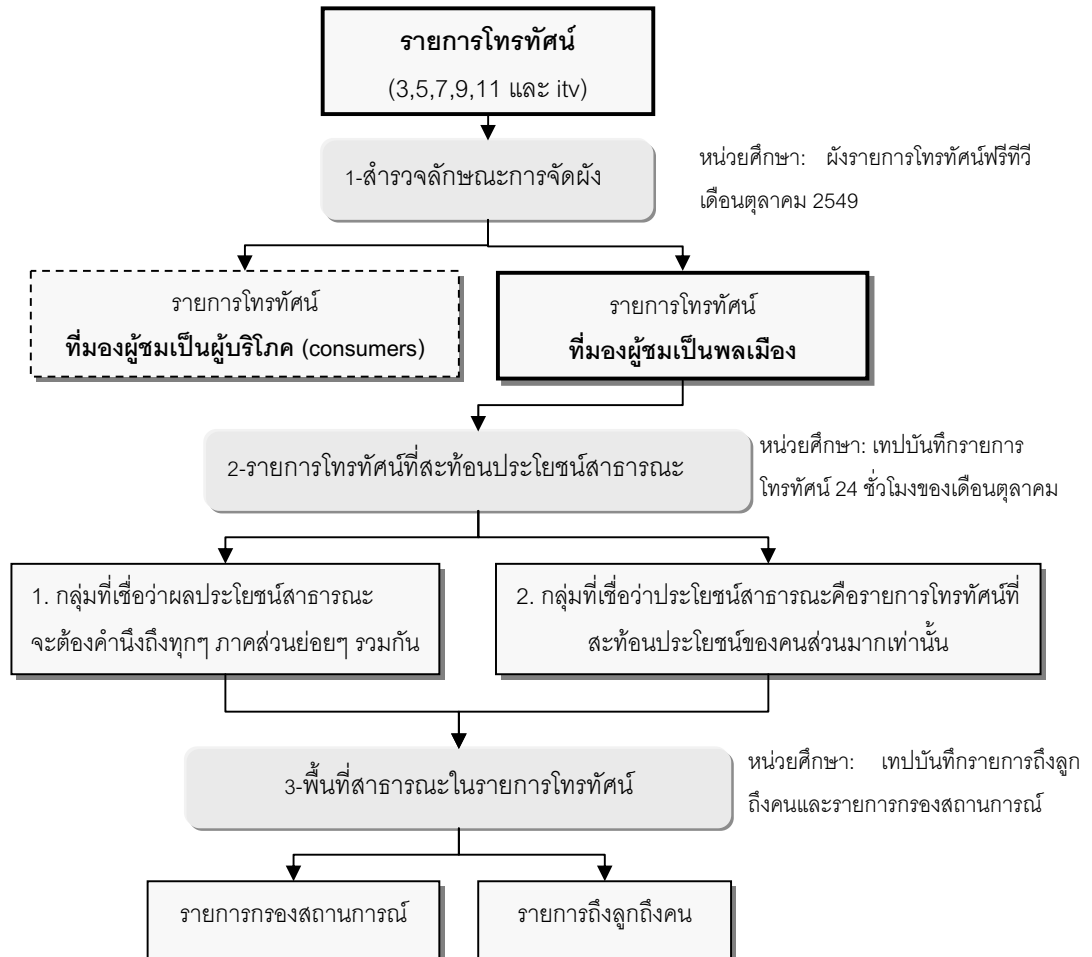
1. ผังรายการโทรทัศน์ฟรีทีวี (ช่อง 3, 5, 7, 9, 11 และ itv) เดือนตุลาคม 2549
2. เทปบันทึกรายการโทรทัศน์ 24 ชั่วโมงของเดือนตุลาคม 2549
3. เทปบันทึกรายการ “กรองสถานการณ์” และรายการ “ถึงลูกถึงคน” 2 สัปดาห์แรกของเดือนตุลาคม 2549

นิยามการวัด

ประเภทรายการ

- รายการข่าว/วิเคราะห์ข่าว คือ รายการที่มีเนื้อหาการรายงานข่าวเป็นหลัก และหรือพูดคุย/เล่าเรื่องข่าวหรือวิเคราะห์ข่าว
- รายการแม็กกาซีน (หรือรายการนิตยสารทางอากาศ) คือ รายการที่มุ่งเน้นรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย โดยมีเนื้อหาในภาพรวมของรายการเป็นเนื้อหาสาระเดียวกัน แบ่งการนำเสนอรายการออกเป็นช่วงๆ โดยมีการเชื่อมโยงเรื่องราวให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันอย่างเป็นเอกภาพ
- รายการสารคดี คือ รายการที่เน้นเนื้อหาข้อเท็จจริง จบเป็นตอนๆ ให้ข้อมูลเชิงลึกในด้านใดด้านหนึ่งโดยเฉพาะ
- รายการวาไรตี้ คือ รายการที่มีนำเสนอเนื้อหาสาระและรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย ไม่ได้มุ่งเน้นเนื้อหาสาระและวิธีการนำเสนอด้านใดเป็นพิเศษ
- รายการละคร คือ รายการที่นำเสนอเรื่องแต่งเพื่อสาระบันเทิง โดยผู้ที่เป็นเรื่องจบในตอนหรือเป็นเรื่องราวต่อเนื่องเป็นตอนๆ

กรอบการศึกษา



บทที่ 2

แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยเรื่อง สถานภาพสิทธิทางการสื่อสารในประเทศไทย : การสื่อสารในมณฑลสาธารณะ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด ทฤษฎี ดังต่อไปนี้ มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย

1. แนวคิดสิทธิการสื่อสาร (communication right)
2. แนวคิดพื้นที่หรือมณฑลสาธารณะ (Public sphere)
3. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อและสาธารณประโยชน์ (Public interest)
4. แนวคิดเรื่องเศรษฐศาสตร์การเมืองของสื่อมวลชน
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดสิทธิการสื่อสาร

แนวคิดสิทธิการสื่อสารเป็นสิ่งที่มีการมาอย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับการพัฒนาของประชาธิปไตยในระดับโลก ในที่นี้จะได้นำเสนอและอภิปรายถึงพัฒนาการของแนวคิดดังกล่าวจากกรอบดั้งเดิมสู่กรอบและโครงสร้างใหม่ ตลอดจนวัตถุประสงค์ของสิทธิการสื่อสารในสังคมประชาธิปไตย

ในกรอบดั้งเดิม แนวคิดเกี่ยวกับสิทธิการสื่อสาร (right to communicate) มีรากฐานอยู่บนปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน ข้อ 19 เป็นหลัก ซึ่งมีเนื้อหาดังต่อไปนี้

“ทุกคนมีอิสรภาพแห่งความเห็นและการแสดงออก สิทธินี้รวมถึงอิสรภาพในการที่จะถือเอาความเห็นโดยปราศจากการแทรกสอด และที่จะแสวงหา รับ และแจกจ่ายข่าวสารและความคิดเห็น ไม่ว่าโดยวิธีใด ๆ และไม่คำนึงถึงเขตแดน”

“(The Universal Declaration of Human Rights, Article 19:”Everyone has the right to freedom of opinion and expression; this right includes freedom to hold opinion without interference and to seek, receive and impart information and ideas through any media and regardless of frontiers.”

โดยพัฒนาจากกรอบเดียวกัน L.S. Harms, Jean Mac Bride และ James Richsard ซึ่งเป็นผู้บุกเบิกและค้นคว้าชาวตะวันตกเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องสิทธิการสื่อสารในบริบทของคริสต์ทศวรรษที่ 1970 – 1980 ได้บันทึกไว้ในวาระต่าง ๆ กัน แต่ในทิศทางที่สอดคล้องกันว่า สิทธิการสื่อสารประกอบด้วยสิทธิย่อยสำคัญ 3 ประการ คือ

1. สิทธิในข่าวสาร
2. สิทธิในการมีส่วนร่วมหรือสมาคม
3. สิทธิในส่วนตัวหรือวัฒนธรรม

ทั้งนี้ ทั้งสามบอกว่า สิทธิการสื่อสารย่อมต้องประกอบด้วยทั้งเสรีภาพและความรับผิดชอบควบคู่กันไป

มีหลายฝ่ายที่มองว่า สิทธิการสื่อสารกับเสรีภาพในการแสดงออกเป็นสิ่งที่ซ้ำซ้อนและมีสาระที่คาบเกี่ยวกันอยู่ และหลายฝ่ายที่ตั้งคำถามว่า เมื่อเสรีภาพในการแสดงออกได้ถูกรับรองไว้ในข้อตกลงและกฎหมายระหว่างประเทศหลายต่อหลายฉบับแล้ว² เหตุใดจึงยังต้องมีการเปิดประเด็นในเรื่องของสิทธิการสื่อสารอยู่อีก

คำตอบก็คือ เสรีภาพในการแสดงออกตามที่ได้มีการรับรองในบทบัญญัติต่าง ๆ ของกฎหมาย และข้อตกลงระดับสากลยังไม่ได้ครอบคลุมทุกแง่มุมของสิทธิการสื่อสาร โดยเฉพาะในบริบทของการสื่อสารในโลกยุคปัจจุบันที่มีความสลับซับซ้อน ในลักษณะที่ผู้ร่างปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนข้อ 19 (ขอเรียกต่อจากนี้ว่า Article 19) อาจไม่เคยคำนึงถึงหรือเล็งเห็นมาก่อน

โดยพื้นฐาน Article 19 มองว่า การสื่อสารเกิดขึ้นระหว่างปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มทางสังคมที่มีสิทธิเท่าเทียมกันในการก่อเกิด ได้รับ และส่งต่อซึ่งความคิดระหว่างกันและกัน ทว่าในโลกแห่งความเป็นจริง มนุษย์อยู่ในสังคมที่มีความเหลื่อมล้ำทางอำนาจอย่างสูง และการสื่อสารปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันก็ถูกคั่นกลาง หรือกลั่นกรองผ่านสื่อสารมวลชน รัฐบาล บริษัทเอกชน ตลอดจนกลุ่มผลประโยชน์

² เสรีภาพในการแสดงออกมีการรับรองไว้ในข้อตกลงระหว่างประเทศอย่างน้อย 3 ฉบับ ได้แก่ Universal Declaration of Human Right (1984), International Covenant on Civil and Political Right (1966) และ International Covenant on Economic, Cultural and Social Rights (1966)

ต่างๆ ที่แข่งขันกันที่จะเป็นที่สนใจและที่จะควบคุม ตลอดจนแผ่ขยายอิทธิพลต่อกระบวนการไหลเวียนของการสื่อสารและเนื้อหาที่สื่อสาร

การพุ่งประเด็นไปเฉพาะเรื่องเสรีภาพในการแสดงออกด้วยการออกกฎหมายป้องกันการแทรกแซงโดยตรงจากรัฐบาล หรือเพื่อปกป้องเสรีภาพในการพูด เขียนของปัจเจกชนจึงไม่สามารถป้องกันการครอบงำของผู้ที่มีเสียงดังที่สุดในสังคมหนึ่ง ๆ ไม่ว่าจะเป็นรัฐบาล เจ้าของหนังสือพิมพ์ บรรษัทสื่อ หรือกลุ่มผลประโยชน์ที่ทรงอิทธิพลได้ ยกตัวอย่างเช่น ปัจเจกชนที่ยากจนคนหนึ่งอาจได้รับความคุ้มครองและหลักประกันตามกฎหมายที่เท่าเทียมกับมหาเศรษฐีเจ้าของกิจการสื่อสารมวลชน แต่ปัจเจกชนที่ยากจนกลับไม่สามารถนำเสนอข้อคิดเห็นของเขาให้สาธารณะรับรู้ได้ เพราะขาดซึ่งปัจจัยทางการสื่อสาร ขณะที่ฝ่ายหลังสามารถใช้อำนาจนำเสนอ “สาร” ของเขาให้เป็นที่รับรู้ได้อย่างกว้างขวาง

หากจะต้องวิเคราะห์กันในแต่ละประเด็นปลีกย่อยของ Article 19 เราก็สามารถจะพบข้อโต้แย้งอันสืบเนื่องมาจากการมองข้ามความจำเป็นของสิทธิการสื่อสารในมิติต่าง ๆ เช่น

- บุคคลจะมี “เสรีภาพในการรับและส่งต่อข้อมูลข่าวสาร” ได้อย่างไรถ้าเขาไม่สามารถ พูด อ่าน เขียน ภาษาซึ่งเป็นทางการของประเทศได้
- หรือ บุคคลจะมี “เสรีภาพในการแสวงหาและได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสาร” ได้อย่างไรถ้ารัฐบาล หรือ องค์กรเอกชนไม่มีหน้าที่ที่จะต้องให้ข้อมูลตามที่ถูกร้องขอ
- หรือถ้าบุคคลนั้น ๆ ไม่มีเงินซื้อเอกสารการศึกษา หรือเข้าถึงช่องทางการสื่อสารสำคัญ ๆ อย่างโทรศัพท์ หรืออินเทอร์เน็ต

ทั้งหลายเหล่านี้ คือ บทสะท้อนของความเหลื่อมล้ำในอำนาจการเข้าถึงทรัพยากรการสื่อสาร ซึ่งนับวันจะยิ่งเข้มข้นขึ้นทุกทีด้วยการแข่งขันของสื่อต่าง ๆ และกลไกที่เกี่ยวข้อง เพราะฉะนั้นเพื่อที่จะจรรโลงเสรีภาพในการแสดงออกภายใต้โลกาภิวัตน์จึงจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนไปสู่ความเข้าใจ

บริบทของการสื่อสารที่ซับซ้อนซ่อนเงื่อนด้วยเหลี่ยมมุมแห่งข้ออำนาจในแต่ละระดับของสังคม ตลอดจนการขยายกรอบความเข้าใจการสื่อสารไปให้กว้างไกลว่า “การแสวงหา การได้มา การรับ และการส่งต่อข้อมูล” เท่านั้น แต่ให้พิจารณาเพิ่มเติมไปถึง การปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (interaction between people) ในกระบวนการสื่อสารด้วย เพื่อจะได้เห็นว่า วงจรของการสื่อสารนั้นยังต้องประกอบขึ้นด้วยการถูกได้ยินและการรับฟัง การเข้าใจ การเรียนรู้ การสร้างสรรค์ และการตอบกลับอีกด้วย

หากพิจารณาการสื่อสารให้ครบวงจรดังกล่าวข้างต้น สิทธิการสื่อสารก็ต้องประกอบขึ้นด้วยสิทธิอื่น ๆ เพิ่มเติมอีกหลายประเภท นอกเหนือจากเสรีภาพในการแสดงออกตามบทบัญญัติใน Article 19 แล้ว ซึ่งสามารถรวมถึงสิทธิมนุษยชนที่ได้มีการรับรองไว้ในข้อตกลงหรือกฎหมายระดับสากล (แต่ในแง่ของการบังคับใช้เป็นอีกเรื่องหนึ่ง) ดังต่อไปนี้

- สิทธิในการมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมของตน ในการใช้ภาษาแม่ อย่างในกรณีของชนกลุ่มน้อยทางชาติพันธุ์ ศาสนาและภาษา
- สิทธิในการได้รับประโยชน์จากความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีใช้
- สิทธิในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารซึ่งเกี่ยวข้องกับการอภิบาล (governance) และประเด็นที่เกี่ยวข้องกับประโยชน์สาธารณะ
- สิทธิในการได้รับความคุ้มครองประโยชน์ทั้งในเชิงศีลธรรมและในเชิงวัตถุจากการเป็นผู้ประพันธ์ หรือผู้ผลิตงานใด ๆ
- สิทธิในเกียรติยศและชื่อเสียง และในการได้รับความคุ้มครองไม่ให้เกียรติยศ ชื่อเสียงถูกทำลาย
- สิทธิส่วนบุคคล
- สิทธิในการสมาคม หรือชุมนุมอย่างสงบ
- สิทธิในการกำหนดวิถีทางของตนเองและในการมีส่วนร่วมในการปกครอง
- สิทธิในการได้รับการศึกษาขั้นพื้นฐาน

วัตถุประสงค์ของสิทธิการสื่อสาร

สิทธิการสื่อสารตามที่กล่าวไปข้างต้น หากสามารถนำไปบังคับใช้ได้อย่างเป็นผล สามารถนำไปสู่วัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. เพื่อจำกัดหรือเอาชนะอุปสรรคในการรับฟังต่าง ๆ เช่น อคติ ความเกลียดชัง การแบ่งแยก
2. เพื่อรณรงค์หรือนำไปสู่การกำหนดวิธี ทางสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม
3. เพื่อสร้างความสมดุลที่สมเหตุสมผลระหว่างการให้รางวัลแก่การสร้างสรรค์และการเปิดโอกาสให้ทุกคนได้ประโยชน์จากงานสร้างสรรค์นั้น
4. เพื่อเปิดการเข้าถึงข้อมูล ความรู้ และวัฒนธรรม อันเป็นสาระัตถะแห่งการสื่อสารให้กว้างขึ้น
5. เพื่อปกป้องประชาชนจากการละเมิดทางการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นจากภาครัฐหรือภาคเอกชน
6. เพื่อเน้นย้ำถึงศักยภาพของประชาชนในการมีส่วนร่วมในเรื่องของวัฒนธรรม การสร้างสรรค์นโยบาย และการอภิบาลปกครองใด ๆ
7. เพื่อกำหนดพื้นฐานในกรณีที่ต้องมีการจำกัดเสรีภาพในการแสดงออกให้ชัดเจน เช่น การปลูกปั่นให้เกิดความเกลียดชังหรือความรุนแรง การตั้งใจทำลายชื่อเสียงผู้อื่นโดยไม่มีหลักฐานหรือเหตุผล เป็นต้น

โดยสรุป สิทธิการสื่อสารโดยภาพรวมมีความสำคัญและมีพลังมากกว่าสิทธิที่เป็นองค์ประกอบต่าง ๆ เพราะหากไม่มีสิทธิการสื่อสารในภาพรวม เสรีภาพในการแสดงออกก็อาจจะเอื้อหรือให้อิทธิพลแก่ผู้มีอำนาจในสังคม หากเมื่อมีสิทธิการสื่อสารแล้ว เสรีภาพในการแสดงออกก็สามารถที่จะบรรลุถึงศักยภาพที่สูงสุดได้ ขณะเดียวกัน สิทธิการสื่อสารมีนัยยะที่สำคัญต่อสิทธิทางสังคมและสิทธิของกลุ่ม เนื่องจากนำเสนอประเด็นเหนือมิติของปัจเจกบุคคล โดยสนับสนุนและเน้นย้ำถึงสิทธิของชนกลุ่มน้อยที่แตกต่างในเชิงชาติพันธุ์และวัฒนธรรม ตลอดจนชนชั้นในสังคมที่ด้อยโอกาสทางการสื่อสารให้มีส่วนร่วมผ่านการสื่อสารเพื่อยกระดับการอภิบาลกลุ่มของตน

กรอบและโครงสร้างของสิทธิการสื่อสาร

จากการประชุมเชิงปฏิบัติการหลายครั้งของคณะทำงานในกลุ่มเคลื่อนไหวสากลชื่อ สิทธิการสื่อสารในสังคมสารสนเทศ หรือ CRIS (Communication Rights in the Information Society) ที่มีสมาชิกจากหลายประเทศทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็น บราซิล โคลัมเบีย เคนยา ฟิลิปปีนส์และสหภาพยุโรป จากปี ค.ศ.2003 จนถึง 2005 เพื่อทำความเข้าใจและแสวงหานโยบายเชิงปฏิบัติการร่วมกันเกี่ยวกับ

แนวคิดสิทธิการสื่อสารได้ นำมาซึ่งโครงสร้างใหม่อันประกอบด้วย 4 เสาหลักที่สะท้อนมิติต่าง ๆ ของสิทธิการสื่อสาร ดังต่อไปนี้

- a) สิทธิการสื่อสารในมณฑลสาธารณะ (Communicating in Public Sphere) เกี่ยวกับบทบาทของการสื่อสารและสื่อมวลชนในการกระตุ้นหรือส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองในสังคม
- b) การสื่อสารความรู้ (Communicating Knowledge) เกี่ยวกับเงื่อนไขและวิธีการในการสร้างความรู้ในสังคม รวมไปถึงการสื่อสารการเข้าถึงการปิดกั้นและการใช้ความรู้โดยกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม
- c) สิทธิพลเมืองในการสื่อสาร เกี่ยวกับการใช้สิทธิพลเมืองที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารในสังคม
- d) สิทธิทางวัฒนธรรมในการสื่อสาร เกี่ยวกับการสื่อสารของหลากหลายวัฒนธรรมรูปแบบทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ทั้งในระดับปัจเจกและระดับสังคม

เพื่อความเข้าใจที่กระจ่างแจ้งยิ่งขึ้น ตารางที่ 1 จะเสนอถึงสิทธิและเงื่อนไขปลีกย่อย ที่เป็นองค์ประกอบของสิทธิการสื่อสารในแต่ละมิติของเสาหลัก

ตารางที่ 1 สิทธิและเงื่อนไขปลีกย่อย ที่เป็นองค์ประกอบของสิทธิการสื่อสารในแต่ละมิติของเสาหลัก

การสื่อสารในมณฑล สาธารณะ	การสื่อสารความรู้	สิทธิพลเมืองในการ สื่อสาร	สิทธิทางวัฒนธรรมในการ สื่อสาร
1.เสรีภาพในการแสดงออก 2.เสรีภาพของสื่อ (รวมถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์) 3.การเข้าถึงและการมีอยู่ให้พร้อมเสมอของข้อมูลสาธารณะและข้อมูลของรัฐ 4.การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของเอกชนที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์สาธารณะ 5.ความหลากหลายและลักษณะอันเป็นพหุนิยมในสื่อ 6.การมีลักษณะอันทั่วถึงและทั่วถ้วน (Universal) ของสื่อ	1.ระบอบในการแบ่งปันความรู้ที่มีสมดุล (Encourage creativity and maximize sharing) และมีกลไกที่ใช้ได้จริง 2.ความรู้ที่ได้การสนับสนุนจากสาธารณะต้องเข้าสู่ปริมณฑลสาธารณะ 3.การเข้าถึงสื่อเพื่อความรู้ในราคาที่รับได้และบนฐานที่เท่าเทียมกัน 4.การมีความรู้ที่เกี่ยวข้องพร้อมไว้ให้เสมอสำหรับทุกชุมชน 5.ทักษะและ ความสามารถในการใช้สื่อ โดยเฉพาะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICTs)	1. สิทธิอันเท่าเทียมตามกฎหมายที่จะมีเกียรติศักดิ์ศรีและชื่อเสียง 2.สิทธิในข้อมูลส่วนบุคคลและการคุ้มครองข้อมูล 3.สิทธิส่วนบุคคลในการสื่อสาร 4.เสรีภาพจากการเฝ้าระวังสอดแนมทางการสื่อสารในที่สาธารณะและที่ทำงาน	1.การสื่อสารโดยใช้ภาษาแม่ในสื่อและปริมณฑลทางการเมือง 2.การมีส่วนร่วมในชีวิตทางวัฒนธรรมของแต่ละชุมชน โดยผ่านสื่อหรือโครงสร้างทางการสื่อสาร 3.การสนับสนุนให้มีการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมความเข้าใจและการยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น
มิติระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับสิทธิการสื่อสาร 1. บทบาทของสื่อที่ไม่ใช่ของชาติใด สื่อข้ามชาติและข้ามพรมแดน และการสื่อสารข้ามชาติ ข้ามพรมแดน 2. บทบาทและความสัมพันธ์ของข้อตกลงสากล			
ประชาธิปไตยและการมีส่วนร่วมในการอภิบาลการสื่อสาร 1. การมีส่วนร่วมอย่างมีประสิทธิภาพโดยภาคประชาสังคมในการอภิบาลปกครองระดับชาติ 2. การมีส่วนร่วมอย่างมีประสิทธิภาพโดยภาคประชาสังคมในการอภิบาลปกครองระดับข้ามชาติ			

แนวคิดมณฑลสาธารณะหรือพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere)

Jurgen Habermas กล่าวถึงมณฑลสาธารณะ (Public Sphere) ว่าเป็นสถานที่ที่มีการอภิปรายถกเถียงอย่างเป็นประชาธิปไตยเพื่อสร้างและจรรโลงสังคมประชาธิปไตย เป็นสถานที่สำหรับแลกเปลี่ยนและแบ่งปันความรู้ความคิดด้านการเมือง เป็นเวทีเสรีทางความคิด (Forum) ซึ่งเน้นความมีเหตุผล (Rationalization) ความเท่าเทียมในการเข้าถึง (Equal access) และการนำไปสู่ประชามติ (Public opinion)

มณฑลสาธารณะเกิดขึ้นในช่วงระหว่างศตวรรษที่ 17 และ 18 ในยุโรปตะวันตกซึ่งอยู่ในยุคแห่งแสงสว่างทางปัญญา (Enlightenment) โดยประชาชนใช้หอประชุมประจำเมือง ลานประชุม หมู่บ้าน ร้านกาแฟ โบสถ์ และห้องรับแขกในบ้านขนาดใหญ่ เพื่อพูดคุยและแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นที่เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งส่วนมากเป็นเรื่องการเมืองการปกครอง มีการใช้เหตุผลวิจารณ์อำนาจรัฐ ประชาชนมีความคิดที่เปิดกว้างและมีสิทธิ์เสนอข้อถกเถียงแก่รัฐบาลเพื่อหาข้อสรุปที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเสนอแก่รัฐบาลผ่านการวิจารณ์และผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการแจ้งข่าวสาร การตีพิมพ์มติของการประชุมแสดงความคิดเห็นและการขยายผลเพื่อต่อรองและตรวจสอบภาครัฐ

ในยุคสื่อสารมวลชน มณฑลสาธารณะได้เปลี่ยนไป สื่อมวลชนได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันและเป็นตัวกลางในการเสนอความคิดเห็นให้กับคนในสังคม ประชาชนหันมาสนใจฟังวิทยุและดูโทรทัศน์มากกว่าที่จะออกไปพบปะพูดคุยกันเพื่อวิพากษ์วิจารณ์เรื่องต่าง ๆ มณฑลสาธารณะบางส่วนจึงย้ายเข้ามาอยู่ในสื่อวิทยุและโทรทัศน์ โดยเปลี่ยนความหมายจากมิติด้านการเมืองมาเป็นมิติด้านเศรษฐกิจและสังคมมาสนใจเรื่องอื่น ๆ รอบตัว เช่น ข่าวสารประจำวัน ความรู้ ความบันเทิงต่าง ๆ ตามที่สื่อมวลชนเสนอ มณฑลสาธารณะกลายเป็นสถานที่ในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นทั่ว ๆ ไป ทั้งทางการเมืองและเรื่องอื่น ๆ ที่น่าสนใจหรือกำลังเป็นที่พูดถึงในสังคม แต่เป็นด้านการให้ความบันเทิงมากกว่าการอภิปรายแสดงความคิดเห็น

ตามการวิเคราะห์ดั้งเดิมของฮาเบอร์มาส มณฑลสาธารณะได้เข้าสู่สภาวะอันเสื่อมถอยลงไปแล้ว เมื่อสังคมได้พัฒนาไปสู่ความเป็นทุนนิยม และความเป็นอุตสาหกรรมมากขึ้น โดยฮาเบอร์มาสได้ชี้ให้เห็นถึง 3 ปัจจัยหลักที่นำไปสู่ความเสื่อมถอยดังกล่าวได้แก่

- 1) ลักษณะอันเป็นพาณิชย์นิยมของสื่อ (Commercialization of media)
- 2) การเกิดสังคมมวลชน (mass society)
- 3) การเกิดรัฐสวัสดิการ (welfare state)

โดยสื่อที่มุ่งเน้นเชิงพาณิชย์มากขึ้นทำให้ประเด็นอันกระทบต่อสังคมและสาธารณะถูกละเลยไป หรือถูกนำเสนอในลักษณะที่จะดึงดูดมวลชนให้บริโภคมากกว่าเพื่อการรู้เท่าทันในฐานะพลเมืองที่พึงมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในประเด็นสาธารณะ ขณะเดียวกัน สังคมมวลชนก็ทำให้พื้นที่สาธารณะในสื่อเป็นเพียงพื้นที่สาธารณะจอมปลอม (pseude – public sphere) เนื่องจากการเข้าถึงสื่อและการแลกเปลี่ยนอภิปรายปัญหาและนโยบายสาธารณะก็จะจำกัดอยู่เฉพาะคนเพียงไม่กี่กลุ่มที่มีอำนาจในสังคม เช่น นักการเมือง ข้าราชการชั้นสูง นักธุรกิจรายใหญ่ นักวิชาการ ซึ่งตามทัศนะของฮาเบอร์มาส คนเหล่านี้มีบทบาทเป็น ตัวกลางทางความรู้ (knowledge broker) ทำให้พื้นที่สาธารณะไม่เปิดกว้างและเท่าเทียม นอกจากนี้ การเกิดรัฐสวัสดิการก็ทำให้รัฐสามารถคืบคลานเข้ามาครอบงำประมณฑลของพื้นที่สาธารณะ ซึ่งเป็นการรวมตัวกันของปัจเจกบุคคลที่อยู่นอกเหนืออำนาจรัฐ (private individuals) ทำให้เส้นแบ่งระหว่าง ส่วนตัวและสาธารณะ (public – private divide) คลาดเคลื่อนไม่ชัดเจน

ความหมายของคำว่า “พื้นที่สาธารณะ”³ ประกอบด้วยคำ 2 คำ คือคำว่า “พื้นที่” และคำว่า “สาธารณะ” โดยคำว่า “พื้นที่” นั้นประกอบด้วยลักษณะที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม โดยในแง่รูปธรรมพื้นที่หมายถึง อาณาบริเวณแห่งใดแห่งหนึ่งที่มีการแบ่งกันเขตเอาไว้อย่างแน่นอน นอกจากความหมายรูปธรรมดังกล่าวแล้ว พื้นที่ยังมีความหมายทางสังคม การเมืองและวัฒนธรรมที่มีลักษณะเป็นนามธรรม เช่น หมายถึงเวที (ทางนามธรรม) ทางสังคมที่มีการช่วงชิงอำนาจ ตัวอย่างเช่น พื้นที่ทางวัฒนธรรมในสื่อสารมวลชน เมื่อเราพบว่าในละครโทรทัศน์จำนวนมากได้มีการนำเอาเรื่องราวที่มีคนไทยเชื้อสายจีนมาเป็นตัวเอก มีการนำเอาค่านิยมแบบคนจีนมาเชิดชู เราก็อาจจะกล่าวได้ว่าปัจจุบันนี้ คนไทยเชื้อสายจีนได้เข้ามาช่วงชิงพื้นที่ทางวัฒนธรรมไปแล้วระดับหนึ่ง

³ กาญจนา แก้วเทพ, “การสื่อสารกับพื้นที่สาธารณะ : ทัศนะของ Habermas,” ใน มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่, กาญจนา แก้วเทพ, กิตติกันภัย และปาริชาติ สถาปิตานนท์, บรรณาธิการ (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เอ็ดดิสัน เพรส โปรดักส์, 2543)

สำหรับคำว่า “สาธารณะ”⁴ นั้นในความหมายที่เข้าใจกันโดยทั่วไปคือคำว่า “ส่วนรวม” (public) ซึ่งมักจะถูกให้นิยามโดยเปรียบเทียบกับคู่ที่ตรงกันข้ามคือคำว่า “ส่วนตัว” (private) สำหรับความหมายของคำว่าสาธารณะนี้อาจจะขยายออกไปถึงเรื่องผลประโยชน์ของส่วนรวมสำหรับคนหมู่มากหลากหลายกลุ่มที่อาจจะสอดคล้องหรือขัดแย้งกับผลประโยชน์ส่วนตัว (ปัจเจกหรือเฉพาะกลุ่ม) คำว่าสาธารณะก็มีนัยยะได้ 2 นัยเช่นเดียวกับคำว่า “พื้นที่” กล่าวคือสามารถแสดงออกในลักษณะรูปธรรม เช่น สวนสาธารณะ คือสวนของส่วนรวม และความหมายในเชิงนามธรรม เช่น ผู้นำชุมชนที่ทำงานเพื่อประโยชน์ส่วนรวมโดยไม่คำนึงถึงความสุขส่วนตัวเลย เป็นต้น

ในความหมายที่มีลักษณะชัดเจนขึ้น พื้นที่สาธารณะ⁵ หมายถึง พื้นที่ที่เปิดให้ประชาชนสามารถเข้าถึงเพื่อรับรู้แลกเปลี่ยนและอภิปราย เพื่อแสวงหาความเห็นร่วมกันในเรื่องต่างๆ ที่เป็นประเด็นสาธารณะของสังคมแนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะ หรือบางครั้งเรียกว่ามณฑลสาธารณะ และมักเชื่อมโยงให้นึกถึง “เวทีสำหรับถกเถียงเกี่ยวกับปัญหาสังคมต่างๆ”

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อและ “สาธารณประโยชน์” (public interest)

Denis McQuail นักวิชาการสาขานิเทศศาสตร์ชาวอเมริกันได้พยายามสร้างกรอบใหม่ในการพิจารณาบรรทัดฐานของสื่อทั้งในด้านโครงสร้างและการปฏิบัติงาน โดยมีแนวความคิดพื้นฐานว่า “สื่อดำรงอยู่บนความคาดหวังว่าจะรับใช้สาธารณประโยชน์หรือประโยชน์สุขโดยรวมของประชาชน” กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ สื่อแตกต่างจากธุรกิจทั้งหมด เนื่องจากมีพันธกิจในระยะยาวต่อสังคมโดยเฉพาะในมิติด้านการเมืองและวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม นิยามของ “สาธารณประโยชน์” ก็เป็นประเด็นที่สำคัญมากอีกประการหนึ่งที่พึงต้องหาความกระจ่างแจ้งให้ได้ก่อนในเบื้องต้น หากไม่แล้วกรอบบรรทัดฐานที่ผูกสื่อติดไว้กับพันธกิจแห่งสาธารณประโยชน์ก็จะไม่มีคุณค่าอันใดเลย

แนวคิดเกี่ยวกับสาธารณประโยชน์ที่เกี่ยวกับการทำงานและเนื้อหาของสื่อนั้นสามารถแบ่งได้เป็น 3 แนวคิดด้วยกัน คือ

⁴ กาญจนา แก้วเทพ, “การสื่อสารกับพื้นที่สาธารณะ : ทศนะของ Habermas,” ใน มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่ , กาญจนา แก้วเทพ, กิตติกันภัย และปาริชาติ สถาปิตานนท์, บรรณาธิการ (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เอ็ดดิสัน เพรส โปรดักส์, 2543)

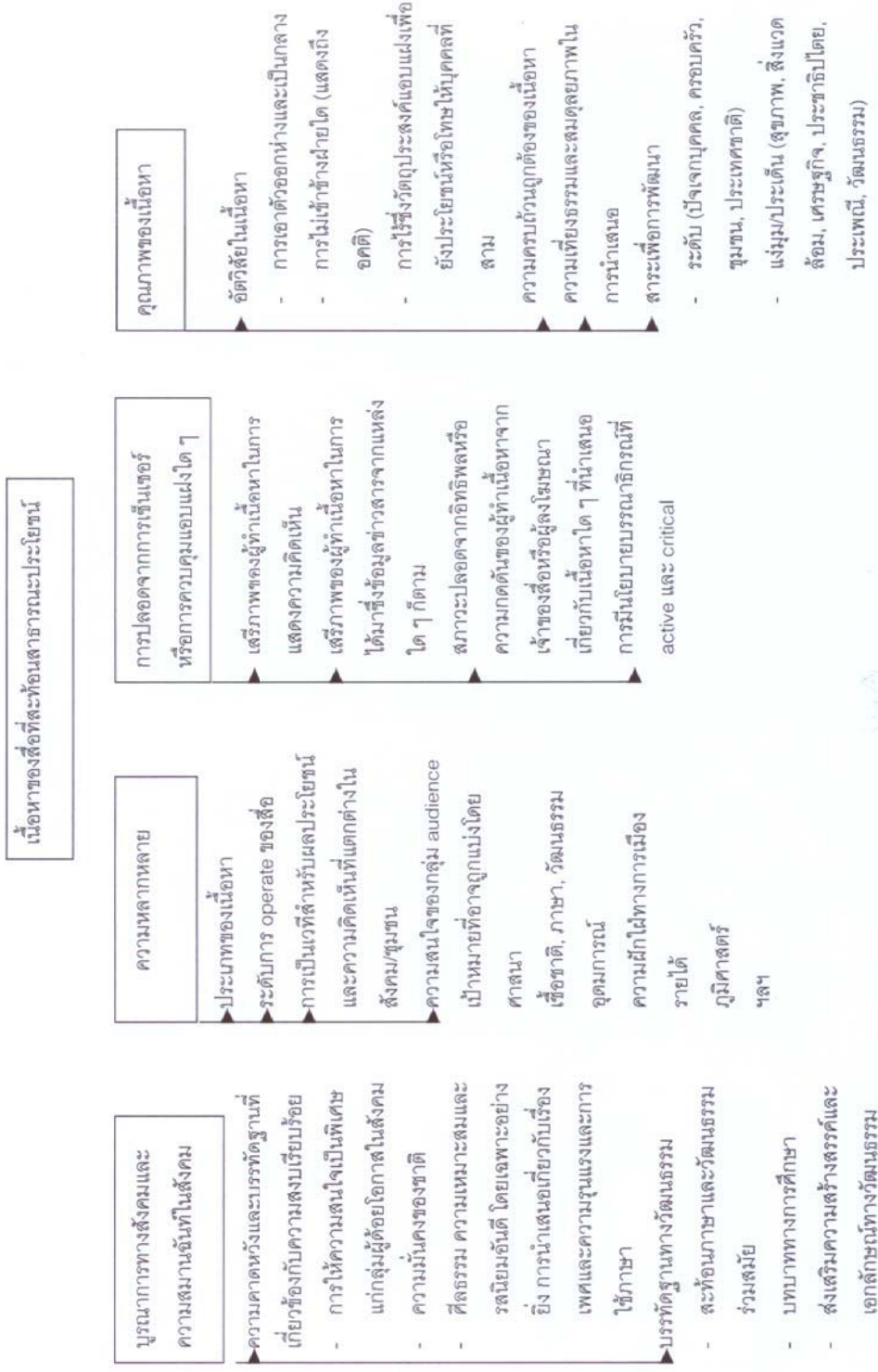
⁵ พิงรอร งามสุต รัตนันท์, ร้อยแปด: ทำไมการปฏิรูปสื่อจึงควรเป็นวาระแห่งชาติ (2) [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: www.bangkokbiznews.com

1. แนวคิดที่มองว่าสาธารณประโยชน์หมายถึง สิ่งที่คนส่วนใหญ่ (majority) ในสังคมนิยมชื่นชอบหรือเห็นด้วย (the public interest = what interests the public) หากพิจารณาในบริบทของสื่อ เนื้อหาที่สนองสาธารณประโยชน์ก็คือ เนื้อหาที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ในตลาดสนใจหรือต้องการนั่นเอง
2. แนวคิดที่มองว่าสาธารณประโยชน์จะต้องมีที่มาหรือถูกตัดสินโดยค่านิยมหรืออุดมการณ์หลักสังคม เช่น ลัทธิมาร์กซิส ความเชื่อทางศาสนา หรืออุดมการณ์แห่งตลาดเสรี
3. แนวคิดที่เห็นสาธารณประโยชน์เป็นผลลัพธ์จากกระบวนการแลกเปลี่ยน ได้เถียง และตัดสินใจร่วมกันแบบประชาธิปไตย เพราะฉะนั้นสาธารณประโยชน์ตามความคิดนี้จึงไม่มีรูปแบบที่แน่นอนตายตัว แต่จะเปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปเรื่อยๆ ขึ้นกับการต่อรองของกลุ่มต่างๆ ในสังคม

McQuail เห็นด้วยกับแนวคิดที่สาม แต่เขาเองก็ยอมรับว่าแนวคิดนี้มีจุดอ่อนตรงที่ไม่สามารถให้ค่านิยมที่ชัดเจนเกี่ยวกับสาธารณประโยชน์ได้ หากแต่จะลื่นไหลไปตามโครงสร้างและบริบทแวดล้อมของแต่ละสังคม แต่ถึงกระนั้น McQuail ก็คิดว่ากรอบแนวคิดเกี่ยวกับสื่อและสาธารณประโยชน์ที่เขานำเสนอนี้ก็ยังสามารถใช้ประโยชน์ได้ในการเป็นเกณฑ์สำหรับประเมินการปฏิบัติงานของสื่อ ซึ่งในที่นี้จะนำกรอบของ McQuail มาปรับปรุงและดัดแปลงให้เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทยเพื่อเป็นแนวทางในการพิจารณาเกี่ยวกับลักษณะของเนื้อหาที่สะท้อนสาธารณประโยชน์ซึ่งควรจะเป็นเป้าหมายสำหรับการกำกับดูแลเนื้อหาในสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ต่อไป

แผนภาพที่ 1 : เนื้อหาของสื่อที่สะท้อนสาธารณประโยชน์

(ปรับปรุงจาก Denis McQuail's Normative theories of Media performance ใน Denis McQuail, 1994, Mass Communication Theory, London:Sage.)



ตามแผนภาพที่ 1 เนื้อหาของสื่อที่สะท้อนสาธารณประโยชน์ควรมีลักษณะสำคัญ
ดังต่อไปนี้
คือ

1) ความหลากหลาย (diversity)

ในที่นี้ความหลากหลายควรจะสะท้อนให้เห็นในหลายๆ มิติ ซึ่งสามารถจำแนกให้พอ
สังเขป
ได้ดังต่อไปนี้

- ประเภทหรือรูปแบบของเนื้อหาที่น่าสนใจ เช่น เพลง ข่าว เกมโชว์ รายการสนทนา
ละคร ฯลฯ
- ระดับการครอบคลุมหรือการปฏิบัติงานของสื่อ เช่น สื่อ (ที่ผลิตเนื้อหา) ระดับชาติ
(national media) สื่อระดับภูมิภาค (regional media) สื่อระดับชุมชน (community
media) สื่อเฉพาะกิจ (ad hoc media) ฯลฯ
- การเป็นเวทีที่เปิดโอกาสให้กลุ่มคนที่มีพื้นฐานและความคิดเห็นหลากหลายเข้าถึงได้
เพื่อแลกเปลี่ยน ถกเถียง และปกป้องผลประโยชน์ของกลุ่มตน
- ประเภทหรือลักษณะความสนใจของกลุ่มผู้ชมผู้ฟังเป้าหมายซึ่งอาจถูกแบ่งโดย
ลักษณะที่แตกต่าง เช่น ศาสนา เชื้อชาติ ภาษาและวัฒนธรรม อุดมการณ์ ความฝักใฝ่
ทางการเมือง รายได้ ภูมิศาสตร์ และอื่นๆ

2) การปลอดจากการเซ็นเซอร์หรือการควบคุมแผนผังใดๆ

สถานภาพที่ปลอดจากการเซ็นเซอร์ หรือการควบคุมแบบแบ่งไม่ว่าจะโดยรัฐ นายทุน
เจ้าของกิจการ หรือผู้ลงโฆษณา ย่อมเอื้ออำนวยให้ผู้ประกอบวิชาชีพในสื่อสามารถใช้เสรีภาพใน
การแสดงออก และในการนำเสนอเนื้อหาจากแหล่งต่างๆ ได้อย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพ
ลักษณะอันปลอดจากการควบคุมดังกล่าวเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งโดยเฉพาะในกรณีของเนื้อหา
ประเภทข่าวหรือเหตุการณ์ปัจจุบันที่ผู้นำเสนอจะต้องมีความเป็นกลางและไม่อคติเข้าข้างฝ่ายใด
หากผู้จัดทำเนื้อหาประเภทข่าวสารสามารถนำเสนอเนื้อหาได้โดยปราศจากการเซ็นเซอร์หรือการ
ควบคุมก็จะสามารถมีนโยบายในการบรรณาธิกรณที่แข็งแกร่งและวิพากษ์สิ่งที่ไม่ถูกต้องในสังคม
ได้

3) คุณภาพของเนื้อหา

ในกรอบเดิมของ McQuail การประเมินคุณภาพของเนื้อหาค่อนข้างที่จะมุ่งเน้นเนื้อหา
ประเภทข่าวและเหตุการณ์ปัจจุบันเป็นสำคัญจึงใช้เกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอแบบวัตถุวิสัย

(objectivity) กล่าวคือ การไม่นำเอาตนเองเข้าไปเกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่น่าเสนอ เพื่อหลีกเลี่ยงอคติอย่างใดก็ดี ในที่นี้ผู้วิจัยเห็นว่ามีความจำเป็นที่จะต้องเพิ่มสาระเพื่อการพัฒนาเข้ามาเป็นอีกมิติหนึ่งของคุณภาพ ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศกำลังพัฒนา กระนั้นความหมายของคำว่า “พัฒนา” ในที่นี้จะไม่จำกัดเฉพาะการพัฒนา (ทำให้ก้าวหน้า ดีขึ้น) ทางด้านวัตถุ หรือทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่จะครอบคลุมไปถึงการพัฒนาในระดับต่างๆ เช่น ระดับปัจเจกบุคคล ระดับครอบครัว ระดับชุมชน และระดับประเทศชาติ และแง่มุมต่างๆของการพัฒนา เช่น สุขภาพ สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ ประชาธิปไตย ประเพณี การกีฬา ฯลฯ

4) บูรณาการทางสังคมและความสมานฉันท์ในสังคม

ในส่วนนี้สามารถแบ่งพิจารณาได้ออกเป็นสองประเด็นหลักๆ คือ

4.1 ความคาดหวังและบรรทัดฐานที่เกี่ยวข้องกับความสงบเรียบร้อย เนื้อหาที่สนองสาธารณประโยชน์ควรสะท้อนถึงความคาดหวังของสังคม และบรรทัดฐานของสังคมที่เกี่ยวข้อง การอยู่ร่วมกันอย่างสมานฉันท์และสงบสุข ซึ่งอาจรวมถึงประเด็นต่อไปนี้

- การให้ความสนใจแก่กลุ่มผู้ด้อยโอกาสในสังคม ไม่ว่าจะเป็นคนจน คนพิการ คนกลุ่มน้อย คนชรา หรือคนในชนบทที่ห่างไกล
- ความมั่นคงของชาติ
- ศีลธรรม ความเหมาะสม และระบิณยอันดี ซึ่งสามารถเห็นได้ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศ และความรุนแรงต่างๆ การนำเสนอเนื้อหาดังกล่าวจะต้องพิจารณาทั้งภาพที่ปรากฏตลอดจนการใช้ภาษาประกอบกันไปด้วย

4.2 บรรทัดฐานทางวัฒนธรรม

บรรทัดฐานทางวัฒนธรรมของแต่ละประเทศย่อมแตกต่างกันไป แต่มิติที่สื่อสามารถสะท้อนออกมาได้ในเนื้อหาอาจครอบคลุมประเด็นดังต่อไปนี้

- ภาษาและวัฒนธรรมร่วมสมัย
- บทบาททางการศึกษา
- ความสร้างสรรค์และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม

ในทางหนึ่ง แนวคิดเรื่องประโยชน์สาธารณะเป็นแนวคิดที่มีลักษณะที่ยังโต้เถียงกันอยู่ในวงวิชาการนิติศาสตร์ โดยมีศูนย์กลางของการถกเถียงที่การนิยามว่า “อะไรคือประโยชน์สาธารณะกันแน่?” wikipedia สารานุกรมออนไลน์อธิบายถึงความขัดแย้งนี้ว่า⁶

“ประโยชน์สาธารณะนั้นมักอ้างถึงเรื่องสวัสดิการหรือความเป็นอยู่พื้นฐานทั่วไป (common well-being and general welfare)” และประโยชน์สาธารณะนั้นมีศูนย์กลางที่การถกเถียงเชิงนโยบาย การเมือง ประชาธิปไตย และเรื่องทั่วไป ที่เกี่ยวข้องกับรัฐบาล ในขณะที่คนเกือบทุกคนในสังคมก็อ้างว่าประโยชน์สาธารณะก็ควรเป็นเรื่องของการช่วยเหลือปัจจัยพื้นฐานและสวัสดิการต่างๆ กับประชาชนด้วย เช่นนี้แล้วนิยามที่ชัดเจนของคำว่าประโยชน์สาธารณะจึงขึ้นอยู่กับว่าจะใช้แนวคิดใด เพราะมีสองแนวคิดที่ต้องตัดสินใจว่า จำนวนสมาชิกเท่าใดที่เพียงพอที่จะได้รับประโยชน์จากเรื่องราวเหล่านั้น จึงจะถือได้ว่าเรื่องใดเป็นประโยชน์สาธารณะหรือไม่

⁶ http://en.wikipedia.org/wiki/Public_interest ต้นฉบับภาษาอังกฤษดังนี้

The public interest refers to the "common well-being" or "general welfare." The public interest is central to policy debates, politics, democracy and the nature of government itself. While nearly everyone claims that aiding the common well-being or general welfare is positive, there is little, if any, consensus on what exactly constitutes the public interest.

There are different views on how many members of the public must benefit from an action before it can be declared to be in the public interest:

at one extreme, an action has to benefit every single member of society in order to be truly in the public interest; at the other extreme, any action can be in the public interest as long as it benefits some of the population and harms none.

The public interest is often contrasted with the private or individual interest, under the assumption that what is good for society may not be good for a given individual and vice versa. This definition allows us to "hold constant" private interests in order to determine those interests that are unique to the public. [Stephen Krasner](#), a political scientist used a similar methodology in his book *Defending the National Interest*. Krasner identifies cases in which no corporate interest is found in US foreign policy in order to identify and analyze a national interest.

However, society is composed of individuals, and the public interest must be calculated with regard to the interests of its members. There is wide-ranging debate about whether the public interest requires or destroys the idea of [human rights](#), about the degree to which the ends of society are the ends of its individual members, and the degree to which people should be able to fulfill their own ambitions even against the public interest. The public interest is a crucial, if ill-defined, concept in much [political philosophy](#).

It is also possible that in some cases advancing the public interest will hurt certain private interests. This risks the "tyranny of the majority" in any democracy, since minorities' interests may be overridden. On the other hand, we are all a minority in some capacity - thus, protection of minority rights arguably becomes part of the public interest.

แนวคิดสุดขั้วทางหนึ่งคือ ประโยชน์สาธารณะนั้นต้องเป็นประโยชน์ต่อสมาชิกทุกคนในชุมชนหรือสังคม ขณะที่อีกแนวคิดหนึ่งมองว่าประโยชน์สาธารณะจะเป็นอะไรก็ได้ที่ราบไต่ที่มันให้ประโยชน์แก่บางคนหรือกลุ่มบุคคลใดและไม่คุกคามต่อคนอื่นๆ ที่เหลือ

นอกจากนี้แล้วคำว่า “ประโยชน์สาธารณะ” นี้ยังต้องปะทะกับคำว่า “ผลประโยชน์ส่วนตัว” ภายใต้สมมติฐานที่ว่า อะไรก็ตามที่ดีสำหรับสังคม (ส่วนรวม) อาจจะไม่ดีสำหรับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง และเช่นกันอะไรที่ดีสำหรับคนใดคนหนึ่งก็อาจไม่ดีสำหรับส่วนรวม นิยามนี้ทำให้เราต้องหยุดพิจารณาว่า “ประโยชน์ส่วนตัว” ในลักษณะใดที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

อย่างไรก็ตาม สังคมนั้นประกอบไปด้วยปัจเจกชนย่อยๆ รวมกัน และการที่จะบอกว่าสิ่งใดคือประโยชน์สาธารณะนั้นจำเป็นที่จะต้องคำนึงและคำนวณจากผลประโยชน์ทุกๆ ส่วนของสมาชิกทุกๆ คน และทำให้เป็นที่ถกเถียงต่อไปอย่างกว้างขวางว่าประโยชน์สาธารณะจะทำลายประโยชน์ส่วนตัวไปอย่างสิทธิมนุษยชนหรือไม่ ระดับไหนคือจุดสิ้นสุดของประโยชน์สังคมและระดับไหนคือจุดสิ้นสุดของปัจเจกสมาชิก และระดับไหนที่ประชาชนจะสามารถเติมเต็มชีวิตหรือความต้องการของเขาที่ต้องปะทะกับผลประโยชน์สาธารณะ

และเป็นไปได้เช่นกันที่ในบางกรณี ในผลประโยชน์สาธารณะนั้นก็อาจมีผลประโยชน์ส่วนบุคคลเอาไว้ด้วย เหล่านี้คือความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดภาวะ “เผด็จการของคนส่วนใหญ่” (tyranny of majority) ได้ในสังคมที่เป็นประชาธิปไตย เมื่อผลประโยชน์ของคนส่วนน้อยถูกละเลย ในทางกลับกัน เราทุกคนต่างก็เป็นคนส่วนน้อยในแง่ใดแง่หนึ่งทั้งสิ้น ฉะนั้นแล้วการปกป้องผลประโยชน์ของคนส่วนน้อยก็เป็นส่วนหนึ่งของผลประโยชน์สาธารณะเช่นกัน

Anthony Downs⁷ สรุปเกี่ยวฐานคิดเกี่ยวกับผลประโยชน์สาธารณะว่ามี 3 สำนักคิดหลักๆ สำนักคิดแรกนั้นมีฐานคิดจาก “เจตน์จำนงของประชาชน” (the will of people) ซึ่งประโยชน์สาธารณะหมายถึงอะไรก็ตามที่ประชาชน (ซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของพลเมือง-majority of citizens) ต้องการ ขณะที่สำนักคิดที่สองอ้างว่าอะไรที่จะเป็นผลประโยชน์สาธารณะนั้นถูกตัดสินและกำหนดด้วยมาตรฐานสัมบูรณ์หรือค่านิยมบางอย่างที่ละเลยในสิ่งที่พลเมืองต้องการ ส่วนสำนักคิดที่สามซึ่งค่อนข้างมองตามสภาพเป็นจริงค้นพบว่า ประโยชน์สาธารณะนั้นอยู่ใน “result of certain

⁷ Anthony Downs, “The Public Interest: Its meaning in a Democracy”, Social Research, 29(1): 1-36

อ้างใน Denis McQuail, “Media Performance”, Sage Publication, 1992 p 22

methods of decision-making” – a pragmatic outcome, involving to ethnical implications
ในทัศนะของ A. Downs คิดว่าทั้งสามสำนักคิดนั้นต่างก็มีความถูกต้องในตัวเอง

ในงานศึกษาของ Held (อ้างใน Denis McQuail, 1992) สรุปให้เห็น 3 กลุ่มทฤษฎีหลักๆ
ที่มีต่อแนวคิดเรื่อง “ประโยชน์สาธารณะ” ออกเป็น 3 ทฤษฎีคือ

1. Preponderance Theory เชื่อในการแสดงออกของ “ผลรวมของผลประโยชน์ส่วนตัว
ถือเป็นสิ่งสำคัญสุด” (the sum of individual interest is held to be paramount)
ผลประโยชน์สาธารณะถูกนิยามในแง่ของ “คนส่วนมาก” (majoritarian way)
2. Common Interest Theory เชื่อว่า common interest พื้นฐานที่ทุกๆ คนควรจะมีนั้น
คือประโยชน์สาธารณะ เช่น basic service อย่าง ประปา ไฟฟ้า การขนส่ง พลังงาน
และสิ่งจำเป็นอื่นๆ (general welfare)
3. Unitary Theory เชื่อว่า the public interest is seen as what is most in
accordance with a single ordered and consistent scheme of values under
which what is valid for one is valid for all.

ในความแตกต่างกันของแนวคิดเรื่องผลประโยชน์สาธารณะทั้งสามสำนักนี้ McQuail สรุป
ให้เห็นข้อสังเกตที่สามารถยุบแนวคิดทั้งสามออกเป็นสองกลุ่มหลักคือ

- 1) กลุ่มที่เชื่อว่าผลประโยชน์สาธารณะจะต้องคำนึงถึงทุกๆ ภาคส่วนย่อยๆ รวมกัน โดย
ที่ไม่ต้องเป็นกลุ่มก้อนเดียวกัน กล่าวคือ แนวคิดนี้เชื่อว่า “the sum of private
interest = public interest” ซึ่งไม่ได้หมายความว่ารายการที่เป็นประโยชน์สาธารณะ
นั้น ควรที่จะตอบสนองคนกลุ่มใหญ่ของสังคม แต่ไม่จำเป็นเสมอไป แม้กระทั่ง
รายการเล็กๆ ที่ดูจะไม่ใช่ว่าประโยชน์สาธารณะ หากมันมีเนื้อหาในการดำรงชีวิต
ประจำวันทั่วไป การมีชีวิตรอดในระดับที่มีศักดิ์ศรี การให้ข้อมูลที่ถูกต้องก็เป็น
ประโยชน์สาธารณะได้ รายการโทรทัศน์เหล่านี้ก็สามารถมีประโยชน์กับกลุ่มบุคคลใด
บุคคลหนึ่งได้ หากว่ามันเป็นเรื่องราวที่มีคุณค่า มีสาระและเป็นประโยชน์ต่อ
สาธารณชนในกลุ่มนั้นๆ แล้ว ไม่ว่ามันจะเป็นเนื้อหาในระดับส่วนตัวหรือไม่ มันก็จะ
เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะชนด้วย
- 2) กลุ่มที่สองเชื่อว่าประโยชน์สาธารณะนั้นคือรายการโทรทัศน์ที่สะท้อนประโยชน์ของ
คนส่วนมากเท่านั้น ในเรื่องราวทั่วไปที่มีลักษณะกว้างๆ เป็นประเด็นสาธารณะ
(public issues) ที่คนส่วนใหญ่ต้องรับรู้ รับทราบ และได้ผลกระทบจากมัน เป็น

นโยบายสาธารณะ (public policies) ที่ประชาชนต้องตัดสินใจร่วมกัน ซึ่งมักจะคำนึงถึงคนส่วนมาก (majority) และต้องเป็นเรื่องส่วนรวมเท่านั้น

ความขัดแย้งของสองความคิดนี้ ทำให้มีผลอย่างยิ่งต่อ “กระบวนการคัดกรอง/คัดเลือก” และการพิจารณาว่ารายการใดเป็นรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะหรือไม่ อย่างไรก็ตามสิ่งหนึ่งที่เหมือนกันจากแนวคิดทั้งสองกลุ่มคือการมอง “ประชาชน” (people) หรือผู้ชมรายการในฐานะที่เป็น “พลเมือง” (citizen) ไม่ใช่ “ผู้บริโภค” (consumer) ซึ่งถือเป็นหัวใจหลักของการพิจารณาเรื่องประโยชน์สาธารณะ

เพื่อความชัดเจนในการศึกษาว่าคุณสมบัติของรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะทั้งสองแนวคิดนั้นแตกต่างกันอย่างไร สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 2 สรุปความแตกต่างระหว่างแนวคิดเรื่องผลประโยชน์สาธารณะ				
แนวความคิด	การมองผู้ชม	พื้นที่	เนื้อหา	ประเภทรายการ
1.กลุ่มที่เชื่อว่าทุกอย่างที่มีประโยชน์เป็นประโยชน์สาธารณะ	พลเมือง (citizen)	ส่วนตัว (private) และส่วนรวม (public)	ให้ข้อมูลความรู้ การศึกษา ความบันเทิงทั่วไปที่มีสาระ	ทุกประเภท เช่น ข่าว แม็กกาซีน ทีวี สันทนาการ ละคร ฯลฯ
2.กลุ่มที่เชื่อว่าเฉพาะเรื่องราวส่วนรวม คนส่วนมาก		ส่วนรวม (public)	เรื่องราวสาธารณะ ประเด็นสาธารณะ นโยบายสาธารณะ	เน้นรายการ สันทนาการ สารคดี หรือ แม็กกาซีน

แนวคิดหนึ่งที่น่าสนใจและสามารถใช้อ้างอิงและกล่าวถึงประโยชน์สาธารณะได้ดีคือเรื่อง “ผลกระทบภายนอกเชิงบวก” (positive externality) ซึ่งก็คือแนวคิดที่เชื่อว่า รายการโทรทัศน์นั้นเป็นดาบสองคม คือสามารถสร้างผลกระทบต่อผู้ชมในด้านลบและด้านบวกได้ ผลกระทบทางด้านลบก็ได้แก่รายการโทรทัศน์ที่มีเรื่องของความรุนแรง เซ็กส์ และภาษาที่ไม่สุภาพ หยาดคาย การเหยียดหยามเชื้อชาติ วัฒนธรรม ชนชั้น หรือเพศ หรือการประกอบสร้างความจริงที่เป็นมายาคติที่ผิด ค่านิยม อุดมการณ์บางอย่างที่ไม่ดีและเป็นภัยต่อประชาชน ผู้ชมโดยรวม ขณะที่ผลกระทบภายนอกเชิงบวกคือด้านที่ตรงกันข้าม กล่าวคือรายการโทรทัศน์ที่ส่งผลกระทบภายนอกเชิงบวกนี้ก็ได้แก่รายการที่สร้างสรรค์ มีคุณค่า ให้ความรู้ ข้อมูล หรือการศึกษาที่ดี สนับสนุนการส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างผู้คนในสังคม

ภาพรวมของแนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองของสื่อมวลชน⁸

การศึกษาระบบสื่อมวลชนตามแนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองนั้น วิเคราะห์โดยการเชื่อมโยงกับแนวคิดหลัก 3 แนว คือ โครงสร้างทางเศรษฐกิจของสังคม อุตสาหกรรมสื่อมวลชน และเนื้อหา/ผลผลิตของสื่อมวลชน นักทฤษฎีกลุ่มนี้เชื่อว่าการศึกษาดังกล่าวโดยเชื่อมโยงทั้ง 3 แนวคิดไว้ด้วยกัน จะทำให้เข้าใจสภาพของระบบสื่อสารมวลชนที่เป็นอยู่ในประเด็นต่างๆ เช่น การเป็นเจ้าของปัจจัยผลผลิตที่เกี่ยวข้องกับสื่อและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ระบบตลาดของสื่อ รวมไปถึงระบบการควบคุมสื่อด้วยกลไกทางเศรษฐกิจและการเมือง ได้ชัดเจน

กลุ่มแนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมือง เสนอว่า การเข้าใจสื่อ ผลผลิตของสื่อ และเนื้อหาของสื่อได้นั้น ต้องพิจารณาสื่อในฐานะ “สื่อเป็นอุตสาหกรรมชนิดหนึ่งที่ทำการผลิตไปเพื่อขายหวังผลกำไร” นักวิชาการกลุ่มนี้เชื่อว่า ส่วนหนึ่งของเนื้อหาสื่อถูกกำหนดมาจากระบบตลาด และอีกส่วนหนึ่งถูกกำหนดมาจากผลประโยชน์ของเจ้าของเงินทุน หรือผู้ตัดสินใจในระดับนโยบาย

จากสภาวะที่สื่อมวลชนมาดำเนินการอยู่ในระบบทุนนิยมนี้ กลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมืองทำนายถึงผลหรือปรากฏการณ์ที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้คือ

- เกิดการรวมศูนย์ของตลาดในทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นการรวมศูนย์ของทุน และการกระจุกตัว ของสื่อในตลาดผู้บริโภค

⁸ เก็บความจาก กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. 2541. และ อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. ระบบวิทยุและโทรทัศน์ไทย. 2542.

- ผู้ทำงานสื่อต้องใช้กลยุทธ์การผลิตที่ลดความเสี่ยงให้น้อยที่สุด โดยเฉพาะในสาขาที่ทำกำไรได้น้อย
- อำนาจการเป็นเจ้าของสื่อจะตกอยู่ในมือของคนกลุ่มน้อย ซึ่งเป็นแนวโน้มเดียวกับการกระจุกตัวและรวมศูนย์ของทุนทุกประเภท ฯลฯ

Murdock และ Golding นักทฤษฎีสายเศรษฐศาสตร์การเมืองวิเคราะห์ว่าผลที่ติดตามมาจากระบบการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมภายใต้ระบบเศรษฐกิจและทุนนิยม คือ ความหลากหลายของรูปแบบและเนื้อหาของสื่อจะลดลง วิธีการที่ระบบจะคัดเอาแต่ผู้ที่สามารถชนะการแข่งขันทางธุรกิจไว้ ทำให้เหลือผู้ชนะเพียงไม่กี่ราย ความหลากหลายจึงลดน้อยลงไปตามส่วน สื่อบางประเภทที่เป็นเสียงส่วนน้อยหรือสื่อกระแสรองจึงมีพลังเสียงน้อย

เมื่อขนาดของตลาดผู้บริโภคเข้ามาเป็นตัวตัดสินว่าสื่อใดประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว การเสนอรูปแบบและเนื้อหาของสื่อจึงต้องเป็นเรื่องที่คนส่วนใหญ่คุ้นเคย และยอมรับได้ง่ายเป็นค่านิยม ความเชื่อหลักของสังคม ส่วนรูปแบบที่สวนกระแส และตั้งคำถามกับค่านิยมเดิมของสังคมจะถูกตัดออกไป ดังนั้นเรามักเห็นรายการที่เป็นแนวเดียวกัน หรือการนำเอาละคร หรือเพลงที่เป็นที่นิยมมาผลิตซ้ำ หรือออกอากาศใหม่

สรุปจากการวิเคราะห์สื่อด้วยแนวคิดดังกล่าวข้างต้น ตอกย้ำการใช้แนวการวิเคราะห์เชิงโครงสร้างว่า การถ่ายทอดอุดมการณ์กระแสหลักของสังคมไม่ได้เกิดขึ้นด้วยเจตนาของเจ้าของกิจการสื่อสารมวลชน หรือนายทุนคนใด แต่เป็นไปตามเงื่อนไขและกลไกทางเศรษฐกิจของกระบวนการผลิตในระบบทุนนิยม ซึ่งเป็นปัจจัยกำหนดว่าจะผลิตสินค้าใดออกมาอย่างไร

การมองผู้ชม (audience) ใน 2 บทบาท

แนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองจะวิเคราะห์ผู้บริโภคสื่อ (audience) ใน 2 บทบาท คือ ในฐานะประชาชนของรัฐ/สมาชิกของชุมชน กับฐานะผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ-ขายในฐานะสมาชิกของตลาด หากนึกถึงผู้ชมในฐานะผู้ซื้อสินค้าผู้ผลิตก็จะสร้างเนื้อหารายการออกมาเพื่อสร้างบรรยากาศในการซื้อสินค้า จากโฆษณาที่ผ่านหน้าจอ และหรือจากเนื้อหารายการที่พยายาม “ขาย” สินค้าและบริการให้กับผู้ชม หรืออาจจะเน้นปริมาณผู้ชม (หรือเรตติ้ง) ให้มีปริมาณมากเพื่อที่จะนำตัวเลขจำนวนผู้ชมนี้ไป “ขาย” แก่ผู้สนับสนุนรายการอีกชั้นหนึ่ง ผลประโยชน์หรือกำไรจากการมองผู้ชมในฐานะผู้บริโภคก็จะตกสู่ระบบตลาด (market) ซึ่งมักเป็นเจ้าของบริษัทผู้ผลิต

สินค้า เจ้าของทุน ทำให้นายทุนมีความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจมากขึ้น ขณะที่ประชาชนกลับอ่อนแอลง

ขณะที่หากผู้ผลิตรายการมองผู้ชมในฐานะเป็นพลเมือง ก็จะสร้างเนื้อหาที่เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับสังคม ทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมืองของประเทศเป็นหลัก ที่สำคัญคือเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ วัฒนธรรมประเพณี ศาสนา สิ่งแวดล้อม ตลอดจนความมั่นคงของชาติในประเด็นเรื่องราวสาธารณะต่างๆ ที่มุ่งเน้นไปที่การสร้างสังคมสงบสุขและสนับสนุนการสร้างประชาธิปไตยที่ดี ซึ่งตรงกันข้ามอย่างยิ่งกับการมองผู้ชมในฐานะผู้บริโภค

รายการโทรทัศน์เป็นหลักฐานหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นแนวคิดเรื่อง “สิทธิ” ในการสื่อสารของประชาชนได้อย่างไร หากเรามองในแง่ที่ว่า รายการโทรทัศน์คือ “พื้นที่สาธารณะ” (public sphere) ที่ประชาชนต่างมีสิทธิที่จะเข้าถึงได้ ไม่ว่าจะในฐานะการเป็นผู้ชม (audience) ซึ่งก็แปรเปลี่ยนไปตามกลุ่มเป้าหมายผู้ชมในแต่ละรายการที่ฝ่ายผลิตตั้งเป้าเอาไว้ ซึ่งแนวรายการโทรทัศน์แต่ละรายการก็จะมีกลุ่มเป้าหมายผู้ชมที่แตกต่างกันไป หากมองในแง่ของแนวคิดเรื่องผลประโยชน์สาธารณะแล้ว (public interest) ผู้ชมรายการโทรทัศน์จึงอาจมีสถานะที่เป็น “ผู้บริโภค” (consumer) หรือมากกว่าในฐานะเป็น “พลเมือง” (citizen) ที่มีสิทธิในการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นในเรื่องราวสาธารณะต่างๆ ก็ตามที่

ในระบบสื่อโทรทัศน์ ปฏิเสธไม่ได้ว่าจำเป็นที่จะต้องตอบสนองต่อระบบตลาดทุน เพราะโครงสร้างและการดำเนินงานให้องค์กรสถานีโทรทัศน์โดยผู้ได้นั้น จำเป็นต้องใช้เงินทุนในปริมาณมหาศาล ขณะที่หน้าที่และภารกิจของสื่อที่มีต่อสังคมนั้นก็สิ่งจำเป็นที่สื่อต้องตระหนักและให้ความสำคัญเช่นกัน

ในแง่ความจำเป็นของสื่อสาธารณะ วิชา อุดมฉันท⁹ เสนอว่า หากปล่อยให้ระบบตลาดทำงานเอง สิทธิสองอย่างของพลเมือง คือ สิทธิในการเลือกรายการอย่างมีข้อมูล และสิทธิในการเลือกรายการอย่างมีเสรีภาพเต็มที่ จะไม่ได้รับหลักประกัน เพราะผู้รับสารไม่มีโอกาสได้รู้จักกรรมของรายการในแนวอื่น และจะไม่มีโอกาสได้รับการยกระดับสนิมด้วยสื่อที่มีคุณภาพสูงกว่านี้ ผู้รับสารจึงไม่คิดเรียกร้องให้มีสื่อหรือรายการที่ตนไม่เคยเห็นและไม่รู้จัก ขณะเดียวกัน ผู้ผลิตเองก็

⁹ วิชา อุดมฉันท, ปฏิรูปสื่อเพื่อสังคม : หลักคิดและบทเรียนจากนานาประเทศ (กรุงเทพฯ: โครงการตำราและเอกสารทางวิชาการ ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์, 2544)

จะไม่มีวันรู้ว่าตลาดต้องการสิ่งที่พวกเขาไม่เคยสนองให้ เมื่อเป็นเช่นนี้ พลังขับเคลื่อนเพื่อให้เกิดการสร้างสรรค์รายการที่มีคุณภาพจึงไม่เกิดขึ้น

กล่าวถึงมิติของ “ผู้กระทำ” ในพื้นที่สาธารณะซึ่งจะเกี่ยวข้องกับสถานภาพ 2 แบบของผู้กระทำคือ “พลเมือง” หรือ “ผู้บริโภค”

Garnham¹⁰ (อ้างจากกาญจนา แก้วเทพ 2543, “มองสื่อใหม่มองสังคมใหม่”) ได้ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับสถานภาพของประชาชนในสังคมปัจจุบันที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องในพื้นที่สาธารณะว่าคนในสังคมสมัยใหม่นั้นจะมีสถานภาพการสวมหมวกสองใบที่ขัดแย้งกัน หมวกใบแรกนั้นจะปรากฏอยู่ในปริบทของการเมือง (political realm) ที่ประชาชนจะถูกนิยามในฐานะ “พลเมือง” (citizen) ส่วนหมวกอีกใบหนึ่งนั้นจะปรากฏในปริบททางเศรษฐกิจ (economic realm) ที่ประชาชนจะถูกนิยามในฐานะ “ผู้บริโภค”

สถานภาพทั้งสองปริบถนั้นมีความแตกต่างกันอย่างมากเนื่องจากการถูกนิยามในฐานะ “พลเมือง” นั้นจะแสดงนัยไปในทางส่วนรวม (collective) กล่าวคือในฐานะสมาชิกคนหนึ่ง of ชุมชนการเมือง พลเมืองมีสิทธิเสรีภาพที่จะแสดงความคิดเห็น อธิบายจุดยืนและความเข้าใจ ออกเสียงในฐานะเสียงหนึ่งของประชาคมนั้น เพื่อให้ผลลัพธ์สุดท้ายออกมาเป็นประโยชน์ของส่วนรวม (public good) ในขณะที่การนิยามประชาชนในฐานะ “ผู้บริโภค” นั้นจะแสดงนัยไปในทางส่วนตัว/ปัจเจกบุคคล (individual) (ยกเว้นกรณีการรวมตัวกันของผู้บริโภค) โดยที่ประชาชนจะถูกพิจารณาในฐานะผู้ผลิตหรือผู้บริโภคสินค้าเครื่องใช้ โดยมีสิทธิเสรีภาพในการผลิตและบริโภคมากน้อยต่างกันตามอำนาจการซื้อ (purchasing power) ของแต่ละคน หลักของการบริโภคนั้น ทุกคนต้องติดตามรักษาผลประโยชน์ของตัวเอง (private interest) และสำหรับระบบเศรษฐกิจที่เป็นระบบทุนนิยมนั้น ตามหลักการอุดมคติ ผลประโยชน์ของแต่ละคนจะถูกจัดสรรไปตามกลไกของตลาด

ไม่เพียงแต่การวิเคราะห์ระดับปัจเจกบุคคลที่ต้องพบกับสภาพการสวมหมวกสองใบดังกล่าว แม้แต่ในระดับสถาบันต่าง ๆ ก็ต้องเผชิญกับการทำงานในระบบการเมืองที่เน้นการสร้างผลประโยชน์เพื่อส่วนรวม กับการทำงานในระบบตลาดที่เน้นการสร้างผลประโยชน์ส่วนตัวหรือองค์กร ตัวอย่างของสื่อมวลชนทุกชนิดเป็นภาพแสดงที่เห็นได้อย่างชัดเจนที่สุดถึงความขัดแย้งของ

¹⁰ Nicholas Garnham “The media and the public sphere” in Oliver Boyd Barrett & Chris Newbold (eds.) Approaches to Media, Arnold, 1995

สองหลักการดังกล่าว เช่น สถานีโทรทัศน์ซึ่งเป็นองค์กรที่ต้องทำประโยชน์ให้แก่สาธารณะ (public interest/service) ด้วยการแสวงหาข่าวสารเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ, ให้ความรู้การศึกษาด้านสุขภาพอนามัย, การปลูกสำนึกทางการเมือง, การธำรงรักษาวัฒนธรรม, การสืบทอดศาสนา ฯลฯ แต่ในอีกด้านหนึ่งสถานีโทรทัศน์ก็เป็นองค์กรธุรกิจที่มีเจ้าของทุนดำเนินกิจการเชิงพาณิชย์อันเป็นการทำงานตามหลักการตลาดของระบบทุนนิยม คือต้องสร้างผลกำไรสูงสุดหรือผลกำไรต่อเนื่องให้แก่องค์กร ต้องใช้กลยุทธ์ทุกรูปแบบแข่งขันกับเจ้าของกิจการรายอื่น ความขัดแย้งดังกล่าวปรากฏออกมาเป็นรูปธรรมในกรณีของการจัดสัดส่วนรายการประเภทสาธารณประโยชน์/กับรายการที่ทำกำไร นอกจากรูปแบบการสื่อสารของสื่อมวลชนแล้ว รูปแบบการสื่อสารประเภทอื่น ๆ ก็ล้วนมีส่วนผสม “ความเป็นส่วนรวมแบบการเมือง” กับ “ความเป็นส่วนตัวแบบเศรษฐกิจ” ร่วมกันอยู่เสมอ ความแตกต่างก็ยังมีเพียงเรื่องสัดส่วนว่าจะเน้นหนักไปในทางใด

จากสถานภาพของทั้งสองประชาชนนี้ จะช่วยให้เรามองเห็นบทบาทหน้าที่ของพื้นที่สาธารณะได้เป็นอย่างดี เนื่องจากหลักการที่ได้กล่าวแต่เบื้องต้นแล้วว่า พื้นที่สาธารณะเป็นปริบทพลที่เกี่ยวข้องกับการเมืองและมุ่งเรื่องผลประโยชน์ส่วนรวม เพราะฉะนั้นในพื้นที่สาธารณะนี้เองที่จะเป็นโอกาสให้ประชาชนได้สวมหมวก “ความเป็นพลเมือง” ได้อย่างเต็มที่ และยังเป็นพื้นที่ที่จะป้องกันไม่ให้อำนาจการเมืองจากภายนอกเข้ามาควบคุม โดยจะมองเห็นตัวอย่างของพื้นที่สาธารณะของสื่อมวลชนได้จากกรณีการศึกษาสถานภาพของสถานีวิทยุโทรทัศน์ BBC โดย BBC เป็นพื้นที่สาธารณะที่มีเป้าหมายชัดเจนว่าดำเนินการเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม ดังนั้น มุมมองที่ BBC มีต่อผู้ชมหรือผู้นำจึงเป็นไปในฐานะ “พลเมือง” มิใช่ “ผู้บริโภค” และในเวลาเดียวกัน BBC ก็ต้องสร้างกลไกต่าง ๆ เพื่อรักษาความเป็นอิสระ จากการควบคุมทั้งของภาครัฐและภาคธุรกิจ การตลาด เช่น การเก็บค่าธรรมเนียมจากผู้ฟัง การวางมาตรฐานอย่างแน่นหนาในทางปฏิบัติงาน เป็นต้น

การมองผู้ชม/ผู้รับสารในแง่ของตลาดนี้ Denis Mcquail และ Dallas Smythe ¹¹ ตั้งข้อสังเกตของความสัมพันธ์ระหว่างสื่อและผู้รับสารไว้หลายข้อ ดังนี้

- (1) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับสารและผู้ผลิตสื่อเป็นความสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจ ฝ่ายหนึ่งเป็นผู้บริโภคสินค้าและอีกฝ่ายเป็นผู้ผลิตสินค้า ดังนั้นฝ่ายแรกจึงต้องคำนวณค่าหวัดในการบริโภคสื่อ ส่วนฝ่ายหลังก็ต้องพยายามควบคุมให้น้ำมันวพฤติกรรม การบริโภคของผู้รับสารให้ได้มากที่สุด

¹¹ อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และ พิงรอร รามสูต รัตนันท์, “สื่อมวลชนเบื้องต้น: สื่อมวลชน วัฒนธรรมและสังคม”, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, พิมพ์ครั้งที่ 4, 2547

- (2) การมองผู้บริโภคว่าเป็นตลาด ทำให้ผู้ผลิตสื่อไม่ให้ความสนใจแก่ผู้รับสารในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม แต่มุ่งไปในทางแสวงหาคุณสมบัติร่วมบางประการที่จะเอื้อต่อการโน้มน้าวใจให้ซื้อสินค้า
- (3) คุณสมบัติที่ธุรกิจสื่อมวลชนสนใจมากที่สุดในตัวผู้บริโภคคือฐานะทางเศรษฐกิจและแบบแผนการบริโภคสินค้า ดังนั้นข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของผู้บริโภคจึงเป็นข้อมูลที่มีค่ามากต่อการวางแผนการผลิตสื่อต่างๆ ในปัจจุบัน
- (4) พฤติกรรมในตัวผู้บริโภคที่ธุรกิจสื่อสนใจมากที่สุดคือ การให้ความสนใจต่อสินค้าถึงขั้นซื้อมาบริโภค การวัดยอดขาย รายได้คนดู หรือเรตติ้งคนดูโทรทัศน์จึงเป็นเรื่องที่จะวัดความสำเร็จหรือล้มเหลวของสื่อ ส่วนการที่คนดูหรือผู้รับสารจะสนใจหรือตีความเนื้อหาสาระอย่างไรวินั้น ไม่ใช่เรื่องที่ผู้ผลิตสื่อให้ความสำคัญมากนัก

กล่าวโดยสรุป นักธุรกิจสื่อมวลชนและนักการตลาดจะมองว่าผู้รับสารเป็นตลาดที่มีศักยภาพในการบริโภคสินค้าและมีคุณสมบัติทางเศรษฐกิจ-สังคมเหมาะสมกับเนื้อหาสาระอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่นักการตลาดสมัยใหม่ก็ไม่ได้มองตลาดว่ามีสภาพเป็นผู้บริโภคมวลชนล้วนๆ หากยังจำแนกตลาดผู้บริโภคออกตามวัฒนธรรม รสนิยม และความต้องการด้านความบันเทิงหรือข่าวสารข้อมูล เพื่อจับคู่ระหว่างตลาดและสินค้าให้เกิดความลงตัวมากที่สุด

ขณะที่การมองผู้ชมหรือผู้รับสารในฐานะพลเมือง หรือในฐานะสาธารณชนหรือกลุ่มสังคม (audience as a public or social group) นั้นมีความแตกต่างกัน และขึ้นอยู่กับกระบวนการจัดกลุ่มทางสังคมที่มีความหลากหลายดังนี้¹²

- (1) กลุ่มทางการเมือง (political group) ซึ่งเป็นกลุ่มที่เป็นสมาชิกพรรคการเมือง หรือสนใจแนวทางการเมืองที่คล้ายคลึงกัน
- (2) กลุ่มทางสังคมในชุมชนหรือท้องถิ่น (local group) ซึ่งมักเป็นกลุ่มที่มีความกระตือรือร้นที่จะเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมือง-สังคม อาจสื่อสารกันโดยอาศัยสื่อท้องถิ่นได้
- (3) กลุ่มที่สนใจประเด็นปัญหาสังคมร่วมกัน (social group) เช่น เรื่องการค้าประเวณี การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การแก้ไขปัญหายาเสพติด การสร้างโรงงานไฟฟ้า เป็นต้น
- (4) สาธารณชนชั้นนำ (elite class) ที่เป็นนักการเมือง นักธุรกิจ ผู้นำชุมชน ผู้นำศาสนา ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีข้อมูล ความรู้ ความเข้าใจที่กว้างขวางของสังคม (informed public)

¹² อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และ พิงรอร รามสูต รัตนันท์, "สื่อมวลชนเบื้องต้น: สื่อมวลชน วัฒนธรรมและสังคม", จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, พิมพ์ครั้งที่ 4, 2547

เป็นกลุ่มคนที่มีความกระตือรือร้นในกระบวนการสังคม-การเมือง กลุ่มนี้มักใช้สิทธิและเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อมวลชน

ลักษณะทางกลุ่มทางสังคม-การเมืองเช่นนี้สะท้อนสถานภาพของผู้ชมในมิติความเป็นพลเมือง เพราะมีความสนใจในเรื่องส่วนรวม ในมิติสังคมมากกว่ากลุ่มผู้ชมแบบตลาด

เช่นนี้แล้วการศึกษาว่ารายการโทรทัศน์ใน 6 ช่องฟรีทีวี (ช่อง 3, 5, 7, 9 , 11 และ itv) นั้นมีสถานภาพเช่นไรในสังคมที่เราอาศัยอยู่ การมองประชาชนว่าเป็นผู้มีสิทธิในฐานะพลเมืองผู้ควรได้รับประโยชน์สาธารณะในระบบสังคม หรือในฐานะผู้บริโภคผู้ควรได้รับผลประโยชน์ส่วนตัวในระบบตลาด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บุญเลิศ ศฤมิล (2527) ศึกษาสิทธิการสื่อสารในประเทศไทย โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบการวิจัยเชิงเอกสาร และวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เนื้อหารายการโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ ในช่วงปี พ.ศ. 2522 – 2524 และการสัมภาษณ์เจาะลึกนักหนังสือพิมพ์ และผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย จากการศึกษาวิเคราะห์แนวคิดและวิวัฒนาการของสิทธิการสื่อสาร พบว่า รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยทุกฉบับได้บัญญัติรับรองสิทธิเกี่ยวกับการสื่อสารเอาไว้ ยกเว้นเฉพาะรัฐธรรมนูญที่ประกาศใช้ชั่วคราวในระหว่างมีการปฏิวัติและปฏิรูปเท่านั้น ซึ่งไม่ได้รับรองสิทธิและเสรีภาพของประชาชนเลย รัฐธรรมนูญแต่ละฉบับรับรองสิทธิการสื่อสารมากน้อยแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับบรรยากาศทางการเมืองและการปกครอง ได้แก่ รัฐธรรมนูญปี พ.ศ. 2492 2511 และ 2517 ส่วนรัฐธรรมนูญที่รับรองสิทธิการสื่อสารน้อยมาก ได้แก่ รัฐธรรมนูญปี พ.ศ. 2502 2520 และ 2519 อีกทั้งสำรวจสถานภาพและปัญหาสิทธิการสื่อสารในประเทศไทย รวมทั้งปัจจัยที่กระทบสิทธิการสื่อสารต่างๆ ด้วย

ปัทมหารีย์ ไชรัมย์ (2547) ศึกษาคุณลักษณะประชาธิปไตยในการสื่อสารผ่านเว็บบอร์ด พบว่า ในการประเมินประสิทธิภาพของเว็บบอร์ดในการช่วยจรรโลงสังคมประชาธิปไตยนั้น กลุ่มตัวอย่างรับรู้ต่อประสิทธิภาพของเว็บบอร์ดว่ามีศักยภาพเพียงพอ ส่วนข้อมูลข่าวสารในเว็บบอร์ด กลุ่มตัวอย่างรับรู้ว่ามีประสิทธิภาพมากแต่ไม่ถึงขั้นการนำไปช่วยส่งเสริมสังคมประชาธิปไตยได้ และรับรู้ต่อปัญหาด้านผู้ใช้อาจเป็นอุปสรรคที่ทำให้เว็บบอร์ดไม่สามารถพัฒนาสังคมประชาธิปไตยได้อย่างเต็มที่

พวงพนา คุณวัฒน์ (2545) ศึกษากระบวนการสื่อสารสาธารณะของกลุ่มชาวบ้านผู้คัดค้านเขื่อนปากมูล พบว่า กระบวนการสื่อสารของกลุ่มชาวบ้านผู้คัดค้าน มีลักษณะของกระบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่ (new social movement) ซึ่งไม่ได้มุ่งเน้นที่จะโค่นล้มอำนาจรัฐ แต่ต้องการสื่อสารเพื่อปกป้องสิทธิชุมชน และยืนยันในสิทธิของพลเมืองซึ่งมีสิทธิเลือกที่จะอยู่อย่างคงอัตลักษณ์ของกลุ่มไว้ นอกจากกระบวนการสื่อสารสาธารณะของกลุ่มชาวบ้านจะได้สร้างการเรียนรู้และบรรทัดฐานใหม่ๆ กับสังคมในเรื่องของสิทธิแล้ว กระบวนการเคลื่อนไหวของชาวบ้านยังได้ก่อให้เกิดธรรมเนียมและรูปแบบใหม่ของการสื่อสาร เช่น การประชาสัมพันธ์ และการจัดเวทีสาธารณะ ซึ่งเป็นสาระสำคัญของการเมืองและการสื่อสารในสังคมประชาธิปไตยอีกด้วย

บทที่ 3 ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเพื่อตอบคำถามเกี่ยวกับสิทธิการสื่อสารในมณฑลสาธารณะในประเทศไทยจะนำเสนอแบ่งเป็น 4 ส่วน ตามประเด็นการศึกษาดังต่อไปนี้

- 1) กฎหมายและบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญที่เกี่ยวข้องกับสิทธิการสื่อสารในมณฑลสาธารณะ
- 2) เสรีภาพในการแสดงออกของประชาชนและสื่อมวลชน
- 3) เสรีภาพในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนและสื่อมวลชน
- 4) ความหลากหลายของเนื้อหาและมณฑลสาธารณะในสื่อมวลชน

ประเด็นการศึกษาที่ 1 กฎหมายและบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญที่เกี่ยวข้องกับสิทธิการสื่อสารในมณฑลสาธารณะ

ในส่วนนี้จะเป็นการวิเคราะห์ถึงสาระของกฎหมาย ตลอดจนความเคลื่อนไหวต่างๆ ในด้านกฎหมายและการกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องกับสิทธิการสื่อสารในมณฑลสาธารณะ ซึ่งผลการวิจัยสามารถแบ่งเป็น 4 หัวข้อ ด้วยกัน คือ

1. บทบัญญัติในรัฐธรรมนูญ
2. กฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
3. การปฏิรูปสื่อและการจัดตั้งองค์กรกำกับดูแลสื่อ
4. การกำกับดูแลตนเองของสื่อมวลชน

1) บทบัญญัติในรัฐธรรมนูญ

ประเทศไทยมีรัฐธรรมนูญใช้มาแล้ว 16 ฉบับ (รวมฉบับพ.ศ. 2540) ซึ่งรัฐธรรมนูญฉบับพ.ศ. 2540 นี้ได้ถูกร่างขึ้นหลังจากประชาชนลุกขึ้นมาต่อสู้ต่อต้านกับรัฐบาลของพลเอก สุจินดา คราประยูร ใน พ.ศ. 2535 ผ่านกระบวนการร่างที่ให้ตัวแทนประชาชนจากทุกกลุ่มเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการ ซึ่งเป็นผลทำให้รัฐธรรมนูญฉบับนี้ได้รับการยกย่องว่าเป็นรัฐธรรมนูญที่ให้เสรีภาพและสิทธิกับประชาชนอย่างชัดเจนทั้งสิทธิและเสรีภาพในการแสดงออก และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยผ่านการประกาศใช้เป็นรัฐธรรมนูญ ในปี พ.ศ. 2540 ซึ่งการประกาศใช้รัฐธรรมนูญฉบับดังกล่าวถือเป็นการสิ้นสุดของระบบการปกครองแบบพ่อขุนอุปถัมภ์และเผด็จการทหาร โดยเป็นการนำประเทศเข้าสู่ระบบรัฐที่เป็นประชาธิปไตยที่มีการกระจายอำนาจ และการบัญญัติรับรองสิทธิและเสรีภาพของบุคคลเพิ่มมากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับรัฐธรรมนูญฉบับที่ผ่านมา จากเดิมที่ให้สิทธิกับบุคคล เพียง 9 ประการเพิ่มขึ้นเป็น 40 ประการในรัฐธรรมนูญฉบับล่าสุดนี้

หมวด 3 สิทธิและเสรีภาพของชนชาวไทย

มาตรา 37 บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการสื่อสารถึงกันโดยทางที่ชอบด้วยกฎหมาย

การตรวจ การกัก หรือการเปิดเผยสิ่งสื่อสารที่บุคคลมีติดต่อกัน รวมทั้งการกระทำด้วยประการอื่นใดเพื่อให้ล่วงรู้ถึงข้อความในสิ่งสื่อสารทั้งหลายที่บุคคลมีติดต่อกันจะกระทำมิได้ เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายเฉพาะเพื่อรักษาความมั่นคงแห่งรัฐ หรือเพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน

การขยายความเป็นราษฎรไปสู่ความเป็นประชาชนนั้นจะเป็นไปไม่ได้เลย หากไม่มีสิทธิเสรีภาพพื้นฐานในการแสดงความคิดเห็นสื่อสารถึงกัน และเพื่อเสริมพัฒนาการดังกล่าว รัฐธรรมนูญใหม่จึงให้ความสำคัญกับสิทธิหน้าที่ของสื่อสารมวลชนเป็นอย่างยิ่ง และพยายามปฏิรูปจัดวางสิทธิพื้นฐานของชนชาวไทยในการแสดงความคิดเห็นและสื่อสารถึงกันอย่างบริบูรณ์และเป็นจริง ไม่ถูกกลืนรอนบิดเบือนทั้งโดยอำนาจรัฐและโดยปลายปากกาของสื่อมวลชน (แก้วสรร อติโพธิ 2541: 186-187)

นอกจากนั้นประเทศไทยได้ร่วมลงมติรับรองปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนในฐานะเป็นประเทศภาคสหประชาชาติประเทศหนึ่ง แต่การปฏิบัติก็ยังมีปัญหาไม่น้อย การละเมิดสิทธิมนุษยชนดังกล่าวปรากฏให้เห็นตลอดมา นับแต่เปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์มาเป็นการปกครองระบอบประชาธิปไตยภายใต้รัฐธรรมนูญ เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2475 มาจนถึงปัจจุบัน แต่มีรัฐธรรมนูญเพียง 5 ฉบับเท่านั้นที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับสิทธิเสรีภาพของสื่อมวลชน โดยยอมรับในสิทธิเสรีภาพขั้นมูลฐานของประชาชนที่ควรได้รับการบัญญัติรับรองและคุ้มครองไว้ ได้แก่ รัฐธรรมนูญฉบับ พ.ศ. 2492 รัฐธรรมนูญฉบับ พ.ศ. 2517 รัฐธรรมนูญฉบับ พ.ศ. 2521 และรัฐธรรมนูญฉบับ พ.ศ. 2534 และรัฐธรรมนูญฉบับ พ.ศ. 2540 ที่บัญญัติให้ความคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของสื่อมวลชนและประชาชนในมาตรา 39 (บัญญัติ ศษายุทธเดช (ช้างใหญ่). 2541:186-187) ดังนี้

มาตรา 39 บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น การพูด การเขียน การพิมพ์ การโฆษณา และการสื่อสารความหมายโดยวิธีอื่น

การจำกัดเสรีภาพตามวรรคหนึ่งจะกระทำมิได้ เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายเฉพาะเพื่อรักษาความมั่นคงแห่งรัฐ เพื่อคุ้มครองสิทธิ เสรีภาพ เกียรติยศ ชื่อเสียง สิทธิในครอบครัวหรือความเป็นอยู่ส่วนตัวของบุคคลอื่น เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือเพื่อป้องกันหรือระงับความเสื่อมทรามทางจิตใจหรือสุขภาพของประชาชน

การสั่งปิดโรงพิมพ์ สถานีวิทยุกระจายเสียง หรือสถานีวิทยุโทรทัศน์ เพื่อลิดรอนเสรีภาพตามมาตรา นี้จะกระทำมิได้

การให้นำข่าวหรือบทความไปให้เจ้าหน้าที่ตรวจก่อนนำไปโฆษณาในหนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง หรือวิทยุโทรทัศน์ จะกระทำมิได้ เว้นแต่จะต้องกระทำโดยอาศัยตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย ซึ่งได้ตราขึ้นตามความในวรรคสอง

ตามบทบัญญัตินี้แสดงให้เห็นว่า การรับรองสิทธิ เสรีภาพของประชาชนและสื่อมวลชนในลักษณะต่าง ๆ การพูด การเขียน การพิมพ์ การโฆษณา และการสื่อความหมายโดยวิธีอื่น ๆ เป็นเสรีภาพที่รัฐธรรมนูญวางหลักประกันไว้ เนื่องจากสิทธิเสรีภาพดังกล่าวสอดคล้องกับปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนและการปกครองในระบอบประชาธิปไตย หากพลเมืองปราศจากเสรีภาพในการพูด การแสดงความคิดเห็น สื่อมวลชนไร้ซึ่งสิทธิเสรีภาพในการเสนอข่าวสาร และวิพากษ์วิจารณ์การกระทำของรัฐบาล ไม่มีสิทธิเสรีภาพในการพิมพ์ ก็เท่ากับประเทศตกอยู่ภายใต้การปกครองระบอบเผด็จการย่อมเป็นการยากที่สังคมนั้น จะมีความเป็นธรรมหรือความสงบสุขสันติ

เมื่อสื่อมวลชนได้รับความคุ้มครองสิทธิเสรีภาพอย่างสมบูรณ์จะทำให้แสดงบทบาทได้เต็มที่พลเมืองในสังคมนั้นก็จะได้ประโยชน์เพราะรับทราบข้อมูลข่าวสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจอย่างถูกต้อง ขณะเดียวกันก็จะคอยเป็นหูเป็นตาไม่ให้ผู้ปกครองใช้อำนาจไปในทางมิชอบ ยิ่งปัจจุบันเป็นโลกแห่งข้อมูลข่าวสารหรือโลกาภิวัตน์ เสรีภาพการพูด การแสดงความคิดเห็น การเขียน การพิมพ์ การโฆษณา การสื่อความหมายใด ๆ จึงมีความสำคัญยิ่ง

อย่างไรก็ตาม แม้สื่อมวลชนจะได้รับการรับรองหรือคุ้มครองในสิทธิเสรีภาพ แต่ก็มีได้หมายความว่าเสรีภาพจะถูกนำไปใช้อย่างไร้ขอบเขตตามอำเภอใจ ทางด้านประชาชนก็เช่นกันใช้ว่าจะพูด จะแสดงความคิดเห็นได้ทุกสิ่งทุกอย่าง เพราะสิทธิเสรีภาพยังถูกจำกัดตามเงื่อนไขที่บัญญัติไว้ในวรรคสองกล่าวคือการจำกัดเสรีภาพการแสดงความคิดเห็น การพูด การเขียน การพิมพ์ การโฆษณา และการสื่อความหมายโดยวิธีอื่น จะกระทำได้ก็แต่โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย เพื่อรักษาความมั่นคงของรัฐ เพื่อคุ้มครองสิทธิ เสรีภาพ เกียรติยศ ชื่อเสียงสิทธิในการครอบครัวหรือความเป็นอยู่ส่วนตัวของบุคคลอื่น เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน เพื่อป้องกันหรือระงับความเสื่อมทรามทางจิตใจหรือสุขภาพของประชาชน (บุญเลิศ คชายุทธเดช (ช้างใหญ่ 188-189)

มาตรา 40 คลื่นความถี่ที่ใช้ในการส่งวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และวิทยุโทรคมนาคม เป็นทรัพยากรสื่อสารของชาติเพื่อประโยชน์สาธารณะ

ให้มีองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่ตามวรรคหนึ่ง และกำกับดูแลการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ทั้งนี้ตามกฎหมายบัญญัติ

การดำเนินการตามวรรคสองต้องคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของประชาชนในระดับชาติและระดับท้องถิ่น ทั้งในด้านการศึกษา วัฒนธรรม ความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะอื่น รวมทั้งการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม

เจตนารมณ์ของกฎหมายรัฐธรรมนูญมาตรา 40 วรรคหนึ่งนั้นต้องการประกาศอย่างเป็นทางการว่าสื่อสัญญาณที่เป็นคลื่นความถี่เป็นทรัพยากรของรัฐ ซึ่งเท่ากับหมายถึงเป็นของประชาชน ไม่ใช่ของรัฐบาล หน่วยงานราชการ บริษัทเอกชน กลุ่มบุคคล หรือบุคคลใด และไม่ได้เป็นทรัพย์สินส่วนตัว แต่เป็นของประชาชนทั้งประเทศ การดำเนินกิจการใดที่เกี่ยวข้องกับสื่อสัญญาณความถี่เหล่านั้น ต้องทำเพื่อประโยชน์ของประชาชนโดยส่วนรวม การบัญญัติให้ประชาชนเป็นเจ้าของคลื่นความถี่ในนาม “รัฐ” และบังคับให้ทำประโยชน์ต่อประชาชนโดยส่วนรวมจึงเป็นความเปลี่ยนแปลงอย่างก้าวไกลที่เรียกได้ว่าเป็นการปฏิรูป ระบบการสื่อสารทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และการโทรคมนาคมอย่างแท้จริง

วรรคสอง สภาร่างรัฐธรรมนูญ มีเจตนารมณ์ว่าในเมื่อประชาชนต้องการปฏิรูปมากกว่าการเปลี่ยนแปลงอย่างค่อยเป็นค่อยไปตามแต่เวลาและโอกาส การปฏิรูปจึงต้องเป็นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างครั้งใหญ่ของการสื่อสารมวลชนและการสื่อสารโทรคมนาคมในประเทศไทย มาตรา 40 ครอบคลุมเรื่องการสื่อสารโดยคลื่นความถี่ที่ใช้ส่งสัญญาณภาพและเสียงทั้งหมด รวมทั้งกิจการโทรคมนาคมทั้งหมดในประเทศ

วรรคสาม มีเป้าหมายของการปฏิรูปสื่อกระจายเสียงและโทรคมนาคมที่สำคัญก็คือการให้ประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน นอกจากนั้นแล้วเป้าหมายของมาตรา 40 ก็คือการปฏิรูปกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และการสื่อสารโทรคมนาคม คือเป้าหมายสูงสุดของมาตรา 40 โดยพิจารณาประเด็นดังนี้

- 1) พื้นที่บริการและประชากรซึ่งแยกเป็นเครือข่ายระดับชาติและระดับท้องถิ่น ในระดับชาติ รัฐธรรมนูญต้องการเห็นเครือข่ายวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ระดับชาติจากส่วนกลางที่กระจายข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ ไปสู่ประชาชนทั่วประเทศอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ และคำนึงถึงความต้องการของประชาชนในทุกท้องถิ่นทั่วประเทศ ขณะเดียวกันในระดับท้องถิ่น ทุกจังหวัดควรมีสถานีวิทยุและสถานีโทรทัศน์ของจังหวัดหรือท้องถิ่นเอง โดยให้ดำเนินการ การผลิตรายการ การกำกับ ควบคุมดูแล ทำโดยกรรมการในระดับจังหวัดหรือท้องถิ่นเอง ซึ่งจะประสานงานกับคณะกรรมการส่วนกลางอย่างใกล้ชิด ซึ่งจะทำให้ข่าวสาร งานสื่อสารของท้องถิ่นจะทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในด้านกิจการโทรศัพท์และกิจการสื่อสารโทรคมนาคมอื่น ๆ รัฐธรรมนูญต้องการให้ประชาชนทั่วประเทศได้รับประโยชน์

อย่างเป็นธรรม โดยเฉพาะเรื่องการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายข้อมูลคอมพิวเตอร์
ค่าบริการโทรศัพท์ที่เป็นธรรม

- 2) เนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ มาตรา 40 ย้ำความสำคัญในเรื่องการศึกษา วัฒนธรรม
และความมั่นคงของรัฐ ขณะที่ยืนยันในสำคัญของสาระอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์สาธารณะ
ด้วย จึงไม่ได้หมายความว่า จะจำกัดความสำคัญเฉพาะเรื่องที่กล่าวถึงอย่างเจาะจงเท่านั้น
การใดที่ก่อประโยชน์ต่อประชาชนจะอยู่ในเจตนารมณ์ของมาตรา 40 ทั้งสิ้น
- 3) การแข่งขันดำเนินกิจการอย่างเสรีและเป็นธรรม การวิ่งเต้น แย่งชิงเพื่อขอสัมปทานดำเนิน
กิจการโดยมีการเสนอผลตอบแทนเป็นเงิน ผลประโยชน์ทั้งที่เป็นไปตามสัญญาและนอก
สัญญา ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันจะหมดไป เหลือแต่การแข่งขันกันทำประโยชน์ให้กับประชาชน
อย่างสุจริต และสัตย์ซื่อ รัฐธรรมนูญต้องการเห็นโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน ไม่
ต้องห่วงการทำรายได้ตอบแทนรัฐ แต่ต้องการให้ผู้ลงทุนเน้นการสร้างเครือข่ายข้อมูลข่าวสาร
ที่ให้ประโยชน์ต่อสาธารณะโดยแท้

มาตรา 40 จึงเป็นมาตราที่กระจายทั้งผลประโยชน์ กระจายทั้งอำนาจในการจัดการข้อมูลข่าวสาร
ไปสู่ประชาชนอย่างเต็มรูปแบบ และยังเปิดโอกาสในการทำงานให้กับทุกคนที่ต้องการรับใช้ประชาชนใน
ด้านข้อมูลข่าวสารและโทรคมนาคมอย่างกว้างขวางทุกชุมชน

มาตรา 41 พนักงานหรือลูกจ้างของเอกชนที่ประกอบกิจการหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุ
โทรทัศน์ ย่อมมีเสรีภาพในการเสนอข่าวและแสดงความคิดเห็นภายใต้ข้อจำกัดตามรัฐธรรมนูญโดยไม่ตกอยู่
ภายใต้อำนาจของหน่วยงานราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือเจ้าของกิจการนั้น แต่ต้องไม่ขัดต่อ
จรรยาบรรณแห่งการประกอบวิชาชีพ

ข้าราชการ พนักงาน หรือลูกจ้างของหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ ในกิจการ
วิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ ย่อมมีเสรีภาพเช่นเดียวกับพนักงานหรือลูกจ้างของเอกชนตามวรรคหนึ่ง

มาตรา 41 นี้ ให้หลักประกันในเรื่องเสรีภาพการเสนอข่าว และการแสดงความคิดเห็นและการ
เคารพต่อจรรยาบรรณของสื่อมวลชนซึ่งไม่ใช่กฎหมาย แต่เป็นข้อตกลงของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนตก
ลงยึดถือเป็นข้อปฏิบัติเพื่อความเจริญก้าวหน้าของอาชีพ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง หรือ
โทรทัศน์ เพื่อเป็นเกียรติและความภาคภูมิใจของสมาชิกทุกคน ขณะเดียวกันก็สร้างความเชื่อถือนิยม
ศรัทธาจากประชาชนทั่วไปเพราะได้ปฏิบัติในสิ่งที่ดีงาม และเพื่อความเป็นเอกลักษณ์ของวิชาชีพ (บุญ
เลิศ คชายุทธเดช (ช้างใหญ่.2541 198-199)

การที่ปัจเจกชนหรือราษฎรเป็นคน ๆ ในแต่ละสังคมจะสามารถสวมบทบาทเป็น “ประชาชน” ที่คิดเห็นและผลักดันปัญหาสาธารณะได้อย่างมีความหมายนั้น ต้องอาศัยสิทธิพื้นฐานทางการเมืองที่สำคัญหลายประการ ซึ่งรัฐธรรมนูญใหม่ได้พยายามปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานไว้เช่น (แก้สรร อติโพธิ 2541: 176 สิทธิและเสรีภาพของชนชาวไทย ใน รวมสารรัฐธรรมนูญฉบับประชาชน บรรณาธิการโดย บุญเลิศ ชาญยุทธเดช (ช้างใหญ่).2541:161-184)

มาตรา 44 บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการชุมนุมโดยสงบและปราศจากอาวุธ

การจำกัดเสรีภาพตามวรรคหนึ่งจะกระทำมิได้ เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายเฉพาะในกรณีการชุมนุมสาธารณะ และเพื่อคุ้มครองความสะดวกของประชาชนที่จะใช้ที่สาธารณะหรือเพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยในระหว่างเวลาที่ประเทศอยู่ในภาวะสงคราม หรือในระหว่างเวลาที่มีประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินหรือประกาศใช้กฎอัยการศึก

ตามมาตรา 44 นี้ หลักการสำคัญคือเสรีภาพในการชุมนุมโดยสงบและปราศจากอาวุธ ไม่ว่าจะมีความจำเป็นเท่าไรก็ตาม แต่ที่สำคัญก็ต้องเป็นการชุมนุมโดยสงบและปราศจากอาวุธ แต่หากเป็นการชุมนุมที่ไม่สงบและมีอาวุธเข้ามาเกี่ยวข้องแล้ว หรือในขณะที่ประเทศอยู่ในภาวะสงคราม ถือว่าต้องห้ามตามรัฐธรรมนูญมาตรา 44 เพราะว่าการให้ความคุ้มครองบุคคลกลุ่มหนึ่ง ซึ่งจะใช้เสรีภาพของตน รัฐจะต้องดูแลไม่ให้เกิดการใช้เสรีภาพของคนกลุ่มนั้นไปกระทบต่อคนอื่น ๆ โดยเฉพาะประชาชนที่บริสุทธิ์ หรือในภาวะสงครามที่ทุกคนควรจะต้องอยู่ในความระงับภัย ไม่ควรมีการชุมนุม ถึงแม้จะชุมนุมโดยสงบก็ตาม

มาตรา 45 บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการรวมกันเป็นสมาคม สหภาพ สหพันธ์ สหกรณ์ กลุ่มเกษตรกร องค์การเอกชนหรือหมู่คณะอื่น

การจำกัดเสรีภาพตามวรรคหนึ่งจะกระทำมิได้ เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายเฉพาะเพื่อคุ้มครองประโยชน์ส่วนรวมของประชาชน เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือเพื่อป้องกันมิให้มีการผูกขาดตัดตอนในทางเศรษฐกิจ

ตามมาตรา 45 ดังกล่าวนั้นหากเทียบกับพัฒนาการเดิมแล้ว จะพบความพยายามที่จะบอกเปิดว่าเสรีภาพในการรวมตัวนี้ราษฎรมีอยู่แล้ว โดยมีต้องพึงพารอคอยการรับรองของรัฐแต่อย่างใด จะเป็นนิติบุคคลหรือไม่ก็ได้ จะเป็นตัวแทนกลุ่มผลประโยชน์หรือแนวทางความคิดกิจกรรมใดก็ได้ทั้งสิ้น ขอให้เป็นการรวมตัวโดยสมัครใจเท่านั้นเป็นพอ

ดังนั้น คำว่า “องค์กรเอกชน ในภาคการรวมตัวของประชาชนจึงไม่มีในรัฐธรรมนูญนี้เลย องค์กรใดจะแทนประชาชนในกิจกรรมใดได้หรือไม่ เป็นปัญหาที่ต้องตัดสินกันตามความเป็นจริงว่ามีการจัดตั้งและ

ความเปิดกว้างเพียงใด จะยึดถือตัดสินไปตามจดทะเบียนหรือกระบวนการรับรองใดของรัฐนั้นไม่ได้อีกต่อไปแล้ว (แก้วสรร อติโพธิ 2541: 176-177)

นอกจากนี้ ด้วยความตระหนักว่าอำนาจอธิปไตยเป็นของปวงชน ยังมีผลยืนยันว่าผู้รับมอบภารกิจนี้ไม่ว่าจะเป็นองค์กรของรัฐหรือไม่ก็ตาม จะต้องเคารพกฎหมายและรับผิดชอบต่อประชาชนเสมอ ซึ่งความรับผิดชอบต่อประชาชนในการใช้อำนาจนี้ รัฐธรรมนูญฉบับพ.ศ. 2540 ได้บัญญัติให้เห็นเป็น “สิทธิ” ที่จะมีส่วนร่วมในกระบวนการใช้อำนาจรัฐได้ดังนี้ (แก้วสรร อติโพธิ 2541:179-180)

1. สิทธิการเข้าถึงข้อมูลสาธารณะ เมื่อรัฐหรือองค์กรใดเป็นเพียงผู้จัดการประโยชน์สาธารณะ อันยังผลผูกพันกำหนดประโยชน์ของราษฎรแต่ละคนได้อย่างหลากหลายแล้ว ข้อมูลสาธารณะในครอบครองของทางการจึงควรต้องเปิดเผยต่อสาธารณะด้วย ดังที่รัฐธรรมนูญได้บัญญัติรับรองไว้ดังนี้

มาตรา 58 บุคคลย่อมมีสิทธิได้รับทราบข้อมูลหรือข่าวสารสาธารณะในครอบครองของหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือราชการส่วนท้องถิ่น เว้นแต่การเปิดเผยข้อมูลนั้นจะกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ ความปลอดภัยของประชาชน หรือส่วนได้เสียอันพึงได้รับความคุ้มครองของบุคคลอื่น ทั้งนี้ตามกฎหมายบัญญัติ

ตามมาตรา 58 นี้กำหนดแยกแยะไว้ตั้งแต่แรกว่า ข้อมูลในครอบครองของทางการนั้นมีสองประเภทคือ ข้อมูลสาธารณะและข้อมูลภายใน จะมีเกณฑ์การแยกแยะเช่นใดก็ต้องแล้วแต่กฎหมายรายละเอียดจะระบุไว้เช่นใด และเมื่อข้อมูลใดเป็นข้อมูลสาธารณะแล้ว บุคคลทั่วไปในฐานะสาธารณะชนย่อมมีสิทธิเข้าถึงได้โดยไม่ต้องมีส่วนได้เสียใด ๆ เลย ทั้งนี้จะมีข้อยกเว้นหวงห้ามไว้ได้ก็แต่เฉพาะสองกรณีคือความมั่นคงของรัฐ ความปลอดภัยของประชาชนกับส่วนได้เสียโดยชอบของเอกชนเท่านั้น ซึ่งสิทธิตามโครงสร้างข้างต้นนับว่ากว้างขวางมาก ผู้ใช้สิทธิไม่จำเป็นต้องมีส่วนได้เสียใด ๆ เลย ในส่วนรัฐเองก็ถูกกำหนดให้มีพื้นที่หวงกันไว้แคบมาก ซึ่งหากอธิบายให้เป็นที่พอใจแก่ศาลไม่ได้ ศาลก็ต้องสั่งให้สาธารณะชนเข้าถึงได้เสมอ เมื่อสาธารณะชนเข้าถึงข้อมูลได้แล้ว การวิเคราะห์วิจารณ์และสื่อสารถึงกันในฟากประชาชนก็就会有ความหมายขึ้นต่อไปได้ แก้วสรร อติโพธิ 2541:180-181)

2. สิทธิประชาธิปไตย รัฐธรรมนูญได้บัญญัติรับรองไว้ดังนี้

มาตรา 59 บุคคลย่อมมีสิทธิได้รับข้อมูล คำชี้แจง และเหตุผลจากหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือราชการส่วนท้องถิ่นก่อน การอนุญาตหรือการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมใด ที่อาจมีผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม สุขภาพอนามัยคุณภาพชีวิต หรือส่วนได้เสียสำคัญอื่นใดที่เกี่ยวข้อง

กับตน หรือชุมชนท้องถิ่น และมีสิทธิแสดงความคิดเห็นของตนในเรื่องดังกล่าว ทั้งนี้ตามกระบวนการ
รับฟังความคิดเห็นของประชาชนที่กฎหมายบัญญัติ

ความข้างต้นได้ให้หลักการสำคัญว่า (แก้วสรร อติโพธิ 2541:181-182)

1. มีประโยชน์สาธารณะใดที่องค์กรเจ้าหน้าที่ของรัฐมีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายต้องดูแลรักษาอยู่
ก่อนเช่น คุณภาพน้ำในแม่น้ำตามกฎหมาย โรงงาน ความสงบสุขของชุมชนตามกฎหมายอาคาร
กายภาพของเมืองตามกฎหมายผังเมือง ฯลฯ
2. เมื่อจะมีการอนุญาตหรือการดำเนินการใดของรัฐเองที่ยังผลกระทบต่อประโยชน์เหล่านี้ องค์กร
เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบจะต้องมีเหตุผลเบื้องต้นที่ชัดเจนทั้งข้อมูล คำชี้แจงในประเด็นต่าง ๆ พร้อม
ทั้งเหตุผลในการตัดสินใจอย่างสมบูรณ์อยู่ในมือก่อน
3. ก่อนที่ผู้มีอำนาจวินิจฉัยสั่งการจะพิจารณาตัดสินใจนั้น ประชาชนผู้มีส่วนได้เสียในประโยชน์
สาธารณะนั้นจะต้องได้รับโอกาสเข้าถึงข้อมูลเบื้องต้นตามข้อ 2 และได้รับเวลาอย่างเพียงพอที่จะ
ศึกษา และเข้าเสนอข้อท้วงติงของตนไปสู่ผู้มีอำนาจตัดสินใจตามการรับฟังที่กำหนดขึ้นอย่างเป็น
กระบวนการและมีความหมาย จนยังผลยุติเป็นรายงานการรับฟังฟากประชาชนพร้อมกันไปกับ
เหตุผลเบื้องต้นของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบเสนอต่อผู้มีอำนาจวินิจฉัยสั่งการเพื่อพิจารณาวินิจฉัย
ต่อไป แต่ก็มีข้อพึงระวังสำคัญหนึ่งว่ากระบวนการพิจารณาพิจารณาไม่ใช่การลงประชามติ แต่เป็น
การนำคำริของรัฐบาลมาให้ผู้ได้รับผลกระทบได้สอบถามท้วงติงก่อนเท่านั้น ผลที่ได้นั้นจะช่วยให้ผู้
วินิจฉัยสั่งการมีข้อมูล แ่มุม เหตุผลประกอบการพิจารณาอย่างครบถ้วน แล้วจะวินิจฉัยอย่างไร
นั้นก็อยู่ในอำนาจและความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่นั้นอยู่
4. ในทางปฏิบัติแม้รัฐธรรมนูญจะก่อตั้งสิทธินี้ขึ้นมา แต่ก็ต้องรอการตรากฎหมายสร้างสรรค์ใน
รายละเอียดต่อไป
5. สิทธิการมีส่วนร่วมตามกระบวนการพิจารณาพิจารณานี้เป็นสิทธิในฐานะประชาชนผู้มีส่วนได้เสียใน
ประโยชน์สาธารณะใด ส่วนสิทธิของเอกชนที่จะได้รับผลกระทบจากคำสั่งของรัฐเช่นเป็นผู้ขอ
อนุญาตหรือได้รับอนุญาตตั้งโรงงานนั้น รัฐธรรมนูญได้บัญญัติแยกให้ความชอบธรรมเป็นโอกาส
โต้แย้งไว้แล้วในมาตรา 60

หลังจากที่ได้ยืนยันในมาตรา 3 ว่าอำนาจอธิปไตยเป็นของปวงชนชาวไทย และสร้างสรรค์ให้สิทธิแก่
ชนชาวไทยเพื่อแสดงออกซึ่งความเป็นเจ้าของและความรับผิดชอบในชะตากรรมของตนเองดังกล่าวแล้ว
รัฐธรรมนูญนี้ยังได้ย้ำเตือนถึงสิทธินี้ของปวงชน โดยกำหนดสิทธิแก่ประชาชนเพื่อรักษาอำนาจของตนไว้
ดังนี้

มาตรา 65 บุคคลย่อมมีสิทธิต่อต้านโดยสันติวิธีซึ่งการกระทำใด ๆ ที่เป็นไปเพื่อให้ได้มาซึ่งอำนาจในการปกครองประเทศโดยวิธีการซึ่งมิได้เป็นไปตามวิถีทางที่บัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญฉบับนี้

สิทธิข้างต้นตามมาตรา 65 นี้ถูกกำกับโดยแนวทางสันติวิธี ซึ่งหมายถึงสิทธิที่จะไม่เชื่อฟัง หรือไม่ปฏิบัติตามการใช้อำนาจใดอันเป็นไปเพื่อให้ได้มาซึ่งอำนาจของปวงชนโดยผิดครรลองรัฐธรรมนูญ เมื่อมีผู้คิดจะพยายามทำการเช่นนี้เมื่อใด เขาจะต้องประมาณการถึงการต่อต้านในลักษณะนี้ด้วยว่าสามารถเกิดขึ้นได้โดยชอบด้วยรัฐธรรมนูญ และเกิดขึ้นได้อย่างแพร่หลายต่อการเข้าร่วมอย่างยั่งยืนทีเดียว สิทธิต่อต้านนี้จึงมีความหมายมากในกรณีที่เป็นความพยายามของเผด็จการที่แผ่ผังมาในกลไกระบบประชาธิปไตยเอง (แก้วสรร อติโพธิ 2541: 183-184)

2) กฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

จากการวิจัยเอกสารพบกฎหมายหลายฉบับที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในมณฑลสาธารณะ ทว่าที่โดดเด่นที่สุด คือ กฎหมายสิ่งพิมพ์และกฎหมายวิทยุโทรทัศน์ซึ่งสามารถวิเคราะห์ให้เห็นชัดเจนยิ่งขึ้นดังต่อไปนี้

2.1) พระราชบัญญัติการพิมพ์ พ.ศ. 2484

รัฐมีความพยายามที่จะควบคุมเนื้อหาและการเผยแพร่ของสื่อสิ่งพิมพ์มายาวนานตั้งแต่เริ่มปรากฏหนังสือพิมพ์ในยุคแรก ๆ ในปลายศตวรรษที่ 19

สำหรับพระราชบัญญัติการพิมพ์ พุทธศักราช 2484 ยังคงมีผลบังคับใช้มากกว่า 60 ปี และในช่วงของการประกาศใช้ในสมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม ที่ถือว่าเป็นนายกรัฐมนตรีที่มีความเป็นชาตินิยมมากที่สุด ก็ยังมีความเข้มงวดของการบังคับใช้พระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวมีน้อยลงกว่าในยุคเผด็จการทหารในยุคต่อมาในช่วง พ.ศ. 2501-2533

พระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวยังคงมีผลใช้มาจนถึงปัจจุบัน และยังคงมีการเซ็นเซอร์สื่อสิ่งพิมพ์อยู่เสมอประเทศ โดยเป็นอำนาจหน้าที่ของ Director General of the Police Headquarters หรือสำนักงานตำรวจแห่งชาติ

โดยการเซ็นเซอร์ดังกล่าวนั้นห้ามตีพิมพ์หรือเผยแพร่สื่อสิ่งพิมพ์ถ้าหากพบว่ามีเนื้อหาที่อาจขัดต่อความสงบเรียบร้อยของสังคมหรือละเมิดต่อศีลธรรม อันติงามของประเทศ เจ้าพนักงานก็สามารถสั่งห้ามพิมพ์และจำหน่ายได้ทันที ดังปรากฏในมาตรา 9 ของ พ.ร.บ. ที่ให้อำนาจเจ้าพนักงานการพิมพ์ หรือเจ้าหน้าที่ตำรวจ มีอำนาจสั่งห้ามขายหรือห้ามแจกจ่ายสิ่งพิมพ์นั้น หากพิจารณาเห็นว่าอาจจะขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของสังคม อีกทั้งยังให้อำนาจในการยึดสิ่งพิมพ์ดังกล่าวอีกด้วย

มาตรา 9 เมื่อปรากฏว่าได้มีการโฆษณาหรือเตรียมการโฆษณาสิ่งพิมพ์ใด ๆ ซึ่งเจ้าพนักงานการพิมพ์เห็นว่าอาจจะขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน เจ้าพนักงานการพิมพ์อาจมีคำสั่งเป็นหนังสือแก่ผู้หนึ่งผู้ใดโดยเฉพาะหรือมีคำสั่งทั่วไป โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษาหรือหนังสือพิมพ์รายวัน ห้ามการขายหรือแจกจ่ายสิ่งพิมพ์นั้น ทั้งจะให้ยึดสิ่งพิมพ์และแม่พิมพ์นั้นด้วยก็ได้

ถ้าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียร้องขอให้แยกยึดแต่เฉพาะส่วนของสิ่งพิมพ์หรือแม่พิมพ์เท่าที่จำเป็น และการแยกเช่นนี้อาจทำได้ แต่ค่าใช้จ่ายในการแยกนี้ให้ผู้ร้องขอเป็นผู้เสีย

ถ้าพ้นกำหนดสามปีแล้ว เจ้าพนักงานการพิมพ์มิได้ถอนการยึดสิ่งพิมพ์หรือแม่พิมพ์ ซึ่งได้ยึดไว้ เจ้าพนักงานการพิมพ์อาจสั่งให้ทำลายสิ่งพิมพ์นั้นเสียได้ แต่ต้องแจ้งให้เจ้าของทราบส่วนแม่พิมพ์นั้นอาจสั่งให้หรือหรือทำการโดยประการอื่นมิให้ใช้พิมพ์ต่อไป แต่ต้องคืนตัวพิมพ์และวัตถุเท่าแม่พิมพ์ทั้งสิ้นที่เหลืออยู่ให้แก่ผู้เป็นเจ้าของ

มาตรา 21 เมื่อได้มีการโฆษณาสิ่งพิมพ์ ซึ่งเจ้าพนักงานการพิมพ์เห็นว่าอาจจะขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน เจ้าพนักงานการพิมพ์ อาจดำเนินการดังต่อไปนี้

- (1) ให้คำดักเตือนเป็นหนังสือแก่ผู้พิมพ์ และหรือผู้โฆษณาและในการให้คำดักเตือนนี้จะเรียกผู้พิมพ์และหรือผู้โฆษณาไปรับคำอธิบายด้วยวาจาและให้ลงลายมือชื่อรับทราบด้วยก็ได้
- (2) สั่งเป็นหนังสือให้งดการเป็นผู้พิมพ์ และหรือผู้โฆษณาและหรือสั่งให้งดใช้เครื่องพิมพ์ซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบของผู้พิมพ์นั้น มีกำหนดเวลาไม่เกินสามสิบวัน แต่การสั่งเช่นนี้จะทำได้ก็ต่อเมื่อได้ให้คำดักเตือนตามอนุมาตรา 1 แล้ว และผู้ถูกดักเตือนไม่สั่งวรในคำดักเตือนนั้น
- (3) ในคราวที่มีเหตุฉุกเฉินในราชอาณาจักรหรือมีเหตุคับขันระหว่างประเทศหรือมีการสงครามสั่งเป็นหนังสือให้งดการเป็นผู้พิมพ์และหรือผู้โฆษณาหรือสั่งให้งดใช้เครื่องพิมพ์ ซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบของผู้พิมพ์ ผู้นั้นทันที โดยมีกำหนดเวลาหรือไม่ก็ได้ และจะสั่งแก้ไขเปลี่ยนแปลงคำสั่งนั้นภายหลังก็ได้ตามแต่เห็นสมควร

หรือในกรณีที่เห็นว่าหนังสือพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์อาจขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของสังคม เจ้าพนักงานการพิมพ์สามารถดำเนินการโดยการเตือน สั่งให้ผู้พิมพ์ ผู้โฆษณาเสนอเรื่องหรือข้อความเพื่อให้เจ้าหน้าที่ตรวจก่อนตีพิมพ์เผยแพร่ สั่งให้แก้ไขข้อความ หรือสั่งการตีพิมพ์ หรือถอนใบอนุญาตของผู้จัดพิมพ์ได้

มาตรา 36 เมื่อมีการโฆษณาในหนังสือพิมพ์ ซึ่งเจ้าพนักงานการพิมพ์เห็นว่าอาจจะขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือฝ่าฝืนคำสั่งห้ามตามความในมาตรา 34 เจ้าพนักงานการพิมพ์มีอำนาจดังนี้

- (1) ให้คำตักเตือนเป็นหนังสือแก่ผู้โฆษณา บรรณาธิการ และหรือเจ้าของหนังสือพิมพ์ในการให้คำตักเตือนนี้จะเรียกบุคคลที่กล่าวแล้ว ไปรับคำอธิบาย และให้ลงลายมือชื่อรับทราบด้วยก็ได้ ซึ่งถือเป็นการตักเตือนในขั้นต้นก่อนที่จะมีคำสั่งให้เป็นไปตามมาตรา 36(2) ต่อไป
- (2) สั่งเป็นหนังสือให้ผู้โฆษณา บรรณาธิการ และหรือเจ้าของหนังสือพิมพ์ เสนอเรื่องหรือข้อความที่จะโฆษณาในหนังสือพิมพ์ต่อไปให้เจ้าหน้าที่ตรวจข่าวตรวจก่อน มีกำหนดเวลาไม่เกินสิบห้าวัน แต่การสั่งเช่นนี้จะทำได้ก็ต่อเมื่อได้ให้คำตักเตือนตาม (1) แล้ว และผู้ถูกตักเตือนไม่ส่งไว้ในคำตักเตือนนั้น
- (3) ในคราวที่มีเหตุฉุกเฉินภายในราชอาณาจักรหรือมีเหตุคับขันระหว่างประเทศ หรือมีการสงคราม จะสั่งเป็นหนังสือแก่บุคคลใดให้เสนอเรื่องหรือข้อความที่จะโฆษณาในหนังสือพิมพ์ต่อไปให้เจ้าหน้าที่ตรวจข่าวตรวจก่อน หรือสั่งให้พักใช้หรือถอนใบอนุญาต หรือสั่งงดการเป็นผู้โฆษณาบรรณาธิการ และหรือเจ้าของหนังสือพิมพ์ ซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบของผู้ที่ตนที่โดยมีกำหนดเวลาหรือไม่ก็ได้ และจะสั่งเปลี่ยนแปลงคำสั่งนั้นภายหลังก็ได้

สมาคมนักข่าวหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย (Thai Journalists Association – TJA) และสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ (Press Council of Thailand- PCT) ที่จัดตั้งมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 ได้มีการเรียกร้องให้มีการยกเลิกพระราชบัญญัติดังกล่าว เพราะถือเป็นอุปสรรคขัดขวางเสรีภาพของสื่อมวลชน แต่อย่างไรก็ตามแม้จะมีการเรียกร้องดังกล่าว แต่รัฐก็ยังคงนำมาใช้เพื่อขู่หรือควบคุมผู้พิมพ์ผู้โฆษณา มาโดยตลอด ปี 2544 มีการใช้กฎหมายจำนวน 14 ครั้ง เพื่อการเตือนและปรามหนังสือพิมพ์ เช่น สิงหาคม 2544 เจ้าหน้าที่ตำรวจตักเตือนหนังสือพิมพ์ไทยรัฐและกรุงเทพมหานครที่นำเสนอข่าวเกี่ยวกับคดีชุกหุนของพลตำรวจโท ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี ให้ระมัดระวังการนำเสนอข่าว โดยเห็นว่าหนังสือพิมพ์ทั้งสองฉบับการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นภัยต่อความมั่นคงของชาติ

อย่างไรก็ตามในรายงานของประเทศไทยที่ส่งไปยังคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนขององค์การสหประชาชาติ ในปี 2547 ได้ยอมรับว่าไทยยังคงมีกฎหมายเกี่ยวกับสื่อมวลชนที่ยังขัดแย้งกับกฎหมายรัฐธรรมนูญเช่น พ.ร.บ. การพิมพ์ 2484 เป็นต้น แต่การออกมายอมรับดังกล่าวนี้ไม่ได้เป็นการยอมรับเป็นครั้งแรกของรัฐบาล เพราะในระหว่างปี พ.ศ. 2541/2542 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย คือ นายสนั่น ขจรประศาสน์ ในสมัยนายชวน หลีกภัย เป็นนายกรัฐมนตรีนั้น ได้จัดประชุมร่วมระหว่างตัวแทนจากสื่อมวลชนและสำนักงานตำรวจแห่งชาติเพื่อหารือเกี่ยวกับการแก้ไขความไม่สอดคล้องของกฎหมายดังกล่าว โดยในการประชุมชนครั้งนั้น แม้ทางด้านตำรวจและผู้ทำงานด้านสังคม เห็นพ้องกันว่า พ.ร.บ. ดังกล่าวเป็นการขัดต่อสิทธิที่บัญญัติไว้ในกฎหมายรัฐธรรมนูญ แต่ก็ยังเห็นว่ามีความจำเป็นที่จะคงระบบการจดทะเบียนผู้ประกอบการหนังสือพิมพ์ไว้เพื่อที่จะควบคุมหนังสือพิมพ์ทั้งไทยและต่างประเทศในกรณีที่มีการนำเสนอเนื้อหาลามกอนาจาร หรือเป็นภัยต่อความมั่นคงของชาติ ในขณะที่ตัวแทนนักหนังสือพิมพ์กลับไม่เห็นด้วย โดยเสนอว่าการขึ้นทะเบียนหนังสือพิมพ์ควรจะดำเนินการผ่านกรมทะเบียนการค้า และบังคับใช้ประมวลกฎหมายอาญาในกรณีการละเมิดก็น่าจะเพียงพอแล้วสำหรับป้องกันเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมดังกล่าว

2.2) พระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2498

พระราชบัญญัตินี้เป็นกฎหมายดั้งเดิมที่ใช้กำกับดูแลสื่อวิทยุและโทรทัศน์ มีบทบัญญัติที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการสื่อสารในมณฑลสาธารณะในลักษณะที่เน้นการควบคุมจากภาครัฐ ดังปรากฏในมาตรา 5 และมาตรา 11 ดังต่อไปนี้

มาตรา 5 ห้ามมิให้ผู้ใดดำเนินบริการส่งวิทยุกระจายเสียงหรือบริการส่งวิทยุโทรทัศน์เพื่อให้บริการแก่สาธารณะหรือแก่ชุมชน เว้นแต่จะได้รับใบอนุญาตให้ดำเนินบริการส่งวิทยุโทรทัศน์จากเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาต

มาตรา 11 เพื่อความสงบเรียบร้อยของประชาชน หรือเพื่อป้องกันราชอาณาจักร นายกรัฐมนตรีมีอำนาจออกคำสั่งเฉพาะกาลให้พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจยึดไว้ เอาไปใช้ ห้ามการใช้ หรือห้ามการยกย้ายซึ่งเครื่องรับวิทยุกระจายเสียงหรือเครื่องรับวิทยุโทรทัศน์หรือส่วนใด ๆ แห่งเครื่องดังกล่าวนี้ ขอบบุคคลใด ๆ ในระหว่างเวลาและภายในเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในคำสั่งนั้น

2.3) พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2543

จากเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในรัฐธรรมนูญมาตรา 40 ทำให้มีการจัดตั้งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2543 ตามมาในเดือน มีนาคม 2543 ซึ่งกำหนดให้แยกองค์กรกำกับดูแลออกเป็น 2 องค์กร คือ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แห่งชาติ (กสช.) และคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) โดยให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการสรรหาเพื่อคัดเลือกบุคคลที่สมควรได้รับการเสนอชื่อให้เป็น กสช. และ กทช. จำนวนชุดละ 14 คน เสนอต่อวุฒิสภาเป็นผู้คัดเลือกให้เหลือเพียง 7 คน ในกระบวนการต่อไป

พ.ร.บ. องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ ฯ ดังกล่าวนั้นได้ให้มีการจัดสรรคลื่นความถี่การกระจายเสียง ร้อยละ 40 ให้กับภาครัฐ และร้อยละ 40 ให้กับภาคเอกชน ส่วนที่เหลือร้อยละ 20 จัดสรรให้กับองค์กรกระจายเสียงของชุมชนที่ไม่แสวงหากำไร แต่ก็ยังไม่มี ความชัดเจนว่าในสัดส่วนร้อยละ 20 นั้นจะมีการจัดสรรอย่างไร เช่นการจัดสรรจะจัดสรรร้อยละ 20 จากจำนวนผู้ได้รับใบอนุญาตกระจายเสียงหรือร้อยละ 20 จากคลื่นความถี่ และจะมีการจัดสรรความเท่าเทียมทั้งระบบ AM และ FM หรือไม่ และจะควบคุมการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีการกระจายเสียงดิจิทัลอย่างไร ซึ่งปัญหาดังกล่าวเหล่านี้เป็นหน้าที่ของคณะกรรมการทั้ง กสช. และ กทช. จะมาเป็นผู้กำหนดแผนแม่บท นอกจากนั้นก็ยังมีความขัดแย้งระหว่างมุมมองว่าใครคือผู้ที่ได้รับใบอนุญาตกระจายเสียงชุมชนที่แท้จริง และจะต่อสู้กับการขยายตัวหรือรุกเข้าไปของระบบการค้าในพื้นที่ของสื่อชุมชนดังที่เกิดขึ้นในช่วงปี 2548 ที่ผ่านมาได้อย่างไร เป็นประเด็นที่สังคมยังหาข้อสรุปไม่ได้

2.4) ร่างพระราชบัญญัติ การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. (ฉบับแก้ไขล่าสุด 2549)

ร่างพ.ร.บ. ดังกล่าวได้มีการร่างมาแล้วตั้งแต่ปี 2543 เพื่อใช้ดำเนินงานควบคู่ไปกับ พ.ร.บ. ธุรกิจโทรคมนาคม ซึ่งหากมีการประกาศใช้ออกมาแล้วจะทำให้กฎหมายเดิมเช่นพ.ร.บ การกระจายเสียงวิทยุ และโทรทัศน์ปี พ.ศ. 2498 เป็นอันยกเลิกไป

พ.ร.บ. ดังกล่าวได้กำหนดให้ผู้ประกอบการธุรกิจการกระจายเสียงทุกรายที่ต้องการประกอบการเกี่ยวกับการกระจายเสียงต้องยื่นขอรับใบอนุญาตจากทางคณะกรรมการกสช. ยกเว้นกรมประชาสัมพันธ์เท่านั้นที่ไม่ต้องยื่นขอรับใบอนุญาต เพราะตามกฎหมายให้กรมประชาสัมพันธ์ยังสามารถดำเนินงานเพื่อ

เป็นสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐและประชาชนต่อไป นอกจากนี้ในส่วนของการกระจายเสียงของรัฐ เช่น อ.ส.ม.ท. ต่างพยายามดิ้นรนเพื่อจะได้รับการยกเว้นเช่นเดียวกับกรมประชาสัมพันธ์มาโดยตลอด โดยในขณะนั้นรัฐบาลกำลังวางแผนแปรรูปอ.ส.ม.ท. ให้เป็นบริษัทมหาชน ทำการขายหุ้นผ่านตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งหากพ.ร.บ. บังคับใช้ เงื่อนไขและผลประโยชน์จากการถือครองคลื่นจำนวนมากขององค์กรก็จะถูกยกเลิกไป และไม่สามารถดึงดูดหรือสร้างความสนใจให้กับนักลงทุนในตลาดได้อีกต่อไป

อย่างไรก็ตามภายใต้พ.ร.บ. ดังกล่าวได้แบ่งกลุ่มการประกอบการการกระจายเสียงออกเป็น 3 กลุ่มคือ

1. การบริหารจัดการโดยมีเป้าหมายเพื่อให้บริการสาธารณะ
2. การบริหารจัดการโดยมีเป้าหมายเพื่อกระจายเสียงในชุมชน
3. การบริหารจัดการโดยมีเป้าหมายเพื่อการค้าและแสวงหากำไร

นอกจากนี้เพื่อเป็นการส่งเสริมให้มีการผลิตรายการที่เหมาะสมและเป็นประโยชน์แล้ว พ.ร.บ. ได้กำหนดให้คณะกรรมการ กสช. จัดตั้งกองทุนอุดหนุนแก่ผู้ประกอบการกลุ่มที่ 1 และ 2 โดยมีแหล่งที่มาของรายได้จากการเก็บค่าธรรมเนียมใบอนุญาตที่ได้จากผู้ประกอบการในกลุ่มที่ 3 ที่มีเป้าหมายเพื่อแสวงหากำไร

สำหรับการแสวงหารายได้เพื่อให้เพียงพอต่อต้นทุนการผลิต และบริหารจัดการสำหรับผู้ประกอบการเพื่อบริการสาธารณะและเพื่อชุมชนนั้น พ.ร.บ. กำหนดให้สามารถหารายได้จากการโฆษณาได้เฉพาะให้ครอบคลุมกับค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนเท่านั้น ส่วนกลุ่มผู้ประกอบการเชิงการค้านั้นสามารถหารายได้จากการโฆษณาได้ ภายใต้หลักเกณฑ์ของกสช.

อย่างไรก็ตามดูเหมือนว่าเงื่อนไขหรือคุณสมบัติของผู้ที่จะสมัครได้รับใบอนุญาตเพื่อให้บริการสาธารณะจะถูกจำกัดเฉพาะหน่วยงานของรัฐเท่านั้นตามที่มาตรา 10ระบุไว้ว่า

มาตรา 10 ผู้ขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการสาธารณะ ต้องเป็นกระทรวง ทบวง กรม องค์การอิสระตามรัฐธรรมนูญ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น องค์การมหาชน หรือหน่วยงานอื่นใดของรัฐที่มีใช้รัฐวิสาหกิจ และมีหน้าที่หรือมีความจำเป็นต้องดำเนินกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

การกำหนดกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อบริการสาธารณะดังกล่าว ยังไม่ชัดเจนว่าจะสามารถทำให้ผู้ประกอบการดังกล่าวเป็นอิสระจากอำนาจการควบคุมของรัฐบาลได้อย่างไร

นอกจากนั้นในมาตรา 17 และ 28 ยังได้ปรากฏแนวคิดในการปกป้องการครอบงำทางธุรกิจและการผูกขาดธุรกิจสื่อเอาไว้ และให้อำนาจกับคณะกรรมการ กสช. ในการลงโทษปรับและจำคุกผู้ที่กระทำผิดได้ไม่เกิน 2 ปี

มาตรา 17 ในการออกใบอนุญาต ให้คณะกรรมการคำนึงถึงการป้องกันมิให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดครอบงำกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์หรือทั้งสองกิจการในลักษณะที่เป็นการจำกัดโอกาสในการรับทราบข้อมูลหรือข่าวสารสาธารณะที่มาจากความหลากหลายของรายการหรือแหล่งข้อมูล หรือที่เป็นการผูกขาดการประกอบกิจการสื่อมวลชนหลายประเภทในเวลาเดียวกัน

การกระทำเพียงใดที่ถือว่าเป็นการครอบงำกิจการหรือผูกขาดการประกอบกิจการตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

มาตรา 28 การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์นอกจากต้องอยู่ในบังคับของกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้าแล้ว ถ้าคณะกรรมการเห็นสมควรกำหนดมาตรฐานเฉพาะตามลักษณะการประกอบกิจการ ให้คณะกรรมการมีอำนาจประกาศกำหนดห้ามผู้รับใบอนุญาตกระทำการอย่างหนึ่งอย่างใดอันเป็นการผูกขาด หรือก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขันในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ได้

อย่างไรก็ตาม ร่างพ.ร.บ. ดังกล่าวก็ยังคงให้สิทธิกับรัฐได้ใช้สื่อกระจายเสียงในกรณีที่เกิดสถานการณ์ฉุกเฉิน ดังที่ได้บัญญัติไว้ในมาตรา 33 ว่า

มาตรา 33 ในกรณีที่มีภัยพิบัติหรือมีเหตุฉุกเฉินหรือมีกรณีอื่นตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนดซึ่งมีความจำเป็นต้องออกอากาศแจ้งข่าวหรือเตือนภัยให้ประชาชนทราบ เมื่อหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องร้องขอ ให้ผู้รับใบอนุญาตดำเนินการตามที่ร้องขอนั้น

และที่สำคัญใน มาตรา 34 ยังกำหนดให้คนพิการและคนด้อยโอกาสสามารถรับรู้รายการของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ได้ โดยให้คณะกรรมการมีอำนาจกำหนดมาตรการใด ๆ เพื่อให้ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดให้มีบริการที่เหมาะสมเพื่อประโยชน์ของบุคคลดังกล่าว

ส่วนมาตรา 35 และ 36 ได้ให้สิทธิกับคณะกรรมการ กสช. ในการดำเนินการห้ามการนำเสนอรายการที่ไม่เหมาะสมและสอดคล้องกับรัฐธรรมนูญได้

มาตรา 35 ห้ามผู้รับใบอนุญาตออกอากาศรายการที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ ความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน ความเสื่อมทรามทางจิตใจหรือสุขภาพของประชาชน

มาตรา 42 ในกรณีที่รายการใดที่กำลังออกอากาศอยู่เป็นรายการที่มีลักษณะตาม มาตรา 35 และผู้รับใบอนุญาตมิได้ดำเนินการให้มีการระงับการออกอากาศรายการนั้น ให้กรรมการซึ่งคณะกรรมการมอบหมายมีอำนาจสั่งด้วยวาจาหรือเป็นหนังสือให้ระงับการออกอากาศรายการนั้นได้ทันที

ผู้รับใบอนุญาตอาจอุทธรณ์คำสั่งของกรรมการตามวรรคหนึ่งต่อคณะกรรมการได้ ภายในสิบห้าวัน นับแต่วันที่ถูกระงับการออกอากาศตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่ คณะกรรมการประกาศกำหนด ในการนี้ห้ามกรรมการซึ่งเป็นผู้ออกคำสั่งเข้าร่วมประชุมเพื่อ พิจารณาวินิจฉัยอุทธรณ์ เว้นแต่เป็นการชี้แจงรายละเอียดข้อเท็จจริงซึ่งต้องกระทำต่อหน้า ผู้รับใบอนุญาต

ในกรณีที่ผู้รับใบอนุญาตไม่อุทธรณ์ภายในกำหนดเวลาตามวรรคสอง หรือในกรณีที่ คณะกรรมการวินิจฉัยอุทธรณ์เป็นประการใดแล้ว ให้เป็นที่สุด และให้ผู้ที่เกี่ยวข้องปฏิบัติตาม คำสั่งของกรรมการตามวรรคหนึ่งหรือคำวินิจฉัยอุทธรณ์ของคณะกรรมการแล้วแต่กรณี

นอกจากนี้ในหมวดที่ 3 ที่เป็นการคุ้มครองผู้เสียหายนั้น ร่างพ.ร.บ. ฉบับนี้ยังกำหนดให้มีช่องทางการร้องทุกข์จากประชาชนต่อการดำเนินงานของสื่อ และคณะกรรมการ กสช. สามารถลงโทษผู้ได้รับ ใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงนั้น ๆ ได้หากพบว่ามีกระทำความผิดตามการร้องทุกข์กล่าวหาจริง

มาตรา 40 ผู้ที่ได้รับความเสียหายเนื่องจากรายการที่ออกอากาศเป็นเท็จหรือ ละเมิดสิทธิ เกียรติยศ ชื่อเสียง สิทธิในครอบครัว หรือความเป็นอยู่ส่วนตัวของบุคคลอาจ ร้องเรียนต่อคณะกรรมการควบคุมรายการเพื่อพิจารณาได้ภายในสิบห้าวันนับแต่วันที่ได้มี การออกอากาศรายการนั้นแต่ละครั้ง ในการร้องเรียนจะขอให้คำสั่งระงับการออกอากาศ รายการดังกล่าวด้วยก็ได้

หลักเกณฑ์และวิธีการร้องเรียนต่อคณะกรรมการควบคุมรายการ ให้เป็นไป ตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ภาระหน้าที่ของกสช. ก็คือการนำพ.ร.บ. ไปสู่การบังคับใช้ในการปฏิบัติ อย่างแท้จริง โดยการพยายามดำเนินงานให้เป็นองค์กรอิสระที่ปลอดจากอำนาจของการเมืองและ ผลประโยชน์อย่างแท้จริง ดังนั้นกระบวนการคัดเลือกคณะกรรมการที่โปร่งใส เชื่อถือได้จะเป็นการส่งเสริม หนึ่งที่จะสร้าง กสช. ให้เป็นองค์กรอิสระอย่างแท้จริงได้

2.5) มติคณะรัฐมนตรี

เรื่องแนวทางการแก้ไขปัญหาวិทยุชุมชน วันที่ 16 สิงหาคม 2548

คณะรัฐมนตรีมีมติรับทราบและเห็นชอบตามที่รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายสุรนนท์ เวชชาชีวะ) เสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาวิทยุชุมชนดังนี้ ยืนยันในหลักการ การสนับสนุนให้ชุมชนมีกลไกในการสื่อสารภายในชุมชน ยืนยันแนวทางการดำเนินการวิทยุชุมชนภายใต้โครงการจุดปฏิบัติการเตรียมความพร้อมวิทยุชุมชน ยืนยันการอนุญาตให้โฆษณาได้ไม่ชั่วโมงละ 6 นาที บังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจังต่อเนื่อง ให้มีการติดตาม ตรวจสอบเนื้อหาการจัดรายการ สนับสนุนให้มีการสัมมนาระดมความคิดเห็นและติดตาม การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและการศึกษาแนวทางแก้ไขปัญหในอนาคต ทั้งนี้ คณะรัฐมนตรีมีความเห็นเพิ่มเติมว่า การกำหนดให้วิทยุชุมชนสามารถมีโฆษณาได้ไม่เกิน ชั่วโมงละ 6 นาที ในหลักการควรให้ดำเนินการได้เฉพาะการโฆษณาภาพลักษณ์ของสินค้า หรือกิจการซึ่งเป็นของท้องถิ่นหรือในชุมชนนั้น ๆ เท่านั้น จึงขอให้รับประเด็นดังกล่าวไป พิจารณาประกอบกับความเห็นของคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ โดยให้หารือ รองนายกรัฐมนตรี (นายวิษณุ เครืองาม) ด้วย ส่วนการแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยจัดให้วิทยุชุมชนเข้า อยู่ในระบบวิทยุกระจายเสียงของกรมประชาสัมพันธ์ จะเป็นการแก้ไขปัญหาลักษณะหนึ่งได้ โดยให้ประสานร่วมกับกรมประชาสัมพันธ์ และสำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคม แห่งชาติ พิจารณาดำเนินการโดยหารือกับรองนายกรัฐมนตรี (นายวิษณุ เครืองาม) ด้วย

มติคณะรัฐมนตรีดังกล่าวได้รับการวิพากษ์วิจารณ์อย่างกว้างขวางจากผู้สนับสนุนการปฏิรูปสื่อว่า เป็นความพยายามในการจัดระเบียบวิทยุชุมชน ซึ่งเป็นความเคลื่อนไหวใหม่ของภาคประชาชนตาม เจตนารมณ์ของมาตรา 40 ในการเปิดพื้นที่การสื่อสารให้กับภาคประชาชนที่ไม่สามารถเข้าถึงสื่อกระแส หลักได้ ถึงแม้มติ ครม. ดังกล่าวจะยืนยันให้มีการผ่อนผันแก่วิทยุชุมชนต่อไปหลังจากถูกคุกคามจาก หน่วยงานของรัฐที่มีอิทธิพลในการออกอากาศวิทยุมาแต่เดิมคือ กรมประชาสัมพันธ์ แต่ก็เป็นการวาง แนวทางที่เป็นการจัดระเบียบทางเทคนิคและเนื้อหาสาระของวิทยุชุมชนที่อ้างอิงกฎหมาย และระเบียบ แบบดั้งเดิมของระบบราชการ นอกจากนี้ การกำหนดให้วิทยุชุมชนสามารถมีโฆษณาได้ ยังเป็นการ บิดเบือนเจตนารมณ์เดิมของวิทยุชุมชนเพื่อให้เป็นสื่อระดับชุมชนที่ไม่แสวงหากำไร และเผยแพร่เนื้อหาที่ เป็นประโยชน์สาธารณะอย่างแท้จริง การเปิดให้วิทยุชุมชนมีโฆษณาได้ สร้างผลกระทบอย่างกว้างขวางทำ ให้กลุ่มทุนทั้งขนาดใหญ่และเล็กเข้ามาแสวงหากำไรจากพื้นที่ทางการสื่อสารใหม่นี้ และจำนวนวิทยุชุมชน ก็เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดหลังประกาศมติ ครม. ดังกล่าว

3) การปฏิรูปสื่อและการจัดตั้งองค์กรกำกับดูแลสื่อ

สถานการณ์การควบคุมสื่อแพร่ภาพและกระจายเสียงไม่ต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์ที่กฎหมายการควบคุมต่าง ๆ มีความขัดแย้งและไม่สอดคล้องกับกฎหมายรัฐธรรมนูญ ทำให้นักวิชาการ และองค์กรภาคประชาชนเกิดความต้องการและความจำเป็นให้มีการปฏิรูปสื่อกระจายเสียงเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เพิ่มเติม ยกเลิกกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคลื่อนความถี่ให้เป็นไปตามเงื่อนไขที่บัญญัติไว้ในมาตรา 40 ที่กำหนดให้คลื่อนความถี่เป็นทรัพยากรของชาติเพื่อประโยชน์สาธารณะ แต่อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติแล้วกฎหมายเดิมก็ยังคงมีผลบังคับใช้อยู่เช่นเดิม ทำให้นำไปสู่ความสับสนต่อกระบวนการปฏิรูปสื่อและกลายเป็นอุปสรรคมากกว่าการสนับสนุนหรือเอื้อต่อกระบวนการปฏิรูปสื่อ

หลังเหตุการณ์พฤษภาทมิฬในปี 2535 มีการยกเลิก กบว. และได้จัดตั้งคณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ (กทช) ขึ้นแทน แต่แม้กระนั้นก็ยังมีความพยายามที่จะควบคุมเนื้อหารายการจากรัฐบาลอยู่เช่นเดิม

การจัดตั้งองค์กรกำกับดูแลทั้ง 2 องค์กร ใช้เวลาหลายปี ในที่สุดเมื่อเดือนสิงหาคม 2547 สามารถจัดตั้งคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติสำเร็จและได้มีการประกาศแผนแม่บทและให้ใบอนุญาตเกี่ยวกับการประกอบกิจการอินเทอร์เน็ตไปแล้วเป็นรายแรกเมื่อมิถุนายน 2548

ในขณะที่การจัดตั้งคณะกรรมการ กทช. นั้น เดือนกันยายน 2548 วุฒิสภาได้เลือกคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แห่งชาติ จำนวน 7 คน แต่หลังจากนั้นไม่กี่เดือน ระหว่างการรอการแต่งตั้งนั้น ศาลปกครองได้มีการประกาศให้กระบวนการคัดเลือกดังกล่าวเป็นโมฆะ ความล้มเหลวของการจัดตั้ง นำไปสู่ความล่าช้าในกระบวนการปฏิรูปสื่อกระจายเสียง และทำให้สถานีวิทยุชุมชนที่ดำเนินการอยู่ในตักอยู่ในสภาพความไม่มั่นคงทางด้านกฎหมาย และถูกคุกคามจากรัฐโดยตลอด เพราะหากไม่มีการปฏิรูปสื่อแล้ว สถานภาพของเจ้าของและผู้รับสัมปทานเดิมของสื่อกระจายเสียงไทยยังได้รับการปกป้องและดำรงอยู่ต่อไป ความล่าช้าของการจัดตั้งคณะกรรมการทั้งสองชุดดังกล่าว ผ่านมาแล้วกับรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีหลายคน ที่แต่ละคนก็ยังคงใช้อำนาจของตนเองในการควบคุมสื่อมวลชนอยู่ตลอด เช่นในปี 2547 รัฐมนตรีกระทรวงวัฒนธรรมพยายามที่จะห้ามเผยแพร่หรือห้ามออกอากาศ 18 เพลงที่เห็นว่ามีความขัดต่อศีลธรรมอันดีของประเทศ ขณะเดียวกันกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้กำหนดช่วงเวลา (Curfew) การเล่นเกมออนไลน์และจัดตั้งสารวัตรอินเทอร์เน็ตเพื่อปิดกั้นเว็บไซต์ที่ไม่เหมาะสมด้วย

กระบวนการสรรหา กสช.

ในช่วงก่อนที่พ.ร.บ. องค์การจัดสรรฯ คลื่นความถี่จะประกาศใช้ ได้มีการถกเถียงในประเด็นของการเลือกคณะกรรมการสรรหากสช. โดยทางองค์การภาคเอกชนได้วิพากษ์วิจารณ์ว่าคณะกรรมการสรรหาดังกล่าวนั้นมีความใกล้ชิดกับรัฐบาลและองค์กรธุรกิจสื่อ

นอกจากนั้นในการกระบวนการเสนอชื่อเข้าไปเพื่อรับเลือกตั้งเป็นกสช. นั้นถูกมองว่าเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ขององค์กรธุรกิจสื่อ เพราะรายชื่อของคณะกรรมการเหล่านั้นประกอบด้วยผู้ประกอบการด้านสื่อที่เป็นตัวแทนมาจากทหารและกลุ่มธุรกิจมากกว่าจะเป็นคนทำงานสื่ออย่างแท้จริง และมีเพียงตัวแทนขององค์กรช่างภาพและสื่อมวลชนไทยเท่านั้นที่เป็นตัวแทนจากคนปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับสื่อที่แท้จริง ดังนั้นเพื่อปกป้องผลประโยชน์ของคนทำสื่อแล้ว ผู้ปฏิบัติงานจากองค์กรด้านสื่อจำนวน 11 คน (มาจากสมาคมช่างภาพและสื่อมวลชน และสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ได้รวมมือกันสร้างเครือข่ายนักหนังสือพิมพ์สำหรับประชาชนขึ้น

ผู้ประกอบการสื่อกระจายเสียงยังเสนอว่ากลุ่มผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ไม่ได้เข้ามาแสดงบทบาทต่อกระบวนการคัดเลือกกสช. มีเพียงแต่คนทำงานด้านสื่อกระจายเสียงเท่านั้นที่ร่วมกันเรียกร้องและแสดงบทบาทต่อประเด็นดังกล่าว โดยคำกล่าวหาดังกล่าวได้พุ่งเป้าไปที่หนังสือพิมพ์ที่มีธุรกิจทางด้านสื่อกระจายเสียง เช่น เนชั่น กรุ๊ป ที่ในขณะนั้นมีบรรณาธิการบริหารเป็นประธานของสมาคมผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทยอยู่ด้วย ในขณะที่ผู้ผลิตรายการเกี่ยวกับสื่อบันเทิง กลับมีความสนใจอย่างมากปรากฏต่อสาธารณะชนด้วยการจัดคอนเสิร์ตสัญจรเพื่อจุดประเด็นว่าประชาชนต้องการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุก็เพื่อได้รับความบันเทิง ไม่ใช่รายการข่าวที่น่าเบื่อ

ในที่สุดได้ให้มีการลดจำนวนสมาคมหรือองค์กรวิชาชีพสื่อที่มีสิทธิจากจำนวน 46 องค์กรเหลือเพียง 27 องค์กรเท่านั้นโดยรวมทั้งสมาคมนักหนังสือพิมพ์ และกลุ่มทางด้านองค์กรวัฒนธรรม และกลุ่มสมาคมของทหาร โดยจำนวน 27 องค์กรนั้นองค์กรที่มาจากกลุ่มทหารและธุรกิจสื่อได้กว่า 18 องค์กร ที่เหลือมาจากกลุ่มองค์กรของสื่อและกลุ่มต่าง ๆ

กรณีดังกล่าวส่งผลทำให้ผู้ทำงานด้านการณรงค์เกี่ยวกับการปฏิรูปสื่อต้องเผชิญหน้ากับความยากลำบากอีกครั้ง เพราะหากจะให้กระบวนการคัดเลือกดังกล่าวดำเนินต่อไป ก็จะเป็นการล่าเอียงและดำเนินการอย่างสุกเอาเผากิน แม้ว่าการต้องการของพวกเขาต้องการให้เกิดการจัดตั้ง กสช. อย่างเร็วที่สุด แต่หากพวกเขาต่อต้านและคัดค้าน ก็จะทำให้ถูกมองว่าเป็นอุปสรรคที่ทำให้การจัดตั้ง

คณะกรรมการทั้งสองคณะดังกล่าวล่าช้าไป ซึ่งความล่าช้ามากเท่าไรก็ยังเป็นผลดีกับผู้ถือครองกรรมสิทธิ์เดิมได้ใช้ประโยชน์จากช่องว่างทางกฎหมายมากเท่านั้น

ปี 2546 ศาลปกครองได้พิพากษาให้กระบวนการสรรหา กสช. ไม่ชอบด้วยกฎหมาย และให้เพิกถอนมติของคณะกรรมการสรรหาที่คัดเลือกบุคคลที่สมควรได้รับการเสนอชื่อเป็นกสช. จำนวน 14 คน เนื่องจากกรรมการสรรหาจำนวน 2 คน กับบุคคลที่สมัครเข้ารับการสรรหาจำนวน 4 คนเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางธุรกิจเกี่ยวข้องกัน อันถือว่าเป็นเหตุที่มีสภาพร้ายแรง อันอาจทำให้การพิจารณาคัดเลือกขัดต่อหลักความเป็นกลาง จึงต้องให้มีการสรรหา กสช. ขึ้นใหม่ แต่คำพิพากษาดังกล่าวไม่ได้วินิจฉัยว่าในการดำเนินการสรรหาใหม่นั้น ต้องใช้คณะกรรมการสรรหาชุดใหม่หรือไม่ ดังนั้นจึงทำให้มีการเปลี่ยนแปลงกรรมการสรรหาทั้งหมดรวม 11 คน โดยเป็นกรรมการชุดเดิมจำนวน 6 คน (รวมทั้งกรรมการที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้สมัครในรอบแรกยังคงอยู่) และผลการคัดเลือกปรากฏว่ามีผู้ที่เคยมีส่วนได้ส่วนเสียกับกรรมการสรรหาเดิมก็ยังคงได้รับการเลือกกลับเข้ามาใน 14 คนอยู่เช่นเดิม ท่ามกลางการวิพากษ์วิจารณ์ว่าการทำงานของกรรมการสรรหาไม่ชอบด้วยกฎหมายเช่นเดิม และแม้ว่าจะมีผลการสอบสวนจะมีหลักฐานชัดเจนถึงความไม่ชอบธรรมของกระบวนการสรรหาดังกล่าวในรอบที่สองนี้ แต่ในขั้นตอนของการพิจารณาของวุฒิสภา เพื่อเลือกกสช. จากรายชื่อ 14 คนให้เหลือ 7 คน ปรากฏว่าวุฒิสภาเสียงส่วนใหญ่กลับมีมติเฉยต่อพยานหลักฐานที่พบ และยังคงงดเว้นด้วยการเลือกต่อไปแน่นอนว่าผู้ที่ได้รับการคัดเลือกนั้นก็จะมีผู้ที่ถูกครหาจากครั้งก่อนด้วยเช่นกัน หน้าซ้ำจำนวนบัตรลงคะแนนที่กาตัวเลือกเหมือนกันทั้ง 7 คนมีจำนวนมากถึง 83 ใบ จากจำนวนทั้งสิ้น 198 ใบ สะท้อนความไม่โปร่งใสของวุฒิสภา และไม่อาจสร้างความน่าเชื่อถือและศรัทธาจากประชาชนว่า กสช. จะเป็นองค์กรที่อิสระอย่างแท้จริง

แม้ว่าจะมีการเรียกร้องจากองค์กรภาคประชาชน สมาคมวิชาชีพสื่อ ภาควิชาการ ที่ต่างผิหวังต่อการตัดสินใจของวุฒิสภาและเรียกร้องให้ผู้เกี่ยวข้องรับผิดชอบต่อความผิดพลาดที่เกิดขึ้น แต่ก็ไม่เป็นผล ต่อมา ดร.เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง วุฒิสมาชิก ได้ทำหนังสือสรุปข้อมูลทั้งหมดรวมทั้งรายงานการสอบสวน เสนอต่อประธานองคมนตรี อดีตนายกรัฐมนตรีและราชเลขาธิการเพื่อทราบ ในเวลาไล่เลี่ยกัน นายประมุท สุขะบุตร หนึ่งในผู้สมัครกสช. ได้ทำหนังสือถึงประธานองคมนตรีและราชเลขาธิการเช่นเดียวกัน ทำให้ราชเลขาธิการ ซึ่งปฏิบัติหน้าที่แทนราชเลขาธิการมีหนังสือถึงเลขาธิการคณะรัฐมนตรี เพื่อขอข้อเท็จจริงของเรื่องดังกล่าว จึงยังไม่มีการนำรายชื่อดังกล่าวมาทูลเกล้าฯ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

ต่อมาเมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2548 ศาลปกครองกลาง ได้มีคำพิพากษาตามที่นายประมุท ได้ยื่นฟ้องสำนักราชเลขาธิการนายกรัฐมนตรี และคณะกรรมการสรรหา กสช. โดยมีมติให้เพิกถอนรายชื่อผู้สมัครตั้งแต่รอบ 14 คน ถือเสมือนว่าไม่เคยได้เสนอต่อวุฒิสภาเพื่อคัดเลือก และให้เริ่มต้นกระบวนการ

สรรหาใหม่ ด้วยเหตุผลสำคัญคือองค์ประกอบของกรรมการสรรหา กสช. บางคนขาดคุณสมบัติ รวมทั้งกระบวนการคัดเลือก มติและคำสั่งของกสช. ทั้งกระบวนการไม่ชอบด้วยกฎหมาย เพราะผู้สมัครกับผู้ได้รับการคัดเลือกบางคนมีส่วนได้เสียกันในทางธุรกิจ อีกทั้งที่การเติมคุณสมบัติให้ผู้สมัครบางคนทั้ง ๆ ที่มิได้มีความเชี่ยวชาญจริงในด้านนั้น ๆ

ล่าสุด กรรมการสรรหาฯ ยืนยันที่จะฟ้องอุทธรณ์คำพิพากษาของศาลปกครองกลาง ท่ามกลางเสียงเรียกร้องจากส่วนต่าง ๆ ของสังคม ให้ลาออกทั้งคณะเพื่อแสดงความรับผิดชอบ แต่ไม่มีท่าทีตอบรับใด ๆ ในขณะที่ดร.วิษณุ เครืองาม รองนายกรัฐมนตรี กลับเสนอให้มีการแก้ไขกฎหมายมาตรา 80 ในพ.ร.บ. องค์การจัดสรรคลื่นความถี่ ใช้อำนาจของกสช. ให้กทช.ดูแลชั่วคราวไปก่อน ซึ่งทำให้กระแสต่อต้านทวีความรุนแรงมากขึ้น

ท้ายที่สุด มีการนำเรื่องเข้าสู่การพิจารณาของคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 29 พ.ย. 2548 ซึ่งดร. วิษณุ ได้ให้สัมภาษณ์ภายหลังว่าที่ประชุมเห็นว่ามีเหตุผลที่จะแก้ไขได้ แต่ติดเงื่อนไขไม่ทันสมัยประชุมสภาผู้แทนราษฎร และเรื่องอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลปกครอง ใกล้จะเสร็จแล้ว จึงไม่จำเป็นต้องดำเนินการใดๆ (เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง 2548 18.33-34)

4) การกำกับดูแลตนเองของสื่อมวลชน

รัฐบาลแทบจะทุกยุคทุกสมัยล้วนมีแนวคิดจะเฝ้าระวังสื่อเพื่อควบคุมการดำเนินงานของสื่อมวลชนมาโดยตลอด แต่การประกาศใช้รัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2540 ส่งผลทำให้การเซ็นเซอร์เนื้อหาของสื่อมวลชนก่อนการตีพิมพ์และหลังการตีพิมพ์ไม่สามารถกระทำได้ ยกเว้นในช่วงเกิดสงครามเท่านั้น โดยเฉพาะกฎหมายรัฐธรรมนูญมาตรา 41 ที่ให้สิทธิแก่ลูกจ้าง พนักงานขององค์กรสื่อมวลชนมีเสรีภาพในการแสดงออกได้ทราบใดที่ไม่ขัดต่อจรรยาบรรณวิชาชีพ

กรกฎาคม 2540 สภาการหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย (PCT) จัดตั้งขึ้นโดยตัวแทนจากหนังสือพิมพ์ว่า 30 คน โดยมีเป้าหมายที่จะตั้งเป็นองค์กรอิสระสำหรับการควบคุมตนเองของสื่อมวลชนไทย ในขณะเดียวกันนี้เองที่รัฐบาลของพลเอก ชวลิต ยงใจยุทธ ได้ตัดสินใจจัดตั้งศูนย์เฝ้าระวังสื่อขึ้นเพื่อควบคุมเนื้อหาของสื่อที่อาจส่งผลกระทบต่อนโยบายของรัฐ นี่คือการไม่ชัดเจนว่าสื่อสิ่งพิมพ์จัดตั้งองค์กรขึ้นมาเพื่อควบคุมตนเองและพัฒนามาตรฐานของวิชาชีพหรือเป็นการจัดตั้งองค์กรขึ้นมาเพื่อต่อสู้กับศูนย์เฝ้าระวังสื่อของรัฐบาล ในขณะนั้นได้นักหนังสือพิมพ์ออกมากล่าวว่าการคอร์ปชั่นและขาด

ความเป็นมืออาชีพในหมู่เพื่อนร่วมวิชาชีพบางกลุ่มบางคน และเรียกร้องให้มีการทำความสะอาดเพื่อสร้าง และรักษาความน่าเชื่อถือของวิชาชีพสื่อมวลชนในสายตาประชาชน

สภาหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทยประกอบไปด้วยสมาชิก 22 ราย ประกอบด้วย

เจ้าของหรือผู้จัดการหนังสือพิมพ์จำนวน	5 ราย
กองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์นั้น ๆ	5 ราย
ผู้สื่อข่าว	5 ราย
ผู้เชี่ยวชาญจากสาขาอื่น	7 ราย

พร้อมกับการกำหนดจรรยาบรรณ 30 ข้อ แต่ก็ได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ว่า สภาการหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทยนั้นเป็นเพียงเสือกระดาษ ที่ไร้เขี้ยวเล็บ เพราะไม่สามารถลงโทษสมาชิกฝ่าฝืนกฎได้ ทำได้เพียงการออกแถลงการณ์และเรียกร้องไปยังสาธารณะชนเท่านั้น ดังเช่นกรณีตัวอย่างที่ทางสภาการหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทยสืบพบว่าการคอร์รัปชันของนักข่าวทำเนียบรัฐบาล โดยพบว่ามีผู้สื่อข่าว 2 จากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และบางกอกโพสต์ กระทำความผิดโดยรับสินบนจากนักการเมือง ทำให้หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ได้เลิกจ้างนักข่าวคนดังกล่าว แต่ปรากฏว่าทันทีที่ผู้สื่อข่าวคนดังกล่าวออกจากหนังสือพิมพ์เดิม หนังสือพิมพ์แนวหน้า ก็รีบเข้าทำงาน โดยที่สภาการหนังสือพิมพ์ไม่สามารถดำเนินการใด ๆ ได้

และต่อมาในปี 2546 มีการเรียกร้องให้สื่อมวลชน ควบคุมตนเองและเรียกร้องให้ทางด้านสื่อกระจายเสียงจัดตั้งองค์กรขึ้นมาทำหน้าที่และบทบาทเช่นเดียวกับสภาการหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย เพื่อควบคุมและพัฒนาสื่อกระจายเสียง

ในปีเดียวกันนั้น สภาการหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทยได้เสนอให้สมาชิกของสภาฯ สามารถใช้ตำแหน่งประกันตัวสมาชิกในกรณีที่ถูกจับในคดีหมิ่นประมาทได้ โดยเฉพาะในกรณีที่โจทก์สามารถนำคดีเข้าสู่ศาลที่นอกเหนือไปจากการเรียกร้องค่าเสียหายหรือค่าชดเชย ซึ่งหากย้อนกลับไปดูกฎหมายหมิ่นประมาทในช่วงอยู่ภายใต้เผด็จการนั้นที่ไม่ต้องให้ผู้พิมพ์ ผู้โฆษณาหนังสือพิมพ์ที่ตีพิมพ์หรือนำเสนอข้อความอันเป็นการดูหมิ่น หรือหมิ่นประมาทไม่ต้องเข้าสู่กระบวนการของศาลแต่อย่างใด

ประเด็นการศึกษา ที่ 2 เสรีภาพในการแสดงออกของประชาชนและของสื่อสารมวลชน

เนื่องจากงานวิจัยนี้ครอบคลุมระยะเวลาตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ.2549 ถึง มกราคม พ.ศ.2550 จึงคาบเกี่ยวกับการบริหารงานของรัฐบาล 2 สมัย คือ รัฐบาลภายใต้การนำของ พตท.ทักษิณ ชินวัตร (สิงหาคม พ.ศ.2544 – กันยายน พ.ศ.2549 และรัฐบาลภายใต้การนำของพลเอกสุรยุทธ์ จุลานนท์ (ตุลาคม พ.ศ.2549 – ปัจจุบัน) ผู้วิจัยจึงประมวลข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกและแบ่งการนำเสนอเป็น 2 ส่วน คือ

- 1) ยุครัฐบาลภายใต้ พตท.ทักษิณ ชินวัตร
- 2) ยุคหลังรัฐประหารเดือนกันยายน พ.ศ.2549

เนื่องจากช่วงเวลาวิจัยจำกัดเพียง 1 ปี จึงอาจขาดความต่อเนื่องของข้อมูลผู้วิจัยจึงพยายามนำเสนอภาพรวมของปรากฏการณ์ที่ส่งผลต่อเสรีภาพในการแสดงออกของประชาชนและสื่อสารมวลชนไทยย้อนกลับไปพิจารณาถึงนโยบาย ยุทธศาสตร์และปฏิบัติการอันเกี่ยวเนื่องกันในอดีต โดยในยุคของรัฐบาล พตท.ทักษิณ จะย้อนกลับไปพิจารณาจนถึงช่วงรัฐบาลทักษิณ (2) หมายถึง หลังจากวันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2548 ที่ พตท.ทักษิณ ได้รับเลือกตั้งด้วยเสียงข้างมากเข้ามาเป็นนายกรัฐมนตรีเป็นวาระที่ 2

- 1) เสรีภาพในการแสดงออกของสื่อมวลชนในช่วงรัฐบาลทักษิณ (2) – รัฐประหารกันยายน พ.ศ.2549

ในช่วงเวลาดังกล่าว พบว่าเสรีภาพของสื่อมวลชนถูกลิดรอนและคุกคามด้วยมาตรการและวิธีการต่างๆ ปรากฏการณ์ของการคุกคามเสรีภาพสื่อมวลชนในยุคของ พตท.ทักษิณ สามารถประมวลให้เห็นได้ดังนี้

- 1.1) การเพิ่มขึ้นของการฟ้องร้องคดีหมิ่นประมาท และดูหมิ่น และการเรียกค่าสินไหมในอัตราที่สูง
- ในสมัยของ พตท.ทักษิณ ชินวัตร มาตรการหนึ่งที่ใช้ในการจัดการกับนักสื่อสารมวลชนและนักเคลื่อนไหวที่ขอบวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาลหรือนายกรัฐมนตรีคือการฟ้องหมิ่นประมาทและเรียกค่าสินไหมในอัตราที่สูง ซึ่ง กวี จงกิจถาวร นักหนังสือพิมพ์อาวุโสและประธานเครือข่ายสื่อสารมวลชนอาเซียน (Southeast Asian Press Alliance¹³) ได้ตั้งข้อสังเกตว่าน่าจะเป็นสิ่งที่ พตท.ทักษิณ อดีตนายกรัฐมนตรี

¹³ กวี จงกิจถาวร บรรณาธิการอาวุโส เครือเนชั่น (บริษัทเนชั่น มัลติมีเดียกรุ๊ป) สัมภาษณ์โดยผู้วิจัย 8 ธันวาคม พ.ศ.2549 กรุงเทพมหานคร

เรียนรู้จากพันธมิตรทางการเมืองในสิงคโปร์คือ นาย ลี กวน ยู ที่มีชื่อเสียงในเรื่องของการป้องกันประมาท และเรียกค่าสินไหมจากนักข่าวเป็นจำนวนสูงเพื่อข่มขู่ให้กลัวและเลิกวิพากษ์วิจารณ์ตน

ในกรณีของรัฐบาล พตท.ทักษิณ การฟ้องร้องนักสื่อสารมวลชนและนักกิจกรรม เห็นได้อย่างชัดเจนในช่วงปี พ.ศ.2546 – 2548 ซึ่งบางส่วนเป็นการฟ้องโดยตัวอดีตนายกรัฐมนตรีเองหรือบางส่วนก็เป็นการฟ้องโดยหน่วยงานของรัฐ นักการเมืองในรัฐบาลและบริษัทที่เป็นธุรกิจของครอบครัวนายกรัฐมนตรี จากการรวบรวมของ อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2549) พบว่า กรณีการฟ้องหมิ่นประมาทในช่วง 3 ปี ดังกล่าวนี้อาจมีมูลค่าสินไหมที่เรียกร้องรวมกันมากกว่า 4.5 พันล้านบาท ดังปรากฏในตาราง

ตารางที่ 3 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับการฟ้องร้องคดีต่อสื่อมวลชนโดย ทักษิณ ชินวัตร และกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง (2003 - 2005)

รายละเอียดของแต่ละกรณี					
ปี พ.ศ.	โจทก์	จำเลย	ข้อกล่าวหา/การฟ้องร้อง	ค่าเสียหาย (บาท)	คำตัดสิน
2546	ทักษิณ ชินวัตร	ประสงค์ สุนสิริ และหนังสือพิมพ์แนวหน้า	การวิพากษ์วิจารณ์บทบาทความของหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับข้อแก้ตัวของนายกรัฐมนตรี ดร.ทักษิณ ชินวัตร ในเรื่องของการปกป้องทรัพย์สิน และการไม่ให้คำตอบต่อสื่อมวลชนในเรื่องดังกล่าว	600 ล้าน	ตัดสินให้พ้นโทษ
2546	ชินคอร์ปอเรชั่น	สุปัญญา กลางณรงค์ และ หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์	บทสัมภาษณ์ของ น.ส.สุปัญญาเกี่ยวกับการฉ้อโกงทรัพย์สินของระหว่างอำนาจทางการเมืองของนายทักซิณและธุรกิจของครอบครัว คือ บริษัทชินคอร์ปอเรชั่น จำกัด	600 ล้าน (ค่าเสียหาย รวมทั้งคดีแพ่งและคดีอาญา)	ตัดสินให้พ้นโทษ
2548	พรรคไทยรักไทย	หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์	การตีพิมพ์สัมภาษณ์ของนักการเมืองคือ นาย สนั่น เทียนทอง ที่มีการวิพากษ์วิจารณ์นายกรัฐมนตรี	400 ล้าน	ศาลยกฟ้อง
2548	บริษัทท่าอากาศยานไทย(Airport Organization of Thailand - AOT)	กลุ่มสำนักพิมพ์พีพีเอส และกิวท สนั่น ดั่ง บรรณาธิการหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์	การตีพิมพ์รายงานเกี่ยวกับการแทรกแซงของร้านเวทีที่สนามบินสุวรรณภูมิ	1 พันล้าน	ศาลยกฟ้อง
2548	ทักษิณ ชินวัตร	สนธิ ลิ้มทองกุล และ สโรชา พรอุดมศักดิ์ บริษัท ไทยเดย์ดอทคอม	รายการช่อง 5 ายรายสัปดาห์กล่าวหานายกรัฐมนตรีในเรื่องความผิดฐานฉ้อโกงระบบสด ฐานภาพในสมัยของการแต่งตั้งสมเด็จพระสังฆราชองค์ใหม่	500 ล้าน	ถอนฟ้อง
2548	ทักษิณ ชินวัตร	สนธิ ลิ้มทองกุล และ สโรชา พรอุดมศักดิ์ บริษัท ไทยเดย์ดอทคอม	รายการช่อง 5 ายรายสัปดาห์กล่าวหานายกรัฐมนตรีในเรื่องความผิดฐานฉ้อโกงระบบสด ฐานภาพในสมัยของการแต่งตั้งสมเด็จพระสังฆราชองค์ใหม่	500 ล้าน	ถอนฟ้อง
2548	ทักษิณ ชินวัตร	Manager Media Group	การตีพิมพ์คำพิพากษาของหลวงตามหาบัวว่าซึ่งมีการวิพากษ์วิจารณ์นายกรัฐมนตรี	500 ล้าน	ถอนฟ้อง
2548	ทักษิณ ชินวัตร	สนธิ ลิ้มทองกุล และหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ	การกล่าวหานายกรัฐมนตรีเกี่ยวกับการได้รับสิทธิพิเศษในการหลีกเลี่ยงภาษีสัมปทานดาวเทียมไทยคอม	1 พันล้าน	ถอนฟ้อง

ที่มา : อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. พ.ศ.2548. (วิกฤตของเสรีภาพภายใต้ธุรกิจการเมือง), การนำเสนอ Power point ในการสัมมนาหัวข้อเรื่อง วิกฤตของภาคผู้ผู้นำในประเทศไทย คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 16 กุมภาพันธ์ 2549.

หนึ่งในกรณีการฟ้องหมิ่นประมาทที่เป็นข่าวโด่งดังไปทั่วโลกคือ กรณีที่บริษัทชินคอร์ปอเรชั่นที่ก่อตั้งโดย พตท.ทักษิณ ฟ้อง น.ส.สุกัญญา กลางณรงค์ นักเคลื่อนไหวรุ่นใหม่ที่มีตำแหน่งเป็นเลขาธิการคณะกรรมการณรงค์เพื่อการปฏิรูปสื่อ (คปส.) โดย สุกัญญาและหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ที่ตีพิมพ์คำสัมภาษณ์ของ น.ส.สุกัญญา ถูกฟ้องเป็นจำเลยร่วมในฐานะหมิ่นประมาทจากการกล่าวหาว่าชินคอร์ปอเรชั่นได้รับการเอื้อประโยชน์ทางธุรกิจจากสายสัมพันธ์ที่มีกับรัฐบาล คดีของ สุกัญญา ได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางจากสื่อต่างประเทศ ในลักษณะที่เป็นกรณีตัวอย่างของการคุกคามเสรีภาพสื่อมวลชนโดยกลุ่มธุรกิจการเมือง (business – cum - political) ในช่วงสองปีแรกของการพิจารณาคดีไม่ได้รับความสนใจมากนัก อย่างไรก็ตามเมื่อผลการพิจารณาคดีออกมาในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2549 ในช่วงที่กระแสการต่อต้านทักษิณเพิ่มขึ้นในกลุ่มสาธารณชนไทย ว่า น.ส.สุกัญญาและนสพ.ไทยโพสต์ไม่มีความผิดเนื่องจากเป็นการใช้เสรีภาพในการแสดงออกตามรัฐธรรมนูญ

ในอีกกรณี คือ กรณีของนายสนธิ ลิ้มทองกุล และน.ส.สโรชา พรอุดมศักดิ์ ซึ่งถูกอดีตนายกรัฐมนตรีฟ้องในข้อหาเดียวกัน เนื่องจากสนธิได้กล่าวผ่านรายการรายการเมืองไทยรายสัปดาห์ที่ดำเนินรายการร่วมกับ น.ส.สโรชา ว่า พตท.ทักษิณ หมิ่นพระบรมเดชานุภาพและเกี่ยวข้องกับการคอร์รัปชันที่สนามบินสุวรรณภูมิ อนึ่ง สนธิ ลิ้มทองกุล มีบทบาทที่โดดเด่นในการจุดกระแสให้กับสาธารณชน ตั้งแต่สนธิ และ Manager Media Group ที่สนธิก่อตั้งขึ้น ได้รณรงค์ขับไล่อดีตนายกรัฐมนตรี การฟ้องร้องคดีโดย พตท.ทักษิณ ไม่เพียงแต่เป็นการตอบโต้การคำวิจารณ์ของสนธิเกี่ยวกับตัวพตท.ทักษิณเอง แต่ยังสร้างบรรยากาศแห่งความกลัวให้แผ่กว้างในกลุ่มที่วิพากษ์วิจารณ์รัฐบาลกลุ่มอื่นๆ อีกด้วย พตท.ทักษิณตัดสินใจยุติการฟ้องร้องคดีทั้งหมดต่อสนธิ สโรชา และ Manager Media Group ทั้งคดีแพ่งและคดีอาญา รวมมูลค่าสินไหมที่เรียกร้องทั้งสิ้น 2 พันล้านบาท ตามพระราชกระแสรับสั่งจากสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในงานก่อนวันคล้ายวันพระราชสมภพครบรอบ 78 พรรษา วันที่ 4 ธันวาคม ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช महाराช ในโอกาสดังกล่าว ในหลวงทรงมีพระราชดำรัสกับคณะรัฐมนตรีและข้าราชการระดับสูงมีใจความสนับสนุนให้ประชาชนสามารถวิพากษ์วิจารณ์การทำงานของผู้บริหารประเทศได้ และทรงแนะนำให้คนไทยไม่ขัดแย้งกัน ปรากฏการณ์ดังกล่าวส่งผลให้ในวันที่ 6 ธันวาคม นายกรัฐมนตรีให้ทนายยื่นถอนฟ้องคดีต่างๆ ต่อสนธิและคณะทั้งหมด

1.2) การเข้าแทรกแซงความเป็นอิสระของกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ ผ่านการเข้ายึดครองธุรกิจ ความสัมพันธ์ทางธุรกิจ และอิทธิพลทางการเมือง

การแทรกแซงความเป็นอิสระของกองบรรณาธิการ เช่น ในกรณีของการปลดบรรณาธิการและบีบบังคับให้บรรณาธิการข่าวลาออก ซึ่งเป็นแรงกดดันจากคนในรัฐบาลต่อกองบรรณาธิการและฝ่ายบริหารของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ หลังมีการลงข่าวเรื่องรันเวย์ร้าวที่สนามบินสุวรรณภูมิโดยในกรณีดังกล่าว นายชฎิล เทพวัลย์ และนายเสริมสุข กษิติประดิษฐ์ ซึ่งมีตำแหน่งเป็นบรรณาธิการข่าวการเมืองและบรรณาธิการข่าวความมั่นคงของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ถูกบีบบังคับให้ลาออก ภายหลังนายเสริมสุขได้ยื่นฟ้อง บริษัท โพสต์ พับลิชชิง กรู๊ป ต่อศาลแรงงาน

การพยายามถือครองหุ้นในองค์กรสื่อโดยพันธมิตรของรัฐบาล ซึ่งกรณีที่เกิดขึ้นและเป็นประเด็นโต้เถียงกันมากที่สุด คือ เช่น กรณีการซื้อหุ้นในเครือมติชน และเครือโพสต์ พับลิชชิง โดยบริษัท จีเอ็มเอ็ม มีเดีย ของนายไพบูลย์ ดำรงชัยธรรม เพื่อนสนิทของนายกรัฐมนตรี ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจสื่อมวลชนที่มีความเชื่อมโยงกับการเมืองและรัฐบาล นอกจากนี้จะเป็นการพยายามบูรณาการธุรกิจสื่อให้ครบวงจรแล้ว การพยายามเป็นเจ้าของสื่อข้ามประเภทของแกรมมี่ยังมีนัยยะทางการเมืองแฝงเร้นในสังคมไทย หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่มีสิทธิเสรีภาพสูงกว่าสื่อวิทยุและโทรทัศน์ เพราะไม่ถูกจำกัดด้วยตบตรองสร้างความเป็นเจ้าของของรัฐ จึงเป็นสื่อประเภทเดียว (ในประวัติศาสตร์ก่อนที่จะมีอินเทอร์เน็ต) ที่กล้าวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาล และมีบทบาทในการตรวจสอบรัฐ และการต่อสู้ในวิกฤติทางประชาธิปไตยหลายครั้งที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม ในสถานการณ์สื่อปัจจุบัน มีการแบ่งค่ายหรือฝ่ายของหนังสือพิมพ์ค่อนข้างชัดเจน คือ ฝ่ายที่ฝักใฝ่รัฐบาล (government partisanship) และไม่ฝักใฝ่ (non – partisan) การอาศัยพันธมิตรให้เข้ามาครอบครองกิจการสื่อ เป็นความพยายามในเชิงโครงสร้างที่จะเข้ามาเพิ่มจำนวนหนังสือพิมพ์ในการตรวจสอบอำนาจรัฐบาลในลักษณะแบ่งแยกแล้วปกครอง (divide and rule) และที่สำคัญที่สุดคือ เพื่อควบคุมกำหนดทิศทางของเนื้อหาให้มีความเสี่ยงทางการเมืองต่อรัฐบาลน้อยที่สุด กลยุทธ์ที่ว่าการนี้ค่อนข้างจะเป็นสิ่งที่สืบเนื่องจากสมัยรัฐบาลทักษิณ (1) แต่ทวีความเข้มข้นขึ้น (ด้วยจำนวนสื่อที่เกี่ยวข้อง และมูลค่าในการลงทุนที่สูงขึ้น) และไม่ตรงไปตรงมาเท่าเดิม (อย่างในกรณีชิน คอร์ปอเรชั่นซื้อหุ้นไอทีวี) ซึ่งอาจจะเป็นเพราะต้องการเลี่ยงคำครหาของสังคมในเรื่องแทรกแซงสื่อและผลประโยชน์ทับซ้อน

1.3) การเซ็นเซอร์เนื้อหาในสื่อของรัฐ

การเซ็นเซอร์เนื้อหาจะปรากฏเด่นชัดเฉพาะในกรณีการถอดรายการเมืองไทยรายสัปดาห์ออกจากผังรายการของสถานีโมเดิร์นไนน์ทีวีอย่างกะทันหัน ซึ่งในกรณีนี้รัฐบาลอาศัยโครงสร้าง

การถือหุ้นในบริษัทของ อสมท. จำกัด (มหาชน) เป็นช่องทางในการถอดรายการ ทั้งนี้ กระบวนการคลังถือหุ้นในบริษัทดังกล่าวทั้งสิ้น 77.28% เป็นที่น่าสังเกตว่า มาตรการในลักษณะนี้ ปรากฏน้อยมากเมื่อเทียบกับในสมัยรัฐบาลทักษิณ (1) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า รายการที่ยัง เหลืออยู่ได้ผ่านการเลือกสรรแล้วว่าไม่มีสาระอันเป็นความเสี่ยงต่อเสถียรภาพรัฐบาล หรือในอีกแง่ หนึ่ง ผู้ผลิตหรือดำเนินรายการได้เรียนรู้จากสภาวะที่มีการเซ็นเซอร์เนื้อหาอย่างเข้มข้นในช่วง รัฐบาลทักษิณ (1) จึงเซ็นเซอร์ตัวเอง (self-censor) ทำให้เนื้อหาที่ปรากฏในสื่อมวลชนในยุค รัฐบาลทักษิณ (2) ส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ยอมรับได้ทางการเมืองสำหรับรัฐบาล

1.4) การข่มขู่คุกคามสื่อผ่านพันธมิตรทางการเมืองในระดับรากหญ้า

ในช่วงรัฐบาลทักษิณ(2) สื่อมวลชนได้รับการวิพากษ์วิจารณ์จากรัฐบาลอย่างมาก โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ที่ถูกกล่าวหาว่าขาดความเป็นกลางและไม่มีจรรยาบรรณวิชาชีพ ส่วนหนึ่ง ของการวิพากษ์วิจารณ์มาจากกรณีของนายสนธิ ลิ้มทองกุล หนึ่งในผู้นำของกลุ่มพันธมิตร ประชาชนเพื่อประชาธิปไตยที่เคลื่อนไหวเรียกร้องให้ พตท.ทักษิณ ลาออกจากการเป็น นายกรัฐมนตรี นายสนธิเป็นเจ้าของ Manager Media Group ซึ่งเป็นเจ้าของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ และยังเป็นผู้ดำเนินรายการโทรทัศน์เมืองไทยรายสัปดาห์ และเว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ ที่ ปราศจากจุดยืนชัดเจนในการต่อสู้เพื่อให้ทักษิณพ้นจากอำนาจและตำแหน่ง ปฏิเสธไม่ได้ว่าสนธิ ใช้ช่องทางการสื่อสารที่มีอยู่ในมือเพื่อจุดประสงค์นี้ด้วย

ในการตอบโต้สื่อมวลชนที่ทำการต่อต้านรัฐบาล รัฐบาลทักษิณ(2) ใช้วิธีการที่หลากหลาย ในการตอบโต้ในกรณีล่าสุดที่ คือ การตอบโต้องค์กรสื่อ 2 องค์กร คือ Manager Media Group และ The Nation Multimedia Group ในเดือนพฤษภาคม 2549 กลุ่มผู้ขับขีจักรยานยนต์รับจ้าง คนขับแท็กซี่ และคนขับรถตู้รับจ้าง ได้รวมตัวกันรอบที่ทำการของทั้งสององค์กรเพื่อข่มขู่ผู้รายงาน ข่าว และบุคคลอื่นๆ ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ภักดีต่อทักษิณเพราะพวกเขาได้รับ ผลประโยชน์หลายอย่างจากนโยบายประชานิยมของรัฐบาลทักษิณที่ใช้จ่ายงบประมาณเพื่อกลุ่ม รากหญ้าและคนยากจน

1.5) การคุกคามเสรีภาพในการแสดงออกในไซเบอร์สเปซ

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารซึ่งเป็นกระทรวงใหม่ที่จัดตั้งขึ้นโดย รัฐบาลพตท.ทักษิณ ในพ.ศ. 2545พยายามที่จะกำจัดเนื้อหาที่ “สกปรก” ออกจากสื่ออินเทอร์เน็ต โดยอาศัยหน่วยงานที่ชื่อ สารวัตรอินเทอร์เน็ต (cyber - inspector) เป็นกลไกสำคัญ (ดู รายละเอียดใน พิงรอง รามสูต (2547) การกำกับดูแลเนื้อหาอินเทอร์เน็ต. โครงการปฏิรูปสื่อ :

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย) ขอบเขตของคำว่า “สกปรก” และ “สะอาด” ไม่มีความชัดเจนในสังคมไทย กระบวนการกำจัดเนื้อหาที่สกปรกนี้เริ่มต้นจากการแบนเนื้อหาลามกอนาจาร แต่เว็บไซต์ที่เกี่ยวกับการเมืองและรัฐบาล กลับได้รับผลกระทบตามไปด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเว็บไซต์ที่วิพากษ์วิจารณ์รัฐบาลก็ตกเป็นเหยื่อของการบล็อกเว็บไซต์ด้วย อาทิ เว็บไซต์ www.thaiinsider.com www.fm9225.com

2.6 การคุกคามเสรีภาพในการแสดงออกของนักวิชาการ NGOs และประชาสังคม

ในยุคของพตท.ทักษิณ ที่กลุ่มประชาสังคมถูกทำให้สูญเสียความน่าเชื่อถืออยู่เป็นเนืองนิจ ผ่านวาทะของอดีตนายกรัฐมนตรีในการให้สัมภาษณ์ผ่านสื่อต่างๆ ทั้งนี้ นักวิชาการที่ได้ทำการสัมภาษณ์มองว่าเป็นกลยุทธ์สำคัญของรัฐบาลดร.ทักษิณ ในการควบคุมเสรีภาพในการแสดงออก¹⁴ เมื่อใดก็ตามที่มีการเผยแพร่เกี่ยวกับการสัมภาษณ์ หรือรายงานการวิจัยซึ่งเป็นการวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาลหรือข้อมูลในทางที่ไม่ดีเกี่ยวกับรัฐบาล ดร.ทักษิณจะปกป้องตนเองโดยการตั้งคำถามเกี่ยวกับความความเที่ยงตรงของการศึกษาหรือข้อค้นพบ คุณสมบัติของนักวิจัย และอื่นๆ ดร.ทักษิณมักจะสรุปว่าโลกของวิชาการมีข้อจำกัดอยู่แต่ที่ห้องสมุด และนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างเขาน่าจะรู้ดีที่สุด ในขณะเดียวกัน ดร.ทักษิณก็ทำการลดความน่าเชื่อถือของกลุ่ม NGOs โดยบอกว่าไม่ได้ทำงานเป็นอิสระอย่างแท้จริงเนื่องจากมีการรับเงินจากต่างชาติ หรือมีแรงจูงใจทางการเมืองที่ซ่อนเร้น

2) เสรีภาพในการแสดงออกของสื่อมวลชนในช่วงหลังเหตุการณ์รัฐประหาร เดือนกันยายน พ.ศ. 2549

แม้เหตุการณ์รัฐประหารที่ยึดอำนาจจาก พตท. ทักษิณ ชินวัตร โดยคณะปฏิรูปการปกครองในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข (คปค.) (เปลี่ยนชื่อภายหลังเป็นคณะมนตรีความมั่นคงแห่งชาติ) จะเกิดขึ้นก่อนช่วงสิ้นสุดของการวิจัย (มกราคม พ.ศ. 2550) เพียงไม่กี่เดือน แต่จากการสังเกตเบื้องต้นของผู้วิจัยพบว่ามีความเปลี่ยนแปลงที่สำคัญหลายประการในช่วงของการเปลี่ยนผ่านอำนาจดังกล่าวที่เกี่ยวข้องและส่งผลกระทบต่อเสรีภาพในการแสดงออกของสื่อมวลชน

ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์บรรณาธิการ หัวหน้าข่าว และนักข่าวสายการเมือง ในหนังสือพิมพ์ต่างๆ จำนวน 10 คน และนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ 2 คน เพื่อสอบถามถึง

¹⁴ ดร.สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ ผู้อำนวยการส่วนวิจัยเศรษฐกิจสารสนเทศ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย สัมภาษณ์โดยผู้วิจัย วันที่ 8 สิงหาคม 2550

คิดเห็นในประเด็นหลัก คือ เสรีภาพในการแสดงออกของสื่อมวลชนในยุคก่อนและหลังเหตุการณ์รัฐประหาร พ.ศ. 2549 ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นได้ดังต่อไปนี้

2.1) เสรีภาพในการแสดงออกที่เพิ่มสูงขึ้นและการแสดงจุดยืนทางการเมืองที่ชัดเจนของสื่อ

นักวิชาชีพข่าวสารที่ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่แสดงทัศนะว่ามีเสรีภาพในการทำงานเพิ่มสูงขึ้นในช่วงหลังรับประหาร ซึ่งแตกต่างจากการปฏิวัติรัฐประหารในอดีต ที่มีการควบคุมสื่อโดยตรงและต่างจากในสมัย พตท. ทักษิณที่มีการควบคุมผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งระบบความสัมพันธ์ส่วนตัว การโฆษณา การซื้อหุ้นองค์กรสื่อ การฟ้องร้อง และอิทธิพลทางการเมือง คมช. หรือคณะรัฐบาลไม่เข้ามาแทรกแซงโดยตรงในการทำงาน ยกเว้นในประเด็นที่เกี่ยวกับอำนาจเก่า (พตท.ทักษิณ ชินวัตร) เพราะเกรงจะเป็นการให้พื้นที่ให้สื่อสารถึงประชาชนและส่งอิทธิพลทางความคิด นอกจากนี้ยังมีผู้แสดงทัศนะว่า การนำเสนอข่าวในสื่อแขนงต่างๆ มีความสมดุลสูงขึ้นโดยภาพรวม แต่ขณะเดียวกัน สื่อต่างๆ ก็แสดงออกถึงจุดยืนหรือความฝักใฝ่ทางการเมืองอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นแนวโน้มที่สืบเนื่องจากปลายยุค พตท.ทักษิณ ที่สื่อมวลชนมีการแบ่งขั้วทางความคิดทางการเมืองอย่างชัดเจน หรือพูดอีกนัยหนึ่งก็คือ สื่อมีการเลือกข้างอย่างชัดเจน ในช่วงหลังรัฐประหาร สื่อที่ประกาศตัวเป็นปฏิปักษ์กับ พตท.ทักษิณ ยังคงเสนอทำที่ที่ไม่เปลี่ยนแปลง เช่นเดียวกับสื่อที่เคยเป็นผู้ฝักใฝ่ในระบบพตท.ทักษิณก็แสดงทำที่ที่สนับสนุนส่วนที่ยังหลงเหลืออยู่ของอำนาจเก่า (เช่น พรรคไทยรักไทย) แต่สื่ออีกไม่น้อยก็มีแนวโน้มที่จะเสนอข่าวสนับสนุนหรือข่าวในเชิงบวกเกี่ยวกับ คมช. โดยเฉพาะในช่วง 3 เดือนแรกรัฐบาลใหม่ที่เรียกกันว่า “ช่วงดื่มน้ำผึ้งพระจันทร์”

“เป็นธรรมดาเมื่อมีการเปลี่ยนขั้วอำนาจสื่อก็จะเข้าหาขั้วอำนาจใหม่ หลีกเลี่ยงการประทะกับขั้วอำนาจ โดยเฉพาะกับสื่อหนังสือพิมพ์ที่เป็นองค์กรธุรกิจครอบครัว เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ จะมีความระมัดระวังในการนำเสนอข่าวไม่ให้เกิดผลร้ายกับองค์กรของตนเอง ซึ่งส่งผลต่อการทำหน้าที่ผู้เฝ้าประตูข่าวสาร (gatekeeper) อย่างหนึ่ง เป็นกลไกเซ็นเซอร์ตนเองโดยอัตโนมัติ” (พิรพัฒน์ เกื้อวงศ์ ผู้สื่อข่าวการเมือง หนังสือพิมพ์เดลินิวส์)

2.2) ความเปลี่ยนแปลงในลักษณะของการควบคุมสื่อมวลชนจากภาครัฐ

บรรณาธิการที่ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่าลักษณะของการส่งอิทธิพลของรัฐ (รวมทั้งรัฐบาลและ คมช.) สู่อำนาจสื่อจะเป็นในลักษณะที่ไม่ซับซ้อนและแนบเนียนเหมือนในยุคของรัฐบาล พตท.ทักษิณ ที่ใช้กลไกทางการตลาดและการโฆษณาเพื่อควบคุมทางอ้อม โดยในช่วงแรกจะใช้กฎอัยการศึก และประกาศ คปค. ฉบับที่ 5 (ดูภาคผนวก ข) เพื่อเป็นแนวทางในการควบคุมไม่ให้สื่อนำเสนอเนื้อหาที่อาจไม่เป็นผลดีต่อการทำรัฐประหาร โดยใช้.nyะของ “ความมั่นคงของ

ชาติ” เป็นตัวควบคุมที่สำคัญและอาศัยกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (กระทรวงไอซีที) เป็นผู้กำกับดูแลและบังคับใช้ประกาศดังกล่าว

ต่อมาเมื่อมีการจัดตั้งสภานิติบัญญัติแห่งชาติ (สนช.) ขึ้น ทาง คปค. จึงได้มีการแต่งตั้งตัวแทนจากภาคสื่อมวลชนเข้าเป็นสมาชิกของ สนช. มากกว่า 20 คน โดยมาจากเจ้าของผู้ประกอบการ และนักวิชาชีพ จากหนังสือพิมพ์และองค์กรสื่อต่างๆ จากจำนวนนี้มี 3 คน ที่เป็นผู้นำขององค์กรวิชาชีพสื่อสารมวลชน คือ สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย สมาคมนักข่าววิทยุโทรทัศน์ไทย ซึ่งกรณีดังกล่าวนำไปสู่เสียงวิพากษ์วิจารณ์และกระแสการต่อต้านอย่างกว้างขวางในวงการสื่อมวลชนว่าเป็นสิ่งที่ไม่สมควรทำให้เกิด “ผลประโยชน์ทับซ้อน” ในแง่ของการทำหน้าที่ตรวจสอบของฝ่ายนิติบัญญัติซึ่งเป็นบทบาทที่พึงกระทำของสื่อมวลชนในฐานะ “หมาเฝ้าบ้าน”¹⁵ การยอมรับเข้าเป็นส่วนหนึ่งของ สนช. ของผู้นำองค์กรวิชาชีพสื่อมวลชนดังกล่าวยังทำให้เกิดช่องทางของระบบอุปถัมภ์ระหว่างรัฐกับสื่อมวลชน ซึ่งนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์¹⁶ที่ได้ทำการสัมภาษณ์มองว่าเป็นเรื่องที่น่าเป็นห่วง โดยเฉพาะในบริบทที่ฝ่ายนิติบัญญัติไม่ได้มาจากการเลือกตั้งตามระบอบประชาธิปไตยอย่างกรณี สนช.

นอกจากนี้ ยังมีการตั้งข้อสังเกตว่า “การควบคุมสื่อจากภาครัฐยุครัฐบาล คมช. จะเห็นได้ชัดเจนในช่วง 3 เดือนแรก ที่มีการเชิญตัวผู้บริหาร และบรรณาธิการข่าวเข้าไปคุย และขอความร่วมมือจากสื่อโทรทัศน์ และสื่อวิทยุ ไม่ให้มีการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับ พตท.ทักษิณ แต่ในช่วงหลังจาก 3 เดือนแรก รัฐบาลจะพยายามสร้างภาพการเป็นรัฐบาลรัฐประหารที่เป็นประชาธิปไตย ไม่มีการเรียกผู้บริหารหรือบรรณาธิการข่าวเข้าไปพูดคุยอีก จะปล่อยให้สื่อมวลชนมีทำงานที่อิสระมากขึ้น เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับประชาชน แต่สื่อหนังสือพิมพ์ไม่มีการควบคุมอะไรที่ต่างไปจากเดิม ” (พีรพัฒน์ เกี้ยววงศ์ ผู้สื่อข่าวการเมือง หนังสือพิมพ์เดลินิวส์)

2.3) เป้าหมายการควบคุมที่เปลี่ยนแปลงไป

นอกจากความเปลี่ยนแปลงในลักษณะการควบคุมสื่อแล้ว นักวิชาชีพสื่อสารมวลชนที่ทำการสัมภาษณ์ยังมองว่า ยุคหลังรัฐประหารสะท้อนถึงเป้าหมายของการควบคุมที่เปลี่ยนไปด้วย สื่อหนังสือพิมพ์ไม่ใช่เป้าหมายหลักของการควบคุม เพราะไม่ได้มีความขัดแย้งกันกับ คมช. ถึงขั้นต้อง

¹⁵ หนังสือพิมพ์โลกวันนี้. ปฏิรูปการเมือง-ปฏิรูปสื่อ. ปีที่ 2 ฉบับที่ 73 วันที่ 20-26 ตุลาคม พ.ศ.2549

¹⁶ รศ.ดร.อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ สัมภาษณ์โดยผู้วิจัย วันที่ 18 สิงหาคม 2550 คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ต่อสู้กัน ส่วนสื่อวิทยุและโทรทัศน์ถูกควบคุมเบ็ดเสร็จโดยโครงสร้างที่เป็นของรัฐอยู่แล้วจึงเซ็นเซอร์ตัวเองโดยธรรมชาติ สื่อที่เป็นเป้าหมายหลักในยุคนี้กลับเป็นสื่ออินเทอร์เน็ต เพราะเป็นพื้นที่ทางการสื่อสารเดียวที่อำนาจเก่า (พตท.ทักษิณ ชินวัตร) และผู้ที่สนับสนุนอำนาจเก่าหรือไม่เห็นด้วยกับการรัฐประหารสามารถเข้าถึงและใช้เป็นพื้นที่ในการสื่อสารได้

“คมช. มองว่าอินเทอร์เน็ตเป็นพื้นที่หลักที่ต้องควบคุม เพราะ hi.thaksin true.thaksin หรือเว็บไซต์ต่อต้าน คมช. อย่างเว็บ 19 กันยา มหาลัย'เที่ยงคืน ก็อยู่บนอินเทอร์เน็ตทั้งนั้น” (ประสงค์ เลิศรัตนวิสุทธิ์ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์มติชน)

2.4) การอาศัยโอกาสของช่วงเปลี่ยนผ่านทางการเมืองในการแก้กฎหมายสื่อ

การเคลื่อนไหวที่สำคัญอย่างหนึ่งในวงการสื่อมวลชนในช่วงหลังรัฐประหาร คือ ความพยายามแก้ไขและกร่างกฎหมายเกี่ยวกับสื่อ เนื่องจากช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงของการเปลี่ยนผ่านทางการเมือง และมีตัวแทนของสื่อมวลชนเข้าไปอยู่ในฝ่ายนิติบัญญัติ นักวิชาชีพบางคนที่สัมภาษณ์จึงวิเคราะห์ว่าเป็นโอกาสทองของสื่อมวลชนที่จะเปลี่ยนกฎหมายโบราณที่มีลักษณะควบคุมสื่อสูง เช่น พ.ร.บ.ภาพยนตร์ พ.ศ. 2479 พ.ร.บ.การพิมพ์ พ.ศ. 2484 พ.ร.บ.วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2498 เป็นต้น

ประเด็นการศึกษาที่ 3 เสรีภาพในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนและสื่อมวลชน

พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2540

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 ได้กำหนดหลักสิทธิพื้นฐานเกี่ยวกับสิทธิการสื่อสารไว้ครอบคลุมหลายประเด็นซึ่งรวมถึงเสรีภาพในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการได้ประกาศใช้ในปี 2540 ตามมาตรา 58 ของรัฐธรรมนูญ กฎหมายฉบับนี้ตอบสนองการพัฒนาทางการเมืองระบอบประชาธิปไตย ซึ่งเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมือง และสามารถแสดงความคิดเห็นหรือเสนอแนะต่อการดำเนินงานของรัฐบาลได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งจะทำให้การทำงานของรัฐบาลเป็นไปอย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้

พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการกำหนดประเภทของข้อมูลของรัฐที่ประชาชนมีสิทธิที่จะเข้าถึงและรายละเอียดของข้อมูลที่ต้องปกปิด โดยเน้นหลัก “การเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร

ของราชการเป็นหลัก และการไม่เปิดเผยเป็นข้อยกเว้น” และวางหลักเกณฑ์คุ้มครองข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคลไว้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังมีการกำหนดข้อบังคับที่มีการลงโทษอย่างชัดเจนสำหรับหน่วยงานที่ไม่ยอมเปิดเผยข้อมูลหรือหน่วยงานที่ไม่มีการจัดทำข้อมูลให้กับสาธารณชน ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวสะท้อนให้เห็นความไม่เต็มใจที่จะจัดทำข้อมูลให้กับสาธารณชน และวัฒนธรรมในระบบราชการที่ข้อมูลของราชการเป็นเรื่องที่เป็นความลับควรปกปิดมากกว่าเปิดเผย

สิทธิการสื่อสารของประชาชนตาม พ.ร.บ.ข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 กำหนดไว้ดังนี้

1. สิทธิในการขอคำปรึกษาการปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้กับสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ในฐานะเป็นหน่วยงานทางวิชาการและธุรการให้แก่คณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการ และคณะกรรมการวินิจฉัยการเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร (มาตรา 6)
2. สิทธิเข้าตรวจดูข้อมูลข่าวสารของราชการ บุคคลไม่ว่าจะมีส่วนได้เสียเกี่ยวข้องหรือไม่ก็ตามย่อมมีสิทธิเข้าตรวจดู ขอสำเนาหรือขอสำเนา ที่มีคำรับรองถูกต้องของข้อมูลข่าวสารของราชการตามมาตรา 9 ได้ คนต่างด้าวจะมีสิทธิตามมาตรา 9 นี้เพียงใดให้เป็นไปตามที่กำหนดโดยกฎกระทรวง (มาตรา 9)
3. สิทธิขอข้อมูลข่าวสารอื่นใดของราชการนอกจากข้อมูลข่าวสารของราชการที่พิมพ์ลงในราชกิจจานุเบกษาแล้ว หรือที่จัดไว้ให้ประชาชนเข้าตรวจดูได้แล้ว หรือที่มีการจัดให้ประชาชนได้ค้นคว้าตามมาตรา 26 แล้ว โดยคำขอนั้นได้ระบุข้อมูลข่าวสารที่ต้องการในลักษณะที่อาจเข้าใจได้ตามสมควร (มาตรา 11)
4. สิทธิที่จะได้รู้ถึงข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคลที่เกี่ยวกับงานซึ่งหน่วยงานของรัฐจะต้องให้กับบุคคลนั้นหรือผู้กระทำการแทนได้ตรวจดูหรือได้รับสำเนาข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคลส่วนที่เกี่ยวกับบุคคลนั้น (มาตรา 25 วรรค 1)
5. สิทธิในการดำเนินการแทนผู้เยาว์ คนไร้ความสามารถ คนเสมือนไร้ความสามารถหรือเจ้าของข้อมูลถึงแก่กรรม ตามมาตรา 23 เกี่ยวกับการขอข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคลหรือการแจ้งข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคลไปยังที่ใดของบุคคลดังกล่าว มาตรา 24 เกี่ยวกับการให้ความยินยอมให้หน่วยงานของรัฐที่ควบคุมดูแลข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคลที่เกี่ยวกับตนการขอให้แก้ไขเปลี่ยนแปลงหรือลบข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคลที่ไม่ถูกต้องตามที่เป็นอย่างจริง รวมทั้งมีสิทธิอุทธรณ์ในกรณีที่เจ้าหน้าที่ของรัฐมีคำสั่งไม่ยินยอมแก้ไขเปลี่ยนแปลงหรือลบข้อมูลข่าวสารนั้น (มาตรา 25 วรรค 5)
6. สิทธิในการร้องเรียน ผู้ใดเห็นว่าหน่วยงานรัฐไม่จัดพิมพ์ข้อมูลข่าวสารตามมาตรา 7 หรือไม่จัดข้อมูลข่าวสารไว้ให้ประชาชนตรวจดูได้ตามมาตรา 9 หรือไม่จัดหาข้อมูลข่าวสาร

ให้แก่ตนตามมาตรา 11 หรือฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้หรือปฏิบัติหน้าที่ล่าช้า หรือเห็นว่าตนไม่ได้รับความสะดวกโดยไม่มีเหตุอันสมควร ผู้นั้นมีสิทธิร้องเรียนต่อคณะกรรมการข้อมูลข่าวสาร เว้นแต่เป็นเรื่องเกี่ยวกับการมีคำสั่งมิให้เปิดเผยข้อมูลข่าวสารตามมาตรา 15 หรือคำสั่งไม่รับฟังคำคัดค้านตามมาตรา 17 หรือคำสั่งไม่แก้ไขเปลี่ยนแปลงหรือลบข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคลตามมาตรา 25 (วรรค 13)

7. สิทธิในการอุทธรณ์ ในกรณีที่เจ้าหน้าที่ของรัฐมีคำสั่งมิให้เปิดเผยข้อมูลข่าวสารใดตามมาตรา 14 หรือ 15 หรือมีคำสั่งไม่รับฟังคำคัดค้านของผู้มีประโยชน์ได้เสียตามมาตรา 17 ผู้นั้นอาจอุทธรณ์ต่อคณะกรรมการวินิจฉัยการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารภายใน 15 วัน นับแต่วันที่ได้รับแจ้งนั้น โดยยื่นคำอุทธรณ์ต่อคณะกรรมการ (มาตรา 18) แต่ถ้าอุทธรณ์คำสั่งไม่แก้ไขเปลี่ยนแปลงหรือลบข้อมูลข่าวสารให้ตรงตามที่ขอ ผู้นั้นมีสิทธิอุทธรณ์ต่อคณะกรรมการวินิจฉัยการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารภายใน 30 วัน นับแต่วันที่ได้รับแจ้งโดยยื่นคำอุทธรณ์ต่อคณะกรรมการ และไม่ว่ากรณีใดให้เจ้าของข้อมูลมีสิทธิร้องขอให้หน่วยงานของรัฐหมายเหตุคำขอของตนแนบไว้กับข้อมูลข่าวสารส่วนที่เกี่ยวข้องได้

เพื่อให้การบังคับใช้กฎหมายข้อมูลข่าวสารของราชการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จึงได้มีการจัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการ (สขร.) เพื่อเป็นองค์กรกำกับดูแลและรับเรื่องราวร้องเรียนจากประชาชน ภาครัฐ หรือภาคเอกชนในกรณีที่มีการปฏิเสธที่จะเปิดเผยข้อมูลโดยหน่วยงานภาครัฐ ตลอดจนดูแลและประสานงานให้มีการเปิดเผยข้อมูลตามเจตนารมณ์ของกฎหมายอย่างแท้จริง

ปัญหาในการบังคับใช้พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ

จากการวิจัยเอกสารและสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง พบปัญหาดังต่อไปนี้ในการบังคับใช้ พ.ร.บ.ข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2540

1. แต่เดิมการขอข้อมูลจะต้องใช้เวลาค่อนข้างนาน อย่างต่ำที่สุดก็ใช้เวลาถึง 75 วัน จึงจะทราบเรื่องและอุทธรณ์ต่อคณะกรรมการวินิจฉัยได้ ทำให้ประชาชนยังติดตัวกับ พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสารน้อยกว่าที่ควร เนื่องจากระยะเวลาไม่เอื้ออำนวย
2. พ.ร.บ.ข้อมูลข่าวสารของราชการปี 2540 แทบไม่มีสภาพบังคับใช้เพราะหน่วยงานรัฐแม้จะได้รับคำตัดสินว่าต้องเผยแพร่ แต่หากไม่ปฏิบัติตามก็ไม่มียกโทษใดๆ มาจัดการได้ รวมถึงกลายองค์กรก็ปฏิเสธที่จะให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล

3. คณะกรรมการไม่ค่อยได้รับความร่วมมือจากทางเจ้าหน้าที่ของรัฐ หลายครั้งหน่วยงานของรัฐส่งเจ้าหน้าที่ชั้นผู้น้อยที่ไม่มีอำนาจตัดสินใจมาร่วมประชุม ซึ่งเจ้าหน้าที่ชั้นผู้น้อยก็เห็นด้วยว่าควรเปิดเผยข้อมูลข่าวสารแต่ก็ไม่ว่าจะทำอย่างไร ในขณะที่บางหน่วยงานก็บอกปิดการชี้แจงข้อมูลโดยบอกว่าข้อมูลหาย หาไม่พบ
- นอกจากนี้ยังพบประเด็นที่เป็นปัญหาในการบังคับใช้ พ.ร.บ. จากการสัมภาษณ์ ดร.นคร เสรีรักษ์ ผู้อำนวยการส่วนนโยบายและวิเคราะห์ สำนักงานคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการ คือ
4. ความรู้ ความเข้าใจของข้าราชการยังอยู่ในภาวะจำกัด ทักษะคติของข้าราชการ ค่านิยมของระบบราชการที่มักจะใช้ข้อมูลในส่วนราชการเท่านั้น

การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของราชการโดยใช้พ.ร.บ.ข้อมูลข่าวสารของราชการ

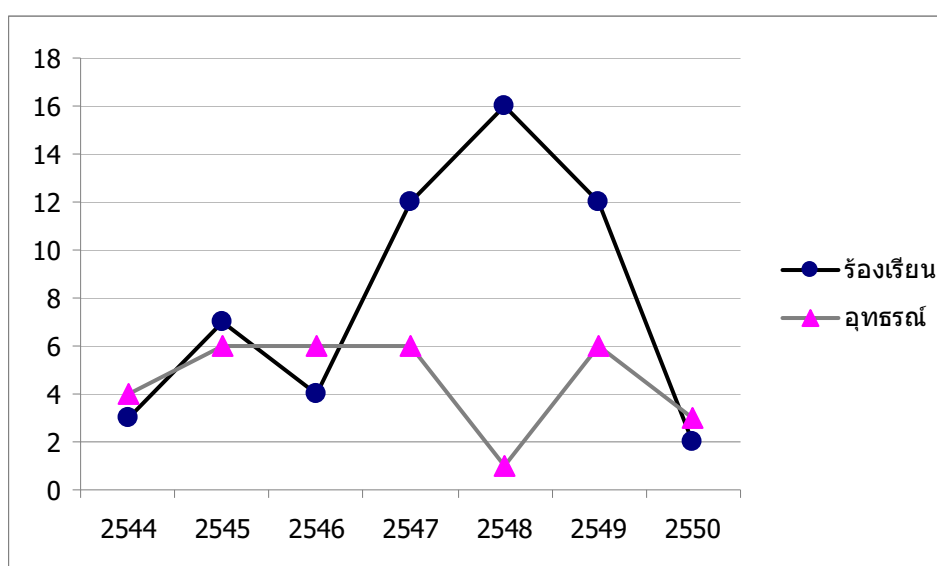
ไม่มีข้อมูลปรากฏเกี่ยวกับการใช้สิทธิตามพ.ร.บ.ข้อมูลข่าวสารของราชการว่ามีจำนวนเท่าใด แต่ในแต่ละปีมีประชาชนจำนวนมากอุทธรณ์ต่อคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการเกี่ยวกับการที่เจ้าหน้าที่ของรัฐปฏิเสธที่จะเปิดเผยข้อมูลตามที่ได้ขอ ดู นกหนังสือพิมพ์พบว่า มีเพียงจำนวนน้อยที่ใช้สิทธิตามพ.ร.บ.ข้อมูลข่าวสารของราชการ และครึ่งหนึ่งของผู้ร้องเรียนมาจากเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานรัฐนั่นเอง เพราะเจ้าหน้าที่ของรัฐปฏิเสธที่จะเปิดเผยหรือให้ข้อมูลตามที่มีการร้องขอตามพ.ร.บ.ข้อมูลข่าวสารของราชการ หน่วยงานของรัฐมักจะรอจนกว่าจะมีการอุทธรณ์ และได้รับคำตัดสินจากคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารก่อนที่จะให้ข้อมูลที่มีการร้องขอ

สิงหาคม 2003 นายกรัฐมนตรี ดร.ทักษิณ ชินวัตร สนับสนุนการใช้พ.ร.บ.ข้อมูลข่าวสารของราชการในการรณรงค์ต่อต้านการคอร์รัปชัน และกระตุ้นให้ประชาชนใช้สิทธิตามพ.ร.บ. ซึ่งการกระทำเช่นนี้อาจจะช่วยให้ประชาชนเกิดความตระหนักในสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของตนเอง แต่ควรมีการปฏิรูประบบการบริหารงานราชการแบบเดิมและวัฒนธรรมการปกปิดข้อมูลข่าวสารของรัฐจึงจะทำให้พ.ร.บ.นี้มีประสิทธิภาพ

การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนในยุคก่อนและหลังรัฐบาลพตท.ทักษิณ ชินวัตร

จากการสัมภาษณ์ดร.นคร เสรีรักษ์¹⁷ ผู้อำนวยการส่วนนโยบายและวิเคราะห์ สำนักงานคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของภาครัฐจากประชาชน ซึ่งพบว่าโดยทั่วไปแล้วไม่มีความแตกต่างที่เห็นได้ชัดของสถิติการขอรับข้อมูลข่าวสารของราชการในช่วงก่อนและหลังรัฐบาลพตท.ทักษิณ ซึ่งทั้งนี้สถิติในปี พ.ศ. 2550 ยังอาจไม่สะท้อนความเป็นจริงเพราะประมวลจากข้อมูลที่จำกัดอยู่ในเวลาเพียงไม่กี่เดือน ดังแสดงให้เห็นในภาพที่ 2

ภาพที่ 2 สถิติการร้องเรียนและอุทธรณ์ ตาม พ.ร.บ.ข้อมูลข่าวสารของราชการ

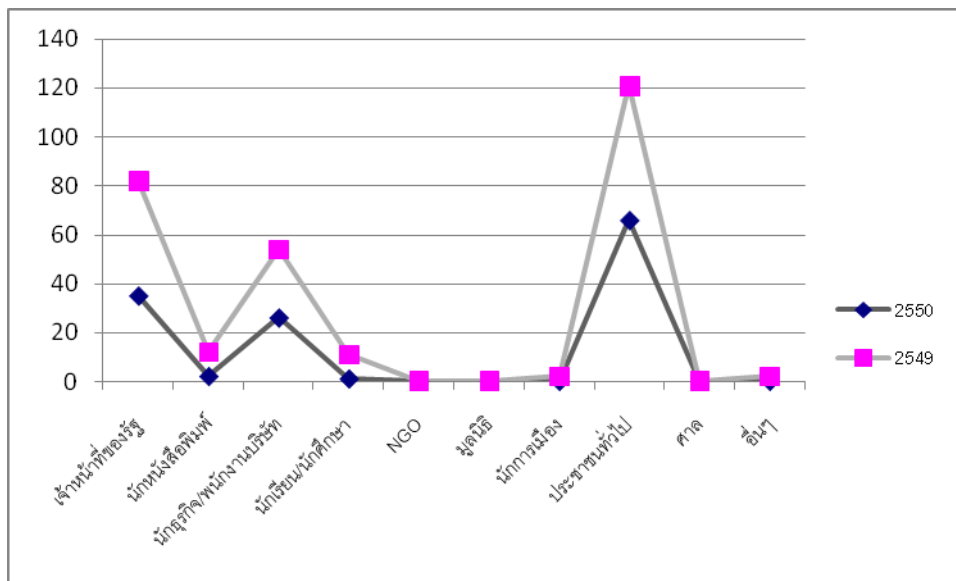


ข้อมูลจาก www.oic.go.th เดือนสิงหาคม 2550

ในด้านการใช้สิทธิตามพ.ร.บ.ข้อมูลข่าวสารของราชการพบว่ามีลักษณะการใช้งานที่คล้ายคลึงกับการใช้สิทธิในช่วงรัฐบาลพตท.ทักษิณ ที่ข้าราชการจะเป็นกลุ่มที่ใช้สิทธิตามพ.ร.บ. มากที่สุด โดยขอข้อมูลไปเพื่อลดโทษหรือปกป้องตนเอง รวมถึงกลุ่มนักธุรกิจที่ขอข้อมูลเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้าง แต่โดยรวมแล้วยังไม่มีกลุ่มใดที่มีระดับการใช้งานที่สูงจนเห็นได้ชัด ดังแสดงในภาพที่ 3

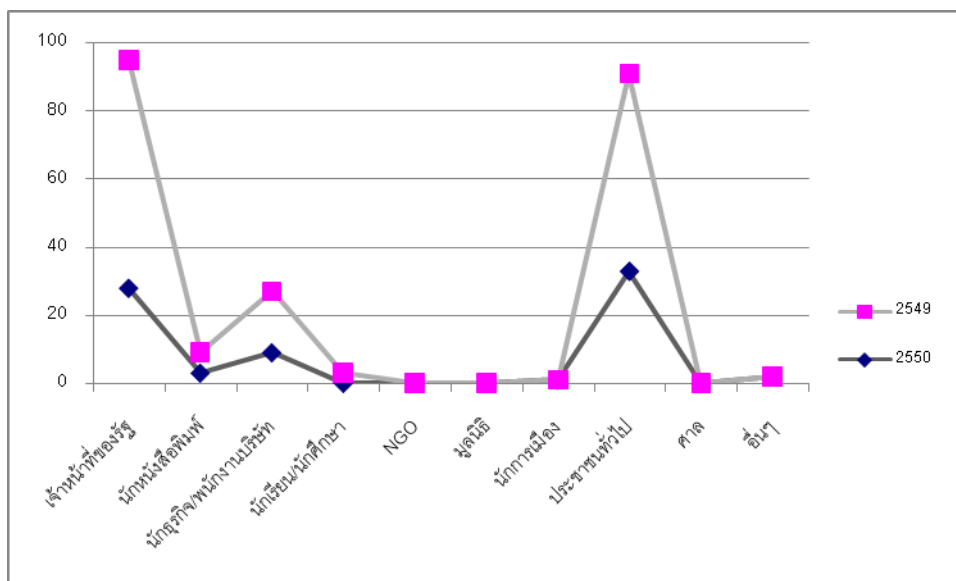
¹⁷ นคร เสรีรักษ์ ผู้อำนวยการส่วนนโยบายและวิเคราะห์ สำนักงานคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการ สัมภาษณ์โดยผู้วิจัย วันที่ 23 สิงหาคม 2550 สถานที่ สำนักระดมการข้อมูลข่าวสารของราชการ สำนักปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี

ภาพที่ 3 แสดงสถิติการร้องเรียนแยกตามรายอาชีพ



ข้อมูลจาก www.oic.go.th เดือนสิงหาคม 2550

ภาพที่ 4 แสดงสถิติการอุทธรณ์แยกตามรายอาชีพ



ข้อมูลจาก www.oic.go.th เดือนสิงหาคม 2550

พัฒนาการของ พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสารของราชการ

หลังจากที่ได้มีการบังคับใช้มา 10 ปี จึงเกิดความคิดที่จะแก้ไขและยกร่าง พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสารของราชการเสียใหม่ เพื่อปรับปรุงข้อด้อยและแก้ไขปัญหาที่ประสบในการบังคับใช้จริง โดยประเด็นของการแก้ไขมีอยู่ใน 4 เรื่องหลักๆ ด้วยกัน ดังนี้คือ

1. การขอยกฐานะสำนักงานคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการเป็นกรม ซึ่งในปัจจุบันดำเนินงานอยู่ภายใต้สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี
2. การขอให้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ตถือเป็นการปฏิบัติตาม พ.ร.บ.
3. การมอบหมายอำนาจให้สำนักงานคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการดำเนินการในเรื่องบางเรื่องแทนกรรมการได้
4. การถือว่าองค์กรอิสระอยู่ภายใต้ พ.ร.บ. ด้วยเช่นเดียวกับหน่วยงานรัฐ

นอกจากนี้ยังมีพัฒนาการที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การออก พ.ร.บ.ข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคล 1 ฉบับ เป็นฉบับใหม่ ซึ่งขณะนี้ (วันที่ 31 สิงหาคม 2550) อยู่ในขั้นคณะกรรมการกฤษฎีกา และทำการตรวจร่างไปแล้ว 1 รอบ ถ้าแล้วเสร็จจะเข้าสู่กระบวนการนิติบัญญัติ การออกพ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคลถือเป็นพัฒนาการที่สำคัญ เนื่องจากแต่เดิมกฎหมายจะดูแลเฉพาะข้อมูลส่วนบุคคลที่อยู่ในมือของภาครัฐเท่านั้น แต่พ.ร.บ.ใหม่นี้จะขยายให้ดูแลครอบคลุมไปถึงข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคลที่อยู่ในมือของภาคเอกชนด้วย

นโยบายของสำนักงานคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการ

การผลักดันให้หน่วยงานราชการมีการปฏิบัติตาม พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสารมากขึ้น การกำหนดมาตรการให้คณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการ (กขร.) ให้ถือเอาเรื่องการปฏิบัติตาม พ.ร.บ.ข้อมูลข่าวสารของราชการเป็นตัวชี้วัด ซึ่งจากการปฏิบัติในปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2549) ถือว่าได้ผลเนื่องจากหน่วยงานราชการมีการกระตือรือร้นปฏิบัติตามกันมาก โดยเฉพาะในมาตรา 9 ที่กำหนดว่าหน่วยงานต้องจัดหาข้อมูลให้ประชาชนเข้ามาตรวจสอบ ซึ่งในปี 2549 เป็นการดำเนินการตามนโยบายนี้ในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค และจะดำเนินการในหน่วยงานท้องถิ่นในปี 2550 ต่อไป

ประเด็นการศึกษาที่ 4 ความหลากหลายของเนื้อหาและมณฑลสาธารณะในสื่อสารมวลชน

ในส่วนนี้เป็นการศึกษาถึง “สิทธิการสื่อสารของประชาชนในสื่อโทรทัศน์” ซึ่งมีแง่มุมการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้คือ

1. ความหลากหลายของเนื้อหาในรายการโทรทัศน์ฟรีทีวี (ช่อง 3,5,7,9,11 และ itv) ตามที่สัดส่วนปรากฏในประเภทรายการ และกลุ่มเป้าหมายผู้ชม

2. รายการโทรทัศน์กับประโยชน์สาธารณะ
3. ความเป็นพื้นที่สาธารณะในรายการโทรทัศน์

1) ความหลากหลายของเนื้อหาในสื่อโทรทัศน์ไทย

ในการวิเคราะห์ถึงความหลากหลายของเนื้อหาในสื่อโทรทัศน์ของไทย ผู้วิจัยจะพิจารณาจากสัดส่วนประเภทเนื้อหารายการตามที่ปรากฏในการจัดผังรายการของสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีทั้ง 6 สถานี คือ ช่อง 3 5 7 9 11 และ TITV

เมื่อพิจารณาตามสัดส่วนรายการที่สถานีโทรทัศน์ได้แจ้งไว้ในเอกสารสัญญาของสถานีพบการจัดสัดส่วนรายการ โดยแบ่งออกเป็นรายการประเภทข่าวสารและสาระ กับรายการประเภทบันเทิง พบว่า

ตารางที่ 4 แสดงสัดส่วนประเภทเนื้อหารายการในสัญญาสัมปทาน ของสถานีโทรทัศน์แต่ละช่อง		
ช่อง	ข่าวสารและสาระ (สัดส่วนร้อยละ)	บันเทิง (สัดส่วนร้อยละ)
	30	70
	33	67
	33	67
	32	68
	100	-
	50	50
ตัวเลขจากสัญญาของแต่ละช่องและการปรับเปลี่ยนสัญญาของไอทีวี ณ ปัจจุบัน		

ตัวเลขนี้เป็นสัดส่วนที่ “สัญญา” ว่านโยบายของแต่ละช่องที่ทำกับรัฐ จะต้องเป็นไปตามข้อสัญญา การแบ่งประเภทของรายการออกเป็นสองกลุ่มนี้เป็นการแบ่งอย่างหยาบที่สุด เพราะในความเป็นจริงแล้ว รายการโทรทัศน์รายการใดรายการหนึ่งนั้นสามารถเป็นได้ทั้งสองรูปแบบ กล่าวคือปัจจุบันวิธีการผลิต การนำเสนอ ด้วยแนวคิด เทคโนโลยี และการผสมผสานระหว่างแนวคิดของรายการประเภทต่างๆ เช่นรายการประเภท “Edutainment” หรือ “Infotainment” ซึ่ง

พยายามที่จะให้การเผยแพร่ความรู้ที่เปรียบเสมือนอาหารดีมีประโยชน์แต่ทานยากนั้น “ง่ายขึ้น” ด้วยวิธีการนำเสนอแบบสร้างความสนุกและบันเทิง

ปัจจุบันสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีทั้ง 6 ช่องออกอากาศเฉลี่ยเกือบ 24 ชม. ต่อวัน ในแต่ละช่องมีจำนวนรายการเฉลี่ย 150-200 รายการโดยที่แต่ละช่องมีนโยบายสัดส่วนประเภทรายการที่ออกอากาศแตกต่างกัน โดยสัดส่วนรายการโทรทัศน์ปี 2548 ของฟรีทีวี 6 ช่องปี 2548 จากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ(กกช.) พบว่าสัดส่วนรายการโทรทัศน์ประเภทข่าวและสาระเฉลี่ยที่ 51.24 % , รายการบันเทิง 34.24 % และรายการโฆษณา 14.52 %

ตารางที่ 5 แสดงสัดส่วนประเภทเนื้อหารายการที่ออกอากาศจริงของสถานีโทรทัศน์แต่ละช่อง					
สถานี	เวลาออกอากาศ	ข่าวและสาระ	บันเทิง	โฆษณา	รวม
	04.00 – 04.00 น.	33.29%	49.07%	17.64%	100%
	05.00 – 05.00 น.	45.89%	40.23%	13.88%	100%
	04.50 – 02.00 น.	33.83%	50.19%	15.98%	100%
	00.00 – 24.00 น.	50.91%	33.59%	15.50%	100%
	04.00 – 04.00 น.	91.97%	1.59%	6.44%	100%
	05.00 – 05.00 น.	51.55%	30.75%	17.70%	100%
เฉลี่ย		51.24%	34.24%	14.52%	100.00%
กองงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ – กกช.: 7 ตุลาคม 2548					

จะเห็นว่าสัดส่วนรายการประเภทบันเทิงมีค่าสูงในช่อง 3, 5, และ 7 ขณะที่ช่อง 9, 11 และ itv มีสัดส่วนรายการประเภทข่าวและสาระมากกว่า และเมื่อพิจารณาที่สัดส่วนรายการโฆษณาจะพบว่าทุกช่องมีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกันคือ 15-17 % โดยช่องที่มีโฆษณาสูงสุดคือช่อง itv (17.70 %)

ขณะที่งานศึกษาของโครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาวะของสังคม (Media Monitor) : กุมภาพันธ์ 2549 พิจารณาแบ่งประเภทรายการข่าวและรายการประเภทสาระออกจากกัน แบ่งกลุ่มรายการประเภทสาระบันเทิงออกจากกลุ่มรายการบันเทิง และพิจารณารายการประเภทบริการสินค้าและธุรกิจโดยคำนวณเป็นสัดส่วนรายการประเภทต่างๆ จากฟรีทีวีทั้ง 6 ช่องของปี 2549 พบว่า

ตารางที่ 6 แสดงสัดส่วนประเภทเนื้อหารายการที่ออกอากาศจริงของสถานีโทรทัศน์แต่ละช่อง					
สถานี/รายการ	ข่าว	สาระ	สาระบันเทิง	บันเทิง	บริการธุรกิจ
	37.21%	1.88%	12.64%	48.27%	0.00%
	23.04%	7.43%	23.82%	40.20%	5.52%
	15.08%	5.59%	12.40%	56.52%	10.41%
	25.48%	35.83%	13.27%	25.43%	3.95%
	34.33%	46.57%	6.92%	12.18%	0.00%
	23.78%	13.57%	20.95%	35.44%	6.27%
เฉลี่ย	26.16%	17.99%	14.96%	36.45%	4.44%
เฉลี่ย	44.15 %		51.41 %		4.44 %
โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาวะของสังคม (Media Monitor) :14 กุมภาพันธ์ 2549					

จากข้อมูลทั้งสองแหล่งภายในระยะเวลาใกล้เคียงกันพบว่า สัดส่วนรายการประเภทข่าวและสาระเฉลี่ยอยู่ที่ครึ่งหนึ่งของรายการทั้งหมด เช่นเดียวกับกับรายการบันเทิงและโฆษณา

จากการพิจารณาผังรายการโทรทัศน์ฟรีทีวี 6 ช่อง ในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2549 ปรากฏผลการวิจัย ดังนี้

ลักษณะโดยรวมของผัง

ในช่องต่างๆ ของสถานีโทรทัศน์ 6 ช่อง ที่ศึกษามีลักษณะดังต่อไปนี้ คือ

ก.ผังรายการวันปกติ (จันทร์-ศุกร์)

ตารางที่ 7 แสดงลักษณะการจัดผังของสถานีโทรทัศน์แต่ละช่อง (วันจันทร์-ศุกร์) : จากผังเดือนตุลาคม 2549						
ช่วงเวลา						
0.00-04.00	- ข่าว - ภาพยนตร์จีน - เพลงลูกทุ่ง - สารคดีเกษตร	- ข่าว - เพลงลูกทุ่ง - แม่กกาซีนศาสนา (พุทธ/อิสลาม)	- ข่าว - เพลงสตริง - แม่กกาซีนกีฬา - รายการแนะนำสินค้า	- ข่าว - แม่กกาซีนเบ็ดเตล็ด - เพลงลูกทุ่ง/สตริง - รายการแนะนำสินค้า - สารคดี	- เพลงไทยเดิม/คลาสสิก - แม่กกาซีนศาสนา(พุทธ/อิสลาม)	- วาไรตี้ - ข่าว - เพลงลูกทุ่ง/สตริง - แม่กกาซีนอาหาร-สุขภาพ-กีฬา - รายการแนะนำสินค้า
04.00-8.00	- ข่าว - แม่กกาซีนข่าว	- ข่าว - แม่กกาซีนข่าว - รายการแนะนำสินค้า	- แม่กกาซีนกีฬา - ข่าว - แม่กกาซีนข่าว	- แม่กกาซีนศาสนา (พุทธ/อิสลาม) - ข่าว - แม่กกาซีนสุขภาพ	- แม่กกาซีนศาสนา(พุทธ/อิสลาม) - ข่าว - การศึกษา	- แม่กกาซีนท่องเที่ยวครอบครัว - รายการแนะนำสินค้า
8.00-12.00	- แม่กกาซีนข่าว - แม่กกาซีนผู้หญิงและสุขภาพ - ข่าว	- แม่กกาซีนผู้หญิงและสุขภาพ - ข่าวบันเทิง - สารคดี	- ภาพยนตร์ - เกมโชว์ - ข่าว - ข่าวบันเทิง - เพลงสตริง/ลูกทุ่ง	- ข่าว - แม่กกาซีนหุ้นและเศรษฐกิจ - ละคร	- ทอล์คโชว์ - สารคดี - แม่กกาซีนการเมือง - แม่กกาซีนเศรษฐกิจ - ประชาสัมพันธ์หน่วยงานรัฐ - แม่กกาซีนศาสนา (พุทธอิสลาม)	- ข่าว - แม่กกาซีนข่าว - แม่กกาซีนผู้หญิง-อาหาร-สุขภาพ - วาไรตี้ - ละคร
12.00-16.00	- ข่าวบันเทิง - ละคร - เกมโชว์ - ตลก	- สารคดี - ข่าว - เพลงสตริง/ลูกทุ่ง - แม่กกาซีนเกษตร-อาชีพ	- เกมโชว์ - ละคร	- ข่าว - แม่กกาซีนไอที - แม่กกาซีนหุ้นและเศรษฐกิจ - แม่กกาซีนกีฬา	- ข่าว - แม่กกาซีนเกษตร-สุขภาพ-ท่องเที่ยว-อาชีพ-กฎหมาย - สารคดี	- ข่าว - สารคดี - ละคร - เพลงลูกทุ่ง/สตริง

ช่วงเวลา						
16.00-20.00 (primetime)	- รายการเด็ก/การ์ตูน - ภาพยนตร์จีน - ข่าว - ละคร	- แม็กกาซีนเกษตร - สารคดีสุขภาพ/เด็ก / ครอบครัว - เพลงลูกทุ่ง - ข่าว	- ละคร - แม็กกาซีนสุขภาพ-เด็ก - การ์ตูน - ข่าว	- แม็กกาซีนท่องเที่ยว-เด็ก-สุขภาพ-เกษตร - การ์ตูน - ข่าว - เกมโชว์ - ทอล์คโชว์ - สารคดี	- แม็กกาซีนเด็ก-สุขภาพ-ประวัติศาสตร์ - สารคดี - ข่าว	- ข่าว - เพลงลูกทุ่ง - แม็กกาซีนอาชีพ - โชว์ตลก - ละคร
20.00-24.00 (primetime)	- ข่าวบันเทิง - ละคร - วาไรตี้ - ทอล์คโชว์ - เกมโชว์ - แม็กกาซีน	- ข่าว - ละคร - วาไรตี้ - แม็กกาซีนบันเทิง - แม็กกาซีนข่าว - ทอล์คโชว์ - เกมโชว์ - เพลงลูกทุ่ง	- ละคร - เกมโชว์ - ทอล์คโชว์ - วาไรตี้ - สารคดี	- วิเคราะห์ข่าว - สารคดี - ทอล์คโชว์	- ข่าว - ทอล์คโชว์ - แม็กกาซีนข่าว - สารคดี - แม็กกาซีนเศรษฐกิจ	- ข่าว - ละคร - ทอล์คโชว์ - วาไรตี้ - เกมโชว์
หมายเหตุ						

ในช่วงวันจันทร์-ศุกร์สถานีโทรทัศน์แต่ละช่องมีการจัดผังรายการที่คล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะในช่วงเวลาไพรม์ไทม์นั้นพบว่าประเภทรายการมักเป็นรายการเพื่อความบันเทิงคือ ข่าว-ละคร-ทอล์คโชว์-วาไรตี้ และเกมโชว์ยกเว้นช่อง 11 ที่เน้นรายการข่าว สารคดี หรือแม็กกาซีนธุรกิจ

เมื่อพิจารณาช่วงเวลาต่างๆ พบว่าโดยรวมแล้วทางสถานีมักมีแนวทางการจัดผังรายการดังนี้

ตารางที่ 8 สรุปภาพรวมของประเภทรายการในช่วงเวลาต่างๆ (วันจันทร์-ศุกร์)	
ช่วงเวลา	ประเภทรายการ
0.00-4.00 น.	ข่าว แม็กกาซีนเพลงลูกทุ่ง/สตริง แนะนำสินค้า
4.00-8.00 น.	ข่าว แม็กกาซีนศาสนา
8.00-12.00 น.	ข่าว แม็กกาซีนข่าว-สุขภาพ-ผู้หญิง-เศรษฐกิจ
12.00-16.00 น.	ข่าว เด็ก แม็กกาซีนเด็ก-สุขภาพ ฯลฯ สารคดี ละคร
16.00-20.00 น.	ข่าว ละคร เกมโชว์ ทอล์คโชว์ วาไรตี้
20.00-24.00 น.	ข่าว ละคร เกมโชว์ ทอล์คโชว์ วาไรตี้
(เฉพาะวันจันทร์-ศุกร์: ตุลาคม 2549)	

รายการข่าวมักปรากฏอยู่ในทุกช่วงเวลา อย่างไรก็ตามหากไม่ใช่เฉพาะเวลาเช้า (6.00-8.00 น.) ช่วงเที่ยง (11.00-13.00 น.) และช่วงเย็น (18.00-20.00 น.) ซึ่งเป็นช่วงเวลารายการข่าวหลักที่แต่ละช่องจะนำเสนอโดยให้พื้นที่เวลามาก นอกเหนือจากนี้เป็นรายการข่าวต้นชั่วโมงระหว่างวันไม่เกินช่วงละ 5 นาทีโดยมักเป็นข่าวสั้น 2-3 ข่าวโดยเป็นข่าวต่างประเทศ ข่าวอาชญากรรม ข่าวภูมิภาคที่ขาดรายละเอียดของเนื้อหา และไม่สามารถออกอากาศได้ในช่วงเวลาข่าวหลัก ซึ่งมักเป็นเนื้อหาในระดับส่วนกลาง และระดับประเทศที่มักได้สัดส่วนเวลาและความลึกของเนื้อหามากกว่า

จากสถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 ช่อง มีเพียงช่อง 11 เท่านั้นที่มีรายการข่าวส่วนภูมิภาค (ทุกวันเวลา 16.30-17.00 น.) โดยรายงานจากแหล่งข่าวส่วนภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ ซึ่งเป็นรายการข่าวที่สามารถให้พื้นที่และสะท้อนถึงความหลากหลายของประชาชนในท้องถิ่นภูมิภาคต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

ข. ผังรายการวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์)

ตารางที่ 9 แสดงลักษณะการจัดผังของสถานีโทรทัศน์แต่ละช่อง (วันเสาร์-อาทิตย์) : จากผังเดือนตุลาคม 2549						
ช่วงเวลา						
0.00-04.00	- ข่าว - ภาพยนตร์จีน - แม็กกาซีนกีฬา - ภาพยนตร์	- ข่าว - เพลงลูกทุ่ง/สตริง - ประชาสัมพันธ์ส่วนราชการ	- เพลงต่างประเทศ - ข่าว - รายการแนะนำสินค้า - เพลงสตริง - แม็กกาซีนกีฬา	- ข่าว - เพลงลูกทุ่ง/สตริง - รายการแนะนำสินค้า - สารคดี	แม็กกาซีนศาสนาพุทธ/อิสลาม	- วาไรตี้ - ข่าว - เพลงลูกทุ่ง/สตริง - แม็กกาซีนสิ่งแวดล้อม - สารคดี - รายการแนะนำสินค้า
04.00-8.00	- ข่าว - แม็กกาซีนข่าว - สารคดีสิ่งแวดล้อม-ท่องเที่ยว	- รายการแนะนำสินค้า - แม็กกาซีนศาสนาอิสลาม - แม็กกาซีนข่าว - สารคดี - การ์ตูน	- ข่าว - รายการแนะนำสินค้า - การ์ตูน - แม็กกาซีนเด็ก-แม่ - สารคดี	- แม็กกาซีนศาสนา (พุทธ/อิสลาม) - แม็กกาซีนสิ่งแวดล้อม-เกษตร - การ์ตูน - วาไรตี้	- แม็กกาซีนศาสนา (พุทธ/อิสลาม) - ข่าว - การศึกษา	- แม็กกาซีนศาสนา (พุทธ) - สารคดี - ข่าว

ช่วงเวลา						
8.00-12.00	▪ วาไรตี้ ▪ ละคร ▪ ข่าวบันเทิง ▪ เกมโชว์ ▪ กีฬา	▪ สารคดี ▪ วาไรตี้ ▪ โชว์ ▪ แม็กกาซีน ▪ ท่องเที่ยว-สุขภาพ-ผู้หญิง	▪ ละคร ▪ ภาพยนตร์ ▪ ข่าว ▪ แม็กกาซีน ▪ แม่บ้าน	▪ การ์ตูน ▪ สารคดี ▪ ข่าวบันเทิง	▪ สารคดี ▪ วิทยาศาสตร์ ▪ แม็กกาซีน ▪ ท่องถิ่น-ชุมชน-สิ่งแวดล้อม ▪ ถ่ายทอดสด ▪ หน่วยงานรัฐ ▪ ทอล์คโชว์	▪ การ์ตูน ▪ วาไรตี้ ▪ แม็กกาซีน ▪ อาหาร-คน ▪ ข่าว ▪ แม็กกาซีน ▪ ไอที ▪ สารคดี
12.00-16.00	▪ ละคร ▪ เกมโชว์ ▪ วาไรตี้	▪ ข่าว ▪ สารคดี ▪ แม็กกาซีน ▪ ท่องเที่ยว-อาชีพ-ท้องถิ่น ▪ เกมโชว์	▪ โชว์ ▪ เกมโชว์ ▪ ข่าว ▪ ละคร ▪ ถ่ายทอดสด ▪ กีฬา ▪ แม็กกาซีน ▪ สุขภาพ	▪ ข่าว ▪ แม็กกาซีน ▪ บ้านและสินค้า ▪ สารคดี ▪ ถ่ายทอดสด ▪ กีฬา	▪ เพลงไทยเดิม ▪ ถ่ายทอดสด ▪ ประเพณีท้องถิ่น ▪ กีฬา ▪ แม็กกาซีน ▪ สุขภาพ ▪ สารคดี	▪ ละคร ▪ ข่าวบันเทิง ▪ วาไรตี้ ▪ เกมโชว์
ช่วงเวลา						
16.00-20.00 (primetime)	▪ เกมโชว์ ▪ ข่าว ▪ ละคร ▪ ภาพยนตร์ ▪ โชว์	▪ ละคร ▪ วาไรตี้ ▪ เกมโชว์ ▪ โชว์ ▪ ข่าวบันเทิง ▪ ข่าว	▪ แม็กกาซีน ▪ ดลก-ท่องเที่ยว ▪ โชว์ ▪ เกมโชว์ ▪ ข่าว ▪ ละคร	▪ ซิทคอม ▪ เกมโชว์ ▪ ข่าว	▪ ข่าวท้องถิ่น ▪ แม็กกาซีน ▪ อาชีพ ▪ สารคดี	▪ ข่าว ▪ ละคร ▪ เกมโชว์
20.00-24.00 (primetime)	▪ ละคร ▪ ภาพยนตร์ ▪ วาไรตี้ ▪ เกมโชว์	▪ ข่าว ▪ วาไรตี้ ▪ แม็กกาซีน ▪ ท่องเที่ยว ▪ เพลงลูกทุ่ง/สตริง ▪ ถ่ายทอดสด ▪ กีฬา	▪ ละคร ▪ วาไรตี้ ▪ ภาพยนตร์ ▪ ข่าว	▪ สารคดี ▪ ข่าวบันเทิง ▪ รายการพิเศษ ▪ เพลงสตริง	▪ ข่าว ▪ สารคดี ▪ เบ็ดเตล็ด ▪ ทอล์คโชว์ ▪ แม็กกาซีน ▪ เศรษฐกิจ ▪ ถ่ายทอดสด ▪ กีฬา	▪ ข่าว ▪ สารคดี ▪ ละคร ▪ ทอล์คโชว์ ▪ แม็กกาซีน ▪ บันเทิง
หมายเหตุ						

จากผลการศึกษาพบว่า ในช่วงเสาร์-อาทิตย์สถานีโทรทัศน์แต่ละช่องมีการจัดผังรายการที่ยังคงคล้ายคลึงกันโดยเฉพาะในช่วงเวลาไพรม์ไทม์นั้นพบว่าประเภทรายการมักเป็นรายการข่าว-

ละคร-ทอล์คโชว์-วาไรตี้ และเกมโชว์ยกเว้นช่อง 11 ที่เน้นรายการข่าว สารคดี แม็กกาซีนอาชีพหรือถ่ายทอดสดกีฬา

เมื่อพิจารณาช่วงเวลาต่างๆ พบว่าโดยรวมแล้วทางสถานีมักมีแนวทางการจัดผังรายการดังนี้

ตารางที่ 10 สรุปภาพรวมของประเภทรายการในช่วงเวลาต่างๆ (วันเสาร์-อาทิตย์)	
ช่วงเวลา	ประเภทรายการ
0.00-4.00 น.	ข่าว ภาพยนตร์ เพลงลูกทุ่ง แนะนำสินค้า ศาสนา
4.00-8.00 น.	ข่าว ศาสนา แม็กกาซีนสิ่งแวดล้อม-ท่องเที่ยว-แม่และเด็ก
8.00-12.00 น.	การ์ตูน สารคดี แม็กกาซีนท่องเที่ยว-สุขภาพ โชว์ วาไรตี้
12.00-16.00 น.	ข่าว เกมโชว์ ละคร วาไรตี้ แม็กกาซีนสุขภาพ-อาชีพ
16.00-20.00 น.	ข่าว เกมโชว์ วาไรตี้ ละคร โชว์
20.00-24.00 น.	ละคร ภาพยนตร์ วาไรตี้ เกมโชว์ แม็กกาซีนบันเทิง กีฬา
(เฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์:ตุลาคม 2549)	

ในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ รายการข่าวยังคงปรากฏอยู่ในทุกช่วงเวลาแต่ลดสัดส่วนลงและมักเป็นข่าวเบามากกว่าข่าวหนักโดยเฉพาะข่าวบันเทิง

โดยรวมพบว่ารายการประเภทบันเทิงมีมากกว่ารายการประเภทข่าวสารและสาระความรู้

2) รายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะ

คุณสมบัติแรกที่สำคัญของรายการโทรทัศน์ที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะนั้นคือการมองผู้ชมในฐานะพลเมือง (citizen) ของสังคมที่คำนึงถึงสิทธิหน้าที่ และเสรีภาพของผู้ชมในการได้รับข้อมูลข่าวสาร ความรู้และความบันเทิงที่มีคุณค่าต่อตัวเองและส่วนรวม ซึ่งแตกต่างจากรายการโทรทัศน์ที่มองผู้ชมในฐานะผู้บริโภค (consumer) ที่มุ่งเน้นสร้างบรรยากาศในการซื้อขาย การจำหน่ายสินค้า เพื่อการขายโฆษณาสินค้าที่มีผู้ชมเป็นฐานเรตติ้งในการตลาด และด้วยแนวคิดข้างต้นที่เน้นว่ารายการที่เป็นสาธารณะประโยชน์จะต้องคำนึงถึงการเสริมสร้างบูรณาการและความสมานฉันท์ในสังคมเป็นหลัก การให้พื้นที่ความคิดเห็น ความหลากหลาย การปราศจากการถูกควบคุมโดยกลไกรัฐบาล ระบบทุนตลาดหรือระบบการเมือง และต้องมีคุณภาพในด้านเนื้อหาด้วย

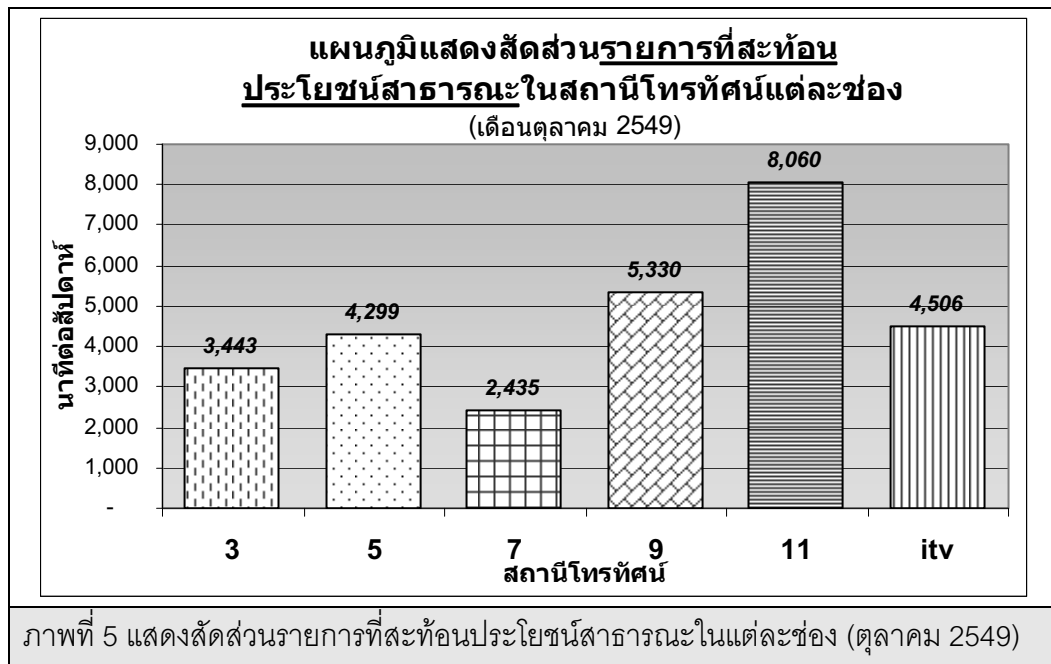
รายการที่สะท้อนผลประโยชน์สาธารณะตามแนวคิดกลุ่มที่เชื่อว่าผลประโยชน์สาธารณะจะต้องคำนึงถึงทุกๆ ภาคส่วนย่อยๆ รวมกัน

หากใช้ความคิดเรื่องผลประโยชน์สาธารณะในแนวคิดที่ค่อนข้างเป็นกลาง จากสำนัก Common Interest Theory ที่เชื่อว่า common interest พื้นฐานที่ทุกๆ คนควรจะมีนั่นคือประโยชน์สาธารณะ เช่น basic service อย่าง ประปา ไฟฟ้า การขนส่ง พลังงาน และสิ่งจำเป็นอื่นๆ (general welfare) และ อะไรก็ตามที่เป็นประโยชน์สำหรับประชาชนแล้ว ไม่ว่าจะเพื่อการศึกษากการให้ความรู้ ให้ข้อมูล หรือให้ความบันเทิง หากว่ามันไม่ได้ก่อให้เกิดผลกระทบภายนอกในแง่ลบกับสมาชิกที่เหลือแล้ว นั่นก็อาจจะเรียกได้ว่าเป็นรายการโทรทัศน์ที่สะท้อนผลประโยชน์สาธารณะได้เช่นกัน เช่นนี้แล้วรายการโทรทัศน์ในสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีของไทย 6 ช่องปัจจุบัน ออกอากาศเกือบ 24 ชั่วโมงต่อวันมีรายการที่มาน้อยเพียงไรที่สะท้อนสาธารณะประโยชน์บ้าง

ตารางที่ 11 แสดงสัดส่วนรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะในสถานีโทรทัศน์แต่ละช่อง (ตุลาคม 2549)ตามแนวคิดเรื่องผลประโยชน์สาธารณะกลุ่มที่ 1						
ช่อง						
ปริมาณ(นาทิต/สัปดาห์)	3,443	4,299	2,435	5,330	8,060	4,566
สัดส่วน(%)	35	43	24	53	80	45

จากการศึกษาผังรายการโทรทัศน์แต่ละช่องภายในเวลา 24 ชั่วโมงต่อวัน (10,080 นาที/สัปดาห์) พบว่า

- ช่องที่มีรายการโทรทัศน์ที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะมากที่สุดคือช่อง 11 คือ 80 % (8,060 นาที/สัปดาห์) รองลงมาคือช่อง 9 คือ 53 % (5,330 นาที/สัปดาห์), ช่อง itv คือ 45 % (4,506 นาที/สัปดาห์), ช่อง 5 คือ 43 % (4,299 นาที/สัปดาห์), ช่อง 3 คือ 35 % (3,443 นาที/สัปดาห์) และน้อยที่สุดคือช่อง 7 เพียง 24 % (2,435 นาที/สัปดาห์) ตามลำดับ



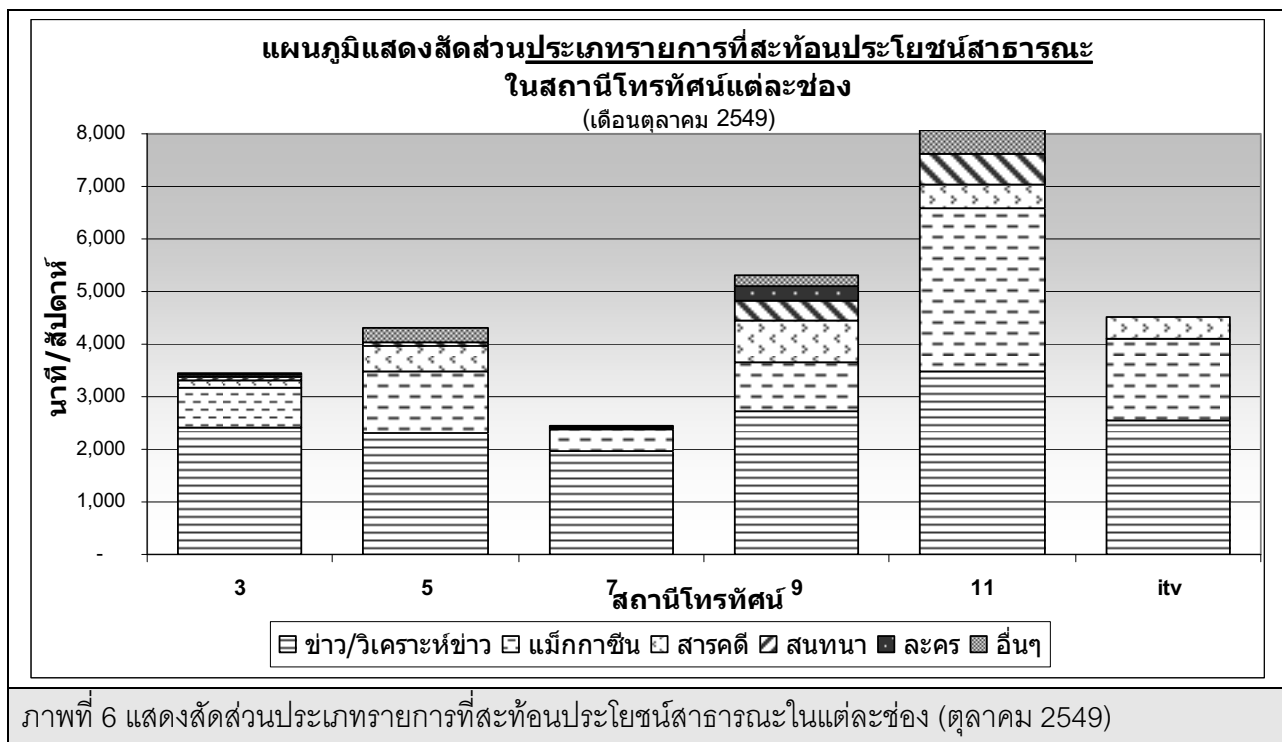
ทั้งนี้ สามารถดูรายละเอียดของชื่อรายการที่ได้พิจารณาว่าเป็น และไม่เป็นรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะได้ในภาคผนวก ค

เมื่อเปรียบเทียบรายละเอียดของประเภทและจำนวนรายการโทรทัศน์ที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะในแต่ละช่องสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 12 สรุปภาพรวมของประเภทรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะ						
รายการ/ช่อง						
ข่าว/วิเคราะห์ข่าว	2,403	2,295	1,975	2,710	3,470	2,551
แม่ก๊กาซีน	775	1,190	415	955	3,120	1,563
สารคดี	135	469	25	770	445	392
สนทนา	70	80	0	390	580	0
ละคร	30	15	0	275	0	0
อื่นๆ (โชว์/วาไรตี้)	30	250	20	220	445	0
รวม	3,443	4,299	2,435	5,320	8,060	4,506
หน่วย นาที่/สัปดาห์ (ข้อมูล: ตุลาคม 2549)						

จากการศึกษาพบว่าประเภทรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะมากที่สุดคือรายการประเภทข่าว/วิเคราะห์ข่าว สัดส่วนนี้รวมรายการข่าวทุกประเภท ทั้งข่าวภาคเช้า-เที่ยง-ค่ำ และรายการข่าวต้นชั่วโมง ซึ่งพบว่า

- รายการประเภทข่าว/วิเคราะห์ข่าว ช่อง 11 มีสัดส่วนรายการข่าวมากที่สุด (3,470 นาที/สัปดาห์) ตามด้วยช่อง 9 (2,710 นาที/สัปดาห์), ช่อง itv (2,551 นาที/สัปดาห์), ช่อง 3 (2,403 นาที/สัปดาห์) , ช่อง 5 (2,295 นาที/สัปดาห์) และน้อยที่สุดคือช่อง 7 (เพียง 1,975 นาที/สัปดาห์)
- รายการประเภทแม่กกาซีน สัดส่วนรายการแม่กกาซีนที่เป็นประโยชน์สาธารณะมากที่สุดคือช่อง 11 (3,120 นาที/สัปดาห์) รองลงมาคือช่อง itv (1,563 นาที/สัปดาห์), ช่อง 5 (1,190 นาที/สัปดาห์), ช่อง 9 (955 นาที/สัปดาห์), ช่อง 3 (775 นาที/สัปดาห์) และช่อง 7 (415 นาที/สัปดาห์)
- รายการประเภทสารคดี สัดส่วนรายการสารคดีที่เป็นประโยชน์สาธารณะมากที่สุดคือช่อง 9 (770 นาที/สัปดาห์) รองลงมาคือช่อง 5 (469 นาที/สัปดาห์), ช่อง 11 (445 นาที/สัปดาห์), ช่อง itv (392 นาที/สัปดาห์), ช่อง 3 (135 นาที/สัปดาห์) และช่อง 7 (เพียง 25 นาที/สัปดาห์)
- รายการประเภทสนทนา สัดส่วนรายการสนทนาที่เป็นประโยชน์สาธารณะมากที่สุดคือช่อง 9 (580 นาที/สัปดาห์) รองลงมาคือช่อง 11 (390 นาที/สัปดาห์), ช่อง 3 (70 นาที/สัปดาห์) ช่อง 5 (80 นาที/สัปดาห์), ช่อง 3 (70 นาที/สัปดาห์) ขณะที่ช่อง 7 และ itv ไม่มีรายการสนทนาที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะเลย
- รายการละคร มีเพียงช่อง 9 ช่อง 3 และช่อง 5 เท่านั้นที่มีละครที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะ
- รายการประเภทอื่นๆ อย่างรายการวาไรตี้ โชว์ที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะมากที่สุดคือ ช่อง 11 (445 นาที/สัปดาห์) รองลงมาคือช่อง 9 (220 นาที/สัปดาห์), ช่อง 5 (250 นาที/สัปดาห์)



1) รายการประเภทขาว/วิเคราะห์ขาว

รายการข่าวส่วนมากในสถานีโทรทัศน์ทุกช่องมีแนวโน้มที่จะจัดวางผังใกล้เคียงกัน โดยเน้นในช่วงเวลาที่มีผู้ชมมากที่สุดคือช่วงเวลาเช้า (6.00-8.00 น.) ช่วงเที่ยง (11.00-12.00 น.) และช่วงเย็น (18.00-20.00 น.) ในระหว่างวันจะจัดให้มีข่าวต้นชั่วโมงสั้นๆ 3-5 นาที ซึ่งเป็นข่าวทั่วไปที่เกี่ยวกับอาชญากรรม ต่างประเทศ ท้องถิ่น อุบัติเหตุ ฯลฯ มีลักษณะสั้นๆ ขาดรายละเอียดดังที่กล่าวไปแล้ว

นอกจากนี้ ปัจจุบันรูปแบบ/วิธีการนำเสนอเนื้อหาข่าวยังปรับเปลี่ยนจากการนำเสนอรายงานอย่างตรงไปตรงมาเป็นการพูดคุย บอกเล่าหรือที่เรียกว่า “คุยข่าว/สนทนาข่าว” มากขึ้น ซึ่งอาจทำให้สาระข่าวนั้นเข้าใจได้ง่ายขึ้น เป็นกันเองมากขึ้น แต่ทว่าเรื่องของเนื้อหา ความลึก รายละเอียดและข้อเท็จจริงตลอดจนความคิดเห็นส่วนตัวของผู้ประกาศข่าวแทรกเข้ามาอาจทำให้คุณภาพของเนื้อหาข่าวลดลงได้

เมื่อพิจารณารายการข่าวจากทุกช่องสถานีโทรทัศน์จะพบว่ามีความคล้ายคลึงกันมาก เพราะเน้นข่าวจากพื้นที่ส่วนกลาง คือกรุงเทพมหานครหรือเมืองหลวงในภูมิภาคอื่นๆ เป็นหลัก เช่นนี้อาจกล่าวได้ว่ารายการข่าวที่มีอยู่ในสถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 ช่องนี้ต่างก็ขาดความหลากหลาย

ของเนื้อหา ไม่ว่าจะชมจากช่องไหนก็มีลักษณะข่าวที่คล้ายคลึงกัน เฉพาะช่อง 11 เท่านั้นที่มีการรายงานข่าวจากส่วนภูมิภาคในทุกๆ วันตอนเย็น (16.30-17.00 น.)

ที่น่าสังเกตคือในรายการข่าวบางช่องนั้นจะมีสื่อบ้าง แทรกอยู่บ้าง มักเป็นเรื่องเกี่ยวกับการแนะนำอาชีพ บุคคลคนเก่งในแวดวงต่างๆ สภาพปัญหาของประชาชนในพื้นที่ต่างๆ หรือสื่อบ้างเกี่ยวกับผู้พิการ ตกทุกข์ได้ยาก หรือถูกทอดทิ้งจากสังคม ซึ่งมักมีความยาวไม่เกิน 5 นาที เนื้อหาเช่นนี้ควรเป็นพื้นที่ที่เป็นประโยชน์สาธารณะที่สำคัญที่แสดงให้เห็นถึงความหลากหลายของชนชั้นประชาชนที่แตกต่างกันไป เช่นสื่อบ้างชีวิตในข่าวภาคค่ำช่อง 7, หรือทุกข์ชาวบ้านในข่าวภาคค่ำช่อง itv

ที่น่าสนใจคือรายการประเภทวิเคราะห์ข่าวที่ไม่เพียงแต่รายงานหรือพูดคุยเล่าข่าว แต่วิเคราะห์ให้เห็นแนวโน้มต่อไปในอนาคต อธิบายเบื้องลึกเบื้องหลังของข่าว รายการวิเคราะห์แบบนี้ แทบไม่มีในสถานีโทรทัศน์ทั้งหกช่องเลย ที่พบคือรายการ “ซีพีจอร์นัล” ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 เท่านั้นซึ่งเป็นรายการวิเคราะห์ข่าวต่างประเทศ/ในประเทศที่ให้ข้อมูลที่ลึกกว่ารายการข่าวทั่วไป ขณะที่รายการที่ดูเหมือนจะเป็นรายการวิเคราะห์ข่าวอย่าง ITV Hotnews หรือรายการคุยคุ้ยข่าว นั้นกลับทำได้เพียงแค่คุยข่าว/สนทนาข่าวเท่านั้น ไม่เลยไปถึงขั้นวิเคราะห์ข่าวหรือหากจะมีก็ไม่สม่ำเสมอทุกตอนแต่อย่างใด

สภาพปัญหาหนึ่งของรายการข่าวในโทรทัศน์ปัจจุบันคือการ “อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์” ซึ่งทำให้ข่าวโทรทัศน์ที่เคยมีจุดแข็งในด้านความเร็วข่าวสารถูกละเลยไป ขาดความทันสมัย เนื้อหาข่าวเก่าถูกหมุนเวียนอ่านซ้ำไปมาในแต่ละรายการภายในช่องเดียวกัน ลักษณะที่เห็นได้ชัดคือเนื้อหาข่าวรายการข่าวในช่วงเช้า ช่วงเที่ยง และช่วงเย็นเรื่อยไปจนถึงดึกนั้น หากเป็นข่าวการเมืองหรือเศรษฐกิจส่วนกลาง/ระดับประเทศแล้วก็สามารถพบได้ในทุกช่วงตลอดวัน เช่นนี้แล้วความเร็วของรายการข่าวโทรทัศน์จึงอาจเป็นข้อบกพร่องหนึ่งที่เกิดจากการใช้แหล่งข้อมูลจากหนังสือพิมพ์เป็นหลัก

สิ่งที่น่าสนใจอย่างหนึ่งคือปัจจุบันเกิดรายการประเภท “คุยข่าว” มากขึ้น เพื่อสร้างความน่าสนใจในเนื้อหาข่าว สร้างความรู้สึกเป็นกันเองระหว่างผู้รายงานข่าวและผู้ชม ซึ่งถือได้ว่าเป็นวิธีการนำเสนอข่าวอย่างหนึ่งที่นิยมกัน มักใช้ในช่วงข่าวตอนเช้าและเย็น เช่นรายการเรื่องเล่าเช้านี้ เรื่องเด่นเย็นนี้ช่อง 3 สถานีสนามเป้า หรือ รายการเช้าวันนี้ที่เมืองไทยช่อง 5 รายการจุมกมด ช่อง 7 รายการคุยคุ้ยข่าว ช่อง 9 รายการร้านชายามเช้า หรือตีข่าวเล่าความ ช่อง itv โดยอาจทำเสียง

ต่อการสอดแทรกความคิดเห็นส่วนตัวของผู้ประกาศข่าวลงไป ซึ่งอาจส่งผลต่อข่าวในบางเรื่องที่มีประเด็นขัดแย้งทางความคิดรุนแรง โดยเฉพาะในข่าวการเมือง นอกจากนี้ด้วยวิธีการเล่าข่าวพูดคุยนี้นั้นในทางหนึ่งอาจทำให้สาระใจความของเนื้อหาข่าวถูกละเลยไปได้เช่นกัน

ปัญหาเรื่องการใช้แหล่งข่าวในรายการโทรทัศน์นี้เคยมีการศึกษามาก่อนหน้านี้แล้วใน สื่อวิทยุ : ปัญหาที่พบ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง วิทยุภาพ เอ เอ็ม คือ รายการข่าวที่ผู้ประกาศจะใช้วิธีอ่านเนื้อหาข่าวจากหนังสือพิมพ์ โดยใช้การนำเสนอที่ใส่อารมณ์ความรู้สึกมากเกินไป

2) รายการแม็กกาซีน

รายการประเภทแม็กกาซีนเป็นรูปแบบรายการที่มักพบเนื้อหาประโยชน์สาธารณะรองลงมาจากรายการประเภทข่าว/วิเคราะห์ข่าว เนื้อหาส่วนมากอยู่ที่ การเกษตรกรรม ศาสนา อาชีพ สุขภาพ ศิลปะวัฒนธรรม ท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อม โดยมักจัดผังอยู่ในช่วงตอนเช้า สาย กลางวัน และก่อนเย็น อย่างไรก็ตามเนื้อหาทั้งหมดข้างต้นนี้ยังคงเป็นเนื้อหาที่เน้นลักษณะความเป็น “คนเมือง” มากกว่า “คนชนบท” หรือความเป็นลักษณะเน้นกลุ่มผู้ชมแบบ “ประชาชนทั่วๆ ไป” มากกว่าที่จะเน้นกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ

รายการแม็กกาซีนเกี่ยวกับอาชีพนั้นมักมีเนื้อหาเกี่ยวกับด้านการเกษตรกรรม การประกอบอาชีพหัตถกรรม หรือสินค้าในชุมชนอย่างโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การขายสินค้าพื้นบ้านซึ่งถือว่าการสนับสนุนและให้ความรู้ทางด้านเศรษฐกิจชุมชนได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามดูเหมือนว่าในแง่ของรายการเกี่ยวกับอาชีพของชนชั้นกลางนั้นดูจะถูกกลืนไปบ้าง

รายการแม็กกาซีนเกี่ยวกับผู้หญิงและสุขภาพนั้นมีสัดส่วนปริมาณมากในเกือบทุกๆ ช่อง โดยเฉพาะในช่อง 3 ที่เรียกว่าช่วงเวลาตั้งแต่ 8.30-11.00 น. ของทุกๆ วันเป็นเวลาของกลุ่มผู้ชมผู้หญิง และมักใช้รูปแบบการนำเสนอแบบสนทนาพูดคุย เนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพ ความงาม ข่าวสารทั่วไปที่มีเพศหญิงเป็นบทบาทสำคัญ และแน่นอนว่าเนื้อหาส่วนใหญ่เน้นผู้หญิงช่วงวัยรุ่น-กลางคน มากกว่าที่จะมีรายการผู้หญิงวัยสูงอายุซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการขาดความหลากหลายในระดับอายุของผู้ชม เช่นรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” “30 ยิ่งแจ๋ว” ในช่อง 3, “เพราะฉันคือผู้หญิง”, “สุกรีนมีส์ไตร์”, “I woman” ทางช่อง itv เป็นต้น

รายการแม็กกาซีนที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเด็กนั้น พบมากในช่อง 11 และช่อง 9 ขณะที่ช่องที่เหลือนั้นมีรายการเด็กน้อยมากบางช่องก็เน้นเป็นการตุนนำเข้าซึ่งแทบไม่มีสาระใดเลย¹⁸ และยังคงมีรูปแบบที่คล้ายคลึงกันคือเน้นการแสดงออก ความรู้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ สังคม การศึกษาทั่วไป และยังคงเน้นความเป็น “เด็กเมือง” มากกว่า “เด็กชนบท” กล่าวคือภาพลักษณ์ของเด็กที่เข้ามามีส่วนร่วมกับการรายการ หรือเนื้อหาที่รายการต้องการสื่อออกไปนั้นมีลักษณะทางภูมิศาสตร์ตรงไปยังเด็กกรุงเทพฯ มากกว่าเด็กต่างจังหวัด¹⁹ (ในแง่ของความสนใจ วัฒนธรรม วิถีชีวิต เรื่องราวในชีวิตประจำวัน กิจกรรม ค่านิยม)

¹⁸ จากผลการศึกษารายการโทรทัศน์เด็กของโครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาวะของสังคม (media monitor) เดือนกุมภาพันธ์ 2549 เรื่อง “รายการโทรทัศน์เด็ก” พบลักษณะทั่วไปของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กดังนี้

1. จาก 6 ช่องสถานีโทรทัศน์ มีรายการโทรทัศน์เฉพาะสำหรับเด็กช่วงอายุ 3-12 ปี รวมทั้งสิ้น 62 รายการ คิดเป็น 3,040 นาที หรือร้อยละ 5.2 ของเวลาออกอากาศทั้งหมดในหนึ่งสัปดาห์
2. สถานีที่มีสัดส่วนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมากที่สุดคือ ช่อง 7 (1,085 นาที/สัปดาห์) หรือร้อยละ 10.8 ของเวลาทั้งหมดที่สถานีออกอากาศ และน้อยที่สุดคือช่อง 3 (230 นาที/สัปดาห์) หรือร้อยละ 2.3 ของเวลาทั้งหมดที่สถานีออกอากาศ
3. รูปแบบรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่มีมากที่สุดคือ รูปแบบการ์ตูน/ภาพยนตร์แนวการ์ตูน (1,670 นาที/สัปดาห์) หรือร้อยละ 54.9 ของสัดส่วนรายการเด็กทั้งหมด น้อยที่สุดคือ รูปแบบการแสดงออกของเด็ก (85 นาที/สัปดาห์) หรือร้อยละ 2.8 ของรายการเด็กทั้งหมด
4. รายการที่มีเนื้อหาผลิตจากต่างประเทศส่วนใหญ่มักเป็นรูปแบบการ์ตูน/ภาพยนตร์แนวการ์ตูนมากถึง 17 รายการ ขณะที่รายการที่มีเนื้อหาผลิตภายในประเทศมากที่สุดคือ รูปแบบวาไรตี้ (10 รายการ)
5. 2 ใน 3 ของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กทั้งหมดผลิตขึ้นภายในประเทศ

¹⁹ จากผลการศึกษารายการโทรทัศน์เด็กของโครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาวะของสังคม (media monitor) เดือนกุมภาพันธ์ 2549 เรื่อง “รายการโทรทัศน์เด็ก” พบลักษณะเนื้อหาของรายการเด็กมักมีลักษณะดังนี้

1. พบรายการละครสำหรับเด็กในปริมาณน้อยมาก ละครเท่าที่นำเสนออยู่มักเป็นเรื่องราวเหนือจริง (Fantasy) อิทธิฤทธิ์และเวทย์มนต์ และมักไม่สอดคล้องกับความรู้
2. ลักษณะการให้ความรู้ในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ส่วนใหญ่ยังคงอยู่ในระดับต้นคือ การให้ความรู้ขั้น ใช้งาน ความจำ, การจำแนกแยกแยะ, ความเข้าใจ ส่วนการพัฒนาความรู้ขั้น การจำแนกแยกแยะ ไปจนถึง การประยุกต์ มักพบในรายการวาไรตี้หรือนิตยสารทางอากาศที่เน้นการสาธิตหรือสอนการประดิษฐ์ ส่วนการให้ความรู้ขั้นวิเคราะห์ – สังเคราะห์พบว่ามีน้อย และมักปรากฏในรายการประเภทตอบปัญหา/เกม
3. พบเนื้อหาด้านความรุนแรงในรายการการ์ตูนบางเรื่อง (โดยเฉพาะจากการ์ตูนญี่ปุ่น)
4. ระดับการมีส่วนร่วมของเด็กในรายการโทรทัศน์ขึ้นอยู่กับรูปแบบรายการเป็นหลัก รายการที่มีระดับการมีส่วนร่วมของเด็กสูงคือ รายการการแสดงออกของเด็ก รองลงมาคือ เกม/การตอบปัญหา สารคดี และรายการรูปแบบวาไรตี้ ตามลำดับขณะที่รายการรูปแบบละคร การ์ตูน/ภาพยนตร์แนวการ์ตูน และรายการรูปแบบแม็กกาซีนมีระดับการมีส่วนร่วมของเด็กค่อนข้างต่ำ
5. ลักษณะอันพึงประสงค์ของเด็กที่สอดคล้องกับเนื้อหาของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กพบว่า ส่วนใหญ่นำมาเสริมสร้างสติปัญญา ไหวพริบในการแก้ปัญหา ความรู้ความเข้าใจในประวัติศาสตร์ไทย การอนุรักษ์ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมประเพณี รองลงมาคือ เนื้อหาที่เน้นการเสริมสร้างความสัมพันธ์กับผู้คนรอบข้างหรือสังคม ส่วนลักษณะอื่นๆ เช่น การรู้จักบทบาท หน้าที่ ความเข้าใจในศาสนาและจริยธรรมธรรมพบได้น้อย

รายการเด็กที่โด่งดังอย่างรายการ “เกมทศกัณฐ์เด็ก” นั้นแม้จะดูแล้วมีประโยชน์แต่ทว่าก็ไม่ถูกนำมาพิจารณาในแง่ที่มองผู้ชมเด็กเป็นพลเมือง(แบบเด็กๆ)ได้ เพราะมีลักษณะที่มุ่งเน้นไปเพื่อการค้าและธุรกิจเสียมากกว่า²⁰ โดยพิจารณาเด็กในฐานะ “วัตถุเพื่อขายสินค้า” ด้วยและรายการเด็กอย่าง “สู้เพื่อแม่” ถึงแม้จะให้เด็กได้แสดงออกความสามารถต่างๆ แต่ก็ยังผูกโยงกับการขายสินค้ามากมายและมีเด็กเป็นเพียง “ร่างทรงโฆษณา” เท่านั้น ข้อวินิจฉัยนี้อาจเปรียบเทียบให้เห็นได้ชัดเจนกับรายการเด็กอย่าง “มิลินทปัญหา”, “บันทึกละมั่ง”, “คิดดีคิดสนุก”, “คิดดีคิดสนุก” ช่อง 7 หรือ “นักประดิษฐ์”, “เด็กช่างคิด”, “ฟาร์มแสนสุข”, “ยูเรก้า” ในช่อง 9, รายการ “รากแก้วประชาธิปไตย”, “ประตูปานเล็ก” เยาวชนคนสร้างชาติ, “ตามรอยคุณตา”, “มูมทอล์คโชว์ วิทยุ”, “เส้นทางกีฬา”, “ประวัติศาสตร์นอกตำรา”, “โลกใบจิ๋ว”, “บ้านเด็กดี/รอบรู้คู่สาระ”, “คิดส์ออนไลน์”, “ขบวนการนักอ่าน”, “แก๊งเด็กสนุก/ครอบครัวตัวอย่าง”, “สมองซีกซ้าย” ในช่อง 11 ที่ถือว่า “ไร้แนวคิดเรื่องระบบโฆษณา-ธุรกิจ” แอบแฝงมากที่สุดในบรรดรายการเด็กทั้งหมด

รายการแม็กกาซีนที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความมั่นคงของรัฐ พบในสัดส่วนน้อย อย่างเช่นรายการร้อยใจไทยได้ร่มเย็น, จารึกไว้ในแผ่นดิน, สามัคคี 4 เหล่า, ปล.รักเมืองไทย ทางช่อง 5 ขณะที่รายการที่มีเนื้อหาทางด้านการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตยนั้นกลับพบมากในช่อง 11 อย่างรายการมองรัฐสภา, รัฐสภาของประชาชน, สัมมนาทัศน์, ไปดูผู้แทนหรือรากแก้วประชาธิปไตย

ที่น่าสังเกตคือรายการที่เกี่ยวกับศาสนานั้น มักออกอากาศในช่วงตอนเช้าตรู่ (4.00-5.00 น.) ในเกือบทุกช่อง โดยเน้นศาสนาพุทธ และอิสลามซึ่งมีลักษณะที่คล้ายสารคดีเช่นรายการ “มุสลิมไทม์” ในช่อง 5 รายการ “วิถีอิสลาม”, “โลกมุสลิม”, “รวมภวนไนท์” ในช่อง 9 และพยายามให้ความรู้ทั่วไป หรือหากเป็นรายการศาสนาพุทธก็มักใช้รูปแบบการพูดคุย สัมภาษณ์ หรือพระเทศน์ให้ฟัง

²⁰ จากผลการศึกษารายการโทรทัศน์เด็กของโครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาวะของสังคม (media monitor) เดือนกุมภาพันธ์ 2549 เรื่อง “รายการโทรทัศน์เด็ก”

รายการที่มีสัดส่วนโฆษณามากที่สุด คือ รายการรูปแบบตอบปัญหา/เกม คิดเป็นค่าเฉลี่ยประมาณ 14 นาที/ชั่วโมง รองลงมา คือ รายการละครเฉลี่ยประมาณ 11 นาที/ชั่วโมง, การ์ตูน/ภาพยนตร์แนวการ์ตูนและรายการวาไรตี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือประมาณ 8 นาที/ชั่วโมง, รายการสารคดีเฉลี่ยประมาณ 7.8 นาที/ชั่วโมง, นิตยสารทางอากาศเฉลี่ยประมาณ 9.7 นาที/ชั่วโมง และรายการที่มีสัดส่วนการโฆษณาน้อยที่สุด คือ รายการการแสดงออกของเด็กเฉลี่ยประมาณ 5.6 นาที/ชั่วโมง

3) รายการสารคดี

รายการประเภทสารคดีในสถานีโทรทัศน์ไทยมีเนื้อหาจำกัดเน้นอยู่ที่ วิทยาศาสตร์ ประวัติศาสตร์ และสังคมศาสตร์ หากพิจารณารายการสารคดีที่สะท้อนปัญหาสังคมแล้วอาจมีเพียงไม่กี่รายการอย่าง “เรื่องจริงผ่านจอ” ในช่อง 7, “ถอดรหัส” ช่อง itv หรือ “คนค้นคน”, “หลุมดำ” ทางช่อง 9 นอกจากนั้นเป็นสารคดีที่มีเป้าเพื่อให้ความรู้และการศึกษาเช่นรายการ “My Sci” ช่อง 11, “สำรวจโลก” ช่อง 5 และรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” ช่อง 3 หรือ “กบนอกกะลา” ในช่อง 9

อย่างไรก็ตาม โดยรวมก็ถือว่ารายการสารคดียังเป็นที่รายการขาดแคลนอยู่ในผังรายการโทรทัศน์เมืองไทย

ความน่าสนใจอยู่ที่ว่ารายการประเภทสารคดีที่ควรสะท้อนปัญหาสังคมนั้นมีน้อยมาก เพียงสองรายการข้างต้น ซึ่งใช้วิธีการนำเสนอในรูปแบบเชิงข่าวสืบสวน ซึ่งเป็นรายการหลักๆ ในประเทศที่พัฒนาแล้วในการตรวจสอบหาข้อเท็จจริงประโยชน์สาธารณะ เพราะเนื้อหาเน้นสะท้อนปัญหาสังคมด้านศีลธรรม จริยธรรม และคุณธรรม แต่รายการสารคดีบ้านเรากลับมีรายการสารคดีที่เน้นไปถึงความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ ประวัติศาสตร์ต่างประเทศ (โดยเฉพาะในรายการท่องเที่ยว) หากมีประวัติศาสตร์ในประเทศก็มักนำไปในช่วงดึกหลังเที่ยงคืนหรือเช้ามืดวันเสาร์-อาทิตย์ และมักมีรูปแบบการนำเสนอที่ขาดความน่าสนใจ นอกจากนั้นแล้วยังมีลักษณะที่ขาดความเป็น “ประวัติศาสตร์ร่วมสมัย” (Contemporary Historical) เพราะเน้นเพียงแต่ประวัติศาสตร์ตามแบบแผน/ตำราเรียนเสียมาก ซึ่งอาจทำให้เมื่อต้องการนำเสนอให้เกิดความน่าสนใจหรือความน่าสนใจให้ง่าย กลับกลายเป็นเรื่องยากไป และเช่นเดียวที่ประวัติศาสตร์ที่วาก็มักเป็นประวัติศาสตร์ส่วนกลาง-คนส่วนใหญ่อยู่

4) รายการประเภทสนทนา

รายการสนทนาที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะนั้นมีสัดส่วนที่ต่ำมากในผังโทรทัศน์ไทย สัดส่วนรายการสารคดีที่เป็นประโยชน์สาธารณะมากที่สุดคือ ช่อง 9 (630 นาที/สัปดาห์) นั้นมาจากรายการสุริวิภา, The Iconปรากฏการณ์คน, V.I.P. และรายการถึงลูกถึงคน ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าสนใจอย่างยิ่งสำหรับการนำเสนอรูปแบบรายการประเภทสนทนาที่พยายามทำให้ “รสชาติ” หรือ “ความเข้มข้น” ในการเลือกชมแตกต่างกันหลายรส

รายการที่ดูว่าจะเป็นประโยชน์สาธารณะแท้จริงอย่างถึงลูกถึงคนนั้นกล่าวได้ว่าเป็นรายการ “ต้นแบบเวทีสาธารณะที่ยังคงเหลือ” อยู่ในโทรทัศน์ประเทศไทย หากไม่คำนึงถึงรายการที่

เคยถูกยุบ/ปิดไปในอดีตอย่างรายการ “ขอคิดด้วยคน” หรือ “มองต่างมุม” จากช่อง 11 ความแตกต่างที่สำคัญของรายการสนทนาถึงลูกถึงคนกับรายการสนทนาทั่วๆ ไปอยู่ตรงที่ รายการสนทนาอย่างสุริวิภา, The Iconปรากฏการณ์คน, V.I.P. นั้นสร้างประโยชน์สาธารณะได้ในระดับเพียงการให้ “ความรู้” จากประสบการณ์ชีวิตของบุคคลที่น่าสนใจเท่านั้น ซึ่งในทางหนึ่งบุคคลที่มาเป็นแขกรับเชิญเหล่านี้ต่างก็มี “สถานภาพและบทบาททางสังคม” ที่สะท้อนให้เห็น “ระดับชนชั้น” อยู่ดังนี้

ตารางที่ 13 การวิเคราะห์รายการสนทนาที่สะท้อนให้เห็นระดับชนชั้น

รายการ	แนวคิดตัวสาร(Concepts & Message)	แขกรับเชิญ
“สุริวิภา”	ประสบการณ์ชีวิต การทำงาน สิ่งที่น่าสนใจแนวคิด หลักคิดในการทำงาน และแง่คิดการใช้ชีวิต การต่อสู้ดิ้นรนกับความยากลำบาก	ชนชั้นนำในแวดวงสังคม ธุรกิจอาชีพต่างๆ
“The Icon”		คนที่ประสบความสำเร็จในอาชีพต่างๆ บันเทิง รัฐเอกชน ngo ในหน่วยงานองค์กรต่างๆ
“V.I.P.”		คนจน คนสู้ชีวิต คนพิการ คนที่มีประสบการณ์ชีวิต ความสำเร็จในชีวิต

ประเด็นที่น่าสังเกตคือรายการเหล่านี้ ทั้งหมดเป็น “ประโยชน์สาธารณะแท้” ที่ทุกๆ คนสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ หรือเป็น “ประโยชน์สาธารณะเทียม” ที่แท้จริงเป็นเพียงเวทีกลางที่เปิด “แสดงโชว์” (display) และตอกย้ำภาพความสำเร็จ (successful image) ของชนชั้นนำเหล่านั้น เพราะแท้จริงก็เป็นเพียงการนำเอาความเป็นภาพตัวแทนของชนชั้นนำ (elite class) ในแต่ละระดับซึ่งได้วางกลุ่มเป้าหมายผู้ชมให้สอดคล้องกับรสนิยม ระดับรายได้ อาชีพ การศึกษา เอาไว้แล้ว เช่นรายการสุริวิภาอาจมีกลุ่มผู้ชมที่เป็นคนที่มีการศึกษา อยู่ในแวดวงไฮโซ สังคมชั้นสูง ขณะที่รายการ The Icon นั้นก็วางกลุ่มผู้ชมในแวดวงวิชาชีพทุกวงการที่น่าสนใจ ทั้งข้าราชการ และหน่วยงานเอกชน ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ และเป็นคนชั้นกลาง ขณะที่รายการ V.I.P. นั้นอาจมีกลุ่มผู้ชมชั้นล่าง ที่มีการศึกษาน้อยรายได้ปานกลางถึงต่ำ เพราะเน้นเรื่องชีวิตคนชั้นกลาง-ล่างที่ประสบความสำเร็จในการต่อสู้กับความยากลำบากในเรื่องต่างๆ

ในแง่นี้ กาญจนา แก้วเทพ (“การสื่อสารกับพื้นที่สาธารณะ : ทศนะของ Habermas,” ในมองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่, ,2543) อธิบายเปรียบเทียบระหว่างประเภทของสื่อโทรทัศน์กับสื่อวิทยุว่า สื่อโทรทัศน์จะเอื้อต่อการสร้างพื้นที่สาธารณะมากกว่าวิทยุ เนื่องจากโทรทัศน์สามารถจัดรูปแบบจาก ผู้ดำเนินรายการ เนื้อหาและการเปิดให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมโดยตรง เช่น

เข้ามานั่งในห้องส่ง และโดยทางอ้อม เช่น การโทรศัพท์สายตรงไปยังรายการถ่ายทอดสด ได้มากกว่าวิทยุ ซึ่งมีข้อจำกัดด้านโครงสร้างและนโยบายของสถานี และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างรูปแบบรายการนั้นพบว่า รูปแบบรายการสนทนานั้นจะเปิดพื้นที่ที่สาธารณะได้ดีกว่ารูปแบบโฆษณา เพราะในรูปแบบสนทนานั้นแม้ว่านักการเมืองเป็นตัวละคร แต่ก็ไม้อาจจะควบคุมบทสนทนาได้และรูปแบบดังกล่าวยังเป็นการสื่อสารแบบสองทางที่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมได้ ส่วนรูปแบบโฆษณานั้นเป็นเพียงเวทีสาธารณะปลอม ๆ (pseudo-public sphere) ที่นักการเมืองจะใช้สร้างภาพลักษณ์เป็นส่วนใหญ่

ในแง่มุมหนึ่งจึงไม่สามารถปฏิเสธได้ว่ารายการสนทนาอย่างสุวิภา, The Icon, VIP หรือถึงลูกถึงคนในช่อง 9 หรือรายการเจาะใจในช่อง 5 หรือรายการสนทนาอื่นๆ จากช่องที่เหลื่อ บางครั้งก็เป็นเพียง “เวทีโชว์” ให้นักแสดงสาธารณะ นักการเมือง คนดัง ดารา นักร้อง ศิลปิน หรือคนในชนชั้นและแวดวงอาชีพต่างๆ ได้มา “แสดงตัว” บนพื้นที่สาธารณะนี้ได้โดยไม่ต้องคำนึงว่า “สาธารณะชน” จะได้ประโยชน์มากน้อยเพียงไร เพราะที่แน่ๆ ในทางหนึ่งการปรากฏตัวบนพื้นที่สาธารณะของบุคคลเหล่านี้ก็ได้สร้าง “ประโยชน์ส่วนตนในชื่อเสียง” ของพวกเขาด้วยโดยปริยาย

สิ่งที่ควรระมัดระวังคือ การให้พื้นที่ที่สาธารณะได้ใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่และมีคุณภาพนั้นไม่จำเป็นต้องผูกโยงสัมพันธ์กับความเป็นบุคคลสาธารณะ (public figure) เท่านั้น แต่สามารถผูกโยงกับคนธรรมดา (หรือประชาชนทั่วไป) ที่ได้รับผลกระทบจากเรื่องราว/ประเด็น/นโยบายสาธารณะต่างหาก

กรณีรายการประเภทสนทนานี้เป็นตัวอย่างที่ดีที่สะท้อนถึงแนวคิดเรื่องการใช้พื้นที่สาธารณะในสื่อมากกว่าในรายการประเภทอื่นๆ เพราะรายการสนทนานั้นจะมี “พื้นที่สาธารณะทางกายภาพ” ที่ชัดเจน (physical space) เพราะลักษณะเฉพาะของรายการคือ “ความเป็นรายการที่ต้องพูดคุย” (talkable program) มีบทสนทนาเป็นเนื้อหาหลักของรายการ ฉากในรายการจึงจำเป็นต้องมีพื้นที่เช่นโต๊ะ เก้าอี้ ที่มี “พื้นที่ว่าง” เว้นไว้สำหรับแขกรับเชิญที่มาพูดคุยใน “เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับสาธารณะ” ซึ่งถือว่าเป็นพื้นที่สาธารณะทางประเด็น/เนื้อหา (content/issues) มีคำถามที่รอคำตอบที่เปิดกว้างเอาไว้เพื่อแสดงความคิดเห็น

ความแตกต่างที่สำคัญระหว่างรายการประเภทสนทนาที่นำดารามาพูดคุยสัมภาษณ์กับรายการสนทนาทั่วไปที่เชิญบุคคลทั่วไปมาพูดคุยนั้นอยู่ที่ “การบูรณาการสังคม” พูดให้ง่ายคือรายการที่นำดารา บุคคลในแวดวงไฮโซ สังคมชั้นสูงนั้น อาจ “แลดูมีคุณค่าและสาระ” จริงแต่ทว่า

ไม่สามารถแสดงให้เห็นปัญหา/ประเด็นสาธารณะได้ ประโยชน์เบื้องหลังของคุณค่าและสาระที่แท้จริงถูกเคลือบไปด้วยการสร้างภาพลักษณ์ของบุคคลเหล่านี้ให้ดูมีค่า “โดดเด่นดัง” มากขึ้นไปให้กลายเป็น “ผู้ที่มีชื่อเสียง” (celebrities) ขณะที่การนำบุคคลทั่วไปมาพูดคุยนั้น บุคคลเหล่านี้จะต้องมีความผูกพันกับเรื่องที่จะพูดในฐานะผู้ที่เกี่ยวข้องกับประเด็น/เรื่องราวสาธารณะ ไม่ว่าจะเป็นผู้กระทำหรือถูกกระทำ ความน่าสนใจของรายการถูกกำหนดความสนใจจากเนื้อหา/เรื่องราวที่จะนำมาพูด มากกว่าที่บุคคลผู้พูดซึ่งต้องมีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์มากเพียงพอต่อสาธารณชน

5) รายการละคร

ในสถานีโทรทัศน์ทั้งหมด 6 ช่องมีรายการละครเพียงสองสามเรื่องที่พอสะท้อนผลประโยชน์สาธารณะได้บ้าง เช่นละครเรื่อง “สี่แผ่นดิน” ในช่อง 3 และช่อง 9 ซึ่งต่างก็เป็นละครวัยรุ่น มีเนื้อหาสะท้อนประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมสังคม การเมืองในกลางยุครัตนโกสินทร์จนรัชกาลที่ 9 ขณะที่รายการละครอย่าง “น้องใหม่ร้ายบริสุทธิ์” หรือ “พลังนักศึกษา” ในช่อง 3 และช่อง 5 นั้นเป็นเรื่องราวของนักเรียนนักศึกษาในสภาพบริบท-ปัญหาสังคมปัจจุบันที่มีผลกระทบต่อพวกเขา ละครทั้งสองพยายามปลูกฝังแนวคิดเรื่องจริยธรรมและศีลธรรมในหมู่วัยรุ่นเป็นหลัก ซึ่งถือได้ว่าเป็นละครน้ำดีไม่กี่เรื่อง ท่ามกลางละครนับร้อยเรื่องในโทรทัศน์ไทย ซึ่งส่วนที่เหลือนักเป็นเรื่องราวชิงรักหักสวาท ความรักความใคร่ในวัยหนุ่มสาวและวันกลางคน ซึ่งมักมีเรื่องราวความสัมพันธ์ทางเพศที่ไม่เหมาะสม ซึ่งละครทั้งสองสามเรื่องดังกล่าวนี้น่าได้อยู่ในช่วงเวลาไพรม์ไทม์แต่อย่างใด และช่องที่มีละครโทรทัศน์มากอย่างช่อง 7 กลับไม่มีละครที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะเลย (ในเดือนตุลาคม)

รายการละครที่ส่วนใหญ่จะวางตัวเองอยู่ในผังช่วงเวลาไพรม์ไทม์ (16.00-22.00 น.) ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้ชมมากจริง แต่กลับไม่สะท้อนประโยชน์สาธารณะใดเลย หากพิจารณาในแง่ของความหลากหลายแล้วยังพบว่าขาดความหลากหลายของเนื้อหาและกลุ่มผู้ชมมากขึ้นไปอีก เพราะเน้นแต่เพียงกลุ่มผู้ใหญ่เท่านั้น หากจะมีความหลากหลายก็เป็นในแง่ของการมีทั้งกลุ่มผู้ชมทั้งชนบทและเมืองด้วยกันเท่านั้นเอง

เช่นนี้จะเห็นว่ารายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะนั้นไม่จำเป็นต้องเป็นรายการข่าวสารคดี แม้กาขึ้นเท่านั้น หากแต่รายการละครก็สามารถสะท้อนหรือให้ประโยชน์สาธารณะได้เช่นกัน หากมีเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม สะท้อนให้เห็นปัญหา วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ หรือ

เป็นประเด็นที่สังคมควรรับรู้ร่วมกันได้ เพราะการเป็นละครนั้นอาจไม่จำเป็นที่เนื้อเรื่องจะต้องวนเวียนอยู่ที่ความรักของชายหญิงเท่านั้น หากแต่รายการละครโทรทัศน์ใน

6) รายการของคนพิการ คนที่ถูกละทิ้ง และคนด้อยโอกาสในสังคม

เป็นที่น่าผิดหวังว่ารายการที่ต้องการสะท้อนให้เห็นความทุกข์ยาก ความลำบาก หรือสภาพชีวิตและปัญหาของกลุ่มคนพิการในสังคมไทยนั้นมีน้อยมาก เช่นรายการชีวิตไม่สิ้นหวัง ช่อง 3, คนค้นคน ช่อง 9, คนเก่งหัวใจแกร่ง ช่อง itv หรืออาจพบได้ในช่วงรายการข่าวภาคค่ำได้ในช่อง 7 ช่วงวงเวียนชีวิต ซึ่งที่มีอยู่นั้นก็เป็นไปในลักษณะของการช่วยเหลือด้วยการบริจาคเท่านั้น ไม่ได้แสดงให้เห็นที่มาของปัญหา การถูกทอดทิ้งละเลย และการแก้ปัญหาของเจ้าหน้าที่รัฐหรือหน่วยงานราชการที่ต้องรับผิดชอบ

รายการที่สะท้อนผลประโยชน์สาธารณะตามแนวคิดกลุ่มที่เชื่อว่าประโยชน์สาธารณะคือรายการโทรทัศน์ที่สะท้อนประโยชน์ของคนส่วนมากเท่านั้น

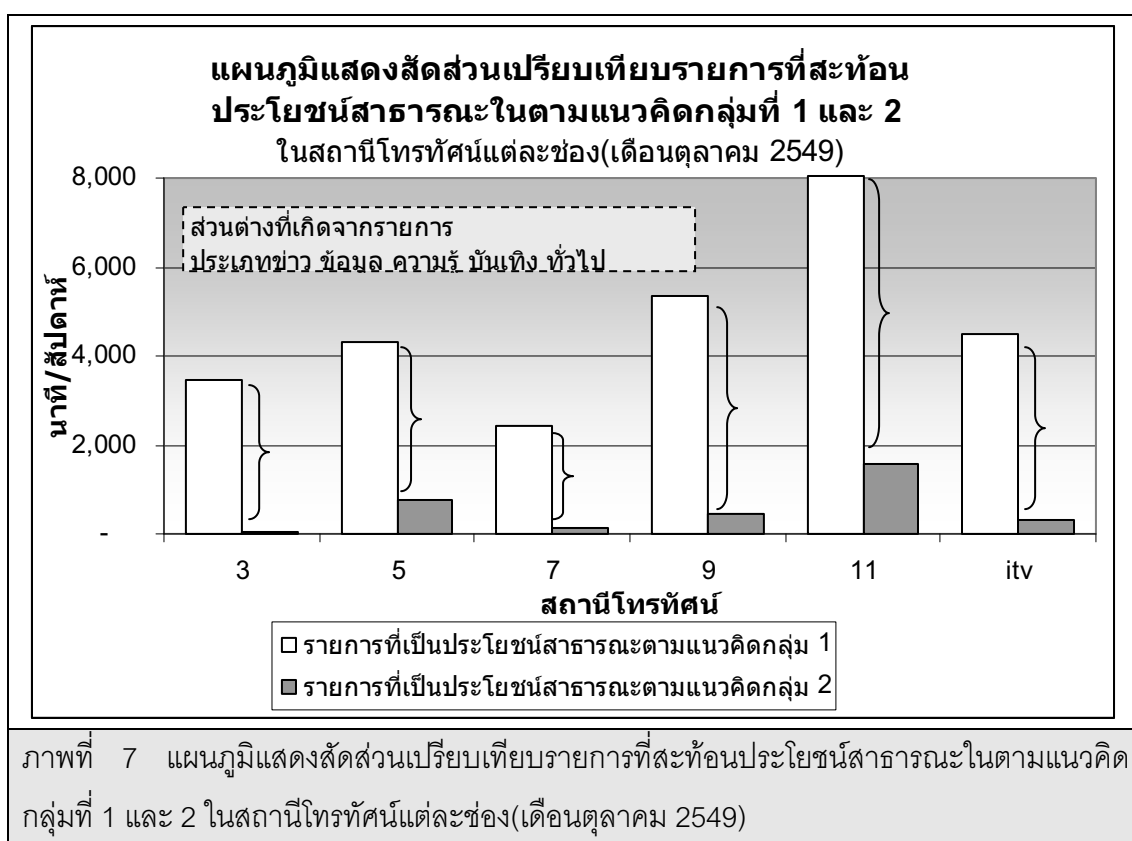
แนวคิดนี้เชื่อว่าเฉพาะรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับประเด็นสาธารณะ นโยบายสาธารณะ และเรื่องส่วนรวมเท่านั้นที่ถือว่าเป็นรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะ หากนำรายการโทรทัศน์ทั้งหมดที่เป็นประโยชน์สาธารณะในแนวคิดแรก ที่เชื่อว่ารายการใดๆ ก็ตามหากมันมีประโยชน์ต่อประชาชนแล้วมาเปรียบเทียบกับแนวคิดในกลุ่มที่สองก็ให้ผลการศึกษาที่แสดงให้เห็นว่า รายการโทรทัศน์ที่สะท้อนผลประโยชน์สาธารณะจริงๆ (แบบแนวคิดนี้) มีน้อยมาก ดังนี้

ตารางที่ 14 แสดงสัดส่วนรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะในสถานีโทรทัศน์แต่ละช่อง (ตุลาคม 2549) ตามแนวคิดเรื่องผลประโยชน์สาธารณะกลุ่มที่ 2						
ประเภทรายการ/ช่อง						
ประโยชน์สาธารณะ(นาทีย)	30	765	120	445	1,575	314
ประโยชน์สาธารณะ (%)	0.3	7.6	1.2	4.4	15.6	3.1

- ช่องที่มีรายการโทรทัศน์ที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะมากที่สุดคือช่อง 11 คือ 15.6 % (1.575 นาทีย/สัปดาห์) รองลงมาคือช่อง 5 คือ 7.6 % (765 นาทีย/สัปดาห์), ช่อง 9 คือ 4.4 % (445 นาทีย/สัปดาห์), ช่อง itv คือ 3.1 % (314 นาทีย/สัปดาห์), ช่อง 7 เพียง 1.2 % (120 นาทีย/สัปดาห์) และน้อยที่สุดคือช่อง 3 เพียง 0.3 % (30 นาทีย/สัปดาห์) ตามลำดับ

จากตารางที่ 14 พบว่ารายการที่เป็นประโยชน์สาธารณะตามแนวคิดกลุ่มที่สองในสถานีโทรทัศน์แต่ละช่องนี้มีสัดส่วนน้อยมาก (มีค่าอยู่ระหว่าง 1-9 %) พูดยให้ชัดคือรายการที่เกี่ยวข้องกับประเด็นสาธารณะ (public issues) เรื่องราวส่วนรวม (public content) หรือนโยบายสาธารณะ (public policy) นั้นมีน้อยมากในจอโทรทัศน์ไทย ซึ่งรายการส่วนใหญ่มักเป็นรายการที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงของชาติ ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของรัฐ/รัฐบาล กองทัพ ปัญหาและสภาพสังคมปัจจุบัน

หากเปรียบเทียบ “สัดส่วนรายการที่เป็นประโยชน์สาธารณะตามแนวคิดกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2” เราอาจเห็นว่ารายการใดที่ “ถูกตัดออกไป” หรือรายการที่มีความแตกต่างจากนิยามแนวคิดเรื่องประโยชน์สาธารณะทั้งสองนิยาม



จากภาพที่ 7 แสดงให้เห็นว่าส่วนต่างของรายการที่หายไปนั้น เกิดจากรายการประเภทข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ทั่วไป รวมทั้งรายการบันเทิงบางประเภทซึ่งหากยึดตามแนวคิดกลุ่มที่ 1 แล้วรายการเหล่านี้จะถือว่าเป็นประโยชน์สาธารณะด้วย

การสำรวจว่ารายการโทรทัศน์ในปัจจุบันมีจำนวนมากน้อยอย่างไรจึงขึ้นอยู่กับ “มุมมอง” ว่าแค่นั้น อย่างไรที่ถือว่าเป็นประโยชน์สาธารณะ

ในงานวิจัยของฐิตินันท์ พงษ์สุทธิรักษ์ และ วีระยุทธ กาญจน์ชูฉัตรเรื่อง “สื่อสาธารณะ” ชี้ให้เห็นว่าด้วยลักษณะเด่นของวิทยุและโทรทัศน์ที่สามารถนำเสนอเสียงและภาพจึงเข้าถึงประชาชนในวงกว้าง และการมีผลต่อการโน้มน้าวผู้รับสื่อได้ง่ายกว่าหนังสือพิมพ์ ทำให้ภาคการเมืองโดยรัฐได้เข้ามามีบทบาทในการควบคุมสื่อทั้งสองประเภท (วิทยุและโทรทัศน์) ค่อนข้างมาก และต้องการให้ดำเนินไปเพื่อผลประโยชน์ทางการเมืองมากกว่าผลประโยชน์ของสาธารณะ โดยเฉพาะในแง่ของการพัฒนาระบบประชาธิปไตยที่ยึดถือสิทธิเสรีภาพของประชาชนเป็นหัวใจหลัก เหตุผลนี้อาจเป็นส่วนหนึ่งที่บอกได้ว่าการแทรกแซงทางการเมืองของรัฐบาลเป็น “อุปสรรคหลัก” อย่างหนึ่งที่ทำให้รายการโทรทัศน์บ้านเราไม่สามารถนำเสนอเนื้อหาเพื่อประโยชน์สาธารณะได้ “เต็มที่” และ “บริสุทธิ์ใจ” เท่าที่ควร

หากเราเข้าใจว่า รายการโทรทัศน์ที่เป็นประโยชน์สาธารณะตามแนวคิดที่สองนี้มักเกี่ยวข้องกับเรื่องการเมืองแล้ว ความเข้าใจนี้ถูกต้อง(บางส่วน)เพราะคุณสมบัติของ “ความเป็นสาธารณะ” นี้ผูกโยงแน่นแฟ้น อย่างยิ่งกับสื่อมวลชนและบทบาทด้านการเมือง สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์²¹ สรุปถึง “ภาพที่สื่อควรจะเป็น” ในระบอบประชาธิปไตยข้อหนึ่งว่าสิทธิในการแสดงความคิดเห็นต้องได้รับการส่งเสริม โดยกระบวนการต้องเปิดเผยและโปร่งใส กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือความมั่นคงในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน ดังนั้นเนื้อหาที่สื่อควรนำเสนอเพื่อการรับช่วงต่อจากการปฏิรูปทางการเมืองควรเป็นเนื้อหาที่ทันต่อเหตุการณ์ มีความหลากหลายทางความคิด นำเสนอในรูปแบบที่เข้าใจง่าย และเป็นเนื้อหาที่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนในสังคมได้ทั่วถึง ทั้งนี้ก็เพื่อให้สื่อเป็นเวทีหนึ่งในการสร้างกระบวนการเรียนรู้ของสังคมร่วมกัน และเป็นสร้างกลไกที่นำไปสู่การแสดงความคิดเห็นของคนกลุ่มต่างๆ เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองได้โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวกับสาธารณะ เช่นการแก้ไขกฎหมาย กล่าวอีกนัยหนึ่งคือสื่อช่วยให้กระบวนการทางการเมืองดำเนินไปได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

ข้อความข้างต้นนี้พิสูจน์ให้เห็นถึงความสำคัญของรายการโทรทัศน์ที่จะต้องมีเนื้อหาด้านการเมืองทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ และจากผลการศึกษาในขั้นนี้ก็พบว่า รายการที่มีเนื้อหาการเมืองโดยเฉพาะ (ที่ไม่ปรากฏอยู่ในรายการข่าว) นั้นพบมากในช่อง 11 เท่านั้น เช่นในรายการ

²¹ สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ และ ธนวิทย์ สุทธิรัตนกุล, “วัตถุประสงค์ ภาพที่พึงปรารถนา และหลักการที่ควรจะเป็นของระบบสื่อ” (โครงการ “การปฏิรูประบบสื่อ”) สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, ตุลาคม 2546

“มองรัฐสภา”, “ไปดูแล”, “มองรัฐสภา”, “หมายเหตุประเทศไทย”, และรายการ “กรองสถานการณ์” ขณะที่ช่อง 9 ก็มีรายการอย่าง “ถึงลูกถึงคน” เท่านั้นที่ดูว่าจะมีเนื้อหาการเมืองที่มีพลังมากเพียงพอในการสร้างประชาธิปไตยหรือกระแสสังคมได้

3) ความเป็นพื้นที่สาธารณะในรายการโทรทัศน์ไทย

การศึกษานี้เลือกตัวอย่างรายการสนทนาปัญหาเหตุการณ์ปัจจุบันที่คล้ายคลึงกันมา 2 รายการ คือ “รายการกรองสถานการณ์” และ “รายการถึงลูกถึงคน” โดยแต่ละรายการมีรายละเอียดเบื้องต้นในเรื่องของความเป็นมา เป้าหมายของรายการ ลักษณะการนำเสนอเนื้อหา และจุดเด่นของรายการ ดังต่อไปนี้

รายการกรองสถานการณ์²²

ความเป็นมา

รายการกรองสถานการณ์เกิดขึ้นด้วยความต้องการที่จะผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อนำเสนอเหตุการณ์ปัจจุบันในประเด็นที่มีความสำคัญและความจำเป็นเร่งด่วนที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนส่วนใหญ่ ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ศิลปวัฒนธรรมและด้านอื่นๆ ทั้งนี้เพื่อให้ประชาชนได้สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็วและพัฒนาความคิดให้สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างมีเหตุผล ตลอดจนพัฒนาจิตใจของประชาชนให้เปิดกว้างรู้จักที่จะรับฟังความคิดเห็นและทัศนคติที่หลากหลายอันเป็นพื้นฐานของการปกครองในระบอบประชาธิปไตย

จุดเริ่มต้นของรายการเกิดจากมติรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2538 ที่เปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตรายการกับสทท. 11 เนื่องจากได้ยกเลิกมติคณะรัฐมนตรีในการประชุมเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2529 ที่ไม่ให้มีโฆษณาทางธุรกิจ และไม่สมควรให้เอกชนเข้าร่วมดำเนินการ

อาจกล่าวได้ว่ารายการกรองสถานการณ์เป็นรายการแรกที่มีภาคเอกชนเข้าร่วมผลิตรายการ

²² สุทธิ ชาติติยะ, “รายงานวิจัยฉบับที่ 5 เรื่องกระบวนการเกี่ยวกับการส่งเสริมนโยบายสาธารณะของการผลิตรายการโทรทัศน์กรองสถานการณ์”, สถาบันวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 กรุงเทพมหานคร, ธันวาคม 2545

เป้าหมายของรายการ

รายการรอสถานการณ์มีจุดยืนอยู่ที่ความรับผิดชอบต่อประชาชนและต่อประเทศชาติ เป็นเป้าหมายสำคัญ ในฐานะ “โทรทัศน์ของรัฐ” ด้วยการทำหน้าที่ติดตามสถานการณ์ปัจจุบันที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนอย่างรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ วิเคราะห์ เจาะลึกบนข้อมูลที่ถูกต้องเที่ยงตรง และเป็นธรรม โดยเชิญบุคคลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นเหล่านั้นมาร่วมสนทนาในรายการ เพื่อแสวงหาข้อเท็จจริงบนพื้นฐานประโยชน์ของประชาชนตลอดจนเป็นสื่อกลางใน “การสร้าง ความเข้าใจอันดีระหว่างภาครัฐและภาคประชาชน” เช่นการนำเสนอมาตรการและนโยบายสาธารณะ

(ที่น่าสนใจคือ) มติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 4 มิถุนายน 2544 (สมัยทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี) ยังได้ลงความเห็นยอมรับในข้อเสนอของรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายสมศักดิ์ เทพสุทิน) ที่เสนอว่า

“กรมประชาสัมพันธ์ได้ปรับปรุงการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 และสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเข้าสู่ยุคปรับปรุงใหม่แล้ว จึงขอเชิญชวนรัฐมนตรีทุกคนใช้บริการออกอากาศประชาสัมพันธ์ผลงานหรือซึ่งทำความเข้าใจต่อประชาชน”

ลักษณะการนำเสนอเนื้อหา

ผู้ดำเนินรายการจะเป็นผู้สรุปสาระสำคัญของ “สถานการณ์” ที่จะนำมาพูดคุยในวันนั้น ประกอบด้วยความคืบหน้าล่าสุดของสถานการณ์ ณ วันนั้น หรือปมหลัง/เบื้องหลังที่มาของสถานการณ์ แนวโน้มที่เกิดขึ้นในอนาคต และตัวแปรหรือปัจจัยที่จะทำให้สถานการณ์ดำเนินต่อไปหรือเปลี่ยนแปลงไป

วิธีการดำเนินรายการด้วยการสนทนากับผู้ร่วมรายการวันละ 3-4 คนซึ่งเป็นผู้รู้หรือผู้อยู่ในสถานการณ์นั้นๆ อย่างใกล้ชิดหรืออยู่วงใน โดยประเด็นหลักๆ ที่จะสนทนาคือ ความจริง (Fact) ของเรื่องหรือสถานการณ์ การตอบคำถามในเชิงข่าวให้ครบถ้วน คือ ใครทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ทำไม และอย่างไร ประชาชนได้รับประโยชน์อะไรจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ผู้เสียประโยชน์และผู้ได้ประโยชน์จากสถานการณ์นั้นคือใคร การวิเคราะห์แนวโน้มของสถานการณ์ในอนาคต และตอบคำถามผู้ชมรายการแต่ไม่ใช่ระบบรายการโทรศัพท์ (phone in) เพื่อสกัดคำถามที่ไม่ตรงประเด็นและขาดสาระ

การดำเนินรายการ ช่วงที่ 1 รายการและวิเคราะห์สถานการณ์ล่าสุด 5 นาที (สลับข่าว) ตามด้วยการสนทนาเพื่อให้ผู้ชมมีข้อมูลเบื้องต้นก่อนที่จะรับฟังคำชี้แจงหรือเหตุผลจากการสนทนา เป็นการดึงดูดผู้ชมรวมทั้งเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ดำเนินรายการ

ช่วงที่ 2-3 สนทนากับผู้ร่วมรายการ เรกละ 15 นาที

ช่วงที่ 4 สรุปประเด็นและตอบคำถามจากผู้ชมทางบ้าน 15 นาที เพื่อเป็นการต่อยอดประเด็นสำคัญๆ ที่ผู้ชมรายการอาจจะตามไม่ทันอีกครั้ง และทำให้ผู้ชมรายการเข้าใจสถานการณ์ได้ดีและถูกต้องขึ้น

การสนทนานั้น จะเน้นเนื้อหาสาระของสถานการณ์มากกว่าจะเปิดให้เป็นเวทีแสดงอารมณ์ของผู้ชมรายการโดยไม่ทราบข้อเท็จจริงของสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

จุดเด่นของรายการ “กรองสถานการณ์”

- 7) เป็นรายการสด ที่นำเสนอทุกวันจันทร์-ศุกร์หลังจบข่าวภาคค่ำ เวลา 20.30-21.30 น. ซึ่งถือเป็นรายการที่ได้รับความนิยมสูงสุดของสทท. 11 จากผู้ชม
- 8) สามารถรายงานเหตุการณ์บ้านเมืองได้อย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์
- 9) ความเป็นสื่อของรัฐ ทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีความน่าเชื่อถือ ความคล่องตัว ได้รับความไว้วางใจในการประสานงานและค้นหาข้อมูลทุกด้านจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนทำให้การนำเสนอเนื้อหาของรายการได้รับข้อมูลที่ชัดเจนถูกต้อง
- 10) เป็นรายการที่นำเสนอต่อเนื่องทุกวัน จึงไม่จำเป็นต้องรวบรัดตัดตอนในการนำเสนอจนทำให้รายละเอียดเนื้อหาสาระสำคัญโดยอาจจะนำเสนอเรื่องเดียวกันติดต่อกัน 2 วันได้

รายการถึงลูกถึงคน

ความเป็นมา

รายการถึงลูกถึงคนเกิดจากการปรับภาพลักษณ์และแนวทางในการบริหารงานจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. มาเป็นช่อง 9 “โมเดิร์นไนน์” เพื่อสอดคล้องกับแนวคิดสังคมอุดมปัญญา เป็นรายการสนทนาพูดคุยปัญหาบ้านเมือง เรื่องราวสาธารณะที่ประชาชนสนใจ เป็นรายการสดออกอากาศทุกคืนวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 23.00-24.00 น. โดยมีแนวคิดเพื่อให้เป็นพื้นที่แห่งการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความเห็น ความรู้สึกต่อเรื่องราวที่เป็นปัญหา เพื่อการหาทางออก และการระดมความคิดเห็นที่แตกต่างได้มาใช้เวทีสื่อโทรทัศน์ในการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ในช่วงขวบปีแรกของรายการ จะเปิดให้มีการโหวตแสดงความคิดเห็นเลือกข้างตามประเด็นที่สนทนา ภายหลังมีการปรับการโหวตออก คงเหลือให้ผู้ชมทางบ้านส่งข้อความสั้นมาแสดงความคิดเห็นผ่านหน้าจอโทรทัศน์แทน และช่วงปัจจุบันได้ตัดส่วนนี้ออกไปเหตุผลเพราะต้องการไม่ให้พื้นที่สาธารณะนี้เป็นเวทีแห่งความคิดที่ขัดแย้งกันมากนัก

เป้าหมายของรายการ

เป้าหมายของรายการถึงลูกถึงคนต้องการเป็นเวทีสาธารณะเปิดสำหรับประเด็นปัญหาต่างๆ ในสังคม ไม่เฉพาะส่วนรัฐบาลเท่านั้น แต่หมายรวมถึงภาคประชาสังคม ภาคเอกชน ธุรกิจ ด้วยที่สามารถเข้ามาใช้พื้นที่นี้ได้ ซึ่งจะถูกรับรองด้วยประเด็นที่สนทนา แกร็บเชิญหรือผู้ร่วมรายการนั้นต้องเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวนั้นๆ โดยตรง ในฐานะเจ้าของเรื่องหรือผู้มีได้รับผลกระทบโดยตรง ซึ่งหมายถึงชาวบ้านธรรมดาที่อาจไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่รัฐได้

เน้นเนื้อหาไปที่การเมืองและสังคม วัฒนธรรมในลักษณะการโต้แย้งทางความคิดและเหตุผล

ลักษณะการนำเสนอเนื้อหา

ผู้ดำเนินรายการเป็นผู้สรุปสาระสำคัญของ “ประเด็น” หรือ “เหตุการณ์เบื้องต้น เบื้องหลัง” ที่จะนำมาสนทนา สภาพปัญหา ความขัดแย้ง และปัจจัยที่จะทำให้สถานการณ์ดำเนินต่อไปหรือเปลี่ยนแปลงไป

วิธีการดำเนินรายการด้วยการสนทนากับผู้ร่วมรายการวันละ 3-4 คนซึ่งเป็นผู้รู้หรือผู้อยู่ในสถานการณ์นั้นๆ อย่างใกล้ชิดหรืออยู่วงใน โดยประเด็นหลักๆ ที่จะสนทนาคือ ข้อเท็จจริง (Fact) ของเรื่องหรือสถานการณ์ การตอบคำถามในเชิงข่าวให้ครบถ้วน คือ ใครทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ทำไม และอย่างไร เช่นเดียวกันกับรายการกรอสถานการณ์ ประชาชนได้รับประโยชน์อะไรจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ผู้เสียประโยชน์และผู้ได้ประโยชน์จากสถานการณ์นั้นคือใคร การวิเคราะห์แนวโน้มของสถานการณ์ในอนาคต และตอบคำถามผู้ชมรายการแต่ไม่ใช่ระบบรายการโทรศัพท์ (phone in) เพื่อสกัดคำถามที่ไม่ตรงประเด็นและขาดสาระ

การสนทนานั้น จะเน้นการตอบคำถามจากข้อสงสัยและความขัดแย้งที่เกิดขึ้น การตอบคำถามที่เจาะลึกในทุกประเด็นที่เกี่ยวข้อง โดยเน้นความสมดุล เป็นกลาง และเป็นธรรมระหว่างฝ่ายต่างๆ ให้มากที่สุด

จุดเด่นของรายการ “ถึงลูกถึงคน”

- 1) เป็นรายการสด ทุกวันจันทร์-ศุกร์หลัง เวลา 23.00-24.00 น. และเป็นรายการเดียวที่เปิดพื้นที่สาธารณะพูดคุยปัญหาต่างๆ ทั้งทางการเมือง สังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ฯลฯ โดยไม่จำกัดประเภทเนื้อหา

- 2) ท้นต่อสถานการณ์ปัจจุบัน เพราะเป็นรายการที่น่าเสนอต่อเนื่องทุกวันจึงไม่จำเป็นต้องรวบรัดตัดตอนในการนำเสนอจนทำให้รายละเอียดเนื้อหาสาระสำคัญโดยอาจจะนำเสนอเรื่องเดียวกันติดต่อกัน 2 วันได้
- 3) มีความน่าเชื่อถือจากตัวผู้ดำเนินรายการ เป็นที่ชื่นชอบและชวนให้ติดตามจากการถามที่เจาะลึก ได้ใจความ
- 4) มีความหลากหลายของประเภทเนื้อหาที่นำมาสนทนามากกว่า ทั้งในระดับความสนใจของผู้ชม ศาสนา อายุ วัฒนธรรม รายได้ สภาพภูมิศาสตร์
- 5) ผู้ร่วมรายการสามารถเข้าถึงรายการได้อย่างทั่วถึง หากเป็นประเด็นที่กระทบกับประชาชนจำนวนมากก็สามารถเข้าถึงพื้นที่สาธารณะในรายการได้ง่าย
- 6) ความเป็นกลาง ความสมดุล และความเป็นธรรม

จากลักษณะโดยรวมของรายการ ผลการศึกษาจากเทปบันทึกรายการตลอดสองสัปดาห์
แรกของเดือนตุลาคม 2549 มีดังนี้

ตารางที่ 15 แสดงเปรียบเทียบการเลือกประเด็นและเนื้อหารายการระหว่างรายการถึงลูกถึงคนและรายการกรองสถานการณ์				
วัน	รายการถึงลูกถึงคน		รายการกรองสถานการณ์	
	ประเด็น	เนื้อหา	ประเด็น	เนื้อหา
3-ต.ค.-49	คตส	ลักษณะการทำงานของคตส.	สถานการณ์พรรคทพ/ชุมชนเศรษฐกิจพอเพียง	ปัญหาของพรรคทพ./นโยบายเศรษฐกิจพอเพียง
4-ต.ค.-49	ชีวิตสูงสุด-ต่ำสุดของรจนา เพชรกันหา	สุขภาพ ประสบการณ์ชีวิต	วิกฤตน้ำท่วม	ปัญหาน้ำท่วม
5-ต.ค.-49	หมากัด	ปัญหาหมากัด การรักษา	ปฏิบัติการล้างบางยาเสพติด	ปัญหาการปราบปรามยาเสพติด
6-ต.ค.-49	9 วันสุวรรณภูมิ	ปัญหาทั่วไปจากสนามบินสุวรรณภูมิ	ดับไฟได้	ปัญหาไฟไหม้ดีด-ปัจจุบัน
9-ต.ค.-49	รับมือวิกฤตน้ำเจ้าพระยา	ปัญหาน้ำท่วมในเขตกทม.	ทุนนิยม พอเพียง	แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง
10-ต.ค.-49	มลพิษทางเสียงจากสุวรรณภูมิ	ปัญหาเรื่องเสียงจากสนามบิน	เปิดใจรวมต พลังงาน	แนวคิดในการทำงานของรวมต.พลังงาน
11-ต.ค.-49	เหยื่อโดนลูกหลง	เหยื่อลูกหลงจากการทะเลาะของวัยรุ่น	พลิกโฉมท้องเที่ยวกีฬา	แนวคิด นโยบายของกระทรวงกีฬา-ท่องเที่ยว
12-ต.ค.-49	เปิดนโยบายรวมว.คลัง	นโยบายของกระทรวงพลังงาน	สภาที่ปรึกษาฯ ยุคปฏิรูป	แนวคิด นโยบายของกระทรวงสภาที่ปรึกษา
13-ต.ค.-49	วิกฤตลุ่มน้ำเจ้าพระยา	ปัญหาน้ำท่วมในเขตกทม.	ประเด็นร้อนของมท1/จุดบอดของระบบ ขรกไทย	ความคิด การกิจของมต.มทในการทำงาน/ปัญหาขรกในการแก้ปัญหาไฟไหม้
17-ต.ค.-49	ห้ามโฆษณาเหล้า 24 ชม.-2	ปัญหาการควบคุมการห้ามโฆษณาเหล้าเบียร์	ปิดตายน้ำเมา	แนวทางในการแก้ปัญหาโฆษณาแอลกอฮอล์
หมายเหตุ ศึกษาจากเทปบันทึกรายการ 2 สัปดาห์แรกของเดือนตุลาคม 2549: ผู้วิจัย				

จากการศึกษาเทปบันทึกรายการที่ออกอากาศติดต่อกัน 2 สัปดาห์เพื่อสังเกตการคัดเลือกประเด็นมาสนทนา พบว่าในรายการถึงลูกถึงคนเน้นความหลากหลายของประเด็นมากกว่ารายการกรองสถานการณ์ เช่นเรื่อง “หมากัด” ในวันที่ 5 ต.ค. 2549 หรือชีวิตนางแบบอย่างตอน “ชีวิตสูงสุด-ต่ำสุดของรจนา เพชรกันหา” ในวันที่ 4 ต.ค. 2549 ซึ่งเป็นเรื่อง “ชาวบ้านๆ” ขณะที่เรื่องราวที่เป็นปัญหาสาธารณะหรือของสังคมส่วนรวมอย่างปัญหาน้ำท่วม หรือปัญหาจาก

สนามบินสุวรรณภูมินั้นก็มี “ความเข้มข้นของเนื้อหา” มากกว่าในรายการกรองสถานการณ์ที่มีเพียงการบอกกล่าว พุดคุยวิธีการแก้ปัญหาของรัฐ

ลักษณะการเลือกประเด็นสนทนาของรายการกรองสถานการณ์นั้นมีลักษณะที่เน้นนโยบายรัฐ พุดให้ชัดคือเน้นเรื่องราวที่มีศูนย์กลางจากรัฐบาล (government oriented) โดยเกือบทั้งหมด และแทบเป็นไปไม่ได้เลยที่ประเด็นปัญหาเล็กๆ น้อยอย่างปัญหาสังคมชาวบ้านทั่วไปจะได้รับความสนใจ ขณะที่รายการถึงลูกถึงคนนั้นกลับมีลักษณะเน้นเรื่องราวที่มีศูนย์กลางจากสังคม (social oriented) มากกว่า

สิ่งที่สำคัญและสร้างความแตกต่างอย่างมีนัยยะสำคัญระหว่างรายการกรองสถานการณ์ และรายการถึงลูกถึงคนคือ “ความเป็นไปได้ในการเข้าถึง” ของรายการทั้งในแง่ของความง่ายของเนื้อหาสาระที่สนทนา ทำให้ผู้ชมทั่วไปสามารถชมได้ทั้งเด็กและผู้ใหญ่ และความเข้าถึงได้ง่ายของแชนแนลหรือผู้ร่วมสนทนา เพราะมีได้มากกว่ารายการกรองสถานการณ์ ยกตัวอย่างตอน “9 วันสุวรรณภูมิ” ที่เชิญชาวบ้านจำนวนมาก (30-40 คน) มาร่วมฟังและแสดงความคิดเห็นในรายการ นอกจากนี้แล้วที่สำคัญคือ “โอกาสในการแสดงความคิดเห็น” ของผู้ชมที่ดูจะมีมากกว่ารายการกรองสถานการณ์ เพราะสามารถส่งข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์มือถือส่งไปยังรายการได้ (ปัจจุบันระบบการส่งข้อความนี้ชั่วคราวเนื่องจากอยู่ภายใต้กฎอัยการศึก และสถานการณ์ทางการเมืองที่ยังไม่แน่นอน)

ในประเด็นอื่นๆ สามารถสรุปให้เห็นภาพรวมดังนี้

ตารางที่ 16 เปรียบเทียบคุณภาพของพื้นที่สาธารณะในรายการรองสถานการณ์และรายการถึงลูกถึงคน		
คุณภาพของพื้นที่สาธารณะ	รายการรองสถานการณ์	รายการถึงลูกถึงคน
1. ประเด็นการสนทนา (Issues)	เน้นเรื่องนโยบายสาธารณะ (Public Issues) ที่มีพื้นฐานเกี่ยวข้องกับรัฐ/รัฐบาล และการปรับความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐกับประชาชนในเหตุการณ์ปัจจุบัน ทั้งทางสังคม การเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ศาสนา ฯลฯ ส่วนใหญ่เป็นเรื่องที่ต้องการประชาสัมพันธ์ และปรับความเข้าใจ ให้ความรู้ข้อมูลที่ถูกต้อง	เน้นเรื่องที่สาธารณชนสนใจ (Interest of Public and Public Interest) ที่มีพื้นฐานเกี่ยวข้องกับสังคม ประชาชน ในเหตุการณ์ปัจจุบันทั้งทางสังคม การเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ศาสนา ฯลฯ ส่วนใหญ่เป็นเรื่องที่มีความขัดแย้งสูง มักเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น เหตุผลได้มากกว่า
2. ความหลากหลายของเนื้อหา (Diversity of Content)	มักเป็นเนื้อหาเกี่ยวข้องกับรัฐบาลและหน่วยงานของภาครัฐ กิจกรรม นโยบาย ต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อประชาชน	เนื้อหาหลากหลายเกี่ยวกับเหตุการณ์หรือผลกระทบต่อคนส่วนใหญ่/ส่วนน้อยที่มีความสำคัญและควรรับรู้
3. การใช้พื้นที่สาธารณะ (Use of Public Space)	พื้นที่สาธารณะสงวนไว้สำหรับเจ้าหน้าที่รัฐ นักการเมือง ข้าราชการประจำในหน่วยงานระดับกระทรวง ทบวง กรมเท่านั้น (Politics Class)	พื้นที่สาธารณะไว้สำหรับบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราว/ประเด็นนั้นๆ มีได้ทุกชนชั้น ตั้งแต่คนชาวบ้าน คนยากจน คนพิการ พ่อค้า เกษตรกร นักธุรกิจดารา ตลอดจน นักการเมือง นักวิชาการ ประชาชนเรื่อยไป จนถึงนายกรัฐมนตรี
4. การเข้าถึง (Accessibility)	ประชาชนเข้าถึงและเป็นแขกรับเชิญได้ยาก เพราะเน้นเฉพาะเจ้าหน้าที่รัฐหรือข้าราชการประจำเท่านั้น การโทรศัพท์ถึงเจ้าหน้าที่รับสายเพื่อฝากความคิดเห็น คำถามและข้อเสนอแนะ อาจถูกคัดกรองบางข้อความที่มีลักษณะต่อต้านหรือคัดค้านความคิดของเจ้าหน้าที่รัฐ	ประชาชนทุกคนเข้าถึงได้หากมีผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวหรือประเด็นนั้นๆ การส่งข้อความสั้นเพื่อแสดงความคิดเห็นทำได้ง่าย หากแต่อาจถูกคัดกรองข้อความที่ใช้ภาษาหยาบคาย ไม่สุภาพ
5. ความเป็นกลาง (Objectivity)	มีทัศนคติที่ดีต่อการทำงานและนโยบายของรัฐ แม้ไม่แสดงเหตุผลต่อต้านแต่ก็ไม่คัดค้าน	เปิดโอกาสให้แต่ละฝ่ายแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ ทำหน้าที่ชกค้ำแทนบ้างในแต่ละฝ่าย
6. ความสมดุล (Balance)	ขาดความสมดุลเพราะเน้นให้พื้นที่แก่เจ้าหน้าที่รัฐเพียงฝ่ายเดียวในการแสดงข้อมูล เหตุผล เน้นการทำความเข้าใจกับประชาชนทางเดียว	มีความสมดุล เพราะเชิญบุคคลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นนั้นๆ (ค่อนข้าง) ครบถ้วน
7. ความเป็นธรรม (Fairness)	ขาดความเป็นธรรม เพราะขาดการเชิญผู้ร่วมรายการฝ่ายที่ได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐโดยตรง แม้จะมีช่วงตอบคำถามจากผู้ชมทางบ้าน แต่ก็เป็นสัดส่วนน้อย และบางคำถามก็เป็นเพียงการกล่าวถึงโดยผู้ดำเนินรายการ ไม่ได้มีการตอบอย่างจริงจัง	ค่อนข้างมีความเป็นธรรม เพราะเชิญผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และเปิดโอกาสให้พูด/แสดงความคิดเห็นเท่าๆ กัน ทั้งสอง-สามฝ่าย ในกรณีที่ไม่ได้เชิญมาในรายการก็จะโทรศัพท์สัมภาษณ์แทน หรือหากไม่ได้ออกอากาศในวันเดียวกันก็จะให้โอกาสในวันต่อไป

จากตารางที่ 16 เราสามารถสรุปต่อไปได้ว่ารายการกรองสถานการณ์และรายการถึงลูกถึงคนนั้นเป็นรายการที่มีพื้นที่สาธารณะเชิงกายภาพที่เด่นชัด แต่ทว่าคุณภาพของการใช้พื้นที่จากทั้งสองรายการนี้ก็กลับแตกต่างกัน เพราะหากพิจารณาถึงแนวคิดของการเป็นพื้นที่สาธารณะในอุดมคติหรือสภาพเข้าใกล้อุดมคติที่รายการโทรทัศน์ควรจะเป็นหรือทำได้แล้ว รายการถึงลูกถึงคนกลับมีลักษณะที่เป็นพื้นที่สาธารณะมากกว่า พูดให้ชัดขึ้นคือรายการถึงลูกถึงคนนั้นสามารถเป็น “พื้นที่สาธารณะแท้” (genuine-public sphere) ได้ ขณะที่รายการกรองสถานการณ์กับเป็นเพียงแค่รายการเพื่อการชี้แจง ประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่รัฐบาลจากกระทรวง ทบวงกรมต่างๆ ที่เป็นการเมืองหรือข้าราชการประจำเท่านั้น ถือเป็นหลักฐานหนึ่งที่สะท้อนภาพรวมของช่อง 11 ได้ว่ารัฐบาลยังคงมีอำนาจและอิทธิพลในการใช้สื่อ ที่ควรเป็นทรัพย์สินของประชาชนไปในทางที่ยังไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร เช่นนี้รายการกรองสถานการณ์จึงเป็นได้เพียงแค่ “พื้นที่สาธารณะเทียม” (pseudo-public sphere)

รายการกรองสถานการณ์นั้นเน้นแขกผู้ร่วมรายการที่มาจากเจ้าหน้าที่รัฐเป็นพื้นฐาน ยกตัวอย่างเรื่อง “น้ำท่วม” หรือตอน “สนามบินสุวรรณภูมิ” ที่เชิญเฉพาะเจ้าหน้าที่รัฐในระดับปฏิบัติงาน ขณะที่รายการถึงลูกถึงคน ในตอนน้ำท่วมนั้นแม้ไม่สามารถเชิญชาวบ้านมาร่วมออกรายการได้แต่ก็มีเทปบันทึกภาพความคิดเห็นสภาพความทุกข์ในพื้นที่ของชาวบ้านมาออกกรายการหรือตอนที่เกี่ยวกับสภาพปัญหาสนามบินสุวรรณภูมิ ก็นำชาวบ้านที่ได้รับความเดือดร้อนมาก ออกอากาศในห้องส่งด้วย

ในกรณีที่ปัญหานั้นๆ เกี่ยวเนื่องเชื่อมโยงกับรัฐ/รัฐบาลแล้ว สามารถเห็นความแตกต่างระหว่างรายการทั้งสองได้ เพราะเมื่อพิจารณาในแง่ของ “ความพยายามในการแก้ปัญหา” หรือการหาทางออกต่อประเด็นปัญหาสาธารณะใดนั้น รายการกรองสถานการณ์มีลักษณะที่ “พยายามทำความเข้าใจในปัญหาในลักษณะอธิบายข้อเท็จจริงด้านเดียวจากเจ้าหน้าที่รัฐมากกว่า” ซึ่งเป็นการให้ข้อมูลฝ่ายเดียวจากฝ่ายรัฐ ขณะที่รายการถึงลูกถึงคนนั้น มี “ความพยายามในการอธิบายข้อเท็จจริงจากสอง-สามด้าน” ความต่างในแง่นี้สามารถสร้าง “ทางออกของปัญหา” ได้ถึงแก่นแท้ของปัญหามากกว่า

รายการกรองสถานการณ์นั้น ในบางแง่มุมจึงสามารถมองเห็น “ลักษณะของพื้นที่สาธารณะเทียม” ได้ ขณะที่รายการถึงลูกถึงคนนั้นมีลักษณะเข้าใกล้หรือเทียบเคียง “ลักษณะของพื้นที่สาธารณะแท้” ได้มากกว่า

สิ่งที่แตกต่างอย่างชัดเจนและเป็นข้อสรุป ณ จุดนี้คือ รายการโทรทัศน์อย่างกรองสถานการณ์นั้นคือภาพตัวแทนรายการโทรทัศน์ที่มีเพียง “พื้นที่สาธารณะ” (public space) แต่ไม่สามารถใช้พื้นที่สาธารณะนั้นได้อย่างเท่าที่ควรเป็น “พื้นที่สาธารณะทางความคิด ความเห็น ความสมดุล ความเป็นกลาง วัตถุวิสัยหรือความเป็นธรรมได้” (public sphere)

ในทางแก้ไข รายการกรองสถานการณ์นั้นควรเปิดโอกาสให้บุคคลที่มีส่วนร่วมกับปัญหาหรือประเด็นนั้นๆ ได้เข้ามามีส่วนในการร่วมแสดงความคิดเห็น หรือแม้กระทั่งความรู้สึกของพวกเขาได้ ทั้งนี้เมื่อสามารถเปิดพื้นที่สาธารณะนี้ได้อย่างเสรีแล้ว ก็สามารถทำให้พื้นที่สาธารณะนี้มีความสมดุลของข้อเท็จจริงจากหลายๆ ฝ่ายได้ ซึ่งจะนำไปสู่ความระมัดระวังในการแสดงความคิดเห็นของผู้ดำเนินรายการไม่ให้เอียงข้าง มีอคติหรือใช้คำถามที่ชี้นำได้ คุณภาพของการสนทนาและความพยายามในการแก้ปัญหา ก็จะมีมากขึ้นและหมายรวมไปถึงการสร้างบรรยากาศที่ดีในการแก้ปัญหา เพราะมีความเป็นธรรมจากการให้พื้นที่แต่ละฝ่ายอย่างเท่าเทียมกันด้วย

สรุปภาพรวม

จากการศึกษารายการโทรทัศน์ทั้งหมด 6 ช่องสถานีในเดือนตุลาคม 2549 พบว่า “สภาพสิทธิ” ในการสื่อสารของประชาชนในพื้นที่รายการโทรทัศน์ไทยยังคงไม่สามารถทำงานได้อย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพดังนี้

- (1) ในแง่สัดส่วนรายการที่มองผู้ชมเป็นพลเมือง หรือรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะตามแนวคิดรายการประโยชน์สาธารณะในกลุ่มที่ 1 พบว่าเฉพาะช่อง 11 มีรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะมากที่สุด รองลงมาคือช่อง 9, 5, itv, ขณะที่ช่อง 3 และ ช่อง 7 นั้นมีรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะต่ำอยู่
- (2) ในแง่สัดส่วนรายการที่มองผู้ชมเป็นพลเมือง หรือรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะตามแนวคิดรายการประโยชน์สาธารณะในกลุ่มที่ 2 พบว่าเฉพาะช่อง 11 มีรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะมากที่สุด รองลงมาคือช่อง 5, 9, itv, ขณะที่ช่อง 3 และ ช่อง 7 นั้นมีรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะต่ำอยู่เช่นเดิม
- (3) ในแง่ของความหลากหลายของประเภทรายการ พบว่ารายการส่วนใหญ่ที่ยังคงขาดความหลากหลายอยู่ โดยมักกระจุกตัวอยู่ที่รายการประเภทรายงานข่าว ขาดรายการประเภทวิเคราะห์ข่าวซึ่งพบเพียงรายการเดียวจากสถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 ช่อง หากไม่ใช่รายการข่าวก็จะเป็นรายการแม็กกาซีน ขณะที่รายการสารคดีนั้นพบในสัดส่วนที่น้อยมาก
- (4) ในแง่ของกลุ่มผู้ชมรายการพบว่าเน้นเหมารวมกลุ่มผู้ชมทั่วๆ ไปในวงกว้าง ทำให้รายการโทรทัศน์ขาดความหลากหลายในแง่ของเนื้อหาและความสนใจไปด้วยลักษณะที่พบคือนั้นเนื้อหาของคนส่วนใหญ่ของประเทศมากเกินไปจนขาดความสมดุลให้กับรายการที่เหมาะสมกับความต้องการของคนบางกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะทางภูมิศาสตร์ ซึ่งเห็นได้ชัดเจนในรายการเนื้อหาศาสนา แม้จะมีสัดส่วนพื้นที่ให้กับประชาชนชาวมุสลิมที่นับถือศาสนาอิสลามในสัดส่วนที่มากในช่วงเวลาเช้า แต่หาก

เป็นรายการทั่วไปที่จัดให้สำหรับชาวมุสลิมในแง่มุมนิติอื่นๆ เช่นอาชีพ
ขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมประเพณี รายการประเภทแม่กาขึ้นเด็กและผู้หญิง ที่เน้น
เนื้อหาด้านชีวิตสังคมเมืองมากกว่าชีวิตสังคมชนบท ยกเว้นช่อง 11 ที่ค่อนข้างมีความ
สมดุล หรืออาจกล่าวได้ว่ารายการโทรทัศน์ที่มีอยู่ในสถานีโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่องที่เหลือ
นั้นขาดความหลากหลายทางวัฒนธรรมอย่างสิ้นเชิง ที่แย่ไปกว่านั้นคือขาดความ
หลากหลายทางพื้นที่เพราะเน้นสังคมเมือง มากกว่าสังคมชนบท

- (5) ในแง่ของรายการที่เป็นพื้นที่สาธารณะอย่างรายการกรองสถานการณ์และรายการถึง
ลูกถึงคน อาจกล่าวได้ว่ารายการสนทนาต่างๆไป ในสถานีโทรทัศน์ที่ไทยนั้นมีลักษณะ
คล้ายคลึงกันกับรายการกรองสถานการณ์คือความเป็นพื้นที่สาธารณะเทียมมากกว่า
รายการที่ควรเป็นพื้นที่สาธารณะแท้ ที่เปิดกว้างแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในประเด็นสาธารณะ
นั้นๆ

บทที่ 4

สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “สถานภาพสิทธิการสื่อสารในของไทย : การสื่อสารในมณฑลสาธารณะ” ผู้วิจัยได้ศึกษาใน 4 ประเด็นหลักด้วยกัน ดังนี้คือ

- 1) กฎหมายและบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญที่เกี่ยวข้องกับสิทธิการสื่อสารในมณฑลสาธารณะ
- 2) เสรีภาพในการแสดงออกของประชาชนและสื่อสารมวลชน
- 3) เสรีภาพในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนและสื่อสารมวลชน
- 4) ความหลากหลายของเนื้อหาและมณฑลสาธารณะในสื่อสารมวลชน

ผลจากการศึกษาเอกสาร วิเคราะห์เนื้อหา และการสัมภาษณ์เชิงลึก สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

1. กฎหมายและบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญที่เกี่ยวข้องกับสิทธิการสื่อสารในมณฑลสาธารณะ

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิการสื่อสารในมณฑลสาธารณะมีประเด็นที่ทำการศึกษายู่ 4 ประเด็นด้วยกัน คือ 1. บทบัญญัติในรัฐธรรมนูญ 2. กฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง 3. การปฏิรูปสื่อและการจัดตั้งองค์กรกำกับดูแลสื่อ 4. การกำกับดูแลตนเองของสื่อมวลชน

1. บทบัญญัติในรัฐธรรมนูญ มีการบัญญัติรับรองสิทธิและเสรีภาพของบุคคลเพิ่มมากขึ้น จากเดิมที่ให้สิทธิเพียง 9 ประการ เพิ่มขึ้นเป็น 40 ประการ อาทิ มาตรา 37 39 และ 40
2. กฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสิทธิการสื่อสาร คือ พระราชบัญญัติการพิมพ์ พ.ศ. 2484 พระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2489 พระราชบัญญัติองค์การการจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2543 ร่างพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ..... และมติคณะรัฐมนตรีเรื่องแนวทางการแก้ไขปัญหาวิทยุชุมชน วันที่ 16 สิงหาคม 2548
3. การปฏิรูปสื่อและการจัดตั้งองค์กรกำกับดูแลสื่อ จากพระราชบัญญัติองค์การการจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2543 ซึ่งเป็นกฎหมายพื้นฐานของการปฏิรูปสื่อตามเจตนารมณ์ของมาตรา 40 นำไปสู่การจัดตั้งองค์กรอิสระเพื่อกำกับดูแลสื่อสารมวลชน และโทรคมนาคม คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) ถูกจัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2547 ขณะที่คณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติไม่สามารถจัดตั้งขึ้นได้ เนื่องจากกระบวนการสรรหาทั้ง 2 ครั้ง ในปี พ.ศ. 2544 และ พ.ศ. 2548 ถูกศาลปกครองตัดสินให้เป็นโมฆะ การไม่

สามารถจัดตั้ง กสช. ขึ้นได้ทำให้เกิดสัญญาณภาคในการกำกับดูแลอันเปิดช่องให้ผู้มีอำนาจเดิมอย่างกรมประชาสัมพันธ์เข้ามาแทรกแซงความเคลื่อนไหวใหม่หลังการปฏิรูปสื่ออย่างวิฤต ชุมชน

4. การกำกับดูแลตนเองของสื่อมวลชน การจัดตั้งองค์กรอิสระเพื่อควบคุมดูแลตนเองของสื่อ หนังสือพิมพ์ถูกมองว่าเป็นเพียงเสือกระดาษ ที่ไม่สามารถลงโทษสมาชิกที่ฝ่าฝืนกฎได้ ต่อมาในปี 2546 มีการเรียกร้องให้มีการจัดตั้งองค์กรที่ทำหน้าที่และบทบาทควบคุมและพัฒนาสื่อกระจายเสียงเช่นเดียวกับสื่อหนังสือพิมพ์

2. เสรีภาพในการแสดงออกของสื่อมวลชน

ในยุครัฐบาลภายใต้ พันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร และยุคหลังรัฐประหารเดือนกันยายน พ.ศ.2549 พบว่าเสรีภาพในการแสดงออกของประชาชนและของสื่อมวลชนยังคงมีปัญหาและข้อจำกัดอยู่หลายประการ ดังต่อไปนี้

ยุครัฐบาลภายใต้ พันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร

2.1 การเพิ่มขึ้นของการฟ้องร้องคดีหมิ่นประมาท และการเรียกค่าสินไหมในอัตราที่สูง

ในสมัยรัฐบาลยุค พตท.ทักษิณ ชินวัตร (2) มาตรการหนึ่งที่ใช้ในการจัดการกับนักสื่อสารมวลชนและนักเคลื่อนไหวที่ขบถวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาลหรือนายกรัฐมนตรีคือการฟ้องหมิ่นประมาทและเรียกค่าสินไหมในอัตราที่สูง การฟ้องร้องนักสื่อสารมวลชนและนักกิจกรรม เห็นได้อย่างชัดเจนในช่วงปี พ.ศ.2546 – 2548 ลักษณะการฟ้องร้อง เป็นการฟ้องร้องโดยตัวอดีตนายกรัฐมนตรีเองหรือบางส่วนก็เป็นการฟ้องโดยหน่วยงานของรัฐ ตัวอย่างกรณีที่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย เช่น กรณีบริษัทชินคอร์ปอเรชั่นที่ก่อตั้งโดย พตท.ทักษิณ ฟ้อง น.ส.สุภิญญา กลางณรงค์ เลขาธิการคณะกรรมการการกระจายเสียงเพื่อการพัฒนา (กสส.) ในฐานะหมิ่นประมาทว่าชินคอร์ปอเรชั่นได้รับการเอื้อประโยชน์ทางธุรกิจจากสายสัมพันธ์ที่มีกับรัฐบาล หรือกรณีฟ้องร้อง นายสนธิ ลิ้มทองกุล และน.ส.สโรชา พรอุดมศักดิ์ ในฐานะหมิ่นประมาทว่าพตท.ทักษิณ หมิ่นพระบรมเดชานุภาพและเกี่ยวข้องกับการคอร์รัปชันที่สนามบินสุวรรณภูมิ เป็นต้น

2.2 การเข้าแทรกแซงความเป็นอิสระของกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ ผ่านการเข้ายึดครององค์กร ความสัมพันธ์ทางธุรกิจ และอิทธิพลทางการเมือง

ในยุครัฐบาลภายใต้ พันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร (2) ได้มีการเข้าแทรกแซงความเป็นอิสระของกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ เช่น การปลดบรรณาธิการและบีบบังคับให้บรรณาธิการข่าวหนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่งลาออกหลังมีการลงข่าวเรื่องรันเวย์ร้าวที่สนามบินสุวรรณภูมิ

การเข้าแทรกแซงในลักษณะถัดมาคือ การพยายามถือครองหุ้นในองค์กรสื่อโดยพันธมิตรของรัฐบาล คือ เช่น กรณีการซื้อหุ้นในเครือมติชน และเครือโพสต์ พับลิชชิง โดยบริษัท จีเอ็มเอ็ม มีเดีย ของ นายไพบูลย์ ดำรงชัยธรรม ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจสื่อมวลชนที่มีความเชื่อมโยงกับการเมืองและรัฐบาล

2.3 การเซ็นเซอร์เนื้อหาในสื่อของรัฐ

การเซ็นเซอร์เนื้อหาที่เด่นชัดที่สุดคือ กรณีการถอดรายการเมืองไทยรายสัปดาห์ออกจากผังรายการของสถานีโมเดิร์นไนน์ทีวีอย่างกะทันหัน ซึ่งในกรณีนี้รัฐบาลอาศัยโครงสร้างการถือหุ้นในบริษัทของ อสมท. จำกัด (มหาชน) เป็นช่องทางในการถอดรายการ

2.4 การข่มขู่คุกคามสื่อผ่านพันธมิตรทางการเมืองในระดับรากหญ้า

ในช่วงรัฐบาลทักษิณ(2) สื่อมวลชนได้รับการวิพากษ์วิจารณ์จากรัฐบาลอย่างมากว่าขาดความเป็นกลางและไม่มีจรรยาบรรณวิชาชีพ รัฐบาลใช้วิธีการที่หลากหลายในการตอบโต้สื่อมวลชน เช่น การตอบโต้องค์กรสื่อ 2 องค์กร คือ Manager Media Group และ The Nation Multimedia Group ในเดือนพฤษภาคม 2549 โดยกลุ่มผู้ขับขีจักรยานยนต์รับจ้าง คนขับแท็กซี่ และคนขับรถตู้รับจ้าง ได้รวมตัวกันรอบที่ทำการของทั้งสององค์กรเพื่อข่มขู่ผู้รายงานข่าว ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ได้รับผลประโยชน์หลายอย่างจากนโยบายประชานิยมของรัฐบาลทักษิณ

การคุกคามสื่อของรัฐบาลได้แพร่กระจายไปสู่สื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ตด้วย โดยกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารอ้างว่าพยายามที่จะกำจัดเนื้อหาที่ “สกปรก” ออกจากสื่ออินเทอร์เน็ต แต่เนื่องด้วยการพยายามสร้างนิยามที่ไม่ชัดเจน ทำให้เว็บไซต์ที่เกี่ยวกับการเมืองและรัฐบาล ได้รับผลกระทบตามไปด้วย

ในส่วนของนักวิชาการ NGOs และประชาสังคม รัฐบาลทักษิณ (2) พยายามทำให้คนกลุ่มนี้สูญเสียความน่าเชื่อถือ เช่น การตั้งคำถามเกี่ยวกับความความเที่ยงตรงของการศึกษาหรือข้อค้นพบ การแสดงความคิดเห็นว่าโลกของนักวิชาการมีข้อจำกัดอยู่แต่ในห้องสมุด การลดความน่าเชื่อถือของกลุ่ม NGOs โดยบอกว่าทำงานโดยมีการรับเงินจากต่างชาติ หรือมีแรงจูงใจทางการเมืองอื่นที่ซ่อนเร้น

ยุคหลังรัฐประหารเดือนกันยายน พ.ศ.2549

ในยุครัฐบาลหลังรัฐประหารเดือนกันยายน พ.ศ.2549 เกิดความเปลี่ยนแปลงสำคัญทางบ้านเมืองหลายประการ ซึ่งส่งผลกระทบต่อเสรีภาพในการแสดงออกของสื่อมวลชน จากการสัมภาษณ์นักวิชาชีพด้านข่าว สรุปได้ดังต่อไปนี้

1. เสรีภาพในการทำงานมีมากขึ้นในช่วงหลังรัฐประหาร ซึ่งต่างจากการปฏิวัติรัฐประหารในอดีตที่มีการควบคุมสื่อโดยตรง และต่างจากในสมัยรัฐบาล พตท.ทักษิณ ชินวัตร ที่มีการควบคุมสื่อผ่านช่องทางต่างๆ นอกจากนี้สื่อต่างๆ มีการแสดงออกถึงจุดยืนและการฝักใฝ่ทางการเมืองอย่างชัดเจนมากขึ้นเช่นกัน อันเป็นผลสืบเนื่องจากปลายยุครัฐบาลทักษิณที่มีการแบ่งขั้วทางความคิดชัดเจน
2. การควบคุมสื่อผ่านกฎอัยการศึกและประกาศ คปค. ฉบับที่ 5 โดยไม่ให้สื่อนำเสนอเนื้อหาที่อาจไม่เป็นผลดีต่อการทำรัฐประหาร อย่างไรก็ตามลักษณะการส่งผ่านอิทธิพลของรัฐ (รัฐบาล และ คมช.) สู่อีโคโนมิกส์ไม่ซับซ้อนและแนบเนียนเหมือนในยุครัฐบาลทักษิณ
3. การจัดตั้งสภานิติบัญญัติแห่งชาติ (สนช.) ขึ้น และแต่งตั้งตัวแทนจากภาคสื่อมวลชนเข้ามาเป็นสมาชิกด้วย ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผู้นำขององค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน ได้แก่ สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย สมาคมนักข่าววิทยุโทรทัศน์ไทย การกระทำดังกล่าวนำไปสู่เสียงวิพากษ์วิจารณ์ในวงกว้างว่าทำให้เกิด “ผลประโยชน์ทับซ้อน” ในแง่การตรวจสอบการทำงานของฝ่ายนิติบัญญัติ และทำให้เกิดช่องทางของระบบอุปถัมภ์ระหว่างรัฐกับสื่อมวลชน
4. เป้าหมายการควบคุมที่เน้นอินเทอร์เน็ตเป็นหลักเพราะเป็นพื้นที่ที่อำนาจเก่า ผู้สนับสนุนอำนาจเก่า และผู้ต่อต้านรัฐประหารสามารถเข้าถึงได้
5. การอาศัยช่วงเปลี่ยนผ่านทางการเมืองและการมีตัวแทนในฝ่ายนิติบัญญัติ เพื่อแก้ไขกฎหมายสื่อฉบับเก่าๆ ที่ล้าสมัย และมีลักษณะควบคุมเสรีภาพสื่อมวลชน

3. เสรีภาพในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนและสื่อสารมวลชน

ผลการศึกษาพบว่าหลังจากการบังคับใช้ พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสารของราชการ 2540 มาเป็นเวลา 10 ปี แม้จะพยายามเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมือง และสามารถแสดงความคิดเห็นหรือเสนอแนะต่อการดำเนินงานของรัฐบาลได้อย่างกว้างขวาง ผ่านการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารของราชการ แต่การปฏิบัติจริงยังคงมีอุปสรรคหลายประการ ได้แก่

1. การขอข้อมูลจะต้องใช้เวลาค่อนข้างนาน ทำให้ประชาชนยังติดตัวกับ พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสารน้อยกว่าที่ควร
2. พ.ร.บ. ดังกล่าว แทบไม่มีสภาพบังคับใช้เพราะหน่วยงานรัฐแม้จะได้รับคำสั่งที่ต้องเผยแพร่ แต่หากไม่ปฏิบัติตามก็ไม่มีบทลงโทษใดๆ มาจัดการได้
3. คณะกรรมการไม่คอยได้รับความร่วมมือจากทางเจ้าหน้าที่ของรัฐ
4. ความรู้ ความเข้าใจของข้าราชการยังอยู่ในภาวะจำกัด ทักษะคติของข้าราชการ ค่านิยมของระบบราชการที่มักจะใช้ข้อมูลเฉพาะในส่วนราชการเท่านั้น ไม่เปิดเผยแก่คนภายนอก

นอกจากนี้ จากข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการพบว่าในยุคก่อนและหลังรัฐบาล พตท. ทักษิณ พบว่าลักษณะการใช้สิทธิตามพ.ร.บ.ข้อมูลข่าวสารของราชการ มีความคล้ายคลึงกัน โดยข้าราชการจะเป็นกลุ่มที่ใช้สิทธิตามพ.ร.บ.มากที่สุด ซึ่งขอข้อมูลไปเพื่อลดโทษหรือปกป้องตนเอง รวมถึงกลุ่มนักธุรกิจที่ขอข้อมูลเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้าง แต่โดยรวมแล้วยังไม่มีกลุ่มใดที่มีระดับการใช้งานที่สูงจนเห็นได้ชัด เหตุผลส่วนหนึ่งเพราะเจ้าหน้าที่ของรัฐปฏิเสธที่จะเปิดเผยหรือให้ข้อมูลตามที่มีการร้องขอตามพ.ร.บ. และหน่วยงานของรัฐมักอ้างว่าต้องรอจนกว่าจะมีการอุทธรณ์และได้รับคำตัดสินจากคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารก่อนที่จะให้ข้อมูลที่มีการร้องขอ

4. ความหลากหลายของเนื้อหาและมณฑลสาธารณะในสื่อสารมวลชน

จากการศึกษารายการโทรทัศน์ทั้งหมด 6 ช่องสถานีในเดือนตุลาคม 2549 พบว่า สภาพสิทธิการสื่อสารของประชาชนในพื้นที่รายการโทรทัศน์ไทยยังคงไม่สามารถทำงานได้อย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพดังนี้

1. รายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะตามแนวคิดรายการประโยชน์สาธารณะในกลุ่มที่ 1 พบว่าเฉพาะช่อง 11 มีรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะมากที่สุด รองลงมาคือช่อง 9, 5, itv, 3 และ 7 ตามลำดับ
2. รายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะตามแนวคิดรายการประโยชน์สาธารณะในกลุ่มที่ 2 พบว่าเฉพาะช่อง 11 มีรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะมากที่สุดอีกเช่นกัน รองลงมาคือช่อง 5, 9, itv, 3 และ 7 ตามลำดับ
3. ความหลากหลายของประเภทรายการ พบว่ารายการส่วนใหญ่ที่ยังคงขาดความหลากหลายอยู่ โดยมักกระจุกตัวอยู่ที่รายการประเภทรายงานข่าว ขาดรายการประเภทวิเคราะห์ข่าวซึ่งพบเพียงรายการเดียวจากสถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 ช่อง ขณะที่รายการสารคดีนั้นพบในสัดส่วนที่น้อยมาก
4. ด้านกลุ่มผู้ชมรายการพบว่าเน้นเหมารวมกลุ่มผู้ชมทั่วๆ ไปในวงกว้าง ทำให้รายการโทรทัศน์ขาดความหลากหลายในแง่ของเนื้อหาและความสนใจไป โดยเน้นรายการที่เหมาะสมกับความต้องการของคนบางกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะทางภูมิศาสตร์ ซึ่งเห็นได้ชัดเจนในรายการเนื้อหาศาสนา นอกจากนี้ยังเน้นเนื้อหาด้านชีวิตสังคมเมืองมากกว่าชีวิตสังคมชนบท
5. รายการที่เป็นพื้นที่สาธารณะในสถานีโทรทัศน์ไทยนั้นมีลักษณะคล้ายคลึงกล่าวคือมีความเป็นพื้นที่สาธารณะเทียมมากกว่ารายการที่ควรเป็นพื้นที่สาธารณะแท้ ที่เปิดกว้างแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในประเด็นสาธารณะนั้นๆ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาประชากรในวงกว้างในมิติของการรับรู้ และการใช้สิทธิการสื่อสารในมณฑล
สาธารณะ โดยวิธีการทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ
2. ควรศึกษาเจาะลึกในสื่อประเภทอื่นๆ ถึงภาวะการมีอยู่และคุณภาพของมณฑลสาธารณะ
3. ควรศึกษาถึงระบบโครงสร้างของสื่อมวลชนที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปจากการปฏิรูประบบ
โทรคมนาคมและระบบสื่อว่าส่งผลต่อการสื่อสารในมณฑลสาธารณะอย่างไร
4. ควรศึกษาถึงสิทธิการสื่อสารในมิติอื่นๆ เช่น การสื่อสารความรู้ การสื่อสารภาคพลเมือง

ผลลัพธ์ (Output)

ผลงานที่แล้วเสร็จ

- นำเสนอผลงานวิจัยแบบโปสเตอร์ วันที่ 7 – 8 ตุลาคม พ.ศ. 2549 ณ งานประชุมวิจัยเมธีวิจัยอาวุโสพนักวิจัยรุ่นใหม่ สกว. ที่โรงแรมริเจนท์ ซะอ่า
- นิสิตและบัณฑิตปริญญาโทเข้าร่วมเป็นผู้ช่วยวิจัยรับผิดชอบในส่วนต่างๆ ของประเด็นการวิจัย 4 คน

ผลงานที่คาดว่าจะแล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2550

- การตีพิมพ์ส่วนต่างๆ ของงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ในวารสารนิเทศศาสตร์
ปีที่ 1
ชื่อเรื่องที่จะตีพิมพ์ Communication Rights in Thailand : Communicating in the Public Sphere
ชื่อวารสารที่จะตีพิมพ์ The Information Society, Journal of Communication, วารสารนิเทศศาสตร์
ปีที่ 2
ชื่อเรื่องที่จะตีพิมพ์ Communication Rights in Thailand : Communicating Knowledge
ชื่อวารสารที่จะตีพิมพ์ The Information Society, Journal of Communication, วารสารนิเทศศาสตร์
- การนำผลการวิจัยไปเป็นส่วนหนึ่งของการนำเสนอ/อภิปรายในการประชุมสัมมนา Asia – Pacific and Europe Media Dialogue ที่ผู้วิจัยจะไปเข้าร่วมที่ สหพันธรัฐเยอรมนี

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. มองสื่อใหม่มองสังคมใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัทเอดิชั่น เพรส โปรดักส์, 2543.

กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ภาพพิมพ์, 2541.

แก้วสรร อติโพธิ. สิทธิและเสรีภาพของชนชาวไทย. ใน บุญเลิศ คชายุทธเดช(ช้างใหญ่) และประยงค์ คงเมือง บรรณาธิการ. รวมสาระรัฐธรรมนูญฉบับประชาชน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน, หน้า 161-184, 2541.

เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง . เบื้องลึก-เบื้องหลัง การสรรหา กสช. ที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายด้วยเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ. ใน ไสวฤดี หวังวิวัฒนา บรรณาธิการ. สื่อวิทยุโทรทัศน์ไทย ได้เจ็อมมือ กสช., หน้า 14-39, 2548.

ฐิตินันท์ พงษ์สุทธิรักษ์ และ วีระยุทธ กาญจน์ชูฉัตร. สื่อสาธารณะ. โครงการ “การปฏิรูประบบสื่อ: การพัฒนาบุคลากร และสื่อสาธารณะ, 2547.

นวนน้อย ตริรัตน์ และ ธาณี ชัยวัฒน์. โครงสร้างตลาดและการกำกับดูแลหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย. ได้รับทุนสนับสนุนจากสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย, 2547.

บุญเลิศ คชายุทธเดช. สิทธิและเสรีภาพของสื่อมวลชน. ใน บุญเลิศ คชายุทธเดช(ช้างใหญ่) และประยงค์ คงเมือง บรรณาธิการ. รวมสาระรัฐธรรมนูญ ฉบับประชาชน กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน, หน้า 185-200, 2541.

บุญเลิศ ศุภดิolk. สิทธิการสื่อสารในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527.

รายงานผลการศึกษารอบที่ 12 เรื่อง “รายการโทรทัศน์ มองผู้ชมเป็นผู้บริโภคหรือพลเมือง” .
โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาพของสังคม 2550.

ปัทมาธิ์ ไร่รัมย์. **คุณลักษณะประชาธิปไตยในการสื่อสารผ่านเว็บบอร์ด**. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

พวงพนา คุณวัฒน์. **กระบวนการสื่อสารสาธารณะของกลุ่มชาวบ้านผู้คัดค้านเขื่อนปากมูล**.
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

มนทกานต์ ตปนียางกูร. **พัฒนาการของสื่อประชาสังคมไทยบนอินเทอร์เน็ต**. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

วิเชียร สุขวินุญ. **สิทธิการรับรู้ข่าวสารราชการของสื่อมวลชนไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

วิภา อุดมฉันท. **ปฏิรูปสื่อเพื่อสังคม : หลักคิดและบทเรียนจากนานาประเทศ**. กรุงเทพฯ: โครงการ
ตำราและเอกสารทางวิชาการ ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์, 2544.

สมเกียรติ อ่อนวิมล. การจัดสรรคลื่นความถี่วิทยุ โทรทัศน์และการโทรคมนาคม. ใน บุญเลิศ ศชายุทธ
เดช(ช้างใหญ่) และประยงค์ คงเมือง บรรณาธิการ. รวมสาระรัฐธรรมนูญ ฉบับประชาชน
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน, หน้า 201-209, 2541.

สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์. **การกำกับดูแลโครงสร้างสื่อวิทยุและโทรทัศน์**. โครงการปฏิรูปสื่อ, 2546.

สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ และ ธนวิทย์ สุทธรัตนกุล. **วัตถุประสงค์ ภาพที่พึงปรารถนา และหลักการที่
ควรจะเป็นของระบบสื่อ**. โครงการการปฏิรูประบบสื่อ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย,
2546

สุทธิ ชัดติยะ. **รายงานวิจัยฉบับที่ 5 เรื่องกระบวนการเกี่ยวกับการส่งเสริมนโยบายสาธารณะของ
การผลิตรายการโทรทัศน์รองสถานการณ์**. กรุงเทพฯ : สถาบันวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย
ช่อง 11, 2545

หนังสือพิมพ์โลกวันนี้. **ปฏิรูปการเมือง-ปฏิรูปสื่อ**. ปีที่ 2 ฉบับที่ 73 วันที่ 20-26 ตุลาคม พ.ศ.2549

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. วาทกรรมและวงศาวิทยาการปฏิรูปสื่อ. ใน โสภิต หวังวิวัฒนา บรรณาธิการ. **สื่อวิทยุโทรทัศน์ไทย ได้เจ็อมมือ กสท.** หน้า 51-80, 2548.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และ พิงรอร รามสูต รัตนันท์. **สื่อมวลชนเบื้องต้น: สื่อมวลชน วัฒนธรรมและสังคม**, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, พิมพ์ครั้งที่ 4, 2547.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. **โครงสร้างทางเศรษฐกิจการเมืองของระบบวิทยุและโทรทัศน์ไทย และผลกระทบต่อสิทธิเสรีภาพ**. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. **ระบบวิทยุและโทรทัศน์ไทย : โครงสร้างทางเศรษฐกิจการเมืองและผลกระทบต่อสิทธิเสรีภาพ**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, พิมพ์ครั้งที่ 2, 2544.

ภาษาอังกฤษ

Garnham, N. (1995) "The media and the public sphere" . in Oliver Boyd Barrett & Chris Newbold (eds.) **Approaches to Media: a Reader**. London : Arnold

Graham, A. and Davies, G. (1997). **Broadcasting, Society and Policy in the Multimedia Age**. London: John Libbey Media.

McQuail, D. (1992). **Media performance : Mass communication and the public interest**. London : Sage Publication.

ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก

- | | |
|-----------------------------------|---|
| 1. นายกวี จงกิจถาวร | บรรณาธิการบริหาร เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป |
| 2. นายตุลย์สถิต ทับทิม | บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ เดอะเนชั่น |
| 3. นายประสงค์ เลิศรัตนวิสุทธิ์ | บรรณาธิการ หนังสือพิมพ์มติชน |
| 4. นายภัทร คำพิทักษ์ | บรรณาธิการ หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ |
| 5. นายเถลิง สมทรัพย์ | นายกสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย |
| 6. นายปราโมทย์ ฝ้ายอุประ | หัวหน้าข่าวการเมือง หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ |
| 7. นายพีรพัฒน์ เกื้อวงศ์ | นักข่าวสายการเมือง หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ |
| 8. นางเนาวรัตน์ สุขสำราญ | นักข่าวสายการเมือง หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ |
| 9. นายฉัตรชัย นามตาปี | หัวหน้าข่าวการเมือง หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ |
| 10. ดร.นคร เสรีรักษ์ | ผู้อำนวยการฝ่ายนโยบายและวิเคราะห์
สำนักงานคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการ |
| 11. ดร.สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ | ผู้อำนวยการส่วนวิจัยเศรษฐกิจสารสนเทศ
สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย |
| 12. รศ.ดร.อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ | นักวิชาการนิเทศศาสตร์ |
| 13. รศ.ดร.พีระ จิโรสภณ | นักวิชาการนิเทศศาสตร์ |

ภาคผนวก ข

ประกาศ คปค. ฉบับที่ ๕

ประกาศ คณะปฏิรูปการปกครองในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข ฉบับที่ ๕

เรื่อง: ให้กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ควบคุมการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ตามที่คณะปฏิรูปการปกครองในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข ได้ทำการยึดอำนาจการปกครองแล้วนั้น จึงให้กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ดำเนินการควบคุม ยับยั้ง สกัดกั้น และทำลาย การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในระบบสารสนเทศ ผ่านระบบเครือข่ายการสื่อสารทั้งปวง ที่มีบทความ ข้อความ คำพูด หรืออื่นใด อันอาจส่งผลกระทบต่อการปฏิรูปการปกครองระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข ตามที่ คณะปฏิรูปการปกครองในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข ได้มีประกาศไว้ในเบื้องต้นแล้ว

สั่ง ณ วันที่ ๒๐ กันยายน พุทธศักราช ๒๕๔๙

ภาคผนวก ค

ตารางแสดงรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะตามแนวคิดประโยชน์สาธารณะในกลุ่มที่ 1
 (หมายเหตุ: (รายชื่อรายการด้านล่างเป็นรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะตามกลุ่มความคิดที่ 1, เฉพาะรายการที่ไฮไลต์สีเทาเท่านั้นที่เป็นรายชื่อ
 รายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะตามกลุ่มความคิดที่ 2)

ช่อง	ลำดับ	รายการ	ประเภท	กลุ่มผู้ชม	เนื้อหา	วัน	เวลา	ความยาว (นาที)	
								ครั้ง	สัปดาห์
3	1	เช้าวันใหม่	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	จ-ศ	4.00-4.45	45	225
	2	เช้าวันใหม่ (วันหยุด)	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	ส-อ	4.00-4.30	30	60
	3	ข่าวสุขภาพดี be well	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสุขภาพทั่วไป	จ-ศ	4.30-4.45	15	75
	4	โลกยามเช้า	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	จ-ศ	5.00-5.15	15	75
	5	โลกยามเช้าสุดสัปดาห์	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	ส-อ	5.15-6.00	45	90
	6	เรื่องเล่าเช้านี้	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	จ-ศ	6.30-8.45	135	675
	7	เรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	ส-อ	7.00-7.40	40	80
	8	เรื่องเด่นเย็นนี้	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	จ-ศ	17.15-18.15	60	300
						ส	17.00-18.15	75	75
						อ	17.30-18.00	30	30
	9	ข่าววันใหม่	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	จ-ศ	0.30-1.15	45	225
						อ	1.30-2.00	30	30
	10	ตระเวนข่าว	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	จ-ศ	1.15-1.30	15	75
	11	180 วินาทีข่าว	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	จ-ศ	14.00-14.03	3	15
						จ-ศ	14.45-14.48	3	15
						จ-อ	15.30-15.33	3	21
						ส-อ	11.42-11.45	3	6
						ส	13.25-13.28	3	3

						อ	13.12-13.15	3	3
	12	เที่ยงวันทันเหตุการณ์	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	จ-ศ	11.15-12.20	65	325
	13	ผู้หญิง ถึง ผู้หญิง	แม็กกาซีน	ผู้หญิง	สุขอนามัย ข่าวสาร เกร็ดสาระ	จ-ศ	8.45-10.20	95	475
	14	30 ยังแจ้ว	แม็กกาซีน	ผู้หญิง	สุขอนามัย ข่าวสาร เกร็ดสาระ	จ-ศ	10.20-10.50	30	150
	15	ซูรัก ซูรส	ทอล์คโชว์	ปชช.ทั่วไป	ความรู้เรื่องเพศศึกษา	พฤ	23.15-0.25	70	70
	16	เปิดเลนส์ส่องโลก	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	สิ่งแวดล้อมและสัตว์	ศ	0.00-0.25	25	25
	17	รายการเกษตร	แม็กกาซีน	เกษตรกร	ความรู้เกษตรกรรม	จ-ศ	3.30-4.00	30	150
	18	ชีวิตไม่สิ้นหวัง	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	ความยากลำบากและการต่อสู้ของผู้คนในสังคม	ส-อ	4.30-4.45	15	30
	19	สุดหล้าฟ้าเขียว	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	อาชีพ เกษตรกรรม	ส	6.00-6.25	25	25
	20	ทุ่งแสงตะวัน	สารคดี	เด็ก/เยาวชน	สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม	ส	6.25-6.50	25	25
	21	น้องใหม่ร้อยบริสุทธิ์	ละคร	ปชช.ทั่วไป	สภาพสังคมปัจจุบัน ร่วมสมัย	อ	16.00-16.30	30	30
	22	เปิดเลนส์ส่องโลก	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	ชีวิตสัตว์ สิ่งแวดล้อม	ศ	23.30-24.00	30	30
	23	สมรภูมิไอบีเดีย	โชว์	เด็ก/เยาวชน	วิทยาศาสตร์ประดิษฐ์	ศ	16.00-16.30	30	30
ช่อง	ลำดับ	รายการ	ประเภท	กลุ่มผู้ชม	เนื้อหา	วัน	เวลา	ความยาว (นาที)	
								ครั้ง	สัปดาห์
5	1	รอยด้วยเกษตรยั่งยืน	แม็กกาซีน	เกษตรกร	ความรู้ด้านเกษตรกรรม	จ	5.00-5.25	25	25
	2	มองปัญหาด้วยธรรม	แม็กกาซีน	ชาวพุทธ	หลักธรรมคำสอนและการปฏิบัติตน	อ	5.00-5.25	25	25
	3	ธรรมโอสถ	แม็กกาซีน	ชาวพุทธ	หลักธรรมคำสอนและการปฏิบัติตน	พ	5.00-5.25	25	25
	4	มุสลิมไทย	แม็กกาซีน	ชาวมุสลิม	หลักธรรมคำสอนและการปฏิบัติตน	พฤ	5.00-5.25	25	25
	5	คุยข่าวกับพระพยอม	แม็กกาซีน	ชาวพุทธ	หลักธรรมคำสอนและการปฏิบัติตน	ศ	5.00-5.25	25	25
	6	แผ่นดินทอง	แม็กกาซีน	ชาวพุทธ	หลักธรรมคำสอนและการปฏิบัติตน	ส	5.00-5.25	25	25

7	อดีตวิสาขธรรม	แม่กกกาซีน	ชาวพุทธ	หลักสูตรคำสอนและการปฏิบัติตน	อา	5.00-5.25	25	25
8	เปิดข่าวเช้า (สด)	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	จ-ศ	5.30-6.15	45	225
9	เช้าวันนี้...ที่เมืองไทย (สด)	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	จ-ศ	6.15-7.40	85	425
10	สถานีสนามเป้า (สด)	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	จ-ศ	7.40-9.00	80	400
11	เคาะข่าวเช้า	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	ส-อา	5.30-6.00	30	60
12	ปล.รักเมืองไทย	แม่กกกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	ส	6.00-6.25	25	25
13	นิวโลพี	แม่กกกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ในการดูแลสุขภาพ	อา	6.00-6.25	25	25
14	สารคดีเฉลิมพระเกียรติ	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	พระราชกรณียกิจ	ส-อา	6.25-6.27	2	4
15	ใส่ใจสุขภาพพ่อ	แม่กกกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ในการดูแลสุขภาพ				
16	การ์ตูนเสียดสีบุญ	แม่กกกาซีน	ปชช.ทั่วไป	หลักสูตรคำสอนและการปฏิบัติตน	ส-อา	6.27-6.30	3	6
17	ตามรอยธรรม	แม่กกกาซีน	ชาวพุทธ	หลักสูตรคำสอนและการปฏิบัติตน	ส	6.30-6.55	25	25
18	แผ่นดินธรรม	แม่กกกาซีน	ปชช.ทั่วไป	หลักสูตรคำสอนและการปฏิบัติตน	อา	6.30-6.55	25	25
19	ภารกิจนี้เพื่อแผ่นดิน	แม่กกกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความมั่นคงของชาติ	ส-อา	6.55-7.00	5	10
20	สวัสดีวันเสาร์	แม่กกกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ปณิณกะเกร็ดความรู้ทั่วไป	ส	7.00-7.25	25	25
21	เมืองไทยน่ารู้	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	ปณิณกะเกร็ดความรู้ทั่วไป	ส	7.25-7.30	5	5
						8.55-8.58	3	3
					จ	9.55-10.00	5	5
						11.25-11.30	5	5
					ศ	10.25-10.30	5	5
					จ-ศ	10.55-11.00	5	25
						14.30-14.33	3	15

					จ-อ	14.58-15.00	2	4
					พ-ศ	14.58-14.59	1	3
					ส	15.58-16.00	2	2
					จ-ศ	16.55-17.00	5	25
					พฤ-ศ	17.58-18.00	2	4
22	เมตตารมรค้ำจุนโลก	แม็กกาซีน	ชาวพุทธ	หลักธรรมคำสอนและการปฏิบัติตน	อา	7.55-7.58	3	3
23	เส้นทางสร้างอาชีพ	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ด้านอาชีพ	ส-อา	7.58-8.00	2	4
24	ร้อยใจไทยได้ร่มเย็น	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความมั่นคงของชาติและปัญหาชายแดนใต้	จ-ศ	9.00-9.05	5	25
25	เปิดข่าวสุดสัปดาห์	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	ส-อา	8.00-8.30	30	60
26	เจาะลึกประเทศไทย	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	ส	8.30-8.55	25	25
27	ครอบครัววาล	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	ปณิณกะเกร็ดความรู้ทั่วไป	อา	8.30-8.55	25	25
28	ยิ้มรับตะวัน	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ปณิณกะเกร็ดความรู้ทั่วไป	จ	9.30-9.55	25	25
29	เข้านี้ที่ช่อง 5	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	อ	9.30-9.55	25	25
30	นานาอาทิตย	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ปณิณกะเกร็ดความรู้ทั่วไป	อา	8.55-8.58	3	3
31	ชีวิตดีมีประกันสังคม	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ด้านการประกันสังคม	ส	8.58-9.00	2	2
32	เฮลโล เฮลท์	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ในการดูแลสุขภาพ	อ-พ	9.55-10.00	5	10
33	โยคะ ฟอรั่ไลฟ์ บายเล็ก	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ในการดูแลสุขภาพ	พฤ	9.55-10.00	5	5
34	ข่าวเขย่าจอ	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	ศ	9.55-10.00	5	5
35	ห้องข่าว 10 โมง	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	จ-ศ	10.00-10.25	25	125
36	แค่อะไรจะรู้	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ทั่วไปในต่างประเทศ กิจกรรมที่น่าสนใจ	ส	9.30-9.55	25	25

37	สวัสดิ์...บางกอก	แม่กกกาขึ้น	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ทั่วไปในเขต จังหวัดกทม	ส	9.55- 10.00	5	5
38	เลิฟแอนด์แคร์	แม่กกกาขึ้น	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ในการดูแล สุขภาพ	พ	10.30- 10.55	25	25
39	7 วันทันข้าว	ข้าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์ บ้านเมือง	ส	10.00- 10.30	30	30
40	ทันข้าว	ข้าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์ บ้านเมือง	อา	10.25- 10.30	5	5
					จ-อา	14.00- 14.05	5	35
					จ-ส	15.00- 15.05	5	30
					จ-อา	16.00- 16.05	5	35
						17.00- 17.05	5	35
						18.00- 18.05	5	35
					จ-ศ	22.00- 22.10	10	50
					ส-อา	22.00- 22.05	5	10
41	ละไมไดอารี่	แม่กกกาขึ้น	ปชช.ทั่วไป	ท่องเที่ยวในประเทศเชิง นิเวศวิทยา	ส	10.30- 11.25	55	55
42	เส้นทางคนกล้า	แม่กกกาขึ้น	ปชช.ทั่วไป	ประสบการณ์ชีวิตของ บุคคลที่น่าสนใจ	อ-พฤ	11.25- 11.30	5	15
43	รักษ์สุขภาพ	แม่กกกาขึ้น	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ในการดูแล สุขภาพ	ส	11.28- 11.30	2	2
44	สมาร์ท โลฟ	แม่กกกาขึ้น	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ในการดูแล สุขภาพ	อา	11.28- 11.30	2	2
45	ข่าวเที่ยงวัน	ข้าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์ บ้านเมือง	จ-ศ	11.55- 12.40	45	225
					ส-อา	12.00- 12.15	15	30
46	พลังชีวิตสู่วันใหม่	แม่กกกาขึ้น	ปชช.ทั่วไป	กำลังใจในการดำรงชีวิต	ส	11.55- 12.00	5	5
47	เรารักในหลวง	แม่กกกาขึ้น	ปชช.ทั่วไป	พระราชกรณียกิจ	พฤ-ศ	12.40- 12.43	3	6
48	ชีวิตสดใส	แม่กกกาขึ้น	ปชช.ทั่วไป	ปณิณกะเกร็ดความรู้ ทั่วไป	ส	12.15- 12.20	5	5

49	ด้วยแรงใจคนไทย	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	เกร็ดความรู้อาชีพ	อา	12.15-12.20	5	5
50	คุณช่วยได้	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	รณรงค์การประหยัดและ กิจกรรมสังคม	ส	12.20-12.45	25	25
51	ฟ้าใสวไรดี	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ใน ประเทศ	ส	12.45-12.50	5	5
52	กินดีอยู่ดี	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	สุขภาพ อาชีพ การกินอยู่	อา	12.45-12.50	5	5
53	ของเด็ด กทม.	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ท่องเที่ยวสถานที่ที่ น่าสนใจในกทม.	ส	12.50-12.55	5	5
54	เส้นทางมหัศจรรย์	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ท่องเที่ยวต่างจังหวัดโดย ใช้เส้นทางรถยนต์ทาง หลวง	อา	12.50-12.55	5	5
55	60 ปี ทศพิราชาธรรม	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	พระราชกรณียกิจ	จ-ศ	13.33-13.35	2	10
56	ฟ้าเมืองไทย	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ใน ประเทศ	อา	12.55-13.50	55	55
57	อาหารเพื่อสุขภาพ	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ในการดูแล สุขภาพ	อา	13.50-13.55	5	5
58	โยคะกับสุขภาพ	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ในการดูแล สุขภาพ	ส-อา	13.55-14.00	5	10
59	เปิดบันทึกตำนาน	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	ประวัติศาสตร์ทั่วไปใน ประเทศ-เกร็ดพงศาวดาร	พฤ	14.05-14.30	25	25
60	สถานี่ความเป็นไทย	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	เกร็ดความรู้สังคม วัฒนธรรม	จ	14.33-14.58	25	25
61	นาฏศิลป์สยาม	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ในด้าน ศิลปวัฒนธรรม	ศ	14.33-14.58	25	25
62	เฮลท์มี	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ในการดูแล สุขภาพ	จ	15.05-15.30	25	25
63	ส่องโลกเกษตร	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	เกร็ดความรู้ทางด้าน เกษตร	อ	15.05-15.30	25	25
64	ความดีคู่แผ่นดิน	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	สารคดีพระราชกรณียกิจ	พฤ	15.05-15.30	25	25
65	ร้อยเรื่องบ้าน	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	เกร็ดความรู้เรื่องบ้าน ชุมชน	จ	15.30-15.50	20	20
66	กรุงเทพฯ ไรดี	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	การบริหารงาน นโยบาย และการแก้ปัญหากทม.	อ	15.30-15.50	20	20
67	เกษตรนาไทย	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	เกร็ดความรู้ทางด้าน เกษตร	ส	15.55-15.58	3	3

68	รักบ้านเกิด	แม่กกกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ด้านชุมชน ความ เป็นอยู่และอาชีพ	จ	16.05- 16.30	25	25
69	ชีวิตที่พอเพียง	แม่กกกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ความเป็นอยู่และ อาชีพ	พ	16.05- 16.30	25	25
70	อันเนื่องมาจาก พระราชดำริ	แม่กกกาซีน	ปชช.ทั่วไป	สารคดีพระราชกรณียกิจ	พฤ-ศ	17.57- 17.58	1	2
71	ร้อยเรื่องรอบรู้	แม่กกกาซีน	ปชช.ทั่วไป	เกร็ดความรู้จิปาละ	จ-พ	17.58- 18.00	2	6
72	บ้านเลขที่ 5 @ ไทย แลนด์	วาไรตี้	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเรื่องราวน่าสนใจ ในชุมชนต่างๆ	จ-ศ	18.05- 18.55	50	250
73	ตามรอยพระยุคลบาท	แม่กกกาซีน	ปชช.ทั่วไป	สารคดีพระราชกรณียกิจ	จ-ศ	18.57- 19.00	3	15
74	ข่าวภาคค่ำช่วงที่ 1	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์ บ้านเมือง	จ-ศ	19.00- 19.10	10	50
75	ข่าวภาคค่ำช่วงที่ 2	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์ บ้านเมือง	จ-ศ	19.35- 19.59	24	120
76	ข่าวภาคค่ำ	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์ บ้านเมือง	ส-อา	19.25- 20.00	35	70
77	ข่าวพระราชสำนัก	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารในพระราชสำนัก	จ-อา	20.00- 20.15	15	105
78	สำรวจโลก	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	ความรู้วิทยาศาสตร์ สัตว์ สิ่งแวดล้อม	จ-ศ	19.10- 19.32	22	110
79	พลับนักศึกษาศึกษาเพื่อ คุณธรรม	ละคร	ปชช.ทั่วไป	ชีวิตและข้อคิดในการ ดำรงชีวิต	จ-ศ	19.32- 19.35	3	15
80	จารึกไว้ในแผ่นดิน	แม่กกกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ชีวิตและข้อคิดในการ ดำรงชีวิตจากในหลวง	จ-อา	19.59- 20.00	1	7
81	สามัคคี 4 เหล่า	แม่กกกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความมั่นคงของชาติ	จ-ศ	20.15- 20.25	10	50
82	เมืองไทยวาไรตี้ (สด)	แม่กกกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเรื่องราวที่น่าสนใจ ต่างๆ	จ-ศ	21.20- 22.00	40	200
83	โลก 360 องศา	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	สารคดีความรู้ประเทศ เรื่องราวต่างๆ	ส	21.35- 22.00	25	25
84	สมุดโคจร	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	สารคดีท่องเที่ยว ต่างประเทศ	อา	21.35- 22.00	25	25
85	เจาะใจ	ทอล์คโชว์	ปชช.ทั่วไป	ประสบการณ์ชีวิตที่ น่าสนใจ	พฤ	22.10- 23.30	80	80
86	สุวรรณภูมิ	แม่กกกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมไทย	ส-อา	22.05- 22.07	2	4
87	เปิดเมืองแปลก	แม่กกกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้บ้านเมือง ประเทศ ต่างแดน	อา	22.07- 23.02	55	55

	88	บ้านเขา บ้านเรา	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	ความรู้บ้านเมือง ประเทศ ต่างแดนเทียบกับไทย	อา	23.04- 23.07	3	3
	89	ผจญภัยไร้พรมแดน	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	ท่องเที่ยวต่างประเทศ ศิลปะวัฒนธรรม	อา	23.07- 23.32	25	25
	90	ข่าวภาคดึก	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์ บ้านเมือง	จ-ศ	24.00- 00.15	15	75
						ส-อา	24.02- 00.17	15	30
	91	ประชาสัมพันธ์ส่วน ราชการ	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารส่วนราชการ นโยบายต่างๆ	จ-ศ	2.25- 2.30	5	25
							2.55- 3.00	5	25
						ส-อา	2.27- 2.30	3	6
							2.55- 3.00	5	10
ช่อง	ลำดับ	รายการ	ประเภท	กลุ่มผู้ชม	เนื้อหา	วัน	เวลา	ความยาว (นาที)	
								ครั้ง	สัปดาห์
7	1	ข่าวภาคดึก	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์ บ้านเมือง	จ-พ	23.55- 0.25	30	90
						ส	0.10- 0.25	15	15
						อา	23.55- 1.00	65	65
	2	เด็ดข่าวดึก	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์ บ้านเมือง	จ	1.25- 1.40	15	15
						อ-อา	1.55- 2.10	15	90
	3	เข้าด่วนเด็ด 7 สี	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์ บ้านเมือง	จ-ศ	5.30- 6.15	45	225
						ส-อา	5.15- 6.00	45	90
	4	ข่าวผู้เยาว์	ข่าว	เยาวชน	ข่าวสำหรับผู้เยาว์	จ-ศ	6.20- 6.25	5	25
	5	จุมกมด	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าว/วาไรตี้	จ-พ	6.30- 8.15	105	520
						ศ	6.30- 8.10	100	100
	6	เด็ดเด็ด 7 สี	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์ บ้านเมือง	จ-ศ	8.15- 8.25	10	50

7	บอกเล่าเก้าสิบ	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวประชาสัมพันธ์ต่างๆ	จ-พฤ	8.25-8.30	5	25
8	ข่าวภาคเที่ยง	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	จ-ศ	12.15-12.30	15	75
9	ข่าวกีฬา	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวกีฬา	จ-ศ	12.30-12.45	15	75
10	ข่าวเด่นเย็นนี้	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	จ,พ-พฤ	16.20-16.25	5	15
11	ข่าวเด็ก 7 สี	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	จ-ศ	วันละ 3 ครั้ง	5	75
					ส-อา	วันละ 5 ครั้ง	5	50
12	ข่าวภาคค่ำช่วงที่ 1	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	จ-ศ	17.30-17.55	25	125
					ส-อา	17.30-17.50	20	40
13	ข่าวภาคค่ำช่วงที่ 2	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	ทุกวัน	19.55-20.25	30	210
14	เรื่องจริงผ่านจอ	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	สารคดีข่าวเชิงสืบสวน	พฤ	22.25-23.50	85	85
15	มิลินทปัญหา	การ์ตูน	เด็ก/เยาวชน	การ์ตูนเนื้อหาอิงพุทธประวัติ	ส	18.00-18.10	10	10
					อ	18.00-18.05	5	5
16	พุทธพจน์จำ	การ์ตูน	เด็ก/เยาวชน	เกร็ดความรู้สมุณไพร	พ	16.55-17.00	5	5
17	รายการธรรมะ	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ศาสนาและหลักคำสอนในการปฏิบัติตน	อา	6.00-6.25	25	25
18	การแพทย์ก้าวหน้า	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ให้ความรู้เรื่องสุขภาพ/โรคต่างๆ	อา	6.25-6.30	5	5
19	บันทึกเล่มเล็ก	แม่กกาซีน	เด็ก/เยาวชน	ผลงานประดิษฐ์ของเด็กๆ	อา	7.00-7.05	5	5
20	แบ่งปันรอยยิ้ม	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ปัญหาเด็กและครอบครัว	อา	7.35-7.40	5	5
21	ป้อนรักลูกน้อย	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	การดูแลสุขภาพของลูกน้อย	อา	9.05-9.10	5	5
22	พบหมอศิริราช	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	การแพทย์-สุขภาพ	อา	13.40-13.45	5	5
23	สานฝันโลกสีเขียว	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	รณรงค์อนุรักษ์ธรรมชาติ	อา	16.55-17.00	5	5

24	ที่สุดของหัวใจ	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ประสบการณ์ของผู้สนอง เบื้องพระยุคลบาท	ส-อา	17.20- 17.25	5	10
25	ล้าน 7 เคล็ดลับ	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	การดูแลสุขภาพ	ส-จ	17.25- 17.30	5	15
26	กระจกหกด้าน	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้เรื่องต่างๆ ใน ชีวิตประจำวัน	จ	17.25- 17.30	10	10
					พ,ศ	15.15- 15.30	15	30
					ส	17.20- 17.25	5	5
27	คุยกันเรื่องลูก	แม็กกาซีน	พ่อแม่	การดูแลสุขภาพของลูก	อา	17.55- 18.00	5	5
28	รักษาสภาพ	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	การดูแลสุขภาพ	อา	18.05- 18.10	5	5
29	ได้ร่มธงไทย	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความมั่นคงของชาติและ ปัญหาชายแดนใต้	จ-ศ	6.25- 6.30	5	25
30	คิดดีคิดสนุก	แม็กกาซีน	เด็ก	กิจกรรมเด็ก	จ	16.30- 17.00	30	30
31	รักลูกให้ถูกทาง	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	เกร็ดความรู้ในการดูแล ลูก	จ,พ-พฤ	16.25- 16.30	5	15
32	ขับขี้อวดภัย	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้เรื่องการใช้พาหนะ	จ	17.55- 18.00	5	5
33	108 ไอเดีย	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	การประดิษฐ์ของใช้/งาน ฝีมือ	อ-พฤ	15.05- 15.10	5	15
34	มืออมไม่อด	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ประโยชน์ของการอม	พ	17.20- 17.25	5	5
35	เพลินคิด	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	สาระความรู้ทั่วไปใน ชีวิตประจำวัน	พ,พฤ	17.25- 17.30	5	10
36	รักลูกทุกวัน	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	การดูแลลูก	พ-ศ	18.10- 18.15	5	15
37	คลับสุขภาพ	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	การดูแลสุขภาพ	พฤ	16.10- 16.20	10	10
38	สาระไทย	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	พระราชกรณียกิจใน หลวง	พฤ	16.55- 17.00	5	5
39	สมาธิคิด	แม็กกาซีน	เด็ก/ เยาวชน	เกร็ดความรู้ทั่วไป	ส	7.35- 7.40	5	5
40	อีกหนึ่งรักแท้	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	การดูแลครอบครัว	อา	11.10- 11.15	5	5
41	น่ารู้คู่ครัว	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	สาระความรู้การ ทำอาหาร	อา	11.50- 11.55	5	5

	42	ฟ้าใสวันเสาร์	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	เกิดความรู้ทั่วไป	ส	7.40-7.45	5	5
	43	เคล็ดลับลูกน้อย	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	การดูแลลูก	ส	8.30-8.35	5	5
	44	พ่อแม่มือใหม่	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	การดูแลลูก	ส	8.35-8.40	5	5
	45	เรียนรู้ลูกรัก	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	การดูแลลูก	ส	11.20-11.25	5	5
	46	รอบรู้สุขภาพ	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	การดูแลสุขภาพ	ส	11.25-11.30	5	5
	47	เรื่องบ้านน่ารู้	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	การดูแลตกแต่งบ้าน	ส	13.40-13.45	5	5
	48	คนรักบ้าน	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	การดูแลตกแต่งบ้าน	ส	17.25-17.30	5	5
	49	พลังคิด	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	เกิดความรู้วิทยาศาสตร์	อา	8.10-8.15	5	5
	50	เปิดแฟ้มแก่น	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	การแก้ปัญหาความยากจน	พญ	17.20-17.25	5	5
	51	สารคดีเกษตร	สารคดี	เกษตรกร	ความรู้เรื่องการเกษตร	จ-ศ	6.15-6.20	5	25
ช่อง	ลำดับ	รายการ	ประเภท	กลุ่มผู้ชม	เนื้อหา	วัน	เวลา	ความยาว (นาที)	
								ครั้ง	สัปดาห์
9	1	ข่าวต้นชั่วโมง	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	ทุกวัน	ต้นชั่วโมง (98ชม)	5	490
	2	ข่าวสำนักข่าวไทย	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	อ-ส	0.00-0.30	30	150
						จ-ศ	5.30-8.00	150	750
						จ-ศ	12.00-13.00	60	300
						จ-ศ	17.30-17.57	27	135
						จ-ศ	18.00-18.30	30	150
						จ-ศ	19.30-20.15	45	225
						ส-อา	19.30-20.30	60	120
	3	คุยคุ้ยข่าว	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	จ-ศ	21.30-22.00	30	150

					ส-อา	12.05-13.00	55	110
4	ซีพีจอร์โลก	วิเคราะห์ข่าว	ผู้ใหญ่	ข่าวต่างประเทศ	จ	22.05-23.00	55	55
5	ซีพีจอร์โลกวันนี้	วิเคราะห์ข่าว	ผู้ใหญ่	ข่าวต่างประเทศ	จ-ศ	8.00-8.15	15	75
6	ถึงลูกถึงคน	สนทนา	ปชช.ทั่วไป	สนทนาเหตุการณ์ปัญหาบ้านเมือง	จ-ศ	23.05-24.00	55	275
7	สารคดี	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	สารคดีทั่วไป	จ	1.05-1.30	25	25
					จ	16.40-17.05	25	25
					จ	2.05-2.30	25	25
					อ	2.30-3.00	30	30
					อ	4.30-4.50	20	20
					อา	0.05-0.20	15	15
8	หลุมดำ	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	เหตุการณ์ปัญหาบ้านเมือง	ส	23.05-24.00	55	55
9	กบนอกกะลา	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	เรื่องราวน่ารู้ต่างๆ รอบตัว	ศ	20.30-21.30	60	60
10	คนค้นคน	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	บทเรียนชีวิตผู้คนที่น่าสนใจ	อ	22.05-23.00	55	55
11	จอโลก Biography	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	อัตชีวประวัติของบุคคลสำคัญ	พ	20.30-21.30	60	60
12	จอโลก World's Best	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ทั่วไปที่น่าสนใจ	ส	10.05-11.00	55	55
13	บันทึกโลก สุดสัปดาห์	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ทางประวัติศาสตร์	อา	10.05-11.00	55	55
14	แดนสนธยา	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	ความรู้เกี่ยวกับสัตว์และธรรมชาติ	จ-ศ	18.30-19.00	30	150
15	๑ ในพระราชดำริ	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ทั่วไปทางวิทยาศาสตร์ การแพทย์	ส	20.30-21.00	30	30
16	ถึงความคิด	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ทั่วไปทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	ส	15.05-16.00	55	55
17	มหัศจรรย์วันอาทิตย์	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	ศิลปะ อาชีพ วัฒนธรรม และงานหัตถกรรม	อา	11.05-12.00	55	55

18	รวมภอน ในปี5	แม็กกาซีน	ปชช.ชาว มุสลิม	ความรู้ทั่วไป ชีวิต ศาสนา วัฒนธรรม	จ-อา	3.30- 4.30	55	385
19	โลกมุสลิม	แม็กกาซีน	ปชช.ชาว มุสลิม	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับคน มุสลิม	ศ	5.05- 5.30	25	25
20	รู้ธรรม นำชีวิต	แม็กกาซีน	ปชช.ชาว พุทธ	สารคดี ศาสนา	จ,พ	4.30- 4.50	20	40
21	ชีวิตธรรม	แม็กกาซีน	ปชช.ชาว พุทธ	หลักการคำสอนของ พุทธศาสนา	พฤ	4.30- 4.50	20	20
22	วิถีอิสลาม	แม็กกาซีน	ปชช.ชาว พุทธ	ความรู้ทั่วไปในพุทธ ศาสนา	ศ	4.30- 4.50	20	20
23	เวทีธรรม	แม็กกาซีน	ปชช.ชาว พุทธ	ความรู้ทั่วไปในพุทธ ศาสนา	พฤ	5.05- 5.30	25	25
24	พุทธธรรมนำทาง	แม็กกาซีน	ปชช.ชาว พุทธ	ความรู้ทั่วไปในพุทธ ศาสนา	พ	5.05- 5.30	25	25
25	อยู่เย็นเป็นสุข	แม็กกาซีน	ปชช.ชาว พุทธ	ความรู้ทั่วไปในพุทธ ศาสนา	ส	4.30- 4.50	20	20
26	9 เพื่อนเกษตรไทย	แม็กกาซีน	เกษตรกร	แนะนำอาชีพและเทคนิค การเกษตร	อา	4.30- 4.50	20	20
27	มหัศจรรย์ธรรมชาติ	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับ อาชีพ ผู้คน และ ธรรมชาติ	อา	6.30- 7.00	30	30
28	บ้านของเรา	แม็กกาซีน	ปชช.ชาว พุทธ	ความรู้ทั่วไปในพุทธ ศาสนา	อา	5.30- 6.00	30	30
29	แสงธรรม/คำตอบชีวิต	แม็กกาซีน	ปชช.ชาว พุทธ	ความรู้ทั่วไปในพุทธ ศาสนา	อา	5.05- 5.30	25	25
30	วันฟ้าใส	แม็กกาซีน	เกษตรกร	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับ อาชีพการเกษตร	ส	5.05- 5.30	25	25
31	น้ำรู้ น้ำดู น้ำอยู่ น้ำกิน	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ทั่วไปด้านสุขภาพ และการบริโภค	อ	5.05- 5.30	25	25
32	นักประดิษฐ์	แม็กกาซีน	เด็ก/ เยาวชน	ความรู้วิทยาศาสตร์และ การประดิษฐ์	จ	17.05- 17.30	25	25
33	เด็กช่างคิด	แม็กกาซีน	เด็ก/ เยาวชน	ความรู้และการทดลอง วิทยาศาสตร์	อ	17.05- 17.30	25	25
34	ฟาร์มแสนสุข	แม็กกาซีน	เด็ก/ เยาวชน	ความรู้วิทยาศาสตร์และ ชีวิตสัตว์	พ	17.05- 17.30	25	25
35	ยูเรก้า	แม็กกาซีน	เด็ก/ เยาวชน	ความรู้และการทดลอง วิทยาศาสตร์	พฤ	17.05- 17.30	25	25
36	ศิลปะโดนใจ	แม็กกาซีน	เด็ก/ เยาวชน	ความรู้ทางด้านศิลปะ	ศ	17.05- 17.30	25	25
37	เพื่อนแก้ว	แม็กกาซีน	เด็ก/ เยาวชน	การเล่น ศิลปะและ กิจกรรมต่างๆ	อ	16.40- 17.05	25	25

	38	ผู้ใหญ่บ้านดำดี	แม่กกกาขึ้น	เกษตรกร	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเกษตรและกสิกรรม	พ	16.05-16.30	25	25
	39	เมืองไทยเมืองยิ้ม	แม่กกกาขึ้น	ปชช.ทั่วไป	ท่องเที่ยวสถานที่ต่างๆภายในประเทศ	พฤ	16.05-16.30	25	25
	40	ของดีทั่วไทย	แม่กกกาขึ้น	ปชช.ทั่วไป	สินค้าและผลิตภัณฑ์ในประเทศที่น่าสนใจ	ศ	16.05-16.30	25	25
	41	ฟุดฟิดฟอไฟ	แม่กกกาขึ้น	เด็ก-วัยรุ่น	สอนภาษาอังกฤษ	จ-ศ	17.57-18.00	3	15
	42	The Icon-ปรากฏการณ์คน	ทอล์คโชว์	ปชช.ทั่วไป	ประสบการณ์ชีวิตของคนในแวดวงอาชีพต่างๆ	ศ	22.05-23.00	55	55
	43	V.I.P.	ทอล์คโชว์	ปชช.ทั่วไป	ประสบการณ์ชีวิตของคนในที่มึ่เรื่องราวไม่ธรรมดา	จ	20.30-21.30	60	60
	44	คุณพระช่วย	โชว์	ปชช.ทั่วไป	ศิลปวัฒนธรรมไทยในหลายแขนง	อ	20.30-21.30	60	60
	45	Mega Clever ฉลาดสุดสุด	เกมโชว์	ปชช.ทั่วไป	ความรู้และการทดลองวิทยาศาสตร์	พฤ	20.30-21.30	60	60
	46	ชิงช้าสวรรค์	โชว์	ปชช.ทั่วไป	ประกวดร้องเพลงลูกทุ่งและเกร็ดความรู้ทั่วไป	ส	16.05-18.00*	110	110
	47	สี่แผ่นดิน	ละคร	ปชช.ทั่วไป	ละครบอกเล่าชีวิตในวังผ่านยุคสมัยต่างๆทางประวัติศาสตร์ไทย	จ-ศ	10.30-11.30*	55	275
ช่อง	ลำดับ	รายการ	ประเภท	กลุ่มผู้ชม	เนื้อหา	วัน	เวลา	ความยาว (นาที)	
								ครั้ง	สัปดาห์
11	1	ทันข่าวเช้านี้	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	จ-ศ	6.00-8.00	120	600
	2	ข่าวมือเช้า	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	ส-อา	6.00-8.00	120	240
	3	ข่าวบริการ	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	จ-อา	8.00-8.05	5	35
	4	เที่ยงวันทันข่าว	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	จ-ศ	12.00-13.00	60	300
	5	เที่ยงวันทันข่าวสุดสัปดาห์	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	ส-อา	12.00-13.00	60	120
	6	ทิศทางเศรษฐกิจ	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	จ-ศ	13.00-13.30	30	150
	7	ข่าวท้องถิ่น	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมืองในส่วนภูมิภาค	จ-อา	16.30-17.00	30	210
	8	ข่าว 11 18.00 น .	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	จ-อา	18.00-20.00	120	840
	9	ข่าวในพระราชสำนัก	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	จ-อา	20.00-20.20	20	140

10	News Line	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์ บ้านเมือง	จ-ศ	21.30- 22.25	55	275
11	ทันคน ทันข่าว	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์ บ้านเมือง	จ-ศ	23.30- 0.30	60	300
12	ทันข่าวต้นชั่วโมง	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์ บ้านเมือง	จ-อา	9.00- 9.05	5	35
					จ-อา	10.00- 10.05	5	35
					จ-อา	11.00- 11.05	5	35
					จ-อา	14.00- 14.05	5	35
					จ-ศ,อ	15.00- 15.05	5	30
					จ-ศ,อ	16.00- 16.05	5	30
13	ทิศทางข่าว	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์ บ้านเมือง	ส	24.00- 0.30	30	30
14	รู้ทันข่าว	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์ บ้านเมือง	อา	23.00- 23.30	30	30
15	มอริ่ง ทอล์คโชว์	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์ บ้านเมือง	จ-ศ	8.05- 8.30	25	125
16	พลังแห่งแผ่นดินไทย/ อินไซด์ บางกอก	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	สารคดีพระราชกรณียกิจ	จ-ศ	22.25- 22.30	5	25
17	พระบรมราโชวาท/พลัง แห่งแผ่นดินไทย	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	สารคดีพระราชกรณียกิจ	จ-อา	2.50- 3.00	10	70
18	เดือนรอมฎอน	แม่กกาซีน	ปชช.มุสลิม	หลักธรรมคำสอนและการ ปฏิบัติตน	จ-อา	3.00- 4.00	60	420
19	เดือนรอมฎอน	แม่กกาซีน	ปชช.มุสลิม	หลักธรรมคำสอนและการ ปฏิบัติตน	จ	4.00- 4.30	30	30
20	เดือนรอมฎอน	แม่กกาซีน	ปชช.มุสลิม	หลักธรรมคำสอนและการ ปฏิบัติตน	จ	4.30- 5.00	30	30
21	เดือนรอมฎอน	แม่กกาซีน	ปชช.มุสลิม	หลักธรรมคำสอนและการ ปฏิบัติตน	อ	4.00- 5.00	60	60
22	เดือนรอมฎอน	แม่กกาซีน	ปชช.มุสลิม	หลักธรรมคำสอนและการ ปฏิบัติตน	พ	4.00- 5.00	60	60
23	เดือนรอมฎอน	แม่กกาซีน	ปชช.มุสลิม	หลักธรรมคำสอนและการ ปฏิบัติตน	พฤ	4.00- 5.00	60	60
24	เดือนรอมฎอน	แม่กกาซีน	ปชช.มุสลิม	หลักธรรมคำสอนและการ ปฏิบัติตน	ศ	4.00- 5.00	60	60

25	เดือนรอมฎอน	แม่กกาซีน	ปชช.มุสลิม	หลักสูตรคำสอนและการปฏิบัติตน	ส	4.00-5.00	60	60
26	เดือนรอมฎอน	แม่กกาซีน	ปชช.มุสลิม	หลักสูตรคำสอนและการปฏิบัติตน	อา	4.00-5.00	60	60
27	โทรทัศน์เพื่อการศึกษา สุโขทัยธรรมมาธิราช/ ลีลาชีวิต	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	เยาวชนนิสิตนักศึกษา	จ-ส	5.00-6.00	60	360
28	โทรทัศน์เพื่อการศึกษา รวมคำแห่งลีลาชีวิต	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	เยาวชนนิสิตนักศึกษา	อา	5.00-6.00	60	60
29	มงคลแผ่นดิน	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	พระราชกรณียกิจ	พ	21.25-21.30	5	5
30	รักษะโลกผ่านเลนส์	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	สิ่งแวดล้อม ชีวิตสัตว์ป่า	ส	22.00-22.30	30	30
31	"พระผู้เป็นพลังของ แผ่นดิน"/"ที่สุดของ แผ่นดิน"	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	พระราชกรณียกิจ	จ-ส	20.20-20.30	10	60
32	my sci คิดค้นพบ	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ทั่วไปด้าน วิทยาศาสตร์	ส	10.05-11.00	55	55
					อ	10.05-10.55	25	25
33	สารคดีเอกลักษณ์	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ทั่วไปด้านสังคม และวัฒนธรรมไทย	อ	10.55-11.00	5	5
34	แม่ฟ้าหลวง	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	สารคดีพระราชกรณียกิจ ของสมเด็จพระศรีนคร ทราบรมราชชนนี	พญ-ศ	17.00-17.25	25	50
35	วิทยาศาสตร์รอบตัว	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ทั่วไปด้าน วิทยาศาสตร์	พญ-อา	17.45-18.00	15	60
36	เพื่อนคู่คิด	แม่กกาซีน	ปชช.ชาว พุทธ	ความรู้ทั่วไปใน ชีวิตประจำวัน การ ประกอบอาชีพ	ศ	21.25-21.30	5	5
37	กาชาดเพื่อคุณ	แม่กกาซีน	ปชช.ชาว พุทธ	ความรู้-กิจกรรมของ สภากาชาดต่อสังคม	จ	8.45-9.30	15	15
38	สวัสดีอาเซียน	แม่กกาซีน	ปชช.ชาว พุทธ	ความรู้ความเคลื่อนไหว ทางสังคมเศรษฐกิจของ กลุ่มประเทศแถบอาเซียน	อ	8.30-9.00	30	30
39	ตำรวจของประชาชน	แม่กกาซีน	ปชช.ชาว พุทธ	หลักสูตรคำสอนและการ ปฏิบัติตน	พ	8.30-8.40	10	10
40	รักษมนุสย	แม่กกาซีน	เกษตรกร	ความรู้ทั่วไปด้านการ เกษตรกรรม	พ	8.40-8.50	10	10
41	ภาษาจีนง่ายๆ	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ทางด้านภาษาจีน	พ	8.50-9.00	10	10

42	ศาลาวิมสวน	แม่กกกาขึ้น	เกษตรกร	ความรู้ทั่วไปด้านการเกษตรกรรม	พญ	8.30-9.00	30	30
43	วิธีชนบท	สารคดี	ชาวชนบท	ความรู้ทางด้านชีวิตวัฒนธรรมชุมชน	พ	13.30-14.00	30	30
					ส	14.05-14.30	25	25
44	โลกใบเดียวกัน	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ทางด้านชีวิตวัฒนธรรมชุมชน	พญ	13.30-14.00	30	30
45	หน้าต่างสังคม	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	ปัญหาสังคม สภาพชีวิตชีวิต สังคมชนบท	ศ	13.30-14.00	30	30
46	เจริญธรรม	โชว์	ปชช.ทั่วไป	หลักธรรมคำสอนและการปฏิบัติตน	ศ	8.30-9.00	30	30
47	เพลินเพลงคลาสสิก	โชว์	ผู้ใหญ่	เพลงคลาสสิก	พ-พญ	0.30-1.30	60	120
48	เสียงธรรม เสียงทิพย์	โชว์	ผู้ใหญ่	เพลงไทยเดิม	จ	0.30-1.30	60	60
49	สรวด์ศิลป์แห่งความหวาน	โชว์	ผู้ใหญ่	เพลงไทยเดิม	อ	0.30-1.30	60	60
50	เพลงประทับจิต	โชว์	ผู้ใหญ่	เพลงไทยเดิม	ศ	0.30-1.30	60	60
51	เสียงสรวด์ เมื่อวันวาน	โชว์	ผู้ใหญ่	เพลงไทยเดิม	ส	13.00-14.00	60	60
52	ลีลาชีวิต/พุทธภาสิต	แม่กกกาขึ้น	เด็ก	ความรู้ด้านพุทธศาสนา	จ-ศ	1.30-1.40	10	50
					ส-อา	0.30-0.40	10	20
53	ธรรมะคือคุณากร	แม่กกกาขึ้น	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ด้านพุทธศาสนา	จ-ศ	23.00-23.15	15	75
54	กรองสถานการณ์	ทอล์คโชว์	ปชช.ทั่วไป	สนทนานิยายบายรัฐ/สาธารณะ	จ-ศ	20.30-21.30*	60	290
55	หมายเหตุประเทศไทย	ทอล์คโชว์	ปชช.ทั่วไป	สนทนานิยายบายรัฐ/สาธารณะ	จ-ศ	11.30-11.55	25	125
56	มองรัฐสภา	แม่กกกาขึ้น	ปชช.ทั่วไป	สนทนานิยายบายรัฐ/สาธารณะ	จ-พญ	9.05-10.00	55	220
57	รัฐสภาของประชาชน	แม่กกกาขึ้น	ปชช.ทั่วไป	ถ่ายทอดสดงานต่างๆ หรือประชาชนสัมพันธ์ กิจกรรมของรัฐ	ศ	9.05-10.00	55	55
58	สัมมนาทัศน์	แม่กกกาขึ้น	ปชช.ทั่วไป	ถ่ายทอดสดการประชุมหน่วยงานของรัฐ	พ	15.05-16.00	55	55
					ส	8.05-9.00	55	55

					อา	17.00-17.45	45	45
59	โลกสวยพลังงาน สดใสไปกับ ปตท.	สารคดี		ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับ สิ่งแวดล้อม พลังงาน	จ-พ	17.00-17.25	25	75
60	ไปคู่ผู้แทน	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	การทำงานของสส.ใน พื้นที่และปัญหาต่างๆ ใน ชุมชน	ส	23.00-24.00	60	60
61	ปลอดภัยไว้ก่อน	แม่กกาซีน		ความปลอดภัยในชีวิต การเดินทาง สุขภาพ	พ	11.05-11.30	25	25
62	รากแก้วประชาธิปไตย	แม่กกาซีน	เด็ก/ เยาวชน	ความรู้ทั่วไปในชุมชน ประชาธิปไตย การทำงาน ร่วมกัน	ศ	16.05-16.30	25	25
63	ไอที อีเลฟเว่น	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ด้านไอที	ส	9.05-9.30	25	25
64	ประตูปานเล็ก	แม่กกาซีน	เด็ก/ เยาวชน	ความรู้เกี่ยวกับ สิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ	อ	9.05-9.30	25	25
65	คนหวงแผ่นดิน/เปิด บ้านท้องถิ่นฯ	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้สาระเกี่ยวกับ บุคคลที่ดีในท้องถิ่น	ส	9.30-10.30	30	30
66	ความรู้คือประตูเปิด บ้านท้องถิ่นฯ	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสิ่ง ต่างๆ	อ	9.30-10.30	30	30
67	ตามรอยเศรษฐกิจ พอเพียง	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับ เศรษฐกิจพอเพียง	พ	10.30-10.55	25	25
68	ขบวนการแก้จน	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ในการทำธุรกิจที่ ได้ประสิทธิผล	พฤ	10.30-10.55	25	25
69	เวทีเพื่อคุณ	ทอล์คโชว์	ปชช.ทั่วไป	เรื่องราวสาระปัญหา ต่างๆ ในชุมชนต่างๆ	พฤ	11.05-11.30	25	25
70	ภูมิปัญญาแพทย์แผน ไทย	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ด้านสมุนไพรและ การแพทย์	ศ	11.05-11.30	25	25
71	เจาะเรื่องเมืองไทย	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้เหตุการณ์ปัจจุบัน ของประเทศ	ส	11.05-11.55	50	50
72	เวทีชาวบ้าน	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	เวทีแสดงความคิดเห็นของ ชาวบ้านในเรื่องต่างๆ	อา	11.05-11.55	50	50
73	คนไทยไฉไลดี	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	แนวคิด/ไอเดียที่น่าสนใจ จากคนไทย	อ	13.30-14.00	30	30
74	เวทีปฏิรูปการศึกษา/ ดาตุนุพัง	ทอล์คโชว์	ปชช.ทั่วไป	ความรู้เกี่ยวกับนโยบาย การศึกษา	อ	13.00-14.00	60	60
75	สารพันปัญหาหลัง แผ่นดินไหวตึกถล่ม	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	พูดคุยปัญหาเกี่ยวกับโรค เอดส์และผู้ป่วย	พ	14.05-15.00	55	55
76	โรงพยาบาลสมเด็จ พระยุพราช/วิสัยทัศน์ กฎหมายไทย	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	เรื่องราวความรู้เกี่ยวกับ การรักษาโรคต่างๆ	พ	14.05-15.00	55	55

77	วิถีไทย	แม่กกกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ในการประกอบอาชีพ ความเป็นอยู่ในชุมชน	พฤ	14.05-14.30	25	25
78	พลังสหกรณ์	แม่กกกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้และเรื่องราวน่าสนใจในการทำสหกรณ์ชุมชน	ศ	14.05-14.30	25	25
79	การประกวดดีเกอรี่/การแสดงร้องเง้ง	ไชว์	ปชช.มุสลิม	การประกวดร้องเพลงพื้นบ้าน	อา	14.05-15.00	55	55
80	รู้จักรู้ใจลูก	แม่กกกาซีน	พ่อแม่เด็ก	ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงดูลูก	จ	16.05-16.30	25	25
81	รักใส ๆ เข้าใจลูก	แม่กกกาซีน	พ่อแม่เด็ก	ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงดูลูก	อ	16.05-16.30	25	25
82	รักด้วยสมอง	แม่กกกาซีน	พ่อแม่เด็ก	ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงดูลูก	พ	16.05-16.30	25	25
83	เรามาร้องเพลงกัน	แม่กกกาซีน	ผู้ใหญ่	เพลงไทยเดิมในอดีต	พฤ	16.05-16.30	25	25
84	เยาวชนคนสร้างชาติ	แม่กกกาซีน	เด็ก/เยาวชน	เรื่องราวของเยาวชนที่ประพฤติดีเป็นแบบอย่าง	จ	17.00-17.25	25	25
85	ตามรอยคุณตา	แม่กกกาซีน	เด็ก/เยาวชน	ความรู้เกี่ยวกับเรื่องวัฒนธรรมไทยในอดีต-ปัจจุบัน	อ	17.00-17.25	25	25
86	มุขทอล์คโชว์ วัยทีน	ทอล์คโชว์	เด็ก/เยาวชน	เรื่องราวเบ็ดเตล็ดเกี่ยวกับวัยรุ่น	พ	17.00-17.25	25	25
87	เส้นทางกีฬา	แม่กกกาซีน	เด็ก/เยาวชน	ความรู้ทั่วไปในการเล่นกีฬา	พฤ	17.00-17.25	25	25
88	ประวัติศาสตร์นอกตำรา	สารคดี	เด็ก/เยาวชน	ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์	ศ	17.00-17.25	25	25
89	โลกใบจิ๋ว	แม่กกกาซีน	เด็ก/เยาวชน	เกร็ดสาระความรู้ นิทาน และการแสดงออก	จ	17.30-18.00	30	30
90	บ้านเด็กดี/รอบรู้คู่สาระ	แม่กกกาซีน	เด็ก/เยาวชน	เกร็ดสาระความรู้ นิทาน และการแสดงออก	อ	17.30-18.00	30	30
91	คิดส์ออนไลน์	แม่กกกาซีน	เด็ก/เยาวชน	เกร็ดสาระความรู้ นิทาน และการแสดงออก	พ	17.30-18.00	30	30
92	ขบวนการนักอ่าน	แม่กกกาซีน	เด็ก/เยาวชน	นิทาน-หนังสือที่น่าสนใจ	พฤ	17.30-17.45	15	15
93	แก๊งเด็กสนุก/ครอบครัวตัวอย่าง	แม่กกกาซีน	เด็ก/เยาวชน	เกร็ดสาระความรู้ นิทาน และการแสดงออก	ศ	17.30-17.45	15	15
94	สมองซีกซ้าย	แม่กกกาซีน	เด็ก/เยาวชน	ความรู้ทั่วไปในการคิดวิทยาศาสตร์	ส	17.30-17.45	15	15

	95	ฮอตไลน์ คลายเครียด	ทอล์คโชว์	ปชช.ทั่วไป	ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพและการรักษาโรค	อา	15.05-16.00	55	55
ช่อง	ลำดับ	รายการ	ประเภท	กลุ่มผู้ชม	เนื้อหา	วัน	เวลา	ความยาว (นาที)	
								ครั้ง	สัปดาห์
itv	1	ข่าวเช้าไอทีวี	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	จ-ศ	6.15-7.30	75	375
	2	ข่าวเช้าสุดสัปดาห์	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	ส	7.00-7.57	57	115
						อา	7.00-7.58	58	
	3	ตีข่าวเล่าความ	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	จ-ศ	7.30-8.00	30	150
	4	เกาะติดข่าว	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	อ-ศ	วันละ 6 ครั้ง	4	96
			ข่าว	ปชช.ทั่วไป		ส-จ	วันละ 5 ครั้ง	4	60
	5	ข่าวเที่ยงไอทีวี	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	จ-ศ	12.00-12.58	58	290
	6	ข่าวสุดสัปดาห์	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	ส-อา	11.00-11.45	45	90
	7	ข่าวบริการธุรกิจ	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	จ-ศ	12.58-13.00	2	10
	8	ข่าวภาคค่ำ	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	ทุกวัน	18.00-19.30	90	630
	9	ข่าวในพระราชสำนัก	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	ทุกวัน	20.00-20.10	10	70
	10	ข่าวภาคดึก	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	ทุกวัน	1.00-1.35	35	245
	11	ITV Hot News	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	ทุกวัน	21.10-22.10	60	420
	12	คนไทยระดับโลก	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	บุคคลที่ประสบความสำเร็จในชีวิตในสาขาอาชีพต่างๆ	อา	10.30-10.58	28	28
						จ(Rerun)	4.05-4.30	25	25
	13	เกษตรโฟกัส	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้เรื่องการเกษตร	จ	5.30-6.00	30	30
	14	เกษตรยามเช้า	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้เรื่องการเกษตร	อ	5.00-5.30	30	30
	15	เพื่อเกษตรไทย	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้เรื่องการเกษตร	อ	5.30-6.00	30	30

16	Health Station	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้เรื่องสุขภาพ	จ-พญ	9.00-9.27	27	108
17	ร่วมมือร่วมใจ	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ปัญหาชาวบ้าน/เรื่องร้องเรียน	จ-พญ	15.04-16.00	56	224
18	เพราะฉันคือผู้หญิง	แม่กกาซีน	ผู้หญิง	การดูแลสุขภาพของผู้หญิง	จ-ศ	9.27-9.30	3	15
19	ยายเฝ้าหัวนอนสอนหญิง	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	สนทนาปัญหา/การดำเนินชีวิต	จ	10.04-10.30	26	56
					พญ (rerun)	3.05-3.35	30	
20	สู้แล้วรวย	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ชีวิตของผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ	พญ-ศ	16.30-17.00	30	60
21	ไทยแลนด์ ไร่ดี	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	สาระความรู้ทั่วไป	พ	5.00-5.30	30	30
22	ทิตบัวชวนคุยยามเช้า	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้เรื่องการเกษตร	พ	5.30-6.00	30	30
23	ประชาชน(มีเน)	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ท่องเที่ยว	พ	10.04-10.30	26	56
					ศ (rerun)	3.05-3.35	30	
24	ชวนการเด็กดี	แม่กกาซีน	เด็ก	รายการเด็ก	พ,พญ	6.00-6.15	15	30
25	คนเกษตรคู่ชาติ	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้เรื่องการเกษตร	พญ	5.30-6.00	30	30
26	ทนายช่ากะดาโย่ง	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	สาระบันเทิงเกี่ยวกับกฎหมาย	พญ	10.04-10.30	26	26
27	หยุดเวลาโลก	แม่กกาซีน	ประชาชนทั่วไป	ความรู้จากสถานที่ต่างๆทั่วโลก	พญ	14.30-15.00	30	30
28	มุสลิมว่าไรดี	แม่กกาซีน	มุสลิม	มุสลิม	ศ	5.0-5.30	30	30
29	ก้าวไกลกับกรมวิชาการเกษตร	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้เรื่องการเกษตร	ศ	5.30-6.00	30	30
30	ศุภรณ์มีสไตล์	แม่กกาซีน	ผู้หญิง	ปกิณกะ/การดูแลสุขภาพของผู้หญิง	ศ	10.04-10.30	26	56
					ส	3.05-3.35	30	
31	76 จังหวัดตามหาคนดี	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	บุคคลที่น่ายกย่องในการทำความดี	ศ	14.30-15.00	30	30
32	วิถีธรรม	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	รายการธรรมะ	ส	5.00-5.30	30	30
33	ธรรมรักษ์	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	รายการธรรมะ	ส	5.30-6.00	30	30

34	โลกใบใหม่	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ปัญหาความยากจน	ส	6.57-7.00	3	3
35	คู่มือส่องกฎหมาย	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้เรื่องกฎหมาย	ส	7.57-8.00	3	3
36	จากใจถึงใจ	แม็กกาซีน	คริสเตียน	ความรู้สาระทั่วไปศาสนาคริสต์	อา	5.00-5.30	30	30
37	คนดีของแผ่นดิน	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	เรื่องราวน่าสนใจของบุคคลที่เป็นแบบอย่างให้กับสังคม	อา	5.30-6.00	30	30
38	คิดได้ไง	แม็กกาซีน	เด็ก/วัยรุ่น	สาระความรู้ทั่วไป	อา	6.00-6.30	30	30
39	ดวงใจพ่อแม่	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้เกี่ยวกับการดูแลลูก	อา	6.30-6.57	27	27
40	सानรักคนเก่งหัวใจแกร่ง	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ปัญหาความยากจนของเยาวชนที่ลำบาก	อา	11.45-12.00	15	15
41	37 องศา	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	สาระเกี่ยวกับสุขภาพ/การแพทย์	อา	14.57-15.00	3	3
42	เพื่อพ่อเพื่อแผ่นดิน	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	สารคดีเฉลิมพระเกียรติ	จ-ศ	13.00-13.01	1	5
43	ละติจูดรอบโลก (Rerun)	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	สาระ/ความรู้เกี่ยวกับประเทศต่างๆ	พ	10.30-11.00	30	30
44	รักเธอประเทศไทย	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	วัฒนธรรม/ประเพณี/ท่องเที่ยวเกี่ยวกับประเทศไทย	พ	0.30-1.00	30	30
45	อิมิเลีย เพื่อนรักสัตว์โลก	สารคดี	เด็ก	ความรู้เรื่องชีวิตและพฤติกรรมสัตว์	ศ	6.00-6.15	15	15
46	ส่องโลก	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	สารคดีธรรมชาติ/ท่องเที่ยว	ส	10.30-10.58	28	58
					จ (rerun)	3.05-3.35	30	
47	ถอดรหัส	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	ข่าว/สืบสวนสอบสวน	ส	22.10-23.05	55	55
48	สำรวจธรรมชาติ	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	สารคดีธรรมชาติ	ส	6.00-6.30	30	60
					อา (rerun)	3.05-3.35	30	
49	ย้อนรอย	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	สาระความรู้เรื่องราวที่น่าสนใจ	อา	22.10-23.05	55	55
50	เวทีคนเก่ง	สารคดี	เด็ก/เยาวชน	เกมคำถามสำหรับเด็ก/วัยรุ่น	ส	6.30-6.57	27	27

51	25 ศตวรรษ	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	ประวัติบุคคลสำคัญของไทย	ศ	23.05-0.00	55	55
52	ต้นไท	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	โครงการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม	อา	9.58-10.00	2	2
53	ก่อนถึงจันทร์	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ปฏิกณะทั่วไป	จ	0.00-1.00	60	60
54	จิปาละ	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	วาไรตี้อาหาร/สุขภาพ	จ	5.00-5.30	30	30
55	พิชิตธุรกิจ	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้เรื่องการทำธุรกิจตลาดหุ้น	จ-ศ	9.45-10.00	15	75
56	Iwomen	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ไลฟ์สไตล์ของผู้หญิง	อ	10.04-10.30	26	26
57	Zoning	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความสามารถของบุคคลที่น่าสนใจในแวดวงวิชาอาชีพ	จ-พ	16.30-17.00	30	90
58	ไดอารี่สีแดง	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ท่องเที่ยวในประเทศ	ศ	9.00-9.27	27	52
					ส	4.05-4.30	25	
59	สุขใจคลายเหงา	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	รายการเพลง	ส	1.35-2.05	30	30
60	สมาร์ท ไลฟ์	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ไลฟ์สไตล์ที่ทันสมัย	ส	11.45-12.00	15	15
หมายเหตุ: ศึกษาจากผังรายการโทรทัศน์และเทปบันทึกรายการเดือนตุลาคม 2549								

ตารางรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะในสถานีโทรทัศน์แต่ละช่อง (ตุลาคม 2549)ตามแนวคิดเรื่องผลประโยชน์สาธารณะกลุ่มที่ 2										
ช่อง	ลำดับ	รายการ	ประเภท	กลุ่มผู้ชม	เนื้อหา	วัน	เวลา	ความยาว (นาที)		
								ครั้ง	สัปดาห์	
3	1	น้องใหม่ร้ายบริสุทธิ์	ละคร	ปชช.ทั่วไป	สภาพสังคมปัจจุบัน ร่วมสมัย	อ	16.00-16.30	30	30	
ช่อง	ลำดับ	รายการ	ประเภท	กลุ่มผู้ชม	เนื้อหา	วัน	เวลา	ความยาว (นาที)		
								ครั้ง	สัปดาห์	
5	1	ภารกิจนี้เพื่อแผ่นดิน	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความมั่นคงของชาติ	ส-อา	6.55-7.00	5	10	
	2	ร้อยใจไทยได้ร่วมเย็น	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความมั่นคงของชาติและปัญหาชายแดนใต้	จ-ศ	9.00-9.05	5	25	
	3	สวัสดี...บางกอก	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ทั่วไปในเขตจังหวัดกทม	ส	9.55-10.00	5	5	
	4	คุณช่วยได้	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	รณรงค์การประหยัดและกิจกรรมสังคม	ส	12.20-12.45	25	25	
	5	ฟ้าใสวไรตี้	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ในประเทศ	ส	12.45-12.50	5	5	
	6	ฟ้าเมืองไทย	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ในประเทศ	อา	12.55-13.50	55	55	
	7	สถานีความเป็นไทย	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	เกร็ดความรู้สังคม วัฒนธรรม	จ	14.33-14.58	25	25	
	8	นาฏศิลป์สยาม	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ในด้านศิลปวัฒนธรรมไทย	ศ	14.33-14.58	25	25	
	10	กรุงเทพวไรตี้	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	การบริหารงาน นโยบายและการแก้ปัญหาทุกม.	อ	15.30-15.50	20	20	
	11	บ้านเลขที่ 5 @ ไทยแลนด์	วไรตี้	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเรื่องราวน่าสนใจในชุมชนต่างๆ	จ-ศ	18.05-18.55	50	250	
	12	สามัคคี 4 เหล่า	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความมั่นคงของชาติ	จ-ศ	20.15-20.25	10	50	
	13	เมืองไทยวไรตี้ (สด)	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเรื่องราวน่าสนใจต่างๆ	จ-ศ	21.20-22.00	40	200	
	14	สุวรรณภูมิ	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมไทย	ส-อา	22.05-22.07	2	4	
	15	ประชาสัมพันธ์ส่วนราชการ	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารส่วนราชการ นโยบายต่างๆ	จ-ศ	2.25-2.30	5	25	
2.55-3.00							5	25		
ส-อา						2.27-2.30	3	6		
						2.55-3.00	5	10		

ช่อง	ลำดับ	รายการ	ประเภท	กลุ่มผู้ชม	เนื้อหา	วัน	เวลา	ความยาว (นาที)	
								ครั้ง	สัปดาห์
7	1	เรื่องจริงผ่านจอ	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	สารคดีข่าวเชิงสืบสวน	พฤ	22.25-23.50	85	85
	2	สวนฝันโลกสีเขียว	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	รณรงค์อนุรักษ์ธรรมชาติ	อา	16.55-17.00	5	5
	3	ใต้ร่มธงไทย	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความมั่นคงของชาติและปัญหาชายแดนใต้	จ-ศ	6.25-6.30	5	25
	4	เปิดแฟ้มแก้จน	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	การแก้ปัญหาความยากจน	พฤ	17.20-17.25	5	5
ช่อง	ลำดับ	รายการ	ประเภท	กลุ่มผู้ชม	เนื้อหา	วัน	เวลา	ความยาว (นาที)	
								ครั้ง	สัปดาห์
9	1	ถึงลูกถึงคน	สนทนา	ปชช.ทั่วไป	สนทนาเหตุการณ์ปัญหาบ้านเมือง	จ-ศ	23.05-24.00	55	275
	2	หลุมดำ	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	เหตุการณ์ปัญหาบ้านเมือง	ส	23.05-24.00	55	55
	3	คนค้นคน	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	บทเรียนชีวิตผู้คนที่น่าสนใจ	อ	22.05-23.00	55	55
	4	คุณพระช่วย	โชว์	ปชช.ทั่วไป	ศิลปวัฒนธรรมไทยในหลายแขนง	อ	20.30-21.30	60	60
ช่อง	ลำดับ	รายการ	ประเภท	กลุ่มผู้ชม	เนื้อหา	วัน	เวลา	ความยาว (นาที)	
								ครั้ง	สัปดาห์
11	1	ข่าวท้องถิ่น	ข่าว	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเหตุการณ์บ้านเมือง	จ-อา	16.30-17.00	30	210
	2	วิถีชนบท	สารคดี	ชาวชนบท	ความรู้ทางด้านชีวิต วัฒนธรรม ชุมชน	พ	13.30-14.00	30	30
						ส	14.05-14.30	25	25
	3	โลกใบเดียวกัน	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ทางด้านชีวิต วัฒนธรรม ชุมชน	พฤ	13.30-14.00	30	30
	4	หน้าต่างสังคม	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	ปัญหาสังคม สภาพชีวิตชีวิต สังคม ชนบท	ศ	13.30-14.00	30	30
	5	กรองสถานการณ์	ทอล์คโชว์	ปชช.ทั่วไป	สนทนานโยบายรัฐ/สาธารณะ	จ-ศ	20.30-21.30*	60	290
	6	หมายเหตุประเทศไทย	ทอล์คโชว์	ปชช.ทั่วไป	สนทนานโยบายรัฐ/สาธารณะ	จ-ศ	11.30-11.55	25	125
	7	มองรัฐสภา	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	สนทนานโยบายรัฐ/สาธารณะ	จ-พฤ	9.05-10.00	55	220
	8	รัฐสภาของประชาชน	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ถ่ายทอดสดงานต่างๆ หรือ ประชาสัมพันธ์กิจกรรมของรัฐ	ศ	9.05-10.00	55	55

	9	สัมมนาทัศน์	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ถ่ายทอดสดการประชุมหน่วยงาน ของรัฐ	พ	15.05- 16.00	55	55
						ส	8.05- 9.00	55	55
						อา	17.00- 17.45	45	45
	10	ไปดูผู้แทน	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	การทำงานของสส.ในพื้นที่และ ปัญหาต่างๆ ในชุมชน	ส	23.00- 24.00	60	60
	11	เวทีเพื่อคุณ	ทอล์คโชว์ โชว์	ปชช.ทั่วไป	เรื่องราวสาระปัญหาต่างๆ ในชุมชน ต่างๆ	พฤ	11.05- 11.30	25	25
	12	เจาะเรื่องเมืองไทย	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้เหตุการณ์ปัจจุบันของ ประเทศ	ส	11.05- 11.55	50	50
	13	เวทีชาวบ้าน	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	เวทีแสดงความคิดเห็นของชาวบ้าน ในเรื่องราวต่างๆ	อา	11.05- 11.55	50	50
	14	เวทีปฏิรูปการศึกษา/ตา ดูลูฟง	ทอล์คโชว์ โชว์	ปชช.ทั่วไป	ความรู้เกี่ยวกับนโยบายการศึกษา	อ	13.00- 14.00	60	60
	15	สารพันปัญหาเอดส์/พลัง แผ่นดินพลังต้าน ยาเสพติด	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	พูดคุยปัญหาเกี่ยวกับโรคเอดส์และ ผู้ป่วย	พ	14.05- 15.00	55	55
	16	วิถีไทย	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ในการประกอบอาชีพ ความ เป็นอยู่ในชุมชน	พฤ	14.05- 14.30	25	25
	17	พลังสหกรณ์	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้และเรื่องราวน่าสนใจในการ ทำสหกรณ์ชุมชน	ศ	14.05- 14.30	25	25
	18	ตามรอยคุณตา	แม็กกาซีน	เด็ก/ เยาวชน	ความรู้เกี่ยวกับเรื่องวัฒนธรรมไทย ในอดีต-ปัจจุบัน	อ	17.00- 17.25	25	25
ช่อง	ลำดับ	รายการ	ประเภท	กลุ่มผู้ชม	เนื้อหา	วัน	เวลา	ความยาว (นาที)	
								ครั้ง	สัปดาห์
	1	ร่วมมือร่วมใจ	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ปัญหาชาวบ้าน/เรื่องร้องเรียน	จ-พฤ	15.04- 16.00	56	224
	2	โลกใบใหม่	แม็กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ปัญหาความยากจน	ส	6.57- 7.00	3	3
	3	รักเธอประเทศไทย	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	วัฒนธรรม/ประเพณี/ท่องเที่ยว เกี่ยวกับประเทศไทย	พ	0.30- 1.00	30	30
	4	ถอดรหัส	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	ข่าว/สืบสวนสอบสวน	ส	22.10- 23.05	55	55
	5	ต้นไท	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	โครงการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม	อา	9.58- 10.00	2	2
	itv								

ภาคผนวก ง

สิทธิการสื่อสารในมณฑลสาธารณะในสื่อโทรทัศน์ไทย

พิรงรอง รามสูต

บทนำ

รายการโทรทัศน์เปรียบเสมือนอาหารทางสมองและจิตใจหลักของผู้คนในยุคสังคมสารสนเทศ เป็นคลังอาหารขนาดใหญ่ให้กับประชาชนทั้งหลายในสังคมที่จะได้รับรู้ข้อมูล ข่าวสาร การศึกษา ความบันเทิง ความสุนทรีย์ ฯลฯ รายการโทรทัศน์เป็น “ปฏิบัติการทางสังคมขนาดใหญ่” (social practice) ที่ผู้คนใช้เรียนรู้ทำความเข้าใจโลกและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น เมื่อเทียบกับประสบการณ์ที่ประสบจากชีวิตจริงเรามีประสบการณ์-โลกทัศน์ผ่านสื่อโทรทัศน์มากกว่าครึ่ง มากไปกว่านั้น โทรทัศน์เป็นระบบวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อประชาชนในแง่ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมทางสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ประชาชนผู้เป็นปลายทางของข้อความที่รายการโทรทัศน์สื่อไปถึงนั้น ไม่ได้มีสถานภาพเป็นเพียงผู้ดูที่ไม่มีปากมีเสียงเท่านั้น หากแต่ในสังคมประชาธิปไตย ประชาชนเป็นผู้มีสิทธิอย่างเต็มที่ที่จะได้รับรายการโทรทัศน์ที่มีคุณค่า ประโยชน์และสร้างสรรค์ เพราะทรัพยากรคลื่นวิทยุโทรทัศน์นั้นเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัด การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่น้อยนิดเพื่อสารอาหารสมองที่ฟุ่มเฟือยจึงเป็นสิ่งที่น่าเสียดาย

ในรายงานวิจัยเรื่อง “บทสังเคราะห์การปฏิรูปสื่อ”¹ สรุปภาพรวมปัญหาสื่อมวลชนในประเทศไทยในปัจจุบันว่ายังไม่สามารถมีบทบาทตามความคาดหวังที่หลากหลายของคนกลุ่มต่างๆ ในสังคมได้อย่างแท้จริง อันเนื่องมาจากปัญหาทั้งในระดับโครงสร้างเช่น การผูกขาดสื่อโดยรัฐ และกลุ่มทุน การแทรกแซงสื่อโดยรัฐบาลและฝ่ายการเมือง ตลอดจนการที่สื่อตกอยู่ภายใต้ของแรงกดดันในการแสวงหาผลประโยชน์ในเชิงพาณิชย์มากกว่าการสร้างประโยชน์สาธารณะ

แม้ว่า สื่อมวลชนจะเป็นธุรกิจประเภทหนึ่งก็ตาม เป็นที่เห็นพ้องต้องกันว่า การดำเนินการของสื่อมวลชนควรเป็นไปเพื่อประโยชน์ของสาธารณะ มาตรา 40 ของรัฐธรรมนูญของไทยก็มีสาระสำคัญว่า “คลื่นความถี่ที่ใช้ในการส่งวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และวิทยุโทรคมนาคม เป็นทรัพยากรสื่อสารของชาติเพื่อประโยชน์สาธารณะ ทั้งนี้ ต้องคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของประชาชนในระดับชาติและระดับท้องถิ่น ทั้งในด้านการศึกษา วัฒนธรรม ความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะอื่น รวมทั้งการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม”

¹ คณะผู้วิจัยเรื่องการปฏิรูปสื่อ, “บทสังเคราะห์การปฏิรูปสื่อ” โครงการ “การปฏิรูประบบสื่อ”, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, มกราคม 2547

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาถึง สิทธิการสื่อสารในมณฑลสาธารณะในสื่อโทรทัศน์ไทย ซึ่งแบ่งขอบเขตออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้คือ

1. ความหลากหลายของเนื้อหาในสื่อโทรทัศน์ โดยพิจารณาจากลักษณะโดยรวมของผังรายการโทรทัศน์ฟรีทีวี (ช่อง 3,5,7,9,11 และ itv) สัดส่วน ประเภทรายการ กลุ่มเป้าหมายผู้ชม
2. รายการโทรทัศน์ที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะ (television programs that reflect public interest)
3. ความเป็นพื้นที่สาธารณะในรายการ “กรงสถานการณ์” และ รายการ “ถึงลูกถึงคน”

แนวคิด/ทฤษฎี

1. แนวคิดเกี่ยวกับการมองผู้ชมเป็นพลเมือง (citizens) และผู้บริโภค (consumer)

แนวคิดเกี่ยวกับการมองผู้ชม ในฐานะประชาชนของรัฐ/สมาชิกของชุมชน กับการมองผู้ชมในฐานะผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ-ขาย ในฐานะสมาชิกของตลาดนั้นย่อมมีความแตกต่างกัน รายการโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลและเป้าหมายเฉพาะว่า ผู้ชมรายการนั้นๆ ควรเป็นเช่นใด หากนึกถึงผู้ชมในฐานะผู้ซื้อสินค้าผู้ผลิตก็จะสร้างเนื้อหารายการออกมาเพื่อสร้างบรรยากาศในการซื้อสินค้า จากโฆษณาที่ผ่านหน้าจอ และหรือจากเนื้อหารายการที่พยายาม “ขาย” สินค้าและบริการให้กับผู้ชม หรืออาจจะเน้นปริมาณผู้ชม (หรือเรตติ้ง) ให้มีปริมาณมากเพื่อที่จะนำตัวเลขจำนวนผู้ชมนี้ไป “ขาย” แก่ผู้สนับสนุนรายการอีกชั้นหนึ่ง ผลประโยชน์หรือกำไรจากการมองผู้ชมในฐานะผู้บริโภคก็จะตกสู่ระบบตลาด (market) ซึ่งมักเป็นเจ้าของบริษัทผู้ผลิตสินค้า เจ้าของทุน ทำให้นายทุนมีความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจมากขึ้น ขณะที่ประชาชนกลับอ่อนแอลง

ขณะที่หากผู้ผลิตรายการมองผู้ชมในฐานะเป็นพลเมือง ก็จะสร้างเนื้อหาที่เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับสังคม ทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมืองของประเทศเป็นหลัก ที่สำคัญคือเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ วัฒนธรรมประเพณี ศาสนา สิ่งแวดล้อม ตลอดจนความมั่นคงของชาติในประเด็นเรื่องราวสาธารณะต่างๆ ที่มุ่งเน้นไปที่การสร้างสังคมสงบสุขและสนับสนุนการสร้างประชาธิปไตยที่ดี ซึ่งตรงกันข้ามอย่างยิ่งกับการมองผู้ชมในฐานะผู้บริโภค

2. แนวคิดเรื่องประโยชน์สาธารณะ (public interest) ในเนื้อหาสื่อ

Anthony Downs² สรุปเกี่ยวกับฐานคิดเกี่ยวกับประโยชน์สาธารณะว่ามี 3 สำนักคิดหลักๆ สำนักคิดแรกนั้นมีฐานคิดจาก “เจตน์จำนงของประชาชน” (the will of people) ซึ่งประโยชน์สาธารณะหมายถึงอะไรก็ตามที่ประชาชน (ซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของพลเมือง-majority of citizens) ต้องการ ขณะที่สำนักคิดที่สองอ้างว่าอะไรที่จะเป็นผลประโยชน์สาธารณะนั้นถูกตัดสินและกำหนดด้วยมาตรฐานสัมบูรณ์หรือค่านิยมบางอย่างที่ละเลยในสิ่งที่

² Anthony Downs, “The Public Interest: Its meaning in a Democracy”, Social Research, 29(1): 1-36

อ้างใน Denis McQuail, “Media Performance”, Sage Publication, 1992 p 22

พลเมืองต้องการ ส่วนสำนักคิดที่สาม ซึ่งค่อนข้างมองตามสภาพเป็นจริงค้นพบว่า ประโยชน์สาธารณะนั้นอยู่ใน “result of certain methods of decision-making” – a pragmatic outcome, involving to ethical implications ในทัศนะของ A. Downs คิดว่าทั้งสามสำนักคิดนั้นต่างก็มีความถูกต้องในตัวเอง

ในความแตกต่างกันของแนวคิดเรื่องผลประโยชน์สาธารณะทั้งสามสำนักนี้ McQuail สรุปให้เห็นข้อสังเกตที่สามารถยุบแนวคิดทั้งสามออกเป็นสองกลุ่มหลักคือ

- 1) กลุ่มที่เชื่อว่าผลประโยชน์สาธารณะจะต้องคำนึงถึงทุกๆ ภาคส่วนย่อยๆ รวมกัน โดยที่ไม่ต้องเป็นกลุ่มก้อนเดียวกัน กล่าวคือ แนวคิดนี้เชื่อว่า “*the sum of private interest = public interest*” ซึ่งไม่ได้หมายความว่ารายการที่เป็นประโยชน์สาธารณะนั้น ควรที่จะตอบสนองคนกลุ่มใหญ่ของสังคม แต่ไม่จำเป็นเสมอไป แม้กระทั่งรายการเล็กๆ ที่ดูจะไม่ใช้ประเด็นสาธารณะ หากมันมีเนื้อหาในการดำรงชีวิตประจำวันทั่วไป การมีชีวิตรอดในระดับที่มีศักดิ์ศรี การให้ข้อมูลที่ต้องการก็เป็นประโยชน์สาธารณะได้ รายการโทรทัศน์เหล่านี้ก็สามารถมีประโยชน์กับกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่งได้ หากว่ามันเป็นเรื่องราวที่มีคุณค่า มีสาระและเป็นประโยชน์ต่อสาธารณชนในกลุ่มนั้นๆ แล้ว ไม่ว่ามันจะเป็นเนื้อหาในระดับส่วนตัวหรือไม่ มันก็จะเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะชนด้วย
- 2) กลุ่มที่สองเชื่อว่าประโยชน์สาธารณะนั้นคือรายการโทรทัศน์ที่สะท้อนประโยชน์ของคนส่วนมากเท่านั้น ในเรื่องราวทั่วไปที่มีลักษณะกว้างๆ เป็นประเด็นสาธารณะ (public issues) ที่คนส่วนใหญ่ต้องรับรู้ รับทราบและได้ผลกระทบจากมัน เป็นนโยบายสาธารณะ (public policies) ที่ประชาชนต้องตัดสินใจร่วมกัน ซึ่งมักจะคำนึงถึงคนส่วนมาก (majority) และต้องเป็นเรื่องส่วนรวมเท่านั้น

ความขัดแย้งของสองความคิดนี้ ทำให้มีผลอย่างยิ่งต่อ “กระบวนการคัดกรอง/คัดเลือก” และการพิจารณาว่ารายการใดเป็นรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะหรือไม่ อย่างไรก็ตามสิ่งหนึ่งที่เหมือนกันจากแนวคิดทั้งสองกลุ่มคือการมอง “ประชาชน” (people) หรือผู้ชมรายการในฐานะที่เป็น “พลเมือง” (citizen) ไม่ใช่ “ผู้บริโภค” (consumer) ซึ่งถือเป็นหัวใจหลักของการพิจารณาเรื่องประโยชน์สาธารณะ

เพื่อความชัดเจนในการศึกษาว่าคุณสมบัติของรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะทั้งสองแนวคิดนั้นแตกต่างกันอย่างไร สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปความแตกต่างระหว่างแนวคิดเรื่องผลประโยชน์สาธารณะ				
แนวความคิด	การมองผู้ชม	พื้นที่	เนื้อหา	ประเภทรายการ
1.กลุ่มที่เชื่อว่าทุกอย่างที่มีประโยชน์เป็นประโยชน์สาธารณะ	พลเมือง (citizen)	ส่วนตัว (private) และส่วนรวม (public)	ให้ข้อมูล ความรู้ การศึกษา ความบันเทิงทั่วไปที่มีสาระ	ทุกประเภท เช่น ข่าว แม็กกาซีน ไร่ดี สันทนาการ ละคร ฯลฯ
2.กลุ่มที่เชื่อว่าเฉพาะเรื่องราวส่วนรวมคนส่วนมาก		ส่วนรวม (public)	เรื่องราวสาธารณะ ประเด็นสาธารณะ นโยบายสาธารณะ	เน้นรายการสันทนาการ สารคดี หรือ แม็กกาซีน

3. แนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะ (public sphere)

พื้นที่สาธารณะ (public sphere) ³ เป็นแนวความคิดที่เกิดขึ้นจาก Jurgen Habermas นักวิชาการเยอรมันซึ่งมองเห็นความสำคัญของโลกการสื่อสารโดยทัศนะของ Habermas มองปฏิบัตินิยมทางการสื่อสารเป็น “แก่นแกน” สำคัญที่สร้างความเป็นมนุษย์ ความเป็นสังคมขึ้นมา

ความหมายของคำว่า “พื้นที่สาธารณะ” ⁴ ประกอบด้วยคำ 2 คำ คือคำว่า “พื้นที่” และคำว่า “สาธารณะ” โดยคำว่า “พื้นที่” นั้นประกอบด้วยลักษณะที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม โดยในแง่รูปธรรมพื้นที่หมายถึง อาณาบริเวณแห่งใดแห่งหนึ่งที่มีการแบ่งกันเขตเอาไว้อย่างแน่นอน นอกจากความหมายรูปธรรมดังกล่าวแล้ว พื้นที่ยังมีความหมายทางสังคม การเมืองและวัฒนธรรมที่มีลักษณะเป็นนามธรรม เช่น หมายถึงเวที (ทางนามธรรม) ทางสังคมที่มีการช่วงชิงอำนาจ ตัวอย่างเช่น พื้นที่ทางวัฒนธรรมในสื่อสารมวลชน เมื่อเราพบว่าในละครโทรทัศน์จำนวนมากได้มีการนำเอาเรื่องราวที่มีคนไทยเชื้อสายจีนมาเป็นตัวเอก มีการนำเอาค่านิยมแบบคนจีนมาเชิดชู เราก็อาจจะกล่าวได้ว่า ปัจจุบันนี้ คนไทยเชื้อสายจีนได้เข้ามาช่วงชิงพื้นที่ทางวัฒนธรรมไปแล้วระดับหนึ่ง

สำหรับคำว่า “สาธารณะ” ⁵ นั้นในความหมายที่เข้าใจกันโดยทั่วไปคือคำว่า “ส่วนรวม” (public) ซึ่งมักจะถูกให้นิยามโดยเปรียบเทียบกับคู่ที่ตรงกันข้ามคือคำว่า “ส่วนตัว” (private) สำหรับความหมายของคำว่า สาธารณะนี้อาจจะขยายออกไปถึงเรื่องผลประโยชน์ของส่วนรวมสำหรับคนหมู่มากหลากหลายกลุ่มที่อาจจะสอดคล้องหรือขัดแย้งกับผลประโยชน์ส่วนตัว (ปัจเจกหรือเฉพาะกลุ่ม) คำว่าสาธารณะก็มีนัยยะได้ 2 นัย เช่นเดียวกับคำว่า “พื้นที่” กล่าวคือสามารถแสดงออกในลักษณะรูปธรรม เช่น สวนสาธารณะ คือสวนของส่วนรวม และความหมายในเชิงนามธรรม เช่น ผู้นำชุมชนที่ทำงานเพื่อประโยชน์ส่วนรวมโดยไม่คำนึงถึงความสุขส่วนตัวเลย เป็นต้น

ในความหมายที่มีลักษณะชัดเจนขึ้น พื้นที่สาธารณะ ⁶ หมายถึง พื้นที่ที่เปิดให้ประชาชนสามารถเข้าถึงเพื่อรับรู้แลกเปลี่ยนและอภิปราย เพื่อแสวงหาความเห็นร่วมกันในเรื่องต่างๆ ที่เป็นประเด็นสาธารณะของสังคมแนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะ หรือบางครั้งเรียกว่ามณฑลสาธารณะ และมักเชื่อมโยงให้นึกถึง “เวทีสำหรับถกเถียงเกี่ยวกับปัญหาสังคมต่างๆ”

³ อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และ พิงรอร งามสุต รัตนันท์, “สื่อมวลชนเบื้องต้น: สื่อมวลชน วัฒนธรรมและสังคม”, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, พิมพ์ครั้งที่ 4, 2547

⁴ กาญจนา แก้วเทพ, “การสื่อสารกับพื้นที่สาธารณะ : ทัศนะของ Habermas,” ใน มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่, กาญจนา แก้วเทพ, กิตติกันภัย และปาริชาติ สถาปิตานนท์, บรรณาธิการ (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เอ็ดดิสัน เพรส โปรดักส์, 2543)

⁵ กาญจนา แก้วเทพ, “การสื่อสารกับพื้นที่สาธารณะ : ทัศนะของ Habermas,” ใน มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่, กาญจนา แก้วเทพ, กิตติกันภัย และปาริชาติ สถาปิตานนท์, บรรณาธิการ (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เอ็ดดิสัน เพรส โปรดักส์, 2543)

⁶ พิงรอร งามสุต รัตนันท์, ร้อยแปด: ทำไมการปฏิรูปสื่อจึงควรเป็นวาระแห่งชาติ (2) [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

วิธีวิทยา

การศึกษาวิจัยนี้ใช้วิธีหลักๆ 2 วิธีคือ การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) และการอรรถวิเคราะห์ (textual analysis) โดย

1. ศึกษาจากผังรายการโทรทัศน์ฟรีทีวี (ช่อง 3, 5, 7, 9, 11 และ itv) ในเดือนตุลาคม 2549 เพื่อพิจารณาลักษณะโดยรวมของการจัดผังรายการในแต่ละช่องว่ามีลักษณะเช่นไร
2. ศึกษาจากเทปบันทึกรายการโทรทัศน์ตลอด 24 ชั่วโมงทั้ง 6 ช่อง ในแต่ละรายการ เฉพาะ 2 สัปดาห์แรกของเดือนตุลาคม 2549 เพื่อพิจารณาลักษณะเนื้อหา ประเภทรายการ กลุ่มเป้าหมายผู้ชม เพื่อศึกษาว่ารายการนั้นๆ เป็นรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะหรือไม่อย่างไร
3. ศึกษาเปรียบเทียบรายการโทรทัศน์ในประเด็น “พื้นที่สาธารณะ” โดยเลือกรายการ “กรองสถานการณ์” ช่อง 11 และรายการ “ถึงลูกถึงคน” ช่อง 9 ว่ามีความแตกต่างเชิงคุณภาพในมิติต่างๆ ของมณฑล/พื้นที่สาธารณะอย่างไร

ในการวิเคราะห์เนื้อหา หน่วยที่ใช้ในการศึกษา คือ

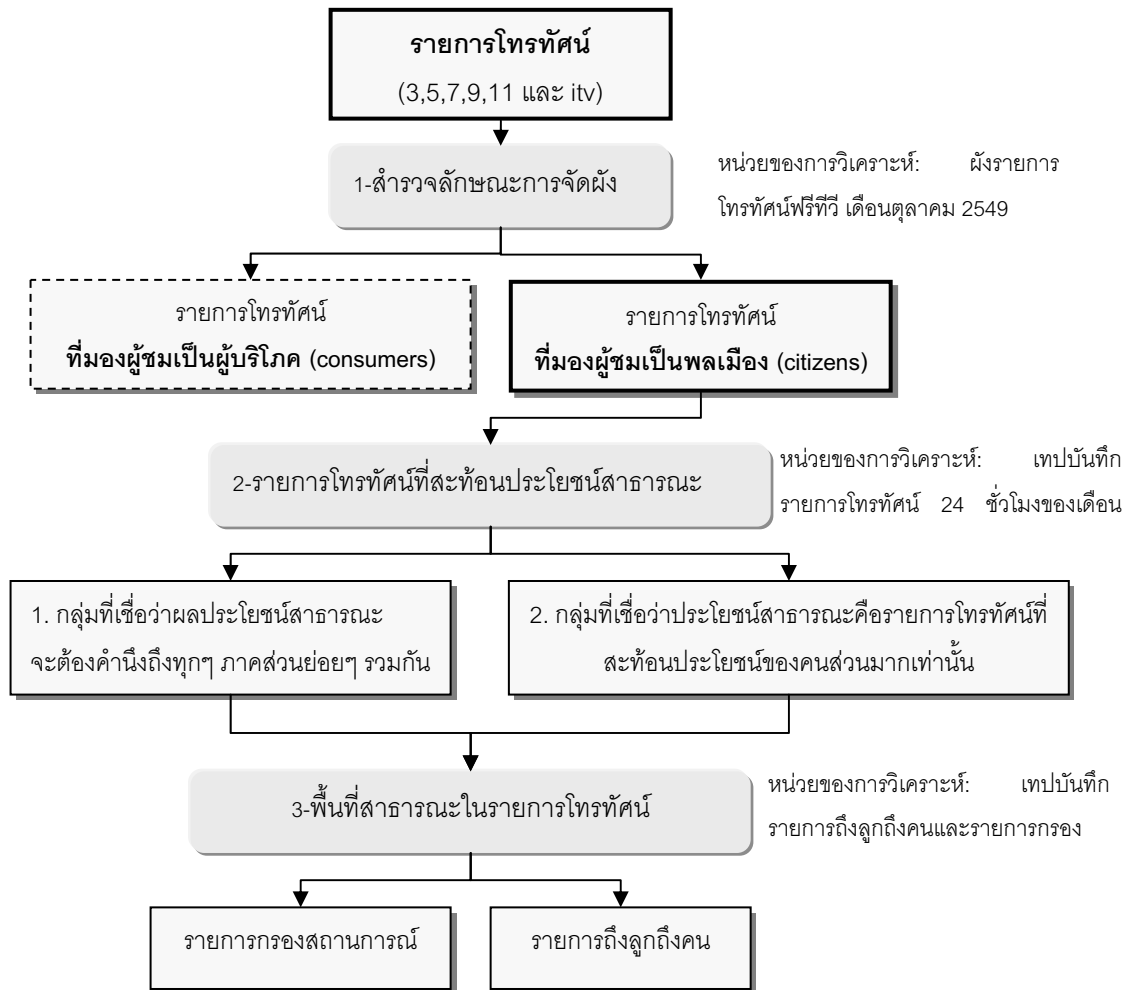
1. ผังรายการโทรทัศน์ฟรีทีวี (ช่อง 3, 5, 7, 9, 11 และ itv) เดือนตุลาคม 2549
2. เทปบันทึกรายการโทรทัศน์ 24 ชั่วโมงของเดือนตุลาคม 2549
3. เทปบันทึกรายการ “กรองสถานการณ์” และรายการ “ถึงลูกถึงคน” 2 สัปดาห์แรกของเดือนตุลาคม 2549

และมีนิยามในการวิเคราะห์ ดังนี้

ประเภทรายการ

- รายการข่าว/วิเคราะห์ข่าว คือ รายการที่มีเนื้อหาการรายงานข่าวเป็นหลัก และหรือพูดคุย/เล่าเรื่องข่าวหรือวิเคราะห์ข่าว
- รายการแม่กาทัน (หรือรายการนิตยสารทางอากาศ) คือ รายการที่มุ่งเน้นรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย โดยมีเนื้อหาในภาพรวมของรายการเป็นเนื้อหาสาระเดียวกัน แบ่งการนำเสนอรายการออกเป็นช่วงๆ โดยมีการเชื่อมโยงเรื่องราวให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันอย่างเป็นเอกภาพ
- รายการสารคดี คือรายการที่เน้นเนื้อหาข้อเท็จจริง จบเป็นตอนๆ ให้ข้อมูลเชิงลึกในด้านใดด้านหนึ่งโดยเฉพาะ
- รายการวาไรตี้ คือ รายการที่มีนำเสนอเนื้อหาสาระและรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย ไม่ได้มุ่งเน้นเนื้อหาสาระและวิธีการนำเสนอด้านใดเป็นพิเศษ
- รายการละคร คือ รายการที่นำเสนอเรื่องแต่งเพื่อสื่อบันเทิง โดยผู้เป็นเรื่องราวจบในตอนหรือเป็นเรื่องราวต่อเนื่องเป็นตอนๆ

กรอบการศึกษา



ผลการศึกษา

ผลการศึกษาที่ได้ มี 3 ส่วนดังนี้

1. ความหลากหลายของเนื้อหา

จากการศึกษาผังรายการโทรทัศน์ (ฟรีทีวี) ทั้ง 6 ช่อง ตลอด 24 ชั่วโมงในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2549 พบว่ามีความหลากหลายของเนื้อหาต่ำ ในช่วงวันจันทร์-ศุกร์สถานีโทรทัศน์แต่ละช่องมีการจัดผังรายการที่คล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะในช่วงเวลาไพรม์ไทม์นั้นพบว่าประเภทรายการมักเป็นรายการเพื่อความบันเทิงคือ ข่าว-ละคร-ทอล์คโชว์-วาไรตี้ และเกมโชว์ยกเว้นช่อง 11 ที่เน้นรายการข่าว สารคดี หรือแม็กกาซีนธุรกิจ

เมื่อพิจารณาช่วงเวลาต่างๆ พบว่าโดยรวมแล้วทุกสถานีก็มีแนวทางการจัดผังรายการดังนี้

ตารางที่ 2 สรุปภาพรวมของประเภทรายการในช่วงเวลาต่างๆ (วันจันทร์-ศุกร์)	
ช่วงเวลา	ประเภทรายการ
0.00-4.00 น.	ข่าว แม็กกาซีนเพลงลูกทุ่ง/สตริง แนะนำสินค้า
4.00-8.00 น.	ข่าว แม็กกาซีนศาสนา
8.00-12.00 น.	ข่าว แม็กกาซีนข่าว-สุขภาพ-ผู้หญิง-เศรษฐกิจ
12.00-16.00 น.	ข่าว เด็ก แม็กกาซีนเด็ก-สุขภาพ ฯลฯ สารคดี ละคร
16.00-20.00 น.	ข่าว ละคร เกมโชว์ ทอล์คโชว์ วาไรตี้
20.00-24.00 น.	ข่าว ละคร เกมโชว์ ทอล์คโชว์ วาไรตี้
(เฉพาะวันจันทร์-ศุกร์:ตุลาคม 2549)	

รายการข่าวมักปรากฏอยู่ในทุกช่วงเวลา อย่างไรก็ตามหากไม่ใช่เฉพาะเวลาเช้า (6.00-8.00 น.) ช่วงเที่ยง (11.00-13.00 น.) และช่วงเย็น (18.00-20.00 น.) ซึ่งเป็นช่วงเวลารายการข่าวหลักที่แต่ละช่องจะนำเสนอ โดยให้พื้นที่เวลามาก นอกเหนือจากนี้เป็นรายการข่าวต้นชั่วโมงระหว่างวันไม่เกินช่วงละ 5 นาทีโดยมักเป็นข่าวสั้น 2-3 ข่าวโดยเป็นข่าวต่างประเทศ ข่าวอาชญากรรม ข่าวภูมิภาคที่ขาดรายละเอียดของเนื้อหา และไม่สามารถออกอากาศได้ในช่วงเวลาข่าวหลัก ซึ่งมักเป็นเนื้อหาในระดับส่วนกลาง และระดับประเทศที่มักได้สัดส่วนเวลาและความลึกของเนื้อหามากกว่า

จากสถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 ช่อง มีเพียงช่อง 11 เท่านั้นที่มีรายการข่าวส่วนภูมิภาค (ทุกวันเวลา 16.30-17.00 น.) โดยรายงานจากแหล่งข่าวส่วนภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ ซึ่งเป็นรายการข่าวที่สามารถให้พื้นที่และสะท้อนถึงความหลากหลายของประชาชนในท้องถิ่นภูมิภาคต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

ในช่วงเสาร์-อาทิตย์สถานีโทรทัศน์แต่ละช่องมีการจัดผังรายการที่ยังคงคล้ายคลึงกันโดยเฉพาะในช่วงเวลาไพรม์ไทม์นั้นพบว่าประเภทรายการมักเป็นรายการข่าว-ละคร-ทอล์คโชว์-วาไรตี้ และเกมโชว์ยกเว้นช่อง 11 ที่เน้นรายการข่าว สารคดี แม็กกาซีนอาชีพหรือถ่ายทอดสดกีฬา

เมื่อพิจารณาช่วงเวลาต่างๆ พบว่าโดยรวมแล้วทางสถานีมักมีแนวทางการจัดผังรายการดังนี้

ตารางที่ 3 สรุปภาพรวมของประเภทรายการในช่วงเวลาต่างๆ (วันเสาร์-อาทิตย์)	
ช่วงเวลา	ประเภทรายการ
0.00-4.00 น.	ข่าว ภาพยนตร์ เพลงลูกทุ่ง แนะนำสินค้า ศาสนา
4.00-8.00 น.	ข่าว ศาสนา แม็กกาซีนสิ่งแวดล้อม-ท่องเที่ยว-แม่และเด็ก
8.00-12.00 น.	การ์ตูน สารคดี แม็กกาซีนท่องเที่ยว-สุขภาพ โชว์ วาไรตี้
12.00-16.00 น.	ข่าว เกมโชว์ ละคร วาไรตี้ แม็กกาซีนสุขภาพ-อาชีพ
16.00-20.00 น.	ข่าว เกมโชว์ วาไรตี้ ละคร โชว์
20.00-24.00 น.	ละคร ภาพยนตร์ วาไรตี้ เกมโชว์ แม็กกาซีนบันเทิง กีฬา
(เฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์:ตุลาคม 2549)	

ในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ รายการข่าวยังคงปรากฏอยู่ในทุกช่วงเวลาแต่ลดสัดส่วนลงและมักเป็นข่าวเบา มากกว่าข่าวหนักโดยเฉพาะข่าวบันเทิง โดยรวมพบว่ารายการประเภทบันเทิงมีมากกว่ารายการประเภทข่าวสาร และสาระความรู้

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาตามสัดส่วนรายการที่สถานีโทรทัศน์ได้แจ้งไว้ในเอกสารสัญญาของสถานีพบ การจัดสัดส่วนรายการ โดยแบ่งออกเป็นรายการประเภทข่าวสารและสาระ กับรายการประเภทบันเทิง พบว่า

ตารางที่ 4 แสดงสัดส่วนประเภทเนื้อหารายการในสัญญาสัมปทานของ สถานีโทรทัศน์แต่ละช่อง		
ช่อง	ข่าวสารและสาระ(สัดส่วน ร้อยละ)	บันเทิง (สัดส่วนร้อยละ)
	30	70
	33	67
	33	67
	32	68
	100	-
	50	50
ตัวเลขจากสัญญาของแต่ละช่องและการปรับเปลี่ยนสัญญาของไอทีวี ณ ปัจจุบัน		

ตัวเลขนี้เป็นสัดส่วนที่ “สัญญา” ว่านโยบายของแต่ละช่องที่ทำกับรัฐ จะต้องเป็นไปตามข้อสัญญา การแบ่งประเภทของรายการออกเป็นสองกลุ่มนี้เป็นการแบ่งอย่างหยาบที่สุด เพราะในความเป็นจริงแล้ว รายการโทรทัศน์รายการใดรายการหนึ่งนั้นสามารถเป็นได้ทั้งสองรูปแบบ กล่าวคือปัจจุบันวิธีการผลิต การนำเสนอ ด้วยแนวคิด เทคโนโลยี และการผสมผสานระหว่างแนวคิดของรายการประเภทต่างๆ เช่นรายการประเภท

“Edutainment” หรือ “Infotainment” ซึ่งพยายามที่จะให้การเผยแพร่ความรู้ที่เปรียบเสมือนอาหารดีมีประโยชน์ แต่ทานยากนั้น “ง่ายขึ้น” ด้วยวิธีการนำเสนอแบบสร้างความสนุกสนานและบันเทิง

ปัจจุบันสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีทั้ง 6 ช่องออกอากาศเฉลี่ยเกือบ 24 ชม. ต่อวัน ในแต่ละช่องมีจำนวนรายการเฉลี่ย 150-200 รายการโดยที่แต่ละช่องมีนโยบายสัดส่วนประเภทรายการที่ออกอากาศแตกต่างกัน โดยสัดส่วนรายการโทรทัศน์ปี 2548 ของฟรีทีวี 6 ช่องปี 2548 จากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ(กกช.) พบว่าสัดส่วนรายการโทรทัศน์ประเภทข่าวและสาระเฉลี่ยที่ 51.24 % , รายการบันเทิง 34.24 % และรายการโฆษณา 14.52 %

ตารางแสดงสัดส่วนรายการปี 2548

ตารางที่ 5 แสดงสัดส่วนประเภทเนื้อหารายการที่ออกอากาศจริงของสถานีโทรทัศน์แต่ละช่อง					
สถานี	เวลาออกอากาศ	ข่าวและสาระ	บันเทิง	โฆษณา	รวม
	04.00 – 04.00 น.	33.29%	49.07%	17.64%	100%
	05.00 – 05.00 น.	45.89%	40.23%	13.88%	100%
	04.50 – 02.00 น.	33.83%	50.19%	15.98%	100%
	00.00 – 24.00 น.	50.91%	33.59%	15.50%	100%
	04.00 – 04.00 น.	91.97%	1.59%	6.44%	100%
	05.00 – 05.00 น.	51.55%	30.75%	17.70%	100%
เฉลี่ย		51.24%	34.24%	14.52%	100.00%
กองงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ – กกช.:7 ตุลาคม 2548					

จะเห็นว่าสัดส่วนรายการประเภทบันเทิงมีค่าสูงในช่อง 3, 5, และ 7 ขณะที่ช่อง 9, 11 และ itv มีสัดส่วนรายการประเภทข่าวและสาระมากกว่า และเมื่อพิจารณาที่สัดส่วนรายการโฆษณาจะพบว่าทุกช่องมีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกันคือ 15-17 % โดยช่องที่มีโฆษณาสูงสุดคือช่อง itv (17.70 %)

ขณะที่งานศึกษาของโครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาพะของสังคม (Media Monitor) : กุมภาพันธ์ 2549 พิจารณาแบ่งประเภทรายการข่าวและรายการประเภทสาระออกจากกัน แบ่งกลุ่มรายการประเภทสื่อบันเทิงออกจากกลุ่มรายการบันเทิง และพิจารณารายการประเภทบริการสินค้าและธุรกิจโดยคำนวณเป็นสัดส่วนรายการประเภทต่างๆ จากฟรีทีวีทั้ง 6 ช่องของปี 2549 พบว่า

ตารางที่ 6 แสดงสัดส่วนประเภทเนื้อหารายการที่ออกอากาศจริงของสถานีโทรทัศน์แต่ละช่อง					
สถานี/รายการ	ข่าว	สาระ	สาระบันเทิง	บันเทิง	บริการธุรกิจ
	37.21%	1.88%	12.64%	48.27%	0.00%
	23.04%	7.43%	23.82%	40.20%	5.52%
	15.08%	5.59%	12.40%	56.52%	10.41%
	25.48%	35.83%	13.27%	25.43%	3.95%
	34.33%	46.57%	6.92%	12.18%	0.00%
	23.78%	13.57%	20.95%	35.44%	6.27%
เฉลี่ย	26.16%	17.99%	14.96%	36.45%	4.44%
เฉลี่ย	44.15 %		51.41 %		4.44 %
โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาพของสังคม (Media Monitor) :14 กุมภาพันธ์ 2549					

จากข้อมูลทั้งสองแหล่งภายในระยะเวลาใกล้เคียงกันพบว่า สัดส่วนรายการประเภทข่าวและสาระเฉลี่ยอยู่ที่ครึ่งหนึ่งของรายการทั้งหมด เช่นเดียวกับกับรายการบันเทิงและโฆษณา

2. รายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะ

สามารถนำเสนอได้เป็น 2 ส่วนคือ

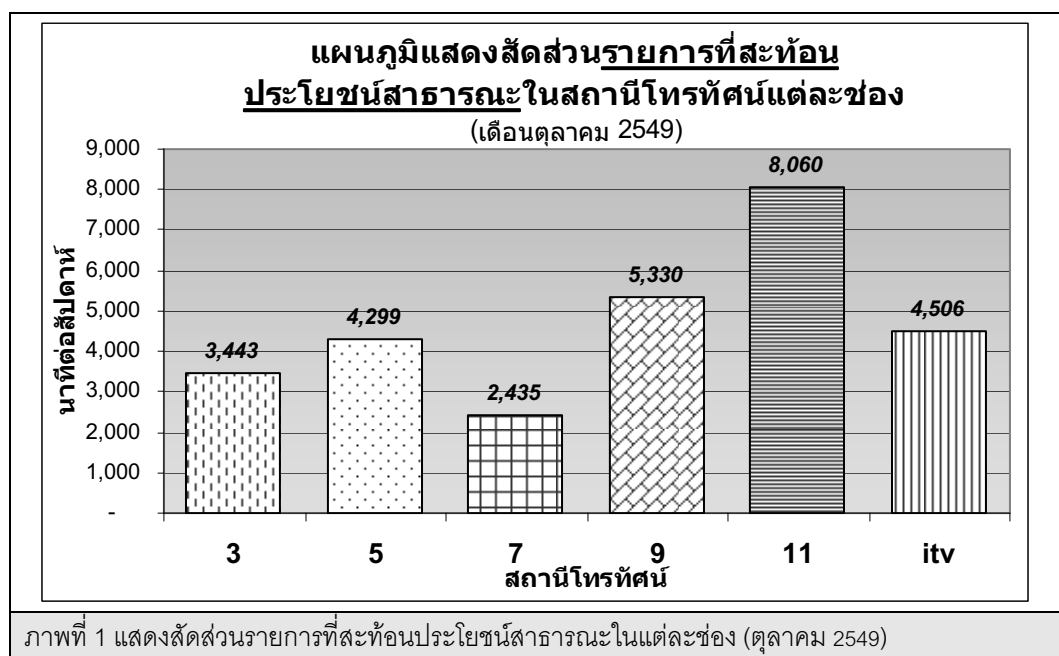
ก. รายการที่สะท้อนผลประโยชน์สาธารณะตามแนวคิดกลุ่มที่เชื่อว่าผลประโยชน์สาธารณะจะต้องคำนึงถึงทุกๆ ภาคส่วนย่อยๆ รวมกัน

หากใช้ความคิดเรื่องผลประโยชน์สาธารณะในแนวคิดที่ค่อนข้างเป็นกลาง จากสำนัก Common Interest Theory ที่เชื่อว่า common interest พื้นฐานที่ทุกๆ คนควรจะมีนั้นคือประโยชน์สาธารณะ เช่น basic service อย่าง ประปา ไฟฟ้า การขนส่ง พลังงาน และสิ่งจำเป็นอื่นๆ (general welfare) และ อะไรก็ตามที่เป็นประโยชน์สำหรับประชาชนแล้ว ไม่ว่าจะเป็นเพื่อการศึกษา การให้ความรู้ ให้ข้อมูล หรือให้ความบันเทิง หากว่ามันไม่ได้นำให้เกิดผลกระทบภายนอกในแง่ลบกับสมาชิกที่เหลือแล้ว นั่นก็อาจจะเรียกได้ว่าเป็นรายการโทรทัศน์ที่สะท้อนผลประโยชน์สาธารณะได้เช่นกัน เช่นนี้แล้วรายการโทรทัศน์ในสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีของไทย 6 ช่องปัจจุบัน ออกอากาศเกือบ 24 ชั่วโมงต่อวันมีรายการที่อย่างน้อยเพียงไรที่สะท้อนสาธารณะประโยชน์บ้าง

ตารางที่ 7 แสดงสัดส่วนรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะในสถานีโทรทัศน์แต่ละช่อง (ตุลาคม 2549)ตามแนวคิดเรื่องผลประโยชน์สาธารณะกลุ่มที่ 1						
ช่อง						
ปริมาณ(นาทิต/สัปดาห์)	3,443	4,299	2,435	5,330	8,060	4,566
สัดส่วน(%)	35	43	24	53	80	45

จากการศึกษาผังรายการโทรทัศน์แต่ละช่องภายในเวลา 24 ชั่วโมงต่อวัน (10,080 นาที/สัปดาห์) พบว่า

- ช่องที่มีรายการโทรทัศน์ที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะมากที่สุดคือช่อง 11 คือ 80 % (8,060 นาที/สัปดาห์) รองลงมาคือช่อง 9 คือ 53 % (5,330 นาที/สัปดาห์), ช่อง itv คือ 45 % (4,506 นาที/สัปดาห์), ช่อง 5 คือ 43 % (4,299 นาที/สัปดาห์), ช่อง 3 คือ 35 % (3,443 นาที/สัปดาห์) และน้อยที่สุดคือช่อง 7 เพียง 24 % (2,435 นาที/สัปดาห์) ตามลำดับ

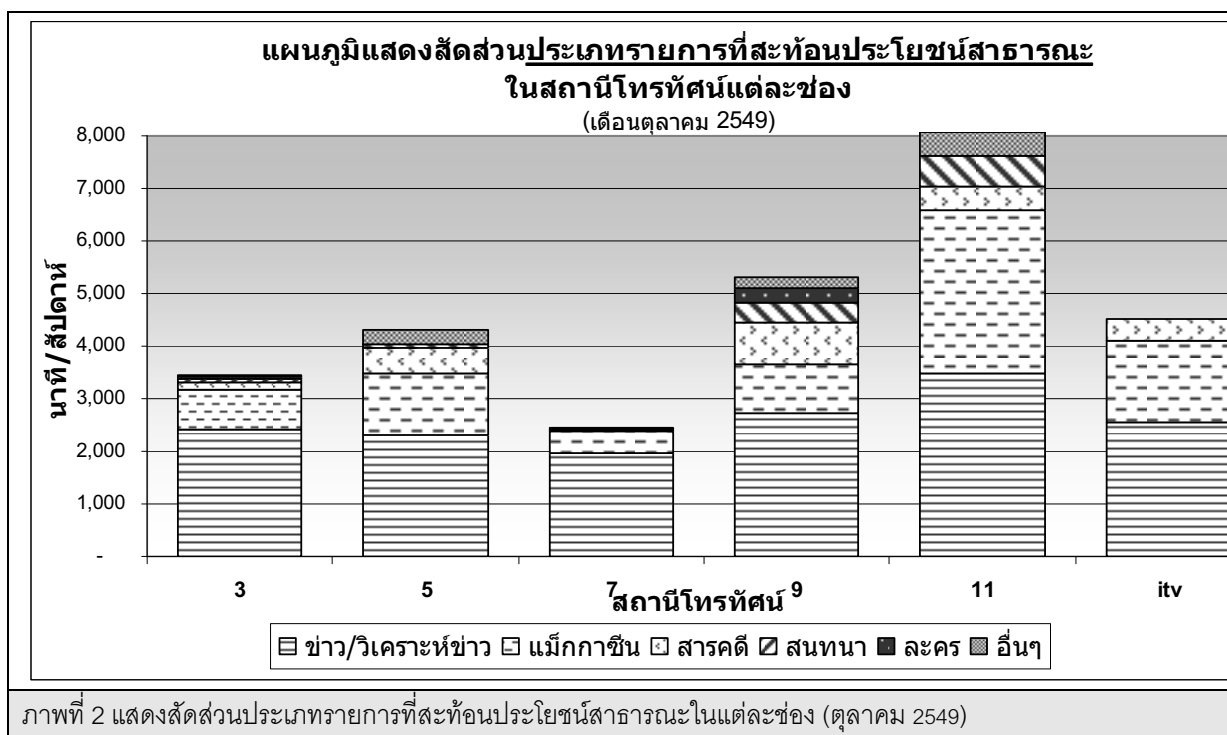


เมื่อเปรียบเทียบรายละเอียดของประเภทและจำนวนรายการโทรทัศน์ที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะในแต่ละช่องสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 8 สรุปภาพรวมของประเภทรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะ						
รายการ/ช่อง						
ข่าว/วิเคราะห์ข่าว	2,403	2,295	1,975	2,710	3,470	2,551
แม็กกาซีน	775	1,190	415	955	3,120	1,563
สารคดี	135	469	25	770	445	392
สนทนา	70	80	0	390	580	0
ละคร	30	15	0	275	0	0
อื่นๆ (โชว์/วาไรตี้)	30	250	20	220	445	0
รวม	3,443	4,299	2,435	5,320	8,060	4,506
หน่วย นาที/สัปดาห์ (ข้อมูล: ตุลาคม 2549)						

จากการศึกษาพบว่าประเภทรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะมากที่สุดคือรายการประเภทข่าว/วิเคราะห์ข่าว สัดส่วนนี้รวมรายการข่าวทุกประเภท ทั้งข่าวภาคเช้า-เที่ยง-ค่ำ และรายการข่าวต้นชั่วโมง ซึ่งพบว่า

- รายการประเภทข่าว/วิเคราะห์ข่าว ช่อง 11 มีสัดส่วนรายการข่าวมากที่สุด (3,470 นาที/สัปดาห์) ตามด้วยช่อง 9 (2,710 นาที/สัปดาห์), ช่อง itv (2,551 นาที/สัปดาห์), ช่อง 3 (2,403 นาที/สัปดาห์), ช่อง 5 (2,295 นาที/สัปดาห์) และน้อยที่สุดคือช่อง 7 (เพียง 1,975 นาที/สัปดาห์)
- รายการประเภทแม็กกาซีน สัดส่วนรายการแม็กกาซีนที่เป็นประโยชน์สาธารณะมากที่สุดคือช่อง 11 (3,120 นาที/สัปดาห์) รองลงมาคือช่อง itv (1,563 นาที/สัปดาห์), ช่อง 5 (1,190 นาที/สัปดาห์), ช่อง 9 (955 นาที/สัปดาห์), ช่อง 3 (775 นาที/สัปดาห์) และช่อง 7 (415 นาที/สัปดาห์)
- รายการประเภทสารคดี สัดส่วนรายการสารคดีที่เป็นประโยชน์สาธารณะมากที่สุดคือช่อง 9 (770 นาที/สัปดาห์) รองลงมาคือช่อง 5 (469 นาที/สัปดาห์), ช่อง 11 (445 นาที/สัปดาห์), ช่อง itv (392 นาที/สัปดาห์), ช่อง 3 (135 นาที/สัปดาห์) และช่อง 7 (เพียง 25 นาที/สัปดาห์)
- รายการประเภทสนทนา สัดส่วนรายการสนทนาที่เป็นประโยชน์สาธารณะมากที่สุดคือช่อง 9 (580 นาที/สัปดาห์) รองลงมาคือช่อง 11 (390 นาที/สัปดาห์), ช่อง 3 (70 นาที/สัปดาห์) ช่อง 5 (80 นาที/สัปดาห์), ช่อง 3 (70 นาที/สัปดาห์) ขณะที่ช่อง 7 และ itv ไม่มีรายการสนทนาที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะเลย
- รายการละคร มีเพียงช่อง 9 ช่อง 3 และช่อง 5 เท่านั้นที่มีละครที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะ
- รายการประเภทอื่นๆ อย่างรายการวาไรตี้ โชว์ที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะมากที่สุด คือ ช่อง 11 (445 นาที/สัปดาห์) รองลงมาคือช่อง 9 (220 นาที/สัปดาห์), ช่อง 5 (250 นาที/สัปดาห์)



1) รายการประเภทข่าว/วิเคราะห์ข่าว

รายการข่าวส่วนมากในสถานีโทรทัศน์ทุกช่องมีแนวโน้มที่จะจัดวางผังใกล้เคียงกัน โดยเน้นในช่วงเวลาที่มีผู้ชมมากที่สุดคือช่วงเวลาเช้า (6.00-8.00 น.) ช่วงเที่ยง (11.00-12.00 น.) และช่วงเย็น (18.00-20.00 น.) ในระหว่างวันจะจัดให้มีข่าวต้นชั่วโมงสั้นๆ 3-5 นาที ซึ่งเป็นข่าวทั่วไปเกี่ยวกับอาชญากรรม ต่างประเทศ ท้องถิ่น อุบัติเหตุ ฯลฯ มีลักษณะสั้นๆ ขาดรายละเอียดดังที่กล่าวไปแล้ว

นอกจากนี้ ปัจจุบันรูปแบบ/วิธีการนำเสนอเนื้อหาข่าวยังปรับเปลี่ยนจากการนำเสนอรายงานอย่างตรงไปตรงมา มาเป็นการพูดคุย บอกเล่าหรือที่เรียกว่า “คุยข่าว/สนทนาข่าว” มากขึ้นซึ่งอาจทำให้สาระข่าวนั้นเข้าใจได้ง่ายขึ้น เป็นกันเองมากขึ้น แต่ทว่าเรื่องของเนื้อหา ความลึก รายละเอียดและข้อเท็จจริงตลอดจนความคิดเห็นส่วนตัวของผู้ประกาศข่าวแทรกเข้ามาอาจทำให้คุณภาพของเนื้อหาข่าวลดลงได้

เมื่อพิจารณารายการข่าวจากทุกช่องสถานีโทรทัศน์จะพบว่ามีความคล้ายคลึงกันมาก เพราะเน้นข่าวจากพื้นที่ส่วนกลาง คือกรุงเทพมหานครหรือเมืองหลวงในภูมิภาคอื่นๆ เป็นหลัก เช่นนี้อาจกล่าวได้ว่ารายการข่าวที่มีอยู่ในสถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 ช่องนี้ต่างก็ขาดความหลากหลายของเนื้อหา ไม่ว่าจะชมจากช่องไหนก็มีลักษณะข่าวที่คล้ายคลึงกัน เฉพาะช่อง 11 เท่านั้นที่มีการรายงานข่าวจากส่วนภูมิภาคในทุกๆ วันตอนเย็น (16.30-17.00 น.)

ที่น่าสนใจคือในรายการข่าวบางช่องนั้นจะมีสื่อบุคคลขึ้นๆ แทรกอยู่บ้าง มักเป็นเรื่องเกี่ยวกับการแนะนำอาชีพ บุคคลคนเก่งในแวดวงต่างๆ สภาพปัญหาของประชาชนในพื้นที่ต่างๆ หรือสื่อบุคคลเกี่ยวกับผู้พิการ ตกทุกข์ได้ยาก หรือถูกทอดทิ้งจากสังคม ซึ่งมักมีความยาวไม่เกิน 5 นาที เนื้อหาเช่นนี้ควรเป็นพื้นที่ที่เป็นประโยชน์สาธารณะที่สำคัญที่แสดงให้เห็นถึงความหลากหลายของชนชั้นประชาชนที่แตกต่างกันไป เช่น สื่อบุคคลชีวิตในข่าวภาคค่ำช่อง 7, หรือทุกข์ชาวบ้านในข่าวภาคค่ำช่อง itv

ที่น่าสนใจคือรายการประเภทวิเคราะห์ข่าวที่ไม่เพียงแต่รายงานหรือพุดคุยเล่าข่าว แต่วิเคราะห์ให้เห็นแนวโน้มต่อไปในอนาคต อธิบายเบื้องลึกเบื้องหลังของข่าว รายการวิเคราะห์แบบนี้ แทบไม่มีในสถานีโทรทัศน์ทั้งหกช่องเลย ที่พบคือรายการ “ซีฟายโลก” ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 เท่านั้นซึ่งเป็นรายการวิเคราะห์ข่าวต่างประเทศ/ในประเทศที่ให้ข้อมูลที่ลึกกว่ารายการข่าวทั่วไป ขณะที่รายการที่ดูเหมือนจะเป็นรายการวิเคราะห์ข่าวอย่าง ITV Hotnews หรือรายการคุยคุ้ยข่าวนั้นกลับทำได้เพียงแค่คุยข่าว/สนทนาข่าวเท่านั้น ไม่เลยไปถึงขั้นวิเคราะห์ข่าวหรือหากจะมีก็ไม่สม่ำเสมอทุกตอนแต่อย่างใด

สภาพปัญหาหนึ่งของรายการข่าวในโทรทัศน์ปัจจุบันคือการ “อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์” ซึ่งทำให้ข่าวโทรทัศน์ที่เคยมีจุดแข็งในด้านความรวดเร็วข่าวสารถูกละเลยไป ขาดความทันสมัย เนื้อหาข่าวเก่าถูกหมุนเวียนอ่านซ้ำไปมาในแต่ละรายการภายในช่องเดียวกัน ลักษณะที่เห็นได้ชัดคือเนื้อหาข่าวรายการข่าวในช่วงเช้า ช่วงเที่ยง และช่วงเย็นเรื่อยไปจนถึงดึกนั้น หากเป็นข่าวการเมืองหรือเศรษฐกิจส่วนกลาง/ระดับประเทศแล้วก็สามารถพบได้ในทุกช่วงตลอดวัน เช่นนี้แล้วความรวดเร็วของรายการข่าวโทรทัศน์จึงอาจเป็นข้อบกพร่องหนึ่งที่เกิดจากการใช้แหล่งข้อมูลจากหนังสือพิมพ์เป็นหลัก

สิ่งที่น่าสังเกตอย่างหนึ่งคือปัจจุบันเกิดรายการประเภท “คุยข่าว” มากขึ้น เพื่อสร้างความน่าสนใจในเนื้อหาข่าว สร้างความรู้สึกเป็นกันเองระหว่างผู้รายงานข่าวและผู้ชม ซึ่งถือว่าเป็นวิธีการนำเสนอข่าวอย่างหนึ่งที่นิยมกัน มักใช้ในช่วงข่าวตอนเช้าและเย็น เช่นรายการเรื่องเล่าเช้านี้ เรื่องเด่นเย็นนี้ช่อง 3 สถานีสนามเป้า หรือ รายการเช้าวันนี้ที่เมืองไทยช่อง 5 รายการจุมกมด ช่อง 7 รายการคุยคุ้ยข่าว ช่อง 9 รายการร้านชายามเช้า หรือตีข่าวเล่าความ ช่อง itv โดยอาจทำเสี่ยงต่อการสอดแทรกความคิดเห็นส่วนตัวของผู้ประกาศข่าวลงไป ซึ่งอาจส่งผลต่อข่าวในบางเรื่องที่มีประเด็นขัดแย้งทางความคิดรุนแรง โดยเฉพาะในข่าวการเมือง นอกจากนี้ด้วยวิธีการเล่าข่าว พุดคุ้ยนี้ ในทางหนึ่งอาจทำให้สาระใจความของเนื้อหาข่าวถูกละเลยไปได้เช่นกัน

ปัญหาเรื่องการใช้แหล่งข่าวในรายการโทรทัศน์นั้นเคยมีการศึกษามาก่อนหน้านี้แล้วใน สื่อวิทยุ : ปัญหาที่พบ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง วิทยุภาพ เอ เอ็ม คือ รายการข่าวที่ผู้ประกาศจะใช้วิธีอ่านเนื้อหาข่าวจากหนังสือพิมพ์ โดยใช้การนำเสนอที่ใสอารมณ์ความรู้สึกมากเกินไป

2) รายการแม็กกาซีน

รายการประเภทแม็กกาซีนเป็นรูปแบบรายการที่มักพบเนื้อหาประโยชน์สาธารณะรองลงมาจากรายการประเภทข่าว/วิเคราะห์ข่าว เนื้อหาส่วนมากอยู่ที่ การเกษตรกรรม ศาสนา อาชีพ สุขภาพ ศิลปะวัฒนธรรม ท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อม โดยมักจัดผังอยู่ในช่วงตอนเช้า สาย กลางวันและก่อนเย็น อย่างไรก็ตามเนื้อหาทั้งหมดข้างต้นนี้ยังคงเป็นเนื้อหาที่เน้นลักษณะความเป็น “คนเมือง” มากกว่า “คนชนบท” หรือความเป็นลักษณะเน้นกลุ่มผู้ชมแบบ “ประชาชนทั่วไป” มากกว่าที่จะเน้นกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ

รายการแม็กกาซีนเกี่ยวกับอาชีพนั้นมักมีเนื้อหาเกี่ยวกับด้านการเกษตรกรรม การประกอบอาชีพหัตถกรรม หรือสินค้าในชุมชนอย่างโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การขายสินค้าพื้นบ้านซึ่งถือว่าเป็นการสนับสนุนและให้ความรู้ทางด้านเศรษฐกิจชุมชนได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามดูเหมือนว่าในแง่ของรายการเกี่ยวกับอาชีพของชนชั้นกลางนั้นจะถูกเลยไปบ้าง

รายการแม็กกาซีนเกี่ยวกับผู้หญิงและสุขภาพนั้นมีสัดส่วนปริมาณมากในเกือบทุกๆ ช่อง โดยเฉพาะในช่อง 3 ที่เรียกว่าช่วงเวลาตั้งแต่ 8.30-11.00 น. ของทุกๆ วันเป็นเวลาของกลุ่มผู้ชมผู้หญิง และมักใช้รูปแบบการนำเสนอแบบสนทนาพูดคุย เนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพ ความงาม ข่าวสารทั่วไปที่มีเพศหญิงเป็นบทบาทสำคัญ และแน่นอนว่าเนื้อหาส่วนใหญ่เน้นผู้หญิงช่วงวัยรุ่น-กลางคน มากกว่าที่จะมีรายการผู้หญิงวัยสูงอายุซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการขาดความหลากหลายในระดับอายุของผู้ชม เช่นรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” “30 ยังแจ๋ว” ในช่อง 3, “เพราะฉันคือผู้หญิง”, “ศุภรีนี้มีสไตล์”, “I woman” ทางช่อง itv เป็นต้น

รายการแม็กกาซีนที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเด็กนั้น พบมากในช่อง 11 และช่อง 9 ขณะที่ช่องที่เหลือนั้นมีรายการเด็กน้อยมากบางช่องก็เน้นเป็นการตุนำเข้าซึ่งแทบไม่มีสาระใดเลย⁷ และยังคงมีรูปแบบที่คล้ายคลึงกันคือเน้นการแสดงออกความรู้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ สังคม การศึกษาทั่วไป และยังคงเน้นความเป็น “เด็กเมือง” มากกว่า “เด็กชนบท” กล่าวคือภาพลักษณ์ของเด็กที่เข้ามามีส่วนร่วมกับรายการ หรือเนื้อหาที่รายการต้องการสื่อออกไปนั้นมีลักษณะทางภูมิศาสตร์ตรงไปยังเด็กกรุงเทพฯ มากกว่าเด็กต่างจังหวัด⁸ (ในแง่ของความสนใจ วัฒนธรรม วิถีชีวิต เรื่องราวในชีวิตประจำวัน กิจกรรม ค่านิยม)

⁷ จากผลการศึกษารายการโทรทัศน์เด็กของโครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาพของสังคม (media monitor) เดือนกุมภาพันธ์ 2549 เรื่อง “รายการโทรทัศน์เด็ก” พบลักษณะทั่วไปของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กดังนี้

1. จาก 6 ช่องสถานีโทรทัศน์ มีรายการโทรทัศน์เฉพาะสำหรับเด็กช่วงอายุ 3-12 ปี รวมทั้งสิ้น 62 รายการ คิดเป็น 3,040 นาที หรือร้อยละ 5.2 ของเวลาออกอากาศทั้งหมดในหนึ่งสัปดาห์
2. สถานีที่มีสัดส่วนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมากที่สุดคือ ช่อง 7 (1,085 นาที/สัปดาห์) หรือร้อยละ 10.8 ของเวลาทั้งหมดที่สถานีออกอากาศ และน้อยที่สุดคือช่อง 3 (230 นาที/สัปดาห์) หรือร้อยละ 2.3 ของเวลาทั้งหมดที่สถานีออกอากาศ
3. รูปแบบรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่มีมากที่สุดคือ รูปแบบการตุน/ภาพยนตร์แนวการ์ตูน (1,670 นาที/สัปดาห์) หรือร้อยละ 54.9 ของสัดส่วนรายการเด็กทั้งหมด น้อยที่สุดคือ รูปแบบการแสดงออกของเด็ก (85 นาที/สัปดาห์) หรือร้อยละ 2.8 ของรายการเด็กทั้งหมด
4. รายการที่มีเนื้อหาผลิตจากต่างประเทศส่วนใหญ่มักเป็นรูปแบบการตุน/ภาพยนตร์แนวการ์ตูนมากถึง 17 รายการ ขณะที่รายการที่มีเนื้อหาผลิตภายในประเทศมากที่สุดคือ รูปแบบวไรตี้ (10 รายการ)
5. 2 ใน 3 ของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กทั้งหมดผลิตขึ้นภายในประเทศ

⁸ จากผลการศึกษารายการโทรทัศน์เด็กของโครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาพของสังคม (media monitor) เดือนกุมภาพันธ์ 2549 เรื่อง “รายการโทรทัศน์เด็ก” พบลักษณะเนื้อหาของรายการเด็กมักมีลักษณะดังนี้

1. พบรายการละครสำหรับเด็กในปริมาณน้อยมาก ละครเท่าที่นำเสนออยู่มักเป็นเรื่องราวเหนือจริง (Fantasy) อิทธิฤทธิ์และเวทย์มนต์ และมักไม่สอดแทรกความรู้
2. ลักษณะการให้ความรู้ในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ส่วนใหญ่ยังคงอยู่ในระดับต้นคือ การให้ความรู้สั้นๆ ใช้ความจำ, การจำแนกแยกแยะ, ความเข้าใจ ส่วนการพัฒนาความรู้ชั้น การจำแนกแยกแยะ ไปจนถึง การประยุกต์ มักพบในรายการวไรตี้หรือนิตยสารทางอากาศที่เน้นการสาธิตหรือสอนการประดิษฐ์ ส่วนการให้ความรู้ชั้นวิเคราะห์ – สังเคราะห์พบว่ามีน้อย และมักปรากฏในรายการประเภทตอบปัญหา/เกม
3. พบเนื้อหาด้านความรุนแรงในรายการการ์ตูนบางเรื่อง (โดยเฉพาะจากการ์ตูนญี่ปุ่น)
4. ระดับการมีส่วนร่วมของเด็กในรายการโทรทัศน์ขึ้นอยู่กับรูปแบบรายการเป็นหลัก รายการที่มีระดับการมีส่วนร่วมของเด็กสูงคือ รายการการแสดงออกของเด็ก รองลงมาคือ เกม/การตอบปัญหา สารคดี และรายการรูปแบบวไรตี้ ตามลำดับขณะที่รายการรูปแบบละคร การ์ตูน/ภาพยนตร์แนวการ์ตูน และรายการรูปแบบแม็กกาซีนมีระดับการมีส่วนร่วมของเด็กค่อนข้างต่ำ

รายการเด็กที่โด่งดังอย่างรายการ “เกมทศกัณฑ์เด็ก” นั้นแม้จะดูแล้วมีประโยชน์แต่ทว่าก็ไม่ถูกนำมาพิจารณาในแง่ที่มองผู้ชมเด็กเป็นพลเมือง(แบบเด็กๆ)ได้ เพราะมีลักษณะที่มุ่งเน้นไปเพื่อการค้าและธุรกิจเสียมากกว่า โดยพิจารณาเด็กในฐานะ “วัตถุเพื่อขายสินค้า” ด้วยและรายการเด็กอย่าง “สู้เพื่อแม่” ถึงแม้จะให้เด็กได้แสดงออกความสามารถต่างๆ แต่ก็ยังผูกโยงกับการขายสินค้ามากมายและมีเด็กเป็นเพียง “ร่างทรงโฆษณา” เท่านั้น ข้อวินิจฉัยนี้อาจเปรียบเทียบให้เห็นได้ชัดเจนกับรายการเด็กอย่าง “มิลินทปัญหา”, “บันทึกเล่มเล็ก”, “คิดดีคิดสนุก”, “คิดดีคิดสนุก” ช่อง 7 หรือ “นักประดิษฐ์”, “เด็กช่างคิด”, “ฟาร์มแสนสุข”, “ยูเรก้า” ในช่อง 9, รายการ “รากแก้วประชาธิปไตย”, “ประตูบานเล็ก” เยาวชนคนสร้างชาติ, “ตามรอยคุณตา”, “มุทอลค์โชว์ วัยทีน”, “เส้นทางกีฬา”, “ประวัติศาสตร์นอกตำรา”, “โลกใบจิ๋ว”, “บ้านเด็กดี/รอบรู้คู่สาระ”, “คิดส์ออนไลน์”, “ขบวนการนักอ่าน”, “แก๊งเด็กสนุก/ครอบครัวตัวอย่าง”, “สมองซีกซ้าย” ในช่อง 11 ที่ถือว่า “ไร้แนวคิดเรื่องระบบโฆษณา-ธุรกิจ” แอบแฝงมากที่สุดในการดารารายการเด็กทั้งหมด

รายการแม็กกาซีนที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความมั่นคงของรัฐ พบในสัดส่วนน้อย อย่างเช่นรายการร้อยใจไทยได้ร่มเย็น, จารึกไว้ในแผ่นดิน, สามัคคี 4 เหล่า, ปล.รักเมืองไทย ทางช่อง 5 ขณะที่รายการที่มีเนื้อหาทางด้านการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตยนั้นกลับพบมากในช่อง 11 อย่างรายการมองรัฐสภา, รัฐสภาของประชาชน, สัมมนาทัศน์, ไปดูผู้แทนหรือรากแก้วประชาธิปไตย

ที่น่าสนใจคือรายการที่เกี่ยวกับศาสนานั้น มักออกอากาศในช่วงตอนเช้าตรู่ (4.00-5.00 น.) ในเกือบทุกช่อง โดยเน้นศาสนาพุทธ และอิสลามซึ่งมีลักษณะที่คล้ายสารคดีเช่นรายการ “มุสลิมไทย” ในช่อง 5 รายการ “วิถีอิสลาม”, “โลกมุสลิม”, “รวมภวนไนท์” ในช่อง 9 และพยายามให้ความรู้ทั่วไป หรือหากเป็นรายการศาสนาพุทธก็มักใช้รูปแบบการพูดคุยสัมภาษณ์ หรือพระเทศน์ให้ฟัง

3) รายการสารคดี

รายการประเภทสารคดีในสถานีโทรทัศน์ไทยมีเนื้อหาจำกัดเน้นอยู่ที่ วิทยาศาสตร์ ประวัติศาสตร์ และสังคมศาสตร์ หากพิจารณารายการสารคดีที่สะท้อนปัญหาสังคมแล้วอาจมีเพียงไม่กี่รายการอย่าง “เรื่องจริงผ่านจอ” ในช่อง 7, “ถอดรหัส” ช่อง itv หรือ “คนค้นคน”, “หลุมดำ” ทางช่อง 9 นอกจากนั้นเป็นสารคดีที่มีเป้าหมายเพื่อให้ความรู้และการศึกษาเช่นรายการ “My Sci” ช่อง 11, “สำรวจโลก” ช่อง 5 และรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” ช่อง 3 หรือ “กบนอกกะลา” ในช่อง 9

5. ลักษณะอันพึงประสงค์ของเด็กที่สอดแทรกอยู่ในเนื้อหาของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กพบว่า ส่วนใหญ่นเน้นการเสริมสร้างสติปัญญา ใหวพริบในการแก้ปัญหา ความรู้ความเข้าใจในประวัติศาสตร์ไทย การอนุรักษ์ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมประเพณี รองลงมาคือ เนื้อหาที่เน้นการเสริมสร้างความสัมพันธ์กับผู้คนรอบข้างหรือสังคม ส่วนลักษณะอื่นๆ เช่น การรู้จักบทบาทหน้าที่ ความเข้าใจในศาสนาและจริยธรรมธรรมพบได้น้อย

⁹ จากผลการศึกษารายการโทรทัศน์เด็กของโครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาวะของสังคม (media monitor) เดือนกุมภาพันธ์ 2549 เรื่อง “รายการโทรทัศน์เด็ก”

รายการที่มีสัดส่วนโฆษณามากที่สุด คือ รายการรูปแบบตอบปัญหา/เกม คิดเป็นค่าเฉลี่ยประมาณ 14 นาที/ชั่วโมง รองลงมา คือ รายการละครเฉลี่ยประมาณ 11 นาที/ชั่วโมง, การ์ตูน/ภาพยนตร์แอนิเมชันและรายการวาไรตี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือประมาณ 8 นาที/ชั่วโมง, รายการสารคดีเฉลี่ยประมาณ 7.8 นาที/ชั่วโมง, นิตยสารทางอากาศเฉลี่ยประมาณ 9.7 นาที/ชั่วโมง และรายการที่มีสัดส่วนการโฆษณาน้อยที่สุด คือ รายการการแสดงออกของเด็กเฉลี่ยประมาณ 5.6 นาที/ชั่วโมง

อย่างไรก็ตาม โดยรวมก็ถือว่ารายการสารคดียังเป็นที่รายการขาดแคลนอยู่ในผังรายการโทรทัศน์เมืองไทย

ความน่าสนใจอยู่ที่ว่ารายการประเภทสารคดีที่ควรสะท้อนปัญหาสังคมนั้นมีน้อยมากเพียงสองรายการข้างต้น ซึ่งใช้วิธีการนำเสนอในรูปแบบเชิงข่าวสืบสวน ซึ่งเป็นรายการหลักๆ ในประเทศที่พัฒนาแล้วในการตรวจสอบหาต้นตอของปัญหาสาธารณะ เพราะเนื้อหาเน้นสะท้อนปัญหาสังคมด้านศีลธรรม จริยธรรม และคุณธรรม แต่รายการสารคดีบ้านเรากลับมีรายการสารคดีที่เน้นไปถึงความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ ประวัติศาสตร์ต่างประเทศ (โดยเฉพาะในรายการท่องเที่ยว) หากมีประวัติศาสตร์ในประเทศก็มักนำไปในช่วงดึกหลังเที่ยงคืนหรือเช้านี้วันเสาร์-อาทิตย์ และมักมีรูปแบบการนำเสนอที่ขาดความน่าสนใจ นอกจากนั้นแล้วยังมีลักษณะที่ขาดความเป็น “ประวัติศาสตร์ร่วมสมัย” (Contemporary Historical) เพราะเน้นเพียงแต่ประวัติศาสตร์ตามแบบแผน/ตำราเรียนเสียมาก ซึ่งอาจทำให้เมื่อต้องการนำเสนอให้เกิดความน่าสนใจหรือความน่าสนใจให้ง่าย กลับกลายเป็นเรื่องยากไป และเช่นเดียวที่ประวัติศาสตร์ที่วาก็มักเป็นประวัติศาสตร์ส่วนกลาง-คนส่วนใหญ่อยู่

4) รายการประเภทสนทนา

รายการสนทนาที่สะท้อนปัญหาสาธารณะนั้นมีสัดส่วนที่ต่ำมากในผังโทรทัศน์ไทย สัดส่วนรายการสารคดีที่เป็นประโยชน์สาธารณะมากที่สุดคือ ช่อง 9 (630 นาที/สัปดาห์) นั้นมาจากรายการสุริยภา, The Iconปรากฏการณ์คน, V.I.P. และรายการถึงลูกถึงคน ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าสนใจอย่างยิ่งสำหรับการนำเสนอรูปแบบรายการประเภทสนทนาที่พยายามทำให้ “รสชาติ” หรือ “ความเข้มข้น” ในการเลือกชมแตกต่างกันหลายรส

รายการที่ดูว่าจะเป็นประโยชน์สาธารณะแท้จริงอย่างถึงลูกถึงคนนั้นกล่าวได้ว่าเป็นรายการ “ต้นแบบเวทีสาธารณะที่ยังคงเหลือ” อยู่ในโทรทัศน์ประเทศไทย หากไม่คำนึงถึงรายการที่เคยถูกยุบ/ปิดไปในอดีตอย่างรายการ “ขอคิดด้วยคน” หรือ “มองต่างมุม” จากช่อง 11 ความแตกต่างที่สำคัญของรายการสนทนาถึงลูกถึงคนกับรายการสนทนาทั่วไปอยู่ที่ รายการสนทนาอย่างสุริยภา, The Iconปรากฏการณ์คน, V.I.P. นั้นสร้างประโยชน์สาธารณะได้ในระดับเพียงการให้ “ความรู้” จากประสบการณ์ชีวิตของบุคคลที่น่าสนใจเท่านั้น ซึ่งในทางหนึ่งบุคคลที่มาเป็นแขกรับเชิญเหล่านั้นต่างก็มี “สถานภาพและบทบาททางสังคม” ที่สะท้อนให้เห็น “ระดับชนชั้น”

5) รายการละคร

ในสถานีโทรทัศน์ทั้งหมด 6 ช่องมีรายการละครเพียงสองสามเรื่องที่พอสะท้อนผลประโยชน์สาธารณะได้บ้าง เช่น ละครเรื่อง “สี่แผ่นดิน” ในช่อง 3 และช่อง 9 ซึ่งต่างก็เป็นละครรีรัน มีเนื้อหาสะท้อนประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมสังคมการเมืองในกลางยุครัตนโกสินทร์จนรัชกาลที่ 9 ขณะที่รายการละครอย่าง “น้องใหม่ร้ายบริสุทธิ์” หรือ “พลังนักศึกษา” ในช่อง 3 และช่อง 5 นั้นเป็นเรื่องราวของนักเรียนนักศึกษาในสภาพบริบท-ปัญหาสังคมปัจจุบันที่มีผลกระทบต่อพวกเขา ละครทั้งสองพยายามปลุกฝังแนวคิดเรื่องจริยธรรมและศีลธรรมในหมู่วัยรุ่นเป็นหลัก ซึ่งถือได้ว่าเป็นละครน้ำดีไม่กี่เรื่องท่ามกลางละครนักร้อยเรื่องในโทรทัศน์ไทย ซึ่งส่วนที่เหลือมักเป็นเรื่องราวชิงรักหักสวาท ความรักความใคร่ในวัยหนุ่มสาว และวันกลางคน ซึ่งมักมีเรื่องราวความสัมพันธ์ทางเพศที่ไม่เหมาะสม ซึ่งละครทั้งสองสามเรื่องดังกล่าวนี้หาได้อยู่ในช่วงเวลาไพรม์ไทม์แต่อย่างใด และช่องที่มีละครโทรทัศน์มากอย่างช่อง 7 กลับไม่มีละครที่สะท้อนปัญหาสาธารณะเลย (ในเดือนตุลาคม)

รายการละครที่ส่วนใหญ่จะวางตัวเองอยู่ในผังช่วงเวลาไพรม์ไทม์ (16.00-22.00 น.) ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้ชมมากจริง แต่กลับไม่สะท้อนประโยชน์สาธารณะใดเลย หากพิจารณาในแง่ของความหลากหลายแล้วยังพบว่าขาดความหลากหลายของเนื้อหาและกลุ่มผู้ชมมากขึ้นไปอีก เพราะเน้นแต่เพียงกลุ่มผู้ใหญ่เท่านั้น หากจะมีความหลากหลายก็เป็นในแง่ของการมีทั้งกลุ่มผู้ชมทั้งชนบทและเมืองด้วยกันเท่านั้นเอง

เช่นนี้จะเห็นว่ารายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะนั้นไม่จำเป็นต้องเป็นรายการข่าว สารคดี แม็กกาซีนเท่านั้น หากแต่รายการละครก็สามารถสะท้อนหรือให้ประโยชน์สาธารณะได้เช่นกัน หากมีเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม สะท้อนให้เห็นปัญหา วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ หรือเป็นประเด็นที่สังคมควรรับรู้ร่วมกันได้ เพราะการเป็นละครนั้นอาจไม่จำเป็นที่เนื้อเรื่องจะต้องวนเวียนอยู่ที่ความรักของชายหญิงเท่านั้น หากแต่รายการละครโทรทัศน์ใน

6) รายการของคนพิการ คนที่ถูกละทิ้ง และคนด้อยโอกาสในสังคม

เป็นที่น่าผิดหวังว่ารายการที่ต้องการสะท้อนให้เห็นความทุกข์ยาก ความลำบาก หรือสภาพชีวิตและปัญหาของกลุ่มคนพิการในสังคมไทยนั้นมีน้อยมาก เช่นรายการชีวิตไม่สิ้นหวัง ช่อง 3, คนค้นคน ช่อง 9, คนเก่งหัวใจแกร่ง ช่อง itv หรืออาจพบได้ในช่วงรายการข่าวภาคค่ำได้ในช่อง 7 ช่วงวงเวียนชีวิต ซึ่งที่มีอยู่นั้นก็เป็นไปในลักษณะของการช่วยเหลือ ด้วยการบริจาคเท่านั้น ไม่ได้แสดงให้เห็นที่มาของปัญหา การถูกทอดทิ้งละเลย และการแก้ปัญหาของเจ้าหน้าที่รัฐหรือหน่วยงานราชการที่ต้องรับผิดชอบ

ข. รายการที่สะท้อนผลประโยชน์สาธารณะตามแนวคิดกลุ่มที่เชื่อว่าประโยชน์สาธารณะคือรายการโทรทัศน์ที่สะท้อนประโยชน์ของคนส่วนมากเท่านั้น

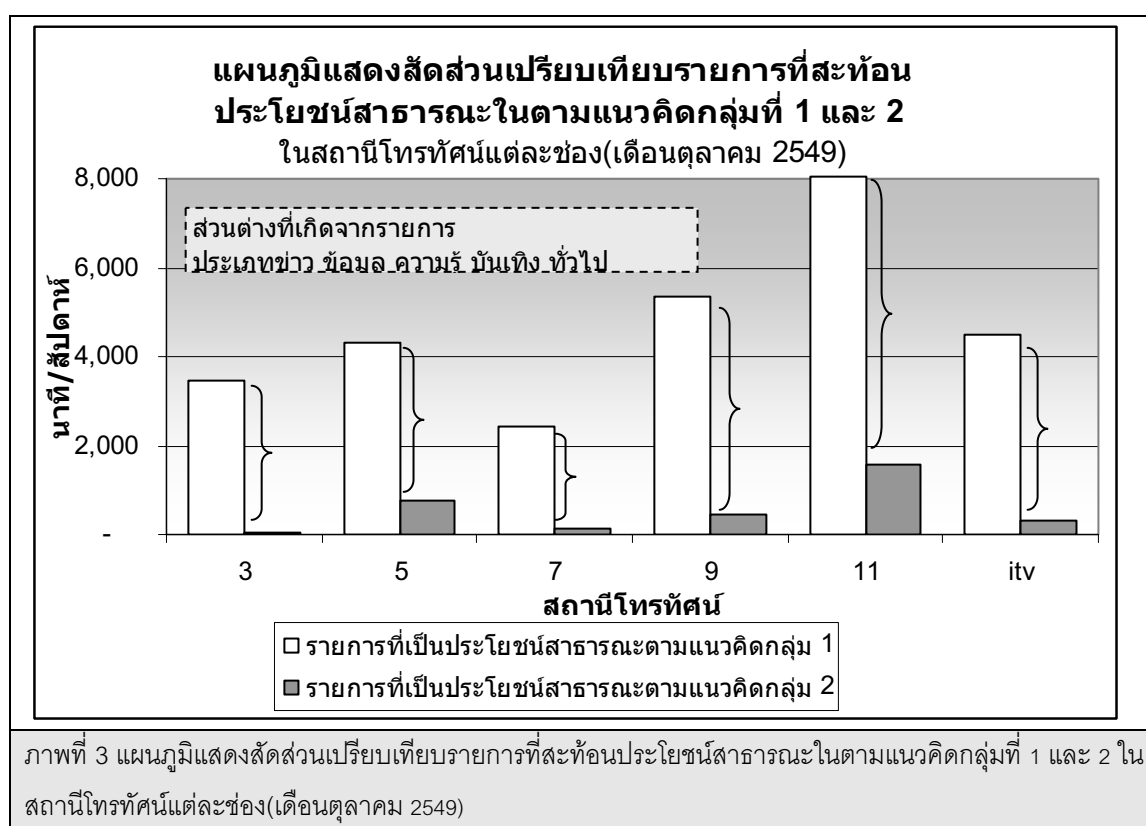
แนวคิดนี้เชื่อว่าเฉพาะรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับประเด็นสาธารณะ นโยบายสาธารณะ และเรื่องส่วนรวมเท่านั้นที่ถือว่าเป็นรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะ หากนำรายการโทรทัศน์ทั้งหมดที่เป็นประโยชน์สาธารณะในแนวคิดแรก ที่เชื่อว่ารายการใดๆ ก็ตามหากมันมีประโยชน์ต่อประชาชนแล้วมาเปรียบเทียบกับแนวคิดในกลุ่มที่สองก็ให้ผลการศึกษาที่แสดงให้เห็นว่า รายการโทรทัศน์ที่สะท้อนผลประโยชน์สาธารณะจริงๆ (แบบแนวคิดนี้) มีน้อยมาก ดังนี้

ตารางที่ 9 แสดงสัดส่วนรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะในสถานีโทรทัศน์แต่ละช่อง (ตุลาคม 2549) ตามแนวคิดเรื่องผลประโยชน์สาธารณะกลุ่มที่ 2						
ประเภทรายการ/ช่อง						
ประโยชน์สาธารณะ(นาทิจ)	30	765	120	445	1,575	314
ประโยชน์สาธารณะ (%)	0.3	7.6	1.2	4.4	15.6	3.1

- ช่องที่มีรายการโทรทัศน์ที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะมากที่สุดคือช่อง 11 คือ 15.6 % (1,575 นาทิจ/สัปดาห์) รองลงมาคือช่อง 5 คือ 7.6 % (765 นาทิจ/สัปดาห์), ช่อง 9 คือ 4.4 % (445 นาทิจ/สัปดาห์), ช่อง itv คือ 3.1 % (314 นาทิจ/สัปดาห์), ช่อง 7 เพียง 1.2 % (120 นาทิจ/สัปดาห์) และน้อยที่สุดคือช่อง 3 เพียง 0.3 % (30 นาทิจ/สัปดาห์) ตามลำดับ

จากตารางที่ 9 พบว่ารายการที่เป็นประโยชน์สาธารณะตามแนวคิดกลุ่มที่สองในสถานีโทรทัศน์แต่ละช่องนี้มีสัดส่วนน้อยมาก (มีค่าอยู่ระหว่าง 1-9 %) พูดยุติคือรายการที่เกี่ยวข้องกับประเด็นสาธารณะ (public issues) เรื่องราวส่วนรวม (public content) หรือนโยบายสาธารณะ (public policy) นั้นมีน้อยมากในจอโทรทัศน์ไทย ซึ่งรายการส่วนใหญ่มักเป็นรายการที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงของชาติ ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของรัฐ/รัฐบาล กองทัพ ปัญหาและสภาพสังคมปัจจุบัน

หากเปรียบเทียบ “สัดส่วนรายการที่เป็นประโยชน์สาธารณะตามแนวคิดกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2” เราอาจเห็นว่ารายการใดที่ “ถูกตัดออกไป” หรือรายการที่มีความแตกต่างจากนิยามแนวคิดเรื่องประโยชน์สาธารณะทั้งสองนิยาม



จากภาพที่ 3 แสดงให้เห็นว่าส่วนต่างของรายการที่หายไปนั้น เกิดจากรายการประเภทข่าวสาร ข้อมูลความรู้ทั่วไป รวมทั้งรายการบันเทิงบางประเภทซึ่งหากยึดตามแนวคิดกลุ่มที่ 1 แล้วรายการเหล่านี้จะถือว่าเป็นประโยชน์สาธารณะด้วย

การสำรวจว่ารายการโทรทัศน์ในปัจจุบันมีจำนวนมากน้อยอย่างไรจึงขึ้นอยู่กับ “มุมมอง” ว่าแค่ไหนอย่างไรที่ถือว่าเป็นประโยชน์สาธารณะ

3. พื้นที่สาธารณะในรายการโทรทัศน์ไทย

การศึกษานี้เลือกตัวอย่างรายการสนทนาปัญหาเหตุการณ์ปัจจุบันที่คล้ายคลึงกันมา 2 รายการ คือ “รายการทรงสถานการณ์” และ “รายการถึงลูกถึงคน” โดยแต่ละรายการมีรายละเอียดเบื้องต้นในเรื่องของความ เป็นมา เป้าหมายของรายการ ลักษณะการนำเสนอเนื้อหา และจุดเด่นของรายการ ดังต่อไปนี้

รายการทรงสถานการณ์¹⁰

ความเป็นมา

รายการทรงสถานการณ์เกิดขึ้นด้วยความต้องการที่จะผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อนำเสนอเหตุการณ์ ปัจจุบันในประเทศที่มีความสำคัญและความจำเป็นเร่งด่วนที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนส่วนใหญ่ ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ศิลปวัฒนธรรมและด้านอื่นๆ ทั้งนี้เพื่อให้ประชาชนได้สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว และพัฒนาความคิดให้สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างมีเหตุผล ตลอดจนพัฒนาจิตใจของ ประชาชนให้เปิดกว้างรู้จักที่จะรับฟังความคิดเห็นและทัศนคติที่หลากหลายอันเป็นพื้นฐานของการปกครองใน ระบอบประชาธิปไตย

จุดเริ่มต้นของรายการเกิดจากมติรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2538 ที่เปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้า มามีส่วนร่วมในการผลิตรายการกับสทท. 11 เนื่องจากได้ยกเลิกมติคณะรัฐมนตรีในการประชุมเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2529 ที่ไม่ให้มีโฆษณาทางธุรกิจ และไม่สมควรให้เอกชนเข้าร่วมดำเนินการ

อาจกล่าวได้ว่ารายการทรงสถานการณ์เป็นรายการแรกที่มีภาคเอกชนเข้าร่วมผลิตรายการ

เป้าหมายของรายการ

รายการทรงสถานการณ์มีจุดยืนอยู่ที่ความรับผิดชอบต่อประชาชนและต่อประเทศชาติเป็นเป้าหมาย สำคัญ ในฐานะ “โทรทัศน์ของรัฐ” ด้วยการทำหน้าที่ติดตามสถานการณ์ปัจจุบันที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนอย่าง รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ วิเคราะห์ เจาะลึกบนข้อมูลที่ถูกต้อง เที่ยงตรง และเป็นธรรม โดยเชิญบุคคลที่เกี่ยวข้อง กับประเด็นเหล่านั้นมาร่วมสนทนาในรายการ เพื่อแสวงหาข้อเท็จจริงบนพื้นฐานประโยชน์ของประชาชนตลอดจน เป็นสื่อกลางใน “การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างภาครัฐและภาคประชาชน” เช่นการนำเสนอมาตรการและ นโยบายสาธารณะ

(ที่น่าสนใจคือ) มติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 4 มิถุนายน 2544 (สมัยทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี) ยังได้ ลงความเห็นยอมรับในข้อเสนอของรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายสมศักดิ์ เทพสุทิน) ที่เสนอว่า

“กรมประชาสัมพันธ์ได้ปรับปรุงการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 และสถานีวิทยุกระจายเสียง แห่งประเทศไทยเข้าสู่ยุคปรับปรุงใหม่แล้ว จึงขอเชิญชวนรัฐมนตรีทุกคนให้บริการออกอากาศประชาสัมพันธ์ ผลงานหรือชี้แจงทำความเข้าใจต่อประชาชน”

¹⁰ สุทธิ ตติยะ, “รายงานวิจัยฉบับที่ 5 เรื่องกระบวนการเกี่ยวกับการส่งเสริมนโยบายสาธารณะของการผลิตรายการโทรทัศน์ทรง สถานการณ์”, สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 กรุงเทพมหานคร, ธันวาคม 2545

ลักษณะการนำเสนอเนื้อหา

ผู้ดำเนินรายการจะเป็นผู้สรุปสาระสำคัญของ “สถานการณ์” ที่จะนำมาพูดคุยในวันนั้น ประกอบด้วย ความคืบหน้าล่าสุดของสถานการณ์ ณ วันนั้น หรือปมหลัง/เบื้องหลังที่มาของสถานการณ์ แนวโน้มที่เกิดขึ้นในอนาคต และตัวแปรหรือปัจจัยที่จะทำให้สถานการณ์ดำเนินต่อไปหรือเปลี่ยนแปลงไป

วิธีการดำเนินรายการด้วยการสนทนากับผู้ร่วมรายการวันละ 3-4 คนซึ่งเป็นผู้รู้หรือผู้อยู่ในสถานการณ์นั้นๆ อย่างใกล้ชิดหรืออยู่วงใน โดยประเด็นหลักๆ ที่จะสนทนาคือ ความจริง (Fact) ของเรื่องหรือสถานการณ์ การตอบคำถามในเชิงข่าวให้ครบถ้วน คือ ใครทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ทำไม และอย่างไร ประชาชนได้รับประโยชน์อะไรจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ผู้เสียประโยชน์และผู้ได้ประโยชน์จากสถานการณ์นั้นคือใคร การวิเคราะห์แนวโน้มของสถานการณ์ในอนาคต และตอบคำถามผู้ชมรายการแต่ไม่ใช่ระบบรายการโทรศัพท์ (phone in) เพื่อสกัดคำถามที่ไม่ตรงประเด็นและขาดสาระ

การดำเนินรายการ ช่วงที่ 1 รายการและวิเคราะห์สถานการณ์ล่าสุด 5 นาที (สลับข่าว) ตามด้วยการสนทนาเพื่อให้ผู้ชมมีข้อมูลเบื้องต้นก่อนที่จะรับฟังคำชี้แจงหรือเหตุผลจากการสนทนา เป็นการดึงดูดผู้ชมรวมทั้งเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ดำเนินรายการ

ช่วงที่ 2-3 สนทนากับผู้ร่วมรายการ เรกละ 15 นาที

ช่วงที่ 4 สรุปประเด็นและตอบคำถามจากผู้ชมทางบ้าน 15 นาที เพื่อเป็นการตอกย้ำประเด็นสำคัญๆ ที่ผู้ชมรายการอาจจะตามไม่ทันอีกครั้ง และทำให้ผู้ชมรายการเข้าใจสถานการณ์ได้ดีและถูกต้องขึ้น

การสนทนานั้น จะเน้นเนื้อหาสาระของสถานการณ์มากกว่าจะเปิดให้เป็นเวทีแสดงอารมณ์ของผู้ชมรายการโดยไม่ทราบข้อเท็จจริงของสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

จุดเด่นของรายการ “กรอกรสถานการณ์”

- 7) เป็นรายการสด ที่นำเสนอทุกวันจันทร์-ศุกร์หลังจบข่าวภาคค่ำ เวลา 20.30-21.30 น. ซึ่งถือเป็นรายการที่ได้รับความนิยมสูงสุดของสทท. 11 จากผู้ชม
- 8) สามารถรายงานเหตุการณ์บ้านเมืองได้อย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์
- 9) ความเป็นสื่อของรัฐ ทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีความน่าเชื่อถือ ความคล่องตัว ได้รับความไว้วางใจในการประสานงานและค้นหาข้อมูลทุกด้านจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนทำให้การนำเสนอเนื้อหาของรายการได้รับข้อมูลที่ชัดเจนถูกต้อง
- 10) เป็นรายการที่นำเสนอต่อเนื่องทุกวัน จึงไม่จำเป็นต้องรวบรัดตัดตอนในการนำเสนอจนทำให้รายละเอียดเนื้อหาสาระสำคัญโดยอาจจะนำเสนอเรื่องเดียวกันติดต่อกัน 2 วันได้

รายการถึงลูกถึงคน

ความเป็นมา

รายการถึงลูกถึงคนเกิดจากการปรับภาพลักษณ์และแนวทางในการบริหารงานจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. มาเป็นช่อง 9 “โมเดิร์นไนน์” เพื่อสอดคล้องกับแนวคิดสังคมอุดมปัญญา เป็นรายการสนทนาพูดคุยปัญหาบ้านเมือง เรื่องราวสาธารณะที่ประชาชนสนใจ เป็นรายการสดออกอากาศทุกคืนวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 23.00-24.00 น. โดยมีแนวคิดเพื่อให้เป็นพื้นที่แห่งการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความเห็น ความรู้สึกต่อเรื่องราวที่เป็นปัญหาเพื่อการหาทางออก และการระดมความคิดเห็นที่แตกต่างได้มาใช้เวทีสื่อโทรทัศน์ในการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ในช่วงขวบปีแรกของรายการ จะเปิดให้มีการโหวตแสดงความคิดเห็นเลือกข้างตามประเด็นที่สนทนา ภายหลังมีการปรับการโหวตออก คงเหลือให้ผู้ชมทางบ้านส่งข้อความสั้นมาแสดงความคิดเห็นผ่านหน้าจอโทรทัศน์แทน และช่วงปัจจุบันได้ตัดส่วนนี้ออกไปเหตุผลเพราะต้องการไม่ให้พื้นที่สาธารณะนี้เป็นเวทีแห่งความคิดที่ขัดแย้งกันมากนัก

เป้าหมายของรายการ

เป้าหมายของรายการถึงลูกถึงคนต้องการเป็นเวทีสาธารณะเปิดสำหรับประเด็นปัญหาต่างๆ ในสังคม ไม่เฉพาะส่วนรัฐบาลเท่านั้น แต่หมายรวมถึงภาคประชาสังคม ภาคเอกชน ธุรกิจด้วยที่สามารถเข้ามาใช้พื้นที่นี้ได้ ซึ่งจะถูกควบคุมด้วยประเด็นที่สนทนา แขกรับเชิญหรือผู้ร่วมรายการนั้นต้องเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวนั้นๆ โดยตรง ในฐานะเจ้าของเรื่องหรือผู้มีได้รับผลกระทบโดยตรง ซึ่งหมายถึงชาวบ้านธรรมดาที่อาจไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่รัฐได้

เน้นเนื้อหาไปที่การเมืองและสังคม วัฒนธรรมในลักษณะการโต้แย้งทางความคิดและเหตุผล

ลักษณะการนำเสนอเนื้อหา

ผู้ดำเนินรายการเป็นผู้สรุปสาระสำคัญของ “ประเด็น” หรือ “เหตุการณ์เบื้องต้นเบื้องหลัง” ที่จะนำมาสนทนา สภาพปัญหา ความขัดแย้ง และปัจจัยที่จะทำให้สถานการณ์ดำเนินต่อไปหรือเปลี่ยนแปลงไป

วิธีการดำเนินรายการด้วยการสนทนากับผู้ร่วมรายการวันละ 3-4 คนซึ่งเป็นผู้รู้หรือผู้อยู่ในสถานการณ์นั้นๆ อย่างใกล้ชิดหรืออยู่วงใน โดยประเด็นหลักๆ ที่จะสนทนาคือ ข้อเท็จจริง (Fact) ของเรื่องหรือสถานการณ์ การตอบคำถามในเชิงข่าวให้ครบถ้วน คือ ใครทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ทำไม และอย่างไร เช่นเดียวกันกับรายการกรอกรถสถานีโทรทัศน์ประชาชนได้รับประโยชน์อะไรจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ผู้เสียประโยชน์และผู้ได้ประโยชน์จากสถานการณ์นั้นคือใคร การวิเคราะห์แนวโน้มของสถานการณ์ในอนาคต และตอบคำถามผู้ชมรายการแต่ไม่ใช่ระบบรายการโทรศัพท์ (phone in) เพื่อสกัดคำถามที่ไม่ตรงประเด็นและขาดสาระ

การสนทนานั้น จะเน้นการตอบคำถามจากข้อสงสัยและความขัดแย้งที่เกิดขึ้น การตอบคำถามที่เจาะลึกในทุกประเด็นที่เกี่ยวข้อง โดยเน้นความสมดุล เป็นกลาง และเป็นธรรมระหว่างฝ่ายต่างๆ ให้มากที่สุด

จุดเด่นของรายการ “ถึงลูกถึงคน”

- 1) เป็นรายการสด ทุกวันจันทร์-ศุกร์หลัง เวลา 23.00-24.00 น. และเป็นรายการเดียวที่เปิดพื้นที่สาธารณะพูดคุยปัญหาต่างๆ ทั้งทางการเมือง สังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ฯลฯ โดยไม่จำกัดประเภทเนื้อหา
- 2) ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน เพราะเป็นรายการที่นำเสนอต่อเนื่องทุกวันจึงไม่จำเป็นต้องรวบรัดตัดตอนในการนำเสนอจนทำให้รายละเอียดเนื้อหาสาระสำคัญโดยอาจจะนำเสนอเรื่องเดียวกันติดต่อกัน 2 วันได้
- 3) มีความน่าเชื่อถือจากตัวผู้ดำเนินรายการ เป็นที่ชื่นชอบและชวนให้ติดตามจากการถามที่เจาะลึก ได้ใจความ
- 4) มีความหลากหลายของประเภทเนื้อหาที่นำมาสนทนามากกว่า ทั้งในระดับความสนใจของผู้ชม ศาสนา อายุ วัฒนธรรม รายได้ สภาพภูมิศาสตร์
- 5) ผู้ร่วมรายการสามารถเข้าถึงรายการได้อย่างทั่วถึง หากเป็นประเด็นที่กระทบกับประชาชนจำนวนมากก็สามารถเข้าถึงพื้นที่สาธารณะในรายการได้ง่าย
- 6) มีความเป็นกลาง ความสมดุล และความเป็นธรรม

จากลักษณะโดยรวมของรายการ ผลการศึกษาจากเทปบันทึกรายการตลอดสองสัปดาห์แรกของเดือน
ตุลาคม 2549 มีดังนี้

ตารางที่ 10 แสดงเปรียบเทียบการเลือกประเด็นและเนื้อหารายการระหว่างรายการถึงลูกถึงคนและรายการกรองสถานการณ์				
วัน	รายการถึงลูกถึงคน		รายการกรองสถานการณ์	
	ประเด็น	เนื้อหา	ประเด็น	เนื้อหา
3-ต.ค.-49	คตส	ลักษณะการทำงานของคตส.	สถานการณ์พรรคทพ/ชมชน เศรษฐกิจพอเพียง	ปัญหาของพรรคทพ./ นโยบายเศรษฐกิจพอเพียง
4-ต.ค.-49	ชีวิตสูงสุด-ต่ำสุดของ รจนา เพชรกันหา	สุขภาพ ประสบการณ์ชีวิต	วิกฤตน้ำท่วม	ปัญหาน้ำท่วม
5-ต.ค.-49	หมากัด	ปัญหาหมากัด การรักษา	ปฏิบัติการล้างบางยาเสพติด	ปัญหาการปราบปรามยาเสพติด
6-ต.ค.-49	9 วันสุวรรณภูมิ	ปัญหาทั่วไปจากสนามบิน สุวรรณภูมิ	ดับไฟได้	ปัญหาไฟใต้สุด-ปัจจุบัน
9-ต.ค.-49	รับมือวิกฤตน้ำเจ้าพระยา	ปัญหาน้ำท่วมในเขตกทม.	ทุนนิยม พอเพียง	แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง
10-ต.ค.-49	มลพิษทางเสียงจาก สุวรรณภูมิ	ปัญหาเรื่องเสียงจากสนามบิน	เปิดใจรมต พลังงาน	แนวคิดในการทำงานของรมต. พลังงาน
11-ต.ค.-49	เหยื่อโดนลูกหลง	เหยื่อลูกหลงจากการทะเลาะของ วัยรุ่น	พลิกโฉมท่องเที่ยววิถีฟ้า	แนวคิด นโยบายของกระทรวง กีฬา-ท่องเที่ยว
12-ต.ค.-49	เปิดนโยบายรมว.คลัง	นโยบายของกระทรวงพลังงาน	สภาที่ปรึกษาฯ ยุคปฏิรูป	แนวคิด นโยบายของกระทรวง สภาที่ปรึกษา
13-ต.ค.-49	วิกฤตลุ่มน้ำเจ้าพระยา	ปัญหาน้ำท่วมในเขตกทม.	ประเด็นร้อนของมท1/จุบอด ของระบบ ชรกไทย	ความคิด การกิจของรมต. มทใน การทำงาน/ปัญหาชรก ในการ แก้ปัญหาไฟใต้
17-ต.ค.-49	ห้ามโฆษณาเหล้า 24 ชม.-2	ปัญหาการควบคุมการห้าม โฆษณาเหล้าเบียร์	ปิดตายน้ำเมา	แนวทางในการแก้ปัญหาโฆษณา แอลกอฮอล์
หมายเหตุ ศึกษาจากเทปบันทึกรายการ 2 สัปดาห์แรกของเดือนตุลาคม 2549: ผู้วิจัย				

จากการศึกษาเทปบันทึกรายการที่ออกอากาศติดต่อกัน 2 สัปดาห์เพื่อสังเกตการคัดเลือกประเด็นมา
สนทนา พบว่าในรายการถึงลูกถึงคนเน้นความหลากหลายของประเด็นมากกว่ารายการกรองสถานการณ์
เช่นเรื่อง “หมากัด” ในวันที่ 5 ต.ค. 2549 หรือชีวิตนางแบบอย่างตอน “ชีวิตสูงสุด-ต่ำสุดของรจนา เพชรกันหา” ใน
วันที่ 4 ต.ค. 2549 ซึ่งเป็นเรื่อง “ชาวบ้านๆ” ขณะที่เรื่องราวที่เป็นปัญหาสาธารณะหรือของสังคมส่วนรวมอย่าง
ปัญหาน้ำท่วม หรือปัญหาจากสนามบินสุวรรณภูมินั้นก็มี “ความเข้มข้นของเนื้อหา” มากกว่าในรายการกรอง
สถานการณ์ที่มีเพียงการบอกกล่าว พุดคุยวิธีการแก้ปัญหาของรัฐ

ลักษณะการเลือกประเด็นสนทนาของรายการกรองสถานการณ์นั้นมีลักษณะที่เน้นนโยบายรัฐ พุดให้ชัด
คือเน้นเรื่องราวที่มีศูนย์กลางจากรัฐบาล (government oriented) โดยเกือบทั้งหมด และแทบเป็นไปไม่ได้เลยที่
ประเด็นปัญหาเล็กๆ น้อยอย่างปัญหาสังคมชาวบ้านทั่วไปจะได้รับความสนใจ ขณะที่รายการถึงลูกถึงคนนั้นกลับ
มีลักษณะเน้นเรื่องราวที่มีศูนย์กลางจากสังคม (social oriented) มากกว่า

สิ่งที่สำคัญและสร้างความแตกต่างอย่างมีนัยยะสำคัญระหว่างรายการกรองสถานการณ์และรายการถึงลูกถึงคนคือ “ความเป็นไปได้ในการเข้าถึง” ของรายการทั้งในแง่ของความยากง่ายของเนื้อหาสาระที่สนทนา ทำให้ผู้ชมทั่วไปสามารถชมได้ทั้งเด็กและผู้ใหญ่ และความเข้าถึงได้ง่ายของแพลตฟอร์มหรือผู้ร่วมสนทนา เพราะมีได้มากกว่ารายการกรองสถานการณ์ ยกตัวอย่างตอน “9 วันสุวรรณภูมิ” ที่เชิญชาวบ้านจำนวนมาก (30-40 คน) มาร่วมฟังและแสดงความคิดเห็นในรายการ นอกจากนี้แล้วที่สำคัญคือ “โอกาสในการแสดงความคิดเห็น” ของผู้ชมที่จะมีมากกว่ารายการกรองสถานการณ์ เพราะสามารถส่งข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์มือถือส่งไปยังรายการได้ (ปัจจุบันระบบการส่งข้อความนี้ชั่วคราวเนื่องจากอยู่ภายใต้กฎอัยการศึก และสถานการณ์ทางการเมืองที่ยังไม่แน่นอน)

ในประเด็นอื่นๆ สามารถสรุปให้เห็นภาพรวมดังนี้

ตารางที่ 11 เปรียบเทียบคุณภาพของพื้นที่สาธารณะในรายการกรองสถานการณ์และรายการถึงลูกถึงคน		
คุณภาพของพื้นที่สาธารณะ	รายการกรองสถานการณ์	รายการถึงลูกถึงคน
1. ประเด็นการสนทนา (Issues)	เน้นเรื่องนโยบายสาธารณะ (Public Issues) ที่มีพื้นฐานเกี่ยวข้องกับรัฐ/รัฐบาล และการปรับความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐกับประชาชนในเหตุการณ์ปัจจุบัน ทั้งทางสังคม การเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ศาสนา ฯลฯ ส่วนใหญ่เป็นเรื่องที่ต้องการประชาสัมพันธ์และปรับความเข้าใจ ให้ความรู้ข้อมูลที่ถูกต้อง	เน้นเรื่องที่สาธารณชนสนใจ (Interest of Public and Public Interest) ที่มีพื้นฐานเกี่ยวข้องกับสังคม ประชาชน ในเหตุการณ์ปัจจุบันทั้งทางสังคม การเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ศาสนา ฯลฯ ส่วนใหญ่เป็นเรื่องที่มีความขัดแย้งสูง มักเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น เหตุผลได้มากกว่า
2. ความหลากหลายของเนื้อหา (Diversity of Content)	มักเป็นเนื้อหาเกี่ยวข้องกับรัฐบาลและหน่วยงานของภาครัฐ กิจกรรม นโยบายต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อประชาชน	เนื้อหาหลากหลายเกี่ยวกับเหตุการณ์หรือผลกระทบต่อคนส่วนใหญ่/ส่วนน้อยที่มีความสำคัญและควรรับรู้
3. การใช้พื้นที่สาธารณะ (Use of Public Space)	พื้นที่สาธารณะสงวนไว้สำหรับเจ้าหน้าที่รัฐ นักการเมือง ข้าราชการประจำในหน่วยงานระดับกระทรวง ทบวง กรมเท่านั้น (Politics Class)	พื้นที่สาธารณะไว้สำหรับบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราว/ประเด็นนั้นๆ มีได้ทุกคนขึ้นตั้งแต่คนชาวบ้าน คนยากจน คนพิการ พ่อค้า เกษตรกร นักธุรกิจดารา ตลอดจนนักการเมือง นักวิชาการ ประชาชนเรื่อยไปจนถึงนายกรัฐมนตรี
4. การเข้าถึง (Accessibility)	ประชาชนเข้าถึงและเป็นแพลตฟอร์มได้ยากเพราะเน้นเฉพาะเจ้าหน้าที่รัฐหรือข้าราชการประจำเท่านั้น การโทรศัพท์ถึงเจ้าหน้าที่รับสายเพื่อฝากความคิดเห็น คำถามและข้อเสนอแนะ อาจถูกคัดกรองบางข้อความที่มีลักษณะต่อต้านหรือคัดค้านความคิดของเจ้าหน้าที่รัฐ	ประชาชนทุกคนเข้าถึงได้หากมีผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวหรือประเด็นนั้นๆ การส่งข้อความสั้นเพื่อแสดงความคิดเห็นทำได้ง่าย หากแต่อาจถูกคัดกรองข้อความที่ใช้ภาษาหยาบคาย ไม่สุภาพ
5. ความสมดุล (Balance)	ขาดความสมดุลเพราะเน้นให้พื้นที่แก่เจ้าหน้าที่รัฐเพียงฝ่ายเดียวในการแสดงข้อมูล เหตุผล เน้นการทำความเข้าใจกับประชาชนทางเดียว	มีความสมดุล เพราะเชิญบุคคลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นนั้นๆ (ค่อนข้าง) ครบถ้วน

คุณภาพของพื้นที่สาธารณะ	รายการกรองสถานการณ์	รายการถึงลูกถึงคน
6. ความเป็นธรรม (Fairness)	ขาดความเป็นธรรม เพราะขาดการเชิญผู้ร่วมรายการฝ่ายที่ได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐโดยตรง แม้จะมีช่วงตอบคำถามจากผู้ชมทางบ้าน แต่ก็เป็นส่วนน้อย และบางคำถามก็เป็นเพียงการกล่าวถึงโดยผู้ดำเนินรายการ ไม่ได้มีการตอบอย่างจริงจัง	ค่อนข้างมีความเป็นธรรม เพราะเชิญผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และเปิดโอกาสให้พูด/แสดงความคิดเห็นเท่าๆ กัน ทั้งสอง-สามฝ่าย ในกรณีที่ไม่ได้เชิญมาในรายการก็จะโทรศัพท์สัมภาษณ์แทน หรือหากไม่ได้ออกอากาศในวันเดียวกันก็จะให้โอกาสในวันต่อไป

จากตารางที่ 11 เราสามารถสรุปต่อไปได้ว่ารายการกรองสถานการณ์และรายการถึงลูกถึงคนนั้นเป็นรายการที่มีพื้นที่สาธารณะเชิงกายภาพที่เด่นชัด แต่ทว่าคุณภาพของการใช้พื้นที่จากทั้งสองรายการนี้กลับแตกต่างกัน เพราะหากพิจารณาถึงแนวคิดของการเป็นพื้นที่สาธารณะในอุดมคติหรือสภาพเข้าใจอุดมคติที่รายการโทรทัศน์ควรจะเป็นหรือทำได้แล้ว รายการถึงลูกถึงคนกลับมีลักษณะที่เป็นพื้นที่สาธารณะมากกว่า พูดให้ชัดขึ้นคือรายการถึงลูกถึงคนนั้นสามารถเป็น “พื้นที่สาธารณะแท้” (genuine-public sphere) ได้ ขณะที่รายการกรองสถานการณ์กับเป็นเพียงแค่รายการเพื่อการชี้แจง ประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่รัฐบาลจากกระทรวง ทบวง กรมต่างๆ ที่ป็นนักการเมืองหรือข้าราชการประจำเท่านั้น ถือเป็นหลักฐานหนึ่งที่สะท้อนภาพรวมของช่อง 11 ได้ว่ารัฐบาลยังคงมีอำนาจและอิทธิพลในการใช้สื่อ ที่ควรเป็นทรัพย์สินของประชาชนไปในทางที่ยังไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร เช่นนี้รายการกรองสถานการณ์จึงเป็นได้เพียงแค่ “พื้นที่สาธารณะเทียม” (pseudo-public sphere)

รายการกรองสถานการณ์นั้นเน้นแขกผู้ร่วมรายการที่มาจากเจ้าหน้าที่รัฐเป็นพื้นฐาน ยกตัวอย่างเรื่อง “น้ำท่วม” หรือตอน “สนามบินสุวรรณภูมิ” ที่เชิญเฉพาะเจ้าหน้าที่รัฐในระดับปฏิบัติงาน ขณะที่รายการถึงลูกถึงคนในตอนน้ำท่วมนั้นแม้ไม่สามารถเชิญชาวบ้านมาร่วมออกรายการได้แต่ก็มีเทปบันทึกภาพความคิดเห็นสภาพความทุกข์ในพื้นที่ของชาวบ้านมาออกรายการ หรือตอนที่เกี่ยวกับสภาพปัญหาสนามบินสุวรรณภูมิ ก็นำชาวบ้านที่ได้รับความเดือดร้อนมากออกอากาศในห้องส่งด้วย

ในกรณีที่ปัญหานั้นๆ เกี่ยวเนื่องเชื่อมโยงกับรัฐ/รัฐบาลแล้ว สามารถเห็นความแตกต่างระหว่างรายการทั้งสองได้ เพราะเมื่อพิจารณาในแง่ของ “ความพยายามในการแก้ปัญหา” หรือการหาทางออกต่อประเด็นปัญหาสาธารณะใดนั้น รายการกรองสถานการณ์มีลักษณะที่ “พยายามทำความเข้าใจในปัญหาในลักษณะอธิบายข้อเท็จจริงด้านเดียวจากเจ้าหน้าที่รัฐมากกว่า” ซึ่งเป็นการให้ข้อมูลฝ่ายเดียวจากฝ่ายรัฐ ขณะที่รายการถึงลูกถึงคนนั้น มี “ความพยายามในการอธิบายข้อเท็จจริงจากสอง-สามด้าน” ความต่างในแง่นี้สามารถสร้าง “ทางออกของปัญหา” ได้ถึงแก่นแท้ของปัญหามากกว่า

รายการกรองสถานการณ์นั้น ในบางแง่มุมจึงสามารถมองเห็น “ลักษณะของพื้นที่สาธารณะเทียม” ได้ ขณะที่รายการถึงลูกถึงคนนั้นมีลักษณะเข้าใจใกล้หรือเทียบเคียง “ลักษณะของพื้นที่สาธารณะแท้” ได้มากกว่า

สิ่งที่แตกต่างอย่างชัดเจนและเป็นข้อสรุป ณ จุดนี้คือ รายการโทรทัศน์อย่างกรองสถานการณ์นั้นคือภาพตัวแทนรายการโทรทัศน์ที่มีเพียง “พื้นที่สาธารณะ” (public space) แต่ไม่สามารถใช้พื้นที่สาธารณะนั้นได้อย่างเท่าที่ควรเป็น “พื้นที่สาธารณะทางความคิด ความเห็น ความสมดุล ความเป็นกลาง วัตถุวิสัยหรือความเป็นธรรมได้” (public sphere)

ในทางแก้ไข รายการกรองสถานการณ์นั้นควรเปิดโอกาสให้บุคคลที่มีส่วนร่วมกับปัญหา หรือประเด็นนั้นๆ ได้เข้ามามีส่วนในการร่วมแสดงความคิดเห็น หรือแม้กระทั่งความรู้สึกของพวกเขาได้ ทั้งนี้เมื่อสามารถเปิดพื้นที่สาธารณะนี้ได้อย่างเสรีแล้ว ก็สามารถทำให้พื้นที่สาธารณะนี้มีความสมดุลของข้อเท็จจริงจากหลายๆ ฝ่ายได้ ซึ่งจะนำไปสู่ความระมัดระวังในการแสดงความคิดเห็นของผู้ดำเนินรายการไม่ให้เอียงข้าง มีอคติ หรือใช้คำถามที่ชี้นำได้ คุณภาพของการสนทนา และความพยายามในการแก้ปัญหาจะยิ่งมีมากขึ้นและหมายรวมไปถึงการสร้างบรรยากาศที่ดีในการแก้ปัญหา เพราะมีความเป็นธรรมจากการให้พื้นที่แต่ละฝ่ายอย่างเท่าเทียมกันด้วย

สรุปภาพรวม

จากการศึกษารายการโทรทัศน์ทั้งหมด 6 ช่องสถานีในเดือนตุลาคม 2549 พบว่า “สภาพสิทธิ” ในการสื่อสารของประชาชนในพื้นที่รายการโทรทัศน์ไทยยังคงไม่สามารถทำงานได้อย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพดังนี้

1. ในแง่สัดส่วนรายการที่มองผู้ชมเป็นพลเมือง หรือรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะตามแนวคิดรายการประโยชน์สาธารณะในกลุ่มที่ 1 พบว่าเฉพาะช่อง 11 มีรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะมากที่สุด รองลงมาคือช่อง 9, 5, itv, ขณะที่ช่อง 3 และ ช่อง 7 นั้นมีรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะต่ำอยู่
2. ในแง่สัดส่วนรายการที่มองผู้ชมเป็นพลเมือง หรือรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะตามแนวคิดรายการประโยชน์สาธารณะในกลุ่มที่ 2 พบว่าเฉพาะช่อง 11 มีรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะมากที่สุด รองลงมาคือช่อง 5, 9, itv, ขณะที่ช่อง 3 และ ช่อง 7 นั้นมีรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะต่ำอยู่เช่นเดิม
3. ในแง่ของความหลากหลายของประเภทรายการ พบว่ารายการส่วนใหญ่ที่ยังคงขาดความหลากหลายอยู่ โดยมักกระจุกตัวอยู่ที่รายการประเภทรายงานข่าว ขาดรายการประเภทวิเคราะห์ข่าวซึ่งพบเพียงรายการเดียวจากสถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 ช่อง หากไม่ใช้รายการข่าวก็จะเป็นรายการแม็กกาซีน ขณะที่รายการสารคดีนั้นพบในสัดส่วนที่น้อยมาก
4. ในแง่ของกลุ่มผู้ชมรายการพบว่าเน้นเหมารวมกลุ่มผู้ชมทั่วๆ ไปในวงกว้าง ทำให้รายการโทรทัศน์ขาดความหลากหลายในแง่ของเนื้อหาและความสนใจไปด้วย ลักษณะที่พบคือเน้นเนื้อหาของคนส่วนใหญ่ของประเทศมากเกินไปจนขาดความสมดุลให้กับรายการที่เหมาะสมกับความต้องการของคนบางกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะทางภูมิศาสตร์ ซึ่งเห็นได้ชัดเจนในรายการเนื้อหาศาสนา แม้จะมีสัดส่วนพื้นที่ให้กับประชาชนชาวมุสลิมที่นับถือศาสนาอิสลามในสัดส่วนที่มากในช่วงเวลาเช้า แต่หากเป็นรายการทั่วไปที่จัดให้สำหรับชาวมุสลิมในแง่มุขมัตอื่น ๆ เช่น อาชีพ ขนบธรรมเนียมวัฒนธรรม ประเพณี รายการประเภทแม็กกาซีนเด็กและผู้หญิง ที่เน้นเนื้อหาด้านชีวิตสังคมเมืองมากกว่าชีวิตสังคมชนบท ยกเว้นช่อง 11 ที่ค่อนข้างมีความสมดุล หรืออาจกล่าวได้ว่ารายการโทรทัศน์ที่มีอยู่ในสถานีโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่องที่เหลือนั้นขาดความหลากหลายทางวัฒนธรรมอย่างสิ้นเชิง ที่แย่ไปกว่านั้นคือขาดความหลากหลายทางพื้นที่เพราะเน้นสังคมเมือง มากกว่าสังคมชนบท

5. ในแง่ของรายการที่เป็นพื้นที่สาธารณะอย่างรายการกรองสถานการณ์และรายการถึงลูกถึงคน อาจกล่าวได้ว่ารายการสนทนาทั่วไป ในสถานีโทรทัศน์ไทยนั้นมีลักษณะคล้ายคลึงกันกับรายการกรองสถานการณ์คือความเป็นพื้นที่สาธารณะเทียมมากกว่ารายการที่ควรเป็นพื้นที่สาธารณะแท้ ที่เปิดกว้างแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในประเด็นสาธารณะนั้นๆ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. **มองสื่อใหม่มองสังคมใหม่**. กรุงเทพฯ : บริษัทเอ็ดดิสัน เพรส โปรดักส์, 2543.

กาญจนา แก้วเทพ. **สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ภาพพิมพ์, 2541.

ฐิตินันท์ พงษ์สุทธิรักษ์ และ วีระยุทธ กาญจน์ชูฉัตร. **สื่อสาธารณะ**. โครงการ “การปฏิรูประบบสื่อ: การพัฒนาบุคลากร และสื่อสาธารณะ, 2547.

บุญเลิศ ศุภดิolk. **สิทธิการสื่อสารในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527.

รายงานผลการศึกษารอบที่ 12 เรื่อง “รายการโทรทัศน์ มองผู้ชมเป็นผู้บริโภคหรือพลเมือง” . โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาวะของสังคม 2550.

ปัทมทริย์ ไชรัมย์. **คุณลักษณะประชาธิปไตยในการสื่อสารผ่านเว็บบอร์ด**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

พวงพนา คุณวัฒน์. **กระบวนการสื่อสารสาธารณะของกลุ่มชาวบ้านผู้คัดค้านเขื่อนปากมูล**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

มนทกานต์ ตปนียางกูร. **พัฒนาการของสื่อประชาสังคมไทยบนอินเทอร์เน็ต**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

วิเชียร สุขวิชญ์. **สิทธิการรับรู้ข่าวสารราชการของสื่อมวลชนไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

วิภา อุดมจันทร์. ปฏิรูปสื่อเพื่อสังคม : หลักคิดและบทเรียนจากนานาประเทศ. กรุงเทพฯ: โครงการตำรา และเอกสารทางวิชาการ ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์, 2544.

สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์. การกำกับดูแลโครงสร้างสื่อวิทยุและโทรทัศน์. โครงการปฏิรูปสื่อ, 2546.

สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ และ ธนวิทย์ สุทธรัตนกุล. วัตถุประสงค์ ภาพที่พึงปรารถนา และหลักการที่ควรจะเป็นของระบบสื่อ. โครงการการปฏิรูประบบสื่อ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2546

สุทธิ ชัดติยะ. รายงานวิจัยฉบับที่ 5 เรื่องกระบวนการเกี่ยวกับการส่งเสริมนโยบายสาธารณะของการผลิตรายการโทรทัศน์กรองสถานการณ์. กรุงเทพฯ : สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11, 2545

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. วาทกรรมและวงศาวิทยาการปฏิรูปสื่อ. ใน ไสภิต หวังวิวัฒนา บรรณาธิการ. สื่อวิทยุโทรทัศน์ไทย ได้เจ็อมมือ กสช. หน้า 51-80, 2548.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และ พิงรอร รามสูต รัตนันท์. สื่อมวลชนเบื้องต้น: สื่อมวลชน วัฒนธรรมและสังคม, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, พิมพ์ครั้งที่ 4, 2547.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. โครงสร้างทางเศรษฐกิจการเมืองของระบบวิทยุและโทรทัศน์ไทย และผลกระทบต่อสิทธิเสรีภาพ. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. ระบบวิทยุและโทรทัศน์ไทย : โครงสร้างทางเศรษฐกิจการเมืองและผลกระทบต่อสิทธิเสรีภาพ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, พิมพ์ครั้งที่ 2, 2544.

ภาษาอังกฤษ

Garnham, N. (1995) "The media and the public sphere" . in Oliver Boyd Barrett & Chris Newbold (eds.) Approaches to Media: a Reader. London : Arnold

Graham, A. and Davies, G. (1997). Broadcasting, Society and Policy in the Multimedia Age. London: John Libbey Media.

McQuail, D. (1992). Media performance : Mass communication and the public interest. London : Sage Publication.

ภาคผนวก จ

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการไปใช้ประโยชน์

- การนำผลการวิจัยไปเป็นส่วนหนึ่งของการนำเสนอ/อภิปรายในการประชุมสัมมนา Asia – Pacific and Europe Media Dialogue ที่ผู้วิจัยจะไปเข้าร่วมที่ สหพันธรัฐเยอรมนี
- การนำไปใช้เป็นเอกสารประกอบการสอนรายวิชา วารสารสนเทศกับการเมือง และจริยธรรมและกฎหมายสื่อสารมวลชน ระดับปริญญาโท