

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

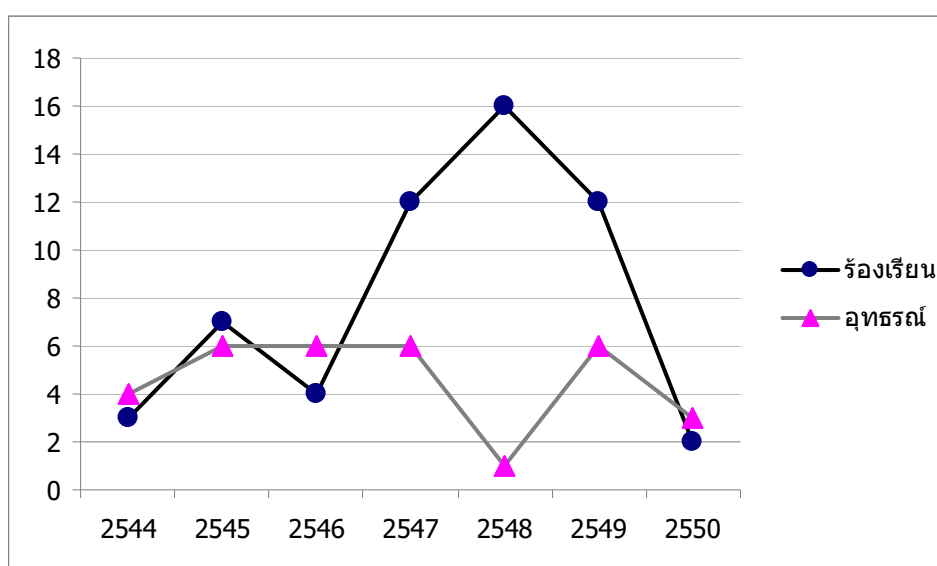
ไม่มีข้อมูลปรากฏเกี่ยวกับการใช้สิทธิตามพ.ร.บ.ข้อมูลข่าวสารของราชการว่ามีจำนวนเท่าใด แต่ในแต่ละปีมีประชาชนจำนวนมากอุทธรณ์ต่อคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการเกี่ยวกับการที่เจ้าหน้าที่ของรัฐปฏิเสธที่จะเปิดเผยข้อมูลตามที่ได้ขอ ดู นกหนังสือพิมพ์พบว่า มีเพียงจำนวนน้อยที่ใช้สิทธิตามพ.ร.บ.ข้อมูลข่าวสารของราชการ 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

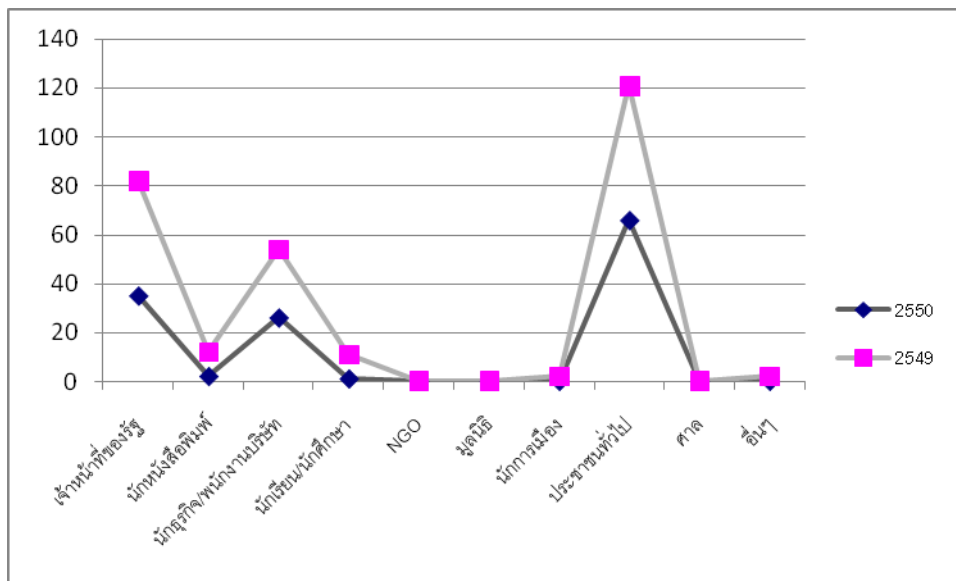


ข้อมูลจาก www.oic.go.th เดือนสิงหาคม 2550

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

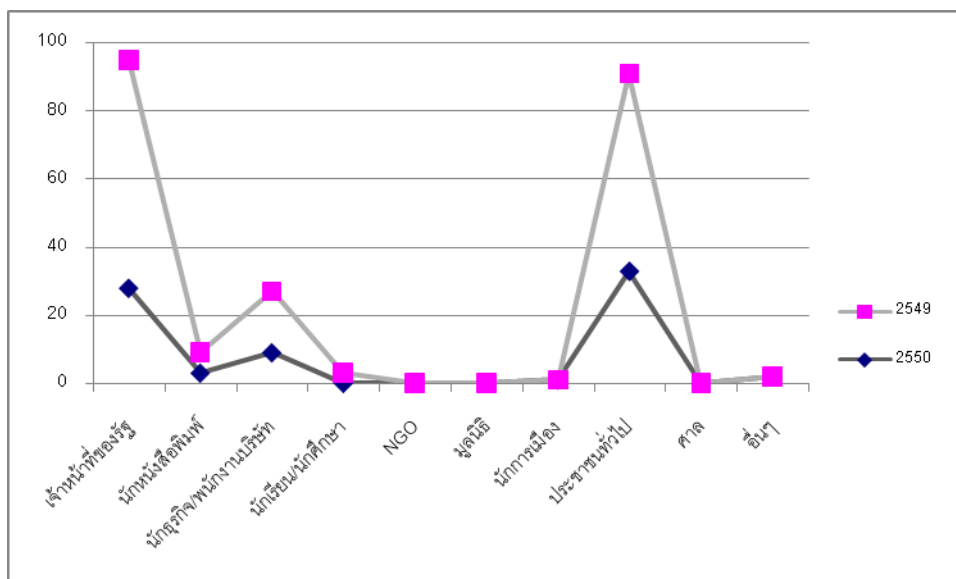
¹⁷ นคร เสรีรักษ์ ผู้อำนวยการส่วนนโยบายและวิเคราะห์ สำนักงานคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการ สัมภาษณ์โดยผู้วิจัย วันที่ 23 สิงหาคม 2550 สถานที่ สำนักระดมการข้อมูลข่าวสารของราชการ สำนักปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี

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 ▪ ข่าวก่อนเที่ยง ▪ เกมโชว์ ▪ กีฬา	▪ สารคดี ▪ วาไรตี้ ▪ โชว์ ▪ แม็กกาซีน ▪ ท่องเที่ยว-สุขภาพ-ผู้หญิง	▪ ละคร ▪ ภาพยนตร์ ▪ ข่าว ▪ แม็กกาซีน ▪ แม่บ้าน	▪ การ์ตูน ▪ สารคดี ▪ ข่าวก่อนเที่ยง	▪ สารคดี ▪ วิทยาศาสตร์ ▪ แม็กกาซีน ▪ ท่องถิ่น-ชุมชน-สิ่งแวดล้อม ▪ ถ่ายทอดสดหน่วยงานรัฐ ▪ 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 ▪ ข่าวก่อนเที่ยง ▪ วาไรตี้ ▪ เกมโชว์
ช่วงเวลา						
16.00-20.00 (primetime)	▪ เกมโชว์ ▪ ข่าว ▪ ละคร ▪ ภาพยนตร์ ▪ โชว์	▪ ละคร ▪ วาไรตี้ ▪ เกมโชว์ ▪ โชว์ ▪ ข่าวก่อนเที่ยง ▪ ข่าว	▪ แม็กกาซีน ▪ ดลก-ท้องถิ่น ▪ 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 ▪ ข่าวก่อนเที่ยง ▪ รายการพิเศษ ▪ เพลงสตริง	▪ ข่าว ▪ สารคดี ▪ เบ็ดเตล็ด ▪ ทอล์คโชว์ ▪ แม็กกาซีน ▪ เศรษฐกิจ ▪ ถ่ายทอดสด ▪ กีฬา	▪ ข่าว ▪ สารคดี ▪ ละคร ▪ ทอล์คโชว์ ▪ แม็กกาซีน ▪ บ้านเที่ยง
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

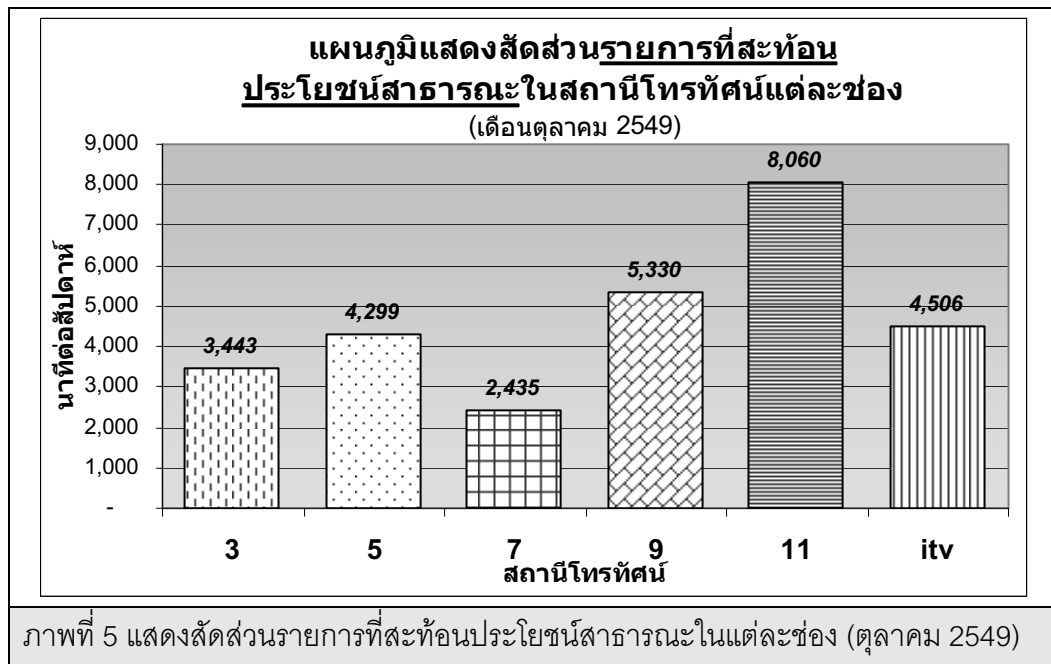
รายการที่สะท้อนผลประโยชน์สาธารณะตามแนวคิดกลุ่มที่เชื่อว่าผลประโยชน์สาธารณะจะต้องคำนึงถึงทุกๆ ภาคส่วนย่อยๆ รวมกัน

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



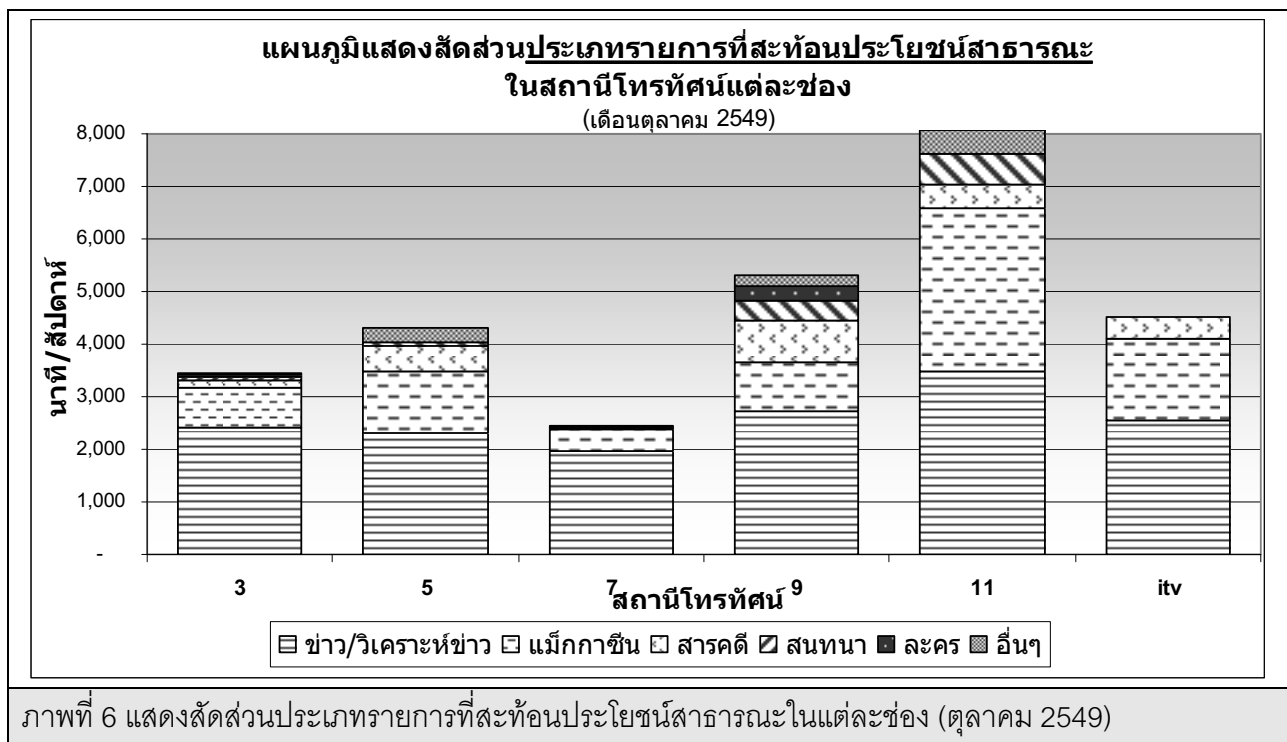
ทั้งนี้ สามารถดูรายละเอียดของชื่อรายการที่ได้พิจารณาว่าเป็น และไม่เป็นรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะได้ในภาคผนวก ค

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

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

ต่อการสอดแทรกความคิดเห็นส่วนตัวของผู้ประกาศข่าวลงไป ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อข่าวในบางเรื่องที่มีประเด็นขัดแย้งทางความคิดรุนแรง 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 และมักไม่สอดแทรกความรู้
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. ลักษณะอันพึงประสงค์ของเด็กที่สอดแทรกอยู่ในเนื้อหาของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กพบว่า 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 ทั้งข้าราชการและหน่วยงานเอกชน ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ และเป็นชนชั้นกลาง 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 ละครทั้งสองพยายามปลุกฝังแนวคิดเรื่องจริยธรรมและศีลธรรมในหมู่วัยรุ่นเป็นหลัก 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

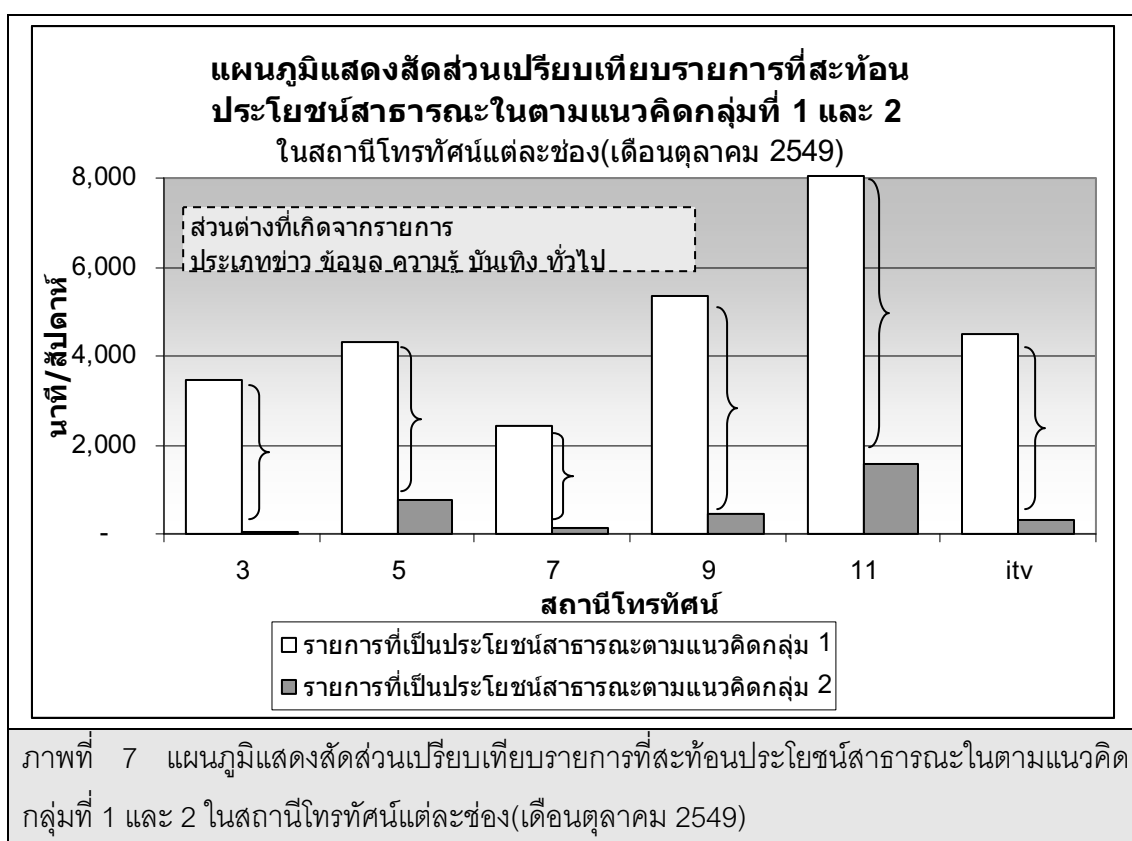
แนวคิดนี้เชื่อว่าเฉพาะรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับประเด็นสาธารณะ นโยบายสาธารณะ และเรื่องส่วนรวมเท่านั้นที่ถือว่าเป็นรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะ หากนำรายการโทรทัศน์ทั้งหมดที่เป็นประโยชน์สาธารณะในแนวคิดแรก ที่เชื่อว่ารายการใดๆ ก็ตามหากมันมีประโยชน์ต่อประชาชนแล้วมาเปรียบเทียบกับแนวคิดในกลุ่มที่สองก็ให้ผลการศึกษาที่แสดงให้เห็นว่า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

ตารางที่ 14 แสดงสัดส่วนรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะในสถานีโทรทัศน์แต่ละช่อง (ตุลาคม 2549) ตามแนวคิดเรื่องผลประโยชน์สาธารณะกลุ่มที่ 2						
ประเภทรายการ/ช่อง						
ประโยชน์สาธารณะ(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 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 เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองได้โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสาธารณะ เช่นการแก้ไขกฎหมาย กล่าวอีกนัยหนึ่งคือสื่อช่วยให้กระบวนการทางการเมืองดำเนินไปได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

ข้อความข้างต้นนี้พิสูจน์ให้เห็นถึงความสำคัญของรายการโทรทัศน์ที่จะต้องมียุทธศาสตร์ด้านการเมืองทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ และจากผลการศึกษาในขั้นนี้ก็พบว่า รายการที่มีเนื้อหาการเมืองโดยเฉพาะ (ที่ไม่ปรากฏอยู่ในรายการข่าว) นั้นพบมากในช่อง 11 เท่านั้น เช่นในรายการ

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

“มองรัฐสภา”, “ไปดูผู้แทน”, “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 อย่างใกล้ชิดหรืออยู่ภายใน 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 แกรับเชิญหรือผู้ร่วมรายการนั้นต้องเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวนั้นๆ 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 พุดให้ชัดขึ้นคือรายการถึงลูกถึงคนนั้นสามารถเป็น “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 เช่น อาชีพ ขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมประเพณี รายการประเภทแม่กาขึ้นเด็กและผู้หญิง ที่เน้น เนื้อหาด้านชีวิตสังคมเมืองมากกว่าชีวิตสังคมชนบท ยกเว้นช่อง 11 ที่ค่อนข้างมีความ สมดุล หรืออาจกล่าวได้ว่ารายการโทรทัศน์ที่มีอยู่ในสถานีโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่องที่เหลือ นั้นขาดความหลากหลายทางวัฒนธรรมอย่างสิ้นเชิง ที่แย่ไปกว่านั้นคือขาดความ หลากหลายทางพื้นที่เพราะเน้นสังคมเมือง มากกว่าสังคมชนบท

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

บทที่ 4

สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “สถานภาพสิทธิการสื่อสารในของไทย : การสื่อสารในมณฑลสาธารณะ” ผู้วิจัยได้ศึกษาใน 4 ประเด็นหลักด้วยกัน ดังนี้คือ

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

ผลจากการศึกษาเอกสาร วิเคราะห์เนื้อหา และการสัมภาษณ์เชิงลึก สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

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 ต่อมา ในปี 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) มาตรการหนึ่งที่ใช้ในการจัดการกับนักสื่อสารมวลชน และนักเคลื่อนไหวที่ขบถวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาลหรือนายกรัฐมนตรีคือการฟ้องหมิ่นประมาทและเรียกค่าสินไหมในอัตราที่สูง 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 การปลดบรรณาธิการและบีบบังคับให้บรรณาธิการข่าวหนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่งลาออกหลังมีการลงข่าวเรื่องรันเวย์ริ้วที่สนามบินสุวรรณภูมิ

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 นอกจากนี้สื่อต่างๆมีการแสดงออกถึงจุดยืนและการฝักใฝ่ทางการเมืองอย่างชัดเจนมากขึ้นเช่นกัน อันเป็นผลสืบเนื่องจากปลายยุครัฐบาลทักษิณที่มีการแบ่งขั้วทางความคิดชัดเจน

2. การควบคุมสื่อผ่านกฎอัยการศึกและประกาศ คปค. ฉบับที่ 5 โดยไม่ให้สื่อนำเสนอเนื้อหาที่อาจไม่เป็นผลดีต่อการทำรัฐประหาร อย่างไรก็ตามลักษณะการส่งผ่านอิทธิพลของรัฐ (รัฐบาล และ คมช.) สู่อีโคโนมิกส์ไม่ซับซ้อนและแนบเนียนเหมือนในยุครัฐบาลทักษิณ

3. การจัดตั้งสมานิติบัญญัติแห่งชาติ (สนช.) ขึ้น และแต่งตั้งตัวแทนจากภาคสื่อมวลชนเข้ามาเป็นสมาชิกด้วย ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผู้นำขององค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน ได้แก่ สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย สมาคมนักข่าววิทยุโทรทัศน์ไทย การกระทำดังกล่าวนำไปสู่เสียงวิพากษ์วิจารณ์ในวงการสื่อมวลชนว่าทำให้เกิด “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 แทบไม่มีสภาพบังคับใช้เพราะหน่วยงานรัฐแม้จะได้รับคำสั่งว่าต้องเผยแพร่ แต่หากไม่ปฏิบัติตามก็ไม่มีบทลงโทษใดๆ มาจัดการได้

3. คณะกรรมการไม่ค่อยได้รับความร่วมมือจากทางเจ้าหน้าที่ของรัฐ

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 ตีรรัตน์ 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 สุทธิรัตนกุล. **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 กสทช.** หน้า 51-80, 2548.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และ พิงรอร งามสุต 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	หลักธรรมคำสอนและการปฏิบัติตน	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	หลักธรรมคำสอนและการปฏิบัติตน	ส-อา	6.27-6.30	3	6
17	ตามรอยธรรม	แม่กกกาซีน	ชาวพุทธ	หลักธรรมคำสอนและการปฏิบัติตน	ส	6.30-6.55	25	25
18	แผ่นดินธรรม	แม่กกกาซีน	ปชช.ทั่วไป	หลักธรรมคำสอนและการปฏิบัติตน	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 ฟอรั์ไลฟ์ 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	สวัสดี...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	แม่กกกาซีน	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	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ประสบการณ์ของผู้สนอง เบื้องพระยุคลบาท	ส-อา	17.20- 17.25	5	10
25	ล้าน 7 เคล็ดลับ	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	การดูแลสุขภาพ	ส-จ	17.25- 17.30	5	15
26	กระจกหกด้าน	แม่กกาซีน	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	แม่กกาซีน	พ่อแม่	การดูแลสุขภาพของลูก	อา	17.55- 18.00	5	5
28	รักษาสภาพ	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	การดูแลสุขภาพ	อา	18.05- 18.10	5	5
29	ได้ร่มธงไทย	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความมั่นคงของชาติและ ปัญหาชายแดนใต้	จ-ศ	6.25- 6.30	5	25
30	คิดดีคิดสนุก	แม่กกาซีน	เด็ก	กิจกรรมเด็ก	จ	16.30- 17.00	30	30
31	รักลูกให้ถูกทาง	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	เกร็ดความรู้ในการดูแล ลูก	จ,พ-พฤ	16.25- 16.30	5	15
32	ขับขี้อวดภัย	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้เรื่องการใช้พาหนะ	จ	17.55- 18.00	5	5
33	108 ไอเดีย	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	การประดิษฐ์ของใช้/งาน ฝีมือ	อ-พฤ	15.05- 15.10	5	15
34	มืออมไม่อด	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ประโยชน์ของการอม	พ	17.20- 17.25	5	5
35	เพลินคิด	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	สาระความรู้ทั่วไปใน ชีวิตประจำวัน	พ,พฤ	17.25- 17.30	5	10
36	รักลูกทุกวัน	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	การดูแลลูก	พ-ศ	18.10- 18.15	5	15
37	คลับสุขภาพ	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	การดูแลสุขภาพ	พฤ	16.10- 16.20	10	10
38	สาระไทย	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	พระราชกรณียกิจใน หลวง	พฤ	16.55- 17.00	5	5
39	สมาธิคิด	แม่กกาซีน	เด็ก/ เยาวชน	เกร็ดความรู้ทั่วไป	ส	7.35- 7.40	5	5
40	อีกหนึ่งรักแท้	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	การดูแลครอบครัว	อา	11.10- 11.15	5	5
41	น่ารู้คู่ครัว	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	สาระความรู้การ ทำอาหาร	อา	11.50- 11.55	5	5

	42	ฟ้าใสวันเสาร์	แม่กกกาขึ้น	ปชช.ทั่วไป	เกิดความรู้ทั่วไป	ส	7.40-7.45	5	5
	43	เคล็ดลับลูกน้อย	แม่กกกาขึ้น	ปชช.ทั่วไป	การดูแลลูก	ส	8.30-8.35	5	5
	44	พ่อแม่มือใหม่	แม่กกกาขึ้น	ปชช.ทั่วไป	การดูแลลูก	ส	8.35-8.40	5	5
	45	เรียนรู้ลูกรัก	แม่กกกาขึ้น	ปชช.ทั่วไป	การดูแลลูก	ส	11.20-11.25	5	5
	46	รอบรู้สุขภาพ	แม่กกกาขึ้น	ปชช.ทั่วไป	การดูแลสุขภาพ	ส	11.25-11.30	5	5
	47	เรื่องบ้านน่ารู้	แม่กกกาขึ้น	ปชช.ทั่วไป	การดูแลตกแต่งบ้าน	ส	13.40-13.45	5	5
	48	คนรักบ้าน	แม่กกกาขึ้น	ปชช.ทั่วไป	การดูแลตกแต่งบ้าน	ส	17.25-17.30	5	5
	49	พลังคิด	แม่กกกาขึ้น	ปชช.ทั่วไป	เกิดความรู้วิทยาศาสตร์	อา	8.10-8.15	5	5
	50	เปิดแฟ้มแก่น	แม่กกกาขึ้น	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	แม่กกกาขึ้น	ปชช.มุสลิม	หลักสูตรคำสอนและการปฏิบัติตน	ส	4.00-5.00	60	60
26	เดือนรอมฎอน	แม่กกกาขึ้น	ปชช.มุสลิม	หลักสูตรคำสอนและการปฏิบัติตน	อา	4.00-5.00	60	60
27	โทรทัศน์เพื่อการศึกษา สุโขทัยธรรมมาธิราช/ ลีลาชีวิต	แม่กกกาขึ้น	ปชช.ทั่วไป	เยาวชนนิสิตนักศึกษา	จ-ส	5.00-6.00	60	360
28	โทรทัศน์เพื่อการศึกษา รวมคำแห่งลีลาชีวิต	แม่กกกาขึ้น	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	แม่กกกาขึ้น	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ทั่วไปด้าน วิทยาศาสตร์	พญ-อา	17.45-18.00	15	60
36	เพื่อนคู่คิด	แม่กกกาขึ้น	ปชช.ชาว พุทธ	ความรู้ทั่วไปใน ชีวิตประจำวัน การ ประกอบอาชีพ	ศ	21.25-21.30	5	5
37	กาชาดเพื่อคุณ	แม่กกกาขึ้น	ปชช.ชาว พุทธ	ความรู้-กิจกรรมของ สภากาชาดต่อสังคม	จ	8.45-9.30	15	15
38	สวัสดีอาเซียน	แม่กกกาขึ้น	ปชช.ชาว พุทธ	ความรู้ความเคลื่อนไหว ทางสังคมเศรษฐกิจของ กลุ่มประเทศแถบอาเซียน	อ	8.30-9.00	30	30
39	ตำรวจของประชาชน	แม่กกกาขึ้น	ปชช.ชาว พุทธ	หลักสูตรคำสอนและการ ปฏิบัติตน	พ	8.30-8.40	10	10
40	รักษมนุสย	แม่กกกาขึ้น	เกษตรกร	ความรู้ทั่วไปด้านการ เกษตรกรรม	พ	8.40-8.50	10	10
41	ภาษาจีนง่ายๆ	แม่กกกาขึ้น	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 นิทานและการแสดงออก	จ	17.30-18.00	30	30
90	บ้านเด็กดี/รอบรู้คู่สาระ	แม่กกกาซีน	เด็ก/เยาวชน	เกร็ดสาระความรู้ นิทานและการแสดงออก	อ	17.30-18.00	30	30
91	คิดส์ออนไลน์	แม่กกกาซีน	เด็ก/เยาวชน	เกร็ดสาระความรู้ นิทานและการแสดงออก	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 นิทานและการแสดงออก	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 ว่างไรดี	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	ขบวนการเด็กดี	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	5	10
	2	ร้อยใจไทยได้ร่วมเย็น	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความมั่นคงของชาติและปัญหาชายแดนใต้	จ-ศ	9.00-9.05	5	5	25
	3	สวัสดี...บางกอก	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ทั่วไปในเขตจังหวัดกทม	ส	9.55-10.00	5	5	5
	4	คุณช่วยได้	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	รณรงค์การประหยัดและกิจกรรมสังคม	ส	12.20-12.45	25	25	25
	5	ฟ้าใสวไรดี	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ในประเทศ	ส	12.45-12.50	5	5	5
	6	ฟ้าเมืองไทย	สารคดี	ปชช.ทั่วไป	ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ในประเทศ	อา	12.55-13.50	55	55	55
	7	สถานีความเป็นไทย	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	เกร็ดความรู้สังคม วัฒนธรรม	จ	14.33-14.58	25	25	25
	8	นาฏศิลป์สยาม	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความรู้ในด้านศิลปวัฒนธรรมไทย	ศ	14.33-14.58	25	25	25
	10	กรุงเทพวไรดี	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	การบริหารงาน นโยบายและการแก้ปัญหาทุกม.	อ	15.30-15.50	20	20	20
	11	บ้านเลขที่ 5 @ ไทยแลนด์	วไรดี	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเรื่องราวน่าสนใจในชุมชนต่างๆ	จ-ศ	18.05-18.55	50	50	250
	12	สามัคคี 4 เหล่า	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ความมั่นคงของชาติ	จ-ศ	20.15-20.25	10	10	50
	13	เมืองไทยวไรดี (สด)	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารเรื่องราวน่าสนใจต่างๆ	จ-ศ	21.20-22.00	40	40	200
	14	สุวรรณภูมิ	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมไทย	ส-อา	22.05-22.07	2	2	4
	15	ประชาสัมพันธ์ส่วนราชการ	แม่กกาซีน	ปชช.ทั่วไป	ข่าวสารส่วนราชการ นโยบายต่างๆ	จ-ศ	2.25-2.30	5	5	25
2.55-3.00							5	5	25	
ส-อา						2.27-2.30	3	3	6	
						2.55-3.00	5	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 “กรอสดานการณ” 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 ที่สำคัญคือเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมประเพณี 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

อ้างอิง 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 การให้ข้อมูลที่ถูกต้องการก็เป็นประโยชน์สาธารณะได้ 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: สำนักพิมพ์เอ็ดิสัน เพรส โปรดักส์, 2543)

⁵ กาญจนา แก้วเทพ, “การสื่อสารกับพื้นที่สาธารณะ : ทัศนะของ Habermas,” ใน มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่, กาญจนา แก้วเทพ, กิตติกันภัย และปาริชาติ สถาปิตานนท์, บรรณาธิการ (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เอ็ดิสัน 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 “กรอกรองสถานการณ์” ช่อง 11 และรายการ “ถึงลูกถึงคน” ช่อง 9 ว่ามีความแตกต่างเชิงคุณภาพในมิติต่างๆ ของมณฑล/พื้นที่สาธารณะอย่างไร

ในการวิเคราะห์เนื้อหา หน่วยที่ใช้ในการศึกษา คือ

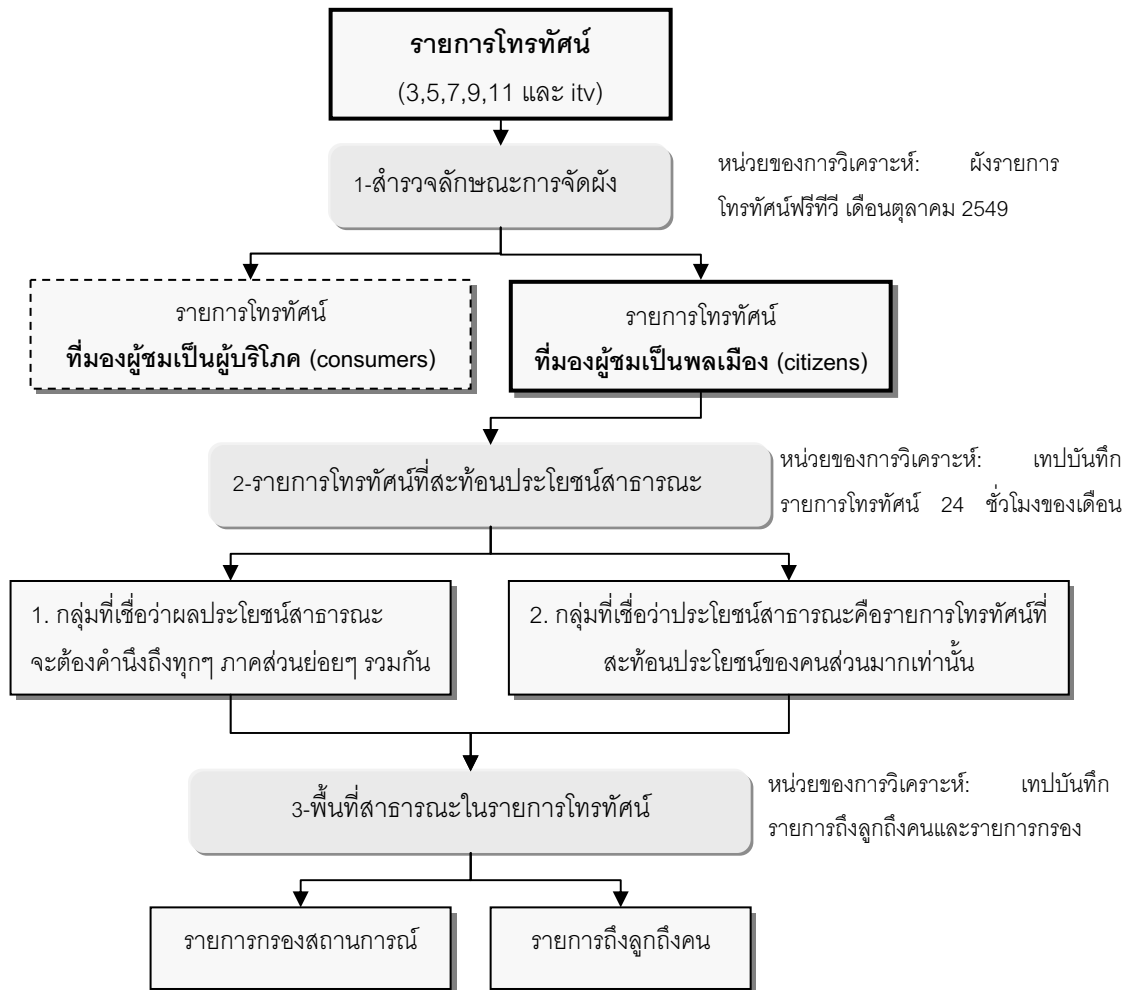
1. ผังรายการโทรทัศน์ฟรีทีวี (ช่อง 3, 5, 7, 9, 11 และ itv) เดือนตุลาคม 2549
2. เทปบันทึกรายการโทรทัศน์ 24 ชั่วโมงของเดือนตุลาคม 2549
3. เทปบันทึกรายการ “กรอกรองสถานการณ์” และรายการ “ถึงลูกถึงคน” 2 สัปดาห์แรกของเดือนตุลาคม 2549

และมีนิยามในการวิเคราะห์ ดังนี้

ประเภทรายการ

- รายการข่าว/วิเคราะห์ข่าว คือ รายการที่มีเนื้อหาการรายงานข่าวเป็นหลัก และหรือพูดคุย/เล่าเรื่องข่าวหรือวิเคราะห์ข่าว
- รายการแม่กาทัน (หรือรายการนิตยสารทางอากาศ) คือ รายการที่มุ่งเน้นรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย โดยมีเนื้อหาในภาพรวมของรายเป็นเนื้อหาสาระเดียวกัน แบ่งการนำเสนอรายการออกเป็นช่วงๆ โดยมีการเชื่อมโยงเรื่องราวให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันอย่างเป็นเอกภาพ
- รายการสารคดี คือรายการที่เน้นเนื้อหาข้อเท็จจริง จบเป็นตอนๆ ให้ข้อมูลเชิงลึกในด้านใดด้านหนึ่งโดยเฉพาะ
- รายการวาไรตี้ คือ รายการที่มีนำเสนอเนื้อหาสาระและรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย ไม่ได้มุ่งเน้นเนื้อหาสาระและวิธีการนำเสนอด้านใดเป็นพิเศษ
- รายการละคร คือ รายการที่นำเสนอเรื่องแต่งเพื่อสาระบันเทิง 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” ซึ่งพยายามที่จะให้การเสพสาระความรู้ที่เปรียบเสมือนอาหารดีมีประโยชน์ แต่ทานยากนั้น “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 %

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

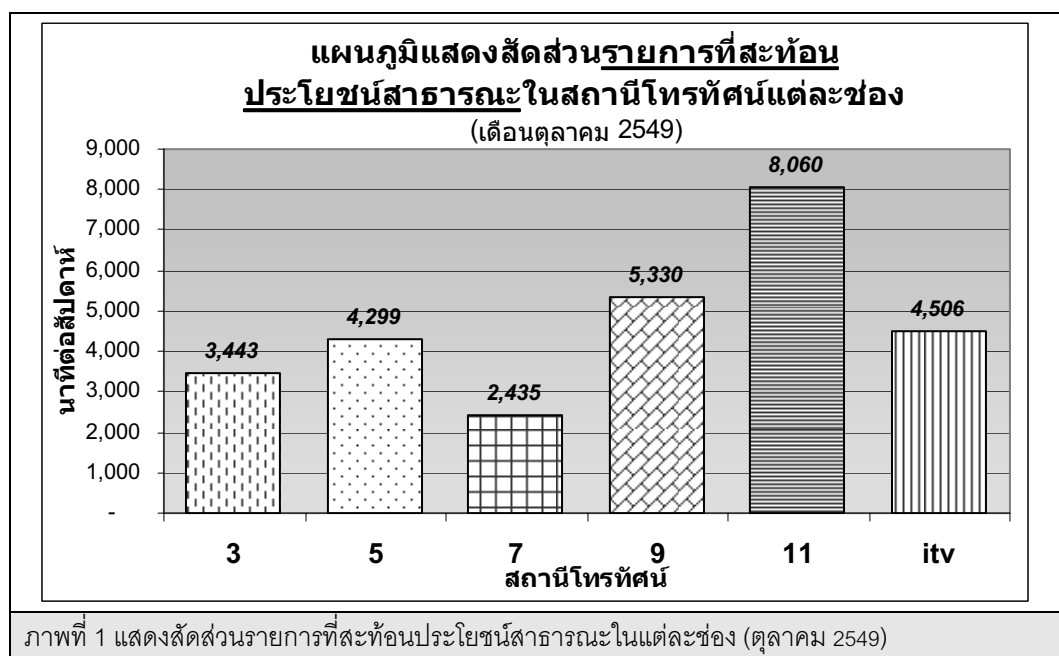
ก. รายการที่สะท้อนผลประโยชน์สาธารณะตามแนวคิดกลุ่มที่เชื่อว่าผลประโยชน์สาธารณะจะต้องคำนึงถึงทุกๆ ภาคส่วนย่อยๆ รวมกัน

หากใช้ความคิดเรื่องผลประโยชน์สาธารณะในแนวคิดที่ค่อนข้างเป็นกลาง จากสำนัก Common Interest Theory ที่เชื่อว่า common interest พื้นฐานที่ทุกๆ คนควรจะมีนั่นคือประโยชน์สาธารณะ เช่น basic service อย่าง ประปา ไฟฟ้า การขนส่ง พลังงาน และสิ่งจำเป็นอื่นๆ (general welfare) และ อะไรก็ตามที่เป็นประโยชน์สำหรับประชาชนแล้ว ไม่ว่าจะเพื่อการศึกษา การให้ความรู้ ให้ข้อมูล หรือให้ความบันเทิง หากว่ามันไม่ก่อให้เกิดผลกระทบภายนอกในแง่ลบกับสมาชิกที่เหลือแล้ว 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

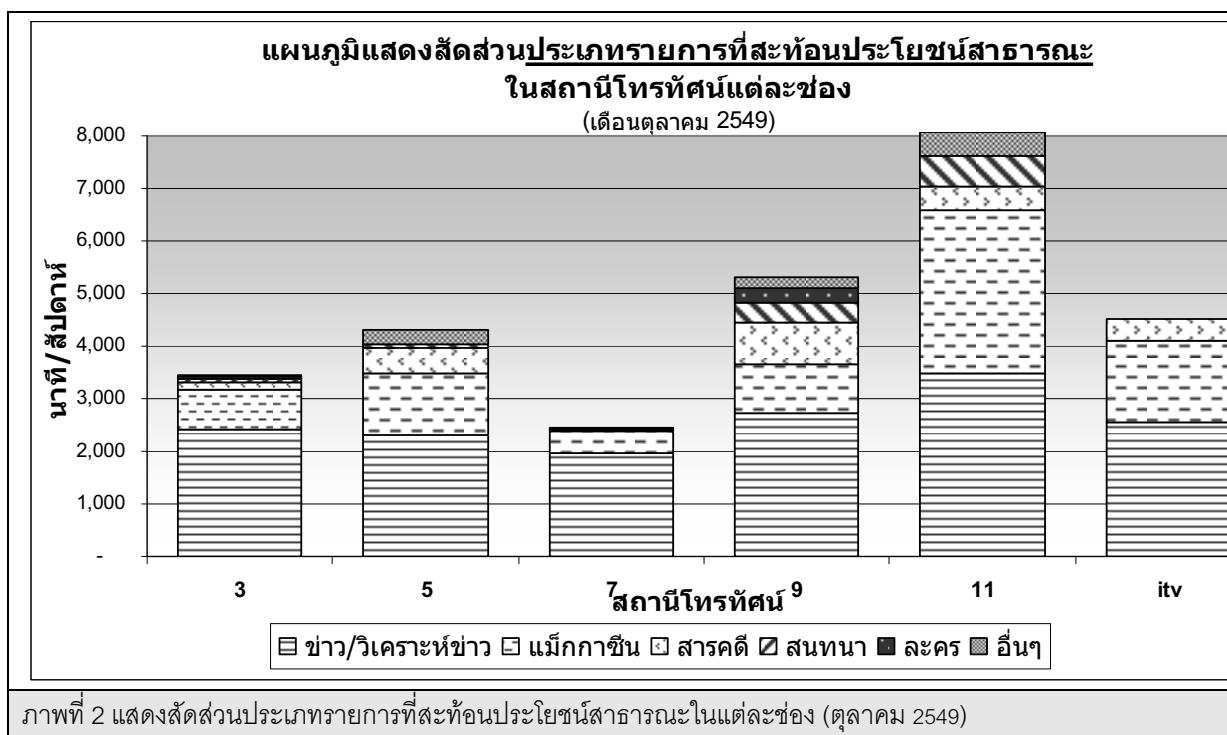


เมื่อเปรียบเทียบรายละเอียดของประเภทและจำนวนรายการโทรทัศน์ที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะในแต่ละช่องสรุปได้ดังนี้

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 นาฬิกา/สัปดาห์ (ข้อมูล: ตุลาคม 2549)						

จากการศึกษาพบว่าประเภทรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะมากที่สุดคือรายการประเภทข่าว/วิเคราะห์ข่าว สัดส่วนนี้รวมรายการข่าวทุกประเภท ทั้งข่าวภาคเช้า-เที่ยง-ค่ำ และรายการข่าวต้นชั่วโมง ซึ่งพบว่า

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

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

ที่น่าสนใจคือรายการประเภทวิเคราะห์ข่าวที่ไม่เพียงแต่รายงานหรือพุดคุยเล่าข่าว แต่วิเคราะห์ให้เห็นแนวโน้มต่อไปในอนาคต อธิบายเบื้องหลังเบื้องหลังของข่าว รายการวิเคราะห์แบบนี้ แทบไม่มีในสถานีโทรทัศน์ทั้งหกช่องเลย ที่พบคือรายการ “ซีฟวอร์โลก” 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 การให้ความรู้ขั้น ใช้งานง่าย, การจำแนกแยกแยะ, ความเข้าใจ ส่วนการพัฒนาความรู้ขั้น การจำแนกแยกแยะ ไปจนถึง การประยุกต์ มักพบในรายการวไรตี้หรือนิตยสารทางอากาศที่เน้นการสาธิตหรือสอนการประดิษฐ์ ส่วนการให้ความรู้ขั้นวิเคราะห์ – 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 อย่างเช่นรายการร้อยใจไทยได้ร่วมเย็น, 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) หากมีประวัติศาสตร์ในประเทศก็มักนำไปในช่วงดึกหลังเที่ยงคืนหรือเช้าตรู่วันเสาร์-อาทิตย์ และมักมีรูปแบบการนำเสนอที่ขาดความน่าสนใจ นอกจากนั้นแล้วยังมีลักษณะที่ขาดความเป็น “ประวัติศาสตร์ร่วมสมัย” (Contemporary Historical) เพราะเน้นเพียงแต่ประวัติศาสตร์ตามแบบแผนตำราเรียนเสียมาก 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

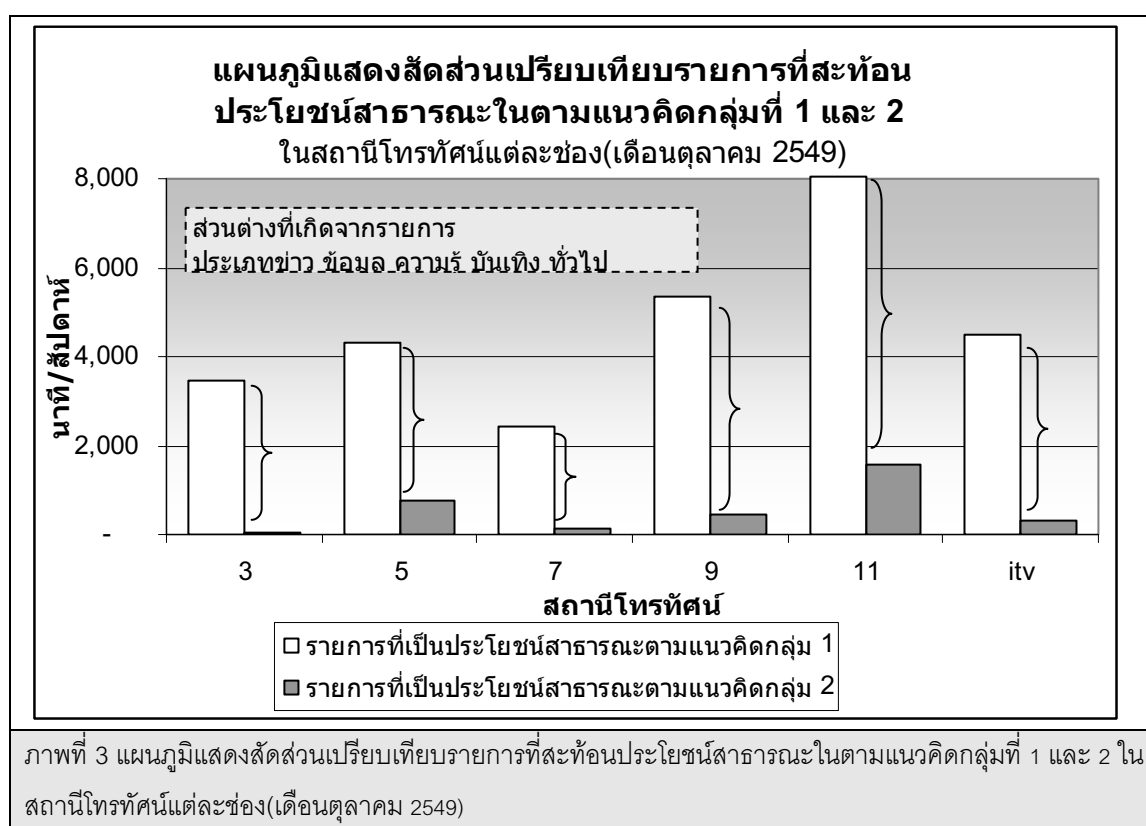
แนวคิดนี้เชื่อว่าเฉพาะรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับประเด็นสาธารณะ นโยบายสาธารณะ และเรื่องส่วนรวมเท่านั้นที่ถือว่าเป็นรายการที่สะท้อนประโยชน์สาธารณะ หากนำรายการโทรทัศน์ทั้งหมดที่เป็นประโยชน์สาธารณะในแนวคิดแรก ที่เชื่อว่ารายการใดๆ ก็ตามหากมันมีประโยชน์ต่อประชาชนแล้วมาเปรียบเทียบกับแนวคิดในกลุ่มที่สองก็ให้ผลการศึกษาที่แสดงให้เห็นว่า 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 เรื่องกระบวนการเกี่ยวกับการส่งเสริมนโยบายสาธารณะของการผลิตรายการโทรทัศน์ทรงสถานการณ์”, 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 ซึ่งหมายถึงชาวบ้านธรรมดาที่อาจไม่ได้รับความเห็นธรรมจากการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่รัฐได้

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 เช่นเดียวกันกับรายการกรอกรถสถานีโทรทัศน์ 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 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	ปัญหาไฟใต้ติด-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 ขรกไทย	ความคิด การกิจของรมต. มทใน การทำงาน/ปัญหาขรก 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 เพราะหากพิจารณาถึงแนวคิดของการเป็นพื้นที่สาธารณะในอุดมคติหรือสภาพเข้าใกล้อุดมคติที่รายการโทรทัศน์ควรจะเป็นหรือทำได้แล้ว 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 ขณะที่รายการถึงลูกถึงคนนั้นมีลักษณะเข้าใกล้หรือเทียบเคียง “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 และความพยายามในการแก้ปัญหา 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 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 ในสถานีโทรทัศน์ไทยนั้นมีลักษณะคล้ายคลึงกันกับรายการกรองสถานการณ์คือความเป็นพื้นที่สาธารณะที่มากกว่ารายการที่ควรเป็นพื้นที่สาธารณะแท้ 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 ศุกดิลก. **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: โครงการตำราและเอกสารทางวิชาการ 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