

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การสื่อสารมีความสำคัญต่อมนุษย์ทั้งในด้านการดำเนินชีวิต สังคม เศรษฐกิจ การเมือง และการศึกษา จนอาจกล่าวได้ว่าการสื่อสารเป็นตัวที่ทำให้สังคมดำเนินไปอย่างไม่หยุดยั้ง และสามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งต่อบุคคล ต่อองค์กร และต่อสังคม ดังนั้น เราจึงไม่อาจปฏิเสธได้ว่าการสื่อสารเป็นสถาบันหนึ่งของสังคมที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งจนไม่อาจจะขาดได้

มนุษย์ถือได้ว่าเป็นสัตว์สังคมที่มีการติดต่อสื่อสารกันอยู่ตลอดเวลา มีการคิดค้นประดิษฐ์ เทคโนโลยีการสื่อสาร ตลอดจนพัฒนาเพื่อความอยู่รอด นับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เริ่มจากการสื่อสารกับตนเอง กับบุคคลเพียงไม่กี่คน กลายมาเป็นติดต่อสื่อสารเป็นกลุ่ม และขยายกว้างออก เป็นการสื่อสารที่มีสื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการติดต่อ และด้วยประสิทธิภาพของเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้สื่อวิทยุและโทรทัศน์เป็นสื่อไร้พรมแดน ระยะทางหรือแม้แต่อาณาเขตระหว่างประเทศก็ไม่ได้เป็นอุปสรรคขวางกั้น ทำให้โลกที่กว้างใหญ่ดูแคบลง

เทคโนโลยีต่างๆไหลบ่าเข้าประเทศไทย รวมทั้งวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ด้วย สำหรับประเทศไทย ได้กำเนิดขึ้นในระยะใกล้เคียงกับการกำเนิดวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ของโลก โดยวิทยุกระจายเสียงถูกนำเข้ามาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 7 หลังเปลี่ยนแปลงการปกครอง 2475 ส่วนวิทยุโทรทัศน์เข้ามาสมัยรัชกาลที่ 9 และเริ่มมีแนวคิดในการให้บริการส่งวิทยุโทรทัศน์ครั้งแรกจากการเล็งเห็นถึงความสำคัญและแรงผลักดันของ จอมพล ป. พิบูลสงคราม (แปลก ชีตตะสังคะ) ซึ่งดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี (ครั้งที่ 2) ระหว่าง 8 เมษายน 2491 ถึง 16 กันยายน 2500

จากการศึกษาประวัติศาสตร์วิทยุทัศน์ไทยของ สนิทธี สิทธิรักษ์ (2535) และระวีวรรณ ประกอบผล (2528) กล่าวไว้ว่า แนวคิดที่จะให้จัดตั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์ขึ้นในประเทศไทยเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2493 โดยจอมพล ป. พิบูลสงคราม ได้เดินทางไปเยือนประเทศต่างๆ ทั้งในสหรัฐอเมริกาและยุโรป ได้สังเกตเห็นประเทศต่างๆเหล่านั้นมีความตื่นตัวในเรื่องการจัดบริการส่งวิทยุ

โทรทัศน์ขึ้นเป็นบริการสาธารณะ เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการศึกษา และเห็นถึงการสนับสนุนอย่างจริงจังในแถบประเทศนั้นๆ

กิจการโทรทัศน์ถือกำเนิดขึ้นมาเมื่อเดือนมิถุนายน 2498 โดยรัฐควบคุมผูกขาดการดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์ ต่อมาปรับเปลี่ยนรูปแบบองค์กรมาเป็นการจัดตั้งบริษัทจำกัดและให้รัฐบาลถือหุ้น คือ สถานีโทรทัศน์ ช่อง 4 บางขุนพรหม ดำเนินการโดยบริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด ต่อมาได้เปลี่ยนมาสังกัด "อ.ส.ม.ท." หรือ "องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย" โดยผลทางการเมืองเป็นประการสำคัญ ซึ่งได้จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 9 เมษายน พ.ศ. 2520 ตามมติของคณะรัฐมนตรีโดยอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติจัดตั้งองค์การของรัฐบาล พ.ศ. 2496 ตราเป็นพระราชกฤษฎีกาจัดตั้ง องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2520 ในวันที่ 25 มีนาคม พ.ศ.2520

ตั้งแต่อดีตสื่อโทรทัศน์ของไทย จะถูกรัฐบาลใช้ประโยชน์ทางการเมือง เช่น การเผยแพร่ผลงานต่างๆของรัฐบาลทางรายการข่าวประจำวัน รายการละครและการแสดงที่มีเรื่องราวเกี่ยวกับความรักชาติ สื่อโทรทัศน์มีบทบาทมากในด้านการเป็นกระบอกเสียงจากรัฐบาลสู่ประชาชน โดยรัฐบาลทุกยุคทุกสมัยจะให้ความสำคัญ และต้องการครอบครองสื่อดังกล่าว และจากการที่รัฐบาลปิดกั้นข้อมูลข่าวสารต่างๆ จึงนำไปสู่วิกฤตการณ์ทางการเมืองที่สำคัญ ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่สื่อมวลชนมีบทบาทต่างๆมากมาย

วิกฤตการณ์ทางการเมือง 14 ตุลาคม 2516 สื่อมวลชนได้ทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ สำหรับวิทย์และโทรทัศน์นั้น ในระยะก่อนหน้าและระหว่างที่เกิดวิกฤตการณ์ 14 ตุลาคม 2516 นั้น วิทย์และโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่อยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐบาลอย่างใกล้ชิด ทำให้ไม่มีบทบาทในการเสนอข่าวสารและทัศนะตลอดจนการวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาลแต่อย่างใด วิทย์ทำหน้าที่เป็นเพียงสื่อซึ่งเป็นของรัฐบาลที่รายงานข่าวเหตุการณ์ตามกรอบที่รัฐบาลกำหนดให้เท่านั้น¹

วิกฤตการณ์ทางการเมือง 6 ตุลาคม 2519 สื่อมวลชนได้กระทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองอย่างหลากหลาย มีการใช้วิทย์กระจายเสียง โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ในระยะที่วิกฤตการณ์เข้าสู่จุดรุนแรงที่สุดนั้น สื่อมวลชนได้เสนอข่าวเหตุการณ์อย่างครึกโครมและเร้าอารมณ์ แต่คณะปฏิรูปการปกครองแผ่นดินซึ่งได้เข้ามายึดอำนาจการปกครองประเทศ ได้สั่งปิด

¹ ระวีวรรณ ประกอบผล, "สื่อมวลชนกับวิกฤตการณ์ทางการเมืองในประเทศไทย," (วิทยานิพนธ์ปริญญาตรี ศึกษาศาสตร์บัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528), หน้า 66-292.

หนังสือพิมพ์ทุกฉบับ 2 วัน คือวันที่ 7 และวันที่ 8 ตุลาคม 2519 ทำให้เป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์ สื่อมวลชนไทยที่หนังสือพิมพ์ถูกสั่งห้ามตีพิมพ์ออกจำหน่ายทั่วทั้งประเทศ ส่วนสื่อมวลชนประเภทวิทยุและโทรทัศน์นั้นก็ไม่ได้ได้รับอนุญาตให้เสนอรายการปกติเช่นกัน² เห็นได้ว่าสื่อมวลชนในยามปกติมีหน้าที่และบทบาทที่เกิดจากการที่รัฐบาลและกลุ่มผู้มีอำนาจทางการเมืองเป็นผู้ใช้สิทธิ และควบคุมดำเนินงานของสื่อมวลชน

จากเหตุการณ์ดังกล่าวส่งผลให้สื่อมวลชนทุกชนิดถูกควบคุมอย่างเข้มงวดกวดขัน ไม่ว่าจะหนังสือพิมพ์จำนวน 13 ฉบับที่ไม่ได้รับอนุญาตให้ออกจำหน่ายได้อีก หรือการกำหนดกฎเกณฑ์ให้สถานีวิทยุกระจายเสียงต่างๆ ดำเนินรายการของตนเองต่อไปได้แต่ต้องเป็นไปตามกฎที่ตั้งไว้ ซึ่งรายการโทรทัศน์ก็จะมีลักษณะเช่นเดียวกันด้วย

แม้แต่ในปัจจุบัน ความต้องการเป็นเจ้าของสื่อนั้นก็ยังไม่สูญหาย ดังกรณีของบริษัท ชินวัตร คอร์ปอเรชั่น ของ พ.ดร.ดร.ทักษิณ ชินวัตร เข้ายึดกุมการบังคับบัญชาฝ่ายข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ใช้อำนาจสั่งปลดและแทรกแซงการทำงานของเจ้าหน้าที่ฝ่ายข่าว ในช่วงจังหวะที่ดร.ทักษิณ กำลังแสวงหาอำนาจทางการเมืองจากการเลือกตั้งทั่วไปของไทยในเดือนมกราคม 2544 นั้น เป็นการเข้ามาควบคุมด้วยกำลังทางธุรกิจ และตามด้วยการใช้อำนาจทางการเมืองอีกทีหนึ่ง จึงเป็นสิ่งที่ทำให้เราต้องตระหนักว่าสื่อสมควรอย่างยิ่งที่จะปลอดจากผลประโยชน์ทางธุรกิจและอิทธิพลของนักการเมือง

จากตัวอย่างที่กล่าวมาแล้ว จะเห็นได้ว่าอำนาจทางการเมืองส่งผลกระทบต่อองค์กรสื่อตลอดเวลา ทำให้เนื้อหาที่ออกอากาศอยู่ในภายใต้การควบคุมดูแลอยู่เสมอ สำหรับในกรณีของช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ซึ่งจัดเป็นองค์กรสื่อที่มีสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจและเป็น "สื่อของรัฐ" ที่มีภาระหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชนของรัฐในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารสู่สาธารณชนมาตั้งแต่ต้น ก็ยังประสบกับปัญหาการถูกครอบงำโดยการเมืองตั้งแต่อดีตจนปัจจุบัน แม้ว่าองค์กรมีการพัฒนาและปรับเปลี่ยนโครงสร้างไปตามแต่ละยุค และสัดส่วนเนื้อหารายการที่นำเสนอก็มีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับนโยบายและสภาพแวดล้อมของในแต่ละยุคสมัยว่าเป็นแบบใด แต่ด้วยสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ส่งผลต่อสภาพทางการเงิน ทำให้ช่อง 9 ต้องดำเนินกิจการต่างๆ อันนำมาซึ่งรายได้เพื่อความอยู่รอด ไม่ว่าจะมาจากการให้เช่าอุปกรณ์ต่างๆ ขายช่วงเวลาออกอากาศ หรือการโฆษณา ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้ ไม่ว่าจะป็นการเมืองหรือสภาพเศรษฐกิจก็จะมาเป็น

² เรื่องเดียวกัน.

ตัวกำหนดเนื้อหาและทำให้ส่งผลต่อการจัดผังรายการด้วยกันทั้งสิ้น เนื่องจากกลุ่มหรือองค์กรใดที่ได้มีบทบาทในการควบคุมสื่อก็ล้วนต้องหวังผลประโยชน์ การได้รับผลประโยชน์ในส่วนของตารางเวลาก็สามารถทำได้เช่นกันหากทำการบริหารอย่างมีคุณภาพ ก็สามารถที่จะดึงผู้ชมได้จำนวนมาก เป็นผลให้นักลงทุนที่หวังผลประโยชน์มาซื้อเวลาเพื่อโฆษณา ทำให้เกิดประโยชน์ทั้งสองฝ่ายคือ เกิดรายได้ต่อสถานี และเกิดความพอใจต่อนักลงทุนเพราะโฆษณาเข้าถึงผู้ชมจำนวนมาก แต่สำหรับผู้ชมจะถูกจำกัดสิทธิในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารตามที่ควรจะได้รับ เพราะตารางเวลาถูกแบ่งสัดส่วนเพื่อเอื้อประโยชน์ให้กับส่วนอื่นไป

ในเรื่องของการกำหนดรูปแบบเนื้อหาของรายการของสถานีโทรทัศน์ ยังมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้เหมาะกับช่วงเวลาในการออกอากาศ ที่ส่งผลต่อการจัดผังรายการซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้รายการมีรูปแบบที่น่าสนใจต่อผู้ชมและเหมาะสมกับช่วงเวลา เพราะผังรายการที่ดีจะต้องสามารถเสนอรายการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้อย่างเหมาะสมและลงตัว แต่นับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน การจัดผังรายการก็ยังมีปัญหาและมีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลาอันเนื่องมาจากสภาพบริบททางสังคม ไม่ว่าจะเป็นทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม หรือทางด้านการเมือง ที่เข้ามาแทรกแซงอยู่ตลอดเวลา

James McDonnell (1991) ได้กล่าวไว้ว่า ความเป็นอิสระสำหรับการกระจายเสียง หมายถึง การเป็นอิสระจากแรงกดดันทางด้านเศรษฐกิจ สำหรับแรงกดดันด้านเศรษฐกิจนั้น มีด้วยกัน 2 ทิศทาง คือ

1. การนำมาซึ่งประโยชน์ทางด้านธุรกิจ เช่น การโฆษณาสินค้า
2. การแข่งขันกันของระบบการค้า ซึ่งสำหรับการกระจายเสียงก็คือ การที่สามารถเข้าถึงผู้ชมได้มากกว่าคู่แข่ง และทำให้สินค้าของตนเป็นที่โปรดปรานและชื่นชอบ

สำหรับแรงกดดันด้านเศรษฐกิจจะสังเกตได้จากจำนวนครั้งในแต่ละชั่วโมงในแต่ละวัน สินค้าได้ออกอากาศ ตามรายการต่างๆ

จักรพันธ์ ยมจินดา อดีตผู้ประกาศข่าวกล่าวว่า "ผมขอเสนอแนะให้ตรงประเด็นเลยว่าทีวีต้องเป็นของประชาชน จะแปรรูปโดยลักษณะใดก็ตามแต่ แต่ต้องเป็นของประชาชนอย่างแท้จริง ไม่ใช่ของรัฐบาลหรือของกองทัพไปอีกต่อไป"³

เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง สื่อมวลชน กล่าวว่า "สื่อมวลชนต้องมีอิสรภาพ ผมอยากเห็นสถาบันสื่อสารมวลชนดูแลกันเอง และผมก็เห็นพ้องว่าเราต้องดูสื่อในเรื่องของการเป็นเจ้าของ ถ้าสื่อยังอยู่ที่รัฐบาลหรือกองทัพบก ปัญหานี้ก็ไม่มีวันจบสิ้น อย่างช่อง 5 ช่อง 9 น่าจะมีการหนีออกจากระบบรัฐบาล มาเป็นลักษณะของบริษัท ซึ่งรัฐอาจจะเป็นเจ้าของส่วนใหญ่ ส่วนช่อง 3 ช่อง 7 ก็ถึงยุคที่จะให้เป็นของเอกชนเต็มตัว และอาจจะมีการเข้าตลาดหุ้นให้เป็นของมหาชน"⁴

สำราญ รอดเพชร บรรณาธิการ สำนักข่าว ไอเอ็นเอ็น ตั้งข้อสังเกตว่า "ถ้าไม่มีโฆษณาเข้ามาช่วย รายการอยู่ได้หรือไม่ จึงไม่ต้องแปลกใจว่า ทำไมรายการดีๆ เพื่อช่วยเหลือสังคมจึงไม่มีหรือถ้ามี ก็ต้องล้มหายตายจากไปหมด เพราะอยู่ไม่ได้" (มติชนสุดสัปดาห์, ๒ ธันวาคม ๒๕๔๑ : ๖๘-๖๙)

จากการศึกษาและการวิเคราะห์เนื้อหารายการของช่อง ๙ อ.ส.ม.ท. ของ บุญเลิศ ศุภดิลัก (๒๕๒๗) กล่าวไว้ว่า การแบ่งประเภทรายการในรอบ ๑ สัปดาห์ (๑ ก.ย. – ๗ ก.ย. ๒๕๒๗) โดยแบ่งตามระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. ๒๕๑๘ คือ รายการข่าว, รายการความรู้, รายการบันเทิง ซึ่งได้แก่ ละคร ดนตรี เกมส์ คอนเสิร์ต วาไรตี้ และสุดท้ายรายการโฆษณาเพื่อองค์กร พบว่ารายการที่ออกอากาศ โดยแบ่งสัดส่วนรายการเป็นเปอร์เซ็นต์ (ค่าสัดส่วนโดยประมาณ และคิดเปอร์เซ็นต์รวมเท่ากับ ๑๐๐ เปอร์เซ็นต์) ได้ผลดังนี้

ศูนย์วิทยุทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

³ "วิกฤตสื่อมวลชนไทย," สถาบันการศึกษาด้านสื่อมวลชนทั่วประเทศ สมาคมนักข่าวแห่งประเทศไทย สมาคมนักหนังสือพิมพ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ และองค์กรพัฒนาเอกชน,(กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์เคล็ดไทย, ๒๕๓๕).

⁴ เรื่องเดียวกัน.

ตารางที่ 1 แสดงค่าสัดส่วนรายการประเภทต่างๆของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในรอบ 1 สัปดาห์ (1 ก.ย.-7 ก.ย. 2522)

ประเภทรายการ	โฆษณา	สาระความรู้	กีฬา	ประกาศ	สาระบันเทิง	ข่าว	บันเทิง	อื่นๆ	รวม
%	13.11	21.50	13.78	1.78	9.33	9.92	29.00	1.58	100

ที่มา : บุญเลิศ ศุภดิลก, 2527,น.68.

จากการวิเคราะห์ผังรายการที่เสนอผ่านช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในปี พ.ศ.2522 พบว่า สัดส่วนของรายการนั้นล้วนมีเนื้อหาเน้นในด้านความบันเทิงมาเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาก็คือ ข่าวและความรู้ ซึ่งมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน และสุดท้ายคือโฆษณา

ในขณะที่รายการประเภทข่าว ความรู้ และบันเทิงของช่องอื่นที่ออกอากาศ⁵ (โดยคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ และจากตามรายงานกอง กบว. กรมประชาสัมพันธ์ 2524) เป็นดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงประเภทและสัดส่วนรายการของโทรทัศน์ 4 ช่อง พ.ศ. 2524

ช่อง	สัดส่วนเวลาในการออกอากาศของรายการประเภทต่างๆคิดเป็นเปอร์เซ็นต์			
ช่อง 3	ข่าว 6.32 %	ความรู้ 6.89%	บันเทิง 71.12 %	โฆษณา 16.67 %
ช่อง 5	ข่าว 8.49 %	ความรู้ 13.85%	บันเทิง 60.65 %	โฆษณา 16.67 %
ช่อง 7	ข่าว 6.65 %	ความรู้ 9.49%	บันเทิง 67.19 %	โฆษณา 16.67 %
ช่อง 9	ข่าว 14.78 %	ความรู้ 11.36%	บันเทิง 58.48 %	โฆษณา 15.38 %

ที่มา : อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์,2542, น.346.

จะเห็นได้ว่า สัดส่วนรายการของช่อง 9 ประเภทข่าวและความรู้ (เมื่อรวมเปอร์เซ็นต์เข้าด้วยกัน) จะมีสัดส่วนที่มากกว่าช่องอื่นมาโดยตลอด ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดเด่นของทางสถานีโดยเฉพาะรายการข่าวที่มีค่าเปอร์เซ็นต์ที่มากกว่าช่องอื่นอย่างเห็นเด่นชัด สำหรับรายการประเภท

⁵ อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์,ระบบวิทยุและโทรทัศน์ โครงสร้างทางเศรษฐกิจการเมืองและผลกระทบต่อสิทธิเสรีภาพ(กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2542),น. 346.

บันเทิงมีสัดส่วนที่น้อยกว่าช่องอื่น แต่ก็ยังมีสัดส่วนที่มากอยู่ คือ มากกว่า 50% ในขณะที่สัดส่วนโฆษณาของทุกช่อง ถือได้ว่าสัดส่วนแทบจะไม่ค่อยแตกต่างกันมากนัก นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นว่า ทุกๆ ช่อง รายการประเภทบันเทิง มีปริมาณสูงเป็นอันดับหนึ่ง ของเวลาออกอากาศทั้งหมด ตามมาด้วยโฆษณาซึ่งถือได้ว่าเป็นตัวกำหนดทิศทางรายการโทรทัศน์ได้เช่นกัน

สถิติข้างต้นชี้ให้เห็นว่า ช่อง 9 ซึ่งถือได้ว่าเป็นองค์กรสื่อที่ทำหน้าที่เพื่อประชาชน กลับไม่สามารถรับใช้ประชาชนได้ตรงตามเป้าหมายขององค์กรที่ได้ชื่อว่าเป็นองค์กรที่บริการเพื่อสาธารณะ (public service) คือ มุ่งที่จะให้บริการเพื่อประโยชน์สูงสุดแก่สาธารณะโดยไม่ยึดมั่นในผลตอบแทนด้านธุรกิจหรือกล่าวได้ว่ารัฐเป็นผู้ให้บริการแก่ประชาชน จากที่กล่าวมาสามารถเห็นได้ว่า รายการที่ออกอากาศทางสถานีจะให้ความสำคัญกับรายการประเภทบันเทิงเป็นสำคัญ ซึ่งสัดส่วนที่แสดงให้เห็นมีความแตกต่างจากรายการประเภทสาระความรู้อย่างมาก โดยรายการที่นำเสนอในลักษณะดังกล่าวเป็นผลมาจากการจัดผังรายการของสถานี ที่ถูกแรงกดดันจากสภาพแวดล้อมต่างๆไม่ว่าจะทางการเมือง เศรษฐกิจหรืออื่นๆ ส่งผลให้สถานีไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนในการที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารและสาระความรู้ได้อย่างเต็มที่ ซึ่งขัดต่อวัตถุประสงค์ของ อ.ส.ม.ท.ที่กำหนดไว้ในตอนแรกเริ่ม

จากตัวอย่างวิกฤตการณ์ทั้ง 2 เหตุการณ์ คือ วิกฤตการณ์ทางการเมือง 14 ตุลาคม 2516 และวิกฤตการณ์ทางการเมือง 6 ตุลาคม 2519 ที่กล่าวในข้างต้น เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่า การเมืองส่งผลต่อองค์กรสื่ออย่างเห็นได้ชัด ในกรณีปัญหาที่เกิดขึ้นของช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ในเรื่องของรายการที่นำเสนอก็เช่นกัน อาจเป็นผลมาจาก โครงสร้างองค์กรที่มุ่งหมายที่จะรับใช้รัฐบาล และสภาพเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อรายได้ ทำให้เนื้อหารายการถูกผ่อนปรน เกิดการขัดแย้งกับนโยบายจึงส่งผลต่อสัดส่วนรายการที่นำเสนอไปทางด้านบันเทิงโดยมาก

จากปัญหาเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อรายได้นั้น ทำให้การจัดผังรายการมีความสำคัญเพราะเป็นแหล่งหนึ่งในการหารายได้ให้สถานี จากที่ได้กล่าวมาแล้วว่า หากบริหารผังรายการได้อย่างมีคุณภาพ ก็จะก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งต่อสถานี และต่อผู้มาลงทุน ดังนั้น ทางสถานีจึงจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้ผู้ชมติดตามชมรายการของสถานีของตน เช่น การนำรายการที่ดีมีผู้ชมสนใจมาดึงดูดให้ผู้ชมชมอีกรายการที่ออกอากาศติดต่อกัน หรือการจัดผังรายการที่ต่อเนื่องกัน 2 รายการ ซึ่งทั้ง 2 รายการมีประโยชน์ซึ่งกันและกัน คือ เรื่องราวจะเริ่มในรายการแรกและจะไปจบสมบูรณ์ในอีกรายการหนึ่ง เป็นต้น หรือในส่วนของช่อง 9 ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ ได้มีการนำเข้าการ์ตูนจากต่างประเทศมาออกอากาศในวันหยุดเสาร์ อาทิตย์ ซึ่งสามารถแข่งขันกับช่องอื่นๆ

ได้เป็นอย่างดี และจากการศึกษาเรื่อง Programming for TV Radio and Cable ของ Edwin T. Vane. and Lynne S. Gross. (1994) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยที่จะทำให้ผังรายการประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพ จะต้องพิจารณาจากส่วนต่างๆ คือ

1. วัตถุประสงค์การจัดผังรายการ
2. ความเป็นไปได้ที่เข้าถึงผู้รับได้อย่างกว้างขวาง
3. กลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง
4. ความมีชื่อเสียงของรายการ
5. รางวัล
6. รายการที่แรงดึงดูดพื้นฐานต่อผู้ชม

สิ่งต่างๆ เหล่านี้จะถูกนำมาผสมผสานกับกลยุทธ์ต่างๆ ซึ่งจะเป็นภาระหน้าที่ของนักจัดผังรายการ ทีมงานฝ่ายโทรทัศน์ ผู้บริหารสถานี หรือบุคคลต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง จำเป็นที่จะต้องตัดสินใจ และบริหารผังรายการของตนให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้ชมเกิดการติดตามชมรายการของสถานีตนอย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญ คือ เพื่อแข่งขันกับรายการอื่นๆ ที่ช่องอื่นทำการออกอากาศในเวลาเดียวกัน

สำหรับเรื่องรายได้ของช่อง 9 อ.ส.ม.ท. นั้น นอกจากจะได้มาจากการบริหารผังรายการเป็นส่วนหนึ่งแล้ว ช่อง 9 ยังมีแหล่งรายได้มาจากที่อื่นๆ อีก ซึ่งจากแผนรัฐวิสาหกิจองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยประเภทรายงานประจำปีในเรื่องเกี่ยวกับงบประมาณของปี พ.ศ. 2543 จากการตรวจสอบบัญชีของสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ได้ระบุรายละเอียดประกอบงบกำไรขาดทุน ซึ่งได้กล่าวเกี่ยวกับรายได้ของปี พ.ศ.2543 ว่ามาจากแหล่งต่างๆ ดังนี้

1. รายได้จากการออกอากาศโทรทัศน์และวิทยุ ได้แก่ ค่าโฆษณาด้านโทรทัศน์, ค่าโฆษณาด้านวิทยุ, ค่าโฆษณาสำนักข่าว, ค่าสมาชิกข่าว, ค่าโฆษณาหนังสือก้าวทันโลก

รวมรายได้จากการออกอากาศโทรทัศน์และวิทยุ 965,481,004.93 บาท

2. รายได้ค่าตอบแทนและค่าบริการ ได้แก่

ค่าตอบแทนในการร่วมดำเนินกิจการส่งโทรทัศน์, ค่าตอบแทนสิทธิในการร่วมออกอากาศทางวิทยุ, ค่าตอบแทนในการร่วมดำเนินกิจการโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก, ค่าตอบแทนสิทธิในการร่วมดำเนินกิจการให้บริการข้อมูลข่าวสาร, ค่าบริการอื่นๆ

รวมรายได้ค่าตอบแทนและบริการ 354,346,997.97 บาท

3. ดอกเบี้ยรับ ได้แก่

รายได้ดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร, ดอกเบี้ยจากลูกหนี้ค่าโฆษณา, ดอกเบี้ยเงินให้กองทุน

สวัสดิการกุ่ม

รวมดอกเบี้ยรับ 120,498,377.53 บาท

4. รายได้อื่น ได้แก่

ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญได้คืน, กำไรจากการจำหน่ายสินทรัพย์, รายได้อื่นๆ

รวมรายได้อื่น 58,549,804.34 บาท

ดังนั้น รายได้รวมของปี พ.ศ. 2543 1,498,876,184.77 บาท

จากบัญชีงบกำไรขาดทุน จะเห็นได้ว่า อ.ส.ม.ท. สามารถหารายได้จากหลายแหล่งด้วยกัน แต่คาดว่าแหล่งรายได้หลักควรจะมาจากรายได้จากการออกอากาศของโทรทัศน์และวิทยุ คือ จากโทรทัศน์ 595,499,050.93 บาท และจากวิทยุ 228,539,759.58 บาท ซึ่งสามารถสังเกตได้จากรายได้รวมที่มีมูลค่ามากกว่ารายได้จากแหล่งอื่นๆที่เหลือ โดยเฉพาะแค่ในส่วนของรายได้จากการออกอากาศโทรทัศน์เมื่อนำไปหักค่าใช้จ่ายในการออกอากาศโทรทัศน์และวิทยุแล้ว ซึ่งค่าใช้จ่ายคือ 410,411,439.24 บาท ปรากฏว่าเฉพาะค่าออกอากาศทางโทรทัศน์ก็สามารถสร้างกำไรให้ทางสถานีได้ไม่น้อย

เพราะฉะนั้น ไม่ว่าจะเป็นการนำกลยุทธ์ต่างๆมาบริหารการจัดผังรายการ เพื่อแข่งขันกับช่องอื่นๆ หรือ ในส่วนของรายได้จากแหล่งต่างๆ นั้น ล้วนมีส่วนสำคัญ ในการวิเคราะห์ว่า ช่อง 9 ใช้กลยุทธ์อะไรมาบริหารผังรายการเพื่อแข่งขันกับช่องอื่น และเงินรายได้ในการบริหารสถานีจริงๆ ของ อ.ส.ม.ท. นั้นมาจากแหล่งใด ซึ่งทั้งสองส่วนนี้ จะเป็นประเด็นศึกษาส่วนหนึ่ง ที่จะนำมาร่วมพิจารณาประกอบกับการวิเคราะห์ผังรายการ และโครงสร้างองค์กรของช่อง 9 อ.ส.ม.ท. เพื่อให้เกิดความชัดเจนยิ่งขึ้น

จากตัวอย่างและปัญหาที่กล่าวมาในข้างต้นแล้ว ทำให้เป็นที่น่าสังเกตว่า ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ซึ่งเป็นองค์กรของรัฐ ที่ทำหน้าที่ในการให้บริการข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนนั้น แต่สัดส่วนรายการที่พบบ่อยที่สุดกลับเป็นรายการประเภทบันเทิง ดังนั้น จึงเป็นที่น่าสนใจว่า ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. มีเงื่อนไขและปัจจัยอะไรที่กำหนดการจัดผังรายการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ชม และสอดคล้องต่อบทบาทหน้าที่ขององค์กรในฐานะสื่อของประชาชน

ปัญหานำวิจัย

1. อ.ส.ม.ท. มีพัฒนาการโครงสร้างองค์กรเป็นเช่นไรตั้งแต่อดีตจนมาถึงปัจจุบัน
2. สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. มีพัฒนาการของการจัดผังรายการตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันเป็นเช่นไร
3. ปัจจัยอะไรที่มีผลต่อการจัดผังรายการของช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงพัฒนาการโครงสร้างองค์กรช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ตั้งแต่ก่อตั้งองค์กรจนถึงปัจจุบัน(2520-2544)
2. เพื่อศึกษาถึงพัฒนาการของการจัดผังรายการของช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ระหว่างปี พ.ศ. 2520-2544
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลการจัดผังรายการของช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาพัฒนาการและการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยศึกษาจากลักษณะโครงสร้างการดำเนินงาน ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน และศึกษาถึงการจัดผังรายการ และการกำหนดสัดส่วนรายการ ตั้งแต่ก่อตั้ง อ.ส.ม.ท. ในปี พ.ศ. 2520จนถึงปัจจุบัน(2544)

ข้อสันนิษฐาน

การปรับเปลี่ยนโครงสร้างขององค์กรมีผลมาจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจ การเมือง และส่งผลกระทบต่อควบคุมและกำหนดการจัดผังรายการ รวมถึงสัดส่วนรายการ โดยปัจจัยสำคัญ คือ ทางด้านเศรษฐกิจ ที่เป็นแหล่งที่มาของเงินทุนและรายได้

นิยามศัพท์

พัฒนาการ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม หรือการปรับเปลี่ยนไปตามสภาพสังคม หรือแรงกดดันด้านเศรษฐกิจและการเมือง ในช่วงระยะเวลาที่กำหนด คือ ปี 2520-2545

โครงสร้างองค์กร หมายถึง ระบบที่มีองค์ประกอบย่อยๆ ได้แก่ โครงสร้างการบริหารการ
จัดการบุคคลและการผลิต ระบบการควบคุม ที่มาของรายรับ รายจ่าย กำไร เป็นต้น

การจัดผังรายการ หมายถึง การกำหนดจัดวางตารางเวลาการออกอากาศของรายการ
ต่างๆ ของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โดยมีสัดส่วนของรายการประเภทต่างๆ นำเสนอต่อกลุ่มคนดูเป้า
หมาย และตามแนวนโยบายของสถานี

สัดส่วนรายการ หมายถึง จำนวนหรือปริมาณ รายการที่นำเสนอเนื้อหาในรูปแบบต่างๆ
และคิดอัตราส่วนรายการแต่ละประเภทที่นำเสนอเป็นร้อยละ โดยรายการที่นำเสนอประกอบด้วย
เนื้อหาประเภทข่าว, ความรู้,บันเทิงและโฆษณา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงโครงสร้างองค์กรของภาครัฐให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
2. เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการปรับผังรายการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ชม และปรับปรุงควบคู่กับการควบคุมคุณภาพรายการ และสัดส่วนของรายการให้มีความเหมาะสมชัดเจนในอนาคต

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย