

บทที่ ๒

ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการจัดผังรายการ

การพิจารณาการจัดผังรายการโทรทัศน์เพื่อให้เป็นสถานีที่ได้รับความนิยมจากผู้ชม เป็นเรื่องที่จะต้องละเอียดอ่อนและมีส่วนประกอบย่อยที่จำเป็นที่จะต้องพิจารณาในทุก ๆ ด้าน เพื่อให้ รายการที่ออกอากาศมีความเหมาะสมกับผู้ชมในแต่ละช่วงเวลา ด้วยเหตุนี้จึงจำเป็นต้องอาศัย ทฤษฎีและข้อวิจัยต่าง ๆ เพื่อช่วยในการพิจารณาจัดผังรายการ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและ สอดคล้องกับการจัดผังรายการโทรทัศน์มาเป็นต้นแบบในการวิเคราะห์ผังรายการโทรทัศน์ในภาค หลังเที่ยงคืน ซึ่งมีทั้งส่วนที่เป็นทฤษฎี แนวความคิดและระเบียบในการจัดผังรายการของสถานี โทรทัศน์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ซึ่งจะได้กล่าวในรายละเอียดต่อไป

การวิเคราะห์ในรูปแบบ SWOT

การวิเคราะห์ถึงรายการโทรทัศน์ในภาคหลังเที่ยงคืนซึ่งจะแบ่งออกเป็น ๔ ส่วนคือ

๑. จุดแข็งหรือจุดเด่น (Strength) จะวิเคราะห์ถึงจุดแข็งของรายการโทรทัศน์ภาค หลังเที่ยงคืนที่สามารถจะแบ่งส่วนแบ่งของผู้ชมจากเคเบิลทีวีและวิทยุกระจายเสียง ซึ่งสามารถดึงดูดใจผู้ชมให้ติดตามชมรายการได้

๒. จุดอ่อนหรือจุดด้อย (Weak) วิเคราะห์ถึงจุดอ่อนของรายการโทรทัศน์ในภาคหลัง เที่ยงคืนที่เป็นเหตุให้รายการในภาคนี้ยังไม่ค่อยประสบความสำเร็จเท่าที่ควรในปัจจุบัน

๓. โอกาส (Occasion) ในส่วนนี้จะวิเคราะห์ความเป็นไปได้เกี่ยวกับโอกาสในการขยาย เวลาออกอากาศจนเต็มเวลาสำหรับรายการโทรทัศน์ในภาคนี้

๔. ภัยคุกคาม (Threat) วิเคราะห์ถึงภัยคุกคามที่มีผลกระทบต่อรายการโทรทัศน์ใน ภาคหลังเที่ยงคืน ที่มีผลทำให้รายการของสถานีในภาคนี้ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ซึ่งภัย คุกคามที่มีส่วนสำคัญมีทั้งหมด ๓ ส่วนคือ เคเบิลทีวี, วิทยุกระจายเสียงและกฎระเบียบข้อบังคับ ของคณะกรรมการบริหารงานวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (กบว.)

แนวความคิดในการจัดผังรายการ

การจัดผังรายการของสถานีโทรทัศน์ (ในประเทศไทย) ส่วนใหญ่ผู้บริหารระดับสูงของสถานีจะเป็นผู้ที่วางรูปแบบของผังรายการ เพื่อให้รายการต่าง ๆ ที่นำมาออกอากาศได้มีความสอดคล้องกัน โดยจะพิจารณาจากส่วนประกอบในการจัดผังรายการในส่วนต่าง ๆ คือ

๑. การแบ่งช่วงเวลาในการออกอากาศ

การแบ่งช่วงเวลาในการออกอากาศมีส่วนสำคัญต่อการการจัดผังรายการโทรทัศน์ เพื่อให้รายการออกมาเหมาะสมกับผู้ชมในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งในประเทศไทยได้มีการแบ่งช่วงเวลาในการออกอากาศเป็น ๔ ช่วงด้วยกันคือ

- รายการภาคเช้า (Morning Programmes) ช่วงเวลา ๐๕.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.
- รายการภาคบ่าย (Afternoon Programmes) ช่วงเวลา ๑๒.๐๐ - ๑๘.๐๐ น.
- รายการภาคค่ำ (Evening Programmes) ช่วงเวลาดังแต่ ๑๘.๐๐ - ๒๔.๐๐ น.
- รายการภาคดึกหรือภาคหลังเที่ยงคืน (After Midnight Programmes) ช่วงเวลาดังแต่ ๒๔.๐๐ - ๐๕.๐๐ น.

Lewis Klein, Sydney W. Head และ Susan Tyler Eastman (1989) ได้แบ่งช่วงเวลาในการออกอากาศของประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีการแบ่งเวลาที่ละเอียดกว่าในประเทศไทย โดยแบ่งเป็นช่วงต่าง ๆ ดังนี้

- | | |
|---------------------------------|----------------------|
| - Early morning | 6 a.m.to 9 a.m. |
| - Morning | 9 a.m.to 12 Noon |
| - Afternoon | 12 Noon to 4 p.m. |
| - Early fringe (late afternoon) | 4 p.m.to 6 p.m. |
| - Early evening | 4 p.m.to 6 p.m. |
| - Prime access | 7 p.m.to 8 p.m. |
| - Prime time | 8 p.m.to 11 p.m. |
| - Late fringe (late evening) | 11 p.m.to 11.30 p.m. |
| - Late night | 11.30 p.m.to 2 a.m. |
| - Overnight | 2 a.m.to 6 a.m. |

ถ้าวิเคราะห์เฉพาะในส่วนของภาคหลังเที่ยงคืน จะเห็นว่า สหรัฐอเมริกามีการแบ่งที่ละเอียดกว่า โดยแบ่งออกเป็นคือ Late night และ Overnight ส่วนในประเทศไทยจะแบ่งเป็นภาคหลังเที่ยงคืน โดยจะเริ่มตั้งแต่ ๒๔.๐๐ จนถึง ๐๕.๐๐ น.

๒. นโยบายหลักหรือวัตถุประสงค์หลักของสถานีโทรทัศน์ ซึ่งจะมีลักษณะหรือหน้าที่คล้ายคลึงกันในฐานะที่เป็นสื่อมวลชนคือ การให้ข่าวสาร ความรู้ ถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่ดีงามและการให้ความบันเทิง จะแตกต่างกันก็คือสัดส่วนของรายการที่นำมาแพร่ภาพออกอากาศตามนโยบายหลักของแต่ละสถานี นโยบายหลักนี้จะมีผลสำคัญในการวางแผนจัดผังรายการของสถานีซึ่งจะต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้ทันกับความต้องการของคนในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้เป็นสถานีที่ได้รับความนิยมซึ่งทำให้มีจำนวนผู้ชมรายการสูงสุด นั่นก็หมายความว่า จะได้รับความสนใจจากบริษัทตัวแทนโฆษณา (ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของรายการโทรทัศน์) และยังสร้างแรงดึงดูดใจผู้ผลิตรายการในการที่จะนำรายการที่ผลิตมาออกอากาศทางสถานีอีกด้วย

การแข่งขันในความเป็นผู้นำสื่อของสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย จะมีการแข่งขันกันอย่างมากในช่วงเวลาตั้งแต่ ๑๙.๐๐ น. จนถึงเวลา ๒๓.๐๐ น. หรือที่เรียกกันติดปากว่า “ช่วงเวลาข่าว” และ “ช่วงเวลาลงข่าว” ซึ่งในช่วงนี้เป็นช่วงที่มีจำนวนผู้ชมรายการโทรทัศน์มากที่สุด (ในประเทศสหรัฐอเมริกา ในช่วงระหว่างเวลา ๒๐.๐๐ - ๒๓.๐๐ น. มีผู้ชมมากที่สุดถึง ๖๖ % ส่วนในกรุงเทพมหานคร ผู้ที่ชมรายการข่าวในช่วงนี้โดยเฉลี่ยประมาณ ๓,๑๒๕,๐๐๐ คน) โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงเวลาลงข่าว รายการที่ออกอากาศจะเป็นรายการในรูปแบบบันเทิงทั้งสิ้น และมีรูปแบบเดียวกันคือ “ละคร” จนทำให้เวลาในช่วงนี้มีชื่อเรียกใหม่คือ “ช่วงละครลงข่าว” ส่วนรายการในช่วงอื่น ๆ ยังมีการแข่งขันกันน้อยอยู่

๓. ลักษณะของสถานีและสภาพแวดล้อม หมายถึงความกว้างไกลในการกระจายคลื่นซึ่งมีส่วนสำคัญในการจัดช่วงเวลาในการแพร่ภาพออกอากาศรายการต่าง ๆ เพื่อความเหมาะสมระหว่างรายการกับผู้ชมรายการ เพราะการพิจารณาจัดรูปแบบผังรายการของสถานีโทรทัศน์ มีปัจจัยสำคัญที่เป็นสภาพแวดล้อมของสถานีที่จะต้องพิจารณาควควบคุมกันไปหลายประการคือ

๓.๑ ผู้ชม

เป็นส่วนที่สำคัญที่จะต้องพิจารณา เพราะรายการที่ออกอากาศทางสถานีต่าง ๆ จะเป็นที่ยอมรับหรือมีผู้ติดตามชมหรือไม่ ต้องขึ้นอยู่กับว่ารายการนั้นสามารถตอบสนองได้ตรงกับ

ความต้องการของผู้ชมในขณะนั้นหรือไม่ ถ้าตอบสนองได้ตรง มีผู้ชมติดตามชมมากก็จะเป็นสถานีที่ได้รับความนิยมสูง แต่ถ้าตอบสนองได้ไม่ตรงกับความต้องการของผู้ชม ก็จะมีผู้ชมติดตามชมน้อย สถานีก็จะได้รับความนิยมน้อย นอกจากนี้ในส่วนของเรื่องผู้ชม ผู้บริหารแต่ละสถานียังต้องพิจารณาถึงส่วนแบ่งผู้ชมที่มีอยู่ในแต่ละสถานีในช่วงเวลาเดียวกันด้วย เพราะแต่ละช่วงเวลาจะมีรายการที่ออกอากาศพร้อมกันหลายรายการ ผู้ชมจึงมีโอกาสเลือกชมรายการที่ตนเองชอบ ซึ่งอาจจะชอบชมรายการของสถานีหนึ่งมากกว่าสถานีอื่น ส่วนแบ่งผู้ชมก็จะมีในสถานีนั้นสูงกว่า การพิจารณาในลักษณะนี้ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดผังรายการต้องพิจารณาว่าจะมีวิธีใดบ้างที่จะทำให้รายการของสถานีของตนได้รับความนิยมมากกว่า และมีวิธีใดบ้างที่สามารถดึงดูดกลุ่มผู้ชมให้มาสนใจรายการของสถานีของตนบ้าง

๓.๒. คุณภาพรายการ

รายการต่าง ๆ ที่ออกอากาศไปยังผู้ชม นอกจากจะตรงกับความต้องการของผู้ชมแล้วยังต้องเป็นรายการที่ให้เนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์และดึงดูดความสนใจผู้ชมด้วย ซึ่งอาจจะพิจารณาจากรายการประเภทเดียวกันหรือรายการที่ออกอากาศในช่วงเวลาเดียวกัน เพื่อหาสัดส่วนและความแตกต่างของผู้ชมได้ เพราะรายการประเภทเดียวกันแต่ออกอากาศในช่วงเวลาที่ต่างกัน สัดส่วนของผู้ชมอาจจะไม่เท่ากัน เนื่องจากอิทธิพลของคุณภาพรายการข้างเคียง อย่างเช่นช่วงละครหลังข่าว ที่มีการแข่งขันกัน ถ้าสถานีไหนออกอากาศละครที่สนองตอบตรงความต้องการของผู้ชมและเป็นละครที่มีตัวแสดงดี เป็นที่นิยม อีกทั้งยังมีการดำเนินเรื่องเร้าใจให้ผู้ชมมีอารมณ์ร่วม ชวนติดตาม ก็จะมีผู้ชมติดตามชมละครเรื่องนั้นมากกว่าละครที่นำเนื้อไม่ชวนติดตาม รวมถึงรายการประเภทอื่น ๆ ด้วย ดังนั้นคุณภาพของรายการก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถดึงดูดผู้ชมให้มาติดตามสถานีได้ เพราะในปัจจุบันนี้ผู้ชมมีตัวเลือกได้อย่างอิสระอย่างเต็มที่ รายการที่ออกอากาศในทุกวันนี้จึงมักจะผสมผสานความคิดสร้างสรรค์ของผู้ผลิตกับหน้าที่ทั้ง ๔ อย่างของสื่อมวลชน เพื่อให้เป็นรายการที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้เป็นอย่างดี

๓.๓. ปริมาณความถี่และความยาวในการออกอากาศ

การจัดผังรายการจะต้องพิจารณาด้วยว่ารายการที่ออกอากาศนั้นควรจะมีปริมาณและความยาวของรายการเป็นอย่างไร เพื่อพิจารณาถึงความความกระตือรือร้นของผู้ชมที่จะติดตามชมรายการนั้นมีมากน้อยแค่ไหน ซึ่งเป็นการสร้างนิสัยในการติดตามชมรายการด้วย ต่อวันหรือต่อสัปดาห์ อย่างเช่นสัปดาห์ละหนึ่งชั่วโมง หรือสัปดาห์ละสองชั่วโมง เดือนละครั้งหรือสองครั้ง เป็นต้น เพราะรายการถ้ามีมากเกินไปหรือออกอากาศถี่เกินไปก็อาจจะทำให้ผู้ชมเบื่อได้ ส่วนความยาวของรายการก็ขึ้นอยู่กับครั้งละหนึ่งชั่วโมง, หนึ่งชั่วโมงครึ่งหรือสองชั่วโมง ตามเหมาะสม

นอกจากนี้ยังต้องพิจารณาถึงความสามารถของผู้ผลิตที่ซื้อเวลาในการออกอากาศด้วย ว่าเป็นไปได้ในการผลิตรายการหรือไม่ อย่างเช่นผู้ผลิตต้องการออกอากาศทุกวัน ๆ ละ ๓๐ นาที ฝ่ายจัดรายการก็ต้องพิจารณาด้วยว่าความสามารถของผู้ผลิตมีความเป็นไปได้หรือไม่ เนื้อหาสาระที่เป็นวัตถุดิบในรายการมีอย่างเพียงพอหรือไม่ สามารถป้อนรายการได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่วนต่าง ๆ มีส่วนในการจัดผังรายการ เพราะเมื่อกำหนดลงในผังรายการแล้วถ้าผู้ผลิตป้อนรายการให้ไม่ทันออกอากาศก็จะเกิดความเสียหายต่อสถานีได้

๓.๔. ความสัมพันธ์ของรายการข้างเคียง

เป็นการศึกษาถึงผลกระทบจากรายการที่ออกอากาศในช่วงเวลาเดียวกัน โดยศึกษาในลักษณะของการเปรียบเทียบความนิยมของผู้ชมที่มีต่อรายการข้างเคียงในช่วงเวลาที่ออกอากาศ ซึ่งระดับความนิยมของรายการหนึ่งจะมีอิทธิพลต่ออีกรายการหนึ่ง เพื่อที่จะวิเคราะห์ว่า จะต้องใช้กลยุทธ์อย่างไรเพื่อที่จะพยายามรักษากลุ่มผู้ชมให้อยู่กับสถานีของตนอย่างเหนียวแน่น หรือพยายามดึงกลุ่มผู้ชมให้กลับมาชมรายการของสถานีของตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการประเภทเดียวกันและออกอากาศในเวลาเดียวกัน ความน่าสนใจในรายการจะสามารถดึงความสนใจจากผู้ชมได้เป็นอย่างดี แต่ละรายการจึงต้องมีการแข่งขันและพัฒนารูปแบบรายการตลอดเวลา

นอกจากจะพิจารณาถึงรายการที่ต่างสถานีกันแล้ว ในกรณีที่เป็นการออกอากาศในสถานีเดียวกัน ก็จะเปรียบเทียบจากกลุ่มผู้ชมรายการในช่วงเวลาเดียวกันที่อยู่ในแต่ละวัน และรายการที่จะบรรจุใหม่ที่แทนรายการเดิมว่า ความต้องการของผู้ชมเป็นกลุ่มเดียวกันหรือไม่ มีความต้องการอย่างเดียวกันหรือไม่ หรือรายการที่ออกอากาศก่อนและหลัง ผู้ชมกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มเดียวกันหรือไม่ ถ้าเป็นผู้ชมกลุ่มเดียวกัน ผู้ชมรายการก่อนก็อาจจะพลอยชมรายการหลังไปด้วย แต่ถ้าเป็นผู้ชมคนละกลุ่มกัน ก็อาจจะเปลี่ยนไปชมรายการของสถานีอื่น ๆ ได้ ดังนั้นจึงต้องพิจารณาถึงความสัมพันธ์ของแต่ละรายการด้วย

๓.๕. ความสามารถ ภาพพจน์ และค่านิยมของสถานี

หมายถึงความได้เปรียบและความเสียเปรียบของแต่ละสถานี ทั้งทางด้านการปฏิบัติงาน ความชำนาญ ความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์ กำลังคน ภาพพจน์ รวมถึงความนิยมและการยอมรับของผู้ชม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้สามารถรักษาผู้ชมได้เป็นอย่างดี สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะทำให้สถานีมีประสิทธิภาพมากขึ้น และปัจจัยที่สามารถจะทำให้สถานีได้รับความนิยมและทันสมัยอยู่ตลอดเวลาก็คือ

๓.๕.๑. ความคล่องตัว เป็นความสามารถในการจัดผังรายการของแต่ละสถานี ซึ่งแต่ละสถานีมีความคล่องตัวไม่เหมือนกัน รวมถึงการเปลี่ยนแปลงผังรายการให้สอดคล้องกับ ความนิยมและความต้องการของผู้ชม ความคล่องตัวนี้สถานีที่มีการจัดรายการเองจะมีความ คล่องตัวสูงกว่าสถานีที่มีหน่วยราชการ สถาบันและเอกชนร่วมจัดรายการ

๓.๕.๒. ความรวดเร็ว เป็นความสามารถในการจัดซื้อ จัดหา และผลิตรายการ เพื่อเตรียมออกอากาศได้ฉับไว ทันกับความต้องการของผู้ชมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ความรวดเร็วนี้จะขึ้นอยู่กับกรวางแผนจัดเตรียมรายการที่ออกอากาศอย่างเพียงพอ อำนาจการ ผลิต การเปลี่ยนแปลงการผลิต การจัดซื้อรายการเช่นประมูลการถ่ายทอดสดรายการต่าง ๆ รวมถึง การมีรายการสำรองเพื่อออกอากาศในกรณีที่มีรายการออกอากาศไม่ทันหรือเหตุขัดข้อง ก็จะ นำรายการสำรองมาออกอากาศแทนในช่วงเวลานั้น

๓.๕.๓. ประสิทธิภาพ ภาพพจน์ของสถานีจะเป็นส่วนที่สร้างศรัทธาให้เกิดขึ้นกับ กลุ่มผู้ชมได้ และยอมรับว่าเป็นสถานีที่เชื่อถือได้ ซึ่งเกิดจากการมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง เช่นมี เอกลักษณ์ของบุคคล เช่นผู้ประกาศ ผู้รายงานข่าว ผู้พากษ์ เอกลักษณ์ของรายการเช่น รูปแบบการนำเสนอข่าว ความแปลกของรายการและเทคโนโลยี ซึ่งเอกลักษณ์เหล่านี้ต้องใช้เวลา สร้างค่อนข้างนานจึงจะเกิดการยอมรับจากผู้ชมได้

๓.๕.๔. ความเชื่อถือ เป็นค่านิยมซึ่งเป็นความผูกพันของกลุ่มผู้ชมที่ได้รับ ประโยชน์จากสถานีกับสถานีต่าง ๆ ซึ่งให้ความไว้วางใจและยอมรับการบริการของสถานี ความ ผูกพันนี้จะเกิดขึ้นในเวลาใดเวลาหนึ่งจนเป็นความคุ้นเคยที่จะเปิดชมรายการของสถานีในช่วง เวลานั้น เช่น ช่วงเวลาข่าว ช่วงเวลาละครหลังข่าว หรือช่วงรายการการ์ตูน เป็นต้น

๓.๖. ระเบียบ กฎหมาย ข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการแพร่ภาพออกอากาศ ในส่วนนี้ William E. McCavett และ Peter K. Pringle (อ้างถึงวโรชา สุทธิรักษ์, ๒๕๓๖) กล่าวไว้ว่า ข้อบังคับต่าง ๆ ที่เป็นกรอบในการควบคุมรายการโทรทัศน์ มีส่วนต่อความเป็นอิสระในการจัดผัง รายการและการผลิตรายการ ซึ่งถ้าจะเปรียบเทียบข้อบังคับในสหรัฐอเมริกาหรือประเทศต่าง ๆ ในยุโรปกับประเทศไทย จะเห็นว่ามีแตกต่างกันอย่างมาก ในสหรัฐอเมริกาและประเทศใน ยุโรปจะมีการแบ่งช่วงเวลาในการออกอากาศอย่างชัดเจน ทั้งรายการข่าว ความรู้ และบันเทิง อีกทั้งยังให้ความเป็นอิสระอย่างเต็มที่ ซึ่งถึงแม้ว่าจะมีกฎระเบียบ ข้อบังคับก็ตาม แต่จะไม่เข้ามา ควบคุมอย่างใกล้ชิด จะปล่อยให้ควบคุมกันเอง เนื่องจากว่าแต่ละสถานีมีความรับผิดชอบสูงมาก ซึ่งผิดกับในประเทศไทยที่มีการควบคุมกันอย่างใกล้ชิด และสามารถตัดส่วนหนึ่งส่วนใดของราย การออกได้ทันทีโดยไม่ต้องมีการบอกผู้ผลิตล่วงหน้า แต่ในระยะหลังได้มีการผ่อนผันและให้อิสระ

เพิ่มมากขึ้น โดยให้แต่ละสถานีรับผิดชอบต่อรายการที่นำมาออกอากาศด้วยตัวเอง ทั้งที่เป็นรายการทั่วไปและรายการโฆษณา แต่ยังคงใช้กฎระเบียบเดิมของคณะกรรมการบริหารงานวิทยุกระจายเสียงและวิทยุ โทรทัศน์ (กบว.)

๔. การสำรวจผู้ฟังหรือผู้ชม จะต้องมีการทำอย่างสม่ำเสมอ เพราะมีส่วนในการพัฒนาและปรับปรุงผังรายการให้มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา การสำรวจผู้ชมนี้จะมีหน่วยงานที่ทำการสำรวจ แบ่งออกเป็น

๔.๑. ส่วนของสถานีโทรทัศน์ ในส่วนนี้สถานีโทรทัศน์แต่ละสถานีได้มีการสำรวจเป็นประจำตามความเหมาะสม โดยจะทำในลักษณะการสำรวจประชามติต่อการติดตามชมรายการทางสถานี เพื่อนำข้อมูลส่วนนี้ไปใช้ในการปรับปรุงการจัดผังรายการ และพิจารณาปรับปรุงเกี่ยวกับอัตราค่าเวลาของสถานีตามความเหมาะสม อย่างเช่นช่อง ๗ ออกแบบสอบถามเพื่อสำรวจประชามติ ที่ลงในหนังสือพิมพ์เป็นต้น

๔.๒. ส่วนของบริษัทเอกชน จะมีบริษัทเอกชนจัดตั้งขึ้นมาเพื่อสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับผู้ฟังหรือผู้ชมเพื่อที่จะได้ทราบถึงความต้องการและความนิยมของผู้ชมในแต่ละช่วงเวลา บริษัทที่ทำการสำรวจในลักษณะนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทตัวแทนโฆษณา (Advertising Agency) ซึ่งสามารถนำข้อมูลส่วนนี้ไปใช้ในการวางแผนการโฆษณาและยังจำหน่ายให้กับหน่วยงานที่ต้องการข้อมูลในส่วนนี้ อีกส่วนจะเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นมาเพื่อทำการสำรวจเก็บข้อมูลเพื่อขายข้อมูลโดยตรง อย่างเช่นบริษัทดีมาร์ เป็นต้น ซึ่งข้อมูลส่วนนี้มีส่วนสำคัญในการกำหนดอัตราค่าเช่าเวลาของสถานีด้วย

๕. บุคลากรของสถานีที่ใช้ในการจัดผังรายการ จะต้องมีบุคลากรที่เพียงพอและมีคุณภาพ เพื่อที่จะวางแผนจัดผังรายการให้สอดคล้องและมีความเหมาะสมกับผู้ชมในแต่ละช่วงเวลาให้เป็นไปตามนโยบายของสถานีอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงเป็นผู้ที่มีความสามารถในการพิจารณารายการที่เสนอเข้ามาเพื่อขอซื้อเวลาออกอากาศ เพื่อจะนำไปเป็นส่วนประกอบในการจัดผังรายการด้วย

๖. งบประมาณ เป็นส่วนที่มีความสำคัญและจำเป็นไม่น้อยกว่าปัจจัยอื่น ๆ เพราะการจะแพร่ภาพออกอากาศให้มีความกว้างไกลครอบคลุมพื้นที่ได้มากจะต้องมีการพัฒนาเทคโนโลยีทางด้านอุปกรณ์การรับและส่งสัญญาณภาพและเสียงอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ทันกับยุค

สมัยที่เปลี่ยนแปลงไป อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิตรายการ นอกจากนี้ยังรวมถึงงบประมาณสำหรับรองรับบุคลากรที่มีความสามารถในด้านต่าง ๆ ทั้งทางด้านเทคนิคและด้านบริหาร ตามจำนวนที่สถานีต้องการได้

William E. McCavett and Peter K. Pringle (อ้างถึงวโรชา สุทธิรักษ์, ๒๕๓๖) กล่าวไว้ว่า งบประมาณที่เป็นส่วนรายได้ของทางสถานี นอกจากจะมาจากค่าเช่าเวลาออกอากาศซึ่งถือว่าเป็นรายได้ประจำของทางสถานีแล้ว ยังได้จากสปอนเซอร์โฆษณาในรายการข่าว ซึ่งสถานีเป็นผู้ผลิต และมีอัตราค่าโฆษณาในอัตราที่สูงถึงเลข ๖ หลักเลยทีเดียว และนอกจากนี้ยังมีรายได้ที่เป็นปลีกย่อยอีกมากมาย เช่น รายได้จากเช่าห้องส่งและอุปกรณ์ในการบันทึกเทปรายการ รายได้จากเช่าอุปกรณ์ถ่ายทอดรายการออกอากาศ รายได้จากการทำรายการนอกสถานที่โดยใช้นักข่าวของทางสถานี เป็นต้น

นอกจากนี้แต่ละสถานียังได้มีการแบ่งประเภทของรายการโทรทัศน์ไว้อย่างชัดเจนตามระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. ๒๕๑๘ ซึ่งราชการสำนักนายกรัฐมนตรีประกาศให้ใช้เมื่อวันที่ ๒ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๑๘ ดังนี้ (อ้างถึงศิริพร กิตติชัชวาล, ๒๕๓๖)

ข้อที่ ๓๐ ว่าด้วยสถานีจะต้องจัดวางแผนผังรายการหลัก โดยจัดแบ่งรายการออกตามประเภทที่กำหนดคือ

๑. รายการประเภทข่าวหมายถึงรายการที่มีเนื้อหาให้ความรู้ความเข้าใจในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ฯลฯ

๒. รายการประเภทความรู้ แบ่งเป็น ๒ ประเภทคือ

๒.๑. รายการส่งเสริมการศึกษาสำหรับประชาชนทั่วไป เช่น รายการสารคดี

๒.๒. รายการสอนโดยตรง เสนอเป็นชุดตามหลักสูตร เช่น รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง หรือมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

๓. รายการประเภทบันเทิง แบ่งออกเป็น ๓ ประเภทคือ

๓.๑. รายการประเภทละคร มีทั้งแบบจบในตอน (ตอนเดียวจบ) และละครเรื่องยาวแบบต่อเนื่อง

ละครแบบจบในตอน แบ่งออกเป็น ๒ แบบคือ

๑) จบในตอนแบบแต่ละตอนไม่สัมพันธ์กัน และตัวละครไม่ได้เป็นชุดเดียวกัน เช่น ปากกาทอง เป็นต้น

๒) จบในตอนแบบแต่ละตอนไม่สัมพันธ์กัน แต่ตัวละครเป็นชุดเดียวกัน คนแสดงคนเดียวกัน เช่น ละครเรื่องม่าย, ละครเรื่องสามหนุ่มสามมุม

ละครแบบต่อเนื่อง (Series) คือแต่ละตอนมีความสัมพันธ์กันตั้งแต่เริ่มจนจบ มีตัวละครชุดเดียวกัน เช่น ละครเรื่องยามเมื่อลมพัดหวน, ละครเรื่องไฟรักอสูร, ละครเรื่องนางทาส เป็นต้น

๓.๒.รายการประเภทดนตรี แบ่งออกเป็น ๒ แบบ

๓.๒.๑.รายการประเภทมิวสิควีดีโอ นำเสนอเฉพาะมิวสิควีดีโอเป็นส่วนใหญ่ แต่จะมีการจัดรายการรูปแบบอื่นประกอบด้วย เช่นมีการเล่นเกมส์ ตอบปัญหา หรือมีช่วงสลับ ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มสีสันให้กับรายการ

๓.๒.๒.รายการประเภทคอนเสิร์ต เป็นรายการที่ออกอากาศโดยนำเสนอเฉพาะภาพคอนเสิร์ตมาออกอากาศตลอดช่วงเวลา เช่น คอนเสิร์ตของศิลปินจากค่ายเพลงต่าง ๆ หรือจากต่างประเทศ

๓.๓.รายการประเภทปกิณกะบันเทิง เป็นรายการทั่วไปโดยไม่เฉพาะเจาะจงว่าเน้นหนักด้านใด อย่างเช่นอาจจะเป็นรายการเพลงแต่มีเนื้อหาประเภทตลกสอดแทรกอยู่ด้วย หรือเป็นรายการประเภทวาไรตี้โชว์ (Variety Show)

๔. รายการประเภทโฆษณาการบริการธุรกิจ เช่นรายการข่าวสังคมธุรกิจ เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์องค์กรใดองค์กรหนึ่ง เป็นต้น

การจัดผังรายการนอกจากจะมีส่วนประกอบที่จะต้องพิจารณาทั้งภายนอกและภายในแล้ว ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดผังรายการก็มีส่วนสำคัญ ที่จะทำให้ผังรายการนั้นประสบความสำเร็จได้

ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องต่อการจัดผังรายการโทรทัศน์

การวิจัยในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการวิจัยออกเป็น ๔ ส่วนด้วยกันคือ

๑. การพิจารณาในส่วนของแหล่งที่มาสำหรับการจัดผังรายการ
๒. ปัจจัยที่ทำให้ผังรายการโทรทัศน์ประสบความสำเร็จ
๓. กลยุทธ์ที่ใช้ในการจัดผังรายการ
๔. ปัจจัยที่ทำให้เกิดการติดตามชมรายการ

๑. การพิจารณาในส่วนของแหล่งที่มาสำหรับการจัดผังรายการ

นอกจากความสำคัญในส่วนของสถานีแล้ว การจัดผังรายการจะเสร็จสมบูรณ์และเป็นที่ยอมรับให้ผู้ชมให้ติดตามชมรายการไม่ได้ ถ้าไม่มีรายการที่ดีและน่าสนใจเสนอเข้ามาเพื่อซื้อเวลาในการออกอากาศในช่วงเวลาต่าง ๆ ซึ่งการจัดผังรายการโทรทัศน์ในเชิงการค้า นอกจากจะพิจารณาว่าจะมีรายการออกอากาศเต็มเวลาแล้ว ยังต้องพิจารณาปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอีก ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพของรายการ ความแปลกใหม่และความหลากหลายของรายการ ซึ่งรายการแต่ละประเภทจะมาจากหลายแหล่งด้วยกัน ซึ่ง Edwin T. Vane และ Lynne S. Gross (1994) ได้กล่าวถึงแหล่งที่มาของรายการในการจัดผังรายการคือ

๑.๑. บริษัทผลิตรายการหลัก

เป็นบริษัทใหญ่ที่ผลิตรายการป้อนให้กับสถานีโทรทัศน์เพื่อแพร่ภาพออกอากาศเป็นประจำ ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อการจัดผังรายการของสถานีโทรทัศน์ เพราะบริษัทต่าง ๆ เหล่านี้มีความมั่นคงในหลายด้านอาทิ

๑) สถาบันการเงิน บริษัทที่ดำเนินธุรกิจรายใหญ่จะมีความมั่นคงในด้านการเงิน ซึ่งความมั่นคงในด้านนี้จะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้หน่วยงานหรือองค์การดำเนินงานไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริษัทที่ผลิตรายการโทรทัศน์ สถาบันการเงินมีส่วนสำคัญในการผลิตรายการที่มีคุณภาพ เพราะการผลิตรายการแต่ละรายการจะต้องใช้งบประมาณค่อนข้างสูง ซึ่งมีส่วนประกอบในการผลิตรายการหลายส่วนเช่น

๑.๑) ด้านเครื่องมืออุปกรณ์ การผลิตรายการให้มีคุณภาพและน่าสนใจจะต้องอาศัยเทคนิคในการผลิตอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์เครื่องมือในการถ่ายทำ การตัดต่อ การลำดับภาพ การบันทึกเสียง ตลอดจนเทคนิคพิเศษที่เพิ่มสีสันให้เกิดความน่าสนใจ ทั้งเทคนิคทางด้านแสง สี ส่วนประกอบของภาพเช่น การกวาดภาพ การใช้ตัวอักษรประกอบในภาพหรือการใช้คอมพิวเตอร์กราฟฟิกประกอบในภาพเป็นต้น เครื่องมืออุปกรณ์อันทันสมัยที่สมบูรณ์เหล่านี้ จะต้องอาศัยเงินทุนเป็นจำนวนมาก ซึ่งถ้าเป็นองค์กรที่เล็กหรือมีสถาบันทางการเงินไม่มั่นคงเท่าที่ควรก็ไม่สามารถที่จะมีอุปกรณ์เหล่านี้ได้อย่างครบครันได้

๑.๒) กำลังคน กระบวนการในการผลิตรายการโทรทัศน์ เป็นกระบวนการผลิตที่สลับซับซ้อน มีส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างมากมาย จึงต้องอาศัยกำลังคนเป็นจำนวน

มาก บริษัทที่ใหญ่หรือบริษัทที่มีสถาบันการเงินที่มั่นคง จึงจะสามารถรองรับจำนวนคนที่มากนี้ได้ ทำให้ไม่เกิดปัญหาการขาดแคลนกำลังคน

๑.๓) เจ้าหน้าที่ที่มีประสิทธิภาพ องค์กรนอกจากจะมีกำลังคนที่เพียงพอและมีเครื่องมืออุปกรณ์ในการผลิตรายการที่ทันสมัยแล้ว แต่ถ้าขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ และความชำนาญในการใช้เครื่องมือเหล่านั้นได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ การผลิตก็อาจจะไม่มีประสิทธิผลอย่างเต็มที่ ซึ่งบุคลากรที่มีส่วนสำคัญอย่างมากอีกส่วนก็คือ ฝ่ายสร้างสรรค์รายการ จะเป็นฝ่ายที่มีความคิดสร้างสรรค์รายการที่แปลกแหวกแนว น่าสนใจ สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ชมได้เป็นอย่างดี ฝ่ายนี้จึงมีความสำคัญต่อการผลิตรายการเป็นอย่างมาก ซึ่งบุคลากรที่ใช้ในส่วนนี้ต้องเป็นบุคลากรที่มีความสามารถสูง ค่าตอบแทนบุคลากรจึงต้องมีอัตราสูงตามไปด้วย บริษัทที่มีเงินทุนมากก็สามารถมีบุคลากรในส่วนนี้ได้มาก ก็จะสามารถทำให้รายการที่ผลิตออกมาเป็นที่น่าสนใจ และมีผู้ชมติดตามชมเป็นจำนวนมากได้

เมื่อมีส่วนต่าง ๆ ในกระบวนการผลิตรายการอย่างครบครันและเพียงพอแล้ว ทำให้กำลังในการผลิตรายการมีมาก สามารถผลิตงานได้ครั้งละหลายรายการเพื่อป้อนให้กับสถานีได้ ซึ่งนอกจากจะเป็นรายการที่ผลิตโดยบริษัทเป็นเจ้าของแล้ว ยังสามารถรับผลิตรายการให้กับหน่วยงานต่างได้อีกอย่างมากมาย ในประเทศไทยก็เช่น บริษัทเจ เอส แอล จำกัด บริษัทในเครือกันตนา บริษัทมีเดียออฟมีเดียส์ เป็นต้น

๑.๒.บริษัทเอกชนผลิตรายการทั่วไป

เป็นบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็กทั่วไปที่ดำเนินงานเกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์เหมือนพวกแรก แต่อาจจะเป็นบริษัทที่มีเครื่องมืออุปกรณ์น้อยกว่า มีบุคลากรในการดำเนินงานน้อยกว่า หรืออาจจะเป็นบริษัทที่ดำเนินการเฉพาะอย่างเท่านั้น เช่น ดำเนินงานในการสร้างสรรค์รายการ โดยมีบุคลากรที่ชำนาญเฉพาะ แต่ในระดับการผลิตจะต้องจ้างอีกบริษัทเพื่อถ่ายทำเป็นต้น งานที่เห็นได้ชัดเจนก็คืองานโฆษณา และนอกจากนี้ยังอาจจะมีผลิตรายการที่เป็นของตนเองด้วยก็ได้

๑.๓.หน่วยงานที่มีความชำนาญพิเศษในการผลิต

ผู้ผลิตรายการบางคนจะไม่พยายามครอบครองสื่อทั้งหมด หรือต้องการมีรายการของตนออกอากาศในสื่อทุกชนิดที่มีอยู่ จะมีเพียงรูปแบบรายการเพียงแบบเดียวเท่านั้น แต่จะมีการ

เปลี่ยนแปลงพัฒนาให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค หน่วยงานประเภทนี้อาจไม่มีการผลิตรายการเป็นของตนเอง แต่จะทำงานเฉพาะอย่างเท่านั้น เช่น บริษัทบันทึกเสียง จะรับบันทึกเสียงเฉพาะงานเท่านั้น บริษัทรับตัดต่อภาพ บริษัทที่มีหน้าที่จัดแสง สี เสียง ในการผลิตรายการ บริษัทที่จัดการเกี่ยวกับเครื่องแต่งกาย ทำผม แต่งหน้า เป็นต้น ซึ่งบริษัทเหล่านี้ก็มีส่วนในการสร้างงานให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น เรียกว่าเป็นผู้แต่งเติมให้เกิดสีสันในการผลิตรายการก็ได้

๑.๔. ผู้ผลิตจากต่างประเทศ

แหล่งของรายการที่จะนำมาออกอากาศ นอกจากจะเป็นรายการที่ผลิตจากบริษัทผู้ผลิตทั้งใหญ่และเล็กแล้ว ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้ผลิตที่อยู่ในประเทศ แต่ก็ยังมีรายการอื่น ๆ ที่เป็นของบริษัทที่ผลิตจากต่างประเทศ แล้วได้รับการนำมาออกอากาศ รายการต่าง ๆ เหล่านี้ส่วนใหญ่ได้รับการซื้อลิขสิทธิ์เพื่อที่จะนำมาออกอากาศ รายการที่นำเข้ามาเนี้มาจากทุกแห่งทั่วโลก เป็นรายการประเภทต่าง ๆ อาทิ เกมโชว์ สารคดี รายการตลก ภาพยนตร์เรื่องยาวและเป็นตอน ๆ (Mini Series)

สำหรับในประเทศไทย รายการต่างประเทศที่นำมาออกอากาศส่วนมากจะเป็น ภาพยนตร์ มีทั้งภาพยนตร์เรื่องยาวและเป็นตอน ๆ

๑.๕. บริษัทโฆษณา

บริษัทโฆษณาในสหรัฐอเมริกาที่มีส่วนสำคัญในการวางผังรายการ เพราะถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของรายการ เป็นการผลิตรายการชนิดหนึ่งที่ต้องอาศัยทักษะ ความรู้ ความสามารถ เพื่อที่จะผลิตงานโฆษณาออกมา งานโฆษณานี้สามารถที่จะสร้างความบันเทิง ความเพลิดเพลินให้กับผู้ชมได้ ดังจะเห็นได้ว่า สหรัฐอเมริกามีการแบ่งช่องสำหรับโฆษณาไว้อย่างชัดเจน แต่สำหรับในประเทศไทยก็เริ่มให้ความสำคัญกับงานโฆษณา แต่ยังไม่สามารถแบ่งอย่างชัดเจนเหมือนในอเมริกา และก็ยังไม่ถือว่าเป็นส่วนที่มีความสำคัญในการจัดผังรายการ นอกจากนี้บริษัทโฆษณบางบริษัท นอกจากจะรับผลิตงานโฆษณาแล้ว ยังรับผลิตรายการอื่น ๆ อีกด้วย เพราะบริษัทโฆษณาเป็นบริษัทที่มีอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทำค่อนข้างจะเพียบพร้อมสมบูรณ์

๑.๖.รายการของทางสถานี

นอกจากจะมีรายการที่ผลิตโดยหน่วยงานต่าง ๆ แล้ว รายการที่เป็นของสถานีโดยตรงที่มีการผลิตเอง ถ่ายทำเอง ออกอากาศเอง และมีการขายโฆษณาเองก็มีหลายรายการ ดังที่จะเห็นได้ชัดที่สุดก็คือรายการข่าวนั่นเอง

๑.๗.รายการที่ผู้ผลิตว่าจ้างให้สถานีผลิตรายการ

เป็นรายการที่สถานีได้รับการว่าจ้างให้ผลิตรายการ โดยจะรับผิดชอบในส่วนของการจัดฉาก สถานี ให้เช่าห้องส่งเพื่ออัดรายการ ตัดต่อ บันทึกเสียง โดยบริษัทที่ผลิตงานจะว่าจ้างเครื่องมือ อุปกรณ์ ตลอดจนเจ้าหน้าที่ในการถ่ายทำรายการ

๑.๘.อิทธิพลของสถานี

สถานีโทรทัศน์ช่องใดก็ตามที่มีการจัดผังรายการได้อย่างสมบูรณ์ลงตัว มีรายการออกอากาศเหมาะสมกับช่วงเวลา ซึ่งได้มีการแบ่งช่วงเวลาในการออกอากาศไว้อย่างชัดเจน รายการที่ออกอากาศทางสถานีนั้น ก็จะได้รับ ความสนใจจากผู้ชมเป็นจำนวนมาก ทำให้เป็นสถานีที่ได้รับความนิยม ดังนั้นการจัดผังรายการก็ถือว่าเป็นเรื่องที่สำคัญต่อสถานี ซึ่งจะต้องมีการพิจารณาอย่างรอบคอบ ก่อนที่จะกำหนดเป็นผังรายการออกมา

๑.๙.กำลังในการขาย

เป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่า สถานีโทรทัศน์มีรายได้หลักจากการขายเวลาในการออกอากาศ ซึ่งกำลังในการขายเวลาจะขายได้ง่ายหรือยาก ก็ขึ้นอยู่กับ การจัดผังรายการดังที่ได้กล่าวในตอนต้นแล้ว เพราะถ้าสถานีได้รับความสนใจจากผู้ชมมาก ผู้ผลิตรายการก็ต้องการที่จะนำรายการที่ผลิตมาออกอากาศทางสถานีนั้น และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าสถานีได้รับความสนใจจากผู้ชมเป็นจำนวนมาก อัตราค่าเช่าเวลาของสถานีก็มีราคาสูงขึ้นด้วย ทำให้สถานีมีรายได้หลักเพิ่มมากขึ้นด้วย

๑.๑๐.ส่วนที่เกี่ยวกับสถาบันการเงิน

สถาบันการเงิน เป็นส่วนที่สำคัญที่สุดของหน่วยงาน ถ้าหน่วยงานใดมีสถาบันการเงินที่มั่นคง ก็สามารถที่จะดำเนินต่อไปได้อย่างมั่นคงเช่นกัน แต่ถ้าสถาบันการเงินไม่มั่นคง โอนไป

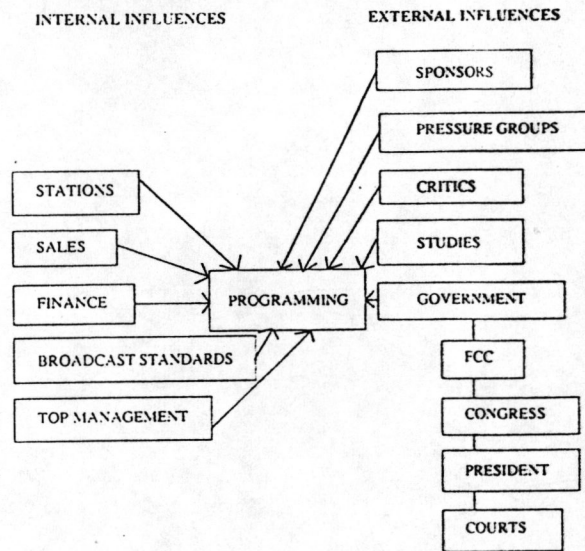
โอนมา การดำเนินงานของหน่วยงานก็เป็นไปอย่างไม่ราบรื่น จนในที่สุดไม่อาจจะดำเนินงานต่อไปได้

ดังที่กล่าวมาแล้วว่า รายได้หลักของสถานีโทรทัศน์ก็คือการขายเวลาในการออกอากาศ ถ้าสถานีได้รับความนิยม ก็มีรายได้มาก ถ้าไม่ได้รับความนิยม ก็มีรายได้น้อย ซึ่งสถานีใดสามารถที่จะเป็นผู้นำได้ ที่เรียกว่าได้รับความนิยมจากผู้ชม ผู้ผลิตก็มีความต้องการที่จะนำรายการมาออกอากาศ เวลาที่มีอยู่ก็ขายหมดและในอัตราค่อนข้างสูง ก็จะส่งผลให้สถาบันการเงินมีความมั่นคงมากขึ้น ซึ่งส่วนนี้ก็จะได้นำไปพัฒนาในด้านต่าง ๆ ของสถานี ไม่ว่าจะเป็นด้านอุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการถ่ายทำ การขยายกำลังส่ง ฯลฯ เพื่อให้สถานีเป็นผู้นำสื่อประเภทนี้ได้

๑.๑๑.สปอนเซอร์หรือผู้อุปถัมภ์รายการ

สถานีที่ได้รับความนิยม ผู้ผลิตก็ต้องการที่จะนำรายการของตนมาออกอากาศแพร่ภาพในสถานีนั้น เพราะอย่างน้อยก็จะมีผู้ชมที่ติดตามชมรายการ เมื่อรายการได้มีการออกอากาศในสถานีที่ได้รับความนิยม ก็จะสามารถดึงดูดใจสปอนเซอร์ให้มาลงโฆษณาในรายการที่ได้ออกอากาศยังสถานีนั้น ซึ่งสปอนเซอร์ที่ลงโฆษณาในรายการแต่ละรายการ เป็นแหล่งที่สร้างรายได้ให้กับผู้ผลิตรายการเป็นอย่างมาก ถ้ามีสปอนเซอร์มาก ๆ ก็ทำกำไรได้มาก และสามารถผลิตรายการป้อนให้กับสถานีได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งรายการที่ได้ออกอากาศ ณ สถานีที่ได้รับความนิยม จะเป็นที่ได้รับความไว้วางใจจากสปอนเซอร์ ที่เขาจะได้รับความคุ้มครองในการลงโฆษณาในรายการ (ความคุ้มครองก็คือ การลงโฆษณา ๑ ครั้งจะมีผู้ชมเห็นโฆษณาเป็นจำนวนมาก ซึ่งยิ่งมากเท่าไรก็ยิ่งมีความคุ้มเท่านั้น) นอกจากนี้ในส่วนของสถานีโทรทัศน์ เมื่อสถานีมีการจัดผังรายการได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีผู้ชมติดตามชมมาก รายการที่สถานีผลิตเองก็ได้รับความนิยมมากขึ้นเช่นกัน ทำให้มีโอกาสในการขายโฆษณา ซึ่งถือว่าเป็นรายได้สนับสนุนสถานีอีกทางหนึ่งที่นับได้ว่ามากพอสมควรเลยทีเดียว ที่เห็นได้ชัดก็คือ รายการข่าว ในปัจจุบันนี้อัตราค่าโฆษณาในช่วงรายการข่าวของทั้ง ๔ สถานี มีอัตราค่าโฆษณาตั้งแต่ ๘๐,๐๐๐ - ๑๐๐,๐๐๐ บาทต่ออนาที ซึ่งสูงหรือต่ำนั้นขึ้นอยู่กับความนิยมของแต่ละสถานี

การจัดผังรายการของสถานีโทรทัศน์อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับช่วงเวลา มีส่วนที่ทำให้เกิดผลพลอยได้แก่สถานีหลายประการดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ซึ่งพอจะเขียนเป็นภาพความสัมพันธ์ในการจัดผังรายการได้ตามแนวความคิดของทั้งสองคนได้ดังนี้



(๑) ภาพแหล่งที่มาในการจัดผังรายการของ Edwin T. Vane และ Lynne S. Gross (1994)

๒. ปัจจัยที่ทำให้การจัดผังรายการประสบความสำเร็จ

นอกจากแหล่งที่มาของรายการที่เป็นส่วนส่วนสำคัญในการจัดผังรายการแล้ว Edwin T. Vane and Lynne S. Gross (1994) ยังได้กล่าวถึงส่วนที่จะทำให้การจัดผังรายการประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพมากขึ้นโดยพิจารณาจากส่วนต่าง ๆ คือ

๑. วัตถุประสงค์ในการจัดผังรายการ (Programming Objectives)

เพื่อให้การพิจารณารายการที่จะนำมาวางแผนออกอากาศในตารางเวลา เป็นไปในทางเดียวกันและสอดคล้องกับนโยบายหลักของสถานี อย่างเช่นเน้นหนักไปทางด้านการค้า การศึกษา การกีฬาหรือความรู้ต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดสัดส่วนของรายการที่ออกอากาศ

๒. ความเป็นไปได้ที่ไปถึงผู้รับได้อย่างกว้างที่สุด (Widest Possible Audience)

วัตถุประสงค์ของแต่ละรายการทั้งรายการทั่วไปและรายการโฆษณาที่ออกอากาศทางแต่ละสถานี ย่อมมีความเหมือนกันอย่างหนึ่งก็คือ ต้องการให้มีผู้ชมได้เห็นหรือติดตามชมรายการได้มากที่สุด นอกจากจะต้องสร้างสรรค์รูปแบบรายการให้เป็นที่น่าสนใจแล้วย่อมต้องเลือกสถานีที่ออกอากาศอีกด้วย เพื่อให้เกิดความคุ้มในการออกอากาศ ซึ่งก็ต้องเลือกออกอากาศในสถานีที่ได้รับคามนิยมจากผู้ชมเป็นจำนวนมากด้วย ดังนั้นการจัดผังรายการของสถานีโทรทัศน์ ก็จะต้องทำอย่างพิถีพิถันอย่างต่อเนื่องเพื่อดึงดูดผู้ชมให้ติดตามชมรายการของสถานีของตน พร้อมกันนั้นต้องพยายามรักษาจำนวนผู้ชมที่มีอยู่ไว้อย่างเหนียวแน่นด้วย

๓. กลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง (A Specific Target Audience)

แต่ละรายการจะมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของรายการเอาไว้อย่างชัดเจน ดังนั้นการจัดผังรายการของแต่ละสถานีจะต้องจัดอย่างสอดคล้องกับกลุ่มผู้ชมในแต่ละช่วงเวลาด้วย ซึ่งจะมีการแบ่งอย่างชัดเจนว่า ช่วงเวลาไหนควรจะเป็นรายการสำหรับเด็ก รายการสำหรับผู้ใหญ่ รายการสารคดี หรือรายการเพื่อการศึกษาทั่วไป อย่างเช่นช่วงเวลาสำหรับเด็ก ในช่วงเวลา ๑๗.๓๐ - ๑๘.๓๐ น. ก็เลือกรายการสำหรับเด็กเป็นต้น

๔. ความมีชื่อเสียงของรายการ (Prestige)

โอกาสที่จะเป็นประโยชน์ในทางการค้าและจะนำมาซึ่งรายได้ให้กับรายการและสถานีก็คือความมีชื่อเสียง อย่างเช่นเป็นสถานีที่ได้รับคามนิยมจากผู้ชม มีจำนวนผู้ชมมากที่สุด หรือเป็นรายการที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมที่ติดตามชม ก็จะมีสปอนเซอร์อยากมาลงโฆษณาในรายการหรือในสถานี อย่างเช่นถ้าจะพูดถึงความกว้างที่จะมีผู้ชมชมรายการมากก็จะนึกถึงช่อง ๗ ก่อนเป็นอันดับแรก

๕. รางวัล (Awards)

รางวัลจะเป็นเครื่องยืนยันว่าเป็นรายการที่ดีเยี่ยม มีคุณภาพ รายการต่าง ๆ เหล่านี้ ผู้ผลิตรายการต่างก็พัฒนาเพื่อให้ได้มาซึ่งเกียรตินี้ ซึ่งจะทำได้หาผู้สนับสนุนรายการได้ง่ายกว่ารายการที่ไม่มีเกียรตินี้รับประกัน ส่วนสถานีถ้าหากมีการคัดเลือกรายการออกอากาศที่มีคุณภาพก็จะได้รับเกียรติเหล่านี้ไปด้วย ซึ่งเป็นการยืนยันด้วยเช่นกันว่าเป็นสถานีที่ได้ให้รายการที่มีคุณภาพแก่ผู้ชม ก็จะดึงดูดใจผู้ชมให้ติดตามชมรายการของสถานีนั้นด้วย แต่ในส่วนรายการในภาคหลังเที่ยงคืนยังไม่มีรายการใดที่ได้รับรางวัล เพราะยังเป็นช่วงเวลาที่ไม่มีใครสนใจ และต้นทุนในการผลิตรายการยังมีไม่ใครกล้าทุ่มมากพอที่จะไปแข่งกับรายการในภาคอื่นได้ ก็เป็นเพียงแข่งกับรายการในช่วงเวลาเดียวกันเท่านั้น

๖. แรงดึงดูดใจพื้นฐานต่อผู้ชม (Fundamental Appeals to an Audience)

รายการที่จะประสบผลสำเร็จจนได้รับความนิยมได้นั้น จะต้องเป็นรายการที่สามารถสร้างแรงดึงดูดใจผู้ชมให้ติดตามชมรายการได้เป็นอย่างดี ซึ่งก็จะทำให้ติดสถานีที่ออกอากาศเหล่านั้นด้วย ซึ่งนอกเหนือจากที่ได้กล่าวตามแนวความคิดของ Head แล้ว Edwin T. Vane และ Lynne S. Gross (1994) ยังได้กล่าวถึงแรงดึงดูดใจพื้นฐานอีกคือ

๖.๑. ข่าวหนัก (Hard News) เป็นข่าวคราวความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้น ที่มีการรายงานตลอด ๒๔ ชั่วโมง ในประเทศสหรัฐอเมริกาและยุโรป ส่วนในประเทศไทยจะมีการรายงานในช่วงสุดท้ายในช่วง ๒๔.๐๐ น. เท่านั้น

๖.๒. ข่าวทั่วไป (Soft News) เป็นข่าวคราวซุบซิบ ข่าวคราวในแวดวงบันเทิง หรือเป็นรายการที่เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ ส่วนเหล่านี้ก็มีสอดแทรกอยู่ในรายการที่ออกอากาศในภาคหลังเที่ยงคืน

๖.๓. ดนตรี (Music) ถ้าเป็นรายการในต่างประเทศจะเป็นรายการเกี่ยวกับดนตรีทั้งในและนอกประเทศ แต่สำหรับในประเทศไทย รายการในภาคหลังเที่ยงคืนจะเป็นรายการของคนไทยทั้งสิ้น ทั้งผู้ดำเนินรายการและศิลปินที่เสนอในรายการ ยกเว้นรายการที่ออกอากาศทางดาวเทียมและเคเบิลทีวี

๖.๔. สุขนาฏกรรม (Comedy) รายการที่ออกไปในทางสนุกสนาน เพื่อที่ผู้ชมจะได้หลีกหนีความตึงเครียด เพื่อความรู้สึกที่ดีกว่า รายการโทรทัศน์ส่วนใหญ่จึงเป็นรายการบันเทิงที่สอดแทรกความสนุกสนาน ความตลกขบขันลงในรายการ (ดังที่ได้กล่าวในแนวความคิดของ Head)

๖.๕. ละคร (Drama) หนึ่งในผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่ประสบความสำเร็จอย่างมากคือ Alan Landsburg (1989) กล่าวว่า รายการโทรทัศน์ที่จะดึงดูดใจผู้ชมได้เป็นอย่างดีนั้นไม่พ้น ๓ เรื่องคือ เรื่องเพศหรือความรัก เรื่องเงิน และเรื่องพลัง

๖.๖. เรื่องเพศหรือเรื่องความรัก (Sex) เพราะเรื่อง que เข้าใจกันง่ายในความรู้สึกของความรักที่โรแมนติก ซึ่งเป็นความต้องการที่ซ่อนอยู่ในใจของทุกคน ดังที่เห็นเรื่องราวในเพลงหรือมิวสิกวิดีโอจะต้องเกี่ยวข้องกับความรักทั้งสิ้น ทั้งที่สมหวังและผิดหวัง ทั้งความรักของหนุ่มสาวและเพื่อน และไม่ต้องมีการอธิบายมาก เพียงแค่ดูภาพประกอบเพลงก็จะทำให้สามารถเข้าใจเพลงได้ลึกซึ้งมากกว่าฟังเพลงอย่างเดียว

๖.๗. เรื่องเงิน (Money) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตความเป็นอยู่ และเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต ซึ่งการสร้างคามฝันที่ทำให้รวยได้อย่างรวดเร็ว นั้น เป็นสิ่งที่ทุกคน

ต้องการ รายการต่าง ๆ ที่เสนอเกี่ยวกับเรื่องเงินจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจของผู้ชมโดยเฉพาะอย่างยิ่งเกี่ยวกับการเสี่ยงหรือโชคกลาง คือ รายการเกมสโว์ ที่คงได้รับความนิยมมาอย่างต่อเนื่อง แต่รายการประเภทในรายการภาคหลังเที่ยงคืนยังไม่มี

๖.๘ เรื่องพลังหรือความมีอำนาจ (Power) เป็นเรื่องที่สามารถสร้างแรงดึงดูดใจต่อผู้ชมได้ อย่างเช่นละครที่แสดงถึงความยิ่งใหญ่ของราชวงศ์ต่าง ๆ ความยิ่งใหญ่ของบุคคลในประวัติศาสตร์ เป็นต้น

๗. คุณสมบัติที่ทำให้ประสบความสำเร็จ (Qualities Tied to Success)

๗.๑. ความขัดแย้ง (Conflict)

เป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่สุดของรายการ จะเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ชมสนใจอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งละคร หรือเป็นรายการสนทนา รายการประเภทนี้มีให้เห็นในรายการภาคหลังเที่ยงคืนหลายรายการอย่างเช่น รายการเพลงก็จะนำเสนอในมิวสิกวิดีโอ ดังที่กล่าวมาแล้ว ในรายการภาพยนตร์ เช่น ฮอลลีวูดฟิล์ม หรือในรายการกีฬาที่ต้องการเพียงสิ่งเดียวก็คือ การเอาชนะกันซึ่งก็ทำให้ผู้ชมมีส่วนร่วมไปกับการแข่งขันด้วย

๗.๒. ความคงทนของรายการ (Durability)

การที่จะประสบความสำเร็จโดยรายการสามารถออกอากาศได้อย่างต่อเนื่องนั้น ไม่ได้ขึ้นอยู่กับตัวรายการหรือวัตถุดิบที่เป็นส่วนประกอบของรายการเท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับกลไกที่จะสามารถเข้าถึงผู้ชมได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นนักจัดผังรายการจะต้องทำการทดสอบถึงสิ่งที่จะนำเสนออย่างระมัดระวัง เพื่อให้แน่ใจว่ารายการที่ออกอากาศไปนั้นจะได้รับความสนใจจากผู้ชมได้เป็นอย่างดี อย่างเช่นละครหลังข่าว จะต้องเป็นละครที่ผู้จัดผังรายการคาดว่าจะได้รับความสนใจจากผู้ชมได้ดี เพื่อแข่งขันกับสถานีอื่นในช่วงเวลาเดียวกัน ส่วนรายการในภาคหลังเที่ยงคืนรายการที่ได้รับความนิยมจะเป็นรายการที่มีการออกอากาศอย่างต่อเนื่องจนผู้ชมจำได้ อย่างเช่นรายการเที่ยงคืนชะชะซ่า รายการวันจันทร์มันดี เป็นต้น

๗.๓. พลังงาน (Energy)

เป็นการเพิ่มความรู้สึกตื่นเต้นลงในรายการหรือการแสดง เพื่อที่จะดึงดูดความสนใจจากผู้ชมให้ติดรายการและไม่เปลี่ยนไปชมรายการในช่องอื่น

๓.กลยุทธ์ในการจัดผังรายการ

นอกจากนี้ Edwin T. Vane และ Lynne S. Gross (1994) ก็ยังได้กล่าวอีกว่า กลยุทธ์ในการจัดผังรายการ (Scheduling Strategies) ก็มีสิ่งที่ทำให้ผู้ชมติดตามชมรายการที่สถานีของตน ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวนี้มีลักษณะต่าง ๆ คือ

๑.Fill the Show to the Available Audience

เป็นการจัดรายการโทรทัศน์ให้เหมาะสมกับผู้ชม อย่างเช่น หนังสือ - ผจญภัย สำหรับผู้ชาย, รายการเพลง สำหรับวัยรุ่นหรือรายการทอล์คโชว์และเกมส์โชว์สำหรับผู้หญิงสูงอายุ

๒.Dayparting

เป็นการจัดรายการให้เหมาะสมกับผู้ชมที่มีความต้องการและอารมณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้ชมในแต่ละช่วงเวลาในแต่ละวัน เพื่อพิจารณาว่าควรจะเสนออะไรและอย่างไรในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน อย่างเช่นในตอนเช้าที่คนตื่นขึ้นก็ต้องการข่าวสาร เพื่อการวางแผนการทำงานในแต่ละวัน อย่างเช่นข่าวสารเกี่ยวกับอุณหภูมิ การจราจร ส่วนในช่วง Mid - afternoon ก็เป็นรายการสำหรับเด็กที่เพิ่งกลับจากโรงเรียน ส่วนในช่วงตอนเย็น (Evening) ก็ควรเป็นรายการที่ดูแล้วผ่อนคลายความตึงเครียด

๓.Lunching the Show : The First Strategy

รายการที่จะประสบความสำเร็จ อย่างแรกจะต้องมุ่งถึงผู้ชมเพื่อที่จะทำให้ผู้ชมทราบถึงรายการก่อน ซึ่งถ้าหากว่าผู้ชมไม่ทราบก็จะทำให้รายการไม่เป็นที่รู้จักและมีจำนวนผู้ชมน้อย แต่ถ้าเป็นรายการที่ผู้ชมรู้จัก ก็จะทำให้รายการสามารถมีผู้ชมติดตามสูงได้

๔.Hammocking

เป็นกลยุทธ์โดยการใช้รายการที่ดีที่สามารถดึงดูดใจผู้ชมให้ติดตามชมรายการ ๒ รายการติดต่อกัน เพื่อเป็นการดึงดูดผู้ชมติดตามชมรายการของสถานีนั้นอย่างต่อเนื่อง

๕.Counterprogramming

เป็นกลยุทธ์ที่ใช้ช่วงเวลาที่ไม่มีรายการที่น่าสนใจออกอากาศ หรือช่วงเวลาที่ผู้ชมในช่วงนี้ถูกละเลย โดยสร้างความพอใจให้เกิดขึ้นกับผู้ชมในช่วงนี้ ซึ่งผู้ชมกลุ่มนี้จะกลายเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ดีในการแข่งขันกันเสนอรายการ โดยใช้กลยุทธ์ในการเสนอรายการที่มีแรงดึงดูดใจไม่เหมือนกับรายการในช่วงอื่น

๖.Stacking

ผู้จัดผังรายการพยายามที่จะจัดรายการที่น่าสนใจคล้ายคลึงกันไว้ต่อ ๆ กันรวมไว้เป็นกลุ่ม เพื่อที่จะทำให้ผู้ชมติดตามชมรายการของสถานีโดยตลอด

๗. Crossprogramming

เป็นการจัดผังรายการที่ต่อเนื่องกัน ๒ รายการ ซึ่งทั้ง ๒ รายการมีประโยชน์ซึ่งกันและกัน คือเรื่องราวจะเริ่มในรายการแรกและจะไปจบสมบูรณ์ในอีกรายการหนึ่ง

๘. Theming

เป็นการจัดผังรายการที่ให้ประสิทธิผลอย่างมาก โดยการจัดรายการตามแก่นของรายการหรือตามนโยบายของสถานีที่กำหนดไว้ในแต่ละสัปดาห์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้ชมติดตามชมรายการอย่างต่อเนื่องตลอดสัปดาห์

๙. Stripping

เป็นการเสนอรายการแบบเดียวกัน ในเวลาเดียวกันตลอดทุกวัน (วันธรรมดา) ซึ่งอาจจะเสนอเรื่องราวเป็นตอน ๆ อย่างเช่นรายการผู้หญิงวันนี้ เดลิแมกกาซีน, รายการบ้านเลขที่ ๕ หรือรายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง

๑๐. Rerunning

เป็นเรื่องจำเป็นในทางการเงินมากกว่ากลยุทธ์ในการจัดผังรายการ เพราะเป็นการลดต้นทุนในการผลิตอย่างมาก แต่อย่างไรก็ตามจะต้องจัดตารางเวลาเสนอรายการในช่วงเวลาที่ถูกต้องเหมาะสม และต้องอยู่ในกลยุทธ์ด้วย

๑๑. Boosting the Audience In Sweep Periods

ผู้จัดผังรายการจะตกอยู่ภายใต้ความกดดันอย่างหนึ่งก็คือ การสร้างจำนวนผู้ชมให้สูงที่สุดในแต่ละช่วงเวลา

๕. ปัจจัยที่ทำให้เกิดการติดตามชมรายการ

นอกจากส่วนที่เกี่ยวข้องในการพิจารณาจัดผังรายการแล้ว ตัวรายการก็เป็นส่วนประกอบสำคัญในการจัดผังรายการ ที่จะทำให้ผังรายการประสบผลสำเร็จและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพราะถ้านำรายการที่มีคุณภาพและน่าสนใจมาจัดลงในผังรายการ ก็จะทำให้ผู้ชมติดตามชมรายการมากกว่ารายการที่ไม่น่าสนใจ ดังนั้นตัวรายการเองก็ต้องมีเสน่ห์หรือมีลักษณะพิเศษในการสร้างแรงจูงใจให้ผู้ชมอยากติดตามชมรายการและติดอยู่ในสถานีนั่น ซึ่ง Sydney W. Head (1989) ได้กล่าวถึงหลักในการสร้างแรงจูงใจ โดยแบ่งเป็นแรงจูงใจในขั้นต้น (Primary Appeals) และแรงจูงใจในขั้นทุติยภูมิ (Secondary Appeals) คือ

การสร้างแรงจูงใจในขั้นต้น (Primary Appeals) มี ๕ ประการคือ

๑. ความขัดแย้ง (Conflict)

รายการเพลงโดยส่วนมากที่ออกอากาศในรายการภาคหลังเที่ยงคืน จะนำมิวสิกวิดีโอมาออกอากาศเป็นส่วนใหญ่ของรายการ และส่วนมากก็จะเป็นมิวสิกวิดีโอที่เสนอถึงความผิดหวัง ประเภทอกหัก สูญเสีย ความขัดแย้งในหมู่เพื่อนหรือคนรัก เป็นต้น

๒. สุขนาฏกรรม (Comedy)

เป็นรายการที่ใช้ความตลกขบขัน เป็นแกนในการจัดรายการ เพราะคนทั่วไปโดยเฉพาะอย่างยิ่งคนไทยชอบความสนุกสนาน และรายการโทรทัศน์ในภาคหลังเที่ยงคืนเป็นรายการที่อยู่ในช่วงเวลาที่ไม่ค่อยได้รับความสนใจจากผู้ชม รายการจึงต้องเป็นในรูปแบบบันเทิง โดยนำเอาความตลกขบขันเข้ามาเป็นส่วนในรายการ

๓. เรื่องเกี่ยวกับเพศ (Sex)

เป็นเรื่องเกี่ยวกับความรัก ทั้งสมหวังและผิดหวัง ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ส่วนใหญ่เนื้อหาของมิวสิกวิดีโอจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับความรัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งความรักที่ผิดหวัง อกหัก ซึ่งสร้างตามเนื้อหาของเพลงที่มีแต่ความผิดหวังเป็นส่วนมาก ทั้งเพลงไทยสากลและเพลงลูกทุ่ง เพราะเรื่องเกี่ยวกับความรัก มักจะได้รับความสนใจจากผู้ชมเป็นส่วนมาก トラบโดที่มนุษย์ยังผูกพันอยู่ ความรัก

๔. เรื่องเกี่ยวกับข่าวสารความรู้ (Information)

เป็นความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นการเมือง การปกครอง เศรษฐกิจ เทคโนโลยีสมัยใหม่ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งข่าวคราวความเคลื่อนไหวทางด้านบันเทิง ซึ่งเป็นที่สนใจของคนทุกกลุ่ม เพื่อสนองตอบความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์

๕. เกี่ยวกับบุคคลที่น่าสนใจ (Human Interest)

เป็นเรื่องที่สนองตอบความอยากรู้อยากเห็นของคน ที่มีความสนใจเกี่ยวกับตัวบุคคลที่มีชื่อเสียง หรือที่ตนเองชื่นชอบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบัน บุคคลทางด้านบันเทิงจะได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก รายการต่าง ๆ ก็นำเอาจุดนี้มาเป็นจุดดึงดูดใจผู้ชม ดังจะเห็นได้ว่ามีการนำเอาบุคคลสำคัญในวงการบันเทิงมาเป็นส่วนประกอบหรือมาร่วมในรายการอยู่เสมอ

ขั้นทุติยภูมิ (Secondary Appeals) มี ๖ ประการคือ

๑. การสร้างลักษณะที่เหมือนกัน (Identification)

เป็นการสร้างความรู้สึกให้ผู้ชมได้มีส่วนร่วมในรายการ โดยการสร้างความเหมือนกัน หรือความรู้สึกที่เหมือนกัน อย่างเช่นกลุ่มคนที่ชอบรายการกีฬาประเภทต่าง ๆ, กลุ่มคนที่ชอบชมคอนเสิร์ต, กลุ่มคนที่ชอบชมภาพยนตร์ หรือกลุ่มคนที่ชอบชมมิวสิกวิดีโอของศิลปินที่ชื่นชอบซึ่ง การสร้างมิวสิกวิดีโอก็สร้างให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในความรู้สึกอย่างเช่น ความผิดหวัง ออกหักหรือความสนุกสนาน

๒. ความเห็นอกเห็นใจ (Sympathy)

เรื่องนี้จะแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนในมิวสิกวิดีโอ ทั้งเพลงไทยสากลและเพลงลูกทุ่ง โดยสร้างเรื่องให้สอดคล้องกับมิวสิกวิดีโอ และบางเรื่องก็จะให้ศิลปินเจ้าของเพลงแสดงในเรื่องเอง ซึ่งก็จะสร้างความน่าสงสาร ทำให้ผู้ชมเห็นใจศิลปินคนนั้น หรือตัวเอกในเรื่อง หรือถ้าเหตุการณ์ในเรื่องตรงกับความรู้สึกของผู้ชม ก็จะทำให้ผู้ชมสนใจเลย นอกจากนี้ยังเห็นได้จากรายการละคร ที่ออกอากาศโดยแสดงให้เห็นอกเห็นใจตัวเอกของละคร และรู้สึกสงสาร ก็ทำให้มีอารมณ์ร่วมในละครนั้น ๆ ด้วย

๓. การย้ำเตือนถึงเหตุการณ์เก่า ๆ (Nostalgia)

บางรายการก็ทำอย่างโดยตรงเลยทีเดียว อย่างเช่นมีการย้อนระลึกถึงเพลงเก่าในอดีต หรือภาพคอนเสิร์ตที่สร้างความประทับใจในอดีตที่ผ่านมา ทั้งที่เพิ่งผ่านและผ่านมานาน เพื่อเป็นการระลึกถึงเหตุการณ์ หรือรายการกีฬา (ยกเว้นรายการถ่ายทอดสด) ก็เป็นการนำเอาภาพการแข่งขันที่ผ่านไปแล้วมานำเสนอให้ผู้ชมที่ไม่มีโอกาสได้ดูในช่วงเวลาถ่ายทอดสด หรือที่ไม่มีทางออกอากาศทางโทรทัศน์

๔. การครอบครองสิทธิ์ การได้กำไร (Acquisitiveness)

เป็นการแสดงถึงโอกาสในการได้กำไรของผู้ติดตามชมรายการ ไม่ว่าจะเป็นการใช้ผู้ดำเนินรายการที่มี sex appeal มาเป็นผู้ดำเนินรายการ หรือเป็นส่วนประกอบในรายการ รวมถึงการแต่งตัววับ ๆ แวม ๆ ด้วย ดังที่จะสังเกตได้จากผู้ดำเนินรายการส่วนใหญ่ จะเป็นผู้หญิง ซึ่งอาจจะแต่งตัวเปิดไหล่บ้าง สวมกระโปรงสั้นบ้าง หรือการใช้เทคนิคคอมพิวเตอร์กราฟฟิก การจัดฉาก นอกจากนี้การเล่นเกมส์ ก็ยังมีส่วนในการดึงดูดใจให้ติดตามชมรายการ โดยมีของรางวัลจากบริษัทหรือจากศิลปินเป็นของที่ระลึก โดยเกมส์ที่เล่นส่วนใหญ่ก็จะมาจากมิวสิกวิดีโอตัวเอง ซึ่งก็ทำให้เป็นการบังคับผู้ชมให้ติดตามชมในทางอ้อมด้วยซึ่งเทคนิคนี้มีอยู่แทบทุกรายการ

๕. ความน่าเชื่อถือ (Credibility)

แต่ละครายการต่างก็พยายามที่จะสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นในใจของผู้ชม ไม่ว่าจะด้วยความน่าเชื่อถือของตัวผู้ดำเนินรายการ ข้อมูล ข่าวสาร ที่นำเสนออย่างเป็นจริง ตรงไปตรงมา

อย่างเช่นรายการเพลงในปัจจุบัน เริ่มมีการนำดีเจ จากรายการวิทยุมาเป็นผู้ดำเนินรายการ ซึ่งสร้างความน่าเชื่อถือในแง่ที่ว่าเป็นผู้ที่รู้เรื่องเกี่ยวกับในวงการเพลงเป็นอย่างดี

๖. ความสวยงาม (Beauty)

ในปัจจุบันเทคนิคสร้างความสดใส สวยงาม ดูแล้วแปลกตา และลงทุนในการตกแต่งฉากไม่สูง ก็คือการนำเอาเทคนิคของกราฟฟิคดีไซน์ มาประกอบในรายการ ดังที่เห็นได้จากรายการเพลงทั่ว ๆ ไป

จากทฤษฎีและแนวความคิดที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นกรอบในการศึกษาการจัดทำผังรายการโทรทัศน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคหลังเที่ยงคืน ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบว่า การจัดผังรายการโทรทัศน์ที่ดีมีคุณภาพและประสบความสำเร็จได้ จะต้องคำนึงถึงส่วนประกอบต่างอย่างมากมาย อาทิ

๑. การพิจารณาถึงส่วนที่เกี่ยวข้องและมีผลกระทบต่อการจัดผังรายการ โดยการจะพิจารณาถึงข้อได้เปรียบ เสียเปรียบ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและภัยคุกคามที่มีผลกระทบต่อการจัดผังรายการ ซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์ถึงส่วนนี้ในรูปแบบของ SWOT ANALYSIS

๒. หลักในการพิจารณาคัดเลือกรายการของสถานีโทรทัศน์ ซึ่งการพิจารณาในส่วนนี้ สถานีโทรทัศน์จะต้องคำนึงถึงรูปแบบรายการที่จะนำมาจัดผังรายการให้สอดคล้องกับนโยบายของสถานี ซึ่งจะมีส่วนในการพิจารณาหลายประการ อาทิ รายการกับช่วงเวลาในการออกอากาศ, ความสอดคล้องของรายการกับนโยบายของสถานี, ลักษณะสภาพแวดล้อมของสถานี เป็นต้น

๓. กลยุทธ์และการสร้างแรงจูงใจให้ติดตามชมรายการ เป็นส่วนที่สร้างความต้องการให้ผู้ชมอยากติดตามชมรายการ ซึ่งการพิจารณาในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ตามแนวความคิดของ Edwin T. Vane และ Lynne S. Gross (1994) ซึ่งจากแนวความคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยได้นำมาเป็นกรอบในการวิจัยทำให้เกิดแนวความคิดใหม่ที่เปลี่ยนไปจากเดิมอย่างเช่นจากเดิมเราอาจจะคิดแต่เพียงว่า การจัดผังรายการเป็นเพียงการนำเอารายการต่าง ๆ มาจัดลงในตารางเวลาเพื่อให้เหมาะสมกับผู้ชมซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น