

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

โครงการประเมินคุณภาพเนื้อหารายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (The Evaluation on Content Quality of Television Programs Project)



เสนอ.... สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง
กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ



โดย.... ศูนย์บริการวิชาการ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

คำนำ

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) กับ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ได้ทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ เมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2556 เป็นผลให้มีความร่วมมือทางวิชาการ โดยเฉพาะการศึกษาวิจัยและการแลกเปลี่ยนเผยแพร่ข้อมูลหลายประการ “โครงการประเมินคุณภาพเนื้อหารายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์” เป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่ได้ดำเนินการศึกษาวิจัยถึงคุณภาพของเนื้อหารายการโทรทัศน์ช่องหลักที่ออกอากาศอยู่ในปัจจุบันรวม 6 ช่อง ทั้งที่ดำเนินการโดยภาครัฐ และภาคเอกชน โดยเน้นประเภทรายการที่ศึกษา 6 ประเภท ได้แก่ 1) ข่าวและรายงานเหตุการณ์ปัจจุบัน 2) วิเคราะห์ข่าว 3) สารบันเทิง 4)ละคร 5) เกมโชว์ และ 6) รายการสำหรับเด็กและเยาวชน ทั้งนี้ด้วยประสงค์จะสำรวจสภาพปัจจุบันของเนื้อหารายการโทรทัศน์ดังกล่าวข้างต้น จากความพึงพอใจและทัศนคติของประชาชนในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ ประกอบกับตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อันจะนำไปสู่การวิเคราะห์คุณภาพรายการ การสร้างแรงกระตุ้น จิตสำนึก ตลอดจนกำลังใจแก่ผู้ประกอบการโทรทัศน์ ในการผลิตและพัฒนาคุณภาพรายการที่มีเนื้อหาสาระเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ การให้ความรู้การศึกษาแก่ประชาชน การป้องกันการกระทำผิดข้อห้ามในกฎหมาย เช่น เนื้อหารายการที่มีลักษณะละเมิดสิทธิผู้อื่น ลามก อนาจาร ก่อให้เกิดความเสื่อมทรามทางจิตหรือสุขภาพ เกิดผลกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ ความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน เป็นต้น

คณะผู้ศึกษาวิจัยขอขอบคุณผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ได้แก่ ผู้บริหาร ผู้กำหนดโครงการ ผู้กำกับติดตามงานวิจัยของ กสทช. ประชาชนผู้ให้ข้อมูลกว่า 2 หมื่นตัวอย่าง ผู้ประสานงานอำนวยความสะดวกในการจัดเก็บข้อมูล ผู้ประกอบการโทรทัศน์ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ และทุกท่านที่เกี่ยวข้องซึ่งทำให้โครงการนี้สำเร็จด้วยดี พร้อมกันนี้ก็หวังว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพรายการโทรทัศน์สำหรับสาธารณะและสังคมไทยต่อไป

คณะผู้ศึกษาวิจัย

มีนาคม 2557

	หน้า
คำนำ	
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 หลักการและเหตุผล	1-1
1.2 วัตถุประสงค์	1-2
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	1-2
1.4 เป้าหมายและผลผลิต	1-3
1.5 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	1-3
1.6 กรอบแนวคิดในการศึกษา	1-5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 สถานีวิจัยโทรทัศน์ระบบพรีทีวีในประเทศไทย	2-1
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าในเนื้อหารายการโทรทัศน์	2-4
2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ	2-15
2.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	2-20
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	3-1
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	3-4
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	3-6
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	3-6
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	4-1
4.2 การรับสื่อเชิงพหุนิยมของคนไทยและสื่อโทรทัศน์ช่องหลักก่อน พ.ศ. 2557	4-6
4.3 การเลือกประเภทและความเห็นต่อรายการโทรทัศน์ช่องหลัก	4-19

4.4	ทัศนคติต่อคุณภาพรายการโทรทัศน์ช่องหลัก	4-27
4.5	บริบทของโทรทัศน์ช่องหลักในประเทศไทย	4-64

บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ

5.1	สรุป	5-1
5.2	ข้อเสนอแนะ	5-7

บรรณานุกรม

แบบสอบถาม

สารบัญแผนภูมิและภาพ

	หน้า	
แผนภูมิที่ 1.1	กรอบแนวคิดในการประเมินคุณภาพเนื้อหารายการ ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์	1-5
ภาพที่ 2.1	แสดงแนวความคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของทัศนคติของ Rosenberg and Hovland	2-17
ภาพที่ 2.2	แสดงแบบจำลองความพึงพอใจของลูกค้า	2-25

สารบัญตาราง

	หน้า
3.1 จำนวนและสัดส่วนประชากรไทยทั้งประเทศ จำแนกตามช่วงอายุปี พ.ศ. 2553	3-2
3.2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในแต่ละจังหวัดเป้าหมาย	3-3
4.1 ข้อมูลส่วนตัวผู้ตอบ จำแนกตามภาคภูมิศาสตร์	4-3
4.2 ร้อยละของคนไทยกับการรับสื่อสาธารณะประเภทต่างๆ ในชีวิตประจำวัน จำแนกตามภาคภูมิศาสตร์	4-7
4.3 ร้อยละของคนไทยกับการรับสื่อสาธารณะประเภทต่างๆ ในชีวิตประจำวัน จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา และ อาชีพ	4-9
4.4 การใช้เวลาดูโทรทัศน์ช่องหลักเฉลี่ยในภาพรวมและจำแนกตามกลุ่มอายุ	4-11
4.5 ร้อยละของคนไทยที่ดูในภาพรวมทุกประเภทรายการและ จำแนกตามประเภทรายการ	4-12
4.6 โทรทัศน์ช่องหลักยอดนิยมจำแนกตามภาคภูมิศาสตร์	4-13
4.7 การรับรู้และความเข้าใจเรื่องปริมาณสนับสนุนโทรทัศน์ช่องหลัก	4-15
4.8 ความเห็นเรื่องการเมืองมีโฆษณามากเกินไปสำหรับโทรทัศน์ช่องหลัก ที่ได้รับสัมปทาน	4-16
4.9 โทรทัศน์ช่องหลักที่ประชาชนทั่วประเทศพอใจมากที่สุด จำแนกตามประเภทรายการ 6 ประเภท	4-17
4.10 ช่วงเวลาที่ชอบที่สุด จำแนกตามประเภทรายการและช่องที่มีผู้ดูเป็นอันดับสูงสุด	4-18
4.11 คุณภาพรายการของโทรทัศน์ช่องหลักในภาพรวมพิจารณา จากประเด็นตัวชี้วัดทั่วไป จำแนกตามภาคภูมิศาสตร์	4-21
4.12 การจัดลำดับโทรทัศน์ช่องหลักที่ทำรายการโทรทัศน์ได้ดีที่สุด จำแนกตามตัวชี้วัดคุณภาพรายการ	4-24
4.13 ประเภทรายการที่คนไทยเลือกประเมินคุณภาพ 3 อันดับแรก จำแนกตามกลุ่มอายุ	4-28
4.14 ประเภทรายการที่คนไทยเลือกประเมินคุณภาพ 3 อันดับแรก จำแนกตามภาคภูมิศาสตร์	4-28
4.15 ทศนคติของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการข่าวและ รายงานเหตุการณ์ปัจจุบัน จำแนกตามภาคภูมิศ	4-30

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
4.16	ทัศนคติของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการข่าวและ รายงานเหตุการณ์ปัจจุบัน จำแนกตามกลุ่มอายุ	4-31
4.17	ทัศนคติของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการวิเคราะห์ข่าว จำแนกตามภาคภูมิศาสตร์	4-34
4.18	ทัศนคติของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการวิเคราะห์ข่าว จำแนกตามกลุ่มอายุ	4-35
4.19	ทัศนคติของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการเด็กและเยาวชน จำแนกตามภาคภูมิศาสตร์	4-38
4.20	ทัศนคติของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการเด็กและเยาวชน จำแนกตามกลุ่มอายุ	4-39
4.21	ทัศนคติของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการสารบันเทิง จำแนกตามภาคภูมิศาสตร์	4-42
4.22	ทัศนคติของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการสารบันเทิง จำแนกตามกลุ่มอายุ	4-43
4.23	ทัศนคติของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการเกมส์โชว์ จำแนกตามภาคภูมิศาสตร์	4-46
4.24	ทัศนคติของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการเกมส์โชว์ จำแนกตามกลุ่มอายุ	4-47
4.25	ทัศนคติของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการละคร จำแนกตามภาคภูมิศาสตร์	4-50
4.26	ทัศนคติของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการละคร จำแนกตามกลุ่มอายุ	4-51
4.27	ทัศนคติต่อความจำเป็นต้องใช้เทคนิคหรือช่วยคนพิการ เรื่องภาษามือและ Sub title จำแนกตามกลุ่มอายุ	4-54
4.28	ทัศนคติต่อการเสนอข่าวของโทรทัศน์ช่องหลักประเภทใช้ภาษาประชาชน จำแนกตามภาคภูมิศาสตร์	4-56
4.29	ทัศนคติต่อการเสนอข่าวของโทรทัศน์ช่องหลักประเภทใช้ภาษาประชาชน จำแนกตามกลุ่มอายุ	4-56

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

4.30	ทัศนคติต่อการปรับปรุงรายการโทรทัศน์โดยเก็บภาษีผู้มีโทรทัศน์ในครัวเรือน จำแนกตามภาคภูมิศาสตร์	4-58
4.31	ทัศนคติต่อการปรับปรุงรายการโทรทัศน์โดยเก็บภาษีผู้มีโทรทัศน์ในครัวเรือน จำแนกตามกลุ่มอายุ	4-58
4.32	ทัศนคติต่อคุณภาพเนื้อหารายการของโทรทัศน์ที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองและ สังคม จำแนกตามภาคภูมิศาสตร์	4-60
4.33	ทัศนคติต่อคุณภาพเนื้อหารายการของโทรทัศน์ที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองและ สังคม จำแนกตามช่องอายุ	4-62
4.34	การดูโทรทัศน์ของประเทศเพื่อนบ้าน	4-64

1.1 หลักการและเหตุผล

โดยที่พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 หมวด 5 การส่งเสริมและการพัฒนากิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ได้กำหนดให้มีการประเมินคุณภาพรายการโทรทัศน์ โดยพิจารณาถึงประโยชน์ต่อสังคมและศีลธรรมอันดีของประชาชนและในกรณีที่คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เห็นว่ารายการใดเป็นประโยชน์ต่อสังคมหรือสมควรส่งเสริมให้มีการผลิตรายการหรือผู้ประกอบการใดปฏิบัติตามมาตรการในการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการและคนด้อยโอกาสให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ได้อย่างเสมอภาคกับบุคคลทั่วไป คณะกรรมการฯ อาจพิจารณาให้การสนับสนุนค่าใช้จ่ายจากกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ซึ่งเป็นทัศนคติการประเมินในแง่บวกหรือด้านการส่งเสริม

ขณะเดียวกันสาระสำคัญในหมวด 2 แห่งพระราชบัญญัติฉบับเดียวกันนี้ก็กำหนดถึงทัศนคติในด้านป้องกันหรือลดโทษไว้ด้วย กล่าวคือ ในมาตรา 37 กำหนดว่า “ห้ามมิให้ออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาสาระที่ก่อให้เกิดการล้มล้างการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข หรือมีผลกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ ความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือมีการกระทำเข้าลักษณะลามกอนาจาร หรือมีผลกระทบต่อทำให้เกิดความเสื่อมทรามทางจิตหรือสุขภาพของประชาชนอย่างร้ายแรง.....”

นอกจากนี้ตามแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555-2559) ในยุทธศาสตร์ที่ 5 ยังกำหนดให้มีการประเมินคุณภาพรายการและการสนับสนุนรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและศีลธรรมอันดีของประชาชนอีกด้วย

ดังนั้นเพื่อให้สอดคล้องและสนองตอบต่อเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติดังกล่าวข้างต้น ทั้งด้านป้องกัน ส่งเสริม สนับสนุนให้กำลังใจ ลงโทษและกระตุ้นจิตสำนึกผู้ประกอบการ ตลอดจนให้ความรู้ความเข้าใจและปรับเปลี่ยนทัศนคติที่ถูกต้องแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยผ่านกระบวนการประเมินผลจากประชาชนผู้บริโภค จึงมีความจำเป็นต้องดำเนินการประเมินผลคุณภาพของเนื้อหารายการและนำผลการประเมินไปใช้ประโยชน์อย่างน้อย 3 ประการ คือ

- 1) สนองตามเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ทั้งด้านการสนับสนุน ส่งเสริม ด้านการป้องกัน ด้านการลงโทษ และด้านการพัฒนาผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้อง

2) เป็นไปตามข้อกำหนดในแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ฉบับที่ 1 (พ.ศ 2555-2559) ยุทธศาสตร์ที่ 5

3) เพื่อให้การกำหนดทิศทางการกำกับดูแลในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ด้านเนื้อหาและการจัดผังรายการมีการพัฒนาปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับการแก้ปัญหาของสังคม การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ตลอดจนทิศทางการพัฒนาของประเทศในอนาคตเมื่อประเทศไทยต้องเข้าสู่ประชาคมอาเซียนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อประเมินคุณภาพของเนื้อหารายการให้ตอบสนองคุณค่าในสังคม
2. เพื่อสร้างแรงกระตุ้นและจิตสำนึกให้ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ผลิตรายการที่มีเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะมากขึ้น
3. เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจแก่ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ผลิตรายการเพื่อสาธารณะ คนพิการและคนด้อยโอกาส
4. เพื่อสร้างและพัฒนาความร่วมมือระหว่างหน่วยงานในการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

ผู้ศึกษาได้แบ่งขอบเขตการศึกษาออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านเนื้อหา ทำการศึกษาระดับความพึงพอใจและทัศนคติของประชาชนที่มีต่อเนื้อหารายการโทรทัศน์ช่องหลัก (Free TV) จำนวน 6 ช่อง ได้แก่ 1) ช่อง 3 2) ช่อง 5 3) ช่อง 7 4) ช่อง 9 5) ช่อง 11 และ 6) ช่องไทย พีบีเอส และความพึงพอใจและทัศนคติของประชาชนต่อเนื้อหารายการโทรทัศน์รวม 6 ประเภทรายการ ประกอบด้วย 1) ข่าวรายงานเหตุการณ์ปัจจุบัน 2) วิเคราะห์ข่าว 3) เด็กและเยาวชน 4) สารบันเทิง 5) เกมโชว์ และ 6) ละคร โดยมีประเด็นการศึกษาเกี่ยวกับ 1) คุณภาพรายการโทรทัศน์ 3 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านการไม่ฝ่าฝืนข้อห้ามของกฎหมาย (2) ด้านความร่วมมือตามข้อสนับสนุนของเกณฑ์คุณภาพรายการ และ (3) ด้านความคิดสร้างสรรค์หรือมีนวัตกรรมสนับสนุนเกณฑ์คุณภาพรายการ 2) ทัศนคติต่อคุณภาพรายการ ได้แก่ (1) ความรู้สึก (2) เหตุผล และ (3) แนวโน้มพฤติกรรม และ 3) ความพึงพอใจต่อคุณภาพรายการ
2. ด้านพื้นที่ งานวิจัยนี้แบ่งพื้นที่ศึกษาออกเป็น 5 ภูมิภาค ได้แก่
 - 2.1) ภาคเหนือ ประกอบด้วย เชียงราย เชียงใหม่ ตาก และ อุทัยธานี
 - 2.2) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย เลย นครพนม อุบลราชธานี และ นครราชสีมา

2.3) ภาคกลาง ประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ สุพรรณบุรี และ กาญจนบุรี

2.4) ภาคตะวันออก ประกอบด้วย ฉะเชิงเทรา สระแก้ว และ จันทบุรี

2.5) ภาคใต้ ประกอบด้วย สงขลา สตูล ยะลา และ ภูเก็ต

3. ด้านเวลาที่ศึกษา ทำการศึกษาระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2556 – มีนาคม 2557 รวม ระยะเวลาทำการศึกษา 5 เดือน

1.4 เป้าหมายและผลผลิต

1. ได้ข้อสรุปผลการประเมินความพึงพอใจและทัศนคติของผู้ชมรายการโทรทัศน์ทั้ง 6 ประเภทตามที่กำหนดไว้

2. ได้ข้อสรุปและข้อเสนอแนะเรื่องการสร้างแรงกระตุ้นจิตสำนึกในการผลิตรายการ กำลังขวัญ และความร่วมมือจากผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์และผู้เกี่ยวข้อง

3. ได้ข้อสรุปความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อนำไปกำหนดหลักเกณฑ์การประเมินคุณภาพ รายการโทรทัศน์ทั้ง 6 ประเภท

4. ได้ข้อสรุปเชิงเปรียบเทียบด้านความพึงพอใจและทัศนคติระหว่างคุณภาพรายการทั้ง 6 ประเภท

1.5 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

รายการโทรทัศน์ หมายถึง เนื้อหาสาระที่ผลิตขึ้นเพื่อเผยแพร่ทางกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ของรัฐซึ่งเป็นสถานีหลักที่มีใช้รายการโฆษณา ทั้งนี้พิจารณาเฉพาะรายการโทรทัศน์ 6 ประเภท ประกอบด้วย 1) ข่าวรายงานเหตุการณ์ปัจจุบัน (ซึ่งมิได้นำข่าวและเหตุการณ์มาวิเคราะห์) 2) วิเคราะห์ข่าว 3) เด็กและเยาวชน 4) สารบันเทิง 5) เกมโชว์ และ 6) ละคร

การประเมินคุณภาพเนื้อหารายการ หมายถึง การตรวจสอบ ติดตามประเมินผลสาระสำคัญ รูปแบบ กระบวนการ และเจตนารมณ์ของรายการโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อสาระสำคัญเพื่อหาข้อสรุปเชิงคุณค่า คุณประโยชน์ และโทษของสื่อสาธารณะที่มีต่อประชาชนผู้บริโภค

ผังรายการ หมายถึง ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับรายการทั้งหมดที่เผยแพร่ในช่วงเวลาหนึ่งๆ ของรายการโทรทัศน์

ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ หมายถึง ผู้ลงทุนเพื่อการผลิตการเผยแพร่ บรรดาสื่อสาธารณะไปยังประชาชนผู้บริโภค โดยผ่านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

ผู้รับใบอนุญาต หมายถึง ผู้ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ จาก กสทช.

สื่อสาธารณะ หมายถึง การผลิตและเผยแพร่รายการเพื่อประโยชน์สาธารณะโดยมิได้แสวง กำไร

สื่อธุรกิจ หมายถึง การผลิตรายการ เผยแพร่ และ การหาแหล่งเงินทุนสนับสนุน โดยการ แสวงหากำไร

โฆษณา หมายถึง การถ่ายทอดเนื้อหาสาระของสื่อที่ส่งเสริมประโยชน์ทางการค้า เศรษฐกิจ หรือการเงินให้แก่เอกชนหรือองค์กร รวมถึงการประชาสัมพันธ์ขององค์กรหรือหน่วยงานด้วย

โฆษณาแฝง หมายถึง การโฆษณาที่แทรกหรือดำเนินการเชิงสัญลักษณ์ทางอ้อมในเนื้อหา รายการของผู้ประกอบการผู้ผลิตหรือเจ้าของสินค้าบริการ โดยมีการจ่ายเงินหรือผลประโยชน์ตอบแทนอื่นๆ เพื่อหวังผลทางธุรกิจ

ความคิดเห็น (Opinion) หมายถึง ทศนะที่บุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อันเกิดจากการรับรู้ ข้อมูลข่าวสารที่ผ่านมาเกี่ยวกับสิ่งนั้นๆ

ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ผลรวมของการรับรู้ ความเข้าใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยผ่านการ ประเมินจาก 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) ความรู้สึก (Affective) 2) การใช้เหตุผล (Cognitive) และ 3) การมีแนวโน้มพฤติกรรม (Behavioral) ที่จะกระทำหรือได้กระทำตามแนวทางข้อสรุปในเรื่องนั้น

ความพึงพอใจต่อสื่อ (Media service satisfaction) หมายถึง ผลรวมของการประเมิน คุณค่าของสื่อสาธารณะที่ได้รับบริการของประชาชนกลุ่มเป้าหมายต่างๆ จากรายการโทรทัศน์

การผลิตซ้ำทางการรับรู้จากสื่อ (Media perception reproduction) หมายถึง การตอก ย้ำของสื่อสาธารณะในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอันเป็นผลให้ผู้รับสื่อคล้อยตามสิ่งที่สื่อนำเสนอจนขาด วิจารณญาณที่จะวิเคราะห์เชิงโต้แย้งหรือตรวจสอบอย่างมีเหตุผล

การกระตุ้นจิตสำนึกสาธารณะของผู้ประกอบการ หมายถึง การปลุกเร้าให้ผู้ประกอบการ เกิดความตระหนักถึงผลดี ผลเสียที่อาจเกิดขึ้นต่อสาธารณะ และเกิดมาตรฐานในการปฏิบัติที่เป็น สาธารณประโยชน์

การสร้างขวัญและกำลังใจแก่ผู้ประกอบการ หมายถึง การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมี แรงจูงใจที่จะดำเนินการในสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่สาธารณะโดยยอมลดผลประโยชน์ส่วนตน

การสร้างและพัฒนาความร่วมมือ หมายถึง การทำให้เกิดกระบวนการที่มีส่วนร่วมใน ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อสาธารณประโยชน์หรือส่วนรวม

นวัตกรรมการพัฒนาคุณภาพรายการโทรทัศน์ หมายถึง การสร้างสรรค์คิดค้น รูปแบบหรือ กระบวนการวิธีการในการพัฒนาคุณภาพรายการโทรทัศน์ให้ผู้ประกอบการผลิต การเผยแพร่โดยคำนึงถึง สาธารณประโยชน์และผู้บริโภคเป็นสำคัญ

1.6 กรอบแนวคิดในการศึกษา

การประเมินคุณภาพเนื้อหารายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์
ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาไว้ดังนี้ (แผนภูมิที่ 1.1)



แผนภูมิที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการประเมินคุณภาพเนื้อหารายการในกิจการกระจายเสียงและ
กิจการโทรทัศน์

ในบทนี้ได้ทำการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องใน 4 หัวข้อหลักได้แก่ 1) สถานีวิทยุโทรทัศน์ระบบพรีทีวีในประเทศไทย 2) แนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าในเนื้อหารายการโทรทัศน์ 3) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ และ 4) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ ดังนี้

2.1 สถานีวิทยุโทรทัศน์ระบบพรีทีวีในประเทศไทย

ปัจจุบันสถานีวิทยุโทรทัศน์ระบบพรีทีวีในประเทศไทยมีทั้งหมด 6 สถานี ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีวิทยุโทรทัศน์สีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ และ สถานีโทรทัศน์สาธารณะแห่งประเทศไทย หรือ TPBS

1) สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เป็นของบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ในเครือบริษัท บีอีซีวีเลต จำกัด (มหาชน) แพร่ภาพอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2513 มีเครือข่ายทั่วประเทศ 32 สถานี ครอบคลุมพื้นที่ 452,093 ตารางกิโลเมตร ให้บริการประชาชนได้ประมาณ 52.96 ล้านคน หรือร้อยละ 96.3 ของประชาชนทั่วประเทศ (บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด, 2556)

2) สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 มีเครือข่ายทั่วประเทศรวมส่วนกลาง 30 สถานี ก่อตั้งโดยข้อบังคับของกระทรวงมหาดไทย ว่าด้วยข้อกำหนดกำลังเจ้าหน้าที่กองทัพบกเวลาปกติ ซึ่งได้กำหนดหน้าที่ของกรมการทหารสื่อสารไว้เมื่อ พ.ศ. 2495 ให้มีแผนกวิทยุโทรทัศน์ สังกัดกองกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ชื่อสากลคือ HSATV ออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2501 เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งที่ 2 ของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ในการก่อตั้ง คือ 1) เพื่อประโยชน์ในการฝึกเจ้าหน้าที่ให้มีความรู้ ความชำนาญ สามารถติดตามความก้าวหน้าของวิทยาการด้านวิทยุโทรทัศน์ได้ 2) เพื่อบริการความรู้และความบันเทิงให้แก่ทหารและประชาชน และ 3) เพื่อเป็นสื่อสร้างความเข้าใจอันดีแก่ทหารและประชาชน (ที่มา <http://www.tv5.co.th/web56/about/abhis.html>)

3) สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 หรือ ช่อง 7 สี เริ่มแพร่ภาพครั้งแรกในระบบ PAL เมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน พ.ศ. 2510 ด้วยการถ่ายทอดสดการประกวดนางสาวไทยในงานวชิราวุธานุสรณ์จากวังสราญรมย์ เป็นสถานีโทรทัศน์สีแห่งแรกของประเทศไทย ดำเนินการโดยบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ต่อมาในปี พ.ศ. 2516 ช่อง 7 สี ได้เริ่มจัดตั้งสถานีถ่ายทอดสัญญาณใน

ต่างจังหวัด และในปี พ.ศ. 2521 ได้ริเริ่มการออกอากาศโดยถ่ายทอดสัญญาณผ่านดาวเทียมจาก กรุงเทพมหานครไปสู่สถานีเครือข่ายในทุกภูมิภาคเป็นสถานีแรกของประเทศไทย

ปัจจุบันช่อง 7 สี มีสถานีเครือข่ายถ่ายทอดสัญญาณรวม 37 สถานี แพร่ภาพครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศและบริเวณชายแดนประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งมีศูนย์ข่าวกระจายตามภูมิภาคต่างๆ จำนวน 9 ศูนย์ ได้แก่ นครราชสีมา ขอนแก่น อุบลราชธานี เชียงใหม่ นครสวรรค์ หาดใหญ่ สุราษฎร์ธานี ภูเก็ต และระยอง โดยมีศูนย์ข่าวภูมิภาคหลัก 4 แห่ง ที่มีทีมงาน ผู้ประกาศข่าว และห้องถ่ายทำรายการ ได้แก่ นครราชสีมา เชียงใหม่ ระยอง และหาดใหญ่

(ที่มา http://www.ch7.com/about_us)

4) สถานีวิทยุโทรทัศน์ช่อง 9 (อ.ส.ม.ท.) ได้เริ่มจัดตั้งขึ้นในสมัยรัฐบาล จอมพล ป. พิบูลสงคราม โดยเริ่มแรกได้จัดตั้งเป็น บริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัด เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน พ.ศ. 2495 ได้ใช้เวลาในการเตรียมการด้านอุปกรณ์ และบุคลากรเป็นเวลา 2 ปี ในปี พ.ศ. 2498 บริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัด ได้ดำเนินกิจการโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 4 หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า สถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหม แพร่ภาพออกอากาศในระบบขาว – ดำ เป็นแห่งแรกในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเป็นอันดับสองในทวีปเอเชียรองจากประเทศญี่ปุ่น ต่อมา บริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัด ประสบปัญหาในการดำเนินกิจการ จึงได้มีมติให้ยุบเลิกกิจการเมื่อวันที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2520 และได้มีการตราพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) เมื่อวันที่ 25 มีนาคม พ.ศ. 2520 พร้อมทั้งรับโอนกิจการวิทยุและโทรทัศน์ของบริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัด มาดำเนินการต่อ โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 9 เมษายน พ.ศ. 2520 เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี ในปี พ.ศ. 2547 คณะรัฐมนตรีสมัยรัฐบาล พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ได้มีมติให้แปลงสภาพ อ.ส.ม.ท. เป็นบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ตามพระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2542 โดยได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 17 สิงหาคม พ.ศ. 2547 อย่างไรก็ตาม บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ยังคงมีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี โดยกระทรวงการคลังถือหุ้น 70%

(ที่มา http://dtv.mcot.net/mcot_one.php?dateone=1243329758)

5) สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท.) (National Broadcasting Services of Thailand : NBT) หรือ ช่อง 11 ใช้ชื่อย่อว่า สทท. เป็นหน่วยงานราชการ สังกัดกรมประชาสัมพันธ์ โดยมีรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี และปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีเป็นผู้กำกับดูแล ก่อตั้งขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2528 เพื่อให้เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ ทำหน้าที่ให้ความรู้ด้านการศึกษา เผยแพร่ข่าวสาร และนโยบายจากรัฐบาลไปสู่ประชาชน สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย เริ่มแพร่ภาพออกอากาศเป็นประจำตั้งแต่เวลา 16.30 – 21.00 น. โดยเริ่มในวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2529 จนถึงวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2531 จากข้อจำกัดด้านงบประมาณ กรม

ประชาสัมพันธ์ จึงขอความช่วยเหลือจากประเทศญี่ปุ่น โดยผ่านทางสำนักงานความร่วมมือระหว่างประเทศแห่งรัฐบาลญี่ปุ่น (JICA) ซึ่งรัฐบาลญี่ปุ่นได้อนุมัติโครงการช่วยเหลือแบบให้เปล่าในวงเงินประมาณ 300 ล้านบาท เพื่อดำเนินการก่อสร้างและติดตั้งอุปกรณ์ด้านเทคนิค ทั้งนี้สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยได้เริ่มทดลองแพร่ภาพออกอากาศรายการเพื่อการศึกษา รายการข่าวภาคเช้า - คำและการถ่ายทอดรายการไปยังสถานีวิทยุโทรทัศน์ในเครือข่าย เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2531 (ที่มา <http://nbttv.prd.go.th/home.php>)

6) สถานีโทรทัศน์สาธารณะแห่งประเทศไทย หรือ TPBS องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (Thai Public Broadcasting Service : TPBS) หรือ ส.ส.ท. เป็นองค์การสื่อสารมวลชนที่ไม่แสวงผลกำไรแห่งแรกของประเทศไทย เพื่อดำเนินการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่สนับสนุนการพัฒนาสังคมที่มีคุณภาพและคุณธรรมบนพื้นฐานของความเป็นไทย โดยผ่านทางบริการข่าวสารที่เที่ยงตรง รอบด้าน สมดุล และเชื่อถือต่อจรรยาบรรณ โดยก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2551 ตามพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 และได้รับงบประมาณจากภาษีสรรพสามิตที่เก็บจากสุราและยาสูบ โดยมีรายได้สูงสุดปีงบประมาณไม่เกิน 2,000 ล้านบาท สำหรับ TPBS มีวัตถุประสงค์ในการก่อตั้งดังนี้ (ที่มา <http://org.thaipbs.or.th/orginfo/about/article533056.ece>)

(1) ส่งเสริมการรับรู้และการมีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมของประชาชน ในการสร้างสังคมประชาธิปไตยที่เป็นธรรม มีความกล้าหาญในการรายงานข่าวสารและเสนอประเด็นโต้เถียง โดยยึดถือประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ

(2) เป็นเครื่องมือแห่งการเรียนรู้ เสริมสร้างสติปัญญาและสุขภาวะ แก่ประชาชนทุกหมู่เหล่า ทุกระดับอายุ ให้เป็นพลเมืองคุณภาพ

(3) สร้างแรงบันดาลใจ กระตุ้นให้เกิดจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์ เพื่อยกระดับสุนทรียภาพให้กับสังคม

(4) ส่งเสริมเอกลักษณ์และความหลากหลายทางวัฒนธรรม เสริมสร้างความสามัคคีในสังคม

(5) สะท้อนความหลากหลายของสังคม เป็นพื้นที่ให้แก่กลุ่มผู้ด้อยโอกาสและกลุ่มเฉพาะต่างๆ อย่างเหมาะสม ทั้งในระดับชุมชนและระดับชาติ

(6) เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่าง ชุมชน ประชาชน และประชาคมโลก

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าในเนื้อหาของรายการโทรทัศน์

มีองค์การและนักวิชาการที่เกี่ยวข้องได้ทำการศึกษาและกำหนดแนวคิดพื้นฐานหรือหลักเกณฑ์ในการพิจารณาคุณค่าในเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ที่แตกต่างกันไปดังนี้

สถานีโทรทัศน์ The British Broadcasting Corporation หรือ BBC ได้กำหนดคุณค่าในเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ที่จำเป็นจะต้องให้การสนับสนุนและส่งเสริมให้มีในรายการของตนเองไว้ 5 ประการคือ (เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ และคณะ, 2550 : 33-34)

1) คุณค่าด้านประชาธิปไตย (Democratic Value) หมายถึง รายการนั้นๆ มีเนื้อหาที่สนับสนุนและส่งเสริมแนวคิดประชาธิปไตย การมีส่วนร่วมในวิถีประชาธิปไตย หรือประเด็นสาธารณะทั้งประชาธิปไตยในแบบตัวแทน (Representative Democracy) หรือแบบโดยตรง/การเมืองภาคพลเมือง (Direct/Civil Democracy)

2) คุณค่าด้านวัฒนธรรมที่สร้างสรรค์ (Cultural Value) หมายถึง รายการนั้นๆ มีเนื้อหาที่สนับสนุนและส่งเสริมแนวคิด วิถี ผลผลิตทางวัฒนธรรมที่ดีงามและสร้างสรรค์ ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ ทั้งในระดับชาติ ท้องถิ่น และนานาชาติ แสดงถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อย ทั้งทางศาสนา ชนชั้น เพศ และกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ

3) คุณค่าด้านการศึกษา (Educational Value) หมายถึง รายการนั้นๆ มีเนื้อหาที่สนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาทักษะและปัญญา ด้วยข้อมูลความรู้ที่มีคุณค่า เพิ่มพูนความรู้ และประสบการณ์ นำไปใช้ประโยชน์ได้ในการดำเนินชีวิต โดยมีทั้งสาระและความบันเทิง

4) คุณค่าด้านสังคมและชุมชน (Social and Community Value) หมายถึง รายการนั้นๆ มีเนื้อหาที่เน้นส่งเสริมและสนับสนุนความสามัคคี/ความสามัคคีและความแตกต่างหลากหลายทางความคิด/ความเชื่อ เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ และการยอมรับซึ่งกันและกัน

5) คุณค่าด้านสังคมโลก (Global Value) หมายถึง รายการนั้นๆ มีเนื้อหาสนับสนุนข้อมูลในระดับนานาชาติ ทั้งด้านข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ และความเข้าใจ

อิทธิพล ปรีดีประสงค์ (2550) ได้กำหนดแนวคิดพื้นฐานและเกณฑ์ในการพิจารณาความสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ ละคร และโฆษณา ในรายการสำหรับสตรีและครอบครัวไว้ 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 การพิจารณาจากเนื้อหาสาระในการนำเสนอ ซึ่งเป็นการพิจารณาโดยเน้นเรื่องของสาระในการนำเสนอของรายการนั้นๆเป็นหลัก เพื่อค้นหาว่า รายการนั้น ได้นำเสนอเนื้อหาที่ตอบสนองต่อประเด็นด้านความรู้ต่างๆด้านใดบ้างและเพียงใด

ส่วนที่ 2 การพิจารณาจากความคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบหรือวิธีการในการนำเสนอ โดยคำนึงถึงวิธีการนำเสนอว่าตอบสนองต่อการนำเสนอเนื้อหาเพียงใด ตลอดจน การพิจารณาจากความคิดสร้างสรรค์ของการคิดค้นรูปแบบรายการที่น่าสนใจ น่าติดตาม และ

ส่วนที่ 3 การพิจารณาจากเอกลักษณ์หรือภาพลักษณ์ของผู้นำเสนอในรายการ โดยคำนึงภาพลักษณ์ของพิธีกรในรายการ ตัวละครในละคร เกี่ยวกับการเป็นตัวแทนของภาพลักษณ์หรือแนวทางในการปฏิบัติตามที่เหมาะสมสำหรับสตรีและครอบครัวผ่านการโฆษณา โดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อม สถานะ ที่เหมาะสม เพียงใด

รัศมี มณีนิล (2552) ได้กล่าวถึงการประเมินคุณภาพเนื้อหารายการโทรทัศน์ว่า มีการพิจารณาจาก 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 การพิจารณาคุณภาพของรายการโทรทัศน์ โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาจากองค์ประกอบ 6 ด้าน ได้แก่ การก่อให้เกิดระบบความคิด การก่อให้เกิดความรู้ในเชิงวิชาการ การพัฒนาด้านคุณธรรมและจริยธรรม การเรียนรู้เกี่ยวกับทักษะชีวิต การเรียนรู้ ยอมรับ และเข้าใจในความแตกต่างหลากหลาย และการพัฒนาความสัมพันธ์ของคนในครอบครัวและสังคม โดยทั้ง 6 ด้านนี้มีความสำคัญต่อการพัฒนามนุษย์จึงเรียกว่า + 6 และ

ส่วนที่ 2 การพิจารณาเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ เพื่อดูว่ารายการนั้นๆ เหมาะกับผู้ชมวัยใด โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาจากองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ เพศ ภาษา และพฤติกรรมและความรุนแรง (ทั้งต่อตนเอง บุคคล หรือสิ่งของ) โดยดูจากภาพ เนื้อหา มุมกล้อง วิธีการถ่ายทำ เสียง เนื่องจากผู้ชมในแต่ละวัยมีความสามารถในการแยกแยะเนื้อหาได้ไม่เท่ากัน เด็กจะมีวิจารณญาณน้อยกว่าผู้ใหญ่ เกณฑ์เนื้อหาทั้ง 3 ด้านนี้จึงถูกนำมาใช้เป็นตัวแบ่งระดับความเหมาะสมให้แก่ผู้ชมในแต่ละวัย จึงเรียกว่า - 3

ขณะที่สาระสำคัญในหมวด 2 แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ได้กำหนดทัศนคติด้านการป้องกันไว้ในมาตรา 37 โดยห้ามมิให้ออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาสาระที่ก่อให้เกิดการล้มล้างการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข หรือที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ ความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือมีการกระทำซึ่งเข้าลักษณะลามกอนาจาร หรือมีผลกระทบต่อทำให้เกิดความเสื่อมทรามทางจิตใจหรือสุขภาพของประชาชนอย่างร้ายแรง

และสาระสำคัญในหมวด 1 และหมวด 2 ของร่างหลักเกณฑ์การกำกับดูแลเนื้อหารายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. ของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้กล่าวถึงเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่ต้องห้ามมิให้ออกอากาศและมาตรการในการออกอากาศรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ ไว้ดังนี้

1. เนื้อหารายการโทรทัศน์ที่ต้องห้ามมิให้ออกอากาศ

1) รายการที่มีเนื้อหาสาระที่ก่อให้เกิดการล้มล้างการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข ได้แก่ รายการที่มีเนื้อหาสาระในลักษณะของการยุบ ปลุกปั่น ระดม หรือชักชวนให้บุคคลกระทำการอย่างหนึ่งอย่างใด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

- (1) ล้มล้างการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุขหรือ
- (2) ล้มล้างอำนาจอธิปไตยไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน หรือทำให้ไม่สามารถใช้อำนาจดังกล่าวได้ หรือ
- (3) แบ่งแยกราชอาณาจักรหรือยึดอำนาจปกครองในส่วนหนึ่งส่วนใดแห่งราชอาณาจักร

(4) กระทำการเพื่อเปลี่ยนแปลงรัฐธรรมนูญในวิถีทางที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย

2) รายการที่มีเนื้อหาสาระที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ ให้หมายความรวมถึงรายการที่มีลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใด ดังนี้

(1) การแสดงออกไม่ว่าด้วยภาพ วาจา ถ้อยคำ หรือข้อความที่เป็น การหมิ่นประมาท ดูหมิ่นหรือแสดงออกซึ่งความอาฆาตมาดร้ายต่อพระมหากษัตริย์ พระราชินี พระรัชทายาท ผู้สำเร็จราชการแผ่นดิน หรือสถาบันพระมหากษัตริย์

(2) รายการที่มีเนื้อหาสาระอันเป็นการจงใจก่อให้เกิดการดูหมิ่นเหยียดหยามประเทศชาติ

(3) รายการที่กระทบกระเทือนหรือดูหมิ่นประเทศ หรือต่อประมุขของประเทศอื่นๆ อันจะเป็นการกระทบกระเทือนความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

(4) รายการที่มีเนื้อหาอันเป็นการแสดงออกหรือคำพูดที่มีลักษณะเป็นการยุยงส่งเสริมให้เกิดความแตกแยกในสังคม หรือมีแนวโน้มที่จะก่อให้เกิดการทำลายสันติสุขได้โดยพลัน หรือก่อให้เกิดการใช้กำลังหรือความรุนแรงในสังคม หรือเป็นการสร้างความวุ่นวาย ตื่นตระหนกแก่ประชาชนอย่างร้ายแรง

(5) การนำเสนอเนื้อหาสาระที่อ้างถึงข้อเท็จจริงในอดีต หรือข้อมูลประวัติศาสตร์โดยละเอียดไม่นำเสนอข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญจนเป็นเหตุให้เกิดผลกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ

3) รายการที่มีเนื้อหาสาระที่มีผลกระทบต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน ให้หมายความรวมถึงรายการที่มีเนื้อหาในลักษณะอย่างใดลักษณะหนึ่ง ดังนี้

(1) การแสดงออกใด ๆ ซึ่งเป็นการดูถูก หรือการสร้างความเกลียดชังเป็นเหตุให้คุณค่าหรือศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลถูกทำลายหรือด้อยค่าลง หรือก่อให้เกิดการใช้ความรุนแรง หรือการประทุษร้ายต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคล บนพื้นฐานของลักษณะเฉพาะของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้นๆ ในประการใดประการหนึ่ง ได้แก่

(1.1) ถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ การถือสัญชาติ ภาษา เพศ อายุ ความพิการ สภาพทางกายหรือสุขภาพ วิทยุฒิหรือความสามารถในทางสติปัญญา

(1.2) สถานะของบุคคล ฐานะทางเศรษฐกิจหรือสังคม ชนชั้นทางสังคม

(1.3) ความเชื่อทางศาสนา

- (1.4) การศึกษาอบรม
- (1.5) ความคิดเห็นทางการเมืองอันไม่ขัดต่อกฎหมาย
- (1.6) การประกอบอาชีพ
- (1.7) ลักษณะเฉพาะของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลในประการอื่นทำนอง

เดียวกัน

(2) การนำเสนอรายการที่มีเนื้อหาสาระในลักษณะที่ชี้แนะหรือก่อให้เกิดความขัดแย้ง แตกแยกในสังคมจนเป็นเหตุให้เกิดผลกระทบต่อความสงบเรียบร้อยโดยมีลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ดังต่อไปนี้

(2.1) การยุยง ส่งเสริม ให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบการกระทำที่ขัดต่อ กฎหมาย ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมอันดีงามของประชาชนชาวไทย

(2.2) การจงใจบิดเบือนข้อเท็จจริง ขาดความถูกต้อง การโฆษณาชวนเชื่อ ทางการเมือง หรือการนำเสนอประเด็นที่มีความขัดแย้งเพียงด้านเดียว จนเป็นเหตุให้เกิดความเกลียดชังและการใช้ความรุนแรงในสังคม

(3) เป็นการแสดงที่ลบหลู่ เหยียดหยาม หรือจงใจให้เกิดความเสื่อมเสียแก่ศาสนาใด ศาสนาหนึ่ง

(4) การนำเสนอเนื้อหาสาระหรือการประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการที่มีกฎหมาย ห้ามมิให้การออกอากาศหรือการเผยแพร่โฆษณา

4) เนื้อหาสาระของรายการที่มีการกระทำซึ่งเข้าลักษณะลามกอนาจาร เป็นการแสดงออก ด้วยการกระทำใดๆ หรือถ้อยคำที่หยาบโลน ต้องห้าม น่ารังเกียจ ขัดต่อศีลธรรมของประชาชนชาวไทย และให้รวมถึงเนื้อหาสาระของรายการที่มีลักษณะดังนี้

(1) เนื้อหารายการที่แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมการร่วมเพศ การแสดงให้เห็นถึง อวัยวะเพศหรืออวัยวะส่วนที่พึงสงวน ไม่ว่าจะด้วยภาพ วาจา หรือด้วยวิธีการอื่นใด

(2) เนื้อหารายการในภาพรวมสามารถยั่วทำให้เกิดความต้องการทางเพศ หรือเป็นการพรรณนาหรือบรรยายพฤติกรรมทางเพศอย่างชัดเจน ซึ่งการเสนอเนื้อหารายการนั้นมีได้ก่อให้เกิด ประโยชน์ต่อการศึกษา คุณค่าทางศิลปะวัฒนธรรมแก่สังคมหรือประโยชน์สาธารณะ

(3) เนื้อหารายการที่ศาลมีคำสั่งพิพากษาถึงที่สุดวินิจฉัยว่าเป็นการกระทำซึ่งเข้า ลักษณะลามกอนาจาร

5) รายการที่มีเนื้อหาสาระซึ่งมีผลกระทบต่อทำให้เกิดความเสื่อมทรามทางจิตใจของ ประชาชนอย่างร้ายแรง ให้หมายความรวมถึงรายการที่มีเนื้อหาในลักษณะดังนี้

(2.1) การแสดงให้เห็นหรือสาธิตรูปแบบหรือวิธีการอัตวินิบาตกรรม

(2.2) การแสดงให้เห็นถึงการกระทำที่มีลักษณะทารุณโหดร้ายไม่ว่าต่อคนหรือสัตว์

(2.3) การแสดงออกที่ก่อให้เกิดอันตรายหรือการคุกคามบุคคลหรือกลุ่มบุคคล

(2.4) การแสดงที่มุ่งหมายจะชักจูงให้บุคคลทั่วไปให้ใช้บริการหรือซื้อสินค้า โดยอาศัยการอวดอ้าง การแสดงคุณวิเศษเหนือธรรมชาติหรืออำนาจทางไสยศาสตร์ที่ไม่สามารถพิสูจน์ได้ จนทำให้ผู้ชมรายการหลงเชื่อ

(2.5) การออกอากาศรายการที่นำเด็กและเยาวชนมาร่วมเป็นส่วนหนึ่งของรายการ โดยไม่ดำเนินการตามกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองเด็กและเยาวชน

6) รายการที่มีเนื้อหาสาระซึ่งมีผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนอย่างร้ายแรง ให้หมายความรวมถึงรายการที่มีเนื้อหาสาระแสดงให้เห็นถึงคุณสมบัติของสินค้าหรือบริการที่เป็นผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง หรือปกปิดหรือละเว้นการแจ้งสาระสำคัญ หรือกล่าวอ้างถึงข้อมูลทางวิชาการที่เป็นเท็จหรือไม่ถูกต้องตรงตามความเป็นจริง ในอันที่น่าจะเป็นเหตุให้เกิดอันตรายแก่สุขภาพของประชาชน

2. มาตรการในการออกอากาศรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ

1) การดำเนินรายการที่มีลักษณะเป็นการรายงานข่าวหรือการถ่ายทอดข้อมูลแก่ประชาชนทั่วไป ผู้รับใบอนุญาตจะต้องดำเนินการดังนี้

(1) นำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้ครบถ้วน มีความสมดุลของข้อมูล และปราศจากการบิดเบือนหรือแสดงความคิดเห็นส่วนตัวของผู้รับใบอนุญาต ผู้ผลิตรายการ หรือผู้ดำเนินการรายการดังกล่าว

(2) นำเสนอข้อเท็จจริง มีข้อมูลเชิงประจักษ์และรายงานข่าวบนพื้นฐานของความเที่ยงตรงครบถ้วน เป็นธรรม และไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใด

ทั้งนี้ หากเป็นการออกอากาศโดยผู้รับใบอนุญาตในระดับท้องถิ่นอาจดำเนินการโดยใช้ภาษาไทยท้องถิ่นได้ตามความเหมาะสม โดยจะต้องเป็นไปตามมาตรฐานทางวิชาชีพในการดำเนินรายการดังกล่าว

2) การดำเนินรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการแสดงความคิดเห็น การแสดงออก หรือความเคลื่อนไหวทางการเมือง ผู้รับใบอนุญาตจะต้องดำเนินการดังนี้

(1) นำเสนอรายการบนพื้นฐานของการสนับสนุนหลักคิด แนวทาง หรือค่านิยมประชาธิปไตยและจะต้องนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้วยความเป็นกลาง ไม่ฝักใฝ่ทางการเมืองฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง

(2) การออกอากาศรายการที่มีลักษณะเป็นการวิจารณ์ข่าวหรือรายการเชิงสาระให้ความเห็นเกี่ยวกับเนื้อหาทางการเมือง ผู้รับใบอนุญาตจะต้องควบคุมมิให้ผู้ผลิตรายการ ผู้รายงานข่าว หรือผู้ดำเนินรายการ นำความเห็นส่วนตัวหรือแนวความคิดทางการเมืองของตนมาโน้มน้าประชาชน และต้องระมัดระวังมิให้มีการนำรายการไปใช้เป็นเครื่องมือทางการเมืองใด ๆ

3) การออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับประเด็นความขัดแย้งที่สำคัญในสังคมหรือเป็นประเด็นเชิงนโยบายสาธารณะ ผู้รับใบอนุญาตจะต้องควบคุมและตรวจสอบให้รายการดังกล่าวจะต้องนำเสนอข้อเท็จจริงที่เกี่ยวข้องอย่างถูกต้อง ครบถ้วน โดยการนำเสนอรายการจะต้องมีการนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ สามารถอ้างอิงหรือเปิดเผยแหล่งที่มาของข้อมูลได้ และเป็นธรรมต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย ปราศจากการบิดเบือน แทรกแซงหรือเพิ่มเติมข้อมูลอื่นใดที่ไม่เกี่ยวข้องหรือความคิดเห็นส่วนตัวของผู้ดำเนิน

4) การนำเสนอรายการในลักษณะของการแสดงความคิดเห็นของผู้ที่มีความเห็นต่างกันในประเด็นเดียวกัน จะต้องจัดให้มีการแสดงความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย และหากการแสดงความคิดเห็นหรือการนำเสนอข้อเท็จจริงใดที่มีผลกระทบต่อผู้หนึ่งผู้ใด จะต้องเปิดโอกาสให้ผู้ที่ได้รับผลกระทบได้แสดงข้อเท็จจริงและความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องด้วย ทั้งนี้ อาจจัดให้มีผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในประเด็นดังกล่าวมาร่วมให้ความเห็นด้วยก็ได้ โดยผู้รับใบอนุญาตจะต้องควบคุมให้ผู้ผลิตรายการ ผู้จัดรายการ หรือผู้ดำเนินรายการจะต้องแจ้งประเด็นที่จะมีการแสดงความคิดเห็นและรูปแบบการนำเสนอรายการให้แก่ผู้เข้าร่วมรายการทราบก่อนเข้าร่วมรายการ

5) การปกปิดแหล่งที่มาของข้อมูลที่ใช้ในการจัด หรือผลิตรายการ ให้กระทำได้เฉพาะในกรณีที่มีกฎหมายกำหนด หรือเพื่อคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคล สวัสดิภาพ หรือความปลอดภัยของแหล่งข่าวหรือของบุคคลที่เกี่ยวข้อง จะได้รับความเสียหายจากการเปิดเผย การได้มาซึ่งภาพและเสียงจากการสัมภาษณ์บุคคลแหล่งข้อมูลใดๆ ต้องได้รับความยินยอมจากผู้ให้สัมภาษณ์หรือแหล่งข้อมูลนั้นก่อนมีการนำมาออกอากาศ เว้นแต่เพื่อคุ้มครองประโยชน์สาธารณะ การออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาเป็นการละเมิดสิทธิเสรีภาพของบุคคลหรือองค์กร และการกระทำดังกล่าวไม่ได้เป็นไปเพื่อปกป้องประโยชน์สาธารณะ หากผู้เสียหายร้องขอให้ยุติการแพร่ภาพหรือเสียงนั้น ผู้รับใบอนุญาตจะต้องปฏิบัติตามคำร้องขอโดยทันที และจะต้องเปิดโอกาสให้ผู้เสียหายได้แสดงข้อมูลและหรือข้อเท็จจริงที่ถูกต้องในรายการและช่วงเวลาเดียวกันโดยไม่ชักช้า

6) การออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาเป็นการเชิญชวน สนับสนุน ประชาสัมพันธ์ให้เกิดการชิงโชค แจกของรางวัล หรือรายการที่มีเนื้อหาเป็นการแข่งขันเพื่อรับรางวัล ผู้รับใบอนุญาตจะต้องดำเนินการดังนี้

(1) กำหนดกติกา รูปแบบและวิธีการในการให้หรือแจกรางวัล หรือการแข่งขันไว้อย่างเป็นธรรม ชัดเจน เป็นการล่วงหน้า และต้องประกาศให้ผู้รับชมและหรือผู้รับฟังทราบเป็นการทั่วไป

(2) ปฏิบัติตามกฎหมายอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับการชิงโชค แจกของรางวัล หรือการแข่งขันเพื่อรับรางวัล

(3) ไม่แสวงหาผลประโยชน์สำหรับตนเองหรือบุคคลอื่นใดจากการเชิญชวน สนับสนุนหรือประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเข้าร่วมชิงโชค การเข้ารับการแจกรางวัล การแข่งขันเพื่อรับรางวัล หรือเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการแข่งขัน เช่น การลงคะแนนเพื่อสนับสนุนผู้เข้าร่วมแข่งขันรายใดรายหนึ่ง หรือการลงคะแนนตัดสินในเกมการแข่งขัน

(4) แสดงข้อมูลเกี่ยวกับรางวัลต่าง ๆ รวมถึงภาระหน้าที่และค่าใช้จ่ายของผู้เข้าร่วม การชิงโชคการแจกรางวัล หรือการแข่งขันโดยละเอียด ถูกต้อง ครบถ้วน และเป็นปัจจุบัน รวมถึงเงื่อนไขที่สำคัญต่อการตัดสินใจเข้าร่วมการชิงโชค การเข้ารับการแจกรางวัล การแข่งขัน หรือการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการแข่งขัน และประกาศให้ผู้ร่วมการแข่งขันทราบก่อนดำเนินรายการ หรือการออกอากาศเชิญชวนให้เข้าร่วมการชิงโชค การเข้ารับการแจกรางวัล การแข่งขัน หรือการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการแข่งขัน

(5) จัดให้มีการบันทึกหลักฐานข้อมูลการตัดสินการชิงโชค การแจกรางวัล และหรือการแข่งขันที่สามารถตรวจสอบได้ รวมถึงจะต้องมีช่องทางให้ผู้ที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการชิงโชค การแจกรางวัล การแข่งขัน หรือการเข้าร่วมการแข่งขันสามารถร้องเรียนได้

7) การนำเสนอรายการที่มีเนื้อหาเป็นการวิเคราะห์วิจารณ์การแข่งขันกีฬา หรือการประกวดแข่งขันใด ๆ ก็ตาม ผู้รับใบอนุญาตจะต้องไม่นำเสนอข้อมูล หรือดำเนินรายการในลักษณะของ สนับสนุนหรือเป็นข้อมูลเพื่อประกอบการเล่นพนัน

8) ในกรณีที่มีความจำเป็นจะต้องนำเสนอหรือออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาซึ่งแสดงให้เห็นถึง พฤติกรรมหรือสถานการณ์ที่มีความรุนแรง ความทารุณโหดร้าย หรือความไม่เหมาะสมของถ้อยคำ ผู้รับใบอนุญาตจะต้องระมัดระวังการนำเสนอรายการดังกล่าวด้วยความเหมาะสม ปราศจากการยั่วยุ หรือสนับสนุนให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบ

9) การนำเสนอรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการก่ออาชญากรรมโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการ ให้ข้อมูลหรือความรู้อันจะเป็นประโยชน์แก่ผู้รับฟังหรือรับชมในการป้องกันการเกิดอาชญากรรม ผู้รับใบอนุญาตจะต้องชี้แจงให้ผู้รับฟังหรือรับชมได้ทราบเหตุผล และนำเสนอรายการดังกล่าวด้วยความ ระมัดระวัง หลีกเลี่ยงการสาธิตซึ่งวิธีการ หรือการกระทำใดๆ อันเป็นการยั่วยุหรือสนับสนุนให้เกิดการ ก่ออาชญากรรม

10) การนำเสนอรายการที่มีลักษณะของการจำลองสถานการณ์ ข่าว ละคร หรือสารคดี ที่ อาจมีเนื้อหาอันสร้างความตื่นตระหนกในหมู่ประชาชน หรือเข้าใจผิดว่าเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ผู้รับใบอนุญาตจะต้องจัดให้มีข้อมูลหรือข้อความแจ้งให้ผู้รับฟังหรือผู้รับชมทราบว่าเป็นการ ออกอากาศสถานการณ์จำลอง

11) การนำเสนอรายการที่มีเนื้อหาอ้างอิงถึงข้อเท็จจริงในอดีต หรือข้อมูลประวัติศาสตร์ ผู้รับใบอนุญาตจะต้องตรวจสอบข้อมูลให้ถูกต้อง เป็นจริง และต้องไม่มีลักษณะของการตัดทอน ดัดแปลง

แก้ไข หรือละเลยข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญที่จะก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมต่อบุคคลหรือองค์กรที่ ถูกกล่าวอ้างถึง

12) กรณีที่มีการออกอากาศรายการที่นำเด็กและเยาวชนมาร่วมเป็นส่วนหนึ่งของรายการ ผู้รับใบอนุญาตจะต้องได้รับความยินยอมจากผู้ปกครองหรือผู้แทนโดยชอบธรรมของเด็กและเยาวชน ก่อน และจะต้องดำเนินการ ดังนี้

(1) ให้ความคุ้มครองทั้งทางกายภาพและทางจิตใจของเด็กและเยาวชน เช่น การไม่ เผยแพร่ภาพหรือเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชนในลักษณะที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายหรือไม่ เหมาะสม

(2) การสอบถามข้อมูลหรือความเห็นจากเด็กและเยาวชนจะต้องเป็นไปด้วยความ ระมัดระวัง มิให้มีลักษณะของการส่อเสียด รุนแรง หรือกระทบกระเทือนต่อจิตใจของเด็กและเยาวชน โดยผู้รับใบอนุญาตจะต้องดำเนินการสรุปสาระสำคัญของเนื้อหารายการ ข้อสอบถามที่เกี่ยวข้องกับ เด็กและเยาวชนให้ผู้ปกครองหรือผู้แทนโดยชอบธรรมของเด็กและเยาวชนได้พิจารณาเป็นการล่วงหน้า ก่อนการจัดรายการ การผลิตรายการ หรือการออกอากาศรายการดังกล่าว

(3) ในกรณีที่ผู้ผลิตรายการหรือผู้จัดรายการประสงค์จะมอบรางวัลหรือของตอบแทน ให้แก่เด็กและเยาวชนที่เข้าร่วมรายการ จะต้องมีความเหมาะสมกับสถานภาพของเด็กและเยาวชน

(4) การแพร่ภาพและนำเสนอเนื้อหารายการที่มีการล่วงละเมิดทางเพศและการล่วง ละเมิดประเภทอื่นที่เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชนนั้น ต้องเป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการ คุ้มครองเด็กและเยาวชน รวมถึงกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคล

(5) ผู้รับใบอนุญาตต้องระมัดระวังมิให้มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลหรือข้อมูลอื่นใด ที่จะทำให้อันตรายถึงตัวตนที่แท้จริงของเด็กและเยาวชน ไม่ว่าจะอยู่ในฐานะผู้เสียหาย พยาน จำเลย หรือ ผู้ต้องหาในการกระทำที่เป็นการล่วงละเมิดทางเพศ

3. การกำกับดูแลออกอากาศรายการ

1) ผู้รับใบอนุญาตและผู้ดำเนินการสถานีมีหน้าที่ตรวจสอบและระงับการออกอากาศรายการ ที่มีลักษณะต้องห้ามตามประกาศนี้มีให้มีการออกอากาศ ดังนี้

(1.1) กรณีที่เป็นรายการซึ่งได้มีการผลิตไว้เป็นการล่วงหน้า ผู้รับใบอนุญาตหรือ ผู้ดำเนินการสถานีจะต้องดำเนินการตรวจสอบเนื้อหาของรายการดังกล่าวว่ามีลักษณะต้องห้ามมิให้ ออกอากาศหรือไม่ หากปรากฏว่ามีเนื้อหาส่วนหนึ่งส่วนใดที่ต้องห้ามมิให้มีการออกอากาศ จะต้องไม่ ออกอากาศเนื้อหาในรายการส่วนดังกล่าวโดยเด็ดขาด

(1.2) กรณีที่เป็นรายการออกอากาศสด ผู้รับใบอนุญาตหรือผู้ดำเนินการสถานี จะต้องกำกับและควบคุมการออกอากาศรายการดังกล่าวอย่างใกล้ชิดด้วยความละเอียดรอบคอบ หาก ปรากฏว่ามีเนื้อหารายการที่ต้องห้ามมิให้มีการออกอากาศ หรือมีแนวโน้ม หรืออาจนำไปสู่เนื้อหา

รายการที่ต้องห้ามการออกอากาศแล้ว ผู้รับใบอนุญาตหรือผู้อำนวยการสถานีจะต้องระงับการออกอากาศรายการดังกล่าวโดยทันที

2) ในกรณีที่มีการออกอากาศเนื้อหารายการที่ต้องห้ามมิให้มีการออกอากาศไม่ว่าจะเป็นรายการที่ผลิตไว้แล้ว หรือรายการที่ออกอากาศสด กรรมการที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการหรือพนักงานเจ้าหน้าที่อาจมีคำสั่งด้วยวาจาหรือหนังสือให้ระงับการออกอากาศรายการดังกล่าวในส่วนที่เหลือได้ทันที

3) เมื่อมีคำสั่งตามข้อ 2) แล้ว ให้สำนักงานดำเนินการสอบสวนข้อเท็จจริงในกรณีดังกล่าวเพื่อเสนอคณะกรรมการพิจารณาโดยพลัน ซึ่งการสอบสวนข้อเท็จจริงนั้นให้ถือปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ กำหนดตามมาตรา 62 แห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551

ผู้รับใบอนุญาตที่ได้รับคำสั่งตามข้อ 2) แล้ว มีหน้าที่ต้องชี้แจงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการตรวจสอบหรือควบคุมการออกอากาศรายการ พร้อมนำเทปบันทึกรายการที่ได้มีการออกอากาศส่งต่อสำนักงานภายในสามวันทำการนับแต่วันที่ได้รับคำสั่ง

หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้มีแนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ไว้ดังนี้

1. หลักการและแนวคิดในการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์

1) การจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์เป็นเครื่องมือที่สำคัญในกาให้คำแนะนำสำหรับผู้ชม โดยเฉพาะพ่อแม่หรือผู้ปกครอง ในการเลือกรับชมสื่อทางโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับวัยของเด็กและเยาวชนในครอบครัว โดยมีหลักการในการจัดระดับความเหมาะสมของรายการ ดังนี้

1.1) เป็นแนวทางและสร้างแรงจูงใจในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ที่ส่งเสริมการศึกษาและการเรียนรู้ให้กับผู้ชม

1.2) ส่งเสริมแลพัฒนาระบบกำกับดูแลตนเอง (Self-Regulation) ของกิจการวิทยุโทรทัศน์

1.3) รักษาไว้ซึ่งสิทธิเสรีภาพในการแสดงออกและการได้รับข้อมูลข่าวสาร

1.4) คำนึงถึงประโยชน์สุข ความปลอดภัยและพัฒนาการด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และศักดิ์ศรีของเด็กและเยาวชน

1.5) สร้างมาตรฐานในการตรวจสอบเนื้อหาและเฝ้าระวังสื่อ บนหลักเกณฑ์และความเข้าใจเดียวกัน

2) การจำแนกเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ตามช่วงอายุของผู้ชมตามหลักการข้างต้น มีแนวคิดในการพิจารณา โดยแบ่งเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

2.1) เนื้อหาที่ควรมีการจำกัด เป็นระบบการจำแนกเนื้อหาและการนำเสนอของรายการโทรทัศน์ เพื่อปกป้องเด็กและเยาวชนจากภาพ เสียง และเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ที่ไม่เหมาะสมต่อการพัฒนาการและการเรียนรู้และเป็นแนวทางแก่สถานีวิทยุโทรทัศน์ในการพิจารณาจัดเวลาในการออกอากาศรายการให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้ชม

2.2) เนื้อหาที่ควรมีการส่งเสริม เป็นระบบการพิจารณาเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ที่สนับสนุนด้านการศึกษาและการพัฒนาการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน อันจะนำไปสู่การสร้างสรรครายการที่มีคุณภาพ และการกำหนดทิศทางเพื่อการสนับสนุนรายการที่มีคุณภาพ รวมทั้งเป็นการให้ความรู้กับพ่อแม่ผู้ปกครอง ในการเลือกรับชมรายการที่มีประโยชน์สำหรับเด็กและเยาวชนในครอบครัว

2. หลักเกณฑ์การพิจารณาระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์

การพิจารณาระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ประกอบด้วย 2 หลักเกณฑ์ดังนี้

1) หลักเกณฑ์ของระบบการจำแนกเนื้อหาที่ควรมีการจำกัด พิจารณาจากภาพ เสียง และเนื้อหาในรายการ ประกอบกับเจตนาในการผลิต และการจัดทำวัตถุประสงค์และวิธีการในการนำเสนอภาพหรือเสียง น้ำหนักของการดำเนินเรื่อง รวมทั้งมุมมองของการถ่ายทำ ที่ทำให้ผู้ชมรับรู้ในทางที่ไม่เหมาะสม และอาจมีผลต่อการพัฒนาค่านิยมและพฤติกรรมในด้านลบ โดยพิจารณาใน 3 ประเด็นคือ 1) พฤติกรรมและความรุนแรง 2) เรื่องทางเพศ และ 3) ภาษา

1.1) พฤติกรรมและความรุนแรง พิจารณาจากภาพ เสียง และเนื้อหา ที่อาจทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ไม่เหมาะสม ในเรื่องพฤติกรรมที่รุนแรง หรือนำไปสู่ความรุนแรงและอันตราย ประกอบด้วย

1) การแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม รวมทั้งการนำเสนอที่ก่อให้เกิดหรือชักนำให้เกิดผลรุนแรงต่อจิตใจของผู้ชม ทำให้เกิดความรู้สึกทางจิตใจ เช่น ความหดหู่ ความเศร้า ความเครียด ความสะเทือนใจอย่างรุนแรง รวมถึงตลอดถึงองค์ประกอบของรายการที่ทำให้ผู้ชมตกใจกลัว ความน่าเกลียด สยดสยอง ขยะแขยง

2) การใช้ความรุนแรงกระทำต่อตนเอง บุคคลอื่น สิ่งมีชีวิตและวัตถุ

3) การใช้อาวุธ ยาเสพติด การแสดงภาพของการกระทำความผิดในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงเนื้อหาที่ขัดต่อศีลธรรม และความสงบสุขของสังคม

4) การนำเสนอที่ก่อให้เกิดการอคติ การเลือกปฏิบัติอันนำมาซึ่งการต่อต้านหรือล่วงละเมิดบุคคลหรือกลุ่มบุคคล รวมถึงการส่งเสริม การสร้างทัศนคติ ความเชื่อ การชักจูงใจให้เกิดการล่วงละเมิดหรือการต่อต้าน การดูหมิ่นเหยียดหยาม การลดทอนหรือการละเมิดศักดิ์ศรี

ความเป็นมนุษย์ ละเมิดสิทธิมนุษยชน ตลอดจนการส่งเสริมหรือชักจูงให้เกิดการต่อต้าน ดูหมิ่น สร้างทัศนคติเชิงลบ การล้อเลียนให้เกิดความอาย กลายเป็น “ตัวตลกในสังคม” ที่มีผลต่อตัวบุคคล กลุ่มบุคคล ทั้งในประเด็นของเชื้อชาติ สัญชาติ ชาติพันธุ์ เพศ รสนิยมทางเพศ ชนชั้น สถานะ สภาพทางเศรษฐกิจ อายุ ศาสนา สีมิว โรคหรือภาวะสุขภาพความพิการทั้งทางร่างกาย จิตใจ และสติปัญญา

1.2) เรื่องทางเพศ พิจารณาจากภาพ เสียง และเนื้อหา ที่อาจทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ไม่เหมาะสม ในด้านการแต่งกาย การแสดงออกทางเพศ การแสดงท่าทางหรือกิริยาที่ไม่เหมาะสมในทางเพศ การล่วงละเมิดทางเพศ การสนทนาหรือใช้คำพูดเกี่ยวกับเนื้อหาทางเพศที่ล่อแหลมหรือไม่เหมาะสม การสร้างทัศนคติทางลบเกี่ยวกับเนื้อหาทางเพศในประเด็นต่าง ๆ เช่น การเหยียดเพศ เป็นต้น

1.3) ภาษา พิจารณาจากภาพ เสียง และเนื้อหา ที่อาจทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ไม่เหมาะสมในเรื่องการใช้ภาษา ไวยากรณ์ทางภาษา การใช้ภาษาที่ล่อแหลม หมิ่นเหม่สื่อความหมายในเชิงลบ รวมถึงการใช้ภาษาที่ก้าวร้าว ดูหมิ่น นำมาซึ่งการลดทอนศักดิ์และศรีของผู้ฟัง

2) หลักเกณฑ์ของระบบการจำแนกเนื้อหาที่ควรมีการส่งเสริม พิจารณาเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ที่สนับสนุนด้านการศึกษาและการพัฒนาเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน โดยใช้เกณฑ์ด้านการศึกษาและการเรียนรู้ 6 ประเด็นเป็นตัวชี้วัด ดังนี้

2.1) เนื้อหาที่ส่งเสริมให้เกิดระบบวิถีคิด กล่าวคือให้คิดเป็นตามความสามารถของสมองในแต่ละวัย ตลอดจนการส่งเสริมด้านพัฒนาการทางสมองและสติปัญญา ให้สามารถมีความรู้ มีความเข้าใจ มีความสามารถในการประยุกต์ วิเคราะห์ สังเคราะห์ และประเมินผลได้อย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การวางแผนการตัดสินใจ การแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ

2.2) เนื้อหาที่ส่งเสริมความรู้ในเรื่องวิชาการ ตลอดจนความรู้ในศาสตร์สาขาต่าง ๆ ให้สามารถเรียนรู้วิชาการในศาสตร์สาขาวิชาต่าง ๆ ตลอดจนศาสตร์ประยุกต์ และศาสตร์ในเชิงบูรณาการ ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้ เช่น ความรู้ในด้านภาษาศาสตร์ ตรรกะ และคณิตศาสตร์ ดนตรี กีฬา ตลอดจนความรู้ในด้านวิชาชีพ รวมถึงการสร้างความรักในการเรียนรู้

2.3) เนื้อหาที่ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาด้านคุณธรรมและจริยธรรม ให้เกิดการเรียนรู้และเข้าใจถึงคุณธรรมและจริยธรรม ตลอดจนเกิดความรู้สึกนึกคิดและความเชื่อ แรงบันดาลใจที่จะประพฤติปฏิบัติตามคุณธรรมและจริยธรรมในมาตรฐานของความเป็นมนุษย์

2.4) เนื้อหาที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับทักษะชีวิต ให้รู้จักและเรียนรู้เกี่ยวกับทักษะในการใช้ชีวิตในสังคมที่เหมาะสมกับกาลและเทศะ สามารถนำทักษะดังกล่าวไปใช้ในชีวิตของตนเองได้ตลอดจนสามารถแก้ไขปัญหาในชีวิตอย่างเหมาะสมได้

2.5) เนื้อหาที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ ยอมรับ เข้าใจ และชื่นชมความหลากหลายในสังคม ทั้งในเรื่องของสังคม วัฒนธรรม เชื้อชาติ สัญชาติ ภาษา สถานะทางสังคม เพศ และวัย เป็นต้น เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ในความแตกต่างหลากหลาย และสามารถอยู่ร่วมกันกับความแตกต่างหลากหลายนั้นได้อย่างสันติ ตลอดจนใช้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหาและจัดการความขัดแย้งอันเกิดจากความแตกต่างหลากหลายนั้นได้

2.6) เนื้อหาที่ส่งเสริมการพัฒนาความสัมพันธ์ของคนในครอบครัว และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ทำให้เกิดการเรียนรู้ในความสัมพันธ์ที่ดีของคนในครอบครัว ทั้งเรียนรู้และเข้าใจกันและกันของคนในครอบครัว ตลอดจนการทำให้เกิดศรัทธาและแรงบันดาลใจในสถาบันครอบครัว

3. แนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์

ระดับความเหมาะสม	พฤติกรรมและความรุนแรง	ภาษา	เรื่องทางเพศ
“ป” (3 – 5 ปี)	๐	๐	๐
“ด” (6 – 12 ปี)	๐	๑	๐
“ทป” (ทุกวัย)	๑	๑	๑
“น 13” (น้อยกว่า 13 ควรได้รับคำแนะนำ)	๒	๒	๑
“น 18” (น้อยกว่า 18 ควรได้รับคำแนะนำ)	๒	๒	๒
“ฉ” (เฉพาะผู้ใหญ่)	๓	๓	๓

2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

2.3.1 ความหมายและองค์ประกอบของทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) มาจากรากศัพท์ภาษาละตินว่า aptus มีความหมายว่า กระทบทำให้เหมาะสม ก็คือมาจากความรู้สึกส่วนตัวหรือสภาพของจิตใจที่มีการเตรียมการในการกระทำ ทัศนคติ (Attitude) หรือบางครั้งมีผู้ใช้คำไทยว่า ท่าที หรือ เจตคติ หมายถึง แนวโน้มที่บุคคลได้รับมาหรือเรียนรู้มาและกลายเป็นแบบอย่างในการแสดงปฏิกิริยาสนับสนุนหรือคัดค้านต่อสิ่งของหรือบุคคล

ตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ ทักษะที่เห็นได้จากพฤติกรรมแบบสู้ (Approach) หรือแบบหนี (Withdrawal) ดีหรือไม่ดี บวกหรือลบต่อวัตถุ (บุคคลและกลุ่ม) และสถานการณ์ที่เป็นเป้าหมาย ทักษะที่มีความยืดหยุ่นและมีความมั่นคงมากกว่าความคิดเห็น แต่น้อยกว่าค่านิยมและความเชื่อ ทักษะที่เป็นส่วนย่อยหรือองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญของค่านิยมและความเชื่อ ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ และก่อให้เกิดพฤติกรรมตามมาภายหลัง (ติน ปรัชญพฤทธิ, 2529)

Thurstone (1928) ให้ความหมายของทักษะคิด ว่าเป็นผลสรุปของความโน้มเอียง (Inclination) และความรู้อคติ (Prejudice or Bias) ข้อสังเกต (Perceived) ความคิด (Ideas) ความหวาดกลัว (Fears) และจุดยืนที่แน่นอน (Convictions) ต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ

ดวงเดือน พันธมนาวิน (2542 : 85) ให้ความหมาย ทักษะคิดหรือเจตคติ ว่าเป็นลักษณะทางจิตใจของบุคคลที่นักวิชาการเชื่อว่ามี ความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมมากกว่าลักษณะประเภทอื่น

ชิตยา สุวรรณชฎ (2543 : 83) อ้างถึงการศึกษานี้ของ Allport (1935 : 789-844, 1954 : 3-56) เกี่ยวกับประวัติและความคิดเรื่องทักษะคิดที่พิมพ์ลงใน Handbook of Social Psychology ให้ความหมายของทักษะคิดมีการใช้โดย Spencer (1862) ว่า ทักษะคิด คือ ความพร้อมทางจิต (Mental Attitude) ส่วน Lange (1888) เรียกทักษะคิดว่า Motor Attitude ซึ่งเน้นถึงบทบาทที่กำหนดการกระทำ

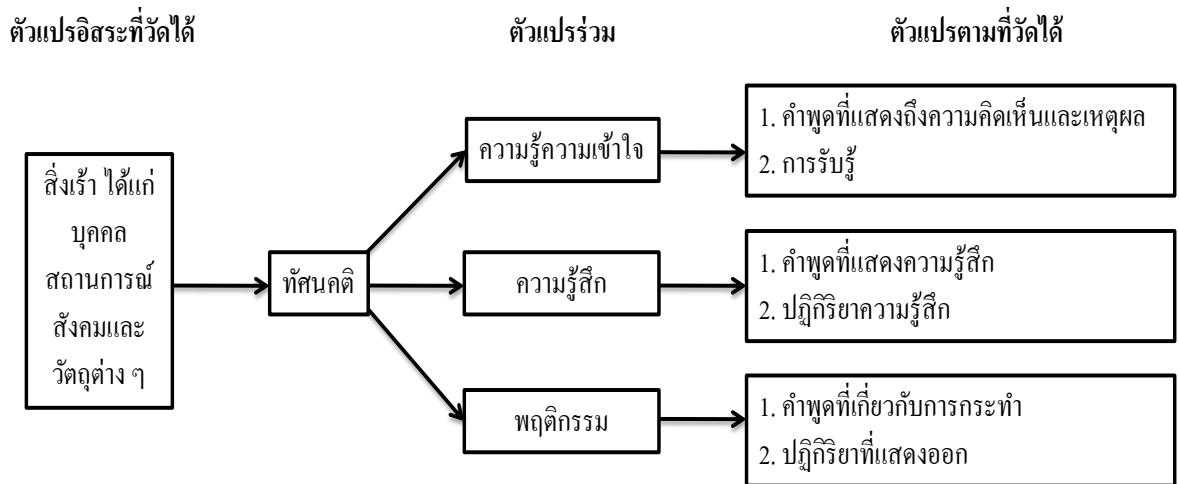
ทั้งนี้ Second and Backman (1946 : 100) และ Krech, Grutchfield and Ballahay (1962 : 140) ได้แบ่งองค์ประกอบของทักษะคิดออกเป็น 3 องค์ประกอบคือ (ดวงเดือน พันธมนาวิน, 2542 : 86)

1) องค์ประกอบด้านอารมณ์และความรู้สึก (Affective component) การตอบสนองเป็นผลมาจากอารมณ์ ในลักษณะที่เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ชอบหรือไม่ชอบ ฟังพอใจหรือไม่ฟังพอใจ รวมถึงคำพูดที่แสดงออกถึงอารมณ์และความรู้สึก

2) องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive component) สติและเหตุผลตอบสนอง ในการรับรู้และคำพูดที่แสดงออกถึงความเชื่อ ความคิดว่าจะไร้อะไรผิด องค์ประกอบด้านนี้เป็นลักษณะที่มีทิศทาง คือ ดีหรือเลว ประโยชน์หรือโทษ

3) องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral component) การกระทำที่แสดงออกยอมรับหรือไม่ยอมรับ ปฏิบัติหรือไม่ปฏิบัติ ต่อสิ่งที่มีทักษะคิดด้วย อาจเป็นทั้งนามธรรมและรูปธรรม เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับตัวเราหรือสิ่งที่ห่างไกลออกไป ลักษณะทางจิตใจที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเดิมคือความโน้มเอียงที่จะกระทำ (Action Tendency) ต่อมาผู้ใช้คำว่า เจตนาที่จะกระทำ (Behavioral Intention) หรือความมุ่งกระทำ

นอกจากนี้ ดวงเดือน พันธุนาวิน (2542 : 86) ได้ให้ทัศนะเพิ่มเติมว่า การวัดทัศนคติของบุคคลควรวัดตามองค์ประกอบทั้ง 3 ของทัศนคติ จะวัดองค์ประกอบเดียวหรือมากกว่าก็ได้ (ดังภาพที่ 2.1)



ภาพที่ 2.1 แสดงแนวความคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของทัศนคติของ Rosenberg and Hovland
ที่มา : ดวงเดือน พันธุนาวิน, 2542 : 86.

อย่างไรก็ตาม มีนักจิตวิทยาบางท่าน เช่น Katz (1960) และ Rosenberg (1965) ได้แบ่งทัศนคติออกเป็น 2 องค์ประกอบคือ 1) องค์ประกอบด้านสติปัญญา หมายถึง กลุ่มความเชื่อที่บุคคลมีต่อเป้าหมายของทัศนคติเป็นตัวส่งเสริมหรือขัดขวางการบรรลุถึงค่านิยมต่าง ๆ ของบุคคล และ 2) องค์ประกอบด้านอารมณ์ ความรู้สึก หมายถึง ความรู้สึกที่บุคคลมีเมื่อถูกกระตุ้นโดยเป้าหมายของทัศนคติ หรือ Thurstone (1928), Insko (1967), Bem (1972) และ Fishbein and Ajzen (1989) ได้แบ่งองค์ประกอบทัศนคติเป็นองค์ประกอบเดียว โดยระบุว่า อารมณ์และความรู้สึกในทางชอบหรือไม่ชอบที่บุคคลมีต่อเป้าหมายของทัศนคติ

จากความหมายและองค์ประกอบของทัศนคติที่กล่าวมาข้างต้นพอสรุปได้ว่า ทัศนคติ หมายถึง ผลรวมของการรับรู้ ความเข้าใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยผ่านการประเมินจาก 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) ความรู้สึก (Affective) 2) การใช้เหตุผล (Cognitive) และ 3) การมีแนวโน้มพฤติกรรม (Behavioral) ที่จะกระทำหรือได้กระทำตามแนวทางข้อสรุปในเรื่องนั้น

2.3.2 การเกิดทัศนคติ

ลัดดา กิตติวิภาค (2526 : 15 – 18) และพลเทพ จันทร์สีประเสริฐ (2526 : 4) มีความเห็นในทางเดียวกันว่า ทัศนคติมิใช่สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มิใช่สิ่งที่มีติดตัวมนุษย์มาตั้งแต่เกิด แต่

เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายหลังการเจริญเติบโตของมนุษย์ เป็นผลของปัจจัยต่าง ๆ อันเป็นภูมิหลังของบุคคลนั้น ๆ รวมถึงความบีบคั้นหรืออุปสรรคที่เผชิญอยู่ ตลอดจนความพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรมแต่ละคน และมีความแตกต่างกันตามสภาพแวดล้อมที่แต่ละคนได้รับ นักจิตวิทยาหลายท่านมีความเห็นตรงกันว่า ทักษะเกิดขึ้นจากการเรียนรู้ที่คนเราได้มีประสบการณ์โดยตรงหรือโดยทางอ้อม การเรียนรู้ทักษะสามารถทำให้ทราบได้ว่าทักษะเกิดขึ้นมาได้อย่างไร

สิทธินิโศก วรานุสันติกุล (2532 : 112 – 115) ให้ความเห็นว่าการเกิดทักษะสามารถเรียนรู้จาก 3 รูปแบบ ได้แก่

1) การเกิดทักษะจากการเรียนรู้แบบโยงความสัมพันธ์ การเรียนรู้แบบนี้เป็นเรื่องง่ายแก่การทำทำความเข้าใจ คือ ถ้าเรานำเอาสิ่งเร้าที่เป็นแกนกลางไปเข้าคู่กับสิ่งเร้าที่มีอำนาจ ทำให้เราต้องตอบสนองอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา และในที่สุดสิ่งเร้าที่เป็นแกนกลางจะมีอำนาจทำให้เกิดการตอบสนองอย่างนั้นตามไปด้วย

2) การเกิดทักษะเพราะหลักการเรียนรู้จากผลกรรม คนเราเรียนรู้จากผลการกระทำในอดีต ถ้าผลกรรมน่าพอใจก็จะมีแนวโน้มที่จะทำอย่างนั้นอีก แต่ถ้าผลกรรมไม่น่าพอใจก็จะมีแนวโน้มไม่ทำอย่างนั้นอีก

3) การเกิดทักษะจากการเรียนรู้โดยการสังเกตจากตัวแบบ ทักษะที่เกิดขึ้นอาจมาจากการเลียนแบบผู้อื่น จากการค้นพบทางจิตวิทยา พบว่าเพียงแต่เห็นตัวอย่างจากผู้อื่นคนเราก็จะสามารถเรียนรู้ได้แล้ว ถึงแม้จะไม่ได้นำเอาความรู้้นั้นมาปฏิบัติก็ตาม

Allport (1960) กล่าวว่า ทักษะเกิดจาก

- 1) การเรียนรู้ทั้งทางตรงและทางอ้อม
- 2) ความสามารถในการแยกแยะความแตกต่าง สิ่งใดดีหรือสิ่งใดไม่ดี
- 3) ประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งแตกต่างกันออกไป
- 4) การเลียนแบบหรือการรับเอาทักษะของผู้อื่นมาเป็นของตน

2.3.3 การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ นั้นเกิดจากประสบการณ์และการเรียนรู้ จึงอาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ตามประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับเพิ่มขึ้น การเปลี่ยนแปลงอาจจะช้าหรือเร็วเท่านั้น โดย Kelman (1953) สรุปวิธีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลไว้ดังนี้

1) การยอมตาม (Compliance) เป็นวิธีการเปลี่ยนแปลงตามทฤษฎีการปรับตัวให้เข้ากับสังคม กล่าวคือ บุคคลจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติเพราะถูกแรงกดดันจากกลุ่ม หรือสถานการณ์ในกลุ่มบีบบังคับให้ยอมตามและเปลี่ยนแปลงทัศนคติเดิมไป

2) การเลียนแบบ (Identification) เป็นการทำตามแบบพฤติกรรมที่บุคคลมองเห็นจากตัวแบบ โดยเกิดความชอบหรือศรัทธาก่อน แล้วจึงทำตามและพยายามทำตามให้เหมือนตัวแบบมากที่สุด

3) ความต้องการที่จะเปลี่ยน (Internalization) เป็นการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่บุคคลเกิดการเรียนรู้ในสังคม และมองเห็นการกระทำบางอย่างที่ทำให้เกิดความก้าวหน้าในสังคมได้ เมื่อบุคคลต้องการความก้าวหน้าจึงเปลี่ยนแปลงทัศนคติเดิมไปตามทัศนคติใหม่

2.3.4 การวัดทัศนคติ

ทัศนคติเป็นภาวะโน้มเอียงของการแสดงออกไม่ใช่การกระทำแต่เป็นความรู้สึก มีลักษณะเป็นอัตนัย (Subjective) บุคคลอาจให้ข้อเท็จจริงด้วยความไม่จริงใจ มักจะไตร่ตรองถึงความเหมาะสมตามสภาพทางสังคม ค่านิยม การยอมรับหรือไม่ยอมรับ การชอบหรือไม่ชอบของคนในสังคม การวัดทัศนคติเป็นเพียงการบันทึกจากคำพูดและพยายามหาความสัมพันธ์ระหว่างคำพูดของบุคคลนั้นกับสิ่งหรือค่านิยมของเขา ที่ผู้ทำการวัดสามารถมองเห็นและเป็นเพียงการคาดคะเน (Estimate) ทัศนคติของบุคคลนั้นเท่านั้น ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ อาจมีวิธีเก็บรวบรวมข้อมูลได้โดยวิธีการต่าง ๆ ดังนี้ (ประมวล มุ่งมาตร, 2537 : 16)

1) การสังเกตจากพฤติกรรมของบุคคล วิธีนี้กระทำได้ยากและผลลัพธ์ก็ยังไม่อาจให้ความมั่นใจได้ว่าแม่นยำตรงจริง เพราะการแสดงออกของบุคคลที่เป็นอากัปกิริยาอาจไม่สะท้อนหรือส่อให้ทราบถึงทัศนคติที่แท้จริงของเขาได้

2) วิธีการรายงานด้วยคำพูด มักใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และ/หรือการสัมภาษณ์ (Interview) ที่มีลักษณะแบบปรนัย (Objective)

3) วิธีการแปรความหมาย เป็นวิธีการหาทัศนคติของบุคคลแบบอัตนัย โดยที่ผู้ถูกถามไม่ตระหนักถึงวัตถุประสงค์ของผู้ทำการศึกษา ไม่ระแวงสงสัยหรือหวั่นเกรงที่จะตอบคำถามหรือแสดงความคิดเห็น ไม่ถูกจำกัดทั้งทางด้านระยะเวลาและขอบเขตของเนื้อหา เป็นวิธีที่สามารถวัดทัศนคติของบุคคลได้ละเอียดชัดเจน ถูกต้องที่สุด แต่มีข้อจำกัดว่า ต้องใช้ผู้ศึกษาที่มีความสามารถมีความชำนาญทางจิตวิทยามากและใช้เวลามาก เหมาะสำหรับใช้กับคนจำนวนน้อย เครื่องมือวัดทัศนคติที่นิยมใช้กันแพร่หลายได้แก่ วิธีการวัดช่วงเท่ากัน (Equal Appearing Interval Scale) ของ Thurstone และแบบมาตราบอกการประมาณค่า (Summated Rating Scale) ของ Likert ซึ่งเป็นการวัดระดับความรู้สึกของตนเอง โดย Likert ได้สร้างแบบวัดทัศนคติที่กำหนดให้ข้อความทุกข้อความในแบบวัดทัศนคติคือ ผลรวมของคะแนนทุกข้อในแบบวัด ซึ่ง Likert ถือว่าผู้มีทัศนคติต่อสิ่งใดก็ย่อมมีโอกาสที่จะตอบเห็นด้วยกับข้อความที่สนับสนุนสิ่งนั้นจะมีมากและโอกาสที่จะตอบเห็นด้วยกับข้อความที่ต่อต้านสิ่งนั้นก็จะมีน้อย ในทำนองเดียวกันผู้ที่มีทัศนคติไม่ติดต่อกับสิ่งใดนั้นโอกาสที่จะเห็นด้วยกับข้อความที่ต่อต้านสิ่งนั้นจะมีมาก คะแนนรวมทุกข้อจะเป็นเครื่องชี้ให้เห็นถึงทัศนคติของผู้ตอบใน

แบบวัดทัศนคติของแต่ละคน ซึ่งจะมีระดับการเลือกตอบ 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่นับใจไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ในการใช้แบบวัดทัศนคติของ Likert สามารถใช้จำนวนข้อคำถามได้มาก จึงทำให้ครอบคลุมประเด็นของเนื้อหาที่น่าสนใจได้อย่างกว้างขวาง (ดวงเดือน พันธุมนาวิน, 2542 : 26 -31)

2.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.4.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ดังนี้

Vroom (1964 : 27) ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นผลจากบุคคลนั้นเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือเข้าไปรับรู้แล้วเกิดความพอใจ โดยความหมายของความพึงพอใจสามารถทดแทนความหมายของทัศนคติได้ บางทีเรียกว่าทฤษฎี V.I.E. เนื่องจากมีองค์ประกอบทฤษฎีที่สำคัญคือ V มาจากคำว่า Valence หมายถึง ความพึงพอใจ I มาจากคำว่า Instrumentality หมายถึง สื่อเครื่องมือวิธีทางนำไปสู่ความพึงพอใจ และ E มาจากคำว่า Expectancy หมายถึง ความคาดหวังภายในตัวบุคคลมีความต้องการและมีความคาดหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง

Campbell (1976 : 117) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จที่แต่ละคน เปรียบเทียบระหว่างความคิดเห็นต่อสภาพการณ์ที่ต้องการจะให้เป็นหรือคาดหวังไว้ผลที่ได้จะเป็นความพึงพอใจหรือไม่จะเป็นการตัดสินใจของแต่ละบุคคล

Hinshaw and Atwood (1982 : 170-171) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความคิดเห็นของผู้รับบริการที่ได้รับจากผู้ให้บริการและจัดเป็นเกณฑ์ประเมินด้านผลลัพธ์ด้วยและเป็นระดับของความสอดคล้องระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการในอุดมคติกับการรับรู้ของผู้มารับบริการที่ได้รับตามความเป็นจริง สำหรับนักวิจัยทางพฤติกรรมได้ให้ความหมายของคำว่าความพึงพอใจในบริการเป็นความรู้สึกหรือความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของคนที่เกิดจากประสบการณ์ที่ผู้รับบริการเข้าไปใช้บริการในสถานที่ให้บริการนั้นๆ และประสบการณ์นั้น ได้เป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยที่แตกต่างกัน

ดิเรก ฤกษ์สาหร่าย (2527 : 65) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึงทัศนคติในทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงไปในความพอใจในการปฏิบัติต่อสิ่งนั้น ทัศนคติในทางบวกของบุคคลจะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อทุกสิ่งทุกอย่างจะเกี่ยวข้องกันนั้น สามารถลดความตึงเครียดให้ต่ำลง เพราะความตึงเครียดเป็นบ่อเกิดของความไม่พึงพอใจ ความตึงเครียดนี้มีผลเกี่ยวเนื่องมาจากความต้องการของมนุษย์ ถ้าบุคคลได้รับการตอบสนองความต้องการทั้งในด้านร่างกาย

ความมั่นคงปลอดภัย ความต้องการทางสังคม และความเป็นอิสระ ความตึงเครียดต่าง ๆ ก็จะลดลง คนก็จะบังเกิดความพึงพอใจมากขึ้น

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2547 : 59) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า หมายถึงการประเมินสินค้าบริการนั้นๆ ว่าตอบสนองความต้องการของตนได้ตามที่คาดหวังไว้หรือไม่ ถ้าได้ตามที่คาดหวังลูกค้าจะมีความพึงพอใจ ถ้าไม่ได้ตามที่คาดหวังไว้ในตอนแรกลูกค้าจะไม่พอใจ (Dissatisfaction)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538 : 18) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นระดับความรู้สึกที่ให้บริการหรือความสามารถให้บริการนั้นได้มาจากความรู้สึกของผู้รับบริการซึ่งประกอบด้วย 1) ความพึงพอใจของความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ 2) ความพึงพอใจต่อการประสานงานผู้บริการ 3) ความพึงพอใจต่อการต้อนรับและการเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ 4) ความพึงพอใจกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ 5) ความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการ และ 6) ความพึงพอใจต่อการใช้บริการต่อการใช้จ่ายในการบริการ

จากความหมายของความพึงพอใจตามที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกทางด้านบวกและด้านลบของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ แต่ทั้งนี้ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับค่านิยมและประสบการณ์ที่ได้รับ

2.4.2 ความสำคัญของความพึงพอใจต่อการบริการ

ความพึงพอใจในบริการของผู้รับบริการเป็นเป้าหมายสำคัญที่ผู้ให้บริการทั้งหลายต่างคิดค้นหากกลยุทธ์ทางการจัดการและกลยุทธ์ทางการตลาดมากมายมาประยุกต์ใช้ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจในบริการและกลับมาใช้บริการซ้ำอีก ดังนั้น ความพึงพอใจจึงเป็นประเด็นที่มีความสำคัญต่อบุคคลหลายฝ่าย ได้แก่ (อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒน์กิจ, 2548 : 172)

1) ความสำคัญของความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการ กล่าวคือ ในการจัดให้เกิดการบริการแก่ผู้มารับบริการนั้น สิ่งที่ผู้ให้บริการควรจะต้องคำนึงถึงและยึดถือสิ่งต่อไปนี้คือ

(1) ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการรูปแบบการบริการที่ดีจะต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการได้ โดยผู้ให้บริการจะต้องทำการสำรวจหรือศึกษาความต้องการของกลุ่มผู้รับบริการเป้าหมายเสียก่อน จากนั้นจึงสามารถกำหนดรูปแบบการบริการที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดการบริการที่น่าประทับใจแก่ผู้มารับบริการได้

(2) ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ เนื่องจากเป็นเกณฑ์ที่ชัดเจนส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ โดยทั่วไป

องค์การธุรกิจบริการจะทำการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการในหลายๆ ด้าน เช่น อาคารสถานที่ อุปกรณ์เครื่องใช้ ความน่าเชื่อถือของกิจการบริการ ความเต็มใจในการให้บริการ ความรู้และความสามารถในการให้บริการ และบุคลิกลักษณะของผู้ให้บริการ เป็นต้น

(3) ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานเป็นตัวชี้คุณภาพและความสำเร็จของงานบริการ เนื่องจากการบริการจะดีเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการซึ่งการปฏิบัติงานจะมีคุณภาพนั้น ผู้ให้บริการจะต้องมีความพึงพอใจในงานของตน จึงจะทุ่มเทในการทำงาน และเป็นสิ่งนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้รับบริการ

2) ผู้รับบริการ กล่าวคือ สิ่งที่ผู้รับบริการมุ่งหวังต้องการจะได้จากการมารับบริการนั้น ก็คือความสะดวกสบาย ความรวดเร็วและคุณภาพการบริการที่ดี ดังนั้น ความพึงพอใจจึงเป็นตัวผลักดันคุณภาพของการบริการของผู้ให้บริการ ซึ่งจะส่งผลดีต่อผู้รับบริการดังนี้

(1) ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของผู้รับบริการเอง ซึ่งมุ่งหวังที่จะได้รับการบริการที่ดีจากการที่ได้ไปใช้บริการยังที่ต่างๆ ความพึงพอใจของผู้รับบริการนี้จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ให้บริการจะต้องตระหนักถึงและจัดให้ได้อย่างเพียงพอทำให้เกิดการแข่งขันเพื่อที่จะนำเสนอสิ่งที่ดีกว่าแก่ผู้รับบริการ ส่งผลให้ผู้รับบริการได้รับการบริการที่ดีมีคุณภาพมากขึ้นเรื่อยๆ

(2) ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการและอาชีพบริการ เนื่องจากผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจในการทำงานจะทำงานด้วยความเต็มใจ ทุ่มเทสร้างสรรค์และส่งเสริมมาตรฐานในการให้บริการ ส่งผลให้คุณภาพในการบริการสูงขึ้นและงานบริการกลายเป็นงานที่แพร่หลายมากขึ้น มีบุคลากรที่มีทักษะและความสามารถเข้าสู่วงการธุรกิจบริการมากขึ้น เกิดการขยายตัวของธุรกิจบริการ ส่งผลต่อลักษณะการบริการ ทำให้ผู้รับบริการได้รับการบริการที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพสูงยิ่งขึ้นต่อไป

2.4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ

กุลชวลี รื่นรมย์ และคณะ (2547 : 172) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการดังรายละเอียดในแต่ละประเด็นดังนี้

1) การเรียนรู้และเข้าใจถึงความต้องการของผู้รับบริการต้องค้นหาคำตอบในประเด็นที่ลึกซึ้งเกี่ยวกับความต้องการที่แท้จริง มุ่งเหตุจูงใจ หรือความคาดหวัง แล้วนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ในการปรับปรุง แก้ไขการดำเนินงานต่อไป

2) การตลาดภายใน หมายถึง กิจกรรมที่ผู้บริหารได้กำหนดขึ้นมาเพื่อให้สมาชิกทุกหน่วยในองค์กรได้เข้าใจในเป้าหมายร่วมกัน เกิดการยอมรับและเห็นความสำคัญในบทบาทของตนเองในการเสริมสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า องค์กรการตลาดที่ประสบความสำเร็จจะให้ความสำคัญกับพนักงานอย่างมากและพยายามอย่างยิ่งที่จะทุ่มเทให้ความสนใจต่อพนักงาน เพื่อให้พนักงานมี

ความสุขในงานของตนเอง ขณะที่การทำงานในตลาดภายใน หมายถึง การจัดโปรแกรมและการฝึกอบรม สัมมนาสำหรับบุคลากรในองค์กร อันจะช่วยให้พนักงานมีทัศนคติและจิตใจที่พร้อมจะให้บริการ ตลอดจนมีความรู้ความชำนาญและทักษะในการใช้เครื่องมือต่างๆ รวมถึงการจัดหาอุปกรณ์ เครื่องมือ และเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อใช้ในการปฏิบัติงาน การดูแลพนักงานเกี่ยวกับสวัสดิการและสภาพความเป็นอยู่ต่างๆ ไป รวมถึงผลตอบแทนและรางวัลจูงใจต่างๆ ให้อยู่ในระดับเหมาะสม เพื่อให้พนักงานมีความพึงพอใจและเกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์กร อันจะส่งผลต่อการปฏิบัติงานเพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

ส่วนอเนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อุดุลพัฒนกิจ (2548 : 177) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการจะแสดงออกในทางบวกหรือลบต่อสิ่งที่ได้รับจากการบริการและการนำเสนอการบริการโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่ได้คาดหวังไว้ ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงไปได้ตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในระหว่างการบริการ ได้แก่

1) ผลិតภัณฑ์บริการ ในการนำเสนอการบริการจะต้องมีผลิตภัณฑ์บริการที่มีคุณภาพและระดับการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ โดยผู้ให้บริการจะต้องแสดงให้ผู้รับบริการเห็นถึงความเอาใจใส่และจริงใจต่อการสร้างเสริมคุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการที่จะส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการ

2) ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดจากการประเมินคุณภาพและรูปแบบของการบริการเทียบกับราคาค่าบริการที่จะต้องจ่ายออกไป โดยผู้ให้บริการจะต้องกำหนดราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการและเป็นไปตามความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to Pay) ของผู้รับบริการ ค่าบริการจะถูกหรือแพงขึ้นอยู่กับความสามารถในการจ่ายและเจตคติต่อราคาของกลุ่มผู้รับบริการอีกด้วย

3) สถานที่บริการ ผู้ให้บริการจะต้องมองหาสถานที่ในการให้บริการที่ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก มีสถานที่กว้างขวางเพียงพอและต้องคำนึงถึงการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการในทุกด้าน เช่น การมีสถานที่จอดรถ หรือการให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้ประเด็นด้านสถานที่ให้บริการลดลงไปได้ เป็นต้น

4) การส่งเสริมแนะนำบริการ ผู้ให้บริการจะต้องให้ข้อมูลข่าวสารในเชิงบวกแก่ผู้รับบริการทั้งในด้านคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ของการบริการผ่านทางสื่อต่างๆ เพื่อให้ผู้รับบริการได้นำข้อมูลเหล่านี้ไปช่วยประเมินเพื่อตัดสินใจใช้บริการต่อไป

5) ผู้ให้บริการจะต้องตระหนักตนเองว่ามีส่วนสำคัญในการสร้างให้เกิดความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการ โดยในการกำหนดกระบวนการจัดการ การวางรูปแบบการบริการจะต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นสำคัญ ทั้งแสดงพฤติกรรมบริการและเสนอบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

6) สภาพแวดล้อมของการบริการ ผู้ให้บริการจะต้องสร้างให้เกิดความสวยงามของอาคารสถานที่ ผ่านการออกแบบตกแต่ง การแบ่งพื้นที่อย่างเหมาะสมลงตัวสร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรผู้ให้บริการและสื่อภาพลักษณ์เหล่านี้ออกไปสู่ผู้รับบริการอีกด้วย

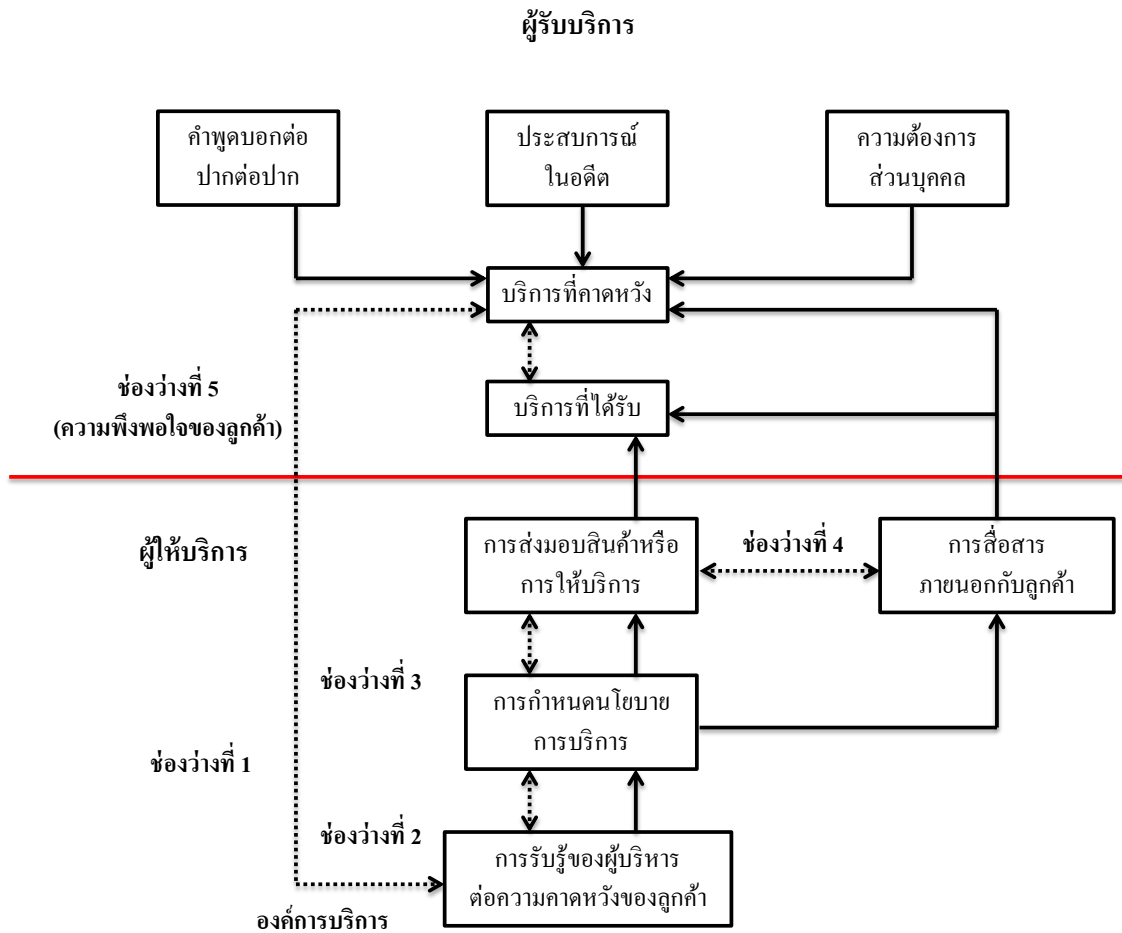
7) กระบวนการบริการ ผู้ให้บริการต่างมุ่งหวังให้เกิดความมีประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการเพื่อเพิ่มความคล่องตัวและความสามารถในการสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ โดยการนำบุคลากร เทคโนโลยีเข้ามารวมกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการและหวังต่อประสิทธิผลที่จะเกิดขึ้นต่อผู้รับบริการ

โดยความพึงพอใจของผู้รับบริการนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ระดับด้วยกันคือ

1) ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการจะต้องจัดให้มีตามความคาดหวังของผู้รับบริการและระวังไม่ให้เกิดสิ่งที่ดีกว่าความคาดหวังนั้นได้ เพื่อให้ผู้รับบริการรู้สึกยินดีและมีความสุขในการมารับบริการนั้นๆ และ

2) ความพึงพอใจที่เกินความคาดหวัง เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการมุ่งหวังที่จะสร้างให้มีเกินกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ เพื่อให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกปลาบปลื้มใจหรือประทับใจในบริการที่ได้รับซึ่งเกินความคาดหวังที่ตั้งใจไว้

ขณะที่ Parasuraman และคณะ (1985) ได้กำหนดแบบจำลองความพึงพอใจในการบริการขึ้น เพื่อที่จะสามารถเข้าใจองค์ประกอบของการบริการและสามารถบริหารจัดการให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพและนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้รับบริการได้ โดยชี้ให้เห็นถึงปัจจัยต่างๆ ในกระบวนการบริการและข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคต่อความพึงพอใจและคุณภาพของการบริการ ดังที่แสดงในภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 แสดงแบบจำลองความพึงพอใจของลูกค้า
ที่มา : Parasuraman และคณะ, 1985. หน้า 44.

จากแผนภาพจะพบว่าความคาดหวังของผู้รับบริการเกิดจากปัจจัยหลักๆ 3 ด้าน คือ คำบอกเล่าแบบปากต่อปาก ความต้องการส่วนบุคคลและประสบการณ์ในอดีตที่เกิดจากการใช้สินค้าหรือบริการต่างๆ โดยผู้รับบริการจะนำสิ่งที่ต้องการไปเปรียบเทียบกับแหล่งข้อมูลต่างๆ แล้วกำหนดเป็นความคาดหวังในการบริการขึ้น หน้าที่ของผู้ให้บริการจึงอยู่ที่การส่งมอบการบริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ ซึ่งไม่ใช่เรื่องง่ายเลย เนื่องจากในกระบวนการให้บริการจะเกิดมีช่องว่างหรือจุดบกพร่องเกิดขึ้นซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถเติมเต็มช่องว่างเหล่านี้ได้ ก็จะทำให้การบริการที่ส่งต่อไปยังผู้รับบริการมีคุณภาพและสร้างเสริมความพึงพอใจในการบริการได้ช่องว่างในการดำเนินงานการบริการให้มีคุณภาพ ได้แก่

ช่องว่างที่ 1 เกิดจากการรับรู้หรือการเข้าใจไม่ตรงกันระหว่างผู้บริหารการบริการต่อความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งอาจเกิดจากความคลาดเคลื่อนของการประเมินความคาดหวังของ

ผู้รับบริการ ทำให้มีการนำเสนอการบริการที่ไม่เป็นไปตามความคาดหวังจึงส่งผลให้เกิดความไม่พึงพอใจ ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องมีศึกษาและประเมินความคาดหวังของผู้รับบริการให้ถูกต้อง เพื่อที่การลงทุนในการบริการนั้นจะได้ไม่เป็นการสูญเปล่าไป

ช่องว่างที่ 2 เกิดการเบี่ยงเบนระหว่างการถ่ายทอดความเข้าใจความคาดหวังของผู้บริหารการบริการไปสู่นโยบายการบริการ ถึงแม้ว่าจะมีความเข้าใจที่ถูกต้องแล้วก็ตาม แต่ในการกำหนดเป็นนโยบายขึ้นมา นั้น อาจเกิดความคลาดเคลื่อนของนโยบายหรือมีการเข้าใจความหมายผิดพลาด ทำให้การดำเนินการมีความผิดพลาดคลาดเคลื่อนตามไปด้วย ส่งผลต่อรูปแบบการบริการที่จะไม่ตรงตามความคาดหวังของผู้รับบริการ

ช่องว่างที่ 3 การส่งมอบบริการไม่สอดคล้องกับนโยบายการบริการ เกิดความบกพร่องในการควบคุมคุณภาพ อาจเกิดจากผู้ให้บริการดำเนินกระบวนการให้บริการที่ไม่สอดคล้องกับนโยบายการบริการ อาจเป็นในด้านคุณภาพ ความเอาใจใส่ ความรับผิดชอบต่อการบริการ ซึ่งล้วนเป็นภาพที่เห็นได้ชัดเจน ทำให้ผู้รับบริการเกิดความไม่พึงพอใจได้

ช่องว่างที่ 4 การส่งมอบการบริการไม่เป็นไปตามข้อมูลที่สื่อสารออกไป นั่นคือการที่ไม่สามารถส่งมอบการบริการให้เป็นไปตามที่ได้บอกไว้ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกว่าถูกเอาเปรียบจากผู้ให้บริการ เนื่องจากผู้รับบริการตัดสินใจเลือกใช้บริการเนื่องจากข้อมูลที่ได้รับจากการสื่อสารออกไปของผู้ให้บริการนั่นเอง และ

ช่องว่างที่ 5 การส่งมอบบริการที่แตกต่างไปจากความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นจุดบกพร่องที่เกิดขึ้นได้ง่ายที่สุดแต่ควบคุมได้ยากที่สุด เนื่องจากความคาดหวังของผู้รับบริการจะเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลา หรือสถานการณ์ ดังนั้นการให้บริการจะต้องมีการปรับเปลี่ยนให้ตรงกับความคาดหวังนั้นอยู่เสมอ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ถ้าผู้ให้บริการส่งมอบการบริการแบบเดิมๆ ในทุกครั้ง นั้นอาจเป็นมาตรฐานในการให้บริการ แต่การบริการนั้นยังไม่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการก็จะทำให้ความพึงพอใจนั้นลดลงไปได้ในที่สุด

เมื่อพิจารณาจากช่องว่างในแบบจำลองทั้ง 5 จุดแล้วจะพบว่ามีความยากง่ายแตกต่างกันในการที่จะลดจุดบกพร่องเหล่านั้น ถ้าสามารถลดจุดบกพร่องลงได้ก็จะสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการได้ แต่ถ้าการส่งมอบการบริการไม่ตรงกับความคาดหวัง ก็จะนำไปสู่ความไม่พึงพอใจ ความซุ่นข้องหมองใจ และเกิดเป็นความโกรธเคืองได้ ซึ่งนำไปสู่การไม่กลับมาใช้บริการซ้ำอีกและยังเป็นข้อมูลอ้างอิงที่ไม่ดีต่อผู้รับบริการรายอื่นๆ อีกด้วย ดังนั้น การเสริมสร้างความพึงพอใจในการบริการจะต้องมองหาสิ่งที่เหนือกว่าการให้บริการตามความคาดหวังของผู้รับบริการนั้นคือ ความปลาบปลื้มใจหรือความประทับใจ

2.4.4 การวัดความพึงพอใจ

ถวิล ธาราโกชน (2532) ได้กล่าวถึงการวัดความพึงพอใจไว้ว่า ในการวัดความรู้สึก หรือการวัดทัศนคตินั้นจะวัดออกมาในลักษณะของทิศทาง (direction) ซึ่งมีอยู่ 2 ทิศทางคือ ทางบวก หรือทางลบ ทางบวก หมายถึง การประเมินค่าความรู้สึกในทางที่ดี ชอบหรือพอใจ ส่วนทางลบจะเป็นการประเมินค่าความรู้สึกในทางที่ไม่ดี ไม่ชอบ หรือไม่พอใจ และการวัดในลักษณะปริมาณ (magnitude) ซึ่งเป็นความเข้มข้น ความรุนแรง หรือระดับทัศนคติไปในทางที่พึงประสงค์ หรือไม่ พึงประสงค์นั่นเอง ซึ่งวิธีการวัดนั้นมีอยู่หลายวิธี เช่น

1) วิธีการสังเกต เป็นวิธีการตรวจสอบคนอื่นโดยการเฝ้ามองและการจดบันทึกอย่างมีแบบแผน วิธีนี้เป็นการศึกษาที่เก่าแก่ และยังเป็นที่ยอมรับใช้อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน แต่ก็เหมาะสมกับการศึกษาเป็นรายกรณีเท่านั้น

2) วิธีการสัมภาษณ์ เป็นวิธีการที่ผู้วิจัยจะต้องออกไปสอบถามโดยการพูดคุยกับบุคคลนั้นๆ โดยมีการวางแผนงานล่วงหน้า เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด

3) วิธีการใช้แบบสอบถาม (questionnaire) วิธีการนี้จะเป็นการใช้แบบสอบถามที่มีข้อคำถามไว้อย่างเรียบร้อย เพื่อให้ผู้ตอบทุกคนตอบมาแบบแผนเดียวกัน มักใช้ในกรณีที่ต้องการข้อมูลจากการสุ่มตัวอย่างจำนวนมาก ๆ วิธีนี้เป็นวิธีที่นิยมใช้กันมากที่สุดในการวัดทัศนคติ รูปแบบของแบบสอบถามจะใช้มาตราวัดทัศนคติ ซึ่งที่นิยมใช้ในปัจจุบันวิธีหนึ่ง คือ มาตราส่วนแบบ Likert scales ประกอบด้วยข้อความที่แสดงถึงทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้าอย่างใดอย่างหนึ่ง และมีคำตอบที่แสดงถึงระดับความรู้สึก 5 คำตอบ เช่น มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

เช่นเดียวกับ โยธิน ศันสนยุทธ (2530) ได้กล่าวถึง เครื่องมือวัดความพึงพอใจไว้ ว่า การจะค้นหาว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ วิธีง่ายที่สุดก็คือการถาม ซึ่งการศึกษาในระยะหลัง ๆ ที่ต้องมีผู้บอกข้อมูลจำนวนมาก ๆ มักใช้แบบสอบถามที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่าตามแบบของ Likert ประกอบด้วยชุดของคำถามและมีตัวเลือก 5 ตัว สำหรับเลือกตอบคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด และคะแนนความพึงพอใจนั้นสามารถนำมาวิเคราะห์ได้ว่า บุคคลมีความพึงพอใจในด้านใดสูงและด้านใดต่ำ โดยใช้วิธีการทางสถิติ ซึ่งหากทราบข้อมูลเกี่ยวกับองค์การ ก็มีความจำเป็นที่จะต้อง ใช้แบบสอบถามที่มีข้อคำถามหลายข้อ เพื่อจะได้ครอบคลุมลักษณะต่าง ๆ ของงานทุก ๆ ด้านขององค์การ และนอกจากการใช้แบบสอบถามแล้วอาจใช้วิธีการเขียนตอบอย่างเสรีได้เช่นกัน

ในการศึกษาเรื่องนี้เลือกใช้การวิจัยแบบผสม (Mixed Research Method) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) เป็นด้านหลัก ได้แก่ การสำรวจความพึงพอใจและทัศนคติของประชาชนที่มีต่อเนื้อหารายการโทรทัศน์ช่องหลัก (Free TV) รวม 6 ประเภทรายการ โดยผู้ศึกษาได้กำหนดวิธีการศึกษาเป็น 4 ส่วนคือ 1) ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 2) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา 3) การเก็บรวบรวมข้อมูล และ 4) การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ส่วนการวิจัยประเภทอื่นได้ใช้การศึกษาจากเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ และ ผู้เกี่ยวข้องเพิ่มเติม

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

1. การสำรวจความพึงพอใจและทัศนคติของประชาชนที่มีต่อเนื้อหารายการโทรทัศน์ช่องหลัก (Free TV) รวม 6 ประเภทรายการ ซึ่งอาศัยอยู่ในจังหวัดต่างๆ ใน 5 ภูมิภาค ดังนี้

- 1) ภาคเหนือ ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ ตาก และ อุทัยธานี
- 2) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ เลย นครพนม อุบลราชธานี และ นครราชสีมา
- 3) ภาคกลาง ได้แก่ กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ สุพรรณบุรี และ กาญจนบุรี
- 4) ภาคตะวันออก ได้แก่ ฉะเชิงเทรา สระแก้ว และ จันทบุรี
- 5) ภาคใต้ ได้แก่ สงขลา สตูล ยะลา และ ภูเก็ต

สำหรับเกณฑ์ในการกำหนดพื้นที่ ผู้ศึกษาใช้เกณฑ์การเป็นตัวแทนของประชากรทั้งประเทศเนื่องจากจังหวัดเหล่านี้เป็น 1) จังหวัดที่มีความหลากหลายด้านวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ 2) มีประชากรมากกว่า 300,000 คน และ 3) ได้รับการอนุมัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี พ.ศ. 2557 เกินกว่า 100 ล้านบาท

2. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) มีประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการประเมินคุณภาพเนื้อหารายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

1. การสำรวจความพึงพอใจและทัศนคติของประชาชนที่มีต่อเนื้อหารายการโทรทัศน์ช่องหลัก (Free TV) ตัวอย่างที่ใช้ศึกษาจำนวน 20,000 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) ตามสัดส่วนช่วงอายุของประชากร 3 กลุ่ม ได้แก่ ช่วงอายุระหว่าง 10 -14 ปี ช่วง

อายุระหว่าง 15 -24 ปี และช่วงอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 10, 20 และ 70 ตามลำดับ กระจายในทุกภูมิภาคทั่วประเทศ ได้แก่ 1) ภาคเหนือ 2) ภาคอีสาน 3) ภาคกลาง 4) ภาคตะวันออก และ 5) ภาคใต้ ดังนี้ (ตารางที่ 3.1 และ 3.2)

ตารางที่ 3.1 จำนวนและสัดส่วนประชากรไทยทั้งประเทศจำแนกตามช่วงอายุ ปี พ.ศ. 2553

ช่วงอายุ	จำนวนประชากร	สัดส่วนต่อจำนวนประชากร (ร้อยละ)	สัดส่วนต่อประชากรที่ใช้ศึกษา (ร้อยละ)
ระหว่าง 10 - 14 ปี	4,534,936	9.32	10.00
ระหว่าง 15 - 24 ปี	9,394,157	19.31	20.00
ตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป	34,721,746	71.37	70.00
รวมทั้งสิ้น	48,650,839	100.00	100.00

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2556. ประมวลสถิติสำคัญของประเทศไทย พ.ศ. 2556. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2556 จาก http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/pubs/pubsfiles/Key55_T.pdf

ตารางที่ 3.2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล จำแนกตามจังหวัดที่เป็นตัวอย่าง

ภาค	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จริง (คน)
1. ภาคเหนือ	3,711,060	4,000	3,440
1) เชียงราย	1,200,423	1,000	1,137
2) เชียงใหม่	1,655,642	1,000	1,567
3) ตาก	526,045	1,000	413
4) อุทัยธานี	328,950	1,000	323
2. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	5,766,224	4,000	5,211
1) เลย	629,787	1,000	691
2) นครพนม	708,350	1,000	601
3) อุบลราชธานี	1,826,920	1,000	1,596
4) นครราชสีมา	2,601,167	1,000	2,324
3. ภาคกลาง	8,582,439	4,000	7,785
1) กรุงเทพมหานคร	5,673,560	1,000	5,030
2) สมุทรปราการ	1,223,302	1,000	1,064
3) สุพรรณบุรี	847,308	1,000	819
4) กาญจนบุรี	838,269	1,000	871
4. ภาคตะวันออก	1,755,875	4,000	1,410
1) ฉะเชิงเทรา	685,721	1,000	623
2) สระแก้ว	548,342	1,000	391
3) จันทบุรี	521,812	1,000	396
5. ภาคใต้	2,546,172	4,000	2,484
1) สงขลา	1,378,574	1,000	1,380
2) สตูล	305,879	1,000	301
3) ยะลา	500,814	1,000	394
4) ภูเก็ต	360,905	1,000	409
รวมทั้งสิ้น	24,907,944	20,000	20,330

ที่มา : กรมการปกครอง. กระทรวงมหาดไทย. "ประกาศสำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง เรื่อง จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร แยกเป็นกรุงเทพมหานครและจังหวัดต่าง ๆ ตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555." สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2556 จาก : http://stat.bora.dopa.go.th/stat/y_stat55.html

2. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้ศึกษาได้กำหนดตัวอย่างที่ใช้ศึกษาจากผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการประเมินคุณภาพเนื้อหารายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ จำนวน 10 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีเกณฑ์ในการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงคือ ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) ต้องเป็นผู้มีประสบการณ์ และเป็นผู้มีความเข้าใจและสามารถให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินคุณภาพเนื้อหารายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ได้ สำหรับผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย (1) ผู้บริหารจากสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (2) ผู้บริหารจากกรมประชาสัมพันธ์ (3) ผู้บริหารจากสถานีโทรทัศน์ช่องหลัก (Free TV) และ (4) ผู้เชี่ยวชาญด้านการประเมินคุณภาพเนื้อหารายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1. การสำรวจความพึงพอใจและทัศนคติของประชาชนที่มีต่อเนื้อหารายการโทรทัศน์ช่องหลัก (Free TV) รวม 6 ประเภทรายการ ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีประเด็นการสอบถามเกี่ยวกับ

- 1) คุณภาพรายการโทรทัศน์ 2 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านการส่งเสริมประโยชน์สาธารณะ (2) ด้านบุคคลหรือกฎหมาย
- 2) ทัศนคติต่อคุณภาพรายการ ได้แก่ ความรู้สึก เหตุผล และแนวโน้มพฤติกรรมที่ชอบรายการช่องหลัก (Free TV)

2. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการประเมินคุณภาพเนื้อหารายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ผู้ศึกษาใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีประเด็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการประเมินคุณภาพเนื้อหารายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

โดยมีมิติการวิเคราะห์คุณภาพรายการโทรทัศน์ ดังนี้

ก. มิติบังคับตามเงื่อนไขใน TOR

1. จำแนกการวิเคราะห์ (ตัวแปรผล) ตามประเภทรายการทีวี ประเภทรายการมีการจัดแบ่งได้มากกว่า 10 ประเภท แต่ตาม TOR ข้อ 3.2 กำหนดให้วิเคราะห์เพียง 6 ประเภท ดังนั้นการนำเสนอผลการประเมินคุณภาพรายการ จึงกำหนดเป็น 7 ประเด็น (Categories) ดังนี้

ประเภทรายการ	ระดับคุณภาพ
1) ข่าวและรายงานเหตุการณ์ปัจจุบัน	(X= 1.00-1.80, 1 - 20%) 1. ต่ำ (ต้องปรับปรุง)
2) วิเคราะห์ข่าว	(X= 1.81-2.60, 21 - 40%) 2. ค่อนข้างต่ำ (ควรปรับปรุง)
3) เด็กและเยาวชน	(X= 2.61-3.40, 41 - 60%) 3. ปานกลาง (พอใช้)
4) สารบันเทิง	(X= 3.41-4.20, 61 - 80%) 4. ค่อนข้างสูง (ดี)
5) เกมสโว์	(X= 4.20-5.00, 81 - 100%) 5. สูง (ดีมาก)
6) ละคร	
7) คุณภาพในภาพรวมทุกประเภท	

2. จำแนกการวิเคราะห์ตัวแปรผลตามสถานีโทรทัศน์ (6 ช่องหลัก) อาจแบ่งเป็น 2 กลุ่ม 6 สถานี ดังนี้

	ระดับคุณภาพ
2.1 กลุ่มมีโฆษณา มี 4 ช่อง (สถานี)	มิติที่ 1. ประเมินแต่ละช่องในภาพรวมทุกประเภทรายการ มิติที่ 2. ประเมินแต่ละช่องแยกเป็น 6 ประเภทรายการ โดยใช้ระดับคุณภาพ 5 ระดับในข้อ 1 มิติที่ 3. จัด Rank ของกลุ่มช่องแยกเป็นแต่ละประเภทรายการ
1. ช่อง 3	
2. ช่อง 5	
3. ช่อง 7	
4. ช่อง 9	
2.2 กลุ่มไม่มีโฆษณา มี 2 ช่อง (สถานี)	
5. ช่อง 11	
6. ช่อง Thai PBS	

ข. มิติไม่บังคับพิจารณาตามเหตุผลทางทฤษฎีและสถานการณ์ อาจกำหนดมิติการวิเคราะห์ได้หลากหลายดังนี้

1. จำแนกการวิเคราะห์ตัวแปรผลที่สัมพันธ์กับข้อมูลภูมิหลังของผู้ตอบ ได้แก่ 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) ระดับรายได้ 5) กลุ่มอาชีพ 6) ระดับความสนใจทางการเมือง และ 7) ความตระหนักในบทบาทของสื่อสาธารณะ

2. จำแนกการวิเคราะห์ตัวแปรผลที่สัมพันธ์กับพื้นที่รับสื่อของผู้ตอบ ได้แก่ 1) ภาคภูมิศาสตร์ 2) การเปรียบเทียบคุณภาพสื่อของประเทศเพื่อนบ้าน (กรณีภาคใต้)

3. จำแนกการวิเคราะห์ตัวแปรผลที่สัมพันธ์กับมาตรการเชิงบวกและลบในการดูแลสื่อ โดยพิจารณามาตรการด้านส่งเสริมจูงใจกับการกำกับลงโทษ

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ผู้ศึกษาดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 4 แหล่ง คือ

1. ข้อมูลจากเอกสาร ได้แก่ กฎหมายและนโยบายที่เกี่ยวข้อง รายงานการศึกษาวิจัย เอกสาร และตำราวิชาการที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลจากสื่อต่างๆ ทั้งหนังสือพิมพ์ วารสาร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์
2. ข้อมูลจากการสำรวจความพึงพอใจและทัศนคติของประชาชนที่มีต่อเนื้อหารายการโทรทัศน์ช่องหลัก (Free TV) รวม 6 ช่อง จำนวน 20,330 ราย
3. ข้อมูลจากประสบการณ์และความเห็นของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการประเมินคุณภาพเนื้อหารายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ จำนวน 10 คน

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้มาจากการสำรวจความพึงพอใจและทัศนคติของประชาชน เมื่อได้แบบสอบถามจากการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว จะนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามและนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและระดับความพึงพอใจและทัศนคติ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จาก 1) การทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และ 2) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการประเมินคุณภาพเนื้อหารายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ใช้การวิเคราะห์ในเชิงตรรกะ การจัดกลุ่ม การจำแนกแยกแยะ การเชื่อมโยงความสัมพันธ์ และการตีความของข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้มา

ในการนำเสนอผลการศึกษาซึ่งแยกเป็น 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่ 2 การรับสื่อเชิงพหุนิยมของคนไทย และสื่อโทรทัศน์ช่องหลักก่อน พ.ศ. 2557 ส่วนที่ 3 การเลือกประเภทและความเห็นต่อรายการโทรทัศน์ช่องหลัก ส่วนที่ 4 ทศนคติต่อคุณภาพรายการโทรทัศน์ช่องหลัก และ ส่วนที่ 5 บริบทของโทรทัศน์ช่องหลักในประเทศไทย ดังนี้

4.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลกระจายทั้ง 5 ภาค รวม 20,330 ตัวอย่าง มีลักษณะทั่วไปของตัวอย่างในภาพรวม ดังแสดงในตารางที่ 4.1 ดังนี้

1.1 เพศ กลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลมีสัดส่วนแตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงเป็นผู้ให้ข้อมูล ร้อยละ 59.3 ขณะที่เพศชาย เป็นผู้ให้ข้อมูล ร้อยละ 40.7

1.2 อายุ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำแนกตามช่วงอายุ 4 ช่วง ได้ดังนี้ ซึ่งใกล้เคียงกับสัดส่วนช่วงอายุของประชากรทั้งประเทศ

ช่วงอายุ	ร้อยละ	ร้อยละของประชากรจริง
10-14 ปี	11.5	8.2
15-24 ปี	30.2	17.1
25-59 ปี	49.7	60.8
60 ปีขึ้นไป	8.6	13.9

1.3 การศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ให้สัมภาษณ์มีการศึกษาทุกระดับกระจายไปตามสัดส่วนของการศึกษาของประชาชนตามลำดับจากมากไปน้อย คือ กลุ่มใหญ่สุดคือ ชั้นระดับมัธยม ร้อยละ 46.2 จบปริญญาตรี ร้อยละ 27.2 ชั้นประถม ร้อยละ 13.14 อนุปริญญา ร้อยละ 9.0 สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 3.8 และอื่นๆ ร้อยละ 0.4

1.4 อาชีพ กลุ่มตัวอย่างกระจายอยู่ในอาชีพต่างๆ แบ่งได้เป็น 9 กลุ่มอาชีพ ในจำนวนนี้กว่า 1 ใน 3 หรือร้อยละ 37.9 เป็นอาชีพกลุ่มที่ยังมีได้ทำงาน คือ เป็นนักเรียนนักศึกษา ส่วนที่เหลือเป็นกลุ่มที่ทำงานแล้วมีอาชีพต่างๆ ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน ได้แก่ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 14.4 ลูกจ้างเอกชน ร้อยละ 10.1 ประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 7.6 อาชีพอิสระ และรับจ้างทั่วไป จำนวนเท่ากันคือ ร้อยละ 7.3 เกษตรกร ร้อยละ 6.6 และแม่บ้านพ่อบ้าน ร้อยละ 4.9 และอื่นๆ ร้อยละ 3.9

1.5 รายได้ โดยที่ผู้ตอบคำถามกลุ่มใหญ่กว่า 1 ใน 3 นักเรียน นักศึกษา จึงยังไม่มีรายได้ ซึ่งมี ร้อยละ 3.72 รองลงไป คือ กลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 1 หมื่นบาท และ 1-2 หมื่นบาท ร้อยละ 24.1 และ 23.7

ตามลำดับ กลุ่มรายได้ถัดไป คือ 2 - 3 หมื่น ร้อยละ 9.2 ส่วนกลุ่มที่เหลือได้แก่ กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 3 หมื่นบาท สัดส่วนร้อยละ 5.8

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลส่วนตัวผู้ตอบ จำแนกตามภาคภูมิศาสตร์

n=20,330

ข้อมูลส่วนตัว	เหนือ	อีสาน	กรุงเทพมหานคร	กลาง	ตะวันออก	ใต้	รวมทั้งประเทศ
1. เพศ							
-ชาย จำนวน (%)	1,416 (41.2)	2,027 (38.9)	2,227 (44.3)	1,127 (41.0)	418 (29.6)	1,057 (42.6)	8,272 (40.7)
-หญิง จำนวน (%)	2,024 (58.8)	3,184 (61.1)	2,803 (55.7)	1,628 (59.0)	992 (70.4)	1,427 (57.4)	12,058 (59.3)
2. กลุ่มอายุ							
10-14 ปี	264 (7.7)	537 (10.3)	827 (16.4)	242 (8.8)	202 (14.3)	263 (10.6)	2,335 (11.5)
15-24 ปี	759 (22.1)	1,346 (25.8)	2,488 (49.5)	724 (26.3)	340 (24.1)	491 (19.8)	6,148 (30.2)
25-59 ปี	1,979 (57.5)	2,913 (55.9)	1,423 (28.3)	1,517 (55.1)	753 (53.4)	1,508 (60.7)	10,093 (49.7)
60 ปี ขึ้นไป	438 (12.7)	415 (8.0)	292 (5.8)	272 (9.8)	115 (8.2)	222 (8.9)	1,754 (8.6)
3. การศึกษา							
ประถม	625 (18.2)	685 (13.1)	414 (8.2)	540 (19.6)	178 (12.6)	284 (11.4)	2,726 (13.4)
มัธยมต้น	717 (20.8)	1,018 (19.5)	1,453 (28.9)	598 (21.7)	229 (16.2)	503 (20.2)	4,518 (22.2)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนตัว	เหนือ	อีสาน	กรุงเทพมหานคร	กลาง	ตะวันออก	ใต้	รวมทั้งประเทศ
มัธยมปลาย/ปวช.	868 (25.2)	1,093 (19.9)	1,571 (31.2)	675 (24.5)	240 (17.0)	489 (19.7)	4,882 (24.0)
ปวส./อนุปริญญา	175 (5.1)	578 (11.1)	278 (5.5)	232 (8.4)	74 (5.2)	486 (19.6)	1,823 (9.0)
ปริญญาตรี	934 (27.2)	1,630 (31.4)	1,171 (23.4)	659 (23.9)	550 (39.1)	663 (26.7)	5,607 (27.6)
สูงกว่าปริญญาตรี	121 (3.5)	261 (5.0)	143 (2.8)	51 (1.9)	139 (9.9)	59 (2.4)	774 (3.8)
4. อาชีพ							
ข้าราชการ	571 (16.6)	954 (18.3)	469 (9.3)	274 (9.9)	399 (28.3)	258 (10.4)	2,925 (14.4)
พนักงานเอกชน	209 (6.1)	407 (7.8)	346 (6.9)	602 (21.9)	126 (8.9)	356 (14.3)	2,046 (10.1)
อาชีพอิสระ	333 (9.7)	334 (6.4)	286 (5.7)	138 (5.0)	88 (6.2)	305 (12.3)	1,484 (10.3)
ธุรกิจส่วนตัว	357 (10.4)	417 (8.0)	257 (5.1)	192 (7.0)	59 (4.2)	272 (11.0)	1,554 (7.6)
เกษตรกร	297 (8.6)	590 (11.3)	10 (0.2)	190 (6.9)	94 (6.7)	157 (6.3)	1,338 (6.6)
แม่บ้าน	270 (7.8)	165 (3.2)	230 (4.6)	146 (5.3)	41 (2.9)	141 (5.7)	993 (4.9)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนตัว	เหนือ	อีสาน	กรุงเทพมหานคร	กลาง	ตะวันออก	ใต้	รวมทั้งประเทศ
นักเรียน นักศึกษา	971 (28.3)	1,689 (32.4)	3,131 (62.2)	760 (27.6)	506 (35.9)	643 (25.9)	7,700 (37.9)
แรงงานรับจ้าง	286 (8.3)	379 (7.3)	189 (3.8)	295 (10.7)	73 (4.9)	271 (10.9)	1,493 (7.3)
อื่น ๆ	146 (4.2)	276 (5.3)	112 (2.2)	158 (5.7)	24 (1.7)	81 (3.3)	797 (3.9)
5. รายได้ต่อเดือน							
ไม่มีรายได้	1,010 (29.4)	1,584 (30.4)	3,030 (60.2)	793 (28.8)	471 (33.4)	677 (28.3)	7,565 (37.2)
ไม่เกิน 1 หมื่นบาท	1,219 (35.40)	1,418 (27.2)	605 (12.0)	678 (24.6)	233 (16.5)	742 (29.9)	4,895 (24.1)
1-2 หมื่นบาท	813 (23.6)	1,333 (25.7)	763 (15.2)	798 (28.9)	405 (28.7)	699 (28.1)	4,811 (23.7)
2-3 หมื่นบาท	286 (8.3)	565 (10.8)	322 (6.4)	317 (11.5)	163 (11.7)	213 (8.6)	1,866 (9.2)
3-4 หมื่นบาท	63 (1.8)	200 (3.8)	173 (3.4)	115 (4.2)	68 (4.8)	104 (4.2)	723 (3.6)
มากกว่า 4 หมื่นบาท	49 (1.4)	111 (2.1)	137 (2.8)	54 (2.0)	70 (4.9)	49 (1.9)	470 (2.2)

4.2 การรับสื่อเชิงพหุนิยมของคนไทยและสื่อโทรทัศน์ช่องหลักก่อน พ.ศ. 2557

1. คนไทยกับการรับสื่อเชิงพหุนิยม

ในอดีตการรับสื่อสาธารณะในชีวิตประจำวันของคนไทยมีไม่มากประเภทหนึ่ง ส่วนใหญ่ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์ แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการรับสื่อของคนไทยได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในช่วงเวลาราวสิบปีที่ผ่านมา จากตารางที่ 4.2 ในการศึกษาเรื่องนี้พบว่า แม้โทรทัศน์ช่องหลักยังคงเป็นสื่อที่คนไทยเกือบทั้งหมด คือ ร้อยละ 97.3 ใช้ติดตามข่าวสารและความบันเทิง แต่สื่อที่มีผู้ใช้เป็นอันดับ 2 ก็คือ อินเทอร์เน็ตซึ่งสามารถรับสื่อโทรทัศน์ช่องหลักบางช่องบางรายการได้ด้วย สำหรับสื่อที่มีอัตราเพิ่มของผู้ใช้สูงและมีสัดส่วนใกล้เคียงกันเกือบเท่ากับหนังสือพิมพ์ก็คือ สื่อประเภทโซเชียลมีเดีย คือ มีสัดส่วน ร้อยละ 46.6 ขณะที่สื่อสิ่งพิมพ์ลดลงมาเหลือเพียงร้อยละ 47.9

จากการศึกษาอาจสรุปได้ว่า คนไทยรับสื่อสาธารณะโดยมีสัดส่วนต่างกันแยกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1) รับสื่อสาธารณะจากโทรทัศน์ช่องหลัก 6 ช่อง คือ ช่อง 3,5,7,9,11 และไทยพีบีเอส ทั้งผ่านโทรทัศน์และผ่านอินเทอร์เน็ต กลุ่มที่ 2) ประมาณครึ่งหนึ่งของคนไทยใช้สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์ และโซเชียลมีเดีย และ กลุ่มที่ 3) ราว 1 ใน 4 ของคนไทยรับสื่อจากวิทยุ โทรทัศน์ ผ่านดาวเทียมและเคเบิล (ร้อยละ 28.6, 26.6 และ 22.1 ตามลำดับ)

หากพิจารณาเป็นรายประเภทของสื่อแยกตามภาคภูมิศาสตร์ พบว่า แต่ละภาคมีผู้รับสื่อสาธารณะไม่แตกต่างกันมากนัก แต่มีข้อสังเกตการใช้สื่อสาธารณะมาน้อยต่างกันดังนี้

ประเภทสื่อ	ภาคที่ใช้มากที่สุด	ภาคที่ใช้น้อยที่สุด
กลุ่มที่ 1 1. โทรทัศน์ช่องหลัก	ภาคตะวันออก ภาคใต้	กรุงเทพมหานคร
กลุ่มที่ 2 2. อินเทอร์เน็ต 3. โซเชียลมีเดีย 4. สื่อสิ่งพิมพ์	กรุงเทพมหานคร กรุงเทพมหานคร ภาคกลาง	ภาคใต้ ภาคใต้ ภาคใต้
กลุ่มที่ 3 5. วิทยุ 6. โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม 7. โทรทัศน์เคเบิล	ภาคเหนือ ภาคอีสาน กรุงเทพมหานคร	กรุงเทพมหานคร ภาคใต้ ภาคกลาง

ตารางที่ 4.2 ร้อยละของคนไทยกับการรับสื่อสาธารณะประเภทต่างๆ ในชีวิตประจำวัน จำแนกตามภาคภูมิศาสตร์

ประเภทสื่อที่รับข่าวสารประจำ	1 เหนือ (%)	2 อีสาน (%)	3 กทม. (%)	4 กลาง (%)	5 ตะวันออก (%)	6 ใต้ (%)	ภาพรวมทั้งประเทศ (%)
1 วิทยุ	35.3	27.8	25.1	32.8	24.5	26.1	28.6
2 สิ่งพิมพ์	40.4	51.0	54.6	61.7	46.1	33.5	47.9
3 โทรทัศน์ช่องหลัก (3, 5, 7, 9, 11, TPBS)	97.4	97.8	96.4	95.8	98.3	98.3	97.3
4 เคเบิล	20.9	19.4	26.9	18.1	26.3	20.9	22.1
5 โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม	23.6	35.6	17.8	31.8	28.4	22.6	26.6
6 อินเทอร์เน็ต	49.2	55.9	68.4	51.6	56.0	46.6	54.6
7 โซเชียลมีเดีย	42.5	48.8	56.4	48.6	51.3	32.0	46.6

2. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับสื่อสาธารณะกับข้อมูลส่วนตัว

จากตารางที่ 4.3 มีข้อสังเกตเกี่ยวกับการใช้สื่อสาธารณะทั้ง 7 ประเภท ดังนี้

1) ความแตกต่างระหว่างเพศ ในกลุ่มผู้ตอบเพศชายชอบดูโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมมากที่สุด (ร้อยละ 43.9) และใช้โซเชียลมีเดียน้อยที่สุด (ร้อยละ 38.6) ส่วนในกลุ่มผู้ตอบเพศหญิงชอบใช้โซเชียลมีเดียสูงสุด (ร้อยละ 61.4) และดูโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมต่ำสุด (ร้อยละ 56.1)

2) ความแตกต่างระหว่างกลุ่มอายุ ในกลุ่มเด็กและเยาวชนใช้โซเชียลมีเดียและอินเทอร์เน็ตสูงสุดและใกล้เคียงกัน (ประมาณ ร้อยละ 12.5 และ 41.9 ตามลำดับ) และฟังวิทยุน้อยที่สุด (ร้อยละ 7.9 และ 22.5 ตามลำดับ) ในกลุ่มคนวัยแรงงานนิยมฟังสื่อวิทยุสูงสุด (ร้อยละ 55.7) และใช้อื่นๆ ใกล้เคียงกันโดยโซเชียลมีเดียต่ำสุด (ร้อยละ 44.1)

สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุใช้สื่อวิทยุสูงสุด รองลงไปเป็นโทรทัศน์ช่องหลัก โทรทัศน์ผ่านดาวเทียมและสื่อสิ่งพิมพ์ (ร้อยละ 13.9, 8.7 และ 6.4 ตามลำดับ) โดยโซเชียลมีเดีย และ อินเทอร์เน็ตต่ำสุด

3) ความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษา ในกลุ่มผู้ที่มีการศึกษาระดับเดียวกันพบว่า มีการใช้สื่อสาธารณะในลักษณะกระจายและมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน

4) ความแตกต่างระหว่างกลุ่มอาชีพ พบว่า ในกลุ่มอาชีพเดียวกันมีการใช้สื่อสาธารณะในสัดส่วนไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.3 ร้อยละของคนไทยกับการรับสื่อสาธารณะประเภทต่างๆ ในชีวิตประจำวัน จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา และ อาชีพ

ข้อมูลส่วนตัว	1. วิทยุ	2. สิ่งพิมพ์	3.ทีวีช่องหลัก	4.เคเบิลทีวี	5.ทีวีดาวเทียม	6.อินเทอร์เน็ต	7.โซเชียลมีเดีย
1. เพศ							
ชาย	42.4	42.3	40.6	40.4	43.9	40.0	38.6
หญิง	57.6	57.7	59.4	59.6	56.1	60.0	61.4
2. กลุ่มอายุ (ปี)							
1) 10-14	7.9	11.7	11.5	10.7	13.3	12.5	12.5
2) 15-24	22.5	34.7	29.9	37.3	29.3	40.0	41.9
3) 25-59	55.7	47.2	49.9	46.5	51.0	45.5	44.1
4) 60 ขึ้นไป	13.9	6.4	8.7	5.5	6.4	2.0	1.5
3. การศึกษา							
1) ประถม	18.7	10.0	13.6	6.9	11.1	3.4	3.3
2) มัธยมต้น	20.5	22.5	22.3	19.4	22.2	19.9	19.7
3) มัธยมปลาย/ปวช.	22.2	25.3	24.0	27.1	25.1	26.6	27.2
4) ปวส./อนุปริญญา	8.1	8.6	9.0	9.2	9.2	9.2	8.9
5) ปริญญาตรี	25.8	29.1	26.9	32.8	27.7	35.7	35.2
6) สูงกว่าปริญญาตรี	4.1	4.2	3.8	4.4	4.4	5.0	5.5
7) อื่นๆ	0.6	0.3	0.4	0.2	0.2	0.2	0.2

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนตัว	1. วิทย์	2. สิ่งพิมพ์	3.ทีวีช่องหลัก	4.เคเบิลทีวี	5.ทีวีดาวเทียม	6.อินเทอร์เน็ต	7.โซเซียลมีเดีย
4. อาชีพ							
1) ข้าราชการ	15.7	15.8	14.4	15.4	16.4	18.6	17.7
2) พนักงานเอกชน	10.0	10.3	10.0	10.0	9.5	11.5	11.7
3) อาชีพอิสระ	7.7	6.1	7.3	7.1	5.2	4.8	4.2
4) ธุรกิจส่วนตัว	8.6						
5) เกษตรกร	10.8	3.6	6.7	3.0	6.5	2.0	1.7
6) แม่บ้าน	6.4	3.1	4.9	3.8	3.5	1.3	1.0
7) นักเรียน/นักศึกษา	25.8	43.4	37.6	44.8	39.9	48.9	51.1
8) รับจ้าง	9.8	5.9	7.4	4.1	5.9	3.7	3.6
9) อื่น ๆ	5.2	4.3	4.0	3.2	5.0	2.8	2.7

3. คนไทยกับการใช้เวลาดูโทรทัศน์ช่องหลัก

แม้ว่าแนวโน้มพฤติกรรมการรับสื่อของคนไทยจะเปลี่ยนแปลงไป แต่คนไทยในกลุ่มอายุต่างๆ ยังใช้เวลาเกือบ 1 ใน 5 กับการดูโทรทัศน์ช่องหลัก ดังนี้ (ตารางที่ 4.4)

1) ในช่วงวันธรรมดา คนไทยใช้เวลาดูโทรทัศน์ช่องหลักเฉลี่ยประมาณวันละ 3 ชั่วโมง 34 นาที โดยกลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่ใช้เวลาดูโทรทัศน์ช่องหลักมากที่สุด (เฉลี่ยประมาณวันละ 3 ชั่วโมง 45 นาที) รองลงมาคือกลุ่มเด็กและเยาวชน กลุ่มวัยรุ่น และกลุ่มวัยแรงงาน

2) ในช่วงวันหยุด คนไทยใช้เวลาดูโทรทัศน์ช่องหลักเฉลี่ยประมาณวันละ 5 ชั่วโมง 19 นาที โดยกลุ่มเด็กและเยาวชน และกลุ่มวัยรุ่น เป็นกลุ่มที่ใช้เวลาดูโทรทัศน์ช่องหลักมากที่สุด (เฉลี่ยประมาณวันละ 5 ชั่วโมง 30 นาที)

ตารางที่ 4.4 การใช้เวลาดูโทรทัศน์ช่องหลักเฉลี่ยในภาพรวมและจำแนกตามกลุ่มอายุ



















ระยะเวลาเฉลี่ย (ชั่วโมง-นาที)	รวมทุกกลุ่มอายุ	10 – 14 ปี	15 – 24 ปี	25 – 59 ปี	60 ปี ขึ้นไป
1. วันธรรมดา	3 ชม. 34 นาที	3 ชม. 30 นาที	3 ชม. 30 นาที	3 ชม. 30 นาที	3 ชม. 45 นาที
2. วันหยุด	5 ชม. 19 นาที	5 ชม. 30 นาที	5 ชม. 30 นาที	5 ชม. 15 นาที	5 ชม.
3. เฉลี่ยทั้งวันธรรมดา และวันหยุด	4 ชม. 26 นาที	4 ชม. 30 นาที	4 ชม. 30 นาที	4 ชม. 23 นาที	4 ชม. 23 นาที

4. คนไทยกับโทรทัศน์ช่องหลักยอดนิยมจำแนกตามประเภทรายการและภาคภูมิศาสตร์



































ในภาพรวมพบว่า ช่อง 3 เป็นโทรทัศน์ช่องหลักที่คนไทยนิยมดูมากที่สุด โดยมีสัดส่วนร้อยละ 46.4 รองลงมาได้แก่ ช่อง 7, ช่อง 9, TPBS, ช่อง 5 และช่อง 11 ตามลำดับ และในรายการประเภทข่าวสาร/ความรู้ พบว่า โทรทัศน์ช่องหลักที่คนไทยนิยมดู 3 อันดับแรก ได้แก่ ช่อง 3, ช่อง 7 และ TPBS ตามลำดับ โดยมีช่อง 11 เป็นโทรทัศน์ช่องหลักที่คนไทยนิยมดูน้อยที่สุด ส่วนรายการประเภทบันเทิง/สาระบันเทิง พบว่า โทรทัศน์ช่องหลักที่คนไทยนิยมดู 3 อันดับแรก ได้แก่ ช่อง 3, ช่อง 7 และช่อง 9 ตามลำดับ โดยมีช่อง 11 เป็นโทรทัศน์ช่องหลักที่คนไทยนิยมดูน้อยที่สุด (ตารางที่ 4.5)

ทั้งนี้ หากจำแนกตามภาคภูมิศาสตร์ พบว่า ช่อง 3 เป็นโทรทัศน์ช่องหลักยอดนิยมอันดับ 1 ในภาคเหนือ กรุงเทพมหานคร ภาคกลาง และภาคตะวันออก ส่วนช่อง 7 เป็นโทรทัศน์ช่องหลักยอดนิยมอันดับ 1 ในภาคอีสาน และภาคใต้ โดยมีช่อง 11 เป็นโทรทัศน์ช่องหลักที่มีคนดูน้อยที่สุดในทุกภาคภูมิศาสตร์ (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.5 ร้อยละของคนไทยที่ดูในภาพรวมทุกประเภทรายการและจำแนกตามประเภทรายการ

ภาพรวมทุกประเภทรายการ			รายการประเภทข่าวสาร/ ความรู้			รายการประเภทบันเทิง/ สาระบันเทิง		
อันดับ	ช่อง	ร้อยละ ของผู้ดู	อันดับ	ช่อง	ร้อยละ ของผู้ดู	อันดับ	ช่อง	ร้อยละ ของผู้ดู
1		46.4	1		41.6	1		44.5
2		36.8	2		30.0	2		33.2
3		6.7	3		10.8	3		12.1
4		5.1	4		9.5	4		6.2
5		3.3	5		5.4	5		2.7
6		1.7	6		2.7	6		1.3

ตารางที่ 4.6 โทรทัศน์ช่องหลักยอดนิยมจำแนกตามภาคภูมิศาสตร์

ภาคเหนือ			ภาคอีสาน			กรุงเทพมหานคร			ภาคกลาง			ภาคตะวันออก			ภาคใต้		
อันดับ	ช่อง	ร้อยละ ของผู้ดู	อันดับ	ช่อง	ร้อยละ ของผู้ดู	อันดับ	ช่อง	ร้อยละ ของผู้ดู	อันดับ	ช่อง	ร้อยละ ของผู้ดู	อันดับ	ช่อง	ร้อยละ ของผู้ดู	อันดับ	ช่อง	ร้อยละ ของผู้ดู
1		45.9	1		46.7	1		59.4	1		42.5	1		53.4	1		39.9
2		36.9	2		37.9	2		24.3	2		41.0	2		31.9	2		38.2
3		6.1	3		7.2	3		6.8	3		6.6	3		5.6	3		7.9
4		6.0	4		3.6	4		6.0	4		4.9	4		4.6	4		6.4
5		3.0	5		3.0	5		2.5	5		2.9	5		3.3	5		5.1
6		2.1	6		1.6	6		1.0	6		1.9	6		1.0	6		2.5
รวม		100.0			100.0			100.0			100.0			100.0			100.0

5. คนไทยกับการรับรู้และความเข้าใจเรื่องงบประมาณสนับสนุนและการโฆษณาของโทรทัศน์ช่องหลัก





ในภาพรวมพบว่า คนไทยส่วนใหญ่หรือร้อยละ 69.1 ไม่ทราบเรื่องการให้งบประมาณสนับสนุนโทรทัศน์ช่องหลักโดยรัฐ ขณะที่คนไทยร้อยละ 7.9 มีการรับรู้และความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับเรื่องนี้ โดยมีเพียง 1 ใน 5 หรือร้อยละ 22.9 เท่านั้นที่มีการรับรู้และความเข้าใจว่า ช่อง 11 และ TPBS เป็นโทรทัศน์ช่องหลักที่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากรัฐ และเมื่อพิจารณาตามภาคภูมิศาสตร์ พบว่า กลุ่มคนจากภาคอีสานมีการรับรู้และความเข้าใจในเรื่องดังกล่าวมากที่สุด (ร้อยละ 25.3) ส่วนกลุ่มคนจากภาคตะวันออกมีการรับรู้และความเข้าใจในเรื่องดังกล่าวน้อยที่สุด (ร้อยละ 19.6) ดังตารางที่ 4.7

และจากการที่มีโทรทัศน์ช่องหลักเพียง 2 ช่องเท่านั้นที่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากรัฐ ทำให้โทรทัศน์ช่องหลักที่เหลือต้องหารายได้จากการขายโฆษณาให้กับภาคธุรกิจต่างๆ เพื่อนำเงินมาเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ซึ่งผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีโฆษณามากเกินไปสำหรับโทรทัศน์ช่องหลักที่ได้รับสัมปทาน พบว่า ร้อยละ 27.1 มีความคิดเห็นว่า ช่อง 7 เป็นโทรทัศน์ช่องหลักที่มีการโฆษณามากที่สุด รองลงมาได้แก่ ช่อง 3, ช่อง 9 และช่อง 5 ตามลำดับ อย่างไรก็ตามร้อยละ 26.5 มีความคิดเห็นว่า โทรทัศน์ช่องหลักทั้งสี่ช่องมีการโฆษณามากพอๆ กัน และร้อยละ 20.5 ไม่ทราบว่าโทรทัศน์ช่องหลักช่องใดมีการโฆษณามากเกินไป ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.7 การรับรู้และความเข้าใจเรื่องงบประมาณสนับสนุนโทรทัศน์ช่องหลัก

ประเด็นคำตอบ	เหนือ (n=3,440)		อีสาน (n=5,211)		กรุงเทพมหานคร (n=5,030)		กลาง (n=2,755)		ตะวันออก (n=1,410)		ใต้ (n=2,484)		ทั่วประเทศ (n=20,330)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ตอบไม่ทราบ	2,409	70.0	3,577	68.6	3,580	71.2	1,895	68.7	999	70.9	1,582	63.6	14,042	69.1
2. ตอบทราบ	1,031	30.0	1,634	31.4	1,450	28.8	860	31.3	410	29.1	903	36.4	6,288	30.8
2.1 ตอบถูก คือ ช่อง 11	570	16.6	877	16.8	683	13.6	478	17.4	212	15.0	402	16.2	3,222	15.8
ช่อง TPBS	246	7.2	441	8.5	391	7.8	144	5.2	65	4.6	148	6.0	1,435	7.1
 ตอบถูกรวม	816	23.8	1,318	25.3	1,074	21.4	622	22.6	277	19.6	550	22.2	4,657	22.9
2.2 ตอบผิด ช่อง 3	37	1.1	56	1.1	118	2.3	79	2.9	32	2.3	112	4.5	434	2.1
ช่อง 5	78	2.2	82	1.6	120	2.4	55	2.0	42	3.0	71	2.9	448	2.2
ช่อง 7	41	1.2	100	1.9	72	1.4	68	2.5	38	2.7	97	3.9	416	2.0
ช่อง 9	59	1.7	78	1.5	66	1.3	36	1.3	21	1.5	73	2.9	333	1.6
 ตอบผิดรวม	215	6.2	316	6.1	376	7.4	238	8.7	133	9.5	353	14.2	1,631	7.9

























ตารางที่ 4.8 ความเห็นเรื่องการมีโฆษณามากเกินไปสำหรับโทรทัศน์ช่องหลักที่ได้รับสัมปทาน

อันดับ	ช่อง	จำนวน	ร้อยละ
อันดับ 1		5,509	27.1
อันดับ 2		4,168	20.5
อันดับ 3		569	2.8
อันดับ 4		529	2.6
พอกๆ กัน	-	5,387	26.5
ไม่ทราบ	-	4,168	20.5
รวม		20,330	100.0

6. คนไทยกับความพึงพอใจต่อโทรทัศน์ช่องหลักจำแนกตามประเภทรายการ 6 ประเภท

ในภาพรวมพบว่า คนไทยร้อยละ 36.5 มีความพึงพอใจรายการโทรทัศน์จากช่อง 3 มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ช่อง 7, ช่อง 9, ช่อง 5, TPBS และช่อง 11 ตามลำดับ ทั้งนี้มีข้อสังเกตว่า โทรทัศน์ช่องหลักที่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากรัฐ ได้แก่ ช่อง 11 และ TPBS มีคนไทยเพียงร้อยละ 5.9 เท่านั้นที่มีความพึงพอใจต่อรายการโทรทัศน์จากโทรทัศน์ช่องหลักกลุ่มดังกล่าว ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า โทรทัศน์ช่องหลักที่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากรัฐไม่ได้มีการผลิตรายการโทรทัศน์โดยคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้ดูเป็นหลัก เนื่องจากไม่มีความจำเป็นต้องไปแข่งขันหาค่าโฆษณาเช่นเดียวกับโทรทัศน์ช่องหลักที่ได้รับสัมปทาน ได้แก่ ช่อง 3, ช่อง 5, ช่อง 7 และช่อง 9 (ตารางที่ 4.9) และหากพิจารณาตามช่วงเวลาที่ผู้ดูแต่ละประเภทรายการทั้ง 6 ประเภท ได้แก่ ข่าวรายการเหตุการณ์ปัจจุบัน รายการวิเคราะห์ข่าว รายการเด็กและเยาวชน รายการสารบันเทิง เกมโชว์ และละคร พบว่า ช่วงเวลาระหว่าง 06.00-24.00 น. และ 03.00-06.00 น. คนไทยชอบดูรายการโทรทัศน์จากช่อง 3 มากที่สุด สำหรับช่วงเวลาระหว่าง 24.00-03.00 น. คนไทยชอบดูรายการโทรทัศน์จากช่อง 7 มากที่สุด (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.9 โทรทัศน์ช่องหลักที่ประชาชนทั่วประเทศพอใจมากที่สุด จำแนกตามประเภทรายการ 6 ประเภท

1. ข่าว/รายงานข่าว		2. วิเคราะห์ข่าว		3. เด็กและเยาวชน		4. สารบันเทิง		5. เกมสโตร์		6. ละคร		รวม	
ช่อง	ร้อยละ	ช่อง	ร้อยละ	ช่อง	ร้อยละ	ช่อง	ร้อยละ	ช่อง	ร้อยละ	ช่อง	ร้อยละ	ช่อง	ร้อยละ
	48.0		35.6		17.2		35.6		32.0		50.5		36.5
	27.8		17.0		17.2		27.5		22.0		33.1		24.1
	7.5		9.3		16.8		13.5		16.9		4.1		10.4
	6.1		7.3		7.4		7.8		7.2		1.5		5.8
	4.2		4.2		6.9		3.1		1.0		0.7		4.8
	1.8		2.0		0.9		0.8		0.6		0.2		1.1
ไม่ดู	4.6	ไม่ดู	24.6	ไม่ดู	33.6	ไม่ดู	11.7	ไม่ดู	20.3	ไม่ดู	9.9	ไม่ดู	17.5
รวม	100		100		100		100		100		100		100
(n)	20,330		20,330		20,330		20,330		20,330		20,330		20,330

ตารางที่ 4.10 ช่วงเวลาที่ชอบที่สุด จำแนกตามประเภทรายการและช่องที่มีผู้ดูเป็นอันดับสูงสุด

ช่วงเวลา	1. ข่าว/รายงานข่าว	2. วิเคราะห์ข่าว	3. เด็กและเยาวชน	4. สารบันเทิง	5. เกมโชว์	6. ละคร
1) 6.00 – 9.00						
2) 9.00 – 12.00						
3) 12.00 – 15.00						
4) 15.00 – 18.00						
5) 18.00 – 21.00						
6) 21.00 – 24.00						
7) 24.00 – 03.00						
8) 03.00 – 06.00						

4.3 การเลือกประเภทและความเห็นต่อรายการโทรทัศน์ช่องหลัก

1. จากการสำรวจทัศนคติของคนไทยต่อคุณภาพรายการโทรทัศน์ช่องหลักทั้ง 6 ช่อง โดยใช้ตัวชี้วัดคุณภาพรายการจำนวน 2 ด้าน 17 ตัวชี้วัด ในภาพรวมพบว่า คุณภาพรายการโทรทัศน์ช่องหลักทั้ง 6 ช่อง อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84 สำหรับตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่มีค่าสูงที่สุด ได้แก่ การส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม และศีลธรรมแก่สังคม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 ส่วนตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่มีค่าต่ำที่สุด ได้แก่ การไม่มีโฆษณาแฝง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 และหากพิจารณาตามภาคภูมิศาสตร์ มีประเด็นที่น่าสนใจตามตารางที่ 4.11 คือ

1) ด้านการส่งเสริมประโยชน์สาธารณะ พบว่า คุณภาพรายการโทรทัศน์ช่องหลักทั้ง 6 ช่อง อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93 และมีตัวชี้วัดเกี่ยวกับการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม และศีลธรรมแก่สังคม เป็นตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่มีค่าสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 ส่วนตัวชี้วัดเกี่ยวกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาประเทศ เป็นตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่มีค่าต่ำที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า โทรทัศน์ช่องหลักส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาประเทศเท่าที่ควร

2) ด้านบุคคลหรือกฎหมาย พบว่า คุณภาพรายการโทรทัศน์ช่องหลักทั้ง 6 ช่อง อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 และมีตัวชี้วัดเกี่ยวกับการเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย แสดงข้อมูลข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็นที่เท่าเทียมเป็นธรรม เป็นตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่มีค่าสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 ส่วนตัวชี้วัดเกี่ยวกับการไม่มีโฆษณาแฝง เป็นตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่มีค่าต่ำที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า รายการโทรทัศน์ส่วนใหญ่ยังมีการโฆษณาแฝงอยู่

2. สำหรับโทรทัศน์ช่องหลักที่ทำรายการโทรทัศน์ตามตัวชี้วัดคุณภาพรายการได้ดีที่สุดในทัศนะของคนไทยมีดังนี้ (ตารางที่ 4.12)

1) ด้านการส่งเสริมสาธารณะประโยชน์ มีตัวชี้วัดคุณภาพรายการ 5 ตัวชี้วัด พบว่า ช่อง 3 ทำรายการโทรทัศน์ตามตัวชี้วัดคุณภาพรายการได้ดีที่สุด 2 ตัวชี้วัด ได้แก่ การส่งเสริมความรู้ความเข้าใจของประชาชนในการพัฒนาประเทศ (ร้อยละ 31.3) และการส่งเสริมความบันเทิงโดยไม่ขัดกับศีลธรรมวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามของชาติ (ร้อยละ 32.3) และช่อง 7 ทำรายการโทรทัศน์ตามตัวชี้วัดคุณภาพรายการได้ดีที่สุด 3 ตัวชี้วัด ได้แก่ การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาประเทศ (ร้อยละ 27.1) การส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม และศีลธรรมแก่สังคม (ร้อยละ 26.8) และการส่งเสริมความเข้าใจเรื่องความหลากหลายทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นภูมิภาครวมถึงประเทศเพื่อนบ้าน (ร้อยละ 26.8) โดยมีข้อสังเกตว่า โทรทัศน์ช่องหลักที่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากรัฐ ได้แก่ TPBS ทำรายการโทรทัศน์ตามตัวชี้วัดคุณภาพรายการด้านนี้ได้ดีที่สุดเพียงแค่อันดับ 3 และช่อง 11 ทำรายการโทรทัศน์ตามตัวชี้วัดคุณภาพรายการด้านนี้ได้เป็นอันดับสุดท้ายในทัศนะของคนไทยเท่านั้น

2) ด้านบุคคลหรือกฎหมาย มีตัวชี้วัดคุณภาพรายการ 12 ตัวชี้วัด พบว่า ช่อง 3 ทำรายการโทรทัศน์ตามตัวชี้วัดคุณภาพรายการได้ดีที่สุด 7 ตัวชี้วัด ได้แก่ การไม่ดูหมิ่นเหยียดหยามประเทศ

รัฐบาล เจ้าหน้าที่รัฐ และประชาชาติอื่น (ร้อยละ 21.7) การไม่ลบลู่ ดูหมิ่น เหยียดหยาม หรือทำให้เสื่อมเสียแก่ศาสนา ปุชนิยมบุคคล ปุชนิยมสถาน ปุชนิยมวัตถุ (ร้อยละ 19.7) การไม่ดูหมิ่นต่อสถาบันพระมหากษัตริย์รวมถึงประมุขของประเทศอื่นๆ (ร้อยละ 19.4) การไม่บ่อนทำลายความมั่นคงปลอดภัยของประชาชนหรือก่อให้เกิดความเกลียดชังระหว่างคนในชาติ (ร้อยละ 25.8) การไม่นำเสนอข่าวหลอกลวง เพื่อจ้อไว้สาระ รวมถึงการเชิญชวนเพื่อแสวงประโยชน์จากการร่วมรายการ (ร้อยละ 23.4) การเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียแสดงข้อมูลข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็นที่เท่าเทียมเป็นธรรม (ร้อยละ 27.3) และการนำเสนอข่าวที่เป็นกลาง (ร้อยละ 24.9) ส่วนช่อง 7 ทำรายการโทรทัศน์ตามตัวชี้วัดคุณภาพรายการได้ดีที่สุด 5 ตัวชี้วัด ได้แก่ การไม่นำเสนอข้อมูลภาพลามกอนาจารหรือป่าเถื่อนโหดร้าย ขาดมนุษยธรรมละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ วิจารณ์ ความรุนแรง และ ยั่วเยาะทางเพศ (ร้อยละ 25.6) การไม่จูงใจให้ผู้ชมเล่นการพนัน (ร้อยละ 25.3) การไม่จูงใจให้ผู้ชมดื่มสุรา สูบบุหรี่ หรือ ยาเสพติด (ร้อยละ 25.7) การไม่มีโฆษณาแฝง (ร้อยละ 21.7) และการมีรายการเฉพาะหรือส่งเสริมแรงบันดาลใจคนพิการและผู้ด้อยโอกาส (ร้อยละ 24.7) โดยมีข้อสังเกตว่า คนไทย 1 ใน 3 มีความคิดเห็นว่า ไม่มีโทรทัศน์ช่องหลักช่องใดเลยที่ทำรายการโทรทัศน์ตามตัวชี้วัดคุณภาพรายการต่อไปนี้ได้ดีที่สุด ได้แก่ การไม่ดูหมิ่น เหยียดหยามประเทศรัฐบาล เจ้าหน้าที่รัฐ และประชาชาติอื่น การไม่ลบลู่ ดูหมิ่น เหยียดหยาม หรือทำให้เสื่อมเสียแก่ศาสนา ปุชนิยมบุคคล ปุชนิยมสถาน ปุชนิยมวัตถุ และการไม่ดูหมิ่นต่อสถาบันพระมหากษัตริย์ รวมถึงประมุขของประเทศอื่นๆ ในขณะที่โทรทัศน์ช่องหลักที่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากรัฐ ได้แก่ TPBS ทำรายการโทรทัศน์ตามตัวชี้วัดคุณภาพรายการด้านนี้ได้ดีที่สุดเพียงแค่อันดับ 3 และช่อง 11 ทำรายการโทรทัศน์ตามตัวชี้วัดคุณภาพรายการด้านนี้ได้ดีที่สุดเพียงแค่อันดับ 4 เท่านั้น

ตารางที่ 4.11 คุณภาพรายการของโทรทัศน์ช่องหลักในภาพรวมพิจารณาจากประเด็นตัวชี้วัดทั่วไป จำแนกตามภาคภูมิศาสตร์

ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ	1.เหนือ	2. อีสาน	3. กรุงเทพฯ	4. กลาง	5. ตะวันออก	6. ใต้	รวม	ระดับ คุณภาพรายการ
ก. ด้านการส่งเสริมประโยชน์สาธารณะ								
1. ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจของประชาชนในการพัฒนาประเทศ (ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิต)	2.88	2.98	2.90	2.81	2.82	2.92	2.88	ปานกลาง
2. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาประเทศ (เช่น การรักษาสิ่งแวดล้อม การเสียภาษี เป็นต้น)	2.83	2.81	2.80	2.62	2.70	3.20	2.82	ปานกลาง
3. ส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม และศีลธรรมแก่สังคม	3.01	3.06	3.18	2.88	2.87	3.66	3.11	ปานกลาง
4. ส่งเสริมความเข้าใจเรื่องความหลากหลายทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นภูมิภาควมถึงประเทศเพื่อนบ้าน	2.83	2.86	2.97	2.66	2.99	2.95	2.87	ปานกลาง
5. ส่งเสริมความบันเทิงโดยไม่ขัดกับศีลธรรมวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามของชาติ	3.00	3.03	3.06	2.82	2.90	3.12	2.98	ปานกลาง































ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ	1.เหนือ	2. อีสาน	3. กรุงเทพฯ	4. กลาง	5. ตะวันออก	6. ใต้	รวม	ระดับ คุณภาพรายการ
รวม	2.91	2.95	2.98	2.76	2.86	3.17	2.93	ปานกลาง
ข. ด้านบุคคลหรือกฎหมาย								
6. ไม่ดูหมิ่นเหยียดหยามประเทศรัฐบาล เจ้าหน้าที่รัฐ และประชาชาติอื่น	2.35	3.00	3.28	2.71	2.37	2.93	2.77	ปานกลาง
7. ไม่ลบหลู่ ดูหมิ่น เหยียดหยาม หรือทำ ให้เสื่อมเสียแก่ศาสนา ปุชนิยมบุคคล ปุชนิยมสถาน ปุชนิยมวัตถุ	2.41	2.91	3.19	2.76	2.33	3.11	2.78	ปานกลาง
8. ไม่ดูหมิ่นต่อสถาบันพระมหากษัตริย์ รวมถึงประมุขของประเทศอื่นๆ	2.41	2.96	3.23	2.71	2.42	3.02	2.79	ปานกลาง
9. ไม่บ่อนทำลายความมั่นคงปลอดภัย ของประชาชนหรือก่อให้เกิดความ เกลียดชังระหว่างคนในชาติ	2.70	2.78	2.62	2.52	2.59	3.09	2.71	ปานกลาง
10. ไม่นำเสนอข้อมูลภาพลามกอนาจาร หรือป่าเถื่อนโหดร้าย ขาดมนุษยธรรม ละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ วิจารณ์ ความรุนแรง และ ยั่วยุททางเพศ	2.72	2.77	2.66	2.48	2.52	2.88	2.67	ปานกลาง
11. ไม่จูงใจให้ผู้ชมเล่นการพนัน เช่น ซื้อหวย พนันบอล ฯลฯ เป็นต้น	2.69	2.79	2.76	2.55	2.73	3.57	2.84	ปานกลาง





































ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ	1.เหนือ	2. อีสาน	3. กรุงเทพฯ	4. กลาง	5. ตะวันออก	6. ใต้	รวม	ระดับ คุณภาพรายการ
12. ไม่จูงใจให้ผู้ชมดื่มสุรา สูบบุหรี่ หรือ ยาเสพติด	2.72	2.82	2.74	2.46	2.64	3.29	2.77	ปานกลาง
13. ไม่นำเสนอข่าวหลอกลวง เพื่อจ้อไร้สาระ รวมถึงการเชิญชวนเพื่อแสวงประโยชน์จากการร่วมรายการ เช่น การให้โหวตเข้าในรายการ	2.54	2.71	2.62	2.29	2.56	2.84	2.59	ค่อนข้างน้อย
14. ไม่มีโฆษณาแฝง เช่น วางแก้วน้ำที่มียี่ห้อสินค้าได้รับผลประโยชน์ เป็นต้น	2.41	2.56	2.53	2.21	2.40	2.97	2.51	ค่อนข้างน้อย
15. เปิดโอกาสให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียแสดงข้อมูลข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็นที่เท่าเทียมเป็นธรรม	2.86	2.86	3.42	2.52	2.65	3.04	2.89	ปานกลาง
16. มีการนำเสนอข่าวที่เป็นกลาง เช่น การเสนอข่าวของรัฐบาลด้านดีและไม่ดี	2.90	2.89	3.04	2.51	2.67	3.11	2.85	ปานกลาง
17. มีรายการเฉพาะหรือส่งเสริมแรงบันดาลใจให้คนพิการและผู้ด้อยโอกาส เช่น รายการบอกเล่าก้าวสิบ ชีวิตจริง	2.93	2.90	3.00	2.52	2.80	2.76	2.81	ปานกลาง
รวม	2.64	2.83	2.92	2.52	2.56	3.05	2.75	ปานกลาง
รวมทั้ง 2 ด้าน	2.78	2.89	2.95	2.64	2.71	3.11	2.84	ปานกลาง





































ตารางที่ 4.12 การจัดลำดับโทรทัศน์ช่องหลักที่ทำรายการโทรทัศน์ได้ดีที่สุด จำแนกตามตัวชี้วัดคุณภาพรายการ

ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ		ช่องที่ทำเรื่องนี้ได้ดีที่สุด (ร้อยละ)						ไม่มีช่องใดเลย
		อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	อันดับ 4	อันดับ 5	อันดับ 6	
ก.ด้านการส่งเสริมประโยชน์สาธารณะ								
1.	ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจของประชาชนในการพัฒนาประเทศ (ทั้งด้าน เศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากร ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิต)	 31.3	 27.3	 13.2	 10.8	 7.5	 4.7	5.2
2.	ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาประเทศ (เช่น การรักษาสีสิ่งแวดล้อม การเสียภาษี เป็นต้น)	 27.1	 25.5	 12.4	 11.9	 9.9	 6.5	6.7
3.	ส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม และศีลธรรมแก่สังคม	 26.8	 21.2	 15.3	 13.2	 9.6	 8.7	5.1
4.	ส่งเสริมความเข้าใจเรื่องความหลากหลายทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นภูมิภาครวมถึงประเทศเพื่อนบ้าน	 26.8	 21.2	 15.3	 13.2	 9.6	 8.7	5.1
5.	ส่งเสริมความบันเทิงโดยไม่ขัดกับศีลธรรมวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามของชาติ	 32.3	 27.8	 13.9	 9.0	 7.5	 4.4	5.2

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ		ช่องที่ทำเรื่องนี้ได้ดีที่สุด (ร้อยละ)						ไม่มีช่องใดเลย
		อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	อันดับ 4	อันดับ 5	อันดับ 6	
ข. ด้านบุคคลหรือกฎหมาย								
6.	ไม่ดูหมิ่นเหยียดหยามประเทศรัฐบาล เจ้าหน้าที่รัฐ และ ประชาชาติอื่น	 21.7	 18.9	 10.3	 8.2	 7.4	 5.9	27.6
7.	ไม่ลบหลู่ ดูหมิ่น เหยียดหยาม หรือทำให้เสื่อมเสียแก่ ศาสนา ปุชนียบุคคล ปุชนียสถาน ปุชนียวัตถุ	 19.7	 19.4	 9.4	 9.1	 7.1	 6.0	29.3
8.	ไม่ดูหมิ่นต่อสถาบันพระมหากษัตริย์รวมถึงประมุขของ ประเทศอื่นๆ	 19.4	 18.3	 9.1	 8.6	 7.0	 6.1	31.5
9.	ไม่บ่อนทำลายความมั่นคงปลอดภัยของประชาชนหรือ ก่อให้เกิดความเกลียดชังระหว่างคนในชาติ	 25.8	 25.4	 10.1	 9.4	 7.9	 5.4	16.1
10.	ไม่นำเสนอข้อมูลภาพลามกอนาจารหรือป่าเถื่อนโหดร้าย ขาดมนุษยธรรมละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ วิจารณ์ ความรุนแรง และ ยั่วยุทางเพศ	 25.6	 23.7	 10.2	 10.1	 9.1	 6.6	14.7
11.	ไม่จูงใจให้ผู้ชมเล่นการพนัน เช่น ซื่อหวย พนันบอล ฯลฯ เป็นต้น	 25.3	 24.4	 10.0	 9.7	 9.0	 6.8	14.9

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ		ช่องที่ทำเรื่องนี้ได้ดีที่สุด (ร้อยละ)						ไม่มีช่องใดเลย
		อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	อันดับ 4	อันดับ 5	อันดับ 6	
12.	ไม่จูงใจให้ผู้ชมดื่มสุรา สูบบุหรี่ หรือ ยาเสพติด	 25.7	 24.4	 9.8	 9.7	 8.4	 7.5	14.3
13.	ไม่นำเสนอข่าวหลอกลวง เพื่อแจ้งร้ายสาระ รวมถึงการเชิญชวนเพื่อแสวงประโยชน์จากการร่วมรายการ เช่น การให้โหวตเข้าในรายการ	 23.4	 23.1	 11.9	 9.9	 8.9	 7.2	15.6
14.	ไม่มีโฆษณาแฝง เช่น วางแก้วน้ำที่มียี่ห้อสินค้าได้รับผลประโยชน์ เป็นต้น	 21.7	 20.3	 12.1	 9.3	 9.0	 8.5	19.1
15.	เปิดโอกาสให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียแสดงข้อมูลข้อเท็จจริง และข้อคิดเห็นที่เท่าเทียมเป็นธรรม	 27.3	 22.8	 12.9	 9.8	 8.6	 5.9	12.8
16.	มีการนำเสนอข่าวที่เป็นกลาง เช่น การเสนอข่าวของรัฐบาลด้านดีและไม่ดี	 24.9	 24.6	 12.7	 9.6	 8.8	 5.8	13.7
17.	มีรายการเฉพาะหรือส่งเสริมแรงบันดาลใจคนพิการและผู้ด้อยโอกาส เช่น รายการบอกเล่าก้าวสิบ ชีวิตจริง เป็นต้น	 24.6	 20.3	 19.3	 11.5	 8.0	 6.9	9.4

4.4 ทศนคติต่อคุณภาพรายการโทรทัศน์ช่องหลัก

1. ประเภทรายการโทรทัศน์ที่คนไทยเลือกประเมินคุณภาพ 3 อันดับแรก

หากจำแนกตามกลุ่มอายุ พบว่า รายการโทรทัศน์ที่คนไทยกลุ่มอายุต่างๆ เลือกประเมินคุณภาพ 3 อันดับแรก ได้แก่ อันดับ 1 ข่าวและรายงานเหตุการณ์ปัจจุบัน (ร้อยละ 43.0) อันดับ 2 การวิเคราะห์ข่าว (ร้อยละ 35.4) และสารบบันเทิง (ร้อยละ 25.0) และอันดับ 3 สารบบันเทิง (ร้อยละ 23.0) และละคร (ร้อยละ 19.8) โดยข่าวและรายงานเหตุการณ์ปัจจุบัน สารบบันเทิง และละคร เป็นรายการโทรทัศน์ 3 อันดับแรกที่คนไทยในกลุ่มเด็กและเยาวชน และกลุ่มวัยรุ่น เลือกประเมินคุณภาพ ส่วนข่าวและรายงานเหตุการณ์ปัจจุบัน การวิเคราะห์ข่าว และสารบบันเทิง เป็นรายการโทรทัศน์ 3 อันดับแรกที่คนไทยในกลุ่มวัยแรงงาน และกลุ่มผู้สูงอายุ เลือกประเมินคุณภาพ (ตารางที่ 4.13) และเมื่อพิจารณาการประเมินคุณภาพรายการโทรทัศน์ 3 อันดับแรกตามภาคภูมิศาสตร์ พบว่า กลุ่มคนไทยจากภาคเหนือเลือกประเมินคุณภาพข่าวและรายงานเหตุการณ์ปัจจุบัน ละคร และสารบบันเทิง ส่วนกลุ่มคนไทยจากภาคอีสาน กรุงเทพมหานคร และภาคกลาง เลือกประเมินคุณภาพข่าวและรายงานเหตุการณ์ปัจจุบัน สารบบันเทิง และละคร ขณะที่กลุ่มคนไทยจากภาคตะวันออกและภาคใต้ เลือกประเมินคุณภาพข่าวและรายงานเหตุการณ์ปัจจุบัน การวิเคราะห์ข่าว และละคร (ตารางที่ 4.14)

ตารางที่ 4.13 ประเภทรายการที่คนไทยเลือกประเมินคุณภาพ 3 อันดับแรก จำแนกตามกลุ่มอายุ

10 – 14 ปี			15 – 24 ปี			25 – 59 ปี			มากกว่า 60 ปี			รวมทุกกลุ่มอายุ		
ประเภทรายการ	อันดับ	%	ประเภทรายการ	อันดับ	%	ประเภทรายการ	อันดับ	%	ประเภทรายการ	อันดับ	%	ประเภทรายการ	อันดับ	%
ข่าว	1	15.5	ข่าว	1	27.3	ข่าว	1	61.5	ข่าว	1	67.8	ข่าว	1	43.0
บันเทิง	2	27.4	บันเทิง	2	26.8	วิเคราะห์ข่าว	2	31.6	วิเคราะห์ข่าว	2	39.2	บันเทิง	2	25.0
ละคร	3	19.9	ละคร	3	19.8	บันเทิง	3	22.6	บันเทิง	3	23.4	วิเคราะห์ข่าว	2	35.4
												บันเทิง	3	23.0
												ละคร	3	19.8

ตารางที่ 4.14 ประเภทรายการที่คนไทยเลือกประเมินคุณภาพ 3 อันดับแรก จำแนกตามภาคภูมิศาสตร์

1. ภาคเหนือ			2. ภาคอีสาน			3. กรุงเทพมหานคร			4. ภาคกลาง			5. ภาคตะวันออก			6. ภาคใต้		
ประเภทรายการ	อันดับ	%	ประเภทรายการ	อันดับ	%	ประเภทรายการ	อันดับ	%	ประเภทรายการ	อันดับ	%	ประเภทรายการ	อันดับ	%	ประเภทรายการ	อันดับ	%
ข่าว	1	53.0	ข่าว	1	44.5	ข่าว	1	38.8	ข่าว	1	49.4	ข่าว	1	46.2	ข่าว	1	53.5
ละคร	2	25.5	สารบันเทิง	2	25.5	สารบันเทิง	2	24.1	สารบันเทิง	2	25.8	วิเคราะห์ข่าว	2	25.5	วิเคราะห์ข่าว	2	28.8
สารบันเทิง	3	24.7	ละคร	3	30.6	ละคร	3	25.7	ละคร	3	28.1	ละคร	3	26.5	ละคร	3	28.3

2. ทักษะของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการข่าวและรายงานเหตุการณ์ปัจจุบัน

1) หากพิจารณาในเชิงภาคภูมิศาสตร์จากตารางที่ 4.15 ในภาพรวมพบว่า คนไทยมีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทรายการข่าวและรายงานเหตุการณ์ปัจจุบันในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93 สำหรับตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่คนไทยมีความคิดเห็นว่า โทรทัศน์ช่องหลักทำได้ดีที่สุดในรายการประเภทรายการข่าวและรายงานเหตุการณ์ปัจจุบัน 3 อันดับแรก ได้แก่ การเสนอข่าวอย่างต่อเนื่องตามสถานการณ์ปัจจุบัน การอ่านรายงานข่าวด้วยภาษาที่เข้าใจง่ายและตรงไปตรงมา และการมีข้อมูลจริงและชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11, 3.10 และ 3.05 ตามลำดับ ส่วนตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่คนไทยมีความคิดเห็นว่า โทรทัศน์ช่องหลักทำได้ดีที่สุดในรายการประเภทนี้ 3 อันดับแรก ได้แก่ การไม่นำเสนอภาพที่หวาดเสียวรุนแรง ทารุณ โหดร้ายหรือยั่วยุทางเพศ การเสนอข่าวอย่างเป็นกลางหรือมีผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 ฝ่าย กรณีมีคู่ขัดแย้งร่วมรายการ และการไม่นำข่าวจากสื่ออื่นมาอ่านภายหลัง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82, 2.76 และ 2.75 ตามลำดับ ทั้งนี้มีข้อสังเกตว่า คนไทยจากภาคอีสานมีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทนี้สูงกว่าคนไทยจากกลุ่มภาคอื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05) โดยเฉพาะตัวชี้วัดคุณภาพรายการเกี่ยวกับการอ่านรายงานข่าวด้วยภาษาที่เข้าใจง่ายและตรงไปตรงมา การเสนอข่าวอย่างต่อเนื่องตามสถานการณ์ปัจจุบัน และการมีข้อมูลจริงและชัดเจน ซึ่งตรงกันข้ามกับคนไทยจากภาคใต้ที่มีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทนี้ต่ำกว่าคนไทยจากกลุ่มภาคอื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83) โดยเฉพาะตัวชี้วัดคุณภาพรายการเกี่ยวกับการเสนอข่าวอย่างเป็นกลางหรือมีผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 ฝ่าย กรณีมีคู่ขัดแย้งร่วมรายการ และการไม่นำข่าวจากสื่ออื่นมาอ่านภายหลัง

2) หากพิจารณาในเชิงกลุ่มอายุจากตารางที่ 4.16 พบว่า กลุ่มเด็กและเยาวชนมีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทนี้สูงกว่าคนไทยกลุ่มอายุอื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08) รองลงมาได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุและกลุ่มวัยรุ่น ในขณะที่กลุ่มวัยแรงงานมีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทนี้ต่ำกว่าคนไทยกลุ่มอายุอื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90)

ตารางที่ 4.15 ทศนคติของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการข่าวและรายงานเหตุการณ์ปัจจุบัน จำแนกตามภาคภูมิศาสตร์

ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ	1.ภาคเหนือ	2.ภาคอีสาน	3.กรุงเทพฯ	4.ภาคกลาง	5.ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	6.ภาคใต้	ทั่วประเทศ	
							รวม	ระดับคุณภาพรายการ
1. มีข้อมูลจริงและชัดเจน	3.12	3.20	2.99	3.04	2.97	2.95	3.05	ปานกลาง
2. การอ่านรายงานข่าวด้วยภาษาที่เข้าใจง่ายและตรงไปตรงมา	3.18	3.23	3.05	3.11	3.05	2.96	3.10	ปานกลาง
3. เสนอข่าวอย่างต่อเนื่องตามสถานการณ์ปัจจุบัน	3.18	3.22	3.11	3.11	3.10	2.96	3.11	ปานกลาง
4. เสนอข่าวอย่างเป็นกลางหรือมีผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 ฝ่าย กรณีมีคู่ขัดแย้งร่วมรายการ	2.85	2.89	2.73	2.63	2.75	2.69	2.76	ปานกลาง
5. ไม่นำข่าวจากสื่ออื่นมาอ่านภายหลัง	2.83	2.87	2.86	2.61	2.62	2.68	2.75	ปานกลาง
6. มีการสัมภาษณ์สดจากผู้ที่อยู่ในเหตุการณ์	2.99	3.01	2.97	2.89	2.91	2.83	2.93	ปานกลาง
7. มีการระมัดระวังไม่ละเมิดสิทธิผู้อื่นหรือศีลธรรมอันดี	3.00	3.08	2.95	2.90	2.88	2.81	2.94	ปานกลาง
8. ไม่นำเสนอภาพที่หวาดเสียวรุนแรง ทารุณ โหดร้ายหรือยั่วทางเพศ	2.86	2.93	2.83	2.71	2.80	2.81	2.82	ปานกลาง
9. ผู้เสนอข่าวระมัดระวังไม่วิเคราะห์/วิพากษ์เกินหน้าที่ผู้รายงานข่าว	2.90	2.94	2.83	2.77	2.82	2.77	2.84	ปานกลาง

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ	1.ภาคเหนือ	2.ภาคอีสาน	3.กรุงเทพฯ	4.ภาคกลาง	5.ภาคตะวันออกเฉียง	6.ภาคใต้	ทั่วประเทศ	
							รวม	ระดับคุณภาพรายการ
10. มีการปรับผังรายการให้สัมพันธ์กับสถานการณ์ที่ประชาชนควรได้รับข่าวสาร เช่น สาธารณภัย วิกฤตการณ์ชุมนุม เป็นต้น	3.04	3.09	3.01	2.96	2.94	2.86	2.98	ปานกลาง
รวม	3.00	3.05	2.93	2.87	2.88	2.83	2.93	ปานกลาง

ตารางที่ 4.16 ทศนคติของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการข่าวและรายงานเหตุการณ์ปัจจุบัน จำแนกตามกลุ่มอายุ

ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ	10-14 ปี	15 – 24 ปี	25 –59 ปี	มากกว่า 60 ปี	ทั่วประเทศ	
					รวม	ระดับคุณภาพรายการ
1. มีข้อมูลจริงและชัดเจน	3.27	3.08	3.01	3.19	3.14	ปานกลาง
2. การอ่านรายงานข่าวด้วยภาษาที่เข้าใจง่ายและตรงไปตรงมา	3.22	3.13	3.09	3.15	3.15	ปานกลาง
3. เสนอข่าวอย่างต่อเนื่องตามสถานการณ์ปัจจุบัน	3.26	3.18	3.09	3.15	3.17	ปานกลาง
4. เสนอข่าวอย่างเป็นกลางหรือมีผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 ฝ่าย กรณีมีคู่ขัดแย้งร่วมรายการ	2.91	2.81	2.72	2.88	2.83	ปานกลาง

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ	10-14 ปี	15 – 24 ปี	25 –59 ปี	มากกว่า 60 ปี	ทั่วประเทศ	
					รวม	ระดับคุณภาพรายการ
5. ไม่นำข่าวจากสื่ออื่นมาอ่านภายหลัง	2.85	2.79	2.74	2.92	2.83	ปานกลาง
6. มีการสัมภาษณ์สดจากผู้ที่อยู่ในเหตุการณ์	3.12	3.05	2.88	2.99	3.01	ปานกลาง
7. มีการระมัดระวังไม่ละเมิดสิทธิผู้อื่นหรือศีลธรรมอันดี	3.10	2.99	2.91	3.04	3.01	ปานกลาง
8. ไม่นำเสนอภาพที่หวาดเสียวรุนแรง ทารุณ โหดร้ายหรือ ยั่วยุทางเพศ	2.89	2.84	2.82	2.92	2.87	ปานกลาง
9. ผู้เสนอข่าวระมัดระวังไม่วิเคราะห์/วิพากษ์เกินหน้าที่ผู้ รายงานข่าว	2.98	2.88	2.82	2.92	2.90	ปานกลาง
10. มีการปรับผังรายการให้สัมพันธ์กับสถานการณ์ที่ ประชาชน ควรได้รับข่าวสาร เช่น สาธารณภัย วิกฤตการณ์ชุมนุม เป็นต้น	3.16	3.05	2.96	3.02	3.05	ปานกลาง
รวม	3.08	2.98	2.90	3.02	2.99	ปานกลาง

3. ทักษะของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการวิเคราะห์ข่าว

1) หากพิจารณาในเชิงภาคภูมิศาสตร์จากตารางที่ 4.17 ในภาพรวมพบว่า คนไทยมีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทรายการวิเคราะห์ข่าวในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 สำหรับตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่คนไทยมีความคิดเห็นว่า โทรทัศน์ช่องหลักทำได้ดีที่สุดในรายการประเภทรายการวิเคราะห์ข่าว 3 อันดับแรก ได้แก่ การมีความรวดเร็วทันเหตุการณ์และเกิดประโยชน์ต่อสังคม การมีเนื้อหาสาระของข่าวชัดเจนถูกต้อง และการก่อให้เกิดความรู้และพัฒนาด้านสติปัญญา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03, 2.97 และ 2.96 ตามลำดับ ส่วนตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่คนไทยมีความคิดเห็นว่า โทรทัศน์ช่องหลักทำได้ไม่ดีในรายการประเภทนี้ 3 อันดับแรก ได้แก่ การวิเคราะห์ข่าวที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้ชมรายการ การวิเคราะห์ข่าวยึดหลักจรรยาบรรณของสื่อมวลชน และการรักษาความเป็นกลางและส่งเสริมความสามัคคี กรณีมีการขัดแย้งจะต้องมีผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 ฝ่ายเข้าร่วมรายการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86, 2.81 และ 2.82 ตามลำดับ ทั้งนี้มีข้อสังเกตว่า คนไทยจากภาคอีสานมีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทนี้สูงกว่าคนไทยจากกลุ่มภาคอื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03) โดยเฉพาะตัวชี้วัดคุณภาพรายการเกี่ยวกับการมีความรวดเร็วทันเหตุการณ์และเกิดประโยชน์ต่อสังคม การมีเนื้อหาสาระของข่าวชัดเจนถูกต้อง และการก่อให้เกิดความรู้ และพัฒนาด้านสติปัญญา ซึ่งตรงกันข้ามกับคนไทยจากภาคใต้ที่มีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทนี้ต่ำกว่าคนไทยจากกลุ่มภาคอื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83) โดยเฉพาะตัวชี้วัดคุณภาพรายการเกี่ยวกับการมีสาระความรู้ การใช้หลักเหตุผลในการวิเคราะห์และสรุป การระมัดระวังไม่ละเมิดข้อกฎหมาย การรักษาความเป็นกลางและส่งเสริมความสามัคคี กรณีมีการขัดแย้งจะต้องมีผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 ฝ่ายเข้าร่วมรายการ การระมัดระวังไม่ละเมิดสิทธิหรือศีลธรรมทำให้ผู้อื่นเสียหาย และการวิเคราะห์ข่าวยึดหลักจรรยาบรรณของสื่อมวลชน

2) หากพิจารณาในเชิงกลุ่มอายุจากตารางที่ 4.18 พบว่า กลุ่มเด็กและเยาวชนมีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทนี้สูงกว่าคนไทยกลุ่มอายุอื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11) รองลงมาได้แก่ กลุ่มวัยรุ่น และกลุ่มผู้สูงอายุ ในขณะที่กลุ่มวัยแรงงานมีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทนี้ต่ำกว่าคนไทยกลุ่มอายุอื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89)

ตารางที่ 4.17 ทศนคติของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการวิเคราะห์ข่าว จำแนกตามภาคภูมิศาสตร์

ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ	1.ภาคเหนือ	2.ภาคอีสาน	3.กรุงเทพฯ	4.ภาคกลาง	5.ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	6.ภาคใต้	ทั่วประเทศ	
							รวม	ระดับคุณภาพรายการ
1. เนื้อหาสาระของข่าวชัดเจนถูกต้อง	3.02	3.10	2.98	2.98	2.87	2.85	2.97	ปานกลาง
2. ก่อให้เกิดความรู้ และพัฒนา ด้านสติปัญญา	3.06	3.08	2.99	2.91	2.87	2.86	2.96	ปานกลาง
3. มีความรวดเร็วทันเหตุการณ์และเกิด ประโยชน์ต่อสังคม	3.10	3.16	3.01	2.99	2.97	2.92	3.03	ปานกลาง
4. มีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา ข่าวมาร่วมวิเคราะห์ และให้คำชี้แจงใน ประเด็นที่น่าเสนอ	2.99	2.99	2.90	2.71	2.82	2.85	2.88	ปานกลาง
5. รักษาความเป็นกลางและส่งเสริมความ สามัคคี กรณีมีการขัดแย้งจะต้องมี ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 ฝ่ายเข้าร่วมรายการ	2.87	2.92	2.79	2.65	2.77	2.81	2.80	ปานกลาง
6. มีสาระความรู้ การใช้หลักเหตุผลในการ วิเคราะห์และสรุป	3.04	3.01	2.89	2.79	2.86	2.82	2.90	ปานกลาง
7. การวิเคราะห์ข่าวที่เป็นประโยชน์ต่อการ ตัดสินใจของผู้ชมรายการ	2.98	3.01	2.88	2.73	2.82	2.76	2.86	ปานกลาง

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ	1.ภาคเหนือ	2.ภาคอีสาน	3.กรุงเทพฯ	4.ภาคกลาง	5.ภาคตะวันออกเฉียง	6.ภาคใต้	ทั่วประเทศ	
							รวม	ระดับคุณภาพรายการ
8. มีการระมัดระวังไม่ละเมิดสิทธิหรือศีลธรรมทำให้ผู้อื่นเสียหาย	2.98	3.03	2.86	2.78	2.82	2.81	2.88	ปานกลาง
9. มีการระมัดระวังไม่ละเมิดข้อกำหนด	3.00	3.07	2.95	2.78	2.91	2.82	2.92	ปานกลาง
10. การวิเคราะห์ข่าวยึดหลักจรรยาบรรณของสื่อมวลชน	2.90	2.95	2.83	2.60	2.79	2.79	2.81	ปานกลาง
รวม	2.99	3.03	2.91	2.79	2.85	2.83	2.90	ปานกลาง

ตารางที่ 4.18 ทศนคติของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการวิเคราะห์ข่าว จำแนกตามกลุ่มอายุ

ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ	10-14 ปี	15 – 24 ปี	25 – 59 ปี	มากกว่า 60 ปี	ทั่วประเทศ	
					รวม	ระดับคุณภาพรายการ
1. เนื้อหาสาระของข่าวชัดเจนถูกต้อง	3.17	3.05	2.95	3.05	3.06	ปานกลาง
2. ก่อให้เกิดความรู้ และพัฒนาด้านสติปัญญา	3.17	3.04	2.94	3.07	3.06	ปานกลาง
3. มีความรวดเร็วทันเหตุการณ์และเกิดประโยชน์ต่อสังคม	3.17	3.08	3.03	3.05	3.08	ปานกลาง
4. มีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาข่าวมาร่วมวิเคราะห์ และให้คำชี้แจงในประเด็นที่น่าเสนอ	3.10	2.98	2.86	2.93	2.97	ปานกลาง

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

	ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ	10-14 ปี	15 – 24 ปี	25 – 59 ปี	มากกว่า 60 ปี	ทั่วประเทศ	
						รวม	ระดับคุณภาพรายการ
5.	รักษาความเป็นกลางและส่งเสริมความสามัคคี กรณีมีการขัดแย้งจะต้องมีผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 ฝ่ายเข้าร่วมรายการ	3.14	2.94	2.75	2.90	2.93	ปานกลาง
6.	มีสาระความรู้ การใช้หลักเหตุผลในการวิเคราะห์และสรุป	3.08	3.00	2.88	2.98	2.99	ปานกลาง
7.	การวิเคราะห์ข่าวที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้ชมรายการ	3.04	2.97	2.85	2.92	2.95	ปานกลาง
8.	มีการระมัดระวังไม่ละเมิดสิทธิหรือศีลธรรมทำให้ผู้อื่นเสียหาย	3.03	2.93	2.88	2.93	2.94	ปานกลาง
9.	มีการระมัดระวังไม่ละเมิดข้อกฎหมาย	3.12	2.99	2.92	2.96	3.00	ปานกลาง
10.	การวิเคราะห์ข่าวยึดหลักจรรยาบรรณของสื่อมวลชน	3.07	2.94	2.79	2.84	2.91	ปานกลาง
	รวม	3.11	2.99	2.89	2.96	2.99	ปานกลาง

4. ทักษะคติของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการเด็กและเยาวชน

1) หากพิจารณาในเชิงภาคภูมิศาสตร์จากตารางที่ 4.19 ในภาพรวมพบว่า คนไทยมีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทรายการเด็กและเยาวชนในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 สำหรับตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่คนไทยมีความคิดเห็นว่า โทรทัศน์ช่องหลักทำได้ดีที่สุดในรายการประเภทรายการเด็กและเยาวชน 3 อันดับแรก ได้แก่ การมีช่วงเวลาเหมาะสมสำหรับเด็กและเยาวชน เช่น ช่วงเย็นของทุกวัน และช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ การส่งเสริมด้านการศึกษาสำหรับเด็กและเยาวชน และผู้ชมได้เรียนรู้ทักษะและนวัตกรรมใหม่ๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09, 3.08 และ 3.04 ตามลำดับ ส่วนตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่คนไทยมีความคิดเห็นว่า โทรทัศน์ช่องหลักทำได้ไม่ดีในรายการประเภทนี้ 3 อันดับแรก ได้แก่ การเป็นรายการที่ต้องให้ความเข้าใจแก่เด็กและเยาวชนว่าควรลอกเลียนแบบได้หรือไม่ การส่งเสริมให้เด็กกลุ่มพิเศษและผู้ด้อยโอกาสมีกำลังใจจากการรับชมรายการ เช่น พิธีกร ผู้ร่วมรายการ เป็นต้น และการส่งเสริมการเข้าถึงสื่อแก่เด็กกลุ่มพิเศษและผู้ด้อยโอกาส เช่น ใช้ล่ามภาษามือ เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90, 2.78 และ 2.73 ตามลำดับ ทั้งนี้มีข้อสังเกตว่า คนไทยจากกรุงเทพมหานครมีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทนี้สูงกว่าคนไทยจากกลุ่มภาคอื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07) โดยเฉพาะตัวชี้วัดคุณภาพรายการเกี่ยวกับการส่งเสริมด้านการศึกษาสำหรับเด็กและเยาวชน การช่วงเวลาเหมาะสมสำหรับเด็กและเยาวชน เช่น ช่วงเย็นของทุกวันและช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ และเนื้อหาสาระของรายการสอดแทรกความสนุกสนานและความคิดสร้างสรรค์ที่เหมาะสมแก่เด็กและเยาวชน ซึ่งตรงกันข้ามกับคนไทยจากภาคใต้ที่มีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทนี้ต่ำกว่าคนไทยจากกลุ่มภาคอื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.78) โดยเฉพาะตัวชี้วัดคุณภาพรายการเกี่ยวกับการเป็นรายการที่ต้องให้ความเข้าใจแก่เด็กและเยาวชนว่าควรลอกเลียนแบบได้หรือไม่ การส่งเสริมให้เด็กกลุ่มพิเศษและผู้ด้อยโอกาสมีกำลังใจจากการรับชมรายการ เช่น พิธีกร ผู้ร่วมรายการ เป็นต้น และการส่งเสริมการเข้าถึงสื่อแก่เด็กกลุ่มพิเศษและผู้ด้อยโอกาส เช่น ใช้ล่ามภาษามือ เป็นต้น

2) หากพิจารณาในเชิงกลุ่มอายุจากตารางที่ 4.20 พบว่า กลุ่มเด็กและเยาวชนมีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทนี้สูงกว่าคนไทยกลุ่มอายุอื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13) รองลงมาได้แก่ กลุ่มวัยรุ่น และกลุ่มผู้สูงอายุ ในขณะที่กลุ่มวัยแรงงานมีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทนี้ต่ำกว่าคนไทยกลุ่มอายุอื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84)

ตารางที่ 4.19 ทิศนคติของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการเด็กและเยาวชน จำแนกตามภาคภูมิศาสตร์

ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ	1.ภาคเหนือ	2.ภาคอีสาน	3.กรุงเทพฯ	4.ภาคกลาง	5.ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	6.ภาคใต้	ทั่วประเทศ	
							รวม	ระดับคุณภาพรายการ
1. ส่งเสริมด้านการศึกษาสำหรับเด็กและเยาวชน	3.11	3.22	3.21	3.08	2.95	2.90	3.08	ปานกลาง
2. ผู้ชมได้เรียนรู้ทักษะและนวัตกรรมใหม่ๆ	3.13	3.12	3.12	3.06	2.96	2.84	3.04	ปานกลาง
3. ช่วงเวลาเหมาะสมสำหรับเด็กและเยาวชน เช่น ช่วงเย็นของทุกวันและช่วงวันเสาร์-อาทิตย์	3.11	3.21	3.21	3.11	3.00	2.91	3.09	ปานกลาง
4. เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นและความสามารถที่เหมาะสมกับวัยเด็กและเยาวชน	2.92	2.99	3.05	2.94	2.89	2.79	2.93	ปานกลาง
5. ส่งเสริมการเข้าถึงสื่อแก่เด็กกลุ่มพิเศษและผู้ด้อยโอกาส เช่น ใช้ล่ามภาษามือ เป็นต้น	2.78	2.82	2.88	2.61	2.69	2.61	2.73	ปานกลาง
6. ส่งเสริมให้เด็กกลุ่มพิเศษและผู้ด้อยโอกาส มีกำลังใจจากการรับชมรายการ เช่น พิธีกร ผู้ร่วมรายการ เป็นต้น	2.85	2.86	2.92	2.68	2.75	2.64	2.78	ปานกลาง

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ	1.ภาคเหนือ	2.ภาคอีสาน	3.กรุงเทพฯ	4.ภาคกลาง	5.ภาคตะวันออกเฉียง	6.ภาคใต้	ทั่วประเทศ	
							รวม	ระดับคุณภาพรายการ
7. เป็นรายการที่ต้องให้ความเข้าใจแก่เด็กและเยาวชนว่าควรลอกเลียนแบบได้หรือไม่	2.94	2.99	3.04	2.81	2.89	2.72	2.90	ปานกลาง
8. เนื้อหาสาระของรายการสอดแทรกความสนุกสนานและความคิดสร้างสรรค์ที่เหมาะสมแก่เด็กและเยาวชน	3.10	3.15	3.19	3.01	2.90	2.82	3.03	ปานกลาง
9. เนื้อหาสาระของรายการไม่มีความรุนแรงลามก อนาจาร ยั่วเย้าทางเพศ	2.96	3.05	3.04	2.91	2.81	2.80	2.93	ปานกลาง
รวม	2.99	3.05	3.07	2.91	2.87	2.78	2.95	ปานกลาง

ตารางที่ 4.20 ทศนคติของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการเด็กและเยาวชน จำแนกตามกลุ่มอายุ

ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ	10-14 ปี	15 - 24 ปี	25 - 59 ปี	มากกว่า 60 ปี	ทั่วประเทศ	
					รวม	ระดับคุณภาพรายการ
1. ส่งเสริมด้านการศึกษาสำหรับเด็กและเยาวชน	3.29	3.19	2.95	3.08	3.13	ปานกลาง
2. ผู้ชมได้เรียนรู้ทักษะและนวัตกรรมใหม่ๆ	3.20	3.12	2.92	3.07	3.08	ปานกลาง

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

	ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ	10-14 ปี	15 – 24 ปี	25 – 59 ปี	มากกว่า 60 ปี	ทั่วประเทศ	
						รวม	ระดับคุณภาพรายการ
3.	ช่วงเวลาเหมาะสมสำหรับเด็กและเยาวชน เช่น ช่วงเย็นของทุกวันและช่วงวันเสาร์-อาทิตย์	3.33	3.16	3.00	3.07	3.14	ปานกลาง
4.	เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นและความสามารถที่เหมาะสมกับวัยเด็กและเยาวชน	3.07	2.98	2.87	2.94	2.97	ปานกลาง
5.	ส่งเสริมการเข้าถึงสื่อแก่เด็กกลุ่มพิเศษและผู้ด้อยโอกาส เช่น ใช้ล่ามภาษามือ เป็นต้น	2.87	2.85	2.63	2.81	2.79	ปานกลาง
6.	ส่งเสริมให้เด็กกลุ่มพิเศษและผู้ด้อยโอกาสมีกำลังใจจากการรับชมรายการ เช่น พิธีกร ผู้ร่วมรายการ เป็นต้น	2.98	2.92	2.61	2.85	2.84	ปานกลาง
7.	เป็นรายการที่ต้องให้ความเข้าใจแก่เด็กและเยาวชนว่าควรลอกเลียนแบบได้หรือไม่	3.04	3.01	2.79	2.93	2.94	ปานกลาง
8.	เนื้อหาสาระของรายการสอดแทรกความสนุกสนานและความคิดสร้างสรรค์ที่เหมาะสมแก่เด็กและเยาวชน	3.29	3.14	2.90	2.90	3.06	ปานกลาง
9.	เนื้อหาสาระของรายการไม่มีความรุนแรง ลามกอนาจาร ยั่วเย้าทางเพศ	3.09	3.01	2.87	2.79	2.94	ปานกลาง
	รวม	3.13	3.04	2.84	2.94	2.99	ปานกลาง

5. ทักษะคติของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการสาระบันเทิง

1) หากพิจารณาในเชิงภาคภูมิศาสตร์จากตารางที่ 4.21 ในภาพรวมพบว่า คนไทยมีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทรายการสาระบันเทิงในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 สำหรับตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่คนไทยมีความคิดเห็นว่า โทรทัศน์ช่องหลักทำได้ดีที่สุดในรายการประเภทรายการสาระบันเทิง 3 อันดับแรก ได้แก่ การเป็นรายการที่ให้ความรู้ความคิดและสร้างสรรค์ต่อชีวิตจริง การเป็นรายการบันเทิงที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ชม และการเป็นรายการที่ไม่ส่งเสริมหรือจูงใจประพฤติกฎหมายและศีลธรรม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03, 3.02 และ 2.93 ตามลำดับ ส่วนตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่คนไทยมีความคิดเห็นว่า โทรทัศน์ช่องหลักทำได้ไม่ดีที่สุดในรายการประเภทนี้ 3 อันดับแรก ได้แก่ การเป็นรายการที่สะท้อนถึงปัญหาและหาแนวทางแก้ไขให้แก่ผู้ชมและสังคม การเป็นรายการที่ไม่ส่งเสริมหรือจูงใจให้เชื่อมงายโศกลางไสยศาสตร์ และการเป็นรายการที่หลีกเลี่ยงการโฆษณาแฝงหรือนำเสนอตาราเป็นหลัก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89, 2.76 และ 2.72 ตามลำดับ ทั้งนี้มีข้อสังเกตว่า คนไทยจากภาคอีสานมีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทนี้สูงกว่าคนไทยจากกลุ่มภาคอื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02) โดยเฉพาะตัวชี้วัดคุณภาพรายการเกี่ยวกับการเป็นรายการที่ให้ความรู้ความคิดและสร้างสรรค์ต่อชีวิตจริง การเป็นรายการบันเทิงที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ชม และการเป็นรายการที่ไม่ส่งเสริมหรือจูงใจประพฤติกฎหมายและศีลธรรม ซึ่งตรงกันข้ามกับคนไทยจากภาคกลางที่มีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทนี้ต่ำกว่าคนไทยจากกลุ่มภาคอื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80) โดยเฉพาะตัวชี้วัดคุณภาพรายการเกี่ยวกับการเป็นรายการที่สะท้อนถึงปัญหาและหาแนวทางแก้ไขให้แก่ผู้ชมและสังคม การเป็นรายการที่ไม่ส่งเสริมหรือจูงใจให้เชื่อมงายโศกลางไสยศาสตร์ และการเป็นรายการที่หลีกเลี่ยงการโฆษณาแฝงหรือนำเสนอตาราเป็นหลัก

2) หากพิจารณาในเชิงกลุ่มอายุจากตารางที่ 4.22 พบว่า กลุ่มเด็กและเยาวชนมีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทนี้สูงกว่าคนไทยกลุ่มอายุอื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06) รองลงมาได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุและกลุ่มวัยรุ่น ในขณะที่กลุ่มวัยแรงงานมีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทนี้ต่ำกว่าคนไทยกลุ่มอายุอื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84)

ตารางที่ 4.21 ทศนคติของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการสาระบันเทิง จำแนกตามภาคภูมิศาสตร์

ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ	1.ภาคเหนือ	2.ภาคอีสาน	3.กรุงเทพฯ	4.ภาคกลาง	5.ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	6.ภาคใต้	ทั่วประเทศ	
							รวม	ระดับคุณภาพรายการ
1. เป็นรายการที่ให้ความรู้ความคิดและสร้างสรรค์ต่อชีวิตจริง	3.07	3.16	3.07	3.03	2.93	2.91	3.03	ปานกลาง
2. เป็นรายการบันเทิงที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ชม	3.10	3.15	3.09	3.00	2.90	2.88	3.02	ปานกลาง
3. เป็นรายการที่สามารถสื่อหรือรณรงค์ให้มีการปรับเปลี่ยนค่านิยมที่ดีต่อสังคม	3.11	3.01	2.96	2.81	2.85	2.77	2.92	ปานกลาง
4. เป็นรายการที่ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมประเพณีอันดีของสังคมและท้องถิ่น	2.99	3.00	2.95	2.81	2.85	2.79	2.90	ปานกลาง
5. เป็นรายการที่สะท้อนถึงปัญหาและหาแนวทางแก้ไขให้แก่ผู้ชมและสังคม	2.96	3.00	2.94	2.76	2.84	2.81	2.89	ปานกลาง
6. เป็นรายการที่หลีกเลี่ยงการโฆษณาแฝงหรือนำเสนอตาราเป็นหลัก	2.72	2.86	2.74	2.55	2.68	2.74	2.72	ปานกลาง
7. เป็นรายการที่ไม่ส่งเสริมหรือจูงใจให้เชื่อมงายโศกลางไสยศาสตร์	2.83	2.88	2.84	2.59	2.70	2.71	2.76	ปานกลาง

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ	1.ภาคเหนือ	2.ภาคอีสาน	3.กรุงเทพฯ	4.ภาคกลาง	5.ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	6.ภาคใต้	ทั่วประเทศ	
							รวม	ระดับคุณภาพรายการ
8. เป็นรายการที่ไม่ส่งเสริมหรือจูงใจประพจน์ผิดกฎหมายและศีลธรรม	3.00	3.07	3.03	2.81	2.85	2.84	2.93	ปานกลาง
รวม	2.97	3.02	2.95	2.80	2.83	2.81	2.89	ปานกลาง

ตารางที่ 4.22 ทศนคติของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการสาระบันเทิง จำแนกตามกลุ่มอายุ

ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ	10-14 ปี	15 - 24 ปี	25 - 59 ปี	มากกว่า 60 ปี	ทั่วประเทศ	
					รวม	ระดับคุณภาพรายการ
1. เป็นรายการที่ให้ความรู้ความคิดและสร้างสรรค์ต่อชีวิตจริง	3.24	3.11	2.96	3.12	3.11	ปานกลาง
2. เป็นรายการบันเทิงที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ชม	3.18	3.10	2.98	3.15	3.10	ปานกลาง
3. เป็นรายการที่สามารถสื่อหรือรณรงค์ให้มีการปรับเปลี่ยนค่านิยมที่ดีต่อสังคม	3.05	2.98	2.85	2.97	2.96	ปานกลาง
4. เป็นรายการที่ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมประเพณีอันดีของสังคมและท้องถิ่น	3.07	2.96	2.84	2.98	2.96	ปานกลาง

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

	ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ	10-14 ปี	15 – 24 ปี	25 – 59 ปี	มากกว่า 60 ปี	ทั่วประเทศ	
						รวม	ระดับคุณภาพรายการ
5.	เป็นรายการที่สะท้อนถึงปัญหาและหาแนวทางแก้ไขให้แก่ผู้ชมและสังคม	3.05	2.97	2.82	2.94	2.95	ปานกลาง
6.	เป็นรายการที่หลีกเลี่ยงการโฆษณาแฝงหรือนำเสนอดารารับหลัก	2.91	2.78	2.64	2.88	2.80	ปานกลาง
7.	เป็นรายการที่ไม่ส่งเสริมหรือจูงใจให้เชื่อมงายโศคกลางไสยศาสตร์	2.86	2.84	2.71	2.93	2.84	ปานกลาง
8.	เป็นรายการที่ไม่ส่งเสริมหรือจูงใจประพุดิฝิดกฏหมายและศีลธรรม	3.10	3.00	2.90	3.01	3.00	ปานกลาง
	รวม	3.06	2.97	2.84	3.00	2.97	ปานกลาง

6. ทักษะคติของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการเกมส์โชว์

1) หากพิจารณาในเชิงภาคภูมิศาสตร์จากตารางที่ 4.23 ในภาพรวมพบว่า คนไทยมีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทรายการเกมส์โชว์ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83 สำหรับตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่คนไทยมีความคิดเห็นว่าเป็นรายการประเภทเกมส์โชว์ 3 อันดับแรก ได้แก่ การเน้นให้ผู้ชมเข้ามามีส่วนร่วมแข่งขันอย่างกว้างขวาง การมีสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ให้แก่ผู้แข่งขันและผู้ชม และการเป็นรายการที่เน้นให้ผู้แข่งขันแสดงความสามารถเฉพาะตัว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00, 2.97 และ 2.97 ตามลำดับ ส่วนตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่คนไทยมีความคิดเห็นว่าเป็นรายการประเภทเกมส์โชว์ 3 อันดับแรก ได้แก่ การไม่เป็นรายการที่มอมเมาให้ซื้อสินค้าที่ด้อยคุณภาพเพื่อหวังชิงโชคหรือชิงรางวัลเท่านั้น การเป็นรายการที่ไม่สามารถใช้สิทธิพลหรือการเงินเพื่อให้ชนะการแข่งขัน เช่น การโหวต การส่ง SMS เป็นต้น และการมีความคิดสร้างสรรค์ไม่ลอกเลียนแบบจากต่างประเทศ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77, 2.69 และ 2.63 ตามลำดับ ทั้งนี้มีข้อสังเกตว่าคนไทยจากภาคอีสานมีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทนี้สูงกว่าคนไทยจากกลุ่มภาคอื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92) โดยเฉพาะตัวชี้วัดคุณภาพรายการเกี่ยวกับการมีสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ให้แก่ผู้แข่งขันและผู้ชม การเน้นให้ผู้ชมเข้ามามีส่วนร่วมแข่งขันอย่างกว้างขวาง และการเป็นรายการที่เน้นให้ผู้แข่งขันแสดงความสามารถเฉพาะตัว ซึ่งตรงกันข้ามกับคนไทยจากภาคกลางที่มีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทนี้ต่ำกว่าคนไทยจากกลุ่มภาคอื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.70) โดยเฉพาะตัวชี้วัดคุณภาพรายการเกี่ยวกับการไม่เป็นรายการที่มอมเมาให้ซื้อสินค้าที่ด้อยคุณภาพเพื่อหวังชิงโชคหรือชิงรางวัลเท่านั้น การไม่เป็นการแข่งขันแบบสมยอมหรือไม่หลอกลวงผู้ชม และการเป็นรายการที่ไม่สามารถใช้สิทธิพลหรือการเงินเพื่อให้ชนะการแข่งขัน เช่น การโหวต การส่ง SMS เป็นต้น

2) หากพิจารณาในเชิงกลุ่มอายุจากตารางที่ 4.24 พบว่า กลุ่มเด็กและเยาวชนมีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทนี้สูงกว่าคนไทยกลุ่มอายุอื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05) รองลงมาได้แก่ กลุ่มวัยรุ่น และกลุ่มผู้สูงอายุ ในขณะที่กลุ่มวัยแรงงานมีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทนี้ต่ำกว่าคนไทยกลุ่มอายุอื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72)

ตารางที่ 4.23 ทศนคติของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการเกมส์โชว์ จำแนกตามภาคภูมิศาสตร์

ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ	1.ภาคเหนือ	2.ภาคอีสาน	3.กรุงเทพฯ	4.ภาคกลาง	5.ภาคตะวันออกเฉียง	6.ภาคใต้	ทั่วประเทศ	
							รวม	ระดับคุณภาพรายการ
1. เน้นให้ผู้ชมเข้ามามีส่วนร่วมแข่งขันอย่างกว้างขวาง	3.06	3.08	3.07	2.90	3.00	2.91	3.00	ปานกลาง
2. มีสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ให้แก่ผู้แข่งขันและผู้ชม	3.04	3.10	3.04	2.88	2.90	2.85	2.97	ปานกลาง
3. เป็นรายการที่เน้นให้ผู้แข่งขันแสดงความสามารถเฉพาะตัว	3.09	3.03	3.07	2.86	2.92	2.85	2.97	ปานกลาง
4. มีความคิดสร้างสรรค์ไม่ลอกเลียนแบบจากต่างประเทศ	2.63	2.74	2.66	2.48	2.58	2.67	2.63	ปานกลาง
5. ไม่เป็นการแข่งขันแบบสมยอมหรือไม่หลอกลวงผู้ชม	2.84	2.85	2.85	2.62	2.81	2.80	2.80	ปานกลาง
6. เป็นรายการแข่งขันที่เป็นธรรมและมีการตัดสินที่น่าเชื่อถือ	2.88	2.91	2.92	2.67	2.82	2.83	2.84	ปานกลาง
7. เป็นรายการที่ไม่สามารถใช้อิทธิพลหรือการเงินเพื่อให้ชนะการแข่งขัน เช่น การโหวต การส่ง SMS เป็นต้น	2.69	2.79	2.73	2.52	2.63	2.79	2.69	ปานกลาง

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ	1.ภาคเหนือ	2.ภาคอีสาน	3.กรุงเทพฯ	4.ภาคกลาง	5.ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	6.ภาคใต้	ทั่วประเทศ	
							รวม	ระดับคุณภาพรายการ
8. ไม่เป็นรายการที่มอมเมาให้ซื้อสินค้าที่ด้อยคุณภาพเพื่อหวังชิงโชคหรือชิงรางวัลเท่านั้น	2.80	2.86	2.83	2.64	2.69	2.79	2.77	ปานกลาง
รวม	2.88	2.92	2.90	2.70	2.79	2.81	2.83	ปานกลาง

ตารางที่ 4.24 ทักษะคิดของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการเกมส์โชว์ จำแนกตามกลุ่มอายุ

ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ	10-14 ปี	15 – 24 ปี	25 – 59 ปี	มากกว่า 60 ปี	ทั่วประเทศ	
					รวม	ระดับคุณภาพรายการ
1. เน้นให้ผู้ชมเข้ามามีส่วนร่วมแข่งขันอย่างกว้างขวาง	3.28	3.08	2.87	3.01	3.06	ปานกลาง
2. มีสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ให้แก่ผู้แข่งขันและผู้ชม	3.17	3.03	2.90	3.03	3.03	ปานกลาง
3. เป็นรายการที่เน้นให้ผู้แข่งขันแสดงความสามารถเฉพาะตัว	3.18	3.07	2.85	2.99	3.02	ปานกลาง
4. มีความคิดสร้างสรรค์ไม่ลอกเลียนแบบจากต่างประเทศ	2.81	2.69	2.52	2.72	2.69	ปานกลาง

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

	ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ	10-14 ปี	15 – 24 ปี	25 – 59 ปี	มากกว่า 60 ปี	ทั่วประเทศ	
						รวม	ระดับคุณภาพรายการ
5.	ไม่เป็นการแข่งขันแบบสมยอมหรือไม่หลอกลวงผู้ชม	3.02	2.86	2.67	2.81	2.84	ปานกลาง
6.	เป็นรายการแข่งขันที่เป็นธรรมและมีการตัดสินที่น่าเชื่อถือ	3.09	2.92	2.70	2.89	2.90	ปานกลาง
7.	เป็นรายการที่ไม่สามารถใช้อิทธิพลหรือการเงินเพื่อให้ชนะการแข่งขัน เช่น การโหวต การส่ง SMS เป็นต้น	2.86	2.77	2.58	2.79	2.75	ปานกลาง
8.	ไม่เป็นรายการที่มอมเมาให้ซื้อสินค้าที่ด้อยคุณภาพเพื่อหวังชิงโชคหรือชิงรางวัลเท่านั้น	2.98	2.82	2.68	2.85	2.83	ปานกลาง
	รวม	3.05	2.91	2.72	2.89	2.89	ปานกลาง

7. ทักษะคติของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการละคร

1) หากพิจารณาในเชิงภาคภูมิศาสตร์จากตารางที่ 4.25 ในภาพรวมพบว่า คนไทยมีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทรายการละครในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84 สำหรับตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่คนไทยมีความคิดเห็นว่า โทรทัศน์ช่องหลักทำได้ดีที่สุดในรายการประเภทรายการละคร 3 อันดับแรก ได้แก่ เนื้อหาสาระของละครสะท้อนความเป็นจริงของสังคม ละครให้คติธรรมของชีวิต เช่น ทำดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว เป็นต้น และการมีเนื้อหาพัฒนาความรู้ความคิดและสร้างสรรค์ต่อชีวิตจริง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13, 3.11 และ 2.97 ตามลำดับ ส่วนตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่คนไทยมีความคิดเห็นว่า โทรทัศน์ช่องหลักทำได้ดีไม่อยู่ในรายการประเภทนี้ 3 อันดับแรก ได้แก่ การเป็นละครที่เน้นเนื้อหาสาระมากกว่าการบันเทิง การเป็นละครที่ไม่มีโฆษณาแฝงในเนื้อหาหรือฉากต่างๆ เช่น โรงพยาบาล ร้านอาหาร สินค้าอุปโภคบริโภค เป็นต้น และการเป็นละครที่ไม่มีอมประชาชน เช่น มีบทรุนแรง ไร้สาระ อัจฉริยะ ยั่วทางเพศ เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.70, 2.69 และ 2.67 ตามลำดับ ทั้งนี้มีข้อสังเกตว่า คนไทยจากภาคอีสานมีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทนี้สูงกว่าคนไทยจากกลุ่มภาคอื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96) โดยเฉพาะตัวชี้วัดคุณภาพรายการเกี่ยวกับละครให้คติธรรมของชีวิต เช่น ทำดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว เป็นต้น เนื้อหาสาระของละครสะท้อนความเป็นจริงของสังคม และการมีเนื้อหาพัฒนาความรู้ความคิดและสร้างสรรค์ต่อชีวิตจริง ซึ่งตรงกันข้ามกับคนไทยจากภาคกลางที่มีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทนี้ต่ำกว่าคนไทยจากกลุ่มภาคอื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.73) โดยเฉพาะตัวชี้วัดคุณภาพรายการเกี่ยวกับการเป็นละครที่ไม่ขัดต่อศีลธรรม เช่น มีลักษณะลามก อนาจาร ยั่วทางเพศ เป็นต้น การเป็นละครที่ไม่มีโฆษณาแฝงในเนื้อหาหรือฉากต่างๆ เช่น โรงพยาบาล ร้านอาหาร สินค้าอุปโภคบริโภค เป็นต้น การเป็นละครที่ไม่มีอมประชาชน เช่น มีบทรุนแรง ไร้สาระ อัจฉริยะ ยั่วทางเพศ เป็นต้น และการเป็นละครที่เน้นเนื้อหาสาระมากกว่าการบันเทิง

2) หากพิจารณาในเชิงกลุ่มอายุจากตารางที่ 4.26 พบว่า กลุ่มเด็กและเยาวชนมีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทนี้สูงกว่าคนไทยกลุ่มอายุอื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00) รองลงมาได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มวัยรุ่น ในขณะที่กลุ่มวัยแรงงานมีระดับทัศนคติต่อคุณภาพรายการประเภทนี้ต่ำกว่าคนไทยกลุ่มอายุอื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.78)

ตารางที่ 4.25 ทศนคติของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการละคร จำแนกตามภาคภูมิศาสตร์

ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ	1.ภาคเหนือ	2.ภาคอีสาน	3.กรุงเทพฯ	4.ภาคกลาง	5.ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	6.ภาคใต้	ทั่วประเทศ	
							รวม	ระดับคุณภาพรายการ
1. เนื้อหาสาระของละครสะท้อนความเป็นจริงของสังคม	3.16	3.25	3.16	3.13	3.07	3.01	3.13	ปานกลาง
2. ละครให้คติธรรมของชีวิต เช่น ทำดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว เป็นต้น	3.20	3.26	3.16	3.10	3.07	2.85	3.11	ปานกลาง
3. เนื้อหาพัฒนาความรู้ความคิดและสร้างสรรค์ต่อชีวิตจริง	3.01	3.07	3.01	2.93	2.94	2.85	2.97	ปานกลาง
4. เป็นละครที่สามารถสื่อหรือรณรงค์ให้เกิดหรือปรับเปลี่ยนค่านิยมที่ดีต่อสังคม	2.91	2.97	2.93	2.76	2.88	2.67	2.85	ปานกลาง
5. เป็นละครที่เน้นเนื้อหาสาระมากกว่าการบันเทิง	2.65	2.82	2.70	2.48	2.73	2.80	2.70	ปานกลาง
6. เป็นละครที่ไม่มีโฆษณาแฝงในเนื้อหาหรือฉากต่างๆ เช่น โรงพยาบาล ร้านอาหาร สินค้าอุปโภคบริโภค เป็นต้น	2.65	2.82	2.66	2.53	2.67	2.83	2.69	ปานกลาง
7. เป็นละครที่ไม่มอมประชาชน เช่น มีบทรุนแรง ไร้สาระ อัจฉริยะ ยั่วเย้าทางเพศ	2.65	2.79	2.63	2.50	2.66	2.79	2.67	ปานกลาง

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ	1.ภาคเหนือ	2.ภาคอีสาน	3.กรุงเทพฯ	4.ภาคกลาง	5.ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	6.ภาคใต้	ทั่วประเทศ	
							รวม	ระดับคุณภาพรายการ
เป็นต้น								
8. เป็นละครที่ไม่ขัดต่อศีลธรรม เช่น มีลักษณะลามก อนาจาร ยั่วเยาะทางเพศ	2.70	2.82	2.72	2.56	2.75	2.79	2.72	ปานกลาง
เป็นต้น								
9. เป็นละครที่ไม่ใช่ภาษาที่หยาบคายเป็นตัวอย่างที่ดีต่อเด็กและเยาวชน	2.70	2.88	2.74	2.62	2.76	2.72	2.74	ปานกลาง
10. เป็นละครที่ไม่สร้างความเข้าใจผิดแก่ผู้ชมให้เกิดค่านิยมผิดศีลธรรมและกฎหมาย	2.77	2.92	2.84	2.69	2.84	2.78	2.81	ปานกลาง
รวม	2.84	2.96	2.86	2.73	2.84	2.81	2.84	ปานกลาง

ตารางที่ 4.26 ทศนคติของคนไทยต่อคุณภาพรายการประเภทรายการละคร จำแนกตามกลุ่มอายุ

ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ	10-14 ปี	15 – 24 ปี	25 – 59 ปี	มากกว่า 60 ปี	ทั่วประเทศ	
					รวม	ระดับคุณภาพรายการ
1. เนื้อหาสาระของละครสะท้อนความเป็นจริงของสังคม	3.30	3.20	3.08	3.20	3.20	ปานกลาง
2. ละครให้คติธรรมของชีวิต เช่น ทำดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว	3.33	3.20	3.08	3.18	3.20	ปานกลาง

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

	ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ	10-14 ปี	15 – 24 ปี	25 – 59 ปี	มากกว่า 60 ปี	ทั่วประเทศ	
						รวม	ระดับคุณภาพรายการ
	เป็นต้น						
3.	เนื้อหาพัฒนาความรู้ความคิดและสร้างสรรค์ต่อชีวิตจริง	3.13	3.04	2.92	3.04	3.03	ปานกลาง
4.	เป็นละครที่สามารถสื่อหรือรณรงค์ให้เกิดหรือปรับเปลี่ยนค่านิยมที่ดีต่อสังคม	3.05	2.95	2.81	2.93	2.94	ปานกลาง
5.	เป็นละครที่เน้นเนื้อหาสาระมากกว่าการบันเทิง	2.91	2.76	2.57	2.79	2.76	ปานกลาง
6.	เป็นละครที่ไม่มีโฆษณาแฝงในเนื้อหาหรือฉากต่างๆ เช่น โรงพยาบาล ร้านอาหาร สินค้าอุปโภคบริโภค เป็นต้น	2.80	2.72	2.61	2.82	2.74	ปานกลาง
7.	เป็นละครที่ไม่มอมประชาชน เช่น มีบทรุนแรง ไร้อารมณ์ อัจฉาวิชา ยั่วยุททางเพศ เป็นต้น	2.79	2.69	2.59	2.81	2.72	ปานกลาง
8.	เป็นละครที่ไม่ขัดต่อศีลธรรม เช่น มีลักษณะลามก อนาจาร ยั่วยุททางเพศ เป็นต้น	2.83	2.76	2.65	2.80	2.76	ปานกลาง
9.	เป็นละครที่ไม่ใช้ภาษาที่หยาบคายเป็นตัวอย่างที่ดีต่อเด็กและเยาวชน	2.87	2.79	2.70	2.80	2.79	ปานกลาง
10.	เป็นละครที่ไม่สร้างความเข้าใจผิดแก่ผู้ชมให้เกิดค่านิยมผิดศีลธรรมและกฎหมาย	2.96	2.85	2.76	2.89	2.87	ปานกลาง
	รวม	3.00	2.90	2.78	2.93	2.90	ปานกลาง

8. ทักษะคิดต่อการดูโทรทัศน์ช่องหลัก

1) ความจำเป็นต้องใช้เทคนิคเพื่อช่วยให้คนพิการและผู้ด้อยโอกาสเข้าใจสื่อดีขึ้น ในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 91.7 มีความคิดเห็นว่า มีความจำเป็นที่ต้องใช้เทคนิคเพื่อช่วยให้คนพิการและผู้ด้อยโอกาสเข้าใจสื่อดีขึ้น เช่น มีการบรรยายภาษามือ มีข้อความ Sub Title สำหรับคนพิการทางหู เป็นต้น และเมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่ม พบว่า ส่วนใหญ่หรือเกินกว่าร้อยละ 90.0 ของทุกกลุ่มอายุ มีความคิดเห็นว่า มีความจำเป็นที่ต้องใช้เทคนิคเพื่อช่วยให้คนพิการและผู้ด้อยโอกาสเข้าใจสื่อดีขึ้นเช่นกัน ดังตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 ทักษะคติต่อความจำเป็นต้องใช้เทคนิคหรือช่วยคนพิการ เรื่องภาษามือและ Sub title จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความเห็น	10-14 ปี	15 – 24 ปี	25 – 59 ปี	มากกว่า 60 ปี	รวม
ท่านคิดว่ารายการข่าวและสาระบันเทิงโทรทัศน์ช่องหลัก (3 5 7 9 11 TPBS) จำเป็นต้องใช้เทคนิคเพื่อช่วยให้คนพิการและผู้ด้อยโอกาสเข้าใจสื่อดีขึ้น เช่น มีการบรรยายภาษามือ มีข้อความ Sub Title สำหรับคนพิการทางหู เป็นต้น					(n= 20,330)
1) ไม่จำเป็น	9.8	8.6	8.1	6.2	8.3
2) จำเป็น	90.2	91.4	91.9	93.8	91.7
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

2) การนำเสนอข่าวของช่อง 11 และ TPBS พบว่า ทิศนคติต่อการเสนอข่าวของโทรทัศน์ช่องหลักประเภทใช้ภาษีประชาชนของโทรทัศน์ช่อง 11 และ TPBS ในภาพรวม ร้อยละ 90.5 เห็นว่า มีการเสนอข่าวอย่างเป็นกลางและมีความหลากหลาย โดยความเห็นเป็นรายภาคจะมีความใกล้เคียงกันเกือบทุกภาค เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ภาคเหนือ ร้อยละ 93.2 ภาคอีสาน ร้อยละ 90.5 กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 90.4 และ ภาคกลาง ร้อยละ 90.3 ตามลำดับ และจำแนกเป็นกลุ่มอายุในกลุ่มอายุ 25-59 ปี และ กลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไป จะมีความใกล้เคียงเช่นกัน ร้อยละ 91.6 และ 91.3 ดังตารางที่ 4.28 และ 4.29

ตารางที่ 4.28 ทศนคติต่อการเสนอข่าวของโทรทัศน์ช่องหลักประเภทใช้ภาษีประชาชน จำแนกตามภาคภูมิศาสตร์

ความเห็น	เหนือ	อีสาน	กรุงเทพมหานคร	กลาง	ภาคตะวันออก	ใต้	รวม
ท่านคิดว่าโทรทัศน์ช่อง 11 และ TPBS ซึ่งใช้เงินภาษีประชาชน ควรนำเสนอรายงานในรูปแบบใด							n=20,330
1) เสนอข่าวอย่างเป็นกลางและหลากหลาย	93.2	90.5	90.4	90.3	88.6	88.0	90.5
2) เสนอเฉพาะข่าวของรัฐบาล	4.9	7.1	6.9	7.2	9.4	9.1	7.1
3) อื่นๆ ระบุ.....	1.9	2.4	2.7	2.5	2.0	2.9	2.4
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ตารางที่ 4.29 ทศนคติต่อการเสนอข่าวของโทรทัศน์ช่องหลักประเภทใช้ภาษีประชาชน จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความเห็น	10-14 ปี	15 – 24 ปี	25 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	รวม
ท่านคิดว่าโทรทัศน์ช่อง 11 และ TPBS ซึ่งใช้เงินภาษีประชาชน ควรนำเสนอรายงานในรูปแบบใด					n=20,330
1) เสนอข่าวอย่างเป็นกลางและหลากหลาย	86.5	89.8	91.6	91.3	90.5
2) เสนอเฉพาะข่าวของรัฐบาล	10.0	8.2	6.0	6.9	7.1
3) อื่นๆ ระบุ.....	3.5	2.0	2.4	1.8	2.4
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

3) การปรับปรุงรายการโทรทัศน์โดยการเก็บภาษีจากรัวเรื้อน พบว่า ทัศนคติต่อการปรับปรุงรายการโทรทัศน์โดยมีการเก็บภาษีจากรัวเรื้อนผู้มีโทรทัศน์ของทุกภาคในภาพรวม ร้อยละ 72.8 ไม่เห็นด้วย และจำแนกเป็นรายภาคเกือบทั้งหมดไม่เห็นด้วย โดยมีภาคเหนือสูงสุด ร้อยละ 78.0 และเมื่อจำแนกเป็นกลุ่มอายุของทุกกลุ่มในภาพรวม ร้อยละ 73.5 ไม่เห็นด้วยเช่นกัน โดยในกลุ่มอายุมากกว่า 60 ปี และกลุ่มอายุ 25-59 ปี ไม่เห็นด้วยมากที่สุดและมีความใกล้เคียงกัน ดังตารางที่ 4.30 และ 4.31

ตารางที่ 4.30 ทักษะคิดต่อการปรับปรุงรายการโทรทัศน์โดยเก็บภาษีผู้มีโทรทัศน์ในครัวเรือน จำแนกตามภาคภูมิศาสตร์

ความเห็น	เหนือ	อีสาน	กรุงเทพมหานคร	กลาง	ตะวันออก	ใต้	รวมทั้งประเทศ
ท่านเห็นด้วยหรือไม่กับการปรับปรุงรายการโทรทัศน์ให้ดีขึ้นโดยเก็บภาษีจากครัวเรือนผู้มีโทรทัศน์							
1) ไม่เห็นด้วย	2,684 (78.0)	3,872 (74.3)	3,239 (64.4)	2,190 (79.5)	1,016 (72.1)	1,794 (72.2)	14,795 (72.8)
2) เห็นด้วย	756 (22.0)	1,339 (25.7)	1,791 (35.6)	565 (20.5)	394 (27.9)	690 (27.8)	5,535 (27.2)
รวม	3,440 (100.0)	5,211 (100.0)	5,030 (100.0)	2,755 (100.0)	1,410 (100.0)	2,484 (100.0)	20,330 (100.0)

ตารางที่ 4.31 ทักษะคิดต่อการปรับปรุงรายการโทรทัศน์โดยเก็บภาษีผู้มีโทรทัศน์ในครัวเรือน จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความเห็น	10-14 ปี	15 – 24 ปี	25 – 59 ปี	มากกว่า 60 ปี	รวมทั้งประเทศ
ท่านเห็นด้วยหรือไม่กับการปรับปรุงรายการโทรทัศน์ให้ดีขึ้นโดยเก็บภาษีจากครัวเรือนผู้มีโทรทัศน์					
1) ไม่เห็นด้วย	1,506 (64.5)	4,131 (67.2)	7,923 (78.5)	1,389 (79.2)	14,949 (73.5)
2) เห็นด้วย	829 (35.5)	2,017 (32.8)	2,170 (21.5)	365 (20.8)	5,381 (26.5)
รวม	2,335 (100.0)	6,148 (100.0)	10,093 (100.0)	1,754 (100.0)	20,330 (100.0)

4) คุณภาพเนื้อหารายการของโทรทัศน์ที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองและสังคม พบว่า ในภาพรวมของโทรทัศน์ช่องหลักของทุกภาค โดยที่ช่อง 3 เป็นรายการที่มีคุณภาพที่มีเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองและสังคมมากที่สุด คือ ร้อยละ 42.4 และ 32.2 รองลงมา ช่อง 7 ร้อยละ 29.3 และ 23.4 และต่ำสุด เป็นช่อง 11 ร้อยละ 2.9 และ ช่อง 5 ร้อยละ 4.5 และเมื่อจำแนกเป็นรายภาค พบว่ามากที่สุด คือ ช่อง 3 คือ กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 51.2 และ 38.0 รองลงมา ช่อง 7 แยกเป็นภาคอีสาน ร้อยละ 38.2 และ ภาคกลาง ร้อยละ 29.6 และต่ำสุด คือ ช่อง 11 มีกรุงเทพมหานคร และ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 2.2 และ ช่อง 5 ภาคกลาง ร้อยละ 3.6 สำหรับกลุ่มช่วงอายุของทุกกลุ่มในภาพรวมมากที่สุด คือ ช่อง 3 ร้อยละ 42.4 และ 32.2 รองลงมา ช่อง 7 ร้อยละ 29.3 และ 23.4 ต่ำสุด เป็นช่อง 11 ร้อยละ 2.9 และ ช่อง 5 ร้อยละ 4.5 และเมื่อพิจารณาจำแนกเป็นช่วงกลุ่มอายุ ช่อง 3 จะมีช่วงอายุ 15-24 ปี มากที่สุด คือ ร้อยละ 51.0 และ มากกว่า 60 ปีขึ้นไป มากสุด ร้อยละ 29.8 และ 34.7 และต่ำสุด ช่อง 11 และ ช่อง 5 เป็นกลุ่มอายุ 10-14 ปี คือ ร้อยละ 1.4 และ 3.8 (ตารางที่ 4.32 และ 4.33)

ตารางที่ 4.32 ทักษะคิดต่อคุณภาพอาหารรายการของโทรทัศน์ที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองและสังคม จำแนกตามภาคภูมิศาสตร์

n=20,330

ช่องโทรทัศน์	เหนือ	อีสาน	กรุงเทพมหานคร	กลาง	ตะวันออก	ใต้	รวมทั้งประเทศ
1. ประโยชน์ต่อตนเอง							
ช่อง 3	1,420 (41.3)	1,978 (38.0)	2,574 (51.2)	1,127 (40.9)	671 (47.6)	849 (34.2)	8,619 (42.4)
ช่อง 5	166 (4.8)	223 (4.3)	172 (3.4)	101 (3.7)	43 (3.0)	140 (5.6)	845 (4.2)
ช่อง 7	1,002 (29.1)	1,995 (38.3)	927 (18.4)	950 (34.5)	321 (22.8)	765 (30.8)	5,960 (29.3)
ช่อง 9	277 (8.1)	492 (9.4)	433 (8.6)	227 (8.2)	131 (9.3)	241 (9.7)	1,801 (8.9)
ช่อง 11	118 (3.4)	161 (3.1)	111 (2.2)	72 (2.6)	31 (2.2)	107 (4.3)	600 (2.9)
TPBS	424 (12.3)	340 (6.5)	794 (15.8)	264 (9.6)	174 (12.3)	368 (14.8)	2,364 (11.6)
ช่องอื่นๆ	33 (1.0)	22 (0.4)	19 (0.4)	14 (0.5)	39 (2.8)	14 (0.6)	141 (0.7)
รวม	3,440 (100.0)	5,211 (100.0)	5,030 (100.0)	2,755 (100.0)	1,410 (100.0)	2,484 (100.0)	20,330 (100.0)

ตารางที่ 4.32 (ต่อ)

ช่องโทรทัศน์	เหนือ	อีสาน	กรุงเทพมหานคร	กลาง	ตะวันออก	ใต้	รวมทั้งประเทศ
2. ประโยชน์ต่อสังคม							
ช่อง 3	1,067 (31.0)	1,657 (31.8)	1,911 (38.0)	872 (31.7)	503 (35.7)	534 (21.5)	6,544 (32.2)
ช่อง 5	145 (4.2)	266 (5.1)	204 (4.0)	98 (3.6)	72 (5.1)	120 (4.8)	905 (4.5)
ช่อง 7	739 (21.5)	1,470 (28.2)	847 (16.8)	815 (29.6)	279 (19.8)	614 (24.7)	4,764 (23.4)
ช่อง 9	390 (11.4)	668 (12.8)	478 (9.5)	284 (10.3)	162 (11.5)	360 (14.5)	2,342 (11.5)
ช่อง 11	258 (7.5)	391 (7.5)	265 (5.3)	194 (7.0)	77 (5.4)	240 (9.7)	1,425 (7.0)
TPBS	799 (23.2)	740 (14.2)	1,302 (25.9)	475 (17.2)	278 (19.7)	608 (24.5)	4,202 (20.7)
ช่องอื่นๆ	42 (1.2)	19 (0.4)	23 (0.5)	17 (0.6)	39 (2.8)	8 (0.3)	148 (0.7)
รวม	3,440 (100.0)	5,211 (100.0)	5,030 (100.0)	2,755 (100.0)	1,410 (100.0)	2,484 (100.0)	20,330 (100.0)

ตารางที่ 4.33 ทศนคติต่อคุณภาพเนื้อหารายการของโทรทัศน์ที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองและสังคม

จำแนกตามช่องอายุ

n=20,330

ช่องโทรทัศน์	10-14 ปี	15 – 24 ปี	25 – 59 ปี	มากกว่า 60 ปี	รวมทั้งประเทศ
1. ประโยชน์ต่อตนเอง					
ช่อง 3	1,040 (44.6)	3,134 (51.0)	3,866 (38.3)	579 (33.0)	8,619 (42.4)
ช่อง 5	80 (3.4)	217 (3.5)	472 (4.7)	76 (4.3)	845 (4.2)
ช่อง 7	694 (29.7)	1,562 (25.4)	3,005 (29.8)	699 (39.9)	5,960 (29.3)
ช่อง 9	276 (11.8)	491 (8.0)	910 (9.0)	124 (7.1)	1,801 (8.9)
ช่อง 11	32 (1.4)	105 (1.7)	388 (3.8)	75 (4.3)	600 (2.9)
TPBS	197 (8.4)	610 (9.9)	1,362 (13.5)	195 (11.1)	2,364 (11.6)
ช่องอื่นๆ	16 (0.7)	29 (0.5)	90 (0.9)	6 (0.3)	141 (0.7)
รวม	2,335 (100.0)	6,148 (100.0)	10,093 (100.0)	1,754 (100.0)	20,330 (100.0)
2. ประโยชน์ต่อสังคม					
ช่อง 3	920 (39.4)	2,472 (40.2)	2,739 (27.1)	396 (22.6)	6,544 (32.2)
ช่อง 5	88 (3.8)	258 (4.2)	505 (5.0)	71 (4.0)	905 (4.5)
ช่อง 7	566 (24.2)	1,212 (19.7)	2,377 (23.5)	609 (34.7)	4,764 (23.4)
ช่อง 9	268 (11.5)	633 (10.3)	1,271 (12.6)	170 (9.7)	2,342 (11.5)
ช่อง 11	101 (4.3)	316 (5.1)	843 (8.4)	165 (9.4)	1,425 (7.0)

ตารางที่ 4.33 (ต่อ)

ช่องโทรทัศน์	10-14 ปี	15 – 24 ปี	25 – 59 ปี	มากกว่า 60 ปี	รวมทั้งประเทศ
TPBS	372 (15.9)	1,228 (20.0)	2,267 (22.5)	335 (19.1)	4,202 (20.7)
ช่องอื่นๆ	20 (0.9)	29 (0.5)	91 (0.9)	8 (0.5)	148 (0.7)
รวม	2,335 (100.0)	6,148 (100.0)	10,093 (100.0)	1,754 (100.0)	20,330 (100.0)

5) การดูรายการโทรทัศน์ของประเทศเพื่อนบ้าน จากการสำรวจกลุ่มเครือข่ายภาคใต้ รวม 2,484 ตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 78.8 ไม่ได้ดูรายการโทรทัศน์ของประเทศเพื่อนบ้าน ขณะที่ร้อยละ 21.2 ได้ดูรายการโทรทัศน์ของประเทศเพื่อนบ้าน โดยเกือบครึ่งหรือร้อยละ 42.6 มีความถี่ในการดูแบบนานๆ ครั้ง ส่วนที่เหลือมีความถี่ในการดูแบบสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง (ร้อยละ 25.9) ดูเป็นประจำ (ร้อยละ 22.2) และดูสัปดาห์ละไม่เกิน 1 ครั้ง (ร้อยละ 9.3) ทั้งนี้ เกือบครึ่งหรือร้อยละ 48.7 ให้เหตุผลที่ดูรายการโทรทัศน์ของประเทศเพื่อนบ้านว่า เพื่อเรียนรู้ภาษาเพื่อนบ้าน ส่วนที่เหลือให้เหตุผลว่า ประเทศเพื่อนบ้านมีรายการโทรทัศน์ดีกว่า (ร้อยละ 25.1) โฆษณาน้อยกว่า (ร้อยละ 15.5) และอื่นๆ (ร้อยละ 10.7) อย่างไรก็ตามส่วนใหญ่หรือร้อยละ 61.5 มีความคิดเห็นว่า คุณภาพรายการโทรทัศน์ของประเทศไทยดีกว่าประเทศเพื่อนบ้าน ส่วนที่เหลือหรือร้อยละ 38.5 มีความคิดเห็นว่า คุณภาพรายการโทรทัศน์ของประเทศเพื่อนบ้านดีกว่าประเทศไทย (ตารางที่ 4.34)

ตารางที่ 4.34 การดูโทรทัศน์ของประเทศเพื่อนบ้าน

ประเด็น	จำนวน	ร้อยละ
1. การดูโทรทัศน์ประเทศเพื่อนบ้าน		
1) จำนวนที่ไม่ได้ดู	1,957	78.8
2) จำนวนที่ดู	527	21.2
รวม	2,484	100.0
2. ความถี่ในการดู		
1) ดูประจำ	117	22.2
2) สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง	136	25.9
3) สัปดาห์ละไม่เกิน 1 ครั้ง	49	9.3
4) นาน ๆ ครั้ง	225	42.6
รวม	527	100.0
3. สาเหตุที่ดู		
1) มีรายการดีกว่า	132	25.1
2) โฆษณาน้อยกว่า	82	15.5
3) เรียนรู้ภาษาเพื่อนบ้าน	257	48.7
4) อื่น ๆ	56	10.7
รวม	527	100.0
4. คุณภาพรายการ		
1) ประเทศไทยดีกว่า	324	61.5
2) ประเทศเพื่อนบ้านดีกว่า	203	38.5
รวม	527	100.0

4.5 บริบทของโทรทัศน์ช่องหลักในประเทศไทย

ลักษณะเนื้อหาสาระและคุณภาพของรายการนอกจากเกิดจากความต้องการและรสนิยมของผู้ชมหรือประชาชนผู้บริโภคสื่อสารและการบันเทิงแล้ว ในด้านของผู้ประกอบการวิทยุโทรทัศน์นั้นมีบทบาทในฐานะเป็นผู้กำหนดทิศทาง รูปแบบ สาระ และคุณภาพรายการ ตลอดจนความสอดคล้องหรือการฝ่าฝืนไปจากกฎหมาย ระเบียบปฏิบัติ กฎเกณฑ์กติกาเป็นอย่างมาก ดังนั้นการพิจารณาวิเคราะห์คุณภาพของเนื้อหารายการประเภทต่างๆ จึงต้องเข้าใจถึงการก่อเกิด พัฒนาการ รูปแบบการประกอบกิจการ ทัศนคติ ภูมิหลัง และบริบททางธุรกิจของฝ่ายผู้ประกอบการเป็นสำคัญอีกด้วย โดยสังเขป ดังนี้

1. การก่อเกิดและพัฒนาการของการลงทุนและประกอบกิจการ สมัยรัฐบาลจอมพล ป.พิบูลสงคราม เป็นนายกรัฐมนตรี ได้มีมติให้จัดตั้งสถานีโทรทัศน์เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2494 เพื่อให้ประชาชนและเยาวชนได้รับรู้ข่าวสารและบันเทิง ในวงเงิน 12 ล้านบาทเศษ แต่ถูกสภาผู้แทนราษฎรยับยั้งโดยอ้างว่าเปลืองงบประมาณ จึงมีผู้ลงทุนกลุ่มหนึ่งรวมตัวกันจัดตั้งสถานีและออกรายการวิทยุโทรทัศน์ในชื่อ “บริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด” เริ่มเปิดเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2495 จึงถือว่าเป็นประเทศแรกในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีกิจการวิทยุโทรทัศน์ เรียกชื่อว่า สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 บางขุนพรหมหลักจากนั้นราว 2 ปี ก็มีการจัดตั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ต่อมามีการพัฒนาเป็นโทรทัศน์สี จึงมีสถานีโทรทัศน์สีแห่งแรก คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ซึ่งดำเนินการโดยบริษัทกรุงเทพวิทยุและโทรทัศน์ จำกัด และมีสถานีโทรทัศน์สีช่อง 3 เป็นแห่งที่ 4 ดำเนินการโดยบริษัทบางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด

สำหรับช่อง 9 เป็นการดำเนินงานในรูปรัฐวิสาหกิจ คือ องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี ต่อมารัฐบาลได้จัดตั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 (NBT) โดยกรมประชาสัมพันธ์ดูแล หลังจากนั้นมีความคิดเรื่องการจัดตั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์ที่มีใจอยู่ในกำกับของรัฐบาลเหมือนช่อง 11 แต่เป็นสถานีสาธารณะ จึงได้จัดตั้งสถานีโทรทัศน์ไอทีวี (ITV) ซึ่งต่อมากมีการปรับเปลี่ยนเป็นสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (Thai PBS) ซึ่งมีการบริหารงานในลักษณะมีคณะกรรมการจากการสรรหาโดยได้รับเงินอุดหนุนจากรัฐบาลโดยไม่มีการขายโฆษณาเช่นเดียวกับช่อง 11

กล่าวโดยสรุป โทรทัศน์ช่องหลักในประเทศไทยที่ผ่านมามีทั้งหมดรวม 6 ช่อง แบ่งเป็นสถานีที่มีการขายโฆษณา จำนวน 4 ช่อง คือ ช่อง 3, 5, 7, 9 และ สถานีที่ไม่มีโฆษณา จำนวน 2 ช่อง คือ ช่อง 11 และ ช่องไทย พีบีเอส เนื่องจากใช้งบประมาณจากภาษีของประชาชน และเนื่องจากหน่วยราชการเข้ามามีบทบาทตั้งแต่แรกโดยมีบริษัทเอกชนมาร่วมกิจการ การบริหารกิจการจึงมีลักษณะซับซ้อนและผิดแผกแตกต่างกันไปตามรูปแบบพื้นฐานของวัฒนธรรมองค์กรและอิทธิพลของระบบบริหาร ซึ่งอาจแบ่งเป็น 4 ลักษณะ คือ

ลักษณะที่ 1 อยู่ภายใต้ระบบทุนนิยมเต็มรูปแบบ ได้แก่ ช่อง 3

ลักษณะที่ 2 ใช้ระบบธุรกิจดำเนินการ แต่อยู่ภายใต้การกำกับของภาครัฐ ได้แก่ ช่อง 5, 7 และ 9

ลักษณะที่ 3 อยู่ภายใต้การกำกับของรัฐบาลเต็มรูปแบบ จนขาดสภาพความเป็นสื่อสาธารณะที่เป็นอิสระ ได้แก่ ช่อง 11

ลักษณะที่ 4 เป็นสื่อสาธารณะที่แข็งตัวแยกตัวจากรสนิยมของประชาชนส่วนใหญ่ ได้แก่ ช่องไทยพีบีเอส

ทั้งนี้อาจสรุปให้เห็นความแตกต่างเฉพาะสถานี ดังนี้

1. สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

เป็นองค์กรรูปแบบรัฐวิสาหกิจ สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรีได้ลงนามในสัญญาร่วมกิจการการส่งวิทยุโทรทัศน์ และจัดตั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์ร่วมกันระหว่างบริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด ซึ่งเป็นของรัฐ และบริษัทเอกชน คือ บริษัทบางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด เมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2511 โดยใช้ชื่อในนามสถานีวิทยุไทยทีวีสีช่อง 3 และตามข้อกำหนดเรื่องผลประโยชน์ตอบแทนจะต้องแบ่งผลประโยชน์แก่รัฐและแก่บริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด

ต่อมาภายหลังบริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด ได้ยกเลิกกิจการตามมติของคณะรัฐมนตรีโดยได้จัดตั้งองค์กรสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย หรือ อ.ส.ม.ท. ขึ้นแทน ข้อผูกพันต่าง ๆ เมื่อแรกเริ่มก่อตั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 จึงกลายเป็นข้อผูกพันระหว่าง อ.ส.ม.ท. และบริษัทบางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด แทน ในปัจจุบันบริษัทบางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ได้รับสิทธิเป็นผู้ดำเนินการสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ต่อไปเป็นเวลา 30 ปี จึงได้ร่วมมือกับ อ.ส.ม.ท. วางเครือข่ายวิทยุโทรทัศน์ทั่วประเทศเป็นจำนวน 2 สถานี โดยรับสัญญาณหลักจากสถานีแม่ข่ายในกรุงเทพมหานคร ผ่านระบบดาวเทียม “อินเทลแซท” (Intelsat) และเครื่องรับสัญญาณไมโครเวฟจากดาวเทียมของการสื่อสารแห่งประเทศไทย แนวทางในการประกอบการเน้นการตลาดเชิงรุก มุ่งตอบสนองความต้องการและรสนิยมของผู้ชมทั้งรายการประเภทข่าวและประเภทบันเทิงอย่างเต็มที่ โดยลงทุนด้านการเสนอข่าวที่เข้าถึงตัวบุคคลที่เป็นข่าวระดับชาวบ้าน เน้นการบันเทิงที่ตัวดารามากกว่าสาระ เป็นผลให้ได้รับความนิยมจากผู้ชมสูงสุดเกือบทุกประเภทรายการ

2. สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

เมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2501 จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ผู้บัญชาการทหารบกในสมัยนั้นได้ออกคำสั่งให้จัดตั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์สังกัดกองทัพบก โดยในช่วงแรกออกอากาศทางช่อง 7 ต่อมาได้ปรับปรุงอุปกรณ์เครื่องส่ง และออกอากาศในสัญญาช่อง 5 ด้วยระบบขาวดำอันเป็นที่มาของชื่อสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 นับเป็นหน่วยงานหนึ่งของกองทัพบก รูปแบบการประกอบการมีลักษณะใช้วัฒนธรรมองค์กรแบบราชการเป็นหลัก มีความได้เปรียบเชิงธุรกิจและการแข่งขันจากการมีค่าใช้จ่ายในการลงทุนต่ำ และพยายามสร้างจุดเด่นด้านโครงข่ายการสื่อสารที่กว้างไกล

สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ยังจัดตั้งไทยทีวีโกลบอลเน็ตเวิร์ค (Thai TV Global Network หรือ TGN) สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งแรกที่คัดเลือกรายการวิทยุโทรทัศน์จากหลายช่องในประเทศไทย นำมาร้อยเรียงใหม่โดยส่งสัญญาณออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านระบบเครือข่ายดาวเทียม 5 ดวง ไปยัง 170 ประเทศทั่วโลก ซึ่งตั้งอยู่ใน 6 ทวีป ที่มีประชากรถึง 6 พันล้านคน และที่สำคัญเป็นบริการที่ผู้ชมไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการรับชม นอกจากนั้นยังได้นำรายการออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ คือ ช่อง 3, 5, 7, 9, 11 (NBT ปัจจุบัน) และช่องเนชั่น ซึ่งเป็นเคเบิลทีวีมา

ออกอากาศ ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ไทยทีวีโกลบอลเน็ตเวิร์ด เป็นศูนย์รวมของข่าวสาร สารความรู้และความบันเทิงที่หลากหลายจากสถานีวิทยุโทรทัศน์ของไทย

3. สถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

สถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 หรือช่อง 7 สี ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2510 เป็นสถานีของทางราชการที่บริษัทเอกชนร่วมดำเนินการ คือบริษัทกรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุจำกัด ต่อมาในปี พ.ศ. 2516 ช่อง 7 สี ได้เริ่มจัดตั้งสถานีถ่ายทอดสัญญาณในต่างจังหวัด และในปี พ.ศ. 2521 ได้ริเริ่มการออกอากาศ โดยถ่ายทอดสัญญาณผ่านดาวเทียมจากสถานีแม่ข่ายในกรุงเทพมหานครไปสู่สถานีเครือข่ายในทุกภูมิภาค เป็นสถานีแรกของประเทศไทยใช้สัญญาณดาวเทียม “ปาลาปา” ของอินโดนีเซีย ถ่ายทอดสัญญาณ ในปัจจุบันมีสถานีเครือข่ายถ่ายทอดสัญญาณรวม 37 สถานีแพร่ภาพครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศและบริเวณชายแดนประเทศเพื่อนบ้าน โดยการถ่ายทอดรายการผ่านระบบดาวเทียม นอกจากนี้ ยังใช้ดาวเทียมนานาชาติ (International satellite) หรือเรียกชื่อย่อว่า “Intelsat” ถ่ายทอดเหตุการณ์จากทุกมุมโลกมายังประเทศไทย ขณะเดียวกันก็ได้ริเริ่มใช้รถถ่ายทอดสัญญาณดาวเทียม ใช้ย่านความถี่สูง (KU Band) และรถถ่ายทอดนอกสถานที่ (Outside Broadcasting vans) หรือ OB ใช้ย่านความถี่ C Band และปัจจุบัน ช่อง 7 สี มีสถานีเครือข่ายในการนำส่งสัญญาณโทรทัศน์ 37 สถานี กระจายอยู่ทุกภูมิภาคทั่วประเทศ รูปแบบการประกอบการมีความพยายามแข่งขันทั้งด้านเทคนิค และด้านการตลาด เน้นการบันเทิงด้านการละครและดาราที่ตอบสนองในกลุ่มผู้ชมต่างจังหวัด

4. สถานีวิทยุโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

สถานีวิทยุโทรทัศน์ช่อง 9 องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) ซึ่งเดิมคือสถานีไทยทีวีช่อง 4 บางขุนพรหม ภายใต้แนวคิดจัดตั้งในรูปแบบของบริษัทจำกัดโดยไม่ใช้งบประมาณแผ่นดิน อ.ส.ม.ท. ได้ร่วมมือกับบริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ขยายเครือข่ายไปสู่ภูมิภาคทั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่อง 9 และสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ควบคู่กันไป การดำเนินการแล้วเสร็จและออกอากาศรวม 22 แห่ง พร้อมกัน ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2532 เป็นต้นมา และยังมีปรับปรุงกลยุทธ์ด้านรายการ และภาพลักษณ์ใหม่ของสถานี โดยยึดแนวคิดใหม่ที่เน้นความเป็นสถานีที่มีความทันสมัย ภายใต้ชื่อว่า “โมเดิร์นไนน์ทีวี” (Modern nine TV) เมื่อวันที่ 7 มิถุนายน พ.ศ.2550

ด้วยความเป็นองค์กรรัฐวิสาหกิจ สถานีช่อง 9 จึงหนีไม่พ้นการเป็นองค์กรที่ตกอยู่ภายใต้การกำกับของรัฐบาลแต่ละสมัย ตามรูปแบบของระบบการเมืองที่เป็นประชาธิปไตยแบบไทย รัฐบาลแต่ละยุคได้ตอบสนองบุคลากรทางการเมืองด้วยการส่งให้เป็นประธานและกรรมการในรัฐวิสาหกิจ อ.ส.ม.ท. เช่นเดียวกับรัฐวิสาหกิจ ทำให้การบริหารงานขาดประสิทธิภาพและเป็นระบบอุปถัมภ์ตามมา แม้มีความพยายามปรับปรุงระบบบริหารให้ทันสมัยแต่ก็ยากจะแข่งขันได้เชิงธุรกิจ จึงเป็นข้อจำกัดของการพัฒนาสื่อและคุณภาพรายการที่ต้องการจะพัฒนา

5. สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย หรือ สทท.11 (National Broadcasting Service of Thailand ชื่อย่อ NBT) เป็นหน่วยงานสถานีวิทยุโทรทัศน์ของรัฐบาล มีสภาพเป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ สังกัดกรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี โดยมีรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีเป็นผู้กำกับดูแล เดิม คือ “สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11” (ชื่อย่อ : สทท.11 หรือ ช่อง 11 : อังกฤษ : Television of Thailand Channel 11 ชื่อย่อ : TVT. 11) โดยมีการเปลี่ยนชื่อพร้อมปรับปรุงระบบการบริหารงานเพื่อเป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ เพื่อประโยชน์สาธารณะตามเจตนารมณ์ของการริเริ่มการก่อตั้ง สทท. ตั้งแต่วันอังคารที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2551 เป็นต้นมา

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ มีรูปแบบการบริหารงานในระบบราชการ กล่าวคือ มีการดำเนินการตามกรอบนโยบายของรัฐ คือ เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อการศึกษา และการประชาสัมพันธ์ของรัฐ ซึ่งมีโครงสร้างรายได้มาจากงบประมาณแผ่นดิน และการดำเนินรายการที่ห้ามมิให้หารายได้เชิงธุรกิจ (non commercial) แต่เดิมนั้นวัตถุประสงค์ในการก่อตั้งเพื่อให้เป็นสถานีแม่ข่ายแก่สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยของกรมประชาสัมพันธ์ในส่วนภูมิภาคต่างๆ และเพื่อให้บริการงานประชาสัมพันธ์ของรัฐเป็นหลัก แต่ต่อมาเมื่อสำนักงานความร่วมมือระหว่างประเทศแห่งรัฐบาลญี่ปุ่น (ไจก้า) ได้ให้ความช่วยเหลือด้านเงินทุนก่อสร้างสถานีพร้อมอุปกรณ์ดำเนินงาน ซึ่งเป็นเงินแบบให้เปล่า (Grant aid) ประมาณ 330 ล้านบาท โดยไจก้ามีความประสงค์ให้สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ดำเนินงานวิทยุโทรทัศน์เพื่อการศึกษาเพื่อก่อตั้งระบบการศึกษาทางวิทยุโทรทัศน์ขึ้นในไทย และส่งเสริมให้สถานีแห่งนี้ดำเนินการผลิตรายการเพื่อการศึกษา และการบริการสาธารณะได้ด้วยตนเอง และเพื่อแลกเปลี่ยนรายการกับสถานีวิทยุโทรทัศน์ต่างประเทศได้กว้างขวางยิ่งขึ้น และนับว่าเป็นสถานีที่มีการลงทุนด้านอุปกรณ์ที่ทันสมัยมากที่สุดในยุคหนึ่งระหว่างสถานีโทรทัศน์ช่องหลักด้วยกันทั้ง 6 ช่อง

การดำเนินงานของสถานีแห่งนี้ จึงเน้นการบริการด้านการศึกษามุ่งให้สาระความรู้แก่ประชาชน และเพื่อการประชาสัมพันธ์ของรัฐ ไม่ให้มีการโฆษณาทางธุรกิจ และไม่ให้ออกชนเข้ามาดำเนินการหรือเช่าเวลาเพื่อการพาณิชย์ ดังนั้นสัดส่วนของรายการที่ออกอากาศจะเน้นหนักที่รายการประเภทเพื่อการศึกษา ร้อยละ 60 รายการเพื่อการประชาสัมพันธ์ของรัฐ ข่าว สารคดี และความรู้ทั่วไปร้อยละ 30 และรายการบันเทิงศิลปวัฒนธรรมร้อยละ 10

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ยังมีสถานีเครือข่ายในส่วนภูมิภาคทั่วประเทศ จำนวน 12 แห่ง เพื่อให้บริการแก่ประชาชนอย่างครอบคลุมทั่วประเทศ โดยในแต่ละสถานีจะมีการเชื่อมโยงรับสัญญาณจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย กรุงเทพมหานคร ด้วยระบบดาวเทียมซึ่งเข้าช่องสัญญาณดาวเทียมไทยคม 3

ด้วยความเป็นหน่วยงานราชการเต็มรูปแบบ และตกอยู่ภายใต้การกำกับของฝ่ายการเมืองในระบบประชาธิปไตยแบบไทยๆ ฝ่ายการเมืองได้ใช้โอกาสในการประชาสัมพันธ์อย่างเต็มที่ และฝ่ายข้าราชการก็ยินดีตอบสนองฝ่ายการเมืองอย่างเต็มที่ในระบบราชการแบบไทยๆ แม้จะมีการปฏิรูประบบราชการในภาพลักษณ์ตลอดมาก็ตาม สถานีโทรทัศน์ช่อง 11 จึงไม่มีโอกาสทำหน้าที่ของสื่อสาธารณะอย่างแท้จริงเป็นผลให้ขาดความนิยมในกลุ่มผู้ชมทุกกลุ่มอย่างน่าเสียดาย

6. สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ (ไทย พีบีเอส)

สถานีโทรทัศน์ทีวีไทยหรือสถานีโทรทัศน์ไทย พีบีเอส เกิดจากการเปลี่ยนผ่านมาจากสถานีโทรทัศน์ไอทีวี เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2551 ซึ่งถือเป็นการยุติกิจการของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี และเริ่มต้นการประกอบกิจการของทีวีสาธารณะตาม พ.ร.บ. องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551

การเปิดสถานีโทรทัศน์ไทย พีบีเอส (Thai PBS) อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2551 รายการส่วนใหญ่ในวันแรกของสถานีเป็นรายการข่าวและสารคดี จนกระทั่งวันที่ 1 เมษายน 2551 องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทยเปลี่ยนชื่อสถานีอีกครั้งเป็น “ทีวีไทยทีวีสาธารณะ” ซึ่งการเปลี่ยนแปลงอย่างเต็มรูปแบบเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2551 เป็นต้นมา จึงเป็นความหวังของสื่อสาธารณะที่จะเข้ามาแทนที่สื่อสาธารณะที่เน้นการแข่งขันเชิงธุรกิจการโฆษณามากเกินไปแบบไม่คำนึงถึงผลลัพธ์ระยะยาวต่อเยาวชนและคนไทยที่ตกเป็นเป้าหมายการมอมเมาของธุรกิจการโฆษณา และสื่อสาธารณะที่ฝ่ายการเมืองเข้ามาครอบงำอย่างสุดขีด

อย่างไรก็ตามการบริหารงานขององค์กรสื่อสาธารณะแบบไทย พีบีเอส ซึ่งมีคณะกรรมการกำกับแนวทางการบริหารอย่างต่างๆ ก็ตกเป็นภาระบทบาทของฝ่ายเจ้าหน้าที่ประจำในองค์กรเป็นสำคัญ ซึ่งในกรณีขององค์กรไทยพีบีเอส เจ้าหน้าที่ประจำมีความรู้สึกในความเป็นอิสระอย่างเต็มที่ในวิชาชีพ และมีความมั่นคงเช่นเดียวกับบุคลากรในระบบราชการ จึงมีผลให้ขาดการปรับตัวในเชิงการตลาด การแข่งขัน และขาดการกระตือรือร้นที่จะค้นหาช่องทางในรูปแบบการสร้างความสำเร็จจากค่านิยมเดิมของประชาชน ผู้ชมรายการ รายการดีมีคุณภาพจำนวนมากของสถานีจึงขาดความสนใจมหาชน เป็นสื่อคุณภาพดีที่มีผู้ชมน้อยและขาดความสนใจของผู้ประกอบการอย่างน่าเสียดาย

5.1 สรุป

ลักษณะเนื้อหาสาระและคุณภาพของรายการโทรทัศน์นอกจากเกิดจากความต้องการและรสนิยมของผู้ชมหรือประชาชนผู้บริโภคสื่อสารและการบันเทิงแล้ว ในด้านของผู้ประกอบการโทรทัศน์นับว่ามีบทบาทในฐานะเป็นผู้กำหนดทิศทาง รูปแบบ สาระ และคุณภาพรายการ ตลอดจนความสอดคล้องหรือการฝ่าฝืนไปจากกฎหมาย ระเบียบปฏิบัติ กฎเกณฑ์กติกาเป็นอย่างมาก ดังนั้นการพิจารณาวิเคราะห์คุณภาพของเนื้อหารายการประเภทต่างๆ จึงต้องเข้าใจถึงการก่อเกิด พัฒนาการ รูปแบบการประกอบกิจการ ทศนคติ ภูมิหลัง และบริบททางธุรกิจของฝ่ายผู้ประกอบการเป็นสำคัญอีกด้วย สำหรับโทรทัศน์ช่องหลักในประเทศไทยที่ผ่านมามีทั้งหมดรวม 6 ช่อง แบ่งเป็น 1) สถานีที่มีการขายโฆษณา จำนวน 4 ช่อง ได้แก่ ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 7 และช่อง 9 และ 2) สถานีที่ไม่มีโฆษณา จำนวน 2 ช่อง ได้แก่ ช่อง 11 และ TPBS เนื่องจากใช้งบประมาณจากภาษีของประชาชน อย่างไรก็ตามเนื่องจากหน่วยราชการเข้ามามีบทบาทในกิจการโทรทัศน์ตั้งแต่แรก โดยมีบริษัทเอกชนเข้ามาร่วมกิจการ การบริหารกิจการโทรทัศน์จึงมีลักษณะซับซ้อนและผิดแผกแตกต่างกันไป ตามรูปแบบพื้นฐานของวัฒนธรรมองค์กรและอิทธิพลของระบบบริหาร ซึ่งอาจแบ่งเป็น 4 ลักษณะ คือ ลักษณะที่ 1 อยู่ภายใต้ระบบทุนนิยมเต็มรูปแบบ ได้แก่ ช่อง 3 ลักษณะที่ 2 ใช้ระบบธุรกิจดำเนินการ แต่อยู่ภายใต้การกำกับของภาครัฐ ได้แก่ ช่อง 5 ช่อง 7 ช่อง 9 ลักษณะที่ 3 อยู่ภายใต้การกำกับของรัฐบาลเต็มรูปแบบ จนขาดสภาพความเป็นสื่อสาธารณะที่เป็นอิสระ ได้แก่ ช่อง 11 และลักษณะที่ 4 เป็นสื่อสาธารณะที่แข็งตัวแยกตัวจากรสนิยมของประชาชนส่วนใหญ่ ได้แก่ TPBS

จากการประเมินคุณภาพเนื้อหารายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ มีข้อสรุปในประเด็นต่างๆ ดังนี้

5.1.1 ความพึงพอใจและทัศนคติของผู้ชมรายการโทรทัศน์

โทรทัศน์ช่องหลักที่คนไทยพึงพอใจมากที่สุดจากการรับชมรายการโทรทัศน์ 6 ประเภท (ได้แก่ รายการข่าวและรายงานเหตุการณ์ปัจจุบัน รายการวิเคราะห์ข่าว รายการเด็กและเยาวชน รายการสาระบันเทิง รายการเกมส์โชว์ รายการละคร) คือ ช่อง 3 เนื่องจากเป็นโทรทัศน์ช่องหลักที่มีคุณภาพเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่คนไทยเห็นว่ามีความประโยชน์ต่อตนเองและสังคมมากที่สุดหากเปรียบเทียบกับโทรทัศน์ช่องหลักอื่น แม้ว่าช่อง 3 จะมีการโฆษณาเป็นอันดับ 2 รองจากช่อง 7 ก็ตาม โดยระหว่างช่วงเวลา 06.00-24.00 น. และ 03.00-06.00 น. เป็นช่วงเวลาที่คนไทยรับชมรายการโทรทัศน์จากช่อง 3

มากที่สุด ส่วนระหว่างช่วงเวลา 24.00-03.00 น. เป็นช่วงเวลาที่คนไทยรับชมรายการโทรทัศน์จากช่อง 7 มากที่สุด อย่างไรก็ตาม คนไทยส่วนใหญ่ไม่ทราบเรื่องการให้งบประมาณสนับสนุนโทรทัศน์ช่องหลักโดยรัฐ โดยมีเพียง 1 ใน 5 เท่านั้นที่มีการรับรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องว่า ช่อง 11 และ TPBS เป็นโทรทัศน์ช่องหลักที่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากรัฐ

สำหรับการรับชมรายการโทรทัศน์ คนไทยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า มีความจำเป็นต้องใช้เทคนิคเพื่อช่วยให้คนพิการและผู้ด้อยโอกาสเข้าใจสื่อดีขึ้น เช่น มีการบรรยายภาษามือ มีข้อความ Sub Title สำหรับคนพิการทางหู เป็นต้น โดยโทรทัศน์ช่อง 11 และ TPBS ซึ่งใช้เงินภาษีประชาชนควรมีการนำเสนอข่าวอย่างเป็นกลางและหลากหลาย แต่ไม่เห็นด้วยกับการปรับปรุงรายการโทรทัศน์ให้ดีขึ้นโดยเก็บภาษีจากครัวเรือนผู้มีโทรทัศน์ ส่วนคนไทยที่รับชมรายการโทรทัศน์ของประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาว พม่า และ มาเลเซีย เป็นต้น ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า คุณภาพรายการโทรทัศน์ของประเทศไทยดีกว่าประเทศเพื่อนบ้าน ส่วนเหตุผลที่รับชมรายการโทรทัศน์ของประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากต้องการเรียนรู้ภาษา ประเทศเพื่อนบ้านมีรายการโทรทัศน์ดีกว่า และโฆษณาน้อยกว่า

5.1.2 การประเมินคุณภาพรายการโทรทัศน์

5.1.2.1 การประเมินคุณภาพรายการโทรทัศน์ในภาพรวม

การประเมินผลคุณภาพรายการโทรทัศน์ในภาพรวมของโทรทัศน์ช่องหลักทั้ง 6 ช่อง ใช้ตัวชี้วัดคุณภาพรายการ 2 ด้าน 17 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย 1) ด้านการส่งเสริมประโยชน์สาธารณะ มีตัวชี้วัดคุณภาพรายการ 5 ตัวชี้วัด ได้แก่ (1) การส่งเสริมความรู้ความเข้าใจของประชาชนในการพัฒนาประเทศ (2) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาประเทศ (3) การส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม และศีลธรรมแก่สังคม (4) การส่งเสริมความเข้าใจเรื่องความหลากหลายทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นภูมิภาครวมถึงประเทศเพื่อนบ้าน และ (5) การส่งเสริมความบันเทิงโดยไม่ขัดกับศีลธรรม วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามของชาติ และ 2) ด้านบุคคลหรือกฎหมาย มีตัวชี้วัดคุณภาพรายการ 12 ตัวชี้วัด ได้แก่ (1) การไม่ดูหมิ่นเหยียดหยามประเทศรัฐบาล เจ้าหน้าที่รัฐ และ ประชาชาติอื่น (2) การไม่ลบหลู่ ดูหมิ่น เหยียดหยาม หรือทำให้เสื่อมเสียแก่ศาสนา ปุชนียบุคคล ปุชนียสถาน ปุชนียวัตถุ (3) การไม่ดูหมิ่นต่อสถาบันพระมหากษัตริย์รวมถึงประมุขของประเทศอื่นๆ (4) การไม่บ่อนทำลายความมั่นคงปลอดภัยของประชาชนหรือก่อให้เกิดความเกลียดชังระหว่างคนในชาติ (5) การไม่นำเสนอข้อมูลภาพลามกอนาจารหรือป่าเถื่อนโหดร้าย ขาดมนุษยธรรมละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ วัฒนธรรม ความรุนแรง และ ยั่วุทางเพศ (6) การไม่จูงใจให้ผู้ชมเล่นการพนัน (7) การไม่จูงใจให้ผู้ชมดื่มสุรา สูบบุหรี่ หรือ ยาเสพติด (8) การไม่นำเสนอข่าวลอกลวง เพื่อจ้อไร้สาระ รวมถึงการเชิญชวนเพื่อแสวงประโยชน์จากการร่วมรายการ (9) การไม่มีโฆษณาแฝง (10) การเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียแสดง

ข้อมูลข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็นที่เท่าเทียมเป็นธรรม (11) การนำเสนอข่าวที่เป็นกลาง และ (12) การมีรายการเฉพาะหรือส่งเสริมแรงบันดาลใจให้คนพิการและผู้ด้อยโอกาส

ในภาพรวมพบว่า คุณภาพรายการโทรทัศน์ช่องหลักทั้ง 6 ช่อง อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84 โดยมีตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่มีค่าสูงที่สุด ได้แก่ การส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม และศีลธรรมแก่สังคม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 และตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่มีค่าต่ำที่สุด ได้แก่ การไม่มีโฆษณาแฝง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 สำหรับโทรทัศน์ช่องหลักที่ทำรายการโทรทัศน์ตามตัวชี้วัดคุณภาพรายการได้ดีที่สุดมีดังนี้

1) ด้านการส่งเสริมสาธารณะประโยชน์ พบว่า ช่อง 3 ทำรายการโทรทัศน์ตามตัวชี้วัดคุณภาพรายการได้ดีที่สุด 2 ตัวชี้วัด ได้แก่ การส่งเสริมความรู้ความเข้าใจของประชาชนในการพัฒนาประเทศ และการส่งเสริมความบันเทิงโดยไม่ขัดกับศีลธรรมวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามของชาติ และช่อง 7 ทำรายการโทรทัศน์ตามตัวชี้วัดคุณภาพรายการได้ดีที่สุด 3 ตัวชี้วัด ได้แก่ การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาประเทศ การส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม และศีลธรรมแก่สังคม และการส่งเสริมความเข้าใจเรื่องความหลากหลายทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นภูมิภาค รวมถึงประเทศเพื่อนบ้าน โดย โทรทัศน์ช่องหลักที่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากรัฐ ได้แก่ TPBS ทำรายการโทรทัศน์ตามตัวชี้วัดคุณภาพรายการด้านนี้ได้ดีที่สุดในอันดับ 3 และช่อง 11 ทำรายการโทรทัศน์ตามตัวชี้วัดคุณภาพรายการด้านนี้ได้เป็นอันดับสุดท้ายเท่านั้น

2) ด้านบุคคลหรือกฎหมาย พบว่า ช่อง 3 ทำรายการโทรทัศน์ตามตัวชี้วัดคุณภาพรายการได้ดีที่สุด 7 ตัวชี้วัด ได้แก่ การไม่ดูหมิ่นเหยียดหยามประเทศรัฐบาล เจ้าหน้าที่รัฐ และประชาชาติอื่น การไม่ลบหลู่ ดูหมิ่น เหยียดหยาม หรือทำให้เสื่อมเสียแก่ศาสนา ปุชนียบุคคล ปุชนียสถาน ปุชนียวัตถุ การไม่ดูหมิ่นต่อสถาบันพระมหากษัตริย์รวมถึงประมุขของประเทศอื่นๆ การไม่บ่อนทำลายความมั่นคงปลอดภัยของประชาชนหรือก่อให้เกิดความเกลียดชังระหว่างคนในชาติ การไม่นำเสนอข่าวหลอกลวง เพื่อจ้อไร้สาระ รวมถึงการเชิญชวนเพื่อแสวงประโยชน์จากการร่วมรายการ การเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียแสดงข้อมูลข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็นที่เท่าเทียมเป็นธรรม และการนำเสนอข่าวที่เป็นกลาง ส่วนช่อง 7 ทำรายการโทรทัศน์ตามตัวชี้วัดคุณภาพรายการได้ดีที่สุด 5 ตัวชี้วัด ได้แก่ การไม่นำเสนอข้อมูลภาพลามกอนาจารหรือป่าเถื่อนโหดร้าย ขาดมนุษยธรรมละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ วิตถาร ความรุนแรง และยั่วยุทางเพศ การไม่จูงใจให้ผู้ชมเล่นการพนัน การไม่จูงใจให้ผู้ชมดื่มสุรา สูบบุหรี่ หรือ ยาเสพติด การไม่มีโฆษณาแฝง และการมีรายการเฉพาะหรือส่งเสริมแรงบันดาลใจให้คนพิการและผู้ด้อยโอกาส อย่างไรก็ตาม คนไทย 1 ใน 3 มีความคิดเห็นว่า ไม่มีโทรทัศน์ช่องหลักช่องใดเลยที่ทำรายการโทรทัศน์ตามตัวชี้วัดคุณภาพรายการต่อไปนี้ได้ดีที่สุด ได้แก่ การไม่ดูหมิ่นเหยียดหยามประเทศรัฐบาล เจ้าหน้าที่รัฐ และประชาชาติอื่น การไม่ลบหลู่ ดูหมิ่น เหยียดหยาม หรือทำให้เสื่อมเสียแก่ศาสนา ปุชนียบุคคล ปุชนียสถาน ปุชนียวัตถุ และการไม่ดูหมิ่นต่อสถาบันพระมหากษัตริย์รวมถึงประมุขของประเทศอื่นๆ ในขณะที่โทรทัศน์

ช่องหลักที่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากรัฐ ได้แก่ TPBS ทำรายการโทรทัศน์ตามตัวชี้วัดคุณภาพรายการ ด้านนี้ได้ดีที่สุดเพียงแค่อันดับ 3 และช่อง 11 ทำรายการโทรทัศน์ตามตัวชี้วัดคุณภาพรายการด้านนี้ได้ดีที่สุดเพียงแค่อันดับ 4 เท่านั้น

5.1.2.2 การประเมินคุณภาพรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ

ในการประเมินคุณภาพรายการโทรทัศน์แต่ละประเภท ได้แก่ รายการข่าวและรายงานเหตุการณ์ปัจจุบัน รายการวิเคราะห์ข่าว รายการเด็กและเยาวชน รายการสารบันเทิง รายการเกมส์โชว์ และรายการละคร ใช้วิธีการให้ผู้รับชมรายการโทรทัศน์เลือกประเภทรายการโทรทัศน์ที่ตนเองรับชมมากที่สุด 3 อันดับแรกขึ้นมาประเมิน โดยรายการประเภทรายการเด็กและเยาวชนมีคุณภาพรายการสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95) ส่วนรายการประเภทรายการเกมส์โชว์มีคุณภาพรายการต่ำที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83) สำหรับผลการประเมินคุณภาพรายการโทรทัศน์แต่ละประเภทยังมีดังนี้

1) รายการประเภทรายการข่าวและรายงานเหตุการณ์ปัจจุบัน มีคุณภาพรายการในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93 สำหรับตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่โทรทัศน์ช่องหลักทำได้ดีที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การเสนอข่าวอย่างต่อเนื่องตามสถานการณ์ปัจจุบัน การอ่านรายงานข่าวด้วยภาษาที่เข้าใจง่ายและตรงไปตรงมา และการมีข้อมูลจริงและชัดเจน ส่วนตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่โทรทัศน์ช่องหลักทำได้ไม่ดี 3 อันดับแรก ได้แก่ การไม่นำเสนอภาพที่หวาดเสียวรุนแรง ทารุณ โหดร้ายหรืออวัยวะเพศ การเสนอข่าวอย่างเป็นกลางหรือมีผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 ฝ่าย กรณีมีคู่ขัดแย้งร่วมรายการ และการไม่นำข่าวจากสื่ออื่นมาอ่านภายหลัง

2) รายการประเภทรายการวิเคราะห์ข่าว มีคุณภาพรายการในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 สำหรับตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่โทรทัศน์ช่องหลักทำได้ดีที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การมีความรวดเร็วทันเหตุการณ์และเกิดประโยชน์ต่อสังคม การมีเนื้อหาสาระของข่าวชัดเจนถูกต้อง และการก่อให้เกิดความรู้และพัฒนาด้านสติปัญญา ส่วนตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่โทรทัศน์ช่องหลักทำได้ไม่ดี 3 อันดับแรก ได้แก่ การวิเคราะห์ข่าวที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้ชมรายการ การวิเคราะห์ข่าวยึดหลักจรรยาบรรณของสื่อมวลชน และการรักษาความเป็นกลางและส่งเสริมความสามัคคี กรณีมีการขัดแย้งจะต้องมีผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 ฝ่ายเข้าร่วมรายการ

3) รายการประเภทรายการเด็กและเยาวชน มีคุณภาพในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 สำหรับตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่โทรทัศน์ช่องหลักทำได้ที่สุดในรายการประเภทรายการเด็กและเยาวชน 3 อันดับแรก ได้แก่ การมีช่วงเวลาเหมาะสมสำหรับเด็กและเยาวชน เช่น ช่วงเย็นของทุกวัน และช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ การส่งเสริมด้านการศึกษาสำหรับเด็กและเยาวชน และผู้ชมได้เรียนรู้ทักษะและนวัตกรรมใหม่ๆ ส่วนตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่โทรทัศน์ช่องหลักทำได้ไม่ดีในรายการประเภทยังมี 3 อันดับแรก ได้แก่ การเป็นรายการที่ต้องให้ความเข้าใจแก่เด็กและเยาวชนว่าควรลอกเลียนแบบได้หรือไม่ การ

ส่งเสริมให้เด็กกลุ่มพิเศษและผู้ด้อยโอกาสมีกำลังใจจากการรับชมรายการ และการส่งเสริมการเข้าถึงสื่อ แก่เด็กกลุ่มพิเศษและผู้ด้อยโอกาส

4) รายการประเภทรายการสาระบันเทิง มีคุณภาพรายการในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 สำหรับตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่โทรทัศน์ช่องหลักทำได้ดีที่สุดในรายการประเภท รายการสาระบันเทิง 3 อันดับแรก ได้แก่ การเป็นรายการที่ให้ความรู้ความคิดและสร้างสรรค์ต่อชีวิตจริง การเป็นรายการบันเทิงที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ชม และการเป็นรายการที่ไม่ส่งเสริมหรือจูงใจประพุดิผิด กฎหมายและศีลธรรม ส่วนตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่โทรทัศน์ช่องหลักทำได้ไม่ดีในรายการประเภทนี้ 3 อันดับแรก ได้แก่ การเป็นรายการที่สะท้อนถึงปัญหาและหาแนวทางแก้ไขให้แก่ผู้ชมและสังคม การเป็น รายการที่ไม่ส่งเสริมหรือจูงใจให้เชื่อมงายโชคลางไสยศาสตร์ และการเป็นรายการที่หลีกเลี่ยงการโฆษณา แฝงหรือนำเสนอตาราเป็นหลัก

5) รายการประเภทรายการเกมส์โชว์ มีคุณภาพรายการในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.83 สำหรับตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่โทรทัศน์ช่องหลักทำได้ดีที่สุดในรายการประเภทรายการ เกมส์โชว์ 3 อันดับแรก ได้แก่ การเน้นให้ผู้ชมเข้ามามีส่วนร่วมแข่งขันอย่างกว้างขวาง การมีสาระความรู้ที่ เป็นประโยชน์ให้แก่ผู้แข่งขันและผู้ชม และการเป็นรายการที่เน้นให้ผู้แข่งขันแสดงความสามารถเฉพาะตัว ส่วนตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่โทรทัศน์ช่องหลักทำได้ไม่ดีในรายการประเภทนี้ 3 อันดับแรก ได้แก่ การไม่ เป็นรายการที่มอมเมาให้ซื้อสินค้าที่ด้อยคุณภาพเพื่อหวังชิงโชคหรือชิงรางวัลเท่านั้น การเป็นรายการที่ไม่ สามารถใช้อธิพลหรือการเงินเพื่อให้ชนะการแข่งขัน และการมีความคิดสร้างสรรค์ไม่ลอกเลียนแบบจาก ต่างประเทศ

6) รายการประเภทรายการละคร มีคุณภาพรายการในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.84 สำหรับตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่โทรทัศน์ช่องหลักทำได้ดีที่สุดในรายการประเภทรายการ ละคร 3 อันดับแรก ได้แก่ เนื้อหาสาระของละครสะท้อนความเป็นจริงของสังคม ละครให้คติธรรมของชีวิต และการมีเนื้อหาพัฒนาความรู้ความคิดและสร้างสรรค์ต่อชีวิตจริง ส่วนตัวชี้วัดคุณภาพรายการที่โทรทัศน์ ช่องหลักทำได้ไม่ดีในรายการประเภทนี้ 3 อันดับแรก ได้แก่ การเป็นละครที่เน้นเนื้อหาสาระมากกว่าการ บันเทิง การเป็นละครที่ไม่มีโฆษณาแฝงในเนื้อหาหรือฉากต่างๆ และการเป็นละครที่ไม่มอมเมาประชาชน

5.1.3 การสร้างแรงกระตุ้น จิตสำนึกในการผลิตรายการ กำลังขวัญ และความร่วมมือจากผู้ ประกอบกิจการโทรทัศน์และผู้เกี่ยวข้อง

เนื่องจากหน่วยราชการเข้ามามีบทบาทในกิจการโทรทัศน์ตั้งแต่แรก โดยมีบริษัทเอกชนเข้า มาร่วมกิจการ การบริหารกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทยจึงมีลักษณะซับซ้อนและผิดแผกแตกต่างกันไป ตามรูปแบบพื้นฐานของวัฒนธรรมองค์กรและอิทธิพลของระบบบริหาร เช่น ช่อง 3 อยู่ภายใต้ระบบทุน นิยมเต็มรูปแบบ ช่อง 5, ช่อง 7 และช่อง 9 ใช้ระบบธุรกิจดำเนินการแต่อยู่ภายใต้การกำกับของภาครัฐ

ช่อง 11 อยู่ภายใต้การกำกับของรัฐบาลเต็มรูปแบบ จนขาดสภาพความเป็นสื่อสาธารณะที่เป็นอิสระ และ TPBS เป็นสื่อสาธารณะที่แข็งแกร่งจากกรณีของประชาชนส่วนใหญ่ จากการศึกษาวิจัยข้อสรุปเกี่ยวกับแนวทางการสร้างแรงกระตุ้น จิตสำนึกในการผลิตรายการ กำลังขวัญ และความร่วมมือจากผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์และผู้เกี่ยวข้อง ดังนี้

1) การให้รางวัลแก่ผู้ประกอบการโทรทัศน์และผู้เกี่ยวข้อง รวมทั้งเจ้าของผลงานทางโทรทัศน์ที่มีคุณภาพ ในสาขาต่างๆ เพื่อเป็นการประกาศเกียรติคุณ ส่งเสริมและเป็นกำลังใจให้มีการผลิตรายการโทรทัศน์ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมต่อไป ซึ่งที่ผ่านมามีองค์กรต่างๆ ดำเนินการไปบ้างแล้ว เช่น “รางวัลโทรทัศน์ทองคำ” โดยชมรมส่งเสริมโทรทัศน์ “รางวัลรายการโทรทัศน์ในดวงใจครอบครัว” โดยเครือข่ายครอบครัวเผ่าระวังและสร้างสรรค์สื่อ “รางวัลเมขลา” โดยสมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิงแห่งประเทศไทย และ “รางวัลพินเนศวร” โดย สมัชชานักจัดรายการข่าววิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย เป็นต้น

2) การสนับสนุนด้านเงินทุน เพื่อให้มีรายการที่มีคุณภาพจำนวนมากขึ้น และอยู่ในช่วงเวลาที่เหมาะสม ทั้งนี้สามารถสนับสนุนได้ใน 2 ลักษณะ คือการสนับสนุนที่เป็นรูปของเงินทุนให้กับผู้ประกอบการโทรทัศน์และผู้เกี่ยวข้อง และการสนับสนุนที่ไม่ได้อยู่ในรูปของเงินทุน โดยการกำหนดให้โทรทัศน์ช่องหลักที่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากรัฐ ให้เวลาออกอากาศโดยไม่คิดค่าเช่าเวลาสำหรับรายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพและเป็นประโยชน์ต่อสังคม เช่น รายการเด็กและเยาวชน เป็นต้น

3) การใช้มาตรการด้านภาษี เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ประกอบการโทรทัศน์และผู้เกี่ยวข้อง โดยการลดภาระภาษีให้กับผู้ประกอบการโทรทัศน์และผู้เกี่ยวข้องที่มีส่วนร่วมในการผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพและเป็นประโยชน์ต่อสังคม

4) การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์และผู้เกี่ยวข้องกำกับดูแลตนเอง โดยแต่ละองค์กรทำหน้าที่ตรวจสอบการทำงานของตนเอง ภายใต้มาตรฐานจริยธรรมและจรรยาบรรณแห่งการประกอบวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

5) การจัดตั้งคณะกรรมการติดตามและประเมินคุณภาพเนื้อหารายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ โดยให้ภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานติดตามและประเมินผลคุณภาพเนื้อหารายการ

6) การปฏิบัติและบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง ทั้งจากพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ พ.ศ. 2553 และพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551

อย่างไรก็ตาม แนวทางดังกล่าวข้างต้นจะประสบผลสำเร็จและสร้างความยั่งยืนให้กับกระบวนการสร้างคุณภาพเนื้อหารายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ได้นั้น ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยแห่งความสำเร็จเหล่านี้ด้วยคือ 1) ผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องเป็นผู้มีวิสัยทัศน์หรือมี

ความสามารถ 2) การมีฐานความรู้หรือภูมิปัญญาที่เข้มแข็ง 3) การมีทรัพยากรการดำเนินงานที่เข้มแข็ง และเพียงพอ เช่น บุคลากร สถานที่ รูปแบบและกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ และเงินทุน เป็นต้น 4) การมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วน 5) มีความต่อเนื่องในการดำเนินงาน 6) การมีนวัตกรรมและการสร้างสรรค์กิจกรรมการดำเนินรายการโทรทัศน์รูปแบบใหม่ และ 7) การได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนอย่างจริงจังและต่อเนื่องจากรัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งในด้านนโยบาย บุคลากร งบประมาณ และกฎระเบียบต่างๆ

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาที่มีข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุงคุณภาพเนื้อหารายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ดังนี้

5.2.1 โทรทัศน์ช่องหลักที่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากรัฐ ได้แก่ ช่อง 11 และ TPBS ควรเป็นโทรทัศน์ช่องหลักตัวอย่างในการผลิตและเสนอรายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพและเป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม ไม่เอื้อประโยชน์ต่อกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ โดยมีกิจกรรมการดำเนินรายการโทรทัศน์รูปแบบใหม่ที่ดึงดูดให้ประชาชนสนใจรับชมรายการ

5.2.2 รัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมและสนับสนุนให้โทรทัศน์ช่องหลักมีการผลิตและเสนอรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหารายการเกี่ยวกับการไม่ดูหมิ่นเหยียดหยามประเทศรัฐบาล เจ้าหน้าที่รัฐ และประชาชนอื่น การไม่ลบหลู่ ดูหมิ่น เหยียดหยาม หรือทำให้เสื่อมเสียแก่ศาสนา ปุชนีย์บุคคล ปุชนีย์สถาน ปุชนีย์วัตถุ และการไม่ดูหมิ่นต่อสถาบันพระมหากษัตริย์รวมถึงประมุขของประเทศอื่นๆ ให้มากขึ้น

5.2.3 รัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้มงวดต่อการผลิตและการเสนอรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการโฆษณาแฝง การเสนอข่าวหลอกลวง และการเชิญชวนเพื่อแสวงประโยชน์จากการร่วมรายการของประชาชนให้มากขึ้น

5.2.4 รายการประเภทรายการข่าวและรายงานเหตุการณ์ปัจจุบัน ควรมีการเสนอข่าวอย่างเป็นกลาง โดยพัฒนาประสิทธิภาพการเสนอข่าวให้มีคุณภาพและความแม่นยำด้วยความรวดเร็วทันเหตุการณ์ ตลอดจนมีการตรวจสอบและระมัดระวังภาพที่หวาดเสียว รุนแรง ทารุณ โหดร้าย หรือยั่วยุททางเพศ ที่มีผลต่อความรู้สึกของประชาชน

5.2.5 รายการประเภทรายการวิเคราะห์ข่าว ควรมีการวิเคราะห์ข่าวอย่างเป็นกลางเพื่อสร้างให้เกิดความสามัคคีของคนในสังคมมากกว่าเพิ่มความขัดแย้งในสังคม โดยผู้ดำเนินรายการและผู้ร่วมรายการต้องให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ก่อให้เกิดความรู้ และความเป็นจริงแก่สังคม

5.2.6 รายการประเภทรายการเด็กและเยาวชน ควรมีการผลิตรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการส่งเสริมด้านการศึกษาและความคิดสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน รวมทั้งการนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ในการส่งเสริมและพัฒนาเนื้อหารายการ เพื่อให้เข้าถึงเด็กกลุ่มพิเศษและ

ผู้ด้อยโอกาส ตลอดจนมีการตรวจสอบ และระมัดระวังเนื้อหารายการที่มีความรุนแรง ลามกอนาจาร หรือ
ยั่วยุทางเพศ

5.2.7 รายการประเภทรายการสาระบันเทิง ควรมีการผลิตและเสนอรายการที่เป็นการสะท้อน
สังคม โดยให้แก่งคิดที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตประจำวันได้ ทั้งนี้ไม่ควรนำเสนอตารา
มากกว่าเนื้อหาสาระในรายการ

5.2.8 รายการประเภทรายการเกมส์โชว์ ควรเป็นรายการที่มาจากความคิดสร้างสรรค์ของคนไทย
เอง ไม่ได้ลอกเลียนแบบมาจากต่างประเทศ สำหรับรายการที่มีการแข่งขัน ควรมีการตรวจสอบและ
ระมัดระวังใน เรื่องการโหวต การส่ง SMS การใช้อิทธิพล หรือการใช้จ่ายเงินเพื่อให้ชนะการแข่งขัน ตลอดจน
การมอมเมาให้ซื้อสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ

5.2.9 รายการประเภทรายการละคร ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการผลิตและเสนอละครที่เป็น
การสะท้อนความเป็นจริงของสังคม ให้แก่งคิด คติธรรม และค่านิยมที่ดีให้แก่สังคม ตลอดจนก่อให้เกิดการ
สร้างสรรค์พัฒนาความรู้ และการนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กุลทลี รื่นรมย์ และคณะ. 2547. การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดสร้างองค์กรให้แตกต่างอย่างเหนือชั้น.
กรุงเทพมหานคร : อินโนกราฟฟิกส์. หน้า 172.
- จิตยา สุวรรณะชญ. 2543. สังคมวิทยา. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช.
- ดวงเดือน พันธุนาวิณ. 2542. เอกสารการสอนวิชา ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคม 2. สถาบัน
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ดิเรก ฤกษ์ห่าย. 2527. การพัฒนา : เน้นการพัฒนาสังคมและแนวความคิดความจำเป็น
พื้นฐาน. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ติน ประชัญฤทธิ์. 2529. เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและวิธีการศึกษาทางรัฐประศาสนศาสตร์.
สาขารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ถวิล ธาราโกษณ์. 2532. จิตวิทยาสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 4 แก้ไขปรับปรุง. กรุงเทพมหานคร : โอเดียน
สโตร์.
- พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551. สืบค้นจาก
<http://www.nbt.go.th> เข้าถึงเมื่อ 20 ตุลาคม 2556
- พลเทพ จันท์สีประเสริฐ. 2526. การสร้างขวัญและการจูงใจในการปฏิบัติงาน. กรุงเทพมหานคร:
คณะกรรมการส่งเสริมงานวิจัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- โยธิน ศันสนยุทธ. 2530. มนุษย์สัมพันธ์ จิตวิทยาทำงานในองค์กร. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์
ส่งเสริมวิชาการคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ร่างหลักเกณฑ์การกำกับดูแลเนื้อหารายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.
สืบค้นจาก <http://www.nbt.go.th> เข้าถึงเมื่อ 20 ตุลาคม 2556
- รัศมี มณีนิล. 2552. คู่มือสามัญประจำบ้านเพื่อการเลือกชมรายการโทรทัศน์ ฉบับครบคร้ว. พิมพ์
ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : เครือข่ายครอบครัวเผ่าระวังและสร้างสรรค์สื่อ.
- ลัดดา กิตติวิภาค. 2526. ทศนคติทางสังคมเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : แสงจันทร์การพิมพ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร : ธรรมสาร. หน้า 18.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. 2547. การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร : เลฟแอนด์ลีฟ, ๒๕๔๗. หน้า 59.
- สิทธิโชค วรานุสันติกุล. 2532. ทฤษฎีและปฏิบัติการทางจิตวิทยาสังคม. กรุงเทพมหานคร : พัทธ์ชัย
อักษร.

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.

2556. **แนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556.** สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ 87 ถนนพหลโยธิน ซอย 8 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร.

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.

2556. (ร่าง) **ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การกำกับดูแลเนื้อหารายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์.** สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ 87 ถนนพหลโยธิน ซอย 8 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร.

อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ. 2548. **จิตวิทยาการบริการ.** กรุงเทพมหานคร : บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.

อิทธิพล ปรีดีประสงค์ และคณะ. 2550. **เกณฑ์ในการพิจารณาความสร้างสรรค์ในรายการโทรทัศน์ ละคร โฆษณา ในรายการสำหรับสตรีและครอบครัว.** สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็ก และครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล.

เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ และคณะ. 2550. **การศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาวะของสังคม (Media Monitor).** แผนงานพัฒนานโยบายสาธารณะเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี (มสช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสร้างสุขภาพ (สสส.). หน้า 33-34.

ภาษาอังกฤษ

Allport, G.W.. 1935. Attitudes. in **A Handbook of Social Psychology.** Worcester, MA : Clark University Press. pp. 798-844.

Bem, D.J.. 1972. **Self-perception theory.** In L. Berkowitz (ed), **Advances in experimental social psychology,** Vol. 6. New York : Academic Press. pp. 1-62.

Campbell, A. 1976. **Subjective measure if well – being.** *American Psychologist.* pp.117.

Cronbach, L. J. 1970. **Essentials of psychological testing** (3rd ed.). New York: Harper& Row. pp.161.

- Fishbein, M. and Ajzen, I.. 1975. **Belief, Attitude, Intention and Behavior.** Massachusetts: Addison – Wesley.
- Hinshaw, A.S. and Atwood J.R.. 1982. **A patient satisfaction instrument : Precision try Replication.** Nursing Research. pp.170-171.
- Insko, C.A.. 1967. **Theories of Attitude Change.** New Jersey : Prentice-Hall, Inc.
- Katz, D.. 1960. **The Functional Approach to the study of attitudes.** Public Opinion Quarterly, 24 (2), pp.163-204.
- Kelman, H.C.. 1953. **Attitude change as a function of response restriction.** Human Relations, 6. pp. 185-214.
- Likert, R.. 1932. **A Technique for the Measurement of Attitudes.** Archives of psychology, 140, pp. 5-55.
- Rosenberg, M.J.. 1965. **Inconsistency Arousal and Education in Attitude Change.** New York : Holt Rinehart and Winston.
- Thurstone, L.L.. 1928. **Attitudes can be measured.** American Journal of Sociology, 33. pp.529-54.
- Vroom,W.H.. 1964. **Working and Motivation.** New York : John Wiley and Sons, Inc.. pp.27