

การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย



บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)  
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)  
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ  
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ปีการศึกษา 2560  
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**

Broadcasting regulation for diversity

Mr. Itthiphol Waranusupakul



A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Doctor of Philosophy Program in Communication Arts

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2017

Copyright of Chulalongkorn University



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย
โดย	นายอิทธิพล วรานุศุภากุล
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ศาสตราจารย์ ดร. พิรงรอง รามสูต

---

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทระดับบัณฑิต

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์  
(ศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดวงกมลชาติ ประเสริฐ)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(ศาสตราจารย์ ดร. พิรงรอง รามสูต)

..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธาตรี ใต้ฟ้าพูล)

..... กรรมการ  
(ศาสตราจารย์ ดร. ปาริชาติ สถาปิตานนท์)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(รองศาสตราจารย์ ดร. อัสวิน เนตรโพธิ์แก้ว)

อิทธิพล วรานุศุภากุล : การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย (Broadcasting regulation for diversity) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ศ. ดร. พริงรอง รามสูต, หน้า.

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายในประเทศที่มีแบบแผนปฏิบัติที่ดี (2) เพื่อสร้างกรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย และ (3) เพื่อศึกษาถึงความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ ก่อนและหลังการประมูลโทรทัศน์ในระบบดิจิตอล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ

ผลการศึกษา พบว่า การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายจำเป็นต้องใช้การกำกับดูแลในหลายมิติ ทั้งการกำกับดูแลโครงสร้าง ได้แก่ การกำหนดประเภทใบอนุญาตประกอบกิจการ การกำหนดลักษณะความเป็นเจ้าของ การกำหนดแหล่งรายได้ของกิจการโทรทัศน์ การกำหนดพื้นที่การออกอากาศ และการกำหนดสัดส่วนการผลิตรายการของผู้ผลิตรายการอิสระ และการกำกับดูแลเนื้อหา ได้แก่ การกำหนดสัดส่วนเนื้อหารายการ นอกจากนั้น องค์การกำกับดูแลควรมีมาตรการการเฝ้าระวัง ติดตาม และประเมินความหลากหลายในเนื้อหารายการโทรทัศน์ในหลายมิติ รวมถึงการส่งเสริมความรู้ และสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของความหลากหลายในเนื้อหารายการโทรทัศน์ให้แก่ผู้ประกอบการโทรทัศน์และเครือข่ายภาคประชาสังคม

สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ในระบบอนาล็อก จำนวน 6 ช่องรายการ ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ.2554 และกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ในระบบดิจิตอล จำนวน 26 ช่องรายการ ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ.2559 ค่อนข้างใกล้เคียงกัน กล่าวคือ การมีช่องรายการเพิ่มขึ้นไม่ได้เป็นหลักประกันว่าจะทำให้ความหลากหลายของรูปแบบรายการเพิ่มขึ้น แต่หากพิจารณาเฉพาะช่วงเวลาที่มีจำนวนผู้ชมสูง (Prime time) พบว่ามีความหลากหลายของรูปแบบรายการเพิ่มขึ้น



สาขาวิชา นิเทศศาสตร์

ปีการศึกษา 2560

ลายมือชื่อนิสิต .....

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก .....

# # 5585105128 : MAJOR COMMUNICATION ARTS

KEYWORDS: BROADCASTING REGULATION / BROADCASTING REGULATION FOR DIVERSITY / STRUCTURAL REGULATION / CONTENT REGULATION / PROGRAM-TYPE DIVERSITY / DIVERSITY INDEX

ITTHIPHOL WARANUSUPAKUL: Broadcasting regulation for diversity. ADVISOR: PROF. PIRONGRONG RAMASOOTA, Ph.D., pp.

The purpose of this study is (1) to study broadcasting regulation for diversity in countries with good practice (2) to form framework of broadcasting regulation for diversity and (3) to study television program-type diversity before and after Thailand's digital television auctions.

The results show that broadcasting regulation for diversity requires multi-dimensional regulation. Structural regulation includes broadcasting license types, ownership rules, income sources, broadcasting areas, and proportions of the production of independent producers. Content quota as content regulation are also required. In addition, regulatory bodies should establish monitoring, tracking and evaluating system for broadcasting diversity including the promotion of knowledge and awareness of the importance of content diversity in television for television operators and civil society networks.

The diversity of program-type in 6 analogue terrestrial television in January 2011 and 26 digital terrestrial television in January 2016 are quite similar. In other words, the increase of number of channels does not guarantee the increase of the diversity of program-type. However, considering only the prime time, there is the increase of the diversity of program-type.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

Field of Study: Communication Arts

Academic Year: 2017

Student's Signature .....

Advisor's Signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

“การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย” สำเร็จลุล่วงได้จากทุกฝ่าย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร.พิรงรอง รามสูต สำหรับคำสอนและคำแนะนำซึ่งเป็นแรงผลักดันสำคัญในการทำงานวิจัยชิ้นนี้ รวมถึงการได้รับทุนสนับสนุนการทำวิจัยจาก “ทุน 90 ปี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กองทุนรัชดาภิเษกสมโภช”

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมลชาติประเสริฐ ประธานสอวทยานิพนธ์ ศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาติรี ใต้ฟ้าพูล และรองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว คณะกรรมการสอวทยานิพนธ์ สำหรับคำแนะนำในการปรับปรุงงานวิจัยนี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่เสียสละเวลาอันมีค่าในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยชิ้นนี้ รวมถึงทุกท่านที่อำนวยความสะดวกในทุกกระบวนการ

ผู้วิจัยขอขอบคุณ เพื่อนสมัยประถม เพื่อนสมัยมัธยม เพื่อนสมัยมหาวิทยาลัย และเพื่อนร่วมเรียนในปัจจุบัน รวมถึงลูกศิษย์จากสถาบันต่าง ๆ สำหรับความห่วงใยและกำลังใจที่มีให้อย่างสม่ำเสมอ

ผู้วิจัยขอขอบคุณ คุณอาภิระ ไทริยาม่า คุณโยอิจิ ทาคายาชิ คุณมาซามิ คุรุมาตะ และคุณมะซะชิ คิชิโมะโตะ สำหรับแรงบันดาลใจในการดำรงชีวิต

และที่ขาดไม่ได้ คุณรองเอก วรรณพฤษ ภารยา คุณเอกอิทธิ และคุณเอกอิทธิ วรรณสุภากุล ลูกชายทั้งสอง คุณนาตา วรรณสุภากุล มารดา และทั้งครอบครัววรรณสุภากุลและครอบครัววรรณพฤษ/มุสิกบุตร



## สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฐ
สารบัญภาพ .....	ด
บทที่ 1 บทนำ .....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา .....	1
1.2 ปัญหาการวิจัย .....	7
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	7
1.4 ขอบเขตการวิจัย .....	8
1.5 นิยามศัพท์ .....	8
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	9
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	10
2.1 กลุ่มทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อ (Normative theories of media).....	10
2.1.1 กลุ่มทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อก่อนปี ค.ศ.2000.....	11
2.1.2 กลุ่มทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อหลังปี ค.ศ.2000 .....	19
2.2 การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทย .....	23
2.2.1 การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ .....	23
2.2.2 ความเป็นมาทางด้านเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศไทย .....	26
2.2.3 ความเป็นมาของกฎระเบียบเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทย .....	28
2.2.4 หน่วยงานกำกับดูแล .....	29

2.2.5	กฎระเบียบของการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย.....	30
2.3	อุตสาหกรรมโทรทัศน์ภาคพื้นดินในประเทศไทย .....	36
2.3.1	กิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก.....	36
2.3.2	กิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล.....	38
2.3.3	โครงข่ายดิจิทัลภาคพื้นดิน.....	44
2.4	การวัดความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ .....	45
2.4.1	ความหมายของความหลากหลายของสื่อ .....	45
2.4.2	มิติความหลากหลายของสื่อ.....	47
2.4.3	ความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์.....	51
2.4.4	ความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ .....	57
2.4.5	แนวทางการวัดความหลากหลายในรูปแบบรายการโทรทัศน์ .....	63
2.4.6	ดัชนีวัดความหลากหลาย.....	66
2.5	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	78
2.5.1	งานวิจัยที่เกี่ยวกับการกำกับดูแล .....	78
2.5.2	งานวิจัยที่เกี่ยวกับโครงสร้างสื่อ .....	82
2.5.3	งานวิจัยที่เกี่ยวกับเนื้อหาสื่อ .....	83
บทที่ 3	ระเบียบวิธีวิจัย.....	90
3.1	การวิเคราะห์เอกสารเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายใน ประเทศที่มีแบบแผนปฏิบัติที่ดี .....	90
3.2	การสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องเพื่อสร้างกรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความ หลากหลาย.....	91
3.3	การสำรวจสถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ ก่อนและหลังการประมูล โทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ โดยการใช้แบบบันทึกใน การเก็บข้อมูลจากผังรายการโทรทัศน์.....	94

3.3 การนำเสนอข้อมูล.....	98
บทที่ 4 การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย: บทเรียนจากประเทศที่มีแบบ แผนปฏิบัติที่ดี .....	99
ส่วนที่ 1 กรณีศึกษาการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายในประเทศที่มีแบบ แผนปฏิบัติที่ดี.....	99
4.1 ประเทศสหรัฐอเมริกา.....	99
4.2 สหราชอาณาจักร.....	109
4.3 ประเทศออสเตรเลีย.....	120
4.4 ประเทศแคนาดา.....	129
ส่วนที่ 2 สรุปการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย.....	142
4.6 การกำกับดูแลโครงสร้างของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย .....	142
4.6.1 การกำหนดลักษณะของการประกอบกิจการโทรทัศน์ให้มีความหลากหลาย... ..	142
4.6.2 การกำหนดลักษณะความเป็นเจ้าของกิจการโทรทัศน์ให้มีความหลากหลาย ..	143
4.6.3. การกำหนดแหล่งรายได้ของกิจการโทรทัศน์ให้มีความหลากหลาย.....	146
4.6.4 การกำหนดสัดส่วนให้มีผู้ผลิตรายการอิสระร่วมผลิตรายการให้กิจการ โทรทัศน์.....	146
4.7 การกำกับดูแลเนื้อหาของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย .....	147
4.7.1 การกำหนดสัดส่วนให้มีกลุ่มเป้าหมายรายการที่หลากหลาย .....	147
4.7.2 การกำหนดเกี่ยวกับสัดส่วนให้มีลักษณะเนื้อหารายการและรูปแบบรายการที่ หลากหลาย.....	148
4.7.3 การกำหนดให้มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นธรรมและสมดุล .....	149
บทที่ 5 กรอบการกำกับดูแลเพื่อความหลากหลาย .....	150
5.1 (ร่าง) กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย.....	150

5.1.1 (ร่าง) กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรศัพท์เพื่อความหลากหลายของโครงสร้างใน กิจการโทรศัพท์.....	150
5.1.2 (ร่าง) กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรศัพท์เพื่อความหลากหลายของเนื้อหาใน กิจการโทรศัพท์.....	151
5.1.3 (ร่าง) กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรศัพท์เพื่อความหลากหลาย .....	153
5.2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับ (ร่าง) กรอบการกำกับดูแลเพื่อความหลากหลาย .....	155
5.2.1 ความไม่สมดุลของแหล่งที่มาของเงินได้ของอุตสาหกรรมโทรศัพท์ .....	155
5.2.2 การบังคับใช้กฎหมายเพื่อให้ผู้ประกอบการผลิตเนื้อหาตามที่กำหนดใน ใบอนุญาตในแต่ละประเภท/หมวดหมู่.....	156
5.2.3 การบังคับใช้กฎข้อบังคับเกี่ยวกับความเป็นเจ้าของกิจการโทรศัพท์และการครอง สิทธิข้ามสื่อ .....	157
5.2.4 การประกอบกิจการของโทรศัพท์ในระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่น.....	158
5.2.5 ความเป็นไปได้ของการกำหนดสัดส่วนของผู้ผลิตรายการอิสระ .....	160
5.2.6 ความไม่หลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรศัพท์อาจไม่ได้มาจากความไม่ หลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรศัพท์ .....	162
5.2.7 การกำหนดสัดส่วนรายการโทรศัพท์อาจทำให้รายการโทรศัพท์ไม่หลากหลายและมี คุณภาพลดลง.....	163
5.2.8 การใช้มาตรการส่งเสริมให้ปฏิบัติและการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคม .....	165
5.3 กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรศัพท์เพื่อความหลากหลาย (ฉบับแก้ไข).....	166
5.3.1 กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรศัพท์เพื่อความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการ โทรศัพท์ (ฉบับแก้ไข) .....	167
5.3.2 กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรศัพท์เพื่อความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการ โทรศัพท์ (ฉบับแก้ไข).....	168
5.3.3 (ร่าง) กรอบการส่งเสริมให้เกิดความหลากหลายในเนื้อหารายการโทรศัพท์โดยภาค ประชาสังคม.....	170

5.3.4	กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย (ฉบับแก้ไข) .....	171
บทที่ 6	สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการในกิจการโทรทัศน์ ก่อนและหลังการประมูล โทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ .....	174
6.1	สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินใน ระบบแอนะล็อก จำนวน 6 ช่องรายการ เปรียบเทียบช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 และช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2559 ถึง 31 มกราคม 2559 .	174
6.2	สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ในระบบ ดิจิทัล จำนวน 26 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2559 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2559 .....	184
6.2.1	สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ในระบบแอนะล็อก จำนวน 6 ช่องรายการ ในช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 และกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล จำนวน 26 ช่องรายการ ในช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2559 ถึง 31 มกราคม 2559 .....	185
6.2.2	สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ในระบบดิจิทัล จำนวน 26 ช่องรายการ .....	193
บทที่ 7	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	216
7.1	สรุปผลการวิจัย .....	216
7.1.1	การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย: บทเรียนจากประเทศที่มีแบบ แผนปฏิบัติที่ดี .....	216
7.1.2	กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย .....	218
7.1.3	สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการในกิจการโทรทัศน์ ก่อนและหลังการ ประมูลโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ .....	220
7.2	อภิปรายผล .....	224
7.2.1	กฎหมายไทยกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย .....	224
7.2.2	องค์กรกำกับดูแลยังไม่ปฏิรูปในเชิงความหลากหลาย .....	227

7.2.3 จำนวนกิจการโทรทัศน์ที่เพิ่มขึ้นไม่ใช่หลักประกันเรื่องความหลากหลายของรูปแบบ รายการโทรทัศน์.....	229
7.3 ข้อจำกัดการวิจัย.....	231
7.4 ข้อเสนอแนะ .....	232
7.4.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษานี้ไปใช้ .....	232
7.4.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป .....	233
รายการอ้างอิง .....	236
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์ .....	252



## สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบราคาเริ่มต้นประมูลและราคาประมูลจำแนกตามหมวดหมู่ของใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ .....	38
ตารางที่ 2 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์แบบภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลประเภทกิจการบริการสาธารณะ .....	39
ตารางที่ 3 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์แบบภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่เด็ก เยาวชน และครอบครัว .....	41
ตารางที่ 4 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์แบบภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ .....	41
ตารางที่ 5 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์แบบภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ .....	41
ตารางที่ 6 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์แบบภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง .....	42
ตารางที่ 7 ตัวอย่างผู้ประกอบการรายใหม่ จำแนกตามลักษณะที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสื่อมวลชน .....	43
ตารางที่ 8 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับการให้บริการโครงข่าย จำแนกตามผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์แบบภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล .....	44
ตารางที่ 9 สรุปมิติความหลากหลายตามความหลากหลายเชิงplatzสถาน .....	49
ตารางที่ 10 สรุปมิติความหลากหลายตามความหลากหลายเชิงปัจเจก .....	50
ตารางที่ 11 สรุปมิติความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์ .....	56
ตารางที่ 12 สรุปมิติความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ .....	56
ตารางที่ 13 สรุประดับของความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์ .....	57
ตารางที่ 14 สรุปขั้นตอนการวัดความหลากหลายในเนื้อหารายการโทรทัศน์ .....	65
ตารางที่ 15 ตัวอย่างความเป็นไปได้ของค่า Herfindahl-Hirschman Index (HHI) .....	68
ตารางที่ 16 ตัวอย่างความเป็นไปได้ของค่า Simpson's D .....	70

ตารางที่ 17 ตัวอย่างความเป็นไปได้ของค่า Relative entropy (H) แบบที่ 1 .....	72
ตารางที่ 18 ตัวอย่างความเป็นไปได้ของค่า Relative entropy (H) แบบที่ 2 .....	73
ตารางที่ 19 ตัวอย่างความเป็นไปได้ของค่า Relative entropy (H) แบบที่ 3 .....	73
ตารางที่ 20 ตัวอย่างความเป็นไปได้ของค่า Relative entropy (H) แบบที่ 4 .....	74
ตารางที่ 21 ตัวอย่างความเป็นไปได้ของค่า Concentration ratio (CR).....	75
ตารางที่ 22 เปรียบเทียบดัชนีวัดความหลากหลายทั้ง 3 ดัชนี ได้แก่ (1) Herfindahl-Hirschman Index (HHI) (2) Simpson's D และ (3) Concentration ratio (CR) .....	76
ตารางที่ 23 ตัวอย่างความเป็นไปได้ของค่า Relative entropy (H) แบบที่ 5 .....	78
ตารางที่ 24 เปรียบเทียบรายละเอียดของอุตสาหกรรมโทรทัศน์และการกำกับดูแลกิจการ โทรทัศน์จำแนกตามประเทศ .....	138
ตารางที่ 25 สรุปการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย จำแนกตามประเภทของ การกำกับดูแล .....	173
ตารางที่ 26 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของจำนวนรายการ จำนวนและร้อยละของจำนวน นาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์ และดัชนีความหลากหลายของ 6 ช่องรายการ ในช่วงเดือน มกราคม พ.ศ.2554 และมกราคม พ.ศ.2559 จำแนกตามรูปแบบรายการ.....	175
ตารางที่ 27 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของจำนวนรายการ จำนวนและร้อยละของจำนวน นาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์ และดัชนีความหลากหลายของ 6 ช่องรายการ ในช่วงเดือน มกราคม พ.ศ.2554 และมกราคม พ.ศ.2559 จำแนกตามวันที่รับชมและรูปแบบรายการ .....	178
ตารางที่ 28 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของจำนวนรายการ จำนวนและร้อยละของจำนวน นาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์ และดัชนีความหลากหลายของ 6 ช่องรายการ ในช่วงเดือน มกราคม พ.ศ.2554 และมกราคม พ.ศ.2559 ตั้งแต่เวลา 18.30 น. ถึง 23.00 น. จำแนกตาม รูปแบบรายการ .....	182
ตารางที่ 29 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์ และดัชนี ความหลากหลายของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อกจำนวน 6 ช่องรายการ ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ.2554 และกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลจำนวน 26 ช่อง รายการ ในช่วงมกราคม พ.ศ.2559 จำแนกตามรูปแบบรายการ.....	186



<p>ตารางที่ 30 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์และ ดัชนีความหลากหลายของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก จำนวน 6 ช่องรายการ ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ.2554 และ กิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอล จำนวน 26 ช่องรายการ ในช่วงมกราคม พ.ศ.2559 จำแนกตามวันที่รับชมและรูปแบบรายการ.....</p>	188
<p>ตารางที่ 31 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์และ ดัชนีความหลากหลายของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก จำนวน 6 ช่องรายการ ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ.2554 และ กิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอล จำนวน 26 ช่องรายการ ในช่วงมกราคม พ.ศ.2559 ตั้งแต่เวลา 18.30 น. ถึง 23.00 น. จำแนกตามรูปแบบ รายการ .....</p>	191
<p>ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนรายการ จำนวนและร้อยละของจำนวนนาที่ของ การออกอากาศต่อสัปดาห์และดัชนีความหลากหลายของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบ ดิจิตอล จำนวน 26 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนก ตามรูปแบบรายการ.....</p>	194
<p>ตารางที่ 33 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของจำนวนรายการ จำนวนและร้อยละของจำนวน นาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์และดัชนีความหลากหลายของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ใน ระบบดิจิตอล จำนวน 26 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการและประเภทใบอนุญาตของสถานีโทรทัศน์.....</p>	196
<p>ตารางที่ 34 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของจำนวนรายการ จำนวนและร้อยละของจำนวน นาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์และดัชนีความหลากหลายของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินใน ระบบดิจิตอล ประเภทบริการสาธารณะ จำนวน 4 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์.....</p>	199
<p>ตารางที่ 35 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของจำนวนรายการ และจำนวนและร้อยละของ จำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์และดัชนีความหลากหลายของกิจการโทรทัศน์ ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดยุติ เยาวชน และครอบครัว จำนวน 2 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการ และสถานีโทรทัศน์ .....</p>	202
<p>ตารางที่ 36 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของจำนวนรายการของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินใน ระบบดิจิตอล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดยุติ เยาวชน และครอบครัว จำนวน 6 ช่องรายการ ตั้งแต่ วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์...</p>	204

ตารางที่ 37 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของนาที่ของออกอากาศต่อสัปดาห์และดัชนีความหลากหลายของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ จำนวน 6 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์.....	205
ตารางที่ 38 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของจำนวนรายการของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ จำนวน 7 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์.....	208
ตารางที่ 39 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์และดัชนีความหลากหลายของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ จำนวน 7 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์.....	209
ตารางที่ 40 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของจำนวนรายการของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง จำนวน 7 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์.....	212
ตารางที่ 41 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์และดัชนีความหลากหลายของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง จำนวน 7 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์.....	213

## สารบัญญภาพ

ภาพที่ 1 ขั้นตอนการวัดความหลากหลาย .....	63
ภาพที่ 2 (ร่าง) กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ เพื่อความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์ .....	151
ภาพที่ 3 (ร่าง) การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ เพื่อให้เกิดความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์โดยตรง.....	152
ภาพที่ 4 (ร่าง) การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ เพื่อให้เกิดความหลากหลายของเนื้อหา ในกิจการโทรทัศน์ผ่านการกำกับดูแลตนเอง/การกำกับดูแลร่วมกัน .....	153
ภาพที่ 5 (ร่าง) กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ เพื่อความหลากหลาย .....	154
ภาพที่ 6 กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ เพื่อความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์ (ฉบับแก้ไข).....	167
ภาพที่ 7 การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ เพื่อให้เกิดความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์โดยตรง (ฉบับแก้ไข) .....	168
ภาพที่ 8 การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ เพื่อให้เกิดความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ ผ่านการกำกับดูแลตนเอง/การกำกับดูแลร่วมกัน (ฉบับแก้ไข).....	169
ภาพที่ 9 (ร่าง) กรอบการส่งเสริมให้เกิดความหลากหลาย ในเนื้อหารายการโทรทัศน์โดยภาคประสังคม.....	170
ภาพที่ 10 กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ เพื่อความหลากหลาย (ฉบับแก้ไข).....	171
ภาพที่ 11 เปรียบเทียบจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของ 6 ช่องรายการ ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ.2554 และมกราคม พ.ศ.2559 จำแนกตามรูปแบบรายการ .....	177
ภาพที่ 12 เปรียบเทียบจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของ 6 ช่องรายการ ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ.2554 และมกราคม พ.ศ.2559 วันจันทร์ถึงวันศุกร์ จำแนกตามรูปแบบรายการ .....	181
ภาพที่ 13 เปรียบเทียบจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของ 6 ช่องรายการ ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ.2554 และมกราคม พ.ศ.2559 วันเสาร์และวันอาทิตย์ จำแนกตามรูปแบบรายการ .....	181

ภาพที่ 14 เปรียบเทียบจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของ 6 ช่องรายการ ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ.2554 และมกราคม พ.ศ.2559 ตั้งแต่เวลา 18.30 น. ถึง 23.00 น. จำแนกตามรูปแบบรายการ.....	184
ภาพที่ 15 เปรียบเทียบร้อยละของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของ 6 ช่องรายการ ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ.2554 และ 26 ช่องรายการ ในช่วงมกราคม พ.ศ.2559 จำแนกตามรูปแบบรายการ .....	187
ภาพที่ 16 เปรียบเทียบจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของ 6 ช่องรายการ ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ.2554 และ 26 ช่องรายการ ในช่วงมกราคม พ.ศ.2559 จำแนกตามรูปแบบรายการ วันจันทร์ถึงวันศุกร์ จำแนกตามรูปแบบรายการ .....	190
ภาพที่ 17 เปรียบเทียบจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของ 6 ช่องรายการ ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ.2554 และ 26 ช่องรายการ ในช่วงมกราคม พ.ศ.2559 จำแนกตามรูปแบบรายการ วันเสาร์และวันอาทิตย์ จำแนกตามรูปแบบรายการ .....	190
ภาพที่ 18 เปรียบเทียบร้อยละของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของ 6 ช่องรายการ ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ.2554 และ 26 ช่องรายการ ในช่วงมกราคม พ.ศ.2559 ตั้งแต่เวลา 18.30 น. ถึง 23.00 น. จำแนกตามรูปแบบรายการ.....	192
ภาพที่ 19 แสดงจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของ 26 ช่องรายการ ในช่วงมกราคม พ.ศ.2559 จำแนกตามรูปแบบรายการ .....	195
ภาพที่ 20 เปรียบเทียบร้อยละของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของ 26 ช่องรายการ ในช่วงมกราคม พ.ศ.2559 จำแนกตามรูปแบบรายการและประเภทใบอนุญาตของสถานีโทรทัศน์ .....	198
ภาพที่ 21 เปรียบเทียบร้อยละของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการสาธารณะ จำนวน 4 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์ .....	201
ภาพที่ 22 เปรียบเทียบร้อยละของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดเด็ก เยาวชน และครอบครัว จำนวน 2 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์ .....	203

ภาพที่ 23 เปรียบเทียบร้อยละของจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ จำนวน 6 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์.....	207
ภาพที่ 24 เปรียบเทียบร้อยละของจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ จำนวน 7 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์.....	211
ภาพที่ 25 เปรียบเทียบร้อยละของจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง จำนวน 7 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์.....	215
ภาพที่ 26 กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย.....	220
ภาพที่ 27 สรุปสถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ในระบบแอนะล็อก ในเดือนมกราคม พ.ศ.2554 และกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ในเดือนมกราคม พ.ศ.2559 .....	221
ภาพที่ 28 สรุปสถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ในระบบดิจิทัล ในเดือนมกราคม พ.ศ.2559 จำแนกตามประเภทใบอนุญาตกิจการโทรทัศน์.....	223

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สมาชิกในสังคมมีความหลากหลาย ทั้งทางด้านเพศ อายุ เชื้อชาติ ชาติพันธุ์ ความเชื่อทางศาสนา ความเชื่อทางการเมือง ภาษา การแต่งกาย และวัฒนธรรม การรับรู้ถึงความหลากหลายในสังคมทำให้สมาชิกในสังคมเกิดความเข้าใจและยอมรับซึ่งกันและกันมากขึ้น สื่อมวลชนสามารถเป็นสื่อกลางที่จะนำเสนอความหลากหลายนี้ให้กับสมาชิกในสังคมได้มีประสบการณ์รับรู้ความหลากหลายร่วมกันได้ นอกจากนี้ ความหลากหลายในเนื้อหาของสื่อมวลชนยังมีความสำคัญต่อสังคมประชาธิปไตยที่ให้ความสำคัญกับเสรีภาพในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น เสรีภาพทั้งสองเป็นสิทธิพื้นฐานที่รับรองให้พลเมืองได้รับข้อมูลข่าวสารมากเพียงพอ และสามารถมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสาธารณะ ความหลากหลายในเนื้อหาของสื่อมวลชนเป็นสิ่งที่ควบคู่ไปกับเสรีภาพทั้งสอง ประชาชนจำเป็นที่จะต้องได้ข้อมูลข่าวสารที่มีความหลากหลายมากเพียงพอต่อการตัดสินใจเลือกสิ่งที่ถูกต้อง และแน่นอนว่าการมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นแต่ขาดความหลากหลายในเนื้อหาที่ไม่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมประชาธิปไตย

กิจการโทรทัศน์เป็นกิจการสื่อมวลชนที่สร้างรายได้มหาศาล ทั้งมูลค่าการประมูลคลื่นความถี่และมูลค่าการโฆษณา สำหรับการประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติของประเทศไทย เมื่อวันที่ 26 - 27 ธันวาคม พ.ศ.2556 สรุปรวมแล้วมีมูลค่าของการเสนอราคาทั้งสิ้น 50,862 ล้านบาท แบ่งเป็นการเสนอราคาประเภทหมวดหมู่ทั่วไปความคมชัดสูง (HD) 7 ใบอนุญาต รวมมูลค่า 23,700 ล้านบาท หมวดหมู่ทั่วไปความคมชัดปกติ (SD) 7 ใบอนุญาต รวมมูลค่า 15,950 ล้านบาท หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ 7 ใบอนุญาต รวมมูลค่า 9,238 ล้านบาท และหมวดหมู่เด็ก เยาวชน และครอบครัว 3 ใบอนุญาต รวมมูลค่า 1,974 ล้านบาท (ผู้จัดการ Online, 2556) ในส่วนของมูลค่าการโฆษณา ช่องรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ปี พ.ศ. 2560 มียอดรวมมูลค่าการโฆษณาประมาณ 57,284 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นการโฆษณาของช่องรายการเดิม (6 ช่องรายการ) ประมาณ 37,325 ล้านบาท และของช่องรายการใหม่ (19 ช่องรายการ) ประมาณ 19,989 ล้านบาท (กสทช. - คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม, 2561) ในส่วนของมูลค่าการโฆษณาของสื่อมวลชนอื่นมีดังนี้ สื่อหนังสือพิมพ์ ประมาณ 7,706 ล้านบาท สื่อวิทยุกระจายเสียง ประมาณ 4,476 ล้านบาท และสื่อภาพยนตร์ ประมาณ 6,807 ล้านบาท (สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย, 2561) หากเปรียบเทียบระหว่างสื่อ

หนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่อภาพยนตร์แล้ว มูลค่าทางเศรษฐกิจของสื่อโทรทัศน์ถือว่าสูงมาก ทั้งนี้ยังไม่รวมมูลค่าทางเศรษฐกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมโทรทัศน์

เนื่องจากกิจการโทรทัศน์เป็นกิจการที่ประกอบกิจการโดยอาศัยคลื่นความถี่ซึ่งเป็นของสมบัติของชาติเพื่อประโยชน์สาธารณะ กิจการโทรทัศน์จึงถูกคาดหวังให้ต้องประกอบกิจการโดยคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ ไม่ใช่ประกอบกิจการเพื่อหวังผลกำไรสูงสุดแต่เพียงอย่างเดียว การประกอบกิจการของกิจการโทรทัศน์จึงควรคำนึงถึงหน้าที่ความรับผิดชอบที่มีต่อสังคม ประกอบกับการนำเสนอเนื้อหาที่มีความหลากหลายทั้งการสะท้อนถึงความหลากหลายของสังคม และการตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของสมาชิกในสังคม

ความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ ความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์ และความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ แน่แน่นอนว่าเป้าหมายของการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายคือการที่เนื้อหารายการโทรทัศน์มีความหลากหลาย ภายใต้ความเชื่อที่ว่าโครงสร้างของกิจการโทรทัศน์ที่มีความหลากหลายจะนำไปสู่เนื้อหารายการโทรทัศน์ที่มีความหลากหลาย จึงมีการกำหนดนโยบายและการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายให้มั่งคั่งทั้งการกำกับดูแลทางด้านโครงสร้าง และการกำกับดูแลทางด้านเนื้อหา

มิติความหลากหลายของกิจการโทรทัศน์นั้นค่อนข้างซับซ้อน และหลากหลายมิติขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการพิจารณา ในส่วนของความหลากหลายที่เกี่ยวข้องกับผู้กำกับดูแลสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ (1) ความหลากหลายของแหล่งที่นำเสนอ (Source diversity) สามารถพิจารณาจากความเป็นเจ้าของ ทั้งช่องทางการนำเสนอ (Outlet) และเนื้อหา (Content) โดยในระดับแรก ได้แก่ ความเป็นเจ้าของช่องรายการหรือเจ้าของสถานีโทรทัศน์ ส่วนระดับที่สอง ได้แก่ ความเป็นเจ้าของเนื้อหาภายในช่องรายการหรือภายในสถานีโทรทัศน์ (2) ความหลากหลายของเนื้อหา (Content diversity) สามารถแบ่งได้เป็น 3 ระดับ ได้แก่ ความหลากหลายในรูปแบบรายการ (Program-Type format) ความหลากหลายในลักษณะทางประชากร (Demographic) และความหลากหลายในความคิดเห็น (Idea/Viewpoint) และ (3) ความหลากหลายของการเปิดรับสาร (Exposure diversity) เป็นการมองความหลากหลายจากการเลือกของผู้รับสาร ตัวอย่างคำถามที่น่าสนใจ ได้แก่ ผู้รับสารมีพฤติกรรมในการเปิดรับสารที่แหล่งข้อมูล ผู้รับสารเปิดรับความคิดเห็นที่แตกต่างกันทางการเมืองหรือทางสังคม มากน้อยเพียงใด ผู้รับสารเปิดรับสารในรายการที่มีรูปแบบรายการแตกต่างกันหรือไม่ และอะไรคือปัจจัยที่ทำให้ระดับของความหลากหลายในการเปิดรับสารของผู้รับสารแตกต่างกัน (Napoli, 1999, pp. 10-25)

ในส่วนของประเทศไทย ความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์เริ่มต้นจากความเป็นเจ้าของคลื่นความถี่ของรัฐโดยการจัดตั้งรัฐวิสาหกิจเพื่อควบคุมโครงสร้างพื้นฐานสำคัญของรัฐ

เช่นเดียวกับไฟฟ้า โทรทัศน์ ท่าอากาศยาน ท่าเรือ และธนาคาร ในส่วนของคลื่นความถี่สำหรับกิจการโทรทัศน์มีการออกกฎหมายเพื่อรับรองสิทธิในการเป็นเจ้าของคลื่นความถี่วิทยุโทรทัศน์ ได้แก่ พระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ.2498 ซึ่งกำหนดรับรองสิทธิความเป็นเจ้าของคลื่นความถี่ให้กับหน่วยงานของรัฐทั้งสิ้น 8 หน่วยงาน ได้แก่ กรมประชาสัมพันธ์ กรมไปรษณีย์โทรเลข กระทรวงกลาโหม กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร กรมตำรวจ สำนักพระราชวัง และบริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัด การออกกฎหมายฉบับนี้ทำให้ความเป็นเจ้าของคลื่นความถี่วิทยุและโทรทัศน์ทั้งหมดอยู่ภายใต้หน่วยงานของรัฐหรือรัฐวิสาหกิจ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2544:212)

ส่วนใหญ่หน่วยงานของรัฐหรือรัฐวิสาหกิจที่เป็นเจ้าของคลื่นความถี่จะนำคลื่นความถี่ไปแสวงหาประโยชน์ทางธุรกิจเพื่อสร้างรายได้ให้หน่วยงาน ไม่ว่าจะเป็นการให้เช่าช่วงเวลาหรือการให้สัมปทานการประกอบกิจการกับภาคธุรกิจ โดยส่วนใหญ่ สาระสำคัญของการให้สัมปทานจะมีลักษณะเชิงเศรษฐกิจมากกว่าเชิงเนื้อหา เช่น การกำหนดให้ผู้ได้รับสัมปทานเป็นผู้ลงทุนและส่งมอบอาคาร เครื่องส่ง และอุปกรณ์เมื่อหมดอายุสัญญาสัมปทาน เป็นต้น ไม่มีการกำหนดแนวทางด้านเนื้อหาสาระ คุณภาพรายการ การตรวจสอบ หรือประสิทธิภาพของการประกอบกิจการ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2544:238) การไม่กำหนดเงื่อนไขเกี่ยวกับเนื้อหาที่เผยแพร่ทำให้ผู้ได้รับสัมปทานเป็นผู้พิจารณารูปแบบรายการ เนื้อหารายการ วัตถุประสงค์รายการ กลุ่มเป้าหมายรายการ และที่มาของเนื้อหารายการแต่เพียงผู้เดียว จึงมีความเป็นไปได้ที่ผู้ได้รับสัมปทานอาจนำเสนอรายการเพื่อประโยชน์สาธารณะหรือเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจแต่เพียงอย่างเดียว ซึ่งในกรณีหลัง อาจส่งผลกระทบต่อทำให้ผู้รับสารไม่ได้รับข้อมูลข่าวสาร สาระความรู้ หรือความบันเทิงที่มีความหลากหลายมากเพียงพอ

ผู้ประกอบการที่คำนึงเพียงผลตอบแทนสูงสุดอาจเลือกนำเสนอรูปแบบรายการและเนื้อหารายการที่เคยได้รับความนิยมเพื่อให้แน่ใจว่ารายการที่ผลิตจะได้รับความนิยม เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจจนอาจทำให้รูปแบบรายการและเนื้อหารายการเกิดความซ้ำซาก เช่น รายการละคร รายการเล่าข่าว รายการเกมโชว์ เป็นต้น จากรายงานผลการศึกษารอบที่ 47 ของโครงการศึกษาเฝ้าระวังสื่อและพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาวะของสังคม (Media monitor) ซึ่งสำรวจผังฟรีทีวีของช่อง 3, 5, 7, 9 สทท. และทีวีไทย ในเดือนมีนาคม 2553 พบว่า รูปแบบรายการของสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 และช่อง 7 ส่วนใหญ่เป็นรายการข่าว และรายการละคร โดยผังรายการของช่อง 3 ประกอบไปด้วยรายการข่าว 3,629 นาที คิดเป็นร้อยละ 36 ของเวลาออกอากาศทั้งหมด และรายการละคร 3,035 นาที คิดเป็นร้อยละ 30.1 ของเวลาออกอากาศทั้งหมด ส่วนผังรายการของช่อง 7 ประกอบไปด้วยรายการข่าว 2,633 นาที คิดเป็นร้อยละ 26.1 ของเวลาออกอากาศทั้งหมด และรายการละคร 2,661 นาที คิดเป็นร้อยละ 26.4 ของเวลาออกอากาศทั้งหมด (มีเดียมอนิเตอร์,



2553) จากการศึกษานี้จะเห็นว่ารูปแบบรายการของกิจการโทรทัศน์ขาดความหลากหลายโดยส่วนใหญ่เป็นรายการข่าว และรายการละคร

ตลอดเวลาที่ผ่านมา ความเป็นเจ้าของคลื่นความถี่วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ของไทยมีลักษณะการผูกขาดเฉพาะหน่วยงานของรัฐหรือรัฐวิสาหกิจ ทำให้เกิดการขาดความหลากหลาย (Diversity) ในด้านความเป็นเจ้าของ ประกอบกับโครงสร้างของอุตสาหกรรมที่ประกอบกิจการภายใต้ระยะเวลาตามสัมปทานซึ่งอาจทำให้ผู้ประกอบการคำนึงถึงผลตอบแทนสูงสุดแต่เพียงอย่างเดียว ทำให้เนื้อหารายการโทรทัศน์ขาดความหลากหลาย

ปัญหาข้างต้นดำเนินมาต่อเนื่องยาวนาน จนกระทั่งเกิดเหตุการณ์เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2535 ซึ่งนำไปสู่การปฏิรูปการเมืองและการปฏิรูปสื่อ ในระลอกแรกของการปฏิรูปสื่อ หลายภาคส่วนของสังคมร่วมกันผลักดันวาระการปฏิรูปสื่อขึ้นเป็นหนึ่งในวาระการปฏิรูป ทำให้เกิดเหตุการณ์ที่มีผลต่อการปฏิรูปสื่อ ได้แก่ (1) การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการกำกับดูแลเนื้อหารายการโทรทัศน์จากตรวจพิจารณาเนื้อหารายการโทรทัศน์ก่อนออกอากาศโดยคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (กบว.) เป็นการตรวจสอบเนื้อหารายการโดยสถานีโทรทัศน์ภายใต้การกำกับดูแลเนื้อหาหลังการออกอากาศโดยคณะกรรมการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์แห่งชาติ (กทช.) (2) การกำเนิดของทีวีเสรี (Independent TV) ซึ่งเป็นครั้งแรกที่มีการให้สัมปทานกับเอกชนในลักษณะการกระจายการถือครองหุ้น โดยกำหนดให้ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่สุดถือหุ้นได้ไม่เกินร้อยละ 10 และยังกำหนดสัดส่วนรายการประเภทสาระ ร้อยละ 70 และรายการประเภทบันเทิง ร้อยละ 30 และ (3) การบัญญัติเนื้อหาเกี่ยวกับการปฏิรูปสื่อไว้ในรัฐธรรมนูญ ฉบับปี พ.ศ.2540 อันประกอบไปด้วยหลักใหญ่ 3 ประการ ได้แก่ (1) การให้หลักประกันเสรีภาพในการแสดงออกของประชาชน (2) การปฏิรูปการจัดสรรและการใช้คลื่นความถี่เพื่อประโยชน์สาธารณะ โดยกำหนดให้มีองค์กรอิสระเพื่อทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่และกำกับดูแลการประกอบกิจการ และ (3) การคุ้มครองเสรีภาพของนักวิชาชีพสื่อมวลชนที่ทำงานในองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน (พิรงรอง รามสูต, 2556:2-3)

เจตนารมณ์ของการปฏิรูปสื่อที่มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างความเป็นเจ้าของกิจการโทรทัศน์ของรัฐและรัฐวิสาหกิจเป็นการจัดสรร และการกำกับดูแลการประกอบกิจการโดยองค์กรอิสระ ได้แก่ การลดการผูกขาดและส่งเสริมให้เกิดการแข่งขัน และสร้างความหลากหลายของเนื้อหารายการโทรทัศน์ การเปลี่ยนแนวคิดเกี่ยวกับความเป็นเจ้าของคลื่นความถี่วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ถูกกำหนดไว้ในมาตรา 40 ของรัฐธรรมนูญ พ.ศ.2540 โดยกำหนดให้คลื่นความถี่ที่ใช้ในการส่งวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และวิทยุโทรคมนาคมเป็นทรัพยากรสื่อสารของชาติเพื่อประโยชน์สาธารณะ โดยให้มีองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่และกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมตามที่กฎหมายบัญญัติ

หลังจากนั้น มีการออกพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับดูแลกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2543 เพื่อเป็นการจัดตั้งองค์กรอิสระซึ่งทำหน้าที่ในการจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ตามมาตรา 40 แห่งรัฐธรรมนูญ ปี พ.ศ.2540 อย่างไรก็ตาม กระบวนการสรรหาคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แห่งชาติ (กสทช.) ที่เกิดขึ้น 2 รอบ ในปี พ.ศ.2544 และ พ.ศ.2548 ประสบปัญหา ทำให้ไม่สามารถสรรหาคณะกรรมการดังกล่าวได้ เป็นเหตุให้เกิดสุญญากาศในการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ จนกระทั่งมีกระบวนการสรรหาตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2553 จึงได้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เมื่อวันที่ 7 ตุลาคม พ.ศ.2554 เข้ามาปฏิบัติหน้าที่สำคัญในการจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับดูแลกิจการกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ภายใต้กรอบรัฐธรรมนูญและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

กสทช. ได้ทำการจัดสรรคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติด้วยวิธีการประมูล ในช่วงระหว่างวันที่ 26-27 ธันวาคม พ.ศ. 2556 และจัดสรรคลื่นความถี่เพื่อบริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการสาธารณะ ทำให้โครงสร้างของกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไป จากกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อกจำนวน 6 ช่องรายการเป็นกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลจำนวน 28 ช่องรายการ

กิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อกสามารถจัดกลุ่มกิจการโทรทัศน์ได้ 3 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มที่หนึ่ง กิจการโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 กลุ่มที่สอง กิจการโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจโดยมีพันธกิจจากรัฐ ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (ช่อง 5) และสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 และกลุ่มสุดท้าย กิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะ ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

ส่วนกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้ ใบอนุญาตประกอบกิจการประเภทบริการสาธารณะ ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (ททบ.5) สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) Thai PBS และสถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา ใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจซึ่งแบ่งเป็น 4 หมวดหมู่ ได้แก่ (1) หมวดหมู่เด็ก เยาวชนและครอบครัว จำนวน 3 ใบอนุญาต ประกอบด้วย ช่อง 3 Family ช่อง MCOT Kids & Family และช่อง LOCA (2) หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ จำนวน 7 ใบอนุญาต ประกอบด้วย ช่อง TNN24 ช่องไทยทีวี ช่องนิวทีวี (NEW TV) ช่อง Spring News ช่อง Bright TV ช่อง VOICE TV และช่อง Nation TV (3) หมวดหมู่ทั่วไปความคมชัดปกติ (SD) จำนวน 7 ใบอนุญาต ประกอบด้วย ช่อง เวิร์คพอยท์ ทีวี ช่อง True 4 U (ทรูโฟร์ยู) ช่อง

GMM25 ช่อง NOW ช่อง 8 ช่อง 3 SD และช่อง โมโน ทเวนตีไนน์ (Mono ๒๙) และ (4) หมวดหมู่ทั่วไปความคมชัดสูง (HD) จำนวน 7 ใบอนุญาต ประกอบด้วย ช่อง MCOT HD ช่อง One ช่อง ไทยรัฐทีวี ช่อง 3 HD ช่อง Amarin TV HD ช่อง 7 HD และช่อง พีพีทีวี (PPTV)

หลังจากมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของกิจการโทรทัศน์แล้ว ความคาดหวังของสังคมในการแก้ไขปัญหาที่มีมาอย่างยาวนานของกิจการโทรทัศน์ของไทยจึงถูกฝากไว้กับการปฏิบัติหน้าที่ของ กสทช. ทั้งในส่วนของ การคุ้มครองเสรีภาพในการสื่อสารและการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชน การคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค การพัฒนาคุณภาพการประกอบกิจการ การประกอบวิชาชีพ การส่งเสริมการกำกับดูแลกันเองของสื่อ และการใช้สื่อเพื่อประโยชน์สาธารณะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายเพื่อให้สอดคล้องกับเจตนารมณ์ของการปฏิรูปสื่อ

ภารกิจสำคัญประการหนึ่งของ กสทช. คือ การส่งเสริมการแข่งขันและการสร้างความหลากหลายในเนื้อหา ในหลายประเทศมีการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมให้เกิดความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์และความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ ตัวอย่างของการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายในประเทศที่มีแบบแผนปฏิบัติที่ดีมีดังนี้

ตัวอย่างของการกำกับดูแลโครงสร้างของกิจการโทรทัศน์ ได้แก่ การกำหนดพื้นที่การออกอากาศให้มีทั้งการออกอากาศระดับประเทศ ระดับภูมิภาค และระดับท้องถิ่น เช่น ในประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศออสเตรเลีย และประเทศแคนาดา จะมีการให้ใบอนุญาตการประกอบโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ โดยแบ่งเป็นกิจการเครือข่ายโทรทัศน์ และกิจการโทรทัศน์ท้องถิ่น (ACMA - The Australian Communications and Media Authority, 2017a; CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, 2017c; GOP - Government Publishing Office, 2017) เป็นต้น และการกำหนดประเภทของใบอนุญาตประกอบกิจการที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจงตามวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย หรือเนื้อหา เช่น ในประเทศออสเตรเลีย มีการให้ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อชาติพันธุ์ และใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อศาสนา (ACMA - The Australian Communications and Media Authority, 2017a) เป็นต้น

ส่วนตัวอย่างของการกำกับดูแลเนื้อหาของกิจการโทรทัศน์ ได้แก่ การกำหนดสัดส่วนให้มีกลุ่มเป้าหมายรายการที่หลากหลาย เช่น ในประเทศออสเตรเลีย มีการกำหนดให้ต้องออกอากาศรายการหลัก (Core programming) ซึ่งถูกสร้างมาเฉพาะให้เป็นรายการเพื่อการศึกษาและข้อมูลข่าวสารสำหรับเด็กและเยาวชนออกอากาศอย่างน้อย 30 นาที ทุกสัปดาห์ในช่วงเวลาที่กำหนด การกำหนดให้กิจการโทรทัศน์เพื่อบริการทางธุรกิจแบบภาคพื้นดินออกอากาศรายการสำหรับเด็กก่อนวัยเรียน 130 ชั่วโมงต่อปี และรายการสำหรับเด็ก 260 ชั่วโมงต่อปี และการกำหนดให้ออกอากาศ

รายการสำหรับเด็กในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ เวลา 7.00-8.30 น. และ เวลา 16.30-20.30 น. และในวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุด เวลา 7.00-20.30 น. (ACMA - The Australian Communications and Media Authority, 2017g) เป็นต้น และการกำหนดสัดส่วนในรูปแบบรายการ เช่น ในประเทศออสเตรเลีย มีการกำหนดให้กิจการโทรทัศน์ออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับออสเตรเลียในสัดส่วนร้อยละ 55 ต่อปี ในช่วงระหว่าง 6.00-24.00 น. โดยเป็นรายการโทรทัศน์ที่การออกอากาศครั้งแรก (First release) และเป็นรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับออสเตรเลีย (Australian content) โดยกำหนดเป็นประเภทรายการ ดังนี้ ละคร สารคดี และรายการสำหรับเด็ก (ACMA - The Australian Communications and Media Authority, 2017f) เป็นต้น

ดังนั้นจึงเป็นที่น่าสนใจว่าการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์และความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ควรมีแนวทางเป็นอย่างไร เพื่อให้สอดคล้องกับเจตนารมณ์ของการปฏิรูปสื่อ นอกจากนั้น การกำกับดูแลที่ดีควรตั้งอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลและข้อเท็จจริงที่ถูกต้องซึ่งจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถเลือกใช้วิธีการกำกับดูแลได้อย่างเหมาะสม การกำกับดูแลเพื่อความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์จึงจำเป็นที่จะต้องทราบถึงสถานะของความหลากหลายของกิจการโทรทัศน์ว่ามีความหลากหลายมากน้อยเพียงใด โดยเฉพาะอย่างยิ่งสภาพความหลากหลายภายหลังการประมูลโทรทัศน์ในระบบดิจิตอล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ ซึ่งถือว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงสำคัญของโครงสร้างของกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทย

จากที่มาและความสำคัญข้างต้น จึงนำมาสู่ปัญหาการวิจัยและวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

## 1.2 ปัญหาการวิจัย

1. แนวทางในการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย ควรมีรูปแบบและวิธีการอย่างไร
2. กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายควรมีลักษณะอย่างไร
3. การเปลี่ยนผ่านของโทรทัศน์ภาคพื้นดินสู่ระบบดิจิตอลส่งผลต่อความหลากหลายของรูปแบบรายการ หรือไม่ อย่างไร

## 1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายในประเทศที่มีแบบแผนปฏิบัติที่ดี
2. เพื่อสร้างกรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย

3. เพื่อศึกษาถึงความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ ก่อนและหลังการประมูลโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ

#### 1.4 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาเรื่อง "การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย" มีขอบเขตการศึกษา ดังนี้ (1) การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายในประเทศที่มีแบบแผนปฏิบัติที่ดี ประกอบด้วย ประเทศสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ประเทศออสเตรเลีย และประเทศแคนาดา และ (2) ผังรายการโทรทัศน์ในช่วงก่อนการประมูลโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 และหลังการประมูลโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559

#### 1.5 นิยามศัพท์

"ความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์" หมายถึง สภาพของโครงสร้างตลาดของกิจการโทรทัศน์ที่มีลักษณะการประกอบกิจการ ลักษณะของความเป็นเจ้าของ แหล่งที่มาของเงินได้ของกิจการ และพื้นที่การออกอากาศ แตกต่างกันอย่างเพียงพอ เช่น การมีโครงสร้างของสื่อโทรทัศน์ที่มีทั้งการบริการสาธารณะ บริการทางธุรกิจ และบริการชุมชน การมีลักษณะความเป็นเจ้าของที่มีทั้งหน่วยงานของรัฐ เอกชน องค์กรสาธารณะ และชุมชน การมีแหล่งที่มาของรายได้ของกิจการที่มีทั้งจากการโฆษณา กองทุนสาธารณะ การสนับสนุนของผู้รับสาร และภาษี การมีพื้นที่การออกอากาศที่มีทั้งระดับชาติ ระดับจังหวัด และระดับท้องถิ่น เป็นต้น

"ความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์" หมายถึง สภาพของการนำเสนอเนื้อหาภายในตลาดของกิจการโทรทัศน์ที่มีลักษณะของรูปแบบรายการ เนื้อหารายการ วัตถุประสงค์รายการ และกลุ่มเป้าหมายรายการ แตกต่างกันอย่างเพียงพอ เช่น รูปแบบรายการที่มีทั้งรายการข่าว รายการสารคดี รายการละคร และรายการพุดคุย เนื้อหารายการที่มีทั้งข้อมูลข่าวสารและความบันเทิง วัตถุประสงค์รายการที่มีทั้งการแจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้ความรู้ และให้ความบันเทิง และกลุ่มเป้าหมายรายการที่ครอบคลุมทุกเพศ ทุกวัยและทุกอาชีพ เป็นต้น

"การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์" หมายถึง เครื่องมือที่ใช้สำหรับการดูแล ควบคุม บังคับ และจำกัดกิจกรรมหรือการดำเนินงานของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ ทั้งทางด้านโครงสร้างและเนื้อหา เพื่อนำไปสู่เป้าหมายของนโยบายสื่อที่กำหนด โดยอาจอยู่ในรูปของกฎหมาย ระเบียบ หรือคำสั่ง

"กิจการโทรทัศน์" หมายถึง กิจการที่ให้บริการการส่งข้อมูลข่าวสารหรือรายการที่เป็นภาพ และเสียงไปยังเครื่องรับที่สามารถรับชมและฟังการให้บริการนั้นได้ โดยใช้คลื่นความถี่ภาคพื้นดินและไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ไม่ว่าจะ เป็นระบบแอนะล็อกหรือระบบดิจิทัล

#### 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถนำแนวทางการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายในประเทศที่มีแบบแผนปฏิบัติที่ดีไปใช้ในการส่งเสริมความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์ได้
2. สามารถนำกรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายที่พัฒนาขึ้นไปใช้เป็นกรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายของประเทศไทยได้
3. สามารถนำผลการศึกษาเกี่ยวกับสถานะความหลากหลายไปใช้ประกอบในการกำหนดนโยบายและกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อสร้างความหลากหลายได้



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง "การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย" นำแนวคิดดังต่อไปนี้มาประกอบในการวิเคราะห์และอภิปรายผลการวิจัย

#### 2.1 กลุ่มทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อ (Normative theories of media)

##### 2.1.1 กลุ่มทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อก่อนปี ค.ศ.2000

##### 2.1.1 กลุ่มทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อหลังปี ค.ศ.2000

#### 2.2 การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์

#### 2.3 อุตสาหกรรมโทรทัศน์ภาคพื้นดินในประเทศไทย

#### 2.4 การวัดความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์

##### 2.4.1 ความหมายของความหลากหลายของสื่อ

##### 2.4.2 มิติความหลากหลายของสื่อ

##### 2.4.3 ความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์

##### 2.4.4 ความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์

##### 2.4.5 แนวทางการวัดความหลากหลายในรูปแบบรายการโทรทัศน์

##### 2.4.6 ดัชนีวัดความหลากหลาย

#### 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

##### 2.5.1 งานวิจัยเกี่ยวกับการกำกับดูแล

##### 2.5.2 งานวิจัยเกี่ยวกับโครงสร้างสื่อ

##### 2.5.3 งานวิจัยเกี่ยวกับเนื้อหาสื่อ

#### 2.1 กลุ่มทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อ (Normative theories of media)

กลุ่มทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อเป็นกลุ่มทฤษฎีที่อธิบายเกี่ยวกับแนวคิดที่ควรจะเป็นสำหรับโครงสร้างและการประกอบกิจการของสื่อมวลชน กลุ่มทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่แตกต่างจากทฤษฎีการสื่อสารมวลชนอื่น เพราะไม่ได้พยายามอธิบายปรากฏการณ์ทางการสื่อสารที่เกิดขึ้น หรือใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์เพื่ออธิบายหรือทำนายปรากฏการณ์ทางการสื่อสาร แต่เป็นการอธิบายถึงสิ่งที่สื่อควรเป็นภายใต้คุณค่าหรือหลักการที่ดี ที่มาของทฤษฎีบรรทัดฐานมักเกิดจากการพัฒนาจากทฤษฎีบรรทัดฐานเดิมโดยผู้ปฏิบัติหน้าที่สื่อ นักวิจารณ์สื่อ หรือนักวิชาการ (Baran & Davis, 2009, p. 98)

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับกลุ่มทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อก่อนปี ค.ศ.2000 และกลุ่มทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อหลังปี ค.ศ. 2000 โดยที่กลุ่มทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อก่อนปี ค.ศ.2000 จะใช้เกณฑ์ความมีอิสระต่อรัฐในการแบ่งระบบสื่อมวลชน ส่วนกลุ่มทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อหลังปี ค.ศ.2000 จะใช้เกณฑ์ในการแบ่งมากกว่า 1 เกณฑ์ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

### 2.1.1 กลุ่มทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อก่อนปี ค.ศ.2000

สำหรับกลุ่มทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อก่อนปี ค.ศ.2000 ส่วนใหญ่เป็นการแบ่งกลุ่มระบบสื่อมวลชนตามความอิสระจากรัฐ โดยมีหนังสือ Four theories of the press ของ Siebert, Peterson, and Schramm (1956) ที่ได้รับความนิยมมาก นอกจากนั้นยังมีหนังสือ Media Message and Men ของ Merrill and Lowenstein (1971) หนังสือ Communications ของ Williams (1976) และหนังสือ The world news prism: Changing media of international communication ของ Hachten and Hachten (1992) ที่พยายามอธิบายถึงระบบของสื่อที่แตกต่างกัน ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

Fred Siebert, Theodore Peterson และ Wilbur Schramm (1956, pp. 1-2) ได้ร่วมกันเขียนหนังสือ Four theories of the press ซึ่งถือว่าเป็นรากฐานและที่มาของกลุ่มทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อ แนวคิดของหนังสือเล่มนี้ถูกใช้เป็นพื้นฐานในการเรียนการสอนเกี่ยวกับเรื่องเสรีภาพและระบบของสื่อมวลชนในประเทศไทยและอาจถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้เกิดการพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อ หนังสือเล่มนี้ต้องการตอบคำถามที่ว่า ทำไมสื่อจึงเป็นอย่างที่เป็นอยู่? (Why is the press as it it?) ทำไมสื่อจึงทำหน้าที่สนองวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน และมีรูปแบบที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศ? (Why does it apparently serve different purposes and appear in widely different forms in different countries?) เช่น ทำไมสื่อในสหภาพโซเวียตจึงแตกต่างจากสื่อในสหรัฐอเมริกา และสื่อในประเทศอาร์เจนตินาจึงแตกต่างจากสื่อในสหราชอาณาจักร? (Why, for example, is the press of the Soviet Union so different from our own [the United States of America], and the press of Argentina so different from that of Great Britain?) หนังสือเล่มนี้อธิบายว่า ระบบของสื่อมวลชนของแต่ละประเทศขึ้นอยู่กับโครงสร้างทางสังคมและการเมือง โดยผู้เขียนแบ่งหนังสือออกเป็น 4 บทเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างทางสังคมและการเมืองกับระบบสื่อมวลชน ได้แก่ ทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อแบบอำนาจนิยม (Authoritarian theory) ทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อแบบอิสราภาพนิยม (Libertarian



theory) ทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อแบบคอมมิวนิสต์โซเวียต (Soviet communist theory) และ ทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อแบบความรับผิดชอบต่อสังคม (Social responsibility theory)

บทแรกอธิบายเกี่ยวกับทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อแบบอำนาจนิยม (Authoritarian theory) ภายใต้แนวคิดที่ว่า ความจริงมาจากผู้รู้จำนวนหนึ่งที่อยู่ในฐานะผู้นำ อยู่ใกล้กับศูนย์กลาง และไม่ได้มาจากคนส่วนใหญ่ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงมีหน้าที่เป็นสื่อกลางนำข้อมูลข่าวสารหรือความจริงจากศูนย์กลางไปยังเขตโดยรอบ หรือจากผู้ปกครองไปยังผู้ถูกปกครองตามที่ผู้ปกครองเห็นว่าผู้ถูกปกครองควรรับทราบ ภายใต้แนวคิดนี้ สื่อมวลชนมีหน้าที่ตอบสนองตามนโยบายของผู้ปกครอง (Siebert et al., 1956, pp. 2-3) ผู้ปกครองคือผู้มีอำนาจและใช้อำนาจนั้นในการควบคุมการสื่อสารทุกรูปแบบ เพื่อป้องกันและรักษาความเป็นระเบียบในสังคม ตัวอย่างของการควบคุมการสื่อสาร เช่น การให้หรือยกเลิกใบอนุญาตแก่ผู้ประกอบการสื่อสารมวลชน การตรวจพิจารณาเนื้อหา ก่อนเผยแพร่ การกำหนดโทษทางอาญาสำหรับการควบคุมการทำงานของสื่อมวลชน เป็นต้น (Baran & Davis, 2009, p. 100) Severin และ Tankard (2010, pp. 309-310) อธิบายว่าในช่วงเวลาที่มีการคิดค้นเครื่องพิมพ์ (Printing press) เป็นช่วงที่ประเทศส่วนใหญ่ปกครองในระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ (Absolute monarchy) ซึ่งผู้ปกครองมีอำนาจเต็มในการบริหารประเทศ ดังนั้น สื่อสิ่งพิมพ์จึงถูกใช้เป็นเครื่องมือในการสนับสนุนนโยบายของรัฐและถูกห้ามการวิพากษ์วิจารณ์รัฐ

ต่อมา เมื่อปรัชญาของความรู้แจ้ง (The Enlightenment) ได้รับการยอมรับมากขึ้นและเริ่มแทนที่แนวคิดเดิม ทำให้เกิดทฤษฎีบรรทัดฐานใหม่ขึ้น ได้แก่ ทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อแบบอิสระภาพนิยม (Libertarian theory) แนวคิดนี้แตกต่างจากจากแนวคิดเดิม จากความเชื่อที่ว่าความจริงเกิดใกล้กับศูนย์กลางเป็นความเชื่อที่ว่าความจริงเกิดจากมนุษย์เอง ภายใต้ความเชื่อนี้ มนุษย์มีเหตุผล และสามารถแยกแยะความจริงออกจากความเท็จได้ด้วยตัวเอง และสามารถแยกแยะระหว่างทางเลือกที่ดีและทางเลือกที่ไม่ดีได้โดยไม่ต้องมีการชี้นำ ดังนั้น มนุษย์จึงควรได้รับสิทธิที่จะแสวงหาความจริงและสื่อมวลชนมีหน้าที่ในการช่วยแสวงหาความจริงนั้นทั้งหลักฐานและข้อโต้แย้ง เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการเลือกของมนุษย์ (Siebert et al., 1956, pp. 3-4) ภายใต้แนวคิดนี้ สื่อมวลชนจึงควรมีเสรีภาพในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายปราศจากการแทรกแซงจากภาครัฐเพื่อทำให้เกิดตลาดทางความคิด (Marketplace of ideas) ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการโต้เถียงสาธารณะ ผู้รับสารจะสามารถใช้ข้อมูลข่าวสารจากการโต้เถียงสาธารณะเพื่อประกอบการตัดสินใจในการแยกแยะความจริงหรือเลือกทางเลือกที่ดีได้ด้วยตัวเอง อย่างไรก็ตาม การจำกัดเสรีภาพของสื่อมวลชนยังสามารถกระทำได้ในกรณีที่ใช้เสรีภาพของสื่อมวลชนอาจกระทบกระเทือนสิทธิและเสรีภาพของบุคคลอื่น ตัวอย่างของการจำกัดเสรีภาพของสื่อมวลชน ได้แก่ การละเมิด การหมิ่นประมาท การโฆษณาหลอกลวง ความผิดฐานลามกอนาจาร และการใช้ภาษา

หายบคาย การจำกัดเสรีภาพของสื่ออาจอยู่ในรูปแบบของกฎหมายหรือจรรยาบรรณวิชาชีพก็ได้ (Baran & Davis, 2009, pp. 102-103)

แนวคิดตลาดทางความคิดข้างต้นอาจมีความซับซ้อนมากขึ้น หากเป็นกรณีของตลาดสื่อมวลชน ในทางทฤษฎี หากมีผู้ผลิตเนื้อหาที่ดี ผู้บริโภคย่อมสนับสนุนเนื้อหานั้นซึ่งทำให้ผู้ผลิตเนื้อหาที่ดีมีกำไรและสามารถผลิตเนื้อหาที่ดีได้โดยใช้ต้นทุนที่ต่ำกว่า ในทางกลับกัน หากมีผู้ผลิตเนื้อหาที่ไม่ดี ผู้บริโภคย่อมไม่สนับสนุน ทำให้ผู้ผลิตเนื้อหาที่ไม่ดีต้องใช้ต้นทุนที่สูงกว่า จนทำให้ขาดทุนและเลิกกิจการไป แต่ในทางปฏิบัติ ผู้บริโภคไม่ได้เป็นผู้สนับสนุนผู้ผลิตเนื้อหาโดยตรง แต่เป็นเจ้าของสินค้าที่ต้องการสื่อสารไปยังผู้บริโภคโดยผ่านสื่อมวลชน ยกตัวอย่างในกรณีของสื่อโทรทัศน์ซึ่งผู้ชมสามารถเปิดรับชมได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย แต่เป็นเจ้าของสินค้าที่ต้องการเผยแพร่ข้อมูลของสินค้าไปยังผู้ชมเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายของผู้ผลิตเนื้อหาแทน เหตุผลของการเลือกสนับสนุนของเจ้าของสินค้าจึงอาจไม่ใช่เป็นเพราะรายการโทรทัศน์มีเนื้อหาที่ดีหรือเป็นความจริง แต่เป็นการสนับสนุนจากความสามารถในการเข้าถึงผู้บริโภคหรือจำนวนของผู้ชม (Baran & Davis, 2009, pp. 104-106)

แนวคิดของทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อแบบอิสระภาพนิยมซึ่งสนับสนุนให้สื่อมวลชนเป็นอิสระจากการแทรกแซงโดยภาครัฐและพยายามทำให้เกิดการแข่งขันทางธุรกิจของสื่อมวลชนนั้นอาจทำให้เกิดการครอบงำจากภาครัฐกิจ เพราะเมื่อธุรกิจเป็นเจ้าของสื่อมวลชนจะมีแนวโน้มที่เจ้าของหรือผู้ประกอบการกิจการสื่อมวลชนเป็นผู้ตัดสินใจว่า บุคคลใด ข้อเท็จจริงใด หรือประเด็นใดสมควรได้รับการถ่ายทอดสู่ประชาชน หรือไม่ อย่างไร ซึ่งถือว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงจากการแทรกแซงโดยรัฐเป็นการครอบงำโดยธุรกิจ (Siebert et al., 1956, pp. 4-5) นอกจากนี้ ตามแนวคิดของสำนักคิดชิคาโก (Chicago School) ซึ่งสนับสนุนความหลากหลายของกลุ่มทางวัฒนธรรมและเชื้อชาติ ปัญหาหนึ่งที่เป็นผลมาจากการสนับสนุนเสรีภาพของสื่อมวลชน ได้แก่ การที่สื่อมวลชนมักเลือกตอบสนองเฉพาะความสนใจของคนกลุ่มใหญ่ที่มีอำนาจมากกว่าในสังคมและมักละเลยที่จะตอบสนองความสนใจของคนกลุ่มน้อย แนวคิดนี้ครอบคลุมถึงการใช้สื่อมวลชนในการแสวงหาอำนาจทางการเมืองหรือการใช้สื่อเพื่อสร้างความเกลียดชังและความกลัวให้กับคนกลุ่มใหญ่เพื่อให้ต่อต้านคนกลุ่มน้อย ตัวอย่างสำคัญ ได้แก่ การสร้างและรณรงค์โฆษณาชวนเชื่อความเกลียดชังต่อชาวยิวในสมัยนาซีเยอรมันในช่วงก่อนและระหว่างสงครามโลกครั้งที่สอง (Baran & Davis, 2009, pp. 112-113)

แนวทางที่จะสามารถคุ้มครองเสรีภาพของสื่อมวลชนจากทั้งการแทรกแซงโดยรัฐและการครอบงำโดยธุรกิจ รวมถึงการส่งเสริมให้เกิดความหลากหลายทางวัฒนธรรม ได้แก่ การสนับสนุนให้สื่อมวลชนมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Social responsibility) แนวคิดนี้เริ่มจากการเผยแพร่รายงานวิจัย "A Free and Responsible Press" ในปี ค.ศ.1947 รายงานวิจัยฉบับดังกล่าวเป็นรายงานวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ ภาพยนตร์ นิตยสาร และหนังสือ

โดยมีข้อเสนอแนะต่อรัฐ สื่อมวลชน และสาธารณะ ในส่วนของสื่อมวลชนมีการนำเสนอว่าสื่อมวลชนควรมีความรับผิดชอบ แต่ก็มีการตั้งคำถามว่า ใครจะเป็นผู้พิจารณาสื่อว่าปฏิบัติหน้าที่ตามความรับผิดชอบต่อสังคม อะไรจะเป็นความคิดเห็นที่มีคุณค่ามากเพียงพอต่อเวลาและพื้นที่ของสื่อ (Severin & Tankard, 2010, p. 314) แนวคิดนี้เป็นที่มาของทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อแบบความรับผิดชอบต่อสังคม (Social responsibility theory) ซึ่งสนับสนุนให้สื่อมวลชนทำหน้าที่ตรวจสอบการทำงานของสถาบันทางสังคมอื่น รวมถึงการรายงานข่าวที่ถูกต้องอย่างไม่มีอคติ และเพื่อที่จะสนับสนุนให้เป็นสังคมที่ดี สื่อมวลชนควรให้ความสำคัญกับความหลากหลายทางวัฒนธรรมมากกว่าการตอบสนองตามความต้องการของชนชั้นนำหรือกลุ่มคนที่มีอำนาจเหนือกว่าในสังคม แนวคิดนี้จึงไม่ได้สนับสนุนเพียงแค่เสรีภาพของสื่อมวลชนที่จะนำเสนอข้อมูลข่าวสารได้ตามที่ต้องการ แต่เป็นการสนับสนุนการนำเสนอที่จะต้องคำนึงถึงหน้าที่ของตนเองที่มีต่อสังคมด้วย แม้ว่าจะทำให้กำไรลดน้อยลงก็ตาม (Baran & Davis, 2009, pp. 113-114)

สำหรับทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อแบบคอมมิวนิสต์โซเวียต (Soviet communist theory) นั้น มีรากฐานมาจากลัทธิมาร์กซ์ (Marxism) และความจำเป็นในการธำรงไว้ซึ่งพรรคคอมมิวนิสต์ สื่อมวลชนจะถูกผนวกเป็นเครื่องมือหนึ่งของรัฐและพรรคคอมมิวนิสต์ เพื่อประโยชน์ในการสร้างเอกภาพและการสร้างความเข้าใจในแนวคิดทางการเมืองที่ถูกต้องให้แก่ประชาชน สื่อมวลชนมีเสรีภาพในแบบที่แตกต่างจากสื่อมวลชนภายใต้แนวคิดของทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อแบบอิสราฟานิยม กล่าวคือ การมีข้อจำกัดสำคัญของเสรีภาพที่จะไม่เป็นปฏิปักษ์ต่อรัฐและเสรีภาพจะถูกใช้เพื่อประโยชน์ของชนชั้นแรงงานและเพื่อสนับสนุนระบบของสังคมนิยมให้มีความเข้มแข็งขึ้น (Siebert et al., 1956, pp. 121-127)

อย่างไรก็ดี ในส่วนของหนังสือ Four theories of the press นั้น มีจุดอ่อนสำคัญ ได้แก่ แนวทางการอธิบายระบบสื่อมวลชน โดยการอธิบายระบบสื่อมวลชนของประเทศหนึ่งแล้วให้คำจำกัดความว่าเป็นระบบหนึ่ง โดยคาดหวังว่าคำจำกัดความนี้จะสามารถอธิบายระบบสื่อมวลชนของประเทศอื่นที่มีความใกล้เคียงกันได้ ดังนั้น เมื่อต้องการจะตอบคำถามว่าประเทศใดประเทศหนึ่งอยู่ในระบบสื่อมวลชนประเภทใดตามหนังสือ Four theories of the press ย่อมเกิดปัญหาว่าไม่สามารถจัดประเภทได้

ในช่วงเวลาใกล้กันนั้น ยังมีนักวิชาการอีกหลายท่านที่อธิบายถึงระบบสื่อมวลชน อาทิเช่น

ในหนังสือ Media Message and Men ของ John C. Merrill & Ralph L. Lowenstein (1971, pp. 174-175) ได้อธิบายถึงระบบของสื่อมวลชนที่แตกต่างกันว่า ระบบสื่อมวลชนในประเทศต่าง ๆ จะอยู่บนเส้นที่ลากจากระบบสื่อมวลชนแบบอำนาจนิยมไปยังระบบสื่อมวลชนแบบอิสราฟานิยม หมายความว่า ประเภทของระบบสื่อมวลชนในประเทศต่าง ๆ มีแนวโน้มเข้าสู่ระบบสื่อมวลชนแบบอำนาจนิยม หรือมีแนวโน้มเข้าสู่ระบบสื่อมวลชนแบบอิสราฟานิยม

นอกจากนั้น ยังได้อธิบายเกี่ยวกับลักษณะความเป็นเจ้าของสื่อ (Press ownership) และปรัชญาเกี่ยวกับสื่อ (Press philosophies) โดยแบ่งลักษณะความเป็นเจ้าของสื่อออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ (1) เอกชน (Private) ได้แก่ ปัจเจกบุคคล (Individuals) หรือองค์กรที่ไม่ใช่รัฐ (Nongovernment corporation) โดยสนับสนุนผ่านการโฆษณาหรือค่าสมาชิก (2) พรรคการเมือง โดยสนับสนุนผ่านทางพรรคการเมืองหรือสมาชิกพรรคการเมือง และ (3) รัฐหรือพรรคการเมืองเสียงข้างมากโดยสนับสนุนจากงบประมาณของรัฐ การแบ่งตามลักษณะความเป็นเจ้าของแสดงให้เห็นถึงแหล่งที่มาของเงินทุนซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงวัตถุประสงค์และลักษณะการประกอบกิจการ เช่น หากเอกชนเป็นเจ้าของ แหล่งรายได้สำคัญมาจากรายได้ค่าโฆษณาหรือรายได้ค่าสมาชิก จึงเป็นที่เข้าใจได้ว่าระบบสื่อมวลชนตอบสนองต่อความต้องการของการโฆษณา (Merrill & Lowenstein, 1971, pp. 186-187)

ส่วนการแบ่งตามปรัชญาเกี่ยวกับสื่อ สามารถแบ่งได้เป็น 4 ลักษณะ ได้แก่ (1) อำนาจนิยม (Authoritarian) ได้แก่ การใช้อำนาจของรัฐทางลบในการควบคุมสื่อที่จะวิพากษ์วิจารณ์เพื่อดำรงไว้ซึ่งอำนาจการบริหาร (2) การรวมศูนย์เชิงสังคมนิยม (Social-Centralist) ได้แก่ การใช้อำนาจของรัฐทางบวกในการควบคุมสื่อเพื่อเป้าหมายทางเศรษฐกิจและปรัชญาของชาติ (3) เสรีนิยม (Libertarian) ได้แก่ การไร้ซึ่งอำนาจควบคุมจากรัฐเพื่อรับรองตลาดทางความคิดและกระบวนการกำกับดูแลกันเอง และ (4) เสรีนิยมเชิงสังคมนิยม (Social-Libertarian) การจำกัดอำนาจของรัฐในการควบคุมสื่อเพื่อให้เกิดช่องทางการสื่อสารและรับรองการปฏิบัติหน้าที่ภายใต้หลักคิดเสรีนิยม (Merrill & Lowenstein, 1971, p. 187) ต่อมา Merrill และ Lowenstein (1990, p. 167) ได้เปลี่ยนชื่อ (2) การรวมศูนย์เชิงสังคมนิยม (Social-Centralist) เป็น (2) อำนาจนิยมเชิงสังคมนิยม (Social-Authoritarian) และเพิ่มปรัชญาเกี่ยวกับสื่อการรวมศูนย์เชิงสังคมนิยม (Social-Centralist) ได้แก่ การใช้สื่อบางช่องทางของรัฐเพื่อทำให้เกิดแนวคิดเสรีนิยม

การแบ่งระบบสื่อมวลชนโดยใช้เกณฑ์ทั้งลักษณะความเป็นเจ้าของและปรัชญาสื่อแสดงให้เห็นว่าการแบ่งระบบสื่อมวลชนสามารถผสมผสานแนวคิดที่แตกต่างกันในระบบสื่อมวลชนของประเทศใดประเทศหนึ่งได้ ซึ่งแตกต่างจากการแบ่งอย่างเด็ดขาดของหนังสือ Four theories of the press ซึ่งส่งผลให้เกิดปัญหาในการอธิบายระบบสื่อมวลชนในประเทศต่าง ๆ ดังนั้น การจัดประเภทของระบบสื่อมวลชนจึงควรมีความยืดหยุ่น หมายความว่า ระบบสื่อมวลชนในประเทศหนึ่งอาจมีการผสมผสานแนวคิดที่ได้กล่าวมาแล้วได้ ทั้งในส่วนของคุณลักษณะความเป็นเจ้าของสื่อและปรัชญาเกี่ยวกับสื่อ เช่น ในประเทศหนึ่งอาจมีลักษณะความเป็นเจ้าของของสื่อทั้งรัฐ เอกชน และพรรคการเมือง หรืออาจจะแบ่งเป็นภาคเอกชนเป็นเจ้าของกิจการสิ่งพิมพ์ ส่วนภาครัฐเป็นเจ้าของกิจการโทรทัศน์ เป็นต้น (Merrill & Lowenstein, 1971, pp. 187-188)

นักวิชาการอีกท่านหนึ่งที่อธิบายเกี่ยวกับระบบสื่อมวลชน ได้แก่ William (1976, pp. 129-134) โดยในหนังสือ Communications พยายามอธิบายถึง การควบคุม (Control) และเสรีภาพ (Freedom) โดยแบ่งระบบสื่อมวลชนออกเป็น 4 ระบบ ได้แก่ (1) ระบบสื่อมวลชนแบบอำนาจนิยม (Authoritarian) การสื่อสารถูกใช้เพื่อการส่งคำสั่ง แนวคิด และทัศนคติของผู้ปกครองไปยังผู้ถูกปกครอง การผูกขาดช่องทางการสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นในระบบการปกครอง อาจเป็นการกำกับดูแลโดยตรงโดยกลุ่มผู้มีอำนาจหรือทางอ้อมผ่านระบบตรวจสอบพิจารณา ก่อน โดยมีวัตถุประสงค์ให้เกิดความเรียบร้อยในสังคม (2) ระบบสื่อมวลชนแบบบิดานิยม (Paternal) มีลักษณะเหมือนระบบสื่อมวลชนแบบอำนาจนิยม แต่มีความรู้สึกผิดชอบชั่วดี ลักษณะของการกำกับดูแลสื่อมวลชนจะมีการอ้างความชอบธรรม เช่น การควบคุมสื่อเพื่อการพัฒนาของคนส่วนใหญ่ การผูกขาดช่องทางการสื่อสารเพื่อป้องกันกลุ่มผู้ไม่หวังดีใช้ช่องทางการสื่อสาร การตรวจสอบพิจารณา ก่อนเพื่อป้องกันเนื้อหาที่อาจเป็นอันตรายต่อปัจเจกบุคคล กลุ่มสังคม หรือประโยชน์สาธารณะ เป็นต้น (3) ระบบสื่อมวลชนแบบการค้า (Commercial) เป็นระบบที่อยู่ภายใต้ความเชื่อเกี่ยวกับเสรีภาพของบุคคลที่จะสามารถซื้อขายสินค้าหรือบริการใด ๆ และเสรีภาพในการสื่อสารจะต้องถูกรับรอง ระบบสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับตลาดทำให้เกิดความเสี่ยงในการประกอบกิจการ ปัจจัยด้านการลงทุน การประกอบธุรกิจ และผลประกอบการจะเข้ามามีบทบาทสำคัญในกระบวนการสื่อสาร และ (4) ระบบสื่อมวลชนแบบประชาธิปไตย (Democratic) มีความคล้ายคลึงกับระบบสื่อมวลชนแบบการค้า กล่าวคือ ปัจเจกบุคคลมีเสรีภาพที่จะเลือกและรับสิ่งที่เลือก ไม่ควรมีใครกำหนดให้ปัจเจกบุคคลต้องเลือกและต้องไม่เลือกอะไร หรือควรเลือกและไม่ควรเลือกอะไร และไม่ควรถูกกำหนดจากผลกำไรหรือขาดทุนที่จะเกิดขึ้นจากการสื่อสาร ระบบสื่อมวลชนที่เหมาะสมกับระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตยต้องคำนึงถึงเสรีภาพในการส่งและรับข้อมูลข่าวสาร ไม่จำกัดว่าจะเป็นคนกลุ่มใหญ่หรือคนกลุ่มน้อยของสังคม ภายใต้วัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์สาธารณะ

ส่วนหนังสือ Making the news ของ Peter Golding และ Philip Elliott (1979, pp. 46-47) ได้อธิบายถึงบทบาทของสื่อมวลชนที่มีต่อรัฐ โดยแบ่งเป็น 4 บทบาท ได้แก่ (1) สุนัขเฝ้าบ้าน (Watchdog) สื่อมวลชนควรทำหน้าที่ตามแนวคิดเสรีนิยม โดยมีความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้บริโภค (2) ประชาสัมพันธ์ (Public relations) สื่อมวลชนควรทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงให้แก่รัฐตามแนวคิดอำนาจนิยม (3) การเมือง (Politics) สื่อมวลชนควรมีความเป็นอิสระจากรัฐ แต่ต้องมีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการเมือง และ (4) ผู้สังเกต (Observer) สื่อมวลชนควรทำหน้าที่สังเกตการณ์สิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมอย่างเป็นกลาง ไม่มีอคติ อย่างไรก็ตาม Golding และ Elliott (1979) ได้นำเสนอกรณีศึกษาที่ระบบสื่อมวลชน 2 ระบบที่อาจมิได้เป็นไปตามทฤษฎี ได้แก่ (1) สื่อมวลชนในกลุ่มประเทศแอฟริกา โดยยกตัวอย่างสื่อมวลชนในไนจีเรียที่ถูกใช้เป็นเครื่องมือทางการเมืองในการต่อต้านลัทธิจักรวรรดินิยม (Imperialism) ซึ่งอาจเรียกว่าเป็นการปฏิวัติของกลุ่มประเทศแอฟริกา

(African revolution) และ (2) สื่อมวลชนแบบสาธารณณะ โดยยกตัวอย่างองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพแห่งประเทศไทย (British Broadcasting Corporation - BBC) ในประเทศอังกฤษ และวิทยุสวาเรียมส์ หรือวิทยุแห่งสวีเดน (Sveriges radio) ในประเทศสวีเดนซึ่งมีลักษณะการให้บริการที่แตกต่างจากทั้งแนวคิดเสรีนิยมและอำนาจนิยม กล่าวคือ การดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์สาธารณะ

ตัวอย่างต่อมา ได้แก่ การแบ่งประเภทของระบบสื่อมวลชนของ William A. Hachten และ Harva Hachten (1992, pp. 16-33) ในหนังสือ The world news prism: Changing media of international communication ซึ่งอธิบายเกี่ยวกับธรรมชาติและบทบาทของสื่อมวลชน ภายใต้บริบททางประวัติศาสตร์และระบบการเมืองที่แตกต่าง โดยแบ่งแนวคิดเกี่ยวกับระบบสื่อมวลชน ได้ 5 แนวคิด ได้แก่

(1) แนวคิดแบบอำนาจนิยม (Authoritarian) สื่อมวลชนอยู่ภายใต้การควบคุมทั้งทางตรงและทางอ้อมจากรัฐหรือผู้มีอำนาจรัฐ ไม่สามารถวิจารณ์หรือบ่อนทำลายอำนาจรัฐได้และผู้มีอำนาจจะเป็นผู้พิจารณาว่าอะไรคือสิ่งที่เผยแพร่ได้หรือไม่เพื่อความอยู่รอดของรัฐ นอกจากนี้ ยังมองว่าความหลากหลายทางความคิดเป็นสิ่งที่ไม่จำเป็น การเห็นคล้อยตามกันเป็นสิ่งที่เป็นเหตุเป็นผลกว่า

ผู้มีอำนาจจะให้เสรีภาพแก่สื่อโดยที่ไม่เข้าไปแทรกแซงจนกว่าจะมีการวิพากษ์วิจารณ์หรือทำลายอำนาจ ผู้มีอำนาจอาจใช้วิธีตรวจพิจารณาก่อน การปิดสื่อมวลชน หรือการจำกัดสื่อมวลชน แนวคิดแบบอำนาจนิยมนี้อาจเกิดในระบบที่มีพรรคการเมืองและมีการเลือกตั้งประมุขของรัฐก็ได้ นอกจากนี้ ยังอาจมีการใช้แนวคิดนี้ในช่วงที่มีวิกฤตการณ์ต่าง ๆ โดยผู้มีอำนาจจะใช้อำนาจในการควบคุมสื่อ

(2) แนวคิดแบบตะวันตก (Western) เป็นแนวคิดที่มีการพัฒนาในช่วงเดียวกับช่วงการเกิดขึ้นของแนวคิดประชาธิปไตยในยุโรปและอเมริกาเหนือ สื่อมวลชนมีเสรีภาพในการรายงานข่าวและข้อมูลข่าวสารที่เป็นการวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาลโดยไม่ถูกคุกคามจากรัฐบาล แนวคิดดังกล่าวเป็นผลผลิตจากขนบทางการเมืองแบบเสรีซึ่งประกอบไปด้วยเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นและแหล่งข่าวที่หลากหลาย

อย่างไรก็ดี แม้สื่อมวลชนจะเป็นอิสระจากรัฐ แต่ก็ยังมีปัญหาในด้านการดำเนินธุรกิจซึ่งอาจส่งผลให้มีการเปลี่ยนวัตถุประสงค์ในการปฏิบัติหน้าที่ที่สื่อมวลชนเป็นการค้ากำไรมากกว่าจะคำนึงเรื่องเสรีภาพหรือประโยชน์สาธารณะและอาจให้ความสำคัญกับข่าวและข้อมูลข่าวสารลดลง แต่ให้ความสำคัญกับข่าวลือและข่าวฉาวของบุคคลที่มีชื่อเสียง นอกจากนี้ยังอาจมีปัญหากับการแทรกแซงการนำเสนอข่าวจากเจ้าของธุรกิจสื่อและปัญหาของการควมรวมกิจการสื่อมวลชน ทำให้เกิดการลดจำนวนความเป็นอิสระในตลาดทางความคิด จากปัญหาดังกล่าว จึงมีการพัฒนาแนวคิดเสรีนิยมภายใต้สิ่งที่ควรปฏิบัติของความรับผิดชอบต่อสังคม แนวคิดนี้ถือว่าสื่อมีบทบาทหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติต่อสังคมมากกว่าการค้ากำไร โดยการกำหนดมาตรฐานทางวิชาชีพสำหรับนักข่าว

รวมถึงการรายงานข่าวที่เชื่อถือได้และไม่ลำเอียง ในขณะที่รัฐจะมีอำนาจในการกำกับดูแลและการแทรกแซงการทำงานของสื่อเฉพาะเงื่อนไขที่ประโยชน์สาธารณะไม่ได้รับการตอบสนองเพียงพอ

(3) แนวคิดแบบคอมมิวนิสต์ (Communist) หากถือว่าแนวคิดแบบตะวันตกเป็นผลพวงจากแนวคิดทุนนิยม ระบบสื่อมวลชนภายใต้แนวคิดสังคมนิยมหรือในประเทศกำลังพัฒนาก็ไม่ควรที่จะถูกตัดสินใจจากมาตรฐานของแนวคิดแบบตะวันตก สำหรับแนวคิดแบบคอมมิวนิสต์ สื่อมวลชนเป็นส่วนประกอบสำคัญหนึ่งของพรรคคอมมิวนิสต์ ดังนั้นรัฐและพรรคคอมมิวนิสต์จึงเป็นเจ้าของสื่อโดยไม่ให้มีเอกชนมาเป็นเจ้าของสื่อ เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากอำนาจทุนนิยม เพราะฉะนั้นการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารจึงอยู่ภายใต้อำนาจของรัฐหรือพรรคคอมมิวนิสต์ โดย “คุณค่าของข่าว” ของแนวคิดแบบคอมมิวนิสต์จะมีความแตกต่างจาก “คุณค่าของข่าว” ของแนวคิดแบบตะวันตก กล่าวคือ คุณค่าข่าวในแนวคิดแบบคอมมิวนิสต์จะเป็นข้อมูลข่าวสารเชิงบวกต่อรัฐ และตอบสนองกับวัตถุประสงค์และนโยบายของรัฐ ไม่ใช่ตอบสนองความสนใจของสมาชิกของสังคม

อย่างไรก็ดี แนวคิดข้างต้นเริ่มมีการเปลี่ยนแปลง ส่วนหนึ่งมาจากสภาพเศรษฐกิจที่ล่าช้ากว่ากลุ่มประเทศชาติตะวันตก ปัญหาการจัดการข่าวอุบัติเหตุโรงไฟฟ้านิวเคลียร์ระเบิดที่เชอร์โนบิล และนโยบายกลาสโนสต์<sup>1</sup> (Glasnost) และเปเรสทรอยก้า<sup>2</sup> (Perestroika) ของ มิคฮาอิล กอร์บาชอฟ (Mikhail Gorbachev) การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเกิดขึ้นทั้งทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนและในทางปฏิบัติ โดยเปลี่ยนแปลงไปตามแนวทางของแนวคิดแบบตะวันตก เช่น การสิ้นสุดการผูกขาดการไหลเวียนของข่าวสารที่ถูกควบคุมโดยพรรคคอมมิวนิสต์ แนวคิดของความหลากหลายได้รับการยอมรับมากขึ้น สื่อมวลชนสามารถนำเสนอข่าว "แง่ลบ" ที่เกิดขึ้นในสังคมได้ ประชาชนสามารถเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่มีความหลากหลายมากขึ้น เป็นต้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

<sup>1</sup> นโยบายที่มุ่งให้กิจกรรมของรัฐบาลและองค์กรต่าง ๆ ได้รับการเปิดเผยและมีความโปร่งใสต่อประชาชนชาวโซเวียต จึงดำเนินการสร้างความโปร่งใสในเรื่องต่าง ๆ เช่น การทบทวนและวิพากษ์วิจารณ์นโยบายของสตาลิน การกำจัดเจ้าหน้าที่พรรคคอมมิวนิสต์และชนชั้นนำที่ฉ้อฉลและทำงานไม่มีประสิทธิภาพ ส่งเสริมให้มีการถกเถียงวิพากษ์วิจารณ์ปัญหาต่าง ๆ ของระบบโซเวียตได้ ให้เสรีภาพและสิทธิบางประการแก่ประชาชนที่เป็นชนกลุ่มน้อยบางกลุ่มโดยเฉพาะชาวยิว การออกกฎหมายห้ามดื่มสุราในเวลาทำงานและจำกัดจำนวนร้านขายสุรา เป็นต้น (วิมลวรรณ ภัทโรดม, 2559:529-532)

<sup>2</sup> นโยบายปฏิรูปในขั้นตอนที่สองต่อจากนโยบายกลาสโนสต์ เพื่อปรับโครงสร้างใหม่ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและการเมือง โดยการประกาศใช้แผนลดการควบคุมเศรษฐกิจโดยองค์กรของรัฐ และพยายามใช้กลไกตลาดมากขึ้น โดยการเปิดตลาดภายในสหภาพโซเวียตให้แก่การลงทุน และการทำธุรกิจร่วม ส่วนทางด้านการเมืองมีการจัดตั้งสภาผู้แทนราษฎร (Congress of People's Deputies) และมีการเปลี่ยนกฎการเลือกตั้งใหม่ และให้เสรีภาพแก่กระบวนการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรมากขึ้น (วิมลวรรณ ภัทโรดม, 2559:534-537)

(4) แนวคิดแบบการปฏิวัติ (Revolutionary) เป็นแนวคิดของการใช้การสื่อสารเพื่อล้มล้างอำนาจรัฐ สื่อมวลชนในแนวคิดนี้เชื่อว่าผู้มีอำนาจรัฐไม่สมควรอยู่ในอำนาจต่อไป เพราะไม่ได้ตอบสนองประโยชน์สาธารณะ ตัวอย่างของช่วงเวลาที่ระบบสื่อมวลชนอยู่ในช่วงแนวคิดแบบการปฏิวัติ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ใต้ดินของประเทศฝรั่งเศสในช่วงที่ถูกครอบครองโดยนาซี พรรคคอมมิวนิสต์ในประเทศรัสเซียที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสิทธิเสรีภาพ หนังสือพิมพ์ที่ส่งเสริมชาตินิยมในประเทศแอฟริกาใต้ในช่วงที่อยู่ภายใต้อาณานิคมของอังกฤษ แผ่นพับทางการเมืองในประเทศสหรัฐอเมริกาในช่วงที่อยู่ภายใต้อาณานิคมของประเทศอังกฤษ การบันทึกเสียงแนวคิดการปฏิวัติผ่านเทปคาสเซ็ท เป็นต้น

(5) แนวคิดแบบการพัฒนา (Developmental) สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการสร้างความเป็นชาติและการพัฒนาเศรษฐกิจสำหรับประเทศที่เพิ่งเป็นอิสระจากการเป็นอาณานิคม ทำให้มีความจำเป็นในการควบคุมสื่อ และแทนที่จะสนับสนุนแนวคิดสื่อมวลชนแบบตะวันตก ไม่ว่าจะเป็นแนวคิดความหลากหลายหรือแนวคิดการไหลอย่างเสรีของข้อมูลข่าวสารเป็นการอธิบายให้สมาชิกในสังคมเข้าใจถึงการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม การผูกขาดการไหลของข้อมูลข่าวสารจากชาติตะวันตก รวมถึงการนำเสนอมุมมองจากชาติตะวันตกถูกมองว่าเป็นการคุกคามทางวัฒนธรรม นอกจากนั้นสื่อของชาติตะวันตกยังถูกมองว่าเป็นเครื่องมือหนึ่งในการเอาเปรียบชาติกำลังพัฒนาในเชิงเศรษฐกิจและการเมือง ซึ่งแนวคิดแบบพัฒนามองว่าควรมีการจัดการกับความไม่สมดุลนี้

จากการแบ่งระบบสื่อมวลชนโดยนักวิชาการหลายท่านข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า ในช่วงก่อนปี ค.ศ.2000 นักวิชาการส่วนใหญ่ ได้แก่ Siebert, Peterson และ Schramm (1956) Merrill และ Lowenstein (1971) William (1976) Golding และ Elliott (1979) และ Hachten และ Hachten (1992) พยายามอธิบายว่าสื่อมวลชนควรทำหน้าที่อย่างไร ภายใต้เงื่อนไขทางการเมืองและคุณค่าของสังคมที่ต่างกัน ส่วนการแบ่งระบบสื่อมวลชนจะใช้เกณฑ์ความเป็นอิสระจากรัฐเป็นเกณฑ์สำคัญในการแบ่ง

### 2.1.2 กลุ่มทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อหลังปี ค.ศ.2000

ช่วงหลังปี ค.ศ.2000 นักวิชาการหลายท่านเริ่มมีการใช้เกณฑ์อื่นประกอบกับเกณฑ์ความเป็นอิสระจากรัฐในการแบ่งระบบสื่อมวลชน เช่น Ostini and Ostini (2002) Hallin and Mancini (2004) Yin (2008) Dennis McQuail (2014) เป็นต้น รายละเอียดของการอธิบายระบบสื่อมวลชนของแต่ละท่านมีดังต่อไปนี้

Ostini และ Ostini (2002, pp. 45-46) อธิบายในบทความ Beyond the four theories of the press: a new model of national media systems ถึงข้อจำกัดของกลุ่มทฤษฎีบรรทัดฐาน



ของสื่อที่ผ่านมา ได้แก่ ความพยายามที่จะกำหนดระบบสื่อมวลชนขึ้นมามากกว่าที่จะอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจากข้อมูลเชิงประจักษ์ และจุดอ่อนสำคัญของกลุ่มทฤษฎีนี้คืออำนาจในการอธิบายปรากฏการณ์ต่าง ๆ เพราะพื้นฐานของทฤษฎีคือสิ่งที่สื่อมวลชนควรจะเป็น ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงของบริบททางการเมืองจึงทำให้ความสามารถในการอธิบายลดลง เช่น การสิ้นสุดของสหภาพโซเวียตทำให้ระบบสังคมนิยมในประเทศจีนมีความแตกต่างจากระบบคอมมิวนิสต์ในช่วงสงครามเย็น เป็นต้น

เพื่อให้เข้าใจระบบสื่อมวลชนได้ดีขึ้น Ostini และ Ostini (2002, pp. 46-48) จึงได้นำเสนอแนวทางใหม่ในการแบ่งระบบสื่อมวลชน โดยการเก็บข้อมูลเชิงประจักษ์จากการนำเสนอข่าวในประเด็นความเป็นเจ้าของเกาะเตียวหยู (Diaoyu) หรือ เซนกากุ (Senkaku) ของหนังสือพิมพ์ในประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศญี่ปุ่น ประเทศจีน และเขตปกครองพิเศษฮ่องกง โดยใช้เกณฑ์สำคัญสองเกณฑ์ ได้แก่ มิติโครงสร้างและมิติความเป็นวิชาชีพ โดยที่มิติโครงสร้างถูกแบ่งเป็น 2 มิติ ได้แก่ มิติประชาธิปไตย (Democracy) ซึ่งสื่อมวลชนสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้โดยไม่มีการกำกับดูแลจากรัฐและมิติอำนาจนิยม (Authoritarian) ซึ่งสื่อมวลชนถูกกำกับดูแลจากรัฐและปราศจากเสรีภาพที่จะวิพากษ์วิจารณ์นโยบายของรัฐ ส่วนมิติความเป็นวิชาชีพแบ่งเป็น 2 มิติ ได้แก่ มิติอนุรักษนิยม (Conservatism) ซึ่งสื่อมวลชนปฏิเสธการเปลี่ยนแปลงในสังคมและมีค่านิยมในวิชาชีพที่จะสนับสนุนนโยบายรัฐ และมิติเสรีนิยม (Liberalism) ซึ่งสื่อมวลชนสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงในสังคม การปฏิรูปการแข่งขัน และการมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น

การใช้มิติโครงสร้างและมิติความเป็นวิชาชีพในการแบ่งระบบสื่อมวลชนทำให้สามารถแบ่งระบบสื่อมวลชนได้เป็น 4 ระบบ ได้แก่ (1) สื่อมวลชนในระบบประชาธิปไตยแบบอนุรักษนิยม (Democratic-conservative) หมายถึง สื่อมวลชนที่อยู่ในระบบการเมืองแบบประชาธิปไตยโดยมีแนวคิดที่จะรักษาสถานะทางสังคมไว้ ตัวอย่างของสื่อมวลชนในระบบนี้ ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น (2) สื่อมวลชนในระบบประชาธิปไตยแบบเสรีนิยม (Democratic-liberal) หมายถึง สื่อมวลชนที่อยู่ในระบบการเมืองแบบประชาธิปไตยโดยมีแนวคิดแบบเสรีนิยม ตัวอย่างของสื่อมวลชนในระบบนี้ ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา (3) สื่อมวลชนในระบบอำนาจนิยมแบบอนุรักษนิยม (Authoritarian-conservative) หมายถึง สื่อมวลชนที่ถูกควบคุมเนื้อหาจากรัฐและมีค่านิยมในการทำงานภายใต้การควบคุมนั้น ตัวอย่างของสื่อมวลชนในระบบนี้ ได้แก่ ประเทศจีน และ (4) สื่อมวลชนในระบบอำนาจนิยมแบบเสรีนิยม (Authoritarian-liberal) หมายถึง สื่อมวลชนที่ถูกควบคุมเนื้อหาจากรัฐ แต่ก็สนับสนุนการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ตัวอย่างของสื่อมวลชนในระบบนี้ ได้แก่ เขตปกครองพิเศษฮ่องกง (Ostini & Ostini, 2002, pp. 48-54)

Hallin และ Mancini (2004, p. 21) อธิบายถึงระบบสื่อมวลชนในหนังสือ Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics โดยใช้เกณฑ์ 4 เกณฑ์ในการแบ่งระบบ

สื่อมวลชนของกลุ่มประเทศในทวีปยุโรปและกลุ่มประเทศในทวีปอเมริกาเหนือ ได้แก่ (1) การพัฒนาของตลาดสื่อมวลชน (2) ความเกี่ยวข้องกับการเมือง (3) การพัฒนาวิชาชีพสื่อมวลชน และ (4) ระดับและลักษณะของการที่รัฐเข้าไปเกี่ยวข้องกับระบบสื่อมวลชน

จากการใช้เกณฑ์ของ Hallin และ Mancini (2004, pp. 73-75) สามารถแบ่งระบบสื่อมวลชนเป็น 3 ระบบ ได้แก่ (1) แบบจำลองแบบพหุนิยมแยกขั้ว (Polarized Pluralist model) เป็นระบบสื่อมวลชนที่มียอดจำหน่ายของหนังสือพิมพ์ไม่มากนัก มีกลุ่มเป้าหมายเป็นชนชั้นกลาง ภายหลังมีการพัฒนาเสรีภาพของสื่อมวลชนและอุตสาหกรรมสื่อ มีความสัมพันธ์กับการเมืองสูง และมีการพัฒนาวิชาชีพสื่อแต่ไม่มากเท่าแบบจำลองอื่น เช่น ประเทศฝรั่งเศส ประเทศกรีซ ประเทศอิตาลี ประเทศโปรตุเกส ประเทศสเปน เป็นต้น (2) แบบจำลองแบบประชาธิปไตยบรรษัทนิยม (Democratic Corporatist model) เป็นระบบสื่อมวลชนที่มียอดจำหน่ายของหนังสือพิมพ์สูงมาก มีเครือข่ายกับกลุ่มสังคมต่าง ๆ แม้ในประวัติศาสตร์สื่อมวลชนจะมีความสัมพันธ์กับการเมือง แต่ได้พัฒนาความเป็นวิชาชีพ และมีความเป็นองค์กรสูง เสรีภาพสื่อถูกพัฒนาร่วมกับการค้ากำไรและการเมือง เช่น ประเทศออสเตรีย ประเทศฟินแลนด์ ประเทศเยอรมัน ประเทศเนเธอร์แลนด์ ประเทศนอร์เวย์ ประเทศสวีเดน ประเทศสวิสเซอร์แลนด์ เป็นต้น และ (3) แบบจำลองแบบเสรีนิยม (Liberal model) เป็นระบบสื่อมวลชนที่มีการพัฒนาทางด้านเสรีภาพสื่อมวลชนสูง และมียอดจำหน่ายของหนังสือพิมพ์สูง หนังสือพิมพ์เพื่อการค้ามีอิทธิพลมากกว่าการเมือง สื่อมวลชนมีความเป็นวิชาชีพสูง เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศอังกฤษ ประเทศไอร์แลนด์ ประเทศแคนาดา เป็นต้น

อย่างไรก็ดี ประเทศที่อยู่ในกลุ่มการจัดประเภทข้างต้น มิได้หมายความว่า จะมีระบบทางการเมืองและระบบสื่อมวลชนที่เหมือนกัน แต่แต่ละประเทศก็มีความแตกต่างกัน แต่มีความคล้ายกันจึงถูกจัดอยู่ในกลุ่มเดียวกัน นอกจากนี้ ยังสรุปว่าระบบสื่อมวลชนย่อมไม่หยุดนิ่งคงที่ มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา และมีแนวโน้มที่จะมุ่งสู่แบบจำลองแบบเสรีนิยม (Hallin & Mancini, 2004, pp. 251-252)

บทความ Beyond the Four Theories of the Press: A New Model for the Asian & the World Press ของ Yin (2008, pp. 46-52) นำเสนอว่ากระบวนการทัศน์ของตะวันตกที่เป็นต้นฉบับของกลุ่มทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อให้ความสำคัญกับ "เสรีภาพ" เป็นอย่างมากทำให้เกณฑ์ในการแบ่งระบบสื่อมวลชนยังไม่ครอบคลุมและไม่สามารถปรับใช้ได้หลายประเทศโดยเฉพาะประเทศเกิดใหม่ ประเทศกำลังพัฒนา และประเทศในแถบเอเชีย ดังนั้น Yin (2008) จึงนำเสนอเกณฑ์ในการแบ่งระบบสื่อมวลชนเพิ่มขึ้นอีก 1 เกณฑ์ ได้แก่ กระบวนทัศน์ของตะวันออกที่เน้นความถูกต้องและความรับผิดชอบ การผสมผสานระหว่างแนวคิดตะวันตกและแนวคิดตะวันออกทำให้เกิดการใช้เกณฑ์ "เสรีภาพ (Freedom)" และเกณฑ์ "ความรับผิดชอบต่อ (Responsibility)" ควบคู่กันในการแบ่งระบบสื่อมวลชนซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ (1) มีเสรีภาพและมีความรับผิดชอบต่อ (Free and

responsible) สื่อมีเสรีภาพและเลือกที่จะมีความรับผิดชอบ และปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทในสังคม เช่น การให้การศึกษา การส่งเสริมคนส่วนน้อย การพัฒนาคน เป็นต้น (2) มีเสรีภาพแต่ไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Free and not responsible) สื่อมีเสรีภาพและเลือกที่จะมุ่งแสวงหาผลประโยชน์ ไม่ว่าจะอยู่ในรูปของกำไรหรืออำนาจ โดยไม่คำนึงถึงผลที่เกิดขึ้นจากการนำเสนอ แต่มุ่งที่จะแข่งขันเพื่อแย่งผู้รับสาร (3) ไม่มีเสรีภาพแต่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Responsible but not free) สื่อที่ไม่มีเสรีภาพแต่มุ่งที่จะปฏิบัติหน้าที่เพื่อประเทศ สังคม ชุมชน และครอบครัวมากกว่าคำนึงถึงสิทธิและเสรีภาพของบุคคล อาจยึดหลักศีลธรรมหรือศาสนาและเป้าหมายทางสังคมในการนำเสนอมากกว่าเป้าหมายทางธุรกิจ และ (4) ไม่มีเสรีภาพและไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Not free and not responsible) สื่อจะถูกจำกัดไม่ให้วิพากษ์วิจารณ์รัฐหรือเปิดโปงการทุจริตและไม่มีอิสระในกระบวนการนำเสนอ

นักวิชาการอีกหนึ่งท่านที่พยายามจัดประเภทของระบบสื่อมวลชน ได้แก่ Dennis McQuail (2014, pp. 184-185) โดยการนำเสนอกรอบแนวคิดในแบบจำลองการแบ่งระบบสื่อมวลชนที่มีความแตกต่างกัน ในหนังสือ McQuail's Mass Communication Theory ดังนี้

1. แบบจำลองพหุนิยมแบบเสรี หรือการตลาดเสรี (Liberal-pluralist or market model) สื่อสิ่งพิมพ์มีเสรีภาพในการเผยแพร่โดยไม่ต้องขออนุญาตหรือถูกแทรกแซงจากรัฐ สื่อเป็นผู้กำหนดเนื้อหาตามที่ตนต้องการและเป็นผู้พิจารณาเองว่าเนื้อหาใดที่เป็นที่สนใจของสาธารณะ ภาระความรับผิดชอบต่อสังคมและต่อปัจเจกบุคคลถูกกำหนดโดยตลาด ลักษณะการกำกับดูแลเป็นการกำกับดูแลกันเองโดยอาจมีการกำกับดูแลจากรัฐในสัดส่วนที่น้อย

2. แบบจำลองความรับผิดชอบต่อสังคม หรือประโยชน์สาธารณะ (Social responsibility or public interest model) เสรีภาพในการตีพิมพ์ไม่ได้อยู่ที่สื่อเพียงผู้เดียว แต่ต้องพิจารณาถึงสังคมด้วย สื่อมีความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการรักษามาตรฐานทางวิชาชีพจากการกำกับดูแลกันเองและรัฐอาจเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังอาจมีกลไกกำหนดให้สื่อมวลชนมีความรับผิดชอบต่อสังคมและคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะ

3. แบบจำลองความเป็นวิชาชีพ (Professional model) บทบาทของสื่อต่อสังคมขึ้นอยู่กับมาตรฐานวิชาชีพของสื่อมวลชน โดยเป็นผลมาจากการต่อสู้เพื่อเสรีภาพและประชาธิปไตย วัตถุประสงค์สำคัญคือการตอบสนองต่อประโยชน์สาธารณะที่มีความต้องการข้อมูลข่าวสารที่หลากหลาย

4. แบบจำลองสื่อทางเลือก (Alternative media model) แบบจำลองนี้ครอบคลุมสื่ออื่นที่ไม่ใช่สื่อหลักซึ่งอาจมีวัตถุประสงค์และที่มาแตกต่างกัน แต่มีลักษณะที่คล้ายคลึงกันบางอย่าง เช่น มีขนาดเล็ก เป็นองค์กรในระดับรากหญ้า มีวัตถุประสงค์ร่วมกันระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค มีลักษณะของการต่อต้านอำนาจของรัฐ เป็นต้น แบบจำลองนี้ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมย่อย การเข้าใจร่วมกันของชุมชน และปฏิเสธแนวคิดเรื่องการแข่งขัน

จะเห็นได้ว่า ในช่วงหลังปี ค.ศ.2000 นักวิชาการเริ่มมีการใช้เกณฑ์อื่นประกอบกับเกณฑ์ความเป็นอิสระจากรัฐในการแบ่ง ได้แก่ Ostini และ Ositini (2002) ใช้มิติโครงสร้างและมิติความเป็นวิชาชีพในการแบ่งประเภท และ Yin (2008) ใช้เกณฑ์เสรีภาพและเกณฑ์ความรับผิดชอบในการแบ่งประเภท ทำให้เกิดประเภทของระบบสื่อมวลชนขึ้น 4 ประเภท ส่วน Hallin และ Mancini (2004) ใช้เกณฑ์ (1) การพัฒนาของตลาดสื่อมวลชน (2) ความเกี่ยวข้องกับการเมือง (3) การพัฒนาวิชาชีพสื่อมวลชน และ (4) ระดับและลักษณะของการที่รัฐเข้าไปเกี่ยวข้องกัระบบสื่อมวลชน โดยแบ่งประเภทของระบบสื่อมวลชนเป็น 3 ประเภท

ประเทศที่มีระบบสื่อมวลชนที่แตกต่างกันย่อมมีนโยบายและการกำกับดูแลกิจการสื่อมวลชนที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ หรือสื่อใหม่ นอกจากนี้ยังมีบริบททางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยีที่ทำให้นโยบายและการกำกับดูแลกิจการสื่อมวลชนมีความแตกต่างกัน ผู้ศึกษาจึงได้นำแนวคิดของกลุ่มทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมาเป็นแนวทางในการอธิบายถึงสิ่งที่ควรจะเป็นภายใต้คุณค่าหรือหลักการที่ดี ภายใต้บริบทการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยีของแต่ละประเทศ รวมถึงแนวทางการวิเคราะห์การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายสำหรับประเทศไทย

## 2.2 การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทย

### 2.2.1 การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์

นโยบายสื่อเป็นส่วนสำคัญในการสร้างภูมิทัศน์สื่อ โดยรัฐ (State) เป็นหลักในการกำหนดนโยบายสื่อและการบังคับใช้นโยบายสื่อ นั้น ส่วนการกำกับดูแลเป็นเครื่องมือที่องค์กรกำกับดูแลใช้ในการกำกับดูแลและควบคุมกิจกรรมของผู้เล่นที่ไม่ใช่รัฐ (Non-state actor) เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายสื่อที่กำหนดไว้ (Abramson, 2001, pp. 301-302; Freedman, 2008, pp. 13-14) สำหรับการศึกษาทางด้านกฎหมายและการเมืองในประเทศสหรัฐอเมริกา การกำกับดูแลหมายถึงวิธีในการกำกับดูแลรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งที่มีผลต่อกระบวนการทางเศรษฐกิจ ในขณะที่ในทวีปยุโรป การกำกับดูแลหมายถึงวิธีที่จะนำไปสู่เป้าหมายของนโยบายสาธารณะ (Schulz, Held, Laudien, Hasebrink, & Herzog, 2006, p. 11)

การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์สามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การกำกับดูแลโครงสร้าง (Structural regulation) และการกำกับดูแลเนื้อหา (Content regulation) (Hitchens, 2006, p. 11)

การกำกับดูแลโครงสร้างเป็นการกำกับดูแลทางด้านภาพรวมของอุตสาหกรรมโทรทัศน์และเป็นการกำหนดเกี่ยวกับลักษณะของอุตสาหกรรม เช่น การกำหนดลักษณะความเป็นเจ้าของ รูปแบบ

ของผู้ประกอบกิจการ การแข่งขัน เงื่อนไขการให้ใบอนุญาต การจำกัดความเป็นเจ้าของและการลงทุน จากต่างชาติ การสนับสนุนให้ชนกลุ่มน้อยเป็นเจ้าของและมีส่วนร่วมกับสื่อ การสนับสนุนกิจการสื่อ เป็นต้น (Albarran, 2010, pp. 118-122; Hitchens, 2006, p. 11)

ส่วนการกำกับดูแลเนื้อหาเป็นการกำกับดูแลเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อโทรทัศน์ซึ่งถือว่าเป็นการ กำกับดูแลที่มีผลกระทบต่อผู้ชม เนื่องจากเป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นในระดับการดำรงชีวิต ทั่วไป และอาจมีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมทำให้เกิดปัญหาทางสังคมได้ ตัวอย่างของลักษณะการกำกับ ดูแล ได้แก่ การกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม การกำกับดูแลเนื้อหาที่ควรส่งเสริม การกำหนด สัดส่วนของเนื้อหาสำหรับเด็ก การกำหนดลักษณะเนื้อหาที่เป็นภัยในประเด็นเพศและความรุนแรง และโป๊เปลือย เป็นต้น (Albarran, 2010, pp. 118-122; Hitchens, 2006, p. 11) นอกจากนี้ เครื่องมือการกำกับดูแลโครงสร้าง และการกำกับดูแลเนื้อหาแล้ว ผู้กำกับดูแลยังสามารถใช้เครื่องมือ ดังต่อไปนี้ในการกำกับดูแล (1) การตรวจพิจารณา ก่อน (Censorship) (2) การโฆษณา (Advertising) และ (3) ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) (Albarran, 2010, pp. 118-122)

เครื่องมือในการกำกับดูแลยังอาจแบ่งตามวัตถุประสงค์ในการกำกับดูแล ตัวอย่างของ เครื่องมือในการกำกับดูแลของประเทศในทวีปยุโรปโดยมีวัตถุประสงค์ให้เกิดความหลากหลาย ได้แก่ การกำหนดข้อจำกัดทางด้านความเป็นเจ้าของ เช่น การกำหนดข้อจำกัดทางด้านความเป็นเจ้าของสื่อ ใดสื่อหนึ่ง การกำหนดข้อจำกัดทางด้านความเป็นเจ้าของสื่อหลายสื่อหรือเรียกว่าการครองสิทธิข้ามสื่อ การกำหนดข้อจำกัดความเป็นเจ้าของโดยชาวต่างชาติ การกำหนดคุณสมบัติห้ามการเป็นเจ้าของสื่อ เป็นต้น การกำหนดข้อจำกัดด้านจำนวนใบอนุญาต การกำหนดข้อจำกัดด้านส่วนแบ่งการตลาด การ กำหนดสัดส่วนของเนื้อหา การกำหนดข้อจำกัดทางการโฆษณา และการจัดตั้งกิจการโทรทัศน์ สาธารณะ (Polo, 2007, pp. 170-172)

นอกจากการแบ่งประเภทการกำกับดูแลข้างต้น การกำกับดูแลยังอาจแบ่งตามรูปแบบการ กำกับดูแลได้ 3 รูปแบบ ได้แก่ การกำกับดูแลโดยอำนาจรัฐ (State-regulation) การกำกับดูแลตัวเอง (Self-regulation) และการกำกับดูแลร่วมกัน (Co-regulation) (พิรงรอง รามสูต, 2556:99-100)

การกำกับดูแลโดยอำนาจรัฐ (State-regulation) เป็นการกำกับดูแลโดยมีพื้นฐานจากการใช้ อำนาจรัฐไม่ว่าจะเป็นการกำกับดูแลจากรัฐโดยตรง (Pure-state) เช่น ทะเบียนรถ การบังคับใช้กฎ จราจร เป็นต้น การกำกับดูแลในรูปแบบคณะกรรมการของรัฐ (State Committee) เช่น คณะกรรมการพิจารณาภาพยนตร์ คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน เป็นต้น และการกำกับดูแลใน รูปแบบองค์กรอิสระ (State independence agency) เช่น คณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เป็นต้น (อิทธิพล วรานุศ ฎกุล, 2558:38-39)

รูปแบบของการกำกับดูแลรูปแบบที่สอง ได้แก่ การกำกับดูแลตัวเอง (Self-regulation) ซึ่งมีตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคล ระดับสังคม ไปจนถึงระดับอุตสาหกรรม ในส่วนของระดับปัจเจกบุคคล นักสื่อสารมวลชนจะใช้วิจารณญาณของตนเองในการกำกับดูแล โดยพิจารณาว่าการกระทำของตนเองอาจมีผลกระทบต่อผู้อื่นหรือสังคมหรือไม่ มากน้อยเพียงใด แล้วจึงยับยั้ง เปลี่ยนแปลง หรือแก้ไข เพื่อให้มีผลกระทบต่อผู้อื่นหรือสังคมน้อยที่สุด เรียกว่า การสอดส่องเฝ้าระวังตนเอง (Self-monitoring) ซึ่งค่อนข้างใกล้เคียงกับการใช้จริยธรรม โดยที่การใช้จริยธรรมจะมีแนวคิดเกี่ยวกับความดีงามเข้ามาเกี่ยวข้อง ส่วนการกำกับดูแลตนเองจะเป็นแนวคิดเกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ในฐานะนักสื่อสารมวลชน (อิทธิพล วรานุศุภากุล, 2558:38-39)

ในระดับสังคม นักสื่อสารมวลชนจะมีกรอบการปฏิบัติหน้าที่ในฐานะนักสื่อสารมวลชนจากขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมของแต่ละสังคม นักสื่อสารมวลชนในแต่ละสังคมจะถูกหล่อหลอมแตกต่างกัน แต่ละคนจึงมีวิจารณญาณที่แตกต่างกันซึ่งประกอบกันขึ้นในระดับภาคส่วนวิชาชีพเป็นการกำกับดูแลตัวเอง (Self-regulation) หรือการกำกับดูแลบนบรรทัดฐานแห่งความรับผิดชอบต่อสังคม (Social responsibility) (อิทธิพล วรานุศุภากุล, 2558:38-39)

การกำกับดูแลกันเองในระดับอุตสาหกรรม หรือการกำกับดูแลกันเอง (Industrial self-regulation) ได้แก่ การรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรืออุตสาหกรรมใกล้เคียงกัน โดยมีวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย เช่น การคุ้มครองผลประโยชน์ของสมาชิก การต่อรองกับกลุ่มอำนาจอื่น การรักษาความเป็นวิชาชีพในสังคม เป็นต้น การรวมตัวกันในรูปแบบนี้อาจมีการจัดทำจรรยาบรรณวิชาชีพเพื่อเป็นกรอบแนวทางการปฏิบัติหน้าที่ โดยจรรยาบรรณอาจได้มาจากการตกลงร่วมกันของสมาชิกที่มารวมกลุ่มกัน หากมีสมาชิกกระทำการฝ่าฝืนจรรยาบรรณก็จะมี การดำเนินการในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง เช่น การประกาศต่อสาธารณะ การตัดเตือนสมาชิก เป็นต้น (อิทธิพล วรานุศุภากุล, 2558:38-39)

รูปแบบการกำกับดูแลประเภทสุดท้าย ได้แก่ การกำกับดูแลร่วมกัน (Co-regulation) ซึ่งเป็นแนวทางที่พัฒนามาจากการกำกับดูแลตัวเอง (Self-regulation) ที่มีปัญหาทางด้าน การบังคับใช้ กฎระเบียบกับสมาชิก การกำกับดูแลร่วมกันเป็นการกำกับดูแลตัวเองที่มีการเชื่อมโยงกับการกำกับดูแลโดยอำนาจรัฐ หนึ่งในรูปแบบของการกำกับดูแลร่วมกัน ได้แก่ การที่รัฐกำหนดมาตรฐานทางจริยธรรมและสนับสนุนการดำเนินงานของการกำกับดูแลตัวเอง หรืออาจกำหนดในกฎหมาย หรือเสนอผลประโยชน์บางอย่างให้ผู้ประกอบกิจการในเข้าร่วมเป็นสมาชิกในองค์กรกำกับดูแลตัวเอง เช่น มาตรการทางภาษี การให้ทุนสนับสนุนพิเศษ การลดหย่อนค่าธรรมเนียมใบอนุญาต เป็นต้น (อิทธิพล วรานุศุภากุล, 2558:38-39)

การกำกับดูแลยังสามารถแบ่งตามเกณฑ์อื่นได้อีก ได้แก่ การแบ่งการกำกับดูแลออกตามอำนาจของการปกครอง เช่น ในประเทศที่มีการปกครองแบบมลรัฐ จะมีการแบ่งการกำกับดูแล

ออกเป็นระดับประเทศ (National level) ระดับมลรัฐ (State level) และระดับท้องถิ่น (Local level) เป็นต้น และการแบ่งการกำกับดูแลออกตามอำนาจทางการกำกับดูแล เช่น ระบบศาล (Judicial system) องค์กรกำกับดูแล (Regulatory agencies) การกำกับดูแลกันเองและสมาคมอุตสาหกรรม (Self-regulation and industry associations) กลุ่มพลเมือง นักวิจารณ์ และการรู้เท่าทันสื่อ (Citizen groups, critics and media literacy) เป็นต้น (Albarran, 2010, pp. 114-117)

การกำกับดูแลที่เหมาะสมจำเป็นที่จะต้องมีการประยุกต์ใช้วิธีการกำกับดูแลไม่ว่าจะเป็นการกำกับดูแลโครงสร้างหรือการกำกับดูแลเนื้อหา หรือการกำกับดูแลโดยอำนาจรัฐ การกำกับดูแลตัวเอง หรือการกำกับดูแลร่วมกัน เพราะแต่ละสังคมก็มีบริบทที่แตกต่างกัน ไม่จำเป็นเสมอไปว่าวิธีการที่ใช้ได้และมีประสิทธิภาพในประเทศหนึ่งจะสามารถใช้ได้และมีประสิทธิภาพในอีกประเทศหนึ่ง แต่เป็นการออกแบบการกำกับดูแลให้เหมาะสมตามระบบของสังคมและสามารถปรับเปลี่ยนได้หากพบปัญหา

จากการศึกษาแนวคิดข้างต้น ผู้ศึกษาได้ใช้กรอบแนวความคิดดังต่อไปนี้ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อสร้างความหลากหลาย ดังนี้ (1) การกำกับดูแลโครงสร้าง ได้แก่ การกำหนดลักษณะการประกอบกิจการ การกำหนดลักษณะความเป็นเจ้าของ การกำหนดลักษณะการครองสิทธิข้ามสื่อ และการกำหนดเกี่ยวกับพื้นที่การออกอากาศ และ (2) การกำกับดูแลเนื้อหา ได้แก่ การกำหนดสัดส่วนเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดสัดส่วนเกี่ยวกับวัตถุประสงค์รายการ การกำหนดสัดส่วนเกี่ยวกับรูปแบบรายการ การกำหนดสัดส่วนเกี่ยวกับเนื้อหา รายการ การกำหนดสัดส่วนเกี่ยวกับเนื้อหาท้องถิ่น และการกำหนดการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเท่าเทียมและยุติธรรม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

## 2.2.2 ความเป็นมาทางด้านเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศไทย

สภาพสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองของประเทศไทยมีรากฐานมาจากระบอบการปกครองแบบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ โดยมีพระมหากษัตริย์ทรงมีอำนาจสูงสุด มีระบบศักดินาและระบบไพร่ ในการจัดการทางการเมือง การบริหาร สังคม และเศรษฐกิจ ในระบบไพร่ ชายไทยต้องเข้าเดือนออกเดือนในสมัยอยุธยา หรือเข้าเดือนออกสองเดือนในสมัยรัตนโกสินทร์ ทำให้ไม่มีความต่อเนื่องในการประกอบอาชีพ ผลกระทบที่เกิดขึ้นคือการมีคนต่างชาติเข้ามาเป็นตัวกลางในการค้าขาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวจีน การพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างนักธุรกิจชาวต่างชาติกับผู้นำไม่ว่าจะเป็นพระบรมวงศานุวงศ์ ผู้นำทางทหาร หรือข้าราชการพลเรือน และการผสมกลมกลืนระหว่างกลุ่มนักธุรกิจชาวต่างชาติกับระบบศักดินาโดยปราศจากการรังเกียจเดียดฉันท์มีบทบาทสำคัญต่อสภาพสังคม

และเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบัน (ลิขิต ธีรเวคิน, 2549:37-39) ต่อมาเมื่อมีภัยคุกคามจากการล่าอาณานิคมของกลุ่มประเทศยุโรป ประเทศไทยจึงเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงเป็นรัฐชาติ มีการรวมศูนย์อำนาจให้รัฐบาลกลางมีอำนาจในการปกครอง และสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีการแบ่งการปกครองเป็นมณฑลและจังหวัดและยกเลิกการสืบต่ออำนาจทางสายโลหิต มีการก่อตั้งกระทรวงเพื่อรวมศูนย์อำนาจ มีการใช้ระบบการเกณฑ์ทหารแทนระบบไพร่ และมีการสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันแม้ว่าจะมีเชื้อชาติที่แตกต่างกันโดยการปฏิรูปการศึกษา (ลิขิต ธีรเวคิน, 2550:105-106)

จนมาถึงช่วงการเปลี่ยนแปลงการปกครองในปี พ.ศ.2475 ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบบสมบูรณาญาสิทธิราชย์เป็นระบอบประชาธิปไตย การเปลี่ยนแปลงครั้งนี้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงระบบการเมืองของประเทศไทย แต่ยังไม่สามารถเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจได้มากนัก โดยในช่วงแรกมีการใช้แนวคิด “รัฐนิยม” ในการสร้างชาติให้เข้มแข็ง โดยการลงทุนของรัฐที่ตั้งรัฐวิสาหกิจเพื่อดำเนินธุรกิจแข่งขันกับเอกชน หรือเรียกว่า “ทุนนิยมโดยรัฐ” วัตถุประสงค์สำคัญคือการกำจัดนายทุนต่างชาติออกไปจากระบบเศรษฐกิจของชาติ (เพลิง ภูผา, 2557:57-58) การต่อสู้ระหว่างแนวคิดสังคมนิยม ทุนนิยมและศักดินานิยม ในช่วงหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองมีผลต่อเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรมของไทย โดยการประนีประนอมระหว่างอุดมการณ์ชาตินิยมหรือทุนนิยมโดยรัฐ และศักดินานิยม ทำให้เกิดระบบเศรษฐกิจแบบ “ทุนนิยมขุนนาง” ขึ้น ระบบทุนนิยมขุนนางนี้เองเป็นรากฐานสำคัญของระบบเศรษฐกิจของไทย ผู้มีอำนาจแสวงหาผลประโยชน์จากงบประมาณของรัฐทั้งในรูปแบบของค่านายหน้าและระบบอุปถัมภ์จากรัฐวิสาหกิจ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2544:209)

ในส่วนของการจัดสรรคลื่นความถี่กิจการโทรทัศน์ เริ่มจากความต้องการในการก่อตั้งสถานีโทรทัศน์ของจอมพล ป. พิบูลสงคราม ผู้นำประเทศในขณะนั้น โดยการวางรากฐานโครงสร้างของระบบกรรมสิทธิ์ในคลื่นความถี่กิจการโทรทัศน์ให้รัฐเป็นผู้มีอำนาจในการจัดสรรคลื่นความถี่แต่เพียงผู้เดียว โดยการจัดสรรคลื่นความถี่เป็นการจัดสรรให้แก่หน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ ต่อมาในสมัยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ เริ่มมีความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐกิจและกลุ่มผู้นำทหารโดยอาศัยวัฒนธรรมอุปถัมภ์ มีการแบ่งรายได้ให้กับการอุปถัมภ์ในรูปแบบของเงินเดือน หุ้น และผลประโยชน์อื่น กิจการโทรทัศน์เริ่มมีการประกอบกิจการทางธุรกิจในรูปแบบของการให้สัมปทาน ไม่ว่าจะเป็นการให้เช่าช่วงเวลา การให้เช่าเสาหามาตั้งคลื่น และการให้เอกชนลงทุนสร้างสถานี (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2544:211-213)

ช่วงเหตุการณ์เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2535 สื่อโทรทัศน์ถูกแทรกแซงการทำหน้าที่รายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น มีเพียงสื่อหนังสือพิมพ์ของไทยและสื่อโทรทัศน์ของต่างประเทศที่รายงานเหตุการณ์ให้แก่ประชาชนทราบ และด้วยเหตุนี้เองทำให้เหตุการณ์เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2535 เป็นจุดเริ่มต้นของการปฏิรูปสื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อแพร่ภาพกระจายเสียง โดยการจัดตั้งองค์กรอิสระขึ้น



เพื่อทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่และกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชนในระดับชาติและระดับท้องถิ่น ทั้งในด้าน การศึกษา วัฒนธรรม ความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะอื่น รวมทั้งการแข่งขันโดยเสรีอย่าง เป็นธรรม การกำหนดแนวคิดดังกล่าวไว้ในมาตรา 40 ของรัฐธรรมนูญ พ.ศ.2540 เป็นการ เปลี่ยนแปลงแนวคิดความเป็นเจ้าของคลื่นความถี่จากแนวคิดที่รัฐเป็นเจ้าของและทำหน้าที่จัดสรร คลื่นความถี่เป็นแนวคิดที่คลื่นความถี่เป็นทรัพยากรสื่อสารของชาติและการกำหนดให้มีองค์กรอิสระ ทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่และกำกับดูแลการประกอบกิจการ

### 2.2.3 ความเป็นมาของกฎระเบียบเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทย

พระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ.2498 ต้องการที่จะควบคุมสื่อ โทรทัศน์ใน 3 ด้าน ได้แก่ (1) การกำหนดให้รัฐเป็นผู้ดำเนินการ (2) การกำหนดให้ต้องขอใบอนุญาต ประกอบการค้าเครื่องรับวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ และ (3) การกำหนดให้ต้องขอ ใบอนุญาตในการมีเครื่องรับวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (พิรงรอง รามสูต, 2550b:140)

ต่อมา มีการออกระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ.2518 ซึ่งกำหนดให้ จัดตั้งคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (กบว.) โดยมีอำนาจในการกำกับดูแล การประกอบกิจการของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ นอกจากนี้ ยังมีการแต่งตั้ง คณะอนุกรรมการตรวจพิจารณาเนื้อหารายการเพื่อตรวจพิจารณาเนื้อหารายการก่อนออกอากาศ (พิรงรอง รามสูต, 2550b:140-141)

ภายหลังเหตุการณ์เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2535 มีการออกระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ.2535 ยกเลิกการกำกับดูแลเนื้อหาออกอากาศโดยคณะกรรมการบริหาร วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ และให้แต่ละสถานีทำหน้าที่ตรวจสอบเนื้อหารายการก่อน ออกอากาศเอง โดยมีให้คณะกรรมการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ (กทช.) ขึ้นมากำกับดูแลแทน (พิรงรอง รามสูต, 2550b:142)

หลังมีรัฐธรรมนูญ ฉบับปี พ.ศ.2540 มีการตราพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2543 กฎหมายฉบับ ดังกล่าวกำหนดให้มีคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แห่งชาติ (กสช.) ทำหน้าที่ กำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ แต่เกิดมีปัญหาในการสรรหาจึงยังไม่ มีหน่วยงานใดเข้ามากำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ จนมีการตรากฎหมายพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรร คลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2553 และพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 จึง

ได้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เข้ามาทำหน้าที่กำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ทั้งทางด้านโครงสร้างและด้านเนื้อหา

การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ของ กสทช. ใช้การออกประกาศ กสทช. ซึ่งกำหนดรายละเอียดของการกำกับดูแล เช่น การกำหนดเกี่ยวกับการประมูลคลื่นความถี่ในประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ พ.ศ.2556 การกำหนดเกี่ยวกับการจัดทำผังรายการในประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 เป็นต้น

#### 2.2.4 หน่วยงานกำกับดูแล

การจัดตั้งองค์กรอิสระเพื่อทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่และกำกับดูแลการประกอบกิจการโทรทัศน์เริ่มต้นนับหนึ่งจากการออกพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2543 กระบวนการสรรหาคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แห่งชาติ หรือ กสทช. ประสบปัญหาหลายครั้งและไม่ประสบความสำเร็จในการสรรหาจนมีการรัฐประหารในช่วงปลายปี พ.ศ.2549 ต่อมา มีรัฐธรรมนูญ พ.ศ.2550 และพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2553 ซึ่งกำหนดให้มืองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระทำหน้าที่กำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ได้แก่ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ประกอบด้วย กรรมการทั้งสิ้น 11 คน แบ่งเป็น ประธาน 1 คน กรรมการ กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ 5 คน และกรรมการกิจการโทรคมนาคม 5 คน โดยการได้มาซึ่งกรรมการจะได้อาจมาจากการคัดเลือกกันเองและวิธีการสรรหา ตามจำนวนที่กฎหมายกำหนด หลังจากนั้นวุฒิสภาจะเป็นผู้เลือกในขั้นสุดท้าย (พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2553) จนเมื่อวันที่ 7 ตุลาคม พ.ศ.2554 จึงได้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. โดยมีการแบ่งการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ให้กับคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ หรือ กสท.

อย่างไรก็ดี ในปี พ.ศ.2560 มีการแก้ไขกฎหมายโดยพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2560 ลดจำนวน กสทช. เหลือ 7 คน และเปลี่ยนแปลงการได้มาซึ่งกรรมการเป็นการ

พิจารณาจากคณะกรรมการสรรหาตามที่กฎหมายกำหนดเพียงวิธีเดียว หลังจากนั้นวุฒิสภาจะเป็นผู้เลือกในขั้นสุดท้ายเช่นเดิม (พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกักดูแลการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2560)

อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติถูกกำหนดในมาตรา 27 แห่งพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกักการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 เช่นการจัดทำแผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่ การกำหนดลักษณะและประเภทของกิจการโทรทัศน์ การพิจารณาอนุญาตและกำกักดูแลการใช้คลื่นความถี่ในการประกอบกิจการโทรทัศน์ การกำหนดมาตรการป้องกันมิให้มีการกระทำอันเป็นการผูกขาดหรือก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์ การกำหนดลักษณะการควบรวม การครองสิทธิข้ามสื่อ หรือการครอบงำกิจการโทรทัศน์ เป็นต้น (พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกักดูแลการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2553)

โครงสร้างการทำงานของ กสทช. แบ่งออกเป็น 16 สำนัก ได้แก่ สำนักอำนวยการสายงานกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ สำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักค่าธรรมเนียมและอัตราค่าบริการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ สำนักวิศวกรรมและเทคโนโลยีกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักรับรองมาตรฐานวิศวกรรมในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล สำนักคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักกรรมการกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์และการประชุม สำนักการอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียง สำนักการอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ สำนักการอนุญาตประกอบกิจการโครงข่าย สิ่งอำนวยความสะดวกและวิทยุคมนาคม สำนักกฎหมายกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักกำกักการใช้คลื่นความถี่ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักส่งเสริมการแข่งขันกันเองและกำกักดูแลกันเอง สำนักพัฒนาองค์กรวิชาชีพและส่งเสริมการบริการอย่างทั่วถึง และสำนักกำกักฝังและเนื้อหารายการและพัฒนาผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (กสทช. - คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม, 2560a)

## 2.2.5 กฎระเบียบของการกำกักดูแลกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย

กฎระเบียบของการกำกักดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายของประเทศไทยแบ่งออกเป็นกฎระเบียบเกี่ยวกับการกำกักดูแลโครงสร้างของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย และกฎระเบียบเกี่ยวกับการกำกักดูแลเนื้อหา (เพื่อความหลากหลาย) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

## 2.2.5.1 กฎระเบียบเกี่ยวกับการกำกับดูแลโครงสร้างของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย

### 2.2.5.1.1 กฎระเบียบเกี่ยวกับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์

การกำหนดประเภทการประกอบกิจการโทรทัศน์ตามประเภทใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ (1) ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะ (2) ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชน และ (3) ใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจ (พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2553) โดย กสทช. มีการจัดสรรคลื่นความถี่สำหรับการประกอบกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ภาคพื้นดิน ดังนี้ (1) ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะ จำนวน 12 ใบอนุญาต (2) ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชน จำนวน 12 ใบอนุญาต และ (3) ใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจ จำนวน 24 ใบอนุญาต (กสทช. - คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์, 2555) นอกจากนี้ ยังมีการแบ่งหมวดหมู่ของใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจอีก 4 หมวดหมู่ ได้แก่ (1) เด็ก เยาวชน และครอบครัว จำนวน 3 ใบอนุญาต (2) ข่าวสารและสาระ จำนวน 7 ใบอนุญาต (3) ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ จำนวน 7 ใบอนุญาต และ (4) ทั่วไปแบบความคมชัดสูง จำนวน 7 ใบอนุญาต (ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขการประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ พ.ศ. 2556) โดยแต่ละประเภทใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ และหมวดหมู่ของใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจมีการกำหนดวัตถุประสงค์และกรอบในการประกอบกิจการทำให้มีความแตกต่างทั้งในด้านวัตถุประสงค์การประกอบกิจการ กลุ่มเป้าหมายของการประกอบกิจการ และสัดส่วนของเนื้อหารายการ

ปัจจุบัน ยังไม่มีการกำหนดว่าวิสาหกิจหนึ่งสามารถถือใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ได้กี่ใบอนุญาต แต่มีการกำหนดไว้ในลักษณะเงื่อนไขในการเข้าประมูลโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ โดยให้ผู้ขอรับใบอนุญาต (1) มีสิทธิยื่นคำขอรับใบอนุญาตไม่เกินรายละเอียดหนึ่งใบอนุญาตของแต่ละหมวดหมู่ ได้แก่ หมวดหมู่เด็ก เยาวชนและครอบครัว หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ และหมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง และ (2) มีสิทธิยื่นคำขอรับใบอนุญาตในหมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง หรือหมวดหมู่ข่าวสารและสาระ หมวดหมู่ใดหมวดหมู่หนึ่งเท่านั้น (ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขการประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ พ.ศ. 2556)

### 2.2.5.1.2 กฎระเบียบเกี่ยวกับความเป็นเจ้าของและการควบคุม (Ownership and control rules)

การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ในส่วนของการกำกับการแข่งขันเพื่อป้องกันการผูกขาด ลดหรือการจำกัดการแข่งขันในการประกอบกิจการโทรทัศน์ อยู่ในมาตรา 32 ของพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 กำหนดให้การประกอบกิจการกระจายเสียง หรือกิจการโทรทัศน์ อยู่ภายใต้กฎหมายว่าด้วยการแข่งขันทางการค้า และยังให้อำนาจแก่ กสทช. ในการประกาศกำหนดมาตรการเฉพาะสำหรับใช้กับการประกอบกิจการกระจายเสียง หรือกิจการโดยเฉพาะได้ (พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551) โดย กสทช. ได้มีประกาศกำหนดเกี่ยวกับการป้องกันการกระทำอันเป็นการผูกขาด ซึ่งกำหนดให้มีการใช้ค่าของดัชนีวัดความรุนแรงของการแข่งขันแบบเฮอร์ฟินดahl-เฮิร์ชแมน (Herfindahl Hirschman – Index: HHI) มาใช้ในการประเมินสภาพการแข่งขันในตลาดที่เกี่ยวข้องว่าระดับความมีประสิทธิภาพของการแข่งขันในตลาดมีมากน้อยเพียงใด โดย (1) มีการกำหนดเกณฑ์ว่าตลาดมีการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ (2) มีการกำหนดผู้มีอำนาจเหนือตลาดอย่างมีนัยสำคัญแบบรายเดียว ได้แก่ ผู้รับใบอนุญาตที่มีส่วนแบ่งตลาดเกินกว่าร้อยละ 50 (3) ผู้มีแนวโน้มจะเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาดอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ผู้รับใบอนุญาตที่มีส่วนแบ่งตลาดตั้งแต่ ร้อยละ 25 ถึง ร้อยละ 50 และ (4) ผู้ที่ไม่มีแนวโน้มเป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาดอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ผู้รับใบอนุญาตที่มีส่วนแบ่งตลาดต่ำกว่าร้อยละ 25 (ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การพิจารณากำหนดผู้มีอำนาจเหนือตลาดอย่างมีนัยสำคัญในตลาดที่เกี่ยวข้องในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และมาตรการเฉพาะเพื่อป้องกันมิให้มีการกระทำอันเป็นการผูกขาด หรือก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขัน พ.ศ. 2557)

ในปี พ.ศ. 2558 กสทช. ได้มีประกาศเพิ่มเติมตามมาตรา 32 โดยการออกประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกำหนดลักษณะและมาตรการกำกับดูแลการควบรวมกิจการ การถือหุ้นไขว้ และการครอบงำกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ โดยที่ประกาศฉบับนี้ เป็นการให้คำจำกัดความของคำว่า "การควบรวมกิจการ" "การครอบงำกิจการ" "การถือหุ้นไขว้" "ตลาดที่เกี่ยวข้อง" "บริษัทใหญ่" "บริษัทย่อย" "บริษัทร่วม" "อำนาจควบคุมกิจการ" "ผู้ที่เกี่ยวข้อง" "ผู้ถือหุ้นรายใหญ่" และ "ผู้มีอำนาจควบคุม" โดยกำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตที่ประสงค์จะดำเนินการควบรวมกิจการกับผู้รับใบอนุญาตรายอื่น จะต้องยื่นคำขออนุญาตควบรวมกิจการ ล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 60 วันก่อนวันดำเนินการ และผู้รับใบอนุญาตที่ประสงค์จะเข้าไปถือหุ้นในอีกนิติบุคคลหนึ่งในลักษณะของการถือหุ้นไขว้ ก็ต้องยื่นคำขออนุญาต ไม่น้อยกว่า 60 วันก่อนการดำเนินการ เช่นกัน (ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง

กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกำหนดลักษณะและมาตรการกำกับดูแล การควบคุมกิจการ การถือหุ้นไขว้ และการครอบงำกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์)

#### 2.2.5.1.3 กฎระเบียบเกี่ยวกับการครองสิทธิข้ามสื่อ (Cross media ownership)

ในส่วนของการครองสิทธิข้ามสื่อ (Cross media ownership) ภายใต้มาตรา 31 กสทช. จะเป็นผู้กำหนดสัดส่วนการถือครองธุรกิจในการประกอบกิจการประเภทเดียวกัน หรือครองสิทธิข้ามสื่อเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการครอบงำกิจการในลักษณะที่เป็นการจำกัดโอกาสในการรับรู้ข้อมูลที่มาจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย หรือการกระทำอันเป็นการผูกขาดการประกอบกิจการสื่อมวลชนหลายประเภทในเวลาเดียวกัน (พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551) ปัจจุบันยังไม่มีประกาศของ กสทช. เกี่ยวกับการครองสิทธิข้ามสื่อ

#### 2.2.5.1.4 กฎระเบียบเกี่ยวกับผู้ผลิตรายการอิสระ

สัดส่วนของการผลิตรายการโดยผู้ผลิตรายการอิสระ ถูกกำหนดไว้ในมาตรา 9 วรรคสองแห่งพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 ซึ่งกำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการด้วยตนเอง โดยสามารถแบ่งเวลาให้ผู้อื่นดำเนินรายการไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 แต่ต้องไม่เกินร้อยละ 40 ของเวลาการออกอากาศทั้งหมด โดยการแบ่งให้ดำเนินรายการต้องมีการเฉลี่ยให้อยู่ในแต่ละช่วงเวลาอย่างเหมาะสม และผู้ได้รับการแบ่งเวลาให้ดำเนินรายการจะนำเอาเวลาไปให้ผู้อื่นดำเนินการต่อไม่ได้ (ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เรื่อง หลักเกณฑ์การแบ่งเวลาให้ผู้อื่นดำเนินการ พ.ศ.2556) วัตถุประสงค์ของประกาศฉบับนี้ต้องการให้ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการด้วยตัวเองเป็นหลัก ไม่ใช่การนำเวลาทั้งหมดไปให้ผู้อื่นดำเนินการดังที่เคยเกิดขึ้นก่อนที่จะมีการประมูลกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล

#### 2.2.5.2 กฎระเบียบเกี่ยวกับการกำกับดูแลเนื้อหาของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย

##### 2.2.5.2.1 การกำหนดสัดส่วนเนื้อหารายการข่าวสาร หรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

การกำหนดสัดส่วนเนื้อหารายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ อยู่ในมาตรา 33 ของพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 โดยกำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะต้องกำหนดให้มีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละเจ็ดสิบ ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชนต้องกำหนดให้มีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการ ในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละเจ็ดสิบ และผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจ

ต้องกำหนดให้มีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ในสัดส่วนไม่น้อยกว่า ร้อยละยี่สิบห้า (พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551)

นอกจากนั้นยังมีการกำหนดเพิ่มเติมในเงื่อนไขของการประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการ โทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติซึ่งกำหนดให้ในแต่ละหมวดหมู่ของ รายการมีสัดส่วนรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเพิ่มเติม ดังนี้ หมวดหมู่ ข่าวสารและสาระกำหนดให้การเผยแพร่ข่าวสารหรือสาระทั้งข้อเท็จจริง ข้อวิเคราะห์ และข้อคิดเห็น ต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อสังคม เศรษฐกิจ หรือคุณภาพชีวิต และคำนึงถึงความเท่าเทียมและโอกาสของ ประชาชนทุกกลุ่มในสังคม ทั้งนี้ต้องมีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละห้าสิบ โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่ผู้ชมส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงได้ (ไพรม์ไทม์) ไม่น้อยกว่าร้อยละห้าสิบ (ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขการประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการ โทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ พ.ศ. 2556)

ประกาศฉบับเดียวกันนี้ยังกำหนดลักษณะเนื้อหาของผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการ โทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ ในหมวดหมู่เด็ก เยาวชน และครอบครัว กำหนดให้นำเสนอรายการ ส่งเสริมการเรียนรู้ การศึกษาในวิทยาการสาขาต่าง ๆ รวมถึงรายการสาระ ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา คุณภาพชีวิตของเด็ก เยาวชน หรือส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีของ สมาชิกในครอบครัวทั้งหมด โดยที่เนื้อหาของรายการ และเวลาออกอากาศรายการจะต้องมีความ ปลอดภัยและเหมาะสมสำหรับเด็กและเยาวชน และต้องไม่มีเนื้อหาที่แสดงออกถึงความรุนแรง ผิด ศิลธรรม ผิดกฎหมาย หรือใช้ภาษาที่หยาบคาย และคำนึงถึงความเท่าเทียมและโอกาสของเด็กและ เยาวชนทุกกลุ่มในสังคม (ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขการประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการ โทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ พ.ศ. 2556)

ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดทำและเสนอผังรายการโดยทำการจัดประเภทรายการ แบ่งออกเป็น 16 ประเภท ได้แก่ รายการข่าวสาร รายการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการปกครองในระบอบ ประชาธิปไตย รายการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม รายการให้ความรู้ความเข้าใจ ในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม รายการเด็กและเยาวชน รายการท้องถิ่น รายการวิทยาศาสตร์และสุขภาพ รายการกีฬา รายการข่าวสารและบันเทิง รายการบันเทิง รายการ เพลง รายการภาพยนตร์ รายการตลก รายการละคร รายการภาพยนตร์สารคดี (ประกาศ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขการประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภท บริการทางธุรกิจระดับชาติ พ.ศ. 2556) ส่วนรายการที่จะถือว่าเป็นรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็น

ประโยชน์ต่อสาธารณะ ได้แก่ รายการข่าวสาร รายการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการปกครองในระบอบประชาธิปไตย รายการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม รายการให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม รายการสำหรับเด็กและเยาวชน เฉพาะที่มีเนื้อหาตามข้างต้น รายการเกี่ยวกับพระราชพิธี พิธีสำคัญทางศาสนา รายการตามภาคผนวกของประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์รายการโทรทัศน์สำคัญที่ให้เผยแพร่เฉพาะในบริการโทรทัศน์ที่เป็นการทั่วไป พ.ศ.2555 และรายการอื่นใดตามที่คณะกรรมการประกาศหรือกำหนดให้เป็นรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ โดยที่รายการทั้งหมดนี้ต้องเป็นรายการที่ไม่มีผลประโยชน์ทางธุรกิจหรือมิใช่เพื่อการบันเทิง (ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง แนวทางการพิจารณาและคำนวณสัดส่วนรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเพื่อการขอยกเว้นหรือลดหย่อนค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ฯ พ.ศ.2556)

#### 2.2.5.2.2 กฎระเบียบเกี่ยวกับการกำหนดสัดส่วนของเนื้อหาที่ผลิตโดยชุมชน/ภูมิภาค

การกำหนดสัดส่วนของเนื้อหาตามประเภทของใบอนุญาตซึ่งแบ่งตามพื้นที่การออกอากาศ ถูกกำหนดไว้ในประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 ซึ่งกำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดผังรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะตามประเภทของการให้บริการ ได้แก่ กิจการบริการสาธารณะไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 กิจการบริการชุมชนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 โดยต้องมีรายการที่เกี่ยวข้องกับชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการและต้องมีรายการที่ผลิตโดยชุมชนหรือท้องถิ่นไม่ต่ำกว่าร้อยละห้าสิบของเวลาออกอากาศทั้งหมด และกิจการทางธุรกิจไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 โดยกิจการทางธุรกิจระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่นต้องมีรายการที่ผลิตเองไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของเวลาออกอากาศทั้งหมด (ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ.2556)



### 2.2.5.2.3 กฎระเบียบเกี่ยวกับการกำหนดสัดส่วนของเนื้อหาสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

การกำหนดสัดส่วนของเนื้อหาสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะตามเวลาที่ออกอากาศถูกกำหนดในประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 ซึ่งกำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตจัดทำผังรายการให้มีการออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาสร้างสรรค์สังคม หรือรายการสำหรับเด็กและเยาวชน อย่างน้อยวันละ 60 นาที ในช่วงเวลา 16.00-18.00 น. ของทุกวัน และในช่วงเวลา 7.00-9.00 น. ในวันเสาร์และวันอาทิตย์ และยังกำหนดให้ในช่วงเวลา 18.00-22.00 น. ให้ออกอากาศรายการที่เนื้อหาที่มีความเหมาะสม และไม่เป็นภัยต่อการพัฒนาทั้งทางด้านสติปัญญา อารมณ์ และสังคมของเด็กและเยาวชน (ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556)

### 2.2.5.2.4 กฎระเบียบเกี่ยวกับการโฆษณาหาเสียงของพรรคการเมือง

ตามพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและการได้มาซึ่งสมาชิกวุฒิสภา พ.ศ. 2550 มาตรา 59 กำหนดให้คณะกรรมการการเลือกตั้งกำหนดหลักเกณฑ์การดำเนินการของรัฐในการสนับสนุนการเลือกตั้งในส่วนของการหาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งจะต้องจัดให้พรรคการเมืองที่ส่งผู้สมัครรับเลือกตั้งมีโอกาสเท่าเทียมกัน โดยในประกาศคณะกรรมการการเลือกตั้ง เรื่อง การสนับสนุนการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรโดยรัฐในส่วนที่เกี่ยวกับกิจการโทรทัศน์ มีรายละเอียดดังนี้ (1) การออกอากาศโฆษณาข้อความสั้นเกี่ยวกับนโยบายของพรรคการเมือง ไม่เกิน 30 วินาที และ (2) แถลงนโยบายของพรรคการเมืองไม่เกิน 30 นาที โดยกิจการโทรทัศน์จะต้องจัดสรรเวลาให้กับทุกพรรคการเมือง (พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและการได้มาซึ่งสมาชิกวุฒิสภา พ.ศ. 2550)

## 2.3 อุตสาหกรรมโทรทัศน์ภาคพื้นดินในประเทศไทย

### 2.3.1 กิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก

นับตั้งแต่สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 บางขุนพรหมซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์แห่งแรกของประเทศไทยออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2498 จนถึงวันประมุขใบอนุญาตคลื่นความถี่สำหรับบริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลภาคพื้นดินประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ สถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดินของไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 6 สถานี ได้แก่ สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ (ช่อง 9)

(พ.ศ.2498) สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (ช่อง 5) (พ.ศ.2501) สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 (พ.ศ.2510) สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 (พ.ศ.2513) สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) (พ.ศ.2528) และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (Thai PBS) (พ.ศ.2551) โดยมีสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในช่วง พ.ศ. 2539 - 2550 และสถานีโทรทัศน์ทีไอทีวี ในช่วง พ.ศ.2550 - 2551 ออกอากาศในช่วงคลื่นความถี่ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 และสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เป็นกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ โดยมีหน่วยงานรัฐเป็นเจ้าของคลื่นความถี่ สถานีโทรทัศน์ทั้ง 4 สถานีมีรายได้จากการโฆษณา การให้เช่าเวลา และการแบ่งส่วนค่าโฆษณา ทั้งนี้ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 และสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกอาจมีพันธกิจหรือได้รับมอบหมายจากหน่วยงานรัฐในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลงานของหน่วยงานรัฐ หรือผลิตรายการเพื่อสาธารณะ สถานีโทรทัศน์ไอทีวีจัดเป็นกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจเช่นกันโดยมีเงื่อนไขพิเศษในการประกอบกิจการ เช่น การกำหนดให้มีผู้ถือหุ้น 10 ราย โดยที่แต่ละรายจะต้องมีส่วนถือหุ้นเท่ากัน และแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน การกำหนดให้มีเนื้อหาข่าวและสาระในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของเนื้อหาทั้งหมด เป็นต้น

สถานีโทรทัศน์ที่มีวัตถุประสงค์หลักในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและผลงานของหน่วยงานรัฐ ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ทิศทางและนโยบายของสถานีปรับเปลี่ยนไปตามผู้มีอำนาจทางการเมืองที่เข้ามาควบคุมดูแล ประกอบกับการแทรกแซงการทำงานโดยการให้คุณให้โทษกับผู้ปฏิบัติหน้าที่ ทำให้สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยขาดเสถียรภาพในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องครบถ้วนในฐานะสื่อมวลชน จนอาจถือได้ว่าเป็นสื่อโทรทัศน์ของรัฐที่ถูกใช้เป็นเครื่องมือแสวงหาผลประโยชน์ทางการเมืองของผู้มีอำนาจ

สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสถือเป็นโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะแห่งแรกของประเทศไทย สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ.2551 ภายใต้กฎหมายฉบับนี้ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสมีความเป็นอิสระในฐานะองค์การสื่อสารสาธารณะที่ไม่แสวงหากำไร โดยมีรายได้จากภาษีสรรพสามิตที่เก็บจากสุราและยาสูบไม่เกินปีละ 2,000 ล้านบาท มีวัตถุประสงค์ในการผลิตรายการข่าว สาระประโยชน์ และสารบันเทิงที่มีคุณภาพ และมาตรฐาน ภายใต้ข้อบังคับด้านจริยธรรมขององค์กร นอกจากนี้ยังมีนโยบายที่จะสนับสนุนผู้ผลิตอิสระและนักข่าวพลเมืองให้เข้ามาร่วมผลิตรายการเพื่อให้มีเนื้อหาที่สร้างสรรค์ หลากหลาย และตอบสนองความต้องการของประชาชน

ส่วนสถานีโทรทัศน์ทีไอทีวีเป็นสถานีโทรทัศน์ที่ออกอากาศหลังจากที่สถานีโทรทัศน์ไอทีวีถูกบอกเลิกสัญญา เนื่องจากไม่สามารถจ่ายค่าสัมปทานและค่าปรับผิดสัญญาได้ สถานีโทรทัศน์ทีไอทีวีอยู่ในสถานะหน่วยงานรูปแบบพิเศษโดยออกอากาศในช่วงคลื่นสัญญาณเดิมของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

และออกอากาศได้ไม่นานก็แปรสภาพเป็นสถานีโทรทัศน์สาธารณะสังกัดองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย โดยการลงมติของสภานิติบัญญัติแห่งชาติ

### 2.3.2 กิจกรรมโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล

หลังจากจัดทำแผนแม่บทและแผนการบริหารคลื่นความถี่เรียบร้อยแล้ว กสทช. จึงเริ่มกำหนดสัดส่วนใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์แบบภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลให้กับประเภทของการประกอบกิจการโทรทัศน์ 3 ประเภท ได้แก่ กิจการบริการสาธารณะ จำนวน 12 ใบอนุญาต กิจการบริการทางธุรกิจ จำนวน 24 ใบอนุญาต และกิจการบริการชุมชน จำนวน 12 ใบอนุญาต (กสท. - คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์, 2555) ในส่วนของกิจการทางธุรกิจ 24 ใบอนุญาต กสทช. จัดสรรด้วยวิธีการประมูล โดยแบ่งย่อยออกเป็น 4 หมวดหมู่ โดยแต่ละหมวดหมู่มีราคาขั้นต่ำ และราคาเริ่มต้นการประมูล ดังนี้ (1) หมวดหมู่เด็ก เยาวชน และครอบครัว จำนวน 3 ช่องรายการ ราคาขั้นต่ำเท่ากับราคาเริ่มต้นการประมูลที่ 140 ล้านบาท (2) หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ จำนวน 7 ช่องรายการ ราคาขั้นต่ำเท่ากับราคาเริ่มต้นการประมูลที่ 220 ล้านบาท (3) หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ จำนวน 7 ช่องรายการ ราคาขั้นต่ำเท่ากับราคาเริ่มต้นการประมูลที่ 380 ล้านบาท และ (4) หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง จำนวน 7 ช่องรายการ ราคาขั้นต่ำเท่ากับราคาเริ่มต้นการประมูลที่ 1,510 ล้านบาท (ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขการประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ พ.ศ. 2556)

สรุปเปรียบเทียบราคาเริ่มต้นประมูล และราคาประมูลของใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจได้ตารางที่ 1

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบราคาเริ่มต้นประมูลและราคาประมูลจำแนกตามหมวดหมู่ของใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ

หมวดหมู่	ราคาเริ่มต้น (รวม) (ล้านบาท)	ราคาประมูล (รวม) (ล้านบาท)
หมวดหมู่เด็ก เยาวชน และครอบครัว (3 ช่องรายการ)	420	1971
หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ (7 ช่องรายการ)	1540	9238

หมวดหมู่	ราคาเริ่มต้น (รวม) (ล้านบาท)	ราคาประมูล (รวม) (ล้านบาท)
ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ (จำนวน 7 ช่องรายการ)	2660	15950
ทั่วไปแบบความคมชัดสูง (7 ช่องรายการ)	10570	23700
รวม	15190	50859

ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์แบบภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะ ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชน และ ใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจ ดังนี้

#### ใบอนุญาตประกอบกิจการประเภทบริการสาธารณะ

ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์แบบภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลประเภทกิจการบริการสาธารณะได้รับการจัดสรรใบอนุญาตจนถึงปัจจุบัน (พ.ศ. 2559) ทั้งสิ้น 4 ใบอนุญาต โดยมีรายละเอียดตามตารางต่อไปนี้ (กสทช. - คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และ กิจการโทรคมนาคม, 2560b:3)

ตารางที่ 2 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์แบบภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลประเภทกิจการบริการสาธารณะ

หมายเลขช่อง	ชื่อช่อง	หน่วยงาน
ช่อง 1	สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (ททบ5.)	กองทัพบก
ช่อง 2	สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT)	กรมประชาสัมพันธ์
ช่อง 3	Thai PBS	องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพ สาธารณะแห่งประเทศไทย
ช่อง 10	สถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา	สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (ททบ5.) สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) และ Thai PBS ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์แบบภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลประเภทกิจการ

บริการสาธารณะ และเป็นผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์แบบภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก ปัจจุบันยังมีการออกอากาศคู่ขนาน (Simulcast) ทั้งในระบบแอนะล็อกและระบบดิจิทัล จนกว่าจะยุติการออกอากาศในระบบแอนะล็อก ส่วนสถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา หรือ TPTV เป็นผู้ประกอบการรายใหม่มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาลกับประชาชน และรัฐสภากับประชาชน นอกจากนี้ยังมีใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลประเภทบริการสาธารณะเพื่อวัตถุประสงค์อื่นแต่ยังไม่ได้มีการจัดสรรให้วิสาหกิจใดประกอบกิจการ เช่น กิจการโทรทัศน์เพื่อการส่งเสริมความรู้ การศึกษา วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม กิจการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม การเกษตร และการส่งเสริมอาชีพ กิจการโทรทัศน์เพื่อความปลอดภัยสาธารณะ กิจการโทรทัศน์เพื่อสนับสนุนการเผยแพร่และให้การศึกษาแก่ประชาชน เกี่ยวกับการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข กิจการโทรทัศน์เพื่อบริการข้อมูลข่าวสารสาธารณะ แก่คนพิการ คนด้อยโอกาส เด็กและเยาวชน เป็นต้น (กสท. - คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์, 2556)

#### *ใบอนุญาตประกอบกิจการประเภทบริการทางธุรกิจ*

ในส่วนของใบอนุญาตประกอบกิจการประเภทบริการทางธุรกิจมีการจัดสรรด้วยการประมูลตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ พ.ศ.2556 ซึ่งแบ่งเป็นหมวดหมู่อีก 4 หมวดหมู่ ได้แก่ (1) เด็ก เยาวชนและครอบครัว จำนวน 3 ใบอนุญาต (2) ข่าวสารและสาระ จำนวน 7 ใบอนุญาต (3) ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ จำนวน 7 ใบอนุญาต และ (4) ทั่วไปแบบความคมชัดสูง จำนวน 7 ใบอนุญาต ประกาศฉบับนี้ยังกำหนดเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้เข้าร่วมประมูล ขั้นตอน วิธีการ และกำหนดระยะเวลาการประมูล ราคาขั้นต่ำ ราคาเริ่มต้น การเสนอเพิ่มราคา และเงื่อนไขการประมูล การชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ เงื่อนไขก่อนรับใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ การออกใบอนุญาต และขอบเขตและเงื่อนไขในการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ (ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขการประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ พ.ศ. 2556, 2556)

รายละเอียดของผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ มีดังนี้ (กสทช. - คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม, 2560b:3-5)

ตารางที่ 3 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์แบบภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่เด็ก เยาวชน และครอบครัว

หมายเลขช่อง	ชื่อช่อง	หน่วยงาน
ช่อง 13	3 Family	บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด
ช่อง 14	MCOT Kids & Family	บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)
ช่อง 15*	LOCA	บริษัท ไทยทีวี จำกัด

\*ปัจจุบัน กสท.มีมติให้เพิกถอนใบอนุญาตเนื่องจากฝ่าฝืนไม่ชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาต

ตารางที่ 4 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์แบบภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ

หมายเลขช่อง	ชื่อช่อง	หน่วยงาน
ช่อง 16	TNN24	บริษัท ไทย นิวส์ เน็ตเวิร์ค (ทีเอ็นเอ็น) จำกัด
ช่อง 17*	ไทยทีวี	บริษัท ไทยทีวี จำกัด
ช่อง 18	นิวทีวี (NEW TV)	บริษัท ดีเอ็น บรอดคาสท์ จำกัด
ช่อง 19	Spring News	บริษัท สปริงนิวส์ เทเลวิชั่น จำกัด
ช่อง 20	Bright TV	บริษัท ไบรท์ ทีวี จำกัด
ช่อง 21	VOICE TV	บริษัท วอยซ์ ทีวี จำกัด
ช่อง 22	Nation TV	บริษัท เอ็นพีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด

\*ปัจจุบัน กสท.มีมติให้เพิกถอนใบอนุญาตเนื่องจากฝ่าฝืนไม่ชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาต

ตารางที่ 5 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์แบบภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ

หมายเลขช่อง	ชื่อช่อง	หน่วยงาน
ช่อง 23	เวิร์คพอยท์ ทีวี	บริษัท ไทย บรอดคาสติ้ง จำกัด
ช่อง 24	True 4 U (ทรูโฟร์ยู)	บริษัท ทรูโฟร์ยู สเตชัน จำกัด
ช่อง 25	GMM25	บริษัท จีเอ็มเอ็ม แชนแนล จำกัด
ช่อง 26	NOW	บริษัท แวงคอก บิสซิเนส บรอดแคสติ้ง จำกัด
ช่อง 27	8	บริษัท อาร์เทเลวิชั่น จำกัด.เอส.

หมายเลขช่อง	ชื่อช่อง	หน่วยงาน
ช่อง 28	3 SD	บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด
ช่อง 29	โมนอ ทเวนตีไนน์ (Mono ๒๙)	บริษัท โมนอ บรอดคาสท์ จำกัด

ตารางที่ 6 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์แบบภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง

หมายเลขช่อง	ชื่อช่อง	หน่วยงาน
ช่อง 30	MCOT HD	บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)
ช่อง 31	One	บริษัท จีเอ็มเอ็ม วัน ทีวี จำกัด
ช่อง 32	ไทยรัฐทีวี	บริษัท ทริปเปิล วี บรอดคาสท์ จำกัด
ช่อง 33	3 HD	บริษัท บีอีซี-มัลติมีเดีย จำกัด
ช่อง 34	Amarin TV HD	บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด
ช่อง 35	7 HD	บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด
ช่อง 36	พีพีทีวี (PPTV)	บริษัท บางกอก มีเดีย แอนด์ บรอดคาสติ้ง จำกัด

ผู้ประกอบการรายเดิมประกอบด้วยสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 และสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการโทรทัศน์แบบภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ โดยออกอากาศคู่ขนานทั้งในระบบแอนะล็อกและดิจิทัล (Simulcast) จนกว่าจะยุติการออกอากาศในระบบแอนะล็อกใน 3 HD 7 HD และ MCOT HD ตามลำดับ

หากพิจารณาถึงจำนวนใบอนุญาตที่ผู้ประกอบการรายเดิมได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการโทรทัศน์แบบภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ สถานีที่ได้รับใบอนุญาตมากที่สุดจำนวน 3 ใบอนุญาต ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในหมวดหมู่เด็กเยาวชน และครอบครัว หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ และหมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง รองลงมา ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 จำนวน 2 ใบอนุญาต ในหมวดหมู่เด็ก เยาวชน และครอบครัว และในหมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ได้รับใบอนุญาต 1 ใบอนุญาต ในหมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง

ในส่วนของผู้ประกอบการรายใหม่ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ (1) ผู้ประกอบการรายใหม่ที่อยู่ในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในระบบแอนะล็อกอยู่แล้ว (2) ผู้ประกอบการรายใหม่ที่อยู่ในอุตสาหกรรมสื่อมวลชนอยู่แล้ว และ (3) ผู้ประกอบการรายใหม่ที่ไม่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสื่อมวลชน

ตารางที่ 7 ตัวอย่างผู้ประกอบการรายใหม่ จำแนกตามลักษณะที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสื่อมวลชน

ผู้ประกอบการรายใหม่ที่อยู่ในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในระบบแอนะล็อกอยู่แล้ว	ผู้ประกอบการรายใหม่ที่อยู่ในอุตสาหกรรมสื่อมวลชนอยู่แล้ว	ผู้ประกอบการรายใหม่ที่ไม่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสื่อมวลชน
เวิร์คพอยท์ ทีวี GMM25 One Nation TV	TNN24 VOICE TV ไทยรัฐทีวี Amarin TV HD	พีพีทีวี (PPTV)

จากตารางที่ 7 สรุปได้ว่า

(1) ผู้ประกอบการรายใหม่ที่อยู่ในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในระบบแอนะล็อกอยู่แล้ว ตัวอย่างของผู้ประกอบการที่เคยผลิตรายการให้สถานีโทรทัศน์ในระบบแอนะล็อกและได้รับใบอนุญาตให้ประกอบกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ ได้แก่ (1) บริษัท ไทย บรอดคาสติ้ง จำกัด ของเวิร์คพอยท์ ทีวี (2) บริษัท จีเอ็มเอ็ม แชนแนล จำกัด ของ GMM25 (3) บริษัท จีเอ็มเอ็ม วัน ทีวี จำกัด ของ One และ (4) บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด ของ Nation TV

(2) ผู้ประกอบการรายใหม่ที่อยู่ในอุตสาหกรรมสื่อมวลชนอยู่แล้ว ตัวอย่างของผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับสื่อมวลชนและได้รับใบอนุญาตให้ประกอบกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ ได้แก่ (1) บริษัท ไทย นิวส์ เน็ตเวิร์ค (ทีเอ็นเอ็น) จำกัด ของ TNN24 (2) บริษัท วอยซ์ ทีวี จำกัด ของ VOICE TV (3) บริษัท ทริปเปิล วี บรอดคาสท์ จำกัด ของ ไทยรัฐทีวี และ (4) บริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด ของ Amarin TV HD

(3) ผู้ประกอบการรายใหม่ที่ไม่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสื่อมวลชน ตัวอย่างของผู้ประกอบการที่ไม่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสื่อมวลชนและได้รับใบอนุญาตให้ประกอบกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ ได้แก่ บริษัท บางกอก มีเดีย แอนด์ บรอดคาสติ้ง จำกัด ของ พีพีทีวี (PPTV)



### ใบอนุญาตประกอบกิจการประเภทบริการชุมชน

ใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชน จำนวน 12 ใบอนุญาต ยังไม่มีการจัดสรรใบอนุญาต

#### 2.3.3 โครงข่ายดิจิทัลภาคพื้นดิน

ความแตกต่างสำคัญระหว่างโครงสร้างอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ในระบบแอนะล็อกและอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ได้แก่ ประเภทของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ กล่าวคือ หากเป็นโครงสร้างกิจการโทรทัศน์ในระบบแอนะล็อก ผู้ประกอบกิจการต้องลงทุนในโครงข่ายภาคพื้นดินเอง ในขณะที่โครงสร้างกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลมีการแยกกันระหว่างการผลิตเนื้อหา การให้บริการช่องรายการ การให้บริการโครงข่าย และการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการโครงข่ายเป็นการรวบรวมช่องรายการจากผู้ให้บริการช่องรายการและส่งต่อไปเพื่อออกอากาศ การให้บริการโครงข่ายนี้จะต้องได้รับใบอนุญาตให้บริการโครงข่ายโทรทัศน์จาก กสทช. ปัจจุบันมีผู้ให้บริการโครงข่ายทั้งสิ้น 4 ราย ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก กรมประชาสัมพันธ์ องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย และบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้ (กสทช. - คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม, 2560b:1-2)

ตารางที่ 8 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับการให้บริการโครงข่าย จำแนกตามผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์แบบภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล

หมวดหมู่ของช่องรายการ	กรมประชาสัมพันธ์	สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก	บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)	องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย
1) เด็ก เยาวชน และครอบครัว			MCOT Kids & Family	3 Family
2) ข่าวสาร และสาระ		TNN24 NationTV BrightTV นิวทีวี (NEW TV)	VOICE TV Spring News	

หมวดหมู่ของ ช่องรายการ	กรม ประชาสัมพันธ์	สถานีวิทยุ โทรทัศน์ กองทัพบก	บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)	องค์การ กระจายเสียง และแพร่ภาพ สาธารณะแห่ง ประเทศไทย
3) ทั่วไปแบบ ความคมชัดปกติ		เวิร์คพอยท์ ทีวี True4U (ทรูโฟร์ยู) GMM25 NOW โมโน ทเวนตีไนน์ (Mono ๒๙)		8 3 SD
4) ทั่วไปแบบ ความคมชัดสูง		One Amarin TV HD 7 HD พีพีทีวี (PPTV)	ไทยรัฐทีวี MCOT HD	3 HD
5) สาธารณะ	NBT	ททบ5.	สถานีวิทยุ โทรทัศน์รัฐสภา	Thai PBS

## 2.4 การวัดความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์

### 2.4.1 ความหมายของความหลากหลายของสื่อ

ความหมายของความหลากหลายของสื่อ (Media diversity) มักมีความสับสนกับความหมายของความเป็นพหุนิยมในสื่อ (Media pluralism) สาเหตุหนึ่งมาจากสาเหตุที่การใช้คำว่า ความหลากหลายของสื่อ (Media diversity) และความเป็นพหุนิยมในสื่อ (Media pluralism) ในประเทศสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรปมีความแตกต่างกัน โดยในประเทศสหรัฐอเมริกา หากกล่าวถึงการกำกับดูแลที่ทำให้เกิดความหลากหลายในโครงสร้างของสื่อจะใช้คำว่า ความหลากหลาย (Diversity) ส่วนในสหภาพยุโรปจะใช้คำว่า ความเป็นพหุนิยม (Pluralism) กับสถานการณ์ทางด้านโครงสร้างของสื่อ และใช้คำว่า ความหลากหลาย (Diversity) กับสถานการณ์ทางด้านเนื้อหาของสื่อ (Hitchens, 2006, p. 9)

นอกจากการใช้คำว่าความหลากหลายของสื่อ (Media diversity) และความเป็นพหุนิยมในสื่อ (Media pluralism) ในความหมายที่แตกต่างกันแล้ว ในส่วนของนโยบายสื่อที่เกี่ยวข้องกับความ

หลากหลายของสื่อ หรือความเป็นพหุนิยมในสื่อก็มีความแตกต่างกัน โดยในประเทศสหรัฐอเมริกา หากพูดถึงนโยบายเกี่ยวกับความหลากหลายของสื่อ (Media diversity) จะสนใจใน 2 ประเด็น ได้แก่ (1) การมีส่วนร่วมและการเป็นภาพตัวแทนของชนกลุ่มน้อยซึ่งเกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางวัฒนธรรม และ (2) เสรีภาพของสื่อที่ทำให้เกิดตลาดทางความคิดซึ่งเป็นพื้นฐานของสังคมประชาธิปไตย (Freedman, 2008, pp. 17-18) ส่วนในสหภาพยุโรป นโยบายสำคัญได้แก่ ความเป็นพหุนิยมของสื่อ (Media pluralism) โดยจะให้ความสำคัญควบคู่ไปกับเสรีภาพของสื่อ (Media freedom) เสรีภาพสื่อ (Media freedom) มีความหมายว่า ความเป็นอิสระขององค์กรสื่อจากข้อจำกัดและการแทรกแซงไม่ว่าจะจากการเมืองหรือแหล่งอำนาจใด ๆ ในขณะที่ความเป็นพหุนิยมในสื่อโทรทัศน์ (Media pluralism) หมายถึง ความเป็นอิสระขององค์กรสื่อจากการควบคุมของภาคเอกชนและจากการมีอิทธิพลอย่างไม่เท่าเทียมกันของกลุ่มที่มีอำนาจเหนือกว่าทางสังคมไม่ว่าจะทางเศรษฐกิจ สังคม หรือการเมือง (Calderaro & Dobrova, 2013, pp. 19-20)

Hitchens (2006, pp. 8-9) อธิบายว่าความหลากหลายของสื่อ (Media diversity) และความเป็นพหุนิยมในสื่อ (Media pluralism) มีความหมายครอบคลุม (1) สภาพการณ์ของโครงสร้างของสื่อมวลชนที่มีประเภทที่แตกต่างกันในจำนวนมากเพียงพอ เช่น บริการสาธารณะ บริการส่วนตัว เป็นต้น (2) สภาพการณ์ของโครงสร้างของสื่อมวลชนที่มีความเป็นเจ้าของหรือความเป็นอิสระในการควบคุมของช่องทางนำเสนอที่แตกต่างกันในจำนวนมากเพียงพอ (3) สภาพการณ์ของโครงสร้างของสื่อมวลชนที่มีการนำเสนอความคิดเห็นที่แตกต่างกันในจำนวนมากเพียงพอ และ (4) สภาพการณ์ของโครงสร้างของสื่อมวลชนที่มีการนำเสนอประเภทรายการที่แตกต่างกันในจำนวนมากเพียงพอ ทั้งแบบบันเทิงและสาระความรู้

ส่วนความหมายของความหลากหลาย (Diversity) ที่อธิบายโดย Napoli (1999, pp. 9-10) ในบทความ Deconstructing the Diversity Principle เป็นความหลากหลายที่ไม่ใช่เพียงแค่การมีเนื้อหา หรือช่องทางจำนวนมากที่สามารถเข้าถึงได้ แต่ต้องพิจารณาตามหลักของแนวคิดตลาดทางความคิด (Marketplace of ideas) ได้แก่ การที่พลเมืองมีเสรีภาพในการเลือกแนวคิดจากแนวคิดที่มีจำนวนมากเพียงพอ (ความหลากหลายของเนื้อหา) ซึ่งนำเสนอจากแหล่งที่นำเสนอที่มีจำนวนมากเพียงพอ (ความหลากหลายของแหล่งที่นำเสนอ) หลังจากนั้น พลเมืองจะได้ผสมผสานข้อมูลข่าวสารและแนวคิด เพื่อใช้ในการเพิ่มพูนความรู้ของตัวเอง การเผชิญหน้ากับความเห็นที่ต่างกันและการเป็นผู้ที่สามารถตัดสินใจได้ดีจะทำให้สามารถทำหน้าที่ในการเติมเต็มความรับผิดชอบทางประชาธิปไตยในสังคมที่ปกครองกันเองได้ดียิ่งขึ้น

สำหรับการศึกษาคำนี้ ผู้ศึกษาใช้คำว่า “ความหลากหลายของสื่อ (Media diversity)” ซึ่งครอบคลุมความหลากหลายในโครงสร้าง (Structural diversity) หรือความหลากหลายภายนอก

(External diversity) และความหลากหลายในเนื้อหา (Content diversity) หรือความหลากหลายภายใน (Internal diversity)

#### 2.4.2 มิติความหลากหลายของสื่อ

มิติความหลากหลายของสื่อสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ มิติความหลากหลายเชิงปทัสสถาน (Normative concept of diversity) และมิติความหลากหลายเชิงประจักษ์ (Empirical concept of diversity) (Denis McQuail & Van Cuilenburg, 1983, pp. 53-54)

##### 2.4.2.1 มิติความหลากหลายเชิงปทัสสถาน

นักวิชาการกลุ่มแรกเป็นนักวิชาการที่ให้อธิบายเกี่ยวกับมิติความหลากหลายเชิงปทัสสถาน ได้แก่ Philip Napoli ซึ่งอธิบายความหลากหลายตามแนวคิดของผู้กำหนดนโยบายสื่อ Denis McQuail ซึ่งอธิบายความหลากหลายว่าเป็นหนึ่งในตัวชี้วัดคุณภาพของสื่อ และ Petros Iosifidis ซึ่งอธิบายความหลากหลายที่ควรครอบคลุม ดังต่อไปนี้

ความหลากหลายของสื่อสามารถแบ่งโดยใช้เกณฑ์ประเด็นที่ผู้กำกับดูแลควรพิจารณาเพื่อใช้ในการกำหนดนโยบายสื่อ โดยแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ (1) ความหลากหลายของแหล่งที่นำเสนอ (Source diversity) (2) ความหลากหลายของเนื้อหา (Content diversity) และ (3) ความหลากหลายของการเปิดรับสาร (Exposure diversity) (Napoli, 1999, p. 10)

ในส่วนของความหลากหลายของแหล่งที่นำเสนอ (Source diversity) สามารถพิจารณาจากความเป็นเจ้าของ ทั้งช่องทางนำเสนอ (Outlet) และเนื้อหา (Content) โดยในระดับแรก ได้แก่ ความเป็นเจ้าของช่องรายการหรือเจ้าของสถานีโทรทัศน์ ส่วนระดับที่สอง ได้แก่ ความเป็นเจ้าของเนื้อหาภายในช่องรายการหรือภายในสถานีโทรทัศน์ (Napoli, 1999, pp. 11-12)

ลำดับต่อมา ได้แก่ ความหลากหลายของเนื้อหา (Content diversity) ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 3 ระดับย่อย ได้แก่ ความหลากหลายในรูปแบบรายการ (Program-Type format) ความหลากหลายในลักษณะทางประชากร (Demographic) และความหลากหลายในความคิดเห็น (Idea/Viewpoint) (Napoli, 1999, p. 18)

ความหลากหลายสุดท้าย ได้แก่ ความหลากหลายในการเปิดรับสาร (Exposure diversity) ซึ่งเป็นความหลากหลายที่ไม่ได้ถูกพิจารณาจากผู้กำกับดูแลที่จะกำหนดนโยบายสื่อเพื่อความหลากหลายเลย ความหลากหลายในการเปิดรับสารเป็นการมองความหลากหลายในอีกแง่มุมหนึ่ง แตกต่างจากมุมมองของผู้ส่งสาร แต่เป็นการมองจากความหลากหลายในการเลือกของผู้รับสาร ตัวอย่างคำถามที่น่าสนใจ ได้แก่ ผู้รับสารมีพฤติกรรมในการเปิดรับสารที่แหล่งข้อมูล ผู้รับสารเปิดรับ

ความคิดเห็นที่แตกต่างกันทางการเมืองหรือทางสังคม มากน้อยเพียงใด ผู้รับสารเปิดรับสารในรายการที่มีรูปแบบรายการแตกต่างกันหรือไม่ และอะไรคือปัจจัยที่ทำให้ระดับของความหลากหลายในการเปิดรับสารของผู้รับสารแตกต่างกัน (Napoli, 1999, pp. 24-25)

มิติความหลากหลายในการเปิดรับสาร สามารถแบ่งเป็นมิติน้อยได้ 2 มิติย่อย ได้แก่ ความหลากหลายในการเปิดรับสารแบบแนวนอน (Horizontal exposure diversity) และความหลากหลายในการเปิดรับสารแบบแนวตั้ง (Vertical exposure diversity) โดยที่ความหลากหลายในการเปิดรับสารแนวนอน หมายถึง การกระจายตัวของจำนวนผู้รับสารออกไปตามทางเลือก หรือตามรายการที่แตกต่างกัน และความหลากหลายในการเปิดรับสารแบบแนวตั้ง หมายถึง แบบแผนการเปิดรับสื่อของปัจเจกบุคคล (Napoli, 1999, pp. 26-27)

ในส่วนของการแบ่งมิติน้อยของการเปิดรับสารของ Napoli นั้น แตกต่างจาก Dennis McQuail (1992, pp. 149-150) ซึ่งแบ่งความหลากหลายของผู้รับสารออกเป็น 2 มิติเช่นเดียวกัน แต่ให้ความหมายแตกต่างกัน ได้แก่ (1) ความหลากหลายในการเปิดรับสารแบบแนวนอน (Horizontal exposure diversity) ได้แก่ ความหลากหลายหรือจำนวนที่แตกต่างกันของรายการ และรูปแบบรายการที่ผู้รับสารสามารถเข้าถึงได้ในช่วงเวลาหนึ่ง เช่น ในช่วงเวลาที่มีจำนวนผู้ชมสูง (Primetime) สถานีโทรทัศน์มีการนำเสนอรูปแบบรายการที่มีความแตกต่างกันหรือไม่ เป็นต้น และ (2) ความหลากหลายในการเปิดรับสารแบบแนวตั้ง (Vertical exposure diversity) ได้แก่ ความหลากหลายหรือจำนวนที่แตกต่างกันของรายการ และรูปแบบรายการที่ผู้รับสารสามารถเข้าถึงได้ในช่องทางการสื่อสารหนึ่ง เช่น สถานีโทรทัศน์แห่งหนึ่งมีการนำเสนอรูปแบบรายการที่มีความแตกต่างกันหรือไม่ เป็นต้น

นอกจากนั้น Dennis McQuail (1992, pp. 144-145) ยังได้อธิบายลักษณะของสื่อที่มีความหลากหลายออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ (1) ความหลากหลายของภาพสะท้อน (Diversity as reflection) หมายถึง ความหลากหลายในเนื้อหาของสื่อซึ่งสะท้อนความแตกต่างของวัฒนธรรมความคิดเห็นและสถานะของสมาชิกในสังคม (2) ความหลากหลายของการเข้าถึง (Diversity as access) หมายถึง การที่สื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มทางสังคมหรือกลุ่มที่มีความสนใจที่หลากหลายมีช่องทางในการสื่อสารถึงสังคม และ (3) ความหลากหลายของช่องทางสำหรับผู้รับสาร (Diversity as more channels and choice for the audience) หมายถึง การมีทางเลือกที่เพิ่มขึ้นให้กับผู้รับสารซึ่งจะช่วยเพิ่มคุณภาพของบริการทางการสื่อสารซึ่งจะผลดีต่อผู้รับสาร

ส่วน Iosifides (1999, pp. 154-155) ได้สรุปเกี่ยวกับความหลากหลายของสื่อว่าควรครอบคลุมแนวคิดดังต่อไปนี้ (1) ความหลากหลายในความคิดเห็น (Diversity of ideas) เป็นแนวคิดที่สนับสนุนให้มีการตอบสนองคนกลุ่มน้อยของสังคม ไม่ใช่เพียงแต่ตอบสนองคนกลุ่มใหญ่ของสังคม (2) ความหลากหลายในผลิตภัณฑ์ (Diversity of products) เป็นแนวคิดเกี่ยวกับทางเลือกของ

ผู้บริโภคที่ต้องมีความหลากหลายภายใต้ความเชื่อของการแข่งขันของกิจการ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์เป็นความหลากหลายของเนื้อหา (3) ความหลากหลายในประเด็น เนื้อหา บุคลากร และพื้นที่ (Issue, content, person and geography diversity) เป็นแนวคิดเกี่ยวกับความหลากหลายของเนื้อหา ทั้งทางด้านรูปแบบและเนื้อหา รวมถึงเนื้อหาที่ตอบสนองบุคคลหรือกลุ่มต่าง ๆ ตามพื้นที่ทั้งระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับนานาชาติ และ (4) ความหลากหลายภายนอกและภายใน (External and internal diversity) เป็นแนวคิดที่อธิบายถึงความหลากหลายของช่องทางการสื่อสารซึ่งเรียกว่า ความหลากหลายภายนอกและความหลากหลายภายในช่องทางการสื่อสารช่องใดช่องหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ความหลากหลายภายใน

มิติความหลากหลายตามความหลากหลายเชิงปทัสถาน สามารถสรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 9 สรุปมิติความหลากหลายตามความหลากหลายเชิงปทัสถาน

ชื่อนักวิชาการ	มิติความหลากหลาย
Napoli (1999)	(1) ความหลากหลายของแหล่งที่นำเสนอ (Source diversity) (2) ความหลากหลายของเนื้อหา (Content diversity) และ (3) ความหลากหลายของการเปิดรับสาร (Exposure diversity)
Dennis McQuail (1992)	(1) ความหลากหลายของภาพสะท้อน (Diversity as reflection) (2) ความหลากหลายของการเข้าถึง (Diversity as access) และ (3) ความหลากหลายของช่องทางสำหรับผู้รับสาร (Diversity as more channels and choice for the audience)
Iosifides (1999)	(1) ความหลากหลายในความคิดเห็น (Diversity of ideas) (2) ความหลากหลายในผลิตภัณฑ์ (Diversity of products) (3) ความหลากหลายในประเด็น เนื้อหา บุคลากร และพื้นที่ (Issue, content, person and geography diversity) และ (4) ความหลากหลายภายนอกและภายใน (External and internal diversity)

#### 2.4.2.2 มิติความหลากหลายเชิงประจักษ์

กลุ่มนักวิชาการอีกกลุ่มหนึ่งอธิบายเกี่ยวกับความหลากหลายเชิงประจักษ์ (Empirical concept of diversity) ส่วนใหญ่มีพื้นฐานจากนักวิชาการกลุ่มแรก กลุ่มนักวิชาการกลุ่มที่สองนี้สนใจศึกษาปรากฏการณ์จริงที่เกิดขึ้นว่ากิจการสื่อหรือเนื้อหาสื่อมีความหลากหลายมากน้อยเพียงใด โดยกำหนดดัชนีวัดความหลากหลายที่เกิดขึ้น

การศึกษาความหลากหลายของโครงสร้าง (Structural diversity) ของอุตสาหกรรมสื่อมวลชนจะมุ่งความสนใจไปที่ลักษณะการประกอบกิจการ ลักษณะความเป็นเจ้าของและการควบคุมกิจการ และแหล่งที่มาของเงินได้ของการประกอบกิจการ ส่วนการศึกษาความหลากหลายของเนื้อหา (Content diversity) จะสนใจศึกษากลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ รูปแบบ และเนื้อหา (Hitchens, 2006, p. 8)

ความหลากหลายของเนื้อหาสามารถแบ่งได้เป็น (1) ความหลากหลายของช่องทางสื่อ (Diversity of media channel) คือ ความหลากหลายที่เกิดขึ้นในช่องทางสื่อช่องทางใดช่องทางหนึ่ง หรือเรียกว่า ความหลากหลายแนวตั้ง (Vertical diversity) และ (2) ความหลากหลายของระบบสื่อ (Diversity of media system) คือ ความหลากหลายของทุกช่องทางสื่อในช่วงเวลาใดช่วงเวลาหนึ่ง หรือเรียกว่า ความหลากหลายแนวนอน (Horizontal diversity) (Hellman, 2001, pp. 184-185; Hillve, Majanen, & Rosengren, 1997, p. 295)

นอกจากมิติความหลากหลายทางด้านเนื้อหาแล้ว ยังมีมิติความหลากหลายทางด้านระดับของการวิเคราะห์โดยแบ่งออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่ (1) ระดับหน่วยของเนื้อหา (Content units) เป็นความหลากหลายภายในหน่วยของการส่งข้อมูล เช่น รายการโทรทัศน์ บทความหนังสือพิมพ์ เป็นต้น ลักษณะการศึกษาจึงเป็นการศึกษาเกี่ยวกับความแตกต่างของการนำเสนอข้อมูลและความคิดเห็นในรายการโทรทัศน์หรือในบทความหนังสือพิมพ์ (2) ระดับผู้รวบรวมเนื้อหา (Content bundles) เป็นความหลากหลายภายในช่องทางสื่อที่เป็นผู้รวบรวมเนื้อหา เช่น สถานีโทรทัศน์รวบรวมรายการ หรือหนังสือพิมพ์รวบรวมข่าว สารความรู้ เป็นต้น ลักษณะการศึกษาจึงเป็นการศึกษาภาพรวมของช่องทางสื่อ (3) ระดับประเภทของสื่อ (Medium type) เป็นความหลากหลายของสื่อใดสื่อหนึ่งในภาพรวม เช่น ศึกษาสถานีวิทยุกระจายเสียงในเขตพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง ลักษณะของการศึกษาจึงเป็นการศึกษาตลาดของสื่อประเภทใดประเภทหนึ่ง และ (4) ระดับระบบสื่อ (Communications system) เป็นความหลากหลายในภาพรวมของสื่อทุกแขนง ประกอบด้วย สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อใหม่ ลักษณะของการศึกษาจึงเป็นการศึกษาในองค์รวมของการสื่อมวลชนทั้งหมดในสังคม (Denis McQuail & Van Cuilenburg, 1983, p. 55)

มิติความหลากหลายตามความหลากหลายเชิงประจักษ์ สามารถสรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 10 สรุปมิติความหลากหลายตามความหลากหลายเชิงประจักษ์

ชื่อนักวิชาการ	มิติความหลากหลาย
Hitchens (2006)	(1) ความหลากหลายของโครงสร้าง (Structural diversity) ได้แก่ ลักษณะการประกอบกิจการ ลักษณะความเป็นเจ้าของและการควบคุมกิจการ และแหล่งที่มาของเงินได้ของการประกอบกิจการ และ

ชื่อนักวิชาการ	มิติความหลากหลาย
	(2) ความหลากหลายของเนื้อหา (Content diversity) ได้แก่ กลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ รูปแบบ และเนื้อหา
Hillve et al. (1997), Hellman (2001)	(1) ความหลากหลายของช่องทางสื่อ (Diversity of media channel) หรือความหลากหลายแนวตั้ง (Vertical diversity) และ (2) ความหลากหลายของระบบสื่อ (Diversity of media system) หรือความหลากหลายแนวนอน (Horizontal diversity)
Denis McQuail and Van Cuilenburg (1983)	(1) ระดับหน่วยของเนื้อหา (Content units) (2) ระดับผู้รวบรวมเนื้อหา (Content bundles) (3) ระดับประเภทของสื่อ (Medium type) และ (4) ระดับระบบสื่อ (Communications system)

#### 2.4.3 ความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์

ความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์สามารถแบ่งออกเป็นได้หลายมิติ หากใช้เกณฑ์ลักษณะความหลากหลาย ความหลากหลายสามารถแบ่งออกเป็น ความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์ (Television structural diversity) หรือความหลากหลายภายนอก (External pluralism) และความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ (Television content diversity) หรือความหลากหลายภายใน (Internal pluralism) ตัวอย่างของความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์ ได้แก่ ลักษณะการประกอบกิจการที่มีความหลากหลาย ลักษณะความเป็นเจ้าของที่มีความหลากหลาย แหล่งที่มาของเงินได้ของการประกอบกิจการที่มีความหลากหลาย และพื้นที่การออกอากาศที่หลากหลาย ส่วนตัวอย่างของความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ ได้แก่ รูปแบบรายการที่หลากหลาย เนื้อหารายการที่หลากหลาย วัตถุประสงค์รายการที่หลากหลาย และกลุ่มเป้าหมายรายการที่หลากหลาย (Hitchens, 2006, pp. 8-9)

Napoli (1999, p. 10) อธิบายเกี่ยวกับความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์และความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ ดังนี้

ความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์สามารถพิจารณาจากความหลากหลายทางด้านความเป็นเจ้าของ (Ownership) ได้หลายระดับ ทั้งระดับความเป็นเจ้าของในช่องทางการนำเสนอ (Outlet) และระดับความเป็นเจ้าของในเนื้อหา (Content) ยกตัวอย่างเช่น ความหลากหลายของความเป็นเจ้าของในสถานีโทรทัศน์ ในระดับแรกของความหลากหลายของโครงสร้าง



ในกิจการโทรทัศน์ ได้แก่ ความเป็นเจ้าของช่องรายการหรือเจ้าของในสถานีโทรทัศน์ ส่วนระดับที่สอง ได้แก่ ความเป็นเจ้าของในเนื้อหาภายในช่องรายการหรือภายในสถานีโทรทัศน์ อย่างไรก็ตามก็มีความหลากหลายอาจมีมากกว่า 2 ระดับ ยกตัวอย่างเช่น ความเป็นเจ้าของในกรณีของเคเบิลทีวี โดยในระดับแรก ได้แก่ ความเป็นเจ้าของในระบบเคเบิลทีวี ระดับที่สอง ได้แก่ ความเป็นเจ้าของในช่องรายการ และระดับสุดท้าย ได้แก่ ความเป็นเจ้าของในระดับรายการ (Napoli, 1999, pp. 11-12)

นอกจากมิติความหลากหลายของความเป็นเจ้าของที่ผู้กำกับดูแลควรให้ความสนใจแล้ว มิติความหลากหลายทางด้านแรงงานภายในแต่ละช่องทางการนำเสนอเป็นสิ่งที่ผู้กำกับดูแลไม่ควรมองข้าม การสร้างความหลากหลายทางด้านแรงงานในช่องทางการนำเสนอย่อมทำให้เกิดความหลากหลายมากขึ้นในการทำงาน การเปิดโอกาสให้คนทุกเชื้อชาติ ทุกชาติ ทุกเพศ และทุกศาสนา เข้ามาร่วมสร้างสรรค์ย่อมทำให้การสร้างสรรค์เนื้อหารายการเกิดความหลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้ การเปิดโอกาสให้ผู้ด้อยโอกาสทางสังคมได้มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์เนื้อหารายการ ช่วยทำให้เนื้อหารายการมีความหลากหลายมากขึ้น ไม่ตอบสนองเฉพาะคนกลุ่มใหญ่หรือเฉพาะผู้มีอำนาจเหนือกว่าในสังคม (Napoli, 1999, p. 13)

การแบ่งมิตีย่อยของมิติความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์สามารถแบ่งได้เป็น 3 มิตีย่อย ได้แก่ ความหลากหลายของรูปแบบรายการ (Program-Type format) ความหลากหลายของลักษณะทางประชากร (Demographic) และความหลากหลายของความคิดเห็น (Idea/Viewpoint) (Napoli, 1999, p. 18)

ตัวอย่างของความหลากหลายของรูปแบบรายการ (Program-Type format) ได้แก่ ทางเลือกของผู้รับสารในการมีตัวเลือกของรายการโทรทัศน์ที่มีรูปแบบรายการที่แตกต่างกันในจำนวนมากเพียงพอในช่วงเวลาใดช่วงเวลานึง เช่น หากผู้ชมมีทางเลือกเป็นรายการโทรทัศน์ที่มีรูปแบบรายการละคร 6 รายการ และรูปแบบรายการภาพยนตร์ 3 รายการจากรายการของ 9 ช่องรายการในช่วงเวลาที่มีจำนวนผู้ชมสูง ก็ไม่น่าจะพิจารณาว่ามีความหลากหลายของรูปแบบรายการ อย่างไรก็ตามหากพิจารณาในช่วงเวลาเดียวกัน ในวันต่อมา ผู้ชมมีทางเลือกเป็นรายการโทรทัศน์ที่มีรูปแบบรายการละคร 2 รายการ รูปแบบรายการสารคดี 2 รายการ รูปแบบรายการข่าว 2 รายการ รูปแบบรายการภาพยนตร์ 2 รายการ และรูปแบบรายการพุดคุย 1 รายการจากรายการของ 9 ช่องรายการในช่วงเวลาเดียวกัน เช่นนี้น่าจะมีความชัดเจนว่ามีความหลากหลายของรูปแบบรายการมากกว่า (Napoli, 1999, p. 18)

การพิจารณาความหลากหลายของเนื้อหาสามารถพิจารณาได้จากความหลากหลายของเชื้อชาติ ชนชาติ และเพศที่ได้รับการนำเสนอผ่านรายการซึ่งเรียกว่า ความหลากหลายในลักษณะทางประชากร (Demographic) และประเด็นสำคัญประการหนึ่ง ได้แก่ สัดส่วนที่เหมาะสมของการนำเสนอภาพของคนกลุ่มน้อยในสังคมที่ตรงตามการดำรงอยู่จริงในสังคม (Napoli, 1999, p. 21)

สำหรับความหลากหลายในความคิดเห็น (Idea/Viewpoint) ซึ่งถือว่าเป็นประเด็นที่ยากที่สุด ในความหลากหลายทางเนื้อหาเป็นความหลากหลายของแง่มุมต่าง ๆ ทั้งทางด้านสังคม การเมือง และ วัฒนธรรมที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อ แต่เนื่องจากการสร้างภาระให้แก่ผู้ผลิตรายการและความยากต่อการวัดความหลากหลายทางด้านความคิดเห็นประกอบกับสภาพภูมิทัศน์ของสื่อที่เปลี่ยนแปลงไป จึงทำให้แนวคิดเกี่ยวกับการกำกับดูแลเพื่อให้มีความหลากหลายในความคิดเห็นถูกให้ความสำคัญน้อยลงเหลือเพียงความหลากหลายของรูปแบบรายการ (Napoli, 1999, pp. 22-23)

ส่วน McQuail (1992, pp. 144-145) ได้อธิบายถึงพหุลักษณะในสื่อมวลชน (Pluralistic mass media) ไว้หลายมิติประกอบไปด้วยความหลากหลาย (Diversity) 3 ด้าน ได้แก่ (1) ความหลากหลายของภาพสะท้อน (Diversity as reflection) ได้แก่ การนำเสนอหรือการสะท้อนความแตกต่างทางวัฒนธรรม ความคิดเห็น หรือเงื่อนไขทางสังคมอื่น ๆ ที่มีความหลากหลายผ่านสื่อมวลชน (2) ความหลากหลายของการเข้าถึง (Diversity as access) ได้แก่ ช่องทางในการสื่อสารของกลุ่มทางสังคม หรือกลุ่มที่มีความสนใจที่แตกต่างในการรักษาและธำรงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่ม และ (3) ความหลากหลายของช่องทางสำหรับผู้รับสาร (Diversity as more channels and choice for the audience) ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้าหรือบริการที่สามารถเข้าถึงได้โดยผู้รับสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งความหลากหลายของประเภท และเนื้อหา

สำหรับการศึกษาคั้งนี้ มิติความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์ มิติความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ และขอบเขตของความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์ มีรายละเอียดดังนี้

#### 2.4.3.1 มิติความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์

มิติในการพิจารณาความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์สามารถแบ่งออกเป็น 5 มิติ ดังนี้ ความหลากหลายในลักษณะของการประกอบกิจการ ความหลากหลายในลักษณะความเป็นเจ้าของกิจการ ความหลากหลายในแหล่งที่มาของเงินได้ในการประกอบกิจการ ความหลากหลายในพื้นที่การออกอากาศ และความหลากหลายในรูปแบบการผลิตรายการ

(1) ความหลากหลายในลักษณะของการประกอบกิจการ ลักษณะการประกอบกิจการเป็นกรอบใหญ่ในการกำหนดการประกอบกิจการซึ่งส่งผลต่อลักษณะเนื้อหา ดังนั้นหากมีความหลากหลายในลักษณะการประกอบกิจการย่อมส่งผลให้เกิดความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ ตัวอย่างของลักษณะการประกอบกิจการของกิจการโทรทัศน์ ได้แก่ กิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะ กิจการโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ และกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการชุมชน

(2) ความหลากหลายในลักษณะความเป็นเจ้าของกิจการ ลักษณะความเป็นเจ้าของกิจการเป็นตัวกำหนดวิถีในการประกอบกิจการว่ามีวัตถุประสงค์อย่างไร เพื่อการค้าหากำไร เพื่อสังคม หรือ

เพื่อการพัฒนาชุมชน ตัวอย่างของลักษณะความเป็นเจ้าของกิจการโทรทัศน์ ได้แก่ หน่วยงานของรัฐ เอกชน ชุมชน และองค์การสาธารณณะ

(3) ความหลากหลายในแหล่งที่มาของเงินได้ของการประกอบกิจการ แหล่งที่มาของเงินได้ส่งผลต่อลักษณะการประกอบกิจการ โดยเฉพาะในส่วนของข้อกำหนดจำนวนเป้าหมายในการรับชม ตัวอย่างของแหล่งที่มาของเงินได้ใน การประกอบกิจการ ได้แก่ การโฆษณา กองทุนสาธารณะ การสนับสนุนโดยตรงของผู้รับสาร งบประมาณจากหน่วยงานรัฐ และภาษี

(4) ความหลากหลายในพื้นที่การออกอากาศ กิจการโทรทัศน์มีแนวโน้มที่จะผลิตเนื้อหา รายการที่ผู้ชมภายในพื้นที่การออกอากาศสนใจ ซึ่งได้แก่การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่การออกอากาศ หรือบริเวณใกล้เคียง ตัวอย่างของพื้นที่การออกอากาศ ได้แก่ ระดับประเทศ ระดับภูมิภาค ระดับจังหวัด และระดับท้องถิ่น

(5) ความหลากหลายในรูปแบบการผลิตรายการ รูปแบบการผลิตรายการเป็นวิธีการจัดการ การผลิตรายการของกิจการโทรทัศน์ในส่วนของต้นทุนการผลิต และถือว่าเป็นการกระจายความเสี่ยง ในการประกอบกิจการอย่างหนึ่ง ตัวอย่างรูปแบบของการผลิตรายการ ได้แก่ การผลิตเอง การจ้างผลิต และการซื้อรายการสำเร็จรูป

#### 2.4.3.2 มิติความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์

มิติในการพิจารณาความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์สามารถแบ่งออกเป็น 4 มิติ ดังนี้ ความหลากหลายในรูปแบบรายการ ความหลากหลายในเนื้อหารายการ ความหลากหลายในวัตถุประสงค์รายการ และความหลากหลายในกลุ่มเป้าหมายรายการ

(1) ความหลากหลายรูปแบบรายการ การกำหนดอัตลักษณ์ของกิจการโทรทัศน์วิธีหนึ่งคือ การกำหนดจากรูปแบบรายการในกิจการโทรทัศน์ อย่างไรก็ตาม หากกิจการโทรทัศน์ต้องการเน้นที่เนื้อหาใดเนื้อหาหนึ่งเพียงอย่างเดียว ก็สามารถสร้างความหลากหลายของรูปแบบรายการได้ ตัวอย่างความหลากหลายของรูปแบบรายการ ได้แก่ รายการข่าว (News) รายการภาพยนตร์ (Movie) รายการละคร (Drama) รายการสารคดี (Documentary) รายการบันเทิง/นิตยสาร (Variety/Magazine) รายการพูดคุย (Talk) และรายการการ์ตูน (Cartoon)

(2) ความหลากหลายในเนื้อหารายการ กลุ่มเป้าหมายควรที่จะได้รับเนื้อหาที่หลากหลายเพื่อสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้ ตัวอย่างของความหลากหลายในเนื้อหารายการ ได้แก่ เหตุการณ์ปัจจุบัน เศรษฐกิจ การเมือง/การปกครอง/ประชาธิปไตย กฎหมาย เกษตรกรรม ศาสนา/จริยธรรม การศึกษา วัฒนธรรม วิทยาศาสตร์/เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม สุขภาพ ท่องเที่ยว กีฬา อาหาร การแต่งกาย และดนตรี/เพลง

(3) ความหลากหลายในวัตถุประสงค์รายการ กิจกรรมโทรทัศน์มีพันธกิจที่จะต้องตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายไม่ใช่เพียงแต่นำเสนอความบันเทิงแต่เพียงอย่างเดียว ตัวอย่างของความหลากหลายในวัตถุประสงค์รายการ ได้แก่ การให้ข้อมูลข่าวสาร การแสดงความคิดเห็น การให้การศึกษา/ความรู้ การให้ความบันเทิง การรณรงค์ และการโฆษณา/การประชาสัมพันธ์

(4) ความหลากหลายในกลุ่มเป้าหมายรายการ ความหลากหลายในกลุ่มเป้าหมายรายการเป็นสิ่งสำคัญ เพราะยิ่งกลุ่มเป้าหมายถูกแบ่งย่อยมาเท่าไร ก็หมายความว่ามีความหลากหลายมากขึ้นเท่านั้น ตัวอย่างของความหลากหลายในกลุ่มเป้าหมายรายการ ได้แก่ ใช้เกณฑ์เพศ ได้แก่ เพศชาย เพศหญิง และทั้งเพศชายและเพศหญิง ใช้เกณฑ์อายุ ได้แก่ เด็กและเยาวชน วัยรุ่น วัยทำงาน และผู้สูงอายุ และใช้เกณฑ์อาชีพ ได้แก่ เกษตรกร นักธุรกิจ นักเรียน ข้าราชการ ลูกจ้าง และแม่บ้าน

#### 2.4.3.3 ขอบเขตของความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์

ขอบเขตของความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์ ได้แก่

(1) ความหลากหลายในระดับอุตสาหกรรมโทรทัศน์ หมายความว่า ช่องรายการโทรทัศน์แต่ละช่องไม่จำเป็นต้องมีเนื้อหารายการที่หลากหลาย แต่เมื่อพิจารณาในภาพรวมของทุกช่องรายการโทรทัศน์ประกอบกันแล้ว มีเนื้อหาที่หลากหลาย เช่น ช่อง N เป็นช่องรายการข่าว ช่อง B เป็นช่องรายการสารคดี ช่อง P เป็นช่องรายการกีฬา และช่อง W เป็นช่องรายการเกมโชว์ เป็นต้น

(2) ความหลากหลายในระดับสถานีโทรทัศน์ หมายความว่า เนื้อหารายการในช่องรายการโทรทัศน์ช่องใดช่องหนึ่งจะต้องมีความหลากหลาย ทั้งนี้อาจหมายถึง รูปแบบ เนื้อหา วัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมาย ต้องมีความหลากหลาย เช่น ช่อง A ควรมีทั้งรายการละคร รายการเกมโชว์ รายการข่าว และรายการสารคดี ที่ตอบสนองกลุ่มเป้าหมายในทุกระดับ เป็นต้น

(3) ความหลากหลายในระดับประเภทรายการโทรทัศน์ หมายความว่า ในกรณีที่ช่องรายการโทรทัศน์มีรูปแบบรายการเดียวกันทั้งหมด ก็ควรมีความหลากหลายในด้านเนื้อหา วัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมาย เช่น ช่อง C เป็นช่องรายการละคร ควรมีละครรัก ละครอิงประวัติศาสตร์ ละครตลก และละครชีวิต เป็นต้น และ

(4) ความหลากหลายในระดับรายการโทรทัศน์ หมายความว่า ภายในรายการโทรทัศน์แต่ละรายการควรมีเนื้อหารายการที่หลากหลาย เช่น รายการข่าวควรมีการนำเสนอข่าวสารที่หลากหลาย ทั้งสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม เป็นต้น

รายละเอียดของมิติความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์ มิติความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ และขอบเขตของความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์ สามารถสรุปเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 11 สรุปมิติความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์

มิติความหลากหลาย	ตัวอย่างความหลากหลาย
(1) ลักษณะการประกอบกิจการของกิจการโทรทัศน์	กิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะ กิจการโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ และกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการชุมชน
(2) ความหลากหลายในลักษณะความเป็นเจ้าของกิจการ	การเป็นเจ้าของโดยหน่วยงานของรัฐ เอกชน ชุมชน และองค์การสาธารณะ
(3) ความหลากหลายในแหล่งที่มาของเงินได้ของการประกอบกิจการ	การโฆษณา กองทุนสาธารณะ การสนับสนุนโดยตรงของผู้รับสารงบประมาณจากหน่วยงานรัฐ และภาษี
(4) ความหลากหลายในพื้นที่การออกอากาศ	การออกอากาศในระดับประเทศ ระดับภูมิภาค ระดับจังหวัด และระดับท้องถิ่น
(5) ความหลากหลายในรูปแบบการผลิตรายการ	การผลิตเอง การจ้างผลิต และการซื้อรายการสำเร็จรูป

ตารางที่ 12 สรุปมิติความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์

มิติความหลากหลาย	ตัวอย่างความหลากหลาย
(1) ความหลากหลายรูปแบบรายการ	รายการข่าว (News) รายการภาพยนตร์ (Movie) รายการละคร (Drama) รายการสารคดี (Documentary) รายการปกิณกะ/นิตยสาร (Variety/Magazine) รายการพูดคุย (Talk) และรายการการ์ตูน (Cartoon)
(2) ความหลากหลายในเนื้อหารายการ	เหตุการณ์ปัจจุบัน เศรษฐกิจ การเมือง/การปกครอง/ประชาธิปไตย กฎหมาย เกษตรกรรม ศาสนา/จริยธรรม การศึกษา วัฒนธรรม วิทยาศาสตร์/เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม สุขภาพ ท่องเที่ยว กีฬา อาหาร การแต่งกาย และดนตรี/เพลง
(3) ความหลากหลายในวัตถุประสงค์รายการ	การให้ข้อมูลข่าวสาร การแสดงความคิดเห็น การให้การศึกษา/ความรู้ การให้ความบันเทิง การรณรงค์ และการโฆษณา/การประชาสัมพันธ์
(4) ความหลากหลายในกลุ่มเป้าหมายรายการ	ใช้เกณฑ์เพศ ได้แก่ เพศชาย เพศหญิง และทั้งเพศชายและเพศหญิง ใช้เกณฑ์อายุ ได้แก่ เด็กและเยาวชน วัยรุ่น วัยทำงาน และผู้สูงอายุ

มิติความหลากหลาย	ตัวอย่างความหลากหลาย
	และใช้เกณฑ์อาชีพ ได้แก่ เกษตรกร นักธุรกิจ นักเรียน ข้าราชการ ลูกจ้าง และแม่บ้าน

ตารางที่ 13 สรุประดับของความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์

มิติความหลากหลาย	ตัวอย่างความหลากหลาย
(1) ความหลากหลายในระดับอุตสาหกรรมโทรทัศน์	ช่อง N เป็นช่องรายการข่าว ช่อง B เป็นช่องรายการสารคดี ช่อง P เป็นช่องรายการกีฬา และช่อง W เป็นช่องรายการเกมโชว์ เป็นต้น
(2) ความหลากหลายในระดับสถานีโทรทัศน์	ช่อง A ควรมีทั้งรายการละคร รายการเกมโชว์ รายการข่าว และรายการสารคดี ที่ตอบสนองกลุ่มเป้าหมายในทุกระดับ
(3) ความหลากหลายในระดับประเภทรายการโทรทัศน์	ช่อง C เป็นช่องรายการละคร ควรมีละครรัก ละครอิงประวัติศาสตร์ ละครตลก และละครชีวิต
(4) ความหลากหลายในระดับรายการโทรทัศน์	รายการข่าวควรมีการนำเสนอข่าวสารที่หลากหลาย ทั้งสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม

#### 2.4.4 ความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์

การศึกษาความหลากหลายของเนื้อหารายการโทรทัศน์สามารถใช้เกณฑ์ในการแบ่งได้หลายเกณฑ์ ตัวอย่างของการใช้เกณฑ์ในการแบ่งประเภทของรายการโทรทัศน์มีดังนี้ (1) เกณฑ์การเผยแพร่ (Method of distribution) ได้แก่ ท้องถิ่น เครือข่าย และตัวแทนจำหน่าย (2) เกณฑ์เนื้อหา (Content) ได้แก่ บันเทิง และข้อมูลข่าวสาร (3) เกณฑ์ความถี่ในการออกอากาศ (Frequency) เช่น ออกอากาศวันต่อวัน ออกอากาศสัปดาห์ละครั้ง ออกอากาศต่อเนื่อง ออกอากาศแบบพิเศษ เป็นต้น (4) เกณฑ์ช่วงเวลาในการออกอากาศ (Time of day) ได้แก่ ก่อนเช้าตรู่ (Early early morning: 6.00 a.m.-7.00 a.m.) เช้าตรู่ (Early morning: 7.00 a.m.-9.00 a.m.) เช้า (Morning: 9.00 a.m.-12.00 a.m.) เที่ยง (Noon: 12.00 a.m.-1.00 p.m.) บ่าย (Afternoon: 1.00 p.m.-4.00 p.m.) ช่วงก่อนขอบช่วงเวลาที่ดีที่สุด (Early fringe: 4.00 p.m. - 6.00 p.m.) ช่วงข่าว (News block: 6.00 p.m. - 7.00 p.m.) ช่วงเข้าสู่ช่วงเวลาที่ดีที่สุด (Access: 7.00 p.m. - 8.00 p.m.) ช่วงเวลาที่ดีที่สุด (Prime time: 8.00 p.m. - 11.00 p.m.) ช่วงหลังขอบช่วงเวลาที่ดีที่สุด (Late fringe: 11.00 p.m. - 12.00 p.m.) ช่วงดึก (Late night: 1.00 a.m. - 2.00 a.m.) และช่วงข้ามคืน (Overnight: 2.00 a.m.

- 5.00 a.m.) และ (5) ประเภทละครรายการ (Genre) เช่น ละคร เกม กีฬา ข่าว พุดคุย เป็นต้น (Head, Spann, & Mcgregor, 2001, p. 234)

สำหรับการแบ่งโดยใช้เกณฑ์รูปแบบรายการมีความหลากหลายค่อนข้างมาก หมายความว่า ในหนังสือหรืองานวิจัยแต่ละเล่ม แม้ว่าจะใช้เกณฑ์เดียวกันคือเกณฑ์รูปแบบรายการในการแบ่ง แต่การแบ่งก็ยังมี ความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการแบ่งนั้น ในส่วนนี้ จะเริ่มจากการนำเสนอการแบ่งรายการโทรทัศน์โดยใช้เกณฑ์รูปแบบรายการจากหนังสือต่างประเทศ หนังสือในประเทศไทย งานวิจัยต่างประเทศ งานวิจัยในประเทศไทย และกฎหมายไทย จากนั้นจึงจะทำการสรุปและเลือกว่าจะใช้เกณฑ์ใดในการแบ่งรูปแบบรายการในการศึกษาครั้งนี้ อย่างไรบ้าง

ตัวอย่างของหนังสือต่างประเทศที่แบ่งรูปแบบรายการโทรทัศน์ ได้แก่ Broadcast/cable programming: Strategies and practices ของ Susan T. Eastman and Douglas A. Ferguson (1997, p. 68) ซึ่งแบ่งรูปแบบรายการตามที่ตัวแทนจำหน่าย (Syndicator) ขายให้กับสถานีโทรทัศน์ ดังนี้ (1) รายการละครตลกสถานการณ์ (Situation comedy) (2) รายการละคร (Dramas) (3) รายการพุดคุย (Talk) (4) รายการปฎิณกะ (Magazine) (5) รายการจัดแสดง (Reality/Show) (6) รายการแข่งขัน (Games) (7) รายการสำหรับเด็ก (Children's show) และ (8) รายการตลอดสัปดาห์ (Weeklies) และ Media impact: An introduction to mass media ของ Biagi (2012, pp. 162-166) ซึ่งแบ่งการศึกษารายการโทรทัศน์เพื่อความบันเทิง ดังนี้ (1) รายการปฎิณกะ (Variety shows) (2) รายการตลกสถานการณ์ (Situation comedy) (3) รายการละคร (Drama) (4) รายการละครตะวันตก (Westerns) (5) รายการสืบสวนสอบสวน (Detective stories) (6) รายการภาพยนตร์ (Movies) (7) รายการละครน้ำเน่า (Soap operas) (8) รายการเกมโชว์ (Game shows) (9) รายการพุดคุย (Talk shows) และ (10) รายการตอบคำถาม (Quiz shows)

สำหรับตัวอย่างของหนังสือในประเทศไทยที่แบ่งรูปแบบรายการโทรทัศน์ ได้แก่ สื่อสารมวลชนเบื้องต้น: สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม โดยอุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2547:442-443) โดยแบ่งรายการโทรทัศน์ออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ (1) รายการจากข่าวและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เช่น รายการข่าวและวิเคราะห์ข่าว รายการสารคดี รายการการศึกษา รายการสนทนา เป็นต้น (2) รายการแนวจินตคติ เช่น รายการละครโทรทัศน์ รายการตลก รายการภาพยนตร์ รายการการ์ตูน รายการเกม และแข่งขันตอบปัญหา รายการปฎิณกะบันเทิง รายการดนตรีและเพลง รายการกีฬา เป็นต้น (3) รายการแนวการมีส่วนร่วมของผู้ชมและวิทยากรรับเชิญ เช่น รายการเปิดสายจากผู้ฟัง รายการอภิปราย รายการเพื่อผู้บริโภค เป็นต้น และ (4) รายการโฆษณา เช่น รายการโฆษณาสินค้า รายการประกาศบริการ รายการรณรงค์เพื่อสังคม เป็นต้น

ตัวอย่างของหนังสือในประเทศไทยเล่มที่สอง ได้แก่ ความรู้เบื้องต้นทางวิทยุและโทรทัศน์ของ สมสุข และคนอื่น ๆ (2557:88,109) โดยแบ่งรายการโทรทัศน์ออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ รายการ

ประเภทสาระ และรายการประเภทบันเทิง รายการประเภทสาระแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มย่อย ได้แก่ รายการข่าว และรายการสารคดี ส่วนรายการประเภทบันเทิงแบ่งออกเป็น 7 กลุ่มย่อย ได้แก่ รายการละครตลกสถานการณ์ รายการละคร รายการเกมโชว์ รายการทอล์คโชว์ รายการเรียลลิตี้ รายการกีฬา และรายการดนตรี

ตัวอย่างหนังสือในประเทศไทยเล่มสุดท้าย ได้แก่ เอกสารประกอบการสอน ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2547:732-736) แบ่งรูปแบบรายการโทรทัศน์เป็น (1) รูปแบบพูดคนเดียว (2) รูปแบบสนทนา (3) รูปแบบอภิปราย (4) รูปแบบสัมภาษณ์ (5) รูปแบบเกมหรือการตอบปัญหา (6) รูปแบบสารคดี (7) รูปแบบละคร (8) รูปแบบสารละคร (9) รูปแบบสาธิตและทดลอง (10) รายการเพลงและดนตรี (11) รายการนิตยสาร และ (12) รายการถ่ายทอดสด

จะเห็นว่า การแบ่งรูปแบบรายการโทรทัศน์ของหนังสือทั้ง 5 เล่ม มีความแตกต่างกัน และแน่นอนว่าหากนำเสนอหนังสือเล่มอื่นเพิ่มเติมอีก ก็จะมีการแบ่งรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน ไม่เพียงการแบ่งรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่แตกต่างกันในหนังสือแต่ละเล่ม การแบ่งรูปแบบรายการโทรทัศน์ในงานวิจัยทั้งในงานวิจัยของต่างประเทศและงานวิจัยในประเทศไทยก็มีความแตกต่างกัน ดังนี้

Kaarle Nordenstreng และ Tapio Varis (1974, p. 9) ได้สำรวจเกี่ยวกับการไหลเวียนของรายการโทรทัศน์ในระดับนานาชาติเพื่อนำเสนอแก่ UNESCO โดยแบ่งรูปแบบรายการโทรทัศน์ออกเป็น 13 รูปแบบ ได้แก่ (1) รายการข่าว (Regular daily news) (2) รายการสถานการณ์ปัจจุบัน (Current affairs) (3) รายการสารคดี (Documentaries) (4) รายการเพื่อการศึกษา (Educational and school TV) (5) รายการกีฬา (Sports) (6) รายการละครเป็นตอน (Series) (7) รายการภาพยนตร์ (Movies) (8) รายการบันเทิง (Entertainment shows) (9) รายการละคร (Drama) (10) รายการชนกลุ่มน้อย (Folklore) (11) รายการสำหรับเด็ก (Children's and teenagers' programmes) (12) รายการศาสนา (Religious programmes) และ (13) รายการเพลง (Pure music)

Raymond Williams และ Ederyn Williams (1990, pp. 78-81) ใช้เกณฑ์ในการแบ่งรูปแบบรายการสำหรับการเปรียบเทียบการกระจายประเภทรายการของช่อง BBC1, BBC2, IBA, KQEF (USA) และ Channel7- ABC (USA) ดังนี้ (1) รายการข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน (News and Public Affairs) (2) รายการสารคดี (Features and Documentary) (3) รายการเพื่อการศึกษา (Education) (4) รายการศิลปะและดนตรี (Arts and Music) (5) รายการสำหรับเด็ก (Children's Programs) (6) รายการละคร (Drama) (7) รายการภาพยนตร์ (Movies) (8) รายการบันเทิงทั่วไป



(General Entertainment) (9) รายการกีฬา (Sport) (10) รายการศาสนา (Religion) (11) รายการแนะนำรายการของสถานี (Publicity (internal)) และ (12) โฆษณา (Commercials)

พิรกรร รามสูต (2550a:74-77) ได้ศึกษาเกี่ยวกับสถานการณ์ของสิทธิการสื่อสารในประเทศไทย: การสื่อสารในมณฑลสาธารณะ โดยจำแนกรายการโทรทัศน์ตามประเภทรายการ ดังนี้ (1) รายการข่าว (2) รายการภาพยนตร์ (3) รายการเพลง (4) รายการสารคดี (5) รายการแม่กาศิน (6) รายการแนะนำสินค้า (7) รายการวาไรตี้ (8) รายการเพื่อการศึกษา (9) รายการทอล์คโชว์ (10) รายการเพื่อการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน (11) รายการละคร (12) รายการตลก (13) รายการเกมโชว์ (14) รายการการ์ตูน (15) รายการถ่ายทอดสด และ (16) รายการชิตคอม

มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา หรือ มีเดียมอนิเตอร์ (2553:5) ได้ทำการศึกษารอบที่ 47 สักรวจผังพิธีทีวี (ช่อง 3,5,7,9,สทท., และทีวีไทย เดือนมีนาคม 2553) โดยแบ่งประเภทรายการโทรทัศน์ ดังนี้ (1) ข่าว (2) วิเคราะห์ข่าว (3) ละคร (4) ชิตคอม (5) ภาพยนตร์ (6) การ์ตูน (7) แม่กาศิน (8) เกมโชว์/ควิชโชว์ (9) โชว์/ประกวด (10) วาไรตี้ (11) ทอล์คโชว์ (12) ถ่ายทอดสด (13) เรียลลิตี้ (14) สารคดี และ (15) โฆษณาสินค้าธุรกิจ นอกจากนั้น ยังแบ่งเป็นกลุ่มเนื้อหารายการ ดังนี้ (1) กลุ่มเนื้อหาข่าว (2) กลุ่มเนื้อหาสาระ (3) กลุ่มเนื้อหาสาระ-บันเทิง (4) กลุ่มเนื้อหาบันเทิง และ (5) กลุ่มเนื้อหาโฆษณาบริการธุรกิจ และแบ่งกลุ่มเป้าหมายรายการตามช่วงวัย ดังนี้ (1) เด็ก (2) วัยรุ่น-ผู้ใหญ่ และ (3) ผู้สูงอายุ

นิศรรัตน์ วิไลลักษณ์ (2554:103,108) ศึกษาเรื่อง ภูมิทัศน์ประเภทรายการของโทรทัศน์ดาวเทียมในประเทศไทย โดยจำแนกรายการโทรทัศน์ตามเนื้อหาการออกเป็น 9 เนื้อหา ดังนี้ (1) รายการข่าว (2) รายการสารคดี (3) รายการบันเทิง (4) รายการสาระบันเทิง (5) รายการเด็ก (6) รายการศาสนา (7) รายการกีฬา (8) รายการเพื่อการศึกษา และ (9) รายการแนะนำสินค้า และจำแนกรายการโทรทัศน์ตามรูปแบบรายการออกเป็น 9 รูปแบบ ดังนี้ (1) รายการพูดคุย (2) รายการสาธิต (3) รายการละคร (4) รายการภาพยนตร์ (5) รายการการ์ตูน (6) รายการเพลง (7) รายการสารคดี (8) รายการปกิณกะ และ (9) รายการแม่กาศิน

สำหรับกฎหมายไทย เคยมีการกำหนดประเภทของรายการโทรทัศน์ในข้อ 30 ของระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พุทธศักราช 2518 ให้รายการโทรทัศน์มี 4 ประเภท ได้แก่ ประเภทข่าว ประเภทความรู้ ประเภทบันเทิง และประเภทโฆษณาและบริการธุรกิจ และมีคำอธิบายความหมายของแต่ละประเภทรายการไว้ในคำสั่งคณะกรรมการการปกรองแผ่นดิน ฉบับที่ 15 ลงวันที่ 8 ตุลาคม 2519 เช่น รายการความรู้ต้องเป็นความรู้ที่เป็นประโยชน์แก่ประชาชนทั่วไป หรือเฉพาะกลุ่มอันไม่ขัดต่อกฎหมาย ข้อบังคับ วัฒนธรรม ความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีงาม และไม่กระทบกระเทือนสัมพันธ์มิตรกับต่างประเทศ รายการข่าว หมายถึง ข่าวในประเทศ ข่าวต่างประเทศ ข่าวกีฬา และการวิเคราะห์ข่าว ซึ่งอาจออกอากาศในรูปแบบภาพยนตร์ ภาพ ข่าว การอ่านข่าว หรือ

การอ่านข่าวประกอบภาพยนตร์หรือภาพ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการอ้างถึงรายการโทรทัศน์ประเภทอื่น เช่น รายการปาฐกถา รายการอภิปราย รายการสนทนา รายการสัมภาษณ์ เป็นต้น (บำรุงสุขพรรณ, 2522:144, 150-151)

ปัจจุบันมีการแบ่งประเภทรายการตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ.2556 ซึ่งกำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดทำ และเสนอผังรายการโดยระบุประเภทรายการดังนี้ (1) รายการข่าวสาร (2) รายการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการปกครองในระบอบประชาธิปไตย (3) รายการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม (4) รายการให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม (5) รายการเด็กและเยาวชน (6) รายการท้องถิ่น (7) รายการวิทยาศาสตร์และสุขภาพ (8) รายการกีฬา (9) รายการข่าวสารและบันเทิง (10) รายการบันเทิง (11) รายการพิเศษ (12) รายการเพลง (13) รายการภาพยนตร์ (14) รายการตลก (15) รายการละคร และ (16) รายการภาพยนตร์สารคดี (ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ.2556, 2556)

จากการแบ่งประเภทรายการโทรทัศน์ข้างต้น ไม่ว่าจะ เป็นหนังสือจากต่างประเทศ หรือหนังสือจากในประเทศไทย หรืองานวิจัยจากต่างประเทศ หรือวิจัยในประเทศไทย หรือแม้แต่การแบ่งประเภทตามกฎหมาย ต่างก็มีหลักเกณฑ์ในการแบ่งรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน ตามแต่เกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งและวัตถุประสงค์ในการใช้การจัดแบ่งรูปแบบนั้น จากการประมวลลักษณะการแบ่งข้างต้น พบว่า แนวทางการใช้เกณฑ์การแบ่งของมูลนิธิสื่อมวลชนศึกษาเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาคั้งนี้มากที่สุด เกณฑ์ในการแบ่งรายการโทรทัศน์ของมูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา ได้แก่ เกณฑ์รูปแบบรายการโทรทัศน์ เกณฑ์เนื้อหารายการโทรทัศน์ และเกณฑ์กลุ่มเป้าหมายของรายการโทรทัศน์ สำหรับการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาเลือกเกณฑ์รูปแบบรายการโทรทัศน์ เพื่อความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลและการตีความ โดยใช้เกณฑ์การแบ่งประเภทรายการตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ.2556 เป็นหลัก และปรับปรุงตามความเหมาะสม ดังนี้

จากประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 เลือกรายการมาทั้งสิ้น 4 รูปแบบ ได้แก่ (1) รายการข่าว (13) รายการภาพยนตร์ (15) รายการละคร และ (16) รายการสารคดี ส่วนอีก 12 รายการ ไม่มีลักษณะเป็นรูปแบบรายการ แต่มีลักษณะ

(ก) เป็นวัตถุประสงค์รายการ ได้แก่ (2) รายการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการปกครองในระบอบประชาธิปไตย (3) รายการส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม (4) รายการให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม (9) รายการข่าวสารและบันเทิง และ (10) รายการบันเทิง

(ข) เป็นเนื้อหารายการ ได้แก่ (6) รายการท้องถิ่น (7) รายการวิทยาศาสตร์และสุขภาพ (8) รายการกีฬา (12) รายการเพลง และ (14) รายการตลก และ

(ค) เป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ (5) รายการเด็กและเยาวชน

สำหรับ (10) รายการบันเทิง ตามประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ.2556 นั้น สามารถแจกแจงให้ละเอียดมากยิ่งขึ้น เช่น รายการปิกนิก (Variety) รายการนิตยสาร (Magazine) รายการเกมโชว์ (Gameshow) เป็นต้น

นอกจากนั้น รูปแบบรายการที่การศึกษาครั้งนี้เพิ่มเติมขึ้นมา ได้แก่ รายการพูดคุย (Talk) รายการการ์ตูน (Cartoon) รายการแนะนำสินค้า (Infomercial) และรายการถ่ายทอดสดเหตุการณ์ (Live)

สรุปแล้ว การศึกษาครั้งนี้แบ่งรูปแบบรายการโทรทัศน์ ดังนี้

1. รายการข่าว (News) เป็นรายการที่นำเสนอข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง มีความสดใหม่ และอยู่ในความสนใจของผู้ชม

2. รายการภาพยนตร์ (Film) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเรื่องราวจากเรื่องที่แต่งขึ้น มีลักษณะของการเล่าเรื่อง ตัวแสดง การแสดง และฉาก ส่วนใหญ่จะมีความยาวมากกว่า 60 นาที และมักจะนำเสนอในโรงภาพยนตร์ก่อนที่จะนำมาออกอากาศทางโทรทัศน์

3. รายการละคร (Drama) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเรื่องราวจากเรื่องที่แต่งขึ้น มีลักษณะของการเล่าเรื่อง ตัวแสดง การแสดง และฉาก เช่นเดียวกับรายการภาพยนตร์ แต่ส่วนใหญ่จะมีความยาวไม่เกิน 60 นาที อาจจบในตอนเดียว หรือมีหลายตอนต่อเนื่อง หรือไม่ต่อเนื่องก็ได้

4. รายการการ์ตูน (Cartoon) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเรื่องราวจากเรื่องที่แต่งขึ้น มีลักษณะของการเล่าเรื่อง ตัวแสดง การแสดง และฉาก เช่นเดียวกับรายการภาพยนตร์และรายการละคร แต่สร้างขึ้นจากการวาด หรือสร้างขึ้นจากคอมพิวเตอร์

5. รายการสารคดี (Documentary) เป็นรายการที่นำเสนอข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยยึดหลักความเป็นจริง หรืออยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง เฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือประเด็นใดประเด็นหนึ่ง ตลอดรายการ

6. รายการปิกนิก (Variety) หรือรายการนิตยสาร (Magazine) เป็นรายการที่นำเสนอเนื้อหา และรูปแบบรายการที่หลากหลาย ไม่ว่าจะมีการเชื่อมโยงส่วนที่หลากหลายหรือไม่

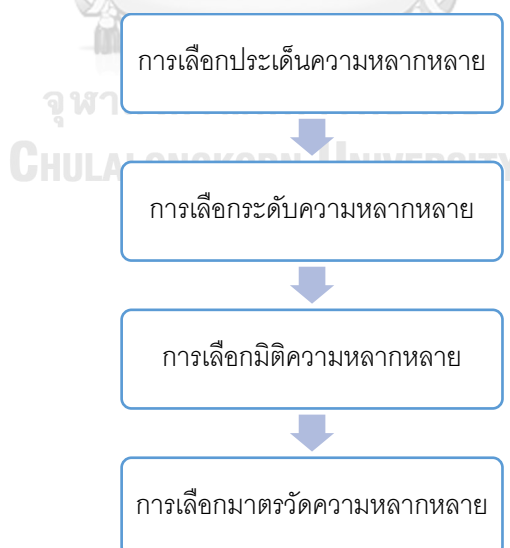
7. รายการพูดคุย (Talk) เป็นรายการที่มีผู้มาปรากฏตัวเพื่อพูดคุยกับผู้ชม ในประเด็นใดประเด็นหนึ่ง หรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการพูดคุยคนเดียว รายการสัมภาษณ์ รายการสนทนา รายการอภิปราย รายการตอบปัญหา หรือรายการเวทีสาธารณะ โดยอาจเป็นการพูดตลอดรายการ หรือการพูดเป็นหลักแต่มีรายการรูปแบบอื่นมาประกอบ

8. รายการเกมโชว์ (Gameshow) เป็นรายการที่มีการแข่งขันระหว่าง 2 ฝ่ายขึ้นไป หรืออาจเป็นการแข่งขันกับตัวเอง ภายใต้กฎ กติกาที่ตกลงกันไว้ โดยมีผู้ดำเนินรายการหรือพิธีกรทำหน้าที่ควบคุมให้การแข่งขัน อาจมีเงินหรือของรางวัลเป็นสิ่งตอบแทนให้กับผู้เข้าแข่งขัน

9. รายการอื่น ๆ เป็นรายการที่ไม่ได้อยู่ในรูปแบบรายการข้างต้น ซึ่งรวมถึง รายการจัดแสดง (Show) รายการสาธิต/แนะนำ (Demonstration) รายการแนะนำสินค้า (Infomercial) รายการถ่ายทอดเหตุการณ์ (Live) การเปิด/ปิดสถานี และช่วงเวลาที่ไม่มีข้อมูล

#### 2.4.5 แนวทางการวัดความหลากหลายในรูปแบบรายการโทรทัศน์

ผู้ศึกษาได้ปรับปรุงขั้นตอนการวัดความหลากหลายของ Van Cuilenburg (2000, p. 52) ซึ่งแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ (1) เลือกมิติของเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ที่ต้องการวัด (2) เลือกระดับของความหลากหลายที่ต้องการวัด และ (3) เลือกมาตรวัดสำหรับการวัดความหลากหลาย โดยเพิ่มเติมเป็น 4 ขั้นตอน ตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ขั้นตอนการวัดความหลากหลาย

## (1) การเลือกประเด็นความหลากหลาย

ตัวอย่างของการเลือกประเด็นความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ มีดังนี้

- ความหลากหลายรูปแบบรายการ ได้แก่ รายการข่าว (News) รายการภาพยนตร์ (Film) รายการละคร (Drama) รายการการ์ตูน (Cartoon) รายการสารคดี (Documentary) รายการปพลิเคชัน/นิตยสาร (Variety/Magazine) รายการพูดคุย (Talk) รายการเกมโชว์ (Gameshow) รายการจัดแสดง (Show) รายการสาธิต/แนะนำ (Demonstration) รายการแนะนำสินค้า (Infomercial) และรายการถ่ายทอดเหตุการณ์ (Live)

- ความหลากหลายในเนื้อหารายการ ได้แก่ เหตุการณ์ปัจจุบัน เศรษฐกิจ การเมือง/การปกครอง/ประชาธิปไตย กฎหมาย เกษตรกรรม ศาสนา/จริยธรรม การศึกษา วัฒนธรรม วิทยาศาสตร์/เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม สุขภาพ ท่องเที่ยว กีฬา อาหาร การแต่งกาย และดนตรี/เพลง

- ความหลากหลายในวัตถุประสงค์รายการ ได้แก่ การให้ข้อมูลข่าวสาร การแสดงความเห็น การให้การศึกษา/ความรู้ การให้ความบันเทิง การรณรงค์ และการโฆษณา/การประชาสัมพันธ์

- ความหลากหลายในกลุ่มเป้าหมายรายการ ได้แก่ ความหลากหลายในกลุ่มเป้าหมายรายการโดยใช้เกณฑ์เพศ ได้แก่ เพศชาย เพศหญิง และทั้งเพศชายและเพศหญิง ใช้เกณฑ์อายุ ได้แก่ เด็กและเยาวชน วัยรุ่น วัยทำงาน และผู้สูงอายุ และใช้เกณฑ์อาชีพ ได้แก่ เกษตรกร นักธุรกิจ นักเรียน ข้าราชการ ลูกจ้าง และแม่บ้าน

## (2) การเลือกระดับความหลากหลาย

ระดับความหลากหลายหมายถึงขอบเขตที่ต้องการจะวัดความหลากหลาย ได้แก่ ระดับอุตสาหกรรมสื่อทั้งหมด ระดับอุตสาหกรรมสื่อแต่ละประเภท ระดับกลุ่มสถานีโทรทัศน์ประเภทเดียวกัน ระดับกลุ่มรายการโทรทัศน์ประเภทเดียวกัน ระดับสถานีโทรทัศน์ และระดับรายการโทรทัศน์ ตัวอย่างของการเลือกประเด็นความหลากหลายและระดับความหลากหลาย ได้แก่ การเลือกศึกษาว่า สถานีโทรทัศน์ A มีความหลากหลายทางด้านรูปแบบรายการ เนื้อหารายการ กลุ่มเป้าหมายรายการ และวัตถุประสงค์รายการหรือไม่ อย่างไร

(3) การเลือกมิติความหลากหลาย มิติความหลากหลายหมายถึงมิติความหลากหลายทางด้านพื้นที่ และเวลา ได้แก่ วันที่ออกอากาศ เวลาที่ออกอากาศ ระยะเวลาการออกอากาศและพื้นที่การออกอากาศ

ตัวอย่างของการเลือกมิติความหลากหลาย มีดังนี้

- ความหลากหลายในวันที่ออกอากาศ ได้แก่ ช่วงวันธรรมดา และช่วงวันเสาร์อาทิตย์

- ความหลากหลายในช่วงเวลาที่ออกอากาศ ได้แก่ ช่วงเวลาที่มีจำนวนผู้ชมสูง และช่วงเวลาที่มีจำนวนผู้ชมปกติ
- ความหลากหลายในระยะเวลาการออกอากาศ ได้แก่ 1 วัน 7 วัน 28 วัน 3 เดือน 6 เดือน และ 12 เดือน เป็นต้น
- ความหลากหลายในพื้นที่การออกอากาศ ได้แก่ ระดับประเทศ ระดับภูมิภาค ระดับจังหวัด และระดับท้องถิ่น

(4) การเลือกดัชนีวัดความหลากหลาย ดัชนีความหลากหลาย (Diversity index) หมายถึง ตัวเลขที่ได้จากการคำนวณ เพื่อใช้แสดงถึงการกระจุกตัวของประเด็นความหลากหลายที่ต้องการศึกษา โดยปกติการแสดงผลการศึกษาจะแสดงจำนวนนาที่และร้อยละของประเด็นความหลากหลายที่ต้องการศึกษาต่อจำนวนทั้งหมดและดัชนีความหลากหลาย ตัวอย่างของดัชนีวัดความหลากหลาย ได้แก่ Herfindahl-Hirschman Index (HHI) Simpson's D Relative entropy (H) และ Concentration ratio (CR)

ขั้นตอนการวัดความหลากหลายสามารถสรุปได้ ดังนี้  
ตารางที่ 14 สรุปขั้นตอนการวัดความหลากหลายในเนื้อหารายการโทรทัศน์

ขั้นตอน	ตัวอย่าง
<b>การวัดความหลากหลาย</b>	
(1) การเลือกประเด็นความหลากหลาย	(1) รูปแบบรายการ (2) เนื้อหารายการ (3) วัตถุประสงค์รายการ (4) กลุ่มเป้าหมายรายการ
(2) การเลือกระดับความหลากหลาย	(1) ระดับอุตสาหกรรมสื่อทั้งหมด (2) ระดับอุตสาหกรรมสื่อแต่ละประเภท (3) ระดับกลุ่มสถานีโทรทัศน์ประเภทเดียวกัน (4) ระดับกลุ่มรายการโทรทัศน์ประเภทเดียวกัน (5) ระดับสถานีโทรทัศน์ (6) ระดับรายการโทรทัศน์
(3) การเลือกมิติความหลากหลาย	(1) ความหลากหลายในวันออกอากาศ (2) ความหลากหลายในช่วงเวลาที่ออกอากาศ

ขั้นตอน	ตัวอย่าง
การวัดความหลากหลาย	(3) ความหลากหลายในระยะเวลาที่ออกอากาศ (4) ความหลากหลายในพื้นที่การออกอากาศ
(4) การเลือกดัชนีวัดความหลากหลาย	(1) Herfindahl-Hirschman Index (HHI) (2) Simpson's D (3) Relative entropy (H) (4) Concentration ratio (CR)

#### 2.4.6 ดัชนีวัดความหลากหลาย

ดัชนีวัดความหลากหลายที่ได้รับความนิยมและใช้ในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายของรายการโทรทัศน์ ได้แก่ (1) Herfindahl-Hirschman Index (HHI) (Asai, 2014, p. 29; Einstein, 2004a, p. 148; Lin, 1995, p. 23; Oba, 2004, p. 115) (2) Simpson's D (McDonald & Lin, 2004, p. 112; Park, 2005, pp. 46-47) (3) Relative entropy (H) (Hellman, 2001, p. 198; Hillve et al., 1997, p. 305; Wakshlag & Adams, 1985, p. 26) และ Concentration ratio (CR) ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) Herfindahl-Hirschman Index (HHI) ดัชนีวัดความหลากหลายที่ถูกใช้มาก และได้รับการยอมรับ ได้แก่ Herfindahl-Hirschman Index (HHI) ตัวอย่างงานวิจัยที่ใช้ HHI ได้แก่ Lin (1995, p. 23) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับความหลากหลายของรูปแบบรายการในช่วงเวลาที่มีจำนวนผู้ชมสูงของเครือข่ายโทรทัศน์ของประเทศสหรัฐอเมริกา ในช่วงทศวรรษ 1980 Einstein (2004a, p. 148) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับความหลากหลายของรายการโทรทัศน์ของประเทศสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ช่วงปี ค.ศ. 1954 ถึง ค.ศ. 2002 Oba (2004, p. 115) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับความหลากหลายของรายการโทรทัศน์ในช่วงตอนเย็นของประเทศญี่ปุ่น และ Asai (2014, p. 29) ซึ่งศึกษาเปรียบเทียบความหลากหลายของรายการโทรทัศน์ระหว่างโทรทัศน์ภาคพื้นดินและโทรทัศน์ดาวเทียม โดยแบ่งการศึกษาออกเป็นกิจการเพื่อบริการทางธุรกิจและกิจการเพื่อบริการสาธารณะ

การใช้ HHI ในการวัดความหลากหลายนั้นสามารถใช้วัดได้ทั้งแนวตั้ง (Vertical) และแนวนอน (Horizontal) และสามารถวัดความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์แต่ละประเภท เช่น บริการทางธุรกิจ บริการสาธารณะ โทรทัศน์ดาวเทียม และโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก โดยมีวิธีการคำนวณ ดังนี้

$$HHI = \sum_{i=1}^N S_i^2$$

โดยที่            N = จำนวนรายการทั้งหมด  
                       S = จำนวนร้อยละของรายการ

ตัวอย่างการคำนวณ Herfindahl-Hirschman Index (HHI)

สถานีโทรทัศน์ A มีร้อยละของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศจำแนกตามรูปแบบรายการ ดังนี้ รายการข่าว (ร้อยละ 20) รายการภาพยนตร์ (ร้อยละ 5) รายการละคร (ร้อยละ 20) รายการการ์ตูน (ร้อยละ 5) รายการสารคดี (ร้อยละ 15) รายการนิตยสาร/ปกิณกะ (ร้อยละ 10) รายการพูดคุย (ร้อยละ 15) รายการเกมโชว์ (ร้อยละ 5) และรายการอื่น ๆ (ร้อยละ 5)

$$HHI = \sum_{i=1}^N S_i^2$$

$$\begin{aligned} HHI &= 20^2 + 5^2 + 20^2 + 5^2 + 15^2 + 10^2 + 15^2 + 5^2 + 5^2 \\ &= 400 + 25 + 400 + 25 + 225 + 100 + 225 + 25 + 25 \\ &= 1450 \end{aligned}$$

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตัวอย่างความเป็นไปได้ของค่า Herfindahl-Hirschman Index (HHI)

สถานี X มีรูปแบบรายการทั้งสิ้น 11 รูปแบบ หากใส่ร้อยละของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศในแต่ละรูปแบบรายการเท่า ๆ กัน ค่าของ HHI ที่เป็นไปได้ มีดังนี้



ตารางที่ 15 ตัวอย่างความเป็นไปได้ของค่า Herfindahl-Hirschman Index (HHI)

รูปแบบรายการ	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8	#9	#10	#11
A	100	50	33.3	25	20	16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
B		50	33.3	25	20	16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
C			33.3	25	20	16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
D				25	20	16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
E					20	16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
F						16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
G							14.3	12.5	11.1	10	9.1
H								12.5	11.1	10	9.1
I									11.1	10	9.1
J										10	9.1
K											9.1
HHI	10000	5000	3333.3	2500	2000	1666.7	1428.6	1250	1111.1	1000	909.1

จากตารางที่ 15 หากมีจำนวนรูปแบบรายการทั้งสิ้น 11 รูปแบบ ค่าของ HHI สูงสุดอยู่ที่ 10000 และต่ำสุดอยู่ที่ 909.1 หาก HHI มีค่าสูง หมายความว่า มีการกระจุกตัวของร้อยละของจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของรูปแบบรายการในระดับสูง แปลความได้ว่ามีความหลากหลายต่ำ ในขณะที่ HHI ที่มีค่าต่ำ หมายความว่า มีการกระจุกตัวของร้อยละของจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของรูปแบบรายการในระดับต่ำ แปลความได้ว่ามีความหลากหลายสูง

### CHULALONGKORN UNIVERSITY

(2) Simpson's D จากการศึกษาของ McDonald and Dimmick (2003, pp. 74-75) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับการวัดความหลากหลายที่มีลักษณะของแนวคิดทวิ (Dual-concept) ซึ่งได้แนะนำให้ใช้ Simpson's D นั้น มีงานวิจัยที่ใช้ Simpson's D ในการวัดความหลากหลาย ได้แก่ McDonald and Lin (2004, p. 112) ซึ่งศึกษาเรื่องผลของเครือข่ายใหม่ต่อความหลากหลายของรายการโทรทัศน์ในช่วงปี 1986-2000 และ Park (2005, pp. 46-47) ซึ่งศึกษาเรื่องผลของการแข่งขันทางการตลาดต่อความหลากหลายของรายการโทรทัศน์แต่ละประเภท

Simpson's D ถูกใช้เพื่อวัดความหลากหลายทั้งในระดับสถานี ระดับรายการ และระดับภาพรวมของอุตสาหกรรม โดยมีวิธีการคำนวณ ดังนี้

$$D = 1 - \sum_{i=1}^N P_i^2$$

โดยที่  $N$  = จำนวนรายการทั้งหมด  
 $P$  = สัดส่วนของรายการต่อจำนวนรายการทั้งหมด

ตัวอย่างการคำนวณ Simpson's D

สถานีโทรทัศน์ A มีร้อยละของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศจำแนกตามรูปแบบรายการ ดังนี้ รายการข่าว (ร้อยละ 20) รายการภาพยนตร์ (ร้อยละ 5) รายการละคร (ร้อยละ 20) รายการการ์ตูน (ร้อยละ 5) รายการสารคดี (ร้อยละ 15) รายการนิตยสาร/ปกิณกะ (ร้อยละ 10) รายการพูดคุย (ร้อยละ 15) รายการเกมโชว์ (ร้อยละ 5) และรายการอื่น ๆ (ร้อยละ 5)

$$\begin{aligned}
 D &= 1 - \sum_{i=1}^N P_i^2 \\
 D &= 1 - (0.20)^2 + (0.05)^2 + (0.20)^2 + (0.05)^2 + (0.15)^2 + \\
 &\quad (0.10)^2 + (0.15)^2 + (0.05)^2 + (0.05)^2 \\
 &= 1 - 0.04 + 0.0025 + 0.04 + 0.0025 + 0.0225 + \\
 &\quad 0.01 + 0.0225 + 0.0025 + 0.0025 \\
 &= 1 - 0.145 \\
 &= 0.855
 \end{aligned}$$

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
 CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตัวอย่างความเป็นไปได้ของค่า Simpson's D

สถานี X มีรูปแบบรายการทั้งสิ้น 11 รูปแบบ หากใส่ร้อยละของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศในแต่ละรูปแบบรายการเท่า ๆ กัน ค่าของ D ที่เป็นไปได้ มีดังนี้

ตารางที่ 16 ตัวอย่างความเป็นไปได้ของค่า Simpson's D

รูปแบบรายการ	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8	#9	#10	#11
A	100	50	33.3	25	20	16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
B		50	33.3	25	20	16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
C			33.3	25	20	16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
D				25	20	16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
E					20	16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
F						16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
G							14.3	12.5	11.1	10	9.1
H								12.5	11.1	10	9.1
I									11.1	10	9.1
J										10	9.1
K											9.1
D	0	0.50	0.67	0.75	0.8	0.83	0.85	0.875	0.89	0.9	0.91

จากตารางที่ 16 หากมีจำนวนรูปแบบรายการทั้งสิ้น 11 รูปแบบ ค่าของ D สูงสุดอยู่ที่ 0.91 และต่ำสุดอยู่ที่ 0 หาก D มีค่าสูง หมายความว่า มีการกระจุกตัวของร้อยละของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของรูปแบบรายการในระดับต่ำ แปลความได้ว่ามีความหลากหลายสูง ในขณะที่ D ที่มีค่าต่ำ หมายความว่า มีการกระจุกตัวของร้อยละของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของรูปแบบรายการในระดับสูง แปลความได้ว่ามีความหลากหลายต่ำ

(3) Relative entropy (H) งานศึกษาที่ใช้ Relative entropy ได้แก่ Wakshlag and Adams (1985, p. 26) ศึกษาเกี่ยวกับความหลากหลายของรายการโทรทัศน์ในประเทศสหรัฐอเมริกา ก่อนและหลังมีกฎ PTAR (ตั้งแต่ ปี ค.ศ.1950 ถึง ค.ศ. 1982) ส่วน Hillve et al. (1997, pp. 297-298) ศึกษาเกี่ยวกับความหลากหลายในรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียง และสถานีวิทยุโทรทัศน์ของประเทศสวีเดนในช่วงปี ทศวรรษ 80 และ ทศวรรษ 90 โดยมีการเปรียบเทียบในช่วงเวลาปกติ และช่วงเวลาที่มียุชมามากที่สุด

นอกจากนั้น Hellman (2001, pp. 190-191) ซึ่งศึกษาถึงความหลากหลายของรายการของประเทศฟินแลนด์ในช่วงปี ทศวรรษ 80 และ ทศวรรษ 90 และยังใช้ดัชนีวัดความหลากหลายที่แตกต่างกันในการวัดความหลากหลาย โดยใช้ Relative entropy ในการวัดความหลากหลายของ

ช่องรายการ และ Deviation index ในการวัดความหลากหลายระหว่างช่องรายการเป็นรายคู่ และใช้ Relative entropy และ Choice option index ในการวัดความหลากหลายของระบบโดยรวม

จะเห็นได้ว่า Relative entropy สามารถใช้วัดความหลากหลายได้ในหลายระดับ ทั้งระดับ ภายในสถานี เปรียบเทียบแต่ละสถานี และระบบโดยภาพรวม โดยมีวิธีการคำนวณ ดังนี้

$$H = \frac{H_{\text{abs}} = \sum_{i=1}^k -P_i \log_2(P_i)}{H_{\text{max}} = \log_2 N}$$

โดยที่  $k, N$  = จำนวนรายการทั้งหมด  
 $P$  = สัดส่วนของรายการต่อจำนวนรายการทั้งหมด

ตัวอย่างการคำนวณ Relative entropy (H)

สถานีโทรทัศน์ A มีร้อยละของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศจำแนกตามรูปแบบรายการ ดังนี้ รายการข่าว (ร้อยละ 20) รายการภาพยนตร์ (ร้อยละ 5) รายการละคร (ร้อยละ 20) รายการการ์ตูน (ร้อยละ 5) รายการสารคดี (ร้อยละ 15) รายการนิตยสาร/ปกิณกะ (ร้อยละ 10) รายการพุดคุย (ร้อยละ 15) รายการเกมโชว์ (ร้อยละ 5) และรายการอื่น ๆ (ร้อยละ 5)

$$\begin{aligned}
 H &= \frac{H_{\text{abs}} = \sum_{i=1}^k -P_i \log_2(P_i)}{H_{\text{max}} = \log_2 N} \\
 H_{\text{abs}} &= (-0.20 \times \log_2(0.20)) + (-0.05 \times \log_2(0.05)) + (-0.20 \times \log_2(0.20)) + \\
 &\quad (-0.05 \times \log_2(0.05)) + (-0.15 \times \log_2(0.15)) + (-0.10 \times \log_2(0.10)) + \\
 &\quad (-0.15 \times \log_2(0.15)) + (-0.05 \times \log_2(0.05)) + (-0.05 \times \log_2(0.05)) \\
 &= (-0.20 \times -2.32) + (-0.05 \times -4.32) + (-0.20 \times -2.32) + \\
 &\quad (-0.05 \times -4.32) + (-0.15 \times -2.74) + (-0.10 \times -3.32) + \\
 &\quad (-0.15 \times -2.74) + (-0.05 \times -4.32) + (-0.05 \times -4.32) \\
 &= 0.464 + 0.216 + 0.464 + 0.216 + 0.411 + \\
 &\quad 0.332 + 0.411 + 0.216 + 0.216 \\
 &= 2.946 \\
 H &= H_{\text{abs}} / \log_2(9) \\
 &= 2.946/3.170 \\
 &= 0.929
 \end{aligned}$$

ตัวอย่างความเป็นไปได้ของค่า Relative entropy (H)

สถานี X มีรูปแบบรายการทั้งสิ้น 11 รูปแบบ หากใส่ร้อยละของจำนวนนาทิจของการออกอากาศในแต่ละรูปแบบรายการเท่า ๆ กัน ค่าของ H ที่เป็นไปได้ มีดังนี้

ตารางที่ 17 ตัวอย่างความเป็นไปได้ของค่า Relative entropy (H) แบบที่ 1

รูปแบบรายการ	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8	#9	#10	#11
A	100	50	33.3	25	20	16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
B		50	33.3	25	20	16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
C			33.3	25	20	16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
D				25	20	16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
E					20	16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
F						16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
G							14.3	12.5	11.1	10	9.1
H								12.5	11.1	10	9.1
I									11.1	10	9.1
J										10	9.1
K											9.1
Relative entropy (H)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

จากตารางที่ 17 ไม่ว่าจะมิจำนวนรูปแบบรายการเท่าใด หากใส่ร้อยละของจำนวนนาทิจของการออกอากาศต่อสัปดาห์มีค่าเท่ากัน ค่าของ H ก็จะทำเท่ากัน

แต่หากเป็นกรณีที่ร้อยละของจำนวนนาทิจของการออกอากาศต่อสัปดาห์มีความแตกต่างกัน ค่าของ H ก็จะมีค่าแตกต่างกัน

ตารางที่ 18 ตัวอย่างความเป็นไปได้ของค่า Relative entropy (H) แบบที่ 2

รูปแบบรายการ	#1	#2	#3	#4
A	70%	60%	40%	40%
B	10%	20%	20%	30%
C	10%	10%	20%	20%
D	10%	10%	20%	10%
Relative entropy (H)	0.68	0.79	0.96	0.92

จากตารางที่ 18 หากมีจำนวนรูปแบบรายการ 4 รูปแบบ ค่าของ H ที่มีค่าสูง แสดงให้เห็นว่ามีการกระจายตัวของร้อยละของจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของรูปแบบรายการในระดับสูง เช่นในกรณี 3 และ 4 แปลความได้ว่ามีความหลากหลายสูง ส่วนค่าของ H ที่มีค่าต่ำ แสดงให้เห็นว่ามีกระจายตัวของร้อยละของจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของรูปแบบรายการในระดับต่ำ เช่นในกรณี 1 และ 2 แปลความได้ว่ามีความหลากหลายต่ำ

ตารางที่ 19 ตัวอย่างความเป็นไปได้ของค่า Relative entropy (H) แบบที่ 3

รูปแบบรายการ	#1	#2	#3	#4
A	60%	50%	40%	30%
B	10%	20%	20%	25%
C	10%	10%	20%	20%
D	10%	10%	10%	15%
E	10%	10%	10%	10%
Relative entropy (H)	0.76	0.85	0.91	0.96

จากตารางที่ 19 หากมีจำนวนรูปแบบรายการ 5 รูปแบบ ค่าของ H ที่มีค่าสูง แสดงให้เห็นว่ามีการกระจายตัวของร้อยละของจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของรูปแบบรายการในระดับสูง เช่นในกรณี 3 และ 4 แปลความได้ว่ามีความหลากหลายสูง ส่วนค่าของ H ที่มีค่าต่ำ แสดงให้เห็นว่ามีกระจายตัวของร้อยละของจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของรูปแบบรายการในระดับต่ำ เช่นในกรณี 1 และ 2 แปลความได้ว่ามีความหลากหลายต่ำ

ตารางที่ 20 ตัวอย่างความเป็นไปได้ของค่า Relative entropy (H) แบบที่ 4

รูปแบบรายการ	#1	#2	#3	#4
A	65%	40%	30%	20%
B	5%	20%	10%	20%
C	5%	20%	10%	10%
D	5%	10%	10%	10%
E	5%	2.5%	10%	10%
F	5%	2.5%	10%	10%
G	5%	2.5%	10%	10%
H	5%	2.5%	10%	10%
Relative entropy (H)	0.76	0.85	0.91	0.97

จากตารางที่ 20 หากมีจำนวนรูปแบบรายการ 8 รูปแบบ ค่าของ H ที่มีค่าสูง แสดงให้เห็นว่ามีการกระจายตัวของร้อยละของจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของรูปแบบรายการในระดับสูง เช่นในกรณี 3 และ 4 แปลความได้ว่ามีความหลากหลายสูง ส่วนค่าของ H ที่มีค่าต่ำ แสดงให้เห็นว่ามีกระจายตัวของร้อยละของจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของรูปแบบรายการในระดับต่ำ เช่นในกรณี 1 และ 2 แปลความได้ว่ามีความหลากหลายต่ำ

(4) Concentration ratio (CR) มีการใช้ Concentration ratio (CR) ในการวัดความหลากหลาย เนื่องจากเป็นดัชนีที่คำนวณง่ายและสามารถแสดงถึงสัดส่วนของสิ่งที่ต้องการศึกษาตามจำนวนที่กำหนด ซึ่งจะนิยมใช้  $CR_4$  และ  $CR_8$  โดยมีวิธีการคำนวณ ดังนี้

$$CR_n = \sum_{i=1}^n S_i$$

โดยที่  $n$  = จำนวนรายการ  
 $S$  = ร้อยละของรายการ

ตัวอย่างการคำนวณ Concentration ratio (CR)

สถานีโทรทัศน์ A มีร้อยละของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศจำแนกตามรูปแบบรายการ ดังนี้ รายการข่าว (ร้อยละ 20) รายการภาพยนตร์ (ร้อยละ 5) รายการละคร (ร้อยละ 20) รายการการ์ตูน (ร้อยละ 5) รายการสารคดี (ร้อยละ 15) รายการนิตยสาร/ปกิณกะ (ร้อยละ 10) รายการพูดคุย (ร้อยละ 15) รายการเกมโชว์ (ร้อยละ 5) และรายการอื่น ๆ (ร้อยละ 5)

$$CR_n = \sum_{i=1}^n S_i$$

$$\begin{aligned} CR_4 &= 20+20+15+15 \\ &= 70 \end{aligned}$$

ตัวอย่างความเป็นไปได้ของค่า Concentration ratio (CR)

สถานี X มีรูปแบบรายการทั้งสิ้น 11 รูปแบบ หากใส่ร้อยละของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศในแต่ละรูปแบบรายการเท่า ๆ กัน ค่าของ  $CR_4$  ที่เป็นไปได้ มีดังนี้

ตารางที่ 21 ตัวอย่างความเป็นไปได้ของค่า Concentration ratio (CR)

รูปแบบรายการ	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8	#9	#10	#11
A	100	50	33.3	25	20	16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
B		50	33.3	25	20	16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
C			33.3	25	20	16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
D				25	20	16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
E					20	16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
F						16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
G							14.3	12.5	11.1	10	9.1
H								12.5	11.1	10	9.1
I									11.1	10	9.1
J										10	9.1
K											9.1
$CR_4$	100	100	100	100	80	66.6	57.1	50	44.4	40	36.4



จากตารางที่ 21 หากมีจำนวนรูปแบบรายการทั้งสิ้น 11 รูปแบบ ค่าของ  $CR_4$  สูงสุดอยู่ที่ 100 และต่ำสุดอยู่ที่ 36.4 หาก  $CR_4$  มีค่าสูง หมายความว่า มีจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของรูปแบบรายการใน 4 อันดับแรกสูง แปลความได้ว่ามีความหลากหลายต่ำ ในขณะที่  $CR_4$  ที่มีค่าต่ำ หมายความว่า มีจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของรูปแบบรายการใน 4 อันดับแรกต่ำ แปลความได้ว่ามีความหลากหลายสูง

ตารางที่ 22 เปรียบเทียบดัชนีวัดความหลากหลายทั้ง 3 ดัชนี ได้แก่ (1) Herfindahl-Hirschman Index (HHI) (2) Simpson's D และ (3) Concentration ratio (CR)

รูปแบบรายการ	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8	#9	#10	#11
A	100	50	33.3	25	20	16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
B		50	33.3	25	20	16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
C			33.3	25	20	16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
D				25	20	16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
E					20	16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
F						16.7	14.3	12.5	11.1	10	9.1
G							14.3	12.5	11.1	10	9.1
H								12.5	11.1	10	9.1
I									11.1	10	9.1
J										10	9.1
K											9.1
HHI	10000	5000	3333.3	2500	2000	1666.7	1428.6	1250	1111.1	1000	909.1
D	0	0.50	0.67	0.75	0.8	0.83	0.85	0.875	0.89	0.9	0.91
Relative entropy (H)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
$CR_4$	100	100	100	100	80	66.6	57.1	50	44.4	40	36.4

จากตารางที่ 22 ผู้ศึกษาจึงกำหนดการแปลผลค่า Herfindahl-Hirschman Index (HHI) Simpson's D และ Concentration ratio (CR) สำหรับการวัดความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ จำนวน 11 รูปแบบรายการ ออกเป็น 3 ระดับจาก #4 และ #8 ดังนี้

#### Herfindahl-Hirschman Index (HHI)

หากค่า HHI มีค่าต่ำกว่า 1250 ถือว่า มีความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์สูง

หากค่า HHI มีค่าระหว่าง 1250 ถึง 2500 ถือว่า มีความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ปานกลาง

หากค่า HHI มีค่าสูงกว่า 2500 ถือว่า มีความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ต่ำ

#### Simpson's D

หากค่า D มีค่าสูงกว่า 0.875 ถือว่า มีความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์สูง

หากค่า D มีค่าระหว่าง 0.750 ถึง 0.875 ถือว่า มีความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ปานกลาง

หากค่า D มีค่าต่ำกว่า 0.750 ถือว่า มีความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ต่ำ

#### Concentration ratio (CR)

หากค่า  $CR_4$  มีค่าต่ำกว่า 50 ถือว่า มีความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์สูง

หากค่า  $CR_4$  มีค่าระหว่าง 50 ถึง 99 ถือว่า มีความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ปานกลาง

หากค่า  $CR_4$  มีค่าเท่ากับ 100 ถือว่า มีความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ต่ำ

ส่วน Relative entropy (H) เริ่มมีค่าลดลงเมื่อมีความแตกต่างของสัดส่วนของร้อยละของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์ ซึ่งยิ่งมีความแตกต่างกันมากเท่าใดจะมีค่าลดลงมากเท่านั้น โดยไม่คำนึงถึงจำนวนรูปแบบรายการที่มี

ตารางที่ 23 ตัวอย่างความเป็นไปได้ของค่า Relative entropy (H) แบบที่ 5

รูปแบบรายการ	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8	#9	#10	#11
A	70%	60%	65%	50%	40%	40%	30%	40%	40%	30%	20%
B	10%	10%	5%	20%	20%	20%	10%	30%	20%	25%	20%
C	10%	10%	5%	10%	20%	20%	10%	20%	20%	20%	10%
D	10%	10%	5%	10%	10%	10%	10%	10%	20%	15%	10%
E		10%	5%	10%	2.5%	10%	10%			10%	10%
F			5%		2.5%		10%				10%
G			5%		2.5%		10%				10%
H			5%		2.5%		10%				10%
Relative entropy (H)	0.68	0.76	0.76	0.85	0.85	0.91	0.91	0.92	0.96	0.96	0.97

จากตารางที่ 23 ค่า Relative entropy (H) สามารถแปลผลได้ ดังนี้

หากค่า H มีค่าสูงกว่า 0.900 ถือว่า มีความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์สูง

หากค่า H มีค่าระหว่าง 0.800 ถึง 0.900 ถือว่า มีความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ปานกลาง

หากค่า H มีค่าต่ำกว่า 0.800 ถือว่า มีความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ต่ำ

## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.5.1 งานวิจัยที่เกี่ยวกับการกำกับดูแล

พลุ ศรีหิรัญ (2544:3-4) ศึกษาเรื่อง "แนวทางการกำกับดูแลกิจการสื่อสารผ่านดาวเทียมของประเทศไทย" โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ (1) เพื่อศึกษาผลกระทบของการเปิดแข่งขันเสรีต่อกิจการสื่อสารผ่านดาวเทียมต่อประเทศไทย (2) เพื่อศึกษาแนวทางการกำกับดูแลกิจการสื่อสารผ่านดาวเทียมทั้งในประเทศไทยและประเทศต่าง ๆ เพื่อมาประยุกต์เป็นข้อเสนอแนะสำหรับแนวทางที่มีความเหมาะสมกับประเทศไทย และ (3) นำเสนอแนวทางการกำกับดูแลกิจการสื่อสารผ่านดาวเทียมเพื่อเตรียมความพร้อม และภายหลังการเปิดแข่งขันเสรีที่มีความเหมาะสมกับประเทศไทย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสาร และการสัมภาษณ์

ผลการศึกษาพบว่า กิจการสื่อสารผ่านดาวเทียมของประเทศไทยมีรูปแบบผูกขาดโดยภาครัฐ โดยมีบริษัท ชินแซทไลท์ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ให้บริการแต่เพียงผู้เดียว ส่วนของการสื่อสารผ่าน

ดาวเทียมระหว่างประเทศ การสื่อสารแห่งประเทศไทยเป็นตัวแทนแต่เพียงผู้เดียวในการให้บริการ ดังนั้น กิจการสื่อสารผ่านดาวเทียมของประเทศจึงไม่มีการแข่งขันในการให้บริการโครงข่ายสื่อสารผ่านดาวเทียมเลย (พสุ ศรีหิรัญ, 2544:141-142)

ในส่วนของแนวทางการกำกับดูแลกิจการสื่อสารผ่านดาวเทียมนั้น ผลการวิจัยแบ่งเป็น 5 ส่วน ได้แก่ การจัดสรรคลื่นความถี่วิทยุ การอนุญาตเข้าวงโคจรดาวเทียม การประสานงานระหว่างระบบ การอนุญาตตั้งสถานีภาคพื้นดิน และการอนุญาตให้ใช้บริการ (พสุ, 2544:143)

การศึกษานี้แบ่งข้อเสนอแนะจากการศึกษาไว้ 5 ส่วน ได้แก่ (1) แนวทางการรองรับการเปิดแข่งขันเสรีกิจการสื่อสารผ่านดาวเทียม (2) แนวทางด้านใบอนุญาตประกอบกิจการสื่อสารผ่านดาวเทียม (3) แนวทางการเพิ่มบทบาทของประเทศไทยในเวทีการค้าโลก (4) แนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคและการตรวจสอบการกำกับดูแล และ (5) แนวทางจัดตั้งหน่วยงานรับผิดชอบกิจการสื่อสารผ่านดาวเทียม (พสุ, 2544:145-146) (พสุ ศรีหิรัญ, 2544:145-146)

พิรกร รามสุต รมณันนันทน์ และ ศศิธร ยูโกศล (2546:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการกำกับดูแลเนื้อหาของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะหาแนวทางที่เหมาะสมในการกำกับดูแลเนื้อหาของสื่อโดยรัฐและองค์กรวิชาชีพ พบปัญหาเกี่ยวกับการกำกับดูแลเนื้อหา ดังนี้ (1) ปัญหาเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ ได้แก่ ปัญหาการพิจารณาเนื้อหารายการข่าวก่อนออกอากาศ และปัญหาการมุ่งหวังกำไรเป็นสำคัญ (2) ปัญหาในการกำกับดูแล ได้แก่ การขาดกลไกที่มีประสิทธิภาพในการดูแล ติดตาม และตรวจสอบ ผลกระทบของโครงสร้างความเป็นเจ้าของของรัฐ และลักษณะทางธุรกิจโทรทัศน์ต่อเนื้อหาทำให้เกิดการขาดความหลากหลายของเนื้อหา การเซ็นเซอร์หรือการควบคุมแบบแฝงของผู้ผลิตเนื้อหาและเนื้อหาไม่มีคุณภาพ และการขาดเอกภาพทางอุดมการณ์วิชาชีพของผู้ประกอบอาชีพวิทยุและโทรทัศน์

รายงานวิจัยนี้ มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการกำกับดูแล ซึ่งควรปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับความเคลื่อนไหวทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนี้ (1) เพื่อคุ้มครองสิทธิ เสรีภาพในการแสดงออกของนักวิชาชีพสื่อสารมวลชนและประชาชน (2) เพื่อสร้างสำนึกแก่ประชาชนผู้ฟัง ผู้ชม ในฐานะพลเมืองผู้มีสิทธิในการรับรู้ข้อมูล เนื้อหาที่เป็นประโยชน์ และส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต (3) เพื่อปกป้องสิทธิในการตอบกลับของบุคคลที่อาจได้รับการละเมิดจากเนื้อหาในวิทยุและโทรทัศน์ (4) เพื่อส่งเสริมคุณภาพของเนื้อหา โดยเฉพาะในมิติทั้งสามประการข้างต้น และ (5) เพื่อกำหนดมาตรฐานของเนื้อหาให้มีแนวทางชัดเจน (พิรกร รามสุต รมณันนันทน์ และศศิธร ยูโกศล, 2546:บทคัดย่อ)

นอกจากนั้น ยังได้มีการนำเสนอกลไกและเครื่องมือในการกำกับดูแลเพื่อให้บรรลุเป้าหมายข้างต้น ได้แก่ (1) ออกระเบียบ หรือข้อกำหนดต่าง ๆ เช่น การกำหนดโควตาพิเศษสำหรับเนื้อหา

สำหรับเด็ก คนกลุ่มน้อยในสังคม คนพิการ และคนชรา การกำหนดข้อบังคับสำหรับผังรายการ การพัฒนาจรรยาบรรณ หรือกฎกลางสำหรับควบคุมมาตรฐานเนื้อหาในด้านต่าง ๆ (2) การตรวจสอบประเมินผลโดยกลไกที่มีประสิทธิภาพว่าเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อวิทยุและโทรทัศน์เป็นไปตามระเบียบหรือข้อกำหนดหรือไม่ และ (3) การลงโทษประกอบด้วยรูปแบบการลงโทษและระดับของการลงโทษ (พิรงรอง รามสูต วัฒนันท์ และศศิธร ยูวโกศล, 2546:บทคัดย่อ)

การกำกับดูแลโครงสร้างสื่อวิทยุและโทรทัศน์ โดย สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ (2547:บทคัดย่อ) อธิบายว่า ตลาดของสื่อวิทยุและโทรทัศน์เป็นตลาดที่มีความล้มเหลว (Market failure) ในการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น รัฐจึงมีบทบาทในการแทรกแซงตลาด เช่น การสนับสนุนให้เกิดวิทยุและโทรทัศน์สาธารณะ (Public broadcasting) หรือ วิทยุชุมชน (Community radio) การกำกับดูแลเนื้อหา (Content regulation) การกำกับดูแลโครงสร้าง (Structural regulation) เป็นต้น ส่วนวัตถุประสงค์ในการกำกับดูแลโครงสร้างอาจมีได้หลายประการ เช่น เพื่อส่งเสริมความหลากหลายด้านวัฒนธรรมและป้องกันการครอบงำทางวัฒนธรรมโดยต่างชาติ ส่งเสริมให้เกิดบริการอย่างทั่วถึง (Universal access) สนับสนุนให้เกิดการแข่งขันเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาบริการที่ดีขึ้น สร้างความเชื่อมั่นแก่สาธารณะต่อความโปร่งใสในการกำกับดูแล และการออกใบอนุญาตและควบคุมให้การใช้คลื่นความถี่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์, 2547:บทคัดย่อ)

นอกจากนั้น รายงานวิจัยฉบับนี้ยังได้นำเสนอข้อเสนอแนะ ดังนี้ (1) ควรมีการกำหนดข้อจำกัดในการถือครองหุ้นของชาวต่างชาติ (2) ควรมีการจำกัดจำนวนการถือครองกิจการวิทยุ และโทรทัศน์ เช่น ไม่ให้ถือครองสถานีโทรทัศน์ได้เกิน 1 สถานี และสถานีวิทยุเกินกว่าร้อยละ 20 ของจำนวนสถานีที่มีอยู่ในพื้นที่นั้น เป็นต้น (3) ยังไม่มีความจำเป็นที่จะต้องมีกฎหมายทั่วไปในการถือครองข้ามสื่อระหว่างสื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่อหนังสือพิมพ์ (4) ควรมีการปฏิรูประบบใบอนุญาตให้มีความโปร่งใส มีการกำหนดระยะเวลาที่คุ้มกับการลงทุน วัตถุประสงค์ และแนวทางการพัฒนากิจการ และ (5) ควรมีมาตรการส่งเสริมการแข่งขัน เช่น หลักเกณฑ์การมีอำนาจเหนือตลาด การป้องกันการใช้อำนาจเหนือตลาดอย่างไม่เป็นธรรม เป็นต้น (สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์, 2547:บทคัดย่อ)

ชนัญสรุ อรณพ ฦ อยุธยา (2556:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง "การกำกับดูแลเนื้อหารายการที่อาจเป็นภัยในกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยเพื่อคุ้มครองเด็กและเยาวชนภายใต้ภาวะสื่อหลอมรวม" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการกำกับดูแลเนื้อหารายการที่อาจเป็นภัยในกิจการโทรทัศน์ในสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร เครือรัฐออสเตรเลีย เนเธอร์แลนด์ และสหพันธ์รัฐเยอรมนี เพื่อแสวงหาแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงการกำกับดูแลเพื่อคุ้มครองเด็กและเยาวชนได้อย่างมีประสิทธิภาพภายใต้ภาวะสื่อหลอมรวม

ผลการวิจัย พบว่า การกำกับดูแลเนื้อหารายการที่อาจเป็นภัยในกิจการโทรทัศน์เป็นเนื้อหาที่มีความเสี่ยงจะก่อให้เกิดผลกระทบต่ออารมณ์ ความคิด และการใช้เหตุผลของเด็กและเยาวชนจะใช้การกำกับดูแลร่วมกันตามแนวทางการให้ข้อมูลเนื้อหา การจำกัดการเข้าถึง และการส่งเสริมเนื้อหาเชิงบวก การแสวงหาความร่วมมือจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลายภาคส่วน และการส่งเสริมความรู้เท่าทันสื่อ (ชนัญสรุา อรนพ ณ อยุธยา, 2556:บทคัดย่อ)

ณัฐชา นน่อทอง (2556:357) ศึกษาเรื่อง "การครองสิทธิข้ามสื่อของประเทศไทยยุคสื่อหลอมรวม" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสถานการณ์องค์กรสื่อของประเทศไทยในยุคสื่อหลอมรวม และกฎหมายกำกับดูแลสื่อของประเทศไทย (2) ศึกษาปรากฏการณ์การครองสิทธิข้ามสื่อและการกระจุกตัวการเป็นเจ้าของสื่อของประเทศไทย (3) ศึกษาผลกระทบที่เกิดจากการครองสิทธิข้ามสื่อของประเทศไทย และ (4) ศึกษาแนวทางกำกับดูแลการเป็นเจ้าของสื่อและครองสิทธิข้ามสื่อในยุคสื่อหลอมรวมที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย โดยใช้วิธีการศึกษาจากเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้กำกับดูแลสื่อ กลุ่มผู้ประกอบการสื่อ กลุ่มนักวิชาการ กลุ่มองค์กรสื่อ และกลุ่มภาคประชาสังคม และการศึกษาจากกรณีศึกษา บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ผลวิจัย พบว่า ผลกระทบที่เกิดจากการครองสิทธิข้ามสื่อของประเทศไทย แบ่งเป็นผลกระทบเชิงบวก และ ผลกระทบเชิงลบ โดยที่ผลกระทบเชิงบวก ได้แก่ การประหยัดทรัพยากร หรือการประหยัดต่อขนาด (Economy of scale) การสร้างความแข็งแกร่งให้แก่องค์กร การสร้างโอกาสทางการตลาด การพัฒนาคุณภาพบุคลากร และการก่อให้เกิดการสร้างสรรคเนื้อหา ส่วนผลกระทบเชิงลบ ได้แก่ การใช้เนื้อหาเดียวออกหลายช่องทาง โดยเฉพาะเนื้อหาประเภทข่าว การเกิดการกระจุกตัวของการเป็นเจ้าของ ปัญหาการออกกฎหมาย หรือมาตรการเกี่ยวกับการครองสิทธิข้ามสื่อ (ณัฐชา นน่อทอง, 2556:364-365)

การกำกับดูแลสื่อควรสร้างสมดุลระหว่าง 2 ส่วน ได้แก่ ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ และ ประโยชน์เชิงสังคม การสร้างกลไกในการแข่งขันที่เป็นธรรมเป็นไปตามกลไกการตลาดเสรีเป็นการกำกับดูแลเพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ส่วนการกำกับดูแลเพื่อประโยชน์เชิงสังคมจะเป็นการกำกับดูแลเพื่อให้ประชาชนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงสื่อและมีส่วนร่วมในการนำเสนอเพื่อสร้างความเป็นพหุนิยมในสื่อโดยการจัดสรรความเป็นเจ้าของให้มีความหลากหลาย การมีแหล่งที่มาของข้อมูลที่หลากหลาย และการมีเนื้อหาสาระที่หลากหลาย (ณัฐชา นน่อทอง, 2556:384)

## 2.5.2 งานวิจัยที่เกี่ยวกับโครงสร้างสื่อ

รุ่งโรจน์ ธรรมตั้งมั่น (2543:3) ศึกษาเรื่อง "โครงสร้างตลาด การแข่งขัน และกลยุทธ์ของธุรกิจ โรงภาพยนตร์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล" โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาถึงรูปแบบ และการเปลี่ยนแปลงการดำเนินธุรกิจโรงภาพยนตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน (2) เพื่อศึกษาถึงโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันในตลาด และ (3) เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์ทางการตลาดและกลยุทธ์อื่น ๆ ที่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงภาพยนตร์นำมาใช้ในการแข่งขันทางธุรกิจ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสารและการสัมภาษณ์

ผลการวิจัย พบว่า ตลาดธุรกิจโรงภาพยนตร์มีลักษณะของตลาดผู้ขายน้อยราย แม้ว่าจะมีผู้ประกอบการหลายราย แต่มีเพียง 2 เครือใหญ่เท่านั้นที่สามารถครองส่วนแบ่งตลาดไว้ได้มากที่สุด และเกินกว่าครึ่งหนึ่งของตลาด โดยการคำนวณ Herfindahl Index ของตลาดธุรกิจโรงภาพยนตร์เท่ากับ 2950 ซึ่งถือว่ามีภาวะกระจุกตัวมากหรือมีการแข่งขันในระดับต่ำ โดยมีเครืออิจิวิ และเครือเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ เป็นผู้มีอำนาจเหนือตลาดอยู่ร้อยละ 75 มีการแข่งขันทางราคาน้อย แต่จะแข่งขันโดยมาตรการอื่น ๆ เช่น ทำเลที่ตั้ง คุณภาพของโรงภาพยนตร์ คุณภาพการให้บริการ กิจกรรมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการชมภาพยนตร์ การโฆษณา การฉายภาพยนตร์ก่อนรอบปกติ ความหลากหลายของภาพยนตร์ที่เข้าฉาย เป็นต้น (รุ่งโรจน์ ธรรมตั้งมั่น, 2543:58)

โชคชัย สีสลักทรัพย์ (2545:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง "โครงสร้างตลาดอุตสาหกรรมสถานีวิทยุโทรทัศน์และพฤติกรรมผู้ประกอบการ" โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาโครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมสถานีวิทยุโทรทัศน์ในประเทศไทย และ (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสถานีวิทยุโทรทัศน์ในประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยการนำรายได้และส่วนแบ่งการตลาดของแต่ละสถานีวิทยุโทรทัศน์ มาหาค่าการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม

ผลการวิจัย พบว่า โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมผู้ประกอบการสถานีวิทยุโทรทัศน์ ในช่วงปี พ.ศ.2536 – 2539 ดัชนีชี้วัดอำนาจทางการตลาด CR2 มีค่าระหว่าง 0.648-0.683 และ ดัชนีเฮอร์ฟินดัลมีค่าระหว่าง 0.272-0.295 ในช่วงเวลาดังกล่าว อุตสาหกรรมสถานีวิทยุโทรทัศน์มีโครงสร้างตลาดผู้ขายน้อยราย โดยที่สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 มีอำนาจทางการตลาดที่สูงมากทำให้เป็นผู้นำทางด้านราคา จนกระทั่งสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 สามารถระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์ได้ ต่อมาในช่วงปี พ.ศ.2540-2544 ดัชนีชี้วัดอำนาจทางการตลาด CR2 มีค่าระหว่าง 0.549-0.633 และ ดัชนีเฮอร์ฟินดัลมีค่าระหว่าง 0.223-0.257 อุตสาหกรรมสถานีวิทยุโทรทัศน์ยังคงมีโครงสร้างตลาดผู้ขายน้อยรายเช่นเดิม โดยสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 เริ่มสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาดให้กับสถานีโทรทัศน์ช่อง 3

ทำให้สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 และสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 เป็นผู้นำทางด้านราคาพร้อมกัน (โชคชัย สีสากัทร พันธุ์, 2545:บทคัดย่อ)

ศิริโรจน์ มิ่งขวัญ (2547:10) ศึกษาเรื่อง "การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ไทย" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ไทย (2) ศึกษาโครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ไทย (3) ศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันด้านราคา ในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ไทย และ (4) ศึกษาพฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา ในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ไทย โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารบริษัท ที่ปรึกษาผู้บริหาร หัวหน้ากอบบรรณาธิการ หัวหน้าข่าว ผู้สื่อข่าว คอลัมนิสต์ ในหัวข้อเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ การผลิต กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อใช้วิเคราะห์พฤติกรรมการแข่งขันของผู้ผลิต โดยแบ่งหนังสือพิมพ์เป็น 3 ขนาด ได้แก่ ขนาดใหญ่ (จัดพิมพ์มากกว่า 200,000 ฉบับ) ขนาดกลาง (จัดพิมพ์ตั้งแต่ 80,000 - 200,000ฉบับ และขนาดเล็ก (จัดพิมพ์น้อยกว่า 80,000 ฉบับ) และการวิเคราะห์เอกสารรายงานประจำ หรือบัญชีงบดุล บัญชีกำไรขาดทุนที่แสดงต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาค่าดัชนีการกระจุกตัวของอุตสาหกรรม ด้วยการหาค่า CR (Concentration ratio) และค่า HSI (Herfidahl summary index)

ผลการวิจัย พบว่า อุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ไทยรายวัน มีค่าดัชนี CR4 ซึ่งมีแนวโน้มเป็นตลาดผู้ค่าน้อยราย โดยมีการกระจุกตัวประมาณ ร้อยละ 71 ผู้ผลิตมีความแตกต่างกันไม่มากในด้านเนื้อหา และรูปแบบ ซึ่งน่าจะเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคทดแทนกันได้ แต่มีความแตกต่างทางด้านตราสินค้าและการวิเคราะห์จากคอลัมนิสต์ นอกจากนี้ อุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์นี้เป็นอุตสาหกรรมที่มีการลงทุนสูง มีการตั้งราคาขายต่ำกว่าทุน มีความได้เปรียบด้านเครือข่ายการส่งสินค้าและผู้บริโภคมีความภักดีต่อตราสินค้าเดิม จึงทำให้ผู้ผลิตรายใหม่เข้าสู่ตลาดได้ยาก (ศิริโรจน์ มิ่งขวัญ, 2547:121)

### 2.5.3 งานวิจัยที่เกี่ยวกับเนื้อหาสื่อ

ฐิตินัน บัญญาภาพ (2542:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง "วิสัยทัศน์โทรทัศน์ไทยหลักปี ค.ศ.2000 (พ.ศ.2543-2568)" เพื่อการทำนายความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นกับกิจการโทรทัศน์ โดยแบ่งความเปลี่ยนแปลงออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ (1) การแข่งขันและสภาพธุรกิจของกิจการวิทยุโทรทัศน์ (2) เทคโนโลยี และระบบการรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ และ (3) รูปแบบเนื้อหารายการโทรทัศน์

สำหรับการสัมภาษณ์เจาะลึก ผู้ศึกษาแบ่งกลุ่มผู้เชี่ยวชาญออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจโทรทัศน์ (2) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและการรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์



(3) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ และ (4) กลุ่มนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน (ฐิตินัน บัญญาพ, 2542:38)

จากการศึกษาของฐิตินันในการทำนายความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นกับรายการโทรทัศน์ ได้แก่ รูปแบบรายการโทรทัศน์ประเภทสาระบันเทิง (Infotainment) ที่จะเพิ่มขึ้นและน่าจะได้รับความนิยมนอกกว่ารายการสาระอย่างเดียว การผลิตรายการโทรทัศน์ของไทยได้รับอิทธิพลจากต่างชาติค่อนข้างมาก ไม่ว่าจะเป็นสหรัฐอเมริกา หรือ ญี่ปุ่น และจะยังคงเป็นเช่นนั้นต่อไป แนวโน้มของรูปแบบรายการใหม่ที่จะเกิดขึ้น ได้แก่ รายการทอล์คโชว์ (Talk show) รายการที่มีลักษณะเฉพาะกลุ่ม (Segmentation) และรายการที่ผู้ผลิตสินค้า (Sponsor) ผลิตเอง ส่วนรายการที่คาดว่าจะได้รับความนิยม ได้แก่ รายการละคร (ฐิตินัน บัญญาพ, 2542:151-152)

รัฐติพงษ์ ชูนาค (2545:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง "พัฒนาการของการจัดผังรายการของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท." โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงประวัติศาสตร์ ได้แก่ การศึกษาจากเอกสาร และคำบอกเล่าจากผู้ที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์เอกสารผังรายการของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดผังรายการ ได้แก่ (1) ปัจจัยภายใน คือ นโยบายผู้บริหารที่มีต่อผังรายการ และ (2) ปัจจัยภายนอก คือ ตัวเลขวัดระดับความนิยม (เรตติ้ง) อิทธิพลและแรงกดดันทางการเมือง สภาพเศรษฐกิจ และการตลาด และลักษณะทางประชากรของผู้ชม โดยรายการจะได้มาจากการผลิตเอง ให้เช่าเวลา ร่วมผลิต และซื้อรายการ (รัฐติพงษ์ ชูนาค, 2545:221-222)

นอกจากนั้น ในช่วงไพรม์ไทม์ของช่อง 9 อ.ส.ม.ท. เป็นช่วงที่จะได้นำเสนอรายการที่แสดงถึงภาพลักษณ์ขององค์กร และแสดงให้เห็นว่าสถานีได้ปฏิบัติหน้าที่ขององค์กรได้ตามนโยบายที่ตั้งไว้ ได้แก่ รายการข่าว รายการสารคดี และรายการทอล์คที่มีการวิเคราะห์ข่าวและสังคม โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ต้องการสาระเป็นหลัก (รัฐติพงษ์ ชูนาค, 2545:225)

ในส่วนของการศึกษาผังรายการของช่อง 9 อ.ส.ม.ท. รัฐติพงษ์ (2545:114) ได้แบ่งผังรายการออกเป็น 3 ช่วง โดยแบ่งตามความใกล้เคียงกันของข้อมูลและการนำเสนอผลการวิจัย สะท้อนให้เห็นถึงความหลากหลายของการจัดผังรายการซึ่งจะมีความแตกต่างกันทั้งวันและเวลาการนำเสนอประเภทรายการ รูปแบบรายการ และเนื้อหารายการ ข้อสังเกตประการหนึ่ง ได้แก่ การมีช่วงเวลาบางช่วงเวลาที่จะมีรายการประจำในทุกวันและบางเวลาที่จะมีรายการที่หลากหลาย เช่น ผังรายการในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ประจำเดือนมกราคมถึงกรกฎาคม ของปี พ.ศ.2541 ในช่วงเวลา 9.00-9.30 น. จะมีรายการธรรมะกับเยาวชนในวันจันทร์ คุยกับนันทิดาในวันอังคาร เพชรเจียรระโนในวันพุธ

ธรรมะส่องโลกในวันพุทธัส และสี่สัณยามเช้าในวันศุกร์ ในขณะที่ในช่วงเวลา 9.30-10.30 น. จะเป็นรายการ ช่อง 9 ข่าวเศรษฐกิจ ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ เป็นต้น

ธวัช เสือโต (2546:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง "การจัดผังและปรับผังรายการโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท." ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 3 ประการ ได้แก่ (1) ศึกษากลยุทธ์การจัดผัง และการปรับผังรายการของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. (2) ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้อง หรือมีอิทธิพลต่อการจัดผังและการปรับผังรายการโทรทัศน์ และ (3) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคการจัดผังและการปรับผังรายการโทรทัศน์ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษา ได้แก่ การวิเคราะห์เอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก

ในส่วนของผลการวิจัย มีการเปรียบเทียบสัดส่วนรายการระหว่างเดือนมีนาคม กับ เดือนเมษายน พ.ศ.2546 ตามประเภทของรายการ และร้อยละของการเพิ่มขึ้น และลดลง ของประเภทรายการ โดยแบ่งประเภทรายการออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้ (1) รายการข่าว แบ่งเป็น ข่าวทั่วไป ข่าวเศรษฐกิจ สันทนาการ และวิเคราะห์ข่าว (2) การศึกษา/ศาสนา/ศิลปวัฒนธรรม แบ่งเป็น ความรู้ทั่วไป ศาสนา การเกษตร สิ่งแวดล้อม สุขภาพ เด็กและเยาวชน ศิลปวัฒนธรรม และรายการสำหรับสตรี (3)บันเทิง แบ่งเป็น สารบันเทิง เพลง มิวสิควิดีโอ เกมโชว์ ละคร วาไรตี้ ภาพยนตร์การ์ตูนสำหรับเด็ก และภาพยนตร์ (4) กีฬา และ (5) บริการสาธารณะ (ธวัช เสือโต, 2546:บทคัดย่อ)

นอกจากนั้นยังพบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดผัง และการปรับผังรายการ ได้แก่ (1) ปัจจัยภายใน ได้แก่ นโยบายของสถานี และ ระบบอุปถัมภ์ และ (2) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ นโยบายรัฐบาล ผู้ชมรายการ คู่แข่งขัน และ ผู้ผลิตรายการ (ธวัช เสือโต, 2546:บทคัดย่อ)

การศึกษาผังรายการของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ยังมี สินีนาฏ ดิลกวงษ์ (2548:13) ซึ่งศึกษาเรื่อง “แนวคิดการปรับองค์กรที่สะท้อนผ่านการจัดผังรายการของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.” โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ได้แก่ (1) ศึกษากระบวนการนำเสนอการปรับเปลี่ยนองค์กร ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ที่สะท้อนผ่านการจัดผังรายการ ในช่วงเวลาการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ ตั้งแต่ปลายปี พ.ศ.2545 ถึง เดือนตุลาคม พ.ศ.2547 (2) ศึกษาแนวคิดการปรับเปลี่ยนองค์กรของช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ซึ่งถูกนำเสนอผ่านผังรายการที่มีการเปลี่ยนแปลงเป็นระยะ และ (3) ศึกษาทิศทางขององค์กรในการทำหน้าที่สื่อมวลชนที่แสดงออกทางผังรายการโทรทัศน์ของช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การวิเคราะห์ผังรายการ การสัมภาษณ์ และการสังเกต

การปรับเปลี่ยนผังรายการที่ศึกษาแบ่งออกเป็น 5 ระยะ ซึ่งได้มีการแสดงตารางเปรียบเทียบปริมาณหน้าที่ต่อสัปดาห์ในด้านการศึกษา ศาสนา และศิลปวัฒนธรรม เช่น ในส่วนของรายการด้านการศึกษา เพิ่มขึ้นจาก 333 นาทีต่อสัปดาห์ในระยะที่ 1 เป็น 633 นาทีต่อสัปดาห์ในระยะที่ 5 ใน

ส่วนของรายการด้านศาสนา ลดลงจาก 450 นาทีต่อสัปดาห์ในระยะที่ 1 เป็น 300 นาทีต่อสัปดาห์ในระยะที่ 5 ในส่วนของรายการด้านศิลปะวัฒนธรรม ลดลงจาก 120 นาทีต่อสัปดาห์ ในระยะที่ 1 เป็น 60 นาทีต่อสัปดาห์ ในระยะที่ 5 เป็นต้น (สินีนานา ดิลกวัฒน, 2548:163-164)

พิรงรอง รามสูต (2550a:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องสถานภาพของสิทธิการสื่อสารในประเทศไทย: การสื่อสารในมณฑลสาธารณะ โดยศึกษาใน 4 ประเด็นหลัก ได้แก่ กฎหมายและการกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องเสรีภาพของสื่อมวลชน เสรีภาพของข้อมูลข่าวสาร ความหลากหลายของเนื้อหา และมณฑลสาธารณะในสื่อมวลชน โดยในส่วนของความหลากหลายในเนื้อหาสื่อ และมณฑลสาธารณะในสื่อมวลชนเป็นการศึกษาสื่อโทรทัศน์จากผังรายการและการวิเคราะห์เนื้อหา พบว่า ความหลากหลายในรายการโทรทัศน์มีต่ำ มักกระจุกตัวอยู่ที่รายการประเภทบันเทิงมากกว่ารายการที่เป็นข่าวสารและสาระ และขาดรายการประเภทวิเคราะห์ข่าว ส่วนในแง่ของกลุ่มผู้ชมพบว่า เน้นเหมารวมกลุ่มผู้ชมทั่วไปในวงกว้างจนขาดความสมดุลให้กับรายการที่เหมาะสมกับความต้องการของคนบางกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะ

ในส่วนของการสรุปผลวิจัยเกี่ยวกับความหลากหลายของเนื้อหา การวิจัยเป็นการศึกษารายการโทรทัศน์ทั้งหมด 6 ช่องสถานีในเดือนตุลาคม 2549 พบว่า (1) ความหลากหลายของประเภทรายการ รายการส่วนใหญ่ยังคงขาดความหลากหลายอยู่ โดยมีกระจุกตัวอยู่ที่รายการประเภทรายงานข่าว ขาดรายการประเภทวิเคราะห์ข่าว ซึ่งพบเพียงรายการเดียว จากสถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 ช่อง ขณะที่รายการสารคดีนั้นพบในสัดส่วนที่น้อยมาก และ (2) กลุ่มผู้ชมรายการ ส่วนใหญ่เน้นเหมารวมกลุ่มผู้ชมทั่วไปในวงกว้าง ทำให้รายการโทรทัศน์ขาดความหลากหลายในแง่ของเนื้อหาและความสนใจไป โดยเน้นรายการที่เหมาะสมกับความต้องการของคนบางกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะทางภูมิศาสตร์ ซึ่งเห็นได้ชัดเจนในรายการเนื้อหาศาสนา นอกจากนี้ยังเน้นเนื้อหาด้านชีวิตสังคมเมืองมากกว่าชีวิตสังคมชนบท (พิรงรอง รามสูต, 2550a:บทสรุปผู้บริหาร)

ศิวินารถ หงษ์ประยูร (2550:12) ศึกษาเรื่อง “ตระกูลรายการข่าวโทรทัศน์ในประเทศไทย พ.ศ.2548” โดยมีวัตถุประสงค์วิจัย (1) เพื่อวิเคราะห์และจำแนกตระกูล (Genre) และตระกูลย่อย (Sub-genre) ของรายการข่าวโทรทัศน์ และ (2) เพื่อค้นหาสูตร (Formula) ของรายการข่าวแต่ละตระกูล (Genre) และตระกูลย่อย (Sub-genre) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ วิธีศึกษาวิเคราะห์ตัวบท (Textual analysis) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) และใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ การวิจัยเชิงสำรวจ

ผลการวิจัย พบว่า รายการข่าวโทรทัศน์ที่ออกอากาศในปี พ.ศ.2548 สามารถแบ่งตามรูปแบบและวิธีการนำเสนอ เนื้อหา การเล่าเรื่อง และเทคนิคการนำเสนอ โดยแบ่งเป็นตระกูลหลัก 1

ตระกูล และตระกูลย่อย 3 ตระกูล ดังนี้ ตระกูลรายการข่าวแนวคลาสสิก (Classic news genre) ตระกูลย่อยรายการข่าวแนวโชว์ข่าว (News show sub-genre) ตระกูลย่อยรายการข่าวแนวสารบันเทิง (Infotainment news sub-genre) และ ตระกูลย่อยรายการข่าวแนววิเคราะห์ข่าว (News analysis sub-genre) (ศิวินารถ หงษ์ประยูร, 2550:340)

พรวิภา พงศ์ประศาสน์ (2552:6) ศึกษาเรื่อง "สถานภาพอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย (พ.ศ.2546-2550)" โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาสถานภาพของอุตสาหกรรมการผลิตละครโทรทัศน์ของไทย และ (2) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงแนวโน้มและอุปสรรคในการส่งออกละครโทรทัศน์ไทย โดยการศึกษารายการประเภทละครที่ออกอากาศในช่วงไพรม์ไทม์ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2546-2550 จากเอกสารต่าง ๆ เช่น รายงานประจำปี ข้อมูลจากบริษัท AGB Nielsen (ประเทศไทย) จำกัด ฝั่งรายการ เป็นต้น และการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษาพบว่า รายการประเภทละครเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้มูลค่าสูงสุดให้แก่อุตสาหกรรมโทรทัศน์ มีลักษณะการดำเนินการ 2 ลักษณะ ได้แก่ การรับจ้างผลิตจากสถานี และการเช่าเวลาเพื่อออกอากาศ โดยสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ส่วนใหญ่ใช้ผู้ผลิต 2 ราย ได้แก่ บริษัท ดาราวิดีโอ จำกัด และ บริษัท กันตนา วิดีโอ โปรดักชั่น จำกัด ส่วนสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในช่วงเวลาไพรม์ไทม์ ใช้บริษัทเอ็กแซ็กท์ จำกัด สถานีที่มีรูปแบบการผลิตแตกต่างจากข้างต้น ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ซึ่งใช้ผู้ผลิตมากกว่า 2 ราย (พรวิภา พงศ์ประศาสน์, 2552:143-144)

ผู้ศึกษานำเสนอผลการศึกษาของสถานภาพอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย ตั้งแต่ พ.ศ.2546-2550 โดยเริ่มจากการนำเสนอสถานีโทรทัศน์ ได้แก่ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และ สถานีกองทัพบกช่อง 5 หลังจากนั้นจึงเป็นการนำเสนอผู้ผลิตละครโทรทัศน์ ได้แก่ บริษัท กันตนา มูฟวี่ทาวน์ (2002) จำกัด บริษัท บรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น จำกัด บริษัท เอ็กแซ็กท์ จำกัด และบริษัทผลิตละครในเครือบริษัท อาร์ เอส จำกัด (มหาชน) และสุดท้ายคือการสรุปสถานภาพการส่งออกละครโทรทัศน์ไทย (พรวิภา พงศ์ประศาสน์, 2552:145)

กมลวรรณ ปันขานันท์ (2553:4) ศึกษาเรื่อง "การกระจุกตัวและการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย" มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาลักษณะการกระจุกตัวของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย และ (2) เพื่อศึกษาการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย สำหรับการวัดการกระจุกตัวของธุรกิจฟรีทีวีใช้ข้อมูลยอดขาย (รายได้รวม) ของแต่ละ 5 สถานี ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 สถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 โมเดิร์นไนน์ทีวี (ช่อง 9) และ สถานีโทรทัศน์ไอทีวี มาทำการคำนวณอัตราส่วนวัดการกระจุกตัวของ

อุตสาหกรรมด้วยวิธีดัชนีเฮอร์ฟิנדาล ส่วนการศึกษาการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของฟรีทีวีใช้ ข้อมูลเวลาออกอากาศรายการโทรทัศน์ที่ได้จากผังรายการประจำเดือน มาทำการวิเคราะห์การจัดสรร เวลาของรายการแต่ละประเภท แต่ละช่วงเวลา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลรายได้รวม ประจำปี พ.ศ.2549 และ พ.ศ.2550 ด้วยดัชนีเฮอร์ฟิ ดาล พบว่า ในปี พ.ศ.2549 มีค่าเท่ากับ 0.28 และ ในปี พ.ศ.2550 มีค่าเท่ากับ 0.32 แสดงว่า ธุรกิจ ฟรีทีวีในประเทศไทยมีการกระจุกตัวสูง และมีแนวโน้มการกระจุกตัวที่เพิ่มสูงขึ้น (กมลวรรณ ปิ่นทว นันท์, 2553:24-25)

ผลการศึกษา จะเป็นการเปรียบเทียบการจัดสรรเวลาการออกอากาศของรายการโทรทัศน์ ในปี พ.ศ.2549 และ พ.ศ.2550 โดยแบ่งเป็นช่วง Primetime และ Non-primetime ตามประเภท รายการ ได้แก่ ละคร ข่าว วาไรตี้และเกมโชว์ สารคดี เด็ก ศาสนา และอื่น ๆ ยกตัวอย่างเช่น การ จัดสรรเวลาออกอากาศของรายการโทรทัศน์ในช่วง Primetime ในปี พ.ศ.2549 แต่ละช่องมีการจัด ประเภทรายการแตกต่างกัน โดยพบว่า ช่อง 3 จัดเวลาให้กับรายการละครมากที่สุด ร้อยละ 55.69 ช่อง 5 จัดเวลาให้รายการวาไรตี้และเกมโชว์มากที่สุด ร้อยละ 45.68 ช่อง7 จัดเวลาให้กับรายการ ประเภทละครมากที่สุด ร้อยละ 68.65 ช่อง 9 จัดเวลาให้กับรายการข่าวมากที่สุด ร้อยละ 33.33 และช่องไอทีวีจัดเวลาให้กับรายการละคร และรายการข่าว ใกล้เคียงกัน ได้แก่ รายการข่าว ร้อยละ 32.14 และรายการละคร ร้อยละ 30.01 (กมลวรรณ ปิ่นทวนันท์, 2553:27-39)

นิศรารัตน์ วิไลลักษณ์ (2554:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง "ภูมิทัศน์ประเภทรายการของโทรทัศน์ ดาวเทียมในประเทศไทย" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความหลากหลายและการกระจุกตัว กระจายตัวของช่องรายการประเภทต่าง ๆ ที่นำเสนอในโทรทัศน์ดาวเทียม และ (2) วิเคราะห์บทบาท หน้าที่ของรายการทางโทรทัศน์ดาวเทียมจากมุมมองของผู้ประกอบการในการตอบสนองความ ต้องการของสังคม โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้บริหารบริษัทที่ประกอบกิจการโทรทัศน์ดาวเทียมซึ่งเป็น สมาชิกสมาคมโทรทัศน์ดาวเทียม (ประเทศไทย) และวิเคราะห์ประเภทเนื้อหารายการของโทรทัศน์ ดาวเทียมที่ออกอากาศและข้อมูลเอกสารผังรายการของสถานีต่าง ๆ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีภูมิหลังจากวงการสื่อสารมวลชน ได้แก่ กลุ่มจาก วงการโทรทัศน์ เช่น บริษัท แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) บริษัทเน ชัน บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นต้น กลุ่มจากวงการภาพยนตร์ เช่น บริษัท สห มงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เป็นต้น และ กลุ่มผู้จัดซื้อหรือจัดหารายการเพื่อออกอากาศทาง ฟรีทีวี เช่น บริษัท การ์ตูน คลับ มีเดีย จำกัด (นิศรารัตน์ วิไลลักษณ์, 2554:146)

นอกจากนั้น ยังพบว่า เนื้อหารายการของช่องรายการกลุ่มตัวอย่างมีเนื้อหาด้านบันเทิงเป็น หลักมากถึง 44 ช่องรายการ จาก 73 ช่องรายการ รองลงมาได้แก่ ช่องรายการข่าว 10 ช่องรายการ

สิ่งที่น่าสนใจจากการวิจัยของนิศรรัตน์คือผลวิจัยที่พบว่า บริษัทที่ไม่ได้มาจากแวดวงสื่อสารมวลชน ซึ่งจะพยายามเลือกรายการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ชมทำให้เกิดความแตกต่างทางด้านเนื้อหารายการ เช่น รายการ Hello Health ออกอากาศทางช่อง MB Channel โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับการรักษาสุขภาพด้วยวิธีการต่าง ๆ โดยไม่มีการแนะนำสินค้าแอมแปง เป็นต้น (นิศรรัตน์ วิไลลักษณ์, 2554:153-154)

รูปแบบช่องรายการแบบ Format station มีจำนวนมากที่สุด ได้แก่ 56 ช่องรายการจาก 73 ช่องรายการ โดยวางผังรายการให้เป็นประเภทในแนวทางเดียวกันโดยเฉพาะ (Narrow content) เพื่อให้เป็นตัวเลือกแก่กลุ่มเป้าหมายที่มีความสนใจเฉพาะ (Narrow audience) อย่างไรก็ตาม เนื้อหาทั้ง 56 ช่องรายการนี้กลับมีเนื้อหาไปในทำนองเดียวกัน กล่าวคือ เป็นการกระจุกตัวอยู่ที่รายการบันเทิง เช่น รายการเพลง รายการภาพยนตร์ รายการละคร เป็นต้น (นิศรรัตน์ วิไลลักษณ์, 2554:156)



### บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง "การกำกับดูแลกิจการโทรศัพท์เพื่อความหลากหลาย" เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method research) ประกอบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ดังนี้ (1) การวิเคราะห์เอกสารเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการโทรศัพท์เพื่อความหลากหลายในประเทศที่มีแบบแผนปฏิบัติที่ดี (2) การสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องเพื่อสร้างกรอบการกำกับดูแลกิจการโทรศัพท์เพื่อความหลากหลาย และ (3) การสำรวจสถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรศัพท์ ก่อนและหลังการประมูลโทรศัพท์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ โดยการใช้แบบบันทึกในการเก็บข้อมูลจากผังรายการโทรศัพท์

3.1 การวิเคราะห์เอกสารเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการโทรศัพท์เพื่อความหลากหลายในประเทศที่มีแบบแผนปฏิบัติที่ดี

#### ประชากรเป้าหมาย และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ตำรา หนังสือ งานวิจัย งานวิทยานิพนธ์ บทความวิชาการ และบทความวิจัยที่มีการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการทั้งในและต่างประเทศ เอกสารตีพิมพ์อื่นที่เกี่ยวข้อง เอกสารออนไลน์จากอินเทอร์เน็ต รวมถึง กฎหมาย ระเบียบ และประกาศที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการโทรศัพท์เพื่อความหลากหลายในประเทศสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ประเทศออสเตรเลีย และประเทศแคนาดา

#### เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลในการศึกษาการกำกับดูแลกิจการโทรศัพท์เพื่อความหลากหลาย ได้แก่ แบบบันทึก ประกอบด้วยหัวข้อดังนี้

1. ชื่อประเทศ
2. สภาพอุตสาหกรรมโทรศัพท์
3. ความเป็นมาของกฎระเบียบเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการโทรศัพท์
4. หน่วยงานกำกับดูแล
5. กฎระเบียบเกี่ยวกับการกำกับดูแลโครงสร้างของกิจการโทรศัพท์เพื่อความหลากหลาย
6. กฎระเบียบเกี่ยวกับการกำกับดูแลเนื้อหาของกิจการโทรศัพท์เพื่อความหลากหลาย

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายจากห้องสมุด อินเทอร์เน็ต และแหล่งข้อมูลอื่นที่สามารถเข้าถึงได้ โดยใช้แบบบันทึกข้างต้นในการรวบรวมข้อมูล

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษานำผลการศึกษาที่ได้จากการวิเคราะห์เอกสารมาเรียบเรียงเชิงพรรณนา และนำมาสรุปตามประเด็นที่เก็บข้อมูลเป็นรายประเทศเพื่อสร้าง (ร่าง) กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายเพื่อนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญเพื่อสอบถามความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะต่อไป

## 3.2 การสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องเพื่อสร้างกรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย

### ประชากรเป้าหมาย และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ ได้แก่ หน่วยงานกำกับดูแล นักวิชาการ และนักวิชาชีพ

ผู้ศึกษาเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยคัดเลือกผู้เกี่ยวข้องจาก 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มผู้เกี่ยวข้องจากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

1.1 คุณรมิตา จรินทร์พิทักษ์ ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมการแข่งขัน และกำกับดูแลกันเอง

1.2 คุณณัฐชาติ พวงสุตรัก นิติกรปฏิบัติการระดับสูง รักษาการผู้อำนวยการส่วนงานสำนักส่งเสริมการแข่งขัน และกำกับดูแลกันเอง

1.3 คุณมณีรัตน์ กำจรกิจการ รักษาการแทนผู้อำนวยการสำนักการอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์

1.4 คุณอาคม สุวรรณรักษา ผู้อำนวยการส่วน สำนักการอนุญาตประกอบกิจการโครงข่าย สิ่งอำนวยความสะดวก และเครื่องวิทยุคมนาคม

1.5 คุณทวีพร ทองเล็ก นักวิชาการสื่อสารมวลชนปฏิบัติการระดับกลาง สำนักการอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์



1.6 คุณสิริรัตน์ นิ่มเงิน พนักงานปฏิบัติการระดับสูง รักษาการในตำแหน่ง ผู้อำนวยการส่วนงาน สำนักกำกับผังและเนื่อหารายการ และพัฒนาผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

1.7 คุณกฤติพร ศรียะพันธ์ พนักงานปฏิบัติการระดับสูง รักษาการในตำแหน่ง ผู้อำนวยการส่วนงาน สำนักกำกับผังและเนื่อหารายการ และพัฒนาผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

1.8 คุณกัญญา แสนคลัง พนักงานปฏิบัติการระดับสูง รักษาการในตำแหน่ง ผู้อำนวยการส่วนงาน สำนักกำกับผังและเนื่อหารายการ และพัฒนาผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

1.9 คุณสมพร อมรชัยนพคุณ ผู้อำนวยการส่วนงานคดีและบังคับใช้กฎหมาย สำนักกฎหมายกระจายเสียงและโทรทัศน์

## 2. กลุ่มนักวิชาการ

2.1 รองศาสตราจารย์ พ.ต.ท. หญิง ดร.ศิริวรรณ อนันต์โท รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

2.2 ดร.มานะ ตีรียาภิววัฒน์ คณบดีคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

2.3 ดร.ชนัญสรุ อรณพ ณ อยู่ธยา อาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

2.4 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มรรยาท อัครจันทโชติ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิติศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.5 อาจารย์จเลิศ เจษฎาวลัยย์ คณบดีคณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง

2.6 คุณสฤณี อาชวานันทกุล นักวิชาการอิสระ

## 3. กลุ่มนักวิชาชีพ

3.1 ผู้แทนจาก ช่องไทยรัฐทีวี: คุณรัชดา อัจฉรี ฝ่ายผลิตรายการ และคุณสุวที แสนหลวง ฝ่ายผลิตรายการ

3.2 ผู้แทนจากช่อง 8: ดร. องอาจ สิงห์ลำพอง ผู้จัดการฝ่ายละครของช่อง 8

3.3 ผู้แทนจากบริษัท มายน์แอทเวิร์คส์ จำกัด (Mind@Work): คุณภัทรกร เครือเสนา ผู้กำกับรายการ

3.4 คุณสรรัตน์ จิรวรรวิสุทธิ์ นักเขียนบทโทรทัศน์

3.5 คุณสุคนธวา เกิดนิมิต นักแสดงอิสระ

### เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) ซึ่งจะประกอบไปด้วยแนวคำถาม ดังนี้

1. ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับความหลากหลายในสื่อโทรทัศน์ทั้งในส่วนของความหลากหลายในโครงสร้าง และความหลากหลายในเนื้อหา
2. ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการกำกับดูแลโครงสร้างของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย
3. ข้อสังเกตและความคิดเห็นเกี่ยวกับวิธีการกำกับดูแลใน (ร่าง) กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย ในส่วนใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ ความเป็นเจ้าของและการควบคุม และการครองสิทธิข้ามสื่อ
4. ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการกำกับดูแลเนื้อหาของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย
5. ข้อสังเกตและความคิดเห็นเกี่ยวกับวิธีการกำกับดูแลใน (ร่าง) กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย ในส่วนการกำหนดสัดส่วนกลุ่มเป้าหมายรายการ การกำหนดสัดส่วนวัตถุประสงค์รายการ การกำหนดสัดส่วนรูปแบบรายการ การกำหนดสัดส่วนเนื้อหารายการ การกำหนดสัดส่วนเกี่ยวกับเนื้อหาท้องถิ่น และการกำหนดการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเท่าเทียมและยุติธรรม

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ทำการติดต่อนัดหมายกลุ่มตัวอย่างเพื่อขอสัมภาษณ์ ในวัน เวลา สถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างสะดวก พร้อมทั้งแนวคำถามให้กลุ่มตัวอย่างล่วงหน้าประมาณ 2 สัปดาห์ก่อนจะทำการสัมภาษณ์ หลังจากนั้น ผู้ศึกษาใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการบันทึกเสียง และถอดเทปการสัมภาษณ์ ในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างไม่มีเวลาว่างให้ผู้ศึกษา ผู้ศึกษาขอให้กลุ่มตัวอย่างเขียนตอบในแบบสัมภาษณ์แทน

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาจะนำผลการสัมภาษณ์มาปรับปรุง (ร่าง) กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายเป็นกรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย (ฉบับแก้ไข)

3.3 การสำรวจสถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ ก่อนและหลังการประมูลโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ โดยการใช้แบบบันทึกในการเก็บข้อมูลจากผังรายการโทรทัศน์

#### ประชากรเป้าหมาย และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผังรายการและรายการของกิจการโทรทัศน์ โดยครอบคลุมช่วงเวลาก่อนการประมูลโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ จำนวน 6 ช่องรายการ ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (ช่อง 5) สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ (ช่อง 9) สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (Thai PBS) และหลังการประมูลโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ จำนวน 26 ช่องรายการ แบ่งเป็น (1) กิจการบริการสาธารณะ จำนวน 4 ช่องรายการ ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (ททบ.5) สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (Thai PBS) และสถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา (2) กิจการบริการทางธุรกิจ หมวดยุทธศาสตร์ เยาวชน และครอบครัว จำนวน 2 ช่องรายการ ได้แก่ ช่อง 3 Family และช่อง MCOT Kids & Family (3) กิจการบริการทางธุรกิจ หมวดยุทธศาสตร์ ข่าวสารและสาระ จำนวน 6 ช่องรายการ ได้แก่ ช่อง TNN24 ช่อง นิวทีวี (NEW TV) ช่อง Spring News ช่อง Bright TV ช่อง VOICE TV และช่อง Nation TV (4) กิจการบริการทางธุรกิจ หมวดยุทธศาสตร์ ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ จำนวน 7 ช่องรายการ ได้แก่ ช่องเวิร์คพอยท์ ทีวี ช่อง True 4 U (ทรูโฟร์ยู) ช่อง GMM25 ช่อง NOW ช่อง 8 ช่อง 3 SD และช่อง โมโน ทเวนตีไนน์ (Mono ๒๙) และ (5) กิจการบริการทางธุรกิจ หมวดยุทธศาสตร์ ทั่วไปแบบความคมชัดสูง จำนวน 7 ช่องรายการ ได้แก่ ช่อง MCOT HD ช่อง One ช่อง ไทยรัฐทีวี ช่อง 3 HD ช่อง Amarin TV HD ช่อง 7 HD และช่อง พีพีทีวี (PPTV) (กสทช. - คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม, 2560a)

ส่วนช่วงเวลาในการเก็บข้อมูล ผู้ศึกษาเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยกำหนดไว้ 2 ช่วงเวลา ได้แก่ ช่วงแรก ศึกษาผังรายการโทรทัศน์ก่อนการประมูลโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 และช่องที่สอง ศึกษาผังรายการโทรทัศน์หลังการประมูลโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559

#### เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ แบบบันทึกข้อมูลประกอบด้วย

(1) ชื่อรายการ

- (2) ชื่อสถานีโทรทัศน์
- (3) หมวดหมู่ของกิจการโทรทัศน์
- (4) วันที่ออกอากาศ (วันอาทิตย์ วันจันทร์ วันอังคาร วันพุธ วันพฤหัสบดี วันศุกร์ วันเสาร์ และวันอาทิตย์)
- (5) เวลาที่เริ่มออกอากาศและสิ้นสุดการออกอากาศ
- (6) ช่วงเวลาที่ออกอากาศ (ก่อนและหลังการประมวลโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ)
- (7) รูปแบบรายการโทรทัศน์

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาใช้แบบบันทึกข้างต้นในการลงรหัส โดยเลือก 6 ช่องรายการสำหรับโทรทัศน์ในระบบแอนะล็อก ในการเก็บข้อมูลในช่วงก่อนการประมวลโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 และ 26 ช่องรายการหลังการประมวลโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษานำข้อมูลที่ได้จากแบบบันทึกมาหาความถี่และร้อยละ โดยทำการเปรียบเทียบข้อมูลของ 6 ช่องรายการ ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (ช่อง 5) สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ (ช่อง 9) สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (Thai PBS) ทั้งก่อนและหลังการประมวลโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ

นอกจากนั้น ผู้ศึกษาได้เปรียบเทียบข้อมูลของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัลจำนวน 26 ช่องรายการ ตามหมวดหมู่ทั้ง 5 หมวดหมู่ ได้แก่ (1) กิจการบริการสาธารณะ (2) กิจการบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่เด็ก เยาวชน และครอบครัว (3) กิจการบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ (4) กิจการบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ และ (5) กิจการบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง

ในการเปรียบเทียบนั้นจะมีการเปรียบเทียบ 2 ลักษณะ ได้แก่ การเปรียบเทียบตามวันที่ออกอากาศ ได้แก่ วันจันทร์ถึงวันศุกร์ และวันเสาร์และวันอาทิตย์ และการเปรียบเทียบตามเวลาที่ออกอากาศ ได้แก่ ช่วงเวลาปกติ (23.00 น.-18.30 น.) และช่วงเวลาที่มิผู้ชมสูง (18.30 น.-23.00น.)

ในส่วนของความหลากหลายในรูปแบบรายการโทรทัศน์ ผู้ศึกษาใช้ดัชนีวัดความหลากหลาย เพื่อเปรียบเทียบการกระจุกตัวของ (1) รูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ก่อนและหลังการประมูลโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ (2) รูปแบบรายการโทรทัศน์ในหมวดหมู่ของกิจการโทรทัศน์ (3) รูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ในแต่ละหมวดหมู่ (4) รูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ในแต่ละช่วงวันที่ออกอากาศ และ (5) รูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ในช่วงเวลาการออกอากาศ โดยใช้ดัชนีวัดความหลากหลาย ดังนี้ (1) Relative entropy (H) (2) Simpson's D (3) Herfindahl-Hirschman Index (HHI) และ (4) Concentration ratio (CR)

ในส่วนของดัชนีวัดความหลากหลายมีรายละเอียดการคำนวณและการแปลผลดังต่อไปนี้

(1) Herfindahl-Hirschman Index (HHI)

$$HHI = \sum_{i=1}^N S_i^2$$

โดยที่

N = จำนวนรายการทั้งหมด

S = จำนวนร้อยละของรายการ

หากค่า HHI มีค่าต่ำกว่า 1250 ถือว่า มีความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์สูง  
หากค่า HHI มีค่าระหว่าง 1250 ถึง 2500 ถือว่า มีความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ปานกลาง

หากค่า HHI มีค่าสูงกว่า 2500 ถือว่า มีความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ต่ำ

(2) Simpson's D

$$D = 1 - \sum_{i=1}^N P_i^2$$

โดยที่

N = จำนวนรายการทั้งหมด

P = สัดส่วนของรายการต่อจำนวนรายการทั้งหมด

หากค่า D มีค่าสูงกว่า 0.875 ถือว่า มีความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์สูง  
 หากค่า D มีค่าระหว่าง 0.750 ถึง 0.875 ถือว่า มีความหลากหลายของรูปแบบรายการ  
 โทรทัศน์ปานกลาง

หากค่า D มีค่าต่ำกว่า 0.750 ถือว่า มีความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ต่ำ

(3) Relative entropy (H)

$$H = \frac{H_{\text{abs}} = \sum_{i=1}^k -P_i \log_2(P_i)}{H_{\text{max}} = \log_2 N}$$

โดยที่  $k, N$  = จำนวนรายการทั้งหมด  
 $P$  = สัดส่วนของรายการต่อจำนวนรายการทั้งหมด

หากค่า H มีค่าสูงกว่า 0.900 ถือว่า มีความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์สูง  
 หากค่า H มีค่าระหว่าง 0.800 ถึง 0.900 ถือว่า มีความหลากหลายของรูปแบบรายการ  
 โทรทัศน์ปานกลาง

หากค่า H มีค่าต่ำกว่า 0.800 ถือว่า มีความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ต่ำ

(4) Concentration ratio (CR)

$$CR_n = \sum_{i=1}^n S_i$$

โดยที่  $n$  = จำนวนรายการ  
 $S$  = ร้อยละของรายการ

หากค่า  $CR_4$  มีค่าต่ำกว่า 50 ถือว่า มีความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์สูง  
 หากค่า  $CR_4$  มีค่าระหว่าง 50 ถึง 99 ถือว่า มีความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ปานกลาง  
 หากค่า  $CR_4$  มีค่าเท่ากับ 100 ถือว่า มีความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ต่ำ

### 3.3 การนำเสนอข้อมูล

ผู้ศึกษาแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย: บทเรียนจากประเทศที่มีแบบแผนปฏิบัติที่ดี รวม 4 ประเทศ ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ประเทศออสเตรเลีย และประเทศแคนาดา โดยมีหัวข้อดังนี้

1. ชื่อประเทศ
2. สภาพอุตสาหกรรมโทรทัศน์
3. ความเป็นมาของกฎระเบียบเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์
4. หน่วยงานกำกับดูแล
5. กฎระเบียบเกี่ยวกับการกำกับดูแลโครงสร้างของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย
6. กฎระเบียบเกี่ยวกับการกำกับดูแลเนื้อหาของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย และสรุปรวมเฉพาะวิธีการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย โดยแบ่งเป็นวิธีการกำกับดูแลโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์ และวิธีการกำกับดูแลเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์

ส่วนที่ 2 กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายที่ผู้ศึกษาได้พัฒนาขึ้น และความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์จากภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 3 สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการในกิจการโทรทัศน์ก่อนและหลังการประมูลโทรทัศน์ในระบบดิจิตอล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ ประกอบด้วย

- ผลการเปรียบเทียบสถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการในกิจการโทรทัศน์ของ 6 ช่องรายการ ก่อนและหลังการประมูลโทรทัศน์ในระบบดิจิตอล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ

- ผลการเปรียบเทียบสถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการในกิจการโทรทัศน์โดยการเปรียบเทียบ ของ (1) รูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ก่อนและหลังการประมูลโทรทัศน์ในระบบดิจิตอล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ (2) รูปแบบรายการโทรทัศน์ในหมวดหมู่ของกิจการโทรทัศน์ (3) รูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ในแต่ละหมวดหมู่ (4) รูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ในแต่ละช่วงวันที่ออกอากาศ และ (5) รูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ในช่วงเวลาการออกอากาศ

## บทที่ 4

### การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย:

#### บทเรียนจากประเทศที่มีแบบแผนปฏิบัติที่ดี

ในบทนี้เป็นการใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสาร ประกอบด้วย วารสารทางวิชาการ บทความวิจัย กฎหมายและเอกสารประกอบขององค์กรกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ และข้อมูลจากเว็บไซต์ รวม 4 ประเทศ ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ประเทศออสเตรเลีย และประเทศแคนาดา ผลการวิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ กรณีศึกษาการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายในประเทศที่มีแบบแผนปฏิบัติที่ดี และสรุปวิธีการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย

ส่วนที่ 1 กรณีศึกษาการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายในประเทศที่มีแบบแผนปฏิบัติที่ดี

กรณีศึกษาของแต่ละประเทศ แบ่งเป็นประเทศสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ประเทศออสเตรเลีย และประเทศแคนาดา โดยที่รายละเอียดของแต่ละประเทศประกอบด้วยสภาพอุตสาหกรรมโทรทัศน์ ความเป็นมาของกฎระเบียบเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ หน่วยงานกำกับดูแล กฎระเบียบเกี่ยวกับการกำกับดูแลโครงสร้างของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย และกฎระเบียบเกี่ยวกับการกำกับดูแลเนื้อหาของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย ดังนี้

#### 4.1 ประเทศสหรัฐอเมริกา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

##### 4.1.1 สภาพอุตสาหกรรมโทรทัศน์

ลักษณะการประกอบกิจการของโทรทัศน์ในสหรัฐอเมริกามีลักษณะเป็นเครือข่ายโทรทัศน์ (Television network) โดยในช่วงแรก มีเครือข่ายโทรทัศน์ขนาดใหญ่ ได้แก่ National Broadcasting Company – NBC (ค.ศ.1924) และ Columbia Broadcasting System – CBS (ค.ศ. 1927) หลังจากนั้น จึงเกิด American Broadcasting Company - ABC (ค.ศ.1943) โดยการแยกตัวจาก NBC กลุ่มเครือข่ายโทรทัศน์ทั้ง NBC, CBS และ ABC ถูกเรียกว่า Big Three ต่อมาเมื่อรวมกับ Fox Broadcasting Company – Fox (ค.ศ.1986) ถูกเรียกว่า Big Four ส่วนเครือข่ายโทรทัศน์ล่าสุดที่เริ่มมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้น ได้แก่ CW Television Network - The CW (ค.ศ. 2006) ซึ่งเกิดจากการควบรวมกิจการระหว่าง United Paramount Network (UPN) ของ CBS และ The WB ของ Time Warner นอกจากนี้เครือข่ายโทรทัศน์ข้างต้นซึ่งเป็นเครือข่ายโทรทัศน์เพื่อ



บริการทางธุรกิจแล้ว ยังมีเครือข่ายโทรทัศน์ประเภทอื่นอีก เช่น เครือข่ายบริการสาธารณะ เครือข่ายภาษาสเปน เครือข่ายเพื่อการศึกษาแบบไม่แสวงหากำไร เครือข่ายศาสนา เป็นต้น

ในแต่ละพื้นที่ของสหรัฐอเมริกาจะมีสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่น (Local television) ออกอากาศในพื้นที่ของท้องถิ่น เรียกว่า ตลาดท้องถิ่น (Local market) โดยประเทศสหรัฐอเมริกามีตลาดท้องถิ่นทั้งสิ้น 210 ตลาด แต่ละตลาดมีขนาดที่แตกต่างกัน ตั้งแต่ 6.9 ล้านครัวเรือนในเมืองนิวยอร์ก (New York city) ไปจนถึง 4000 ครัวเรือนในเกลนไอดีพ มอนตানা (Glendive, Montana) (Dominick, 2005, p. 264)

ลักษณะรายการที่ออกอากาศในสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นส่วนใหญ่มาจากเครือข่ายโทรทัศน์ในกรณีที่เครือข่ายโทรทัศน์เป็นเจ้าของและบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่น (Owned and operated - O&Os) สถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นสามารถนำรายการจากเครือข่ายโทรทัศน์มาออกอากาศได้ตามปกติ ในกรณีที่เครือข่ายโทรทัศน์ไม่ได้เป็นเจ้าของและบริหารจัดการ สถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นจะทำข้อตกลงกับเครือข่ายโทรทัศน์เพื่อนำรายการของเครือข่ายโทรทัศน์มาออกอากาศ เรียกว่า สถานีโทรทัศน์พันธมิตร (Affiliates station) โดยปกติ สถานีโทรทัศน์พันธมิตรจะออกอากาศรายการจากเครือข่ายโทรทัศน์ประมาณร้อยละ 60-70 ส่วนใหญ่เป็นรายการข่าว รายการกีฬา รายการพูดคุย และรายการละคร เครือข่ายโทรทัศน์จะจ่ายค่าตอบแทนเพื่อการออกอากาศ (Network compensation) ให้กับสถานีโทรทัศน์พันธมิตร เครือข่ายโทรทัศน์จะได้จำนวนผู้ชมของสถานีโทรทัศน์พันธมิตรเพื่อการขายเวลาโฆษณาให้กับสินค้าที่ต้องการโฆษณากับผู้ชมในระดับประเทศ ส่วนสถานีโทรทัศน์พันธมิตรจะได้รายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพสูงมาออกอากาศ ได้รับเงินค่าตอบแทน และโอกาสในการขายเวลาโฆษณาในช่วงเวลาที่ตกลงไว้กับเครือข่ายโทรทัศน์ ซึ่งโดยปกติ ประมาณ 1 นาทีต่อชั่วโมง ดังนั้น หากเจ้าของสินค้าต้องการโฆษณาสินค้าไปสู่ผู้ชมทั่วประเทศในเวลาเดียวกันสามารถซื้อเวลาโฆษณาจากเครือข่ายโทรทัศน์ ในขณะที่เจ้าของสินค้าที่ต้องการโฆษณาสินค้าไปสู่ผู้ชมในท้องถิ่นสามารถซื้อเวลาโฆษณาจากสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่น (Biagi, 2012, pp. 173-174; Dominick, 2005, p. 265)

#### 4.1.2 ความเป็นมาของกฎระเบียบเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์

การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ในประเทศสหรัฐอเมริกา เริ่มจากกฎหมายวิทยุ ปี ค.ศ.1927 (Radio Act of 1927) ซึ่งเกิดขึ้นจากความวุ่นวายของการรบกวนสัญญาณกันเองของสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก และการขาดการวางแผนและกำกับดูแลการใช้คลื่นความถี่ หน่วยงานที่เกิดขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่วางแผนและจัดสรรคลื่นความถี่ ได้แก่ คณะกรรมการวิทยุแห่งสหพันธรัฐ (Federal Radio Commission) หลังจากนั้น กฎหมายการสื่อสาร ค.ศ.1934 (Communications Act of 1934) กำหนดให้คณะกรรมการการสื่อสารแห่ง

สหพันธรัฐ (Federal Communication Commission – FCC) มาทำหน้าที่แทนคณะกรรมการวิทยุแห่งสหพันธรัฐ และขยายการกำกับดูแลเพิ่มเติมไปยัง โทรศัพท์ โทรเลข และภายหลังไปยังโทรทัศน์ โทรทัศน์เคเบิล และโทรทัศน์ดาวเทียม (Hitchens, 2006, pp. 18-19; Jolly, 2007, p. 59)

ในปี ค.ศ. 1967 Public Broadcasting Act กำหนดให้ Corporation for Public Broadcasting (CPB) เป็นองค์กรที่ไม่ค้ากำไรทำหน้าที่จัดการเกี่ยวกับการแพร่ภาพกระจายเสียงสาธารณะ ซึ่งต่อมา ได้จัดตั้ง The Public Broadcasting Service (PBS) ในปี ค.ศ. 1969 และ National Public Radio (NPR) ในปี ค.ศ. 1970 นอกจากนี้ CPB ยังได้สนับสนุนเกี่ยวกับการแพร่ภาพกระจายเสียงเพื่อประโยชน์สาธารณะ เช่น รายการ Sesame Street การถ่ายทอดเสียงการอภิปรายในสภาผู้แทนราษฎร รายการ NOVA การบรรยายภาพ (Close Captioning) เป็นต้น (CPB - Corporation for Public Broadcasting, 2017)

ต่อมา กฎหมายโทรคมนาคม ค.ศ. 1996 (Telecommunications Act of 1996) ได้เปลี่ยนแปลงการกำกับดูแลกิจการแพร่ภาพกระจายเสียงในประเทศสหรัฐอเมริกาใน 5 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ (1) ยกเลิกเงื่อนไขเกี่ยวกับจำนวนของสถานีวิทยุกระจายเสียงที่วิสาหกิจหนึ่งสามารถเป็นเจ้าของ (2) ยกเลิกเงื่อนไขเกี่ยวกับจำนวนของสถานีโทรทัศน์ที่วิสาหกิจหนึ่งสามารถเป็นเจ้าของได้ โดยเปลี่ยนเป็นการกำหนดโดยการเข้าถึงผู้รับชม โดยกำหนดไว้ที่ ร้อยละ 25 ถึงร้อยละ 35 (3) อนุญาตให้ FCC สามารถผ่อนคลायกฎเกี่ยวกับการเป็นเจ้าของข้ามสื่อระหว่างกิจการการแพร่ภาพและการกระจายเสียง กับกิจการเคเบิล (4) ขยายระยะเวลาใบอนุญาตจาก 5 ปี เป็น 8 ปี และ (5) เพิ่มเงื่อนไขในการที่พลเมืองแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการต่อใบอนุญาต (Jolly, 2007, pp. 61-62)

ปัจจุบัน กฎหมายที่กำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ ได้แก่ บทบัญญัติแห่งรัฐบาลกลางสหรัฐอเมริกา บรรพที่ 47 (Title 47 of the Code of Federal Regulations) ในมาตรา 73.3555 (§73.3555)

#### 4.1.3 หน่วยงานกำกับดูแล

คณะกรรมการการสื่อสารแห่งสหพันธรัฐ (Federal Communication Commission – FCC) มีหน้าที่กำกับดูแลกิจการกระจายเสียง โทรทัศน์ เคเบิล และดาวเทียม ใน 50 มลรัฐ เขตปกครองพิเศษโคลัมเบีย (District of Columbia) และเขตปกครองอื่นของสหรัฐอเมริกา (U.S. Territories) FCC เป็นองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระ และถูกตรวจสอบโดยรัฐสภา ประกอบด้วยกรรมการ 5 คน กรรมการได้รับการแต่งตั้งจากประธานาธิบดีแห่งสหรัฐอเมริกา และรับรองโดยวุฒิสภา โดยมีเงื่อนไขสำคัญว่ากรรมการมาจากพรรคการเมืองเดียวกันได้ไม่เกิน 3 คน ในช่วงเวลาใดช่วงเวลาหนึ่ง และต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อน (FCC - Federal Communications Commission, 2016a)

ตัวอย่างของหน่วยงานใน FCC ได้แก่ สำนักผู้บริโภคและความสัมพันธ์กับรัฐ (Consumer & Governmental Affairs Bureau) สำนักระหว่างประเทศ (International Bureau) สำนักสื่อมวลชน (Media Bureau) สำนักเพื่อความปลอดภัยของสาธารณะและความมั่นคงแห่งมาตุภูมิ (Public Safety & Homeland Security Bureau) สำนักโทรคมนาคมไร้สาย (Wireless Telecommunications Bureau) สำนักงานโอกาสทางธุรกิจสื่อสาร (Office of Communications Business Opportunities) สำนักงานวิศวกรรมและเทคโนโลยี (Office of Engineering & Technology) สำนักงานให้คำปรึกษาทั่วไป (Office of General Counsel) สำนักงานตรวจสอบภายใน (Office of Inspector General) สำนักงานกรรมการผู้จัดการ (Office of Managing Director) และสำนักงานความสัมพันธ์กับสื่อ (Office of Media Relations) (FCC - Federal Communications Commission, 2016b)

กระบวนการออกกฎระเบียบของ FCC มีลักษณะเป็นการแจ้งต่อสาธารณะและขอความคิดเห็น (Notice and comment) หมายความว่า คณะกรรมการแจ้งต่อสาธารณะในประเด็นเกี่ยวกับการพิจารณาประกาศใช้ หรือปรับปรุงกฎระเบียบ และเปิดโอกาสให้สาธารณะส่งความคิดเห็นมาเพื่อพิจารณาในการกลั่นกรองกฎระเบียบในขั้นสุดท้าย (FCC - Federal Communications Commission, 2016c) และหลังออกกฎระเบียบแล้วการพิจารณากฎระเบียบดังกล่าวจะอยู่ภายใต้การตีความของศาล ส่งผลให้มีการยกเลิก หรือทบทวนกฎระเบียบของ FCC ตามคำพิพากษาของศาลอยู่เป็นระยะ นอกจากนี้ กฎหมายยังกำหนดให้ FCC มีพันธกิจในการทบทวนกฎระเบียบทุก 4 ปี ว่ายังตอบสนองกับประโยชน์สาธารณะ หรือควรแก้ไข หรือควรยกเลิก หรือไม่ อย่างไร (FCC - Federal Communications Commission, 2017)

#### 4.1.4 กฎระเบียบเกี่ยวกับการกำกับดูแลโครงสร้างของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย

##### 4.1.4.1 กฎระเบียบเกี่ยวกับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์

ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์มีหลายประเภท เช่น สถานีโทรทัศน์เพื่อบริการทางธุรกิจ (Commercial TV stations) สถานีโทรทัศน์เพื่อการศึกษาแบบไม่ค้าหากำไร (Noncommercial educational TV stations) สถานีโทรทัศน์แบบนานาชาติ (International broadcast stations) เป็นต้น และมีลักษณะพื้นที่การออกอากาศที่แตกต่างกัน เช่น ระดับประเทศ ระดับมลรัฐ ระดับท้องถิ่น เป็นต้น (GOP - Government Publishing Office, 2017) โดย Code of Federal Regulations (CFR) Section 73 และ 74 กำหนดให้การดำเนินการแพร่ภาพกระจายเสียงผ่านคลื่นความถี่วิทยุโดยไม่ได้รับอนุญาตเป็นความผิดตามกฎหมาย แต่มีข้อยกเว้นสำหรับวิทยุกระจายเสียงที่มีรัศมีการออกอากาศไม่เกิน 200 ฟุต

ขั้นตอนการเริ่มขอประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เริ่มจากการขอรับใบอนุญาตก่อสร้างสถานี (Construction permits) จาก FCC หลังจากนั้นจึงยื่นขอใบอนุญาตทั่วไป (Regular license) โดยการทำรายงานทางเทคนิคเกี่ยวกับพื้นที่การออกอากาศประกอบการขออนุญาต ในกรณีที่มีการขออนุญาตมากกว่า 1 ราย หากเป็นการประกอบกิจการเพื่อบริการทางธุรกิจ จะใช้วิธีการประมูล (Auction system) หากเป็นการประกอบกิจการเพื่อบริการสาธารณะ (Public Broadcasting Service) จะใช้ระบบการให้คะแนน (Point system) (FCC - Federal Communications Commission, 2016d) และหากเป็นสถานีโทรทัศน์พลังต่ำ (Low power television) จะใช้วิธีจับสลาก (License by lottery) อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการส่งเสริมความหลากหลายให้กับชนกลุ่มน้อย ผู้ขอใบอนุญาตสถานีโทรทัศน์พลังต่ำที่เป็นชนกลุ่มน้อย และยังไม่มียุทธศาสตร์ หรือมีสถานีโทรทัศน์จำนวนน้อย อาจได้สิทธิการประกอบกิจการก่อน (Head et al., 2001)

การขอใบอนุญาต การต่อใบอนุญาต หรือการเปลี่ยนแปลงการประกอบกิจการของสถานีต้องแจ้งต่อชุมชนท้องถิ่นที่อยู่ในพื้นที่การออกอากาศผ่านทางหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้มีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการขอใบอนุญาต การต่อใบอนุญาต และการเปลี่ยนแปลงการประกอบกิจการของสถานี นอกจากนี้ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องต้องสามารถเข้าถึงได้ทั้งที่สถานี และสถานที่สาธารณะของชุมชน เช่น ห้องสมุด สำนักงานไปรษณีย์ เป็นต้น (FCC - Federal Communications Commission, 2016d)

4.1.4.2 กฎระเบียบเกี่ยวกับความเป็นเจ้าของและการควบคุม (Ownership and control rules)

กฎระเบียบเกี่ยวกับความเป็นเจ้าของและการควบคุมของประเทศสหรัฐอเมริกาแบ่งออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ ระดับเครือข่ายโทรทัศน์ (Network television) และโทรทัศน์ระดับชาติ (National television) กฎระเบียบที่ใช้บังคับกับเครือข่ายโทรทัศน์ ได้แก่ กฎระเบียบเกี่ยวกับการควบคุมเครือข่ายโทรทัศน์ (Dual network ownership) และกฎระเบียบเกี่ยวกับสัดส่วนของการเป็นเจ้าของกิจการโทรทัศน์ท้องถิ่น (National television ownership) ของเครือข่ายโทรทัศน์

กฎระเบียบเกี่ยวกับการควบคุมเครือข่ายโทรทัศน์เป็นการห้ามควบคุมกิจการระหว่างเครือข่ายโทรทัศน์ขนาดใหญ่ ได้แก่ ABC, CBS, NBC และ Fox อย่างไรก็ตาม เครือข่ายขนาดใหญ่สามารถครอบครองเครือข่ายโทรทัศน์อื่นได้ ส่วนกฎระเบียบเกี่ยวกับสัดส่วนของการเป็นเจ้าของกิจการโทรทัศน์ท้องถิ่นของเครือข่ายโทรทัศน์ เดิมมีการห้ามเครือข่ายโทรทัศน์เป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นมากกว่า 12 สถานี ต่อมาเปลี่ยนจากการกำหนดตามจำนวนสถานีโทรทัศน์เป็นการกำหนดร้อยละของครัวเรือนภายในประเทศที่สถานีโทรทัศน์สามารถเข้าถึงได้ โดยในปี ค.ศ.

1985 มีการกำหนดไว้ที่ร้อยละ 25 ปัจจุบันกำหนดไว้ที่ร้อยละ 39 (FCC - Federal Communications Commission, 2017)

กฎระเบียบเกี่ยวกับความเป็นเจ้าของและการควบคุมสำหรับโทรทัศน์ระดับชาติ เป็นการกำหนดเงื่อนไขในการเป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ ได้แก่ การไม่อนุญาตให้เป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ได้มากกว่า 1 สถานีในตลาดเดียวกัน อย่างไรก็ตาม มีข้อยกเว้นการเป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ได้ 2 สถานีในพื้นที่ตลาดที่เกี่ยวข้อง (Designated market area – DMA) เดียวกันได้ ถ้า (1) พื้นที่การออกอากาศประเภท B (Grade B contours) ไม่ทับซ้อนกัน (2) 1 ใน 2 สถานีที่เป็นเจ้าของไม่เป็นสถานีที่ได้รับความนิยม 1 ใน 4 ซึ่งวัดจากส่วนแบ่งของจำนวนผู้ชมตลอดทั้งวัน โดย Nielsen และ (3) หลังจากเป็นเจ้าของทั้ง 2 สถานีแล้ว ยังมีสถานีที่มีความเป็นอิสระในความเป็นเจ้าของต่อกันอย่างน้อย 8 สถานี หากไม่เข้าเงื่อนไขข้างต้น ก็ยังมีข้อยกเว้น เพื่อให้ FCC สามารถพิจารณาเป็นกรณีไปได้ เพื่อโอกาสที่จะนำเสนอประโยชน์สาธารณะ เงื่อนไขของการเป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ได้มากกว่า 2 สถานี จะพิจารณาในกรณีที่สถานีไม่สามารถดำเนินการต่อได้ หรือกำลังจะดำเนินการต่อไม่ได้ หรือยังไม่สร้าง การที่สถานีไม่สามารถดำเนินการต่อได้ หมายถึง การที่สถานีไม่สามารถออกอากาศได้อย่างน้อย 4 เดือน หรือกิจการกำลังจะล้มละลาย ส่วนการที่สถานีกำลังจะดำเนินการต่อไม่ได้ หมายถึง การที่สถานีมีส่วนแบ่งของผู้ชมตลอดทั้งวันน้อยกว่าร้อยละ 4 และมีสถานภาพการเงินที่ไม่ดี และการขายสถานีจะทำให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณะมากกว่า และกรณีที่สถานียังไม่สร้าง ซึ่งการขายสถานีอาจทำให้เกิดการสร้างสถานีขึ้น (Goldfarb, 2012, pp. 10-11)

#### 4.1.4.3 กฎระเบียบเกี่ยวกับการครองสิทธิ์ข้ามสื่อ (Cross media ownership)

กฎระเบียบเกี่ยวกับการครองสิทธิ์ข้ามสื่อแบ่งเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ การครองสิทธิ์ข้ามสื่อระหว่างกิจการวิทยุและกิจการโทรทัศน์ กับ การครองสิทธิ์ข้ามสื่อระหว่างกิจการหนังสือพิมพ์และกิจการโทรทัศน์

สำหรับการเป็นเจ้าของข้ามสื่อระหว่างกิจการวิทยุและกิจการโทรทัศน์ในตลาดท้องถิ่น FCC กำหนดเงื่อนไขการครองสิทธิ์ข้ามสื่อตามจำนวนช่องทางที่เป็นอิสระในความเป็นเจ้าของ ดังนี้ (1) ช่องทางอิสระมากกว่า 20 ช่องทาง สามารถเป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ได้ 2 สถานี และสถานีวิทยุกระจายเสียงได้ 6 สถานี หรือเป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ได้ 1 สถานี และสถานีวิทยุกระจายเสียงได้ 7 สถานี (2) ช่องทางอิสระอย่างน้อย 10 ช่องทาง สามารถเป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ได้ 2 สถานี และสถานีวิทยุกระจายเสียงได้ 4 สถานี โดยการนับจำนวนช่องทางที่เป็นอิสระนี้จะนับสถานีวิทยุกระจายเสียง สถานีวิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ที่พิมพ์ออกขายอย่างน้อย 4 ครั้งต่อสัปดาห์ และเคเบิลทีวี อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่เป็นการเป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ 2 สถานี และสถานีวิทยุกระจายเสียง 1 สถานี สามารถกระทำได้ (Goldfarb, 2012, pp. 16-17)

อย่างไรก็ดี การเป็นเจ้าของข้ามสื่อระหว่างสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่อวิทยุโทรทัศน์นั้นต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบความเป็นเจ้าของสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่อวิทยุโทรทัศน์ด้วย ในส่วนของการเป็นเจ้าของวิทยุโทรทัศน์เป็นตามรายละเอียดข้างต้นที่ได้อธิบายไปแล้ว

ในส่วนของความเป็นเจ้าของสถานีวิทยุกระจายเสียง ช่วงก่อน ปี ค.ศ.1992 กฎหมายห้ามไม่ให้ผู้ถือใบอนุญาตมากกว่า 2 ใบอนุญาตในตลาดท้องถิ่นเดียวกัน แต่หลัง ปี ค.ศ.1992 มีการผ่อนผันการเป็นเจ้าของสถานีวิทยุกระจายเสียง โดยข้อจำกัดของจำนวนของการถือใบอนุญาตให้พิจารณาจากจำนวนสถานีวิทยุกระจายเสียงในตลาดท้องถิ่น ดังนี้ หากในตลาดท้องถิ่นที่มีสถานีวิทยุกระจายเสียงมากกว่า 15 สถานี สามารถเป็นเจ้าของสถานีวิทยุกระจายเสียงได้ไม่เกิน 4 สถานี แบ่งเป็นสถานีในระบบ AM 2 สถานี และสถานีในระบบ FM 2 สถานี และหากในตลาดที่มีสถานีวิทยุกระจายเสียงน้อยกว่า 15 สถานี สามารถเป็นเจ้าของสถานีวิทยุกระจายเสียงได้ไม่เกิน 3 สถานี (Goldfarb, 2003, p. 24)

ปัจจุบัน ข้อจำกัดของจำนวนสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ผู้ใดสามารถถือครองยังคงพิจารณาตามจำนวนสถานีวิทยุกระจายเสียงที่เป็นอิสระในความเป็นเจ้าของในตลาดท้องถิ่น หากในพื้นที่การออกอากาศ (1) มีจำนวนสถานีมากกว่า 45 สถานี สามารถเป็นเจ้าของสถานีวิทยุกระจายเสียงได้ 8 สถานี แต่ต้องไม่เกิน 5 สถานีในระบบเดียวกัน (2) มีจำนวนสถานี 30 ถึง 44 สถานี สามารถเป็นเจ้าของสถานีวิทยุกระจายเสียงได้ 7 สถานี แต่ต้องไม่เกิน 4 สถานีในระบบเดียวกัน (3) มีจำนวนสถานี 15 ถึง 29 สถานี สามารถเป็นเจ้าของสถานีวิทยุกระจายเสียงได้ 6 สถานี แต่ต้องไม่เกิน 4 สถานีในระบบเดียวกัน และ (4) มีจำนวนสถานีน้อยกว่า 14 สถานี สามารถเป็นเจ้าของสถานีวิทยุกระจายเสียงได้ 5 สถานี แต่ต้องไม่เกิน 3 สถานีในระบบเดียวกัน และต้องไม่เกิน 50% ของจำนวนสถานีทั้งหมดในตลาด (Goldfarb, 2012, p. 13)

สำหรับการครองสิทธิข้ามสื่อระหว่างสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อแพร่ภาพกระจายเสียง มีข้อจำกัด ได้แก่ การห้ามเจ้าของหรือผู้ที่ควบคุมหนังสือพิมพ์รายวัน (1) เป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ในพื้นที่การออกอากาศประเภท A (Grade A contours) ทับซ้อนพื้นที่การจำหน่ายของหนังสือพิมพ์รายวัน (2) เป็นเจ้าของสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ AM ที่มีพื้นที่การออกอากาศ 2 มิลลิโวลต์ต่อเมตร ทับซ้อนกับพื้นที่การจำหน่ายของหนังสือพิมพ์รายวัน และ (3) เป็นเจ้าของสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบ FM ที่มีพื้นที่การออกอากาศ 1 มิลลิโวลต์ต่อเมตร ทับซ้อนกับพื้นที่การจำหน่ายของหนังสือพิมพ์รายวัน อย่างไรก็ตาม FCC ไม่ได้ห้ามเจ้าของกิจการวิทยุกระจายเสียง หรือเจ้าของกิจการโทรทัศน์ในการประกอบกิจการหนังสือพิมพ์ที่จำหน่ายในพื้นที่การออกอากาศ (Goldfarb, 2012, p. 8)

#### 4.1.5 กฎระเบียบเกี่ยวกับการกำกับดูแลเนื้อหาของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย

4.1.5.1 กฎผลประโยชน์ทางการค้าและตัวแทนจำหน่าย (The Financial Interest And Syndication Rules - Fin-syn) และกฎการเข้าถึงช่วงเวลาที่มีย่านผู้ชมสูง (Prime time access rule - PTAR)

ในสภาพการณ์ที่เครือข่ายโทรทัศน์ขนาดใหญ่ ได้แก่ ABC, CBS และ NBC เป็นผู้ผูกขาดการขายต่อรายการโทรทัศน์โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่มีย่านผู้ชมสูง (Prime time) FCC จึงออกกฎระเบียบเพื่อต้องการสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ผลิตรายการอิสระและสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่น (Einstein, 2004:1-2) โดยการออกกฎผลประโยชน์ทางการค้าและตัวแทนจำหน่าย (The Financial Interest And Syndication Rules - Fin-syn) และกฎการเข้าถึงช่วงเวลาที่มีย่านผู้ชมสูง (Prime time access rule - PTAR)

PTAR เป็นกฎที่จำกัดจำนวนชั่วโมงการออกอากาศรายการของเครือข่ายโทรทัศน์ในสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นในช่วงเวลาที่มีย่านผู้ชมสูง โดยกำหนดไว้ไม่ให้ออกอากาศมากกว่า 3 ชั่วโมงจาก 4 ชั่วโมง และห้ามสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นที่อยู่ใน 50 ตลาดสูงสุด จากตลาดมากกว่า 200 ตลาดในประเทศ ออกอากาศรายการจากตัวแทนจำหน่ายที่ไม่ใช่เครือข่ายโทรทัศน์ (Off-network syndication) (Eastman and Ferguson, 2006:196) ผลของ PTAR ทำให้สถานีส่วนใหญ่ต้องผลิตรายการเอง และส่วนใหญ่เลือกผลิตรายการเองในช่วงเวลา 19.00-20.00 น. ซึ่งเป็นช่วงก่อนเข้าช่วงเวลาที่มีย่านผู้ชมสูง (Prime access) ส่วน Fin-syn เป็นกฎที่จำกัดเครือข่ายโทรทัศน์ไม่ให้มีความเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ ไม่ว่าจะทางตรงหรือการขายต่อ และห้ามออกอากาศรายการที่เครือข่ายโทรทัศน์เป็นผู้ผลิตในรายการที่ออกอากาศในช่วงเวลาที่มีย่านผู้ชมสูง (Pepe, 1994:73) กฎระเบียบดังกล่าวส่งเสริมให้ผู้ผลิตรายการอิสระมีอำนาจต่อรองกับเครือข่ายโทรทัศน์มากขึ้น ซึ่งส่งผลให้เนื้อหารายการมีความหลากหลายและมีความแปลกใหม่มากขึ้น นอกจากนั้นยังเป็นการเปิดโอกาสให้เกิดการแข่งขันมากขึ้น เพราะถ้าหากสิทธิในการขายต่อเป็นของเครือข่ายโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์ในเครือข่ายย่อมได้เปรียบกว่าในการแข่งขัน (Einstein, 2004b, p. 2)

ตามกฎระเบียบนี้ สิทธิในการขายต่อจะเป็นของผู้ผลิตรายการอิสระซึ่งมีมูลค่าสูง ดังนั้น จึงมีการต่อรองกันระหว่างเครือข่ายโทรทัศน์และผู้ผลิตรายการอิสระ โดยการจ่ายเงินค่าตอบแทนการผลิตแบบขาดดุล (Deficit financing) หมายความว่า ค่าตอบแทนนั้นไม่เพียงพอต่อต้นทุนการผลิตจริง แต่ผู้ผลิตรายการอิสระสามารถสร้างรายได้ให้คุ้มค่ากับต้นทุนการผลิตจริงได้จากสิทธิประโยชน์ในการขายต่อ การจ่ายค่าตอบแทนการผลิตแบบขาดดุลนี้เองที่เป็นข้อโต้แย้งสำคัญเกี่ยวกับการสนับสนุนผู้ผลิตอิสระ โดยฝ่ายโต้แย้งอธิบายว่า ผู้ผลิตรายการอิสระที่ไม่มีเงินลงทุนมากเพียงพอจะไม่สามารถดำรงอยู่ในรูปแบบธุรกิจนี้ได้ ดังนั้น ระเบียบดังกล่าวจึงเป็นการสนับสนุนผู้ผลิตรายการอิสระรายใหญ่มากกว่า นอกจากนั้น จากเหตุผลทางด้านเงินลงทุนทำให้ผู้ผลิตรายการอิสระมีแนวโน้มที่จะ

ผลิตรายการที่ต้นทุนต่ำ เช่น รายการพูดคุย รายการเกมโชว์ เป็นต้น (Christian, 1995, pp. 111-112; Einstein, 2004b, p. 3)

หลังจากภูมิทัศน์สื่อเปลี่ยนไป การมีโทรทัศน์เคเบิลมาเป็นคู่แข่งสำคัญในการแบ่งจำนวนผู้ชมโทรทัศน์ ประกอบกับการมีสถานีโทรทัศน์เครือข่ายระดับประเทศเพิ่มขึ้น ทำให้เครือข่ายโทรทัศน์เดิมมิได้เป็นผู้ผูกขาดรายการโทรทัศน์เหมือนบริบทที่ทำให้เกิดระเบียบทั้ง Fin-syn และ PTAR ส่งผลให้มีการทบทวน และยกเลิกระเบียบดังกล่าวในเวลาต่อมา (Pepe, 1994, pp. 86-87)

#### 4.1.5.2 หลักการความยุติธรรม (Fairness doctrine)

หลักการความยุติธรรม หรือ Fairness doctrine วางหลักไว้ 2 ประการ ได้แก่ (1) ผู้รับใบอนุญาตต้องให้เวลาการออกอากาศในการโต้แย้งอภิปรายในประเด็นที่เป็นที่ถกเถียง และ (2) ผู้รับใบอนุญาตต้องเปิดโอกาสให้มีการแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างจากประเด็นที่นำเสนอ นอกจากนี้ยังมีแนวปฏิบัติอื่นที่ใช้แนวคิดเดียวกับหลักการความยุติธรรม เช่น กฎการถูกพาดพิง (Personal attack rule) ได้แก่ การเปิดโอกาสให้ผู้ถูกพาดพิงจากเรื่องที่ออกอากาศได้พื้นที่ในการตอบโต้ โดยผู้รับใบอนุญาตต้องแจ้งแก่ผู้ถูกพาดพิงภายใน 1 สัปดาห์ ส่งรายละเอียดในการพาดพิง และเสนอโอกาสที่จะชี้แจง กฎบทบรรณาธิการเกี่ยวกับการเมือง (Political editorial rule) ได้แก่ การเปิดโอกาสให้พรรคการเมืองอีกแห่งหนึ่งทราบ และให้โอกาสที่จะชี้แจง ในกรณีที่มีบทบรรณาธิการนำเสนอพรรคการเมืองใดพรรคการเมืองหนึ่งในแง่บวก เป็นต้น (Ruane, 2011, pp. 2-3)

อย่างไรก็ดี นักวารสารศาสตร์บางส่วนมองว่าหลักการความยุติธรรมเป็นการละเมิดเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นและเสรีภาพของสื่อ โดยโต้แย้งว่า ผู้สื่อข่าวควรมีอำนาจในการตัดสินใจนำเสนอเรื่องราวอย่างเท่าเทียม ดังนั้นผู้บังคับใช้กฎดังกล่าว จึงไม่ควรเป็น FCC อีกประเด็นหนึ่งที่สำคัญ ได้แก่ การหลีกเลี่ยงหลักการความยุติธรรมโดยการเลือกไม่นำเสนอประเด็นที่เป็นที่ถกเถียงเพื่อจะได้ไม่ต้องใช้หลักการความยุติธรรม ซึ่งถือว่าเป็นสถานการณ์ที่ตรงกันข้ามกับวัตถุประสงค์ของ FCC ข้อโต้แย้งดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ยกเลิกหลักการความยุติธรรม ในปี ค.ศ. 1987 (Jolly, 2007, pp. 60-61)

#### 4.1.5.3 กฎการให้เวลาที่เท่าเทียมกัน (Equal-time rule)

กฎเวลาการให้เวลาที่เท่าเทียมกันแตกต่างจากหลักการความยุติธรรมที่วัตถุประสงค์ โดยวัตถุประสงค์ของหลักการความยุติธรรมคือการเปิดโอกาสให้มีการนำเสนอประเด็นที่ถกเถียงกันหลายมุมมอง ส่วนวัตถุประสงค์ของกฎเวลาการให้เวลาที่เท่าเทียมกัน คือ การเปิดให้โอกาสที่เท่าเทียมกันแก่ผู้สมัครรับเลือกตั้ง ยกเว้นรายการข่าว รายการสัมภาษณ์ และรายการสารคดี นอกจากนี้ กฎระเบียบทั้งสองยังมีสภาพบังคับที่ต่างกัน โดยที่หลักการความยุติธรรมเป็นเพียง



นโยบายของ FCC ที่ต้องการให้ผู้รับใบอนุญาตปฏิบัติ ส่วนกฎเวลาเท่าเทียมกันเป็นกฎหมายมลรัฐออกโดยสภาคอนเกรส (Ruane, 2011, pp. 2-3)

รายละเอียดของกฎเวลาการให้เวลาที่เท่าเทียมกัน ได้แก่ ถ้าผู้รับใบอนุญาตให้เวลากับผู้สมัครคนใดต้องให้สิ่งเดียวกันกับผู้สมัครคนอื่นที่ร้องขอในราคาเท่ากัน เหตุผลเบื้องหลังของกฎระเบียบนี้ ได้แก่ ความเชื่อในพลังอำนาจของผู้รับใบอนุญาตที่สามารถทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบในการเลือกตั้ง จากการนำเสนอมุมมองเพียงมุมมองเดียวหรือการตัดมุมมองของผู้สมัครคนอื่นออกไป (LII – Legal Information Institute, 2017)

#### 4.1.5.4 กฎระเบียบเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก (Children program)

เดิม FCC จะให้ความสำคัญกับการโฆษณาเกี่ยวกับเด็กมากกว่ารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่ให้การพิจารณาจากสถานีโทรทัศน์เอง เนื่องจากปริมาณรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กยังมีน้อย ทำให้กลุ่มที่สนับสนุนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กพยายามกดดันให้ FCC มีการกำหนดเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กให้เป็นเงื่อนไขในการพิจารณาต่อใบอนุญาต จนกระทั่ง ในปี ค.ศ. 1990 มีการออกกฎหมายพระราชบัญญัติโทรทัศน์ของเด็ก (Children's Television Act) หนึ่งในวัตถุประสงค์ของกฎหมายฉบับนี้ ได้แก่ การเพิ่มปริมาณรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาและข้อมูลข่าวสารสำหรับเด็ก ส่งผลให้ในปี ค.ศ.1996 FCC จึงออกกฎระเบียบเพื่อให้สอดคล้องและส่งเสริมให้สถานีโทรทัศน์ปฏิบัติตามกฎหมายดังกล่าว (Levi, 2010, pp. 284-285)

บทบัญญัติแห่งรัฐบาลกลางสหรัฐอเมริกา บรรพที่ 47 ในมาตรา 73.671 กำหนดให้ผู้ประกอบการ/ผู้รับใบอนุญาตต้องออกอากาศรายการโทรทัศน์ที่ถูกผลิตมาเฉพาะให้เป็นรายการเพื่อการศึกษาและข้อมูลข่าวสารสำหรับเด็กและเยาวชนซึ่งมีอายุต่ำกว่า 16 ปี (Educational and informational - E/I) อย่างน้อย 30 นาที ทุกสัปดาห์ในช่วงเวลา 7.00 น. ถึง 22.00 น. และถ้าต้องการต่อใบอนุญาต ต้องออกอากาศรายการเพื่อการศึกษาและข้อมูลข่าวสารอย่างน้อย 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ซึ่งถือว่าเป็นพันธกิจหนึ่งของประโยชน์สาธารณะซึ่งเป็นเงื่อนไขในการต่อใบอนุญาต ในกรณีที่ไม่สามารถออกอากาศตามจำนวนที่กำหนด ผู้ประกอบการ/ผู้รับใบอนุญาตอาจจ่ายเงินสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์อื่นเพื่อผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กแทนได้ (GOP - Government Publishing Office, 2017; Jordan, 2004, p. 103)

นอกจากนั้น ในกฎหมายฉบับนี้ มาตรา 73.673 ยังมีการกำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตจะต้องเผยแพร่รายละเอียดของรายการเพื่อการศึกษาและข้อมูลข่าวสารสำหรับเด็กสู่สาธารณะล่วงหน้า และทำการแจ้งไปยังผู้ตีพิมพ์ TV Guide (GOP - Government Publishing Office, 2017)

## 4.2 สหราชอาณาจักร

### 4.2.1 สภาพอุตสาหกรรมโทรทัศน์

อุตสาหกรรมวิทยุโทรทัศน์ของสหราชอาณาจักรมีความแตกต่างกันทางด้านลักษณะความเป็นเจ้าของ วัตถุประสงค์ และแหล่งรายได้ สถานีโทรทัศน์ที่ออกอากาศในระบบภาคพื้น และได้รับความนิยมนับเป็น 3 ประเภท ได้แก่ (1) สถานีโทรทัศน์ที่มีสถานะเป็นเจ้าของ ไม่แสวงหากำไร และมีรายได้หลักจากผู้ชมผ่านค่าธรรมเนียมใบอนุญาตการใช้โทรทัศน์ เช่น BBC One BBC Two เป็นต้น (2) สถานีโทรทัศน์ที่มีสถานะเป็นเจ้าของ ไม่แสวงหากำไร และมีรายได้มาจากการโฆษณา ได้แก่ Channel 4 และ (3) สถานีที่มีเอกชนเป็นเจ้าของ แสวงหากำไร และมีรายได้มาจากการโฆษณา ได้แก่ ITV และ Channel 5

British Broadcasting Corporation (BBC) ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการผ่านกฎบัตรหลวง (Royal charter) พร้อมกับทำข้อตกลงกับกระทรวงวัฒนธรรม สื่อ และกีฬา (Secretary of state for culture, media and sport) BBC มีรายได้จากค่าธรรมเนียมใบอนุญาตการใช้โทรทัศน์ (Television license fees) ที่จ่ายโดยผู้ที่มีเครื่องรับโทรทัศน์ เพื่อหลีกเลี่ยงการฟังพารายได้จากการโฆษณา นอกจากนี้ BBC ยังมีรายได้จากความร่วมมือในการผลิตรายการกับพันธมิตรต่างประเทศ เดิม BBC Trust เป็นองค์กรกำกับดูแล BBC เพื่อให้ประกอบกิจการตามวัตถุประสงค์ (Hitchens, 2006, pp. 12-13) แต่ปัจจุบันเปลี่ยนเป็น Ofcom ตามกฎบัตรหลวงฉบับล่าสุด (Ofcom - The Office of Communications, 2017a)

สถานีโทรทัศน์อิสระ (Independent Television – ITV) เป็นสถานีโทรทัศน์เพื่อให้บริการทางธุรกิจแห่งแรกของสหราชอาณาจักร ITV มีลักษณะการออกอากาศเป็นแบบเครือข่าย โดยมีใบอนุญาตทั้งสิ้น 15 ใบอนุญาต แบ่งตามพื้นที่การออกอากาศของสหราชอาณาจักร แต่ละพื้นที่จะออกอากาศรายการเหมือนกัน แต่แยกกันขายเวลาโฆษณา ปัจจุบัน ITV Broadcasting Limited เป็นผู้ถือใบอนุญาตในการประกอบกิจการมากที่สุด 11 พื้นที่ และเป็นตัวแทนในการขายเวลาโฆษณาให้ทั้ง 15 พื้นที่ รวมถึงการผลิตรายการส่วนใหญ่ของ ITV (ITV plc., 2017)

ในช่วงแรก BBC และ ITV เป็นสถานีโทรทัศน์เพียง 2 สถานีในสหราชอาณาจักร ถือเป็นการผูกขาดเพียง 2 ราย (Duopoly) ซึ่งทั้งสองสถานีต่างก็ผลิตรายการเพื่อให้ดึงดูดผู้ชมจำนวนมากที่สุด ต่อมา หลังจากมีการศึกษาโดยคณะกรรมการพิคคิงตัน (Pilkington committee) คณะกรรมการชุดดังกล่าวได้นำเสนอให้สถานีโทรทัศน์สถานีที่ 3 ควรเป็นของ BBC เพื่อเป็นการลดอำนาจของการโฆษณาที่มีต่อการผลิตรายการ และเป็นทางเลือกที่เพิ่มขึ้นของผู้ชมนอกเหนือจาก BBC และ ITV ซึ่งมุ่งผลิตรายการตามความนิยมของผู้ชม (Petley, 2015, p. 4) ในปี ค.ศ.1964 BBC จึงได้ขยายการประกอบกิจการ โดยมีสถานี BBC Two เพิ่มขึ้น ส่วนสถานี BBC เดิม เปลี่ยนชื่อเป็น BBC One

BBC One เป็นบริการโทรทัศน์ที่มีประเภทรายการที่หลากหลาย ส่วน BBC Two มุ่งนำเสนอกับผู้ชมที่เป็นผู้ใหญ่ด้วยรายการที่มีเนื้อหาสาระ (BBC - British Broadcasting Corporation, 2017)

Channel 4 เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรตามคำแนะนำของคณะกรรมการอันทัน (Annan committee) วัตถุประสงค์สำคัญของ Channel 4 ได้แก่ การเป็นทางเลือกให้แก่ผู้ชมโดยการนำเสนอรายการที่มีความใหม่ และมีลักษณะของรสนิยมและความสนใจที่ถูกกล่ลยจากสถานีอื่น รวมถึงการนำเสนอรายการโทรทัศน์เพื่อชนกลุ่มน้อย เดิมสถานีไม่ได้เป็นผู้ผลิตรายการเอง แต่ทำหน้าที่เป็นผู้พิจารณารายการที่จะออกอากาศซึ่งผลิตโดยผู้ผลิตรายการอิสระ ส่วนรายได้จากการโฆษณาจะดำเนินการโดย ITV ซึ่งปัจจุบัน Channel Four Television Corporation เป็นผู้ดำเนินการเอง (Communications Committee, 2010)

สถานีโทรทัศน์แบบภาคพื้นดินลำดับที่ 5 ของสหราชอาณาจักร ได้แก่ Channel 5 Channel 5 เป็นสถานีโทรทัศน์เพื่อการค้าทางธุรกิจ ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโดยการประมูลคลื่นความถี่ โดยมีผู้ประมูลตั้งแต่ 2 ล้านปอนด์จนถึง 36 ล้านปอนด์ แต่ผู้ที่ได้ใบอนุญาตไปเป็นผู้ประมูลที่ราคา 22 ล้านปอนด์ ปัจจุบัน Viacom Inc. เป็นเจ้าของกิจการ Channel5 (Channel5, 2017; theguardian, 2017)

#### 4.2.2 ความเป็นมาของกฎระเบียบเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์

หลังจากที่ BBC ได้ประกอบกิจการแพร่ภาพออกอากาศผ่านกฎบัตรหลวงแล้ว องค์กรโทรทัศน์อิสระ (Independent Television Authority – ITA) ได้ถูกจัดตั้งขึ้นตาม Television Act 1954 ITA ทำหน้าที่เป็นทั้งผู้แพร่ภาพกระจายเสียงและผู้กำกับดูแล ITA ไม่ได้เป็นผู้ผลิตรายการเอง แต่ทำข้อตกลงกับผู้ผลิตรายการอิสระหรือผู้ทำข้อตกลงร่วม (Contractor) ในการผลิตรายการเพื่อออกอากาศในแต่ละพื้นที่ของ ITV การขายโฆษณาตามเวลาที่กำหนดเท่านั้น และไม่สามารถขายโฆษณาได้เกินชั่วโมงละ 6 นาที นอกจากนั้น เจ้าของสินค้าหรือบริการยังไม่สามารถสนับสนุนรายการโดยตรงได้ (Crisell, 1997, pp. 84-85)

ข้อตกลงของ ITA ในช่วงแรกมีความเกี่ยวข้องกับสื่อหนังสือพิมพ์ ทำให้เกิดความกังวลว่า การปล่อยให้หนังสือพิมพ์เข้ามาประกอบกิจการสื่อโทรทัศน์จะเป็นการขยายอิทธิพลของสื่อหนังสือพิมพ์ และยังเป็น การเพิ่มการกระจุกตัวของความเป็นเจ้าของ ต่อมา Television Act 1963 จึงได้วางข้อกำหนดว่า ITA สามารถยกเลิกข้อตกลงการประกอบกิจการได้หากพบว่าผู้ทำข้อตกลงมีส่วน หรือมีแนวโน้มที่จะนำไปสู่สถานการณ์ที่ขัดต่อประโยชน์สาธารณะ อย่างไรก็ตาม ข้อกำหนดดังกล่าวไม่ได้ถูกใช้บังคับอย่างจริงจัง แม้ต่อมามีการก่อตั้งองค์กรแพร่ภาพกระจายเสียงอิสระ (Independent Broadcasting Authority – IBA) ขึ้นมาแทน ITA ก็ตาม (Hitchens, 2006, p. 87)

Broadcasting Act 1990 ยกเลิก IBA และก่อตั้งคณะกรรมการโทรทัศน์อิสระ (Independent Television Commission – ITC) ขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่กำกับดูแลสถานีโทรทัศน์เพื่อ การบริการทางธุรกิจแทน นอกจากนั้น Broadcasting Act 1990 ยังได้ทำการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ การออกอากาศ จากการทำสัญญาการออกอากาศกับ ITV เป็นระบบใบอนุญาตประกอบกิจการ โทรทัศน์โดยวิธีการประมูลของผู้ที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนด และเมื่อได้รับใบอนุญาตแล้ว ผู้รับ ใบอนุญาตต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขบางประการ (DCMS - The Department for Digital, 2012, pp. 5-6)

การปรับแก้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับกิจการโทรทัศน์ยังมีอีก 2 ครั้ง โดย Broadcasting Act 1996 มีวัตถุประสงค์ในการปรับปรุงกฎหมายให้ทันสมัยสอดคล้องกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งการออกอากาศของโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลภาคพื้นดิน (DCMS, 2012:6) และ Communications Act 2003 เป็นกฎหมายฉบับล่าสุดซึ่งได้นำคำสั่ง (Directives) ของ คณะกรรมาธิการยุโรป (European commission – EC) มาปรับใช้เป็นกฎหมายของสหราชอาณาจักร ประกอบกับข้อเสนอจากการศึกษา 2 ชิ้น ได้แก่ A New Future for Communications ในปี ค.ศ.2000 และ The Consultation on the Draft Communications Bill ในปี ค.ศ.2002 หลักสำคัญของ Communication Acts 2003 คือ การส่งเสริมการแข่งขันโดยการใช้แนวทางแบบ เบาบาง (Light touch approach) ในการกำกับดูแล กล่าวคือ การให้ความสำคัญกับการกำกับดูแล กันเองของภาคอุตสาหกรรม หนึ่งในแนวทางดังกล่าว ได้แก่ การผ่อนปรนข้อจำกัดของความเป็น เจ้าของสื่อแพร่ภาพกระจายเสียง นอกจากนั้น กฎหมายฉบับดังกล่าวกำหนดให้มีสำนักงานการ สื่อสาร (Office of communication – Ofcom) เพื่อทำหน้าที่กำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ โดย Ofcom ต้องหน้าที่สร้างหลักประกันคุณค่าทางการบริการสาธารณะ เช่น หลักการใช้ได้ทุกคน (Universality) ในกิจการโทรคมนาคม หลักของการบริการสาธารณะในกิจการแพร่ภาพกระจาย เสียง เป็นต้น (Doyle & Vick, 2005, p. 77)

#### 4.2.3 หน่วยงานกำกับดูแล

สำนักงานการสื่อสาร (Office of communication – Ofcom) ถูกจัดตั้งขึ้นตาม Communication Act 2003 ซึ่งเป็นการปรับปรุงการกำกับดูแลสื่อในยุคที่มีแนวโน้มในการหลอม รวม ทั้งโทรคมนาคม สื่อแพร่ภาพกระจายเสียง สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออินเทอร์เน็ต Ofcom ได้รับมอบ หน้าที่และความรับผิดชอบจาก 5 องค์กรกำกับดูแลเดิม ได้แก่ (1) คณะกรรมการกำกับมาตรฐานการ แพร่ภาพและการกระจายเสียง (The Broadcasting Standards Commission) (2) คณะกรรมการ สถานีโทรทัศน์อิสระ (The Independent Television Commission - ITC) (3) สำนักงาน โทรคมนาคม (The Office of Telecommunications – Oftel) (4) องค์กรกำกับดูแล

วิทยุกระจายเสียง (The Radio Authority) และ (5) หน่วยงานกำกับดูแลการสื่อสารคลื่นวิทยุ (The Radiocommunications Agency) (Doyle & Vick, 2005, p. 75) และได้รับมอบหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริการไปรษณีย์ (Postal Service Commission) ในปี ค.ศ.2011 และองค์การกำกับดูแลโทรทัศน์ตามความต้องการ (The Authority for Television On Demand - ATVOD) ในปี ค.ศ.2016 และเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2017 Ofcom ได้รับอำนาจในการกำกับดูแลมาตรฐานของเนื้อหาและการประกอบกิจการของ BBC ตามกฎบัตรหลวงฉบับล่าสุด (Ofcom - The Office of Communications, 2017a)

Ofcom ประกอบด้วยคณะกรรมการจำนวน 3 ถึง 12 คน ได้รับการแต่งตั้งจากรัฐมนตรี ได้แก่ ประธานกรรมการ กรรมการ และ กรรมการบริหาร กรรมการพิเศษประกอบด้วย ประธานกรรมการบริหาร และกรรมการบริหารที่ได้รับแต่งตั้งจากบุคลากรใน Ofcom ซึ่งสามารถแต่งตั้งได้ตามจำนวนที่รัฐมนตรีเห็นสมควร ในปี ค.ศ.2017 Ofcom ประกอบไปด้วยกรรมการทั้งสิ้น 9 คน ประกอบด้วย ประธานกรรมการ 1 คน ผู้ช่วยประธานกรรมการ 1 คน กรรมการ 4 คน ประธานกรรมการบริหาร 1 คน และกรรมการบริหาร 2 คน (Ofcom - The Office of Communications, 2017b)

โครงสร้างของ Ofcom ประกอบด้วย ฝ่ายกลยุทธ์ (Strategy) ฝ่ายคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer) ฝ่ายกำกับดูแลเนื้อหาและสื่อ (Content, media policy) ฝ่ายรับเรื่องราวร้องเรียนและสืบสวน (Investigations & Compliance) ฝ่ายการแข่งขันทางกิจการแพร่ภาพกระจายเสียง (Broadcast competition) ฝ่ายโทรคมนาคม (Telecoms) และฝ่ายไปรษณีย์ (Postal policy) (Ofcom - The Office of Communications, 2017b)

นอกจากนี้ยังมีคณะอนุกรรมการอีกหลายคณะ เช่น คณะอนุกรรมการผู้บริโภคด้านการสื่อสาร (Communications Consumer Panel) คณะอนุกรรมการที่ปรึกษาสำหรับผู้สูงอายุและผู้พิการ (Advisory Committee for Older and Disabled People) คณะอนุกรรมการความเสี่ยงและตรวจสอบ (Risk and Audit Committee) คณะอนุกรรมการพิจารณาค่าชดเชย (Non-Executive Remuneration Committee) คณะอนุกรรมการที่ปรึกษาสำหรับอังกฤษ (Advisory Committee for England) คณะอนุกรรมการที่ปรึกษาสำหรับไอร์แลนด์เหนือ (Advisory Committee for Northern Ireland) คณะอนุกรรมการที่ปรึกษาสำหรับสกอตแลนด์ (Advisory Committee for Scotland) คณะอนุกรรมการที่ปรึกษาสำหรับเวลส์ (Advisory Committee for Wales) คณะอนุกรรมการให้ใบอนุญาตประกอบกิจการแพร่ภาพกระจายเสียง (Broadcast Licensing Committee) เป็นต้น (Ofcom - The Office of Communications, 2017c)

#### 4.2.4 กฎระเบียบเกี่ยวกับการกำกับดูแลโครงสร้างของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย

##### 4.2.4.1 กฎระเบียบเกี่ยวกับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์

การอนุญาตให้ประกอบกิจการโทรทัศน์มีความหลากหลาย บางสถานีได้รับการอนุญาตให้ประกอบกิจการจากกฎหมายพิเศษ ได้แก่ BBC (British Broadcasting Corporation) ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการผ่านกฎบัตรหลวง (Royal charter) พร้อมกับทำข้อตกลงกับกระทรวงวัฒนธรรม สื่อ และกีฬา (Secretary of state for culture, media and sport) (Hitchens, 2006, pp. 12-13) ส่วนใหญ่ใบอนุญาตในการประกอบกิจการแพร่ภาพกระจายเสียงจะได้รับจาก Broadcasting Act 1990 และ Broadcasting Act 1996 ทั้ง ITV และโทรทัศน์ระบบดิจิตอลภาคพื้นดิน โดยกฎหมายมีเงื่อนไขเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ที่ถือใบอนุญาต ทั้งในส่วนที่ไม่อนุญาตให้เป็นผู้รับใบอนุญาต และส่วนที่ไม่อนุญาตให้เป็นผู้รับใบอนุญาตบางประเภท (Ofcom - The Office of Communications, 2009, p. 64)

วิสาหกิจที่กฎหมายไม่อนุญาตให้เป็นผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ ได้แก่ (1) องค์กรท้องถิ่น (Local authorities) เนื่องจากอาจมีการแทรกแซงเนื้อหาและกำหนดวาระของสื่อ อย่างไรก็ตาม องค์กรท้องถิ่นสามารถถือใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ได้ หากเป็นการใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร แต่ไม่ใช่เพื่อวัตถุประสงค์ทางการเมือง (2) พรรคการเมือง (Political parties) เนื่องจากอาจมีการนำเสนอข้อมูลฝ่ายเดียว (3) ตัวแทนโฆษณา (Advertising agencies) เนื่องจากอาจเกิดความเสี่ยงเกี่ยวกับความได้เปรียบเสียเปรียบในตลาดโฆษณา และ (4) วิสาหกิจที่ Ofcom พิจารณาแล้วเห็นว่าไม่เหมาะสมเพราะอาจมีอิทธิพลมากเกินไปเกินสมควร (DCMS - The Department for Digital, 2012, pp. 5-6; Ofcom - The Office of Communications, 2009, pp. 65-67)

สำหรับ วิสาหกิจที่กฎหมายไม่อนุญาตให้เป็นผู้รับใบอนุญาตบางประเภท ได้แก่ องค์กรศาสนา (Religious bodies) โดยห้ามเป็นผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการ ITV Channel 5 วิทยุระดับชาติระบบแอนะล็อก กิจการแพร่ภาพและกระจายเสียงแบบหลากหลายทาง (Multiplex) สาเหตุที่มีการห้ามองค์กรศาสนาเป็นผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ เนื่องจาก เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับศาสนาอาจกระทบกับแนวคิดของศาสนาอื่น อย่างไรก็ตาม กฎหมายมิได้ห้ามองค์กรศาสนาเป็นผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการเคเบิล ดาวเทียม หรือวิทยุกระจายเสียง (Ofcom - The Office of Communications, 2009, p. 65)

นอกจากนั้น ยังมีข้อจำกัดในการเป็นเจ้าของกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ดังนี้ กองทุนสาธารณะ (Publicly funded bodies) ห้ามถือใบอนุญาตประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงทั่วไป วิสาหกิจย่อย (Subsidiaries) ของ BBC ห้ามถือใบอนุญาต ITV Channel 5 และ

วิฤกษ์กระจายเสียง และวิสาหกิจย่อย (Subsidiaries) ของ Channel 4 และ S4C ห้ามถือใบอนุญาต ITV และ Channel 5 (Ofcom - The Office of Communications, 2009, pp. 65-66)

4.2.4.2 กฎระเบียบเกี่ยวกับความเป็นเจ้าของ และการควบคุม (Ownership and control rules)

ก่อนจะมี Broadcasting Act 1990 องค์การแพร่ภาพและกระจายเสียงอิสระ (Independent broadcasting Authority – IBA) เป็นผู้แพร่ภาพกระจายเสียง โดยการทำข้อตกลงกับ ITV ในการผลิตรายการเพื่อที่จะออกอากาศในพื้นที่ ดังนั้น ก่อนปี ค.ศ.1990 จึงไม่มีประเด็นเกี่ยวกับการเป็นเจ้าของสื่อ (DCMS - The Department for Digital, 2012, pp. 3-4)

อย่างไรก็ดี Broadcasting Act 1990 ได้เปลี่ยนแนวคิดข้างต้น โดยคณะกรรมการโทรทัศน์อิสระ (Independent Television Commission – ITC) ถูกตั้งขึ้นมาทำหน้าที่กำกับดูแล และเปลี่ยนเป็นระบบการให้ใบอนุญาต โดยมีข้อห้ามบุคคลหรือวิสาหกิจถือใบอนุญาต ITV เกินกว่า 2 ใบอนุญาต นอกจากนี้ ยังมีคำสั่งจำกัดไม่ให้ถือใบอนุญาตมากกว่า 1 ใบอนุญาตในพื้นที่ 8 พื้นที่ ส่วน Broadcasting Act 1996 เปลี่ยนจากการจำกัดที่จำนวนใบอนุญาตเป็นการจำกัดที่สัดส่วนของจำนวนผู้ชมไม่ให้มากกว่าร้อยละ 15 และห้ามเป็นเจ้าของกิจการสถานีโทรทัศน์ระดับชาติมากกว่า 1 สถานี (ITV และ Channel 5) (DCMS - The Department for Digital, 2012, p. 5)

การศึกษาเกี่ยวกับความเป็นเจ้าของ ทั้ง White paper, A New Future for Communications ในปี ค.ศ.2000 และ The Consultation on the Draft Communications Bill ในปี ค.ศ.2002 ต่างนำเสนอให้ยกเลิกข้อจำกัดเกี่ยวกับการเป็นเจ้าของสื่อ ซึ่ง Communications Act 2003 ได้ยกเลิกข้อจำกัดการเป็นเจ้าของสื่อทั้ง 2 ข้อข้างต้น (DCMS, 2012:6-7) ประกอบกับอำนาจของ Ofcom ในการอนุญาตให้ผู้รับใบอนุญาตขายสิทธิในการใช้คลื่นได้ตราบที่ไม่ขัดต่อผลประโยชน์สาธารณะ เป็นผลให้ปัจจุบัน ITV Broadcasting Limited ซึ่งเป็นการควบรวมกิจการระหว่าง Carlton และ Granada ในปี ค.ศ.2004 เป็นผู้ถือใบอนุญาตของ ITV ทั้งสิ้น 12 ใบอนุญาต จากทั้งหมด 15 ใบอนุญาต (DCMS - The Department for Digital, 2012, p. 7)

ในกรณีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล Broadcasting Act 1996 จำกัดเกี่ยวกับการเป็นเจ้าของ ได้แก่ การห้ามถือหุ้นมากกว่าร้อยละ 20 ในวิสาหกิจที่ถือใบอนุญาตกิจการแพร่ภาพและกระจายเสียงแบบหลากหลายทางมากกว่า 6 ใบอนุญาต และการห้ามถือหุ้นมากกว่าร้อยละ 10 ในนิติบุคคลที่ถือใบอนุญาตกิจการแพร่ภาพและกระจายเสียงแบบหลากหลายทางมากกว่า 8 ใบอนุญาต อย่างไรก็ตาม กฎระเบียบดังกล่าว ได้ถูกยกเลิกโดย Communications Act 2003 (DCMS - The Department for Digital, 2012, p. 8)

#### 4.2.4.3 กฎระเบียบเกี่ยวกับการครองสิทธิ์ข้ามสื่อ (Cross media ownership)

พัฒนาการของการจำกัดการครองสิทธิ์ข้ามสื่อ มีการเปลี่ยนแปลงมาตั้งแต่ Broadcasting Act 1990 เรื่อยมาจนถึง Communications Act 2003 ข้อจำกัดการครองสิทธิ์ข้ามสื่อในระดับชาติระหว่างหนังสือพิมพ์ และ ITV ได้แก่ (1) ห้ามผู้ที่มีส่วนแบ่งการตลาดหนังสือพิมพ์ระดับชาติมากกว่าร้อยละ 20 ถือใบอนุญาต ITV (2) ห้ามผู้ที่มีส่วนแบ่งการตลาดหนังสือพิมพ์ระดับชาติมากกว่าร้อยละ 20 ถือหุ้นเกินร้อยละ 20 ในบริษัทที่ถือใบอนุญาต ITV และ (3) ห้ามบริษัทใด ๆ ถือหุ้นในกิจการแพร่ภาพกระจายเสียงที่ถือหุ้นเกินกว่า ร้อยละ 20 ในหนังสือพิมพ์ที่มีส่วนแบ่งการตลาดระดับชาติมากกว่าร้อยละ 20 กฎระเบียบนี้ถูกเรียกว่ากฎ 20/20 (DCMS - The Department for Digital, 2012, p. 20)

ส่วนการครองสิทธิ์ข้ามสื่อในระดับท้องถิ่น มีข้อห้ามผู้ที่ถือใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์เป็นเจ้าของหนังสือพิมพ์ที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากกว่าร้อยละ 20 ในเขตพื้นที่เดียวกัน

อย่างไรก็ดี นอกจากการจำกัดการครองสิทธิ์ข้ามสื่อแล้ว ยังมีข้อจำกัดเกี่ยวกับการควบรวมกิจการ ซึ่งอยู่ในความดูแลของคณะกรรมการกำกับการแข่งขัน (Competition committee) และในกรณีที่มีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลาย เลขาธิการแห่งรัฐ (Secretary of State) สามารถทำทดสอบประโยชน์สาธารณะของสื่อ (Public interest test) ได้ (DCMS - The Department for Digital, 2012, p. 23)

วัตถุประสงค์ของการทดสอบประโยชน์สาธารณะของสื่อ (Media public interest test) ได้แก่ การป้องกันการกระจุกตัวของสื่อ (Media concentration) ไม่ว่าจะสื่อหนังสือพิมพ์หรือสื่อแพร่ภาพกระจายเสียง Enterprise Act 2002 กำหนดให้อำนาจรัฐมนตรีในการยกเลิกการควบรวมกิจการหนังสือพิมพ์ กิจการแพร่ภาพกระจายเสียงและการครองสิทธิ์ข้ามสื่อที่อาจเป็นอันตรายต่อความเป็นพหุนิยมในสื่อ และคุณภาพของการแพร่ภาพกระจายเสียง ในการทำการทดสอบของเลขาธิการแห่งรัฐอาจมอบให้ Ofcom และคณะกรรมการกำกับการแข่งขัน (ถ้าจำเป็น) ในการตรวจสอบการควบรวมกิจการที่อาจก่อให้เกิดผลในการทำลายความหลากหลาย ความเป็นพหุนิยม หรือมาตรฐานของการประกอบวิชาชีพ เช่น กรณีที่ BSkyB เข้าซื้อหุ้นในกิจการของ ITV plc กรณีที่ News Corp เข้าซื้อหุ้น BskyB เป็นต้น (DCMS - The Department for Digital, 2012, p. 24)

เงื่อนไขในการเข้าแทรกแซงการควบรวมกิจการของเลขาธิการแห่งรัฐ มี 2 กรณี ได้แก่ (1) การควบรวมกิจการทำให้องค์กรสื่อมากกว่า 2 องค์กรยุติการประกอบกิจการ โดยที่องค์กรสื่อมีรายได้มากกว่า 70 ล้านปอนด์ ซึ่งใช้การทดสอบทางด้านรายได้ (Turnover test) และ/หรือการควบรวมกิจการมีผลทำให้เกิดผู้จัดหาข้อมูลข่าวสารให้กับองค์กรสื่อในตลาดใด ๆ ที่มีส่วนแบ่งอย่างน้อยร้อยละ 25 ซึ่งใช้การทดสอบทางด้านความร่วมมือกันของผู้จัดหา (Share of supply test) และ (2) การควบรวมกิจการทำให้องค์กรสื่อมากกว่า 2 องค์กรยุติการประกอบกิจการ และหนึ่งในฝ่ายที่ควบรวมกิจการมี



ส่วนแบ่งในการเป็นผู้จัดหาข้อมูลข่าวสารอย่างน้อยร้อยละ 25 ในตลาดสื่อหนังสือพิมพ์ หรือสื่อแพร่ภาพกระจายเสียงในตลาดสหราชอาณาจักร หรือตลาดพื้นที่ใด ๆ ของสหราชอาณาจักร (Ofcom - The Office of Communications, 2004, p. 3)

การทดสอบประโยชน์สาธารณะของสื่อ แบ่งออกเป็น 2 การทดสอบ ได้แก่ (1) การทดสอบกรณีหนังสือพิมพ์ (The newspaper test) ซึ่งจะประเมินว่าการควบรวมกิจการจะมีผลต่อความถูกต้องของข่าว เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นในหนังสือพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับการควบรวม และความหลากหลายในมุมมองที่มากเพียงพอในแต่ละตลาดของหนังสือพิมพ์ในทุกระดับทั้งระดับชาติและระดับภูมิภาค หรือไม่ และ (2) การทดสอบสื่อแพร่ภาพกระจายเสียงและการครองสิทธิ์ข้ามสื่อ (The broadcasting and cross media test) ซึ่งจะประเมินว่ามีจำนวนผู้ควบคุมองค์กรสื่อมากเพียงพอที่จะตอบสนองกับผู้รับสารทุกกลุ่มในสหราชอาณาจักร รวมถึงส่วนต่าง ๆ มีจำนวนรายการคุณภาพสูง มีความหลากหลายทางด้านรสนิยมและความสนใจ และมีผู้ควบคุมองค์กรสื่อที่มุ่งมั่นอย่างแท้จริงที่จะรักษามาตรฐานที่กำหนดไว้ตามกฎหมาย (Ofcom - The Office of Communications, 2009, p. 80)

#### 4.2.5 กฎระเบียบเกี่ยวกับการกำกับดูแลเนื้อหาของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย

นอกจากการกำกับดูแลในส่วนของโครงสร้างแล้ว ในส่วนที่ 3 ของ Communications Act 2003 ยังกำหนดให้ Ofcom เป็นผู้กำกับดูแลเนื้อหาด้วย การกำกับดูแลเนื้อหาแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ (1) ข้อกำหนดที่ใช้กับผู้ประกอบกิจการแพร่ภาพกระจายเสียงทุกราย (2) ข้อกำหนดที่ใช้เฉพาะผู้ประกอบกิจการแพร่ภาพกระจายเสียงประเภทบริการสาธารณะ และ (3) ข้อกำหนดที่ใช้เฉพาะผู้ประกอบกิจการแพร่ภาพกระจายเสียงบางรายเพื่อมาตรฐานสูงกว่า (Doyle & Vick, 2005, pp. 78-79)

ระดับแรกของการกำกับดูแลเนื้อหา ได้แก่ ข้อกำหนดที่ใช้กับผู้ประกอบการแพร่ภาพกระจายเสียงทุกรายเป็นการกำกับดูแลให้เนื้อหาของการแพร่ภาพกระจายเสียงในสหราชอาณาจักรปฏิบัติตามข้อกำหนดทั้งในระดับประเทศ ระดับสหภาพยุโรป และระดับนานาชาติ ได้แก่ เนื้อหาที่เป็นอันตรายและมุ่งโจมตี (Harm and offense) ความถูกต้องและเป็นธรรม (Accuracy and impartiality) การปกป้องเยาวชน (Protection of minors) การโฆษณาและการสนับสนุนรายการ (Advertising and sponsorship) การเข้าถึงของผู้พิการ (Access for disabled people) และการมีโอกาстиเท่าเทียม (Equal opportunities) (Doyle & Vick, 2005, pp. 80-81)

ความรับผิดชอบของ Ofcom คือการกำกับดูแลกิจการแพร่ภาพกระจายเสียงประเภทบริการสาธารณะตามพันธกิจของแต่ละสถานี เช่น สัดส่วนของรายการที่ผลิตโดยผู้ผลิตรายการอิสระ การผลิตรายการสำหรับท้องถิ่น รายการข่าวในช่วงเวลาที่มีจำนวนผู้ชมสูง การแพร่ภาพกระจายเสียงที่

เกี่ยวข้องกับพรรคการเมือง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม หน้าที่ของแต่ละสถานีมีความแตกต่างกันไปตามใบอนุญาตของสถานี เช่น Channel 5 จะมีพันธกิจที่น้อยกว่า Channel 3 เป็นต้น (Doyle & Vick, 2005, p. 81)

การกำกับดูแลในระดับสุดท้ายเกี่ยวข้องกับมาตรฐานที่สูงขึ้นของกิจการแพร่ภาพกระจายเสียงประเภทบริการสาธารณะที่ให้บริการโดยธุรกิจ ได้แก่ ITV Channel 4 และ Channel 5 ตัวอย่างของพันธกิจที่เป็นการยกระดับคุณภาพและความหลากหลายของการให้บริการ ได้แก่ เงื่อนไขกำหนดให้ออกอากาศรายการเพื่อการศึกษา ศิลปะ และศาสนา หน้าที่ในการตอบสนองแก่ผู้ชมที่เป็นชนกลุ่มน้อย เป็นต้น (Doyle & Vick, 2005, p. 81)

#### 4.2.5.1 การกำหนดสัดส่วนของการผลิตรายการ (Programming quotas)

การกำหนดสัดส่วนของการผลิตรายการ ได้แก่ การกำหนดสัดส่วนของผู้ผลิตรายการอิสระ (Independent producers) และการกำหนดสัดส่วนของผู้ผลิตรายการนอกเขตมหานครลอนดอน (Out-of-London production - M25)

ในช่วงแรก มีข้อกำหนดให้ ITV มีผู้ผลิตรายการอิสระแบบสมัครใจ โดยกำหนดไว้ที่อย่างน้อยร้อยละ 25 ต่อมา Broadcasting Act 1990 กำหนดให้ BBC ITV Channel 4 และ Channel 5 มีสัดส่วนของผู้ผลิตรายการอิสระที่ร้อยละ 25 โดยกำหนดเงื่อนไขของความเป็นอิสระของผู้ผลิตรายการอิสระว่าสถานีโทรทัศน์จะถือหุ้นในผู้ผลิตรายการอิสระได้ไม่เกินร้อยละ 25 ซึ่งต่อมาแก้ไขเป็นร้อยละ 50 ในส่วนของสถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล Broadcasting Act 1996 กำหนดให้มีผู้ผลิตรายการอิสระอย่างน้อยร้อยละ 10 ซึ่งกฎระเบียบข้างต้นถูกกำหนดใน Communications Act 2003 และมีการกำหนดมาตรฐานเกี่ยวกับข้อตกลงระหว่างสถานีโทรทัศน์และผู้ผลิตรายการอิสระ เพื่อให้ผู้ผลิตรายการอิสระมีอำนาจในการต่อรองมากยิ่งขึ้น (Doyle & Paterson, 2008, pp. 19-20; Ofcom - The Office of Communications, 2005, pp. 5-6)

เนื่องจากการกระจุกตัวของผู้ผลิตรายการอิสระที่อยู่ในมหานครลอนดอน จึงเริ่มมีการกำหนดสัดส่วนของผู้ผลิตรายการอิสระที่อยู่นอกมหานครลอนดอน ซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามสถานี เช่น Channel 4 อย่างน้อยร้อยละ 30 Channel 5 อย่างน้อยร้อยละ 10 ITV อย่างน้อยร้อยละ 50 เป็นต้น ส่วน Communication Act 2003 กำหนดเพิ่มเติม โดยนอกจากจะกำหนดสัดส่วนจากจำนวนชั่วโมงการออกอากาศแล้ว ยังกำหนดสัดส่วนจากงบประมาณในการผลิต ซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามสถานี เช่น BBC กำหนดสัดส่วนรายการร้อยละ 25 ของจำนวนชั่วโมงการออกอากาศ และร้อยละ 30 ของค่าใช้จ่ายในการผลิต ITV กำหนดสัดส่วนรายการร้อยละ 50 ของจำนวนชั่วโมงการออกอากาศ และร้อยละ 50 ของค่าใช้จ่ายในการผลิต Channel 4 กำหนดสัดส่วนรายการร้อยละ 30 ของจำนวนชั่วโมงการออกอากาศ และร้อยละ 30 ของค่าใช้จ่ายในการผลิต Channel 5 กำหนดสัดส่วนรายการ

ร้อยละ 10 ของจำนวนชั่วโมงการออกอากาศ และร้อยละ 10 ของค่าใช้จ่ายในการผลิต เป็นต้น (Ofcom - The Office of Communications, 2005, p. 6)

รายการที่ผลิตในพื้นที่จะต้องเข้าเงื่อนไข 2 ใน 3 ข้อ ดังนี้ (1) ผู้ผลิตต้องมีสถานที่ทำงานปกติ และการผลิตอยู่ในพื้นที่สหราชอาณาจักรนอกเขตมหานครลอนดอน (M25) (2) งบประมาณในการผลิตอย่างน้อยร้อยละ 70 ต้องถูกใช้ในพื้นที่สหราชอาณาจักร นอกเขตมหานครลอนดอน (M25) และ (3) ผู้ปฏิบัติการผลิตรายการอย่างน้อยร้อยละ 50 ต้องมีสถานที่ทำงานปกติในพื้นที่สหราชอาณาจักร นอกเขตมหานครลอนดอน (M25) นอกจากนี้ สถานีโทรทัศน์ยังมีเงื่อนไขว่ารายการที่ออกอากาศ นั้นต้องเป็นรายการซึ่งผลิตในสหราชอาณาจักร (Original production) โดยมีการกำหนดทั้งช่วงเวลา ทั่วไปและช่วงเวลาที่มีจำนวนผู้ชมสูงสุด แตกต่างกันตามสถานี เช่น BBC One (ร้อยละ 70 และร้อยละ 90) BBC Two (ร้อยละ 70 และร้อยละ 80) ITV (ร้อยละ 65 และร้อยละ 85) Channel 4 (ร้อยละ 60 และร้อยละ 70) Channel 5 (ร้อยละ 53 และร้อยละ 42) เป็นต้น (Ofcom - The Office of Communications, 2005, p. 7)

4.2.5.2 กฎที่เกี่ยวข้องกับการแพร่ภาพกระจายเสียงของพรรคการเมืองและการลงประชามติ (Rules on Party Political and Referendum Broadcasts)

Communication Act 2003 กำหนดให้ Ofcom กำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตทั้งบริการ โทรทัศน์สาธารณะและบริการโทรทัศน์ท้องถิ่น รวมถึงบริการวิทยุกระจายเสียงที่จะนำเสนอการแพร่ ภาพกระจายเสียงเกี่ยวกับพรรคการเมือง (Party political broadcasts) การแพร่ภาพกระจายเสียง เกี่ยวกับการเลือกตั้ง (Party election broadcasts และการแพร่ภาพกระจายเสียงเกี่ยวกับการ รณรงค์ ประชามติ (Referendum campaign broadcasts) (Ofcom - The Office of Communications, 2017d, p. 1) การแพร่ภาพกระจายเสียงข้างต้นต้องเป็นพรรคการเมืองที่ ลงทะเบียนไว้กับคณะกรรมการการเลือกตั้ง (Electoral commission) และหากเป็นกรณีการลง ประชามติต้องเป็นองค์กรที่จัดแจ้งกับคณะกรรมการการเลือกตั้ง โดยสถานีโทรทัศน์ต้องจัดเวลา 2 นาที 40 วินาที หรือ 3 นาที 40 วินาที หรือ 4 นาที 40 วินาทีให้กับพรรคการเมืองในการนำเสนอ ประเด็นในช่วง 17.30 น. ถึง 23.30 น. (Ofcom - The Office of Communications, 2017d, pp. 3-4)

4.2.5.3 กฎระเบียบเกี่ยวกับการแต่งตั้งผู้ให้บริการข่าว (Nominated News Provider)

เนื่องจาก ITV เป็นสถานีโทรทัศน์ที่มีผู้ชมในสัดส่วนที่สูง ดังนั้นจึงสมควรมีความหลากหลาย ในส่วนของรายการข่าว Broadcasting Act 1990 จึงกำหนดให้ ITC เป็นผู้แต่งตั้งผู้ให้บริการข่าว สำหรับการผลิตรายการข่าวของผู้ถือใบอนุญาต ITV ของแต่ละพื้นที่ และมีข้อกำหนดอนุญาตให้ถือ

หุ้ในผู้ให้บริการข่าวว่าเกินร้อยละ 20 และผู้ให้บริการข่าวถือหุ้ไม่เกินร้อยละ 50 ในผู้ถือใบอนุญาต ITV หลังจากนั้น Broadcasting Act 1996 ได้เพิ่มเติมให้สามารถแต่งตั้งผู้ให้บริการข่าวเดียวกันได้ในทุกพื้นที่ และผู้ให้บริการข่าวจะต้องเป็นอิสระจาก BBC เพื่อเป็นการยกระดับคุณภาพของข่าวของ ITV ในแต่ละพื้นที่ให้เท่าเทียมกัน และยังเป็นการสร้างการแข่งขันทางด้านคุณภาพของการนำเสนอข่าวกับ BBC ในอีกทางหนึ่งด้วย (DCMS - The Department for Digital, 2012, p. 6)

ทั้ง White paper, A New Future for Communications ในปี ค.ศ. 2000 และ The Consultation on the Draft Communications Bill ในปี ค.ศ. 2002 นำเสนอให้ผ่อนคลายข้อจำกัดเกี่ยวกับการเป็นเจ้าของ และส่งเสริมกฎ Nominated News provider โดยการให้กำหนดผู้ถือใบอนุญาต ITV จ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับคุณภาพของบริการ ซึ่งต่อมา Communications Act 2003 ยกเลิกข้อจำกัดเกี่ยวกับการเป็นเจ้าของ News provider ทั้งหมด แต่ยังคงกฎที่กำหนดให้ผู้ถือใบอนุญาต ITV ในแต่ละพื้นที่แต่งตั้งผู้ให้บริการข่าวรายเดียวกัน (DCMS - The Department for Digital, 2012, p. 7)

ปัจจุบัน กฎระเบียบเกี่ยวกับการแต่งตั้งผู้ให้บริการข่าวยังมิได้ใช้บังคับกับ Channel 5 แต่จะใช้บังคับก็ต่อเมื่อ Channel 5 มีส่วนแบ่งการตลาดเช่นเดียวกับ ITV (Ofcom - The Office of Communications, 2009, p. 75)

#### 4.2.5.4 จรรยาบรรณวิชาชีพการแพร่ภาพกระจายเสียงของ Ofcom (The Ofcom Broadcasting Code)

มาตรฐานการแพร่ภาพกระจายเสียงของ Ofcom (The Ofcom Broadcasting Code) ประกอบด้วย (1) การปกป้องเด็กและเยาวชนที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี (Protecting the Under-Eighteens) (2) เนื้อหาที่เป็นอันตรายและมุ่งโจมตี (Harm and offense) (3) เนื้อหาที่เกี่ยวกับอาชญากรรม ความวุ่นวาย ความเกลียดชัง และการทำร้ายข่มเหง (Crime, Disorder, Hatred and Abuse) (4) เนื้อหาที่เกี่ยวกับศาสนา (Religion) (5) เนื้อหาที่เกี่ยวกับความเป็นกลาง ความถูกต้อง และความเป็นธรรมทางมุมมองและความคิดเห็น (Due Impartiality and Due Accuracy and Undue Prominence of Views and Opinions) (6) การเลือกตั้งและการลงประชามติ (Elections and Referendums) (7) ความยุติธรรม (Fairness) (8) ความเป็นส่วนตัว (Privacy) (9) การอ้างอิงถึงการโฆษณาในรายการโทรทัศน์ (Commercial References in Television Programming) และ (10) การสื่อสารทางการโฆษณาในรายการวิทยุกระจายเสียง (Commercial Communications in Radio Programming) (Ofcom - The Office of Communications, 2017e, p. 1)

ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมความหลากหลาย ได้แก่ (5) เนื้อหาที่เกี่ยวกับความเป็นกลาง ความถูกต้อง และความเป็นธรรมทางมุมมองและความคิดเห็น (Due Impartiality and Due

Accuracy and Undue Prominence of Views and Opinions) (6) การเลือกตั้ง และการลงประชามติ (Elections and Referendums) และ (7) ความยุติธรรม (Fairness)

ใน ส่วนที่ 5 เนื้อหาที่เกี่ยวกับความเป็นกลาง ความถูกต้อง และความเป็นธรรมทางมุมมอง และความคิดเห็น (Due Impartiality and Due Accuracy and Undue Prominence of Views and Opinions) มีวัตถุประสงค์เพื่อรับรองว่าการนำเสนอข่าวจะนำเสนอด้วยความถูกต้อง และเป็นธรรม โดยการไม่ช่วยเหลือหรือให้ประโยชน์กับฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเป็นพิเศษ แต่เป็นการนำเสนอที่เหมาะสมตามประเด็นและธรรมชาติของรายการ ทั้งนี้ มิได้หมายความว่าต้องนำเสนอในเวลาที่เหมาะสมในทุกลมุมมองหรือทุกข้อโต้แย้ง (Ofcom - The Office of Communications, 2017e, p. 27)

นอกจากจะถูกกำหนดตามกฎหมายแล้ว Ofcom ยังมีกฎที่เกี่ยวข้องกับการแพร่ภาพกระจายเสียงของพรรคการเมืองและการลงประชามติ ในส่วนของมาตรฐานเกี่ยวกับการเลือกตั้งและการลงประชามติ (Elections and Referendums) มีการกำหนดไว้ในส่วนที่ 6 ว่าหากเป็นช่วงเวลาที่มีการเลือกตั้ง หรือการลงประชามติ การนำเสนอเกี่ยวกับพรรคการเมืองใหญ่ (Larger parties) ต้องมีการถ่วงน้ำหนักที่เหมาะสม (Ofcom - The Office of Communications, 2017e, p. 33)

เพื่อหลีกเลี่ยงการปฏิบัติที่ไม่เป็นธรรมต่อปัจเจกบุคคล หรือองค์กรในการรายการโทรทัศน์ จึงมีข้อเสนอแนะในส่วนที่ 7 เรื่องความยุติธรรม (Fairness) เกี่ยวกับปฏิบัติงานของสื่อ เช่น การแจ้งรายละเอียดของรายการโทรทัศน์ให้แก่แขกรับเชิญในรายการ การได้รับไปยินยอมจากผู้ปกครองหากแขกรับเชิญอายุต่ำกว่า 16 ปี การเสนอโอกาสให้ปัจเจกบุคคลหรือองค์กรที่ถูกอ้างถึงในรายการโทรทัศน์มีโอกาส มีส่วนร่วม หรือแสดงความคิดเห็น การไม่หลอกลวงเพื่อให้ได้ข้อมูลมานำเสนอในรายการโทรทัศน์ เป็นต้น (Ofcom - The Office of Communications, 2017e, pp. 38-40)

#### 4.3 ประเทศออสเตรเลีย

##### 4.3.1 สถาปัตยกรรมโทรทัศน์

ในช่วงแรก ระบบสถานีโทรทัศน์ของประเทศออสเตรเลีย ประกอบด้วย (1) สถานีโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะซึ่งออกอากาศในระดับประเทศ ทั้งในเมืองหลวงและในชนบท โดยมุ่งเน้นเนื้อหาในระดับประเทศ มีรายได้หลักจากค่าธรรมเนียมใบอนุญาตเครื่องรับโทรทัศน์ และ (2) สถานีโทรทัศน์เพื่อการบริการทางธุรกิจซึ่งออกอากาศในระดับมลรัฐ โดยมุ่งเน้นเนื้อหาในระดับท้องถิ่น มีรายได้หลักมาจากการโฆษณา (Hitchens, 2006, p. 150) สถานีโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะมีลักษณะตามแบบของสหราชอาณาจักร โดยมีรายละเอียดอยู่ในกฎหมายการกระจายเสียงแห่งออสเตรเลีย ค.ศ. 1948 (Australian Broadcasting Act 1948) ในช่วงแรกไม่อนุญาตให้มีการประกอบกิจการโทรทัศน์

เพื่อบริการทางธุรกิจ แต่ต่อมา มีการแก้ไขกฎหมายฉบับดังกล่าว ทำให้เอกชนสามารถเป็นผู้ถือใบอนุญาตประกอบกิจการเพื่อบริการทางธุรกิจได้ (Curthoys, 1991, pp. 152-153)

ในปี ค.ศ.1956 มีสถานีโทรทัศน์เพื่อการค้าบริการทางธุรกิจ 2 สถานีใน Sydney และอีก 2 สถานีใน Melbourne ส่วนสถานีโทรทัศน์เพื่อการค้าบริการสาธารณะ 1 สถานี ได้แก่ Australian Broadcasting Corporation (ABC) ตามคำแนะนำของคณะกรรมการการหลวง และในเวลาต่อมา มีการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ในเมืองอื่น ๆ ได้แก่ Brisbane Adelaide และ Perth (Flew, 2002, p. 174) หลังจากนั้น สถานีโทรทัศน์ของแต่ละพื้นที่ได้มีการเพิ่มจำนวนขึ้นและเริ่มมีการควบรวมกิจการ และก่อตั้งเครือข่ายโทรทัศน์ขึ้น ทั้ง National Television Network หรือเครือข่าย 9 (Nine network) และ Australian Television Network หรือเครือข่าย 7 (Seven network) รัฐบาลกลางพยายามส่งเสริมการแข่งขันและการผลิตในระดับท้องถิ่น โดยการให้ใบอนุญาตแก่สถานีที่สามในแต่ละพื้นที่ ซึ่งในภายหลังได้มีการควบรวมกิจการและก่อตั้งเครือข่ายโทรทัศน์ขึ้น ได้แก่ Independent Television System (ITS) หรือเครือข่าย 10 (Network Ten)

ในปี ค.ศ. 1980 มีการตั้งสถานีโทรทัศน์เพื่อการค้าบริการสาธารณะแห่งที่สอง ได้แก่ Special Broadcasting Service หรือ SBS โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะผลิตรายการให้แก่ชาวออสเตรเลีย โดยไม่คำนึงถึงสภาพภูมิศาสตร์ อายุ วัฒนธรรม และภาษาที่แตกต่างกัน ให้สามารถเข้าถึงบริการที่มีคุณภาพ และเป็นอิสระ (SBS - Special Broadcasting Service, 2017a) แม้ว่าจะมีความพยายามในการควบรวมสถานีโทรทัศน์เพื่อการค้าบริการสาธารณะทั้ง ABC และ SBS อยู่หลายครั้ง แต่ก็ได้รับการต่อต้านและไม่สามารถควบรวมได้ (SBS - Special Broadcasting Service, 2017b)

#### 4.3.2 ความเป็นมาของกฎระเบียบเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์

กฎหมายฉบับแรกที่ใช้ในกิจการโทรทัศน์ ได้แก่ กฎหมายโทรทัศน์ ค.ศ.1953 (Television act 1953) ต่อมา มีการรวมการกำกับดูแลกิจการวิทยุกระจายเสียงเข้ากับกิจการวิทยุโทรทัศน์ ตามรายงานของคณะกรรมการการหลวง (Royal commission) ซึ่งนำไปสู่การตรากฎหมายวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ค.ศ.1956 (Broadcasting and television act 1956) การประกอบกิจการวิทยุโทรทัศน์ต้องได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโดยรัฐมนตรี ต่อมาในปี ค.ศ.1977 มีการโอนอำนาจการกำกับดูแลทั้งในส่วนของโครงสร้างและเนื้อหา ให้แก่องค์กรแพรรภาพกระจายเสียงแห่งประเทศออสเตรเลีย (Australian Broadcasting Tribunal – ABT) ซึ่งมีการแบ่งลักษณะใบอนุญาตออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ใบอนุญาตสำหรับเมือง (Metropolitan license) และใบอนุญาตสำหรับพื้นที่ (Regional license) (Hitchens, 2006, pp. 120-121)

กฎหมายองค์การการสื่อสารและสื่อแห่งประเทศออสเตรเลีย ค.ศ. 2005 (Australian Communications and Media Authority Act 2005) กำหนดให้มืองค์การการสื่อสารและสื่อแห่ง

ประเทศออสเตรเลีย (The Australian Communications and Media Authority – ACMA) มาทำหน้าที่กำกับดูแลแทน ABT ACMA ใช้กฎหมายการบริการการแพร่ภาพกระจายเสียง ค.ศ. 1992 (Broadcasting Service Act 1992 - BSA) เป็นหลักในการกำกับดูแลกิจการแพร่ภาพกระจายเสียง ซึ่งกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ เช่น เงื่อนไขการรับใบอนุญาต การกำหนดเงื่อนไขเกี่ยวกับการเป็นเจ้าของใบอนุญาต การจำกัดการถือหุ้นของวิสาหกิจ การครองสิทธิข้ามสื่อ เป็นต้น (ACMA - The Australian Communications and Media Authority, 2016)

หลังจากนั้น มีการแก้ไขกฎหมาย BSA อยู่หลายครั้ง เช่น การแก้ไขเกี่ยวกับความเป็นเจ้าของสื่อใน Broadcasting Services Amendment (Media Ownership) Bill 2006 การปรับปรุงกฎหมายเพื่อให้สอดคล้องกับการแพร่ภาพในระบบดิจิทัลใน Broadcasting Services Amendment (Digital Television) Bill 2012 การแก้ไขเกี่ยวกับความเป็นเจ้าของสื่อใน Broadcasting Legislation Amendment (Media Reform) Bill 2016 เป็นต้น

#### 4.3.3 หน่วยงานกำกับดูแล

กฎหมายองค์การการสื่อสารและสื่อแห่งประเทศไทย ค.ศ. 2005 (Australian Communications and Media Authority Act 2005) กำหนดให้มืองค์การการสื่อสารและสื่อแห่งประเทศไทย (The Australian Communications and Media Authority – ACMA) ซึ่งเกิดจากการรวมตัวกันขององค์การการสื่อสารแห่งประเทศไทย (The Australian Communications Authority – ACA) และองค์การแพร่ภาพกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (The Australian Broadcasting Authority – ABA) ทำหน้าที่กำกับดูแลสื่อแพร่ภาพกระจายเสียง (Broadcasting) อินเทอร์เน็ต (Internet) วิทยุสื่อสาร (Radiocommunications) และโทรคมนาคม (Telecommunications) คณะกรรมการประกอบด้วยกรรมการ 8 คน ได้แก่ ประธาน 1 คน รองประธาน 1 คน สมาชิกจำนวนไม่มากกว่า 6 คน ประกอบด้วยสมาชิกสามัญ 1 คน สมาชิกวิสามัญ 4 คน และสมาชิกพิเศษ 1 คน โดยได้รับการแต่งตั้งจากผู้สำเร็จราชการแทน (Governor-General) ตามคำแนะนำของคณะรัฐมนตรี (ACMA - The Australian Communications and Media Authority, 2016)

ภายใต้กฎหมาย BSA หน้าที่ของ ACMA มีดังนี้ (1) วางแผนคลื่นความถี่การแพร่ภาพกระจายเสียง (2) บริหารจัดการคลื่นความถี่การแพร่ภาพกระจายเสียงและเก็บค่าใบอนุญาต (3) เฝ้าระวังการกระทำที่อาจผิดกฎหมายการเป็นเจ้าของและอำนาจควบคุม (4) สนับสนุนการพัฒนาจรรยาบรรณวิชาชีพของอุตสาหกรรม (5) พัฒนาและจัดการมาตรฐานรายการ (6) จัดการกฎเกี่ยวกับเนื้อหาท้องถิ่นสำหรับการประกอบกิจการในระดับภูมิภาค และ (7) ศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมแพร่ภาพและกระจายเสียง (DCA - Department of Communications and the Arts, 2017a)

ACMA แบ่งโครงสร้างการทำงานออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานการสื่อสาร (Communications infrastructure) เนื้อหา ผู้บริโภค และพลเรือน (Content, consumer & citizen) องค์กรและการวิจัย (Corporate & research) และบริการกฎหมาย (Legal services) (ACMA - The Australian Communications and Media Authority, 2016)

#### 4.3.4 กฎระเบียบเกี่ยวกับการกำกับดูแลโครงสร้างของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย

##### 4.3.4.1 กฎระเบียบเกี่ยวกับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์

ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ออกโดย ACMA เพื่ออนุญาตให้ส่งสัญญาณวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์สู่สาธารณะ ภายใต้ Broadcasting Service Act 1992 และ Radiocommunications Act 1992 ACMA มีอำนาจในการกำกับดูแลกิจการที่ใช้คลื่นความถี่ ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ โดยแบ่งประเภทใบอนุญาตออกเป็นการบริการแพร่ภาพกระจายเสียงระดับชาติ (National broadcasting services) การบริการแพร่ภาพกระจายเสียงเชิงธุรกิจ (Commercial broadcasting services) การบริการแพร่ภาพกระจายเสียงระดับท้องถิ่น (Community broadcasting services) การบริการแพร่ภาพกระจายเสียงระดับชุมชน/ชั่วคราว (Open narrowcasting services) และ การบริการแพร่ภาพกระจายเสียงระดับนานาชาติ (International broadcasting services) ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์เป็นใบอนุญาตที่ผู้ประกอบกิจการต้องขออนุญาตก่อนการส่งสัญญาณ โดยไม่ต้องคำนึงว่าเป็นการส่งทางช่องทางใด ไม่ว่าจะคลื่นความถี่ เคเบิล หรือดาวเทียม (ACMA - The Australian Communications and Media Authority, 2017a)

ใบอนุญาตการบริการแพร่ภาพกระจายเสียงระดับชาติ ได้แก่ Australian Broadcasting Corporation (ABC) และ Special Broadcasting Service (SBS) ซึ่งเดิมรัฐเป็นผู้ดำเนินการแต่ปัจจุบันเปลี่ยนเป็น Broadcast Australia ส่วนค่านิยามของผู้ให้บริการแพร่ภาพกระจายเสียงเชิงธุรกิจ ได้แก่ ผู้เผยแพร่รายการสู่สาธารณะโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย โดยส่วนใหญ่จะมีรายได้จากการโฆษณา และบริหารจัดการเพื่อการค้ากำไร หรือเป็นส่วนหนึ่งของกิจการค้ากำไร ได้แก่ Seven Network, Nine Network และ Network Ten (ACMA - The Australian Communications and Media Authority, 2017a)



4.3.4.2 กฎระเบียบเกี่ยวกับความเป็นเจ้าของและการควบคุม (Ownership and control rules)

เมื่อเริ่มมีวิทยุโทรทัศน์ในประเทศออสเตรเลีย มีการจำกัดการถือครองสถานีโทรทัศน์ไว้ที่ 1 สถานีสำหรับพื้นที่ในเมืองหลวง (Australian capital territory) และ 2 สถานีสำหรับพื้นที่อื่นตาม Broadcasting and television act 1956 (Hitchens, 2006, p. 118) ต่อมา ในปี ค.ศ. 1987 เปลี่ยนจากการจำกัดด้วยจำนวนคลื่นความถี่เป็นการจำกัดด้วยจำนวนผู้ชม (Audience reach) โดยกำหนดไว้ไม่เกินร้อยละ 60 ของจำนวนประชากรของชาวออสเตรเลีย และในปี ค.ศ. 1992 เพิ่มเป็นร้อยละ 75 เรียกว่า กฎร้อยละ 75 (75 Percent rule) และยังมีการกำหนดห้ามบุคคลใดควบคุมสถานีโทรทัศน์มากกว่า 1 สถานีในตลาดเดียวกัน (ACMA - The Australian Communications and Media Authority, 2017b; Harding-Smith, 2011, p. 4; Papandrea, 2006, pp. 302-303)

การจำกัดการถือครองสถานีโทรทัศน์ด้วยจำนวนผู้ชม ห้ามบุคคลใด ๆ ไม่ว่าจะด้วยตัวเองหรือกรรมการ ไม่ว่าจะบริษัทเดียวหรือหลายบริษัท ต้องไม่อยู่ในตำแหน่งที่สามารถควบคุมการประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อธุรกิจซึ่งสามารถเข้าถึงประชากรของประเทศออสเตรเลียได้มากกว่าร้อยละ 75 (Jolly, 2016, pp. 6-7) โดยในทางปฏิบัติ เป็นการห้ามการควบรวมกิจการระหว่างผู้รับใบอนุญาตกิจการโทรทัศน์เพื่อการค้าทางธุรกิจในเมืองหลวง (ได้แก่ Seven, Nine และ Ten) กับกิจการโทรทัศน์เพื่อการค้าทางธุรกิจในภูมิภาค (ได้แก่ Prime, WIN และ Southern Cross) (Senate, 2016, p. 1)

และในปี ค.ศ. 2016 มีการยกเลิกข้อจำกัดการถือครองดังกล่าว โดยมีการให้เหตุผลว่ากฎดังกล่าวแทบไม่มีผลกับความหลากหลาย เนื่องจากผู้ชมในระดับภูมิภาคยังได้รับชมรายการเช่นเดียวกับสถานีโทรทัศน์ในเมืองหลวง ไม่ว่าจะตามสัญญาเป็นพันธมิตรกัน หรือตามข้อตกลงในการจัดหารายการระหว่างโทรทัศน์ในเมืองหลวงและโทรทัศน์ในภูมิภาค แต่ยังคงกำหนดห้ามบุคคลใดควบคุมสถานีโทรทัศน์มากกว่า 1 สถานีในตลาดเดียวกัน (ACMA - The Australian Communications and Media Authority, 2017b; Senate, 2016, p. 1)

4.3.4.3 กฎระเบียบเกี่ยวกับการครองสิทธิข้ามสื่อ (Cross media ownership)

วัตถุประสงค์ของการจำกัดการครองสิทธิข้ามสื่อในประเทศออสเตรเลีย ได้แก่ (1) เพื่อส่งเสริมให้ผู้รับสารได้รับบริการจากวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ทั้งความบันเทิง การศึกษา และข้อมูลข่าวสาร (2) เพื่อกระตุ้นให้เกิดความหลากหลายในการควบคุมบริการแพร่ภาพกระจายเสียง (3) เพื่อให้แน่ใจว่าชาวออสเตรเลียจะเป็นผู้ควบคุมกิจการแพร่ภาพกระจายเสียง และ (4) เพื่อกระตุ้นให้ผู้ให้บริการแพร่ภาพกระจายเสียง ทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่นตอบสนองกับความ

จำเป็นของการนำเสนอที่ถูกต้องและไม่มีอคติในการนำเสนอประเด็นสาธารณะ และการให้ความสำคัญกับการนำเสนอประเด็นของท้องถิ่น (Papandrea, 2006, p. 302)

ในปี ค.ศ.1987 มีการตรากฎหมายเพื่อจำกัดการควบคุมการเป็นเจ้าของหรือควบคุมกิจการสื่อมวลชน โดยการห้ามถือใบอนุญาตการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์ในตลาดเดียวกัน เพื่อป้องกันการกระจุกของสื่อที่มากเกินไป ต่อมาในปี ค.ศ.2006 มีการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับกฎของการครองสิทธิ์ข้ามสื่อ ซึ่งเรียกว่า กฎ 5/4 (Five/four rule) โดยการอนุญาตให้มีการครองสิทธิ์ข้ามสื่อได้ แต่มีเงื่อนไขที่แตกต่างกันในตลาดแต่ละพื้นที่ ได้แก่ 5 ช่องทางสื่อที่เป็นอิสระสำหรับพื้นที่การออกอากาศของวิทยุกระจายเสียงในเมืองหลวงของมลรัฐ (State capitals) และ 4 ช่องทางสื่อที่เป็นอิสระสำหรับพื้นที่การออกอากาศของวิทยุกระจายเสียงในพื้นที่อื่น (Harding-Smith, 2011, p. 3; Jolly, 2006, p. 1; 2016, pp. 6-7)

Broadcasting Service Act กำหนดให้ ACMA ทำหน้าที่เปิดรับจดทะเบียนการระบุความเป็นเจ้าของและการควบคุมสื่อมวลชน (Register of Controlled Media Group) ในแต่ละพื้นที่การออกอากาศ ผู้ใดที่ดำเนินการละเมิดกฎ 5/4 ถือว่าเป็นความผิด และ ACMA อาจมีคำสั่งให้ขายกิจการ (Divest) เพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดของ Broadcasting Service Act (Senate, 2006, p. 1)

นอกจากกฎ 5/4 แล้ว ยังมี (1) กฎ 2 ใน 3 (Two out of three rule) ซึ่งกำหนดให้บุคคลใด ๆ สามารถควบคุมสื่อได้เพียง 2 สื่อ จาก 3 สื่อ ได้แก่ สถานีโทรทัศน์เพื่อการบริการทางธุรกิจ สถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อการบริการทางธุรกิจและหนังสือพิมพ์ ในพื้นที่ของสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อการบริการทางธุรกิจ (Jolly, 2016, p. 6) อย่างไรก็ตามในปี ค.ศ.2016 ได้มีการยกเลิกข้อกำหนดการถือครองดังกล่าว โดยมีการให้เหตุผลว่ากฎนี้กำกับดูแลเฉพาะสื่อเดิม ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์เท่านั้น มิได้พิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงในภูมิทัศน์สื่อที่เกิดขึ้น ทำให้เกิดแหล่งข้อมูลสำหรับข้อมูลข่าวสารเพิ่มขึ้น (ACMA - The Australian Communications and Media Authority, 2017b; Senate, 2016, p. 1) (2) กฎ 1 ในตลาด (One to a market rule) ซึ่งกำหนดห้ามผู้ใดมีอำนาจการควบคุมสถานีโทรทัศน์มากกว่า 1 แห่งในพื้นที่ออกอากาศ และ (3) กฎ 2 ในตลาด (Two to a market rule) ซึ่งกำหนดห้ามผู้ใดมีอำนาจการควบคุมสถานีวิทยุกระจายเสียงมากกว่า 2 แห่งในพื้นที่ออกอากาศ (Jolly, 2016, pp. 6-7; Papandrea, 2006, p. 304)

แม้ปัจจุบันจะยกเลิกกฎ 2 ใน 3 ซึ่งเป็นผลทำให้การควบรวมกิจการสื่อทั้งวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ สามารถกระทำได้อย่างได้กฎ 5/4 ซึ่งเป็นกรกำหนดเงื่อนไขของการกำหนดจำนวนขั้นต่ำของกลุ่มของผู้ประกอบกิจการสื่อมวลชนที่เหลือภายหลังการควบรวมกิจการ อย่างไรก็ตาม การดำเนินการควบรวมกิจการดังกล่าวต้องผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการการ

แข่งขันและผู้บริโภคแห่งประเทศออสเตรเลีย (Australian Competition and Consumer Commission) ก่อนที่จะมีการดำเนินการ (Jolly, 2006, p. 2)

4.3.5 กฎระเบียบเกี่ยวกับการกำกับดูแลเนื้อหาของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย การผลิตเนื้อหารายการของสถานีโทรทัศน์เพื่อบริการทางธุรกิจต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการ มาตรฐานรายการของ ACMA และจรรยาบรรณของอุตสาหกรรม (DCA - Department of Communications and the Arts, 2017b)

ACMA เปิดให้มีการลงทะเบียนจรรยาบรรณวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับกิจการแพร่ภาพกระจายเสียง หลังจากที่ได้มีการร่างและร่วมรับฟังความคิดเห็นจากส่วนที่เกี่ยวข้องแล้ว จรรยาบรรณวิชาชีพดังกล่าวอาจถูกกำหนดให้เป็นเงื่อนไขของผู้รับใบอนุญาตที่จะต้องปฏิบัติตาม เช่น จรรยาบรรณของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อบริการทางธุรกิจ (Commercial television code of practice) เป็นต้น (ACMA - The Australian Communications and Media Authority, 2017c)

จรรยาบรรณของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อบริการทางธุรกิจ ประกอบด้วยรายละเอียดเกี่ยวกับ (1) การจัดประเภทรายการตามช่วงอายุ ได้แก่ Children(C) Preschool children (P) General (G) Parental guidance recommendation (PG) และ Mature (M) ซึ่งจะมีผลต่อช่วงเวลาในการออกอากาศ (2) รายการข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน ประกอบด้วย ความเที่ยงตรงและความยุติธรรม (Accuracy and fairness) ความเป็นกลาง (Impartiality) ความเป็นส่วนตัว (Privacy) และการโปรโมทรายการข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน (Program promotion for news and current affairs programs) (3) การเปิดเผยข้อตกลงทางการค้าของผู้สนับสนุนรายการในรายการที่นำเสนอข้อเท็จจริง (Disclosure of commercial arrangements) (4) ข้อจำกัดเกี่ยวกับการโฆษณา (Advertising limits) (5) ข้อห้ามเกี่ยวกับการโฆษณา (Advertising restrictions) และ (6) กระบวนการรับเรื่องร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับจรรยาบรรณ (ACMA - The Australian Communications and Media Authority, 2017c)

นอกจากนั้น Broadcasting Service Act ยังให้อำนาจแก่ ACMA ในการพิจารณาข้อร้องเรียนของผู้บริโภคที่มีต่อผู้ประกอบกิจการแพร่ภาพกระจายเสียงในส่วนที่เกี่ยวข้องกับจรรยาบรรณวิชาชีพของผู้ประกอบกิจการ เพื่อแก้ปัญหาในการตีความคำหรือวลี ACMA จึงเผยแพร่เอกสารการให้ความหมายคำหรือวลีที่มีปัญหาในการตีความ เช่น ข้อควรปฏิบัติ การจัดแบ่งประเภทการคุกคามและการก่อให้เกิดอันตราย (Decency, classification, and harm and offence) ความยุติธรรม ความเป็นกลาง และมุมมอง (Fairness, impartiality and viewpoints) ความเที่ยงตรง (Accuracy) เป็นต้น (ACMA - The Australian Communications and Media Authority, 2017d)

#### 4.3.5.1 แนวปฏิบัติเกี่ยวกับการเลือกตั้ง (Election guidelines)

ภายใต้ BSA ACMA กำหนดให้ผู้ประกอบกิจการแพร่ภาพกระจายเสียงต้องให้โอกาสทุกพรรคการเมืองสามารถออกอากาศเนื้อหาของพรรคการเมืองในช่วงที่มีการหาเสียงเลือกตั้ง หากเป็นกรณีของการเลือกตั้งสมาชิกรัฐสภา ผู้ประกอบกิจการไม่สามารถโฆษณาเกี่ยวกับการหาเสียงเลือกตั้งได้ ตั้งแต่วันพฤษภาคมจนถึงวันปิดการลงคะแนน และยังกำหนดถึงรายละเอียดปลีกย่อย เช่น ลักษณะของการประกาศ ลำดับของการประกาศ ชื่อของพรรคการเมือง พื้นที่การเลือกตั้ง และชื่อของผู้ลงรับสมัคร เป็นต้น (ACMA - The Australian Communications and Media Authority, 2017e)

#### 4.3.5.2 เนื้อหาเกี่ยวกับออสเตรเลีย (Australian content)

รายละเอียดและสัดส่วนของรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับออสเตรเลียอยู่ภายใต้กฎหมายการบริการการแพร่ภาพกระจายเสียง ค.ศ. 1992 (Broadcasting Services Act 1992) และมาตรฐานรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับออสเตรเลีย (Australian Content Standard – ACS)

Broadcasting Service Act กำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อบริการทางธุรกิจแบบภาคพื้นดินต้องออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับออสเตรเลียในสัดส่วนร้อยละ 55 ต่อปี ในช่วงระหว่าง 6.00-24.00 น. ส่วน ACS กำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อบริการทางธุรกิจแบบภาคพื้นดินต้องออกอากาศรายการโทรทัศน์ที่การออกอากาศครั้งแรก (First release) และเป็นรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับออสเตรเลีย (Australian content) โดยกำหนดเป็นประเภทรายการ ดังนี้ ละคร สารคดี และรายการสำหรับเด็ก ทั้งนี้รายการสำหรับเด็กรวมถึงรายการละครสำหรับเด็กแต่ไม่รวมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กก่อนวัยเรียน (ACMA - The Australian Communications and Media Authority, 2017f)

ส่วนรายละเอียดและเงื่อนไขในการพิจารณาว่ารายการใดถือว่าเป็นรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับออสเตรเลียจะถูกกำหนดไว้ใน Broadcasting Services (Australian Content) Standard 2016 โดยกำหนดรายละเอียดไว้หลายประการ เช่น ผู้ผลิตรายการต้องเป็นชาวออสเตรเลีย ผู้กำกับหรือผู้เขียนบทต้องเป็นชาวออสเตรเลีย ดาราอย่างน้อยร้อยละ 50 ต้องเป็นชาวออสเตรเลีย ในกรณีรายการละคร ดาราสนับสนุนอย่างน้อยร้อยละ 75 ต้องเป็นชาวออสเตรเลีย รายการต้องมีขั้นตอนหลังการผลิตรายการในประเทศออสเตรเลีย เป็นต้น (Broadcasting Services (Australian Content) Standard 2016, 2016)

#### 4.3.5.3 รายการที่มีเนื้อหาท้องถิ่น (Local programming) สำหรับกิจการโทรทัศน์ระดับภูมิภาค

เพื่อให้ชุมชนที่อยู่ในภูมิภาค Queensland, Northern New South Wales, Southern New South Wales, Victoria และ Tasmania สามารถเข้าถึงเนื้อหาของท้องถิ่นผ่านกิจการโทรทัศน์ระดับภูมิภาคได้ ACMA จึงกำหนดสัดส่วนของรายการที่มีนัยสำคัญเป็นของท้องถิ่น (Local significance) เป็นค่าคะแนน ซึ่งแตกต่างกันในแต่ละบริบท เช่น การกำหนดค่าคะแนนที่ 720 คะแนน ต่อ 6 สัปดาห์ การกำหนดค่าคะแนนที่ 90 คะแนนต่อ 1 สัปดาห์ การเพิ่มค่าคะแนนเป็น 900 คะแนนต่อ 6 สัปดาห์ หากมีการควมรวมกิจการในพื้นที่ออกอากาศเป็นผลทำให้มีกลุ่มของสื่อสามารถเข้าถึงประชากรในพื้นที่ออกอากาศมากกว่าร้อยละ 75 การกำหนดให้ พื้นที่ Darwin, Mildura, Griffith และ Broken Hill รวมถึง South Australia และ Western Australia ต้องผลิตรายการท้องถิ่น ด้วยค่าคะแนนที่ 360 คะแนน ต่อ 6 สัปดาห์ เป็นต้น (DCA - Department of Communications and the Arts, 2017b)

การนับค่าคะแนนข้างต้น จะนับเวลา 1 นาทีของรายการที่มีนัยสำคัญเป็นของท้องถิ่น เท่ากับ 1 คะแนน และ 1 นาทีของรายการข่าวที่มีนัยสำคัญเป็นของท้องถิ่น เท่ากับ 2 คะแนน ส่วนรายการที่มีนัยสำคัญเป็นของท้องถิ่น ได้แก่ รายการที่ออกอากาศในท้องถิ่นและมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับท้องถิ่นหรือพื้นที่ออกอากาศ และกำลังมีการพิจารณาให้มีการให้ค่าคะแนน 3 คะแนนกับรายการข่าวที่ผลิตในท้องถิ่น (DCA - Department of Communications and the Arts, 2017b; Senate, 2016, p. 1)

#### 4.3.5.4 กฎระเบียบเกี่ยวรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก (Children's program)

กฎเกณฑ์ของการออกอากาศรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กในกิจการโทรทัศน์เพื่อบริการทางธุรกิจแบบภาคพื้นดินอยู่ภายใต้มาตรฐานรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก (Children's Television Standards – CTS) และจรรยาบรรณของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อบริการทางธุรกิจ ส่วนกฎเกณฑ์ของการออกอากาศรายการสำหรับเด็กของกิจการโทรทัศน์ระดับชาติ ได้แก่ ABC SBS และช่องรายการสำหรับเด็กที่อยู่ทางโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกอยู่ภายใต้จรรยาบรรณของ ABC, SBS และโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก (ACMA - The Australian Communications and Media Authority, 2017g)

มาตรฐานรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กกำหนดให้กิจการโทรทัศน์เพื่อบริการทางธุรกิจแบบภาคพื้นดินออกอากาศรายการสำหรับเด็กก่อนวัยเรียน (Preschool – P) 130 ชั่วโมงต่อปี และรายการสำหรับเด็ก (Children – C) 260 ชั่วโมงต่อปี นอกจากนี้ยังกำหนดวันและเวลาออกอากาศรายการสำหรับเด็ก ดังนี้ (1) ให้ออกอากาศรายการสำหรับเด็กก่อนวัยเรียนในวันจันทร์ถึงวันศุกร์

เวลา 7.00-16.30 น. และ (2) ให้ออกอากาศรายการสำหรับเด็กในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ เวลา 7.00-8.30 น. และเวลา 16.30-20.30 น. และในวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุด เวลา 7.00-20.30 น. (ACMA - The Australian Communications and Media Authority, 2017g)

ตามมาตรฐานรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก รายการสำหรับเด็กประกอบด้วย (1) รายการที่ผลิตเฉพาะสำหรับเด็ก (2) มีความสนุกสนาน (3) ถูกผลิตโดยใช้งบประมาณที่จะทำให้แน่ใจได้ว่าบทตัวแสดง การกำกับ การตัดต่อ การถ่ายทำ เสียง และองค์ประกอบอื่นของการผลิตรายการมีคุณภาพเพียงพอ (4) ส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนเกิดความเข้าใจและมีประสบการณ์ และ (5) เหมาะสมกับเด็กชาวออสเตรเลีย นอกจากนี้ รายการสำหรับเด็กยังจะต้องได้รับการอนุมัติจาก ACMA ตามคู่มือการจัดประเภทรายการสำหรับเด็ก (ACMA - The Australian Communications and Media Authority, 2017g)

#### 4.4 ประเทศแคนาดา

##### 4.4.1 สภาอุตสาหกรรมโทรทัศน์

แม้ว่าสถานีโทรทัศน์ของประเทศแคนาดาจะออกอากาศครั้งแรกในปี ค.ศ. 1952 แต่ผู้ชมชาวแคนาดาได้รับชมรายการโทรทัศน์มาก่อนหน้านั้นแล้วจากการรับสัญญาณโทรทัศน์ของประเทศสหรัฐอเมริกา อิทธิพลของวัฒนธรรมอเมริกันผ่านรายการโทรทัศน์จากประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นหนึ่งในสาเหตุของการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ในประเทศแคนาดา เนื่องจากความกังวลภัยคุกคามทางวัฒนธรรมจากประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศแคนาดาพยายามออกแบบระบบของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ให้มีความแตกต่างจากอุตสาหกรรมโทรทัศน์ของประเทศสหรัฐอเมริกา โดยในช่วงแรกของการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ รัฐได้จัดตั้งบริษัทแพร่ภาพกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (Canadian Broadcasting Corporation - CBC) โดยมีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอเนื้อหาที่ดีต่อชาวแคนาดา มากกว่าเนื้อหาตามความต้องการของผู้ชมตามแบบของประเทศสหรัฐอเมริกา (Attallah, 1996, pp. 162-163)

อุตสาหกรรมโทรทัศน์ของประเทศแคนาดาประกอบด้วยเครือข่ายโทรทัศน์ภาคธุรกิจ 3 เครือข่าย ได้แก่ Canadian Television Network (CTV) (ค.ศ.1961) CanWest/Global (ค.ศ.1974) และ TVA (ค.ศ.1963) และเครือข่ายโทรทัศน์สาธารณะ 2 เครือข่าย ได้แก่ Canadian Broadcasting Corporation (CBC) (ค.ศ.1952) และ Radio-Canada (ค.ศ.1952) (Demers, 2003, p. 656)

เนื่องจากลักษณะภูมิประเทศของประเทศแคนาดามีขนาดใหญ่และกว้างขวางคล้ายกับภูมิประเทศของประเทศสหรัฐอเมริกาทำให้ลักษณะของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ของประเทศแคนาดามีความคล้ายคลึงกับประเทศสหรัฐอเมริกาในส่วนของกรณีลักษณะเป็นเครือข่ายโทรทัศน์ โดย

เครือข่ายโทรทัศน์แห่งแรกเป็นเครือข่ายสาธารณะ ได้แก่ CBC ซึ่งออกอากาศเป็นภาษาอังกฤษ และ Radio Canada ซึ่งออกอากาศเป็นภาษาฝรั่งเศส ในช่วงแรก มีการจัดตั้งเครือข่ายโทรทัศน์ในแต่ละเมืองใหญ่ โดยการเป็นเจ้าของและบริหารจัดการโดย CBC/Radio Canada ซึ่งค่าใช้จ่ายทั้งหมดจะมาจากงบประมาณของรัฐและค่าโฆษณา เนื่องจากค่าใช้จ่ายที่สูงทำให้ CBC/Radio Canada ไม่สามารถลงทุนจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ได้ในบางพื้นที่ จึงเริ่มมีการให้ใบอนุญาตแก่เอกชน โดยมีพันธกิจในการออกอากาศรายการหลักของ CBC/Radio Canada ทำให้เครือข่ายของ CBC ครอบคลุมพื้นที่มากขึ้นซึ่งทำให้สามารถเข้าถึงชาวแคนาดาได้เพิ่มมากขึ้น (CBC/Radio-Canada, 2017; History of Canadian Broadcasting, 2017a; Vipond, 2000, p. 45)

ในช่วงแรกนั้น CBC/Radio Canada ทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ออกอากาศและผู้กำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ ต่อมามีกฎหมายเกี่ยวกับการแพร่ภาพกระจายเสียง ในปี ค.ศ. 1958 ได้แยกอำนาจการกำกับดูแลไปให้หน่วยงานอิสระ ได้แก่ คณะกรรมการว่าการการแพร่ภาพกระจายเสียง (Broad of broadcast governors - BBG) ทำหน้าที่กำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ หลังจากนั้นจึงเริ่มมีการให้ใบอนุญาตการประกอบกิจการโทรทัศน์และใบอนุญาตการประกอบกิจการเครือข่ายโทรทัศน์แก่เอกชน ซึ่งได้แก่ The Canadian Television Network – CTN สาเหตุสำคัญของการให้ใบอนุญาตเครือข่ายโทรทัศน์แก่เอกชน เนื่องจากความต้องการของประชาชนที่ต้องการทางเลือกอื่นนอกเหนือจาก CBC ที่ผูกขาดการออกอากาศ (History of Canadian Broadcasting, 2017b; Vipond, 2000, p. 46)

ในช่วงปี ค.ศ. 2007 มีการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครือข่ายโทรทัศน์และสถานีโทรทัศน์พันธมิตรของเครือข่ายโทรทัศน์ มีการสลับสับเปลี่ยนและการควบรวมกิจการของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในประเทศแคนาดา ส่งผลให้เกิดเครือข่ายโทรทัศน์ 3 เครือข่ายใหญ่ขึ้น ได้แก่ CBC, CTVglobemedia และ CanWest Global (History of Canadian Broadcasting, 2017c)

ประเทศแคนาดามีความพิเศษในส่วนของภาษาที่ใช้โดยมีภาษาอังกฤษและภาษาฝรั่งเศสเป็นภาษาทางการ นอกจาก 3 เครือข่ายใหญ่ที่เป็นภาษาอังกฤษแล้ว ยังมีเครือข่ายสถานีโทรทัศน์ที่เป็นภาษาฝรั่งเศสอีก 3 เครือข่าย ได้แก่ SRC Radio-Canada TVA และ Télévision Quatre-Saisons (TQS)

#### 4.4.2 ความเป็นมาของกฎระเบียบเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์

คณะกรรมการเอิร์ด (Aird Commission) แนะนำให้กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ทั้งหลายในประเทศแคนาดาประกอบกิจการบริการสาธารณะ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร ให้ความรู้ และให้ความบันเทิงแก่ประชาชนชาวแคนาดาตามแบบอย่างของ BBC ในสหราชอาณาจักร

(Gibbons & Humphreys, 2012, pp. 34-35; Raboy, 1992, p. 157) โดยกฎหมายฉบับแรก ได้แก่ กฎหมายวิทยุแห่งแคนาดา (Canadian Radio Broadcasting Act) ในปี ค.ศ.1932 กำหนดให้ คณะกรรมการวิทยุแห่งแคนาดา (Canadian Radio Broadcasting Commission) เป็นองค์การ กระจายเสียงเพื่อการบริการสาธารณะ และมีหน้าที่กำกับดูแลกิจการกระจายเสียงประเภทบริการทาง ธุรกิจ ต่อมาอำนาจการกำกับดูแลถูกโอนไปยังบริษัทแพร่ภาพกระจายเสียงแห่งแคนาดา (Canadian Broadcasting Corporation - CBC) ในปี ค.ศ.1936 Board of Broadcast Governors (BBG) ในปี ค.ศ. 1958 และ CRTC ในปี ค.ศ. 1968 โดย Broadcasting Act (Gibbons & Humphreys, 2012, p. 35; History of Canadian Broadcasting, 2017d)

กฎหมายการแพร่ภาพกระจายเสียง ค.ศ.1968 (Broadcasting Act 1968) เป็นกฎหมายที่ ร่างมาจากแนวคิดในการสร้างชาติ ทั้งทางด้านวัฒนธรรม สังคม และโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศ โดยการมุ่งส่งเสริม CBC ให้เป็นกิจการแพร่ภาพกระจายเสียงแห่งชาติ ปกป้องอุตสาหกรรม ภายในประเทศ และการคงไว้ซึ่งอธิปไตยของแคนาดาทางด้านคลื่นความถี่ วัตถุประสงค์สำคัญของ กิจการแพร่ภาพกระจายเสียง คือ การปกป้อง สนับสนุนวัฒนธรรมของแคนาดา และตอบ วัตถุประสงค์ทางด้านสังคม (Beaty & Sullivan, 2006, p. 30)

แนวทางการกำกับดูแลของประเทศแคนาดา มุ่งเน้นไปที่การทำให้เกิดความหลากหลายของ สื่อแพร่ภาพกระจายเสียงและการส่งเสริมอุตสาหกรรมในประเทศ เช่น การตั้งกองทุนโทรทัศน์แห่ง ประเทศแคนาดา (Canadian Television Fund - CTF) การกำหนดสัดส่วนรายการของแคนาดา (Canadian content) กฎการทดแทนรายการทันที (Simultaneous substitution) เป็นต้น CRTC พิจารณาความหลากหลายในกิจการแพร่ภาพกระจายเสียงออกเป็น 3 ระดับได้แก่ (1) ความ หลากหลายในประเภทของการประกอบกิจการ (Diversity of elements) ได้แก่ ประเภทบริการ สาธารณะ ประเภทบริการทางธุรกิจ และประเภทบริการชุมชน (2) ความหลากหลายในเสียงของกอง บรรณาธิการในกิจการภาคธุรกิจ (Plurality of editorial voices within the private element) หมายถึง จำนวนของเจ้าของกิจการที่เป็นอิสระต่อกันซึ่งทำให้มีกองบรรณาธิการและแหล่งข่าวของ ตัวเอง และ (3) ความหลากหลายในรายการ (Diversity of programming) หมายถึง ความ หลากหลายของที่มาของรายการ ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตทั้งในและต่างประเทศ ความหลากหลายของ ผู้ผลิตรายการที่หลากหลายรวมถึงผู้ผลิตรายการอิสระ และความหลากหลายของรูปแบบรายการ (CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, 2008)

#### 4.4.3 หน่วยงานกำกับดูแล

คณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และวิทยุโทรคมนาคมแห่งประเทศไทย แคนาดา Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC)



ประกอบด้วย ประธาน รองประธานสายกิจการแพร่ภาพกระจายเสียง และรองประธานสายกิจการโทรคมนาคม โดยที่คณะกรรมการอาจประกอบด้วยกรรมการ 13 ท่าน ซึ่งแต่งตั้งจากคณะรัฐมนตรี โครงสร้างขององค์กรแบ่งเป็นกรรมการบริหารสายกิจการโทรคมนาคม กรรมการบริหารสายการสื่อสารและความสัมพันธ์กับภายนอก กรรมการบริหารสายกิจการแพร่ภาพและกระจายเสียง หัวหน้าเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับการบังคับใช้กฎระเบียบ หัวหน้าเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค และสำนักเลขาธิการคณะกรรมการฯ (CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, 2017a)

เพื่อผลประโยชน์ของชาวแคนาดา และการรับประกันว่าชาวแคนาดาสามารถเข้าถึงระบบการสื่อสารระดับโลก CRTC บริหารงานโดยคำนึงถึงหลักสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ (1) การรับประกันว่าชาวแคนาดาสามารถเข้าถึงเนื้อหาที่สร้างสรรค์และหลากหลายจากแหล่งสารจำนวนมาก เนื้อหาดังกล่าวนั้นสะท้อนถึงความหลากหลายของประเทศแคนาดาเพื่อให้ชาวแคนาดามีส่วนร่วมในประชาธิปไตยและวัฒนธรรม (2) การรับประกันว่าชาวแคนาดาสามารถเชื่อมต่อกับบริการทางการสื่อสารที่มีคุณภาพและทันสมัยในราคาที่สมารถจ่ายได้ และ (3) การเพิ่มความปลอดภัยและผลประโยชน์ของชาวแคนาดาผ่านการบังคับใช้กฎหมาย (CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, 2017b)

อำนาจของ CRTC ในส่วนของกิจการวิทยุกระจายเสียงและกิจการวิทยุโทรทัศน์ ได้แก่ (1) การให้ใบอนุญาต การต่อใบอนุญาต และการปรับปรุงใบอนุญาต (2) การพิจารณาความเป็นเจ้าของทั้งการได้มาและการควบรวมกิจการ หรือการเปลี่ยนแปลงความเป็นเจ้าของกิจการในส่วนของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และ (3) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, 2017b)

#### 4.4.4 กฎระเบียบเกี่ยวกับการกำกับดูแลโครงสร้างของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย

##### 4.4.4.1 กฎระเบียบเกี่ยวกับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์

ผู้ที่ประสงค์จะประกอบกิจการโทรทัศน์ต้องได้รับใบอนุญาตจาก CRTC โดยมีประเภทใบอนุญาต ดังต่อไปนี้ ใบอนุญาตประเภทเครือข่ายโทรทัศน์ (Network television license) ใบอนุญาตประเภทเครือข่ายโทรทัศน์เพื่อสาธารณะ (Public Network television license - CBC) ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อการค้า (Commercial television license) ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อสาธารณะ (Public television license - CBC) ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อชุมชน (Community television license) ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา (Educational television license) ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อชาติพันธุ์

(Ethnic television license) และใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อศาสนา (Religious television license) นอกจากนี้ การขอใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ยังสามารถกำหนดพื้นที่การออกอากาศและภาษาของเนื้อหาที่จะออกอากาศได้อีกด้วย (CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, 2017c)

การได้มาซึ่งใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ต้องได้ใบอนุญาตการใช้คลื่นความถี่จากกระทรวงพัฒนานวัตกรรม วิทยาศาสตร์ และเศรษฐกิจแห่งแคนาดา (Innovation, Science and Economic Development Canada - ISED) และใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์จาก CRTC โดย CRTC พิจารณาจากความเป็นเจ้าของกิจการ ความสามารถทางการเงิน ความสามารถทางเทคนิค และเงื่อนไขของการนำเสนอรายการ พร้อมกับนำเสนอรายงานทางการตลาดที่แสดงให้เห็นว่าการประกอบกิจการจะเพิ่มความหลากหลายในตลาด เมื่อ CRTC ตรวจสอบความถูกต้องของใบสมัครเรียบร้อยแล้วจะทำการประกาศในราชกิจจานุเบกษาแห่งประเทศแคนาดา (Canada Gazette) เพื่อรับฟังความคิดเห็นจากสาธารณะ โดย CRTC สามารถอนุญาต อนุญาตบางส่วน หรือปฏิเสธใบสมัครดังกล่าว ในกรณีที่ได้รับอนุญาต ผู้รับใบอนุญาตต้องออกอากาศภายใน 1 ปี (CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, 2017d)

นอกจากนั้น กฎหมายยังกำหนดให้ CRTC มีอำนาจในการออก แก้วไข หรือต่อใบอนุญาต โดยการให้ใบอนุญาตมีอายุใบอนุญาตไม่เกิน 7 ปี และยังมีอำนาจในการแก้วไข ระงับ และยกเลิกใบอนุญาต รวมถึงการอนุมัติและปฏิเสธการเปลี่ยนแปลงความเป็นเจ้าของกิจการแพร่ภาพกระจายเสียง ข้อห้ามเกี่ยวกับอำนาจของ CRTC เกี่ยวกับใบอนุญาต ได้แก่ Direction to the CRTC (Ineligibility of Non-Canadians) ซึ่งกำหนดไม่ให้ CRTC ออก แก้วไข ต่ออายุใบอนุญาตให้กับบุคคลที่ไม่ใช่ชาวแคนาดา และ Direction to the CRTC (Ineligibility to Hold Broadcasting Licenses) ซึ่งกำหนดไม่ให้ CRTC ออก หรือต่ออายุใบอนุญาตให้แก่ จังหวัด ตัวแทนของจังหวัด หรือองค์กรส่วนท้องถิ่น โดยมีข้อยกเว้นในกรณีของหน่วยงานทางโทรคมนาคมที่เป็นอิสระซึ่งมิได้ถูกควบคุมโดยตรงจากจังหวัดหรือองค์กรส่วนท้องถิ่น หรือเป็นองค์กรอิสระที่ไม่ได้ถูกควบคุมโดยตรงจากจังหวัดหรือองค์กรส่วนท้องถิ่นเพื่อทำการแพร่ภาพกระจายเสียงเพื่อการศึกษาหรือเป็นการขออนุญาตเพื่อถ่ายทอดสัญญาณในพื้นที่ (Dunbar & Leblanc, 2007, p. 34)

4.4.4.2 กฎระเบียบเกี่ยวกับความเป็นเจ้าของและการควบคุม (Ownership and control rules)

กฎระเบียบเกี่ยวกับความเป็นเจ้าของสื่อถูกกำหนดไว้ในประกาศสาธารณะในกิจการแพร่ภาพกระจายเสียงของ CRTC ปี 2008 ฉบับที่ 4 (Broadcasting Public Notice CRTC 2008-4) เกี่ยวกับนโยบายการกำกับดูแลความหลากหลายในการแสดงความคิดเห็น (Regulatory policy:

Diversity of voices) ประกาศฉบับดังกล่าวมีสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องกับความเป็นเจ้าของกิจการแพร่ภาพกระจายเสียง ดังต่อไปนี้ (CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, 2008)

1. สถานีวิทยุโทรทัศน์ในตลาดใด ๆ วิชากิจหนึ่งสามารถเป็นเจ้าของสถานีวิทยุโทรทัศน์ในภาษาใดภาษาหนึ่งได้ไม่เกิน 1 สถานี

2. การเป็นเจ้าของเดียวกัน (Common ownership) CRTC ไม่อนุญาตให้มีการควบรวมกิจการซึ่งทำให้วิชากิจหนึ่งสามารถเข้าถึงผู้ชมโทรทัศน์มากกว่าร้อยละ 45 ของผู้ชมทั้งหมด และ CRTC จะพิจารณาอย่างละเอียดในกรณีที่มีการควบรวมกิจการซึ่งทำให้วิชากิจหนึ่งสามารถเข้าถึงผู้ชมโทรทัศน์ได้ตั้งแต่ร้อยละ 35 ถึงร้อยละ 45 ของผู้ชมทั้งหมด

#### 4.4.4.3 กฎระเบียบเกี่ยวกับการครองสิทธิ์ข้ามสื่อ (Cross media ownership)

กฎระเบียบเกี่ยวกับการครองสิทธิ์ข้ามสื่อถูกกำหนดไว้ในประกาศสาธารณะในกิจการแพร่ภาพกระจายเสียงของ CRTC ปี 2008 ฉบับที่ 4 (Broadcasting Public Notice CRTC 2008-4) เกี่ยวกับนโยบายการกำกับดูแลความหลากหลายในการแสดงความคิดเห็น (Regulatory policy: Diversity of voices) โดยประกาศฉบับดังกล่าวมีสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการครองสิทธิ์ข้ามสื่อในกิจการแพร่ภาพกระจายเสียง ดังต่อไปนี้ (CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, 2008)

ในตลาดวิทยุกระจายเสียงท้องถิ่นซึ่งกำหนดโดย BBM/Nielsen วิชากิจหนึ่งไม่สามารถเป็นเจ้าของหรือควบคุม สถานีวิทยุกระจายเสียงท้องถิ่น สถานีวิทยุโทรทัศน์ท้องถิ่นและกิจการหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นได้ โดยที่สถานีวิทยุกระจายเสียงท้องถิ่น หมายถึง สถานีวิทยุกระจายเสียงธุรกิจที่ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบกิจการในตลาดนั้นและถูกคาดหวังว่าจะนำเสนอข้อมูลข่าวสารท้องถิ่น และสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นหมายถึงสถานีวิทยุโทรทัศน์ธุรกิจที่ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบกิจการในตลาดนั้นและถูกคาดหวังว่าจะนำเสนอข้อมูลข่าวสารท้องถิ่น ส่วนกิจการหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นหมายถึงหนังสือพิมพ์ที่ตีพิมพ์อย่างน้อย 5 วันต่อสัปดาห์ และมียอดการจำหน่ายไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 อยู่ในตลาดวิทยุกระจายเสียงท้องถิ่น และมียอดจำหน่ายไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ที่ได้รับการชำระเงิน

ในกรณีที่วิชากิจหนึ่งควบคุมสถานีวิทยุกระจายเสียงท้องถิ่นและสถานีวิทยุโทรทัศน์ท้องถิ่นได้มาซึ่งกิจการหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิชากิจนั้นต้องชี้แจงว่าเพราะเหตุใดจึงควรต่อใบอนุญาตสถานีวิทยุกระจายเสียงท้องถิ่นและสถานีวิทยุโทรทัศน์ท้องถิ่น โดยพิจารณาจาก (1) จำนวนเจ้าของสื่อในตลาด (2) ขนาดของตลาด (3) ภาษาส่วนใหญ่ในตลาด (4) การใช้สื่อใหม่เป็นแหล่งข้อมูลของข้อมูลข่าวสารในท้องถิ่น และ (5) ความเป็นเจ้าของสื่อใหม่ที่เป็นแหล่งในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในท้องถิ่น

4.4.5 กฎระเบียบเกี่ยวกับการกำกับดูแลเนื้อหาของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย

4.4.5.1 กฎระเบียบเกี่ยวกับการกำหนดสัดส่วนรายการของแคนาดา (Canadian content)

กฎระเบียบเกี่ยวกับการกำหนดสัดส่วนของรายการของแคนาดา (Canadian content) ถูกกำหนดไว้ใน Television Broadcasting Regulations ปี ค.ศ.1987 หมวด 4 ข้อ 7 ซึ่งกำหนดให้ (1) ผู้รับใบอนุญาตบริการสาธารณะต้องออกอากาศรายการที่เกี่ยวกับแคนาดาอย่างน้อยร้อยละ 60 ในช่วงเวลาตั้งแต่ 18.00 น. ถึง 24.00 น. และ (2) ผู้รับใบอนุญาตบริการทางธุรกิจต้องออกอากาศรายการที่เกี่ยวกับแคนาดาอย่างน้อยร้อยละ 50 ในช่วงเวลาตั้งแต่ 18.00 น. ถึง 24.00 น. ทั้งนี้ ยกเว้นสถานีของคนกลุ่มน้อย (Ethnic station) หรือผู้รับใบอนุญาตที่ได้รับเงื่อนไขพิเศษ (CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, 1987)

ก่อนหน้านี้ เคยมีการกำหนดสัดส่วนรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับแคนาดาไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ของเวลาการออกอากาศทั้งหมดตลอดทั้งปี และไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ในช่วงเวลาที่มีผู้ชมสูง (18.00 น. ถึง 24.00 น.) (Globerman, 2016, pp. 14-15)

นอกจากนั้น ยังมีข้อกำหนดเงื่อนไขพิเศษให้เครือข่ายโทรทัศน์ เช่น CTV, Canwest Global เป็นต้น ว่าต้องออกอากาศรายการที่เกี่ยวกับแคนาดาอย่างน้อย 8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ในช่วง 19.00 น. ถึง 23.00 น. และกำหนดว่าต้องเป็นรายการในรูปแบบละคร (Drama) เพลงหรือการเต้นรำ (Music and dance) สารคดียาว (Long-form documentaries) รายการที่ผลิตในพื้นที่ (Regionally-produced programming) ทุกรายการยกเว้นรายการข้อมูลข่าวสารและรายการกีฬา และรายการบันเทิง (Entertainment magazines) โดยที่รายการที่ผลิตในพื้นที่ หมายถึง รายการที่ผลิตนอกมลรัฐโตรอนโต มอนตรีออล และแวนคูเวอร์ เพื่อให้แน่ใจว่ามีรายการที่หลากหลาย ในเวลาที่มากพอที่ในการดึงดูดผู้ชมให้กับรายการของแคนาดาที่ออกอากาศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเทียบกับสัดส่วนรายการบันเทิงของประเทศสหรัฐอเมริกาในช่วงเวลาที่มีจำนวนผู้ชมสูงของสถานีโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ (Globerman, 2016, p. 16)

นอกจากการกำหนดสัดส่วนรายการที่เกี่ยวกับแคนาดาแล้ว การพิจารณาว่ารายการใดเป็นรายการที่เกี่ยวกับแคนาดามีเงื่อนไขและการพิจารณาเป็นค่าคะแนน โดยรายละเอียดจะอยู่ในประกาศสาธารณะในกิจการแพร่ภาพกระจายเสียงของ CRTC ปี ค.ศ. 2000 ฉบับที่ 42 (Public Notice CRTC 2000-42) ซึ่งเป็นประกาศเกี่ยวกับการรับรองรายการที่เกี่ยวกับแคนาดา (Certification of Canadian Program – A Revised Approach, March 17, 2000) ประกาศฉบับดังกล่าวกำหนดเกี่ยวกับเงื่อนไขที่รายการจะถูกรับรองให้เป็นรายการที่เกี่ยวกับแคนาดา ดังนี้ (1) ผู้ผลิตรายการต้องเป็นชาวแคนาดา และ (2) การผลิตต้องได้คะแนนอย่างน้อย 6 คะแนน โดยถ้าผู้เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้ เป็นชาวแคนาดา ผู้กำกับ ได้ 2 คะแนน ผู้เขียนบทได้ 2 คะแนน นักแสดงนำได้ 1 คะแนน นักแสดง

รองได้ 1 คะแนน นักออกแบบการผลิตได้ 1 คะแนน ผู้กำกับภาพได้ 1 คะแนน ผู้กำกับดนตรีประกอบได้ 1 คะแนน และ ผู้ตัดต่อภาพได้ 1 คะแนน (CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, 2000)

ทั้งนี้ การพิจารณาว่ารายการใดเป็นรายการที่เกี่ยวข้องกับแคนาดาหรือไม่ ต้องได้ใบรับรองการเป็นรายการที่เกี่ยวข้องกับแคนาดา (Certification of Canadian Program) หลังจากนั้นจึงสามารถนำจำนวนนาทิจองการออกอากาศไปนับในเงื่อนไขการนับเวลารายการเกี่ยวกับแคนาดาตามที่กฎหมายกำหนด โดยมีเงื่อนไขสำคัญ ดังนี้ (1) ผู้ผลิตรายการต้องเป็นชาวแคนาดา และต้องทำหน้าที่ดูแลและตัดสินใจตลอดการผลิตรายการ (2) มีคะแนนขั้นต่ำ 6 คะแนนจากคะแนนเต็ม 10 คะแนน (3) ผู้กำกับหรือผู้เขียนบทต้องเป็นชาวแคนาดาและอย่างน้อยนักแสดงนำ 1 ใน 2 คนต้องเป็นชาวแคนาดา และ (4) ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการและหลังการผลิตรายการอย่างน้อยร้อยละ 75 ต้องจ่ายให้กับชาวแคนาดา หรือบริษัทของชาวแคนาดา (CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, 2017e, 2017f)

นอกจากนั้น หากรายการบางประเภทออกอากาศในช่วงเวลาที่จะได้รับการนับเวลาเป็นพิเศษ เช่น หากเป็นรายการละครที่ออกอากาศในช่วงเวลา 19.00 น. ถึง 23.00 น. และมีการกำหนดค่าคะแนนที่ 10 จะได้นับพิเศษเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 150 หากเป็นช่วงเวลาปกติจะได้นับพิเศษเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 125 หรืออาจให้เพิ่มเวลาโฆษณาได้มากกว่า 12 นาทีต่อชั่วโมง เป็นต้น (CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, 2017e)

#### 4.4.5.2 การกำหนดสัดส่วนเนื้อหาท้องถิ่น (Local content)

กฎระเบียบเกี่ยวกับการกำหนดสัดส่วนเนื้อหาท้องถิ่นถูกกำหนดในนโยบายการกำกับดูแลของ CRTC ปี 2016 ฉบับที่ 224 (Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2016-224) ซึ่งกำหนดแนวทางสำหรับสถานีโทรทัศน์ระดับท้องถิ่นที่ออกอากาศเป็นภาษาอังกฤษในเงื่อนไขมาตรฐานในใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ โดยให้ออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาท้องถิ่นอย่างน้อย 7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์สำหรับพื้นที่ออกอากาศที่ไม่ใช่ตลาดเมืองหลวง และอย่างน้อย 14 ชั่วโมงต่อสัปดาห์สำหรับพื้นที่ออกอากาศในตลาดเมืองหลวง ส่วนสถานีโทรทัศน์ระดับท้องถิ่นที่ออกอากาศเป็นภาษาฝรั่งเศสจะถูกพิจารณาเป็นกรณีขึ้นอยู่กับเงื่อนไขเฉพาะของแต่ละใบอนุญาตประกอบกิจการ แต่มีข้อกำหนดขั้นต่ำในการนำเสนอเนื้อหาท้องถิ่นที่ 5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, 2017g)

ในส่วนของการข่าวก้าวที่ถือว่าเป็นรายการที่มีเนื้อหาท้องถิ่นได้แก่รายการข่าวที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวข้องกับพื้นที่การออกอากาศที่ได้รับอนุญาต เช่น การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้พักอาศัยเจ้าหน้าที่หรือองค์กรท้องถิ่น เป็นต้น และผลิตรายการข่าวโดยเจ้าหน้าที่ของสถานีหรือโดยผู้ผลิต

รายการอิสระที่ถูกระบุไว้สำหรับสถานี (CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, 2017g)

#### 4.4.5.3 การออกอากาศทางการเมืองในช่วงที่มีการลงคะแนน

กฎระเบียบเกี่ยวกับการออกอากาศทางการเมืองในช่วงที่มีการลงคะแนนถูกกำหนดไว้ใน Television Broadcasting Regulations ปี ค.ศ.1987 หมวด 8 ซึ่งกำหนดว่า ในช่วงที่มีการลงคะแนน ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดสรรเวลาการออกอากาศ การโฆษณา และการประกาศของผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งในพื้นฐานที่เท่าเทียมกันทุกพรรคการเมือง ทั้งนี้รวมถึงการลงประชามติด้วย (CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, 1987)

#### 4.4.5.4 กองทุนสื่อแห่งประเทศแคนาดา (Canadian Media Fund - CMF)

กองทุนโทรทัศน์แห่งประเทศแคนาดา (Canadian Television Fund - CTF) เป็นองค์กรซึ่งไม่หวังผลกำไร ถูกจัดตั้งขึ้น ในปี ค.ศ.1996 โดยการร่วมมือกันระหว่าง Department of Canadian Heritage, Telefilm Canada, crown corporation providing grants for film production และ กองทุนการผลิตสำหรับเคเบิลทีวี (Cable Production Fund) โดยมีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมทางการเงิน และการแพร่ภาพกระจายเสียงการผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพสูงให้กับผู้ผลิตรายการอิสระ CTF ถือเป็นตัวอย่างในความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมการแพร่ภาพกระจายเสียง (Beaty and Sullivan, 2006:pp.37) ต่อมา ในปี ค.ศ. 2009 CTF เปลี่ยนเป็นกองทุนสื่อแห่งประเทศแคนาดา (Canadian Media Fund - CMF) รายได้หลักของ CMF มาจากงบประมาณจากรัฐและผู้ประกอบการกิจการเคเบิลทีวี ทีวีดาวเทียม และไอพีทีวี (CMF – Canadian Media Fund, 2017)

จากรายละเอียดการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายข้างต้น สามารถสรุปเป็นตารางได้ ดังนี้

ตารางที่ 24 เปรียบเทียบรายละเอียดของอุตสาหกรรมโทรทัศน์และการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์  
จำแนกตามประเทศ

ประเด็นการ เปรียบเทียบ	ประเทศ สหรัฐอเมริกา	สหราชอาณาจักร	ประเทศออสเตรเลีย	ประเทศแคนาดา
สภาพอุตสาหกรรม	เครือข่ายโทรทัศน์ และ โทรทัศน์ท้องถิ่น	โทรทัศน์ระดับชาติ	เครือข่ายโทรทัศน์ และ โทรทัศน์ท้องถิ่น	เครือข่ายโทรทัศน์ และ โทรทัศน์ท้องถิ่น
ตัวอย่างเครือข่าย โทรทัศน์/ สถานีโทรทัศน์	ประเภทบริการ สาธารณะ - PBS (The Public Broadcasting Service)  ประเภทบริการทาง ธุรกิจ - NBC (National Broadcast Company) - CBS (Columbia Broadcasting system) - ABC (American Broadcasting Company) - Fox (Fox Broadcasting Company) - CW (CW Television Network)	ประเภทบริการ สาธารณะ -British Broadcasting Corporation ได้แก่ BBC One และ BBC Two - Channel 4 (ไม่ แสวงหากำไร มี รายได้จากการ โฆษณา) ประเภทบริการทาง ธุรกิจ - Independent Television (ITV) -Channel5	ประเภทบริการ สาธารณะ -Australian Broadcasting Corporation (ABC) - Special Broadcasting Service (SBS)  ประเภทบริการทาง ธุรกิจ -National Television Network (Nine Network) - Australian Television Network (Seven Network) - Independent Television System (Network Ten)	ประเภทบริการ สาธารณะ - Canadian Broadcasting Corporation (CBC) - Radio-Canada (ภาษาฝรั่งเศส)  ประเภทบริการทาง ธุรกิจ - Canadian Television Network (CTV) - CanWest/Global - TVA(ภาษาฝรั่งเศส) - Télévision Quatre- Saisons (TQS) (ภาษาฝรั่งเศส)
องค์กรกำกับดูแล	คณะกรรมการการ สื่อสารแห่งสหพันธรัฐ (Federal Communication Commission – FCC)	สำนักงานการสื่อสาร (Office of communication – Ofcom)	องค์กรการสื่อสารและ สื่อแห่งประเทศ ออสเตรเลีย (The Australian Communications and Media Authority – ACMA)	คณะกรรมการกิจการ วิทยุกระจายเสียง วิทยุ โทรทัศน์ และวิทยุ โทรคมนาคมแห่ง ประเทศแคนาดา Canadian Radio- television and Telecommunication s Commission (CRTC)

ประเด็นการเปรียบเทียบ	ประเทศสหรัฐอเมริกา	สหราชอาณาจักร	ประเทศออสเตรเลีย	ประเทศแคนาดา
กฎหมายที่ใช้ในการกำกับดูแล	บทบัญญัติแห่งรัฐบาลกลางสหรัฐอเมริกา บรรพที่ 47 (Title 47 of the Code of Federal Regulations) ในมาตรา 73.3555 (§73.3555)	พระราชบัญญัติการสื่อสาร ค.ศ.2003 (Communications Act 2003)	พระราชบัญญัติบริการการแพร่ภาพกระจายเสียง ค.ศ.1992 (Broadcasting Service Act 1992)	กฎหมายการแพร่ภาพกระจายเสียง ค.ศ.1968 (Broadcasting Act 1968)
ประเภทใบอนุญาต	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บริการสาธารณะ</li> <li>- บริการทางธุรกิจ</li> <li>- บริการการศึกษาแบบไม่ค้าหากำไร</li> <li>- บริการระดับนานาชาติ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บริการสาธารณะ</li> <li>- บริการทางธุรกิจ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บริการระดับชาติ</li> <li>- บริการทางธุรกิจ</li> <li>- บริการท้องถิ่น</li> <li>- บริการระดับนานาชาติ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บริการเพื่อสาธารณะ</li> <li>- บริการเพื่อการค้า</li> <li>- บริการเพื่อชุมชน</li> <li>- บริการเพื่อการศึกษา</li> <li>- บริการเพื่อชาติพันธุ์</li> <li>- บริการเพื่อศาสนา</li> </ul>
ความเป็นเจ้าของกิจการโทรทัศน์	<p>เครือข่ายโทรทัศน์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ห้ามการควบรวมเครือข่ายโทรทัศน์ขนาดใหญ่</li> <li>- เครือข่ายโทรทัศน์สามารถเป็นเจ้าของโทรทัศน์ท้องถิ่นได้ไม่เกินร้อยละ 39</li> <li>- โทรทัศน์ระดับชาติ</li> <li>- เป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ได้เพียง 1 สถานีในพื้นที่การออกอากาศเดียวกัน (มีข้อยกเว้น)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (ยกเลิกแล้ว) จำกัดสัดส่วนการเข้าถึงผู้ชมไม่ให้มากกว่าร้อยละ 15 และห้ามเป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ระดับชาติ มากกว่า 1 สถานี</li> <li>- ห้ามองค์กรท้องถิ่น พรรคการเมือง และตัวแทนโฆษณาเป็นผู้รับใบอนุญาต</li> <li>- ห้ามองค์กรศาสนาเป็นผู้รับใบอนุญาต</li> <li>- ห้ามองค์กรศาสนาเป็นผู้รับใบอนุญาต</li> <li>- ITV และ Channel 5</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (ยกเลิกแล้ว) จำกัดสัดส่วนการเข้าถึงผู้ชมไม่ให้มากกว่าร้อยละ 75</li> <li>- กฎ 1 ในตลาด (One to a market rule) ห้ามถือใบอนุญาตเกินกว่า 1 ใบอนุญาต</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ในตลาดใด ๆ วิชากิจหนึ่งจะสามารถเป็นเจ้าของสถานีวิทยุโทรทัศน์ในภาษาใดภาษาหนึ่งได้ไม่เกิน สถานี 1</li> <li>- ไม่อนุญาตให้มีการควบรวมกิจการซึ่งทำให้วิชากิจหนึ่งสามารถเข้าถึงผู้ชมโทรทัศน์มากกว่าร้อยละ 45 ของผู้ชมทั้งหมด</li> </ul>
การครองสิทธิ์ข้ามสื่อ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ระหว่างกิจการวิทยุและกิจการโทรทัศน์แบ่งเป็น 2 กรณี (1) กรณีมีช่องทางอิสระมากกว่า 20 ช่องทางสามารถเป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ 2</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 20/20 เป็นการจำกัดการครองสิทธิ์ข้ามสื่อระหว่างกิจการหนังสือพิมพ์ และกิจการโทรทัศน์ โดย (1) ห้ามผู้ที่มีส่วนแบ่งการตลาด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กฎ 5/4 (Five/four rule) กำหนดให้มีการครองสิทธิ์ข้ามสื่อได้ แต่ต้องมีสื่อที่เป็นอิสระ 5 ช่องทางสำหรับในเขตเมือง หลวง และ 4</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- วิชากิจหนึ่งไม่สามารถเป็นเจ้าของหรือควบคุม สถานีวิทยุกระจายเสียงท้องถิ่น สถานีวิทยุโทรทัศน์ท้องถิ่นและ</li> </ul>



ประเด็นการเปรียบเทียบ	ประเทศสหรัฐอเมริกา	สหราชอาณาจักร	ประเทศออสเตรเลีย	ประเทศแคนาดา
	<p>สถานี และสถานีวิทยุ 6 สถานี หรือ สถานีโทรทัศน์ 1 สถานีและสถานีวิทยุ 7 สถานี และ (2) กรณีมีช่องทางอิสระอย่างน้อย 10 ช่องทาง สามารถเป็นเจ้าของ สถานีโทรทัศน์ 2 สถานี และสถานีวิทยุ 4 สถานี (ภายใต้เงื่อนไขการเป็นเจ้าของกิจการ)</p> <p>- ห้ามเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์รายวันเป็นเจ้าของ สถานีโทรทัศน์</p>	<p>หนังสือพิมพ์ ระดับชาติมากกว่าร้อยละ 20 ถึง</p> <p>ใบอนุญาต ITV (2) ห้ามผู้ที่มีส่วนแบ่งการตลาด หนังสือพิมพ์ ระดับชาติมากกว่า ร้อยละ 20 ถึงหุ้นเกินร้อยละ 20 ในบริษัทที่ถือ</p> <p>ใบอนุญาต ITV และ (3) ห้ามบริษัทใด ๆ ถือหุ้นในกิจการแพร่ภาพกระจายเสียงที่ถือหุ้นเกินกว่า ร้อยละ 20 ในหนังสือพิมพ์ที่มีส่วนแบ่งการตลาด ระดับชาติมากกว่า ร้อยละ 20</p>	<p>ช่องทางสำหรับในเขตนอกเมืองหลวง</p> <p>- (ยกเลิกแล้ว) กฎ 2 ใน 3 (Two out of three rule) กำหนดให้วิสาหกิจใด ๆ สามารถควบคุมสื่อได้เพียง 2 สื่อจาก 3 สื่อ</p>	<p>กิจการหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นได้</p>
การกำกับดูแลเนื้อหา	<p>- (ยกเลิกแล้ว) กฎผลประโยชน์ทางการค้าและตัวแทนจำหน่าย (The Financial Interest And Syndication Rules - Fin-syn) ในช่วงเวลาที่มีผู้ชมสูง ห้ามออกอากาศรายการที่เครือข่ายโทรทัศน์เป็นผู้ผลิตหรือมีส่วนเกี่ยวข้อง</p> <p>- (ยกเลิกแล้ว) กฎการเข้าถึงช่วงเวลาที่ผู้ชมสูง (Prime time access rule -</p>	<p>- สัดส่วนผู้ผลิตรายการอิสระ กำหนดให้มี สัดส่วนของผู้ผลิตรายการอย่างน้อย ร้อยละ 25 โดย สถานีโทรทัศน์ถือหุ้นในผู้ผลิตรายการอิสระได้ไม่เกินร้อยละ 50 รวมถึงการกำหนดสัดส่วนของผู้ผลิตรายการอิสระที่อยู่นอกมหานครลอนดอน (M25)</p> <p>- กฎที่เกี่ยวข้องกับการแพร่ภาพกระจายเสียงของพรรค</p>	<p>- แนวปฏิบัติเกี่ยวกับการเลือกตั้ง (Election guidelines) กำหนดให้ผู้ประกอบกิจการแพร่ภาพกระจายเสียงต้องให้โอกาสทุกพรรคการเมืองที่จะออกอากาศเนื้อหา ของพรรคการเมือง ในช่วงที่มีการหาเสียงเลือกตั้ง</p> <p>- ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อบริการ</p>	<p>- ผู้รับใบอนุญาตบริการสาธารณะต้องออกอากาศรายการที่เกี่ยวข้องกับแคนาดาอย่างน้อยร้อยละ 60 ในช่วงเวลาดังแต่ 18.00-24.00 น. และผู้รับใบอนุญาตบริการทางธุรกิจต้องออกอากาศรายการที่เกี่ยวข้องกับแคนาดาอย่างน้อยร้อยละ 50 ในช่วงเวลาดังแต่ 18.00-24.00 น.</p> <p>- สถานีโทรทัศน์ระดับท้องถิ่นที่ออกอากาศ</p>

ประเด็นการเปรียบเทียบ	ประเทศสหรัฐอเมริกา	สหราชอาณาจักร	ประเทศออสเตรเลีย	ประเทศแคนาดา
	<p>PTAR) ในช่วงเวลาที่มีผู้ชมสูง ห้ามสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นออกอากาศรายการจากเครือข่ายโทรทัศน์มากกว่า 3 ชั่วโมง (จาก 4 ชั่วโมง)</p> <p>- (ยกเลิกแล้ว) หลักการความยุติธรรม (Fairness doctrine) ผู้รับใบอนุญาตต้องเปิดโอกาสให้มีการแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างจากประเด็นที่นำเสนอ</p> <p>- กฎการให้เวลาที่เท่าเทียมกัน (Equal-time rule) การให้โอกาสที่เท่าเทียมกันแก่ผู้สมัครรับเลือกตั้ง ยกเว้นรายการข่าว รายการสัมภาษณ์ และรายการสารคดี</p> <p>- การกำหนดสัดส่วนรายการเด็ก ผู้รับใบอนุญาตต้องออกอากาศรายการที่ถูกผลิตมาเพื่อการศึกษาและข้อมูลข่าวสารสำหรับเด็กและเยาวชนที่มีอายุต่ำกว่า 16 ปี อย่างน้อย 30 นาที ในทุก</p>	<p>การเมืองและการลงประชามติ (Rules on Party Political and Referendum Broadcasts) สถานีโทรทัศน์ต้องจัดเวลา 2 นาที 40 วินาที หรือ 3 นาที 40 วินาที หรือ 4 นาที 40 วินาทีให้กับพรรคการเมืองในการนำเสนอประเด็นในช่วง 17.30-23.30 น.</p> <p>- การแต่งตั้งผู้ให้บริการข่าว (Nominated News Provider) กำหนดให้มีการแต่งตั้งผู้ให้บริการข่าวสำหรับการผลิตรายการข่าวของผู้ถือใบอนุญาต ITV</p> <p>- จรรยาบรรณวิชาชีพ การแพร่ภาพกระจายเสียงของ Ofcom (The Broadcasting Code) กำหนดเกี่ยวกับ (1) เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความเป็นกลาง ความถูกต้องและความเป็นธรรม ทางมุมมองและความคิดเห็น (Due Impartiality and</p>	<p>ทางธุรกิจแบบภาคพื้นต้องออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับออสเตรเลียในสัดส่วนร้อยละ 55 ต่อปี ในช่วงระหว่าง 6.00-24.00 น .</p> <p>- ในเขตภูมิภาค Queensland, Northern New South Wales, Southern New South Wales, Victoria และ Tasmania มีการกำหนดสัดส่วนของรายการที่มีนัยสำคัญเป็นของท้องถิ่น (Local significance) เป็นค่าคะแนน</p> <p>- กำหนดให้กิจการโทรทัศน์เพื่อบริการทางธุรกิจแบบภาคพื้นดินออกอากาศรายการสำหรับเด็กก่อนวัยเรียน (Preschool – P) 130 ชั่วโมงต่อปี และรายการสำหรับเด็ก (Children – C) 260 ชั่วโมงต่อปี และกำหนดให้ (1) ออกอากาศรายการสำหรับเด็กก่อนวัยเรียนในวันจันทร์ถึง</p>	<p>เป็นภาษาอังกฤษในเงื่อนไขมาตรฐานในใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ โดยให้ออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาท้องถิ่นอย่างน้อย 7 ชั่วโมงต่อสัปดาห์สำหรับพื้นที่ออกอากาศที่ไม่ใช่เมืองหลวง และอย่างน้อย 14 ชั่วโมงต่อสัปดาห์สำหรับพื้นที่ออกอากาศในเมืองหลวง ส่วนสถานีโทรทัศน์ระดับท้องถิ่นที่ออกอากาศเป็นภาษาฝรั่งเศสจะถูกพิจารณาเป็นกรณีขึ้นอยู่กับเงื่อนไขเฉพาะของแต่ละใบอนุญาตประกอบกิจการ แต่มีข้อกำหนดขั้นต่ำในการนำเสนอเนื้อหาท้องถิ่นที่ 5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์</p> <p>- ในช่วงที่มีการลงคะแนน ผู้รับใบอนุญาตต้องจัดสรรเวลาการออกอากาศ การโฆษณา และการประกาศของผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งในพื้นฐานที่เท่าเทียมกันทุกพรรคการเมือง</p>

ประเด็นการเปรียบเทียบ	ประเทศสหรัฐอเมริกา	สหราชอาณาจักร	ประเทศออสเตรเลีย	ประเทศแคนาดา
	สัปดาห์ ในช่วงเวลา 17.00-20.00 น.	Due Accuracy and Undue Prominence of Views and Opinions) (2) การเลือกตั้งและการลงประชามติ (Elections and Referendums) และ (3) ความยุติธรรม (Fairness)	วันศุกร์ เวลา 7.00-16.30 น. และ (2) ออกจากอาคารสำหรับเด็กในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ เวลา 7.00-8.30 น. และเวลา 16.30-20.30 น. และในวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุด เวลา 7.00-20.30 น.	ทั้งนี้รวมถึงการลงประชามติด้วย

## ส่วนที่ 2 สรุปการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย

การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายแบ่งออกตามลักษณะของการกำกับดูแล ได้แก่ การกำกับดูแลโครงสร้างของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย และการกำกับดูแลเนื้อหาของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย สามารถประมวลได้ดังนี้

### 4.6 การกำกับดูแลโครงสร้างของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย

#### 4.6.1 การกำหนดลักษณะของการประกอบกิจการโทรทัศน์ให้มีความหลากหลาย

ส่วนใหญ่แต่ละประเทศมีการกำหนดประเภทของใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ตามวัตถุประสงค์ของการประกอบกิจการโทรทัศน์ ได้แก่ กิจการโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ กิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะ และกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการชุมชน หลังจากนั้นอาจมีการแบ่งย่อยเพิ่มเติม โดยใช้เกณฑ์พื้นที่การออกอากาศ ลักษณะเนื้อหา และลักษณะเฉพาะเจาะจงอื่น

ความสำคัญของการกำหนดพื้นที่การออกอากาศ ได้แก่ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้แก่ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ตั้งแต่เริ่มต้นรับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ อาจเรียกได้ว่าเป็นเงื่อนไขของการออกอากาศว่าจะแพร่ภาพออกอากาศได้มากน้อยเพียงใด เป็นการออกอากาศระดับประเทศ ระดับภูมิภาค หรือระดับท้องถิ่น ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการและเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ แน่แน่นอนว่ายังมีจำนวนช่องรายการสำหรับภูมิภาคหรือท้องถิ่นมากขึ้นเพียงใด ย่อมทำให้เกิดความหลากหลายมากกว่าการมีกิจการโทรทัศน์ระดับประเทศเพียงระดับเดียว การกำหนดพื้นที่การออกอากาศให้มีทั้งการออกอากาศระดับประเทศ ระดับภูมิภาค และระดับท้องถิ่น เช่น ในประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศออสเตรเลีย

และประเทศแคนาดา มีการให้ใบอนุญาตการประกอบโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ โดยแบ่งเป็นกิจการเครือข่ายโทรทัศน์และกิจการโทรทัศน์ท้องถิ่น (ACMA - The Australian Communications and Media Authority, 2017a; CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, 2017c; GOP - Government Publishing Office, 2017) เป็นต้น

ประเภทของใบอนุญาตประกอบกิจการอาจมีลักษณะเฉพาะเจาะจงตามวัตถุประสงค์กลุ่มเป้าหมายหรือเนื้อหา เช่น ในประเทศออสเตรเลีย มีการให้ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อชาติพันธุ์ และใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อศาสนา (ACMA - The Australian Communications and Media Authority, 2017a) เป็นต้น

นอกจากการสร้างความปลอดภัยโดยการแบ่งประเภทใบอนุญาตประกอบกิจการข้างต้น การกำหนดให้การได้มาซึ่งใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ ในแต่ละประเภทของการประกอบกิจการโทรทัศน์มีความหลากหลาย ก็สามารถช่วยให้เกิดความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์ได้ โดยที่ใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจส่วนใหญ่ใช้วิธีการประมูล ส่วนการได้มาซึ่งใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะส่วนใหญ่เป็นการกำหนดในกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการแพร่ภาพกระจายเสียงสาธารณะ เช่น ในสหราชอาณาจักร จะมีกฎบัตรหลวง (Royal Charter) ของ BBC (Hitchens, 2006, pp. 12-13) ในประเทศออสเตรเลีย มีกฎหมายการบริการแพร่ภาพกระจายเสียงพิเศษ (The Special Broadcasting Service Act) ของ SBS (SBS - Special Broadcasting Service, 2017a) เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ยังมี การได้มาซึ่งใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์วิธีอื่นอีก เช่น การจับสลาก การใช้ระบบการให้คะแนน การให้โควตาพิเศษ (FCC - Federal Communications Commission, 2016e; Head et al., 2001, p. 353) เป็นต้น

#### 4.6.2 การกำหนดลักษณะความเป็นเจ้าของกิจการโทรทัศน์ให้มีความหลากหลาย

ส่วนใหญ่ทุกประเทศเคยมีข้อกำหนดในการจำกัดจำนวนใบอนุญาตการประกอบกิจการโทรทัศน์ที่วิสาหกิจหนึ่งสามารถถือได้ บางประเทศก็มีการยกเลิกข้อกำหนดดังกล่าวและเปลี่ยนเป็นการกำหนดจำนวนร้อยละของผู้ชมทั้งหมดที่สามารถเข้าถึงได้โดยกิจการโทรทัศน์ทั้งหมดที่วิสาหกิจหนึ่งเป็นเจ้าของ

ในส่วนของการกำหนดในการจำกัดจำนวนใบอนุญาตการประกอบกิจการโทรทัศน์ที่วิสาหกิจหนึ่งสามารถถือได้นั้น ต้องการให้ผู้เข้ามาประกอบกิจการโทรทัศน์มีความหลากหลาย หรือมีจำนวน

มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เช่น ในสหราชอาณาจักรเคยกำหนดห้ามถือใบอนุญาต ITV เกินกว่า 2 ใบอนุญาต และเกินกว่า 1 ใบอนุญาตในบางพื้นที่ (DCMS - The Department for Digital, 2012, p. 5) ในประเทศออสเตรเลียเคยกำหนดห้ามเป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์มากกว่า 1 สถานีสำหรับพื้นที่ในเมืองหลวง และ 2 สถานีสำหรับพื้นที่อื่น (Hitchens, 2006, p. 118) เป็นต้น อย่างไรก็ตาม หลายประเทศมีการเปลี่ยนจากการจำกัดจำนวนใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ที่วิสาหกิจหนึ่งสามารถถือได้เป็นการกำหนดจำนวนร้อยละของผู้ชมทั้งหมดสามารถเข้าถึงได้โดยกิจการโทรทัศน์ทั้งหมดที่วิสาหกิจเป็นเจ้าของ เช่น ในสหราชอาณาจักรเคยเปลี่ยนจากการจำกัดการเป็นผู้ถือใบอนุญาต ITV เกินกว่า 2 ใบอนุญาต และเกินกว่า 1 ใบอนุญาตในบางพื้นที่เป็นการจำกัดจำนวนผู้ชมที่สถานีโทรทัศน์สามารถเข้าถึงได้ไม่ให้มากกว่าร้อยละ 15 ของจำนวนผู้ชมทั่วประเทศ (DCMS - The Department for Digital, 2012, p. 5) ในประเทศออสเตรเลียเคยเปลี่ยนจากการจำกัดการถือครองสถานีโทรทัศน์ไว้ที่ 1 สถานีสำหรับพื้นที่ในเมืองหลวง และ 2 สถานีสำหรับพื้นที่อื่น เป็นการจำกัดจำนวนผู้ชมที่สถานีโทรทัศน์สามารถเข้าถึงได้ไม่ให้มากกว่าร้อยละ 75 ของจำนวนผู้ชมทั่วประเทศ (Senate, 2016, p. 1) เป็นต้น

อย่างไรก็ดี บางประเทศก็ยังมีข้อกำหนดในการจำกัดจำนวนใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ที่วิสาหกิจหนึ่งสามารถถือได้ และการจำกัดจำนวนผู้ชมที่สถานีโทรทัศน์สามารถเข้าถึงได้ไม่ให้มากกว่าที่กำหนดบังคับใช้อยู่ เช่น ในประเทศแคนาดากำหนดว่าสามารถเป็นเจ้าของสถานีวิทยุโทรทัศน์ในภาษาใดภาษาหนึ่งได้ไม่เกิน 1 สถานี และมีข้อจำกัดการเข้าถึงผู้ชมไม่เกินร้อยละ 45 (CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, 2008) เป็นต้น

การกำหนดสัดส่วนของการถือหุ้นในกิจการโทรทัศน์ของวิสาหกิจหนึ่งถือว่าเป็นวิธีการกำกับดูแลวิธีหนึ่งที่สามารถเพิ่มความหลากหลายให้กับกิจการโทรทัศน์ เช่น ในสหราชอาณาจักร มีการกำหนดห้ามการถือหุ้นในกิจการที่ถือใบอนุญาตประกอบกิจการแพร่ภาพกระจายเสียงมากกว่า ร้อยละ 20 (DCMS - The Department for Digital, 2012, p. 8) เป็นต้น

อย่างไรก็ดี การจำกัดความเป็นเจ้าของสื่อมีแนวโน้มที่ลดลงตามภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว หลายประเทศยกเลิกข้อจำกัดเกี่ยวกับความเป็นเจ้าของสื่อไปบ้าง เช่น ในสหราชอาณาจักรมีการยกเลิกการห้ามวิสาหกิจถือใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์มากกว่า 1 ใบอนุญาต รวมถึงข้อจำกัดการเข้าถึงผู้ชมร้อยละ 15 (DCMS - The Department for Digital, 2012, p. 8) ในประเทศออสเตรเลียมีการยกเลิกการห้ามวิสาหกิจถือใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ที่สามารถเข้าถึงผู้ชมได้มากกว่าร้อยละ 75 แต่ยังคงจำกัดการห้ามวิสาหกิจใดควบคุมสถานีโทรทัศน์มากกว่า 1 สถานีในตลาดเดียวกัน (ACMA - The Australian Communications and Media Authority, 2017b; Senate, 2016, p. 1) เป็นต้น

นอกจากข้อกำหนดเกี่ยวกับความเป็นเจ้าของกิจการโทรทัศน์ข้างต้นแล้ว ยังมีข้อกำหนดเกี่ยวกับการครองสิทธิข้ามสื่อเพื่อทำให้ความเป็นเจ้าของกิจการโทรทัศน์มีความหลากหลายมากขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ให้กิจการโทรทัศน์เป็นอิสระจากกิจการหนังสือพิมพ์และกิจการวิทยุกระจายเสียงหรือกำหนดสัดส่วนที่กิจการหนังสือพิมพ์และกิจการวิทยุกระจายเสียงในการเข้ามาเป็นเจ้าของกิจการโทรทัศน์ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบกิจการรายอื่นเข้ามาประกอบกิจการโทรทัศน์ซึ่งสามารถสร้างความหลากหลายให้กับภาพรวมของกิจการสื่อมวลชนได้มากกว่าการให้กิจการสื่อมวลชนเดิมเข้ามาเป็นเจ้าของกิจการโทรทัศน์

ส่วนใหญ่แต่ละประเทศจะมีกฎระเบียบเกี่ยวกับการครองสิทธิข้ามสื่อเช่นเดียวกับกฎระเบียบเกี่ยวกับใบอนุญาตและลักษณะความเป็นเจ้าของ โดยกิจการสื่อมวลชนที่ถูกพิจารณาว่าอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์การครองสิทธิข้ามสื่อ ได้แก่ กิจการหนังสือพิมพ์ กิจการวิทยุกระจายเสียง และกิจการวิทยุโทรทัศน์ กฎระเบียบการครองสิทธิข้ามสื่อนี้ มีทั้งการกำหนดการครองสิทธิข้ามสื่อโดยพิจารณาจากช่องทางสื่อมวลชนที่เป็นอิสระทั้งหมด การกำหนดการครองสิทธิข้ามสื่อโดยพิจารณาจากสัดส่วนการถือหุ้น การกำหนดจำนวนสื่อมวลชนที่สามารถครองสิทธิข้ามสื่อได้ และการกำหนดห้ามการครองสิทธิข้ามสื่อ

ตัวอย่างของการกำหนดการครองสิทธิข้ามสื่อโดยพิจารณาจากช่องทางสื่อมวลชนที่เป็นอิสระทั้งหมด ได้แก่ ในประเทศสหรัฐอเมริกามีการกำหนดจำนวนช่องทางสื่อที่เป็นอิสระต่อกัน เพื่อที่วิสาหกิจหนึ่งสามารถเป็นเจ้าของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ได้ โดยแบ่งเป็นช่องทางสื่อที่เป็นอิสระมากกว่า 20 ช่องทาง สามารถเป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ได้ 2 สถานี และสถานีวิทยุกระจายเสียงได้ 7 สถานี และช่องทางสื่อที่เป็นอิสระอย่างน้อย 10 ช่องทาง สามารถเป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ได้ 2 สถานี และสถานีวิทยุกระจายเสียงได้ 4 สถานี (Goldfarb, 2012, pp. 16-17) และในประเทศออสเตรเลียมีการกำหนดจำนวนช่องทางสื่อที่เป็นอิสระต่อกันโดยแบ่งเป็น 5 ช่องทางสื่อที่เป็นอิสระสำหรับพื้นที่การออกอากาศของวิทยุกระจายเสียงในเมืองหลวงของมลรัฐ และ 4 ช่องทางสื่อที่เป็นอิสระสำหรับพื้นที่การออกอากาศของวิทยุกระจายเสียงในพื้นที่อื่น (Harding-Smith, 2011, p. 3; Jolly, 2006, p. 1; 2016, pp. 6-7)

ตัวอย่างของการกำหนดการครองสิทธิข้ามสื่อโดยพิจารณาจากสัดส่วนการถือหุ้น ได้แก่ ในสหราชอาณาจักร โดยมีการกำหนดเกี่ยวกับสัดส่วนการถือหุ้นระหว่างกิจการหนังสือพิมพ์ และ ITV โดยจำกัดห้ามกิจการหนังสือพิมพ์ระดับชาติที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากกว่าร้อยละ 20 เป็นผู้รับใบอนุญาตหรือถือหุ้นในบริษัทที่ถือใบอนุญาต ITV (DCMS - The Department for Digital, 2012, p. 20) ในบางประเทศมีการกำหนดจำนวนสื่อมวลชนที่สามารถครองสิทธิข้ามสื่อได้ เช่น ในประเทศออสเตรเลียมีการกำหนดเกี่ยวกับการห้ามครองสิทธิข้ามสื่อมากกว่า 2 ใน 3 ระหว่างกิจการหนังสือพิมพ์ กิจการวิทยุกระจายเสียง และกิจการวิทยุโทรทัศน์ ในประเทศแคนาดามีการกำหนด

เกี่ยวกับการห้ามการครองสิทธิข้ามสื่อระหว่างกิจการหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น กิจการวิทยุกระจายเสียงท้องถิ่น และกิจการวิทยุโทรทัศน์ท้องถิ่นภายในตลาดวิทยุกระจายเสียงท้องถิ่น (Jolly, 2016, p. 6) เป็นต้น ในส่วนของวิธีการกำกับดูแลเกี่ยวกับการครองสิทธิข้ามสื่อวิธีสุดท้าย ได้แก่ การกำหนดห้ามการครองสิทธิข้ามสื่อ โดยในประเทศสหรัฐอเมริกา มีการกำหนดห้ามการเป็นเจ้าของร่วมกันของกิจการหนังสือพิมพ์และกิจการแพร่ภาพกระจายเสียงซึ่งมีพื้นที่การจำหน่ายและพื้นที่การออกอากาศทับซ้อนกัน (FCC - Federal Communications Commission, 2017)

#### 4.6.3. การกำหนดแหล่งรายได้ของกิจการโทรทัศน์ให้มีความหลากหลาย

หากกิจการโทรทัศน์ในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ต้องพึ่งพารายได้ของการประกอบกิจการจากเพียงแหล่งเดียวอาจมีแนวโน้มในการผลิตเนื้อหารายการไปในทิศทางเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็แหล่งรายได้จากการขายเวลาโฆษณาซึ่งทำให้กิจการโทรทัศน์มุ่งเน้นในการผลิตรายการที่สามารถดึงดูดจำนวนผู้ชมให้ได้มากที่สุด โดยการเลือกรูปแบบและเนื้อหารายการที่กลุ่มคนส่วนใหญ่เลือกที่จะรับชมหรือจะเป็นแหล่งรายได้จากรัฐบาลซึ่งทำให้กิจการโทรทัศน์ตกเป็นเครื่องมือในการหาเสียงทางการเมืองของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งที่มีอำนาจในรัฐบาล ดังนั้นการกำหนดให้มีความหลากหลายในแหล่งที่มาของเงินได้ของการประกอบกิจการย่อมทำให้มีทางเลือกมากขึ้น ความหลากหลายของแหล่งที่มาของเงินได้ของการประกอบกิจการ ได้แก่ รายได้จากการโฆษณา รายได้จากกองทุนสาธารณะ การสนับสนุนโดยตรงของผู้รับสาร รายได้จากงบประมาณจากหน่วยงานรัฐ และรายได้จากภาษี แต่ละประเทศมีวิธีการในการกำหนดแหล่งที่มาของรายได้แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่หากเป็นกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจจะมีแหล่งรายได้จากการโฆษณา ส่วนกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะจะมีแหล่งรายได้ที่หลากหลายมากกว่า เช่น ในสหราชอาณาจักรมีการกำหนดในกฎหมายเฉพาะ โดยการอนุญาตให้ BBC ประกอบกิจการพร้อมรับรายได้จากค่าธรรมเนียมใบอนุญาต (Hitchens, 2006, pp. 12-13) ในประเทศแคนาดามีการกำหนดให้บริษัทแพร่ภาพกระจายเสียงแห่งประเทศแคนาดาได้รับงบประมาณจากรัฐและสามารถหารายได้จากการโฆษณาได้ด้วย (CBC/Radio-Canada, 2017) เป็นต้น

#### 4.6.4. การกำหนดสัดส่วนให้มีผู้ผลิตรายการอิสระร่วมผลิตรายการให้กิจการโทรทัศน์

การที่กิจการโทรทัศน์ผลิตรายการเพื่อออกอากาศแต่เพียงผู้เดียวทำให้การผลิตรายการเป็นไปในทิศทางเดียวกันภายใต้ความคิดเดียวกันซึ่งส่งผลให้เกิดความไม่หลากหลายในเนื้อหารายการ ดังนั้นการมีผู้ผลิตรายการอิสระทั้งในรูปแบบของการจ้างผลิตรายการ การร่วมผลิตรายการ หรือการเช่าเวลาเพื่อนำรายการมาออกอากาศ จะทำให้เกิดความหลากหลายในรูปแบบและเนื้อหารายการ

มากกว่าการที่กิจการโทรทัศน์ผลิตรายการแต่เพียงผู้เดียว โดยผู้ผลิตรายการอิสระหมายถึงผู้ผลิตรายการที่เป็นอิสระจากกิจการโทรทัศน์ ไม่ว่าจะป็นกรณีที่มีช่องรายการเป็นเจ้าของหรือถือหุ้นเป็นส่วนใหญ่

การกำหนดสัดส่วนให้มีผู้ผลิตรายการอิสระร่วมผลิตรายการให้กิจการโทรทัศน์สามารถกำหนดได้อย่างหลากหลาย เช่น ในประเทศสหรัฐอเมริกาเคยมีการกำหนดเกี่ยวกับการห้ามออกอากาศรายการที่เครือข่ายโทรทัศน์เป็นผู้ผลิตในรายการที่ออกอากาศในช่วงเวลาที่มีผู้ชมสูง (Pepe, 1994, p. 73) ในสหราชอาณาจักรมีการกำหนดให้มีผู้ผลิตรายการอิสระผลิตรายการอย่างน้อยร้อยละ 25 ต่อผังรายการทั้งหมด และการกำหนดสัดส่วนของผู้ผลิตรายการอิสระนอกเขตเมืองหลวง (Ofcom - The Office of Communications, 2005, pp. 5-6) เป็นต้น

#### 4.7 การกำกับดูแลเนื้อหาของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย

##### 4.7.1 การกำหนดสัดส่วนให้มีกลุ่มเป้าหมายรายการที่หลากหลาย

ส่วนใหญ่การกำหนดให้ช่องรายการผลิตรายการสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเป็นการกำหนดให้มีรายการเด็กในสัดส่วนที่กำหนด โดยกำหนดเป็นกฎหมายพิเศษโดยเฉพาะรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก หลังจากนั้นหน่วยงานกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์จึงมากำหนดระเบียบข้อบังคับให้สอดคล้องกับกฎหมายพิเศษสำหรับเด็ก เช่น ในประเทศสหรัฐอเมริกามีการออกกฎหมายพระราชบัญญัติโทรทัศน์ของเด็ก (Children's Television Act) เพื่อเพิ่มปริมาณรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาและข้อมูลข่าวสารสำหรับเด็ก หลังจากนั้นไม่นาน FCC ก็กำหนดให้ผู้ประกอบการ/ผู้รับใบอนุญาตต้องออกอากาศรายการที่ถูกผลิตมาเฉพาะให้เป็นรายการเพื่อการศึกษาและข้อมูลข่าวสารสำหรับเด็กและเยาวชน ซึ่งมีอายุต่ำกว่า 16 ปี (Educational and informational - E/I) อย่างน้อย 30 นาที ทุกสัปดาห์ในช่วงเวลา 7.00 น. ถึง 22.00 น. และถ้าต้องการต่อใบอนุญาตต้องออกอากาศรายการเพื่อการศึกษาและข้อมูล อย่างน้อย 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ซึ่งถือว่าเป็นพันธกิจหนึ่งของประโยชน์สาธารณะซึ่งเป็นเงื่อนไขในการต่อใบอนุญาต ในกรณีที่ไม่สามารถออกอากาศตามจำนวนที่กำหนด ผู้ประกอบการ/ผู้รับใบอนุญาตอาจจ่ายเงินสนับสนุนให้สถานีโทรทัศน์อื่นเพื่อผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กแทนได้ นอกจากนี้ผู้ประกอบการ/ผู้รับใบอนุญาตยังมีหน้าที่ต้องแจ้งรายละเอียดของรายการดังกล่าวแก่ผู้ชมผู้สาธารณะด้วย (FCC - Federal Communications Commission, 2016e) ในประเทศออสเตรเลีย มีการกำหนดให้ต้องออกอากาศรายการหลัก (Core programming) ซึ่งถูกสร้างมาเฉพาะให้เป็นรายการเพื่อการศึกษา และข้อมูลข่าวสารสำหรับเด็กและเยาวชนออกอากาศอย่างน้อย 30 นาที ทุกสัปดาห์ในช่วงเวลาที่กำหนด การกำหนดให้กิจการโทรทัศน์เพื่อบริการทางธุรกิจแบบภาคพื้นดินออกอากาศรายการสำหรับเด็กก่อนวัยเรียน 130 ชั่วโมง



ต่อปี และรายการสำหรับเด็ก 260 ชั่วโมงต่อปี และการกำหนดให้ออกอากาศรายการสำหรับเด็กในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ เวลา 7.00-8.30 น. และ เวลา 16.30-20.30 น. และในวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุด เวลา 7.00-20.30 น. เป็นต้น (ACMA - The Australian Communications and Media Authority, 2017g)

นอกจากจากกำหนดสัดส่วนกลุ่มเป้าหมายรายการข้างต้นแล้ว ยังอาจมีการกำหนดมาตรฐานรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก โดยการให้คำนิยามที่ชัดเจนสำหรับรายการสำหรับเด็กที่สามารถออกอากาศได้ เช่น ในประเทศออสเตรเลียมีการกำหนดคำนิยามของรายการเด็กโดยให้ประกอบด้วย (1) รายการที่ผลิตเฉพาะสำหรับเด็ก (2) มีความสนุกสนาน (3) ถูกผลิตโดยใช้งบประมาณที่ทำให้แน่ใจได้ว่าบท ตัวแสดง การกำกับ การตัดต่อ การถ่ายทำ เสียง และองค์ประกอบอื่นของการผลิตรายการมีคุณภาพเพียงพอ (4) ส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนเกิดความเข้าใจและมีประสบการณ์ และ (5) เหมาะสมกับเด็กชาวออสเตรเลีย (ACMA - The Australian Communications and Media Authority, 2017g) เป็นต้น

#### 4.7.2 การกำหนดเกี่ยวกับสัดส่วนให้มีลักษณะเนื้อหารายการและรูปแบบรายการที่หลากหลาย

กิจการโทรทัศน์ที่ต้องการดึงดูดผู้ชมจำนวนมากที่สุดมักเลือกเนื้อหาที่เป็นที่สนใจของผู้ชมโดยละเอียดเนื้อหาบางประเภท และในบางกรณีกิจการโทรทัศน์เลือกรายการโทรทัศน์ที่ประสบความสำเร็จมาจากต่างประเทศเพื่อให้แน่ใจได้ว่าสามารถดึงดูดผู้ชมจำนวนมากได้ หากมีการกระจุกตัวของเนื้อหารายการโทรทัศน์มากเกินไป หน่วยงานผู้กำกับดูแลอาจออกกฎระเบียบซึ่งกำหนดสัดส่วนของลักษณะเนื้อหารายการเพื่อเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะส่งเสริมให้เกิดความหลากหลายในเนื้อหารายการโทรทัศน์ เช่น ในประเทศออสเตรเลียและประเทศแคนาดา มีการกำหนดสัดส่วนเนื้อหารายการของประเทศตนเอง และสัดส่วนเนื้อหารายการที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่น (ACMA - The Australian Communications and Media Authority, 2017f; CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, 1987, 2017g; DCA - Department of Communications and the Arts, 2017b) เป็นต้น

เช่นเดียวกันกับเนื้อหารายการ หน่วยงานกำกับดูแลสามารถกำหนดสัดส่วนในรูปแบบรายการได้ หากเห็นว่าการกระจุกตัวของรูปแบบรายการ หรือต้องการส่งเสริมให้รูปแบบรายการรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งมีปริมาณเพิ่มขึ้น เช่น ในประเทศออสเตรเลีย มีการกำหนดให้กิจการโทรทัศน์ต้องออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับออสเตรเลียในสัดส่วนร้อยละ 55 ต่อปี ในช่วงระหว่าง 6.00-24.00 น. โดยรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศครั้งแรก (First release) และเป็นรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับออสเตรเลีย (Australian content) โดยกำหนดเป็นประเภทรายการ ดังนี้ ละคร สาร

คดี และรายการสำหรับเด็ก ทั้งนี้รายการสำหรับเด็กรวมถึงรายการละครสำหรับเด็กแต่ไม่รวมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กก่อนวัยเรียน (ACMA - The Australian Communications and Media Authority, 2017g) ในประเทศแคนาดา มีการกำหนดให้เครือข่ายโทรทัศน์ออกอากาศรายการที่เกี่ยวข้องกับแคนาดา อย่างน้อย 8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ในช่วงเวลา 19.00 น. ถึง 23.00 น. และมีการกำหนดว่าเป็นรูปแบบรายการเฉพาะ ได้แก่ รายการละคร รายการเพลง รายการสารคดียาว รายการที่ผลิตในพื้นที่ และรายการปกิณกะบันเทิง (Globerman, 2016, p. 16) เป็นต้น

#### 4.7.3 การกำหนดให้มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นธรรมและสมดุล

ในกรณีของการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร อาจมีกรณีเกี่ยวกับประเด็นที่เป็นที่ถกเถียงกัน การกำหนดให้ผู้นำเสนอข้อมูลข่าวสารต้องนำเสนอประเด็นให้รอบด้านครบถ้วนจึงเป็นสิ่งจำเป็น (Ruane, 2011, pp. 2-3) ทั้งนี้อาจกำหนดในกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ หรือมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน ขึ้นอยู่กับผู้กำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ว่าต้องการบังคับใช้อย่างไร เช่น ในประเทศสหรัฐอเมริกาเคยมีการกำหนดเกี่ยวกับหลักการความยุติธรรม โดยการกำหนดให้กิจการโทรทัศน์จะต้องเปิดโอกาสให้มีการแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างกันประเด็นที่เป็นที่ถกเถียง กฎเวลาการให้เวลาที่เท่าเทียมกัน โดยการกำหนดให้กิจการโทรทัศน์ต้องให้เวลากับผู้สมัครรับเลือกตั้งในราคาที่เหมาะสม กฎการถูกพาดพิง โดยการกำหนดให้กิจการโทรทัศน์เปิดโอกาสให้ผู้ที่ถูกพาดพิงจากเรื่องที่ออกอากาศได้พื้นที่ในการตอบโต้ และกฎบรรณาธิการเกี่ยวกับการเมือง โดยการกำหนดให้กิจการโทรทัศน์เปิดโอกาสให้พรรคการเมืองอีกแห่งทราบ ในกรณีที่มีบรรณาธิการนำเสนอพรรคการเมืองใดพรรคการเมืองหนึ่งในแง่บวก (Ruane, 2011, pp. 2-3) ในสหราชอาณาจักรมีการกำหนดในจรรยาบรรณวิชาชีพเกี่ยวกับความเป็นกลาง ความถูกต้องและความเป็นธรรมทางมุมมองและความคิดเห็นเพื่อรับรองว่าการนำเสนอข่าวจะนำเสนอด้วยความถูกต้องและเป็นธรรม โดยการไม่ช่วยเหลือหรือให้ประโยชน์กับฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเป็นพิเศษ (Ofcom - The Office of Communications, 2017e, p. 27) ในประเทศออสเตรเลียมีแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการเลือกตั้ง โดยกำหนดให้กิจการโทรทัศน์ต้องให้โอกาสทุกพรรคการเมืองในการออกอากาศเนื้อหาของพรรคการเมืองในช่วงที่มีการหาเสียงเลือกตั้ง (ACMA - The Australian Communications and Media Authority, 2017e) ในประเทศแคนาดามีกฎระเบียบเกี่ยวกับการออกอากาศทางการเมืองในช่วงที่มีการลงคะแนน โดยกำหนดให้กิจการโทรทัศน์ต้องจัดสรรเวลาการออกอากาศ การโฆษณา และการประกาศของผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งในพื้นฐานที่เท่าเทียมกับทุกพรรค ทั้งนี้รวมถึงการลงประชามติด้วย (CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, 1987) เป็นต้น

## บทที่ 5

### กรอบการกำกับดูแลเพื่อความหลากหลาย

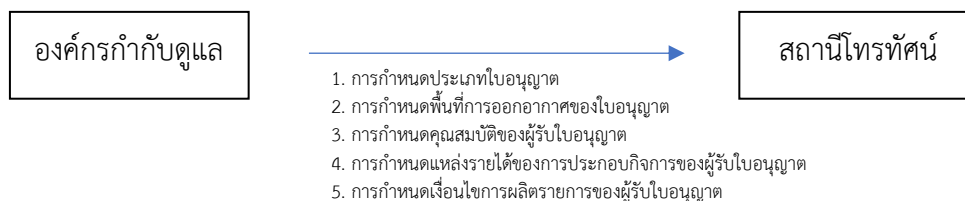
จากการวิเคราะห์เอกสารเพื่อศึกษาวิธีการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายในประเทศที่มีแบบแผนปฏิบัติที่ดี ผู้ศึกษาได้นำมาสร้าง (ร่าง) กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย หลังจากนั้นจึงสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อสอบถามความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปปรับปรุงเป็นกรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย (ฉบับแก้ไข) ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

#### 5.1 (ร่าง) กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย

(ร่าง) กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายแบ่งเป็น (1) (ร่าง) กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์ และ (2) (ร่าง) กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

##### 5.1.1 (ร่าง) กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์

กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์ ประกอบด้วยองค์กรกำกับดูแลและสถานีโทรทัศน์ โดยองค์กรกำกับดูแลทำหน้าที่เป็นผู้อนุญาตให้สถานีโทรทัศน์ใช้คลื่นความถี่วิทยุโทรทัศน์ในการประกอบกิจการ โดยการกำหนดลักษณะของใบอนุญาต และคุณสมบัติของผู้รับใบอนุญาต เพื่อให้เกิดความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์ โดยการทำให้เกิดความสมดุลระหว่างการประกอบกิจการเพื่อประโยชน์สาธารณะ และการประกอบกิจการเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ ในทุกระดับพื้นที่การออกอากาศ และเป็นการเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนสามารถเข้ามาประกอบกิจการโทรทัศน์ได้



ภาพที่ 2 (ร่าง) กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์  
เพื่อความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์

จากภาพที่ 2 การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อให้เกิดความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์ ได้แก่ การกำหนดประเภทใบอนุญาต การกำหนดพื้นที่การออกอากาศของใบอนุญาต การกำหนดคุณสมบัติของผู้รับใบอนุญาต การกำหนดแหล่งรายได้ของการประกอบกิจการของผู้รับใบอนุญาต และการกำหนดเงื่อนไขการผลิตรายการของผู้รับใบอนุญาต ตัวอย่างของวิธีการกำกับดูแลมีดังนี้

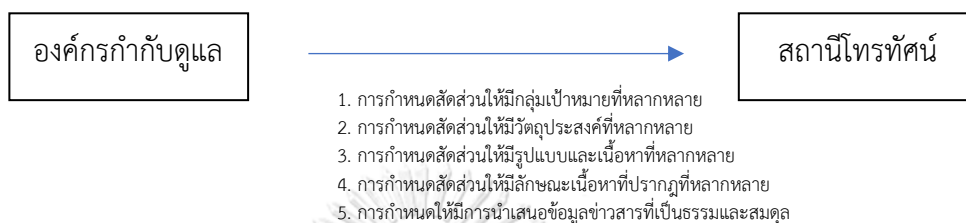
- ตัวอย่างของการกำหนดประเภทใบอนุญาต ได้แก่ ประเภทบริการสาธารณะ ประเภทบริการทางธุรกิจ และประเภทบริการชุมชน
- ตัวอย่างของการกำหนดพื้นที่การออกอากาศของใบอนุญาต ได้แก่ ระดับประเทศ ระดับภูมิภาค ระดับจังหวัด และระดับชุมชน
- ตัวอย่างของการกำหนดคุณสมบัติของผู้รับใบอนุญาต ได้แก่ การจำกัดจำนวนใบอนุญาตที่วิสาหกิจหนึ่งสามารถถือได้ การกำหนดสัดส่วนการถือหุ้นในกิจการโทรทัศน์ของวิสาหกิจหนึ่ง และการกำหนดสัดส่วนของการครองสิทธิข้ามสื่อของวิสาหกิจหนึ่ง
- ตัวอย่างของการกำหนดแหล่งรายได้ของการประกอบกิจการของผู้รับใบอนุญาต ได้แก่ การโฆษณา กองทุนสาธารณะ การสนับสนุนโดยตรงของผู้รับสาร งบประมาณจากหน่วยงานรัฐ และภาษี
- ตัวอย่างของการกำหนดเงื่อนไขของการผลิตรายการของผู้รับใบอนุญาต ได้แก่ การกำหนดสัดส่วนของผู้ผลิตรายการอิสระ และการกำหนดสัดส่วนของผู้ผลิตรายการอิสระในเมืองหลวง

#### 5.1.2 (ร่าง) กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์

เช่นเดียวกับ (ร่าง) การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์ (ร่าง) กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ประกอบด้วยองค์การกำกับดูแล และสถานีโทรทัศน์ องค์การกำกับดูแลจะเป็นผู้กำหนดเงื่อนไขต่าง ๆ ให้กับสถานีโทรทัศน์เมื่อต้องการสร้างความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ โดย (ร่าง) กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์

แบ่งออกเป็น 2 ส่วนย่อย ได้แก่ (ร่าง) การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อให้เกิดความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์โดยตรง และ (ร่าง) การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อให้เกิดความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ผ่านการกำกับดูแลกันเอง/การกำกับดูแลร่วมกัน ดังนี้

(ร่าง) การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อให้เกิดความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์โดยตรง

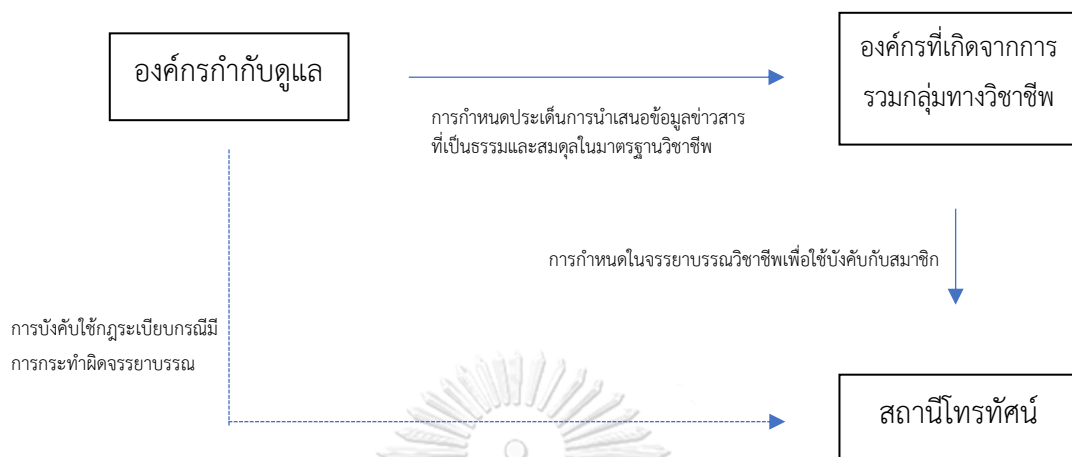


ภาพที่ 3 (ร่าง) การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์  
เพื่อให้เกิดความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์โดยตรง

จากภาพที่ 3 องค์กรกำกับดูแลสามารถกำหนดเงื่อนไขให้กับสถานีโทรทัศน์เพื่อให้เกิดความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ได้โดยตรง ตัวอย่างของวิธีการกำกับดูแล มีดังนี้

- ตัวอย่างของการกำหนดสัดส่วนให้มีกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ได้แก่ การกำหนดสัดส่วนรายการสำหรับเด็ก และการกำหนดสัดส่วนรายการสำหรับผู้สูงอายุในพื้นที่การออกอากาศ
- ตัวอย่างของการกำหนดสัดส่วนให้มีวัตถุประสงค์รายการที่หลากหลาย ได้แก่ การกำหนดสัดส่วนรายการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา
- ตัวอย่างของการกำหนดสัดส่วนให้มีรูปแบบและเนื้อหารายการที่หลากหลาย ได้แก่ การกำหนดสัดส่วนรายการข่าว และการกำหนดสัดส่วนรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับศาสนา
- ตัวอย่างของการกำหนดสัดส่วนให้มีลักษณะเนื้อหาที่ปรากฏที่หลากหลาย ได้แก่ การกำหนดสัดส่วนรายการจากต่างประเทศ และการกำหนดสัดส่วนรายการภายในประเทศ
- ตัวอย่างของการกำหนดให้มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นธรรมและสมดุล ได้แก่ การกำหนดให้นำเสนอประเด็นที่อาจมีการถกเถียงกันให้ครบถ้วนรอบด้าน และการกำหนดให้มีเวลาการออกอากาศอย่างเท่าเทียมกันของพรรคการเมือง

(ร่าง) การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อให้เกิดความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ผ่าน การกำกับดูแลตนเอง/การกำกับดูแลร่วมกัน



ภาพที่ 4 (ร่าง) การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ เพื่อให้เกิดความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ผ่านการกำกับดูแลตนเอง/การกำกับดูแลร่วมกัน

จากภาพที่ 4 องค์กรกำกับดูแลสามารถส่งเสริมให้เกิดความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ได้ โดยการกำหนดในมาตรฐานวิชาชีพเพื่อให้กำหนดไว้ในจรรยาบรรณขององค์กรวิชาชีพที่เกิดจากการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ หากมีการกระทำความผิดตามจรรยาบรรณในกรณีการกำกับดูแลตนเององค์กรวิชาชีพจะดำเนินการกับสมาชิกที่กระทำผิดจรรยาบรรณ หรือในกรณีที่มีการกำกับดูแลร่วมกันก็จะมีการใช้กลไกการบังคับใช้กฎระเบียบ ตัวอย่างของการกำกับดูแลได้แก่ การกำหนดประเด็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นธรรมและสมดุลในมาตรฐานวิชาชีพ

### 5.1.3 (ร่าง) กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย

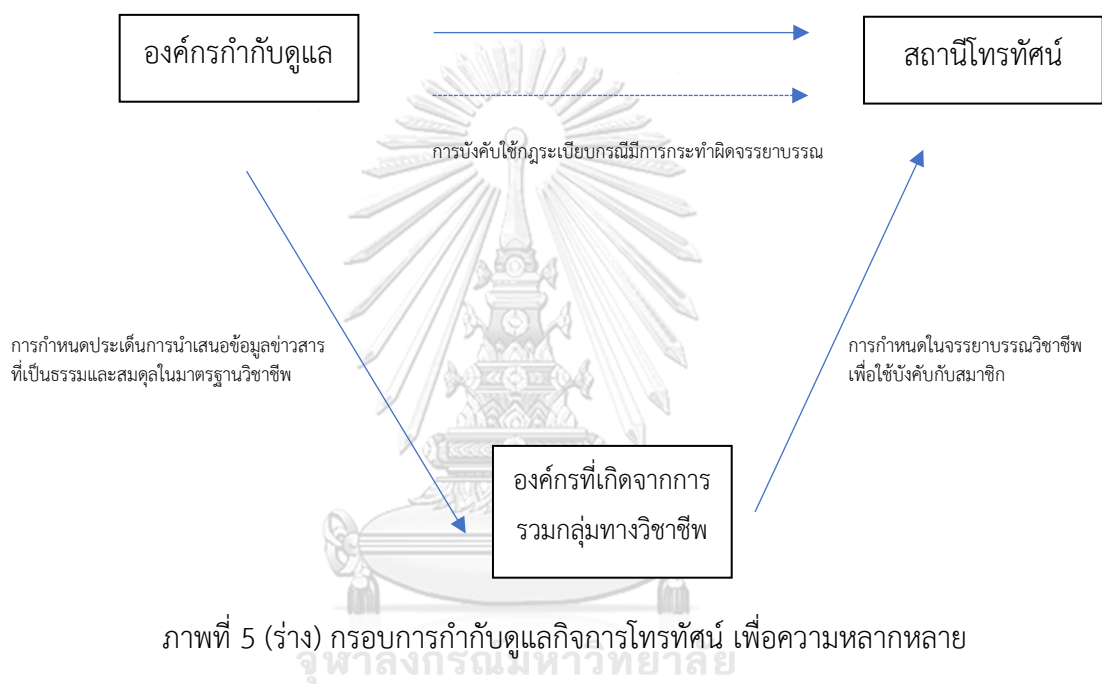
จาก (ร่าง) กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์ และ (ร่าง) กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์สามารถสรุปเป็น (ร่าง) กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายได้ตามภาพที่ 5

#### การกำกับดูแลโครงสร้าง

1. การกำหนดประเภทใบอนุญาต
2. การกำหนดพื้นที่การออกอากาศของใบอนุญาต
3. การกำหนดคุณสมบัติของผู้รับใบอนุญาต
4. การกำหนดแหล่งรายได้ของการประกอบกิจการของผู้รับใบอนุญาต
5. การกำหนดเงื่อนไขการผลิตรายการของผู้รับใบอนุญาต

#### การกำกับดูแลเนื้อหา

1. การกำหนดสัดส่วนให้มีกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย
2. การกำหนดสัดส่วนให้มีวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย
3. การกำหนดสัดส่วนให้มีรูปแบบและเนื้อหาที่หลากหลาย
4. การกำหนดสัดส่วนให้มีลักษณะเนื้อหาที่ปรากฏที่หลากหลาย
5. การกำหนดให้มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นธรรมและสมดุล



ภาพที่ 5 (ร่าง) กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ เพื่อความหลากหลาย

## 5.2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับ (ร่าง) กรอบการกำกับดูแลเพื่อความหลากหลาย

ผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับ (ร่าง) กรอบการกำกับดูแลเพื่อความหลากหลาย แบ่งเป็น 9 ประเด็น ได้แก่ (1) ความไม่สมดุลของแหล่งที่มาของเงินได้ของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ (2) การบังคับใช้กฎหมายเพื่อให้ผู้ประกอบการผลิตเนื้อหาตามที่กำหนดในใบอนุญาตในแต่ละประเภท/หมวดหมู่ (3) การบังคับใช้กฎข้อบังคับเกี่ยวกับความเป็นเจ้าของกิจการโทรทัศน์และการครองสิทธิข้ามสื่อ (4) ปัญหาของการประกอบกิจการของโทรทัศน์ในระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่น (5) ความเป็นไปได้ของการกำหนดสัดส่วนของผู้ผลิตรายการอิสระ (6) ความไม่หลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์อาจไม่ได้มาจากความไม่หลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์ (7) การกำหนดสัดส่วนรายการโทรทัศน์อาจทำให้รายการโทรทัศน์ไม่หลากหลายและมีคุณภาพลดลง และ (8) การใช้มาตรการส่งเสริมให้ปฏิบัติและการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคม โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 5.2.1 ความไม่สมดุลของแหล่งที่มาของเงินได้ของอุตสาหกรรมโทรทัศน์

แหล่งที่มาของเงินได้ส่งผลต่อลักษณะการประกอบกิจการ โดยเฉพาะในส่วนของ การกำหนดจำนวนเป้าหมายในการรับชม ความแตกต่างของแหล่งที่มาของเงินได้ใน การประกอบกิจการ ไม่ว่าจะจากการโฆษณา จากกองทุนสาธารณะ จากการสนับสนุนโดยตรงของผู้รับสาร หรือจากภาษีช่วยให้เกิดความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ได้ อย่างไรก็ตาม หากเกิดความไม่สมดุลกันของแหล่งที่มาของเงินได้ใน การประกอบกิจการ ก็อาจทำให้เนื้อหารายการส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เช่น หากอุตสาหกรรมโทรทัศน์มีรายได้ส่วนใหญ่มาจากการโฆษณา อาจทำให้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับเนื้อหารายการที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมจำนวนมาก และเป็นผู้ชมกลุ่มใหญ่ที่มีอำนาจเหนือกว่า เป็นต้น

“ ณ ตอนนี้อย่างไรก็ตาม ส่วนใหญ่มุ่งที่การโฆษณาหมด มันทำให้ทุกอย่างต้องเป็นเรื่องของ Rating แต่ถ้าเกิดมันมีแหล่งที่มาของรายได้ที่แตกต่างกัน มันหลากหลาย พุดง่าย ๆ ว่าโฆษณาคือการเอาใจผู้สนับสนุนนายทุนเพื่อการค้าอย่างเดียว แต่ถ้ามีรายได้จากแหล่งอื่นด้วย อาจทำให้มันคิดอะไรได้มากขึ้น มันมีอิสระในการคิดได้มากขึ้น มันมีรูปแบบรายการใหม่เพิ่มขึ้นได้ โดยไม่ต้องไปสนใจเรื่องจำนวนผู้ชม” (มรรยาท อัครจันทโชติ, 16 สิงหาคม 2560)

“ประเด็นสำคัญคือกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะที่มีแหล่งเงินได้ที่ไม่ได้มาจากโฆษณา ที่ไม่ต้องคำนึงถึง Rating เมื่อมีรายได้ที่แน่นอน โดยไม่ต้องคำนึงถึงการผลิตรายการเพื่อคนกลุ่มใหญ่ เพื่อเป็นการหารายได้จาก การโฆษณา ทำให้สามารถผลิตรายการสำหรับคนกลุ่มอื่นได้ ซึ่งทำให้เกิดความหลากหลายได้มากขึ้น” (สฤณี อาชวานันทกุล , 10 สิงหาคม 2560)



“แหล่งรายได้เป็นตัวกำหนด Position ของช่อง ถ้าประกอบกิจการเพื่อการค้าหา  
กำไร แหล่งรายได้สำคัญก็จะมาจากการโฆษณา การให้ความสำคัญกับประโยชน์สาธารณะก็  
จะมีน้อย แต่ถ้าเป็นรายได้อื่นที่ไม่ใช่การโฆษณาก็จะสามารถเน้นไปยังวัตถุประสงค์อื่นได้  
เนื้อหาแบบอื่นได้ ซึ่งจะสามารถสร้างความหลากหลายได้” (ณัฐชาติ พวงสุตริก, 26 กันยายน  
2560)

“แหล่งรายได้ของสถานีโทรทัศน์ควรจะมาจากแหล่งอื่นได้นอกจากการโฆษณา  
เช่น กองทุนสาธารณะ การสนับสนุนโดยตรงของผู้รับสาร ค่าสมาชิก กองทุนส่งเสริมการผลิต  
สื่อ เป็นต้น” (มานะ ตรีรยาภิวัฒน์, 18 สิงหาคม 2560)

#### 5.2.2 การบังคับใช้กฎหมายเพื่อให้ผู้ประกอบการผลิตเนื้อหาตามที่กำหนดในใบอนุญาตในแต่ละ ประเภท/หมวดหมู่

ถ้าผู้ประกอบการแต่ละประเภท/หมวดหมู่ใบอนุญาตประกอบการโดยการผลิตเนื้อหา  
ให้ตรงกับประเภท/หมวดหมู่ใบอนุญาตที่ได้รับยอมทำให้เกิดความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการ  
โทรทัศน์ แต่ในทางปฏิบัติ ลักษณะของเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่ผลิตยังมีความคล้ายกัน แม้ว่าจะมา  
จากผู้ประกอบการที่มีประเภท/หมวดหมู่ใบอนุญาตแตกต่างกัน ดังนั้นผู้กำกับดูแลควรบังคับใช้  
กฎหมายให้ผู้ประกอบการแต่ละประเภท/หมวดหมู่ผลิตเนื้อหาให้ตรงกับประเภท/หมวดหมู่  
ใบอนุญาตที่ได้รับ

“จำนวนเพียงอย่างเดียวไม่ได้ทำให้เกิดความหลากหลาย แต่การกำหนดประเภท  
ของการประกอบกิจการจะช่วยทำให้เกิดการแข่งขัน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความหลากหลาย  
ของประเทศอังกฤษ แต่ละช่องจะกำหนดชัดเจนเลยว่า จะต้องเป็นอย่างไร

ของไทยที่กำหนดให้เป็นทั่วไป ชาว เด็ก ก็น่าจะทำให้เกิดความหลากหลาย ถ้าเป็น  
ช่องข่าว แต่นำเสนอละคร ก็คงต้องพิจารณาว่าทำได้หรือไม่” (กฤติพร ศรียะพันธ์, 2 ตุลาคม  
2560)

“ในประเทศไทย กิจการประเภทสาธารณะและประเภทธุรกิจ มันมีความเหมือนกัน  
ทำให้ไม่เกิดความหลากหลาย” (สมพร อมรชัยนพคุณ, 3 ตุลาคม 2560)

“ถ้าสามารถแบ่งประเภทการประกอบกิจการได้อย่างชัดเจน ก็จะทำให้อุตสาหกรรมโทรทัศน์เกิดความหลากหลาย สังคมจะได้ประโยชน์จากการมีกิจการโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะ อุตสาหกรรมโทรทัศน์จะเกิดการพัฒนาจากการแข่งขันกันของกิจการโทรทัศน์เพื่อบริการทางธุรกิจ และชุมชนจะเกิดการเรียนรู้จากกิจการโทรทัศน์เพื่อบริการชุมชน” (จเลิศ เจษฎาวัดีย์, 20 กันยายน 2560)

“ในอุดมคติ หากเกิดกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะ ก็ตอบโจทย์ของประโยชน์สาธารณะ กิจการโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจก็ตอบโจทย์ความบันเทิง การพัฒนาอุตสาหกรรม ส่วนกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการชุมชนก็ตอบโจทย์ความต้องการในระดับพื้นที่ท้องถิ่น มันก็จะเกิดความหลากหลายได้ ถ้าสามารถแข่งขันด้วยเนื้อหาจริง ๆ มีการสร้างลักษณะเฉพาะของแต่ละสถานี” (รมิดา จรินทร์พิทยพิทักษ์, 26 กันยายน 2560)

### 5.2.3 การบังคับใช้กฎข้อบังคับเกี่ยวกับความเป็นเจ้าของกิจการโทรทัศน์และการครองสิทธิข้ามสื่อ

ในทางทฤษฎี การจำกัดจำนวนใบอนุญาตที่วิสาหกิจสามารถถือได้และการจำกัดการครองสิทธิข้ามสื่อเป็นวิธีการกำกับดูแลให้เกิดความหลากหลายโดยการเพิ่มจำนวนวิสาหกิจที่เข้ามาประกอบกิจการโทรทัศน์ อีกทั้งยังเป็นการป้องกันการครอบงำข้อมูลข่าวสารจากบุคคลใดบุคคลหนึ่ง กลุ่มบุคคลใดกลุ่มบุคคลหนึ่ง หรือองค์กรใดองค์กรหนึ่งที่ต้องการชั้นนำกลุ่มเป้าหมาย แต่ในทางปฏิบัติ มีข้อจำกัดและปัญหาในการบังคับใช้กฎหมาย ผู้ที่ต้องการหลีกเลี่ยงกฎหมายมักหาช่องว่างทางกฎหมายได้ แม้ไม่ได้เป็นเจ้าของกิจการโทรทัศน์โดยตรง แต่ก็สามารถเป็นเจ้าของแบบไม่ผิดกฎหมายได้

“การจำกัดจำนวนใบอนุญาตที่สามารถถือได้ ในทางทฤษฎีสามารถสร้างความหลากหลายแน่นอนอยู่แล้ว แต่ในทางปฏิบัติมีข้อจำกัดอื่นเยอะ” (รมิดา จรินทร์พิทยพิทักษ์, 26 กันยายน 2560)

“การกำหนดให้วิสาหกิจหนึ่งถือใบอนุญาตได้ 1 ใบอนุญาต ย่อมทำให้เกิดความหลากหลายสูง แต่คิดว่ามีความเป็นไปได้ยากที่จะขึ้นในประเทศไทย” (จเลิศ เจษฎาวัดีย์, 20 กันยายน 2560)

“เรื่องของการจำกัดความเป็นเจ้าของ แม้ว่าในทางกฎหมายเขียนไว้อย่างไร แต่ในทางปฏิบัติก็สามารถหาช่องทางได้ ถึงไม่ได้เป็นเจ้าของโดยตรง แต่ก็มีเชื่อมโยงแบบ

“ไม่ผิดกฎหมายได้ ซึ่งแน่นอนว่าจะเกิดความไม่หลากหลายขึ้น” (สมพร อมรชัยนพคุณ, 3 ตุลาคม 2560)

“ถึงมีการจำกัดความเป็นเจ้าของ สุตท้ายก็จะมีการถือแทน คิดว่าจำกัดไปก็ไม่มีประโยชน์” (มานะ ตริยาภิวัฒน์, 18 สิงหาคม 2560)

“ความเป็นไปได้้น้อยมาก เพราะกฎหมายไทยบังคับใช้เรื่องนี้ไม่ได้ มี Nominee อยู่  
ทั้งนั้น

ปัจจุบันก็ครองสิทธิข้ามลือกันเต็มไปหมดแล้ว จะมาบังคับตอนนี้ก็คงไม่ทัน”  
(ศิริวรรณ อนันต์โท, 12 กันยายน 2560)

#### 5.2.4 การประกอบกิจการของโทรทัศน์ในระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่น

การกำหนดใบอนุญาตตามพื้นที่การออกอากาศโดยการกำหนดให้มีพื้นที่การออกอากาศเป็นระดับชาติ ระดับภูมิภาค ระดับจังหวัด และระดับท้องถิ่น ทำให้เกิดความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์ ซึ่งทำให้เกิดความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ได้ โดยเฉพาะในระดับภูมิภาค ระดับจังหวัด และระดับท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม ผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนมองว่าการกำหนดพื้นที่การออกอากาศทำให้นือหารายการไม่หลากหลาย เพราะการกำหนดพื้นที่การออกอากาศเป็นการจำกัดจำนวนผู้ชมที่สามารถรับชมเนื้อหารายการจากกิจการโทรทัศน์ได้ จึงมีแนวโน้มที่ผู้ประกอบการจะเลือกผลิตเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่การออกอากาศหรือบริเวณใกล้เคียง ซึ่งหากมองในระดับความหลากหลายภายในกิจการโทรทัศน์แล้ว ก็ถือได้ว่าเนื้อหารายการไม่มีความหลากหลาย

“การกำหนดพื้นที่ออกอากาศคิดว่าไม่น่าจะทำให้เกิดความหลากหลาย เพราะมันถูกรอบใหญ่คลุม เช่น สถานีโทรทัศน์ที่มีพื้นที่ออกอากาศในหนองคาย เนื้อหาที่ออกอากาศมีความหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเศรษฐกิจ วัฒนธรรม หรือความเป็นอยู่ แต่ก็ถูกคลุมด้วยกรอบใหญ่ คือ จังหวัดหนองคาย ไม่หลากหลายในมุมมองนี้ แต่ถ้าพื้นที่กว้างขึ้น ความต้องการก็จะมากขึ้นตาม ก็จะให้เกิดความหลากหลายมากขึ้น” (สมพร อมรชัยนพคุณ, 3 ตุลาคม 2560)

“คือถ้าจำกัดเฉพาะพื้นที่เชียงใหม่ เนื้อหาก็ไม่หลากหลาย เพราะมีเนื้อหาเน้นไปที่เชียงใหม่ และพื้นที่ใกล้เคียง” (รัชดา อัจฉริ และสุวที แสนหลวง, 11 กันยายน 2560)

นอกจากนั้น ในทางปฏิบัติ ผู้ประกอบกิจการในระดับภูมิภาค และระดับท้องถิ่นอาจประสบปัญหาเรื่องการเลือกเนื้อหาที่ดึงดูดผู้ชมมากที่สุด เช่นเดียวกับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ ประเภทบริการทางธุรกิจในระดับชาติซึ่งส่งผลให้ไม่มีความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์

“การกำหนดพื้นที่ออกอากาศ กำหนดได้ แต่คิดว่าไม่มีผลทำให้เกิดความหลากหลาย เพราะยังงี้ก็ต้องมุ่งสนใจที่ Rating” (มานะ ตรีรยาภิวัฒน์, 18 สิงหาคม 2560)

ในส่วนของกิจการโทรทัศน์ในระดับภูมิภาคหรือระดับท้องถิ่นนั้น ในทางปฏิบัติ กิจการโทรทัศน์ประเภทบริการชุมชนอาจไม่สามารถดำเนินกิจการได้ เนื่องจากจำนวนของผู้รับชมกิจการโทรทัศน์มีจำนวนไม่มากทำให้ต้นทุนการประกอบกิจการโทรทัศน์มากกว่ารายรับที่ได้จากการโฆษณา ประกอบกับภูมิทัศน์สื่อและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถทดแทนกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการชุมชนได้

“โทรทัศน์ชุมชนเกิดยากมาก มีอุปสรรคหลายอย่าง ทั้งทางด้านเทคโนโลยีงบประมาณ ความต้องการของชุมชน โทรทัศน์ระดับประเทศยังแทบไม่รอด ไม่ต้องพูดถึงโทรทัศน์ชุมชนครับ” (ณัฐชาติ พวงสุตริก, 26 กันยายน 2560)

“วัตถุประสงค์ของแบ่งเป็นธุรกิจ สาธารณะ และชุมชน เพื่อความหลากหลาย แต่ปัจจุบันคิดว่าไม่จำเป็นต้องมีชุมชนแล้ว ส่วนธุรกิจก็ไปให้คู่แข่งกันจะแบบไหนอย่างไรก็แล้วแต่ ไม่ต้องไปกำหนดให้เค้า ตลาดจะเป็นตัวกำหนดเอง” (อาคม สุวรรณรักษา, 3 ตุลาคม 2560)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

“ในทางทฤษฎี การแบ่งลักษณะของการประกอบกิจการทำให้เกิดความหลากหลาย แต่อย่างที่บอกไปว่าโทรทัศน์ชุมชนเกิดขึ้นยากต้องมีแผนการสนับสนุนจริงจังจึงจะอยู่ได้ ดังนั้นก็จะเหลือเพียงกิจการประเภทบริการสาธารณะ และกิจการประเภทบริการทางธุรกิจที่จะสร้างความหลากหลายได้” (รมิดา จรินทร์พิทักษ์, 26 กันยายน 2560)

“กิจการโทรทัศน์ในระดับภูมิภาค หรือระดับท้องถิ่น ไม่มีความจำเป็นแล้ว เพราะปัจจุบันมี Platform อื่นมากขึ้น ความจำเป็นของโทรทัศน์ชุมชน หรือวิทยุชุมชนก็น้อยลง ประเทศไทยไม่ได้เป็นประเทศที่ใหญ่มาก คิดว่าเรื่องของกิจการโทรทัศน์ในระดับภูมิภาค และท้องถิ่น เกิดขึ้นยากมาก แล้วเดี๋ยวนี้เทคโนโลยีก็เข้ามาเยอะ ทุกอย่าง Online หมดแล้ว” (ศิริวรรณ อนันต์โท, 12 กันยายน 2560)

### 5.2.5 ความเป็นไปได้ของการกำหนดสัดส่วนของผู้ผลิตรายการอิสระ

การกำหนดสัดส่วนให้ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ในการจ้างผู้ผลิตรายการอิสระ เป็นวิธีการผูกขาดการผลิตรายการแต่เพียงผู้เดียวของผู้รับใบอนุญาตซึ่งอาจทำให้รายการโทรทัศน์ มีความซ้ำซาก รูปแบบของความสัมพันธ์ของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์และผู้ผลิต รายการอิสระมีหลายรูปแบบ อาทิเช่น การจ้างผลิตรายการ การซื้อรายการสำเร็จรูป การร่วมผลิต รายการ และการให้เช่าเวลา นอกจากนี้การกำหนดสัดส่วนของผู้ผลิตรายการอิสระตามสัญญาชาติ ของประเทศ หรือสัดส่วนของผู้ผลิตรายการอิสระนอกเขตเมืองหลวงก็จะช่วยทำให้เกิดความ หลากหลายในเนื้อหามากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ดี การกำหนดสัดส่วนของผู้ผลิตรายการอิสระไม่สามารถทำให้เกิดความหลากหลาย ได้ เพราะ การกำหนดนโยบาย แนวทางการผลิตและอำนาจการตัดสินใจในการเลือกรายการยังเป็น ของกิจการโทรทัศน์ ดังนั้นจึงมีโอกาสน้อยที่ผู้ผลิตรายการอิสระจะมีส่วนทำให้เกิดความหลากหลาย ในเนื้อหา

“การมีผู้ผลิตรายการอิสระไม่ได้ทำให้อาณาเขตเกิดความหลากหลาย เพราะสุดท้าย การกำหนดสัดส่วนของผังรายการก็อยู่ที่สถานีโทรทัศน์ และเนื้อหาจะถูกกำหนดจาก สถานีโทรทัศน์ ยิ่งไปกว่านี้เราก็บริพเค้าอยู่ดีว่าอยากได้รายการแบบไหน มันไม่ได้ทำให้เกิดความ หลากหลาย” (รัชดา อุจจ์ศรี และสุวิทย์ แสนหลวง, 11 กันยายน 2560)

“ตามวัตถุประสงค์ของประกาศให้มีผู้ผลิตรายการอิสระ ก็ต้องการให้มีคนอื่นเข้า มาร่วมในการสร้างความหลากหลายในการดำเนินการ ก็ย่อมที่จะทำให้เกิดความหลากหลาย มากขึ้น

แต่สุดท้ายก็ขึ้นอยู่กับสถานีอยู่ดีว่าจะจ้างใคร ให้ใครมาร่วม” (ณัฐชาติ พวงสุตรัก, 26 กันยายน 2560)

“วิธีการหนึ่งที่จะส่งเสริมให้เกิดความหลากหลายคือการใช้ผู้ผลิตรายการอิสระ ปัญหาของประเทศไทยคือเราไม่มีนิยามคำว่าผู้ผลิตรายการอิสระ ถ้ามีนิยามที่ชัดเจนว่าไม่มี ความเกี่ยวข้องกับสถานีโทรทัศน์ รายการโทรทัศน์ที่ผลิตก็น่าจะมีความหลากหลาย แต่ของ ไทย เป็นบริษัทลูก ทำให้ผู้ผลิตรายการอิสระไม่มีความเป็นอิสระ สุดท้ายก็เหมือน สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง ถ้าจะให้ดีทางสถานีโทรทัศน์ให้เวลาไป กำหนดรูปแบบและเนื้อหา ในภาพรวม แล้วให้อิสระ” (สมพร อมรชัยนพคุณ, 3 ตุลาคม 2560)

นอกจากนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นว่าไม่มีความจำเป็นที่จะกำหนดสัดส่วนของผู้ผลิตรายการอิสระตามสัญชาติของประเทศ หรือสัดส่วนของผู้ผลิตรายการอิสระนอกเขตเมืองหลวง เพราะไม่ว่าผู้ผลิตรายการสัญชาติใด หรือมีภูมิลำเนาอยู่ที่ใด ก็ผลิตรายการโทรทัศน์ไม่แตกต่างกัน

“การกำหนดสัดส่วนของผู้ผลิตรายการอิสระว่าจะอยู่ในหรือนอกกรุงเทพฯ ไม่มี  
ความแตกต่างกัน” (มรรยาท อัครจันทโชติ, 16 สิงหาคม 2560)

“เรื่องกำหนดสัดส่วนของสัญชาติ หรือภูมิลำเนา คิดว่าไม่มีผล” (มานะ ตรีริยา  
ภวิวัฒน์, 18 สิงหาคม 2560)

“การกำหนดโควตาจากต่างชาติไม่ว่าจะเกี่ยวข้องกับควมหลากหลาย แต่เป็นการ  
กำหนดไว้เพื่อป้องกันอุตสาหกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์ในประเทศ

และจะผลิตในกรุงเทพฯ หรือนอกกรุงเทพฯ ก็ไม่มีผล เพราะสุดท้ายจะถูกกำหนด  
กรอบโดยสถานี และอีกสาเหตุหนึ่งคือประเทศไทยไม่ได้มีแบ่งแยกกันชัดเจน” (ณัฐชาติ พวง  
สุตรัก, 26 กันยายน 2560)

“สำหรับการกำหนดสัดส่วนของผู้ผลิตรายการอิสระให้อยู่นอกเขตเมือง คิดว่า  
สำหรับประเทศไทย ไม่มีความแตกต่างกัน ผู้ผลิตจากกรุงเทพฯ ผู้ผลิตจากเชียงใหม่ ผู้ผลิต  
จากสุราษฎร์ ไม่แตกต่างกัน ผลิตรายการเหมือนกัน

ถ้าเป็นผู้ผลิตรายการอิสระ ไม่ว่าจะยังไง ก็ต้องผลิตตามกรอบของสถานีโทรทัศน์ ไม่  
ว่าจะสัญชาติไหน ตั้งอยู่ที่ไหน ก็ผลิตรายการเหมือนกัน ไม่ต่างกัน” (สมพร อมรชัยนพคุณ, 3  
ตุลาคม 2560)

การที่ผู้รับใบอนุญาตจะใช้หรือไม่ใช้ผู้ผลิตรายการอิสระในสัดส่วนเท่าใด เป็นประเด็นเกี่ยวกับการจัดการการผลิตรายการของกิจการโทรทัศน์ในส่วนของต้นทุนการผลิต และถือว่าเป็นการกระจายความเสี่ยงในการประกอบกิจการอย่างหนึ่งมากกว่าการพิจารณาในประเด็นการส่งเสริมความหลากหลาย

“ลักษณะของการผลิตที่ต่างกัน ต้นทุนการผลิตก็ต่างกัน จึงต้องมีการกำหนดสัดส่วน  
ให้ดี ในส่วนของการจ้างผลิตจะมีต้นทุนที่สูงกว่า เราจ้างเพราะเป็นสเกลงานที่เราทำไม่ได้  
ถ้าเป็นรายการที่ผลิตเองจะเป็นรายการเล็ก ไม่ต้องใช้ Studio ใหญ่ เน้นการถ่ายทำนอก  
สถานที่” (รัชดา อัจฉีศรี และสุวที แสนหลวง, 11 กันยายน 2560)

“การผลิตร่วมกับต่างประเทศอาจเป็นวิธีที่จะช่วยทำให้เนื้อหามีความหลากหลายมากขึ้น มากกว่าการผลิตโดยผู้ผลิตไทยเพียงฝ่ายเดียว อย่างน้อยก็คงมีละครเรื่องอื่นบ้าง ไม่งั้นก็จะมีการสร้างซ้ำ เหมือนบ้านทรายทอง สร้างแล้วสร้างอีก มี Plot ละครจากจีนบ้าง เกาหลีบ้าง น่าจะดีกว่า

เช่น การซื้อลิขสิทธิ์ละครเกาหลีเรื่อง *Coffee Prince* มาเพื่อผลิตเป็นไทย ก็ถือว่าหลากหลายมากกว่าการทำบ้านทรายทองซ้ำ การซื้อลิขสิทธิ์ *The Mask Singer* แล้วมาปรับปรุงทำเป็นแบบไทย ก็ถือว่าประสบความสำเร็จมากเลยทีเดียว เป็นต้น” (รมิดา จรินทร์พิทย์พิทักษ์, 26 กันยายน 2560)

“ถ้ามีลักษณะการผลิตที่หลากหลายก็จะเกิดการแข่งขันกันในการผลิต ซึ่งจะทำให้คุณภาพรายการดีขึ้น นอกจากนั้น การจ้างให้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านผลิตรายการยอมทำให้เกิดรายการที่มีคุณภาพมากขึ้น เช่น หากได้ผู้เชี่ยวชาญในการผลิตรายการเด็กมาผลิตรายการเด็กก็ยอมทำให้ผู้ชมที่เป็นเด็กได้ประโยชน์มากกว่า” (จเลิศ เจษฎาวลัย, 20 กันยายน 2560)

#### 5.2.6 ความไม่หลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์อาจไม่ได้มาจากความไม่หลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์

การเพิ่มจำนวนวิสาหกิจที่เข้ามาประกอบกิจการโทรทัศน์ส่งผลให้เกิดความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ อย่างไรก็ตามที่วิสาหกิจหนึ่งถือใบอนุญาตมากกว่า 1 ใบอนุญาตไม่ได้แปลว่าจะเกิดความไม่หลากหลาย ขึ้นอยู่กับวิสาหกิจที่ถือใบอนุญาตว่ามีแนวทางในการประกอบกิจการอย่างไร ซึ่งมีความเป็นไปได้ว่าจะเกิดความหลากหลายมากขึ้นได้ เพราะเจ้าของใบอนุญาตคงไม่ต้องการให้สถานีโทรทัศน์ในความครอบครองของตัวเองช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดกันเอง

“ผู้ถือใบอนุญาตมากกว่า 1 ใบอนุญาต สมมติมีสัก 3 ใบอนุญาต ก็สามารถทำให้แต่ละใบอนุญาตมี Theme ที่ต่างกันได้ หลากหลายได้ ไม่ใช่ว่า 3 ใบอนุญาตจะประกอบกิจการเหมือนกัน” (ณัฐชาติ พวงสุตรรัก, 26 กันยายน 2560)

“ถ้าผู้รับใบอนุญาต แยกกันประกอบกิจการ ไม่ใช่เนื้อหารายการ หรือแหล่งข่าวร่วมกัน ก็จะทำให้เกิดความหลากหลายมากกว่า การนำเนื้อหาจากช่องรายการหนึ่งไปออกอากาศซ้ำอีกช่องรายการหนึ่ง แบบนี้ไม่น่าจะทำให้หลากหลาย” (กัญญา แสนคลัง, 2 ตุลาคม 2560)

ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่าข้อมูลข่าวสารถูกใช้หมุนเวียนกันระหว่างกิจการหนังสือพิมพ์ และ กิจการโทรทัศน์ โดยที่มิได้มีความเป็นเจ้าของเกี่ยวข้องกัน แต่เป็นประเด็นความหลากหลายของ แหล่งข่าวมากกว่า

“คือถ้าหนังสือพิมพ์มีเนื้อหาที่ดี มีข่าวเยอะ หลากหลาย แล้วเอาเนื้อหานั้นมาทำ รายการโทรทัศน์ มันก็น่าจะดี

แม้ไม่ได้เป็นเจ้าของหนังสือพิมพ์ แต่กิจการโทรทัศน์ก็เอาข่าวหนังสือพิมพ์มาอ่าน ออกอากาศทางโทรทัศน์อยู่ดี” (กัญญา แสนคลัง, 2 ตุลาคม 2560)

“คิดว่าการห้ามการครองสิทธิ์ข้ามสื่อระหว่างหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง และ วิทยุโทรทัศน์ ไม่มีผลอะไร เพราะเนื้อหาข่าวสารก็ยังคงเหมือนเดิม ปัจจุบันบางช่องรายการ ก็ใช้ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์มานำเสนอ สื่อไม่ได้พัฒนาให้เกิดความหลากหลายเอง ไม่ได้ เกี่ยวกับความเป็นเจ้าของ” (ณัฐชาติ พวงสุตรัก, 26 กันยายน 2560)

“ความไม่หลากหลายหนึ่งที่พบคือ รายการข่าวของสถานีโทรทัศน์มันมาจาก แหล่งข่าวเดียวกัน เปิดช่อง ก กับเปิดช่อง ข ข่าวเดียวกัน เนื้อหาเดียวกัน แคมบางทีในช่อง เดียวกันข่าวนี้ออกเช้า สาย กลางวัน บ่าย เย็น ก่อนนอน ซึ่งถ้าผู้ชมที่เปิดชมช่องรายการ เดียวทั้งวัน ก็จะได้ประโยชน์อะไร” (สมพร อมรชัยนพคุณ, 3 ตุลาคม 2560)

5.2.7 การกำหนดสัดส่วนรายการโทรทัศน์อาจทำให้รายการโทรทัศน์ไม่หลากหลายและมีคุณภาพ ลดลง

ผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นว่าการกำหนดสัดส่วนรายการโทรทัศน์เป็นหลักประกันว่ากิจการ โทรทัศน์จะมีรายการโทรทัศน์ในลักษณะที่กำหนดตามจำนวนขั้นต่ำที่กฎหมายกำหนด เพราะหากไม่ กำหนดสัดส่วนไว้ อาจเกิดกรณีที่กิจการโทรทัศน์ผลิตรายการเพื่อความบันเทิงเพียงเดียวเพื่อดึงดูด ผู้ชมจำนวนมากที่สุดและผู้ชมที่มีกำลังซื้อ ละเลยคนกลุ่มน้อยและคนด้อยโอกาส

“แต่ถ้าไม่กำหนดขั้นต่ำไว้เลย ช่องรายการก็อาจละเลยรายการไปเลย โดยคำนึงถึง จำนวนผู้ชมที่มีจำนวนมากที่สุด และมีกำลังซื้อสูงสุด” (ณัฐชาติ พวงสุตรัก, 26 กันยายน 2560)



“การกำหนดเกี่ยวกับช่วงเวลาในการออกอากาศของรายการเด็ก ถ้าไม่กำหนดไว้ ช่องรายการก็อาจนำไปออกอากาศในเวลาของเด็กไม่ได้ แต่ถ้ากำหนดว่าให้ออกอากาศในช่วงเวลาใด ช่วงเวลานั้นก็จะไม่หลากหลาย เพราะมีแต่รายการเด็ก” (อาคม สุวรรณรักษา, 3 ตุลาคม 2560)

อย่างไรก็ดี ผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนเห็นว่า การกำหนดสัดส่วนรายการโทรทัศน์นั้น หากมองอีกมุมหนึ่งอาจเป็นการทำให้เกิดความไม่หลากหลายในรายการโทรทัศน์ เช่น การกำหนดเนื้อหาเฉพาะในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ ย่อมทำให้ช่วงเวลานั้นเกิดความไม่หลากหลาย การกำหนดสัดส่วนลักษณะเนื้อหาเฉพาะ ย่อมทำให้มีเนื้อหาลักษณะนั้นมากกว่าเนื้อหาลักษณะอื่น ย่อมทำให้เกิดความไม่หลากหลาย เป็นต้น

“การกำหนดสัดส่วนในแต่ละสถานี มันเป็นการสร้างกรอบ สุดท้ายทุกช่องต้องมีรายการเด็ก 10% ในช่วง Primetime มันก็กลายเป็นไม่หลากหลายสิ” (รัชดา อุจจ์ศรี และ สุวที แสนหลวง, 11 กันยายน 2560)

“เราได้รับข้อเสนอแนะจากสำนักพระราชวังว่า พระองค์ท่านอยากให้เกิดความหลากหลาย ประชาชนได้ดูอย่างทั่วถึง บางคนไม่ได้มีเวลาตอนสองทุ่ม บางคนมีเวลาตอนสามทุ่ม บางคนตอนสี่ทุ่ม ในช่วงเวลานี้จะออกอากาศช่วงไหนก็ดี ถือว่าเป็นการสร้าง ความหลากหลายในการรับชม” (มณีรัตน์ กำจรกิจการ, 3 ตุลาคม 2560)

นอกจากนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่า การกำหนดสัดส่วนเนื้อหาของรายการบางลักษณะนอกจากเป็นการสร้างภาระให้กับกิจการโทรทัศน์แล้ว ยังอาจเกิดผลเสียต่อคุณภาพของรายการโทรทัศน์ เพราะหากกิจการโทรทัศน์ไม่ถนัดในการผลิตรายการลักษณะนั้นอาจส่งผลให้กิจการโทรทัศน์ผลิตรายการต่ำกว่าที่ควรจะเป็น และส่งผลเสียแก่ผู้ชมรายการโทรทัศน์

“การกำหนดสัดส่วน ถ้าช่องรายการไม่ถนัด ก็จะทำรายการออกมาเป็นรายการที่ไม่มีคุณภาพ” (ณัฐชาติ พวงสุตริก, 26 กันยายน 2560)

“การกำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตทำในสิ่งที่ไม่ถนัด ไม่มีความชำนาญ อาจทำให้รายการไม่มีคุณภาพ ผลเสียก็จะตกกับผู้ชม” (กัญญา แสสนคลัง, 2 ตุลาคม 2560)

“การไปบังคับให้กิจการโทรทัศน์ทำในสิ่งที่ไม่ถนัดเป็นสิ่งที่อันตราย สุดท้ายรายการที่ผลิตออกมาก็ไม่มีคุณภาพ ซึ่งผลเสียก็ตกไปยังผู้ชม

ผู้กำกับดูแลควรทำหน้าที่กำหนดวิสัยทัศน์และนโยบาย แล้วปล่อยให้อุตสาหกรรมโทรทัศน์พัฒนาตนเองตามกลไกตลาด ปล่อยให้มีความคิดสร้างสรรค์บ้าง การทำธุรกิจก็ต้องมีกำไร ถ้าบังคับแล้วเค้าทำไม่ได้คุณภาพจะทำยังไง เช่น บังคับให้มีรายการเด็ก 20% เค้าก็ทำ รายการเด็กแบบที่ไม่ใช่รายการเด็ก แล้วไง ทำแล้วไง แล้วเด็กที่ดู จะเป็นอย่างไร?” (จเลิศ เจษฎาวัลย์, 20 กันยายน 2560)

“คิดว่า ไม่จำเป็นต้องกำหนดสัดส่วนว่าต้องเป็นรายการข่าวและสาระเท่าไร่ ถ้ามว่าวันนี้ช่องทั่วไป กับช่องข่าว คุณภาพของรายการข่าวเท่ากันหรือไม่ แต่ละช่องก็มีความถนัดของตัวเอง การบังคับให้ทำในสิ่งที่ไม่ถนัด ก็อาจส่งผลถึงคุณภาพรายการได้

ถ้าไม่ได้เชี่ยวชาญทางการผลิตข่าว ก็ผลิตรายการรูปแบบอื่น แต่แทรกประโยชน์สาธารณะ แบบนี้จะดีกว่า แล้วมันจะเกิดความหลากหลายอย่างมีคุณภาพ” (สมพร อมรชัยนพคุณ, 3 ตุลาคม 2560)

#### 5.2.8 การใช้มาตรการส่งเสริมให้ปฏิบัติและการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคม

การบังคับใช้กฎระเบียบในการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ค่อนข้างยาก ถ้าสามารถบังคับใช้ได้จริงจะทำให้เกิดความหลากหลายได้ จึงควรเปลี่ยนจากการบังคับใช้กฎระเบียบเป็นการส่งเสริมจูงใจให้กิจการโทรทัศน์ปฏิบัติมากกว่า โดยการกำหนดเงื่อนไขขั้นต่ำที่ต้องปฏิบัติ และกำหนดเงื่อนไขขั้นสูง ซึ่งถ้ากิจการโทรทัศน์ปฏิบัติตามจะได้รับผลประโยชน์เพิ่มเติม เช่น การได้ส่วนลดค่าธรรมเนียมใบอนุญาต การได้รับการพิจารณาสนับสนุนทางการเงินในการผลิตรายการโทรทัศน์ เป็นต้น

“รัฐควรมีส่วนในการกำกับดูแล แต่ถ้าไม่ได้กำหนดไว้ในกฎหมายก็ทำไม่ได้อยู่แล้ว ทางที่ดีคือการให้ผลประโยชน์ตอบแทน เช่น การลดหย่อนค่าธรรมเนียม เป็นต้น ถ้าทำรายการแบบนี้ กลุ่มเป้าหมายนี้ จะลดค่าธรรมเนียมให้” (กฤติพร ศรียะพันธ์, 2 ตุลาคม 2560)

“ทาง กสทช. มีการส่งเสริมการผลิตรายการ อย่างเช่น รายการสำหรับเด็ก หาโฆษณาอยาก ใครอยากทำก็มาขอทุน มีทั้งทุนโดยตรงจาก กสทช. และทุนจากกองทุนสื่อปลอดภัยฯ” (กัญญา แส่นคลัง, 2 ตุลาคม 2560)

“ไม่ควรเป็นการบังคับ แต่ควรเป็นการส่งเสริม เช่น ถ้าทำตามเงื่อนไขได้ จะลดค่าใบอนุญาตให้ เป็นต้น บังคับเรื่องรายการเด็ก ก็ไม่เกิด แต่ถ้าเราส่งเสริมให้สถานีโทรทัศน์มี

ภารกิจ ทำเนื้อหาที่หลากหลาย ไม่ต้องหน้ามือหลังมือ แต่ต้องมีการเพิ่มสัดส่วนของกลุ่มเป้าหมายให้ครอบคลุม” (เจเลียส เจษฎาวัลย์, 20 กันยายน 2560)

“เมื่อไหร่ก็ตามที่มีรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเดียวกันมากเกินไป รัฐจึงเข้ามาแทรกแซง จริง ๆ อยากให้เข้าไปส่งเสริมมากกว่า เป็นมาตรการแบบให้โอกาส สนับสนุนให้ผลิตรายการที่ตอบโจทย์ประโยชน์สาธารณะ การบังคับใช้กฎหมายให้เป็นกรณีที่เกิดกฎหมาย ส่วนนี้อยากให้เป็นการสร้างแรงจูงใจมากกว่า

การกำหนดสัดส่วนให้กับเนื้อหาที่ดีควรมี แต่ควรไปพร้อมกับแรงจูงใจ หรือผลประโยชน์บางอย่าง สัดส่วนที่กำหนดก็ไม่ควรมากเกินไป ช่วงเวลาที่เหลือก็ให้อิสระกับช่องรายการ” (รมิดา จรินทร์พิทยพิทักษ์, 26 กันยายน 2560)

นอกจากนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ยังเห็นว่า การกำกับดูแลจากภาครัฐเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอ ดังนั้น นอกจากมาตรการส่งเสริมและจูงใจให้กิจการโทรทัศน์ผลิตเนื้อหาที่มีความหลากหลายแล้ว ควรเปิดโอกาสให้ภาคประชาสังคมมีส่วนในการช่วยส่งเสริมความหลากหลายด้วย

“ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในเรื่องนี้ ผู้ชมควรตระหนักความสำคัญของการมีเนื้อหาที่หลากหลาย ถ้าเปิดไปทุกช่องแล้วมีข่าวเหมือนกันหมด จะมีโทรทัศน์หลายช่องทำไม” (กฤติพร ศรียะพันธ์, 2 ตุลาคม 2560)

“เครือข่ายภาคประชาชนเป็นสิ่งสำคัญ ควรส่งเสริมให้มีความเข้มแข็ง เป็นเครือข่ายเพื่อให้ช่วยกันเฝ้าระวังเนื้อหา” (รมิดา จรินทร์พิทยพิทักษ์, 26 กันยายน 2560)

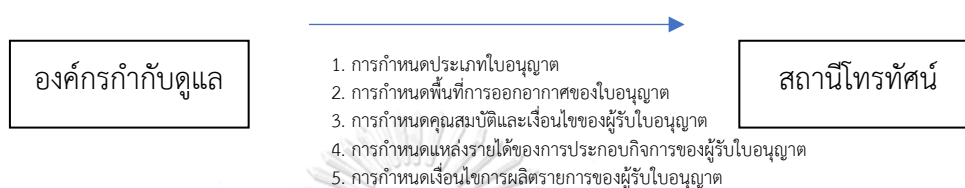
“แรงผลักดันจากภาครัฐอย่างเดียวไม่พอ ต้องมีแรงจากผู้ชมด้วย สถานีโทรทัศน์ต้องพิจารณาความต้องการจากผู้ชม ถ้าผู้ชมต้องการความหลากหลาย แนวโน้มของการผลิตรายการโทรทัศน์ก็ต้องหลากหลายด้วย” (สมพร อมรชัยนพคุณ, 3 ตุลาคม 2560)

### 5.3 กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย (ฉบับแก้ไข)

จากการประมวลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับ (ร่าง) การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายสามารถสรุปเป็นกรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย (ฉบับแก้ไข) โดยแบ่งเป็นกรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์ (ฉบับแก้ไข) กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายของเนื้อหาใน

กิจการโทรทัศน์ (ฉบับแก้ไข) และ (ร่าง) กรอบการส่งเสริมให้เกิดความหลากหลายในเนื้อหารายการโทรทัศน์โดยภาคประสังคม

### 5.3.1 กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์ (ฉบับแก้ไข)



ภาพที่ 6 กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์  
เพื่อความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์ (ฉบับแก้ไข)

จากภาพที่ 6 การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ในส่วนของโครงสร้างอุตสาหกรรมจะมีการกำหนดประเภทใบอนุญาต การกำหนดพื้นที่การออกอากาศของใบอนุญาต การกำหนดคุณสมบัติและเงื่อนไขของผู้รับใบอนุญาต การกำหนดแหล่งรายได้ของการประกอบกิจการของผู้รับใบอนุญาต และการกำหนดเงื่อนไขการผลิตรายการของผู้รับใบอนุญาต โดยมีตัวอย่างของวิธีการกำกับดูแลมีดังนี้

- ตัวอย่างของการกำหนดประเภทใบอนุญาต ได้แก่ ประเภทบริการสาธารณะ ประเภทบริการทางธุรกิจ และประเภทบริการชุมชน

- ตัวอย่างของการกำหนดพื้นที่การออกอากาศของใบอนุญาต ได้แก่ ระดับประเทศ ระดับภูมิภาค ระดับจังหวัด และระดับชุมชน

- ตัวอย่างของการกำหนดคุณสมบัติและเงื่อนไขของผู้รับใบอนุญาต ได้แก่ การจำกัดจำนวนใบอนุญาตที่วิสาหกิจหนึ่งสามารถถือได้ การกำหนดสัดส่วนการถือหุ้นในกิจการโทรทัศน์ของวิสาหกิจหนึ่ง และการกำหนดสัดส่วนของการครองสิทธิข้ามสื่อของวิสาหกิจหนึ่ง

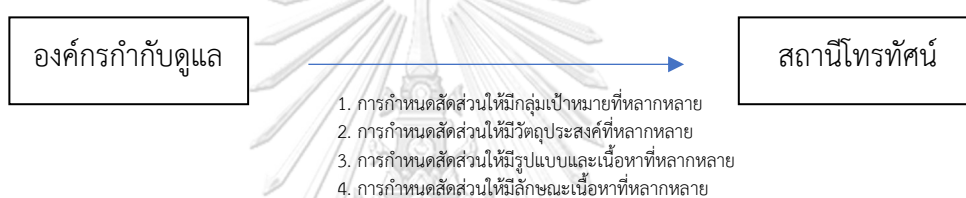
- ตัวอย่างของการกำหนดแหล่งรายได้ของผู้รับใบอนุญาต ได้แก่ การโฆษณา กองทุนสาธารณะ การสนับสนุนโดยตรงของผู้รับสาร งบประมาณจากหน่วยงานรัฐ และภาษี

- ตัวอย่างของการกำหนดเงื่อนไขการผลิตรายการของผู้รับใบอนุญาต ได้แก่ การกำหนดสัดส่วนของผู้ผลิตรายการอิสระ และการกำหนดสัดส่วนของผู้ผลิตรายการอิสระในเมืองหลวง

### 5.3.2 กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ (ฉบับแก้ไข)

กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ (ฉบับแก้ไข) แบ่งออกเป็น 2 ส่วนย่อย ได้แก่ การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อให้เกิดความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์โดยตรง (ฉบับแก้ไข) และการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อให้เกิดความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ผ่านการกำกับดูแลกันเอง/การกำกับดูแลร่วมกัน (ฉบับแก้ไข) ดังนี้

การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อให้เกิดความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์โดยตรง (ฉบับแก้ไข)



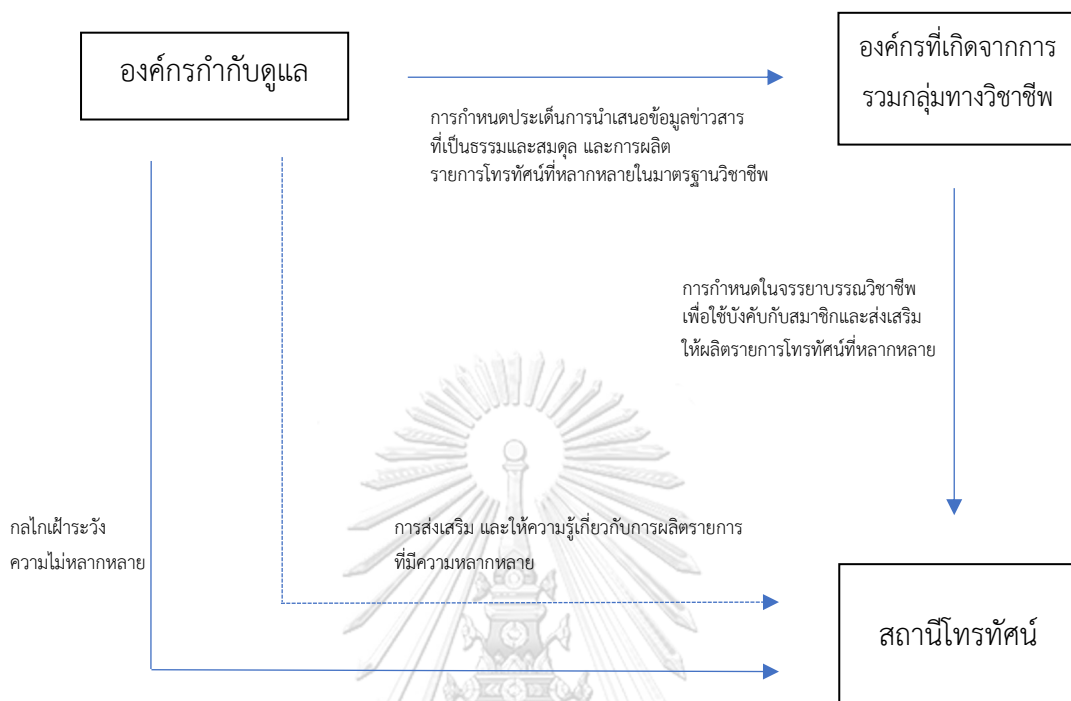
ภาพที่ 7 การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์

เพื่อให้เกิดความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์โดยตรง (ฉบับแก้ไข)

จากภาพที่ 7 มีการแก้ไขกรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อให้เกิดความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์โดยตรงโดยการตัดประเด็นการกำหนดให้มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นธรรมและสมดุล โดยให้เป็นความรับผิดชอบของการกำกับดูแลกันเองแทน ตัวอย่างของวิธีการกำกับดูแล มีดังนี้

- ตัวอย่างของการกำหนดสัดส่วนให้มีกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ได้แก่ การกำหนดสัดส่วนรายการสำหรับเด็ก และการกำหนดสัดส่วนรายการสำหรับผู้ที่อยู่ในพื้นที่การออกอากาศ
- ตัวอย่างของการกำหนดสัดส่วนให้มีวัตถุประสงค์รายการที่หลากหลาย ได้แก่ การกำหนดสัดส่วนรายการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา
- ตัวอย่างของการกำหนดสัดส่วนให้มีรูปแบบและเนื้อหารายการที่หลากหลาย ได้แก่ การกำหนดสัดส่วนรายการข่าว และการกำหนดสัดส่วนรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับศาสนา
- ตัวอย่างของการกำหนดสัดส่วนให้มีลักษณะเนื้อหาที่ปรากฏที่หลากหลาย ได้แก่ การกำหนดสัดส่วนรายการจากต่างประเทศ และการกำหนดสัดส่วนรายการในประเทศ

การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อให้เกิดความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ผ่านการกำกับดูแลตนเอง/การกำกับดูแลร่วมกัน (ฉบับแก้ไข)



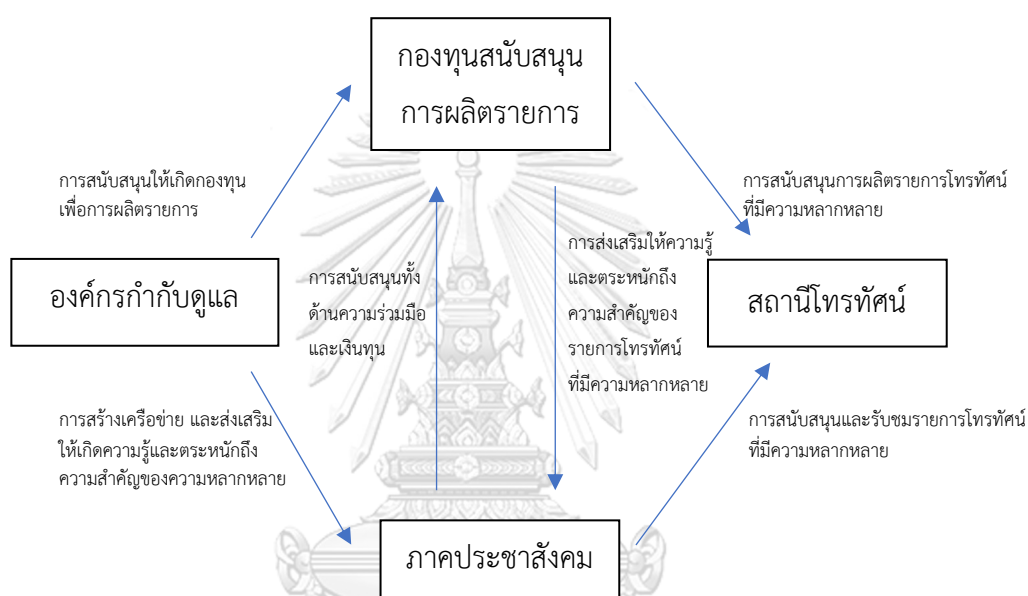
ภาพที่ 8 การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ เพื่อให้เกิดความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ผ่านการกำกับดูแลตนเอง/การกำกับดูแลร่วมกัน (ฉบับแก้ไข)

จากภาพที่ 8 องค์กรกำกับดูแลควรมีการสร้างกลไกเฝ้าระวังความไม่หลากหลายของเนื้อหาของกิจการโทรทัศน์ อย่างไรก็ตาม ผลที่ได้จากการเฝ้าระวังไม่ควรใช้ในการบังคับใช้กฎระเบียบกับสถานีโทรทัศน์ แต่ควรเป็นการส่งเสริมให้เนื้อหารายการโทรทัศน์เกิดความหลากหลายมากกว่า ไม่ว่าจะเป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์ที่หลากหลาย หรือการส่งเสริมให้เกิดความตระหนักถึงความสำคัญของความหลากหลายของเนื้อหารายการโทรทัศน์

องค์กรกำกับดูแลสามารถส่งเสริมให้เกิดความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ได้ผ่านองค์กรที่เกิดจากการรวมกลุ่มโดยการกำหนดเกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นธรรมและสมดุลในมาตรฐานวิชาชีพเพื่อให้กำหนดไว้ในจรรยาบรรณ และให้สถานีโทรทัศน์กำกับดูแลตนเองหรือการกำกับดูแลร่วมกันผ่านองค์กรที่เกิดจากการรวมกลุ่มของสถานีโทรทัศน์ นอกจากนี้ องค์กรกำกับดูแลยังสามารถส่งเสริมให้เนื้อหารายการโทรทัศน์เกิดความหลากหลายผ่านการกำหนดมาตรฐานการผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีความหลากหลายในมาตรฐานวิชาชีพ ยกตัวอย่างเช่น รายการเด็ก รายการสำหรับผู้สูงอายุ รายการเพื่อการศึกษา เป็นต้น

### 5.3.3 (ร่าง) กรอบการส่งเสริมให้เกิดความหลากหลายในเนื้อหาของรายการโทรทัศน์โดยภาคประชาสังคม

นอกเหนือจากกรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์ (ฉบับแก้ไข) และกรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ (ฉบับแก้ไข) ข้างต้น ผู้ให้สัมภาษณ์มีข้อเสนอแนะให้ภาคประชาสังคมมีส่วนร่วมสร้างความหลากหลายในเนื้อหาของรายการของกิจการโทรทัศน์ซึ่งผู้ศึกษาได้สร้าง (ร่าง) กรอบการส่งเสริมให้เกิดความหลากหลายในเนื้อหาของรายการโทรทัศน์โดยภาคประชาสังคม



ภาพที่ 9 (ร่าง) กรอบการส่งเสริมให้เกิดความหลากหลาย

ในเนื้อหาของรายการโทรทัศน์โดยภาคประชาสังคม

CHULALONGKORN UNIVERSITY

จากภาพที่ 9 ภาคประชาสังคมสามารถช่วยส่งเสริมให้เกิดความหลากหลายในรายการโทรทัศน์ได้ผ่านการสนับสนุนและรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีความหลากหลาย หรือให้ความร่วมมือหรือสนับสนุนด้านเงินทุนแก่กองทุนสนับสนุนการผลิตรายการ

ในส่วนองค์กรกำกับดูแลสามารถส่งเสริมให้เกิดความหลากหลายได้ผ่านการสนับสนุนให้เกิดกองทุนสนับสนุนการผลิตรายการเพื่อทำการสนับสนุนสถานีโทรทัศน์หรือผู้ผลิตรายการอิสระที่มีความประสงค์จะผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีความหลากหลายตามลักษณะที่องค์กรกำกับดูแลจะกำหนด ทั้งนี้กองทุนสนับสนุนการผลิตรายการนี้ยังสามารถส่งเสริมให้ภาคประชาสังคมเกิดความรู้เกี่ยวกับความหลากหลายและตระหนักถึงความสำคัญของรายการโทรทัศน์ที่หลากหลาย

ในส่วนของภาคประชาสังคม องค์กรกำกับดูแลสามารถส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายภาคประชาสังคม และส่งเสริมให้ภาคประชาสังคมเกิดความรู้เกี่ยวกับความหลากหลายและตระหนักถึง

ความสำคัญของรายการโทรทัศน์ที่หลากหลาย เพื่อที่จะรับชมและสนับสนุนสถานีโทรทัศน์ที่ผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีความหลากหลาย

5.3.4 กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย (ฉบับแก้ไข)

จากกรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายของโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์ (ฉบับแก้ไข) กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ (ฉบับแก้ไข) และ (ร่าง) กรอบการส่งเสริมให้เกิดความหลากหลายในเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ โดยภาคประชาสังคม สามารถสรุปเป็นกรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย (ฉบับแก้ไข)



ภาพที่ 10 กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย (ฉบับแก้ไข)



จากภาพที่ 10 การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ การกำกับดูแลด้านโครงสร้าง และการกำกับดูแลด้านเนื้อหา ในส่วนของการกำกับดูแลด้านเนื้อหาให้มีความหลากหลายยังแบ่งย่อยออกเป็น 4 ลักษณะย่อย ได้แก่ การกำกับดูแลโดยรัฐ การกำกับดูแลตัวเอง การกำกับดูแลร่วมกัน และการส่งเสริมให้เกิดความหลากหลาย

ในส่วนของ การกำกับดูแลด้านโครงสร้างยังคงอยู่ภายใต้การกำกับดูแลขององค์กรกำกับดูแล ทั้งในส่วนของ การกำหนดประเภทใบอนุญาต การกำหนดพื้นที่การออกอากาศของใบอนุญาต การกำหนดคุณสมบัติและเงื่อนไขของผู้รับใบอนุญาต การกำหนดแหล่งรายได้ของผู้รับใบอนุญาต และการกำหนดเงื่อนไขการผลิตรายการของผู้รับใบอนุญาต

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการกำกับดูแลโครงสร้างเพื่อความหลากหลาย ได้แก่ การทำให้เกิดความสมดุลระหว่างกันระหว่างกิจการโทรทัศน์ประเภทต่าง ๆ การบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด ส่วนการกำกับดูแลด้านเนื้อหา มีการตัดในส่วนของ การกำกับดูแลโดยรัฐ ปรับปรุงในส่วนของ การกำกับดูแลร่วมกัน และเพิ่มเติมในส่วนของ การส่งเสริมให้เกิดความหลากหลาย

การกำกับดูแลโดยรัฐในส่วนของเนื้อหาควรเป็นการกำหนดสัดส่วนขั้นต่ำหรืออาจไม่ต้องมีการกำหนดสัดส่วนเนื้อหาเลย แต่เป็นการกำหนดสัดส่วนเนื้อหาพร้อมกับการให้แรงจูงใจและผลประโยชน์เพื่อโน้มน้าวให้สถานีโทรทัศน์ปฏิบัติตาม ไม่ว่าจะเป็นมาตรการทางภาษี การลดค่าธรรมเนียม การสนับสนุนค่าใช้จ่าย หรือการสนับสนุนเงินทุนเพื่อช่วยเหลือการผลิตรายการ รวมถึงการสร้างภาคภูมิใจให้กับสถานีโทรทัศน์ในการผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีความหลากหลาย และมีคุณภาพ ทั้งนี้ต้องระมัดระวังว่าวิธีการกำกับดูแลเพื่อความหลากหลายนี้มีได้เป็นการทำให้นิเวศรายการโทรทัศน์เกิดความไม่หลากหลายและคุณภาพที่ลดลง

นอกจากนั้น ภาคประชาสังคมยังสามารถช่วยส่งเสริมให้เกิดความหลากหลายในรายการโทรทัศน์ได้ทั้งทางตรง และผ่านการสนับสนุนทางการเงิน

จากรายละเอียดข้างต้น สามารถสรุปเป็นตารางวิธีการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย ได้ดังนี้

ตารางที่ 25 สรุปการกำกับดูแลกิจกรรมโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย จำแนกตามประเภทของการกำกับดูแล

การกำกับดูแลเพื่อความหลากหลาย	การกำกับดูแลโดยอำนาจรัฐ	การกำกับดูแลร่วมกัน	ภาคประชาสังคม
การกำกับดูแลโครงสร้าง	องค์กรกำกับดูแลกำหนด -ประเภทใบอนุญาต -พื้นที่การออกอากาศของใบอนุญาต -คุณสมบัติและเงื่อนไขของผู้รับใบอนุญาต -แหล่งรายได้ของการประกอบกิจการ -เงื่อนไขการผลิตรายการของผู้รับใบอนุญาต		
การกำกับดูแลเนื้อหา	องค์กรกำกับดูแลกำหนด -สัดส่วนให้มีกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย -สัดส่วนให้มีวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย -สัดส่วนให้มีรูปแบบและเนื้อหาที่หลากหลาย -สัดส่วนให้มีลักษณะเนื้อหาที่หลากหลายของผู้รับใบอนุญาต	-องค์กรกำกับดูแลกำหนด ประเด็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นธรรมและสมดุล และการผลิตรายการที่หลากหลายในมาตรฐานวิชาชีพ องค์กรที่เกิดจากการรวมกลุ่ม - ทางวิชาชีพกำหนดประเด็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นธรรมและสมดุล และการผลิตรายการที่หลากหลายในจรรยาบรรณวิชาชีพ	
การส่งเสริมให้เกิดความหลากหลาย	องค์กรกำกับดูแลสร้างกลไกเฝ้าระวังความไม่ หลากหลาย ส่งเสริมและให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิตรายการที่มีความหลากหลายแก่ผู้ประกอบการ สนับสนุนให้เกิดกองทุนเพื่อ การผลิตรายการที่หลากหลาย สร้างเครือข่ายและส่งเสริมให้ เกิดความรู้และตระหนักถึงความสำคัญของความ หลากหลาย	-องค์กรที่เกิดจากการรวมกลุ่มทางวิชาชีพส่งเสริมให้สมาชิกในองค์กรผลิตรายการที่มีความ หลากหลาย	-องค์กรกำกับดูแลสนับสนุน และให้ความร่วมมือกับกองทุนสนับสนุนการผลิตรายการที่มีความหลากหลายให้ ความรู้และตระหนักถึงความสำคัญของรายการโทรทัศน์ที่มีความหลากหลายแก่ ภาคประชาสังคม ภาคประชาสังคมสนับสนุน - และรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีความ หลากหลาย

## บทที่ 6

### สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการในกิจการโทรทัศน์ ก่อนและหลังการประมูลโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ

ผลการศึกษาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผังรายการโทรทัศน์โดยใช้แบบบันทึกข้อมูลใน 2 ช่วงเวลา ได้แก่ ช่วงแรกรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก จำนวน 6 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 และช่วงที่สองรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล จำนวน 26 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2559 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2559 ประกอบกับการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการผลิตรายการละครโทรทัศน์ สามารถแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

6.1 สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก จำนวน 6 ช่องรายการ เปรียบเทียบช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 และช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2559 ถึง 31 มกราคม 2559

6.2 สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล จำนวน 26 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2559 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2559

6.1 สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก จำนวน 6 ช่องรายการ เปรียบเทียบช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 และช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2559 ถึง 31 มกราคม 2559

ข้อมูลที่ได้จากแบบบันทึกข้อมูลของการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ช่วง ได้แก่ ข้อมูลของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก จำนวน 6 ช่องรายการ ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (ช่อง 5) สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ (ช่อง 9) สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (Thai PBS) ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 และตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 สามารถแบ่งออกเป็น 3 ตาราง ได้แก่ การเปรียบเทียบสถานะความหลากหลายในภาพรวม การเปรียบเทียบสถานะความหลากหลายตามวันที่รับชม (วันจันทร์ถึงวันศุกร์ และวันเสาร์และวันอาทิตย์) และสถานะความหลากหลายในช่วงที่มีผู้ชมสูง (ตั้งแต่วันที่ 18.30 น. ถึง 23.00 น.) โดยมีรายละเอียดดังนี้

6.1.1 สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก จำนวน 6 ช่องรายการ ในช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 และช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการ

ตารางที่ 26 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของจำนวนรายการ จำนวนและร้อยละของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์ และดัชนีความหลากหลายของ 6 ช่องรายการ ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ.2554 และมกราคม พ.ศ.2559 จำแนกตามรูปแบบรายการ

รูปแบบรายการ	มกราคม 2554		มกราคม 2559		เปลี่ยนแปลง	
	จำนวนรายการ (ร้อยละ)	จำนวนนาฬิกาต่อสัปดาห์ (ร้อยละ)	จำนวนรายการ (ร้อยละ)	จำนวนนาฬิกาต่อสัปดาห์ (ร้อยละ)	จำนวนรายการ (ร้อยละ)	จำนวนนาฬิกาต่อสัปดาห์ (ร้อยละ)
รายการข่าว	111 (14.61%)	19954 (32.99%)	119 (17.45%)	23572 (38.97%)	8 (7.21%)	3618 (18.13%)
รายการภาพยนตร์	7 (0.92%)	1770 (2.93%)	6 (0.88%)	940 (1.55%)	-1 (-14.29%)	-830 (-46.89%)
รายการละคร	55 (7.24%)	8196 (13.55%)	40 (5.87%)	7693 (12.72%)	-15 (-27.27%)	-503 (-6.14%)
รายการการ์ตูน	27 (3.55%)	1231 (2.04%)	17 (2.49%)	1330 (2.20%)	-10 (-37.04%)	99 (8.04%)
รายการสารคดี	214 (28.16%)	7757 (12.83%)	149 (21.85%)	5389 (8.86%)	-65 (-30.37%)	-2368 (-30.53%)
รายการนิตยสาร/ปกิณกะ	48 (6.32%)	2555 (4.22%)	78 (11.44%)	3456 (5.71%)	30 (62.50%)	901 (35.26%)
รายการพูดคุย	203 (26.71%)	10474 (17.32%)	182 (26.69%)	9262 (15.31%)	-21 (-10.34%)	-1212 (-11.57%)
รายการเกมโชว์	39 (5.13%)	2471 (4.09%)	32 (4.69%)	2324 (3.84%)	-7 (-17.95%)	-147 (-5.95%)
รายการแนะนำสินค้า	6 (0.79%)	1270 (2.10%)	5 (0.73%)	1260 (2.08%)	-1 (-16.67%)	-10 (-0.79%)
รายการถ่ายทอดสด	10 (1.32%)	1643 (2.72%)	6 (0.88%)	584 (0.97%)	-4 (-40.00%)	-1059 (-64.46%)
รายการอื่น ๆ	40 (5.26%)	3159 (5.22%)	48 (7.04%)	4700 (7.77%)	8 (20.00%)	1541 (48.78%)
รวม	760 (100.00%)	60480 (100.00%)	682 (100.00%)	60480 (100.00%)	-78 (-10.26%)	0 (0.00%)
CR <sub>d</sub>		76.69		75.87		-0.82
HHI		1822.9		2114.2		291.3
Simpson'D		0.8177		0.7886		-0.0291
Relative entropy (H)		0.8274		0.7895		-0.0379

จากตารางที่ 26 พบว่า จำนวนรายการโทรทัศน์ของ 6 ช่องรายการ ในช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 มีทั้งสิ้น 760 รายการ โดยรูปแบบรายการที่มีจำนวนมากที่สุด ได้แก่ รายการสารคดี 214 รายการ คิดเป็นร้อยละ 28.16 ใกล้เคียงกับรายการพูดคุย 203 รายการ คิดเป็นร้อยละ 26.71 รองลงมา ได้แก่ รายการข่าว 111 รายการ คิดเป็นร้อยละ 14.61 ในขณะที่รูปแบบรายการที่มีจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์มากที่สุด ได้แก่ รายการข่าว 19954 นาที คิดเป็นร้อยละ 32.99 รองลงมาใกล้เคียงกัน ได้แก่ รายการพูดคุย 10474 นาที คิดเป็นร้อยละ 17.32 รายการละคร 8196 นาที คิดเป็นร้อยละ 13.55 และรายการสารคดี 7657 นาที คิดเป็นร้อยละ 12.83

ส่วนในช่วงวันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 มีจำนวนรายการโทรทัศน์ทั้งสิ้น 682 รายการ โดยรูปแบบรายการที่มีจำนวนรายการมากที่สุด ได้แก่ รายการพูดคุย 182 รายการ คิดเป็นร้อยละ 26.69 รองลงมา ได้แก่ รายการสารคดี 149 รายการ คิดเป็นร้อยละ 21.85 และรายการข่าว 119 รายการ คิดเป็นร้อยละ 17.45 ในขณะที่รูปแบบรายการที่มีจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์มากที่สุด ได้แก่ รายการข่าว 23572 นาที คิดเป็นร้อยละ 38.97 รองลงมา ได้แก่ รายการพูดคุย 9262 นาที คิดเป็นร้อยละ 15.31 รายการละคร 7693 นาที คิดเป็นร้อยละ 12.72

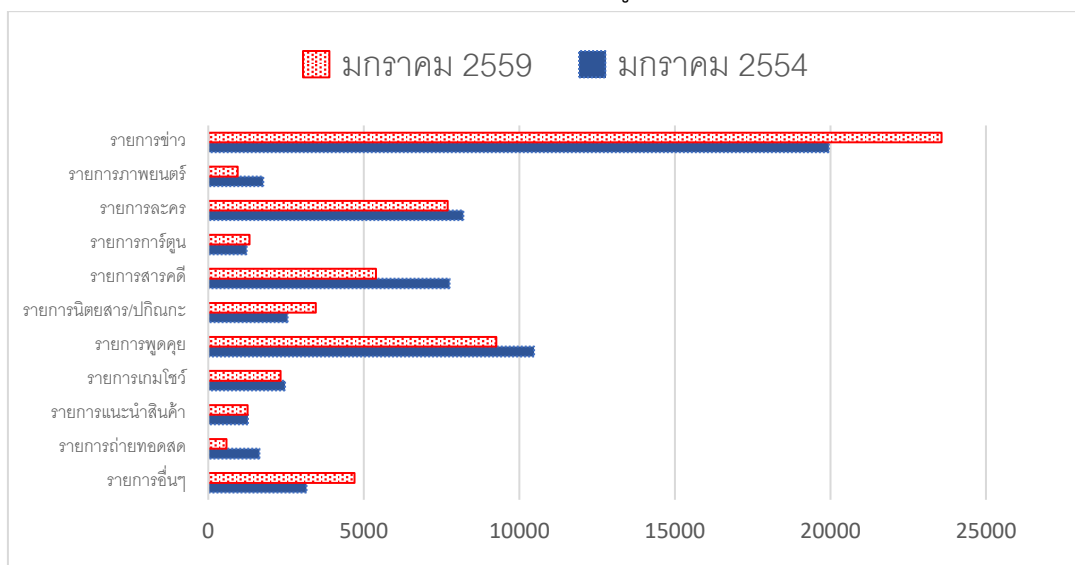
หากเปรียบเทียบจำนวนรูปแบบรายการโทรทัศน์ระหว่างช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 และช่วงวันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 พบว่า จำนวนรายการลดลง 78 รายการ จาก 760 รายการ เป็น 682 รายการ ลดลงร้อยละ 10.26 รูปแบบรายการที่มีจำนวนรายการเพิ่มขึ้นมากที่สุด ได้แก่ รายการนิตยสาร/ปกิณกะ มีจำนวนเพิ่มขึ้น 30 รายการ จาก 48 รายการ เป็น 78 รายการ เพิ่มขึ้นร้อยละ 62.50 และรูปแบบรายการที่มีจำนวนรายการลดลงมากที่สุด ได้แก่ รายการสารคดี มีจำนวนลดลง 65 รายการ จาก 214 รายการ เป็น 149 รายการ ลดลงร้อยละ 30.37

ในส่วนขอรูปแบบรายการที่มีจำนวนนาฬิกาการออกอากาศต่อสัปดาห์เพิ่มขึ้นมากที่สุด ได้แก่ รายการข่าว โดยเพิ่มขึ้น 3618 นาที จาก 19954 นาที เป็น 23572 นาที เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.13 และรูปแบบรายการที่มีจำนวนนาฬิกาการออกอากาศต่อสัปดาห์ลดลงมากที่สุด ได้แก่ รายการสารคดี โดยลดลง 2368 นาที จาก 7757 นาที เป็น 5386 นาที ลดลงร้อยละ 30.53

ผลการวิเคราะห์จากดัชนีความหลากหลาย ทั้ง 4 ดัชนี พบว่า ค่า Concentration ratio ( $CR_4$ ) ลดลง 0.0082 จาก 0.7669 เป็น 0.7587 ค่า Herfindahl-Hirschman Index (HHI) เพิ่มขึ้น 291.3 จาก 1822.9 เป็น 2114.2 ค่า Simpson's D ลดลง 0.0291 จาก 0.8177 เป็น 0.7886 และค่า Relative entropy (H) ลดลง 0.0379 จาก 0.8274 เป็น 0.7895 แสดงว่ารูปแบบรายการโทรทัศน์มีความหลากหลายลดลง

จากตารางที่ 26 สามารถสรุปจำนวนหน้าที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์ ของ 6 ช่องรายการ เป็นกราฟในภาพที่ 11 ดังนี้

ภาพที่ 11 เปรียบเทียบจำนวนหน้าที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของ 6 ช่องรายการ ในช่วงเดือน มกราคม พ.ศ.2554 และมกราคม พ.ศ.2559 จำแนกตามรูปแบบรายการ



6.1.2 สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก จำนวน 6 ช่องรายการ ในช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 และช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามวันที่รับชมและรูปแบบรายการ

ตารางที่ 27 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของจำนวนรายการ จำนวนและร้อยละของจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์ และดัชนีความหลากหลายของ 6 ช่องรายการ ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ.2554 และมกราคม พ.ศ.2559 จำแนกตามวันที่รับชมและรูปแบบรายการ

รูปแบบรายการ	มกราคม 2554		มกราคม 2559		เปลี่ยนแปลง	
	วันจันทร์ ถึง วันศุกร์	วันเสาร์ และ วันอาทิตย์	วันจันทร์ ถึง วันศุกร์	วันเสาร์ และ วันอาทิตย์	วันจันทร์ ถึง วันศุกร์	วันเสาร์ และ วันอาทิตย์
	จำนวนรายการ (ร้อยละ) จำนวนนาที่ ต่อสัปดาห์ (ร้อยละ)	จำนวนรายการ (ร้อยละ) จำนวนนาที่ ต่อสัปดาห์ (ร้อยละ)	จำนวนรายการ (ร้อยละ) จำนวนนาที่ ต่อสัปดาห์ (ร้อยละ)	จำนวนรายการ (ร้อยละ) จำนวนนาที่ ต่อสัปดาห์ (ร้อยละ)	จำนวนรายการ (ร้อยละ) จำนวนนาที่ ต่อสัปดาห์ (ร้อยละ)	จำนวนรายการ (ร้อยละ) จำนวนนาที่ ต่อสัปดาห์ (ร้อยละ)
รายการข่าว	95 (19.92%) 16441 (38.06%)	53 (13.80%) 3513 (20.33%)	95 (22.25%) 19623 (45.42%)	59 (16.81%) 3949 (22.85%)	0 (0.00%) 3182 (19.35%)	6 (11.32%) 436 (12.41%)
รายการภาพยนตร์	3 (0.63%) 1070 (2.48%)	5 (1.30%) 700 (4.05%)	2 (0.47%) 200 (0.46%)	5 (1.42%) 740 (4.28%)	-1 (-33.33%) -870 (-81.31%)	0 (0.00%) 40 (5.71%)
รายการละคร	31 (6.50%) 5813 (13.46%)	30 (7.81%) 2383 (13.79%)	25 (5.85%) 5733 (13.27%)	21 (5.98%) 1960 (11.34%)	-6 (-19.35%) -80 (-1.38%)	-9 (-30.00%) -423 (-17.75%)
รายการการ์ตูน	13 (2.73%) 414 (0.96%)	15 (3.91%) 817 (4.73%)	4 (0.94%) 500 (1.16%)	14 (3.99%) 830 (4.80%)	-9 (-69.23%) 86 (20.77%)	-1 (-6.67%) 13 (1.59%)
รายการสารคดี	132 (27.67%) 5133 (11.88%)	104 (27.08%) 2624 (15.19%)	81 (18.97%) 3172 (7.34%)	82 (23.36%) 2187 (12.66%)	-51 (-38.64%) -1961 (-38.20%)	-22 (-21.15%) -437 (-16.65%)
รายการนิตยสาร /ปกิณกะ	23 (4.82%) 1280 (2.96%)	29 (7.55%) 1275 (7.38%)	41 (9.60%) 1805 (4.18%)	40 (11.40%) 1651 (9.55%)	18 (78.26%) 525 (41.02%)	11 (37.93%) 376 (29.46%)
รายการพูดคุย	126 (26.42%) 7500 (17.36%)	92 (23.96%) 2974 (17.21%)	129 (30.21%) 6690 (15.49%)	77 (21.94%) 2572 (14.88%)	3 (2.38%) -810 (-10.80%)	-15 (-16.30) -402 (-13.52%)
รายการเกมโชว์	22 (4.61%) 1525 (3.53%)	20 (5.21%) 946 (5.47%)	16 (3.75%) 1263 (2.92%)	18 (5.13%) 1061 (6.14%)	-6 (-27.27%) -262 (-17.18%)	-2 (-10.00%) 115 (12.16%)
รายการแนะนำสินค้า	4 (0.84%) 900 (2.08%)	5 (1.30%) 370 (2.14%)	5 (1.17%) 905 (2.09%)	4 (1.14%) 355 (2.05%)	1 (25.00%) 5 (0.56%)	-1 (-20.00%) -15 (-4.05%)
รายการถ่ายทอดสด	3 (0.63%) 1070 (2.48%)	7 (1.82%) 573 (3.32%)	2 (0.47%) 175 (0.41%)	4 (1.14%) 409 (2.37%)	-1 (-33.33%) -895 (-83.64%)	-3 (-42.86%) -164 (-28.62%)
รายการอื่น ๆ	25 (5.24%) 2054 (4.75%)	24 (6.25%) 1105 (6.39%)	27 (6.32%) 3134 (7.25%)	27 (7.69%) 1566 (9.06%)	2 (6.90%) 1080 (52.58%)	3 (12.50%) 461 (41.72%)
รวม	477 (100.00%) 43200 (100.00%)	384 (100.00%) 17280 (100.00%)	427 (100.00%) 43200 (100.00%)	351 (100.00%) 17280 (100.00%)	-50 (-10.48%) 0 (0.00%)	-33 (-8.59%) 0 (0.00%)
CR <sub>t</sub>	80.76	66.52	81.52	61.74	0.76	-4.78
HHI	2133.4	1309.9	2617.9	1295.0	484.5	-14.9
Simpson'D	0.7867	0.8690	0.7382	0.8705	-0.0485	0.0015
Relative entropy (H)	0.7780	0.9103	0.7144	0.9140	-0.0636	0.0037

จากตารางที่ 27 พบว่า จำนวนรายการโทรทัศน์ของ 6 ช่องรายการ ในช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 วันจันทร์ถึงวันศุกร์มี 477 รายการ และวันเสาร์และวันอาทิตย์มี 384 รายการ

รูปแบบรายการที่มีจำนวนมากที่สุดในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ใกล้เคียงกัน ได้แก่ รายการพูดคุย 126 รายการ คิดเป็นร้อยละ 26.42 และรายการสารคดี 132 รายการ คิดเป็นร้อยละ 27.67 ส่วนรูปแบบรายการที่มีจำนวนนาทิจองการออกอากาศต่อสัปดาห์มากที่สุด ได้แก่ รายการข่าว 16441 นาที คิดเป็นร้อยละ 38.06 ส่วนรูปแบบรายการที่มีจำนวนมากที่สุดในวันเสาร์และวันอาทิตย์ ในช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 ได้แก่ รายการสารคดี 104 รายการ คิดเป็นร้อยละ 27.08 ส่วนรูปแบบรายการที่มีจำนวนนาทิจองการออกอากาศต่อสัปดาห์มากที่สุด ได้แก่ รายการข่าว 3513 นาที คิดเป็นร้อยละ 20.33

จำนวนรายการโทรทัศน์ของ 6 ช่องรายการ ในช่วงวันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 วันจันทร์ถึงวันศุกร์มี 427 รายการ และวันเสาร์และวันอาทิตย์มี 351 รายการ

รูปแบบรายการที่มีจำนวนมากที่สุดในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ได้แก่ รายการพูดคุย 129 รายการ คิดเป็นร้อยละ 30.21 ส่วนรูปแบบรายการที่มีจำนวนนาทิจองการออกอากาศต่อสัปดาห์มากที่สุด ได้แก่ รายการข่าว 19623 นาที คิดเป็นร้อยละ 45.42 ส่วนรูปแบบรายการที่มีจำนวนมากที่สุดในวันเสาร์และวันอาทิตย์ ได้แก่ รายการสารคดี 82 รายการ คิดเป็นร้อยละ 23.36 ส่วนรูปแบบรายการที่มีจำนวนนาทิจองการออกอากาศต่อสัปดาห์มากที่สุด ได้แก่ รายการข่าว 3949 นาที คิดเป็นร้อยละ 22.85

หากเปรียบเทียบจำนวนรูปแบบรายการโทรทัศน์ ระหว่างช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 และช่วงวันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 พบว่า รูปแบบรายการที่มีจำนวนรายการเพิ่มขึ้นมากที่สุดในวันจันทร์ถึงศุกร์ ได้แก่ รายการนิตยสาร/ปกิณกะ มีจำนวนเพิ่มขึ้น 18 รายการ จาก 23 รายการ เป็น 41 รายการ เพิ่มขึ้นร้อยละ 78.26 ส่วนรูปแบบรายการที่มีจำนวนรายการลดลงมากที่สุด ได้แก่ รายการสารคดี มีจำนวนลดลง 51 รายการ จาก 132 รายการ เป็น 81 รายการ ลดลงร้อยละ 38.64 ส่วนรูปแบบรายการที่มีจำนวนรายการเพิ่มขึ้นมากที่สุดในวันเสาร์และอาทิตย์ ได้แก่ รายการนิตยสาร/ปกิณกะ มีจำนวนเพิ่มขึ้น 11 รายการ จาก 29 รายการ เป็น 40 รายการ เพิ่มขึ้นร้อยละ 37.93 ส่วนรูปแบบรายการที่มีจำนวนรายการลดลงมากที่สุด ได้แก่ รายการสารคดี มีจำนวนลดลง 22 รายการ จาก 104 รายการ เป็น 82 รายการ ลดลงร้อยละ 23.23

ในส่วนของรูปแบบรายการที่มีจำนวนนาทิจองการออกอากาศต่อสัปดาห์เพิ่มขึ้นมากที่สุดในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ได้แก่ รายการข่าว โดยเพิ่มขึ้น 3182 นาที จาก 16441 นาที เป็น 19623 นาที เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.35 และรูปแบบรายการที่มีจำนวนนาทิจองการออกอากาศต่อสัปดาห์ลดลงมาก



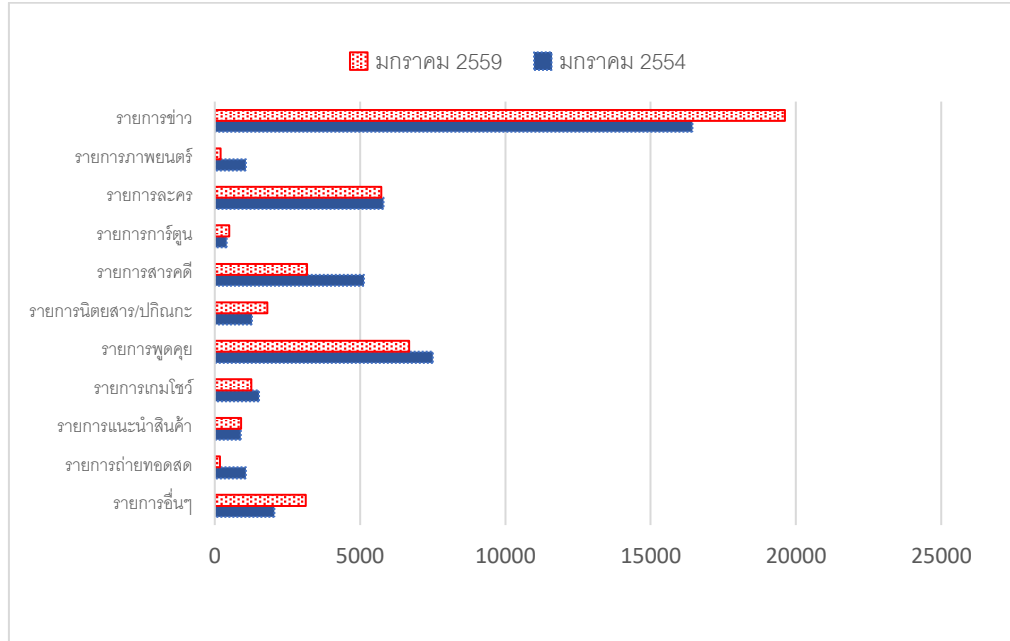
ที่สุด ได้แก่ รายการสารคดี โดยลดลง 1961 นาที จาก 5133 นาที เป็น 3172 นาที ลดลงร้อยละ 38.64 ส่วนของรูปแบบรายการที่มีจำนวนนาทีของการออกอากาศเพิ่มขึ้นต่อสัปดาห์มากที่สุดในวันเสาร์และวันอาทิตย์ ได้แก่ รายการข่าว มีเพิ่มขึ้น 436 นาที จาก 3513 นาที เป็น 3949 นาที เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.41 ส่วนรูปแบบรายการที่มีจำนวนนาทีของการออกอากาศต่อสัปดาห์ลดลงมากที่สุด ได้แก่ รายการสารคดี โดยลดลง 437 นาที จาก 2624 นาที เป็น 2187 นาที ลดลงร้อยละ 16.65

ผลการวิเคราะห์จากดัชนีความหลากหลาย ทั้ง 4 ดัชนี ในช่วงวันจันทร์ถึงวันศุกร์ พบว่า ค่า Concentration ratio ( $CR_4$ ) เพิ่มขึ้น 0.0076 จาก 0.8076 เป็น 0.8152 ค่า Herfindahl-Hirschman Index (HHI) เพิ่มขึ้น 484.5 จาก 2133.4 เป็น 2617.9 ค่า Simpson's D ลดลง 0.0485 จาก 0.7867 เป็น 0.7382 และค่า Relative entropy (H) ลดลง 0.0636 จาก 0.7780 เป็น 0.7144 แสดงว่า รูปแบบรายการโทรทัศน์ในวันจันทร์ถึงวันศุกร์มีความหลากหลายลดลง

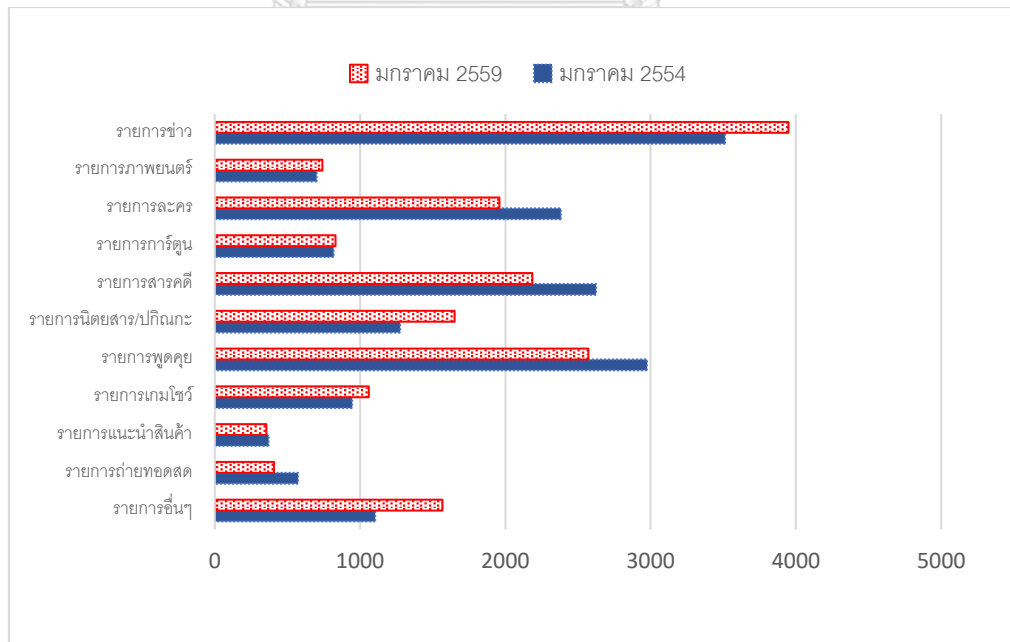
ผลการวิเคราะห์จากดัชนีความหลากหลาย ทั้ง 4 ดัชนี ในช่วงวันเสาร์และอาทิตย์ พบว่า ค่า Concentration ratio ( $CR_4$ ) ลดลง 0.0478 จาก 0.6652 เป็น 0.6174 ค่า Herfindahl-Hirschman Index (HHI) ลดลง 14.9 จาก 1309.9 เป็น 1295.0 ค่า Simpson's D เพิ่มขึ้น 0.0015 จาก 0.8690 เป็น 0.8705 และค่า Relative entropy (H) เพิ่มขึ้น 0.0037 จาก 0.9103 เป็น 0.9140 แสดงว่า รูปแบบรายการโทรทัศน์ในวันเสาร์และอาทิตย์มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น

จากตารางที่ 27 สามารถสรุปจำนวนนาทีของการออกอากาศต่อสัปดาห์ ของ 6 ช่องรายการ เป็นกราฟได้ตามภาพที่ 12 และภาพที่ 13 ดังนี้

ภาพที่ 12 เปรียบเทียบจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของ 6 ช่องรายการ ในช่วงเดือน มกราคม พ.ศ.2554 และมกราคม พ.ศ.2559 วันจันทร์ถึงวันศุกร์ จำแนกตามรูปแบบรายการ



ภาพที่ 13 เปรียบเทียบจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของ 6 ช่องรายการ ในช่วงเดือน มกราคม พ.ศ.2554 และมกราคม พ.ศ.2559 วันเสาร์และวันอาทิตย์ จำแนกตามรูปแบบรายการ



6.1.3 สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก จำนวน 6 ช่องรายการ ในช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 และช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2559 ถึง 31 มกราคม 2559 ตั้งแต่เวลา 18.30 น. ถึง 23.00 น. จำแนกตามรูปแบบรายการ

ตารางที่ 28 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของจำนวนรายการ จำนวนและร้อยละของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์ และดัชนีความหลากหลายของ 6 ช่องรายการ ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ.2554 และมกราคม พ.ศ.2559 ตั้งแต่เวลา 18.30 น. ถึง 23.00 น. จำแนกตามรูปแบบรายการ

รูปแบบรายการ	มกราคม 2554		มกราคม 2559		เปลี่ยนแปลง	
	จำนวนรายการ (ร้อยละ)	จำนวนนาฬิกาต่อสัปดาห์ (ร้อยละ)	จำนวนรายการ (ร้อยละ)	จำนวนนาฬิกาต่อสัปดาห์ (ร้อยละ)	จำนวนรายการ (ร้อยละ)	จำนวนนาฬิกาต่อสัปดาห์ (ร้อยละ)
รายการข่าว	29 (21.17%)	4437 (39.13%)	31 (26.96%)	4712 (41.55%)	2 (6.90%)	275 (6.20%)
รายการภาพยนตร์	1 (0.73%)	30 (0.26%)	3 (2.61%)	180 (1.59%)	2 (200.00%)	150 (500.00%)
รายการละคร	18 (13.14%)	3490 (30.78%)	16 (13.91%)	3450 (30.42%)	-2 (-11.11%)	-40 (-1.15%)
รายการการ์ตูน	1 (0.73%)	35 (0.31%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	-1 (-100.00%)	-35 (-100.00%)
รายการสารคดี	31 (22.63%)	1227 (10.82%)	17 (14.78%)	925 (8.16%)	-14 (-45.16%)	-302 (-24.61%)
รายการนิตยสาร/ปฏิทิน	5 (3.65%)	145 (1.28%)	8 (6.96%)	269 (2.37%)	3 (60.00%)	124 (85.52%)
รายการพูดคุย	34 (24.82%)	1066 (9.40%)	30 (26.09%)	1420 (12.52%)	-4 (-11.76%)	354 (33.21%)
รายการเกมโชว์	11 (8.03%)	430 (3.79%)	6 (5.22%)	264 (2.33%)	-5 (-45.45%)	-166 (-38.60%)
รายการแนะนำสินค้า	1 (0.73%)	10 (0.09%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	-1 (-100.00%)	-10 (-100.00%)
รายการถ่ายทอดสด	2 (1.46%)	295 (2.60%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	-2 (-100.00%)	-295 (-100.00%)
รายการอื่น ๆ	4 (2.92%)	175 (1.54%)	4 (3.48%)	120 (1.06%)	0 (0.00%)	-55 (-31.43%)
รวม	137 (100.00%)	11340 (100.00%)	115 (100.00%)	11340 (100.00%)	-22 (-16.06%)	0 (0.00%)
CR <sub>d</sub>		90.12		92.65		2.53
HHI		2708.9		2890.2		181.3
Simpson'D		0.7291		0.7110		-0.0181
Relative entropy (H)		0.6554		0.7126		0.0572

จากตารางที่ 28 พบว่า จำนวนรายการโทรทัศน์ของ 6 ช่องรายการ ในช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 ตั้งแต่เวลา 18.30 น. ถึง 23.00 น. มีทั้งสิ้น 137 รายการ โดยรูปแบบรายการที่มีจำนวนมากที่สุด ได้แก่ รายการพูดคุย 34 รายการ คิดเป็นร้อยละ 24.82 รองลงมา ได้แก่ รายการสารคดี 31 รายการ คิดเป็นร้อยละ 22.63 และรายการข่าว 29 รายการ คิดเป็นร้อยละ 21.17 ในขณะที่รูปแบบรายการที่มีจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์มากที่สุด ได้แก่ รายการข่าว 4437 นาที คิดเป็นร้อยละ 39.13 รองลงมา ได้แก่ รายการละคร 3490 นาที คิดเป็นร้อยละ 30.78 และรายการสารคดี 1227 นาที คิดเป็นร้อยละ 10.82

ส่วนในช่วงวันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 ตั้งแต่เวลา 18.30 น. ถึง 23.00 น. มีจำนวนรายการโทรทัศน์ทั้งสิ้น 115 รายการ โดยรูปแบบรายการที่มีจำนวนรายการมากที่สุด ได้แก่ รายการข่าว 31 รายการ คิดเป็นร้อยละ 26.96 รองลงมา ได้แก่ รายการพูดคุย 30 รายการ คิดเป็นร้อยละ 26.09 และรายการสารคดี 17 รายการ คิดเป็นร้อยละ 14.78 ในขณะที่รูปแบบรายการที่มีจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์มากที่สุด ได้แก่ รายการข่าว 4712 นาที คิดเป็นร้อยละ 41.55 รองลงมา ได้แก่ รายการละคร 3450 นาที คิดเป็นร้อยละ 30.42 รายการพูดคุย 1420 นาที คิดเป็นร้อยละ 12.52

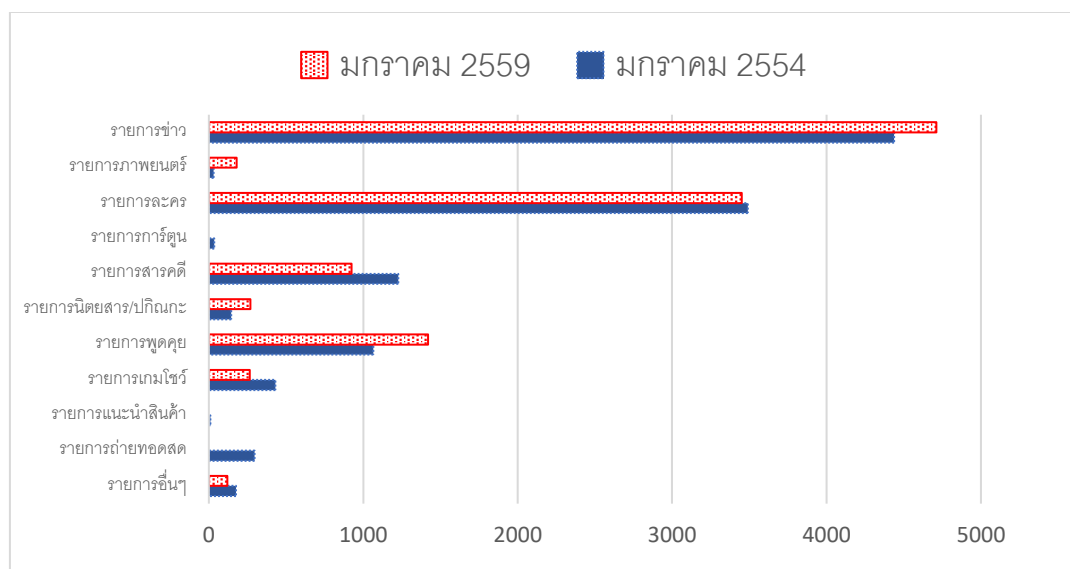
หากเปรียบเทียบจำนวนรูปแบบรายการโทรทัศน์ ระหว่างช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 และช่วงวันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 ตั้งแต่เวลา 18.30 น. ถึง 23.00 น. พบว่า จำนวนรายการลดลง 22 รายการ จาก 137 รายการ เป็น 115 รายการ ลดลงร้อยละ 16.06 รูปแบบรายการที่มีจำนวนรายการเพิ่มขึ้นมากที่สุด ได้แก่ รายการนิตยสาร/ปกิณกะ มีจำนวนเพิ่มขึ้น 3 รายการ จาก 5 รายการ เป็น 8 รายการ เพิ่มขึ้นร้อยละ 60.00 และรูปแบบรายการที่มีจำนวนรายการลดลงมากที่สุด ได้แก่ รายการสารคดี มีจำนวนลดลง 14 รายการ จาก 31 รายการ เป็น 17 รายการ ลดลงร้อยละ 45.16

ในส่วนของรูปแบบรายการที่มีจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์เพิ่มขึ้นมากที่สุด ได้แก่ รายการพูดคุย โดยเพิ่มขึ้น 354 นาที จาก 1066 นาที เป็น 1420 นาที เพิ่มขึ้นร้อยละ 33.21 และรูปแบบรายการที่มีจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์ลดลงมากที่สุด ได้แก่ รายการสารคดี โดยลดลง 302 นาที จาก 1227 นาที เป็น 925 นาที ลดลงร้อยละ 24.61

ผลการวิเคราะห์จากดัชนีความหลากหลาย ทั้ง 4 ดัชนี ในช่วงตั้งแต่เวลา 18.30 น. ถึง 23.00 น. พบว่า ค่า Concentration ratio ( $CR_4$ ) เพิ่มขึ้น 0.0253 จาก 0.9012 เป็น 0.9265 ค่า Herfindahl-Hirschman Index (HHI) เพิ่มขึ้น 181.3 จาก 2708.9 เป็น 2890.2 ค่า Simpson's D ลดลง 0.0181 จาก 0.7291 เป็น 0.7110 และค่า Relative entropy (H) เพิ่มขึ้น 0.0572 จาก 0.6554 เป็น 0.7126 แสดงว่า รูปแบบรายการโทรทัศน์ในช่วงตั้งแต่เวลา 18.30 น. ถึง 23.00 น. มีความหลากหลายลดลง

จากตารางที่ 28 สามารถสรุปจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของ 6 ช่องรายการ เป็นกราฟได้ตามภาพที่ 14 ดังนี้

ภาพที่ 14 เปรียบเทียบจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของ 6 ช่องรายการ ในช่วงเดือน มกราคม พ.ศ.2554 และมกราคม พ.ศ.2559 ตั้งแต่เวลา 18.30 น. ถึง 23.00 น. จำแนกตามรูปแบบ รายการ



6.2 สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ในระบบดิจิทัล จำนวน 26 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2559 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2559

ข้อมูลที่ได้จากแบบบันทึกข้อมูลสามารถนำมาแจกแจงความถี่ และคำนวณหาค่าร้อยละและ ค่าดัชนีความหลากหลาย โดยนำเสนอข้อมูลเป็นตาราง แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

6.2.1 สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก จำนวน 6 ช่องรายการ ในช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 และกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล จำนวน 26 ช่องรายการ ในช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2559 ถึง 31 มกราคม 2559

6.2.2 สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล จำนวน 26 ช่องรายการ

6.2.1 สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก จำนวน 6 ช่องรายการ ในช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 และกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล จำนวน 26 ช่องรายการ ในช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2559 ถึง 31 มกราคม 2559

ข้อมูลที่ทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งเป็น 2 ช่วงเวลา ได้แก่ ข้อมูลของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก จำนวน 6 ช่องรายการ ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (ช่อง 5) สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ (ช่อง 9) สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (Thai PBS) ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 และข้อมูลของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล จำนวน 26 ช่องรายการ ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559

ผลการศึกษา แบ่งออกเป็น 3 ตาราง ได้แก่ การเปรียบเทียบสถานะความหลากหลายในภาพรวม การเปรียบเทียบสถานะความหลากหลายตามวันที่รับชม (วันจันทร์ถึงวันศุกร์ และวันเสาร์ และวันอาทิตย์) และสถานะความหลากหลายในช่วงที่มีจำนวนผู้ชมสูง (ตั้งแต่เวลา 18.30 น. ถึง 23.00 น.) โดยมีรายละเอียดดังนี้

6.2.1.1 สถานะความหลากหลายในรูปแบบรายการโทรทัศน์ ของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก จำนวน 6 ช่องรายการ ในช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 และกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล จำนวน 26 ช่องรายการ ในช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการ

ตารางที่ 29 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของจำนวนนาที่ของออกอากาศต่อสัปดาห์ และดัชนีความหลากหลายของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อกจำนวน 6 ช่องรายการ ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ.2554 และกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลจำนวน 26 ช่องรายการ ในช่วงมกราคม พ.ศ.2559 จำแนกตามรูปแบบรายการ

รูปแบบรายการ	6 ช่องรายการ มกราคม 2554		26 ช่องรายการ มกราคม 2559		เปลี่ยนแปลง	
	จำนวนนาที่ ต่อสัปดาห์ (ร้อยละ)		จำนวนนาที่ ต่อสัปดาห์ (ร้อยละ)			
รายการข่าว	19954	(32.99%)	87066	(33.22%)		0.23%
รายการภาพยนตร์	1770	(2.93%)	9170	(3.50%)		0.57%
รายการละคร	8196	(13.55%)	40469	(15.44%)		1.89%
รายการการ์ตูน	7757	(12.83%)	25390	(9.69%)		-3.14%
รายการสารคดี	2555	(4.22%)	16881	(6.44%)		2.22%
รายการนิตยสาร/ปกิณกะ	10474	(17.32%)	33383	(12.74%)		-4.58%
รายการพูดคุย	2471	(4.09%)	9793	(3.74%)		-0.35%
รายการเกมโชว์	1231	(2.04%)	10138	(3.87%)		1.83%
รายการแนะนำสินค้า	1270	(2.10%)	5740	(2.19%)		0.09%
รายการถ่ายทอดสด	1643	(2.72%)	5997	(2.29%)		-0.43%
รายการอื่น ๆ	3159	(5.22%)	18053	(6.89%)		1.67%
รวม	60480	(100.00%)	262080	(100.00%)		0.00%
CR4		76.69		71.09		-5.6
HHI		1822.9		1738.3		-84.6
Simpson'D		0.8177		0.8262		0.0085
Relative entropy (H)		0.8274		0.8508		0.0234

จากตารางที่ 29 พบว่า ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 รูปแบบรายการที่มีจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์มากที่สุด ได้แก่ รายการข่าว 19954 นาที่ คิดเป็นร้อยละ 32.99 รองลงมา ได้แก่ รายการพูดคุย 10474 นาที่ คิดเป็นร้อยละ 17.32 รายการละคร 8196 นาที่ คิดเป็นร้อยละ 13.55 และรายการสารคดี 7697 นาที่ คิดเป็นร้อยละ 12.73

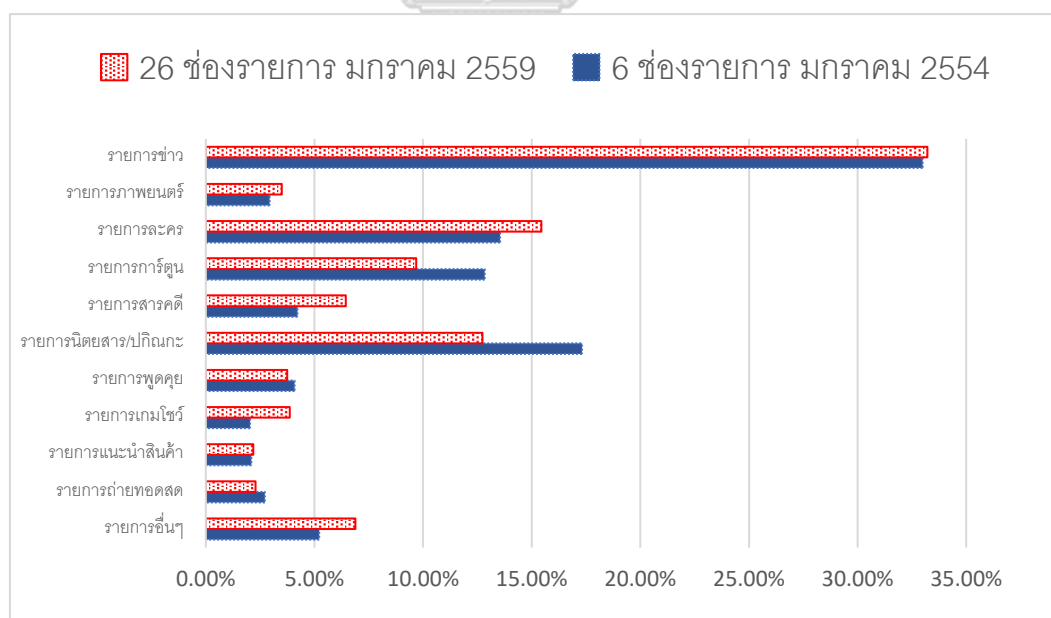
ในขณะที่ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 รูปแบบรายการที่มีจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์มากที่สุด ได้แก่ รายการข่าว 87066 นาที่ คิดเป็นร้อยละ 33.22 รองลงมา ได้แก่ รายการละคร 40469 นาที่ คิดเป็นร้อยละ 15.44 และรายการพูดคุย 33383 นาที่ คิดเป็นร้อยละ 12.74

หากเปรียบเทียบจำนวนนาฬิกาของรูปแบบรายการ ระหว่าง 6 ช่องรายการในช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 และ 26 ช่องรายการในช่วงวันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 พบว่า รูปแบบรายการที่มีร้อยละของจำนวนนาฬิกาที่การออกอากาศต่อสัปดาห์เพิ่มขึ้นมากที่สุด ได้แก่ รายการนิตยสาร/ปกิณกะ เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.12 และร้อยละของรูปแบบรายการที่มีจำนวนนาฬิกาที่ออกอากาศต่อสัปดาห์ลดลงมากที่สุด ได้แก่ รายการพุดคุย ลดลงร้อยละ 4.58

ผลการวิเคราะห์จากดัชนีความหลากหลาย ทั้ง 4 ดัชนี พบว่า ค่า Concentration ratio ( $CR_4$ ) ลดลง 0.056 จาก 0.7669 เป็น 0.7109 ค่า Herfindahl-Hirschman Index (HHI) ลดลง 84.6 จาก 1822.9 เป็น 1738.3 ค่า Simpson's D เพิ่มขึ้น 0.0085 จาก 0.8177 เป็น 0.8262 และค่า Relative entropy (H) เพิ่มขึ้น 0.0234 จาก 0.8274 เป็น 0.8508 แสดงว่า รูปแบบรายการโทรทัศน์มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น

จากตารางที่ 29 สามารถสรุปจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์เป็นกราฟได้ตามภาพที่ 15 ดังนี้

ภาพที่ 15 เปรียบเทียบร้อยละของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของ 6 ช่องรายการ ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ.2554 และ 26 ช่องรายการ ในช่วงมกราคม พ.ศ.2559 จำแนกตามรูปแบบรายการ





6.2.1.2 สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก จำนวน 6 ช่องรายการ ในช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 และกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล จำนวน 26 ช่องรายการ ในช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามวันที่รับชมและรูปแบบรายการ

ตารางที่ 30 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์และดัชนีความหลากหลายของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก จำนวน 6 ช่องรายการ ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ.2554 และ กิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล จำนวน 26 ช่องรายการ ในช่วงมกราคม พ.ศ.2559 จำแนกตามวันที่รับชมและรูปแบบรายการ

รูปแบบรายการ	6ช่องรายการ มกราคม 2554		26 ช่องรายการ มกราคม 2559		เปลี่ยนแปลง	
	วันจันทร์ ถึง วันศุกร์	วันเสาร์ และ วันอาทิตย์	วันจันทร์ ถึง วันศุกร์	วันเสาร์ และ วันอาทิตย์	วันจันทร์ ถึง วันศุกร์	วันเสาร์ และ วันอาทิตย์
	จำนวนนาฬิกา ต่อสัปดาห์ (ร้อยละ)	จำนวนนาฬิกา ต่อสัปดาห์ (ร้อยละ)	จำนวนนาฬิกา ต่อสัปดาห์ (ร้อยละ)	จำนวนนาฬิกา ต่อสัปดาห์ (ร้อยละ)	จำนวนนาฬิกา ต่อสัปดาห์ (ร้อยละ)	จำนวนนาฬิกา ต่อสัปดาห์ (ร้อยละ)
รายการข่าว	16441 (38.06%)	3513 (20.33%)	70899 (37.87%)	16167 (21.59%)	(-0.19%)	(1.26%)
รายการภาพยนตร์	1070 (2.48%)	700 (4.05%)	5248 (2.80%)	3922 (5.24%)	(0.32%)	(1.19%)
รายการละคร	5813 (13.46%)	2383 (13.79%)	29305 (15.65%)	11164 (14.91%)	(2.19%)	(1.12%)
รายการการ์ตูน	5133 (11.88%)	2624 (15.19%)	14530 (7.76%)	10860 (14.50%)	(-4.12%)	(-0.69%)
รายการสารคดี	1280 (2.96%)	1275 (7.38%)	10979 (5.86%)	5902 (7.88%)	(2.90%)	(0.50%)
รายการนิตยสาร /ปกิณกะ	7500 (17.36%)	2974 (17.21%)	23865 (12.75%)	9518 (12.71%)	(-4.61%)	(-4.50%)
รายการพูดคุย	1525 (3.53%)	946 (5.47%)	6479 (3.46%)	3314 (4.43%)	(-0.07%)	(-1.04%)
รายการเกมโชว์	414 (0.96%)	817 (4.73%)	6142 (3.28%)	3996 (5.34%)	(2.32%)	(0.61%)
รายการแนะนำสินค้า	900 (2.08%)	370 (2.14%)	4740 (2.53%)	1000 (1.34%)	(0.45%)	(-0.80%)
รายการถ่ายทอดสด	1070 (2.48%)	573 (3.32%)	3159 (1.69%)	2838 (3.79%)	(-0.79%)	(0.47%)
รายการอื่น ๆ	2054 (4.75%)	1105 (6.39%)	11854 (6.33%)	6199 (8.28%)	(1.58%)	(1.89%)
รวม	43200 (100.00%)	17280 (100.00%)	187200 (100.00%)	74880 (100.00%)	(0.00%)	(0.00%)
CR <sub>d</sub>	80.76	66.52	74.03	63.71	-6.73	-2.81
HHI	2133.4	1309.9	2016.6	1282.7	-116.8	-27.2
Simpson'D	0.7867	0.8690	0.7983	0.8717	0.0116	0.0027
Relative entropy (H)	0.7780	0.9103	0.8135	0.9150	0.0355	0.0047

จากตารางที่ 30 พบว่า ในช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 รูปแบบรายการที่มีจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์มากที่สุด ในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ได้แก่ รายการข่าว 16441 นาที คิดเป็นร้อยละ 38.06 รองลงมาคือ รายการพูดคุย 7500 นาที คิดเป็นร้อยละ 17.36 และรายการละคร 5813 นาที คิดเป็นร้อยละ 13.46 ส่วนรูปแบบรายการที่มีจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์มากที่สุด ได้แก่ รายการข่าว 3513 นาที คิดเป็นร้อยละ 20.33 รองลงมา ได้แก่ รายการพูดคุย 2974 นาที คิดเป็นร้อยละ 17.21 และรายการการ์ตูน 2624 นาที คิดเป็นร้อยละ 15.19

ในช่วงวันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 รูปแบบรายการที่มีจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์มากที่สุด ได้แก่ รายการข่าว 70899 นาที คิดเป็นร้อยละ 37.87 รองลงมาคือ รายการละคร 29305 นาที คิดเป็นร้อยละ 15.65 และรายการนิตยสาร/ปกิณกะ 23865 นาที คิดเป็นร้อยละ 12.75 ส่วนรูปแบบรายการที่มีจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์มากที่สุด ได้แก่ รายการข่าว 16167 นาที คิดเป็นร้อยละ 21.59 รองลงมา ได้แก่ รายการละคร 11164 นาที คิดเป็นร้อยละ 14.91 และรายการการ์ตูน 10860 นาที คิดเป็นร้อยละ 14.50

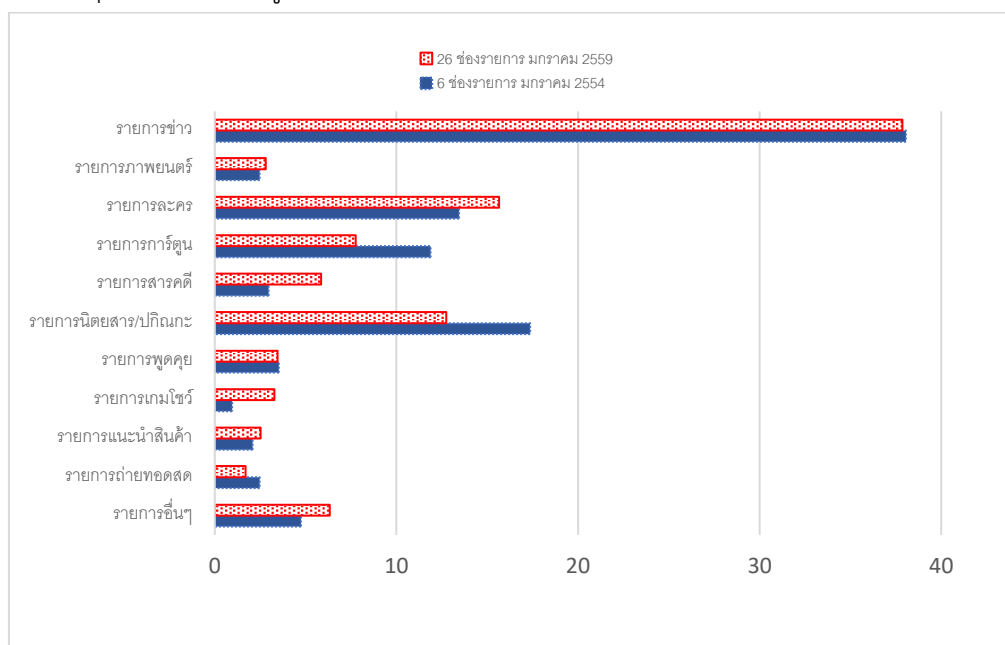
ในส่วนขอรูปแบบรายการที่มีร้อยละของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์เพิ่มขึ้นมากที่สุดในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ได้แก่ รายการสารคดี โดยเพิ่มขึ้น 2.90 และรูปแบบรายการที่มีร้อยละของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์ลดลงมากที่สุด ได้แก่ รายการการ์ตูน โดยลดลง 4.12 ส่วนขอรูปแบบรายการที่มีจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศเพิ่มขึ้นมากที่สุดในวันเสาร์และวันอาทิตย์ใกล้เคียงกัน ได้แก่ รายการข่าว มีเพิ่มขึ้น 1.26 ส่วนรูปแบบรายการที่มีจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศลดลงมากที่สุด ได้แก่ รายการนิตยสาร/ปกิณกะ โดยลดลง 4.50

ผลการวิเคราะห์จากดัชนีความหลากหลาย ทั้ง 4 ดัชนี ในวันจันทร์ถึงศุกร์ พบว่า ค่า Concentration ratio ( $CR_4$ ) ลดลง 0.0673 จาก 0.8076 เป็น 0.7403 ค่า Herfindahl-Hirschman Index (HHI) ลดลง 116.8 จาก 2133.4 เป็น 2016.6 ค่า Simpson's D เพิ่มขึ้น 0.0116 จาก 0.7867 เป็น 0.7983 และค่า Relative entropy (H) เพิ่มขึ้น 0.0355 จาก 0.7780 เป็น 0.8105 แสดงว่ารูปแบบรายการโทรทัศน์มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น

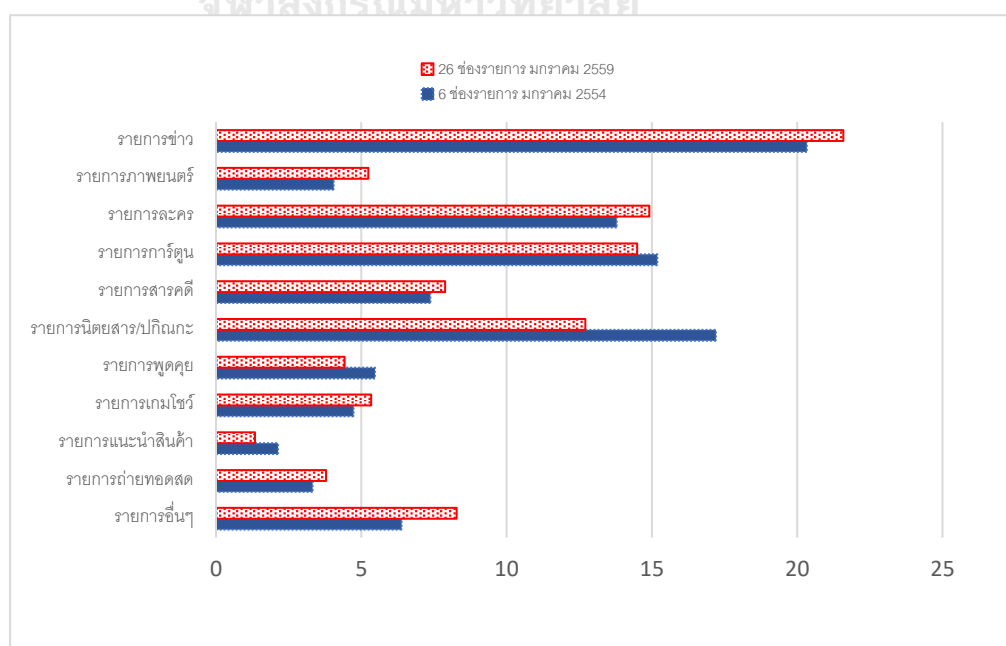
ผลการวิเคราะห์จากดัชนีความหลากหลาย ทั้ง 4 ดัชนี ในวันเสาร์และอาทิตย์ พบว่า ค่า Concentration ratio ( $CR_4$ ) ลดลง 0.0281 จาก 0.6652 เป็น 0.6371 ค่า Herfindahl-Hirschman Index (HHI) ลดลง 27.2 จาก 1309.9 เป็น 1282.7 ค่า Simpson's D เพิ่มขึ้น 0.0027 จาก 0.8690 เป็น 0.8717 และค่า Relative entropy (H) เพิ่มขึ้น 0.0047 จาก 0.9103 เป็น 0.9150 แสดงว่ารูปแบบรายการโทรทัศน์มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น

จากตารางที่ 30 สามารถสรุปจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์เป็นกราฟได้ตามภาพที่ 16 และภาพที่ 17 ดังนี้

ภาพที่ 16 เปรียบเทียบจำนวนหน้าที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของ 6 ช่องรายการ ในช่วงเดือน มกราคม พ.ศ.2554 และ 26 ช่องรายการ ในช่วงมกราคม พ.ศ.2559 จำแนกตามรูปแบบรายการ วันจันทร์ถึงวันศุกร์ จำแนกตามรูปแบบรายการ



ภาพที่ 17 เปรียบเทียบจำนวนหน้าที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของ 6 ช่องรายการ ในช่วงเดือน มกราคม พ.ศ.2554 และ 26 ช่องรายการ ในช่วงมกราคม พ.ศ.2559 จำแนกตามรูปแบบรายการ วันเสาร์และวันอาทิตย์ จำแนกตามรูปแบบรายการ



6.2.1.3 สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก จำนวน 6 ช่องรายการ ในช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 และ กิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล จำนวน 26 ช่องรายการ ในช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2559 ถึง 31 มกราคม 2559 ตั้งแต่เวลา 18.30 น. ถึง 23.00 น. จำแนกตามรูปแบบรายการ

ตารางที่ 31 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์และดัชนีความหลากหลายของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบแอนะล็อก จำนวน 6 ช่องรายการ ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ.2554 และ กิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล จำนวน 26 ช่องรายการ ในช่วงมกราคม พ.ศ.2559 ตั้งแต่เวลา 18.30 น. ถึง 23.00 น. จำแนกตามรูปแบบรายการ

รูปแบบรายการ	6 ช่องรายการ มกราคม 2554		26 ช่องรายการ มกราคม 2559		เปลี่ยนแปลง	
	จำนวนนาฬิกา ต่อสัปดาห์ (ร้อยละ)		จำนวนนาฬิกา ต่อสัปดาห์ (ร้อยละ)			
รายการข่าว	4437	(39.13%)	17513	(35.64%)		-3.49%
รายการภาพยนตร์	30	(0.26%)	2200	(4.48%)		4.22%
รายการละคร	3490	(30.78%)	11070	(22.53%)		-8.25%
รายการการ์ตูน	1227	(10.82%)	3690	(7.51%)		-3.31%
รายการสารคดี	145	(1.28%)	1579	(3.21%)		1.93%
รายการนิตยสาร/ปกิณกะ	1066	(9.40%)	7052	(14.35%)		4.95%
รายการพูดคุย	430	(3.79%)	3089	(6.29%)		2.50%
รายการเกมโชว์	35	(0.31%)	752	(1.53%)		1.22%
รายการแนะนำสินค้า	10	(0.09%)	0	(0.00%)		-0.09%
รายการถ่ายทอดสด	295	(2.60%)	1630	(3.32%)		0.72%
รายการอื่น ๆ	175	(1.54%)	565	(1.15%)		-0.39%
รวม	11340	(100.00%)	49140	(100.00%)		-3.49%
CR <sub>d</sub>		90.12		80.03		-10.09
HHI		2708.9		2124.5		-584.4
Simpson'D		0.7291		0.7876		0.0585
Relative entropy (H)		0.6554		0.7940		0.1386

จากตารางที่ 31 พบว่า ในช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 ตั้งแต่เวลา 18.30 น. ถึง 23.00 น. รูปแบบรายการที่มีจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์มากที่สุดของ 6 ช่องรายการ ได้แก่ รายการข่าว 4437 นาที คิดเป็นร้อยละ 39.13 รองลงมา ได้แก่ รายการละคร 3490 นาที คิดเป็นร้อยละ 30.78 และรายการสารคดี 1227 นาที คิดเป็นร้อยละ 10.82

ส่วนในช่วงวันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 ตั้งแต่เวลา 18.30 น. ถึง 23.00 น. รูปแบบรายการที่มีจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์มากที่สุด ได้แก่ รายการข่าว 17513

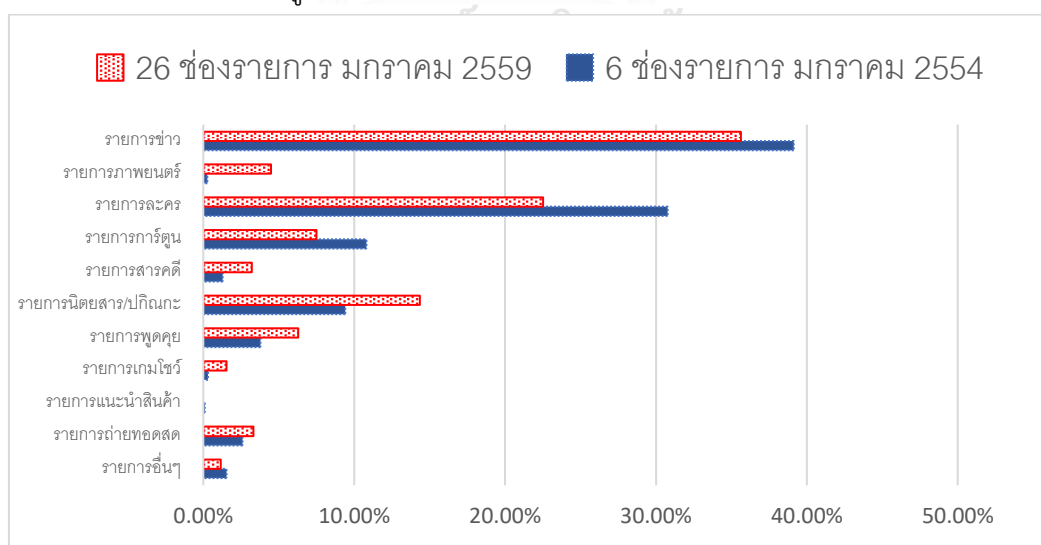
นาที่ คิดเป็นร้อยละ 34.64 รองลงมา ได้แก่ รายการละคร 11070 นาที คิดเป็นร้อยละ 22.53 และรายการนิตยสาร/ปกิณกะ 7052 นาที คิดเป็นร้อยละ 14.35

หากเปรียบเทียบจำนวนนาที่ของรูปแบบรายการโทรทัศน์ ระหว่างช่วงวันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 และช่วงวันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 ตั้งแต่เวลา 18.30 น. ถึง 23.00 น. พบว่า รูปแบบรายการที่มีร้อยละของจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์เพิ่มขึ้นมากที่สุด ได้แก่ รายการนิตยสาร/ปกิณกะ โดยเพิ่มขึ้น 4.95 และรูปแบบรายการที่มีร้อยละของจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์ลดลงมากที่สุด ได้แก่ รายการละคร โดยลดลง 8.25

ผลการวิเคราะห์จากดัชนีความหลากหลาย ทั้ง 4 ดัชนี พบว่า ค่า Concentration ratio ( $CR_4$ ) ลดลง 0.1009 จาก 0.9012 เป็น 0.8003 ค่า Herfindahl-Hirschman Index (HHI) ลดลง 584 จาก 2708.9 เป็น 2124.5 ค่า Simpson's D เพิ่มขึ้น 0.0585 จาก 0.7291 เป็น 0.7876 และค่า Relative entropy (H) เพิ่มขึ้น 0.1386 จาก 0.6554 เป็น 0.7940 แสดงว่ารูปแบบรายการโทรทัศน์มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น

จากตารางที่ 31 สามารถสรุปจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์เป็นกราฟได้ตามภาพที่ 18 ดังนี้

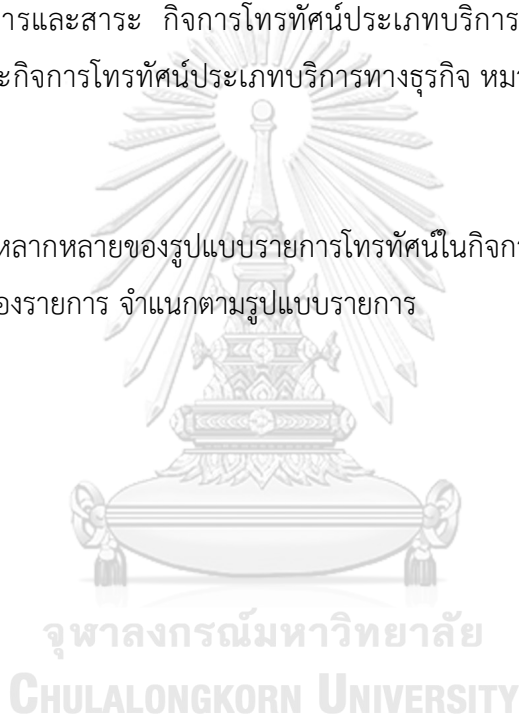
ภาพที่ 18 เปรียบเทียบร้อยละของจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของ 6 ช่องรายการ ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ.2554 และ 26 ช่องรายการ ในช่วงมกราคม พ.ศ.2559 ตั้งแต่เวลา 18.30 น. ถึง 23.00 น. จำแนกตามรูปแบบรายการ



6.2.2 สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล จำนวน 26 ช่องรายการ

ข้อมูลของช่องรายการที่ทำการเก็บข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 เป็นกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล จำนวน 26 ช่องรายการ ผลการศึกษาแบ่งเป็น สถานะความหลากหลายของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล การเปรียบเทียบสถานะความหลากหลายโทรทัศน์ของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลในแต่ละประเภท และ สถานีโทรทัศน์ภายในแต่ละประเภท ได้แก่ กิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะ กิจการโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดเด็ก เยาวชน และครอบครัว กิจการโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ กิจการโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ และกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง โดยมีรายละเอียดดังนี้

6.2.2.1 สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ในระบบดิจิทัล จำนวน 26 ช่องรายการ จำแนกตามรูปแบบรายการ



ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนรายการ จำนวนและร้อยละของจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์และดัชนีความหลากหลายของกิจกรรมโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอล จำนวน 26 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการ

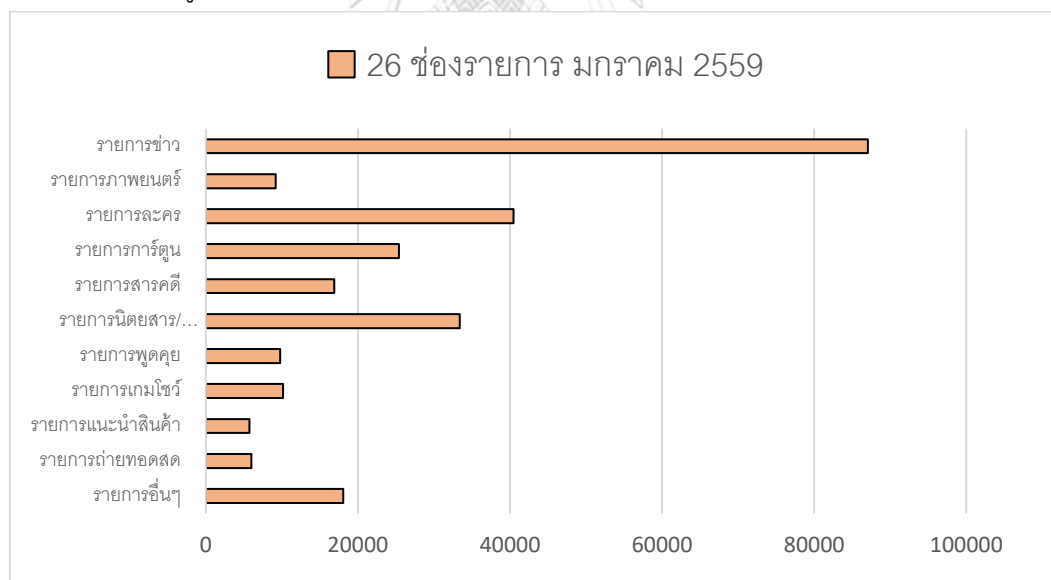
รูปแบบรายการ	จำนวนรายการ	จำนวนนาที่ต่อสัปดาห์
รายการข่าว	325 (18.78%)	87066 (33.22%)
รายการภาพยนตร์	60 (3.47%)	9170 (3.50%)
รายการละคร	176 (10.17%)	40469 (15.44%)
รายการสารคดี	319 (18.43%)	25390 (9.69%)
รายการนิตยสาร/ปกิณกะ	188 (10.86%)	16881 (6.44%)
รายการพูดคุย	370 (21.37%)	33383 (12.74%)
รายการเกมโชว์	78 (4.51%)	9793 (3.74%)
รายการการ์ตูน	70 (4.04%)	10138 (3.87%)
รายการแนะนำสินค้า	19 (1.10%)	5740 (2.19%)
รายการถ่ายทอดสด	29 (1.68%)	5997 (2.29%)
รายการอื่น ๆ	97 (5.60%)	18053 (6.89%)
รวม	1731 (100.00%)	262080 (100.00%)
CR <sub>4</sub>		71.09
HHI		1738.3
Simpson'D		0.8262
Relative entropy (H)		0.8508

จากตารางที่ 32 พบว่า จำนวนรายการโทรทัศน์ของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ในระบบ ดิจิตอล จำนวน 26 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 มีทั้งสิ้น 1731 รายการ โดยรูปแบบรายการที่มีจำนวนมากที่สุด ได้แก่ รายการพูดคุย 370 รายการ คิดเป็นร้อยละ 21.37 รองลงมา ได้แก่ รายการข่าว 325 รายการ คิดเป็นร้อยละ 18.78 ใกล้เคียงกับรายการสารคดี 319 รายการ คิดเป็นร้อยละ 18.43 ในขณะที่รูปแบบรายการที่มีจำนวนนาทียของการออกอากาศต่อ สัปดาห์มากที่สุด ได้แก่ รายการข่าว 87066 นาที คิดเป็นร้อยละ 33.22 รองลงมา ได้แก่ รายการ ละคร 40469 นาที คิดเป็นร้อยละ 15.44 และรายการพูดคุย 33383 นาที คิดเป็นร้อยละ 12.74

ผลการวิเคราะห์จากดัชนีความหลากหลาย ทั้ง 4 ดัชนี พบว่า ค่า Concentration ratio ( $CR_4$ ) มีค่าเท่ากับ 0.7109 ค่า Herfindahl-Hirschman Index (HHI) เท่ากับ 1738.3 ค่า Simpson's D เท่ากับ 0.8262 และค่า Relative entropy (H) เท่ากับ 0.8508

จากตารางที่ 32 สามารถสรุปจำนวนนาทียของการออกอากาศต่อสัปดาห์เป็นกราฟได้ตาม ภาพที่ 19 ดังนี้

ภาพที่ 19 แสดงจำนวนนาทียของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของ 26 ช่องรายการ ในช่วงมกราคม พ.ศ. 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการ



6.2.2.2 สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบ ดิจิตอล จำนวน 26 ช่องรายการ จำแนกตามรูปแบบรายการและประเภทใบอนุญาตของสถานี



ตารางที่ 33 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของจำนวนรายการ จำนวนและร้อยละของจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์และดัชนีความหลากหลายของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ในระบบดิจิทัล จำนวน 26 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการและประเภทใบอนุญาตของสถานีโทรทัศน์

รูปแบบรายการ	สาธารณะ (4 ช่องรายการ)		เด็ก เยาวชน และ ครอบครัว (2 ช่องรายการ)		ข่าวสาร และสาระ (6 ช่องรายการ)		ทั่วไป แบบความ คมชัดปกติ (7 ช่องรายการ)		ทั่วไป แบบความ คมชัดสูง (7 ช่องรายการ)	
	จำนวน รายการ (ร้อยละ)	จำนวน นาที่ (ร้อยละ)	จำนวน รายการ (ร้อยละ)	จำนวน นาที่ (ร้อยละ)	จำนวน รายการ (ร้อยละ)	จำนวน นาที่ (ร้อยละ)	จำนวน รายการ (ร้อยละ)	จำนวน นาที่ (ร้อยละ)	จำนวน รายการ (ร้อยละ)	จำนวน นาที่ (ร้อยละ)
รายการข่าว	57 (13.10%)	13644 (33.84%)	8 (8.33%)	1881 (9.33%)	79 (27.62%)	30424 (50.30%)	67 (16.79%)	16577 (23.49%)	114 (22.14%)	24540 (34.78%)
รายการภาพยนตร์	2 (0.46%)	170 (0.42%)	2 (2.08%)	195 (0.97%)	1 (0.35%)	120 (0.20%)	47 (11.78%)	6885 (9.76%)	8 (1.55%)	1800 (2.55%)
รายการละคร	9 (2.07%)	1225 (3.04%)	15 (15.63%)	3260 (16.17%)	6 (2.10%)	2964 (4.90%)	78 (19.55%)	17834 (25.27%)	68 (13.20%)	15186 (21.52%)
รายการการ์ตูน	4 (0.92%)	450 (1.12%)	19 (19.79%)	4222 (20.94%)	15 (5.24%)	2910 (4.81%)	11 (2.76%)	1073 (1.52%)	21 (4.08%)	1483 (2.10%)
รายการสารคดี	100 (22.99%)	3775 (9.36%)	24 (25.00%)	2010 (9.97%)	68 (23.78%)	9096 (15.04%)	47 (11.78%)	5586 (7.92%)	80 (15.53%)	4923 (6.98%)
รายการนิตยสาร /ปกิณกะ	62 (14.25%)	2510 (6.23%)	6 (6.25%)	870 (4.32%)	15 (5.24%)	1590 (2.63%)	38 (9.52%)	5165 (7.32%)	67 (13.01%)	6746 (9.56%)
รายการพูดคุย	156 (35.86%)	9378 (23.26%)	10 (10.42%)	1812 (8.99%)	66 (23.08%)	8932 (14.77%)	52 (13.03%)	5772 (8.18%)	86 (16.70%)	7489 (10.61%)
รายการเกมโชว์	3 (0.69%)	110 (0.27%)	5 (5.21%)	300 (1.49%)	2 (0.70%)	240 (0.40%)	29 (7.27%)	5444 (7.72%)	39 (7.57%)	3699 (5.24%)
รายการแนะนำสินค้า	3 (0.69%)	655 (1.62%)	2 (2.08%)	750 (3.72%)	5 (1.75%)	1920 (3.17%)	3 (0.75%)	845 (1.20%)	6 (1.17%)	1570 (2.23%)
รายการถ่ายทอดสด	4 (0.92%)	1725 (4.28%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	6 (2.10%)	920 (1.52%)	12 (3.01%)	1980 (2.81%)	7 (1.36%)	1372 (1.94%)
รายการอื่น ๆ	35 (8.05%)	6678 (16.56%)	5 (5.21%)	4860 (24.11%)	23 (8.04%)	1364 (2.26%)	15 (3.76%)	3399 (4.82%)	19 (3.69%)	1752 (2.48%)
รวม	435 (100.00%)	40320 (100.00%)	96 (100.00%)	20160 (100.00%)	286 (100.00%)	60480 (100.00%)	399 (100.00%)	70560 (100.00%)	515 (100.00%)	70560 (100.00%)
CR <sub>4</sub>		83.02		71.20		85.01		66.71		76.48
HHI		2118.5		1584.1		3046.6		1563.5		1978.8
Simpson'D		0.7882		0.8416		0.6953		0.8437		0.8021
Relative entropy (H)		0.7488		0.8678		0.6654		0.8644		0.8043

จากตารางที่ 33 พบว่า กิจกรรมโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล จำนวน 26 สถานี ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 หากแบ่งตามประเภทของใบอนุญาต รูปแบบรายการที่มีจำนวนมากที่สุดของแต่ละประเภทใบอนุญาต มีดังนี้ กลุ่มกิจกรรมโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะ ได้แก่ รายการพูดคุย 156 รายการ คิดเป็นร้อยละ 35.86 กลุ่มกิจกรรมโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดเด็ก เยาวชน และครอบครัว ได้แก่ รายการสารคดี 24 รายการ คิดเป็นร้อยละ 25.00 กลุ่มกิจกรรมโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ ได้แก่ รายการข่าว 79 รายการ คิดเป็นร้อยละ 27.62 กลุ่มกิจกรรมโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ ได้แก่ รายการละคร 78 รายการ คิดเป็นร้อยละ 19.55 และกลุ่มกิจกรรมโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง ได้แก่ รายการข่าว 114 รายการ คิดเป็นร้อยละ 22.14

ในขณะที่รูปแบบรายการที่มีจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์มากที่สุดของแต่ละประเภทใบอนุญาต มีดังนี้ กลุ่มกิจกรรมโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะ ได้แก่ รายการข่าว 13644 นาที คิดเป็นร้อยละ 33.84 กลุ่มกิจกรรมโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดเด็ก เยาวชน และครอบครัว ได้แก่ รายการการ์ตูน 4222 นาที คิดเป็นร้อยละ 20.94 กลุ่มกิจกรรมโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ ได้แก่ รายการข่าว 30424 นาที คิดเป็นร้อยละ 50.30 กลุ่มกิจกรรมโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ ได้แก่ รายการละคร 17834 นาที คิดเป็นร้อยละ 25.27 และกลุ่มกิจกรรมโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง ได้แก่ รายการข่าว 24540 นาที คิดเป็นร้อยละ 34.78

ผลการวิเคราะห์จากดัชนีความหลากหลาย ทั้ง 4 ดัชนี พบว่า ประเภทของกลุ่มกิจกรรมโทรทัศน์ที่มีค่า  $CR_4$  มากที่สุด ได้แก่ กลุ่มกิจกรรมโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ โดยมีค่า  $CR_4$  เท่ากับ 0.8501 และประเภทของกลุ่มกิจกรรมโทรทัศน์ที่มีค่า  $CR_4$  น้อยที่สุด ได้แก่ กลุ่มกิจกรรมโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ โดยมีค่า  $CR_4$  เท่ากับ 0.6671 ส่วนประเภทของกลุ่มกิจกรรมโทรทัศน์ที่มีค่า HHI มากที่สุด ได้แก่ กลุ่มกิจกรรมโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ โดยมีค่า HHI เท่ากับ 3046.6 และประเภทของกลุ่มกิจกรรมโทรทัศน์ที่มีค่า HHI น้อยที่สุด ใกล้เคียงกัน ได้แก่ กลุ่มกิจกรรมโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ โดยมีค่า HHI เท่ากับ 1563.5 และกลุ่มกิจกรรมโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดเด็ก เยาวชน และครอบครัว โดยมีค่า HHI เท่ากับ 1584.1

สำหรับประเภทของกลุ่มกิจกรรมโทรทัศน์ที่มีค่า Simpson's D มากที่สุด ใกล้เคียงกัน ได้แก่ กลุ่มกิจกรรมโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ โดยมีค่า Simpson's D เท่ากับ 0.8437 และกลุ่มกิจกรรมโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดเด็ก เยาวชน



6.2.2.3 สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการสาธารณะ จำนวน 4 ช่องรายการ จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์

ตารางที่ 34 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของจำนวนรายการ จำนวนและร้อยละของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์และดัชนีความหลากหลายของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการสาธารณะ จำนวน 4 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์

รูปแบบรายการ	ททบ5.		NBT		Thai PBS		TPTV	
	จำนวนรายการ (ร้อยละ)	จำนวนนาฬิกา (ร้อยละ)	จำนวนรายการ (ร้อยละ)	จำนวนนาฬิกา (ร้อยละ)	จำนวนรายการ (ร้อยละ)	จำนวนนาฬิกา (ร้อยละ)	จำนวนรายการ (ร้อยละ)	จำนวนนาฬิกา (ร้อยละ)
รายการข่าว	21 (11.23%)	3060 (30.36%)	14 (11.38%)	4969 (49.30%)	17 (20.99%)	3940 (39.09%)	5 (11.36%)	1675 (16.62%)
รายการภาพยนตร์	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	1 (1.23%)	115 (1.14%)	1 (2.27%)	55 (0.55%)
รายการละคร	3 (1.60%)	665 (6.60%)	1 (0.81%)	25 (0.25%)	5 (6.17%)	535 (5.31%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)
รายการการ์ตูน	2 (1.07%)	335 (3.32%)	1 (0.81%)	55 (0.55%)	1 (1.23%)	60 (0.60%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)
รายการสารคดี	54 (28.88%)	1378 (13.67%)	23 (18.70%)	854 (8.47%)	18 (22.22%)	1389 (13.78%)	5 (11.36%)	154 (1.53%)
รายการนิตยสาร /ปกิณกะ	27 (14.44%)	830 (8.23%)	13 (10.57%)	340 (3.37%)	16 (19.75%)	1015 (10.07%)	6 (13.64%)	325 (3.22%)
รายการพูดคุย	54 (28.88%)	1937 (19.22%)	65 (52.85%)	3367 (33.40%)	13 (16.05%)	1048 (10.40%)	24 (54.55%)	3026 (30.02%)
รายการเกมโชว์	1 (0.53%)	25 (0.25%)	1 (0.81%)	25 (0.25%)	1 (1.23%)	60 (0.60%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)
รายการแนะนำสินค้า	3 (1.60%)	655 (6.50%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)
รายการถ่ายทอดสด	1 (0.53%)	90 (0.89%)	2 (1.63%)	165 (1.64%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	1 (2.27%)	1470 (14.58%)
รายการอื่น ๆ	21 (11.23%)	1105 (10.96%)	3 (2.44%)	280 (2.78%)	9 (11.11%)	1918 (19.03%)	2 (4.55%)	3375 (33.48%)
รวม	187 (100.00%)	10080 (100.00%)	123 (100.00%)	10080 (100.00%)	81 (100.00%)	10080 (100.00%)	44 (100.00%)	10080 (100.00%)
CR <sub>d</sub>		74.21		94.54		82.29		94.70
HHI		1763.3		3639.8		2319.4		2524.1
Simpson'D		0.8237		0.6360		0.7681		0.7476
Relative entropy (H)		0.8364		0.5750		0.7693		0.7758

จากตารางที่ 34 พบว่า กิจกรรมโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการสาธารณะ จำนวน 4 สถานี ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำนวนรายการโทรทัศน์ที่มีมากที่สุดของแต่ละสถานีโทรทัศน์ มีดังนี้ ช่อง ททบ.5 เท่ากัน ได้แก่ รายการสารคดี และรายการ พุดคุย 54 รายการ คิดเป็นร้อยละ 28.88 ช่อง NBT ได้แก่ รายการพุดคุย 65 รายการ คิดเป็นร้อยละ 52.85 ช่อง Thai PBS ใกล้เคียงกัน ได้แก่ รายการสารคดี 18 รายการ คิดเป็นร้อยละ 22.22 รายการข่าว 17 รายการ คิดเป็นร้อยละ 20.99 และรายการนิตยสาร/ปกิณกะ 16 รายการ คิดเป็น ร้อยละ 19.75 และช่อง TPTV ได้แก่ รายการพุดคุย 24 รายการ คิดเป็นร้อยละ 54.55

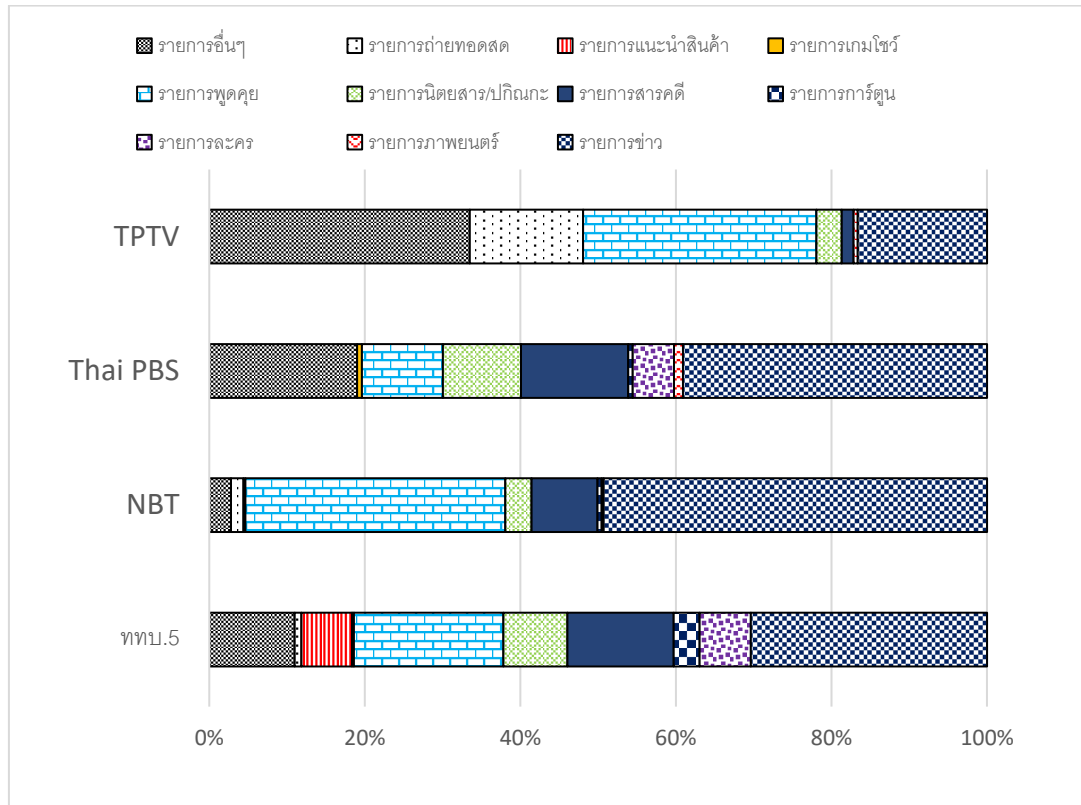
ในขณะที่รูปแบบรายการที่มีจำนวนนาทิจของการออกอากาศต่อสัปดาห์มากที่สุดของ สถานีโทรทัศน์แต่ละสถานี มีดังนี้ ช่อง ททบ.5 ได้แก่ รายการข่าว 3060 นาที คิดเป็นร้อยละ 30.36 ช่อง NBT ได้แก่ รายการข่าว 4969 นาที คิดเป็นร้อยละ 49.30 ช่อง Thai PBS ได้แก่ รายการข่าว 3940 นาที คิดเป็นร้อยละ 39.09 และช่อง TPTV ได้แก่ รายการพุดคุย 3026 นาที คิดเป็นร้อยละ 30.02

ผลการวิเคราะห์จากดัชนีความหลากหลาย ทั้ง 4 ดัชนี พบว่า สถานีโทรทัศน์ที่มีค่า  $CR_4$  มากที่สุด ใกล้เคียงกัน ได้แก่ ช่อง TPTV โดยมีค่า  $CR_4$  เท่ากับ 0.9470 และช่อง 11 โดยมีค่า  $CR_4$  เท่ากับ 0.9454 และสถานีโทรทัศน์ที่มีค่า  $CR_4$  น้อยที่สุด ได้แก่ ช่อง ททบ.5 โดยมีค่า  $CR_4$  เท่ากับ 0.7421 ส่วนสถานีโทรทัศน์ที่มีค่า HHI มากที่สุด ได้แก่ ช่อง NBT โดยมีค่า HHI เท่ากับ 3639.8 และ สถานีโทรทัศน์ที่มีค่า HHI น้อยที่สุด ได้แก่ ช่อง ททบ.5 โดยมีค่า HHI เท่ากับ 1763.33

สำหรับสถานีโทรทัศน์ที่มีค่า Simpson's D มากที่สุด ได้แก่ ช่อง ททบ.5 โดยมีค่า Simpson's D เท่ากับ 0.8237 และสถานีโทรทัศน์ที่มีค่า Simpson's D น้อยที่สุด ได้แก่ ช่อง NBT โดยมีค่า Simpson's D เท่ากับ 0.6360 ส่วนสถานีโทรทัศน์ที่มีค่า Relative entropy (H) มากที่สุด ได้แก่ ช่อง ททบ.5 โดยมีค่า Relative entropy (H) เท่ากับ 0.8364 และสถานีโทรทัศน์ที่มีค่า Relative entropy (H) น้อยที่สุด ได้แก่ ช่อง NBT โดยมีค่า Relative entropy (H) เท่ากับ 0.5750

จากตารางที่ 34 สามารถสรุปร้อยละของจำนวนนาทิจของการออกอากาศต่อสัปดาห์เป็นกราฟ ได้ตามภาพที่ 21 ดังนี้

ภาพที่ 21 เปรียบเทียบร้อยละของจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการสาธารณะ จำนวน 4 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์



6.2.2.4 สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดเด็ก เยาวชน และครอบครัว จำนวน 2 ช่องรายการ จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์

ตารางที่ 35 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของจำนวนรายการ และจำนวนและร้อยละของจำนวนนาทของการออกอากาศต่อสัปดาห์และดัชนีความหลากหลายของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดเด็ก เยาวชน และครอบครัว จำนวน 2 ช่องรายการ ตั้งแต่ วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์

รูปแบบรายการ	3 Family		MCOT Kids & Family	
	จำนวนรายการ (ร้อยละ)	จำนวน นาที (ร้อยละ)	จำนวนรายการ (ร้อยละ)	จำนวน นาที (ร้อยละ)
รายการข่าว	5 (8.62%)	1245 (12.35%)	3 (7.89%)	636 (6.31%)
รายการภาพยนตร์	2 (3.45%)	195 (1.93%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)
รายการละคร	11 (18.97%)	2270 (22.52%)	4 (10.53%)	990 (9.82%)
รายการการ์ตูน	10 (17.24%)	1540 (15.28%)	9 (23.68%)	2682 (26.61%)
รายการสารคดี	14 (24.14%)	630 (6.25%)	10 (26.32%)	1380 (13.69%)
รายการนิตยสาร /ปกิณกะ	4 (6.90%)	510 (5.06%)	2 (5.26%)	360 (3.57%)
รายการพูดคุย	6 (10.34%)	630 (6.25%)	4 (10.53%)	1182 (11.73%)
รายการเกมโชว์	3 (5.17%)	150 (1.49%)	2 (5.26%)	150 (1.49%)
รายการแนะนำสินค้า	1 (1.72%)	300 (2.98%)	1 (2.63%)	450 (4.46%)
รายการถ่ายทอดสด	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)
รายการอื่น ๆ	2 (3.45%)	2610 (25.89%)	3 (7.89%)	2250 (22.32%)
รวม	58 (100.00%)	10080 (100.00%)	38 (100.00%)	10080 (100.00%)
CR <sub>d</sub>		76.04		74.35
HHI		1682.1		1702.3
Simpson'D		0.8318		0.8298
Relative entropy (H)		0.8564		0.8799

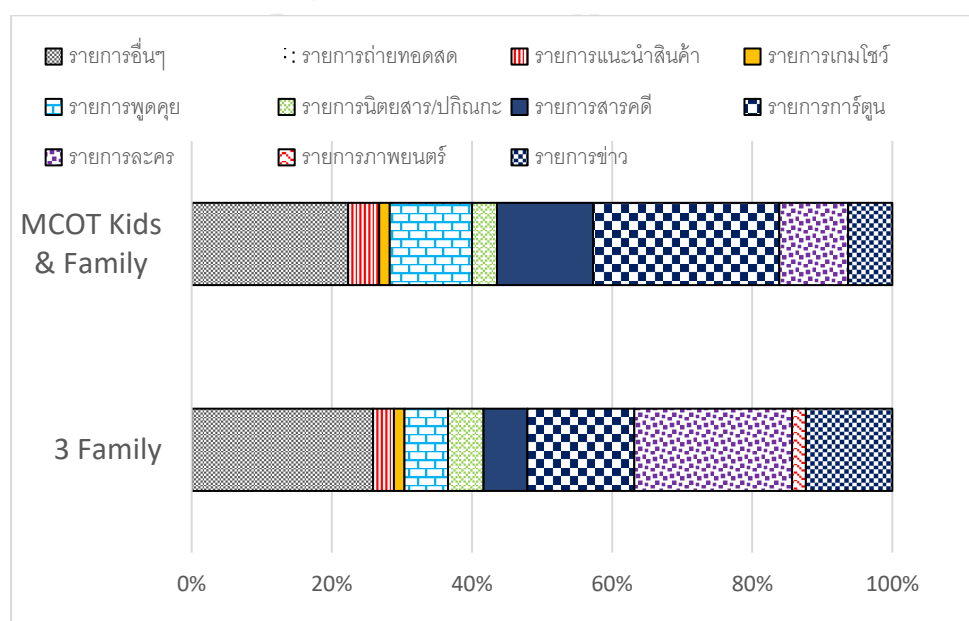
จากตารางที่ 35 พบว่า กิจกรรมโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดเด็ก เยาวชน และครอบครัว จำนวน 2 สถานี ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำนวนรายการโทรทัศน์ที่มีมากที่สุดของแต่ละสถานีโทรทัศน์ มีดังนี้ ช่อง 3 Family ได้แก่ รายการสารคดี 14 รายการ คิดเป็นร้อยละ 24.14 และช่อง MCOT Kids & Family ได้แก่ รายการสารคดี 10 รายการ คิดเป็นร้อยละ 26.32

ในขณะที่รูปแบบรายการที่มีจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์มากที่สุดของสถานีโทรทัศน์แต่ละสถานี มีดังนี้ ช่อง 3 Family ได้แก่ รายการละคร 2270 นาที คิดเป็นร้อยละ 22.52 และช่อง MCOT Kids & Family ได้แก่ รายการการ์ตูน 2682 นาที คิดเป็นร้อยละ 26.61

ผลการวิเคราะห์จากดัชนีความหลากหลาย ทั้ง 4 ดัชนี พบว่า ทั้งช่อง 3 Family และช่อง MCOT Kids & Family มีค่าใกล้เคียงกัน โดยมีค่า  $CR_4$  เท่ากับ 0.7604 และ 0.7435 ตามลำดับ ส่วนค่า HHI เท่ากับ 1682.1 และ 1702.3 ตามลำดับ นอกจากนี้ ช่อง 3 Family มีค่า Simpson's D เท่ากับ 0.8318 และค่า Relative entropy เท่ากับ 0.8564 ซึ่งใกล้เคียงกับช่อง MCOT Kids & Family ซึ่งมีค่า Simpson's D เท่ากับ 0.8298 และค่า Relative entropy เท่ากับ 0.8799

จากตารางที่ 35 สามารถสรุปร้อยละของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์เป็นกราฟได้ตามภาพที่ 22 ดังนี้

ภาพที่ 22 เปรียบเทียบร้อยละของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของกิจกรรมโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดเด็ก เยาวชน และครอบครัว จำนวน 2 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์





6.2.2.3 สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ จำนวน 6 ช่องรายการ จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์

ตารางที่ 36 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของจำนวนรายการของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ จำนวน 6 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์

รูปแบบรายการ	TNN24	นิวทีวี (NEW TV)	Spring News	Bright TV	VOICE TV	Nation TV
	จำนวน รายการ (ร้อยละ)	จำนวน รายการ (ร้อยละ)	จำนวน รายการ (ร้อยละ)	จำนวน รายการ (ร้อยละ)	จำนวน รายการ (ร้อยละ)	จำนวน รายการ (ร้อยละ)
รายการข่าว	23 (43.40%)	5 (19.23%)	13 (35.14%)	12 (21.43%)	13 (25.00%)	13 (20.97%)
รายการภาพยนตร์	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	1 (1.79%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)
รายการละคร	0 (0.00%)	5 (19.23%)	0 (0.00%)	1 (1.79%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)
รายการสารคดี	12 (22.64%)	6 (23.08%)	9 (24.32%)	12 (21.43%)	13 (25.00%)	16 (25.81%)
รายการนิตยสาร /ปกิณกะ	1 (1.89%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	3 (5.36%)	7 (13.46%)	4 (6.45%)
รายการพูดคุย	13 (24.53%)	3 (11.54%)	9 (24.32%)	10 (17.86%)	13 (25.00%)	18 (29.03%)
รายการเกมโชว์	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	1 (1.92%)	1 (1.61%)
รายการการ์ตูน	0 (0.00%)	5 (19.23%)	0 (0.00%)	10 (17.86%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)
รายการแนะนำสินค้า	0 (0.00%)	1 (3.85%)	1 (2.70%)	1 (1.79%)	1 (1.92%)	1 (1.61%)
รายการถ่ายทอดสด	0 (0.00%)	0 (0.00%)	1 (2.70%)	3 (5.36%)	1 (1.92%)	1 (1.61%)
รายการอื่น ๆ	4 (7.55%)	1 (3.85%)	4 (10.81%)	3 (5.36%)	3 (5.77%)	8 (12.90%)
รวม	53 (100.00%)	26 (100.00%)	37 (100.00%)	56 (100.00%)	52 (100.00%)	62 (100.00%)

ตารางที่ 37 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของนาฬิกาของออกอากาศต่อสัปดาห์และดัชนีความหลากหลายของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ จำนวน 6 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์

รูปแบบรายการ	TNN24	นิวทีวี (NEW TV)	Spring News	Bright TV	VOICE TV	Nation TV
	จำนวน นาฬิกา (ร้อยละ)	จำนวน นาฬิกา (ร้อยละ)	จำนวน นาฬิกา (ร้อยละ)	จำนวน นาฬิกา (ร้อยละ)	จำนวน นาฬิกา (ร้อยละ)	จำนวน นาฬิกา (ร้อยละ)
รายการข่าว	7772 (77.10%)	2761 (27.39%)	5726 (56.81%)	3485 (34.57%)	5025 (49.85%)	5655 (56.10%)
รายการภาพยนตร์	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	120 (1.19%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)
รายการละคร	0 (0.00%)	2064 (20.48%)	0 (0.00%)	900 (8.93%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)
รายการการ์ตูน	0 (0.00%)	660 (6.55%)	0 (0.00%)	2250 (22.32%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)
รายการสารคดี	474 (4.70%)	3902 (38.71%)	1610 (15.97%)	920 (9.13%)	1020 (10.12%)	1170 (11.61%)
รายการนิตยสาร /ปกิณกะ	60 (0.60%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	120 (1.19%)	870 (8.63%)	540 (5.36%)
รายการพูดคุย	1519 (15.07%)	213 (2.11%)	2135 (21.18%)	1635 (16.22%)	1845 (18.30%)	1585 (15.72%)
รายการเกมโชว์	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	60 (0.60%)	180 (1.79%)
รายการแนะนำสินค้า	0 (0.00%)	420 (4.17%)	95 (0.94%)	275 (2.73%)	720 (7.14%)	410 (4.07%)
รายการถ่ายทอดสด	0 (0.00%)	0 (0.00%)	115 (1.14%)	295 (2.93%)	360 (3.57%)	150 (1.49%)
รายการอื่น ๆ	255 (2.53%)	60 (0.60%)	399 (3.96%)	80 (0.79%)	180 (1.79%)	390 (3.87%)
รวม	10080 (100.00%)	10080 (100.00%)	10080 (100.00%)	10080 (100.00%)	10080 (100.00%)	10080 (100.00%)
CR <sub>4</sub>	99.41	93.13	97.92	82.24	86.91	88.79
HHI	6200.9	2733.1	3948.5	2139.2	3064.4	3595.0
Simpson'D	0.3799	0.7267	0.6052	0.7861	0.6936	0.6405
Relative entropy (H)	0.4678	0.7553	0.6507	0.7716	0.7266	0.6793

จากตารางที่ 36 พบว่า กิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ จำนวน 6 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำนวนรายการโทรทัศน์ที่มีมากที่สุดของแต่ละสถานีโทรทัศน์ มีดังนี้ ช่อง TNN24 ได้แก่ รายการข่าว 23 รายการ คิดเป็นร้อยละ 43.40 ช่อง นิวทีวี (NEW TV) ได้แก่ รายการสารคดี 6 รายการ คิดเป็นร้อยละ 23.08 ช่อง Spring News ได้แก่ รายการข่าว 13 รายการ คิดเป็นร้อยละ 35.14 ช่อง Bright TV เท่ากัน ได้แก่ รายการข่าว และรายการสารคดี 12 รายการ คิดเป็นร้อยละ 21.43 ช่อง VOICE TV เท่ากัน ได้แก่ รายการข่าว และรายการสารคดี 13 รายการ คิดเป็นร้อยละ 25.00 และช่อง Nation TV ได้แก่ รายการพูดคุย 18 รายการ คิดเป็นร้อยละ 29.03

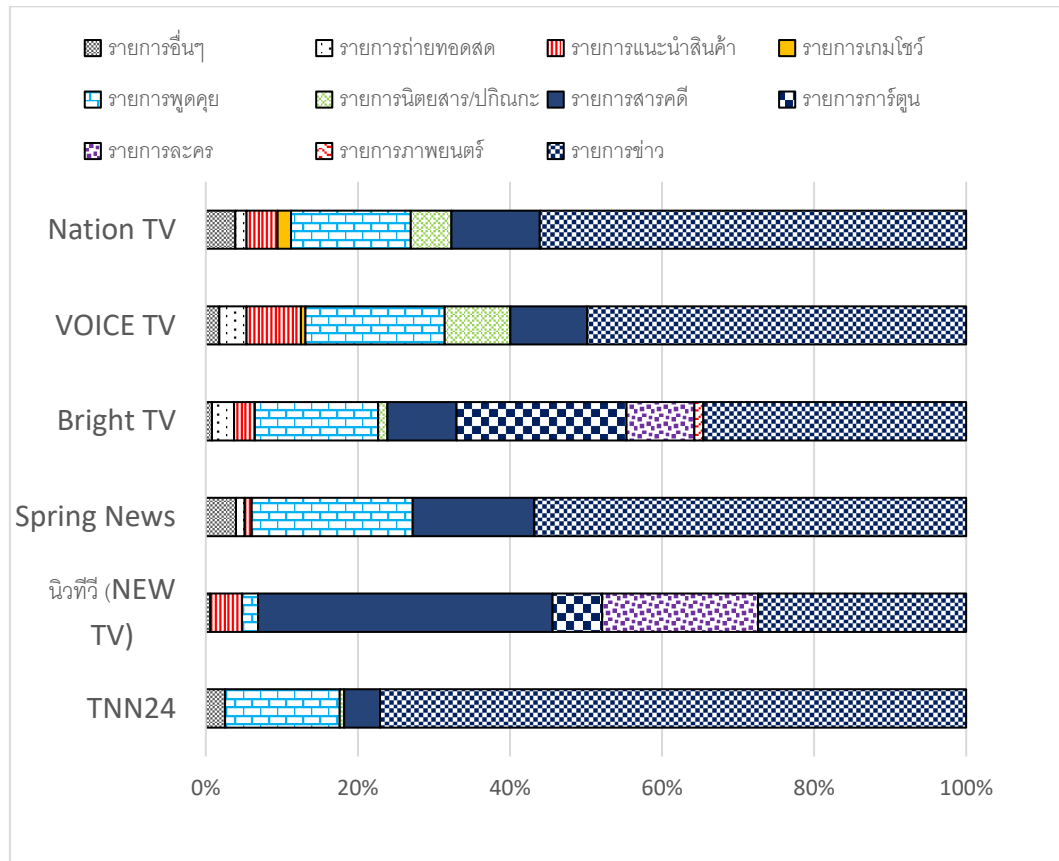
จากตารางที่ 37 พบว่า กิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ จำนวน 6 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 รูปแบบรายการที่มีจำนวนนาทิจของการออกอากาศต่อสัปดาห์มากที่สุดของสถานีโทรทัศน์แต่ละสถานี มีดังนี้ ช่อง TNN24 ได้แก่ รายการข่าว 7772 นาที คิดเป็นร้อยละ 77.10 ช่อง นิวทีวี (NEW TV) ได้แก่ รายการสารคดี 3902 นาที คิดเป็นร้อยละ 38.71 ช่อง Spring News ได้แก่ รายการข่าว 5726 นาที คิดเป็นร้อยละ 56.81 ช่อง Bright TV ได้แก่ รายการข่าว 3485 นาที คิดเป็นร้อยละ 34.57 ช่อง VOICE TV ได้แก่ รายการข่าว 5025 นาที คิดเป็นร้อยละ 49.85 และช่อง Nation TV ได้แก่ รายการข่าว 5655 นาที คิดเป็นร้อยละ 56.10

ผลการวิเคราะห์จากดัชนีความหลากหลาย ทั้ง 4 ดัชนี พบว่า สถานีโทรทัศน์ที่มีค่า  $CR_4$  มากที่สุด ได้แก่ ช่อง TNN24 โดยมีค่า  $CR_4$  เท่ากับ 0.9941 และสถานีโทรทัศน์ที่มีค่า  $CR_4$  น้อยที่สุด ได้แก่ ช่อง Bright TV โดยมีค่า  $CR_4$  เท่ากับ 0.8224 ส่วนสถานีโทรทัศน์ที่มีค่า HHI มากที่สุด ได้แก่ ช่อง TNN24 โดยมีค่า HHI เท่ากับ 6200.9 และสถานีโทรทัศน์ที่มีค่า HHI น้อยที่สุด ได้แก่ Bright TV โดยมีค่า HHI เท่ากับ 2139.2

สำหรับสถานีโทรทัศน์ที่มีค่า Simpson's D มากที่สุด ได้แก่ ช่อง Bright TV โดยมีค่า Simpson's D เท่ากับ 0.7861 และสถานีโทรทัศน์ที่มีค่า Simpson's D น้อยที่สุด ได้แก่ ช่อง TNN24 โดยมีค่า Simpson's D เท่ากับ 0.3799 ส่วนสถานีโทรทัศน์ที่มีค่า Relative entropy (H) มากที่สุด ได้แก่ ช่อง Bright TV โดยมีค่า Relative entropy (H) เท่ากับ 0.7716 และสถานีโทรทัศน์ที่มีค่า Relative entropy (H) น้อยที่สุด ได้แก่ ช่อง TNN24 โดยมีค่า Relative entropy (H) เท่ากับ 0.4678

จากตารางที่ 37 สามารถสรุปร้อยละของจำนวนนาทิจของการออกอากาศต่อสัปดาห์เป็นกราฟได้ตามภาพที่ 23 ดังนี้

ภาพที่ 23 เปรียบเทียบร้อยละของจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ จำนวน 6 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

6.2.2.4 สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ จำนวน 7 ช่องรายการ จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์

ตารางที่ 38 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของจำนวนรายการของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ จำนวน 7 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์

รูปแบบรายการ	เวิร์คพอยท์ ทีวี	True 4 U (ทรูโฟร์ยู)	GMM25	NOW	8	3 SD	Mono ๒๙
	จำนวน รายการ (ร้อยละ)	จำนวน รายการ (ร้อยละ)	จำนวน รายการ (ร้อยละ)	จำนวน รายการ (ร้อยละ)	จำนวน รายการ (ร้อยละ)	จำนวน รายการ (ร้อยละ)	จำนวน รายการ (ร้อยละ)
รายการข่าว	6 (9.84%)	15 (23.08%)	6 (10.71%)	8 (14.81%)	9 (28.13%)	14 (25.45%)	9 (11.84%)
รายการภาพยนตร์	0 (0.00%)	5 (7.69%)	0 (0.00%)	1 (1.85%)	0 (0.00%)	2 (3.64%)	39 (51.32%)
รายการละคร	7 (11.48%)	14 (21.54%)	12 (21.43%)	9 (16.67%)	6 (18.75%)	8 (14.55%)	22 (28.95%)
รายการการ์ตูน	3 (4.92%)	3 (4.62%)	4 (7.14%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	1 (1.32%)
รายการสารคดี	4 (6.56%)	7 (10.77%)	3 (5.36%)	17 (31.48%)	1 (3.13%)	13 (23.64%)	2 (2.63%)
รายการนิตยสาร /ปกิณกะ	16 (26.23%)	6 (9.23%)	7 (12.50%)	0 (0.00%)	3 (9.38%)	6 (10.91%)	0 (0.00%)
รายการพูดคุย	6 (9.84%)	5 (7.69%)	16 (28.57%)	14 (25.93%)	4 (12.50%)	5 (9.09%)	2 (2.63%)
รายการเกมโชว์	15 (24.59%)	5 (7.69%)	1 (1.79%)	1 (1.85%)	4 (12.50%)	2 (3.64%)	1 (1.32%)
รายการแนะนำสินค้า	1 (1.64%)	0 (0.00%)	2 (3.57%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)
รายการถ่ายทอดสด	3 (4.92%)	3 (4.62%)	1 (1.79%)	1 (1.85%)	2 (6.25%)	2 (3.64%)	0 (0.00%)
รายการอื่น ๆ	0 (0.00%)	2 (3.08%)	4 (7.14%)	3 (5.56%)	3 (9.38%)	3 (5.45%)	0 (0.00%)
รวม	61 (100.00%)	65 (100.00%)	56 (100.00%)	54 (100.00%)	32 (100.00%)	55 (100.00%)	76 (100.00%)

ตารางที่ 39 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์และดัชนีความหลากหลายของกิจกรรมโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ จำนวน 7 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์

รูปแบบรายการ	เวิร์คพอยท์ทีวี	True 4 U (ทรูโฟร์ยู)	GMM25	NOW	8	3 SD	Mono ๒๙
	จำนวนนาที่ (ร้อยละ)	จำนวนนาที่ (ร้อยละ)	จำนวนนาที่ (ร้อยละ)	จำนวนนาที่ (ร้อยละ)	จำนวนนาที่ (ร้อยละ)	จำนวนนาที่ (ร้อยละ)	จำนวนนาที่ (ร้อยละ)
รายการข่าว	1440 (14.29%)	3035 (30.11%)	1785 (17.71%)	2697 (26.76%)	3045 (30.21%)	2325 (23.07%)	2250 (22.32%)
รายการภาพยนตร์	0 (0.00%)	1860 (18.45%)	0 (0.00%)	240 (2.38%)	0 (0.00%)	225 (2.23%)	4560 (45.24%)
รายการละคร	1195 (11.86%)	1846 (18.31%)	2670 (26.49%)	2753 (27.31%)	3660 (36.31%)	3525 (34.97%)	2185 (21.68%)
รายการการ์ตูน	175 (1.74%)	238 (2.36%)	540 (5.36%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	120 (1.19%)
รายการสารคดี	640 (6.35%)	718 (7.12%)	330 (3.27%)	2563 (25.43%)	105 (1.04%)	565 (5.61%)	665 (6.60%)
รายการนิตยสาร /ปกิณกะ	2770 (27.48%)	475 (4.71%)	1095 (10.86%)	0 (0.00%)	285 (2.83%)	540 (5.36%)	0 (0.00%)
รายการพูดคุย	590 (5.85%)	413 (4.10%)	1965 (19.49%)	1169 (11.60%)	1250 (12.40%)	265 (2.63%)	120 (1.19%)
รายการเกมโชว์	2710 (26.88%)	805 (7.99%)	150 (1.49%)	119 (1.18%)	1360 (13.49%)	120 (1.19%)	180 (1.79%)
รายการแนะนำสินค้า	350 (3.47%)	0 (0.00%)	495 (4.91%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)
รายการถ่ายทอดสด	210 (2.08%)	540 (5.36%)	600 (5.95%)	150 (1.49%)	255 (2.53%)	225 (2.23%)	0 (0.00%)
รายการอื่น ๆ	0 (0.00%)	150 (1.49%)	450 (4.46%)	389 (3.86%)	120 (1.19%)	2290 (22.72%)	0 (0.00%)
รวม	10080 (100.00%)	10080 (100.00%)	10080 (100.00%)	10080 (100.00%)	10080 (100.00%)	10080 (100.00%)	10080 (100.00%)
CR <sub>d</sub>	80.51	74.86	74.55	91.09	92.41	86.36	95.83
HHI	1916.6	1772.4	1634.3	2267.0	2583.6	2349.5	3064.2
Simpson'D	0.8083	0.8228	0.8366	0.7733	0.7416	0.7651	0.6936
Relative entropy (H)	0.8410	0.8499	0.8705	0.7862	0.7467	0.7641	0.7101

จากตารางที่ 38 พบว่า กิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ จำนวน 7 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำนวนรายการโทรทัศน์ที่มีมากที่สุดของแต่ละสถานีโทรทัศน์ มีดังนี้ ช่อง เว็รคพอยท์ ทีวี ใกล้เคียงกัน ได้แก่ รายการนิตยสาร/ปกิณกะ 16 รายการ คิดเป็นร้อยละ 26.23 และรายการเกมโชว์ 15 รายการ คิดเป็นร้อยละ 24.59 ช่อง True 4 U (ทรูโฟร์ยู) ใกล้เคียงกัน ได้แก่ รายการข่าว 15 รายการ คิดเป็นร้อยละ 23.08 และรายการละคร 14 รายการ คิดเป็นร้อยละ 21.54 ช่อง GMM25 ได้แก่ รายการพุดคุย 16 รายการ คิดเป็นร้อยละ 28.57 ช่อง NOW ได้แก่ รายการสารคดี 17 รายการ คิดเป็นร้อยละ 31.48 ช่อง 8 ได้แก่ รายการข่าว 9 รายการ คิดเป็นร้อยละ 28.13 ช่อง 3 SD ใกล้เคียงกัน ได้แก่ รายการข่าว 14 รายการ คิดเป็นร้อยละ 25.45 และรายการสารคดี 13 รายการ คิดเป็นร้อยละ 23.64 และช่อง Mono ๒๙ ได้แก่ รายการภาพยนตร์ 39 รายการ คิดเป็นร้อยละ 51.32

จากตารางที่ 39 พบว่า กิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ จำนวน 7 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 รูปแบบรายการที่มีจำนวนนาทีกองการออกอากาศต่อสัปดาห์มากที่สุดของสถานีโทรทัศน์แต่ละสถานี มีดังนี้ ช่อง เว็รคพอยท์ ทีวี ได้แก่ รายการนิตยสาร/ปกิณกะ 2770 นาที คิดเป็นร้อยละ 27.48 ช่อง True 4 U (ทรูโฟร์ยู) ได้แก่ รายการข่าว 3035 นาที คิดเป็นร้อยละ 30.11 ช่อง GMM25 ได้แก่ รายการละคร 2670 นาที คิดเป็นร้อยละ 26.49 ช่อง NOW ใกล้เคียงกัน ได้แก่ รายการข่าว 2697 นาที คิดเป็นร้อยละ 26.76 รายการละคร 2753 นาที คิดเป็นร้อยละ 27.31 และรายการสารคดี 2563 นาที คิดเป็นร้อยละ 25.43 ช่อง 8 ได้แก่ รายการละคร 3660 นาที คิดเป็นร้อยละ 36.31 ช่อง 3 SD ได้แก่ รายการละคร 3525 นาที คิดเป็นร้อยละ 34.97 และช่อง Mono29 ได้แก่ รายการภาพยนตร์ 4560 นาที คิดเป็นร้อยละ 45.24

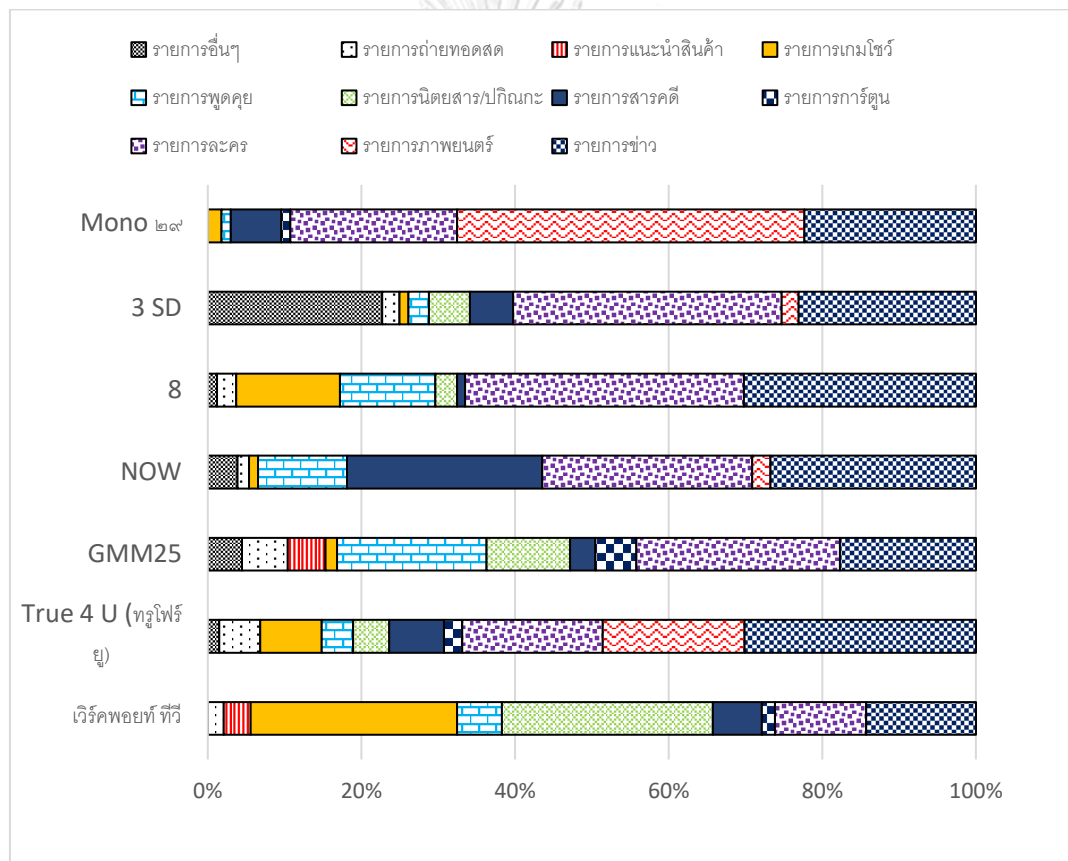
ผลการวิเคราะห์จากดัชนีความหลากหลาย ทั้ง 4 ดัชนี พบว่า สถานีโทรทัศน์ที่มีค่า  $CR_4$  มากที่สุด ได้แก่ ช่อง Mono ๒๙ โดยมีค่า  $CR_4$  เท่ากับ 0.9583 และสถานีโทรทัศน์ที่มีค่า  $CR_4$  น้อยที่สุด ใกล้เคียงกัน ได้แก่ ช่อง GMM25 โดยมีค่า  $CR_4$  เท่ากับ 0.7455 และ True 4 U (ทรูโฟร์ยู) โดยมีค่า  $CR_4$  เท่ากับ 0.7486 ส่วนสถานีโทรทัศน์ที่มีค่า HHI มากที่สุด ได้แก่ ช่อง Mono ๒๙ โดยมีค่า HHI เท่ากับ 3064.2 และสถานีโทรทัศน์ที่มีค่า HHI น้อยที่สุด ได้แก่ GMM25 โดยมีค่า HHI เท่ากับ 1634.3

สำหรับสถานีโทรทัศน์ที่มีค่า Simpson's D มากที่สุด ได้แก่ ช่อง GMM25 โดยมีค่า Simpson's D เท่ากับ 0.8366 และสถานีโทรทัศน์ที่มีค่า Simpson's D น้อยที่สุด ได้แก่ ช่อง Mono ๒๙ โดยมีค่า Simpson's D เท่ากับ 0.6936 ส่วนสถานีโทรทัศน์ที่มีค่า Relative entropy (H) มากที่สุด ได้แก่ ช่อง GMM25 โดยมีค่า Relative entropy (H) เท่ากับ 0.8705 และสถานีโทรทัศน์ที่มีค่า

Relative entropy (H) น้อยที่สุด ได้แก่ ช่อง Mono ๒๙ โดยมีค่า Relative entropy (H) เท่ากับ 0.7101

จากตารางที่ 39 สามารถสรุปร้อยละของจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์เป็นกราฟได้ตามภาพที่ 24 ดังนี้

ภาพที่ 24 เปรียบเทียบร้อยละของจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ จำนวน 7 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์



6.2.2.5 สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง จำนวน 7 ช่องรายการ จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์



ตารางที่ 40 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของจำนวนรายการของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง จำนวน 7 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์

รูปแบบรายการ	MCOT HD	One	ไทยรัฐทีวี	3 HD	Amarin TV HD	7 HD	PPTV
	จำนวนรายการ (ร้อยละ)	จำนวนรายการ (ร้อยละ)	จำนวนรายการ (ร้อยละ)	จำนวนรายการ (ร้อยละ)	จำนวนรายการ (ร้อยละ)	จำนวนรายการ (ร้อยละ)	จำนวนรายการ (ร้อยละ)
รายการข่าว	23 (22.55%)	9 (13.64%)	9 (23.68%)	20 (19.42%)	11 (16.92%)	24 (27.91%)	18 (32.73%)
รายการภาพยนตร์	1 (0.98%)	1 (1.52%)	1 (2.63%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	4 (4.65%)	1 (1.82%)
รายการละคร	4 (3.92%)	18 (27.27%)	4 (10.53%)	13 (12.62%)	2 (3.08%)	14 (16.28%)	13 (23.64%)
รายการการ์ตูน	4 (3.92%)	5 (7.58%)	2 (5.26%)	2 (1.94%)	0 (0.00%)	7 (8.14%)	1 (1.82%)
รายการสารคดี	19 (18.63%)	4 (6.06%)	2 (5.26%)	22 (21.36%)	12 (18.46%)	13 (15.12%)	8 (14.55%)
รายการนิตยสาร /ปกิณกะ	10 (9.80%)	14 (21.21%)	8 (21.05%)	8 (7.77%)	19 (29.23%)	4 (4.65%)	4 (7.27%)
รายการพูดคุย	26 (25.49%)	9 (13.64%)	6 (15.79%)	17 (16.50%)	17 (26.15%)	7 (8.14%)	4 (7.27%)
รายการเกมโชว์	10 (9.80%)	2 (3.03%)	4 (10.53%)	10 (9.71%)	2 (3.08%)	9 (10.47%)	2 (3.64%)
รายการแนะนำสินค้า	1 (0.98%)	1 (1.52%)	1 (2.63%)	0 (0.00%)	1 (1.54%)	1 (1.16%)	1 (1.82%)
รายการถ่ายทอดสด	0 (0.00%)	0 (0.00%)	1 (2.63%)	1 (0.97%)	0 (0.00%)	2 (2.33%)	3 (5.45%)
รายการอื่น ๆ	4 (3.92%)	3 (4.55%)	0 (0.00%)	10 (9.71%)	1 (1.54%)	1 (1.16%)	0 (0.00%)
รวม	102 (100.00%)	66 (100.00%)	38 (100.00%)	103 (100.00%)	65 (100.00%)	86 (100.00%)	55 (100.00%)

ตารางที่ 41 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์และดัชนีความหลากหลายของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง จำนวน 7 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์

รูปแบบรายการ	MCOT HD	One	ไทยรัฐทีวี	3 HD	Amarin TV HD	7 HD	PPTV
	จำนวนนาที่ (ร้อยละ)	จำนวนนาที่ (ร้อยละ)	จำนวนนาที่ (ร้อยละ)	จำนวนนาที่ (ร้อยละ)	จำนวนนาที่ (ร้อยละ)	จำนวนนาที่ (ร้อยละ)	จำนวนนาที่ (ร้อยละ)
รายการข่าว	3679 (36.50%)	1810 (17.96%)	4158 (41.25%)	4432 (43.97%)	3270 (32.44%)	3492 (34.64%)	3699 (36.70%)
รายการภาพยนตร์	110 (1.09%)	150 (1.49%)	585 (5.80%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	715 (7.09%)	240 (2.38%)
รายการละคร	770 (7.64%)	3395 (33.68%)	1290 (12.80%)	2684 (26.63%)	1085 (10.76%)	3014 (29.90%)	2948 (29.25%)
รายการการ์ตูน	433 (4.30%)	305 (3.03%)	178 (1.77%)	75 (0.74%)	0 (0.00%)	372 (3.69%)	120 (1.19%)
รายการสารคดี	809 (8.03%)	285 (2.83%)	678 (6.73%)	458 (4.54%)	1508 (14.96%)	471 (4.67%)	714 (7.08%)
รายการนิตยสาร / ปกิณกะ	440 (4.37%)	2230 (22.12%)	1190 (11.81%)	366 (3.63%)	1300 (12.90%)	465 (4.61%)	755 (7.49%)
รายการพูดคุย	1844 (18.29%)	900 (8.93%)	828 (8.21%)	652 (6.47%)	2557 (25.37%)	414 (4.11%)	294 (2.92%)
รายการเกมโชว์	780 (7.74%)	530 (5.26%)	645 (6.40%)	661 (6.56%)	120 (1.19%)	773 (7.67%)	190 (1.88%)
รายการแนะนำสินค้า	480 (4.76%)	300 (2.98%)	300 (2.98%)	0 (0.00%)	60 (0.60%)	125 (1.24%)	305 (3.03%)
รายการถ่ายทอดสด	0 (0.00%)	0 (0.00%)	228 (2.26%)	104 (1.03%)	0 (0.00%)	225 (2.23%)	815 (8.09%)
รายการอื่น ๆ	735 (7.29%)	175 (1.74%)	0 (0.00%)	648 (6.43%)	180 (1.79%)	14 (0.14%)	0 (0.00%)
รวม	10080 (100.00)	10080 (100.00)	10080 (100.00)	10080 (100.00)	10080 (100.00)	10080 (100.00)	10080 (100.00)
CR <sub>4</sub>	70.56	82.69	74.07	83.62	85.67	79.31	81.52
HHI	1964.0	2084.8	2209.1	2803.8	2206.8	2283.5	2401.9
Simpson'D	0.8036	0.7915	0.7791	0.7196	0.7793	0.7717	0.7598
Relative entropy (H)	0.8393	0.7919	0.8122	0.7238	0.7967	0.7503	0.7548

จากตารางที่ 40 พบว่า กิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง จำนวน 7 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำนวนรายการโทรทัศน์ที่มีมากที่สุดของแต่ละสถานีโทรทัศน์ มีดังนี้ ช่อง MCOT HD ได้แก่ รายการพุดคุย 26 รายการ คิดเป็นร้อยละ 25.49 ช่อง One ได้แก่ รายการละคร 18 รายการ คิดเป็นร้อยละ 27.27 ช่อง ไทยรัฐทีวี โกลด์เค�กัน ได้แก่ รายการข่าว 9 รายการ คิดเป็นร้อยละ 23.68 และรายการนิตยสาร/ปกิณกะ 8 รายการ คิดเป็นร้อยละ 21.05 ช่อง 3 HD ได้แก่ รายการสารคดี 22 รายการ คิดเป็นร้อยละ 21.36 ช่อง Amarin TV HD ได้แก่ รายการนิตยสาร/ปกิณกะ 19 รายการ คิดเป็นร้อยละ 29.23 ช่อง 7 HD ได้แก่ รายการข่าว 24 รายการ คิดเป็นร้อยละ 27.91 และช่อง PPTV ได้แก่ รายการข่าว 18 รายการ คิดเป็นร้อยละ 32.73

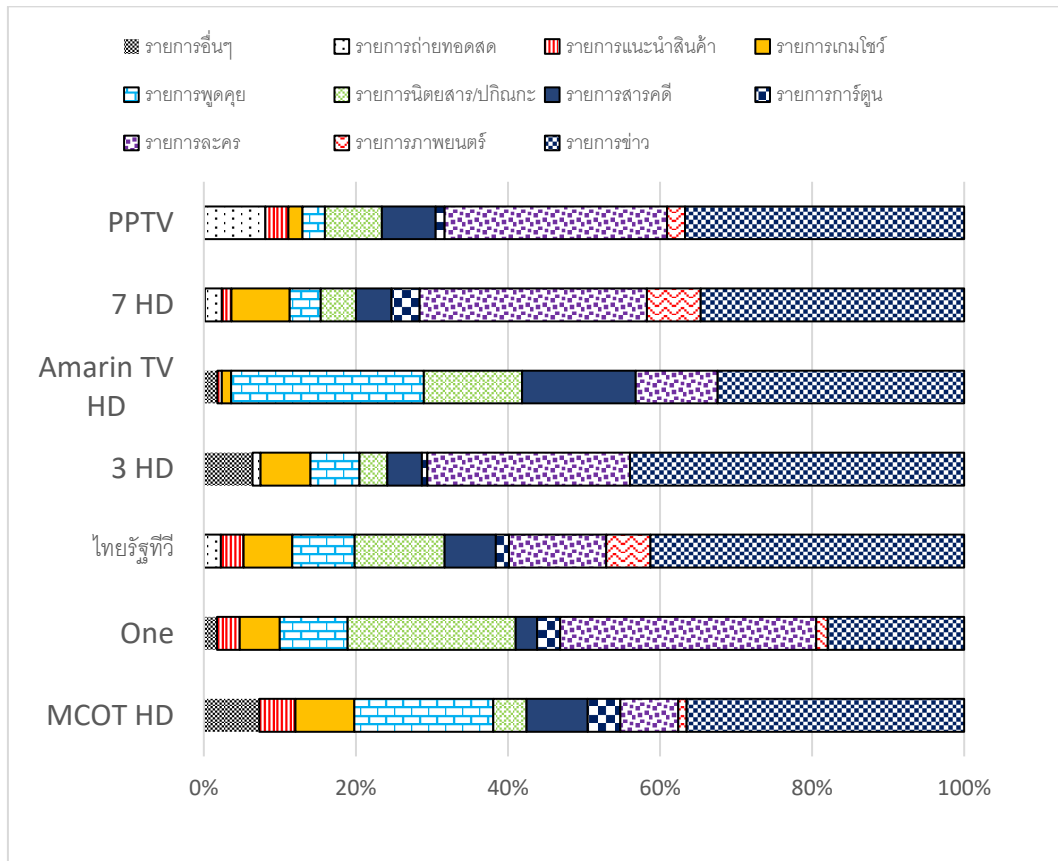
จากตารางที่ 41 พบว่า กิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง จำนวน 7 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 รูปแบบรายการที่มีจำนวนนาทิจของการออกอากาศต่อสัปดาห์มากที่สุดของสถานีโทรทัศน์แต่ละสถานี มีดังนี้ ช่อง MCOT HD ได้แก่ รายการข่าว 3679 นาที คิดเป็นร้อยละ 36.50 ช่อง One ได้แก่ รายการละคร 3395 นาที คิดเป็นร้อยละ 33.68 ช่อง ไทยรัฐทีวี ได้แก่ รายการข่าว 4158 นาที คิดเป็นร้อยละ 41.25 ช่อง 3 HD ได้แก่ รายการข่าว 4432 นาที คิดเป็นร้อยละ 43.97 ช่อง Amarin TV HD ได้แก่ รายการข่าว 3270 นาที คิดเป็นร้อยละ 32.44 ช่อง 7 HD ได้แก่ รายการข่าว 3492 นาที คิดเป็นร้อยละ 34.64 และช่อง PPTV ได้แก่ รายการข่าว 3699 นาที คิดเป็นร้อยละ 36.70

ผลการวิเคราะห์จากดัชนีความหลากหลาย ทั้ง 4 ดัชนี พบว่า สถานีโทรทัศน์ที่มีค่า  $CR_4$  มากที่สุด ได้แก่ ช่อง Amarin TV HD โดยมีค่า  $CR_4$  เท่ากับ 0.8567 และสถานีโทรทัศน์ที่มีค่า  $CR_4$  น้อยที่สุด ได้แก่ ช่อง MCOT HD โดยมีค่า  $CR_4$  เท่ากับ 0.7056 ส่วนสถานีโทรทัศน์ที่มีค่า HHI มากที่สุด ได้แก่ ช่อง 3 HD โดยมีค่า HHI เท่ากับ 2803.8 และสถานีโทรทัศน์ที่มีค่า HHI น้อยที่สุด ได้แก่ MCOT HD โดยมีค่า HHI เท่ากับ 1964.0

สำหรับสถานีโทรทัศน์ที่มีค่า Simpson's D มากที่สุด ได้แก่ ช่อง MCOT HD โดยมีค่า Simpson's D เท่ากับ 0.8036 และสถานีโทรทัศน์ที่มีค่า Simpson's D น้อยที่สุด ได้แก่ ช่อง 3 HD โดยมีค่า Simpson's D เท่ากับ 0.7196 ส่วนสถานีโทรทัศน์ที่มีค่า Relative entropy (H) มากที่สุด ได้แก่ ช่อง MCOT HD โดยมีค่า Relative entropy (H) เท่ากับ 0.8393 และสถานีโทรทัศน์ที่มีค่า Relative entropy (H) น้อยที่สุด ได้แก่ ช่อง 3 HD โดยมีค่า Relative entropy (H) เท่ากับ 0.7238

จากตารางที่ 41 สามารถสรุปร้อยละของจำนวนนาทิจของการออกอากาศต่อสัปดาห์เป็นกราฟได้ตามภาพที่ 25 ดังนี้

ภาพที่ 25 เปรียบเทียบร้อยละของจำนวนนาที่ของการออกอากาศต่อสัปดาห์ของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ หมวดยุทธศาสตร์ไปแบบความคมชัดสูง จำนวน 7 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2559 จำแนกตามรูปแบบรายการและสถานีโทรทัศน์



## บทที่ 7

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง "การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย" เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method research) ประกอบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ (1) เพื่อศึกษาการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายในประเทศที่มีแบบแผนปฏิบัติที่ดี (2) เพื่อสร้างกรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย และ (3) เพื่อศึกษาถึงความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ ก่อนและหลังการประมูลโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ

ระเบียบวิธีวิจัยของการศึกษานี้ ได้แก่ (1) การวิเคราะห์เอกสารเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายในประเทศที่มีแบบแผนปฏิบัติที่ดี (2) การสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างกรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย และ (3) การสำรวจสถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ ก่อนและหลังการประมูลโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ โดยการใช้แบบบันทึกในการเก็บข้อมูลจากผังรายการโทรทัศน์

จากการศึกษาข้างต้นสามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะได้ดังต่อไปนี้

#### 7.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ (1) การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย: บทเรียนจากประเทศที่มีแบบแผนปฏิบัติที่ดี (2) กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย และ (3) สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการในกิจการโทรทัศน์ ก่อนและหลังการประมูลโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ

7.1.1 การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย: บทเรียนจากประเทศที่มีแบบแผนปฏิบัติที่ดี

การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายแบ่งออกตามลักษณะของการกำกับดูแล ได้แก่ การกำกับดูแลโครงสร้างของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายและการกำกับดูแลเนื้อหาของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย สามารถประมวลได้ดังนี้

7.1.1.1 การกำกับดูแลโครงสร้างของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย ได้แก่

(1) การกำหนดลักษณะของการประกอบกิจการโทรทัศน์ให้มีความหลากหลาย หมายถึง การกำหนดประเภทของใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ตามวัตถุประสงค์ของการประกอบกิจการโทรทัศน์ พื้นที่การออกอากาศ ลักษณะเนื้อหา และลักษณะเฉพาะตามวัตถุประสงค์

(2) การกำหนดลักษณะความเป็นเจ้าของกิจการโทรทัศน์ให้มีความหลากหลาย หมายถึง การกำหนดเงื่อนไขในการเป็นเจ้าของกิจการโทรทัศน์ ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดจำนวนใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ที่วิสาหกิจหนึ่งสามารถถือได้ การกำหนดจำนวนร้อยละของผู้ชมทั้งหมดที่สามารถเข้าถึงได้โดยกิจการโทรทัศน์ทั้งหมดที่วิสาหกิจหนึ่งเป็นเจ้าของ การกำหนดสัดส่วนการถือหุ้นในกิจการโทรทัศน์ที่วิสาหกิจหนึ่งสามารถถือได้ และการกำหนดสัดส่วนการครองสิทธิข้ามสื่อ

(3) การกำหนดแหล่งรายได้ของกิจการโทรทัศน์ให้มีความหลากหลายทำให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์มีทางเลือกในการผลิตรายการมากขึ้น เช่น จากการโฆษณา จากกองทุนสาธารณะ จากการสนับสนุนโดยตรงของผู้รับสาร จากภาษี จากค่าธรรมเนียม และจากรัฐบาล

(4) การกำหนดสัดส่วนให้มีผู้ผลิตรายการอิสระร่วมผลิตรายการให้กิจการโทรทัศน์ หมายถึง การกำหนดให้มีผู้ผลิตรายการอิสระทั้งในรูปแบบของการจ้างผลิตรายการ การร่วมผลิตรายการ หรือการเช่าเวลาเพื่อนำรายการมาออกอากาศซึ่งทำให้เกิดความหลากหลายในรูปแบบและเนื้อหาของรายการมากกว่าการที่กิจการโทรทัศน์ผลิตรายการเองแต่เพียงผู้เดียว

#### 7.1.1.2 การกำกับดูแลเนื้อหาของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย ได้แก่

(1) การกำหนดสัดส่วนให้มีกลุ่มเป้าหมายรายการที่หลากหลาย ส่วนใหญ่กำหนดสัดส่วนของกลุ่มเป้าหมายเป็นการกำหนดสัดส่วนให้มีรายการสำหรับเด็กซึ่งถูกละเลยจากผู้ประกอบการโทรทัศน์ โดยการกำหนดจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศต่อสัปดาห์ที่ออกอากาศรายการสำหรับเด็ก และการกำหนดช่วงเวลาในการออกอากาศ ทั้งนี้อาจเป็นการบังคับให้ต้องปฏิบัติ หรือเป็นการมุ่งใจว่าถ้าปฏิบัติจะให้ผลประโยชน์ตอบแทน

(2) การกำหนดเกี่ยวกับสัดส่วนให้มีลักษณะเนื้อหาของรายการและรูปแบบรายการที่หลากหลาย การละเลยเนื้อหาบางประเภทอาจทำให้เกิดการกระจุกตัวของเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ ดังนั้นจึงอาจกำหนดให้ออกอากาศเนื้อหาของประเทศตนเอง หรือเนื้อหาของท้องถิ่น หรืออาจเป็นการกำหนดเนื้อหาเฉพาะ เช่น รายการสาระที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา คุณภาพชีวิตของเด็ก เยาวชน หรือส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีของสมาชิกในครอบครัวทั้งหมด รายการเกี่ยวกับข้อเท็จจริง ข้อวิเคราะห์ และข้อคิดเห็นที่มีผลกระทบต่อสังคม เศรษฐกิจ หรือคุณภาพชีวิต เป็นต้น เช่นเดียวกับเนื้อหา รายการ การกำหนดสัดส่วนในรูปแบบรายการสามารถกระทำได้ เช่น การกำหนดให้ออกอากาศ รายการละคร รายการสารคดี รายการสำหรับเด็ก เป็นต้น

(3) การกำหนดให้มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นธรรมและสมดุล เป็นการกำหนดในกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ หรือมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน ขึ้นอยู่กับผู้กำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ว่า ต้องการบังคับใช้อย่างไร

#### 7.1.2 กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย

การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ การกำกับดูแลด้านโครงสร้างและการกำกับดูแลด้านเนื้อหา โดยในส่วนของ การกำกับดูแลด้านโครงสร้าง อยู่ภายใต้การกำกับดูแลขององค์กรกำกับดูแล ทั้งในส่วนของ การกำหนดประเภทใบอนุญาต พื้นที่การออกอากาศของใบอนุญาต คุณสมบัติของผู้รับใบอนุญาต แหล่งรายได้ของการประกอบกิจการของผู้รับใบอนุญาต และเงื่อนไขการผลิตรายการของผู้รับใบอนุญาต

ส่วนการกำกับดูแลโดยรัฐในส่วนของเนื้อหาเป็นการกำหนดสัดส่วนขั้นต่ำ ทั้งในส่วนของ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ รูปแบบและเนื้อหา และลักษณะเนื้อหาที่ปรากฏ หรืออาจเป็นการกำหนดสัดส่วนเนื้อหาพร้อมกับการให้แรงจูงใจและผลประโยชน์ต่าง ๆ เพื่อโน้มน้าวให้สถานีโทรทัศน์ปฏิบัติตาม ไม่ว่าจะเป็นมาตรการทางภาษี การลดค่าธรรมเนียม การสนับสนุนค่าใช้จ่าย หรือการสนับสนุนเงินทุนเพื่อช่วยเหลือการผลิตรายการ รวมถึงการสร้างความภาคภูมิใจให้กับสถานีโทรทัศน์ในการผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพ ทั้งนี้ต้องระมัดระวังว่าวิธีการกำกับดูแลเพื่อความหลากหลายนี้มิได้เป็นการทำให้เนื้อหารายการโทรทัศน์เกิดความไม่หลากหลายและคุณภาพที่ลดลง

องค์กรกำกับดูแลควรมีการสร้างกลไกเฝ้าระวังความไม่หลากหลายของเนื้อหา รายการโทรทัศน์ อย่างไรก็ตาม ผลที่ได้จากการเฝ้าระวังไม่ควรใช้ในการลงโทษสถานีโทรทัศน์ แต่ควรเป็นการส่งเสริมให้เนื้อหา รายการโทรทัศน์เกิดความหลากหลายมากกว่า ไม่ควรจะเป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์ที่หลากหลาย หรือการส่งเสริมให้เกิดความตระหนักถึงความสำคัญของความหลากหลายของรายการโทรทัศน์

องค์กรกำกับดูแลสามารถส่งเสริมให้เกิดความหลากหลายของเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์ได้ ผ่านองค์กรที่เกิดจากการรวมกลุ่มทางวิชาชีพโดยการกำหนดเกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นธรรมและสมดุลในมาตรฐานวิชาชีพเพื่อให้กำหนดไว้ในจรรยาบรรณวิชาชีพ นอกจากนี้ องค์กรกำกับดูแลยังสามารถส่งเสริมให้เนื้อหา รายการโทรทัศน์เกิดความหลากหลายผ่านการกำหนดมาตรฐานการผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีความหลากหลายในมาตรฐานวิชาชีพเพื่อกำหนดไว้ในจรรยาบรรณวิชาชีพ ยกตัวอย่างเช่น รายการเด็ก รายการสำหรับผู้สูงอายุ รายการเพื่อการศึกษา เป็นต้น

องค์กรกำกับดูแลสามารถส่งเสริมให้เกิดความหลากหลายผ่านการสนับสนุนให้เกิดกองทุนสนับสนุนการผลิตรายการเพื่อทำการสนับสนุนสถานีโทรทัศน์หรือผู้ผลิตรายการอิสระที่มีความประสงค์จะผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีความหลากหลายตามลักษณะที่องค์กรกำกับดูแลกำหนด ทั้งนี้ กองทุนสนับสนุนการผลิตรายการนี้สามารถส่งเสริมให้ภาคประชาสังคมเกิดความรู้เกี่ยวกับความหลากหลายและตระหนักถึงความสำคัญของรายการโทรทัศน์ที่หลากหลาย และในทางกลับกันภาคประชาสังคมอาจสนับสนุนกองทุนดังกล่าวนี้ได้เช่นกัน

ในส่วนของภาคประชาสังคม องค์กรกำกับดูแลสามารถส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายภาคประชาสังคม และส่งเสริมให้ภาคประชาสังคมเกิดความรู้เกี่ยวกับความหลากหลายและตระหนักถึงความสำคัญของรายการโทรทัศน์ที่หลากหลาย เพื่อการรับชมและสนับสนุนสถานีโทรทัศน์ที่ผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีความหลากหลาย

กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายสามารถสรุปได้ดังภาพที่ 26





**การกำกับดูแลโครงสร้าง**

1. การกำหนดประเภทใบอนุญาต
2. การกำหนดพื้นที่การออกอากาศของใบอนุญาต
3. การกำหนดคุณสมบัติและเงื่อนไขของผู้รับใบอนุญาต
4. การกำหนดแหล่งรายได้ของการประกอบกิจการของผู้รับใบอนุญาต
5. การกำหนดเงื่อนไขการผลิตรายการของผู้รับใบอนุญาต

**การกำกับดูแลเนื้อหา**

1. การกำหนดสัดส่วนให้มีกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย
2. การกำหนดสัดส่วนให้มีวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย
3. การกำหนดสัดส่วนให้มีรูปแบบและเนื้อหาที่หลากหลาย
4. การกำหนดสัดส่วนให้มีลักษณะเนื้อหาที่หลากหลาย



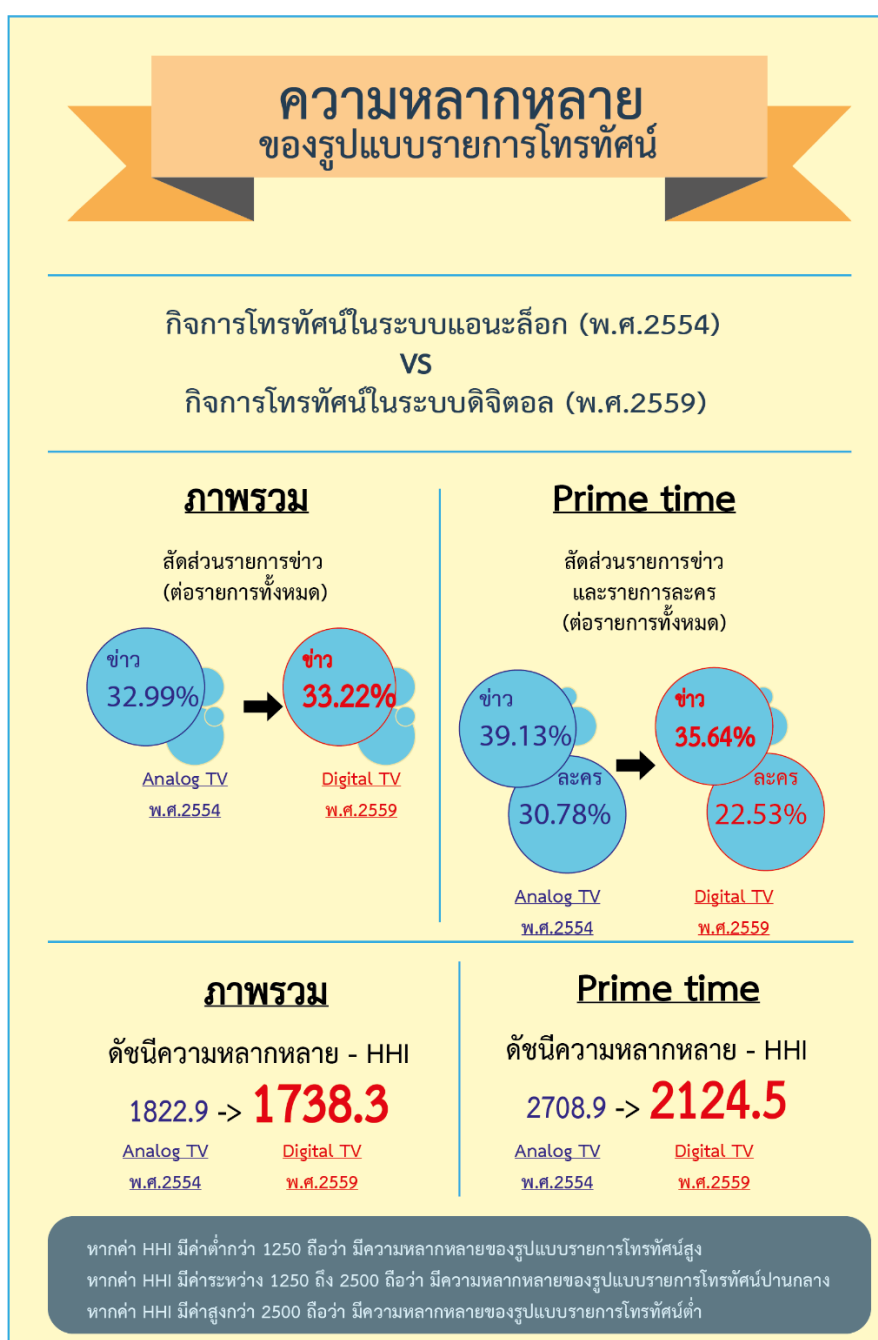
ภาพที่ 26 กรอบการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย

**7.1.3 สถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการในกิจการโทรทัศน์ ก่อนและหลังการประมวลโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ**

การวิจัยนี้พยายามศึกษาสถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการในกิจการโทรทัศน์ โดยเปรียบเทียบในสองช่วงเวลา ได้แก่ ช่วงตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2554 และช่วงตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2559 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2559 โดยมีข้อสันนิษฐานเบื้องต้นว่า ด้วยจำนวนช่องรายการและผู้ประกอบการที่เพิ่มขึ้นภายหลังการเปลี่ยนผ่านของโทรทัศน์ภาคพื้นดินสู่ระบบดิจิทัล และกฎระเบียบต่างเกี่ยวกับสัดส่วนเนื้อหารายการข่าวสาร หรือสาระที่เป็น

ประโยชน์ต่อสาธารณะ และสัดส่วนเนื้อหาสร้างสรรค์สังคมหรือรายการสำหรับเด็กและเยาวชน น่าจะนำไปสู่ความหลากหลายที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ผลสรุปภาพรวมจากการวิจัย พบว่า

ภาพที่ 27 สรุปสถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ในระบบแอนะล็อก ในเดือนมกราคม พ.ศ.2554 และกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ในระบบดิจิทัล ในเดือนมกราคม พ.ศ.2559



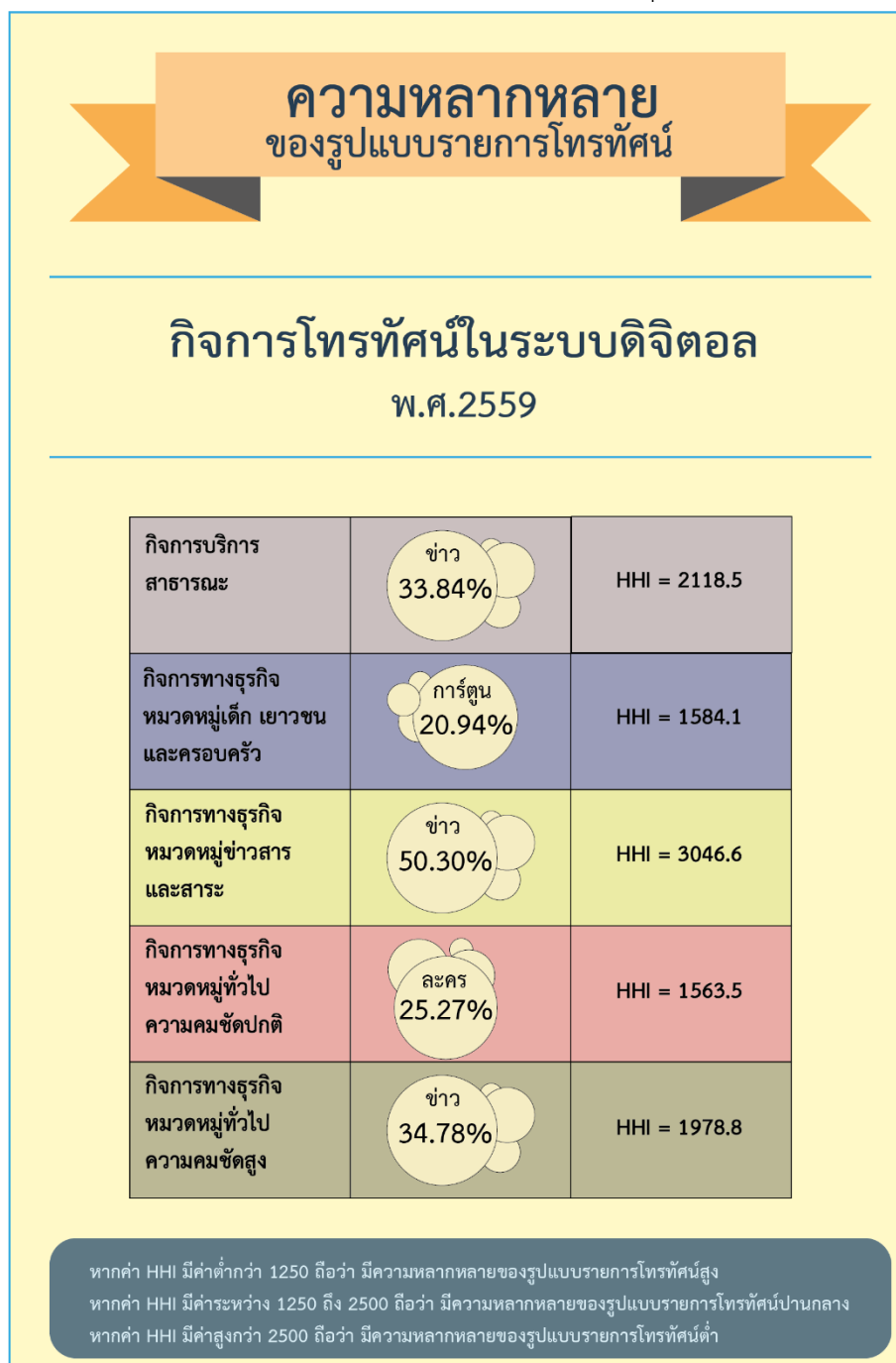
จากภาพที่ 27 ในภาพรวม รายการข่าวยังเป็นรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีสัดส่วนของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศมากที่สุด โดยเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 32.99 เป็นร้อยละ 33.22 ส่วนในช่วงเวลาที่มีจำนวนผู้ชมสูง รายการข่าวและรายการละครยังเป็นรูปแบบรายการที่มีสัดส่วนของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศมากที่สุด โดยรายการข่าวมีสัดส่วนลดลงจากร้อยละ 39.13 เป็นร้อยละ 35.64 ส่วนรายการละครมีสัดส่วนลดลงเช่นกัน โดยลดลงจากร้อยละ 30.78 เป็นร้อยละ 22.53

ในภาพรวม ค่า HHI ลดลงจาก 1822.9 เป็น 1738.3 ส่วนในช่วงเวลาที่มีจำนวนผู้ชมสูง ค่า HHI ลดลงจาก 2708.9 เป็น 2124.5 แสดงให้เห็นว่าความหลากหลายของรูปแบบรายการในกิจการโทรทัศน์ ภายหลังการประมูลโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติ ในส่วนของภาพรวม ความหลากหลายของรูปแบบรายการเพิ่มขึ้น โดยมีความหลากหลายในรูปแบบรายการในระดับปานกลาง ส่วนในช่วงเวลาที่มีจำนวนผู้ชมสูง ความหลากหลายของรูปแบบรายการเพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยมีการเปลี่ยนแปลงจากความหลากหลายในระดับต่ำ เป็นความหลากหลายในระดับปานกลาง

ในส่วนของความหลากหลายของรูปแบบรายการของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล จำนวน 26 ช่องรายการ ตั้งแต่วันที่ 25 มกราคม พ.ศ.2559 ถึง 31 มกราคม พ.ศ.2559 จำแนกตามประเภทใบอนุญาตกิจการโทรทัศน์ พบว่า กิจการบริการสาธารณะ กิจการทางธุรกิจ หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ และกิจการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปความคมชัดสูงมีรายการข่าวเป็นรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีสัดส่วนของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศมากที่สุด เท่ากับร้อยละ 33.84 ร้อยละ 50.30 และร้อยละ 34.78 ตามลำดับ ส่วนกิจการทางธุรกิจ หมวดหมู่เด็ก เยาวชน และครอบครัวมีรายการการ์ตูนเป็นรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีสัดส่วนของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศมากที่สุด และกิจการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปความคมชัดปกติมีรายการละครเป็นรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีสัดส่วนของจำนวนนาฬิกาของการออกอากาศมากที่สุด ตามภาพที่ 28

หมวดหมู่ของกิจการโทรทัศน์ที่มีระดับความหลากหลายของรูปแบบรายการต่ำที่สุด ได้แก่ กิจการทางธุรกิจ หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ โดยมีค่า HHI เท่ากับ 3046.6 ส่วนหมวดหมู่ของกิจการโทรทัศน์ที่มีระดับความหลากหลายของรูปแบบรายการสูงที่สุดใกล้เคียงกัน ได้แก่ กิจการทางธุรกิจ หมวดหมู่เด็ก เยาวชน และครอบครัว และกิจการทางธุรกิจ หมวดหมู่ทั่วไปความคมชัดปกติ โดยมีค่า HHI เท่ากับ 1563.5 และ 1584.1 ตามลำดับ โดยมีความหลากหลายอยู่ในระดับปานกลาง

ภาพที่ 28 สรุปสถานะความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์ในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ในระบบดิจิทัล ในเดือนมกราคม พ.ศ.2559 จำแนกตามประเภทใบอนุญาตกิจการโทรทัศน์



## 7.2 อภิปรายผล

### 7.2.1 กฎหมายไทยกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายของประเทศไทย ได้แก่ พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุ โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2553 และพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 โดยแบ่งออกเป็นกำกับการกำกับดูแลโครงสร้างของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายและการกำกับดูแลเนื้อหาของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย

ในส่วนของการกำกับดูแลโครงสร้างของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายแบ่งออกเป็น การกำกับดูแลด้านใบอนุญาตการประกอบกิจการ การกำกับดูแลด้านการกำหนดเงื่อนไขการเป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ และการกำกับดูแลด้านการแข่งขัน

หากเปรียบเทียบประเภทการประกอบกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยและประเภทการประกอบกิจการของประเทศที่มีแบบแผนปฏิบัติที่ดี พบว่า ประเภทของการประกอบกิจการค่อนข้างใกล้เคียงกัน ได้แก่ กิจการบริการสาธารณะ กิจการบริการชุมชน และกิจการทางธุรกิจ นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีการแบ่งพื้นที่การออกอากาศของกิจการทางธุรกิจในระดับชาติ ระดับภูมิภาค และระดับท้องถิ่น การแบ่งหมวดหมู่ของกิจการทางธุรกิจออกเป็น 4 หมวดหมู่ ได้แก่ หมวดหมู่เด็ก เยาวชน และครอบครัว หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ และหมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง และการกำหนดลักษณะเนื้อหาของการประกอบกิจการบริการสาธารณะ ยกตัวอย่างเช่น กิจการโทรทัศน์ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการส่งเสริมความรู้ การศึกษา ศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม การเกษตร และการส่งเสริมอาชีพอื่น ๆ สุขภาพ อนามัย กีฬา หรือการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยสรุปแล้ว อาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยมีการกำหนดโครงสร้างของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ให้มีความหลากหลายทั้งทางด้านวัตถุประสงค์การประกอบกิจการ ลักษณะเนื้อหาของรายการ และพื้นที่การออกอากาศ

ในส่วนของการกำหนดเงื่อนไขการเป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ ในประเทศที่มีแบบแผนปฏิบัติที่ดีมีการกำหนดจำนวนใบอนุญาตที่วิสาหกิจหนึ่งสามารถถือได้ หรือกำหนดจากความสามารถในการเข้าถึงจำนวนผู้ชมโทรทัศน์ ส่วนในกฎหมายไทยไม่มีการกำหนดในลักษณะข้างต้น แต่มีการกำหนดเกี่ยวกับเงื่อนไขการขอใบอนุญาตประกอบกิจการในการเข้าประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ โดยกำหนดให้ผู้นับค่าขอรับใบอนุญาตยื่นขอใบอนุญาตได้ไม่เกินรายละเอียดหนึ่งใบอนุญาตของแต่ละหมวดหมู่ ได้แก่ หมวดหมู่เด็ก เยาวชนและครอบครัว หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ และหมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง และมีสิทธิยื่นค่าขอรับใบอนุญาตในหมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง หรือหมวดหมู่

ข่าวสารและสาระได้หมวดหมู่ใดหมวดหมู่หนึ่งเท่านั้น การกำหนดเช่นนี้นอกจากจะเป็นประโยชน์ในการแยกการประมวลคลื่นความถี่ระหว่างผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์ที่ต้องการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารและสาระออกจากผู้ประกอบการโทรทัศน์ที่ต้องการนำเสนอเนื้อหาทั่วไปแล้ว ยังมีผลทางด้านความหลากหลายของเนื้อหารายการ กล่าวคือ การมีผู้ประกอบการโทรทัศน์ที่ให้ความสำคัญกับรายการที่มีเนื้อหาข่าวสารและสาระ และรายการที่มีเนื้อหาสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว

ในส่วนของการกำกับดูแลการแข่งขันของกิจการโทรทัศน์ กฎหมายไทยกำหนดให้มีการออกประกาศเกี่ยวกับการป้องกันการผูกขาด ลด หรือการจำกัดการแข่งขันเพื่อการส่งเสริมการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม และการการครองสิทธิข้ามสื่อเพื่อป้องกันมิให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งครอบงำกิจการโดยการผูกขาดการประกอบกิจการสื่อมวลชนหลายประเภทในเวลาเดียวกัน ในส่วนของการกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับการครองสิทธิข้ามสื่อในประเทศที่มีแบบแผนปฏิบัติที่ดีนั้น มีทั้งแบบที่ห้ามการครองสิทธิข้ามสื่อเลย และการกำหนดเป็นสัดส่วนการครองสิทธิข้ามสื่อ ทั้งการกำหนดด้านจำนวนช่องทางอิสระทั้งหมด จำนวนกิจการสื่อในแต่ละประเภทที่สามารถถือครองได้ และจำนวนสื่อที่สามารถถือครองได้ ส่วนกฎหมายของประเทศไทยกำหนดให้องค์กรกำกับดูแลสามารถพิจารณา กำหนดสัดส่วนการครองสิทธิข้ามสื่อในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่เท่านั้น มาตรการนี้เป็นมาตรการที่ส่งเสริมให้โครงสร้างของอุตสาหกรรมโทรทัศน์มีความหลากหลายทางด้านความเป็นเจ้าของ และป้องกันการใช้สื่อมวลชนในการครอบงำทางความคิด

สำหรับการกำกับดูแลเนื้อหาของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย กฎหมายไทยกำหนดสัดส่วนเนื้อหารายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะให้กิจการแต่ละประเภท โดยในกิจการบริการสาธารณะต้องกำหนดให้มีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละเจ็ดสิบ ในกิจการบริการชุมชนต้องกำหนดให้มีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการ ในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละเจ็ดสิบ และผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจต้องกำหนดให้มีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละยี่สิบห้า และมีการกำหนดเพิ่มเติมในเงื่อนไขของการประมวลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ หมวดหมู่ข่าวสารและสาระต้องมีรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละห้าสิบ โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่ผู้ชมส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงได้ (ไพรม์ไทม์) ไม่น้อยกว่าร้อยละห้าสิบ การกำหนดสัดส่วนเนื้อหาเช่นนี้เป็นแนวทางในการป้องกันมิให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์ละเลยเนื้อหารายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะโดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจการทางธุรกิจ อย่างไรก็ตามการกำหนดสัดส่วนเนื้อหานี้อาจเกิดปัญหาในการตีความความหมายของรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะที่แตกต่างกันระหว่างองค์กรกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ และผู้ชมรายการ

ในประเทศที่มีแบบแผนปฏิบัติที่ดี มีข้อกำหนดเกี่ยวกับรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับประเทศของตนเองหรือเนื้อหาเกี่ยวกับท้องถิ่น วิธีการกำกับดูแลนี้ในกฎหมายไทยมีการกำหนดสัดส่วนของเนื้อหาตามประเภทของใบอนุญาตซึ่งแบ่งตามพื้นที่การออกอากาศซึ่งกำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตกิจการบริการชุมชนต้องจัดผังรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 โดยต้องมีรายการที่เกี่ยวกับชุมชนหรือท้องถิ่นที่รับบริการและต้องมีรายการที่ผลิตโดยชุมชนหรือท้องถิ่นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของเวลาออกอากาศทั้งหมด และกิจการทางธุรกิจไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 โดยกิจการทางธุรกิจระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่นต้องมีรายการที่ผลิตเองไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของเวลาออกอากาศทั้งหมด ซึ่งถือว่าการกำหนดดังกล่าวสอดคล้องกับแนวทางของประเทศที่มีแบบแผนปฏิบัติที่ดี อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันยังไม่มีข้อกำหนดเกี่ยวกับเนื้อหาเกี่ยวกับประเทศของตนเองส่วนหนึ่งมาจากในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ของไทยยังไม่พบปัญหาเกี่ยวกับสัดส่วนของรายการโทรทัศน์ที่มาจากประเทศอื่น

นอกจากสัดส่วนเนื้อหารายการที่เกี่ยวกับประเทศของตนเองหรือท้องถิ่นแล้ว ในประเทศที่มีแบบแผนปฏิบัติที่ดีส่วนใหญ่มีข้อกำหนดเกี่ยวกับสัดส่วนรายการเด็ก ซึ่งในประเทศไทย แม้ไม่มีกฎหมายเฉพาะระบุเกี่ยวกับสัดส่วนรายการสำหรับเด็ก แต่มีการกำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตจัดผังรายการให้มีการออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาสร้างสรรค์สังคมหรือรายการสำหรับเด็กและเยาวชนอย่างน้อยวันละ 60 นาที ในช่วงเวลา 16.00-18.00 น. ของทุกวัน และในช่วงเวลา 7.00-9.00 น. ในวันเสาร์และวันอาทิตย์ และยังกำหนดให้ในช่วงเวลา 18.00-22.00 น. ออกอากาศรายการที่เนื้อหาที่มีความเหมาะสม และจะไม่เป็นภัยต่อการพัฒนาทั้งทางด้านสติปัญญา อารมณ์ และสังคมของเด็กและเยาวชน หากพิจารณาถึงกรอบการกำหนดให้มีสัดส่วนรายการที่มีเนื้อหาสร้างสรรค์สังคมหรือรายการสำหรับเด็กและเยาวชนแล้วถือว่าใกล้เคียงกับแนวทางของประเทศที่มีแบบแผนปฏิบัติที่ดี อย่างไรก็ตาม การกำหนดมาตรฐานขั้นต่ำของการผลิตรายการสำหรับเด็กเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ ควบคู่กับการกำหนดสัดส่วนของการออกอากาศรายการสำหรับเด็ก

การสนับสนุนผู้ผลิตรายการอิสระเป็นวิธีการกำกับดูแลหนึ่งที่ใช้กันมากในประเทศที่มีแบบแผนปฏิบัติที่ดี สำหรับประเทศไทยมีการกำหนดสัดส่วนของการผลิตรายการโดยผู้ผลิตรายการอิสระโดยการกำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการด้วยตนเอง และสามารถแบ่งเวลาให้ผู้อื่นดำเนินรายการไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 แต่ต้องไม่เกินร้อยละ 40 ของเวลาการออกอากาศทั้งหมด โดยการแบ่งให้ดำเนินรายการต้องมีการเฉลี่ยให้อยู่ในแต่ละช่วงเวลาอย่างเหมาะสม และผู้ได้รับการแบ่งเวลาให้ดำเนินรายการจะนำเอาเวลาไปให้ผู้อื่นดำเนินการต่อไม่ได้ วัตถุประสงค์ของการกำหนดนี้ ได้แก่ ความต้องการให้ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการด้วยตัวเอง ไม่ใช่การนำเวลาทั้งหมดไปให้ผู้อื่นดำเนินการดังที่เคยเกิดขึ้นก่อนการประมูลกิจการโทรทัศน์ในระบบดิจิตอล ดังนั้น สำหรับประเทศ

ไทย จึงถือได้ว่ายังไม่มีการใช้มาตรการส่งเสริมหรือสนับสนุนผู้ผลิตรายการอิสระเพื่อการสร้างควมหลากหลาย

จากที่อธิบายข้างต้น จะเห็นว่ากฎหมายไทยมีเครื่องมือสำหรับการกำกับดูแลเพื่อความหลากหลายใกล้เคียงกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายในประเทศที่มีแบบแผนปฏิบัติที่ดี ไม่ว่าจะเป็นการกำกับดูแลทางด้านโครงสร้างหรือการกำกับดูแลทางด้านเนื้อหา อย่างไรก็ตาม หากเปรียบเทียบกับประเทศที่มีแบบแผนปฏิบัติที่ดีแล้ว พบว่า การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายของประเทศไทยยังขาดกลไกที่นำไปสู่การปฏิบัติที่ดี ไม่ว่าจะเป็นมาตรฐานที่ดีในการปฏิบัติ แนวทางการปฏิบัติหรือคู่มือการปฏิบัติ มาตรการส่งเสริมและจูงใจให้กิจการโทรทัศน์ปฏิบัติตาม หรือการบังคับใช้กฎระเบียบต่าง ๆ ทั้งในส่วนของกิจการโทรทัศน์และผู้กำกับดูแล

#### 7.2.2 องค์การกำกับดูแลยังไม่ปฏิรูปในเชิงความหลากหลาย

การปฏิรูปสื่อที่เกิดขึ้นภายหลังเหตุการณ์เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2535 เป็นการปฏิรูปแนวคิดความเป็นเจ้าของคลื่นความถี่จากเดิมที่หน่วยงานของรัฐหรือรัฐวิสาหกิจเท่านั้นที่สามารถเป็นเจ้าของคลื่นความถี่ได้ เปลี่ยนเป็นองค์กรอิสระทำหน้าที่ในการจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับดูแลการประกอบกิจการ เจตนารมณ์ของการปฏิรูปสื่อในครั้งนั้น ได้แก่ การทำให้กิจการโทรทัศน์เป็นอิสระจากการควบคุมโดยตรงของรัฐเพื่อให้ประชาชนมีโอกาสในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารสาธารณะที่มาจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและมีการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรมเพื่อให้เนื้อหารายการโทรทัศน์มีความหลากหลาย องค์การกำกับดูแลที่เกิดจากการปฏิรูปสื่อจึงถูกคาดหวังให้กำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายโดยการส่งเสริมการแข่งขันและสร้างความหลากหลายของเนื้อหารายการในกิจการโทรทัศน์

กสทช. ซึ่งเป็นองค์กรอิสระที่ทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่และกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ แบ่งการกำกับดูแลออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การกำกับดูแลโครงสร้างในกิจการโทรทัศน์และการกำกับดูแลเนื้อหาในกิจการโทรทัศน์

กสทช. ให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลในส่วนของโครงสร้างของกิจการโทรทัศน์ ได้แก่ การจัดสรรคลื่นความถี่และการกำกับดูแลการแข่งขัน โดยในส่วนของ การจัดสรรคลื่นความถี่ กสทช. ได้จัดสรรคลื่นความถี่สำหรับใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะไปแล้ว 4 ใบอนุญาต จาก 12 ใบอนุญาต และใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจ ระดับชาติด้วยวิธีการประมูลไปแล้ว 24 ใบอนุญาต แต่ยังไม่ได้มีการจัดสรรใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะ อีก 8 ใบอนุญาต



ใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจในระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่น และใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชนอีก 12 ใบอนุญาต

การจัดสรรคลื่นความถี่ข้างต้นทำให้เกิดความไม่สมดุลในโครงสร้างของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ ซึ่งตามเจตนารมณ์ของกฎหมายต้องการออกแบบอุตสาหกรรมโทรทัศน์ให้มีความหลากหลายทั้งกิจการบริการสาธารณะ กิจการบริการชุมชน และกิจการทางธุรกิจทั้งในระดับชาติ ระดับภูมิภาค และระดับท้องถิ่น ความไม่สมดุลนี้เองส่งผลให้เนื้อหารายการในกิจการโทรทัศน์ไม่หลากหลาย โดยส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่เน้นการดึงดูดจำนวนผู้ชมส่วนใหญ่เป็นสำคัญ และขาดเนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์สาธารณะจากผู้ประกอบกิจการบริการสาธารณะและเนื้อหาของท้องถิ่นจากผู้ประกอบกิจการทางธุรกิจในระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่นและผู้ประกอบกิจการบริการชุมชน

ในส่วนของการกำกับดูแลการแข่งขันของกิจการโทรทัศน์ กสทช. ได้ออกประกาศเพื่อการกำกับดูแลการแข่งขันเพื่อป้องกันการผูกขาด ลด หรือการจำกัดการแข่งขันในการประกอบกิจการโทรทัศน์ การกำกับดูแลการควบรวมกิจการ การถือหุ้นไขว้ และการครอบงำกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ แต่ยังไม่ได้มีการออกประกาศเกี่ยวกับการครองสิทธิข้ามสื่อ แม้ว่าในสภาพปัจจุบัน จะมีกิจการโทรทัศน์ที่ถือครองใบอนุญาตการประกอบกิจการโทรทัศน์มากกว่า 1 ใบอนุญาต และยังมีการครองสิทธิข้ามสื่อ ได้แก่ การที่ผู้ประกอบการหนึ่งสื่อพิมพ์มาประกอบกิจการโทรทัศน์ กสทช. ก็ยังจำเป็นที่จะต้องออกกฎระเบียบเกี่ยวกับการครองสิทธิข้ามสื่อเพื่อให้สอดคล้องกับตามเจตนารมณ์ของการปฏิรูปสื่อ และเป็นหลักประกันความหลากหลาย

สำหรับการกำกับดูแลเนื้อหาของกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย กฎหมายกำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ต้องมีสัดส่วนรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะซึ่งมีความแตกต่างกันทั้งในส่วนของผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะ ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชน ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจ และผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจในแต่ละหมวดหมู่ นอกจากนี้ยังมีการกำหนดสัดส่วนลักษณะเนื้อหารายการที่ผลิตโดยชุมชนหรือท้องถิ่น และการกำหนดช่วงเวลาและสัดส่วนของการออกอากาศรายการสำหรับเด็กอีกด้วย การกำหนดสัดส่วนเนื้อหาการนี้เป็นมาตรการช่วยให้เกิดความหลากหลายมากยิ่งขึ้นในกรณีที่ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการให้ความสำคัญกับการนำเสนอรายการเพื่อความบันเทิงเพียงอย่างเดียวหรือเพื่อกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเพียงกลุ่มเดียว จนละเลยเนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์อื่นหรือเนื้อหาสำหรับกลุ่มอื่น อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่เกิดขึ้นคือการตีความความหมายที่แตกต่างกันของผู้รับใบอนุญาต ผู้กำกับดูแล และความหมายที่ควรจะเป็น โดยในประเทศที่มีแบบแผนปฏิบัติที่ดีจะมีการกำหนดนิยามความหมายที่ชัดเจนของ “รายการสำหรับเด็ก” หรือ “รายการที่ผลิตโดยท้องถิ่น” และมีมาตรฐานการผลิตและคู่มือสำหรับการผลิตรายการสำหรับผู้ผลิตรายการ

การปฏิบัติหน้าที่ของ กสทช. ข้างต้นแสดงให้เห็นว่า กสทช. ยังคงมีกรอบคิดที่มองคลื่อนความถี่เป็นทรัพย์สินที่สามารถสร้างรายได้มากกว่าการใช้คลื่นความถี่เพื่อประโยชน์สาธารณะ จะเห็นได้จากการจัดสรรใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจ ระดับชาติ 24 ใบอนุญาต ด้วยวิธีการประมูล แต่ยังไม่ได้มีการจัดสรรใบอนุญาตประกอบกิจการทางธุรกิจในระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่น การจัดสรรใบอนุญาตประกอบกิจการบริการสาธารณะไปเพียง 4 ใบอนุญาต จาก 12 ใบอนุญาต และยังไม่มีการจัดสรรใบอนุญาตประกอบกิจการบริการชุมชนอีก 12 ใบอนุญาต ประกอบกับการออกประกาศเฉพาะที่เกี่ยวกับการแข่งขันแต่ยังไม่ได้ออกประกาศเกี่ยวกับการครองสิทธิข้ามสื่อ แม้ว่าแนวคิดเกี่ยวกับความเป็นเจ้าของคลื่นความถี่ การจัดสรรคลื่นความถี่ และการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ จะเปลี่ยนแปลงไป แต่ลักษณะของการแบ่งปันผลประโยชน์ระหว่างผู้มีอำนาจในการจัดสรรคลื่นความถี่และผู้ประกอบกิจการยังคงเหมือนเดิม เพียงเปลี่ยนจากระบบการให้สัมปทานเป็นระบบการจัดสรรใบอนุญาตซึ่งสร้างผลประโยชน์ให้กับรัฐได้โดยตรงและมีความโปร่งใสมากกว่า แต่ยังมีได้ให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลเพื่อประโยชน์สาธารณะ

หากเปรียบเทียบลักษณะการกำกับดูแลของ กสทช. และการกำกับดูแลจากต่างประเทศที่มีการส่งเสริมกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะและกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการชุมชนมาตั้งแต่ช่วงเริ่มต้นของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ จะเห็นว่าประเทศไทยไม่ได้ให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ของสาธารณะหรือของประชาชนมากเท่าที่ควร แต่ให้ความสำคัญกับการสร้างผลประโยชน์ที่เป็นเม็ดเงินจากคลื่นความถี่ซึ่งเป็นรากฐานของการกำกับดูแลของรัฐที่มีมาตั้งแต่ในอดีตจนมาถึงปัจจุบันที่แม้แนวคิดของความเป็นเจ้าของคลื่นความถี่จะเปลี่ยนแปลงไป แต่ก็ยังเป็นเพียงการเปลี่ยนแปลงในสายลักษณะอักษรตามตัวบทกฎหมาย แต่การกำกับดูแลขององค์กรอิสระยังคงไม่แตกต่างจากการกำกับดูแลในอดีตที่ผู้มีอำนาจในทุกยุคสมัยที่มีแนวคิดของการสร้างผลประโยชน์จากทรัพยากรของรัฐ

CHULALONGKORN UNIVERSITY

### 7.2.3 จำนวนกิจการโทรทัศน์ที่เพิ่มขึ้นไม่ใช่หลักประกันเรื่องความหลากหลายของรูปแบบรายการโทรทัศน์

หลังจากการประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ประเภทบริการทางธุรกิจ ระดับชาติของประเทศไทย เมื่อวันที่ 26 - 27 ธันวาคม พ.ศ.2556 โครงสร้างอุตสาหกรรมโทรทัศน์ของประเทศไทยเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ โดยการเพิ่มขึ้นของจำนวนสถานีโทรทัศน์จากเดิมที่มีสถานีโทรทัศน์ 6 สถานี เป็น 26 สถานี การเพิ่มขึ้นนี้ส่งผลต่อความหลากหลายของรูปแบบรายการในหลายมิติ

การเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนรูปแบบรายการที่ปรากฏชัดเจนที่สุดเป็นความหลากหลายของรูปแบบรายการในมิติความหลากหลายในช่วงเวลาที่ออกอากาศ โดยในช่วงเวลา 18.30 น. ถึง 23.00

น. ค่าดัชนีความหลากหลายทั้ง 4 ดัชนีแสดงให้เห็นว่าระดับความหลากหลายของรูปแบบรายการ ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ.2559 เพิ่มสูงขึ้นเมื่อเทียบกับในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ.2554 การเปลี่ยนแปลงของระดับความหลากหลายนี้น่าจะมาจากเวลาที่ช่วงเวลา 18.30 น. ถึง 23.00 น. เป็น ช่วงเวลาที่ระดับความหลากหลายของรูปแบบรายการอยู่ในระดับต่ำ หมายความว่า ในช่วงเวลานี้มี จำนวนรูปแบบรายการน้อย เมื่อการแข่งขันของสถานีโทรทัศน์เพิ่มสูงขึ้น สถานีโทรทัศน์จึงเลือกใช้ กลยุทธ์ความแตกต่างมากกว่ากลยุทธ์ลดต้นทุน สถานีโทรทัศน์เลือกผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีรูปแบบ รายการที่แตกต่างจากรูปแบบรายการที่มีอยู่เดิมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ชมที่ต้องการ รับชมรายการโทรทัศน์ที่มีรูปแบบรายการแตกต่างจากเดิม

หากพิจารณาในภาพรวมของระดับความหลากหลายของรูปแบบรายการ พบว่ามีการ เปลี่ยนแปลงน้อยมาก การเพิ่มขึ้นของจำนวนสถานีโทรทัศน์ไม่ได้เป็นหลักประกันว่าจะทำให้ระดับ ความหลากหลายของรูปแบบรายการเพิ่มสูงขึ้น ในตลาดการแข่งขัน สถานีโทรทัศน์สามารถเลือกกล ยุทธ์สำคัญ 2 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์สร้างความแตกต่างและกลยุทธ์ลดต้นทุน แน่แน่นอนว่าหาก สถานีโทรทัศน์เลือกใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างทั้งในส่วนของรูปแบบรายการ เนื้อหารายการ วัตถุประสงค์รายการ และกลุ่มเป้าหมายรายการย่อมทำให้เกิดความหลากหลายในรูปแบบรายการที่ เพิ่มมากขึ้น ในขณะที่การเลือกกลยุทธ์ลดต้นทุนย่อมทำให้ความหลากหลายในรูปแบบรายการลดลง

นอกจากกลยุทธ์ข้างต้น อีกปัจจัยหนึ่งที่สถานีโทรทัศน์ใช้ในการพิจารณาในการผลิตรายการ โทรทัศน์ ได้แก่ เกณฑ์การเลือกโฆษณาของเจ้าของสินค้าหรือบริการ ภายใต้โครงสร้างอุตสาหกรรม โทรทัศน์ของประเทศไทยที่กิจการโทรทัศน์ทางธุรกิจมีจำนวนมากว่ากิจการโทรทัศน์ประเภทอื่น กิจการโทรทัศน์ส่วนใหญ่จึงมีรายได้หลักมาจากค่าโฆษณา ดังนั้น เหตุผลในการพิจารณาเลือกของ เจ้าของสินค้าหรือบริการว่าจะโฆษณาในรายการโทรทัศน์ที่มีรูปแบบรายการแบบใดหรือเนื้อหา ลักษณะใดจึงเป็นสิ่งสำคัญ

การประกอบธุรกิจทั่วไปมีความจำเป็นต้องวัดความสำเร็จของค่าใช้จ่ายในการโฆษณาที่จ่าย ไปว่าสามารถเข้าถึงผู้รับชมเป็นจำนวนเท่าใด เช่น การโฆษณาในหนังสือพิมพ์วัดจากยอดพิมพ์หรือ ยอดจำหน่าย การโฆษณาสื่อกลางแจ้งวัดจากการประมาณการลูกค้าที่ผ่านสื่อกลางแจ้งนั้น สื่อ โทรทัศน์วัดจากการวัดจำนวนผู้ชมโทรทัศน์ (Television ratings) เป็นต้น ดังนั้นเจ้าของสินค้าหรือ บริการจึงมักใช้เกณฑ์การเข้าถึงจำนวนผู้ชมรายการในการเลือกโฆษณาในรายการโทรทัศน์เพราะ เป็นข้อมูลเชิงปริมาณที่สามารถวัดประเมินต้นทุนและความคุ้มค่าได้

หากเจ้าของสินค้าหรือบริการใช้เกณฑ์ความสามารถในการเข้าถึงผู้ชมรายการเป็นสำคัญ รายการโทรทัศน์ที่สามารถอยู่รอดได้คือรายการโทรทัศน์ที่มีรูปแบบรายการที่สามารถดึงดูดจำนวน

ผู้ชมโทรทัศน์ที่มากที่สุดได้ ซึ่งอาจส่งผลให้สถานีโทรทัศน์เลือกผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีรูปแบบรายการที่สามารถดึงดูดจำนวนผู้ชมโทรทัศน์เพียงอย่างเดียว และส่งผลทำให้รูปแบบรายการโทรทัศน์ไม่หลากหลายไม่ว่าจะมีจำนวนสถานีโทรทัศน์เพิ่มขึ้นมากเพียงใดก็ตาม

### 7.3 ข้อจำกัดการวิจัย

ข้อจำกัดแรก ได้แก่ ข้อจำกัดทางด้านงบประมาณ เวลา และบุคลากร โดยหนึ่งในวัตถุประสงค์ของศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือการศึกษานะความหลากหลายของรูปแบบรายการในกิจการโทรทัศน์ทำให้ต้องศึกษาทุกรายการในทุกช่องรายการ เพราะหากทำการสุ่มตัวอย่างรายการหรือช่องรายการย่อมไม่สามารถสรุปถึงสถานะความหลากหลายที่แท้จริงได้ นอกจากจะใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว การตรวจสอบความถูกต้องของการลงทะเบียนก็ใช้เวลามากเช่นกัน ทำให้กว่าจะได้ผลสรุปของความหลากหลายของรูปแบบรายการในกิจการโทรทัศน์ต้องใช้เวลาาน การศึกษาค้นคว้าจึงเลือกนำเสนอเพียงตัวแปรเดียว ได้แก่ รูปแบบรายการโทรทัศน์

คำถามสำคัญที่ผู้ศึกษาถูกถาม ได้แก่ ทำไมการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงศึกษาเฉพาะกิจการโทรทัศน์ ไม่ศึกษากิจการหนังสือพิมพ์ กิจการวิทยุกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์เคเบิล กิจการโทรทัศน์ดาวเทียม กิจการโทรทัศน์อินเทอร์เน็ต และกิจการอินเทอร์เน็ต ผู้ศึกษามีข้อจำกัดทางด้านงบประมาณ เวลา และบุคลากร ทำให้ไม่สามารถศึกษากิจการสื่อมวลชนทั้งระบบได้ หรือเพียงศึกษากิจการโทรทัศน์ทั้งระบบก็ไม่สามารถทำได้ ประกอบกับความสนใจเฉพาะกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินที่ผู้รับชมสามารถเข้าถึงได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับชม และการใช้คลื่นความถี่ที่มีอยู่อย่างจำกัดของกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ทำให้กิจการโทรทัศน์มีพันธกิจในการนำเสนอเนื้อหารายการเพื่อประโยชน์สาธารณะที่มีความหลากหลายต่อผู้ชมที่หลากหลายมากกว่ากิจการสื่อมวลชนหรือกิจการโทรทัศน์ประเภทอื่น

ข้อจำกัดเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์เป็นข้อจำกัดข้อที่สองของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เดิมการศึกษาค้นคว้านี้แบ่งผู้ให้สัมภาษณ์ออกเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ ผู้แทนจากหน่วยงานกำกับดูแล ผู้แทนจากหน่วยงานราชการ ผู้แทนจากนักวิชาการ ผู้แทนจากนักวิชาชีพ ผู้แทนจากภาคประชาสังคม และผู้แทนจากประชาชนทั่วไป แต่หลังจากที่ได้ทำการสัมภาษณ์แล้ว ผู้ให้สัมภาษณ์มีข้อจำกัดในการตอบคำถามที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายทำให้ผู้ศึกษาต้องลดจำนวนกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์เหลือเพียง 3 กลุ่ม

ข้อจำกัดข้อสุดท้าย ได้แก่ ข้อจำกัดทางด้านภาษาซึ่งทำให้ไม่สามารถศึกษาข้อมูลจากการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายในประเทศที่มีแบบแผนปฏิบัติที่ดีแต่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางในการสื่อสาร ตัวอย่างประเทศที่ผู้ศึกษาสนใจแต่ไม่สามารถหาข้อมูลได้มากเพียงพอ ได้แก่ ประเทศเยอรมัน ประเทศฝรั่งเศส ประเทศสเปน ประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น

## 7.4 ข้อเสนอแนะ

### 7.4.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษานี้ไปใช้

ผู้ศึกษาขอสรุปข้อเสนอแนะให้กับผู้เกี่ยวข้อง 3 กลุ่มที่จะช่วยทำให้เกิดความหลากหลายในรายการโทรทัศน์ ได้แก่ หน่วยงานกำกับดูแล กิจกรรมโทรทัศน์ และผู้ชมโทรทัศน์ ดังนี้

“หากต้องการให้มีรายการโทรทัศน์ที่หลากหลาย ควรเริ่มจากหน่วยงานกำกับดูแลที่เข้าใจ และมีเป้าหมายทำให้เกิดความหลากหลาย กิจกรรมโทรทัศน์ที่มีเจ้าของที่หลากหลาย บริหารงานโดยคนที่หลากหลาย เข้าใจและนิยมความหลากหลาย มีวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย และมีพื้นที่การออกอากาศที่หลากหลาย ผู้ชมควรชื่นชมความหลากหลายที่หลากหลาย มีความต้องการรายการโทรทัศน์ที่หลากหลาย และเลือกชมรายการโทรทัศน์ที่หลากหลาย เพียงเท่านั้น หน้าจอโทรทัศน์ก็จะมีรายการโทรทัศน์ที่หลากหลายให้กับผู้ชมแล้ว”

(1) หน่วยงานกำกับดูแล หากหน่วยงานกำกับดูแลมีนโยบายที่ชัดเจนว่าต้องการส่งเสริมให้เกิดความหลากหลายทั้งโครงสร้างของกิจกรรมโทรทัศน์และเนื้อหาของรายการของกิจกรรมโทรทัศน์ สามารถเลือกใช้วิธีการกำกับดูแลกิจกรรมโทรทัศน์ที่อยู่ในผลการศึกษานี้ได้ การเลือกใช้วิธีการใดวิธีการหนึ่งควรศึกษาถึงผลที่อาจเกิดขึ้น โดยการศึกษาจากกรณีในประเทศอื่นเคยใช้ รวมถึงรายละเอียดเกี่ยวกับบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมของประเทศนั้น ซึ่งส่วนใหญ่ในต่างประเทศจะมีการศึกษาถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการใช้วิธีการกำกับดูแลเพื่อการส่งเสริมความหลากหลาย หลังจากนั้น ควรมีการสำรวจสถานะความหลากหลายของตัวแปรที่หน่วยงานกำกับดูแลต้องการส่งเสริมให้เกิดความหลากหลายว่าปัจจุบันอยู่ในระดับใด และถ้าเป็นไปได้ควรมีการศึกษาว่าจากอดีตที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันตัวแปรความหลากหลายนั้นมีแนวโน้มเป็นอย่างไร เพื่อเป็นเหตุผลประกอบการเลือกใช้วิธีการกำกับดูแลนั้น และก่อนที่จะประกาศใช้วิธีการกำกับดูแลควรมีการระดมความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสียก่อน เช่น หากต้องการส่งเสริมให้เกิดความหลากหลายในกลุ่มเป้าหมายรายการ ก่อนอื่นควรศึกษาถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการกำหนดสัดส่วนของกลุ่มเป้าหมายรายการซึ่งส่วนใหญ่เป็นการกำหนดสัดส่วนกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กและเยาวชน หลังจากนั้นจึงสำรวจสถานะความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมายรายการจากกิจกรรมโทรทัศน์ว่าปัจจุบันมีสถานะเป็นอย่างไร แล้วจึงนำข้อมูลที่มีทั้งหมดไประดมความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อหาทางออกร่วมกันในการส่งเสริมให้เกิดความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น

(2) กิจกรรมโทรทัศน์ กิจกรรมโทรทัศน์สามารถประยุกต์วิธีการศึกษาเพื่อใช้ประกอบการจัดผังรายการได้ โดยการผนวกกับความนิยมของรายการ จะทำให้ได้ข้อมูลว่ารูปแบบรายการใดที่ได้รับความนิยมสูง และยังทำให้รู้ว่าช่องว่างของรูปแบบรายการใดบ้างที่กิจกรรมโทรทัศน์สามารถพัฒนา

เพื่อนำเสนอแก่ผู้ชมรายการได้ อย่างไรก็ตาม ผู้ศึกษาไม่ต้องการให้กิจการโทรทัศน์ให้ความสำคัญกับจำนวนผู้ชมรายการโทรทัศน์ แต่อยากให้อำนาจความหลากหลายในรายการโทรทัศน์ให้เกิดความแตกต่างจากรายการอื่นมากกว่า ทั้งนี้การที่กิจการโทรทัศน์จะอยู่รอดได้ภายใต้ภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไปได้คือมีความแตกต่างที่ชัดเจนจากคู่แข่งซึ่งอาจเป็นความแตกต่างทางรูปแบบรายการก็ได้ ทางด้านกลุ่มเป้าหมายก็ได้ หรือทางด้านวัตถุประสงค์รายการก็ได้

(3) ผู้ชมโทรทัศน์ จากการศึกษาพบว่า รูปแบบรายการโทรทัศน์ในประเทศไทยมีความหลากหลาย ไม่ใช่การกระจุกตัวเพียงรายการละครหรือรายการเกมโชว์ แต่ปฏิเสธไม่ได้ว่า รายการละครและรายการเกมโชว์ได้รับความนิยมมากกว่ารายการรูปแบบอื่น ดังนั้นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้รายการโทรทัศน์เกิดความหลากหลายได้คือผู้ชมโทรทัศน์ ผู้ชมโทรทัศน์คงไม่สามารถใช้ประโยชน์จากการศึกษานี้ได้โดยตรง แต่จากผลการศึกษาเป็นเครื่องยืนยันว่าเนื้อหารายการโทรทัศน์ของประเทศไทยมีความหลากหลาย ผู้ชมโทรทัศน์ไม่จำเป็นต้องชมโทรทัศน์ตามกระแสนิยม แต่อุตสาหกรรมโทรทัศน์มีทางเลือกให้ผู้ชมโทรทัศน์เสมอ และเป็นประโยชน์กับอุตสาหกรรมโทรทัศน์ด้วยซ้ำหากผู้ชมโทรทัศน์ที่หลากหลาย มีความต้องการที่หลากหลาย และเลือกชมรายการที่หลากหลาย

#### 7.4.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

สืบเนื่องจากข้อจำกัดการวิจัยข้างต้น หากมีผู้สนใจต้องการทำวิจัยเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลายหรือการวัดความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์ ผู้ศึกษาขอเสนอแนะ ดังนี้

(1) การวิจัยเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย การศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาทั้งวิธีการกำกับดูแลทางด้านโครงสร้างและทางด้านเนื้อหา ซึ่งผู้ศึกษาขอเสนอแนะให้ผู้สนใจศึกษาทางด้านการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์เพื่อความหลากหลาย เลือกศึกษาเฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นทางด้านโครงสร้างหรือทางด้านเนื้อหา และถ้าเป็นไปได้ก็ควรเลือกศึกษาเฉพาะวิธีใดวิธีหนึ่งซึ่งผู้ศึกษาเห็นว่าวิธีการกำกับดูแลที่มีความน่าสนใจ ได้แก่ การครองสิทธิข้ามสื่อ การกำหนดสัดส่วนผู้ผลิตรายการอิสระ การกำหนดสัดส่วนเนื้อหาท้องถิ่น และการกำหนดสัดส่วนกลุ่มเป้าหมายรายการ

(2) การวิจัยเกี่ยวกับการวัดความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์ การศึกษาครั้งนี้เลือกศึกษาตัวแปรรูปแบบรายการโทรทัศน์ แต่ยังมีตัวแปรอื่นที่น่าสนใจโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ตัวแปรกลุ่มเป้าหมายรายการ ตัวแปรวัตถุประสงค์รายการ และตัวแปรลักษณะการผลิตรายการซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าสถานะความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมายรายการ ของวัตถุประสงค์รายการ หรือของลักษณะการผลิต

รายการของประเทศไทยเป็นอย่างไร การศึกษาเหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานผู้กำกับดูแลในการส่งเสริมให้เกิดความหลากหลายในกรณีที่มีกลุ่มเป้าหมายถูกละเลย ในกรณีที่ผู้ประกอบกิจการละเลยวัตถุประสงค์สำคัญซึ่งเป็นภารกิจทางด้านประโยชน์สาธารณะของกิจการโทรทัศน์ หรือในกรณีที่มีการผูกขาดการผลิตรายการไม่ว่าจะเป็นของกิจการโทรทัศน์เอง หรือบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ขนาดใหญ่

(3) การศึกษาเฉพาะช่วงเวลาที่มียุทธศาสตร์ การศึกษาครั้งนี้ ศึกษาจากผังรายการตลอด 24 ชั่วโมง ดังนั้นเพื่อช่วยลดงบประมาณ ระยะเวลาและบุคลากร ผู้ศึกษาขอเสนอแนะให้ทำการศึกษาคณะเฉพาะช่วงเวลาที่มียุทธศาสตร์ ซึ่งในการศึกษานี้เป็นช่วงเวลา 18.30 น. ถึง 23.00 น. เนื่องจากตลอดทั้งวันช่วงเวลานี้มีผู้ชมจำนวนมากกว่าช่วงเวลาอื่นของวัน และจากผลการศึกษา พบว่า ในช่วงเวลาที่มียุทธศาสตร์นี้เป็นช่วงที่เกิดการกระจุกตัวของรูปแบบรายการโทรทัศน์มากที่สุดซึ่งผู้ศึกษาตั้งสมมติฐานว่า ในช่วงเวลาที่มียุทธศาสตร์นี้มีแนวโน้มที่จะเกิดการกระจุกตัวไม่เพียงเฉพาะรูปแบบรายการโทรทัศน์เท่านั้น แต่รวมถึงการกระจุกตัวของกลุ่มเป้าหมายรายการ และวัตถุประสงค์รายการด้วย

(4) การศึกษาแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงของความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์ จากการศึกษางานวิจัยต่างประเทศ พบว่า งานวิจัยต่างประเทศมักศึกษาแนวโน้มของความหลากหลายว่ามีการเปลี่ยนแปลงอย่างไรบ้าง เพราะปัจจัยใด ดังนั้นผู้ศึกษาจึงอยากเห็นงานวิจัยในครั้งต่อไปศึกษาในลักษณะที่เป็นแนวโน้มของความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์ โดยอาจเลือกศึกษาตัวแปรใดตัวแปรหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบรายการ กลุ่มเป้าหมายรายการ วัตถุประสงค์รายการ หรือลักษณะการผลิตรายการ และถ้าสามารถเชื่อมโยงกับเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งหรือวิธีการกำกับดูแลรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งได้จะเกิดองค์ความรู้ใหม่ของการส่งเสริมให้เกิดความหลากหลายในกิจการโทรทัศน์ได้

(5) การศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเพิ่มขึ้นของรายการข่าว จากผลการศึกษาพบว่ารายการข่าวเป็นรูปแบบรายการที่มีจำนวนนาทียของการออกอากาศสูงมาก หนึ่งในสาเหตุอาจมาจากคำจำกัดความของรายการข่าวของการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ รายการที่นำเสนอข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง มีความสด ใหม่ และอยู่ในความสนใจของผู้ชม ซึ่งมีได้จำแนกว่าเป็นเนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิงหรือไม่ ทำให้รายการข่าวบันเทิงถูกนับรวมอยู่ใน “รายการข่าว” ด้วย จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจว่า การเพิ่มขึ้นของรายการข่าวตามการศึกษานี้เป็นการเพิ่มขึ้นของรายการข่าวในรูปแบบใด โดยอาจแบ่งรูปแบบรายการข่าวย่อยได้ ดังนี้ (1) รายการอ่านข่าวแบบดั้งเดิม (Classic News) (2) รายการอ่านข่าวแบบไม่เป็นทางการ (Informal Classic News) (3) เล่าข่าว/สนทนาข่าว/คุยข่าว (News Talk) (4) ข่าวสาระบันเทิง (Infotainment News) (5) ข่าวบันเทิง (Entertainment News) (6) โชว์ข่าว หรือ วาไรตี้ข่าว (News Show or News Variety) และ (7) วิเคราะห์ข่าว (News Analysis)

(6) ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการจัดผังรายการ เนื่องจาก องค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดผังรายการของไทยเป็นการจัดผังรายการจากสภาพที่มีจำนวนช่องรายการน้อย ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงไปของภูมิทัศน์สื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเกิดขึ้นของสื่อใหม่และเทคโนโลยีที่ทันสมัยทำให้ผู้รับชมมีทางเลือกในการรับชมรายการโทรทัศน์มากขึ้นซึ่งนำไปสู่ประเด็นในการศึกษาอีกประเด็นหนึ่ง ได้แก่ การศึกษาพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ผ่านสื่อใหม่

(7) การขยายวิธีการศึกษาความหลากหลายไปยังสื่ออื่น ผู้ศึกษาขอเสนอแนะให้การศึกษาครั้งต่อไปขยายการศึกษาออกไปยังกิจการโทรทัศน์ทั้งระบบหรือถ้าเป็นไปได้เป็นการศึกษาภาพรวมความหลากหลายของกิจการสื่อสารมวลชนทั้งระบบจะเป็นประโยชน์ต่อองค์การกำกับดูแลในการเลือกวิธีการกำกับดูแลเพื่อสร้างความหลากหลาย





## รายการอ้างอิง

- Abramson, B. D. (2001). Media policy after regulation? *International journal of cultural studies*, 4(3), 301-326.
- ACMA - The Australian Communications and Media Authority. (2016). The ACMA Overview. Retrieved from <http://www.acma.gov.au/theACMA/About/Corporate/Structure-and-contacts/the-acma-overview-acma>
- ACMA - The Australian Communications and Media Authority. (2017a). Types of broadcasting licence. Retrieved from <https://www.acma.gov.au/Industry/Broadcast/Spectrum-for-broadcasting/Spectrum-radio-broadcasting/community-radio-and-tv>
- ACMA - The Australian Communications and Media Authority. (2017b). Changes to media control and diversity rules. Retrieved from <https://www.acma.gov.au/theACMA/changes-to-media-control-and-diversity-rules>
- ACMA - The Australian Communications and Media Authority. (2017c). Commercial television code of practice. Retrieved from <http://www.acma.gov.au/Industry/Broadcast/Television/TV-content-regulation/commercial-television-code-of-practice-tv-content-regulation-i-acma>
- ACMA - The Australian Communications and Media Authority. (2017d). Investigation concepts series. Retrieved from <http://www.acma.gov.au/theACMA/Library/Industry-library/Broadcasting/investigation-concepts-series>
- ACMA - The Australian Communications and Media Authority. (2017e). Election guidelines. Retrieved from <http://www.acma.gov.au/Industry/Broadcast/Television/TV-content-regulation/political-matter-tv-content-regulation-i-acma>

- ACMA - The Australian Communications and Media Authority. (2017f). Australian TV content. Retrieved from <http://www.acma.gov.au/Industry/Broadcast/Television/Australian-content/australian-content-television>
- ACMA - The Australian Communications and Media Authority. (2017g). All about children's television. Retrieved from <http://www.acma.gov.au/Citizen/TV-Radio/Television/Kids-and-TV/all-about-childrens-television-kids-tv-advertising-i-acma>
- Albarran, A. B. (2010). *The media economy*. New York: Taylor & Francis.
- Asai, S. (2014). An Examination of Terrestrial and Broadcasting Satellite Broadcasters' Programming by Type: What Factors Influence Program Diversity in the Multi-channel Era? *Journal of Media Economics*, 27(1), 20-37.
- Attallah, P. (1996). Canadian television exports: Into the mainstream. *New patterns in global television: Peripheral vision*, 162-191.
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2009). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment and Future*.
- BBC - British Broadcasting Corporation. (2017). Inside the BBC: What We Do: Television. Retrieved from <http://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/whatwedo/television>
- Beaty, B., & Sullivan, R. (2006). *Canadian television today*: University of Calgary Press.
- Biagi, S. (2012). *Media Impact: An Introduction to Mass Media*. MA: Cengage Learning.
- Broadcasting Services (Australian Content) Standard 2016. (2016). Retrieved from <https://www.legislation.gov.au/Details/F2016L00392>
- Calderaro, A., & Dobрева, A. (2013). Framing and measuring media freedom and pluralism across social and political contexts. In *European Union Competencies in Respect of Media Pluralism and Media Freedom (Policy Report)*.
- CBC/Radio-Canada. (2017). Our History. Retrieved from <http://www.cbc.radio-canada.ca/en/explore/our-history/>
- Channel5. (2017). Ownership. Retrieved from <http://www.channel5.com/ownership/>

- Christian, T. (1995). The financial interest and syndication rules-Take Two. *CommLaw Conspectus*, 3(2), 107-120.
- CMF – Canadian Media Fund. (2017). Our History. Retrieved from <https://www.cmf-fmc.ca/en-ca/about-us/our-history>
- Communications Committee. (2010). The British Film and Television Industries: Chapter 3: British television. Retrieved from <http://www.publications.parliament.uk/pa/ld200910/ldselect/ldcomuni/37/3707.htm#n50>
- CPB - Corporation for Public Broadcasting. (2017). History timeline. Retrieved from <https://www.cpb.org/aboutcpb/history-timeline>
- Crisell, A. (1997). *An introductory history of British broadcasting*: Routledge.
- CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission. (1987). Television Broadcasting Regulations. Retrieved from <http://laws.justice.gc.ca/PDF/SOR-87-49.pdf>
- CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission. (2000). Broadcasting Public Notice CRTC 2000-42: Certification for Canadian Programs - A revised approach. Retrieved from <http://www.crtc.gc.ca/eng/archive/2000/PB2000-42.htm>
- CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission. (2008). Broadcasting Public Notice CRTC 2008-4: Regulatory policy. Diversity of voices. Retrieved from <http://www.crtc.gc.ca/eng/archive/2008/pb2008-4.htm>
- CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission. (2017a). Our organization. Retrieved from <http://www.crtc.gc.ca/eng/acrtc/organ.htm>
- CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission. (2017b). Our Mandate, Mission and What We Do. Retrieved from <http://www.crtc.gc.ca/eng/acrtc/acrtc.htm>
- CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission. (2017c). Types of Broadcasting. Retrieved from <http://crtc.gc.ca/eng/television/services/types.htm>

- CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission. (2017d). How to Apply for a Broadcasting Licence. Retrieved from [https://crtc.gc.ca/eng/info\\_sht/b313.htm](https://crtc.gc.ca/eng/info_sht/b313.htm)
- CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission. (2017e). Canadian Program Certification. Retrieved from [http://www.crtc.gc.ca/eng/info\\_sht/tv11.htm](http://www.crtc.gc.ca/eng/info_sht/tv11.htm)
- CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission. (2017f). So what makes it Canadian? Retrieved from [http://www.crtc.gc.ca/eng/cancon/c\\_cdn.htm](http://www.crtc.gc.ca/eng/cancon/c_cdn.htm)
- CRTC - Canadian Radio-television and Telecommunications Commission. (2017g). Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2016-224. Retrieved from <https://www.crtc.gc.ca/eng/archive/2016/2016-224.htm>
- Curthoys, A. (1991). Television before television. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 4(2), 152-170.
- DCA - Department of Communications and the Arts. (2017a). Commercial TV. Retrieved from <https://www.communications.gov.au/what-we-do/television/commercial-tv>
- DCA - Department of Communications and the Arts. (2017b). Updating Australia's media laws. Retrieved from <https://www.communications.gov.au/what-we-do/television/commercial-tv>
- DCMS - The Department for Digital, C., Media & Sport,. (2012). DCMS Submission: Narrative on Media Ownership. Retrieved from [http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20140122145147/http://www.leveso-inquiry.org.uk/wp-content/uploads/2012/07/DCMS-submission\\_Narrative-on-media-ownership.pdf](http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20140122145147/http://www.leveso-inquiry.org.uk/wp-content/uploads/2012/07/DCMS-submission_Narrative-on-media-ownership.pdf)
- Demers, F. (2003). Canadian television: The exhaustion of a domestic paradigm? *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 47(4), 656-661.
- Dominick, J. R. (2005). *The dynamics of mass communication: Media in the digital age*. MA: McGraw-Hill.
- Doyle, G., & Paterson, R. (2008). Public policy and independent television production in the UK. *Journal of Media Business Studies*, 5(3), 17-33.

- Doyle, G., & Vick, D. W. (2005). The Communications Act 2003: A new regulatory framework in the UK. *Convergence*, 11(3), 75-94.
- Dunbar, L. J., & Leblanc, C. (2007). *Review of the regulatory framework for broadcasting services in Canada*: Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission.
- Eastman, S. T., & Ferguson, D. A. (1997). *Broadcast/cable programming: Strategies and practices*: Wadsworth Publishing Company.
- Einstein, M. (2004a). Broadcast network television, 1955-2003: The pursuit of advertising and the decline of diversity. *Journal of Media Economics*, 17(2), 145-155.
- Einstein, M. (2004b). The financial interest and syndication rules and changes in program diversity. *The Journal of Media Economics*, 17(1), 1-18.
- FCC - Federal Communications Commission. (2016a). What We Do. Retrieved from <https://www.fcc.gov/about-fcc/what-we-do>
- FCC - Federal Communications Commission. (2016b). Organizational Charts of the FCC. Retrieved from <https://www.fcc.gov/about-fcc/organizational-charts-fcc>
- FCC - Federal Communications Commission. (2016c). Rulemaking Process. Retrieved from <https://www.fcc.gov/about-fcc/rulemaking-process>
- FCC - Federal Communications Commission. (2016d). How to Apply for a Radio or Television Broadcast Station. Retrieved from <https://www.fcc.gov/media/radio/how-to-apply>
- FCC - Federal Communications Commission. (2016e). Children's Educational Television. Retrieved from <http://transition.fcc.gov/cgb/consumerfacts/childtv.pdf>
- FCC - Federal Communications Commission. (2017). FCC Broadcast Ownership Rules. Retrieved from <https://transition.fcc.gov/cgb/consumerfacts/reviewrules.pdf>
- Flew, T. (2002). Television and pay TV. In S. Cunningham & G. Turner (Eds.), *The media and communications in Australia* (pp. 173-187): Allen and Unwin.
- Freedman, D. (2008). *The Politics of Media Policy*: Wiley.
- Gibbons, T., & Humphreys, P. (2012). *Audiovisual regulation under pressure: Comparative cases from North America and Europe*: Routledge.

- Globerman, S. (2016). Technological Change and Its Implications for Regulating Canada's Television Broadcasting Sector. Retrieved from <https://www.fraserinstitute.org/sites/default/files/technological-change-and-its-implications-for-regulating-canadas-tv-broadcasting-sector.pdf>
- Goldfarb, C. B. (2003). FCC media ownership rules: current status and issues for congress. Retrieved from <http://www.hsdl.org/?abstract&did=730540>
- Goldfarb, C. B. (2012). The FCC's broadcast media ownership and attribution rules: The current debate. *Congressional Research Service*. Retrieved from [https://ipmall.law.unh.edu/sites/default/files/hosted\\_resources/crs/R42436\\_12\\_0329.pdf](https://ipmall.law.unh.edu/sites/default/files/hosted_resources/crs/R42436_12_0329.pdf)
- Golding, P., & Elliott, P. R. C. (1979). *Making the news*: Longman Publishing Group.
- GOP - Government Publishing Office. (2017). Electronic code of Federal Regulation: Title 47. Retrieved from [http://www.ecfr.gov/cgi-bin/text-idx?tpl=/ecfrbrowse/Title47/47tab\\_02.tpl](http://www.ecfr.gov/cgi-bin/text-idx?tpl=/ecfrbrowse/Title47/47tab_02.tpl)
- Hachten, W. A., & Hachten, H. (1992). *The world news prism: Changing media of international communication*: Wiley-Blackwell.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*: Cambridge University Press.
- Harding-Smith, R. (2011). Media ownership and regulation in Australia. Retrieved from [http://cpd.org.au/wp-content/uploads/2011/11/Centre\\_for\\_Policy\\_Development\\_Issue\\_Brief.pdf](http://cpd.org.au/wp-content/uploads/2011/11/Centre_for_Policy_Development_Issue_Brief.pdf)
- Head, S. W., Spann, T., & McGregor, M. A. (2001). *Broadcasting in America: A survey of electronic media*. MA: Houghton Mifflin.
- Hellman, H. (2001). Diversity-an end in itself? Developing a multi-measure methodology of television programme variety studies. *European Journal of Communication*, 16(2), 181-208.
- Hillve, P., Majanen, P., & Rosengren, K. E. (1997). Aspects of quality in TV programming: Structural diversity compared over time and space. *European Journal of Communication*, 12(3), 291-318.

- History of Canadian Broadcasting. (2017a). CBC Television Network. Retrieved from [https://www.broadcasting-history.ca/listing\\_and\\_histories/television/cbc-television-network](https://www.broadcasting-history.ca/listing_and_histories/television/cbc-television-network)
- History of Canadian Broadcasting. (2017b). CTV Television Network. Retrieved from [https://www.broadcasting-history.ca/listing\\_and\\_histories/ctv-television-network](https://www.broadcasting-history.ca/listing_and_histories/ctv-television-network)
- History of Canadian Broadcasting. (2017c). Global Television Network. Retrieved from [https://www.broadcasting-history.ca/listing\\_and\\_histories/global-television-network](https://www.broadcasting-history.ca/listing_and_histories/global-television-network)
- History of Canadian Broadcasting. (2017d). The History of Canadian Broadcast Regulation. Retrieved from <http://www.broadcasting-history.ca/history-canadian-broadcast-regulation>
- Hitchens, L. (2006). *Broadcasting Pluralism and Diversity: A Comparative Study of Policy and Regulation*: Portland, Oregon.
- Iosifides, P. (1999). Diversity versus concentration in the deregulated mass media domain. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 76(1), 152-162.
- ITV plc. (2017). About ITV: History. Retrieved from <http://www.itvplc.com/about/history>
- Jolly, R. (2006). *Broadcasting Services Amendment (Media Ownership) Bill 2006*: Parliamentary Library.
- Jolly, R. (2007). *Media ownership deregulation in the United States and Australia: in the public interest?* : Parliamentary Library.
- Jolly, R. (2016). *Broadcasting Legislation Amendment (Media Reform) Bill 2016*: Parliamentary Library.
- Jordan, A. B. (2004). The three-hour rule and educational television for children. *Popular communication*, 2(2), 103-118.
- Levi, L. (2010). A pay or play experiment to improve children's educational television. *Federal Communications Law Journal*. , 62(2), 275-341. Retrieved from <http://www.repository.law.indiana.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1556&context=fclj>

- LII – Legal Information Institute. (2017). 47 U.S. Code § 315 - Candidates for public office. Retrieved from <https://www.law.cornell.edu/uscode/text/47/315>
- Lin, C. A. (1995). Diversity of network prime-time program formats during the 1980s. *Journal of Media Economics*, 8(4), 17-28.
- Lowenstein, R. L., & Merrill, J. C. (1990). *Macromedia: Mission, Message and Morality*: Longman.
- McDonald, D. G., & Dimmick, J. (2003). The conceptualization and measurement of diversity. *Communication Research*, 30(1), 60-79.
- McDonald, D. G., & Lin, S.-F. (2004). The effect of new networks on US television diversity. *Journal of media economics*, 17(2), 105-121.
- McQuail, D. (1992). *Media performance: Mass communication and the public interest*: Sage.
- McQuail, D. (2014). *McQuail's Mass Communication Theory*. New Delhi: Saurabh Printer.
- McQuail, D., & Van Cuilenburg, J. J. (1983). Diversity as a media policy goal: A strategy for evaluative research and a Netherlands case study. *Gazette (Leiden, Netherlands)*, 31(3), 145-162.
- Merrill, J. C., & Lowenstein, R. L. (1971). *Media, messages and men*: American Association of University Women.
- Napoli, P. M. (1999). Deconstructing the diversity principle. *Journal of Communication*, 49(4), 7-34.
- Nordenstreng, K., & Varis, T. (1974). *Television traffic--a one-way street?: A survey and analysis of the international flow of television programme material*: Unesco.
- Oba, G. (2004). A Case Study of Program-type Diversity in Japanese Evening Television. *Keio communication review*, 26, 101-121.
- Ofcom - The Office of Communications. (2004). Ofcom guidance for the public interest test for media mergers. Retrieved from <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20140122145147/http://www.leveso.ninquiry.org.uk/wp-content/uploads/2012/08/Exhibit-OFCOM37.pdf>



- Ofcom - The Office of Communications. (2005). Review of television production sector. Retrieved from [https://www.ofcom.org.uk/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0023/51278/tpsr.pdf](https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0023/51278/tpsr.pdf)
- Ofcom - The Office of Communications. (2009). Media ownership rules review. Retrieved from <https://www.ofcom.org.uk/consultations-and-statements/category-2/morr>
- Ofcom - The Office of Communications. (2017a). What is Ofcom? Retrieved from <https://www.ofcom.org.uk/about-ofcom/what-is-ofcom>
- Ofcom - The Office of Communications. (2017b). Ofcom Board. Retrieved from <https://www.ofcom.org.uk/about-ofcom/how-ofcom-is-run/ofcom-board>
- Ofcom - The Office of Communications. (2017c). Ofcom committees. Retrieved from <https://www.ofcom.org.uk/about-ofcom/how-ofcom-is-run/committees>
- Ofcom - The Office of Communications. (2017d). Ofcom rules on Party Political and Referendum Broadcasts. Retrieved from [https://www.ofcom.org.uk/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0035/99188/pprb-rules-march-2017.pdf](https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0035/99188/pprb-rules-march-2017.pdf)
- Ofcom - The Office of Communications. (2017e). The Ofcom Broadcasting Code. Retrieved from [https://www.ofcom.org.uk/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0005/100103/broadcast-code-april-2017.pdf](https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0005/100103/broadcast-code-april-2017.pdf)
- Ostini, J., & Ostini, A. Y. (2002). Beyond the four theories of the press: A new model of national media systems. *Mass Communication and Society*, 5(1), 41-56.
- Papandrea, F. (2006). Media Diversity and Cross-Media Regulation. *Prometheus*, 24(3), 301-322.
- Park, S. (2005). Competition's effects on programming diversity of different program types. *International Journal on Media Management*, 7(1-2), 39-54.
- Pepe, C. J. (1994). The rise and fall of the FCC's financial interest and syndication rules. *Jeffrey S. Moorad Sports Law Journal*, 1(1), 67-90. Retrieved from <http://digitalcommons.law.villanova.edu/mslj/vol1/iss1/5>
- Petley, J. (2015). Richard Hoggart and Pilkington: Populism and public service broadcasting. *Ethical Space: The International Journal of Communication*

- Ethics*. 12(1). Retrieved from <http://www.communicationethics.net/journal/v12n1/feat1.pdf>
- Polo, M. (2007). Regulation for pluralism in media markets. In Paul Seabright & J. V. Hagen (Eds.), *The economic regulation of broadcasting markets: Evolving technology and the challenges for policy*. USA: Cambridge University Press.
- Raboy, M. (1992). Canadian broadcasting, Canadian nationhood: Two concepts, two solitudes and great expectations. *Seeing ourselves: Media power and policy in Canada*, 156-173.
- Ruane, K. A. (2011). Fairness doctrine: History and constitutional issues. Retrieved from <https://fas.org/sgp/crs/misc/R40009.pdf>
- SBS - Special Broadcasting Service. (2017a). SBS: what's the story? Retrieved from <http://www.sbs.com.au/aboutus/our-story/>
- SBS - Special Broadcasting Service. (2017b). A brief history of SBS. Retrieved from <http://www.sbs.com.au/aboutus/our-story/>
- Schulz, W., Held, T., Laudien, A., Hasebrink, U., & Herzog, A. (2006). Final report study on co-regulation measures in the media sector. *Study for the European Commission, Directorate Information Society and Media Unit A1 Audiovisual and Media Policies*.
- Senate, T. (2006). *Broadcasting Services Amendment (Media Ownership) Bill 2006: Explanatory Memorandum*: The Parliamentary of the Commonwealth of Australia, The Senate.
- Senate, T. (2016). *Broadcasting Legislation Amendment (Media Reform) Bill 2016: Explanatory Memorandum*: The Parliamentary of the Commonwealth of Australia, The Senate.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2010). *Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media*. USA: Pearson.
- Siebert, F. S., Peterson, T., & Schramm, W. (1956). *Four theories of the press: The authoritarian, libertarian, social responsibility, and Soviet communist concepts of what the press should be and do*: University of Illinois Press.
- theguardian. (2017). Channel Five: a timeline. Retrieved from <https://www.theguardian.com/media/2010/jul/23/channel-five-timeline>

- Van Cuilenburg, J. (2000). On measuring media competition and media diversity: Concepts, theories and methods. *Measuring media content, quality and diversity. Approaches and issues in content research*, 51-84.
- Vipond, M. (2000). *The mass media in Canada*: James Lorimer & Company.
- Wakshlag, J., & Adams, W. J. (1985). Trends in program variety and the prime time access rule. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 29(1), 23-34.
- Williams, R. (1976). *Communications*. Middlesex: Penguin Books.
- Williams, R., & Williams, E. (1990). *Television: Technology and Cultural Form*: Routledge.
- Yin, J. (2008). Beyond the four theories of the press: A new model for the Asian & the world press. *Journalism & Communication Monographs*, 10(1), 3-62.
- เพลิง ภูผา. (2557). ทุนเสรี-ทุนการเมือง สู้ทุนสามัญ ความหมายของประเทศ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สยามความรู้.
- โชคชัย ลีลาภัทรพันธุ์. (2545). โครงสร้างตลาดอุตสาหกรรมสถานีวิทยุโทรทัศน์และพหุติกรรมผู้ประกอบการ. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- กมลวรรณ ปิ่นทวนันท์. (2553). การกระจุกตัวและการจัดสรรเวลาของรายการทีวีของธุรกิจฟรีทีวีในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- กฤติพร ศรียะพันธ์. (2 ตุลาคม 2560) สัมภาษณ์.
- กสท. - คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์. (2555). รายงานการประชุม คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ครั้งที่ 40/2555 วันที่ 1 ตุลาคม 2555. Retrieved from <http://www.nbtc.go.th/Information/cabinet/agreement-broadcasting/สรุปมติที่ประชุม-กสท-55/40-2555.aspx>
- กสท. - คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์. (2556). รายงานการประชุม คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ครั้งที่ 12/2556 วันที่ 25 มีนาคม 2556. Retrieved from <http://www.nbtc.go.th/Information/cabinet/agreement-broadcasting/สรุปมติที่ประชุม-กสท-56/12-2556.aspx>
- กสทช. - คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม. (2560a). ช่องรายการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล. Retrieved from <https://broadcast.nbtc.go.th/TVDigital/TVDigitalChannels>
- กสทช. - คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม. (2560b). รายงานสภาพการแข่งขันและพหุติกรรม ในอุตสาหกรรมกิจการโทรทัศน์ ประจำปี 2559.

Retrieved from

<https://broadcast.nbtc.go.th/data/academic/file/600900000003.pdf>

กสทช. - คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม. (2561).

รายงานผลการปฏิบัติงาน กสทช. ประจำปี 2560. Retrieved from

<http://www.nbtc.go.th/getattachment/Information/AnnualReport/31734/>

เอกสารแนบ.pdf.aspx

กัญญา แสนคลัง. (2 ตุลาคม 2560) สัมภาษณ์.

เจเลิศ เจษฎาวัดภัย. (20 กันยายน 2560) สัมภาษณ์.

ชนัญญา อรณพ ณ อยู่ธยา. (2556). การกำกับดูแลเนื้อหารายการที่อาจเป็นภัยในกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทย เพื่อคุ้มครองเด็กและเยาวชนภายใต้ภาวะสื่อหลอมรวม. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

ฐิตินัน บัญญาพ. (2542). วิสัยทัศน์โทรทัศน์ไทยหลังปี ค.ศ.2000 (พ.ศ.2543-2568).

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ณัฐชา นน่อทอง. (2556). การครองสิทธิ์ข้ามสื่อของประเทศไทยยุคสื่อหลอมรวม. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.

ณัฐชาติ พวงสุตกร. (26 กันยายน 2560) สัมภาษณ์.

ธวัช เสือโต. (2546). การจัดผังและปรับผังรายการโทรทัศน์สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. . มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

นิศรรัตน์ วิไลลักษณ์. (2554). ภูมิทัศน์ประเภทรายการของโทรทัศน์ดาวเทียมในประเทศไทย.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

บำรุง สุขพรรณ. (2522). วิทย์และโทรทัศน์ในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เรื่อง หลักเกณฑ์การแบ่งเวลาให้ผู้อื่นดำเนินการ พ.ศ.2556. (2556). ราชกิจจานุเบกษา.

ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง แนวทางการพิจารณาและคำนวณสัดส่วนรายการข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเพื่อการขอยกเว้นหรือลดหย่อนค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ฯ พ.ศ.2556. (2557). ราชกิจจานุเบกษา.

ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง การกำหนดลักษณะและมาตรการกำกับดูแลการควบรวมกิจการ การถือหุ้นไขว้ และการครอบงำกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์. (2558). ราชกิจจานุเบกษา.

- ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง  
หลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขการประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล  
ประเภทบริการทางธุรกิจระดับชาติ พ.ศ. 2556. (2556). ราชกิจจานุเบกษา.
- ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง  
หลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ.2556.  
(2556). ราชกิจจานุเบกษา.
- ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง  
หลักเกณฑ์การพิจารณากำหนดผู้มีอำนาจเหนือตลาดอย่างมีนัยสำคัญในตลาดที่เกี่ยวข้องใน  
กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และมาตรการเฉพาะเพื่อป้องกันมิให้มีการกระทำ  
อันเป็นการผูกขาด หรือก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการแข่งขัน พ.ศ. 2557. (2557). ราช  
กิจจานุเบกษา.
- ผู้จัดการ Online. (2556). ปิดฉากประมูลทีวีดิจิทัล 24 ช่อง มูลค่ารวมสูง 50,862 ล้านบาท.  
Retrieved from  
<http://www.manager.co.th/cyberbiz/Viewnews.aspx?NewsID=9560000159130>
- พรวิภา พงศ์ประศาสน์. (2552). สถานภาพอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย (พ.ศ.2546-2550).  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551. (2551). ราชกิจจา  
นุเบกษา.
- พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและการได้มาซึ่ง  
สมาชิกวุฒิสภา พ.ศ.2550. (2550). ราชกิจจานุเบกษา.
- พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุ  
โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2560. (2560). ราชกิจจานุเบกษา.
- พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุ  
โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2553. (2553). ราชกิจจานุเบกษา.
- พสุ ศรีธีรัถย์. (2544). แนวทางการกำกับดูแลกิจการสื่อสารผ่านดาวเทียมของประเทศไทย. .  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- พิรงรอง รามสูต. (2550a). โครงการ สถานภาพของสิทธิการสื่อสารในประเทศไทย: การสื่อสารใน  
มณฑลสาธารณะ. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- พิรงรอง รามสูต. (2550b). สิทธิ เสรีภาพ กฎหมาย และจริยธรรมของสื่อมวลชน. In อุบลรัตน์ ศิริยุว  
ศักดิ์. (Ed.), สื่อสารมวลชนเบื้องต้น : สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม. กรุงเทพฯ:  
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- พิรงรอง รามสูต. (2556). วิทยุชุมชนในประเทศไทย จากการปฏิรูปสื่อสู่การกำกับดูแลที่ยั่งยืน.  
กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- พิรงรอง รามสูต ธรณนันทน์ และศศิธร ยูวโกศล. (2546). การกำกับดูแลเนื้อหาของสื่อวิทยุและ  
โทรทัศน์ในประเทศไทย (โครงการ "การปฏิรูประบบสื่อ"). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุน  
สนับสนุนการวิจัย.
- มณีรัตน์ กำจรกิจการ. (3 ตุลาคม 2560) สัมภาษณ์.
- มรรยาท อัครจันทโชติ. (16 สิงหาคม 2560) สัมภาษณ์.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2547). เอกสารการสอนชุดวิชา 15203 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ  
วิทยุและโทรทัศน์. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มานะ ตริยาภิวัฒน์. (18 สิงหาคม 2560) สัมภาษณ์.
- มีเดียมอนิเตอร์. (2553). รายงานผลการศึกษารอบที่ 47 “สำรวจผังฟรีทีวี (ช่อง 3, 5, 7, 9 สทท.  
และ ทีวีไทย ในเดือนมีนาคม 2553. Retrieved from  
<http://mediamonitor.in.th/download/243/>
- รมิดา จรินทร์พิทักษ์. (26 กันยายน 2560) สัมภาษณ์.
- รัชตา อูจจศรี และสุวิทย์ แสนหลวง. (11 กันยายน 2560) สัมภาษณ์.
- รัฐติพงษ์ ชูนาถ. (2545). พัฒนาการของการจัดผังรายการของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.,  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- รุ่งโรจน์ ธรรมตั้งมั่น. (2543). โครงสร้างตลาด การแข่งขัน และกลยุทธ์ของธุรกิจ โรงภาพยนตร์ ใน  
เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ลิขิต ชีรเวคิน. (2549). การเมืองการปกครองของไทย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ลิขิต ชีรเวคิน. (2550). วิวัฒนาการการเมืองการปกครองไทย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิมลวรรณ ภัทโรดม. (2559). ยุโรปหลังสงครามโลกครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ศูนย์ยุโรปศึกษาแห่ง  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิโรจน์ มิ่งขวัญ. (2547). การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของอุตสาหกรรม  
หนังสือพิมพ์ไทย. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, นนทบุรี.
- ศิริวรรณ อนันต์โท. (12 กันยายน 2560) สัมภาษณ์.
- ศิวนารถ หงษ์ประยูร. (2550). ตระกูลรายการข่าวโทรทัศน์ในประเทศไทย พ.ศ.2548. จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์. (2547). การกำกับดูแลโครงสร้างสื่อวิทยุและโทรทัศน์ (โครงการ "การปฏิรูประบบสื่อ"). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

สมพร อมรชัยนพคุณ. (3 ตุลาคม 2560) สัมภาษณ์.

สมสุข และคนอื่น ๆ. (2557). ความรู้เบื้องต้นทางวิทยุและโทรทัศน์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย. (2561). Advertising Information Service Data. Retrieved from

[http://www.adasso thai.com/include/upload/images/th\\_exp\\_file/2018011210091045062.pdf](http://www.adasso thai.com/include/upload/images/th_exp_file/2018011210091045062.pdf)

สฤณี อาชวานันทกุล. (10 สิงหาคม 2560) สัมภาษณ์.

สินีนานู ดิลกวัฒนิช. (2548). แนวคิดการปรับองค์กรที่สะท้อนผ่านการจัดผังรายการของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อาคม สุวรรณรักษา. (3 ตุลาคม 2560) สัมภาษณ์.

อิทธิพล วรานุศุภากุล. (2558). การกำกับดูแลสื่อภาพยนตร์ของไทย. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม, 2(2), 36-46.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2544). ระบบวิทยุและโทรทัศน์ไทย: โครงสร้างทางเศรษฐกิจการเมือง และผลกระทบต่อสิทธิเสรีภาพ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2547). สื่อสารมวลชนเบื้องต้น : สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**



## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายอิทธิพล วรานุศุภากุล จบการศึกษานิติศาสตรบัณฑิตจากคณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปี พ.ศ.2537 และ Master of Arts in International Communication ที่ Macquarie University ประเทศออสเตรเลีย เมื่อปี พ.ศ.2539 ต่อมา ได้เข้าทำงานในตำแหน่งอาจารย์ประจำที่คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม เมื่อปี พ.ศ.2542 ในระหว่างที่ทำงาน จบการศึกษานิติศาสตรบัณฑิตจากคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เมื่อปี พ.ศ.2548 และวารศาสตรมหาบัณฑิต (การสื่อสารมวลชน) จากคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อปี พ.ศ.2552 จากนั้นจึงได้เข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิติศาสตรดุษฎีบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปี พ.ศ.2555 ในระหว่างที่ศึกษา ได้เป็นผู้ช่วยสอนและผู้ช่วยวิจัย ได้เป็นอาจารย์พิเศษที่มหาวิทยาลัยหลายแห่ง ได้ตีพิมพ์ผลงานวิชาการในวารสารวิชาการระดับชาติ ได้รับรางวัลผลงานวิจัย ประจำปี 2558 รางวัลระดับดีเด่น เรื่อง การกำกับดูแลสื่อที่เผยแพร่เนื้อหาที่สร้างความเกลียดชัง และได้รับทุนสนับสนุนการทำวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาเอก “ทุน 90 ปี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กองทุนรัชดาภิเษกสมโภช”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY