

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง " ความเปลี่ยนแปลงของรายการโทรทัศน์ช่วงก่อนและหลังการขยายเวลาการออกอากาศเสรี 24 ชั่วโมง (มีนาคม 2534 ถึง กุมภาพันธ์ 2535) " จะเสนอแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นลำดับดังนี้

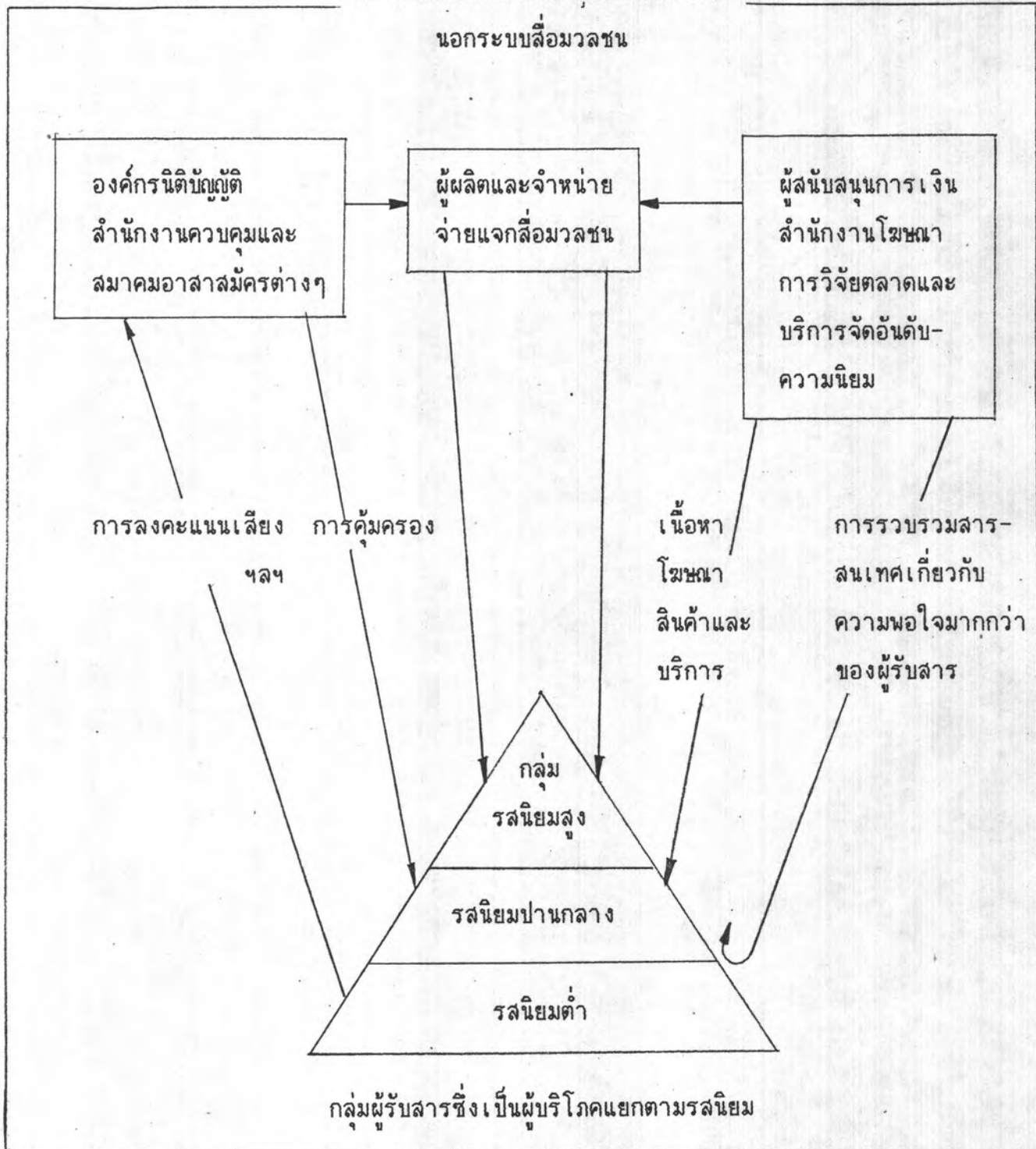
1. แนวคิดที่ว่าด้วยระบบสื่อสารมวลชนของเดอเฟลอร์
2. ทฤษฎีสังคมมวลชน
3. แนวคิดการตลาด
4. ประเภทของรายการโทรทัศน์
5. การจัดการออกอากาศแบบแนวซันและแนวกว้าง
6. การจัดการออกอากาศเพื่อแข่งขันกับสถานีอื่น
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดที่ว่าด้วยระบบสื่อสารมวลชนของเดอเฟลอร์

(เดนิส แมคเคเวล และ สเวน วินดาห์ล อ้างถึงใน สวณิต ยมาภัย และ ระวีวรรณ ประกอบผล, 2528 : 116-119)

แนวคิดนี้จัดการสื่อสารมวลชนไว้ในบริบทของสถาบันอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถาบันทางการเมืองและเศรษฐกิจ ซึ่งทำหน้าที่ในการกำหนดรูปลักษณะของสัมพันธภาพระหว่างผู้ส่งสาร สาร และสาธารณชน แนวคิดนี้กล่าวถึงระบบสื่อสารมวลชนโดยส่วนรวม โดยอธิบายเกี่ยวกับระบบสื่อสารมวลชนแบบเสรีนิยม หรือตลาดเสรี ซึ่งจะเห็นได้ว่า เมื่อใดที่มีการผันแปรในด้านความสมดุลแห่งพลังทางการเมือง และเศรษฐกิจในสังคมแล้ว การผันแปรนั้น จะก่อให้เกิดผลที่ตามมาอย่างสำคัญต่อโครงสร้างและสัมพันธภาพต่าง ๆ ดังแบบจำลองที่ได้แสดงไว้ แบบจำลองนี้ แบ่งเล็กที่การทำหน้าที่ของสิ่งซึ่ง เดอเฟลอร์ เรียกว่า ลักษณะเนื้อหาที่มีรสนิยมต่ำ เป็นเนื้อหาที่สื่อสารมวลชนส่งออกมาซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาประเภทละครอาชญากรรม รายการชุดต่อ ๆ กันในตอนกลางวัน ฯลฯ สาเหตุที่ถูกเรียกว่า เนื้อหารสนิยมต่ำ ก็เพราะว่า เนื้อหาเหล่านี้มักจะถูกวิพากษ์วิจารณ์อยู่เสมอว่ามีผลโดยตรงที่แฝงอันตรายทั้งในทางศีลธรรมและในทางสังคม และมีคุณภาพต่ำ ทั้งในเชิงสุนทรียะและภูมิปัญญา จุดเริ่มต้นสำหรับการวิเคราะห์คือ การสังเกตพบข้อเท็จจริงว่า เนื้อหาชนิดนั้น ยังคงเฟื่องฟูอยู่ตลอดแม้ว่าจะถูกวิพากษ์วิจารณ์เพียงใดก็ตาม

สภาพเงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรม
นอกระบบสื่อมวลชน



แบบจำลองว่าด้วยระบบสื่อมวลชน

ในฐานะส่วนหนึ่งของระบบสังคมของเดอเฟลอร์ (Defleur 1970)

องค์ประกอบสำคัญของแบบจำลองนี้ มีดังต่อไปนี้

- กลุ่มผู้รับสาร จะแตกต่างกันไปตามการจำแนกโดยใช้สมมติฐานทางรสนิยม หรือระดับความพอใจในสิ่งหนึ่งมากกว่าอีกสิ่งหนึ่ง คือ รสนิยมสูง ปานกลาง และ ต่ำ

- สำนักงานด้านการเงินและการค้า ซึ่งให้เงินทุนสำหรับการผลิตสื่อมวลชน ชื่อเวลา และเนื้อที่โฆษณา และมีรายรับของตนเองจากกิจกรรมทางธุรกิจอย่างอื่น ๆ สำนักงานเช่นที่กล่าวนี้ ใช้การวิจัยตลาดและการสำรวจเพื่อที่จะปรับความพอใจของสาธารณชน อำนาจการซื้อของผู้รับสาร อุปนิสัย และผลประโยชน์ของผู้โฆษณาให้เหมาะสมแก่กัน ภารกิจสำคัญของสำนักงานเหล่านี้ตามแบบจำลองคือการหาให้ได้มาซึ่งสารสนเทศเกี่ยวกับความพอใจของผู้รับสารและให้ข้อมูลป้อนกลับที่มีอำนาจสูงไปยังผู้ผลิตสื่อมวลชนในรูปของการสนับสนุนด้านการเงิน

- องค์กรต่าง ๆ ที่ผลิตและจำหน่ายจ่ายแจกสื่อมวลชน ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะเป็นบริษัทเอกชนซึ่งดำเนินกิจการเพื่อหากำไรในระบบของการผลิตเพื่อมวลชน

- สถาบันต่าง ๆ ที่ทำหน้าที่ควบคุม รวมถึงระเบียบข้อบังคับของรัฐ สถาบันต่าง ๆ นี้ มีทั้งที่เป็นของรัฐบาลและองค์การอาสาสมัคร ซึ่งทำหน้าที่ผลักดันในหลายรูปแบบด้วยกัน โดยได้รับข้อมูลความคิดเห็นและปฏิกริยาย้อนกลับจากสาธารณชน หรือโดยผ่านระบบการเมือง กิจกรรมของสถาบันเหล่านี้อาจมีอิทธิพลโดยตรงต่อผู้ผลิตไม่ว่าจะโดยผ่านกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่ว่าด้วยเนื้อหาของสื่อมวลชน หรือโดยผ่านการควบคุมทางเทคนิคและทางการเงินที่กระทำไปเพื่อประโยชน์ของสาธารณชน องค์ประกอบในแบบจำลองส่วนนี้จะทำหน้าที่เป็นผู้ถ่วงดุลย์ ผลประโยชน์ในเชิงการค้าของสำนักงานการเงินและการค้าซึ่งมีอำนาจเหนือเนื้อหาของสื่อมากกว่า

ในทัศนะของเดอเฟลอร์ การที่สื่อมวลชนได้เสนอเนื้อหาที่มีรสนิยมต่ำเป็นวิธีการหลักที่สำคัญที่จะสนองเงื่อนไขทางการเงินของการดำเนินงานในระบบสื่อมวลชน เพราะนี่คือการตอบสนองโดยเสรีต่อความต้องการของคนส่วนใหญ่ ระเบียบข้อบังคับของรัฐจะมีผลในการควบคุมการนำเสนอแต่เพียงเล็กน้อยเท่านั้น ซึ่งเป็นลักษณะของระบบต่าง ๆ

ทุกระบบที่ว่า การเปลี่ยนแปลงในส่วนใดส่วนหนึ่ง จะเป็นเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในส่วนอื่น ๆ แต่ทว่าในบางส่วนจะรุนแรงมากกว่า ที่กล่าวมานี้ย่อมใช้ได้กับสภาวะของความพอใจในสิ่งหนึ่งมากกว่าในอีกสิ่งหนึ่งของสาธารณชน ซึ่งในระบบเสรีนิยมได้ให้เกณฑ์พิจารณาและแรงส่งอันสำคัญ สำหรับบริการด้านสื่อสารมวลชนต่าง ๆ ไม่ว่าจะชนิดใดก็ตาม การเปลี่ยนแปลงในด้านความพอใจในสิ่งหนึ่งมากกว่าอีกสิ่งหนึ่งของสาธารณชนนั้นน่าจะเป็นต้นเหตุของการเปลี่ยนแปลงทางด้านรูปแบบของเนื้อหาที่จำหน่ายจ่ายแจกไป

ความเปลี่ยนแปลงของรายการโทรทัศน์หลังจากที่มีการขยายเวลาออกอากาศเสรี 24 ชั่วโมงก็เช่นกัน เป็นความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป สื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งในระบบสังคม ย่อมต้องทำหน้าที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนในสังคมที่แตกต่างกัน โดยที่ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขต่าง ๆ ซึ่งมีความสัมพันธ์กัน ได้แก่ เงินทุน สถาบันที่ทำหน้าที่ควบคุม และตัวองค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนเอง

ทฤษฎีสังคมมวลชน

ทฤษฎีนี้จะมองในระบบการสื่อสารมวลชนทั้งระบบในฐานะสถาบันหนึ่งในสังคมที่จะต้องมีความสัมพันธ์กับส่วนอื่น ๆ ในสังคม ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างทางเศรษฐกิจ รัฐบาล วัฒนธรรม ศาสนา ฯลฯ (กาญจนา แก้วเทพ, 2532 : 8)

เมื่อระบบการสื่อสารมวลชน ถูกพิจารณาว่าเป็นระบบย่อย ที่อยู่ในระบบสังคมโดยรวมอีกทีหนึ่ง ดังนั้น ระบบการสื่อสารมวลชนจึงไม่สามารถดำเนินงานไปได้โดยอิสระด้วยตัวของมันเอง แต่จะต้องถูกกำหนดทั้งทางด้านรูปแบบ และเนื้อหาจากตัวแปรต่าง ๆ ทางสังคมการจัดผังรายการโทรทัศน์โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงหลังการขยายเวลาการออกอากาศเสรี 24 ชั่วโมงก็เช่นกัน จะต้องถูกกำหนดจากปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ในหลาย ๆ ด้าน ดังนั้น ภายใต้แนวคิดจากทฤษฎีนี้ จึงจำเป็นที่จะต้องทำการศึกษาว่า มีปัจจัยอะไรบ้างที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการจัดผังรายการโทรทัศน์ หลังจากที่มีการขยายเวลาการออกอากาศเสรี 24 ชั่วโมง

แนวคิดการตลาด

รายการโทรทัศน์ สามารถเปรียบได้ว่าเป็นสินค้าชนิดหนึ่ง ซึ่งต้องผลิตออกมา เพื่อสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคซึ่งก็คือผู้ชมนั่นเอง แนวคิดนี้ สอดคล้องกับแนวคิดการตลาดซึ่ง ปรีชา วอนขอพร และคณะ (2527) ได้สรุปไว้ดังนี้

1. ก่อนที่จะมีการผลิตสินค้าหรือบริการใด ๆ ขึ้นมา จะต้องมีการศึกษาก่อนว่า ผู้บริโภคหรือตลาดต้องการผลิตภัณฑ์นั้นหรือไม่ หากต้องการผลิตภัณฑ์นั้นควรมีคุณสมบัติ และลักษณะอย่างไรบ้าง เนื่องจากผู้บริภคยอมจะซื้อแต่ในสิ่งที่ตนพอใจเท่านั้น

2. ความต้องการของผู้บริโภคหรือตลาดอาจเปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งธุรกิจจะต้องทำการติดตามอยู่เสมอ ธุรกิจที่ผู้บริหารเล็งเห็นถึงความสำคัญของการตลาด โดยวิเคราะห์ และ วิจัยความต้องการของผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลาและอย่างใกล้ชิด ธุรกิจนั้นก็จะมีประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายใต้สภาวะแวดล้อมในปัจจุบัน ซึ่งต้องยึดความต้องการ และความปรารถนาของผู้บริโภคเป็นหลัก

3. ต้องมีการแลกเปลี่ยนที่สมดุลย์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ผู้ซื้อ ซื้อสินค้าและบริการด้วยความสมัครใจ โดยที่ผู้ขายสร้างตัวสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้ซื้อ ซึ่งนอกจากตัวสินค้าแล้ว ผู้ผลิตและผู้ขายยังเสริมมูลค่าเพิ่ม (Value added) เข้าไปด้วย หรืออาจจะกล่าวได้ว่าเป็นการสร้างความปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภค

นั่นก็คือ การที่จะปรับเปลี่ยนผังรายการโทรทัศน์ไปในแนวทางใด จำเป็นที่จะต้องศึกษาความต้องการของผู้ชม ซึ่งเปลี่ยนแปลงไป เพื่อที่จะสนองต่อความต้องการของผู้ชม ซึ่งก็คือผู้บริโภคให้มากที่สุด และมีความแตกต่างจากคู่แข่งอื่น ซึ่งในที่นี้ก็คือสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ นั่นเอง

ประเภทของรายการโทรทัศน์

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะเป็นการศึกษาลักษณะและสัดส่วนของรายการโทรทัศน์ ประเภทต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป เปรียบเทียบช่วงก่อน กับ ช่วงหลังการขยายเวลาการออกอากาศเสรี 24 ชั่วโมง ดังนั้นจึงต้องมีการจัดประเภทของรายการโทรทัศน์ไว้ เพื่อที่จะจำแนกในการศึกษาได้สะดวกยิ่งขึ้น การจัดประเภทของรายการโทรทัศน์สามารถแบ่ง



ได้หลายแบบ ซึ่งขึ้นอยู่กับหลักเกณฑ์ที่ใช้

ระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2518 ซึ่งทางราชการสำนักนายกรัฐมนตรีประกาศใช้เมื่อวันที่ 2 ตุลาคม พ.ศ. 2518 มีข้อบัญญัติเกี่ยวกับการจัดแบ่งรายการ (ทั้งวิทยุและโทรทัศน์) ดังนี้

ข้อที่ 30 สถานที่จะต้องจัดวางแผนผังรายการหลัก โดยจัดแบ่งรายการของสถานตามประเภทที่ได้กำหนดไว้ดังต่อไปนี้

1. รายการประเภทข่าว หมายถึงรายการที่มีเนื้อหาให้ความรู้ความเข้าใจในสถานการณ์ปัจจุบัน ไม่ว่าจะทางเศรษฐกิจ การเมือง หรือสังคม
2. รายการประเภทความรู้ แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ
 - 1.) รายการส่งเสริมการศึกษาสำหรับประชาชนทั่วไป เช่น รายการสารคดีต่าง ๆ
 - 2.) รายการสอนโดยตรง เสนอเป็นชุดตามหลักสูตร เช่น รายการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง และ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
3. รายการประเภทบันเทิง แบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ ละคร ดนตรี และปกิณกะบันเทิง
4. รายการประเภทโฆษณาการบริการธุรกิจ

การจัดตารางออกอากาศแบบแนวซ้อนและแนวกว้าง

ในการจัดเวลาออกอากาศของรายการโทรทัศน์แต่ละรายการนั้น ต้องคำนึงถึงวันและเวลาในการออกอากาศเป็นสำคัญ เพราะต้องจัดวันและเวลาให้เหมาะสมกับรายการนั้น ๆ คือ ถ้านำรายการที่มีคุณภาพดีเด่นมาออกอากาศในเวลาที่เหมาะสมของกลุ่มเป้าหมายแล้ว รายการนั้นจะประสบผลสำเร็จมากที่สุด ตรงกันข้าม ถ้านำรายการที่ดีเด่นมาออกอากาศในวันเวลาที่ไม่เหมาะสมแล้วจะทำให้รายการหมดคุณค่าลงไปทันที คือจะมีจำนวนผู้ชมน้อยมาก

นอกจากวันและเวลาออกอากาศแล้ว สิ่งที่ต้องคำนึงถึงอีกประการหนึ่ง ก็คือความถี่ของการออกอากาศ หมายความว่า จะนำรายการนั้นมาออกอากาศต่อเนื่องกันเดือน

ละครี่ครั้ง หรือสัปดาห์ละครี่ครั้งจึงจะเหมาะสม เพื่อเรียกร้องความสนใจจากผู้ชมให้ได้มากที่สุด

ตามปกติตารางออกอากาศของสถานีโทรทัศน์นี้จะจัดทำเป็นรายเดือน แต่หน่วยหลักที่ใช้คิดคำนวณรายการที่บรรจุลงไปคือ "สัปดาห์" โดยผู้จัดรายการวิทยุโทรทัศน์จะถือว่าสัปดาห์เป็นหน่วยเล็กที่สุดที่จะบรรจุรายการลงไปให้ครบถ้วน เพราะฉะนั้นรายการทั่ว ๆ ไปแล้วมักถือว่าจะออกอากาศสัปดาห์ละครี่ครั้ง แต่ในสภาพปัจจุบันนี้ รายการที่ต่อเนื่องกันสัปดาห์ละครี่ครั้งอาจมีความถี่น้อยเกินไป จนผู้ชมส่วนใหญ่อาจรอไม่ได้ ดังนั้นจึงมีวิธีการจัดตารางออกอากาศเพิ่มเติมดังนี้ (ถาวร ช่วยประสิทธิ์, 2533 : 97)

1. การจัดตารางออกอากาศแบบแนวซ็อน (Strip programming) คำว่าแนวซ็อนในที่นี้หมายความว่า การจัดรายการต่อเนื่องในเวลาเดียวกันหลาย ๆ วันติดต่อกันในหนึ่งสัปดาห์ โดยปกติจะเป็น 5-7 วันต่อสัปดาห์ เช่น รายการข่าวประจำวัน จะจัดในเวลา 19.30 น. ของทุกวัน หรือ รายการ มาตามนัด จะจัดสัปดาห์ละครี่ 3 ครั้ง คือ เวลา 20.50 น. ของวันจันทร์ อังคาร และพุธ เป็นต้น

การจัดตารางรายการแบบนี้ให้ประโยชน์แก่สถานี คือ

1. ผู้ชมไม่ต้องรอชมนานเกินไป สามารถติดตามชมได้ทุกวัน (เว้นวันที่เว้น) ทำให้มีผู้ชมติดตามมากกว่าการที่ต้องรอสัปดาห์ละครี่ครั้ง
2. ง่ายต่อการจดจำว่ารายการนี้ออกวันใด เวลาใดเพราะมีให้ชมทุกวันหรือเกือบทุกวัน
3. ถ้าเป็นรายการที่มีคุณภาพดี ย่อมหาโฆษณาสินค้าได้ต่อเนื่องกันทุกวันที่ออกอากาศ

การจัดตารางรายการในลักษณะดังกล่าวอาจมีข้อพึงสังวรดังนี้

1. ถ้าเป็นรายการที่ไม่มีคุณภาพพอ ผู้ชมไม่ค่อยสนใจ จะทำให้สถานีต้องเสียโอกาสดึงดูดความสนใจไปสัปดาห์ละครี่หลายครั้ง ผลของการสำรวจความนิยมจะปรากฏ

ว่าจำนวนผู้ชมรายการของสถานีนี้ลดลงอย่างน่าตกใจ

2. การจัดรายการออกอากาศด้วยความถี่สูงเช่นนี้ ย่อมเพิ่มภาระแก่ผู้จัดรายการเป็นอันมาก เพราะต้องผลิตรายการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอต่อเนื่องกันมากมายในหนึ่งสัปดาห์

3. รายการประเภทต่าง ๆ ของสถานีนี้ขนาดความหลากหลาย คือ ถ้ามีรายการแบบแนวข้อนี้มากมายหลายรายการ ในหนึ่งสัปดาห์ก็สามารถบรรจุรายการได้ไม่ก็ประเภททั้งหมดเวลาออกอากาศ

2. การจัดตารางออกอากาศแบบแนวกว้าง (Block programming) ถ้าผู้จัดรายการเห็นว่าผู้ชมนิยมรายการประเภทใดเป็นพิเศษ หากจัดรายการประเภทนี้ติดต่อกันในวันเดียวเป็นเวลานานหลายชั่วโมง ก็จะสามารถดึงดูดความสนใจได้มากเป็นพิเศษ เช่น คาดว่าผู้ชมชอบรายการกีฬามวยก็จัดการแข่งขันมวยเป็นเวลานานถึง 2 ชั่วโมง หรือ 2 ชั่วโมงครึ่ง เป็นต้น การจัดตารางแบบนี้จะปรากฏว่าขยายออกไปทางกว้าง

ปัจจุบันนี้ การจัดตารางออกอากาศแบบแนวกว้าง ไม่ค่อยนิยมกันมากนัก นอกจากรายการแข่งขันชกมวยซึ่งมีบางสถานีเท่านั้น เพราะถ้าจัดรายการแบบกว้างมากเกินไปเป็นเหตุให้ผู้ชมเกิดความเบื่อหน่ายขึ้นได้ การจัดตารางออกอากาศแบบแนวกว้างนี้ไม่ได้หมายถึงเฉพาะเป็นรายการเดียวทั้งหมด แต่อาจเป็นรายการประเภทเดียวกันหลาย ๆ รายการติดต่อกันก็ได้ เช่น รายการเพลงหลายคณะติดต่อกัน หรือรายการกีฬาหลายประเภททั้งกีฬามวย ฟุตบอล กรีฑา ติดต่อกันหลายชั่วโมงก็ได้

สถานีวิทยุโทรทัศน์ที่นับว่าเป็นสถานีที่จัดตารางออกอากาศแบบแนวกว้างมากที่สุดในโลกก็เห็นจะได้แก่สถานีวิทยุโทรทัศน์ทางสาย CNN ของสหรัฐอเมริกาที่ออกอากาศเฉพาะข่าวอย่างเดี๋ยวลดลงทุกวันทั้งคืน ปรากฏว่ามีผู้ชมสนใจไม่น้อย

การจัดตารางออกอากาศแบบแนวกว้างนี้ได้ประโยชน์ที่อาจดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้มาก เพราะได้รูปแบบ "เต็มอิ่ม" แต่มีข้อเสียที่อาจทำให้เกิดความเบื่อหน่ายได้ง่าย เพราะต้องดูนานเกินไป

การจัดตารางออกอากาศเพื่อแข่งขันกับสถานีอื่น

สถานีวิทยุโทรทัศน์ตั้งแต่ 2 สถานีขึ้นไป จะต้องมีการจัดรายการแข่งขันกัน การแข่งขันในที่นี้หมายถึง การแข่งขันในด้านคุณภาพเพื่อดึงดูดจำนวนผู้ชมให้ได้มากที่สุด หรืออย่างน้อยก็เท่ากับสถานีอื่นที่เป็นคู่แข่ง

การจัดตารางออกอากาศเพื่อแข่งขันกับสถานีอื่น (Counter Programming) นี้ถ้าเป็นเพียงสองสถานีแข่งขันกันก็ไม่ยุ่งยากมากนัก แต่ถ้าเป็น 4-5 สถานีออกอากาศพร้อมกันอย่างไรในประเทศไทยปัจจุบัน นับว่าเป็นเรื่องที่ยุ่งยากมาก แต่อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีหลักการหรือเรียกง่าย ๆ ว่ายุทธวิธีที่จะเอาชนะคู่แข่งได้บ้าง หัวข้อของยุทธวิธีที่จะกล่าวต่อไปนี้จะพยายามใช้ศัพท์แบบตลาดเพื่อให้เข้าใจได้ง่ายดังนี้ (ถาวรช่วยประสิทธิ์, 2533 : 100)

1. ตีจุดอ่อน เมื่อนำเอาตารางออกอากาศของสถานีคู่แข่งมาพิจารณาแล้วจะเห็นว่า บางช่วงเวลาเป็นจุดอ่อนของคู่แข่ง คือ นำรายการที่ผู้ชมสนใจน้อยมาออกอากาศ เมื่อเป็นเช่นนั้น เราก็ถือโอกาสนำเอารายการที่คาดว่าจะมีผู้ชมสนใจมากกว่ามาออกอากาศในช่วงเวลานั้น ถ้าทำได้แบบนี้ ผลของการสำรวจจะพบว่าจำนวนผู้ชมของเราต้องมากกว่าคู่แข่ง วิธีการเช่นนี้เรียกให้จำง่าย ๆ ว่า การตีจุดอ่อนของคู่แข่ง

2. ผ่อนปล่อยเหยื่อ ถ้าพิจารณาเห็นว่ารายการของสถานีคู่แข่งในช่วงเวลานั้นดีเด่นมาก จนเราไม่สามารถหารายการมาออกอากาศ ทับเวลากันได้ เพราะถึงอย่างไรก็ไม่สามารถดึงผู้ชมจากสถานีคู่แข่งได้อย่างเด็ดขาด เราก็จำเป็นต้องนำเอารายการที่ไม่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจมากนัก หรือพูดง่าย ๆ ก็คือรายการที่ลงทุนน้อยที่สุดมาออกอากาศในช่วงเวลานั้น รายการประเภทนี้ ได้แก่ ภาพยนตร์ หรือเทปโทรทัศน์สารคดีจากต่างประเทศที่ได้มาเปล่า ๆ ถึงแม้จะมีผู้ชมน้อยหรือเกือบไม่มีผู้ชมเลยเราก็ไม่ได้เสียหายมากนัก อย่างนี้เรียกง่าย ๆ ว่าการผ่อนปล่อยเหยื่อหรือยอมแพ้นั่นเอง

3. เลือกปลิง ในกรณีที่รายการของคู่แข่งมีคุณภาพสูงอย่างในข้อ 2 แต่ฝ่ายเราก็มีรายการที่มีคุณภาพทัดเทียมกัน เราก็จัดตารางออกอากาศให้รายการของเรา

ออกอากาศทับกับของคู่แข่งกัน ทั้งนี้เพื่อตั้งจำนวนผู้ชมมาชมสถานีของเราเท่ากัน นับว่าเป็น การแข่งขันแบบเสียเปรียบสิ่ง แต่การกระทำเช่นนี้มักถูกผู้ชมกล่าวหาว่าสถานีมีแต่แข่งขันกัน จนไม่คำนึงถึงผู้ชม เพราะผู้ชมชอบทั้งสองรายการแต่ไม่สามารถชมได้สองรายการพร้อม ๆ กัน

4. แหวกแนว เมื่อเกิดปัญหาเช่นเดียวกับกรณีในข้อ 2 และ ข้อ 3 คือ รายการของคู่แข่งกันมีคุณภาพสูงมากหรือเป็นที่นิยมของผู้ชมจำนวนมาก ยกตัวอย่างเช่น คู่แข่งขันถ่ายทอดการแข่งขันชกมวยชิงแชมป์เปียนโลกจากต่างประเทศ ซึ่งทุกครั้งปรากฏว่า ผู้ชมส่วนมากจะรับชมรายการนี้ การแก้ไขอาจกระทำได้โดยจัดรายการที่แหวกแนวจาก คู่แข่งขันมาออกอากาศ เช่น พิจารณาว่าการแข่งขันชกมวยนั้นผู้ชมที่เป็นสตรีมักสนใจน้อย โดยมีเหตุผลว่าเป็นรายการที่หวาดเสียวและทารุณ เราอาจจัดรายการเพื่อสตรีในช่วงนี้ เช่น การแสดงแบบเสื้อหรือแฟชั่นได้ การกระทำเช่นนี้อาจดึงดูดผู้ชมได้จำนวนหนึ่ง

5. ชิงออกหน้า โดยปกติการจัดตารางออกอากาศของสถานีต่าง ๆ มัก เริ่มรายการไม่พร้อมกัน บางสถานีมีรายการเสริมซึ่งใช้เวลาสั้น ๆ เช่น รายการภาษาไทย วันละคำ เทียวเมืองไทยใน 1 นาที เป็นต้น เป็นเหตุให้เวลาเริ่มรายการถัดไปล่าช้าออกไปบ้าง เมื่อมีการแข่งขันรายการในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน เช่น รายการหลังข่าวซึ่งโดย ปกติออกอากาศประมาณ 21.00 น. ถ้าสถานีจัดตารางออกอากาศให้เริ่มรายการก่อน คู่แข่งขันชั่วคราวระยะเวลาเพียง 4-5 นาที ก็อาจช่วงชิงผู้ชมได้ เพราะตามปกตินิสัยของผู้ชม ส่วนมากเมื่อจบรายการที่กำลังชมอยู่ก็มักปรับเปลี่ยนไปชมสถานีอื่น ๆ เพื่อจะพบสิ่งที่น่าสนใจ ยิ่ง เครื่องรับที่ใช้เครื่องควบคุมระยะไกล (Remote Control) แล้วยิ่งง่ายต่อการเปลี่ยนช่อง ถ้ามาพบรายการของเราซึ่งชิงออกหน้าไปเล็กน้อย คือ เริ่มไตเติ้ลไปแล้วและหมดโฆษณา สินค้าครั้งแรกไปแล้ว ผู้ชมก็อาจตั้งใจต้องการชมต่อไปจนจบก็ได้ วิธีการชิงออกหน้านี้ก็มี ผู้พยายามใช้กันบ้าง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะและสัดส่วนของรายการโทรทัศน์ภายหลังการขยาย เวลาออกอากาศเสรี รวมไปถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดผังรายการโทรทัศน์เมื่อ

ขยายเวลาออกอากาศเสรีแล้วนั้นโดยตรงยังไม่มี แต่พอจะมีการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้บ้างดังนี้

วันดี พรปฎิมากร (2534) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "การไหลของภาพยนตร์ต่างประเทศทางโทรทัศน์" ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบปริมาณของภาพยนตร์ต่างประเทศทางโทรทัศน์ ทราบสัดส่วนของภาพยนตร์ต่างประเทศทางโทรทัศน์จากประเทศต่าง ๆ และวิเคราะห์กระบวนการไหลของภาพยนตร์ต่างประเทศทางโทรทัศน์

ผลการวิจัยพบว่า

1. การวิเคราะห์ผลเชิงปริมาณ และสัดส่วนของภาพยนตร์ต่างประเทศ ทางโทรทัศน์

สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 มีปริมาณ และ สัดส่วนของภาพยนตร์ต่างประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531-พ.ศ. 2533 เป็นภาพยนตร์จีนมากที่สุด รองลงมาคือ ภาพยนตร์ฝรั่งและภาพยนตร์อินเดีย ตามลำดับ

สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 มีปริมาณ และ สัดส่วนของภาพยนตร์ต่างประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531-พ.ศ. 2532 เป็นภาพยนตร์จีนมากที่สุด รองลงมาคือ ภาพยนตร์ญี่ปุ่นและภาพยนตร์ฝรั่ง ตามลำดับ ส่วนปี พ.ศ. 2533 เป็นภาพยนตร์ฝรั่งมากที่สุด รองลงมาคือ ภาพยนตร์ญี่ปุ่นและภาพยนตร์จีนตามลำดับ

สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีปริมาณ และ สัดส่วนของภาพยนตร์ต่างประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531-พ.ศ. 2533 เป็นภาพยนตร์จีนมากที่สุด รองลงมาคือ ภาพยนตร์ฝรั่ง และภาพยนตร์ญี่ปุ่น ตามลำดับ

สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 มีปริมาณ และ สัดส่วนของภาพยนตร์ต่างประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531-พ.ศ. 2532 เป็นภาพยนตร์จีนมากที่สุด รองลงมาคือ ภาพยนตร์ฝรั่งและภาพยนตร์ญี่ปุ่นตามลำดับ ส่วนปี พ.ศ. 2533 เป็นภาพยนตร์ฝรั่งมากที่สุด

รองลงมาคือภาพยนตร์จีนและภาพยนตร์ญี่ปุ่นตามลำดับ

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531-พ.ศ. 2533 ปริมาณภาพยนตร์ต่างประเทศของสถานีโทรทัศน์ช่อง 3, 5, 7 มีแนวโน้มลดลง แต่ช่อง 9 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น สำหรับสัดส่วนของภาพยนตร์ต่างประเทศพบว่าภาพยนตร์จีนมีสัดส่วนสูงที่สุดตลอดทั้ง 3 ปี รองลงมาคือภาพยนตร์ฝรั่งและภาพยนตร์ญี่ปุ่นตามลำดับ แต่เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนภาพยนตร์จีนในแต่ละปีแล้ว พบว่า มีแนวโน้มลดลงโดยตลอด ในขณะที่สัดส่วนภาพยนตร์ฝรั่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยตลอดเช่นกัน

2. การวิเคราะห์กระบวนการไหลของภาพยนตร์ต่างประเทศทางโทรทัศน์

ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระตบต่อการไหลของภาพยนตร์ต่างประเทศทางโทรทัศน์คือ 1. การกำหนดของผู้ส่งสาร 2. กระบวนการจัดจำหน่าย 3. โครงสร้างการควบคุม 4. โครงสร้างของรายการบันเทิง ซึ่งองค์ประกอบและปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้มีความสัมพันธ์และผลกระทบที่เชื่อมโยงกันเป็นลักษณะกระบวนการ ถ้าเกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบใดแล้วก็จะมผลพวงที่กระทบบัองค์ประกอบอื่น ๆ ด้วย

วัฒนา พัฒนพงศ์ และคณะ (2530) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "สื่อมวลชนกับบทบาทด้านจริยธรรม" ซึ่งผลการวิจัยพบว่า

1. สื่อที่เข้าถึงผู้รับมากที่สุด คือ โทรทัศน์ ติดตามด้วยหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ ภาพยนตร์โรง วิดีโอ และเทปคาสเซ็ท ตามลำดับ
2. รายการที่เข้าถึงผู้รับมากที่สุด คือ ข่าว รองลงไปได้แก่ โฆษณา สารคดี และบันเทิง ตามลำดับ
3. รายการที่ผู้รับสื่อนิยม คือ ประชาชนนิยมรายการข่าว นักวิชาการนิยมรายการสารคดี เยาวชนนิยมรายการบันเทิง และ สื่อมวลชนให้ความสนใจรายการโฆษณา มากที่สุด

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2532) ได้ทำการสำรวจเกี่ยวกับสื่อมวลชน (วิทยุและโทรทัศน์) ซึ่งได้ผลที่เกี่ยวข้องกับ สื่อมวลชน โทรทัศน์ ดังนี้

1. ประชากรที่ชมโทรทัศน์

1.1) จำแนกเป็นรายภาคและเขต

จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2532 ประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป ในครัวเรือนส่วนบุคคลทั่วประเทศ ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 47.7 ล้านคน เป็นผู้ชมโทรทัศน์ประจำประมาณ 38.4 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 80.4 ของประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไปทั้งหมด สัดส่วนของประชากรที่ชมโทรทัศน์ในเขตเทศบาลจะสูงกว่านอกเขตเทศบาล โดยในเขตเทศบาลมีสัดส่วนร้อยละ 90.6 ของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปทั้งหมดในเขตเทศบาล และนอกเขตเทศบาลมีสัดส่วนร้อยละ 78.1 ของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปทั้งหมดนอกเขตเทศบาล

เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายภาค กรุงเทพมหานครมีสัดส่วนของประชากรอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไปที่ชมโทรทัศน์เป็นประจำสูงที่สุด โดยมีสัดส่วนของประชากรที่รับชมโทรทัศน์เป็นประจำประมาณร้อยละ 91.2 ส่วนภาคอื่น ๆ ได้แก่ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีสัดส่วนของประชากรที่ชมโทรทัศน์เป็นประจำใกล้เคียงกัน คือ ประมาณร้อยละ 81.4, 79.7, 78.9 และ 77.3 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาสัดส่วนของประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไปที่ชมโทรทัศน์เป็นประจำในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาลของแต่ละภาค พบว่า สัดส่วนของประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไปที่ชมโทรทัศน์เป็นประจำในเขตเทศบาล สูงกว่านอกเขตเทศบาลทุกภาค โดยในเขตเทศบาลของแต่ละภาคมีสัดส่วนอยู่ในพิสัยประมาณร้อยละ 88-92 ในขณะที่นอกเขตเทศบาลแต่ละภาคมีสัดส่วนอยู่ในพิสัยประมาณร้อยละ 77-81

1.2) จำแนกตามเพศ

เมื่อวิเคราะห์ตามเพศ พบว่า จำนวนประชากรทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป ชมโทรทัศน์เป็นประจำใกล้เคียงกัน คือ เป็นชายประมาณร้อยละ 50.4 ของประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไปที่ชมโทรทัศน์เป็นประจำทั้งหมด และ

เป็นหญิงประมาณร้อยละ 49.6

และเมื่อวิเคราะห์สัดส่วนของประชากรเพศชายและเพศหญิง ที่ชมโทรทัศน์เป็นประจำ พบว่า สัดส่วนของประชากรทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป ที่ชมโทรทัศน์เป็นประจำใกล้เคียงกัน โดยเพศชายมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 81.1 และเพศหญิงมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 79.7 ของประชากรเพศเดียวกัน

เมื่อพิจารณาในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาล พบว่า ทั้งในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาล สัดส่วนของประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไปที่ชมโทรทัศน์เป็นประจำไม่แตกต่างกันมากนักทั้งเพศชายและเพศหญิง กล่าวคือ ในเขตเทศบาล สัดส่วนของประชากรหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไปที่ชมโทรทัศน์เป็นประจำมีประมาณร้อยละ 91.0 และประชากรชายมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 90.2 นอกเขตเทศบาล ประชากรชายที่มีอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไปที่ชมโทรทัศน์เป็นประจำมีประมาณร้อยละ 79.1 และประชากรหญิงมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 77.1

1.3) จำแนกตามหมวดอายุ

เมื่อวิเคราะห์ลักษณะของประชากรที่ชมโทรทัศน์ตามหมวดอายุ พบว่า สัดส่วนของประชากรในหมวดอายุ 11-19 ปี ชมโทรทัศน์เป็นประจำสูงสุด คือ ประมาณร้อยละ 86.3 ของประชากรในหมวดอายุเดียวกัน รองลงมาได้แก่ หมวดอายุ 6-10 ปี มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 83.4 สัดส่วนของการชมโทรทัศน์จะลดลงมากในหมวดอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นสัดส่วนของประชากรที่ชมโทรทัศน์เป็นประจำต่ำที่สุดประมาณร้อยละ 62.9

เปรียบเทียบระหว่างในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาล ในเขตเทศบาล ประชากรในหมวดอายุ 6-14 ปี มีสัดส่วนของการชมโทรทัศน์เป็นประจำสูงสุด ประมาณร้อยละ 95.4 ส่วนหมวดอายุอื่น ๆ (ยกเว้นหมวดอายุ 60 ปีขึ้นไป) มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 90 และหมวดอายุ 60 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนของประชากรที่ชมโทรทัศน์เป็นประจำ ประมาณร้อยละ 78.8 นอกเขตเทศบาล มีการแจกแจงเช่นเดียวกัน

1.4) จำแนกตามระดับการศึกษาที่สำเร็จ

เมื่อพิจารณาประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไป ที่ชมโทรทัศน์เป็นประจำ ตามระดับการศึกษาที่สำเร็จ พบว่า ประชากรที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่า ประถมศึกษาและประถมศึกษา ชมโทรทัศน์เป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.6 ของประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปที่ชมโทรทัศน์เป็นประจำทั้งหมด รองลงมาคือ ประชากรที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายหรือเทียบเท่าสายสามัญศึกษาชมโทรทัศน์ร้อยละ 11.5 ประชากรที่ไม่เคยเข้ารับการศึกษานในโรงเรียนหรือเคยได้รับการศึกษา แต่ไม่จบการศึกษาชั้นใดเลย และประชากรที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายหรือเทียบเท่าสายอาชีวศึกษา มีสัดส่วนของการชมโทรทัศน์เป็นประจำใกล้เคียงกันประมาณร้อยละ 5.2 และ 3.5 ตามลำดับ ส่วนประชากรที่มีการศึกษาระดับฝึกหัดครู อุดมศึกษาหรือเทียบเท่าสายวิชาการ และสายอาชีวศึกษา มีสัดส่วนของการชมโทรทัศน์ใกล้เคียงกันคือประมาณร้อยละ 2

เปรียบเทียบระหว่างในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาล

ในเขตเทศบาล ประชากรที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าประถมศึกษาและประถมศึกษาชมโทรทัศน์เป็นประจำมากที่สุดเช่นเดียวกับจำนวนรวม คือ ประมาณร้อยละ 50.7 ของประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปที่ชมโทรทัศน์เป็นประจำทั้งหมดในเขตเทศบาล รองลงมาคือ ประชากรที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย หรือเทียบเท่าสายสามัญศึกษา ชมโทรทัศน์ร้อยละ 22.0 ส่วนประชากรที่มีการศึกษาระดับอื่น ๆ นอกจากนั้นซึ่งได้แก่ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายหรือเทียบเท่าสายอาชีวศึกษา ระดับอุดมศึกษาหรือเทียบเท่าสายวิชาการ ประชากรที่ไม่เคยเข้ารับการศึกษานในโรงเรียนหรือเคยได้รับการศึกษาแต่ไม่จบการศึกษาชั้นใดเลย เป็นต้น มีสัดส่วนของการชมโทรทัศน์เป็นประจำไม่แตกต่างกันมากนัก สำหรับนอกเขตเทศบาล ประชากรที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าประถมศึกษาและประถมศึกษาชมโทรทัศน์เป็นประจำมากที่สุดเช่นเดียวกับจำนวนรวมและในเขตเทศบาล คือ ชมประมาณร้อยละ 81.1 ของประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปที่ชมโทรทัศน์เป็นประจำทั้งหมดนอกเขตเทศบาล รองลงมาคือ ประชากรที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายหรือเทียบเท่าสายสามัญศึกษา ชมประมาณร้อยละ 8.7 ประชากรที่ไม่เคยเข้ารับการศึกษานในโรงเรียนหรือเคยได้รับการศึกษาแต่ไม่จบการศึกษาชั้นใดเลย ชมประมาณ



ร้อยละ 5.2

เป็นที่น่าสังเกตว่าประชากรที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าประถมศึกษา และประถมศึกษา และประชากรที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายหรือเทียบเท่าสายสามัญศึกษา มีสัดส่วนของการชมโทรทัศน์สูงกว่าประชากรที่มีการศึกษาระดับอื่น และประชากรที่มีการศึกษาระดับอุดมศึกษา ผิดกันตรงกันข้าม จะมีสัดส่วนของการชมโทรทัศน์ที่ น้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปชมโทรทัศน์ทั้งหมด

เมื่อพิจารณาในแต่ละภาค จะพบว่าทุกภาคประชากรที่มีการศึกษา ระดับต่ำกว่าประถมศึกษาและประถมศึกษาชมโทรทัศน์เป็นประจำสูงที่สุด โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ ภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพมหานคร) และภาคใต้ มีสัดส่วนของ ประชากรที่มีการศึกษาระดับนี้ชมโทรทัศน์เป็นประจำอยู่ระหว่างประมาณร้อยละ 72-86 ของ ประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไปทั้งหมดในแต่ละภาค ส่วนกรุงเทพมหานคร ประชากรที่มีการศึกษาระดับดังกล่าวชมโทรทัศน์เป็นประจำประมาณร้อยละ 49.0

1.5) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 13 ปีขึ้นไปรายงานว่า ชมโทรทัศน์เป็นประจำตามกลุ่มอาชีพ พบว่า ประชากรในกลุ่มอาชีพเกษตรกร ชาวประมง ผู้ล่าสัตว์ คนตัดกานชักรากไม้ ผู้ปฏิบัติงานเหมืองแร่ ผู้ต่อเย็บยอยหินและผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง กัน ชมโทรทัศน์เป็นประจำมากที่สุด คือ ประมาณร้อยละ 61.8 ของประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 13 ปีขึ้นไปที่มีงานทำและชมโทรทัศน์เป็นประจำทั้งหมด รองลงมาคือ ประชากรในกลุ่มอาชีพช่าง หรือผู้ปฏิบัติงานในกระบวนการผลิตและกรรมกร และประชากรในกลุ่มอาชีพเกี่ยวกับการค้า ชมโทรทัศน์เป็นประจำใกล้เคียงกันประมาณร้อยละ 13.8 และ 9.8 ตามลำดับ สำหรับประชากรในกลุ่มอาชีพอื่นนอกจากที่กล่าวมาแล้ว ซึ่งได้แก่กลุ่มอาชีพผู้ปฏิบัติงานที่ใช้ วิชาชีพ วิชาการ และผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกัน กลุ่มอาชีพผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการบริการ การกีฬาและการเล่นต่าง ๆ เป็นต้น ชมโทรทัศน์เป็นประจำรวมกันคิดเป็นร้อยละ 14.6

เปรียบเทียบระหว่างในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาล ทั้งในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาลมีลักษณะการแจกแจงแตกต่างกัน โดยในเขตเทศบาล ประชากรในกลุ่มอาชีพผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการค้า และกลุ่มอาชีพช่าง หรือผู้ปฏิบัติงานในกระบวนการผลิตและกรรมกร ชมโทรทัศน์เป็นประจำมากที่สุดใกล้เคียงกัน คือประมาณร้อยละ 26.3 และ 22.1 ของประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 13 ปีขึ้นไปที่มีงานทำและชมโทรทัศน์เป็นประจำทั้งหมดในเขตเทศบาลตามลำดับ ส่วนกลุ่มอาชีพอื่นนอกจากที่กล่าวมาแล้วมีส่วนของการชมโทรทัศน์เป็นประจำใกล้เคียงกัน อยู่ระหว่างร้อยละ 4-12 สำหรับนอกเขตเทศบาล มีลักษณะการแจกแจงเช่นเดียวกัน คือประชากรในกลุ่มอาชีพเกษตรกร ชาวประมง ผู้ล่าสัตว์ คนตัดกานชักลากไม้ ผู้ปฏิบัติงานเหมืองแร่ ผู้ต่อเย็บยอหิน และผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกัน ชมโทรทัศน์เป็นประจำมากที่สุดประมาณร้อยละ 74.0 ของประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 13 ปีขึ้นไปที่มีงานทำและชมโทรทัศน์เป็นประจำทั้งหมดนอกเขตเทศบาล รองลงมาคือ ประชากรในกลุ่มอาชีพช่างหรือผู้ปฏิบัติงานในกระบวนการผลิตและกรรมกร ชมโทรทัศน์เป็นประจำประมาณร้อยละ 12.0 ส่วนกลุ่มอาชีพอื่นมีส่วนของการชมโทรทัศน์เป็นประจำใกล้เคียงกันอยู่ระหว่างร้อยละ 0.6-6

ถ้าพิจารณาในแต่ละภาคจะ พบว่าทุกภาค ยกเว้นกรุงเทพมหานคร ประชากรในกลุ่มอาชีพเกษตรกร ชาวประมง ผู้ล่าสัตว์ คนตัดกานชักลากไม้ ผู้ปฏิบัติงานเหมืองแร่ ผู้ต่อเย็บยอหิน และผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกันของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพมหานคร) มีสัดส่วนของการชมโทรทัศน์เป็นประจำสูงสุดในแต่ละภาคโดยมีสัดส่วนอยู่ระหว่าง 51-84 ของประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 13 ปีขึ้นไปที่มีงานทำ และชมโทรทัศน์เป็นประจำทั้งหมดของแต่ละภาค ส่วนกรุงเทพมหานคร ประชากรในกลุ่มอาชีพช่าง หรือผู้ปฏิบัติงานในกระบวนการผลิตและกรรมกร และกลุ่มอาชีพเกี่ยวกับการค้า ชมโทรทัศน์เป็นประจำสูงสุด คือประมาณร้อยละ 24

2. จำนวนครัวเรือนที่ชมโทรทัศน์

จากผลการสำรวจ พบว่า จำนวนครัวเรือนทั่วประเทศมีทั้งสิ้นประมาณ 11.2 ล้านครัวเรือน มีครัวเรือนที่รายงานว่าชมโทรทัศน์เป็นประจำประมาณ 8 ล้านครัวเรือน หรือคิดเป็นร้อยละ 74.7 และครัวเรือนที่ไม่ชมโทรทัศน์มีประมาณ 2.8 ล้าน

ครัวเรือน หรือร้อยละ 25.3 สัดส่วนของครัวเรือนที่ชมโทรทัศน์ในเขตเทศบาลสูงกว่านอกเขตเทศบาล โดยในเขตเทศบาล มีสัดส่วนร้อยละ 84.0 ของครัวเรือนทั้งหมดในเขตเทศบาล และนอกเขตเทศบาล มีสัดส่วนร้อยละ 72.5 ของครัวเรือนทั้งหมดนอกเขตเทศบาล

ถ้าเปรียบเทียบสัดส่วนของครัวเรือนที่ชมโทรทัศน์ต่อครัวเรือนทั้งสิ้นในแต่ละภาคแล้ว กรุงเทพมหานครมีสัดส่วนสูงที่สุดประมาณร้อยละ 83.6 รองลงมาคือภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพมหานคร) มีสัดส่วนร้อยละ 78.2 ภาคเหนือ ร้อยละ 73.6 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือประมาณร้อยละ 71

3. วิธีเลือกชมรายการโทรทัศน์

วิธีเลือกชมรายการโทรทัศน์ของครัวเรือน จำแนกได้ดังนี้

1. จากประกาศของสถานีโทรทัศน์
2. จากประกาศในสิ่งพิมพ์
3. จากรายการที่ชมติดต่อกันมา
4. โดยหมุนไปเรื่อย ๆ
5. ชมตามผู้อื่นเปิด
6. อื่น ๆ เช่น จากคำบอกเล่าของเพื่อนบ้าน ญาติพี่น้อง เป็นต้น

จากการสำรวจพบว่า ครัวเรือนที่ชมโทรทัศน์ซึ่งมีประมาณร้อยละ 74.7 ของครัวเรือนทั้งหมดเลือกชมรายการโทรทัศน์ต่าง ๆ กันดังนี้ วิธีเลือกชมรายการโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ "จากรายการที่ชมติดต่อกันมา" ประมาณร้อยละ 67.7 ของครัวเรือนที่ชมโทรทัศน์รายงานว่าเลือกใช้วิธีนี้ รองลงมาได้แก่ "โดยหมุนไปเรื่อย ๆ" มีครัวเรือนที่เลือกใช้วิธีนี้ประมาณร้อยละ 32.1 และครัวเรือนประมาณร้อยละ 29 เลือกใช้วิธี "จากประกาศของทางสถานี" และ "ชมตามผู้อื่นเปิด"

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาล พบว่าในเขตเทศบาล วิธีเลือกชมรายการโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดเช่นเดียวกับจำนวนรวม

คือ "จากรายการที่ชมติดต่อกันมา" ครั้วเรือนที่เลือกชมรายการโทรทัศน์โดยวิธีนี้มีประมาณร้อยละ 81.2 ของครั้วเรือนที่ชมโทรทัศน์ทั้งหมดในเขตเทศบาล รองลงมาคือ "โดยหมุนไปเรื่อย ๆ" มีประมาณร้อยละ 53.7 และ "จากประกาศของสถานี" มีประมาณร้อยละ 28.2 ส่วนนอกเขตเทศบาล ครั้วเรือนที่ชมโทรทัศน์เลือกชมรายการโทรทัศน์ "จากรายการที่ชมติดต่อกันมา" มีสัดส่วนที่สูงที่สุดเช่นเดียวกัน โดยมีครั้วเรือนที่เลือกชมรายการโทรทัศน์โดยวิธีนี้ประมาณร้อยละ 64.0 ของครั้วเรือนที่ชมโทรทัศน์ทั้งหมด นอกเขตเทศบาล รองลงมาคือ "ชมตามผู้อื่นเปิด" ประมาณร้อยละ 34.8 และ "จากประกาศของทางสถานี" ประมาณร้อยละ 29.3

เมื่อพิจารณาเป็นรายภาคจะเห็นได้ว่า วิธีการเลือกชมรายการโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดของทุกภาค คือ "จากรายการที่ชมติดต่อกันมา" กรุงเทพมหานคร มีสัดส่วนของการเลือกชมรายการโดยวิธีนี้สูงสุด คือประมาณร้อยละ 81.8 รองลงมาคือ ภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพมหานคร) ร้อยละ 77.6 และภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสัดส่วนต่ำสุด คือ ร้อยละ 57.8

ถ้าเปรียบเทียบระหว่างในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาลของทุกภาคก็เช่นเดียวกัน พบว่า วิธีเลือกชมรายการโทรทัศน์ โดยวิธี "จากรายการที่ชมติดต่อกันมา" ได้รับความนิยมสูงสุดทั้งในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาลของทุกภาค

4. ช่วงเวลาที่ชมโทรทัศน์

วันที่ชมโทรทัศน์ในรอบสัปดาห์จำแนกเป็นวันเสาร์-วันอาทิตย์ และวันจันทร์ถึงวันศุกร์ จากการสำรวจแสดงให้เห็นว่า ในวันเสาร์-วันอาทิตย์ ครั้วเรือนที่ชมโทรทัศน์ที่วราชนาจักร จะชมโทรทัศน์มากที่สุดระหว่างช่วงเวลา 19.30-20.59 น. มีครั้วเรือนที่ชมโทรทัศน์ในช่วงเวลานี้ประมาณร้อยละ 87.4 ของครั้วเรือนที่ชมโทรทัศน์ทั้งหมด รองลงมาคือ ช่วงเวลา 21.00-24.00 น. ครั้วเรือนที่ชมโทรทัศน์จะชมช่วงเวลานี้อยู่ประมาณร้อยละ 79.6 ช่วงเวลา 9.00-10.59 น. และช่วงเวลา 11.00-12.59 น. ชมประมาณร้อยละ 72.1 และ 67.2 ตามลำดับ และช่วงเวลาที่ครั้วเรือนชมโทรทัศน์น้อยที่สุดคือช่วงเวลา 5.00-6.59 น. มีครั้วเรือนที่ชมโทรทัศน์ประมาณร้อยละ 0.8 เท่านั้น

ในวันจันทร์-วันศุกร์ ช่วงเวลาที่มีครัวเรือนชมโทรทัศน์มากที่สุด คือช่วงเวลา 19.30-20.59 น. เช่นเดียวกับวันเสาร์-วันอาทิตย์ มีครัวเรือนชมประมาณร้อยละ 88.8 รองลงมาคือช่วงเวลา 21.00-24.00 น. มีครัวเรือนชมประมาณร้อยละ 80.5 ช่วงเวลา 18.30-19.29 น. และช่วงเวลา 17.00-18.29 น. มีครัวเรือนชมประมาณร้อยละ 43.1 และ 40.0 ตามลำดับ ส่วนช่วงเวลา 5.00-14.59 น. มีครัวเรือนชมน้อยมากเพียงประมาณร้อยละ 1 เท่านั้น

เปรียบเทียบระหว่างในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาลทั่วราชอาณาจักร
ในเขตเทศบาล ในวันเสาร์-วันอาทิตย์ ครัวเรือนที่ชมโทรทัศน์จะชมโทรทัศน์มากที่สุดระหว่างช่วงเวลา 19.30-20.59 น. มีครัวเรือนชมโทรทัศน์ในช่วงเวลานี้ประมาณร้อยละ 92.5 ของครัวเรือนที่ชมโทรทัศน์ทั้งหมดในเขตเทศบาล รองลงมาคือ ช่วงเวลา 21.00-24.00 น. ครัวเรือนที่ชมมีประมาณร้อยละ 88.8 ช่วงเวลา 11.00-12.59 น. และช่วงเวลา 9.00-10.59 น. มีครัวเรือนชมประมาณร้อยละ 78.4 และ 75.3 ตามลำดับ ส่วนช่วงเวลา 5.00-6.59 น. มีครัวเรือนชมโทรทัศน์น้อยที่สุดประมาณร้อยละ 1.2 เท่านั้น **ในวันจันทร์-วันศุกร์** สัดส่วนของครัวเรือนที่ชมโทรทัศน์จะชมโทรทัศน์มากที่สุดระหว่างช่วงเวลา 19.30-20.59 น. เช่นเดียวกับในวันเสาร์-วันอาทิตย์ มีครัวเรือนชมโทรทัศน์ในช่วงเวลานี้ประมาณร้อยละ 93.9 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 21.00-24.00 น. ชมประมาณร้อยละ 90.0 และช่วงเวลา 17.00-18.29 น. มีครัวเรือนชมประมาณร้อยละ 48.4 ส่วนช่วงเวลาที่มีครัวเรือนชมน้อยมาก คือช่วงเวลา 7.00-14.59 น. มีครัวเรือนที่ชมในช่วงเวลาเหล่านี้ไม่ถึงร้อยละ 1 สำหรับนอกเขตเทศบาล การชมโทรทัศน์ในวันเสาร์-วันอาทิตย์ และในวันจันทร์-วันศุกร์ ครัวเรือนที่ชมโทรทัศน์จะใช้ช่วงเวลาในการชมโทรทัศน์เช่นเดียวกับในเขตเทศบาล

5. ช่วงเวลาที่ชมข่าว

จากการสำรวจครัวเรือนที่ชมโทรทัศน์เกี่ยวกับช่วงเวลาที่ชมข่าว ซึ่งได้กำหนดช่วงเวลาของข่าวไว้เป็น 4 ช่วงคือ ข่าวภาคเช้า ข่าวก่อน 2 ท่อ ข่าว 2 ท่อ และข่าวภาคดึก ผลการสำรวจแสดงให้เห็นว่า ครัวเรือนที่ชมโทรทัศน์จะชมข่าว 2 ท่อมากที่สุด ในอัตราร้อยละ 85.4 รองลงมาคือ ข่าวก่อน 2 ท่อ ชมในอัตราร้อยละ 74.4 ข่าวภาคดึก

ร้อยละ 15.8 ส่วนข่าวภาคเช้ามีสัดส่วนของการชมน้อยที่สุดประมาณร้อยละ 3.6 เท่านั้น และที่รายงานว่าไม่ชมข่าวช่วงใดเลยมีร้อยละ 10.5 ของครัวเรือนที่ชมโทรทัศน์ทั้งหมด

เปรียบเทียบระหว่างในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาลทั่วราชอาณาจักร ทั้งในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาล สัดส่วนของครัวเรือนที่ชมข่าวช่วงเวลาต่าง ๆ นั้น มีรูปแบบเช่นเดียวกัน ในเขตเทศบาล ชมข่าว 2 ทุ่ม ประมาณร้อยละ 92.3 ของครัวเรือนที่ชมโทรทัศน์ทั้งหมดในเขตเทศบาล รองลงมาคือ ข่าวก่อน 2 ทุ่ม ชมร้อยละ 76.3 ข่าวภาคดึกร้อยละ 24.7 และข่าวภาคเช้าร้อยละ 3.5 สำหรับนอกเขตเทศบาล ครัวเรือนที่ชมข่าว 2 ทุ่ม มีประมาณ 83.5 ของครัวเรือนที่ชมโทรทัศน์ทั้งหมด นอกเขตเทศบาล รองลงมาคือ ข่าวก่อน 2 ทุ่ม ชมร้อยละ 73.9 ข่าวภาคดึกร้อยละ 13.3 และข่าวภาคเช้าร้อยละ 3.6 สัดส่วนครัวเรือนที่ไม่ชมข่าวของนอกเขตเทศบาลจะสูงกว่าในเขตเทศบาล นอกเขตเทศบาลครัวเรือนที่ชมโทรทัศน์แต่ไม่ชมข่าวมีประมาณร้อยละ 12.0 และในเขตเทศบาลมีร้อยละ 5.1

ถ้าเปรียบเทียบเป็นรายภาค ทุกภาคมีรูปแบบของการชมข่าวในช่วงเวลาต่าง ๆ เช่นเดียวกับจำนวนรวม คือ จะชมข่าว 2 ทุ่มมากที่สุด รองลงมาคือ ข่าวก่อน 2 ทุ่ม ข่าวภาคดึก และข่าวภาคเช้า เป็นที่น่าสังเกตว่าครัวเรือนที่ชมข่าวภาคเช้านี้มีสัดส่วนน้อยมากเมื่อเทียบกับสัดส่วนของครัวเรือนที่ชมข่าว 2 ทุ่ม และข่าวก่อน 2 ทุ่ม

6. ประเภทรายการที่มีผู้ชมมากที่สุด

ในการสำรวจได้แบ่งรายการโทรทัศน์ออกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ 6 ประเภทรายการ คือ

1. ข่าว
2. ความรู้หรือสารคดี
3. ความคิดเห็น
4. บันเทิง
5. โทรทัศน์เพื่อการศึกษา
6. เนื้อหาโฆษณา

1. ข่าว ได้แก่ รายการข่าวในประเทศ ข่าวต่างประเทศ ข่าวท้องถิ่น ข่าวกีฬา ข่าวพยากรณ์อากาศ ข่าวเศรษฐกิจ และข่าวประเภทอื่น ๆ
2. ความรู้หรือสารคดี ได้แก่ รายการเกี่ยวกับนโยบาย การดำเนินงาน และชี้แจงงานของส่วนราชการ เกี่ยวกับการประกอบอาชีพ เกี่ยวกับสุขภาพอนามัย ศิลปะ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ทั่วไป เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม ทางศาสนาและจริยศึกษา ภาษาและหนังสือไทย เกี่ยวกับธุรกิจและอุตสาหกรรมในประเทศ เกี่ยวกับเด็กและสตรี เกี่ยวกับกีฬาและอื่น ๆ
3. ความคิดเห็น ได้แก่ รายการเกี่ยวกับการปกครองและการเมือง เกี่ยวกับเศรษฐกิจสังคม วิเคราะห์ข่าวและเหตุการณ์ต่างประเทศ และความคิดเห็นอื่น ๆ
4. บันเทิง ได้แก่ รายการเพลงไทยเดิมหรือดนตรีไทย เพลงไทยสากล และเพลงลูกทุ่ง เพลงสากล สื่อบันเทิงแบบประเพณีนิยม ละครหรือภาพยนตร์ชุดของไทย ภาพยนตร์ต่างประเทศ ภาพยนตร์การ์ตูน ภาพยนตร์ไทย การแสดงเบ็ดเตล็ด การทนายปัญหา การแข่งขันเล่นเกมส์ และอื่น ๆ
5. โทรทัศน์เพื่อการศึกษา ได้แก่ รายการของมหาวิทยาลัยสุโขทัย-ธรรมมาธิราช และมหาวิทยาลัยรามคำแหง
6. เนื้อหาโฆษณา ได้แก่ รายการโฆษณาสินค้าและบริการ

จากการสำรวจซึ่งได้สอบถามผู้ตอบสัมภาษณ์ที่ชมโทรทัศน์เกี่ยวกับประเภท รายการที่ชม พบว่า ประเภทรายการโทรทัศน์ที่มีผู้ชมมากที่สุดทั่วราชอาณาจักร คือ รายการ ประเภทข่าว มีผู้ชมประมาณร้อยละ 90.4 ของผู้ตอบสัมภาษณ์ทั้งหมดที่ชมโทรทัศน์ รองลงมา คือ รายการประเภทบันเทิง มีผู้ชมร้อยละ 81.9 รายการประเภทความรู้หรือสารคดี มีผู้ชม ร้อยละ 53.3 รายการประเภทเนื้อหาโฆษณา มีผู้ชมร้อยละ 47.4 รายการประเภท ความคิดเห็นมีผู้ชมร้อยละ 33.2 และรายการประเภทโทรทัศน์เพื่อการศึกษา มีผู้ชมน้อยที่สุด ประมาณร้อยละ 3.7 เท่านั้น

เมื่อพิจารณาในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาลทั่วราชอาณาจักร ทั้งในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาล มีลักษณะการแจกแจงเช่นเดียวกับจำนวนรวม กล่าวคือ ในเขตเทศบาล ประเภทรายการโทรทัศน์ที่มีผู้ชมมากที่สุด คือ รายการประเภทข่าว มีผู้ชมประมาณร้อยละ 93.3 ของผู้ตอบสัมภาษณ์ทั้งหมดที่ชมโทรทัศน์ในเขตเทศบาล รองลงมาคือ รายการประเภทบันเทิง มีผู้ชมร้อยละ 84.3 และรายการประเภทความรู้หรือสารคดี มีผู้ชมร้อยละ 49.2 รายการที่มีผู้ชมน้อยที่สุดคือ รายการประเภทโทรทัศน์เพื่อการศึกษา มีผู้ชมประมาณร้อยละ 5.3 สำหรับนอกเขตเทศบาล รายการประเภทข่าว มีผู้ชมมากที่สุดเช่นเดียวกัน คือ มีผู้ชมประมาณร้อยละ 89.5 ของผู้ตอบสัมภาษณ์ทั้งหมดที่ชมโทรทัศน์นอกเขตเทศบาล รองลงมาคือ รายการประเภทบันเทิง มีผู้ชมประมาณร้อยละ 81.2 และรายการประเภทความรู้หรือสารคดี มีผู้ชมร้อยละ 54.5 รายการที่มีผู้ชมน้อยที่สุดคือ รายการประเภทโทรทัศน์เพื่อการศึกษา มีผู้ชมร้อยละ 3.3