

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลและแนวทางกำกับดูแล

The Influence Factors on TV Media Ethics Problem in Digital Age
and the Appropriate Regulatory Framework



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลและแนวทางการกำกับดูแล

The Influence Factors on TV Media Ethics Problem in Digital Age and the Appropriate
Regulatory Framework



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2560



© 2561

ภาณุพงษ์ ทินกร

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ยุคดิจิทัลและแนวทางกำกับดูแล

ผู้วิจัย ภาณุพงษ์ ทินกร

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรหม ชมงาม)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.มนชิตรา ธาดาอำนวยชัย)

(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

12 พฤษภาคม 2561

ภาณุพงษ์ ทินกร. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์. พฤษภาคม 2561,
บัณฑิตมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลและแนวทางกำกับดูแล (85 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรหม ชมงาม

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้ปัญหาด้านจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ และศึกษาแนวทางกำกับดูแลที่เหมาะสม โดยการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม ที่มีคำถามแบบปลายปิดในการเก็บข้อมูล และมีคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น กลุ่มตัวอย่าง 102 คนเป็นสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์โดยตรง ทำงานอยู่ในกองบรรณาธิการข่าวหรืออยู่ในฝ่ายข่าวของสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีระบบดิจิทัลออกอากาศภาคพื้นดิน นำการหาค่าการถดถอยเชิงเส้นแบบถ่วงน้ำหนัก ร่วมกับการวิเคราะห์เส้นทางมาใช้เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลวิจัยที่ได้ พบว่าผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ ตระหนักถึงปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลที่เกิดขึ้น ปัจจัยภายในองค์กรมีผลต่อปัญหาจรรยาบรรณสื่อมวลชน ได้แก่ นโยบายของบริษัทเจ้าของสื่อ บุคลากรในองค์กรระดับตัดสินใจ เช่น บรรณาธิการ และหัวหน้าข่าว มีผลมากกว่าปัจจัยภายนอก สุดท้ายคือ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ เห็นด้วยกับแนวคิดการกำกับดูแลร่วมกัน (Co-Regulation) มากที่สุด โดยเห็นควรให้มีการลงโทษเป็นสื่อมวลชน และมีบทลงโทษทางกฎหมายกับสื่อมวลชนที่ไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณและจริยธรรมสื่อมวลชน

คำสำคัญ: ปัจจัยภายนอก, ปัจจัยภายใน, ยุคดิจิทัล, จรรยาบรรณ, สื่อโทรทัศน์, การกำกับดูแล

Tinnakorn, P. M. Com. Arts (Strategic Communications), May 2018, Graduate School, Bangkok University.

The Influence Factors on TV Media Ethics Problem in Digital Age and the Appropriate Regulatory Framework. (85 pp.)

Advisor: Asst. Prof. Pornprom Chomngam, Ph.D.

ABSTRACT

This research aims to study the factors that contribute to the ethical issues of the television media and to study the appropriate regulatory framework. The questionnaire was used as a closed-end questionnaire to collect data. The samples are 102 TV journalists who work in the editorial or NEWS department of the free-to-air digital TV broadcasting station. Data is analyzed by weighted linear regression to be used for path analysis applied to test the hypothesis.

The results showed that TV journalists recognizing the media's ethical issues in the digital age. The Internal factors which influence on Media Ethics problem are the company's media policy and personnel in decision-making positions such as editors and news leaders more than the external factors. Most of TV staffs also agree with co-regulation and most of them willing to be registered into the system. In their opinion, there should be legal penalties for media that do not follow the Code of Conduct and Ethics as well.

Keywords: External Factors, Internal Factors, Digital Age, Ethics, TV Media, Regulation

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้คงไม่อาจสำเร็จลุล่วงไปได้ หากปราศจากความเมตตากรุณาจาก รศ.ดร.พรพรหม ขมงาม ที่ทำให้ผู้เขียนได้หัวข้อในการค้นคว้าอิสระ และกรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาให้กับผู้เขียน ให้ความรู้ ช่วยชี้แนะแนวทางการศึกษา ตลอดจนให้คำปรึกษาอันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัย โดยเฉพาะการวางเค้าโครงเรื่องและวิธีการเขียนเนื้อหา ทั้งยังสละเวลามาตรวจทานและแก้ไขข้อบกพร่องในงานจนงานวิจัยชิ้นนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วน ผู้เขียนรู้สึกซาบซึ้งใจและสำนึกในพระคุณของท่านอาจารย์เป็นอย่างยิ่ง จึงใคร่ขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ไว้ ณ ที่นี้

ผู้เขียนขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ทั้งที่เป็นอาจารย์ประจำหลักสูตรหรืออาจารย์พิเศษ ที่ได้เมตตาประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ต่างๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณกัลยาณมิตรทั้งหลายโดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อนร่วมหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิตในนามกลุ่มเด็กหลังห้องที่ช่วยเหลือกันมาโดยตลอด

ขอขอบคุณครอบครัวของผู้เขียน ที่เข้าใจและเสียสละเวลาที่ควรจะได้ใช้ร่วมกัน เพื่อให้ผู้เขียนได้เรียนและทำงานวิจัยนี้จนสำเร็จลุล่วง

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณ พ.ต.ท.อำนาจ และ ม.ล.สุรางค์ ทินกร บิดาและมารดาของผู้เขียน ที่สนับสนุนเรื่องการเรียนของผู้เขียนมาโดยตลอด จนสั่งสมความรู้และประสบการณ์เพียงพอจนนำมาใช้ประโยชน์กับงานวิจัยชิ้นนี้ได้

ภาณุพงษ์ ทินกร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	6
1.3 คำถามวิจัย	6
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย	6
1.6 นิยามศัพท์	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีหน้าที่ของสื่อมวลชนและการวิเคราะห์หน้าที่ (Functional Theory)	9
2.2 ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)	13
2.3 แนวคิดเรื่องหลักจรรยาบรรณสื่อมวลชน	16
2.4 แนวคิดวิธีการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์	18
2.5 แนวคิดเรื่องการทำกับดักสื่อมวลชน	31
บทที่ 3 ระเบียบการวิจัย	
3.1 ประเภทของงานวิจัย	44
3.2 กลุ่มประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	44
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	45
3.4 การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ	46
3.5 การทดสอบเครื่องมือ	48
3.6 วิธีการเก็บข้อมูล	50
3.7 แหล่งข้อมูล	50
3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล	50

สารบัญ (ต่อ)

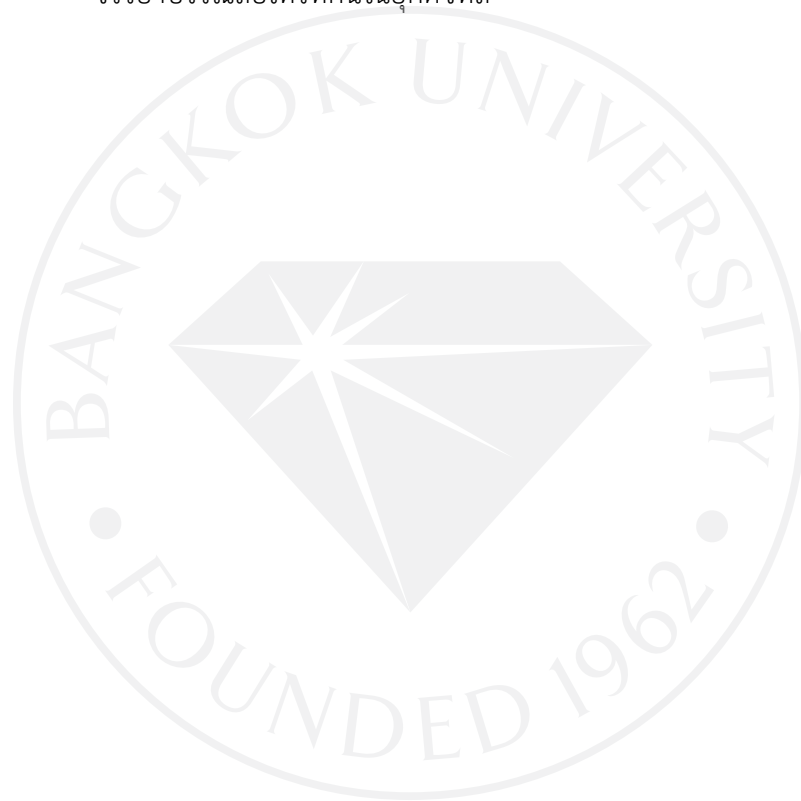
	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	53
4.2 ระดับความรุนแรงของปัญหาจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ ในยุคดิจิทัล	55
4.3 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของ สื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล	57
4.4 ระดับความเห็นด้วยกับแนวคิดการกำกับดูแลสื่อโทรทัศน์	60
4.5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย	62
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	66
5.2 อภิปรายผล	68
5.3 บทสรุปผลการวิจัย	73
5.4 ข้อเสนอแนะในการทำผลวิจัยไปใช้	74
5.5 ข้อเสนอแนะในการทำการวิจัยในครั้งต่อไป	74
บรรณานุกรม	75
ภาคผนวก	78
ประวัติผู้เขียน	85
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการขออนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 2.1:	หน้าที่ของสื่อมวลชน	10
ตารางที่ 2.2:	ทฤษฎีว่าด้วยความรับผิดชอบทางสังคม (The social Responsibility Theory)	14
ตารางที่ 2.3:	ทฤษฎีนายทวารข่าวสาร (Gatekeeper)	19
ตารางที่ 2.4:	สื่อสารมวลชนออนไลน์ (Online Journalism)	21
ตารางที่ 2.5:	ผู้รับสารสร้างเนื้อหาได้เอง (User-Generated Content)	22
ตารางที่ 2.6:	ทฤษฎีการกำหนดระเบียบวาระของข่าวสาร (Agenda-setting Theory)	25
ตารางที่ 2.7:	การนำเสนอรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล	27
ตารางที่ 2.8:	จริยธรรมการใช้สื่อออนไลน์และสื่อสังคมในกระบวนการสื่อข่าวของสื่อไทยในยุคดิจิทัล	27
ตารางที่ 2.9:	จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อในการนำเสนอข่าวยุคดิจิทัล	28
ตารางที่ 2.10:	จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ยุคดิจิทัล	30
ตารางที่ 2.11:	ความคาดหวังของประชาชนในการปฏิรูปสื่อ	33
ตารางที่ 2.12:	แนวความคิดการกำกับดูแลสื่อของมูลนิธิวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย	35
ตารางที่ 2.13:	รูปแบบการกำกับดูแลสื่อของประเทศสหรัฐอเมริกา	36
ตารางที่ 2.14:	รูปแบบการกำกับดูแลสื่อของประเทศอังกฤษ	38
ตารางที่ 2.15:	รูปแบบการกำกับดูแลสื่อของประเทศออสเตรเลีย	40
ตารางที่ 3.1:	ตารางค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ็กอัลฟาของตัวแปร	49
ตารางที่ 4.1:	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	54
ตารางที่ 4.2:	ระดับความรุนแรงของปัญหาจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์	55
ตารางที่ 4.3:	ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล	57
ตารางที่ 4.4:	ปัจจัยภายในที่มีผลต่อจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล	59
ตารางที่ 4.5:	ระดับความเห็นด้วยกับแนวความคิดการกำกับดูแลสื่อโทรทัศน์	60
ตารางที่ 4.6:	การถดถอยเชิงเส้นแบบถ่วงน้ำหนัก	63

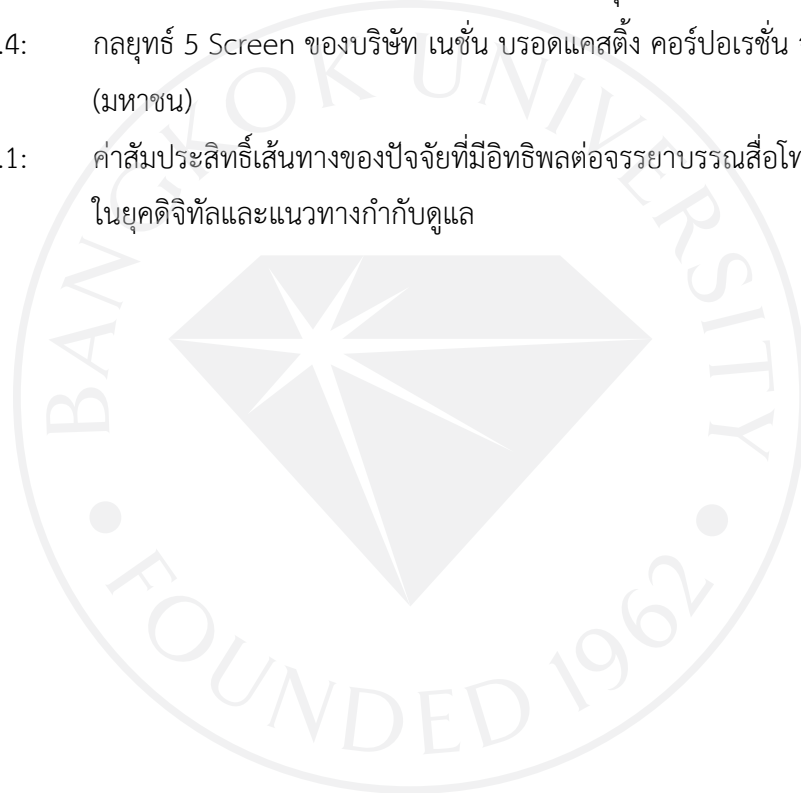
สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.7: อิทธิพลทางตรง (Direct) ทางอ้อม (Indirect) และรวม (Total) ของปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลและแนวทางกำกับดูแล	63
ตารางที่ 5.1: ผลการตรวจสอบสมมติฐานการวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล	67



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: กรอบแนวคิดการวิจัย	7
ภาพที่ 2.1: รูปแบบการนำเสนอข่าวโทรทัศน์ในยุคอดีต	20
ภาพที่ 2.2: แบบจำลองการนำเสนอข่าวโดยใช้สื่อตั้งเดิมผสมผสานกับสื่อออนไลน์ ในศตวรรษที่ 21	23
ภาพที่ 2.3: ลักษณะการทำข่าวของกองบรรณาธิการข่าวในยุคดิจิทัล	24
ภาพที่ 2.4: กลยุทธ์ 5 Screen ของบริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	26
ภาพที่ 4.1: ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ ในยุคดิจิทัลและแนวทางกำกับดูแล	64



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สื่อโทรทัศน์จัดเป็นสื่อแขนงหนึ่งที่มีอิทธิพลมากที่สุดมาเป็นเวลานาน ด้วยคุณสมบัติที่สามารถให้รับรู้ได้ทั้งภาพและเสียงในเวลาเดียวกัน มีความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวสารมากกว่าผู้รับสารจึงนิยมชมโทรทัศน์มากกว่าสื่อดั้งเดิมอื่นๆ ที่เกิดขึ้นก่อน คือ สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อวิทยุ

แต่หลังจากที่เป็นสื่อหลักของผู้รับสารมานาน การมาถึงของเทคโนโลยีการสื่อสารกลายเป็นปัจจัยที่ทำให้สื่อโทรทัศน์ประสบกับปัญหา เนื่องจากทำให้อิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ในการดึงดูดผู้ชมเสื่อมลง พฤติกรรมของผู้รับสารเปลี่ยนไป เพราะไม่ต้องนั่งเฝ้าหน้าจอโทรทัศน์ตามเวลาที่จัดผังไว้แน่นอนเพื่อรับชมรายการที่สนใจอีกต่อไป แต่สามารถรับชมข่าวสารและรายการบันเทิงต่างๆ ผ่านสื่อใหม่ คือ สื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถรับชมได้ทุกที่ทุกเวลาจากสมาร์ตโฟน หรืออุปกรณ์คอมพิวเตอร์อื่นๆ ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต และทุกคนยังสามารถมีส่วนร่วมด้วยการโต้ตอบระหว่างกัน แสดงความเห็น หรือตั้งคำถามในประเด็นที่น่าสนใจได้อีกด้วย

ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ประจำปี 2560 ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร หรือ ETDA สามารถยืนยันการมาถึงของยุคดิจิทัลได้เป็นอย่างดี จากการเก็บข้อมูลจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตคนไทย 25,101 คนทั่วประเทศในช่วงเดือนมิถุนายน-กรกฎาคม 2560 พบว่า คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย 6.30 ชั่วโมงต่อวันในวันทำงาน ส่วนวันหยุดใช้งาน 6.48 ชั่วโมง

Gen Y เป็นกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันสูงสุด โดยในช่วงวันทำงานหรือวันเรียนหนึ่งสัปดาห์เฉลี่ยที่ 7.12 ชั่วโมง/วัน และมากถึง 7.36 ชั่วโมง/วันในช่วงวันหยุด ขณะที่ Gen X และ Gen Z ใช้อินเทอร์เน็ตในวันทำงานและวันเรียนหนึ่งสัปดาห์ โดยเฉลี่ยเท่ากันที่ 5.48 ชั่วโมง/วัน แต่ในวันหยุด Gen Z กลับใช้เพิ่มขึ้นเป็น 7.12 ชั่วโมง/วัน สวนทางกับ Gen X ที่ใช้ลดลงที่ 5.18 ชั่วโมง/วัน โดยกลุ่ม Baby Boomer ใช้ 4.54 ชั่วโมง/วันในวันทำงาน และ 4.12 ชั่วโมง/วันในวันหยุด

นอกจากนี้ ยังพบว่า 61.1% จากผู้ตอบแบบสำรวจ ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นจากปีก่อน เฉลี่ย 3.06 ชั่วโมง/วัน 30.8% มีปริมาณการใช้เท่าเดิม และมีเพียง 8.1% ที่ใช้ลดลง เฉลี่ยที่ 2.24 ชั่วโมง/วัน ส่วนกิจกรรมที่นิยมทำเมื่อใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ การใช้โซเชียลมีเดีย (86.9%) การค้นหาข้อมูล (86.5%) การรับส่งอีเมล (70.5%) การดูทีวีและฟังเพลงออนไลน์ (60.7%) และการซื้อสินค้าออนไลน์ (50.8%)

ส่วนหนังสือพิมพ์มติชนได้รายงานผลการศึกษาของทีมงาน Google News Lab ซึ่งนำมาเผยแพร่ในงานจัดประชุมร่วมกับนักสื่อสารมวลชนของประเทศไทยเมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2560 มีสถิติที่น่าสนใจคือ

1. ไทยเป็นประเทศที่มีความเร็วอินเทอร์เน็ตอยู่ในอันดับ 2 ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ครอบคลุมพื้นที่ 90% ของทั้งประเทศ

2. ปัจจุบันจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยอยู่ที่ 46 ล้านคน คาดว่าจะเพิ่มเป็น 59 ล้านคนภายในปี 2563

3. ในจำนวนดังกล่าวเป็นการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือประมาณ 30 ล้านคน การศึกษาของ Google News Lab ยังพบว่าด้วยการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่ง่ายดายขึ้น พฤติกรรมการรับข่าวสารของคนในยุคปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปสู่ 2 ลักษณะสำคัญ คือ

1. คนส่วนใหญ่หันไปใช้โทรศัพท์มือถือในการรับข่าวสารมากกว่าโทรทัศน์หรืออ่านจากหนังสือพิมพ์

2. คนส่วนใหญ่รับข่าวสารผ่านสื่อสังคมเป็นหลัก แทนที่การรับข่าวสารจากสำนักข่าวเหมือนในอดีต

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนหันไปรับข่าวสารจากสื่อสังคมเพิ่มขึ้น เนื่องจากสามารถรับข่าวสารได้เร็วกว่าเมื่อเทียบกับโทรทัศน์หรือหนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะข่าวด่วน (Breaking News) ข่าวสารที่ถูกเผยแพร่ในสื่อสังคมส่วนใหญ่เป็นข่าวว้าวุ่นที่มีความหลากหลาย โดยเฉพาะข่าวบันเทิง อาทิ เรื่องดารา เพลง และภาพยนตร์ นอกจากนั้นข่าวที่อยู่ในสื่อสังคม สามารถแสดงความคิดเห็น (Comment) และ แบ่งปัน (Share) ได้ง่าย นั่นทำให้ผู้รับข่าวรู้สึกว่าการเข้าถึงมีปฏิสัมพันธ์กับข่าวสารเหล่านั้น หรือรู้สึกว่าเป็นข่าวที่เป็นเรื่องใกล้ตัว

นอกจากเนื้อหาต่างๆ จะถูกนำขึ้นไปยังแอปพลิเคชันเครือข่ายสังคมต่างๆ ให้ผู้รับสารเลือกชมได้ตรงตามความต้องการแล้ว ผู้รับสารในปัจจุบันยังกลายเป็นผู้ผลิตเนื้อหา (User Generated Content) เองอีกด้วย การนำเสนอข่าวสารหรือรายการจึงไม่ได้จำกัดอยู่ในกลุ่มของผู้ประกอบวิชาชีพเฉพาะอีกต่อไป แต่ใครๆ ก็สามารถเป็นผู้ผลิตเนื้อหาเพื่อนำเสนอได้ โดย ผ่านช่องทางของตัวเอง

องค์ประกอบของ User Generated Content หรือ UGC คือ

- (1) เนื้อหาที่
- (2) ผู้ใช้ทั่วไป คนธรรมดา ใครก็ได้
- (3) ผลิต/สร้างสรรค์ขึ้นมา
- (4) ตีพิมพ์ เผยแพร่ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
- (5) ที่เปิดกว้างและมีส่วนร่วมจากทุกๆ คน

การใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้รับสารในยุคใหม่ ถือเป็น การรุกรานทางดิจิทัล (Digital Disruption) ที่ส่งผลกระทบต่อสื่อดั้งเดิมทั้งหมด รวมทั้งสื่อโทรทัศน์ เพราะการเกิดขึ้นของสื่อใหม่ (New Media) อย่างสื่ออินเทอร์เน็ตหรือสื่อสังคม (Social Media) และพฤติกรรมผู้รับสารที่เปลี่ยนไป ทำให้สื่อมวลชนหรือสื่อดั้งเดิมทั้งหมดต้องปรับตัวในการทำงานและการสื่อสาร เพื่อเข้าถึงมวลชนในลักษณะที่ต้องเปลี่ยนไปจากเดิมอย่างมาก สื่อที่มีอิทธิพลในการกำหนดข้อมูลข่าวสารของโลกในปัจจุบันกลายเป็นเว็บพอร์ทัล กระดานสนทนา อินสตาแกรม โซเชียลแคม ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก หรือยูทิวบ์ ซึ่งไม่เพียงแต่นำเสนอได้รวดเร็ว แต่ยังเป็น การสื่อสารสองทาง (Interactive) ที่ทุกคนสามารถมีส่วนร่วมในการออกความเห็นได้อย่างเสรีและทันทีทันใด ผู้รับสารยุคนี้จึงเปลี่ยนไปรับสื่อใหม่มากกว่าสื่อดั้งเดิมทั้งหมด การเปลี่ยนแปลงนี้เรียกว่า การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อ (Media Landscape)

มานะ ตีรยาภิวัฒน์ (2559) เปิดเผยผลการสำรวจในด้านพฤติกรรมการรับข่าวสารของประชาชน ผลการสำรวจพบว่า ประชาชน 32.6% ใช้เวลาในการรับชมข่าวสารโดยเฉลี่ยต่อวัน 1-2 ชั่วโมง รองลงมา 24.1% ใช้เวลาในการรับชมข่าวสารโดยเฉลี่ยต่อวัน 2-3 ชั่วโมง โดยข่าวสารที่รับชมบ่อยที่สุดคือข่าวบันเทิง 54.4% รองลงมาคือข่าวเหตุการณ์สำคัญ 52.3% ข่าวกีฬา 37% ข่าวการเมือง 34.9% และข่าวอาชญากรรม 32.8% ในส่วนช่องทางในการรับข่าวสารนั้น ประชาชนรับข่าวสารจากสื่อสังคม (โซเชียลมีเดีย) บ่อยที่สุดคิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 4.13 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน รองลงมาคือดูโทรทัศน์ คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 3.81 และเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันข่าว คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 3.15

สำหรับพฤติกรรมการรับข่าวสารผ่านทางออนไลน์ของประชาชนส่วนใหญ่จะอ่านข่าวผ่านอุปกรณ์มือถือ คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 4.35 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน ซึ่งบ่อยกว่าอ่านจากคอมพิวเตอร์ ซึ่งคิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 3.12 โดยประชาชนเลือกอ่านข่าวที่แชร์มาจากคนใกล้ชิดบ่อยที่สุด คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 3.53 รองลงมาคืออ่านข่าวจากสื่อที่เป็นสำนักข่าวอย่างเป็นทางการ คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 3.33 และสื่อที่เป็นสำนักข่าวอย่างไม่เป็นทางการ คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 3.28 โดยพฤติกรรมของประชาชน เมื่อเห็นข่าวแล้วจะคลิกไปอ่านยังแหล่งที่มาของข่าวมากที่สุด คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 3.33 รองลงมาคือ กดไลค์คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 3.03

การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อส่งผลต่อพฤติกรรมผู้ชมโทรทัศน์ในทุกกลุ่ม ศิวะพร ชมสุวรรณ อดีตผู้อำนวยการใหญ่ อสมท. จำกัด (มหาชน) ให้ทัศนะว่า สื่อดิจิทัลไม่ใช่แค่เป็นโทรทัศน์แต่หมายถึงเทคโนโลยีที่เข้ามาสร้างความเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนเร็วมาก เมื่อ 12 เดือนที่แล้วทุกคนเรื่องเด็กวัยรุ่นไม่ดูโทรทัศน์แบบเฟิร์สกรีน (First Screen) แต่ดูจอที่สอง (Second Screen) เช่น ผ่านสมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ต แต่มาวันนี้กลายเป็นว่า ผู้ใหญ่และผู้สูงอายุเองก็ดูผ่านจอที่สองด้วย เพราะลูกหลานในบ้านช่วยสอนให้ใช้เทคโนโลยีสามารถดูย้อนหลังได้ Prime Time

กลายเป็น My Time เปลี่ยนแปลงเร็วมาก ส่งผลต่อการวางแผนการโฆษณา กระทบมากและเร็วกว่าที่คิด

เมื่อพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป สื่อโทรทัศน์จึงปรับเปลี่ยนตัวเองให้เข้าสู่ช่องทางดิจิทัลมากขึ้น โดยมีรูปแบบการปรับเปลี่ยน 4 รูปแบบ ดังนี้

1. การออกอากาศคู่ขนานรายการบนหน้าจอโทรทัศน์ไปพร้อมกับสื่อสังคมของสถานี
2. ใช้ช่องทางการถ่ายทอดสดในสื่อสังคมเพื่อแข่งขันกับสื่อสังคมอื่นๆ
3. นำข้อมูลในสื่อสังคมมาใช้โดยหวังว่าจะช่วยให้แข่งขันด้านเรตติ้ง และดึงดูดผู้ชมให้ติดตาม
4. การเปลี่ยนแปลงไปเป็นดิจิทัล (Digital Transformation) เต็มรูปแบบ ให้ความสำคัญกับการนำเสนอบนแพลตฟอร์มดิจิทัล (Digital Platform) ก่อนหน้าจอโทรทัศน์

ก่อนหน้าจอโทรทัศน์

หลังการปรับตัวครั้งใหญ่ของสื่อโทรทัศน์เพื่อหวังจะแข่งขันกับสื่อสังคมซึ่งเป็นสื่อใหม่ พบว่าเกิดผลเสียตามมามากมาย สกกุลศรี ศรีสารคาม (2560) ระบุว่า จากการรวบรวมข้อมูลในระยะเวลา 9 เดือนพบว่า การใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ของสื่อกระแสหลักอย่างทีวี มีการใช้ในรูปแบบของการหยิบกระแสมาเล่าในรายการข่าวมากที่สุด และอีกบางส่วนที่ใช้ในลักษณะนำข้อมูลมาต่อยอดหรือทำเป็นสื่ूपรายงานเจาะลึกซึ่งยังมีไม่มาก แต่ปัญหาคือ มีจุดอ่อนในกระบวนการตรวจสอบ บางครั้งพบว่านำมาใช้เลยโดยไม่ได้ขออนุญาตหรือตรวจสอบ เนื่องจากถือว่าเป็นบุคคลมีชื่อเสียงจึงเชื่อมั่นในตัวแหล่งข่าว ทำให้ไม่ได้เช็คข้อมูลซ้ำ จึงเสี่ยงต่อการจะนำเสนอข้อมูลผิดพลาด หรือมีปัญหาเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์จากการหยิบมาใช้โดยไม่ได้ขออนุญาต ซึ่งต่างกับในต่างประเทศที่ถ้าไม่ได้รับการยืนยันให้ใช้ได้เป็นลายลักษณ์อักษร คือ ห้ามใช้ หลายครั้งพบว่า มีการนำข้อมูลออนไลน์มาสร้างความดราม่าในการเรียกรเรตติ้ง นำมาเล่าต่อวิจารณ์โดยไม่มียั้งคิด มีอคติจากการผลักดันประเด็น อย่างสื่อพลเมือง บางส่วนก็ต้องยอมรับว่าเป็นการจัดตั้งเพื่อผลักดันบางประเด็นสู่สาธารณะ ขณะที่ความไม่แม่นยำด้านข้อกฎหมายและจริยธรรมทำให้เกิดปัญหา สิ่งที่ยากให้สื่อหลักตระหนักคือ ทุกอย่างบนออนไลน์ไม่จำเป็นต้องขึ้นมายู่บนจอทีวีหรือหนังสือพิมพ์ และเลิกกลัวคำว่าตกข่าว เพราะกระแสเกิดขึ้นเสมอและอย่างมากก็อยู่แค่ 2 สัปดาห์ ถ้าสื่อหลักทำได้แค่แชร์คลิปว่าเกิดอะไรขึ้น ก็เท่ากับวิ่งตามสื่อออนไลน์อยู่ตลอด

ความรุนแรงของการแข่งขันระหว่างสื่อโทรทัศน์กับสื่อออนไลน์ ทำให้การรายงานข่าวและรายการประเภทสนทนาเชิงข่าวของสถานีโทรทัศน์เริ่มละเลยจรรยาบรรณและจริยธรรมอันพึงมี ดังจะเห็นได้จากกรณีศึกษาที่ยกมาเป็นตัวอย่างได้ดังนี้

กรณีที่ 1 การถ่ายทอดสดการยิงตัวตายของ ดร.วันชัย ดนัยตโมนุฑ ผู้ต้องหาคดีฆ่าเพื่อน ร่วมงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ที่สื่อโทรทัศน์ถ่ายทอดสดออกอากาศผ่านทั้งหน้าจอโทรทัศน์และสื่อสังคมในเครื่องของตัวเองเป็นเวลาเกือบ 6 ชั่วโมง

กรณีที่ 2 การนำเสนอเรื่องราวของ น.ส.ปริยานุช วังโนนชัย หรือที่สื่อให้ฉายาว่า “เปรี้ยว ฆ่า หันศพ” ซึ่งร่วมกับพวกอีก 3 คน ฆ่าและหันศพ น.ส.วริศรา (ขอสงวนนามสกุล) เพราะความขัดแย้งกันเรื่องยาเสพติด โดยสร้างภาพพจน์ของ น.ส.ปริยานุช จนเป็นเหมือนเน็ตไอดอล และนำเสนอเรื่องราวเจาะลึกชีวิตของ น.ส.ปริยานุช อย่างละเอียด รายการโทรทัศน์บางรายการถึงกับนำคลิปเสียง บทสนทนาส่อไปในทางเพศระหว่าง น.ส.ปริยานุชกับคนดังในสื่อสังคมมาเสนอโดยไม่ตัดทอน

กรณีที่ 3 การนำเสนอข่าวเรื่องขบวนการโกลดเตอร์รางวัลที่ 1 จำนวนเงิน 30 ล้านบาท มีการติดตามรายงานความเคลื่อนไหวของกลุ่มผู้ต้องหาอย่างใกล้ชิดจนละเมิดความเป็นส่วนตัว มีการรายงานข่าวโดยบิดเบือนข้อมูล เช่น การเสนอข่าวว่า ผู้บังคับการกองปราบให้สัมภาษณ์เรื่องคดี ทั้งที่ผู้บังคับการปฏิเสธในภายหลังว่ายังไม่เคยให้ข่าว หรือริบรายงานว่าผู้ต้องหาสารภาพแล้วแลกกับการประกันตัว ทั้งๆ ที่ผู้ต้องหายืนยันภายหลังว่าจะสู้คดี นอกจากนี้ก็ยังขุดคุ้ยเรื่องราวส่วนตัวของคนที่ไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับคดี เช่น น.ส.กนกพรรณ หมวกใส หรือ ฟ้า มานำเสนอ ซึ่งรายการสนทนาเชิงข่าวหลายสถานีถึงกับเชิญ น.ส.กนกพรรณและมารดาออกรายการ ให้กล่าวโทษกันไปมาในเรื่องส่วนตัว

การนำเสนอเรื่องราวต่างๆ ดังที่กล่าวมานั้น สื่อโทรทัศน์มักจะอ้างว่าต้องนำเสนอเพราะสังคมให้ความสนใจ แต่พฤติกรรมดังกล่าวผิดหลักจรรยาบรรณสื่อที่กำหนดในหลักจรรยาบรรณวิชาชีพที่สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยหลายข้อ ทั้งเรื่องละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ไม่เป็นประโยชน์สาธารณะ และขาดความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนี้ ยังผิดกฎหมายที่ว่าด้วยสิทธิส่วนบุคคลอีกด้วย

จากการที่สื่อโทรทัศน์กระทำผิดต่อจรรยาบรรณอยู่บ่อยครั้ง ทำให้เกิดกระแสเรียกร้องให้มีการกำกับดูแลสื่ออย่างจริงจัง ซึ่งแนวคิดในการกำกับดูแลที่กล่าวถึงกันอย่างกว้างขวางมีด้วยกัน 3 รูปแบบ คือ

1. การกำกับดูแลตนเอง (Self-regulation)
2. การกำกับดูแลโดยหน่วยงานภาครัฐ (Statutory Regulations)
3. การกำกับดูแลร่วมกัน (Co-regulation)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเรื่องของปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลทำให้เกิดการละเลยจรรยาบรรณและไม่ยึดถือหลักจริยธรรมของสื่อมวลชน โดยเน้นไปทางด้านสื่อโทรทัศน์ ซึ่งถือเป็นสื่อดั้งเดิมรูปแบบสุดท้ายที่กำลังถูกรุกรานเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Disruption) โดยศึกษาทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน และยังคงศึกษาต่อไปถึงวิธีการกำกับดูแลที่เหมาะสมและยอมรับได้จากผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อโทรทัศน์ เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษานี้ไปสู่การกำหนดแนวทางการกำกับดูแลเพื่อแก้ไขปัญหาด้านจรรยาบรรณของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล เป็นการยกระดับสื่อโทรทัศน์ไทยให้ได้มาตรฐานสากล และมีความรับผิดชอบต่อสังคมกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยทั้งภายนอกและภายในที่มีอิทธิพลต่อปัญหาด้านจรรยาบรรณวิชาชีพ
สื่อมวลชนประเภทสื่อโทรทัศน์

1.2.2 เพื่อศึกษาแนวทางกำกับดูแลที่เหมาะสมในการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุค
ดิจิทัล ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อ

1.3 คำถามวิจัย

1.3.1 ปัจจัยใดมีผลต่อจรรยาบรรณสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

1.3.2 ควรใช้แนวทางกำกับดูแลแบบใดจะเหมาะสมสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

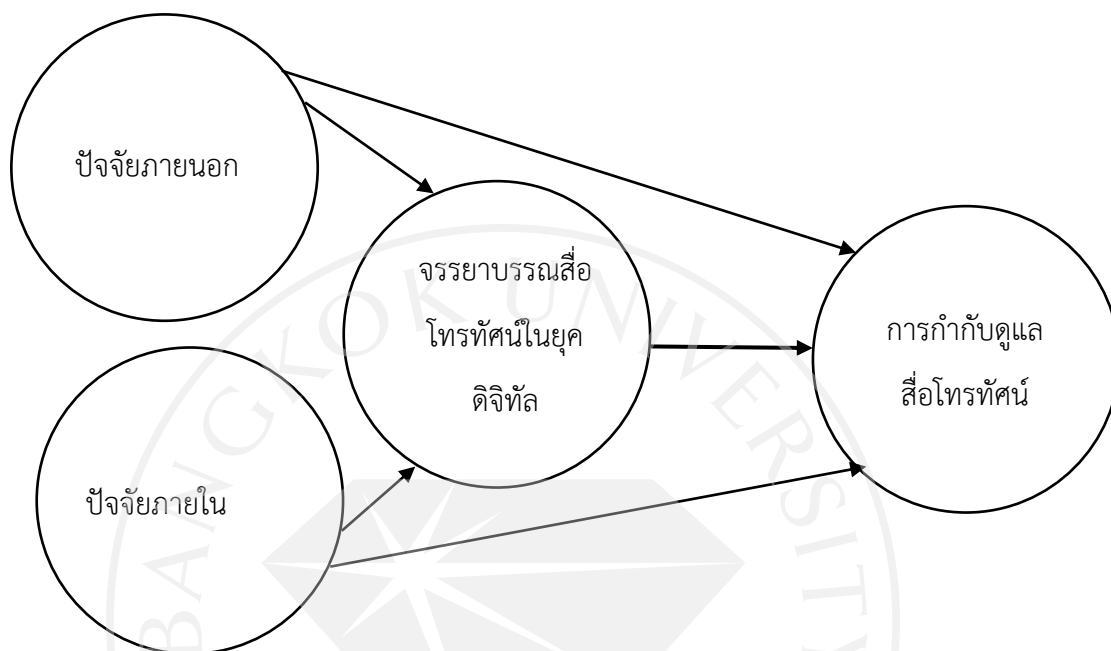
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ได้เข้าใจถึงปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการละเลยจรรยาบรรณและจริยธรรมสื่อโทรทัศน์ใน
ปัจจุบัน ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการกำหนดนโยบายพัฒนาสื่อโทรทัศน์ในปัจจุบันให้ได้มาตรฐานสากล
แก้ปัญหาการส่งสารที่ขาดการกลั่นกรองไปยังผู้รับสารจำนวนมาก

1.4.2 นำผลการศึกษาคำถามประกอบแนวคิดการกำกับดูแลที่เหมาะสมที่สุดและ
ผู้ประกอบการสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ยอมรับได้ เพื่อนำไปพัฒนาให้เกิดเป็นมาตรการที่ใช้ได้จริง
กับสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 1.1: กรอบแนวคิดการวิจัย



1.6 นิยามศัพท์

ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล ที่ไม่สามารถควบคุมได้ โดยผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศน์ หรือผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อโทรทัศน์ เช่น การรุกรานทางเทคโนโลยีดิจิทัล อันดับความนิยม (Rating) พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป และการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อ เป็นต้น

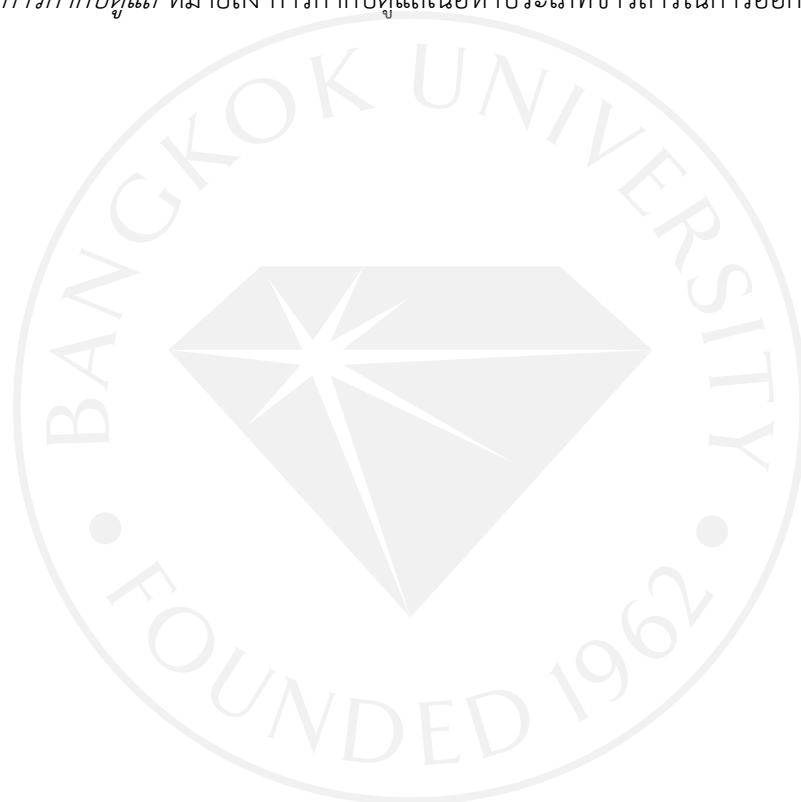
ปัจจัยภายใน หมายถึงปัจจัยภายในสถานีโทรทัศน์แต่ละช่องเอง เช่น ในส่วนของพนักงานซึ่งเป็นผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน คือ ผู้สื่อข่าว ผู้สื่อข่าวภาคสนาม ไปจนถึงบรรณาธิการข่าว และใน ส่วนนโยบายของสถานีโทรทัศน์ คือ นโยบายจากผู้บริหาร และแนวทางในการคัดเลือกข่าวเพื่อนำเสนอ เป็นต้น

ยุคดิจิทัล หมายถึงยุคที่เทคโนโลยีด้านการสื่อสารทั้งด้านอุปกรณ์ (Hardware) โปรแกรมการใช้งาน (Software) ตลอดจนโครงข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet Network) มีการพัฒนาแบบก้าวกระโดด และมีราคาถูกลงจนกระทั่งทุกคนสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีได้ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคสื่อ

จรรยาบรรณ หมายถึง หลักการหรือบทบัญญัติของแต่ละวิชาชีพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวิชาชีพที่ต้องเกี่ยวข้องกับคนหมู่มาก หรือมีผลกระทบต่อความเป็นอยู่ที่ดีของคนในสังคม จรรยาบรรณของสื่อโทรทัศน์ คือ ข้อกำหนดทางวิชาชีพที่กำหนดไว้ในข้อบังคับสภาวิชาชีพข่าววิทยุโทรทัศน์ไทยว่าด้วย จริยธรรมแห่งวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ พ.ศ.2553 ที่ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์พึงปฏิบัติตาม

สื่อโทรทัศน์ ในที่นี้หมายถึง โทรทัศน์ประเภทฟรีทีวีไทย จำนวน 22 ช่อง ส่งสัญญาณในระบบดิจิทัลเพื่อออกอากาศภาคพื้นดินผ่านโครงข่าย MUX (Multiplexer)

การกำกับดูแล หมายถึง การกำกับดูแลเนื้อหาประเภทข่าวสารในการออกอากาศของสื่อโทรทัศน์



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลและแนวทางการกำกับดูแล ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางการศึกษา ดังนี้

- 2.1 ทฤษฎีหน้าที่ของสื่อมวลชนและการวิเคราะห์หน้าที่ (Functional Theory)
- 2.2 ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)
- 2.3 แนวคิดเรื่องหลักจรรยาบรรณสื่อมวลชน
- 2.4 แนวคิดวิธีการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์
 - 2.4.1 การนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในอดีต
 - 2.4.2 การนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล
- 2.5 แนวคิดเรื่องการทำกับดักสื่อมวลชน
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีหน้าที่ของสื่อมวลชนและการวิเคราะห์หน้าที่ (Functional Theory)

ทฤษฎีสื่อมวลชนกับสังคมที่ศึกษาโดยนักสังคมศาสตร์มักมุ่งตอบคำถามเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของสื่อมวลชนกับสังคมใน 3 เรื่องหลัก ๆ คือ สื่อกับอำนาจในสังคม สื่อกับบูรณาการสังคม และสื่อกับการเปลี่ยนแปลงสังคม ในการศึกษาโครงสร้าง หน้าที่ทางสังคมของสื่อมวลชนตามแนวทางสังคมวิทยาได้ให้ความสนใจอย่างกว้างขวางต่อบทบาทสื่อกับการบูรณาการสังคม ตามแนวคิดสำนักโครงสร้างและหน้าที่นิยม (Structural and Functionalism)

Lasswell (อ้างใน พิระ จิโรสภณ, 2548) เป็นผู้เสนอวิธีอธิบายกิจกรรมการสื่อสารด้วยการตั้งคำถามง่ายๆ ดังนี้

Who	(ใคร)
Says What	(พูดอะไร)
In Which Channel	(ด้วยช่องทางใด)
To Whom	(ถึงใคร)
With What Effects?	(พร้อมเกิดผลอะไร?)

Lasswell ซึ่งเป็นนักวิชาการด้านการสื่อสารและศาสตราจารย์ด้านกฎหมายของมหาวิทยาลัยเยล กล่าวว่า การมองกิจกรรมการสื่อสารดังกล่าว โดยแบ่งพิจารณาองค์ประกอบต่างๆ แยกจากกันนั้นไม่เพียงพอในการทำความเข้าใจการสื่อสารในสังคม เพราะการสื่อสารเป็น

กระบวนการสังคม ซึ่งต้องพิจารณาความสัมพันธ์ในเชิงองค์รวม และต้องทำความเข้าใจในกรอบของ โครงสร้าง (Structure) และหน้าที่ (Function) ไปด้วยกัน

Lasswell ระบุว่า สังคมมนุษย์ก็มีโครงสร้างเช่นเดียวกับร่างกายของมนุษย์ โครงสร้างสังคม ประกอบด้วยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลต่างๆ องค์กรต่างๆ สถาบันต่างๆ ซึ่งต่างก็ประกอบกันเป็นสังคม โดยต่างก็มีหน้าที่เชื่อมโยงประสานกันเหมือนฟันเฟืองของเครื่องจักรที่ช่วยกันขับเคลื่อนให้สังคมดำรงคงอยู่ได้ แม้บางครั้งจะขัดข้องหรือขัดแย้งกัน แต่ก็มีกลไกแก้ไขในตัวเองเพื่อสร้างดุลยภาพในสังคม เฉกเช่นเดียวกับร่างกายของมนุษย์ที่มีระบบของอวัยวะต่างๆ เช่น ระบบประสาท ระบบหายใจ ระบบไหลเวียนของโลหิต ระบบการกินและการย่อยอาหาร ระบบขับถ่าย เป็นต้น ที่ต่างก็ทำงานประสานเชื่อมโยงและปรับสภาพความสมดุลให้ร่างกาย และแม้เมื่อมีสิ่งแปลกปลอมที่ร่างกายไม่สามารถต้านทานได้ ก็อาจมีการนำเข้าจากภายนอกมาสนับสนุนเพื่อการปรับสมดุลภายใน เช่น การเยียวยา หรือตัวอย่างสังคมไทยในยุควิกฤติเศรษฐกิจ มีการขอความช่วยเหลือจากกองทุนระหว่างประเทศ (IMF) เพื่อมาปรับความสมดุลทางเศรษฐกิจในระยะแรก เป็นต้น

ตารางที่ 2.1: หน้าที่ของสื่อมวลชน

ชื่อ	ทฤษฎีและแนวคิด	รายละเอียด
Lasswell (อ้างใน พิระ จิรโสภณ, 2548)	หน้าที่ของสื่อมวลชน	หน้าที่หลัก 3 ประการของสื่อมวลชนต่อสังคม สื่อมวลชนในฐานะส่วนหนึ่งของโครงสร้างในระบบสังคม มีหน้าที่ต่อสังคมเหมือนกับอวัยวะของร่างกายเพื่อจรรโลงและรักษาเสถียรภาพและความสมดุลของสังคมให้คงอยู่และต่อเนื่อง 1. สอดส่องดูแลระวางระไวสิ่งแวดล้อมให้กับสังคม (ให้สมาชิกในสังคมตระหนักรู้เพื่อการปรับตัว)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ): หน้าที่ของสื่อมวลชน

ชื่อ	ทฤษฎีและแนวคิด	รายละเอียด
Lasswell (อ้างใน พีระ จิโรโสภณ, 2548)	หน้าที่ของสื่อมวลชน	<p>2. ประสานเชื่อมโยงส่วนต่าง ๆ ของสังคม หรือสมาชิกในสังคมให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในการตอบสนอง (รับรู้หรือเข้าใจความหมาย) ต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในสังคมทำให้สังคมเป็น ปึกแผ่นสมานฉันท์</p> <p>3. ถ่ายทอดมรดกทางสังคมและวัฒนธรรม ให้กับสมาชิกจากรุ่นหนึ่งสืบทอดไปสู่รุ่นใหม่ ๆ</p>
Charles Wright (อ้างใน พีระ จิโรโสภณ, 2548)		<p>เพิ่มหน้าที่ประการที่ 4 คือ</p> <p>4. ให้ความบันเทิงเพื่อจรรโลงใจสังคมให้มีความสุนทรีย์ ความบันเทิงเรีงรมย์ ซึ่งเป็นการสร้างสมดุลทางจิตใจจากภาวะกดดันจากสิ่งแวดล้อมในสังคม</p>
Dennis McQuail (อ้างถึงใน พีระ จิโรโสภณ, 2548)		<p>เพิ่มหน้าที่หรือจุดมุ่งหมายประการที่ 5 ของบทบาทสื่อมวลชนต่อสังคม คือ</p> <p>5. การรณรงค์ให้เกิดความเคลื่อนไหว (Mobilization) เพื่อการเปลี่ยนแปลงพัฒนาสังคม แม้คเควลได้ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับความหมายของ "หน้าที่" ของสื่อในสังคมว่าสามารถวิเคราะห์จากจุดยืนของแต่ละฝ่ายแต่ละระดับแตกต่างกันไป เช่น จากฝ่ายสื่อ ฝ่ายผู้รับสื่อ หรือฝ่ายผู้ควบคุมสื่อ และจากระดับสังคม หรือระดับปัจเจกบุคคล</p> <p>นอกจากกล่าวถึงหน้าที่สื่อในระดับสังคมแล้ว แมคเควลและคณะยังเสนอกรอบวิเคราะห์หน้าที่สื่อในระดับปัจเจกบุคคล 4 ประการคือ</p>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ): หน้าที่ของสื่อมวลชน

ชื่อ	ทฤษฎีและแนวคิด	รายละเอียด
Dennis McQuail (อ้างใน พีระ จิโรโสภณ, 2548)	หน้าที่ของสื่อมวลชน	<ol style="list-style-type: none"> 1. ด้านข้อมูลข่าวสาร (Information) 2. ด้านการแสวงหาข่าวสาร คำแนะนำหรือแบบอย่างเพื่อนำมากำหนดอัตลักษณ์ให้กับตนเอง (Personal Identity) 3. ด้านการสร้างความรู้สึกร่วมกันเป็นส่วนร่วมเป็นสังคมเดียวกัน และมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน (Integration and Social Interaction) 4. ด้านความบันเทิง หลีกหนีความเครียด หาสุนทรีย์ให้กับตนเอง (Entertainment)

Merton (อ้างใน พีระ จิโรโสภณ, 2548) นำเสนอกระบวนการทัศน์เพื่อวิเคราะห์หน้าที่สื่อมวลชนในสังคมในหนังสือชื่อทฤษฎีสังคมและโครงสร้างสังคม (Social Theory and Social Structure) ซึ่งภายใต้กระบวนการทัศน์นี้มองว่าสังคมใน "ระบบในความสมดุล (System in Balance)" ทุกๆ ส่วนของสังคมมีกิจกรรมที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ร่วมกันเสริมสร้างเพื่อธำรงรักษาระบบให้ดำรงอยู่

Merton เชื่อในคุณค่าของความเป็นกลาง (Value Neutrality) ปฏิเสธแนวคิดดั้งเดิมของทฤษฎีสังคมที่มองคุณค่าในมิติของ "ความดี" หรือ "ความชั่วร้าย" เช่น การมองว่าสื่อมวลชนมีคุณประโยชน์อันดีหรือโทษมหันต์ในลักษณะต่าง ๆ เช่น ก่อให้เกิดความรุนแรง ทำลายวัฒนธรรม ตอกย่ำค่านิยมดี ๆ เป็นต้น กลุ่มนักทฤษฎีหน้าที่นิยมมองว่ากิจกรรมต่าง ๆ ในสังคมอาจเป็นไปตามหน้าที่ (Functions) หรือไม่เป็นไปตามหน้าที่ที่มุ่งหวัง (Dysfunctions) ไม่ใช่ดีหรือร้าย ถูกหรือผิด มีประโยชน์หรือโทษเสมอไป เพราะกิจกรรมสื่อมวลชนบางอย่าง เช่น การเสนอข่าวสารเรื่องอาชญากรรมอาจเป็นประโยชน์กับบางคน บางกลุ่ม ในบางสังคม หรือบางโอกาส แต่ก็อาจเป็นโทษกับบางคน บางกลุ่ม หรือบางสังคม หรือบางโอกาสเช่นกัน บางคนอาจรับรู้รายงานข่าวอาชญากรรมเพื่อเป็นบทเรียนจะได้ป้องกันตัวไม่ให้เกิดภัยจากอาชญากรรมนั้น ๆ แต่บางคนอาจรับรู้หรือเลียนแบบเป็นแนวทางประกอบอาชญากรรมเสียเองก็มี กรณีหลังจึงมีลักษณะเป็น Dysfunction หรือไม่เป็นไปตามหน้าที่ที่พึงประสงค์

Merton ยังได้จำแนกหน้าที่สื่อมวลชนเป็นหน้าที่ที่ชัดเจน (Manifest Function) ซึ่งมีเจตนาตั้งใจกับหน้าที่แฝงเร้น (Latent Function) ซึ่งไม่ตั้งใจให้เป็นไปตามนั้น เช่น การเสนอเนื้อหาเรื่อง

เพศ โดยมีเจตนาเป็นการให้ความรู้เรื่องเพศศึกษากับเยาวชน ถือว่าเป็นหน้าที่ที่ชัดเจน แต่ผลกลับกลายเป็นว่ามีเยาวชนบางคนรับรู้ข่าวสารนี้และก่อให้เกิดการกระตุ้นความรู้สึกทางเพศ ซึ่งถือว่าเป็นผลต่อเนื้อหาที่ไม่ได้เจตนาหรือหน้าที่แฝงเร้น (Latent Function) สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง Dysfunction ที่กล่าวมาส่วน Wright (อ้างใน พิระ จิโรโสภณ, 2548) ผู้เขียนหนังสือทฤษฎีการสื่อสารมวลชน พิจารณาจากมุมมองทางสังคมวิทยาได้เสนอตารางวิเคราะห์หน้าที่และผลของสื่อโดยวิเคราะห์จำแนกกิจกรรมการสื่อสารมวลชน 4 ด้าน คือ

- ด้านการสอดส่องระวังระไว (การเสนอข่าว)
- ด้านการประสานความเข้าใจร่วมกัน (การเลือกสรรข่าวสาร การตีความ และการชี้แนะ)

- ด้านสังคมกรรม (ให้ความรู้ การศึกษา จริยธรรม วัฒนธรรม)
- ด้านความบันเทิง (ความสนุกสนาน จินตนาการ)

ทั้งนี้ ไรต์ได้วิเคราะห์ผลของกิจกรรมการสื่อสารมวลชนดังกล่าวใน 2 ด้านคือ

- ผลที่เป็นไปตามหน้าที่ (Function)
- ผลที่ไม่เป็นไปตามหน้าที่ (Dysfunction)

2.2 ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)

ทฤษฎีนี้พัฒนาขึ้นในสหรัฐอเมริกา ในศตวรรษที่ 20 แนวความคิดจากรายงานของ คณะกรรมาธิการฮอกคิง เกี่ยวกับเสรีภาพของหนังสือพิมพ์และจากกฎจรรยาบรรณของผู้ปฏิบัติงาน สื่อมวลชน โดยมองเห็นว่าสื่อมวลชนใช้เสรีภาพในทางที่ไม่รับผิดชอบต่อสังคม สิทธิเสรีภาพแทนที่จะเป็นของประชาชนก็ถูกจำกัดอยู่เฉพาะผู้มีอำนาจทางเศรษฐกิจ การเมือง และใช้เพื่อประโยชน์เฉพาะกลุ่มมากกว่าส่วนรวม ทฤษฎีนี้ได้รับการยอมรับและนำไปปฏิบัติทั้งในสหรัฐฯ และประเทศเสรีนิยม แต่ก็ยังเป็นไปในลักษณะการผสมผสานกับทฤษฎีอื่นเป็นส่วนใหญ่ (พิระ จิโรโสภณ, 2548)

แนวความคิดในทฤษฎีนี้ก็คือ สื่อมวลชนจะต้องยอมรับภาระหน้าที่ที่จะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมในการใช้เสรีภาพของเขา ถ้าหากสื่อมวลชนละเลยหน้าที่นี้ ก็อาจจะต้องมีการบังคับให้เป็นไปตามนั้น โดยการควบคุมมาจากความคิดเห็นของชุมชน ปฏิบัติการของผู้บริโภค และจากกฎของจรรยาบรรณที่ตราขึ้นไว้ ผู้มีสิทธิใช้สื่อมวลชนนั้นจะเป็นใครก็ได้ที่อยากแสดงออกบางสิ่งบางอย่าง ในทฤษฎีนี้ได้เปิดช่องทางให้ประชาชนผู้ไม่มีโอกาสเป็นเจ้าของสื่อมวลชนเนื่องจากต้องลงทุนสูง ได้แสดงความคิดเห็นต่อสาธารณชนเท่าเทียมกัน

หลักการสำคัญของทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม สรุปได้ดังต่อไปนี้

- 1) สื่่อมวลชนควรจะต้องยอมรับ และปฏิบัติให้ลุล่วงในภาระหน้าที่ที่เป็นพันธกิจต่อสังคม
- 2) ภาระหน้าที่เหล่านี้ โดยหลักสำคัญจะต้องบรรลุถึงมาตรฐานวิชาชีพในด้านข่าวสาร สังคม ธรรม ความถูกต้อง ความเป็นกลาง และความสมดุล
- 3) ในการยอมรับและนำไปปฏิบัติของภาระหน้าที่เหล่านี้ สื่่อมวลชนควรจะต้องควบคุมตนเอง ภายใต้กรอบแห่งกฎหมายและสถาบันที่ธำรงอยู่
- 4) สื่่อมวลชนควรจะต้องหลีกเลี่ยงสิ่งใดก็ตามที่อาจจะนำไปสู่อาชญากรรม ความรุนแรงหรือความไม่สงบ หรือแสดงความก้าวร้าวต่อเชื้อชาติหรือศาสนาของชนกลุ่มน้อยในสังคม
- 5) สื่่อมวลชนโดยทั่วไปควรจะเปิดกว้างและสะท้อนความหลากหลายของสังคม เปิดโอกาสให้ความคิดเห็นของทุกฝ่ายได้เข้าถึง และให้สิทธิประชาชนในการที่จะตอบกลับมายังสื่่อมวลชน
- 6) สังคมและสาธารณชนมีสิทธิที่จะคาดหวังการปฏิบัติในระดับมาตรฐานที่สูงของสื่่อมวลชน และการเข้าแทรกแซงอาจจะต้องถือว่าไม่เป็นเรื่องผิด หากเพื่อความดีงามของสาธารณชน
- 7) นักวารสารศาสตร์และนักวิชาชีพสื่่อมวลชนจะต้องเป็นที่วางใจหรือเชื่อถือได้ของสังคม เช่นเดียวกับนายจ้างหรือตลาดผู้บริโภคสื่อ

ตารางที่ 2.2: ทฤษฎีว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (The social Responsibility Theory)

ชื่อ	ทฤษฎีและแนวคิด	รายละเอียด
Theodore Peterson (1973)	ทฤษฎีว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (The social Responsibility Theory)	ทฤษฎีที่ทำให้สื่่อมวลชนตระหนักในความรับผิดชอบต่อตนเองมากขึ้น โดยมีจรรยาบรรณทางวิชาชีพเป็นหลักในการดำเนินงาน มุ่งเสริมสร้างความคิดเห็นอย่างเสรี ยกย่องระดับความขัดแย้งในสังคมจากการใช้ความรุนแรงเป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ซึ่งมีหลัก 3 ประการ เพื่อให้สื่อมีความเป็นกลาง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.2 (ต่อ): ทฤษฎีว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (The social Responsibility Theory)

ชื่อ	ทฤษฎีและแนวคิด	รายละเอียด
Theodore Peterson (1973)	ทฤษฎีว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (The social Responsibility Theory)	<p>และตอบสนองความต้องการของประชาชนและสังคมได้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ให้ประชาชนมีสิทธิเสรีภาพในการมีส่วนร่วมและเลือกรับข่าวสาร 2. สื่อต้องมีอิสรภาพ และเสรีภาพในการนำเสนอข่าว 3. สื่อต้องตระหนักถึงประโยชน์ที่สังคมได้รับ <p>บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนภายใต้ทฤษฎีนี้คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สนับสนุนระบบการเมืองด้วยการเสนอข่าวสารและข้อเท็จจริงที่เกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆของส่วนรวม 2. เพิ่มพูนสติปัญญาของสาธารณชน และส่งเสริมกระบวนการทางประชาธิปไตย เพื่อให้ประชาชนได้เกิดความสามารถในการปกครองตนเอง 3. ปกป้องรักษาสิทธิของปัจเจกบุคคลโดยทำหน้าที่เป็นผู้ควบคุมรัฐบาล 4. สนับสนุนระบบเศรษฐกิจ โดยทำหน้าที่ให้บริการสื่อโฆษณา โดยรายได้ส่วนนี้จะต้องไม่ทำลายอิสรภาพของสื่อมวลชน
กาญจนา แก้วเทพ (2543)		<p>เริ่มต้นที่ประเทศสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี ค.ศ.1947 โดยคณะกรรมการเรื่องเสรีภาพของหนังสือพิมพ์ จัดทำรายงานออกมา ระบุว่า แม้เสรีภาพของสื่อได้รับการสนับสนุนแต่ต้องเพิ่มหลักการเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย ซึ่งระบุข้อควรปฏิบัติความรับผิดชอบต่อสื่อที่พึงกระทำต่อสังคมไว้ว่า</p>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.2 (ต่อ): ทฤษฎีว่าด้วยความรับผิดชอบทางสังคม (The social Responsibility Theory)

ชื่อ	ทฤษฎีและแนวคิด	รายละเอียด
กาญจนา แก้วเทพ (2543)	ทฤษฎีว่าด้วยความรับผิดชอบทางสังคม (The social Responsibility Theory)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ต้องรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นบนพื้นฐานของความจริงอย่างละเอียดรอบด้าน ตรวจสอบรอบคอบ โดยพิจารณาดูบริบทเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น 2. สื่อมวลชนต้องสร้างเวทีแห่งการแสดงและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมทั้งเป็นช่องทางที่แสดงความเห็นสาธารณะ 3. สื่อมวลชนต้องคำนึงถึงการเป็นภาพตัวแทนทุกๆ กลุ่มในสังคม และต้องนำเสนอเป้าหมาย คุณค่าของสังคมอย่างชัดเจน

2.3 แนวคิดเรื่องหลักจรรยาบรรณสื่อมวลชน

แนวคิดเรื่องจรรยาบรรณของสื่อมวลชน เริ่มต้นขึ้นเมื่อเสรีภาพของหนังสือพิมพ์ในสหรัฐอเมริกาที่เบ่งบานถึงขีดสุดจนเกิดพฤติกรรมในทางลบ นักคิดนักวิชาการหลายคนจึงเข้ามาช่วยนักหนังสือพิมพ์และผู้พิมพ์โฆษณาสร้างหลักจรรยาบรรณสำหรับวิชาชีพมาตั้งแต่กลางคริสต์ศตวรรษที่ 19 แต่ผู้ที่มีส่วนในการวางรากฐานทฤษฎีนี้เป็นอย่างมากก็คือ โจเซฟ พูลิทเซอร์ ผู้ก่อตั้งสถาบันการศึกษาวารสารศาสตร์ในมหาวิทยาลัยโคลัมเบีย นิวยอร์ก เขาเขียนบทความในวารสาร American Review ว่า “ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะทำในสิ่งที่ถูกต้อง ความรู้ครบถ้วนที่สุดเกี่ยวกับปัญหาที่จะต้องเผชิญ และความรู้ที่รับรับผิดชอบทางศีลธรรมด้วยความจริงใจ สามอย่างนี้จะช่วยปกป้องวิชาชีพวารสารศาสตร์ให้พ้นจากความยอมจำนนต่อผลประโยชน์ทางธุรกิจที่เห็นแก่ตัว และเป็นศัตรูต่อสวัสดิการของประชาชน” (Pulitzer, 1904)

จริยธรรมกับจรรยาบรรณ ในสองคำนี้มีความหมายใกล้เคียงกันมาก ส่วนใหญ่เข้าใจว่าเป็นเรื่องเดียวกันทำให้มีความคลาดเคลื่อนว่า จริยธรรมสื่อมวลชนกับจรรยาบรรณสื่อมวลชนเป็นเรื่องเดียวกัน ซึ่งสามารถนำคำมาวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้ คำว่า จริยธรรม คำว่า จริยะ+ธรรมะ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ให้ความหมายไว้ว่า “จริยธรรม” คือ ธรรมที่เป็นข้อประพฤติปฏิบัติ หรือคุณความดีที่ควรปฏิบัติ แต่ความหมายของคำว่า “จริยธรรมของนักวารสารศาสตร์” มีความหมายที่อาจแตกต่างกันออกไปที่เน้นถึงสำนักแห่งความรับผิดชอบต่อหน้าที่

สื่อมวลชนที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาสังคมให้ดีขึ้น โดยยึดหลักทางด้านจิตใจ ให้อภัยแก่และ
พฤติกรรมที่ควรปฏิบัติ หรือไม่ควรปฏิบัติเป็นอย่างไร อะไรเป็นสิ่งไม่ดี ผิดศีลธรรม

ในขณะที่จรรยาบรรณ หมายถึง ประมวลกฎเกณฑ์ความประพฤติหรือ ประมวลมารยาทของ
ผู้ประกอบอาชีพนั้นๆ ต้องเป็นเอกลักษณ์ทางวิชาชีพ ใช้ความรู้ มุ่งองค์กรหรือสมาคมควบคุม
(จรรยาพร ธรณินทร์, 2554)

จรรยาบรรณของสื่อมวลชน จึงหมายถึง หลักคุณธรรมของผู้ประกอบอาชีพนักสื่อสารมวลชน
มารวมตัวกันเป็นสมาคมวิชาชีพ สร้างขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติแก่ผู้ประกอบ
อาชีพนักสื่อสารมวลชนให้มีความรับผิดชอบ (“จรรยาบรรณสื่อมวลชน”, 2553)

ความสำคัญของจรรยาบรรณสื่อมวลชน คือ

1. เป็นแนวทางในการควบคุมความประพฤติของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนเพื่อให้ความ
รับผิดชอบต่อสังคม
2. ทำให้นักสื่อสารมวลชนและวิชาชีพสื่อมวลชนได้รับการยินยอมยกย่อง ให้เกียรติและ
ศรัทธาจากประชาชน
3. ทำให้ผู้ประกอบวิชาชีพการสื่อสารมวลชนเกิดความภูมิใจในอาชีพตน
4. เป็นเกราะป้องกันเสรีภาพของสื่อมวลชน
5. เป็นหลักให้ประชาชนเกิดความมั่นใจในความประพฤติของผู้ประกอบวิชาชีพนัก
สื่อสารมวลชน

6. ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชนและสังคม

7. เป็นปัจจัยพื้นฐานสำหรับการพัฒนา

การที่สื่อใดๆ จะได้รับการยอมรับว่ามีจรรยาบรรณนั้น สื่อนั้นจะต้องยึดถือในจริยธรรม
สื่อมวลชนได้ที่บัญญัติเอาไว้ สำหรับสื่อโทรทัศน์จะต้องยึดหลักจริยธรรมตามข้อบังคับสภาวิชาชีพข่าว
วิทยุและโทรทัศน์ไทยว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ พ.ศ.2553 ที่บัญญัติไว้โดย
คณะกรรมการสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย

หลักจรรยาบรรณที่สื่อโทรทัศน์ในปัจจุบันมักจะละเลย อยู่ในหมวดที่ 2 ของข้อบังคับสภา
วิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ พ.ศ.2553 ดังนี้

ข้อ 6 วิทยุและโทรทัศน์ต้องนำเสนอหรือเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อ
ประโยชน์แห่งสาธารณะ และไม่ละเมิดสิทธิและเสรีภาพของผู้อื่น

ข้อ 7 วรรค (2) หากมีการอ้างอิง หรือคัดลอกข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูล
อื่น ต้องแจ้งที่มาของข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องที่นำเสนอหรือเผยแพร่งดงกล่าว

ข้อ 7 วรรค (3) ต้องปกปิดชื่อตัว ชื่อสกุล รูปร่าง ลักษณะ และสถานะของแหล่งข่าว รวมทั้งข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องสำคัญที่แหล่งข่าวประสงค์ให้ปกปิด เว้นแต่จะได้รับความยินยอมจากแหล่งข่าว และเห็นได้อย่างชัดเจนว่า การเปิดเผยดังกล่าวไม่เป็นอันตรายต่อแหล่งข่าว

ข้อ 7 วรรค (5) การนำเสนอหรือเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องต้องคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และไม่เป็นการซ้ำเติมความทุกข์และโศกนาฏกรรมแก่ผู้ที่ตกเป็นข่าว

ข้อ 7 วรรค (8) ต้องแสดงให้เห็นถึงความพยายามในการให้ความเป็นธรรมแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

ข้อ 7 วรรค (11) ต้องระมัดระวังการนำเสนอหรือเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องภายใต้ขอบเขตแห่งขนบธรรมเนียม ประเพณี ศีลธรรมอันดีงามของประชาชน มิให้ประชาชนหลงเชื่อในสิ่งที่มโน และไม่เป็นเครื่องมือในการนำเสนอหรือเผยแพร่สิ่งที่เป็นภัยต่อสังคม หรือกระทบต่อสาธารณะ

2.4 แนวคิดวิธีการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์

2.4.1 การนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในอดีต

สื่อโทรทัศน์ถือเป็นหนึ่งในกลุ่มสื่อดั้งเดิม (Traditional Media) หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารทำหน้าที่ส่งสารไปยังผู้รับสารได้ทางเดียว ผู้รับสารไม่สามารถติดต่อกลับทางตรงไปยังผู้ส่งสารได้ สามารถแบ่งย่อยได้เป็นสื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารเพียงอย่างเดียว หมายถึง สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารตัวหนังสือหรือเสียง หรือภาพ ไป อย่างเดียว ได้แก่ หนังสือพิมพ์ สื่อโทรเลข และสื่อวิทยุ และสื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารสองอย่าง คือ ส่งทั้งภาพและเสียงพร้อมกัน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์

การนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในอดีต ก็เป็นการสื่อสารทางเดียวเฉกเช่นสื่อดั้งเดิมประเภทอื่นๆ ตามทฤษฎีเข็มฉีดยา ทฤษฎีการสื่อสารประเภทนี้นับเป็นวิวัฒนาการแรกของแนวความคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชน เสนอว่าสื่อมวลชนทั้งหลายมีผล (Effects) อย่างมหาศาลโดยตรงและทันทีทันใดต่อมวลชนแต่ที่แตกต่างกับสื่อประเภทอื่นๆ เพราะเป็นการส่งพร้อมกันทั้งภาพและเสียง ทำให้ผู้รับสารใช้ประสาทสัมผัสหลายส่วนพร้อมกัน ก่อให้เกิดอิทธิพลต่อผู้รับสารมากกว่าและเร็วกว่าสื่อประเภทอื่นๆ (“จรรยาบรรณสื่อสารมวลชน”, 2553)

อีกทฤษฎีที่มักจะนำมาใช้อ้างอิงกับการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนในอดีต คือ ทฤษฎีนายทวารข่าวสาร (Gatekeeper)

ตารางที่ 2.3: ทฤษฎีนายทวารข่าวสาร (Gatekeeper)

ชื่อ	ทฤษฎีและแนวคิด	รายละเอียด
Kurt Lewin (1951)	ทฤษฎีนายทวาร ข่าวสาร (Gatekeeper)	เคิร์ท เลวิน นักสังคมวิทยา เป็นคนแรกที่นำศัพท์คำนี้มาใช้อธิบายการสื่อสารมวลชน โดยอธิบายว่า ในกระบวนการสื่อสารนั้นจะต้องมีการส่งข่าวสารผ่านช่องทางการสื่อสาร และในช่องทางนี้จะต้องมีผู้หนึ่งที่ทำหน้าที่ในการกั้นกรองข่าวสาร และผู้กั้นกรองนี้ก็คือ gatekeeper
Wilbur Schramm (1973)		ผู้มีสิทธิในการเปิดเผยหรือปิดบังข่าวสารที่จะส่งผ่านไปยังประชาชน เป็นเสมือนนายทวารของการรับข่าวของประชาชน

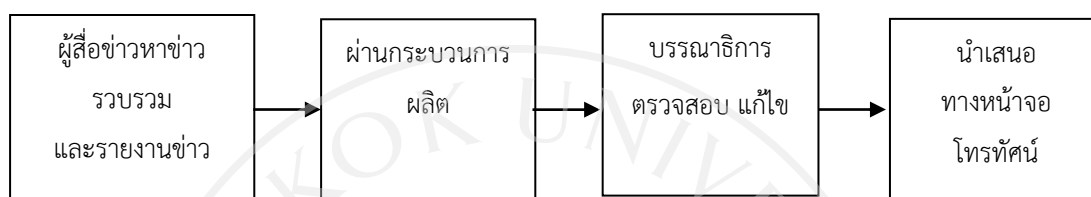
จากการประมวลแนวคิดของนักวิชาการที่พยายามให้ความหมายบทบาทของสื่อมวลชนในฐานะ Gate Keeper สรุปได้ว่า ในกระบวนการสื่อสารมีผู้ส่งสาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร ผู้ส่งสารเป็นผู้เลือกสารที่จะส่งผ่านช่องทางการสื่อ

David Sarnoff ประธานของบริษัทวิทยุแห่งอเมริกา (Radio Corporation of America หรือ RCA) ผู้ผลิตอุปกรณ์วิทยุ และเรดาร์ในอเมริกา และภายหลังกลายเป็นบริษัทแม่ของเครือข่ายโทรทัศน์แห่งแรกในสหรัฐอเมริกา (The National Broadcasting Company หรือ NBC) กล่าวไว้ก่อนการเกิดของเครื่องรับโทรทัศน์ว่า โทรทัศน์จะเป็นหน้าต่างอันยิ่งใหญ่ซึ่งคนทุกเพศทุกวัย ไม่ว่าจะรวยหรือว่าจน ที่จะสามารถมองเห็นได้ด้วยตาตัวเอง ไม่ใช่เพียงโลกใบเล็กๆ ที่อยู่รอบตัว แต่เป็นโลกทั้งโลกที่เราเป็นส่วนหนึ่งของมัน

เมื่อโทรทัศน์ถือกำเนิดขึ้นแล้ว รายการข่าวเป็นหนึ่งในประเภทรายการที่บรรจุให้ออกอากาศในเครือข่าย ตลอดช่วงเวลาหลายปีของสงคราม Sig Mickelson ผู้ร่วมงานกับซีบีเอส (Columbia Broadcasting System - CBS หรือ CBS Broadcasting Inc.) ในฐานะผู้บริหารระดับสูงในปี พ.ศ. 2492 และดำรงตำแหน่งหัวหน้าข่าวของบริษัทในยุคทศวรรษที่ 1950 กล่าวว่า ข่าวคือตัวสร้างชื่อเสียงอันล้ำค่า ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ช่วยดึงดูดผู้ชมและกระตุ้นยอดขายสำหรับธุรกิจ ยังไม่ต้องพูดถึงถึงว่าเป็นตัวสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับภาครัฐด้วย ข่าวถือว่ามีส่วนในส่วนของบริการสาธารณะ

ซีบีเอสเริ่มโครงการข่าวภาคค่ำความยาว 15 นาทีในปีพ.ศ. 2487 ออกอากาศในวันพฤหัสบดี และวันศุกร์ เวลา 20.00 น. ส่วนเอ็นบีซีถ่ายทอดสดรายการข่าวสั้นในช่วงเย็นวันอาทิตย์ ก่อนเข้ารายการยาว 90 นาทีของสถานี ข่าวของทั้งสองช่องนี้ทำคล้ายกับภาพยนตร์ข่าวที่ฉายประจำในโรงภาพยนตร์ โดยจะมีภาพข่าวและเสียงบรรยายประกอบ

ภาพที่ 2.1: รูปแบบการนำเสนอข่าวโทรทัศน์ในยุคอดีต



ผู้สื่อข่าวจะทำหน้าที่รวบรวมข่าวจากแหล่งข่าวต่างๆ แล้วทำข่าวที่เสร็จสมบูรณ์ทั้งภาพและเสียง ก่อนที่บรรณาธิการจะตรวจสอบทั้งความถูกต้องของข่าว คุณค่าของข่าว และอื่นๆ ก่อนที่จะส่งให้ออกอากาศทางหน้าจอโทรทัศน์ การนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในอดีตจึงเป็นการสื่อสารทางเดียวเช่นเดียวกับสื่อดั้งเดิมอื่นๆ ผู้ชมรับสารได้เพียงอย่างเดียว ไม่สามารถตอบโต้ได้

2.4.2 การนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

เมื่ออินเทอร์เน็ตเติบโตขึ้นและเริ่มมีการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการสื่อข่าวที่เรียกว่า สื่อสารมวลชนออนไลน์ (Online Journalism) สำนักข่าวและผู้สื่อข่าวในต่างประเทศมีการปรับตัวเข้าสู่กระแสของข่าวออนไลน์จำนวนมาก นอกจากสำนักข่าว กองบรรณาธิการ และผู้สื่อข่าวจะหันมาใช้เครื่องมือที่มีอยู่ในอินเทอร์เน็ตมากขึ้น นักคิดนักวิชาการต่างให้ความเห็นว่าการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีนี้ทำให้บทบาทในการเลือกและคัดกรองข่าวสารเปลี่ยนไป

ตารางที่ 2.4: สื่อสารมวลชนออนไลน์ (Online Journalism)

ชื่อ	ทฤษฎีและแนวคิด	รายละเอียด
John Pavlik (1999)	สื่อสารมวลชน ออนไลน์ (Online Journalism)	คุณลักษณะของสื่อบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและพื้นที่เป็นช่องทางสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารได้ในเชิงลึกและหลากหลายมากกว่าที่สื่ออื่นสามารถทำได้และนั่นเป็นการเปลี่ยนแปลงบทบาทของนักข่าวและการสื่อข่าว
Paul Bradshaw (2007)		กระบวนการในการสื่อข่าวก็จะต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบ (Model) ในการรวบรวมข้อมูลและการเผยแพร่ข่าวสารทั้งเชิงลึก และความหลากหลายของเนื้อหาโดยมีการนำ สื่อสังคม (Social Media) อาทิ Twitter, Facebook, และ Blog มาใช้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการมากขึ้น

เทคโนโลยีการสื่อสารย่อมส่งผลกระทบต่อสังคมและวัฒนธรรม จากเดิมที่เน้นการสื่อสารด้วยภาษาคำพูด มาเป็นภาษาตัวอักษร จนปัจจุบันเป็นภาษาดิจิทัล (Digital Language) การเกิดขึ้นของคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ สื่อเครือข่ายสังคม (Social Network) เป็นต้น ทำให้พฤติกรรมและจิตวิทยาการสื่อสารในสังคมเปลี่ยนแปลงไป บทบาทของผู้รับสารส่วนใหญ่ในสังคมก็เปลี่ยนจากเดิมที่เคยเป็นเพียงผู้รับ (Passive Audience) มาเป็นผู้สืบค้นและรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้วยตัวเองแทน (The Active Audience) นอกจากนี้ การไหลของข่าวสารในสังคมจะมีความหลากหลายช่องทางมากขึ้น เมื่อมีการเติบโตของคอนเทนต์บนสื่อออนไลน์ซึ่งธรรมชาติของสื่อประเภทนี้เปิดพื้นที่ให้

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2554) กล่าวว่าเมื่อเทคโนโลยีสารสนเทศเปลี่ยนแปลงไป ระบบการสื่อสารของสังคมโดยเฉพาะสื่อสารมวลชนก็จะปรับเปลี่ยนตัวเองเข้าสู่โลกเทคโนโลยีสารสนเทศไปด้วย โดยที่ยังทำหน้าที่และบทบาทหลักของตนเองอยู่ในด้านปรัชญาพื้นฐานสำคัญของความจริง ความถูกต้อง ความตรงไปตรงมา ความเป็นกลาง ความเป็นธรรม และความรับผิดชอบ โดยยังเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสาร แหล่งบันเทิงใจ เมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารเปลี่ยน รูปแบบและกระบวนการสื่อสารก็เปลี่ยนตามไปด้วย ดังเช่นกรณีการเกิดขึ้นของ “ชุมชนไซเบอร์” (Cyber Community)

คนรับสารที่เคยเป็นเพียงผู้รับสามารถสร้างเนื้อหาได้เอง (User-Generated Content) นักข่าวต้อง ปรับบทบาทของตัวเองในการทำข่าวโดยเฉพาะการทำหน้าที่นายทวารข่าวสาร เพราะ ไม่ใช่ทุกเรื่องจำเป็นต้องผ่าน Gate ของนักข่าวอีกต่อไป

ตารางที่ 2.5: ผู้รับสารสร้างเนื้อหาได้เอง (User-Generated Content)

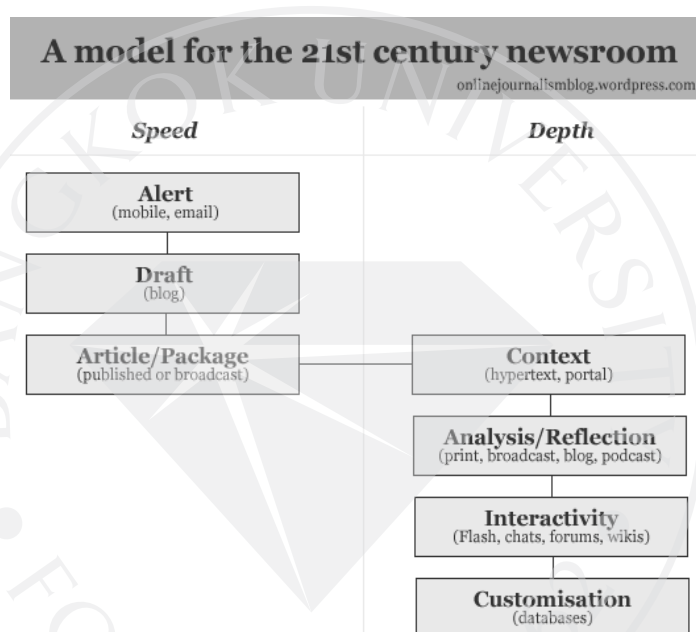
ชื่อ	ทฤษฎีและแนวคิด	รายละเอียด
Michelstein, Eugenia and Pablo J. Boczkowski (2009)	ผู้รับสารสร้างเนื้อหาได้เอง (User-Generated Content)	นักข่าวเปลี่ยนบทบาทจากการเป็น Gatekeeper สู่อะไรเป็น Gate Opening หรือการเปิดประตู เชื่อมโยงสื่อและผู้อ่านให้มีส่วนร่วมในกระบวนการข่าว ทำงานร่วมกันมากขึ้น แทนที่จะเป็นเพียงผู้เลือกเนื้อหาเพื่อนำเสนอ
Singer J. (2004)		สื่ออินเทอร์เน็ตทำให้นักข่าวต้องย้อนกลับไปมองว่าตัวเองเป็นผู้ควบคุมการไหลของข่าวสารอยู่หรือไม่
Axel Bruns (2005)		การเติบโตของข่าวออนไลน์และธรรมชาติของมันทำให้สังคมเปิดกว้างและใครก็สามารถเพิ่มเติมข้อมูลในโลกข่าวสารได้ ทำให้หน้าที่ของผู้สื่อข่าวและหน่วยงานด้านข่าวในเรื่อง Gatekeeping หรือ ผู้คัดกรองข่าวสาร เปลี่ยนเป็นเพียงแค่ Gatewatching คือองค์กรข่าวทำหน้าที่ในการใช้เครื่องมือบนอินเทอร์เน็ตชี้แนะ เนื้อหา ข้อมูลให้ผู้อ่าน เป็นการ ทำงานในลักษณะการหาความร่วมมือ และ Open-source ซึ่งก็คือ บทบาทที่เปลี่ยนไปของผู้สื่อข่าว

ทั้งทฤษฎีเรื่องนายทวารข่าวสารและการจัดวาระข่าวสารนั้นเป็นส่วนหนึ่งที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกข้อมูลและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของนักข่าวและกองบรรณาธิการ แต่จากเดิมที่เคยเป็นการตัดสินใจของผู้ส่งสารเท่านั้น เมื่อกระบวนการทำข่าวรูปแบบใหม่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารสองทาง มีการปฏิสัมพันธ์กับคนอ่าน ทำให้การตัดสินใจคัดเลือกข่าวสารข้อมูลและเมื่อมีการเติบโตของคอนเทนต์บนสื่อออนไลน์ซึ่งธรรมชาติของสื่อประเภทนี้เปิดพื้นที่ให้

เมื่อภูมิทัศน์สื่อ (Media Landscape) ได้เปลี่ยนแปลงไป ทำให้รูปแบบการสื่อสารของคนในสังคมและวัฒนธรรมเปลี่ยนแปลงไป นักสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะสื่อเก่าก็จำเป็นต้องปรับตัว เช่นเดียวกับการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

Bradshaw (2007) สร้างแบบจำลองของการนำเสนอข่าวโดยใช้สื่อดั้งเดิมผสมผสานกับสื่อออนไลน์ในศตวรรษที่ 21 ไว้ดังนี้

ภาพที่ 2.2: แบบจำลองการนำเสนอข่าวโดยใช้สื่อดั้งเดิมผสมผสานกับสื่อออนไลน์ในศตวรรษที่ 21

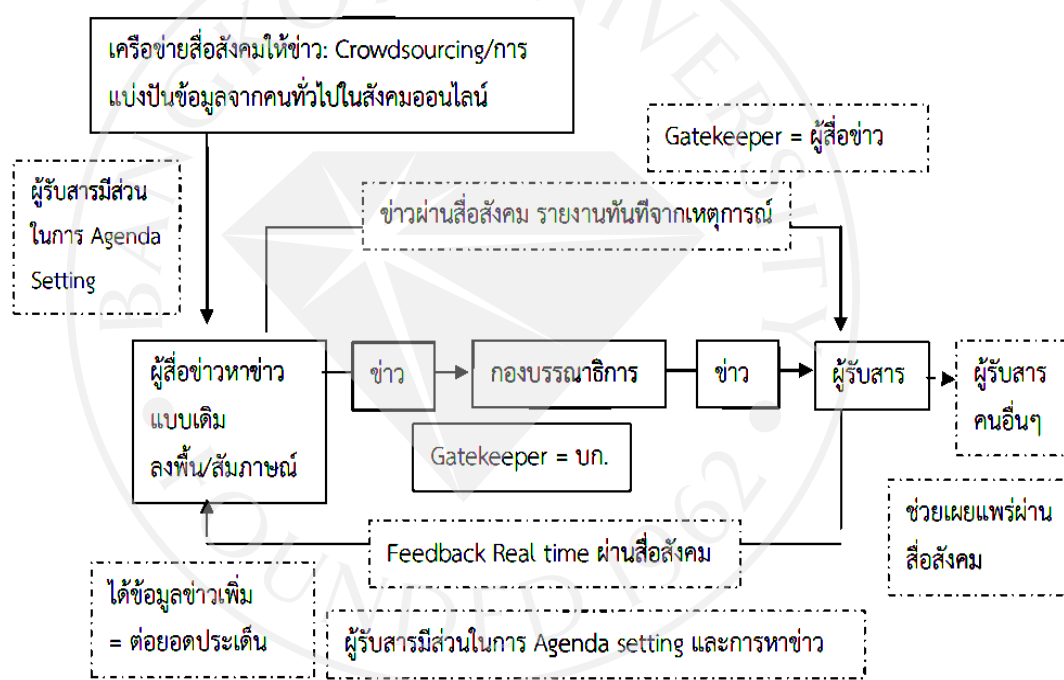


ในตารางนี้ สื่อโทรทัศน์ที่เป็นสำนักข่าวจะช่วงชิงความเร็วในสนามข่าว ด้วยการส่งข้อความสั้นๆ ผ่านทางช่องทางออนไลน์ของสำนักข่าว นำเสนอแบบกระชับเพื่อเป็นการเตือนว่ามีอะไรเกิดขึ้นก่อนที่จะรายงานเชิงลึกในสื่อโทรทัศน์ของตนเองในรูปแบบของรายละเอียดในข่าว การวิเคราะห์ข่าว และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากข่าว

การหาข่าวเพื่อมานำเสนอของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลก็มีความซับซ้อนเพิ่มขึ้น ในงานวิจัยของสกุลศรี ศรีสารคาม ในเรื่องสื่อสังคมกับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าว ระบุว่า การสื่อสารสองทางที่เกิดขึ้นบนสื่อสังคม (Social Media) นั้นทำให้ผู้รับสารมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อข่าวได้มากขึ้นและในหลายลักษณะ ประการแรกคือเป็นผู้แบ่งปันข้อมูลที่มีอยู่ให้กับผู้สื่อข่าว ประการที่สองผู้รับสารที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะกลายเป็นแหล่งข่าวใหม่ของผู้สื่อข่าว ประการที่สามผู้รับสารเป็นผู้ตรวจสอบการทำงานของผู้สื่อข่าวโดยตรง และประการที่สี่คือ การมีส่วนร่วมในการช่วยเผยแพร่ข่าวสารต่อไปยังกลุ่มคนอื่นๆ ผ่านการแชร์ในสื่อสังคม

กองบรรณาธิการข่าวต้องเริ่มปรับตัวและหาวิธีการในการทำงานรูปแบบใหม่ๆ เช่นกัน สื่อสังคมทำให้สามารถสื่อสารได้โดยตรง เปิดพื้นที่ให้เข้าถึงกลุ่มคนที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้น แต่บทบาทในเรื่องของการเป็นนายทวารข่าวสาร แม้จะยังอยู่แต่ก็มีบทบาทที่ลดลงเช่นกัน วิจารณ์ญาณ ความรอบคอบ และจริยธรรมในการสื่อข่าวของผู้สื่อข่าวจึงต้องมีความเข้มข้นมากขึ้น หมายความว่าในกระบวนการสื่อข่าวแบบใหม่ที่มีสื่อสังคมเข้ามาเป็นเครื่องมือด้วยนั้น ผู้สื่อข่าวเพิ่มบทบาทในการเป็นนายทวารข่าวสารและคัดกรองข่าวสารด้วยตัวเองด้วย

ภาพที่ 2.3: ลักษณะการทำข่าวของกองบรรณาธิการข่าวในยุคดิจิทัล

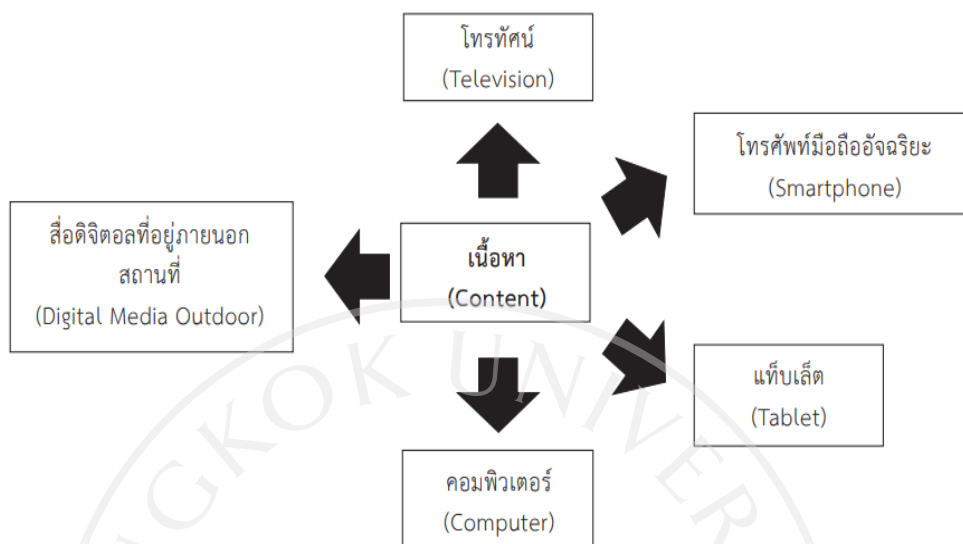


ตารางที่ 2.6: ทฤษฎีการกำหนดระเบียบวาระของข่าวสาร (Agenda-setting Theory)

ชื่อ	ทฤษฎีและแนวคิด	รายละเอียด
มานะ ตีรียาภิวัดน์ (2556)	ทฤษฎีการกำหนดระเบียบวาระของข่าวสาร (Agenda-setting Theory)	ก่อนหน้านี้ สื่อมวลชนจะเป็นผู้กำหนดวาระข่าวสารว่าจะนำเสนอประเด็นอะไร แต่ในปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อสื่อมวลชนในการกำหนดทิศทางการข่าวสารด้วย ซึ่งอิทธิพลดังกล่าวมาจากการโพสต์ภาพหรือความคิดเห็น แล้วเกิดการแชร์ต่อๆ เป็นวงกว้าง จนทำให้สื่อมวลชนอาจนำกระแสเหล่านั้นมาเป็นข่าว
สกุลศรี ศรีสารคาม (2554)		ทำการศึกษาสื่อสังคมกับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าวพบว่า มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในกระบวนการสื่อข่าวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และได้ส่งผลให้รูปแบบของการทำข่าวเปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งมีผลต่อการปรับบทบาทในการทำงานของผู้สื่อข่าว
อลงกรณ์ เหมือนดาว และ แอนนา จุมพลเสถียร, 2558)		เรื่องข้อมูลข่าวสารผ่านโซเชียลมีเดีย ไม่ได้เป็นปัญหา แต่เป็นประโยชน์ของทั้งผู้บริโภค และสื่อมวลชน เพียงแต่สื่อมวลชนจะต้องตรวจสอบทุกข้อความ ทุกโพสต์ และทุกคลิปวิดีโอ ก่อนนำไปเป็นข่าว ไม่ใช่เน้นที่ความสนใจของผู้รับสารเพียงอย่างเดียวจนสื่อมวลชนเอง ได้กลายเป็นผู้ตามกระแส เห็นเรื่องราวที่น่าสนใจ ในโซเชียลมีเดีย ต่างก็กระโจนเข้าแย่งกันนำมาเป็นข่าวของตัวเองให้เร็วที่สุด จนลืมการตรวจสอบ

นอกจากนั้น การนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลต้องเปลี่ยนจากการใช้ช่องทางเดียวไปเป็นช่องทางที่หลากหลายขึ้น เพราะพฤติกรรมผู้บริโภครับชมโทรทัศน์น้อยลง (ฮาม เชื้อสถาปนศิริ, 2557)

ภาพที่ 2.4: กลยุทธ์ 5 Screen ของบริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)



กรณีศึกษาของบริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (Nation Broadcasting Corporation) ที่ใช้กลยุทธ์ “5 จอ” (5 Screen Strategy) ด้วยวิธีการนำเสนอเนื้อหารายการผ่านหน้าจอดีไซน์ทรอนิกส์ต่างๆ ได้แก่ โทรทัศน์ โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ (Smartphone) คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต (Tablet) และสื่อดิจิทัลที่อยู่ภายนอกสถานที่ โดยสามารถเข้าถึงผู้ชมในมิติต่างๆ ได้แก่ โทรทัศน์สำหรับผู้ชมทางบ้าน โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะและแท็บเล็ตสำหรับผู้ชมที่กำลังเดินทาง คอมพิวเตอร์สำหรับผู้ชมที่อยู่ทำงาน และสื่อดิจิทัลที่อยู่ภายนอกสถานที่สำหรับผู้ชมที่พบเห็นทั่วไป ซึ่งทำให้รายการโทรทัศน์สามารถเข้าถึงผู้ชมได้กว้างขวางขึ้น ทุกช่องทาง ทุกเวลา และทำให้ผู้ชมมีตัวเลือกที่หลากหลาย โดยมีเนื้อหาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ (Marketeer Website, 2014)

ตารางที่ 2.7: การนำเสนอรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

ชื่อ	ทฤษฎีและแนวคิด	รายละเอียด
ศุภศิลป์ กุลจิตต์ เจี๊วงค์ (2558)	การนำเสนอรายการ โทรทัศน์ในยุคดิจิทัล	การผลิตรายการโทรทัศน์ในปัจจุบันนี้ ผู้ผลิตรายการควรนำเสนอเนื้อหาการผ่าน ช่องทางหรือสื่อที่หลากหลาย (One Content Multiscreen Multiplatform) เพื่อให้ผู้ชมที่มี พฤติกรรมในการรับชมที่ต่างกัน สามารถเข้าถึง เนื้อหาในช่องทางต่างๆ ได้หลายรูปแบบ

เมื่อการนำเสนอข่าวในสื่อโทรทัศน์ยุคดิจิทัลเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากสื่อโทรทัศน์ปรับกลยุทธ์
มาต่อสู้กับสื่อใหม่ และการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อ ทำให้เกิดการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้น
ในสื่อใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากสื่อสังคมเข้ามาอยู่ในสื่อโทรทัศน์มากขึ้น อีกทั้งสื่อโทรทัศน์ยังมีการ
ปรับเปลี่ยนการนำเสนอข่าวให้หือหาวและมีสีสัน ในรูปแบบที่ใกล้เคียงกับสื่อสังคมที่ผู้คนชื่นชอบ
จับกระแสที่อยู่ในสื่อสังคมมาเสนอ ทำให้เกิดความกังวลในเรื่องวิกฤติจริยธรรมและจรรยาบรรณ
สื่อโทรทัศน์ ซึ่งยังถือว่าเป็นสื่อมวลชนกระแสหลักที่เข้าถึงประชาชนได้เป็นวงกว้างและรวดเร็ว

ตารางที่ 2.8: จริยธรรมการใช้สื่อออนไลน์และสื่อสังคมในกระบวนการสื่อข่าวของสื่อไทยในยุคดิจิทัล

ชื่อ	งานวิจัย	รายละเอียด
สกุลศรี ศรีสาร คาม (2557)	จริยธรรมการใช้ สื่อออนไลน์และ สื่อสังคมใน กระบวนการสื่อ ข่าวของสื่อไทยใน ยุคดิจิทัล	ประเด็นความห่วงใยผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการ ส่งข้อมูล ข่าวสาร ข้อความ ความคิดความเห็น ผ่าน เครือข่ายสื่อสังคม ที่ทำให้เกิด “ภาพเสมือนจริง” ที่แยกไม่ ออกระหว่างความจริงกับความเท็จ การที่ผู้ส่งสารซึ่งจะเป็น ใครก็ได้ในสังคมนี้ สามารถส่งสารไปยังมวลชนได้ด้วย ความ รวดเร็วในฉับพลันทันที ในขณะที่ผู้รับสารก็อาจขาดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องราวหรือประเด็นที่กล่าวถึง แล้วเชื่อหรือ ส่งต่อข้อความนั้นไปยังบุคคลอื่นๆ โดยขาดจิตสำนึกความ รับผิดชอบ ก็นับเป็นอันตรายไม่น้อยไปกว่าโอกาสของผู้คน

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.8 (ต่อ): จริยธรรมการใช้สื่อออนไลน์และสื่อสังคมในกระบวนการสื่อข่าวของสื่อไทยในยุคดิจิทัล

ชื่อ	งานวิจัย	รายละเอียด
		<p>ที่จะเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร หรือทำให้โฉมหน้าของการรายงานข่าวเปลี่ยนไป และยังได้กล่าวถึงจริยธรรมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่ควรคำนึง คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ความโปร่งใสของการ “ให้ข้อมูล” กับ “เรื่องส่วนตัวและความคิดเห็น” การแสดงจุดยืนต่อประเด็นของผู้สื่อข่าวกับจุดยืนขององค์กร 2. ความรับผิดชอบต่อข้อมูลที่ส่งผ่านออกไปควรเป็นขององค์กรหรือผู้สื่อข่าว
สกุลศรี ศรีสารคาม (2557)	จริยธรรมการใช้สื่อออนไลน์และสื่อสังคมในกระบวนการสื่อข่าวของสื่อไทยในยุคดิจิทัล	<ol style="list-style-type: none"> 3. กรอบความรับผิดชอบต่อภาวะการสื่อสารที่ “รวดเร็วและสื่อสารสองทาง” กับ “การรักษาความถูกต้องในการรายงานข่าว” 4. ขอบเขตของการนำข้อมูลมาใช้ การแบ่งปันข้อมูลกับการละเมิดข้อมูล (Fair Use)

ตารางที่ 2.9: จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อในการนำเสนอข่าวยุคดิจิทัล

ชื่อ	งานวิจัย	รายละเอียด
เทียนทิพย์ เดียวกี (2559)	จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อในการนำเสนอข่าวยุคดิจิทัล	<p>ปัจจุบันพบปัญหาการนำเสนอข่าวทางสื่อออนไลน์ คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การเสนอข่าวไม่รอบด้าน รีบนำเสนอข่าวเพื่อให้ข้อมูลข่าวไปถึงผู้รับให้เร็วที่สุดและคำนึงเพียงแค่ว่า ข่าวของเราต้องเร็วกว่าข่าวของคนอื่น โดยไม่คำนึงถึงข้อมูลข่าวที่นำเสนอออกไปว่ามีความครบถ้วน รอบด้านหรือไม่

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.9 (ต่อ): จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อในการนำเสนอข่าวยุคดิจิทัล

ชื่อ	งานวิจัย	รายละเอียด
		<p>2.การละเมิดสิทธิมนุษยชนของผู้ตกเป็นข่าว ไม่ว่าจะเป็นการละเมิดสิทธิผู้ต้องหา สิทธิเด็กและเยาวชน เหล่านี้ ล้วนส่งผลกระทบต่อผู้ตกเป็นข่าว หากเกิดความไม่รอบคอบในการนำเสนอข่าวก็อาจนำไปสู่การละเมิดสิทธิและส่งผลด้านลบต่อผู้ถูกละเมิดได้</p>
เทียนทิพย์ เดียวกี (2559)	จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อในการนำเสนอข่าวยุคดิจิทัล	<p>3.การนำเสนอเนื้อหาจากสื่อสังคมออนไลน์มานำเสนอโดยไม่บอกแหล่งที่มา หรือไม่ได้ขออนุญาตจากเจ้าของ ในการนำเสนอข่าวบนสังคมออนไลน์ ฟังตระหนกว่า สื่อดังกล่าวไม่ใช่พื้นที่ส่วนตัว หากแต่เป็นพื้นที่ที่สามารถแสดงความคิดเห็น และสามารถแชร์ แบ่งปันข้อมูลกันได้ อาจส่งผลกระทบต่อผู้ตกเป็นข่าวหรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้ หากข่าวนั้นเป็นข่าวในด้านลบ และไม่มีการขออนุญาต</p> <p>4.การกำกับดูแลจริยธรรมของสื่อออนไลน์ เนื่องจากปัจจุบันเกิดปัญหาการละเมิดสิทธิมากขึ้น จึงได้มีการจัดตั้งชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ เพื่อกำกับดูแลและส่งเสริมให้มีการนำข่าวไปใช้อย่างเหมาะสมและถูกต้องตามกฎหมาย รวมถึงยกระดับมาตรฐานการนำเสนอข่าวออนไลน์ให้เป็นที่ยอมรับต่อสาธารณชน</p>

ตารางที่ 2.10: จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ยุคดิจิทัล

ชื่อ	งานวิจัย	รายละเอียด
ปณิษฐา ลีลา ยุทธและ บุญ เลิศ โอธูสู (2559)	จริยธรรมและ จรรยาบรรณ สื่อมวลชนยุคสื่อ ดิจิทัล	จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อมวลชนยุคสื่อดิจิทัล นอกจากนี้การสื่อสารควรตระหนักในหลักวิชาชีพแล้ว ยัง ต้องคำนึงถึงบริบทสังคมพร้อมกันไปด้วย แม้ว่าสังคมยุค ปัจจุบันมีความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและความ ต้องการสิ่งใหม่ๆ เพื่อการมีทักษะเข้าถึงกลุ่มคน ทั้งอารมณ์ ความรู้สึกต่อการสื่อสารไปมากเพียงใดก็ตาม แต่การเป็น นักสื่อสารมืออาชีพยังคงต้องยึดหลักวิชาชีพให้มั่นคง เข้มแข็ง
ปณิษฐา ลีลา ยุทธและ บุญ เลิศ โอธูสู (2559)	จริยธรรมและ จรรยาบรรณ สื่อมวลชนยุคสื่อ ดิจิทัล	ตระหนักในหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างสูงสุด สิ่งใดควรไม่ ควร ความถูกต้องและเหมาะสมต่อการเสนอข่าว ซึ่งขึ้นอยู่กับ กับจิตสำนึกของแต่ละบุคคลที่อยู่ในอาชีพนักการสื่อสารว่า จะปฏิบัติต่อคนในสังคมได้อย่างไร ในขณะที่สังคม คาดหวังจากผู้เป็นมืออาชีพของนักการสื่อสารต่อการ ปฏิบัติหน้าที่ที่ดี ซึ่งหากยังมีได้ทบทวนและแก้ไข เกียรติ ศักดิ์ศรีความน่าเชื่อถือย่อมลดน้อยถอยลง อีกทั้งความ ทันสมัยของยุคสื่อดิจิทัลทุกคนต่างล้วนเป็นผู้ผลิตข่าวสาร ได้ด้วยตนเอง ทำอย่างไรที่จะให้ความเป็นมืออาชีพ แตกต่างไปจากสื่อพลเมืองคนทั่วไป จริยธรรมจรรยาบรรณ สื่อจึงเป็นข้อกำหนดที่ชัดเจนในวิชาชีพนักการสื่อสาร แม้ว่าความเปลี่ยนแปลงจะเปลี่ยนไปอย่างไรก็ตาม แต่หาก ยังยึดมั่นในหลักการชัดเจนภายใต้จิตสำนึกที่ดีและการ ปฏิบัติงาน ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือสื่อที่ดีก็ยังคงอยู่ ต่อไปในอาชีพนักการสื่อสาร และไม่ถูกลดบทบาทจาก สังคมลงไปในอนาคต

2.5 แนวคิดเรื่องการทำกับดักสื่อมวลชน

Merrill & Lowenstein (1971 อ้างใน พีระ จิโรโสภณ, 2548) ประมวลปัจจัยทางสังคมวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเนื้อหาของสื่อมวลชนเป็นปัจจัยแวดล้อมภายนอก (Environmental Factor) กับปัจจัยภายใน (Internal Factor)

ปัจจัยแวดล้อมภายนอก หมายถึงถึงสภาพทางภูมิศาสตร์ บรรยากาศ และอิทธิพลทางการเมือง เศรษฐกิจ บรรทัดฐานทางสังคมวัฒนธรรม โครงสร้างพื้นฐานของการสื่อสารมวลชน (การมีอยู่ของวัตถุดิบทางด้านข่าวสาร เช่น สำนักข่าว แหล่งข่าวต่าง ๆ ตลอดจนทรัพยากรเทคโนโลยีสนับสนุน) รวมทั้งตัวผู้รับสาร และทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพที่จะเข้ามาสู่วิชาชีพ

ส่วนปัจจัยภายใน เป็นอิทธิพลจากการจัดการและลักษณะองค์กรที่เป็นทั้งองค์กรที่มีบทบาทและพันธกิจทางสังคม (Social role) กับการเป็นองค์กรที่มุ่งแสวงหากำไรทางธุรกิจ (Business Role) ในเวลาเดียวกัน ดังนั้นระบบการจัดการทางธุรกิจจึงเข้ามามีอิทธิพลต่อการผลิตข่าวสารที่ถือเป็นสินค้าขององค์กรธุรกิจที่จะต้องแข่งขันทางการตลาดกับคู่แข่งอื่น ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายนำกำไรและรายได้ให้กับเจ้าของและผู้ลงทุน ปัจจุบันองค์กรสื่อมวลชนเป็นธุรกิจอุตสาหกรรมที่ขยายตัวรวดเร็วมาก ลักษณะการเป็นเจ้าของสื่อมวลชนต่าง ๆ เปลี่ยนจากการเป็นเจ้าของแบบสื่อเดียวที่เป็นอิสระในการตัดสินใจมาเป็นเจ้าของสื่อเครือข่ายแบบลูกโซ่ (Chain Media Ownership) และเจ้าของสื่อแบบรวมกลุ่มหลากหลายธุรกิจ (Conglomerate Media Ownership) เช่น เป็นเจ้าของธุรกิจคมนาคม เจ้าของธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตร เจ้าของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ฯลฯ พร้อม ๆ กับการเป็นเจ้าของสื่อมวลชนด้วย ซึ่งอาจเป็นสื่อในแขนงเดียวกัน หรือแบบข้ามสื่อ เช่น เป็นเจ้าของสื่อสิ่งพิมพ์และวิทยุหรือโทรทัศน์ อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลากหลายแขนง (Cross Media Ownership)

ลักษณะการเป็นเจ้าของดังกล่าวนี้ ทำให้การตัดสินใจด้านข่าวสารความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบหรือบริหารงานสื่อมวลชนไม่เป็นอิสระ ไม่เป็นตัวของตัวเอง เนื่องจากต้องขึ้นอยู่กับบริษัทแม่หรือองค์กรหลักที่มีธุรกิจและผลประโยชน์ด้านอื่นอยู่ด้วย ดังนั้นปรากฏการณ์ของการขัดแย้งหรือทับซ้อนของผลประโยชน์ (Conflict of Interest) ระหว่างบทบาทสื่อมวลชนต่อสังคมกับผลประโยชน์ของธุรกิจหรือการเมืองจึงเกิดขึ้นเสมอ ลักษณะความเป็นเจ้าของสื่อแบบกระจุกตัวนี้ทำให้สื่อมีแนวโน้มถูกผูกขาดโดยกลุ่มนายทุนใหญ่ และมีผลทำให้ข่าวสารความคิดเห็นของสื่อมวลชนไม่มีอิสระอย่างแท้จริง ผู้รับสารรับรู้ข่าวสารด้านเดียว ความคิดเห็นแนวทางเดียว ขาดความหลากหลาย และยังถูกยึดเยียดโฆษณาเข้าไปแย่งเนื้อที่และเวลาของข่าวสารโดยประชาชนไม่มีทางเลือก

ปัจจัยภายในอีกประการหนึ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการผลิตข่าวสารคือ ผู้ปฏิบัติงานสื่อมวลชน โดยเฉพาะผู้อยู่ในฝ่ายบรรณาธิการด้านเนื้อหาข่าวสารประจำวันทำหน้าที่แสวงหา คัดเลือก ปูร่องแต่งข่าวสารก่อนผลิตและเผยแพร่จำหน่ายออกไปสู่สาธารณะ บุคคลหรือคณะบุคคลที่ทำหน้าที่นี้ เช่น นักข่าว-ช่างภาพ บรรณาธิการข่าว-ภาพ บรรณาธิการฝ่ายเรียบเรียง ตกแต่ง เนื้อหาข่าวสาร ฯลฯ

หรือเรียกรวม ๆ ว่า กองบรรณาธิการนี้ ทำหน้าที่เป็นผู้เฝ้าประตูหรือผู้รักษาประตูข่าวสาร (Gatekeepers) ซึ่งไวท์ (1950 อ้างถึงในพีระ จิระโสภณ, (2548) ได้ศึกษากระบวนการคัดเลือก ข่าวสารในห้องฝ่ายข่าวต่างประเทศแห่งหนึ่งที่มีข่าวจากสำนักข่าวถูกส่งเข้ามาทางเครื่องโทรพิมพ์ใน แต่ละวันในทุกสารทิศเป็นจำนวนมากมาย แต่ถูกคัดเลือกเพื่อตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์เพียงไม่กี่ข่าว และ ข่าวที่ถูกคัดเลือกนำเสนอก็มีการปรุงแต่งให้เหมาะสมกับสื่อนั้น ๆ ไวท์เรียกกระบวนการเลือกสรรข่าว นี้ว่าเป็นกระบวนการของการทำหน้าที่ของผู้รักษาประตูข่าวสาร (Gatekeeping Process) ซึ่งแนวคิด ผู้รักษาประตูข่าวสารนี้ได้ถูกนำมาศึกษากระบวนการเลือกสรรข่าวสารของสื่อมวลชนที่สลับซับซ้อน ขึ้นและขยายไปถึงสื่ออื่น ๆ และเนื้อหาข่าวสารอื่น ๆ นอกเหนือจากข่าวประจำวันของหนังสือพิมพ์

นอกจากนี้ ยังได้มีการศึกษากระบวนการรักษาประตู (Gatekeeping) ว่ามีแบบแผนอย่างไร มีเกณฑ์อะไรเป็นปัจจัยในการกำหนดในการเลือกสรรข่าวสารของผู้รักษาประตูข่าวสาร

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยกำหนดการทำหน้าที่รักษาประตูของบุคลากรฝ่ายข่าวหรือขององค์ สื่อมวลชนด้านข่าวสารโดยทั่วไปมีดังนี้

1. มูลค่าหรือคุณค่าข่าว (News Value) คือองค์ประกอบของเหตุการณ์เรื่องราวต่าง ๆ ที่ทำให้เหตุการณ์เรื่องราวนั้นมีค่าในเชิงข่าว (News Worthiness) คือทำให้คนสนใจอยากรู้ เช่น เป็นเรื่อง ที่มีผลกระทบต่อคนจำนวนมาก มีการขัดแย้งต่อสู้แข่งขันกัน มีความใกล้ชิดหรือมีความผูกพันทาง สังคม วัฒนธรรม มีความทันสมัย ทันเวลา เป็นสิ่งไม่คาดคิดคาดฝัน เป็นเรื่องแปลก เรื่องลึกลับมี เงื่อนงำ เป็นเรื่องทางร้าย ทางลบ เป็นเรื่องของคนดัง คนสำคัญมีชื่อเสียง เป็นเรื่องอื้อฉาวและเรื่อง ทางเพศ และเป็นเรื่องเร้าอารมณ์ความสนใจของมนุษย์ปุถุชนทั่วไป เป็นต้น

2. นโยบายองค์กร/นโยบายข่าว ที่กำหนดขึ้นมาเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานข่าว

3. ผู้รับสาร (ตลาดผู้ซื้อ ผู้บริโภค) ซึ่งเป็นผู้มีบทบาทในการกำหนดเนื้อหาสื่อในทางอ้อม เนื่องจากผู้จัดทำสื่อต้องสำรวจความต้องการของผู้ซื้อหรือผู้ไปรับเสมอ

4. กฎหมายและนโยบายของรัฐ/นักรการเมือง ซึ่งมีบทบาทในการควบคุมการปฏิบัติของ สื่อมวลชนให้เป็นไปตามบรรทัดฐานต่าง ๆ

5. ผู้ซื้อเนื้อที่/เวลา โฆษณาที่มีอิทธิพลในฐานะเป็นรายได้หลักของสื่อมวลชนที่ขาดไม่ได้

6. มาตรฐานข้อกำหนดทางวิชาชีพ (องค์กรวิชาชีพ/เพื่อนร่วมวิชาชีพ) ควบคุมจรรยาบรรณที่ ตกลงกันขึ้นมา

7. เจ้าของ / ผู้ลงทุน มักมีอิทธิพลทั้งทางตรงหรือโดยอ้อม

8. บรรทัดฐานทางสังคม / วัฒนธรรมที่สื่อมวลชนนั้นดำรงอยู่

9. กลุ่มกดดันทางสังคมต่างๆ กลุ่มต่างๆ ในสังคม เช่น องค์กรเอกชนกลุ่มกิจกรรมต่างๆ

10. ข้อจำกัดทางเทคโนโลยี ปริมาณ เนื้อที่ เวลาของสื่อ เส้นตายของเวลาการส่งต้นฉบับ

ปัจจัยเหล่านี้ แต่ละด้านอาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจแตกต่างกันไป แล้วแต่องค์กรสื่อแต่ละแห่ง ผู้ปฏิบัติวิชาชีพสื่อแต่ละคนที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นได้จากเนื้อหา ข่าวสาร ประจำวันที่ปรากฏในสื่อต่าง ๆ บางสื่ออาจให้ความสำคัญกับมูลค่าข่าวสารบางด้าน เช่น เรื่องเร้าอารมณ์ความสนใจ บางสื่ออาจเน้นผลกระทบ และบางสื่ออาจมองผู้อ่านในเชิงตลาดของผู้ซื้อผู้บริโภคเป็นสำคัญ จึงเน้นการสร้างความดึงดูดใจในการขาย แต่บางสื่ออาจมุ่งรักษามาตรฐานวิชาชีพที่มีข้อกำหนดเรื่องจริยธรรมเป็นสำคัญ ดังนั้นข่าวบางข่าวที่ขายได้แต่ไร้สาระไม่มีประโยชน์กับสังคม และอาจทำร้ายจิตใจผู้ตกเป็นข่าวหรือเป็นตัวอย่างไม่ดีกับสังคมที่มีมาตรฐานก็จะตัดสินใจไม่นำเสนอข่าวเหล่านี้ เป็นต้น

นโยบายของแต่ละองค์กรนั้น ย่อมแตกต่างกันไป ซึ่งตรงนี้อาจส่งผลต่อจริยธรรมและจรรยาบรรณของสื่อมวลชนในการรายงานและเสนอข่าว รวมถึงเป็นตัวกำหนดอัตลักษณ์ และแสดงบทบาทขององค์กรนั้น ได้ด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ ตัวแปรที่สำคัญที่ส่งผลต่อการคำนึงถึงจริยธรรมวิชาชีพนั้น คงหนีไม่พ้นในเชิงธุรกิจ การแข่งขันในด้านนี้ อาจทำให้สื่อมวลชนขาดจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ เนื่องจากปัจจุบัน มีการแข่งขันสูงในเรื่องของเวลา และมีองค์กรสื่อใหม่ๆ เกิดขึ้นจำนวนมาก ด้วยการแข่งขันดังกล่าว อาจเป็นการการันตีถึงทิศทางขององค์กรสื่อในอนาคตได้ด้วย เช่น ยอดผู้เข้าชม ยิ่งสูงยิ่งดี ทำให้มีโฆษณาอื่นๆ สนใจมาลง พาดหัวข่าวให้ดูแรงๆ เพื่อเรียกร้องความสนใจ จนไม่ให้เกิดอคติอยู่ในข่าว เป็นต้น ทำให้เกิดการเรียกร้องการปฏิรูปสื่อให้มีจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพมากขึ้น

ตารางที่ 2.11: ความคาดหวังของประชาชนในการปฏิรูปสื่อ

ชื่อ	งานวิจัย	รายละเอียด
อาจารย์ ประทุมมา (2554)	ความคาดหวังของประชาชนในการปฏิรูปสื่อ	<u>ข้อเสนอแนะทางวิชาชีพ</u> 1. ควรมีการพัฒนาอบรมบุคลากรนักสื่อสารมวลชนอยู่เสมอ เพื่อให้ นักสื่อสารมวลชนมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของตน มีความรับผิดชอบ ต่อสังคม และปฏิบัติหน้าที่อย่างมีจริยธรรมตามจรรยาบรรณของนักสื่อสารมวลชน

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.11: (ต่อ): ความคาดหวังของประชาชนในการปฏิรูปสื่อ

ชื่อ	งานวิจัย	รายละเอียด
อาจารย์ ประทุมมา (2554)	ความคาดหวัง ของประชาชนใน การปฏิรูปสื่อ	<p>2. ควรมีการร่วมมือกัน ทั้งในส่วนภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ในการแสดงความคิดเห็นในเรื่องการปฏิรูปสื่อ เพื่อหาข้อตกลงที่โปร่งใส และชัดเจน ตรงตามความต้องการของทุกฝ่ายเพื่อให้สื่อเป็นสื่อกลางที่เป็นกลาง ถูกต้อง และมีความน่าเชื่อถือมากกว่าที่เป็นอยู่</p> <p>3. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในด้านกลไกการตรวจสอบจากภาคประชาชน เพื่อการพัฒนาทางดำเนินนโยบายบทบาทของสื่อมวลชนต่อไป</p> <p>4. ควรมีบทลงโทษเกี่ยวกับในการนำเสนอข่าวที่บิดเบือน ไม่เป็นธรรม และไม่ถูกต้องกฎหมาย จริยธรรม จรรยาบรรณ ให้เป็นรูปธรรม และเห็นผลได้อย่างรวดเร็ว</p>

โครงการศึกษาวิจัยการปฏิรูปสื่อ ของมูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ระบุว่า การกำกับดูแล หมายถึง การดำเนินการเพื่อให้พฤติกรรมหรือการดำเนินการของสิ่งใด หรือใคร อะไร ใดๆ ก็ตามเป็นไปในลักษณะที่พึงประสงค์ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ การกำกับดูแลสื่อมีได้หลายมิติ ขึ้นกับเป้าหมายและแกนกลางของสิ่งที่ต้องการกำกับดูแล เช่น มิติที่ในเรื่องสารัตถะของการกำกับดูแลที่มีการแบ่งแยกระหว่างกิจการหรือตลาดออกจากเนื้อหา ก็จะเป็นการกำกับดูแลทางด้าน โครงสร้าง (Structure) และการกำกับดูแลด้านเนื้อหา (Content) หากเป็นมิติที่พิจารณาจากเกณฑ์ในเรื่องระบอบ (Regime) หรือพื้นที่ทางอำนาจและผู้เล่น (Players) ในการกำกับดูแลก็จะเป็นการกำกับดูแลโดยอำนาจจากรัฐ (State Regulation) การกำกับดูแลตนเอง / กันเอง (Self-regulation) และการกำกับดูแลร่วมกัน (Co-regulation) หรือถ้าเป็นมิติเกี่ยวกับกระบวนการหรือขั้นตอนในการใช้เครื่องมือเพื่อกำกับดูแลก็จะเป็นการกำกับดูแลเชิงป้องกัน หรือกำกับดูแลก่อน (Ex-ante Regulation) และการกำกับดูแลเชิงแก้ไขปัญหา หรือกำกับดูแลภายหลัง (Ex-post regulation) หากถ้าเป็นมิติของแนวทางของการพิจารณาปัญหาและวิธีการในการกำกับดูแล ก็จะเป็นการกำกับดูแลเชิงบวก (Positive Regulation) และการกำกับดูแลเชิงลบ (Negative Regulation) เป็นต้น

ตารางที่ 2.12: แนวคิดการกำกับดูแลสื่อของมูลนิธิวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย

ระบอบการกำกับดูแล	การกำหนดกฎเกณฑ์หรือมาตรฐาน	เครื่องมือในการกำกับดูแล	ข้อดี	ข้อเสีย
กำกับดูแลโดยหน่วยงานภาครัฐ (Statutory Regulations)	หน่วยงานกำกับดูแลตามกฎหมาย	การบังคับใช้กฎหมายและระบบการใช้มาตรการจูงใจ (Incentive-based)	1. มีบทลงโทษตามอำนาจทางกฎหมายที่เข้มงวด (Fixed Standards) 2. เป็นกลยุทธ์ป้องกันสาธารณสุขระดับสูง	1. ขาดความยืดหยุ่น 2. รัฐสามารถเข้ามาแทรกแซงการนำเสนอเนื้อหา 3. ผู้ถูกกำกับดูแลไม่มีแรงจูงใจ
กำกับดูแลกันเอง (Self-regulation)	องค์กรกำกับดูแลกันเองที่ไม่ใช่ภาครัฐ (Self-regulatory Organization-ZRO)	จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ (Codes of Ethics)	1. ปกป้องการเข้ามาแทรกแซงจากภาครัฐ 2. มีความยืดหยุ่น (Flexibility) เข้าใจธรรมชาติอุตสาหกรรม	1. ไม่มีบทลงโทษที่เข้มงวด 2. ความน่าเชื่อถือขององค์กรในแง่ของความโปร่งใสในการดำเนินการออกกฎหรือข้อบังคับความรับผิดชอบต่อการรับผิดชอบต่อสังคม

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.12 (ต่อ): แนวคิดการกำกับดูแลสื่อของมูลนิธิการวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย

ระบอบการกำกับดูแล	การกำหนดกฎเกณฑ์หรือมาตรฐาน	เครื่องมือในการกำกับดูแล	ข้อดี	ข้อเสีย
กำกับดูแลร่วมกัน (Co-regulation)	องค์กรอิสระตามกฎหมายที่แต่งตั้งโดยรัฐเป็นผู้กำหนด ส่วนการบังคับใช้องค์กรอิสระตามกฎหมายที่แต่งตั้งโดยรัฐทำงานร่วมกับหน่วยงานกำกับดูแลตามกฎหมาย	พัฒนากฎที่สามารถบังคับใช้ได้จริงโดยคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะ ควบคู่ไปกับจรรยาบรรณวิชาชีพ	1. มีความยืดหยุ่น ความเชี่ยวชาญทางภาคอุตสาหกรรม และมีการบังคับใช้กฎหมายที่มีประสิทธิภาพ 2. เป็นไปเพื่อประโยชน์สาธารณะ	ขึ้นอยู่กับกฎและข้อบังคับ

สำหรับในต่างประเทศ มีรูปแบบการกำกับดูแลคล้ายคลึงกัน คือ เป็นองค์กรอิสระที่ทำหน้าที่ควบคุมดูแลโดยมีอำนาจตามกฎหมาย ดังตัวอย่างที่นำมาศึกษาเปรียบเทียบได้ดังนี้

ตารางที่ 2.13: รูปแบบการกำกับดูแลสื่อของประเทศสหรัฐอเมริกา

ประเทศ	ชื่อองค์กร	ขอบเขตอำนาจและหน้าที่ความรับผิดชอบ
สหรัฐอเมริกา	FCC (Federal Communications Commission)	FCC ถือกำเนิดขึ้นภายใต้กฎหมายที่เรียกว่า Communications Act เมื่อ พ.ศ. 2477 (ค.ศ. 1934) มีฐานะเป็นหน่วยงานอิสระ ปฏิบัติหน้าที่เป็นทั้งผู้ร่างกฎระเบียบ -

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.13 (ต่อ): รูปแบบการกำกับดูแลสื่อของประเทศสหรัฐอเมริกา

ประเทศ	ชื่อองค์กร	ขอบเขตอำนาจและหน้าที่ความรับผิดชอบ
สหรัฐอเมริกา	FCC (Federal Communications Commission)	<p>เป็นผู้ใช้กฎระเบียบ และเป็นผู้พิจารณาตัดสินข้อพิพาทเกี่ยวกับการสื่อสารภายใต้องค์กรเดียว FCC ใช้อำนาจต่อกิจการสื่อสารทั้งที่ผ่านสายและไม่ผ่านสาย (wired & wireless) ออกกฎระเบียบทางเทคนิค การจัดสรรคลื่นความถี่ กฎระเบียบเกี่ยวกับรายการ การให้ใบอนุญาตประกอบการแก่สถานี และรับฟังข้อร้องทุกข์จากประชาชนที่มีต่อผู้จัด</p> <p>FCC ใช้อำนาจตามกฎหมายได้ 4 ทางคือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ออกใบอนุญาตและต่ออายุใบอนุญาต (Licensing) กฎระเบียบการกระจายเสียงของสหรัฐฯ ระบุชัดเจนว่า คลื่นวิทยุเป็นสาธารณสมบัติ ผู้ประกอบการกระจายเสียงได้รับสิทธิให้ใช้ประโยชน์จากส่วนหนึ่งของคลื่นวิทยุ นั้น แต่ไม่ได้เป็นเจ้าของคลื่นดังกล่าว ใบอนุญาตที่ผู้ประกอบการแต่ละรายได้รับในยุคแรกจะมีข้อความเดียวกัน คือ ผู้ได้รับใบอนุญาตไม่มีสิทธิดำเนินการกับสถานีเกินเลยไปจากระยะเวลาที่ได้รับในใบอนุญาต 2. ร่างกฎระเบียบ (Rules and Regulations) Communications Act 1934 ได้ให้แนวทางพื้นฐานแก่ FCC ในการบริหารกิจการกระจายเสียง และยังให้อำนาจแก่ FCC ให้ร่างกฎหรือระเบียบที่จำเป็นต่อการดำเนินงาน 3. กำหนดนโยบาย (Policy Statement) FCC มีหน้าที่ที่คิดวางแนวทางและกำหนดนโยบายสำคัญเกี่ยวกับการกระจายเสียง ซึ่งจำเป็นและเป็นประโยชน์ต่อผู้รับสารต่อสังคม และต่อประเทศชาติ แล้วมีคำสั่งให้ผู้ประกอบการกระจายเสียงทั้งหมดถือนโยบายเหล่านั้นของ FCC เป็นแนวทางปฏิบัติเหมือนกัน

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.13 (ต่อ): รูปแบบการกำกับดูแลสื่อของประเทศสหรัฐอเมริกา

ประเทศ	ชื่อองค์กร	ขอบเขตอำนาจและหน้าที่ความรับผิดชอบ
สหรัฐอเมริกา	FCC (Federal Communications Commission)	4. โกล่เกลี่ยข้อพิพาท (Negotiation) ทำหน้าที่เป็น คนกลางเจรจาไกล่เกลี่ยข้อพิพาทระหว่างสถานีกับสถานี, ระหว่างผู้ชมกับสถานี, ระหว่างสถานีแม่ข่าย (Network) กับสถานีลูกข่าย (affiliate) เป็นต้น

ตารางที่ 2.14: รูปแบบการกำกับดูแลสื่อของประเทศอังกฤษ

ประเทศ	ชื่อองค์กร	ขอบเขตอำนาจและหน้าที่ความรับผิดชอบ
อังกฤษ	BBC และ IBA	BBC และ IBA เป็นองค์กรบริหารการกระจายเสียง ของอังกฤษ เป็นองค์กรเพื่อสาธารณะไม่แสวงหากำไร (non-profit) เหมือนกัน แต่ขณะที่ BBC มีรายได้เป็น ค่าธรรมเนียมซึ่งเก็บจากประชาชน (receiving fee) IBA มี รายได้จากค่าเช่าสถานีและอุปกรณ์เครื่องส่งทั้งหมดในการ ออกอากาศ กล่าวคือ IBA ไม่ได้เป็นผู้ผลิตรายการเหมือน อย่าง BBC แต่เป็นผู้สร้างและเป็นเจ้าของห้องส่ง เครื่องส่ง และอุปกรณ์การออกอากาศทั้งหมด บริษัทเอกชนเป็นผู้รับ สัมปทานจาก IBA ให้เป็นผู้ประกอบการและเช่าสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกเหล่านี้จาก IBA ไปผลิตรายการเพื่อ ออกอากาศ ในฐานะองค์กรกำกับดูแลการกระจายเสียง BBC และ IBA มีอำนาจอธิปไตยเต็มที่ภายในขอบเขตที่กฎหมาย Royal Charter และ Broadcast law ซึ่งเป็นกฎหมายที่ ให้กำเนิดหน่วยงานทั้งสองได้กำหนดไว้

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.14 (ต่อ): รูปแบบการกำกับดูแลสื่อของประเทศอังกฤษ

ประเทศ	ชื่อองค์กร	ขอบเขตอำนาจและหน้าที่ความรับผิดชอบ
อังกฤษ	BBC และ IBA	<p>ส่วนที่แตกต่างกันระหว่าง BBC และ IBA ก็คือ BBC ทำหน้าที่ทั้งบริหารและกำกับดูแลตนเอง (self-regulator) เพื่อให้ BBC ส่วนที่เป็นผู้ประกอบการกระจายเสียง (broadcaster) สามารถปฏิบัติตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย BBC ในฐานะองค์กรกำกับดูแลได้รับอำนาจเต็มที่ได้จาก Royal Charter มีเพียงการขอใบอนุญาตใช้คลื่นเท่านั้นที่อยู่นอกเหนืออำนาจ ต้องไปยื่นขอใบอนุญาตการใช้คลื่นต่อกระทรวงความมั่นคงภายใน (Home Office)</p> <p>ส่วน IBA เป็นองค์กรที่แยกออกมาต่างหากจากบริษัทเอกชน ITB (Independent Television Broadcast) ที่ตนดูแลอยู่ IBA ใช้อำนาจอย่างเต็มที่กับบริษัท ITB ซึ่งเป็นผู้เช่าอุปกรณ์เครื่องส่งของ IBA และเป็นผู้ที่ IBA พิจารณามอบสัมปทานให้ผลิตและออกอากาศรายการในฐานะเป็นผู้ประกอบการ (broadcaster) IBA สามารถควบคุมผู้ประกอบการของตนทั้งในเรื่องตารางเวลาออกอากาศ การจัดประเภทของรายการให้มีความสมดุล ความเหมาะสมของเนื้อหารายการ และมาตรฐานของสเปคโคมที่ออกอากาศยิ่งกว่านั้น IBA ยังมีสิทธิสั่งยกเลิกสัมปทานกับบริษัทเดิมและเลือกบริษัทใหม่ให้เป็นผู้ประกอบการแทน โดยที่บริษัทเอกชนไม่มีสิทธิที่จะอุทธรณ์</p>

ตารางที่ 2.15: รูปแบบการกำกับดูแลสื่อของประเทศออสเตรเลีย

ประเทศ	ชื่อองค์กร	ขอบเขตอำนาจและหน้าที่ความรับผิดชอบ
ออสเตรเลีย	ABT/ABA	<p>องค์กรกำกับกิจการกระจายเสียงของออสเตรเลียเริ่มแรกชื่อ Australian Broadcasting Control Board (ABCB) ต่อมาในสมัยของรัฐบาลแนวอนุรักษนิยมของนายแมนซีส์ (Manzies) แห่งพรรค Liberal Party and Country Party (LCP) ซึ่งอยู่ในอำนาจถึง 23 ปี การกระจายเสียงไม่ได้รับการพัฒนามากนัก จนกระทั่งเมื่อครั้งพรรคแรงงานออสเตรเลีย (Australian Labor Party- ALP) โดยนายวิทแลม (Whitlam) จัดตั้งรัฐบาลในปี พ.ศ. 2515 จึงมีการปฏิรูปสื่อครั้งใหญ่ และได้ตั้งองค์กรใหม่ขึ้นมาแทนให้ชื่อว่า Australian Broadcasting Tribunal (ABT) แต่เมื่อกระแส deregulation ในยุคโลกาภิวัตน์ส่งผลมาถึง ก็มีการเปลี่ยนองค์กรกำกับดูแลอีกครั้งหนึ่งเป็น Australian Broadcasting Authority (ABA) ในปี พ.ศ. 2535</p> <p>ABT/ABA เป็นองค์กรอิสระด้านการกระจายเสียง ตั้งขึ้นด้วยอำนาจของกฎหมาย Broadcasting and Television Act มอบหมายให้ ABT/ABA ทำหน้าที่ออกกฎระเบียบและกำกับดูแลการกระจายเสียงทั้งสองระบบของออสเตรเลีย คือการกระจายเสียงเพื่อสาธารณะและการกระจายเสียงเพื่อการค้าอำนาจของ ABT/ABA คล้ายกับ FCC ของอเมริกา คือเป็นผู้จัดสรรคลื่นความถี่วิทยุ/โทรทัศน์ หน้าที่หลักอีกอย่างหนึ่งคือการออกใบอนุญาตและต่ออายุใบอนุญาตให้แก่บริษัทกระจายเสียงเอกชนและองค์กรกระจายเสียงสาธารณะ แต่ ABT/ABA มีอำนาจมากกว่า FCC ส่วนที่สำคัญคือ สามารถควบคุมและเซ็นเซอร์รายการที่ไม่ได้มาตรฐานของผู้ประกอบการเอกชนได้</p>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.15 (ต่อ): รูปแบบการกำกับดูแลสื่อของประเทศออสเตรเลีย

ประเทศ	ชื่อองค์กร	ขอบเขตอำนาจและหน้าที่ความรับผิดชอบ
ออสเตรเลีย	ABT/ABA	<p>ABT เคยพิจารณาให้ใบอนุญาตโดยกระบวนการโต้สวนสาธารณะ (public inquiry) และทุกสามปีเมื่อจะมีการต่ออายุใบอนุญาตใหม่ ABT ก็ใช้วิธีการโต้สวนสาธารณะเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาอีกเช่นกัน แต่ในทางปฏิบัติในระยะหลัง การต่อใบอนุญาตเป็นเพียงขั้นตอนผ่านทางกฎหมายอย่างหนึ่งเท่านั้น เพราะ ABT แทบจะไม่เคยปฏิเสธไม่ต่ออายุให้กับผู้ประกอบการรายใด</p> <p>ABA ยังมีแผนรับเรื่องร้องทุกข์ หากประชาชนไม่พอใจต่อรายการวิทยุหรือโทรทัศน์ไม่ว่าสถานีใดมีสิทธิร้องเรียนไปที่ ABA</p>

สำหรับประเทศไทย ล่าสุด คณะกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านการสื่อสารมวลชน ร่างแผนการปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ (คณะกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านการสื่อสารมวลชน, 2561) เพื่อผลักดันให้มีการออกกฎหมายกำกับดูแลสื่อมวลชน และจัดตั้งสภาวิชาชีพขึ้นมาดูแล

1) คณะกรรมการฯ ได้ศึกษาข้อเสนอที่ผ่านมาโดย สปช. สปท. และหน่วยงานอื่น ๆ แล้ว เห็นควรปรับปรุงใหม่ โดยใช้ร่างกฎหมายซึ่งมีสาระสำคัญและหลักการ ดังนี้

1. เหตุผลและความจำเป็นในการเสนอร่างพระราชบัญญัติ

โดยที่มาตรา 35 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้บุคคลซึ่งประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนย่อมมีเสรีภาพในการเสนอข่าวสาร หรือการแสดงความคิดเห็นตามจริยธรรมแห่งวิชาชีพ เสรีภาพดังกล่าวให้ครอบคลุมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐซึ่งปฏิบัติหน้าที่สื่อมวลชนแต่ให้คำนึงถึงวัตถุประสงค์และภารกิจของหน่วยงานที่ตนสังกัดอยู่ด้วย เพื่อให้การคุ้มครองสิทธิเสรีภาพและส่งเสริมมาตรฐานผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และมีองค์กรที่จะทำหน้าที่ดังกล่าวตามที่รัฐธรรมนูญบัญญัติไว้ จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้

2. สาระสำคัญของพระราชบัญญัติ

2.1 สาระสำคัญโดยภาพรวมของร่างพระราชบัญญัติ

ร่างพระราชบัญญัติฉบับนี้ มุ่งเน้นการพัฒนาระบบการกำกับดูแลกันเองของสื่อมวลชนวิชาชีพในประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยยังคงรักษาหลักการ “กำกับดูแล

กันเอง” ของสื่อมวลชนโดยองค์กรวิชาชีพ แต่ให้มีองค์กรวิชาชีพสื่อมวลชนที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายมาทำหน้าที่กำกับดูแลสื่อที่ไม่ประสงค์จะเข้าเป็นสมาชิกขององค์กรวิชาชีพใด

นอกจากนี้ ยังมีการเพิ่มมาตรการในการกำกับดูแลกันเองให้เข้มข้นขึ้น โดยให้องค์กรสื่อมวลชนทุกแขนงแต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาเรื่องร้องเรียนด้านจริยธรรมภายในองค์กร (Media Ombudsman) ไม่ว่าองค์กรสื่อมวลชนนั้น จะถูกกำกับดูแลโดยตรงจากองค์กรวิชาชีพที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายหรือไม่ก็ตาม นอกจากนี้ ยังให้เพิ่มมาตรการลงโทษขององค์กรสื่อมวลชนที่ไม่ปฏิบัติตามมติขององค์กรวิชาชีพที่สังกัด หรือองค์กรวิชาชีพสื่อที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายแล้วแต่กรณี

ให้มีมาตรการส่งเสริมจริยธรรมและทักษะวิชาชีพผ่านการฝึกอบรมในรูปแบบต่าง ๆ โดยให้สภาวิชาชีพที่จะตั้งขึ้นตามกฎหมาย มีหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการให้แก่องค์กรวิชาชีพที่ทำหน้าที่ฝึกอบรมในระดับต่าง ๆ นอกจากนี้ ยังส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมและความตื่นตัวของภาคประชาชนในการกำกับดูแลสื่อมวลชน ผ่านการอบรมเรียนรู้เพื่อให้เท่าทันสื่อ จัดให้มีกลไกในการคุ้มครองผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่ปฏิบัติที่ตามกรอบจริยธรรมวิชาชีพจากการถูกแทรกแซงโดยรัฐและกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ

ในร่างแผนการปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศฉบับนี้ มีการจัดตั้งคณะกรรมการสภาวิชาชีพสื่อมวลชน ประกอบด้วยตัวแทนที่เสนอโดยองค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน 5 คน และผู้ทรงคุณวุฒิด้านนิติศาสตร์ ด้านกฎหมาย ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และด้านสิทธิมนุษยชน ด้านละ 1 คน รวมเป็น 9 คน ซึ่งจะถูกคัดสรรโดยคณะกรรมการสรรหาที่ประกอบด้วยคณบดี หัวหน้าภาควิชา หรือผู้แทนคณะหรือภาควิชาทางด้านนิติศาสตร์หรือสื่อสารมวลชนจากมหาวิทยาลัยของรัฐ ราชภัฏ และเอกชน รวม 9 คน

อำนาจหน้าที่ที่สำคัญของคณะกรรมการสภาวิชาชีพสื่อมวลชนตามร่างนี้ คือ

1. กำหนดมาตรฐานกลางของจริยธรรมที่เป็นที่ยอมรับ และให้กลไกการส่งเสริมจริยธรรมสื่อมวลชนที่คณะกรรมการจะกำหนดนั้นต้องมีเรื่องอย่างน้อยตามที่ระบุไว้ในกฎหมาย
2. ส่งเสริมจริยธรรมในการประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนให้แก่สมาชิก โดยการจัดฝึกอบรม หรือสัมมนา หรือศึกษาดูงาน หรือดำเนินการอื่นใด และสนับสนุนให้สมาชิกดำเนินการดังกล่าวให้แก่ผู้ประกอบการวิชาชีพและองค์กรสื่อมวลชนที่เป็นสมาชิกของตน เพื่อให้มีอุดมการณ์ร่วมกันในการประกอบวิชาชีพโดยคำนึงถึงจริยธรรมและมาตรฐานทางวิชาชีพสื่อมวลชน
3. ส่งเสริมการรวมกลุ่มและการกำกับดูแลกันเองขององค์กรสื่อมวลชนและองค์การวิชาชีพสื่อมวลชนในระดับชาติ ภูมิภาค
4. พิจารณาเรื่องร้องเรียน ในกรณีมีการละเมิดสิทธิเสรีภาพของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน หรือกรณีผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนละเมิดจริยธรรมผ่านองค์กรสื่อมวลชนที่สังกัด

5. พิจารณา ตักเตือน ปรับ หรือแก้ไขข้อ ความอย่างใดอย่างหนึ่งตามข้อเสนอแนะของ องค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน หรือดำเนินการโดยตรงแล้วแต่กรณี ในกรณีที่มีการร้องเรียนว่าองค์กร สื่อมวลชน ไม่ปฏิบัติตามระเบียบ หลักเกณฑ์ และวิธีการที่กฎหมายกำหนด เผยแพร่คำวินิจฉัยเรื่อง ร้องเรียนต่อสาธารณชน ตลอดจนการกำหนดโทษปรับทางปกครอง และการส่งคำวินิจฉัยตามร่าง พระราชบัญญัตินี้ให้ กสทช. ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วย กสทช. และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อ ลงโทษผู้ที่กระทำการฝ่าฝืนจรรยาบรรณสื่อมวลชน

6. กำหนดระเบียบ หลักเกณฑ์และวิธีการในเรื่องต่างๆ ตามที่กำหนดในร่างพระราชบัญญัตินี้



บทที่ 3 ระเบียบการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลและแนวทางกำกับดูแล” ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิธีการเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เพื่อนำไปวิเคราะห์ให้สอดคล้องและครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยครั้งนี้ โดยผู้วิจัยกำหนดระเบียบวิธีการศึกษาไว้ดังนี้คือ

- 3.1 ประเภทของงานวิจัย
- 3.2 กลุ่มประชากรและการสุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.4 การทดสอบเครื่องมือ
- 3.5 วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.6 ประเภทของตัวแปร
- 3.7 แหล่งข้อมูล
- 3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประเภทของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิธีการเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีคำถามแบบปลายปิดในการเก็บข้อมูลให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงหรือความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด และมีคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นต่อเรื่องที่ทำการศึกษาครั้งนี้ด้วย

3.2 กลุ่มประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้ เป็นกลุ่มผู้ที่ทำงานอยู่ในสถานีโทรทัศน์ประเภทดิจิทัลฟรีทีวี ในจำนวนทั้งหมด 26 ช่อง (คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์, 2560) โดยผู้วิจัยได้ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคำนึงถึงคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างดังนี้

3.2.1 เป็นผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ ซึ่งมีกองบรรณาธิการในการผลิตข่าวของตัวเอง

3.2.2 สถานีโทรทัศน์ต้นสังกัดของกลุ่มตัวอย่าง เป็นสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีซึ่งส่งสัญญาณในระบบดิจิทัลไปออกอากาศภาคพื้นดินผ่านโครงข่ายสัญญาณ MUX (Multiplexer)

3.2.3 มีอายุระหว่าง 20-50 ปี

3.2.4 ทำงานอยู่ในกองบรรณาธิการข่าว หรือฝ่ายข่าวของสถานีโทรทัศน์

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แนวคิดของ Hair (2006) ซึ่งเสนอว่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุ ต้องมีขนาดอย่างน้อย 20 เท่าของตัวแปรที่ศึกษา การวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด 2 ตัวแปร ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำจึงเป็น 40 คน แต่เพื่อให้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละตัวแปรไปอีก 1 เท่า และบวกจำนวนกลุ่มตัวอย่างเข้าไปอีก 20 คน เพื่อให้ได้ 100 คน

อนึ่ง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา เป็นประชากรที่มีความเหมือนกันมาก ความแตกต่างของสมาชิกมีน้อย เนื่องจากผู้วิจัยกำหนดกรอบของประชากรไว้ ทำให้ความแปรปรวนในกลุ่มตัวอย่างมีน้อย จึงสามารถใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดเล็กได้ ไม่จำเป็นต้องใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่เพื่อให้ครอบคลุมคุณลักษณะต่างๆ ที่แตกต่างกันไปของประชากร

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้วิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีคำถามแบบปลายปิด โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงหรือความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด และมีคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นต่อเรื่องที่ทำการวิจัย แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียวที่ตรงกับความจริงของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 สภาพปัญหาสำคัญด้านจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในปัจจุบัน ลักษณะคำถามจะเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended question) แบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 15 ข้อ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อจรรยาบรรณในนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ ลักษณะคำถามจะเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended question) แบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 20 ข้อ แบ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก 10 ข้อ และคำถามเกี่ยวกับปัจจัยภายใน 10 ข้อ

ส่วนที่ 4 การกำกับดูแลสื่อโทรทัศน์ ลักษณะคำถามจะเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended question) แบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะและความเห็นอื่นๆ ในเรื่องจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล ลักษณะคำถามจะเป็นแบบปลายเปิด (Open-ended question) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเขียนคำตอบได้อย่างอิสระ

3.4 การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ

ส่วนที่ 1 การวัดค่าตัวแปรด้านข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาปฏิบัติงานในสถานีโทรทัศน์หรือสำนักข่าว และตำแหน่งในสถานีโทรทัศน์หรือสำนักข่าว โดยผู้วิจัยได้กำหนดลักษณะของตัวแปร ดังนี้

1. เพศ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ชาย หญิง และอื่นๆ
2. อายุ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ น้อยกว่า 25 ปี, 26-29 ปี, 30-35 ปี, 36-39 ปี, 40-45 ปี และ 46 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ต่ำกว่าปริญญาตรี, ปริญญาตรี, ปริญญาโท และสูงกว่าปริญญาโท
4. ระยะเวลาปฏิบัติงานในสถานีโทรทัศน์หรือสำนักข่าว แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1-5 ปี, 6-10 ปี, 11-14 ปี และ 15 ปีขึ้นไป
5. ตำแหน่งในสถานีโทรทัศน์หรือสำนักข่าว แบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ ผู้สื่อข่าว, ผู้สื่อข่าวภาคสนาม, กองบรรณาธิการ, บรรณาธิการข่าว, รีไรเตอร์ และพนักงานทั่วไป / อื่นๆ

ส่วนที่ 2 การวัดค่าตัวแปรด้านสภาพปัญหาสำคัญด้านจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในปัจจุบัน ระดับความสำคัญของปัญหา แบ่งเป็น

มากที่สุด	5	คะแนน
มาก	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
น้อยที่สุด	1	คะแนน

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาคำนวณหาค่าเฉลี่ยจากการใช้ประโยชน์แต่ละด้าน ด้วยการใช้สูตรคำนวณและคำอธิบายแต่ละระดับชั้น ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนค่าสูงสุด-คะแนนค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

ช่วงชั้นของคะแนนเฉลี่ย ได้แก่

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ระดับความสำคัญของปัญหาน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ระดับความสำคัญของปัญหาน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ระดับความสำคัญของปัญหาปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ระดับความสำคัญของปัญหามาก

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ระดับความสำคัญของปัญหามากที่สุด

ส่วนที่ 3 การวัดค่าตัวแปรด้านปัจจัยที่มีผลต่อจรรยาบรรณในนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์
ระดับของปัจจัยที่มีผลต่อจรรยาบรรณ แบ่งเป็น

มากที่สุด	5	คะแนน
มาก	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
น้อยที่สุด	1	คะแนน

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาคำนวณหาค่าเฉลี่ยจากการใช้ประโยชน์แต่ละด้าน ด้วยการใช้สูตร
คำนวณและคำอธิบายแต่ละระดับชั้น ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนค่าสูงสุด-คะแนนค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

ช่วงชั้นของคะแนนเฉลี่ย ได้แก่

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ระดับปัจจัยมีผลน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ระดับปัจจัยมีผลน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ระดับปัจจัยมีผลปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ระดับปัจจัยมีผลมาก

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ระดับปัจจัยมีผลมากที่สุด

ส่วนที่ 4 การกำกับดูแลสื่อโทรทัศน์

ระดับความเห็นด้วยกับการกำกับดูแล แบ่งเป็น

มากที่สุด	5	คะแนน
มาก	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
น้อยที่สุด	1	คะแนน

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาคำนวณหาค่าเฉลี่ยจากการใช้ประโยชน์แต่ละด้าน ด้วยการใช้สูตรคำนวณและคำอธิบายแต่ละระดับชั้น ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนค่าสูงสุด}-\text{คะแนนค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

ช่วงชั้นของคะแนนค่าเฉลี่ย ได้แก่

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

3.5 การทดสอบเครื่องมือ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีคำถามแบบปลายปิด และมีคำถามปลายเปิดเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีรายละเอียดในขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือและทดสอบเครื่องมือ ดังนี้

3.5.1 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามทั้งจากทางเอกสาร งานวิจัย ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา และสภาพปัญหาด้านจรรยาบรรณของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล ประกอบกับแนวทางการกำกับดูแลที่มีแนวโน้มว่าจะนำมาใช้แก้ปัญหาในอนาคตอันใกล้ รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมของสื่อโทรทัศน์ช่องต่างๆ ในการนำเสนอข่าว

3.5.2 สร้างเครื่องมือเป็นแบบสอบถาม โดยตั้งประเด็นคำถามให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้

3.5.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความครบถ้วน และความสอดคล้องของเนื้อหาในแบบสอบถามกับหัวข้อวิจัยที่จะทำการศึกษา จากนั้นจึงปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

3.5.4 นำเครื่องมือไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มทดลองตัวอย่าง จำนวน 30 คน นำมาวิเคราะห์เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นชนิดความคงที่ภายใน (Internal Consistency Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยหาค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ็ค อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งระบุไว้ว่า ค่าที่ได้จะอยู่ระหว่าง 0.00 ถึง 1.00 ค่าที่ใกล้ 1.00 จะบ่งชี้ว่าเครื่องมือที่ใช้มีความน่าเชื่อถือในระดับสูง โดยทั่วไปแล้วเครื่องมือที่ดีควรมีค่าครอนแบ็ค อัลฟา อย่างน้อย 0.70 ซึ่งหากผลของการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของคำถามที่อยู่ระหว่าง 0.70 จึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามที่ได้สามารถนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลได้

ซึ่งผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ็คอัลฟาของตัวแปรปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลและแนวทางกำกับดูแล มีดังนี้

ตารางที่ 3.1: ตารางค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ็คอัลฟาของตัวแปร

ปัจจัยในการทดสอบ	Cronbach's Alpha
สภาพปัญหาสำคัญด้านจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในปัจจุบัน	.956
ปัจจัยที่มีผลต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์	.916
การกำกับดูแลสื่อโทรทัศน์	.538
รวมทั้งหมด	.937

จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ็คอัลฟาของตัวแปร พบว่า โดยตัวแปรสภาพปัญหาสำคัญด้านจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในปัจจุบัน มีค่า .956 ตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ มีค่า .916 ส่วนตัวแปรการกำกับดูแลสื่อโทรทัศน์ มีค่า .538 แต่โดยรวมเครื่องมือวิจัยมีค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ็คอัลฟา .937 ดังนั้นแบบสอบถามฉบับนี้มีค่าความเชื่อมั่นในระดับสูง

อย่างไรก็ตาม สำหรับตัวแปรการกำกับดูแลสื่อโทรทัศน์ในส่วนที่ 4 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ หากตัดออก 3 ข้อซึ่งเป็นคำถามเชิงตรงกันข้ามกับคำถามส่วนใหญ่ (คำถามเชิงลบ) จะได้ค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ็คอัลฟา .735 ซึ่งถือว่ายอมรับได้ อย่างไรก็ตามผู้วิจัยมิได้ตัดคำถาม 3 ข้อนั้นออก เนื่องจากเป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยเห็นว่ามิใช่ประโยชน์ต่อการวิจัย

3.5.5 นำเสนอผลการทดลองต่ออาจารย์ที่ปรึกษา ปรับปรุงแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ก่อน นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจคุณภาพแล้ว ไปจัดพิมพ์เป็นฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3.6 วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูล ด้วยวิธีแจกแบบสอบถามทั้งที่เป็นเอกสาร และแบบสอบถามในรูปแบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งตั้งคำถามแบบเดียวกัน โดยใช้เว็บไซต์ Google Docs เป็นเครื่องมือในการสร้าง แจกให้กับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ พนักงานฝ่ายข่าวของสถานีโทรทัศน์สปริงนิวส์ สถานีโทรทัศน์เนชั่น สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส และสถานีโทรทัศน์เวิร์คพอยต์ โดยใช้ระยะเวลา 1 สัปดาห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลได้ตามระยะเวลาที่กำหนด ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้มา ตรวจสอบความถูกต้อง พบว่าแบบสอบถามทั้งหมดตอบมาสมบูรณ์แล้ว แต่บางแบบสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามไม่ตั้งใจตอบ ผู้วิจัยจึงคัดออก และนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 102 แบบสอบถาม มาตรวจวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผล และอภิปรายผลต่อไป

3.7 แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบแหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ แหล่งข้อมูลประเภทแบบสอบถาม และแหล่งข้อมูลประเภทเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ : แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีแบบสอบถาม ซึ่งได้มีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คือเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ ทั้งชายและหญิง ทำงานอยู่ในฝ่ายข่าวของสถานีโทรทัศน์ประเภทดิจิทัลฟรีทีวี

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ : แหล่งข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) ศึกษาจากแหล่งข้อมูลเชิงเอกสารที่เกี่ยวข้อง

3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มา บันทึกประมวลผลวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3.8.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

3.8.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาปฏิบัติงานในสถานีสื่อโทรทัศน์หรือสำนักข่าว และตำแหน่งในสถานีสื่อโทรทัศน์หรือสำนักข่าว โดยใช้สถิติแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3.8.1.2 การวิเคราะห์ระดับความรุนแรงของปัญหาของปัญหาจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ที่สุด	4.21-5.00	ความรุนแรงของปัญหาจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวระดับมาก
	3.41-4.20	ความรุนแรงของปัญหาจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวระดับมาก
กลาง	2.61-3.40	ความรุนแรงของปัญหาจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวระดับปาน
	1.81-2.60	ความรุนแรงของปัญหาจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวระดับน้อย
ที่น้อยที่สุด	1.00-1.80	ความรุนแรงของปัญหาจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวระดับน้อย

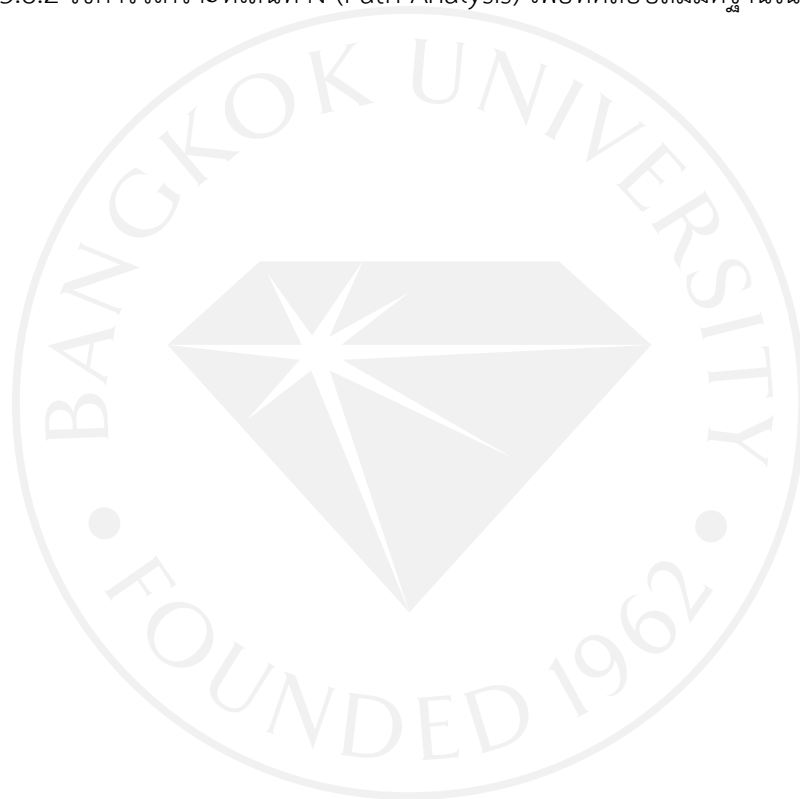
3.8.1.3 การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ที่สุด	4.21-5.00	มีผลต่อจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ระดับมาก
	3.41-4.20	มีผลต่อจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ระดับมาก
กลาง	2.61-3.40	มีผลต่อจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ระดับปาน
	1.81-2.60	มีผลต่อจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ระดับน้อย
ที่น้อยที่สุด	1.00-1.80	มีผลต่อจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ระดับน้อย

3.8.1.4 การวิเคราะห์ระดับความเห็นด้วยกับแนวคิดการกำกับดูแลสื่อโทรทัศน์ ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	แปลผล
4.21-5.00	เห็นด้วยกับแนวความคิดการกำกับดูแลสื่อโทรทัศน์ระดับมากที่สุด
3.41-4.20	เห็นด้วยกับแนวความคิดการกำกับดูแลสื่อโทรทัศน์ระดับมาก
2.61-3.40	เห็นด้วยกับแนวความคิดการกำกับดูแลสื่อโทรทัศน์ระดับปานกลาง
1.81-2.60	เห็นด้วยกับแนวความคิดการกำกับดูแลสื่อโทรทัศน์ระดับน้อย
1.00-1.80	เห็นด้วยกับแนวความคิดการกำกับดูแลสื่อโทรทัศน์ระดับน้อยที่สุด

3.8.2 ใช้การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานในแต่ละข้อ



บทที่ 4

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลและแนวทางกำกับดูแล เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) วัดผลเพียงครั้งเดียว ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล และมีผลทำให้เกิดแนวคิดเพื่อกำกับดูแลหรือไม่ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเป็นผู้กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ ทั้งชายและหญิง อายุระหว่าง 20-50 ปี และทำงานอยู่ในสถานีโทรทัศน์ประเภทดิจิทัลฟรีทีวี ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ทำการแยกวิเคราะห์ข้อมูลและแสดงผลออกเป็น 5 ส่วนได้แก่

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ระดับความรุนแรงของปัญหาจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล
- 4.3 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล
- 4.4 ระดับความเห็นด้วยกับแนวคิดการกำกับดูแลสื่อโทรทัศน์
- 4.5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน โดยสามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	ความถี่	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	60	58.8
หญิง	42	41.2
รวม	118	100.0
อายุ		
น้อยกว่า 25 ปี	3	2.9
25-29 ปี	32	31.4
30-35 ปี	36	35.3
36-39 ปี	15	14.7
40-45	8	7.8
46 ปีขึ้นไป	8	7.8
รวม	102	100.0
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2	2
ปริญญาตรี	82	80.4
ปริญญาโท	17	16.7
สูงกว่าปริญญาโท	1	1
รวม	102	100.0
ประสบการณ์การทำงาน		
1-5 ปี	39	38.2
6-10 ปี	37	36.3
11-14 ปี	15	14.7
15 ปีขึ้นไป	11	10.8
รวม	102	100.0

เพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 ทั้งหมด 60 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 และผู้หญิงทั้งหมด 42 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2

อายุ ส่วนใหญ่มีอายุ 30-35 ปี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 รองลงมาคือ 25-29 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 31.4 อายุ 36-39 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 อายุ 40-45 ปี และ 46 ปี มีจำนวนเท่ากันคือ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 และอายุน้อยกว่า 25 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 80.4 รองลงมาคือปริญญาโท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2 และสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

ประสบการณ์การทำงาน ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงาน 1-5 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 รองลงมาคือ 6-10 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 ประสบการณ์ 11-14 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 และ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 ตามลำดับ

ตำแหน่งในสถานีโทรทัศน์หรือสำนักข่าว ส่วนใหญ่เป็นผู้สื่อข่าว จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4 รองลงมาคือกองบรรณาธิการ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 บรรณาธิการข่าว จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 ผู้สื่อข่าวภาคสนาม 14 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 พนักงานทั่วไป / อื่นๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 และรีไรเตอร์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9

4.2 ระดับความรุนแรงของปัญหาจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

ตารางที่ 4.2: ระดับความรุนแรงของปัญหาจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

ปัญหาจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. เสนอภาพและข่าวอันเป็นเท็จ บิดเบือนข้อเท็จจริง	3.02	.88	ปานกลาง
2. เสนอข่าวสะเทือนขวัญ ภาพข่าวที่ไม่เหมาะสม มีภาพอุจาดหวาดเสียว	3.64	.89	มาก
3. เสนอข่าวสร้างความแตกแยก	3.29	.95	ปานกลาง
4. เสนอข่าวกระทบกระเทือนความมั่นคงของชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์	2.28	1.0	น้อย
5. เสนอข่าวและภาพลามกอนาจาร กระทบต่อศีลธรรมอันดีของประชาชน	3.39	.91	ปานกลาง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ): ระดับความรุนแรงของปัญหาจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุค
ดิจิทัล

ปัญหาจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุค ดิจิทัล	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
6. เสนอข่าวไร้สาระ สร้างความงมงาย	3.74	.92	มาก
7. เสนอข่าวโดยใช้ภาษาไม่เหมาะสม	3.24	.87	ปานกลาง
8. เสนอข่าวละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวของผู้อื่น โดยมีใช้ เพื่อประโยชน์สาธารณะ	3.67	1.0	มาก
9. เสนอข่าวใส่ร้ายบุคคล องค์กร หรือสถาบัน	2.88	.92	ปานกลาง
10. เสนอข่าวในเชิงดูถูกเหยียดหยาม ละเมิดศักดิ์ศรีความ เป็นมนุษย์	3.35	.97	ปานกลาง
11. เสนอข่าวที่แต่งเติมสีสันเข้าไปจนเกินจริง ใส่ความ คิดเห็นส่วนตัวลงในข่าว	3.63	1.0	มาก
12. เสนอข่าวที่เอื้อประโยชน์ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ไม่เป็นกลาง มุ่งโจมตีผู้หนึ่งผู้ใด	3.27	.93	ปานกลาง
13. เสนอข่าวที่นำข้อมูลมาจากโซเชียลมีเดีย โดยขาดการ กลั่นกรอง เน้นตามกระแสสังคม	4.29	.91	มากที่สุด
14. นำเสนอข่าวโดยขาดความแม่นยำชัดเจนของข้อมูล	3.40	.81	ปานกลาง
15. นำเสนอข่าวที่ชี้นำสังคมไปในทางที่ผิด	3.21	.94	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.35	.93	ปานกลาง

จากตารางพบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.35 แปลผลได้ว่าอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ปัญหาเสนอข่าวที่นำข้อมูลมาจากโซเชียลมีเดีย โดยขาดการกลั่นกรอง เน้นตามกระแสสังคม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.29 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือการเสนอข่าวไร้สาระสร้างความงมงาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.74 อยู่ในระดับมาก ส่วนการเสนอข่าวละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวของผู้อื่น โดยมีใช้เพื่อประโยชน์สาธารณะ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.67 อยู่ในระดับมาก ด้านการเสนอข่าวสะเทือนขวัญ ภาพข่าวที่ไม่เหมาะสม มีภาพอุจาดหวาดเสียว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.64 อยู่ในระดับมาก การเสนอข่าวที่แต่งเติมสีสันเข้าไปจนเกินจริง ใส่ความคิดเห็นส่วนตัวลงในข่าว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.63 อยู่ในระดับมาก การเสนอข่าวและภาพลามกอนาจาร กระหน่ำต่อศีลธรรมอันดีของประชาชน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.39 อยู่

ในระดับปานกลาง การเสนอข่าวสร้างความแตกแยก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.29 อยู่ในระดับปานกลาง การเสนอข่าวที่เอื้อประโยชน์ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ไม่เป็นกลาง มุ่งโจมตีผู้หนึ่งผู้ใด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.27 อยู่ในระดับปานกลาง การเสนอข่าวโดยใช้ภาษาไม่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.24 อยู่ในระดับปานกลาง ด้านการนำเสนอข่าวที่ชี้นำสังคมไปในทางที่ผิด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.21 อยู่ในระดับปานกลาง การเสนอภาพและข่าวอันเป็นเท็จ บิดเบือนข้อเท็จจริง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.02 อยู่ในระดับปานกลาง เสนอข่าวใส่ร้ายบุคคล องค์กร หรือสถาบัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.88 อยู่ในระดับปานกลาง และการเสนอข่าวกระทบกระเทือนความมั่นคงของชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.28 ซึ่งอยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ

4.3 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

ตารางที่ 4.3: ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. มีสถานีโทรทัศน์ที่มีจำนวนมากเกินไปทำให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรง	4.86	4.0	มากที่สุด
2. สถานีโทรทัศน์ทุกแห่งมีการผลิตรายการประเภทข่าวสารเหมือนกัน	4.03	.90	มาก
3. ผู้ชมสนใจข่าวประเภทปฏิกุชนสนใจ (Human Interest) มากกว่าข่าวอื่นๆ	4.39	.63	มากที่สุด
4. การเกิดขึ้นของโซเชียลมีเดียที่มีความรวดเร็วในการรายงานข่าวสารมากกว่า	4.49	.67	มากที่สุด
5. กระบวนการผลิตรายการซับซ้อนและใช้เวลามากกว่าสื่อใหม่ (New Media)	4.18	.73	มาก
6. กระบวนการผลิตรายการมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าสื่อใหม่ (New Media) มาก	4.07	.90	มาก
7. สถานีโทรทัศน์ถูกกำหนดด้วยเรตติ้ง ต้องนำเสนอเรื่องราวที่ดึงดูดผู้ชม	4.50	.65	มากที่สุด

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
8. สถานีโทรทัศน์ประสบภาวะขาดทุนทางธุรกิจ จึงต้องขายเวลาให้กับสปูข่าวของลูกค้า และเสนอข่าวสารเพื่อประโยชน์ของลูกค้า	4.02	.80	มาก
9. สถานีโทรทัศน์ตกเป็นของกลุ่มทุนใหญ่ที่เข้ามาร่วมลงทุนแล้วควบคุมการนำเสนอเนื้อหา	3.74	.90	มาก
10. สถานีโทรทัศน์ขาดเสรีภาพในการนำเสนอ เนื่องจากถูกควบคุมโดยภาครัฐ	3.76	.83	มาก
เฉลี่ยรวม	4.24	1.1	มากที่สุด

จากตารางพบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 4.24 แปลผลได้ว่าอยู่ในระดับมากที่สุด การมีสถานีโทรทัศน์ที่มีจำนวนมากเกินไปทำให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.86 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์ถูกกำหนดด้วยเรตติ้ง ต้องนำเสนอเรื่องราวที่ดึงดูดผู้ชม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.50 อยู่ในระดับมากที่สุด การเกิดขึ้นของโซเชียลมีเดีย ที่มีความรวดเร็วในการรายงานข่าวสารมากกว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.49 อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านผู้ชมสนใจข่าวประเภทปฏิกชนสนใจ (Human Interest) มากกว่าข่าวอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.39 อยู่ในระดับมากที่สุด กระบวนการผลิตรายการซบซ้อนและใช้เวลามากกว่าสื่อใหม่ (New Media) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 อยู่ในระดับมาก ด้านกระบวนการผลิตรายการมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าสื่อใหม่ (New Media) มาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.07 อยู่ในระดับมาก สถานีโทรทัศน์ทุกแห่งมีการผลิตรายการประเภทข่าวสารเหมือนกัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.03 อยู่ในระดับมาก สถานีโทรทัศน์ประสบภาวะขาดทุนทางธุรกิจ จึงต้องขายเวลาให้กับสปูข่าวของลูกค้า และเสนอข่าวสารเพื่อประโยชน์ของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.02 อยู่ในระดับมาก สถานีโทรทัศน์ตกเป็นของกลุ่มทุนใหญ่ที่เข้ามาร่วมลงทุนแล้วควบคุมการนำเสนอเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.76 อยู่ในระดับมาก และสถานีโทรทัศน์ขาดเสรีภาพในการนำเสนอ เนื่องจากถูกควบคุมโดยภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.74 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4: ปัจจัยภายในที่มีผลต่อจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

ปัจจัยภายในที่มีผลต่อจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ผู้สื่อข่าวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับจรรยาบรรณสื่อมวลชนน้อย	3.80	3.0	มาก
2. ผู้สื่อข่าวรายงานสดเหตุการณ์โดยขาดความระมัดระวัง	3.27	.95	ปานกลาง
3. หัวหน้าข่าวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับจรรยาบรรณสื่อมวลชนน้อย	3.04	.99	ปานกลาง
4. หัวหน้าข่าวสั่งการให้ผู้สื่อข่าวรายงานเหตุการณ์โดยไม่คำนึงถึงหลักจรรยาบรรณ หากเรื่องนั้นอยู่ในความสนใจของประชาชน	3.45	1.0	มาก
5. บรรณาธิการข่าวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับจรรยาบรรณสื่อมวลชนน้อย	2.80	1.1	ปานกลาง
6. บรรณาธิการข่าวมีความรู้ความเข้าใจเรื่องจรรยาบรรณสื่อมวลชน แต่พิจารณาให้ลงข่าวได้หากข่าวนั้นเป็นข่าวที่ประชาชนสนใจแม้ขัดจรรยาบรรณบางข้อ	3.62	1.0	มาก
7. ผู้ประกาศข่าวหรือพิธีกรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับจรรยาบรรณสื่อมวลชนน้อย	3.45	.88	มาก
8. ผู้ประกาศข่าวหรือพิธีกรใส่ความคิดเห็นของตนเองลงไปในช่วงอย่างอิสระ จนละเลยหลักจรรยาบรรณสื่อมวลชน	3.77	.85	มาก
9. นโยบายของสถานีโทรทัศน์มุ่งเน้นการนำเสนอข่าวที่อยู่ในความสนใจของประชาชนเป็นหลัก	4.31	.70	มากที่สุด
10. นโยบายของสถานีโทรทัศน์มุ่งเน้นผลประโยชน์ทางธุรกิจเป็นหลัก ส่วนการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเป็นเรื่องรอง	4.02	.80	มาก
เฉลี่ยรวม	3.55	1.12	มาก

จากตารางพบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.55 แปลผลได้ว่าอยู่ในระดับมาก นโยบายของสถานีโทรทัศน์มุ่งเน้นการนำเสนอข่าวที่อยู่ในความสนใจของประชาชนเป็นหลัก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.31 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือนโยบายของสถานีโทรทัศน์มุ่งเน้นผลประโยชน์ทางธุรกิจเป็นหลัก

ส่วนการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเป็นเรื่องรอง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.02 อยู่ในระดับมาก ผู้สื่อข่าวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับจรรยาบรรณสื่อมวลชนน้อย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.80 อยู่ในระดับมาก ด้านผู้ประกาศข่าวหรือพิธีกรใส่ความคิดเห็นของตนเองลงไปในช่วงอย่างอิสระ จนละเลยหลักจรรยาบรรณสื่อมวลชน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.77 อยู่ในระดับมาก บรรณาธิการข่าวมีความรู้ความเข้าใจเรื่องจรรยาบรรณสื่อมวลชน แต่พิจารณาให้ลงข่าวได้หากข่าวนั้นเป็นข่าวที่ประชาชนสนใจแม้ขัดจรรยาบรรณบางข้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.62 อยู่ในระดับมาก หัวหน้าข่าวสั่งการให้ผู้สื่อข่าวรายงานเหตุการณ์โดยไม่คำนึงถึงหลักจรรยาบรรณ หากเรื่องนั้นอยู่ในความสนใจของประชาชน ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.45 อยู่ในระดับมาก ด้านผู้ประกาศข่าวหรือพิธีกรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับจรรยาบรรณสื่อมวลชนน้อย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.45 อยู่ในระดับมาก ผู้สื่อข่าวรายงานสดเหตุการณ์โดยขาดความระมัดระวัง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.27 อยู่ในระดับปานกลาง หัวหน้าข่าวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับจรรยาบรรณสื่อมวลชนน้อย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.04 อยู่ในระดับปานกลาง และบรรณาธิการข่าวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับจรรยาบรรณสื่อมวลชนน้อย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.80 อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

4.4 ระดับความเห็นด้วยกับแนวทางการกำกับดูแลสื่อโทรทัศน์

ตารางที่ 4.5: ระดับความเห็นด้วยกับแนวทางการกำกับดูแลสื่อโทรทัศน์

ระดับความเห็นด้วยกับแนวทางการกำกับดูแลสื่อโทรทัศน์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. การกำกับดูแลกันเองในรูปแบบของสภาวิชาชีพ เช่นสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย เป็นวิธีกำกับดูแลที่เหมาะสมอยู่แล้ว	3.29	1.1	ปานกลาง
2. การกำกับดูแลโดยสภาวิชาชีพกลางที่จัดตั้งขึ้นมาใหม่ มีอำนาจตามกฎหมายตามพระราชบัญญัติสื่อมวลชน เป็นวิธีกำกับดูแลที่ดีที่สุด	2.80	1.0	ปานกลาง
3. การกำกับดูแลแบบผสมผสาน มีทั้งสภาวิชาชีพและสภาวิชาชีพกลางที่จัดตั้งขึ้นมาใหม่ร่วมกันดูแล เป็นวิธีกำกับดูแลที่ดีที่สุด	3.55	.93	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.5 (ต่อ): ระดับความเห็นด้วยกับแนวคิดการกำกับดูแลสื่อโทรทัศน์

ระดับความเห็นด้วยกับแนวคิดการกำกับดูแลสื่อโทรทัศน์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
4. ไม่ควรมีการกำกับดูแล เพราะอาจเป็นการทำให้สื่อโทรทัศน์ขาดเสรีภาพ ให้ใช้กระบวนการทางกฎหมายควบคุมแทน	2.72	1.0	ปานกลาง
5. ควรมีการลงทะเบียนสื่อมวลชน ออกใบประกอบวิชาชีพ เพื่อให้ทราบว่าเป็นสื่อมวลชนจริง	4.25	1.0	มากที่สุด
6. ควรยุบรวมสภาวิชาชีพสื่อที่มีลักษณะซ้ำซ้อนกัน ให้เหลือเพียงองค์กรหลักองค์กรเดียวตามลักษณะของสื่อที่ต้องกำกับดูแล	3.86	.97	มาก
7. ควรให้สภาวิชาชีพสื่อ ไม่ว่าจะ เป็นในรูปแบบของสมาคม หรือสภาวิชาชีพกลางที่ตั้งขึ้นตามกฎหมาย มีคณะกรรมการพิจารณาให้คุณให้โทษกับสมาชิกได้	3.87	.91	มาก
8. ควรปรับโครงสร้างกลางของรัฐบาลที่กำกับดูแลสื่อโทรทัศน์ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น และปราศจากการแทรกแซง	4.37	.69	มากที่สุด
9. ควรมีองค์กรกลางกำกับดูแลและวัดมาตรฐานในด้านต่างๆ ของสื่อโทรทัศน์ไทยให้เทียบเท่ามาตรฐานสากล โดยอาจจะ เป็นหน้าที่ของสภาวิชาชีพกลาง หรือหน่วยงานอื่นๆ ของรัฐบาลที่มีหน้าที่ดูแลสื่อก็	3.71	.93	มาก
10. เร่งออกกฎหมายเฉพาะของสื่อมวลชนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกและบริบทของสังคม โดยครอบคลุมถึงสื่อใหม่ด้วย	4.30	.91	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	3.67	.944	มาก

จากตารางพบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.67 แปลผลได้ว่าอยู่ในระดับมาก ข้อที่ควรให้สภาวิชาชีพสื่อ ไม่ว่าจะ เป็นในรูปแบบของสมาคม หรือสภาวิชาชีพกลางที่ตั้งขึ้นตามกฎหมาย มีคณะกรรมการพิจารณาให้คุณให้โทษกับสมาชิกได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.37 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือเร่งออกกฎหมายเฉพาะของสื่อมวลชนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกและบริบทของ

สังคม โดยครอบคลุมถึงสื่อใหม่ด้วย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.30 อยู่ในระดับมากที่สุด ควรมีการลงทะเบียนสื่อมวลชน ออกใบประกอบวิชาชีพเพื่อให้ทราบว่าเป็นสื่อมวลชนจริง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.25 อยู่ในระดับมากที่สุด ควรให้สภาวิชาชีพสื่อ ไม่ว่าจะป็นในรูปแบบของสมาคม หรือสภาวิชาชีพกลางที่ตั้งขึ้นตามกฎหมาย มีคณะกรรมการพิจารณาให้คุณให้โทษกับสมาชิกได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.87 อยู่ในระดับมากที่สุด ควรบูรรวมสภาวิชาชีพสื่อที่มีลักษณะซ้ำซ้อนกัน ให้เหลือเพียงองค์กรหลักองค์กรเดียวตามลักษณะของสื่อที่ต้องกำกับดูแล มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.86 อยู่ในระดับมากที่สุด ควรมีองค์กรกลางกำกับดูแลและวัดมาตรฐานในด้านต่างๆ ของสื่อโทรทัศน์ไทยให้เทียบเท่ามาตรฐานสากล โดยอาจจะป็นหน้าที่ของสภาวิชาชีพกลาง หรือหน่วยงานอื่นๆ ของรัฐบาลที่มีหน้าที่ดูแลสื่อก็ได้ ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.71 อยู่ในระดับมากที่สุด การกำกับดูแลแบบผสมผสาน มีทั้งสภาวิชาชีพและสภาวิชาชีพกลางที่ตั้งขึ้นมาใหม่ร่วมกันดูแล เป็นวิธีกำกับดูแลที่ดีที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.55 อยู่ในระดับมากที่สุด การกำกับดูแลกันเองในรูปแบบของสภาวิชาชีพ เช่นสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย เป็นวิธีกำกับดูแลที่เหมาะสมอยู่แล้ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.29 อยู่ในระดับปานกลาง การกำกับดูแลโดยสภาวิชาชีพกลางที่ตั้งขึ้นใหม่ มีอำนาจทางกฎหมายตามพระราชบัญญัติสื่อมวลชน เป็นวิธีกำกับดูแลที่ดีที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.80 อยู่ในระดับปานกลาง และไม่ควรมีการกำกับดูแล เพราะอาจป็นการทำให้สื่อโทรทัศน์ขาดเสรีภาพ ให้ใช้กระบวนการทางกฎหมายควบคุมแทน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.72 อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

4.5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สำหรับงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลและแนวทางกำกับดูแล ผู้วิจัยได้นำการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) มาเป็นสถิติที่ใช้เพื่ออธิบายความเกี่ยวข้องเชิงสาเหตุของตัวแปรด้วยเส้นสัมพันธ์อิทธิพลเชิงสาเหตุ โดยการสร้างป็นภาพเส้นทางแสดงอิทธิพลระหว่างตัวแปรต่างๆ จากนั้นจึงดำเนินการทดสอบแผนภาพตามสมมติฐานนั้นว่าเหมาะสมหรือไม่

จากการหาค่าการถดถอยเชิงเส้นแบบถ่วงน้ำหนัก (Regression Weight) เพื่อวิเคราะห์เส้นทางในงานวิจัย ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.6: การถดถอยเชิงเส้นแบบถ่วงน้ำหนัก

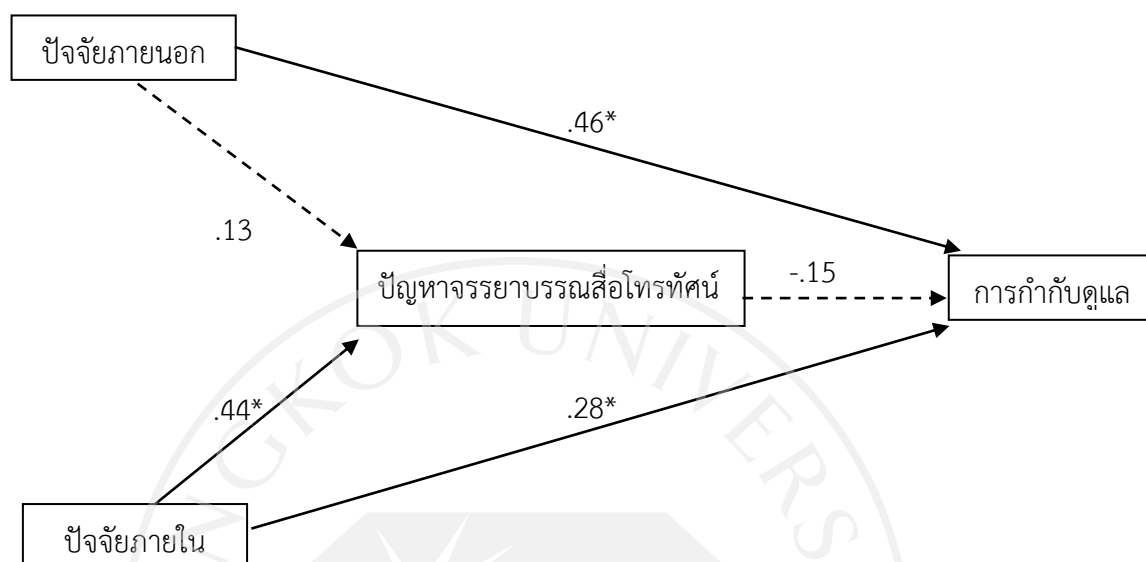
เส้นทาง	b	B	SE	t	P
ปัจจัยภายใน → ปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์	0.41	0.44	0.08	4.90	< .001
ปัจจัยภายนอก → ปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์	0.14	0.13	0.10	1.42	.156
ปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ → แนวคิดการกำกับดูแล	-0.14	-0.15	0.09	-1.56	.120
ปัจจัยภายนอก → แนวคิดการกำกับดูแล	0.46	0.46	0.09	5.26	< .001
ปัจจัยภายใน → แนวคิดการกำกับดูแล	0.24	0.28	0.08	2.85	.004

ตารางที่ 4.7: อิทธิพลทางตรง (Direct) ทางอ้อม (Indirect) และรวม (Total) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลและแนวทางกำกับดูแล

	ปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์			การกำกับดูแล		
	Direct	Indirect	Total	Direct	Indirect	Total
ปัจจัยภายนอก	0.13	-	0.13	0.46*	-0.02	0.44
ปัจจัยภายใน	0.44*	-	0.44	0.28*	-0.07	0.21
ปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์	-	-	-	-0.15	-	-0.15

* = มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ภาพที่ 4.1: ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficients) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลและแนวทางกำกับดูแล



เมื่อนำผลที่ได้มาสร้างเป็นภาพเพื่อให้เห็นเส้นทางตามรูปแบบของ Path Analysis พบว่าสามารถพิสูจน์สมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ปัจจัยภายในมีผลต่อปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในกับปัญหาจรรยาบรรณของสื่อโทรทัศน์ มีค่า P น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1 นั่นคือ ปัจจัยภายใน**มีผล**ต่อปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ปัจจัยภายนอกมีผลต่อปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกกับปัญหาจรรยาบรรณของสื่อโทรทัศน์ มีค่า $P=.156$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 2 นั่นคือ ปัจจัยภายนอก**ไม่มีผล**ต่อปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์มีผลต่อแนวคิดการกำกับดูแล พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัญหาจรรยาบรรณของสื่อโทรทัศน์กับแนวคิดการกำกับดูแล มีค่า $P=.156$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 3 นั่นคือ ปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์**ไม่มีผล**ต่อแนวคิดการกำกับดูแล

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 ปัจจัยภายนอกมีผลต่อแนวคิดการกำกับดูแล พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกกับแนวคิดการกำกับดูแล มีค่า P น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 4 นั่นคือ ปัจจัยภายใน**มีผล**ต่อปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์

สมมติฐานการวิจัยที่ 5 ปัจจัยภายในมีผลต่อแนวคิดการกำกับดูแล พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในกับแนวคิดการกำกับดูแล มีค่า P น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 5 นั่นคือ ปัจจัยภายใน**มีผล**ต่อปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลและแนวทางกำกับดูแล” ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทั้งภายนอกและภายในที่ส่งผลให้เกิดปัญหาด้านจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชน

2. เพื่อศึกษาแนวทางกำกับดูแลที่เหมาะสมในการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นกลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ ทั้งชายและหญิง อายุระหว่าง 20-50 ปี และทำงานอยู่ฝ่ายข่าวของสถานีโทรทัศน์ประเภทดิจิทัลฟรีทีวี รวมทั้งสิ้น 102 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามแบบคำถามปลายปิดประมาณค่า 5 ระดับ และมีคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น ใช้การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) และการถดถอยเชิงเส้นแบบถ่วงน้ำหนักเพื่อวิเคราะห์เส้นทาง สรุปและอธิบายผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลและแนวทางกำกับดูแล” สามารถสรุปผลออกได้ดังนี้

5.1.1 ข้อมูลประชากร จากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัย ทั้งหมด 102 คน พบว่าเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 30-35 ปีมากที่สุด ส่วนด้านการศึกษา พบว่าจบการศึกษา ระดับปริญญาตรีมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้สื่อข่าว และมีประสบการณ์การทำงาน 1-5 ปีมากที่สุด

5.1.2 ระดับความรุนแรงของปัญหารายการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง 102 คน พบว่าสภาพปัญหาด้านจรรยาบรรณที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่ารุนแรงมากที่สุดคือ เสนอข่าวที่นำข้อมูลมาจากโซเชียลมีเดีย โดยขาดการกลั่นกรอง เน้นตามกระแสสังคม รองลงมาคือการเสนอข่าวไร้สาระสร้างความมกมาย การเสนอข่าวละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวของผู้อื่นโดยมิใช่เพื่อประโยชน์สาธารณะ และเสนอข่าวสะเทือนขวัญ ภาพข่าวที่ไม่เหมาะสม มีภาพอุจาดหวาดเสียว

5.1.3 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่าง 102 คนเห็นว่า ปัจจัยภายนอกส่งผลกระทบต่อจรรยาบรรณในการเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์มากที่สุด นั่นก็คือ การมีสถานีโทรทัศน์ที่มีจำนวนมากเกินไปทำให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรง และการเกิดขึ้นของโซเชียลมีเดีย ที่มีความรวดเร็วในการรายงานข่าวสาร

มากกว่า ในขณะที่ปัจจัยภายในองค์กรที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าส่งผลมากที่สุดคือ นโยบายของ
 สถานีโทรทัศน์มุ่งเน้นการนำเสนอข่าวที่อยู่ในความสนใจของประชาชนเป็นหลัก และนโยบายของ
 สถานีโทรทัศน์มุ่งเน้นผลประโยชน์ทางธุรกิจเป็นหลัก ส่วนการปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณเป็นเรื่อง
 รอง แต่ปัจจัยภายในทั้งสองข้อนี้ก็ยังมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าปัจจัยภายนอก

5.1.4 ในส่วนของระดับความเห็นด้วยกับแนวคิดการกำกับดูแลสื่อโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างเห็น
 ว่า ควรเร่งออกกฎหมายเฉพาะของสื่อมวลชนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกและบริบทของสังคม
 โดยครอบคลุมถึงสื่อใหม่ด้วยมากที่สุด รองลงมาคือควรมีการลงทะเบียนสื่อมวลชนออกไปประกอบ
 วิชาชีพเพื่อให้ทราบว่าเป็นสื่อมวลชนจริง ซึ่งข้อนี้ขัดแย้งกับพฤติกรรมต่อต้านร่างพระราชบัญญัติ
 กำกับดูแลสื่อ ซึ่งจะได้นำไปวิเคราะห์ต่อไปในส่วนการอภิปรายผล

5.1.5 ผลการตรวจสอบสมมติฐานการวิจัย ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ
 จรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลและแนวทางกำกับดูแล ผู้วิจัยได้นำใช้หาค่าการถดถอยเชิงเส้น
 แบบถ่วงน้ำหนัก (Regression Weight) มาใช้ร่วมกับการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) เพื่อ
 อธิบายความเกี่ยวข้องเชิงสาเหตุของตัวแปรด้วยเส้นสัมพันธ์อิทธิพลเชิงสาเหตุ โดยการสร้างเป็น
 ภาพเส้นทาง แสดงอิทธิพลระหว่างตัวแปรต่างๆ โดยตั้งสมมติฐานไว้ 5 สมมติฐาน และได้ผลดังตาราง
 ด้านล่างนี้

ตารางที่ 5.1: ผลการตรวจสอบสมมติฐานการวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์
 ในยุคดิจิทัล

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ปัจจัยภายในมีผลต่อปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
ปัจจัยภายนอกมีผลต่อปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
ปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์มีผลต่อแนวคิดการกำกับดูแล	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
ปัจจัยภายนอกมีผลต่อแนวคิดการกำกับดูแล	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
ปัจจัยภายในมีผลต่อแนวคิดการกำกับดูแล	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย

5.2 อภิปรายผล

สภาพปัญหาด้านจรรยาบรรณสื่อมวลชน

จรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชนสำหรับสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ มีกำหนดไว้ในข้อบังคับสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ พ.ศ.2553 แต่ในความเป็นจริง ข้อกำหนดดังกล่าวนั้นเป็นเพียงหลักการและข้อปฏิบัติที่บัญญัติไว้โดยไม่มีมาตรการลงโทษที่ชัดเจน และไม่มีกฎหมายข้อใดมาใช้บังคับให้ปฏิบัติตาม ไม่เหมือนกับจรรยาบรรณวิชาชีพเฉพาะอื่นๆ เช่น แพทย์ พยาบาล หรือวิศวกร ที่มีการเพิกถอนใบอนุญาตได้หากประพฤติผิดจรรยาบรรณร้ายแรง

ดังนั้น การกระทำผิดจรรยาบรรณของสื่อโทรทัศน์หลายกรณีที่เกิดขึ้น ทางสภาวิชาชีพฯ จึงทำได้เพียงออกแถลงการณ์ตักเตือนและขอความร่วมมือไม่ให้กระทำอีก สอดคล้องกับโครงการศึกษาวิจัยการปฏิรูปสื่อ ของมูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ที่กล่าวว่า ข้อเสียของการควบคุมกันเองโดยองค์กรกำกับดูแลกันเองที่ไม่ใช่ภาครัฐคือ ไม่มีบทลงโทษที่เข้มงวด ขาดความโปร่งใสและน่าเชื่อถือในการออกข้อบังคับหรือกฎต่างๆ และสุดท้ายคือ มีผลประโยชน์ร่วมกัน

กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นสื่อมวลชนด้านโทรทัศน์เองก็ยอมรับว่า สื่อโทรทัศน์ในปัจจุบันมีปัญหาด้านจรรยาบรรณสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าว โดยหัวข้อที่มีการผิดจรรยาบรรณมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ

อันดับ 1 การเสนอข่าวที่นำข้อมูลมาจากโซเชียลมีเดีย โดยขาดการกลั่นกรอง เน้นตามกระแสสังคม ซึ่งขัดแย้งกับทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ที่สื่อมวลชนพึงมี นั่นคือต้องรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นบนพื้นฐานของความจริงอย่างละเอียดรอบด้าน ตรวจสอบรอบคอบ ทั้งยังค้ำกับทฤษฎีนายทวารข่าวสาร (Gatekeeper) ที่ว่าสื่อมวลชนที่ดีจะต้องทำหน้าที่เป็นผู้คัดกรองข่าวสาร เพราะการมุ่งแข่งขันกับสื่อสังคมทำให้สื่อโทรทัศน์ต้องรีบผลิตข่าวสารออกอากาศให้ทันกับกระแสในเวลานั้น และทำให้การคัดกรองข่าวเป็นไปอย่างหยาบคาย

อันดับ 2 การเสนอข่าวไร้สาระ สร้างความงมงาย ซึ่งผิดข้อบังคับสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ พ.ศ.2553 อย่างชัดเจน ในข้อ 7 วรรค 11 ซึ่งมีข้อกำหนดว่าต้องระมัดระวังการนำเสนอหรือเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องภายใต้ขอบเขตแห่งขนบธรรมเนียม ประเพณี ศีลธรรมอันดีงามของประชาชน มิให้ประชาชนหลงเชื่อในสิ่งที่ยงมงาย และไม่เป็นเครื่องมือในการนำเสนอหรือเผยแพร่สิ่งที่เป็นภัยต่อสังคม หรือกระทบต่อสาธารณะ

อันดับ 3 การเสนอข่าวละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวของผู้อื่นโดยมิใช่เพื่อประโยชน์สาธารณะ ในสื่อโทรทัศน์ จะเห็นการละเมิดสิทธิมนุษยชนของผู้ตกเป็นข่าว ไม่ว่าจะเป็นการละเมิดสิทธิผู้ต้องหา

สิทธิเด็กและเยาวชนอยู่บ่อยครั้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของเทียนทิพย์ เดียวก็ ในเรื่องจริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อในการนำเสนอข่าวยุคดิจิทัล

นอกจาก 3 อันดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นข้อที่สื่อโทรทัศน์มักกระทำผิดจรรยาบรรณมากที่สุดแล้ว อีกหัวข้อหนึ่งที่น่าสนใจ อยู่ในอันดับ 4 และมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าอันดับ 3 เพียงเล็กน้อยคือ **การเสนอข่าวสะท้อนขวัญ ภาพข่าวที่ไม่เหมาะสม มีภาพอุจาดหวาดเสียว** เพราะหากรับชมรายการข่าวในสถานีโทรทัศน์ต่างๆ ในปัจจุบัน จะเห็นคลิปเหตุการณ์ความรุนแรงต่างๆ เช่น ภาพรถชนมีผู้เสียชีวิต ซึ่งคลิปเหล่านี้ส่วนใหญ่นำมาจากสื่อสังคมอีกทอดหนึ่ง

ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

แม้ว่าสื่อโทรทัศน์โดยทั่วไปจะยังทำหน้าที่ที่สื่อมวลชนสอดคล้องกับทฤษฎีหน้าที่ของสื่อมวลชนของลาสเวลล์, ไรต์ และแมคเคเวล นั่นคือ สอดส่องดูแลสิ่งแวดล้อมให้กับสังคม ประสานเชื่อมโยงส่วนต่างๆ ของสังคมหรือสมาชิกในสังคมให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ให้ความบันเทิง และรณรงค์ให้เกิดความเคลื่อนไหว เพื่อการเปลี่ยนแปลงพัฒนาสังคม แต่ด้วยปัจจัยหลายอย่าง เช่น 1) บริบทของสังคมในการลำดับความสำคัญของข่าวสารเปลี่ยนไป 2) สื่อกลายเป็นของกลุ่มธุรกิจที่ต้องการผลกำไรมาหล่อเลี้ยง และ 3) การแข่งขันที่สูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันระหว่างโทรทัศน์ด้วยกันเอง (ในกรณีประเทศไทย พิธีทีวีดิจิทัลในระบบสัญญาณภาคพื้นมีด้วยกัน 22 ช่อง) หรือสื่อใหม่อย่างสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อสังคม ทำให้กระบวนการทำข่าวของสื่อโทรทัศน์เปลี่ยนไป จากการที่คัดเลือกข่าวสารเพื่อออกอากาศในฐานะของนายทวารข่าวสาร (Gatekeeper) กลายเป็นว่ากองบรรณาธิการต้องคัดเลือกข่าวที่คิดว่าอยู่ในความสนใจของผู้รับสาร หรือเป็นกระแสสังคมในขณะนั้นมานำเสนอก่อนข่าวอื่นๆ ที่อาจมีคุณค่าข่าวมากกว่า เพื่อดึงดูดให้ผู้รับสารที่มีทางเลือกในการรับข่าวสารมากขึ้นให้หันมาสนใจ สอดคล้องกับแนวคิดของ Trench และ Gary Quinn ที่กล่าวว่า จากเดิมที่ผู้สื่อข่าวและกองบรรณาธิการเป็นผู้กำหนดการรับรู้ของผู้รับสาร เปลี่ยนเป็นผู้รับสารเป็นผู้เลือกข่าวสารและช่องทางที่ต้องการรับรู้เอง และสอดคล้องกับแนวคิดของ Singer ที่ว่า สื่ออินเทอร์เน็ตทำให้นักข่าวต้องย้อนกลับไปมองว่าตัวเองเป็นผู้ควบคุมการไหลของข่าวสารอยู่หรือไม่

ปัจจัยเหล่านี้ทำให้สื่อโทรทัศน์เสี่ยงต่อการละเลยจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชนที่ควรยึดถือ จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาด้านจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชนมีทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน

ปัจจัยภายนอก

3 อันดับแรกของปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อจรรยาบรรณสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ คือ

อันดับ 1 มีสถานีโทรทัศน์ที่มีจำนวนมากเกินไปทำให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรง ดังได้กล่าวมาแล้วว่าสถานีโทรทัศน์ประเภทฟรีทีวีภาคพื้นดินของประเทศไทยมี 22 ช่อง และทุกช่องต่างมีการผลิตรายการข่าวเหมือนกัน ตามข้อบังคับของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และ

กิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ทำให้สถานีโทรทัศน์ในกลุ่มข่าวสารและสาระ หรือช่องเด็กและครอบครัว ต้องไปแข่งขันในการนำเสนอข่าวกับสถานีโทรทัศน์กลุ่มวาไรตี้หรือบันเทิงซึ่งมีฐานผู้ชมกว้างกว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างคนหนึ่งซึ่งมีอายุงาน 15 ปีขึ้นไป เขียนไว้ในคำถามปลายเปิดของแบบสอบถามระบุว่า “ควรแบ่งประเภทการนำเสนอในรูปแบบประเภทสถานีให้ชัดเจน”

อันดับ 2 การเกิดขึ้นของโซเชียลมีเดีย ที่มีความรวดเร็วในการรายงานข่าวสารมากกว่า สอดคล้องกับแนวคิดของ Pavlik J. ที่ว่าคุณลักษณะของสื่อบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและพื้นที่เป็นช่องทางสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารได้ในเชิงลึกและหลากหลายมากกว่าที่สื่ออื่นสามารถทำได้ และนั่นเป็นการเปลี่ยนแปลงบทบาทของนักข่าวและการสื่อข่าว นอกจากนี้ การเกิดขึ้นของสื่อสังคมทำให้คนส่วนใหญ่หันไปใช้โทรศัพท์มือถือในการรับข่าวสารมากกว่าดูโทรทัศน์หรืออ่านจากหนังสือพิมพ์ และรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมเป็นหลัก แทนที่การรับข่าวสารจากสำนักข่าวเหมือนในอดีต (Google News Lab, 2560) สื่อโทรทัศน์ต้องปรับตัวอย่างมากเพื่อแข่งขัน และเป็นสาเหตุหนึ่งที่เกิดการทำผิดจรรยาบรรณได้

อันดับ 3 สถานีโทรทัศน์ถูกกำหนดด้วยเรตติ้ง ต้องนำเสนอเรื่องราวที่ดึงดูดผู้ชม เมื่อสถานีโทรทัศน์ประเภทฟรีทีวีมีมากขึ้น จากเดิม 6 ช่อง กลายเป็น 26 ช่อง แต่เม็ดเงินโฆษณายังเท่าเดิม และบริษัทเอเยนซีโฆษณาก็ยังใช้ผลสำรวจความนิยม (Rating) เป็นหลักในการซื้อโฆษณา สถานีโทรทัศน์ในกลุ่มที่เรตติ้งต่ำจึงต้องหากกลยุทธ์ดึงดูดผู้ชมให้มากขึ้น แม้บางครั้งจะต้องแลกมาด้วยการกระทำผิดจรรยาบรรณก็ตาม

ปัจจัยภายนอกอันดับที่ 3 จากผลการวิจัยนี้ ส่งผลมาถึงอันดับ 4 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับ “มากที่สุด” เช่นเดียวกับ 3 อันดับแรก นั่นก็คือ **ผู้ชมสนใจข่าวประเภทปฏิกชนสนใจ (Human Interest) มากกว่าข่าวอื่นๆ** สอดคล้องกับแนวคิดของเมอร์ริลและโลเวนสไตน์ที่ว่ามูลค่าหรือคุณค่าข่าว (News Value) คือองค์ประกอบของเหตุการณ์เรื่องราวต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดเหตุการณ์เรื่องราวนั้นมีค่าในเชิงข่าว (News Worthiness) คือทำให้คนสนใจอยากรู้ เช่น เป็นเรื่องที่มีผลกระทบต่อคนจำนวนมาก มีการขัดแย้งต่อสู้แข่งขันกัน มีความใกล้ชิดหรือมีความผูกพันทางสังคม วัฒนธรรม มีความทันสมัย ทันเวลา เป็นสิ่งไม่คาดคิดคาดฝัน เป็นเรื่องแปลก เรื่องลึกลับมีเงื่อนงำ เป็นเรื่องทางร้าย ทางลบ เป็นเรื่องของคนดัง คนสำคัญมีชื่อเสียง เป็นเรื่องอื้อฉาวและเรื่องทางเพศ และเป็นเรื่องเร้าอารมณ์ความสนใจของมนุษย์ปฏิกชนทั่วไป

ข่าวประเภทปฏิกชนสนใจมีลักษณะเฉพาะตัวคือหวือหวา น่าสนใจ และมีองค์ประกอบที่นิยมเรียกกันว่า “ดราม่า” ดึงดูดให้ให้ผู้รับสารสนใจติดตาม แม้ว่าข่าวประเภทนี้บางข่าวจะมีคุณค่าของข่าวน้อยก็ตาม บ่อยครั้งสื่อโทรทัศน์นำเอาข่าวประเภทนี้มาเรียงร้อยกันจนเป็นเรื่องราวคล้ายละคร มีทั้งตัวเอก ตัวร้าย และตัวประกอบ จนนำไปสู่การละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัว หรือละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ในที่สุด

มีข้อสังเกตว่า ผลการวิจัยในเรื่องปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อจรรยาบรรณสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยของคำตอบทั้ง 10 ข้ออยู่ในระดับ “มากที่สุด” และ “มาก” เท่านั้น ไม่มีปานกลาง น้อย หรือน้อยที่สุด แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ประกอบวิชาชีพสื่อโทรทัศน์เองมีความคิดเห็นว่างปัจจัยภายนอกมีผลอย่างมากต่อการกระทำผิดจรรยาบรรณ ในขณะที่การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) ที่ใช้ในงานวิจัยนี้กลับพบว่า ปัจจัยภายนอกไม่มีผลกับการกระทำผิดจรรยาบรรณของสื่อโทรทัศน์ แต่เป็นปัจจัยภายในสถานีโทรทัศน์เองต่างหากที่มีผลอย่างมากกับปัญหาจรรยาบรรณ

ปัจจัยภายใน

เมอร์ริลและโลเวนสไตน์ กล่าวในประมวลปัจจัยทางสังคมวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเนื้อหาของสื่อมวลชนว่า *ปัจจัยภายใน* เป็นอิทธิพลจากการจัดการและลักษณะองค์กรที่เป็นทั้งองค์กรที่มีบทบาทและพันธกิจทางสังคม (Social Role) กับการเป็นองค์กรที่มุ่งแสวงหากำไรทางธุรกิจ (Business Role) ในเวลาเดียวกัน ดังนั้นระบบการจัดการทางธุรกิจจึงเข้ามามีอิทธิพลต่อการผลิตข่าวสารที่ถือเป็นสินค้าขององค์กรธุรกิจที่จะต้องแข่งขันทางการตลาดกับคู่แข่งอื่น ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายนำกำไรและรายได้ให้กับเจ้าของและผู้ลงทุน นอกจากนั้นปัจจัยภายในอีกประการหนึ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการผลิตข่าวสารคือ ผู้ปฏิบัติงานสื่อมวลชน โดยเฉพาะผู้อยู่ในฝ่ายบรรณาธิการ ดำเนินเนื้อหาข่าวสารประจำวันทำหน้าที่แสวงหา คัดเลือก ประมวลข่าวสารก่อนผลิตและเผยแพร่ จำหน่ายออกไปสู่สาธารณะ บุคคลหรือคณะบุคคลที่ทำหน้าที่นี้ เช่น นักข่าว-ช่างภาพ บรรณาธิการข่าว-ภาพ บรรณาธิการฝ่ายเรียบเรียง ตกแต่ง เนื้อหาข่าวสาร ฯลฯ หรือเรียกรวม ๆ ว่า กองบรรณาธิการนี้ ทำหน้าที่เป็นผู้เฝ้าประตูหรือผู้รักษาประตูข่าวสาร (Gatekeepers)

แนวคิดของเมอร์ริล และ โลเวนสไตน์สอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า ปัจจัยภายในที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดคือ **นโยบายของสถานีโทรทัศน์มุ่งเน้นการนำเสนอข่าวที่อยู่ในความสนใจของประชาชนเป็นหลัก** รองลงมาคือ **นโยบายของสถานีโทรทัศน์มุ่งเน้นผลประโยชน์ทางธุรกิจเป็นหลัก** ส่วนการปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณเป็นเรื่องรอง และ **ผู้สื่อข่าวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับจรรยาบรรณสื่อมวลชนน้อย**

สิ่งที่สอดคล้องกับการศึกษาของเมอร์ริลและโลเวนสไตน์อีกประการหนึ่งก็คือ ปัญหาจรรยาบรรณของสื่อมวลชนอยู่ที่ผู้รักษาประตูข่าวสาร ซึ่งเป็นผู้กั้นกรองข่าวสารว่าเรื่องใดควรจะนำเสนอ โดยผลวิจัยระบุว่าหัวข้อ **บรรณาธิการข่าวมีความรู้ความเข้าใจเรื่องจรรยาบรรณสื่อมวลชน แต่พิจารณาให้ลงข่าวได้หากข่าวนั้นเป็นข่าวที่ประชาชนสนใจแม้ขัดจรรยาบรรณบางข้อ** และ **หัวหน้าข่าวสั่งการให้ผู้สื่อข่าวรายงานเหตุการณ์โดยไม่คำนึงถึงหลักจรรยาบรรณ หากเรื่องนั้นอยู่ในความสนใจของประชาชน** เป็นปัจจัยมีระดับความสำคัญอยู่ที่ระดับมาก และในเมื่อกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่ประกอบวิชาชีพสื่อโทรทัศน์เอง แสดงให้เห็นว่า ปัญหานี้เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในกองบรรณาธิการ

ข่าวของสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ สอดคล้องกับผลวิจัยเรื่องการวิเคราะห์เส้นทางว่า ปัจจัยภายในมีผลอย่างมากกับปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์

แนวทางกำกับดูแล

แนวคิดเรื่องการกำกับดูแลสื่อมวลชนเกิดขึ้นมานานแล้ว ตั้งแต่สื่อเริ่มมีเสรีภาพมากขึ้นไป จนกระทั่งละเมิดสิทธิของผู้อื่น จึงมีการกำหนดหลักจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชน และมีการรวมตัวเป็นองค์กรวิชาชีพเข้ามาดูแล แนวทางในการควบคุมกันเองของสื่อตามแนวคิดของ ศิริวรรณ อนันต์โท คือ องค์กรวิชาชีพสื่อมวลชนควรมีมาตรการส่งเสริมจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชน รวมทั้งมีความจริงจังในการกำกับดูแลกันเอง เพื่อเป็นการยกระดับมาตรฐานวิชาชีพของตน และไม่ควรถัดกั้น การตรวจสอบจากสังคม ควรเปิดโอกาสให้องค์กรหรือบุคคลภายนอก เข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจสอบจริยธรรมวิชาชีพสื่อ ได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อเป็นการเชื่อมั่นแก่บุคคลภายนอกว่า สื่อได้ทำหน้าที่บนพื้นฐานของจริยธรรม และสามารถเป็นที่พึ่งของสังคมได้อย่างแท้จริง

รูปแบบการกำกับดูแลสื่อมวลชนซึ่งเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางมี 3 รูปแบบคือ

1. กำกับดูแลโดยหน่วยงานภาครัฐ (Statutory Regulations)
2. การกำกับดูแลกันเอง (Self-Regulation)
3. การกำกับดูแลร่วมกัน (Co-Regulation)

ในประเทศไทยเอง หลังรัฐบาลนายอานันท์ ปันยารชุน ยกเลิกคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (กบว.) ซึ่งเป็นองค์กรกำกับดูแลสื่อโทรทัศน์ของภาครัฐ ก็มีการส่งเสริมให้เกิดการกำกับดูแลกันเอง โดยจัดตั้งสภาวิชาชีพขึ้น สื่อมวลชนส่วนใหญ่จะมีสังกัดไปตามประเภทของสื่อ ในกรณีของสถานีโทรทัศน์ช่องฟรีทีวีส่วนใหญ่เป็นสมาชิกของสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นก็คือ ความซ้ำซ้อนขององค์กรวิชาชีพ เช่น สื่อมวลชนประเภทวิทยุโทรทัศน์นั้น ยังมีการรวมตัวกันจัดตั้งองค์กรวิชาชีพอีกหลายองค์กรขึ้นมา ได้แก่ สภาวิชาชีพกิจการการแพร่ภาพและการกระจายเสียง (ประเทศไทย) สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย และสภาองค์กรวิชาชีพวิทยุโทรทัศน์ภาคประชาชน เป็นต้น การแยกย่อยออกไปเป็นหลายองค์กรวิชาชีพเช่นนี้ทำให้การแก้ปัญหาเป็นไปได้โดยไม่มีเอกภาพ และเกิดความล่าช้า นอกจากนี้ องค์กรวิชาชีพส่วนใหญ่ยังมีปัญหาเรื่องความอ่อนแอ ไม่สามารถกำกับดูแลเรื่องจรรยาบรรณและจริยธรรมสื่อมวลชนได้จริง เนื่องจากไม่มีกฎหมายรองรับ ขาดความโปร่งใส และมีผลประโยชน์ร่วมกัน (มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2559)

แนวคิดการตั้งองค์กรวิชาชีพอิสระในแนวทางการกำกับดูแลร่วมกัน (Co-Regulation) จึงเกิดขึ้นในยุคปฏิรูปประเทศตามแนวทางของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา โดยคณะกรรมการอำนวยการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านการสื่อสารมวลชน ร่างแผนการปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ ขึ้น โดยมีทั้งฝ่ายนักวิชาการ ข้าราชการ และตัวแทนสื่อมวลชนเข้าร่วม

(คณะกรรมการวิชาการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านการสื่อสารมวลชน, 2560) แต่ก็มีสื่อมวลชนหลายฝ่ายแสดงความไม่เห็นด้วยในหลายประการ เช่น การออกใบอนุญาตสื่อมวลชนที่สามารถฝึกสอนได้ หากกระทำผิด เป็นต้น

หากดูตามผลการวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์จริง กลับเห็นด้วยกับ **ควรให้สภาวิชาชีพสื่อ** ไม่ว่าจะ เป็นในรูปของสมาคม หรือสภาวิชาชีพกลางที่ตั้งขึ้นตามกฎหมาย มีคณะกรรมการพิจารณาให้คุณให้โทษกับสมาชิกได้ และ เร่งออกกฎหมายเฉพาะของสื่อมวลชนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกและบริบทของสังคม โดยครอบคลุมถึงสื่อใหม่ด้วย แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อโทรทัศน์เห็นด้วยกับการมีกฎหมายและบทลงโทษเพื่อให้สื่อมวลชนปฏิบัติตามจรรยาบรรณและจริยธรรมวิชาชีพอย่างเคร่งครัด แต่ทั้งนี้ กฎหมายดังกล่าวควรใช้บังคับกับสื่อใหม่ด้วยอย่างเท่าเทียมกัน แนวคิดเรื่องกฎหมายนี้สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องความคาดหวังของประชาชนในการปฏิรูปสื่อ ของอาจารย์ ประทุมมา ที่ว่า ควรมีบทลงโทษเกี่ยวกับในการนำเสนอข่าวที่บิดเบือน ไม่เป็นธรรม และไม่ถูกต้องกฎหมาย จริยธรรม จรรยาบรรณ ให้เป็นรูปธรรม และเห็นผลได้อย่างรวดเร็ว

ข้อที่มีระดับความเห็นด้วยมากรองลงมาคือ **การลงทะเบียนสื่อมวลชน ออกใบประกอบวิชาชีพเพื่อให้ทราบว่าเป็นสื่อมวลชนจริง** โดยมีระดับความเห็นด้วยมากที่สุด อธิบายได้โดยง่ายคือ สื่อมวลชนในปัจจุบันนั้นมีบางส่วนที่เป็นสื่อมวลชนแอบแฝง ไม่มีสังกัดแน่นอน และสร้างความเสียหายให้กับวงการสื่อมวลชน เช่น เรียกผลประโยชน์จากการทำข่าว หรือใช้ความเป็นสื่อมวลชนสร้างอิทธิพลให้ตัวเอง

หัวข้อที่น่าสนใจในส่วนของ การกำกับดูแลก็คือ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับการกำกับดูแลแบบผสมผสาน กำกับดูแลร่วมกัน มีทั้งสภาวิชาชีพและสภาวิชาชีพกลางที่จัดตั้งขึ้นมาใหม่ร่วมกันดูแล เป็นวิธีกำกับดูแลที่ดีที่สุด มากที่สุด เมื่อเทียบกับ การกำกับดูแลกันเองในรูปแบบของสภาวิชาชีพ และการกำกับดูแลโดยสภาวิชาชีพกลางที่จัดตั้งขึ้นมาใหม่

5.3 บทสรุปผลการวิจัย

5.3.1 ผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ ตระหนักถึงปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลที่เกิดขึ้น

5.3.2 ปัจจัยภายในองค์กรมีผลต่อปัญหาจรรยาบรรณสื่อมวลชนมากกว่าปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายในได้แก่ นโยบายของบริษัทเจ้าของสื่อ บุคลากรในองค์กรระดับตัดสินใจ เช่น บรรณาธิการ และหัวหน้าข่าว ดังนั้น การแก้ปัญหาเรื่องจรรยาบรรณสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ ควรจะมุ่งเน้นการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจ และเพิ่มความตระหนักรู้ให้กับบุคลากรกลุ่มนี้

5.3.3 ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อโทรทัศน์ประเภทดิจิทัลฟรีทีวี เห็นด้วยกับแนวคิดการกำกับดูแลร่วมกัน (Co-regulation) มากที่สุด โดยเห็นควรให้มีการลงทะเบียนสื่อมวลชน และมีบทลงโทษทางกฎหมายกับสื่อมวลชนที่ไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณและจริยธรรมสื่อมวลชนได้

5.4 ข้อเสนอแนะในการทำผลวิจัยไปใช้

5.4.1 ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้อ้างอิงหรือสนับสนุนร่างแผนการปฏิรูปประเทศด้านสื่อมวลชนในแง่ต่างๆ เช่น การจัดตั้งสภาวิชาชีพสื่อมวลชนเพื่อมากำกับดูแลร่วมกัน โดยมีกฎหมายและบทลงโทษที่ชัดเจน

5.4.2 ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้หามาตรการแก้ไขปัญหาการกระทำผิดต่อจรรยาบรรณและจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชนได้ เช่น จัดอบรมเสริม เพิ่มความรู้ สร้างสำนึกในเรื่องจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพให้กับบุคลากรในวิชาชีพสื่อโทรทัศน์ รวมไปถึงบุคลากรระดับตัดสินใจในฝ่ายข่าวของสถานีโทรทัศน์ ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้คัดกรองข่าว

5.5 ข้อเสนอแนะในการทำการวิจัยในครั้งต่อไป

5.5.1 ขยายขอบเขตการศึกษาไปยังสื่อโทรทัศน์ทางเลือกแบบดั้งเดิม เช่น โทรทัศน์ดาวเทียม โทรทัศน์ประเภทบอกรับสมาชิก (Cable TV) หรือสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่น เช่น ช่องเจริญเคเบิลทีวี และ Pattaya News

5.5.2 ศึกษาแนวทางกำกับดูแลสื่อคู่แข่งของสื่อโทรทัศน์ ได้แก่ โทรทัศน์แบบ OTT (Over the Top) เช่น LINE TV หรือ YouTube Channel

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2543). *สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: เติสันเพรส โปรดักส์.
- คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์. (2560). *ช่องรายการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล*. สืบค้นจาก <https://broadcast.nbtc.go.th/tvdigital/tvdigitalchannels>.
- คณะกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านการสื่อสารมวลชน. (2561). *ร่างแผนการปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ*. สืบค้นจาก https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/more_news.php?cid=3821&filename=index.
- จรรยาบรรณสื่อสารมวลชน. (2553). สืบค้นจาก http://kesineelak.blogspot.com/2010/06/blog-post_11.html.
- จรวพร ธรณินทร์. (2554). *12 ไม่ได้ดี สูตรสำเร็จข้าราชการ*. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์.
- ฐิตินันท์ บุญภาพ คอมมอน. (2559). *การบริหารจัดการสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลหลอมรวม* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- เทียนทิพย์ เตียวกี. (2559). จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อในการนำเสนอข่าวยุคดิจิทัล. *วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิด้า*, 2(2), 125-143.
- ธาม เชื้อสถาปนศิริ. (2557). *USER-GENERATED CONTENT: ยุคสื่อของผู้ใช้*. สืบค้นจาก <https://positioningmag.com/58244>.
- ปณัชญา ลีลายุทธ และบุญเลิศ โอธูสู. (2559). จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อมวลชนยุคสื่อดิจิทัล. *วารสารบัณฑิตศึกษาปริทรรศน์*, 13(2) 177-189.
- พรณรงค์ พงษ์กลาง. (2560). การบริหารจัดการสื่อโทรทัศน์ในศตวรรษที่ 21. *วารสารสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 23(1), 90-101.
- พีระ จิโรโสภณ. (2548). *ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน หน่วยที่ 10*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2559ก). *กลไกการกำกับดูแลตนเอง*. กรุงเทพฯ: กสทช.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2559ข). *การกำกับดูแลเนื้อหาของสื่อวิทยุ โทรทัศน์*. กรุงเทพฯ: กสทช.
- มานะ ตริยาภิวัฒน์. (2556). *สัมมนาประจำปี 2556 บทบาทของ Social Media ในการกำหนดวาระข่าวสาร*. สืบค้นจาก <https://www.posttoday.com/social/general/264326>.

- มานะ ตริยาภิวัดณ์. (2559). *ผลวิจัยพฤติกรรมการรับข่าวสารและความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อสื่อมวลชน* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- วสันต์ ภัยหลิกี้. (2553). *ข้อบังคับสภาวิชาชีพข่าวว่าด้วย จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ พ.ศ.๒๕๕๓*. สืบค้นจาก http://www.newsbroadcastingcouncil.or.th/?page_id=142.
- วสิทธิ์ สติตรวงษ์. (2560). *Google เผยสถิติ-ข้อมูลน่าสนใจว่าด้วยคนไทยกับการใช้อินเทอร์เน็ต*. สืบค้นจาก https://www.matichonweekly.com/column/article_31336.
- ศิริวรรณ อนันต์โท และ สันทัต ทองรินทร์. (2559). *จรรยาบรรณในวิชาชีพสื่อมวลชน*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ศีกสายเลือด!! “ฟ้า” เผชิญหน้าแม่ออกทีวี ได้เปล่าเนรคุณ-แม่สาวนเล็กสร้างภาพผู้ดีได้แล้ว. (2561, 6 มีนาคม). *ข่าวสด*. สืบค้นจาก https://www.khaosod.co.th/special-stories/news_806749.
- ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจี๊วงค์. (2558). การนำเสนอรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 7(2), 245-257.
- สกุลศรี ศรีสารคาม. (2554). *สื่อสังคม (Social Media) กับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าว* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สกุลศรี ศรีสารคาม. (2557). *จรรยาบรรณการใช้สื่อออนไลน์และสื่อสังคมในกระบวนการสื่อข่าวของไทยในยุคดิจิทัล* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ.
- สกุลศรี ศรีสารคาม. (2560). *ทิศทางสื่อโทรทัศน์ไทย...ไม่ติดหล่มโซเซียลมีเดีย*. สืบค้นจาก https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1494489920.
- สฤณี อาชวานันทกุล. (2560). *เสรีภาพกับความรับผิดชอบสื่อในศตวรรษที่ 21 (2): สู่ “กลไกกำกับดูแลร่วมกัน”*. สืบค้นจาก <https://thaipublica.org/2017/05/media-regulation-2/>.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2554). *ทฤษฎีบทบาทสื่อมวลชนกำลังถูกท้าทายสื่อใหม่*. สืบค้นจาก http://www.tja.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=2427%3A2011-05-18-07-28-47&catid=46%3Academic&Itemid=75.
- สำนักยุทธศาสตร์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2560). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย 2560*. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์.
- อลงกรณ์ เหมือนดาว และแอนนา จุมพลเสถียร. (2558). กระบวนการนำข้อมูลจากโซเซียลมีเดียมาใช้ในการนำเสนอข่าวโทรทัศน์. *วารสารบัณฑิตศึกษา คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน*, 1-19.

- อาจารย์ ประทุมมา. (2554). *ความคาดหวังของประชาชนในการปฏิรูปสื่อ*. การศึกษาเฉพาะบุคคล
ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Bradshaw, P. (2007). *A Model for the 21st Century Newsroom: pt1- The News Diamond*. Retrieved from <http://onlinejournalismblog.com/2007/09/17/a-model-for-the-21st-century-newsroom-pt1-the-news-diamond/>.
- Bruns, A. (2005). *Gatewatching: Collaborative Online News Production*. New York: Peter Lang.
- Carsey, M., & Werner, T. (1998). *Father Of Broadcasting DAVID SARNOFF*. Retrieved from <http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,989773,00.html>.
- Columbia Broadcasting System*. (n.d.). Retrieved from http://www.newworldencyclopedia.org/entry/Columbia_Broadcasting_System.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lewin, K. (1951). *"Field. Theory and Learning" Ind. Cartwright Field theory in Social Science: Selected Theoretical*. New York: Harper and Row.
- Merrill, J. (2000). The Imperative of Freedom. In Bruce D. Itule, and Douglas A. Anderson (Ed), *News Writing and Reporting for Today's Media* (p. 400). Boston: McGraw-Hill College.
- Michelstein, E., & Boczkowski, J. (2009) Between Tradition and Change: A Review of Recent Research in Online News Production. *Journalism*, 10, 562-578.
- NATION TV: เล่นในสนามเล็กชนะอยู่แล้ว เล่นในสนามใหญ่อย่างไรก็ต้องชนะ*. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <http://marketeer.co.th/archives/category/marketeer-today/page/150>.
- Pulitzer, J. (1904). The Collage of Journalism. *North American Review*, 178, 641-680.
- Schramm, W. (1973). *Channel and audience in handbook of communication*. Chicago: Renelly College Publishing Company.
- Singer J. (2004). Stepping Back From the Gate: Online Newspaper Editors and the Co-Production of Content in Campaign 2004. *Journalism and Mass Communications Quarterly*, 83(2), 265-280.
- Theodore, P. (1973). *The Social Responsibility of the Press. Four Theories of the Press*. Illinois: University of Illinois.



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลและแนวทางกำกับดูแล

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความตามสถานภาพที่เป็นจริงของท่าน

1. เพศ

ชาย หญิง อื่นๆ

2. อายุ

น้อยกว่า 25 ปี 26-29 ปี 30-35 ปี
 36-40 ปี 41-45 ปี 45 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
 ปริญญาโท สูงกว่าปริญญาโท

4. ระยะเวลาปฏิบัติงานในสถานีโทรทัศน์หรือสำนักข่าว

1-5 ปี 6-10 ปี
 11-14 ปี 15 ปีขึ้นไป

5. ตำแหน่งในสถานีโทรทัศน์หรือสำนักข่าว

ผู้สื่อข่าว ผู้สื่อข่าวภาคสนาม กองบรรณาธิการ
 บรรณาธิการข่าว ไรโรเตอร์ พนักงานทั่วไป / อื่นๆ

ส่วนที่ 2 สภาพปัญหาสำคัญด้านจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในปัจจุบัน

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านคิดว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ลำดับ	ปัญหา	ความรุนแรงของปัญหา				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.	เสนอภาพและข่าวอันเป็นเท็จ บิดเบือนข้อเท็จจริง					
2.	เสนอข่าวสะเทือนขวัญ ภาพข่าวที่ไม่เหมาะสม มีภาพอุจาดหวาดเสียว					
3.	เสนอข่าวสร้างความแตกแยก					
4.	เสนอข่าวกระทบกระเทือนความมั่นคงของชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์					
5.	เสนอข่าวและภาพลามกอนาจาร กระทบต่อศีลธรรมอันดีของประชาชน					
6.	เสนอข่าวไร้สาระ สร้างความมึนงง					
7.	เสนอข่าวโดยใช้ภาษาไม่เหมาะสม					
8.	เสนอข่าวละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวของผู้อื่น โดยมีใช้เพื่อประโยชน์สาธารณะ					
9.	เสนอข่าวใส่ร้ายบุคคล องค์กร หรือสถาบัน					
10.	เสนอข่าวในเชิงดูถูกเหยียดหยาม ละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์					
11.	เสนอข่าวที่แต่งเติมสีส่นเข้าไปจนเกินจริง ใส่ความคิดเห็นส่วนตัวลงในข่าว					
12.	เสนอข่าวที่เอื้อประโยชน์ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ไม่เป็นกลาง มุ่งโจมตีผู้หนึ่งผู้ใด					
13.	เสนอข่าวที่นำข้อมูลมาจากโซเชียลมีเดีย โดยขาดการกลั่นกรอง เน้นตามกระแสสังคม					
14.	นำเสนอข่าวโดยขาดความแม่นยำชัดเจนของข้อมูล					

ลำดับ	ปัญหา	ความรุนแรงของปัญหา				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
15	นำเสนอข่าวที่ชี้้นำสังคมไปในทางที่ผิด					

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อจรรยาบรรณในนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านคิดว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ลำดับ	ปัจจัย	อิทธิพลที่มีต่อการนำเสนอข่าว				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยภายนอก						
1.	มีสถานีโทรทัศน์ที่มีจำนวนมากเกินไปทำให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรง					
2.	สถานีโทรทัศน์ทุกแห่งมีการผลิตรายการประเภทข่าวสารเหมือนกัน					
3.	ผู้ชมสนใจข่าวประเภทปฏิกุชนสนใจ (Human Interest) มากกว่าข่าวอื่นๆ					
4.	การเกิดขึ้นของโซเชียลมีเดีย ที่มีความรวดเร็วในการรายงานข่าวสารมากกว่า					
5.	กระบวนการผลิตรายการซับซ้อนและใช้เวลา มากกว่าสื่อใหม่ (New Media)					
6.	กระบวนการผลิตรายการมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าสื่อใหม่ (New Media) มาก					
ปัจจัยภายนอก						
7.	สถานีโทรทัศน์ถูกกำหนดด้วยเรตติ้ง ต้องนำเสนอเรื่องราวที่ดึงดูดผู้ชม					
8.	สถานีโทรทัศน์ประสบภาวะขาดทุนทางธุรกิจ จึงต้องขายเวลาให้กับสปูบข่าวของลูกค้า และเสนอข่าวสารเพื่อประโยชน์ของลูกค้า					

ลำดับ	ปัจจัย	อิทธิพลที่มีต่อการนำเสนอข่าว				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
9.	สถานีโทรทัศน์ตกเป็นของกลุ่มทุนใหญ่ที่เข้ามาร่วมลงทุนแล้วควบคุมการนำเสนอเนื้อหา					
10.	สถานีโทรทัศน์ขาดเสรีภาพในการนำเสนอเนื่องจากถูกควบคุมโดยภาครัฐ					
ปัจจัยภายใน						
11.	ผู้สื่อข่าวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับจรรยาบรรณสื่อมวลชนน้อย					
12.	ผู้สื่อข่าวรายงานสดเหตุการณ์โดยขาดความระมัดระวัง					
13.	หัวหน้าข่าวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับจรรยาบรรณสื่อมวลชนน้อย					
14.	หัวหน้าข่าวสั่งการให้ผู้สื่อข่าวรายงานเหตุการณ์โดยไม่คำนึงถึงหลักจรรยาบรรณ หากเรื่องนั้นอยู่ในความสนใจของประชาชน					
15.	บรรณาธิการข่าวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับจรรยาบรรณสื่อมวลชนน้อย					
ปัจจัยภายใน						
16.	บรรณาธิการข่าวมีความรู้ความเข้าใจเรื่องจรรยาบรรณสื่อมวลชน แต่พิจารณาให้ลงข่าวได้หากข่าวนั้นเป็นข่าวที่ประชาชนสนใจแม้ขัดจรรยาบรรณบางข้อ					
17.	ผู้ประกาศข่าวหรือพิธีกรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับจรรยาบรรณสื่อมวลชนน้อย					
18.	ผู้ประกาศข่าวหรือพิธีกรใส่ความคิดเห็นของตนเองลงไปในช่วงอย่างอิสระ จนละเลยหลักจรรยาบรรณสื่อมวลชน					
19.	นโยบายของสถานีโทรทัศน์มุ่งเน้นการนำเสนอ					

ลำดับ	ปัจจัย	อิทธิพลที่มีต่อการนำเสนอข่าว				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	ข่าวที่อยู่ในความสนใจของประชาชนเป็นหลัก					
20.	นโยบายของสถานีโทรทัศน์มุ่งเน้นผลประโยชน์ทางธุรกิจเป็นหลัก ส่วนการปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณเป็นเรื่องรอง					

ตอนที่ 4 การกำกับดูแลสื่อโทรทัศน์

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านคิดว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ลำดับ	รายละเอียด	ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.	การกำกับดูแลตนเองในรูปแบบของสภาวิชาชีพ เช่นสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย เป็นวิธีกำกับดูแลที่เหมาะสมอยู่แล้ว					
2.	การกำกับดูแลโดยสภาวิชาชีพกลางที่จัดตั้งขึ้นมาใหม่ มีอำนาจทางกฎหมายตามพระราชบัญญัติสื่อมวลชน เป็นวิธีกำกับดูแลที่ดีที่สุด					
3.	การกำกับดูแลแบบผสมผสาน มีทั้งสภาวิชาชีพและสภาวิชาชีพกลางที่จัดตั้งขึ้นมาใหม่ร่วมกันดูแล เป็นวิธีกำกับดูแลที่ดีที่สุด					
4.	ไม่ควรมีการกำกับดูแล เพราะอาจเป็นการทำให้สื่อโทรทัศน์ขาดเสรีภาพ ให้ใช้กระบวนการทางกฎหมายควบคุมแทน					
5.	ควรมีการลงทะเบียนสื่อมวลชน ออกใบประกอบวิชาชีพเพื่อให้ทราบว่าเป็นสื่อมวลชนจริง					

ลำดับ	รายละเอียด	ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
6.	ควรยุบรวมสภาวิชาชีพสื่อที่มีลักษณะซ้ำซ้อนกัน ให้เหลือเพียงองค์กรหลักองค์กรเดียวตามลักษณะของสื่อที่ต้องกำกับดูแล					
7.	ควรให้สภาวิชาชีพสื่อ ไม่ว่าจะ เป็นในรูปแบบของสมาคม หรือสภาวิชาชีพกลางที่ตั้งขึ้นตามกฎหมาย มีคณะกรรมการพิจารณาให้คุณให้โทษกับสมาชิกได้					
8.	ควรปรับรื้อองค์กรกลางของรัฐบาลที่กำกับดูแลสื่อโทรทัศน์ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น และปราศจากการแทรกแซง					
9.	ควรมีองค์กรกลางกำกับดูแลและวัดมาตรฐานในด้านต่างๆ ของสื่อโทรทัศน์ไทยให้เทียบเท่ามาตรฐานสากล โดยอาจจะเป็นหน้าที่ของสภาวิชาชีพกลาง หรือหน่วยงานอื่นๆ ของรัฐบาล					
10.	เร่งออกกฎหมายเฉพาะของสื่อมวลชนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกและบริบทของสังคม โดยครอบคลุมถึงสื่อใหม่ด้วย					

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะและความเห็นอื่นๆ ในเรื่องจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในการอนุเคราะห์ข้อมูลของท่านในครั้งนี้

ประวัติผู้เขียน**ชื่อ นามสกุล**

ภาณุพงษ์ ทินกร

อีเมล

u.panupong@gmail.com

Panupong.u@springnews.co.th

ประวัติการศึกษา

นิเทศศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ประวัติการทำงาน

ผู้อำนวยการฝ่ายรายการข่าว สปริงนิวส์ คอร์ปอเรชั่น

ผู้อำนวยการสถานีโทรทัศน์ช่องสุวรรณหงษ์

Project Manager เทคนิคัลเลอร์ ไทยแลนด์

ผู้อำนวยการ GM Pro, Vietnam

ผู้จัดการฝ่ายข่าวและรายการ TV5 Cambodia,

Cambodia

Executive Producer กันตนา กรุ๊ป

หัวหน้ากองบรรณาธิการ THE BOY Magazine

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 8 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2561

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) _____ อยู่บ้านเลขที่ 37/148

ชอย อีทวดี 16/27 ถนน อิมโกลด์รังสิต ตำบล/แขวง จอมพล

อำเภอ/เขต จตุจักร จังหวัด กทม. รหัสไปรษณีย์ 10900

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7600300961

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ คณะ นิเทศศาสตร์

ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์หัวข้อ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับชมสื่อโทรทัศน์ในบุคคลจิต และ แนวโน้มทางกำกับดูแล

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร _____ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต _____ ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่น ๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(.....)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.ปฐมา สตะเวทิน)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร