

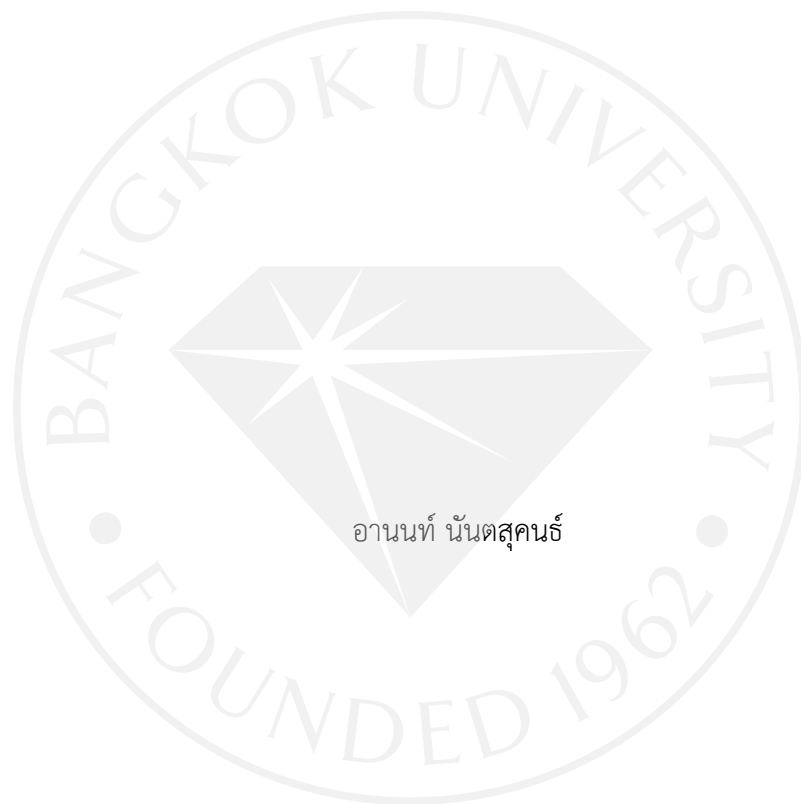
ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

The factors of online media ethics with have influences upon  
entertainment news reporting



ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

The factors of online media ethics with have influences upon entertainment news reporting



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2560



© 2561

อานนท์ นันทสุนทร

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

ผู้วิจัย อานนท์ นันทสุคนธ์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

*C. PERMPROM*

(รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรหม ชมงาม)

ผู้เชี่ยวชาญ

*มนทิรา*

(ดร.มนทิรา ธาดานานวยชัย)

*สุชาดา*

(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

12 พฤษภาคม 2561

อานนท์ นันตสุคนธ์. ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์, พฤษภาคม 2561, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง (75 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรหม ชมงาม

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง” มีสมมติฐานในการศึกษาคือ ปัจจัยด้านนโยบายองค์กร ปัจจัยด้านสภาวะทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง ปัจจัยด้านบุคลากรสื่อ ปัจจัยด้านรูปแบบการนำเสนอ และปัจจัยด้านผู้รับสาร จะมีผลต่อการนำเสนอข่าวตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ทำหน้าที่ในการนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์ ตั้งแต่ระดับ บรรณาธิการข่าว ผู้ช่วยบรรณาธิการข่าว และผู้สื่อข่าว ที่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านสื่อมวลชนตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไป จำนวน 100 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงอนุมาน การถดถอยพหุคูณแบบตัวแปรตามพหุนาม (Multivariate. Multiple Regression: MMR) และใช้ค่าสถิติ sig ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 เพื่อตรวจสอบสมมติฐาน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรสื่อ และปัจจัยด้านผู้รับสาร มีผลต่อจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิงอย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ: จรรยาบรรณสื่อออนไลน์, สื่อออนไลน์, ข่าวบันเทิง, สื่อมวลชน

Nuntasukon, A. M. Com. Arts (Strategic Communication), May 2018, Graduate School, Bangkok University.

The factors of online media ethics with have influences upon entertainment news reporting (75 pp.)

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

### **ABSTRACT**

This research aimed to study the factors of online media ethics with have influences upon entertainment news reporting. The hypothesis of this study is organization policy, social, economic and political environment policy, media personnel policy, news reporting pattern policy, and media consumers policy of online media ethics influences upon entertainment news reporting. The samples were 100 reporters who work on reporting an online entertainment news, comprising of news editors, assistant news editors and news reporters who has carried more than 2 years work experiences in mass media. Questionnaires were used as research instrument for data collection. Data was analyzed by inferential statistics. Statistics used for hypothesis testing was Multivariate Multiple Regression (MMR) and the significant level of statistics was .05. The research revealed that the factors of media personnel policy and media consumers policy of online media ethics influences upon entertainment news reporting.

*Keywords: Online Media Ethics, Online Media, Entertainment News, Mass Media*

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง ประสบความสำเร็จไปได้ด้วยดี เนื่องจากความกรุณาของ รศ.ดร. พรพรม ชมงาม อาจารย์ที่ปรึกษา ที่นอกจากจะให้ความรู้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ยังให้คำแนะนำต่างๆ ชี้แนะแนวทางต่างๆ ตั้งแต่ขั้นแรกเริ่มงานวิจัย และคอยสอบถามความคืบหน้ากับผู้วิจัยเป็นระยะ ทำให้ผู้วิจัยตื่นตัว และเสนอความคืบหน้าตลอดระยะเวลาในการศึกษาวิจัย ขอขอบคุณอาจารย์เป็นอย่างสูงครับ

ขอขอบพระคุณ ผศ.วัฒน์ ภูวทิศ ที่คอยให้คำแนะนำในเรื่องเกี่ยวกับจรรยาบรรณของสื่อมวลชน เพื่อให้ผู้วิจัย มีความรู้และแนวทางในการศึกษาวิจัยได้อย่างถูกต้อง รวมถึง รศ.วัฒนา สุนทรชัย ที่ให้คำแนะนำเพิ่มเติมในเรื่องของสถิติที่ควรใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบคุณอาจารย์ทั้งสองท่านอย่างสูงเช่นกันครับ

ขอขอบคุณ เติลนิวิธออนไลน์ หน่วยงานที่ผู้วิจัยได้ทำงานอยู่ เป็นองค์กรที่สอนให้ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่องการทำหน้าที่สื่อมวลชนได้เป็นอย่างดี อีกทั้งให้ความไว้วางใจผู้วิจัย ในการคัดเลือกให้ผู้วิจัยได้รับทุนการศึกษาจากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ให้มาศึกษาที่คณะนิเทศศาสตร์ สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

ขอขอบคุณนักข่าว สื่อมวลชนสายบันเทิง ทุกระดับ ตั้งแต่บรรณาธิการข่าว รองบรรณาธิการข่าว จนถึงผู้สื่อข่าว พี่น้องในสื่อมวลชนสายบันเทิง ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการให้ข้อมูลตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเรื่องจรรยาบรรณสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวบันเทิง จึงทำให้การศึกษาวิจัยสำเร็จไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณเพื่อนๆ กลุ่มเด็กหลังห้อง ทุกคน ที่คอยเป็นกำลังใจ และคอยช่วยเหลือเรื่องการเรียนที่มหาวิทยาลัยกรุงเทพกันตั้งแต่ต้นภาคเรียน ซึ่งหากไม่ได้กำลังใจจากเพื่อนกลุ่มนี้ ก็อาจจะไม่เกิดการศึกษาวิจัยครั้งนี้ขึ้นมาเช่นเดียวกัน รวมถึงเพื่อนๆ กลุ่มปริญญาโท ปีการศึกษา 2560 ทุกคนที่สู้กันมาจนถึงตอนนี้

ขอบคุณกำลังใจที่ตีจากพี่หว่า ที่ให้กำลังใจผู้วิจัยในเวลาที่ท้อเรื่องการวิจัย และแซร์ ประสบการณ์การเรียนปริญญาโท ให้ผู้วิจัยได้รับมือกับทุกสถานการณ์ สุดท้ายขอบคุณครอบครัว พ่อแม่ อา และน้อง ที่สนับสนุนเรื่องการเรียนมาตลอด และเคารพในการตัดสินใจของผู้วิจัยเสมอมา

อานนท์ นันตสุคนธ์

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามวิจัย	3
1.3 วัตถุประสงค์	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.5 ขอบเขตการวิจัย	4
1.6 สมมติฐานการวิจัย	4
1.7 กรอบแนวคิดการวิจัย	5
1.8 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับข่าวบันเทิงและนโยบายการนำเสนอข่าวบันเทิง	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการนำเสนอข่าวของสื่อออนไลน์	10
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์	14
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 ประเภทของงานวิจัย	28
3.2 กลุ่มประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	28
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	29
3.4 การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ	29
3.5 การทดสอบเครื่องมือ	31
3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล	32
3.7 ประเภทของตัวแปร	33
3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล	33



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 บทวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ลักษณะทางประชากร	34
4.2 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง	37
4.3 ระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง	43
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน	48
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	53
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	57
5.3 อภิปรายผลสมมติฐานการวิจัย	58
5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัย	59
บรรณานุกรม	61
ภาคผนวก	65
ประวัติผู้เขียน	75
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการขออนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 2.1:	ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเสนอข่าวบันเทิง	9
ตารางที่ 2.2:	แนวคิดเกี่ยวกับสื่อออนไลน์	13
ตารางที่ 2.3:	หลักจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าว	23
ตารางที่ 2.4:	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจรรยาบรรณสื่อออนไลน์	25
ตารางที่ 3.1:	การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค	32
ตารางที่ 4.1:	สัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	34
ตารางที่ 4.2:	สัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ	35
ตารางที่ 4.3:	สัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	35
ตารางที่ 4.4:	สัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน	36
ตารางที่ 4.5:	ร้อยละระดับความสำคัญของปัจจัยด้านนโยบายองค์กรที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง	37
ตารางที่ 4.6:	ร้อยละระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสังคม การเมือง และเศรษฐกิจที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง	38
ตารางที่ 4.7:	ร้อยละระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรสื่อที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง	39
ตารางที่ 4.8:	ร้อยละระดับความสำคัญของปัจจัยด้านรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าวที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง	41
ตารางที่ 4.9:	ร้อยละระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผู้รับสารที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง	42
ตารางที่ 4.10:	ร้อยละระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง	43
ตารางที่ 4.11:	ร้อยละระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง ด้านความถูกต้องในการนำเสนอข่าวและแหล่งที่มาของข่าวสาร	44

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.12: ร้อยละระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าว บันเทิง ด้านการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล	45
ตารางที่ 4.13: ร้อยละระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอ ข่าวบันเทิง ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศชาติ	46
ตารางที่ 4.14: ร้อยละระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอ ข่าวบันเทิง ด้านรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว	47
ตารางที่ 4.15: ร้อยละระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอ ข่าวบันเทิง	48
ตารางที่ 4.16: แสดงค่าการมีนัยสำคัญระหว่างปัจจัยด้านนโยบายองค์กรที่มีผลต่อ จรรยาบรรณสื่อออนไลน์	49
ตารางที่ 4.17: แสดงค่าการมีนัยสำคัญระหว่างปัจจัยด้านสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ ที่มีผลต่อจรรยาบรรณสื่อออนไลน์	49
ตารางที่ 4.18: แสดงค่าการมีนัยสำคัญระหว่างปัจจัยด้านบุคลากรสื่อที่มีผลต่อ จรรยาบรรณสื่อออนไลน์	50
ตารางที่ 4.19: แสดงค่าการมีนัยสำคัญระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบและเนื้อหาในการนำ เสนอข่าวที่มีผลต่อจรรยาบรรณสื่อออนไลน์	51
ตารางที่ 4.20: แสดงค่าการมีนัยสำคัญระหว่างปัจจัยด้านผู้รับสารที่มีผลต่อจรรยาบรรณ สื่อออนไลน์	52
ตารางที่ 5.1: ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย	56

## สารบัญภาพ

ภาพที่ 1.1: กรอบแนวคิดในการวิจัย

หน้า

5



## บทที่ 1 บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนในประเทศไทย เรียกได้ว่ามีความผูกพันกับวิถีชีวิตของประชาชนมาอย่างยาวนาน ตั้งแต่การนำเสนอข่าวสารในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ ผ่านทางหนังสือพิมพ์ รายวัน หนังสือพิมพ์รายปักษ์ นิตยสาร วารสาร สู่อำนาจการนำเสนอในรูปแบบสื่อวิทยุ รายงานข่าวผ่านทางเสียงของผู้บรรยายหรือผู้ประกาศ สู่อำนาจการนำเสนอในรูปแบบสื่อโทรทัศน์ ที่มีการนำเสนอทั้ง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ประกอบเข้าด้วยกัน สามารถให้ผู้ชมได้รับชมข่าวสาร เข้าถึง และเข้าใจเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้มากขึ้น ผ่านการรับรู้ทางประสาทสัมผัสที่มากกว่าการอ่าน การชมภาพนิ่ง และการฟังเพียงเท่านั้น และในปัจจุบัน การนำเสนอข่าวสารก็พัฒนาสู่ยุคดิจิทัลแบบเต็มตัว ที่นอกจากจะได้รับรู้ข่าวสาร ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และ เสียง แบบเดียวกับสื่อโทรทัศน์แล้ว ประชาชนซึ่งเป็นผู้รับสารยังได้รับข่าวสารตลอดเวลา ไม่จำเป็นต้องรอช่วงเวลาของรายการข่าว อีกทั้งยังสามารถแสดงความคิดเห็นถึงประเด็นข่าวต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้ทันที พร้อมกับทุกๆ คนบนโลก การนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนจึงมีผลต่อประชาชนเป็นอย่างมาก ดังที่ เดอร์เฟอร์ และ เดนนิส (Defleur & Denis, 1996) ได้กล่าวไว้ว่า สื่อมวลชนมีการหลั่งไหลข้อมูลข่าวสารต่อเนื่อง สามารถสร้างอิทธิพลทางความคิด ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และมีอิทธิพลทางความเชื่อมั่น เจตคติ อารมณ์ พฤติกรรมของผู้รับสารด้วย

และด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและความนิยมของสื่อออนไลน์ ทำให้รูปแบบการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่สื่อดั้งเดิม (วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์) อีกต่อไป สื่อมวลชนได้ใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางการสื่อสารกับผู้รับสารมากขึ้น ลักษณะเนื้อหาข่าวออนไลน์ที่เหมาะสมกับการนำเสนอบนสื่อออนไลน์ต้องสั้น กระชับ รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ และมุ่งตอบสนองด้านความเร็วในการนำเสนอข่าวมากขึ้น ซึ่งเป็นจุดเด่นของสื่อออนไลน์ที่สามารถนำเสนอได้ตลอดทั้ง 24 ชั่วโมง ปรับข้อมูลให้ทันสมัยได้ตลอดเวลา และเน้นการมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้ทันที เป็นการกระตุ้นให้ผู้ช้กลับมามีปฏิสัมพันธ์ได้เรื่อยๆ (สิริชัย วงษ์สาริตศาสตร์, 2549) พฤติกรรมของผู้รับสารในปัจจุบันที่มีการใช้ชีวิตอยู่กับหน้าจอเป็นหลักโดยมีการเข้าถึงข่าวสารผ่านโซเชียลมีเดียอย่าง เฟซบุ๊ก (Facebook), ทวิตเตอร์ (Twitter) และ อินสตาแกรม (Instagram) (กาญจนา แก้วเทพ, 2556)

ข่าวบันเทิง (Entertainment News) เป็นข่าวอีกหนึ่งประเภทที่ได้รับความสนใจจากประชาชนทั่วไป ซึ่งมีลักษณะเป็นข่าวเบา (soft news) แตกต่างจากข่าวที่เน้นสาระความรู้ โดยข่าวบันเทิงจะนำเสนอความเคลื่อนไหวของบุคคลในแวดวงบันเทิง ทั้ง ศิลปิน ดารา นักแสดง นักร้อง

รวมถึงผลงานทางด้านภาพยนตร์ ละคร ดนตรี ศิลปกรรม วรรณกรรม (วราภรณ์ อินดีฉัตร, 2559) และด้วยลักษณะของข่าวบันเทิงที่นำเสนอความเคลื่อนไหวของบุคคลในแวดวงบันเทิง ที่ประชาชนทั่วไปให้ความสนใจและสามารถเข้าถึงได้โดยง่ายจากการเสพผลงานต่างๆ จึงเป็นเหตุที่ทำให้ ข่าวบันเทิง เป็นหัวข้อสนทนาในชีวิตประจำวันของประชาชน เนื่องจากประชาชนใช้ประโยชน์จากข่าวบันเทิงที่นำเสนอโดยสื่อมวลชน มาใช้ในการสร้างความสัมพันธ์กันในสังคม เป็นหัวข้อในการพูดคุยกับบุคคลรอบข้างในสังคมนั้นเอง (อรวี บุณนาค, 2554)

ทั้งนี้การนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนในประเทศไทย ได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ถึง บทบาทหน้าที่การนำเสนอข่าว รวมถึงจริยธรรมและจรรยาบรรณอยู่บ่อยครั้ง ในแง่ของการนำเสนอข่าวสารที่มีความคลาดเคลื่อนไปจากข้อเท็จจริง บิดเบือน มีอคติ ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ความประพฤติตัวของสื่อข่าวที่ไม่เหมาะสม นำเสนอข่าวที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณชน ซึ่งลักษณะการนำเสนอข่าวมีทั้ง การพาดหัวข่าวที่หมิ่นประมาทเกินจริง ภาพข่าวที่มีลักษณะอนาจาร แม้สื่อจะอ้างว่าเป็นการนำเสนอตามจริงแสดงถึงความตกต่ำทางศีลธรรมของสังคม แต่ลักษณะดังกล่าว ถือเป็นปัญหาด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณของวิชาชีพสื่อมวลชน ที่สาเหตุสำคัญมาจากธุรกิจ หวังสร้างความสนใจ ดึงดูดให้กับผู้อ่านข่าวสาร โดยไม่คำนึงถึงความเสียหายของผู้ที่ตกเป็นข่าว ส่งผลกระทบต่อผู้ที่อยู่ในการนำเสนอข่าว รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง และไม่คำนึงถึงชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือขององค์กรสื่ออีกด้วย (วัฒนีย์ ภูวทิศ, 2556)

อีกทั้งเมื่อรูปแบบการนำเสนอข่าวจากสื่อดั้งเดิม เป็นสื่อออนไลน์ ลักษณะการนำเสนอข้อมูลข่าวสารบนสื่อออนไลน์ของสื่อมวลชนไทย ส่วนมากจะเป็นการนำข่าวและข้อมูลที่ปรากฏในสื่อหลักมานำเสนอบนสื่อออนไลน์โดยไม่ได้ปรับเปลี่ยนเนื้อหา และให้ความสำคัญกับเรื่องของเวลา ที่คาดว่า จะสามารถนำเสนอข่าวแบบเกาะติดสถานการณ์ได้ และรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาจะเรียงเรียงให้ดูสะอาด สะดวกต่อการค้นหาข้อมูล จัดหมวดหมู่เป็นลำดับขั้นตอน แต่การนำเสนอข่าวออนไลน์บนสื่อออนไลน์ก็มีข้อจำกัดในเรื่อง การนำเสนอผ่านจอภาพขนาดเล็ก และด้านความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร ปราศจากการตีความและแปลความจากสื่อมวลชน ในบางครั้งการนำเสนอข่าวบนสื่อออนไลน์ อาจมีปัญหาเกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวของบุคคล เนื่องจากความรวดเร็วในการรวบรวมข้อมูลมานำเสนอ (สิริชัย วงษ์สาธิตศาสตร์, 2549)

การตั้งคำถามเกี่ยวกับ จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อมวลชน ในการปฏิบัติหน้าที่และนำเสนอข่าว ไม่เพียงแต่จะเกิดขึ้นกับข่าวที่มีลักษณะเนื้อหาหนัก อาทิ ข่าวการเมือง ข่าวทั่วไป และข่าวเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ข่าวบันเทิง ที่นำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวของบุคคลในแวดวงบันเทิงก็ถูกตั้งคำถามเช่นเดียวกัน อาทิ การปฏิบัติหน้าที่สื่อมวลชนกับการนำเสนอข่าวการเสียชีวิตของ ปอ-ทฤษฎี สหวงษ์, การนำเสนอข่าวมือที่สามของคู่รัก แอป-ทักษอร เตชะณรงค์ และ สงกรานต์

เตชะณรงค์ ที่โยงพิธีกรชื่อดัง กวาง-อรการ เข้ามาเกี่ยวข้อง เป็นต้น ซึ่งข่าวด้านลบที่เกิดขึ้นกับ ดารา นักแสดง ศิลปิน นักร้อง พิธีกร รวมถึงบุคคลเบื้องหลังของวงการบันเทิง อย่างผู้จัดละคร ผู้จัดการ ส่วนตัวของคนในแวดวงบันเทิง มักกระตุ้นความสนใจได้จากสาธารณชน มากกว่าข่าวด้านบวกที่ นำเสนอเรื่องผลงานและความเคลื่อนไหวทั่วไป ข่าวในด้านลบ จะได้รับความสนใจหรือ ขายได้ ในแง่ ของธุรกิจการนำเสนอและผลิตข่าวบันเทิง เนื่องจากการนำเสนอข่าวในด้านลบมีลักษณะชุดคีย์แบบ เจาะลึกเรื่องของบุคคลสาธารณะที่อยู่ในความสนใจของประชาชน รูปแบบการนำเสนอ ด้านภาพ ภาษา ที่ดึงดูด (อรวิ บุนนาค, 2554) การนำเสนอดังกล่าวจึงเกิดการตั้งคำถามถึงการทำหน้าที่ของ สื่อมวลชน และวิพากษ์วิจารณ์ถึงความไม่เหมาะสมของเนื้อหา ละเลยหลักจริยธรรม จรรยาบรรณ สื่อมวลชน และละเมิดสิทธิเสรีภาพส่วนบุคคลของกลุ่ม ศิลปิน นักร้อง ดารา นักแสดง และบุคคล เบื้องหลังที่ตกเป็นข่าว (วราศรี อัจฉริยะเดชา, 2558)

จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อมวลชนยุคสื่อดิจิทัล แม้สังคมจะมีการเปลี่ยนแปลงทาง เทคโนโลยี แต่การเป็นนักสื่อสารอาชีพยังคงต้องยึดหลักวิชาชีพให้มั่นคง ตระหนักในความรับผิดชอบ สูงสุด ความถูกต้องและเหมาะสมในการนำเสนอข่าว สังคมคาดหวังว่าผู้เป็นมืออาชีพของนักการ สื่อสารต่อการปฏิบัติหน้าที่ อีกทั้งความทันสมัยของยุคสื่อดิจิทัลทุกคนต่างเป็นผู้ผลิตข่าวสารได้ด้วย ตัวเอง จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อจึงเป็นข้อกำหนดที่ชัดเจนในวิชาชีพนักสื่อสาร ที่ควรยึดปฏิบัติ ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือก็จะต้องคงอยู่ต่อไป ไม่ถูกลดบทบาทในสังคม (ปณัชญา ลีลายุทธ และ บุญเลิศ โอธสุ, 2560)

จากสถานการณ์ปัจจุบันในการนำเสนอข่าวบันเทิงในสื่อออนไลน์ดังที่กล่าวไปข้างต้น ผู้วิจัย จึงสนใจศึกษา **ปัจจัยอะไรบ้างที่มีผลต่อการปฏิบัติจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าว บันเทิง** เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ทำหน้าที่สื่อมวลชนสายบันเทิง ปฏิบัติหน้าที่ตามหลักจรรยาบรรณ เป็นมาตรฐานในการทำหน้าที่ที่ถูกต้อง มีประสิทธิภาพ และมีความรับผิดชอบต่อสังคม

## 1.2 คำถามวิจัย

ปัจจัยใดที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวบันเทิงของสื่อออนไลน์

## 1.3 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวบันเทิงของสื่อออนไลน์

## 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวบันเทิงของ สื่อออนไลน์

1.4.2 เพื่อให้สื่อมวลชนตระหนักถึงความสำคัญในการนำเสนอข่าวตามหลักจรรยาบรรณสื่อออนไลน์

1.4.3 เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาในแวดวงสื่อสารมวลชน

1.4.4 เพื่อนำไปปรับใช้เป็นกลยุทธ์ในการสื่อสารขององค์กรสื่อมวลชน

## 1.5 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง จะเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากผู้ทำหน้าที่ผู้สื่อข่าวบันเทิง ทั้งในระดับ หัวหน้าข่าว บรรณาธิการ และ ผู้สื่อข่าว จำนวน 100 คน จากทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ และ สื่อออนไลน์ ที่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านข่าวบันเทิงตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไป

## 1.6 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ปัจจัยด้านนโยบายขององค์กรมีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ปัจจัยด้านสังคม การเมือง และ เศรษฐกิจ มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ปัจจัยด้านบุคลากรสื่อ มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

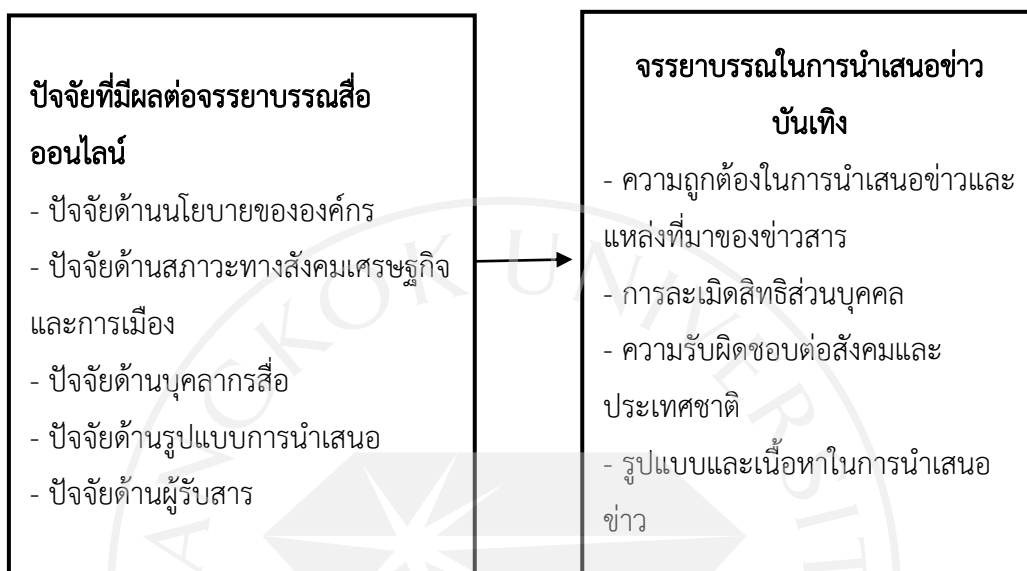
สมมติฐานการวิจัยที่ 4 ปัจจัยด้านรูปแบบการนำเสนอมีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

สมมติฐานการวิจัยที่ 5 ปัจจัยด้านผู้รับสาร มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง



## 1.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 1.1: กรอบแนวคิดในการวิจัย



## 1.8 นิยามศัพท์

**จรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวบันเทิงของสื่อออนไลน์** หมายถึง หลักที่องค์กรและผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนร่วมกันกำหนดขึ้นมาเพื่อเป็นกรอบในการปฏิบัติโดยเป็นลายลักษณ์อักษร

**ปัจจัยที่มีผลต่อจรรยาบรรณสื่อออนไลน์** หมายถึง เหตุที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

## บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง **ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง** ผู้ศึกษาได้ใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการนำเสนอข่าวบันเทิงและนโยบายการนำเสนอข่าวบันเทิง
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการนำเสนอข่าวของสื่อออนไลน์
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์

### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับข่าวบันเทิงและนโยบายการนำเสนอข่าวบันเทิง

**ข่าวบันเทิง** (Entertainment News) คือ เป็นข่าวอีกหนึ่งประเภทที่ได้รับความสนใจจากประชาชนทั่วไป ซึ่งมีลักษณะเป็นข่าวเบา (Soft News) แตกต่างจากข่าวที่เน้นสาระความรู้ โดยข่าวบันเทิงจะนำเสนอความเคลื่อนไหวของบุคคลในแวดวงบันเทิง ทั้ง ศิลปิน ดารา นักแสดง นักร้อง รวมถึงผลงานทางด้านภาพยนตร์ ละคร ดนตรี ศิลปกรรม วรรณกรรม ซึ่งการนำเสนอข่าวบันเทิงผ่านสื่อโทรทัศน์ ต้องสร้างบรรยากาศความเป็นกันเองทั้งด้านบท ภาษา การแต่งกายของผู้ดำเนินรายการ วมถึงองค์ประกอบอื่นให้ดูใกล้ชิดกับผู้ชมมากที่สุด (วรจกณา ยินดีฉัตร, 2559) นอกจากนี้ ผู้เขียนข่าวจะแทรกความรู้สึกลงไป ในรูปแบบของการวิจารณ์ ตีชม เสนอแนะ ให้ผู้อ่านคล้อยตาม แตกต่างจากข่าวการเมือง ข่าวอาชญากรรม ที่เสนอเพียงข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นเท่านั้น (วันทนา คณานุกรักษ์, 2554)

**ประเด็นหลักในการนำเสนอข่าวบันเทิง** ประกอบไปด้วย 3 ประเด็นหลักคือ 1) ชีวิตส่วนตัวของคนในวงการบันเทิง เรื่องของความรัก ความสูญเสีย การมีคดีความที่เกี่ยวข้อง ความขัดแย้งกันเอง และขัดแย้งกับบุคคลอื่น ความสำเร็จเรื่องน่ายินดี ความคิดเห็นของดาราต่อเหตุการณ์สำคัญในสังคม 2) ผลงานและความเคลื่อนไหวทางด้านผลงานของคนในวงการบันเทิง ทั้งผลงานด้านภาพยนตร์ โทรทัศน์ เพลง และศิลปวัฒนธรรม 3) กิจกรรมการเคลื่อนไหวของวงการบันเทิงทั้งในและต่างประเทศ อาทิ ข่าวคนบันเทิงร่วมกิจกรรมการกุศล การร่วมมือช่วยเหลือสังคม การจัดประชุมสัมมนา หรือการทำงานของหน่วยงานต่างๆ ที่มีบุคคลในวงการบันเทิงเข้ามาเกี่ยวข้อง (รัตนาดี นาควานิช, 2547)

แม้ข่าวบันเทิงจะเป็นข่าวประเภทข่าวเบา แต่ก็มีการจัดกลุ่มเนื้อหาสาระสำคัญของข่าวบันเทิงเอาไว้ โดย ฐาม เชื้อสถาปนศิริ (2552) ได้สรุปคุณภาพเนื้อหาสาระของข่าวบันเทิง ไว้ 3 กลุ่ม โดยลักษณะที่มากที่สุดตามลำดับ คือ 1) ข่าวโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลงานของดารา นักร้อง เป็น

ลักษณะเนื้อหาของข่าวบันเทิงที่พบมากที่สุด อาทิ ข่าวเปิดกล้องละครใหม่ ข่าวกองถ่ายละคร-ภาพยนตร์ หรือฉากสำคัญต่างๆ ของละคร 2) ข่าวชีวิตส่วนตัวของดารา อาทิ ชีวิตรักส่วนตัวของคนในแวดวงบันเทิง การทะเลาะระหว่างบุคคลในวงการบันเทิง รวมถึงข่าวลือ ชุบชิบดารา โดยมักนำเอาข่าวลือ หรือข้อสงสัย มาสร้างเนื้อหาเพื่อให้ดาราชี้แจง 3) การวิเคราะห์วิจารณ์เกี่ยวกับผลงาน โดยเป็นเนื้อหาเจาะลึกผลงานเกี่ยวกับ ละคร ภาพยนตร์ อัลบั้มเพลง เป็นต้น

ทั้งนี้การนำเสนอข่าวบันเทิงของไทย มักมีความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการนำเสนอข่าวบันเทิง คือการได้ข้อมูลจากแหล่งข่าวที่ไม่มีความแน่นอน หรือมีการให้ข้อมูลไม่ตรงตามความเป็นจริง เนื่องจากเมื่อมีประเด็นที่น่าสนใจเกิดขึ้นกับคนในแวดวงบันเทิง ผู้สื่อข่าวจะต้องตามแหล่งข่าวค้นหาข้อมูลมานำเสนอ ตัวผู้สื่อข่าวเองจึงต้องมีความชำนาญจากประสบการณ์การทำงาน ในการประเมินว่าสิ่งที่จะนำเสนอเป็นข้อเท็จจริง มีคุณค่าข่าว ควรได้รับความสนใจจากผู้รับสารหรือไม่ (รัตนวดี นาควานิช, 2547)

#### **งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับข่าวบันเทิงและนโยบายการนำเสนอข่าวบันเทิง**

วรารคมยา ยินดีฉัตร (2559) ศึกษาเรื่องการบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง โดยศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารการผลิตและนำเสนอรายการข่าวบันเทิง ผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัยทั้งหมด 6 ด้านที่มีผลต่อการบริหารการผลิตและนำเสนอรายการข่าวบันเทิง คือ ปัจจัยด้านนโยบายสถานี ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านคู่แข่งชั้น ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร และปัจจัยด้านเรตติ้ง โดยเฉพาะด้านเรตติ้งที่แม้สถานีโทรทัศน์ที่ไม่ได้มุ่งผลกำไรก็ให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้เช่นกัน

วาสนา เจริญกิตติพร (2553) ศึกษาเรื่องการบริหารเพื่อพัฒนารายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 พบว่า ลักษณะเนื้อหาของรายการเส้นทางบันเทิงและเที่ยงบันเทิง มีรูปแบบการนำเสนอเน้นสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร นักแสดงในสังกัด ไม่นำเสนอข่าวชุบชิบ ส่วนรายการคั่นปาก นำเสนอข่าวที่ติดตามกระแส ข่าวเชิงชุบชิบ มีบรรณาธิการข่าวและหัวหน้างานเป็นผู้คัดเลือกประเด็นนำเสนอ แต่ถ้าข่าวที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของช่อง 7 นักแสดงในสังกัด เสื่อมเสียแก่บุคคล จะต้องแจ้งผู้บริหารระดับสูงก่อนนำเสนอ นอกจากนี้ ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนารายการข่าวบันเทิงของช่อง 7 แบ่งเป็นปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ ปัจจัยการบริหาร ด้านรูปแบบการนำเสนอ และเนื้อหาข่าว, ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านเวลา ส่วนปัจจัยภายนอก ได้แก่ สภาวะการแข่งขันระหว่างรายการข่าวบันเทิง แรงกดดันทางเศรษฐกิจ และความน่าสนใจความต้องการของผู้ชม

วันดี ทองงอก (2538) กล่าวถึงเป้าหมายในการนำเสนอข่าวและวิธีการนำเสนอข่าวนั้นแตกต่างกันไปในแต่ละสำนักข่าว ด้วยสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานแต่ละสำนักข่าว รวมถึงเหตุการณ์ที่สนใจของผู้ชม โดยมีองค์ประกอบคือ 1) นโยบายของสื่อมวลชนแต่ละประเภท เช่น หนังสือพิมพ์ การจัดลำดับความสำคัญกับข่าวก็มีนโยบายแตกต่างกัน เพื่อแสดงจุดยืนของสื่อมวลชน

แต่ละประเภท 2) ภาวะการแข่งขันของสื่อมวลชน ที่ต้องการนำเสนอสิ่งที่ประชาชนเลือกอ่านเลือกชมมากที่สุด 3) พื้นที่ของสื่อแต่ละประเภท การมีพื้นที่รายงานข่าวที่จำกัด อาจต้องตัดข่าวเพื่อให้พอกับกับการนำเสนอ 4) ทศนคติของเจ้าของหรือบรรณาธิการ 5) โฆษณา เมื่อมีพื้นที่โฆษณามาก การนำเสนอข่าวอาจน้อยลง 6) สถานการณ์หรือช่วงเวลาของการเป็นข่าวในขณะนั้น 7) การเปลี่ยนแปลงของลักษณะทางการเมือง การปกครอง เศรษฐกิจและสังคม 8) การเซ็นเซอร์ของรัฐบาล รัฐบาลจะเข้ามาควบคุมการรายงานข่าว เป็นไปตามความต้องการของรัฐบาลเพื่อความมั่นคงของชาติ

วันทนา คมนานุรักษ์ (2554) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวบนอินเทอร์เน็ตของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสนใจเนื้อหาวิธีการนำเสนอข่าวบนเว็บแบบผสม ที่มีทั้งภาพเคลื่อนไหว ประกอบกับข่าว สนใจรูปแบบหัวข้อข่าวบนเว็บออนไลน์ให้สาระสำคัญของเนื้อหาข่าว มากกว่าการใช้คำสั้น กระชับ โดยการเปิดรับข่าวบนเว็บ ส่วนใหญ่ต้องการรับข่าวสดใหม่มากกว่าข่าวกระแสนิยม ข่าวที่เป็นจริง และข่าวที่มีอ้างอิง ตามลำดับ และต้องการเนื้อหาแบบกระชับมากกว่าต้องการเนื้อหาละเอียด อีกทั้งหากพิจารณารายละเอียดการนำเสนอข่าวพบว่าเปิดรับข่าวทันต่อเหตุการณ์มากที่สุด ตามด้วย ข่าวที่มีภาพประกอบ ข่าวที่มีความน่าเชื่อถือ ข่าวที่ถูกต้องชัดเจน และข่าวที่มีเนื้อหารายละเอียดครบถ้วน ตามลำดับ

พัชรินทร์ รักสัตย์ (2560) ศึกษาเรื่อง กระบวนการสื่อข่าวของรายการข่าวบนเว็บทางโทรทัศน์ในยุคหลอมรวมสื่อ พบว่า บรรณาธิการข่าวจะเป็นผู้คัดสรรหม่างาน และประเด็นข่าวให้กับผู้สื่อข่าว โดยตรวจสอบประเด็นจากสื่อสังคมออนไลน์ โดยเปิดโอกาสให้ผู้สื่อข่าวร่วมแลกเปลี่ยนความเห็นเกี่ยวกับประเด็นข่าว โดยบรรณาธิการเข้ามากำกับดูแล เพื่อป้องกันความผิดพลาดเกี่ยวกับการนำเสนอข่าว ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกประเด็นข่าวคือ 1) ตัวบุคคลมีชื่อเสียงและเหตุการณ์กำลังอยู่ในความสนใจ 2) นโยบายขององค์กร

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะเห็นได้ว่ามีหลายปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตและนำเสนอข่าวบนเว็บของทั้งสื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อวิทยุโทรทัศน์ ได้แก่ ปัจจัยด้านนโยบายขององค์กรและบรรณาธิการ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านคู่แข่ง ยอดขาย เรตติ้ง ความนิยม ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร โดยผู้รับสารให้ความสนใจกับเนื้อหาการนำเสนอข่าวบนเว็บแบบผสมที่มีทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และสนใจข่าวที่มีความสดใหม่ มากกว่าข่าวที่เป็นความจริง อีกทั้งสนใจเนื้อหาข่าวที่มีความกระชับมากกว่าเนื้อหาละเอียดอีกด้วย

ตารางที่ 2.1: ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเสนอข่าวบันเทิง

ชื่อผู้ศึกษา	ปัจจัยในการนำเสนอข่าวบันเทิง
วรางคณา ยินดีฉัตร (2559)	- ปัจจัยด้านนโยบายสถานี, ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ, ปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านคู่แข่ง, ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร, ปัจจัยด้านเรตติ้ง
วาสนา เจริญกิตติพร (2553)	- ปัจจัยภายใน ได้แก่ ปัจจัยการบริหาร ด้านรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาข่าว, ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านเวลา ส่วนปัจจัยภายนอก ได้แก่ สภาวะการแข่งขันระหว่างรายการข่าวบันเทิง แรงกดดันทางเศรษฐกิจ และความน่าสนใจความต้องการของผู้ชม
วันดี ทองงอก (2538)	- นโยบายของสื่อมวลชนแต่ละประเภท, ภาวะการแข่งขันของสื่อมวลชน, พื้นที่ของสื่อแต่ละประเภท, ทัศนคติของเจ้าของหรือบรรณาธิการ, โฆษณา, สถานการณ์หรือช่วงเวลาของการเป็นข่าวในขณะนั้น, การเปลี่ยนแปลงของลักษณะทางการเมือง การปกครอง เศรษฐกิจและสังคม, การเซ็นเซอร์ของรัฐบาล
วันทนา คมนารักษ์ (2554)	- ผู้เสพข่าวบันเทิงต้องการรับข่าวที่สดใหม่ - ผู้เสพข่าวบันเทิงต้องการข่าวที่มีเนื้อหากระชับ - ผู้เสพข่าวบันเทิงต้องการข่าวที่ทันต่อเหตุการณ์มากกว่าข่าวที่นำเชื่อถือและถูกต้อง ชัดเจน
พัชรินทร์ รักสัตย์ (2560)	บรรณาธิการข่าวจะเป็นผู้คัดสรรหมายงาน และประเด็นข่าวให้กับผู้สื่อข่าว โดยตรวจสอบประเด็นจากสื่อสังคมออนไลน์ โดย ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกประเด็นข่าวคือ 1) ตัวบุคคลมีชื่อเสียงและเหตุการณ์กำลังอยู่ในความสนใจ 2) นโยบายขององค์กร

ในการวิจัยครั้งนี้ แนวคิดเกี่ยวกับข่าวบันเทิงและนโยบายการนำเสนอข่าวบันเทิง ผู้วิจัยเห็นว่า แนวคิดดังกล่าวสามารถแสดงให้เห็นถึงลักษณะประเภทของข่าวบันเทิง รวมถึงลักษณะการทำงานของสื่อข่าวบันเทิงทุกขั้นตอน ตั้งแต่ขั้นการเลือกประเด็นเพื่อนำเสนอข่าว และขั้นตอนในการผลิตข่าว ผู้วิจัยจึงต้องการนำแนวคิดดังกล่าว มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์การทำงานของนักข่าวบันเทิงไทยว่าปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิงเป็นอย่างไร

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการนำเสนอข่าวของสื่อออนไลน์

**สื่อ (Media)** เป็นช่องทางสื่อสารที่นำเสนอเนื้อหาสาระ ทั้งข่าวสาร ข้อมูลบันเทิง โฆษณาสู่ผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยี นำมาสู่การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสื่อที่พัฒนาให้ดีขึ้น ตั้งแต่สื่อบุคคล สู่นั่งสื่อพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ พัฒนารูปแบบเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อวิทยุและโทรทัศน์ ซึ่งในปัจจุบัน สื่อได้มีการพัฒนาตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปสู่สื่ออินเทอร์เน็ต (พรจิต สมบัติพานิช, 2547)

สื่อแบ่งได้ออกเป็น 2 ประเภทคือ **1) สื่อดั้งเดิม** หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารทำหน้าที่ส่งสารให้กับผู้รับสารเพียงทางเดียว แบ่งออกเป็น สื่อที่ส่งเพียงตัวหนังสือ เสียง หรือ ภาพ เพียงอย่างเดียว ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรเลข สื่อวิทยุ กับสื่อที่ส่งทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียงได้พร้อมกัน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์ **2) สื่อใหม่** คือสื่อที่ให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่โต้ตอบกันได้ หรือเรียกว่าเป็นการสื่อสารสองทาง อีกทั้งยังส่งสารหลายอย่างรวมกัน ทั้ง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง ข้อความ ได้พร้อมกัน โดยนำความก้าวหน้าของเทคโนโลยีมาช่วย (กมล เครื่องนันทา, 2552)

สื่อใหม่มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากสื่อดั้งเดิม (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, ม.ป.ป.) คือ

1. ไม่มีอุปสรรคด้านระยะทาง
2. กระจายข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะคล้ายกัน
3. มีผลสะท้อนกลับทันที
4. ให้ข้อมูลในลักษณะไม่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่และเวลา
5. นำเสนอโดยใครก็ได้ ไม่จำเป็นต้องเป็นนักสื่อสารมวลชน
6. ต้นทุนการดำเนินการน้อยกว่าการสื่อดั้งเดิม
7. สามารถบริการข้อมูลข่าวสาร ตอบสนองเจาะจงผู้ใช้งานมากกว่า
8. นำเสนอข้อมูลในระบบเชื่อมโยงแบบยืดหยุ่น ไม่เน้นลำดับขั้นของข้อมูล
9. มีผลสะท้อนกลับรวดเร็ว
10. แหล่งเงินทุนสนับสนุนการดำเนินการหลากหลาย ไม่จำกัดเฉพาะรับจ้างโฆษณา
11. เนื้อหาเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมได้ตลอดเวลา
12. นำเสนอข้อมูลข่าวสารขึ้นอยู่กับเหตุผลของบุคคล

**สื่อออนไลน์** นับเป็นอีกช่องทางใหม่ในการนำเสนอข่าวสารข้อมูล จัดเป็นสื่อใหม่ของวงการสื่อสารมวลชนที่มีความโดดเด่น เป็นทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคล และสื่อสารมวลชนได้ในเวลาเดียวกัน (สิริชัย วงษ์สาธิตศาสตร์, 2549)

คุณลักษณะเด่นของสื่อออนไลน์นั้น ปัจจุบันสังคมต่างเกี่ยวข้องกัน ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสารกันในทุกเวลาและสถานที่ สังคมติดต่อสื่อสารด้วยระบบเครือข่าย สื่อดั้งเดิม ทั้ง หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ ต่างต้องเผชิญกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่นิยมสื่อออนไลน์ โดยการ

สื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต องค์กรสื่อจึงปรับเปลี่ยนนโยบาย การบริการจัดการเพื่อรับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว การเข้าถึงสื่อรูปแบบใหม่อย่างง่ายดายตายตัวของผู้บริโภค ทำให้สื่อต้องปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงานและนำเสนอข่าวในรูปแบบใหม่ (จันทนา ทองประยูร, 2548)

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดการเปลี่ยนทางสังคมเป็นอย่างมาก อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในการใช้ชีวิตประจำวันของผู้คนในสังคม รวมถึงเข้ามามีบทบาทในด้าน การสื่อสาร ทำให้เกิดลักษณะการทำข่าวในรูปแบบออนไลน์ หรือที่เรียกว่า Online Journalism ผู้สื่อข่าวต้องมีการบูรณาการเทคโนโลยีของสื่อออนไลน์เข้ากับกระบวนการทำข่าว เพิ่มขึ้นจากสื่อเดิม ที่มีอยู่ (สกุศลศรี ศรีสารคาม, 2557)

การเกิดและการแพร่หลายของอินเทอร์เน็ต ด้วยคุณลักษณะของสื่อที่โดดเด่น ทำให้ทิศทางการไหลของข้อมูลข่าวสารค่อยเปลี่ยนสถานะขององค์กรสื่อ จากการเป็นผู้กุมอำนาจในการนำเสนอข่าวตามนโยบายและแนวทางขององค์กร เป็นผู้นำเสนอเนื้อหาตามความต้องการของผู้รับสาร ผู้รับสารจึงมีทางเลือกมากขึ้น เนื้อหาที่นำเสนอจะเป็นเนื้อหาเฉพาะด้านมากขึ้น (จันทนา ทองประยูร, 2552)

ลักษณะการนำเสนอข้อมูลข่าวสารบนสื่อออนไลน์ของสื่อมวลชนไทย ส่วนมากจะเป็นการนำข่าวและข้อมูลที่ปรากฏในสื่อหลักมานำเสนอบนสื่อออนไลน์โดยไม่ได้ปรับเปลี่ยนเนื้อหา และให้ความสำคัญกับเรื่องช่วงเวลา ที่คาดว่าจะสามารถนำเสนอข่าวแบบเกาะติดสถานการณ์ได้ และรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาจะเรียงเรียงให้ดูสะอาด สะดวกต่อการค้นหาข้อมูล จัดหมวดหมู่เป็นลำดับขั้นตอน แต่การนำเสนอข่าวออนไลน์บนสื่อออนไลน์ก็มีข้อจำกัดในเรื่อง การนำเสนอผ่านจอภาพขนาดเล็ก และด้านความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร ปราศจากการตีความและแปลความจากสื่อมวลชน ในบางครั้งการนำเสนอข่าวบนสื่อออนไลน์ อาจมีปัญหาเกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิดสิทธิ ความเป็นส่วนตัวของบุคคล เนื่องจากความรวดเร็วในการรวบรวมข้อมูลมาเสนอ (สิริชัย วงษ์สาธิตศาสตร์, 2549)

พฤติกรรมของผู้รับสารในปัจจุบันว่ามีการใช้ชีวิตอยู่กับหน้าจอเป็นหลักโดยมีการเข้าถึงข่าวสารผ่านโซเชียลมีเดียอย่าง เฟซบุ๊ก (Facebook), ทวิตเตอร์ (Twitter) และ อินสตาแกรม (Instagram) ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ที่เรียกว่าการชมแบบมัลติสกรีน 4 Screen โดยผู้ใช้สื่อบริโภคข่าวสารผ่านหน้าจอทั้ง 4 ได้แก่ หน้าจอโทรทัศน์ คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต และมือถือ ในรูปแบบ Multi-Screen เพื่อเชื่อมโยงไปสู่โลกออนไลน์ซึ่งแต่ละหน้าจอก็มีคุณสมบัติที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ใช้งาน และเปลี่ยนบทบาทจากผู้ที่เคยรองรับข่าวสาร (Passive Audience) มาเป็นผู้แสวงหาข่าวสาร (Active Seeking) เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตนเองในโลกของสังคมยุคสารสนเทศ (Information Society) (กาญจนา แก้วเทพ, 2556)



ปัจจุบันสื่อออนไลน์กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศไทย ผู้คนเริ่มมาใช้สื่อสังคมออนไลน์ แทนสื่อแบบเดิมมากขึ้น ในช่วงแรกสื่อสังคมออนไลน์มักใช้ในลักษณะของงานอดิเรก สื่อสารระหว่างตนเองกับคนใกล้ตัว และได้มีการขยายไปสู่ภาคธุรกิจ สาเหตุที่ทำให้สื่อสังคมออนไลน์ได้รับความนิยม คือการใช้งานง่าย เข้าถึงกลุ่มคนได้รวดเร็ว มีการแสดงความคิดเห็นโต้ตอบกัน อีกทั้งการพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสารและอินเทอร์เน็ต ทำให้มีแนวโน้มว่าสื่อสังคมออนไลน์ จะเป็นสื่อหลักของคนในอนาคต (พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์, 2554) โดยจากสถิติผู้ใช้งานสื่อดิจิทัลในประเทศไทย จากจำนวนประชากรทั้งหมด 68 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2559 พบว่า มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตถึง 38 ล้านคน คิดเป็น ร้อยละ 56 โดยในนี้มีผู้ใช้งานสื่อสังคมผ่านทางสมาร์ตโฟนถึง 34 ล้านคน ใช้งานผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก มากที่สุด ถึงร้อยละ 32 (สิริชัย แสงสุวรรณ, 2558) และยังพบว่าคนไทยนิยมบริโภคข่าวสารผ่านเฟซบุ๊ก เพราะต้องการความเคลื่อนไหวของสารอย่างรวดเร็ว ตลอดเวลา (บุพผา เมฆศรีทองคำ และขจรจิต บุณนาค, 2557)

และด้วยความนิยมของสื่อออนไลน์ ทำให้สื่อมวลชนใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางการสื่อสารกับผู้รับสารมากขึ้น ลักษณะเนื้อหาข่าวออนไลน์ที่เหมาะสมกับการนำเสนอบนสื่อออนไลน์ต้องสั้น กระชับ รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ และมุ่งตอบสนองด้านความเร็วในการนำเสนอข่าวมากขึ้น ซึ่งเป็นจุดเด่นของสื่อออนไลน์ที่สามารถนำเสนอได้ตลอดทั้ง 24 ชั่วโมง ปรับข้อมูลให้ทันสมัยได้ตลอดเวลา และเน้นการมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้ทันที เป็นการกระตุ้นให้ผู้ใช้กลับมาติดตามได้อยู่เรื่อยๆ (สิริชัย วงษ์สาธิตศาสตร์, 2549)

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการนำเสนอข่าวของสื่อออนไลน์

ณัฐรัชดา วัฒนาชัยผล (2560) ศึกษาเรื่อง สื่อใหม่กับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าว ผลการศึกษาพบว่า เมื่อผู้รับสารใช้สื่อใหม่ในการรับสาร โดยมีช่องทางการรับสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รูปแบบการทำงานในกระบวนการสื่อข่าวยังคงเดิม แต่เพิ่มเติมในการนำเสนอข่าวสารให้รวดเร็ว ถูกต้อง สดใหม่ น่าเชื่อถือ โดยใช้สื่อใหม่เข้ามาในช่วยกระบวนการข่าว ด้านบรรณาธิการมีความรับผิดชอบมากขึ้น เพิ่มวิจารณญาณในการเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น

จันทนา ทองประยูร (2552) ศึกษาเรื่อง การหลอมรวมหนังสือพิมพ์กับสื่อออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านวารสารศาสตร์ หนังสือพิมพ์และสื่อออนไลน์ การผลิตและการนำเสนอข่าวมีรูปแบบแตกต่างกัน หนังสือพิมพ์ต้องผ่านประสาทการรับรู้ทางสายตา และอ่านให้เข้าใจ ขณะที่สื่อออนไลน์ ผู้รับสารรับรู้ผ่านการรับรู้ทางสายตา อ่าน และฟัง เห็นทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง ทำให้ใกล้เคียงกับความเป็นจริง นอกจากนี้ ผู้รับสารยังมีส่วนร่วมในการรับข้อมูลข่าวสารจากการควบคุมเนื้อหาแบบเลื่อนขึ้น-ลง ทำให้ผู้รับสารมีสิทธิเลือกรับรู้มากกว่าสื่อหนังสือพิมพ์ ไม่จำกัดพื้นที่ในการนำเสนอ และสื่อสารแบบปฏิสัมพันธ์ แต่ถึงแม้ว่ารูปแบบการนำเสนอที่เปลี่ยนแปลงไป แต่สื่อยังคงยึดมั่น ปฏิบัติในการประกอบวิชาชีพอย่าง



มีศีลธรรม จรรยาบรรณ อิสระ ซื่อสัตย์ เทียงธรรมในการนำเสนอข่าว เคารพแหล่งข่าว ไม่เปิดเผยแหล่งข่าว ไม่ตัดสินความลวงหน้า พร้อมกับฟังความคิดเห็นเรื่องราวร้องทุกข์จากประชาชน

วราศรี อัจฉริยะเดชา (2558) ศึกษาเรื่องการเปิดรับและทัศนคติของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายที่มีต่อข่าวบันเทิงในเฟซบุ๊ก พบว่า คุณภาพของข่าวบันเทิงในเฟซบุ๊ก มีทัศนคติในระดับกลาง โดยเฉพาะประเด็นการนำเสนอข่าวถูกต้องครบถ้วน การคัดกรองข้อมูลจากแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือ และการนำเสนอข่าวต้องคำนึงข้อเท็จจริงของเรื่องนั้น ไม่มีการแสดงความคิดเห็นหรืออารมณ์ลงไปในการนำเสนอข่าว สื่อมวลชนจึงต้องตระหนักในการคัดกรองและนำเสนอข่าวมากขึ้น

จากการศึกษาแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะเห็นได้ว่า สื่อออนไลน์ เข้ามามีบทบาทต่อการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชน เกิดจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้สื่อดั้งเดิม อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์ เลือกใช้สื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าว ซึ่งมีข้อดีทั้งในเรื่องของความรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ ปรับข้อมูลให้ทันสมัย นำเสนอได้ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่จำกัดพื้นที่ในการนำเสนอ และสามารถสื่อสารแบบปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสารได้ โดยด้านบรรณาธิการมีความรับผิดชอบมากขึ้น เพิ่มวิจรรย์ญาณในการเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้นขณะเดียวกันการนำเสนอข่าวผ่านสื่อออนไลน์ ทำให้ผู้รับสารมีอำนาจในการเลือกรับข่าวสารได้มากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 2.2: แนวคิดเกี่ยวกับสื่อออนไลน์

ชื่อผู้ศึกษา	แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสื่อออนไลน์
ณัฐรัชดา วัฒนาชัยผล (2560)	- ใช้สื่อใหม่ช่วยกระบวนการข่าว ทำให้รวดเร็ว ถูกต้อง สดใหม่ น่าเชื่อถือขึ้น แต่ขณะเดียวกัน บรรณาธิการต้องมีความรับผิดชอบมากขึ้นในการเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อสังคมออนไลน์
จันทนา ทองประยูร (2552)	- สื่อออนไลน์แตกต่างจากสื่อดั้งเดิม คือ ผู้รับสารสามารถรับรู้ผ่านประสาทสัมผัส ตา และ หู ผ่านการดู อ่าน และฟัง ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง ที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากกว่า - ผู้รับสารอำนาจในการเลือกรับสาร ได้มากกว่าหนังสือพิมพ์ และ ไม่มีการจำกัดพื้นที่นำเสนอ อีกทั้งเป็นการสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร
วราศรี อัจฉริยะเดชา (2558)	- การนำเสนอข่าวผ่านทางเฟซบุ๊ก ควรนำเสนอข่าวให้ถูกต้อง ครบถ้วน, คัดกรองแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือ, คำนึงถึงข้อเท็จจริง, ไม่มีการแสดงความคิดเห็นหรืออารมณ์ลงไป

ในการวิจัยครั้งนี้ แนวคิดเกี่ยวกับสื่อออนไลน์ ผู้วิจัยเห็นว่า แนวคิดดังกล่าวสามารถแสดงให้เห็นถึงลักษณะของสื่อออนไลน์ ที่มีความแตกต่างจากสื่อดั้งเดิม รวมทั้งการเข้ามามีบทบาทของสื่อออนไลน์ต่อกระบวนการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนในยุคปัจจุบัน ผู้วิจัยจึงต้องการนำแนวคิดดังกล่าวมาศึกษาว่า **ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง** เป็นอย่างไร

## 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์

**จรรยาบรรณ** หมายถึง ประมวลกฎเกณฑ์ความประพฤติหรือ ประมวลมารยาท ของผู้ประกอบอาชีพนั้นๆ ต้องเป็นเอกลักษณ์ทางวิชาชีพ ใช้ความรู้ มีองค์กรหรือสมาคมควบคุม (จรรยาบรรณธรรมนิทร์, 2554)

**จรรยาบรรณของสื่อมวลชน** หมายถึง หลักคุณธรรมของผู้ประกอบอาชีพนัก สื่อสารมวลชน มารวมตัวกันเป็นสมาคมวิชาชีพ สร้างขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อเป็นแนวทาง ปฏิบัติแก่ผู้ประกอบอาชีพนักสื่อสารมวลชนให้มีความรับผิดชอบ (“จรรยาบรรณของสื่อมวลชน”, 2553)

ทั้งนี้ สมาคมนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย สมาคมนักข่าวแห่งประเทศไทย สมาคมนักหนังสือพิมพ์ภูมิภาคแห่งประเทศไทย เคยรวมตัวร่างจรรยาบรรณของสื่อมวลชนไว้เมื่อวันที่ 21 สิงหาคม พ.ศ. 2519 มีดังต่อไปนี้

1. การส่งเสริม และรักษาไว้ซึ่งเสรีภาพของหนังสือพิมพ์เป็นภารกิจอันมีความสำคัญเหนือสิ่งอื่นใดสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์
2. การเสนอข่าว ภาพ หรือ แสดงความคิดเห็นต้องเป็นไปด้วยความสุภาพ สุจริต ปราศจากความมุ่งหวังในประโยชน์ส่วนตัว หรืออามิสสินจ้างใดๆ
3. การเสนอข่าวต้องเสนอแต่ความจริง ละเว้นการต่อเติมเสริมแต่ง หากปรากฏข่าวไม่ตรงความจริง ต้องรีบแก้ไข
4. การที่ได้ข่าว ภาพ หรือ ข้อมูลใดเป็นของตนต้องใช้วิธีการสุภาพ ซื่อสัตย์
5. ต้องเคารพต่อความไว้วางใจที่ได้รับมอบหมายจากการปฏิบัติหน้าที่ในวิชาชีพของตน
6. ต้องปฏิบัติหน้าที่ของตน โดยถือเอาสาธารณะประโยชน์เป็นสำคัญ ไม่ใช่หน้าที่ตนเองแสวงหาประโยชน์ส่วนตนหรือหมู่คณะโดยมิชอบ
7. ต้องไม่กระทำการใดๆ บั่นทอนเกียรติคุณวิชาชีพ

วิภา ปิ่นแก้ว (2554) กล่าวถึงจรรยาบรรณของนักหนังสือพิมพ์ไว้ว่า เกิดจากความร่วมมือ และเห็นพ้องต้องกันของนักหนังสือพิมพ์ จรรยาบรรณนักหนังสือพิมพ์เป็นส่วนหนึ่งของจรรยาบรรณ

สื่อมวลชนที่เป็นแนวทางยึดปฏิบัติ ให้สถาบันหนังสือพิมพ์เป็นที่เชื่อถือของประชาชน จึงกำหนดจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ ดังนี้

1. การเสนอข่าว ต้องเสนอความจริง ละเว้นการต่อเติมเสริมแต่ง หากปรากฏว่าข่าวใดไม่ตรงตามความจริงต้องรีบแก้ไข
2. การเสนอข่าว ภาพ แสดงความคิดเห็น ต้องเป็นไปด้วยความสุภาพ ปราศจากการมุ่งหวังผลประโยชน์และอามิสสินจ้างใดๆ
3. การส่งเสริมและรักษาไว้ซึ่งเสรีภาพของหนังสือพิมพ์ เป็นภารกิจอันมีความสำคัญเหนือสิ่งอื่นใด สำหรับผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์
4. ไม่กระทำการใด เป็นการบั่นทอนเกียรติคุณของวิชาชีพหรือความสามัคคีของเพื่อนร่วมวิชาชีพ
5. เคารพต่อความเป็นผู้มีเกียรติที่ได้รับความไว้วางใจปฏิบัติหน้าที่วิชาชีพอันมีฐานันดรของตน
6. การจะได้ข่าว ภาพ ข้อมูลอย่างใด มาเป็นของตนต้องใช้วิธีการสุภาพและซื่อสัตย์
7. ปฏิบัติหน้าที่โดยถือสาธารณประโยชน์เป็นสำคัญ ไม่ใช่อิทธิพล ตำแหน่ง หน้าที่ แสวงหาประโยชน์ส่วนตนหรือหมู่คณะโดยมิชอบ

อรวิ บุณนาค (2554) กล่าวว่า สมาคมนักวิทยุและโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ได้กำหนดจรรยาบรรณวิชาชีพนักจัดรายการวิทยุ และโทรทัศน์ เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2538 โดยในหมวดจรรยาบรรณในการเสนอข่าว ดังต่อไปนี้

1. ไม่เสนอข่าวและภาพซึ่งรู้้อยู่แก่ใจว่าเป็นเท็จ ไม่ว่าลักษณะใดๆ
2. ไม่เสนอข่าวและภาพซึ่งทำให้ประชาชนเสียขวัญ เกิดการแตกแยก กระทบกระเทือนความมั่นคงแห่งชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และสัมพันธ์ไมตรีอันดีระหว่างประเทศ
3. ไม่เสนอข่าวและภาพลามกอนาจาร ซึ่งขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน
4. ไม่เสนอข่าวลือและภาพไร้สาระ ชวนให้หลงเชื่อมกมาย
5. ไม่เสนอข่าวและภาพด้วยความลำเอียงอาจทำให้สาธารณชน วินิจฉัยคลาดเคลื่อน
6. ไม่สอดแทรกความเห็นใดๆของตนลงไปในข่าว
7. ในกรณีคัดลอกข้อความจากหนังสือพิมพ์ หรือหนังสืออื่น ต้องแจ้งให้ทราบถึงแหล่งที่มาของข้อความนั้น

8. ภาษาที่ใช้ในการเสนอข่าวและการบรรยายภาพต้องสุภาพ ปราศจากความหมายในเชิงเหยียดหยาม กระแทกกระเทียบ เปรียบเปรย เสียดสี
9. ไม่ใช้การเสนอข่าวและภาพเป็นไปในทางโฆษณาตนเอง
10. ไม่เสนอข่าวและภาพซึ่งขัดกับสาธารณประโยชน์ของประชาชนและสังคมประเทศชาติ
11. ไม่เสนอข่าวและภาพซ้ำเติม ระบายสี บุคคล องค์กร สถาบัน ซึ่งตกเป็นข่าว
12. ไม่เสนอข่าวและภาพ ในเชิงดูหมิ่นเหยียดหยามลัทธิความเชื่อศาสนาใดๆ
13. พึงให้ความเคารพต่อสิทธิของบุคคล องค์กร และสถาบันอื่นตามกฎหมาย
14. พึงรับผิดชอบและแก้ไขโดยเปิดเผยและไม่ชักซ้ำถ้าเกิดความเสียหายแก่บุคคล องค์กร หรือสถาบัน ในการเสนอข่าวผิดพลาด คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง
15. พึงละเว้นจากการรับอามิสสินจ้างใดๆ ให้ทำหรือละเว้นการกระทำเกี่ยวกับการเสนอข่าวตรงไปตรงมา

และจากการที่**สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)** เข้ามามีบทบาทต่อการใช้ชีวิตของประชาชนมากยิ่งขึ้น ตามยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ไม่เว้นแม้กระทั่งในวงการสื่อมวลชน ที่สื่อมวลชนแขนงต่างๆ อาทิ หนังสือพิมพ์และวิทยุโทรทัศน์ ต่างก็ใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ ในการรวบรวมข้อมูล ข่าวสาร การนำเสนอ การแสดงความคิดเห็น การสื่อสารกับผู้รับสาร **สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ** จึงได้มีการกำหนดแนวปฏิบัติ เรื่องการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชน พ.ศ. 2553 ขึ้น โดยประกาศเมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2553 โดยมีตัวแทนจาก สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ ชมรมนักข่าวสายเทคโนโลยีสารสนเทศ นักวิชาการด้านนิติศาสตร์ และผู้ทรงคุณวุฒิด้านกฎหมายและเทคโนโลยีสารสนเทศ ร่วมกันยกร่างและรับฟังความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้อง โดยมีเนื้อหาดังต่อไปนี้

หมวด ๑

บททั่วไป

ข้อ ๑ ในแนวปฏิบัตินี้

‘สื่อสังคมออนไลน์’ (Social Media) หมายถึง ช่องทางการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใด ๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ใช้สามารถสื่อสารเนื้อหา อาทิ twitter.com, facebook.com, youtube.com, weblog ต่าง ๆ

‘องค์กรสื่อมวลชน’ หมายถึง องค์กรสมาชิกสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ และองค์กรสมาชิกสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย

‘ผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชน’ หมายถึง ผู้ประกอบการวิชาชีพหนังสือพิมพ์ตามธรรมนูญสภาการหนังสือแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๐ ผู้ประกอบการวิชาชีพข่าว ผู้ปฏิบัติงานข่าววิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ตามธรรมนูญสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย พ.ศ. ๒๕๕๒ และผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนอื่นที่ยอมรับแนวปฏิบัตินี้

## หมวด ๒

แนวปฏิบัติในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์กรสื่อมวลชน

ข้อ ๒ การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ขององค์กรสื่อมวลชนในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและการแสดงความคิดเห็น พึงยึดมั่นกรอบจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชนของสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ และสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยอย่างเคร่งครัด

ข้อ ๓ การนำเสนอข่าวโดยการใช้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์กรสื่อมวลชน ควรมีหลักในการอ้างอิงถึงองค์กรสื่อมวลชน ดังต่อไปนี้

(๑) ชื่อองค์กรสื่อมวลชนที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

(๒) รายละเอียด สัญลักษณ์ หรือชื่อย่อ ที่แสดงถึงองค์กรสื่อมวลชน

(๓) มาตรการทางเทคนิคที่ยืนยันถึงสถานะและความมีตัวตนขององค์กรสื่อมวลชน รวมถึงการประกาศต่อสาธารณชนตามช่องทางที่องค์กรมีอยู่

ข้อ ๔ การนำเสนอข้อมูลข่าวสารขององค์กรสื่อมวลชนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ควรเป็นไปตามข้อบังคับจริยธรรม หลักเกณฑ์ และแนวปฏิบัติขององค์กรที่กำกับดูแลตามที่ระบุไว้ในหมวดหนึ่ง และต้องไม่เป็นการสร้างความเกลียดชังระหว่างคนในสังคม ไม่ยุยงให้เกิดความรุนแรงจนอาจนำไปสู่ความขัดแย้งและเสียหายรุนแรงขึ้นในชาติ

ข้อ ๕ องค์กรสื่อมวลชนต้องให้ความเคารพและยอมรับข้อมูล ข่าวสาร หรือภาพ ที่ผลิตโดยบุคคลอื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์

การคัดลอก เลียน ข้อความใด ๆ จากสื่อสังคมออนไลน์ พึงได้รับการอนุญาตจากเจ้าของข้อความนั้น ๆ ตามแต่กรณี

กรณีจำเป็นเพื่อประโยชน์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร หรือรายงานข่าวในฐานะสื่อมวลชน ต้องอ้างอิงถึงแหล่งที่มาของข้อความและข่าวสารนั้นโดยรับรู้ถึงสิทธิ หรือลิขสิทธิ์ขององค์กรหรือบุคคลผู้เป็นเจ้าของข้อมูลดังกล่าว

หมวด ๓

แนวปฏิบัติในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน

ข้อ ๖ การนำเสนอข้อมูลข่าวสารหรือการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน อาจแบ่งได้ดังนี้

(๑) กรณีใช้ชื่อบัญชีผู้ใช้งาน (user account) ที่ระบุถึงต้นสังกัด ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนพึงใช้ความระมัดระวังในการปฏิบัติตามข้อบังคับจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชนอย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะความถูกต้อง (accuracy) สมดุล (balance) และการใช้ภาษาที่เหมาะสม

(๒) กรณีใช้ชื่อบัญชีผู้ใช้งานที่ระบุถึงตัวตนอันอาจทำให้เข้าใจว่าเป็นผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน ผู้ใช้งานพึงระมัดระวังการนำเสนอข้อมูลข่าวสารและการแสดงความคิดเห็นที่อาจนำไปสู่การละเมิดจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนเช่นเดียวกัน

ข้อ ๗ การรายงานข้อมูลข่าวสารบนสื่อสังคมออนไลน์ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนพึงแยก ‘ข่าว’ กับ ‘ความเห็น’ ออกจากกันอย่างชัดเจน พึงระวังการย่อความที่ทำให้ข้อความนั้นบิดเบือนไปจากข้อเท็จจริง และพึงระวังการเผยแพร่ข้อมูลข่าวซ้ำ

ข้อ ๘ ในกรณีที่เวลาเป็นสาระสำคัญของการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร พึงตระหนักถึงมิติของเวลาในการนำเสนอข่าวนั้น ๆ ด้วย

ข้อ ๙ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนพึงตระหนักว่าพื้นที่บนสื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่สาธารณะ ไม่ใช่พื้นที่ส่วนบุคคล ซึ่งข้อมูลที่มีการรายงานจะถูกบันทึกไว้และอาจมีผลทางกฎหมายได้

ข้อ ๑๐ ในการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร การนำเสนอ และการแสดงความคิดเห็น ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนพึงระวังการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ สิทธิเด็กและสตรี ภาพอุจาด ลามก อนาจาร หวาดเสียว และรุนแรง

ข้อ ๑๑ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน พึงระมัดระวังกระบวนการหาข่าวหรือภาพจากสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีการตรวจสอบอย่างถี่ถ้วน รอบด้าน และควรอ้างอิงแหล่งที่มาเมื่อนำเสนอ เว้นแต่สามารถตรวจสอบและอ้างอิงจากแหล่งข่าวได้โดยตรง

การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ไม่ว่าจะการรายงานสดผ่านอุปกรณ์ปลายทางต่าง ๆ (devices) หรือการสร้างข้อความบนสื่อสังคมออนไลน์จากการประชุม ‘ปิด’ ต้องได้รับอนุญาตจากที่ประชุมก่อน

ข้อ ๑๒ หากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารหรือการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนเกิดความผิดพลาด จนก่อให้เกิดความเสียหายต่อบุคคลหรือองค์กรอื่น ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนต้องดำเนินการแก้ไขข้อความที่มีปัญหาโดยทันที พร้อมทั้งแสดงถ้อยคำขอโทษต่อบุคคลหรือองค์กรที่ได้รับความเสียหาย ทั้งนี้ ต้องให้ผู้ได้รับความเสียหายมีโอกาสชี้แจงข้อมูลข่าวสารในด้านของตนด้วย

ชยพล สุทธิโยธิน และ กิตติชัย อินทร์นุรักษ์ (2549) กล่าวถึง ข้อกำหนดเกี่ยวกับจริยธรรม และจรรยาบรรณสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพสื่อใหม่ เป็นหลักปฏิบัติที่กำกับดูแลความประพฤติการ ปฏิบัติต่างๆ ไว้ว่า

1. การนำภาพบุคคลมาใช้หรือเผยแพร่ทางสื่อใหม่ ต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าของ ภาพก่อน
2. การคัดลอกหรือนำผลงานบุคคลอื่นที่ปรากฏในสื่อใหม่ ไปใช้ ควรอ้างอิง แหล่งที่มาหรือขออนุญาตเจ้าของลิขสิทธิ์เสียก่อน
3. การเผยแพร่ข้อเท็จจริงเรื่องใดที่อาจส่งผลกระทบต่อ บุคคลอื่น หรือต่อ องค์กรอื่น ควรมีการตรวจสอบข้อเท็จจริงนั้นอย่างถี่ถ้วนเสียก่อน
4. ผู้ใช้สื่อใหม่ควรมีความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวมอยู่เสมอ
5. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารมตๆ ควรเป็นไปเพื่อประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ
6. หลีกเลี่ยงการใช้ถ้อยคำที่ไม่สุภาพหรือภาษาวิบัติ
7. ไม่เสนอเรื่องราวอันลามก
8. นำเสนอเรื่องราวที่ก่อให้เกิดความเสื่อมเสียศีลธรรมอันดี
9. ไม่นำเสนอเรื่องราวที่เป็นการชี้ช่องการประกอบอาชญากรรมและการกระทำผิด
10. การโฆษณาทางสื่อใหม่ต้องเป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการโฆษณา
11. ไม่โฆษณาสินค้าที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพอนามัยและต่อสังคม
12. หลีกเลี่ยงการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไปยังบุคคลอื่น ในลักษณะเพื่อ ประโยชน์การค้าขาย โดยที่บุคคลเหล่านั้นไม่พึงประสงค์หรือมิได้เป็นสมาชิก

ทั้งนี้จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อมวลชนยุคสื่อดิจิทัล ควรตระหนักในหลักวิชาชีพแล้ว ยัง ต้องคำนึงถึงบริบทสังคม แม้สังคมจะมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี แต่การเป็นนักสื่อสารอาชีพ ยังคงต้องยึดหลักวิชาชีพให้มั่นคง ตระหนักในความรับผิดชอบต่อสังคมสูงสุด ความถูกต้องและเหมาะสมใน การนำเสนอข่าว สังคมคาดหวังว่าผู้เป็นมืออาชีพของนักการสื่อสารต่อการปฏิบัติหน้าที่ อีกทั้งความ ทนสมัยของยุคสื่อดิจิทัลทุกคนต่างเป็นผู้ผลิตข่าวสารได้ด้วยตัวเอง จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อจึง เป็นข้อกำหนดที่ชัดเจนในวิชาชีพนักสื่อสาร ที่ควรยึดปฏิบัติ ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือก็จะต้องอยู่ ต่อไป ไม่ถูกลดบทบาทในสังคม (ปณัชญา ลีลายุทธ และ บุญเลิศ โอฐสุ, 2560)



## งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์

เทียนทิพย์ เดียวกี (2559) ศึกษาเรื่อง จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อในการนำเสนอข่าวยุค ดิจิทัล ผลการศึกษาพบว่า ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้การนำเสนอข่าวมีบทบาทและรูปแบบ ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีช่องทางในการรายงานข่าวที่รวดเร็วขึ้น ทั้งเฟซบุ๊กและทวิตเตอร์ ทำให้การเสนอ ข้อมูลข่าวสารไม่รอบคอบเท่าที่ควร ก่อให้เกิดการกระทำที่ไร้จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ ส่งผล ต่อสาธารณชน ซึ่งอาจเกิดจากการแข่งขันด้านธุรกิจ เวลา แม้ว่าจะมีองค์กรทางวิชาชีพช่วยกำกับดูแล แต่การแก้ปัญหาที่ขึ้นอยู่กับแต่ละองค์กร รวมถึงตัวผู้ปฏิบัติงาน ต้องเคารพการทำหน้าที่สื่อ บน เสรีภาพความรับผิดชอบ

สกุลศรี ศรีสารคาม (2557) ได้ศึกษาเรื่องจริยธรรมการใช้สื่อออนไลน์และสื่อสังคมใน กระบวนการสื่อข่าวของไทยในยุคดิจิทัล พบว่า การเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าวที่มีการใช้สื่อ สังคมในการรายงานข่าว อัตราการใช้สื่อออนไลน์ติดตามข่าวเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ส่งผลให้รูปแบบการทำ ข่าวเปลี่ยนแปลงไป มีผลต่อการปรับบทบาทการทำงานของสื่อข่าว ทั้งการทำข่าวมีส่วนร่วมกับผู้ อ่าน การทำข้อมูลจากสื่อสังคมมาใช้ ความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวผ่านสื่อออนไลน์ โดยมีการพูด ถึงประเด็นทางจริยธรรมในการปฏิบัติ โดยหลักจริยธรรมที่ควรมีการทบทวนในการปฏิบัติงานข่าวบน สื่อออนไลน์และสื่อสังคม ได้แก่ เรื่องความถูกต้อง ความเป็นกลาง ความโปร่งใส จุดยืนทางการ แสดงออกทางความคิด และควรมีกรอบจริยธรรมหรือแนวทางปฏิบัติในการซื้อสังคมและสื่อออนไลน์ ในการนำเสนอข่าว ประกอบด้วย กรอบความรับผิดชอบต่อสังคม กรอบทางวิชาชีพ กรอบ ข้อบังคับทางกฎหมาย กรอบการใช้งานประสิทธิภาพของสื่อออนไลน์และสื่อสังคม กรอบการตลาด ธุรกิจขององค์กร

จันทนา ทองประยูร (2552) ศึกษาเรื่อง การหลอมรวมหนังสือพิมพ์กับสื่อออนไลน์ ผล การศึกษาพบว่า ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านวารสารศาสตร์ หนังสือพิมพ์และสื่อออนไลน์ การผลิตและการนำเสนอข่าวมีรูปแบบแตกต่างกัน หนังสือพิมพ์ต้อง ผ่านประสาทการรับรู้ทางสายตา และอ่านให้เข้าใจ ขณะที่สื่อออนไลน์ ผู้รับสารรับรู้ผ่านการรับรู้ทาง สายตา อ่าน และฟัง เห็นทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง ทำให้ใกล้เคียงกับความเป็นจริง นอกจากนี้ ผู้รับสารยังมีส่วนร่วมในการรับข้อมูลข่าวสารจากการควบคุมเนื้อหาแบบเลื่อนขึ้น-ลง ทำให้ผู้รับสารมี สิทธิเลือกรับรู้มากกว่าสื่อหนังสือพิมพ์ ไม่จำกัดพื้นที่ในการนำเสนอ และสื่อสารแบบปฏิสัมพันธ์ แต่ ถึงแม้ว่ารูปแบบการนำเสนอที่เปลี่ยนแปลงไป แต่สื่อยังคงยึดมั่น ปฏิบัติในการประกอบวิชาชีพอย่าง มีศีลธรรม จรรยาบรรณ อิศระ ซื่อสัตย์ เที่ยงธรรมในการนำเสนอข่าว เคารพแหล่งข่าว ไม่เปิดเผย แหล่งข่าว ไม่ตัดสินความลวงหน้า พร้อมกับฟังความคิดเห็นเรื่องราวร้องทุกข์จากประชาชน

กตัญญู บุญเดช (2555) ศึกษาเรื่อง ข่าวบันเทิงไทย : ภาพสะท้อนทางจริยธรรมและ จรรยาบรรณของนักข่าวบันเทิงไทย จากการศึกษาพบว่า กระบวนการสร้างข่าวบันเทิงของนักข่าว



บันเทิงไทย คำนึงถึงประเด็นที่คนสนใจ นิยมค้นจากอินเทอร์เน็ต แหล่งข่าวส่วนตัว และ ประชาสัมพันธ์ขององค์กร ข่าวที่น่าเสนาอมากเป็นข่าวในกระแส ใช้พาดหัวข่าวเกินจริง และภาพหวือหวาเพื่อดึงดูดความสนใจ โดยมีความรู้ด้านกฎหมาย และจริยธรรม จรรยาบรรณระดับพื้นฐาน หากมีความผิดพลาดเกิดขึ้น จะมีวิธีการรับมือแตกต่างกันตามนโยบายองค์กร นอกจากนี้ผลการศึกษเกี่ยวกับทัศนคติของผู้รับสารต่อข่าวบันเทิง พบว่า ประชาชนทั่วไปเห็นว่า นักข่าวเน้นทำข่าวเรื่องส่วนตัวดรามามากเกินไป อาจทำให้เกิดพฤติกรรมการเล่นแบบ และยังต้องส่งเสริมเรื่องจริยธรรมและจรรยาบรรณให้มากขึ้นกว่าเดิม ขณะที่ตัวนักข่าวบันเทิงและดารานักแสดง มองว่า ข่าวควรมีการตรวจสอบความถูกต้องก่อนนำเสนอ อีกทั้งนักข่าวบันเทิงมองว่า ข่าวจะเป็นประโยชน์หรือไม่ ขึ้นอยู่กับวิจารณ์ของแต่ละบุคคล

รัตนวดี นาควานิช (2554) ศึกษาเรื่อง ดารา-บุคคลสาธารณะ: เส้นบางๆ ระหว่าง ข่าว กับการรุกรานสิทธิ โดยสื่อมวลชนในธุรกิจบันเทิง โดยศึกษาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มคนผลิตข่าวบันเทิง ผู้พิพากษา และนักวิชาการด้านกฎหมายสื่อสารมวลชน ผลการศึกษาพบว่า ดุลพินิจของผู้พิพากษาในการพิจารณาคดีสื่อมวลชนรุกรานสิทธิของบุคคลในแวดวงบันเทิง เป็นประโยชน์ต่อสื่อมวลชน เพราะกฎหมายไทยคุ้มครองบุคคลสาธารณะเหมือนบุคคลธรรมดา อัตราโทษเป็นลหุโทษ ทั้งทางแพ่งและอาญา ไม่มีค่าความเสียหายทางจิตใจกับผู้เสียหาย ประกอบกฎหมายมีข้อยกเว้นในการรับผิดชอบของสื่อ ทำให้ศาลสั่งรอลงอาญาสื่อมวลชนที่กระทำผิด ทั้งนี้ทั้งสามกลุ่มได้ให้ความเห็นว่า การที่สื่อมวลชนไม่เสนอข่าวเท็จ บุกรุกส่วนตัว และข้อมูลจากการรายงานข่าวต้องมาจากการให้สัมภาษณ์ของบุคคลในแวดวงบันเทิงที่ตกเป็นข่าวโดยตรง จะเป็นขอบเขตการรายงานข่าวของสื่อมวลชนบันเทิง เพื่อไม่ให้เกิดการรุกรานสิทธิได้ ขณะเดียวกัน กลุ่มผู้พิพากษาและนักวิชาการมองว่า สื่อบันเทิงไม่ควรเสนอเรื่องส่วนตัวของบุคคลในแวดวงบันเทิง ที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ในขณะที่กลุ่มผู้ผลิตข่าวบันเทิงมองว่า บุคคลในแวดวงบันเทิงต้องยอมรับความเป็นบุคคลสาธารณะของตนเอง และยินยอมให้นำเสนอเรื่องราวส่วนตัวได้

วิภา ปิ่นแก้ว (2554) ศึกษาเรื่อง จริยธรรมการนำเสนอรายการเล่าข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ผลการศึกษาพบว่า ด้านการตระหนักถึงจริยธรรมการนำเสนอรายการเล่าข่าวบันเทิง ของสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์พิธีกร และโปรดิวเซอร์ ไม่มีความเข้าใจ และไม่ทราบถึงข้อกฎหมายในการกระทำผิดของการนำเสนอข่าว ซึ่งเป็นการนำเสนอที่ใกล้เคียงกับช่องฟรีทีวี หากเกิดการฟ้องร้องจะต้องฟ้องทางช่องฟรีทีวีก่อน โดยฟรีทีวีมีการควบคุมการนำเสนอได้ดีกว่าโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม หากไม่มีการฟ้องร้องเป็นตัวอย่าง ก็ยังนำเสนอเช่นเดิม อีกทั้งปัจจุบัน ผู้สื่อข่าว พิธีกร มาความใกล้ชิดกับดารา หากนำเสนอในทางสื่อเสียก็ไม่มีการฟ้องร้อง เนื่องจากผู้นำเสนอกับดาราต้องพึ่งอาศัยกันในงาน หากไม่ควบคุมอย่างจริงจัง ก็จะทำให้มีการนำเสนอต่อไป

วัฒน์ ภูวทิศ (2556) ศึกษาเรื่อง บทบาทเชิงจริยธรรมของนักหนังสือพิมพ์ ในการรายงานข่าวสารหน้าหนึ่งในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย จากการศึกษาพบว่า บทบาทเชิงจริยธรรมของนักหนังสือพิมพ์ในการรายงานข่าวสารหน้าหนึ่งอยู่ในระดับสูง พบว่า การนำเสนอคำบรรยายได้ภาพมากที่สุด และจากการตรวจสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์การทำงาน และประเภทของหนังสือพิมพ์แตกต่างกัน มีบทบาทเชิงจริยธรรมในการรายงานข่าวสารหน้าหนึ่งไม่แตกต่างกัน ส่วนมูลเหตุสำคัญที่ทำให้หนังสือพิมพ์ละเมิดจริยธรรมทางวิชาชีพ คือ นโยบายการนำเสนอข่าว ยอดขายของหนังสือพิมพ์ โฆษณาที่ลง ภาวะด้านเศรษฐกิจ และความไม่เข้มงวดของข้อบังคับทางจริยธรรมวิชาชีพ

ภูบดีนทร์ ภูสุวรรณ (2548) ศึกษาเรื่องการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของหนังสือพิมพ์บันเทิงที่มีต่อนักแสดงและนักร้อง พบว่า การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของหนังสือพิมพ์บันเทิงที่มีต่อนักแสดงและนักร้อง แบ่งได้เป็น 3 ส่วนคือ 1) การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลด้วยความเป็นนักแสดงและนักร้อง อาทิ การนำเสนอข่าวเรื่องความรัก พฤติกรรมส่วนตัว ข่าวซุบซิบ นำเสนอข่าวจนขาดความเป็นส่วนตัว 2) การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลด้วยข้อความ อาทิ เสนอข่าวด้วยถ้อยคำหยอกล้อรุนแรง ส่งผลกระทบต่อจิตใจ ทำให้เกิดภาพลักษณ์ไม่ดีติดตัว 3) การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลด้วยรูปภาพ เป็นการนำภาพของนักแสดง นักร้อง ไปลงโดยไม่ได้รับอนุญาต

อรวิ บุญนาค (2554) ศึกษาเรื่อง ภาพสะท้อนจริยธรรมสื่อมวลชนจากกลวิธีการตั้งคำถามสัมภาษณ์บุคคลสาธารณะของผู้สื่อข่าวบันเทิง โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก พบว่า ผู้สื่อข่าวบันเทิงประเมินว่าตนคำนึงถึงจริยธรรมของสื่อมวลชน แต่ยอมรับว่าการสัมภาษณ์บุคคลสาธารณะ มีการละเมิดจริยธรรมสื่อมวลชนจากการตั้งคำถามสัมภาษณ์ จนได้รับการวิพากษ์วิจารณ์จากประชาชน โดยมีปัจจัยคือ 1) การสร้างจุดขายเพื่อประโยชน์ด้านการตลาด 2) ตัดสินใจให้ผู้ให้สัมภาษณ์เป็นบุคคลสาธารณะ 3) สนองความต้องการของประชาชน

จากการศึกษาแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะเห็นได้ว่า นอกจากสื่อดั้งเดิมจะมีองค์กรที่เกี่ยวข้องกำหนดจรรยาบรรณของสื่อมวลชนแล้ว การเข้ามามีบทบาทของเทคโนโลยี เกิดขึ้นเป็นสื่อออนไลน์ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็มีการกำหนดจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์ไว้เช่นเดียวกัน ถึงแม้เทคโนโลยีจะเปลี่ยนแปลงไป แต่การปฏิบัติตามจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์ ในยุคการสื่อสารแบบดิจิทัลที่ใครก็สามารถเป็นผู้ส่งสารได้ จะทำให้สื่อมวลชนยังมีความแตกต่างกับผู้ส่งสารทั่วไป ตรงที่สื่อมวลชนยังมีความน่าเชื่อถือและความถูกต้องในการนำเสนอข่าวนั่นเอง

ตารางที่ 2.3: หลักจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าว

ชื่อผู้ศึกษา/หน่วยงาน	หลักจรรยาบรรณสื่อมวลชน/สื่อออนไลน์
สมาคมหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย สมาคมนักข่าวแห่งประเทศไทย สมาคมหนังสือพิมพ์ภูมิภาคแห่งประเทศไทย (2519)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การรักษาซึ่งเสรีภาพของหนังสือพิมพ์</li> <li>- การเสนอข่าว ภาพ แสดงความเห็นต้องสุภาพ สุจริต ไร้ประโยชน์ส่วนตัว</li> <li>- เสนอข่าวแต่ความจริง ละการต่อเติมเสริมแต่ง หากข่าวไม่จริงต้องรีบแก้</li> <li>- การได้ข่าว ภาพ ข้อมูลมาต้องใช้วิธีสุภาพ</li> <li>- เคารพต่อความไว้วางใจที่ได้ทำหน้าที่ของวิชาชีพตน</li> <li>- ถือเอาสาธารณะประโยชน์เป็นสำคัญ</li> <li>- ไม่ทำการบั่นทอนเกียรติคุณวิชาชีพ</li> </ul>
สมาคมนักวิทยุและโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (2538)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่เสนอข่าวและภาพที่รู้แก่ใจว่าเป็นเท็จ</li> <li>- ไม่เสนอข่าว ภาพที่ทำให้คนเสียขวัญ ตกแตก กระทบความมั่นคง</li> <li>- ไม่เสนอข่าว ภาพ ลามก อนาจาร ไม่เสนอข่าวลือ ภาพไร้สาระ ชวนงมงาย</li> <li>- ไม่เสนอข่าว ภาพ ลำเอียง ไม่สอดแทรกความเห็นลงในข่าว</li> <li>- หากคัดลอกข้อความจากที่อื่นๆ ต้องเผยแพร่แหล่งที่มา</li> <li>- ภาษาที่ใช้ในการนำเสนอข่าวต้องสุภาพ ปราศจากความหมายเหยียด</li> <li>- ไม่เสนอภาพข่าวโหลขนาดตนเอง - ละเว้นการรับอามิสสินจ้างใดๆ</li> <li>- ไม่เสนอข่าว ภาพ ที่ขัดกับสาธารณะประโยชน์ของประชาชนและประเทศ</li> <li>- ไม่เสนอข่าว ภาพ ดูหมิ่นลัทธิ ความเชื่อ ศาสนา</li> <li>- ให้ความเคารพสิทธิส่วนบุคคล องค์กร สถาบันอื่น</li> <li>- รับผิดชอบ และแก้ไขโดยเปิดเผยถ้าเกิดความเสียหายต่อคน องค์กร อื่น</li> </ul>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.3 (ต่อ): หลักจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าว

ชื่อผู้ศึกษา/หน่วยงาน	หลักจรรยาบรรณสื่อมวลชน/สื่อออนไลน์
ชยพล สุทธิโยธิน และ กิตติชัย อินทร์นุรักษ์ (2549)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นำภาพบุคคลมาใช้ ต้องได้รับอนุญาตก่อน</li> <li>- คัดลอกหรือนำผลงานคนอื่นควรอ้างอิงแหล่งที่มาหรือได้รับอนุญาตก่อน</li> <li>- ข้อเท็จจริงที่อาจส่งผลกระทบต่อคนอื่น ควรตรวจสอบความจริงก่อน</li> <li>- ผู้ใช้สื่อใหม่ควรมีความรับผิดชอบต่อสังคม</li> <li>- ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ ควรเป็นประโยชน์สาธารณะ</li> <li>- หลีกเลี่ยงคำไม่สุภาพ ภาษาวิบัติ ไม่เสนอเรื่องราวลามก</li> <li>- นำเสนอเรื่องที่ไม่ก่อให้เกิดความเสื่อมเสียศีลธรรม</li> <li>- ไม่เสนอเรื่องราวที่ชู้ช่องประกอบอาชญากรรม กระทำผิด</li> <li>- โฆษณาทางสื่อใหม่ต้องเป็นตามกฎหมายว่าด้วยการโฆษณา</li> <li>- ไม่โฆษณาสินค้าที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ อนามัย สังคม</li> <li>- เลี่ยงจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไปยังบุคคลอื่นในลักษณะเพื่อการค้าขาย</li> </ul>
สภาการหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย (2553)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แยกข่าวกับความเห็นออกจากกันอย่างชัดเจน</li> <li>- คำนึงถึงมิติเวลาในการนำเสนอข่าว</li> <li>- สื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่สาธารณะ ซึ่งอาจมีผลทางกฎหมาย</li> <li>- ระวังการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล</li> <li>- ระวังกระบวนการหาข่าว โดยตรวจสอบอย่างถี่ถ้วน รอบด้าน อ้างอิงที่มา</li> <li>- หากเสนอข่าวผิดพลาดต้องแก้ไขทันที</li> <li>- ขอโทษต่อบุคคลหรือองค์กรที่ได้รับความเสียหายจากการนำเสนอข่าว</li> </ul>

ตารางที่ 2.4: งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจรรยาบรรณสื่อออนไลน์

ชื่อผู้ศึกษา	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจรรยาบรรณสื่อออนไลน์
กัตัญญ บุญเดช (2555)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นำเสนอข่าวที่อยู่ในกระแส, พาดหัวเกินจริง, ภาพหรือหวาดึงความสนใจ</li> <li>- เลือกประเด็นที่คนสนใจ, ค้นจากอินเทอร์เน็ต, แหล่งข่าวส่วนตัว</li> <li>- หากเกิดความผิดพลาด ก็ขึ้นอยู่กับนโยบายขององค์กร</li> <li>- ผู้อ่านมองว่านักข่าวควรมีจริยธรรมและจรรยาบรรณมากขึ้น</li> <li>- นักข่าวและดารามองว่า ข่าวควรมีการตรวจสอบความถูกต้องก่อนนำเสนอ</li> </ul>
เทียนทิพย์ เดียวกั (2559)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เทคโนโลยีทำให้รูปแบบการนำเสนอเปลี่ยนไป (เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์)</li> <li>- เทคโนโลยีทำให้การเสนอข่าวสารไม่รอบคอบ</li> <li>- การละเมิดหลักจริยธรรมจรรยาบรรณมาจากการแข่งขันด้านธุรกิจ</li> <li>- การแก้ไขปัญหาขึ้นอยู่กับองค์กร</li> </ul>
รัตนวดี นาควานิช (2554)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การพิจารณาคดีสื่อรุกล้ำสิทธิบุคคลบันเทิงเป็นประโยชน์ต่อสื่อ เพราะกฎหมายไทยคุ้มครองบุคคลสาธารณะเหมือนคนธรรมดา</li> <li>- กฎหมายมีข้อยกเว้นในการรับผิดชอบสื่อ ทำให้ศาลสั่งรอลงอาญา</li> <li>- ขอบเขตการรายงานข่าวบันเทิง ควรไม่เสนอข่าวเท็จ, ไม่บุกรุกส่วนตัว, ข้อมูลต้องมาจากการสัมภาษณ์คนที่ตกเป็นข่าวโดยตรง</li> <li>- นักข่าวบันเทิงมองว่า คนบันเทิงต้องยอมรับความเป็นบุคคลสาธารณะของตนเอง ยินยอมให้นำเสนอเรื่องส่วนตัวได้</li> </ul>
วิภา ปิ่นแก้ว (2554)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พิธีกร โปรดิวเซอร์ช่องดาวเทียม ไม่ทราบกฎหมายเกี่ยวกับการนำเสนอข่าว</li> <li>- หากไม่มีการฟ้องร้องเกิดขึ้น ก็จะนำเสนอเช่นเดิม</li> <li>- ผู้สื่อข่าวใกล้ชิดกับดาราดู หากเสนอข้อเสียก็ไม่ฟ้องร้องเพราะต้องพึ่งพากัน</li> </ul>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.4 (ต่อ): งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจรรยาบรรณสื่อออนไลน์

ชื่อผู้ศึกษา	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจรรยาบรรณสื่อออนไลน์
สกุลศรี ศรีสารคาม (2557)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้สื่อออนไลน์ติดตามข่าวเพิ่มขึ้น</li> <li>- ควรมีกรอบจริยธรรมในการนำเสนอข่าว</li> <li>- กรอบความรับผิดชอบต่อตนเอง</li> <li>- กรอบทางวิชาชีพ</li> <li>- กรอบข้อบังคับทางกฎหมาย</li> <li>- กรอบการใช้ประสิทธิภาพของสื่อออนไลน์</li> <li>- กรอบการตลาดและธุรกิจ</li> </ul>
จันทนา ทองประยูร (2552)	<p>แม้รูปแบบการนำเสนอข่าวเปลี่ยนไป แต่สื่อยังต้องยึดมั่นปฏิบัติวิชาชีพอย่างมีศีลธรรม จรรยาบรรณ อิสระ ซื่อสัตย์ เทียงธรรม เคารพแหล่งข่าว ไม่เปิดเผยแหล่งข่าว ไม่ตัดสินความล่วงหน้า ฟังความเห็นเรื่องราวร้องทุกข์ประชาชน</p>
วัฒน์ ภูวทิศ (2556)	<p>มูลเหตุทำให้นักหนังสือพิมพ์ละเมิดจริยธรรมวิชาชีพ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- นโยบายในการนำเสนอข่าว</li> <li>- ยอดขายของหนังสือพิมพ์</li> <li>- โฆษณา, ภาวะด้านเศรษฐกิจ</li> <li>- ความไม่เข้มงวดของข้อบังคับทางจริยธรรมวิชาชีพ</li> </ul>
อรวิ บุณนาค (2554)	<p>ยอมรับว่ามีการตั้งคำถามสัมภาษณ์บุคคลสาธารณะละเมิดจริยธรรมสื่อมวลชน โดยมีปัจจัยมาจาก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การสร้างจุดขายเพื่อประโยชน์ด้านการตลาด</li> <li>- ตัดสินว่าบุคคลให้สัมภาษณ์เป็นบุคคลสาธารณะ</li> <li>- สนองความต้องการประชาชน</li> </ul>
ภูบดีรินทร์ ภูสุวรรณ (2548)	<p>พบการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของดารา นักร้อง จากการนำเสนอข่าว ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ละเมิดเพราะเป็นนักแสดงและนักร้อง เสนอข่าวจนขาดความเป็นส่วนตัว</li> <li>- ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลด้วยข้อความ</li> <li>- ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลด้วยรูปภาพ</li> </ul>

ในการวิจัยครั้งนี้ แนวคิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าว ผู้วิจัยเห็นว่า แนวคิดดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงข้อประพฤติปฏิบัติของผู้สื่อข่าว ต่อหลักจรรยาบรรณในวิชาชีพสื่อมวลชน ผู้วิจัยจึงต้องการนำแนวคิดดังกล่าว มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์การทำงานของนักข่าวบันเทิงไทยว่ามีการปฏิบัติตามจรรยาบรรณของสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวบันเทิง หรือละเมิดจรรยาบรรณของสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวบันเทิงอย่างไรบ้าง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่า สามารถนำแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมากำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาเรื่อง **ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวบันเทิง** ทั้งแนวคิดเกี่ยวกับข่าวบันเทิงนโยบายการนำเสนอข่าวบันเทิงไทย แนวคิดเรื่องสื่อออนไลน์ และแนวคิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์



### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง **ปัจจัยที่มีผลต่อจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง** เป็น การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์ให้ ครบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธี การศึกษาไว้ดังนี้

#### 3.1 ประเภทของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบการวิจัยเชิง สสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีคำถามแบบปลายปิดในการ เก็บข้อมูล โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นและความจริงจากผู้ตอบ แบบสอบถามมากที่สุด

#### 3.2 กลุ่มประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์ ในการนำเสนอข่าวบันเทิง คือ ผู้ทำหน้าที่สื่อมวลชนด้านข่าวบันเทิงระดับ หัวหน้าข่าว บรรณาธิการ และ ผู้สื่อข่าว จากสื่อมวลชนหลักในรูปแบบออนไลน์ แบ่งเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบสื่อออนไลน์ ได้แก่ ไทยรัฐ ข่าวสด ผู้จัดการ มติชน เดลินิวส์ โพสต์ทูเดย์ ไทยโพสต์ คมชัดลึก ประชาชาติ แนวหน้า บ้านเมือง สยามรัฐ สยามบันเทิง ดาราเดลี และสื่อโทรทัศน์ในรูปแบบสื่อออนไลน์ ได้แก่ ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 7 ช่องโมเดิร์นไนน์ทีวี ช่องไทยพีบีเอส ช่องTNN24 ช่องนิวทีวี ช่องสปริงนิวส์ ช่องไอทีวี ช่องวอยซ์ทีวี ช่องเนชั่น ช่องเวิร์คพอยท์ทีวี ช่องทรูפורมู ช่องจีเอ็มเอ็ม25 ช่องนาวทีวี ช่อง8 ช่องโม โนทีวี ช่องวัน ช่องไทยรัฐทีวี ช่องอมรินทร์ทีวี และช่องพีพีทีวี ที่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านข่าว บันเทิงตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณในการ นำเสนอข่าวบันเทิง ผู้วิจัยเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยแบ่ง ประชากรออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบสื่อออนไลน์ และ กลุ่มสื่อโทรทัศน์ในรูปแบบ สื่อออนไลน์ จากนั้นจะจับฉลากจากกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มละ 5 รายชื่อ โดยกลุ่มสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบ สื่อออนไลน์ ได้แก่ ไทยรัฐ ข่าวสด เดลินิวส์ มติชน และ ผู้จัดการ ส่วนกลุ่มสื่อโทรทัศน์ในรูปแบบสื่อ



ออนไลน์ ได้แก่ ช่อง 3 ช่อง 7 เว็รคพอยท์ทีวี สปริงส์นิวส์ และ โมเดิร์นไนน์ทีวี โดยแต่ละรายชื่อจะ  
 สุ่มกลุ่มตัวอย่างรายชื่อละ 10 คน รวมทั้งหมด 100 คน

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การทำแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยเป็น  
 การตอบแบบสอบถามแบบครั้งเดียว แบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ  
 ระดับการศึกษา และ ประสบการณ์การทำงาน

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการ  
 นำเสนอข่าวบันเทิง จำนวน 25 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความเห็นเกี่ยวกับจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์ จำนวน 21 ข้อ

### 3.4 การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ

ส่วนที่ 1 การวัดค่าตัวแปรด้านข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ  
 การศึกษา และ ประสบการณ์การทำงาน โดยผู้ศึกษาได้กำหนดลักษณะของตัวแปร ดังนี้

1. เพศ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ชาย หญิง และ อื่นๆ
2. อายุ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ 20-25 ปี, 26-30 ปี, 31-35 ปี, 36-40 ปี และมากกว่า  
40 ปี
3. ระดับการศึกษา แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ต่ำกว่าปริญญาตรี, ปริญญาตรี, ปริญญาโทและ  
ปริญญาเอก
4. ประสบการณ์การทำงาน แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 2-5 ปี, 5-10 ปี, 10-15 ปี และ  
มากกว่า 15 ปี

ส่วนที่ 2 การวัดค่าตัวแปรด้านระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตาม  
 จรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

ระดับความสำคัญของปัจจัย แบ่งเป็น

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

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาคำนวณหาค่าเฉลี่ยจากการใช้ประโยชน์แต่ละด้าน ด้วยการใช้สูตร  
คำนวณและคำอธิบายแต่ละระดับชั้น ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนค่าสูงสุด-คะแนนค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

$$= \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.80$$

ช่วงชั้นของคะแนนค่าเฉลี่ย ได้แก่

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ระดับปัจจัยสำคัญน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ระดับปัจจัยสำคัญน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ระดับปัจจัยสำคัญปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ระดับปัจจัยสำคัญมาก

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ระดับปัจจัยสำคัญมากที่สุด

ส่วนที่ 3 การวัดค่าตัวแปรด้านระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอ

ข่าวบันเทิง

ระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ แบ่งเป็น

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

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาคำนวณหาค่าเฉลี่ยจากการใช้ประโยชน์แต่ละด้าน ด้วยการใช้สูตร  
คำนวณและคำอธิบายแต่ละระดับชั้น ดังนี้

คะแนนค่าสูงสุด-คะแนนค่าต่ำสุด

จำนวนระดับ

$$= \frac{5-1}{5}$$

5

$$= 0.80$$

ช่วงชั้นของคะแนนเฉลี่ย ได้แก่

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ระดับการปฏิบัติที่น้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ระดับการปฏิบัติที่น้อย

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ระดับการปฏิบัติปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ระดับการปฏิบัติมาก

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ระดับการปฏิบัติมากที่สุด

### 3.5 การทดสอบเครื่องมือ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ที่มีคำถามแบบปลายปิดเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีรายละเอียดขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและการทดสอบเครื่องมือ ดังนี้

3.5.1 ศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับชาวบ้านเทิง ปัจจัยในการนำเสนอชาวบ้านเทิง แนวคิดเกี่ยวกับสื่อออนไลน์ และหลักจริยธรรมจรรยาบรรณาในการนำเสนอข่าวของสื่อออนไลน์ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ มาประมวลผลตามกรอบแนวคิดการวิจัย และกำหนดเป็นข้อคำถาม เพื่อให้ครอบคลุมตามแนวความคิดและขอบเขตการวิจัย

3.5.2 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความครบถ้วน ถูกต้อง และสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามและหัวข้อที่ทำการวิจัย ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

3.5.3 นำเครื่องมือที่ดำเนินการสร้างขึ้นตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา ไปตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงพินิจ (Face Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน พิจารณาความสอดคล้องและครอบคลุมตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยคัดเลือกข้อที่มีดัชนีความสอดคล้อง 0.50 ขึ้นไป

3.5.4 นำเครื่องมือมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ และเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเนื้อหา ปรับปรุงให้สมบูรณ์ ถูกต้อง

3.5.5 นำเครื่องมือไปทดลองใช้กับกลุ่ม Try Out โดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับประชากรที่ผู้วิจัยเลือกมาศึกษา ซึ่งข้อมูลจะต้องไม่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นประชากรสำหรับการวิจัยอีกเนื่องจากบุคคลเหล่านี้จะรู้คำตอบจากการ Try Out ไปแล้ว จำนวนที่เหมาะสมในการทดลองเครื่องมือจะอยู่ที่ 30 คน

3.5.6 วิเคราะห์หาคุณภาพของเครื่องมือ การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาไม่ต่ำกว่า .70 จึงจะยอมรับได้ ซึ่งผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค ของตัวแปร ปัจจัยที่มีผลต่อจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง และ จรรยาบรรณของสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง มีดังนี้

ตารางที่ 3.1: การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)

ปัจจัยในการทดสอบ	Cronbach's Alpha
ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง	.743
จรรยาบรรณของสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง	.959
<b>รวม</b>	<b>.914</b>

จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค พบว่า โดยรวมเครื่องมือวิจัย มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.914 โดยตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวการละเมิดทางเพศเด็ก มีค่า 0.743 และตัวแปร จรรยาบรรณของสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวการละเมิดทางเพศเด็ก มีค่า .959 ดังนั้นแบบสอบถามฉบับนี้มีค่าความเชื่อมั่นในระดับสูง

### 3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวบันเทิง การทำแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยเป็นการตอบแบบสอบถามแบบครั้งเดียว ผ่านทางระบบการตอบแบบสอบถามออนไลน์ หรือ Google Docs

### 3.7 ประเภทของตัวแปร

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วยแหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ แหล่งข้อมูลประเภทแบบสอบถาม และแหล่งข้อมูลประเภทเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ : แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีแบบสอบถาม ซึ่งได้มีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คือเก็บข้อมูลจากสื่อมวลชนสายข่าวบันเทิง ที่ทำหน้าที่ตั้งแต่ระดับ บรรณาธิการ ผู้สื่อข่าว

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ : แหล่งข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) ศึกษาจากแหล่งข้อมูลเชิงเอกสารที่เกี่ยวข้อง

### 3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความเรียบร้อยมาบันทึกประมวลผลวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

#### 1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน โดยใช้สถิติแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง โดยใช้สถิติแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง โดยใช้สถิติแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานในแต่ละข้อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสองตัวแปร จะใช้สถิติ การถดถอยพหุคูณแบบตัวแปรตามพหุนาม (Multivariate. Multiple Regression: MMR) และใช้ค่าสถิติ sig ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ในการทดสอบ

## บทที่ 4 ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง **ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง** เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) วัดผลเพียงครั้งเดียว ในการศึกษาบทบาทเชิงจริยธรรมในการนำเสนอข่าวบันเทิง รวมทั้งการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวบันเทิง โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านข่าวบันเทิงตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไป ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ทำการแยกวิเคราะห์ข้อมูลและแสดงผลออกเป็น 4 ส่วนได้แก่

4.1 ลักษณะทางประชากร

4.2 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

4.3 ระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

4.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

### 4.1 ลักษณะประชากร

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน โดยสามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

#### 4.1.1 เพศ

ตารางที่ 4.1: สัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	58	58.00
ชาย	37	37.00
อื่นๆ	5	5.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.1 สัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 100 คนพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 58 ลำดับต่อมาคือ เพศชาย จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37 และอื่นๆ อีก 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5

#### 4.1.2 อายุ

ตารางที่ 4.2: สัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
31-35 ปี	24	24.00
26-30 ปี	23	23.00
36-40 ปี	21	21.00
40 ปีขึ้นไป	18	18.00
20-25 ปี	14	14.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.2 สัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 100 คนพบว่าส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 31-35ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24 ช่วงอายุ 26-30 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23 ช่วงอายุ 36-40 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 21 ช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18 และช่วงอายุ 20-25 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14

#### 4.1.3 ระดับการศึกษา

ตารางที่ 4.3: สัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปริญญาตรี	64	64.00
ปริญญาโท	21	21.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): สัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปริญญาเอก	9	9.00
ต่ำกว่าปริญญาตรี	6	6.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.3 สัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 100 พบว่า มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 64 การศึกษาระดับปริญญาโท 21 คน คิดเป็นร้อยละ 24 การศึกษาระดับปริญญาเอก จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9 และการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6

#### 4.1.4 ประสบการณ์การทำงาน

ตารางที่ 4.4: สัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน

ประสบการณ์การทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
2-5 ปี	32	32.00
11-15 ปี	25	25.00
มากกว่า 15 ปี	23	23.00
6-10 ปี	20	20.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.4 สัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 100 คน พบว่า ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงานช่วง 2-5 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 32 มีประสบการณ์การทำงานช่วง 11-15 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25 มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 15 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23 และประสบการณ์การทำงานช่วง 6-10 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20



#### 4.2 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

การศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง ผู้วิจัยได้สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง โดยแบ่งระดับความสำคัญของปัจจัยออกเป็น 5 ระดับคือ ระดับ 5 (มากที่สุด) ระดับ 4 (มาก) ระดับ 3 (ปานกลาง) ระดับ 2 (น้อย) และระดับ 1 (น้อยที่สุด) ดังต่อไปนี้

##### 4.2.1 ปัจจัยด้านนโยบายองค์กร

ตารางที่ 4.5: ร้อยละระดับความสำคัญของปัจจัยด้านนโยบายองค์กรที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

ปัจจัยด้านนโยบายองค์กรที่มีผลต่อการปฏิบัติตามสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญของปัจจัย
ทัศนคติของเจ้าของหรือบรรณาธิการของสื่อออนไลน์ที่มีต่อการนำเสนอข่าวบันเทิง	4.14	.725	มาก
นโยบายเลือกการนำเสนอข่าวบันเทิงที่เน้นสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร เช่น นำเสนอข่าวแง่บวกของดารานักแสดงในสังกัด และเลี่ยงการนำเสนอข่าวในแง่ลบที่เกิดกับองค์กร	4.02	.876	มาก
การคัดเลือกประเด็นข่าวของบรรณาธิการของสื่อออนไลน์ ที่เลือกประเด็นข่าวที่ประชาชนให้ความสนใจ หรือดารานักแสดงที่เป็นที่นิยม	4.40	.682	มากที่สุด
นโยบายที่มุ่งเน้นหาผลกำไรขององค์กร โดยการนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์มิให้สามารถขายโฆษณาได้เป็นหลัก	4.09	.726	มาก
นโยบายการแข่งขันกับองค์กรสื่อมวลชนอื่น ที่มี การนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์	4.36	.746	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.5 ร้อยละระดับความสำคัญของปัจจัยด้านนโยบายองค์กรที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง พบว่า การคัดเลือกประเด็นข่าวของ

บรรณาธิการของสื่อออนไลน์ ที่เลือกประเด็นข่าวที่ประชาชนให้ความสนใจ หรือดารา นักแสดงที่เป็นที่นิยม มีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 นโยบายการแข่งขันกับองค์กรสื่อมวลชนอื่น ที่มีการนำเสนอข่าวบนเว็บออนไลน์ มีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ทศนคติของเจ้าของหรือบรรณาธิการของสื่อออนไลน์ที่มีต่อการนำเสนอข่าวบนเว็บ มีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 นโยบายที่มุ่งเน้นหากผลกำไรขององค์กร โดยการนำเสนอข่าวบนเว็บออนไลน์มิให้สามารถขายโฆษณาได้เป็นหลัก มีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และ นโยบายเลือกการนำเสนอข่าวบนเว็บที่เน้นสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร เช่น นำเสนอข่าวแฉของดารา นักแสดงในสังกัด และเลี่ยงการนำเสนอข่าวในแง่ลบที่เกิดกับองค์กร มีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02

#### 4.2.2 ปัจจัยด้านสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ

ตารางที่ 4.6: ร้อยละระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสังคม การเมือง และเศรษฐกิจที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบนเว็บ

ปัจจัยด้านด้านสังคม การเมือง และเศรษฐกิจที่มีผลต่อการปฏิบัติตามสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบนเว็บ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญของปัจจัย
สถานะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ส่งผลต่อ รายได้ กำไร ขาดทุน ขององค์กรสื่อมวลชน	4.35	.642	มากที่สุด
สถานะทางการเมืองการปกครองในปัจจุบัน ที่ส่งผลต่อการนำเสนอข่าวบนเว็บของสื่อออนไลน์	3.89	.963	มาก
การเข้ามาควบคุมเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอข่าวออนไลน์ หรือการเซ็นเซอร์เนื้อหาโดยรัฐบาล	3.84	.950	มาก
บทลงโทษทางกฎหมายเกี่ยวกับสื่อมวลชน อาทิ กฎหมายเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล	3.92	.825	มาก
จำนวนผู้อ่านสื่อออนไลน์ หรือจำนวนผู้กดติดตาม กดเผยแพร่สื่อออนไลน์	4.42	.699	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.6 ร้อยละระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสังคม การเมือง และเศรษฐกิจที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง พบว่า จำนวนผู้อ่านสื่อออนไลน์ หรือจำนวนผู้กดติดตาม กดเผยแพร่สื่อออนไลน์ มีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 สภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ส่งผลกระทบต่อ รายได้ กำไร ขาดทุน ขององค์กรสื่อมวลชน มีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 บทลงโทษทางกฎหมายเกี่ยวกับสื่อมวลชน อาทิ กฎหมายเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล มีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 สภาวะทางการเมืองการปกครองในปัจจุบัน ที่ส่งผลกระทบต่อ การนำเสนอข่าวบันเทิงของสื่อออนไลน์ มีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และ การเข้ามาควบคุมเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอข่าวออนไลน์ หรือการเซ็นเซอร์เนื้อหาโดยรัฐบาล มีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84

#### 4.2.3 ปัจจัยด้านบุคลากรสื่อ

ตารางที่ 4.7: ร้อยละระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรสื่อที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

ปัจจัยด้านด้านบุคลากรสื่อที่มีผลต่อการปฏิบัติตามสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญของปัจจัย
ความรู้ความเข้าใจในจรรยาบรรณสื่อมวลชนของผู้ที่ทำหน้าที่ในการนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์ อาทิ ผู้สื่อข่าว ผู้ทำภาพประกอบข่าว ผู้ตรวจทานข่าว	4.05	.845	มาก
ทัศนคติของผู้ที่ทำหน้าที่ในการนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์ อาทิ ผู้สื่อข่าว ผู้ทำภาพประกอบข่าว ผู้ตรวจทานข่าวที่มีต่อการนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์	4.06	.802	มาก
ความรู้ทางด้านกฎหมายของสื่อมวลชน ของผู้ที่ทำหน้าที่ในการนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์ อาทิ ผู้สื่อข่าว ผู้ทำภาพประกอบข่าว ผู้ตรวจทานข่าว	3.91	.854	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): ร้อยละระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลกรสื่อที่มีผลต่อการปฏิบัติตาม  
จรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

ปัจจัยด้านด้านบุคลกรสื่อที่มีผลต่อการปฏิบัติ ตามสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความสำคัญ ของปัจจัย
การตรวจสอบความถูกต้องจากแหล่งข่าว ก่อน การนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์	4.07	.844	มาก
ความสามารถทางวิชาชีพสื่อมวลชนของผู้ที่ทำ หน้าในการนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์ อาทิ ผู้สื่อข่าว ผู้ทำภาพประกอบข่าว ผู้ตรวจทานข่าว	4.07	.820	มาก

จากตารางที่ 4.7 ร้อยละระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลกรสื่อที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง พบว่า การตรวจสอบความถูกต้องจากแหล่งข่าวก่อนการนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์ มีความสำคัญของปัจจัยในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ความสามารถทางวิชาชีพสื่อมวลชนของผู้ที่ทำหน้าในการนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์ มีความสำคัญของปัจจัยในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ทศนคติของผู้ที่ทำหน้าในการนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์ มีความสำคัญของปัจจัยในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ความรู้ความเข้าใจในจรรยาบรรณสื่อมวลชนของผู้ที่ทำหน้าในการนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์ อาทิ ผู้สื่อข่าว ผู้ทำภาพประกอบข่าว ผู้ตรวจทานข่าว มีความสำคัญของปัจจัยในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ความรู้ทางด้านกฎหมายของสื่อมวลชน ของผู้ที่ทำหน้าในการนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์ อาทิ ผู้สื่อข่าว ผู้ทำภาพประกอบข่าว ผู้ตรวจทานข่าว มีความสำคัญของปัจจัยในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

#### 4.2.4 ปัจจัยด้านรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว

ตารางที่ 4.8: ร้อยละระดับความสำคัญของปัจจัยด้านรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าวที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

ปัจจัยด้านรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าวที่มีผลต่อการปฏิบัติตามสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญของปัจจัย
การใช้คำ ภาษา พาดหัวข่าวบันเทิงออนไลน์เพื่อดึงดูดความสนใจผู้รับสาร	4.40	.804	มากที่สุด
การเลือกใช้ภาพหรือภาพประกอบข่าวบันเทิงออนไลน์เพื่อดึงดูดความสนใจผู้รับสาร	4.21	.913	มากที่สุด
ความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์เพื่อดึงดูดความสนใจผู้รับสาร	4.38	.749	มากที่สุด
ข้อจำกัดทางด้านพื้นที่ของสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าว อาทิ พื้นที่ในเว็บไซต์, การกำหนดตัวอักษรในพาดหัวข่าว	4.11	.875	มาก
การนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์ที่มีการแสดงความคิดเห็นของผู้เขียนลงไปในเรื่องข่าว	3.90	.969	มาก

จากตารางที่ 4.8 ร้อยละระดับความสำคัญของปัจจัยด้านรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าวที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง พบว่า การใช้คำ ภาษา พาดหัวข่าวบันเทิงออนไลน์เพื่อดึงดูดความสนใจผู้รับสาร มีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์เพื่อดึงดูดความสนใจผู้รับสาร มีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 การเลือกใช้ภาพหรือภาพประกอบข่าวบันเทิงออนไลน์เพื่อดึงดูดความสนใจผู้รับสาร มีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ข้อจำกัดทางด้านพื้นที่ของสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าว อาทิ พื้นที่ในเว็บไซต์, การกำหนดตัวอักษรในพาดหัวข่าว มีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 การนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์ที่มีการแสดงความคิดเห็นของผู้เขียนลงไปในเรื่องข่าว มีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90

#### 4.2.5 ปัจจัยด้านผู้รับสาร

ตารางที่ 4.9: ร้อยละระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผู้รับสารที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

ปัจจัยด้านผู้รับสาร ที่มีผลต่อการปฏิบัติตามสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญของปัจจัย
ผู้รับสารต้องการข่าวที่สดใหม่ก่อนใคร	4.46	.717	มากที่สุด
ผู้รับสารต้องการเนื้อข่าวที่สั้น กระชับ	4.43	.671	มากที่สุด
ผู้รับสารต้องการข่าวทันเหตุการณ์ รวดเร็ว	4.66	.590	มากที่สุด
ผู้รับสารต้องการข่าวที่อยู่ในกระแสนิยม	4.40	.804	มากที่สุด
ผู้รับสารต้องการข่าวที่มีความน่าเชื่อถือ	4.58	.727	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.9 ร้อยละระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผู้รับสารที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง พบว่า ผู้รับสารต้องการข่าวทันเหตุการณ์ รวดเร็ว มีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 ผู้รับสารต้องการข่าวที่มีความน่าเชื่อถือ ระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 ผู้รับสารต้องการข่าวที่สดใหม่ก่อนใคร มีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 ผู้รับสารต้องการเนื้อข่าวที่สั้น กระชับ มีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 และ ผู้รับสารต้องการข่าวที่อยู่ในกระแสนิยม มีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40

ทั้งนี้จากปัจจัยทั้งหมด สามารถสรุประดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.10: ร้อยละระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์  
ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามสื่อออนไลน์ ในการนำเสนอข่าวบันเทิง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความสำคัญ ของปัจจัย
ปัจจัยด้านนโยบายองค์กร	4.20	.500	มาก
ปัจจัยด้านสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ	4.08	.531	มาก
ปัจจัยด้านบุคลากรสื่อ	4.03	.692	มาก
ปัจจัยด้านรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอ ข่าว	4.20	.592	มาก
ปัจจัยด้านผู้รับสาร	4.50	.543	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.10 ร้อยละระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง พบว่า ปัจจัยด้านผู้รับสาร มีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ปัจจัยด้านนโยบายองค์กร มีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ปัจจัยด้านรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว มีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ปัจจัยด้านสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ มีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และ ปัจจัยด้านบุคลากรสื่อ มีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03

#### 4.3 ระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

การศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง ผู้วิจัยได้สอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง โดยแบ่งระดับการปฏิบัติออกเป็น 5 ระดับคือ ระดับ 5 (มากที่สุด) ระดับ 4 (มาก) ระดับ 3 (ปานกลาง) ระดับ 2 (น้อย) และระดับ 1 (น้อยที่สุด) ดังต่อไปนี้

##### 4.3.1 ความถูกต้องในการนำเสนอข่าวและแหล่งที่มาของข่าวสาร

ตารางที่ 4.11: ร้อยละระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง ด้านความถูกต้องในการนำเสนอข่าวและแหล่งที่มาของข่าวสาร

ระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ด้านความถูกต้องในการนำเสนอข่าวและแหล่งที่มาของข่าวสาร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการปฏิบัติ
การรายงานข่าวระวังการย่อความทำให้ข้อความบิดเบือนจากข้อเท็จจริง	4.34	.714	มากที่สุด
การรายงานข่าวระวังเผยแพร่ข้อมูลข่าวซ้ำ	4.12	.891	มาก
ตระหนักว่าการรายงานข่าวบนสื่อออนไลน์พื้นที่สาธารณะ อาจถูกบันทึกมีผลทางกฎหมาย	4.27	.827	มากที่สุด
การแสดงตัวตนขององค์กรสื่อมวลชน ทั้งชื่อ สัญลักษณ์ ชื่อย่อ การยืนยันสถานะตัวตนขององค์กรสื่อมวลชน	4.20	.765	มาก
การคัดลอกข้อความหรือภาพใดๆ จากสื่อสังคมออนไลน์ ต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าของข้อความนั้น	4.26	.872	มากที่สุด
การคัดลอกข้อความหรือภาพใดๆ จากสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อประโยชน์ในการนำเสนอข่าว ต้องอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อความและข่าวสารนั้น	4.40	.791	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.11 ร้อยละระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง ด้านความถูกต้องในการนำเสนอข่าวและแหล่งที่มาของข่าวสาร พบว่า การคัดลอกข้อความหรือภาพใดๆ จากสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อประโยชน์ในการนำเสนอข่าว ต้องอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อความและข่าวสารนั้น มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 การรายงานข่าวระวังการย่อความทำให้ข้อความบิดเบือนจากข้อเท็จจริง มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ตระหนักว่าการรายงานข่าวบนสื่อออนไลน์พื้นที่สาธารณะ อาจถูกบันทึกมีผลทางกฎหมาย มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 การคัดลอกข้อความหรือภาพใดๆ จากสื่อสังคมออนไลน์ ต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าของข้อความนั้น มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 การแสดงตัวตนขององค์กรสื่อมวลชน ทั้งชื่อ สัญลักษณ์ ชื่อย่อ



การยืนยันสถานะตัวตนขององค์กรสื่อมวลชน มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20  
การรายงานข่าวระวังเผยแพร่ข้อมูลข่าวซ้ำ มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

#### 4.3.2 การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

ตารางที่ 4.12: ร้อยละระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง ด้าน  
การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

ระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ ด้านการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับการ ปฏิบัติ
การรวบรวมข้อมูลข่าวสาร นำเสนอ แสดง ความเห็นต้องระวังการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ สิทธิเด็กและสตรี	4.31	.837	มากที่สุด
การเผยแพร่ข้อเท็จจริงเรื่องใดที่อาจส่งผล กระทบ เสียหายต่อบุคคลอื่น หรือองค์กรอื่น ต้องตรวจสอบข้อเท็จจริงให้ถี่ถ้วน	4.37	.861	มากที่สุด
หากเสนอข่าวผิดพลาด ก่อให้เกิดความเสียหาย ต่อบุคคลหรือองค์กรอื่น ต้องแก้ไขข้อความโดย ทันที	4.38	.862	มากที่สุด
แสดงความข้อโทษต่อบุคคลหรือองค์กรที่ได้รับ ความเสียหาย เมื่อนำเสนอข่าวผิดพลาด	4.38	.814	มากที่สุด
การนำเสนอข่าวสร้างความเสียหาย ต้องให้ โอกาสผู้เสียหายชี้แจงข้อมูลข่าวสาร	4.34	.819	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.12 ร้อยละระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าว  
บันเทิง ด้านการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล พบว่า หากเสนอข่าวผิดพลาด ก่อให้เกิดความเสียหายต่อ  
บุคคลหรือองค์กรอื่น ต้องแก้ไขข้อความโดยทันที มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย  
เท่ากับ 4.38 แสดงความข้อโทษต่อบุคคลหรือองค์กรที่ได้รับ ความเสียหาย เมื่อนำเสนอข่าวผิดพลาด  
มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 การเผยแพร่ข้อเท็จจริงเรื่องใดที่อาจ  
ส่งผลกระทบ เสียหายต่อบุคคลอื่น หรือองค์กรอื่น ต้องตรวจสอบข้อเท็จจริงให้ถี่ถ้วน มีระดับการ

ปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 การนำเสนอข่าวสร้างความเสียหาย ต้องให้โอกาสผู้เสียหายชี้แจงข้อมูลข่าวสาร มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และ การรวบรวมข้อมูลข่าวสาร นำเสนอ แสดงความเห็นต้องระวังการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล คัดค้านการตีตราความเป็นมนุษย์ สิทธิเด็กและสตรี มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31

#### 4.3.3 ความรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศชาติ

ตารางที่ 4.13: ร้อยละระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศชาติ

ระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศชาติ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการปฏิบัติ
ไม่นำเสนอข่าวสร้างความเกลียดชังระหว่างคนในสังคม ไม่นำเสนอข่าวยุยงให้เกิดความรุนแรง อาจนำไปสู่ความขัดแย้งหรือเสียหายรุนแรงในชาติ	4.35	.833	มากที่สุด
นำเสนอข่าวเพื่อประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ	4.35	.796	มากที่สุด
เสนอเรื่องราวที่ไม่ก่อให้เกิดความเสื่อมเสียทางศีลธรรมอันดี	4.29	.844	มากที่สุด
ไม่โฆษณาสินค้าที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพอนามัย	4.18	1.048	มาก
ผู้ใช้สื่อใหม่ควรมีความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวมอยู่เสมอ	4.35	.892	มากที่สุด
ไม่นำเสนอข่าวซึ่งของการประกอบอาชญากรรมและการกระทำผิด	4.33	.853	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.13 ร้อยละระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศชาติ พบว่า การไม่นำเสนอข่าวสร้างความเกลียดชังระหว่างคนในสังคม ไม่นำเสนอข่าวยุยงให้เกิดความรุนแรง อาจนำไปสู่ความขัดแย้งหรือเสียหายรุนแรงในชาติ มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 การนำเสนอข่าวเพื่อ

ประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ผู้ใช้สื่อใหม่ควรมีความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวมอยู่เสมอ มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 การไม่นำเสนอข่าวซึ่งต้องการประกอบอาชญากรรมและการกระทำผิด มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 การเสนอเรื่องราวที่ไม่ก่อให้เกิดความเสื่อมเสียทางศีลธรรมอัน มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 การไม่โฆษณาสินค้าที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพอนามัย มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

#### 4.3.4 รูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว

ตารางที่ 4.14: ร้อยละระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบนเทงต์ด้านรูปแบบ เนื้อหาในการนำเสนอข่าว

ระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ด้านรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการปฏิบัติ
การรายงานข่าวต้องแยกข่าวกับความเห็นออกจากกัน	4.34	.844	มากที่สุด
การนำเสนอพึงระวังภาพพุดาด ลามก อนาคต หวาดเสียว รุนแรง	4.29	.808	มากที่สุด
เลี่ยงการใช้คำไม่สุภาพหรือภาษาวิบัติ	4.34	.867	มากที่สุด
คำนึงถึงมิติทางเวลาในการนำเสนอข่าวนั้นๆ	4.32	.790	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.14 ร้อยละระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบนเทงต์ ด้านรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว พบว่า การรายงานข่าวต้องแยกข่าวกับความเห็นออกจากกัน มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 การเลี่ยงการใช้คำไม่สุภาพหรือภาษาวิบัติ มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 การคำนึงถึงมิติทางเวลาในการนำเสนอข่าวนั้นๆ มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และ การนำเสนอพึงระวังภาพพุดาด ลามก อนาคต หวาดเสียว รุนแรง ระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29

ทั้งนี้จากระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบนเทงต์ทั้งหมดสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4.15: ร้อยละระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

ระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการปฏิบัติ
ความถูกต้องในการนำเสนอข่าวและแหล่งที่มาของข่าวสาร	4.26	.664	มากที่สุด
การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล	4.35	.762	มากที่สุด
ความรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศชาติ	4.30	.757	มากที่สุด
รูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว	4.32	.724	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.15 ร้อยละระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง พบว่า จรรยาบรรณสื่อออนไลน์ ด้านการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 จรรยาบรรณสื่อออนไลน์ ด้านรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 จรรยาบรรณสื่อออนไลน์ ด้าน ความรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศชาติ มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และ จรรยาบรรณสื่อออนไลน์ด้านความถูกต้องในการนำเสนอข่าวและแหล่งที่มาของข่าวสาร มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

#### 4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการวิจัย กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**สมมติฐานการวิจัยที่ 1** ปัจจัยด้านนโยบายองค์กรมีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

ตารางที่ 4.16: แสดงค่าการมีนัยสำคัญระหว่างปัจจัยด้านนโยบายองค์กรที่มีผลต่อจรรยาบรรณสื่อออนไลน์

ปัจจัยที่มีผล	จรรยาบรรณสื่อออนไลน์	SS	df	MS	F	Sig.
นโยบายขององค์กร	ความถูกต้องในการนำเสนอข่าวและแหล่งที่มาของข่าวสาร	.008	1	.008	.026	.873
	การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล	.004	1	.004	.009	.923
	ความรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศชาติ	.013	1	.013	.030	.864
	รูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว	.129	1	.129	.336	.564

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ค่าการมีนัยสำคัญระหว่าง ปัจจัยด้านนโยบายองค์กร กับจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ด้านความถูกต้อง การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ความรับผิดชอบต่อสังคม ประเทศชาติ รูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1 นั่นคือ ปัจจัยด้านนโยบายองค์กร **ไม่มีผล** ต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

**สมมติฐานการวิจัยที่ 2** ปัจจัยด้านสังคม การเมือง และ เศรษฐกิจ มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

ตารางที่ 4.17: แสดงค่าการมีนัยสำคัญระหว่างปัจจัยด้านสังคม การเมือง และเศรษฐกิจที่มีผลต่อจรรยาบรรณสื่อออนไลน์

ปัจจัยที่มีผล	จรรยาบรรณสื่อออนไลน์	SS	df	MS	F	Sig.
สังคม การเมือง และเศรษฐกิจ	ความถูกต้องในการนำเสนอข่าวและแหล่งที่มาของข่าวสาร	.029	1	.029	.097	.756
	การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล	.410	1	.410	1.028	.313

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.17 (ต่อ): แสดงค่าการมีนัยสำคัญระหว่างปัจจัยด้านสังคม การเมือง และเศรษฐกิจที่มีผลต่อจรรยาบรรณสื่อออนไลน์

ปัจจัยที่มีผล	จรรยาบรรณสื่อออนไลน์	SS	df	MS	F	Sig.
สังคม การเมือง และเศรษฐกิจ	ความรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศชาติ	.195	1	.195	.432	.513
	รูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว	1.051	1	1.051	2.738	.101

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ค่าการมีนัยสำคัญระหว่าง ปัจจัยด้านสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ กับ จรรยาบรรณสื่อออนไลน์ด้านความถูกต้อง การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ความรับผิดชอบต่อสังคมประเทศชาติ รูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 2 นั่นคือ ปัจจัยด้านสังคม การเมือง และ เศรษฐกิจ **ไม่มีผล**ต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

**สมมติฐานการวิจัยที่ 3** ปัจจัยด้านบุคลการสื่อ มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

ตารางที่ 4.18: แสดงค่าการมีนัยสำคัญระหว่างปัจจัยด้านบุคลการสื่อที่มีผลต่อจรรยาบรรณสื่อออนไลน์

ปัจจัยที่มีผล	จรรยาบรรณสื่อออนไลน์	SS	df	MS	F	Sig.
บุคลการสื่อ	ความถูกต้องในการนำเสนอข่าว และแหล่งที่มาของข่าวสาร	1.810	1	1.810	6.017	.016
	การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล	1.633	1	1.633	4.093	.046
	ความรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศชาติ	3.187	1	3.187	7.065	.009
	รูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว	1.086	1	1.086	2.828	.096

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ค่าการมีนัยสำคัญระหว่าง ปัจจัยบุคลากรสื่อ กับ จรรยาบรรณสื่อออนไลน์ด้านความถูกต้อง การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ความรับผิดชอบต่อสังคมประเทศชาติ รูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 3 นั่นคือ ปัจจัยด้านบุคลากรสื่อ **มีผล**ต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

**สมมติฐานการวิจัยที่ 4** ปัจจัยด้านรูปแบบการนำเสนอมีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

ตารางที่ 4.19: แสดงค่าการมีนัยสำคัญระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าวที่มีผลต่อจรรยาบรรณสื่อออนไลน์

ปัจจัยที่มีผล	จรรยาบรรณสื่อออนไลน์	SS	df	MS	F	Sig.
รูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว	ความถูกต้องในการนำเสนอข่าว และแหล่งที่มาของข่าวสาร	1.003	1	1.003	3.336	.071
	การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล	.300	1	.300	.751	.388
	ความรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศชาติ	.137	1	.137	.303	.583
	รูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว	.041	1	.041	.106	.746

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ค่าการมีนัยสำคัญระหว่าง ปัจจัยด้านรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว กับ จรรยาบรรณสื่อออนไลน์ด้านความถูกต้อง การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ความรับผิดชอบต่อสังคมประเทศชาติ รูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 4 นั่นคือ ปัจจัยด้านรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว **ไม่มีผล**ต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

**สมมติฐานการวิจัยที่ 5** ปัจจัยด้านผู้รับสาร มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์  
ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

ตารางที่ 4.20: แสดงค่าการมีนัยสำคัญระหว่างปัจจัยด้านผู้รับสารที่มีผลต่อจรรยาบรรณสื่อออนไลน์

ปัจจัยที่มีผล	จรรยาบรรณสื่อออนไลน์	SS	df	MS	F	Sig.
ผู้รับสาร	ความถูกต้องในการนำเสนอ ข่าวและแหล่งที่มาของ ข่าวสาร	2.819	1	2.819	9.372	.003
	การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล	6.200	1	6.200	15.542	.000
	ความรับผิดชอบต่อสังคมและ ประเทศชาติ	4.766	1	4.766	10.565	.002
	รูปแบบและเนื้อหาในการ นำเสนอข่าว	5.919	1	5.919	15.414	.000

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ค่าการมีนัยสำคัญระหว่าง ปัจจัยด้านผู้รับสาร กับ จรรยาบรรณสื่อออนไลน์ด้านความถูกต้อง การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ความรับผิดชอบต่อสังคมประเทศชาติ รูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 5 นั่นคือ ปัจจัยด้านผู้รับสาร**มีผล**ต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง



## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง” เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวบันเทิงของสื่อออนไลน์ สามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

#### 5.1 สรุปผล

จากการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง” สามารถสรุปผลออกได้เป็น 4 ส่วน ดังนี้

**5.1.1 ข้อมูลประชากร** จากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัย ทั้งหมด 100 คน ผู้ทำหน้าที่สื่อมวลชนสายบันเทิง ตั้งแต่ระดับบรรณาธิการข่าว รองบรรณาธิการข่าว ผู้สื่อข่าว พบว่า มีเพศหญิงมากที่สุด โดยมีอายุอยู่ในช่วง 31-35 ปี มากที่สุด สำหรับระดับการศึกษา พบว่าจบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ด้านประสบการณ์ทำงานของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีประสบการณ์การทำงาน 2-5 ปี มากที่สุด

**5.1.2 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง** ซึ่งจากการตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง 100 คน พบว่า ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง คือ ปัจจัยด้านผู้รับสาร รองลงมาเป็นปัจจัยที่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านนโยบายองค์กร ปัจจัยด้านรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว ปัจจัยด้านสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ และปัจจัยด้านบุคลากรสื่อ

ทั้งนี้หากดูผลค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยแต่ละด้าน พบว่า ปัจจัยด้านนโยบายองค์กรที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง เกี่ยวกับการคัดเลือกประเด็นข่าวของบรรณาธิการของสื่อออนไลน์ที่เลือกประเด็นข่าวที่ประชาชนให้ความสนใจหรือดารานักแสดงที่เป็นที่นิยม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด รวมถึงปัจจัยด้านนโยบายองค์กรที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิงเกี่ยวกับ นโยบายการแข่งขันกับองค์กรสื่อมวลชนอื่นที่มีการนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด เช่นกัน

ขณะที่ปัจจัยด้านสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ ที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง พบว่า ปัจจัยด้านสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ เกี่ยวกับ จำนวน

ผู้อ่านสื่อออนไลน์ หรือจำนวนผู้กดติดตาม กดเผยแพร่สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด รวมถึง ปัจจัยด้านสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ เกี่ยวกับสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ส่งผลต่อ รายได้ กำไร ขาดทุน ขององค์กรสื่อมวลชน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน

ปัจจัยด้านบุคลากรสื่อที่มีผลต่อการปฏิบัติตามสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง พบว่า ไม่มีปัจจัยที่เกี่ยวกับบุคลากรสื่อ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว ที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง พบว่า ปัจจัยด้านรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว เกี่ยวกับการใช้คำ ภาษา พาดหัวข่าวบันเทิงออนไลน์เพื่อดึงดูดความสนใจผู้รับสาร มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด รวมถึง ปัจจัยด้านรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว เกี่ยวกับการเลือกใช้ภาพหรือภาพประกอบข่าวบันเทิงออนไลน์เพื่อดึงดูดความสนใจผู้รับสาร มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด และ ปัจจัยด้านรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว เกี่ยวกับการเลือกใช้ภาพหรือภาพประกอบข่าวบันเทิงออนไลน์เพื่อดึงดูดความสนใจผู้รับสาร มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน

ปัจจัยด้านผู้รับสาร ที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง พบว่า ทุกปัจจัยด้านผู้รับสาร มีระดับความสำคัญของปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ผู้รับสารต้องการข่าวทันเหตุการณ์ รวดเร็ว, ผู้รับสารต้องการข่าวที่มีความน่าเชื่อถือ, ผู้รับสารต้องการข่าวที่สดใหม่ก่อนใคร, ผู้รับสารต้องการเนื้อหาข่าวที่สั้น กระชับ และผู้รับสารต้องการข่าวที่อยู่ในกระแสนิยม

**5.1.3 ระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง** ซึ่งจากการตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง 100 คน พบว่า ระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง ทุกข้อ ได้แก่ ความถูกต้องในการนำเสนอข่าวและแหล่งที่มาของข่าวสาร, การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล, ความรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศชาติ และ รูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว มีค่าเฉลี่ยจากระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิงในระดับมากที่สุดทุกข้อ

ทั้งนี้หากดูค่าเฉลี่ยแยกเป็นรายหมวดของระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง พบว่า จรรยาบรรณสื่อออนไลน์ด้านความถูกต้องในการนำเสนอข่าวและแหล่งที่มาของข่าวสารเกี่ยวกับการคัดลอกข้อความหรือภาพใดๆ จากสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อประโยชน์ในการนำเสนอข่าว ต้องอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อความและข่าวสาร, การรายงานข่าวระวังการย่อความทำให้ข้อความบิดเบือนจากข้อเท็จจริง การตระหนักว่าการรายงานข่าวบนสื่อออนไลน์พื้นที่สาธารณะ อาจถูกบันทึกมีผลทางกฎหมาย และ การคัดลอกข้อความหรือภาพใดๆ จากสื่อสังคมออนไลน์ ต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าของข้อความนั้น มีระดับการปฏิบัติตามอยู่ในระดับมากที่สุด

ขณะที่จรรยาบรรณสื่อออนไลน์ด้านการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล พบว่า ทุกข้อในหมวดดังกล่าว มีระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ได้แก่ หากเสนอข่าวผิดพลาด ก่อให้เกิดความเสียหายต่อบุคคลหรือองค์กรอื่น ต้องแก้ไขข้อความโดยทันที, แสดงความขอโทษต่อบุคคลหรือองค์กรที่ได้รับความเสียหาย เมื่อนำเสนอข่าวผิดพลาด, การเผยแพร่ข้อเท็จจริงเรื่องใดที่อาจส่งผลกระทบต่อเสียหายต่อบุคคลอื่น หรือองค์กรอื่น ต้องตรวจสอบข้อเท็จจริงให้ถี่ถ้วน, การนำเสนอข่าวสร้างความเสียหาย ต้องให้ออกาสผู้เสียหายชี้แจงข้อมูลข่าวสาร และการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร นำเสนอ แสดงความเห็นต้องระมัดระวังการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ สิทธิเด็กและสตรี

จรรยาบรรณสื่อออนไลน์ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศชาติ พบว่า การไม่นำเสนอข่าวสร้างความเกลียดชังระหว่างคนในสังคม ไม่นำเสนอข่าวยุยงให้เกิดความรุนแรง อาจนำไปสู่ความขัดแย้งหรือเสียหายรุนแรงในชาติ, การนำเสนอข่าวเพื่อประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ, ผู้ใช้สื่อใหม่ควรมีความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวมอยู่เสมอ, ไม่นำเสนอข่าวซึ่งก่อให้เกิดการประกอบอาชญากรรมและการกระทำผิด และ เสนอเรื่องราวที่ไม่ก่อให้เกิดความเสื่อมเสียทางศีลธรรมอันดี มีระดับการปฏิบัติมากที่สุด

จรรยาบรรณสื่อออนไลน์ ด้านรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว พบว่า การรายงานข่าวต้องแยกข่าวกับความเห็นออกจากกัน, เลี่ยงการใช้คำไม่สุภาพหรือภาษาวิบัติ, คำนึงถึงมิติทางเวลาในการนำเสนอข่าวนั้นๆ และ การนำเสนอเพียงระว่างภาพจุกจอก ลามก อนาจาร หวาดเสียว รุนแรง มีระดับการปฏิบัติมากที่สุด

**5.1.4 ผลการตรวจสอบสมมติฐาน** การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ทั้งหมด 5 ข้อ ได้แก่

- สมมติฐานการวิจัยที่ 1** ปัจจัยด้านนโยบายองค์กรมีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง
- สมมติฐานการวิจัยที่ 2** ปัจจัยด้านสังคม การเมือง และ เศรษฐกิจ มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง
- สมมติฐานการวิจัยที่ 3** ปัจจัยด้านบุคลากรสื่อ มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง
- สมมติฐานการวิจัยที่ 4** ปัจจัยด้านรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าวมีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง
- สมมติฐานการวิจัยที่ 5** ปัจจัยด้านผู้รับสาร มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้สถิติ การถดถอยพหุคูณแบบตัวแปรตามพหุนาม (Multivariate. Multiple Regression: MMR) และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในการทดสอบ ผลการตรวจสอบพบว่า สมมติฐานการวิจัยที่ 3 และ สมมติฐานการวิจัยที่ 5 มีนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานว่า ปัจจัยด้านบุคลากรสื่อ และ ปัจจัยด้านผู้รับสาร มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง ส่วนสมมติฐานการวิจัยที่ 1 2 และ 4 มีนัยสำคัญทางสถิติมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งปฏิเสธสมมติฐาน กล่าวคือ ปัจจัยด้านนโยบายองค์กร ปัจจัยด้านสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ และ ปัจจัยด้านรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว ไม่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง ทั้งนี้ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยทั้ง 5 ข้อ สามารถสรุปเป็นตารางได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.1: ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
<b>สมมติฐานการวิจัยที่ 1</b> ปัจจัยด้านนโยบายองค์กรมีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
<b>สมมติฐานการวิจัยที่ 2</b> ปัจจัยด้านสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
<b>สมมติฐานการวิจัยที่ 3</b> ปัจจัยด้านบุคลากรสื่อ มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
<b>สมมติฐานการวิจัยที่ 4</b> ปัจจัยด้านรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าวมีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
<b>สมมติฐานการวิจัยที่ 5</b> ปัจจัยด้านผู้รับสาร มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ ในการนำเสนอข่าวบันเทิง ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผู้รับสาร เป็นปัจจัยที่มีระดับความสำคัญที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์มากที่สุด ทั้งผู้รับสารต้องการข่าวที่สดใหม่ก่อนใคร ผู้รับสารต้องการเนื้อหาข่าวที่สั้น กระชับ ผู้รับสารต้องการข่าวทันเหตุการณ์ รวดเร็ว ผู้รับสารต้องการข่าวที่อยู่ในกระแสนิยม และผู้รับสารต้องการข่าวที่มีความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วันทนา คณานุกรักษ์ (2554) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวบันเทิงออนไลน์ของประชาชนใน กรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า การเปิดรับข่าวบันเทิงของกลุ่มตัวอย่าง ต้องการรับข่าวสดใหม่ และต้องการเนื้อหากระชับและต้องการข่าวทันต่อเหตุการณ์มากที่สุด นอกจากนี้ลักษณะข่าวสารที่ผู้รับสารต้องการยังสอดคล้องกับลักษณะของสื่อออนไลน์ ตามที่ สิริชัย วงษ์สาธิตศาสตร์ (2549) กล่าวว่าลักษณะเนื้อหาข่าวออนไลน์ที่เหมาะสมกับการนำเสนอบนสื่อออนไลน์ต้องกระชับ รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ และมุ่งตอบสนองด้านความเร็วในการนำเสนอข่าว อีกทั้งมีปฏิสัมพันธ์กระตุ้นให้ผู้ใช้กลับมาติดตามอยู่เรื่อยๆ ทั้งนี้ลักษณะการนำเสนอข่าวที่มีผู้รับสารเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิงนั้น อาจจะทำให้ผู้ที่ทำหน้าที่สื่อมวลชน ละเมิดหลักจรรยาบรรณได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เทียนทิพย์ เดียวกี (2559) ศึกษาเรื่องจริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อในการนำเสนอข่าวยุคดิจิทัล โดยระบุว่า การนำเสนอข่าวที่เน้นความรวดเร็ว ทันเหตุการณ์ ก่อให้เกิดการกระทำที่ไร้จริยธรรมและจรรยาบรรณทางวิชาชีพ ส่งผลต่อสาธารณชนได้

นอกจากการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง ผู้ศึกษายังได้ศึกษา ระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง ผลการศึกษาพบว่า จรรยาบรรณสื่อออนไลน์ด้านความถูกต้องในการนำเสนอข่าวและแหล่งที่มาของข่าวสาร การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล, ความรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศชาติ และ รูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว มีค่าเฉลี่ยจากระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิงในระดับมากที่สุดทุกข้อ สอดคล้องกับ จันทนา ทองประยูร (2552) ศึกษาเรื่องการหลอมรวมหนังสือพิมพ์กับสื่อออนไลน์ โดยกล่าวว่า แม้ว่ารูปแบบการนำเสนอที่เปลี่ยนไป จากสื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อออนไลน์ แต่สื่อยังยึดมั่น ปฏิบัติในการประกอบวิชาชีพอย่างมีศีลธรรม จรรยาบรรณ อิสระ ซื่อสัตย์ เที่ยงธรรมในการนำเสนอข่าว เคารพแหล่งข่าว ไม่เปิดเผยแหล่งข่าว ไม่ตัดสินความลวงหน้า พร้อมกับฟังความคิดเห็นเรื่องราวร้องทุกข์จากประชาชน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ สกกุลศรี ศรีสารคาม (2557) ศึกษาเรื่องจริยธรรมการใช้สื่อออนไลน์และสื่อสังคมในกระบวนการสื่อข่าวของสื่อไทยในยุคดิจิทัล ระบุว่าจริยธรรมหรือแนวทางปฏิบัติในการใช้สื่อสังคมและสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าว ประกอบด้วย กรอบความรับผิดชอบของตนเองต่อสังคม

กรอบทางวิชาชีพ กรอบข้อบังคับทางกฎหมาย กรอบการใช้งานประสิทธิภาพของสื่อออนไลน์และสื่อสังคม กรอบการตลาดธุรกิจขององค์กร

### 5.3 อภิปรายผลสมมติฐานการวิจัย

จากสมมติฐานการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรสื่อ และ ปัจจัยด้านผู้รับสาร มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง กล่าวคือ ปัจจัยด้านบุคลากรสื่อ ไม่ว่าจะ เป็น ความรู้ความเข้าใจในจรรยาบรรณสื่อมวลชนของผู้ที่ทำหน้าที่ในการนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์ อาทิ ผู้สื่อข่าว ผู้ทำภาพประกอบข่าว ผู้ตรวจทานข่าว, ทักษะของผู้ที่ทำหน้าที่ในการนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์ อาทิ ผู้สื่อข่าว ผู้ทำภาพประกอบข่าว ผู้ตรวจทานข่าว, ความรู้ทางด้านกฎหมายของผู้ที่ทำหน้าที่ในการนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์ อาทิ ผู้สื่อข่าว ผู้ทำภาพประกอบข่าว ผู้ตรวจทานข่าว, การตรวจสอบความถูกต้องจากแหล่งข่าวก่อนการนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์ และ ความสามารถทางวิชาชีพสื่อมวลชนของผู้ที่ทำหน้าที่การนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์ มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง สอดคล้องกับการศึกษาของ รัตนาดี นาควานิช (2547) ที่ระบุว่า การนำเสนอข่าวบันเทิงของไทย มักมีความผิดพลาดที่เกิดจากการนำเสนอข่าวบันเทิงคือ ได้แหล่งข่าวที่ไม่มีความแน่นอน หรือให้ข้อมูลไม่ตรงความจริง ตัวผู้สื่อข่าวซึ่งเป็นบุคลากรสื่อต้องมีความชำนาญจากประสบการณ์การทำงาน ในการประเมินว่าสิ่งที่จะนำเสนอเป็นข้อเท็จจริง มีคุณค่าข่าว เพื่อป้องกันการกระทำที่ก่อให้เกิดการละเมิดจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์ได้

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของพัชรินทร์ รักสัตย์ (2560) ศึกษาเรื่องกระบวนการสื่อข่าวของรายการข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์ในยุคหลอมรวมสื่อ พบว่า บรรณาธิการข่าว ซึ่งเป็นบุคลากรสื่อ จะเป็นผู้คัดสรรหมายงาน และประเด็นข่าวให้กับผู้สื่อข่าว โดยบรรณาธิการข่าวจะเป็นผู้ดูแล เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความผิดพลาดเกี่ยวกับการนำเสนอข่าว ซึ่งมีปัจจัยในการเลือกประเด็นข่าวคือเลือกจากตัวบุคคลที่มีชื่อเสียงและเหตุการณ์กำลังอยู่ในความสนใจ และนโยบายขององค์กร

ทั้งนี้ บุคลากรสื่อ ยังเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง เนื่องจากต้องมีความรู้ทางวิชาชีพ สอดคล้องกับการศึกษาของ กตัญญู บุญเดช (2555) ศึกษาเรื่อง ข่าวบันเทิงไทย : ภาพสะท้อนทางจริยธรรมและจรรยาบรรณของนักข่าวบันเทิงไทย ซึ่งระบุว่า บุคลากรสื่อ มีความรู้ทางด้านกฎหมาย และจริยธรรมจรรยาบรรณระดับพื้นฐาน หากมีความผิดพลาดเกิดขึ้น จะมีวิธีการรับมือแตกต่างกันตามนโยบายขององค์กร ขณะเดียวกัน วิภา ปิ่นแก้ว ศึกษาเรื่องจริยธรรมการนำเสนอรายการเล่าข่าวบันเทิง ของ สถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ระบุว่า บุคลากรสื่อบางส่วนไม่มีความเข้าใจ และไม่ทราบถึงข้อกฎหมายในการกระทำผิดของการนำเสนอข่าว ซึ่งปัจจัยจากบุคลากรสื่อดังกล่าว จะส่งผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิงได้ ตามผลการตรวจสอบสมมติฐานของผู้ศึกษา



นอกจากปัจจัยด้านบุคลากรสื่อแล้ว จากการตรวจสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านผู้รับสาร มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง กล่าวคือ ลักษณะของผู้รับสารที่ต้องการข่าวที่สดใหม่ก่อนใคร ต้องการเนื้อข่าวที่สั้น กระชับ ต้องการข่าวที่ทันเหตุการณ์ รวดเร็ว อยู่ในกระแสนิยม และมีความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับ การศึกษาของ สิริชัย แสงสุวรรณ (2558) ที่พูดถึงการเติบโตของสื่อออนไลน์ที่ทำให้ผู้รับสารหันมาใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น ว่าจากจำนวนประชากรทั้งหมด 68 ล้านคน ใน พ.ศ. 2559 พบว่ามีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตถึง 38 ล้านคน โดยใช้งานสื่อสังคมผ่านทางสมาร์ตโฟนถึง 34 ล้านคน และผู้รับสารใช้สื่อใหม่ในการเสพข่าวมาก ทำให้พฤติกรรมของผู้รับสารเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์ สอดคล้องกับการศึกษาของ จันทนา ทองประยูร (2552) ระบุว่า ผู้รับสารสามารถมีส่วนร่วมในการรับข้อมูลข่าวสารจากการควบคุมเนื้อหาแบบเลื่อนขึ้นลง ทำให้ผู้รับสารมีสิทธิเลือกรับรู้มากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ ไม่จำกัดพื้นที่ในการนำเสนอ และสื่อสารแบบปฏิสัมพันธ์นั่นเอง

#### 5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัย

5.4.1 การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาเฉพาะหมวดข่าวบันเทิงเท่านั้น เนื่องจากการวิเคราะห์ที่มาและความสำคัญนั้น นักข่าวสื่อมวลชนสายข่าวบันเทิง ตกเป็นประเด็นที่ถูกพูดถึงเรื่องจรรยาบรรณสื่อมวลชนอยู่บ่อยครั้ง สำหรับการศึกษาครั้งต่อไป อาจจะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวประเภทอื่น อาทิ ข่าวการเมือง ข่าวชาวบ้านทั่วไป ข่าวจากคลิปเหตุการณ์ออนไลน์ เป็นต้น

5.4.2 การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง ผู้วิจัยได้ศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลวิจัยจากการตอบแบบสอบถามของผู้ทำหน้าที่สื่อมวลชนสายข่าวบันเทิง ที่มีประสบการณ์การทำงานตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไป ตั้งแต่ระดับบรรณาธิการข่าว กองบรรณาธิการข่าว และผู้สื่อข่าว ในการศึกษาครั้งต่อไป อาจจะศึกษาวิจัยเป็นเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้ที่เกี่ยวข้องมาประกอบการวิจัย

5.4.3 การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง ผู้วิจัยได้ศึกษาโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ทำหน้าที่สื่อมวลชนสายข่าวบันเทิง สอบถามความเห็นเรื่องระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง รวมทั้งสอบถามความเห็นเรื่องระดับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง เพื่อหาปัจจัยที่มีผลดังกล่าว ทั้งนี้การศึกษาครั้งต่อไป อาจจะเปลี่ยนเป็นศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มผู้รับสาร ว่ามีระดับในการเปิดรับข่าวบันเทิงที่มีกาปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์หรือไม่อย่างไร

5.4.4 จากผลทดสอบสมมติฐานการวิจัย ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรสื่อ มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง หากในอนาคต หน่วยงานที่ควบคุมสื่อมวลชนองค์กรสื่อมวลชน หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาจจะมีการจัดการอบรมมุ่งเป้าไปที่ผู้ที่ทำหน้าที่สื่อมวลชนสายบันเทิงโดยเฉพาะ หรือจัดหลักสูตร หรือนโยบายเพื่อเข้มงวดต่อการทำหน้าที่บุคลากรสื่อในสายบันเทิงมากยิ่งขึ้น อาจจะทำให้เห็นการเปลี่ยนแปลงในการนำเสนอข่าวบันเทิงไทยในทิศทางที่ดียิ่งขึ้น

5.4.5 ขณะเดียวกัน ผลทดสอบสมมติฐานการวิจัย ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง พบว่าปัจจัยด้านผู้รับสาร ก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัย ที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง เนื่องจากผู้รับสารต้องการรับทราบข่าวสารแบบทันเหตุการณ์ รวดเร็ว ฉับไว จนบางครั้งอาจไม่ได้ไตร่ตรองสารที่รับก่อน หรือหลงเชื่อข่าวสารแบบผิดๆ หากมีการจัดรณรงค์ให้ผู้รับสารรู้เท่าทันสื่อ และเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้รับสารให้มีความไตร่ตรอง ตรวจสอบข่าวสารมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งปฏิเสธสื่อมวลชนที่ขาดการไตร่ตรองในการนำเสนอข่าว ก็อาจจะเห็นการเปลี่ยนแปลงในมุมมองของผู้รับสารได้เช่นเดียวกัน



### บรรณานุกรม

- กัตัญญู บุญเดช. (2553). *ข่าวบันเทิงไทย ภาพสะท้อนทางจริยธรรมและจรรยาบรรณของนักข่าวบันเทิงไทย*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- กมล เครื่องนันทา. (2552). *พฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- กาญจนา แก้วเทพ. (2556ก). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*. กรุงเทพฯ: โครงการเมธีวิจัยอาวุโส ฝ่ายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2556ข). *สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จรรยาบรรณของสื่อมวลชน*. (2553). สืบค้นจาก [http://kesineelak.blogspot.com/2010/06/blog-post\\_11.html](http://kesineelak.blogspot.com/2010/06/blog-post_11.html).
- จรรยาพร ธรณินทร์. (2554). *คุณธรรมและจริยธรรมหมายถึง โดยกระทรวงศึกษาธิการ*. สืบค้นจาก <http://www.bkk.social/topic/19464>.
- จันทนา ทองประยูร. (2548). คุณลักษณะเด่นของสื่อออนไลน์. *วารสารเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา*, 2(1), 48-62.
- จันทนา ทองประยูร. (2552). การหลอมรวมหนังสือพิมพ์กับสื่อออนไลน์. *วารสารนิเทศศาสตร์มสธ*, 1(1), 59-72.
- ชยพล สุทธิโยธิน และ กิตติชัย อินทร์นุรักษ์. (2549). *กฎหมายและจริยธรรมด้านนิเทศศาสตร์*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ณัฐรัชดา วัฒนาศัยผล. (2560). สื่อใหม่กับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าว. *วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม*, 7(1), 63-71.
- เทียนทิพย์ เดียวกั. (2559). จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อในการนำเสนอข่าวยุคดิจิทัล. *วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิต้า*, 2(2), 125-143.
- ธาม เชื้อสถาปนศิริ. (2552). *ข่าวบันเทิง: ทำให้ดีมีสาระ(ประโยชน์)ได้ไหม?* สืบค้นจาก [http://www.tja.or.th/index.php?option=com\\_content&view=article&id=332%3A2009-08-13-08-14-34&catid=46%3Aacademic&Itemid=7](http://www.tja.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=332%3A2009-08-13-08-14-34&catid=46%3Aacademic&Itemid=7).
- บุบผา เมฆศรีทองคำ และขจรจิต บุณนาค. (2557). พฤติกรรมการบริโภคข่าวผ่านสื่อเพชบุคคลของคนต่างวัยในสังคมไทย. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 8(3), 230-247.

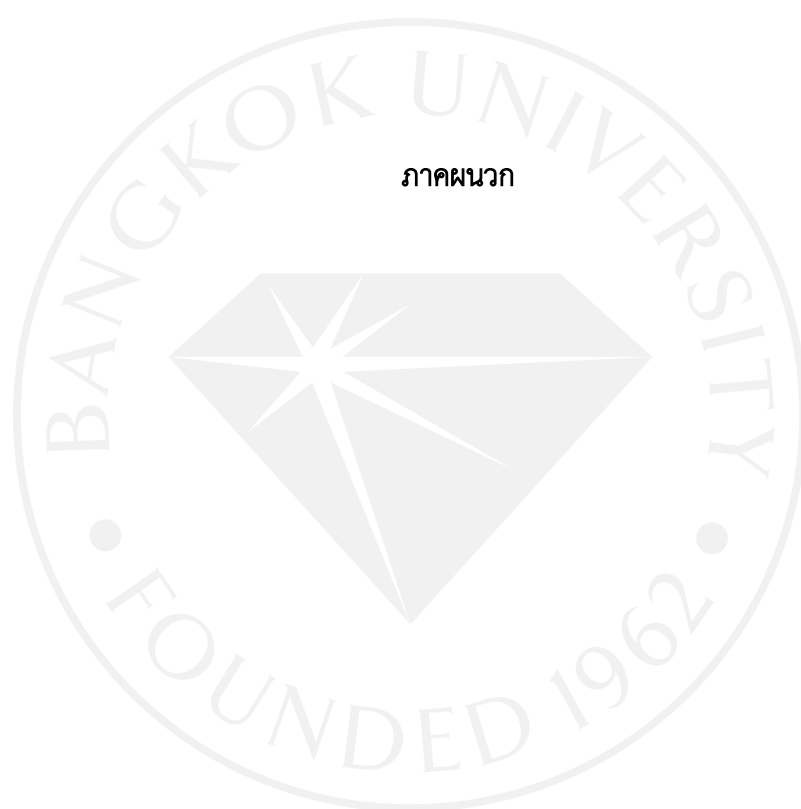
- ปณัชญา ลีลายุทธ และ บุญเลิศ โอธสุ. (2560). จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อมวลชนยุคสื่อดิจิทัล. *วารสารบัณฑิตศึกษาปริทรรศน์*, 13(2), 176-189.
- พรจิต สมบัติพานิช. (2547). *โฆษณาในทศวรรษที่ 2000-2010 : การศึกษาถึงปัจจัยด้านสื่อที่มีต่อรูปแบบโฆษณา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิมพ์ลอย ปัจฉัยโย. (2551). *พฤติกรรม การเปิดรับและความพึงพอใจรายการข่าวบันเทิงดาวกระจาย ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิชิต วิจิตรบุญรักษ์. (2554). สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต. *วารสารนักบริหาร*, 31(4), 99-103.
- พัชรินทร์ รักสตัย. (2560). *กระบวนการสื่อข่าวของรายการข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์ในยุคหลอมรวมสื่อ*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภูบดีรินทร์ ภูสุวรรณ. (2548). *การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของหนังสือพิมพ์บันเทิงที่มีต่อนักแสดงและนักร้อง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รัตนวดิ นาควานิช. (2547). *การรายงานข่าวเฉพาะด้าน*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา.
- รัตนวดิ นาควานิช. (2554). ดารา-บุคคลสาธารณะ : เส้นบางๆ ระหว่าง ข่าว กับ การรุกรานสิทธิโดยสื่อมวลชนในธุรกิจบันเทิง. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*, 31(1), 50-80.
- วรางคณา ยินดีฉัตร. (2559). *การบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วราศรี อัจฉริยะเดชา. (2558). *การเปิดรับและทัศนคติของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น วาย ที่มีต่อข่าวบันเทิงในเว็บไซต์เฟซบุ๊ก (Facebook)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิภา ปิ่นแก้ว. (2554). *จริยธรรมการนำเสนอรายการเล่าข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิไลพร หวังบุญชัย. (2552). *การรับรู้เนื้อหาและวิธีการนำเสนอของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วาสนา เจริญกิตติพร. (2553). *การบริหารเพื่อพัฒนารายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์สี กองทัพบกช่อง 7*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วัฒน์ ภูวทิศ. (2557). บทบาทเชิงจริยธรรมของนักหนังสือพิมพ์ในการรายงานข่าวสารหน้าหนึ่งในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย. *วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่*, 15(1), 95-107.

- วันดี ทองงอก. (2538). *การรายงานข่าวสำหรับสื่อมวลชน*. เชียงใหม่: ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วันทนา คณานุรักษ์. (2554). *พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวบนเทงออนไลน์ ของประชาชนใน กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สกุศลศรี ศรีสารคาม. (2557). *จริยธรรมการใช้สื่อออนไลน์และสื่อสังคมในกระบวนการสื่อข่าวของสื่อไทยยุคดิจิทัล*. กรุงเทพฯ: สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติและสถาบันอิศราวมูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย.
- สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ. (2553). *แนวปฏิบัติเรื่องการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชน พ.ศ. 2553*. สืบค้นจาก <http://www.presscouncil.or.th/>.
- สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ. (ม.ป.ป.). *ข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์ สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ, พ.ศ. ๒๕๔๑*. สืบค้นจาก <http://www.presscouncil.or.th/>.
- สมาคมนักวิทยุและโทรทัศน์แห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). *จรรยาบรรณวิชาชีพนักจัดรายการวิทยุและโทรทัศน์ พ.ศ. 2538*. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/BAOT.Thailand/posts/1720594464727407>.
- สมาคมนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย. (2559). *สมาคมนักข่าวแห่งประเทศไทย, สมาคมนักหนังสือพิมพ์ภูมิภาคแห่งประเทศไทย. ร่างจรรยาบรรณสื่อมวลชน พ.ศ. 2519*. สืบค้นจาก [http://www.tja.or.th/index.php?option=com\\_content&view=article&id=70:ethical-journalist-reporters-association-of-thailand&catid=136:2011-03-25-09-46-24&Itemid=78](http://www.tja.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=70:ethical-journalist-reporters-association-of-thailand&catid=136:2011-03-25-09-46-24&Itemid=78).
- สิริชัย วงษ์ชาติศาสตร. (2549). *สื่อออนไลน์ ช่องทางเลือกใหม่ในการรายงานข่าวของสื่อมวลชนไทย*. *วารสารไทย มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 2(1), 43-45.
- สิริชัย แสงสุวรรณ. (2558). *พฤติกรรมกาใช้สื่อดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (ม.ป.ป.). *พัฒนาการสื่อใหม่ (New Media): อิทธิพลภาษาดิจิทัลต่อรูปแบบการสื่อสารของมนุษยชาติและผลกระทบต่อจริยธรรมสื่อ*. สืบค้นจาก <http://utcc2.utcc.ac.th/localuser/amsar/PDF/New%20Media.pdf>.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2552). *ข่าวบนเทงที่สร้างสรรค์แรงบันดาลใจ*. สืบค้นจาก [http://tja.or.th/index.php?option=com\\_content&view=article&id=283:2009-09-08-11-05-16&catid=46:academic](http://tja.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=283:2009-09-08-11-05-16&catid=46:academic).

อรวิ บุญนาค. (2554). *ภาพสะท้อนจริยธรรมสื่อมวลชนจากกลวิธีการตั้งคำถามสัมภาษณ์บุคคล  
สาธารณะของผู้สื่อข่าวบันเทิง*. กรุงเทพฯ: สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติและสถาบันอิศรา  
มูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย.

DeFleur, M.L., & Dennis, E. (1996). *Understanding mass communication*. Voston:  
Houghton Mifflin Company.





### ภาคผนวก ก ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบรายวิชา TCA701 การค้นวิจัยอิสระ หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากร ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง และส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์ ผู้วิจัยขอความกรุณาท่านตอบคำถามให้ครบทุกข้อ เพื่อความสมบูรณ์ของการวิจัย ขอรับรองว่าคำตอบของท่านจะเป็นความลับใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากร

- |                       |   |  |                                |
|-----------------------|---|--|--------------------------------|
| 1. เพศ                | <input type="checkbox"/> ชาย              | <input type="checkbox"/> หญิง          | <input type="checkbox"/> อื่นๆ |
| 2. อายุ               | <input type="checkbox"/> 20-25 ปี         | <input type="checkbox"/> 26-30 ปี      |                                |
|                       | <input type="checkbox"/> 31-35 ปี         | <input type="checkbox"/> 36-40 ปี      | <input type="checkbox"/> 40 ปี |
| 3. ระดับการศึกษา      | <input type="checkbox"/> ต่ำกว่าปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี     |                                |
|                       | <input type="checkbox"/> ปริญญาโท         | <input type="checkbox"/> ปริญญาเอก     |                                |
| 4. ประสบการณ์การทำงาน | <input type="checkbox"/> 2-5 ปี           | <input type="checkbox"/> 6-10 ปี       |                                |
|                       | <input type="checkbox"/> 11-15 ปี         | <input type="checkbox"/> มากกว่า 15 ปี |                                |

**ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง**

ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตาม จรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการ นำเสนอข่าวบันเทิง	ระดับความสำคัญ				
	5 (มาก ที่สุด)	4 (มาก)	3 (ปาน กลาง)	2 (น้อย)	1 (น้อย ที่สุด)
<b>ปัจจัยด้านนโยบายขององค์กร</b>					
1. ทัศนคติของเจ้าของหรือ บรรณาธิการของสื่อออนไลน์ที่มีต่อการ นำเสนอข่าวบันเทิง					
2. นโยบายเลือกการนำเสนอข่าว บันเทิงที่เน้นสร้างภาพลักษณ์ให้กับ องค์กร เช่น นำเสนอข่าวแง่บวกของ ดารานักแสดงในสังกัด และเลี่ยงการ นำเสนอข่าวในแง่ลบที่เกิดกับองค์กร					
3. การคัดเลือกประเด็นข่าวของ บรรณาธิการของสื่อออนไลน์ ที่เลือก ประเด็นข่าวที่ประชาชนให้ความสนใจ หรือดารานักแสดงที่เป็นที่นิยม					
4. นโยบายที่มุ่งเน้นหาผลกำไรของ องค์กร โดยการนำเสนอข่าวบันเทิง ออนไลน์มิให้สามารถขายโฆษณาได้ เป็นหลัก					
5. นโยบายการแข่งขันกับองค์กร สื่อมวลชนอื่น ที่มีการนำเสนอข่าว บันเทิงออนไลน์					
<b>ปัจจัยด้านสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ</b>					
6. สภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ส่งผล ต่อรายได้ กำไร ขาดทุน ขององค์กร สื่อมวลชน					

ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตาม จรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการ นำเสนอข่าวบันเทิง	ระดับความสำคัญ				
	5 (มาก ที่สุด)	4 (มาก)	3 (ปาน กลาง)	2 (น้อย)	1 (น้อย ที่สุด)
7. สภาวะทางการเมืองการปกครองใน ปัจจุบัน ที่ส่งผลต่อการนำเสนอข่าว บันเทิงของสื่อออนไลน์					
8. การเข้ามาควบคุมเนื้อหา รูปแบบ การนำเสนอข่าวออนไลน์ หรือการ เซ็นเซอร์เนื้อหาโดยรัฐบาล					
9. บทลงโทษทางกฎหมายเกี่ยวกับ สื่อมวลชน อาทิ กฎหมายเกี่ยวกับการ ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล					
10. จำนวนผู้อ่านสื่อออนไลน์ หรือ จำนวนผู้กดติดตาม กดเผยแพร่สื่อ ออนไลน์					
<b>ปัจจัยด้านบุคลากรสื่อ</b>					
11. ความรู้ความเข้าใจในจรรยาบรรณ สื่อมวลชนของผู้ที่ทำหน้าในการ นำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์ อาทิ ผู้สื่อข่าว ผู้ทำภาพประกอบข่าว ผู้ ตรวจทานข่าว					
12. ทักษะคดีของผู้ที่ทำหน้าในการ นำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์ อาทิ ผู้สื่อข่าว ผู้ทำภาพประกอบข่าว ผู้ ตรวจทานข่าวที่มีต่อการนำเสนอข่าว บันเทิงออนไลน์					



ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตาม จรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการ นำเสนอข่าวบันเทิง	ระดับความสำคัญ				
	5 (มาก ที่สุด)	4 (มาก)	3 (ปาน กลาง)	2 (น้อย)	1 (น้อย ที่สุด)
13. ความรู้ทางด้านกฎหมายของ สื่อมวลชน ของผู้ที่ทำหน้าที่ในการ นำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์ อาทิ ผู้สื่อข่าว ผู้ทำภาพประกอบข่าว ผู้ ตรวจทานข่าว					
14. การตรวจสอบความถูกต้องจาก แหล่งข่าว ก่อนการนำเสนอข่าวบันเทิง ออนไลน์					
15. ความสามารถทางวิชาชีพ สื่อมวลชนของผู้ที่ทำหน้าที่ในการ นำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์ อาทิ ผู้สื่อข่าว ผู้ทำภาพประกอบข่าว ผู้ ตรวจทานข่าว					
<b>ปัจจัยด้านรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว</b>					
16. การใช้คำ ภาษา พาดหัวข่าวบันเทิง ออนไลน์เพื่อดึงดูดความสนใจผู้รับสาร					
17. การเลือกใช้ภาพหรือภาพประกอบ ข่าวบันเทิงออนไลน์เพื่อดึงดูดความ สนใจผู้รับสาร					
18. ความรวดเร็วในการนำเสนอข่าว บันเทิงออนไลน์ เพื่อดึงดูดความสนใจ ผู้รับสาร					
19. ข้อจำกัดทางด้านพื้นที่ของสื่อ ออนไลน์ในการนำเสนอข่าว อาทิ พื้นที่ ในเว็บไซต์, การกำหนดตัวอักษรในพาด หัวข่าว					

ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตาม จรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการ นำเสนอข่าวบันเทิง	ระดับความสำคัญ				
	5 (มากที่สุด)	4 (มาก)	3 (ปาน กลาง)	2 (น้อย)	1 (น้อย ที่สุด)
20. การนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์ที่ มีการแสดงความคิดเห็นของผู้เขียนลง ไปในเนื้อข่าว					
<b>ปัจจัยด้านผู้รับสาร</b>					
21. ผู้รับสารต้องการข่าวที่สดใหม่ก่อน ใคร					
22. ผู้รับสารต้องการเนื้อข่าวที่สั้น กระชับ					
23. ผู้รับสารต้องการข่าวทันเหตุการณ์ รวดเร็ว					
24. ผู้รับสารต้องการข่าวที่อยู่ในกระแส นิยม					
25. ผู้รับสารต้องการข่าวที่มีความ น่าเชื่อถือ					

### ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์

ความคิดเห็นเกี่ยวกับจรรยาบรรณ ของสื่อออนไลน์	ระดับการปฏิบัติ				
	5 (มาก ที่สุด)	4 (มาก)	3 (ปาน กลาง)	2 (น้อย)	1 (น้อย ที่สุด)
<b>ความถูกต้องในการนำเสนอข่าวและแหล่งที่มาของข่าวสาร</b>					
1. การรายงานข่าวระวิ้งการย่อความ ทำให้ข้อความบิดเบือนจาก ข้อเท็จจริง					
2. การรายงานข่าวระวิ้งเผยแพร่ ข้อมูลข่าวซ้ำ					
3. ตระหนักว่าการรายงานข่าวบนสื่อ ออนไลน์พื้นที่สาธารณะ อาจถูก บันทึกมีผลทางกฎหมาย					
4. การแสดงตัวตนขององค์กร สื่อมวลชน ทั้งชื่อ สัญลักษณ์ ชื่อย่อ การยืนยันสถานะตัวตนขององค์กร สื่อมวลชน					
5. การคัดลอกข้อความหรือภาพใดๆ จากสื่อสังคมออนไลน์ ต้องได้รับ อนุญาตจากเจ้าของข้อความนั้น					
6. การคัดลอกข้อความหรือภาพใดๆ จากสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อประโยชน์ ในการนำเสนอข่าว ต้องอ้างอิง แหล่งที่มาของข้อความและข่าวสาร นั้น					

ความคิดเห็นเกี่ยวกับจรรยาบรรณ ของสื่อออนไลน์	ระดับการปฏิบัติ				
	5 (มาก ที่สุด)	4 (มาก)	3 (ปาน กลาง)	2 (น้อย)	1 (น้อย ที่สุด)
<b>การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล</b>					
7. การรวบรวมข้อมูลข่าวสาร นำเสนอ แสดงความเห็นต้องระวัง การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล คัดค้าน ความเป็นมนุษย์ สิทธิเด็กและสตรี					
8. การเผยแพร่ข้อเท็จจริงเรื่องใดที่ อาจส่งผลกระทบต่อบุคคล อื่น หรือองค์กรอื่น ต้องตรวจสอบ ข้อเท็จจริงให้ถี่ถ้วน					
9. หากเสนอข่าวผิดพลาด ก่อให้เกิด ความเสียหายต่อบุคคลหรือองค์กรอื่น ต้องแก้ไขข้อความโดยทันที					
10. แสดงความซื่อสัตย์ต่อบุคคลหรือ องค์กรที่ได้รับความเสียหาย เมื่อ นำเสนอข่าวผิดพลาด					
11. การนำเสนอข่าวสร้างความ เสียหาย ต้องให้ออกาสผู้เสียหายชี้แจง ข้อมูลข่าวสาร					
<b>ความรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศชาติ</b>					
12. ไม่นำเสนอข่าวสร้างความเกลียด ชังระหว่างคนในสังคม ไม่นำเสนอ ข่าวยุยงให้เกิดความรุนแรง อาจ นำไปสู่ความขัดแย้งหรือเสียหาย รุนแรงในชาติ					
13. นำเสนอข่าวเพื่อประโยชน์ สาธารณะเป็นสำคัญ					

ความคิดเห็นเกี่ยวกับจรรยาบรรณ ของสื่อออนไลน์	ระดับการปฏิบัติ				
	5 (มาก ที่สุด)	4 (มาก)	3 (ปาน กลาง)	2 (น้อย)	1 (น้อย ที่สุด)
14. เสนอเรื่องราวที่ไม่ก่อให้เกิดความ เสื่อมเสียทางศีลธรรมอันดี					
15. ไม่โฆษณาสินค้าที่เป็นอันตราย ต่อสุขภาพอนามัย					
16. ผู้ใช้สื่อใหม่ควรมีความรับผิดชอบ ต่อสังคมส่วนรวมอยู่เสมอ					
17. ไม่นำเสนอข่าวชี้ช่องการ ประกอบอาชญากรรมและการกระทำ ผิด					
<b>รูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว</b>					
18. การรายงานข่าวต้องแยกข่าวกับ ความเห็นออกจากกัน					
19. การนำเสนอพึงระวังภาพอุจาด ลามก อนาจาร หวาดเสียว รุนแรง					
20. เลี่ยงการใช้คำไม่สุภาพหรือภาษา วิบัติ					
21. คำนึงถึงมิติเวลาในการ นำเสนอข่าวนั้นๆ					

ขอบคุณสำหรับความร่วมมือ

ภาคผนวก ข ตารางความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลกับจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าว  
บันเทิง

Correlations

		นโยบายข ององค์กร	สังคมการเม ืองเศรษฐกิจ	บุคลากรสื่อ	รูปแบบกา รนำเสนอ	ผู้รับสาร	ความถูกต้อง	การละเมิดสิทธิ	ความรับผิด ชอบ	รูปแบบแล ะเนื้อหา
นโยบายขององค์กร	Pearson Correlation	1	.370**	.315*	.470**	.370*	.305**	.293**	.224*	.218*
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.002	.003	.025	.029
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
สังคมการเมืองเศรษฐกิจ	Pearson Correlation	.370**	1	.399**	.493**	.263**	.308**	.329**	.243*	.336**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.008	.002	.001	.015	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
บุคลากรสื่อ	Pearson Correlation	.315**	.399**	1	.480**	.327**	.449**	.411**	.390**	.364**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
รูปแบบการนำเสนอ	Pearson Correlation	.470**	.493**	.480**	1	.431**	.465**	.407**	.255*	.342**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.011	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ผู้รับสาร	Pearson Correlation	.370**	.263**	.327**	.431**	1	.470**	.512**	.420**	.481**
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.001	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ความถูกต้อง	Pearson Correlation	.305**	.308**	.449**	.465**	.470**	1	.734**	.737**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.002	.002	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
การละเมิดสิทธิ	Pearson Correlation	.293**	.329**	.411**	.407**	.512**	.734**	1	.733**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ความรับผิดชอบ	Pearson Correlation	.224*	.243*	.390**	.255*	.420**	.737**	.733**	1	.743**
	Sig. (2-tailed)	.025	.015	.000	.011	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
รูปแบบและเนื้อหา	Pearson Correlation	.218*	.336**	.364**	.342**	.481**	.796**	.814**	.743**	1
	Sig. (2-tailed)	.029	.001	.000	.001	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**ประวัติผู้เขียน**

- ชื่อ** นาย อานนท์ นันตสุคนธ์
- วันเดือนปีเกิด** 25 พ.ค. 2535
- วุฒิการศึกษา** ปริญญาการศึกษา 2556 ศิลปศาสตรบัณฑิต  
คณะศิลปศาสตร์ สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยมหิดล
- ปัจจุบัน** ผู้สื่อข่าวบันเทิงของเว็บไซต์เดลินิวส์ออนไลน์ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 11 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2561

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ฉานนท์ นันทสรวง อยู่บ้านเลขที่ 12/162

ซอย เพชรเกษม 81 ถนน งามเจริญ ตำบล/แขวง ซบ ๖๐3 แขวง

อำเภอ/เขต ซบ ๖๐3 แขวง จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10160

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7600300946

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 ปัจจัยที่มีผลต่อ การปฏิวัติทางธุรกิจบนระบบสื่อออนไลน์

ในกรณีศึกษา สบ ๖๐3 แขวง

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

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

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น



สัญญาฉบับนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....सानนท์.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
( सानนท์ นันทน์ ทรัพย์ )

ลงชื่อ.....อัญญา.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(อาจารย์อัญญา จุลพิสิฐ)  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ.....[Signature].....พยาน  
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

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