

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัญหาด้านจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ ในยุคดิจิทัล

THE INFLUENCE FACTORS ON TELEVISION MEDIA ETHICS PROBLEM IN DIGITAL AGE

Received: August 19, 2019

Revised: February 5, 2020

Accepted: February 13, 2020

ภาณุพงษ์ ทินกร*

Panupong Tinnakorn*

พรพรหม ชมงาม**

Pornprom Chomngam**

* นักศึกษาปริญญาโท นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

* Master student, Master of Communication Art Program in Strategic Communications, Bangkok University

* Email: u.panupong@gmail.com

** รองศาสตราจารย์และปริญญาเอก อาจารย์ประจำภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

** Associate Professor and Ph.D., Lecturer, Public Relations Department, School of Communication Arts, Bangkok University

** Email: pornprom.c@bu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัญหาด้านจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยวิธีการเชิงสำรวจ ใช้แบบสอบถาม ที่มีคำถามแบบปลายปิดในการเก็บข้อมูล กับกลุ่มตัวอย่าง 100 คน เป็นสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์โดยตรง ทำงานอยู่ในกองบรรณาธิการข่าวหรืออยู่ในฝ่ายข่าวของสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีระบบดิจิทัลออกอากาศภาคพื้นดิน นำการหาค่าการถดถอยเชิงเส้นแบบถ่วงน้ำหนัก ร่วมกับการวิเคราะห์เส้นทางมาใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานผลวิจัยที่ได้ พบว่าผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ ตระหนักถึงปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลที่เกิดขึ้น ปัจจัยภายในองค์กรมีผลต่อปัญหาจรรยาบรรณสื่อมวลชน ได้แก่ นโยบายของบริษัทเจ้าของสื่อ บุคลากรในองค์กรระดับตัดสินใจ เช่น บรรณาธิการและหัวหน้าข่าว

คำสำคัญ: ปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน ยุคดิจิทัล จรรยาบรรณ สื่อโทรทัศน์

Abstract

This research aims to study the influence factors on television media ethics in digital age. This is a quantitative research. The questionnaire was used as a closed-end questionnaire to collect data. The sample group is 100 TV journalists who work in the editorial or NEWS department of the free-to-air digital TV broadcasting station. Data is analyzed by weighted linear regression and path analysis to test the hypothesis. The results showed that TV journalists recognized the media's ethical issues in the digital age. The Internal factors which influence on Media Ethics problem are the company's media policy and personnel in decision-making positions such as editors and news leader.

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

บทนำ

สื่อโทรทัศน์จัดเป็นสื่อแขนงหนึ่งที่มีอิทธิพลมากที่สุดมาเป็นเวลานาน ด้วยคุณสมบัติที่สามารถให้รับรู้ได้ทั้งภาพและเสียงในเวลาเดียวกัน มีความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวสารมากกว่า ผู้รับสารจึงนิยมชมโทรทัศน์มากกว่าสื่อดั้งเดิมอื่นๆ ที่เกิดขึ้นก่อน คือ สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อวิทยุ แต่หลังจากที่เป็นสื่อหลักของผู้รับสารมานาน การมาถึงของเทคโนโลยีการสื่อสารกลายเป็นปัจจัยที่ทำให้สื่อโทรทัศน์ประสบกับปัญหาเนื่องจากทำให้อิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ในการดึงดูดผู้ชมเสื่อมลง พฤติกรรมของผู้รับสารเปลี่ยนไป เพราะไม่ต้องนั่งเฝ้าหน้าจอโทรทัศน์ตามเวลาที่จัดผังไว้แน่นอนเพื่อรับชมรายการที่สนใจอีกต่อไป แต่สามารถรับชมข่าวสารและรายการบันเทิงต่างๆ ผ่านสื่อใหม่ คือ สื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถรับชมได้ทุกที่ทุกเวลาจากสมาร์ตโฟนหรืออุปกรณ์คอมพิวเตอร์อื่นๆ ที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต และทุกคนยังสามารถมีส่วนร่วมด้วยการโต้ตอบระหว่างกัน แสดงความเห็น หรือตั้งคำถามในประเด็นที่นำเสนอได้อีกด้วย

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนหันไปรับข่าวสารจากสื่อสังคมเพิ่มขึ้น เนื่องจากสามารถรับข่าวสารได้เร็วกว่าเมื่อเทียบกับโทรทัศน์หรือหนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะข่าวด่วน (Breaking News) ข่าวสารที่ถูกเผยแพร่ในสื่อสังคมส่วนใหญ่เป็นข่าวว่าใคร่ที่มีความหลากหลาย โดยเฉพาะข่าวบันเทิง อาทิ เรื่องดารา เพลง และภาพยนตร์ นอกจากนั้นข่าวที่อยู่ในสื่อสังคม สามารถแสดงความคิดเห็น (Comment) และ แบ่งปัน (Share) ได้ง่ายขึ้นทำให้ผู้รับข่าวรู้สึกว่าการเข้าถึงมีปฏิสัมพันธ์กับข่าวสารเหล่านั้น หรือรู้สึกว่าเป็นข่าวที่เป็นเรื่องใกล้ตัว

นอกจากเนื้อหาต่างๆ จะถูกนำเสนอไปยังแอปพลิเคชันเครือข่ายสังคมต่างๆ ให้ผู้รับสารเลือกชมได้ตรงตามความต้องการแล้ว ผู้รับสารในปัจจุบันยังกลายเป็นผู้ผลิตเนื้อหาสื่อ (User Generated Content) เองอีกด้วย การนำเสนอข่าวสารหรือรายการจึงไม่ได้จำกัดอยู่ในกลุ่มของผู้ประกอบวิชาชีพเฉพาะอีกต่อไปแต่ใครๆ ก็สามารถเป็นผู้ผลิตเนื้อหาเพื่อนำเสนอได้โดยผ่านช่องทางของตัวเอง

การใช้งานอินเทอร์เน็ตของผู้รับสารในยุคใหม่ ถือเป็นการรุกรานทางดิจิทัล (Digital Disruption) ที่ส่งผลกระทบต่อสื่อดั้งเดิมทั้งหมด รวมทั้งสื่อโทรทัศน์ เพราะการเกิดขึ้นของสื่อใหม่ (New Media) อย่างสื่ออินเทอร์เน็ตหรือสื่อสังคม (Social Media) และพฤติกรรมผู้รับสารที่เปลี่ยนไป ทำให้สื่อมวลชนหรือสื่อดั้งเดิมทั้งหมดต้องปรับตัวในการทำงานและการสื่อสาร เพื่อเข้าถึงมวลชนในลักษณะที่ต้องเปลี่ยนไปจากเดิมอย่างมาก สื่อที่มีอิทธิพลในการกำหนดข้อมูลข่าวสารของโลกในปัจจุบันกลายเป็นเว็บฟอรัม กระดานสนทนา อินสตาแกรม ไซเชิลแคม ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก หรือยูทูบ ซึ่งไม่เพียงแต่นำเสนอได้รวดเร็ว แต่ยังเป็นการสื่อสารสองทาง (Interactive) ที่ทุกคนสามารถมีส่วนร่วมในการออกความเห็นได้อย่างเสรีและทันทีทันใด ผู้รับสารยุคนี้จึงเปลี่ยนไปรับสื่อใหม่มากกว่าสื่อดั้งเดิมทั้งหมด การเปลี่ยนแปลงนี้เรียกว่าการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อ (Media Landscape)

ความรุนแรงของการแข่งขันระหว่างสื่อโทรทัศน์กับสื่อออนไลน์ ทำให้การรายงานข่าวและรายการประเภทสนทนาเชิงข่าวของสถานีโทรทัศน์เริ่มเลเหลยจรรยาบรรณพึงมี ดังจะเห็นได้จากหลายๆ กรณีที่ผ่านมา การนำเสนอเรื่องราวต่างๆ ดังที่กล่าวมานั้น สื่อโทรทัศน์มักจะอ้างว่าต้องนำเสนอเพราะสังคมให้ความสนใจ แต่พฤติกรรมดังกล่าวผิดหลักจรรยาบรรณสื่อที่กำหนดในหลักจรรยาบรรณวิชาชีพที่สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยหลายข้อ ทั้งเรื่องละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ไม่เป็นประโยชน์สาธารณะ และขาดความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนั้น ยังผิดกฎหมายที่ว่าด้วยสิทธิส่วนบุคคลอีกด้วย

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเรื่องของปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลทำให้เกิดการละเลยจรรยาบรรณและไม่ยึดถือหลักจริยธรรมของสื่อมวลชน โดยเน้นไปทางด้านสื่อโทรทัศน์ ซึ่งถือเป็นสื่อดั้งเดิมรูปแบบสุดท้ายที่กำลังถูกรุกรานเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Disruption) โดยศึกษาทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในจากผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อโทรทัศน์ เพื่อนำผลที่ได้มาแก้ไขปัญหาด้านจรรยาบรรณของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลเป็นการยกระดับให้ได้มาตรฐานสากล และมีความรับผิดชอบต่อสังคมกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยทั้งภายนอกและภายในที่มีอิทธิพลต่อปัญหาด้านจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชนประเภทสื่อโทรทัศน์

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีหน้าที่ของสื่อมวลชนและการวิเคราะห์หน้าที่ (Functional theory)

ฮาโรลด์ ลาสเวลล์ (อ้างใน พีระ จิโรโสภณ, 2548) กำหนดหน้าที่หลัก 3 ประการของสื่อมวลชนต่อสังคม คือ 1). สอดส่องดูแลระบอบสังคมให้สงบเรียบร้อย ให้สมาชิกในสังคมตระหนักรู้เพื่อการปรับตัว 2). ประสานเชื่อมโยงส่วนต่าง ๆ ของสังคมหรือสมาชิกในสังคมให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในการตอบสนอง (รับรู้หรือเข้าใจความหมาย) ต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในสังคมทำให้สังคมเป็นปึกแผ่นสมานฉันท์ 3). ถ่ายทอดมรดกทางสังคมและวัฒนธรรมให้กับสมาชิกจากรุ่นหนึ่งสืบต่อไปสู่รุ่นใหม่ ๆ 4). ให้ความบันเทิงเพื่อจรรโลงใจสังคมให้มีความสุข สนุกสนาน ความบันเทิงเชิงระดม ซึ่งเป็นการสร้างสมดุลทางจิตใจจากภาวะกดดันจากสิ่งแวดล้อมในสังคม และ 5). การรณรงค์ให้เกิดความเคลื่อนไหว (Mobilization) เพื่อการเปลี่ยนแปลงพัฒนาสังคม McQuail (อ้างถึงในพีระ จิโรโสภณ, 2548) ได้ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับความหมายของ “หน้าที่” ของสื่อในสังคมว่าสามารถวิเคราะห์จากจุดยืนของแต่ละฝ่ายแต่ละระดับแตกต่างกันไป เช่น จากฝ่ายสื่อ ฝ่ายผู้รับสื่อ หรือฝ่ายผู้ควบคุมสื่อ และจากระดับสังคม หรือระดับปัจเจกบุคคล นอกจากนี้กล่าวถึงหน้าที่สื่อในระดับสังคมแล้ว McQuail ยังเสนอกรอบวิเคราะห์หน้าที่สื่อในระดับปัจเจกบุคคล 4 ประการคือ 1). ด้านข้อมูลข่าวสาร (Information) 2). ด้านการแสวงหาข่าวสาร คำแนะนำ หรือแบบอย่างเพื่อนำมากำหนดอัตลักษณ์ให้กับตนเอง (Personal Identity) 3). ด้านการสร้างความรู้สึกมีส่วนร่วมเป็นสังคมเดียวกัน และมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน (Integration and Social Interaction) และ 4). ด้านความบันเทิง หลีกหนีความเครียด หาความสุขให้กับตนเอง (Entertainment)

2. แนวคิดวิธีการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

การนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล เมื่ออินเทอร์เน็ตเติบโตขึ้นและเริ่มมีการใช้เป็นช่องทางการสื่อสารที่เรียกว่าสื่อสารมวลชนออนไลน์ (Online Journalism) สำนักข่าวและผู้สื่อข่าวในต่างประเทศมีการปรับตัวเข้าสู่กระแสของข่าวออนไลน์จำนวนมาก นอกจากสำนักข่าว กองบรรณาธิการ และผู้สื่อข่าวจะหันมาใช้เครื่องมือที่มีอยู่ในอินเทอร์เน็ตมากขึ้น นักคิดนักวิชาการต่างให้ความเห็นว่าการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีนี้ทำให้บทบาทในการเลือกและคัดกรองข่าวสารเปลี่ยนไป Pavlik (1999) กล่าวว่า สื่อสารมวลชนออนไลน์ (Online Journalism) เป็นคุณลักษณะของสื่อบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและพื้นที่เป็นช่องทางสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารได้ในเชิงลึกและหลากหลายมากกว่าที่สื่ออื่นสามารถทำได้ และนั่นเป็นการเปลี่ยนแปลงบทบาทของนักข่าวและการสื่อข่าว และ Bradshaw (2007) ให้ความเห็นว่าการบูรณาการในการสื่อข่าวก็ต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบ (Model) ในการรวบรวมข้อมูลและการเผยแพร่ข่าวสารทั้งเชิงลึก และความหลากหลายของเนื้อหาโดยมีการนำ สื่อสังคม (Social Media) อาทิ Twitter, Facebook, และ Blog มาใช้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการมากขึ้น

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2554) กล่าวว่า เมื่อเทคโนโลยีสารสนเทศเปลี่ยนแปลงไป ระบบการสื่อสารของสังคมโดยเฉพาะสื่อมวลชนก็จะปรับเปลี่ยนตัวเองเข้าสู่โลกเทคโนโลยีสารสนเทศไปด้วย โดยที่ยังทำหน้าที่และบทบาทหลักของตนเองอยู่ในด้านปรัชญาพื้นฐานสำคัญของความจริง ความถูกต้อง ความตรงไปตรงมา ความเป็นกลาง ความเป็นธรรม และความรับผิดชอบ โดยยังเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสาร แหล่งบันเทิงใจ เมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารเปลี่ยน รูปแบบและกระบวนการสื่อสารก็เปลี่ยนตามไปด้วย ดังเช่นกรณีการเกิดขึ้นของ “ชุมชนไซเบอร์” (Cyber Community) คนรับสารที่เคยเป็นเพียงผู้รับสามารถสร้างเนื้อหาได้เอง (User-Generated Content) นักข่าวต้อง ปรับบทบาทของตนเองในการทำข่าวโดยเฉพาะการทำหน้าที่นายข่าวข่าวสาร เพราะไม่ใช่ทุกเรื่องจำเป็นต้องผ่าน Gate ของนักข่าวอีกต่อไป นักข่าวเปลี่ยนบทบาทจากการเป็น Gatekeeper สู่การเป็น Gate Opening หรือการเปิดประตู เชื่อมโยงสื่อและผู้อ่านให้มีส่วนร่วมในกระบวนการข่าว ทำงานร่วมกันมากขึ้น แทนที่จะเป็นเพียงผู้เลือกเนื้อหาเพื่อนำเสนอ และการเติบโตของข่าวออนไลน์และธรรมชาติของมันทำให้สังคมเปิดกว้างและใครก็สามารถเพิ่มเติมข้อมูลในโลกข่าวสารได้ ทำให้หน้าที่ของผู้สื่อข่าวและหน่วยงานด้านข่าวในเรื่อง Gatekeeping หรือ ผู้คัดกรองข่าวสาร เปลี่ยนเป็นเพียงแค่ Gate watching คือองค์กรข่าวทำหน้าที่ในการใช้เครื่องมือบนอินเทอร์เน็ตชี้แนะ เนื้อหา ข้อมูลให้ผู้อ่าน เป็นการทำงานในลักษณะการหาความร่วมมือ และ Open-source ซึ่งก็คือ บทบาทที่เปลี่ยนไปของผู้สื่อข่าว (Bruns, 2005)

3. จรรยาบรรณการใช้สื่อออนไลน์และสื่อสังคมในกระบวนการสื่อข่าวของไทยในยุคดิจิทัล

สกลศรี ศรีสารคาม (2557) ศึกษาถึงประเด็นความห่วงใยผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการส่งข้อมูลข่าวสาร ข้อความ ความคิดความเห็น ผ่านเครือข่ายสื่อสังคม ที่ทำให้เกิด “ภาพเสมือนจริง” ที่แยกไม่ออกระหว่างความจริงกับความเท็จ การที่ผู้ส่งสารซึ่งจะเป็นใครก็ได้ในสังคมนี้ สามารถส่งสารไปยังมวลชนได้ด้วยความเร็วในฉับพลันทันที ในขณะที่ผู้รับสารก็อาจขาดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องราวหรือประเด็นที่กำลังกล่าวถึง แล้วเชื่อหรือส่งต่อข้อความนั้นไปยังบุคคลอื่นๆ โดยขาดจิตสำนึกความรับผิดชอบ กันับเป็นอันตรายไม่น้อยไปกว่าโอกาสของผู้คนที่เข้าถึงข้อมูลข่าวสาร หรือทำให้โฉมหน้าของการรายงานข่าวก็อาจขาดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องราวหรือประเด็นที่กำลังกล่าวถึง แล้วเชื่อหรือส่งต่อข้อความนั้นไปยังบุคคลอื่นๆ โดยขาดจิตสำนึกความรับผิดชอบ กันับเป็นอันตรายไม่น้อยไปกว่าโอกาสของผู้คนที่เข้าถึงข้อมูลข่าวสาร หรือทำให้โฉมหน้าของการรายงานข่าวเปลี่ยนไป และยังได้กล่าวถึงจริยธรรมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่ควรคำนึง คือ 1). ความโปร่งใสของการ “ให้ข้อมูล” กับ “เรื่องส่วนตัวและความคิดเห็น” การแสดงจุดยืนต่อประเด็นของผู้สื่อข่าวกับจุดยืนขององค์กร 2). ความรับผิดชอบต่อข้อมูลที่ส่งผ่านออกไปควรเป็นขององค์กรหรือผู้สื่อข่าว 3). กรอบความรับผิดชอบต่อภาวะการสื่อสารที่ “รวดเร็วและสื่อสารสองทาง” กับ “การรักษาความถูกต้องในการรายงานข่าว” และ 4). ขอบเขตของการนำข้อมูลมาใช้ การแบ่งปันข้อมูลกับการละเมิดข้อมูล (Fair Use)

เทียนทิพย์ เตียวกี (2559) ปัจจุบันพบปัญหาจรรยาบรรณสื่อการนำเสนอข่าวยุคดิจิทัล คือ 1). การเสนอข่าวไม่รอบด้าน รีบนำเสนอข่าวเพื่อให้ข้อมูลข่าวไปถึงผู้รับให้เร็วที่สุดและคำนึงเพียงแค่ว่า ข่าวของเราต้องเร็วกว่าข่าวของคนอื่น โดยไม่คำนึงถึงข้อมูลข่าวที่นำเสนอออกไปมีความครบถ้วนรอบด้านหรือไม่ 2). การละเมิดสิทธิมนุษยชนของผู้ตกเป็นข่าว ไม่ว่าจะเป็นการละเมิดสิทธิผู้ต้องหา สิทธิเด็กและเยาวชน เหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อผู้ตกเป็นข่าว หากเกิดความไม่รอบคอบในการนำเสนอข่าวก็อาจนำไปสู่การละเมิดสิทธิและส่งผลกระทบต่อผู้ถูกละเมิดได้ 3). การนำเนื้อหาจากสื่อสังคมออนไลน์มานำเสนอโดยไม่บอกแหล่งที่มาหรือไม่ได้ขออนุญาตจากเจ้าของ ในการนำเสนอข่าวบนสังคมออนไลน์ ยิ่งตระหนักว่า สื่อดังกล่าวไม่ใช่พื้นที่ส่วนตัว หากแต่เป็นพื้นที่ที่สามารถแสดงความคิดเห็น และสามารถแชร์ แบ่งปันข้อมูลกันได้ อาจส่งผลกระทบต่อผู้ตกเป็นข่าวหรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้ หากข่าวนั้นเป็นข่าวในด้านลบ และไม่มีการขออนุญาต

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิธีการเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีคำถามแบบปลายปิดในการเก็บข้อมูล

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์

กลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้ เป็นกลุ่มผู้ที่ทำงานอยู่ในสถานีโทรทัศน์ประเภทดิจิทัลฟรีทีวี ในจำนวนทั้งหมด 22 สถานี โดยผู้วิจัยได้ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แนวคิดของ Hair (1998) ซึ่งเสนอว่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุ ต้องมีขนาดอย่างน้อย 20 เท่าของตัวแปรที่ศึกษา การวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด 2 ตัวแปร ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำจึงเป็น 40 คน แต่เพื่อให้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละตัวแปรไปอีก 1 เท่า และบวกจำนวนกลุ่มตัวอย่างเข้าไปอีก 20 คน เพื่อให้ได้ 100 คน

อนึ่ง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา เป็นประชากรที่มีความเหมือนกันมาก ความแตกต่างของสมาชิกมีน้อย เนื่องจากผู้วิจัยกำหนดกรอบของประชากรไว้ ทำให้ความแปรปรวนในกลุ่มตัวอย่างมีน้อย จึงสามารถใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดเล็กได้ ไม่จำเป็นต้องใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่เพื่อให้ครอบคลุมคุณลักษณะต่างๆ ที่แตกต่างกันไปของประชากร

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพ

เครื่องมือที่ใช้วิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีคำถามแบบปลายปิด โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงหรือความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด และมีคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นต่อเรื่องที่ทำการวิจัยประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) สภาพปัญหาสำคัญด้านจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในปัจจุบัน 3) ปัจจัยที่มีผลต่อจรรยาบรรณในนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ โดยมีค่าความน่าเชื่อถือ $\alpha = .937$ จากการทดสอบก่อนการเก็บข้อมูลจริง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มาบันทึกประมวลผลวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ใช้วิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อปัญหาจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. ใช้การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยได้นำการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) มาเป็นสถิติที่ใช้เพื่ออธิบายความเกี่ยวข้องเชิงสาเหตุของตัวแปรด้วยเส้นสัมพันธ์อิทธิพลเชิงสาเหตุ โดยการสร้างเป็นภาพเส้นทาง แสดงอิทธิพลระหว่างตัวแปรต่างๆ จากนั้นจึงดำเนินการทดสอบแผนภาพตามสมมติฐานนั้นว่าเหมาะสมหรือไม่

ผลการวิจัย

จากการหาค่าการถดถอยเชิงเส้นแบบถ่วงน้ำหนัก (Regression Weight) เพื่อวิเคราะห์เส้นทางในงานวิจัยได้ ผลดังนี้

1. ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อปัญหาจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

ตารางที่ 1.1 ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อปัญหาจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อปัญหาจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. การมีสถานีโทรทัศน์ที่มีจำนวนมากเกินไปทำให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรง	4.86	4.0	มากที่สุด
2. สถานีโทรทัศน์ทุกแห่งมีการผลิตรายการประเภทข่าวสารเหมือนกัน	4.03	.90	มาก
3. ผู้ชมสนใจข่าวประเภทปฏิกุณสนใจ (Human Interest) มากกว่าข่าวอื่นๆ	4.39	.63	มากที่สุด
4. การเกิดขึ้นของโซเชียลมีเดีย ที่มีความรวดเร็วในการรายงานข่าวสารมากกว่า	4.49	.67	มากที่สุด
5. กระบวนการผลิตรายการซับซ้อนและใช้เวลามากกว่าสื่อใหม่ (New Media)	4.18	.73	มาก
6. กระบวนการผลิตรายการมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าสื่อใหม่ (New Media) มาก	4.07	.90	มาก
7. สถานีโทรทัศน์ถูกกำหนดด้วยเรตติ้ง ต้องนำเสนอเรื่องราวที่ดึงดูดผู้ชม	4.50	.65	มากที่สุด
8. สถานีโทรทัศน์ประสบภาวะขาดทุนทางธุรกิจ จึงต้องขายเวลาให้กับสปักข่าวของลูกค้า และเสนอข่าวสารเพื่อประโยชน์ของลูกค้า	4.02	.80	มาก
9. สถานีโทรทัศน์ตกเป็นของกลุ่มทุนใหญ่ที่เข้ามาร่วมลงทุนแล้วควบคุมการนำเสนอเนื้อหา	3.74	.90	มาก
10. สถานีโทรทัศน์ขาดเสรีภาพในการนำเสนอ เนื่องจากถูกควบคุมโดยภาครัฐ	3.76	.83	มาก
เฉลี่ยรวม	4.24	1.1	มากที่สุด

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อปัญหาจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลในระดับมากที่สุด ได้แก่ การมีสถานีโทรทัศน์ที่มีจำนวนมากเกินไปทำให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.86 อันดับสอง สถานีโทรทัศน์ถูกกำหนดด้วยเรตติ้ง ต้องนำเสนอเรื่องราวที่ดึงดูดผู้ชม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.50 อันดับสาม การเกิดขึ้นของโซเชียลมีเดีย ที่มีความรวดเร็วในการรายงานข่าวสารมากกว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.49 จากตารางดังกล่าวจะเห็นว่า ปัจจัยด้านเรตติ้งและการเกิดขึ้นของโซเชียลมีเดีย นั้น มีค่าเฉลี่ยที่ใกล้เคียงกันมาก เพราะทั้งสองปัจจัยนั้นส่งผลในเชิงผกผันซึ่งกันและกัน กล่าวคือ โซเชียลมีเดีย นั้นแย่งความนิยมจากสถานีโทรทัศน์ไป เมื่อความนิยมของโซเชียลมีเดียเพิ่มมากขึ้น ก็จะส่งผลให้เรตติ้งของสถานีโทรทัศน์ตกต่ำลง และทำให้สถานีโทรทัศน์ต้องพยายามช่วงชิงการนำเสนอข่าวด้วยความเร็ว จนเกิดปัญหาการคัดกรองและตรวจสอบข่าวสารได้

ตารางที่ 1.2 ปัจจัยภายในที่มีผลต่อปัญหาจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

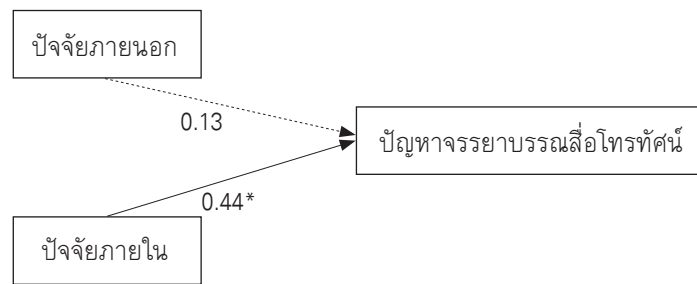
ปัจจัยภายในที่มีผลต่อปัญหาจรรยาบรรณการนำเสนอข่าว ของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ผู้สื่อข่าวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับจรรยาบรรณสื่อมวลชนน้อย	3.80	3.0	มาก
2. ผู้สื่อข่าวรายงานสดเหตุการณ์โดยขาดความระมัดระวัง	3.27	.95	ปานกลาง
3. หัวหน้าข่าวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับจรรยาบรรณสื่อมวลชนน้อย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

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าปัจจัยภายในที่มีผลต่อปัญหาจรรยาบรรณการนำเสนอข่าวของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลในระดับมากที่สุด ได้แก่ นโยบายของสถานีโทรทัศน์มุ่งเน้นการนำเสนอข่าวที่อยู่ในความสนใจของประชาชนเป็นหลัก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.31

ตารางที่ 2 อิทธิพลทางตรง (Direct) ทางอ้อม (Indirect) และรวม (Total) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

	ปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์		
	Direct	Indirect	Total
ปัจจัยภายนอก	0.13	-	0.13
ปัจจัยภายใน	0.44 *	-	0.44
ปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์	-	-	-

* = มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ภาพที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficients) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

เมื่อนำผลที่ได้มาสร้างเป็นภาพเพื่อให้เห็นเส้นทางตามรูปแบบของ Path Analysis พบว่าสามารถพิสูจน์สมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ปัจจัยภายในมีผลต่อปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในกับปัญหาจรรยาบรรณของสื่อโทรทัศน์ มีค่า P น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1 นั่นคือ ปัจจัยภายในมีผลต่อปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ปัจจัยภายนอกมีผลต่อปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกกับปัญหาจรรยาบรรณของสื่อโทรทัศน์ มีค่า $P=0.156$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 2 นั่นคือ ปัจจัยภายนอกไม่มีผลต่อปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์

อภิปรายผลการวิจัย

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล ผู้วิจัยได้นำใช้หาค่าการถดถอยเชิงเส้นแบบถ่วงน้ำหนัก (Regression Weight) มาใช้ร่วมกับการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) เพื่ออธิบายความเกี่ยวข้องเชิงสาเหตุของตัวแปรด้วยเส้นสัมประสิทธิ์อิทธิพลเชิงสาเหตุ โดยการสร้างเป็นภาพเส้นทาง แสดงอิทธิพลระหว่างตัวแปรต่างๆ

ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

แม้ว่าสื่อโทรทัศน์โดยทั่วไปจะยังทำหน้าที่สื่อมวลชนสอดคล้องกับทฤษฎีหน้าที่ของสื่อมวลชน (พีระ จิระโสภณ, 2548) ที่คอยสอดส่องดูแลสิ่งแวดล้อมให้กับสังคม ประสานเชื่อมโยงส่วนต่างๆ ของสังคม หรือสมาชิกในสังคมให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ให้ความบันเทิง และบรรเทาให้เกิดความเคลื่อนไหว เพื่อการเปลี่ยนแปลงพัฒนาสังคม แต่ด้วยปัจจัยหลายอย่าง เช่น 1) บริบทของสังคมในการลำดับความสำคัญของข่าวสารเปลี่ยนไป 2) สื่อกลายเป็นของกลุ่มธุรกิจที่ต้องการผลกำไรมาหล่อเลี้ยง และ 3) การแข่งขันที่สูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันระหว่างโทรทัศน์ด้วยกันเอง (ในกรณีประเทศไทย พิธีทีวีดิจิทัลในระบบสัญญาณภาคพื้นมีด้วยกัน 22 ช่อง) หรือสื่อใหม่อย่างสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อสังคม ทำให้กระบวนการทำข่าวของสื่อโทรทัศน์เปลี่ยนไป จากการที่คัดเลือกข่าวสารเพื่อออกอากาศในฐานะของนายทวารข่าวสาร (Gatekeeper) กลายเป็นว่ากองบรรณาธิการต้องคัดเลือกข่าวที่คิดว่าอยู่ในความสนใจของผู้รับสาร หรือเป็นกระแสสังคมในขณะนั้นมานำเสนอก่อนข่าวอื่นๆ ที่อาจมีคุณค่าข่าวมากกว่า เพื่อดึงดูดให้ผู้รับสารที่มีทางเลือกในการรับข่าวสารมากขึ้นให้หันมาสนใจ สอดคล้องกับแนวคิดของ Quinn and Trench (2002) ที่กล่าวว่า จากเดิมที่ผู้สื่อข่าวและกองบรรณาธิการเป็นผู้กำหนดการรับรู้ของผู้รับสาร เปลี่ยนเป็นผู้รับสารเป็นผู้เลือกข่าวสารและช่องทางที่ต้องการรับรู้เอง และสอดคล้องกับแนวคิดของ Singer (2004) ที่ว่า สื่ออินเทอร์เน็ตทำให้นักข่าวต้องย้อนกลับไปมองว่าตัวเองเป็นผู้ควบคุมการไหลของข่าวสารอยู่หรือไม่ ปัจจัยเหล่านี้ทำให้สื่อโทรทัศน์

ในบุคคิทธิลลุ่มเสี่ยงต่อการละเลยจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชนที่ควรยึดถือ จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาด้านจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชนมีทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน

ปัจจัยภายนอก

3 อันดับแรกของปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อจรรยาบรรณสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ คือ

อันดับ 1 มีสถานีโทรทัศน์ที่มีจำนวนมากเกินไปทำให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรง ดังได้กล่าวมาแล้วว่าสถานีโทรทัศน์ประเภทฟรีทีวีภาคพื้นดินของประเทศไทยมี 22 ช่อง และทุกช่องต่างมีการผลิตรายการข่าวเหมือนกัน ตามข้อบังคับของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ทำให้สถานีโทรทัศน์ในกลุ่มข่าวสารและสาระ หรือช่องเด็กและครอบครัว ต้องไปแข่งขันในการนำเสนอข่าวกับสถานีโทรทัศน์กลุ่มวไรตี้หรือบันเทิงซึ่งมีฐานผู้ชมกว้างกว่า

อันดับ 2 การเกิดขึ้นของโซเชียลมีเดีย ที่มีความรวดเร็วในการรายงานข่าวสารมากกว่าสอดคล้องกับแนวคิดของ Pavlik (1999) ที่ว่าคุณลักษณะของสื่อบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและพื้นที่เป็นช่องทางสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารได้ในเชิงลึกและหลากหลายมากกว่าที่สื่ออื่นสามารถทำได้ และนั่นเป็นการเปลี่ยนแปลงบทบาทของนักข่าวและการสื่อข่าว นอกจากนั้น การเกิดขึ้นของสื่อสังคมทำให้คนส่วนใหญ่หันไปใช้โทรศัพท์มือถือในการรับข่าวสารมากกว่าดูโทรทัศน์หรืออ่านจากหนังสือพิมพ์ และรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมเป็นหลัก แทนที่การรับข่าวสารจากสำนักข่าวเหมือนใน สื่อโทรทัศน์ต้องปรับตัวอย่างมากเพื่อแข่งขัน และเป็นสาเหตุหนึ่งที่เกิดการทำผิดจรรยาบรรณได้

อันดับ 3 สถานีโทรทัศน์ถูกกำหนดด้วยเรตติ้ง ต้องนำเสนอเรื่องราวที่ดึงดูดผู้ชม เมื่อสถานีโทรทัศน์ประเภทฟรีทีวีมีมากขึ้น จากเดิม 6 ช่อง กลายเป็น 22 ช่อง แต่เม็ดเงินโฆษณายังเท่าเดิม และบริษัทเอเยนซีโฆษณาก็ยังใช้ผลสำรวจความนิยม (Rating) เป็นหลักในการซื้อโฆษณา สถานีโทรทัศน์ในกลุ่มที่เรตติ้งต่ำจึงต้องหากกลยุทธ์ดึงดูดผู้ชมให้มากขึ้น แม้บางครั้งจะต้องแลกมาด้วยการกระทำผิดจรรยาบรรณก็ตาม

ปัจจัยภายนอกอันดับที่ 3 จากผลการวิจัยนี้ ส่งผลมาถึงอันดับ 4 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับ “มากที่สุด” เช่นเดียวกับ 3 อันดับแรก นั่นก็คือ ผู้ชมสนใจข่าวประเภทปฏิกุณชนสนใจ (Human Interest) มากกว่าข่าวอื่นๆ สอดคล้องกับแนวคิดของ Merrill (2000) ที่ว่า มูลค่าหรือคุณค่าข่าว (News Value) คือองค์ประกอบของเหตุการณ์เรื่องราวดัง ๆ ที่ทำให้เกิดเหตุการณ์เรื่องราวนั้นมีค่าในเชิงข่าว (News Worthiness) คือทำให้คนสนใจอยากรู้ เช่น เป็นเรื่องที่มีผลกระทบต่อคนจำนวนมาก มีการขัดแย้งต่อสู้แข่งขันกัน มีความใกล้ชิดหรือมีความผูกพันทางสังคม วัฒนธรรม มีความทันสมัย ทันเวลา เป็นสิ่งไม่คาดคิดคาดฝัน เป็นเรื่องแปลก เรื่องลึกลับมีเงื่อนงำ เป็นเรื่องทางร้าย ทางลบ เป็นเรื่องของคนดัง คนสำคัญมีชื่อเสียง เป็นเรื่องอื้อฉาวและเรื่องทางเพศ และเป็นเรื่องราวอารมณ์ความสนใจของมนุษย์ปฏิกุณชนทั่วไป

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

ปัจจัยภายใน

Merrill (2000) กล่าวในประมวลปัจจัยทางสังคมวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเนื้อหาของสื่อมวลชนว่า ปัจจัยภายใน เป็นอิทธิพลจากการจัดการและลักษณะองค์กรที่เป็นทั้งองค์กรที่มีบทบาทและพันธกิจทางสังคม (Social Role) กับการเป็นองค์กรที่มุ่งแสวงหากำไรทางธุรกิจ (Business Role) ในเวลาเดียวกัน ดังนั้นระบบการจัดการทางธุรกิจจึงเข้ามามีอิทธิพลต่อการผลิตข่าวสารที่ถือเป็นสินค้าขององค์กรธุรกิจที่จะต้องแข่งขันทางการตลาดกับคู่แข่งอื่นๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายนำกำไรและรายได้ให้กับเจ้าของและผู้ลงทุน นอกจากนั้นปัจจัยภายในอีกประการหนึ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการผลิตข่าวสารคือ ผู้ปฏิบัติงานสื่อมวลชน โดยเฉพาะผู้อยู่ในฝ่ายบรรณาธิการด้านเนื้อหาข่าวสารประจำวันที่หน้าที่แสวงหา คัดเลือก ประมวลข่าวสารก่อนผลิตและเผยแพร่จำหน่ายออกไปสู่สาธารณะ บุคคลหรือคณะบุคคลที่ทำหน้าที่นี้

เช่น นักข่าว-ช่างภาพ บรรณาธิการข่าว-ภาพ บรรณาธิการฝ่ายเรียบเรียง ตกแต่ง เนื้อหาข่าวสาร หรือเรียกกรวม ๆ ว่า กองบรรณาธิการนี้ ทำหน้าที่เป็นผู้เฝ้าประตูหรือผู้รักษาประตูข่าวสาร (Gatekeepers)

แนวคิดของ Merrill (2000) สอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า ปัจจัยภายในที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดคือ นโยบายของสถานีโทรทัศน์มุ่งเน้นการนำเสนอข่าวที่อยู่ในความสนใจของประชาชนเป็นหลัก รองลงมาคือ นโยบายของสถานีโทรทัศน์มุ่งเน้นผลประโยชน์ทางธุรกิจเป็นหลัก ส่วนการปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณเป็นเรื่องรอง และ ผู้สื่อข่าวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับจรรยาบรรณสื่อมวลชนน้อย

สิ่งที่สอดคล้องกับการศึกษาของ Merrill (2000) อีกประการหนึ่งก็คือ ปัญหาจรรยาบรรณของสื่อมวลชนอยู่ที่ผู้รักษาประตูข่าวสาร ซึ่งเป็นผู้กลั่นกรองข่าวสารว่าเรื่องใดควรจะนำเสนอ โดยผลวิจัยระบุว่า หัวข้อ บรรณาธิการข่าวมีความรู้ความเข้าใจเรื่องจรรยาบรรณสื่อมวลชน แต่พิจารณาให้ลงข่าวได้หากข่าวนั้นเป็นข่าวที่ประชาชนสนใจแม้ขัดจรรยาบรรณบางข้อ และ หัวหน้าข่าวสั่งการให้ผู้สื่อข่าวรายงานเหตุการณ์โดยไม่คำนึงถึงหลักจรรยาบรรณ หากเรื่องนั้นอยู่ในความสนใจของประชาชน เป็นปัจจัยมีระดับความสำคัญอยู่ที่ระดับมาก และในเมื่อกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่ประกอบวิชาชีพสื่อโทรทัศน์เอง แสดงให้เห็นว่า ปัญหานี้เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในกองบรรณาธิการข่าวของสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ สอดคล้องกับผลวิจัยเรื่องการวิเคราะห์เส้นทางว่า ปัจจัยภายในมีผลอย่างมากกับปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์

ข้อเสนอแนะในการทำการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ขยายขอบเขตการศึกษาไปยังสื่อโทรทัศน์ทางเลือกแบบดั้งเดิม เช่น โทรทัศน์ดาวเทียม โทรทัศน์ประเภทบอกรับสมาชิก (Cable TV) หรือสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่น เช่น ช่องเจริญเคเบิลทีวี และ Pattaya News
2. ศึกษาแนวทางกำกับดูแลสื่อคู่แข่งของสื่อโทรทัศน์ ได้แก่ โทรทัศน์แบบ OTT (Over the Top) เช่น LINE TV หรือ YouTube Channel

บรรณานุกรม

- เทียนทิพย์ เดียวกัน. (2559). จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อในการนำเสนอข่าวยุคดิจิทัล. *วารสารการสื่อสารและการจัดการ* นิตยสาร 2(2), 125-143.
- พีระ จิรโสภณ. (2548). *ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน หน่วยที่ 10*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สกุลศรี ศรีสารคาม. (2557). จริยธรรมการใช้สื่อออนไลน์และสื่อสังคมในกระบวนการสื่อสารของสื่อไทยในยุคดิจิทัล. (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2554). *ทฤษฎีบทบาทสื่อมวลชนกำลังถูกท้าทายสื่อใหม่*. สืบค้นจาก http://www.tja.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=2427%3A2011-05-18-07-28-47&catid=46%3AAcademic&Itemid=75
- Bradshaw, P. (2007). *A Model for the 21st Century Newsroom: pt1- The News Diamond*. Retrieved from <http://onlinejournalismblog.com/2007/09/17/a-model-for-the-21st-century-newsroom-pt1-the-news-diamond/>
- Bruns, A. (2005). *Gatewatching: Collaborative Online News Production*. New York, USA.
- Hair, J. F. (1998). *Multivariate Data Analysis with Readings*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Merrill, J. (2000). The Imperative of Freedom, Quoted in Bruce D. Itule, and Douglas A. Anderson, *News Writing and Reporting for Today's Media*. p. 400. Boston: McGraw-Hill College.
- Eugenia, M. & Boczkowski, J. (2009). "Between Tradition and Change: A Review of Recent Research in Online News Production. *Journalism*, 10, 562-578.
- Pavlik, J. (1999). *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press.
- Quinn, G. and Trench, B. (2002). *Online New Media and Their Audience*, Heerlen. The Netherlands: Mudia, International Institute of Infonomics.
- Singer, J. (2004). Stepping Back From the Gate: Online Newspaper Editors and the Co-Production of Content in Campaign 2004. *Journalism and Mass Communications Quarterly*, 83(2), 265-280.