

อิทธิพลของปัจจัยด้านจริยธรรมและการกำกับดูแลตนเองในกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ตามความคาดหวังของผู้รับสาร*

กฤษณ์ท แสนทวี¹ ชัชฎา อัครศรีวร นากาโอกะ²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านหลักจริยธรรมในกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ตามความคิดเห็นของกลุ่มผู้รับสาร โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณด้วยการแจกแบบสอบถามประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน จากการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิตามสัดส่วนและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติพรรณนา ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน พร้อมทั้งการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยสิ่งที่ควรทำในรายการข่าวที่สามารถพยากรณ์หลักการจริยธรรมขององค์กรกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ดีที่สุด คือ (1) ให้ความสำคัญในการนำเสนอข่าวท้องถิ่น (2) ตรวจสอบและกลั่นกรองข้อมูลจากแหล่งข่าวอย่างรอบคอบก่อนนำเสนอ และเคารพสิทธิส่วนบุคคลของผู้เป็นแหล่งข่าว สามารถพยากรณ์หลักการจริยธรรมขององค์กรกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ร้อยละ 52 ($R^2 = 0.52$) 2) ปัจจัยสิ่งที่ควรทำในรายการละครที่สามารถพยากรณ์หลักการจริยธรรมขององค์กรกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ดีที่สุด คือ (1) แสดงเรตติ้งกำกับรายการละครให้ตรงกับเนื้อหาในด้านในอย่างถูกต้อง (2) ส่งเสริมละครที่มีการนำเสนอภาพเชิงบวกของกลุ่มบุคคลต่าง (3) ผลิตรายการละครที่ส่งเสริมการเรียนรู้ จริยธรรม คุณธรรม ทักษะชีวิต การอยู่ร่วมกันอย่างหลากหลายในสังคม และความรักความสามัคคีในครอบครัว สามารถพยากรณ์หลักการจริยธรรมขององค์กรกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ร้อยละ 59 ($R^2 = 0.59$) 3) ปัจจัยสิ่งที่ควรทำในรายการโฆษณา ที่สามารถพยากรณ์หลักการจริยธรรมขององค์กรกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ดีที่สุด คือ (1) นำเสนอโฆษณาที่คงไว้ซึ่งวัฒนธรรมอันดี เคารพต่อศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ เชื้อชาติ ศาสนา และความเชื่อของสังคมนั้นๆ (2) บอกเลขที่ใบอนุญาตสินค้าและเลขที่สินค้าที่ได้รับอนุญาตโฆษณา (3) โฆษณาเฉพาะสินค้าที่ผ่านการอนุญาตตามกฎหมาย สามารถพยากรณ์หลักการจริยธรรมขององค์กรกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ร้อยละ 58 ($R^2 = 0.58$)

คำสำคัญ: จริยธรรมสื่อมวลชน, การกำกับดูแลตนเอง, กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

* บทความวิจัย วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2558

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์, วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, E-mail: good0773@gmail.com

² อาจารย์, วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, E-mail: chatchad@gmail.com



The Impacts of Factors on Ethical and Self-regulation for Broadcasting from Receivers Expectation*

Kritchana Santawee¹ Chatchada Akarasriworn Nakaoka²

Abstract

The objective of this research was to study the influence of the ethics in the broadcasting and television business as perceived by the audience. This research was based on the results of 400 questionnaires completed by residents in Bangkok. A proportional stratified random sampling was used to analyze data with descriptive statistics, for example, number, percent, average, and standard deviation, as well as, the multiple regression analysis. The findings revealed that 1) the best factors of news program predicting of the ethics of broadcasting organizations were; (1) reporting the local news (2) correcting and considering news by circumspect before report were able to predict the ethics of broadcasting organizations for 52 percent. ($R^2 = 0.52$) 2) the best factors of drama TV program predicting of the ethics of broadcasting organizations were; (1) showing TV rating by corrected content (2) promoting positive thinking on drama program about ethics and diversity of human (3) producing drama TV program to promote learning, ethics, life skill and relationship in family were able to predict the ethics of broadcasting organizations for 59 percent. ($R^2 = 0.59$) 3) the best factors of advertising program predicting of the ethics of broadcasting organizations were; (1) presenting the advertising on cultural, ethic, religion and believe by social context (2) performing license product number by government (3) advertise especially advertising in law were able to predict the ethics of broadcasting organizations for 58 percent. ($R^2 = 0.58$)

Keywords: Mass media Ethics, Self-regulation, Broadcasting

* Research Article, College of Social Communication Innovation, Srinakharinwirot University, 2015

¹ Assistant Professor, College of Social Communication Innovation, Srinakharinwirot University, E-mail: good0773@gmail.com

² Lecturer, College of Social Communication Innovation, Srinakharinwirot University, E-mail: chatchad@gmail.com

ความสำคัญและปัญหาการวิจัย

ปัญหาสำคัญที่ส่งผลต่อการพัฒนาสื่อมวลชนมิได้อยู่ในระดับโครงสร้างเท่านั้น แต่ยังเป็นปัญหาในระดับองค์กรและระดับปัจเจกบุคคลด้วย การพิจารณาปัญหาของสื่อมวลชนให้รอบด้านเพื่อการพัฒนาที่เหมาะสมและครอบคลุมจึงมีอาจจะละเลยปัญหาของสื่อมวลชนในแง่ขององค์กรและปัจเจกบุคคล ด้วยการกำกับดูแลให้สื่อวิทยุและโทรทัศน์นำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมและส่งเสริมให้ประชาชนเป็นพลเมืองที่รู้เท่าทัน (Informed citizen) และมีค่านิยมที่ดีงาม เป็นประเด็นทางนโยบายที่มีความสำคัญอย่างยิ่งยวด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคของการปฏิรูปสื่อของประเทศไทยในปัจจุบัน (ฐิตินันท์ พงษ์สุทธิรักษ์ และวิระยุทธ กาญจน์ชูฉัตร, 2547) ทั้งนี้ เนื่องจากสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่สามารถสร้างภาพมายาและเสียงมายาได้อย่างเหมือนจริง และยังเป็นสื่อที่เด็กและเยาวชนยังสามารถเข้าถึงได้อย่างง่ายดายโดยไม่ต้องใช้ทักษะในการเปิดรับ เพียงแต่ใช้ประสาทสัมผัสทางหู และตาของตนเท่านั้น ดังนั้น สื่อโทรทัศน์จึงยังคงเป็นสื่อที่เสี่ยงต่อการรู้ไม่เท่าทันของผู้ชมกลุ่มนี้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอรายงานข่าวที่ถูกทำให้เชื่อว่าเรื่องราวต่างๆ ที่ถูกนำเสนอเป็น “เรื่องจริง” (Truth) แต่ในความจริงแล้ว “ข่าว” เป็นเพียงบางเหตุการณ์เท่านั้นที่ถูกเลือกนำมาเสนอ ตลอดจนละครโทรทัศน์ที่ถูกสร้างขึ้นให้คล้ายกับ “ความเป็นจริง” หรือ “มากกว่าความเป็นจริง” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิงชั่วคราวช่วยยามเท่านั้น แต่กลับมีผลกระทบในระยะยาวติดตามมา (กาญจนา แก้วเทพ, 2547) รวมถึงโฆษณาสินค้าที่พยายามสร้างการโน้มน้าวจิตใจให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคขึ้น (Consumption) จากเงื่อนไขปัจจัยต่างๆ ด้านเนื้อหาที่สื่อโทรทัศน์นำเสนอเหล่านี้จะส่งผลต่อการ “รู้ไม่เท่าทันสื่อ” จึงจำเป็นต้องพัฒนาแหล่งการเรียนรู้ กระบวนการเรียนรู้ให้ผู้ชมซึ่งเป็นเด็กและเยาวชนกลุ่มนี้ ได้เกิดทักษะในการชมโทรทัศน์อย่างมีวิจารณญาณมากขึ้นจนกลายเป็นผู้ที่มีทักษะ “รู้เท่าทันสื่อ” และกลายเป็นผู้ใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองมากที่สุด (Chung, 2007; De Vito, 2008)

อย่างไรก็ตาม การกำกับดูแลให้สื่อวิทยุและโทรทัศน์นำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสม และส่งเสริมให้ประชาชนเป็นพลเมืองที่รู้เท่าทัน (Informed citizen) และมีค่านิยมที่ดีงามเป็นประเด็นทางนโยบายที่มีความสำคัญอย่างยิ่งยวด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคของการปฏิรูปสื่อของประเทศไทยในปัจจุบัน ในการวางนโยบายเกี่ยวกับการกำกับดูแลเนื้อหาของสื่อประสมการณที่เป็นสากลของนานาประเทศ ที่มีความเป็นประชาธิปไตยคือ การพยายามหาจุดกึ่งกลางหรือจุดสมดุลระหว่างการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพในการพูดและการแสดงความคิดเห็นของสื่อ กับการให้หลักประกันว่าสื่อจะนำเสนอเนื้อหาที่เป็นไปเพื่อ “ประโยชน์แห่งสาธารณะ” (Public interest) มากที่สุด (พิรธรอง งามสุด วัฒนันท์ และ ศศิธร ยูโกศล, 2546) ทั้งนี้แนวทางในการกำกับดูแลสื่อในปัจจุบัน สามารถแบ่งได้ 4 รูปแบบ คือ 1) การกำกับดูแลตนเอง (Self-regulation) ซึ่งอาจในการกำกับดูแลอยู่ที่ยู่ประกอบการทั้งหมด 2) การกำกับดูแลโดยเสมือน (Quasi-

regulation) เป็นรูปแบบที่ภาครัฐพยายามเข้ามามีอิทธิพลในการกำกับดูแล โดยประสงค์ให้ผู้ประกอบการยอมรับและปฏิบัติตามกฎหมายหรือนโยบายของรัฐ แต่ภาครัฐไม่ได้ใช้อำนาจโดยตรง เช่น คำแนะนำ ข้อสังเกต หรือแผนการหรือข้อตกลงระหว่างรัฐบาลและภาคเอกชนในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพื่อให้กฎหมายบังเกิดผล (ธรรมเนียม สุ่มนตกุล อ้างถึงใน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์, 2558) 3) การกำกับดูแลร่วมกัน (Co-regulation) การกำกับดูแลกันเองของผู้ประกอบการ โดยที่รัฐให้อำนาจบางส่วนและมีมาตรการรองรับในการกำกับดูแล (A regulatory backstop) หากการกำกับดูแลกันเองล้มเหลว และ 4) การกำกับดูแลโดยตรงจากภาครัฐ (Explicator direct government regulation) รัฐเข้ามาสั่งการควบคุมได้โดยตรง ส่วนกรอบการกำกับดูแลเนื้อหาในกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์หลักๆ นั้น จะประกอบไปด้วย การควบคุมเนื้อหาที่ผิดกฎหมายและเนื้อหาที่เป็นอันตราย รวมทั้งส่งเสริมเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ในทางกฎหมาย ตามมาตรา 39 องค์ประกอบของการกำกับดูแลประกอบด้วย ระเบียบการกำกับดูแล 3 รูปแบบ ได้แก่ กำกับดูแลโดยรัฐ กำกับดูแลตนเอง และกำกับดูแลกันเอง ซึ่งทุกประเทศจะใช้ผสมผสานกัน ยังไม่มีระบอบใดระบอบหนึ่งเป็นหลัก สำหรับการกำกับดูแลมาตรฐานเนื้อหาสื่อสามารถดำเนินการได้หลายวิธี ตั้งแต่การกำหนดหลักเกณฑ์เพื่อใช้บังคับ การกำกับดูแลกันเองขององค์กรวิชาชีพ (Self-regulation) ไปจนถึงการกำกับดูแลร่วมกันระหว่างองค์กรกำกับดูแลการประกอบการ (Co-regulation)

จากการศึกษาการกำกับดูแลกันเองขององค์กรวิชาชีพวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พบว่า สภาคมนสื่อที่มีมาตรฐานจริยธรรมจะมีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งองค์กรครอบคลุมประเด็นต่างๆ ได้แก่ ส่งเสริมความสัมพันธ์ความสามัคคี ศูนย์กลางการประสานงานเผยแพร่ข่าวสาร ส่งเสริมความรู้อบรมช่วยเหลือสวัสดิการ ผลิตเสริมเกียรติของสมาชิก ส่งเสริมพระพุทธศาสนาและศาสนาอื่นๆ พร้อมร่วมบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคม ไม่เกี่ยวข้องกับการเมือง ส่งเสริมสิทธิเสรีภาพ มาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพ ส่งเสริมมาตรฐานการทำงาน/ ยกระดับคุณภาพ ส่งเสริมภาพพจน์อันดีของอุตสาหกรรม เพื่อเป็นศูนย์กลางการประสานงาน ปกป้องและสนับสนุนสิทธิประโยชน์ของสมาชิก ผลักดันนโยบายเพื่อสถานภาพทางกฎหมาย แสดงจุดยืนขององค์กร ส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมแก่นุเคราะห์สื่อ กำกับดูแลกันเองด้านจริยธรรม และคุ้มครองสิทธิในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน (พิรงรอง รามสูต ธรรมะนันท์, 2556) อย่างไรก็ตามในปี 2557 สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. ได้จัดทำคู่มือจริยธรรมและการกำกับดูแลกันเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ โดยระบุไว้ว่า การประกอบวิชาชีพสื่อในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องยึดมั่นหลักการจริยธรรมของสื่อ เพื่อรักษาไว้ซึ่งเกียรติยศ ศักดิ์ศรีของการทำงาน เพื่อประโยชน์แห่งสังคมและประชาชนผู้บริโภคสื่อและความสงบสุขของสังคม ตามหลักการจริยธรรมขององค์กรกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ 8 ข้อ ดังนี้

1) หลักผลประโยชน์สาธารณะ องค์กรต้องตระหนักถึงผลประโยชน์ส่วนรวมของประเทศเป็นสำคัญ ด้วยการนำเสนอข่าว เรื่องราวหรือประเด็นข้อถกเถียงที่กำลังอยู่ในความสนใจของประชาชน หรือที่มีผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิตของคนส่วนใหญ่ในสังคม เช่น อาชญากรรม การทุจริต คอร์รัปชัน การใช้อำนาจในทางมิชอบ พฤติกรรมของบุคลากรภาครัฐที่ละเลยต่อหน้าที่จนทำให้ประชาชน เสียประโยชน์ การทุจริต การค้ำมนุษย์ ฯลฯ ไม่ควรให้ผลประโยชน์ขององค์กรขัดแย้งกับผลประโยชน์สาธารณะ พึงตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม

2) หลักความเป็นอิสระ องค์กรต้องดำเนินงานบริหารองค์กรสื่ออย่าง ไม่ตกเป็นเครื่องมือ หรือ กลุ่มกดดันทางการเมืองใดๆ มิยอมให้อำนาจทุนเข้ามาครอบงำความอิสระขององค์กรในการนำเสนอ ข่าวสารข้อมูลที่ประชาชนควรรับรู้

3) หลักสิทธิมนุษยชน องค์กรต้องให้ความสำคัญกับข้อมูลข่าวสารที่อยู่บนหลักสิทธิมนุษยชน ความเท่าเทียมตามสิทธิขั้นพื้นฐาน เห็นความสำคัญของความแตกต่างหลากหลายของผู้คน ไม่เหยียดหยาม แบ่งแยก หรือเลือกปฏิบัติ เพราะความแตกต่างในด้านเชื้อชาติ อายุ ภาษา วัฒนธรรม เพศ ความพิการ สุขภาพ ฐานะทางการเงิน ศาสนา การศึกษา และความคิดเห็นทางการเมืองที่ไม่ขัดต่อรัฐธรรมนูญ

4) หลักความสุจริต ซื่อสัตย์ องค์กรต้องไม่อยู่ภายใต้อิทธิพลของบุคคลหรือผลประโยชน์ ที่มีพฤติกรรมส่อไปในทางทุจริต

5) หลักความโปร่งใส องค์กรต้องดำเนินการอย่างถูกกฎหมาย ซื่อสัตย์ ทั้งในระดับนโยบาย ขององค์กรและการปฏิบัติงาน

6) หลักการยอมรับการตรวจสอบ องค์กรต้องยอมรับกระบวนการตรวจสอบข้อเท็จจริงในการ ปฏิบัติงานสื่อ ทั้งจากภายในองค์กร และภายนอกองค์กร

7) หลักธรรมาภิบาล องค์กรต้องยึดถือการดำเนินงานโดยใช้หลักการธรรมาภิบาลในการ ดำเนินงาน ทั้งในการบริหารจัดการองค์กร ผลิตและเผยแพร่รายการ และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

8) หลักความคุ้มค่า องค์กรต้องยึดถือการใช้ทรัพยากรเพื่อการดำเนินกิจการอย่างคุ้มค่า มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลและคุ้มค่ากับงบประมาณในการดำเนินงาน

จากแนวทางดังกล่าว ได้สะท้อนให้เห็นถึงความตระหนักและความพยายามในการควบคุมกันเอง ด้านจริยธรรมขององค์กรวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทย ในฐานะของผู้ส่งสารต่อการคำนึงถึงสิทธิประโยชน์ และความชอบธรรมของผู้บริโภคข้อมูลข่าวสาร หรือในฐานะผู้รับสาร อย่างไรก็ตาม การคำนึงถึงความต้องการในสิทธิประโยชน์ของผู้รับสารย่อมสำคัญ ต่อการเสนอข่าวสารของสื่อมวลชน ดังนั้น นอกจากการส่งเสริมการควบคุมกันเองของสื่อมวลชนแล้ว ควรคำนึงถึงความต้องการและความคาดหวังของผู้รับสาร ต่อการนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็น

เป็นการนำเสนอข่าวสาร การนำเสนอรายการละคร และการนำเสนอรายการโฆษณา ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องศึกษาถึงความต้องการของกลุ่มผู้รับสาร และความต้องการในการบริโภคข่าวสาร ตามหลักจริยธรรมและความเหมาะสมตามความต้องการของผู้รับสาร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านหลักจริยธรรมในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ตามความคิดเห็นของกลุ่มผู้รับสาร
2. เพื่อศึกษาความคาดหวังของผู้รับสารต่อจริยธรรมและการกำกับดูแลตนเองในการนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ประเภทรายการข่าว รายการละคร และโฆษณา

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากคู่มือจริยธรรมและการกำกับดูแลตนเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (2557) ระบุว่า การประกอบวิชาชีพสื่อในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องยึดมั่นหลักการจริยธรรมของสื่อ เพื่อรักษาไว้ซึ่งเกียรติยศ ศักดิ์ศรีของคนทำงาน เพื่อประโยชน์แห่งสังคมและประชาชนผู้บริโภคสื่อและความสงบสุขของสังคม โดยแบ่งออกเป็น 2 ระดับ ดังนี้

1. หลักการจริยธรรมขององค์กรกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

องค์กรในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ คือ หน่วยงาน บริษัท องค์กร สถาบัน ที่ดำเนินกิจการกระจายเสียงกิจการ โทรทัศน์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสาธารณะ และมีส่วนรับผิดชอบกับสังคมอย่างมาก เพื่อให้การบริหารงานในองค์กรเหล่านั้นๆ เป็นไปอย่างมีคุณธรรม และประสิทธิภาพองค์กรในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ควรยึดถือหลักการจริยธรรม 8 ข้อ ดังนี้

1.1 หลักผลประโยชน์สาธารณะ องค์กรต้องตระหนักถึงผลประโยชน์ส่วนรวมของประเทศเป็นสำคัญ ด้วยการนำเสนอข่าว เรื่องราวหรือประเด็นข้อถกเถียงที่กำลังอยู่ในความสนใจของประชาชน หรือที่มีผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของคนส่วนใหญ่ในสังคม เช่น อาชญากรรม การทุจริต คอร์รัปชัน การใช้อำนาจในทางมิชอบ พฤติกรรมของบุคลากรภาครัฐที่ละเลยต่อหน้าที่จนทำให้ประชาชนเสียประโยชน์ การทุจริต การค้ำมนุษย์ ฯลฯ ไม่ควรให้ผลประโยชน์ขององค์กรขัดแย้งกับผลประโยชน์สาธารณะ พึงตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม

1.2 หลักความเป็นอิสระ องค์กรต้องดำเนินงานบริหารองค์กรสื่ออย่างไม่ตกเป็นเครื่องมือ หรือกลุ่มกดดันทางการเมืองใดๆ มิยอมให้อำนาจทุนเข้ามาครอบงำความอิสระขององค์กรในการนำเสนอข่าวสารข้อมูลที่ประชาชนควรรับรู้

1.3 หลักสิทธิมนุษยชน องค์กรต้องให้ความสำคัญกับข้อมูลข่าวสารที่อยู่บนหลักสิทธิมนุษยชน ความเท่าเทียมตามสิทธิขั้นพื้นฐาน เห็นความสำคัญของความแตกต่างหลากหลายของผู้คน ไม่เหยียดหยาม แบ่งแยก หรือเลือกปฏิบัติ เพราะความแตกต่างในด้านเชื้อชาติ อายุ ภาษา วัฒนธรรม เพศ ความพิการ สุขภาพ ฐานะทางการเงิน ศาสนา การศึกษา และความคิดเห็นทางการเมืองที่ไม่ขัดต่อรัฐธรรมนูญ

1.4 หลักความสุจริต ซื่อสัตย์ องค์กรต้องไม่อยู่ภายใต้อิทธิพลของบุคคลหรือผลประโยชน์ที่มีพฤติกรรมส่อไปในทางทุจริต

1.5 หลักความโปร่งใส องค์กรต้องดำเนินการอย่างถูกกฎหมาย ซื่อสัตย์ ทั้งในระดับนโยบายขององค์กรและการปฏิบัติงาน

1.6 หลักการยอมรับการตรวจสอบ องค์กรต้องยอมรับกระบวนการตรวจสอบข้อเท็จจริงในการปฏิบัติงานสื่อ ทั้งจากภายในองค์กร และภายนอกองค์กร

1.7 หลักธรรมาภิบาล องค์กรต้องยึดถือการดำเนินงานโดยใช้หลักการธรรมาภิบาลในการดำเนินงาน ทั้งในการบริหารจัดการองค์กร ผลิตและเผยแพร่รายการ และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

1.8 หลักความคุ้มค่า องค์กรต้องยึดถือการใช้ทรัพยากรเพื่อการดำเนินการอย่างคุ้มค่า มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และคุ้มค่างบประมาณในการดำเนินงาน

2. หลักการจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพกระจายเสียงและโทรทัศน์

ผู้ประกอบวิชาชีพ หมายถึง ผู้รับใบอนุญาต ผู้บริหาร กรรมการ เจ้าของสื่อ ผู้ประกอบกิจการ พนักงาน ผู้ปฏิบัติงานในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยหลักการ 14 ข้อ ดังต่อไปนี้

2.1 จริยธรรม ผู้ประกอบวิชาชีพต้องประกอบวิชาชีพด้วยสุจริต บริสุทธิ์ ยึดรอบจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชน ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารสารสนเทศ เป็นแนวทางเกียรติภูมิ ศักดิ์ศรีแห่งวิชาชีพ

2.2 ความเป็นอิสระผู้ประกอบวิชาชีพต้องปฏิบัติงานอย่างมีความเป็นอิสระทางวิชาชีพ โดยไม่อยู่ภายใต้อิทธิพลทางการเมือง และกลุ่มผลประโยชน์ใด ต้องไม่ละเว้นการนำเสนอว่า รายงาน ผลิตรายการ ในเนื้อหาหรือเรื่องราวที่สาธารณชนต้องรับรู้ สมควรได้รับรู้ แม้การนำเสนออาจส่งผลกระทบต่อบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องก็ตาม

2.3 สิทธิมนุษยชน ผู้ประกอบวิชาชีพต้องเคารพสิทธิมนุษยชน และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ เห็นคุณค่าและความสำคัญในความแตกต่างหลากหลายของมนุษย์ ไม่เหยียดหยาม ไม่แบ่งแยก ไม่เลือกปฏิบัติ ต่อบุคคลเพราะเหตุแห่งความแตกต่างในเรื่องถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ ภาษา เพศสภาพ เพศวิถี อายุ ความพิการ

สภาพทางกายหรือสุขภาพ สถานะของบุคคล ฐานะทางเศรษฐกิจหรือสังคม ความเชื่อทางศาสนา การศึกษาอบรม หรือความคิดเห็นทางการเมืองที่ไม่ขัดต่อรัฐธรรมนูญ

2.4 ความทั่วถึง ผู้ประกอบวิชาชีพต้องคำนึงถึงประชาชนคนส่วนมาก เพื่อให้ประชาชนส่วนมากได้ใช้บริการของสื่อ และเพื่อประโยชน์ของสื่อที่ถูกใช้ประโยชน์ด้วยประชาชนจำนวนมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เพื่อให้ประชาชนทุกคนได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างเท่าเทียมกันโดยไม่แบ่งแยกชนชั้นทางสังคมหรือรายได้

2.5 หลักความเท่าเทียม ผู้ประกอบวิชาชีพต้องคำนึงถึงความเสมอภาค ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนทั้งในระดับชาติ ระดับท้องถิ่น ชนบทห่างไกล คนพิการที่มีข้อจำกัดในการเข้าถึงสื่อวิทยุและโทรทัศน์ กลุ่มเด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุ ผู้ด้อยโอกาสเป็นต้นโดยไม่เลือกปฏิบัติต่อประชาชนที่มีความแตกต่างทางกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม

2.6 ความหลากหลาย ผู้ประกอบวิชาชีพต้องคำนึงถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรม ทักษะคิดรสนิยม พื้นที่ ภูมิสำเนา เชื้อชาติ ในการนำเสนอข่าวสาร สาระ บันเทิง ทั้งในแง่เนื้อหารายการและกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันควรมีการส่งเสริมกลุ่มผู้ผลิตอิสระขนาดเล็ก กระจายตัว ไม่ผูกขาด เพื่อเป็นทางเลือกในการนำเสนอรายการวิทยุและโทรทัศน์ที่ตอบสนองความสนใจที่หลากหลายในสังคม

2.7 การพัฒนา ผู้ประกอบวิชาชีพต้องพัฒนาระดับคุณภาพของวิชาชีพ ทั้งในแง่ของการผลิตและนำเสนอรายการ ให้ความสำคัญกับการวิจัยและการพัฒนารายการและผู้ชมผู้ฟังให้ความสำคัญกับการรับฟังเสียงสะท้อนจากผู้บริโภคสื่อ ส่งเสริมให้มีเกิดการมีส่วนร่วมของคนดู คนฟังอย่างกว้างขวาง

2.8 หลักพื้นที่สาธารณะ ผู้ประกอบวิชาชีพต้องส่งเสริมสิทธิเสรีภาพในการแสดงออกของประชาชนทุกกลุ่ม เปิดพื้นที่ให้มีการวิพากษ์ทางความคิดอย่างสร้างสรรค์

2.9 หลักความถูกต้องเที่ยงตรง ผู้ประกอบวิชาชีพต้องนำเสนอหรือเป็นสื่อกลางของข้อมูลที่ถูกต้องเที่ยงตรงต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ไม่บิดเบือนแต่งเติม มีการจำแนกให้ผู้รับสารเข้าใจว่าเป็นรายการข่าวที่ประกอบด้วยข้อเท็จจริงหรือเป็นรายการที่ประกอบด้วยความคิดเห็นส่วนตัวของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ

2.10 วัตถุวิสัย ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อต้องนำเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างเที่ยงตรงต่อสถานะเหตุการณ์ตามข้อเท็จจริง โดยเฉพาะในการรายงานข่าวและเหตุการณ์ปัจจุบัน ต้องไม่แสดงหรือสอดแทรกความคิดเห็นของตนเองลงไปในการรายงานข่าว ต้องตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลก่อนนำเสนอ

2.11 หลักความไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใด ผู้ประกอบวิชาชีพต้องเสนอรายงานข่าว เหตุการณ์ปัจจุบัน หรือรายการทั่วไป โดยเฉพาะเนื้อหาที่เกี่ยวกับการเมือง เศรษฐกิจ สังคม อย่างตรงไปตรงมาตามสภาพข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ ไม่อคติ เอนเอียง ไม่ใส่ร้ายป้ายสี หรือยั่วยุให้เกิดความเกลียดชังระหว่างกัน

2.12 ความสมดุล เป็นธรรม ผู้ประกอบวิชาชีพต้องให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายที่ถูกคาดหวัง กล่าวหา หรือมีส่วนได้เสียในเรื่องรานั้น ได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น เปิดโอกาสให้แหล่งข่าวในการชี้แจงหรือปฏิเสธ และ อภิปรายโต้เถียงบนฐานของข้อมูล ความจริง และเหตุผล โดยเสมอหน้ากัน บนหลักการประชาธิปไตย

2.13 ผลประโยชน์สาธารณะ ผู้ประกอบวิชาชีพ ต้องนึกถึงผลประโยชน์ส่วนรวมของประเทศชาติและสังคมเป็นสำคัญ ไม่ว่าผู้ประกอบวิชาชีพจะถือใบประกอบกิจการเพื่อบริการธุรกิจ บริการชุมชน หรือบริการสาธารณะ ไม่ควรให้ผลประโยชน์ส่วนตัวหรือขององค์กรสำคัญสูงสุดเหนือผลประโยชน์สาธารณะ โดยเฉพาะในกรณีสถานการณ์วิกฤต เหตุการณ์ความไม่สงบ จลาจล สงคราม หรือความแตกแยกของผู้คนในสังคม ควรยึดถือประโยชน์ของชาติเป็นสำคัญสูงสุด

2.14 เกียรติยศ ศักดิ์ศรี ผู้ประกอบวิชาชีพ ต้องไม่ประพฤติปฏิบัติใดๆ อันจะนำมาซึ่งความเสื่อมเสียเกียรติ ศักดิ์ศรีแห่งวิชาชีพ ต้องไม่อวดอ้างหรืออาศัยตำแหน่งหน้าที่ เพื่อเรียกร้องสิทธิหรือผลประโยชน์ใดๆ ที่ไม่ชอบธรรม ต้องละเว้นการรับอามิสสินจ้างอันมีค่าหรือผลประโยชน์ใดๆ เพื่อให้กระทำการหรือไม่กระทำการใดอันจะขัดต่อการปฏิบัติหน้าที่เพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้อง รอบด้าน

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

จากประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 5,695,956 คน (ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร, 2553) เมื่อคำนวณตัวอย่างจากสูตรการคำนวณของ Taro Yamane แล้ว พบว่าได้จำนวนตัวอย่าง 399.97 ตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ดังนั้น ใช้ตัวอย่างในการศึกษา จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลการวิจัย ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 พฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์และรับฟังวิทยุกระจายเสียง ตอนที่ 3 ความคิดเห็นต่อหลักการจริยธรรมขององค์กรกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ตอนที่ 4 ความคิดเห็นต่อสิ่งควรทำในการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ ตามประเภทรายการข่าว รายการละคร และโฆษณา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Random Sampling) และแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ตามเขตพื้นที่ทั้งหมด 6 เขตพื้นที่ ด้วยการจับสลากรายชื่อตามเขตพื้นที่นโยบายการพัฒนาเมือง

เขตพื้นที่ละ 66 หรือ 67 คน จากนั้นใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยเก็บแบบสอบถามจากตัวอย่างที่อายุ 20 ปี ขึ้นไป รวมจำนวน 400 ตัวอย่าง ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

กลุ่ม เขต	รัตนโกสินทร์ ป้อมปราบ	บูรพา บางกะปิ	ศรีนครินทร์ มีนบุรี	เจ้าพระยา บางนา	กรุงธน บางพลัด	พระนครเหนือ บางเขน
จำนวน	67	67	67	67	66	66

การวิเคราะห์ข้อมูล

ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย รวมทั้งการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regressions analysis) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ใช้อธิบายการพยากรณ์ความคิดเห็นต่อหลักการจริยธรรม ขององค์กรกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อสิ่งควรทำในการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 โดยกลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 25 – 29 ปี จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 มากที่สุด รองลงมาอายุระหว่าง 20 – 24 ปี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.80 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 75.50 รองลงมาสมรสแล้ว จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 75.50 รองลงมา มัธยมศึกษา/ ปวช./ ปวส. จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมา ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 โดยมีภูมิลำเนา (สถานที่อยู่ตามทะเบียนบ้าน) ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาในต่างจังหวัด จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00

พฤติกรรมกรรรับชมโทรทัศน์และรับฟังวิทยุกระจายเสียง

1) การรับชมรายการโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างในช่วงระยะ 1 สัปดาห์ สูงที่สุด คือ รับชมเป็นประจำทุกวัน จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 รองลงมา คือ รับชมสัปดาห์ละ 5 - 6 วัน จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3

2) ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการรับชมรายการโทรทัศน์ในแต่ละครั้งสูงที่สุด คือ ครั้งละ 1 - 2 ชั่วโมง จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมา คือ รับชมครั้งละน้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0

3) การรับฟังรายการวิทยุของกลุ่มตัวอย่างในช่วง 1 สัปดาห์ สูงที่สุด คือ รับฟังน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 วัน จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมา คือ รับฟังสัปดาห์ละ 5 - 6 วัน จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0

4) ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการรับฟังรายการวิทยุในแต่ละครั้ง สูงที่สุดคือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมา คือ ครั้งละ 1 - 2 ชั่วโมง จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0

5) ประเภทรายการวิทยุที่กลุ่มตัวอย่างสนใจเลือกรับฟังเป็นประจำ สูงที่สุดคือ รายงานข่าว จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมา คือ เพลง จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3

6) ประเภทรายการโทรทัศน์ที่กลุ่มตัวอย่างสนใจเลือกรับชมเป็นประจำสูงที่สุดคือ ภาพยนตร์การ์ตูน จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 รองลงมา คือ ข่าว จำนวน 81 คน คิดเป็น ร้อยละ 20.3

ความคิดเห็นต่อหลักการจริยธรรมขององค์กรกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

ความคิดเห็นต่อหลักการจริยธรรมขององค์กรกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวม 4.70 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด โดยอันดับแรก คือ หลักผลประโยชน์สาธารณะ องค์กรสื่อตระหนักถึงผลประโยชน์ส่วนรวมของประเทศเป็นสำคัญ ด้วยการนำเสนอข่าว เรื่องราวหรือประเด็นที่มีผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของคนส่วนใหญ่ในสังคม ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.81, S.D. = 0.50) รองลงมา คือ หลักความคุ้มค่า องค์กรสื่อต้องยึดถือการใช้ทรัพยากรเพื่อการดำเนินงานอย่างคุ้มค่า มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และคุ้มค่าแก่งบประมาณในการดำเนินงาน ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.75, S.D. = 0.55)

ความคิดเห็นต่อสิ่งควรทำในการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ ประเภทรายการข่าว

ความคิดเห็นต่อสิ่งควรทำในการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ ประเภทรายการข่าว อันดับแรก คือ ให้ความสำคัญในการนำเสนอข่าวท้องถิ่น และใช้นักข่าวในพื้นที่ในการรายงานข่าวท้องถิ่นเพราะมีความชำนาญในพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย = 4.76, S.D. = 0.50) ระดับมากที่สุด รองลงมา คือ เสนอข่าวโดยเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์เคารพความแตกต่างทางวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ เชื้อชาติ ศาสนา เพศ กลุ่มผู้ด้อยโอกาส (ค่าเฉลี่ย = 4.73, S.D. = 0.50)

ความคิดเห็นต่อสิ่งควรทำในการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ ประเภทรายการละคร

ความคิดเห็นต่อสิ่งควรทำในการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ ประเภทรายการละคร อันดับแรก คือ จัดเวลาการออกอากาศให้เหมาะสม เพื่อที่เด็กจะไม่ได้รับชมรายการ หรือการแสดงที่ไม่เหมาะสมสำหรับวัย และไม่ควรวางรายการละครที่มีเนื้อหาความรุนแรงมากๆ ใกล้กับรายการเด็ก (ค่าเฉลี่ย = 4.79, S.D. = 0.48) ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ให้ความสำคัญกับการผลิตละครอย่างมีจรรยาบรรณทุกขั้นตอน ตั้งแต่การผลิต การถ่ายทำ การสร้างสรรค์งานศิลป์ ทั้งบท การคัดเลือกนักแสดง การกำกับ ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.78, S.D. = 0.48)

ความคิดเห็นต่อสิ่งควรทำในการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ ประเภทรายการโฆษณา

ความคิดเห็นต่อสิ่งควรทำในการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ ประเภทรายการโฆษณา อันดับแรก คือ นำเสนอโฆษณาที่คงไว้ซึ่งวัฒนธรรมอันดี เคารพต่อศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ เชื้อชาติ ศาสนา และความเชื่อของสังคมนั้นๆ ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.75, S.D. = 0.51) เท่ากันกับการระบุค่าเตือนหรือข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสินค้าที่สามารถเห็นได้ชัดไว้ในโฆษณา (ค่าเฉลี่ย = 4.75, S.D. = 0.52) ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ใช้คำพูดสุภาพเหมาะสม ไม่สื่อไปในทางดูถูกเหยียดหยามชาติพันธุ์ เชื้อชาติ สีผิว ในการนำเสนอสินค้า ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.73, S.D. = 0.54)

ปัจจัยสิ่งควรทำในการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ ประเภทรายการข่าวที่พยากรณ์หลักการจริยธรรมขององค์กรกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณปัจจัยสิ่งควรทำในการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ ประเภทรายการข่าวที่พยากรณ์หลักการจริยธรรมขององค์กรกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ โดยแบบจำลอง 1) ให้ความสำคัญในการนำเสนอข่าวท้องถิ่น เช่น ชุมชนที่ได้รับความเดือดร้อน การไม่ได้รับความเป็นธรรม และใช้นักข่าวในพื้นที่ในการรายงานข่าวท้องถิ่นเพราะมีความชำนาญในพื้นที่ 2) ตรวจสอบและกลั่นกรองข้อมูลจากแหล่งข่าวอย่างรอบคอบก่อนนำเสนอ และเคารพสิทธิส่วนบุคคลของผู้เป็นแหล่งข่าว สามารถพยากรณ์หลักการจริยธรรมขององค์กรกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ร้อยละ 52 ($R^2 = 0.52$) ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณปัจจัยสิ่งควรทำในการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ ประเภทรายการข่าวที่พยากรณ์หลักการจริยธรรมขององค์กรกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

ตัวแปรพยากรณ์	β	SE	Beta	t	p
1) ให้ความสำคัญในการนำเสนอข่าวท้องถิ่น เช่น ชุมชนที่ได้รับความสะดวกอื่น การไม่ได้รับความเป็นธรรม และใช้นักข่าวในพื้นที่ในการรายงานข่าวท้องถิ่นเพราะมีความชำนาญในพื้นที่	3.001	0.28	0.44	10.69	0.00
2) ตรวจสอบและกลั่นกรองข้อมูลจากแหล่งข่าวอย่างรอบคอบก่อนนำเสนอ และเคารพสิทธิส่วนบุคคลของผู้เป็นแหล่งข่าว	2.40	0.26	0.37	8.90	0.00
$R^2=0.52$		ค่าคงที่ = 12.05			

ปัจจัยสิ่งควรทำในการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ ประเภทรายการละครที่พยากรณ์หลักการจริยธรรมขององค์กรกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณปัจจัยสิ่งควรทำในการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ประเภทรายการละครที่พยากรณ์หลักการจริยธรรมขององค์กรกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ โดยแบบจำลอง 1) แสดงเรตติ้งกำกับรายการละครให้ตรงกับเนื้อหาในด้านในอย่างถูกต้อง เช่น “น 18” เหมาะกับผู้ชมที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี ควรได้รับคำแนะนำ ออกอากาศหลัง 22.00 – 05.00 น. “ฉ” รายการเฉพาะไม่เหมาะสำหรับเด็กและเยาวชน ออกอากาศหลัง 24.00 น. 2) ส่งเสริมละครที่มีการนำเสนอภาพเชิงบวกของกลุ่มบุคคลต่างๆ เพื่อแก้ไขปัญหาความอคติต่อกลุ่มคนชาติพันธุ์ต่างๆ หรือละครที่ส่งเสริมความมูมานะ ใฝ่สัมฤทธิ์ในเชิงสัมมาอาชีพ 3) ผลิตรายการละครที่ส่งเสริม การเรียนรู้ จริยธรรม คุณธรรม ทักษะชีวิต การอยู่ร่วมกันอย่างหลากหลายในสังคม และความรักความสามัคคีในครอบครัว สามารถพยากรณ์หลักการจริยธรรมขององค์กรกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ร้อยละ 59 ($R^2 = 0.59$) ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณปัจจัยสังเคราะห์ในการทำในการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ประเภทรายการละครที่พยากรณ์หลักการจริยธรรมขององค์กรกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

ตัวแปรพยากรณ์	β	SE	Beta	t	p
1) แสดงเรตติ้งกำกับรายการละครให้ตรงกับเนื้อหา ด้านในอย่างถูกต้อง เช่น "น 18" เหมาะกับผู้ชมที่มี อายุน้อยกว่า 18 ปี ควรได้รับคำแนะนำ ออกอากาศ หลัง 22.00 - 05.00 น. "ฉ" รายการเฉพาะไม่เหมาะ สำหรับเด็กและเยาวชน ออกอากาศหลัง 24. 00 น.	1.80	0.31	0.26	5.69	0.00
2) ส่งเสริมละครที่มีการนำเสนอภาพเชิงบวกของ กลุ่มบุคคลต่าง ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาความอคติต่อกลุ่ม คนชาติพันธุ์ต่างๆ หรือละครที่ส่งเสริมความมุนานะ ใฝ่สัมฤทธิ์ในเชิงสัมมาอาชีพ	2.37	0.27	0.34	8.60	0.00
3) ผลิตรายการละครที่ส่งเสริม การเรียนรู้ จริยธรรม คุณธรรม ทักษะชีวิต การอยู่ร่วมกันอย่างหลากหลาย ในสังคม และความรักความสัมพันธ์ในครอบครัว	1.96	0.27	0.30	7.06	0.00
$R^2=0.59$		ค่าคงที่ = 8.47			

ปัจจัยสังเคราะห์ในการทำในการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ ประเภทรายการโฆษณาที่พยากรณ์หลักการจริยธรรมขององค์กรกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณปัจจัยสังเคราะห์ในการทำในการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ประเภทรายการโฆษณาที่พยากรณ์หลักการจริยธรรมขององค์กรกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ โดยแบบจำลอง 1) นำเสนอโฆษณาที่คงไว้ซึ่งวัฒนธรรมอันดี เคารพต่อศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ เชื้อชาติ ศาสนา และความเชื่อของสังคมนั้นๆ 2) บอกเลขที่ใบอนุญาตสินค้าและเลขที่สินค้าที่ได้รับอนุญาตโฆษณา 3) โฆษณาเฉพาะสินค้าที่ผ่านการอนุญาตตามกฎหมาย สามารถพยากรณ์หลักการจริยธรรมขององค์กรกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ร้อยละ 58 ($R^2 = 0.58$) ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณปัจจัยสิ่งแวดล้อมในการทำในการประกอบกิจการวิสาหกิจกระจายเสียงและโทรทัศน์ ประเภทรายการโฆษณาที่พยากรณ์หลักการจริยธรรมขององค์กรกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

ตัวแปรพยากรณ์	β	SE	Beta	t	p
1) นำเสนอโฆษณาที่คงไว้ซึ่งวัฒนธรรมอันดี การต่อต้านค่านิยมที่เป็นมนุษย์เชิดชวาศาสนา และความเชื่อของสังคมนั้นๆ	2.68	0.25	0.40	0.59	0.00
2) บอกเลขที่ใบอนุญาตสินค้าและเลขที่สินค้าที่ได้รับอนุญาตโฆษณา	1.88	0.22	0.31	8.45	0.00
3) โฆษณาเฉพาะสินค้าที่ผ่านการอนุญาตตามกฎหมาย	1.54	0.21	0.26	7.28	0.00
$R^2=0.58$		ค่าคงที่ = 9.10			

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย พบว่า มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรัชย์ เลาคำ (2553) ศึกษาเกี่ยวกับจริยธรรมสมาคมนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย และกฤษณ์ท แสหนทวี (2555) พบว่า ปัจจัยที่สามารถอธิบายถึงบทบาทหน้าที่ในการนำเสนอข่าวการเมืองได้มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านจริยธรรม ผลการวิจัยพบว่า การนำเสนอ 1) รายการข่าว ควร (1) ให้ความสำคัญในการนำเสนอข่าวท้องถิ่น เช่น ชุมชนที่ได้รับผลกระทบ การไม่ได้รับความเป็นธรรม และใช้นักข่าวในพื้นที่ในการรายงานข่าวท้องถิ่นเพราะมีความชำนาญในพื้นที่ (2) ตรวจสอบและกลั่นกรองข้อมูลจากแหล่งข่าวอย่างรอบคอบก่อนนำเสนอ และเคารพสิทธิส่วนบุคคลของผู้เป็นแหล่งข่าว 2) การนำเสนอรายการละคร ควร (1) แสดงเรตติ้งกำกับรายการละครให้ตรงกับเนื้อหาด้านในอย่างถูกต้อง เช่น “น 18” เหมาะกับผู้ชมที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี ควรได้รับคำแนะนำ ออกอากาศหลัง 22.00 – 05.00 น. “ฉ” รายการเฉพาะไม่เหมาะสำหรับเด็กและเยาวชน ออกอากาศหลัง 24.00 น. (2) ส่งเสริมละครที่มีการนำเสนอภาพเชิงบวกของกลุ่มบุคคลต่างๆ เพื่อแก้ไขปัญหาความอคติต่อกลุ่มคนชาติพันธุ์ต่างๆ หรือละครที่ส่งเสริมความมุนานะ ฝั้สัมฤทธิ์ในเชิงสัมมาอาชีพ (3) ผลิตรายการละครที่ส่งเสริม การเรียนรู้ จริยธรรม คุณธรรม ทักษะชีวิต การอยู่ร่วมกันอย่างหลากหลายในสังคม และความรักความสามัคคีในครอบครัว และ 3) การนำเสนอรายการโฆษณา ควร (1) นำเสนอโฆษณาที่คงไว้ซึ่งวัฒนธรรมอันดี การต่อต้านค่านิยมที่เป็นมนุษย์เชิดชวาศาสนา และความเชื่อของสังคมนั้นๆ (2) บอกเลขที่ใบอนุญาตสินค้าและเลขที่สินค้าที่ได้รับอนุญาตโฆษณา (3) โฆษณาเฉพาะสินค้าที่ผ่านการอนุญาตตามกฎหมาย

ผลการวิจัยดังกล่าว เป็นการสะท้อนถึงจริยธรรม ตามทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งเกิดขึ้นจากการที่สื่อมวลชนทั้งหลาย ตระหนักถึงหน้าที่และความรับผิดชอบต่อตนเองมากขึ้น โดยมีจริยบรรณต่างๆ ที่เกิดขึ้นและคำนึงถึงความต้องการของประชาชนมากขึ้น จุดสำคัญของทฤษฎีนี้คือ สื่อมวลชนมีหน้าที่แจ้งข่าวสาร ให้ความบันเทิง ยกระดับสติปัญญาของประชาชน ให้เห็นคุณค่าของการอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นการควบคุมสื่อมวลชน ทำโดยมติของประชาชน ปฏิกริยาของผู้อ่าน ผู้ฟัง และจริยธรรมในทางวิชาชีพ หลักการสำคัญทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมสรุปได้ดังนี้ 1) สื่อมวลชนควรจะต้องยอมรับและปฏิบัติให้ถูกต้องในภาระหน้าที่ที่เป็นพันธกิจต่อสังคม 2) ภาระหน้าที่เหล่านี้โดยหลักสำคัญต้องบรรลุถึงมาตรฐานวิชาชีพในด้านข่าวสาร สังคม ความถูกต้อง ความเป็นกลาง และความสมดุล 3) ในการยอมรับและนำไปปฏิบัติของภาระหน้าที่เหล่านี้ สื่อมวลชนจะควบคุมตนเองภายใต้กรอบแห่งกฎหมายและสถาบันที่ธำรงอยู่ 4) สื่อมวลชนควรจะต้องหลีกเลี่ยงสิ่งใดก็ตาม อาจจะนำไปสู่อาชญากรรม ความรุนแรง หรือความไม่สงบ หรือแสดงความก้าวร้าวต่อเชื้อชาติ หรือศาสนาของชนกลุ่มน้อยในสังคม 5) สื่อมวลชนโดยทั่วไปควรจะต้องเปิดกว้าง และสะท้อนความหลากหลายของสังคม เปิดโอกาสให้ความคิดเห็นของทุกฝ่ายได้เข้าถึง และให้สิทธิประชาชนในการที่จะตอบกลับมายังสื่อมวลชน 6) สังคมและสาธารณะมีสิทธิที่จะคาดหวังการปฏิบัติในระดับมาตรฐานที่สูงของสื่อมวลชน และการแทรกแซงอาจจะต้องถือว่าไม่เป็นเรื่องผิด หากเพื่อความดีงามของสาธารณะ และ 7) นักการศาสตร์และวิชาชีพสื่อมวลชนจะต้องเป็นที่วางใจหรือเชื่อถือได้ของสังคมเช่นเดียวกับนายจ้างหรือตลาดผู้บริโภคสื่อ (พัชนี เจริญรยา และคณะ, 2541; พีระ จิร โสภณ, 2548)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ในเบื้องต้นองค์กรสื่อควรให้ความสำคัญต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งเกิดขึ้นจากการที่สื่อมวลชนทั้งหลาย ตระหนักถึงหน้าที่และความรับผิดชอบต่อตนเองมากขึ้น โดยมีจริยบรรณต่างๆ ที่เกิดขึ้นและคำนึงถึงความต้องการของประชาชนมากขึ้น จุดสำคัญของทฤษฎีนี้คือ สื่อมวลชนมีหน้าที่แจ้งข่าวสาร ให้ความบันเทิง ยกระดับสติปัญญาของประชาชน

2. ในการนำเสนอข่าวองค์กรสื่อควร (1) ให้ความสำคัญในการนำเสนอข่าวท้องถิ่น เช่น ชุมชนที่ไม่ได้รับความเดือดร้อน การไม่ได้รับความเป็นธรรม และใช้นักข่าวในพื้นที่ในการรายงานข่าวท้องถิ่นเพราะมีความชำนาญในพื้นที่ (2) ตรวจสอบและกลั่นกรองข้อมูลจากแหล่งข่าวอย่างรอบคอบก่อนนำเสนอ และเคารพสิทธิส่วนบุคคลของผู้เป็นแหล่งข่าว

3. ในการผลิตรายการละครผู้ผลิตควรให้ความสำคัญต่อ (1) แสดงเรตติ้งกำกับรายการละครให้ตรงกับเนื้อหาด้านในอย่างถูกต้อง (2) ส่งเสริมละครที่มีการนำเสนอภาพเชิงบวกของกลุ่มบุคคลต่างๆ

เพื่อแก้ไขปัญหาความอคติต่อกลุ่มคนชาติพันธุ์ต่างๆ หรือละครที่ส่งเสริมความมูมานะ ใฝ่สัมฤทธิ์ในเชิงสัมมาอาชีพ (3) ผลิตรายการละครที่ส่งเสริม การเรียนรู้ จริยธรรม คุณธรรม ทักษะชีวิต การอยู่ร่วมกันอย่างหลากหลายในสังคม และความรักความสามัคคีในครอบครัว

4. ในการผลิตโฆษณาเพื่อออกอากาศทางกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ผู้ผลิตและผู้ออกอากาศควร (1) นำเสนอโฆษณาที่คงไว้ซึ่งวัฒนธรรมอันดี เคารพต่อศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์เชื้อชาติ ศาสนา และความเชื่อของสังคมนั้นๆ (2) บอกเลขที่ใบอนุญาตสินค้าและเลขที่สินค้าที่ได้รับอนุญาตโฆษณา (3) โฆษณาเฉพาะสินค้าที่ผ่านการอนุญาตตามกฎหมาย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาในกลุ่มนักวิชาชีพสื่อสารมวลชน เช่น ผู้สื่อข่าว ผู้ผลิตรายการละคร ผู้ผลิตรายการโฆษณาถึงความเป็นไปได้ต่อการดำเนินงานตามหลักการกำกับดูแลตนเองให้ได้ครอบคลุมตามหลักการจริยธรรมขององค์กรกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

2. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยที่สามารถอธิบายสิ่งที่ไม่ควรทำในการนำเสนอรายการข่าว รายการละคร และการโฆษณา จากกลุ่มประชาชนผู้รับสาร และจากกลุ่มผู้ผลิตหรือองค์กรสื่อ

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2547). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสันเพรสโปรดักส์.
- กฤษณ์ทิพย์ แสนทวี. (2555). *บทบาทหน้าที่ในการนำเสนอข่าวการเมืองของสื่อมวลชนไทย*. รายงานการวิจัย, วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จิตินันท์ พงษ์สุทธิรักษ์ และวีระยุทธ กาญจน์ชูฉัตร. (2547). *นุเคราะห์สื่อไทย: สภาพปัญหาและแนวทางการพัฒนา*. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
- พัชนี เขยจรยา และคณะ. (2541). *แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพฯ: ข้าวฟ่าง.
- พิรกร รามสูต. (2556). *การกำกับดูแลเนื้อหาอินเทอร์เน็ต*. ศูนย์ศึกษานโยบายสื่อ คณะนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิรกร รามสูต วัฒนันท์ และศศิธรยู โกลด. (2546). *การกำกับดูแลเนื้อหาของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พีระ จิโรโสภณ. (2548). *ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน*. ในเอกสารการสอนชุดวิชาการปรัชญานิเทศศาสตร์ และทฤษฎีการสื่อสาร (หน่วยที่ 10). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุรัชย์ เลาคำ. (2553). *การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการแสดงบทบาทผู้นำเผ่าบ้านของนักหนังสือพิมพ์*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.



สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)

(2556). ฐานข้อมูลองค์กรวิชาชีพและบทเรียนการควบคุมตนเองด้านจริยธรรมขององค์กรวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและกิจการ โทรทัศน์ไทย. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

_____. (2557). คู่มือจริยธรรมและการกำกับดูแลตนเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์. (2558). รายงานการศึกษารูปข้อมูลและสาระสำคัญจากการประชุมและศึกษาดูงาน โครงการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการกำกับดูแลตนเอง มาตรฐานจริยธรรมและการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพสื่อของประเทศในกลุ่มอาเซียน. สำนักส่งเสริมการแข่งขันและกำกับดูแลตนเองสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.). อุดรดิตถ์: ผู้แต่ง.

Chung, D. (2007). *Media Roles and Audience Engagement: Relationships between Perceptions of Journalists' Functions and Uses of Interactive Features*. Retrieved May 16, 2011, from: <http://www.allacademic.com>

DeVito, A. (2008). *There is No Right Answer: What Does Media Ethics Mean to Journalism Students?* Retrieved May 16, 2011, from: <http://www.allacademic.com>
