

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

อานนท์ นันตสุคนธ์<sup>1</sup>, รศ.ดร.พรพรหม ชมงาม<sup>2</sup>

<sup>1</sup>นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

<sup>2</sup>ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

### 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

### 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

## บทนำ

การนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนในประเทศไทย มีความผูกพันกับวิถีชีวิตของประชาชนมาอย่างยาวนาน ตั้งแต่การนำเสนอข่าวสารในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ ผ่านทางหนังสือพิมพ์รายวัน หนังสือพิมพ์รายปักษ์ นิตยสาร วารสาร สู่อำนาจนำเสนอข่าวในรูปแบบสื่อวิทยุ รายงานข่าวผ่านทางเสียงของผู้บรรยายหรือผู้ประกาศ สู่อำนาจนำเสนอข่าวในรูปแบบสื่อโทรทัศน์ ที่มีการนำเสนอทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียงประกอบเข้าด้วยกัน สามารถให้ผู้ชมได้รับชมข่าวสาร เข้าถึง และเข้าใจเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้มากขึ้น ผ่านการรับรู้ทางประสาทสัมผัสที่มากกว่าการอ่าน การชมภาพนิ่ง และการฟังเพียงเท่านั้น และในปัจจุบัน การนำเสนอข่าวสารก็พัฒนาสู่ยุคดิจิทัลแบบเต็มตัว ที่นอกจากจะได้รับรู้ข่าวสาร ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียงแบบเดียวกับสื่อโทรทัศน์แล้ว ประชาชนซึ่งเป็นผู้รับสารยังได้รับข่าวสารตลอดเวลา ไม่จำเป็นต้องรอช่วงเวลาของรายการข่าว อีกทั้งยังสามารถแสดงความคิดเห็นถึงประเด็นข่าวต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้ทันที พร้อมกับทุกๆ คนบนโลก การนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนจึงมีผลต่อประชาชนเป็นอย่างมาก ดังที่ เดอร์เฟอร์ และ เดนนิส (Defleur and Denis, 1996) ได้กล่าวไว้ว่า สื่อมวลชนมีการหลั่งไหลข้อมูลข่าวสารต่อเนื่อง สามารถสร้างอิทธิพลทางความคิด ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และมีอิทธิพลทางความเชื่อมั่น เจตคติ อารมณ์ พฤติกรรมของผู้รับสารด้วย

ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและความนิยมของสื่อออนไลน์ ทำให้รูปแบบการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่สื่อดั้งเดิมอีกต่อไป สื่อมวลชนใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางการสื่อสารกับผู้รับสารมากขึ้น ลักษณะเนื้อหาข่าวออนไลน์ที่เหมาะสมกับการนำเสนอบนสื่อออนไลน์ต้องสั้น กระชับ รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ และมุ่งตอบสนองด้านความเร็วในการนำเสนอข่าวมากขึ้น ซึ่งเป็นจุดเด่นของสื่อออนไลน์ที่สามารถนำเสนอได้ตลอดทั้ง 24 ชั่วโมง ปรับข้อมูลให้ทันสมัยได้ตลอดเวลา และเน้นการมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้ทันที เป็นการกระตุ้นให้ผู้ช้กลับมามาดูติดตามได้อยู่เรื่อยๆ (สิริชัย วงษ์สาริตศาสตร์, 2549) พฤติกรรมของผู้รับสารในปัจจุบันว่ามีการใช้ชีวิตอยู่กับหน้าจอเป็นหลักโดยมีการเข้าถึงข่าวสารผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เฟซบุ๊ก, ทวิตเตอร์ และ อินสตาแกรม (Instagram) (กาญจนา แก้วเทพ, 2556)

ข่าวบันเทิง (Entertainment News) เป็นข่าวอีกหนึ่งประเภทที่ได้รับความสนใจจากประชาชนทั่วไป ซึ่งมีลักษณะเป็นข่าวเบา (soft news) ต่างจากข่าวที่เน้นสาระความรู้ โดยข่าวบันเทิงจะนำเสนอความเคลื่อนไหวของบุคคลในแวดวงบันเทิง ทั้งศิลปิน ดารา นักแสดง นักร้อง ผลงานทางด้านภาพยนตร์ ละคร ดนตรี ศิลปกรรม วรรณกรรม (วรจกณา ยินดีฉัตร, 2559) และด้วยลักษณะของข่าวบันเทิงที่นำเสนอความเคลื่อนไหวของบุคคลในแวดวงบันเทิง ที่ประชาชนทั่วไปให้ความสนใจและสามารถเข้าถึงได้ง่ายจากการเสพผลงานต่างๆ เป็นเหตุให้ ข่าวบันเทิง เป็นหัวข้อสนทนาในชีวิตประจำวันของประชาชน เนื่องจากประชาชนใช้ประโยชน์จากข่าวบันเทิงที่นำเสนอโดยสื่อมวลชน สร้างความสัมพันธ์ในสังคม เป็นหัวข้อในการพูดคุยกับบุคคลรอบข้างนั่นเอง (อรวิ บุนนาค, 2554)

ทั้งนี้การนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนในประเทศไทย ถูกวิพากษ์วิจารณ์ถึงการนำเสนอข่าว รวมถึงจริยธรรมและจรรยาบรรณบ่อยครั้ง การนำเสนอที่มีความคลาดเคลื่อนจากข้อเท็จจริง บิดเบือน มีอคติ ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ความประพฤติของผู้สื่อข่าวไม่เหมาะสม นำเสนอข่าวที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณชน ซึ่งลักษณะการนำเสนอข่าวมีทั้งการพาดหัวข่าวที่หมิ่นประมาทเกินจริง ภาพข่าวที่มีลักษณะอนาจาร แม้สื่อจะอ้างว่าเป็นการนำเสนอตามจริงแสดงถึงความตกต่ำทางศีลธรรมของสังคม แต่ลักษณะดังกล่าว ถือเป็นปัญหาด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณของวิชาชีพสื่อมวลชน ที่สาเหตุสำคัญมาจากธุรกิจ หวังสร้างความสนใจ ดึงดูดให้กับผู้อ่านข่าวสาร ไม่คำนึงถึงความเสียหายของผู้ที่ตกเป็นข่าว ส่งผลกระทบต่อผู้ที่อยู่ในการนำเสนอข่าว รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง และไม่คำนึงถึงชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือขององค์กรสื่ออีกด้วย (วิวัฒน์ ภูวทิศ, 2556)

อีกทั้งเมื่อรูปแบบการนำเสนอข่าวจากสื่อดั้งเดิม เป็นสื่อออนไลน์ ลักษณะการนำเสนอข้อมูลข่าวสารบนสื่อออนไลน์ของสื่อมวลชนไทย ส่วนมากจะเป็นการนำข่าวและข้อมูลที่ปรากฏในสื่อหลักมานำเสนอบนสื่อออนไลน์โดยไม่ได้ปรับเปลี่ยนเนื้อหา และให้ความสำคัญกับเรื่องช่วงเวลา ที่คาดว่าจะสามารถนำเสนอข่าวแบบเกาะติดสถานการณ์ได้ และรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาจะเรียงเรียงให้ดูสะอาด สะดวกต่อการค้นหาข้อมูล จัดหมวดหมู่เป็นลำดับขั้นตอน แต่การนำเสนอข่าวออนไลน์บนสื่อออนไลน์ก็มีข้อจำกัดในเรื่อง การนำเสนอผ่านจอภาพขนาดเล็ก และด้านความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร ปรากฏจากการตีความและแปลความจากสื่อมวลชน ในบางครั้งการนำเสนอข่าวบนสื่อออนไลน์ อาจมีปัญหาเกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวของบุคคล เนื่องจากความรวดเร็วในการรวบรวมข้อมูลมานำเสนอ (สิริชัย วงษ์สาธิตศาสตร์, 2549)

การตั้งคำถามเกี่ยวกับ จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อมวลชน ในการปฏิบัติหน้าที่และนำเสนอข่าว ไม่เพียงแต่จะเกิดขึ้นกับข่าวที่มีลักษณะเนื้อหาหนัก อาทิ ข่าวการเมือง ข่าวทั่วไป ข่าวเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ข่าวบันเทิง ก็ถูกตั้งคำถามเช่นเดียวกัน อาทิ การปฏิบัติหน้าที่สื่อมวลชนกับการนำเสนอข่าวการเสียชีวิตของ ปอ-ทฤษฎี สหวงษ์, การนำเสนอข่าวมือที่สามของคู่รัก แอป-ทักษอร เตชะณรงค์ และ สงกรานต์ เตชะณรงค์ ที่ โยงพิธีกรชื่อดัง กวาง-อรการ เข้ามาเกี่ยวข้อง เป็นต้น ซึ่งข่าวด้านลบที่เกิดขึ้นกับ ดารา นักแสดง ศิลปิน นักร้อง พิธีกร รวมถึงบุคคลเบื้องหลังของวงการบันเทิง อย่างผู้จัดละคร ผู้จัดการส่วนตัวของคนในแวดวงบันเทิง มักกระตุ้นความสนใจได้จากสาธารณชน มากกว่าข่าวด้านบวกที่นำเสนอเรื่องผลงานและความเคลื่อนไหวทั่วไป ข่าวในด้านลบ จะได้รับความสนใจหรือขายได้ ในแง่ของธุรกิจการนำเสนอและผลิตข่าวบันเทิง เนื่องจากการนำเสนอข่าวในด้านลบมีลักษณะชุดค้อยแบบเจาะลึกเรื่องของบุคคลสาธารณะที่อยู่ในความสนใจของประชาชน รูปแบบการนำเสนอ ด้านภาพ ภาษา ที่ตึงตูด (อรวิ บุญนาค, 2554) การนำเสนอดังกล่าว จึงเกิดการตั้งคำถามถึงการทำหน้าที่ของสื่อมวลชน และวิพากษ์วิจารณ์ถึงความไม่เหมาะสมของเนื้อหา ละเลยหลักจริยธรรม จรรยาบรรณ สื่อมวลชน และละเมิดสิทธิเสรีภาพส่วนบุคคลของกลุ่ม ศิลปิน นักร้อง ดารา นักแสดง และบุคคลเบื้องหลังที่ตกเป็นข่าว (วราศรี อัจฉริยะเดชา, 2558)

จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อมวลชนยุคสื่อดิจิทัล แม้สังคมจะมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี แต่การเป็นนักสื่อสารอาชีพยังคงต้องยึดหลักวิชาชีพให้มั่นคง ตระหนักในความรับผิดชอบสูงสุด ความถูกต้องและเหมาะสมในการนำเสนอข่าว สังคมคาดหวังว่าผู้เป็นมืออาชีพของนักการสื่อสารต่อการปฏิบัติหน้าที่ อีกทั้งความทันสมัยของยุคสื่อดิจิทัลทุกคนต่างเป็นผู้ผลิตข่าวสารได้ด้วยตัวเอง จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อจึงเป็นข้อกำหนดที่ชัดเจนในวิชาชีพนักสื่อสาร ที่ควรยึดปฏิบัติ ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือก็จะยังคงอยู่ต่อไป ไม่ถูกลดบทบาทในสังคม (ปณิษฐา ลีลายุทธ และ บุญเลิศ โอสถสุ, 2560)

จากสถานการณ์ปัจจุบันในการนำเสนอข่าวบันเทิงในสื่อออนไลน์ดังที่กล่าวไปข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา ปัจจัยอะไรบ้างที่มีผลต่อการปฏิบัติจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ทำหน้าที่สื่อมวลชนสายบันเทิง ปฏิบัติหน้าที่ตามหลักจรรยาบรรณ เป็นมาตรฐานในการทำหน้าที่ที่ถูกต้องมีประสิทธิภาพ และมีความรับผิดชอบต่อสังคม

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวบันเทิงของสื่อออนไลน์

## ขอบเขตการวิจัย

เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากผู้ทำหน้าที่ผู้สื่อข่าวบันเทิง ทั้งในระดับ หัวหน้าข่าว บรรณาธิการ และผู้สื่อข่าว จำนวน 100 คน จากทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ และ สื่อออนไลน์ ที่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านข่าวบันเทิงตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไป

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ตัวแปรต้นคือ ปัจจัยที่มีผลต่อจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ แบ่งเป็น ปัจจัยด้านนโยบายขององค์กร, ปัจจัยด้านสภาวะทางสังคมเศรษฐกิจ และการเมือง, ปัจจัยด้านบุคลากรสื่อ, ปัจจัยด้านรูปแบบการนำเสนอ และปัจจัยด้านผู้รับสาร ตัวแปรตามคือ จรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวบันเทิง แบ่งเป็น ความถูกต้องในการนำเสนอข่าวและแหล่งที่มาของข่าวสาร, การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล, ความรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศชาติ และรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว

## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีคำถามแบบปลายปิดในการเก็บข้อมูล โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นและความจริงจากผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด

### 2. ขั้นตอนการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา 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 ช่องไบททีวี ช่องวอยซ์ทีวี ช่องเนชั่น ช่องเวิร์คพอยท์ทีวี ช่องทรูฟอรัล ช่องจีเอ็มเอ็ม25 ช่องนาวาทีวี ช่อง8 ช่องโมโนทีวี ช่องวัน ช่องไทยรัฐทีวี ช่องอมรินทร์ทีวี และช่องพีพีทีวี ที่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านข่าวบันเทิงตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาผู้วิจัยเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยแบ่งประชากรออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบสื่อออนไลน์ และ กลุ่มสื่อโทรทัศน์ในรูปแบบสื่อออนไลน์ จากนั้นจะจับฉลากจากกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มละ 5 รายชื่อสื่อ โดยกลุ่มสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบสื่อออนไลน์ ได้แก่ ไทยรัฐ ข่าวสด เดลินิวส์ มติชน และ ผู้จัดการ ส่วนกลุ่มสื่อโทรทัศน์ในรูปแบบสื่อออนไลน์ ได้แก่ ช่อง 3 ช่อง 7 เวิร์คพอยท์ทีวี สปริงนิวส์ และ โมเดิร์นไนน์ทีวี โดยแต่ละรายชื่อจะสุ่มกลุ่มตัวอย่างรายชื่อละ 10 คน รวมทั้งหมด 100 คน

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวบันเทิง การทำแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยเป็นการตอบแบบสอบถามแบบครั้งเดียว ผ่านทางระบบการตอบแบบสอบถามออนไลน์ หรือ Google Docs

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานในแต่ละข้อ ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสองตัวแปร จะใช้สถิติ การถดถอยพหุคูณแบบตัวแปรตามพหุนาม (Multivariate. Multiple Regression: MMR) และใช้ค่าสถิติ sig ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในการทดสอบ

## ผลการวิจัย

ข้อมูลประชากร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 58 อยู่ในช่วงอายุ 31-35 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 64 มีประสบการณ์การทำงานด้านข่าวบันเทิงอยู่ในช่วง 2-5 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 32

## ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตารางปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง

ปัจจัยที่มีผล	จรรยาบรรณสื่อออนไลน์	SS	df	MS	F	Sig.
นโยบายขององค์กร	ความถูกต้องในการนำเสนอข่าว	.008	1	.008	.026	.873
	การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล	.004	1	.004	.009	.923
	ความรับผิดชอบต่อสังคมประเทศ	.013	1	.013	.030	.864
	รูปแบบและเนื้อหาเสนอข่าว	.129	1	.129	.336	.564
สังคมการเมืองเศรษฐกิจ	ความถูกต้องในการนำเสนอข่าว	.029	1	.029	.097	.756
	การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล	.410	1	.410	1.028	.313
	ความรับผิดชอบต่อสังคมประเทศ	.195	1	.195	.432	.513
	รูปแบบและเนื้อหาเสนอข่าว	1.051	1	1.051	2.738	.101
บุคลากรสื่อ	ความถูกต้องในการนำเสนอข่าว	1.810	1	1.810	6.017	.016
	การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล	1.633	1	1.633	4.093	.046
	ความรับผิดชอบต่อสังคมประเทศ	3.187	1	3.187	7.065	.009
	รูปแบบและเนื้อหาเสนอข่าว	1.086	1	1.086	2.828	.096
รูปแบบการนำเสนอ	ความถูกต้องในการนำเสนอข่าว	1.003	1	1.003	3.336	.071
	การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล	.300	1	.300	.751	.388
	ความรับผิดชอบต่อสังคมประเทศ	.137	1	.137	.303	.583
	รูปแบบและเนื้อหาเสนอข่าว	.041	1	.041	.106	.746
ผู้รับสาร	ความถูกต้องในการนำเสนอข่าว	2.819	1	2.819	9.372	.003
	การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล	6.200	1	6.200	15.542	.000
	ความรับผิดชอบต่อสังคมประเทศ	4.766	1	4.766	10.565	.002
	รูปแบบและเนื้อหาเสนอข่าว	5.919	1	5.919	15.414	.000
Error	ความถูกต้องในการนำเสนอข่าว	28.274	94	.301		
	การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล	37.499	94	.399		
	ความรับผิดชอบต่อสังคมประเทศ	42.405	94	.451		
	รูปแบบและเนื้อหาเสนอข่าว	36.095	94	.384		

จากตาราง พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรสื่อ และ ปัจจัยด้าผู้รับสาร มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง ในจรรยาบรรณเกี่ยวกับกับความถูกต้องในการนำเสนอข่าวและแหล่งที่มาของข่าวสาร, การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล, ความรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศชาติ และรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ขณะเดียวกัน ปัจจัยด้านนโยบายองค์กร ปัจจัยด้านสังคม การเมือง เศรษฐกิจ และปัจจัยด้านรูปแบบการนำเสนอ ไม่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง ในจรรยาบรรณเกี่ยวกับกับความถูกต้องในการนำเสนอข่าวและแหล่งที่มาของข่าวสาร, การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล, ความรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศชาติ และรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอข่าว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากสมมติฐานการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรสื่อ และ ปัจจัยด้านผู้รับสาร มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง กล่าวคือ ปัจจัยด้านบุคลากรสื่อ ไม่ว่าจะเป็น ความรู้ความเข้าใจในจรรยาบรรณสื่อมวลชนของผู้ที่ทำหน้าที่ในการนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์, ทศนคติของผู้ที่ทำหน้าที่ในการนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์, ความรู้ทางด้านกฎหมายของผู้ที่ทำหน้าที่ในการนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์ อาทิ ผู้สื่อข่าว ผู้ทำภาพประกอบข่าว ผู้ตรวจทานข่าว, การตรวจสอบความถูกต้องจากแหล่งข่าวก่อนการนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์ และ ความสามารถทางวิชาชีพสื่อมวลชนของผู้ที่ทำหน้าที่การนำเสนอข่าวบันเทิงออนไลน์ มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง สอดคล้องกับการศึกษาของ รัตนาดี นาควนิช (2547) ที่ระบุว่า การนำเสนอข่าวบันเทิงของไทย มักมีความผิดพลาดที่เกิดจากการนำเสนอข่าวบันเทิงคือ ได้แหล่งข่าวที่ไม่มีความแน่นอน หรือให้ข้อมูลไม่ตรงความจริง ตัวผู้สื่อข่าวซึ่งเป็นบุคลากรสื่อต้องมีความชำนาญจากประสบการณ์การทำงาน ในการประเมินว่าสิ่งที่จะนำเสนอเป็นข้อเท็จจริง มีคุณค่าข่าว เพื่อป้องกันการกระทำที่ก่อให้เกิดการละเมิดจรรยาบรรณของสื่อออนไลน์ได้นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ พัชรินทร์ รักสัตย์ (2560) ศึกษาเรื่องกระบวนการสื่อข่าวของรายการข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์ในยุคหลอมรวมสื่อ พบว่า บรรณาธิการข่าว ซึ่งเป็นบุคลากรสื่อ จะเป็นผู้คัดสรรหางาน และประเด็นข่าวให้กับผู้สื่อข่าว โดยบรรณาธิการข่าวจะเป็นผู้ดูแล เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความผิดพลาดเกี่ยวกับการนำเสนอข่าว ซึ่งมีปัจจัยในการเลือกประเด็นข่าวคือเลือกจากตัวบุคคลที่มีชื่อเสียงและเหตุการณ์กำลังอยู่ในความสนใจ และนโยบายองค์กร

ทั้งนี้ บุคลากรสื่อ ยังเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง เนื่องจากต้องมีความรู้ทางวิชาชีพ สอดคล้องกับการศึกษาของ กัตถัญญ บัญเดช (2555) ศึกษาเรื่อง ข่าวบันเทิงไทย : ภาพสะท้อนทางจริยธรรมและจรรยาบรรณของนักข่าวบันเทิงไทย ซึ่งระบุว่า บุคลากรสื่อ มีความรู้ทางด้านกฎหมาย และจริยธรรมจรรยาบรรณระดับพื้นฐาน หากมีความผิดพลาดเกิดขึ้นจะมีวิธีการรับมือแตกต่างกันตามนโยบายขององค์กร ขณะเดียวกัน วิภา ปิ่นแก้ว (2554) ศึกษาเรื่องจริยธรรมการนำเสนอรายการเล่าข่าวบันเทิง ของสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ระบุว่า บุคลากรสื่อบางส่วนไม่มีความเข้าใจ และไม่ทราบถึงข้อกฎหมายในการกระทำผิดของการนำเสนอข่าว ซึ่งปัจจัยจากบุคลากรสื่อดังกล่าว จะส่งผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิงได้

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 โดยใช้งานสื่อสังคมผ่านทางสมาร์ทโฟนถึง 34 ล้านคน และผู้รับสารใช้สื่อใหม่ในการเสพข่าวมาก ทำให้พฤติกรรมของผู้รับสารเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการปฏิบัติตาม

จรรยาบรรณของสื่อออนไลน์ สอดคล้องกับการศึกษาของ จันทนา ทองประยูร (2552) ระบุว่า ผู้รับสารสามารถมีส่วนร่วมในการรับข้อมูลข่าวสารจากการควบคุมเนื้อหาแบบเลื่อนขึ้นลง ทำให้ผู้รับสารมีสิทธิเลือกรับรู้มากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ ไม่จำกัดพื้นที่ในการนำเสนอ และสื่อสารแบบปฏิสัมพันธ์นั่นเอง

### ข้อเสนอแนะ

1. ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาเฉพาะหมวดข่าวบันเทิงเท่านั้น เนื่องจากการวิเคราะห์ที่มาและความสำคัญนั้น นักข่าวสื่อมวลชนสายข่าวบันเทิง ตกเป็นประเด็นที่ถูกพูดถึงเรื่องจรรยาบรรณสื่อมวลชนอยู่บ่อยครั้ง สำหรับการศึกษาค้างต่อไป อาจจะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวประเภทอื่น อาทิ ข่าวการเมือง ข่าวชาวบ้านทั่วไป ข่าวจากคลิปเหตุการณ์ออนไลน์ เป็นต้น

2. ผู้วิจัยได้ศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลวิจัยจากการตอบแบบสอบถามของผู้ทำหน้าที่สื่อมวลชนสายข่าวบันเทิง ที่มีประสบการณ์การทำงานตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไป ตั้งแต่ระดับบรรณาธิการข่าว กองบรรณาธิการข่าว และผู้สื่อข่าว ในการศึกษาครั้งต่อไป อาจจะศึกษาวิจัยเป็นเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้ที่เกี่ยวข้องมาประกอบการวิจัย

3. จากผลทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรสื่อ มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง หากในอนาคต หน่วยงานที่ควบคุมสื่อมวลชน องค์กรสื่อมวลชน หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาจจะมีการจัดการอบรมมุ่งเป้าไปที่ผู้ทำหน้าที่สื่อมวลชนสายบันเทิง โดยเฉพาะ หรือจัดหลักสูตร หรือนโยบายเพื่อเข้มงวดต่อการทำหน้าที่บุคลากรสื่อในสายบันเทิงมากยิ่งขึ้น อาจจะทำให้เห็นการเปลี่ยนแปลงในการนำเสนอข่าวบันเทิงไทยในทิศทางที่ดียิ่งขึ้น

4. ขณะเดียวกัน ผลทดสอบสมมติฐานการวิจัย ยังพบว่าปัจจัยด้านผู้รับสาร ก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัย ที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวบันเทิง เนื่องจากผู้รับสาร ต้องการรับทราบข่าวสารแบบทันเหตุการณ์ รวดเร็ว ฉับไว จนบางครั้งอาจไม่ได้ไตร่ตรองสารที่รับก่อน หรือหลงเชื่อข่าวสารแบบผิดๆ หากมีการจัดรณรงค์ให้ผู้รับสารรู้เท่าทันสื่อ และเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้รับสารให้มีความไตร่ตรองตรวจสอบข่าวสารมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งปฏิเสธสื่อมวลชนที่ขาดการไตร่ตรองในการนำเสนอข่าว ก็อาจจะเห็นการเปลี่ยนแปลงในมุมมองของผู้รับสารได้เช่นเดียวกัน

### รายการอ้างอิง

- กตัญญู บุญเดช. (2555). ข่าวบันเทิงไทย ภาพสะท้อนทางจริยธรรมและจรรยาบรรณของนักข่าวบันเทิงไทย. *ปริญญาานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต.*
- กาญจนา แก้วเทพ. (2556). คู่มือสื่อใหม่ศึกษา. กรุงเทพฯ: โครงการเมธีวิจัยอาวุโส ฝ่ายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- จันทนา ทองประยูร. (2552). การหลอมรวมหนังสือพิมพ์กับสื่อออนไลน์. *วารสารนิเทศศาสตร์ มสธ.* 1(1), 59-72.
- ปณัชญา ลีลายุทธ และ บุญเลิศ โอธสุ. (2560). จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อมวลชนยุคสื่อดิจิทัล. *วารสารบัณฑิตศึกษาปริทรรศน์.* 13(2), 176-189.
- พัชรินทร์ รักสัจย์. (2560). กระบวนการสื่อข่าวของรายการข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์ในยุคหลอมรวมสื่อ. *ปริญญาานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- รัตนาดี นาควานิช. (2547). การรายงานข่าวเฉพาะด้าน. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา.
- วัฒน์ ภูวทิศ. (2556). บทบาทเชิงจริยธรรมของนักหนังสือพิมพ์ในการรายงานข่าวสารหน้าหนึ่งในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย. *วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่.* 15(1), 95-107.

- วิภา ปิ่นแก้ว. (2554). จริยธรรมการนำเสนอรายการเล่าข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม. ปรินญา  
นิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรางคณา ยินดีฉัตร. (2559). การบริหารการผลิตรายการข่าวบันเทิงที่สถานีโทรทัศน์ผลิตเอง. ปรินญา  
นิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วราศรี อัจฉริยะเตชา. (2558). การเปิดรับและทัศนคติของกลุ่มคนเจนเอเรชั่น วาย ที่มีต่อข่าวบันเทิงใน  
เว็บไซต์เฟซบุ๊ก (Facebook). ปรินญา  
นิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สิริชัย วงษ์สาธิตศาสตร์. (2549). สื่อออนไลน์ ช่องทางเลือกใหม่ในการรายงานข่าวของสื่อมวลชนไทย.  
วารสารไทย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. 23(1), 43-45.
- สิริชัย แสงสุวรรณ. (2558). พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ปรินญา  
นิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อรวี บุนนาค. (2554). ภาพสะท้อนจริยธรรมสื่อมวลชนจากกลวิธีการตั้งคำถามสัมภาษณ์บุคคลสาธารณะของ  
ผู้สื่อข่าวบันเทิง. สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติและสถาบันอิศรา มูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย.
- DeFleur, Melvin L., and Dennis, Everette E. (1996). Understanding Mass Communication.  
Voston: Houghton Mifflin Company.