



รายงานวิจัย

เรื่อง

การรับรู้ของประชาชนที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่าย
สังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก และการใช้มาตรการทางกฎหมายเพื่อเป็นแนวทางแก้ไขการนำเสนอข่าว

Public Perception towards Facebook Social Network Crime News Ethics and taking
legal measures as a solution for news reporting.

โดย

แก้วกัญญา เสวกสุริยวงศ์

การวิจัยครั้งนี้ได้รับเงินทุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

ปีการศึกษา 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

ชื่องานวิจัย: การรับรู้ของประชาชนที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าว
อาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก และการใช้มาตรการทาง
กฎหมายเพื่อเป็นแนวทางแก้ไขการนำเสนอข่าว

ชื่อผู้วิจัย: แก้วกัญญา เสวกสุริยวงศ์

ปีที่ทำการวิจัยแล้วเสร็จ: 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก เพื่อศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวโดยใช้มาตรการทางกฎหมายของต่างประเทศ และเพื่อศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวโดยใช้มาตรการทางกฎหมายของประเทศไทย

ผลการวิจัยพบว่าการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้จรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กโดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยรับรู้จรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมจากเพจอินจันมากที่สุด รองลงมาคือเพจอึ้งเจ็บบ เลียบด่วน และน้อยที่สุดคือเพจ Drama – addict

ผลจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กพบว่าจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กโดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยประเด็นจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวมากที่สุดคือประเด็นนำเสนอข่าวที่ขึ้นนำสังคมไปในทางที่ผิด

ในเรื่องกฎหมายและจริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อมวลชน โดยเฉพาะสื่อมวลชนในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผู้วิจัยพบว่าประเทศไทยได้ออกร่างกฎหมายเพื่อกำกับสื่อมวลชนไว้ใน “ร่างพระราชบัญญัติการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพ ส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ.” โดยได้กำหนดนิยามของสื่อมวลชนในกรอบความหมายที่กว้างมาก และครอบคลุมถึงการสื่อสารไปยังประชาชนในทุกรูปแบบทุกประเภท ในส่วนจรรยาบรรณของสื่อมวลชนนั้นมีร่างไว้แค่ในส่วนของจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อ มาตรา 37 (6) การนำเสนอเนื้อหาและข้อมูลข่าวสาร จะต้องเป็นไปตามหลักจรรยาบรรณวิชาชีพ ไม่ขัดต่อหลักศีลธรรมของสังคม ไม่ก่อให้เกิดผลเสียมากกว่าประโยชน์ที่ได้รับ และคำนึงผลประโยชน์สาธารณะเหนือกว่าสิ่งใด เห็นได้ว่าจรรยาบรรณในวิชาชีพสื่อมวลชนยังไม่ชัดเจน ผู้วิจัยจึงเห็นควรเพิ่มประเด็นในเรื่องจรรยาบรรณสื่อมวลชนไว้ในร่างพระราชบัญญัติการ

คุ้มครองสิทธิเสรีภาพ ส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ. เพื่อให้เกิดแนวทางในการปฏิบัติที่ดีในเรื่องจรรยาบรรณของสื่อมวลชน ซึ่งหมายถึงหลักคุณธรรมของผู้ประกอบอาชีพนักสื่อสารมวลชน มารวมตัวกันเป็นสมาคมวิชาชีพ สร้างขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติแก่ผู้ประกอบ อาชีพนักสื่อสารมวลชนให้มีความรับผิดชอบ ผู้วิจัยเห็นควรเพิ่มบทลงโทษทั้งทางแพ่งและทางอาญาในหมวดจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อไว้ในร่างพระราชบัญญัติการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพ ส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ. เพื่อเป็นกรอบในการทำงานของอาชีพสื่อสารมวลชนต่อไป

ในส่วนของการศึกษามาตรการทางกฎหมายของต่างประเทศในเรื่องจรรยาบรรณในของสื่อมวลชนจากสหราชอาณาจักรและสิงคโปร์ ผู้วิจัยเห็นว่าควรกำหนดแนวทางให้ชัดเจนตามสหราชอาณาจักรและสิงคโปร์ที่ยึดหลักการจากสหภาพสื่อมวลชนแห่งสหราชอาณาจักรได้กำหนดหลักจรรยาบรรณไว้ชัดเจนโดยเฉพาะข้อ 8 ต่อด้านการคุกคามหรือสิ่งจูงใจอื่นใดที่จะโน้มน้าว บิดเบือนข้อมูล และไม่แสวงหา ผลประโยชน์ส่วนตัวอย่างไม่เป็นธรรมจากข้อมูลที่ได้รับ และข้อ 9 ไม่ผลิตเนื้อหาที่มีแนวโน้มว่าจะนำไปสู่ความเกลียดชังหรือการเลือกปฏิบัติอันเนื่องมาจาก อายุ เพศ เชื้อชาติ สีผิว ความเชื่อ สถานะทางกฎหมาย ความทุพพลภาพ สถานภาพสมรส หรือ รสนิยมทางเพศของบุคคล ที่ทำให้เห็นว่าสื่อมวลชนไม่ควรนำเสนอข่าวที่ชี้นำสังคมไปในทางที่ผิด

คำสำคัญ: จรรยาบรรณ การนำเสนอข่าว เครือข่ายสังคมออนไลน์ มาตรการทางกฎหมาย

Research Title: Public Perception towards Facebook Social Network Crime

News

Ethics and taking legal measures as a solution for news reporting

Researcher: Gaewganya Savagsuriyawong

Year: 2024

Abstract

This research is an investigative study with the survey of studying the perception of people who are vulnerable to criminal reporting on social networks, Facebook, to investigate ways to solve criminal issues in the presentation of news using foreign legal measures, and to study ways to resolve criminal problems in reporting using Thai legal measure.

The research found that the public's perception of misconduct in presenting crime news on social networks, Facebook, found that a sample group had a high level of verbal perception in reporting crime on the social network, Facebook as a whole. The perception was highest in providing crime news from the age page. The bottom line was the ebony page. Quickly, and at the very least, Page Drama – addict

Facebook's impact on the presentation of crime news on social networks found that the overall level of criminal news on Facebook is high. The most interesting aspect of the presentation is that it presents news that leads society in the wrong direction.

In the legal and ethical aspects of the media, especially social media, researchers found that Thailand had drafted laws to regulate the media in "a bill protecting the rights of freedom, promoting ethics and professional standards" By defining mass media within a very broad meaning framework and covering all forms of communication to the public. The mass media literature is contained only in the section of the media profession. Rule 37(6). The presentation of content and information must be in accordance with professional literature. It is not contrary to

the moral principles of society. It does not cause more harm than the benefits received and the public interest takes precedence over anything. It appears that the vocabulary of the mass media profession is not clear. The researchers find it appropriate to add points on mass media narrative to the legislation on the protection of the rights of freedom. It promotes ethics and standards of mass media education yeah, yeah In order to establish good practice guidelines in the field of mass media advertising, which refers to the principles of the ethics of a professional media entrepreneur, a professional association was formed in writing, in order to guide entrepreneurs to be accountable, the researchers found it appropriate to increase penalties in both the criminal and criminal categories of media advertisers in the draft Freedom Protection Act, promoting ethics and standards of the media profession yeah, yeah. To be the framework for a future mass communication career.

In the part of the Foreign Legal Studies on Internal Media Violence from the United Kingdom and Singapore, the researchers found that there should be clear guidelines based on the UK and Singapore principles adopted by the UK Media Union, which clearly defined the principles, in particular article 8, against threats or any other incentive to persuade, distract, and not pursue unfair personal benefit from the information received. And article 9, does not produce content that tends to lead to hatred or choice due to age, sex, color, skin, belief, legal status, impunity, marital status, or personal sexual preferences, which suggests that the mass media should not present news that lead to social misconduct.

Keywords: Ethics, News Presentation, Social Networking, Legal measures

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “การรับรู้ของประชาชนที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก และการใช้มาตรการทางกฎหมายเพื่อเป็นแนวทางแก้ไขการนำเสนอข่าว” สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้วิจัยได้รับความร่วมมือจาก คณาจารย์ในคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ทุกท่าน โดยเฉพาะ รศ.อวยพร พานิช คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ และผศ.ทัศนีย์ ดำเกิงศักดิ์ ที่ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนที่ให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่ ทำให้ได้ผลงานวิจัยที่มีคุณค่า

ท้ายสุดนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้อำนวยการสำนักวิจัยและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ที่ได้ให้ทุนและโอกาสในการวิจัยครั้งนี้

แก้วกัญญา เสวกสุริยวงศ์

กรกฎาคม 2567

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามการวิจัย	3
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.4 ขอบเขตการวิจัย	3
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
1.6 ประโยชน์ของงานวิจัย.....	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิด และทฤษฎีการรับรู้ (Perception)	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการนำเสนอข่าว.....	8
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อออนไลน์และสื่อสังคม และการใช้งานในกระบวนการสื่อข่าวในยุค ดิจิทัล.....	10
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับข่าวอาชญากรรมและคุณค่าข่าว.....	12
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณสื่อมวลชน.....	13
2.6 กฎหมายไทยเกี่ยวกับสื่อมวลชน.....	17
2.7 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมจริยธรรมมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชนในต่างประเทศ	21
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24
2.9 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	29

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	30
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	30
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	30
3.3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	31
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	32
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	33
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา.....	34
ตอนที่ 2 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	40
2.1 วิเคราะห์ประเด็นปัญหาจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวในสื่อสังคมออนไลน์กับ กฎหมายต่างประเทศ.....	
2.2 วิเคราะห์ประเด็นปัญหาจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวในสื่อสังคมออนไลน์กับ กฎหมายไทย.....	43
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	47
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	47
5.2 อภิปรายผล	48
5.3 ข้อเสนอแนะ	50
5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้	51
5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป	51
บรรณานุกรม.....	52
ภาคผนวก	55
ประวัติผู้วิจัย	60

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	35
4.2 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกอายุ.....	35
4.3 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	36
4.4 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	36
4.5 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	37
4.6 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อจรรยาบรรณ ในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก.....	37
4.7 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าว อาชญากรรมบน เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก.....	38

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	29

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนในประเทศไทย เรียกได้ว่ามีความผูกพันกับวิถีชีวิตของประชาชนมาอย่างยาวนาน ตั้งแต่การนำเสนอข่าวสารในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ ผ่านทางหนังสือพิมพ์ ราชวัน หนังสือพิมพ์รายปักษ์ นิตยสาร วารสาร สู่อำนาจการนำเสนอในรูปแบบสื่อวิทยุ รายงานข่าวผ่านทางเสียงของผู้บรรยายหรือผู้ประกาศ สู่อำนาจการนำเสนอในรูปแบบสื่อโทรทัศน์ ที่มีการนำเสนอทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ประกอบเข้าด้วยกัน วิทยาการสมัยใหม่เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากในชีวิตประจำวัน มีการเปลี่ยนผ่านภูมิทัศน์สื่อ (Media Landscape) เกิดปรากฏการณ์ที่เรียกว่า การหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) เป็นยุคข่าวสารเกิดสื่อใหม่ (New Media) ที่มีการหลอมรวมเทคโนโลยี เช่น สื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก ได้เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของผู้รับสารทุกเพศทุกวัย โดยมีสมาร์ทโฟนเข้ามาเป็นสื่อกลางในการรับและส่งข้อมูลข่าวสาร ยิ่งบทบาทในด้านการสื่อสารสูงและรวดเร็ว การกำหนดเนื้อหาและรูปแบบที่เหมาะสมยิ่งมีความซับซ้อน หากมีการนำไปใช้ในทางที่ไม่เหมาะสมเช่น สร้างความแตกแยก ความเกลียดชังซึ่งเราพบบ่อย ๆ ในลักษณะการใช้ประทุษวาจาหรือวาจาสร้างความเกลียดชัง (Hate Speech) ทั้งการเข้าไปแสดงความคิดเห็นและการพาดหัวข่าว ซึ่งส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อระบบสังคม

จากสถิติการใช้อินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดียของคนไทย พบว่าเฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เว็บไซต์ thothsocial.com ได้มีการเปิดเผย สถิติว่า ในประเทศไทยมีจำนวนการเปิดใช้เฟซบุ๊กมากถึง 38 ล้านบัญชี ทำให้เฟซบุ๊กกลายเป็น เครื่องมือการสื่อสารประเภทหนึ่งในชีวิตประจำวันของคนส่วนใหญ่ในยุคปัจจุบัน ทั้งบุคคลและ องค์กรเลือกใช้เฟซบุ๊กเพื่อประชาสัมพันธ์หรือนำเสนอข่าวสาร และด้วยความที่เฟซบุ๊กเป็นช่องทาง ที่สามารถผลิตเนื้อหาของตนเองเพื่อเผยแพร่ได้ จึงก่อให้เกิดเฟซบุ๊ก แพนเพจต่าง ๆ ขึ้นมาเป็น จำนวนมากบนโลกออนไลน์ในปัจจุบันเพื่อนำเสนอข้อมูลให้เหล่าสมาชิกในรูปแบบต่าง ๆ กัน

หนึ่งในประเภทของเฟซบุ๊กแฟนเพจที่เกิดขึ้นมาเป็นจำนวนมาก คือ เฟซบุ๊กแฟนเพจประเภทเผยแพร่ข่าวสารหรือสถานการณ์เด่น ซึ่งเป็นลักษณะคล้ายกันกับเฟซบุ๊กแฟนเพจของ สำนักข่าวหลักหรือบางครั้งก็เป็นการนำข่าวจากสื่อสารมวลชนหลักมาเผยแพร่ต่อแล้วใส่ความคิดเห็นของแอดมินเพจเหล่านั้นลงไป แต่เพจเหล่านั้นมีขั้นตอนหรือวิธีการนำเสนอที่แตกต่าง ยกตัวอย่างเช่น มีแอดมินเพจที่ไม่เปิดเผยตัวตนที่แท้จริง แต่กลับสร้างตัวตนสมมติขึ้นมา แล้ว นำเสนอโดยใช้ภาษาที่

ตรงไปตรงมา สะดุดตา รุนแรง และบางครั้งก็มีความหยาบคาย แบบที่สื่อสารมวลชนหลักไม่สามารถทำได้ โดยวัตถุประสงค์ของเพจเหล่านั้นก็เพื่อดึงดูดความสนใจจาก ผู้ติดตาม โดยเฉพาะในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมที่ส่งผลกระทบต่อส่วนร่วม

ข่าวอาชญากรรม (Crime news) เป็นข่าวอีกหนึ่งประเภทที่ได้รับความสนใจจาก ประชาชนทั่วไป การนำเสนอข่าวด้านอาชญากรรมได้เข้ามามีบทบาทและอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของคนจำนวนมาก โดยเฉพาะการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก การนำเสนอข่าวอาชญากรรมในช่องทางดังกล่าวก่อให้เกิดการสร้างอิทธิพลทางความคิด เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และมีอิทธิพลทางความเชื่อมั่น เจตคติ อารมณ์ พฤติกรรมของผู้รับสารด้วย ซึ่งอิทธิพลของสื่อในการนำเสนอข่าวสารด้านอาชญากรรมก็ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงเรื่องดังกล่าวอย่างมีนัยสำคัญ ตลอดจนกระทบต่อกระบวนการยุติธรรม ทำให้การทำงานของตำรวจเกิดอุปสรรคต่าง ๆ ทำให้การนำเสนอข่าวกลายเป็นรูปแบบเรียลิตีโชว์ (reality show) หรือเป็นการสร้างบทละครขึ้นมาใหม่ ใช้น้ำเสียงเร้าอารมณ์ ใช้ภาพจำลองเหตุการณ์ที่ล่อแหลมต่อการส่งเสริมความรุนแรง และให้ผู้สื่อข่าวเสมือนเข้าไปอยู่ร่วมในเรื่องทั้ง ๆ ที่ไม่มีใครเห็นเหตุการณ์จริง ใช้จินตนาการและการคาดเดาข้อมูลเรื่องราว ทำให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้คล้อยตามและเชื่อในประเด็นที่นำเสนอข่าวนั้น เห็นได้จากการนำเสนอข่าวอาชญากรรมคดีฆาตกรรมน้องชมพู เด็กหญิง อรวรรณ วงศ์ศรีษา อายุ 3 ขวบ ที่หายออกจากบ้านในหมู่บ้านกกกอก ตำบลกกตุม อำเภอดงหลวง จังหวัดมุกดาหาร ตั้งแต่วันที่ 11 พฤษภาคม 2563 ก่อนมาพบศพบริเวณเขาภูเหล็กไฟ บ้านกกกอก ในวันที่ 14 พฤษภาคม 2563 โดยมี

นายไชยพล วิภา หรือลุงพลตกเป็นผู้ต้องสงสัย คดีนี้ได้รับความสนใจจากผู้คนในสังคมไทยอย่างมาก ด้วยการเสียชีวิตปริศนาที่นำไปสู่การสืบสวน สอบสวน และการนำเสนอข่าวอย่างต่อเนื่อง นำไปสู่การเสนอข่าวในสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กที่เป็นการการเกะติดชีวิตลุงพล ทำให้บุคคลที่ปรากฏในข่าวกลายมาเป็นเน็ตไอดอลของสังคม ทั้งที่ยังตกเป็นผู้ต้องสงสัยในคดีฆาตกรรม หรือกรณีดาราสาว แดงโม ภัทรธิดา หรือนิดา พัชรวีระพงษ์ พลัดตกเรือสปีดโบ้ทจมแม่น้ำเจ้าพระยาจนเสียชีวิต เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2565 โดยคดีดังกล่าวได้สร้างกระแสในการนำเสนอข่าวเป็นละครฆาตกรรมทำให้เกิดเป็นตัวละครมากมาย ทั้งที่กระบวนการสืบสวนสอบสวนยังไม่เสร็จสิ้น ทำให้เป็นการเสี่ยงชี้นำคนในสังคมที่รับสื่อในลักษณะนี้ เห็นได้ว่านำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กขาดจรรยาบรรณ

ในเรื่องจรรยาบรรณสื่อมวลชนยุคสื่อดิจิทัล แม้สังคมจะมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี แต่การเป็นสื่อมวลชนยังคงต้องยึดหลักวิชาชีพให้มั่นคง ตระหนักในความรับผิดชอบสูงสุด ความถูกต้องและเหมาะสมในการนำเสนอข่าว สังคมคาดหวังว่าผู้เป็นมืออาชีพของสื่อมวลชนต่อการปฏิบัติหน้าที่ อีกทั้งความทันสมัยของยุคสื่อดิจิทัลทุกคนต่างเป็นผู้ผลิตข่าวสารได้ด้วยตัวเอง จรรยาบรรณสื่อจึงเป็นข้อกำหนดที่ต้องกำหนดให้ชัดเจนในวิชาชีพสื่อมวลชนที่ควรยึดปฏิบัติภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือก็จะ

ยังคงอยู่ต่อไปไม่ถูกลดบทบาทในสังคม (ปณัชนา สีสายุทธ และ บุญเลิศ โอธสุ, 2560) แต่อย่างไรก็ตามการนำเสนอข่าวที่ขาดจรรยาบรรณก็ไม่มีกฎหมายหรือบทลงโทษที่ชัดเจน ทำให้สื่อเกิดความไม่เกรงกลัวและนำเสนอข่าวในลักษณะขี้น่าสังคมนิยมแบบเดิมซ้ำ ๆ เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยของสังคมไปพร้อมกัน อย่างไรก็ตามในต่างประเทศมีมาตรการทางกฎหมายกำกับดูแลสื่อไว้อย่างชัดเจนและเข้มงวด เช่น สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และประเทศสิงคโปร์ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเห็นสมควรศึกษาการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก และศึกษากฎหมายในต่างประเทศเพื่อเป็นแนวทางในการออกมาตรการทางกฎหมายโดยใช้เป็นแนวทางแก้ไขการนำเสนอข่าวให้ชัดเจนเป็นรูปธรรมตามกรอบจรรยาบรรณของวิชาชีพสื่อมวลชน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการนำเสนอข่าวที่สร้างสรรค์สังคมต่อไปในอนาคต

1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 การรับรู้ของประชาชนที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กเป็นอย่างไร

1.2.2 แนวทางการแก้ไขปัญหาจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวโดยใช้มาตรการทางกฎหมายของต่างประเทศเป็นอย่างไร

1.2.3 แนวทางการแก้ไขปัญหาจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวโดยใช้มาตรการทางกฎหมายของประเทศไทยเป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

1.3.2 เพื่อศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวโดยใช้มาตรการทางกฎหมายของต่างประเทศ

1.3.3 เพื่อศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวโดยใช้มาตรการทางกฎหมายของประเทศไทย

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก โดยการใช้มาตรการทางกฎหมายเพื่อเป็นแนวทางแก้ไขการนำเสนอข่าว ได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก โดยการใช้มาตรการทางกฎหมายเพื่อเป็นแนวทางแก้ไขการนำเสนอข่าว ทั้งหมด 2 ประเด็นดังนี้

ประเด็นที่ 1 ศึกษาการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

ประเด็นที่ 2 ศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวโดยใช้มาตรการทางกฎหมาย

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากร

1.4.2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณนี้ คือ ผู้รับชมข่าวอาชญากรรมที่มีอายุระหว่าง 18-60 ปี ทั้งชายและหญิงที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ประชากรจำนวนทั้งสิ้น 5,701,394 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564)

1.4.2.2 การวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายและจริยธรรมสื่อสารมวลชนของประเทศไทย และการสัมภาษณ์เชิงลึกแก่ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อสารมวลชน

1.4.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ช่วงเวลาของการวิจัยจะดำเนินตั้งแต่วันที่ 15 กันยายน 2565 – วันที่ 30 เมษายน 2566

1.4.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตเฉพาะพื้นที่ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเก็บข้อมูลในลักษณะออนไลน์

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 **การรับรู้** หมายถึง กระบวนการที่บุคคลได้รับความรู้สึกและแปลความหมายหรือตีความจากสิ่งเร้าที่รับเข้า ผ่านการวิเคราะห์โดยอาศัยความจา ความรู้ผสมผสานกับ ประสบการณ์เดิมที่มีอยู่ ออกมาเป็นความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความอยู่ดีมีสุข ซึ่งประกอบด้วย ด้านสุขภาพอนามัย ด้านความรู้ ด้านชีวิตการทำงาน ด้านรายได้ด้านชีวิตครอบครัว ด้านสภาพแวดล้อม และด้านการบริหารจัดการที่ดีของภาครัฐ

1.5.2 **ข่าวอาชญากรรม** หมายถึงข่าวที่สะท้อนความผิดปกติของสังคม มีบทบาทเป็นยามรักษาการณ์เตือนภัยให้ผู้อ่านได้ระมัดระวังตัว โดยการใช้การเล่าเรื่องอย่างมีขั้นตอนคือ การเริ่มเรื่อง การพัฒนาเหตุการณ์ ขึ้นภาวะวิกฤติ ขึ้นภาวะคลี่คลาย และขึ้นตอนยุติเรื่องราว ส่วนภาษาที่ใช้มักจะเป็นภาษาที่ห้วนหยา ไร้ใจ ใช้คำไม่สุภาพ รุนแรง เห็นภาพ และก่อให้เกิดอารมณ์ร่วม

1.5.3 **จรรยาบรรณสื่อ** หมายถึงหลักที่องค์กรและผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนร่วมกันกำหนดขึ้นมาเพื่อเป็นกรอบในการปฏิบัติโดยเป็นลายลักษณ์อักษร

1.5.4 **วิธีการนำเสนอข่าว** หมายถึง วิธีหรือรูปแบบในการนำเสนอข่าว บนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ซึ่งในการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้คัดเลือกเพจเฟซบุ๊กที่นำเสนอข่าวอาชญากรรมและได้รับความนิยมสูงได้แก่ เพจอีจัน เพจอีเจ็บบ เลียบด่วน หม่อมโพธิ์ดำ และเพจ Drama-addict

1.5.5 **กฎหมาย** หมายถึง กฎหมายและจริยธรรมสื่อมวลชนของประเทศไทยและต่างประเทศ

1.6 ประโยชน์ของงานวิจัย

1.6.1 เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานด้านการนำเสนอข่าวอาชญากรรมและข่าวอื่น ๆ ของสื่อมวลชนให้ถูกต้องตามหลักจรรยาบรรณของวิชาชีพสื่อมวลชนออนไลน์ ตลอดจนบุคคลทั่วไป เป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ทั่วไป ตลอดจนบุคคลทั่วไป

1.6.2 ผลการวิจัยนำไปเผยแพร่เพื่อประชาสัมพันธ์ให้องค์กรสื่อรับทราบถึงแนวทางกฎหมายและจริยธรรมของสื่อมวลชน

1.6.3 ทำให้ผู้รับสารได้รับข้อมูลในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมที่มีเนื้อหาที่ถูกต้องตามหลักการปฏิบัติงานด้านการนำเสนอข่าวอาชญากรรม

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การรับรู้ของประชาชนที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก และการใช้มาตรการทางกฎหมายเพื่อเป็นแนวทางแก้ไขการนำเสนอข่าว ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ดังนี้

- 2.1 แนวคิด และทฤษฎีการรับรู้ (Perception)
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการนำเสนอข่าว
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อออนไลน์และสื่อสังคม และการใช้งานในกระบวนการสื่อข่าวในยุค

ดิจิทัล

- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับข่าวอาชญากรรมและคุณค่าข่าว
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณสื่อมวลชน
- 2.6 กฎหมายไทยเกี่ยวกับสื่อมวลชน
- 2.7 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมจริยธรรมมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชนในต่างประเทศ
- 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.9 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิด และทฤษฎีการรับรู้ (Perception)

ความหมายของการรับรู้

Schiffman and Kanuk (1999) กล่าวว่า การรับรู้ หมายถึง การรับรู้หมายถึงกระบวนการที่บุคคลคัดเลือกหรือรวบรวมและตีความสิ่งเร้าให้กลายเป็นภาพที่มีความหมายและสอดคล้องกัน สองบุคคลที่ได้รับสิ่งเร้าเดียวกันภายใต้เงื่อนไขที่ชัดเจนเหมือนกัน แต่การที่แต่ละคนรับรู้ถึงการเลือก การจัดระเบียบและการตีความหมายสิ่งเร้าขึ้นอยู่กับความต้องการ คุณค่า และความคาดหวังของบุคคล

Assael (1998) กล่าวว่า การรับรู้ คือ กระบวนการคัดเลือก จัดระเบียบ และตีความหมายสิ่งเร้าในทางการตลาดและทางสภาพแวดล้อมให้มีความสอดคล้องกับภาพ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล (2550) ให้ความหมายของการรับรู้หรือเข้าใจ ว่าเป็นการแปลความหมายข่าวสารทันทีที่ผู้บริโภคเลือกและมุ่งความสนใจไปที่ตัวกระตุ้น กระบวนการรับรู้จะถูกรวมตัว มุ่งไปที่การจัดรูปแบบ จัดรวมเป็นหมวดหมู่เป็นจำพวก และการแปลความหมายข่าวสารที่เข้ามาสู่ความนึกคิด

การรับรู้เป็นกระบวนการทางจิตวิทยาที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่ได้รับ เป็นกระบวนการเลือกรับสาร (Select) การจัดสรร (Organize) เข้าด้วยกัน และการตีความสาร (Interpret) ที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง โดยทั่วไปการรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเองโดยไม่รู้ตัว หรือตั้งใจและมักเกิดประสบการณ์และการสังสมทางสังคม คนเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวได้ทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ทุกคนมีความสนใจและรับรู้สารแตกต่างกัน ฉะนั้นเมื่อได้รับสารเดียวกัน ผู้รับสารสองคนอาจให้ความสนใจและรับรู้ต่างกันโดยทั่วไปการรับรู้ที่แตกต่างกันเกิดจาก อิทธิพลหรือตัวกรอง (Filter) บางอย่าง ได้แก่ (พัชนี เจริญรยา, 2534 : 71-73)

1. แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ (Motive) คนเรามักเห็นในสิ่งที่เราต้องการเห็นและได้ยิน ในสิ่งที่เราต้องการได้ยินเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

2. ประสบการณ์เดิม (Past experience) คนเราต่างเติบโตขึ้นในสภาพแวดล้อมต่างกันถูกเลี้ยงดูด้วยวิธีที่ต่างกัน และคบหาสมาคมกับคนต่างกัน ทำให้อาจจะมีประสบการณ์เดิมที่ต่างกันไปด้วย

3. กรอบอ้างอิง (Frame of reference) ซึ่งเกิดจากการสั่งสอนอบรมทางครอบครัวและสังคม ทำให้มีความเชื่อและทัศนคติในเรื่องต่าง ๆ ต่างกันได้

4. สภาพแวดล้อม (Environment) คนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมต่างกัน เช่น อุณหภูมิ บรรยากาศ สถานที่ ฯลฯ จะตีความสารที่รับต่างกัน

5. สภาวะจิตใจและอารมณ์ (Mood) ได้แก่ ความโกรธ ความกลัว ฯลฯ เช่น เรามักจะมองความผิดเล็กน้อยเป็นเรื่องใหญ่โต ในขณะที่เราอารมณ์ไม่ดีหรือหงุดหงิด แต่กลับมองปัญหา หรืออุปสรรคใหญ่หลวงเป็นเรื่องเล็กน้อยขณะที่มีความรัก

2.1.1 ขั้นตอนการรับรู้

ปัจจัยในการสื่อสารที่มักจะมีการกล่าวถึงบ่อย ๆ ว่าเป็นตัวกำหนดความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของการสื่อสารไปยังผู้รับสาร นั่นคือ กระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) ของผู้รับสาร ซึ่งเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวนสารในการรับรู้ของมนุษย์ เราซึ่งประกอบด้วย การกลั่นกรอง 3 ขั้นตอนดังต่อไปนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2531 : 637 - 639)

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่ง แหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกอ่านหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใด สถานีหนึ่งหรือเลือกชมวิทยุโทรทัศน์ ช่องใดช่องหนึ่ง เป็นต้น ตามความเห็นและความสนใจของตนและหลีกเลี่ยงไม่เปิดรับในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับนี้พบว่า บุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดของตนเอง ทั้งเพราะการได้รับข่าวสาร

ใหม่ ที่ไม่ลงรอยหรือสอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่เดิมแล้ว จะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุล หรือความไม่สบายใจที่เรียกว่า “Cognitive dissonance” ดังนั้นการที่จะลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่ลงรอยกับความคิดเดิมของตน และเมื่อบุคคลได้ตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มีความได้เปรียบเสียเปรียบ ก้ำกึ่งกัน บุคคลย่อมมีแนวโน้มที่จะแสวงหาข่าวสารที่สนับสนุนการตัดสินใจนั้น ๆ (reinforcement information) มากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ขัดกับสิ่งที่กระทำลงไป

2. การเลือกรับรู้หรือตีความสาร (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ก็เชื่อว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายข่าวสาร ขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน ความหมายของข่าวสารขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน ความหมายของข่าวสารที่ส่งไปถึงจึงมีได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพ หรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารที่จะเลือกต่อความหมายความเข้าใจของตนเอง หรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ ขณะนั้น ข่าวสารบางเรื่องก็รับรู้อย่างผ่าน ๆ ไป เรื่องใดที่เราเห็นว่าตรงกับความสนใจก็จะตั้งใจรับข่าวสารนั้น

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมในสิ่งที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า ตัวอย่างที่เรามักพบในชีวิตประจำวันเสมอ เช่น การที่เราดูภาพยนตร์หรือรายการวิทยุโทรทัศน์ ฟังวิทยุ หรืออ่านหนังสือพิมพ์ แล้วนำไปบอกต่อผู้อื่น เราจะเลือกจดจำและนำไปเล่าเฉพาะที่เราสนใจหรือเราต้องการนั้น นั่นคือผู้รับสามารถจดจำในสารที่ผู้ส่งสารเสนอ อันจะเป็นช่องทางในการสื่อสารประสบความสำเร็จ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการนำเสนอข่าว

ในการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชน สิ่งที่ใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการจะเลือกเสนอข่าวหรือไม่นั้น มักขึ้นอยู่กับคุณค่าข่าว ซึ่งคุณค่าข่าวเป็นสิ่งที่บ่งบอกว่าเรื่องราวใดที่มีความเหมาะสมที่จะนำมาเป็นข่าว โดย ศศิธร ยุวโกศล (2545) ได้สรุปคุณค่าข่าวตามแนวคิดของนักวิชาการ และนักวิชาชีพด้านสื่อมวลชน โดยแบ่งเป็น 10 ประการ ดังนี้

1. ความทันต่อเหตุการณ์ (immediacy) คือความรวดเร็วในการรายงานข่าวสารที่เกิดขึ้นเพื่อสร้างความน่าสนใจ ยิ่งเกิดขึ้นเร็วเท่าไร ความสนใจของผู้รับสารก็มากขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้เหตุการณ์แม้ว่าจะเกิดขึ้นในอดีตแต่เพิ่งเปิดเผยก็ถือว่าเป็นองค์ประกอบของข่าวที่สร้างความน่าสนใจได้เช่นกัน

2. ความใกล้ชิด (Proximity) คือเหตุการณ์ที่ใกล้ชิดกับผู้รับสาร ในด้าน เวลา ระยะทาง รวมไปถึงการรู้จักบุคคลในข่าว สถานที่ หรือสถานการณ์ในข่าวก็เช่นเดียวกัน ลักษณะของคุณค่าข่าวประเภทนี้ เป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่มักจะให้ความสนใจในสิ่งใกล้ตัวอยู่แล้ว

3. ความสำคัญหรือความเด่น (Prominence) ความเด่นในที่นี้ หมายถึง ความเด่นในด้านต่าง ๆ ทั้งบุคคล สถานที่ และสิ่งของ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มักสร้างความอยากรู้อยากเห็นให้แก่ผู้รับสาร

4. ผลกระทบต่อเนื้อหรือที่ตามมา (Consequence) คือผลกระทบที่เกิดขึ้นในสังคมและส่งผลกระทบต่อคนวงกว้าง ทั้งในด้านความเป็นอยู่ การครองชีพ หรือทางสังคม เป็นต้น ซึ่งอาจเกิดขึ้นทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม

5. ความลึกลับซ่อนเงื่อน (Mystery) คือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและยังไม่สามารถคลี่คลายให้กระจ่างชัด หรือยังไม่สามารถค้นหาสาเหตุของเรื่องนั้น ๆ ได้ คุณค่าข่าวด้านนี้มักกระตุ้นให้ผู้อ่านอยากรู้และติดตามถึงข้อสรุปของเหตุการณ์

6. ความผิดปกติ (Unusual) มนุษย์จะสนใจสิ่งไม่เคยเห็นหรือ สิ่งที่เป็นของแปลกในสังคม

7. ความขัดแย้ง (Conflict) คือเรื่องราว หรือสถานการณ์ความขัดแย้งหรือการเผชิญหน้ากัน เช่น ด้านผลประโยชน์ ด้านอุดมการณ์ ด้านความคิด เป็นต้น

8. องค์ประกอบทางด้านเพศ (Sex) เช่นความผิดปกติทางเพศ ไม่ได้รวมเฉพาะหญิงกับชายเท่านั้น แต่ยังหมายถึงกิจกรรมอื่น ๆ ทางสังคมด้วยเช่น การต่อสู้เพื่อแก้กฎหมาย เป็นต้น

9. ความน่าสนใจตามปฏุนิยม (Human Interest) คุณค่าข่าวด้านนี้เกี่ยวข้องกับอารมณ์ของมนุษย์ ซึ่งทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกร่วมทางอารมณ์กับบุคคลในข่าว

10. ความก้าวหน้า (Progress) คือเรื่องราวและปรากฏการณ์ที่เกี่ยวกับความเจริญก้าวหน้าทางสังคม ทางวิชาการ การศึกษา และความเจริญและพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี เป็นต้น

นอกจากนี้นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน รวมถึงนักวิชาชีพยังมีการระบุคุณค่าข่าว นอกเหนือจากคุณค่าข่าว 10 ประการที่กล่าวมาแล้ว ซึ่ง วิจิตร ภักนิกร (2553) ได้จำแนกคุณค่าข่าว 12 ประการ โดยมีคุณค่าข่าว 2 ประการ ที่นอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้น ดังนี้

1. ความขบขัน (Amusement) ขาวขบขัน อาจเกิดจากการกระทำที่ตั้งใจให้ตลก หรือจากเหตุการณ์อื่น ๆ ที่ทำให้ผู้รับสารเห็นแล้วเกิดอารมณ์ผ่อนคลาย

2. ความเปลี่ยนแปลง (Change) สังคมมนุษย์ย่อมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ทั้งในทางบวกและทางลบ ซึ่งมีผลกระทบต่อประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม

อย่างไรก็ตามคุณค่าข่าวทั้ง 12 ประการที่กล่าวมานั้น สื่อมวลชนมักใช้เป็นกรอบตัดสินใจเบื้องต้นในการเลือกข่าวทำข่าวและรายงานข่าวออกสู่สาธารณชน ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการและความสนใจของผู้รับข่าวสารนั่นเอง

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อออนไลน์และสื่อสังคม และการใช้งานในกระบวนการสื่อข่าวในยุคดิจิทัล

เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดลักษณะของการทำข่าวในรูปแบบออนไลน์ซึ่งเรียกว่า Online Journalism การทำงานของผู้สื่อข่าวออนไลน์ หรือผู้สื่อข่าวที่ต้องบูรณาการเทคโนโลยีสื่อออนไลน์เข้ากับกระบวนการทำข่าว มีลักษณะการทำงานเฉพาะที่เพิ่มขึ้นจากสื่อดั้งเดิม Deuze (2003) อธิบายว่าผู้สื่อข่าวที่ใช้สื่อออนไลน์ต้องเลือกตัดสินใจการใช้สื่อที่แตกต่างให้เหมาะสมกับเนื้อหาที่จะนำเสนอ (multimediality) ต้องคำนึงถึงช่องทางเครื่องมือที่จะทำให้มีการโต้ตอบกับ ผู้รับสารและมีเครื่องมือให้ผู้รับสารสามารถเลือกรับข่าวสารในรูปแบบที่ต้องการได้ (interactivity) และต้องคำนึงถึงการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวไปสู่ประเด็นหรือฐานข้อมูลอื่น ๆ ผ่าน Hyperlink (Hyper textuality)

Skoler (2009) บอกว่าสื่อสังคมเป็นเรื่องของการแบ่งปัน การรับฟังและตอบโต้ กับผู้อื่น ซึ่งการแบ่งปันข้อมูลนี้ทำให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความรู้ และการรับฟัง ความเห็นของผู้อื่น การทำข่าวแบบเก่ามักให้ความสำคัญกับผู้เชี่ยวชาญและนักวิเคราะห์เป็น ส่วนใหญ่ โดยมองข้ามการแลกเปลี่ยนข้อมูล การสร้างความสัมพันธ์ และการรวบรวมความรู้ จากแหล่งข่าวที่หลากหลายแตกต่างที่มาจากประสบการณ์โดยตรงไป การมีสื่อสังคมมาเกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อข่าว Skoler มองว่า สื่อสังคมไม่ใช่วารสารศาสตร์ ถึงแม้บางครั้งจะมีข่าวต่วนออกมาจากเครือข่าย สื่อสังคม ก็ตาม แต่ถ้ามองเนื้อหาบนสื่อสังคม แล้วยังให้ความไว้วางใจกับสื่อกระแสหลักในเรื่องของคุณค่าข่าวและความน่าเชื่อถืออยู่ สื่อสังคมจึงไม่ใช่เป็นรูปแบบของวารสารศาสตร์แบบใหม่ แต่เป็นเครื่องมือหรือช่องทางที่นำเสนอวัฒนธรรมการสื่อสารแบบใหม่ที่ทำให้องค์กรข่าวต้องปรับตัวโดยคิดถึงการสร้างความสัมพันธ์และการสร้างคุณค่าที่เพิ่มขึ้นในกระบวนการสื่อข่าว

Newman (2009) อธิบายไว้ว่าสื่อสังคมเป็นพลังของการสื่อสารแบบเครือข่ายที่ ทำให้คนสามารถแสดงความเห็นส่งข้อมูลได้อย่างอิสระและก้าวข้ามข้อจำกัดของสื่อแบบดั้งเดิม จากการศึกษาของ Alejandro (2010) ในงานวิจัยเรื่อง Journalism in the age of social 12 media เป็นการทำแบบสำรวจและสัมภาษณ์ความเห็นจากผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการข่าวของ สำนักข่าวที่มีการปรับตัวในการใช้ สื่อสังคม ในกระบวนการสื่อข่าวได้ข้อสรุปในประเด็นที่ น่าสนใจดังนี้

- บรรณาธิการข่าวเห็นว่าสื่อสังคมช่วยขยายฐานกลุ่มผู้อ่านและให้สื่อเข้าถึงกลุ่มผู้รับสาร (reach) ได้มากขึ้น จึงใช้ได้ดีมากในบทบาทของการใช้เผยแพร่ข่าว (distribution)
- ข้อกังวลต่อการใช้สื่อสังคมคือเรื่องของความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ และการ ตรวจสอบข้อมูล
- สื่อสังคม ทำให้บทบาทของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับงานข่าว เช่น ผู้สื่อข่าว บรรณาธิการ ช่างภาพ ฯลฯ ไม่ได้มีการแยกหน้าที่เฉพาะ แต่กลายเป็นทุกตำแหน่งสามารถทำงานได้ทุกหน้าที่พร้อม ๆ กันในตัวคน ๆ เดียว

นอกจากนี้ การสื่อข่าวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะสื่อสังคม (Social Media) ซึ่งมีลักษณะของการสร้างเครือข่าย แบ่งปันข้อมูล และทุกคนสามารถสร้างข้อมูลข่าวสาร แบ่งปันกับผู้อื่นผ่านเครือข่ายดังกล่าวได้ ทำให้ลักษณะของงานด้านข่าวเปลี่ยนจากการเป็นผู้ส่ง สารเพียงอย่างเดียว กลายเป็นลักษณะของการมีส่วนร่วมหรือเรียกว่า Participatory Journalism โดย Nip (2006) อธิบายลักษณะของการสื่อสารมวลชนแบบมีส่วนร่วม (Participatory Journalism) ไว้ว่า เป็นกระบวนการทำข่าวที่ให้ผู้รับสารมีบทบาทใน กระบวนการรวบรวมข้อมูล (news gathering) และมีส่วนร่วมมือกับนักข่าวอาชีพในการ เผยแพร่ข่าวสารข้อมูลนั้น โดยผู้ส่งสารสามารถสร้างเนื้อหาของตัวเองได้อย่างอิสระ และสื่อ หลักเปิดช่องทางให้สามารถเผยแพร่ได้ เช่นเดียวกับ Jarvis (2006) ที่ให้นิยามการสื่อสารมวลชนแบบมีส่วนร่วมไว้ในอีกชื่อว่า วารสารศาสตร์เครือข่ายหรือ Networked Journalism ซึ่งอธิบายการทำงานของผู้สื่อข่าวมืออาชีพและสมัครเล่นที่ทำงานร่วมกันในการ แบ่งปันข้อมูล ข้อเท็จจริง ตั้งคำถามต่อประเด็นข่าวร่วมกัน และแบ่งปันมุมมองที่แตกต่างหลากหลายเพื่อให้ได้มาซึ่งเรื่องจริงที่หลากหลาย

จะเห็นได้ว่า บทบาทของ Participatory Journalism มีบทบาทที่ชัดเจนมากขึ้นใน งานด้าน ข่าวสาร และลักษณะของกระบวนการทำข่าวนั้นมีแนวโน้มที่จะเป็นการทำข่าวโดยเกิด ความร่วมมือระหว่าง ผู้สื่อข่าว มืออาชีพและประชาชนทั่วไปมากขึ้น เพราะการมีเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ตและช่องทางสื่อออนไลน์รูปแบบต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อสังคม (Social Media) ที่มี ลักษณะเฉพาะเรื่องการสร้างเครือข่ายและแบ่งปันข้อมูลบนเครือข่าย ทำให้นักวิชาการด้าน สื่อสารมองว่าการเข้ามามีบทบาทของสื่อออนไลน์จำพวกสื่อสังคม (Social Media) ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกระบวนทัศน์ (Paradigm Shift) ของงานด้านการสื่อข่าวในหลายมุม ดังนั้นในการศึกษาจำเป็นต้องเข้าใจเรื่องธรรมชาติของสื่อออนไลน์ และการเข้ามามีบทบาทในเรื่อง ของข่าวออนไลน์ต่อการเปลี่ยนแปลงของวารสารศาสตร์แบบดั้งเดิม (Traditional Journalism) ด้วย

Briggs (2007) อธิบายการรายงานข่าวยุค 2.0 ว่าเป็นการรายงานข่าวที่ทำอย่าง ต่อเนื่องตลอดกระบวนการทำข่าว ไม่ใช่รอให้ทำรายงานเสร็จแล้วค่อยเผยแพร่ การรายงานข่าว ระหว่างขั้นตอนกระบวนการทำข่าวทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้สื่อข่าวและคน อ่านและเปิดโอกาสให้ผู้อ่านสามารถมีส่วนร่วมช่วยเหลือในกระบวนการสื่อข่าวได้ เรียกโมเดล การรายงานข่าวนี้นี้ว่า Distributed, collaborative or open-source reporting โดยเมื่อมีเหตุการณ์เกิดขึ้น ผู้สื่อข่าวจะรายงานและเปิดโอกาสให้ผู้อ่านส่งข้อมูลต่าง ๆ เข้ามาเพื่อประมวล ต่อยอดประเด็น และใช้เป็นข้อมูลส่วนหนึ่งของการเจาะข่าวและนำมารายงาน สามารถใช้ได้ทั้ง การหาข้อมูล การหาแหล่งข่าว และการตรวจสอบข้อเท็จจริง รูปแบบการทำข่าวอีกอย่างหนึ่งที่ เกิดขึ้นจากระบบการมีเครือข่ายที่เชื่อมโยงกันด้วยสื่อออนไลน์และสื่อสังคมคือ Crowdsourcing หมายถึงกระบวนการรวบรวมข้อมูล ความรู้จากมือสมัครเล่นทั่วโลกเพื่อ หาทางออกเกี่ยวกับปัญหาหรือประเด็นใดประเด็นหนึ่ง ในแง่ของงาน วารสารศาสตร์ การทำ

crowdsourcing (Rubel,2006; Miel & Faris, 2008) คือการใช้เทคนิคหลาย ๆ แบบในการ ดึงผู้ที่มี ข้อมูลจำนวนมากจากทุกระดับ ทุกกลุ่ม ทุกที่มาอาสาช่วยกันให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเด็น ใดประเด็น หนึ่ง เพื่อช่วยในกระบวนการที่ซับซ้อนมากขึ้น โดยการใช้พลังจากเครือข่ายทำให้ การทำข่าวมี คุณภาพ

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับข่าวอาชญากรรมและคุณค่าข่าว

ข่าวอาชญากรรมเป็นข่าวที่ตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของผู้คนในสังคม ข่าวอาชญากรรมเป็นข่าวที่สะท้อนให้เห็นถึงความผิดปกติของสังคม (พิศิษฐ์ ชวลาธวัช และคณะ 2539) แต่การนำเสนอข่าวอาชญากรรมก็ต้องกระทำอย่างระมัดระวังเนื่องจากมีทั้งผลดีและ ผลกระทบด้านลบ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผลกระทบการนำเสนอข่าวอาชญากรรม

อรอนงค์ โฆษิตพิพัฒน์ (2559) ข่าวอาชญากรรมเป็นประเภทข่าวที่ได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากมีคุณค่าของข่าวในเรื่องความใกล้ตัว น่าสนใจ ตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น บางครั้งก็ มีองค์ประกอบเรื่องเงื่อนงำด้วย แต่ถึงแม้จะมีประโยชน์ต่อสังคม แต่ถ้าการรายงานข่าวทำไปโดยไม่ ระมัดระวังก็อาจทำให้ผู้ประสบเหตุและสังคมเจ็บปวดเช่นกัน

ศิริรัฐประภาภรณ์ รัตนพานิช (2551) ยังพบว่าการนำเสนอข่าวอาชญากรรมมีการเจาะลึก รายละเอียดของข่าวมากเกินไปจนไม่คำนึงถึงความรู้สึกของสาธารณชน และผลกระทบของ เยาวชนที่อาจลอกเลียนแบบโยรู้เท่าไม่ถึงการณ์

ดังนั้นการนำเสนอข่าวอาชญากรรมแม้จะเป็นข่าวที่สะท้อนปัญหาของสังคม มีความดึงดูดทำ ให้เกิดความสนใจ ตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น ส่งผลกระทบต่ออารมณ์ของประชาชน โดยใช้ ภาษาหวือหวาเพื่อก่อให้เกิดอารมณ์ร่วม แต่ยังพบว่าในการรายงานข่าวอาชญากรรมมักเกิดปัญหา ทั้ง ปัญหาด้านเนื้อหาที่นำเสนอรายละเอียดขั้นตอนการประกอบอาชญากรรมมากเกินไป สิทธิส่วนบุคคล และความรับผิดชอบต่อสังคม

2.4.1 คุณค่าข่าวอาชญากรรม

ข่าวอาชญากรรมเป็นข่าวที่มีคุณค่าของข่าวสูงมาก สะท้อนความผิดปกติของสังคมโดยการ ดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร มีองค์ประกอบของข่าวชัดเจนหลาย ๆ ด้าน

1. ผลกระทบ
2. ความมีเงื่อนงำ
3. ความขัดแย้ง
4. เพศ
5. ความสำคัญของบุคคล

6. สถานที่ที่เกี่ยวข้อง

7. ความแปลก

ในการรายงานข่าวอาชญากรรมมักใช้องค์ประกอบเหล่านี้มาดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร แต่ข่าวอาชญากรรมเปรียบเสมือนดาบสองคม คมหนึ่งทำหน้าที่เป็นบทบาทผู้แจ้งข้อมูลข่าวสาร และเตือนภัยให้กับประชาชนระมัดระวังตนเอง แต่อีกคมหนึ่งกลับทำร้ายตัวผู้รับสาร เช่น ผู้รับสารที่มีความผิดปกติทางจิตอาจจะจดจำรายละเอียดต่าง ๆ และนำไปลอกเลียนแบบ หลายครั้งข่าวอาชญากรรมยังเป็นประโยชน์ให้กับผู้กระทำความผิดหลบหนีไปด้วย (ปริณดา เรืองศักดิ์ 2553)

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณสื่อมวลชน

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

จริยธรรมกับจรรยาบรรณ ในสองคำนี้มีความหมายใกล้เคียงกันมาก ส่วนใหญ่เข้าใจว่าเป็นเรื่องเดียวกันทำให้มีความคลาดเคลื่อนว่า จริยธรรมสื่อสารมวลชนกับจรรยาบรรณสื่อสารมวลชนเป็นเรื่องเดียวกัน ซึ่งสามารถนำคำมาวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้ คำว่า จริยธรรม คำว่า จริยะ+ธรรมะ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ให้ความหมายไว้ว่า “จริยธรรม” คือ ธรรมที่เป็นข้อประพฤติปฏิบัติ หรือคุณความดีที่ควรปฏิบัติ แต่ความหมายของคำว่า “จริยธรรมของนักวารสารศาสตร์” มีความหมายที่อาจแตกต่างกันออกไปที่เน้นถึงสำนักแห่งความรับผิดชอบที่มีต่อหน้าที่สื่อมวลชนที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาสังคมให้ดีขึ้น โดยยึดหลักทางด้านจิตใจ ให้รู้จักแยกแยะพฤติกรรมที่ควรปฏิบัติ หรือไม่ควรปฏิบัติเป็นอย่างไร อะไรเป็นสิ่งไม่ดี ผิดศีลธรรม

ในขณะที่จรรยาบรรณ หมายถึง ประมวลกฎเกณฑ์ความประพฤติหรือ ประมวลมารยาทของผู้ประกอบอาชีพนั้น ๆ ต้องเป็นเอกลักษณ์ทางวิชาชีพใช้ความรู้ มีองค์กรหรือสมาคมควบคุม (จรรยาบรรณนิพนธ์, 2554)

จรรยาบรรณของสื่อมวลชน จึงหมายถึง หลักคุณธรรมของผู้ประกอบอาชีพนักสื่อสารมวลชนมารวมตัวกันเป็นสมาคมวิชาชีพ สร้างขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติแก่ผู้ประกอบ

อาชีพนักสื่อสารมวลชนให้มีความรับผิดชอบ (“จรรยาบรรณสื่อสารมวลชน”, 2553) ความสำคัญของจรรยาบรรณสื่อสารมวลชน คือ

1. เป็นแนวทางในการควบคุมความประพฤติของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนเพื่อให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม
2. ทำให้นักสื่อสารมวลชนและวิชาชีพสื่อสารมวลชนได้รับการยินยอมยกย่อง ให้เกียรติและศรัทธาจากประชาชน
3. ทำให้ผู้ประกอบวิชาชีพการสื่อสารมวลชนเกิดความภูมิใจในอาชีพตน
4. เป็นเกราะป้องกันเสรีภาพของสื่อมวลชน
5. เป็นหลักให้ประชาชนเกิดความมั่นใจในความประพฤติของผู้ประกอบวิชาชีพนักสื่อสารมวลชน
6. ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชนและสังคม
7. เป็นปัจจัยพื้นฐานสำหรับการพัฒนา

หลักจรรยาบรรณที่สื่อโทรทัศน์ในปัจจุบันมักจะละเลย อยู่ในหมวดที่ 2 ของข้อบังคับสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ พ.ศ.2553 ดังนี้

ข้อ 6 วิทยุและโทรทัศน์ต้องนำเสนอหรือเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อประโยชน์แห่งสาธารณะ และไม่ละเมิดสิทธิและเสรีภาพของผู้อื่น

ข้อ 7 วรรค (2) หากมีการอ้างอิง หรือคัดลอกข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลอื่น ต้องแจ้งที่มาของข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องที่นำเสนอหรือเผยแพร่ดังกล่าว

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

ข้อ 7 วรรค (5) การนำเสนอหรือเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องต้องคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และไม่เป็นการซ้ำเติมความทุกข์และโศกนาฏกรรมแก่ผู้ที่ตกเป็นข่าว

ข้อ 7 วรรค (8) ต้องแสดงให้เห็นถึงความพยายามในการให้ความเป็นธรรมแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

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

2.5.1 จรรยาบรรณนักสื่อสารออนไลน์

นักสื่อสารออนไลน์นับเป็นผู้ส่งสารที่สำคัญกลุ่มหนึ่งในงานสื่อสารมวลชน เนื่องจากเป็นผู้สื่อสารข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ (Online Media) ไปยังมวลชนจำนวนมากในเวลาเดียวกันหรือ ใกล้เคียงกัน โดยสื่อออนไลน์หรือสื่อใหม่ (New Media) เป็นสื่อที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทาง เทคโนโลยีจากระบบอนาล็อกหรือสื่อดั้งเดิมมาเป็นระบบดิจิทัล ทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน ได้แก่ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน เช่น Internet, Website, Social Media เป็นต้น และสามารถตอบสนองความต้องการข้อมูลข่าวสารได้อย่างอิสระมากขึ้น

2.5.1 แนวปฏิบัติ เรื่องการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชน พ.ศ. 2553

ในปัจจุบันจรรยาบรรณของนักสื่อสารออนไลน์กำหนดขึ้นโดยองค์การวิชาชีพที่สำคัญ 2 แห่ง ได้แก่ สมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์และชมรมนักข่าวสายเทคโนโลยีสารสนเทศ สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย โดยมีหลักจรรยาบรรณที่เรียกกันว่าแนวปฏิบัติ ดังต่อไปนี้

เนื่องด้วยในสถานการณ์ปัจจุบัน สื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และเว็บไซต์ข่าวสารต่าง ๆ ได้เข้าไปใช้ประโยชน์จากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ทั้งในด้านการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร การนำเสนอ และการแสดงความคิดเห็น หรือการเผยแพร่การทำงานขององค์กรข่าว ซึ่งมีทั้งการใช้ประโยชน์ในระดับองค์กร ตัวบุคคล และผสมผสาน เป็นจำนวนมาก จึงควรมีแนวปฏิบัติในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชนให้ เป็นไปในทางสร้างสรรค์

องค์การวิชาชีพสื่อมวลชนจึงได้มอบหมายให้ชมรมนักข่าวสายเทคโนโลยีสารสนเทศ สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย เป็นผู้ประสานการยกร่างแนวปฏิบัติ โดยมีตัวแทนจากองค์กรวิชาชีพต่าง ๆ ได้แก่ สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ ชมรมนักข่าวสายเทคโนโลยีสารสนเทศ นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ และผู้ทรงคุณวุฒิด้านกฎหมายและเทคโนโลยีสารสนเทศ ร่วมกันยกร่างและรับฟังความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องจึงกำหนดเป็นแนวปฏิบัติในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชน ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 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 ผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ตาม ธรรมนูญสภาการหนังสือแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๐ ผู้ประกอบวิชาชีพข่าว ผู้ปฏิบัติงานข่าว วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ตามธรรมนูญสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย พ.ศ. ๒๕๕๒ และผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนอื่นที่ยอมรับแนวปฏิบัตินี้

ข้อ 2 การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ขององค์กรสื่อมวลชนในการเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารและการแสดงความคิดเห็น พึงยึดมั่นกรอบจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชนของสภาการ หนังสือพิมพ์แห่งชาติ และสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยอย่างเคร่งครัด

ข้อ 3 การนำเสนอข่าวโดยการใช้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์กรสื่อมวลชน ควรมีหลัก ในการอ้างอิงถึงองค์กรสื่อมวลชน ดังต่อไปนี้

- (1) ชื่อองค์กรสื่อมวลชนที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร
- (2) รายละเอียด สัญลักษณ์ หรือชื่อย่อ ที่แสดงถึงองค์กรสื่อมวลชน
- (3) มาตรการทางเทคนิคที่ยืนยันถึงสถานะและความมีตัวตนขององค์กรสื่อมวลชน

รวมถึงการประกาศต่อสาธารณชนตามช่องทางที่องค์กรมีอยู่

ข้อ 4 การนำเสนอข้อมูลข่าวสารขององค์กรสื่อมวลชนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ควร เป็นไปตามข้อบังคับจริยธรรม หลักเกณฑ์ และแนวปฏิบัติขององค์กรที่กำกับดูแลตามที่ระบุไว้ใน หมวดหนึ่ง และต้องไม่เป็นการสร้างความเกลียดชังระหว่างคนในสังคม ไม่ยุยงให้เกิดความรุนแรงจน อาจนำไปสู่ความขัดแย้งและเสียหายรุนแรงขึ้นในชาติ

ข้อ 5 องค์กรสื่อมวลชนต้องให้ความเคารพและยอมรับข้อมูล ข่าวสาร หรือภาพ ที่ ผลิตโดยบุคคลอื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์

การคัดลอก เลียน ข้อความใด ๆ จากสื่อสังคมออนไลน์ พึงได้รับการอนุญาตจาก เจ้าของข้อความนั้น ๆ ตามแต่กรณี

กรณีจำเป็นเพื่อประโยชน์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร หรือรายงานข่าวในฐานะ สื่อมวลชน ต้องอ้างอิงถึงแหล่งที่มาของข้อความและข่าวสารนั้นโดยรับรู้ถึงสิทธิ หรือลิขสิทธิ์ของ องค์กรหรือบุคคลผู้เป็นเจ้าของข้อมูลดังกล่าว

ข้อ 6 การนำเสนอข้อมูลข่าวสารหรือการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชน อาจแบ่งได้ดังนี้

(1) กรณีใช้บัญชีผู้ใช้งาน (user account) ที่ระบุถึงต้นสังกัด ผู้ประกอบวิชาชีพ สื่อมวลชนพึงใช้ความระมัดระวังในการปฏิบัติตามข้อบังคับจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชนอย่าง เคร่งครัด โดยเฉพาะความถูกต้อง (accuracy) สมดุล (balance) และการใช้ภาษาที่เหมาะสม

(2) กรณีใช้ชื่อบัญชีผู้ใช้งานที่ระบุถึงตัวตนอันอาจทำให้เข้าใจว่าเป็นผู้ประกอบการวิชาชีพ สื่อมวลชน ผู้ใช้งานพึงระมัดระวังการนำเสนอข้อมูลข่าวและการแสดงความคิดเห็นที่อาจนำไปสู่การ ละเมิดจริยธรรมของผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนเช่นเดียวกัน

ข้อ 7 การรายงานข้อมูลข่าวสารบนสื่อสังคมออนไลน์ ผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนพึง แยก “ข่าว” กับ “ความเห็น” ออกจากกันอย่างชัดเจน พึงระวังการย่อความที่ทำให้ข้อความนั้น บิดเบือนไปจากข้อเท็จจริง และพึงระวังการเผยแพร่ข้อมูลข่าวซ้ำ

ข้อ 8 ในกรณีที่เวลาเป็นสาระสำคัญของการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร พึงตระหนักถึงมิติ ของเวลาในการนำเสนอข่าวนั้น ๆ ด้วย

ข้อ 9 ผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนพึงตระหนักว่าพื้นที่บนสื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่ สาธารณะ ไม่ใช่พื้นที่ส่วนบุคคล ซึ่งข้อมูลที่มีการรายงานจะถูกบันทึกไว้และอาจมีผลทางกฎหมายได้

ข้อ 10 ในการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร การนำเสนอ และการแสดงความคิดเห็น ผู้ ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนพึงระวังการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ สิทธิเด็กและ สตรี ภาพอุจาด ลามก อนาจาร หวาดเสียว และรุนแรง

ข้อ 11 ผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชน พึงระมัดระวังกระบวนการหาข่าวหรือภาพจาก สื่อสังคมออนไลน์ โดยมีการตรวจสอบอย่างถี่ถ้วน รอบด้าน และควรอ้างอิงแหล่งที่มาเมื่อนำเสนอ เว้นแต่สามารถตรวจสอบและอ้างอิงจากแหล่งข่าวได้โดยตรง

การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ไม่ว่าจะการรายงานสดผ่านอุปกรณ์ปลายทางต่าง ๆ (devices) หรือการสร้างข้อความบนสื่อสังคมออนไลน์จากการประชุม ‘ปิด’ ต้องได้รับอนุญาตจากที่ ประชุมก่อน

ข้อ 12 หากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารหรือการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคม ออนไลน์ของผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนเกิดความผิดพลาด จนก่อให้เกิดความเสียหายต่อบุคคลหรือ องค์กรอื่น ผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนต้องดำเนินการแก้ไขข้อความที่มีปัญหาโดยทันที พร้อมทั้ง แสดงถ้อยคำขอโทษต่อบุคคลหรือองค์กรที่ได้รับความเสียหาย ทั้งนี้ ต้องให้ผู้ที่ได้รับความเสียหายมี โอกาสชี้แจงข้อมูลข่าวสารในด้านของตนด้วย

2.6 กฎหมายเกี่ยวกับสื่อมวลชน

ในเรื่องกฎหมายและจริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อมวลชน แม้สังคมจะมีการเปลี่ยนแปลงทาง เทคโนโลยี แต่การเป็นนักสื่อสารอาชีพยังคงต้องยึดหลักวิชาชีพใหม่มั่นคง ตระหนักในความรับผิดชอบ สูงสุด ความถูกต้องและเหมาะสมในการนำเสนอข่าว สังคมคาดหวังว่าเป็นผู้มีอาชีพของนักการ สื่อสารต่อการปฏิบัติหน้าที่ อีกทั้งความทันสมัยของยุคสื่อดิจิทัลทุกคนต่างเป็นผู้ผลิตข่าวสารได้ด้วย ตัวเอง จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อจึงเป็นข้อกำหนดที่ชัดเจนในวิชาชีพนักสื่อสารที่ควรยึดปฏิบัติ

ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือก็จะยังคงอยู่ต่อไปไม่ถูกลดบทบาทในสังคม (ปณัชญา ลีลายุทธ และ บุญเลิศ โอบุสสุ, 2560)

2.6.1 รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยได้ให้การรับรองสิทธิเสรีภาพของสื่อมวลชนไว้ใน 2 มาตรา คือ มาตรา 34 คือเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นในฐานะประชาชนทั่วไป และมาตรา 35 เสรีภาพในการนำเสนอข่าว หรือความคิดเห็นตามจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อสารมวลชน ดังนี้ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย (2560)

“มาตรา 34 บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น การพูด การเขียน การพิมพ์การโฆษณา และการสื่อความหมายโดยวิธีอื่น การจำกัดเสรีภาพดังกล่าวจะกระทำมิได้ เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตาม บทบัญญัติแห่งกฎหมายที่ตราขึ้นเฉพาะเพื่อรักษาความมั่นคงของรัฐ เพื่อคุ้มครองสิทธิหรือเสรีภาพของบุคคลอื่น เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือเพื่อป้องกันสุขภาพของประชาชน

เสรีภาพทางวิชาการย่อมได้รับความคุ้มครอง แต่การใช้เสรีภาพนั้นต้องไม่ขัดต่อหน้าที่ของปวงชนชาวไทย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน และต้องเคารพและไม่ปิดกั้นความเห็นต่างของบุคคลอื่น”

“มาตรา 35 บุคคลซึ่งประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนย่อมมีเสรีภาพในการเสนอข่าวสารหรือการแสดง ความคิดเห็นตามจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

การสั่งปิดกิจการหนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชนอื่นเพื่อลิดรอนเสรีภาพตามวรรคหนึ่ง จะกระทำมิได้

การให้นำข่าวสารหรือข้อความใด ๆ ที่ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนจัดทำขึ้นไปให้เจ้าหน้าที่ตรวจก่อน นำไปโฆษณาในหนังสือพิมพ์หรือสื่อใด ๆ จะกระทำมิได้ เว้นแต่จะกระทำในระหว่างเวลาที่ประเทศอยู่ในภาวะสงคราม

เจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชนอื่นต้องเป็นบุคคลสัญชาติไทย

การให้เงินหรือทรัพย์สินอื่นเพื่ออุดหนุนกิจการหนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชนอื่นของเอกชนรัฐจะกระทำมิได้ หน่วยงานของรัฐที่ใช้จ่ายเงินหรือทรัพย์สินให้สื่อมวลชนไม่ว่าเพื่อประโยชน์ในการโฆษณาหรือ ประชาสัมพันธ์ หรือเพื่อการอื่นใดในทำนองเดียวกันต้องเปิดเผยรายละเอียดให้คณะกรรมการตรวจเงินแผ่นดิน ทราบตามระยะเวลาที่กำหนดและประกาศให้ประชาชนทราบด้วย

เจ้าหน้าที่ของรัฐซึ่งปฏิบัติหน้าที่สื่อมวลชนย่อมมีเสรีภาพตามวรรคหนึ่ง แต่ให้

คำนึงถึงวัตถุประสงค์ และภารกิจของหน่วยงานที่ตนสังกัดอยู่ด้วย”

2.6.2 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยละเมิด มีบทบัญญัติสำคัญซึ่งวางหลักไว้ ดังนี้พระราชบัญญัติ แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์พ.ศ.2535 (2535) “มาตรา 420 ผู้ใดจงใจหรือประมาทเลินเล่อ ทำต่อบุคคลอื่นโดยผิดกฎหมายให้เขาเสียหายถึงแก่ชีวิต กิติ แก่ร่างกายกิติ อนามัยกิติ เสรีภาพกิติ ทรัพย์สินหรือสิทธิอย่างหนึ่งอย่างใดกิติ ท่านว่าผู้นั้นทำละเมิดจำต้อง ใช้ค่าสินไหมทดแทนเพื่อการนั้น”

จากกรณีที่สื่อมวลชนได้นำเสนอข่าวรูปแบบเรียลไทม์โดยการรายงานความเคลื่อนไหวตลอดจน แผนปฏิบัติการของเจ้าหน้าที่ อันเป็นเหตุให้ผู้ก่อเหตุร้ายได้ไหวตัวทัน และเป็น การชี้เป้าให้ผู้ก่อเหตุติดตามไป ทำร้ายประชาชนที่ซ่อนตัวอยู่บริเวณต่าง ๆ ในห้าง แต่เมื่อสื่อมวลชน ดังกล่าวรายงานสถานการณ์ตามจริงไป ตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย และมีได้มีเจตนาให้เกิดความตายหรือความเสียหายในชีวิตหรือร่างกายของ ประชาชนผู้ใด จึงไม่เข้าองค์ประกอบความผิดในทางอาญา ซึ่งบทลงโทษในทางอาญานั้นถือว่าร้ายแรงกว่า บทลงโทษอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม เมื่อมีความเสียหายเกิดขึ้นแก่ชีวิตและร่างกายของประชาชนจากการที่ สื่อมวลชนนำเสนอข่าวเช่นนั้น สื่อมวลชนหรือบุคคลใด ๆ ก็ย่อมต้องมีความรับผิดชอบในทางใดทางหนึ่ง หากแต่ว่า ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 420 นี้ การนั้นจะเป็นความผิดได้ก็ต่อเมื่อได้กระทำโดยจงใจ หรือประมาทเลินเล่อต่อบุคคลอื่น “โดยผิดกฎหมาย” ในกรณีนี้การนำเสนอข่าวก็ได้เป็นการกระทำที่ผิดต่อกฎหมาย เป็นแต่เพียงการรายงานข้อมูลเชิงลึกในการปฏิบัติงานของ เจ้าหน้าที่ซึ่งเมื่อส่งผลร้าย คือเกิดความเสียหายแก่ชีวิตและร่างกายของผู้อื่น สื่อมวลชนดังกล่าวก็ควรต้องมี ความรับผิดชอบตามกฎหมาย เมื่อไม่เป็นความผิดตามมาตรา 420 ก็ต้องไปพิจารณาบทกฎหมายฉบับอื่นต่อไป

2.6.3 พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551

ตามความในหมวด 3 ว่าด้วยการส่งเสริมและควบคุมจริยธรรมแห่งวิชาชีพ และการคุ้มครองผู้เสียหาย จากการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ บัญญัติว่า พระราชบัญญัติการประกอบกิจการ กระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 (2551)

“มาตรา 40 ผู้ที่ได้รับความเสียหายเนื่องจากรายการที่ออกอากาศเป็นเท็จหรือละเมิดสิทธิเสรีภาพ เกียรติยศ ชื่อเสียง สิทธิในครอบครัว หรือความเป็นอยู่ส่วนตัวของบุคคลอาจร้องเรียนต่อคณะกรรมการ

ให้คณะกรรมการส่งเรื่องพร้อมความเห็นของคณะกรรมการให้องค์กรควบคุมการประกอบอาชีพหรือ วิชาชีพตามมาตรา 39 เพื่อให้ดำเนินการเยียวยาให้แก่ผู้เสียหายโดยเร็ว และให้คณะกรรมการติดตามผลการ ดำเนินการขององค์กรควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพตามมาตรา 39 เมื่อองค์กรควบคุมการประกอบ อาชีพหรือวิชาชีพตามมาตรา 39 ได้แจ้งผลการดำเนินการให้คณะกรรมการทราบแล้ว ให้แจ้งผู้ร้องเรียนทราบ ผลการดำเนินการโดยเร็ว

ผลการดำเนินการในหมวดนี้ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินการตามมาตรา 51(1)”
 ความในมาตรา 40 แห่งพระราชบัญญัตินี้เป็นการที่ผู้เสียหายเนื่องจากรายการที่
 ออกอากาศมีการละเมิดเสรีภาพ ซึ่งประชาชนผู้ที่ได้รับความเสียหายจากการนำเสนอข่าวสามารถร้อง
 ขอกการเยียวยาจาก สื่อมวลชน แต่ไม่ปรากฏบทบังคับหรือโทษของสื่อมวลชนที่เป็นผู้กระทำละเมิด
 ตามมาตรานี้แต่อย่างใด

พระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ.
 2551 ตามความในหมวด 3 ว่าด้วยข้อบังคับด้านจริยธรรมของวิชาชีพ บัญญัติไว้ว่า พระราชบัญญัติ
 องค์การ กระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ.2551 (2551)

“มาตรา 42 ให้คณะกรรมการนโยบายจัดทำข้อบังคับด้านจริยธรรมของวิชาชีพ
 เกี่ยวกับการผลิตและ การเผยแพร่รายการ โดยคำนึงถึงความเห็นของตัวแทนพนักงานและลูกจ้างของ
 องค์การ ผู้ผลิตรายการ ผู้รับชม และรับฟังรายการ และผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์
 และสื่อมวลชน เพื่อใช้เป็นแนวทาง ในการปฏิบัติงาน การผลิต การจัดหาและการเผยแพร่รายการ
 ขององค์การ

ข้อบังคับด้านจริยธรรมของวิชาชีพตามวรรคหนึ่ง อย่างน้อยต้องครอบคลุมเนื้อหา
 สาระในเรื่องดังต่อไปนี้

- (1) ความเที่ยงตรง ความเป็นกลาง และความเป็นธรรม
- (2) ความเป็นอิสระของวิชาชีพ และความรับผิดชอบต่อสาธารณชน
- (3) การเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ความเป็นส่วนตัว และการคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคล
- (4) การคุ้มครองเด็กและเยาวชนจากรายการที่แสดงออกถึงความรุนแรง การกระทำ
 อันผิดกฎหมาย หรือศีลธรรม อบายมุข และภาษาอันหยาบคาย
- (5) การปฏิบัติต่อเหยื่อผู้เคราะห์ร้ายและผู้ที่อยู่ในภาวะเศร้าโศก
- (6) การจ่ายเงินแก่แหล่งข่าว การรับรางวัลหรือผลประโยชน์ตอบแทนเพื่อให้เสนอ
 ข่าว หรือมีส่วนร่วม ในการกระทำใดอันกระทำให้ขาดความเป็นธรรมและความเป็นอิสระของวิชาชีพ
- (7) การปกป้องและปฏิบัติต่อแหล่งข่าวอย่างเป็นธรรม

ให้คณะกรรมการนโยบายเผยแพร่ข้อบังคับด้านจริยธรรมที่จัดทำขึ้นตามวรรคหนึ่งต่อ
 สาธารณชน” ตามมาตรา 42 นี้เป็นแต่เพียงการกำหนดข้อบังคับตามวิชาชีพ ซึ่งไม่พบบทลงโทษใด ๆ
 แก่สื่อมวลชน ที่ฝ่าฝืนจริยธรรมข้อหนึ่งข้อใดตามพระราชบัญญัติฉบับนี้

2.6.4 ร่างพระราชบัญญัติการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพ ส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ.

ประเทศไทยได้ออกร่างกฎหมายเพื่อกำกับสื่อมวลชนไว้ใน “ร่างพระราชบัญญัติการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพ ส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ.” โดยได้กำหนดนิยามของสื่อมวลชนในกรอบความหมายที่กว้างมาก และครอบคลุมถึงการสื่อสารไปยังประชาชนในทุกรูปแบบทุกประเภทตั้งที่ผู้เขียนได้แจกแจงประเภทของสื่อประเภทต่าง ๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบันไว้ข้างต้นนิยามในมาตรา 3 แห่ง “ร่างพระราชบัญญัติการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพ ส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ.” บัญญัติไว้ว่า “สื่อมวลชน” หมายความว่า “สื่อกลางที่นำข่าวสาร สาร และเนื้อหาสาระทุกประเภทไปสู่มวลชน เพื่อประโยชน์สาธารณะ ไม่ว่าจะอยู่ในรูปสิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สื่อดิจิทัล หรือในรูปอื่นใด ที่สามารถสื่อความหมายให้ประชาชนทราบได้เป็นการทั่วไป” คำนิยามนี้เป็นผลให้สื่อทุกประเภทและการแสดงออกทางความคิดของบุคคลทุกคนต่อสาธารณะไม่ว่าในรูปแบบใดตกอยู่ภายใต้คำนิยามนี้ด้วย

ในส่วนของจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อถูกร่างไว้ในหมวดมาตรฐานจริยธรรมสื่อมวลชน มาตรา 37 (6) การนำเสนอเนื้อหาและข้อมูลข่าวสาร จะต้องเป็นไปตามหลักจรรยาบรรณวิชาชีพ ไม่ขัดต่อหลักศีลธรรมของสังคม ไม่ก่อให้เกิดผลเสียมากกว่าประโยชน์ที่ได้รับและคำนึงผลประโยชน์สาธารณะเหนือกว่าสิ่งใด

2.7 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมจริยธรรมมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชนในต่างประเทศ

มาตรการทางกฎหมายที่กำกับสื่อในกลุ่มประเทศตัวอย่างที่ศึกษาอันได้แก่ สหภาพยุโรป และประเทศสิงคโปร์ สามารถสรุปโดยสังเขปได้ดังนี้

2.7.1 สหราชอาณาจักร

การกำกับดูแลสื่อในสหราชอาณาจักรแบ่งเป็น การกำกับดูแลตนเอง (Self-Regulation) และการกำกับดูแลโดยกฎหมาย และกฎเฉพาะต่าง ๆ โดยมีองค์กรกำกับดูแลที่แตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นองค์กรกำกับดูแลสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะเป็นหน่วยงานกำกับดูแลอิสระ และมีข้อบังคับหรือประมวลจริยธรรม เป็นของตัวเอง สหภาพสื่อมวลชนแห่งชาติอันมีลักษณะเป็นการรวมตัวของสภาวิชาชีพสื่อมวลชน ส่วนองค์กร กำกับดูแลสื่อแพร่ภาพกระจายเสียงจะถูกตั้งขึ้นโดยพระราชบัญญัติโทรคมนาคม พ.ศ. 2527 (Telecommunications Act 1984) มีลักษณะเป็นหน่วยงานของรัฐบาลที่มีหน้าที่กำกับดูแลกิจการ โทรคมนาคมทั้งหลายในสหราชอาณาจักร อย่างไรก็ตาม สหราชอาณาจักรมีความพิเศษในเรื่องของการมีองค์กรการกำกับดูแลกันเองด้านโฆษณา ที่มีองค์กรอิสระหลายแห่งเข้ามามีบทบาทในการกำกับดูแลและออกกฎหมายหรือข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง

สหภาพสื่อมวลชนแห่งชาติ (National Union of Journalists หรือ NUJ)

มีลักษณะเป็นสหภาพแรงงาน โดยเป็นสหภาพนักข่าวอิสระที่ใหญ่ที่สุดในโลก สหภาพสื่อมวลชนแห่งชาติ (NUJ) ได้ออกหลักปฏิบัติด้านจรรยาบรรณ (Code of conduct) ที่กำหนดหลักการสำคัญของการทำงานด้านสื่อมวลชนของสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์มาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2479 วัตถุประสงค์ของหลักปฏิบัติด้านจรรยาบรรณคือ การให้คำแนะนำสมาชิกเกี่ยวกับวิธีการทำงานอย่างมีจริยธรรม เพื่อสนับสนุนการ ผลิตเนื้อหาที่ถ่ายทอดอย่างตรงไปตรงมา ถูกต้อง และยุติธรรม

หลักปฏิบัติด้านจรรยาบรรณ (Code of conduct) 12 ข้อของสหภาพสื่อมวลชนแห่งชาติ (NUJ) ดังนี้

1. ยืนหยัดและปกป้องหลักเสรีภาพของสื่อ สิทธิในเสรีภาพในการแสดงออก และสิทธิของ สาธารณชนเสมอมา
2. มุ่งมั่นที่จะสร้างความมั่นใจว่าข้อมูลที่เผยแพร่จะถูกถ่ายทอดอย่างตรงไปตรงมา ถูกต้อง และยุติธรรม
3. พยายามอย่างเต็มที่เพื่อแก้ไขข้อมูลที่ไม่ถูกต้องและที่เป็นอันตราย
4. แยกความแตกต่างระหว่างข้อเท็จจริงและความคิดเห็น
5. หาข้อมูลด้วยวิธีการที่ตรงไปตรงมา และเปิดเผย ยกเว้นกรณีที่เป็นสาธารณประโยชน์และ เกี่ยวข้องกับหลักฐานที่ไม่สามารถหาได้ด้วยวิธีการที่ตรงไปตรงมา
6. ไม่ก้าวร้าวชีวิตส่วนตัว ความเศร้าโศก หรือความทุกข์ยากของใครก็ตาม เว้นแต่จะได้รับ การพิสูจน์โดยพิจารณาถึงประโยชน์สาธารณะ
7. ปกป้องตัวตนของแหล่งข้อมูลที่ รักษาความลับของข้อมูล
8. ต่อด้านการคุกคามหรือสิ่งจูงใจอื่นใดที่จจะโน้มน้าว บิดเบือนข้อมูล และไม่แสวงหา ผลประโยชน์ส่วนตัวอย่างไม่เป็นธรรมจากข้อมูลที่ได้รับ
9. ไม่ผลิตเนื้อหาที่มีแนวโน้มว่าจะนำไปสู่ความเกลียดชังหรือการเลือกปฏิบัติอันเนื่องมาจาก อายุ เพศ เชื้อชาติ สีผิว ความเชื่อ สถานะทางกฎหมาย ความทุพพลภาพ สถานภาพสมรส หรือ รสนิยมทางเพศของบุคคล
10. ไม่ใช่คำพูด เสียง หรือรูปลักษณ์โดยการโฆษณาผลิตภัณฑ์หรือบริการเชิงพาณิชย์ใด ๆ เว้นแต่เพื่อส่งเสริมงานที่ทำงานอยู่
11. โดยปกตินักข่าวจะต้องขอความยินยอมจากผู้ปกครองเมื่อสัมภาษณ์หรือถ่ายภาพเด็ก
12. หลีกเลี่ยงการลอกเลียนแบบผลงานของผู้อื่น

2.7.3 ประเทศสิงคโปร์

เนื่องจากสิงคโปร์เป็นประเทศเล็ก จึงมีบริษัทเอกชนที่ทำธุรกิจด้านสื่ออยู่เพียง 2 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ SPH และ MediaCorp โดยมีรัฐบาลเข้าถือหุ้น ทำให้ธุรกิจด้านสื่อสารมวลชนของสิงคโปร์เสมือนผูกขาดโดย บริษัทใหญ่ที่มีรัฐบาลกำกับดูแลอย่างใกล้ชิด 100 รัฐบาลสิงคโปร์มีการกำกับดูแลสื่ออย่างเข้มงวด โดยการออกกฎหมายต่าง ๆ รวมไปถึงข้อกำหนดต่าง ๆ เกี่ยวกับหลักปฏิบัติรวมถึงจริยธรรมสื่อมวลชนด้วย

สิงคโปร์เป็นผู้นำด้านการผลักดันด้านเทคโนโลยีด้านสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ในยุคโลกาภิวัตน์ ในปีพ.ศ. 2548 รัฐบาลสิงคโปร์ได้กำหนดแผนแม่บท iN 2015 เพื่อให้สิงคโปร์เป็นสังคมดิจิทัล รัฐบาลให้งบประมาณสนับสนุนแก่บริษัท MediaCorp ในการพัฒนาระบบทีวีออนไลน์ (MediaCorp Online Broadband TV) ที่อนุญาตให้สามารถรับชมได้ผ่านอินเทอร์เน็ต มีการออกอากาศช่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัล แบบความละเอียดสูง (HDTV) และมีบริการโฆษณาทางวิทยุดิจิทัล ทำให้สิงคโปร์กลายเป็นประเทศแรกใน เอเชียที่ให้บริการการค่าทางระบบวิทยุดิจิทัล

แม้ประชาชนสิงคโปร์สามารถเข้าถึงสื่อต่างชาติได้อย่างเป็นอิสระและเข้าถึงสื่อทางเลือกได้ตลอดเวลา แต่ประชาชนสิงคโปร์เชื่อว่าสื่อกระแสหลักและฟรีทีวีต่าง ๆ เป็นสื่อที่ถูกหนุนจากรัฐบาล คนสิงคโปร์จำนวนมากจึงหันไปรับข่าวสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันผ่านสื่อออนไลน์ มีความเคลื่อนไหวของประชาชนใน โลกออนไลน์วิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับการทำงานของรัฐบาล จึงมีการจัดตั้งหน่วยงานใหม่สังกัดกระทรวงการสื่อสารและข่าวสาร (Ministry of Communications and Information: MCI) เพื่อติดตามและกำกับสื่อใหม่ โดยไม่เน้นการใช้อำนาจเข้าควบคุมสื่อ แต่ใช้วิธีการสร้างพื้นที่และการใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างรัฐบาลกับประชาชน

อย่างไรก็ตาม รัฐบาลมีการกำหนดหลักปฏิบัติสำหรับสื่ออินเทอร์เน็ต (Internet Code of Conduct) ขึ้น ชาวสิงคโปร์ต่างพากันประท้วงกฎระเบียบใหม่ที่รัฐบาลระบุให้เว็บไซต์ข่าวต้องมีการขออนุญาตจาก หน่วยงานควบคุมสื่อของทางการสิงคโปร์ซึ่งพวกเขามองว่าเป็นการจำกัดเสรีภาพในการแสดงออก แม้ว่าพลเมืองในสิงคโปร์เข้าถึงเทคโนโลยีได้อย่างดี และเป็นสังคมผู้นำด้านดิจิทัล แต่เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นนั้นกลับตรงกันข้าม เพราะรัฐบาลสิงคโปร์มีการควบคุมอย่างเข้มงวดตลอดมา

กฎหมายส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน

สิงคโปร์เป็นประเทศที่มีการควบคุมสื่ออย่างเข้มงวดโดยเฉพาะในเรื่องเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเมือง และรัฐบาล มีกฎหมายรวมทั้งประมวลจรรยาบรรณและแนวทางในการปฏิบัติ (Code of Practice and Guidelines) หลายฉบับที่เกี่ยวข้อง

พระราชบัญญัติพื้นฐานด้านการสื่อสารของสาธารณรัฐสิงคโปร์ ได้แก่

1. กฎหมายว่าด้วยการจัดตั้งองค์การพัฒนาสื่อ (Media Development Authority of Singapore Act) เป็นกฎหมายที่ให้อำนาจคณะกรรมการพัฒนาสื่อแห่งสิงคโปร์ออกระเบียบปฏิบัติสำหรับการให้บริการสื่อ
2. พระราชบัญญัติว่าด้วยการจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาข้อมูลการสื่อสารสนเทศ พ.ศ. 2559 (Info communications Media Development Authority Act 2016) มีวัตถุประสงค์หลักในการจัดให้มีการ แข่งขันอย่างเป็นธรรมและการคุ้มครองผู้บริโภคในอุตสาหกรรมสื่อ
3. พระราชบัญญัติหนังสือพิมพ์และการพิมพ์ พ.ศ. 2517 (Newspaper and Printing Press Act)
4. กฎหมายว่าด้วยการกระจายเสียง (Broadcasting Act)
5. กฎหมายว่าด้วยภาพยนตร์ (Film Act)
6. กฎหมายว่าด้วยความบันเทิงสาธารณะและการประชุม (Public Entertainment and Meeting)
7. กฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมายหมิ่นประมาท (Defamation Act) กฎหมายลิขสิทธิ์ (Copyright Act) กฎหมายปลุกปั่นยุยง (Sedition Act) กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection (Fair Trading Act) เป็นต้น

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นคร วัลลิภากร (2565) ได้ศึกษากรอบแนวความคิดเกี่ยวกับสิทธิเสรีภาพของสื่อมวลชนและวิเคราะห์ ร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ. ... โดยที่มาตราสาม 35 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้บุคคลซึ่งประกอบวิชาชีพ สื่อมวลชนย่อมมีเสรีภาพในการเสนอข่าวสาร หรือการแสดงความคิดเห็นตามจริยธรรมแห่งวิชาชีพเสรีภาพดังกล่าวให้ครอบคลุมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐซึ่งปฏิบัติหน้าที่สื่อมวลชน แต่ให้คำนึงถึงวัตถุประสงค์และภารกิจของ หน่วยงานที่ตนสังกัดอยู่ด้วย สมควรกำหนดให้มีองค์กรเพื่อทำหน้าที่คุ้มครองเสรีภาพของบุคคลซึ่งประกอบ วิชาชีพสื่อมวลชนตามที่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยบัญญัติรับรอง และกำหนดให้มีการส่งเสริม จริยธรรมสื่อมวลชนเพื่อให้การทำหน้าที่ตาม มาตรฐานวิชาชีพเป็นไปอย่างเหมาะสม จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้

ตรัยรัตน์ ปลื้มปิติชัยกุล และคณะ (2564) แนวทางด้านการนำเสนอข่าวสารทางบันเทิงมีความจำเป็นที่ต้องยึดถือหลักจริยธรรมเป็นสำคัญ เนื่องจากการนำเสนอข่าวสารในปัจจุบันโดยเฉพาะในข่าวสาร ด้านบันเทิงมีความอ่อนไหวอย่างยิ่ง เพราะสื่อมวลชนในปัจจุบันขาดความรับผิดชอบและ

ใคร่ครวญในการนำเสนอ เหตุจากความต้องการในการสร้างความนิยมให้สูงสุดในหมู่ผู้รับสารเป็นสิ่งสำคัญ ในแง่นี้จะยังเห็นได้ค่อนข้างชัดว่า การนำเสนอข่าวสารด้านบันเทิงของสื่อมวลชนในยุคดิจิทัลมีแนวโน้มจะขาดความใส่ใจในเรื่องจริยธรรมที่ต้งาม ด้วยเหตุนี้แนวทางการสร้างและพัฒนาจริยธรรมให้สอดคล้องกับแนวทางการนำเสนอข่าวด้านบันเทิงจึงเป็นเรื่องที่จำเป็นประการต่อมาแนวทางการแก้ไขปัญหาด้านกฎหมายและจริยธรรมสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวสารด้าน บันเทิงที่มีประสิทธิภาพในยุคสื่อดิจิทัล พบว่า ข่าวสารด้านบันเทิงในสื่อยุคดิจิทัลต้องยึดมั่นและศรัทธาในหลักจริยธรรมและกฎหมายเป็นพื้นฐานสำคัญ เพราะหลักการนี้เป็นฐานคิดของกระบวนการแก้ไขปัญหาด้านจริยธรรม ของสื่อยุคใหม่ซึ่งสอดคล้องกับมาตรการในการสร้างบรรทัดฐานการใช้สื่อใหม่ในยุคปัจจุบัน

กาญจนาภรณ์ ทินกร และพรพรหม ชมงาม (2563) ความรุนแรงของการแข่งขันระหว่างสื่อโทรทัศน์กับสื่อออนไลน์ทำให้การรายงานข่าวและรายการ ประเภทสนทนาเชิงข่าวของสถานีโทรทัศน์เริ่มละเลยจรรยาบรรณพืงมีดังจะเห็นได้จากหลาย ๆ กรณีที่ผ่านมา การนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ดังที่กล่าวมานั้น สื่อโทรทัศน์มักจะอ้างว่าต้องนำเสนอเพราะสังคมให้ความสนใจ แต่พฤติกรรมดังกล่าวผิดหลักจรรยาบรรณสื่อที่กำหนดในหลักจรรยาบรรณวิชาชีพที่สภาวิชาชีพข่าววิทยุ และโทรทัศน์ไทยหลายข้อ ทั้งเรื่องละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ไม่เป็นประโยชน์ สาธารณะ และขาดความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนี้ ยังผิดกฎหมายที่ว่าด้วยสิทธิส่วนบุคคลอีกด้วย ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเรื่องของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลทำให้เกิดการละเลยจรรยาบรรณและ ไม่ยึดถือหลักจริยธรรมของสื่อมวลชน โดยเน้นไปทางด้านสื่อโทรทัศน์ซึ่งถือเป็นสื่อดั้งเดิมรูปแบบสุดท้าย ที่กำลังถูกรุกรานเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Disruption) โดยศึกษาทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในจากผู้ประกอบวิชาชีพสื่อโทรทัศน์เพื่อนำผลที่ได้มาแก้ไขปัญหาด้านจรรยาบรรณของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล เป็นการยกระดับให้ได้มาตรฐานสากล และมีความรับผิดชอบต่อสังคมกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

คณินิจ ขาวแสง (2562) คำนิยามของ “สื่อ” หรือ “สื่อมวลชน” ไม่มีปรากฏชัดเจนในกฎหมายว่าด้วยการกำกับสื่อหรือ ในคำพิพากษาของศาล เนื่องจากแนวทางในการพิจารณาถึงหลักเกณฑ์การกำกับสื่อในแต่ละประเภท แต่ละประเด็นนั้นมีความซับซ้อน อีกทั้งลักษณะของสื่อแต่ละประเภทมีความแตกต่างกัน การกำหนด คำนิยามของสื่ออย่างกว้าง เพื่อใช้ในการกำหนดตัวบุคคลหรือกลุ่มบุคคลผู้ถูกกำกับโดยกฎหมายจึงอาจ ทำให้เกิดปัญหาในทางปฏิบัติได้ ในกลุ่มประเทศตัวอย่างที่ศึกษาอันได้แก่ สหภาพยุโรป ออสเตรเลีย และแคนาดา เห็นได้ว่าวิธีการออกกฎหมายเพื่อกำกับสื่อเป็นการออกกฎหมายกำกับโดยเจาะจง เพียงสื่อบางประเภท และออกแบบกฎหมายในการกำกับให้เหมาะสมกับสื่อที่ต้องการกำกับนั้นเป็นการเฉพาะ โดยมีการกำหนดคำนิยามของสื่อที่ต้องการกำกับ และเรื่องหรือประเด็นที่ต้องการกำกับไว้ อย่างชัดเจน ทั้งนี้หลักการพื้นฐานในการออกกฎหมายเพื่อกำกับสื่อมวลชนนั้น คือ การเคารพสิทธิขั้นพื้นฐานของสื่อและประชาชนในการ

แสดงออกทางความคิด หากเมื่อมีประเด็นเกี่ยวกับประโยชน์ สาธารณะหรือคุณค่าทางสังคมอื่น ๆ เช่น การคุ้มครองผู้รับชมสื่อซึ่งเป็นเด็ก และการคุ้มครองหรือ ป้องกันการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่นำไปสู่ความเกลียดชังต่อกลุ่มบุคคลในสังคม เสรีภาพของสื่ออาจ ถูกจำกัดได้ด้วยกฎหมาย กฎหมายในการกำกับสื่อเหล่านั้นสามารถออกแบบได้หลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับประเภทของสื่อแต่ละประเภทซึ่งอาจเป็นการกำกับโดยกฎหมายที่บัญญัติขึ้นโดยรัฐ การกำกับโดย การออกกฎเกณฑ์ร่วมกันระหว่างรัฐและเอกชนผู้ประกอบการ (co-regulation) หรือการกำกับโดย กลุ่มเอกชนผู้ประกอบการด้วยตนเอง (self-regulation) อย่างไรก็ตามผู้ออกกฎหมายควรคำนึงถึง ลักษณะของสื่อแต่ละประเภทที่มีความแตกต่างกัน ผลกระทบของกฎหมายต่อสังคม ลักษณะของ เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง รวมถึงพฤติกรรมของผู้คนในสังคมการกำกับสื่อในบางเรื่องสมควรต้องพิจารณา ดูว่ามีกฎหมายที่บังคับใช้ในเรื่องนั้นแล้วหรือไม่ เช่น การนำเสนอเนื้อหาข่าวสารที่ขัดต่อกฎหมายอาญา เมื่อมีประเด็นปัญหาเกิดขึ้นย่อมบังคับได้ตามกฎหมายอาญา แล้วจึงพิจารณาต่อไปว่าสื่อประเภทใด ควรถูกกำกับเป็นการเฉพาะเจาะจงและควรถูกกำกับในเรื่องใด โดยต้องมีการกำหนดหรือบัญญัติไว้อย่างชัดเจน

จากรูจา ทวงสิทธิบัตร (2562) การศึกษาเรื่อง “การกำกับดูแลสื่อผ่านกลไกของรัฐในการจัดตั้งสภาวิชาชีพสื่อมวลชน ตามแนวทางการส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อ ของแผนปฏิรูปประเทศ ด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์และการกำกับดูแลสื่อมวลชนในปัจจุบัน รวมถึงความคิดเห็นของสื่อมวลชนที่มีต่อการจัดตั้งสภาวิชาชีพสื่อมวลชน เพื่อให้ได้แนวทางการกำกับดูแลสื่อผ่านกลไกของรัฐในการจัดตั้งสภาวิชาชีพสื่อมวลชน ตามแนวทางการส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อ ของแผนปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นสื่อมวลชนผู้ปฏิบัติงานในสื่อโทรทัศน์ที่ให้บริการระบบภาคพื้นดิน จำนวน 6 สถานีโทรทัศน์ และใช้ร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ. (ฉบับรับฟังความคิดเห็น) เป็นองค์ประกอบในการศึกษาผลการศึกษาพบว่า สื่อมวลชนดำเนินงานตามหลักจริยธรรมสื่อมวลชน แต่ยังมีบางส่วนที่ละเมิดจริยธรรม เนื่องจากการแข่งขันทางด้านธุรกิจ ความรวดเร็ว และยอดผู้ชม โดยปัจจุบันมีกลไกการกำกับดูแลสื่อมวลชนที่หลากหลายดังนี้ การกำกับดูแลโดยรัฐ ได้แก่ กฎหมายทั้งที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนโดยตรง และกฎหมายอื่น ๆ ที่คุ้มครองสิทธิเสรีภาพของประชาชน นอกจากนี้ยังมีการกำกับดูแลในรูปแบบคณะกรรมการของรัฐ เช่น คณะกรรมการภาพยนตร์และวีดิทัศน์แห่งชาติ และการกำกับดูแลในรูปแบบองค์กรอิสระ เช่น คณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.) และมีการกำกับดูแลกันเอง โดยมีจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการกำกับดูแล ทั้งในระดับองค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน ระดับหน่วยงาน และระดับบุคคล ทั้งนี้ การจัดตั้งสภาวิชาชีพสื่อมวลชนแห่งชาติ อาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติส่งเสริมจริยธรรมและ

มาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ. ตามแนวทางการส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อ ของ แผนปฏิรูปประเทศ ด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ สื่อมวลชนมีความเห็นว่า สภาวิชาชีพ สื่อมวลชนแห่งชาติควรทำหน้าที่ส่งเสริมการกำกับดูแลกันเอง รวมถึงคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของ สื่อมวลชน และสภาวิชาชีพสื่อมวลชนแห่งชาติควรทำหน้าที่อย่างโปร่งใส เท่าเทียม เป็นกลาง และเป็นธรรม ปราศจากการถูกแทรกแซง นอกจากนี้ ภาครัฐยังควรส่งเสริมการปฏิบัติหน้าที่ของ สื่อมวลชน โดยไม่แทรกแซงการทำงาน ภาคประชาชนควรร่วมกันตรวจสอบการทำงานของสื่อและ สะท้อนความคิดเห็นผ่านช่องทางต่าง ๆ และผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนควรส่งเสริมการกำกับดูแล กันเองให้มีประสิทธิภาพ และสนับสนุนการทำหน้าที่ของสภาวิชาชีพสื่อมวลชนแห่งชาติ ทั้งนี้ แนว ทางการกำกับดูแลสื่อผ่านกลไกของรัฐ ในการจัดตั้งสภาวิชาชีพสื่อมวลชน ควรเป็นไปในรูปแบบการ กำกับดูแลกันเอง โดยหารือและทำงานประสานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคมวิชาชีพ สื่อมวลชน องค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน และหารือร่วมกับคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการ โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เพื่อไม่ให้เกิดการทำงานซ้ำซ้อน และช่วยให้การ กำกับดูแลสื่อมวลชนมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และสภาวิชาชีพสื่อมวลชนแห่งชาติควรนำหลักธรรมาภิ บาลมาปรับใช้ในการดำเนินงานด้วย

ลือรัตน์ อนุรัตน์พานิช และคณะ (2561) ผลการวิจัยพบว่า 1. ค่าเฉลี่ยของคะแนนทัศนคติ ต่อจริยธรรมในภาพรวม และรายด้านของนักศึกษาอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยสูงกว่า 3.40 จาก คะแนนเต็ม 5 คะแนน 2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อจริยธรรมของนักศึกษา ได้แก่ การมีต้นแบบ ทางจริยธรรม เพศ เกรดเฉลี่ย และ ประเภทของครอบครัวข้อมูลจากการศึกษานี้ จะทำให้สถาบันและ ผู้เกี่ยวข้องได้ทราบถึงระดับทัศนคติต่อจริยธรรมของนักศึกษา ซึ่งจะช่วยให้สถานศึกษากำหนด แนวทางที่เหมาะสมในการส่งเสริมด้านคุณธรรมแก่นักศึกษา ต่อไป และถึงแม้ผลการการศึกษาแสดงให้เห็นว่าค่าเฉลี่ยคะแนนทัศนคติต่อจริยธรรมของนักศึกษาอยู่ในระดับสูง แต่สถาบันสามารถส่งเสริม ให้สูงขึ้นได้อีก โดยเฉพาะทัศนคติต่อจริยธรรมด้านการมีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งมีคะแนนต่ำกว่า ด้านความซื่อสัตย์สุจริต

ปณัชญา ลีลายุทธ และ บุญเลิศ โอฐิสู (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “จริยธรรมและ จรรยาบรรณ สื่อมวลชนยุคสื่อดิจิทัล” ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมดิจิทัลได้เข้ามามีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมของประชาชน การพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ได้มีการรับส่งข้อความ เนื้อหา ข่าวสารจากผู้คน ที่เราใกล้ชิดและคนแปลกหน้า อย่างต่อเนื่อง ระดับความรวดเร็วและความคล่องแคล่วของข่าวเข้าถึง ผู้รับไม่ว่าจะมองหาหรือไม่ก็ตาม การนำ เสนอ ข่าวของสื่อมีพัฒนาการไปพร้อมกับความทันสมัยด้าน เทคโนโลยีด้วยความรวดเร็ว และเข้าถึงประชาชนทุกระดับ สังคมทำให้จุดยืนที่สำคัญถูกมองข้าม จน กลายเป็นประเด็นคำถามในสังคมว่าจริยธรรมและจรรยาบรรณของ สื่อในยุคสื่อดิจิทัลจะส่งผลกระทบต่อ ภาพลักษณ์ของสื่อมวลชนอย่างไร

พรนรี สายโอภาส (2560) ผลการศึกษาพบว่า นโยบายในการนำเสนอข่าว โดยการใช้เฟซบุ๊กไลฟ์ของสำนักข่าว มีนโยบายในการปฏิบัติของการนำเสนอข่าวโดยการใช้เฟซบุ๊กไลฟ์ตามพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอข่าวได้ทุกที่ ทุกเวลา มีการเน้นบุคลากรในการนำเสนอข่าวที่มีประสบการณ์และมีทักษะในการใช้เฟซบุ๊กไลฟ์โดยคำนึงถึงจริยธรรมจรรยาบรรณของสื่อมวลชน ผลการตอบรับได้รับตอบรับที่ดีและรวดเร็วและมีจำนวนผู้รับชมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วสำหรับข้อเสียพบว่า ไม่สามารถเซนเซอร์ได้ ทันทึซึ่งเป็นสิ่งที่ควรระมัดระวัง คือ ต้องกลั่นกรองข่าวสารก่อนการนำเสนอข่าวมากขึ้น การศึกษาความคิดเห็นในการนำเสนอข่าว โดยการใช้เฟซบุ๊กไลฟ์ของสมาคมวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง พบว่า จริยธรรมสื่อมวลชนมีความสำคัญต่อการนำเสนอข่าวโดยการใช้เฟซบุ๊กไลฟ์ทั้งยัง ทำให้ผู้รับชมได้รับข่าวสารที่รวดเร็ว แต่ต้องการให้มีการกลั่นกรองข่าวสารก่อนการนำเสนอข่าว และ ต้องการให้เพิ่มข่าวการศึกษามากขึ้น บุคลากรที่นำเสนอข่าวควรเป็นผู้ที่มีอุดมการณ์ มีคุณธรรม ยึด หลักจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชน มีจิตรับผิดชอบต่อสังคม และไม่ชี้นำสังคมไปในทางที่ผิด

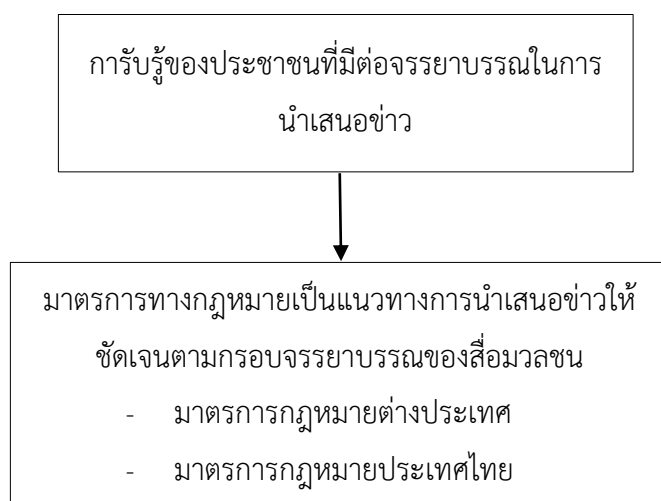
ภูทราพร เจริญรัตน์ (2564) จากการศึกษาเรื่องการสื่อสารประเด็นสังคมของเพจสายตารักในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ศึกษาเฉพาะกรณีเพจอีจัน เป็นงานวิจัยแบบผสม มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษากระบวนการสื่อสาร การนำเสนอข้อมูลบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (2) ศึกษาปัจจัยความสำเร็จซึ่งเป็นแนวทางในการจัดทำเฟซบุ๊กเพจที่มีผู้ติดตามจำนวนมากและสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน โดยใช้แบบวิเคราะห์เนื้อหา แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่าค่าความแตกต่างของตัวแปรอายุและระดับการศึกษาของผู้รับสารส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการรับรู้ ความพึงพอใจ และความคิดเห็นที่มีต่อประเด็นการสื่อสาร ผลวิจัยเชิงคุณภาพตอบคำถามการวิจัยได้ดังนี้ (1) กระบวนการสื่อสารของเฟซบุ๊กเพจอีจันใช้หลักทฤษฎีทางนิเทศศาสตร์ โดยมีการคิดวิเคราะห์เนื้อหาก่อนส่งสารไปยังผู้รับสารผ่านช่องทางต่าง ๆ และมีการวิเคราะห์ผู้รับสารก่อนและหลังการส่งสาร (2) ปัจจัยที่ทำให้เฟซบุ๊กเพจอีจันประสบความสำเร็จ คือการนำเสนอที่รวดเร็ว มีนักข่าวลงพื้นที่จริง เลือกเสนอประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อผู้รับสารโดยตรง ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีรูปภาพที่ไม่ซ้ำกับเพจอื่น นำเสนอข้อมูลรูปแบบคลิปวิดีโอที่มีทีมงานจัดทำขึ้นใหม่ ใช้เครื่องหมายแฮชแท็กเพื่อไม่ให้ตกกระแสนิยมและเพื่อประโยชน์ในการสืบค้น เลือกใช้โลโก้ของเพจที่เข้าใจง่ายชัดเจน ทำให้เกิดการจดจำได้ดี

สกุลศรี ศรีสารคาม (2557) จากการศึกษาในงานวิจัยนี้พบว่า หลักจริยธรรมที่ควรมีการทบทวนบทบาทในการปฏิบัติงานข่าวบนสื่อออนไลน์และ สื่อสังคมได้แก่ประเด็นเรื่องความถูกต้องความเป็นกลาง การรักษาสมดุล ความโปร่งใส จุดยืนเรื่องการแสดงออกทางความคิด บทบาทในการคัดกรองข่าวสาร และการประสานสังคมไม่สร้างความขัดแย้ง นอกจากนี้เมื่อวิเคราะห์กรอบปฏิบัติที่มีอยู่ควบคู่ กับการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่าการพัฒนากรอบจริยธรรมหรือแนวปฏิบัติในการใช้สื่อสังคม

และสื่อออนไลน์ควรมีการกำหนดกรอบภาพกว้าง ควบคู่กับการให้ค าอธิบายเชิงเทคนิคในการใช้งาน เพื่อตอบโจทย์จริยธรรมภาพกว้าง เป็นคู่มือประกอบเพื่อให้ผู้ ปฏิบัตินำไปปรับใช้งานได้จริง โดยการ ร่างกรอบจริยธรรมแนวปฏิบัติสื่อสังคมและสื่อออนไลน์ควรใช้กรอบในการพิจารณา 5 เรื่อง คือ กรอบ ความรับผิดชอบของตนเองต่อสังคม, กรอบทางวิชาชีพ, กรอบข้อบังคับทางกฎหมาย, กรอบการใช้งาน ประสิทธิภาพ ของสื่อออนไลน์และสื่อสังคม , กรอบเรื่องการตลาดและโมเดลทางธุรกิจขององค์กร และความเกิดขึ้นจากความร่วมมือระหว่าง องค์กรข่าว องค์กรวิชาชีพ และนักข่าวพลเมืองภาค ประชาชนเพื่อสร้างมาตรฐานเดียวกันในการใช้สื่อสังคมและสื่อออนไลน์ เพื่อการรายงานข่าว

สิขเรศ ศิราภานต์ (2562) อธิบายถึงนวัตกรรมและระบบนิเวศโทรทัศน์ 2020 ว่าไม่กี่ปี ดิจิทัลจะเข้าสู่ระบบ 8K นำร่องโดยช่อง NHK ซึ่งมีความคมชัด 16 เท่าของ HD ซึ่งต้องอาศัยคลื่น ความถี่ 5G Broadcast ปัจจุบันทดลองใช้แล้วในประเทศเยอรมนี อังกฤษ ฝรั่งเศส และเป็นอนาคต ของสื่อสารมวลชนไทย สำหรับโครงการศึกษาผลกระทบและแนวทางการพัฒนารูปแบบและเนื้อหา รายการโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ในระบบดิจิทัลในประเทศไทยหลังการเปลี่ยนผ่านมีการสัมภาษณ์กลุ่ม ตัวอย่าง 9,000 คน ทั่วประเทศ พบว่าผลกระทบส่วนแรก คือ รายได้ของโทรทัศน์ถดถอย และ โฆษณาล้นจอ ประชาชนเกิดความเบื่อหน่าย และ Creative industry ไม่ตรงกับความต้องการ ส่วน ข้อเสนอของประชาชน คือต้องการรายการเจาะลึกไม่ฉาบฉวยมีการกลั่นกรองผลกระทบก่อนนำเสนอ ชำรงไว้ซึ่งจริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อ ส่งเสริมรายการเด็กและคนพิการ และเป็นทีวีเพื่อประชาชน

2.9 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การรับรู้ของประชาชนที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก และการใช้มาตรการทางกฎหมายเพื่อเป็นแนวทางแก้ไขการนำเสนอข่าว ผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้คือ คือ ผู้รับชมข่าวอาชญากรรมที่มีอายุระหว่าง 18-60 ปี ทั้งชายและหญิงที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และเป็นผู้ที่เคยรับชมข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กซึ่งประชากรในการวิจัยครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน กรุงเทพมหานครเนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางประชากร ซึ่งมีประชากรจำนวนทั้งสิ้น 5,701,394คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้มาจากการเปิดตารางสำเร็จรูป Taro Yamane ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์ ยอมให้เกิดความคาดเคลื่อน (e) ของการประมาณค่าเกิดขึ้นได้ในระดับหรือที่ระดับนัยสำคัญ .05 ได้จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

การสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนดังกล่าวนั้นผู้ วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi - Stage Sampling) เพื่อทำเก็บข้อมูลดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มแบบกำหนดตัวอย่าง (Quota Sampling) โดยใช้ตารางกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่ม	อายุ	จำนวน
1	18-25 ปี	80
2	26-35 ปี	80

3	36-45 ปีขึ้นไป	80
4	46-55 ปีขึ้นไป	80
5	55 ปีขึ้นไป	80
รวม		400

ที่มา: ผู้วิจัย (2565)

ขั้นตอนที่ 2 การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ผู้วิจัยเลือกสถานศึกษา และสถานที่ทำงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่อยู่ภายในเขตกรุงเทพมหานคร

ขั้นตอนที่ 3 การสุ่มแบบตามสะดวก (Convenient Sampling)

ผู้วิจัยเลือกสถานศึกษาและสถานที่ทำงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่อยู่ภายในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขต ซึ่งแบ่งเป็น 6 กลุ่มเพื่อให้ลักษณะประชากรกระจายตามสัดส่วนและมีความหลากหลายซึ่งประกอบด้วย 1.กลุ่มรัตนโกสินทร์ 2.กลุ่มบูรพา 3.กลุ่มศรีนครินทร์ 4.กลุ่มเจ้าพระยา 5.กลุ่มกรุงธนบุรีใต้ 6.กลุ่มกรุงธนบุรีเหนือ (ที่มา : www.bma.go.th/info_2566)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสร้างแบบสอบถามซึ่งได้มาจากการค้นคว้า การดัดแปลงจากแนวความคิด และงานวิจัยที่ใกล้เคียงที่มีผู้เคยวิจัยมาก่อนหน้านี้เพื่อได้มาซึ่งข้อมูลที่ครอบคลุมมากที่สุดโดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนี้เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close – ended Questionnaire) โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้ เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบเพียง 1 คำตอบ (Nominal Scale) มีจำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 การรับรู้ข่าวสารอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก เป็นแบบสอบถามแบบประมาณค่า (Interval Scale) มีจำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 3 จรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก เป็นแบบสอบถามประมาณค่า (Interval Scale) มีจำนวน 23 ข้อ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

3.3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือเมื่อสร้างแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อยแล้วนั้นทำได้โดยการที่ผู้วิจัยนำเอาเครื่องมือดังกล่าวไปตรวจสอบความเที่ยง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยขั้นตอนในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือมี 2 ขั้นตอนดังนี้

3.3.1 การตรวจสอบความเที่ยง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งได้แก่อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงของเนื้อหา(Content Validity) ตลอดจนความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสมในการนำไปเก็บข้อมูลโดยตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้นของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ทำการตรวจสอบโดยใช้เกณฑ์การพิจารณาค่าความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับหรือมากกว่า 0.5 โดยข้อคำถามที่มีความ IOC เท่ากับหรือมากกว่า 0.5 แสดงว่าข้อคำถามมีความเหมาะสมสามารถนำมาใช้ได้ส่วนคำถามที่มีค่า IOC น้อยกว่า 0.5 ต้องนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนจะนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง

3.3.2 การตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปตรวจสอบความเชื่อถือโดยการทดสอบความเชื่อมั่นที่ 95 เปอร์เซนต์แล้วจึงนำไปทดลองใช้ (Try-out) กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างแต่มีคุณสมบัติทางประชากรเหมือนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คนเพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแต่ละขั้นตอนของแบบสอบถามมีความเหมาะสมหรือไม่ สามารถสื่อความหมาย ได้ตรงตามที่ผู้วิจัยต้องการหรือไม่หลังจากนั้นจึงนำมาตรวจสอบหาความเชื่อถือได้และนำมาแก้ไขปรับปรุงให้เหมาะสมซึ่งการตรวจสอบความเชื่อถือได้นั้นผู้วิจัยใช้การคำนวณหาค่าความเชื่อถือได้หรือ Alpha Coefficient ตามวิธีของ Cronbach โดยใช้เกณฑ์ค่าความเชื่อถือได้ไม่น้อยกว่า 0.70 ซึ่งได้ค่าความเชื่อถือได้ดังนี้ การรับรู้ข่าวสารอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก เท่ากับ 0.82 จรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก 0.78 ดังนั้นแบบสอบถามที่ได้จึงมีความน่าเชื่อถือได้ดี

3.3.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทำการทดสอบ (Pre-test) หรือทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายกับประชากรจริง โดยทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย แล้วนำผลที่ได้จากแบบสอบถาม มาหาคุณภาพเครื่องมือโดยการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสร็จอย่างสมบูรณ์ไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีขั้นตอนดังนี้

3.4.1 จัดเตรียมแบบสอบถามและกำหนดรหัสหมายเลขแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบการเก็บแบบสอบถาม

3.4.2 ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองพร้อมทั้งผู้ช่วยวิจัย โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงทำความเข้าใจเกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูลในแบบสอบถามแก่ผู้ช่วยวิจัยก่อนเก็บข้อมูลจริงโดยผู้วิจัยใช้คำถามคัดกรองกับกลุ่มตัวอย่าง “ท่านเคยชมข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) หรือไม่” และให้กลุ่มตัวอย่าง ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง และรอรับแบบสอบถามกลับคืนเมื่อผู้ตอบแบบสอบถามเสร็จสิ้นแล้ว

3.4.3 รวบรวมแบบสอบถามกลับคืนและตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่จะนำมาประมวลผล

เกณฑ์การให้คะแนน

ในการให้คะแนนเกี่ยวกับการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กนั้น ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

1. การรับรู้ของประชาชนที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก โดยมีการกำหนดเกณฑ์ให้คะแนนตามแบบของ Likert ดังนี้

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

หลังจากนั้น นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย โดยจัดระดับของค่าคะแนนเฉลี่ย ดังนี้คือ

คะแนนระหว่าง 1.00 -1.49 หมายถึงมีการรับรู้อยู่ในระดับต่ำมาก

คะแนนระหว่าง 1.50 -2.49 หมายถึงมีการรับรู้อยู่ในระดับต่ำ

คะแนนระหว่าง 2.50 -3.49 หมายถึงมีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนระหว่าง 3.50 -4.49 หมายถึงมีการรับรู้อยู่ในระดับสูง

คะแนนระหว่าง 4.50 -5.00 หมายถึงมีการรับรู้อยู่ในระดับสูงมาก

2. คำถามเกี่ยวกับจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ระดับความรู้สึกของผู้ถูกกระทำการกลั่นแกล้งทางอินเทอร์เน็ต โดยมีการกำหนดเกณฑ์ให้คะแนนตามแบบของ Likert ดังนี้

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

หลังจากนั้น นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย โดยจัดระดับของค่าคะแนนเฉลี่ย ดังนี้คือ

คะแนนระหว่าง 1.00 -1.49 หมายถึงมีจรรยาบรรณอยู่ในระดับต่ำมาก

คะแนนระหว่าง 1.50 -2.49 หมายถึงมีจรรยาบรรณอยู่ในระดับต่ำ

คะแนนระหว่าง 2.50 -3.49 หมายถึงมีจรรยาบรรณอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนระหว่าง 3.50 -4.49 หมายถึงมีจรรยาบรรณอยู่ในระดับสูง

คะแนนระหว่าง 4.50 -5.00 หมายถึงมีจรรยาบรรณอยู่ในระดับสูงมาก

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล คือ

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล คือการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ผู้วิจัยใช้การแจกแจงความถี่ แสดงตารางแบบร้อยละ เพื่ออธิบายข้อมูลทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) เพื่ออธิบายข้อมูลการรับรู้และจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษา ดังนี้

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายไทยและต่างประเทศ และวิเคราะห์จรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวในสื่อสังคมออนไลน์

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การรับรู้ของประชาชนที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก และการใช้มาตรการทางกฎหมายเพื่อเป็นแนวทางแก้ไขการนำเสนอข่าว ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือใช้การแจกแจงความถี่ แสดงตารางแบบร้อยละและค่าเฉลี่ยเพื่ออธิบายข้อมูลประกอบลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้

ตอนที่ 2 ข้อมูลการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

ตอนที่ 3 ข้อมูลจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์เชิงคุณภาพ

ผลการวิเคราะห์ โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ประเด็นปัญหาจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวในสื่อสังคมออนไลน์กับกฎหมายต่างประเทศ

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ประเด็นปัญหาจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวในสื่อสังคมออนไลน์กับกฎหมายไทย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ปรากฏดังตารางต่อไป

ตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	127	31.8
หญิง	273	68.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้มีเพศหญิงมากกว่าเพศชายคิดเป็นร้อยละ 68.3 และ 31.8

ตารางที่ 4.2 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18 - 25 ปี	195	48.8
26 - 35 ปี	99	24.8
36 - 45 ปี	48	12.0
46 - 55 ปี	21	5.3
55 ปีขึ้นไป	37	9.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี 18 - 25 ปี มีจำนวนมากที่สุด คือร้อยละ 48.8 รองลงมาคือกลุ่มอายุ 26 - 35 ปีร้อยละ 24.8 และกลุ่ม 46 - 55 ปี มีจำนวนน้อยที่สุดคือ ร้อยละ 5.3

ตารางที่ 4.3 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	236	59.0
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	53	13.3
พนักงานบริษัท	71	17.8
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	18	4.5
รับจ้างทั่วไป	7	1.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีจำนวนมากที่สุด คือร้อยละ 59.0 รองลงมาคือกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทร้อยละ 17.8 และกลุ่มอาชีพรับจ้างทั่วไป มีจำนวนน้อยที่สุดคือ ร้อยละ 1.8

ตารางที่ 4.4 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปวช./ปวส.	25	6.3
ปริญญาตรี	310	77.5
ปริญญาโท	59	14.8
สูงกว่าปริญญาโท	6	1.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุด คือร้อยละ 77.5 รองลงมาคือระดับการศึกษาปริญญาโทร้อยละ 14.8 และกลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโท มีจำนวนน้อยที่สุดคือ ร้อยละ 1.5

ตารางที่ 4.5 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5,000 – 10,000 บาท	140	35.0
10,001 – 20,000 บาท	149	37.3
20,001 – 40,000 บาท	69	17.3
มากกว่า 40,001 บาท	42	10.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีจำนวนมากที่สุดคือร้อยละ 37.3 รองลงมาคือระดับรายได้ 5,000 – 10,000 บาท ร้อยละ 35.0 และกลุ่มระดับรายได้มากกว่า 40,001 บาท มีจำนวนน้อยที่สุดคือ ร้อยละ 10.5

ตอนที่ 2 การรับรู้ของประชาชนที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

ตารางที่ 4.6 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กที่รับรู้ข่าวอาชญากรรม	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน	
		มาตรฐาน (SD)	การแปลผล
1. เพจอีจัน	3.96	0.974	ระดับสูง
2. เพจอีเจ็บบ เลียบด่วน	3.38	1.086	ระดับปานกลาง
3. เพจแหม่มโพธิ์ดำ	3.48	0.970	ระดับปานกลาง
4. เพจDrama - addict	3.25	1.202	ระดับปานกลาง
รวม	3.52	1.06	ระดับสูง

จากตาราง 4.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้จรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กโดยรวมอยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 3.52 SD 1.06) โดยรับรู้จรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมจากเพจอีจันมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.96 SD 0.974) รองลงมาคือเพจอีเจ็บบ เลียบด่วน (ค่าเฉลี่ย 3.38 SD 1.086) และน้อยที่สุดคือ เพจ Drama – addict (ค่าเฉลี่ย 3.25 SD 1.202)

ตอนที่ 3 จรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กเพจ อีจัน เพจอีเจ็บบ เลียบด่วน แหม่มโพธิ์ดำ และเพจ Drama-addict

ตารางที่ 4.7 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

ประเด็นจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าว	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน	
		มาตรฐาน (SD)	การแปลผล
1. ต้องทำหน้าที่การนำเสนอข่าวในขอบเขตของความเหมาะสม	4.39	0.750	ระดับสูง
2. ไม่สร้างข่าวขึ้นมาเอง	4.55	0.710	ระดับสูงมาก
3. ต้องเสนอข้อเท็จจริงอย่างรอบด้านแก่ผู้รับสาร	4.51	0.722	ระดับสูงมาก
4. ไม่ก้าวก่ายสิทธิส่วนตัวของบุคคลอื่น	4.52	0.729	ระดับสูงมาก
5. ไม่บังคับบุคคลให้พูด	4.46	0.707	ระดับสูง
6. ชื่อสัตย์ต่อบุคคลที่ต่อสู้เพื่อสังคม	4.53	0.660	ระดับสูงมาก
7. ชื่อสัตย์ต่อบุคคลที่นำมากล่าวถึงในเนื้อหาข่าว	4.48	0.679	ระดับสูง
8. รักษาไว้ซึ่งความลับของแหล่งข่าว	4.42	0.774	ระดับสูง
9. ไม่ปิดบังอำพรางข่าวที่นำเสนอ	4.48	0.725	ระดับสูง
10. ไม่ควรขายข่าวเพื่อเงินหรือความพึงพอใจส่วนตัว	4.54	0.784	ระดับสูง
11. ไม่ควรขายข่าวเพื่อเงินหรือความพึงพอใจส่วนตัว	4.45	0.764	ระดับสูงมาก
12. ผู้สื่อข่าวควรละเว้นจากการเข้าร่วมพรรคการเมือง	4.51	0.722	ระดับสูง
13. ต้องบริการคนส่วนรวม มิใช่บริการคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง	4.44	0.723	ระดับสูงมาก
14. ช่วยต่อสู้และปราบปรามอาชญากร	4.49	0.715	ระดับสูง
15. ต้องเคารพและช่วยผดุงกฎหมายบ้านเมือง	4.44	0.733	ระดับสูง
	4.39	0.784	ระดับสูง

15. สร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนบน เครือข่ายสังคมออนไลน์	4.46	0.685	
16. ไม่ทำลายความสัมพันธ์ระหว่างญาติ และเพื่อนของผู้อื่น	4.42	0.778	ระดับสูง
17. คำนึงว่าการหย่าร้าง การฆ่าตัวตายนั้น เป็นปัญหาสังคม ไม่ควรนำเสนอข่าวไปใน เชิงไม่สุภาพ	4.43	0.756	ระดับสูง
18. ไม่ควรกล่าวโจมตีคู่แข่ง	4.44	0.740	
19. อย่าหัวเราะเยาะความวิกลจริต จิต ทรมานหรือพลาดโอกาสของบุคคล	4.47	0.735	ระดับสูง
20. เคารพนับถือวัด โบสถ์เชื้อชาติและ เผ่าพันธุ์ของบุคคล	4.46	0.692	ระดับสูง
21. แก้ไขข้อผิดพลาดที่พบในทันที	4.55	0.787	ระดับสูง
22. ควรตระหนักว่าข่าวที่นำเสนอ นั้นมีความหมายหรือรับชมอยู่ด้วย			ระดับสูง
23. นำเสนอข่าวที่ขึ้นสังคมไปในทางที่ผิด			ระดับสูงมาก
รวม	4.47	0.732	ระดับสูง

จากตารางที่ 4.7 พบว่า จรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กทั้ง 4 เพจดังกล่าวข้างต้นอันได้แก่ เพจอีจัน เพจอีเจ็บบ เลียบด่วน แหม่มโพธิ์ดำ และเพจ Drama-addict โดยรวมอยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.47 SD 0.732) โดยประเด็นจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวมากที่สุดคือประเด็นนำเสนอข่าวที่ขึ้นสังคมไปในทางที่ผิด (ค่าเฉลี่ย 4.55 SD 0.787) รองลงมาคือ ไม่สร้างข่าวขึ้นมาเอง (ค่าเฉลี่ย 4.55 SD 0.710) และน้อยที่สุด ต้องทำหน้าที่การนำเสนอข่าวในขอบเขตของความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.39 SD 0.750)

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์เชิงคุณภาพ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยพบว่าจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในประเด็นเรื่องการนำเสนอข่าวที่ชี้นำสังคมไปในทางที่ผิดสูงมาเป็นอันดับหนึ่ง ทำให้เห็นว่าประชาชนที่เปิดรับสื่อการนำเสนอข่าวออนไลน์มองว่าการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมักชี้นำสังคมไปในทางที่ผิด ทำให้เห็นถึงปัญหาจรรยาบรรณที่ตกต่ำในบางครั้งสื่อก็ตั้งตนเองเป็นผู้พิพากษาคดีตราผู้ที่ถูกเป็นข่าวว่าเป็นจำเลยสังคม ทั้งที่สื่อก็ไม่ใช่ผู้พิพากษา และบางครั้งผู้ที่ถูกเป็นข่าวก็ยังไม่ถูกดำเนินคดีตามกระบวนการยุติธรรม การที่สื่อนำเสนอข่าวอาชญากรรมโดยไม่คำนึงถึงคำว่าจรรยาบรรณของสื่อ ทำให้เกิดทัวร์ลงในโลกออนไลน์ทั้งที่ข้อเท็จจริงก็ยังไม่ครบ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่าประเด็นจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กมีความสำคัญอย่างมาก

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ประเด็นปัญหาจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวในสื่อสังคมออนไลน์กับกฎหมายต่างประเทศ

ในส่วนต่างประเทศผู้วิจัยเลือกประเทศที่มีการกำหนดแนวทางปฏิบัติในเรื่องจรรยาบรรณของสื่อมวลชนที่ชัดเจน ดังนี้

สหราชอาณาจักร

การกำกับดูแลสื่อในสหราชอาณาจักรแบ่งเป็น การกำกับดูแลตนเอง (Self-Regulation) และการกำกับดูแลโดยกฎหมาย และกฎเฉพาะต่าง ๆ โดยมีองค์กรกำกับดูแลที่แตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นองค์กรกำกับดูแลสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะเป็นหน่วยงานกำกับดูแลอิสระและมีข้อบังคับหรือประมวลจริยธรรม เป็นของตัวเอง สหภาพสื่อมวลชนแห่งชาติอันมีลักษณะเป็นการรวมตัวของสภาวิชาชีพสื่อมวลชน ส่วนองค์กรกำกับดูแลสื่อแพร่ภาพกระจายเสียงจะถูกตั้งขึ้นโดยพระราชบัญญัติโทรคมนาคม พ.ศ. 2527 (Telecommunications Act 1984) มีลักษณะเป็นหน่วยงานของรัฐบาลที่มีหน้าที่กำกับดูแลกิจการ โทรคมนาคมทั้งหลายในสหราชอาณาจักร อย่างไรก็ตาม สหราชอาณาจักรมีความพิเศษในเรื่องของการมีองค์กรการกำกับดูแลกันเองด้านโฆษณา ที่มีองค์กรอิสระหลายแห่งเข้ามามีบทบาทในการกำกับดูแลและออกกฎหมายหรือข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง

ในสหราชอาณาจักรจะมีสหภาพสื่อมวลชนแห่งชาติ (National Union of Journalists หรือ NUJ)

มีลักษณะเป็นสหภาพแรงงาน โดยเป็นสหภาพนักข่าวอิสระที่ใหญ่ที่สุดในโลก สหภาพสื่อมวลชนแห่งชาติ (NUJ) ได้ออกหลักปฏิบัติด้านจรรยาบรรณ (Code of conduct) ที่กำหนดหลักการสำคัญของการทำงานด้านสื่อมวลชนของสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์มาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2479

วัตถุประสงค์ของหลักปฏิบัติด้านจรรยาบรรณคือ การให้คำแนะนำสมาชิกเกี่ยวกับวิธีการทำงานอย่างมีจริยธรรม เพื่อสนับสนุนการ ผลิตเนื้อหาที่ถ่ายทอดอย่างตรงไปตรงมา ถูกต้อง และยุติธรรม

หลักปฏิบัติด้านจรรยาบรรณ (Code of conduct) 12 ข้อของสหภาพสื่อสารมวลชนแห่งชาติ (NUJ) ดังนี้

1. ยืนหยัดและปกป้องหลักเสรีภาพของสื่อ สิทธิในเสรีภาพในการแสดงออก และสิทธิของ สาธารณชนเสมอมา
2. มุ่งมั่นที่จะสร้างความมั่นใจว่าข้อมูลที่เผยแพร่จะถูกถ่ายทอดอย่างตรงไปตรงมา ถูกต้อง และยุติธรรม
3. พยายามอย่างเต็มที่เพื่อแก้ไขข้อมูลที่ไม่ถูกต้องและที่เป็นอันตราย
4. แยกความแตกต่างระหว่างข้อเท็จจริงและความคิดเห็น
5. หาข้อมูลด้วยวิธีการที่ตรงไปตรงมา และเปิดเผย ยกเว้นกรณีที่เป็นสาธารณประโยชน์และ เกี่ยวข้องกับหลักฐานที่ไม่สามารถหาได้ด้วยวิธีการที่ตรงไปตรงมา
6. ไม่ก้าวก่ายชีวิตส่วนตัว ความเศร้าโศก หรือความทุกข์ยากของใครก็ตาม เว้นแต่จะได้รับ การพิสูจน์โดยพิจารณาถึงประโยชน์สาธารณะ
7. ปกป้องตัวตนของแหล่งข้อมูลที่ รักษาความลับของข้อมูล
8. ต่อด้านการคุกคามหรือสิ่งจูงใจอื่นใดที่จะโน้มน้าว บิดเบือนข้อมูล และไม่แสวงหา ผลประโยชน์ส่วนตัวอย่างไม่เป็นธรรมจากข้อมูลที่ได้รับ
9. ไม่ผลิตเนื้อหาที่มีแนวโน้มจะนำไปสู่ความเกลียดชังหรือการเลือกปฏิบัติอันเนื่องมาจาก อายุ เพศ เชื้อชาติ สีผิว ความเชื่อ สถานะทางกฎหมาย ความทุพพลภาพ สถานภาพสมรส หรือ รสนิยมทางเพศของบุคคล
10. ไม่ใช่คำพูด เสียง หรือรูปลักษณ์โดยการโฆษณาผลิตภัณฑ์หรือบริการเชิงพาณิชย์ใด ๆ เว้นแต่เพื่อส่งเสริมงานที่ทำงานอยู่
11. โดยปกตินักข่าวจะต้องขอความยินยอมจากผู้ปกครองเมื่อสัมภาษณ์หรือถ่ายภาพเด็ก
12. หลีกเลี่ยงการลอกเลียนแบบผลงานของผู้อื่น

ประเทศสิงคโปร์

เนื่องจากสิงคโปร์เป็นประเทศเล็ก จึงมีบริษัทเอกชนที่ทำธุรกิจด้านสื่ออยู่เพียง 2 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ SPH และ MediaCorp โดยมีรัฐบาลเข้าถือหุ้น ทำให้ธุรกิจด้านสื่อสารมวลชนของสิงคโปร์เสมือนผูกขาดโดย บริษัทใหญ่ที่มีรัฐบาลกำกับดูแลอย่างใกล้ชิด 100 รัฐบาลสิงคโปร์มีการกำกับดูแลสื่ออย่างเข้มงวด โดยการออกกฎหมายต่าง ๆ รวมไปถึงข้อกำหนดต่าง ๆ เกี่ยวกับหลักปฏิบัติรวมไปถึงจริยธรรมสื่อมวลชนด้วย

สิงคโปร์เป็นผู้นำด้านการผลักดันด้านเทคโนโลยีด้านสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ในยุคโลกาภิวัตน์ ในปีพ.ศ. 2548 รัฐบาลสิงคโปร์ได้กำหนดแผนแม่บท iN 2015 เพื่อให้สิงคโปร์เป็นสังคมดิจิทัล รัฐบาลให้งบประมาณสนับสนุนแก่บริษัท MediaCorp ในการพัฒนาระบบทีวีออนไลน์ (MediaCorp Online Broadband TV) ที่อนุญาตให้สามารถรับชมได้ผ่านอินเทอร์เน็ต มีการออกอากาศช่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัล แบบความละเอียดสูง (HDTV) และมีบริการโฆษณาทางวิทยุดิจิทัล ทำให้สิงคโปร์กลายเป็นประเทศแรกใน เอเชียที่ให้บริการการค้าทางระบบวิทยุดิจิทัล

ประเทศสิงคโปร์ มีรัฐบาลซึ่งทำหน้าที่กำกับดูแลการทำงานของสื่ออย่างเข้มงวดมากดังที่มีกฎหมายและพระราชบัญญัติ กฎระเบียบ ตลอดจนข้อกำหนดต่าง ๆ มากมาย อาจกล่าวได้ว่า รัฐบาลได้กำกับดูแลจริยธรรม จรรยาบรรณสื่อมวลชนเช่นเดียวกัน และเป็นการกำกับดูแลที่ไม่ได้ให้สื่อมวลชนมีส่วนร่วมในเรื่องนี้ ดังนั้นจะเห็นว่าไม่มีการรวมตัวของสื่อมวลชนเป็นองค์กรสื่อใด ๆ และไม่มีแนวทางการปฏิบัติงานใด ๆ ขององค์กรสื่อในสิงคโปร์มาก่อน จนกระทั่งมีการจัดตั้งสหภาพนักหนังสือพิมพ์แห่งชาติ (Singapore National Union of Journalists) และได้มีการกำหนดแนวทางสำหรับผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อ (code of ethics) ในสิงคโปร์ไว้โดยยึดหลักการจากสหภาพสื่อมวลชนแห่งสหราชอาณาจักร (United Kingdom National Union of Journalists)

เห็นได้ว่าในสหราชอาณาจักรและสิงคโปร์ที่ยึดหลักการจากสหภาพสื่อมวลชนแห่งสหราชอาณาจักรได้กำหนดหลักจรรยาบรรณไว้ชัดเจนโดยเฉพาะข้อ 8 ต่อด้านการคุกคามหรือสิ่งจูงใจอื่นใดที่จะโน้มน้าว บิดเบือนข้อมูล และไม่แสวงหา ผลประโยชน์ส่วนตัวอย่างไม่เป็นธรรมจากข้อมูลที่ได้รับ และข้อ 9 ไม่ผลิตเนื้อหาที่มีแนวโน้มว่าจะนำไปสู่ความเกลียดชังหรือการเลือกปฏิบัติอันเนื่องมาจากอายุ เพศ เชื้อชาติ สีผิว ความเชื่อ สถานะทางกฎหมาย ความทุพพลภาพ สถานภาพสมรส หรือรสนิยมทางเพศของบุคคล ที่ทำให้เห็นว่าสื่อมวลชนไม่ควรนำเสนอข่าวที่ชี้นำสังคมไปในทางที่ผิด ซึ่งในประเทศไทยยังไม่มีข้อกำหนดแนวทางในลักษณะนี้ ทำให้สื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อมวลชนที่นำเสนอข่าวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กยังนำเสนอข่าวชี้นำสังคมมาเป็นอันดับหนึ่งจากการสอบการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

2.2 วิเคราะห์ประเด็นปัญหาจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวในสื่อสังคมออนไลน์กับกฎหมายไทย

ในเรื่องกฎหมายและจริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อมวลชน แม้สังคมจะมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี แต่การเป็นนักสื่อสารอาชีพยังคงต้องยึดหลักวิชาชีพใหม่มั่นคง ตระหนักในความรับผิดชอบสูงสุด ความถูกต้องและเหมาะสมในการนำเสนอข่าว สังคมคาดหวังว่าเป็นผู้มีอาชีพของนักการสื่อสารต่อการปฏิบัติหน้าที่ อีกทั้งความทันสมัยของยุคสื่อดิจิทัลทุกคนต่างเป็นผู้ผลิตข่าวสารได้ด้วยตัวเอง จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อจึงเป็นข้อกำหนดที่ชัดเจนในวิชาชีพนักสื่อสารที่ควรยึดปฏิบัติภาพลักษณะความน่าเชื่อถือก็จะต้องอยู่ต่อไปไม่ถูกลดบทบาทในสังคม (ปณัชญา ลีลายุทธ และบุญเลิศ โอธูสู, 2560) จรรยาบรรณของสื่อมวลชนหมายถึง หลักคุณธรรมของผู้ประกอบอาชีพนักสื่อสารมวลชน ที่มารวมตัวกันเป็นสมาคมวิชาชีพ สร้างขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติแก่ผู้ประกอบอาชีพนักสื่อสารมวลชนให้มีความรับผิดชอบ อีกทั้งในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยได้ให้การรับรองสิทธิเสรีภาพของสื่อมวลชนไว้ใน 2 มาตรา คือ มาตรา 34 คือ เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นในฐานะประชาชนทั่วไป “มาตรา 34 บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น การพูด การเขียน การพิมพ์การโฆษณา และการสื่อความหมายโดยวิธีอื่น การจำกัดเสรีภาพดังกล่าวจะกระทำมิได้ เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตาม บทบัญญัติแห่งกฎหมายที่ตราขึ้น เฉพาะเพื่อรักษาความมั่นคงของรัฐ เพื่อคุ้มครองสิทธิหรือเสรีภาพของบุคคลอื่น เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือเพื่อป้องกันสุขภาพของประชาชน

เสรีภาพทางวิชาการย่อมได้รับความคุ้มครอง แต่การใช้เสรีภาพนั้นต้องไม่ขัดต่อหน้าที่ของปวงชนชาวไทย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน และต้องเคารพและไม่ปิดกั้นความเห็นต่างของบุคคลอื่น”

และมาตรา 35 เสรีภาพในการนำเสนอข่าว หรือความคิดเห็นตามจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อสารมวลชน “มาตรา 35 บุคคลซึ่งประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนย่อมมีเสรีภาพในการเสนอข่าวสารหรือการแสดง ความคิดเห็นตามจริยธรรมแห่งวิชาชีพ”

เห็นได้ว่าในรัฐธรรมนูญก็มีการกำหนดสิทธิ เสรีภาพของอาชีพสื่อสารมวลชนไว้ แต่ก็ยังไม่มีการพูดถึงจรรยาบรรณของสื่อมวลชนไว้อย่างชัดเจน

อย่างไรก็ตามทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนก็ได้ตระหนักเห็นความสำคัญของการสื่อสารและจรรยาบรรณของวิชาชีพสื่อสารมวลชน โดยปัจจุบันประเทศไทยได้ออกร่างกฎหมายเพื่อกำกับสื่อมวลชนไว้ใน “ร่างพระราชบัญญัติการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพ ส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ.” โดยได้กำหนดนิยามของสื่อมวลชนในกรอบความหมายที่กว้างมาก และครอบคลุมถึงการสื่อสารไปยังประชาชนในทุกรูปแบบทุกประเภทดังที่ผู้เขียนได้แจกแจงประเภทของสื่อประเภทต่าง ๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบันไว้ข้างต้นนิยามในมาตรา 3 แห่ง “ร่างพระราชบัญญัติการคุ้มครอง

สิทธิเสรีภาพ ส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ.” บัญญัติไว้ว่า “สื่อมวลชน” หมายความว่า “สื่อกลางที่นำข่าวสาร สาร และเนื้อหาสาระทุกประเภทไปสู่มวลชน เพื่อประโยชน์สาธารณะ ไม่ว่าจะอยู่ในรูปสิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สื่อดิจิทัล หรือในรูปอื่นใด ที่สามารถสื่อความหมายให้ประชาชนทราบได้เป็นการทั่วไป” คำนิยามนี้เป็นผลให้สื่อทุกประเภทและการแสดงออกทางความคิดของบุคคลทุกคนต่อสาธารณะไม่ว่าในรูปแบบใดตกอยู่ภายใต้เจตนารมณ์นี้ด้วย และในส่วนของจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อถูกร่างไว้ในหมวดมาตรฐานจริยธรรมสื่อมวลชน มาตรา 37 (6) การนำเสนอเนื้อหาและข้อมูลข่าวสาร จะต้องเป็นไปตามหลักจรรยาบรรณวิชาชีพ ไม่ขัดต่อหลักศีลธรรมของสังคม ไม่ก่อให้เกิดผลเสียมากกว่าประโยชน์ที่ได้รับและคำนึงผลประโยชน์สาธารณะเหนือกว่าสิ่งใด เห็นได้ว่าร่างพระราชบัญญัติการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพ ส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ. มีการกำหนดคำนิยามที่ครอบคลุมคำว่าสื่อมวลชนที่รวมไปถึงสื่อดิจิทัล หรือรูปแบบอื่นใด ที่นำข่าวสาร สาร และเนื้อหาสาระทุกประเภทไปสู่มวลชน เพื่อประโยชน์สาธารณะ ค่อนข้างครอบคลุม แต่ในส่วนของจรรยาบรรณสื่อมวลชนในร่างพระราชบัญญัติการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพ ส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ. มีร่างไว้แค่ในส่วนของจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อ มาตรา 37 (6) การนำเสนอเนื้อหาและข้อมูลข่าวสาร จะต้องเป็นไปตามหลักจรรยาบรรณวิชาชีพ ไม่ขัดต่อหลักศีลธรรมของสังคม ไม่ก่อให้เกิดผลเสียมากกว่าประโยชน์ที่ได้รับและคำนึงผลประโยชน์สาธารณะเหนือกว่าสิ่งใด เห็นได้ว่าจรรยาบรรณในวิชาชีพสื่อมวลชนยังไม่ชัดเจน ผู้วิจัยจึงเห็นควรเพิ่มเติมประเด็นในเรื่องจรรยาบรรณสื่อมวลชนไว้ในร่างพระราชบัญญัติการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพ ส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ. โดยมีการสรุปประเด็นแนวทางสร้างจริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อสังคมไทยในการรายงานข่าวไว้ 4 ประเด็นคือ (Diawkee, 2016) ดังนี้

1. ความถูกต้องที่ต้องมาก่อนความรวดเร็ว (Accuracy VS Speed) เนื่องจากสื่อสังคม (social media) มีทั้งเรื่องที่เป็นข่าวด่วน (breaking news) และข่าวหลอก ข่าวลือที่อาจแฝงมาได้ง่าย ซึ่งอาจทำให้เกิดรายงานข่าวเกิดความผิดพลาด และส่งผลกระทบต่อในวงกว้าง ดังนั้นในเรื่องของการตรวจสอบความถูกต้อง ตรวจสอบข้อเท็จจริง เป็นสิ่งที่ยังจำเป็นในการทำข่าว และต้องเข้าถึงประเด็นและข้อมูลให้ได้อย่างรวดเร็ว เพื่อตอบสนองความต้องการในเรื่องความเร็วไปพร้อมๆ กันด้วย อย่างไรก็ตามความถูกต้องต้องมาก่อนความเร็วเสมอ

2. ความโปร่งใส (Transparency) เป็นประเด็นแนวปฏิบัติในการทำข่าวที่สำคัญมากเพื่อรักษาความถูกต้องและความน่าเชื่อถือขององค์กร โดยเฉพาะในการรายงานสดผ่านสื่อ ออนไลน์และสื่อสังคม เช่น live blog, live coverage, live tweet เป็นต้น บนสื่อเหล่านี้การอ้างอิง และการลิงก์กลับไปที่ดินต่อของข้อมูลเป็นเรื่องสำคัญที่ผู้สื่อข่าวควรทำเพื่อแสดงถึงความโปร่งใสของข้อมูลที่นำเสนอ

3. การเพิ่มคุณค่าให้ข่าวที่นำเสนอ (Adding Value) ในมิติของจริยธรรมในการใช้สื่อออนไลน์และสื่อสังคม การเพิ่มคุณค่าให้กับเรื่องราวด้วยข้อมูลที่รอบด้าน การให้พื้นที่ในการถกเถียง แลกเปลี่ยนจากทุกฝ่ายอย่างครบถ้วน เป็นสิ่งที่ควรทำบนสื่อดังกล่าวมากกว่าแค่การทำซ้ำข้อมูลจากสื่อหนึ่งไปอีกสื่อหนึ่งโดยไม่ให้ข้อมูลที่แตกต่างเพิ่มเติม

4. การแก้ไขข้อผิดพลาดให้ถูกต้อง (Correction) ในการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ และสื่อสังคม ความรวดเร็วทำให้เกิดความผิดพลาดได้ เช่น กรณีการสะกดผิด ข้อมูลที่ไม่หนึ่งเปลี่ยนแปลงเมื่อรายงานไปแล้ว ทำให้เกิดความผิดพลาดก็เป็นได้ ดังนั้น การแก้ไขข้อผิดพลาดและแจ้งให้ผู้ติดตามทราบให้ชัดเจนว่ามีข้อผิดพลาดและได้แก้ไขแล้วเป็นแนวทางปฏิบัติที่ผู้สื่อข่าวต้องยึดถือเพื่อรักษาจรรยาบรรณในการรายงานข้อมูลให้ถูกต้อง

ทั้งนี้หากสื่อมวลชนกระทำความผิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณ ประเทศไทยก็มีประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยละเมิด มีบทบัญญัติสำคัญซึ่งวางหลักไว้ ดังนี้พระราชบัญญัติ แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์พ.ศ.2535 (2535) “มาตรา 420 ผู้ใดจงใจหรือประมาทเลินเล่อ ทำต่อบุคคลอื่นโดยผิดกฎหมายให้เขาเสียหายถึงแก่ชีวิต ก็ดี แก่ร่างกายก็ดี อนามัยก็ดี เสรีภาพก็ดี ทรัพย์สินหรือสิทธิอย่างหนึ่งอย่างใดก็ดี ท่านว่าผู้นั้นทำละเมิดจำต้อง ใช้ค่าสินไหมทดแทนเพื่อการนั้น” จากกรณีที่สื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อมวลชนที่อยู่บนเครือข่ายออนไลน์ได้นำเสนอข่าวรูปแบบเรียลไทม์โดยการรายงานไม่ได้รับข้อเท็จจริงที่แท้จริงและรีบดำเนินการรายงานข่าวไป หรือการที่สื่อเข้าไปยุ่งวุ่นวายกับการปฏิบัติหน้าที่ของตำรวจ และผลปรากฏว่าทำให้สังคมเข้าใจผิด หรือชี้นำสังคมไปในทางที่ผิด แต่เมื่อสื่อมวลชนดังกล่าวรายงานสถานการณ์ตามจริงไป ตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย และมีได้มีเจตนาให้เกิดความตายหรือความเสียหายในชีวิตหรือร่างกายของ ประชาชนผู้ใด จึงไม่เข้าองค์ประกอบความผิดในทางอาญา ซึ่งบทลงโทษในทางอาญานั้นถือว่าร้ายแรงกว่า บทลงโทษอื่น ๆ ใดๆก็ตาม เมื่อมีความเสียหายเกิดขึ้นแก่ชีวิตและร่างกายของประชาชนจากการที่ สื่อมวลชนนำเสนอข่าวเช่นนั้น สื่อมวลชนหรือบุคคลใด ๆ ก็ย่อมต้องมีความรับผิดชอบในทางใดทางหนึ่ง หากแต่ว่าตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 420 นี้ การนั้นจะเป็นความผิดได้ก็ต่อเมื่อได้กระทำโดยจงใจ หรือประมาทเลินเล่อต่อบุคคลอื่น “โดยผิดกฎหมาย” ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชน ในกรณีนี้มีได้เป็นการกระทำที่ผิดต่อกฎหมาย เป็นแต่เพียงการรายงานข้อมูลเชิงลึกในการปฏิบัติงานของ เจ้าหน้าที่ซึ่งเมื่อส่งผลร้าย คือเกิดความสับสนของคนในสังคม ตลอดจนไปชี้นำสังคมทั้งที่ยังไม่มีการตัดสินจากกระบวนการยุติธรรม ทำให้เกิดความวุ่นวายในสังคมขึ้น

เพื่อให้เกิดแนวทางในการปฏิบัติที่ดีในเรื่องจรรยาบรรณของสื่อมวลชน ซึ่งหมายถึงหลักคุณธรรมของผู้ประกอบอาชีพนักสื่อสารมวลชน มารวมตัวกันเป็นสมาคมวิชาชีพ สร้างขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติแก่ผู้ประกอบ อาชีพนักสื่อสารมวลชนให้มีความรับผิดชอบต่อผู้วิจัยเห็นควรเพิ่มบทลงโทษทั้งทางแพ่งและทางอาญาในหมวดจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อไว้ในร่าง

พระราชบัญญัติการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพ ส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ.
เพื่อเป็นกรอบในการทำงานของอาชีพสื่อมวลชนต่อไป

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การรับรู้ของประชาชนที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก และการใช้มาตรการทางกฎหมายเพื่อเป็นแนวทางแก้ไขการนำเสนอข่าวเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก
2. เพื่อศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวโดยใช้มาตรการทางกฎหมายของต่างประเทศ
3. เพื่อศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวโดยใช้มาตรการทางกฎหมายของประเทศไทย

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน แบ่งเป็นชายและหญิงที่มีช่วงอายุ 18 – 25 ปีมากที่สุด มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด และมีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทมากที่สุด

5.1.2 การรับรู้ของประชาชนที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้จรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กโดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยรับรู้จรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมจากเพจอีจันมากที่สุด รองลงมาคือเพจอีเจ็บบ เลียบด่วน และน้อยที่สุดคือเพจ Drama – addict

5.1.3 จรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กพบว่าจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กโดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยประเด็นจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวมากที่สุดคือประเด็นนำเสนอข่าวที่ชี้นำสังคมไปในทางที่ผิด รองลงมาคือ ไม่สร้างข่าวขึ้นมาเอง และน้อยที่สุด ต้องทำหน้าที่การนำเสนอข่าวในขอบเขตของความเหมาะสม

5.2 อภิปรายผล

จากการสรุปผลในประเด็นต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาพิจารณาแล้วพบว่า ผลการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้จรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กโดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยรับรู้จรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมจากเพจอีจันมากที่สุด ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้จรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเพจอีจันมากที่สุด เนื่องจากเพจอีจันเกิดขึ้นมาในปี 2560 ซึ่งเป็นเวลา 7 ปี ยาวนานอย่างต่อเนื่อง และมีผู้ติดตามมากกว่า 14 ล้านคน และเพจอีจันยังนำเสนอข่าวส่วนใหญ่ในด้านอาชญากรรม ทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดการรับรู้จรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของเพจอีจันที่นำเชื่อถือ

สอดคล้องกับ Schiffman and Kanuk (1999) กล่าวว่า การรับรู้ หมายถึง การรับรู้หมายถึง กระบวนการที่ บุคคลคัดเลือกหรือรวบรวมและตีความสิ่งเร้าให้กลายเป็นภาพที่มีความหมายและสอดคล้องกัน สอง บุคคลที่ได้รับสิ่งเร้าเดียวกันภายใต้เงื่อนไขที่ชัดเจนเหมือนกัน แต่การที่แต่ละคนรับรู้ถึงการเลือก การ จัดระเบียบและการตีความหมายสิ่งเร้าขึ้นอยู่กับความต้องการ คุณค่า และความคาดหวังของบุคคล

สอดคล้องกับภัทรพร เจริญรัตน์ (2564) ที่ว่ากระบวนการสื่อสารของเฟซบุ๊กเพจอีจันใช้หลักทฤษฎีทางนิเทศศาสตร์ โดยมีการคิดวิเคราะห์เนื้อหา ก่อนส่งสารไปยังผู้รับสารผ่านช่องทางต่าง ๆ และมีการวิเคราะห์ผู้รับสารก่อนและหลังการส่งสาร และปัจจัยที่ทำให้เฟซบุ๊กเพจอีจันประสบความสำเร็จ คือการนำเสนอที่รวดเร็ว มีนักข่าวลงพื้นที่จริง เลือกเสนอประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อผู้รับสารโดยตรง ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีรูปภาพที่ไม่ซ้ำกับเพจอื่น นำเสนอข้อมูลรูปแบคลิกปวีติโอที่มีทีมงานจัดทำขึ้นใหม่ ใช้เครื่องหมายแฮชแท็กเพื่อไม่ให้ตกกระแสนิยมและเพื่อประโยชน์ในการสืบค้น เลือกใช้โลโก้ของเพจที่เข้าใจง่ายชัดเจน ทำให้เกิดการจดจำได้ดี

ผลจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กพบว่า จรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กโดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยประเด็นจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวมากที่สุดคือประเด็นนำเสนอข่าวที่ขึ้นนำสังคมไปในทางที่ผิด ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับประเด็นในการนำเสนอข่าวที่ขึ้นนำสังคมไปในทางที่ผิดมากที่สุด เนื่องจากข่าวอาชญากรรม (Crime news) เป็นข่าวอีกหนึ่งประเภทที่ได้รับความสนใจจาก ประชาชนทั่วไป การนำเสนอข่าวด้านอาชญากรรมได้เข้ามามีบทบาทและอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของคนจำนวนมาก โดยเฉพาะการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

การนำเสนอข่าวอาชญากรรมในช่องทางดังกล่าวก่อให้เกิดการสร้างอิทธิพลทางความคิด เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และมีอิทธิพลทางความเชื่อมั่น เจตคติ อารมณ์ พฤติกรรมของผู้รับสารด้วย ซึ่งอิทธิพลของสื่อในการนำเสนอข่าวสารด้านอาชญากรรมก็ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงเรื่องดังกล่าว อย่างมีนัยสำคัญ ตลอดจนกระทบต่อกระบวนการยุติธรรม ทำให้การทำงานของตำรวจเกิดอุปสรรคต่าง ๆ ทำให้การนำเสนอข่าวกลายเป็นรูปแบบเรียลิตี้โชว์ (reality show) หรือเป็นการสร้างบทละครขึ้นมาใหม่ ใช้น้ำเสียงเร้าอารมณ์ ใช้ภาพจำลองเหตุการณ์ที่ล่อแหลมต่อการส่งเสริมความรุนแรง และให้ผู้สื่อข่าวเสมือนเข้าไปอยู่ร่วมในเรื่องราว ๆ ที่ไม่มีใครเห็นเหตุการณ์จริง ใช้จินตนาการและการคาดเดาข้อมูลเรื่องราว ทำให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้คล้อยตามและเชื่อในประเด็นที่นำเสนอข่าวนั้น

สอดคล้องสิขเรศ ศิราภานต์ (2562) ซึ่งให้เห็นถึงแนวทางการพัฒนารูปแบบ และเนื้อหา รายการโทรทัศน์ยุคดิจิทัลควรทำรายการข่าวที่มีการเจาะลึก ไม่ฉาบฉวย ถูกกลั่นกรองถึงผลกระทบ ต่อวงกว้างก่อนนำเสนอชำระรักษาไว้ซึ่งจริยธรรม และจรรยาบรรณของสื่อ ส่งเสริมรายการด้านเก ยาวชน กลุ่มคนพิการและเป็นทีวีเพื่อประชาชน ซึ่งในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า ทีวีดิจิทัลจะเข้าสู่ระบบ 8K นำร่องโดย NHK ซึ่งมีความคมชัด 16 เท่าของ HD โดยต้องอาศัยคลื่นความถี่ 5G Broadcast ปัจจุบัน ถูกทดลองใช้แล้วในประเทศเยอรมนี อังกฤษ ฝรั่งเศส และเป็นอนาคตของสื่อสารมวลชนไทย

สอดคล้องกับพรนรี สายโอภาส (2560) การใช้เฟซบุ๊กไลฟ์ของสมาคมนิวส์ทีวีที่เกี่ยวข้อง พบว่า จริยธรรมสื่อมวลชนมีความสำคัญต่อการนำเสนอข่าวโดยการใช้เฟซบุ๊กไลฟ์ทั้งยัง ทำให้ผู้รับชม ได้รับข่าวสารที่รวดเร็ว แต่ต้องการให้มีการกลั่นกรองข่าวสารก่อนการนำเสนอข่าว และ ต้องการให้ เพิ่มข่าวการศึกษามากขึ้น บุคลากรที่นำเสนอข่าวควรเป็นผู้ที่มีอุดมการณ์ มีคุณธรรม ยึด หลัก จรรยาบรรณนิวส์ทีวีสื่อมวลชน มีจิตรับผิดชอบต่อสังคม และไม่ชี้นำสังคมไปในทางที่ผิด

ประเด็นปัญหาจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวในสื่อสังคมออนไลน์กับกฎหมาย

ต่างประเทศ

ในประเด็นปัญหาจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวในสื่อสังคมออนไลน์กับกฎหมาย ต่างประเทศผู้วิจัยเห็นควรกำหนดแนวทางในเรื่องจรรยาบรรณของสื่อสารมวลชนให้ชัดเจนตามส หราชอาณาจักรและสิงคโปร์ที่ยึดหลักการจากสหภาพสื่อมวลชนแห่งสหราชอาณาจักรได้กำหนดหลัก จรรยาบรรณไว้ชัดเจนโดยเฉพาะข้อ 8 ต่อต้านการคุกคามหรือสิ่งจูงใจอื่นใดที่จะโน้มน้าว บิดเบือน ข้อมูล และไม่แสวงหา ผลประโยชน์ส่วนตัวอย่างไม่เป็นธรรมจากข้อมูลที่ได้รับ และข้อ 9 ไม่ผลิต เนื้อหาที่มีแนวโน้มว่าจะนำไปสู่ความเกลียดชังหรือการเลือกปฏิบัติอันเนื่องมาจาก อายุ เพศ เชื้อชาติ สีผิว ความเชื่อ สถานะทางกฎหมาย ความทุพพลภาพ สถานภาพสมรส หรือ รสนิยมทางเพศของ บุคคล ที่ทำให้เห็นว่าสื่อมวลชนไม่ควรนำเสนอข่าวที่ชี้นำสังคมไปในทางที่ผิด ซึ่งในประเทศไทยยังไม่มี การกำหนดแนวทางในลักษณะนี้ ทำให้สื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อมวลชนที่นำเสนอข่าวผ่านเครือข่าย

สังคมออนไลน์เฟซบุ๊กยังนำเสนอข่าวชี้ว่าสังคมมาเป็นอันดับหนึ่งจากการสอบการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

ประเด็นปัญหาจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวในสื่อสังคมออนไลน์กับกฎหมายไทย

ในเรื่องกฎหมายและจริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อมวลชน แม้สังคมจะมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี แต่การเป็นนักสื่อสารอาชีพยังคงต้องยึดหลักวิชาชีพให้มั่นคง ตระหนักในความรับผิดชอบสูงสุด ความถูกต้องและเหมาะสมในการนำเสนอข่าว สังคมคาดหวังว่าเป็นผู้มีอาชีพของนักการสื่อสารต่อการปฏิบัติหน้าที่ อีกทั้งความทันสมัยของยุคสื่อดิจิทัลทุกคนต่างเป็นผู้ผลิตข่าวสารได้ด้วยตัวเอง จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อจึงเป็นข้อกำหนดที่ชัดเจนในวิชาชีพนักสื่อสารที่ควรยึดปฏิบัติภาพลักษณะความน่าเชื่อถือก็จะยังคงอยู่ต่อไปไม่ถูกลดบทบาทในสังคม

ปัจจุบันประเทศไทยได้ออกร่างกฎหมายเพื่อกำกับสื่อมวลชนไว้ใน “ร่างพระราชบัญญัติการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพ ส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ.” โดยได้กำหนดนิยามของสื่อมวลชนในกรอบความหมายที่กว้างมาก และครอบคลุมถึงการสื่อสารไปยังประชาชนในทุกรูปแบบทุกประเภท โดยนิยามในมาตรา 3 แห่ง “ร่างพระราชบัญญัติการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพ ส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ.” บัญญัติไว้ว่า “สื่อมวลชน” หมายความว่า “สื่อกลางที่นำข่าวสาร สาร และเนื้อหาสาระทุกประเภทไปสู่มวลชน เพื่อประโยชน์สาธารณะ ไม่ว่าจะอยู่ในรูปสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สื่อดิจิทัล หรือในรูปอื่นใด ที่สามารถสื่อความหมายให้ประชาชนทราบได้เป็นการทั่วไป” คำนิยามนี้เป็นผลให้สื่อทุกประเภทและการแสดงออกทางความคิดของบุคคลทุกคนต่อสาธารณะไม่ว่าในรูปแบบใดตกอยู่ภายใต้นิยามนี้ด้วย และในส่วนของจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อถูกร่างไว้ในหมวดมาตรฐานจริยธรรมสื่อมวลชน มาตรา 37 (6) การนำเสนอเนื้อหาและข้อมูลข่าวสาร จะต้องเป็นไปตามหลักจรรยาบรรณวิชาชีพ ไม่ขัดต่อหลักศีลธรรมของสังคม ไม่ก่อให้เกิดผลเสียมากกว่าประโยชน์ที่ได้รับและคำนึงผลประโยชน์สาธารณะเหนือกว่าสิ่งใด เห็นได้ว่าร่างพระราชบัญญัติการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพ ส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ. มีการกำหนดคำนิยามที่ครอบคลุมคำว่าสื่อมวลชนที่รวมไปถึงสื่อดิจิทัล หรือรูปแบบอื่นใด ที่นำข่าวสาร สาร และเนื้อหาสาระทุกประเภทไปสู่มวลชน เพื่อประโยชน์สาธารณะ ค่อนข้างครอบคลุม แต่ในส่วนของจรรยาบรรณสื่อมวลชนในร่างพระราชบัญญัติการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพ ส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ. มีร่างไว้แค่ในส่วนของจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อ มาตรา 37 (6) การนำเสนอเนื้อหาและข้อมูลข่าวสาร จะต้องเป็นไปตามหลักจรรยาบรรณวิชาชีพ ไม่ขัดต่อหลักศีลธรรมของสังคม ไม่ก่อให้เกิดผลเสียมากกว่าประโยชน์ที่ได้รับและคำนึงผลประโยชน์สาธารณะเหนือกว่าสิ่งใด เห็นได้ว่าจรรยาบรรณในวิชาชีพสื่อมวลชนยังไม่ชัดเจน ผู้วิจัยจึงเห็นควรเพิ่มเติมประเด็นในเรื่องจรรยาบรรณสื่อมวลชนไว้ในร่างพระราชบัญญัติการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพ ส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ. เพื่อให้เกิดแนวทาง

ในการปฏิบัติที่ดีในเรื่องจรรยาบรรณของสื่อมวลชน ซึ่งหมายถึงหลักคุณธรรมของผู้ประกอบอาชีพนักสื่อสารมวลชน มารวมตัวกันเป็นสมาคมวิชาชีพ สร้างขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติแก่ผู้ประกอบ อาชีพนักสื่อสารมวลชนให้มีความรับผิดชอบ ผู้วิจัยเห็นควรเพิ่มบทลงโทษทั้งทางแพ่งและทางอาญาในหมวดจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อไว้ในร่างพระราชบัญญัติการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพ ส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ.

5.3 ข้อเสนอแนะ

ปัจจุบันจริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อสังคมไทยในการนำเสนอข่าวยุคดิจิทัลนอกจากนักการสื่อสารควรตระหนักในหลักวิชาชีพแล้ว ยังต้องคำนึงถึงบริบทสังคมเพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายและเพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยของสังคมไปพร้อมกันเนื่องจากการนำเสนอข่าวสารในปัจจุบันโดยเฉพาะในข่าวสารด้านโศกนาฏกรรมมีความอ่อนไหวอย่างยิ่ง เพราะสื่อมวลชนในปัจจุบันขาดความรับผิดชอบต่อและใคร่ครวญในการนำเสนอ เหตุจากความต้องการในการสร้างความนิยมให้สูงสุดในหมู่ผู้รับสารเป็นสำคัญ ในแง่นี้จะยิ่งเห็นได้ค่อนข้างชัดว่าการนำเสนอข่าวสารด้านบันเทิงของสื่อมวลชนในยุคดิจิทัลมีแนวโน้มจะขาดความใส่ใจในเรื่องจริยธรรมที่ดั่งามดั่งนั้น การใช้ข้อเท็จจริงในการนำเสนอข่าวอย่างถูกต้อง และจรรยาบรรณทางวิชาชีพจึงเป็นความท้าทายของการทำงานและส่งผลให้นักสื่อสารมวลชนต้องเห็นความจำเป็นของการพัฒนาตนเองและปรับตัวในการนำเสนอข่าวให้เป็นไปตามกรอบจรรยาบรรณกรอบความรับผิดชอบต่อสังคมกรอบทางวิชาชีพ นำเสนอที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาวิชาชีพสื่อ และความรู้เท่าทันสื่อในสังคมออนไลน์รวมถึงกรอบข้อบังคับทางกฎหมาย และกรอบการใช้งานประสิทธิภาพของสื่อออนไลน์และสื่อสังคม ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

5.3.1. ระดับองค์กรต่างๆ ที่ทำหน้าที่กำกับดูแลสื่อมวลชน ควรสร้างแนวปฏิบัติในเรื่องจรรยาบรรณสื่อแก่ผู้ที่ทำหน้าที่สื่อมวลชนโดยกำหนดเพิ่มเติมประเด็นในเรื่องจรรยาบรรณสื่อมวลชนไว้ในร่างพระราชบัญญัติการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพ ส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ. และเพื่อให้เกิดแนวทางในการปฏิบัติที่ดี ผู้วิจัยเห็นควรเพิ่มบทลงโทษทั้งทางแพ่งและทางอาญาในหมวดจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อไว้ในร่างพระราชบัญญัติการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพ ส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ.

5.3.2 ระดับองค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน ควรสร้างความเชื่อมั่นให้กับสังคมด้วยการเปิดโอกาสให้องค์กรหรือบุคคลภายนอกเข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจสอบจริยธรรมจรรยาบรรณวิชาชีพของสื่อได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม

5.3.3 ระดับสถาบันการศึกษา คณาจารย์ นักวิชาการต่าง ๆ มีส่วนสำคัญที่จะเน้นย้ำถึงความสำคัญของจริยธรรมและจรรยาบรรณของวิชาชีพสื่อมวลชนในระบบการเรียนรู้การสอนและควรปูพื้นฐานสร้างนักข่าวรุ่นใหม่ตั้งแต่ระดับเยาวชนด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพโดยเข้าไปสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนโดยตรง เพื่อให้ได้ข้อมูลในเรื่องจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวทางด้านอาชญากรรมจากด้านผู้ปฏิบัติงานโดยตรง

บรรณานุกรม

- กตัญญู บุญเดช. (2553). **ข่าวบันเทิงไทย ภาพสะท้อนทางจริยธรรมและจรรยาบรรณของนักข่าวบันเทิงไทย**. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- คณิงนิจ ขาวแสง (2563). **การกำหนดบทนิยามของ “สื่อมวลชน” ในกฎหมายที่กำกับสื่อ**.วารสารนิติศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปีที่ 49, ฉบับที่ 1, 61 (2563)
- จรรยาพร ธรณินทร์ (2554). **ความหมายและหลักการของคุณธรรม ศีลธรรม จริยธรรม**. สืบค้น 4 พฤษภาคม 2566 จาก http://anothai573.blogspot.com/2011/05/blog-post_29.html
- จารุภา ดวงสิทธิพันธ์ (2562). **การกำกับดูแลสื่อผ่านกลไกของรัฐในการจัดตั้งสภาวิชาชีพสื่อมวลชนตามแนวทางการส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อของแผนปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชนเทคโนโลยีสารสนเทศ**. คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ตรัยรัตน์ ปลื้มปิติชัยกุล และคณะ (2564). **พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล การรับรู้สื่อดิจิทัลที่ส่งผลต่อการรับรู้อิทธิพลของ สื่อดิจิทัลของ ประชาชนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 (2023): เมษายน - มิถุนายน 2566
- เทียนทิพย์ เตียวกี. (2560). **จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อในการนำเสนอข่าวยุคดิจิทัล**. คณะนิเทศและนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- นคร วัลลิภากร (2565). **กรอบแนวความคิดเกี่ยวกับสิทธิเสรีภาพของสื่อมวลชนและวิเคราะห์ร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ.สถาบันพระปกเกล้า**
- ปณัชญา ลีลายุทธ และ บุญเลิศ โอธสูง.(2560). **จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อมวลชนยุคสื่อดิจิทัล**. วารสารบัณฑิตศึกษาปริทรรศน์ ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 (2017): ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม 2560
- ปริญดา เรืองศักดิ์. (2553). **ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความเชื่อถือในข่าวบันเทิงที่นำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร**. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยพาร์อีสเทอร์น ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 มกราคม 2561 - มีนาคม 2561
- พิศิษฐ์ ขวาลาธวัช และคณะ (2539), **การรายงานข่าวชั้นสูง**, กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า.

- พรนรี สายโอภาส (2560). **จริยธรรมและการนำเสนอข่าวโดยการใช้เฟซบุ๊กไลฟ์ของสำนักข่าว.**
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ภัทรพร เจริญรัตน์ (2564). **การสื่อสารประเด็นสังคมของเพจสายตาร์กในเครือข่ายสังคมออนไลน์
ศึกษาเฉพาะกรณี “เพจอีจัน”.** วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม ปีที่ 9 ฉบับที่ 2
(2021): กรกฎาคม-ธันวาคม 2564
- ภาณุพงษ์ ทินกร และคณะ (2563). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัญหาด้านจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ ในยุค
ดิจิทัล.**วารสารสุทธิปริทัศน์ ปีที่ 34 ฉบับที่ 109 มกราคม - มีนาคม 2563
- วิจิตร ภัคนิกร. **การเขียนข่าวหนังสือพิมพ์และข่าววิทยุ.** สืบค้น 4 พฤษภาคม 2566.จาก
https://jm204midterm.blogspot.com/2015/03/blog-post_14.html
- ศูนย์ศึกษานโยบายการสื่อสาร สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2557).
“จริยธรรมสื่อมวลชนในภูมิภาคอาเซียน,”(รายงานผลการวิจัยโครงการพัฒนาบุคลากรและ
เตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการ
โทรทัศน์: Module 2)
- ศศิธร ยุวโกศล. (2545). **การให้ความหมายข่าวในมุมมองผู้รับสาร.** (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชาวารสารสนเทศ.
- สิขเรศ ศีราภานต์ (2562).**การปรับตัวและทักษะที่จำเป็นต่อนักข่าวโทรทัศน์ในยุคเทคโนโลยี
ก่อน.**
วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์ ปีที่ 27 ฉบับที่ 3 (2023): กันยายน - ธันวาคม
- สกุลศรี ศรีสารคาม (2557). **จริยธรรมการใช้สื่อออนไลน์และสื่อสังคม ในกระบวนการสื่อข่าวของ
สื่อไทยในยุคดิจิทัล.** สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).
- สุพัต ทีปะลา. (2558). **อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการเสนอข่าว.** วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล (2550) **พฤติกรรมผู้บริโภค** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550 ปรับปรุงครั้งที่ 8
- อรอนงค์ โฆษิตพิพัฒน์. (2559). **การพัฒนาความสามารถในการทำงานเป็นทีมด้วยรูปแบบการ
สอนแบบร่วมมือทำงานเป็นทีมในรายวิชาสัมมนา.** วารสารศาสตร์ วารสารศรัพิบูล ปีที่ 5
ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2561.
- อานนท์ นันทสุคนธ์. (2560). **ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อออนไลน์ในการ
นำเสนอข่าวบันเทิง.**การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร นิเทศศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ภาษาอังกฤษ

Belsey, A., & Chadwick, R. (1992). **Ethical issues in journalism and the media.** London: Rontedge.

Boyd, D., & Ellison, N. (2007). **Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship.** Journal of Computer-Mediated Communication, 13, 210-230.

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

Federal Communications Commission, **“The FCC's Mission,”** accessed 22 March 2023, from <https://www.fcc.gov/about/overview>

National Union of Journalists, **“Code of conduct,”** retrieved 28 March 2023, from <https://www.nuj.org.uk/aboutus/rules-and-guidance/code-of-conduct.html>

Presserat, **“German Press Council,”** retrieved 31 March 2023, from <https://www.presserat.de/en.html>

The Organization of News Ombudsmen and Standards Editors, **“About ONO,”** accessed 22 March 2023 from <https://www.newsombudsmen.org/about-ono/>

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

การรับรู้ของประชาชนที่มีต่อจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่าย
สังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก และการใช้มาตรการทางกฎหมายเพื่อเป็นแนวทาง
แก้ไขการนำเสนอ

แบบสอบถามชุดนี้เป็นเอกสารประกอบการวิจัย จึงใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
ดังรายละเอียดที่ปรากฏในแบบสอบถามนี้ ผู้วิจัยขอความกรุณาให้ท่านกรอกคำถามตามความเป็น
จริง และขอขอบพระคุณท่านที่ให้ข้อมูลมา ณ ที่นี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (จำนวน 5 ข้อ)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (จำนวน 5 ข้อ)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับคำถามเกี่ยวกับการจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบน
เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (จำนวน 23 ข้อ)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

2. อายุ

1) 18 - 25 ปี

2) 26 - 35 ปี

3) 36 - 45 ปี

4) 46 - 55 ปี

5) 55 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

- 1) นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา
- 2) ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 3) พนักงานบริษัท
- 4) ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว
- 5) แม่บ้าน / พ่อบ้าน / เกษียณอายุ
- 6) รับจ้างทั่วไป
- 7) อื่น ๆ ระบุ.....

4. ระดับการศึกษา

- 1) ปวช. / ปวส.
- 2) ปริญญาตรี
- 3) ปริญญาโท
- 4) สูงกว่าปริญญาโท

5. รายได้ต่อเดือน

- 1) 5,000 – 10,000 บาท
- 2) 10,001 – 20,000 บาท
- 3) 20,001 – 40,000 บาท
- 4) มากกว่า 40,001 บาท

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

- 5 หมายถึง มากสุด
- 4 หมายถึง มาก
- 3 หมายถึง ปานกลาง
- 2 หมายถึง น้อย
- 1 หมายถึง น้อยสุด

เครือข่ายสังคม ออนไลน์เฟซบุ๊กที่รับรู้ ข่าวอาชญากรรม	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. เพจอีจัน					
2. เพจอีเจ็บบ เลียบ ด่วน					
3. แฮมมโโพธิ์ดำ					
4. Drama - addict					
5. อื่นๆ.....					

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์
เฟซบุ๊ก

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

5 หมายถึง มากสุด

4 หมายถึง มาก

3 หมายถึง ปานกลาง

2 หมายถึง น้อย

1 หมายถึง น้อยสุด

จรรยาบรรณในการ นำเสนอข่าว	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. ต้องทำหน้าที่การ นำเสนอข่าวในขอบเขต ของความเหมาะสม					
2. ไม่สร้างข่าวขึ้นมาเอง					
3. ต้องเสนอข้อเท็จจริง อย่างรอบด้านแก่ผู้รับสาร					
4. ไม่ก้าวล่วงสิทธิส่วนตัว ของบุคคลอื่น					
5. ไม่บังคับบุคคลให้พูด					
6. ชื่อสัตย์ต่อบุคคลที่ต่อสู้ เพื่อสังคม					
7. ชื่อสัตย์ต่อบุคคลที่นำมา กล่าวถึงในเนื้อหาข่าว					
8. รักษาไว้ซึ่งความลับของ แหล่งข่าว					
9. ไม่ปิดบังอำพรางข่าวที่ นำเสนอ					
10. ไม่ควรขายข่าวเพื่อเงิน หรือความพึงพอใจส่วนตัว					
11. ผู้สื่อข่าวควรละเว้น จากการเข้าร่วมพรรค การเมือง					

จรรยาบรรณในการ นำเสนอข่าว	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
12. ต้องบริการคน ส่วนรวม มิใช่บริการคน กลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง					
13. ช่วยต่อสู้และ ปราบปรามอาชญากร					
14. ต้องเคารพและช่วย ผดุงกฎหมายบ้านเมือง					
15. สร้างความสัมพันธ์อัน ดีกับชุมชนบนเครือข่าย สังคมออนไลน์					
16. ไม่ทำลาย ความสัมพันธ์ระหว่างญาติ และเพื่อนของผู้อื่น					
17. คำนึงว่าการหย่าร้าง การฆ่าตัวตายนั้นเป็น ปัญหาสังคม ไม่ควร นำเสนอข่าวไปในเชิงไม่ สุภาพ					
18. ไม่ควรกล่าวโจมตี คู่แข่ง					
19. อย่าหัวเราะเยาะความ วิกลจริต จิตทรมานหรือ พลาดโอกาสของบุคคล					
20. เคารพนับถือวัด โบสถ์ เชื้อชาติและเผ่าพันธุ์ของ บุคคล					
21. แก้ไขข้อผิดพลาดที่พบ ในทันที					

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	แก้วกัญญา เสวกสุริยวงศ์
วัน เดือน ปีเกิด	10 ตุลาคม พ.ศ. 2531
ประวัติการศึกษา	สาขากฎหมายการเงินและภาษีอากร คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2557 สาขานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง 2554
ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน	อาจารย์ประจำหมวดศึกษาทั่วไป คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์