

“แนวทางการกำหนดกรอบจริยธรรมและการดำเนินงาน ในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะ”

ชาติรี ใต้ฟ้าพูล*

Abstract

The research entitled “Approaches in determining an ethical framework for the operation framework for public service broadcasting (PSB)” has two objectives: 1) to study approaches in determining an ethical framework for the operation of public service both locally and internationally; 2) to find out important issues that should be included in the ethical guidelines for the operation of public service broadcasting through brainstorming and consultative sessions with stakeholders. The research uses a combination of qualitative and quantitative approaches. Document research of local and overseas PSB organizations is carried out, together with key informant interviews with 61 stakeholders. Meanwhile, a questionnairebased survey on 2,400 samples from the Bangkok Metropolitan Administration area is undertaken.

The research finds that there are two main approaches in determining an ethical framework in PSB organizations in the studied countries – United Kingdom, United States of America, Australia, Japan, and Thailand. The first approach is to outline the ethical framework in detailed principles and practical guidelines. Such approach is found in the UK and Thailand. The other approach is to set up only broad framework for ethical conduct. The latter approach is found in the US, Japan, and Australia. However, across these PSB entities in the studied countries, at least three issues are found to be common principles including 1) accuracy, fairness, objectivity, and balance of content; 2) respect of human dignity and personal differences; and 3) protection of minors through regulation of harmful content for child development.

*ชาติรี ใต้ฟ้าพูล (นศ.ด.สาขานิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548) นิสิตทุนอุดหนุนการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อเฉลิมฉลองวโรกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเจริญพระชนมายุครบ 72 พรรษา) ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทความวิจัยนี้เขียนจากงานวิจัยที่ได้รับการสนับสนุนทุนจากสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

Although the ethical standard used by the UK PSB – the British Broadcasting Corporation (BBC) now reflects clear and detailed principles and guidelines, the situation at the inception is different. Only broad principles and guidelines were mapped out at the beginning. However as time passes and more facts and lessons have been collected through actual practices, the principles and guidelines gradually accumulated. In the Thai PSB case, as it was founded only in recent years, Thai PBS has benefitted from its model (the BBC) in terms of ethical standard. This explains why Thai PBS's ethical guideline is very detailed even from the very beginning of operation.

As for the issues that ought to be included as ethical guidelines from the viewpoints of stakeholders and members of the populace, common issues include 1) accuracy, fairness, objectivity, and balance of content; 2) refraining from inappropriate content that may lead to harmful imitative behavior or content that shows clear disrespect of religion and (unproven) supernatural powers.

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการกำหนดกรอบจริยธรรมและการดำเนินงานในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะ” นี้ มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ

1) เพื่อทราบถึงแนวทางการกำหนดกรอบจริยธรรมการดำเนินงานในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2) เพื่อทราบถึงประเด็นที่เหมาะสมในการกำหนดเป็นเนื้อหาจริยธรรมการดำเนินงาน ในการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะ จากความคิดเห็นร่วมกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสานทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยเทคนิคการวิจัยเอกสารขององค์กร

สื่อสารณะทั้งในและต่างประเทศ การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวน 61 คน และการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยเทคนิคการวิจัยเชิงสำรวจประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลรวม 2,400 ตัวอย่าง

ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการกำหนดกรอบจริยธรรมการดำเนินงานในการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ ประเภทบริการสาธารณะประกอบด้วย สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น และประเทศไทย มีสองแนวทาง คือ แนวทางแรกมีการกำหนดกรอบจริยธรรมไว้อย่างละเอียด ซึ่งพบในสหราชอาณาจักรและประเทศไทย ส่วนอีกแนวทาง คือ กำหนดกรอบจริยธรรมไว้อย่างกว้าง พบในสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลียและญี่ปุ่น อย่างไรก็ตามกรอบจริยธรรมที่กำหนดไว้สอดคล้องกันในทุกประเทศสามประเด็น ได้แก่

- 1) เนื้อหาที่นำเสนอมีความถูกต้องแม่นยำ ยุติธรรม เป็นกลางและสมดุล
- 2) เคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์และความแตกต่างของบุคคล
- 3) ไม่นำเสนอเนื้อหาที่กระทบต่อเด็กและเยาวชน

อนึ่ง แม้ว่าสหราชอาณาจักรจะกำหนดกรอบจริยธรรมไว้อย่างละเอียดในปัจจุบัน แต่ในขณะเริ่มต้นนั้นมีการกำหนดกรอบจริยธรรมไว้อย่างกว้าง แล้วจึงค่อยเพิ่มเติมในรายละเอียดมากขึ้นจากข้อเท็จจริงในการปฏิบัติงานสำหรับประเทศไทย โดยองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย หรือไทยพีบีเอส ได้ยึดเอาสหราชอาณาจักรเป็นต้นแบบในการกำหนดกรอบจริยธรรม จึงมีรายละเอียดมากแม้ในขณะเริ่มต้นดำเนินงาน

ประเด็นที่เหมาะสมในการกำหนดเป็นเนื้อหาจริยธรรมการดำเนินงานจากความคิดเห็นร่วมกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งประกอบด้วย องค์กรสื่อสารณะทั้งในและต่างประเทศ และประชาชนทั่วไป พบว่า มีประเด็นที่เห็นสอดคล้องกันในทุกกลุ่ม ได้แก่

- 1) เนื้อหาที่มีความถูกต้องแม่นยำ ยุติธรรม เป็นกลางและสมดุล
- 2) ไม่นำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ทำให้เกิดอันตราย

หรือการเลียนแบบ รวมทั้งเนื้อหาไม่เหมาะสมกับศาสนา และปรากฏการณ์เหนือธรรมชาติ

ที่มาและความสำคัญ

สื่อมวลชนเป็นสถาบันที่มีอิทธิพลในการชี้นำความคิด สร้างต้นแบบ และสร้างพฤติกรรมรูปแบบใหม่ ๆ ให้กับสมาชิกในสังคม โดยเฉพาะในปัจจุบันที่สถาบันหลักทางสังคมซึ่งประกอบด้วย สถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา และสถาบันทางศาสนา ส่วนใหญ่ไม่สามารถทำหน้าที่อบรมบ่มเพาะเด็กได้อย่างเข้มแข็งเหมือนในอดีตได้อีกต่อไป ขณะที่สื่อมวลชนกลับมีบทบาททำหน้าที่เป็นสถาบันหลักในการอบรมบ่มเพาะ (Cultivation) สมาชิกในสังคมนอกเหนือจากสถาบันครอบครัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเด็กและเยาวชน (กาญจนา แก้วเทพ, 2552)

จากข้อมูลการวิจัยในปัจจุบัน พบว่า เด็กและเยาวชนไทยมีความสามารถในการเข้าถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทเครื่องรับโทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 99.20 โดยกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างมักจะทำในเวลาว่างและทำบ่อยครั้งมากที่สุด ได้แก่ การชมโทรทัศน์ โดยใช้ระยะเวลาในการรับชม 1-6 ชั่วโมงต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 79.0 รายการที่เปิดรับชมมากที่สุด ได้แก่ ละคร คิดเป็นร้อยละ 24.96 รองลงมา ได้แก่ เพลงหรือมิวสิกวิดีโอ คิดเป็นร้อยละ 17.53

ผลการวิจัยยังพบอีกด้วยว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เท่าทันสื่อในระดับค่อนข้างต่ำ เนื่องจากพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างมักจะเปิดรับสื่อด้วยตนเองตามลำพัง เช่น เข้าใจผิดคิดว่ารายการเล่าข่าว คือ การรายงานความจริง โดยเป็นความจริงที่เข้าใจได้ง่าย ทั้ง ๆ ที่รายการเล่าข่าวเป็นการนำปรากฏการณ์มาถ่ายทอดโดยลดทอนความจริงและใส่ความคิดเห็นของผู้เล่าข่าวด้วย หรือข่าวบันเทิง คือ ข่าวที่รายงานเกี่ยวกับชีวิตส่วนตัวของนักร้อง นักแสดง ซึ่งความจริงแล้วข่าวบันเทิงมีมิติ

เนื้อหามากกว่าเรื่องส่วนตัวของนักร้องนักแสดง รายการการ์ตูนเป็นรายการที่ไม่มีความรุนแรงจึงเหมาะกับเด็ก แต่ความจริงแล้วรายการการ์ตูนจำนวนมากมีความรุนแรง ทั้งการใช้ภาษา ท่าทาง และเนื้อหา เป็นต้น (ยุบล เบญจรงค์กิจ และคณะ, 2555)

จากที่กล่าวมาในข้างต้น จะเห็นถึงอิทธิพลของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ที่มีต่อผู้รับสาร โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน ซึ่งผลกระทบของสื่อดังกล่าว ทำให้เกิดความกังวลจากสังคมโดยเฉพาะประเด็นเรื่องพฤติกรรมไม่เหมาะสมทางเพศ และความก้าวร้าวรุนแรง ซึ่งสื่อนอกจากจะนำเสนอเนื้อหาดังกล่าวเป็นจำนวนมากแล้ว ยังก่อให้เกิดการเลียนแบบพฤติกรรม (Modeling) และต่อยอดพฤติกรรมจนกลายเป็นความซาชิน เป็นเรื่องปกติธรรมดา และเกิดการยอมรับพฤติกรรมไม่เหมาะสมทางเพศ และความก้าวร้าวรุนแรงในที่สุด

นอกจากที่สื่อจะมีผลกระทบต่อผู้รับสารแล้ว ในหลายครั้งสื่อเองก็สร้างผลกระทบโดยตรงต่อผู้รับสารหรือประชาชนทั่วไป ทั้งจากนโยบาย วิธีการปฏิบัติงาน และผลผลิตของสื่อ ดังจะเห็นได้จากสถิติการร้องเรียนของผู้บริโภคสื่อมายังคณะกรรมการตามที่คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ แต่งตั้งให้ปฏิบัติหน้าที่พิจารณาคำขอหรือคำร้องเรียนเกี่ยวกับกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ที่ประชาชนยื่นตามกฎหมาย (ราชกิจจานุเบกษา, น.60) โดยในระหว่างเดือนเมษายน - ธันวาคม 2555 มีประชาชนร้องเรียนจำนวน 208 กรณี ในจำนวนนี้มีการร้องเรียนการดำเนินงานของฟรีทีวีมากที่สุด จำนวน 91 กรณี คิดเป็นร้อยละ 43.75 ส่วนในปี 2556 นับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม - 19 สิงหาคม 2556 มีจำนวนร้องเรียนทั้งสิ้น 50 กรณี โดยฟรีทีวีถูกร้องเรียนมากที่สุด 24 กรณี คิดเป็นร้อยละ 48.0

ตารางที่ 1 แสดงเรื่องร้องเรียนในปี 2555 ระหว่างเมษายน – ธันวาคม

ประเภทบริการ	ข้อร้องเรียน จำนวน (ร้อยละ)	ข้อเสนอแนะ จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)
ฟรีทีวี	91 (43.75)	22 (62.86)	113 (46.50)
ทรู วิวชั่น	3 (1.44)	0 (0.00)	3 (1.24)
เคเบิลทีวี	27 (12.98)	0 (0.00)	27 (11.11)
ทีวีดาวเทียม	29 (13.94)	6 (17.14)	35 (14.40)
วิทยุ	16 (7.69)	2 (5.71)	18 (7.41)
วิทยุชุมชน	41 (19.71)	5 (14.29)	46 (18.93)
โทรทัศน์ชุมชน	1 (0.48)	0 (0.00)	1 (0.41)
รวม	208 (100.00)	35 (100.00)	243 (100.00)

ตารางที่ 2 แสดงเรื่องร้องเรียนในปี 2556 ระหว่างมกราคม – 19 สิงหาคม

ประเภทบริการ	ข้อร้องเรียน จำนวน (ร้อยละ)	ข้อเสนอแนะ จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)
ฟรีทีวี	24 (48.0)	24 (80.00)	48 (60.00)
ทรู วิวชั่น	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
เคเบิลทีวี	1 (2.00)	1 (3.33)	2 (2.50)
ทีวีดาวเทียม	5 (10.00)	4 (13.33)	9 (11.25)
วิทยุ	4 (8.00)	0 (0.00)	4 (5.00)
วิทยุชุมชน	15 (30.00)	0 (0.00)	15 (18.75)
อื่นๆ	1 (2.00)	1 (3.33)	2 (2.50)
รวม	50 (100.00)	30 (100.00)	80 (100.00)

ทั้งนี้ ประเด็นที่ร้องเรียนมีหลากหลายประเด็น เช่น การโฆษณาเกินจริง การโฆษณาชวนเชื่อ ร้องเรียนการจัดรายการทำให้เกิดความแตกแยกในสังคม การใช้คลื่นวิทยุโทรทัศน์ส่งเสริมการพนัน การใช้ภาษาและสำเนียงไม่เหมาะสมในละคร เนื้อหารายการไม่เหมาะสมกับเด็กและเยาวชน การพูดสองแง่สองง่ามของพิธีกรรายการโทรทัศน์ การเปิดเพลงที่มีเนื้อหาและภาษาลามกอนาจาร ภาพมิวสิกวิดีโอไม่เหมาะสม รายการไม่เหมาะสมกับศีลธรรมอันดี การจัดรายการไม่เหมาะสม เนื้อหาละครไม่เหมาะสมและพาดพิง

กลุ่มชาติพันธุ์ การใช้ภาษาไทยไม่เหมาะสมหรือไม่ถูกต้อง การไม่ปิดบังหรือเบลอภาพการสูบบุหรี่ในภาพยนตร์ฉายทางโทรทัศน์ (โทรทัศน์สาธารณะไทยพีบีเอส) การยุติการแพร่ภาพละครโทรทัศน์ การใช้คำไม่สุภาพของผู้จัดรายการวิทยุ การโฆษณาเนื้อหาไม่เหมาะสม การนำเสนอข่าวไม่ถูกต้อง การกระทำผิดเงื่อนไขการทดลองออกอากาศ การหมิ่นประมาทและกล่าวร้ายผู้อื่น ขอให้ตรวจสอบจริยธรรมของนักจัดรายการวิทยุ เป็นต้น

ปรากฏการณ์ข้างต้น แม้ว่าเกือบทั้งหมดจะเกิดขึ้น

กับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ และมีเพียงส่วนน้อยมากที่เกิดขึ้นกับองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ไทยพีบีเอส) หากแต่กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะเองก็อาจจะก่อให้เกิดผลกระทบและสร้างความเสียหายต่อปัจเจกบุคคลและสังคมได้เช่นกัน

แม้ว่าพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 จะมีเจตจำนงในการสร้างหลักประกันจริยธรรมแห่งวิชาชีพ และคุ้มครองผู้เสียหายจากการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ แต่มาตรฐานทางจริยธรรมที่เป็นแนวปฏิบัติตามหลักสากลและสอดคล้องกับเงื่อนไขของสังคมไทย ตลอดจนสร้างการมีส่วนร่วมและเป็นที่ยอมรับจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) มากที่สุดนั้นเป็นสิ่งที่น่าศึกษาเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากจะทำให้ได้แนวทางที่เหมาะสมสำหรับการนำไปสร้างเป็นคู่มือจริยธรรมเพื่อใช้งานต่อไป จึงเป็นที่มาของการวิจัยเรื่อง “แนวทางการกำหนดกรอบจริยธรรมและการดำเนินงาน ในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะ”

ทั้งนี้ ในการพัฒนาแนวทางจริยธรรมและการดำเนินงานดังกล่าว ผู้วิจัยจะอาศัยเจตจำนงของพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 เป็นจุดเริ่มต้นในการศึกษา ร่วมกับการประมวลข้อมูลจากแหล่งเอกสารต่าง ๆ การรวบรวมความคิดเห็นจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ตลอดจนกรณีศึกษาในองค์กรกำกับดูแลกิจการและองค์กรที่ดำเนินกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์สาธารณะ ทั้งในและต่างประเทศ

ปัญหาวิจัย

1. แนวทางการกำหนดกรอบจริยธรรมการดำเนินงาน ในการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะทั้งในประเทศและต่างประเทศเป็นอย่างไร?
2. ประเด็นที่เหมาะสมในการกำหนดเป็นเนื้อหาจริยธรรมการดำเนินงาน ในการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะ จากความคิดเห็นร่วมกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นอย่างไร?

ขอบเขตการวิจัย

โครงการศึกษาวิจัย “แนวทางการกำหนดกรอบจริยธรรมและการดำเนินงาน ในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะ” มีขอบเขตการวิจัยครอบคลุมเนื้อหาทั้งกระบวนการผลิต เริ่มตั้งแต่ปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการผลิต (Process) และผลผลิต (Output) ของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ให้บริการสาธารณะ โดยเก็บข้อมูลจากเอกสารทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในประเทศ โดยมีกรอบระยะเวลาการศึกษาระหว่างวันที่ 24 กรกฎาคม 2556 ถึง 20 มีนาคม 2557 รวมเป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 8 เดือน

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

1. กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะ

หมายถึง กิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ตามมาตรา 10 ของพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ประกอบด้วย

- 1.1 กิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการส่งเสริมความรู้ การศึกษา ศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม วิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม การเกษตร และการส่งเสริมอาชีพอื่น ๆ สุขภาพอนามัย กีฬา หรือการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชน
- 1.2 กิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อความมั่นคงของรัฐ หรือความปลอดภัยสาธารณะ

- 1.3 กิจการกระจายเสียงหรือกิจการโทรทัศน์ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการกระจายข้อมูลข่าวสาร เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาลกับประชาชน และรัฐสภากับประชาชน การกระจายข้อมูลข่าวสารเพื่อการส่งเสริมสนับสนุนในการเผยแพร่และให้การศึกษาแก่ประชาชน เกี่ยวกับการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข บริการข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์สาธารณะแก่คนพิการ คนด้อยโอกาสหรือกลุ่มความสนใจที่มีกิจกรรมเพื่อประโยชน์สาธารณะ

หรือบริการข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์สาธารณะอื่น

2. กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ให้บริการสาธารณะในประเทศ

หมายถึง องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย หรือไทยพีบีเอส (Thai PBS: Thai Public Broadcasting Service)

3. กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่ให้บริการสาธารณะในต่างประเทศ

หมายถึง สถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์ที่ ให้บริการสาธารณะใน 4 ประเทศ คือ

3.1 สหราชอาณาจักร ได้แก่ บรรษัทการกระจายเสียงและแพร่ภาพแห่งบริเตน หรือบีบีซี (BBC: British Broadcasting Corporation)

3.2 ญี่ปุ่น ได้แก่ บรรษัทการกระจายเสียงและแพร่ภาพแห่งญี่ปุ่น (Japan Broadcasting Corporation) หรือ เอ็นเอชเค (NHK: Nippon Hoso Kyokai หรือ Nihon Hoso Kyokai)

3.3 สหรัฐอเมริกา ได้แก่ บริการกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะ หรือสถานีโทรทัศน์สาธารณะพีบีเอส (PBS: Public Broadcasting Service)

3.4 ออสเตรเลีย ได้แก่ บรรษัทการกระจายเสียงและแพร่ภาพแห่งออสเตรเลีย หรือเอบีซี (ABC: Australian Broadcasting Corporation)

4. แนวทางการกำหนดกรอบจริยธรรมการดำเนินงาน

หมายถึง ประเด็นต่าง ๆ ที่องค์การซึ่งให้บริการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะทั้งในและต่างประเทศใช้ในการกำหนดเป็นหลักการดำเนินงานขององค์การ เพื่อการทำหน้าที่การกระจายเสียงและแพร่ภาพประเภทบริการสาธารณะอย่างเหมาะสม

5. แนวทางการกำหนดกรอบจริยธรรมการดำเนินงาน

หมายถึง ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการดำเนินงาน (Process) และผลผลิต (Output) ในการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะ อันเกิดจากความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในประเทศ เพื่อใช้กำหนดเป็นแนวทางการปฏิบัติงานที่เหมาะสมกับบริบทของสังคมไทย

6. ปัจจัยนำเข้า

หมายถึง การเป็นเจ้าของข้ามสื่อ แหล่งที่มาของรายได้ และการคัดเลือกบุคคลากรขององค์กรสื่อ

7. กระบวนการ

หมายถึง การบริหารจัดการองค์สื่อในการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ประเภทสาธารณะ ประกอบด้วย นโยบายและวิธีการทำงาน เช่น การบริหารงานบุคคล การเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสาร การรายงานข่าวในสถานการณ์ปกติและในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยง การสัมภาษณ์แหล่งข่าว กระบวนการผลิตรายการ และการตรวจพิจารณาเนื้อหารายการ (การเซ็นเซอร์)

8. ผลผลิต

หมายถึง เนื้อหาและรูปแบบรายการต่าง ๆ ที่กระจายเสียงหรือแพร่ภาพ เช่น การไม่ละเมิดสิทธิเด็ก สิทธิมนุษยชน และความเป็นส่วนตัว ความหลากหลายของเนื้อหาและรูปแบบรายการ

9. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

หมายถึง ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการกระจายเสียงและแพร่ภาพ ประกอบด้วย ผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติงานด้านวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ องค์การวิชาชีพ องค์การกำกับดูแล นักวิชาการ กลุ่มขับเคลื่อนทางสังคม (NGOs) และประชาชนทั่วไป

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) อาศัยเทคนิคการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยอาศัยเทคนิคการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งมีรายละเอียดในการเก็บรวบรวมข้อมูล การสร้างเครื่องมือ ความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

แหล่งข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท

ได้แก่ แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร และแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

1. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ได้แก่ ตำราทางวิชาการ งานวิจัย และเอกสารหรือเว็บไซต์ของหน่วยงาน เพื่อศึกษาเนื้อหาที่เป็นประเด็นจริยธรรมขององค์กรสื่อสารมวลชนทั้งในและต่างประเทศ ทบทวนแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำไปสู่การสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสำรวจความคิดเห็นประชาชน

2. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

2.1 แหล่งข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ โดยใช้วิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้บริหารหรือพนักงานของหน่วยงานต่าง ๆ หรือนักคิดที่ได้รับการยอมรับจากผู้บริหารของหน่วยงาน ตลอดจนบุคคลที่มีความรู้ความสามารถหรือประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ จำนวน 5 กลุ่ม ประกอบด้วย

2.1.1 กลุ่มผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติงานด้านวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

2.1.2 กลุ่มองค์กรกำกับดูแล

2.1.3 กลุ่มองค์กรวิชาชีพ

2.1.4 กลุ่มนักวิชาการ

2.1.5 กลุ่มองค์กรขับเคลื่อนทางสังคม

2.2 แหล่งข้อมูลที่ได้มาจากการวิจัยเชิงสำรวจ ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นกลุ่มประชาชนทั่วไปที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวม 6 จังหวัด ประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ ปทุมธานี นนทบุรี นครปฐม และสมุทรสาคร จากฐานข้อมูลจำนวนประชากรจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556) ณ ปี 2553 โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sampling Unit) ด้วยการคำนวณตามหลักการแปรผันร่วมกัน ระหว่างขนาดของกลุ่มตัวอย่างกับความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากการสุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 ซึ่งจากสูตรของ

Yamane ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละจังหวัด จำนวน 400 ตัวอย่าง รวมเป็นขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 2,400 ตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่าง

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ใน 5 กลุ่ม ประกอบด้วย

1. กลุ่มผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติงานและองค์กรวิชาชีพด้านวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

2. กลุ่มองค์กรกำกับดูแล

3. กลุ่มองค์กรวิชาชีพ

4. กลุ่มนักวิชาการ และ

5. กลุ่มองค์กรขับเคลื่อนทางสังคม รวมทั้งสิ้น 61 คน

สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณด้วยเทคนิคการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยและไม่อาศัยความน่าจะเป็นในการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน กล่าวคือ

1. การสุ่มตัวอย่างลำดับขั้นที่หนึ่ง (Primary Sampling Unit) เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเชิงระบบ (Systematic Sampling) และ สุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการแบ่งจังหวัดของประเทศไทยออกเป็น 7 ส่วนตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยเลือกมา 1 เขต คือ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล (อ้างอิงจากข้อมูลเอกสารสมุดสถิติรายปีประเทศไทย พ.ศ.2547)

2. การสุ่มตัวอย่างลำดับขั้นที่สอง (Secondary Sampling Unit) เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างในทุกจังหวัด ๆ ละ 400 ตัวอย่าง (ตามสูตรการคำนวณของ Yamane) และกำหนดสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนประชากรชายและหญิงในแต่ละจังหวัด

3. สุ่มตัวอย่างลำดับขั้นที่สาม (Tertiary Sampling Unit) เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีการจับสลากเลือกเขตและอำเภอต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4. สุ่มตัวอย่างลำดับขั้นสุดท้าย (Final Sampling Unit) เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenient Sampling) โดยเดินทางไปเก็บข้อมูลตามสถานที่ที่คาดว่าจะพบกลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายลักษณะทางประชากร เช่น แหล่งชุมชน ตลาด ศูนย์การค้า และแหล่งพักผ่อน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากจังหวัด เขต และอำเภอ รวมทั้งเพศ ตามที่กำหนดไว้จนครบ 2,400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบสอบถามเชิงสำรวจ โดยอาศัยข้อมูลจากตำรา งานวิจัย และการวิจัยเอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศมาเป็นแนวทางในการสร้างแนวคำถามและแบบสอบถาม

แนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1: ปักจัญนำเข้า ประกอบด้วย ความคิดเห็นต่อประเด็นความเป็นเจ้าของข้ามสื่อ แหล่งที่มาของรายได้ในการดำเนินงาน เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารการตลาด ตลอดจนการคัดเลือกบุคลากรขององค์กรสื่อ

ส่วนที่ 2: กระบวนการ ประกอบด้วย ความคิดเห็นต่อประเด็นที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการองค์กรสื่อ นโยบายการบริหารงานบุคคล การเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสาร การรายงานข่าวในสถานการณ์ปกติและในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงภัย การสัมภาษณ์แหล่งข่าว กระบวนการผลิตรายการ และการตรวจพิจารณาเนื้อหารายการ (การเซ็นเซอร์)

ส่วนที่ 3: ผลผลิต ประกอบด้วย เนื้อหาและรูปแบบรายการต่าง ๆ ที่กระจายเสียงหรือแพร่ภาพ เช่น การไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชนและความเป็นส่วนตัว ความหลากหลายของเนื้อหาและรูปแบบรายการ

ส่วนที่ 4: ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ส่วนแบบสอบถามในการวิจัยเชิงสำรวจ เป็นคำถามปลายและปลายเปิด (Open-ended and Closed-ended Questionnaires) ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1: ปักจัญนำเข้า ประกอบด้วย ความคิดเห็น

ต่อประเด็นความเป็นเจ้าของข้ามสื่อ แหล่งที่มาของรายได้ในการดำเนินงาน เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารการตลาด ตลอดจนการคัดเลือกบุคลากรขององค์กรสื่อ

ส่วนที่ 2: กระบวนการ ประกอบด้วย ความคิดเห็นต่อประเด็นที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการองค์กรสื่อ นโยบายการบริหารงานบุคคล การเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสาร การรายงานข่าวในสถานการณ์ปกติและในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงภัย การสัมภาษณ์แหล่งข่าว กระบวนการผลิตรายการ และการตรวจพิจารณาเนื้อหารายการ (การเซ็นเซอร์)

ส่วนที่ 3: ผลผลิต ประกอบด้วย เนื้อหาและรูปแบบรายการต่าง ๆ ที่กระจายเสียงหรือแพร่ภาพ เช่น การไม่ละเมิดสิทธิเด็ก สิทธิมนุษยชน และความเป็นส่วนตัว ความหลากหลายของเนื้อหาและรูปแบบรายการ

ส่วนที่ 4: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา

ทั้งนี้ แบบสอบถามมีคำถามปลายเปิด 1 ข้อ สำหรับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับจริยธรรมการดำเนินงาน ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะ ในตอนท้ายของแบบสอบถาม

การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทดสอบทั้งความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือและข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณดังต่อไปนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity)

การวิจัยเชิงคุณภาพ ทดสอบความเที่ยงตรงด้วยการตรวจสอบกับแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Content Validity) ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ (Expert Validity) นอกจากนี้ในการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยเป็นผู้เก็บข้อมูลด้วยตนเอง การตรวจสอบความเที่ยงจึงใช้การตรวจสอบความเที่ยงตรงเฉพาะหน้า (Face Validity) เพิ่มขึ้นด้วยในขณะที่เก็บข้อมูล โดยการตรวจสอบความเข้าใจในข้อคำถามและคำตอบของผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นระยะ ๆ ส่วนกรณีที่เก็บข้อมูลโดยผู้ช่วยวิจัยนั้น ผู้วิจัยได้จัดอบรมผู้ช่วยวิจัยและซักซ้อมความเข้าใจเพื่อให้เกิดความเที่ยง

เฉพาะหน้า รวมทั้งผู้วิจัยยังได้เข้าร่วมสังเกตการณ์ในการสัมภาษณ์ของผู้ช่วยวิจัยในการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักกลุ่มแรก ๆ เพื่อให้แน่ใจว่าผู้ช่วยวิจัยสามารถตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อมูลด้วยตนเองได้ ดังนั้นจึงมั่นใจได้ว่าการวิจัยครั้งนี้มีความเที่ยงตรงสูง

การวิจัยเชิงปริมาณ ทดสอบความเที่ยงตรงคล้ายคลึงกับการทดสอบความเที่ยงตรงในการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการตรวจสอบกับแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความถูกต้อง ความสอดคล้องของเนื้อหา ความครอบคลุมของประเด็นย่อย ลักษณะของข้อความที่ใช้ รวมทั้งความชัดเจนของภาษา เพื่อใช้ในการพิจารณาปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์มากที่สุด ก่อนไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

การวิจัยเชิงคุณภาพ ทดสอบความเชื่อมั่นกับเอกสารแนวคิดและงานวิจัยก่อนที่จะทำการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก และตรวจสอบข้อมูลย้อนกลับกับผู้ให้ข้อมูลหลักเองอีกด้วย

การวิจัยเชิงปริมาณ ทดสอบโดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทำการทดสอบ (Pre-test) จำนวน 30 ชุด และนำผลที่ได้มาคำนวณทดสอบระดับค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยอาศัยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach ซึ่งผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ พบว่า มีค่าความเชื่อมั่นสูงมาก โดยข้อคำถามด้านปัจจัยนำเข้า มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.9062 ข้อคำถามด้านกระบวนการ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.8409 และข้อคำถามด้านผลลัพธ์ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.8810

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ แบ่งวิธีการเก็บข้อมูลได้ตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมเอกสารและข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับจริยธรรมและการดำเนินงานในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะ เพื่อนำมาตอบคำถามการวิจัย และยังใช้เป็นแนวทางในการ

เก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักในลำดับต่อไปด้วย

2. การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยส่งแนวคำถามให้พิจารณาและนัดหมายวัน – เวลาสัมภาษณ์ล่วงหน้า และขณะทำการเก็บข้อมูลจะบันทึกด้วยลายมือลงในสมุดบันทึก ร่วมกับการขออนุญาตบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ด้วย เพื่อตรวจสอบข้อมูลและความถูกต้องของข้อมูลในภายหลัง

3. ภายหลังการสัมภาษณ์เชิงลึกแล้วเสร็จ ผู้วิจัยจะนำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาประมวลรวมกับการวิจัยเอกสาร เพื่อสร้างเป็นแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากประชาชนทั่วไป โดยการให้ผู้ช่วยวิจัยเดินทางไปเก็บข้อมูลในพื้นที่ที่กำหนดไว้ จำนวนรวมทั้งสิ้น 2,400 ตัวอย่าง

การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ จะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ทั้งการจดบันทึกและการถอดข้อความจากการบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ มาจัดเรียบเรียงข้อมูลและประเด็นที่กระจัดกระจายเข้าเป็นหมวดหมู่ตามแนวประเด็นคำถาม โดยใช้กรอบในการวิเคราะห์จากแนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 มาเสนอในเชิงพรรณนา (Descriptive Method) และนำเสนอข้อมูลเปรียบเทียบความสอดคล้องและแตกต่างกันระหว่างความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักกลุ่มต่าง ๆ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลทั้งหมดจากแบบสอบถามไปดำเนินการลงรหัส (Coding) แล้วนำไปประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยเชิงสังคมศาสตร์ (SPSS for Window) โดยใช้การวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อจัดลำดับและอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD: Standard Deviation) เพื่ออธิบายตัวแปรทัศนคติหรือความคิดเห็นต่อประเด็นทางจริยธรรมและการดำเนินงานในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะ

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาคู่มือจริยธรรมและการดำเนินงานในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะ” อาศัยเทคนิคการวิจัยแบบผสมผสานทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยอาศัยเทคนิคการวิจัยเอกสาร และการสัมภาษณ์เจาะลึก การวิจัยเชิงปริมาณ โดยอาศัยเทคนิคการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อตอบคำถามในการวิจัย 2 ข้อ โดยสามารถสรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

1. แนวทางการกำหนดกรอบจริยธรรมการดำเนินงานในการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะทั้งในประเทศและต่างประเทศ

จากการวิจัยเอกสารต่าง ๆ ขององค์กรที่มีการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ สหราชอาณาจักร ได้แก่ บรรษัทการกระจายเสียงและแพร่ภาพแห่งบริเตนหรือบีบีซี (BBC: British Broadcasting Corporation) สหรัฐอเมริกา ได้แก่ กระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะหรือสถานีโทรทัศน์สาธารณะพีบีเอส (PBS: Public Broadcasting Service) ออสเตรเลีย ได้แก่ บรรษัทการกระจายเสียงและแพร่ภาพแห่งออสเตรเลีย หรือเอบีซี (ABC: Australian Broadcasting Corporation) ญี่ปุ่น ได้แก่ บรรษัทการกระจายเสียงและแพร่ภาพแห่งญี่ปุ่น (Japan Broadcasting Corporation) หรือ เอ็นเอชเค (NHK: Nippon Hoso Kyokai หรือ Nihon Hoso Kyokai) และประเทศไทย ได้แก่ องค์กรการกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย หรือไทยพีบีเอส (Thai PBS: Thai Public Broadcasting Service) พบความคล้ายคลึงกันในระดับจริยธรรมหลัก ๆ หากแต่มีความแตกต่างในวิธีการกำหนดกรอบจริยธรรม

สหราชอาณาจักรมีการกำหนดกรอบจริยธรรมไว้อย่างละเอียดมากที่สุด โดยมีการกำหนดกรอบและแนวปฏิบัติไว้เป็นกรณี ๆ แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าในขณะที่เริ่มต้นดำเนินการกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะนั้น สหราชอาณาจักรได้กำหนดกรอบจริยธรรมไว้อย่างกว้าง ๆ เมื่อดำเนินการแล้วพบปัญหาหรือเกิดกรณีศึกษาต่าง ๆ

จากการปฏิบัติงาน จึงค่อยเพิ่มเติมรายละเอียดของกรอบจริยธรรมในแต่ละประเด็นมากขึ้นเป็นลำดับ ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับกรณีของประเทศไทย ที่ในขณะที่เริ่มต้นดำเนินการออกการกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย ก็กำหนดกรอบจริยธรรมอย่างกว้าง ๆ ไว้ และค่อย ๆ เพิ่มเติมรายละเอียดในเวลาต่อมา ทั้งนี้เนื่องจากประเทศไทยได้ยึดถือแนวทางการกำหนดกรอบจริยธรรมของสหราชอาณาจักรเป็นต้นแบบ และนำมาลดทอนรายละเอียด รวมทั้งปรับข้อปลีกย่อยให้สอดคล้องกับบริบทของสังคมไทยนั่นเอง

ขณะที่ในประเทศอื่น ๆ อย่างสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และญี่ปุ่น จะกำหนดกรอบจริยธรรมไว้อย่างกว้าง ๆ ไม่มีการลงรายละเอียดมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับสหราชอาณาจักร โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่น ซึ่งถือว่ามีการกำหนดกรอบจริยธรรมไว้น้อยที่สุด หากแต่กลับมีความสมบูรณ์ของเนื้อหาครอบคลุมประเด็นสำคัญได้อย่างค่อนข้างจะครบถ้วนสมบูรณ์ ทั้งนี้ อาจมาจากสาเหตุสำคัญสองประการ ได้แก่ วิธีการกำหนดกรอบจริยธรรมของแต่ละประเทศในภาพรวมจะมีประเด็นหลัก ๆ ร่วมกัน แต่จะมีรายละเอียดที่เน้นแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับพื้นฐานของวัฒนธรรมซึ่งเป็นต้นทุนทางสังคมของแต่ละประเทศที่ต่างกัน และขึ้นอยู่กับประเด็นที่แต่ละประเทศให้คุณค่าแตกต่างกันไป อย่างไรก็ตาม บางประเด็นแม้ไม่ได้ถูกระบุในกรอบจริยธรรม แต่หากเป็นไปได้ว่าเป็นแนวปฏิบัติในชีวิตประจำวันอยู่แล้วจึงไม่จำเป็นต้องระบุไว้ เช่น การเคารพความเป็นส่วนตัว ซึ่งในสหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น จะไม่ระบุไว้ในกรอบจริยธรรม เนื่องจากสหรัฐอเมริกา ยึดถือการเคารพความเป็นส่วนตัวอยู่แล้ว เช่นเดียวกับญี่ปุ่น ที่มีวัฒนธรรมของการเกรงใจบุคคลอื่นอย่างมาก เป็นต้น นอกจากนี้ กรณีประเทศญี่ปุ่นในการกำหนดกรอบจริยธรรมมีข้อกำหนดประการหนึ่งที่ระบุไว้ว่า “... ต้องทำให้มาตรฐานการทำงานต่าง ๆ ของสถานีสามารถเข้าใจได้ง่ายและเผยแพร่ให้ผู้ชมผู้ฟังได้รับรู้อย่างทั่วถึง...” ด้วยเหตุนี้ การกำหนดกรอบจริยธรรมจึงสั้น กระชับ แต่สามารถครอบคลุมสาระสำคัญได้เป็นอย่างดี

สำหรับสาระสำคัญของกรอบจริยธรรมใน 5 ประเด็นดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปเป็นตารางได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 แสดงสรุปประเด็นเนื้อหาจริยธรรมการดำเนินงาน ในการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
ประเภทบริการสาธารณะใน 5 ประเทศ

ประเด็น	PBS	ABC	NHK	BBC	Thai PBS
1. กำหนดแหล่งที่มาของรายได้และผลประโยชน์อื่นทั้งทางตรงและทางอ้อม				✓	
2. การโฆษณาแฝง การนำเสนอสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ Product or Brand Placement				✓	
3. การขายข่าวหรืออนุญาตให้นำเนื้อหาไปเผยแพร่ โดยแยกเนื้อหา สำหรับสื่อสาธารณะและสื่อพาณิชย์				✓	
4. อิสระในการดำเนินงานจากการเมืองและแหล่งทุน	✓			✓	✓
5. การปฏิบัติงานในองค์กรสื่อต้องยุติธรรม เท่าเทียม เคารพสิทธิ ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่คุกคามทางเพศ			✓		
6. การบริหารสื่อต้องบริหารงานอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม อยู่ภายใต้กฎหมาย และตรวจสอบได้			✓		
7. สภาพแวดล้อมการทำงานต้องมีความปลอดภัยและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม			✓		
8. มาตรฐานการทำงานต้องทำให้เข้าใจง่าย ประหยัด มีประสิทธิภาพและโปร่งใส			✓	✓	
9. รับฟังความคิดเห็นและการสะท้อนจากผู้ชม	✓		✓	✓	
10. การรับเรื่องร้องเรียนจากผู้ชม				✓	
11. ไม่บิดเบือนเนื้อหา จัดฉาก หลอกลวงผู้ชม การใช้แฟ้มภาพ หรือ กระตุ้นเร้าอารมณ์ให้เกิดความรุนแรง	✓	✓		✓	✓
12. มีความเป็นมืออาชีพ เช่น ไม่ขโมยความคิด ดัดสินบน หรือบีบบังคับ ทุจริต เพื่อประโยชน์ส่วนตน สิทธิหรือทรัพย์สินทางปัญญา	✓	✓	✓	✓	
13. นวัตกรรม/ความคิดสร้างสรรค์ ทั้งในเชิงเนื้อหา รูปแบบ และ เทคนิคการนำเสนอ	✓		✓	✓	
14. การได้สินค้าหรือบริการฟรี การลดราคา หรือการได้รับการสนับสนุน รางวัลต่าง ๆ				✓	
15. การทำกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานภายนอก ทั้งภาครัฐ เอกชน หรือ องค์กรไม่แสวงหากำไร				✓	
16. ระเบิดระวางไม่เป็นเครื่องมือในการรณรงค์จากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง				✓	
17. เนื้อหาความถูกต้องแม่นยำ ยุติธรรม เป็นกลางและสมดุล	✓	✓	✓	✓	✓
18. เคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และความแตกต่างของบุคคล เช่น เชื้อชาติ เพศสภาพ	✓	✓	✓	✓	✓
19. เคารพความเป็นส่วนตัว		✓		✓	✓
20. ไม่นำเสนอเนื้อหาที่กระทบต่อเด็กและเยาวชน เช่น โป๊เปลือย ความรุนแรง ภาษา สารเสพผิด	✓	✓	✓	✓	✓

ประเด็น	PBS	ABC	NHK	BBC	Thai PBS
21. ไม่นำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ทำให้เกิดอันตราย/การเลียนแบบ ศาสนา ปราศุการณั้หนัอรรรมชาติ		✓		✓	✓
22. หลักการนำเสนอเหตุการณ์ภัยพิบัติ หรือความเสี่ยง หรือเนื้อหาสงคราม และก่อการร้าย จลาจล จุกเงิน			✓	✓	✓
23. มีเนื้อหาเป็นมิตรกับคนทุกกลุ่ม เช่น ผู้สูงอายุ ผู้พิการ			✓		
24. การจัดระดับความเหมาะสมรายการและการกำหนดช่วงเวลาการออกอากาศ รายการประเภทต่าง ๆ		✓		✓	
25. การออกอากาศซ้ำ ต้องมีกระบวนการบางอย่างก่อนจะนำมาออกอากาศซ้ำใหม่				✓	
26. การได้สินค้าหรือบริการฟรี การลดราคา หรือการได้รับการสนับสนุน รางวัลต่าง ๆ				✓	
27. การทำกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานภายนอก ทั้งภาครัฐ เอกชน หรือ องค์กรไม่แสวงหากำไร				✓	

ประเด็นสำคัญที่น่าพิจารณา คือ การกำหนดกรอบจริยธรรม หรือการสร้างคู่มือจริยธรรมการดำเนินงาน ควรจะกำหนดกรอบแนวปฏิบัติไว้อย่างกว้าง หรือควรจะกำหนดไว้อย่างละเอียด กล่าวคือ หากกำหนดไว้กว้าง ๆ มีข้อดีคือแสดงให้เห็นถึงเจตนารมณ์ที่ชัดเจนว่าจะสร้างข้อตกลงร่วมกันในเรื่องใดบ้าง โดยแต่ละองค์กรเมื่อรับกรอบจริยธรรมร่วมกันแล้ว จึงจะไปกำหนดวิธีปฏิบัติให้สอดคล้องกับเจตนารมณ์และสอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กรแต่ละแห่ง แต่มีข้อเสียคืออาจขาดความชัดเจนและเกิดการตีความเจตนารมณ์ไปสู่การปฏิบัติที่แตกต่างกันจนกลายเป็นหลายมาตรฐานได้ ในอีกด้านหนึ่งหากกำหนดไว้อย่างละเอียดจะมีข้อดีคือมีความชัดเจน เป็นรูปธรรม หากแต่มีข้อเสียคืออาจทำให้เจตนารมณ์เดิมถูกบิดเบือนไปได้ สิ่งที่เกิดขึ้นตามมาคือหากอะไรก็ตามที่ไม่ถูกระบุไว้ก็จะถือว่าสามารถปฏิบัติได้ ซึ่งการกำหนดเช่นนี้ไม่สามารถทำให้เกิดความสมบูรณ์ได้ตั้งแต่เริ่มต้น นอกจากนี้การระบุละเอียดมากไป จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความสับสนและไม่เอื้อต่อ

การนำไปใช้งานจริง เนื่องจากมีความยุ่งยากและซับซ้อนของข้อกำหนด ซึ่งอาจทำให้ถูกละเลยในการนำไปปฏิบัติ รวมไปถึงอาจเกิดปัญหาการตีความตามตัวอักษรมากเกินไป บทเรียนจากการทบทวนกรอบจริยธรรมในต่างประเทศ น่าจะใช้เป็นแนวทางได้ว่า ในเบื้องต้นควรกำหนดเป็นกรอบอย่างกว้าง ๆ ไว้ก่อน เพื่อให้เข้าใจเจตนารมณ์ร่วมกัน จากนั้นหากเกิดปัญหาในทางปฏิบัติจึงค่อยกำหนดแนวปฏิบัติต่อไป น่าจะเป็นวิธีการที่เหมาะสมมากที่สุด และสอดคล้องกันในทุกประเทศ

2. ประเด็นที่เหมาะสมในการกำหนดเป็นเนื้อหาจริยธรรมการดำเนินงาน ในการประกอบกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะของไทย จากความคิดเห็นร่วมกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

จากผลการวิจัย ทั้งการวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์เจาะลึก และการวิจัยเชิงสำรวจ สามารถสรุปประเด็นที่แต่ละกลุ่มให้ความเห็นดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงสรุปประเด็นเนื้อหาจริยธรรมการค้าดำเนินงาน ในการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมที่มีส่วนได้ส่วนเสีย

ประเด็น	PBS	ABC	NHK	BBC	Thai PBS	Stake	Public Holder	รวม (7)
1. การเป็นเจ้าของสื่อ						✓	✓	2
2. นักการเมืองไม่ควรเป็นเจ้าของสื่อ						✓	✓	2
3. ผู้บริหารและบุคลากรสื่อต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนในการดำเนินกิจการ							✓	1
4. กำหนดแหล่งที่มาของรายได้และผลประโยชน์อื่นทั้งทางตรงและทางอ้อม				✓		✓	✓	3
5. การโฆษณาแฝง การนำเสนอสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ Product or Brand Placement				✓		✓	✓	3
6. การขายข่าวหรืออนุญาตให้ผู้อื่นนำไปเผยแพร่ โดยแยกเนื้อหาสำหรับสื่อสาธารณะและสื่อพาณิชย์				✓				1
7. อีตาระในการดำเนินงานจากการเมืองและแหล่งทุน	✓			✓	✓	✓		4
8. การปฏิบัติงานในองค์กรสื่อต้องยุติธรรม เท่าเทียม เคารพสิทธิ ไม่เลือกปฏิบัติ ไม่คุกคามทางเพศ			✓			✓		2
9. การบริหารสื่อต้องบริหารงานอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม อยู่ภายใต้กฎหมายและตรวจสอบได้			✓			✓	✓	3
10. การคัดเลือกบุคลากรเข้าทำงานต้องมีความเป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติเพราะเหตุแห่งความแตกต่างของบุคคล							✓	1
11. ไม่ใช้แรงงานเด็กเกินกว่าที่กฎหมายกำหนด							✓	1
12. โครงสร้างค่าตอบแทนมีความเป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติเพราะเหตุจากลักษณะทางเพศสภาพและร่างกาย							✓	1
13. สภาพแวดล้อมการทำงานต้องมีความปลอดภัยและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม			✓				✓	2
14. ควรสนับสนุนบุคลากรของหน่วยงานในการจัดตั้งสหภาพแรงงาน							✓	1

ประเด็น	PBS	ABC	NHK	BBC	Thai PBS	Stake	Public Holder	รวม (7)
INPUT (ปัจจัยนำเข้า)								
15. มาตรฐานการทำงานต้องทำให้เข้าใจง่าย ประหยัด มีประสิทธิภาพและโปร่งใส			✓	✓				2
16. การฝึกอบรมพัฒนาบุคลากร						✓		1
17. การประเมินผลการปฏิบัติงานควรมีระบบการเฝ้าติดตามที่ปรากฏอย่างเป็นรูปธรรม และประเมินโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ							✓	1
18. รับฟังความคิดเห็นและการสะท้อนจากผู้ชม	✓		✓	✓		✓		4
19. การรับเรื่องร้องเรียนจากผู้ชม				✓		✓	✓	3
20. การจัดตั้งสภาผู้ชมผู้ฟัง						✓		1
21. สร้างกลไกในการควบคุมกันเองของบุคลากรสื่อ						✓	✓	2
22. มีมาตรการการบังคับใช้และมีการลงโทษองค์กร หรือบุคลากรสื่อที่ละเมิดจริยธรรมการดำเนินงาน						✓	✓	2
PROCESS (กระบวนการทำงาน)								
23. ไม่บิดเบือนเนื้อหา จัดฉาก หลอกลวงผู้ชม การใช้แฟ้มภาพ หรือกระตุ้นเร้าอารมณ์ให้เกิดความรุนแรง	✓	✓		✓	✓	✓	✓	6
24. มีความเป็นมืออาชีพ เช่น ไม่โจมตีความคิด ดิดิ้นบน หรือบีบบังคับ ทจริต เพื่อประโยชน์ส่วนตน ลิขสิทธิ์หรือทรัพย์สินทางปัญญา	✓	✓	✓	✓		✓	✓	6
25. นวัตกรรม/ความคิดสร้างสรรค์ ทั้งในเชิงเนื้อหา รูปแบบ และเทคนิคการนำเสนอ	✓		✓	✓		✓		4
26. การได้สินค้าหรือบริการฟรี การลดราคา หรือการได้รับการสนับสนุนรางวัลต่างๆ				✓				1
27. การทำกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานภายนอก ทั้งภาครัฐ เอกชน หรือองค์กรไม่แสวงหากำไร				✓				1
28. ระวังที่จะวังไม่เป็นเรื่องเมื่อในการรณรงค์จ่ายค่าฟายด์ฝ่ายหนึ่ง				✓				1

ประเด็น	PBS	ABC	NHK	BBC	Thai PBS	Stake	Public Holder	รวม (7)
OUTPUT (ปัจจัยผลิต)								
29. เนื้อหาความถูกต้องแม่นยำ ยุติธรรม เป็นกลางและสมดุล	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
30. เคารพในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และความแตกต่างของบุคคล เช่น เชื้อชาติ เพศสภาพ	✓	✓	✓	✓	✓	✓		6
31. เคารพความเป็นส่วนตัว		✓		✓	✓	✓		4
32. ไม่นำเสนอเนื้อหาที่กระทบต่อเด็กและเยาวชน เช่น ไปป์เปลือย ความรุนแรง ภาษา สารเสพติด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
33. ไม่นำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ทำให้เกิดอันตราย/การเลียนแบบ ศาสนา ปรากฏการณ์เหนือธรรมชาติ		✓		✓	✓	✓	✓	5
34. หลีกเลี่ยงการนำเสนอเหตุการณ์ภัยพิบัติ หรือความเสี่ยง หรือเนื้อหาสงครามและก่อการร้าย จลาจล มุกเลน			✓	✓	✓		✓	4
35. มีเนื้อหาเป็นมิตรกับคนทุกกลุ่ม เช่น ผู้สูงอายุ ผู้พิการ			✓				✓	2
36. มีความหลากหลายในเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ						✓	✓	2
37. การจัดระดับความเหมาะสมรายการและการกำหนดช่วงเวลาออกอากาศรายการประเภทต่าง ๆ		✓		✓		✓	✓	4
38. การออกอากาศซ้ำ ต้องมีกระบวนการบางอย่างก่อนจะนำมาออกอากาศซ้ำใหม่				✓				1

จากตารางสรุปข้างต้น จะเห็นว่าด้านปัจจัยนำเข้า ประเด็นที่เห็นสอดคล้องกันมากที่สุด ได้แก่ ความมีอิสระในการดำเนินงานจากการเมืองและแหล่งทุน และการรับฟังความคิดเห็นและการสะท้อนจากผู้ชม รองลงมาได้แก่ ควรมีการกำหนดแหล่งที่มาของรายได้และผลประโยชน์อื่นทั้งทางตรงและทางอ้อม การห้ามโฆษณาแฝงทุกรูปแบบ การบริหารงานอย่างโปร่งใสและเป็นธรรมโดยอยู่ภายใต้กฎหมายและตรวจสอบได้ รวมทั้งการมีช่องทางและจัดกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนจากผู้ชม

ส่วนปัจจัยด้านกระบวนการทำงาน ประเด็นที่เห็นสอดคล้องกันมากที่สุด ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาโดยไม่บิดเบือนหรือจัดฉากหลอกลวงผู้ชม การใช้แฟ้มภาพหรือการนำเสนอที่กระตุ้นเร้าอารมณ์ให้เกิดความรุนแรง และองค์กรสื่อต้องมีความเป็นมืออาชีพ เช่น ไม่ขโมยความคิดผู้อื่น การติดสินบน หรือบีบบังคับ ทูจริต เพื่อประโยชน์ส่วนตน ตลอดจนการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา และประเด็นรองลงมาได้แก่ การมีนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ ทั้งในเชิงเนื้อหา รูปแบบ และเทคนิคการนำเสนอ

สำหรับปัจจัยด้านผลลัพธ์ มีประเด็นที่เห็นสอดคล้องกันในทุกกลุ่ม ได้แก่ เนื้อหาที่นำเสนอต้องมีความถูกต้องแม่นยำ ยุติธรรม เป็นกลางและสมดุล ไม่นำเสนอเนื้อหาที่กระทบต่อเด็กและเยาวชน เช่น โป๊เปลือย ความรุนแรง การใช้ภาษาไม่เหมาะสม และการใช้สารเสพติด ประเด็นที่เห็นสอดคล้องรองลงมา ได้แก่ การเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์และความแตกต่างของบุคคล เช่น เชื้อชาติ เพศสภาพ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการดำเนินการ

1. ในการกำหนดกรอบและประเด็นสำหรับการจัดทำแผนพัฒนาฝีมือจริยธรรมและการดำเนินงานในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะนั้น ควรกำหนดกรอบจริยธรรมอย่างกว้าง ๆ เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้เข้าใจในเจตนารมณ์

ร่วมกัน และเปิดโอกาสให้แต่ละองค์กรนำไปพัฒนาแนวปฏิบัติให้เข้ากับวัฒนธรรมองค์กร เพื่อเอื้อต่อการทำให้เกิดผลในทางปฏิบัติได้อย่างแท้จริง

2. ประเด็นเกี่ยวกับจริยธรรมการดำเนินงานในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะส่วนใหญ่จะสอดคล้องกับประเด็นจริยธรรมสื่อและจริยธรรมการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ประเภทอื่น เนื่องจากเป็นประเด็นพื้นฐานเกี่ยวกับองค์กรและผู้ปฏิบัติงานสื่อโดยทั่วไป ดังนั้น ในการจัดทำคู่มือควรจัดทำเป็นคู่มือรวมเล่มเดียวกัน โดยแยกบางประเด็นซึ่งเป็นประเด็นเฉพาะเกี่ยวข้องกับแต่ละประเภทกิจการนั้น ๆ ออกมาอีกส่วนหนึ่ง เพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจและสนใจให้เกิดความร่วมมือปฏิบัติมากยิ่งขึ้น

3. ควรพิจารณากำหนดเนื้อหาของคู่มือจริยธรรมและการดำเนินงาน ร่วมกับแนวทางในการกำกับดูแลกันเองของผู้ประกอบการและองค์กรวิชาชีพสื่อ เพื่อให้ประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น

4. ควรพิจารณาประเด็นจริยธรรมบางประเด็นที่มีผลกระทบในด้านที่ไม่พึงปรารถนาต่อผู้บริโภคสื่อและสังคมในวงกว้าง โดยนำไปผูกโยงเข้ากับการกำกับดูแล และการกำหนดคุณสมบัติของผู้รับใบอนุญาตเพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติอย่างแท้จริง อย่างไรก็ตามต้องมีความเป็นธรรมและไม่ทำให้เกิดการเลือกปฏิบัติต่อผู้ประกอบการและผู้ประกอบวิชาชีพด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

เมื่อจัดทำคู่มือจริยธรรมและการดำเนินงานในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะแล้วเสร็จก่อนการนำไปใช้ ควรมีการวิจัยปฏิบัติการ (Action Research) โดยการรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอีกครั้ง และปรับปรุงคู่มือให้เหมาะสม เพื่อให้เกิดการยอมรับและสามารถนำไปปฏิบัติได้

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). **สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา**. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. **การจัดระดับการกำกับดูแลองค์กรภาครัฐตามหลักธรรมาภิบาลของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (Good Governance Rating)**. (2552). การประชุมสัมมนาวิชาการ กพร. ประจำปี 2552. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ.
- กิตติพงศ์ หังสพฤกษ์. (2554). **กฎหมายลิขสิทธิ์**. เอกสารประกอบการสอนชุดวิชา15307 กฎหมายและจริยธรรมด้านนิเทศศาสตร์ หน่วยที่ 13. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, สำนักงาน.(2555).**100 เรื่องน่ารู้ผู้บริโภคสื่อวิทยุ-โทรทัศน์**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.
- คมน์ทนงชัย ฉายไพโรจน์. (2556). **กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ฉบับสมบูรณ์**. กรุงเทพฯ: บานานา สวีท.
- โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาวะของสังคม. ความรุนแรงในละครไทย ปี 2551. (2551). รายงานผลการศึกษารอบที่ 38. กรุงเทพฯ: โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาวะของสังคม (**Media Monitor**).
- . รายงานผลการศึกษารายการคุยข่าวเล่าข่าวทางสื่อโทรทัศน์. (2551). กรุงเทพฯ: โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาวะของสังคม (**Media Monitor**).
- จิรศักดิ์ รอดจันทร์. (2555). **สิทธิบัตร: หลักกฎหมายและแนววิธีปฏิบัติเพื่อการคุ้มครองการประดิษฐ์และการออกแบบผลิตภัณฑ์**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยยงค์ พรหมวงศ์, นิคม ทาแดง และไพบูรณ์ อะเชนทรพรรค์. (2546). **การจัดรายการวิทยุโทรทัศน์**. เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุและโทรทัศน์ หน่วยที่ 1-7. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ทวีเกียรติ มีนะกนิษฐ. (2555). **กฎหมายเบื้องต้นทางธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชาติรี ได้ฟ้าพล และยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2553). รายงานผลการวิจัยเรื่อง **แนวทางการปฏิรูปสื่อในมุมมองขององค์กรกำกับดูแลและเฝ้าติดตาม**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพแห่งชาติ.
- ธาม เชื้อสถาปนศิริ. (2551). **รายการคุยข่าว เล่าข่าวทางสื่อโทรทัศน์**. รายงานผลการศึกษารอบที่ 24. กรุงเทพฯ: โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาวะของสังคม (**Media Monitor**).
- . (2555) **รายงานวิจัยภาพที่พึงประสงค์ของกิจการสื่อเพื่อบริการสาธารณะ: เพื่อการศึกษา ความมั่นคง และความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐสภากับประชาชน**. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา.
- ธีรารักษ์ โพธิ์สุวรรณ. (2550). **การบริหารกิจการวิทยุกระจายเสียง**. เอกสารการสอนชุดวิชา 15336 การบริหารกิจการสื่อสาร. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นงนุช ศิริโรจน์. (2554). **จริยธรรมสื่อสารมวลชน**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นพนิธิ สุริยะ. (2537). **กฎหมายระหว่างประเทศ** กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- นับทอง ทองใบ. (2553). **ศิลปวิจารณ์ รายการวิทยุโทรทัศน์**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- บุญเกื้อ ควรรหาเวช. (2539). **การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงวิทยุศึกษาและวิทยุโรงเรียน**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- บุปผา เมฆศรีทองคำ และขจรจิต บุญนาค. (2553). **บทบาทและความคาดหวังต่อสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติในการกำกับจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์**. กรุงเทพฯ: สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สถาบันอิศรา และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ(สสส.).
- ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การอนุญาตทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง พ.ศ. 2555. (2555, 19 กันยายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 129 (ตอนพิเศษที่ 144ง), หน้า 21-31.
- พงษ์ วิเศษสังข์. (2552). **ความรับผิดชอบของสื่อมวลชน**. การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (หน้า 22-29). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พิรงรอง รามสูต วัฒนันท์ และศศิธร ยูวโกศล. (2546). **การกำกับดูแลเนื้อหาของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ในประเทศไทย**. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- เพ็ญพร ทองนาค (2553). **การจัดการสัญลักษณ์การจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ กรณีศึกษาเขตพื้นที่การศึกษากรุงเทพมหานคร**. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. 5(2), 50-61.
- ยุบล เปี่ยมจริงกิจ และคณะ. (2555). **รายงานผลการวิจัยเรื่องการศึกษาสภาพการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ของนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษา**. มปส: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
- เยาวลักษณ์ ภูศรีเกษม. (2555). **กระบวนการประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์**. วิทยานิพนธ์ศาสตรมหาบัณฑิต. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ราชกิจจานุเบกษา. **พระราชบัญญัติคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติพ.ศ. 2542**. (2542, 25 พฤศจิกายน). เล่ม 116 (ตอนที่ 118 ก), หน้า 1-14.
- . **พระราชบัญญัติสิทธิบัตร (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2542**. (2542, 31 มีนาคม). เล่ม 116 (ตอนที่ 22 ก)
- . **พระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2543**. (2543, 7 มีนาคม). เล่ม 117 (ตอนที่ 16ก), หน้า 1-33.
- . **พระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551**. (2551, 14 มกราคม). เล่ม 125 (ตอนที่ 8 ก), หน้า 1-25.
- . **พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551**. (2551, 4 มีนาคม). เล่ม 125 (ตอนที่ 42ก), หน้า 61-91.
- . **พระราชบัญญัติ องค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553**. (2553, 17 ธันวาคม). เล่ม 127 (ตอนที่ 78 ก), หน้า 1-46.
- . **ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การอนุญาตทดลองประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง พ.ศ. 2555**. (2555, 19 กันยายน). เล่ม 129 (ตอนพิเศษที่ 144ง), หน้า 21-31.
- . 9 พฤศจิกายน 2555 เล่ม 129 ตอนพิเศษ 170 ง. หน้า 60.
- รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง. (2546). **การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ลักษณ์ สตะเวทิน. (2542). **หลักการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ: เพ็ญฟ้า.
- วรรณรัตน์ รัตนวราจ และณปติยา บรรจงจิตร. (2554). **จริยธรรมของผู้เล่าข่าวรายการโทรทัศน์**. กรุงเทพฯ: สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ และสถาบันอิศรา มูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย.

- สหศักดิ์ กลิ่นสุวรรณ. (2548). การผลิตรายการโทรทัศน์สมัยใหม่สไตล์อเมริกัน. กรุงเทพฯ: อี.ที. พับลิชชิ่ง.
- สมคิด บางโม. (2551). **จริยธรรมทางธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: พัฒนวิทย์การพิมพ์.
- สมสุข หินวิมาน และคณะ. (2554). **ความรู้เบื้องต้นทางวิทยุและโทรทัศน์**. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด สามลดา.
- สรรพสิริ วิริยศิริ. (2532). การบริหารงานวิทยุโทรทัศน์ หน่วยที่ 8-15. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สิทธิมนุษยชน ตักศิรศรีความเป็นมนุษย์**. (2548). แอมเนสตี้ อินเตอร์เนชั่นแนล ประเทศไทย.
- สิทธิ์ ชีรธรรม. (2555). **การสื่อสารทางการตลาด**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุกัญญา บุณเดชะชัย. (2550). **การสื่อสารมวลชน: แนวคิด ทฤษฎี และสถานการณ์ในประเทศไทย**. ชลบุรี: ภาควิชา นิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุนน อยู่สิน. (2539). การดำเนินการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง. เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง หน่วยที่ 3 หน้าที่ 112 – 117. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร และอิทธิศักดิ์ พลอยศิริชล. (2551). **การบริหารงานสื่อวิทยุโทรทัศน์**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- อรวิ บุญนาค. (2554). **ภาพสะท้อนจริยธรรมสื่อมวลชนจากกลวิธีการตั้งคำถามสัมภาษณ์บุคคลสาธารณะของผู้สื่อข่าวบันเทิง**. กรุงเทพฯ: สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติและสถาบันอิศรามูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย.
- อุษณีย์ ศิริสุนทรไพบุลย์. (2552). **หลักการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุโขทัยธรรมาธิราช. (2531). **เอกสารการสอนชุดวิชา 16418 การบริหารงานวิทยุกระจายเสียง**. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

วิทยานิพนธ์

- บุญนำ โสภากุทก. (2548). **เสรีภาพในการเสนอข่าวและการแสดงความคิดเห็นของสื่อมวลชนตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรชัย ฉันทวิเศษลักษณ์. (2553). **กลยุทธ์การบริหารจัดการวิทยุผ่านดาวเทียมที่ออกอากาศทางวิทยุชุมชนเครือข่ายทั่วประเทศ**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เพ็ญภา ดัชยยะ. (2552). **ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจในฐานะบรรทัดฐานทางสังคมในบริบท โลกาภิวัตน์ : กรณีศึกษา นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เยาวลักษณ์ ภูศรีเกษม. (2555). **กระบวนการประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รุ่งอรุณ ฉัตรวิมเนศ. (2553). **ศักยภาพของมุขตลกและอารมณ์ขันในรายการโทรทัศน์**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เว็บไซต์

- 48 **ช่อง ดิจิตอลทีวี**. (2556, 27 สิงหาคม). http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1378794504 วันที่เข้าถึงข้อมูล 1 พฤศจิกายน 2556.
- "กสท." **ถอดถอดเทปใบอนุญาต Q2 จัดสรรทีวีดิจิตอลสาธารณะ**. (2556, 10 กันยายน). http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1378794504 เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2556.

- “คลอเคล็ด! สัญลักษณ์เรตติ้งภาพยนตร์ เร่งสำรวจความเห็นคอหนังหลังติดเรต”. (2552). <http://www.manager.co.th/Qol/ViewNews.aspx?NewsID=9520000100801> เข้าถึงข้อมูลเมื่อ วันที่ 10 พฤศจิกายน 2556
- จักร์กฤษ เพิ่มพูล. (ม.ป.ป.). จริยธรรมสื่อ. http://www.thaimedialaw.org/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=8&Itemid=15. เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2556.
- ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 วันที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2551 <http://www.thailandlawyercenter.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=538973755&Ntype=19> เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2556.
- รัตติยา อังกุลนันท์. (2556). เคาะโฆษณา "ทีวีสาธารณะเพื่อความมั่นคง 10 นาที/ชั่วโมง"<http://www.bangkokbiznews.com/> เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2556.
- สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย. (2555). จริยธรรมแห่งวิชาชีพของสมาชิกสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย พ.ศ. 2555. http://www.thaibja.org/thaibja/index.php?option=com_content & view=article&id=1617&Itemid=161&lang=th เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2556.
- , (2555). ระเบียบสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพของสมาชิกสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย พ.ศ. 2555. <http://www.newsbroadcastingcouncil.or.th/> เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2556.
- “สัญลักษณ์ความเหมาะสมในรายการทีวี”. (2553). http://www.thaihealth.or.th/healthcontent/special_report/14835 เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2556.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2556). http://service.nso.go.th/nso/nso_center/projet/search_center/23 project-th.htm เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2556.
- ศูนย์ทวิตติจอต จุดเปลี่ยนวงการโทรทัศน์ไทย. (2556, 18 มีนาคม).<http://www.thairath.co.th/column/eco/ecoscoop/332949> เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2556.
- อิสริยะ ไพรีพ่ายฤทธิ์. (2556). การจัดสรรใบอนุญาตทีวีบริการสาธารณะของกสทช. <http://www.festhailand.org/wb/media/Documents/Digital%20TV/NBTC%20Digital%20Public%20TV.pdf> เข้าถึงข้อมูลเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2556.

สัมภาษณ์

- สรเสริญ แก้วกำเนิด. พันเอก. โฆษกกองทัพบก. 9 มกราคม 2557.
- กุลทิพย์ ศาสตระรุจิ. รองศาสตราจารย์ ดร.อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. 17 มกราคม 2557.
- นิวัต วงศ์พรหมปริดา. ดร. เลขาธิการสมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย. 18 มกราคม 2557
- ไม่เปิดเผยนาม 1.วิทยุรัฐสภา. 20 มกราคม 2557
- ไม่เปิดเผยนาม 2. วิทยุรัฐสภา. 20 มกราคม 2557
- มาลี บุญศิริพันธุ์. รองศาสตราจารย์. ประธานกรรมการนโยบายด้านกิจการสื่อสารมวลชน องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย. 3 กุมภาพันธ์ 2557
- ดิฐรัตน์ อมรวิวัฒน์. พันเอก. ส่วนวิชาการปฏิบัติการพิเศษ โรงเรียนเสนาธิการทหารบก. 7 กุมภาพันธ์ 2557.
- สุทธิพงษ์ ธรรมวุฒิ. ผู้บริหารบริษัท ทีวีบูรพา จำกัด. 6 กุมภาพันธ์ 2557.
- อโณทัย อุดมศิลป์. ผู้อำนวยการสถาบันวิชาการสื่อสารสาธารณะ องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย. 10 กุมภาพันธ์ 2557.

อรนุช เลิศจรยารักษ์, รองศาสตราจารย์, อาจารย์ประจำคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
28 มกราคม 2557.

สารี อ๋องสมหวัง, เลขานุการมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค, 16 มกราคม 2557.

สุกัญญา กลางณรงค์, กรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.

21 มกราคม 2557.

รัชชัย จิตราชันันท์, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม
แห่งชาติ, 6 กุมภาพันธ์ 2557.

นที สุกรัตน์, พันเอก ดร. รองประธานกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.
21 มกราคม 2557.

วรัญญู คุรุจิต, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการสถาบันบัณฑิต
พัฒนบริหารศาสตร์, 12 กุมภาพันธ์ 2557.

พนา ทองมีอาคม, รองศาสตราจารย์ ดร. กรรมการบริหารกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ, 19 ธันวาคม 2556.

พีระพงษ์ มานะกิจ, พลโท ดร. กรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 25 ธันวาคม
2556.

เจ็มพร วิรุณราพันธ์, ผู้จัดการสถาบันสื่อเด็กและเยาวชน, อนุกรรมการมารีการพิจารณา ศึกษา ติดตามและตรวจสอบ
การดำเนินงานด้านสิทธิและเสรีภาพ สำนักงานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ, 31 มกราคม 2557.

คำณูณ สิทธิสมาน, วุฒิสมาชิก, 4 กุมภาพันธ์ 2557.

นิตยาณันท์ รัตนสิทธิ์, กรรมการสมาคมวิทยุและสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน, กุมภาพันธ์ 2557.

อัญญาอร พานิชพิ้งค์, ประธานเครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ, 12 กุมภาพันธ์ 2557.

สายฤดี วรกิจโลกาทร, รองศาสตราจารย์ ดร. อดีตผู้อำนวยการ สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว
มหาวิทยาลัยมหิดล, 3 กุมภาพันธ์ 2557.

กิตินันท์ ธรรมธัช, นายกสมาคมฟ้าสีรุ้งแห่งประเทศไทย, 29 มกราคม 2557.

ฉัตรชัย เชื้อรามัญ, ผู้อำนวยการสำนักข่าวเด็กและเยาวชน ขบวนการตาข่ายปัด, 23 มกราคม 2557.

ณัฐฐา กิณะพันธ์, ผู้ช่วยฝ่ายสารนิเทศ องค์การยูนิเซฟ ประเทศไทย, 10 กุมภาพันธ์ 2557.

ธาม เชื้อสถาปนศิริ, นักวิชาการสถาบันวิชาการสื่อสารสาธารณะ องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย,
31 มกราคม 2557.

ประดิษฐ ประสาททอง, เลขานุการมูลนิธิสื่อชาวบ้าน (มะขามป้อม) ศิลปินศิลปาธรสาขาการแสดง ปี 2547, 7 กุมภาพันธ์ 2557.

วันชัย บุญประชา, ผู้จัดการมูลนิธิเครือข่ายครอบครัว, 7 กุมภาพันธ์ 2557.

กิตติมา สุรสนธิ, รองศาสตราจารย์ ประจำคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 31 มกราคม
2557.

ณรงค์ ปฏิบัติสรกิจ, เลขานุการมูลนิธิคนพิการแห่งประเทศไทย, 31 มกราคม 2557.

นัยนา สุภาพิ่ง, นักสิทธิมนุษยชนและผู้อำนวยการมูลนิธิธีรนาถ กาญจนอักษร และอดีตกรรมการสิทธิมนุษยชน
แห่งชาติ, 21 มกราคม 2557.

วัลลภ ดังคนานุรักษ์, เลขานุการมูลนิธิสร้างสรรค์เด็ก, 24 มกราคม 2557.

ศุภชีพ ดิษเทศ, นายกสมาคมคนพิการแห่งประเทศไทย, 28 มกราคม 2557.

- เสรี วงษ์มณฑา. รองศาสตราจารย์ ดร. นักวิชาการและนักวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์. 30 มกราคม 2557.
- พรทิพย์ สัมปิตตะวนิช. รองศาสตราจารย์. คณบดีคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
6 กุมภาพันธ์ 2557.
- วิชัย โชควิวัฒน์. นายแพทย์. สมาคมสภาผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี. 23 มกราคม 2557.
- ประวิทย์ ลีสถาพรวงศา. นายแพทย์. กรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.
6 กุมภาพันธ์ 2557.
- อรุณฉัตร คุรุวานิชย์. อนุกรรมการส่งเสริมกิจการสภาเด็กและเยาวชนแห่งประเทศไทย ในคณะกรรมการส่งเสริมการพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ และอดีตประธานสภาเยาวชนกรุงเทพมหานคร. 27 มกราคม 2557.
- รุ่งมณี เมฆโสภณ. อดีตผู้สื่อข่าวบีบีซีภาษาไทย และกรรมการบริหารสถาบันอิสรา มูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย. 19 กุมภาพันธ์ 2557.
- ชัยนันท์ สันติवासะ. ผู้อำนวยการฝ่าย MCOT Training Centre สำนัก MCOT Academy. 3 มีนาคม 2557.
- ปราโมช รัฐวินิจ. กรรมการผู้จัดการบริษัท แฟมมิลี่ โนฮาว จำกัด และอดีตอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์. 4 มีนาคม 2557.
- วสันต์ ภัยหลีกส์. อดีตกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน). 4 มีนาคม 2557.
- ก่อเขต จันทเลิศลักษณ์. ประธานสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย และผู้ช่วยผู้อำนวยการสำนักข่าว สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส. 28 กุมภาพันธ์ 2557.
- อรุณีประภา หอมเศรษฐี. รองศาสตราจารย์. ประธานสภาวิชาชีพกิจการแพร่ภาพและการกระจายเสียง. 27 กุมภาพันธ์ 2557.
- สรวงธร นาวาผล. ผู้จัดการสถาบันเด็ก มูลนิธิเด็ก และกลุ่ม We Are Happy. 28 กุมภาพันธ์ 2557.
- อัญชนา สุวรรณานนท์. ผู้อำนวยการมูลนิธิอัญจารี. 3 มีนาคม 2557.
- นาคา ไชยจิตต์. อดีตเลขาธิการผู้ชมและผู้ฟังรายการ (ตัวแทนจากชุมชนกะเทยและความหลากหลายทางเพศ) องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย และคณะทำงานเครือข่ายเพื่อนกะเทยไทย. 5 มีนาคม 2557.
- เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง. รองศาสตราจารย์ ดร. นักจัดการวิทยาและโทรทัศน์. 24 กุมภาพันธ์ 2557.
- ชนคดี ทินนาม. ดร. ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวางแผนและพัฒนา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต. 28 กุมภาพันธ์ 2557.
- สุภาภรณ์ โพธิ์แก้ว. หัวหน้าภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 5 มีนาคม 2557.
- ฉาณภุชัญญ์ วงศ์บ้านคู่. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
5 มีนาคม 2557.
- สุวรรณา สมบัติรักษาสุข. ผู้จัดการสถานีวิทยุจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 15 กุมภาพันธ์ 2557.
- สุวิทย์ มิ่งมล. รักษาการประธานสหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจ อสมท. และผู้สื่อข่าวอาวุโส บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน).
7 กุมภาพันธ์ 2557.
- สมุลพันธุ์ โกศลศิริเศรษฐ์. ผู้อำนวยการส่วนผลิตรายการ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท.). 7 กุมภาพันธ์ 2557.
- เอื้อจิตร วิโรจน์ไตรรัตน์. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ผู้อำนวยการโครงการมีเดียมอนิเตอร์. 13 กุมภาพันธ์ 2557.
- นิรันดร์ พิทักษ์วัชร. นายแพทย์. กรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ. 12 มีนาคม 2557 .
- สดศรี เผ่าอินจันทร์. รองศาสตราจารย์. อดีตคณบดี คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 15 มกราคม 2557.
- ประวูฒิ ถาวรศิริ. พลตำรวจโท ดร. ผู้บัญชาการสำนักเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. สำนักงานตำรวจแห่งชาติ.
5 มีนาคม 2557.

อดิศักดิ์ ลิ้มปฐพีพัฒน์. กรรมการผู้อำนวยการ. บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน). 22 กุมภาพันธ์ 2557.

มณีนันท์ กำจรกิจการ. รักษาการผู้อำนวยการกลุ่มงาน กลุ่มงานกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และ รักษาการผู้อำนวยการกลุ่มงาน กลุ่มงานการอนุญาตประกอบกิจการ 1-3 สำนักงาน คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. 21 กุมภาพันธ์ 2557.

เทพชัย หยอง. บรรณาธิการเครือเดอะเนชั่น บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และอดีตผู้อำนวยการสถานี โทรทัศน์สาธารณะ. 21 กุมภาพันธ์ 2557.

ภาษาอังกฤษ

- Benn, S. & Bolton, D. (2011). **Key concepts in corporate social responsibility**. Thousand Oaks, Calif: Sage.
- Barker, N. Valos, M., & Shimp, T. A. (2012). **Integrated Marketing Communications**. Cengage Learning.
- Bhattacharya, C.B. & Sen, S., (2004). Doing better at doing good: When, Why, and How Consumers Respond to Corporate Social Initiatives. **California Management Review**, 47(1), 9-24.
- Carroll, A.B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. **Business Horizons** (July-August). 39-48.
- Coombs, T. & Holladay, S. J. (2011). **The handbook of crisis communication**. Chichester, U.K; Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Day, L. A. (2003). **Ethics in media communications: cases and controversies** (4th ed). Belmont, C.A.: Wadsworth/Thomson Learning.
- Egan, J. (2007). **Marketing Communications**. London: Thomson Learning.
- Elahi, M. (2013). They are Not Different From Others: Ethical Practices and Corruption in Bangladeshi Journalism. **Journal of Mass Media Ethics**, 28(3). 189-202.
- Gross, L. S. (2010). **Electronic media: an Introduction** (10th ed). New York: McGraw Hill Higher Education.
- Hausman, C. Benoit, P. G., Messere, F. & O'Donnell, L. (2004). **Modern radio production: production, programming, and performance** (6th ed). Belmont, Calif.: Wadsworth/Thomson.
- Blythe, J. (2006). **Marketing**. London: Sage.
- Kotler, P. & Lee, N. (2005). **Corporate social responsibility: doing the most good for your company and your cause**. Hoboken, N.J.: Wiley.
- Lantos, G. P. (2001). The boundaries of strategic corporate social responsibility. **Journal of Consumer Marketing**, 18 (7), pp. 595 – 632.
- McQuail, D. (2005). **McQuail's mass communication theory** (5th ed.). London: Sage Publication.
- Owen, J & Millerson, G. (2012). **Television production** (15th ed). Waltham, MA: Focal Press.
- Percy, L. (2008). **Strategic integrated marketing communication: Theory and practice**. Burlington. MA: Elsevier.
- Retief, J. (2002). **Media ethics: an introduction to responsible journalism**. Oxford: Oxford University Press.
- Shimp, T. A. (2007). **Integrated marketing communication in advertising and promotion** (7th ed.). Mason, OH: Thomson/South-Western.

- Shimp, T. A. & Andrews, J. C. (2013). **Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications** (9th ed). United States: South-Western/Cengage Learning.
- Werther, W. B. & Chandler, D. (2011). **Strategic corporate social responsibility: stakeholders in a global environment** (2nd ed.). Los Angeles: Sage.
- Zettl, H. (2009). **Television production handbook** (10th ed.). Belmont, CA: Wadsworth Cengage Learning.