

---

## Psychological Factors and Work Environments Related to Responsibility

### Work Behavior of Behind-The-Scenes Entertainment Employees

Praepim Silavanic<sup>1</sup>

Wichuda Kijtorntam<sup>2</sup>

Received: July 15, 2016 Accepted: July 29, 2016

#### Abstract

The purpose of this research was to examine the psychological factors and work environments predicting responsibility work behavior of behind-the-scenes entertainment employees. The sample of this research was 369 behind-of-scenes entertainment employees in large entertainment companies by stratified random sampling consisting of the productions in television program, radio program and music. The reliabilities of instruments used for collecting data were from 0.71 to 0.88. Data were analyzed by hierarchical multiple regression. The result revealed that the derivative model for predicting responsibility work behavior consisted of three psychological factors and one work environmental factor: positive attitude toward responsibility work behavior, future orientation self-control, media ethics, and sense of communication. All factors had a statistically significant relationship level at .05 in predicting the responsibility work behavior of behind-the-scenes entertainment employees with 48.5%.

Keywords: responsibility work behavior, employee, entertainment business, sense of communication, mass communication of ethics

---

<sup>1</sup> Graduate Student, Master of Science in Applied Behavioral Science Research, Srinakharinwirot University.

Tel: 0879953537 email: ppraepimm@gmail.com1

<sup>2</sup> Behavioral Science Research Institute, Srinakharinwirot University.

ปัจจัยจิตลักษณะและสภาพแวดล้อม ในงานที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง

แพรพิมพ์ สีลวานิช<sup>1</sup>

วิชุดา กิจธรรม<sup>2</sup>

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในงานที่สำคัญในการทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานระดับปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงขนาดใหญ่จำนวน 369 คนจากการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ ประกอบด้วย ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ และฝ่ายผลิตเพลง เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามวัดตัวแปรที่ศึกษาโดยมีค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดอยู่ระหว่าง .71-.88 โดยใช้สถิติถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า โมเดลทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง ประกอบด้วยปัจจัยจิตลักษณะซึ่งพบว่าส่งผลทุกตัวแปรและปัจจัยสภาพแวดล้อมในงานมีเพียงตัวแปรเดียวคือ สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร โดยตัวแปรทั้งหมดมีอำนาจร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้ร้อยละ 48.5

คำสำคัญ: พฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ พนักงานปฏิบัติการ ธุรกิจบันเทิง สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร จริยธรรมสื่อมวลชน

<sup>1</sup> นิสิตระดับมหาบัณฑิต สาขาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์ สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 0879953537 email: ppraepimm@gmail.com

<sup>2</sup> สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เมื่อกล่าวคำว่า “ความบันเทิง” ทุกคนจะนึกถึง ละคร ภาพยนตร์ ดนตรี การแสดง แต่หากไม่รู้ไม่ว่าความบันเทิง คือ สิ่งที่สร้างความสุข ความเพลิดเพลิน ความจรรโลงใจ เพื่อผ่อนคลายความเครียดที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของเรา เมื่อการใช้ชีวิตประจำวันของตัวบุคคลประกอบไปด้วยปัญหาต่าง ๆ ที่เข้ามาอย่างมากมาย ทั้งทางการเมือง เศรษฐกิจ การศึกษาที่รุ่มเร้ากันเข้ามาอย่างไม่ขาดสาย ดังนั้นจึงไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าเมื่อเราประสบพบเจอกับปัญหาเข้ามาอย่างมากมายในแต่ละวัน ทุกคนย่อมมองหาสิ่งที่จะช่วยสร้างความบันเทิงต่อจิตใจและร่างกาย เพื่อให้เกิดความผ่อนคลาย แต่เมื่อใดที่สื่อบันเทิงเริ่มก้าวเข้ามาสู่ในภาวะที่มากจนเกินไปนั้น หมายถึง ความเสื่อมสลายไปของสาระและความรู้ที่เป็นข้อเท็จจริง ความเป็นเหตุเป็นผลจะถูกกลบเกลื่อนไปด้วยความบันเทิง การที่สื่อจะเอาความรู้จริงไปสู่ประชาชนกลับมีการถูกปิดกั้นจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในผลประโยชน์ (“บันเทิงนิยม”, 2549)

“สื่อบันเทิง” มักถูกมองว่า “ไร้สาระ” และไม่ได้รับความสนใจในแวดวงวิชาการ ทั้ง ๆ ที่บุคคลทั่วไปมีความชื่นชอบแบบชนชั้นขาดมาทุกตลาด ความเป็นมหาอำนาจของสื่อบันเทิงที่มีการขับเคลื่อนธุรกิจขนาดใหญ่และเคลื่อนไหวความเป็นไปของความรู้สึกนึกคิดในสังคม ความบันเทิงในสังคมสมัยใหม่ คือ การสร้างสรรค์และผลิตความบันเทิงอย่างเป็นอุตสาหกรรมโดยที่ยุคก่อนอุตสาหกรรมนั้น การผลิตและสร้างสรรค์

ความบันเทิงมักเป็นปัจเจกบุคคลหรือคนกลุ่มเล็ก ๆ (เรียกว่าศิลปิน) การเกิดแรงบันดาลใจทางศิลปะในการสร้างความเพลิดเพลินหรือเป็นกิจกรรมที่ชุมชนจะกระทำตามธรรมเนียมประเพณีที่เคยสืบต่อกันมา เช่น เพลงเกี่ยวข้าว เพลงเรือ เป็นต้น โดยเป้าหมายของกิจกรรมดังกล่าวเป็นไปด้วยความรื่นเริง สร้างความสามัคคีในชุมชน ประกอบพิธีกรรม ในส่วนของวิธีการดำเนินกิจกรรมนั้นมีลักษณะเป็นไปตามความสมัครใจ ไม่เข้มงวดมาก ถือเป็นการผลิตวัฒนธรรมอีกสังคมหนึ่ง แต่ทว่าในยุคอุตสาหกรรมนี้ เราเริ่มรู้จักกับอุตสาหกรรมความบันเทิง (Entertainment industry) ที่หมายถึงอุตสาหกรรมสื่อมวลชน เริ่มตั้งแต่ภาพยนตร์ เพลง แผ่นเสียง เทป รายการวิทยุและโทรทัศน์ ที่มีเป้าหมายชัดเจนว่าเป็นสื่อมวลชนที่สร้างความบันเทิงใจ (กาญจนา แก้วเทพ เรียรชัย อิศรเดช สมสุข หินวิมาน กำจร หลุยยะพงศ์ อภิญา ตันทวิวงศ์ และ อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ, 2545)

การนำเสนอข่าวสารข้อมูลต่างๆ ในปัจจุบันที่ผ่านสื่อมวลชนรวมไปถึงสื่อธุรกิจบันเทิงจะมีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อสังคมในปัจจุบันเป็นอย่างมาก สังเกตได้จากความรับผิดชอบที่ประกอบไปด้วย ความน่าเชื่อถือของตัวผู้ผลิตสื่อเองทั้งในส่วนของพนักงานระดับปฏิบัติการ เช่น ผู้ออกแบบรายการ ผู้เขียนบทความว่าที่ผ่านมานั้นได้มีการปฏิบัติหน้าที่ในการให้ความบันเทิงที่มีความเที่ยงตรงและการ

เสนอข้อมูลในการนำเสนอที่น่าเชื่อถือเพียงใด (อนุช อภาภิรม, 2545)

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงมุ่งที่จะศึกษาการเกิดพฤติกรรมการทำงาน จากแนวคิดพฤติกรรมการทำงานของอัลบานเนส (Albanese, 1981) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมการทำงานเป็นการแบ่งองค์ประกอบด้วยกัน 2 องค์ประกอบ คือ ตัวแปรภายในบุคคล หรือ ลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย การรับรู้ ทักษะ เจตคติ และตัวแปรภายนอกบุคคลหรือสภาพแวดล้อมในการทำงาน ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมระดับใกล้ เช่น การทำงานของหัวหน้างาน ปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ลักษณะของงานที่ได้รับมอบหมาย สภาพแวดล้อมระดับกลาง เช่น ปรัชญาเป้าหมายขององค์กร สภาพแวดล้อมระดับไกล เช่น การแข่งขันในการตลาดของสังคม ระบบการเมืองและเศรษฐกิจในสังคม เป็นต้น จากการศึกษางานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง พบงานวิจัยของ มาริษา สก๊อต (2548) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับ จิตลักษณะและสถานการณ์ทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ และผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงาน คือ เจตคติต่อพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงาน นอกจากนี้จากการทบทวนงานวิจัยที่ศึกษาพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในช่วง 10 ปี ก่อนจะมีความแตกต่างกับปัจจุบัน เนื่องจาก

ช่องทางการรับชมรายการโทรทัศน์จะอยู่ในบริบทของฟรีทีวีและทีวีดาวเทียม แต่ในปัจจุบันวิวัฒนาการด้านการพัฒนาสื่อโทรทัศน์ได้มีมากขึ้นทั้งในบริบทของฟรีทีวี ทีวีดาวเทียม และทีวีดิจิทัลที่มีให้รับชมอย่างมากมาด้วยกัน ทั้งนี้เพื่อให้มีความสมบูรณ์ในการศึกษาพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง นอกจากนี้ผู้วิจัยจะศึกษาในพนักงานฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์แล้ว ผู้วิจัยยังได้ศึกษาในส่วนของพนักงานฝ่ายผลิตรายการวิทยุและพนักงานฝ่ายผลิตเพลงเพื่อให้งานมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

ด้วยสาเหตุข้างต้นที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในงานที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงว่ามีปัจจัยใดบ้างที่สามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง ทั้งปัจจัยจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในงานโดยการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษากับพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังของสื่อธุรกิจบันเทิงขนาดใหญ่ เนื่องจากบริษัทธุรกิจบันเทิงขนาดใหญ่จะมีรูปแบบของผังองค์กรที่ชัดเจน โครงสร้างการจัดการที่ชัดเจนการดำเนินการในการบริหารจะมีแบบแผน มีการฝึกอบรมของพนักงานได้อย่างชัดเจน โดยการคัดเลือกบริษัทบันเทิงขนาดใหญ่พิจารณาจาก ขนาดของทุนในการประกอบการ

ขนาดของรายได้และกำไร ขนาดของผลผลิตและขนาดของพนักงานในบริษัท (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547) และผลในการศึกษาครั้งนี้จะเป็นแนวทางในการพัฒนาและแก้ไขพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบอาจจะไม่ใช่เพียงแค่พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงเพียงอย่างเดียว แต่จะเป็นประโยชน์ให้กับพนักงานระดับปฏิบัติการทั้งในส่วนของภาครัฐและภาคเอกชนในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับสื่อธุรกิจบันเทิงต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาอำนาจการทำนายของปัจจัยจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในงานที่มีต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง

### การทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาจิตลักษณะที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงจากแนวคิดของอัลบานเนส (Albanese, 1981) กล่าวว่า ปัจจัยทางจิตลักษณะมีความสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมการทำงานประกอบด้วย เจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ลักษณะมุ่งอนาคต – ควบคุมตน และจริยธรรมสื่อมวลชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

สุชาติ นิภานันท์ (2548) อธิบายว่า เจตคตินั้นมีอิทธิพลที่สำคัญต่อพฤติกรรมในทางจิตวิทยาสามารถพิจารณาได้ว่า เจตคติของ

บุคคลเป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมในแนวทางที่แน่นอนและเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคลนั้นด้วย เพราะเจตคติมีความเชื่อมโยงกับบุคลิกภาพ การรับรู้ของบุคคล เจตคติจึงเป็นอีกหนึ่งสัญญาณเตือนถึงปัญหาที่กำลังจะเกิดขึ้น ในการเกิดเจตคติไม่ได้มีมาในตัวบุคคลตั้งแต่กำเนิด แต่ค่อย ๆ เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลจากประสบการณ์ การเรียนรู้ในชีวิตของบุคคลนั้น ๆ ซึ่งเป็นกระบวนการอันซับซ้อนสิ่งที่มีอิทธิพลต่อเจตคติสามารถเป็นได้ทั้งรูปธรรมและนามธรรมอยู่ใกล้หรืออยู่ไกลของบุคคลนั้นได้ การเกิดเจตคติมีได้หลายทางไม่ว่าจะเป็นจากประสบการณ์ส่วนตัวของบุคคล การศึกษา การอบรมสั่งสอน การเลียนแบบ กระบวนการในการเรียนรู้ทางสังคม (จันท์สุภาวดี ไวยฤทธิ์, 2555) ในขณะที่ งามตา วนิทานนท์ (2534) กล่าวว่า เจตคติเป็นจิตลักษณะประเภทหนึ่งของบุคคลเกิดจากการรู้คิดเชิงประมาณค่าที่เกี่ยวกับบุคคลหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งในแง่ให้ประโยชน์หรือโทษมากน้อยเพียงใด จึงทำให้มีความโน้มเอียงไปในทางที่ชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจต่อสิ่งต่าง ๆ โดยมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบรวมทั้งความพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรมเฉพาะอย่าง เช่น ให้การสนับสนุนช่วยเหลือหรือขัดขวางทำลาย เป็นต้น

ลักษณะมุ่งอนาคต – ควบคุมตน คือ ลักษณะทางจิตของบุคคลประเภทหนึ่งเป็นลักษณะที่สามารถจะบังคับตนเองให้รอรับผลที่จะเกิดขึ้นในอนาคต คาดการณ์ผลดีผลเสียของการกระทำที่จะได้รับในอนาคตได้ ลักษณะมุ่งอนาคตเป็นการรู้จักนึกถึงอนาคตที่ยาวไกล

แล้งเห็นผลดีและผลเสียที่จะเกิดขึ้นในอนาคตทั้งในเวลาอันใกล้หรือไกลที่จะเกิดกับตนเองและสังคมในอนาคต ฉะนั้นบุคคลจะต้องสามารถบังคับตนเองให้มีความอดได้รอได้มีการควบคุมตนเองได้ การควบคุมตนจึงรวมถึงความสามารถของบุคคลที่จะกระทำหรือไม่กระทำในบางอย่างที่ต้องใช้ความอดทนและสามารถกระทำพฤติกรรมนั้นได้อย่างมีปริมาณและคุณภาพที่เหมาะสมเป็นเวลานานมากพอที่จะนำไปสู่ผลสำเร็จที่ต้องการในอนาคตได้ (Mischel, 1974) จิตลักษณะสองประเภทนี้ควรจะต้องได้รับการพัฒนาไปด้วยกัน จึงจะเกิดพฤติกรรมที่ต้องการ รวมไปถึงการปรับตัวเป็นคนดี การเห็นคุณค่าในตนเองพร้อมในการรับผิดชอบต่อสิ่งต่าง ๆ อาทิ พฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ เพราะจากลักษณะมุ่งอนาคตเป็นส่วนต้นของการเกิดพฤติกรรมและควบคุมตนหรือการมีวินัยในตนเองเป็นส่วนปลายของพฤติกรรม ในการเกิดปรากฏการณ์ที่ควบคู่กันคือการมีลักษณะมุ่งอนาคตจะนำมาก่อนจากนั้นบุคคลจะต้องเกิดการควบคุมตนเองเพื่อให้สามารถดำเนินการไปตามเป้าหมายที่วางเอาไว้จนประสบความสำเร็จในการทำงานและเวลาที่ได้กำหนดไว้ (ดวงเดือน พันธุมนาวิน, 2537)

สมคิด บางโม (2551) อธิบายว่า จริยธรรมของสื่อมวลชนนั้นจะมีความครอบคลุมการสื่อสารมวลชนทั้งหมดสามารถจำแนกได้เป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) องค์การธุรกิจ หมายถึง วัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ เป้าหมาย ขององค์กรหรือบริษัทโดยจะต้องยึดจริยธรรมเป็นหลักเพื่อ

การแสวงหาผลกำไรสูงสุดของธุรกิจ สื่อสารมวลชนและต้องไม่ขัดต่อคุณธรรมไม่มี การทำลายคู่แข่ง ไม่ประกอบธุรกิจที่ทำให้สังคมเสื่อม 2) บุคลากรที่เกี่ยวกับสื่อสารมวลชน ได้แก่ ผู้ถือหุ้นและเจ้าของสื่อมวลชนผู้ที่จำหน่าย วัตถุประสงค์ให้กับคู่แข่ง ผู้จำหน่ายสินค้า บุคลากร จะต้องมีความจริยธรรมในการประกอบอาชีพ นอกจากนี้ยังมีผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ อีก ได้แก่ ชุมชน ท้องถิ่น รัฐบาล และสภาพแวดล้อม ระดับประเทศ 3) การดำเนินการหรือการจัดการ หมายถึง การวางแผน การสั่งการ การใช้อำนาจ ในการต่อรอง การตัดสินใจ การขจัดปัญหาต่าง ๆ การบริหารจัดการในองค์กรสื่อสารมวลชนและ นอกองค์กรต้องใช้จริยธรรมเป็นเครื่องกำกับ 4) กิจกรรมดำเนินการ ได้แก่ กิจกรรมต่าง ๆ ที่ ดำเนินการ เช่น การนำเสนอข่าว การผลิต การโฆษณา การบริการ กิจกรรมด้านการเงินและ บัญชี การแข่งขัน การบริหารบุคคลและอื่น ๆ จะต้องปฏิบัติไปอย่างมีจริยธรรมและเมื่อนำ จริยธรรมมาปรับใช้กับธุรกิจสื่อสารมวลชน สามารถแบ่งจริยธรรมออกเป็น 2 ระดับดังนี้ 1) ระดับองค์กร ได้แก่ จริยธรรมผู้บริหารหรือผู้ถือหุ้น ซึ่งเป็นผู้กำหนดทิศทางและนโยบายของ องค์กรธุรกิจสื่อสารมวลชน เช่น บริษัท หนังสือพิมพ์ บริษัทสร้างภาพยนตร์ บริษัทวิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น จะต้องใช้จริยธรรมระดับสูง เพราะต้องมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับบุคคล จำนวนมากทั้งภายในและภายนอกองค์กร ต้อง บริหารจัดการองค์กรให้ได้กำไรซึ่งจะมีโอกาส กระทบต่อสังคมได้มากทำให้ผู้อื่นได้รับความ

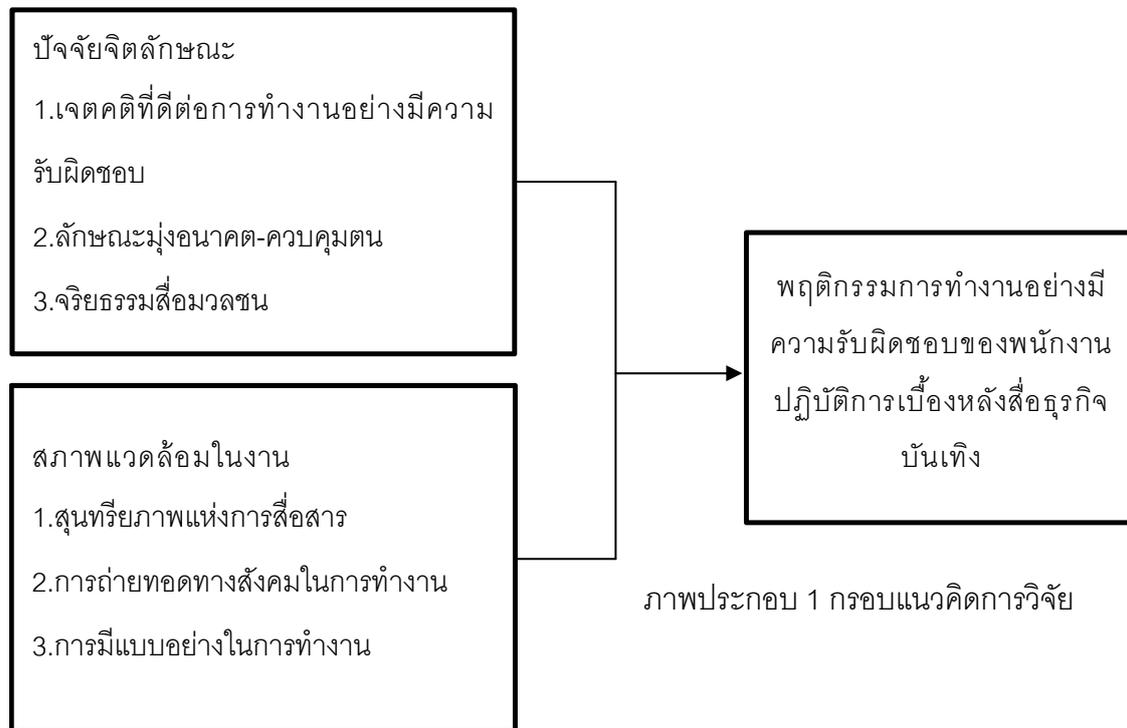
เดือดร้อนเป็นปัญหาต่อสังคมอย่างมากจึงทำให้เกิดปัญหาทางจริยธรรมได้มากเช่นเดียวกัน 2) ระดับบุคคล (จริยธรรมระดับพนักงานหรือสื่อมวลชน) โดยส่วนใหญ่พนักงานจะทำหน้าที่เฉพาะด้านที่ตนได้รับมอบหมายจึงทำให้เกิดการทำงานที่ดีและมีความรับผิดชอบมากที่สุด เพื่อการนำเสนอข่าวสารที่สมบูรณ์ (สมคิด บางโม, 2551) การแสดงความรับผิดชอบต่อสื่อมวลชนนอกจากเกิดขึ้นโดยจิตสำนึกของนักวิชาชีพแต่ละคนแล้ว ยังเกิดขึ้นจากชุมชนของนักวิชาการที่รวมตัวกันเป็นองค์กรวิชาชีพและกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับจริยธรรมมาเป็นบรรทัดฐานของความรับผิดชอบต่อท้ายที่สุดแล้วความรับผิดชอบต่อสื่อมวลชนจึงเกิดจากบริบทของสังคมวัฒนธรรมที่มีความตื่นตัวในการสอดส่องการทำงานที่และการใช้สิทธิเสรีภาพของสื่อมวลชน (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547) ดังนั้นจริยธรรมสื่อมวลชนจึงมีความสำคัญต่องานสื่อมวลชนเป็นอย่างยิ่ง เพราะจริยธรรมเป็นเครื่องนำทางในการนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนให้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความดีงามเพื่อประโยชน์ของสาธารณะ เพื่อประโยชน์ของประชาชนและเพื่อประโยชน์ของสังคมโดยรวม อีกทั้งยังเป็นตัวกำกับความประพฤติของบุคคลในวิชาชีพสื่อมวลชนให้มีความตั้งมั่นอยู่ในแนวทางที่สุจริต ถูกต้องดีงาม การเสริมสร้างจริยธรรมจึงเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างมากต่องานสื่อสารมวลชน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2549)

## สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยจิตลักษณะที่ประกอบด้วย เจตคติที่ดีกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ลักษณะมุ่งอนาคต – ควบคุมตน จริยธรรมสื่อมวลชน และสภาพแวดล้อมในงาน ประกอบด้วย สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน การมีแบบอย่างในการทำงาน สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดของอัลบานาส (Albanase, 1981) ในการสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยขึ้นมา โดยจำแนกกลุ่มตัวแปรออกเป็นปัจจัยจิตลักษณะและกลุ่มสภาพแวดล้อมในงาน จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดและผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ปัจจัยทางจิตลักษณะประกอบด้วย เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน และจริยธรรมสื่อมวลชน และในส่วนของสภาพแวดล้อมในงานประกอบด้วย สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน และการมีแบบอย่างในการทำงาน สามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยดังแสดงในภาพประกอบ 1



### วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร คือ พนักงานระดับปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่ปฏิบัติงานใน 3 ฝ่าย คือ ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ และฝ่ายผลิตเพลง ในบริษัทธุรกิจบันเทิงขนาดใหญ่พิจารณาจาก ขนาดของทุนในการประกอบการ ขนาดของรายได้และกำไร ขนาดของผลผลิต และขนาดของพนักงานในบริษัทกลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified random sampling) ได้แก่ ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์จำนวน 196 คน ฝ่ายผลิตรายการวิทยุจำนวน 64 คนและฝ่ายผลิตเพลงจำนวน 109 คน รวมทั้งหมด 369 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบวัดปัจจัยจิตลักษณะ ปัจจัยสภาพแวดล้อมในงานและพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงจำนวน 7 ตอน จำนวน 60 ข้อ มีลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตรประเมินค่าตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงที่สุด” โดยมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ระหว่าง 0.71 – 0.88

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น (Hierarchical multiple regression) เพื่อค้นหาอำนาจจากการทำนายที่สำคัญในพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง

## ผลการวิจัย

ในขั้นต้นผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้น (Assumption) ด้านภาวะร่วมของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ด้วยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ ปรากฏผลดังแสดงในตาราง 1 และทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เพื่อทดสอบอำนาจ

การทำนายของปัจจัยจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในงานที่มีต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงปรากฏผลดังแสดงในตาราง 2

ตาราง 1 ข้อมูลในการทดสอบเป็นไปตามเงื่อนไขการวิเคราะห์สถิติ Regression

ตัวแปร	Mean	SD	1	2	3	4	5	6	7
1	4.92	0.44	1	.66*	.46*	.45*	.42*	.30*	.36*
2	4.79	0.49		1	.47*	.50*	.45*	.42*	.44*
3	4.35	0.39			1	.40*	.31*	.18*	.22*
4	5.32	0.53				1	.45*	.24*	.28*
5	4.47	0.59					1	.26*	.33*
6	4.70	0.67						1	.68*
7	4.33	0.47							1

\*  $p < .05$

หมายเหตุ: 1 = ตัวแปรตาม (พฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง) 2 – 7 ตัวแปรอิสระ 2 = เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ 3 = ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน 4 = จริยธรรมสื่อมวลชน 5 = สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร 6 = การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน 7 = การมีแบบอย่างในการทำงาน

จากตาราง 1 ผลการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์ Multiple regression พบว่า ตัวแปรตามทุกตัวแปรมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามในระดับที่ยอมรับได้ คือค่าความสัมพันธ์ระหว่างคู่ตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.18 –

0.68 ไม่เกิน 0.85 – 0.90 ทั้งนี้ ตามแนวคิดของ Kline (2005) แสดงว่า ระดับความสัมพันธ์ไม่ก่อให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระในระดับค่อนข้างสูง (Multicollinearity)

ตาราง 2 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยกับการทดสอบนัยสำคัญในการทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง

ตัวแปรในการทำนาย	ขั้นที่ 1		ขั้นที่ 2	
	b(SE)	Beta	b(SE)	Beta
Constant	1.34 (.22)		1.15 (.23)	
ปัจจัยจิตลักษณะ				
เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ	.46* (.42)	.52*	.42* (.05)	.47*
ลักษณะมุ่งอนาคต - ควบคุมตน	.18* (.05)	.16*	.18* (.05)	.16*
จริยธรรมสื่อมวลชน	.11* (.04)	.13*	.08* (.04)	.10*
สภาพแวดล้อมในงาน				
สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร			.07* (.03)	.10*
การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน			-.02 (.03)	-.03
การมีแบบอย่างในการทำงาน			.08 (.05)	.09
F	109.20		56.89	
R <sup>2</sup>	.49		.48	
R <sup>2</sup> adj	.47		.47	

\* p < .05

จากตาราง 2 ผลการวิจัยพบว่าในขั้นที่ 1 ปัจจัยจิตลักษณะที่ประกอบด้วยเจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ลักษณะมุ่งอนาคต - ควบคุมตน จริยธรรมสื่อมวลชน ทั้งสามตัวแปรส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงโดยสามารถทำนายได้ร้อยละ 49 และเมื่อเพิ่มตัวแปรทางสภาพแวดล้อมในงานในขั้นที่ 2 พบว่าตัวแปรที่สามารถทำนายได้ประกอบด้วยเจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ลักษณะมุ่งอนาคต - ควบคุมตน

จริยธรรมสื่อมวลชน และสุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร โดยสามารถทำนายได้ร้อยละ 48 ดังนั้นตัวแปรที่สำคัญในการทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง คือ ปัจจัยจิตลักษณะที่ประกอบด้วยเจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน จริยธรรมสื่อมวลชน

## อภิปรายผล

จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออำนาจในการทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงประกอบด้วย เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน จริยธรรม สื่อมวลชน และสุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร

เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบเป็นปัจจัยที่สามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงได้มากที่สุด กล่าวคือ การที่พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบพนักงานจะต้องมีเจตคติที่ดีต่อการทำงาน สอดคล้องกับ งามตา วณิชานนท์ (2534) กล่าวว่า เจตคติเป็นจิตลักษณะประเภทหนึ่งของบุคคล เกิดจากการรู้คิดเชิงประมาณค่าที่เกี่ยวกับบุคคลหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งในแง่ให้ประโยชน์หรือโทษมากน้อยเพียงใด จึงทำให้มีความโน้มเอียงไปในทางที่ชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจต่อสิ่งต่าง ๆ โดยมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบรวมทั้งความพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรมเฉพาะอย่าง และงานวิจัยของมาริสา สก๊อต (2548) ได้ศึกษาจิตลักษณะและสถานการณ์ทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์พบว่า ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีเจตคติต่อพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานสูงเพิ่ม

มากขึ้นจะมีพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน

ตัวแปรที่สามารถทำนายได้รองลงมา คือ ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน ซึ่งสอดคล้องกับ ดวงเดือน พันธุมนาวิน (2537) กล่าวว่า ลักษณะมุ่งอนาคตเป็นส่วนต้นของการเกิดพฤติกรรมและควบคุมตนหรือการมีวินัยในตนเองเป็นส่วนปลายของพฤติกรรม ในการเกิดปรากฏการณ์ที่ควบคู่กันคือ การมีลักษณะมุ่งอนาคตจะนำมาก่อนจากนั้นบุคคลจะต้องเกิดการควบคุมตนเองเพื่อให้สามารถดำเนินการไปตามเป้าหมายที่วางเอาไว้จนประสบความสำเร็จในการทำงานและเวลาที่ได้กำหนดไว้และมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ มยุรฉัตร สุขดำรงค์ (2547) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานสินเชื่อย่างมีความรับผิดชอบต่อเจ้าหน้าที่สินเชื่อ บมจ. ธนาคารกรุงไทย พบว่าลักษณะมุ่งอนาคต – ควบคุมตนส่งมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานสินเชื่อย่างมีความรับผิดชอบต่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นอกจากนี้ยังพบว่าตัวแปรจริยธรรม สื่อมวลชนและสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารที่เป็นตัวแปรค่อนข้างใหม่มีความสามารถในการทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงได้ ดังนั้นจริยธรรมสื่อมวลชนจึงมีความสำคัญต่องานสื่อมวลชนเป็นอย่างยิ่ง เพราะจริยธรรมเป็นเครื่องนำทางในการนำเสนอ

ข่าวสารของสื่อมวลชนให้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของ  
ความดีงาม เพื่อประโยชน์ของสาธารณชน เพื่อ  
ประโยชน์ของประชาชนและเพื่อประโยชน์ของ  
สังคมโดยรวม อีกทั้งยังเป็นตัวกำกับความ  
ประพฤติของบุคคลในวิชาชีพสื่อมวลชนให้ม  
ความตั้งมั่นอยู่ในแนวทางที่สุจริต ถูกต้องดีงาม  
การเสริมสร้างจริยธรรมจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ  
อย่างมากต่องานสื่อมวลชน (มหาวิทยาลัย  
สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2549) การแสดงความ  
รับผิดชอบของสื่อมวลชนนอกจากเกิดขึ้นโดย  
จิตสำนึกของนักวิชาชีพแต่ละคนแล้ว ยังเกิดขึ้น  
จากชุมชนของนักวิชาการที่รวมตัวกันเป็นองค์กร  
วิชาชีพและกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับจริยธรรม  
เป็นบรรทัดฐานของความรับผิดชอบต่อ ทำที่สุ  
แล้วความรับผิดชอบต่อสื่อมวลชนจึงเกิดจาก  
บริบทของสังคมวัฒนธรรมที่มีความตื่นตัวในการ  
สอดส่องการทำหน้าที่และการใช้สิทธิเสรีภาพ  
ของสื่อมวลชน (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547) และ  
สุนทรียภาพแห่งการสื่อสารเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มี  
ความสำคัญในการประกอบกิจการด้าน  
อุตสาหกรรมและธุรกิจบันเทิงที่ต้องทำการ  
สื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจกับทุกฝ่ายทั้ง  
ภายในองค์กร ภายนอกองค์กร เพื่อผลประโยชน์  
ที่ดีของธุรกิจต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ

องค์กรควรจะมีการสนับสนุนเจตคติที่ดี  
ต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของ  
พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง โดย  
การปลูกฝังเจตคติที่ดีและพัฒนาจากตัวของ  
พนักงานเองเป็นอันดับแรกเพื่อเป็นประโยชน์ใน  
การพัฒนาพนักงานเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงให้มี  
การทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากขึ้นต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรทำในกลุ่ม  
ธุรกิจบันเทิงขนาดกลางและขนาดเล็กเพื่อให้มี  
ความลึกมากยิ่งขึ้นและเข้าใจถึงพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบในระดับองค์กรที่  
ต่างกันมากขึ้น และผู้วิจัยพบว่าจริยธรรมสื่อม  
ชนและสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารส่งผลต่อ  
การศึกษาครั้งนี้แต่อยู่ในระดับที่น้อยใน  
การศึกษาครั้งต่อไปอาจจะมีการศึกษาเพิ่มเติม  
มากขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการนำไปพัฒนา  
ต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจาก  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
ประจำปีงบประมาณ 2559 ครั้งที่ 3

## รายการอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ เขียวชัย อิศรเดช สมสุข หิน  
วิมาน กำจร หลุยยะพงศ์ อภิญญา ตันทวี  
วงศ์ และ อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ. (2545).  
**สื่อบันเทิง: อำนาจแห่งความไร้สาระ.**  
กรุงเทพฯ: ออล อเบอร์ท พรินท์.  
งามตา วนินทานนท์. (2534). **จิตวิทยาสังคม.**  
เอกสารประกอบการสอน. กรุงเทพฯ:  
สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.  
จันท์สุภาวดี ไวยฤทธิ. (2555). **ปัจจัยทางจิตสังคม  
และการรับรู้บรรทัดฐานทางสังคมจากคน  
รอบข้างที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม  
รับผิดชอบของพนักงานขับรถเช่าในเขต  
กรุงเทพมหานคร.** ปริญญาานิพนธ์วิทยา  
ศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนคริน  
ทรวิโรฒ.  
ดวงเดือน พันธุมนาวิน. (2537). ทฤษฎีต้นไม้อัน  
จริยธรรมกับพฤติกรรมการทำงานของ  
ข้าราชการไทย. **วารสารจิตวิทยา**, 1(1),  
81-98.  
“บันเทิงนิยม”. (2549, พฤษภาคม 21). **บันเทิง  
นิยม.** [เว็บไซต์]. สืบค้นจาก  
[http://www.bloggang.com/viewblog.p  
hp?id=zhugeliang&date=21-05-  
2006&group=1&gblog=10](http://www.bloggang.com/viewblog.php?id=zhugeliang&date=21-05-2006&group=1&gblog=10)  
มยุรฉัตร สุขดำรงค์. (2547). **ปัจจัยทางจิตสังคม  
ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงาน  
สินเชื่อย่างมีความรับผิดชอบของ  
เจ้าหน้าที่สินเชื่อ บจม.ธนาคารกรุงไทย.**  
ปริญญาานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต,  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2549).  
**เอกสารประกอบการสอนชุดวิชากฎหมาย  
และจริยธรรมด้านนิติศาสตร์.** กรุงเทพฯ:  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.  
มาริษา สก๊อต. (2548). **จิตลักษณะและ  
สถานการณ์ทางสังคมที่ส่งผลต่อ  
พฤติกรรมรับผิดชอบต่อการ  
ทำงานของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์.**  
ปริญญาานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต,  
บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.  
ลักษณะมี ลูประสงค์. (2546). **ปัจจัยทางจิตสังคม  
และลักษณะทางบุคลิกที่เกี่ยวข้องกับ  
พฤติกรรมการทำงานด้านการสื่อสารตาม  
มาตรฐานสากลของประเทศไทยด้านการ  
จัดการและผลสัมฤทธิ์ผลของงานภาครัฐ  
(P.S.O.1102:ระบบสื่อสาร) ของบุคลากร  
ทางการศึกษากระทรวงศึกษาธิการ.**  
ปริญญาานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต,  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).

- สมคิด บางโม. (2551). **กฎหมายและจริยธรรม  
สื่อมวลชน**. กรุงเทพฯ: พัฒนวิทย์การ  
พิมพ์.
- สุชาดา นิภานันท์. (2548). **พฤติกรรมองค์กร**.  
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- อนุช อภาภิรม. (2545). **เสียงก้องในโลกกว้าง  
ศตวรรษแห่งสมอง...ยุคแห่งการแข่งขัน  
และช่วงชิงทางข่าวสาร**. กรุงเทพฯ:  
สำนักพิมพ์มติชน
- อุบลรัตน์ ศิริยุคศักดิ์. (2547). **สื่อสารมวลชน  
เบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรม และ  
สังคม**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ:  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Albanese, R. (1981). **Managing: Toward  
Accountability for Performance**. (3<sup>rd</sup>  
ed.). Homewood, IL; Richard D. Irwin,  
Inc.
- Kline, R.B. (2005). **Principles and Practice  
of Structural Equation Modeling**.  
(2<sup>nd</sup> ed.). New York, NY: The Guilford  
Press.
- Mischel, W. (1974). Process in Delay of  
Gratification. **Advances Experimental  
Social Psychology**. New York, NY:  
Academic Press.