



แนวทางการกำกับดูแลจริยธรรมสื่อไทยในยุคดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ Effective Approaches to Regulating Media Ethics in Thailand's Digital Era

จินตนา ต้นสุวรรณนนต์. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

Chintana Tansuwannond. Faculty of Management Sciences, Suan Dusit University.

Email: j_chintana@yahoo.com

Received: 28 July 2025; Revised: 30 July 2025; Accepted: 18 September 2025

บทคัดย่อ

ความก้าวหน้าและพัฒนาการทางเทคโนโลยีได้ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมและภูมิทัศน์สื่อ แม้ว่า “สื่อ” จะได้รับการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไป แต่ปัญหาด้านจริยธรรมของสื่อไทยยังคงดำรงอยู่ไม่ว่าจะเป็น สื่อใหม่หรือสื่อมวลชนดั้งเดิม และมีแนวโน้มทวีความซับซ้อนในยุคดิจิทัล สาเหตุสำคัญประการหนึ่งมาจากการที่เทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบันช่วยให้บุคคลทั่วไปสามารถทำหน้าที่เป็น “สื่อ” ได้ง่ายขึ้น ประกอบกับการเข้าถึงสื่อที่สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้การควบคุมดูแลและตรวจสอบเป็นไปได้ยากขึ้น ในสถานการณ์ดังกล่าว การกำกับดูแลสื่อที่มีประสิทธิภาพต้องอาศัยแนวทางบูรณาการแบบผสมผสาน โดยยึดแนวทางการกำกับดูแลร่วมกัน (Co-regulation) ควบคู่กับการกำหนดมาตรการบังคับใช้ที่มีประสิทธิผล การใช้เทคโนโลยี ปัญญาประดิษฐ์ ร่วมกับเครือข่ายเฝ้าระวัง การเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านจริยธรรม การพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อ และการปรับปรุงกฎหมายโดยเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับมาตรฐานจริยธรรมและความน่าเชื่อถือของสื่อไทย

คำสำคัญ : ปัญหจริยธรรมสื่อ, การกำกับดูแลสื่อ, การกำกับดูแลร่วมกัน, การรู้เท่าทันสื่อ, ความรับผิดชอบทางสังคม

Abstract

Technological advances and developments have significantly influenced social changes and the media landscape. Although the concept of “media” has evolved, ethical problems in Thai media persist across both new and traditional media platforms, becoming increasingly complex in the digital era. In this digital era, anyone with access to communication technology can function as “media,” making media access easier and more convenient while simultaneously becoming more difficult to control and monitor. Consequently, effective media regulation requires an integrated hybrid approach emphasizing co-regulation with complementary measures. These include establishing effective enforcement mechanisms, utilizing artificial intelligence technologies alongside monitoring networks, fostering an organizational culture of ethics, developing media literacy, and improving legislation while providing opportunities for all sectors to participate in genuinely elevating the ethical standards and credibility of Thai media.

Keywords: Media ethics issues, Media regulation, Co-regulation, Media literacy, Social responsibility

บทนำ

การพัฒนาทางเทคโนโลยีการสื่อสารและเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในศตวรรษที่ 21 ได้เปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่ออย่างสิ้นเชิง ผู้รับสารในปัจจุบันสามารถทำหน้าที่เป็นผู้ผลิตเนื้อหา (User Generated Content) ได้เองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ส่งผลให้การเผยแพร่ข่าวสารไม่จำกัดอยู่เพียงผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อสารมวลชนอีกต่อไป ขณะเดียวกัน สื่อดั้งเดิม เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ ได้สูญเสียบทบาทสำคัญในการทำหน้าที่เป็น “นายทวารข่าวสาร” (Gatekeeper) และการกำหนดวาระสังคม (Agenda Setting) ให้กับ “สื่อใหม่” ที่เข้าถึงผู้ใช้ได้รวดเร็ว ตรงตามความสนใจ และตอบสนองในเชิงปัจเจกมากขึ้น

จากการที่ในยุคนี้ บุคคลทั่วไปสามารถทำหน้าที่เป็นสื่อได้ แม้จะเปิดโอกาสให้เกิดความหลากหลายทางความคิดเห็น แต่ขณะเดียวกันก็สร้างความท้าทายต่อการควบคุมคุณภาพของข้อมูล และก่อให้เกิดผลกระทบต่องสังคมในหลายต่อหลายครั้ง เนื่องจากผู้เข้ามาปฏิบัติหน้าที่สื่อในยุคนี้จำนวนไม่น้อยยังขาดความรู้เกี่ยวกับจริยธรรม จรรยาบรรณ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ขณะที่สื่อดั้งเดิมที่มีสังกัดยังมีกลไกตรวจสอบจากองค์กรและกองบรรณาธิการ อีกทั้งยังมีกรอบจริยธรรม หรือหลักจรรยาบรรณวิชาชีพเป็นแนวทางการประพฤติปฏิบัติตน ซึ่งต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม

ทั้งนี้ เป็นที่ทราบกันโดยทั่วไปว่า ความรับผิดชอบของสื่อมีทั้งความรับผิดชอบทางกฎหมายและความรับผิดชอบต่อสังคม การทำหน้าที่ของสื่ออย่างเป็นอิสระและมีความรับผิดชอบต่อสังคมนับเป็นเกราะคุ้มภัยสื่อจากการแทรกแซงทางการเมืองและอำนาจทุน ความรับผิดชอบทั้งในทางกฎหมายและจริยธรรมจึงถือเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการสร้างความเชื่อถือและศรัทธาในตัว “สื่อ” ซึ่งในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาจริยธรรมของสื่อยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งในรูปของข้อเท็จจริงเชิงประจักษ์และกระแสวิพากษ์วิจารณ์ในสาธารณะ ซึ่งไม่ได้แตกต่างจากอดีตมากนัก หากแต่ปัญหาเหล่านี้กลับทวีความรุนแรงมีความซับซ้อน และส่งผลกระทบในวงกว้างมากยิ่งขึ้น อันเป็นผลจากอิทธิพลของ “สื่อใหม่” ที่มีลักษณะเข้าถึงง่าย แพร่กระจายข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว และเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนร่วมอย่างไร้ขอบเขต

นอกจากนี้ การนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้ในการสื่อ ทั้งด้านการสร้างสรรค์ การผลิต และการเผยแพร่เนื้อหา ก่อให้เกิดประเด็นด้านจริยธรรมหลายประการ เช่น การละเมิดลิขสิทธิ์ การเผยแพร่ข้อมูลเท็จหรือข่าวปลอม (Fake News) การบิดเบือนข้อเท็จจริง รวมถึงปัญหาอคติในการประมวลผลและการนำเสนอข้อมูล ตลอดจนความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว และความปลอดภัยของผู้รับสาร ทั้งนี้ปัจจุบันยังไม่มีองค์กรกำกับดูแลสื่อใดในระดับสากลที่กำหนดกรอบ “จริยธรรมสื่อด้าน AI” อย่างครอบคลุมทุกมิติ ซึ่งการขาดกรอบจริยธรรมสื่อเฉพาะสำหรับการใช้งาน AI ทำให้เกิดความท้าทายในการกำกับดูแลเนื้อหา (ณัฏฐริย์พัทธ์ ภัทรพรชนัด, 2568) ดังนั้นความท้าทายด้านจริยธรรมสื่อจากการใช้ AI จึงเป็นเรื่องสำคัญที่สังคมต้องเฝ้าระวังและหามาตรการการแก้ไขอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาความน่าเชื่อถือของสื่อ และคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคข้อมูลในยุคดิจิทัล

ปัญหาจริยธรรมสื่อไทยในยุคดิจิทัล

ทั้งนี้ จากการศึกษาประเด็นปัญหาจริยธรรมของสื่อไทยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา พบว่า ปัญหาที่มีลักษณะเดิมที่ยังคงปรากฏอย่างต่อเนื่อง และปัญหาใหม่ที่เกิดขึ้นตามพัฒนาการของเทคโนโลยีดิจิทัล โดยสามารถจำแนกออกเป็น 6 ประเด็นหลัก ดังนี้

1. ความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูล

สื่อไทยจำนวนมากไม่น้อยยังขาดมาตรฐานด้านความถูกต้องและรอบด้านของข้อมูล ทั้งในรูปแบบของข่าวที่คลาดเคลื่อน บิดเบือน หรือการเผยแพร่ข่าวปลอม โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับนโยบายสาธารณะ และเรื่องกระทบต่อสุขภาพ และความปลอดภัยของประชาชน เช่น ข่าวปลอมหรือข้อมูลเท็จช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในวงกว้าง อีกทั้งยังพบการนำเสนอข่าวที่ขาดแหล่งอ้างอิงชัดเจน หรือใช้แหล่งข่าวนิรนาม เช่น “แหล่งข่าวให้ข้อมูลว่า...” ตลอดจนการนำเสนอข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ที่ยังไม่ได้ผ่านการกลั่นกรองหรือยืนยันความถูกต้อง เพียงเพราะต้องการแข่งขันด้านความรวดเร็วในการรายงานข่าว (เทียนทิพย์ เดียวกัน, 2559; ภาณุพงษ์ ทินกร, 2560; นงศนาล ท่านวิไล, 2561; พัทธราภา เอื้ออมรวนิช, 2562)

2. การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

สื่อหลายแห่งใช้เสรีภาพเกินขอบเขตจนละเมิดสิทธิส่วนบุคคล โดยเฉพาะบุคคลสาธารณะ นักการเมือง หรือผู้มีชื่อเสียง ผ่านการขุดคุ้ยเรื่องส่วนตัว แอบถ่าย หรือเผยแพร่ข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องกับประโยชน์สาธารณะ นอกจากนี้ ยังพบการนำเสนอที่ไม่คำนึงถึงศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ เช่น การเปิดเผยภาพ หรือข้อมูลส่วนบุคคล โดยไม่มีการปกปิดตัวตนของเด็กและสตรีที่ตกเป็นผู้เสียหาย หรือการรายงานผู้ต้องสงสัยในคดีอาญาด้วยภาษาที่ตีตรา ทั้งที่กระบวนการยุติธรรมยังไม่สิ้นสุด (ปณิษฐา ลีลายุทธ และบุญเลิศ โอธูสู, 2560; ภาณุพงษ์ ทินกร, 2560; นงศนาล ท่านวิไล, 2561; พัทธราภา เอื้ออมรวนิช, 2562)

3. ความไม่เป็นกลางและอคติในการนำเสนอ

การรายงานข่าวที่แฝงอคติและความลำเอียง เช่น การเลือกนำเสนอเฉพาะมุมมองที่สนับสนุนฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง หรือใช้ถ้อยคำเร้าอารมณ์เพื่อตอกย้ำภาพลักษณ์เชิงลบของคู่ขัดแย้ง การปฏิบัติเช่นนี้สะท้อนถึงความไม่สมดุลในการนำเสนอข้อมูล และการไม่เปิดพื้นที่ให้กลุ่มที่มีความคิดเห็นต่าง กลุ่มชายขอบ หรือกลุ่มเปราะบางได้สื่อสารอย่างเท่าเทียม (นงศนาล ท่านวิไล, 2561; พรธชา รอดอาตม์, 2566)

4. เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมและสร้างความขัดแย้งในสังคม

การเผยแพร่เนื้อหาที่กระทบความรู้สึก และศีลธรรมยังคงเป็นปัญหาสำคัญ เช่น ข่าวลามกอนาจาร ข่าวความรุนแรง ภาพสะท้อนขวัญ การส่งเสริมความเชื่อที่ไร้เหตุผล และพิสูจน์ไม่ได้ เช่น ข่าวเกี่ยวกับเรื่องโชคลาง วิทยุญาณ รวมถึงเนื้อหาที่ไร้สาระ ไม่มีประโยชน์ มอมเมาประชาชน เช่น การพนัน ยาเสพติด และอบายมุข ตลอดจนเนื้อหาที่ปลุกปั่นสร้างความเกลียดชังจากการใช้ประทุษวาจา (Hate Speech) โดยเฉพาะในประเด็นการเมืองที่ใช้ถ้อยคำโจมตีฝ่ายตรงข้ามอย่างรุนแรง ส่งผลให้บรรยากาศสังคมเต็มไปด้วยความแตกแยกและความไม่ไว้วางใจ (ภาณุพงษ์ ทินกร, 2560; พัทธราภา เอื้ออมรวนิช, 2562; พรธชา รอดอาตม์, 2566)

5. ผลประโยชน์ทับซ้อนและแรงกดดันทางธุรกิจ

ปัญหาผลประโยชน์ทับซ้อนปรากฏในหลายรูปแบบ เช่น การรับผลประโยชน์จากแหล่งข่าวหรือผู้มีอิทธิพลเพื่อตอบแทนด้วยการนำเสนอข่าวเชิงบวก หลีกเลี่ยงการวิพากษ์วิจารณ์ หรือไม่นำเสนอข่าวที่ส่งผลเสียต่อผู้สนับสนุนสื่อ อันส่งผลต่อความน่าเชื่อถือและความเป็นอิสระในการทำหน้าที่สื่อ รวมถึงการรับผลประโยชน์แอบแฝงในรูปแบบของการโฆษณาแฝงที่ไม่แยกจากเนื้อหาข่าว หรือการพาดหัวข่าวที่ชวนให้คลิกเข้าไปอ่าน แต่ไม่มีเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้อง (Clickbait) เพื่อเพิ่มยอดการเข้าชม อันนำไปสู่รายได้จากการโฆษณา หรือพาดหัวที่เชื่อมโยงไปยังการโฆษณาที่ส่งเสริมอบายมุข การพนัน การขายสินค้าที่ผิดกฎหมาย (ณัชชา พัฒนะนุกิจ, 2561; สำนักข่าวอิศรา, 2566; พรธชา รอดอาตม์, 2566)

นอกจากนี้ ยังพบการแต่งเติมข่าวเพื่อสร้างเรตติ้งและรายได้ นำเสนอข่าวที่มีลักษณะคล้ายละคร เน้นอารมณ์และความตื่นเต้นเกินความเป็นจริง โดยละเลยหลักจริยธรรมด้านความจริงและความถูกต้อง ทั้งที่เป็นพื้นฐานสำคัญของการรายงานข่าว (ภาณุพงษ์ ทินกร, 2560; พรธชา รอดอาตม์, 2566)

6. ปัญหาใหม่จากเทคโนโลยีสื่อดิจิทัล

การพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีสื่อดิจิทัลได้นำมาซึ่งประเด็นปัญหาด้านจริยธรรมรูปแบบใหม่ที่ซับซ้อนขึ้น สื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นช่องทางสำคัญของการแพร่กระจายข่าวปลอม (Fake news) และข้อมูลที่ไม่ได้ผ่านการตรวจสอบ อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ที่เอื้อต่อการใช้ประทุษวาจา (Hate speech) การสื่อสารที่สร้างความแตกแยกรวมถึงปรากฏการณ์การระรานทางไซเบอร์ (Cyberbullying) และการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล (วรชัย ครุจิต, 2567) อีกทั้งยังพบการไลฟ์สดเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เช่น การถ่ายทอดสดการฆ่าตัวตาย การใช้ความรุนแรง การแสดงพฤติกรรมทางเพศที่ไม่เหมาะสม

ยิ่งไปกว่านั้น การพัฒนาของเทคโนโลยีดิจิทัล โดยเฉพาะปัญญาประดิษฐ์ (AI) ก่อให้เกิดประเด็นจริยธรรมรูปแบบใหม่ เช่น การสร้างภาพจำลองหรือเนื้อหาปลอม (Deepfake) ที่ยากต่อการตรวจสอบ การจัดฉากข่าว หรือการถ่ายภาพผู้เสียชีวิตโดยไม่คำนึงถึงศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ซึ่งสร้างผลกระทบทางจิตใจต่อผู้เสียหายและครอบครัว และการรับรู้ของสังคม (ทองพูล มุขรักษ์ บำรุง ศรีนวลปาน ชวลิตรัตน์ ศรีนวลปาน และกรกฎ จำเริญ, 2566; หทัยชนก สมมิตร และนรินทร์ นำเจริญ, 2567; ญัตตริย์พัทธ์ ภักตร์พรชนิต, 2568)

กล่าวโดยสรุป ปัญหาจริยธรรมของสื่อไทยในรอบทศวรรษที่ผ่านมา มิได้เป็นเพียงประเด็นใหม่ที่เกิดจากเทคโนโลยีดิจิทัล แต่ยังเป็นการสืบเนื่องของปัญหาเดิมที่ทวีความรุนแรงและซับซ้อนมากขึ้น อิทธิพลของสื่อใหม่ที่สามารถเผยแพร่ได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง รวมถึงการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ที่ไร้ขอบเขต ได้เร่งให้ปัญหาจริยธรรมขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกัน การแข่งขันด้านความเร็ว ความนิยม และเรตติ้งบนแพลตฟอร์มออนไลน์ยังผลักดันให้สื่อจำนวนไม่น้อยละเลยความถูกต้องและมาตรฐานวิชาชีพ ผลลัพธ์ คือ การบั่นทอนความน่าเชื่อถือของสื่อ และการละเมิดสิทธิของผู้บริโภคข้อมูลในวงกว้าง

เหตุแห่งปัญหา : ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดประเด็นปัญหาจริยธรรมของสื่อ

ประเด็นปัญหาจริยธรรมของสื่อที่กล่าวถึงข้างต้น หากวิเคราะห์ถึงสาเหตุหรือปัจจัยที่นำไปสู่ปัญหา จะพบว่า มีทั้งกรณีที่เกิดจาก “เจตนา” หรือความตั้งใจของผู้กระทำซึ่งนิยามตนเองว่าเป็น “สื่อ” และกรณีที่เกิดจาก “ความไม่เจตนา” โดยมีสาเหตุจากความไม่รู้ การขาดการอบรมหรือฝึกฝนในวิชาชีพ ตลอดจนการรู้เท่าไม่ถึงการณ์ และการไม่เท่าทันเทคโนโลยีสมัยใหม่ นอกจากนี้ ยังไม่อาจปฏิเสธได้ว่า “องค์กรสื่อ” แม้จะมีพันธกิจในการทำหน้าที่เพื่อประโยชน์สาธารณะตามอุดมการณ์สื่อที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม แต่ในอีกด้านหนึ่งก็ยังคงต้องดำเนินกิจการภายใต้ข้อจำกัดทางธุรกิจ ซึ่งมุ่งหวังผลกำไรเพื่อความอยู่รอดขององค์กร สถานะเช่นนี้ทำให้สื่อต้องเผชิญกับแรงกดดันจากทั้งภายใน และภายนอกองค์กรในลักษณะที่ยากจะหลีกเลี่ยงได้ โดยสาเหตุของปัญหาจริยธรรมสื่อ สามารถจำแนกออกเป็น 2 ปัจจัยหลัก ได้แก่ 1) ปัจจัยภายใน และ 2) ปัจจัยภายนอก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) ปัจจัยภายใน หมายถึง ปัจจัยที่มาจากผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อ และปัจจัยที่มาจากนโยบายขององค์กรสื่อ

1.1) ปัจจัยที่มาจากผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อ ปัจจัยนี้อาจเกิดได้ทั้งจากการกระทำโดยเจตนา และการกระทำโดยไม่เจตนา ในกรณีที่เกิดจากเจตนา มักมีสาเหตุมาจากกิเลส ความโลภ การแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัว หรือการขาดจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคม และต่อจรรยาบรรณวิชาชีพ ส่วนการกระทำโดยไม่เจตนา ไม่ได้มุ่งหวังให้เกิดปัญหา แต่เกิดจากการขาดความระมัดระวัง ความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ หรือขาดความรู้ความเข้าใจในประเด็นที่นำเสนอ อันเนื่องมาจากไม่มีพื้นฐานความรู้ในประเด็นเฉพาะด้านนั้น ๆ ไม่ได้ศึกษาข้อมูลอย่างรอบด้าน ขาดประสบการณ์ และโอกาสในการฝึกฝนวิชาชีพ อีกทั้งไม่เคยผ่านการอบรมหรือปมเพาะคุณธรรมจริยธรรมในการเป็นผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อ รวมไปถึงการให้ข้ออ้างว่าที่ต้องกระทำไปเช่นนั้น

เพราะไม่มีเกณฑ์การตัดสินใจเชิงจริยธรรมที่ชัดเจน หรือขาดแนวปฏิบัติที่ชัดเจนจากต้นสังกัด (เทียนทิพย์ เดียวกั และบุหงา ชัยสุวรรณ, 2561; ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2562; จินตนา ต้นสุวรรณนนท์, 2565)

1.2) ปัจจัยที่มาจากนโยบายขององค์กรสื่อ แรงกดดันที่เกิดจากนโยบายและการบริหารจัดการขององค์กรสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้บริหารหรือผู้ถือหุ้นซึ่งมักให้ความสำคัญต่อผลประโยชน์ทางธุรกิจมากกว่าผลประโยชน์สาธารณะ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อนโยบายการนำเสนอข่าวสาร ผู้บริหารมักอ้างเหตุผลว่าการผลิตข่าวหรือรายการในลักษณะดังกล่าวเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคข่าวสาร โดยมุ่งเน้นประเด็นที่ดึงดูดความสนใจของสาธารณชน มากกว่าการคำนึงถึงความเสี่ยง หรือผลกระทบด้านลบที่อาจเกิดขึ้นต่อบุคคลหรือกลุ่มที่ตกเป็นข่าว รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้อง การอ้างเหตุผลเช่นนี้มักถูกนำมาใช้เพื่อสร้างความชอบธรรมต่อการดำเนินงานขององค์กรสื่อเอง (ภาณุพงษ์ ทินกร, 2560; เทียนทิพย์ เดียวกั และบุหงา ชัยสุวรรณ, 2561; จินตนา ต้นสุวรรณนนท์, 2565)

2) ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของบุคลากรสื่อ หรือองค์กรสื่อโดยตรง ได้แก่ ปัจจัยจากการแข่งขันทางธุรกิจของสื่อ ปัจจัยจากอิทธิพลของนายทุนหรือผู้สนับสนุนรายการ ปัจจัยจากการแทรกแซงทางการเมือง และปัจจัยจากการกำกับดูแลที่ไม่มีประสิทธิภาพ

2.1) ปัจจัยจากการแข่งขันทางธุรกิจของสื่อ โดยเฉพาะในยุคนี้ที่จำนวนสื่อเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ผู้บริโภคมีทางเลือกในการเปิดรับและใช้สื่อมากกว่าในอดีต การแข่งขันของสื่อเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดทำให้สื่อจำนวนไม่น้อยเลือกนำเสนอเนื้อหาที่ป้อนสนใจ (Human Interest) มากกว่าคุณค่าสาระที่ประชาชนจำเป็นต้องรู้ มีการใช้กลยุทธ์ดึงดูดผู้ชมผ่านการเล่าข่าวให้เป็นละคร มีการสร้างตัวละคร “พระเอก” “ตัวร้าย” “ตัวประกอบ” อีกทั้งมีการขยายประเด็นข่าว เกะติดการรายงานสถานการณ์อย่างต่อเนื่องจนเกินเลยขอบเขตสร้างความเดือดร้อนต่อผู้ปฏิบัติงานในการควบคุมสถานการณ์ และคนในพื้นที่เกิดเหตุ ซึ่งก็เป็นสิ่งที่พบเห็นได้โดยทั่วไป ทั้งในสื่อมวลชนดั้งเดิม และในสื่อใหม่ และจากแรงกดดันของการแข่งขันระหว่างสื่อมวลชนดั้งเดิมกับสื่อใหม่ ทำให้การรายงานข่าวของบางสำนักข่าวเริ่มละเลยจรรยาบรรณ ไม่ตรวจสอบข่าวให้ถี่ถ้วน มุ่งเน้นความเร็วแข่งกับสื่อใหม่ ด้วยเกรงว่าการนำเสนอข่าวของตนนั้นจะไม่ทันต่อสถานการณ์ และความต้องการรับรู้ข่าวสารของผู้ใช้สื่ออย่างทันทั่วถึง ยิ่งไปกว่านั้น การวัดความนิยมผ่าน “เรตติ้ง” กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดทิศทางเนื้อหา รายการ โดยเฉพาะรายการข่าวในบางสถานีโทรทัศน์ซึ่งนำไปสู่แรงกดดันให้ลดมาตรฐานทางจริยธรรม เน้นการนำเสนอข่าวที่เร้าอารมณ์เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม โดยละเลยการเคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ทั้งนี้เพื่อความอยู่รอดขององค์กรในยุคที่สื่อต้องแข่งขันทางธุรกิจอย่างรุนแรง (ภาณุพงษ์ ทินกร, 2560; เทียนทิพย์ เดียวกั และบุหงา ชัยสุวรรณ, 2561; ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2562)

2.2) ปัจจัยจากอิทธิพลของนายทุน หรือผู้สนับสนุนรายการ นับว่ามีบทบาทต่อรูปแบบและเนื้อหา รายการ ซึ่งถ้าเป็นรายการข่าว หากมีข้อเท็จจริงว่าบริษัทผู้สนับสนุนรายการมีการกระทำที่ขัดต่อกฎหมาย เช่น การปล่อยสารพิษลงสู่แหล่งน้ำ การก่อมลพิษทางอากาศ การกระทำทุจริตคอร์รัปชัน หรือการหลอกลวงภาษี อาจส่งผลให้สื่อมวลชนบางรายหลีกเลี่ยงที่จะนำเสนอประเด็นดังกล่าวดังกล่าวสู่สาธารณะ ด้วยความกังวลต่อผลกระทบทางธุรกิจ เนื่องจากรายได้หลักขององค์กรสื่อจำนวนมากยังคงพึ่งพาการโฆษณาจากผู้สนับสนุนเป็นหลัก (ภาณุพงษ์ ทินกร, 2560)

อีกทั้งทุกวันนี้ สื่อหลายแห่งมีการใช้กลยุทธ์การโฆษณาแฝงในรูปแบบต่าง ๆ แม้แต่รายการข่าวซึ่งควรเป็นพื้นที่ของข้อเท็จจริงและผลประโยชน์สาธารณะ แต่กลับพบว่า ในรายการข่าวของบางสถานีมีการสอดแทรกช่วงขายสินค้าเข้าไปในเนื้อหา รายการข่าวโดยตรง ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสม และเป็นการลดทอนความน่าเชื่อถือของเนื้อหาข่าวในสายตาสาธารณชน (ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2562)

จากปัจจัยภายนอกทั้งสองประการข้างต้น อาจกล่าวได้ว่า แรงกดดันทางธุรกิจนับเป็นรูปแบบการแทรกแซง และคุกคามเสรีภาพสื่อที่มีความแยบยล แบนเนียน ลึกซึ้งมากขึ้น โดยมีการนำกลไกทางธุรกิจที่เป็นจุดเปราะบางขององค์กรสื่อมาใช้เป็นเครื่องมือควบคุมทิศทางหรือนำเสนอข่าวสารอย่างแนบเนียน อันส่งผลให้สื่อบางส่วนไม่อาจปฏิบัติงานภายใต้หลักวิชาชีพ และจริยธรรมได้อย่างเต็มที่

2.3) ปัจจัยจากการแทรกแซงทางการเมือง ปัจจัยดังกล่าวถือเป็นแรงกดดันทางการเมืองจากรัฐบาล หรือผู้มีอำนาจทางการเมือง ผ่านการใช้อำนาจรัฐในการปิดกั้นการเข้าถึงเนื้อหาโดยอ้างเหตุผลความมั่นคงของรัฐ การห้ามเผยแพร่เนื้อหา หรือขอความร่วมมือไม่ให้นำเสนอสิ่งที่จะไปกระทบกับผู้ถือสิทธิที่มีความเชื่อมโยงกับรัฐบาล การขอความร่วมมือในการหลีกเลี่ยงประเด็นอ่อนไหวทางการเมือง การเรียกสื่อเข้าปรับทัศนคติ หรือแม้แต่การสั่งปิดสื่อที่เป็นคู่ขัดแย้งกับรัฐ เป็นต้น และยังหากเป็นสื่อของรัฐ การแทรกแซงทางการเมืองยังมีแนวโน้มสูงขึ้น เนื่องจากองค์กรสื่อเหล่านี้มักปฏิบัติหน้าที่ในฐานะ “กระบอกเสียง” มากกว่าที่จะทำหน้าที่ตรวจสอบการใช้อำนาจของรัฐตามหลักประชาธิปไตย ซึ่งการแทรกแซงด้วยวิธีการเหล่านี้ ทำให้สื่อบางส่วนไม่กล้าที่จะวิพากษ์วิจารณ์ ตรวจสอบ ถ่วงดุล หรือตีแผ่ความจริงสู่สาธารณะ (ภาณุพงษ์ ทินกร, 2560) และจะทำให้สื่อไม่ได้ทำหน้าที่ตามที่สังคมคาดหวังในฐานะที่สื่อจะต้องตอบสนองสิทธิที่จะรู้ของประชาชน

2.4) ปัจจัยจากการกำกับดูแลที่ไม่มีประสิทธิภาพ นับเป็นอุปสรรคสำคัญที่ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนไทยในปัจจุบัน ทั้งในด้านการบังคับใช้กฎหมายที่ไม่เข้มงวด และบทลงโทษที่ไม่เพียงพอในการยับยั้งพฤติกรรมการละเมิดจริยธรรม กรณีที่มีการละเมิดกฎหมาย มักพบว่าบทลงโทษไม่ทำให้ผู้กระทำผิดเกิดความเกรงกลัวหรือหลาบจำ ขณะเดียวกัน หากเป็นการกระทำผิดในเชิงจริยธรรมวิชาชีพ แนวทางการกำกับดูแลโดยองค์กรวิชาชีพสื่อ เช่น สมาคมหรือสภาวิชาชีพสื่อมวลชน มักดำเนินการในลักษณะของการออกแถลงการณ์ การตักเตือน หรือการขอความร่วมมือไม่ให้มีการกระทำผิดซ้ำ โดยไม่มีมาตรการลงโทษที่ชัดเจน หรือมีผลทางกฎหมาย ทำให้ถูกวิจารณ์ว่าเป็นเพียงเสือกระดาษ ไม่มีอำนาจให้คนให้โทษแก่สมาชิก สมาชิกที่ถูกตัดสินว่ากระทำผิดเลือกที่จะไม่ปฏิบัติตามคำตัดสิน และลาออกจากสมาคมวิชาชีพได้ ซึ่งทำให้การกำกับดูแลในลักษณะนี้ไม่มีประสิทธิผลในการควบคุมพฤติกรรมของสื่อที่กระทำผิด ในขณะที่กลุ่มผู้ผลิตสื่อที่อยู่นอกเหนือการกำกับดูแลขององค์กรวิชาชีพ เช่น ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อออนไลน์ สื่อภาคประชาชน นักข่าวพลเมือง ผู้มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์ หรือผู้มีชื่อเสียงทางสังคม หากมีการกระทำผิดจริยธรรม กลุ่มดังกล่าวยังไม่มีการรอบจริยธรรมทางวิชาชีพเฉพาะที่ใช้ควบคุม หรือกำกับพฤติกรรมในการปฏิบัติหน้าที่ จึงอาจก่อให้เกิดปัญหาด้านจริยธรรมในการสื่อสารสาธารณะ ซึ่งยากต่อการตรวจสอบ และจัดการอย่างเป็นระบบ (พัชราภา เอื้ออมรวนิช, 2562; พรชาร รอดอาตม์, 2566)

นอกจากนี้ จากการศึกษารายงานผลการวิจัยของมูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI, 2559) เรื่อง การกำกับดูแลเนื้อหาของสื่อหนังสือพิมพ์ พบว่า สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ และองค์กรพันธมิตรอื่น ๆ ยังมีปัญหาในการดำเนินการให้เกิดประสิทธิผลในการกำกับดูแลสมาชิกอย่างแท้จริง เนื่องจากมีข้อจำกัดหลายประการ ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่า หลักจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชนเป็นข้อกำหนดแนวทางการประพฤติปฏิบัติระหว่างองค์กร และไม่มีสภาพบังคับตามกฎหมาย กลไกทางกฎหมายจึงไม่สามารถเข้าไปควบคุมได้ อีกทั้งภาณุพงษ์ ทินกร (2560) ยังให้ข้อมูลว่า จรรยาบรรณวิชาชีพของสื่อโทรทัศน์แม้จะมีการกำหนดไว้ในข้อบังคับสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ พ.ศ. 2553 แต่ในความเป็นจริง ข้อกำหนดเหล่านี้เป็นเพียงหลักการ แนวทาง และข้อปฏิบัติที่ไม่มีมาตรการลงโทษที่ชัดเจน อีกทั้งไม่มีบทบัญญัติทางกฎหมายที่รองรับการบังคับใช้ ซึ่งไม่เหมือนกับจรรยาบรรณวิชาชีพอื่นๆ เช่น แพทย์ พยาบาล หรือ วิศวกรที่สามารถเพิกถอนใบอนุญาตได้ในกรณีที่กระทำผิดจรรยาบรรณอย่างร้ายแรง

ประเด็นดังกล่าวสอดคล้องกับมูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2559) ที่ได้วิเคราะห์ข้อเสียของการควบคุมกันเองโดยองค์กรกำกับดูแลกันเองที่ไม่ใช่ภาครัฐ คือ ไม่มีบทลงโทษที่เข้มงวด ขาดความโปร่งใส และน่าเชื่อถือในการออกข้อบังคับ หรือกฎต่าง ๆ เช่นเดียวกับที่พัชรภา เอื้ออมรวนิช (2562) ได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกันเองของสื่อมวลชนในประเทศไทย ก็พบว่า มีการศึกษาจำนวนมากที่สะท้อนให้เห็นว่า การกำกับดูแลกันเองของสื่อมวลชนในประเทศไทยยังไม่มีประสิทธิภาพมากนัก และไม่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสังคม

จากปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมา หากปัญหาด้านจริยธรรมของสื่อเกิดขึ้นจากปัจจัยภายใน อันได้แก่ ตัวผู้ปฏิบัติงานหรือองค์กรสื่อเอง ปัญหาเหล่านี้ยังสามารถแก้ไขได้ หากผู้ประกอบการวิชาชีพมีจิตสำนึกในความเป็นสื่อมืออาชีพที่ยึดมั่นในหลักจริยธรรมเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน อย่างไรก็ตาม หากปัญหาดังกล่าวมีสาเหตุจากปัจจัยภายนอก เช่น แรงกดดันจากธุรกิจ หรือแรงกดดันทางการเมือง ย่อมมีความยากลำบากในการกำกับควบคุม ดังนั้นการป้องกัน และแก้ไขปัญหาจึงจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยดำเนินการด้วยความจริงจัง โปร่งใส และมีเป้าหมายร่วมกันในการยกระดับมาตรฐานจริยธรรมของสื่อในสังคมไทย

ทางออกของปัญหายจริยธรรมสื่อไทย : กำกับดูแลอย่างไรให้มีประสิทธิภาพ

การกำกับดูแลสื่อ (Media regulation) หมายถึง การควบคุมหรือดูแลให้สื่อมวลชนปฏิบัติหน้าที่ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอย่างมีเสรีภาพ และความรับผิดชอบต่อสังคม แนวคิดเรื่องการกำกับดูแลสื่อมีพัฒนาการมาอย่างยาวนานในต่างประเทศ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่สื่อมวลชนบางส่วนใช้เสรีภาพในการนำเสนอข่าวสารเกินขอบเขตจนละเมิดสิทธิของผู้อื่น ส่งผลให้เกิดความตื่นตัวในการกำหนดหลักจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชน และการรวมตัวของผู้ปฏิบัติงานสื่อในรูปแบบของสมาคมหรือองค์กรวิชาชีพ เพื่อทำหน้าที่กำกับดูแล ส่งเสริม และรักษามาตรฐานจริยธรรมของวิชาชีพ อันมีเป้าหมายเพื่อยกระดับความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนในสายตาสาธารณชน และสร้างหลักประกันว่าสื่อจะปฏิบัติงานภายใต้หลักจริยธรรม และความรับผิดชอบต่ออย่างแท้จริง (ภาณุพงษ์ ทินกร, 2560)

ทั้งนี้ จากการศึกษาแนวทางการกำกับดูแลสื่อทั้งในสื่อมวลชนดั้งเดิม และการกำกับดูแลในสื่อใหม่ พบว่า มีแนวทางการกำกับดูแลสื่อที่สอดคล้องกับบริบทในประเทศไทย 4 รูปแบบดังนี้ (ภาณุพงษ์ ทินกร, 2560; ตริยรัตน์ ปลื้มปิตชัยกุล, 2561; พรรณี อมรวิพุธพนิช, 2562; พัทธภา เอื้ออมรวนิช, 2562; พรรษา รอดอาตม์, 2566)

1) แนวทางการกำกับดูแลกันเองโดยองค์กรวิชาชีพ (Professional Self-Regulation) ถือเป็นแนวทางที่ผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อมวลชนดั้งเดิมส่วนใหญ่ให้การสนับสนุน เพราะมีความเป็นอิสระในการทำงาน ปลอดภัยจากรัฐ โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบวิชาชีพในสื่อมวลชนได้มีการกำกับดูแลกันเองผ่านการจัดตั้งองค์กรกลางหรือองค์กรอิสระ เพื่อตรวจสอบกำกับพฤติกรรมของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อด้วยกันเองในรูปแบบของสมาคมสื่อหรือ สภาวิชาชีพสื่อที่ทำหน้าที่ออกกฎระเบียบ ข้อบังคับ และแนวทางปฏิบัติทางจริยธรรม รวมถึงการให้คำแนะนำ แจ้งเตือน และจัดอบรมจริยธรรมแก่สมาชิก ตลอดจนรับเรื่องร้องเรียน และตรวจสอบพฤติกรรมของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ อย่างไรก็ตาม แนวทางนี้ยังคงมีข้อจำกัดสำคัญ คือ ขาดมาตรการลงโทษที่มีผลบังคับใช้ ทำให้ไม่สามารถจัดการกับกรณีละเมิดจริยธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ จนอาจนำไปสู่การกระทำผิดซ้ำ อีกทั้งกลไกการกำกับดูแลกันเองยังไม่สามารถครอบคลุมถึงกลุ่มผู้ผลิตสื่ออิสระ อาทิ ยูทูบเบอร์ อินฟลูเอนเซอร์ ผู้ดูแลเพจบนสื่อสังคมออนไลน์ หรือบุคคลทั่วไปที่เผยแพร่ข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างทั่วถึง ซึ่งโดยทั่วไปการกำกับดูแลในกรณีดังกล่าวยังอยู่ในลักษณะของการ “ขอความร่วมมือ” มากกว่าการกำกับดูแลอย่างเป็นทางการ (พัชรภา เอื้ออมรวนิช, 2562; พรรษา รอดอาตม์, 2566)

2) **แนวทางการกำกับดูแลตนเอง (Individual Self-Regulation)** แนวทางนี้เป็นการที่บุคคลหรือองค์กร สื่อแต่ละรายรับผิดชอบต่อการควบคุม ตรวจสอบ และพัฒนาแนวปฏิบัติของตนเองโดยไม่ต้องพึ่งพาลูกข่ายภายนอก สำหรับสื่อมวลชนดั้งเดิม แนวทางนี้มักปรากฏในรูปแบบของการปฏิบัติตามข้อกำหนดทางจริยธรรมขององค์กร หรือสมาคมวิชาชีพอย่างเคร่งครัด โดยยึดถือประโยชน์สาธารณะเป็นหลัก และมีกลไกภายในองค์กรในการ กลั่นกรองเนื้อหาอย่างเป็นระบบ ในขณะเดียวกัน สื่อสังคมออนไลน์ซึ่งเปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปสามารถผลิตและ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้โดยอิสระ จำเป็นต้องพัฒนาจิตสำนึกด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และกลั่นกรองเนื้อหา อย่างรอบคอบก่อนเผยแพร่ เพื่อป้องกันผลกระทบในทางลบต่อผู้รับสารและสังคม (พรรษา รอดอาตม์, 2566)

3) **แนวทางการกำกับดูแลร่วมกัน (Co-regulation)** แนวทางนี้เป็นกลไกที่เกิดจากความร่วมมือกัน ระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ได้แก่ สื่อมวลชน ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และประชาชนทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์ ผู้ให้บริการเครือข่าย และผู้ให้บริการระบบอินเทอร์เน็ตที่จะต้อง มีบทบาทร่วมกันในการรับผิดชอบต่อการกำกับดูแลเนื้อหาสื่อ และการสื่อสารในสังคมดิจิทัล โดยกำหนดแนว ปฏิบัติการใช้งาน (Community Guidelines) ที่ชัดเจน พัฒนาระบบการรายงาน และการตอบสนองต่อเนื้อหา ที่ไม่เหมาะสม (Report and Feedback System) ให้มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และโปร่งใสมากยิ่งขึ้น และหาก พบว่า มีการนำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมไม่ว่ารูปแบบใดก็ตาม แพลตฟอร์มควรมีบทลงโทษที่เหมาะสม เช่น การระงับหรือปิดบัญชีถาวร และในกรณีที่มีความผิดตามกฎหมาย แพลตฟอร์มต้องดำเนินการแจ้งความ หรือส่งเรื่องให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินคดีตามกฎหมายได้ โดยมีภาคเอกชนเป็นผู้กลั่นกรองและช่วย ตรวจสอบเนื้อหาควบคู่ไปกับภาครัฐ โดยร่วมกับภาคประชาสังคมในการจัดตั้งเครือข่ายเฝ้าระวังและติดตาม การกระทำที่ละเมิดจริยธรรมสื่อ หากพบเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมหรือมีพฤติกรรมสื่อที่อาจละเมิดหลักจริยธรรม ต้องดำเนินการเพื่อเรียกร้องความรับผิดชอบต่อสื่อ นอกจากนี้ ยังต้องมีมาตรการทางสังคมในการดำเนินการ ตอบโต้กับสื่อที่ขาดความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม เช่น การไม่สนับสนุน ไม่ซื้อ ไม่รับชม ไม่รับฟัง และแสดง ปฏิกริยาในพื้นที่สื่อออนไลน์ เพื่อกระตุ้นให้เกิดสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมและการทบทวนตนเองในหมู่ผู้ผลิตสื่อ อีกทั้งควรส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านจริยธรรมสื่ออย่างต่อเนื่อง รวมถึงเผยแพร่ความรู้เรื่องการรู้เท่า ทันสื่อ (Media literacy) แก่ประชาชน โดยเป็นความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และสมาคมผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อ เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันและสร้างแรงกดดันจากผู้บริโภคโดยตรง (ภาณุพงษ์ ทินกร, 2560; พรรณี อมรวิพุธพนิช, 2562; พัชรภา เอื้ออมรวินิช, 2562; พรรษา รอดอาตม์, 2566)

4) **แนวทางการกำกับดูแลจากภาครัฐ (State-regulation)** แนวทางนี้อาศัยการออกกฎหมายเป็นเครื่องมือหลัก ในการควบคุมสื่อ ซึ่งมักถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าไม่เหมาะสมในสังคมประชาธิปไตย และเป็นแนวทางที่มัก ถูกปฏิเสธจากกลุ่มนักวิชาการ และกลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อ เนื่องจากเป็นการกีดกันและจำกัดสิทธิเสรีภาพ ในการนำเสนอข่าวสารและการแสดงความคิดเห็น อย่างไรก็ตาม การกำกับดูแลโดยรัฐยังคงมีความจำเป็น ในบางกรณี โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงของรัฐ หรือความปลอดภัยสาธารณะ เช่น ภาวะโรคระบาด หรือภัยพิบัติทางธรรมชาติ ทั้งนี้ จากการที่เทคโนโลยีการสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ภาครัฐจำเป็นต้องให้การสนับสนุนการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสื่อให้ทันสมัย สอดคล้องกับ มาตรฐานสากล และบริบททางสังคมปัจจุบัน โดยเปิดโอกาสให้สื่อมวลชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างเปิดเผย มีการปกป้องคุ้มครองสื่อตามมาตรฐานสากลด้านสิทธิมนุษยชน และลดการใช้กฎหมายหรือข้อบังคับที่อาจ เป็นอุปสรรคหรือขัดขวางการทำงานของสื่อ นอกจากนี้ รัฐควรส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของผู้ปฏิบัติงานสื่อ ผ่านการสนับสนุนด้านบุคลากร งบประมาณ และการจัดอบรมความรู้ด้านกฎหมาย ตลอดจนการใช้เทคโนโลยี เช่น ระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อตรวจสอบและคัดกรองเนื้อหาที่อาจละเมิดกฎหมายในสื่อสังคมออนไลน์ (ภาณุพงษ์ ทินกร, 2560; ตริยรัตน์ ปลื้มปิติชัยกุล, 2561; พรรษา รอดอาตม์, 2566)

กล่าวได้ว่า แนวทางการกำกับดูแลสื่อสามารถดำเนินการได้ผ่านทั้งกลไกภายในและกลไกภายนอก โดยกลไกภายใน ได้แก่ การที่ผู้ปฏิบัติงานสื่อมีจิตสำนึกในจริยธรรมวิชาชีพ ยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพ และปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบต่องาน ตลอดจนการตรวจสอบโดยองค์กรวิชาชีพ หรือองค์กรสื่อด้วยตนเอง ซึ่งเป็นแนวทางที่มีแนวโน้มจะส่งผลในการกำกับดูแลอย่างมีประสิทธิภาพ และยั่งยืนมากกว่าการใช้กลไกภายนอก เช่น การออกกฎหมายหรือข้อบังคับโดยรัฐที่อาจส่งผลกระทบต่อเสรีภาพในการสื่อสารและการแสดงความคิดเห็นในสังคมประชาธิปไตย

ข้อเสนอแนะเชิงบูรณาการเพื่อกำกับดูแลสื่อไทยในยุคดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดประเด็นปัญหาจริยธรรมของสื่อ และแนวทางการกำกับดูแลสื่อทั้ง 4 รูปแบบ อันได้แก่ แนวทางการกำกับดูแลกันเองโดยองค์กรวิชาชีพ การกำกับดูแลตนเอง การกำกับดูแลร่วมกัน และการกำกับดูแลจากภาครัฐ สามารถสังเคราะห์เป็นข้อเสนอแนะเชิงบูรณาการเพื่อกำกับดูแลสื่อไทยในยุคดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพได้ดังนี้

1. **พัฒนากลไกการกำกับดูแลแบบผสมผสาน** โดยยึดแนวทาง “การกำกับดูแลร่วมกัน” (Co-regulation) อาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ได้แก่ สื่อมวลชนและองค์กรวิชาชีพสื่อ ภาครัฐ ภาคเอกชนด้านเทคโนโลยีและธุรกิจสื่อ แพลตฟอร์มออนไลน์ ภาคประชาสังคม ผู้บริโภคสื่อ รวมถึงสถาบันการศึกษาและนักวิชาการ เพื่อเสริมสร้างความโปร่งใส ความเป็นธรรม และระบบตรวจสอบถ่วงดุลที่มีประสิทธิภาพ โดยมีกลไกสำคัญดังนี้

- **การจัดตั้ง “สภาวิชาชีพสื่อมวลชนแห่งชาติ”** ซึ่งเป็นองค์กรตามกฎหมายที่มีอำนาจครอบคลุมการกำกับดูแลสื่อทุกประเภท รวมถึงแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยมีหน้าที่คุ้มครองสิทธิเสรีภาพของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ ส่งเสริมมาตรฐานด้านวิชาชีพและจริยธรรม พิจารณาและตัดสินเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการละเมิดจริยธรรมสื่อ รวมถึงการกำหนดบทลงโทษทางวิชาชีพที่สามารถบังคับใช้ได้จริง ควบคู่ไปกับการพัฒนาศักยภาพของสื่อมวลชน

- **การกำหนดจรรยาบรรณและแนวปฏิบัติ (Code of Conduct)** สำหรับสื่อทุกประเภท ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อออนไลน์ พร้อมจัดทำคู่มือแนวปฏิบัติด้านจริยธรรมสื่อ รวมถึงแนวทางใช้เทคโนโลยีใหม่ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) อย่างมีธรรมาภิบาล ตลอดจนการปรับปรุงมาตรฐานจริยธรรมให้สอดคล้องกับบริบทสังคมและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ แนวทางนี้สอดคล้องกับข้อเสนอของ UNESCO ที่สนับสนุนการพัฒนา “AI ethics guidelines” สำหรับสื่อ (UNESCO, 2021)

- **การพัฒนาดัชนีวัดคุณภาพและความน่าเชื่อถือของสื่อ** เพื่อใช้เป็นกลไกส่งเสริมการแข่งขันด้านคุณภาพและจริยธรรม อันจะช่วยยกระดับมาตรฐานของสื่อไทยในระยะยาว

2. **เสริมกลไกการบังคับใช้** เพื่อให้ระบบการกำกับดูแลสื่อมีผลในทางปฏิบัติอย่างแท้จริง จำเป็นต้องมีกลไกด้านจริยธรรมที่สามารถบังคับใช้ได้อย่างชัดเจนและโปร่งใส โดยมีมาตรการสำคัญ เช่น

- **การกำหนดบทลงโทษที่มีผลบังคับใช้** เช่น การระงับสิทธิการเผยแพร่ชั่วคราว การเพิกถอนใบอนุญาต หรือปิดบัญชีสื่อในกรณีร้ายแรง แนวทางนี้สอดคล้องกับโมเดลการกำกับดูแลของ Federal Communications Commission (FCC) ในสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีมาตรการปรับ หรือเพิกถอนใบอนุญาตสถานที่ละเมิดข้อบังคับ (Napoli, 2019)

- **การขยายขอบเขตการกำกับดูแลให้ครอบคลุมไปยังผู้ผลิตสื่ออิสระและสื่อใหม่** ผ่านการส่งเสริมการเข้าร่วมเครือข่ายวิชาชีพ หรือการสมัครใจปฏิบัติตามจรรยาบรรณร่วม (Code of Conduct)

- **การพัฒนากระบวนการจัดการข้อร้องเรียน** ที่สามารถตรวจสอบ และลงโทษสื่อที่ละเมิดจริยธรรมอย่างรวดเร็ว โปร่งใส และตรวจสอบได้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อประชาชนและผู้บริโภคสื่อ

- **การจัดทำฐานข้อมูลกลาง** เพื่อติดตามประวัติการละเมิดจริยธรรมของผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อ

3. พัฒนาระบบเทคโนโลยีและสร้างเครือข่ายเฝ้าระวังสื่อ

- **การสนับสนุนการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI)** เพื่อตรวจจับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม หรือละเมิดจริยธรรม โดยต้องมีระบบตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญควบคู่ไปด้วย สอดคล้องกับแนวทางของสหภาพยุโรปที่กำหนดให้แพลตฟอร์มต้องใช้ทั้ง AI Moderation และ Human Oversight ภายใต้กฎหมาย Digital Services Act (DSA) (European Commission, 2022)

- **การพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับประชาชน** เพื่อรายงานเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในสื่อและเชื่อมโยงการรายงานไปยัง กสทช. และสภาวิชาชีพสื่อ

- **การจัดตั้งเครือข่ายอาสาสมัครตรวจสอบและเฝ้าระวังสื่อ** โดยมีตัวแทนจากภาคประชาชน นักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อทำหน้าที่ร่วมกัน คล้ายกับโมเดล “Citizen Watchdog” ที่ใช้ในประเทศเกาหลีใต้ (Lee, 2018)

4. เสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านจริยธรรม

- **การส่งเสริมชุมชนแห่งการเรียนรู้ (Community of Practice)** สำหรับผู้ปฏิบัติงานสื่อ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ แนวปฏิบัติที่ดี และบทเรียนจากการทำงานจริง โดยมีเป้าหมายเพื่อยกระดับมาตรฐานวิชาชีพ และส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต

- **การจัดทำระบบพี่เลี้ยง (Mentorship Program)** สำหรับนักข่าวรุ่นใหม่ โดยมีนักข่าวอาวุโส หรือบรรณาธิการมาถ่ายทอดความรู้ ทักษะ และค่านิยมวิชาชีพไปยังนักข่าวรุ่นใหม่ เพื่อเตรียมความพร้อมในการเป็นสื่อมืออาชีพที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

- **การจัดทำระบบรางวัลและการรับรองคุณภาพด้านจริยธรรมสื่อ** โดยความร่วมมือระหว่างศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) และกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เพื่อเป็นแรงจูงใจให้องค์กรสื่อยกระดับมาตรฐาน

5. ส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy)

- **การบรรจุหลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อในระบบการศึกษาทุกระดับ** ทั้งในระบบและนอกระบบ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มประชากรทุกช่วงวัยอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ โดยเน้นการเรียนรู้ผ่านสถานการณ์จำลองในชีวิตจริง

- **การรณรงค์สร้างวัฒนธรรมการบริโภคสื่ออย่างมีวิจารณญาณ** และแสดงจุดยืนต่อสื่อที่ขาดความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การไม่สนับสนุน หรือแสดงปฏิกิริยาเชิงลบในพื้นที่ออนไลน์ ผ่านความร่วมมือของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ กระทรวงวัฒนธรรม และภาคีเครือข่ายและองค์กรภาคีเครือข่ายต่างๆ

- **การสร้างเครือข่ายผู้บริโภคสื่อที่เข้มแข็ง** ในการเป็น “กลไกตรวจสอบสื่อจากภาคประชาชน” และกดดันผู้ผลิตสื่อให้ยึดหลักจริยธรรม และมีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสะท้อนถึงการสร้าง “ผู้บริโภคสื่อที่มีพลัง” (empowered audience) ตามแนวคิดของ Livingstone (2004)

6. ปรับปรุงกฎหมายแบบมีส่วนร่วม

- **การทบทวนหรือยกเลิกกฎหมายที่จำกัดเสรีภาพของสื่อ** พร้อมกับปรับปรุงกฎหมายสื่อให้ทันสมัย และสอดคล้องกับมาตรฐานสิทธิมนุษยชนสากล โดยอาศัยการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน

• การปรับกรอบอำนาจหน้าที่ของ กสทช. ให้ครอบคลุมการกำกับดูแลแพลตฟอร์ม OTT และ สื่อออนไลน์ ได้อย่างเหมาะสม

• การพัฒนากลไกบังคับใช้กฎหมายที่โปร่งใสและตรวจสอบได้โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมติดตาม

• การเปลี่ยนบทบาทของรัฐจาก “ผู้ควบคุม” เป็น “ผู้สนับสนุน” โดยส่งเสริมสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาด้านจริยธรรมสื่อและเทคโนโลยี การให้ทุนสนับสนุนการผลิตสื่อสร้างสรรค์ และการเสริมศักยภาพบุคลากรในวิชาชีพสื่อ

ข้อเสนอแนะเชิงบูรณาการดังกล่าวมุ่งสร้างระบบการกำกับดูแลสื่อที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และสอดคล้องกับหลักการประชาธิปไตย โดยเน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน เพื่อยกระดับจริยธรรมของวิชาชีพสื่อมวลชน และสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพสื่อของสังคมไทยในยุคดิจิทัล

บทสรุป

ในสังคมประชาธิปไตย การทำหน้าที่ของสื่อต้องดำเนินควบคู่ระหว่าง “เสรีภาพ” และ “ความรับผิดชอบ” สื่อจะได้รับความคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพ ก็ต่อเมื่อสามารถปฏิบัติหน้าที่อย่างมีจริยธรรม โดยยึดหลักประโยชน์สาธารณะ จนได้รับความเชื่อถือจากสังคม ซึ่งความไว้วางใจนี้เป็นกลไกป้องกันสื่อจากอิทธิพลทางการเมืองและอำนาจทุน

จากคำกล่าวที่ว่า “แม้พัฒนาการของสื่อจะเปลี่ยนแปลงไป แต่ปัญหาจริยธรรมสื่อไทยไม่เปลี่ยนแปลง” สะท้อนให้เห็นปรากฏการณ์ของปัญหาที่ยังปรากฏอย่างต่อเนื่อง และซับซ้อนยิ่งขึ้น การกำกับดูแลสื่ออย่างมีประสิทธิภาพจึงจำเป็นต้องอาศัยแนวทางแบบผสมผสาน ทั้งการกำกับดูแลร่วมกัน การกำกับดูแลตนเอง การกำกับดูแลกันเองโดยองค์กรวิชาชีพ ตลอดจนการกำกับดูแลจากภาครัฐในบางกรณี กระบวนการเหล่านี้ต้องขับเคลื่อนด้วยความร่วมมืออย่างจริงจังจากทุกภาคส่วน ทั้งองค์กรสื่อ สมาคมวิชาชีพ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม สถาบันการศึกษา และประชาชน เพื่อสร้างระบบนิเวศสื่อที่ยึดหลักจริยธรรม โปร่งใส และเป็นที่ยึดเหนี่ยวในยามวิกฤติ ขณะเดียวกัน การพัฒนาคุณภาพของสื่อจะเกิดขึ้นได้อย่างยั่งยืนก็ต่อเมื่อควบคู่ไปกับการเสริมสร้างพลเมืองรู้เท่าทันสื่อที่มีพลังในการตรวจสอบ วิพากษ์ และร่วมกำกับดูแลสื่อในฐานะผู้บริโภคเชิงรุก เพื่อผลักดันให้สื่อพัฒนาอย่างมีคุณภาพ สร้างความน่าเชื่อถือ และตอบสนองต่อสาธารณะอย่างแท้จริง

บรรณานุกรม

- จินตนา ตันสุวรรณนนท์. (2565). *กฎหมาย จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อการผลิตสื่อ*. กรุงเทพฯ: กราฟิกไซท์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.
- ณัชชา พัฒนณุกิจ. (2561). *สื่อมวลชนกับจริยธรรมและจรรยาบรรณในยุคโซเชียลมีเดีย (Social Media)*. <https://www.presscouncil.or.th/ethics/4280>
- ณัฏฐยัพันธ์ ภัทรพรรัตน์. (2568). โอกาสและความท้าทายด้านจริยธรรมสื่อดิจิทัลในยุคปัญญาประดิษฐ์. *วารสารรัชภาคย์*, 19(62), 547-558.
- ตรัยรัตน์ ปลื้มปิ๊ดชัยกุล. (2561). จริยธรรมการสื่อสารในยุคสื่อใหม่. *วารสาร สาร สื่อ ศิลป์*, 1(2), 39-48.
- ทองพูล มุขรักษ์, บำรุง ศรีนวลปาน, ชวัลรัตน์ ศรีนวลปาน และกรกฎ จำเนียร. (2566). จริยธรรมและจรรยาบรรณของสื่อในสังคมไทยในการนำเสนอข่าวยุคดิจิทัลกรณีศึกษาการกราดยิงหนองบัวลำภู, คดีน้องชมพูและคดีแต่งไม่ความท้าทายที่ยังมีปัญหา. *วารสารวิชาการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช*, 1(1), 54-67.

- เทียนทิพย์ เดียวกี. (2559). จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อในการนำเสนอข่าวยุคดิจิทัล. *วารสารการสื่อสารและการจัดการนิคั๋ว*, 2(2), 125-143.
- เทียนทิพย์ เดียวกี และบุหงา ชัยสุวรรณ. (2561). จริยธรรมนักข่าวพลเมืองในการนำเสนอข่าวเด็กผ่านสื่อสังคมออนไลน์. *Veridian E-Journal*, Silapakorn University, 11(2), 582-597.
- นงคณา ทานวิไล. (2561). แนวทางการเสริมสร้างจริยธรรมสื่อมวลชนไทยเชิงพุทธบูรณาการ. *วารสารร่มพญักษ์มหาวิทยาลัยเกริก*, 36(1), 136-155.
- ปณัฏฐา ลีลายุทธ์ และบุญเลิศ โอฐสุ. (2560). จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อมวลชนยุคสื่อดิจิทัล. *วารสารบัณฑิตศึกษาปริทรรศน์*, 13(2), 176-189.
- พรรณี อมริพิพพานิช. (2562). การกำหนดแนวทางปฏิบัติทาง “จริยธรรม” สำหรับนักข่าวพลเมืองยุคสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 23(1), 270-283.
- พรรษา รอดอาตม์. (2566). มาตรฐานจริยธรรมที่ควรปฏิบัติสำหรับผู้ที่ต้องการเป็นนักสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ตามบรรทัดฐานของสังคม. *วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์*, 2(3), 22-49.
- พัชรภา เอื้ออมรวิช. (2562). สื่อมวลชนกับการดูแลกำกับตนเอง. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 39(3), 150-161.
- ภาณุพงษ์ ทินกร. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลและแนวทางกำกับดูแล. [การค้นคว้าอิสระ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].
- มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2559). *การศึกษาวิจัยปฏิรูปสื่อ เล่มที่ 4 การกำกับดูแลเนื้อหาของสื่อหนังสือพิมพ์* (รายงานการวิจัย). สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.
- วรัชญ์ ครุจิต. (2567). มาตรฐานจริยธรรมในการใช้สื่อออนไลน์ สำหรับหน่วยงานภาครัฐ. *วารสารนิเทศศาสตร์*, 42(2), 18-31.
- ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. (2562). *การเสริมสร้างศักยภาพและส่งเสริมจริยธรรมบุคลากรในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ปีงบประมาณ 2562*. <https://broadcast.nbtc.go.th/data/academic/file/640600000002.pdf>
- สำนักข่าวอิสรา. (2566). *สารพัดความท้าทายในความน่าเชื่อถือ: รายงานสถานการณ์จริยธรรมสื่อปี 2566*. <https://www.isranews.org/article/isranews-article/125084-media-5.html>
- หทัยชนก สมมิตร และนรินทร์ นำเจริญ. (2567). จริยธรรมการใช้กราฟิกจำลองเหตุการณ์ในการนำเสนอข่าวโทรทัศน์. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต*, 18(2), 229-258.
- European Commission. (2022). *The Digital Services Act package*. Brussels: European Union.
- Lee, S. (2018). Citizen participation in media monitoring: The Korean experience. *Journal of Communication Research*, 55(3), 201–220.
- Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *Communication Review*, 7(1), 3–14.
- Napoli, P. M. (2019). *Social media and the public interest: Media regulation in the disinformation age*. Columbia University Press.
- UNESCO. (2021). *Ethics of artificial intelligence: Recommendation on the ethics of AI*. Paris: UNESCO.