

จริยธรรมการสื่อสารในการนำเสนอสื่อเพื่อการแสดงในยุคดิจิทัล

Communication Ethics in Presenting Media for Performance in the Digital Age

ชวณีย์ ชื่นเกิดลาภ¹, กมลลา ตรีสาร์²

และปัทมิภาณ พลมาตย์³

Chawanee Chuenkerdlarp¹, Kamala Treesarn²

and Patiphan Pholmat³

Received: 11/07/2567

Revised: 10/12/2567

Accepted: 22/12/2567

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มุ่งศึกษาแนวคิดประเด็นจริยธรรมจริยธรรมทางการสื่อสาร ซึ่งถือเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งที่สังคมยุคปัจจุบันซึ่งเป็นยุคดิจิทัลควรตระหนัก เนื่องด้วยวิถีชีวิตและค่านิยมของผู้คนในสังคมเปลี่ยนแปลงไปจากพัฒนาการของการสื่อสารและเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า ส่งผลทำให้ทิศทางการนำเสนอสื่อเพื่อการแสดงในยุคดิจิทัลก็มีแนวโน้มเผชิญกับปัญหา ในแง่ของการนำเสนอเชิงเนื้อหาการแสดงที่แฝงไว้ด้วยภัยต่อสังคม อันมีจุดมุ่งหมายที่เน้นการตอบสนองต่อผู้บริโภคในฐานะผู้รับสารเป็นหลัก ซึ่งผู้นำเสนอสารผ่านช่องทางทางการสื่อสารก็มักไม่คำนึงถึงผลกระทบที่จะติดตามมาต่อสังคม หากแต่มีความคิดที่จะสร้างกระแสทางสังคม อันเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ที่จะได้รับ ทั้งนี้ในการศึกษานี้ได้วิเคราะห์ปัญหาเชิงจริยธรรมการสื่อสารพบว่า วิกฤติเกิดจากการขาดซึ่งความรู้และไม่ได้เห็นถึงประโยชน์ในการรักษากรอบทางจริยธรรมที่ควรเป็นของผู้ผลิตสื่อและผู้รับสาร อีกทั้งแนวทางการพัฒนาจริยธรรมการสื่อสารในการนำเสนอสื่อเพื่อการแสดงสามารถดำเนินการได้หากเกิดความร่วมมือในการสร้างความตระหนักรู้ของทุกภาคส่วนในสมาชิกทางสังคม

คำสำคัญ: จริยธรรมการสื่อสาร, การแสดง, ยุคดิจิทัล

Abstract

This academic article aims to study the concept of ethical issues and communication ethics. This is an extremely important thing that today's society, which is the digital age, should be aware of. Because the lifestyles and values of people in society have changed due to the development of communication and advanced technology. As a result, the direction of presenting media for performances in the digital age tends to face problems. In terms of presenting the content of the show that is hidden in danger to society. which aims to focus primarily on responding to consumers as receivers of the message Those who

¹⁻² อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

¹⁻² Lecturer in the School of Communication Arts Sripatum University.

³ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการออกแบบสื่อสารออนไลน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น

³ Lecturer in Online Communication Design Program, School of Communication Arts, Sripatum University, Khon Kaen Campus.

*E-mail: patiphan.ph@spu.ac.th

present messages through communication channels often do not consider the consequences that will follow on society. But there is an idea to create a social trend that is connected to the benefits that will be received. In this study, the ethical problems of communication were analyzed. It was found that the crisis was caused by a lack of knowledge and a failure to see the benefits of maintaining the ethical framework that should belong to media producers and receivers. Moreover, guidelines for developing communication ethics in presenting media for performance can be implemented if there is cooperation in creating awareness of all sectors in society.

Keywords: Communication Ethics, Performance, Digital Age

บทนำ

โลกมีพัฒนาการทางเทคโนโลยีทางการสื่อสารอย่างก้าวกระโดด ส่งผลต่อวัฒนธรรมการเข้าถึงและใช้งานสื่อ ซึ่งในสังคมไทยก็ได้รับผลจากพลังอำนาจดังกล่าว ก่อให้สร้างความเปลี่ยนแปลงต่อสังคมที่ได้เข้าสู่ยุคนวัตกรรมดิจิทัลครองเมืองอย่างเต็มรูปแบบ ทั้งนี้ได้ส่งอิทธิพลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตและวัฒนธรรมทางสังคม จะพบว่า สื่อสำหรับการนำเสนอข่าวสารที่สำคัญมีพลวัตเคลื่อนย้ายจากสื่อแบบดั้งเดิม (Traditional Media) สู่อุปกรณ์ใหม่ (New Media) โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารรูปแบบใหม่ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มคนรุ่นใหม่ เนื่องจากสามารถเชื่อมโยงเครือข่ายสังคมของผู้ใช้ไว้ได้ตลอดเวลา และเป็นสื่อกลางในการแบ่งปันเนื้อหาแบบมัลติมีเดียได้จากอุปกรณ์สื่อสารพกพา เช่น แท็บเล็ตสมาร์ทโฟน เป็นต้น เพื่อรับข้อมูลที่ทันต่อเหตุการณ์และผู้ใช้ยังสามารถส่งต่อข้อมูลที่ได้รับต่ออีกจำนวนมาก จึงทำให้ สื่อมวลชนต้องคำนึงถึงผลที่ตามมาเพราะลักษณะของสื่อสังคมออนไลน์ที่สำคัญคือความเร็ว และการที่ผู้ใช้มีอิสระในการใช้งานสื่อและสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยม เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) ยูทูบ (YouTube) ลิงคเอดอิน (LinkedIn) เป็นต้น (อรรคณัฐ วรรณะสมบัติ, 2558: ออนไลน์)

เช่นเดียวกันกับแนวทางการสื่อสารการการแสดงก็มีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงของโลกหลายด้านอีกด้วยซึ่งเป็นโอกาสและข้อจำกัดต่อการพัฒนาวัฒนธรรมการแสดงเป็นอย่างมาก ซึ่งแนวโน้มคือการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดดได้สร้างความเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจและสังคม จึงต้องเตรียมพร้อมด้วยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาผสมผสานสร้างความเชื่อมโยงเทคโนโลยีกับวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น เพิ่มคุณค่า ทั้งการบริหารจัดการลิขสิทธิ์และสิทธิบัตรการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาให้มีประสิทธิภาพ เพื่อผลประโยชน์ที่เป็นธรรมกับเจ้าของผลงาน (พัชร จันทร์ทอง, 2562 : 3 โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้รับสารซึ่งต้องมีปฏิสัมพันธ์กับการรับสารกับผู้นำเสนอผ่านสื่อกลางอย่างสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ

1) เฟสบุ๊ก(Facebook)ที่มีลักษณะสำคัญคือการปฏิสัมพันธ์ในลักษณะของการเป็นชุมชนซึ่งนอกจากจะดูเนื้อหาของการสื่อสารของผู้ผลิตสื่อการมีปฏิสัมพันธ์การเชื่อมโยงของข้อมูลและลักษณะการรวมกลุ่มคน

ผ่านความสนใจจุดยืนหรือความคิดเพราะมีลักษณะของความเป็นส่วนตัวใกล้ชิดปฏิสัมพันธ์ได้ลึกซึ้งและมักแสดงความคิดหรือตัวตนได้อย่างเต็มที่

2) ทวิตเตอร์(Twitter) เป็นแพลตฟอร์มที่สื่อสารแบบสั้นๆ กระชับแต่โดดเด่นเรื่องของความรวดเร็ว การปฏิสัมพันธ์และการสร้างเทรนด์หรือกระแสผ่านการใช้แฮชแท็ก (hashtag) ซึ่งจะเห็นการนำทวิตเตอร์มา ใช้กับการรายงานข่าวซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพหรือการเล่าเรื่องจากพื้นที่เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ต้องเกาะติด สถานการณ์ลักษณะการใช้งานของทวิตเตอร์เป็นพื้นที่ของการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูล

3) ยูทูบ(YouTube)เป็นการคลิปวิดีโอออนไลน์ที่มีการปฏิสัมพันธ์ต่อวิดีโอการติชมการเสนอแนะ รวมถึงการสร้างวิดีโอเลียนแบบ

4) อินสตาแกรม(Instagram)ในบริบทของการสื่อสารในประเทศไทยมีบทบาทเป็นต้นทางของข้อมูล และกระแสที่ถูกหยิบมาต่อยอดเป็นประเด็นทางสังคมเป็นช่องทางการทำสร้างสรรค์การสื่อสารดิจิทัลใน ด้านความบันเทิงเพื่อการดำรงรักษาวัฒนธรรมการแสดงซึ่งช่วยในด้านการตลาดสื่อดิจิทัลในรูปแบบสังคม ออนไลน์ยังได้รับความนิยมอยู่การดำรงรักษาวัฒนธรรมการแสดงด้านความบันเทิงของประเทศไทยก็จะมี ดำเนินอยู่บนโลกแต่จะมีการพัฒนาให้มีรูปแบบใหม่สร้างความแปลกใหม่ต่อไปอย่างเรื่อยๆ (โกสินทร์ ชำนาญ พล, 2562: 130-138 ; ฉันทนา ปาปัดถา, 2561 : 143)

จากการนำเสนอผ่านแพร่กระจายสื่อเพื่อการแสดงในยุคปัจจุบันทำให้เกิดการแพร่กระจายทาง ข้อมูลไปยังกลุ่มผู้บริโภคสาร ซึ่งสารทางการแสดงมีทิศทางของการติดตามและได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง เนื่องด้วยการแสดงมักถ่ายทอดสารโดยศิลปิน ดารา นักแสดง ซึ่งมีอิทธิพลต่อความคิดของผู้รับสาร เปรียบเสมือนผู้นำทางความคิดทางสังคม ด้วยเหตุนี้เมื่อการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางการสื่อสารมีความง่ายและ รวดเร็วทำให้การผลิตสื่อการแสดงมักสร้างการถ่ายทอดผ่านการเล่าเรื่องที่มีความหมาย นัยยะแฝงเร้นกับสิ่งที่ ชัดต่อจริยธรรมทางการสื่อสาร ตัวอย่างเช่น การนำเสนอภาพความรุนแรง การสร้างค่านิยมหลายคู่รัก การเชิด ชูความร่ำรวยมากกว่าคุณธรรม เป็นต้น ซึ่งก็มีผลทำให้ผู้รับสารอาจเกิดพฤติกรรมการเล่นแบบได้ค่อนข้างสูง ทั้งนี้ถือเป็นวิกฤติปัญหาในทางจริยธรรมทางการสื่อสารที่สำคัญในยุคดิจิทัล

ทั้งนี้งานเรื่องนี้จึงให้ความสำคัญกับกรอบจริยธรรม (Codes of Ethics) เป็นเครื่องมือที่ใช้กัน แพร่หลายในวงการวิชาชีพ สื่อมวลชนในการเป็นกรอบแนวทางปฏิบัติ องค์กรสื่อเองก็ใช้กรอบจริยธรรมเป็น แนวทางในการรักษามาตรฐานการปฏิบัติงานข่าวให้เป็นไปตามความต้องการของสาธารณะ ในกรอบจริยธรรม เป็นเรื่องของการให้แนวปฏิบัติเพื่อรักษามาตรฐานทางวิชาชีพ ซึ่งมักจะเป็นเพียงการบอกแนวปฏิบัติ (Guidelines) ให้รู้ว่าควรทำอะไรบ้างแต่เรื่องของบทลงโทษนั้นไม่มีระบุและมักจะไม่มีบทลงโทษที่ชัดเจน มีนัก คิดบางคนมองว่าการไม่มีบทลงโทษหรือกระบวนการจัดการกับผู้ที่ไม่ปฏิบัติตามกรอบทำให้กรอบไม่ทรงคุณค่า และไม่มีประโยชน์ที่จะมีกรอบ (Fitzgerald, 1995)

ดังนั้นในการศึกษานี้จึงมุ่งเน้นในการพิจารณาถึงการศึกษาปัญหาทางจริยธรรมการสื่อสารในการ นำเสนอสื่อเพื่อการแสดงเพื่อวิเคราะห์ว่าปัญหาดังกล่าวจะสามารถแก้ไข ปรับปรุงและส่งเสริมให้การนำเสนอ เนื้อหาผ่านสื่อดิจิทัลมีคุณภาพตามกรอบจริยธรรมที่ถูกต้องมากขึ้น ตลอดจนค้นหาแนวทางการพัฒนา

จริยธรรมการสื่อสารในการนำเสนอสื่อเพื่อการแสดงในยุคดิจิทัลสำหรับอนาคต เพื่อเป็นพื้นฐานสำหรับผู้
นำเสนอและผู้รับสารในเนื้อหาทางการแสดงให้มีจริยธรรมและไตร่ตรองอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

ปัญหาจริยธรรมการสื่อสารในการนำเสนอสื่อเพื่อการแสดงในยุคดิจิทัล

สังคมไทยในระยะเวลาที่ผ่านมาในยุคสื่อดั้งเดิมที่ โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ เฟื่องฟูและได้รับความนิยม พบว่าในห้วงเวลานั้นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างมีขั้นตอนในการตรวจสอบอย่างละเอียดมากกว่าในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเสนอเนื้อหาสาระที่ว้าวด้วยเรื่องสื่อการแสดง ย่อมมีความละเอียดอ่อนมากกว่า สารในประเภทอื่นๆ เนื่องจากเป็นเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับการตีความและวิเคราะห์ภายใต้ความบันเทิงและ สันติภาพของผู้คนทั่วไป ตามแนวคิดความสำคัญของสื่อมวลชนที่มองเห็นว่าความบันเทิงเป็นส่วนสำคัญที่ นำพาให้ผู้คนหลุดพ้นจากความตึงเครียดในทางสังคม ซึ่งนั่นก็หมายถึงว่า สื่อการแสดง เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูงมากในหมู่ผู้รับสาร ยิ่งในยุคปัจจุบันซึ่งสื่อสังคมออนไลน์เปิดกว้างให้สื่อการแสดงต่างๆสามารถมา เผยแพร่เนื้อหาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ได้อย่างหลากหลาย ผ่านการนำเสนอของผู้ส่งสารและผู้แสดงเป็น สำคัญ

โดยสื่อสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมมากกว่าสื่อดั้งเดิมอย่างหนังสือพิมพ์หรือโทรทัศน์ อาจเป็น เพราะความสะดวกของผู้ส่งสารในการส่งข้อมูลและการเข้าถึงได้สะดวกและเกิดการแข่งขันสูงในเรื่องของเวลา ข่าวต้องสดใหม่ ในขณะที่เดียวกันก็สามารถส่งข้อมูลข่าวสารนั้นไปยังผู้รับสารที่มีจำนวนมหาศาลในเวลา อันรวดเร็วย่อมทำให้ผู้ส่งสารที่เรียกตัวเองว่า สื่อมวลชน ละเลยต่อจรรยาบรรณในวิชาชีพ เพียงเพราะคิดอย่าง เดียวว่า ทำอย่างไรให้ได้ซึ่งข่าว ภาพถ่าย ที่เร็ว ไม่เหมือนใคร และทำให้การนำเสนอข่าวในครั้งนั้น มีผลทำให้ ผู้รับสารเกิดปฏิกิริยาตอบกลับในโลกสังคมออนไลน์มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการแสดงความคิดเห็น การแชร์ หรือ การส่งต่อข้อมูลผ่านทางแอปพลิเคชันต่างๆ ซึ่งสถานการณ์การทำงานของสื่อมวลชนในประเทศไทย มีประเด็น ทางสังคมมากมายเกิดขึ้น ในแง่ของกระบวนการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชน มีการวิพากษ์วิจารณ์และตั้ง คำถามถึงการทำงานของสื่อในลักษณะ “ไร้จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ” อย่างต่อเนื่อง โดยใน กระบวนการนำเสนอข่าวนั้น มีการละเมิดสิทธิของบุคคลที่เป็นข่าว รวมถึงส่งผลกระทบต่อในด้านต่างๆ ต่อบุคคล ในครอบครัวรวมถึงผู้เกี่ยวข้องด้วยเช่นกัน (Diawkee, 2016)

อย่างไรก็ตามแม้สื่อทางการแสดงผ่านผู้แสดงที่รับบทนำเสนอข้อมูลจะสามารถสร้างความผ่อนคลาย บันเทิงใจได้แค่ไหน แต่ก็พบว่าปัญหาทางจริยธรรมทางการสื่อสารก็มักจะติดตามมาเช่นกัน ไม่ว่าในช่องทางที่ วิดีโอหรือช่องทางออนไลน์ ทั้งละคร ซีรีส์ต่างก็มีการนำเสนอเนื้อหาทางเพศที่ลุ่มเสี่ยงต่อการล่อลวงละเมิดทางเพศ การใช้ความรุนแรงในครอบครัว ตลอดจนการแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ทวีมากขึ้นทุกวัน แต่ทว่าก็ได้รับ กระแสความนิยมจากผู้ชมในฐานะผู้รับสารมากขึ้นเช่นกัน นับเป็นปรากฏการณ์ของที่ไม่ปกติของสังคมไทย แม้ จะมาตรการป้องกันใดๆก็ยากที่จะแก้ไข จะพบว่าเมื่อการนำเสนอเรื่องราวดังกล่าวเป็นสิ่งที่มองข้ามไป สิ่ง ที่ตามมาคือการเกิดพฤติกรรมการเล่นแบบนำไปสู่ประเด็นทางอาชญากรรมจำนวนไม่น้อยในทางสังคม ทั้งการ ฆ่า ปล้น ข่มขืน การทารุณกรรม และการใช้ความรุนแรงในลักษณะต่างๆ ซึ่งเชื่อมโยงจากการรับสารผ่านการ นำเสนอการแสดงที่แฝงเร้นนี้

ด้วยเหตุนี้เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าหลักการทางจริยธรรมถือเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้เกี่ยวข้องกับการใช้งาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้นำเสนอสารยังต้องคำนึงถึงความประพฤตินี้ที่เหมาะสมหรือที่ควรอันเป็นความถูกต้องที่มีกฎเกณฑ์ (สุทธิ ชัดติยะ, 2556) เพราะหลักการดังกล่าวจะมุ่งสนับสนุนและส่งเสริมให้บังเกิดแนวทางในการปฏิบัติสำหรับการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในสื่อใหม่ ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่การสร้างสังคมที่มีคุณภาพทางความคิด

เมื่อพิจารณาแล้วปัญหาดังกล่าวอาจแก้ไขและปรับปรุงให้ดีขึ้นได้หากสร้างความตระหนักรู้ ความเข้าใจ และความรู้ในการนำเสนอเนื้อหาสารด้านการสื่อสารการแสดงในละครหรือซีรีส์ภายใต้หลักการและแนวทางจริยธรรมทางการสื่อสารที่ถูกต้อง โดยยึด 3 หลักประการสำคัญ (นรินทร์ นำเจริญ, 2537, น. 15-19, อ้างถึงใน รวมพร ศรีสุมานนท์, 2541, น. 22) ได้แก่

ประการที่ 1 หลักประโยชน์นิยม (Utilitarianism) นักคิดคนสำคัญคือ John Stuart Mill เสนอว่าจริยธรรมที่ดีที่สุดคือจริยธรรมที่มุ่งนำ ประโยชน์สุขมากที่สุดให้แก่คนจำนวนมากที่สุดโดยไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงวิธีการ เพราะศีลธรรมคือสิ่งที่ทำให้สังคมมีความสุข จึงต้องปรับเปลี่ยนได้สิ่งใดไม่เอื้อต่อประโยชน์สุขของสังคม สิ่งนั้นย่อมไม่ใช่ศีลธรรม

โดยแนวคิดหลักประโยชน์สามารถสรุปได้ดังนี้ 1. การกระทำก่อให้เกิดประโยชน์สุขมากที่สุด เป็นการกระทำที่ถูกศีลธรรม กล่าวคือ การนำเสนอหรือรายงานข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการสื่อสารการแสดงจะต้องคำนึงถึงประโยชน์ต่อสังคม และสร้างสรรค์เนื้อหาภายใต้บรรทัดฐานทางสังคมที่ถูกต้อง 2. การกระทำนี้ก่อให้เกิดประโยชน์สุขมากที่สุด กล่าวคือ ก่อนนำเสนอเนื้อหาสารทางการแสดงใดๆผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้ยึดถือผู้บริโภคในฐานะผู้รับสารเป็นตัวตั้งมากกว่าแสวงหาความสุขของผู้ผลิตสื่อเอง 3. การกระทำนี้ถูกศีลธรรม กล่าวคือ ก่อนจะปฏิบัติหรือวางแผนทางการสื่อสารใดๆผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ต้องพิจารณาให้ถี่ถ้วนว่าได้ดำเนินการสอดคล้องกับคุณธรรม จริยธรรมพื้นฐานหรือไม่ หากกระทำการนอกกรอบเกินความพอดีจะต้องมีวิจารณญาณในการกลับเข้ากรอบเองได้อย่างมีศักยภาพ

ประการที่ 2 หลักเน้นหน้าที่ (Deontological) นักคิดคนสำคัญ คือ Immanuel Kant แนวคิดของเขาเรียกว่า Duty Ethics ซึ่งเสนอว่า ผลกระทบที่เกิดขึ้นไม่ได้ตอบว่าการกระทำที่ทำไปถูกต้องหรือไม่ แต่การกระทำที่ถูกต้องขึ้นอยู่กับว่า คนนั้นๆได้ปฏิบัติตามหน้าที่หรือไม่ ทั้งนี้เมื่อวิเคราะห์พิจารณาแล้วพบว่าแนวคิดเน้นหน้าที่ คือการให้ความสำคัญต่อภารกิจและบทบาทที่สำคัญของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการรักษาหลักจริยธรรมการสื่อสาร ยิ่งในยุคดิจิทัลที่มีการแข่งขันในการนำเสนอเนื้อหาสารในเรื่องการสื่อสารการแสดงที่มุ่งเน้นความนิยม โดยไม่คำนึงถึงหน้าที่ที่ควรจะเป็น ก็ทำให้เกิดปัญหาจากความละเลยต่อความรับผิดชอบในสังคม ซึ่งก็ส่งผลกระทบในวงกว้างจนยากต่อการแก้ไข ดังนั้นหากเรายึดถือหลักคิดดังกล่าวก็จะพอมิหนทางในการยกระดับมาตรฐานทางจริยธรรมในสื่อออนไลน์ต่อไป

และ ประการสุดท้ายคือ จริยธรรมว่าด้วยระบบแห่งการเลือก (Eclectic System of Journalism Ethics) โดย Edmund Lambeth เสนอว่ากฎจริยธรรมควรกระจำชัดและจะต้องเป็นกฎที่ปรับได้ แต่ไม่ใช่ปรับกันง่ายๆ จนไม่เป็นกฎ เขาเห็นว่าผลที่สำคัญเช่นเดียวเกี่ยวกับธรรมชาติของการกระทำ ดังนั้น หลักการทางศีลธรรมจึงต้องอาศัยรูปแบบของผลกระทบและหน้าที่ โดยสามารถนำมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์

หรือLambeth เน้นว่าจริยธรรมไม่ใช่กล่องสีดำที่บีบคนลงไปข้าง และบังคับให้ปฏิบัติตามระเบียบที่วางไว้อย่างเคร่งครัด เขาเห็นว่าจริยธรรมสำหรับสื่อก็คือหลักที่สื่อยอมรับว่ายุติธรรมมีประโยชน์และมีคุณค่า (พรนรี สายโอภาส,2560) ซึ่งได้เสนอหลักที่สำคัญไว้ 5 ประการดังนี้

- 1) หลักการพูดความจริง (The Principle of Truth Telling) กล่าวคือ ต้องมุ่งเน้นนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องไม่พยายามบิดเบือนข้อมูลเพื่อประโยชน์ของตนเอง เช่น เนื้อหาทางการแสดงเรื่องราวเชิงประวัติศาสตร์ไทย แต่มีความพยายามเปลี่ยนเรื่องราวเพื่ออรรถรสจนส่งผลกระทบต่อความเข้าใจในทางประวัติศาสตร์ของคนทั่วไป เป็นต้น
- 2) หลักความยุติธรรม (The Principle of Justice) สิ่งที่ต้องเป็นเกณฑ์สำคัญสำหรับการนำเสนอเนื้อหาสารต่างๆอันเกี่ยวข้องกับการแสดง คือ 1.ต้องไม่ละเลยประเด็นสำคัญของเรื่อง คือต้องมีความครบถ้วนในเชิงเนื้อหา 2.ไม่เหยียดหยามประเด็นรองมาแทนประเด็นหลัก คือต้องมีความตรงประเด็น 3.ไม่สร้างความเข้าใจผิด และต้องไม่หลอกลวงผู้อื่น คือต้องมีความซื่อสัตย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคสังคมที่ก้าวล้ำด้วยเทคโนโลยีเช่นนี้ ที่มักแอบแฝงประโยชน์จากการนำเสนอเนื้อหาสาร จนก่อให้เกิดปัญหาทางอาชญากรรมและละเมิดต่อหลักแห่งจริยธรรมการสื่อสารที่ดีงาม เป็นต้น
- 3) หลักเสรีภาพ (The Principle of Freedom) กล่าวคือ การเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตสื่อการนำเสนอสามารถใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์สร้างสรรค์ผลงานการแสดงในรูปแบบต่างๆเพื่อถ่ายทอดไปยังสาธารณชนผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ต่างๆ ซึ่งถือเป็นสิ่งที่สังคมประชาธิปไตยพึงกระทำ แต่ทว่าหลายครั้งที่การมีเสรีภาพกระทบและรบกวนบุคคลอื่น ทั้งนี้การนำเสนอสารของผู้ผลิตสื่อเองก็ต้องระมัดระวังเพราะไม่เช่นนั้นก็จะสร้างความเสียหายต่อสังคมได้เช่นเดียวกัน
- 4) หลักมนุษยธรรม (The Principle of Humane) กล่าวคือ ในการนำเสนอสารเพื่อการสื่อสารการแสดงในปัจจุบัน มักมีการนำเสนอเนื้อหาที่เข้าข่ายการเหยียดทางชนชั้น สีผิว เพศ การศึกษา เศรษฐกิจ และอื่นๆ ซึ่งมุ่งต่อจรรโลงผู้รับสารทั่วไป โดยปราศจากความรับผิดชอบต่อการสร้างค่านิยมทางสังคม
- 5) หลักแห่งการจตุสธร (The Principle of Stewardship) การผลิตสื่อต้องเพื่อการนำเสนอต้องเป็นต้นธารของการดูแลคุณภาพของเนื้อหาที่ดี ไม่ให้ส่งผลกระทบต่อประชาชน

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นจะพบว่าหากดำเนินการในการประยุกต์และปรับใช้ก็มีแนวโน้มในการแก้ไขปัญหาความไร้มาตรฐานทางจริยธรรมทางการสื่อสารในเนื้อหาทางการแสดงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนสามารถสร้างการตระหนักรู้ที่มีคุณค่าต่อทั้งตัวผู้ผลิตสื่อ ผู้แสดงและผู้รับสารได้อย่างยั่งยืน

แนวทางการพัฒนาจริยธรรมการสื่อสารในการนำเสนอสื่อเพื่อการแสดงในยุคดิจิทัล

หลักสำคัญในการจะส่งเสริมให้ภารกิจของการนำเสนอสื่อเพื่อการแสดงในยุคดิจิทัลประสบความสำเร็จ ลุล่วงต่อไปในอนาคตภายใต้มาตรฐานทางจริยธรรมทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ อาจต้องพิจารณาถึงแนวทางการพัฒนาจริยธรรมทางการสื่อสาร โดยสื่อยุคใหม่ต้องคำนึงหลักการที่สื่อมวลชนพึงกระทำในการปฏิบัติ

หน้าที่ภายใต้กรอบทฤษฎี ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) นั้นเรื่อง “ความรับผิดชอบ” จึงเป็นประเด็น สำคัญเพื่อจะนำมาจำกัดคำนิยามของความรับผิดชอบต่อความเป็นรูปธรรมมากขึ้น ซึ่งสามารถแบ่งความรับผิดชอบต่อสังคมเป็น 4 ประเภท ตามที่กาเบลินท์ซ์ (Gablentz, อ้างถึงใน สมควร กวียะ, 2547, น. 155-158) กล่าวคือดังนี้

1. ความรับผิดชอบต่อกฎหมาย (Legal Responsibility) บุคคลจะต้องรับผิดชอบต่อ ขการกระทำของตนในกรณีที่การกระทำนั้นมีผลเสียต่อบุคคลอื่น ในแง่การนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเนื้อหาทางการแสดงต้องไม่มีบทของสารที่สร้างความเสียหายต่อสังคม หรือละเมิดต่อศีลธรรมอันดี

2. ความรับผิดชอบต่อศีลธรรม (Moral Responsibility) เกี่ยวกับความมีจิตสำนึกของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเป็นสำคัญ กล่าวคือ ทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสารในการนำเสนอสารว่าด้วยการแสดงต้องมีการไตร่ตรอง โดยต้องยึดถือความเห็นอกเห็นใจ อันตั้งมั่นอยู่บนพื้นฐานของความปรารถนาดีต่อกัน ทั้งนี้ก็เพื่อร่วมกันสร้างสังคมที่เกื้อกูลช่วยเหลือกัน

3. ความรับผิดชอบต่อการเมือง (Political Responsibility) หมายถึงการใช้อำนาจหน้าที่ในการเมืองให้อยู่ในทำนองคลองธรรมและบรรลุปเป้าหมายสูงสุดคือรักษาและส่งเสริมผลประโยชน์ของสาธารณะ (public interest) หรือความรับผิดชอบต่อประโยชน์สุขของประชาชน

4. ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) กล่าวคือ ในการนำเสนอสารใดๆก็ตามจากผู้ส่งสารต้องมีการวิเคราะห์และประเมินถึงผลลัพธ์ทั้งบวกและลบอย่างถี่ถ้วนก่อนผลิตสารเพื่อการสื่อสาร ทั้งนี้หากขาดการไตร่ตรองอย่างมีวิจารณญาณก็จะส่งผลกระทบต่อสังคม ดังนั้นหากเกิดผลกระทบใดๆ ผู้นำเสนอสื่อก็ควรจะแสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งที่จะเป็นนั้นเอง

ด้วยเหตุนี้แนวทางของการพัฒนาจริยธรรมการสื่อสารในการนำเสนอสื่อเพื่อการแสดงในยุคดิจิทัล จำเป็นต้องให้ความสำคัญและมุ่งเน้นในการสร้างมาตรฐานทางจริยธรรมทางการสื่อสารที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม อีกทั้งก็ต้องมีลักษณะของความรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ที่จะเกิดในอนาคต

บทสรุป

จากการวิเคราะห์พิจารณาพบว่าปัญหาที่พบในการนำเสนอสารทางการแสดงในยุคดิจิทัล อาจต้องดำเนินการประยุกต์และปรับใช้แนวคิดมาตรฐานทางจริยธรรมทางการสื่อสารมาแก้ไขวิกฤติที่เกิดขึ้น โดยมีความมุ่งหมายเพื่อสร้างองค์ความรู้ของทั้งผู้ผลิตสาร และสร้างภูมิคุ้มกันในการไตร่ตรองสารของผู้รับสารในฐานะประชาชนทั่วไป ตลอดจนการพัฒนาแนวทางของจริยธรรมทางการสื่อสารก็จะเป็นสำคัญในการเป็นแนวทางการแก้ไขและสร้างการตระหนักรู้ในประเด็นจริยธรรมทางการนำเสนอสารที่มีคุณภาพต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- โกสินทร์ ชำนาญพล.(2562). การพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ. *วารสารราชพฤกษ์*, 17(2): 130-138.
- ฉันทนา ปาปัดถา.(2561). การสังเคราะห์คุณลักษณะของนักสื่อสารมวลชนดิจิทัลตามกรอบสมรรถนะบุคคล. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 26 (52): 143.
- นรินทร์นาเจริญ.(2549). *ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการรายงานข่าว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรนรี สายโอภาส.(2560). *จริยธรรมและการนำเสนอข่าวโดยการใช้เฟซบุ๊กไลฟ์ของสำนักข่าว*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการสื่อสารมวลชน. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พัชรี จันทรทอง.(2562). *อนาคตแบบเรื่องและการดัดแปลงละครอิงประวัติศาสตร์ข้ามภพ เรื่อง ทวิภพและบุพเพสันนิวาส*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุทธิ ชัตติยะ.(2556). *กฎหมายและจริยธรรมสื่อสารมวลชน*. กรุงเทพฯ: หจก.เปเปอร์เฮาส์ จำกัด.
- สมควร กวียะ. (2547). *การสื่อสารมวลชน : บทบาทหน้าที่สิทธิเสรีภาพ ความรับผิดชอบ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โกสินทร์.
- อรรถณัฐ วรรณะสมบัติ. (2558). *Re-defining Thailand's New Media: Challenges in the Changing Political Regime*. [ออนไลน์] สืบค้นเมื่อวันที่ 11 มิถุนายน 2567, เข้าถึงได้จาก <http://www.tcijthai.com/news/2015/03/watch/5421>
- Diawkee, T. (2016). Morality and ethics of media for presenting news in digital era. *Journal of Communication and Management NIDA*, 2(2): 125-143. Fitzgerald, M. (1995). *The debate continues*. Editor & Publisher, 11-12.