

สื่อมวลชนกับจริยธรรมและจรรยาบรรณในยุคโซเชียลมีเดีย (Social Media)

ดร.ณัชชา พัฒนะนุกิจ

สาขาวารสารศาสตร์ดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

ปัจจุบันผู้คนส่วนใหญ่นิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารมาเป็นอันดับหนึ่ง We are social และ Hootsuite ได้ทำการสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต มือถือ โซเชียลมีเดีย และแพลตฟอร์มต่างๆ ของคนทั่วโลกออกมาเป็นรายงานที่ชื่อว่า ‘Digital in 2018’ พบสิ่งที่น่าสนใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของคนไทยในยุคดิจิทัลจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย 57 ล้านคน (82% ของประชากร) มีผู้ใช้โซเชียลมีเดีย 51 ล้านคน ประเทศไทยใช้เวลาสูงสุดเฉลี่ย 9 ชั่วโมง 38 นาทีต่อวัน ตามมาด้วยฟิลิปปินส์ (9 ชั่วโมง 29 นาที) และบราซิล (9 ชั่วโมง 14 นาที) ส่วนโซเชียลมีเดียที่คนไทยใช้เยอะที่สุดคือ Facebook (75%) การสำรวจยังพบว่าคนไทยใช้สมาร์ทโฟนใช้เพื่อถ่ายรูปรูปหรือวิดีโอสูงถึง 54%, ใช้แท็บเล็ต 42%, ใช้เช็คข่าวสาร 26%, ใช้จัดตารางนัดหมายหรือจัดบันทึกสิ่งต่างๆ 25% (Brand Buffet, 2561: ออนไลน์ 2561)

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบัน ได้มีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการนำเสนอข่าว เพิ่มช่องทางที่สื่อมวลชนสามารถรายงานข่าวได้อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็น สื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ ทั้งเฟซบุ๊ก (Facebook) และ ทวิตเตอร์ (Twitter) พฤติกรรมในการเข้าถึงโซเชียลมีเดียส่งผลให้ “ทุกคนเป็นสื่อได้” เพราะถูกออกแบบให้ใช้งานบนโทรศัพท์มือถือ ทุกคนสามารถนำเสนอข่าวผ่านสื่อต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ปฏิเสธไม่ได้ว่าสื่อดังกล่าวมีอิทธิพลเรื่องความเร็วของการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร (เทียนทิพย์ เดียวกี, 2559) นักวิชาชีพวงการสื่อมวลชนถือได้ว่าได้รับผลกระทบโดยตรงความเร็วที่เกิดขึ้นทำให้การเสนอข้อมูลข่าวสารไม่มีความรอบคอบเท่าที่ควร (เทียนทิพย์ เดียวกี, 2559)

ปัญหาของการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารในยุคดิจิทัล

จากความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมคนในสังคมยุคดิจิทัลและลักษณะการทำข่าวแบบคอนเวอร์เจนซ์ เราจะพบว่าสาธารณชนมีความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลทั่วไปสามารถค้นหาข้อมูลต่างๆด้วยตนเองมีช่องทางเปิดให้ผู้รับสารกับองค์กรสื่อมีช่องทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันได้ (interactive) ทำให้คนในสังคมสามารถเข้าถึงสื่อได้หลากหลายประเภทและช่องทางมากขึ้นยุคข่าวสารไร้พรมแดนที่ผู้รับสารสามารถตัดสินใจเลือกรับสารได้ตามความพอใจของตนเอง (Active audience) (Little John, 1999) ทำให้การบริโภคเนื้อหาข่าวสารมีความหลากหลาย องค์กรสื่อลดบทบาทของสื่อในการเป็นนายทวารข่าวสารหรือ Gatekeeper และบทบาทในการกำหนดสิ่งที่ประชาชนจะรับรู้ผ่านสื่อในการรับรู้เรื่องราวต่างๆ เกิดการพัฒนาารูปแบบข่าวและการเล่าเรื่องที่ใช้เทคโนโลยีมีมิติมีเดียมากขึ้นจนเกิดการตั้งคำถามเรื่องจริยธรรมจรรยาบรรณของสื่อ สรุปไว้ดังนี้ (Kendyl Salcito, 2561: ออนไลน์, อีสราเอล, 2558: ออนไลน์)

1. ความรวดเร็วและความหลากหลายของข้อมูลทำให้เกิดการบิดเบือนข้อเท็จจริงเกิดข่าวลือ เกิดความคิดเห็นที่ตรวจสอบไม่ได้
2. มีแรงกดดันให้สื่อบางสื่อลดเพดานจริยธรรมลงหันไปทำข่าวที่เต็มไปด้วยอารมณ์สีสันตึงเรตติ้งของผู้ชม เพิ่มพื้นที่การขายข่าวเพื่อความอยู่รอดขององค์กร

3. สาธารณชนเริ่มตั้งคำถามตอบประเด็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล การเข้าถึงข้อมูลหรือการนำข้อมูลที่มีอยู่ในออนไลน์มาใช้โดยไม่ได้ขออนุญาต หรือขาดการอ้างอิงที่ถูกต้อง
4. เกิดความสับสนต่อการนิยามใครคือนักข่าวในเมื่อใครๆก็สามารถที่จะเผยแพร่ข้อมูลและรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้
5. ปัญหาจริยธรรมสื่อในปัจจุบันตกต่ำมากขึ้น เช่น การนำเสนอข่าวเกินจริง ใส่ความคิดเห็น ตั้งตนเองเป็นผู้พิพากษาตีตราผู้ตกเป็นข่าว ไม่แยกแยะระหว่างผลประโยชน์องค์กรกับส่วนรวม สาเหตุอาจเกิดจากคนในแวดวงวิชาชีพไม่มีโอกาสได้เรียนรู้ ฝึกปฏิบัติ หรือตั้งคำถามเกี่ยวกับเรื่องจริยธรรม(อิสราเอล, 2558: ออนไลน์)

จรรยาบรรณทางวิชาชีพสื่อมวลชน

จรรยาบรรณ หมายถึง ประมวลกฎเกณฑ์ความประพฤติหรือประมวลมารยาทของผู้ประกอบอาชีพต้องเป็นเอกลักษณ์ทางวิชาชีพ ใช้ความรู้ มีองค์กรหรือสมาคมควบคุม (จรรยาพร ธรณินทร์, 2554)

จริยธรรมสื่อมวลชน จึงหมายถึง ธรรมที่เป็นข้อประพฤติปฏิบัติของสื่อมวลชน (สมสุข หินวิมาน และคณะ, 2557)

จรรยาบรรณของสื่อมวลชน จึงหมายถึง หลักคุณธรรมของผู้ประกอบอาชีพนักสื่อสารมวลชนที่มารวมตัวกันเป็นสมาคมวิชาชีพ สร้างขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติแก่ผู้ประกอบอาชีพนักสื่อสารมวลชนให้มีความรับผิดชอบ

เสรีภาพบนความรับผิดชอบต่อในวิชาชีพสื่อมวลชน

ข้อปฏิบัติสำคัญที่สื่อมวลชนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมได้แก่ สื่อจะต้องรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นบนพื้นฐานของความเป็นจริงอย่างละเอียดรอบด้าน และตรวจสอบอย่างรอบคอบโดยพิจารณาดูบริบทที่เหตุการณ์นั้นได้เกิดขึ้นสื่อมวลชนจะต้องสร้างเวทีแห่งการแสดงและการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมถึงเป็นช่องทางที่จะแสดงความคิดเห็นของสาธารณะสื่อมวลชนจะต้องเป็นตัวแทนของคนทุก ๆ กลุ่มในสังคมและจะต้องนำเสนอเป้าหมายและคุณค่าของสังคมอย่างชัดเจน (กาญจนา แก้วเทพ, 2556)

Lasswell (1948) และ Wright (1974) (อ้างในอรอนงค์สวัสดิ์บุรีและพงศ์ภัทรอนุมิตรราชกิจ, 2554) ได้กล่าวถึงการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนว่ามีบทบาทหน้าที่ในการสอดส่องดูแล (Surveillance) และรายงานเหตุการณ์ในสังคมปทัสถานสื่อมวลชนตามทฤษฎีว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (The social Responsibility Theory) มีหลัก 3 ประการคือ

1. ให้ประชาชนมีสิทธิเสรีภาพในการมีส่วนร่วมและเลือกรับข่าวสาร
2. สื่อต้องมีอิสรภาพและเสรีภาพในการนำเสนอข่าว
3. สื่อต้องตระหนักถึงประโยชน์ที่สังคมจะได้รับ

McQuail(1994 อ้างถึงใน พงษ์ วิเศษสังข์, 2554) ได้กล่าวถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชนมีอยู่ 5 ประการ ได้แก่

1. สอดส่องดูแล ระแวดระวัง เหตุการณ์ที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อประชาชนโดยสื่อจะต้องตื่นตัวในการสอดส่องเหตุการณ์สำคัญ ๆ ป้องกันเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น

2. ประสานความคิดเห็นจากภาคส่วนต่างๆให้ประชาชนได้รับรู้ความคิดเห็นในหลากหลายมิติ
3. ส่งสอน ถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมและประเพณีที่ดีต่อสังคม
4. ให้ความบันเทิงถ่ายทอดผ่านวัฒนธรรมและประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์
5. รมรงค์ท่ามกลางปัญหาเก่า ปัญหาใหม่ที่เกิดขึ้นมากมายเป็นหน้าที่ของสื่อในการรวบรวมพลังและผลักดันประชาชนให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมที่สร้างสรรค์ทางสังคมร่วมกัน สร้างความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน

หลักการสำคัญของทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถสรุปได้ดังนี้ (พีระ จิระโสภณ, 2551)

- 5.1 สื่อมวลชนควรจะต้องยอมรับและปฏิบัติให้ลุล่วงในภาระหน้าที่ที่เป็นพันธกิจต่อสังคม
 - 5.2 สื่อมวลชนจะต้องบรรลุถึงมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน
 - 5.3 สื่อมวลชนควรจะต้องควบคุมตนเองภายใต้กรอบแห่งกฎหมายและสถาบันที่ดำรงอยู่
 - 5.4 สื่อมวลชนควรจะต้องหลีกเลี่ยงสิ่งใดก็ตามที่อาจนำไปสู่อาชญากรรม ความรุนแรง หรือความไม่สงบ หรือแสดงความก้าวร้าวต่อเชื้อชาติหรือศาสนาของชนกลุ่มน้อยในสังคม
 - 5.5 สื่อมวลชนโดยทั่วไปควรจะเปิดกว้างและสะท้อนความหลากหลายของสังคม
 - 5.6 สังคมและสาธารณะมีสิทธิที่จะคาดหวังการปฏิบัติในระดับมาตรฐานที่สูงของสื่อมวลชน และการเข้าแทรกแซงอาจจะต้องถือว่าไม่เป็นเรื่องผิด หากเพื่อความดีงามของสาธารณะ
 - 5.7 นักวารสารศาสตร์และนักวิชาชีพสื่อมวลชนจะต้องเป็นที่วางใจหรือเชื่อถือได้ของสังคม
- เห็นได้ว่า มีนักวิชาการได้กล่าวถึงข้อปฏิบัติที่เป็นแนวทางการรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชนอยู่อย่างมากมาย ส่วนใหญ่เน้นไปที่บทบาทหน้าที่ที่เหมาะสมในการนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนภายใต้เสรีภาพและความรับผิดชอบต่อ

แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณของสื่อมวลชนในโซเชียลมีเดีย (Social Media)

ที่ผ่านมาในวงการวิชาการด้านสื่อมวลชนและวิชาชีพ ได้ร่วมระดมความคิดเห็น ผ่านบทความวิชาการ งานวิจัย บทสัมภาษณ์ หรือเวทีการประชุมสัมมนาวงการวิชาชีพสื่อมวลชน เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะที่เป็นแนวทางร่วมกันในการพัฒนาจริยธรรมและจรรยาบรรณกลุ่มคนที่ทำงานในวงการสื่อมวลชน ผู้เขียนได้สรุปแนวทางการแก้ปัญหาทางด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณ ดังนี้(สุทธิชัยหยุ่น (2555), วัฒนวิภูวทิศ (2556),การดาร่วมพุ่ม (2557),ศิริวรรณอนันต์โท (2558),เทียนทิพย์ เดียวก็ (2559)

1.ระดับองค์กรต่างๆที่ทำหน้าที่กำกับดูแลสื่อมวลชนควรสร้างความตระหนักในเรื่องจริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อแก่ผู้ที่ทำหน้าที่สื่อมวลชนอย่างต่อเนื่องเช่นการฝึกอบรมวิชาชีพสื่อมวลชนแก่ผู้ปฏิบัติงาน การประชุมสัมมนาอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นเวทีแลกเปลี่ยน (เทียนทิพย์ เดียวก็,2559)

2. ระดับองค์กรวิชาชีพสื่อมวลชนควรสร้างความเชื่อมั่นให้กับสังคมด้วยการเปิดโอกาสให้องค์กรหรือบุคคลภายนอกเข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจสอบจริยธรรมจริยธรรมวิชาชีพของสื่อได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม(ศิริวรรณอนันต์โท, 2558)

ทั้งนี้กระบวนการทำงานระดับผู้บริหารในองค์กรสื่อมวลชนควรมีการวางมาตรการการรับบุคคลเข้าทำงานในองค์กร ให้ตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ในความรับผิดชอบต่อสังคมมากยิ่งขึ้น และควรออกใบอนุญาตผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนเมื่อกระทำผิดสามารถยึดคืนได้(วัฒนวิภูวทิศ, 2556)

ส่วนระดับผู้ปฏิบัติการในองค์กรสื่อมวลชน ควรช่วยกันตรวจสอบการกรอกร่าวสารก่อนออกสู่สาธารณะ (เทียนทิพย์ เตียวกี, 2559)ลดความเสี่ยงในผิดพลาดด้วยการประชุมโต๊ะข่าวในกองบรรณาธิการแสดงให้เห็นว่าได้ผ่านกระบวนการถกเถียงแสดงความคิดเห็นร่วมกันมาแล้ว(การดาร่วมฟุ่ม, 2557)

4.ระดับสถาบันการศึกษา คณาจารย์ นักวิชาการต่าง ๆ มีส่วนสำคัญที่จะเน้นย้ำถึงความสำคัญของจริยธรรมและจรรยาบรรณของวิชาชีพสื่อมวลชนในระบบการเรียนการสอนและควรปูพื้นฐานสร้างนักข่าวรุ่นใหม่ตั้งแต่ระดับเยาวชนด้วย (สุทธิชัยหยุ่น, 2555)

บทสรุป

สื่อมวลชนกับจริยธรรมและจรรยาบรรณในยุคโซเชียลมีเดีย (Social Media)เป็นเรื่องที่มีการถกมาตลอด トラบเท่าที่การทำหน้าที่สื่อยังไม่สามารถสลัดเรื่องทุนนิยมออกไปได้ ก็ปฏิเสธได้ยากที่จะไม่ยุ่งเกี่ยวกับผลประโยชน์ไม่ด้านใดก็ด้านหนึ่งที่บางครั้งมีผลต่อการทำงานหน้าที่ของสื่อ จนเป็นสิ่งที่ถกมาตลอดเรื่องจริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อมวลชน ปัญหาดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากบุคคลหลายฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชนหน่วยงานการควบคุมการเข้ามาเป็นเจ้าของสื่อของนายทุน รวมถึงการสร้างจิตสำนึกด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบให้กับสื่อมวลชน มีข้อบังคับที่ชัดเจนมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างสังคมสื่อที่เอื้อต่อการสร้างกรอบจริยธรรม สื่อมวลชนให้ขับเคลื่อนไปพร้อมกันทั้งสังคม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

การดา ร่วมฟุ่ม. (2557). สื่อมวลชนกับการรายงานข่าวสิทธิเด็ก. วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต. 8(1), 31-53.

สืบค้นจาก <http://www.dpu.ac.th/commarts/journal/upload/issue/lkxEvMl6tw>

กาญจนา แก้วเทพ. (2556). สื่อสารมวลชน:ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์.

พีระ จิระโสภณ. (2551). ปรัชญา นิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 10. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

พัชราภา เอื้อมอมรรณวิช. (2560). สื่อมวลชนเสรีภาพและความรับผิดชอบ วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์.11(4).

พงษ์ วิเศษสังข. (2554). ความรับผิดชอบต่อของสื่อมวลชน. ในการประชุมวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. 25 พฤษภาคม 2554.

(น. 22-29). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

เทียนทิพย์ เตียวกี. (2559). จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อในการนำข่าว ยุคดิจิทัล. วารสารการสื่อสารและการจัดการนิต้า 2(2), 125-143.

จรรยาพร ธรณินทร์. (2554). ความหมายและหลักการของคุณธรรม ศีลธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณ และธรรมาภิบาล (เว็บไซต์)

สืบค้นจาก <http://charuaypontorranin.com/index.php?lay=show&ac=article&ld=5375831>

ศิริวรรณอนันต์โท. (2558). จริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชนการศึกษาในประเทศไทยและภูมิภาคอาเซียน.วารสารอิศราปริทัศน์ 4 (6),

(7-25) สืบค้นจาก <http://www.presscouncil.or.th/%E0%B8%94%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%99%E0%B9%8C%E0%B9%82%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%94/%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%AD%E0%8%B4%E0%B8%A8%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%BB4%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B8%A8%E0%B8%99%E0%B9%8C%E0%B8%89%E0%B8%9A-3/>

มาลี บุญศิริพันธ์. (2556). วารสารศาสตร์เบื้องต้น: ปรัชญา และแนวคิด.(พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

แรนดัล เดวิด. (2559). คนขาว ฉลาดทำงานศตวรรษที่ 21.(สุนันทา แยมทัฟ, ผู้แปล).กรุงเทพฯ: โครงการจัดพิมพ์คบไฟ.

สมสุข หินวิมาน และคณะ. (2557). ความรู้เบื้องต้นทางวิทยุและโทรทัศน์ (พิมพ์ครั้งที่ 2) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุทธิ ชัยหยุ่น. (2555). อนาคตของข่าว. สมุทรปราการ: บริษัท ดับบลิวพีเอส ประเทศไทย จำกัด.

วัฒน์ ภูวทิศ. (2556). บทบาทเชิงจริยธรรมของนักหนังสือพิมพ์ในการรายงานข่าวสารหน้าหนึ่งในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย.

วารสารวิจัยราชภัฏเชียงราย. 15(1), 97-107. สืบค้นจาก

<http://www.research.cmru.ac.th/2014/journal/file/15-01-009.pdf>.

อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี และ พงศ์ภัทร อนุมิตรราชกิจ. (2554). ผลกระทบของสื่อต่อวิกฤติชาติ. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 31(4), 69-84. สืบค้นจาก http://www.utcc.ac.th/public_content/files/001/31_4-5.pdf.

อิสรานิวส์. 2558: ออนไลน์.เรื่อง จริยธรรมสื่อ: สอนคน สอนใคร สอนอย่างไร.

สืบค้นจาก <https://www.isranews.org/thaireform-doc-mass-comm/38733-ethics-for-mass-media.html>.

Brand Buffet. 2561: ออนไลน์.เรื่อง Digital in 2018 สสำรวจพฤติกรรมคนไทยในยุคดิจิทัล. สืบค้นจาก

<https://thematter.co/quick-bite/digital-2018/44856>.

ภาษาอังกฤษ

Harrison, J. (2006). News. London: Routledge.

Littlejohn, S. W. (1999). Theories of Human Communication. CA :Wadsworth Publishing Company.

Ravi, B. K. (2012). Media and social responsibility: A critical prespective with special reference to television.

Academic Research International. 2(1), 306-325.

Shoemaker, P. J. (2006). News and newsworthiness: a commentary. Communications. 31, 105-111.

Kendyl Salcito. (2561). New Media Trends สืบค้น<https://www.scribd.com/document/264992826/New-Media-Trends>.