



วิทยานิพนธ์

ความท้าทายด้านจริยธรรมในยุคสื่อใหม่ภายใต้มิติความรับผิดชอบ
และกรอบข้อบังคับขององค์กรสื่อเมืองไห่โข่ว
ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

ETHICAL CHALLENGES IN THE NEW MEDIA ERA WITHIN THE DIMENSIONS
OF RESPONSIBILITY AND REGULATORY FRAMEWORKS OF MEDIA
ORGANIZATIONS IN HAIKOU, PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

SUN LIGUO

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
พ.ศ. 2569

วิทยานิพนธ์

ความท้าทายด้านจริยธรรมในยุคสื่อใหม่ภายใต้มิติความรับผิดชอบ
และกรอบข้อบังคับขององค์กรสื่อเมืองไห่โข่ว
ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

ETHICAL CHALLENGES IN THE NEW MEDIA ERA WITHIN THE DIMENSIONS
OF RESPONSIBILITY AND REGULATORY FRAMEWORKS OF MEDIA
ORGANIZATIONS IN HAIKOU, PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

SUN LIGUO

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

เสนอต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการสื่อสาร

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

พ.ศ. 2569



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

เรื่อง

ความท้าทายด้านจริยธรรมในยุคสื่อใหม่ภายใต้มิติความรับผิดชอบ
และกรอบข้อบังคับขององค์กรสื่อเมืองไหโข่ว
ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

ETHICAL CHALLENGES IN THE NEW MEDIA ERA WITHIN THE DIMENSIONS
OF RESPONSIBILITY AND REGULATORY FRAMEWORKS OF MEDIA
ORGANIZATIONS IN HAIKOU, PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

SUN LIGUO

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

3cv

ประธานสอบวิทยานิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิงห์ สิงห์ขจร)

นิม

ประธานที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์

(อาจารย์ ดร.นิสากร ยืนดีจันทร์)

จิ

กรรมการที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี)

จ

กรรมการสอบ วิทยานิพนธ์

(อาจารย์ ดร.ภุทธิพัฒน์ แก้วตาธนวัดนา)

ได้รับอนุมัติจากมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการสื่อสาร

จ

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

(อาจารย์ ดร.ภุทธิพัฒน์ แก้วตาธนวัดนา)

วันที่ 16 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2569

Sun Ligu. (2569) ความท้าทายด้านจริยธรรมในยุคสื่อใหม่ภายใต้มิติความรับผิดชอบและกรอบ
ข้อบังคับขององค์กรสื่อเมืองไห่โข่ว ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน. วิทยานิพนธ์ นศ.ม.
(การจัดการนวัตกรรมสื่อสาร). จันทบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี. อาจารย์ที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์หลัก : อาจารย์ ดร.นิสากร ยินดีจันทร์, ประด.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์ความท้าทายด้านจริยธรรมที่องค์กรข่าวสาร
ต้องเผชิญในยุคสื่อใหม่ ภายใต้บริบทของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลและการรักษามาตรฐานความ
น่าเชื่อถือทางวิชาชีพ และ 2) เสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่เป็นรูปธรรมสำหรับการปฏิบัติงานด้าน
จริยธรรมในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงนี้ งานวิจัยได้ตรวจสอบพลวัตของสื่อในช่วงการเปลี่ยนผ่าน
สู่ดิจิทัลและผลกระทบที่มีต่อมาตรฐานความน่าเชื่อถือทางวิชาชีพ พร้อมทั้งวางแนวทางปฏิบัติสำหรับ
การกำกับดูแลด้านจริยธรรมในองค์กรสื่อ การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยการ
สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ปฏิบัติงานสื่อ ผู้บริโภคข่าวสาร และนักวิชาการด้านสื่อ รวมทั้งการวิเคราะห์
เอกสารและบททวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่ครอบคลุมและรอบด้าน

ผลการวิจัยพบว่า จริยธรรมสื่อทำหน้าที่เป็นรากฐานสำคัญในการรักษาความน่าเชื่อถือและ
คุณภาพของข่าวสาร อย่างไรก็ตาม องค์กรข่าวสารในยุคดิจิทัลต้องเผชิญกับความท้าทายหลาย
ประการ ได้แก่ การแพร่ระบาดอย่างรวดเร็วของข้อมูลบิดเบือน ผ่านโซเชียลมีเดีย การละเมิดสิทธิ
ความเป็นส่วนตัวซึ่งกลายเป็นประเด็นวิกฤตในสังคมดิจิทัล การรายงานข่าวที่ลำเอียงภายใต้แรงกดดัน
ทางการเมืองและเศรษฐกิจ และภาวะข้อมูลล้นเกินที่บั่นทอนสุขภาพของระบบนิเวศสื่อ นอกจากนี้
การศึกษายังชี้ให้เห็นถึงความท้าทายต่อเนื่องในการรักษาสมดุลระหว่างความเร็วกับความถูกต้องใน
การรายงานข่าว ซึ่งถือเป็นลำดับความสำคัญสูงสุดขององค์กรสื่อในเมืองไห่โข่ว การวิเคราะห์เชิง
ทฤษฎีระบุว่า ความบกพร่องด้านจริยธรรมในสื่อไม่เพียงส่งผลกระทบต่อองค์กรในระดับอุตสาหกรรม
เท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบต่อสังคมและสาธารณชน ทั้งในแง่การลดลงของความไว้วางใจ
การแตกขั้วทางสังคม และคุณภาพการมีส่วนร่วมของสาธารณะที่ลดลง ข้อค้นพบเหล่านี้สอดคล้องกับ
ทฤษฎีพื้นที่สาธารณะและทฤษฎีความรู้เท่าทันข่าวสาร ซึ่งต่างเน้นย้ำว่าความถูกต้องและความเป็น
ธรรมของข่าวมีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจและความมั่นคงของสังคม ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่
ได้จากการศึกษานี้ ได้แก่ การเสริมสร้างมาตรฐานจริยธรรมสื่อในระดับสถาบัน การบูรณาการกลไก
ตรวจสอบข้อเท็จจริงในทุกขั้นตอนของการผลิตข่าว การสร้างระบบคุ้มครองความเป็นส่วนตัวที่ชัดเจน
และเข้มแข็ง และการพัฒนากลไกการกำกับดูแลเชิงพลวัตเพื่อปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทาง
เทคโนโลยี เศรษฐกิจ และสังคม งานวิจัยนี้มีส่วนช่วยในการพัฒนาความก้าวหน้าทางวิชาการและการ
ปฏิบัติงานด้านการจัดการจริยธรรมสื่อในยุคสื่อใหม่ โดยมีความเกี่ยวข้องเป็นพิเศษกับเมืองไห่โข่ว ซึ่ง
เป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเป็นเมืองทำการค้าเสรีและศูนย์กลางการสื่อสารมวลชนของจีน

คำสำคัญ : จริยธรรมสื่อ, สื่อใหม่, องค์กรสื่อ, ข่าวปลอม

Sun Liguu. (2026). **Ethical Challenges in the New Media Era within the Dimensions of Responsibility and Regulatory Frameworks of Media Organizations in Haikou, People's Republic of China.** Thesis M.Com.Arts. (Communication Innovation Management). Chanthaburi : Rambhai Barni Rajabhat University. Principal Thesis Advisor : Dr. Nisakorn Yindeechan, Ph.D.

Abstract

This study aimed to: 1) analyze the ethical challenges faced by news organizations in the new media era within the context of digital transformation and the preservation of professional credibility, and 2) propose concrete policy recommendations for ethical practices in this changing environment. The research examined the dynamics of media during the digital transition and their impact on professional standards of credibility, and outlined actionable guidelines for ethical governance in media organizations. A qualitative research methodology was employed, using in-depth interviews with media practitioners, news consumers, and media scholars, as well as document analysis and a review of related studies, to obtain comprehensive insights.

The findings revealed that media ethics served as a fundamental basis for maintaining trustworthiness and news quality. However, news organizations in the digital age faced multiple challenges, including the rapid spread of misinformation through social media, privacy violations that have become a critical issue in the digital society, biased reporting under political and economic pressures, and information overload that undermines the health of the media ecosystem. Furthermore, the study highlighted the ongoing challenge of balancing speed and accuracy in news reporting, which was regarded as a top priority among media organizations in Haikou. Theoretical analysis indicated that ethical deficiencies in the media not only affected organizations at the industrial level but also had systemic impacts on society and the public, including declining trust, increased social polarization, and diminished quality of public participation. These findings resonated with public sphere theory and news literacy theory, both of which emphasized that the accuracy and fairness of news directly influenced decision-making and societal stability. The policy recommendations derived from this study included strengthening institutional standards of media ethics, integrating fact-checking mechanisms across all stages of news production, establishing clear and robust privacy protection systems, and developing dynamic governance mechanisms to adapt to technological,

economic, and social changes. This research contributes to the academic and practical advancement of media ethics management in the new media era, with particular relevance to Haikou, a strategic area of China's development as a free trade port and a hub of mass communication.

Keywords : Media Ethics, New Media, Media Organizations, Fake News

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง ความท้าทายด้านจริยธรรมในยุคสื่อใหม่ภายใต้มิติความรับผิดชอบและกรอบข้อบังคับขององค์กรสื่อเมืองไท่โซ่ว ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้ ความช่วยเหลือ และกำลังใจจากหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.นิสากร ยืนดีจันทร์ ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด ทั้งในด้านแนวทางการวิจัย การวิเคราะห์ และการเรียบเรียงงานวิชาการ จนทำให้งานวิจัยชิ้นนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี และ อาจารย์ ดร.เมทยา ปรียานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะอันทรงคุณค่าและชี้แนะแนวทางการปรับปรุงงานวิจัยอย่างสร้างสรรค์ รวมถึง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิงห์ สิงห์ขจร ประธานสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งนอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.สุริพัฒน์ แก้วตาธนาวัฒนา คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ที่ได้สนับสนุนและอำนวยความสะดวกในกระบวนการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน ไม่ว่าจะเป็นผู้ปฏิบัติงานสื่อ ผู้บริโภคข่าวสาร และนักวิจัยด้านสื่อ ที่ได้สละเวลาให้ สัมภาษณ์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างตรงไปตรงมา ข้อมูลเหล่านี้ถือเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้งานวิจัยมีความลึกซึ้งและครอบคลุมยิ่งขึ้น

ท้ายที่สุด ผู้วิจัยขอแสดงความซาบซึ้งต่อครอบครัวและเพื่อน ๆ ที่คอยเป็นกำลังใจและแรงสนับสนุนในทุกช่วงเวลาของการศึกษาและการทำวิจัย หากปราศจากความช่วยเหลือจากทุกฝ่ายดังที่กล่าวมา งานวิจัยเล่มนี้คงไม่สามารถสำเร็จได้

Sun Ligu

2568

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	(1)
บทคัดย่อภาษาไทย	(3)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(5)
สารบัญ	(7)
สารบัญภาพ	(8)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
ปัญหาการวิจัย	3
วัตถุประสงค์	4
ขอบเขตการวิจัย	4
ความคิดริเริ่มและข้อจำกัดในการวิจัย	7
ประโยชน์ของการวิจัย	9
นิยามศัพท์การวิจัย	10
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความท้าทาย	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับจริยธรรมสื่อ	17
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อใหม่	23
สภาพโดยทั่วไปของเมืองไฮโซประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน	28
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	32
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	37
การเลือกวิธีการวิจัยวิจัย	37
การดำเนินการเก็บข้อมูล	39
การกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	39
เครื่องมือการศึกษาวิจัย	41
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	44
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	46
วิเคราะห์ความท้าทายด้านจริยธรรมขององค์กรข่าวสารในยุคสื่อใหม่	46
ในบริบทของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลและการรักษามาตรฐานความน่าเชื่อถือทางวิชาชีพ	
สร้างข้อเสนอเชิงนโยบายที่เป็นรูปธรรมสำหรับการดำเนินงานด้านจริยธรรมขององค์กร	55
ข่าวสารในบริบทของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลและการรักษามาตรฐานความน่าเชื่อถือทางวิชาชีพ	

บรรณานุกรม (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	70
สรุปผลการวิจัย	70
อภิปรายผลการวิจัย	76
ข้อเสนอแนะการวิจัย	77
บรรณานุกรม	78
ภาคผนวก	82
ภาคผนวก ก. แบบสัมภาษณ์การวิจัย	83
ประวัติย่อผู้วิจัย	84

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 จริยธรรมสื่อ	18
ภาพที่ 2.2 แผนที่เมืองไหโขว่	28
ภาพที่ 2.3 วัฒนธรรมและสถาปัตยกรรมท้องถิ่นนานาชาติ	31
ภาพที่ 2.4 การท่องเที่ยวเมืองไหโขว่	32
ภาพที่ 4.1 กิจกรรมสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	46
ภาพที่ 4.2 จริยธรรมขององค์กรข่าวสารในยุคสื่อใหม่ในบริบทของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล และการรักษา มาตรฐานความน่าเชื่อถือทางวิชาชีพ	55
ภาพที่ 4.3 ผู้วิจัยและผู้ทรงคุณวุฒิร่วมกันสร้างข้อเสนอเชิงนโยบาย	58
ภาพที่ 4.4 การดำเนินงานด้านจริยธรรมขององค์กรข่าวสาร	60

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเปลี่ยนแปลงในแวดวงการสื่อสารมวลชนมิได้เป็นเพียงการปฏิรูปในเชิงเทคโนโลยีเท่านั้น หากยังเป็นการปรับเปลี่ยนเชิงโครงสร้างของระบบการสื่อสารของสังคมโดยรวมอย่างลึกซึ้ง การพัฒนาอย่างรวดเร็วของอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีการสื่อสารเคลื่อนที่ได้นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นฐานต่อวิถีการผลิต การเผยแพร่ และการบริโภคข่าวสาร ลักษณะสำคัญของยุคสมัยนี้คือการเพิ่มขึ้นอย่างเด่นชัดของความฉับไวและความสามารถในการโต้ตอบของข้อมูล ช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารมีความหลากหลายมากขึ้น และการมีส่วนร่วมของผู้รับสารเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญอย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมิได้ส่งผลเชิงบวกเพียงด้านเดียว หากยังนำมาซึ่งความท้าทายด้านจริยธรรมและการปฏิบัติในวิชาชีพข่าวสาร โดยเฉพาะในประเด็นการแพร่ระบาดของข่าวปลอม การละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัว และความลำเอียงในการรายงานข่าว ในระดับโลก อุตสาหกรรมข่าวสารกำลังเผชิญการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญที่ไม่เคยมีมาก่อน จากการศึกษาของ Vraga, E. K. และคณะ (2021) ซึ่งใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนระดับประเทศของสหรัฐอเมริกา เพื่อสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ด้านข่าวสาร (News Literacy: NL) พฤติกรรมการดูและเผยแพร่ข่าวและเนื้อหาทางการเมืองบนสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีต่อความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ถูกเผยแพร่บนแพลตฟอร์มดังกล่าว พบว่าความรู้ด้านข่าวสารมีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดการรับรู้เกี่ยวกับการแบ่งปันข้อมูลออนไลน์ ในทำนองเดียวกัน ในยุโรป องค์กรข่าวสารได้พยายามปรับตัวเพื่อรักษาคุณภาพของข่าวควบคู่กับการเดินทางเข้าสู่กระแสดิจิทัล (Newman, 2018) การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้มิได้กระทบเพียงกลไกการเผยแพร่ข่าวสารเท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบอย่างลึกซึ้งต่อแก่นของจริยธรรมสื่อ โดยการแพร่ระบาดของข่าวปลอมได้กลายเป็นหนึ่งในความท้าทายหลักของอุตสาหกรรมข่าวสารยุคดิจิทัล ภายใต้แรงขับเคลื่อนของสื่อสังคมออนไลน์และแพลตฟอร์มบนเครือข่าย ข่าวสารที่ไม่เป็นจริงสามารถแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งส่งผลกระทบต่อความสามารถของสาธารณชนในการประเมินข้อมูล และบั่นทอนความน่าเชื่อถือขององค์กรข่าวสาร ดังที่ Wardle และ Derakhshan (2017) ระบุว่า ข่าวปลอมมิได้เพียงทำให้สาธารณชนเข้าใจผิดเท่านั้น แต่ยังอาจนำไปสู่ความไม่สงบในสังคมและความแตกแยกทางการเมือง

การละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวได้กลายเป็นอีกหนึ่งประเด็นที่องค์กรข่าวสารจำเป็นต้องให้ความสำคัญ ในยุคที่มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบิ๊กดาต้าและปัญญาประดิษฐ์ การเก็บรวบรวมและประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลมักทำให้สื่อมวลชนต้องเผชิญกับข้อถกเถียงด้านจริยธรรมและข้อจำกัดทางกฎหมาย (O'Neil, 2017) ภายใต้บริบทนี้ มาตรฐานจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรข่าวสารจึงจำเป็นต้องได้รับการปรับรูปแบบใหม่ ในฐานะผู้พิทักษ์ความเชื่อมั่นของสังคม องค์กรข่าวสารมีพันธกิจในการรับประกันความถูกต้อง ความเป็นธรรม และความโปร่งใสของข้อมูลข่าวสาร แต่ในสภาพแวดล้อมดิจิทัล การปฏิบัติตามหลักการเหล่านี้มีความซับซ้อนเพิ่มขึ้น องค์กรข่าวสารจึงจำเป็นต้อง

ไม่เพียงแค่ปรับตัวทางเทคโนโลยีเท่านั้น แต่ยังต้องพัฒนานวัตกรรมด้านมาตรฐานจริยธรรม เพื่อรับมือกับความท้าทายเฉพาะของยุคสื่อใหม่ ในศตวรรษที่ 21 การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลได้ก่อให้เกิดการปฏิวัติครั้งใหญ่ในแวดวงสื่อสารมวลชน ไม่เพียงแต่เป็นการพัฒนาในมิติเทคโนโลยีเท่านั้น หากยังสะท้อนถึงการปรับเปลี่ยนเชิงโครงสร้างทางสังคม การผลิต การเผยแพร่ และการบริโภคข้อมูลข่าวสารถูกเร่งด้วยอินเทอร์เน็ตและสมาร์ทโฟน ทำให้ข้อมูลไหลเวียนรวดเร็วและเข้าถึงง่าย สังคมเกิดวัฒนธรรมการเสพข่าวแบบเรียลไทม์และโต้ตอบได้โดยตรงผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ส่งผลให้องค์กรข่าวสารต้องแข่งขันกันในเรื่องที่เรียกว่า *เศรษฐกิจความสนใจ (Attention Economy)* และต้องปรับโครงสร้างจากการพึ่งพารายได้โฆษณาแบบ “Advertisers First” ไปสู่การมุ่งเน้นผู้อ่านหรือผู้รับสารเป็นศูนย์กลาง “Readers First” อย่างไรก็ตาม ความเปลี่ยนแปลงนี้ไม่ได้มีผลในเชิงบวกอย่างเดียว เพราะยังนำมาซึ่งปัญหาจริยธรรมที่ท้าทายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการแพร่ระบาดของข่าวปลอม (Fake News) ความขัดแย้งระหว่าง *ความเร็ว* และ *ความถูกต้อง* ในการนำเสนอข่าว การละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัว การลำเอียงทางการรายงาน ตลอดจนปัญหาภาวะข้อมูลล้นเกิน (Information Overload) ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนส่งผลกระทบโดยตรงต่อความน่าเชื่อถือของสื่อและคุณภาพของระบบนิเวศทางข้อมูลของสังคม

ประเด็นจริยธรรมสื่อถือเป็นหัวใจสำคัญของการทำงานด้านข่าวสารมาโดยตลอด แต่ในยุคสื่อใหม่ ความท้าทายมีความซับซ้อนมากขึ้น การวิจัยจำนวนมากพบว่า ข่าวปลอมมีแนวโน้มแพร่กระจายเร็วกว่าข่าวจริงหลายเท่า และกระตุ้นอารมณ์ผู้รับสารได้อย่างรุนแรง เมื่อระบบอัลกอริทึมของแพลตฟอร์มยังย่ำซ้ำเนื้อหาที่สอดคล้องกับความเชื่อเดิมของผู้ใช้ จึงเกิดสิ่งที่เรียกว่า *filter bubble* และ *echo chamber* ซึ่งบั่นทอนความสามารถในการจำแนกข้อเท็จจริงของสังคม นอกจากนี้ การละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวยังกลายเป็นภาวะ *dilemma* ระหว่างประโยชน์สาธารณะกับสิทธิของบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่สื่อสามารถเข้าถึงปิกดาต้าและ AI การรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลโดยไม่คำนึงถึงมาตรฐานจริยธรรม ย่อมเสี่ยงต่อการกระทบสิทธิขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ขณะเดียวกัน ความลำเอียงในการรายงานข่าวจากแรงกดดันทางการเมือง เศรษฐกิจ และอุดมการณ์ ยิ่งทำให้ความเป็นกลางของสื่อถูกตั้งคำถามจากสังคมอย่างต่อเนื่อง

เมืองไห่โข่ว เมืองเอกของมณฑลไห่หนาน ถือเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ของจีนที่กำลังพัฒนาเป็นเขตการค้าเสรี (Free Trade Port) และประตูเชื่อมจีนกับอาเซียน เมืองนี้เป็นทั้งศูนย์กลางการเมือง เศรษฐกิจ และสื่อสารมวลชน โดยมีทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ที่เข้มแข็ง แต่ในขณะเดียวกัน สื่อในไห่โข่วต้องเผชิญแรงกดดันเชิงจริยธรรมจากการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการคงไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือของข้อมูล การป้องกันข่าวปลอม หรือการรักษาสมดุลระหว่างมาตรฐานสากลกับข้อกำหนดเชิงนโยบายภายในประเทศจีน ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาที่ศึกษานี้จึงอยู่ที่ การรับมือกับพลวัตของสื่อใหม่ภายใต้แรงกดดันด้านจริยธรรม ซึ่งไม่เพียงท้าทายต่อองค์กรสื่อเท่านั้น แต่ยังท้าทายต่อสังคมและประชาธิปไตยโดยรวม การศึกษาบริบทของเมืองไห่โข่วจึงมีคุณค่าทั้งในเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติ เพราะสามารถชี้แนะแนวทางการปรับโครงสร้างมาตรฐานจริยธรรมของสื่อใหม่ และวางรากฐานให้สังคมข่าวสารดำรงอยู่อย่างมีคุณภาพและยั่งยืน

ดังนั้น ความท้าทายด้านจริยธรรมในยุคสื่อใหม่ภายใต้มิติความรับผิดชอบและกรอบข้อบังคับขององค์กรสื่อเมืองไฮโซ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน จึงมีนัยสำคัญอันจะสามารถสะท้อนถึงปัญหาในระดับโลก และเป็นกรณีศึกษาเชิงลึกที่ช่วยให้เข้าใจพลวัตของสื่อใหม่ในประเทศกำลังพัฒนาได้

1.2 ปัญหาการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงด้านการปฏิบัติทางจริยธรรมขององค์กรข่าวสารในยุคดิจิทัล โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์กระบวนการปรับโครงสร้างมาตรฐานจริยธรรม (ethical norms) และการนิยามความรับผิดชอบต่อสังคม (social responsibility) ขึ้นใหม่ การศึกษาได้มุ่งตอบคำถามวิจัยสำคัญ ในยุคดิจิทัล องค์กรข่าวสารต้องเผชิญกับความท้าทายด้านจริยธรรมใดบ้าง องค์กรข่าวสารควรปรับเปลี่ยนและสร้างมาตรฐานจริยธรรมใหม่อย่างไรเพื่อรับมือกับความท้าทายเหล่านี้ อย่างมีประสิทธิภาพ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรข่าวสารในลักษณะใด คำถามเหล่านี้มีเป้าหมายเพื่อเปิดเผยแนวโน้มและความท้าทายใหม่ ๆ ของการปฏิบัติด้านจริยธรรมสื่อภายใต้สภาพแวดล้อมดิจิทัล ประเด็นปัญหาสำคัญที่องค์กรข่าวสารเผชิญในยุคดิจิทัล การแพร่ระบาดของข่าวปลอม (Fake News) การพัฒนาอย่างรวดเร็วของอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้ความเร็วและขอบเขตการแพร่กระจายของข้อมูลเพิ่มขึ้นอย่างมหาศาล แม้จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร แต่ก็นำไปสู่การแพร่กระจายของข่าวปลอมอย่างกว้างขวาง ซึ่งสร้างผลกระทบอย่างรุนแรงต่อการรับรู้ของสาธารณชนและบ่อนทำลายความน่าเชื่อถือของสื่อ รวมถึงก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อเสถียรภาพทางสังคม องค์กรข่าวสารจึงจำเป็นต้องมีมาตรการในการตรวจสอบและรับมือกับข่าวปลอม เพื่อรักษาความถูกต้องและความแม่นยำของข้อมูล การคุ้มครองสิทธิความเป็นส่วนตัว (Privacy Protection)

มิติพหุวัฒนธรรมและความครอบคลุม (Multiculturalism and Inclusivity)

ในบริบทของโลกาภิวัตน์ ประเด็นด้านพหุวัฒนธรรมและความครอบคลุมเป็นอีกหนึ่งมิติด้านจริยธรรมที่องค์กรข่าวสารจำเป็นต้องให้ความสำคัญ การรายงานข่าวในยุคปัจจุบันจำเป็นต้องแสดงออกถึงการเคารพและการให้ความสำคัญต่อสิทธิและศักดิ์ศรีของกลุ่มวัฒนธรรมและชุมชนที่หลากหลาย เพื่อให้เนื้อหาที่มีความหลากหลายและความครอบคลุม ในการรายงานเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับข้ามวัฒนธรรม องค์กรข่าวสารต้องหลีกเลี่ยงการใช้กรอบความคิดที่มีอคติทางวัฒนธรรมและการเลือกปฏิบัติ พร้อมทั้งรักษาความเป็นธรรมและความครบถ้วนของการนำเสนอข่าว เพื่อส่งเสริมความสามัคคีและความมั่นคงทางสังคม

การปรับโครงสร้างมาตรฐานจริยธรรมขององค์กรข่าวสาร (Ethical Norms Restructuring)

เพื่อตอบสนองต่อความท้าทายทางจริยธรรมในยุคดิจิทัล องค์กรข่าวสารจำเป็นต้องดำเนินการปรับโครงสร้างมาตรฐานจริยธรรมอย่างเป็นระบบ การจัดตั้งระบบจริยธรรมที่ครบถ้วน การกำหนดข้อบังคับเชิงพฤติกรรม นโยบายด้านการบริหารงานข่าว และกลไกการกำกับดูแลที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมสื่อใหม่ เป็นขั้นตอนสำคัญของการปฏิรูปดังกล่าว นอกจากนี้ การฝึกอบรมด้านจริยธรรมวิชาชีพอย่างเป็นระบบให้แก่ผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อ เพื่อยกระดับจิตสำนึกด้านจริยธรรมและความเชี่ยวชาญทางวิชาชีพ ถือ

เป็นมาตรการที่มีประสิทธิภาพ องค์กรข่าวสารยังสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์และการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ เพื่อพัฒนาระบบการตรวจจับและป้องกันข่าวปลอม จัดทำนโยบายการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวที่เข้มงวด และเพิ่มความโปร่งใสและความเป็นธรรมของอัลกอริทึม เพื่อสร้างระบบการสื่อสารที่มีมาตรฐานและความน่าเชื่อถือสูง

ผลกระทบต่อความรับผิดชอบต่อสังคม (Impact on Social Responsibility)

การปรับโครงสร้างมาตรฐานจริยธรรมก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ข่าวสารอย่างลึกซึ้ง การดำเนินงานดังกล่าวสามารถยกระดับคุณภาพและความน่าเชื่อถือของข่าวสาร เสริมสร้างความไว้วางใจของสาธารณชน และมีส่วนช่วยในการธำรงเสถียรภาพและความปรองดองของสังคม การเพิ่มสัดส่วนการรายงานข่าวที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเปราะบางและพหุวัฒนธรรมยังมีส่วนช่วยผลักดันความยุติธรรมและความหลากหลายทางสังคม ในขณะเดียวกัน การบังคับใช้นโยบายคุ้มครองความเป็นส่วนตัวและหลักจริยธรรมของการใช้อัลกอริทึมจะช่วยเพิ่มจิตสำนึกด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรข่าวสารและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสาธารณชน อีกทั้งการยกระดับความรู้ด้านสื่อมวลชนของประชาชนจะช่วยให้สังคมสามารถจำแนกข่าวปลอมและข้อมูลที่มีอคติได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะนำไปสู่การสร้างระบบนิเวศข้อมูลข่าวสารที่มีสุขภาพและเป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม การศึกษาประเด็นวิจัยเหล่านี้จะเป็นฐานสำคัญในการให้การสนับสนุนเชิงทฤษฎีและปฏิบัติแก่วงการสื่อมวลชน เพื่อการปรับโครงสร้างมาตรฐานจริยธรรมและการกำหนดความรับผิดชอบต่อสังคมใหม่ให้เหมาะสมกับยุคดิจิทัล

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ความท้าทายด้านจริยธรรมขององค์กรข่าวสารในยุคสื่อใหม่ในบริบทของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลและการรักษามาตรฐานความน่าเชื่อถือทางวิชาชีพ
2. เพื่อสร้างข้อเสนอเชิงนโยบายที่เป็นรูปธรรมสำหรับการดำเนินงานด้านจริยธรรมขององค์กรข่าวสารในบริบทของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลและการรักษามาตรฐานความน่าเชื่อถือทางวิชาชีพ

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยนี้ครอบคลุมช่วงเวลา มกราคม 2567 ถึง ตุลาคม 2568 โดยใช้การวิเคราะห์กรณีศึกษาและข้อมูลภายในช่วงเวลาดังกล่าว เพื่อทำความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงด้านจริยธรรมสื่อในยุคดิจิทัลอย่างรอบด้านและลึกซึ้ง การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้มิได้จำกัดอยู่เพียงในเชิงรูปแบบ หากยังสะท้อนถึงการปฏิรูปเชิงแนวคิดและนวัตกรรมการปฏิบัติ ครอบคลุมประเด็นสำคัญด้านเสรีภาพสื่อ ความถูกต้อง ความเป็นกลาง และความเป็นธรรม ซึ่งถือเป็นทั้งความท้าทายและโอกาสใหม่ของจริยธรรมสื่อในยุคปัจจุบัน

1.4.2 ขอบเขตด้านสถานที่

ขอบเขตด้านสถานที่ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นวิจัยในเมืองไห่โขว สาธารณรัฐประชาชนจีน เมืองไห่โขวเป็นศูนย์กลางหลักในการพัฒนาจังหวัดไห่หนานให้เป็นเขตการค้าเสรี (Free Trade Port)

และมีบทบาทสำคัญในยุทธศาสตร์การพัฒนายุคใหม่ของจีน เมืองนี้เป็นศูนย์กลางด้านการเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และการศึกษา อีกทั้งยังเป็นประตูเชื่อมต่อสำคัญของจีนสู่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ นอกจากนี้ สภาพการพัฒนาของสื่อใหม่ในทางโซ่วมีความหลากหลาย ทำให้องค์กรข่าวสารในพื้นที่ต้องเผชิญความท้าทายด้านจริยธรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่มีคุณค่าสำหรับการศึกษาเชิงลึกในประเด็นนี้

1.4.3 ขอบเขตด้านกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย 3 กลุ่มหลัก ได้แก่

1) ผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อมวลชน (รวมถึงผู้สื่อข่าว บรรณาธิการ และผู้บริหารสื่อ) เป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิตและเผยแพร่ข่าวสาร รวมถึงการปฏิบัติด้านจริยธรรมในวิชาชีพ

2) ผู้บริโภคข่าวสารทั่วไป ครอบคลุมผู้รับสารจากหลากหลายอาชีพและภูมิหลัง ซึ่งให้ความสำคัญต่อความถูกต้อง ความเป็นกลาง และการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวในข่าวสาร

3) นักวิจัยด้านสื่อ เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านจริยธรรมสื่อและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ที่สามารถให้ข้อคิดเห็นเชิงทฤษฎีและการวิเคราะห์เชิงลึก การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มแบบมีวัตถุประสงค์ (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย รายละเอียดการคัดเลือกมีดังนี้

1.4.4 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งวิเคราะห์ประเด็นหลักที่เป็นความท้าทายด้านจริยธรรมขององค์กรข่าวสารในยุคดิจิทัล โดยเน้นหัวข้อสำคัญดังต่อไปนี้

1) การระบุและป้องกันข่าวปลอม (Fake News Detection and Prevention)

ศึกษากลไกและเทคโนโลยีที่ใช้ในการระบุและป้องกันการแพร่กระจายของข่าวปลอม รวมถึงบทบาทขององค์กรข่าวสารในการรับมือกับข้อมูลที่เท็จที่แพร่กระจายอย่างรวดเร็วบนแพลตฟอร์มดิจิทัล การแพร่ระบาดของข่าวปลอมถือเป็นหนึ่งในความท้าทายด้านจริยธรรมที่ร้ายแรงที่สุดที่องค์กรข่าวสารต้องเผชิญในยุคดิจิทัล งานวิจัยนี้จะศึกษาลึกในประเด็นต่อไปนี้

นิยามและประเภทของข่าวปลอม: กำหนดความหมายของข่าวปลอม วิเคราะห์ ประเภทต่าง ๆ และลักษณะการแพร่กระจาย

กลไกการแพร่กระจายของข่าวปลอม: ศึกษาเส้นทางการแพร่กระจายของข่าวปลอมบนสื่อสังคมออนไลน์และแพลตฟอร์มเครือข่าย รวมถึงการระบุจุดสำคัญและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแพร่กระจาย

วิธีและเทคโนโลยีในการระบุข่าวปลอม: วิเคราะห์ความเป็นไปได้และประสิทธิภาพของการใช้เทคโนโลยี เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data)

กลยุทธ์ในการป้องกันข่าวปลอม: รวบรวมกรณีตัวอย่างความสำเร็จขององค์กรข่าวสาร พร้อมนำเสนอข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ เช่น การจัดตั้งกลไกตรวจสอบข้อเท็จจริง (Fact-checking) และการเพิ่มความเข้มงวดในการตรวจสอบเนื้อหาข่าว

2) การคุ้มครองสิทธิความเป็นส่วนตัว (Privacy Rights Protection)

ภายใต้การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างแพร่หลาย องค์กรข่าวสารต้องเผชิญความท้าทายด้านการคุ้มครองสิทธิความเป็นส่วนตัวอย่างรุนแรง งานวิจัยนี้จะครอบคลุมประเด็นดังนี้

กรอบกฎหมายและจริยธรรมของสิทธิความเป็นส่วนตัว: วิเคราะห์ความหมายทางกฎหมายของสิทธิความเป็นส่วนตัว และความสำคัญทางจริยธรรมในวิชาชีพข่าวสาร รวมถึงการเปรียบเทียบกฎหมายคุ้มครองความเป็นส่วนตัวทั้งในประเทศและต่างประเทศ

การคุ้มครองสิทธิความเป็นส่วนตัวในกระบวนการรายงานข่าว: ศึกษามาตรการและขั้นตอนขององค์กรข่าวสารในการเก็บ รวบรวม และเผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคล โดยพิจารณาการสร้างสมดุลระหว่างสิทธิในการรับรู้ของสาธารณชนและสิทธิความเป็นส่วนตัวของบุคคล

เทคโนโลยีและการปฏิบัติด้านการคุ้มครองความเป็นส่วนตัว: วิเคราะห์การใช้เทคโนโลยี เช่น การเข้ารหัสข้อมูล (Data Encryption) และการทำข้อมูลให้ไม่สามารถระบุตัวตนได้ (Data Anonymization) พร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาและบทเรียนจากการปฏิบัติจริง

3) ความเป็นธรรมและความเที่ยงตรงของการรายงานข่าว (Fairness and Objectivity in News Reporting) ความเป็นธรรมและความเที่ยงตรงถือเป็นคุณค่าหลักของการรายงานข่าว งานวิจัยนี้จะศึกษาเชิงลึกในประเด็นต่อไปนี้

นิยามและมาตรฐานของความเป็นธรรมและความเที่ยงตรง: กำหนดมาตรฐานและแนวคิดเชิงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความเป็นธรรมและความเที่ยงตรงในการรายงานข่าว

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเป็นธรรมและความเที่ยงตรง: วิเคราะห์อิทธิพลของจริยธรรมวิชาชีพของผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อ ผลประโยชน์ทางการค้า และแรงกดดันทางการเมือง ที่อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพและความเป็นกลางของเนื้อหาข่าว

การยกระดับความเป็นธรรมและความเที่ยงตรงของการรายงานข่าว นอกจากการกำหนดนิยามและการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความเป็นธรรมและความเที่ยงตรงแล้ว งานวิจัยนี้ยังจะรวบรวม **มาตรการในการยกระดับความเป็นธรรมและความเที่ยงตรง** ของการรายงานข่าว โดยวิเคราะห์กรณีตัวอย่างความสำเร็จขององค์กรข่าวสาร พร้อมนำเสนอแนวทางปรับปรุงและข้อเสนอแนะ เช่น การเพิ่มความเข้มงวดของขั้นตอนการตรวจสอบเนื้อหา (Editorial Review) และการจัดตั้งกระบวนการผลิตข่าวสารที่มีความโปร่งใส

4) การจัดตั้งมาตรฐานจริยธรรมสื่อใหม่ (Establishment of New Media Ethical Norms) การเติบโตอย่างรวดเร็วของสื่อใหม่ (New Media) ได้สร้างความท้าทายใหม่ให้กับมาตรฐานจริยธรรมสื่อแบบดั้งเดิม งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาในประเด็นต่อไปนี้

ปัญหาด้านจริยธรรมในสภาพแวดล้อมสื่อใหม่: วิเคราะห์ปัญหาที่เกิดจากสื่อสังคมออนไลน์ สื่อบุคคล (Self-media) และแพลตฟอร์มรวมข่าว (News Aggregators) เช่น ปัญหาข้อมูลล้นเกิน (Information Overload) เนื้อหาที่ล่อให้คลิก (Clickbait) และข้อมูลเท็จ

การสร้างและพัฒนามาตรฐานจริยธรรมในสื่อใหม่: ศึกษาแนวทางในการสร้างและปรับปรุงมาตรฐานจริยธรรมในสภาพแวดล้อมสื่อใหม่ เพื่อรับรองความถูกต้อง ความเป็นธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมของข่าวสาร

กรณีศึกษาและการวิเคราะห์เชิงปฏิบัติ: วิเคราะห์กรณีตัวอย่างการปฏิบัติด้านจริยธรรมของแพลตฟอร์มสื่อใหม่และองค์กรข่าวสาร เพื่อสรุปบทเรียนและข้อเสนอแนะสำหรับการจัดตั้งมาตรฐานจริยธรรมในสื่อใหม่ การวิเคราะห์ประเด็นข้างต้นมีเป้าหมายเพื่อเปิดเผยแนวโน้มและความท้าทายของการปฏิบัติด้านจริยธรรมสื่อในยุคดิจิทัล และให้พื้นฐานเชิงทฤษฎีและข้อเสนอเชิงปฏิบัติแก่องค์กรข่าวสารในการรับมือกับความท้าทายดังกล่าว อันจะช่วยส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมสื่อและคงไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือของข่าวสารและความมั่นคงทางสังคม

1.4 ความคิดริเริ่มและข้อจำกัดในการวิจัย

1) ความคิดริเริ่มในการทำวิจัย

(1) การนำเสนอกรอบแนวคิด “มุมมองการวิเคราะห์แบบบูรณาการเชิงพลวัต”

บนพื้นฐานของการทบทวนวรรณกรรมและการวิเคราะห์ทฤษฎี งานวิจัยนี้ได้นำองค์ความรู้จากทฤษฎีสิ่งแวดล้อมสื่อของ McLuhan (1964) ทฤษฎีระบบสังคมของ Luhmann (1995) และทฤษฎีพื้นที่สาธารณะของ Habermas (1989) มาผสานกับลักษณะการสื่อสารในยุคดิจิทัล จนก่อให้เกิดกรอบการวิเคราะห์ใหม่ที่มีมองปัญหาจริยธรรมสื่อในเชิง **พลวัต เชื่อมโยงเป็นระบบ และ ทำงานร่วมข้ามสาขา** ซึ่งช่วยลดข้อจำกัดของการมองปัญหาแบบคงที่และแยกส่วน

(2) การบูรณาการทฤษฎีและการวิจัยเชิงประจักษ์

ต่างจากงานวิจัยที่มุ่งเน้นเฉพาะเชิงทฤษฎีหรือการบรรยายกรณีศึกษา งานวิจัยนี้ได้เก็บข้อมูลภาคสนามจากผู้ปฏิบัติงานสื่อ ผู้บริโภคข่าว และนักวิจัยสื่อในจังหวัดไทรโยค ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกและการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา เพื่อนำมาสนทนากับกรอบทฤษฎีอย่างต่อเนื่อง จึงไม่เพียงตรวจสอบความสอดคล้องของกรอบแนวคิดกับสภาพจริง แต่ยังขยายขอบเขตการตีความทางวิชาการให้ครอบคลุมบริบทที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น

(3) การพัฒนาชุดข้อเสนอเชิงนโยบายด้านจริยธรรมสื่อที่ครอบคลุมและปฏิบัติได้จริง

ในส่วนข้อเสนอเชิงนโยบาย งานวิจัยนี้ได้เสนอกรอบการกำกับดูแลจริยธรรมสื่อครอบคลุม 7 มิติ ได้แก่ การกำกับดูแลภายในองค์กร การพัฒนาศักยภาพบุคลากร การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี การมีส่วนร่วมของสังคม การคุ้มครองความเป็นส่วนตัว การปฏิบัติหน้าที่ต่อสังคม และการสร้างระบบนิเวศสื่อที่เอื้อต่อการกำกับดูแลร่วมกัน ซึ่งแต่ละข้อเสนอได้เชื่อมโยงกับทฤษฎีและงานวิจัยสากล ทำให้มีความพร้อมต่อการนำไปปรับใช้จริง

(4) การพัฒนาชุดข้อเสนอด้านการกำกับดูแลจริยธรรมสื่อที่มีความเป็นไปได้สูงและเหมาะสมกับบริบท

ข้อเสนอที่นำเสนอในงานวิจัยนี้มีทั้งความเป็นไปได้ในเชิงปฏิบัติและความสามารถในการปรับใช้กับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงของสื่อดิจิทัล จึงสามารถทำหน้าที่เป็นต้นแบบอ้างอิงที่มีคุณค่าต่อการยกระดับมาตรฐานจริยธรรมสื่อในยุคดิจิทัล

(5) การขยายขอบเขตการศึกษาด้านจริยธรรมสื่อในบริบทสื่อใหม่ (New Media Context)

แม้ว่างานวิจัยด้านจริยธรรมสื่อจำนวนมากจะยังคงมุ่งเน้นไปที่สภาพแวดล้อมของสื่อดั้งเดิม แต่งานวิจัยนี้ได้เลือกใช้มุมมองสื่อใหม่เป็นจุดตั้งต้น โดยมุ่งวิเคราะห์ประเด็นร่วมสมัย เช่น ข่าวเท็จ (fake news) อคติของอัลกอริทึม (algorithmic bias) การละเมิดความเป็นส่วนตัว และปัญหาข้อมูลล้นเกิน (information overload) ซึ่งเป็นการขยายพื้นที่ปัญหาและขอบเขตทางทฤษฎีของจริยธรรมสื่อในบริบทดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งยังมีคุณค่าทั้งในเชิงวิชาการและการประยุกต์ใช้

2) ข้อจำกัดของการวิจัย

แม้งานวิจัยนี้จะได้พยายามอย่างมากในการสร้างสรรค์องค์ความรู้ทั้งด้านทฤษฎีและการวิจัยเชิงประจักษ์ แต่ด้วยข้อจำกัดด้านทรัพยากร เวลา และประสบการณ์การวิจัย จึงยังคงมีข้อจำกัดที่ควรพิจารณา ดังนี้

(1) ข้อจำกัดด้านพื้นที่และจำนวนตัวอย่าง

การเก็บข้อมูลมุ่งเน้นที่องค์กรสื่อและกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดให้หนาน แม้ว่าจะมีความเป็นตัวแทนในระดับหนึ่ง แต่การนำข้อสรุปไปใช้ในระดับประเทศอาจยังมีข้อจำกัด เนื่องจากระบบนิเวศสื่อ รูปแบบการดำเนินงาน และระดับการตระหนักรู้ด้านจริยธรรมในแต่ละภูมิภาคมีความแตกต่างกัน งานวิจัยในอนาคตควรขยายขอบเขตตัวอย่างให้ครอบคลุมหลายพื้นที่เพื่อเพิ่มความครอบคลุมและความน่าเชื่อถือภายนอก (external validity)

(2) ข้อจำกัดในการศึกษาผลกระทบของเทคโนโลยีใหม่

แม้จะมีการวิเคราะห์เบื้องต้นเกี่ยวกับผลกระทบของปัญญาประดิษฐ์ (AI) บิ๊กดาต้า และอัลกอริทึมแนะนำเนื้อหา (algorithmic recommendation) ต่อจริยธรรมสื่อ แต่เนื่องจากเทคโนโลยีเหล่านี้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และมีระดับการประยุกต์ใช้ที่ต่างกันในแต่ละองค์กร การทำความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับกลไกผลกระทบยังต้องการการติดตามแบบยาวนาน (longitudinal study) และการวิเคราะห์แบบพลวัต (dynamic modeling)

(3) ข้อจำกัดด้านการใช้ข้อมูลเชิงปริมาณ

การวิจัยนี้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นแหล่งข้อมูลหลัก ซึ่งแม้จะได้ข้อมูลที่มีความลึกซึ้งและครอบคลุม แต่ยังขาดการสนับสนุนจากข้อมูลเชิงปริมาณขนาดใหญ่ เช่น การสำรวจเชิงสถิติหรืองานวิจัยเชิงทดลองในวงกว้าง ซึ่งจะช่วยเพิ่มความแม่นยำและความน่าเชื่อถือของข้อสรุป

(4) ข้อจำกัดด้านการวิเคราะห์มิติทางประวัติศาสตร์ของจริยธรรมสื่อ

การวิจัยนี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงจริยธรรมสื่อในยุคดิจิทัลเป็นหลัก จึงยังไม่ครอบคลุมการ

สำรวจพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ของจริยธรรมสื่ออย่างเป็นระบบ การศึกษาต่อไปสามารถใช้กรอบประวัติศาสตร์สังคม (historical sociology) เพื่ออธิบายพลวัตของการเปลี่ยนผ่านจากสื่อดั้งเดิมสู่สื่อดิจิทัลได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

1.5 ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งนำเสนอการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบและข้อเสนอเชิงปฏิบัติที่เกี่ยวกับการปรับโครงสร้างมาตรฐานจริยธรรมและการกำหนดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรข่าวสารในยุคดิจิทัล โดยหากการวิจัยสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีจะมีประโยชน์ ดังต่อไปนี้

1) นักวิชาการ นักเรียน นักศึกษา สามารถนำผลงานเชิงทฤษฎี (Theoretical Contributions) การขยายองค์ความรู้ด้านจริยธรรมสื่อมวลชน ผ่านการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบต่อความท้าทายหลักที่องค์กรข่าวสารเผชิญในยุคดิจิทัล โดยผลงานวิจัยนี้จะช่วยเสริมสร้างและต่อยอดกรอบแนวคิดด้านจริยธรรมสื่อ โดยเฉพาะในประเด็นข่าวปลอม การคุ้มครองสิทธิความเป็นส่วนตัว และความเป็นธรรมในการรายงานข่าว การประยุกต์ใช้ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility Theory) งานวิจัยนี้จะนำทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมมาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติขององค์กรข่าวสารในสภาพแวดล้อมสื่อใหม่ เพื่อสำรวจแนวทางการปรับโครงสร้างมาตรฐานจริยธรรมและการเสริมสร้างจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อสังคม อันจะเป็นการเปิดมุมมองและวิธีการใหม่สำหรับการประยุกต์ใช้ทฤษฎีดังกล่าวในสาขาการสื่อสารมวลชน

2) สื่อสารมวลชนสามารถนำข้อค้นพบจากการวิจัยเล่มนี้สู่เชิงปฏิบัติ (Practical Guidance) โดยการจัดทำข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์และมาตรการปฏิบัติสำหรับองค์กรข่าวสารในการรักษามาตรฐานจริยธรรมในยุคดิจิทัล การนำเสนอแนวทางฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรด้านสื่อเพื่อเสริมสร้างจิตสำนึกจริยธรรมและทักษะในการรับมือกับความท้าทายสื่อใหม่ การเสนอโมเดลหรือกลไกในการตรวจสอบข้อเท็จจริง ป้องกันข่าวปลอม คุ้มครองความเป็นส่วนตัว และรักษาความเป็นธรรมของข่าวสาร กลยุทธ์การปรับโครงสร้างมาตรฐานจริยธรรม: จากการวิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยนี้จะนำเสนอแนวทางรับมือเชิงรูปธรรมและแผนการปรับโครงสร้างมาตรฐานจริยธรรมสำหรับองค์กรข่าวสารในยุคดิจิทัล เพื่อเป็นแนวปฏิบัติที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในอุตสาหกรรมข่าว มาตรการยกระดับคุณภาพและความน่าเชื่อถือของข่าวสาร: รวบรวมและสังเคราะห์มาตรการเชิงปฏิบัติที่ช่วยให้องค์กรข่าวสารสามารถรักษาความเป็นธรรมและความเที่ยงตรงในการนำเสนอข้อมูลในกระบวนการสื่อสาร ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติด้านการคุ้มครองสิทธิความเป็นส่วนตัว: นำเสนอแนวทางการคุ้มครองสิทธิความเป็นส่วนตัวในสภาพแวดล้อมสื่อใหม่ เพื่อให้องค์กรข่าวสารสามารถสร้างสมดุลระหว่างสิทธิในการรับรู้ของสาธารณชนและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

3) เป็นกรณีศึกษาสำหรับทุกเพศทุกวัย (Data and Case Analysis) ในการระบุและป้องกันข่าวปลอม: วิเคราะห์ตัวอย่างความสำเร็จขององค์กรข่าวสารในการตรวจจับและป้องกันการแพร่กระจายข่าวปลอม เพื่อนำเสนอเป็นกรณีอ้างอิงให้แก่องค์กรอื่น กรณีตัวอย่างด้านการคุ้มครองสิทธิความเป็นส่วนตัว:

วิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในกระบวนการรายงานข่าว เพื่อแสดงให้เห็นวิธีการหลีกเลี่ยงความขัดแย้งทางจริยธรรม กรณีตัวอย่างแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศด้านความเป็นธรรมของการรายงานข่าว: ศึกษากรณีที่แสดงถึงการรักษามาตรฐานความเป็นธรรมและลดอคติในการรายงานข่าว เพื่อสรุปเป็นแนวทางปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพ

1.6 คำนิยามศัพท์

ยุคดิจิทัล หมายถึง ยุคสมัยที่เทคโนโลยีสารสนเทศ อินเทอร์เน็ต และสื่อดิจิทัล ได้แพร่หลายอย่างกว้างขวางและส่งผลกระทบอย่างลึกซึ้งต่อทุกมิติของสังคม ในการวิจัยครั้งนี้ ยุคดิจิทัลถูกกำหนดช่วงเวลาตั้งแต่ต้นคริสต์ศักราช 2000 จนถึงปี 2024 เนื่องจากช่วงต้นทศวรรษ 2000 เป็นจุดเริ่มต้นของการแพร่หลายของอินเทอร์เน็ตในวงกว้าง การพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีสารสนเทศ และการที่สื่อดิจิทัลค่อย ๆ กลายเป็นช่องทางหลักในการเผยแพร่ข่าวสาร ยุคดิจิทัลได้นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างในวิธีการผลิต เผยแพร่ และบริโภคข่าวสาร ความเร็วในการสื่อสารเพิ่มสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ช่องทางการเผยแพร่มีความหลากหลายมากขึ้น และการเข้าถึงข้อมูลมีความสะดวกมากกว่าที่เคย อย่างไรก็ตาม ทัศนสภาพแวดล้อมดังกล่าวยังนำมาซึ่งความท้าทายใหม่ด้านจริยธรรม เช่น การแพร่ระบาดของข่าวปลอม และการละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัว ซึ่งองค์กรข่าวสารจำเป็นต้องพัฒนาแนวทางรับมืออย่างรอบคอบและเป็นระบบ แม้ว่ายุคดิจิทัลจะเอื้อให้เกิดการสื่อสารข่าวสารที่รวดเร็วและมีปฏิสัมพันธ์สูง แต่ก็ได้นำมาซึ่งความท้าทายด้านจริยธรรมครั้งสำคัญ ได้แก่ การแพร่ระบาดของข่าวปลอมและการละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัว องค์กรข่าวสารจึงจำเป็นต้องทบทวนและปรับปรุงมาตรฐานจริยธรรมของตน เพื่อให้สามารถรับมือกับผลกระทบจากกระแสดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ การกำหนดขอบเขตของยุคดิจิทัลตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000 จนถึงปัจจุบัน ช่วยให้นักวิจัยสามารถวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงด้านการปฏิบัติทางจริยธรรมของสื่อมวลชนได้อย่างแม่นยำ และสามารถระบุความท้าทายที่องค์กรข่าวสารต้องเผชิญ รวมถึงยุทธศาสตร์ที่ใช้ในการรับมือ

องค์กรข่าวสาร (News Organization) หมายถึง หน่วยงานหรือธุรกิจที่ประกอบกิจกรรมด้านการเก็บรวบรวม การผลิต การตรวจแก้ และการเผยแพร่ข่าวสาร โดยมีกระบวนการผลิตและส่งต่อข่าวอย่างเป็นระบบ องค์กรข่าวสารแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่

สื่อดั้งเดิม (Traditional Media): ครอบคลุมหนังสือพิมพ์ สถานีโทรทัศน์ สถานีวิทยุกระจายเสียง และนิตยสาร ซึ่งมีประวัติศาสตร์ยาวนานและกระบวนการผลิตข่าวที่พัฒนาอย่างเป็นระบบ

สื่อใหม่ (New Media): ครอบคลุมเว็บไซต์ข่าว แพลตฟอร์มสื่อสังคม แอปพลิเคชันบนอุปกรณ์พกพา และสื่อบุคคล (Self-media) ที่ใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเพื่อขยายการเผยแพร่ข่าวสารแบบทันทีและไร้ข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่

จริยธรรม (Ethics) หมายถึง ระบบหลักการทางศีลธรรม กฎเกณฑ์พฤติกรรม และการตัดสินใจคุณค่าที่ใช้กำหนดความถูกต้องเหมาะสมของการกระทำ ในบริบทของสื่อมวลชน จริยธรรมสื่อหมายถึง

หลักการทางศีลธรรมที่ผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อต้องยึดถือในกระบวนการเก็บรวบรวม การตรวจแก้ และการเผยแพร่ข่าวสาร เช่น ความซื่อสัตย์ ความเป็นธรรม การเคารพสิทธิความเป็นส่วนตัว และการหลีกเลี่ยงอคติในการนำเสนอ

ข่าวปลอม (Fake News) หมายถึง ข่าวสารหรือข้อมูลที่เป็นเท็จหรือมีเนื้อหาชวนให้เข้าใจผิดซึ่งถูกสร้างหรือเผยแพร่โดยเจตนา เพื่อสร้างกระแส ดึงดูดความสนใจ หลอกลวงสาธารณชน หรือบรรลุเป้าหมายที่ไม่เหมาะสมอื่น ๆ ข้อมูลดังกล่าวอาจอยู่ในรูปของเรื่องราวที่ถูกแต่งขึ้นทั้งหมด รายงานที่คลาดเคลื่อน การตัดทอนเนื้อหาให้ผิดความหมาย หรือสื่อภาพและวิดีโอที่ถูกบิดแก้ การแพร่ระบาดของข่าวปลอมเป็นภัยคุกคามต่อความเชื่อมั่นของสังคมและความน่าเชื่อถือขององค์กร ข่าวสารอย่างรุนแรง กลไกการแพร่กระจายมีอาศัยสื่อสังคมออนไลน์และแพลตฟอร์มดิจิทัลอื่น ๆ ที่มีความรวดเร็วและครอบคลุมกว้าง ทำให้ข่าวปลอมสามารถแพร่ไปยังผู้รับสารจำนวนมากในเวลาอันสั้น ข่าวปลอมไม่เพียงทำให้สาธารณชนเข้าใจผิด แต่ยังอาจกระตุ้นความตื่นตระหนก ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางสังคม และส่งผลกระทบต่อทางเลือกตั้งหรือการกำหนดนโยบายสาธารณะ เพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายในการดึงดูดผู้ชมและเพิ่มจำนวนการเข้าชม ข่าวปลอมมักใช้พาดหัวข่าวที่เกินจริงและถ้อยคำที่มีลักษณะปลุกปั่น ซึ่งยิ่งทำให้ผลกระทบเชิงลบต่อสังคมรุนแรงขึ้น

สิทธิความเป็นส่วนตัว (Right to Privacy) หมายถึง สิทธิความเป็นส่วนตัว หมายถึง สิทธิของบุคคลในการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลไม่ให้ถูกเปิดเผยหรือถูกละเมิดโดยไม่ได้รับอนุญาต ในบริบทของการรายงานข่าว สิทธิความเป็นส่วนตัวเกี่ยวข้องกับการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลที่อ่อนไหวให้ปลอดภัย ขณะเดียวกันต้องหาสมดุลระหว่างสิทธินี้กับสิทธิในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของสาธารณชน

ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility Theory) หมายถึง ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นแนวคิดสำคัญในวิชาการสื่อสารมวลชน ซึ่งเน้นว่าองค์กรข่าวสารต้องไม่เพียงมุ่งเน้นการนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องและมีคุณค่าเท่านั้น แต่ยังต้องคำนึงถึงผลประโยชน์สาธารณะ ทำหน้าที่เป็นกลไกทางสังคมในการให้ความรู้ เผยแพร่วัฒนธรรม และตรวจสอบการทำงานของภาครัฐและสถาบันต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาสังคมและประชาธิปไตยอย่างยั่งยืน

จริยธรรมสื่อ (Media Ethics) หมายถึง หลักการทางศีลธรรมและข้อปฏิบัติที่ผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อต้องยึดถือในกระบวนการเก็บข้อมูล จัดทำ และเผยแพร่ข่าวสาร ครอบคลุมคุณค่าพื้นฐาน เช่น ความถูกต้อง ความเป็นธรรม การคุ้มครองสิทธิความเป็นส่วนตัว และการหลีกเลี่ยงอคติในการนำเสนอ จริยธรรมสื่อถือเป็นรากฐานสำคัญของการปฏิบัติวิชาชีพสื่อมวลชนในทุกยุคสมัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความท้าทายด้านจริยธรรมในยุคสื่อใหม่ภายใต้มิติความรับผิดชอบและกรอบข้อบังคับขององค์กรสื่อเมืองไฮโซ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความท้าทาย
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับจริยธรรมสื่อ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อใหม่
4. สภาพโดยทั่วไปของเมืองไฮโซประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความท้าทาย

ราชบัณฑิตยสถาน (2554) ได้กล่าวเอาไว้ว่า คำว่า “ท้าทาย” มีความหมายได้หลายมิติ ขึ้นอยู่กับบริบทที่ใช้ โดยทั่วไปมีความหมายดังนี้เชิญชวนให้แข่งขันหรือประลอง

หมายถึง การกระทำหรือคำพูดที่กระตุ้นให้ผู้อื่นมาทดสอบฝีมือ ความสามารถ หรือความแข็งแกร่ง เช่น เขาท้าทายให้เราแข่งวิ่ง ยั่วให้โกรธหรือให้แสดงปฏิกิริยาโต้ตอบ

หมายถึง การกระทำที่เป็นการหยามหรือกระตุ้นให้ผู้อื่นโต้กลับ เช่น คำพูดของเขาเป็นการท้าทายต่ออำนาจของผู้บังคับบัญชา สถานการณ์หรือสิ่งที่ยากและต้องใช้ความพยายามสูง ในความหมายเชิงบวก

หมายถึง ปัญหา อุปสรรค หรือภารกิจที่ต้องใช้ทักษะ ความรู้ หรือความอดทนอย่างมากในการแก้ไขหรือทำให้สำเร็จ

เมื่อเพิ่มคำว่า “ความ” เข้าไปแล้ว จะหมายถึง การกระทำหรือเหตุการณ์ที่เชิญชวนให้แข่งขันประลอง หรือพิสูจน์ความสามารถ สิ่งหรือสถานการณ์ที่ยาก ต้องใช้ความพยายาม ความรู้ หรือทักษะสูงเพื่อเอาชนะหรือทำให้สำเร็จ อาจใช้ในความหมายเชิงยั่วให้โต้ตอบ หรือกระตุ้นให้เกิดการตอบสนอง เช่น งานนี้เป็นงานที่ท้าทายความสามารถของทีมเรา

แต่ในวิจัยเล่มนี้ ความท้าทาย ในที่นี้หมายถึง อุปสรรค ปัญหา และสถานการณ์ที่ต้องใช้ความรู้ความสามารถ และกลยุทธ์ เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสื่อใหม่ และผลกระทบจากการแพร่กระจายข้อมูล โดยเฉพาะข่าวปลอม ซึ่งจะได้แบ่งความท้าทายออกเป็นแต่ละหัวข้อเพื่อจะได้เห็นรายละเอียดมากขึ้นดังต่อไปนี้

- 1) ความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (Technological Disruption)

การมาของ โซเชียลมีเดีย และ ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ทำให้ข่าวสารแพร่กระจายได้เร็วแต่ก็เสี่ยงต่อข่าวปลอม (Fake News) และการบิดเบือนข้อมูล ความท้าทายอยู่ที่การรักษา ความถูกต้อง ความ

เที่ยงตรง และความน่าเชื่อถือ ของข้อมูล Bakke, N. A., & Barland, J (2022) ได้กล่าวเอาไว้ว่า การเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ในโลกตะวันตกตั้งแต่ต้นศตวรรษที่ 21 ภายใต้แรงกดดันจากนวัตกรรมดิจิทัลภายนอก เช่น แพลตฟอร์มออนไลน์ Google และ Facebook ซึ่งเข้ามาชิงส่วนแบ่งตลาดโฆษณา ส่งผลให้หนังสือพิมพ์แบบดั้งเดิมที่เคยพึ่งพารายได้จากโฆษณาเป็นหลัก (Advertisers First) ต้องเผชิญกับภาวะวิกฤตต่อเนื่อง การปรับตัวด้วยวิธีเดิม เช่น การทำเนื้อหาแบบ click-bait การตั้ง paywall แบบพื้นฐาน หรือการเพิ่มช่องทางดิจิทัล กลับไม่สามารถแก้ปัญหาได้อย่างยั่งยืน การเปลี่ยนผ่านเชิงกระบวนทัศน์ (Paradigm Shift) สู่ “Readers First Paradigm” ซึ่งให้ความสำคัญกับผู้อ่านมากกว่าผู้ลงโฆษณา โดยโครงสร้างรายได้เปลี่ยนจากพึ่งพาโฆษณาเป็นรายได้จากการสมัครสมาชิกและค่าบริการข่าวสาร เนื้อหาข่าวถูกออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่านผ่านการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมอย่างละเอียด ผสานเทคโนโลยี AI และ Machine Learning เพื่อปรับแต่งเนื้อหาเฉพาะบุคคล (personalization) และใช้ข้อมูลเหล่านี้เพื่อพัฒนาคุณค่าข้อเสนอ (Value Proposition) อย่างต่อเนื่องโมเดลใหม่นี้ยังผสมแนวคิด Agile Design Thinking เพื่อให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์และเนื้อหาทำได้แบบทดลองและปรับปรุงรวดเร็ว (short cycles) เมื่อเชื่อมเข้ากับ AI Factory จึงเกิดกลไก “การเรียนรู้ร่วมกัน” ระหว่างผู้อ่านและนักข่าวผ่านการวิเคราะห์ข้อมูล ทำให้สามารถแบ่งกลุ่มผู้อ่านย่อย (microsegments) และตอบสนองได้อย่างแม่นยำ นอกจากนี้ การใช้ข้อมูลยังช่วยให้สื่อคาดการณ์พฤติกรรม เช่น จำนวนผู้อ่าน ระยะเวลาอ่าน และอัตราการสมัครสมาชิกจากบทความแต่ละชิ้น ซึ่งกลายเป็นตัวชี้วัดสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์เนื้อหา กรณีศึกษาที่สำคัญ ได้แก่ Financial Times (FT) และ Amedia ที่ประสบความสำเร็จในการปรับใช้โมเดลนี้ FT เริ่มจากการพัฒนา paywall แบบวัดจำนวน (metered paywall) เพื่อเก็บข้อมูลผู้อ่าน แล้วนำข้อมูลมาพัฒนาเนื้อหาและกลยุทธ์การรักษาสมาชิก จนจำนวนสมาชิกดิจิทัลเติบโตเกินหนึ่งล้านคน ขณะที่ Amedia ใช้ AI และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตัดสินใจด้านเนื้อหาอย่างแม่นยำ ส่งผลให้หนังสือพิมพ์ในเครือเติบโตอย่างต่อเนื่อง ผู้เขียนเสนอกรอบการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงเชิงกระบวนทัศน์ที่ต้องครอบคลุม 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ (1) การเปลี่ยนคุณค่าข้อเสนอ (Value Proposition) ให้ตอบโจทย์ผู้อ่าน (2) การปรับรูปแบบการดำเนินงาน (Operational Model) ด้วยเทคโนโลยีและกระบวนการใหม่ และ (3) การเปลี่ยนระเบียบความคิดและวัฒนธรรมองค์กร (Cognitive Order) ให้สอดคล้องกับความต้องการตลาดและข้อมูลจริง สำหรับความท้าทายด้านสื่อ Bakke, N. A., & Barland, J. (2022) ได้เขียนเอาไว้ว่า

(1) การสูญเสียรายได้จากโฆษณา เดิมทีหนังสือพิมพ์พึ่งพารายได้จากโฆษณามากถึง 60–80% แต่แพลตฟอร์มดิจิทัลอย่าง Google และ Facebook มีระบบโฆษณาที่ตรงกลุ่มเป้าหมายกว่า ทำให้รายได้ของสื่อดั้งเดิมลดลงอย่างต่อเนื่อง

(2) การแข่งขันใน Digital Attention Economy ผู้อ่านมีตัวเลือกสื่อมากมาย ทั้งสื่อออนไลน์ สื่อสังคม และแพลตฟอร์มสตรีมมิ่ง สื่อดั้งเดิมต้องแข่งขันแย่งเวลา ความสนใจ และความภักดีจากผู้อ่านที่เปลี่ยนพฤติกรรมเสพสื่อรวดเร็วและกระจายหลายช่องทาง

(3) การปรับตัวจาก “Advertisers First” เป็น “Readers First” ต้องเปลี่ยนจุดโฟกัสจากการทำเนื้อหาเพื่อดึงโฆษณา มาเป็นการสร้างคุณค่าที่ผู้อ่านยินดีจ่ายเงิน ต้องพัฒนาเนื้อหาให้ตรงกับ ความสนใจของผู้อ่านแต่ละกลุ่มย่อย (microsegments) ซึ่งซับซ้อนและต้องใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ (big data)

(4) การนำ AI และ Machine Learning มาใช้ในกระบวนการ ต้องลงทุนในเทคโนโลยี AI Factory เพื่อเก็บ วิเคราะห์ และปรับเนื้อหาเฉพาะบุคคล ความท้าทายอยู่ที่การผสมผสานเทคโนโลยี เข้ากับกระบวนการทำข่าวโดยไม่ลดทอนคุณค่าทางจริยธรรมและคุณภาพข่าว

(5) การรักษาสมดุลระหว่าง ข้อมูลกับคุณภาพข่าว การใช้ข้อมูลผู้ใช้อาจนำไปสู่การเน้น เนื้อหาตามรสนิยมผู้อ่านจนละเลยความรอบด้านและข้อเท็จจริง ต้องสร้างสมดุลระหว่าง personalization และภารกิจทางวิชาชีพ เช่น ความเป็นกลาง ความเที่ยงตรง และการตรวจสอบ ข้อเท็จจริง

(6) ความเสี่ยงจากการพึ่งพาแพลตฟอร์มภายนอก สื่อยังต้องใช้แพลตฟอร์มใหญ่เพื่อ กระจายเนื้อหาและหาสมาชิก แต่การเปลี่ยนแปลงนโยบายหรืออัลกอริทึมของแพลตฟอร์มอาจกระทบ รายได้อย่างรุนแรง

2) ความถูกต้องที่ต้องมาก่อนความเร็ว (Speed vs Accuracy)

ในยุคสื่อดิจิทัล ข่าวถูกผลิตและเผยแพร่ในวงจร 24 ชั่วโมง (24-hour news cycle) ทำให้เกิดแรงกดดันอย่างมากต่อนักข่าวและสื่อมวลชนโดยตรง ในเหตุการณ์วิกฤต นักข่าวมักถูกกดดันว่า “ขอให้ได้ออกให้เร็วที่สุด” แม้ข้อมูลยังไม่ครบถ้วน — ตามคำกล่าวที่ว่า “Speed is often the scourge of accuracy” ที่สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาเชิงคุณภาพของข่าวในยุคนี้ นอกจากนี้ ในยุค Post-truth ที่ข่าว ลวงและข้อมูลผิดแพร่กระจายเร็ว ความท้าทายจึงไม่ได้อยู่ที่แค่ความเร็วเท่านั้น แต่รวมถึง ความ จำเป็นที่จะต้องแม่นยำมากขึ้นในเวลาอันสั้น ซึ่งไม่ใช่เรื่องง่ายในการปฏิบัติจริง สื่อที่ไม่สามารถรักษาความ สมดุลระหว่างความเร็วและความถูกต้องได้ อาจสูญเสียความน่าเชื่อถือ และกลายเป็นแหล่งข้อมูลที่ ผู้บริโภคไม่ไว้วางใจในท้ายที่สุด อาจแบ่งความเร็วกับความถูกต้องได้เป็น 2 กรณีดังต่อไปนี้

(1) ความเร็วกับความแม่นยำ เทคโนโลยีทำให้การรายงานข่าวเร็วยิ่งขึ้น แต่กลายเป็น ดาบสองคม เพราะความเร็วอาจนำไปสู่การรายงานที่ไม่ถูกต้อง เช่น ทวิตที่ผิดกลายเป็นข่าวจริงได้ การ รายงานข่าวที่โปร่งใส ยอมรับข้อเท็จจริงที่ไม่แน่นอน และจัดการข่าวลือเอง มีความสำคัญ เช่น เขาเคยตั้ง ข้อสังเกตผ่านทวิตว่า “confirm” ควรใช้ก็ต่อเมื่อมั่นใจ 100% เท่านั้น

(2) ช่องว่างสู่โอกาส: Digital Disruption เป็นโอกาส เดวิดไค Clark Gilbert (President และ CEO ของ Deseret News Publishing Company) กล่าวว่า แม้ disruption จะ ทำลายรูปแบบเดิม ๆ แต่ในขณะเดียวกันก็สร้างการเติบโตใหม่ ๆ ได้ ผู้ประกอบการในวงการสื่อควร มองเห็นคุณค่าที่มา พร้อมกับโอกาสใหม่ที่เทคโนโลยีนำมา ไม่ใช่แค่เห็นความสูญเสีย สื่อออนไลน์แข่งขัน กันนำเสนอข่าวเร็วที่สุด ความเสี่ยงคือการรายงานข่าวก่อนตรวจสอบข้อเท็จจริงครบถ้วน (Byerley, L., 2013)

3) ความท้าทายด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy Challenge)

ความท้าทายด้านความเป็นส่วนตัวมีความหลากหลายและซับซ้อน ครอบคลุมตั้งแต่ภัยคุกคามทางไซเบอร์ การใช้ข้อมูลอย่างไม่ระมัดระวัง ความซับซ้อนของกฎหมาย จนถึงเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว เช่น AI, IoT, และระบบเชื่อมต่อ ความเข้าใจและแนวทางที่เหมาะสมทั้งในเชิงเทคโนโลยี นโยบาย และจริยธรรม จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างสมดุลระหว่างนวัตกรรมและสิทธิของผู้ใช้ โดยความท้าทายส่วนตัวนั้น Ducharme, J. (2022) ได้แบ่งประเภทเอาไว้ดังต่อไปนี้

(1) ภัยคุกคามด้านไซเบอร์ (Cybersecurity Risks) การโจมตีระบบ เช่น data breaches หรือแฮกข้อมูล ถือเป็นภัยสำคัญที่คุกคามทั้งการใช้งานและความเชื่อมั่นของผู้ใช้

(2) การจัดการกับข้อมูลและกฎหมายที่ซับซ้อน (Regulatory and Compliance Challenges) การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบความเป็นส่วนตัวอย่างรวดเร็วและแตกต่างกัน across jurisdictions ทำให้ธุรกิจต้องปรับตัวและติดตามอย่างใกล้ชิด

(3) ความเสี่ยงจากบุคคลที่สาม (Third-Party Risks) Vendor หรือพันธมิตรร่วมธุรกิจ อาจไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานความเป็นส่วนตัว ส่งผลให้บุคคลที่สามกลายเป็นช่องโหว่สำคัญ

(4) การควบคุมสิทธิของผู้ใช้ (User Data Rights) การจัดการคำขอของผู้ใช้ เช่น การเข้าถึง แก้ไข หรือขอให้ลบข้อมูล ยังเป็นเรื่องท้าทายทางปฏิบัติสำหรับองค์กร

(5) ประสิทธิภาพเทียบกับความเป็นส่วนตัว (Privacy vs Utility Trade-Off) การป้องกันข้อมูลเข้มงวดเกินไปอาจลดความสามารถของข้อมูลในการสร้างนวัตกรรมสาธารณะ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ หรือการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสาธารณะ

(6) ผลกระทบจากการรวมข้อมูล (Mosaic Effect) แม้ข้อมูลจะได้รับการลบหรือทำให้ไร้อัตลักษณ์ (anonymized) เมื่อรวบรวมหลายแหล่ง อาจทำให้สามารถระบุตัวผู้ใช้ได้ จากการวิเคราะห์รูปแบบร่วมกัน

(7) ความเปราะบางของข้อมูลพันธุกรรม (Genetic Privacy) ข้อมูลพันธุกรรมมีความอ่อนไหวสูงและไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ หากรั่วไหลอาจกระทบต่อบุคคลและครอบครัว จึงก่อให้เกิดคำถามด้านสิทธิและความรับผิดชอบอย่างลึกซึ้ง

(8) ความเสี่ยงในระบบ Internet of Things (IoT) อุปกรณ์ที่เชื่อมต่อรอบตัว เช่น กล้องตรวจจับการเคลื่อนไหว หรืออุปกรณ์สวมใส่ อาจรวบรวมข้อมูลระบุตัวตนโดยที่ผู้ใช้ไม่รู้ตัวหรือไม่ได้รับอนุญาต

(9) ความท้าทายจากการประมวลผลภาพ (Image Processing Privacy Risks) เทคโนโลยีการประมวลผลภาพ เช่น การใช้ในโรงพยาบาลหรือระบบตรวจจับใบหน้า อาจละเมิดความเป็นส่วนตัว หากไม่มีเทคนิคเชิงป้องกัน เช่น differential privacy หรือ homomorphic encryption

4) ความท้าทายด้านการควบคุมและการกำกับดูแล (Regulatory Challenge)

News Group Newspapers (2024) ได้กล่าวเอาไว้ว่า ความท้าทายด้านการควบคุมและการกำกับดูแล แบ่งได้ตามหัวข้อดังต่อไปนี้

(1) ความซับซ้อนของกฎหมายระดับรัฐและระดับประเทศ (Fragmented Legislation) ในสหรัฐฯ ปัจจุบันมีรัฐกว่า 20 รัฐที่ออกกฎหมายความเป็นส่วนตัวที่แตกต่างกันไป ทั้งในเรื่องรูปแบบการยินยอม (opt-in vs. opt-out) และความเข้มงวดของกฎในด้านต่าง ๆ เช่น โฆษณาเจาะจงหรือการทำให้โปรไฟล์ผู้ใช้ ในสหภาพยุโรป แนวทาง GDPR แม้มีความเข้มงวดด้านสิทธิผู้บริโภค แต่ยังถูกวิจารณ์ว่าเป็นภาระทางธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจขนาดกลางและเล็ก (SMEs) ที่ต้องเผชิญกับขั้นตอนที่ยุ่งยากและต้นทุนสูง

(2) ช่องโหว่ในกฎหมายด้านข้อมูลสุขภาพ (Health Data Privacy Gaps) กรณีของ 23andMe ในสหรัฐฯ สะท้อนถึงช่องว่างในการควบคุมข้อมูลสุขภาพ: ข้อมูลด้านพันธุกรรมและสุขภาพที่ถูกเก็บโดยบริษัทเทคโนโลยีสุขภาพ (med-tech) ไม่อยู่ภายใต้กฎหมายคุ้มครองข้อมูลสุขภาพระดับรัฐบาลกลางอย่างชัดเจน ส่งผลให้การคุ้มครองไม่เพียงพอและเกิดความเสี่ยงต่อการละเมิดสิทธิ

(3) ความขัดแย้งระหว่างการส่งเสริมนวัตกรรมกับการคุ้มครองข้อมูล ในออสเตรเลีย บริษัทเทคโนโลยีรายใหญ่ เช่น Meta, Google และ Amazon ได้เรียกร้องให้มีความสมดุลในกฎหมายความเป็นส่วนตัว เพื่อไม่ให้จำกัดกระบวนการพัฒนา AI หรือ จำกัดการริเริ่มเชิงนวัตกรรม ในสหราชอาณาจักร มีข้อเสนอกฎหมายใหม่ (Data Use and Access Bill) ที่อาจบังคับให้บริษัทต้องเปิดเผยข้อมูลให้รัฐบาลเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ รวมทั้ง AI training งานวิจัย หรือความมั่นคง ซึ่งอาจสร้างความเสี่ยงต่อธุรกิจทั้งด้านการดำเนินการและด้านภาพลักษณ์

(4) ต้นทุนและผลกระทบต่อธุรกิจขนาดเล็ก (Business Burden) กฎหมายใหม่ในสหรัฐฯ เช่น American Privacy Rights Act (APRA) อาจมีค่าใช้จ่ายสูงด้านการประมวลผลข้อมูลให้ไร้ตัวตน (de-identification) ซึ่งธุรกิจขนาดเล็กและสตาร์ทอัพอาจรองรับได้ยาก เมื่อเทียบกับบริษัทขนาดใหญ่

สรุปได้ว่า ความท้าทายในยุคสื่อใหม่ภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีเกิดจากการมาของโซเชียลมีเดียและปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่ทำให้ชาวแพร่กระจายรวดเร็วแต่เสี่ยงต่อข่าวปลอมและการบิดเบือนข้อมูล สื่อดั้งเดิมต้องเผชิญการสูญเสียรายได้จากโฆษณาให้กับแพลตฟอร์มดิจิทัลอย่าง Google และ Facebook ขณะเดียวกันก็ต้องแข่งขันในเศรษฐกิจความสนใจ (Digital Attention Economy) ที่ผู้อ่านมีตัวเลือกสื่อหลากหลาย การปรับจากโมเดล “Advertisers First” ไปสู่ “Readers First” ต้องอาศัยข้อมูลขนาดใหญ่ (big data) และเทคโนโลยี AI/ML เพื่อสร้างเนื้อหาตรงกลุ่มย่อย (microsegments) อย่างแม่นยำ แต่ยังคงรักษาความถูกต้อง ความเป็นกลาง และคุณภาพข่าว ความท้าทายอีกประการคือการพึ่งพาแพลตฟอร์มภายนอกซึ่งมีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนนโยบายหรืออัลกอริทึม ดังนั้นการผสมผสานเทคโนโลยีกับกระบวนการทำข่าวจึงต้องทำอย่างระมัดระวัง เพื่อรักษามาตรฐานวิชาชีพและความน่าเชื่อถือขององค์กรสื่อในระยะยาว ความท้าทายด้านความเป็นส่วนตัว เป็นประเด็นซับซ้อนที่เกี่ยวข้องกับภัยคุกคามไซเบอร์ การจัดการข้อมูล กฎหมายที่หลากหลาย และเทคโนโลยีใหม่อย่าง AI, IoT และการประมวลผลภาพ ซึ่งอาจกระทบต่อสิทธิของผู้ใช้ ซึ่งสามารถแบ่งความท้าทายออกเป็นหลายด้าน เช่น ความเสี่ยงจากการโจมตีข้อมูล ความซับซ้อนของการปฏิบัติตามกฎหมาย ความ

เสี่ยงจากบุคคลที่สาม การจัดการสิทธิของผู้ใช้ ความสมดุลระหว่างความปลอดภัยและประโยชน์ใช้สอยของข้อมูล ความเป็นไปได้ในการระบุตัวตนแม้ข้อมูลจะถูกทำให้ไม่ระบุตัวบุคคล ความเปราะบางของข้อมูลพันธุกรรม ความเสี่ยงจากอุปกรณ์ IoT และการละเมิดความเป็นส่วนตัวจากเทคโนโลยีประมวลผลภาพ ดังนั้น องค์กรจึงต้องมีแนวทางเทคโนโลยี นโยบาย และจริยธรรมที่เหมาะสมเพื่อปกป้องข้อมูลและสร้างความเชื่อมั่น ขณะเดียวกันยังคงเปิดทางให้นวัตกรรมเติบโตได้

2.2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับจริยธรรมสื่อ

1) ความหมายของจริยธรรมสื่อ

ราชบัณฑิตยสถาน (2553) ให้ความหมายดังนี้ จริย แปลว่า ความประพฤติ หรือ กิริยาที่ควรประพฤติ ธรรม แปลว่า คุณงามความดี จริยธรรม แปลว่า ธรรมที่เป็นข้อควรปฏิบัติ ศีลธรรม กฎแห่งศีลธรรม หรือคุณความดีที่ควรปฏิบัติโดยมีนักวิชาการและนักปรัชญา ได้ให้ความหมายไว้ หลากหลาย ดังนี้ พระราชชยแก้ว (พุทธทาส อินทปัญโญ) ให้ความหมายว่า จริยธรรม หมายถึง สิ่งพึงปฏิบัติ จะต้องประพฤติ ส่วนศีลธรรมนั้น หมายถึง สิ่งที่กำลังประพฤติอยู่ จริยธรรม อยู่ในรูปของ ปรัชญา เป็นเรื่องที่ต้องคิดต้องนึก๒ สุกัญญา สุดบรรทัด ให้ความหมายว่า จริยธรรมหมายถึงปรัชญาหรือระบบที่เกี่ยวข้องด้วยศีลธรรม เป็นหลักประพฤติปฏิบัติสำหรับบุคคลในสังคมหนึ่งหรือในแขนงวิชาใดวิชาหนึ่ง

นงคณา นานวโร (2560) ได้ให้ความหมายเอาไว้ว่า จริยธรรมคือการที่คนในสังคมยอมรับว่าเป็นสิ่งดีงามและเห็นควรยึดปฏิบัติ เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข และเมื่อนำไปใช้กับการประกอบอาชีพการทำงาน ก็ย่อมหมายความว่า มนุษย์จะต้องมีจริยธรรมในการทำงาน ในการประกอบอาชีพ

พิศิษฐ์ ขวลาธวัช ให้ความหมายจริยธรรมของสื่อมวลชน คือ จริย หมายถึง ความประพฤติ กิริยาที่ควรประพฤติ ธรรม หมายถึง ความถูกต้อง กฎเกณฑ์ คุณความดี คำสั่งสอนในพุทธ ศาสนา ส่วนสื่อมวลชน (mass media) หมายถึง สื่อ ช่องทางการสื่อสารเพื่อนำสารไปยังผู้รับ ดังนั้น จริยธรรมของสื่อมวลชนจึงหมายถึง ความประพฤติที่รักษาความถูกต้องที่มีกฎเกณฑ์ของสื่อมวลชน ตามแต่ประเภทของงาน ซึ่งต่างฝ่ายต่างมีจริยธรรมของตนเอง จริยธรรม เป็นกฎเกณฑ์ทางศีลธรรม ของผู้ประกอบการอาชีพที่ช่วยกันสร้างข้อบังคับให้สมาชิกประพฤติปฏิบัติด้วยความสมัครใจที่จะร่วมมือ ร่วมใจกันปฏิบัติให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่วางไว้เป็นบรรทัดฐาน หรืออีกนัยหนึ่งคือการชี้แนะวาง แนวทางให้สื่อมวลชนกระทำในสิ่งที่สมควรกระทำอย่างยิงตามข้อบังคับทางจริยธรรม แต่ไม่ใช่สัจยาร่วมกัน มีแต่แนวปฏิบัติ ไม่มีบทบังคับเหมือนกับกฎเกณฑ์ของบ้านเมือง จึงถือว่าเป็นความคิดที่อยู่สูงกว่ากฎหมาย กล่าวคือหากมีการฝ่าฝืนข้อบังคับทางจริยธรรมจะถูกลงโทษด้วยความ เสื่อมศรัทธาจากสังคม

พิภพ วงษ์เงิน กล่าวถึงจริยธรรมสื่อมวลชน ว่า สื่อมวลชนได้แก่ หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร วิทยุและโทรทัศน์ ฯลฯ มีบทบาทและอิทธิพลมากในการให้ข่าวและโน้มน้าวมติมหาชน ถ้า สื่อมวลชนให้ข่าวผิด ๆ ประชาชนก็ต้องยึดถือสิ่งผิด ๆ ได้ความรู้ผิด ๆ ก็ตัดสินใจผิดด้วยสื่อมวลชน เป็นดาบสองคม ผู้ใช้ดาบต้องสำนึกในความรับผิดชอบอย่างมาก

ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า จริยธรรมสื่อ หมายถึง หลักเกณฑ์ทางศีลธรรมและข้อปฏิบัติที่สื่อมวลชนยึดถือเพื่อรักษาความถูกต้อง ความเที่ยงตรง และความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ต่อสาธารณะ เป็นแนวทางที่ช่วยให้ผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อทำงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม เศรษฐกิจ และศักดิ์ศรีของบุคคล รวมถึงปฏิบัติตามมาตรฐานวิชาชีพ แม้จะไม่มีบทลงโทษทางกฎหมายโดยตรง แต่การละเมิดจริยธรรมสื่ออาจนำไปสู่การสูญเสียความไว้วางใจและความศรัทธาจากสาธารณชน จริยธรรมสื่อจึงถือเป็นหลักการที่อยู่เหนือกฎหมาย เพื่อชี้้นำให้สื่อทำหน้าที่อย่างเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อสังคม

2) ทฤษฎีเกี่ยวกับจริยธรรมสื่อ

เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและความหลากหลายของวิธีการเผยแพร่ข้อมูล ทำให้องค์กรข่าวสารต้องเผชิญแรงกดดันหลายด้าน ทั้งจากเทคโนโลยี ตลาด และผู้รับสาร นอกจากนี้ยังต้องรับมือกับปัญหาด้านจริยธรรม เช่น ข่าวปลอม การละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัว และความลำเอียงในการรายงานข่าว Silverman (2015) ชี้ว่าการเกิดขึ้นของข่าวปลอมเป็นภัยคุกคามโดยตรงต่อความน่าเชื่อถือของข่าวสารและความมั่นคงของสังคม ขณะที่ Solove (2018) เน้นว่าในการรายงานข่าวที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคล องค์กรข่าวสารจำเป็นต้องรักษาสมดุลระหว่างเสรีภาพของสื่อและสิทธิความเป็นส่วนตัวของบุคคล



ภาพที่ 2.1 จริยธรรมสื่อ

ที่มา: Sun Liguo

ตรัยรัตน์ ปลื้มปิติชัยกุล (2562) ก็ได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมเอาไว้ว่า จากการวิเคราะห์องค์ความรู้ แนวทางการพัฒนาจริยธรรมของสื่อใหม่สะท้อนให้เห็นว่าสื่อยุค ดิจิทัลปัญหาทางจริยธรรมในการใช้สื่อออนไลน์และสื่อสังคมในใหม่นั้น เป็นทิศทางของการตั้งคำถามต่อ หลักจริยธรรมแนวปฏิบัติดั้งเดิมของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเพื่อรักษาเกณฑ์มาตรฐานในเรื่องความถูกต้อง การคัดกรองข้อมูลข่าวสาร ความเป็นกลางในการรายงานข่าว การสร้างการมีส่วนร่วม การเคารพผู้อื่น การไม่ ละเมิดสิทธิและลิขสิทธิ์ และการรายงาน ข่าวเพื่อประโยชน์สูงสุดของต่อสังคม ด้วยเหตุนี้การที่สื่อมวลชนยุค ดิจิทัลยึดมั่นและศรัทธาในหลักจริยธรรมดังกล่าวเป็นพื้นฐานสำคัญ เพราะหลักการนี้เป็นฐานคิดของ กระบวนการแก้ไข ปัญหาทางจริยธรรมของสื่อใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับมาตรการในการสร้างบรรทัดฐานการใช้สื่อใหม่ในยุคปัจจุบัน อีกทั้งเป็นแนวทางสำคัญสำหรับผู้ปฏิบัติงานในสื่อยุคใหม่ที่นอกจากต้องเข้าใจบทบาท หน้าที่ของการเป็นนักวิชาชีพสื่อแล้วต้องยึดถือศรัทธาต่อหลักจริยธรรมอันดีงามคอยกำกับไว้ตลอดเวลา ทั้งนี้เพื่อประโยชน์สาธารณะเป็นสิ่งสำคัญ

Hopster, J. (2022) ได้ชี้ให้เห็นว่าการทำความเข้าใจและประเมินจริยธรรมของเทคโนโลยีเหล่านี้ จำเป็นต้องพิจารณาผ่านความแตกต่างหลัก 3 ประการ

ประการแรก แบ่งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากเทคโนโลยีออกเป็น การพลิกผันระดับแรก (first-order) ที่มีผลกระทบเฉพาะด้าน เช่น การเปลี่ยนแปลงในตลาดหรืออุตสาหกรรมเฉพาะ กับ การพลิกผันระดับที่สอง (second-order) ที่มีผลกระทบในวงกว้างและเป็นระบบ เช่น การเปลี่ยนโครงสร้างสังคมและสถาบันพื้นฐาน ซึ่งระดับที่สองนี้มีความสำคัญทางจริยธรรมมากกว่า เนื่องจากกระทบหลายมิติของชีวิตมนุษย์

ประการที่สอง การจำแนกว่าเทคโนโลยีเป็น “พลิกผัน” อาจทำได้จาก คุณสมบัติของเทคโนโลยีเอง หรือจาก ผลกระทบต่อสังคม การมองจากมุมคุณสมบัติเน้นความรับผิดชอบของผู้พัฒนาและการออกแบบอย่างรับผิดชอบ ขณะที่การมองจากมุมผลกระทบทางสังคมเน้นการตอบสนองของสังคม การสร้างกฎหมายและสถาบันเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง ทั้งสองแนวทางมีบทบาทเสริมกัน

ประการที่สาม จริยธรรมของเทคโนโลยีพลิกผันสามารถประเมินได้ใน 4 ระดับ

ระดับเทคโนโลยี (Technology level) — เทคนิคหรือองค์ความรู้พื้นฐาน เช่น CRISPR/Cas9 ซึ่งแม่นยำกว่าการตัดต่อยีนแบบเดิมแต่มีความเสี่ยงต่อผลข้างเคียง

ระดับสิ่งประดิษฐ์ (Artifact level) — ผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการ เช่น พลาสติกชีวภาพ หรือกระบวนการดักจับคาร์บอนที่อาจเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม

ระดับการประยุกต์ใช้ (Application level) — การนำไปใช้ในบริบทเฉพาะ เช่น โดรนในสนามรบ หรือหุ่นยนต์ดูแลผู้สูงอายุที่เปลี่ยนระบบบริการสังคม

ระดับสังคม (Society level) — ผลกระทบกว้างต่อโครงสร้างสังคม บรรทัดฐาน และสิ่งแวดล้อม เช่น สมาร์ทโฟนที่เปลี่ยนวิธีการสื่อสาร หรือเทคโนโลยี deepfake ที่กระทบความเชื่อมั่นบนโลกออนไลน์

ดังนั้น ควรเน้นจริยธรรมในช่วงต้นของการพัฒนาเทคโนโลยี ซึ่งปรับเปลี่ยนได้ง่ายแต่คาดการณ์ผลยาก หรือในช่วงหลังที่เทคโนโลยีฝังรากแล้ว คาดการณ์ได้ชัดแต่เปลี่ยนแปลงยาก โดยเสนอแนวทางจริยธรรมหลายรูปแบบ เช่น การคาดการณ์ล่วงหน้า (ethical foresight) การออกแบบเชิงคุณค่า (Value Sensitive Design) การวิเคราะห์การไกล่เกลี่ยทางศีลธรรม (moral mediation) และการทดลองทางสังคม-เทคโนโลยี (sociotechnical experimentation) ซึ่งแต่ละแนวทางเหมาะกับระดับการวิเคราะห์ต่างกัน

เว็บไซต์ RYT9 (2025) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า ประเด็นสำคัญเกี่ยวกับความเปลี่ยนแปลงของวงการสื่อมวลชนภายใต้อิทธิพลของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) โดยชี้ให้เห็นว่า AI ไม่ได้ทำหน้าที่เพียงสร้างเนื้อหาข่าว แต่ยังเข้ามามีบทบาทในกระบวนการผลิตภาพ เสียง และการนำเสนอที่รวดเร็วขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลกระทบต่อมาตรฐานการทำงานของสื่อและทำให้ประเด็นด้านจริยธรรมถูกหยิบยกขึ้นมาพิจารณาอย่างจริงจังในเวทีเสวนาระดับโลก “UNESCO Global Forum on the Ethics of AI 2025” ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2568 ณ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยความร่วมมือของสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติและภาคีเครือข่าย ได้เน้นย้ำถึงความจำเป็นในการรักษาความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข่าวสารในยุคที่ AI สามารถสร้างและเผยแพร่เนื้อหาได้อย่างรวดเร็ว การถกเถียงในเวทีนี้สะท้อนให้เห็นว่า จริยธรรมของ AI ไม่ใช่เพียงเรื่องทางเทคนิค แต่เป็นหัวใจสำคัญของการสื่อสารที่มีคุณภาพและรับผิดชอบต่อสังคมหนึ่งในประเด็นสำคัญที่ถูกกล่าวถึงคือแนวคิด “Human in the loop” ซึ่ง ดร.ชัย วุฒิวิวัฒน์ชัย ผู้อำนวยการเนคเทค (NECTEC) ได้นำเสนอ โดยระบุว่ามนุษย์ยังคงต้องมีบทบาทหลักในการควบคุม ตรวจสอบ และตัดสินใจ เพื่อให้ AI เป็นเพียงผู้ช่วยที่มีประสิทธิภาพและสามารถทำงานภายใต้หลักความรับผิดชอบได้จริง แนวคิดนี้เน้นย้ำว่าการใช้ AI ในงานสื่อสารไม่ควรละเลยการกำกับดูแลจากมนุษย์ เพื่อป้องกันความผิดพลาดและรักษาคุณภาพของเนื้อหาที่เผยแพร่สู่สาธารณะ

3) ข้อกำหนดด้วยจริยธรรมสื่อในประเทศจีน

จีนเป็นหนึ่งในประเทศที่มีระบบควบคุมสื่อเข้มงวดที่สุดในโลก โดยรัฐบาลใช้การเซ็นเซอร์สำคัญเป็นเครื่องมือหลักในการควบคุมข้อมูลทั้งในสื่อดั้งเดิมและสื่อออนไลน์ เหตุผลเบื้องหลังคือเพื่อป้องกันโอกาสในการทำลายต่ออำนาจรัฐ และจำกัดการแพร่กระจายของข้อมูลที่อาจขัดแย้งกับภาพลักษณ์ที่พรรคคอมมิวนิสต์ฯ ต้องการนำเสนอ เครื่องมือสำคัญที่ใช้คือ “Great Firewall” โครงข่ายเทคโนโลยีที่ถูกออกแบบมาเพื่อเซ็นเซอร์บล็อกเว็บไซต์ต่างประเทศ และกรองคำค้นหาต้องห้าม เช่น Google, Facebook, Twitter, Wikipedia โดยใช้เทคนิคอย่าง Deep Packet Inspection [Council on Foreign Relations](#) [Wikipedia](#) บริษัทรายใหญ่ทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น โห้วป้อ (Weibo) และ Tencent ยังร่วมบังคับใช้แนวทางเหล่านี้ด้วยผ่านการเซ็นเซอร์ตนเอง (self-censorship) เพื่อเลี่ยงการถูกลงโทษ นักข่าวและองค์กรสื่อนอกภาคส่วนรัฐบาลต้องเผชิญทั้งผู้ร้ายทางกฎหมาย และแรงกดดันแบบไม่เป็นทางการ เช่น คดีฟ้องหมิ่นประมาท, การจับกุม หรือการถูกปิดกั้นหน่วยงาน สร้างความรู้สึกว่าต้อง “เซ็นเซอร์ตัวเอง” เสียก่อนเพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบ รายงานในปี 2017 ระบุว่าอย่างน้อย 38 นักข่าวถูกจำคุกเพราะการรายงานข่าวในทางที่ขัดกับแนวทางของรัฐ มาตรการเหล่านี้ได้รับคำวิจารณ์จากองค์กร

สิทธิมนุษยชนและสำนักข่าวต่างชาติว่าเป็นการจำกัดเสรีภาพในการรับรู้ข่าวสารอย่างรุนแรง เพราะแม้รัฐธรรมนูญจีนจะรับรองสิทธิในคำพูดและสื่อมวลชน แต่กฎหมายด้านความมั่นคงนั้นมักมีความกำกวม ทำให้รัฐบาลสามารถใช้กฎหมายนั้นเพื่ออ้างห้ามเผยแพร่เนื้อหาที่อาจถูกมองว่าเป็น "ความลับของรัฐ" ได้โดยง่าย แม้จะมีการตรวจสอบควบคุมอย่างรัดกุม ผู้ใช้งานจีนจำนวนหนึ่งยังพยายามหาช่องทางเข้าถึงข้อมูลจากต่างประเทศผ่าน VPN หรือโปรแกรม proxy เช่น Tor, Ultrasurf—แต่รัฐบาลจีนก็พยายามสกัดกั้นช่องทางเหล่านี้อย่างต่อเนื่อง กระนั้น ผู้ใช้ในประเทศก็มีแนวทางแสดงออกในรูปแบบเฉพาะ เช่น ใช้มุขหรือภาพล้อเลียนเพื่อหลีกเลี่ยงการถูกเซ็นเซอร์ (Council on Foreign Relations, 2024)

เมื่อปี 2019 ประเทศจีนได้ปรับปรุง “ประมวลจริยธรรมวิชาชีพ” (professional ethics code) เป็นครั้งแรกในรอบ 10 ปี แม้ประมวลนี้จะไม่ใช่เครื่องมือหลักในการควบคุมสื่ออย่างเข้มงวดของจีน แต่ก็เป็นการแสดงออกอย่างชัดเจนถึงคุณค่าที่นักข่าวควรยึดถือ จึงไม่น่าแปลกใจที่หลายฝ่ายจะมองหาแนวโน้มของวิชาชีพจากเอกสารนี้ แม้จะมีการปรับถ้อยคำบ้าง แต่เนื้อหาหลักยังคงเดิม อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นมีดังนี้ (Chang, J., 2019)

(1) **เพิ่มแนวคิดของประธานาธิบดีสีจิ้นผิง** เพราะฉบับเดิมก็มีการอ้างถึงผู้นำคนก่อน และแนวคิดอุดมการณ์ของพวกเขาอยู่แล้วในคำนำ เพียงแต่ครั้งนี้เพิ่มชื่อและแนวคิดของสีจิ้นผิงเข้าไป เนื่องจากเขายังไม่ขึ้นสู่อำนาจเมื่อฉบับเดิมเผยแพร่ ทั้งนี้ ในบทบัญญัติของประมวลจริยธรรมสื่อจะมีเพียงสี จิ้นผิงที่ถูกระบุชื่อโดยตรง นอกเหนือจากการกล่าวถึงผู้นำทางความคิดตั้งแต่ลัทธิมาร์กซ์–เลนิน

(2) **อธิบายประเทศจีนต่อโลก** จากเดิมที่เน้นการแลกเปลี่ยนและความร่วมมือกับสื่อต่างชาติมาเป็นการ “นำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีต่อโลก” โดยขยายเนื้อหาเพิ่มเกี่ยวกับการอธิบายวัฒนธรรมจีน ลัทธิสังคมนิยมที่มีลักษณะเฉพาะของจีน และเรื่องราวของพรรค

(3) **เน้นบทบาทของสื่อออนไลน์** เดิมทีประมวลสนับสนุนให้ผู้สื่อข่าวคุ้นเคยกับเทคโนโลยีใหม่ แต่ครั้งนี้ขยายความไปสู่การสนับสนุนให้เกิดนวัตกรรม ความเข้าใจในสื่อใหม่ และการสร้างเนื้อหาให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ พร้อมระบุชัดว่า ผู้ให้บริการข่าวผ่านสื่อใหม่ถือเป็นนักข่าวตามประมวลนี้ และมาตรฐานเดียวกันใช้ทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์

(4) **ลบการกล่าวถึงสิทธิด้านชาติพันธุ์และศาสนาเป็นพิเศษ** ฉบับเดิมเน้นย้ำให้สร้างความตระหนักในระบบเขตปกครองตนเองตามชาติพันธุ์ ความเท่าเทียมทางชาติพันธุ์ และเสรีภาพทางศาสนา แต่ถูกแทนที่ด้วยถ้อยคำทั่วไปเกี่ยวกับการเผยแพร่นโยบายของชาติ การรักษาความมั่นคงทางการเมืองและวัฒนธรรม และความมั่นคงทางสังคม การเปลี่ยนแปลงนี้สอดคล้องกับแนวโน้มการ “ทำให้ศาสนาเป็นแบบจีน” และมาตรการเข้มงวดในเขตปกครองตนเองซินเจียง

(5) **จำกัดความหมายของ “กลุ่มพิเศษ”** เดิมมีการเรียกร้องให้ใส่ใจสวัสดิภาพของกลุ่มพิเศษ เช่น ผู้หญิง เด็ก ผู้สูงอายุ และคนพิการ พร้อมกับกลุ่มอื่น ๆ แต่ฉบับใหม่นี้ระบุเพียงกลุ่มที่กล่าวชื่อไว้เท่านั้น ซึ่งอาจลดการให้ความสำคัญกับกลุ่มที่มีพื้นฐานด้านชาติพันธุ์ ศาสนา หรือรสนิยมทางเพศ

(6) การเผยแพร่ข่าวเชิงบวก แม้สื่อของรัฐมักถูกมองว่าเป็นเครื่องมือชั้นนำความคิดเห็นสาธารณะ แต่ครั้งนี้เพิ่มการเน้นบทบาทในการตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน รวมถึงความต้องการด้านจิตใจและอารมณ์ โดยเน้นเล่าเรื่องที่เข้าถึงได้ สร้างแรงบันดาลใจ และน่าสนใจ

(7) การรายงานข่าวที่มีคุณภาพมากขึ้น เน้นให้ผู้สื่อข่าวตรวจสอบข้อเท็จจริงด้วยตนเองในพื้นที่ ใช้ความระมัดระวังเมื่อรายงานข่าวด่วน หลีกเลี่ยงการทำให้เกิดข้อพิพาทระหว่างดำเนินการ กลายเป็นข่าวเชิงกระตุ้นอารมณ์ และไม่ตัดตอนคำพูดหรือคัดลอกผลงานของผู้อื่น

4) บทลงโทษหากผิดจริยธรรมสื่อในประเทศจีน

ในประเทศจีน การละเมิดจริยธรรมสื่อ ไม่ใช่เรื่องเล็กน้อยจะมีผลตามมาทั้งหมด ตั้งแต่การโดนระงับใบอนุญาต ไปจนถึงการจำคุกหลายปี ซึ่งสะท้อนความเข้มงวดของรัฐที่มีต่อการควบคุมข้อมูลและทิศทางของสื่อมวลชนหากต้องการเจาะลึกเพิ่มเติม เช่น กรณีเฉพาะที่ชัดเจน หรือเอกสารกฎหมายของจีนด้านนี้ โดยบทลงโทษตามหัวข้อด้านล่างนี้ (Law Gratis., 2025)

(1) การระงับใบอนุญาต / ปิดองค์กรข่าว สื่อหรือบุคคลที่ละเมิดข้อกำหนดของรัฐ เช่น เผยแพร่ “ข้อมูลเท็จ” หรือเนื้อหาที่ “บ่อนทำลายเสถียรภาพ” สามารถถูก ระงับใบอนุญาตประกอบอาชีพ หรือโดน ปิดกิจการ ได้

(2) โทษทางอาญา (คุก/จำคุก) ผู้ที่ถูกตัดสินว่ากระทำการ “หมิ่นประมาท”, เผยแพร่ข่าวลือ, ละเมิดความมั่นคง หรือ “ยุยงให้กบฏ” อาจถูกตัดสิน จำคุกตามกฎหมายอาญา นักข่าวที่ถูกมองว่าเผยแพร่เนื้อหาที่ “ไม่สอดคล้องกับแนวทางทางราชการ” หรืออิทธิพลทางการเมือง อาจถูกดำเนินคดีในข้อหาหมิ่น เช่น ลักลอบแซ่ “ความลับทางรัฐ” (leaking state secrets) หรือกระทำ “ยุยงความวุ่นวายในสาธารณะ” (picking quarrels and provoking trouble) ซึ่งผลคือ จำคุกหลายปี และเสียสิทธิทางการเมือง (deprived of political rights)

(3) คดีตัวอย่าง

Zhang Zhan นักข่าวพลเมือง (citizen journalist) ที่บันทึกสถานการณ์โควิด-19 ในอู่ฮั่น ถูกตัดสินจำคุก 4 ปี ในข้อหายุยงความวุ่นวายในสาธารณะ

Dong Yuyu นักข่าวอาวุโส ถูกตัดสินจำคุก 7 ปีในข้อหาจารกรรม (espionage)

Chen Jieren นักข่าวบล็อกเกอร์ด้านกฎหมายและการเมือง ถูกตัดสินจำคุก 15 ปี ในข้อหา “instigation” และคดีดังกล่าวถูกมองเป็นการลงโทษผู้ที่วิพากษ์วิจารณ์รัฐบาล

Shi Tao เผยแพร่เอกสารลับของพรรคคอมมิวนิสต์ จึงโดนจำคุก 10 ปีในข้อหา “เผยแพร่ข่าวความลับของรัฐ”

Gao Qinrong เปิดโปงโครงการทุจริตในมณฑลซานซี ถูกจำคุกถึง 12 ปีในข้อหาทุจริต-เผยแพร่ข้อมูลเท็จ

โดยสรุป ประเทศจีนมีการควบคุมสื่ออย่างเข้มงวดผ่านการเซ็นเซอร์และมาตรการกฎหมายเพื่อรักษาเสถียรภาพและภาพลักษณ์ของรัฐ โดยใช้เทคโนโลยี “Great Firewall” บล็อกเว็บไซต์ต่างประเทศ

และกรองคำต้องห้าม พร้อมทั้งกำหนดให้แพลตฟอร์มและสื่อออนไลน์ต้องเซ็นเซอร์ตนเอง ประมวลจริยธรรมวิชาชีพสื่อฉบับปรับปรุงปี 2019 ยังคงเนื้อหาหลักเดิม แต่เพิ่มการอ้างอิงแนวคิดของประธานาธิบดีสีจิ้นผิง เน้นการสร้างภาพลักษณ์ประเทศในเวทีโลก ขยายบทบาทสื่อออนไลน์ และลดการกล่าวถึงสิทธิด้านชาติพันธุ์และศาสนา พร้อมเน้นการเผยแพร่ข่าวเชิงบวกและการรายงานที่ตรวจสอบข้อเท็จจริง บทลงโทษผู้ละเมิดมีตั้งแต่การระงับใบอนุญาต ปิดองค์กรข่าว ไปจนถึงการจำคุกหลายปี โดยมีคดีตัวอย่างของนักข่าวที่ถูกลงโทษในข้อหาต่าง ๆ เช่น ยุยงความวุ่นวาย จารกรรม และเผยแพร่ความลับของรัฐ ซึ่งสะท้อนถึงความเข้มงวดของรัฐบาลต่อการควบคุมทิศทางและเนื้อหาของสื่อมวลชน

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อใหม่

1) ความหมายของสื่อใหม่

Burnett, R. and Marshall D. P. (2003) สื่อใหม่ (New media) หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิม เข้ากับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสัมพันธ์ ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านทางระบบเครือข่าย และมีศักยภาพเป็นสื่อแบบประสม (Multimedia) ปัจจุบันสื่อใหม่พัฒนาขึ้นหลากหลาย ที่เป็นที่รู้จักและนิยมกันมากขึ้น

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2545) ได้ให้ความหมายเอาไว้ว่า สื่อใหม่ หมายถึง ระบบการสื่อสารหรือเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ของเครือข่ายระดับโลก ได้แก่ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) บริการระดับเวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web : WWW) บริการข้อมูลออนไลน์เชิงพาณิชย์ (Commercial on-line Service) เป็นต้น

จิตาพร ชนະชัย (2550) ได้ให้ความหมายของ สื่อใหม่ (New media) โดยแยกออกเป็น 3 ประเด็นดังต่อไปนี้

(1) Digital Media เป็นการสื่อสารไร้สายที่รวดเร็วด้วยระบบไฟเบอร์ออฟติก เชื่อมต่อข้อมูลผ่านดาวเทียม

(2) สื่อซึ่งเป็นสื่อใหม่ที่นอกเหนือจากสื่อพื้นฐานเดิมที่มีอยู่

(3) สื่อสร้างสรรค์ขึ้นใหม่เพื่อ Support งานบางอย่าง โดยเน้น Creativity Innovation เคนท์ เวอร์ทาม และ เอียน เฟนวิกค์ (Kent Wertime and Ian Fenwick) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media) และการตลาดดิจิทัล และนิยามสื่อใหม่ว่าหมายถึง เนื้อหา (content) ที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล โดยลักษณะสำคัญของเนื้อหาอยู่ในรูปแบบดิจิทัล ประกอบด้วย “อิสระ 5 ประการ” (5 Freedoms) ได้แก่ (ณงลักษณ์ จารุวัฒน์ และ ประภัสสร วรรณสถิต, ผู้แปล, 2551)

(1) อิสระจากข้อจำกัดด้านเวลา (Freedom from Scheduling) เนื้อหาที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัลทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับและส่งข่าวสารได้ในเวลาที่ตนต้องการ และไม่จำเป็นต้องชมเนื้อหาต่างๆ ตามเวลาที่กำหนด

(2) อิสระจากข้อจำกัดด้านพรมแดน (Freedom from Geological Boundaries) เนื้อหาในรูปแบบดิจิทัลเป็นเนื้อหาที่รับข้อมูลข่าวสารได้ทั่วโลกในเวลาอันรวดเร็วทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับ หรือค้นหาข้อมูลข่าวสารจากประเทศใดก็ได้ แล้วแต่ความต้องการของบุคคลแต่ละคน

(3) อิสระจากข้อจำกัดด้านขนาด (Freedom to Scale) มีเนื้อหาที่สามารถย่อหรือปรับขยายขนาดหรือเครือข่ายได้ เช่น การปรับเนื้อหาให้เหมาะสมสำหรับการเผยแพร่ทั่วโลก หรือปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงก็ได้

(4) อิสระจากข้อจำกัดด้านรูปแบบ (Freedom from Formats) เนื้อหาแบบดิจิทัลไม่จำเป็นต้องมีรูปแบบ หรือลักษณะที่ตายตัว สื่อดั้งเดิม เช่น สปอร์ตโฆษณามาตรฐานทางโทรทัศน์ถูกกำหนดว่าต้องมีความยาว 30 วินาที สื่อสิ่งพิมพ์ต้องมีครึ่งหน้าหรือเต็มหน้าเป็นต้น แต่สื่อดิจิทัล เช่น ไฟล์วิดีโอภาพที่ถ่ายจากกล้องในโทรศัพท์มือถือแล้วนำลงไปในเว็บไซต์จะต้องมีความยาวกี่วินาที หรือมีความละเอียดของไฟล์เป็นเท่าไรก็ได้ เป็นต้น

(5) อิสระจากยุคนักการตลาดสร้างเนื้อหามาสู่ยุคนักบริโภคเริ่มสร้าง และควบคุมเนื้อหาเอง (From Marketer-Driven to Consumer-Initiated, Created and Controlled) ด้วยพัฒนาการเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้เจ้าของสื่อไม่อาจควบคุมการแพร่กระจายของสื่อได้เหมือนอดีต เนื้อหาที่พบในบล็อก (Blog) หรือคลิปวิดีโอในเว็บไซต์ของ YouTube และสื่อผสมใหม่ๆ อาจสร้างสรรค์จากผู้บริโภคคนใดก็ได้ เกิดเป็นเนื้อหาที่สร้างจากผู้บริโภค (Consumer-Created Content) หรือเป็นคำพูดแบบปากต่อปากฉบับออนไลน์ (Online Word-of-Mouth) ที่แพร่ กระจายไปอย่างรวดเร็ว

โดยสรุป สื่อใหม่ หมายถึงระบบสื่อดิจิทัลที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้อินเตอร์แอคทีฟ (interactive), มีทั้งภาพ เสียง และข้อความพร้อมกัน (multimedia) และขับเคลื่อนผ่านเน็ตเวิร์ก (networked communication) ซึ่งเปลี่ยนวัฒนธรรมการสื่อสารและเปิดทางให้เกิดการเล่าเรื่องผ่านหลายสื่อ (transmedia) ตามแนวคิด **Convergence Culture** ของ Henry Jenkins ในบริบทของ **Media Ecology** ทฤษฎีสำคัญอย่าง **Uses and Gratifications** เน้นพฤติกรรมผู้รับสาร ในขณะที่ **Media Richness Theory** ช่วยเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับเนื้อหาที่ซับซ้อน และ **Media System Dependency** ชี้ให้เห็นให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างสื่อและผู้รับสารในยุควิกฤติ

2) ประเภทของสื่อใหม่

ประเภทของสื่อใหม่ คือ รูปแบบเนื้อหาแบบดิจิทัลที่พบเห็นในปัจจุบัน และมีแนวโน้มว่าจะมีบทบาทสำคัญมากยิ่งขึ้นในอนาคต โดยสื่อใหม่แต่ละประเภทมีความโดดเด่นและแตกต่างกันตามประโยชน์และวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อประเภทสื่อใหม่ สามารถสรุปได้ดังนี้ (ปิยะพร เขตบรรณพต, 2553) และ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, www)

- (1) เว็บไซต์ (Web site)
- (2) อินเทอร์เน็ต (Internet)
- (3) อีเมล (E-mail)

- (4) เทคโนโลยีสำหรับอุปกรณ์พกพาหรือแพลตฟอร์มเคลื่อนที่ (Mobile Platform)
- (5) วิดีโอเกม และโลกเสมือนจริง
- (6) ซีดีรอมมัลติมีเดีย
- (7) ซอฟต์แวร์
- (8) บล็อกและวิกิ
- (9) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)
- (10) ตู้ให้บริการสารสนเทศ
- (11) โทรศัพท์มือถือ
- (12) อุปกรณ์พกพาหรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น โทรศัพท์มือถือ พีดีเอ พอดแคสต์
- (13) นวนิยายแบบข้อความหลายมิติ (Hypertext fiction)

3) ประโยชน์ที่ได้จากสื่อใหม่ (New Media)

จากการศึกษางานวิจัย และบทความ ของธิดาพร ชนะชัย (2550) และ ขวัญฤทัย สายประดิษฐ์ (2551) สามารถสรุปประโยชน์ที่ได้จาก สื่อใหม่ (New Media) ดังต่อไปนี้

- (1) สามารถทำให้ค้นหาคำตอบในเรื่องบางอย่างได้ โดยการเปิดหัวข้อไว้ ก็จะมีผู้สนใจ และมีความรู้แสดงความคิดเห็นไว้มากมาย
- (2) ช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการบริหารข้อมูล
- (3) ช่วยสนับสนุนในการทำ E-Commerce เป็นรูปแบบการค้าบนอินเทอร์เน็ตที่สั่งซื้อสินค้าได้ทันที โดยไม่ต้องใช้ catalog อีกต่อไป
- (4) สามารถให้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลาย กลุ่มเป้าหมาย เผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากได้ในระยะเวลาพร้อมๆ กัน
- (5) สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วประเทศและทั่วโลก
- (6) ไม่ต้องเสียค่าเวลา สถานีวิทยุ สถานีโทรทัศน์ ไม่ต้องจ่ายค่าเนื้อที่ให้นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เพราะเมื่อเทียบค่าใช้จ่ายกับสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์และภาพยนตร์แล้วมีอัตราค่าค่อนข้างจะถูกกว่า
- (7) สื่อใหม่ยังเป็นสื่อที่มีความสามารถในการติดต่อ 2 ทาง จึงทำให้ผู้ใช้สามารถโต้ตอบได้ทันที

สรุปได้ว่าการที่นำสื่อใหม่เข้ามาใช้งานในปัจจุบันนั้นจะทำให้ สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้มากขึ้น เปิดกว้างให้กับทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในการเข้าถึงข้อมูลในรูปแบบต่างๆ ที่ข้อจำกัดของสื่อแบบเดิมไม่สามารถทำได้ มีความทันสมัยมากขึ้น สามารถโต้ตอบสื่อสารได้แบบ Real-time ไม่ต้องเสียเวลาเดินทาง เรียนรู้ได้ด้วยตนเอง ไม่ต้องพึ่งบุคคลอื่น

4) สภาพปัญหาของการใช้สื่อใหม่

ข่าวปลอมเป็นหนึ่งในความท้าทายหลักที่อุตสาหกรรมข่าวสารต้องเผชิญในใหม่ การแพร่หลายของอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ทำให้ข้อมูลเท็จสามารถกระจายได้อย่างรวดเร็ว และยาก

ต่อการติดตามหรือแก้ไข (Allcott & Gentzkow, 2017) ข่าวปลอมไม่เพียงสร้างความเข้าใจผิดแก่สาธารณชน แต่ยังอาจก่อให้เกิดความตื่นตระหนกและความไม่สงบทางการเมือง (Wardle & Derakhshan, 2017) ดังนั้น องค์กรข่าวสารจำเป็นต้องจัดตั้งกลไกที่มีประสิทธิภาพในการตรวจจับและป้องกันข่าวปลอม เพื่อคงไว้ซึ่งความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Tandoc, Lim, & Ling, 2018) การปรากฏตัวของข่าวปลอมมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับการพัฒนาในยุคข้อมูลข่าวสาร แม้เทคโนโลยีเครือข่ายจะทำให้การเข้าถึงและการเผยแพร่ข้อมูลมีความสะดวกมากขึ้น แต่ก็เพิ่มความเสี่ยงต่อการแพร่กระจายข้อมูลเท็จ ดังนั้น การให้คำนิยามที่ชัดเจนของคำว่า “ข่าวปลอม” จึงเป็นประเด็นที่นักวิชาการให้ความสนใจอย่างกว้างขวาง

Tandoc, Lim และ Ling (2018) ได้วิเคราะห์บทความทางวิชาการ 34 ชิ้น โดยใช้กรอบแนวคิดสองมิติ ได้แก่

(1) ระดับของความเป็นข้อเท็จจริง (Levels of Facticity) — การสอดคล้องกันระหว่างข้อมูลกับเหตุการณ์จริง

(2) ระดับของการจงใจบิดเบือน (Levels of Deception) — เจตนาของผู้ให้ข้อมูลว่ามีจุดประสงค์เพื่อชี้นำหรือหลอกลวงผู้รับสารหรือไม่ จากการวิเคราะห์ดังกล่าว ผู้วิจัยเสนอว่าข่าวปลอมไม่ใช่เพียงข้อมูลเท็จทั่วไป แต่เป็นแนวคิดที่ซับซ้อนและมีหลายรูปแบบ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 6 ประเภทหลัก ได้แก่ ข่าวเสียดสี (News Satire) ข่าวเลียนแบบ (News Parody) ข่าวที่ถูกแต่งขึ้น (Fabrication) ข่าวที่ถูกบิดแก้ไข (Manipulation) ข่าวที่มีลักษณะเป็นโฆษณาแฝง (Advertising) ข่าวที่มีลักษณะเป็นโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) การจำแนกประเภทดังกล่าวช่วยให้สามารถทำความเข้าใจลักษณะของข่าวปลอมได้อย่างเป็นระบบ และเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการพัฒนาแนวทางในการระบุและป้องกันข่าวปลอมในใหม่

5) การคุ้มครองสิทธิความเป็นส่วนตัว (Right to Privacy Protection)

การคุ้มครองสิทธิความเป็นส่วนตัวมีความซับซ้อนและมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น องค์กรข่าวสารจำเป็นต้องรักษาสัมดุลระหว่างการปฏิบัติตามพันธกิจด้านเสรีภาพสื่อกับการเคารพสิทธิความเป็นส่วนตัวของบุคคล เพื่อหลีกเลี่ยงการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคลของสาธารณชน (Solove, 2018) นอกจากนี้ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบิ๊กดาต้าและปัญญาประดิษฐ์ในกระบวนการเก็บและประมวลผลข้อมูล ทำให้องค์กรข่าวสารต้องเผชิญความท้าทายทั้งในเชิงจริยธรรมและข้อกำหนดทางกฎหมาย (O'Neil, 2017) ภายใต้บริบทนี้ การกำหนดนโยบายคุ้มครองความเป็นส่วนตัวที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ จึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อรับประกันว่าการรายงานข่าวจะไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ความเป็นธรรมและความเที่ยงตรงของการรายงานข่าวก็เป็นอีกหนึ่งประเด็นด้านจริยธรรมที่มีความสำคัญในใหม่ (McQuail, 2010) เน้นว่าข่าวสารควรตั้งอยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริง ไม่ใช่ความลำเอียงหรือผลประโยชน์ส่วนตน ในบริบทของความหลากหลายของข้อมูล องค์กรข่าวสารต้องรับประกันความครบถ้วนและความเป็นธรรมของการรายงาน เพื่อหลีกเลี่ยงการนำเสนอข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์หรือมีอคติ (Couldry, 2012) ซึ่งจะช่วยยกระดับความน่าเชื่อถือของข่าวและสนับสนุนความเป็นธรรมในสังคม การคุ้มครองความเป็นส่วนตัวในใหม่ — Zhang

Yi (2020) ใน *การวิจัยการคุ้มครองสิทธิความเป็นส่วนตัวในงานข่าวสารใหม่* ได้วิเคราะห์อย่างละเอียดว่าองค์กรข่าวสารควรปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลในกระบวนการรายงานอย่างไร ภายใต้การใช้เทคโนโลยีบิ๊กดาต้าและปัญญาประดิษฐ์อย่างแพร่หลาย องค์กรข่าวต้องเผชิญความท้าทายทั้งในด้านจริยธรรมและกฎหมาย ผู้วิจัยเสนอให้มันโยบายการคุ้มครองสิทธิความเป็นส่วนตัวเป็นส่วนตัวที่เข้มงวด และรักษาสอดคล้องระหว่างสิทธิในการรับรู้ของสาธารณชนและสิทธิความเป็นส่วนตัวของบุคคล เพื่อหลีกเลี่ยงการละเมิด (Zhang Yi, 2020) งานวิจัยของนักวิชาการต่างประเทศเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิความเป็นส่วนตัวเป็นส่วนตัว

(1) สิทธิความเป็นส่วนตัวและบิ๊กดาต้า ใน *Weapons of Math Destruction* ได้อภิปรายถึงผลกระทบของเทคโนโลยีบิ๊กดาต้าต่อสิทธิความเป็นส่วนตัว โดยชี้ว่าการใช้ข้อมูลเชิงอัลกอริทึมในกระบวนการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล อาจก่อให้เกิดการละเมิดสิทธิและนำไปสู่ผลลัพธ์เชิงเลือกปฏิบัติ (Discriminatory Outcomes) เพื่อป้องกันปัญหานี้ จำเป็นต้องมีการออกกฎหมายควบคุมที่เข้มงวดเพื่อให้ความโปร่งใสและความเป็นธรรมของการใช้เทคโนโลยีดังกล่าว (Verma, 2019,)

(2) สิทธิความเป็นส่วนตัวและจริยธรรมข่าวสารใหม่ Solove (2004) ใน *The Digital Person: Technology and Privacy in the Information Age* ได้วิเคราะห์ประเด็นสิทธิความเป็นส่วนตัวส่วนตัวในบริบทของเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ โดยเสนอว่าหน่วยงานสื่อควรหาจุดสมดุลระหว่างสิทธิในการรับรู้ของสาธารณชนและสิทธิความเป็นส่วนตัวของบุคคล พร้อมทั้งแนะนำการนำแนวคิด “Privacy by Design” มาปรับใช้ในกระบวนการผลิตข่าว เพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิในทุกขั้นตอน

(3) สิทธิความเป็นส่วนตัวและสื่อสังคมออนไลน์ *Privacy and Human Behavior in the Age of Information* ศึกษาผลกระทบของแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ต่อการคุ้มครองสิทธิความเป็นส่วนตัวส่วนตัว โดยพบว่า การตั้งค่าความเป็นส่วนตัวบนแพลตฟอร์มเหล่านี้มักมีความซับซ้อน ทำให้ผู้ใช้งานไม่สามารถควบคุมข้อมูลของตนเองได้อย่างเต็มที่ เพื่อแก้ไขปัญหานี้ ผู้วิจัยเสนอให้แพลตฟอร์มลดความซับซ้อนของระบบการตั้งค่าความเป็นส่วนตัว และจัดทำนโยบายที่ชัดเจน โปร่งใส และเข้าใจง่าย (Acquisti, Brandimarte, & Loewenstein, 2015,)

(4) สิทธิความเป็นส่วนตัวและกฎหมายคุ้มครองข้อมูล *Data and Goliath: The Hidden Battles to Collect Your Data and Control Your World* ได้ศึกษาพัฒนาการของกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในระดับโลก โดยชี้ให้เห็นว่าด้วยปัญหาสิทธิความเป็นส่วนตัวที่ทวีความรุนแรง รัฐบาลและองค์กรระหว่างประเทศได้ออกกฎหมายเพื่อปกป้องสิทธิของพลเมือง นักวิจัยเสนอว่า องค์กรข่าวสารควรปฏิบัติตามข้อกำหนดเหล่านี้ เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการเก็บและประมวลผลข้อมูลเป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมายและโปร่งใส (Schneier, 2015)

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

2.4 สภาพโดยทั่วไปของเมืองไห่โจวประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน



ภาพที่ 2.2 แผนที่เมืองไห่โจว
ที่มา เว็บไซต์ thaibizchina.com

Hainan International Intellectual Property Exchange. (2025) ได้กล่าวเกี่ยวกับเมืองไห่โจว สาธารณรัฐประชาชนจีนเอาไว้โดยสังเขปว่า

1) สภาพโดยทั่วไป

ไห่โจว (Haikou) ตั้งอยู่ทางตอนเหนือของเกาะไหหลำ ริมปากแม่น้ำหนานตู และกั้นกับแผ่นดินใหญ่ด้วยช่องแคบชิงโจว เมืองนี้มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ โดยเดิมเคยเป็นท่าเรือของเมืองจางซาน (Qionghsan) ในสมัยโบราณ แต่ได้รับความสำคัญมากขึ้นเมื่อการค้าเพิ่มขึ้น จนท้ายที่สุดแยกเป็นเมืองเอกและกลายเป็นเมืองหลวงจังหวัดในปี ค.ศ. 1988 ไห่โจวมีภูมิอากาศแบบ มรสุมเขตร้อน โดยมีฤดูร้อนชื้นและมีฝนตกมาก เดือนที่ร้อนที่สุดคือกรกฎาคม (เฉลี่ยประมาณ 28 °C) ในขณะที่เดือนที่เย็นที่สุดคือมกราคม (ประมาณ 18 °C) ข้อมูลจาก ClimatesToTravel ระบุว่า ฤดูฝนอยู่ในระหว่าง พฤษภาคม–ตุลาคม ขณะที่ฤดูแล้งมีอากาศสบาย ลักษณะอากาศโดยรวมคือชุ่มชื้นและอบอุ่น แหล่งอื่นระบุว่าไห่โจวมี

อุณหภูมิเฉลี่ยทั้งปีประมาณ 24.3 °C และปริมาณฝนเฉลี่ยราว 2,067 มม. นับว่าเหมาะกับการพัฒนาเมืองสีเขียวและรักษาคุณภาพอากาศดี

2) เศรษฐกิจและบทบาทเชิงยุทธศาสตร์

ไห่โข่วเป็นเมืองที่ผสมผสานระหว่างบทบาททางภูมิรัฐศาสตร์ เช่น การเชื่อมต่อเชิงเศรษฐกิจกับทะเลจีนใต้ และบทบาทเชิงอุตสาหกรรมอย่างครบครัน เป็นหัวใจสำคัญของยุทธศาสตร์สำคัญ พัฒนาเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจ ลงทุนด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี รองรับเศรษฐกิจชายฝั่งและวัฒนธรรมเกษตรดั้งเดิมของมณฑล

ไห่โข่วถือเป็นหัวใจทางเศรษฐกิจของมณฑลไห่หนาน มีธุรกิจที่โดดเด่น เช่น การท่องเที่ยว, สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้บริโภคระดับไฮเอนด์, และอุตสาหกรรมบริการอื่นๆ การพัฒนาเขตการค้าเสรี (Free Trade Zone) ในไห่โข่วช่วยเสริมสร้างสถานะของเมืองในฐานะจุดหมายของสินค้าไร้ภาษีและรายได้จาก MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition) ตัวอย่างเช่น ศูนย์การค้า CDF Haikou International Duty Free City นับเป็นแลนด์มาร์กของการค้าปลีกในระดับโลก ในช่วงวันพักผ่อนเทศกาลแรงงาน May Day ปี 2025 เมืองนี้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้กว่า 1.1 ล้านคน สร้างรายได้กว่า 202.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ด้วยกิจกรรมทางวัฒนธรรมและคอนเทนต์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่

3) ภูมิรัฐศาสตร์และอุตสาหกรรม

ไห่โข่วตั้งอยู่ในตำแหน่งยุทธศาสตร์สำคัญ เป็นศูนย์กลางการเมือง เศรษฐกิจ เทคโนโลยี และวัฒนธรรมของมณฑล มีบทบาทโดดเด่นในโครงการ Maritime Silk Road ในศตวรรษที่ 21 ด้วยการเป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และวงกลมเศรษฐกิจตะวันออกเฉียงใต้อื่นๆ ศูนย์ยุทธศาสตร์ทางทะเลสากลไห่โข่วเป็นเมืองหลักบนชายฝั่งตอนเหนือของเกาะไห่หนาน และมีตำแหน่งสำคัญตามเส้นทางสายไหมทางทะเล (Maritime Silk Road) ที่เชื่อมโยงกับภูมิภาคต่าง ๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นจุดขับเคลื่อนเศรษฐกิจ การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม และการเชื่อมต่อทางการค้า บทบาทในความมั่นคงทางทะเลจีนใต้เกาะไห่หนานและเมืองไห่โข่วช่วยให้จีนยืนยันอำนาจอธิปไตยทางทะเลในทะเลจีนใต้ และเป็นฐานสนับสนุนนโยบายความมั่นคงแห่งชาติ แม้มีผลดีต่อเศรษฐกิจ แต่ก็ซับซ้อนทางมิติการเมืองระหว่างประเทศด้วย ศูนย์กลางระดับภูมิภาคเมืองนี้เป็นเมืองหลวงของมณฑลไห่หนาน และทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม และการขนส่งสำคัญของภูมิภาค

4) วัฒนธรรมและสถาปัตยกรรมท้องถิ่น

เมืองไห่โข่วเป็นตัวอย่างแห่งการผสมผสานทางวัฒนธรรมและสถาปัตยกรรมอย่างงดงาม อาคารฉีโหลวเผยถึงประวัติของเมืองพ่อค้าโลกเก่า วัด Tin Hau แสดงถึงความเชื่อที่ฝังรากลึกในสังคม และ “Cloudscape” คืออนาคตของการออกแบบเมืองที่ทันสมัยและเปิดกว้าง ทุกองค์ประกอบเหล่านี้สร้างความหลากหลายที่สอดคล้องระหว่างอดีต ปัจจุบัน และอนาคตของไห่โข่วอย่างมีเสน่ห์

(1) อาคารฉีโหลว (Qilou / Arcade Houses) ย่าน Qilou Old Street เป็นจุดเด่นทางสถาปัตยกรรมของเมืองไห่โข่ว โดยมีตึกกว่า 596 หลังที่ได้รับการอนุรักษ์ไว้ดีที่สุดในจีน อาคารแบบโตรคนีมีความสูง 2-4 ชั้น ปีกบนยื่นออกมาเป็นชานระเบียง พาดผ่านพื้นถนนให้ผู้เดินสามารถเดินสบายทั้งหลบแดดและฝน ซึ่งอิทธิพลมาจากรูปแบบสถาปัตยกรรมแบบยุโรป อินเดีย อาหรับ ผสมผสานกับจังหวะชีวิตจีนใต้ตะวันออกเฉียงใต้ สถาปัตยกรรมลักษณะนี้แห่งวัฒนธรรมผสมผสานนี้มีจุดเริ่มต้นจากพ่อค้าที่กลับจากต่างประเทศในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 ซึ่งสร้างอาคารด้วยแนวความคิดกึ่งยุโรปและเอเชีย...แม้กระทั่งสถาปัตยกรรมบน Qilou กลายเป็นจุดเด่นให้เมืองมีความมีเอกลักษณ์

(2) ย่านวัฒนธรรมประวัติศาสตร์ Qilou Old Street นอกจากความโดดเด่นทางสถาปัตยกรรม ย่าน Qilou ยังเป็นแหล่งวัฒนธรรมสำคัญ มีการจัดงานศิลปะ เช่น พาเหรดการแต่งกายพื้นบ้าน การแสดงวัฒนธรรม และกิจกรรมเทศกาลเมือง รับประทานว่าเป็นพื้นที่ที่น่าเสนอ “ความร่วมมือของวัฒนธรรมและสถาปัตยกรรม” ได้อย่างดี นอกจากนี้ ถนนสายนี้ยังมีพื้นที่ที่ลึกซึ้งไปกว่า 600 ปี กลายเป็นแกนกลางของย่านเมืองเก่า มีการค้าขาย, สถานที่ชุมนุมวัฒนธรรม และแนวถนนโบราณที่ทอดยาวผ่านกาลเวลา

(3) วัด Tin Hau หรือ “Mazu Temple” วัด Tin Hau บนถนนจงซานในย่าน Qilou ย้อนประวัติกลับไปได้ถึงยุคหยวน (1271-1368) ถือเป็นหนึ่งในโบราณสถานที่เก่าแก่ที่สุดของเมือง สถาปัตยกรรมยังคงอนุรักษ์อย่างดี แสดงถึงฝีมือประณีตและคุณค่าทางศาสนาองค์เทพมาจู่ (Mazu) ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการคุ้มครองนักเดินเรือและการค้าในอดีต ทุกปี มีการจัดขบวนแห่และพิธีกรรมเนื่องในวันคล้ายวันเกิดและวันตายของมาจู่ ซึ่งกลายเป็นส่วนหนึ่งของประเพณีท้องถิ่นที่ช่วยส่งต่อวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง

(4) สถาปัตยกรรมร่วมสมัย: “The Cloudscape of Haikou”

เพื่อเสริมวิสัยทัศน์เชิงวัฒนธรรมและพื้นที่สาธารณะ เมืองไห่โข่วได้มอบหมายให้ MAD Architects สร้างสถาปัตยกรรมสาธารณะสมัยใหม่ชื่อ “*CLOUDSCAPE OF HAIKOU*” ภายในสวน Century Park อาคารแห่งนี้ไม่เพียงทำหน้าที่เป็นห้องสมุดและพื้นที่อเนกประสงค์ หากยังสะท้อนถึงความพยายามของเมืองในการผสมผสานศิลปะ สถาปัตยกรรม และการใช้ชีวิตของผู้คนเข้าด้วยกัน โครงสร้างถูกออกแบบด้วย คอนกรีตโค้งมน และอินเทอร์เฟซแบบเปิดโล่งที่สอดคล้องกับสภาพอากาศร้อนชื้นของไห่โข่ว ทำให้เกิดการระบายอากาศตามธรรมชาติและเปิดมุมมองสู่ทิวทัศน์โดยรอบ นอกจากนี้ บรรยากาศของอาคารยังถูกจัดวางให้เชื่อมโยงกับภูมิทัศน์สวนสาธารณะโดยรอบ เกิดเป็นประสบการณ์เชิงพื้นที่ที่ไม่แบ่งแยกผู้ใช้กับสิ่งแวดล้อม ความพิเศษของ *CLOUDSCAPE OF HAIKOU* คือการตีความ “ห้องสมุด” ไม่ใช่เพียงสถานที่เก็บหนังสือ แต่เป็น พื้นที่สาธารณะเพื่อการเรียนรู้ การพักผ่อน และการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ผู้คนสามารถเข้ามาใช้บริการเพื่ออ่านหนังสือ ทำกิจกรรม หรือแม้แต่ใช้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ทำให้โครงการนี้กลายเป็นสัญลักษณ์ของ “พื้นที่สาธารณะร่วมสมัย” ที่เชื่อมโยงวิถีชีวิตเมืองกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน โดยเฉพาะการสร้างสรรคบรรยากาศที่เอื้อต่อการใช้ชีวิตกลางแจ้งและการรวมตัวทางสังคมในเมืองเขตร้อน

ด้วยเหตุนี้ *Cloudscape of Haikou* จึงไม่ได้เป็นเพียงงานสถาปัตยกรรม แต่ยังสะท้อนถึง นโยบายพัฒนาเมืองที่เน้นคุณค่าทางวัฒนธรรมและการสร้างพื้นที่สาธารณะคุณภาพสูง เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน และตอกย้ำบทบาทของไห่โข่วในฐานะศูนย์กลางเมืองสร้างสรรค์และเมืองแห่งการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21



ภาพที่ 2.3 วัฒนธรรมและสถาปัตยกรรมท้องถิ่นนานาชาติ
ที่มา: Sun Ligu

5) การวางผังเมืองและสิ่งแวดล้อม

เมืองออกแบบอย่างครอบคลุมมีส่วนสาธารณะพื้นที่สีเขียวจำนวนมาก เช่น Evergreen Park และ Binhai Park ซึ่งแสดงถึงแนวทาง “สร้างเมืองที่คนอยู่ได้อย่างยั่งยืน” การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมยังรวมถึงระบบบำบัดน้ำเสียและจัดการขยะที่ครบวงจร เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยในเมือง

6) การท่องเที่ยวและความท้าทายเศรษฐกิจ

ไห่โข่วและเกาะไห่หนานเติบโตขึ้นเป็น “ฮาวายแห่งตะวันออก” ด้วยชายหาดที่สวยงามและภูมิอากาศเขตร้อน ดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ในขณะเดียวกัน ธุรกิจดั้งเดิม เช่น การจำหน่ายหมากพลู หรือ betel nut trade กลับเผชิญแรงกดดันจากเศรษฐกิจหลังโควิดและมาตรการสุขภาพ ทำให้ผู้ค้ารายย่อยได้รับผลกระทบรุนแรง



ภาพที่ 2.4 การท่องเที่ยวเมืองไห่โข่ว
ที่มา เว็บไซต์ chinadaily.com

สรุป ไห่โข่วมีใช้เพียงเมืองหลวงของไห่หนาน แต่ยังเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจ ยุทธศาสตร์ และวัฒนธรรมสมัยใหม่ของภูมิภาค โดยเดินทางสู่การเป็น เมืองนำร่องโซนค้าเสรี และ จุดเชื่อมต่อสำคัญบนเส้นทางสายไหมทางทะเล แม้จะมีโอกาสเติบโตด้านความร่วมมือและการท่องเที่ยว แต่เมืองยังต้องรับมือกับความท้าทายด้านเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยเฉพาะการสนับสนุนธุรกิจดั้งเดิมให้คงอยู่ในภาวะเปลี่ยนผ่านอย่างยั่งยืน

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตรัยรัตน์ ปลื้มปิตชัยกุล (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาจริยธรรมสื่อมวลชนไทยยุคดิจิทัล ผลการวิจัยพบว่า สื่อมวลชน (Mass Communication) ถือเป็นเครื่องมือที่นำไปสู่การสร้าง ความเข้าใจ ความสัมพันธ์ และเชื่อมโยงสังคมเข้าด้วยกัน ทั้งนี้ประเด็นปัญหาในสื่อมวลชนก็พบมาก โดยเฉพาะประเด็นทางจริยธรรมในการเสนอข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชน ซึ่งตั้งแต่อดีตมีการกำหนดแนวทางเพื่อการพัฒนาทางจริยธรรมสื่อมวลชนจวบจนกระทั่งปัจจุบัน ซึ่งวิธีการ รูปแบบในการแก้ไขปัญหาเชิงจริยธรรมก็มีทิศทางที่ปรับเปลี่ยนไปตามนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยในยุคดิจิทัลปัจจุบันกำลังเป็นช่วงที่ กำลังเผชิญกับปัญหาทางจริยธรรมในสื่อมวลชนอย่างยิ่ง ดังนั้นการศึกษาและค้นหาแนวทาง รวมไปถึงมาตรการในการกำกับ ตลอดจนการควบคุม

หลักการทางจริยธรรมให้สอดคล้องกับความเป็นไปในสถาบันสื่อมวลชนในปัจจุบัน ทั้งนี้ บทความนี้เป็น บทความเชิงวิชาการ ซึ่งต้องอาศัยแนวคิดและทฤษฎีทางสื่อมวลชนในการพัฒนาองค์ความรู้ต่อไปในอนาคต

ทองพูล มุขรักษ์ และคณะ (2566) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง จริยธรรมและจรรยาบรรณของสื่อในสังคมไทยในการนำเสนอข่าวยุคดิจิทัลกรณีศึกษาการกราดยิงหนองบัวลำภู, คดีน้องชมพู่ และคดีแตงโม ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ในยุคดิจิทัลที่มีการใช้เทคโนโลยีสื่อสารในการปฏิบัติงานด้านการข่าวสารที่ทันสมัย และการนำเสนอข่าวสารที่ถือว่าเป็นเครื่องมือสำคัญนำไปสู่การสร้างความเข้าใจ ความสัมพันธ์ ตลอดจนความเชื่อมโยงของผู้คนในสังคม โดยมีช่องทางสื่อมวลชนผ่านสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ทั้ง เฟซบุ๊ก (Facebook) และ ทวิตเตอร์ (Twitter) อย่างรวดเร็วทำให้การเสนอข้อมูลข่าวสารไม่มีความรอบคอบ และปัญหาของสื่อมวลชนที่เป็นอย่าง สูงโดยเฉพาะเรื่องทางกฎหมายและจริยธรรมสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวสาร และมีอิทธิพลในสังคมต่อ ผู้รับสาร การนำเสนอข่าวสารดังกล่าว อาจทำให้เกิดผลกระทบ ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ ปัจจุบันพฤติกรรมในการนำเสนอข่าวสารมักมุ่งเน้นในเรื่องผลกำไร และความนิยมมากกว่าการคงไว้ซึ่งกติกา ความถูกต้องอันเป็น กรอบมาตรฐานทางกฎหมายและจริยธรรมถูกละเลย และกระทบต่อผู้ รับสารโดยเฉพาะในยุคสื่อดิจิทัล การ เผยแพร่ข่าวสาร การรับชมโศกนาฏกรรม ถ่ายทอดไลฟ์สดผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย จึงกลายเป็นปัญหาในสังคม รวมทั้งจริยธรรมและจรรยาบรรณของสื่อในยุคสื่อดิจิทัลส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสื่อมวลชน ดังนั้น จริยธรรม และจรรยาบรรณสื่อมวลชนมีความสำคัญต่อการนำเสนอข่าวโดยการใช้สื่อโซเชียลมีเดียไลฟ์ ทั้งยังทำให้ผู้รับชม ได้รับข่าวสารที่รวดเร็ว ในทางกลับกันต้องมีการกลั่นกรองก่อนการนำเสนอข่าวสาร โดยยึดหลักจรรยาบรรณ วิชาชีพสื่อมวลชน คุณธรรม และมีจิตรับผิดชอบต่อสังคม

King, Gary, Pan, Jennifer, & Roberts, Margaret E. (2013) ได้นำเสนอการวิเคราะห์ขนาดใหญ่จากหลายแหล่งข้อมูลครั้งแรก เกี่ยวกับผลลัพธ์ของสิ่งที่อาจเป็นความพยายามครั้งใหญ่ที่สุดในการคัดเลือกเพื่อปิดกั้นการแสดงออกของมนุษย์เท่าที่เคยมีมาเพื่อทำสิ่งนี้ เราได้พัฒนาระบบที่สามารถค้นหา ดาวันโหลด และวิเคราะห์เนื้อหาของโพสต์ในสื่อสังคมออนไลน์นับล้าน ซึ่งมีต้นทางจากแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียเกือบ 1,400 แห่งทั่วประเทศจีน ก่อนที่รัฐบาลจีนจะสามารถค้นหา ประเมิน และปิดกั้น (เช่น ลบออกจากอินเทอร์เน็ต) กลุ่มเนื้อหาจำนวนมากที่พวกเขามองว่าไม่เหมาะสม โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อความด้วยคอมพิวเตอร์สมัยใหม่ ซึ่งเราได้ปรับใช้และตรวจสอบความถูกต้องให้เหมาะสมกับภาษา จีน เราได้เปรียบเทียบเนื้อหาสาระของโพสต์ที่ถูกปิดกั้นกับโพสต์ที่ไม่ถูกปิดกั้นในแต่ละช่วงเวลา ครอบคลุมทั้งหมด 85 หัวข้อตรงกันข้ามกับความเข้าใจก่อนหน้านี้ โพสต์ที่มีเนื้อหาวิพากษ์วิจารณ์เชิงลบหรือรุนแรงต่อรัฐ ผู้นำ หรือ นโยบาย ไม่ได้มีแนวโน้มที่จะถูกปิดกั้นมากกว่าโพสต์อื่น ๆ ตรงกันข้าม เราพบว่ามาตรการปิดกั้นมีเป้าหมายเพื่อจำกัดการเคลื่อนไหวร่วมกัน (collective action) โดยการปิดเสียงความคิดเห็นที่แสดง สนับสนุน หรือกระตุ้นให้เกิดการระดมทางสังคม ไม่ว่ามีเนื้อหาอย่างไรการปิดกั้นมุ่งเน้นไปที่การพยายามป้องกันกิจกรรมรวมหมู่ที่กำลังเกิดขึ้นหรืออาจเกิดขึ้นในอนาคต และด้วยเหตุนี้ จึงเป็นการเผยให้เห็นถึงเจตนาของรัฐบาลอย่างชัดเจน

Angela, P. (2010) ได้ศึกษาวิจัยและวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงด้านจริยธรรมสื่อภายใต้แรงกดดันของเทคโนโลยีและโมเดลธุรกิจออนไลน์ โดยมุ่งเน้นปัญหา “news cannibalization” หรือการนำเนื้อหาจากสำนักข่าวอื่นมาใช้โดยไม่มีการอ้างอิง ซึ่งส่งผลต่อความพิเศษของข่าว (exclusivity) และบั่นทอนแรงจูงใจในการลงทุนทำข่าวเชิงสืบสวน ผู้เขียนชี้ว่า ความเร็วและการแข่งขันทางออนไลน์ทำให้การลอกเนื้อหาเกิดขึ้นง่ายและเร็วขึ้น จนทำให้ความหลากหลายของข่าวลดลงและเกิดความเป็นเนื้อหา

เดียวกัน การรักษาคุณภาพข่าวและความน่าเชื่อถือจำเป็นต้องเน้น “ความโปร่งใส” (transparency) โดยกำหนดมาตรฐานการอ้างอิงแหล่งที่มาอย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้อ่านสามารถตรวจสอบต้นทางและเพื่อให้เครดิตกับผู้ผลิตเนื้อหาดั้งเดิม ซึ่งอาจช่วยสร้างการแข่งขันเชิงคุณภาพและเพิ่มคุณค่าของการทำข่าวเชิงลึก นอกจากนี้ยังชี้ว่าองค์กรข่าวต้องลงทุนในงานข่าวสืบสวนเพื่อรักษาความแตกต่างและคุณค่าทางวัฒนธรรมของสื่อมวลชน เพราะหากพึ่งพาแต่ข่าวประชาสัมพันธ์หรือเนื้อหาที่มีอยู่แล้ว จะทำให้บทบาทสื่อในการตรวจสอบอำนาจรัฐและธุรกิจอ่อนแอลง และท้ายที่สุดจะกระทบต่อประชาธิปไตยผู้เขียนเสนอให้มีการปรับปรุงแนวปฏิบัติ เช่น การสร้างระบบ metadata สำหรับข่าวเพื่อระบุที่มาและหลักการข่าวขององค์กร และส่งเสริมการเชื่อมโยง (link) ไปยังแหล่งข้อมูลภายนอก ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มความโปร่งใส ลดการบิดเบือนข้อมูล และสนับสนุนระบบสื่อที่หลากหลายและยั่งยืน

Zeng, X. (2019) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องสื่อใหม่ในประเทศจีน ผลการวิจัยพบว่า ปี 2019 เป็นปีที่สาธารณรัฐประชาชนจีนผลักดันการบูรณาการสื่อ (Media Convergence) ในฐานะยุทธศาสตร์ระดับชาติ เป็นปีที่หักแล้ว โดยได้ก่อรูปสภาพแวดล้อมการสื่อสารแบบ “สื่อทุกช่วงเวลา (全程媒体) สื่อทุกมิติ (全息媒体) สื่อทุกคนมีส่วนร่วม (全员媒体) และสื่อที่มีประสิทธิภาพเต็มรูปแบบ (全效媒体)” ขึ้นอย่างสมบูรณ์ การพัฒนาสื่อบูรณาการได้เข้าสู่ “เขตนํ้าลึก” และการสร้างสื่อกระแสหลักรูปแบบใหม่ก็ก้าวสู่ช่วงเร่งรัด ความจำเป็นเร่งด่วนคือการสร้างระบบการสื่อสารแบบสื่อครบวงจรที่มีการใช้ทรัพยากรร่วมอย่างเข้มข้น มีโครงสร้างที่เหมาะสม พัฒนาแบบมีความแตกต่าง และทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพตลอดปีที่ผ่านมา การบูรณาการสื่อยังคงเดินหน้าอย่างรอบด้านและหลากหลายมิติ บทความนี้จึงมุ่งสำรวจในสามประเด็นหลัก ได้แก่ “การปฏิรูปสู่การพัฒนาใหม่” “การพัฒนาเผชิญความท้าทายใหม่” และ “ความท้าทายสร้างแนวโน้มใหม่” โดยพิจารณาจากมิติของ กลไกและระบบ การสร้างทีมบุคลากร การพัฒนาแพลตฟอร์ม นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และการประยุกต์ใช้สื่ออัจฉริยะ เพื่อสรุปภาพรวมระบบนิเวศของการบูรณาการสื่อในรอบปีที่ผ่านมา ค้นหาปัญหา และพยายามคาดการณ์แนวโน้มการพัฒนาเชิงระยะของสื่อบูรณาการในอนาคต

Rebecca, M. (2011) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง เทคโนโลยีเพื่อการสร้างสรรค์เครือข่ายของจีน ผลการศึกษาพบว่า แม้ว่าแพลตฟอร์มเครือข่ายสังคมออนไลน์จะสามารถเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังในมือของนักเคลื่อนไหวที่มุ่งโค่นล้มรัฐบาลเผด็จการได้ แต่การคิดว่าการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและแพลตฟอร์มเครือข่ายสังคมเพียงอย่างเดียวเท่านั้นเพียงพอที่จะทำให้ระบอบการปกครองแบบกดขี่ กลายเป็นประชาธิปไตยถือเป็นความเข้าใจที่ไม่รอบคอบ กรณีของประเทศไทยแสดงให้เห็นว่ารัฐบาลเผด็จการสามารถปรับตัวให้เข้ากับอินเทอร์เน็ตได้ และแม้กระทั่งใช้เทคโนโลยีเครือข่ายเพื่อเสริมสร้างความชอบธรรมของตน การเกิดขึ้นของสิ่งที่เรียกว่า “เผด็จการเครือข่าย” (networked authoritarianism) ในประเทศจีน ได้ชี้ให้เห็นถึงประเด็นปัญหาที่ซับซ้อนด้านนโยบายและความรับผิดชอบของภาคธุรกิจ ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการแก้ไข เพื่อให้มั่นใจได้ว่าอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีมือถือจะสามารถใช้ศักยภาพของตนได้เต็มที่ในการสนับสนุนเสรีภาพและการเสริมพลังให้กับประชาชน

Yang, G. (2009) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง China Since Tiananmen: Online Activism ผลการศึกษาพบว่า การเคลื่อนไหวทางออนไลน์เป็นส่วนสำคัญของภูมิทัศน์การเคลื่อนไหวของพลเมืองในประเทศจีนร่วมสมัย ซึ่งมีรูปแบบหลากหลาย ตั้งแต่การเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรมและสังคม ไปจนถึงชาตินิยมทางไซเบอร์ การยื่นคำร้องและการประท้วงทางออนไลน์พัฒนาการทางเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเป็นเงื่อนไขเชิงโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อปรากฏการณ์นี้ โดยมีสังคมพลเมืองที่กำลังเริ่มก่อตัวผ่านชุมชนออนไลน์และสมาคมพลเมืองออฟไลน์ ร่วมกับตรรกะของการผลิตทางสังคมในเศรษฐกิจอินเทอร์เน็ต และความคิดสร้างสรรค์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตชาวจีน สิ่งเหล่านี้ช่วยคำนวณการเคลื่อนไหวทางออนไลน์แม้จะอยู่ภายใต้เงื่อนไขของการควบคุมอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นโดยรัฐบาลจีน

Yang, Y. (2025) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปรากฏการณ์การละเมิดจริยธรรมในงานรายงานข่าวและแนวทางการกำหนดมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ในช่วงไม่กี่ปีมานี้ สื่อมวลชนบางแห่งได้ใช้วิธีการต่าง ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้รับสารและเพิ่มจำนวนการติดตาม ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอข่าวปลอม การใช้พาดหัวข่าวที่ปลุกเร้าอารมณ์ การละเมิดความเป็นส่วนตัว หรือการรายงานเนื้อหาที่มีลักษณะเร้าอารมณ์เกินจริง ซึ่งถือเป็นพฤติกรรมที่ขัดต่อจริยธรรมวิชาชีพสื่อ ส่งผลกระทบในทางลบต่อสภาพแวดล้อมการเผยแพร่ข่าวสาร และยังบ่อนทำลายสภาพแวดล้อมทางสังคมโดยรวมอย่างรุนแรง ดังนั้น การให้ความสำคัญต่อปัญหาการละเมิดจริยธรรมที่เกิดขึ้นในข่าว และการดำเนินการปรับปรุงและกำหนดมาตรฐานให้ชัดเจน จึงกลายเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งบนพื้นฐานนี้ บทความนี้จะสำรวจปรากฏการณ์การละเมิดจริยธรรมที่เกิดขึ้นในการรายงานข่าว พร้อมวิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหา และเสนอแนวทางที่เกี่ยวข้องเพื่อหลีกเลี่ยงการละเมิดจริยธรรมดังกล่าว โดยมีเป้าหมายเพื่อปรับปรุงสภาพแวดล้อมการเผยแพร่ข่าวสาร และผลักดันให้การรายงานข่าวดำเนินไปในทิศทางที่มีมาตรฐานและพัฒนาอย่างสร้างสรรค์

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความท้าทายด้านจริยธรรมในยุคสื่อใหม่ภายใต้มิติความรับผิดชอบและกรอบข้อบังคับขององค์กรสื่อเมืองไฮโซว ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน มีวัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์ความท้าทายด้านจริยธรรมขององค์กรข่าวสารในยุคสื่อใหม่ในบริบทของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลและการรักษามาตรฐานความน่าเชื่อถือทางวิชาชีพ และเพื่อสร้างข้อเสนอเชิงนโยบายที่เป็นรูปธรรมสำหรับการดำเนินงานด้านจริยธรรมขององค์กรข่าวสารในบริบทของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลและการรักษามาตรฐานความน่าเชื่อถือทางวิชาชีพ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไปนี้

3.1 การเลือกวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นแนวทางการวิจัยที่มุ่งเน้นการทำความเข้าใจปรากฏการณ์ทางสังคมอย่างลึกซึ้งและรอบด้าน แตกต่างจากการวิจัยเชิงปริมาณซึ่งเน้นการเก็บข้อมูลเชิงตัวเลขและการวิเคราะห์ทางสถิติ วิธีการเชิงคุณภาพมุ่งเน้นการตีความและอธิบายปรากฏการณ์จากมุมมองของผู้ให้ข้อมูล โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากข้อความ ภาพ การสัมภาษณ์ และเอกสาร เพื่อค้นหาความหมายและสาระสำคัญที่อยู่เบื้องหลังของปรากฏการณ์นั้น เป้าหมายหลักคือการสำรวจความซับซ้อนและความหลากหลายของปรากฏการณ์ทางสังคมอย่างลึกซึ้ง รากฐานของการวิจัยเชิงคุณภาพสามารถสืบย้อนกลับไปได้ถึงศาสตร์มานุษยวิทยาและสังคมวิทยา โดยในระยะแรก นักมานุษยวิทยาใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (participant observation) และการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อทำความเข้าใจวิถีชีวิตและค่านิยมของกลุ่มวัฒนธรรมต่าง ๆ ต่อมาเมื่อสังคมศาสตร์พัฒนา วิธีการนี้ได้รับการประยุกต์ใช้ในหลายสาขา เช่น การศึกษา จิตวิทยา และการจัดการ สำหรับสาขานิติศาสตร์ วิธีวิจัยเชิงคุณภาพได้รับความนิยมมากขึ้น เพราะสามารถให้มุมมองและวิธีการที่เหมาะสมในการศึกษาโจทย์ที่มีความซับซ้อน เช่น ประเด็นด้านจริยธรรมของสถาบันสื่อมวลชน ลักษณะเด่นของการวิจัยเชิงคุณภาพได้แก่ การเน้นปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้วิจัยกับผู้ให้ข้อมูล โดยผู้วิจัยต้องเข้าไปอยู่ในบริบทของผู้ให้ข้อมูล ทำการสื่อสารและสร้างความไว้วางใจ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับมุมมอง ทัศนคติ และพฤติกรรมของพวกเขา การมองภาพรวมของปรากฏการณ์ แทนที่จะวิเคราะห์เฉพาะตัวแปรแบบแยกส่วน การวิจัยเชิงคุณภาพพยายามทำความเข้าใจปรากฏการณ์จากหลายมิติ รวมถึงบริบททางสังคม วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง การนำเสนอผลการวิจัยในลักษณะบรรยายเชิงพรรณนา แทนที่จะใช้เพียงตัวเลขหรือกราฟ ทำให้สามารถถ่ายทอดความซับซ้อนและความหลากหลายของข้อมูลได้อย่างชัดเจนและลึกซึ้ง

โดยผู้วิจัยใช้เกณฑ์การเลือกวิธีวิจัยเชิงคุณภาพในการวิจัยในครั้งนี้ดังต่อไปนี้

(1) ความซับซ้อนและความหลากหลายของปัญหาจริยธรรมในยุคสื่อใหม่ ในยุคสื่อใหม่วงการสื่อสารมวลชนเผชิญการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างอย่างกว้างขวาง การแพร่กระจายของข่าวสารเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและมีหลายช่องทาง จริยธรรมสื่อแบบดั้งเดิมจึงถูกปรับขยายความหมายและขอบเขต

ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมดิจิทัล ขณะเดียวกัน สื่อมวลชนต้องเผชิญกับความท้าทายใหม่ ๆ เช่น การแพร่ระบาดของข่าวปลอม (fake news) การละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัว และการรายงานข่าวที่มีอคติ ซึ่งล้วนเป็นประเด็นที่ซับซ้อนและต้องอาศัยการวิเคราะห์เชิงลึกในหลายมิติ เพื่อให้เข้าใจกลไกและปัจจัยที่อยู่เบื้องหลัง รวมถึงวิธีการที่สื่อปรับตัวและกำหนดมาตรฐานจริยธรรมใหม่

(2) การได้มาซึ่งข้อมูลปฐมภูมิที่หลากหลายและลึกซึ้ง วิธีเชิงคุณภาพเน้นการสื่อสารโดยตรงเพื่อเก็บ “ข้อมูลปฐมภูมิ” อันอุดมด้วยบริบทและความหมาย โดยงานนี้เลือกสัมภาษณ์เชิงลึก 3 กลุ่มหลัก—ผู้ปฏิบัติงานสื่อ ผู้บริโภคข่าวสาร และนักวิจัยด้านสื่อ—เพื่อเก็บมุมมองที่แตกต่างกันอย่างเป็นระบบ ผู้ปฏิบัติงานสื่อ: ให้ภาพตรงของภาวะกลืนไม่เข้าคายไม่ออกทางจริยธรรมในชั้นเก็บ-ตัดต่อ-เผยแพร่ และการถ่วงดุลผลประโยชน์กับหลักการวิชาชีพ ผู้บริโภคข่าวสาร: สะท้อนความต้องการต่อ “ความจริง-ความเป็นกลาง-การคุ้มครองความเป็นส่วนตัว” ความเชื่อมั่นต่อองค์กรสื่อ และข้อเสนอแนะด้านจริยธรรม นักวิจัยด้านสื่อ: เติมเต็มกรอบคิดเชิงทฤษฎี อัปเดตแนวโน้มวิจัย และวิเคราะห์ผลสะท้อนเชิงระบบต่อมาตรฐานจริยธรรมและความรับผิดชอบของสื่อ การผสานสามมุมมองทำให้ข้อมูลรอบด้านและเข้มแข็งต่อการตีความ

(3) การเพิ่มความน่าเชื่อถือและความเที่ยงตรงของงานวิจัย เพื่อยกระดับความน่าเชื่อถือ (credibility) และความเที่ยงตรงของผลการวิจัย งานนี้กำหนดมาตรการคุณภาพเชิงคุณภาพดังต่อไปนี้

Triangulation:

Data triangulation — ใช้หลายแหล่งข้อมูล (ผู้สื่อข่าว/ผู้บริโภค/นักวิจัย

เอกสาร กรณีศึกษา)

Method triangulation — ผสานการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต และการ

วิเคราะห์เอกสาร

Investigator/peer triangulation — แลกเปลี่ยนตรวจทานรหัส กับ

ผู้ทรงคุณวุฒิ

การวิจัยเชิงคุณภาพ ให้ความสำคัญต่อปฏิสัมพันธ์และความเข้าใจระหว่างผู้วิจัยกับผู้ให้ข้อมูล ซึ่งสามารถสะท้อนมุมมองและความรู้สึกที่แท้จริงของผู้ให้ข้อมูลได้อย่างแม่นยำ สำหรับการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ ผู้บริโภคข่าวสาร และนักวิจัยด้านสื่อ เพื่อสร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ส่งผลให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถแสดงความคิดเห็นและประสบการณ์ได้อย่างตรงไปตรงมา นอกจากนี้ เนื้อหาที่ได้จากการสัมภาษณ์ยังถูกบันทึกและวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ เพื่อให้มั่นใจว่าผลการวิจัยมีความถูกต้องและเชื่อถือได้ นอกจากนี้ การวิจัยเชิงคุณภาพยังสามารถยกระดับ ความน่าเชื่อถือ (Credibility) และ ความเที่ยงตรง (Validity) ของงานวิจัยได้ผ่านการประยุกต์ใช้ วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งหมายถึงการตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูลโดยใช้หลายวิธี หลายแหล่งข้อมูล และหลายผู้วิจัยเพื่อยืนยันผลลัพธ์ สำหรับศึกษานี้ การตรวจสอบสามเส้าสามารถดำเนินการได้โดยการวิเคราะห์เนื้อหาการสัมภาษณ์ ควบคู่กับการศึกษาข้อมูลเอกสาร และการสังเกตภาคสนาม เพื่อเพิ่มความถูกต้องและความเชื่อถือของข้อค้นพบ

3.2 การดำเนินการเก็บข้อมูล

การสัมภาษณ์เชิงลึกจะมุ่งเน้นการเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลอธิบายประสบการณ์ตรง วิเคราะห์สถานการณ์จริง และนำเสนอข้อเสนอเชิงนโยบาย ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้จะถูกบันทึกและนำไปวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) พร้อมใช้การตรวจสอบสามเส้า (triangulation) เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของข้อสรุปวิจัย

แนวทางการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ในหัวข้อนี้ จัดทำขึ้นเพื่อให้ผู้ให้ข้อมูล (informants) สามารถสะท้อนมุมมองและประสบการณ์ได้อย่างครอบคลุม โดยมีแกนคำถามดังนี้

(1) การตีความและการปฏิบัติในการสร้างสมดุล เชิญผู้ให้ข้อมูลอธิบายถึงแนวทางหรือหลักการที่ใช้ในการสร้างสมดุลระหว่างสิทธิของสาธารณชนในการรับรู้ข่าวสารและสิทธิความเป็นส่วนตัวของบุคคล สำนวจความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อบกพร่องหรือปัญหาที่สำนักข่าวมักเผชิญในประเด็นนี้ วิเคราะห์กรณีตัวอย่างที่เคยประสบในภาคปฏิบัติ เช่น เหตุการณ์ที่ต้องตัดสินใจตัดเนื้อหาที่ละเมิดความเป็นส่วนตัวหรือการใช้ภาพและข้อมูลส่วนบุคคลในสถานการณ์ที่อ่อนไหว

(2) นโยบายและมาตรการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวขององค์กรข่าว ให้ผู้ให้ข้อมูลอธิบายนโยบายและมาตรการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวที่องค์กรของตนใช้ เช่น การไม่เปิดเผยชื่อ (anonymization) การเบลอภาพ (blurring) หรือการขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูล (informed consent) ประเมินประสิทธิภาพของการบังคับใช้มาตรการดังกล่าวในภาคปฏิบัติ รวมถึงปัจจัยที่เอื้อต่อหรือขัดขวางการบังคับใช้ เช่น ความเร่งด่วนของการรายงานข่าว ระดับการบริหารจัดการภายในองค์กร และระดับการตระหนักรู้ของบุคลากร

(3) มุมมองของผู้บริโภคข่าว สำนวจความคาดหวังของผู้บริโภคข่าวเกี่ยวกับการคุ้มครองความเป็นส่วนตัว เช่น การป้องกันการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลในข่าว การไม่ใช้ข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อประโยชน์ทางการค้าโดยไม่ได้รับอนุญาต รวบรวมข้อเสนอแนะจากผู้บริโภคเกี่ยวกับวิธีที่องค์กรข่าวควรดำเนินการเพื่อยกระดับการคุ้มครองความเป็นส่วนตัว เช่น การปรับปรุงมาตรการความปลอดภัยของข้อมูล การจัดอบรมเพิ่มความรู้ให้บุคลากร และการกำหนดมาตรการลงโทษเมื่อเกิดการละเมิด

ในขั้นตอนการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะใช้เทคนิคการซักถามเชิงลึก (in-depth probing) เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถเล่าประสบการณ์ตรง ขยายความเห็น และสะท้อนข้อเสนอแนะได้อย่างเต็มที่ ทั้งนี้ เนื้อหาที่ได้จะถูกบันทึก วิเคราะห์ และใช้ร่วมกับวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (triangulation) เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของผลการวิจัย

3.3 การกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

1) การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก

(1) ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อถือเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในกระบวนการผลิตและเผยแพร่ข่าวสาร และมีประสบการณ์ตรงต่อประเด็นจริยธรรมสื่อ ดังนั้น การเลือกบุคคลกลุ่มนี้เป็นผู้ให้ข้อมูล จะช่วยให้สามารถทำความเข้าใจเชิงลึกถึงความท้าทายด้านจริยธรรมและกลยุทธ์การรับมือ

ขององค์กรข่าวในทางปฏิบัติ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลถูกคัดเลือกแบบสุ่มจากสื่อกระแสหลัก อาทิ สถานีโทรทัศน์กลางแห่งประเทศจีน (CCTV) สำนักข่าวซินหัว (สาขาไห่หนาน) หนังสือพิมพ์ Hainan Daily สถานีวิทยุโทรทัศน์ไห่หนาน ตลอดจนสื่อใหม่ เช่น Toutiao, Nanhai Net และ Weibo รวมทั้งสิ้นประมาณ 30 คน (รหัส N1–N30) ซึ่งประกอบด้วยบทบาทหน้าที่ที่หลากหลาย ได้แก่ ผู้สื่อข่าว บรรณาธิการ และผู้บริหารสื่อ ซึ่งแต่ละตำแหน่งมีมุมมองและประสบการณ์ต่อประเด็นจริยธรรมสื่อที่แตกต่างกัน ผู้สื่อข่าวในฐานะผู้รวบรวมและรายงานข่าว มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงต่อความถูกต้องและความเป็นกลางของข้อมูลข่าวสาร การสัมภาษณ์ผู้สื่อข่าวช่วยให้เข้าใจสถานการณ์จริงและความท้าทาย เช่น การสร้างสมดุลระหว่างความรวดเร็วและความถูกต้องของข่าว รวมถึงการจัดการความสัมพันธ์กับแหล่งข่าว ในขณะที่บรรณาธิการในบทบาทผู้คัดกรองและจัดเรียงเนื้อหา มีหน้าที่ตรวจสอบและปรับปรุงข่าวให้มีคุณภาพและคุณค่า การสัมภาษณ์บรรณาธิการจึงช่วยให้เห็นแนวทางการตัดสินใจและการควบคุมคุณภาพเนื้อหาในเชิงจริยธรรม บรรณาธิการมีบทบาทในฐานะผู้คัดเลือกและจัดเรียงเนื้อหาข่าว ทำหน้าที่ตรวจสอบและปรับแก้เนื้อหาที่ผู้สื่อข่าวนำเสนอ เพื่อให้มั่นใจว่าข่าวมีคุณภาพและสอดคล้องกับค่านิยมขององค์กร ในการสัมภาษณ์ กลุ่มบรรณาธิการสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นด้านจริยธรรมที่พบในกระบวนการทำงาน เช่น วิธีการหลีกเลี่ยงอคติในการรายงานข่าว การป้องกันการนำเสนอข่าวแบบเลือกสรร (Selective Reporting) รวมถึงการจัดการกับข่าวที่มีความอ่อนไหวหรือมีความขัดแย้งสูง ผู้บริหารสื่อมีบทบาทในฐานะผู้กำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานและนโยบายขององค์กรสื่อ อีกทั้งยังมีความรับผิดชอบสูงต่อการกำหนดมาตรฐานจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ในการสัมภาษณ์ ผู้บริหารสามารถสะท้อนมุมมองเกี่ยวกับความท้าทายด้านจริยธรรมที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริหาร เช่น การสร้างสมดุลระหว่างผลประโยชน์ทางธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคม และการเสริมสร้างการศึกษาและฝึกอบรมด้านจริยธรรมแก่นักข่าวและบุคลากรสื่อ

(2) กลุ่มผู้บริหารโศกข่าวสาร ผู้บริหารโศกข่าวสารเป็นผู้รับและใช้ข้อมูลข่าว จึงมีความคาดหวังในด้านความถูกต้อง ความเป็นกลาง และการคุ้มครองความเป็นส่วนตัว การเลือกผู้บริหารโศกข่าวสารเป็นกลุ่มตัวอย่างช่วยให้เข้าใจระดับความพึงพอใจและความไว้วางใจที่ประชาชนมีต่อองค์กรสื่อ ตลอดจนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อประเด็นจริยธรรมสื่อ การเก็บข้อมูลดำเนินการทั้งในเมืองศูนย์กลางเศรษฐกิจ (เช่น ปักกิ่ง กว่างโจว) และเมืองรอง (เช่น ซีอาน ฉิงตู ไห่โข่ว และชานย่า) โดยใช้การเก็บข้อมูลแบบผสม (Mixed Method) ระหว่างการสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถามออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนประมาณ 50 คน (รหัส N31–N80) ครอบคลุมเพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษาอย่างหลากหลาย เพื่อสะท้อนทัศนคติที่แตกต่างต่อการบริโภคข่าวสารเนื้อหาสัมภาษณ์สำรวจช่องทางและวิธีการที่ผู้บริโภคเข้าถึงข่าวสาร ความชื่นชอบและการประเมินต่อสื่อประเภทต่าง ๆ ระดับความพึงพอใจและความไว้วางใจในประเด็นความถูกต้อง ความเป็นกลาง และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงปัญหาและข้อกังวลที่พบในกระบวนการรับข่าวสาร อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคเสนอแนวทางปรับปรุงมาตรฐานจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรสื่อ

(3) นักวิจัยด้านสื่อ นักวิจัยด้านสื่อเป็นผู้ที่มีพื้นฐานวิชาการและประสบการณ์เชิงลึกในประเด็นจริยธรรมสื่อและการคุ้มครองความเป็นส่วนตัว จึงสามารถให้ข้อคิดเห็นเชิงทฤษฎีและปฏิบัติที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาแนวทางแก้ปัญหาในการวิจัยนี้ได้คัดเลือกนักวิจัยจากมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัย อาทิ มหาวิทยาลัยให้หนาน มหาวิทยาลัยครูชืออัน มหาวิทยาลัยไประณีย์และโทรคมนาคมชืออัน มหาวิทยาลัยครูให้หนาน และห้องปฏิบัติการวิจัยความคิดเห็นสาธารณะ (ให้หนาน) รวม 15 คน โดยมุ่งสัมภาษณ์ผู้ที่ทำงานวิจัยเกี่ยวข้องกับจริยธรรมสื่อและการคุ้มครองความเป็นส่วนตัว เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับทิศทางการวิจัย แนวโน้มปัญหา และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานจริยธรรมและความรับผิดชอบขององค์กรสื่อในยุคสื่อดิจิทัล

(4) กลุ่มนักวิจัยด้านสื่อ กลุ่มนักวิจัยด้านสื่อประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิและนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญในด้านจริยธรรมสื่อและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 15 คน (รหัส N81-N95) โดยผู้ให้ข้อมูลเหล่านี้มีประสบการณ์การวิจัยอย่างกว้างขวางและมีผลงานเชิงวิชาการที่มีคุณภาพต่อแวดวงศึกษา จึงเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญสำหรับการทำความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับปัญหาจริยธรรมสื่อในยุคสื่อดิจิทัล การสัมภาษณ์กลุ่มนี้มุ่งสำรวจทั้งผลงานวิจัยและแนวโน้มการศึกษาในประเด็นจริยธรรมสื่อ ตลอดจนข้อคิดเห็นเชิงทฤษฎีเกี่ยวกับมาตรฐานจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรสื่อในบริบทสื่อใหม่ (New Media) เนื้อหาการสนทนาครอบคลุมมุมมองต่อโจทย์วิจัย ข้อเสนอแนะในการกำหนดกรอบแนวคิด ตลอดจนข้อควรระวังและความท้าทายเชิงระเบียบวิธีที่อาจเกิดขึ้นในกระบวนการวิจัย โดยการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเชิงลึกกับนักวิจัยเหล่านี้มีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายและแนวทางการแก้ไขปัญหาจริยธรรมสื่อในอนาคต

2.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งจะได้อธิบายเพิ่มเติมดังต่อไปนี้

1) การออกแบบแนวคำถามสัมภาษณ์ (Interview Guide Design)

(1) ความเข้าใจเกี่ยวกับจริยธรรมสื่อ คำถามเริ่มต้นมุ่งสำรวจการตีความและความเข้าใจของผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับจริยธรรมสื่อ (Journalistic Ethics) เช่น “ท่านมีความเข้าใจอย่างไรเกี่ยวกับจริยธรรมสื่อ?” และ “จริยธรรมสื่อมีความสำคัญต่อการทำงานด้านข่าวสารในแง่ใดบ้าง?” จริยธรรมสื่อหมายถึงหลักการทางจริยธรรมและบรรทัดฐานการปฏิบัติที่ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อควรยึดถือในกระบวนการผลิตข่าว ตั้งแต่การเก็บข้อมูล การเขียนข่าว ไปจนถึงการเผยแพร่ ซึ่งครอบคลุมประเด็นสำคัญ เช่น ความซื่อสัตย์ ความเป็นกลาง การเคารพสิทธิความเป็นส่วนตัว และการหลีกเลี่ยงอคติ จริยธรรมสื่อถือเป็น “เส้นเลือดใหญ่” ที่ค้ำจุนความน่าเชื่อถือของข่าวและความมั่นคงของสังคม หากละเลย อาจนำไปสู่ปัญหาการแพร่กระจายข่าวปลอม การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล หรือการรายงานข่าวที่มีอคติ อันจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความไว้วางใจต่อวงการสื่อโดยรวม

ในกระบวนการสัมภาษณ์ จะชี้แนะให้ผู้ให้ข้อมูลอธิบายความหมาย ขอบเขต (Scope) และความสำคัญของจริยธรรมสื่อจากมุมมองของตน พร้อมทั้งแลกเปลี่ยนประสบการณ์เกี่ยวกับการนำหลักจริยธรรมไปปฏิบัติจริง ตลอดจนปัญหาและข้อขัดแย้งที่พบเจอ รวมถึงวิธีการจัดการกับสถานการณ์ดังกล่าว

(2) ความท้าทายใหม่ในยุคสื่อใหม่ (New Media Era) คำถามต่อไปจะสำรวจการรับรู้ของผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับความเปลี่ยนแปลงและความท้าทายเชิงจริยธรรมในยุคสื่อดิจิทัล ซึ่งมีลักษณะการแพร่กระจายข้อมูลที่รวดเร็วและกว้างขวางกว่ายุคใด เช่น การแพร่กระจายข่าวปลอมที่ง่ายและรวดเร็ว การล้นเกินของข้อมูลที่แท้จริงในสื่อสังคมออนไลน์ การแข่งขันด้านความเร็วและจำนวนผู้เข้าชมที่อาจทำให้สื่อมวลชนละเลยความถูกต้องและความเป็นกลางของข่าว นอกจากนี้ ยุคสื่อใหม่ยังส่งผลต่อโมเดลธุรกิจของสื่อ ซึ่งมีการพึ่งพารายได้จากโฆษณาและการสมัครสมาชิกมากขึ้น อันอาจก่อให้เกิดแรงกดดันจากผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ต่อการนำเสนอข่าว สถานการณ์นี้จึงเป็นจุดท้าทายที่อาจกระทบต่อความเป็นอิสระและความเป็นกลางของการรายงานข่าวอย่างมีนัยสำคัญ ข่าวปลอม (Fake News) หมายถึง ข้อมูลที่เป็นเท็จหรือบิดเบือนซึ่งถูกเผยแพร่โดยมีเจตนาให้เกิดความเข้าใจผิด สร้างกระแส หรือบรรลุดัตุประสงค์บางประการที่ไม่สุจริต เช่น เพื่อผลประโยชน์ทางการเมือง การค้า หรือเพื่อความบันเทิงโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบเชิงลบที่ตามมา ในบริบทการทำงานและชีวิตประจำวัน ข่าวปลอมสามารถพบได้ในหลายลักษณะ อาทิ ข่าวปลอมทางการเมือง ข่าวปลอมเชิงพาณิชย์ และข่าวปลอมในวงการบันเทิง โดยช่องทางการแพร่กระจายหลัก ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ข่าวบนอินเทอร์เน็ต อีเมล และแพลตฟอร์มการสื่อสารออนไลน์อื่น ๆ การสัมภาษณ์เชิงลึกในประเด็นนี้จะมุ่งให้ผู้ให้ข้อมูลแบ่งปันกรณีตัวอย่างของข่าวปลอมที่ตนเคยพบ พร้อมทั้งอธิบายลักษณะการแพร่กระจายและรูปแบบเนื้อหาของข่าวดังกล่าว รวมถึงวิธีการและเกณฑ์ที่พวกเขาใช้ในการระบุและประเมินความน่าเชื่อถือของข่าว ตลอดจนทัศนคติและพฤติกรรมในการตอบสนองต่อข่าวปลอมในส่วนของการทำงาน ผู้ให้ข้อมูลจะถูกเชิญชวนให้สะท้อนความเห็นเกี่ยวกับมาตรการที่สำนักข่าวควรดำเนินการเพื่อระบุและป้องกันการแพร่กระจายของข่าวปลอม เช่น การจัดตั้งกลไกการตรวจสอบข้อเท็จจริง (fact-checking) การกำหนดมาตรฐานการตรวจสอบแหล่งข่าวอย่างเข้มงวด การฝึกอบรมบุคลากรเพื่อยกระดับความรู้เท่าทันสื่อและทักษะการวิเคราะห์ข่าว ตลอดจนการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์และการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (big data analytics) เพื่อเฝ้าระวังและตรวจจับข่าวปลอมแบบเรียลไทม์ นอกจากนี้ ยังมีการสอบถามความคิดเห็นต่อความท้าทายและข้อจำกัดของสำนักข่าวในการจัดการกับข่าวปลอม รวมถึงข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการรับมือ ในมุมมองของผู้บริโภคข่าว การสัมภาษณ์จะครอบคลุมถึงวิธีการที่ใช้ในการประเมินความจริงของข่าว เช่น การตรวจสอบแหล่งที่มา การเปรียบเทียบเนื้อหาจากหลายสำนักข่าว หรือการค้นหาข้อมูลยืนยันจากแหล่งอื่น ๆ รวมถึงความคาดหวังที่มีต่อสำนักข่าวในการสนับสนุนให้ผู้รับสารสามารถตรวจสอบข้อเท็จจริงได้สะดวกยิ่งขึ้น เช่น การให้ข้อมูลประกอบเพิ่มเติม การเปิดเผยหลักฐานและแหล่งข้อมูลที่ใช้รายงานข่าว และการจัดตั้งช่องทางร้องเรียนหรือแจ้งเบาะแสข่าวปลอม

(3) การคุ้มครองสิทธิความเป็นส่วนตัว การสร้างสมดุลระหว่าง สิทธิของสาธารณชนในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร (public right to know) และ สิทธิความเป็นส่วนตัวของบุคคล (right to

privacy) ถือเป็นประเด็นสำคัญและซับซ้อนในงานข่าวสารสมัยใหม่ นักวิจัยและผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อสารมวลชนต่างตระหนักว่าขณะที่สื่อมวลชนมีหน้าที่ต้องนำเสนอข้อมูลที่มีคุณค่าต่อสาธารณะ ก็จำเป็นต้องปฏิบัติตามหลักการที่ *ถูกต้องตามกฎหมาย (legality)* มีเหตุผลเหมาะสม (*reasonableness*) และ จำเป็นต่อสาธารณะ (*necessity*) เพื่อหลีกเลี่ยงการละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวโดยไม่จำเป็น แนวทางการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ในหัวข้อนี้ จัดทำขึ้นเพื่อให้ผู้ให้ข้อมูล (informants) สามารถสะท้อนมุมมองและประสบการณ์ได้อย่างครอบคลุม โดยมีแกนคำถามดังนี้

(3.1) เชิญผู้ให้ข้อมูลอธิบายถึงแนวทางหรือหลักการที่ใช้ในการสร้างสมดุลระหว่างสิทธิของสาธารณชนในการรับรู้ข่าวสารและสิทธิความเป็นส่วนตัวของบุคคล

(3.2) สำนวจความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อบกพร่องหรือปัญหาที่สำนักข่าวมักเผชิญในประเด็นนี้

(3.3) วิเคราะห์กรณีตัวอย่างที่เคยประสบในภาคปฏิบัติ เช่น เหตุการณ์ที่ต้องตัดสินใจตัดเนื้อหาที่ละเมิดความเป็นส่วนตัว หรือการใช้ภาพและข้อมูลส่วนบุคคลในสถานการณ์ที่อ่อนไหว

(3.4) ให้ผู้ให้ข้อมูลอธิบายนโยบายและมาตรการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวที่องค์กรของตนใช้ เช่น การไม่เปิดเผยชื่อ (anonymization) การเบลอภาพ (blurring) หรือการขอความยินยอมจากเจ้าของข้อมูล (informed consent)

(3.5) ประเมินประสิทธิภาพของการบังคับใช้มาตรการดังกล่าวในภาคปฏิบัติ รวมถึงปัจจัยที่เอื้อต่อหรือขัดขวางการบังคับใช้ เช่น ความเร่งด่วนของการรายงานข่าว ระดับการบริหารจัดการภายในองค์กร และระดับการตระหนักรู้ของบุคลากร

(3.6) สำนวจความคาดหวังของผู้บริโภคข่าวเกี่ยวกับการคุ้มครองความเป็นส่วนตัว เช่น การป้องกันการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลในข่าว การไม่ใช้ข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อประโยชน์ทางการค้าโดยไม่ได้รับอนุญาต

(3.7) รวบรวมข้อเสนอแนะจากผู้บริโภคเกี่ยวกับวิธีที่องค์กรข่าวควรดำเนินการเพื่อยกระดับการคุ้มครองความเป็นส่วนตัว เช่น การปรับปรุงมาตรการความปลอดภัยของข้อมูล การจัดอบรมเพิ่มความรู้ให้บุคลากร และการกำหนดมาตรการลงโทษเมื่อเกิดการละเมิด

ในขั้นตอนการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะใช้เทคนิคการซักถามเชิงลึก (in-depth probing) เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถเล่าประสบการณ์ตรง ขยายความเห็น และสะท้อนข้อเสนอแนะได้อย่างเต็มที่ ทั้งนี้ เนื้อหาที่ได้จะถูกบันทึก วิเคราะห์ และใช้ร่วมกับวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (triangulation) เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของผลการวิจัย

(4) ความเป็นธรรมและความเป็นกลางของการรายงานข่าว

ความเป็นธรรม (*fairness*) และความเป็นกลาง (*objectivity*) ถือเป็นหลักการพื้นฐานของงานข่าว ซึ่งกำหนดให้การรายงานต้องตั้งอยู่บนข้อเท็จจริง ปราศจากอคติ และไม่ลำเอียงเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ทั้งนี้

การสร้างเชื่อมั่นด้านดังกล่าวมีความสำคัญต่อการรักษามาตรฐานวิชาชีพและความน่าเชื่อถือของสถาบันสื่อ

2.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1) การดำเนินการสัมภาษณ์

ผู้วิจัยจะใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลเล่าประสบการณ์ตรง วิเคราะห์กรณีตัวอย่าง และเสนอแนวคิดอย่างอิสระ ข้อมูลที่ได้จะถูกบันทึกและนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) พร้อมใช้วิธีตรวจสอบแบบสามเส้า (triangulation) เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย

ในหัวข้อนี้ให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถสะท้อนความเข้าใจ ประสบการณ์ และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการคงไว้ซึ่งความเป็นธรรมและความเป็นกลางของข่าว โดยแกนคำถามหลักประกอบด้วย

2) การตีความและมาตรฐานของความเป็นธรรมและความเป็นกลาง

(2.1) เชิญผู้ให้ข้อมูลอธิบายความหมายและมาตรฐานที่ใช้เป็นเกณฑ์ตัดสินว่าข่าวใดมีความเป็นธรรมและความเป็นกลาง

(2.2) สืบหาวิธีการหรือแนวปฏิบัติที่ใช้ในภาคปฏิบัติเพื่อให้มั่นใจว่าการรายงานข่าวเป็นไปตามมาตรฐาน เช่น การเลือกมุมมองการนำเสนอที่เป็นกลาง การตรวจสอบข้อเท็จจริง การอ้างอิงแหล่งข้อมูลจากหลายฝ่าย

3) การวิเคราะห์ปัจจัยผลกระทบ

(3.1) วิเคราะห์ปัจจัยที่อาจบั่นทอนความเป็นธรรมและความเป็นกลางของข่าว เช่น จริยธรรมวิชาชีพของผู้สื่อข่าว ผลประโยชน์ทางธุรกิจขององค์กรข่าว แรงกดดันทางการเมือง หรือข้อจำกัดเวลาในการรายงาน

(3.2) ถามความคิดเห็นต่อแนวทางการรับมือขององค์กรข่าว เช่น การเพิ่มการอบรมด้านจริยธรรม การจัดตั้งกลไกตรวจสอบภายใน การเสริมความเข้มงวดในการกลั่นกรองข่าว

(3.3) สืบหาความคิดเห็นและความรู้สึกของผู้บริโภคข่าวต่อความเป็นธรรมและความเป็นกลางของสื่อ

(3.4) รวบรวมข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปรับปรุง เช่น การเพิ่มการตรวจสอบและกลั่นกรองข่าวก่อนเผยแพร่ การให้ข้อมูลพื้นหลังและหลักฐานประกอบ เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคเข้าใจภาพรวมของเหตุการณ์ได้รอบด้านมากขึ้น

4) ประเด็นคำถามหลักในการสัมภาษณ์

(1) ความท้าทายของสื่อใหม่ต่อจริยธรรมสื่อแบบดั้งเดิม วิเคราะห์มุมมองของผู้ให้ข้อมูลต่อผลกระทบของสื่อใหม่ เช่น ความเร็วในการกระจายข่าว ขอบเขตการเข้าถึง และข้อจำกัดในการควบคุมคุณภาพข่าว สืบหาแนวคิดเกี่ยวกับแนวทางการปรับตัวขององค์กรสื่อเพื่อสร้างมาตรฐานจริยธรรมใหม่

อาทิ การกำหนดนโยบายกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัล การวางมาตรฐานพฤติกรรมของผู้สื่อข่าวในสภาพแวดล้อมออนไลน์ และการพัฒนากระบวนการตรวจสอบเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างขึ้น

(2) บทบาทและความรับผิดชอบทางจริยธรรมของแพลตฟอร์มสื่อใหม่ ให้ผู้ให้ข้อมูลสะท้อนมุมมองว่าผู้ให้บริการแพลตฟอร์มข่าวออนไลน์ควรมีบทบาทและความรับผิดชอบใดบ้าง เช่น การรับรองความถูกต้องของข้อมูล การปกป้องความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้ การป้องกันการแพร่กระจายข่าวปลอม วิเคราะห์ข้อบกพร่องและปัญหาที่มีอยู่ในปัจจุบัน เช่น ความไม่เข้มงวดของการตรวจสอบเนื้อหาหรือการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลที่ยังไม่เพียงพอ

(3) ความคาดหวังและข้อเสนอแนะจากผู้บริโภคข่าว สำรวจความต้องการของผู้บริโภคข่าวต่อการกำหนดมาตรฐานจริยธรรมของแพลตฟอร์มสื่อใหม่ เช่น การเพิ่มความเข้มงวดในการกลั่นกรองข่าว การสร้างกลไกร้องเรียนและตรวจสอบ การป้องกันการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลในทางมิชอบ รวบรวมข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการและสนับสนุนเพิ่มเติม เช่น การจัดระบบแนะนำข่าวสารที่มีคุณภาพหรือการสร้างช่องทางให้ผู้มีส่วนร่วมในการตรวจสอบข้อมูล

ในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะมุ่งเน้นการกระตุ้นให้ผู้ให้ข้อมูลสะท้อนมุมมองเกี่ยวกับ ความคาดหวังและข้อเสนอแนะต่อมาตรฐานจริยธรรมของแพลตฟอร์มสื่อใหม่ รวมถึงการประเมินระดับ ความพึงพอใจและความไว้วางใจ ที่มีต่อการดำเนินงานของแพลตฟอร์มดังกล่าวในปัจจุบัน นอกจากนี้ ยังจะสอบถามถึงข้อเสนอเชิงพัฒนาในอนาคต เพื่อให้แพลตฟอร์มสื่อใหม่สามารถปฏิบัติตามมาตรฐานจริยธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคข่าวสารในสภาพแวดล้อมสื่อดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ตอนหลัก ๆ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ

1. เพื่อวิเคราะห์ความท้าทายด้านจริยธรรมขององค์กรข่าวสารในยุคสื่อใหม่ในบริบทของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลและการรักษามาตรฐานความน่าเชื่อถือทางวิชาชีพ
2. เพื่อสร้างข้อเสนอเชิงนโยบายที่เป็นรูปธรรมสำหรับการดำเนินงานด้านจริยธรรมขององค์กรข่าวสารในบริบทของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลและการรักษามาตรฐานความน่าเชื่อถือทางวิชาชีพ

4.1 วิเคราะห์ความท้าทายด้านจริยธรรมขององค์กรข่าวสารในยุคสื่อใหม่ในบริบทของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลและการรักษามาตรฐานความน่าเชื่อถือทางวิชาชีพ



ภาพที่ 4.1 กิจกรรมสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก
ที่มา: Sun Liguó

1) ความสำคัญของจริยธรรมสื่อได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ปฏิบัติงานในองค์กรข่าว ผู้บริโภคข่าวสาร และนักวิจัยด้านสื่อในหลายพื้นที่ของมณฑลไต้หวัน พบว่าไม่ว่าผู้ให้ข้อมูลจะอยู่ในกลุ่มใด ล้วนยอมรับตรงกันว่าจริยธรรมสื่อเป็นรากฐานสำคัญของการปฏิบัติวิชาชีพสื่อ จริยธรรมสื่อไม่เพียงเป็นเงื่อนไขพื้นฐานในการปฏิบัติงานของนักข่าว แต่ยังเป็นปัจจัยสำคัญต่อการคงไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือของสื่อ และการทำให้ข้อมูลข่าวสารไหลเวียนในสังคมอย่างมีคุณภาพ (N22, N35, N88)

ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับแนวคิดจริยธรรมในทฤษฎีการสื่อสารแบบดั้งเดิม โดย John Dewey (1927) นักปรัชญาชาวอเมริกัน ได้ชี้ว่างานข่าวมีบทบาทเป็น “ผู้พิทักษ์สิทธิในการรับรู้ของสาธารณะ” ในสังคมประชาธิปไตย และบทบาทดังกล่าวจะบรรลุผลได้ก็ต่อเมื่อมีการยึดมั่นในมาตรฐานจริยธรรมที่เข้มงวด ขณะที่ Walter Lippmann (1922) ในผลงาน *Public Opinion* ก็ได้เน้นว่าความจริงและความเป็นกลางของข่าวไม่ใช่เพียงเรื่องของคุณธรรมส่วนบุคคลของผู้สื่อข่าว แต่ยังเป็นกระบวนการสำคัญในการสร้างและรักษาโครงสร้างการรับรู้ของสังคม

ผู้ปฏิบัติงานจากสำนักข่าวโทรทัศน์กลาง (CCTV) (N22) กล่าวในระหว่างการสัมภาษณ์ว่า “ทุกข่าวที่เราผลิตเปรียบเสมือนสะพานที่เชื่อมโยงระหว่างสาธารณชนกับข้อเท็จจริง หากสะพานนี้พังเพราะขาดจริยธรรม สาธารณะจะตกอยู่ในหมอกควันของข้อมูลและมองโลกผิดเพี้ยนไป” มุมมองนี้สามารถอธิบายได้ด้วย ทฤษฎีช่องว่างความรู้ (Knowledge Gap Theory) ของ Tichenor, Donohue และ Olien (1970) ที่ระบุว่าหากคุณภาพของการสื่อสารข่าวสารลดลง ความไม่เท่าเทียมทางการรับรู้ในสังคมจะยิ่งรุนแรงขึ้น ส่งผลต่อการแบ่งแยกทางสังคม ในทำนองเดียวกัน ผู้บริโภคข่าวจากนครซีอาน (N35) กล่าวว่า “ถ้าข่าวไม่จริงหรือไม่เป็นธรรม เราก็จะถูกชี้นำผิดและตัดสินใจผิดพลาด” ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีการพึ่งพาสื่อของผู้รับสาร (Media Dependency Theory) ของ Ball-Rokeach และ DeFleur (1976) ที่ชี้ว่าการพึ่งพาข่าวสารมีความเข้มข้นเป็นพิเศษในช่วงวิกฤตหรือความผันผวนทางเศรษฐกิจ ทำให้ความถูกต้องของข่าวมีผลโดยตรงต่อคุณภาพการตัดสินใจของสาธารณะและเสถียรภาพของสังคม

ขณะที่นักวิจัยด้านสื่อ (N88) เสนอภาพรวมเชิงระบบ โดยมองว่าจริยธรรมสื่อ “ไม่ใช่เพียงกรอบคุณธรรม แต่เป็นความจำเป็นเชิงสถาบันเพื่อความยั่งยืนของอุตสาหกรรมสื่อ” ซึ่งสอดคล้องกับมุมมองของ Jürgen Habermas (1962) ใน *The Structural Transformation of the Public Sphere* ที่เน้นกลไกการกำกับตนเองและความรับผิดชอบในพื้นที่สาธารณะ โดยในยุคสื่อใหม่ สถาบันสื่อจำเป็นต้องยึดจริยธรรมเป็นเส้นฐาน (baseline) เพื่อคงสภาพการทำงานในพื้นที่สาธารณะให้ดำรงอยู่ได้อย่างสมดุลท่ามกลางสภาพแวดล้อมข่าวสารที่ซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว

จากการพิจารณาเชิงบูรณาการระหว่างทฤษฎีทางนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ และสังคมวิทยา พบว่าความสำคัญของจริยธรรมข่าวมิได้จำกัดอยู่เพียงมิติของความประพฤติทางวิชาชีพของผู้ปฏิบัติงานสื่อเท่านั้น หากยังสัมพันธ์โดยตรงกับความถูกต้องแม่นยำของการรับรู้ในระดับสังคม การดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพของพื้นที่สาธารณะ (public sphere) และความมั่นคงของกลไกในระบบประชาธิปไตย

ดังนั้น การยกระดับความตระหนักรู้ด้านจริยธรรมข่าวจึงเป็นทั้งความรับผิดชอบส่วนบุคคลและภารกิจสำคัญในเชิงโครงสร้างและวัฒนธรรม

2) ความท้าทายด้านจริยธรรมข่าวในยุคสื่อใหม่

การขยายตัวอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีสื่อใหม่ แม้จะช่วยเพิ่มมิติและความกว้างขวางของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร แต่ก็ได้ก่อให้เกิดปัญหาจริยธรรมข่าวในรูปแบบที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (N15, N42, N92) ชี้ให้เห็นว่า ประเด็นจริยธรรมของผู้ปฏิบัติงานสื่อ ผู้บริโภคข่าว และนักวิจัยด้านสื่อให้ความสนใจมากที่สุด ได้แก่ การแพร่ระบาดของข่าวปลอม การละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัว ความลำเอียงในการรายงาน และปัญหาภาวะข้อมูลล้นเกิน (information overload) ซึ่งล้วนบั่นทอนคุณภาพข่าว ความน่าเชื่อถือของสื่อ และความไว้วางใจในระดับสังคม อันเป็นพื้นฐานสำคัญของระบบนิเวศสื่อที่มีสุขภาพ

(1) การแพร่ระบาดของข่าวปลอม ปัญหาข่าวปลอมถือเป็นประเด็นเด่นในบริบทสื่อใหม่ โดยผู้ปฏิบัติงานสื่อจากแพลตฟอร์ม “今日头条” (N15) ให้ข้อมูลว่า “ในสภาพแวดล้อมของสื่อใหม่ ใคร ๆ ก็สามารถเป็นผู้เผยแพร่ข้อมูลได้ ทำให้มีข้อมูลที่ไม่ผ่านการตรวจสอบเผยแพร่อย่างกว้างขวาง” ข้อสังเกตนี้สอดคล้องกับแนวคิด “การสื่อสารแบบไร้ศูนย์กลาง” (decentralized communication) ในทฤษฎีการสื่อสารสมัยใหม่ (Shirky, 2008) ที่ชี้ว่าโซเชียลมีเดียได้ทำลายการผูกขาดการเผยแพร่ของสื่อดั้งเดิม แม้จะทำให้การไหลเวียนของข้อมูลมีอิสระมากขึ้น แต่ก็ลดทอนกลไกการคัดกรองและตรวจสอบ จึงเอื้อต่อการเกิดและแพร่กระจายของข่าวปลอม

ผู้บริโภคข่าวในกวางโจว (N42) ได้เล่าประสบการณ์ถูกข่าวปลอมชักนำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Vosoughi, Roy และ Aral (2018) ในวารสาร *Science* ที่พบว่าข่าวปลอมในโซเชียลมีเดียแพร่กระจายเร็วกว่าข่าวจริงถึงหกเท่า และกระตุ้นปฏิกิริยาทางอารมณ์ของผู้ใช้ได้รวดเร็วกว่า อีกทั้งเมื่ออัลกอริทึมการแนะนำเนื้อหา (Pariser, 2011: “filter bubble”) มุ่งตอบสนองต่อความชอบและอัตราคลิก ข่าวปลอมจึงสามารถแพร่ขยายอย่างรวดเร็วภายในกลุ่มผู้รับสารที่มีแนวโน้มคิดคล้ายกัน เกิดเป็น “ห้องสะท้อนทางปัญญา” (cognitive echo chamber; Sunstein, 2001)

นักวิจัยด้านสื่อ (N92) อธิบายผ่านกรอบทฤษฎี “เกลียวแห่งความเงียบ” (spiral of silence; Noelle-Neumann, 1974) ว่าการแพร่กระจายของข่าวปลอมมิใช่เพียงปัญหาของเนื้อหาข้อมูล แต่เป็นผลของโครงสร้างบรรยากาศทางความคิดเห็น เมื่อกระแสหลักในพื้นที่สาธารณะออนไลน์ถูกครอบงำด้วยข่าวปลอม เสียงคัดค้านมักเงียบลงเพราะเกรงการถูกโดดเดี่ยว ทำให้ข้อมูลเท็จถูกตอกย้ำและฝังแน่นยิ่งขึ้น กลไกนี้ทำให้ความสามารถของสาธารณชนในการจำแนกความจริงลดลง และบั่นทอนบทบาทการขึ้นำสาธารณะของสื่อ โดยสรุป การแพร่ระบาดของข่าวปลอมไม่เพียงทำลายความน่าเชื่อถือของสื่อ แต่ยังบั่นทอนรากฐานการรับรู้ร่วมของสังคม ดังนั้น การรับมืออย่างมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องมีการบูรณาการมาตรฐานจริยธรรมและกลไกการตรวจสอบที่เข้มงวดในทุกขั้นตอนของการผลิต ตรวจสอบ และเผยแพร่ข่าวสาร

3) การละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัว (Privacy Infringement)

ในยุคดิจิทัล การคุ้มครองสิทธิความเป็นส่วนตัวเป็นส่วนตัว กลายเป็นประเด็นสำคัญในจริยธรรมสื่อ

ผู้ปฏิบัติงานสื่อจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (N27) ให้ข้อมูลว่า “เพื่อรักษาความรวดเร็วและความดึงดูดของข่าว บางครั้งก็ยากที่จะหลีกเลี่ยงการกระทบสิทธิส่วนบุคคล” ซึ่งสะท้อนถึงภาวะ dilemma ในจริยธรรมสื่อยุคใหม่ คือความตึงเครียดระหว่าง “ประโยชน์สาธารณะ” กับ “สิทธิส่วนบุคคล” Solove (2008) ระบุว่าในสภาพแวดล้อมของสื่อใหม่ การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลมีลักษณะ “แฝง” และ “แพร่หลาย” มากขึ้น โดยเฉพาะ “การรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลแบบเศษเสี้ยว” (privacy fragmentation leakage) ที่เกิดจากการรวบรวมข้อมูลเล็กน้อยซึ่งดูไม่เป็นอันตราย แต่เมื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกัน กลับกลายเป็นภาพข้อมูลเชิงลึกของบุคคลนั้น ซึ่งตรงกับ

ประสบการณ์ของผู้บริโภคข่าว (N56) ที่เคยถูกละเมิดข้อมูลและถูกรบกวนในชีวิตส่วนตัวในเชิงทฤษฎีจริยธรรม Kampf (2013) เสนอ “ทฤษฎีความเป็นสาธารณะเชิงสัมพัทธ์” (Relative Publicness Theory) ว่าสิทธิความเป็นส่วนตัวของบุคคลสาธารณะยังควรได้รับการคุ้มครองภายใต้เงื่อนไขเฉพาะ และสื่อไม่ควรใช้ข้ออ้างเรื่องประโยชน์สาธารณะเพื่อบุกรุกพื้นที่ส่วนตัวโดยไม่จำเป็น

นักวิจัยสื่อ (N83) ยังเน้นย้ำถึงการผสมผสานทั้ง “การคุ้มครองตามกฎหมาย” และ “ข้อกำหนดด้านจริยธรรม” ซึ่งสอดคล้องกับหลักการใน จรรยาบรรณผู้ปฏิบัติงานสื่อของ Society of Professional Journalists (SPJ, 2014) ที่กำหนดให้ “เคารพสิทธิความเป็นส่วนตัวและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้ให้ข้อมูล” เพื่อลดความเสี่ยงการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลในอนาคต องค์การสื่อควร

(1) จัดตั้ง กระบวนการตรวจสอบการคุ้มครองความเป็นส่วนตัว ก่อนการเผยแพร่

(2) ส่งเสริม การอบรมด้านจริยธรรมความเป็นส่วนตัว แก่ผู้สื่อข่าว

(3) ใช้มาตรการทางเทคนิค เช่น การเข้ารหัสข้อมูล (data encryption) และการปกปิดข้อมูลส่วนบุคคล (anonymization) เพื่อลดโอกาสการรั่วไหลของข้อมูล (Nissenbaum, 2010)

4) ความลำเอียงในการรายงานข่าว (Reporting Bias)

ปัญหาความลำเอียงในการรายงานข่าวเป็นประเด็นที่พบซ้ำในข้อมูลการสัมภาษณ์

ผู้ปฏิบัติงานสื่อ (N12) ยอมรับว่าแรงกดดันจากผู้ลงโฆษณา ทิศทางการเมือง และปัจจัยภายนอกอื่น ๆ สามารถส่งผลต่อการบิดเบือนและจุดยืนของเนื้อหาข่าว ปรากฏการณ์นี้อธิบายได้ด้วย ทฤษฎีค่านิยมข่าว (News Values Theory) ของ Gans (1979) ที่ชี้ว่าการผลิตข่าวย่อมได้รับอิทธิพลจากความชอบเชิงสถาบัน (institutional preferences) ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และ อุดมการณ์ (ideology)

ผู้บริโภคข่าว

(N39) ให้ความเห็นว่าข่าวบางชิ้น “นำเสนอเพียงมุมมองของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง” ซึ่งตรงกับแนวคิดของ Entman (1993) ใน ทฤษฎีกรอบข่าว (Framing Theory) ที่ระบุว่าการเลือก การเน้น การตัดทอน และการตีความข้อมูลอย่างมีเจตนา สามารถส่งผลต่อการรับรู้และการตัดสินใจของผู้รับสารได้อย่างลึกซึ้ง และเมื่อความลำเอียงสะสมมากขึ้น ย่อมทำให้ผู้รับสารตั้งคำถามต่อความเป็นกลางของสื่ออย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ พบว่าปัญหาความลำเอียงในการรายงานข่าวอาจนำไปสู่ ความคลางแคลงใจของผู้รับสารต่อความเป็นกลางของสื่อมวลชน และส่งผลกระทบต่อความไว้วางใจต่อสถาบันสื่อ (Tsftati & Cappella, 2003) นักวิจัยด้านสื่อ (N90) ยังชี้ให้เห็นว่าข่าวในยุคสื่อดิจิทัลมีแนวโน้มที่จะ ได้รับอิทธิพลจากอัลกอริทึมของแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งปรับแต่งเนื้อหาตามพฤติกรรมผู้ใช้ ส่งผลให้เกิดความ เป็นเนื้อหาแบบเน้นซ้ำ (content homogeneity) และ การแบ่งขั้วทางความคิด (opinion polarization) ซึ่งทำให้ความลำเอียงในรายงานข่าวมีลักษณะซ่อนเร้นและเป็นระบบมากขึ้น (Bakshy, Messing, & Adamic, 2015) เพื่อรับมือกับปัญหานี้ องค์กรสื่อควร บูรณาการมุมมองที่หลากหลายเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจด้านบรรณาธิการ เสริมสร้างความสามารถในการนำเสนอข่าวในลักษณะ “หลายเสียง” (multi-voiced reporting) (Dahlgren, 2009) และพัฒนาทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ของผู้ปฏิบัติงานสื่อ เพื่อป้องกันการครอบงำการรายงานโดยมุมมองเพียงด้านเดียว

5) ภาวะข้อมูลล้นเกิน (Information Overload)

ปัญหาภาวะข้อมูลล้นเกินเป็นประเด็นที่ถูกกล่าวถึงซ้ำหลายครั้งในการสัมภาษณ์

ผู้ปฏิบัติงานสื่อ (N25) ระบุว่า การเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของ ปริมาณและความถี่ในการผลิตข่าว ทำให้ขั้นตอนการคัดกรองและตรวจสอบข้อมูลถูกบีบให้สั้นลง ส่งผลให้คุณภาพข่าวลดลง ผู้รับสาร (N47) ให้ข้อมูลว่าตนต้องเผชิญกับข้อมูลซ้ำซ้อนและไม่จำเป็นในแต่ละวัน จนเกิด ความเหนื่อยล้าจากข้อมูล (information fatigue) ปรากฏการณ์นี้สอดคล้องกับ ทฤษฎีขีดจำกัดการประมวลผลข้อมูล (Information Processing Limit Theory) ของ Miller (1960) ที่ระบุว่ามนุษย์มีขีดจำกัดตามธรรมชาติในการประมวลผลข้อมูล และเมื่อข้อมูลเกินกว่าขีดจำกัดดังกล่าว จะนำไปสู่ความสับสนและความกังวล นอกจากนี้ Mayer (2009) ใน ทฤษฎีการเรียนรู้แบบสื่อผสม (Multimedia Learning Theory) ยังยืนยันว่าการป้อนข้อมูลเกินความจำเป็นจะลดประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรทางปัญญา ส่งผลต่อความเข้าใจและการจดจำ

นักวิจัยสื่อ (N86) เน้นว่าภาวะข้อมูลล้นเกินกระตุ้นให้ผู้รับสารเลือกเสพข่าวเพียงบางส่วนหรือหลีกเลี่ยงข่าวทั้งหมด ซึ่งไม่เพียงแต่ลดบทบาทของสื่อในฐานะ กลไกการให้การศึกษาแก่สาธารณะ แต่ยังเปิดพื้นที่ให้ข่าวลวงและข่าวลือแพร่กระจายได้ง่ายขึ้น ข้อสังเกตนี้สอดคล้องกับการวิเคราะห์ของ Bawden และ Robinson (2009) ที่ชี้ว่าภาวะข้อมูลล้นเกินและความยากจนทางความรู้สามารถเกิดขึ้นพร้อมกันได้

แนวทางแก้ไขคือองค์กรสื่อควร เน้นการคัดกรองเนื้อหาตั้งแต่ต้นทางและปรับปรุงแบบการผลิตข่าวสู่ “น้อยแต่คุณภาพสูง” (less but better) (Hermida, 2012) รวมถึงประยุกต์ใช้ เทคโนโลยี AI เพื่อการส่งเนื้อหาแบบแม่นยำ (precision delivery) ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสาร ลดภาระทางปัญญาและเสริมประสิทธิภาพการรับรู้

ในภาพรวม สภาพแวดล้อมสื่อยุคใหม่ได้ก่อให้เกิด ความท้าทายเชิงจริยธรรมหลายประการ ได้แก่ การแพร่ระบาดของข่าวลวง การละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัว ความลำเอียงในการรายงาน และภาวะข้อมูลล้นเกิน ซึ่งมีรากเหง้ามาจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี โครงสร้างสังคม เศรษฐกิจ

สื่อ และกลไกการสื่อสาร การแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องดำเนินการเชิงระบบในหลายมิติ ได้แก่ การออกแบบเชิงนโยบายและโครงสร้างองค์กร การเสริมสร้างจริยธรรมสื่อ การประยุกต์นวัตกรรมเทคโนโลยี และการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร เพื่อฟื้นฟูความน่าเชื่อถือและคุณค่าทางสังคมของสื่อในยุคดิจิทัล จากการสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงานสื่อ ผู้บริโภคข่าว และนักวิจัยด้านสื่อในมณฑลไห่หนาน ผลการศึกษาพบว่า ในบริบทของสื่อยุคใหม่ สังคมมีความคาดหวังต่อจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพของสถาบันสื่อเพิ่มสูงขึ้น ความคาดหวังเหล่านี้ครอบคลุมทั้งความจริง ความเป็นธรรม และการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของเนื้อหาข่าว ตลอดจนการกำกับดูแลภายในองค์กร ความสามารถในการปรับตัวต่อเทคโนโลยี และการปฏิบัติการกิจความรับผิดชอบต่อสังคม (N33, N18, N93)

จากมุมมองเชิงทฤษฎี ปรากฏการณ์ดังกล่าวสะท้อนถึง **แนวโน้มการขยายความหมายของ “สัญญาสังคมแห่งสื่อสารมวลชน” (Social Contract of Journalism)** โดยตามแนวคิดของ Kovach และ Rosenstiel (2001) ใน *The Elements of Journalism* ข่าวถือเป็นกลไกสำคัญในการคุ้มครองสิทธิในการรับรู้ข้อมูลของสาธารณะ และสถาบันสื่อในฐานะคู่สัญญาของสังคมจำเป็นต้องปฏิบัติตามหลักจริยธรรมขั้นพื้นฐานในการนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน ยุคสื่อดิจิทัลได้เร่งกระบวนการไหลเวียนข้อมูลและขยายบทบาทของสื่อในโครงสร้างสังคม ทำให้สาธารณชนคาดหวังให้สื่อมีบทบาทเชิงรุกและมีวินัยตนเองมากยิ่งขึ้นในการธำรงระเบียบของข้อมูลข่าวสาร

6) ความคาดหวังของผู้บริโภคข่าว

ผลการสัมภาษณ์พบว่าผู้บริโภคข่าวมีความคาดหวังในมาตรฐานที่สูงขึ้นเกี่ยวกับความจริง ความเป็นธรรม และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

ผู้ให้ข้อมูล (N33, ชานย่า) ระบุว่า “หวังว่าสื่อจะมีการกลั่นกรองอย่างเข้มงวด เพื่อรับประกันความถูกต้องของข่าว และควรเร่งชี้แจงหรือแก้ไขข้อมูลที่เป็นเท็จโดยทันที”

ข้อเรียกร้องนี้สอดคล้องกับ **ทฤษฎีอธิปไตยของผู้รับสาร (Audience Sovereignty Theory)** โดยในอดีตผู้รับสารอยู่ในฐานะผู้รับข้อมูลแบบพาสซีฟ แต่ในยุคสื่อใหม่ บทบาทของผู้รับสารในด้านการกำหนดวาระข่าว (Agenda-setting) ตามแนวคิดของ McCombs และ Shaw (1972) และการมีส่วนร่วมเชิงถ้อยคำได้เพิ่มสูงขึ้น ผู้รับสารจึงมีทั้งอำนาจประเมินและอิทธิพลต่อคุณภาพและความเป็นธรรมของเนื้อหาข่าวอย่างตรงไปตรงมา ดังนั้น สถาบันสื่อจำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการรับฟังและตอบสนองต่อข้อเสนอแนะของผู้รับสารมากขึ้น

ผู้ให้ข้อมูลอีกท่าน (N44, กว่างโจว) กล่าวเสริมว่า “สื่อควรเปิดรับความคิดเห็นและข้อเสนอจากผู้ชมมากขึ้น และเมื่อรายงานเหตุการณ์สำคัญของสังคม ควรนำเสนอข้อเท็จจริงอย่างรอบด้านและเป็นกลาง ไม่ควรเสนอเพียงด้านใดด้านหนึ่ง” ข้อเสนอแนะนี้สอดคล้องกับ **หน้าที่การตรวจสอบสภาพแวดล้อม (Surveillance Function)** ในทฤษฎีการสื่อสารของ Lasswell (1948) ที่เน้นว่าสื่อควรทำหน้าที่นำเสนอข้อมูลอย่างครบถ้วนและหลากหลาย เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมข้อมูลที่เอื้อต่อการตัดสินใจของสาธารณะอย่างมีเหตุผล โดยสรุป ผู้บริโภคข่าวคาดหวังให้สถาบันสื่อยกระดับความถูกต้อง ความครบถ้วน และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเนื้อหาข่าว พร้อมทั้งสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้รับสาร

อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจำเป็นต้องดำเนินการผ่าน กลไกการตรวจสอบข้อเท็จจริงที่เข้มงวด การประเมินความเป็นธรรมของข่าวอย่างเป็นระบบ และระบบการรับฟังข้อเสนอแนะและการแก้ไขข่าวหลายช่องทาง

7) ความต้องการของผู้ปฏิบัติงานสื่อ

ในฐานะผู้ปฏิบัติการด้านหน้าในกระบวนการผลิตข่าว ผู้ปฏิบัติงานสื่อได้สะท้อนข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลภายในองค์กรและการพัฒนาวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง ผู้ให้ข้อมูล (N18, *Hainan Daily*) ระบุว่า “สถาบันสื่อควรเสริมสร้างการฝึกอบรมแก่บุคลากร เพื่อยกระดับจริยธรรมวิชาชีพและทักษะด้านวิชาชีพ” ข้อเรียกร้องนี้สอดคล้องอย่างยิ่งกับ แนวคิดสื่อสารมวลชนเชิงวิชาชีพ (Professionalism in Journalism) ซึ่ง Weaver และ Wilhoit (1996) ชี้ว่าการพัฒนาสู่ความเป็นมืออาชีพถือเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับคุณภาพข่าวและมาตรฐานจริยธรรม ความเป็นวิชาชีพมิได้จำกัดอยู่เพียงการพัฒนาทักษะทางเทคนิค แต่ยังรวมถึงการดำรงไว้ซึ่งความเป็นอิสระ ความเป็นกลาง และความรับผิดชอบในฐานะค่านิยมหลักของวิชาชีพ ทั้งนี้ การขาดการฝึกอบรมด้านจริยธรรมเชิงระบบอาจนำไปสู่ความบกพร่องทางจริยธรรม ความคลาดเคลื่อนในการรายงาน และความเสียหายต่อภาพลักษณ์ของวงการข่าวโดยรวม

นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูล (N23) ได้เน้นย้ำว่า “สถาบันสื่อควรเสริมสร้างการบริหารจัดการภายใน และกำหนดมาตรฐานในกระบวนการผลิตและเผยแพร่ข่าว” ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎี Gatekeeping ของ Shoemaker (1991) ที่มองว่าสถาบันสื่อในฐานะ “ผู้คัดกรองข้อมูล” ต้องมีระบบภายในที่มั่นคงเพื่อควบคุมคุณภาพของเนื้อหา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคสื่อดิจิทัลที่ควรมีการบริหารจัดการเชิงบูรณาการ ตั้งแต่การตรวจสอบแหล่งข้อมูล การกำหนดกระบวนการติดต่อ ไปจนถึงการเผยแพร่ เพื่อป้องกันปัญหาข่าวเท็จ การนำเสนอที่มีอคติ และความเสื่อมถอยของจริยธรรมสื่อ กล่าวโดยสรุป ผู้ปฏิบัติงานสื่อคาดหวังให้สถาบันข่าวลงทุนเพิ่มในการฝึกอบรมด้านจริยธรรมและทักษะวิชาชีพ ควบคู่กับการวางระบบบริหารจัดการภายในที่มีประสิทธิภาพ เพื่อรับประกันความถูกต้องและความเป็นมาตรฐานของเนื้อหาข่าว ทั้งนี้ จำเป็นต้องสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เคารพจริยธรรมวิชาชีพและสนับสนุนการตัดสินใจอย่างอิสระ

8) การวิเคราะห์ผลกระทบของปัญหาจริยธรรมข่าว

ปัญหาจริยธรรมข่าวมิได้จำกัดอยู่เพียงภายในอุตสาหกรรมสื่อ แต่ยังก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลึกต่อ การไหลเวียนของข้อมูลในสังคม, โครงสร้างการรับรู้ของสาธารณะ, และ เสถียรภาพทางสังคม จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ปฏิบัติงานข่าว, ผู้บริโภคข่าว และนักวิจัยสื่อในมณฑลไห่หนาน งานวิจัยนี้ได้สรุปผลกระทบหลักของการเสื่อมถอยด้านจริยธรรมข่าวใน 3 ระดับ ได้แก่ ระดับอุตสาหกรรมสื่อ, ระดับสังคมโดยรวม และระดับปัจเจกบุคคล (N16, N46, N95, N26, N54, N85, N37, N59, N82)

กลไกของผลกระทบดังกล่าวสอดคล้องกับ ทฤษฎีความเปราะบางของกลไกความเชื่อมั่นในสังคมสมัยใหม่ (Giddens, 1990) ซึ่งชี้ว่า ในสภาพสังคมที่มีการสื่อสารผ่านสื่ออย่างเข้มข้น การละเมิดจริยธรรมของผู้ผลิตข้อมูลจะส่งผลโดยตรงต่อการสั่นคลอนระบบความเชื่อมั่นของสังคม และนำไปสู่ความเสี่ยงเชิงระบบที่ลึกซึ้ง

(1) **ผลกระทบต้อุตสาหกรรมสื่อ** กลุ่มที่ได้รับผลกระทบโดยตรงและชัดเจนที่สุดจากปัญหาจริยธรรมข่าว คือ อุตสาหกรรมสื่อเอง ผู้ปฏิบัติงานข่าว (N16) จาก *Hainan Daily* ระบุว่า “ความเชื่อมั่นของสาธารณะต่อข่าวลดลงเรื่อย ๆ หากปัญหาจริยธรรมข่าวไม่ได้รับการแก้ไข การอยู่รอดขององค์กรสื่อก็จะถูกคุกคาม” ในเชิงทฤษฎี ปรากฏการณ์นี้สามารถอธิบายได้ผ่าน **ทฤษฎีวิฤตีสื่อสารมวลชน (News Crisis Theory)** ของ Reese (1999) ซึ่งเสนอว่า เมื่อมาตรฐานจริยธรรมข่าวล้มเหลว จะเกิดอาการ “ความเหนื่อยล้าต่อข่าว (News Fatigue)” ในหมู่สาธารณะ นำไปสู่การลดการบริโภคข่าว และทำให้สถาบันสื่อถูกมองว่าเป็นแหล่งข้อมูลที่ไม่น่าเชื่อถือ ผลลัพธ์คือ การเสื่อมถอยของฐานสนับสนุนและความชอบธรรมของทั้งระบบสื่อ

ผู้บริโภคข่าว (N46) ในกวางโจวสะท้อนว่า “เมื่อเห็นข่าวปลอมและรายงานที่มีอคติมากมาย ภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมข่าวในสายตาผมก็ยิ่งแย่ลง” ข้อสังเกตนี้สอดคล้องโดยตรงกับ **แบบจำลองการเสื่อมถอยของความเชื่อมั่นในสื่อ (Media Trust Decline Model)** ของ Tsfaty และ Cappella (2003) ซึ่งอธิบายว่าการลดลงของความเชื่อมั่นต่อสื่อมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการลดลงของความไว้วางใจต่อระบบสังคมโดยรวม นำไปสู่ “วงจรความไม่ไว้วางใจข้อมูล” (Information Distrust Cycle) ที่ขยายตัวต่อเนื่อง

นอกจากนี้ นักวิจัยสื่อ (N95) ได้นำ **ทฤษฎีตราสินค้า (Brand Theory)** ของ Aaker (1991) มาอธิบายเสริม โดยชี้ว่า องค์กรข่าวในฐานะ “ตราสินค้าทางสังคม” (Social Brand) มี **ความน่าเชื่อถือสาธารณะ (Public Credibility)** เป็นสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่สำคัญที่สุด การละเมิดจริยธรรมจะบั่นทอนชื่อเสียงของแบรนด์อย่างรุนแรง ซึ่งมักใช้เวลาอย่างมากในการฟื้นฟู และอาจนำไปสู่การเสื่อมถอยของภาพลักษณ์ทั้งระบบอุตสาหกรรมสื่อ อันเป็นวงจรเสี่ยงทางจริยธรรม (Moral Hazard Vicious Cycle) สรุปได้ว่า การเสื่อมถอยด้านจริยธรรมข่าวกำลังผลักดันอุตสาหกรรมสื่อเข้าสู่ **วิกฤติความไว้วางใจ (Trust Crisis)** การสูญเสียคุณค่าตราสินค้า และความท้าทายด้านการอยู่รอด เพื่อทำลายวงจรวิกฤตินี้ องค์กรข่าวจำเป็นต้องสร้างระบบธรรมาภิบาลด้านจริยธรรม (Ethical Governance System) และพัฒนากลไกฟื้นฟูความเชื่อมั่นของสาธารณะอย่างยั่งยืน เพื่อกอบกู้ทั้งความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงทางสังคม

(2) **ผลกระทบต้อสังคม** ปัญหาจริยธรรมข่าวก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลึกต่อระบบสังคมโดยรวม ผู้ปฏิบัติงานข่าว (N26) จากสำนักข่าวซินหัว (สาขาไห่หนาน) ระบุว่า “การแพร่กระจายของข่าวปลอมบิดเบือนการรับรู้ของสาธารณะ และอาจก่อให้เกิดความตื่นตระหนกและความขัดแย้งในสังคม” ข้อสังเกตนี้สามารถอธิบายได้ผ่าน **ทฤษฎีระบบสังคม (Social Systems Theory)** ของ Luhmann (1995) ที่ชี้ว่า การดำรงอยู่ของระบบสังคมขึ้นอยู่กับรากฐานความเชื่อมั่นในการสื่อสาร โดยมีสื่อมวลชนทำหน้าที่เป็น “โหนดหลัก” ของระบบการสื่อสาร เมื่อแหล่งข้อมูลถูกปนเปื้อน ความสามารถของระบบสังคมในการประมวลผลข้อมูลก็就会被บั่นทอน นำไปสู่ความสับสนด้านการรับรู้และความผิดพลาดในการตัดสินใจ ในทำนองเดียวกัน ผู้บริโภคข่าว (N54) ในเฉิงตูสะท้อนว่า “ถ้ารายงานข่าวมีอคติ ก็จะทำให้สังคมไม่เป็นธรรมและไร้ความกลมเกลียว” ซึ่งสอดคล้องกับ **ทฤษฎีพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere**

Theory) ของ Habermas (1989) ที่มองว่าสื่อมวลชนเป็นทั้งผู้สร้างและผู้พิทักษ์พื้นที่สาธารณะสมัยใหม่ รายงานที่มีอคติจะบั่นทอนเงื่อนไขพื้นฐานของการอภิปรายอย่างมีเหตุผล ทำให้พื้นที่สาธารณะเกิดการแตกแยก และยากที่จะสร้างฉันทามติทางสังคม นอกจากนี้ นักวิจัยสื่อ (N85) ยังชี้จากมุมมองการปกครองสังคมว่า “ปัญหาจริยธรรมข่าวบั่นทอนกลไกความเชื่อมั่นทางสังคม และส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพและระเบียบสาธารณะ” ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีสังคมเครือข่าย (Network Society Theory) ของ Castells (2009) ที่ระบุว่า ในโครงสร้างสังคมที่มีการเชื่อมต่อสูง ความไร้ระเบียบของข้อมูลจะกระจายอย่างรวดเร็ว และอาจกระตุ้นให้เกิดความปั่นป่วนเชิงระบบในสังคม

ดังนั้น การเสื่อมถอยด้านจริยธรรมข่าวมิได้เพียงทำลายรากฐานของเหตุผลในพื้นที่สาธารณะ แต่ยังเร่งให้เกิดความแตกแยกและความไม่มั่นคงทางสังคม องค์กรข่าวในยุคสื่อดิจิทัลจึงต้องยืนยันบทบาทในฐานะ ตัวปรับเสถียรภาพทางสังคม (Social Stabilizer) และ แพลตฟอร์มสนทนาสาธารณะ (Public Discourse Platform) พร้อมทั้งมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในการกำกับดูแลสิ่งแวดล้อมข้อมูล

(3) ผลกระทบต่อสาธารณชน ปัญหาจริยธรรมทางสื่อมวลชนส่งผลกระทบต่อระดับปัจเจกบุคคลอย่างมีนัยสำคัญและไม่อาจมองข้ามได้ ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคสื่อรายหนึ่ง (N37) ในเมืองไฮโซว เล่าประสบการณ์ว่า “เมื่อเห็นข่าวโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารปลอม จึงหลงเชื่อและถูกหลอกลวงจนเกิดความเสียหายทางเศรษฐกิจ” กรณีนี้สามารถอธิบายได้ด้วย “ทฤษฎีความยากจนทางข้อมูล” (Information Poverty Theory) ของ Chatman (1996) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ภายใต้สภาพแวดล้อมข้อมูลที่บิดเบือน กลุ่มผู้รับสาร โดยเฉพาะกลุ่มที่มีข้อจำกัดด้านการเข้าถึงข้อมูล จะมีความเสี่ยงสูงต่อการตัดสินใจผิดพลาด อันเนื่องมาจากการได้รับข้อมูลที่ผิดพลาด ซึ่งยิ่งเพิ่มความเปราะบางทางสังคมของพวกเขา นอกจากนี้ ผู้บริโภคสื่ออีกคนหนึ่ง (N59) ในเมืองชานยา ได้กล่าวถึงปัญหาการละเมิดความเป็นส่วนตัวว่า “รู้สึกไม่สบายใจอย่างมากเมื่อพบว่าข้อมูลส่วนตัวถูกนำไปเผยแพร่ในข่าว เพราะกังวลว่าจะถูกคุกคามหรือหลอกลวง” ประเด็นนี้เกี่ยวข้องกับจริยธรรมด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดย Nissenbaum (2010) ได้เสนอ “ทฤษฎีความเป็นส่วนตัวเชิงบริบท” (Contextual Integrity Theory) ว่าการคุ้มครองสิทธิความเป็นส่วนตัวส่วนตัวต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของการไหลเวียนของข้อมูลในบริบทนั้นๆ และสื่อมวลชนไม่ควรละเมิดพื้นที่ส่วนบุคคลเพียงเพื่อสนองความสนใจของสาธารณะ ในอีกมุมหนึ่ง นักวิจัยด้านสื่อ (N82) ใช้กรอบ “ทฤษฎีการกำหนดวาระสาธารณะ” (Agenda-Setting Theory) ของ McCombs และ Shaw (1972) เพื่อวิเคราะห์ว่า สื่อมีบทบาทในการกำหนดทิศทางการรับรู้ของสาธารณชนผ่านการเลือกประเด็นนำเสนอ หากเนื้อหาข่าวเต็มไปด้วยข้อมูลเท็จ อคติ และข้อมูลที่กระจัดกระจาย การรับรู้ของสาธารณชนย่อมเบี่ยงเบนไปจากข้อเท็จจริง ส่งผลให้ความถูกต้องแม่นยำในการตัดสินใจและการประเมินสถานการณ์ลดลง กล่าวโดยสรุป ความบกพร่องด้านจริยธรรมของสื่อก่อให้เกิดการขึ้นนำข้อมูลที่ผิดพลาด การบิดเบือนการรับรู้ และการละเมิดความเป็นส่วนตัว ซึ่งไม่เพียงสร้างความเสียหายต่อสวัสดิภาพของปัจเจกบุคคล แต่ยังบั่นทอนเหตุผลเชิงข้อมูลและคุณภาพการตัดสินใจของสังคม

โดยรวม ดังนั้น องค์กรสื่อมีหน้าที่รับผิดชอบในการยกระดับมาตรฐานจริยธรรม ปรับปรุงคุณภาพเนื้อหา และส่งมอบข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และมีความรับผิดชอบต่อสาธารณะ



ภาพที่ 4.2 จริยธรรมขององค์กรข่าวสารในยุคสื่อใหม่ในบริบทของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลและการรักษามาตรฐานความน่าเชื่อถือทางวิชาชีพ

ที่มา: Sun Ligu

4.2 สร้างข้อเสนอเชิงนโยบายที่เป็นรูปธรรมสำหรับการดำเนินงานด้านจริยธรรมขององค์กรข่าวสารในบริบทของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลและการรักษามาตรฐานความน่าเชื่อถือทางวิชาชีพ

1) การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาด้านจริยธรรมสื่อ ปัญหาด้านจริยธรรมสื่อมีได้เกิดขึ้นโดยบังเอิญ แต่เป็นผลลัพธ์ของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยหลายมิติที่ซับซ้อน การวิเคราะห์จากทั้งข้อมูลเชิงลึกที่ได้จากการสัมภาษณ์และการทบทวนเอกสารวิชาการชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติด้านจริยธรรมของสื่อในยุคดิจิทัล ได้แก่ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านธุรกิจ ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยด้านจิตสำนึกจริยธรรม (N17, N49, N91, N20, N52, N87, N24, N58, N94, N11, N50, N84) ปัจจัยเหล่านี้ไม่ได้ทำงานแยกขาดจากกัน แต่เชื่อมโยงกันทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและในระดับโครงสร้างมหภาค ซึ่งเป็นตัวกำหนด “ภูมิทัศน์จริยธรรม” (ethical landscape) ของสถาบันสื่ออย่างลึกซึ้ง กรอบการวิเคราะห์นี้สอดคล้องกับ โมเดลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจริยธรรมสื่อ (Ethics Influence Model) ของ McQuail (2010) ที่อธิบายว่ามาตรฐานจริยธรรมในกระบวนการทำข่าวขึ้นอยู่กับเงื่อนไขด้านเทคโนโลยี

โครงสร้างตลาด สิ่งแวดล้อมทางสังคม และการรับรู้ทางวัฒนธรรม ซึ่งทั้งหมดมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่อง

(1) **ปัจจัยด้านเทคโนโลยี** การพัฒนาอย่างก้าวกระโดดของเทคโนโลยีสื่อใหม่ — โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ อินเทอร์เน็ตบนอุปกรณ์พกพา ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และปัญญาประดิษฐ์ (AI) — ได้เปลี่ยนแปลงโครงสร้างการผลิต การเผยแพร่ และการบริโภคข่าวสารอย่างสิ้นเชิง พร้อมทั้งสร้างความท้าทายด้านจริยธรรมที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน

ผู้ให้ข้อมูล (N17, Toutiao) อธิบายว่า “สื่อสังคมก็เหมือนซูเปอร์มาร์เก็ตข้อมูลขนาดใหญ่ที่ใคร ๆ ก็สามารถเผยแพร่เนื้อหาได้ ทำให้คุณภาพของข้อมูลมีความหลากหลายทั้งดีและไม่ดี”

(2) **ปัจจัยด้านเทคโนโลยี** แนวคิด “การทำให้ข้อมูลเป็นประชาธิปไตย” (Information Democratization) ที่ Manovich (2001) เสนอไว้ใน *The Language of New Media* อธิบายได้ว่าความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีได้ทำลายกำแพงเชิงวิชาชีพของการเผยแพร่ข้อมูล ทำให้ทุกคนสามารถเป็นผู้ผลิตเนื้อหาได้ แต่ในขณะเดียวกันก็ได้ทำให้กลไกการตรวจสอบข้อเท็จจริงและการกำกับจริยธรรมแบบดั้งเดิมอ่อนแอลงอย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ กลไกการแนะนำเนื้อหาโดยอัลกอริทึม ซึ่งเป็นพื้นฐานของแพลตฟอร์มสื่อสังคม (Tufekci, 2015) ยังมีบทบาทสำคัญในการเร่งการแพร่กระจายของข้อมูลเท็จและเนื้อหาที่มีอารมณ์ร่วมสูง กลไกดังกล่าวมักคัดเลือกและนำเสนอข้อมูลที่สอดคล้องกับความสนใจเดิมของผู้ใช้ ส่งผลให้เกิด **ปรากฏการณ์ห้องเสียงสะท้อน (Echo Chamber Effect)** (Sunstein, 2001) ที่ทำให้ทัศนคติและความเชื่อของผู้ใช้ถูกตอกย้ำมากขึ้น ซึ่งจะยิ่งเพิ่มความเสี่ยงของการแพร่กระจายข่าวปลอมและรายงานที่มีอคติ

ข้อมูลจากผู้บริโภคข่าว (N49, ซีอาน) ที่ระบุว่าตนมักพบเจอข่าวเท็จที่ถูกระบบอัลกอริทึมส่งมา แสดงให้เห็นถึง **ความขัดแย้งเชิงโครงสร้าง** ระหว่างศักยภาพในการตรวจสอบเนื้อหาของแพลตฟอร์มสื่อสังคมกับตรรกะการทำงานของระบบแนะนำเนื้อหา (Gillespie, 2018) การพึ่งพาอัลกอริทึมมากเกินไปแทนการใช้บรรณาธิการมนุษย์ทำให้เนื้อหาที่บิดเบือนหลุดรอดการกำกับดูแลได้ง่ายขึ้น สอดคล้องกับมุมมอง **สภาพแวดล้อมสื่อ (Media Ecology)** ของ McLuhan (1964) ที่ชี้ว่าสื่อใหม่ในฐานะ “สภาพแวดล้อม” ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการรับรู้และพฤติกรรมการรับข้อมูลของสาธารณะ ทำให้ความไวต่อการตรวจสอบข้อเท็จจริงลดลง และการรับข้อมูลเชิงอารมณ์กลายเป็นเรื่องปกติ ส่งผลทางอ้อมต่อการเสื่อมถอยของมาตรฐานจริยธรรมข่าว

ดังนั้น แม้เทคโนโลยีจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร แต่ก็เป็นตัวเร่งให้เกิดการอ่อนตัวของกลไกจริยธรรมข่าวอย่างชัดเจน เพื่อตอบสนองต่อแรงกดดันทางเทคโนโลยีนี้ สถาบันสื่อต้อง **เสริมสร้างกลไกกำกับดูแลเชิงเทคโนโลยี (Technological Ethics Governance)** พัฒนาระบบตรวจสอบข้อเท็จจริงด้วยปัญญาประดิษฐ์ และยกระดับการศึกษาด้านความรู้สื่อ (Media Literacy) ของสาธารณะ เพื่ออุดช่องว่างด้านจริยธรรมที่เทคโนโลยีได้เปิดขึ้น

(3) **ปัจจัยด้านธุรกิจ**

การค้าเชิงพาณิชย์ (Commercialization) เป็นอีกหนึ่งตัวกระตุ้นสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในจริยธรรมข่าวในยุคสื่อใหม่ เมื่อรายได้จากโฆษณา จำนวนการคลิก และปริมาณผู้เข้าชมกลายเป็นตัวชี้วัดความอยู่รอดของสถาบันข่าวอย่างสำคัญ แนวทางการผลิตข่าวย่อมได้รับอิทธิพลจาก **ตรรกะตลาด (Market Logic)** อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ข้อมูลจากผู้ปฏิบัติงานข่าว (N20, สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย) ระบุว่า “เพื่อดึงดูดผู้ลงโฆษณาและผู้อ่าน บางครั้งจำเป็นต้องเลือกหัวข้อที่กำลังเป็นกระแส หรือแม้กระทั่งขยายความเกินจริง” พฤติกรรมเช่นนี้สามารถอธิบายได้ด้วย **โมเดลการโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda Model)** ของ Herman และ Chomsky (1988) ที่ชี้ว่าสถาบันข่าวในสภาพแวดล้อมที่ทุนเป็นตัวกำหนดมักกลายเป็นเครื่องมือของอำนาจทางเศรษฐกิจและการเมือง และกระบวนการผลิตข่าวถูกปรับแต่งอย่างลึกซึ้งด้วยแรงกดดันทางการค้า

ผู้บริโภคว่า (N52, เฌงตู) แสดงความไม่พอใจต่อการแพร่ระบาดของ **พาดหัวล่อคลิก (Clickbait)** และเนื้อหาคุณภาพต่ำ ซึ่งเป็นผลโดยตรงจากการที่สถาบันข่าวยอมลดมาตรฐานจริยธรรมเพื่อตอบสนองต่อ **เศรษฐกิจฐานปริมาณการเข้าชม (Attention Economy)** การเน้นเนื้อหาที่มีความเกินจริงหรือกระตุ้นอารมณ์แม้จะช่วยให้เพิ่มปริมาณการเข้าชม แต่กลับบั่นทอนคุณค่าทางสาธารณะและความรับผิดชอบต่อสังคมของข่าว (Fenton, 2010)

(4) ปัจจัยทางสังคม

ความซับซ้อนของโครงสร้างทางสังคมและความหลากหลายของค่านิยมสาธารณะ เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดปัญหาจริยธรรมข่าวในยุคสื่อใหม่ เมื่อความต้องการและผลประโยชน์ของกลุ่มสังคมต่าง ๆ แตกแขนงออกไปมากขึ้น การรายงานข่าวจึงยากที่จะตอบสนองความคาดหวังของผู้รับสารทั้งหมดโดยปราศจากความขัดแย้ง

ข้อมูลจากผู้ปฏิบัติงานข่าว (N24) ระบุว่า ในการรายงานประเด็นร้อนของสังคม “ยากที่จะสร้างสมดุลระหว่างผลประโยชน์ของทุกฝ่าย” ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด **พหุนิยมทางวัฒนธรรม (Cultural Pluralism)** โดย Hall (1997) ที่ชี้ว่า ความหลากหลายของสังคมนำไปสู่การรับรู้และจุดยืนทางคุณค่าที่หลากหลาย ทำให้สถาบันสื่อหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องเผชิญกับความขัดแย้งทางมุมมองและการตีความในกระบวนการรายงานข่าว

จากมุมมองของผู้บริโภคข่าว (N58) ปัญหาสำคัญคือ “ข้อมูลบนสื่อสังคมซับซ้อนและยากต่อการแยกแยะ” เมื่อวิเคราะห์ด้วยทฤษฎี **นิเวศสารสนเทศ (Information Ecology)** ของ Floridi (2010) จะพบว่า เมื่อสภาพแวดล้อมข้อมูลมีลักษณะกระจายและมีความซับซ้อนสูง ความสามารถของผู้รับสารในการคัดกรองและประเมินข้อมูลย่อมเผชิญแรงกดดันเพิ่มขึ้น ส่งผลให้สถาบันสื่อต้องรับบทบาทที่สำคัญยิ่งขึ้นในการเป็นผู้นำทางข้อมูล (Informational Guidance)

ในอีกด้านหนึ่ง นักวิจัยสื่อ (N94) ได้ใช้ทฤษฎี **การสุดโต่งของกลุ่ม (Group Polarization Effect)** (Moscovici & Zavalloni, 1969) เพื่ออธิบายว่า ในสื่อสังคมออนไลน์ การโต้ตอบกันของผู้ใช้มักนำไปสู่การขยายจุดยืนไปในทิศทางที่รุนแรงขึ้น และหากการรายงานข่าวไม่สามารถ

รักษาความเป็นกลางได้เพียงพอ ก็จะทำให้ความขัดแย้งทางสังคมและการแบ่งแยกทางความคิดรุนแรงขึ้น

โดยสรุป ปัจจัยทางสังคมได้สร้างแรงกดดันสองด้านต่อการทำข่าว ได้แก่ การกระจายตัวของความรู้ (Cognitive Fragmentation) และ ความขัดแย้งทางคุณค่า (Value Conflict) ดังนั้น สถาบันข่าวจึงต้องให้ความสำคัญกับการนำเสนอหลายมุมมอง การสร้างความสมดุลของการรายงาน และการกำหนดวาระสาธารณะที่มีจุดเน้นด้านประโยชน์ส่วนรวม เพื่อเสริมบทบาทในฐานะ “สะพานเชื่อม” และ “ตัวประสาน” ในสังคม

(5) ปัจจัยด้านจิตสำนึกจริยธรรม

นอกเหนือจากปัจจัยเชิงโครงสร้างภายนอกแล้ว จิตสำนึกด้านจริยธรรมของผู้ปฏิบัติงานข่าว ก็เป็นอีกสาเหตุสำคัญของการเกิดปัญหาจริยธรรมอย่างต่อเนื่อง ข้อมูลจากผู้ปฏิบัติงานข่าว (N11, สถานีโทรทัศน์กลางแห่งประเทศจีน) ระบุว่า “ผู้สื่อข่าวรุ่นใหม่บางส่วนให้ความสำคัญเพียงความเร็วและกระแสของข่าว โดยละเลยคุณภาพและความรับผิดชอบทางจริยธรรม” ปรากฏการณ์นี้สามารถอธิบายได้ด้วยกรอบแนวคิด การขัดเกลาทักษะวิชาชีพ (Professional Socialization) ซึ่งชี้ว่าการขัดเกลาทักษะวิชาชีพที่ไม่เพียงพอ หรือการขาดการฝึกอบรมด้านจริยธรรมอย่างเป็นระบบ จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานข่าวขาดความตระหนักในหลักการสำคัญของวิชาชีพ เช่น ความถูกต้อง ความเป็นกลาง และความรับผิดชอบต่อสาธารณะ

นักวิจัยสื่อ (N50) เสริมว่า การแข่งขันสูงในตลาดแรงงานสื่อและแรงกดดันจากตัวชี้วัดผลงาน (Performance Metrics) ที่เน้นปริมาณมากกว่าคุณภาพ ทำให้ผู้สื่อข่าวจำนวนมากมองข้ามการตรวจสอบข้อเท็จจริงและการวิเคราะห์เชิงลึก



ภาพที่ 4.3 ผู้วิจัยและผู้ทรงคุณวุฒิร่วมกันสร้างข้อเสนอเชิงนโยบาย

ที่มา: Sun Liguo

2) ข้อเสนอแนะของนักวิจัยด้านสื่อ

ในฐานะผู้สังเกตการณ์ภายนอกและผู้สร้างองค์ความรู้เชิงทฤษฎี นักวิจัยด้านสื่อได้เสนอแนะแนวทางการปรับปรุงที่มีลักษณะเชิงระบบและครอบคลุมยิ่งขึ้น ผู้ให้ข้อมูล (N93, มหาวิทยาลัยให้หนาน) แนะนำว่า “สถาบันสื่อควรปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงในยุคสื่อใหม่ ปรับปรุงและสร้างบรรทัดฐานทางจริยธรรมขึ้นใหม่ และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อยกระดับคุณภาพและประสิทธิภาพของข่าว” ข้อเสนอแนะนี้สอดคล้องกับ **แนวคิดสื่อสารมวลชนหลังสมัยใหม่ (Postmodern Journalism)** ของ Deuze (2005) ที่ชี้ว่าสถาบันสื่อต้องมีความยืดหยุ่นในการรับมือกับความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและสังคม โดยไม่ยึดติดกับกรอบจริยธรรมแบบดั้งเดิม แต่ต้องปรับโครงสร้างบรรทัดฐานให้เหมาะสมกับบริบทใหม่ โดยเฉพาะในยุคที่ปัญญาประดิษฐ์ ข้อมูลขนาดใหญ่ และอัลกอริทึมแนะนำเนื้อหาเข้ามามีบทบาท ซึ่งก่อให้เกิดความท้าทายใหม่ในด้านความจริง ความเป็นกลาง และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล จึงจำเป็นต้องมี “การอัปเดตจริยธรรม” ทั้งในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ

ผู้ให้ข้อมูลอีกท่าน (N89, มหาวิทยาลัยศรีธนา) เสริมว่า “สถาบันสื่อต้องรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น ไม่เพียงทำหน้าที่นำเสนอข้อมูลข่าวสาร แต่ยังคงมีบทบาทในการชี้นำสาธารณะให้ยึดมั่นในคุณค่าที่ถูกต้อง” ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด **การสื่อสารเพื่อการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Communication for Development and Social Change)** ที่เห็นว่าสื่อไม่เพียงเป็นช่องทางส่งผ่านข้อมูล แต่ต้องทำหน้าที่เป็นตัวเร่งกระบวนการสร้างคุณค่าทางสังคมและการพัฒนาประชาธิปไตย โดยสรุป ข้อเสนอแนะจากนักวิจัยด้านสื่อมุ่งเน้นให้สถาบันข่าวพัฒนามาตรฐานจริยธรรมเชิงรุก ปรับใช้เทคโนโลยีอย่างมีวิจารณญาณ และขยายบทบาทของสื่อในฐานะผู้นำทางคุณค่าทางสังคม เพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและคุณูปการของสื่อในระยะยาว แนวคิดนี้สอดคล้องอย่างยิ่งกับ **ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility Theory)** ของ McQuail (2010) ซึ่งมองว่าสถาบันสื่อไม่เพียงทำหน้าที่เป็นผู้ส่งมอบข้อมูล แต่ยังมีบทบาทในฐานะ **ผู้สร้างวาระสาธารณะ (public agenda builder)** ที่ต้องใช้กระบวนการรายงานข่าวเพื่อส่งเสริมความยุติธรรมทางสังคม การศึกษาพลเมือง และการธำรงไว้ซึ่งกลไกประชาธิปไตย จากมุมมองนี้ นักวิจัยด้านสื่อคาดหวังให้สถาบันข่าวในยุคสื่อใหม่ดำเนินการ **ปรับโครงสร้างจริยธรรม (ethical reconfiguration)** ให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ควบคู่กับการยกระดับความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับที่สูงขึ้น ซึ่งหมายถึงการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อปรับกรอบจริยธรรมให้มีความยืดหยุ่นต่อบริบท และการมีส่วนร่วมเชิงรุกในพื้นที่สาธารณะ เพื่อทำหน้าที่เป็นพลังขับเคลื่อนการพัฒนาสังคมอย่างมีคุณภาพ โดยภาพรวม แม้ว่ามุมมองของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้แก่ ผู้บริโภคข่าว ผู้ปฏิบัติงานสื่อ และนักวิจัยด้านสื่อ จะสะท้อนความคาดหวังจากมุมมองที่แตกต่างกัน แต่แก่นหลักมีความสอดคล้องกันคือ การเรียกร้องให้สถาบันสื่อพัฒนาอย่างรอบด้านในประเด็นความถูกต้อง แม่นยำ ความเป็นกลาง การคุ้มครองความเป็นส่วนตัว การบริหารจัดการภายใน ความสามารถในการปรับตัวต่อเทคโนโลยี และความรับผิดชอบต่อสังคม ปรัชญาการณีนี้อาจสะท้อนให้เห็นถึงการเพิ่มขึ้นของข้อเรียกร้องต่อ “ทุนเชิงจริยธรรม” (Ethical Capital) ของสถาบันข่าวในยุคสื่อใหม่ ในอนาคต สถาบันข่าวจะสามารถรักษาและสร้างความน่าเชื่อถือ (credibility) ได้ก็ต่อเมื่อสามารถดำเนินการเชิงรุกใน 4 มิติ

หลัก ได้แก่ การเสริมสร้างกลไกกำกับตนเองด้านจริยธรรม (ethical self-regulation) การเพิ่มพูนทักษะวิชาชีพของบุคลากร (professional capacity building) การปรับปรุงระบบกำกับดูแลภายใน (governance optimization) และการบูรณาการนวัตกรรมทางเทคโนโลยีอย่างมีจริยธรรม (ethical technology adoption) ซึ่งจะเป็นรากฐานของการพัฒนาที่ยั่งยืนของสื่อมวลชน

ดังนั้น การแก้ไขปัญหาจำเป็นต้องดำเนินการทั้งในระดับบุคคลและองค์กร โดยสถาบันสื่อต้อง **บูรณาการการฝึกอบรมด้านจริยธรรมเข้ากับการพัฒนาทักษะวิชาชีพ** และส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพและความถูกต้องของข่าวเท่าเทียมกับความเร็วและความนิยม

ภายใต้กรอบแนวคิด **การขัดเกลาทางวิชาชีพ (Professional Socialization)** การที่ผู้ปฏิบัติงานข่าวสามารถหรือไม่สามารถทำให้มาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพกลายเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมภายในหลังเข้าสู่บทบาทวิชาชีพ ถือเป็นตัวแปรสำคัญที่กำหนดระดับจริยธรรมข่าว (Breed, 1955)

ผู้บริหารองค์กรสื่อ (N21) ยอมรับว่า การให้ความสำคัญกับการศึกษาด้านจริยธรรมในหลักสูตรฝึกอบรมพนักงานยังอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของ Hanitzsch (2007) ในงานวิจัยเปรียบเทียบวัฒนธรรมสื่อ ที่ชี้ให้เห็นว่าความแตกต่างด้านการรับรู้จริยธรรมมักมีรากฐานมาจากความเข้มข้นและความเป็นระบบของกลไกการฝึกอบรมทางวิชาชีพ

นักวิจัยสื่อ (N84) เน้นย้ำว่า จิตสำนึกด้านจริยธรรมมิได้เป็นเพียงคุณลักษณะของบุคคลเท่านั้น แต่ยังเป็นผลลัพธ์ของการสร้างวัฒนธรรมองค์กร ตาม **ทฤษฎีวัฒนธรรมองค์กร (Schein, 1992)** หากองค์กรสื่อขาดการเสริมสร้างจริยธรรมอย่างเป็นระบบ แม้ผู้ปฏิบัติงานจะมีแรงจูงใจที่ดี ก็ยากที่จะคงไว้ซึ่งมาตรฐานจริยธรรมภายใต้แรงกดดันจากสภาพแวดล้อมการทำงาน ดังนั้น ปัจจัยด้านจิตสำนึกจริยธรรมสะท้อนให้เห็นว่า องค์กรสื่อต้องดำเนินการพัฒนาการศึกษาด้านจริยธรรมวิชาชีพอย่างเป็นระบบ เพื่อยกระดับการรับรู้และความตระหนักของผู้ปฏิบัติงานข่าวต่อความรับผิดชอบเชิงจริยธรรม ตลอดจนสร้างกลไกเชิงสถาบัน เช่น **จรรยาบรรณวิชาชีพ (Ethical Codes)** การให้ความรู้จากกรณีละเมิด (Case-based Ethics Education) และระบบรางวัล-บทลงโทษ (Reward and Penalty System) เพื่อหล่อหลอมบรรยากาศทางวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการยึดมั่นในมาตรฐานจริยธรรม



ภาพที่ 4.4 การดำเนินงานด้านจริยธรรมขององค์กรข่าวสาร
ที่มา: Sun Ligu

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นประเด็นหลักเรื่อง วิเคราะห์ความท้าทายด้านจริยธรรมขององค์กรข่าวสารในยุคสื่อใหม่ในบริบทของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลและการรักษามาตรฐานความน่าเชื่อถือทางวิชาชีพ และเพื่อสร้างข้อเสนอเชิงนโยบายที่เป็นรูปธรรมสำหรับการดำเนินงานด้านจริยธรรมขององค์กรข่าวสารในบริบทของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลและการรักษามาตรฐานความน่าเชื่อถือทางวิชาชีพ โดยอาศัยข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการวิเคราะห์เชิงทฤษฎีอย่างเป็นระบบ ผ่านกรอบการวิเคราะห์แบบ “การบูรณาการเชิงพลวัต” (Dynamic Integration Perspective) เพื่อสำรวจปัญหาการปฏิบัติด้านจริยธรรมของสถาบันสื่อในมณฑลไต้หวันภายใต้บริบทสื่อใหม่ ผลการศึกษาได้ข้อสรุปสำคัญดังนี้

5.1 ความท้าทายด้านจริยธรรมขององค์กรข่าวสารในยุคสื่อใหม่ในบริบทของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลและการรักษามาตรฐานความน่าเชื่อถือทางวิชาชีพ

1) จริยธรรมสื่อในยุคดิจิทัลเผชิญความท้าทายเชิงระบบ

การพัฒนาของเทคโนโลยีดิจิทัลและวิวัฒนาการของรูปแบบสื่อใหม่ส่งผลให้สภาพแวดล้อมของการสื่อสารข่าวสารเปลี่ยนแปลงอย่างลึกซึ้ง เกณฑ์การผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารลดต่ำลงอย่างมาก ขณะที่โซเชียลมีเดีย อัลกอริทึมแนะนำเนื้อหา และสื่อภาคประชาชนเข้ามามีบทบาทร่วม ทำให้บทบาทของสื่อดั้งเดิมในกระบวนการผลิตและเผยแพร่ข่าวถูกลดทอนลง พร้อมกันนั้น ปัญหาข่าวปลอม การละเมิดความเป็นส่วนตัว อคติในการรายงาน และภาวะข้อมูลล้นเกินก็แพร่หลายมากขึ้น จนกระทบต่อระบบจริยธรรมสื่อแบบดั้งเดิมอย่างรุนแรง ทั้งผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อ ผู้บริโภคสื่อ และนักวิจัยต่างยอมรับว่าประเด็นจริยธรรมในยุคสื่อใหม่มีลักษณะซับซ้อน เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลง และเป็นระบบมากยิ่งขึ้น ปัญหาข่าวปลอมมิได้เกิดจากการกระทำของปัจเจกบุคคลเพียงอย่างเดียว หากแต่เชื่อมโยงกับกลไกของแพลตฟอร์มแรงจูงใจทางเศรษฐกิจ และพลวัตทางสังคม ขณะที่การละเมิดความเป็นส่วนตัวเกี่ยวพันทั้งเนื้อหาข่าวและกลไกเชิงเทคนิค เช่น การทำเหมืองข้อมูลและการแนะนำเนื้อหาโดยอัลกอริทึม ความท้าทายหลายชั้นและมีลักษณะเป็นระบบเช่นนี้ทำให้ทั้งทฤษฎีและการปฏิบัติด้านจริยธรรมสื่อต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์จากการยึดหลักเกณฑ์แบบคงที่ไปสู่การกำกับดูแลเชิงพลวัตและการรับมืออย่างยืดหยุ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Christians และคณะ (2009) ใน *Normative Theories of the Media* ที่ระบุว่าจริยธรรมสื่อต้องปรับให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีการสื่อสาร ความต้องการของสังคม และวัฒนธรรมสาธารณะในแต่ละยุค

2) ผลกระทบของความบกพร่องด้านจริยธรรมต่ออุตสาหกรรมสื่อ สังคม และสาธารณชน

ผลการวิจัยยืนยันว่าปัญหาด้านจริยธรรมสื่อมิได้จำกัดอยู่เพียงความล้มเหลวด้านการกำกับดูแลภายในองค์กร แต่ส่งผลกระทบต่อหลายระดับ ได้แก่

(1) **ระดับอุตสาหกรรมสื่อ:** การบกพร่องด้านจริยธรรมทำให้ความน่าเชื่อถือขององค์กร ลดลง ภาพลักษณ์อุตสาหกรรมเสื่อมถอย และก่อให้เกิดอาการ “เหนื่อยหน่ายข่าวสาร” (News Fatigue) ในหมู่สาธารณชน อันสอดคล้องกับทฤษฎีวิฤติความไว้วางใจสื่อ (Media Trust Crisis Theory) ของ Tsfatı และ Cappella (2003) ที่ชี้ว่าการลดลงของความไว้วางใจในสื่อสามารถสร้างปฏิกิริยาลูกโซ่ที่ บั่นทอนระบบการสื่อสารโดยรวม

(2) **ระดับสังคม:** ข่าวปลอมและการรายงานเชิงอคติทำลายรากฐานของการอภิปรายใน พื้นที่สาธารณะ และเร่งให้เกิดการแตกขั้วทางสังคมและการแบ่งแยกเชิงการรับรู้ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี พื้นที่สาธารณะของ Habermas (1989) ที่มองว่าการบกพร่องด้านจริยธรรมสื่อทำให้การอภิปราย สาธารณะขาดความเปิดกว้างและคุณภาพ ลดทอนระดับประชาธิปไตยของสังคม

(3) **ระดับปัจเจกบุคคล:** ปัญหาด้านจริยธรรมส่งผลให้เกิดการรับข้อมูลผิดพลาด ความ ลำเอียงในการรับรู้ และการละเมิดความเป็นส่วนตัว กระทบต่อคุณภาพชีวิต การตัดสินใจบริโภค และการ มีส่วนร่วมทางสังคมในระยะยาว ซึ่งไม่เพียงเป็นการละเมิดสิทธิของบุคคล แต่ยังบั่นทอนศักยภาพด้าน เหตุผลและการตัดสินใจของสังคมโดยรวม

3) ปัจจัยเชิงเทคนิค เศรษฐกิจ สังคม และจิตสำนึกด้านจริยธรรมที่เชื่อมโยงกัน

การวิเคราะห์อย่างเป็นระบบทำให้สามารถสรุปได้ว่าปัญหาจริยธรรมสื่อในยุคดิจิทัลเกิดจากการ ปฏิสัมพันธ์ของหลายปัจจัย ได้แก่

(1) **ปัจจัยด้านเทคโนโลยี** การพัฒนาสื่อใหม่ก่อให้เกิดการกระจายศูนย์กลางของการ ผลิตและเผยแพร่ข้อมูล ส่งผลให้เกิดช่องว่างด้านการกำกับดูแลและความเสี่ยงต่อการควบคุม เนื้อหา (Manovich, 2001; Gillespie, 2018)

(2) **ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ** ระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยตรรกะเชิงปริมาณการเข้าชม และรายได้จากโฆษณา ทำให้สื่อบางส่วนลดมาตรฐานจริยธรรมเพื่อแลกกับผลประโยชน์ทางการ ค้า (Herman & Chomsky, 1988; McChesney, 2004)

(3) **ปัจจัยด้านสังคม** ความหลากหลายของสังคมก่อให้เกิดความแตกต่างของคุณค่า และมุมมอง ทำให้การรายงานข่าวยากต่อการสร้างสมดุลระหว่างผลประโยชน์ที่หลากหลาย และ เพิ่มความแตกแยกเชิงการรับรู้ (Hall, 1997; Floridi, 2010)

(4) **ปัจจัยด้านจิตสำนึกด้านจริยธรรม** ในมิติของจิตสำนึกด้านจริยธรรม พบว่าส่วน หนึ่งของผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อยังขาดความรู้ความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับหลักจริยธรรมและการกำกับดูแล ตนเองในเชิงวิชาชีพ อีกทั้งองค์กรสื่อจำนวนมากยังขาดระบบการฝึกอบรมด้านจริยธรรมอย่างเป็นระบบ และกลไกการตรวจสอบภายในที่มีประสิทธิภาพ (Hanitzsch, 2007; Schein, 1992) ปัจจัยทั้งสี่ประการ ได้แก่ เทคโนโลยี เศรษฐกิจ สังคม และจิตสำนึกด้านจริยธรรม มีความเชื่อมโยงและส่งอิทธิพลซึ่งกันและ กัน ก่อให้เกิดโครงสร้างปัญหาความบกพร่องด้านจริยธรรมสื่อที่ซับซ้อน ซึ่งไม่อาจแก้ไขได้ด้วยวิธีการใด เพียงวิธีเดียว หากต้องอาศัยยุทธศาสตร์การกำกับดูแลเชิงบูรณาการที่มีหลายมิติและมีลักษณะเป็นระบบ

4) ความคาดหวังด้านจริยธรรมที่เพิ่มสูงขึ้นจากสังคมต่อสถาบันสื่อ

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคสื่อ ผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อ และนักวิจัยด้านสื่อต่างมีความคาดหวังต่อสถาบันสื่อสูงกว่าที่ผ่านมาอย่างชัดเจน (N33, N18, N93) ความคาดหวังเหล่านี้สามารถจำแนกได้ดังนี้

(1) ผู้บริโภคสื่อ ต้องการข้อมูลที่เป็นจริง เป็นกลาง และครบถ้วน พร้อมทั้งเรียกร้องให้มีมาตรการป้องกันข่าวปลอมและการละเมิดความเป็นส่วนตัวอย่างเข้มงวด

(2) ผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อ เรียกร้องให้มีการยกระดับจริยธรรมวิชาชีพและความเชี่ยวชาญ พร้อมจัดทำมาตรฐานการผลิตข่าวที่ชัดเจนและเคร่งครัด

(3) นักวิจัยด้านสื่อ เสนอให้สถาบันสื่อปรับตัวตามพัฒนาการของเทคโนโลยี พร้อมสร้างกรอบจริยธรรมใหม่ที่ต่อยัก้าบทบาทความรับผิดชอบต่อสังคม

แนวโน้มดังกล่าวสะท้อนถึงการยกระดับจิตสำนึกด้านจริยธรรมสื่อของสาธารณชนอย่างกว้างขวาง สอดคล้องกับพัฒนาการของมาตรฐานความคาดหวังสาธารณะ (Public Expectation Standards) ที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่องในสังคมการสื่อสารสมัยใหม่ (Kovach & Rosenstiel, 2001) หากสถาบันสื่อไม่สามารถตอบสนองต่อข้อเรียกร้องทางจริยธรรมจากทุกภาคส่วนได้อย่างเพียงพอ ย่อมมีความเสี่ยงที่จะสูญเสียพื้นที่ในการดำรงอยู่และเติบโตในระบบนิเวศสื่อใหม่

5) ความจำเป็นในการปรับโครงสร้างการกำกับดูแลจริยธรรมสื่อภายใต้มุมมองการบูรณาการเชิงพลวัต

การประเมินปัญหาจริยธรรมสื่อภายใต้มุมมองการบูรณาการเชิงพลวัต (Dynamic Integration Perspective) ที่ใช้เป็นกรอบแนวคิดในงานวิจัยนี้ ชี้ชัดว่าลักษณะของปัญหาซึ่งมีความซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา นั้น ทำให้ระบบการกำกับดูแลสื่อจำเป็นต้องได้รับการปรับโครงสร้างอย่างลึกซึ้ง กลไกการกำกับดูแลเชิงบรรทัดฐานแบบคงที่ที่ไม่สามารถตอบสนองต่อสภาพการสื่อสารที่มีความรวดเร็ว มีปฏิสัมพันธ์สูง และมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายฝ่ายได้อีกต่อไป สถาบันสื่อต้องสร้างกลไกการกำกับดูแลจริยธรรมที่มีลักษณะพลวัต ยืดหยุ่น และทำงานแบบร่วมมือ (Collaborative Governance) ที่สามารถสร้างสมดุลระหว่างการนำนวัตกรรมทางเทคโนโลยีมาใช้ในการรักษาหลักจริยธรรมอย่างมั่นคง กลไกนี้ไม่เพียงต้องกำหนดสายโซ่ความรับผิดชอบด้านจริยธรรมภายในองค์กรเท่านั้น แต่ยังต้องบูรณาการพลังจากภายนอก เช่น องค์กรวิชาชีพ กลุ่มผู้บริโภคสื่อ และแพลตฟอร์มบุคคลที่สาม เพื่อร่วมกันสร้างระบบนิเวศจริยธรรมสื่อที่มีลักษณะ “การร่วมสร้างและร่วมกำกับดูแล” (Co-creation & Co-governance) ซึ่งจะช่วยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสื่อไปในทิศทางที่มีความยั่งยืนและมีสุขภาวะมากยิ่งขึ้น

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

5.2 เพื่อสร้างข้อเสนอเชิงนโยบายที่เป็นรูปธรรมสำหรับการดำเนินงานด้านจริยธรรมขององค์กรข่าวสารในบริบทของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลและการรักษามาตรฐานความน่าเชื่อถือทางวิชาชีพ

1) การเสริมสร้างจิตสำนึกด้านจริยธรรมและความเป็นมืออาชีพของผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อ

เพื่อยกระดับมาตรฐานจริยธรรมในกระบวนการผลิตข่าว ควรบรรจุการฝึกอบรมด้านจริยธรรมเป็นรายวิชาบังคับประจำปีของบุคลากรในองค์กรสื่อ โดยใช้วิธีการฝึกอบรมแบบผสมผสาน เช่น การเรียนรู้จากกรณีศึกษา (case-based learning) การจำลองสถานการณ์ (scenario simulation) และการอภิปรายเชิงปัญหา (problem-based discussion) เพื่อเพิ่มความตระหนักรู้และทักษะการตัดสินใจต่อประเด็นจริยธรรมใหม่ ๆ เช่น ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล (data privacy) อคติของอัลกอริทึม (algorithmic bias) และเนื้อหาที่สร้างขึ้นด้วยเทคโนโลยี deepfake ควรจัดตั้งฐานข้อมูลกรณีด้านจริยธรรมภายในองค์กร เพื่อรวบรวมเหตุการณ์สำคัญทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับประเด็นจริยธรรมสื่อ จากนั้นนำมาทำการวิเคราะห์ย้อนกลับ (post-mortem analysis) เพื่อสกัดบทเรียนและสร้างองค์ความรู้ให้บุคลากรสามารถระบุและป้องกันความเสี่ยงด้านจริยธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในกระบวนการตัดสินใจด้านบรรณาธิการและการผลิตข่าว ควรกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติงานเสนอข้อสงสัยหรือข้อวิพากษ์เชิงจริยธรรมอย่างเปิดเผย เพื่อป้องกันการตัดสินใจที่ยอมจำนนต่อแรงกดดันทางการตลาดหรือแรงกดดันทางสังคมที่อาจนำไปสู่การละเมิดหลักจริยธรรม พร้อมทั้งสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เคารพความเป็นอิสระทางวิชาชีพและส่งเสริมความรับผิดชอบเชิงวิพากษ์ ข้อเสนอนี้สอดคล้องกับทฤษฎีการเข้าสู่วิชาชีพ (Professional Socialization Theory) ของ Breed (1955) ที่ชี้ให้เห็นว่าการสร้างจิตสำนึกด้านจริยธรรมสามารถบรรลุได้ผ่านการศึกษาอย่างต่อเนื่องและวัฒนธรรมองค์กร และยังสอดคล้องกับแนวคิด “จริยธรรมเชิงปฏิบัติของสื่อ” (Pragmatic Journalism Ethics) ของ Ward (2011) ที่เน้นการฝึกฝนทักษะการตัดสินใจเชิงจริยธรรมในสถานการณ์จริง

2) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่เพื่อการกำกับดูแลจริยธรรมสื่อ

เพื่อตอบสนองต่อความท้าทายด้านจริยธรรมที่เกิดจากเทคโนโลยี องค์กรสื่อไม่ควรจำกัดบทบาทเพียงการรับมือเชิงรับ แต่ควรก้าวสู่การใช้เทคโนโลยีเชิงรุกเป็นเครื่องมือสำคัญในการกำกับดูแลจริยธรรม เช่น การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (big data) และบล็อกเชน (blockchain) องค์กรสื่อสามารถพัฒนาระบบตรวจจับและเตือนภัยข่าวปลอมอัตโนมัติ (automated fake news detection & alert system) โดยใช้เทคนิคประมวลผลภาษาธรรมชาติ (NLP) และอัลกอริทึมการเรียนรู้ของเครื่อง (machine learning) เพื่อตรวจสอบความเสี่ยงก่อนเผยแพร่ข่าว นอกจากนี้ยังสามารถใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากโซเชียลมีเดีย พื้นที่แสดงความคิดเห็น และเส้นทางการแชร์เพื่อประเมินแนวโน้มของกระแสสังคมและจุดเสี่ยงด้านจริยธรรมหลังการเผยแพร่ข่าว เพื่อให้สามารถแทรกแซงและปรับเนื้อหาได้ทันเวลาที่ ในด้านการกระจายเนื้อหา ควรปรับปรุงตรรกะการแนะนำข่าวของอัลกอริทึม (algorithm recommendation logic) โดยเพิ่มตัวชี้วัดด้านคุณค่าต่อสาธารณะ (public value metrics) ควบคู่กับตัวชี้วัดเชิงปริมาณ เช่น จำนวนการคลิกหรือยอดอ่าน เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างความหลากหลายของข้อมูล ความถูกต้องของข้อเท็จจริง และประโยชน์สาธารณะ

ข้อเสนอแนะอ้างอิงจาก Tufekci (2015) ที่อภิปรายเรื่องความโปร่งใสและความรับผิดชอบของอัลกอริทึม และ Diakopoulos (2019) ที่เสนอ กรอบจริยธรรมของอัลกอริทึม (Algorithmic Ethics Framework) ซึ่งเน้นว่าการใช้เทคโนโลยีต้องมุ่งเสริมสร้าง ไม่ใช่บั่นทอน การปฏิบัติด้านจริยธรรมสื่อ

3) การสร้างกลไกการกำกับดูแลจริยธรรมสื่อแบบมีส่วนร่วมจากหลายภาคส่วน

การรักษามาตรฐานจริยธรรมสื่อไม่ใช่หน้าที่ขององค์กรสื่อเพียงลำพัง แต่ต้องอาศัยความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ ในสังคม การสร้างกลไกการกำกับดูแลจริยธรรมแบบมีส่วนร่วม (multi-stakeholder participatory oversight) จะช่วยเพิ่มความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ และแรงจูงใจเชิงบวกต่อองค์กรสื่อ ตัวอย่างกลไกดังกล่าว ได้แก่ การตั้งแพลตฟอร์มรับแจ้งเบาะแสจากสาธารณะ (public complaint platform) การจัดตั้งสภาสาธารณะประเมินสื่อ (public media review councils) และคณะกรรมการผู้ตรวจสอบจากผู้อ่าน (readers' ombudsman) เพื่อเปิดช่องทางให้ประชาชนมีบทบาทในการตรวจสอบข่าวที่มีเนื้อหาคลาดเคลื่อน แสดงอคติ หรือกระทบต่อความเป็นส่วนตัว องค์กรสื่อสามารถจัดกิจกรรมเชื่อมโยงกับสาธารณะ เช่น “วันเปิดบ้านสื่อ” (Media Open Day) “พบปะบรรณาธิการ” (Editor Meet & Greet) และ “เวทีสนทนาจริยธรรมสื่อ” (Media Ethics Salon) เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสื่อได้เข้าใจขั้นตอนการผลิตข่าว และร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นโดยตรง

นอกจากนี้ ควรสนับสนุนองค์กรตรวจสอบอิสระด้านจริยธรรมสื่อ องค์กรวิชาชีพ และสถาบันที่ให้การรับรองความน่าเชื่อถือในระดับอุตสาหกรรม เพื่อจัดทำการประเมินและเผยแพร่คะแนนจริยธรรมขององค์กรสื่ออย่างโปร่งใส

ข้อเสนอแนะสอดคล้องกับ ทฤษฎีพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere Theory) ของ Habermas (1989) ที่เน้นบทบาทของสาธารณะในการกำกับพฤติกรรมสื่อ และสอดคล้องกับหลักการ “การมีส่วนร่วมของสังคม” ใน ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสื่อ (Media Responsibility Theory) ของ McQuail (2010)

4) การเสริมสร้างมาตรการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล ในยุคดิจิทัล การคุ้มครองความเป็นส่วนตัวได้กลายเป็นหัวใจสำคัญของจริยธรรมสื่อ องค์กรสื่อต้องสร้างสมดุลระหว่างเสรีภาพของสื่อและสิทธิในการรับรู้ของสาธารณะ กับการเคารพสิทธิส่วนบุคคลเพื่อลดความเสี่ยงด้านจริยธรรมและกฎหมายจากการเปิดเผยข้อมูลควรกำหนดนโยบายและระเบียบปฏิบัติด้านการคุ้มครองข้อมูลอย่างละเอียด โดยนิยามให้ชัดเจนว่าข้อมูลประเภทใดเป็นข้อมูลส่วนบุคคลที่มีความอ่อนไหว (sensitive personal data) และระบุนโยบายในการเปิดเผย เช่น กรณีใดต้องระบุชื่อ กรณีใดต้องใช้นามแฝงหรือปกปิดตัวตน พร้อมบังคับให้มีการตรวจสอบเรื่องความเป็นส่วนตัวในทุกขั้นตอนของการผลิตข่าวการเก็บและเปิดเผยข้อมูลควรยึดหลัก “น้อยที่สุดเท่าที่จำเป็น” (data minimization principle) โดยเฉพาะเมื่อเกี่ยวข้องกับผู้ป่วย กลุ่มเปราะบาง หรือเหยื่ออาชญากรรม ต้องมีการตรวจสอบเข้มงวดเป็นพิเศษ และสำหรับเนื้อหาที่มีความอ่อนไหวสูง ควรกำหนด “เส้นแดงจริยธรรม” ที่ต้องได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมก่อนเผยแพร่ข้อเสนอแนะอ้างอิงจาก ทฤษฎีความเป็นส่วนตัวตามบริบท (Contextual Integrity Theory) ของ Nissenbaum (2010) ที่เน้นว่าการคุ้มครองข้อมูลต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของการไหลเวียนข้อมูลในบริบททางสังคมที่แตกต่างกัน

5) การส่งเสริมบทบาทความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรสื่อ

ในฐานะที่องค์กรสื่อเป็นโครงสร้างสำคัญของสังคมสารสนเทศ ไม่เพียงแต่ทำหน้าที่รายงานข้อเท็จจริงและทำหน้าที่เป็นกลไกตรวจสอบสังคม แต่ยังเป็นผู้สร้างคุณค่าร่วมทางสังคม การส่งเสริมให้องค์กรสื่อมีความตระหนักและปฏิบัติหน้าที่ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (social responsibility) จะช่วยยกระดับคุณค่าด้านสาธารณะของการสื่อสารมวลชน และส่งเสริมความผาสุกของสังคมโดยรวม องค์กรสื่อควรให้ความสำคัญต่อประเด็นสาธารณะ เช่น การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ความเสมอภาคทางสังคม การปฏิรูปการศึกษา และการคุ้มครองสิทธิของกลุ่มเปราะบาง โดยใช้บทบาทการกำหนดวาระสาธารณะ (agenda-setting) ตามแนวคิดของ McCombs และ Shaw (1972) เพื่อชี้้นำให้สังคมหันมาสนใจในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับประโยชน์ส่วนรวมอย่างแท้จริง

นอกจากนี้ ควรเพิ่มพื้นที่ให้กลุ่มผู้ด้อยโอกาส เช่น ผู้มีรายได้น้อย กลุ่มชายขอบ และประชาชนในพื้นที่ชนบท ได้มีช่องทางสื่อสารและสะท้อนความต้องการต่อสังคม เพื่อเสริมสร้างความครอบคลุม (inclusivity) และความยุติธรรมทางสังคม อันเป็นการปฏิบัติหน้าที่ด้านการดูแลสังคม (social care) ของสื่อ ตามแนวคิดของ Couldry (2012) เพื่อสนับสนุนความยั่งยืนของการผลิตเนื้อหาข่าวที่มีคุณค่าทางสังคม ควรจัดตั้ง กองทุนสื่อเพื่อสาธารณะ (public interest media fund) เพื่อสนับสนุนงานสืบสวนสอบสวนเชิงลึก การติดตามเหตุการณ์สำคัญ และการรณรงค์เพื่อสาธารณะ แม้เนื้อหาดังกล่าวอาจมีผลตอบแทนเชิงพาณิชย์ต่ำ แต่มีคุณค่าทางสังคมสูง ข้อเสนอนี้สอดคล้องกับ ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อ (Social Responsibility Theory of the Press) ของ Christians และคณะ (2009) ที่เน้นการสร้างสมดุลระหว่างเสรีภาพของสื่อและความรับผิดชอบต่อสาธารณะ เพื่อหลีกเลี่ยงการถูกขับเคลื่อนด้วยตรรกะทางการตลาดเพียงอย่างเดียว

6) การปรับปรุงระบบนิเวศสื่อและส่งเสริมการกำกับดูแลร่วมกันในอุตสาหกรรม

การฟื้นฟูและยกระดับจริยธรรมสื่อไม่สามารถพึ่งพาเพียงความพยายามขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง แต่ต้องอาศัยความร่วมมือและกลไกกำกับดูแลร่วมกันในระดับอุตสาหกรรม เพื่อสร้างระบบนิเวศสื่อ (media ecosystem) ที่มีความโปร่งใส เป็นธรรม และยั่งยืน ควรสนับสนุนให้เกิด แพลตฟอร์มความร่วมมือด้านจริยธรรมสื่อระดับภูมิภาคหรือระดับอุตสาหกรรม เช่น “เครือข่ายจริยธรรมสื่อฮ่องกง” หรือ “พันธมิตรสื่อเพื่อจริยธรรม” เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และแนวปฏิบัติที่ดี ตลอดจนกำหนดแผนรับมือวิกฤตด้านจริยธรรมร่วมกัน อันจะช่วยเพิ่มศักยภาพในการตอบสนองต่อเหตุการณ์ฉุกเฉินในระดับอุตสาหกรรม องค์กรวิชาชีพสื่อควรเป็นแกนกลางในการกำหนดมาตรฐานพฤติกรรมด้านจริยธรรม (ethical codes of conduct) และแนวทางการจัดการกรณีละเมิดจริยธรรมที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งอุตสาหกรรม เพื่อลดความเหลื่อมล้ำของมาตรฐานระหว่างองค์กร และเพิ่มความน่าเชื่อถือของการบังคับใช้การปลูกฝังวัฒนธรรมการสื่อสารที่ยึดมั่นในความจริง ความเป็นกลาง ความยุติธรรม และการเคารพสิทธิส่วนบุคคล ควรทำควบคู่กันทั้งในระดับองค์กร ระดับอุตสาหกรรม และผ่านการศึกษาสาธารณะ ข้อเสนอนี้สอดคล้องกับ Downie และ Kaiser (2002) ในผลงาน *The News About the News* ที่เน้นการ “ฟื้นฟูวัฒนธรรม

ข่าว” (rebuilding news culture) ผ่านความร่วมมือระหว่างการทำกับดูแลตนเองของอุตสาหกรรมและการสร้างวัฒนธรรมสื่อร่วมกับสังคม

5.3 อภิปรายผล

1) จริยธรรมสื่อและบทบาทในสังคม ผลการวิจัยชี้ว่า ผู้ให้ข้อมูลทั้งนักข่าว ผู้บริโภค และนักวิจัยต่างเห็นตรงกันว่า “จริยธรรมสื่อเป็นรากฐานของวิชาชีพ” และเป็นปัจจัยที่ทำให้สื่อยังคงความน่าเชื่อถือในสังคมได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ John Dewey (1927) และ Walter Lippmann (1922) ที่กล่าวว่าสื่อคือผู้พิทักษ์สิทธิในการรับรู้ของประชาชน และข่าวสารที่มีคุณภาพต้องตั้งอยู่บนความจริง ความเป็นกลาง และมาตรฐานจริยธรรม ข้อค้นพบนี้ยังตรงกับ แนวคิดจริยธรรมสื่อ ที่ย้ำว่าจริยธรรมไม่ใช่เพียงคุณธรรมส่วนบุคคล แต่เป็นมาตรการที่ทำให้สังคมดำรงอยู่ได้บนฐานของข้อมูลที่ถูกต้อง

2) ความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เทคโนโลยีดิจิทัลและ AI ทำให้สื่อดั้งเดิมสูญเสียรายได้จากโฆษณา ต้องปรับตัวจาก “Advertisers First” ไปสู่ “Readers First” และต้องใช้ big data และ machine learning มาปรับแต่งเนื้อหาเฉพาะบุคคล การขยายตัวของเทคโนโลยีทำให้เกิดปัญหาใหม่ เช่น ข่าวปลอมที่แพร่กระจายรวดเร็ว, ภาวะข้อมูลล้นเกิน และ ความลำเอียงที่ถูกซ้ำเติมโดยอัลกอริทึมของแพลตฟอร์ม แสดงให้เห็นว่าผลการวิจัย สอดคล้องกับทฤษฎี ที่ว่าเทคโนโลยีไม่เพียงเพิ่มศักยภาพ แต่ยังสร้างแรงกดดันทางจริยธรรมที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น

3) ความเร็ว vs ความถูกต้อง แรงกดดันที่สื่อเผชิญในการรายงานข่าวเร็วที่สุด แต่ต้องแลกมาด้วยความเสี่ยงในการสูญเสียความถูกต้อง โดยเฉพาะในยุค post-truth

ผลการวิจัยก็ยืนยันสิ่งนี้ เมื่อผู้สื่อข่าวและผู้บริโภคข่าวสารระบุว่า การรายงานที่รีบเร่งส่งผลให้ข้อมูลคลาดเคลื่อน และลดทอนความน่าเชื่อถือของสื่อ ซึ่งตรงกับข้อสรุปในทฤษฎีว่า ความเร็วเป็นดาบสองคมที่ต้องบริหารจัดการด้วยจริยธรรม

4) ความเป็นส่วนตัวและสิทธิปัจเจก ความซับซ้อนของกฎหมาย ความเสี่ยงจากการใช้ข้อมูลบุคคล และการคุกคามจากไซเบอร์ที่เป็นความท้าทายสำคัญของสื่อใหม่ ผลการวิจัยสอดคล้องอย่างชัดเจนโดยผู้ให้ข้อมูลจำนวนมากชี้ว่าการนำเสนอข่าวบางครั้งกระทบสิทธิส่วนบุคคล ทั้งในมิติของการใช้ภาพ ข้อมูล และประสบการณ์ของผู้ถูกสัมภาษณ์ ซึ่งสะท้อนถึงภาวะ dilemma ระหว่าง “ประโยชน์สาธารณะ” กับ “สิทธิส่วนบุคคล ความเห็นนี้จึงตรงกับทฤษฎีที่ว่าองค์กรสื่อต้องพัฒนากรอบปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลควบคู่ไปกับการรายงานข่าว

5) ความลำเอียงในการรายงาน (Reporting Bias) ผลการวิจัยพบว่าผู้ปฏิบัติงานและผู้บริโภคข่าวต่างรับรู้ถึงการลำเอียงที่เกิดขึ้นจากแรงกดดันทั้งเชิงเศรษฐกิจและการเมือง ทำให้เนื้อหาข่าวบางส่วนโน้มเอียงไปทางมุมมองฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีกรอบข่าว (Framing Theory; Entman, 1993) และ News Values Theory (Gans, 1979) ที่อธิบายว่าสื่อย่อมได้รับอิทธิพลจากอุดมการณ์และ

ผลประโยชน์เชิงสถาบันก็ได้อธิบายว่าการแข่งขันในเศรษฐกิจความสนใจบังคับให้สื่อต้องเลือกนำเสนอเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการของผู้รับสาร ซึ่งเสี่ยงต่อความไม่รอบด้านของข่าวสาร

6) ความแตกต่างระหว่างทฤษฎีกับผลการวิจัย แม้ผลการวิจัยส่วนใหญ่สอดคล้องกับทฤษฎี แต่ก็พบข้อแตกต่างเล็กน้อย เน้นเรื่อง Regulatory Challenge หรือความซับซ้อนของกฎหมายระหว่างประเทศและระดับรัฐ แต่ในผลการวิจัยจากไต้หวัน กลับไม่ปรากฏชัดเจนว่าผู้ปฏิบัติงานสื่อให้ความสำคัญกับประเด็นนี้นัก ส่วนใหญ่ยังมุ่งไปที่ปัญหาข่าวปลอม ความเป็นส่วนตัว และความลำเอียง แสดงว่าในเชิงปฏิบัติ ปัญหาที่กระทบโดยตรงต่อชีวิตประจำวันของนักข่าวและผู้บริโภคมีน้ำหนักมากกว่าประเด็นเชิงกฎหมาย

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษานี้ สามารถเสนอแนวทางการพัฒนางานวิจัยในอนาคตได้ดังนี้

1) การขยายการศึกษาเชิงเปรียบเทียบข้ามภูมิภาคและข้ามวัฒนธรรม

ควรศึกษาการปฏิบัติด้านจริยธรรมสื่อในภูมิภาคหรือประเทศที่มีบริบททางการเมือง สังคม และวัฒนธรรมต่างกัน เพื่อทำความเข้าใจทั้งความเป็นสากล (universality) และความเฉพาะถิ่น (locality) ของปัญหาจริยธรรมสื่อ

2) การวิเคราะห์เชิงลึกความสัมพันธ์ระหว่าง AI และจริยธรรมสื่อ

เมื่อเทคโนโลยี AI โดยเฉพาะปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์ (generative AI) เช่น ChatGPT มีบทบาทเพิ่มขึ้นในกระบวนการผลิตและเผยแพร่ข่าวสาร จึงจำเป็นต้องศึกษาล่วงหน้าถึงความเสี่ยงและกลไกการกำกับดูแลที่เหมาะสม

3) การใช้การออกแบบการทดลองเพื่อตรวจสอบประสิทธิผลของมาตรการจริยธรรม

สามารถใช้การทดลองควบคุม (controlled experiment) เพื่อตรวจสอบว่ามาตรการด้านจริยธรรมมีผลต่อคุณภาพข่าว ความไว้วางใจของผู้รับสาร และความน่าเชื่อถือของสื่อในระยะยาวอย่างไร

4) การศึกษาด้านการรับรู้จริยธรรมและการรู้เท่าทันสื่อของผู้บริโภคข่าว

ให้ความสำคัญกับระดับการตระหนักรู้ด้านจริยธรรม ความสามารถในการคิดเชิงวิพากษ์ และทักษะการรู้เท่าทันสื่อ (media literacy) ของผู้รับสาร เพื่อหาแนวทางพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมหรือโครงการรณรงค์สาธารณะในการรับมือกับปัญหาการละเมิดจริยธรรมสื่อ

บรรณานุกรม

- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- ตรัยรัตน์ ปลื้มปิติชัยกุล. (2562). แนวทางการพัฒนาจริยธรรมสื่อมวลชนไทยยุคดิจิทัล. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต*, 9(3), 92–102.
- ทองพูล มุขรักษ์ และคณะ (2566). จริยธรรมและจรรยาบรรณของสื่อในสังคมไทยในการนำเสนอข่าวยุคดิจิทัล กรณีศึกษาการกราดยิงหนองบัวลำภู, คดีน้องชมพู่ และคดีแดงโม. *วารสารวิชาการการบัณฑิตศึกษา*. 1(1), 54-67.
- นงนาคัน น่านวิไล. (2560). *แนวทางการเสริมสร้างจริยธรรมสื่อมวลชนไทยเชิงพุทธบูรณาการ*. คุุณินพนธ์หลักสูตรพุทธศาสตร์คุุณินพนธ์บัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พิศิษฐ์ ขวาลารวัช. (2547). *กฎหมายและจริยธรรมสื่อมวลชน ฉบับแก้ไขปรับปรุง*. พิมพ์ครั้งที่ ๑๓. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โกสินทร์.
- พิภพ วงษ์เงิน. (2545). *จริยธรรมวิชาชีพ*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์รวมสาส์น.
- ธิดาพร ชนะชัย. (2550). *New Media Challenges : Marketing Communication Through New Media*. [ออนไลน์]. ใต้จาก: http://commarts.hcu.ac.th/images/academic_article/nok/new_media_newchallenges.pdf
- พรจิต สมบัติพานิช. (2547). *โฆษณาในทศวรรษที่ 2000-2010 : การศึกษาถึงปัจจัยด้านสื่อที่มีต่อรูปแบบโฆษณา*. วิทยานิพนธ์คุุณินพนธ์บัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปิยะพร เขตบรรณพต. (2553). *พฤติกรรมรับการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อใหม่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่*. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (ม.ป.ป.). *พัฒนาการสื่อใหม่ (New Media): อิทธิพลภาษาดิจิตอลต่อรูปแบบการสื่อสารของมนุษยชาติและผลกระทบต่อจริยธรรมสื่อ*. [ออนไลน์] ใต้จาก: <http://utcc2.utcc.ac.th/localuser/amsar/PDF/New%20Media.pdf>
- _____. (2545). *การสื่อข่าว: หลักการและเทคนิค*. กรุงเทพฯ : คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- เว็บไซต์ RYT9. (2025, กรกฎาคม 2). *จริยธรรมสื่อมวลชนในยุค AI: ความจริง ความเร็ว และความรับผิดชอบ*. RYT9. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2025, จาก <https://www.ryt9.com/article/34>

- King, Gary, Pan, Jennifer, & Roberts, Margaret E. (2013). How censorship in China allows government criticism but silences collective expression. *American Political Science Review*, 107(2), 326–343.
- Rebecca, M. (2011). Liberation Technology: China's "Networked Authoritarianism". *Journal of Democracy*, 22(2), 32-46.
- Yang, G. (2009). China Since Tiananmen: Online Activism *Journal of Democracy*, 20(3), 33-36.
- Yang, Y. (2025). The Phenomenon and Path of Ethical Anomie in News Reporting, *Journalistic Norms*, 13(3), 374-379.
- Zeng, X. (2019). *The annual report on China new media studies*. Renminribao chu ban she. Beijing.
- Phillips, A. (2010). Transparency and the new ethics of journalism. *Journalism Practice*, 4(3), 373–382.
- Burnett, R. and David P. M. (2003). *Web Theory*. London: Routledge.
- Kevin, Kawamoto. (2540). *10 Thing should Know about New Media*. In *The Seminar for Technology Educators ของ The Freedom Forum Pacific Coast Center San Francisco* (pp) เมื่อ 13 เมษายน 2540.
- Bakke, N. A., & Barland, J. (2022). Disruptive innovations and paradigm shifts in journalism as a business: From advertisers first to readers first and traditional operational models to the AI factory. *SAGE Open*, 12(2), 1–18.
- Council on Foreign Relations. (2024). *Media censorship in China*. Retrieved from <https://www.cfr.org/backgrounder/media-censorship-china>
- Chang, J. (2019, December 18). *Changes to China's professional ethics code*. China Law Translate. Retrieved August 15, 2025, from <https://www.chinalawtranslate.com/en/whats-news/>
- Hopster, J. (2022). The ethics of disruptive technologies: Towards a general framework. In J. F. de Paz Santana & D. H. de la Iglesia (Eds.), *New trends in disruptive technologies, tech ethics and artificial intelligence*. 1(2),1-12.
- Byerley, L. (2013, April 30). *Online Journalism: Pros and Cons of Digital Disruption*. UT Austin News. University of Texas at Austin. Retrieved August 15, 2025, from UT Austin News website.
- Ducharme, J. (2022, October 24). *The data privacy problem*. Time. <https://time.com/6224484/data-privacy-problem/>

- News Group Newspapers. (2024, June 8). *GDPR privacy protection 'bureaucratic mess' in European Union, says watchdog*. The Sun. <https://www.thesun.ie/news/15040550/gdpr-privacy-protection-bureaucratic-mess-european-union-ireland/>
- Hainan International Intellectual Property Exchange. (2025). *Why Haikou*. <https://en.hiipb.com/whyhaikou.html>
- ThaiBizChina. (2025). *Hainan*. https://thaibizchina.com/figure_publication/hainan/
- Vraga, E. K., & Tully, M. (2021). News literacy, social media behaviors, and skepticism toward information on social media. *Information, Communication & Society*, 24(2), 150-166.
- Newman, N. (2018). *Journalism, media and technology trends and predictions 2018*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe report.
- O'neil, C. (2017). *Weapons of math destruction: How big data increases inequality and threatens democracy*. Crown.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. Sage publications.
- Couldry, N. (2012). *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Polity.
- Hobbs, R. (2011). *Digital and media literacy: Connecting culture and classroom*. Corwin Press.
- Solove, D. J. (2018). *The digital person: Technology and privacy in the information age*. NYU Press.
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of economic perspectives*, 31(2), 211-236.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking Strasbourg, *Council of Europe*. (Vol. 27, pp. 1-107).
- Tandoc Jr, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining "fake news" A typology of scholarly definitions. *Digital journalism*, 6(2), 137-153.
- Verma, S. (2019). Weapons of math destruction: how big data increases inequality and threatens democracy. *Vikalpa*, 44(2), 97-98.

- Solove, D. J. (2004). *The Digital Person: Technology and Privacy in the Information Age* (Introduction).
- Acquisti, A., Brandimarte, L., & Loewenstein, G. (2015). Privacy and human behavior in the age of information. *Science*, 347(6221), 509-514.
- Schneier, B. (2015). *Data and Goliath: The hidden battles to collect your data and control your world*. WW Norton & Company.
- Ward, S. J. (2011). *Ethics and the media*. An introduction. Cambridge University Press.
- Rosen, J. (1999). *What are journalists for?*. Yale University Press.
- Christians, C. G. (2009). *Normative theories of the media: Journalism in democratic societies*. University of Illinois Press.
- Fink, K., & Anderson, C. W. (2015). Data Journalism in the United States: Beyond the “usual suspects”. *Journalism studies*, 16(4), 467-481.
- Ananny, M. (2018). The partnership press. *Lessons for platform-publisher collaborations as Facebook and news outlets team to fight misinformation*, 6(4), 457-474.
- Deuze, M., & Witschge, T. (2018). Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. *Journalism*, 19(2), 165-181.
- 张毅. (2020). 数字时代新闻隐私权保护研究[J]. *中国记者*, 30(5): 56-68.
- 王鹏. (2018). 网络隐私权保护的法律思考[J]. *法学评论*, 36(2): 78-92.
- 李芳. (2017). 媒体伦理与隐私权保护[J]. *新闻大学*, 29(2): 15-28.
- 陈静. (2019). 社交媒体时代的隐私权保护研究[J]. *现代传播*, 41(4): 34-48.
- 熊茵. 合谋、超真、无终态：假新闻的生成机理及演化趋向, *南京社会科学*, 2023(08), 105-113.
- 李彬. (2018). 新媒体时代的新闻伦理规范重塑. *新闻与传播研究*, 45(3): 45-57.
- 周志强. (2019). 假新闻与社交媒体传播的伦理挑战[J]. *现代传播*, 41(4): 34-48.
- 张毅. (2020). 数字时代新闻隐私权保护研究[J]. *中国记者*, 30(5): 56-68.
- 王伟. (2021). 新闻公信力与数字媒体环境下的挑战. *当代传播*, 40(6): 22-35.



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

**แนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึกการวิจัยเรื่อง
ความท้าทายด้านจริยธรรมในยุคสื่อใหม่ภายใต้มิติความรับผิดชอบและกรอบข้อบังคับขององค์กรสื่อเมืองไท
โฮว่ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน**

แนวทางการสัมภาษณ์ (Interview Guide) ถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้กระบวนการสัมภาษณ์มีความเป็นระบบและตอบสนองต่อประเด็นการวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยแนวทางนี้ได้รับการออกแบบให้สอดคล้องกับคำถามวิจัยและลักษณะของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

1. ความเข้าใจเกี่ยวกับจริยธรรมสื่อมวลชน

- 1) ท่านมีความเข้าใจต่อความหมายของ “จริยธรรมสื่อมวลชน” อย่างไร? และความสำคัญของจริยธรรมดังกล่าวสะท้อนในด้านใดของการทำงานข่าว?
- 2) ในยุคสื่อใหม่ จริยธรรมสื่อมวลชนต้องเผชิญกับความท้าทายหรือการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ อะไรบ้าง?

2. การระบุและป้องกันข่าวปลอม (Fake News)

- 1) ท่านเคยพบเจอข่าวปลอมในรูปแบบใดบ้าง ทั้งในบริบทการทำงานหรือชีวิตประจำวัน? ข่าวเหล่านี้แพร่กระจายด้วยวิธีใด?
- 2) สื่อมวลชนควรมีมาตรการหรือวิธีการอย่างไรในการระบุและป้องกันข่าวปลอม? และท่านเห็นว่าวิธีใดมีประสิทธิภาพมากที่สุด?
- 3) ในฐานะผู้บริโภคข่าวสาร ท่านใช้หลักเกณฑ์ใดในการพิจารณาความถูกต้องของข่าว? และคาดหวังให้สื่อมวลชนให้การสนับสนุนหรือช่วยเหลือในด้านใด?

3. การคุ้มครองสิทธิความเป็นส่วนตัว

- 1) ในการรายงานข่าว ควรสร้างสมดุลอย่างไรระหว่างสิทธิของสาธารณชนในการรับรู้ข้อมูลกับสิทธิความเป็นส่วนตัวของบุคคล? ท่านมองว่าสื่อมวลชนในปัจจุบันมีปัญหาหรือข้อบกพร่องในด้านนี้อย่างไรบ้าง?
- 2) องค์กรสื่อที่ท่านสังกัดมีนโยบายหรือมาตรการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวอย่างไร? และในการปฏิบัติจริง มาตรการเหล่านี้มีการบังคับใช้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด?
- 3) ในฐานะผู้บริโภคข่าวสาร ท่านมีความคาดหวังหรือข้อเรียกร้องอย่างไรต่อการคุ้มครองความเป็นส่วนตัว? และสื่อมวลชนควรปรับปรุงในด้านนี้อย่างไร?

4. ความเป็นธรรมและความเที่ยงตรงของการรายงานข่าว

- 1) ท่านมองว่ามาตรฐานของ “ความเป็นธรรม” และ “ความเที่ยงตรง” ในการรายงานข่าวควรเป็นอย่างไร? และในกระบวนการทำงานข่าวควรดำเนินการอย่างไรเพื่อให้ได้ตามมาตรฐานนี้?
- 2) ปัจจัยใดบ้างที่อาจกระทบต่อความเป็นธรรมและความเที่ยงตรงของการรายงานข่าว? และสื่อมวลชนควรรับมือกับปัจจัยเหล่านี้ได้อย่างไร?

3) ในฐานะผู้บริโภคข่าวสาร ท่านมีความคิดเห็นหรือความรู้สึกอย่างไรต่อความเป็นธรรมและความเที่ยงตรงของข่าว? และคาดหวังให้สื่อมวลชนปรับปรุงในด้านใด ?

5. การสร้างข้อบังคับด้านจริยธรรมสำหรับสื่อใหม่

1) การเติบโตของสื่อใหม่ (New Media) ก่อให้เกิดความท้าทายต่อจริยธรรมสื่อดั้งเดิมอย่างไร ? และองค์กรสื่อควรปรับตัวอย่างไรเพื่อสร้างข้อบังคับด้านจริยธรรมที่เหมาะสมกับยุคสื่อใหม่?

2) ท่านมองว่าสื่อใหม่ควรมีความรับผิดชอบทางจริยธรรมในด้านใดบ้าง ? และปัจจุบันมีข้อบกพร่องหรือปัญหาใดที่ควรแก้ไข ?

3) ในฐานะผู้บริโภคข่าวสาร ท่านมีความคาดหวังและข้อเสนอแนะอย่างไรต่อข้อบังคับด้านจริยธรรมของแพลตฟอร์มสื่อใหม่ ?

ขอขอบคุณทุกท่านให้ความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์ในครั้งนี้

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ประวัตินักวิจัย

Name: Sun Liguo

Date of birth: February 28th, 1978

Place of birth: Harbin City, Heilongjiang Province, China

Current location: No. 1001, Haitao Street, Meilan District, HaiNan, China

Educational background

- 1999 Binxian No.3 High School
- 2004 Art and Design Major Qiqihar University
- 2025 the Faculty of Communication Arts
- Communication Innovation Management Rambhai Barni Rajabhat University

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี