

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 โฆษณาเจาะจงหรือการทำโปรไฟล์ผู้ใช้ 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** ชี้ให้เห็นให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างสื่อและผู้รับสารในยุคดิจิทัล

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 รับประกันว่าเป็นพื้นที่ที่น่าเสนอ “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 และตอกย้ำบทบาทของไห่โจวในฐานะศูนย์กลางเมืองสร้างสรรค์และเมืองแห่งการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21



ภาพที่ 2.3 วัฒนธรรมและสถาปัตยกรรมท้องถิ่นนานาชาติ
ที่มา: Sun Ligu

5) การวางผังเมืองและสิ่งแวดล้อม

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

6) การท่องเที่ยวและความท้าทายเศรษฐกิจ

ไห่โจวและเกาะไห่หนานเติบโตขึ้นเป็น “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 ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า ในยุคดิจิทัลที่มีการใช้เทคโนโลยีสื่อสารในการปฏิบัติงานด้านการข่าวสารที่ทันสมัย และการนำเสนอข่าวสารที่ถือว่าเป็นเครื่องมือสำคัญนำไปสู่การสร้างความสำเร็จ ความสัมพันธ์ ตลอดจนความเชื่อมโยงของผู้คนในสังคม โดยมีช่องทางสื่อมวลชนผ่านสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ทั้ง เฟซบุ๊ก (Facebook) และ ทวิตเตอร์ (Twitter) อย่างรวดเร็วทำให้การเสนอข้อมูลข่าวสารไม่มีความรอบคอบ และปัญหาของสื่อมวลชนที่เป็นอย่าง สูงโดยเฉพาะเรื่องทางกฎหมายและจริยธรรมสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวสาร และมีอิทธิพลในสังคมต่อ ผู้รับสาร การนำเสนอข่าวสารดังกล่าว อาจทำให้เกิดผลกระทบ ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ ปัจจุบันพฤติกรรมในการนำเสนอข่าวสารมักมุ่งเน้นในเรื่องผลกำไร และความนิยมมากกว่าการคงไว้ซึ่งกติกากฎ 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 เกี่ยวกับผลลัพธ์ของสิ่งที่อาจเป็นความพยายามครั้งใหญ่ที่สุดในการคัดเลือกเพื่อปิดกั้นการแสดงออกของมนุษย์เท่าที่เคยมียามาเพื่อทำสิ่งนี้ เราได้พัฒนาระบบที่สามารถค้นหา ดาวนโหลด 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 และทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดปีที่ผ่านมา 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