

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 การคุ้มครองสิทธิความเป็นส่วนตัวกลายเป็นประเด็นสำคัญในจริยธรรมสื่อ

ผู้ปฏิบัติงานสื่อจากสถานีวิทยุโทรทัศน์ไต้หวัน (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 ทำให้สาธารณชนคาดหวังให้สื่อมีบทบาทเชิงรุกและมีวินัยตนเองมากยิ่งขึ้นในการดำรงระเบียบของข้อมูลข่าวสาร

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 และทำให้สถาบันสื่อถูกมองว่าเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ 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 ความบกพร่องด้านจริยธรรมของสื่อก่อให้เกิดการขึ้นาข้อมูลผิดพลาด การบิดเบือนการรับรู้ และการละเมิดความเป็นส่วนตัว ซึ่งไม่เพียงสร้างความเสียหายต่อสวัสดิภาพของปัจเจกบุคคล แต่ยังบั่นทอนเหตุผลเชิงข้อมูลและคุณภาพการตัดสินใจของสังคม

โดยรวม ดังนั้น องค์กรสื่อมีหน้าที่รับผิดชอบในการยกระดับมาตรฐานจริยธรรม ปรับปรุงคุณภาพเนื้อหา และส่งมอบข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และมีความรับผิดชอบต่อสาธารณะ



ภาพที่ 4.2 จริยธรรมขององค์กรข่าวสารในยุคสื่อใหม่ในบริบทของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลและการรักษามาตรฐานความน่าเชื่อถือทางวิชาชีพ

ที่มา: Sun Ligu

4.2 สร้างข้อเสนอเชิงนโยบายที่เป็นรูปธรรมสำหรับการดำเนินงานด้านจริยธรรมขององค์กรข่าวสารในบริบทของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลและการรักษามาตรฐานความน่าเชื่อถือทางวิชาชีพ

1) การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาด้านจริยธรรมสื่อ ปัญหายุทธศาสตร์สื่อมีได้เกิดขึ้นโดยบังเอิญ 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 และยกระดับการศึกษาด้านความรอบรู้สื่อ (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