

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มุ่งเน้นประเด็นหลักเรื่อง 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 พร้อมสร้างกรอบจริยธรรมใหม่ที่ต่อยอดยับยั้งเทาความรับผิดชอบต่อสังคม

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 เพื่อหลีกเลี่ยงการถูกขับเคื้อนด้วยตรรกะทางการตลาดเพียงอย่างเดียว

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 ทั้งในมิติของการใช้ภาพข้อมูล 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 กลับไม่ปรากฏชัดเจนว่าผู้ปฏิบัติงานสื่อให้ความสำคัญกับประเด็นนี้นักนัก 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