หน่วยที่ 13

จริยธรรม จรรยาบรรณ และการกำกับดูแลในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัล

รองศาสตราจารย์ ดร.กมลรัฐ อินทรทัศน์

ชื่อ รศ.ดร.กมลรัฐ อินทรทัศน์

วุฒิ Ph.D. Development Communication
University Consortium Program: University of the Philippines Los Banos & University of Queensland

ตำแหน่ง รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

หน่วยที่เขียน หน่วยที่ 13

แผนการสอนประจำหน่วย

ตอนที่ 13.1 ความหมายแนวคิด หลักการเกี่ยวกับจริยธรรม จรรยาบรรณและการกำกับดูแลในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัล

เรื่องที่ 13.1.1 ความหมาย แนวคิด หลักการของจริยธรรม จรรยาบรรณเกี่ยวกับการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัล

เรื่องที่ 13.1.2 การกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัล

ตอนที่ 13.2 กลยุทธ์การใช้จริยธรรม จรรยาบรรณ และการกำกับดูแลในการประกอบกิจการการสื่อสารแต่ละประเภทในยุคดิจิทัล

เรื่องที่ 13.2.1 กลยุทธ์การนำจริยธรรม จรรยาบรรณไปใช้ในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัล

เรื่องที่ 13.2.2 กลยุทธ์การกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัล

ตอนที่ 13.3 กรณีศึกษา

เรื่องที่ 13.3.1 กรณีศึกษาที่มีปัญหาเกี่ยวกับการกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการควบคุมการประกอบการ

เรื่องที่ 13.3.2 กรณีศึกษาที่เป็นตัวอย่างที่ดีเกี่ยวกับการกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการควบคุมการประกอบการ

แนวคิด

1.ความหมาย แนวคิด หลักการเกี่ยวกับจริยธรรม จรรยาบรรณและการกำกับดูแลในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัลเริ่มที่ความหมายของจริยธรรมกับจรรยาบรรณนี้มีความหมายใกล้เคียงกันมาก ส่วนใหญ่เข้าใจว่าเป็นเรื่องเดียวกัน พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ให้ความหมายไว้ว่า “จริยธรรม” คือ ธรรมที่เป็นข้อประพฤติปฏิบัติ หรือคุณความดีที่ควรปฏิบัติ ในทำนองเดียวกัน“จริยธรรมของสื่อ หรือนักประกอบการสื่อ”เน้นที่สำนึกแห่งความรับผิดชอบ ที่มีต่อการประกอบการสื่อนั้นๆ โดยเฉพาะในการประกอบการเกี่ยวกับสื่อดิจิทัล รวมทั้งสื่อหลอมรวมต่างๆในปัจจุบัน เพราะหากผู้ประกอบการสื่อ อุตสาหกรรมสื่อทุกระดับเป็นสื่อที่มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพ สังคมก็จะดีขึ้นโดยภาพรวม สามารถแยกแยะสิ่งที่ควรปฏิบัติ หรือไม่ควร

ปฏิบัติ สิ่งที่ดี และสิ่งที่ไม่ดีต่างๆ ในขณะที่ “จรรยาบรรณ” คือ ประมวลกฎเกณฑ์ความประพฤติหรือ ประมวลมารยาทของผู้ประกอบอาชีพนั้นๆ ต้องเป็นเอกลักษณ์ทางวิชาชีพ มีองค์กร หน่วยงานในรูปแบบต่างๆช่วยกำกับดูแล ควบคุมจรรยาบรรณของสื่อ จึงหมายถึง หลักคุณธรรมของผู้ประกอบการสื่อในระดับต่างๆร่วมกันกำหนดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติแก่ผู้ประกอบสื่อให้มีความรับผิดชอบร่วมกัน เช่น เป็นแนวทางในการควบคุมความประพฤติของผู้ประกอบการสื่อให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ได้รับการยอมรับ เชื่อถือ สร้างความภูมิใจในอาชีพ โดยเฉพาะในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลและนัตกรรมการสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน

2.กลยุทธ์การนำจริยธรรม จรรยาบรรณไปใช้และการกำกับดูแลในการประกอบกิจการการสื่อสารนับว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างและรักษาระบบนิเวศสื่อทั้งระบบ โดยภาพรวมจะประกอบด้วย 1)การสร้างนโยบายและกรอบแนวทางที่ชัดเจนร่วมกัน 2) การให้ความรู้ ให้ข้อมูล ให้ความเข้าใจร่วมกัน รวมทั้งการสนับสนุนให้กับผู้ปฏิบัติงานหรือสมาชิกขององค์กรหรือสังคมเข้าใจและปฏิบัติตามหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณอย่างถูกต้อง 3) การส่งเสริมวัฒนธรรมขององค์กรหรือสังคมที่มีค่านิยม โดยการการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มีค่านิยมอย่างชัดเจนจะช่วยส่งเสริมพฤติกรรมที่ถูกต้องและสร้างความเชื่อมั่นในความถูกต้องของการประกอบการสื่อในทุกระดับอย่างชัดเจนร่วมกัน

3.กรณีศึกษาแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ 1) กรณีศึกษาที่มีปัญหาเกี่ยวกับการกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการควบคุมการประกอบการ และ 2) กรณีศึกษาที่เป็นตัวอย่างที่ดีเกี่ยวกับการกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการควบคุมการประกอบการ

วัตถุประสงค์

เมื่อศึกษาหน่วยที่ 13 แล้ว นักศึกษาสามารถ

1. อธิบายความหมาย แนวคิด หลักการเกี่ยวกับจริยธรรม จรรยาบรรณและการกำกับดูแลในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัลได้

2. อธิบายเกี่ยวกับกลยุทธ์การนำจริยธรรม จรรยาบรรณไปใช้และการกำกับดูแลในการประกอบกิจการการสื่อสารได้

3. อธิบายกรณีศึกษาทั้งในเชิงบวก และในเชิงลบได้

กิจกรรมระหว่างเรียน

1. ทำแบบประเมินผลตนเองก่อนเรียนหน่วยที่ 13
2. ศึกษาเอกสารการสอนตอนที่ 13.1-13.3
3. ปฏิบัติกิจกรรมตามที่ได้รับมอบหมายในเอกสารการสอนแต่ละตอน
4. ศึกษา e-Book/e-Pub (ถ้ามี)
5. ชมวิดีโอ/ฟังคลิปเสียง (ถ้ามี)
6. ศึกษาแหล่งทรัพยากรการเรียนรู้ (ถ้ามี)
7. เข้าร่วมกิจกรรมแบบนัดหมาย (ถ้ามี)
8. ทำแบบประเมินผลตนเองหลังเรียน หน่วยที่ 13

สื่อการสอน

1. เอกสารการสอน
2. แบบฝึกปฏิบัติ
3. e-Book/e-Pub (ถ้ามี)
4. วิดีโอ/คลิปเสียง (ถ้ามี)
5. แหล่งทรัพยากรการเรียนรู้ (ถ้ามี)
6. กิจกรรมแบบนัดหมาย (ถ้ามี)
7. แบบประเมินก่อน/หลังเรียน

การประเมินผล

1. ประเมินผลจากแบบประเมินผลตนเองก่อนเรียนและหลังเรียน
2. ประเมินผลจากกิจกรรมและแนวตอบท้ายเรื่อง
3. ประเมินผลจากการสอบไล่ประจำภาคการศึกษา
4. ประเมินผลจากกิจกรรมประจำชุด (ถ้ามี)

5. ประเมินผลจากกิจกรรมแบบนัดหมาย (ถ้ามี)

เมื่ออ่านแผนการสอนแล้ว ขอให้ทำแบบประเมินผลตนเองก่อนเรียน
หน่วยที่ 13 ในแบบฝึกปฏิบัติ แล้วจึงศึกษาเอกสารการสอนต่อไป

ตอนที่ 13.1 ความหมาย แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับจริยธรรม จรรยาบรรณและการกำกับดูแลในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัล

โปรดอ่านหัวเรื่อง แนวคิด และวัตถุประสงค์ของตอนที่ 13.1 แล้วจึงศึกษารายละเอียดต่อไป

หัวเรื่อง

เรื่องที่ 13.1.1 ความหมาย แนวคิด หลักการของจริยธรรม จรรยาบรรณเกี่ยวกับการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัล

เรื่องที่ 13.1.1 การกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัล

แนวคิด

1.ความหมาย แนวคิด หลักการของจริยธรรม จรรยาบรรณเกี่ยวกับการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัลเริ่มที่ความหมายของจริยธรรมกับจรรยาบรรณนี้มีความหมายใกล้เคียงกันมาก ส่วนใหญ่เข้าใจว่าเป็นเรื่องเดียวกัน พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ให้ความหมายไว้ว่า “จริยธรรม” คือ ธรรมที่เป็นข้อประพฤติปฏิบัติ หรือคุณความดีที่ควรปฏิบัติ ในทำนองเดียวกัน“จริยธรรมของสื่อ หรือนักประกอบการสื่อ”เน้นที่สำนึกแห่งความรับผิดชอบ ที่มีต่อการประกอบการสื่อนั้นๆ โดยเฉพาะในการประกอบการเกี่ยวกับสื่อดิจิทัล รวมทั้งสื่อหลอมรวมต่างๆในปัจจุบัน เพราะหากผู้ประกอบการสื่อ อุตสาหกรรมสื่อทุกระดับเป็นสื่อที่มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพ สังคมก็จะดีขึ้นโดยภาพรวม สามารถแยกแยะสิ่งที่ควรปฏิบัติ หรือไม่ควรปฏิบัติ สิ่งที่ดี และสิ่งที่ไม่ดีต่างๆ ในขณะที่ “จรรยาบรรณ” คือ ประมวลกฎเกณฑ์ความประพฤติหรือ ประมวลมารยาทของผู้ประกอบอาชีพนั้นๆ ต้องเป็นเอกลักษณ์ทางวิชาชีพ มีองค์กร หน่วยงานในรูปแบบต่างๆช่วยกำกับดูแล ควบคุมจรรยาบรรณของสื่อ จึงหมายถึง หลักคุณธรรมของผู้ประกอบการสื่อในระดับต่างๆร่วมกันกำหนดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติแก่ผู้ประกอบสื่อให้มีความรับผิดชอบร่วมกัน เช่น เป็นแนวทางในการควบคุมความประพฤติของผู้ประกอบการสื่อให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ได้รับการยอมรับ เชื่อถือ สร้างความภูมิใจในอาชีพโดยเฉพาะในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลและนัตกรรมการสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน

2.การกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัลนับว่าเป็นกระบวนการที่สำคัญในการให้บริการสื่อสารที่มีคุณภาพและปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้บริการ ทั้งนี้เป็นเพราะการสื่อสารในสังคมปัจจุบันมีความรวดเร็ว ทันสมัยและเป็นสื่อสารที่สามารถส่งผลผลกระทบต่อทุกระดับตั้งแต่ระดับประเทศ ระดับองค์องค์กร ระดับครัวเรือนและระดับปัจเจกชนทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นความเชื่อมั่น ภาพลักษณ์การได้รับการนิยม ความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติ และผลประกอบการ ฯลฯ ดังนั้นการกำกับดูแลการประกอบกิจการการสื่อสารจะเป็นการตั้งข้อตกลงร่วมกัน กฎระเบียบและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความรู้

ความเข้าใจร่วมกันและเกิดการปฏิบัติตามร่วมกันอย่างถูกต้อง โดยในปัจจุบันได้มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและเครื่องมือต่างๆที่เหมาะสมเพื่อความรวดเร็วและความสะดวกในการตรวจสอบและดำเนินการกำกับดูแลการประกอบกิจการการสื่อสารให้เป็นไปตามข้อกำหนดที่กำหนดไว้ การกำกับดูแลจริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบการสื่อจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญในการสร้างสังคมและวัฒนธรรมที่เป็นธรรมและความเหมาะสมในการใช้สื่อ ตัวอย่างเช่น การกำกับดูแลด้วยการกำหนดนโยบายและมาตรฐานต่างๆร่วมกัน การส่งเสริมการใช้สื่อที่มีคุณค่าและสร้างสรรค์ หรือกำหนดข้อบังคับต่างๆเพื่อเป็นกรอบและบรรทัดฐานในการปฏิบัติงานร่วมกัน

วัตถุประสงค์

เมื่อศึกษาตอนที่ 13.1 จบแล้ว นักศึกษาสามารถ

1. อธิบายเกี่ยวกับความหมาย แนวคิด หลักการของจริยธรรม จรรยาบรรณเกี่ยวกับการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัลได้

2. อธิบายเกี่ยวกับการกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัลได้

เรื่องที่ 13.1.1 ความหมาย แนวคิดและหลักการของจริยธรรม จรรยาบรรณเกี่ยวกับการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัล

1. ความหมาย แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัล

จากแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เพื่อเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนประเทศไทยสู่เศรษฐกิจฐานบริการและดิจิทัล มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนประเทศเข้าสู่เศรษฐกิจดิจิทัล โดยได้มีการออพระราชบัญญัติการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ. ๒๕๖๐ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมและนวัตกรรมดิจิทัล พัฒนาส่งเสริมให้เกิดการนำเทคโนโลยีดิจิทัลไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและความมั่นคงของประเทศ เพื่อเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนประเทศไทยสู่เศรษฐกิจฐานบริการและดิจิทัล จึงจำเป็นที่จะต้องร่วมมือกันขับเคลื่อนจากทุกภาคส่วน จากทุกพันธมิตร ทั้งภาคเอกชน ประชาสังคม ภาควิชาการ ภาครัฐ และท้องถิ่น เพื่อให้สามารถกำหนดทิศทางการพัฒนากำลังคนทั้งระบบ ทั้งที่เอื้อต่อการปรับเปลี่ยนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยให้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างสมบูรณ์และการรองรับการเชื่อมโยงการปฏิวัติอุตหากรรมระยะที่ 4 (4IR) ในปัจจุบัน

จริยธรรมกับจรรยาบรรณนี้มีความหมายใกล้เคียงกันมาก ส่วนใหญ่เข้าใจว่าเป็นเรื่องเดียวกัน หากวิเคราะห์แต่ละคำดังนี้คือ จริยธรรม เท่ากับ “จริยะ+ธรรมะ” พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ให้

ความหมายไว้ว่า “จริยธรรม” คือ ธรรมที่เป็นข้อประพฤติปฏิบัติ หรือคุณความดีที่ควรปฏิบัติ ในทำนองเดียวกัน “จริยธรรมของสื่อ หรือนักประกอบการสื่อ”เน้นที่สำนึกแห่งความรับผิดชอบ ที่มีต่อการประกอบการสื่อนั้นๆ โดยเฉพาะในการประกอบการเกี่ยวกับสื่อดิจิทัล รวมทั้งสื่อหลอมรวมต่างๆในปัจจุบัน เพราะหากสื่อ อุตสาหกรรมสื่อทุกระดับเป็นสื่อที่มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพ สังคมก็จะดีขึ้นโดยภาพรวม สามารถแยกแยะสิ่งที่ควรปฏิบัติหรือไม่ควรปฏิบัติ สิ่งที่ดี และสิ่งที่ไม่ดีต่างๆ

ในขณะที่ “จรรยาบรรณ” คือ ประมวลกฎเกณฑ์ความประพฤติหรือ ประมวลมารยาทของผู้ประกอบอาชีพนั้นๆ ต้องเป็นเอกลักษณ์ทางวิชาชีพ มีองค์กร หน่วยงานในรูปแบบต่างๆช่วยกำกับดูแล ควบคุมจรรยาบรรณของสื่อ จึงหมายถึง หลักคุณธรรมของผู้ประกอบการสื่อในระดับต่างๆร่วมกันกำหนดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติแก่ผู้ประกอบสื่อให้มีความรับผิดชอบร่วมกัน เช่น เป็นแนวทางในการควบคุมความประพฤติของผู้ประกอบการสื่อให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ได้รับการยอมรับ เชื่อถือ สร้างความภูมิใจในอาชีพตน

แต่อย่างไรก็ตาม ในยุคดิจิทัลที่เติบโตอย่างรวดเร็วเช่นปัจจุบัน แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับจริยธรรม จรรยาบรรณ และการกำกับติดตามในการประกอบกิจการการสื่อสารมีความสำคัญอย่างมากเพื่อให้ธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมในรูปแบบดิจิทัลนั้นเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาลและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้งาน โดยมีประเด็นที่เกี่ยวข้องดังนี้

1.1ความหมาย “จริยธรรม” คือ ธรรมที่เป็นข้อประพฤติปฏิบัติ หรือคุณความดีที่ควรปฏิบัติ “จริยธรรมของนักวารสารศาสตร์” เน้นถึงสำนึกแห่งความรับผิดชอบ ที่มีต่อหน้าที่สื่อมวลชนที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาสังคมให้ดีขึ้น โดยยึดหลักทางด้านจิตใจ ให้รู้จักแยกแยะพฤติกรรมที่ควรปฏิบัติ หรือไม่ควรปฏิบัติเป็นอย่างไร อะไรเป็นสิ่งไม่ดี ผิดศีลธรรม (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542)

1.2 แนวคิดเกี่ยวกับเขตจริยธรรม (ethics) และจรรยาบรรณ (morality) ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการในการสื่อสารในยุคดิจิทัล: จริยธรรมเป็นหลักการที่กำหนดวิธีการปฏิบัติตนที่ถูกต้องและสุจริตในการประกอบการหรือการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในยุคดิจิทัลเพราะจริยธรรมเกี่ยวข้องกับการเลือกที่จะใช้ข้อมูลอย่างไร การรักษาความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้งาน การปฏิบัติต่อผู้ใช้งานอย่างสุจริตและไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อองค์กรหรือสังคม และการใช้เทคโนโลยีอย่างรับผิดชอบ เช่น การป้องกันการละเมิดความเป็นส่วนตัว การต่อต้านการแพร่กระจายข่าวปลอม และการประเมินผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากกิจกรรมขององค์กร

“ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะทำในสิ่งที่ถูกต้องความรู้ครบถ้วนที่สุดเกี่ยวกับปัญหาที่จะต้องเผชิญและความรู้สึกรับผิดชอบทางศีลธรรมด้วยความจริงใจ สามอย่างนี้จะช่วยปกป้องวิชาชีพวารสารศาสตร์ให้พ้นจากความยอมจำนนต่อผลประโยชน์ทางธุรกิจที่เห็นแก่ตัวและเป็นศัตรูต่อสวัสดิการของประชาชน”

โจเซฟ พูลิทเซอร์ (Pulitzer, 1904)อ้างในกมลรัฐ อินทรทัศน์ 2564

แนวคิดหลักของจริยธรรมของสื่อและการสื่อสารในแต่ละศตวรรษเกิดจากจริยธรรมของสื่อและการสื่อสารในบริบทของสากล (global journalism ethics) ที่มีการปรับใช้ ประยุกต์ใช้ร่วมกันเพื่อการปฏิบัติร่วมกันในวงการของสื่อ และสื่อสารมวลชน โดยการพัฒนาดังกล่าวชัดเจนในศตวรรษที่ 17 และเชื่อมต่อและส่งผลต่อเนื่องถึงปัจจุบันคือ

ศตวรรษที่ 17 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับอำนาจของสื่อ (Authoritarian theory of Press) ที่น้ำหนักเน้นเกี่ยวกับอำนาจของสื่อ เป็นแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับอำนาจของสื่อ โดยเฉพาะสื่อสารมวลชน (Authoritarian theory of Press) และมีการวิวัฒนาการต่อเนื่องสู่ศตวรรษที่ 18

ศตวรรษที่ 18 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับมวลชน (Public theory เน้นแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับมวลชน สื่อสารเพื่อมวลชน การทำหน้าที่ของสื่อเพื่อมวลชน เพื่อสังคม (Public theory) สื่อต้องทำหน้าที่รับใช้ สื่อต้องทำหน้าที่ช่วยดูแลสังคม

ศตวรรษที่ 19 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับเสรีภาพของสื่อ (Liberal theory) การทำหน้าที่ของสื่ออย่างอิสระ สื่อมีอิสระ มีเสรีภาพในการทำหน้าที่ของตนในฐานะสถาบันหนึ่งของสังคม

ศตวรรษที่ 20 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการตีความที่ขัดแย้งกับการนำเสนอสื่ออย่างตรงไปตรงมา (Interpretation versus Objectivity)

ศตวรรษที่ 21 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อดิจิทัลที่เป็นสื่อสากล (Global & Digital Frontier) เป็นสื่อที่ทั่วโลกใช้ร่วมกัน การมีส่วนร่วมในสื่อ การปฏิสัมพันธ์กับสื่อ สื่อออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ ที่ต้องมีการกำหนดกรอบจริยธรรม หรือกรอบในการปฏิบัติร่วมกันทั่วโลก

ในปัจจุบันที่เน้นเกี่ยวกับเรื่องสิทธิมนุษยชน (human rights) การรายงานที่ก่อให้เกิดความเกลียดชัง (hate speech) การรักษาความเป็นส่วนตัวของบุคคล (privacy การดูแลผลประโยชน์ส่วนบุคคล (personal advantage) สื่อกับความมั่นคงของประเทศ (media and national security) และสื่อกับศาสนา ความเชื่อที่หลากหลาย (media and religion/believes) เป็นต้น

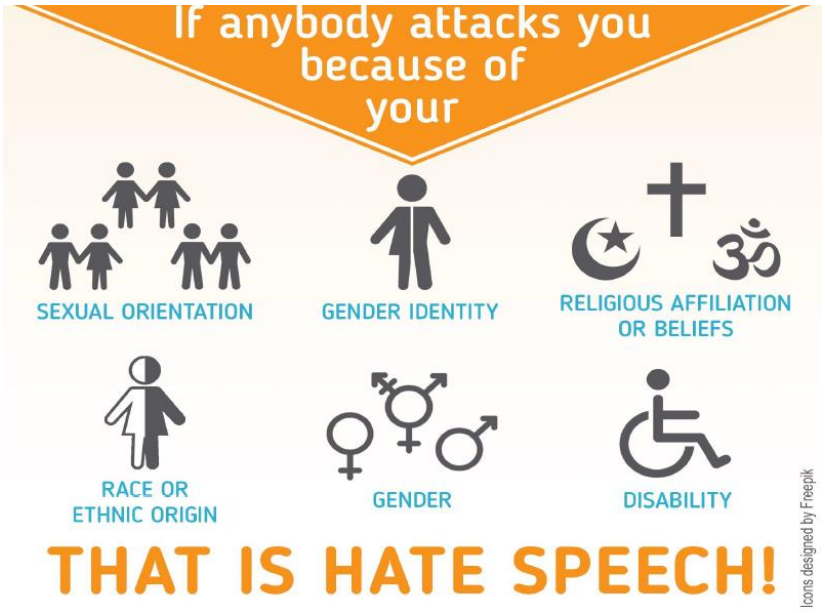
ตารางที่ 1 สรุปแนวคิดหลักของจริยธรรมของสื่อและการสื่อสารที่เชื่อมต่อและส่งผลต่อเนื่องถึงปัจจุบัน

ลำดับ	ประเด็นจริยธรรมของสื่อในปัจจุบัน	ประเด็นจริยธรรมของสื่อที่ผ่านมา
1	สิทธิมนุษยชน (human right)	ความรับผิดชอบต่อสังคม (responsibility)
2	การสื่อสารที่ก่อให้เกิดความเกลียดชัง (hate speech)	อิสระ เสรีภาพของสื่อ (freedom of the press)

3	ความเป็นส่วนตัวของบุคคล (privacy)	ความมีอิสระในการนำเสนอ การทำหน้าที่ของสื่อ (independence)
4	ผลประโยชน์ส่วนบุคคล (personal advantage)	ความจริงใจ ความถูกต้อง ความเที่ยงตรง แม่นยำ (Sincerity, truthfulness, accuracy)
5	สื่อกับความมั่นคงของประเทศ (media and national security)	การไม่แบ่งแยก (impartiality)
6	สื่อกับศาสนา ความเชื่อที่หลากหลาย (media and religion/believes)	ความยุติธรรม ความเหมาะสม (fair-play, decency)

ประเด็นจริยธรรมของสื่อที่เป็นประเด็นร่วมจากทั่วโลกในปัจจุบัน เรียงตามลำดับเช่น การสื่อสารที่ก่อให้เกิดความเกลียดชัง (hate speech) ความเป็นส่วนตัวของบุคคล (privacy) สิทธิมนุษยชน (human right) และเรื่องเกี่ยวกับสื่อกับศาสนา ความเชื่อที่หลากหลาย ความหลากหลายทางเชื้อชาติวัฒนธรรม (media and religion/believes) เป็นต้น ดังภาพที่ 1

ภาพที่ 1 ประเด็นจริยธรรมของสื่อและการสื่อสารที่เป็นประเด็นร่วมจากทั่วโลกในปัจจุบัน
ที่มา กมลรัฐ อินทรทัศน์ 2564



ภาพที่ *2* ประเด็นจริยธรรมของสื่อและการสื่อสารที่เป็นประเด็นร่วมในปัจจุบัน

ที่มา กมลรัฐ อินทรทัศน์ 2564

ภาพที่ 3 ประเด็นจริยธรรมของสื่อและการสื่อสารที่เป็นประเด็นร่วมในปัจจุบัน

ที่มา กมลรัฐ อินทรทัศน์ 2564

1.2 จรรยาบรรณ (morality) ในการประกอบกิจการสื่อเป็นเรื่องที่สำคัญมากเนื่องจากสื่อมีอิทธิพลที่สำคัญต่อสังคมและสามารถสร้างความผันผวนให้กับความคิดและพฤติกรรมของบุคคลได้ ดังนั้น เมื่อประกอบกิจการสื่อ ควรมีการพึ่งพาค่านิยมทางจรรยาบรรณเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีต่อสังคม และมีการปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณอย่างเคร่งครัดเพื่อไม่ทำให้เกิดผลกระทบที่ไม่ดีต่อสังคมและผู้บริโภค เพราะจรรยาบรรณเป็นกฎเกณฑ์และค่านิยมที่สำคัญที่ช่วยในการกำหนดแนวทางและจัดการกิจกรรมขององค์กรสื่อเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจในสื่อของสาธารณชน ประกอบด้วยประเด็นหลักๆคือ

(1) ความหมาย “จรรยาบรรณ” หมายถึง ประมวลกฎเกณฑ์ความประพฤติหรือ ประมวลมารยาทของผู้ประกอบอาชีพนั้น ๆ ต้องเป็นเอกลักษณ์ทางวิชาชีพ

“จรรยาบรรณของสื่อมวลชน” หมายถึง หลักคุณธรรมของผู้ประกอบอาชีพนักสื่อสารมวลชนมารวมตัวกันเป็นสมาคมวิชาชีพ สร้างขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติแก่ผู้ประกอบอาชีพนักสื่อสารมวลชนให้มีความรับผิดชอบ (จรรยาบรรณสื่อสารมวลชน, 2553)

(2) แนวคิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณ ในยุคดิจิทัลที่เป็นอุดมการณ์ของเทคโนโลยีและการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ จรรยาบรรณและการกำกับดูแลในการประกอบกิจการการสื่อสารเป็นเรื่องสำคัญอย่างมาก เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในวิธีการสื่อสารและการจัดการข้อมูล นอกจากนี้ยังมีองค์กรที่มีผู้คนที่เข้าถึงข้อมูลและเทคโนโลยีการสื่อสารอย่างรวดเร็วมากขึ้น ดังนั้น จรรยาบรรณและการกำกับดูแลในการประกอบกิจการการสื่อสารจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจให้กับผู้ใช้บริการ ลูกค้า และสังคมทั่วไป

เรื่องจรรยาบรรณในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัลควรให้ความสำคัญกับหลักการเชื่อถือได้และปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังต้องมีความเป็นธรรม สุจริต และเอื้อประโยชน์สูงสุดต่อลูกค้าและสังคม องค์กรควรจัดทำนโยบายและคู่มือที่ชัดเจนในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารและการจัดการข้อมูล และส่งเสริมให้พนักงานปฏิบัติตามหลักการจรรยาบรรณที่เหมาะสม ทั้งนี้เพื่อให้สื่อสารเกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอและปลอดภัย

(3) ความสำคัญของจรรยาบรรณสื่อ โดยสังเขปคือ

1. เป็นแนวทางในการควบคุมความประพฤติของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนเพื่อให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม
2. ทำให้นักสื่อสารมวลชนและวิชาชีพสื่อสารมวลชนได้รับการยินยอมยกย่อง ให้เกียรติและศรัทธาจากประชาชน
3. ทำให้ผู้ประกอบวิชาชีพการสื่อสารมวลชนเกิดความภูมิใจในอาชีพตน
4. เป็นเกราะป้องกันเสรีภาพของสื่อมวลชน

5. เป็นหลักให้ประชาชนเกิดความมั่นใจในความประพฤติของผู้ประกอบวิชาชีพนักสื่อสารมวลชน
6. ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชนและสังคม
7. เป็นปัจจัยพื้นฐานสำหรับการพัฒนา

(4) จรรยาบรรณสื่อสารมวลชนสากล ที่มีการนำมาปรับใช้ร่วมกันทั่วโลก หรืออาจจะเรียกได้ว่าเป็นกรอบที่ตกลงร่วมกันโดยภาพรวมประกอบด้วย

1. ต้องกระทำตนให้อยู่ในขอบเขตของความเหมาะสมมีกริยาดี
2. ไม่สร้างข่าวขึ้นเอง
3. ต้องเสนอข้อเท็จจริงทั้งหมดแก่ผู้รับสาร
4. ไม่ก้าวก่ายสิทธิส่วนตัวของบุคคลอื่น
5. ไม่บังคับบุคคลให้พูด
6. ซื่อสัตย์ต่อบุคคลที่ต่อสู้เพื่อสังคม
7. ซื่อสัตย์ต่อบุคคลที่นำมากล่าวถึงในคอลัมน์
8. รักษาไว้ซึ่งความลับของแหล่งข่าว
9. ไม่ปิดบังอำพรางข่าวที่นำเสนอ
10. ไม่ควรขายข่าว ขายคอลัมน์เพื่อเงิน หรือความพอใจส่วนตัว
11. ละเว้นจากการเข้าร่วมพรรคการเมือง
12. ต้องบริการคนส่วนรวม มิใช่บริการคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง
13. ช่วยต่อสู้และปราบปรามอาชญากร
14. ต้องเคารพ และช่วยผดุงกฎหมายบ้านเมือง
15. สร้างความสัมพันธ์อันดีแก่ชุมชน
16. ไม่ทำลายความสัมพันธ์ระหว่างญาติและเพื่อนของผู้อื่น
17. คำนึงว่าการหย่าร้าง การฆ่าตัวตายนั้น เป็นปัญหาสังคมสิ่งหนึ่งไม่ควรเสนอข่าวไปในเชิงไม่สุภาพ
18. อย่ากล่าวโจมตีคู่แข่ง
19. อย่าหัวเราะเยาะความวิกลจริต จิตทราม หรือพลาดโอกาสของบุคคล
20. เคารพนับถือวัด โบสถ์ เชื้อชาติ และเผ่าพันธุ์ของบุคคล
21. หน้ากีฬาควรเขียนถึงทุกๆ คน
22. แก้ไขข้อผิดพลาดที่พบในทันที

23. จำไว้ว่าข่าวที่นำเสนอนั้น มีเยาวชนชายหญิงอ่านด้วย

(https://liff.line.me/1454988218-NjbXbq18/v2/article/1ZN8BB?utm_source=lineshare)

2. หลักการนำจริยธรรม (Ethics) และจรรยาบรรณ (Morality) ไปใช้ในการประกอบกิจการในการสื่อสารในยุคดิจิทัล ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการการสื่อสารในทุกระดับ เริ่มตั้งแต่ระดับอุตสาหกรรมการสื่อสารขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาดเล็ก และรวมไปถึงผู้ประกอบกิจการรายย่อยในรูปแบบต่างๆ ทั้งหมดล้วนสามารถส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมในทุกระดับดังตัวอย่างที่ได้รับการกล่าวถึงบ่อยมากทั่วโลก เช่น

กมลรัฐ อินทรทัศน์ 2564 ผลกระทบจากสื่อที่ส่งผลต่อความรุนแรงที่ได้จากผลการศึกษาอย่างต่อเนื่องกว่า 3,000 เรื่องที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบจากสื่อที่รุนแรง พบผลสรุปเชิงประจักษ์ร่วมกันว่า ความรุนแรงจากสื่อเป็นสิ่งที่สั่งสม (Cumulative effects) Hussmann and Miller, 1994 ที่สรุปอย่างชัดเจนว่า การดูสื่อที่มีความรุนแรงจากโทรทัศน์สามารถส่งผลต่อการนำไปสู่พฤติกรรมรุนแรงต่าง ๆ ได้

“หากอธิบายด้วยกระบวนการเชิงประจักษ์ของโรคระบาดวิทยา สามารถระบุและตั้งสมุติฐานได้ว่า หากไม่มีการพัฒนาเกี่ยวกับเทคโนโลยีต่างๆ ของสื่อโทรทัศน์ สิ่งที่จะเกิดขึ้นในสหรัฐอเมริการคือ ในแต่ละปี จะเกิดฆาตกรรมลดลงกว่า 10,000 ราย จะลดการข่มขืนลงกว่า 70,000 ราย จะลดการทำร้าย โจมตีกันถึงขั้นบาดเจ็บลงกว่า 700,000 ครั้ง”

“การเข้าถึงสื่อต่าง ๆ ของเด็กเยาวชน สื่อโทรทัศน์และอื่นๆ ความรุนแรงจากสื่อต่าง ๆ จำเป็นต้องมีการกำหนดเป็นประเด็นทางสังคมร่วมกัน เช่น ประเด็นเกี่ยวสุขภาวะ ประเด็นเกี่ยวกับการรณงค์การคาดเข็มขัดนิรภัย ประเด็นเกี่ยวกับภาวะโภชนการ ฯลฯ”

The Journal of the American Medical Association (Centerwall, 1992)

ดังนั้นการนำทั้งจริยธรรม และจรรยาบรรณเข้าไปใช้เพื่อการดูแล กำกับติดตาม กำกับดูแลนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยรักษาความเป็นธรรมและความเชื่อมั่นในการทำงานของอุตสาหกรรมสื่อในทุกระดับ ดังมีประเด็นหลักๆดังต่อไปนี้

2.1 ความถูกต้องตามมาตรฐานและข้อกำหนดต่างๆร่วมกัน: การประกอบการสื่อที่มีจริยธรรมจรรยาบรรณต้องเริ่มที่การเคารพกฎกติกาที่กำหนดร่วมกัน การมีมาตรฐานตามที่กำหนดร่วมกันเพื่อเป็นการรับประกันคุณภาพของการให้บริการร่วมกัน

2.2 ความน่าเชื่อถือและความเป็นธรรม: การประกอบการสื่อที่มีจรรยาบรรณดีควรมีความน่าเชื่อถือและเป็นธรรมในการนำเสนอข่าวสารและข้อมูล ควรปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาลในการสื่อสาร ไม่เผยแพร่ข้อมูลที่

ผิดหวังหรือสร้างความสับสนให้กับผู้ใช้งาน และปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาลในการรักษาความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้งานข้อมูลด้วย

2.3 ความโปร่งใสและเปิดเผยข้อมูล: การประกอบการสื่อที่มีจรรยาบรรณดีควรมีการเปิดเผยข้อมูลและกระบวนการทำงานอย่างโปร่งใส ผู้ใช้งานควรทราบถึงแหล่งที่มาของข้อมูล และสื่อควรแสดงการทำงานของตนในลักษณะที่ชัดเจน เช่น การเผยแพร่ข้อมูลเชิงมุมหรือการประเมินความเป็นไปได้ของข่าว ความโปร่งใส: องค์กรสื่อควรมีความโปร่งใสในกระบวนการทางการเมืองและการบริหารงาน ซึ่งรวมถึงการแสดงข้อมูลเชิงสถิติ การรายงานข่าวที่เป็นกลางและเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญให้แก่สาธารณชน

2.4 ความเป็นกลางและความยุติธรรม: การประกอบการสื่อที่มีจรรยาความเป็นกลางและความสมดุล: องค์กรสื่อควรเป็นกลางและมีความสมดุลในการรายงานข่าว ไม่ควรมีความลำเอียงหรือเลือกข่าวในทางที่ไม่เป็นธรรม และควรให้ข้อมูลทั้งด้านบวกและด้านลบเพื่อให้สาธารณชนสามารถต

2.5 ความเป็นธรรม: องค์กรที่ประกอบการสื่อควรมีค่านิยมและการดำเนินงานที่เป็นธรรมและเป็นกลาง เช่น การเผยแพร่ข่าวสารที่เป็นกลาง การปฏิบัติต่อสาธารณชนที่เป็นธรรม และการเลือกใช้และรายงานข้อมูลที่สูงกว่าข้อจำกัดทางกฎหมายที่บังคับ

2.6 ความซื่อสัตย์และความสามารถในการสื่อสาร: การประกอบการต้องอยู่บนพื้นฐานของความซื่อสัตย์ความน่าเชื่อถือ โดยมีความเป็นซื่อสัตย์ในการนำเสนอข้อมูลและความจริง ไม่เผยแพร่ข้อมูลที่สร้างความสับสนหรือทำให้เกิดความเสียหายต่อผู้กลุ่มเป้าหมายของการประกอบกิจการนั้นๆ

2.7 ความรับผิดชอบต่อสังคม: การประกอบการการสื่อสารต้องตระหนักและปฏิบัติตามแนวคิด แนวทางเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การสร้างเนื้อหาที่เป็นจริง การสร้างเนื้ออหาที่ไม่ส่งผลต่อการทำลายสุขภาพ สังคม จริยธรรม ฯลฯ ของผู้ในในสังคมนั้นๆ

2.8 ความเป็นเลิศในการให้บริการ:การประกอบการการสื่อสารต้องสามารถให้บริการที่มีความเป็นมืออาชีพ คุ้มประโยชน์กับกลุ่มเป้าหมายตามที่ต้องการ

ตัวอย่างหลักการนำจริยธรรมและจรรยาบรรณไปใช้ในการประกอบกิจการในการสื่อสารในยุคดิจิทัล ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการการสื่อสารในระดับอุตสาหกรรมการสื่อสารขนาดใหญ่

นักวิชาการชัด “ไทยพีบีเอส” ซื้อหุ้น “ซีพี ” ผิดทั้งกฎหมาย – จริยธรรม – จรรยาบรรณ

ภาพที่ 4 “ไทยพีบีเอส” ซื้อหุ้น “ซีพี ” ผิดทั้งกฎหมาย – จริยธรรม – จรรยาบรรณ
ที่มา : http://www.manager.co.th/Home/ViewNews.aspx?NewsID=9600000025886

นักวิชาการสถาบันวิชาการสื่อสาธารณะ ชัด “ไทยพีบีเอส” ซื้อหุ้นซีพี ผิดทั้งกฎหมาย – จริยธรรม – จรรยาบรรณ มิหนำซ้ำยังเป็นบริษัทที่มีภาพลักษณ์ไม่ดีเรื่องธรรมาภิบาล ถ้าเกิดปัญหาจะกล้าตรวจสอบหรือ ถามยังมีจิตวิญญาณสื่อไหม เอือมผู้บริหารขู่ฟันพนักงานที่เผยความลับ ลั่นองค์กรนี้ไม่ใช่ของเอกชนแต่ประชาชนเป็นเจ้าของ ด้านอดีตประธานสภาการหนังสือพิมพ์ ชี้ ผอ. เอาเงินไปซื้อหุ้น ทำเกินอำนาจหน้าที่ที่กฎหมายกำหนดไว้ จี้คณะกรรมการนโยบายเร่งสอบสวนหาข้อเท็จจริง

13 มี.ค.2566 จากกรณีที่ ทพ.กฤษดา เรืองอารีย์รัชต ผู้อำนวยการองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) หรือ ไทยพีบีเอส ให้สัมภาษณ์ว่ามีการนำเงินไปลงทุนซื้อหุ้นกู้ ของ ซีพีเอฟ แต่เป็นการลงทุนลักษณะการซื้อตราสารหนี้ ไม่ได้เป็นการลงทุนซื้อหุ้นในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแต่อย่างใด ซึ่งการลงทุนลักษณะนี้ เป็นการลงทุนตามปกติ หน่วยงานราชการหลายแห่งก็ทำกัน

ทางด้าน นายธาม เชื้อสถาปนศิริ นักวิชาการสถาบันวิชาการสื่อสาธารณะ (สวส.) ได้โพสต์ผ่านเฟซบุ๊ก “Time Chuastapanasiri ” วิจารณ์ถึงกรณีนี้อย่างดุเดือด เนื่องจากสื่อสาธารณะต้องได้รับความไว้วางใจสาธารณะจากประชาชนในการใช้เงินภาษีประชาชนอย่างถูกต้อง เที่ยงตรง โปร่งใส เพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นกลาง แต่กลับนำเงินไปแสวงหาผลประโยชน์จากบริษัทเอกชน และยิ่งกว่านั้นยังเป็นบริษัทที่มีภาพลักษณ์ด้านธรรมาภิบาลไม่ดีนัก หากเกิดปัญหาขึ้นมาจะกล้าตรวจสอบหรือไม่ ... ข้อความที่ นายธาม มีรายละเอียดดังนี้

“Spirits of ThaiPBS? ยังมีไหมจิตวิญญาณสื่อสารธารณะ ผมคิดว่า กรรมการบริหาร และกรรมการนโยบาย “หมดหนทางใดๆ ที่ที่จะแก้ตัว แก้ต่าง” ได้อีก การรักษาความอิสระ เสรีภาพ และความเที่ยงตรง โปร่งใส ตรวจสอบได้ ของไทยพีบีเอสในตอนนี้ “เข้าขั้นวิกฤติธรรมาภิบาล” จะตรวจสอบผู้อื่นได้อย่างกล้าหาญได้อย่างไรครับ? ถ้าองค์กรตัวเองก็ไม่กล้าตรวจสอบผู้บริหารองค์กรสื่อสาธารณะ “ขู่เอาผิดวินัยกับพนักงานหากเอาความลับองค์กรไปเปิดเผยต่อสาธารณะ”? นี่มันเป็นองค์กรประเภทไหนครับ นี่เป็นองค์กรรัฐ ที่มีประชาชนเป็นเจ้าของ ใช้เงินภาษีประชาชน แต่กลับ “เงียบงำปิดปากพนักงาน” นี่ไม่ใช่บริษัทเอกชนส่วนตัวนะครับ ที่จะสั่งให้ใครทำอะไรก็ได้ องค์กรนี้ มีเจ้าของ คือประชาชน!!”

อีกโพสต์ได้วิจารณ์ถึงคำให้สัมภาษณ์ของ ผู้อำนวยการไทยพีบีเอส ว่า “ตรรกะวิบัติ?” ฟังท่าน ผอ.ส.ส.ท. “อ้างเหตุผล” ว่าไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อน ตลกมากครับ ไม่เคยเรียนวารสารศาสตร์ ไม่มีทางเข้าใจแนวคิดเรื่องสิทธิเสรีภาพ และความอิสระของกองบรรณาธิการ การเอาเงินไปฝากธนาคารนั่นเรื่องหนึ่ง เอาเงินไปซื้อหุ้นกู้เอื้อธุรกิจเอกชนก็เรื่องหนึ่ง เพราะเอื้อผลประโยชน์ให้คุณให้โทษกันได้ ซีพีเอฟมีปัญหาภาพลักษณ์จริยธรรม มีหลายข่าวเรื่องเกษตรกรความเป็นธรรมการเกษตร การทำไร่นาที่มีปัญหามากมาย ที่สื่อสาธารณะควรไปตรวจสอบ เอาเงิน 200 ล้านบาทไปซื้อหุ้นกู้เขา แล้วกล้ารายงานข่าวตรวจสอบธุรกิจเขาไหมครับ?

ให้ สตง. ตรวจสอบสิครับ ว่าผิดทั้งกฎหมาย ผิดทั้งจริยธรรม ผิดทั้งจรรยาบรรณของพนักงานและผู้บริหาร ส.ส.ท. หรือไม่? กฎหมายบอกว่าให้เอาเงินไปทำในกิจการของสื่อสาธารณะ เขาไม่ได้บอกว่าให้เอาเงินไปลงทุนซื้อหุ้นเก็งกำไร เงินถ้าเหลือ เอาไปทำสื่อ/สารคดี ดีๆ ให้ประชาชนได้ดู เอาเงินไปพัฒนาอบรมทักษะคนทำงานให้สร้างสรรค์สื่อดี ๆ สิครับ สื่อสาธารณะต้องอิสระจากอำนาจรัฐ อำนาจทุน และกลุ่มรณรงค์ทางการเมือง

ถ้าทำข่าวเรื่องนี้อย่างสมดุล รอบด้าน ต้องเอาความเห็นสองฝั่งมาออกสิครับ ไม่ใช่ใช้สื่อของประชาชนมาพูดอยู่แต่เพียงข้างเดียวลำพัง เหลือเชื่อจริงๆ!!” (Positioning Magazine)

นอกจากนี้ นายจักร์กฤษ เพิ่มพูล อดีตประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ก็ได้โพสต์ผ่านเฟซบุ๊ก “จักร์กฤษ เพิ่มพูล” ถึงกรณีดังกล่าวว่า ผู้อำนวยการนำเงินไปซื้อหุ้น เป็นการทำเกินอำนาจหน้าที่ ที่กฎหมายกำหนดไว้ ซึ่งคณะกรรมการนโยบาย มีอำนาจในการแต่งตั้งและถอดถอนผู้อำนวยการ จะต้องดำเนินการสอบสวนหาข้อเท็จจริงเร่งด่วน

เนื้อหาที่โพสต์มีรายละเอียดดังนี้ “เมื่อสื่อสาธารณะไม่โปร่งใส – อ่านกฎหมายหลายตลบก็ยังไม่พบว่าผู้อำนวยการ คณะกรรมการบริหารองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย มีอำนาจทำให้สื่อสาธารณะ แปรรูปเป็นองค์กรแสวงหากำไร รับเงินปันผลจากบริษัทเอกชนตรงไหน นอกจากข้อความนี้

ภาพที่ 5 “ไทยพีบีเอส” ซื้อหุ้น “ซีพี ” ผิดทั้งกฎหมาย – จริยธรรม – จรรยาบรรณ
ที่มา : http://www.manager.co.th/Home/ViewNews.aspx?NewsID=9600000025886

วัตถุประสงค์ขององค์การ

(๒) ผลิตรายการทางด้านข่าวสาร สาระประโยชน์ทางด้านการศึกษา และสาระบันเทิง ที่มีสัดส่วนอย่างเหมาะสมและมีคุณภาพสูง เน้นความหลากหลายในมิติต่างๆ โดยมุ่งดำเนินการอย่างปราศจากอคติทางการเมืองและผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ #ไทยพีบีเอสกับผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ อำนาจตามกฎหมายของผู้อำนวยการ มาตรา ๓๘ ในการปฏิบัติหน้าที่ ให้ผู้อำนวยการมีอำนาจ

(๑) ออกระเบียบในการบริหารกิจการขององค์การ รวมทั้งระเบียบและวิธีปฏิบัติงานของพนักงานหรือลูกจ้างขององค์การ ทั้งนี้โดยไม่ขัดหรือแย้งกับระเบียบกลางที่คณะกรรมการนโยบายกำหนด

(๒) ทำสัญญาจ้าง เลิกจ้าง เลื่อน ลด หรือตัดเงินเดือน หรือค่าจ้าง ตลอดจนลงโทษทางวินัยแก่พนักงานและลูกจ้างขององค์การตามระเบียบ ที่คณะกรรมการบริหารกำหนด

(๓) แต่งตั้งนายสถานีและคณะกรรมการบริหารสถานี

อำนาจหน้าที่ผู้อำนวยการมีเท่านี้ การเอาเงินขององค์การไปซื้อหุ้นกู้บริษัทเอกชน หรือการลงทุนในตราสารหนี้ ซีพีเอฟ เป็นการจัดการงานเกินอำนาจ หน้าที่หรือไม่ เป็นเรื่องที่ต้องตรวจสอบกันอย่างชัดเจน เปิดเผยตรงไปตรงมา

เมื่อมีข้อสงสัยในตัวผู้อำนวยการ เป็นหน้าที่ตามกฎหมายของคณะกรรมการนโยบาย ที่เป็นผู้กำหนดข้อบังคับด้านจริยธรรมของกรรมการบริหาร ผู้อำนวยการ มีอำนาจในการแต่งตั้งและถอดถอนผู้อำนวยการ จะต้อง

ดำเนินการสอบสวนหาข้อเท็จจริงเร่งด่วน เพื่อธำรงไว้ซึ่งความเป็นสื่อสาธารณะ ที่ต้องโปร่งใส ชัดเจน และวางใจได้

นับว่าเป็นบทเรียนที่ย้อนไปในตอนต้นที่เกี่ยวกับการแต่งตั้งผู้อำนวยการ สสท.เราอาจมองข้ามคุณสมบัติสำคัญคือ ผู้อำนวยการต้องมีความรู้ความเข้าใจ และมีความเชี่ยวชาญหรือมีประสบการณ์ในกิจการวิทยุกระจายเสียงกิจการวิทยุโทรทัศน์ หรือการสื่อสารมวลชน แต่จนถึงนาทีนี้เราอาจเริ่มคิดได้ว่าคนที่ไม่มีจิตวิญญาณ ไม่มีประสบการณ์ตรงด้านสื่อสารมวลชน จะก่อความเสียหายร้ายแรงให้กับองค์การ ภาพลักษณ์ขององค์การได้อย่างไร”

ที่มา : http://www.manager.co.th/Home/ViewNews.aspx?NewsID=9600000025886

ปณัชญา ลีลายุทธและบุญเลิศ โอฐสู (2559) จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อมวลชนยุคสื่อดิจิทัล กล่าวว่า การตระหนักในหน้าที่ความรับผิดชอบ การกำกับดูแลตนเองท่ามกลางสังคมที่คาดหวังจากผู้เป็นมืออาชีพของนักการสื่อสารต่อการปฏิบัติหน้าที่ที่ดี ซึ่งหากยังมิได้ทบทวนและแก้ไข เกียรติศักดิ์ศรีความน่าเชื่อถือย่อมลดน้อยถอยลง อีกทั้งความทันสมัยของยุคสื่อดิจิทัลทุกคนต่างล้วนเป็นผู้ผลิตข่าวสารได้ด้วยตนเอง ทาอย่างไรที่จะให้ความเป็นมืออาชีพแตกต่างไปจากสื่อพลเมืองคนทั่วไป จริยธรรมจรรยาบรรณสื่อจึงเป็นข้อกาหนดที่ชัดเจนในวิชาชีพนักการสื่อสารแม้ว่าความเปลี่ยนแปลงจะเปลี่ยนไปอย่างไรก็ตาม แต่หากยังยึดมั่นในหลักการชัดเจนภายใต้จิตสานึกที่ดีและการปฏิบัติงาน ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือสื่อที่ดีก็จะยังคงอยู่ต่อไปในอาชีพนักการสื่อสาร และไม่ถูกลดบทบาทจากสังคมลงไปในอนาคต

กิจกรรม 13.1.1

1.ให้นักศึกษาอธิบายเกี่ยวกับความหมาย แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับจริยธรรม จรรยาบรรณและการกำกับดูแลในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัล

แนวตอบกิจกรรม 13.1.1

ความหมาย แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับจริยธรรม จรรยาบรรณและการกำกับดูแลในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัลเริ่มที่ความหมายของจริยธรรมกับจรรยาบรรณนี้มีความหมายใกล้เคียงกันมาก ส่วนใหญ่เข้าใจว่าเป็นเรื่องเดียวกัน พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ให้ความหมายไว้ว่า “จริยธรรม” คือ ธรรมที่เป็นข้อประพฤติปฏิบัติ หรือคุณความดีที่ควรปฏิบัติ ในทำนองเดียวกัน“จริยธรรมของสื่อ หรือนักประกอบการสื่อ”เน้นที่สำนึกแห่งความรับผิดชอบ ที่มีต่อการประกอบการสื่อนั้นๆ โดยเฉพาะในการประกอบการ

เกี่ยวกับสื่อดิจิทัล รวมทั้งสื่อหลอมรวมต่างๆในปัจจุบัน เพราะหากผู้ประกอบการสื่อ อุตสาหกรรมสื่อทุกระดับเป็นสื่อที่มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพ สังคมก็จะดีขึ้นโดยภาพรวม สามารถแยกแยะสิ่งที่ควรปฏิบัติ หรือไม่ควรปฏิบัติ สิ่งที่ดี และสิ่งที่ไม่ดีต่างๆ ในขณะที่ “จรรยาบรรณ” หลักคุณธรรมของผู้ประกอบการสื่อในระดับต่างๆ ร่วมกันกำหนดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติแก่ผู้ประกอบสื่อให้มีความรับผิดชอบร่วมกัน เช่น เป็นแนวทางในการควบคุมความประพฤติของผู้ประกอบการสื่อให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ได้รับการยอมรับ เชื่อถือ สร้างความภูมิใจในอาชีพโดยเฉพาะในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลและนัตกรรมการสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน

เรื่องที่ 13.1.2

การกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัล

ในการประกอบการเกี่ยวกับกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัล การกำกับดูแลการประกอบกิจการการสื่อสารนับว่าเป็นกระบวนการที่สำคัญในการให้บริการสื่อสารที่มีคุณภาพและปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้บริการ ทั้งนี้เป็นเพราะการสื่อสารในสังคมปัจจุบันมีความรวดเร็ว ทันสมัยและเป็นสื่อสารที่สามารถส่งผลผลกระทบต่อทุกระดับ ตั้งแต่ระดับประเทศ ระดับองค์องค์กร ระดับครัวเรือนและระดับปัจเจกชนทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นความเชื่อมั่น ภาพลักษณ์ การได้รับการนิยม ความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติ และผลประกอบการ ฯลฯ ดังนั้นการกำกับดูแลการประกอบกิจการการสื่อสารจะเป็นการตั้งข้อตกลงร่วมกัน กฎระเบียบและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจร่วมกันและเกิดการปฏิบัติตามร่วมกันอย่างถูกต้อง โดยในปัจจุบันได้มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและเครื่องมือต่างๆที่เหมาะสมเพื่อความรวดเร็วและความสะดวกในการตรวจสอบและดำเนินการกำกับดูแลการประกอบกิจการการสื่อสารให้เป็นไปตามข้อกำหนดที่กำหนดไว้ การกำกับดูแลจริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบการสื่อจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญในการสร้างสังคมและวัฒนธรรมที่เป็นธรรมและความเหมาะสมในการใช้สื่อ ตัวอย่างเช่น การกำกับดูแลด้วยการกำหนดนโยบายและมาตรฐานต่างๆร่วมกัน การส่งเสริมการใช้สื่อที่มีคุณค่าและสร้างสรรค์ หรือกำหนดข้อบังคับต่างๆเพื่อเป็นกรอบและบรรทัดฐานในการปฏิบัติงานร่วมกัน

ดังตัวอย่างเช่น การร่วมกันปฏิรูปสื่อท่ามกลางกระแสความเปลี่ยนแปลง กระแสความคาดหวัง และกระแสของเทคโนโลยดิจิทัลต่างๆ คณะกรรมาธิการปฏิรูปการสื่อสารมวลชนและเทคโนโลยีสารสนเทศสภาปฏิรูปแห่งชาติได้จัดทำข้อเสนอเรื่องการปฏิรูปสื่อสารมวลชนและสารสนเทศ เสนอต่อสภาปฏิรูปแห่งชาติพร้อมทั้งเสนอร่างพระราชบัญญัติ คุ้มครองสิทธิเสรีภาพ ส่งเสริมจริยธรรม และมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน เพื่อหาทางออกร่วมกันเกี่ยวกับความท้าทายต่างๆที่เกี่ยวข้องกับสื่อ ธุรกิจสื่อ ผู้ประกอบการสื่อ อุตสาหกรรมสื่อ ดังเช่น

ปัญหาความเป็นอิสระและเสรีภาพในการทำงานของสื่อ ปัญหาความรับผิดชอบของสังคมสื่อวิชาชีพ และปัญหาการกำกับดูแลกันเองด้านจริยธรรม ขององค์กรวิชาชีพสื่อ ปัญหาการกำกับดูแลสื่อโดยองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระ ปัญหาการมีส่วนร่วมของประชาชน

ซึ่งหนึ่งในยุทธศาสตร์หลักของการปฏิรูปสื่อคือ การกำกับดูแลสื่อ ตามด้วยเสรีภาพสื่อบนความรับผิดชอบและการป้องกันการแทรกแซงสื่อ โดยมีหลักการและสาระสำคัญคือ

ปัญหาสถานการณ์ด้านจริยธรรมสื่อ การประกอบการสื่อในประเทศไทยช่วงที่พบบ่อยคือ ความไม่เป็นกลาง นำเสนอเนื้อหาไม่ถูกต้อง นำเสนอเนื้อหารุนแรง ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ตัดสินผู้ตกเป็นข่าว รับอามิจสินจ้าง การไม่ปฏิบัติตามหรือการละเมิดจริยธรรมของสื่อมวลชน การโฆษณาที่ผิดกฎหมาย ขายสินค้าที่ไม่มีข้อมูลความจริง หรือเกินความจริง เนื้อหาหรือภาพข่าวที่ล่อแหลม เป็นการล่วงละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและสิทธิมนุษยชน ขาดความเป็นกลางในการนำเสนอข้อมูล นำเสนอเนื้อหาที่ยั่วยุ สร้างความเกลียดชัง ก่อให้เกิดความแตกแยกทางสังคม โดยเฉพาะข่าวสารทางการเมือง

1. แนวคิดหลักๆ เกี่ยวกับการกำกับดูแลการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัลโดยภาพรวมคือ

1.1 นโยบายและกฎระเบียบ: องค์กรควรมีนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลและการสื่อสารออนไลน์ รวมถึงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้พนักงานทุกคนเข้าใจและปฏิบัติตามตามเกณฑ์ที่กำหนด

1.2 การสร้างและบริหารความรู้: องค์กรควรสร้างและบริหารจัดการความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลและการสื่อสารออนไลน์ให้เหมาะสม เช่น การให้คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้งานอย่างถูกต้องและปลอดภัย การเผยแพร่คู่มือการใช้งาน หรือการจัดอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้แก่พนักงาน

1.3 ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว: การสื่อสารในยุคดิจิทัลต้องมีการคำนึงถึงความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว องค์กร

1.4 การสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการสร้างความสำเร็จของธุรกิจและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในยุคปัจจุบัน

2. การกำกับดูแลการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัลด้วยข้อตกลง ข้อกำหนด ข้อบังคับ กฎหมาย นโยบาย มาตรการ ฯลฯ ร่วมกัน เช่น

2.1 การกำกับดูแลโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

การกำกับดูแลกิจการสื่อหรือการควบคุมสื่อมักจะมีหลายรูปแบบตามประเทศและสภาวะการดำเนินงานของอุตสาหกรรมสื่อในแต่ละท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม นี่คือรูปแบบการกำกับดูแลกิจการสื่อที่พบได้บ่อยที่สุด:

(1) กำกับดูแลโดยรัฐบาล: ในบางประเทศ รัฐบาลมีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลกิจการสื่อ โดยมีหน่วยงานหรือกรมที่รับผิดชอบในการออกนโยบาย ตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมาย และให้การอนุญาตให้กิจการสื่อเริ่มต้นหรือดำเนินงานต่อไป

(2) การกำกับดูแลโดยองค์กรเอกชน: ในบางประเทศ มีองค์กรเอกชนที่รับผิดชอบในการกำกับดูแลกิจการสื่อ อาทิเช่น สมาคมสื่อมวลชน สภาวิชาชีพสื่อ หรือสมาคมผู้ให้บริการสื่อ องค์กรเหล่านี้สามารถกำหนดมาตรฐานและจริยธรรมสำหรับการดำเนินกิจการสื่อ รวมถึงสนับสนุนการศึกษาและพัฒนาสื่อวิชาชีพ

ในส่วนของการกำกับดูแลเกี่ยวกับการประกอบกิจการการสื่อสารหลักๆของประเทศไทยคือ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย (พ.ศ. 2560) ที่กำหนดให้การใช้คลื่นความถี่ต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดต่อประชาชน ความมั่นคงของรัฐ รวมตลอดทั้งการให้ประชาชนมีส่วนได้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ด้วย พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 เพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน ความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะ รวมตลอดทั้งการให้ประชาชนมีส่วนได้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ ต้องจัดให้มีมาตรการป้องกันมิให้มีการแสวงหาประโยชน์จากผู้บริโภคโดยไม่เป็นธรรม หรือสร้างภาระแก่ผู้บริโภคเกินความจำเป็น ป้องกันมิให้คลื่นความถี่รบกวนกัน ป้องกันการกระทำที่มีผลเป็นการขัดขวางเสรีภาพในการรับรู้ หรือปิดกั้นการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องตามความเป็นจริงของประชาชน และป้องกันมิให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใด ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่โดยไม่คำนึงถึงสิทธิของประชาชนทั่วไป รวมถึงป้องกันผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนที่อาจเกิดจากการใช้คลื่นความถี่ ตลอดทั้งการกำหนดสัดส่วนขั้นต่ำที่ผู้ใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่จะต้องดำเนินการเพื่อประโยชน์สาธารณะ

โดยมีอำนาจหน้าที่ที่เกี่ยวข้องเช่น พิจารณาอนุญาตและกำกับดูแลการใช้คลื่นความถี่และเครื่องวิทยุคมนาคมในการ ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม หรือในกิจการวิทยุคมนาคม และกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการอนุญาต เงื่อนไข หรือค่าธรรมเนียมการอนุญาตดังกล่าว เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ รวดเร็ว ถูกต้อง และเป็นธรรมโดยคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ อีกทั้งคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชนมิให้ถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการ และคุ้มครองสิทธในความเป็นส่วนตัวและเสรีภาพของบุคคลในการสื่อสารถึงกันโดยทางโทรคมนาคม และส่งเสริมสิทธิเสรีภาพและความเสมอภาคของประชาชนในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์คลื่นความถี่ ที่ใช้ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม โดยกำหนดหน่วยงานที่กำกับดูแลโดยเฉพาะเช่น สำนักกำกับการใช้คลื่นความถี่ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (คส.) สำนักส่งเสริมการแข่งขันและกำกับดูแลกันเอง (สส.)

2.2 การกำกับดูแลตามข้อตกลง กฎหมาย กติกา ข้อกำหนดต่างๆร่วมกันเช่น “การจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์”

กสทช. มุ่งเน้นการจัดระดับความเหมาะสมของรายการและละครโทรทัศน์เกี่ยวกับเนื้อหาที่ควร ส่งเสริม ตามประกาศแนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ ปี พ.ศ. 2556 ซึ่งมีทั้งหมด 6 ด้าน คือ 1. เกิดระบบวิธีคิด 2. ความรู้ในเรื่องวิชาการ ตลอดจนความรู้ในศาสตร์สาขาต่าง ๆ 3. การพัฒนาด้านคุณธรรมและจริยธรรม 4. การเรียนรู้เกี่ยวกับทักษะชีวิต 5. การเรียนรู้ยอมรับเข้าใจและชื่นชมความหลากหลายในสังคม 6. การพัฒนาความสัมพันธ์ของคนในครอบครัวและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล นอกจากนี้ กสทช. ยังได้ประกาศเรื่องแนวทางจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ตามประกาศ กสทช. เรื่องหลักเกณฑ์การจัดผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. กำหนดลักษณะของเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่ไม่เหมาะสม ได้แก่ เนื้อหาเรื่องพฤติกรรมและ ความรุนแรงจำนวน 12 ตัวชี้วัด เนื้อหาเรื่องทางเพศจำนวน 3 ตัวชี้วัด และเนื้อหาเรื่องภาษา จำนวน 3ตัวชี้วัด

2. กำหนดการจัดระดับความเข้มของเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่ไม่เหมาะสม ได้แก่ 0 = ไม่มี 1 = มี ในระดับอ่อน 2 = มีในระดับปานกลาง และ 3 = มีในระดับเข้ม

3. กำหนดการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ตามช่วงวัย ดังนี้

ป = รายการสำหรับเด็กปฐมวัย อายุ 3-5 ปี

ด = รายการสำหรับเด็ก อายุ 6-12 ปี

ท = รายการที่เหมาะสมสำหรับผู้ชมทุกวัย

น13 = รายการที่เหมาะสมกับผู้ชมที่มีอายุ 13 ปีขึ้นไป ผู้ชมที่มีอายุน้อยกว่า 13 ปี ควรได้รับคำแนะนำ

น18 = รายการที่เหมาะสมกับผู้ชมที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ผู้ชมที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี ควรได้รับคำแนะนำ

ฉ = รายการที่ไม่เหมาะสมสำหรับเด็กและเยาวชน

นอกจากนี้ยังได้กำหนดช่วงเวลาในการออกอากาศตามระดับความเหมาะสมในแต่ละช่วงวัยคือ ป/ด/ท = ออกอากาศได้ทั้งวัน, น13 = 20.30-05.00 น., น18 = 22.00-05.00 น. และ ฉ = 24.00-05.00น. และเพื่อเป็นการคุ้มครองเด็กและเยาวชน ได้กำหนดช่วงเวลาการออกอากาศ (Water Shed) ที่เหมาะสม โดยกำหนดให้มีรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเด็กและเยาวชนอย่างน้อยวันละ 60นาที ระหว่างช่วงเวลา 16.00-18.00 น. ของทุกวัน และระหว่างช่วงเวลา 07.00-09.00 น. ในวันเสาร์และวันอาทิตย์ นอกจากนี้ ในระหว่างช่วงเวลา 18.00-22.00 น. เป็นช่วงเวลาที่จำนวนผู้รับชมสูง ซึ่งเด็กและเยาวชนอาจรับชมอยู่ด้วย จึงให้ออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาที่มีความเหมาะสมและไม่เป็นภัยต่อการพัฒนาทั้งในด้านสติปัญญา อารมณ์ และสังคมของเด็กและเยาวชน

2.3 การกำกับดูแลตามกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น

(1) พระราชบัญญัติ องคกรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน และกิจการ โทรคมนาคม พ.ศ. 2553

(2) "พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล" (Personal Data Protection Act) หรือที่เรียกสั้นๆว่า “กฎหมาย PDPA” หมายถึง ซึ่งเป็นกฎหมายที่ได้รับการจัดทำขึ้นในประเทศไทยเพื่อคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของบุคคลในประเทศไทย เริ่มมีผลบังคับใช้เต็มรูปแบบในวันที่ 27 พฤษภาคม 2564 โดยกฎหมาย PDPA มีวัตถุประสงค์หลักในการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและส่งเสริมความรับผิดชอบในการจัดการข้อมูลส่วนบุคคลของบุคคลในประเทศไทย มีข้อกำหนดและเงื่อนไขสำหรับการเก็บรวบรวม ใช้ และเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงการปรับปรุงมาตรฐานด้านความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลด้วย เพื่อให้ผู้ควบคุมข้อมูล (data controller) และผู้ดำเนินการข้อมูล (data processor) รับผิดชอบในการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลให้เกิดความเป็นส่วนตัวและความลับตามหลักการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลที่เหมาะสมและมีคุณภาพ

ภาพที่ 6 พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (กฎหมาย PDPA)

ที่มา https://home.maefahluang.org/17955979/pdpa-question

กฎหมาย PDPA มีผลกระทบต่อการประกอบกิจการสื่อสารอย่างมาก เนื่องจากสื่อสารมักจะรวบรวมและใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของบุคคลอื่นโดยตรง หรืออาจเกี่ยวข้องกับการตลาด การโฆษณา หรือกิจกรรมทางการตลาดอื่น ๆ ดังนั้นผู้ประกอบกิจการสื่อสารจำเป็นต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดหลักต่อไปนี้:

(2.1) การเก็บรวบรวมและใช้ข้อมูลส่วนบุคคล: ในกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลจำเป็นต้องได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลในการใช้งานและการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อปกป้องความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล การเก็บรักษาข้อมูล: ให้มีการบันทึกและเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลไว้ในระยะเวลาที่จำเป็นเท่านั้น และต้องดำเนินการทำลายข้อมูลเมื่อไม่จำเป็นต่อการใช้งาน

(2.2) การป้องกันการขโมยข้อมูล: ปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการขโมยข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงมีการควบคุมการเข้าถึงข้อมูล เช่น ใช้รหัสผ่านและระบบรักษาความปลอดภัยอื่น ๆ

(2.3) การเปิดเผยข้อมูล: หากมีความจำเป็นต้องเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลให้แน่ใจว่าได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลและปฏิบัติตามข้อกำหนดของ PDPA ในการเปิดเผยข้อมูล

(2.4) การรับรองความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล: นายจ้างและเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลต้องดูแลและรับรองความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลที่รวบรวม และใช้มาตรการที่เหมาะสมในการป้องกันการเข้าถึง การใช้หรือการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวโดยไม่ได้รับอนุญาต

(2.5) การขอความยินยอม: การประกอบกิจการสื่อสารต้องได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนตัว ในปัจจุบันการประกอบกิจการสื่อสารและการใช้ข้อมูลส่วนตัวมีความสำคัญอย่างมากในสังคมดิจิทัล เพื่อความเป็นธรรมและเพื่อความเคารพต่อสิทธิและความเป็นส่วนตัวของบุคคล เจ้าของข้อมูลส่วนตัวต้องได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลก่อนที่ข้อมูลส่วนตัวของเขาจะถูกใช้หรือเปิดเผยให้แก่บุคคลอื่น ๆ ในทางปฏิบัติ การขอความยินยอมมักจะเกี่ยวข้องกับการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนตัวและการใช้ข้อมูลนั้นในวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้ก่อนหน้านั้น

การขอความยินยอมนั้นควรปฏิบัติตามหลักการและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น ในบางประเทศมีกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data Protection) ที่กำหนดข้อกำหนดและเงื่อนไขในการขอความยินยอมและบริษัทหรือองค์กรที่ประกอบกิจการสื่อสารบางแห่งอาจมีนโยบายความเป็นส่วนตัวและเงื่อนไขการใช้ข้อมูลที่ต้องได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลก่อน ซึ่งในการขอความยินยอมควรมีข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการใช้ข้อมูล รายละเอียดของข้อมูลที่จะถูกเก็บรวบรวม ระยะเวลาในการเก็บรักษาข้อมูล และผู้รับข้อมูล (ถ้ามี) เป็นต้น

(3) พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ กฎหมายลิขสิทธิ์มีวัตถุประสงค์ให้ความคุ้มครองป้องกันผลประโยชน์ทั้งทางเศรษฐกิจและทางศีลธรรม ซึ่งบุคคลพึงได้รับจากผลงานสร้างสรรค์อันเกิดจากความนึกคิดและสติปัญญาของตน นอกจากนี้ยังมุ่งที่จะสนับสนุน ส่งเสริมให้เกิดการสร้างสรรค์ผลงาน กล่าวคือ เมื่อผู้สร้างสรรค์ได้รับผลตอบแทนจากหยาดเหงื่อแรงกาย และสติปัญญาของตน ได้รับผลประโยชน์ตอบแทนจากการลงทุน ก็ย่อมจะเกิดกำลังใจที่จะคิดค้นสร้างสรรค์ และเผยแพร่ผลงานให้แพร่หลายออกไปมากยิ่งขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศชาติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี การกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาสติปัญญาของคนในชาติ เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่จะนำไปสู่ การพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต ประเทศไทยได้ประกาศใช้พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 เพื่อใช้บังคับแทน พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2521 โดยมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 21 มีนาคม 2538 พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ ให้ความคุ้มครองต่อโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยจัดเป็นผลงานทางวรรณกรรมประเภทหนึ่ง และงานที่ได้จัดทำขึ้นก่อนวันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ และเป็นงานที่ได้รับความคุ้มครองลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัตินี้ จะได้รับความคุ้มครองลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัตินี้ แม้ว่าประเทศไทยจะมีกฎหมายคุ้มครองลิขสิทธิ์มาเป็นระยะเวลานานแล้ว แต่ความเข้าใจของประชาชนโดยทั่วไป ในเรื่องลิขสิทธิ์ยังไม่ชัดเจน ความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการคุ้มครองลิขสิทธิ์ และทัศนคติที่ถูกต้อง เกี่ยวกับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา เป็นปัจจัยสำคัญ ที่จะนำไปสู่การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ที่ยั่งยืนกว่าการปราบปรามการละเมิดลิขสิทธิ์ซึ่งเป็นการแก้ปัญหาที่ปลายเหตุ พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ได้ให้ความหมายของคำว่า "ลิขสิทธิ์" ว่า

หมายถึง สิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะ ทำการใดๆตามพระราชบัญญัตินี้" เกี่ยวกับงานที่ผู้สร้างสรรค์ได้ทำขึ้น คือ หมายความว่า เจ้าของลิขสิทธิ์เพียงผู้เดียวเท่านั้นที่มีสิทธิจะทำอย่างไรก็ได้กับงานอันมีลิขสิทธิ์ของตนเอง

3.วิธีการกำกับดูแลโดยภาพรวม ที่ใช้ทั้งการทำหน้าที่และการประกอบกิจการสื่อ 3 แบบ

จากกระแสเรียกร้องให้มีการกำกับดูแลสื่ออย่างจริงจัง โครงการศึกษาวิจัยการปฏิรูปสื่อมูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทยจึงได้มีการศึกษา ประเด็นหลักๆ ที่เกี่ยวข้องคือ

ความหมายและขอบเขต “การกำกับดูแล” หมายถึง การดำเนินการเพื่อให้พฤติกรรมหรือการดำเนินการของสิ่งใด หรือใคร อะไรใดๆ ก็ตามเป็นไปในลักษณะที่พึงประสงค์ตามเปูาหมายที่กาหนดไว้ การกากับดูแลสื่อมีได้หลายมิติขึ้นกับเป้าหมายและแกนกลางของสิ่งที่ต้องการกำกับดูแล เช่น มิติที่ในเรื่องสารัตถะของการกำกับดูแลที่มีการแบ่งแยกระหว่างกิจการหรือตลาดออกจากเนื้อหา ก็จะเป็นการกำกับดูแลทางด้านโครงสร้าง (Structure) และการกำกับดูแลด้านเนื้อหา (Content) หากเป็นมิติที่พิจารณาจากเกณฑ์ในเรื่องระบอบ (Regime) หรือพื้นที่ทางอานาจและตัวเล่น (Players) ในการกากับดูแลก็จะเป็นการกำกับดูแลโดยอานาจจากรัฐ (State Regulation) การกำกับดูแลตนเอง / กันเอง (Self-regulation) และการกำกับดูแลร่วมกัน (Co-regulation) หรือ

ถ้าเป็นมิติเกี่ยวกับกระบวนการหรือขั้นตอนในการใช้เครื่องมือเพื่อกำกับดูแลก็จะเป็นการกำกับดูแลเชิงป้องกัน หรือกำกับดูแลก่อน (Ex-ante Regulation) และการกำกับดูแลเชิงแก้ไขปัญหา หรือกำกับดูแลภายหลัง (Ex-post regulation) หากถ้าเป็นมิติของแนวทางของการพิจารณาปัญหาและวิธีการในการกำกับดูแล ก็จะเป็นการกำกับดูแลเชิงบวก (Positive Regulation) และการกำกับดูแลเชิงลบ (Negative Regulation) เป็นต้น

ในปัจจุบัน คณะกรรมาธิการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านการสื่อสารมวลชน, 2561 ผลักดันให้มีการออกกฎหมายกไกับดูแลสื่อมวลชน และจัดตั้งสภาวิชาชีพขึ้นมาดูแล โดยมีแนวคิดในการกำกับดูแล 3 รูปแบบ คือ

3.1 การกำกับดูแลกันเอง (Self-regulation) เป็นกระบวนการที่หลากหลายและมีลักษณะที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับวงการและประเทศต่าง ๆ แต่ส่วนใหญ่เป็นการกำกับดูแลเนื้อหาทางด้านสาระสำหรับสื่อมวลชน เพื่อให้การสื่อสารที่เกิดขึ้นเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคมและปกป้องสิทธิและความเป็นส่วนตัวของประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากสื่อมวลชน นี่เป็นการหลีกเลี่ยงการรั่วไหลของข้อมูลที่ไม่เหมาะสมหรือเป็นอันตรายและสร้างสภาพแวดล้อมที่เสริมสร้างความไว้วางใจให้กับผู้บริโภค ซึ่งการกำกับดูแลกันเองสามารถดำเนินการโดยองค์กรหรือสมาคมที่เกี่ยวข้องกับวงการสื่อ หรือในบางกรณีก็อาจมีการกำหนดมาตรฐานและกฎระเบียบที่ผู้ให้บริการสื่อต้องปฏิบัติตาม

การกำกับดูแลกันเองโดยองค์กรวิชาชีพ ถูกวิจารณ์ว่าเป็นเพียงเสือกระดาษ ไม่สามารถดูแลด้านจริยธรรมของสมาชิกได้จริง อย่างไรก็ดี หากใช้การกำกับดูแลโดยรัฐ ถือว่าสุ่มเสี่ยงต่อประเด็นด้านเสรีภาพของสื่อมวลชน จึงได้มีความพยายามในการรณรงค์ให้เกิดการกำกับดูแลตนเอง แต่เท่าที่ผ่านมา การกำกับดูแลตนเองยังทำได้ไม่

ครบถ้วน ภาคประชาชนไม่สามารถมีส่วนร่วมในการกำกับดูแลสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขาดช่องทางเข้ามามีส่วนร่วม กำหนดทิศทางของข่าวสารข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการดำรงชีวิต และขาดความรู้เท่าทันสื่อ

การกำกับดูแลกันเอง ทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนในกรณีสื่อหลักได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ พบปัญหาการกำกับดูแลกันเองภายใต้ความสมัครใจ มีการละเมิดมาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพและปัญหาการบังคับใช้มาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพ เนื่องจากองค์กรวิชาชีพมิได้มีสถานะใดๆในกฎหมาย จึงไม่มีอำนาจในการลงโทษ (Sanction) ผู้ประกอบวิชาชีพที่กระทำการขัดต่อมาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพ ที่ได้ร่วมกันกำหนดขึ้น เนื่องจากองค์กรเหล่านี้ ไม่ใช่สภาวิชาชีพหรือคณะกรรมการควบคุมการประกอบวิชาชีพที่ได้รับอำนาจตามกฎหมาย

องค์กรวิชาชีพไม่มีอำนาจให้คุณให้โทษแก่สมาชิก สมาชิกที่ถูกตัดสินว่าทำผิดมาตรฐานจริยธรรม ก็สามารถที่จะไม่ต้องปฏิบัติตามคำตัดสินดังกล่าว และลาออกจากองค์กรวิชาชีพได้ และคณะกรรมการองค์กรวิชาชีพหลีกเลี่ยงการตัดสินชี้ผิดถูก เพราะเป็นผู้ประกอบการสื่อด้วยกัน

ขณะเดียวกันการกำกับดูแลเนื้อหาออนไลน์ โดยภาคอุตสาหกรรมอินเตอร์เน็ตยังไม่เข้มแข็ง การพัฒนาเว็ปไซต์เข้าสู่ยุค 2.0 ผู้ใช้เว็บไซต์สามารถผลิตเนื้อหาเข้าสู่เว็ปไซต์ และเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้เอง จึงทำให้เกิดการกระจายอำนาจการกำกับดูแลตนเองลงไปสู่หน่วยที่เล็กที่สุด คือผู้ใช้องค์กรวิชาชีพในกิจการวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ยังมีบทบาทน้อยในด้านการคุ้มครองแก่สมาชิก ในเรื่องของสวัสดิภาพและสวัสดิการ และการเปิดช่องทางในการรับเรื่องราวร้องทุกข์หรือร้องเรียนในกรณีผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมีการปฏิบัติงานไม่ถูกต้องเหมาะสม ส่วนกิจกรรมที่องค์กรและวิชาชีพสื่อในกลุ่มสื่อวิทยุชุมชน วิทยุธุรกิจท้องถิ่น เคเบิลทีวี โทรทัศน์ดาวเทียม และสื่อออนไลน์ ยังไม่ค่อยทำนักคือ กิจกรรมในเรื่องการรับเรื่องราวร้องทุกข์หรือร้องเรียนจากผู้บริโภคในกรณีผู้ประกอบวิชาชีพมีการปฏิบัติงานที่ไม่เหมาะสม หรือละเมิดหลักจริยธรรมและกิจกรรมการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพของผลงานสื่อมวลชน

2.การกำกับดูแลโดยหน่วยงานภาครัฐ (Statutory Regulations) เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการดูแลและควบคุมกิจการในสถานประกอบการ หรือกิจการที่ต้องการการกำกับดูแลจากภาครัฐ เช่น กฎหมายการเงินที่ออกโดยธนาคารกลางหรือหน่วยงานการเงินของรัฐ กฎหมายเกี่ยวกับความปลอดภัยและสุขภาพที่ออกโดยกระทรวงสาธารณสุข หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจบางประเภท เช่น กฎหมายเกี่ยวกับการค้าปลีก การจัดการสิ่งแวดล้อม หรือการควบคุมการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่มีผลกระทบต่อสาธารณะ หน่วยงานภาครัฐมีหน้าที่ในการกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องในสถานประกอบการ และอาจมีอำนาจในการกำหนดมาตรการโดยใช้ความเป็น

กฎหมายหรืออำนาจที่ได้รับมอบหมายในการให้คำปรึกษาและสนับสนุนเพื่อให้ธุรกิจปฏิบัติตามกฎหมายอย่างถูกต้องและเหมาะสม

3. การกำกับดูแลร่วมกัน (Co-regulation) เป็นกระบวนการร่วมกันมีความสำคัญอย่างมากในการสร้างความสมดุลในการใช้สื่อ ประเมินคุณภาพของสื่อต่างๆ ให้ได้อย่างเหมาะสมจากทุกภาคส่วนทั้งที่เป็นการกำกับดูแลโดยองค์กรที่มีอำนาจตามกฎหมาย ในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.) การเปิดเผยข้อมูล การกำหนดนโยบาย การรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ การจัดการเรื่องร้องเรียน และการใช้งบประมาณซึ่งขาดความโปร่งใส และการรับผิดชอบต่อสังคมภายนอกที่ดีเพียงพอ การแยกอำนาจหน้าที่ระหว่างผู้กำกับดูแล (Regulator) และผู้ประกอบการ (Operator) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกำกับดูแลการประกอบกิจการสารสนเทศไทยในปัจจุบัน ต้องร่วมกันดูแลการจัดสรรและแบ่งปันทรัพยากรการสื่อสารเพื่อให้ประชาชนได้เข้าถึงและใช้ประโยชน์กันทั่วถ้วน อาทิ การส่งเสริมให้มีสื่อทางเลือก สื่อชุมชน ส่งเสริมความหลากหลายในเนื้อหาช่องทางการสื่อสาร และความเป็นเจ้าของ โดยต้องเปิดโอกาสให้กรประชาชนเข้ามาร่วมเป็นหูเป็นตา ร่วมกำกับและส่งเสริมให้ประชาชนเข้มแข็ง รวมถึงส่งเสริมภาควิชาชีพ ในการยกมาตรฐานสร้างความเข้มแข็ง และให้มีการกำกับกันเองที่ได้ผล ทั้งนี้ ต้องจัดให้มีกองทุนจัดสรร เพื่อการสนับสนุนการบริหารงาน และการจัดการอื่นๆ ของสภาวิชาชีพสื่อมวลชน และองค์กรภาคประชาชน ที่จะจัดตั้งขึ้นจากเงินคืนคลังขององค์กรกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณแห่งประเทศไทย และ / หรือ กองทุนวิจัย และพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม หรือเงินอื่นๆ ในอัตราส่วนที่เหมาะสม

กิจกรรม 13.1.2

1.ให้นักศึกษาอธิบายเกี่ยวกับการกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัล

แนวตอบกิจกรรม 13.1.1

การกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัลการกำกับดูแลจริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบการสื่อจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญในการสร้างสังคมและวัฒนธรรมที่เป็นธรรมและความเหมาะสมในการใช้สื่อ ตัวอย่างเช่น การกำกับดูแลด้วยการกำหนดนโยบายและมาตรฐานต่างๆร่วมกัน การส่งเสริมการใช้สื่อที่มีคุณค่าและสร้างสรรค์ หรือกำหนดข้อบังคับต่างๆเพื่อเป็นกรอบและบรรทัดฐานในการปฏิบัติงานร่วมกัน โดยมีแนวคิดหลักๆ เกี่ยวกับการกำกับดูแลการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัลโดยภาพรวมเช่น 1) การกำหนดนโยบายและกฎระเบียบ: องค์กรควรมีนโยบายที่ชัดเจนร่วมกัน 2) การสร้างและบริหารความรู้ การให้คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้งานอย่างถูกต้องและปลอดภัย การเผยแพร่คู่มือการใช้งาน หรือการ

จัดอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้แก่พนักงาน 3) ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว 4) การสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลในรูปแบบต่างๆ

ตอนที่ 13.2 กลยุทธ์การนำจริยธรรม จรรยาบรรณไปใช้และการกำกับดูแลในการประกอบกิจการการสื่อสารแต่ละประเภทในยุคดิจิทัล

โปรดอ่านหัวเรื่อง แนวคิด และวัตถุประสงค์ของตอนที่ 13.2 แล้วจึงศึกษารายละเอียดต่อไป

หัวเรื่อง

เรื่องที่ 13.2.1 กลยุทธ์การนำจริยธรรม จรรยาบรรณไปใช้ในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัล

เรื่องที่ 13.2.2 กลยุทธ์การกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัล

แนวคิด

1. กลยุทธ์การนำจริยธรรม จรรยาบรรณไปใช้ในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัลโดยภาพรวมจะประกอบด้วย

1.1 การสร้างนโยบายและกรอบแนวทาง โดยการกำหนดนโยบายและกรอบแนวทางที่ชัดเจนเป็นสิ่งสำคัญในการกำกับดูแลจริยธรรมและจรรยาบรรณในองค์กรหรือสังคม นโยบายควรระบุค่าและหลักการที่สำคัญและกรอบแนวทางควรบอกชัดเจนถึงความรับผิดชอบและการปฏิบัติตามกฎระเบียบ

1.2 การให้ความรู้ ให้ข้อมูล ให้ความเข้าใจร่วมกัน รวมทั้งการสนับสนุนให้กับผู้ปฏิบัติงานหรือสมาชิกขององค์กรหรือสังคมเข้าใจและปฏิบัติตามหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณอย่างถูกต้อง

1.3 การส่งเสริมวัฒนธรรมขององค์กรหรือสังคมที่มีค่านิยม โดยการการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มีค่านิยมอย่างชัดเจนจะช่วยส่งเสริมพฤติกรรมที่ถูกต้องและสร้างความเชื่อมั่นในความถูกต้องของการประกอบการสื่อในทุกระดับอย่างชัดเจนร่วมกัน

2. กลยุทธ์การกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัล ในยุคดิจิทัลเป็นสิ่งที่สำคัญมากในการการประกอบกิจการสื่อสารหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในทุกระดับตั้งแต่ระดับอุตสาหกรรมการสื่อสารทั้งในและต่างประเทศ จนถึงระดับการประกอบการขนาดเล็ก และการประกอบกิจการส่วนตัวในรูปแบบต่างๆ เช่น นักประกอบการอิสระ (freelancer) เป็นต้น ความสำเร็จในการ

ประกอบการหรือการทำธุรกิจขึ้นอยู่กัยหลายปัจจัย เริ่มที่ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นกลยุทธ์การกำกับดูแลการใช้จริยธรรมและจรรยาบรรณในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัลต้องเริ่มจากการกำหนดเป็นนโยบาย กติกา ข้อตกลงและระเบียบวินัยร่วมกันอย่างชัดเจนและสอดคล้องกับการช่วยเหลือ ดูแล กำกับติดตามร่วมกัน

วัตถุประสงค์

เมื่อศึกษาตอนที่ 13.2 จบแล้ว นักศึกษาสามารถ

1. อธิบายเกี่ยวกับกลยุทธ์การนำจริยธรรม จรรยาบรรณไปใช้ในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัลได้

2.อธิบายเกี่ยวกับกลยุทธ์การกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัลได้

เรื่องที่ 13.2.1

กลยุทธ์การนำจริยธรรม จรรยาบรรณไปใช้ในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัล

1.กลยุทธ์หมายถึงแผนหรือกิจกรรมที่ถูกออกแบบมาเพื่อให้องค์กร หน่วยงาน กิจกรรมใดๆ สามารถบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ร่วมกัน ความสำเร็จของกลยุทธ์ขึ้นอยู่กับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน การกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ที่เหมาะสม การวางแผนการดำเนินงาน การดำเนินการตามกลยุทธ์ และการประเมินผลเพื่อปรับปรุงและปรับกลยุทธ์ต่อไปในกรณีที่จำเป็น

กลยุทธ์การกำกับดูแลจริยธรรมและจรรยาบรรณเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างและรักษาระบบนิเวศสื่อทั้งระบบ โดยภาพรวมจะประกอบด้วย

1.1 การสร้างนโยบายและกรอบแนวทาง โดยการกำหนดนโยบายและกรอบแนวทางที่ชัดเจนเป็นสิ่งสำคัญในการกำกับดูแลจริยธรรมและจรรยาบรรณในองค์กรหรือสังคม นโยบายควรระบุค่าและหลักการที่สำคัญและกรอบแนวทางควรบอกชัดเจนถึงความรับผิดชอบและการปฏิบัติตามกฎระเบียบ

1.2 การให้ความรู้ ให้ข้อมูล ให้ความเข้าใจร่วมกัน รวมทั้งการสนับสนุนให้กับผู้ปฏิบัติงานหรือสมาชิกขององค์กรหรือสังคมเข้าใจและปฏิบัติตามหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณอย่างถูกต้อง

1.3 การส่งเสริมวัฒนธรรมขององค์กรหรือสังคมที่มีค่านิยม โดยการการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มีค่านิยมอย่างชัดเจนจะช่วยส่งเสริมพฤติกรรมที่ถูกต้องและสร้างความเชื่อมั่นในความถูกต้องของการประกอบการสื่อในทุกระดับอย่างชัดเจนร่วมกัน

หากมองในส่วนที่เกี่ยวกับการประกอบกิจการสื่อ กลยุทธ์การนำจริยธรรม จรรยาบรรณไปใช้ในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัลเป็นสิ่งที่สำคัญมากในการการประกอบกิจการสื่อสารหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับอุตสาหกรรมการสื่อสารทั้งในและต่างประเทศ จนถึงระดับการประกอบการขนาดเล็ก และการประกอบกิจการส่วนตัวในรูปแบบต่างๆ เช่น นักประกอบการอิสระ (freelancer) เป็นต้น การจัดทำกลยุทธ์และนโยบายที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดแนวทางและแผนการดำเนินงานที่เหมาะสมร่วมกันตามแนวทาง ข้อกำหนดและความรับผิดชอบร่วมกัน โดยภาพรวมจะประกอบด้วย

1.แนวคิดหลักๆเกี่ยวกับกลยุทธ์การใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัลประกอบด้วย

1.1กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ชัดเจนร่วมกัน: โดยต้องมีการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารที่ชัดเจนร่วมกันเพื่อนำไปสู่การสนับสนุนการประกอบกิจการในทุกมิติร่วมกัน เช่น การสื่อสารกรอบจริยธรรม จรรยาบรรณลงไปในทุกระดับของการสื่อสารเพื่อการประกอบการนั้นๆ เช่น การกำหนดเป็นวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายหลัก เป้าหมายย่อยของการประกอบการในทุกระดับ

1.2 สร้างและกำหนดให้เป็นวัฒนธรรมองค์กร โดยเน้นการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มีความยึดมั่นต่อจริยธรรมและจรรยาบรรณ โดยองค์กรต้องทำการเสริมสร้างคุณธรรมและค่านิยมที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคม ผู้บริหารต้องเป็นตัวอย่างในการปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กรดังกล่าว

1.3 สร้างเนื้อหาที่เหมาะสม: สร้างเนื้อหาที่เหมาะสมและน่าสนใจสำหรับการสื่อสารในยุคดิจิทัล เนื้อหาควรจะเป็นเนื้อหาที่มีคุณค่าและสร้างความสนใจให้กับกลุ่มเป้าหมายของคุณ นอกจากนี้ยังควรพิจารณาใช้สื่อต่างๆ เช่น วิดีโอ ภาพถ่าย บทความ บล็อก โพสต์สั้นๆ และสื่อโซเชียลอื่นๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร

1.4 กำหนด ออกแบบ พัฒนาแพลตฟอร์มการสื่อสารที่เหมาะสมไม่ขัดต่อจริยธรรม คุณธรรมของการประกอบการที่กำหนดร่วมกันเช่น แพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ

ตัวอย่าง การกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการควบคุมเนื้อหาและการให้บริการจาก กรณีศึกษา: สถานีโทรทัศน์เพื่อสร้างโอกาสการเรียนรู้อย่างยั่งยืน (ALTV)

ภาพที่ 7สถานีโทรทัศน์เพื่อสร้างโอกาสการเรียนรู้อย่างยั่งยืน (ALTV)

ที่มา https://www.sanook.com/news/8196754/

สถานีโทรทัศน์เพื่อสร้างโอกาสการเรียนรู้อย่างยั่งยืน (ALTV) เป็นตัวอย่างเกี่ยวกับการใช้จริยธรรมจรรยาบรรณในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัลโดยเฉพาะในด้านการกำกับดูแล ส่งเสริมด้านเนื้อหาที่เป็นประโยชน์และส่งเสริมการเรียนรู้ ภายใต้นโยบายการอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่เพื่อทดลองส่งสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลเพื่อการศึกษา โดยคณะกรรมการกิ จการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติอนุมัติรายการเพื่อการศึกษาขั้นพื้นฐาน ช่องรายการเพื่อการศึกษาผ่านทางไกลและช่องรายการเพื่อการอาชีวศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ 17 ช่องรายการเรียงลำดับต่อเนื่องกันไปตั้งแต่ช่องรายการหมายเลข 37 ไปจนถึงช่อง 53 ตามแนวทางการส่งเสริมการศึกษาและการเรียนรู้ของเยาวชนและครอบครัวในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา2019 (COVID-19) ผ่านการทดลองส่งสัญญาณโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลโดยให้ออกอากาศแบบความคมชัดปกติ (SD)” รวมทั้งอนุญาตให้องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) หรือไทยพีบีเอสใช้คลื่นความถี่ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในการจัดทำช่องทีวีดิจิตอลสอนหนังสือ (Active Learning TV) “ทีวีเรียนสนุก” ช่อง4 โครงการ Active Learning TV (ALTV) ทีวีเรียนสนุก ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรน่า 2019 เพื่อส่งเสริมการศึกษาและการเรียนรู้ของเยาวชนและครอบครัว มุ่งหวังที่จะให้เป็นช่องโทรทัศน์แห่งการเรียนรู้แห่งศตวรรษที่ 21 ของประเทศไทย เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเรียนรู้ให้กับประชาชนทุกภาคส่วน แพร่ภาพแบบมัลติ - แพลตฟอร์ม เชื่อมโยงความรู้โดยใช้ ทรานส์มีเดีย ตอบสนองการเรียนรู้ของคนทุกกลุ่ม คือ เด็ก ครู ผู้ปกครอง และชุมชนให้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการ สร้างสรรค์สังคมแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืน

ร่วมกัน บนฐานเครือข่ายความร่วมมือกับกลุ่มพันธมิตรด้านการศึกษาหลายภาคส่วนที่มีอุดมการณ์และเจตนารมณ์ร่วมกันที่จะขับเคลื่อนการศึกษาให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้แบบใหม่เข้ากับสภาวะเหตุการณ์ ลดภาวะขาดโอกาสทางการเรียนรู้ให้กับทุกกลุ่ม โดยองค์กรที่เข้ามาร่วมเป็นพันธมิตร อาทิ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.), สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.), สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.), องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ (อพวช.), กองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา (กสศ.), มูลนิธิส่งเสริมสื่อเด็กและเยาวชน (สสย.), กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ฯลฯ

สถานีโทรทัศน์เพื่อสร้างโอกาสการเรียนรู้อย่างยั่งยืน (ALTV) เป็นตัวอย่างเกี่ยวกับการใช้จริยธรรมจรรยาบรรณในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัลโดยเฉพาะในด้านการกำกับดูแล ส่งเสริมด้านเนื้อหาที่เป็นประโยชน์และส่งเสริมการเรียนรู้ โดยกำหนดเป็นช่องโทรทัศน์แห่งการเรียนรู้แห่งศตวรรษที่ 21 ของประเทศไทย เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเรียนรู้ให้กับประชาชนทุกภาคส่วน แพร่ภาพแบบมัลติ - แพลตฟอร์ม (multi-platofrm) เชื่อมโยงความรู้โดยใช้ ทรานส์มีเดีย ตอบสนองการเรียนรู้ของคนทุกกลุ่ม คือ เด็ก ครู ผู้ปกครอง และชุมชนให้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการ สร้างสรรค์สังคมแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืนร่วมกันได้แก่ กลุ่มเด็กและเยาวชน จะมีโอกาสได้เรียนรู้เพื่อเสริมสร้างศักยภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น กลุ่มครูผู้สอน ได้โอกาสพัฒนาและทบทวนทักษะการสอน ออกแบบนวัตกรรมสื่อการสอนรูปแบบใหม่ๆ และผู้ปกครองมีโอกาสเตรียมตัวร่วมสร้างเสริมทักษะความสามารถของบุตรหลาน

ภาพที่ 8 สถานีโทรทัศน์เพื่อสร้างโอกาสการเรียนรู้อย่างยั่งยืน (ALTV)
ที่มา https://www.sanook.com/news/8196754/

โดยการบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างสื่อสาธารณะ บนฐานเครือข่ายความร่วมมือกับกลุ่มพันธมิตรด้านการศึกษาหลายภาคส่วนที่มีอุดมการณ์และเจตนารมณ์ร่วมกันที่จะขับเคลื่อนการศึกษาให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้แบบใหม่เข้ากับสภาวะเหตุการณ์ ลดภาวะขาดโอกาสทางการเรียนรู้ให้กับทุกกลุ่ม โดยองค์กรที่เข้ามาร่วมเป็นพันธมิตร อาทิ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.), สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.), สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.), องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ (อพวช.), กองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา (กสศ.), มูลนิธิส่งเสริมสื่อเด็กและเยาวชน (สสย.), กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, ฯลฯ โดยพันธมิตรด้านการเรียนรู้เหล่านี้ได้ใช้ความรู้ ความสามารถ และข้อมูลทางการวิจัย ร่วมออกแบบสร้างสรรค์การเรียนรู้แบบบูรณาการสร้างความร่วมมือระหว่าง เด็ก ครู ผู้ปกครอง และชุมชน ให้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการออกแบบการจัดการเรียนรู้ของตนเอง นำไปสู่การพัฒนาศักยภาพ และคุณภาพชีวิตตนเองได้ในอนาคต โดยมีการกำกับดูแลเนื้อหาให้เป็นไปตามจริยธรรม จรรยาบรรณตามกรอบของการสร้างการเรียนรู้ในรูปแบบใหม่ๆให้กับประเทศไทย ประกอบด้วย

2.1) กำหนดเป็นพื้นที่เรียนรู้สำหรับทุกคน เมื่อสังคมเกิดความเปลี่ยนแปลง ชีวิตก้าวไปสู่การเรียนรู้วิถีใหม่ การเปลี่ยนระบบนิเวศการเรียนรู้เดิม จาก “ระบบห้องเรียน” ขยายไปสู่ “พื้นที่การเรียนรู้แบบใหม่” จึงเป็นสิ่งสำคัญ เด็กและเยาวชนคนรุ่นใหม่ต้องพัฒนาตนเอง ให้ได้เรียนรู้และพัฒนาทักษะที่สำคัญ เตรียมความพร้อมเพื่อเป็นรากฐานการใช้ชีวิตในอนาคต สามารถวางแผนการเรียนรู้ได้เอง สร้างแรงจูงใจ จนเกิดกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเอง (self-directed learning) เพื่อให้เกิดการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

2.2) กำหนดเป็นทีวีเรียนสนุก : ผู้เรียน ผู้สอน และผู้ชม ที่ต้องการเปิดโลกการเรียนรู้วิถีใหม่ สามารถรับชมแบบมัลติมีเดีย และเรียนรู้คู่กันแบบทรานสมีเดีย สามารถเข้ารับชมได้ทุกแพลตฟอร์ม โดยเนื้อหาแต่ละรายการ ส่งเสริมทักษะ เสริมสร้างการเรียนรู้ เชื่อมโยงรูปแบบการเรียนรู้เข้าด้วยกันทั้งสื่อโทรทัศน์ ดิจิตอลและสิ่งพิมพ์ สามารถจัดตารางการเรียนรู้ได้ด้วยตัวเอง ไม่ว่าจะอยู่ในพื้นที่ใด ก็สามารถเข้าถึงได้ โดยไม่ขาดการเรียนรู้

2.3) กำหนดเวลาที่ครอบคลุมรวมทั้งกลุ่มเป้าหมาย: โดยมีวันเวลาออกอากาศ: **ALTV** ช่องโทรทัศน์เพื่อการเรียนรู้อย่างแท้จริง ออกอากาศทุกวัน จันทร์ ถึง อาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 06.00 -21.00 น. โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อให้สามารถเชื่อมโยงทุกกลุ่มทั้งบ้าน โรงเรียน ชุมชนและสังคม สามารถเข้ามาเรียนรู้ได้เป็นวงกว้าง เป็นทั้งผู้เรียน(รู้) ผู้สอน และเป็นผู้ชมร่วมกันคือ กลุ่มที่ 1 : เด็กและเยาวชน ตั้งแต่ ปฐมวัย จนถึง ระดับ มหาวิทยาลัย กลุ่มที่ 2 : พ่อแม่ผู้ปกครอง สมาชิกในครอบครัว และกลุ่มที่ 3 : กลุ่มผู้สอน ครูที่ออกแบบการเรียนรู้

2.4) กำหนดเนื้อหาและรูปแบบการสร้างสรรค์รายการที่ครอบคลุม : โดยการออกแบบและสร้างสรรค์รายการที่มีความพิเศษมากกว่าการจัดผังรายการโทรทัศน์โดยปรกติ เนื่องจากคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ผู้ศึกษาเรียนรู้

ได้รับเป็นอันดับแรก รูปแบบรายการถูกคัดสรรและแยกประเภทการเรียนรู้ เสมือนแปลงเพาะปลูกเป็นกลุ่มรายการ ได้เป็น 6 ประเภทคือ

กลุ่มรายการ ประเภทที่ 1 : ALTV Learning News (ข่าวสารการเรียนรู้) นำเสนอข่าวสารเรื่องราวที่น่าเรียนรู้รอบตัว สถานการณ์ความเป็นไปของโลกใบใหญ่ เพื่อเด็กและครอบครัวได้รับชมเรียนรู้และนำไปประยุกต์ใช้ไปด้วยกัน ขยายขอบเขตเนื้อหาให้ใช้ได้จริงทั้งผู้เรียน ผู้สอน ผู้ชม สามารถค้นคว้า เข้าชม เข้าถึงได้จากทุกแพลตฟอร์ม *"ข่าวสารการเรียนรู้ เพื่อครอบครัวและชุมชน มีให้ดูที่นี่เท่านั้น"*

กลุ่มรายการ ประเภทที่ 2 : Homeroom Home Run (แนะแนวชีวิตและการศึกษา) เสมือนยกวิชาโฮมรูมจากโรงเรียนมาไว้ที่ครอบครัว กลุ่มรายการที่เน้นชี้แนะแนวทาง จากการเรียนรู้ผ่านตัวบุคคล สังคม ทัศนคติ ความสามารถ ความสนใจ สะท้อนมุมมอง เพื่อค้นหาตัวเอง รู้จักตัวเอง รู้สิ่งที่ใช่ เพื่อไปหาสิ่งที่ชอบ ออกแบบอนาคตได้ด้วยตนเอง และนำพาไปสู่ความสำเร็จได้ ไม่เฉพาะแค่เด็กและเยาวชน ยังมีสาระความรู้รวมไปถึงวิชาพ่อแม่ ทำให้เกิดความเข้าใจและสามารถจัดการเรียนรู้ของลูกได้

กลุ่มรายการ ประเภทที่ 3 : Smart Classroom (ห้องเรียนอัจฉริยะ) กลุ่มรายการที่นำเสนอ เพื่อเสริมทักษะใหม่ หรือ ทักษะที่พิเศษแบบเฉพาะทาง เช่น การเรียนเขียนโค้ด การสร้างงานอนิเมชั่น ให้กับผู้เรียนรู้ ที่เล็งเห็นว่าจะช่วยเพิ่มศักยภาพให้กับชีวิตผู้เรียนรู้ให้สูงขึ้น เข้ากับยุคสมัย และมีผลต่อเป้าหมายอาชีพในอนาคตของตน ทั้งนี้ยังได้ออกแบบรายการให้เสมือนเป็นห้องเรียนอัจฉริยะอย่างแท้จริง ผสมรูปแบบในการนำเสนอแบบมัลติแพลตฟอร์ม เพื่อยกระดับการเรียนรู้ในยุคดิจิตอลให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เน้นการสื่อสารแบบ Interactive เพื่อให้ผู้เรียนรู้สามารถเข้าถึงทักษะการเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว

กลุ่มรายการ ประเภทที่ 4 : Farm รู้ (เรียนรู้โลกกว้างผ่านกิจกรรม) กลุ่มรายการที่นำเสนอการชักนำผู้ปกครองร่วมเรียนรู้ หรือสร้างกิจกรรมไปด้วยกันกับเด็ก ออกไปทำกิจกรรมท่องเที่ยว เรียนรู้ภายนอกสถานที่ ให้เห็นความเป็นจริงเพื่อที่จะได้สร้างประสบการณ์ และฝึกฝนให้เกิดทักษะเพื่อประยุกต์ใช้ได้จริง เมื่อออกไปใช้ชีวิต

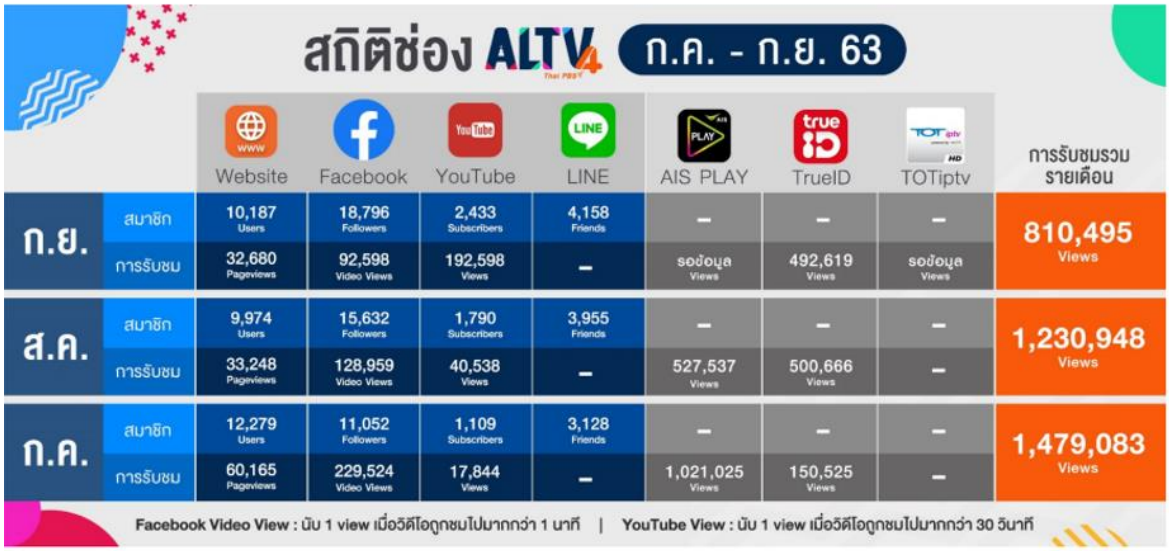
ในโลกภายนอก สอนให้เห็นชีวิตที่แตกต่างจากโลกแห่งการท่องตำรา กลุ่มรายการที่จะเป็นชุมชนของการเรียนรู้ร่วมสร้างกิจกรรมด้วยหลักการ *“บ้าน+โรงเรียน+ชุมชน”*

กลุ่มรายการ ประเภทที่ 5 : Tutor Hub (นวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้) กลุ่มรายการที่ออกแบบและสร้างสรรค์โดยคณาจารย์และพันธมิตรทางการศึกษาที่มาร่วมมือกันใน ALTV เป็นพื้นที่สำหรับสาธิตการสอนโดยคณาจารย์ หรือผู้ที่ความสามารถทางการถ่ายทอดการสอน ทั้งห้องเรียนวิชาการ และกลุ่มทักษะเสริมสมัยใหม่ เป็นพื้นที่ทดลองการเรียนการสอน ส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับกลุ่มผู้เรียนทุกกลุ่ม เพื่อปูวิชาพื้นฐานและทบทวนความรู้เดิม(Re-Skilled) รวมไปถึงการใช้นวัตกรรมเพื่อการเรียนการสอน เน้นให้ผู้เรียนรู้เกิดความสนุกสนาน กระตุ้นความอยากรับชมเพื่อสร้างการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

กลุ่มรายการ ประเภทที่ 6 : Knowledge Pool (คลังแห่งความรู้และประสบการณ์ชีวิต) กลุ่มรายการที่นำเสนอความรู้ในแขนงต่าง ๆ อย่างหลากหลาย ด้วยผู้เชี่ยวชาญ ผู้มีทักษะความสามารถ ผู้ฝึกฝนจนชำนาญ เสมือนคลังความรู้ขนาดใหญ่ ที่นำมาแบ่งปัน แลกเปลี่ยน และนำเสนอและส่งต่อกันได้ ให้กับผู้ที่ต้องการเรียนรู้

เชื่อมโยงทุกเครื่องมือและสื่อการเรียนรู้ เพื่อแสดงทักษะความเป็นเลิศ ประยุกต์ใช้ประสบการณ์และทดลองปฏิบัติไปด้วยกัน เชิงชุมชน สังคม

การประเมินผลด้านการรับชม จากข้อมูล Data Analytics พบว่า มีผู้ชมรับชมรายการส่งเสริมการเรียนรู้ของ ALTV ผ่านช่องทางออนไลน์ ดังนี้



ขณะที่การสำรวจปริมาณการรับชมของผู้ชมทางโทรทัศน์ (TV Rating) โดย AGB Nielsen ซึ่งทดลองเก็บข้อมูลการรับชม ALTV (Active Learning TV) ระหว่างวันที่ ๓๐ สิงหาคม - ๒๗ กันยายน ๒๕๖๓ พบว่า มีผู้ชมตลอดทั้งวัน (Daily reach) ในลักษณะที่ไม่นับซ้ำ อยู่ที่เฉลี่ยวันละ ๑๙๑,๕๕๓ คน

ภาพที่ 9 ผลการดำเนินงานสถานีโทรทัศน์เพื่อสร้างโอกาสการเรียนรู้อย่างยั่งยืน (ALTV)
ที่มา https://www.sanook.com/news/8196754/

กิจกรรม 13.2.1

1.ให้นักศึกษาอธิบายเกี่ยวกับกลยุทธ์การนำจริยธรรม จรรยาบรรณไปในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัล

แนวตอบกิจกรรม 13.2.1

กลยุทธ์การนำจริยธรรม จรรยาบรรณไปใช้ในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัลโดยภาพรวมจะประกอบด้วย

1.1 การสร้างนโยบายและกรอบแนวทาง โดยการกำหนดนโยบายและกรอบแนวทางที่ชัดเจนเป็นสิ่งสำคัญในการกำกับดูแลจริยธรรมและจรรยาบรรณในองค์กรหรือสังคม นโยบายควรระบุค่าและหลักการที่สำคัญและกรอบแนวทางควรบอกชัดเจนถึงความรับผิดชอบและการปฏิบัติตามกฎระเบียบ

1.2 การให้ความรู้ ให้ข้อมูล ให้ความเข้าใจร่วมกัน รวมทั้งการสนับสนุนให้กับผู้ปฏิบัติงานหรือสมาชิกขององค์กรหรือสังคมเข้าใจและปฏิบัติตามหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณอย่างถูกต้อง

1.3 การส่งเสริมวัฒนธรรมขององค์กรหรือสังคมที่มีค่านิยม โดยการการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มีค่านิยมอย่างชัดเจนจะช่วยส่งเสริมพฤติกรรมที่ถูกต้องและสร้างความเชื่อมั่นในความถูกต้องของการประกอบการสื่อในทุกระดับอย่างชัดเจนร่วมกัน

เรื่องที่ 13.2.2

กลยุทธ์การกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัล

กลยุทธ์การกำกับดูแลการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัลเป็นสิ่งที่สำคัญมากในการการประกอบกิจการสื่อสารหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับอุตสาหกรรมการสื่อสารทั้งในและต่างประเทศ จนถึงระดับการประกอบการขนาดเล็ก และการประกอบกิจการส่วนตัวในรูปแบบต่างๆ เช่น นักประกอบการอิสระ (freelancer) เป็นต้น ความสำเร็จในการประกอบการหรือการทำธุรกิจขึ้นอยู่กัยหลายปัจจัยเริ่มที่ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นกลยุทธ์การกำกับดูแลการใช้จริยธรรมและจรรยาบรรณในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัลต้องเริ่มจากการกำหนดเป็นนโยบาย กติกา ข้อตกลงและระเบียบวินัยร่วมกันอย่างชัดเจนและสอดคล้องกับการช่วยเหลือ ดูแล กำกับติดตามดังตัวอย่างเช่น

ตัวอย่างกลยุทธ์การกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัล กรณีศึกษา : การกำกับดูแลธุรกิจโอทีที OTT (Over-the-Top) หรือการแพร่ภาพและกระจายเสียงด้วยเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต

ภาพที่ 10 ธุรกิจโอทีที OTT (Over-the-Top) การแพร่ภาพและกระจายเสียงด้วยเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต

ที่มา https://www.blockdit.com/posts/624ea20170296a533c26ca85

จากการเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจธุรกิจโอทีที OTT ทำให้เกิดการเปรียบเทียบว่า ในสถานการณ ที่กิจการซึ่งให้บริการที่คล้ายคลึงกันและแข่งขันกันนั้น ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ในรูปแบบดั้งเดิม (Linear) ต้องอยู่ภายใต้กฎหมายและการกำกับดูแลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ได้แก่ การขออนุญาตประกอบกิจการทั้งกิจการโทรคมนาคมและกิจการโทรทัศน์ ได้แก่ การขออนุญาตประกอบ กิจการด้วยวิธีการประมูลคลื่นความถี่เพื่อนำมาใช้ในการประกอบกิจการ และต้องอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์การกำกับ ดูแลการประกอบกิจการในเรื่องอื่น ๆ เช่น การควบคุมเนื้อหารายการ เนื้อหาและเวลาในการโฆษณา การจัดผังรายการ การจัดระดับความเหมาะสมของรายการ การควบคุมและรักษาคุณภาพของบริการโครงข่าย ที่ให้บริการ และยังมีภาระค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการลงทุนขยายโครงข่ายบริการให้ครอบคลุมพื้นที่ตามเงื่อนไขของการประมูลคลื่นความถี่ในมิติของการแข่งขัน

ปัญหาแนวทางการกำกับดูแลธุรกิจโอทีทีในปัจจุบัน ในปีพ.ศ. 2560 กสทช.ในฐานะที่เป็นหน่วยงานกำกับดูแล และในฐานะประธานคณะอนุกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ ธุรกิจโอทีที OTT หรือผู้ให้บริการแพร่ภาพและเสียงผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต ได้จัดประชุมระหว่างกลุ่มผู้ผลิตคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มยูทูบ (YouTube) หรือ ยูทูบเบอร์ (YouTuber) เพื่อชี้แจงขอบเขต ขั้นตอน และแนวทางการให้บริการโอทีที ในประเทศไทย โดยมีผู้ผลิตคอนเทนต์บนยูทูบ (YouTube) จำนวน 44 รายที่มาร่วมรับฟัง แต่จะเห็นได้ว่า ยูทูบเบอร์ล้วนเป็นสื่อมวลชนหรือบริษัทบันเทิงขนาดใหญ่ แต่ไม่สามารถครอบคลุมไปถึงสภาพการณ์ในปัจจุบันที่ผู้บริโภค

กลายเป็น User Generated Content (UGC) สามารถสร้างเนื้อหาได้เอง ทำให้เกิดยูทูบเบอร์เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก แต่อย่างไรก็ตามกสทช. ได้พยายามกำกับดูแลผู้ให้บริการโอทีที ภายใต้หลักการบรรษัทธรรมาภิบาลที่ต้องประกอบธุรกิจอย่างเป็นธรรม มีความรับผิดชอบต่อสังคมตาม ของ พ.ร.บ.องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุ โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 มาปรับใช้กับการกำกับดูแลโอทีที โดยใช้มาตรา 27 วรรคหนึ่ง (6) โดยแนวทางดังกล่าวเป็นไปตามแนวทางของต่างประเทศในการกำหนดให้ผู้ให้บริการธุรกิจโอทีที OTT ต้องลงทะเบียนแสดงตัวตนหรือรับใบอนุญาต รวมถึงนำกฎหมายลิขสิทธิ์มาใช้เช่นเดียวกับในสหรัฐอเมริกา สาธารณรัฐเกาหลี และสาธารณรัฐสิงคโปร์ อย่างไรก็ตาม ยังไม่เกิดสภาพบังคับตามกฎหมายที่จะต้องปฏิบัติตามแนวทางของ กสทช. และไม่เคยเกิดกรณีการบังคับใช้กฎหมายเพื่อลงโทษตามกฎหมายกับ 2 ผู้ให้บริการโอทีทีคือ เฟซบุ๊ก (Facebook) และยูทูบ (YouTube) ขึ้นจริง

ช่องว่างทางกฎหมายของการกำกับดูแลเนื้อหาในอุตสาหกรรมกระจายเสียงยังอยู่ที่การจัดสรรหน่วยงานภาครัฐเข้ามารับผิดชอบ โดยแม้ในปัจจุบันจะมีหน่วยงาน กสทช. ทำหน้าที่ออกใบอนุญาตแก่ผู้ให้บริการโทรคมนาคมที่ผลิตเนื้อหาเผยแพร่ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต แต่ กสทช. จะกำกับดูแลผ่านผู้ให้บริการโทรคมนาคมสำหรับผู้ได้รับใบอนุญาตเท่านั้น แต่ไม่สามารถกำกับลงไปถึงผู้ผลิตเนื้อหาในแพลตฟอร์มต่าง ๆ ทั้งแพลตฟอร์มสตรีมมิงของไทยและต่างประเทศได้ โดยเฉพาะหากบริษัทแพลตฟอร์มสตรีมมิงนั้น ๆ ไม่ได้มีการจดทะเบียนบริษัทเพื่อดำเนินกิจการในไทยก็จะยิ่งอยู่นอกเหนือเขตอำนาจของ กสทช. ขณะที่กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมมีขอบเขตอำนาจตามกฎหมายในการควบคุมการกระทำผิดที่เป็นอาชญากรรมทางไซเบอร์ผ่านพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ในลักษณะของการปิดเซิร์ฟเวอร์ (Server) หรือการเข้าถึงเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสมเท่านั้น แต่ไม่สามารถกำกับลงไปถึงแนวทางการผลิตเนื้อหาในแพลตฟอร์มต่าง ๆ ได้เช่นกัน (Ramasoota & Kitikamdhorn, 2021)

บริการธุรกิจโอทีที OTT จึงเปนธุรกิจที่ไดเปรียบโดยเฉพาะบริการที่เปนของ บริษัทขามชาติ และกฎหมายรวมถึงมาตรการที่ใชสำหรับการกำกับดูแลที่ยังไมมีแนวทางที่ชัดเจน ยกตัวอยาง กรณีของผูใหบริการโทรทัศนและโทรคมนาคมของไทยที่ตองอยูภายใตการบังคับใชกฎหมายอยางเขมงวด จึงเปนที่มาของความไมเปนธรรมในดานการแขงขัน ผูประกอบการโทรทัศนสวนใหญเห็นวา กอใหเกิดปญหาดานการแขงขันที่สำคัญ 2 ประการ คือ

1) สวนแบงทางการตลาดในดานโฆษณาของผูประกอบการกระจาย เสียงและโทรทัศนรูปแบบเดิม (Linear Broadcasting) ลดต่ำลง โดยมีการกระจายสัดสวนรายไดจากการ โฆษณาของผูประกอบการรูปแบบเดิมไปยังสื่อดิจิทัลบนเครือขายอินเทอรเน็ตมากขึ้น และ

2) ความเหลื่อมล้ำ ของกฎหมายที่ใชในการกำกับดูแลผูประกอบกิจการโทรทัศนรูปแบบเดิมกับผูประกอบการธุรกิจโอทีที OTT ที่ไมได ถูกแบงตามภูมิศาสตรของซีกโลกเหนือและใต อีกตอไป แตกลายเปนการแบ

งดวยกลุมประเทศพัฒนา และกลุมประเทศกำลังพัฒนา บริษัทชั้นนำ 7 บริษัทที่เปน “Super Platform” ของโลก ไดแก ไมโครซอฟทแอปเปล อเมซอน กูเกิล เฟซบุก เทนเซน และอาลีบา ฯลฯ สงผลกระทบตอกิจการอื่น ๆ ที่มีอยูเดิม

การกำกับดูแลธุรกิจโอทีที OTT (Over-the-Top) ที่ผ่านมาและในปัจจุบันคือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาของอุตสาหกรรมการกระจายเสียงของไทยในปัจจุบันนั้น 3 หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ คือ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) และสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม-ปัจจุบันมีแนวทางกำกับในการกำกับดูแลหลักๆเช่น

1. รูปแบบการกำกับดูแลบริการของธุรกิจโอทีทีสำหรับประเทศไทย การพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารบนเครือขายอินเทอรเน็ตเพื่อใหบริการแพรเสียงแพรภาพแบง ออกเปนหลายประเภท เชน บริการขอความและเสียง บริการวิดีโอและเสียง บริการวีดิทัศนตามความตองการ ฯลฯ

2.รูปแบบการกำกับการให้บริการแพลตฟอร์มธุรกิจโอทีที แบ่งออกเป็น 2 แนวทางหลักคือ

แนวทางที่1 คือ กำกับการให้บริการแพลตฟอร์มสตรีมมิง การให้บริการแพลตฟอร์มวิดีโอแชริง แนวทางนี้เป็นแนวทางที่ราชอาณาจักรเดนมาร์คและสาธารณรัฐสิงคโปร์ รวมถึงสหภาพยุโรปที่ใช้ในช่วงหลัง ค.ศ. 2020 (พ.ศ. 2563) มีข้อดีตรงที่เป็นการกำกับผู้ให้บริการแพลตฟอร์มอย่างเท่าเทียมทุกประเภท แต่ข้อเสียคือหน่วยงานกำกับจะมีภาระหน้าที่มากกว่าเพียงกำกับผู้ให้บริการประเภทใดประเภทหนึ่ง

แนวทางที่2 คือ กำกับเฉพาะการให้บริการแพลตฟอร์มสตรีมมิง แต่ไม่กำกับการให้บริการแพลตฟอร์มวิดีโอ แชริงพร้อมกันในช่วงแรก โดยอาจจะกำกับเพิ่มเติมเฉพาะแพลตฟอร์มวิดีโอแชริงที่ส่งผลกระทบต่อสังคมในภายหลัง แนวทางนี้เป็นแนวทางที่สหภาพยุโรปใช้ก่อน ค.ศ. 2020 (พ.ศ. 2563) มีข้อดีคือการจัดสรรแบ่งภาระในการผลิตคอนเทนต์หรือค่าธรรมเนียมให้ตกอยู่กับผู้ประกอบการแพลตฟอร์มรายใหญ่ที่มีรายได้สูงกว่า ทำหน้าที่แบกรับต้นทุนของทั้งอุตสาหกรรมซึ่งคาดหมายได้ว่าจะทำได้ดีกว่าให้เป็นภาระของผู้ประกอบการรายย่อย แต่ข้อเสียคือเป็นการผลักภาระให้ผู้ประกอบการรายใหญ่และเป็นการกำกับอย่างไม่เท่าเทียม

3.รูปแบบการกำกับดูแลเรื่องเนื้อหาธุรกิจโอทีที เช่นในปัจจุบันมีแนวทางในการกำกับเนื้อหาของวิดีโอออนดีมานด์แบ่งออกเป็น 2 แนวทางหลักคือ

แนวทางที่ 1 เป็นการออกกฎหมายหรือกฎเกณฑ์ออกมากำกับเนื้อหาเฉพาะเรื่อง เช่น การคุ้มครองเนื้อหาที่ผู้เยาว์สามารถรับชมได้ และคุ้มครองไม่ให้มีเนื้อหาลามก ส่งเสริมความรุนแรงและเกลียดชังดังเช่นในราชอาณาจักรเดนมาร์คและสหภาพยุโรป และการคุ้มครองเนื้อหาที่ผู้เยาว์สามารถรับชมได้ และคุ้มครองเนื้อหา

ไม่ให้มีเนื้อหาที่บ่อนทำลายความมั่นคงหรือความสงบเรียบร้อยของประเทศดังเช่นในสาธารณรัฐสิงคโปร์ ส่วนแนวทางที่สองเป็นการใช้กฎหมายทั่วไปในการบังคับใช้ ไม่ใช้กฎหมายหรือกฎเกณฑ์ที่ออกเป็นการเฉพาะ ดังเช่น การใช้กฎหมายกำกับดูแลอินเทอร์เน็ตของประเทศญี่ปุ่นและสาธารณรัฐเกาหลี (เกาหลีใต้) โดยแนวทางแรกมีข้อดีตรงที่จะเกิดการกำกับดูแลที่เท่าเทียมกันระหว่างกิจการโทรทัศน์เดิมและแพลตฟอร์มวิดีโอออนดีมานด์ แต่ข้อเสียคือการที่ผู้ประกอบการต้องรับภาระในการปฏิบัติตามกฎหมายทั่วไปและกฎหมายหรือกฎเกณฑ์เฉพาะที่ซ้ำซ้อนกัน

แนวทางที่2 ข้อดีคือผู้ประกอบการไม่มีภาระมากนักในการปฏิบัติตามกรอบกว้าง ๆ ของกฎหมายและกฎเกณฑ์ เอื้อต่อความสามารถในการผลิตเนื้อหาอย่างสร้างสรรค์ ตรงกับความต้องการผู้บริโภคหรือผู้ชมได้มากขึ้น แต่ข้อเสียคือความไม่เท่าเทียมระหว่างการกำกับกิจการโทรทัศน์เดิมและแพลตฟอร์มวิดีโอออนดีมานด์

โดยภาพรวมจึงอาจกล่าวได้ว่า การประกอบการธุรกิจโอทีที OTT หรือการประกอบกิจการการสื่อสารและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตโดยไม่ต้องผ่านผู้ให้บริการสื่อสารทางโทรคมนาคมทั้งในเรื่องของเนื้อหาวิดีโอ รายการทีวี ซีรีส์ หรือการสตรีมมิ่งสด เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงเนื้อหานั้นได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านอินเทอร์เน็ตเมื่อมีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตอยู่ อาจจะเกี่ยวพันกับด้านจริยธรรมหรือจรรยาบรรณเช่น

1.ข้อมูลส่วนบุคคลและความเป็นส่วนตัว: ธุรกิจโอทีที OTT OTT มักจะเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้ เช่น ข้อมูลการใช้งาน ประวัติการค้นหา เพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงประสบการณ์ผู้ใช้หรือการตลาด อย่างไรก็ตาม การเก็บข้อมูลส่วนบุคคลนี้อาจเป็นการละเมิดความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้ หรือถูกนำไปใช้ในวัตถุประสงค์ที่ไม่เหมาะสมที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้ใช้

2.การเปิดเผยข้อมูลไม่เหมาะสม: ธุรกิจโอทีที OTT อาจเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสม อาจเป็นเนื้อหาที่ก่อให้เกิดความรุนแรง ความเกลียดชัง หรือละเมิดสิทธิมนุษยชน ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดปัญหาอื่นๆตามมาอย่างมากมาย

กิจกรรม 13.2.2

1.ให้นักศึกษาอธิบายเกี่ยวกับกลยุทธ์การกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัล

แนวตอบกิจกรรม 13.2.2

กลยุทธ์การกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัล เป็นสิ่งที่สำคัญมากในการการประกอบกิจการสื่อสารหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับอุตสาหกรรมการสื่อสารทั้งในและต่างประเทศ จนถึงระดับการประกอบการขนาดเล็ก และการประกอบกิจการ

ส่วนตัวในรูปแบบต่างๆ เช่น นักประกอบการอิสระ (freelancer) เป็นต้น ความสำเร็จในการประกอบการหรือการทำธุรกิจขึ้นอยู่กัยหลายปัจจัย เริ่มที่ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นกลยุทธ์การกำกับดูแลการใช้จริยธรรมและจรรยาบรรณในการประกอบกิจการการสื่อสารในยุคดิจิทัลต้องเริ่มจากการกำหนดเป็นนโยบาย กติกา ข้อตกลงและระเบียบวินัยร่วมกันอย่างชัดเจนและสอดคล้องกับการช่วยเหลือ ดูแล กำกับติดตามร่วมกัน

ตอนที่ 13.3 กรณีศึกษา

โปรดอ่านหัวเรื่อง แนวคิด และวัตถุประสงค์ของตอนที่ 13.3 แล้วจึงศึกษารายละเอียดต่อไป

หัวเรื่อง

เรื่องที่ 13.3.1 กรณีศึกษาที่มีปัญหาเกี่ยวกับการกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการควบคุมการประกอบการ

เรื่องที่ 13.3.2 กรณีศึกษาที่เป็นตัวอย่างที่ดีเกี่ยวกับการกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการควบคุมการประกอบการ

แนวคิด

1. กรณีศึกษาที่มีปัญหาเกี่ยวกับการกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการควบคุมการประกอบการ ตัวอย่างเช่นกรณีศึกษาที่ 1: กรณีการประกอบกิจการการสื่อสาร CNN“เรียกร้อง CNN รับผิดชอบ ละเมิดจริยธรรมสื่อมวลชน”กรณีละเมิดจริยธรรมการรายงานข่าวเหตุกราดยิงศูนย์เด็กเล็กหนองบัวลำภู ที่มีทั้งการปีนรั้วพื้นที่ที่ถูกล้อมเส้นเป็นเขตหวงห้าม โดยรุกล้ำเข้าไปในบริเวณเขตหวงห้ามของ ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กองค์การบริหารส่วนตำบลอุทัยสวรรค์ อ.นากลาง จ.หนองบัวลำภู เพื่อทำการบันทึกภาพข่าวและเผยแพร่ออกอากาศ ทั้งที่บริเวณดังกล่าวเป็นจุดเกิดเหตุที่เจ้าหน้าที่ได้กั้นพื้นที่และห้ามสื่อมวลชนอื่นๆเข้าไปด้านใน หรือที่เรียกว่า crime scene โดยทีมงานของ CNN ได้เข้าไปในพื้นที่ที่ระบุชัดเจนว่าเป็นพื้นที่เกิดเหตุโดยไม่ได้รับการอนุญาต ไม่ว่าจะในกรณีใดๆ ก็ตาม นี่คือการกระทำอันไม่เป็นมืออาชีพ และละเมิดจริยธรรมสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมอย่างร้ายแรง

2. กรณีศึกษาที่เป็นตัวอย่างที่ดีเกี่ยวกับการกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการควบคุมการประกอบการดังกรณีศึกษาสถานีวิทยุสาธารณะในกรุงเทพมหานคร “จส 100” หรือ “JS100” ติดตามข่าวสารจราจร อุบัติเหตรถยนต์ ล่าสุดวันนี้ ความช่วยเหลือและเรื่องราวที่น่าสนใจ ก่อตั้งเมื่อ 2 กันยายน

พ.ศ. 2534 เจ้าของสถานีคือบริษัท แปซิฟิค คอร์ปอเรชั่น จำกัด FM ที่มีการบริหารจัดการทั้งระบบถึงการให้บริการที่ทุกฝ่าย โดยเฉพาะภาคประชาชนที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงและมีส่วนร่วมในรายการได้อย่างหลากหลายช่องทาง โดยเริ่มที่สามารถเข้าฟังวิทยุออนไลน์ได้ฟรีและไม่ต้องลงทะเบียนโดยตรงบนเว็บไซต์หรือในแอปพลิเคชันโทรศัพท์ Google Play และ App Store เว็บไซต์: https://www.js100.com Facebook:@js100radio เป็นต้น

วัตถุประสงค์

เมื่อศึกษาตอนที่ 13.3 จบแล้ว นักศึกษาสามารถ

1. อธิบายกรณีศึกษาที่มีปัญหาเกี่ยวกับการกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการควบคุมการประกอบการ

2. อธิบายกรณีศึกษากรณีศึกษาที่เป็นตัวอย่างที่ดีเกี่ยวกับการกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการควบคุมการประกอบการได้

เรื่องที่ 13.3.1

กรณีศึกษาที่มีปัญหาเกี่ยวกับการกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการควบคุมการประกอบการ

กรณีศึกษาที่ 1: กรณีการประกอบกิจการการสื่อสาร CNN

“เรียกร้อง CNN รับผิดชอบ ละเมิดจริยธรรมสื่อมวลชน”

สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์ฯ และสมาคมผู้สื่อข่าวตปท. เรียกร้องสำนักข่าว CNN ออกมาชี้แจงกรณีละเมิดจริยธรรมการรายงานข่าวเหตุกราดยิงศูนย์เด็กเล็กหนองบัวลำภู ที่มีทั้งการปีนรั้วพื้นที่ที่ถูกล้อมเส้นเป็นเขตหวงห้าม นำเสนอภาพคราบเลือดในจุดเกิดเหตุเผยแพร่ทั่วโลก

นายธีรนัย จารุวัสตร์ อุปนายกฝ่ายสิทธิเสรีภาพและการปฏิรูปสื่อ สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย (TJA) เปิดเผย8 ต.ค.2566 ระบุว่า ฝ่ายสิทธิเสรีภาพฯ ได้รับเรื่องร้องเรียนจากประชาชนเกี่ยวกับกรณีทีมข่าวของ สำนักข่าว CNN ได้รุกล้ำเข้าไปในบริเวณเขตหวงห้ามของ ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กองค์การบริหารส่วนตำบลอุทัยสวรรค์ อ.นากลาง จ.หนองบัวลำภู เพื่อทำการบันทึกภาพข่าวและเผยแพร่ออกอากาศ ทั้งที่บริเวณดังกล่าวเป็นจุดเกิดเหตุที่เจ้าหน้าที่ได้กั้นพื้นที่และห้ามสื่อมวลชนอื่นๆเข้าไปด้านใน หรือที่เรียกว่า crime scene

ถึงแม้ทีมข่าวของ CNN จะระบุในคลิปที่เผยแพร่บนเว็บไซต์ว่า การเข้าจุดเกิดเหตุของตน “ได้รับอนุญาตแล้ว” แต่มีรายงานข่าวจำนวนหนึ่งระบุว่า เจ้าหน้าที่ในพื้นที่มิได้อนุญาตให้ CNN หรือบุคคลภายนอกเข้าไปในจุดเกิดเหตุแต่อย่างใด

ภาพที่11 ผู้สื่อข่าวของ CNN เข้ารายงานจากภายในศูนย์เด็กเล็กฯ จุดเกิดเหตุและถูกล้อมเป็นพื้นที่หวงห้าม
ที่มา thansettakij.com

ฝ่ายสิทธิเสรีภาพและการปฏิรูปสื่อ สมาคมนักข่าวฯ จึงปรึกษาหารือกัน พร้อมสรุปเป็นความเห็นและข้อเรียกร้องดังต่อไปนี้

1. การปฏิบัติงานและนำเสนอข่าวของทีมข่าว CNN มีลักษณะที่ละเมิดหลักจริยธรรม ขาดการคำนึงถึงความเหมาะสม และสุ่มเสี่ยงอย่างยิ่งที่จะทำให้เกิดการเลียนแบบจากสื่ออื่นๆ

จากการตรวจสอบเบื้องต้นได้พบว่า ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กฯอุทัยสวรรค์ ยังมีสถานะเป็นจุดเกิดเหตุอาชญากรรม มีการกั้นพื้นที่บริเวณโดยรอบอย่างชัดเจน การที่ทีมข่าว CNN เข้าพื้นที่ไปทำข่าวชิ้นดังกล่าว จึงเป็นการรุกล้ำเข้าจุดเกิดเหตุอาชญากรรม ซึ่งต่อให้ได้รับอนุญาตเข้าพื้นที่จริงตามที่ CNN กล่าวอ้าง ทีมข่าวก็ควรใช้วิจารณญาณว่าการเหยียบย่ำเข้าไปในจุดเกิดเหตุอาชญากรรมครั้งสำคัญเช่นนี้ พร้อมนำเอาอุปกรณ์ต่างๆเข้าไปถ่ายทำข่าวจากพื้นที่ ย่อมเป็นเรื่องที่ไม่สมควรทำอย่างยิ่ง

นอกจากนี้ การเสนอข่าวของทีมข่าว CNN มีภาพและคลิปที่มีลักษณะอุจาดหวาดเสียว โดยไม่มีเหตุผลด้านประโยชน์สาธารณะอย่างชัดเจน อีกทั้งยังอาจสร้างความกระทบกระเทือนใจให้ผู้ชม โดยเฉพาะครอบครัวหรือผู้ใกล้ชิดของผู้สูญเสียในเหตุการณ์

อนึ่ง การกระทำของทีมข่าว CNN ยังเสี่ยงที่จะสร้างมาตรฐานที่อันตรายต่อจริยธรรมของบรรดาสื่อมวลชนอื่นๆที่ปักหลักทำข่าวอยู่ด้วย เนื่องจากผู้บริหารหรือบรรณาธิการของสำนักข่าว ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ เมื่อเห็นการเข้าพื้นที่ของ CNN ก็อาจจะมีคำสั่งหรือกดดันให้ทีมข่าวของตนเองหาทางเอาภาพข่าวหรือเข้าพื้นที่ในลักษณะคล้ายกัน กลายเป็นการเพิ่มโอกาสที่จะมีกรณีนักข่าวหรือช่างภาพละเมิดสิทธิ์หรือรุกล้ำพื้นที่ต้องห้าม เพื่อแข่งขันกันสร้างผลงาน

ภาพที่12 ทีมข่าว CNN กำลังปีนรั้วออกจากศูนย์พัฒนาเด็กเล็กที่ถูกล้อมเป็นจุดเกิดเหตุ (ภาพจาก TJA)
ที่มา thansettakij.com

2. ทั้งต้นสังกัด CNN และเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบในพื้นที่เกิดเหตุ ต้องเร่งสอบสวนกรณีที่เกิดขึ้น และชี้แจงข้อเท็จจริงให้สาธารณชนได้รับทราบอย่างเร่งด่วน เพื่อให้เป็นที่กระจ่างว่า มีการให้อนุญาต CNN เข้าพื้นที่จริงหรือไม่ หากมีการให้อนุญาตจริง ต้องมีคำตอบว่าใครเป็นผู้อนุญาต และให้อนุญาตด้วยเหตุผลอันใด แต่ถ้าหากไม่มีการอนุญาตจริงตามที่ CNN อ้าง ทางต้นสังกัด CNN ต้องชี้แจงว่าจะแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมไทยอย่างไร ขณะที่เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ ก็ต้องตอบสังคมด้วยเช่นกันว่าเหตุใดจึงมีการปล่อยปละละเลยให้ทีมข่าวเข้าจุดเกิดเหตุโดยพลการ และจะมีการดำเนินการทางกฎหมายในกรณีนี้หรือไม่ อย่างไร

3. ขอเรียกร้องให้สื่อมวลชนทุกสำนัก นำเอากรณีนี้มาเป็นอุทาหรณ์และถอดบทเรียนร่วมกัน ไม่เลียนแบบหรือแข่งขันกันให้ได้มาซึ่งข่าวหรือภาพในลักษณะคล้ายกัน ท้ายสุดนี้ ฝ่ายสิทธิเสรีภาพและการปฏิรูปสื่อ สมาคมนักข่าวฯ ขอชื่นชมที่สื่อมวลชนทั้งไทยและต่างประเทศส่วนใหญ่ ปฏิบัติหน้าที่และรายงานข่าวเกี่ยวกับโศกนาฏกรรมที่เกิดขึ้น ได้อย่างเหมาะสมและเป็นไปตามหลักจริยธรรมวิชาชีพสื่อ พร้อมกับเป็นกำลังใจให้สื่อมวลชนที่ปฏิบัติหน้าที่ได้ดีอยู่แล้ว รักษามาตรฐานการทำงานของตนสืบไป สำหรับกรณีส่วนน้อยที่การนำเสนอ

ข่าวมีปัญหาเชิงจริยธรรมและได้ขออภัยไว้แล้ว ก็ขอเป็นกำลังใจให้แก้ไขปรับปรุงการทำงานและพิสูจน์ตนเองกับสังคมเช่นกัน

นอกจากนี้ ในวันเดียวกันเพจเฟซบุ๊กของสมาคมผู้สื่อข่าวต่างประเทศแห่งประเทศไทย (FCCT) ได้ออกแถลงการณ์ถึงกรณีการรายงานข่าวเหตุกราดยิงหนองบัวลำภูของสำนักข่าว CNN ไว้ว่า “สมาคมผู้สื่อข่าวต่างประเทศแห่งประเทศไทย ผิดหวังกับการนำเสนอข่าวล่าสุดของสำนักข่าวซีเอ็นเอ็นต่อเหตุกราดยิงในศูนย์เด็กเล็กหนองบัวลำภู ซึ่งมีผู้ได้รับผลกระทบส่วนมากเป็นเด็ก” โดยทีมงานของ CNN ได้เข้าไปในพื้นที่ที่ระบุชัดเจนว่าเป็นพื้นที่เกิดเหตุโดยไม่ได้รับการอนุญาต ไม่ว่าจะในกรณีใดๆ ก็ตาม นี่คือการกระทำอันไม่เป็นมืออาชีพ และละเมิดจริยธรรมสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมอย่างร้ายแรง

ตัวอย่างการรายงานข่าวเชิงลึก เพราะไม่มีองค์กรสื่อสารมวลชนใด ทั้งในพื้นที่หรือต่างประเทศที่เตรียมการจะทำในสิ่งผิดมารยาททางจรรยาบรรณ ประเทศไทยตกอยู่ภายใต้ความเสียใจและเป็นทุกข์อย่างหนักต่อการสูญเสียครั้งนี้ ทั้งยังมีความกังวลในวงกว้างต่อรูปภาพที่ไม่เหมาะสมซึ่งไม่ควรถูกเผยแพร่ในสังคมและสื่อออนไลน์ เพราะความเคารพเป็นสิ่งที่พึงมีต่อผู้เสียชีวิตและครบครัวของพวกเขา สื่อมวลชนต่างประเทศและสื่อท้องถิ่น ที่ตั้งมั่นไม่ประพฤติผิดจรรยาบรรณ แม้จะอยู่ภายใต้ความสนใจของนานาประเทศ และแรงกดดันจากกองบรรณธิการควรได้รับการยกย่อง (thansettakij.com)

กรณีศึกษาที่ 2: กรณีการประกอบกิจการการสื่อสารคดีพิธีกรข่าวช่อง 3

กสทช.แจง สรยุทธ จ้อหน้าจอหลังศาลตัดสิน ผิดจริยธรรม

ภาพที่ 13 กรณีการประกอบกิจการการสื่อสารคดีพิธีกรข่าวช่อง 3
ที่มา https://d.dailynews.co.th/entertainment/383467/

ช่อง 3 ชี้แจง กสทช. กรณี สรยุทธ จัดรายการต่อ หลังศาลชั้นต้น ตัดสินมีความผิด คดีไร่ส้ม ด้าน กสทช. ระบุ ไม่ผิดกฎหมาย แต่ผิดจริยธรรมสื่อ ขณะที่ นายกสมาคมมีเดียเอเยนซี่ฯ เผย วงการโฆษณากลับเข้าสู่ภาวะปกติ ส่วนสินค้าที่ถอนโฆษณา ออกไปก่อนหน้า จะกลับมาซื้ออีกหรือไม่ อยู่ที่เจ้าของสินค้า ...

หลังจากที่ คณะอนุกรรมการ ด้านผังรายการและเนื้อหารายการ ของ กสทช. เชิญ ช่อง 3 มาชี้แจง กรณี นายสรยุทธ สุทัศนะจินดา ได้ข้อสรุปว่า การออกอากาศของนายสรยุทธ หลังศาลตัดสินมีความผิดด้านจริยธรรมสื่อ แต่ไม่ผิดกฎหมาย และช่อง 3 ควรร่วมผิดชอบในฐานะเจ้าของช่อง

พล.ท.พีระพงษ์ มานะกิจ ประธานคณะอนุกรรมการด้านผังรายการและเนื้อหารายการ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ กล่าวภายหลังการประชุมร่วมกับ นางนิมะ ราชิดี ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท บางกอก เอ็นเตอร์เทนเม้นต์ หรือช่อง 3 ในฐานะตัวแทนช่อง 3 กรณีนายสรยุทธ สุทัศนะจินดา ว่าได้หารือร่วมกับสมาคมวิชาชีพสื่อ หากศาลมีคำสั่งตัดสินออกมาแล้วว่า นายสรยุทธ มีความผิด แม้ว่าจะไม่ผิดกฎหมาย แต่ผิดจริยธรรม และจรรยาบรรณสื่อ ก็ไม่ควรทำหน้าที่ต่อ และช่อง 3 ควรร่วมรับผิดชอบในฐานะผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์

นอกจากนี้ ยังได้สอบถามช่อง 3 ถึงกรณีที่นายสรยุทธ ยังจัดรายการต่ออีก 2 วัน หลังจากศาลมีคำสั่ง ซึ่งทางช่อง 3 ชี้แจงว่า คำสั่งศาลยังไม่ถึงขั้นสุด สามารถอุทธรณ์ต่อได้ และ ช่อง 3 ดูแลคนเป็นครอบครัว และญาติ ซึ่งทางช่อง 3 ในฐานะผู้รับใบอนุญาต ต้องรับผิดชอบร่วมทางจริธรรมและจรรยาบรรณ

พล.ท.พีระพงษ์ กล่าวว่า เรื่องที่เกิดเป็นปัญหาจริธยธรรม ซึ่ง กสทช.ต้องร่วมกับสภาวิชาชีพ เพื่อกำหนดแนวทางจริยธรรม กรณีเกิดเรื่องแบบนี้ ส่วนกรณีนายสรยุทธ อาจต้องระงับออกหน้าจอ ในฐานะพิธีกรไปจนกว่าจะมีคำพิพากษาศาลฎีกา ถ้าศาลฎีกาสรุปว่า ไม่ผิด ก็ค่อยกลับมาจัดต่อได้ แต่หากศาลตัดสินว่าผิด ก็คงไม่เหมาะสมหากต้องจัดรายการ

ด้านนางวรรณี รัตนพล นายกสมาคมมีเดียเอเยนซี่ และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย กล่าวว่า ขณะนี้วงการโฆษณากลับเข้าสู่ภาวะปกติ แล้ว หลังจากนายสรยุทธ ประกาศยุติการทำหน้าที่พิธีกร ส่วนลูกค้าบางรายที่ถอนโฆษณาออกไปก่อนหน้านี้ ต้องสอบถามจากเจ้าของสินค้าเองว่า จะกลับมาซื้อใหม่อีกหรือไม่ เพราะการวางแผนโฆษณาจะวางแผนการซื้อเป็นรายเดือน ซึ่งเดือนมีนาคมที่ผ่านมาได้วางแผนไปเรียบร้อยแล้ว

ส่วนกรณีที่อาจมีการปรับเปลี่ยนการซื้อโฆษณาของลูกค้า มองว่าเป็นเรื่องปกติของการซื้อขายโฆษณาโดยยึดหลักที่จะเลือกซื้อในรายการที่มีเรตติ้งสูง และยังไม่ได้รับการติดต่อจากช่อง 3 เกี่ยวกับการปรับอัตราค่าโฆษณารายการที่นายสรยุทธ เคยเป็นผู้ดำเนินรายการ หรือการปรับผังรายการ

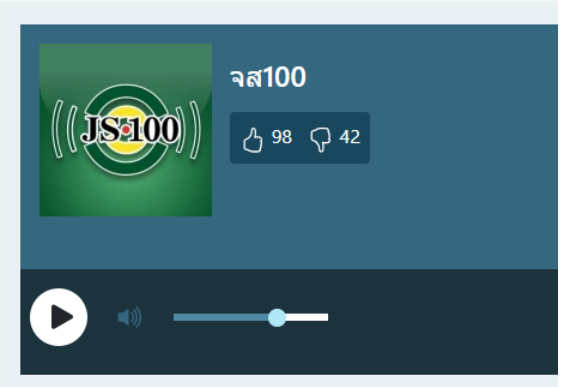
นายกสมาคมมีเดียเอเยนซี่และธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย ระบุอีกว่า กรณีที่เกิดขึ้นกับช่อง 3 ไม่ได้เกิดความเปลี่ยนแปลงในวงการโฆษณามากนัก เพราะในวงการโทรทัศน์มีการแข่งขันสูง ซึ่งเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นตามปกติที่ผู้เล่นรายเดิมในตลาดต้องหากลยุทธ์ดึงดูดผู้ชม โดยอาจปรับเนื้อหารายการ และพยายามรักษาฐานผู้ชม ขณะที่ผู้เล่นรายใหม่ก็ต้องพยายามหากลยุทธ์เพิ่มฐานผู้ชมเช่นกัน เพราะสุดท้ายลูกค้าจะตัดสินใจซื้อโฆษณาจากเรตติ้ง

เรื่องที่ 13.3.2

กรณีศึกษาที่เป็นตัวอย่างที่ดีเกี่ยวกับการกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการควบคุมการประกอบการ

กรณีศึกษาที่ 1: สถานีวิทยุสาธารณะในกรุงเทพมหานคร “จส 100” หรือ “JS100” ติดตามข่าวสารจราจร อุบัติเหตุรถยนต์ ล่าสุดวันนี้ ความช่วยเหลือและเรื่องราวที่น่าสนใจ ก่อตั้งเมื่อ 2 กันยายน พ.ศ. 2534 เจ้าของสถานีคือบริษัท แปซิฟิค คอร์ปอเรชั่น จำกัด FM

โดยทุกฝ่าย โดยเฉพาะภาคประชาชนที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงและมีส่วนร่วมในรายการได้อย่างหลากหลายช่องทาง โดยเริ่มที่สามารถเข้าฟังวิทยุออนไลน์ได้ฟรีและไม่ต้องลงทะเบียนโดยตรงบนเว็บไซต์หรือในแอปพลิเคชันโทรศัพท์ Google Play และ App Store เว็บไซต์: https://www.js100.com Facebook:@js100radio Twitter:@js100radio YouTube@channel TikTok:@js100radio Google Play App Store



ภาพที่ 14สถานีวิทยุสาธารณะในกรุงเทพมหานคร “จส 100”
ที่มา https://www.js100.com/en/site/home/index

ภาพที่ 15 จส 100 ฟังวิทยุออนไลน์ได้ตลอด 24 ชม.คลื่น กรุงเทพมหานคร 100.0 FM

ที่มา https://www.js100.com/en/site/home/index

กรณีศึกษาที่ 2: หนึ่งในกรณีศึกษาที่น่าสนใจเกี่ยวกับการประกอบการสื่อที่มีจริยธรรมและจรรยาบรรณ คือ หนึ่งในตัวอย่างที่ดีเกี่ยวกับการประกอบการสื่อที่มีจริยธรรมและจรรยาบรรณคือองค์กรข่าวหรือที่เรียกว่าสำนักข่าวรอยเตอร์ (Reuters) ที่เป็นสำนักข่าวระดับโลกที่มีมาตรฐานสูงในการสื่อสารข่าวสารที่ถูกต้อง และนับถือความโปร่งใสและความเท่าเทียมต่อกันอย่างสูงสุดในการรายงานข่าว โดยสำนักข่าวรอยเตอร์ (Reuters) ได้รับความไว้วางใจว่า มีการปฏิบัติตามจริยธรรมและจรรยาบรรณที่เป็นที่ยอมรับในวงกว้างในอุตสาหกรรมสื่อข่าวมาอย่างต่อเนื่องจนได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในทุกระดับ

สำนักข่าวรอยเตอร์ (Reuters)มีหลักการที่ชัดเจนในการรายงานข่าวอย่างสุจริตและไม่เฉพาะตัว พวกเขามีนโยบายที่เข้มแข็งในการตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูลก่อนที่จะเผยแพร่ การควบคุมคุณภาพและการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญในการรายงานข่าว

ภาพที่16 สำนักข่าวรอยเตอร์ (Reuters)

ที่มา https://thestandard.co/reuters-news-agency-charge-reading-of-1095-baht-per-month/

นอกจากนี้สำนักข่าวรอยเตอร์ (Reuters) ยังมีความรับผิดชอบทางสังคมและอุทิศตนที่ชัดเจน โดยให้ความสำคัญกับความเท่าเทียมและความยุติธรรมในการรายงานข่าวทุกประเด็น โดยกำหนดคุณภาพการทำหน้าที่ของสำนักข่าวเป็นอันดังแรกสุด ทำให้สำนักข่าวรอยเตอร์ (Reuters) ได้รับการยอมรับ ได้รับความเชื่อถือจากทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การได้รับอนุญาตให้เข้าทำข่าว รายงานข่าวสำคัญๆ ของประเทศในอันดับต้นๆ เพราะเชื่อถือในคุณภาพ และจรรยาบรรณ จริยธรรมในการทำงานของสำนักข่าวรอยเตอร์ (Reuters) นี้

กิจกรรม 13.3.2

1.ให้นักศึกษาอธิบายเกี่ยวกับกรณีศึกษาทั้งที่มีปัญหา และที่เป็นตัวอย่างเกี่ยวกับการกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการควบคุมการประกอบการ

แนวตอบกิจกรรม 13.3.2

กรณีศึกษาทั้งที่มีปัญหา และที่เป็นตัวอย่างเกี่ยวกับการกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการควบคุมการประกอบการโดยสังเขปคือ

1. กรณีศึกษาที่มีปัญหาเกี่ยวกับการกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการควบคุมการประกอบการ ตัวอย่างเช่นกรณีศึกษาที่ 1: กรณีการประกอบกิจการการสื่อสาร CNN“เรียกร้อง CNN รับผิดชอบ ละเมิดจริยธรรมสื่อมวลชน”กรณีละเมิดจริยธรรมการรายงานข่าวเหตุกราดยิงศูนย์เด็กเล็กหนองบัวลำภู ที่มีทั้งการปีนรั้วพื้นที่ที่ถูกล้อมเส้นเป็นเขตหวงห้าม โดยรุกล้ำเข้าไปในบริเวณเขตหวงห้ามของ ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กองค์การบริหารส่วนตำบลอุทัยสวรรค์ อ.นากลาง จ.หนองบัวลำภู เพื่อทำการบันทึกภาพข่าวและเผยแพร่ออกอากาศ ทั้งที่บริเวณดังกล่าวเป็นจุดเกิดเหตุที่เจ้าหน้าที่ได้กั้นพื้นที่และห้ามสื่อมวลชนอื่นๆเข้าไปด้านใน หรือที่เรียกว่า crime scene โดยทีมงานของ CNN ได้เข้าไปในพื้นที่ที่ระบุชัดเจนว่าเป็นพื้นที่เกิดเหตุโดยไม่ได้รับการอนุญาต ไม่ว่าจะในกรณีใดๆ ก็ตาม นี่คือการกระทำอันไม่เป็นมืออาชีพ และละเมิดจริยธรรมสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมอย่างร้ายแรง

2. กรณีศึกษาที่เป็นตัวอย่างที่ดีเกี่ยวกับการกำกับดูแลการใช้จริยธรรม จรรยาบรรณในการควบคุมการประกอบการดังกรณีศึกษาสถานีวิทยุสาธารณะในกรุงเทพมหานคร “จส 100” หรือ “JS100” ติดตามข่าวสารจราจร อุบัติเหตรถยนต์ ล่าสุดวันนี้ ความช่วยเหลือและเรื่องราวที่น่าสนใจ ก่อตั้งเมื่อ 2 กันยายน พ.ศ. 2534 เจ้าของสถานีคือบริษัท แปซิฟิค คอร์ปอเรชั่น จำกัด FM ที่มีการบริหารจัดการทั้งระบบถึงการให้บริการที่ทุกฝ่าย โดยเฉพาะภาคประชาชนที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงและมีส่วนร่วมในรายการได้อย่างหลากหลายช่องทาง โดยเริ่มที่สามารถเข้าฟังวิทยุออนไลน์ได้ฟรีและไม่ต้องลงทะเบียนโดยตรงบนเว็บไซต์หรือในแอปพลิเคชันโทรศัพท์ Google Play และ App Store เว็บไซต์: https://www.js100.com Facebook:@js100radio เป็นต้น

บรรณานุกรม

การกำกับดูแลธุรกิจโอทีที OTT (Over-the-Top) *“การแพร่ภาพและกระจายเสียงด้วยเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต”*. https://www.blockdit.com/posts/624ea20170296a533c26ca85

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.). (2556). *“การจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์”*

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.). (2553). *“พระราชบัญญัติ องคกรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน และกิจการ โทรคมนาคม พ.ศ. 2553”.*

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.). (2564). *“พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data Protection Act) หรือที่เรียกสั้นๆว่า “กฎหมาย PDPA” พ.ศ. 2564”*

โจเซฟ พูลิทเซอร์ (Pulitzer, 1904) อ้างในกมลรัฐ อินทรทัศน์ 2564. *“จริยธรรมสื่อ”.*

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 *“จริยธรรม”*

ปณัชญา ลีลายุทธ และบุญเลิศ โอฐสู. (2559). *จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อมวลชนยุคสื่อดิจิทัล.* วารสารบัณฑิตศึกษาปริทัศน์, 13(2), 176-189.

ปิยฉัตร ล้อมชวการ กมลรัฐ อินทรทัศน์ และคณะ. (2560). *กลยุทธ์การสื่อสารและการใช้สื่อสร้างสรรค์จากทุกภาคส่วนในสังคมไทยเพื่อลดความรุนแรงในครอบครัว.* นนทบุรี: สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สถานีวิทยุสาธารณะในกรุงเทพมหานคร *“จส 100” หรือ “JS100”* https://www.js100.com Facebook:@js100radio

สำนักข่าวฐานเศรษฐกิจ *“ผู้สื่อข่าวของ CNN ละเมิดพื้นที่หวงห้าม”*. www.thansettakij.com

Bandura, A. (1991). *Social cognitive theory of self-regulation.* Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 248–287.

Jennings Bryant, Dolf Zillmann. (1996). *Media Effects: Advances in Theory and Research.* Lawernce erlbaum associates, Publishers. London.

Positioning Magazine. (2566). *นักวิชาการซัด "ไทยพีบีเอส" ซื้อหุ้น "ซีพี " ผิดทั้งกฎหมาย – จริยธรรม – จรรยาบรรณ.* http://www.manager.co.th/Home/ViewNews.aspx?NewsID=9600000025886

The Journal of the American Medical Association (Centerwall, 1992) อ้างใน กมลรัฐ อินทรทัศน์ 2564. *"ผลกระทบจากสื่อที่ส่งผลต่อความรุนแรง"*