



Press Release:

พลังการตรวจสอบของผู้บริโภคสื่อ สะท้อนการขับเคลื่อนคุณธรรมจริยธรรมของสื่อมวลชนในการสื่อสารยุคดิจิทัล

22 กันยายน 2564 ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) จัดเสวนาออนไลน์ ประเด็น “การสื่อสารยุคดิจิทัล ด้วยประเด็นคุณธรรมจริยธรรมของสื่อมวลชน” ผ่านระบบ Zoom และ Facebook Live ศูนย์คุณธรรม โดย รศ.นพ.สุริยเดว ทรีปาตี ผู้อำนวยการศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) กล่าวว่า ศูนย์คุณธรรมเปิดประเด็นเรื่องของคุณธรรมในลักษณะแบบ Open มากขึ้นตามยุคสมัย ซึ่งจะพูดถึงเรื่องของพฤติกรรมที่ดี แล้วแต่ยุคสมัยว่าจะตีความกันอย่างไร เรื่องคุณธรรมจะฝังลึกเพราะแม้เปลี่ยนระบบนิเวศก็ยังคงประพฤติปฏิบัติอยู่ ส่วนจริยธรรมคือการที่ตกลงกัน เพราะยุคสมัยที่เปลี่ยนไปและมีข้อตกลงใด ๆ เกิดขึ้น บนข้อตกลงดี ๆ นั้นก็สามารถเป็น Code of Conduct ได้ ต่อให้ต่าง generation กัน ก็สามารถสร้างความร่วมมือซึ่งกันและกันได้ ดังนั้น การเพิ่มพื้นที่โดยเฉพาะให้กับ Social Media หรือมิติทางด้านสังคม ขณะเดียวกันการที่จะทำอย่างไรให้ได้ยกระดับคุณภาพพลเมืองให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ในแง่พื้นที่ของ Social Media หากช่วยกันดูแล ให้นำไปสู่การเคารพศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ รวมไปถึงการอยู่ร่วมกันโดยไม่ทำร้ายกัน ดังนั้น จึงอยากจะเชิญชวนว่า จะเป็นไปได้หรือไม่ เวลาที่เราพูดถึงธุรกิจ เราจะพูด CSR ซึ่งเป็นการคืนกำไรให้กับประชาชนในพื้นที่ และจะเกิดพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนต่างวัย ต่างgeneration เช่น การเกิด Open my Set เกิดรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งพื้นที่แบบนี้สำหรับประชาชนยังมีน้อย

“มีคำพูดเล็ก ๆ อย่างหนึ่งว่า สื่อมวลชนมีพลังในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนได้ แต่สื่อมวลชนจะต้องช่วยกันทำให้เป็นแรงเสริมบวกของสังคม ไม่ใช่แรงเสริมลบของสังคม รวมไปถึงจนถึงประชาชนทุกคนที่ต้องมีจิตสำนึก เพราะว่าวันนี้ทุกท่านสามารถใช้ Social Media สร้างข่าวขึ้นมาได้ ถ้ามันผิดจากหลักการที่พูดถึง คือไม่เคารพกฎหมาย สร้าง Fake News ไม่มีความซื่อสัตย์สุจริต คุณธรรมทั้งหมดที่พูดถึงขึ้นมาเท่ากับว่าเราไม่ได้ใช้หัวใจของความเป็นคุณธรรมในตัวเอง และในบ้านเมืองที่มีกฎหมาย กติกา หรือแม้แต่ในองค์กรที่มีจริยธรรม หากเราไม่ได้ประพฤติปฏิบัติตาม ความเสียหายก็จะเกิดขึ้น” รศ.นพ.สุริยเดว กล่าว

ดร.มานะ ตรีรยาภิวัฒน์ รองอธิการบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และนักวิชาการ ด้านสื่อมวลชน กล่าวว่า นิยามจริงๆ ของคำว่าสื่อ อาจไม่สามารถแบ่งออกได้อย่างชัดเจน ด้วยความที่หลายคนบอกว่าทุกคนสามารถเป็นสื่อได้ แต่ก็จะมีบางส่วนที่อาจจะตั้งคำถามว่า อาชีพของสื่อมวลชนยังมีเหมือนเดิมหรือไม่ เพราะบางคนอาจมีอาชีพสื่อแต่ไม่ได้เป็นสื่อมวลชนมืออาชีพ อย่างหลายๆ ครั้งในการนำเสนอที่ปราศจากการไตร่ตรองโดยรอบคอบ แต่กับคนธรรมดาที่มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร แต่มีการคัดกรองข้อมูลที่ถูกต้องก่อน ก็ถือว่าเขาเป็นสื่อมวลชนมืออาชีพ ทั้ง ๆ ที่เขาไม่ได้มีอาชีพหลักเป็นสื่อมวลชน ซึ่งสิ่งสำคัญที่สุดคือทำอย่างไรให้ผู้บริโภคสามารถมีพลังมากขึ้นในการตรวจสอบข้อมูลข่าวสาร โดยส่วนตัวจึงไม่ได้คาดหวังว่าสื่อจะสามารถดิ้นรนออกมาจากบ่วงของเรตติ้ง และยึดหลักการ Code of Conduct ดังนั้น พลังของการตรวจสอบ



ของผู้บริโภคในวันนี้จะเป็นสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญมากในการขับเคลื่อนคุณธรรมจริยธรรมของสื่อมวลชน ซึ่งคุณธรรม จริยธรรมของสื่อมวลชนไม่ได้เกิดเองโดยความเป็นคนดี และจะต้องนำเสนอตาม Code of Conduct เพียงอย่างเดียว แต่การที่เขาจำเป็นต้องนำเสนอ นั้น ส่วนหนึ่งคือพลังของผู้บริโภคที่จับตาและจ้องมองอยู่

ดร.มานะ กล่าวทิ้งท้ายว่า พลังที่มากกว่าเรตติ้งเอง ก็คือเจ้าของสื่อ หรือคนที่กำกับนโยบายของสื่อ นั้นๆ ไม่ว่าจะเป็สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อทีวี หรือสื่ออื่นๆ ซึ่งหากเจ้าของสื่อป้กรงในบางเรื่องไว้ ต่อให้สื่อมวลชน ในฐานะคนธรรมดา รู้สึกว่าเรื่องนี้ไม่ถูกต้องตามเชิงจริยธรรม แต่เจ้าของสื่อไม่ยอม ก็ยังทำให้คนทำงานสื่อหลายคน อึดอัดใจ ประเด็นนี้จึงสำคัญที่ไม่ค่อยได้พูดถึงกัน เพราะเรามักจะพูดกันในแง่ของเรตติ้ง ซึ่งน่าเห็นใจอยู่พอสมควร ที่นอกจากจะต้องบาลาซการนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้อยู่ในเชิงของจริยธรรม จรรยาบรรณของตัวเองแล้วนั้น ยังถูกกดดันในเชิงของเรตติ้งของตัวเอง

คุณมงคล บางประภา นายกสทศมนตรี กล่าวว่ นียม สื่อมวลชน ยุคปัจจุบันเปลี่ยนไปจากเดิมด้วยเทคโนโลยี เพราะขณะนี้ทุกคนสามารถใช้มือถือในการส่งข่าวสารขึ้นเดียวพร้อม กันไปยังสาธารณชนได้ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารจากบุคคลที่มีอาชีพสื่อ หรือไม่ได้มีอาชีพสื่อ โดยปกติแล้วจะสื่อสาร ด้วยความรู้สึก การมีส่วนร่วมในสังคมที่จะสะท้อนถึงความไม่เป็นธรรม หรือต้องการความช่วยเหลือในสังคม ซึ่งเมื่อเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงไป ผลกระทบในเชิงของคุณธรรมจริยธรรมที่มีต่อสังคม มั่นรุนแรงและแพร่กระจาย ได้อย่างรวดเร็วกว่าสมัยก่อน ดังนั้น การกระชับมุมมองเกี่ยวกับคุณธรรมจริยธรรม ต้องไม่ลืมนว่ トラบไคที่มนุษย์ ยังคงมีพื้นฐานปัจจัยในการดำรงชีวิตร่วมกัน ยังต้องการอากาศ น้ำ อาหาร ขณะเดียวกันมนุษย์ก็ต้องการข้อมูล ข่าวสารที่ถูกต้อง ไม่ถูกหลอกลวง โดยส่วนตัวมองว่า ไม่ว่าจะต่างวัย หรือบริบทสังคมจะต่างกันอย่างไร แต่จริง ๆ สังคมก็ยังต้องการคุณธรรมจริยธรรมต่อผู้ที่ส่งข่าวสารสู่สังคม ซึ่งจะช่วยสะท้อนสังคมให้เป็นประโยชน์ได้อย่างไร

คุณมงคล ยังกล่าวอีกว่า สื่อยังคงมีอิทธิพลและสร้างผลกระทบมากกว่าเดิมหากเปรียบเทียบกับสมัยก่อน โดยมี 4 เรื่องที่คิดว่าส่งผลกระทบ คือ **1. คงทนกว่า** : สิ่งที่อยู่บนโลกอินเทอร์เน็ต ที่สามารถสืบค้นได้ง่ายและ สะดวก **2. ส่งผลเร็วและแรงกว่า** : นำมาซึ่งพลังความรู้สึกร่วมของสังคมสูงมากและรุนแรงมาก **3. ดูนว่เชื่อถือ กว่า** : โดยเฉพาะผ่านคลิปริติโอที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต ซึ่งคนมักจะมีมองและตัดสินเพียงเฉพาะคลิปรในช่วงเวลาบาง ช่วงที่ถูกตัดเผยแพร่ออกมา จนลืมนว่ว่า เหตุการณ์ก่อนและหลังคลิปรหากดูตั้งแต่ต้นจนจบอาจมีข้อเท็จจริงอีกด้าน หนึ่งปรากฏอยู่ และ **4. บิดเบือนง่ายกว่า**

นอกจากนี้ ไม่ใช่แค่ต่อองค์กรสื่อ นักวิชาการ นักสื่อสารมวลชน หรือองค์กรมหาชน ที่จะมาพูดถึงเรื่องของคุณธรรมจริยธรรม แต่ประเด็นนี้สมควรที่จะลือมวงพูดคุยกัน ว่าขอบเขตคุณธรรมจริยธรรม ที่เคยยอมรับกันมาใน สมัยหนึ่ง พอเวลาผ่านไปอาจจะต้องมาพูดคุยกันในช่วงประเด็นที่อาจจะทำให้เข้มแข็งมากขึ้น อย่างประเด็นการ นำเสนอเนื้อหาของน้องไข่นว่ กัระบบ Onlyfans ก็จะมีมุมมองของการพูดถึงสิทธิมนุษยชน หรือแม้แต่สิทธิเสรีภาพ ในประเด็นของร่างกายด้วย หรือมุมมองของธุรกิจที่จะมาแสวงหาผลประโยชน์จากประเด็นนี้ ซึ่งก็จะส่งผลกระทบ กลับมาที่เยาวชนได้ด้วยเช่นกัน โดยแต่ละมุมมอง ก็เป็นมุมมองที่หวังดีต่อสังคม เพียงแต่อาจจะต้องหาจุดที่เหมาะสมลงตัว

คุณมงคล กล่าว



คุณณัฐกร เวียงอินทร์ บรรณาธิการ The People กล่าวว่า สิ่งสำคัญในคำว่าคุณธรรมจริยธรรม มีคำหนึ่งที่ใช้แทนกันได้ก็คือ จรรยาบรรณสื่อ ซึ่งควรจะมีแกนกลางหรือแนวปฏิบัติร่วมกันในพื้นฐานกว้าง ๆ ยกตัวอย่าง ต่อให้เราตีเบตกันอย่างไรก็ตาม แต่สิ่งที่ยอมรับกันไม่ได้เลยในสื่อก็คือ Fake news หรือแม้แต่การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล โดยได้ให้ทัศนะถึง 3 ประเด็นใหญ่ๆ ในภาพของจริยธรรมสื่อที่สะท้อนผ่านการสื่อสารสมัยใหม่ กับ บทบาทของผู้อ่านที่เปลี่ยนไป โดย**ประเด็นแรก** เห็นได้จากการกำหนดวาระข่าวต่าง ๆ ซึ่งปัจจุบันนี้ต้องยอมรับว่า อำนาจในการกำหนดวาระไม่ได้อยู่ที่คนทำงานสื่ออีกต่อไปแล้ว แต่จะไปอยู่ที่มวลชน ประชาชนคนจะดูว่าเทรนด์ทวีตเตอร์ตอนนี้เขาพูดถึงอะไร ดูยูทูปเทรนด์ว่าคนกำลังสนใจอะไร ซึ่งเป็นเรื่องของเรตติ้งว่าคนนิยมหรือสนใจเรื่องอะไร **ประเด็นที่สอง** การสื่อสารระหว่างคนทำสื่อ (Content Creator) กับผู้อ่าน ซึ่งผู้อ่านจะช่วยกำกับการโพสต์เนื้อหาของสื่อ เช่น กรณีมีเคสลงข่าวผิด ภาพไม่เหมาะสม จะมี Feedback กลับมาอย่างรวดเร็วจากผู้อ่าน และจะเห็นได้ชัดว่าบทบาทของผู้อ่านเปลี่ยนไป ซึ่งส่วนตัวมองว่า ข้อเท็จจริง (Fact) กับ ความคิดเห็น (Opinion) มีความสำคัญทั้งคู่ เพียงแต่ในมุมมองของคนทำคอนเทนต์จะต้องเคลียร์เรื่องข้อมูลก่อน ว่าถูกต้องหรือไม่ จึงจะเป็นพื้นฐานที่จะนำไปสู่การพูดคุยกันในเรื่องของความคิดเห็น ว่ามุมมองหรือประเด็นที่น่าเสนอไปสังคมจะตามทันกับวิถีคิดแบบนี้หรือไม่อย่างไร เป็นต้น **ประเด็นสุดท้าย** คำว่า เรตติ้ง กับ จรรยาบรรณ ซึ่งก็ต้องยอมรับว่าปัจจุบัน เรตติ้งนั้นสำคัญ แต่จะมีวิธีการทำงานอย่างไรบนพื้นฐานของคำว่า จรรยาบรรณควบคู่ไปด้วย โดยอาจจะต้องบาลาซให้ได้ เพราะสิ่งนี้สะท้อนถึงความเป็นมืออาชีพในการทำงาน

ข่าวโดย กลุ่มงานสื่อสารและรณรงค์ทางสังคม ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน)