

แนวทางการพัฒนาจริยธรรมสื่อมวลชนไทยยุคดิจิทัล

Guidelines for the Development of the Ethics in the Era Digital Media

ตรัยรัตน์ ปลื้มปิติชัยกุล

Trirath Pluempitichaikul

อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น

อีเมล : Trirath.pl@spu.ac.th

วันที่รับบทความ (Received) 13 ก.ย. 2562

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 14 พ.ย. 2562

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 14 ธ.ค. 2562

บทคัดย่อ

สื่อมวลชน (Mass Communication) ถือเป็นเครื่องมือที่นำไปสู่การสร้างทำความเข้าใจ ความสัมพันธ์ และเชื่อมโยงสังคมเข้าด้วยกัน ทั้งนี้ประเด็นปัญหาในสื่อมวลชนก็พบมาก โดยเฉพาะประเด็นทางจริยธรรมในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชน ซึ่งตั้งแต่อดีตมีการกำหนดแนวทางเพื่อการพัฒนาทางจริยธรรมสื่อมวลชนจวบจนกระทั่งปัจจุบัน ซึ่งวิธีการ รูปแบบในการแก้ไขปัญหาเชิงจริยธรรมก็มีทิศทางที่ปรับเปลี่ยนไปตามนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยในยุคดิจิทัลปัจจุบันกำลังเป็นช่วงที่กำลังเผชิญกับปัญหาทางจริยธรรมในสื่อมวลชนอย่างยิ่ง ดังนั้นการศึกษาและค้นหาแนวทาง รวมไปถึงมาตรการในการกำกับ ตลอดจนการควบคุมหลักการทางจริยธรรมให้สอดคล้องกับความเป็นไปในสถาบันสื่อมวลชนในปัจจุบัน ทั้งนี้ บทความนี้เป็นบทความเชิงวิชาการ ซึ่งต้องอาศัยแนวคิดและทฤษฎีทางสื่อมวลชนในการพัฒนาองค์ความรู้ต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ: การพัฒนา, จริยธรรมสื่อมวลชน, ยุคดิจิทัล

ABSTRACT

Mass Communication is a tool that leads to understanding relations and social connections together. However, there are many issues in the media especially the ethical issues in presenting news and information from the mass media especially the ethical issues in presenting news and information from the mass media. In the past, guidelines for ethical development of the media have been established until now. The method of solving ethical problems has a direction that changes with the changing innovation, which in the current digital age, it is facing a lot of ethical problems in the media. Therefore, there should be studying and searching for guidelines including regulatory measures as well as controlling ethical principles to be consistent with current media institutions. In this article, this is an academic article, which requires media concepts and theories to develop knowledge in the future.

บทนำ

การสื่อสารเป็นกลไกในการขับเคลื่อนแห่งสังคมที่ทำให้สังคมดำเนินไปได้อย่างไม่หยุดยั้ง เนื่องจากการสื่อสารเป็นทั้งเครื่องมือ (Instrument) และวิธีการ (Means) ในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใดอย่างหนึ่งทั้งต่อปัจเจกบุคคล ต่อองค์กร และต่อสังคม ด้วยเหตุนี้เอง แนวทางจริยธรรมการสื่อสาร จึงเป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่นักวิชาชีพด้านการสื่อสาร หรือแม้แต่ผู้คนที่ทั่วไปต้องพึงระลึก ตระหนักถึงหลักการทางจริยธรรมที่ควรปฏิบัติให้มาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคของ “สื่อดิจิทัล” (Digital Media) จะเห็นได้ว่าสื่อยุคดิจิทัลในปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างมาก ซึ่งในปัจจุบันสื่อมวลชนสมัยใหม่ ได้เป็นเสมือนปัจจัยสำคัญในการก่อให้เกิดพลวัตรในกระบวนการสื่อสาร โดยมีการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสาร อย่างรวดเร็ว เหตุเพราะความเจริญก้าวหน้าทางนวัตกรรมเทคโนโลยีที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในพื้นทางการสื่อสาร จนถึงขั้นเป็นลักษณะวัฒนธรรมแบบใหม่ที่เข้ามาแทนที่รูปแบบทางการสื่อสารแบบเดิม ถึงอย่างไรก็ตามการนำเสนอหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารบนพื้นที่สาธารณะอย่างสังคมออนไลน์ แม้จะสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ (Relation) ระหว่างผู้คนจนได้เป็นเครือข่าย แต่ทว่าการใช้ช่องทางสื่อใหม่ก็มีความจำเป็นที่จะต้องดำเนินแนวทางทั้งในเชิงหลักการและการปฏิบัติให้สอดคล้องกับหลักคุณธรรม จริยธรรมที่พึงจะเป็น โดยปัญหาที่พบในการใช้ช่องทางสื่อใหม่สำหรับสังคมไทย คือ ไม่ตระหนักรู้ ตระหนักคิด ถึงบทบาทและความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งกลไกในการสร้างมาตรฐานให้เกิดการมีสำนึก รวมไปถึงการคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดย่อมล้วนต้องอาศัยแรงขับเคลื่อนทางจริยธรรมเป็นพื้นฐานในการได้ตรงถึงผลกระทบต่อผู้คนในสังคมอย่างกว้างขวางทั้งในทางตรงและทางอ้อม ด้วยลักษณะของคุณลักษณะเฉพาะของสื่อยุคดิจิทัลทำให้เห็นได้ชัดขึ้นว่าอิทธิพลของสื่อในยุคนี้ อาจเป็นพลังสำคัญที่ก่อให้เกิด ผลกระทบอย่างยิ่งต่อการเปลี่ยนแปลงฐานความคิด ค่านิยม รวมไปถึงจนถึงวัฒนธรรม ในแง่แล้วหลักการเชิงจริยธรรมของสื่อมวลชนยุคสื่อดั้งเดิมบางประการอาจไม่สอดคล้องกับการกำหนดและควบคุมมาตรฐานสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพเกี่ยวสื่อยุคดิจิทัลได้ โดยปัญหาอันเกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีได้เกิดขึ้นมากมายมหาศาล เนื่องจากการเติบโตของสังคมเมืองและค่านิยมที่แปรผันตามวิถีทางวัฒนธรรมทุนนิยมที่เพิ่มมากขึ้น ในอีกแง่หนึ่งความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบัน ได้มีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการนำเสนอข่าว เพิ่มช่องทางที่สื่อมวลชนสามารถรายงานข่าวได้อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็น สื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ ทั้งเฟซบุ๊ก (Facebook) และ ทวิตเตอร์ (Twitter) พฤติกรรมในการเข้าถึงโซเชียลมีเดียส่งผลให้ “ทุกคนเป็นสื่อได้” เพราะถูกออกแบบให้ใช้งานบนโทรศัพท์มือถือ ทุกคนสามารถนำเสนอข่าวผ่านสื่อต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ปฏิเสธไม่ได้ว่าสื่อดังกล่าวมีอิทธิพลเรื่องความเร็วของการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร นักวิชาชีพวงการสื่อมวลชนถือได้ว่าได้รับผลกระทบโดยตรง ความรวดเร็วที่เกิดขึ้นทำให้การเสนอข้อมูลข่าวสารไม่มีความรอบคอบเท่าที่ควร (เทียนทิพย์ เดียวกี, 2559)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาจริยธรรมสื่อมวลชนไทยยุคดิจิทัลในยุคปัจจุบัน

2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาแนวทางเชิงจริยธรรมสื่อมวลชนไทยยุคดิจิทัลในยุคปัจจุบัน
3. เพื่อศึกษามาตรการในการจัดการปัญหาด้านจริยธรรมสื่อมวลชนไทยในอนาคต

ปัญหาในสื่อมวลชนยุคดิจิทัล

ในปัจจุบันจะพบว่าผู้รับสารจำนวนมากในสังคมได้เลือกหันมาให้ความสนใจและให้ความสำคัญต่อสื่อยุคใหม่ (New Media) อย่างกว้างขวาง เนื่องจากลักษณะพิเศษหลายอย่างที่เอื้อต่อความสะดวกสบายในสังคมยุคดิจิทัล ทั้งการเป็นสื่อที่มีการจัดเก็บข้อมูลและส่งข้อมูลระหว่างกันแบบระบบดิจิทัล (Digitalization) ส่งผลให้สื่อใหม่มีความแตกต่างจากสื่อเก่าอย่างหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร วารสาร ฯลฯ โดยสิ้นเชิง ซึ่งถ้าขยายคุณลักษณะสำคัญของสื่อใหม่ตามคำอธิบายของ นิคม ชัยชุมพล (กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยชุมพล, 2555) ย่อมจำแนกได้ทั้งหมด 5 องค์ประกอบสำคัญดังนี้

1. สื่อใหม่มีความเป็นดิจิทัลสูง (Digitalization) กล่าวคือมีการเข้าระบบแบบดิจิทัล ทำให้มีการทำงานที่หลากหลาย รวดเร็ว และแม่นยำขึ้น โดยสื่อใหม่อย่างสื่อสังคมออนไลน์จะมีการประมวลผลที่รวดเร็ว และไร้พรมแดนไม่ว่าอยู่ที่ใดของโลกก็สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ตัวอย่างเช่น การสื่อสารข้ามประเทศ อย่างการรายงานข่าวกรณีการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริการะหว่างโดนัลด์ ทรัมป์ กับ ฮิลลารี คลินตัน ในปลายปี พ.ศ.2559 เป็นต้น

2. สื่อใหม่มีลักษณะการหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) ซึ่งจากเดิมนั้นสื่อแต่ละสื่อจะมีคุณสมบัติและบทบาทหน้าที่ที่แตกต่างกันในคนละด้าน แต่ทว่าสื่อใหม่ได้หยิบนำเอาลักษณะต่างๆมารวมกันเพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความสะดวกสบายในการใช้มากยิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่น สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถรวมสื่อประเภทต่างๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ วารสารต่างๆและภาพยนตร์เอาเข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งผู้ใช้สามารถเลือกใช้งานสื่อประเภทต่างๆ ผ่านช่องทางสื่อใหม่อย่างสื่ออินเทอร์เน็ตได้ในเวลาอันรวดเร็ว

3. สื่อใหม่มีลักษณะการปฏิสัมพันธ์สูง (Interactivity) โดยสื่อกับตัวผู้รับสามารถโต้ตอบกันได้แบบรวดเร็วทันทีทันใด ผู้รับสารสามารถเปลี่ยนเป็นผู้ส่งสารได้ ซึ่งต่างจากสื่อดั้งเดิม ที่แม้จะมีช่องทางการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เช่น การตอบจดหมายจากผู้อ่าน แต่ก็มักจะใช้ระยะเวลายาวนานเทียบไม่ได้กับสื่อใหม่ที่สามารถตอบสนองได้ทันที ตัวอย่างเช่น การติดต่อสื่อสารในช่องทางสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ไลน์ ฯลฯ บุคคลที่ใช้ช่องทางต่างๆเหล่านี้ล้วนสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาไม่กี่วินาทีก็สามารถสื่อข้อความระหว่างคู่สนทนาได้ตามความต้องการ

4. สื่อใหม่มีลักษณะเป็นการสื่อสารจากหน่วยเดียว บุคคลเดียว แพร่กระจายสารไปยังกลุ่มคนหมู่มาก (One-to-many) ได้อย่างรวดเร็ว และยังเป็นช่องทางให้กลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันมารวมตัวได้ง่ายขึ้น ตัวอย่างเช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) แฟนคลับนักร้องวงเกิร์ลกรุ๊ป (Girl group) BNK48 ที่ใช้ชื่อว่า “BNK48 Official” ซึ่งมียอดผู้ติดตาม (Follower) มากกว่า 1 ล้านคน โดยเพจดังกล่าวได้อาศัยช่องทางผ่านการโพสต์ข้อความ รวมถึงการถ่ายทอดสด (Live) ของเหล่าบรรดาศิลปินต่างๆ ซึ่งใช้ในการสื่อความและแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มสมาชิกเครือข่ายออนไลน์ ซึ่งนับได้ว่าเป็นแนวทางการขยายฐานมวลชนและเพิ่มโอกาสเชิงธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ

5. สื่อใหม่มีลักษณะที่สามารถกระจายข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มคนอื่นๆ (Many-to-many) ได้โดยไม่จำกัดแค่เฉพาะกลุ่มที่มีความสนใจเรื่องเดียวกันเท่านั้น

จะพบว่าสื่อมวลชนในยุคดิจิทัลยิ่งทวีพลังอำนาจเสริมย้ำและสนับสนุนการผลิตสารไปสู่ผู้รับสารอย่างทรงพลังมากกว่าสื่อมวลชนโดยทั่วไปในอดีตที่ผ่านมา เนื่องจากสื่อดั้งเดิมได้มีการแปรสภาพเป็นสื่อใหม่ซึ่งเป็นสื่อที่เกิดจากการหลอมรวมระบบทางการสื่อสารต่างๆ ทั้งภาพ เสียง ตัวอักษร ตลอดจนช่องทางการสื่อสารที่เน้นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวบุคคลผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยอาศัยช่องทางสื่อสารผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้รูปแบบการสื่อสารเกิดขึ้นได้พร้อมกันในเวลาอันรวดเร็ว (Dijik, 2006)

ในประเทศไทยมีอัตราการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของ ผู้สื่อข่าวและองค์กรข่าวเติบโตอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับในส่วนของผู้ใช้เว็บไซต์ข่าวก็ได้รับความนิยมในการติดตามข่าวสารเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากความรวดเร็วของข่าว ตอบสนองกับไลฟ์สไตล์ ของผู้อ่านในยุคปัจจุบันที่รับข่าวสารแบบเคลื่อนที่ ไม่จำกัดสถานที่ และเวลา การพัฒนาเนื้อหา บนเว็บไซต์ข่าวก็ตอบโต้ได้ทั้งความเร็วและหลากหลายที่ทันต่อเหตุการณ์ วัฒนธรรมการแชร์และแบ่งปันต่อในสื่อสังคมออนไลน์เช่น เฟซบุ๊กและทวิตเตอร์ของผู้อ่านก็ยิ่งทำให้การเผยแพร่ข่าวจากเว็บไซต์และจากสื่อสังคมขององค์กรข่าวสามารถเข้าถึงกลุ่มคนที่หลากหลายได้ หลากช่องทางมากยิ่งขึ้น ด้วยความเร็วและความหลากหลายของเนื้อหา พื้นที่ในการแบ่งปัน และแสดงความเห็นที่ทั้งสื่อออนไลน์และสื่อสังคมมีให้กับผู้อ่านทำให้ความนิยมในการติดตาม และเชื่อในข่าวช่องทางนี้เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สกุลศรีศรีสารคาม, 2557)

ความก้าวหน้าของสื่อมวลชนในยุคดิจิทัลนั้น ได้ส่งผลกระทบทั้งในเชิงบวกและเชิงลบต่อสังคมโดยรวม โดยเฉพาะปัญหาในเชิงจริยธรรมของสื่อใหม่ชนิดนี้ กล่าวคือ รูปแบบของปัญหาทางจริยธรรมที่ผ่านมาจากการใช้คอมพิวเตอร์เกิดในหลายลักษณะ ได้แก่ การนำคอมพิวเตอร์ในการขโมยข้อมูล การใช้คอมพิวเตอร์ให้ร้ายบุคคลอื่นจนเกิดผลกระทบที่สร้างความเสียหายตั้งแต่สถานเบาถึงหนัก การนำข้อมูลหรือภาพส่วนบุคคลของบุคคลอื่นๆ ไปแสวงหาผลประโยชน์โดยไม่ได้รับอนุญาต หรือแม้แต่การเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวของบุคคลอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต เป็นต้น

ในมุมมองของสถาบันจริยธรรมด้านคอมพิวเตอร์ ซึ่งตั้งอยู่ ณ กรุงวอชิงตัน ดี.ซี. ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้ให้หลัก 10 ประการ (Computer ethics institute, 2016) เพื่อในการใช้อธิบายปรากฏการณ์ของวิกฤติทางจริยธรรมทางคอมพิวเตอร์ ไว้ดังนี้

1. ไม่ใช่คอมพิวเตอร์ทำร้ายหรือละเมิดผู้อื่น
2. ต้องไม่รบกวนการทำงานของผู้อื่น
3. ต้องไม่สอดแนมหรือแก้ไขเปิดดูในแฟ้มงานของบุคคลอื่นๆ
4. ต้องไม่นำคอมพิวเตอร์ในการขโมยข้อมูลข่าวสาร
5. ต้องไม่ใช่คอมพิวเตอร์สร้างหลักฐานที่เป็นเท็จ
6. ต้องไม่คัดแปลงและคัดลอกโปรแกรมของบุคคลอื่นที่มีลิขสิทธิ์โดยไม่ได้รับอนุญาต
7. ต้องไม่ล่วงละเมิดการใช้ทรัพยากรคอมพิวเตอร์โดยที่ตนเองไม่มีสิทธิ์
8. ต้องไม่นำเอาผลงานของผู้อื่นมาแอบอ้างว่าเป็นของตนเอง
9. ต้องคำนึงถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นกับสังคมและสิ่งที่จะเป็นผลลัพธ์ติดตามมาจากการกระทำ

10. ต้องใช้งานคอมพิวเตอร์โดยเคารพกฎระเบียบ และกติกามารยาททางสังคม

จะเห็นได้ว่าหลักการเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ใช้งานควรยึดถือ เนื่องจากสังคมออนไลน์ขาดการไตร่ตรอง ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการใช้งานระบบคอมพิวเตอร์ที่ถูกต้องมาโดยตลอด ซึ่งถ้าหากสถาบันสื่อหลักต่างๆ ได้ ย้อนกลับมาให้ความสนใจประเด็นปัญหาเหล่านี้ก็อาจเป็นสัญญาณที่ดีในการแก้ปัญหาในระยะยาว

นอกจากนี้ยังมีกรอบแนวคิดที่น่าสนใจในประเด็นเชิงจริยธรรมในการใช้คอมพิวเตอร์จาก ริชาร์ด โอ แมนสัน (Richard O.Mason) ได้อธิบายแนวทางจริยธรรมไว้ 4 ประการประกอบด้วย (สุรชัย ช่อผกา, 2560)

1. ความเป็นส่วนตัว (Information Privacy) กล่าวคือ ความเป็นส่วนตัวของข้อมูลและสารสนเทศ โดยทั่วไปหมายถึง สิทธิที่เจ้าของสามารถที่จะควบคุมข้อมูลของตนเองในการเปิดเผยต่อผู้อื่น
2. ความถูกต้อง (Information Accuracy) กล่าวคือ ในการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการรวบรวมจัดเก็บ และเรียกใช้ข้อมูลนั้น
3. ความเป็นเจ้าของ (Information Property) สิทธิความเป็นเจ้าของการถือครองกรรมสิทธิ์ใน ระบบคอมพิวเตอร์ นอกจากนี้ยังครอบคลุมไปถึงทรัพย์สินทางปัญญาที่จับต้องไม่ได้ เช่น ภาพ ข้อมูล เป็นต้น
4. การเข้าถึงข้อมูล (Data Accessibility) หมายถึง การเข้าใช้งานระบบปฏิบัติการโปรแกรม คอมพิวเตอร์ ซึ่งโดยมากมักจะมีการกำหนดสิทธิตามระดับของผู้ใช้งาน ทั้งนี้เพื่อรักษาความลับของข้อมูลใน ระดับต่างๆ โดยในการพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์มักมีการออกแบบระบบการรักษาความปลอดภัยในการเข้าถึง ของผู้ใช้และที่สำคัญคือการเข้าถึงของผู้ใช้โดยไม่ได้รับความยินยอมจุดนี้ถือเป็นการละเมิดและผิดหลัก จริยธรรม

ด้วยเหตุนี้เทคโนโลยีสื่อออนไลน์และสื่อสังคมทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในกระบวนข่าวที่ชัดเจน หลายประเด็นที่สำคัญคือบทบาทในกระบวนการสื่อสารที่เปลี่ยนจากการสื่อสารทางเดียว เป็นการสื่อสารแบบ สองทางมากขึ้น การตัดสินใจและกำหนดประเด็นข่าวไม่ได้อยู่ที่กอง บรรณาธิการหรือองค์กรสื่อเพียงอย่าง เดียว เพราะพลเมืองภาคประชาชนผู้รับสารมีบทบาทในการกำหนดทิศทางของข่าวและประเด็นของสังคมเพิ่ม มากขึ้น ดังที่เห็นหลายกรณีว่าองค์กร สื่อวิทยุกระแสและประเด็นที่คนบนโลกออนไลน์ให้ความสนใจมา ต่อยอดประเด็นเป็นข่าวบนสื่อกระแสหลัก นอกจากนั้นพฤติกรรมการรับสารที่เปลี่ยนไป การเลือกในสิ่งที่สนใจ การมีช่องทางในการรับข่าวสารที่เพิ่มขึ้นทำให้สื่อต้องปรับตัวสู่การเป็น คอนเวอร์เจนต์ (convergent) และ พยายามตอบสนองการเข้าถึงข่าวสารในทุกแพลตฟอร์ม (platform) ขณะเดียวกันการปฏิสัมพันธ์ที่ทำได้อย่าง รวดเร็วและง่ายผ่านสื่อออนไลน์และสื่อสังคมทำให้เกิดกระบวนการร่วมมือกันระหว่างสื่อกับผู้รับสารใน กระบวนการสื่อสารมากขึ้นในหลายรูปแบบ เช่นการระดมข้อมูล การใช้ข้อมูลข่าวจากสื่อสังคม การมีชุมชน ออนไลน์ช่วยตรวจสอบ และให้ข้อมูลข่าว เป็นต้น จากการเปลี่ยนแปลงของกระบวนการสื่อสารและการพัฒนา ของเทคโนโลยีที่นำมาใช้ผลที่เกิดขึ้นในเชิงข้อกังวลด้านจริยธรรมการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์และสื่อสังคมเป็น ประเด็นในการหารือและศึกษาของทั้งวิชาการและวิชาชีพด้านสื่ออย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการปรับตัวที่ เหมาะสม (สกุลศรี ศรีสารคาม, 2557)

ในอีกแง่หนึ่งแล้วแนวทางการใช้จริยธรรมดังกล่าวข้างต้นยังสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของ การใช้สื่อที่แตกต่างไปจากสื่อเดิม กล่าวคือ สื่อใหม่ถือเป็นสื่อที่มีศักยภาพสูงในการเผยแพร่ความรู้อย่าง

มากมาย อีกทั้งสามารถสร้างและพัฒนาวิธีคิด สติปัญญา รวมทั้งพฤติกรรมของคนกลุ่มบุคคลต่างๆ ได้อย่างไรก็ตาม หลักการจริยธรรมของสื่อใหม่ยังคงเป็นเพียงแนวทางที่สื่อพึงยึดถือปฏิบัติให้เป็นความสำนึกในบทบาทของการใช้ โดยที่ไม่จำเป็นต้องให้มีการลงโทษทางตัวบทกฎหมายอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมชัดเจน

จริยธรรมสื่อมวลชนไทยยุคดิจิทัล

หลักการทางจริยธรรมของสื่อมวลชนยุคดิจิทัลถือเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้เกี่ยวข้องกับการใช้งานจำเป็นต้องใคร่ครวญอย่างมาก โดยเฉพาะสื่อมวลชนในยุคสื่อใหม่ที่ยังต้องคำนึงถึงความประพฤติที่เหมาะสมหรือที่ควรอันเป็นความถูกต้องที่มีกฎเกณฑ์ (สุทธิ ชัตติยะ, 2556) เพราะหลักการดังกล่าวจะมุ่งสนับสนุนและส่งเสริมให้บังเกิดแนวทางในการปฏิบัติสำหรับการใช้สื่อใหม่เพื่อให้นำไปสู่การสร้างสังคมที่องงามทางปัญญา รวมไปถึงอาจทำให้เกิดความเรียบร้อยในการดำรงอยู่ร่วมกันของคนในสังคมบนพื้นฐานของการตระหนักในคุณค่าของเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน ตลอดจนอาจพัฒนาไปถึงการสร้างบรรทัดฐานของจิตสำนึกต่อการเคารพกฎหมาย กฎระเบียบ และจารีตวัฒนธรรมอันดีงามของสังคม ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันสื่อมวลชนได้เป็นผู้ใช้สำคัญในช่องทางต่างๆ ของสื่อใหม่ในการสื่อสารต่อมวลชนจำนวนมากอันมีอิทธิพลและสามารถสร้างผลกระทบต่อสังคมได้อย่างมาก ซึ่งหากสื่อมวลชนยุคใหม่สามารถรักษาธำรงสิ่งที่ดีงามและแยกแยะความไม่ดีได้ก็จะเป็นฐานสำหรับการต่อยอดในการเปลี่ยนแปลงสังคมในเชิงบวก ด้วยเหตุนี้จึงต้องมีจริยธรรมคอยกำกับและควบคุมบทบาทหน้าที่ของสื่อยุคดิจิทัลอย่างเคร่งครัด

โดยกรอบจริยธรรม (Codes of Ethics) เป็นเครื่องมือที่ใช้กันแพร่หลายในวงการวิชาชีพ สื่อมวลชนในการเป็นกรอบแนวทางปฏิบัติ องค์กรสื่อเองก็ใช้กรอบจริยธรรมเป็นแนวทางใน การรักษามาตรฐานการปฏิบัติงานช่วยให้ตอบความต้องการของสาธารณะได้ กรอบจริยธรรม เป็นเรื่องของการให้แนวปฏิบัติเพื่อรักษามาตรฐานทางวิชาชีพ ซึ่งมักจะเป็นเพียงการบอกแนว ปฏิบัติ (Guidelines) ให้รู้ว่าควรทำอะไร แต่เรื่องของบทลงโทษนั้นไม่มีระบุและมักจะไม่มีบทลงโทษที่ชัดเจน มีนักคิดบางคนมองว่าการไม่มีบทลงโทษหรือกระบวนการจัดการกับผู้ที่ไม่ปฏิบัติตามกรอบทำให้กรอบไม่ทรงคุณค่าและไม่มีประโยชน์ที่จะมีกรอบ (Fitzgerald, 1995)

ในแง่ของการแก้ปัญหาเชิงจริยธรรมในสื่อยุคดิจิทัลโดย กิติมา สุรสสนธิ นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน (กิติมา สุรสสนธิ, 2557) ซึ่งได้อธิบาย “หลักจริยธรรมสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพเกี่ยวกับสื่อใหม่” โดยได้ตกผลึกจากการศึกษาปรากฏการณ์ของหลักจริยธรรมสื่อประเภทต่างๆ ไว้ว่าควรมีหลักยึดถือและควรตระหนักในประเด็นดังนี้

1. การนำภาพบุคคลใดมาใช้หรือเผยแพร่ทางสื่อใหม่ ต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าของภาพเสียก่อน ตัวอย่างเช่น การนำรูปของดาราดาราหรือผู้มีชื่อเสียงมาใช้แสวงหาผลประโยชน์ทางโลกออนไลน์ในลักษณะเชิงธุรกิจ พบได้มาจากธุรกิจความสวยความงามต่างๆ โดยรูปที่ใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์จำนวนมากมักไม่ได้ขออนุญาตจากเจ้าของภาพโดยตรง
2. การคัดลอกหรือนำผลงานของบุคคลอื่นที่ปรากฏในสื่อใหม่ไปใช้ ควรอ้างอิงแหล่งที่มา หรือขออนุญาตเจ้าของลิขสิทธิ์เสียก่อน ในประเด็นปัญหานี้จะพบได้จากการนำงานอย่างเช่น บทเพลง วรรณกรรม

ภาพยนตร์สั้นของบุคคลอื่นมาใช้ในการนำเสนอ หรือใช้ในการโปรโมท (Promote) สินค้าต่างๆ โดยไม่ได้ขอความเห็นชอบจากเจ้าของผลงาน

3. การเผยแพร่ข้อเท็จจริงเรื่องใดที่อาจส่งผลกระทบในทางเสียหายต่อบุคคลอื่น หรือต่อองค์กรอื่น ควรมีการตรวจสอบข้อเท็จจริงนั้นอย่างถี่ถ้วนเสียก่อน ตัวอย่างเช่น การนำเอกสารข้อมูลความลับทางราชการมาเผยแพร่ต่อสาธารณชนในสังคมออนไลน์ แม้ประหนึ่งจะดูเป็นการนำเสนอข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นในสังคม แต่ทว่าผลกระทบที่ตามมาอาจสร้างความเสียหายแก่หน่วยงานที่รับผิดชอบ ตลอดจนบุคคลอื่นที่มีส่วนเกี่ยวข้องในชุดข้อมูลนั้นๆ

4. ผู้ใช้สื่อใหม่ควรมีความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวมอยู่เสมอ กล่าวคือ ผู้ใช้สื่อใหม่ควรตระหนักและคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อสังคม โดยการใช้งานสื่อใหม่ผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ อย่างสังคมออนไลน์ซึ่งมีภาพอย่างสูงในการสื่อความหมายไปยังสังคมวงกว้างครอบคลุมไปทั่วประเทศ และอาจไปถึงระดับนานาชาติ ดังนั้นก่อนการจะผลิตสารออกไปผู้ส่งสารต้องมีสำนึกของความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างสูง

5. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารใดๆควรเป็นไปเพื่อประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ หากผู้ใช้งานคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะทั้งในเชิงการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ทศนคติต่างๆอันเป็นการเกื้อหนุนและพัฒนาคุณภาพของสังคมในวงกว้างก็จะสามารถสถาปนาสังคมที่เปี่ยมล้นด้วยปัญญาได้อย่างมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

6. หลีกเลี่ยงการใช้ถ้อยคำที่ไม่สุภาพหรือภาษาวิบัติ ในปัจจุบันเราจะพบปัญหานี้ได้มากจากสื่อใหม่ต่างๆทั้งเฟสบุ๊ก คลิปในยูทูบ อินสตาแกรม ฯลฯ โดยกลุ่มที่มักมีปัญหาจะเป็นเยาวชนคนรุ่นใหม่จำนวนไม่น้อย ซึ่งเยาวชนเหล่านี้อาจได้รับอิทธิพลจากการสร้างค่านิยมจากผู้นำทางความคิดและผู้มีชื่อเสียงต่างๆ ทั้งนี้กรณีที่เราเห็นได้ชัดเช่น รายการ The Driver หรือรายการ สามแยกปากหวาน ที่มีผู้ดำเนินรายการชื่อ “ไอตีพร พรหมทรัพย์” ศิลปินนักร้องชื่อดัง มักมีลักษณะการดำเนินรายการที่ใช้ถ้อยคำไม่สุภาพเพื่อสร้างสีสันในรายการอยู่เสมอ

7. ไม่นำเสนอเรื่องราวอันลามก กล่าวคือ สังคมไทยมีความเชื่อพื้นฐานที่ตั้งอยู่บนศีลธรรมอันดีงาม ตลอดจนวัฒนธรรม และประเพณีที่อำนวยต่อการสร้างคุณธรรม ซึ่งการจะมีการนำเสนอสื่อลามกอนาจารยังเป็นที่ปฏิเสธของผู้คนส่วนใหญ่ในสังคม รวมไปถึงบทบัญญัติทางกฎหมายอย่าง พ.ร.บ.ว่าด้วยการกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2560 ที่ออกมาเพื่อสร้างบรรทัดฐานในการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารบนโลกออนไลน์ให้อยู่ภายใต้กรอบของศีลธรรมที่ดีงาม

8. ไม่นำเสนอเรื่องราวที่ก่อให้เกิดความเสื่อมเสียศีลธรรมอันดี กล่าวได้ว่าสื่อใหม่จะไม่นำเสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆที่ขัดแย้งต่อวัฒนธรรมทางสังคม ตัวอย่างเช่น การนำเสนอการฆ่าสัตว์อย่างโหดเหี้ยม หรือแม้แต่การนำเสนอคลิปการกระทำอนาจาร เป็นต้น

9. ไม่นำเสนอเรื่องราวที่เป็นการชี้นำการประกอบอาชญากรรมและการกระทำผิดทั้งปวง ตัวอย่างเช่น มีผู้ประกอบการวิชาชีพเกี่ยวกับสื่อใหม่ทำวิดีโอคลิปสั้นเกี่ยวกับขั้นตอนการกระทำโจรกรรมของโจรผู้ร้าย เป็นต้น

10. การโฆษณาสินค้าทางสื่อใหม่ต้องเป็นไปตามที่กฎหมายว่าด้วยการโฆษณากำหนดไว้ ซึ่งหากไม่เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดก็อาจจะมีสินค้าที่ไม่มีคุณภาพเข้าสู่กลไกการค้า อันจะเป็นอันตราย

ร้ายแรงอย่างสูงต่อผู้ใช้สินค้าที่เลือกซื้อผ่านช่องทางสื่อใหม่นี้ ทั้งนี้การจะประกอบธุรกิจการค้าเชิงพาณิชย์ในโลกออนไลน์ต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและสังคมเป็นสำคัญ

11. ไม่โฆษณาสินค้าที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพอนามัยและต่อสังคม ตัวอย่างเช่น การโฆษณายาแก้มะเร็งรักษาได้ทุกโรค โดยไม่มีการรับรองคุณภาพจากหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับจากภาครัฐและเอกชน เป็นต้น

12. หลีกเลี่ยงการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไปยังบุคคลอื่นในลักษณะเพื่อประโยชน์ทางการค้าขาย โดยที่บุคคลเหล่านั้นไม่พึงประสงค์ หรือมิได้เป็นสมาชิก สิ่งที่กำลังข้างต้นอาจจะเป็นการรบกวนผู้ใช้บริการสื่อใหม่ ซึ่งเป็นเรื่องที่ใช้แรงงานบุคคลอื่นๆควรตระหนักถึงประเด็นนี้

ในขณะที่สื่อต่างประเทศก็มีการสรุปประเด็นทางจริยธรรมในการใช้สื่อออนไลน์และสื่อ สังคมในการรายงานข่าวไว้ 4 ประเด็นคือ (Reid, 2013)

- ความถูกต้องที่ต้องมาก่อนความเร็ว (Accuracy VS Speed) เนื่องจากสื่อสังคม (Social Media) มีทั้งเรื่องที่เป็นข่าวด่วน (breaking news) และข่าวหลอก ข่าวลือที่ อาจแฝงมาได้ง่าย ซึ่งอาจทำให้เกิดรายงานข่าวเกิดความผิดพลาด และส่งผลกระทบในวงกว้าง ดังนั้น จริยธรรมในเรื่องของการตรวจสอบความถูกต้อง ตรวจสอบข้อเท็จจริง เป็นสิ่งที่ยังจำเป็นในการทำข่าว และต้องเข้าถึงประเด็นและข้อมูลให้ได้อย่างรวดเร็ว เพื่อตอบสนองความต้องการในเรื่องความเร็วไปพร้อมๆ กันด้วย อย่างไรก็ตามความถูกต้องต้องมาก่อนความเร็วเสมอ

- ความโปร่งใส (Transparency) เป็นประเด็นแนวปฏิบัติในการทำข่าวที่สำคัญมากเพื่อ รักษาความถูกต้องและความน่าเชื่อถือขององค์กร โดยเฉพาะในการรายงานสดผ่านสื่อ ออนไลน์และสื่อสังคม เช่น liveblog, live coverage, live tweet เป็นต้น บนสื่อ เหล่านี้การอ้างอิง และการลิงค์กลับไปต้นตอของข้อมูลเป็นเรื่องสำคัญที่ผู้สื่อข่าวควร ทำเพื่อแสดงถึงความโปร่งใสของข้อมูลที่นำเสนอ

- การเพิ่มคุณค่าให้ข่าวที่น่าสนใจ (Adding Value) ในมิติของจริยธรรมในการใช้สื่อออนไลน์และสื่อสังคม การเพิ่มคุณค่าให้กับเรื่องราวด้วยข้อมูลที่รอบด้าน การให้พื้นที่ใน การถกเถียง แลกเปลี่ยนจากทุกฝ่ายอย่างครบถ้วน เป็นสิ่งที่ควรทำบนสื่อดังกล่าว มากกว่าแค่การทำซ้ำข้อมูลจากสื่อหนึ่งไปอีกสื่อหนึ่งโดยไม่ให้ข้อมูลที่แตกต่างเพิ่มเติม

- การแก้ไขข้อผิดพลาดให้ถูกต้อง (Correction) ในการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ และสื่อสังคม ความรวดเร็วทำให้เกิดความผิดพลาดได้ เช่น กรณีการสะกดผิด ข้อมูลที่ ไม่นิ่งเปลี่ยนแปลง เมื่อรายงานไปแล้ว ทำให้เกิดความผิดพลาดก็เป็นได้ ดังนั้น การแก้ไขข้อผิดและแจ้งให้ผู้ติดตามทราบให้ชัดเจนว่ามีข้อผิดพลาดและได้แก้ไขแล้วเป็นแนวทางปฏิบัติที่ผู้สื่อข่าวต้องยึดถือเพื่อรักษาจริยธรรมในการรายงานข้อมูลให้ถูกต้อง

- การจัดการความขัดแย้งและข้อถกเถียงที่เกิดจากข้อเขียน /ข่าวที่น่าสนใจ (Dealing with Trolls) การปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นได้บนสื่อออนไลน์และสื่อสังคมทำให้มีการคอมเมนต์ แสดงความเห็น และนำไปสู่การถกเถียงกันในเรื่องที่มีความเห็นแตกต่างได้ ผู้สื่อข่าวและกองบรรณาธิการต้องมีหลักในการจัดการกับความเห็นต่างที่เกิดขึ้นจากสิ่ง ที่รายงานข่าวไป หรือถ้ามีการโจมตีโดยตรงต่อผู้สื่อข่าวต่อประเด็นหรือ

ข้อข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อออนไลน์และสื่อสังคม ผู้สื่อข่าวต้องมีวิธีการในการจัดการปัญหาเพื่อลดความขัดแย้งนั้นแต่ยังรักษามาตรฐานการรายงานข้อเท็จจริงได้ โดยไม่ปล่อยให้คนบนโลกออนไลน์มาฉีกรัฐประหารหรือการนำเสนอข้อมูลข้อเท็จจริงของผู้สื่อข่าว

Ward (2008) ได้อธิบายถึงจริยธรรมคือการพิจารณาถึงผลกระทบของความรับผิดชอบและความเที่ยงธรรมจากทฤษฎีที่มีอยู่อย่างดีที่สุด นอกจากนี้จริยธรรมยังหมายถึงการฝึกฝนการตัดสินใจตามหลักทฤษฎีประกอบการตัดสินใจ จริยธรรมทางวารสารศาสตร์นั้นล้อมรอบไปด้วยการตัดสินใจทั้งในเชิงปฏิบัติและเชิงทฤษฎีจากนักข่าวทั้งในระหว่างการรวบรวมข่าว การผลิต และการเผยแพร่ข่าววารสารศาสตร์คือการแสดงให้เห็นถึงการ บรรยายที่เป็น "การบรรยายความจริง : เกี่ยวกับเรื่องจริงที่เกิดขึ้นบนโลกและสิ่งที่ชอบด้วยกฎหมายอย่างมีจริยธรรม การฝึกฝนจริยธรรมทางวารสารศาสตร์เพื่อเป็นเครื่องมือในการ "สร้างความชอบธรรม" และการสร้างความไว้วางใจกับผู้รับสาร

ยิ่งเมื่อพิจารณาในบทบาทของสื่อยุคดิจิทัลที่ควรยึดถือในการสื่อสารสู่สาธารณะให้ลึกซึ้งชัดเจนมากยิ่งขึ้น จะพบว่าสื่อในยุคใหม่ต้องตระหนักในประเด็นคุณลักษณะพื้นฐานทางจริยธรรมทั้ง 4 ประการ (Day, 2006) ดังต่อไปนี้เป็นหัวใจสำคัญในปฏิบัติด้านการสื่อสารยุคดิจิทัล

1. การสร้างสังคมแห่งเหตุผล กล่าวคือ สื่อยุคดิจิทัลต้องทำหน้าที่กำกับทิศทางของสังคมไม่ให้ไปสู่หายนะ ซึ่งอาจกระทำได้โดยการไม่ผลิตสารที่กระตุ้นให้เกิดบรรยากาศความขัดแย้งทางสังคม ในทางตรงข้ามสื่อต้องสร้างสังคมที่เปี่ยมล้นด้วยความรู้และปัญญา ในแง่นี้จะทำให้สื่อในยุคดิจิทัลต้องพัฒนาและสร้างผลงานที่ตอบสนองต่อประโยชน์ส่วนรวมของสาธารณชนเป็นหลัก อีกทั้งการสร้างเสริมของตัวสื่อใหม่เองในการสถาปนาสู่การเป็นสถาบันหลักของสังคมที่จะมีบทบาทในการผลักดันให้เกิดความเจริญเติบโตทางศีลธรรมที่ขยายตัวกว้างขวางมากขึ้น

2. การมีศรัทธาต่อเสรีภาพและความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม กล่าวคือ สื่อยุคดิจิทัลต้องตระหนักถึงบทบาทและคุณค่าของความเป็นสื่อที่ต้องไม่ถูกครอบงำจากอำนาจอันไม่ชอบธรรมใดๆ หากแต่ต้องทำหน้าที่ของสื่อให้เต็มศักยภาพบนพื้นฐานของเสรีภาพทางความคิด ตลอดจนการผลิตผลงานที่สร้างสรรค์ขึ้นมาโดยสุจริต ซึ่งจะไม่มีการหลอกลวงให้คนในสังคมหลงเข้าใจคลาดเคลื่อนไปจากการสื่อสารที่สื่อความออกไป ด้วยเหตุนี้สื่อเองจะสามารถปฏิเสธการมุ่งแสวงหาผลประโยชน์โดยใช้ช่องทางการสื่อสารของตนได้ในทางกลับกันสื่อเองจะมีอิสระจากอำนาจมืด และมีแนวโน้มเชิงบวกอย่างสูงที่สื่อยุคใหม่เองจะพัฒนาผลงานที่มีประโยชน์ต่อส่วนรวมได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

3. การเคารพต่อศักดิ์ศรีความเป็นเพื่อนมนุษย์ กล่าวได้ว่าโดยพื้นฐานทั่วไปทางสากลการเคารพในศักดิ์ศรีของมนุษย์ถือเป็นเรื่องที่ถูกรองรับด้วยกฎหมายรัฐธรรมนูญเกือบทั่วโลก ซึ่งนับว่าเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งที่มนุษย์ทุกคนควรยึดถือเป็นแบบแผนในการดำรงอยู่ร่วมกันในสังคม ในแง่นี้แล้วสื่อยุคดิจิทัลจำเป็นต้องน้อมนำเอาประเด็นดังกล่าวบรรจุเป็นแนวทางระดับนโยบายในการสื่อสารเรื่องราวต่างๆต่อผู้รับสารในฐานะประชาชน โดยการนำเสนอผลงานต้องสำนึกเสมอว่าผู้คนเหล่านั้นเปรียบเสมือนเป็นเพื่อนมิตรที่ดี ซึ่งจะเป็นหลักการพื้นฐานให้สื่อมวลชนยุคดิจิทัลสามารถผลิตงานด้วยความใส่ใจและประณีตในเรื่องการเคารพศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

4. การรื้อถอนอคติต่อต้านความยุติธรรมและยึดมั่นในบรรทัดฐานทางสังคมบนหลักของความจริง สื่อยุคดิจิทัลจำเป็นต้องยึดมั่นในความจริง ความถูกต้องในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านสังคมออนไลน์ตามช่องทางต่างๆ โดยต้องก้าวข้ามความยากลำบากในการได้มาซึ่งความจริงหรือแม้แต่การค้นหาและพิสูจน์ให้เป็นที่ประจักษ์ ซึ่งปัจจัยความยากนี้มักเป็นเหตุผลที่ทำให้สื่อยุคดิจิทัลเกิดความท้อถอยในการทำหน้าที่ของตนในทางตรงกันข้ามหากยึดมั่นในหลักความยุติธรรมและสันติวิธีก็จะทำให้สื่อไม่เกิดความรู้สึกท้อถอยหมดกำลังใจ อีกทั้งยังจะเป็นแรงเสริมให้สื่อยุคใหม่สามารถทำหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์แบบ

อย่างไรก็ตามข้อปฏิบัติสำคัญที่สื่อมวลชนยุคดิจิทัลควรตระหนักและรับผิดชอบ ได้แก่ สื่อจะต้องรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นบนพื้นฐานของความเป็นจริงอย่างละเอียดรอบคอบ และตรวจสอบอย่างรอบคอบ โดยพิจารณาคุบริบทที่เหตุการณ์นั้นได้เกิดขึ้นสื่อมวลชนจะต้องสร้างเวทีแห่งการแสดงและการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมถึงเป็นช่องทางที่จะแสดงความคิดเห็นของสาธารณะสื่อมวลชนจะต้องเป็นตัวแทนของคนทุก ๆ กลุ่มในสังคมและจะต้องนำเสนอเป้าหมายและคุณค่าของสังคมอย่างชัดเจน (กาญจนา แก้วเทพ, 2556)

บทสรุป

จากการวิเคราะห์องค์ความรู้แนวทางการพัฒนาจริยธรรมของสื่อยุคดิจิทัลสะท้อนให้เห็นว่าสื่อยุคดิจิทัลปัญหาทางจริยธรรมในการใช้สื่อออนไลน์และสื่อสังคมในยุคดิจิทัลนั้น เป็นทิศทางของการตั้งคำถามต่อหลักจริยธรรมแนวปฏิบัติดั้งเดิมของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเพื่อรักษาเกณฑ์มาตรฐานในเรื่องความถูกต้อง การคัดกรองข้อมูลข่าวสาร ความเป็นกลางในการรายงานข่าว การสร้างการมีส่วนร่วม การเคารพผู้อื่น การไม่ละเมิดสิทธิและลิขสิทธิ์ และการรายงาน ข่าวเพื่อประโยชน์สูงสุดของต่อสังคม ด้วยเหตุนี้การที่สื่อมวลชนยุคดิจิทัลยึดมั่นและศรัทธาในหลักจริยธรรมดังกล่าวเป็นพื้นฐานสำคัญ เพราะหลักการนี้เป็นฐานคิดของกระบวนการแก้ไขปัญหาทางจริยธรรมของสื่อยุคดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับมาตรการในการสร้างบรรทัดฐานการใช้สื่อใหม่ในยุคปัจจุบัน อีกทั้งเป็นแนวทางสำคัญสำหรับผู้ปฏิบัติงานในสื่อยุคใหม่ที่นอกจากต้องเข้าใจบทบาทหน้าที่ของการเป็นนักวิชาชีพสื่อแล้ว ยังต้องยึดถือศรัทธาต่อหลักจริยธรรมอันดีงามคอยกำกับไว้ตลอดเวลาทั้งนี้เพื่อประโยชน์สาธารณะเป็นสิ่งสำคัญ

เอกสารอ้างอิง

- กิตติมา สุรสนธิ. (2557). *ความรู้เบื้องต้นทางการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักส์ จำกัด.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2556). *สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ, และนิคม ชัยชุมพล. (2555). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- เทียนทิพย์ เดียวเกี. (2559). จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อในการนำข่าวยุคดิจิทัล. *วารสารการสื่อสารและการจัดการ* 2(2), 125–143.

สกุลศรี ศรีสารคาม. (2557).จริยธรรมการใช้สื่อออนไลน์และสื่อสังคมในกระบวนการซื้อขายของสื่อไทยในยุค

ดิจิทัล. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

สุทธิ ตัดติยะ. (2556). กฎหมายและจริยธรรมสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: หจก.เปเปอร์เฮาส์ จำกัด.

สุรัชย์ ช่อผกา. (2560). จริยธรรมสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

Computer Ethics Institute. (2016). *Ten Commandments of Computer Ethics*. Retrieved

March 1, 2018, from <http://computerethicsinstitute.org/publications/tencommandments.html>.

Day (2006). *Ethics in Media Communication: Cases and Controversies*. United States.

Dijk. (2006). *The Network Society: Social Aspects of New Media*. Sage Publications London.

Fitzgerald, M. (1995, October 28). *The debate continues*. Editor & Publisher, 11–12.

Reid, Alastair. (2013). Five online standards and ethics pointers for journalists.

Retrieved from <http://www.journalism.co.uk/news/five-online-standards-and-ethics-pointers-forjournalists/s2/a552745/>.