

บทความวิจัย

สถานภาพการนำเสนอข่าวในทีวีดิจิทัล หลังเปลี่ยนผ่านหนึ่งทศวรรษ พิมลพรรณ ไชยนันท์¹ อภิฏ กิติกำธร²

Received 17 April 2025

Revised 29 September 2025

Accepted 8 December 2025

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานภาพการนำเสนอข่าวประเด็นและรูปแบบเนื้อหา เทคโนโลยีการนำเสนอ ประเด็นทางจริยธรรม การกำกับดูแล และการตอบสนองของผู้รับสาร ต่อรายการข่าวทางทีวีดิจิทัลในประเทศไทยหลังการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัลครบหนึ่งทศวรรษ การวิจัยนี้ใช้วิธีการศึกษาแบบผสมผสาน (mixed methods) ประกอบด้วย การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพของรายการข่าวจากช่องทีวีดิจิทัลที่มีความนิยมสูง การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อ ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการ และการสนทนากลุ่มผู้รับสารใน 4 ภูมิภาค

ผลการศึกษาพบว่า เนื้อหาข่าวอาชญากรรมและข่าวชาวบ้านครองพื้นที่นำเสนอสูงสุด โดยเฉพาะในรายการรูปแบบเล่าข่าวและสนทนาปัญหา ซึ่งนิยมใช้กลยุทธ์การนำเสนอที่เร้าอารมณ์ (sensationalism) ผ่านการเลือกประเด็นการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง การใช้ภาษาและเทคนิคการผลิตสื่อ เช่น การแบ่งจอภาพ เพื่อสร้างอารมณ์ร่วม แม้ผู้รับสารบางส่วนมองว่าการนำเสนอแบบนี้เข้าใจง่ายและน่าติดตาม แต่ก็ตระหนักถึงประเด็นปัญหาทางจริยธรรมที่สำคัญหลายประการ อาทิ การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล การนำเสนอภาพความรุนแรง การขาดความเที่ยงตรง การสร้างความเกลียดชัง และการตอกย้ำความ

¹ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ pimmonpan.c@cmu.ac.th

² คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ abhibhu.k@cmu.ac.th



เหลื่อมล้ำทางสังคม โดยเฉพาะเมื่อนำเสนอเรื่องราวของกลุ่มเปราะบาง ขณะที่ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการชี้ว่าคุณภาพข่าวเชิงลึกลดลง เส้นแบ่งระหว่างข้อเท็จจริงและความคิดเห็นมีความไม่ชัดเจน และกลไกการกำกับดูแลตนเองยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ผลการวิจัยนำไปสู่ข้อเสนอแนะต่อภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หน่วยงานกำกับดูแล กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ องค์กรวิชาชีพสื่อและผู้ผลิตรายการข่าว และผู้รับสาร

คำสำคัญ: รายการข่าว, การเล่าข่าว, ข่าวเร้าอารมณ์, ทวิตติจิตอล, จริยธรรมสื่อ



The State of News Presentation on Digital Television: A Decade Post-Transition

Pimonpan Chainan¹ Abhibhu Kitikamdhorn²

Abstract

This study aims to examine the state of news presentation, content topics and formats, presentation technologies, ethical issues, regulation, and audience responses concerning digital television news programs in Thailand a decade after the country's digital television transition. This research employs a mixed-methods approach comprising quantitative and qualitative content analysis of news programs from popular digital TV channels, in-depth interviews with media professionals, experts, and academics, and focus groups with audiences across four regions. Findings reveal that crime news and human interest stories (“Khao Chao Ban”) dominate airtime, particularly in infotainment ('news talk') and discussion formats. These formats often utilize sensationalist strategies, including specific topic selection, interviews with involved parties, emotive language, and production techniques such as split-screens, to enhance emotional engagement. Although audiences may find these formats engaging and easy to comprehend, they also express significant ethical concerns, including violations of privacy, the depiction of violence, factual

¹ Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, pimonpan.c@cmu.ac.th

² Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, abhibhu.k@cmu.ac.th



inaccuracies, potential hate speech, and the reinforcement of social inequalities, particularly when covering vulnerable populations. Furthermore, experts and academics highlight a decline in journalistic depth, the blurring of lines between fact and opinion, and the inadequacy of existing self-regulatory mechanisms. The findings lead to policy recommendations directed at stakeholders such as the NBTC, the Thai Media Fund, media associations, media organizations, and the audience.

Keywords: News Program, News Talk, Sensational News, Digital TV, Media Ethics

บทนำ

ในห้วงทศวรรษที่ผ่านมา รายการข่าวสารในทีวีดิจิทัลมีพัฒนาการมาอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่รายการที่มีผู้ประกาศนั่งอ่านข่าวด้วยภาษาระดับทางการ จนมาสู่รายการ “เล่าข่าว” ที่ผู้ดำเนินรายการวิพากษ์วิจารณ์เหตุการณ์ต่าง ๆ อย่างออกรส และมีการใช้เทคโนโลยีด้านภาพและเสียงมาประกอบ อย่างไรก็ตาม ด้วยสถานการณ์ปัจจุบันที่รายการข่าวสารถือเป็นรายการที่ทำรายได้ให้แก่ช่องทีวีดิจิทัลเป็นลำดับต้น ๆ ทำให้ รายการข่าวเหล่านี้เลือกนำเสนอเนื้อหาโดยยึดเรตติ้งและยอดการรับชม (views) เป็นหลัก และมองข้ามประเด็นเชิงจริยธรรม ซึ่งเป็นหลักการพื้นฐานของการทำงานสื่อสารมวลชน

งานศึกษาเรื่อง “สังคมได้อะไรจากข่าวโทรทัศน์” กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ วิเคราะห์รายการข่าวภาคค่ำช่องทีวีดิจิทัลในช่วงเดือนกรกฎาคม-กันยายน 2565 ผลการศึกษาพบแนวโน้มที่น่ากังวล โดยรายการเหล่านี้ส่วนใหญ่จัดลำดับความสำคัญของเนื้อหาข่าวที่เร้าใจ เช่น อาชญากรรม อุบัติเหตุ และเหตุการณ์ไม่ปกติ โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมเรตติ้งมากกว่าการนำเสนอทางออกหรือการถอดคุณค่าและบทเรียนของเหตุการณ์ ทำให้เกิดความกังวลเกี่ยวกับคุณภาพและผลกระทบของข่าวโทรทัศน์ในประเทศไทย (Thai Media Fund, 2022)

ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.พิรงรอง รามสูต กรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ในงานสัมมนา “รายการขี้น้าว สะท้อน หรือซ้ำเติมปัญหาสังคม” จัดโดย สำนักงาน กสทช. เมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม 2567 ได้กล่าวให้ข้อมูลว่าจากการสำรวจรายการข่าวทั่วไป 30 รายการ พบว่า 2 ใน 3 หรือประมาณ 20 รายการ ของรายการข่าวในปัจจุบัน มีลักษณะเป็นการขี้น้าว นักวิชาการจำนวนหนึ่งมองว่า รายการขี้น้าวเป็นวิวัฒนาการใหม่ของการสื่อสารมวลชนที่ปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอข่าวโดยนำเสนอข่าวมาเล่าใหม่ให้น่าสนใจยิ่งขึ้น เพิ่มอรรถรสด้วยการแสดงความคิดเห็นและอารมณ์ ทำให้รายการรายการขี้น้าวได้รับความนิยมในปัจจุบัน แต่อย่างไรก็ดีรายการขี้น้าวมีลักษณะเป็น ดาบสองคม โดยในด้านหนึ่ง รายการขี้น้าว



ข่าวมีส่วนช่วยในการกระตุ้นความสนใจของสาธารณชนต่อประเด็นข่าว ทำหน้าที่เฝ้าระวังทางสังคม และเป็นกระบอกเสียงให้กับประชาชนที่ไม่มีอำนาจต่อรองในสังคม ขณะที่อีกด้านหนึ่ง การนำเสนอประเด็นซ้ำ ๆ และให้ช่วงเวลาในการนำเสนอขยายรายละเอียดของข่าวนานเกินไป อาจนำไปสู่การละเมิดสิทธิมนุษยชนหรือกระทบต่อความเชื่อและอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ นอกจากนี้ การผลิตซ้ำข้อมูลที่สนับสนุนความรุนแรง เช่น การอธิบายขั้นตอนการก่อเหตุอาชญากรรม หรือการนำเสนอภาพที่ไม่เหมาะสมอาจขัดต่อหลักจริยธรรมสื่อและส่งผลกระทบต่อสังคมได้ (Prachachat, 2024)

การนำเสนอข่าวของรายการข่าวช่องทีวีดิจิตอลสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทหน้าที่หลักของสื่อมวลชนตามแนวคิดการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนของ Lasswell (1948 cited in Correia & Graça, 2020) ในการทำหน้าที่รายงานข้อมูลข่าวสาร เหตุการณ์ทางสังคม เพื่อให้ผู้รับสารเป็นพลเมืองที่มีความรู้ (informed citizens) รวมถึงการทำหน้าที่ในการสร้างความเชื่อมโยงทางสังคม นอกจากนี้การเสนอข่าวยังสะท้อนถึงมาตรฐานทางจริยธรรมและจรรยาบรรณของสื่อมวลชน ซึ่งแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคม และการยกระดับสังคมให้เป็นสังคมแห่งการสื่อสารที่มีการอภิปรายอย่างเป็นเหตุเป็นผลจนนำไปสู่การแก้ไขปัญหาสาธารณะและการพัฒนาสังคมได้

การศึกษารายการข่าวทีวีดิจิตอลที่ผ่านมาส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษารายช่องหรือเฉพาะรายการ ถึงแม้ว่าทีวีดิจิตอลไทยจะให้บริการมาเป็นระยะเวลากว่า 10 ปีแล้ว แต่ยังไม่มีการศึกษาทีวีเคเบิลประเด็นที่ครอบคลุมในด้านเนื้อหา เทคโนโลยี และจริยธรรม รวมถึงความคิดเห็นจากผู้ชมรายการข่าวที่แสดงถึงสถานภาพและสถานการณ์ในภาพรวมของรายการข่าวทีวีดิจิตอล ด้วยเหตุนี้ การศึกษาสถานภาพการนำเสนอข่าวในทีวีดิจิตอลหลังการเปลี่ยนผ่านหนึ่งทศวรรษ จัดทำเพื่อการส่งเสริมให้เกิดแนวทางการส่งเสริมการผลิตรายการข่าวในทีวีดิจิตอลที่มีคุณภาพ และข้อค้นพบจะนำไปพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายในการกำกับดูแลรายการข่าวอันจะนำมาสู่เนวศสื่อที่ดี



วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาประเด็นข่าว รูปแบบ และเทคโนโลยีการนำเสนอข่าวของรายการข่าวช่องทีวีดิจิทัล
2. เพื่อวิเคราะห์ประเด็นทางด้านจริยธรรมจากการนำเสนอของรายการข่าวช่องทีวีดิจิทัล
3. เพื่อศึกษาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลเนื้อหาและประเด็นเชิงจริยธรรมของการนำเสนอข่าวของช่องรายการทีวีดิจิทัล
4. เพื่อศึกษาการตอบสนองของผู้รับสารต่อการนำเสนอข่าวของรายการข่าวช่องทีวีดิจิทัล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพิ่มความตระหนักรู้ถึงความท้าทายทางจริยธรรมที่สื่อมวลชนกำลังเผชิญ ให้แก่ผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อ หน่วยงานกำกับดูแล และสาธารณชน
2. พัฒนาข้อเสนอแนะในการพัฒนารอบและแนวทางการกำกับดูแลให้มีประสิทธิภาพ เพื่อกำหนดการเปลี่ยนแปลง และสอดคล้องกับบริบทของระบบนิเวศสื่อมากขึ้น

วรรณกรรม

การวิจัยสถานภาพการนำเสนอข่าวในทีวีดิจิทัลหลังเปลี่ยนผ่านหนึ่งทศวรรษได้ทำการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรายการข่าวโทรทัศน์ที่จัดทำในรอบ 2556-2565 โดยสืบค้นจากฐานข้อมูลวิชาการของ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) สายงานกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ เพื่อนำมาสรุปถึงพัฒนาการ ประเด็นปัญหาเชิงจริยธรรม และแนวทางในการกำกับดูแลจากภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งพบว่าหนึ่งในปัญหาด้านจริยธรรมมาจากการนำเสนอข่าวเร้าอารมณ์ จึงได้นำเอาแนวคิดการนำเสนอข่าวแบบเร้าอารมณ์มาทบทวนใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์การนำเสนอข่าว และวรรณกรรมเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และบรรทัดฐานการรายงานข่าวในฐานะสื่อมวลชนเพื่อนำมาเป็นกรอบใน



การวิเคราะห์ประเด็นจริยธรรมในการนำเสนอข่าวและการพัฒนาข้อเสนอแนะต่อการรายงานข่าวที่มีมาตรฐานทางวิชาชีพและมีความรับผิดชอบต่อสังคม

พัฒนาการของรายการข่าวทีวีดิจิทัลในรอบทศวรรษจากงานวิจัยที่ผ่านมา

ในบริบทสังคมประเทศไทยนับตั้งแต่การเปลี่ยนผ่านโทรทัศน์จากระบบแอนะล็อกที่ประกอบไปด้วยฟรีทีวีจำนวน 6 ช่อง (ช่อง 3, 5, 7, 9, NBT, และ ThaiPBS) ไปเป็นระบบดิจิทัลเมื่อ พ.ศ. 2556 ทำให้มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาแข่งขันในอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น ในปัจจุบัน (เมษายน พ.ศ. 2568) มีจำนวนทีวีดิจิทัลรวม 22 ช่อง แบ่งตามประเภทของใบอนุญาต ดังนี้ ธุรกิจหมวดหมู่ข่าวสารและสาระ จำนวน 3 ช่อง (TNN, JKN18 และ Nation TV) ธุรกิจหมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติและความคมชัดสูง จำนวน 12 ช่อง (เวิร์คพอยท์ ทีวี, True4U, GMM25, 8, Mono 29, 9 MCOT HD, ONE, ไทยรัฐทีวี, 3 HD, AMARIN TV HD, 7 HD และ PPTV) บริการสาธารณะ จำนวน 7 ช่อง (สถานีวิทยุโทรทัศน์รัฐสภา สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย สถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวและกีฬา สถานีโทรทัศน์ ALTV สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก และสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย) (สายงานกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักงาน กสทช. ข้อมูลเมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม พ.ศ.2568)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการลดจำนวนช่อง สามารถสรุปได้เป็น 3 ปัจจัยหลักได้แก่

1. ความแปรปรวนในตลาดเนื้อหาที่เป็นผลจากการเข้ามาของบริการ OTT (Over the Top) ที่ไม่ถูกกำกับดูแลด้วยกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง อีกทั้ง ยังไม่มีเงื่อนไขเรื่องต้นทุนการประกอบกิจการในประเทศ
2. สภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไปและสภาพตลาดที่แปรเปลี่ยนไป หากพิจารณาเฉพาะในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ มีอัตราการแข่งขันสูงขึ้นจากจำนวนผู้ประกอบการที่เพิ่มขึ้น ในภาพรวมมูลค่าโฆษณาโทรทัศน์มีแนวโน้มลดลงในกลุ่มช่องดั้งเดิม ส่วนช่องใหม่ดีขึ้น และกลุ่มช่องที่เน้นนำเสนอเนื้อหาข่าวสารและสาระ และกลุ่มช่องเด็กมีมูลค่าโฆษณาต่ำและอัตราการเติบโตต่ำ



3. การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างผู้ถือหุ้นครั้งใหญ่ในหลายช่องส่งผลให้โครงการผู้ถือหุ้นของช่องต่าง ๆ และทิศทางการดำเนินงานของช่องต่าง ๆ แปรเปลี่ยนไป (NBTC, 2019a, 2023)

ในภาพรวม การขยายตัวนี้ส่งผลให้ในด้านหนึ่งประชาชนมีตัวเลือกในการรับชมเนื้อหาที่หลากหลายขึ้น ขณะเดียวกันผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมต้องเผชิญกับสภาพการแข่งขันที่สูงขึ้นทั้งในด้านเนื้อหาและการดึงดูดความสนใจผู้ชม การแข่งขันที่สูงขึ้นทั้งกับผู้ประกอบการภายในอุตสาหกรรมโทรทัศน์เองและการเข้ามาของสื่อใหม่ทั้งสื่อสังคมออนไลน์และ OTT ในยุคหลังการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัล ส่งผลให้เกิดภาวะได้เปรียบเสียเปรียบเชิงธุรกิจในตลาดเนื้อหาขึ้น มูลค่าโฆษณาทางทีวีโดยรวมมีแนวโน้มลดลงในช่วงแรกของการเปลี่ยนผ่าน ก่อนจะปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อย สัดส่วนรายได้โฆษณาของช่องเดิมลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่ช่องใหม่มีสัดส่วนเพิ่มขึ้น การแข่งขันส่งผลให้ผู้ผลิตรายการพึ่งพาการโฆษณาแฝง (product placement/tie-in) มากขึ้น เพื่อชดเชยรายได้จากโฆษณาระหว่างรายการ (spot advertising) ที่ลดลง (NBTC, 2019a, 2019b, 2020b, 2021b)

ในมิติเฉพาะของการรายงานข่าวสาร กล่าวคือ สื่อข่าวออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์มีต้นทุนที่ไม่สูงและอยู่นอกกฎระเบียบและกติกาที่เคร่งครัดเมื่อเทียบกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ที่ถูกกำกับดูแลด้วยระบบใบอนุญาตผู้ประกอบการ รวมถึงกฎหมายหลักที่เกี่ยวข้องกับการกำกับเนื้อหา (content regulation) (NBTC, 2020b, 2023) เช่น พระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่ฯ พ.ศ. 2553 และพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 (NBTC, 2022b) จึงส่งผลให้เกิดแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงไปสู่การนำเสนอเนื้อหาเพื่อเรตติ้งรุนแรงขึ้น โดยมุ่งแสวงหาประเด็นดราม่าเพื่อดึงดูดความสนใจและเม็ดเงินโฆษณาให้มากที่สุด บางครั้งนำไปสู่การผลิตข่าวที่ขาดการคำนึงถึงคุณภาพหรือจริยธรรมด้านสิทธิมนุษยชน โดยปัญหาเชิงจริยธรรมสามารถสรุปได้ดังนี้



- การนำเสนอข่าวเร้าอารมณ์เน้นความรุนแรง ตื่นเต้น (sensationalism) มีแนวโน้มการนำเสนอข่าวที่เน้นความรุนแรงและความตื่นเต้นเพื่อดึงดูดความสนใจ โดยขาดการนำเสนอเนื้อหาเชิงลึก การนำเสนอความรุนแรงดังกล่าวแม้มีการเซ็นเซอร์ อาจส่งผล ชี้นำหรือกระตุ้นพฤติกรรมเลียนแบบ และในกรณีของความขัดแย้ง อาจมีลักษณะ ยั่วยุและชี้นำให้เกิดความรุนแรง ได้ (NBTC, 2020c, 2021c, 2021a)

- การนำเสนอเนื้อหาจากผู้ใช้ (user-generated content: UGC) โดยเฉพาะจากสื่อออนไลน์ มาใช้ในรายการข่าวอย่างแพร่หลาย โดยมักจะขาดการตรวจสอบข้อมูลที่เพียงพอ (NBTC, 2018, 2020a) ปรากฏเป็นปัญหาการขาดการตรวจสอบความถูกต้อง การละเมิดลิขสิทธิ์ และการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล (NBTC, 2018) ตัวอย่างเช่น การนำคลิปวิดีโอจาก Facebook มาใช้โดยไม่ระบุแหล่งที่มาหรือขออนุญาตจากเจ้าของเนื้อหา (NBTC, 2017b, 2018) นอกจากนี้ ซึ่งนำไปสู่ปัญหาข่าวลวง/ข่าวปลอม (fake News)

- การขาดความเป็นกลาง มีอคติ มีผลประโยชน์ทับซ้อน (NBTC, 2017a)

- การโฆษณาที่ไม่เหมาะสม ผู้ผลิตรายการจำนวนมากหันมาผลิตเนื้อหาที่มีโฆษณาแฝง (product placement) เพื่อชดเชยรายได้โฆษณาที่ลดลง (spot advertising) (NBTC, 2021b) การนำเสนอข่าวในบางครั้งจึงกลายเป็นการสอดแทรกสินค้าหรือบริการอย่างแนบเนียน และอาจกระทบต่อความเป็นกลางของเนื้อหา รวมถึงลดทอนคุณค่าข่าวสารเชิงสาธารณะ

- การนำเสนอข่าวหรือรายการที่เกี่ยวกับความเชื่อทางไสยศาสตร์ มากเกินความจำเป็นจนผู้ชมจำนวนหนึ่งมองว่าอาจกระตุ้นให้เกิดความมกมาย หรือกลายเป็นการโฆษณาเชิงธุรกิจผ่านความเชื่อ (NBTC, 2022c)

- การละเลยหรือละเมิดสิทธิมนุษยชนของกลุ่มเปราะบาง ปรากฏการร้องเรียนเกี่ยวกับการเผยแพร่ข่าวที่เข้าข่ายละเมิดสิทธิเด็กและเยาวชนมาก



ขึ้น เช่น การเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวเด็กที่ถูกกระทำรุนแรงทางเพศ ซึ่งส่งผลเสียต่อจิตใจและชีวิตในสังคมของเด็ก (NBTC, 2023)

- การนำเสนอข่าวหรือรายการเกี่ยวกับผู้มีความหลากหลายทางเพศอย่างไม่เหมาะสม ปรากฏการร้องเรียนเกี่ยวกับการนำเสนอข่าวหรือรายการที่เกี่ยวข้องกับผู้มีความหลากหลายทางเพศอย่างต่อเนื่อง ส่วนมากเป็นการใช้คำหรือภาพที่สร้างอคติเหมารวม หรือเน้นขึ้นนำให้เห็นว่าผิดปกติ (NBTC, 2022a)

การศึกษาการตอบสนองของผู้ชมต่อรายการข่าวทีวีดิจิทัล โดยเฉพาะรายการเล่าข่าว จากงานศึกษาการรับชมและทัศนคติของผู้ชมต่อรายการข่าว พบผลในลักษณะที่สอดคล้องกัน คือ ผู้ชมมีทัศนคติทางบวกและมีความพึงพอใจในระดับมากต่อรายการข่าวที่รับชม (NBTC, 2020d; Konthongdee & Choompolsathien, 2021; Kosayapong & Kanokngamwitroj, 2022; Uawongchai et al., 2020) มีความคาดหวังต่อรายการข่าวในระดับมาก และรับชมรายการข่าวเพื่อติดตามทราบข่าวสารที่เป็นประโยชน์ เพื่อไม่ให้ตกกระแสน่าสนใจที่เป็นประเด็นที่สังคมให้ความสนใจ (Konthongdee & Choompolsathien, 2021) และเลือกรับชมรายการจากประเด็นที่สังคมให้ความสำคัญโดยเฉพาะประเด็นการเตือนภัยในสังคม เพื่อเป็นแนวทางในการระมัดระวังตนเอง (Homthong & Chomngam, 2024)

การนำเสนอข่าวแบบเร้าอารมณ์ (sensationalist news)

ในแวดวงวิชาการมีการให้นิยาม sensationalism หลากหลาย เช่น Uribe and Gunter (2007) อธิบายว่าหมายถึง “กระบวนการนำเสนอข่าวที่มีคุณลักษณะที่เน้นองค์ประกอบที่มีผลต่อระบบประสาทของมนุษย์” (Uribe & Gunter, 2007) หรือHendriks Vettehen (2008) ที่อธิบายว่า sensationalism เป็น “กรอบทฤษฎีที่ใช้ศึกษาผลผลิตด้านวารสารศาสตร์ที่สามารถดึงดูดความสนใจผู้ชมได้” อย่างไรก็ตามโดย Grabe et al. (2001) ที่ถูกมองว่าเป็นนิยามที่พัฒนามาจากการทบทวนวรรณกรรมอย่างกว้างขวางระบุว่า sensationalism คือ “เนื้อหาหรือสารที่สามารถดึงดูดความสนใจหรือกระตุ้นให้ผู้ชมมีปฏิกิริยาตอบสนองบางอย่างกับเนื้อหา” (Kleemans & Hendriks Vettehen, 2009)



ซึ่งงานศึกษาวิจัยในประเด็นการนำเสนอข่าวแบบเร้าอารมณ์ในสื่อหนังสือพิมพ์ที่วิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1700 ถึง 2001 แสดงความเชื่อมโยงระหว่างประเด็นที่มีถูกหยิบยิมนำเสนอข่าวแบบเร้าอารมณ์ เช่น อาชญากรรม เพศ และความรุนแรง กับจิตวิทยาของมนุษย์ โดยโยงให้เห็นความเชื่อมโยงดังกล่าวผ่านมุมมองทฤษฎีวิวัฒนาการ (ของมนุษย์) (evolution theory) ที่ระบุว่ามนุษย์โดยธรรมชาติจะมีสัญชาตญาณมองหาอุปสรรค/อันตรายในสภาพแวดล้อมและสัญชาตญาณดังกล่าวทำงานในบริบทการเปิดรับข่าวแบบเร้าอารมณ์ด้วย นอกจากนี้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันต่างแสดงให้เห็นว่าเนื้อหาที่มีคุณค่าที่เชื่อมโยงกับสัญชาตญาณการเอาตัวรอดของมนุษย์อย่างเนื้อหาที่เกี่ยวกับอาชญากรรม ความรุนแรง การก่อความไม่สงบ เพลิงไหม้ ภัยธรรมชาติ และเพศ เป็นเนื้อหาที่สามารถดึงดูดความสนใจผู้ชมเสมอ (เช่น Grabe et al., 2001; Ryu, 1982 Cited in Kleemans & Hendriks, 2009) ซึ่งต่อมาถึงพัฒนาต่อยอดเป็นแนวคิดเรื่องคุณค่าข่าว (news values)

การนำเสนอข่าวแบบเร้าอารมณ์แฝง (embedded sensationalism)

ขอบเขตนิยามของ sensationalism มีการขยายการนับและวัด (measure) ให้กว้างขึ้นในยุคสื่อโทรทัศน์¹ ที่มักจะมีการหยิบยกประเด็นที่ไม่ได้นับเป็นหัวข้อที่เร้าอารมณ์โดยธรรมชาติ (sensational topic) เช่น ข่าวเกี่ยวกับรัฐหรือชุมชน แต่มักถูกนำเสนอแบบเร้าอารมณ์ อาทิ การนำเสนอข่าวการเลือกตั้งโดยเน้นไปที่ประวัติการฉ้อโกงในอดีตของผู้สมัคร ซึ่งกระบวนการเช่นนี้ถูกนิยามให้เป็น “การนำเสนอข่าวแบบเร้าอารมณ์แฝง” (embedded sensationalism) ที่อาศัยเทคนิคการผลิตสื่อในการเร้าอารมณ์ ในภาพรวมสื่อเร้าอารมณ์ (sensational news) จึงครอบคลุมสองมิติที่ทำงานสอดประสานกัน คือ มิติด้านเนื้อหา (content features) และมิติด้านการผลิต (production features) (Kleemans & Hendriks, 2009)

¹ งานวิจัยแสดงสถิติข้อค้นพบกระบวนการเช่นนี้ที่เพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอในช่วงปี ค.ศ. 1968 ถึง 1996



โดยสถิติจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแสดงให้เห็นว่าเกิดกระแสการปรับตัวของผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ไปในทิศทางการเลือกนำเสนอข่าวแบบเร้าอารมณ์ ซึ่งภาวะเช่นนี้ดำเนินมาตั้งแต่อดีต (Slattery et al., 2001) จนถึงยุคสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน (Khawar & Boukes, 2024; Singh et al., 2022) โดยรูปแบบการนำเสนอข่าวแบบเร้าอารมณ์และเร้าอารมณ์แฝงได้ถูกปรับเปลี่ยนรูปแบบไปตามภูมิทัศน์สื่อที่แปรเปลี่ยนไป เช่น จากในยุคโทรทัศน์ที่อาศัยเทคนิคด้านการผลิตสื่อช่วยสร้างความเร้าอารมณ์ เปลี่ยนไปเป็นคลิกเบต (clickbait) หรือ “การพาดหัวยั่วให้คลิก” การศึกษาวิจัยในประเด็นนี้รวมถึงการวัดสื่อเร้าอารมณ์จึงถูกปรับตามไปด้วย

การนำเสนอข่าวเชิงเร้าอารมณ์ในรายการเล่าข่าวเป็นปรากฏการณ์ทางวารสารศาสตร์ที่สะท้อนการปรับตัวขององค์กรสื่อ จากการรายงานข่าวแบบดั้งเดิมที่เน้นข้อเท็จจริงไปสู่รูปแบบที่มุ่งเน้นการเล่าเรื่องที่เข้าใจง่าย ชวนติดตาม และกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกเพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร แม้ว่าการรายงานข่าวเชิงเร้าอารมณ์จะส่งผลบวกในการเพิ่มการเข้าถึงข่าวสารของผู้ชม และกระตุ้นการรับรู้ทางสังคมในประเด็นสำคัญ แต่ในขณะเดียวกันก็ก่อให้เกิดความท้าทายด้านจริยธรรมของสื่อมวลชนในการรักษาสมดุลระหว่างการนำเสนอข่าวที่น่าสนใจกับการรักษามาตรฐานทางวิชาชีพของสื่อมวลชน

บทบาทหน้าที่และบรรทัดฐานการรายงานข่าวในฐานะสื่อมวลชน

บทบาทของสื่อข่าวถูกอธิบายตามแนวคิดหน้าที่นิยม (functionalism) โดยถือว่าการรายงานข่าวมีส่วนสำคัญในการประกอบสร้างความจริงของโลก และทำหน้าที่เป็นช่องทางการให้ข้อมูลแก่สังคม หน้าที่หลักของสื่อข่าวประกอบด้วย 1) การสอดส่องและรายงานเหตุการณ์สำคัญ (surveillance) 2) การคัดเลือก ตีความ และการตรวจสอบการทำงานของรัฐบาล (watchdog) เพื่อธำรงความเป็นปึกแผ่นของสังคม และ 3) การสืบสานมรดกทางวัฒนธรรม การละเลยหรือการปฏิบัติเกินขอบเขตหน้าที่ (dysfunction) อาจนำไปสู่ผลลัพธ์เชิงลบ เช่น การบ่มเพาะการรับรู้ว่าสังคมเต็มไปด้วยอันตราย (Hanson, 2022)



สื่อมวลชนถูกคาดหวังให้ปฏิบัติงานภายใต้หลักจริยธรรมและจรรยาบรรณโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีเป้าหมายในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเพื่อให้พลเมืองเป็นพลเมืองที่มีความรู้ (informed citizens) อันจะนำไปสู่การอภิปรายอย่างมีเหตุผลและการแก้ไขปัญหาสาธารณะ อย่างไรก็ตามการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชนมีความเสี่ยงที่จะเกิดความขัดแย้งด้านจริยธรรม ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นหลักได้ดังนี้

1. ความถูกต้องและการตรวจสอบแหล่งที่มา (accuracy and verification) การตรวจสอบความถูกต้องและแหล่งที่มาของข้อมูลอย่างรอบด้าน
2. ความเป็นอิสระและการเป็นสมาชิกองค์กร (independence and allegiances) ความท้าทายในการรักษาสมดุลระหว่างความเป็นอิสระของสื่อกับการเป็นสมาชิกของวิชาชีพ/องค์กร
3. การหลอกลวงและการเติมเนื้อหา (deception and fabrication) ข้อกังวลทางจริยธรรมเกี่ยวกับการใช้วิธีการหลอกลวง เช่น การปลอมตัว หรือการแอบบันทึกภาพและเสียง เพื่อแสวงหาข้อเท็จจริง
4. การใช้และการปรับเปลี่ยนภาพ (graphic images and image manipulation) การพิจารณาความเหมาะสมและความจำเป็นของการใช้ภาพที่มีความรุนแรง ภาพที่เร้าอารมณ์ หรือภาพที่เป็นการแสวงหาประโยชน์
5. แหล่งที่มาและการรักษาความลับ (sources and confidentiality) ขอบเขตของการปกป้องแหล่งที่มาของข้อมูลและการเก็บข้อมูลโดยไม่มีการระบุแหล่งข่าว
6. สถานการณ์พิเศษ (special situations) การรายงานข่าวในสถานการณ์ที่มีความอ่อนไหวสูง เช่น การจับตัวประกันหรือการพยายามฆ่าตัวตาย โดยต้องคำนึงถึงการป้องกันมิให้สถานการณ์ทวีความรุนแรง และการปกป้องสิทธิส่วนบุคคลของผู้เกี่ยวข้อง
7. จริยธรรมสื่อมวลชนระหว่างสื่อประเภทต่าง ๆ (ethics across media types) เป็นคำถามทางจริยธรรมในบริบทของสังคมและเทคโนโลยีที่มี



การพัฒนาสื่อแบบหลอมรวม (convergent media) (Ward, 2010 cited in Center for Academic Services of Srinakharinwirot University, 2019)

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยใช้วิธีการศึกษาวิจัย 4 วิธี ดังนี้

การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงปริมาณในเรื่องประเด็นข่าว รูปแบบ และเทคโนโลยีการนำเสนอ จากการนำเสนอข่าวของรายการข่าวช่องทีวีดิจิทัลดำเนินการดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเลือกช่องสถานีทีวีดิจิทัล เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงจากการจัดเรตติ้งทีวีดิจิทัลข้ามแพลตฟอร์ม โดย สมาคมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ประเทศไทย) จากการจัดอันดับประจำเดือนตุลาคม พ.ศ. 2567 โดยเลือกช่องทีวีที่ได้รับการจัดอันดับที่ 1-10 จากทั้งหมด 20 ช่อง เนื่องจากเรตติ้งเป็นส่วนหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นการเข้าถึงผู้รับสารได้ในวงกว้าง และอาจนำไปสู่ผลกระทบจากการนำเสนอเนื้อหารายการต่อผู้รับสารได้มากตามไปด้วยเช่นกัน

ขั้นตอนที่ 2 การเลือกรายการข่าว ทำการเลือกรายการข่าวประเภท 01 ตามประกาศ กสทช. เรื่องหลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 ซึ่งครอบคลุมประเภท “รายการข่าวสาร” โดยเลือกรายการที่ได้รับความนิยมจากผู้ชม (อ้างอิงข้อมูลเรตติ้งจากสำนักงาน กสทช.) เผยแพร่รายการข้ามแพลตฟอร์ม และมีระยะเวลาออกอากาศอย่างน้อย 30 นาที เพื่อนำมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ในเรื่องของประเด็นข่าว รูปแบบ และเทคโนโลยีการนำเสนอข่าว กรอบระยะเวลาของการศึกษาครอบคลุมช่วงเวลาทั้งหมด 14 วัน ระหว่างวันที่ 26 ธันวาคม 2567 จนถึง 8 มกราคม 2568 โดยจะทำการเก็บข้อมูลและลงรหัสรายการข่าวทุกวันที่ออกอากาศ



การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพในประเด็นทางด้านจริยธรรมจากการนำเสนอของรายการข่าวช่องทีวีสิตีเจ็ด โดยเลือกข่าวเป็นกระแสและได้รับความสนใจจากสาธารณชนในช่วงเวลาที่ศึกษามวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณลักษณะของการนำเสนอข่าวเชิงร่ำอาารมณั และประเด็นทางจริยธรรมในการนำเสนอข่าวโดยนำเอาประเด็นทางจริยธรรมของการนำเสนอข่าวที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมมาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ จำนวน 5 ข่าว พิจารณาตามประเด็นข่าวที่เป็นกระแสในช่วงเวลาที่ศึกษา อ้างอิงจากการวิเคราะห์ความถี่ของเนื้อหาที่ปรากฏในข้อที่ 1

การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบวิชาชีพสื่อข่าวในสื่อทีวีสิตีเจ็ด ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการทางด้านนิเทศศาสตร์/ การสื่อสารมวลชน จำนวน 5 คน มุ่งเน้นเก็บข้อมูลสภาพการณ์ของการนำเสนอข่าวของรายการข่าวในปัจจุบัน ทั้งในด้านกลยุทธ์ในการนำเสนอข่าว ปัญหาด้านจริยธรรมในการนำเสนอข่าวรวมถึงปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรที่ส่งผลต่อจริยธรรมในการนำเสนอข่าว แนวทางการกำกับดูแลสื่อโดยเฉพาะรายการข่าวของช่องทีวีสิตีเจ็ดที่เหมาะสมและเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ โดยสัมภาษณ์ผู้ทำงานในองค์กรสื่อที่ทำงานทั้งในระดับนโยบายและการปฏิบัติงานในรายการข่าว และมีประสบการณ์ทำงานในช่วงระยะเปลี่ยนผ่านสู่ทีวีสิตีเจ็ดที่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับการปรับตัวและการเปลี่ยนแปลงของรายการข่าว การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างปรับมาจากการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากวิธีการสัมภาษณ์ Polkinghorne (1989 cited in Creswell, 2007) ในการศึกษาทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 คน

การสนทนากลุ่ม เพื่อประเมินการรับรู้ของผู้เปิดรับข่าวสารในกลุ่มทางสังคมต่าง ๆ ต่อการนำเสนอข่าวที่มีประเด็นปัญหาด้านจริยธรรมของช่องรายการทีวีสิตีเจ็ด กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้รับชมรายการข่าวทีวีสิตีเจ็ด จำนวน 4 ภูมิภาค คือ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ รวมทั้งหมดจำนวน 40 คน อ้างอิงจำนวนกลุ่มในการสนทนากลุ่มจากการศึกษาของ Hennink and Kaiser (2022)



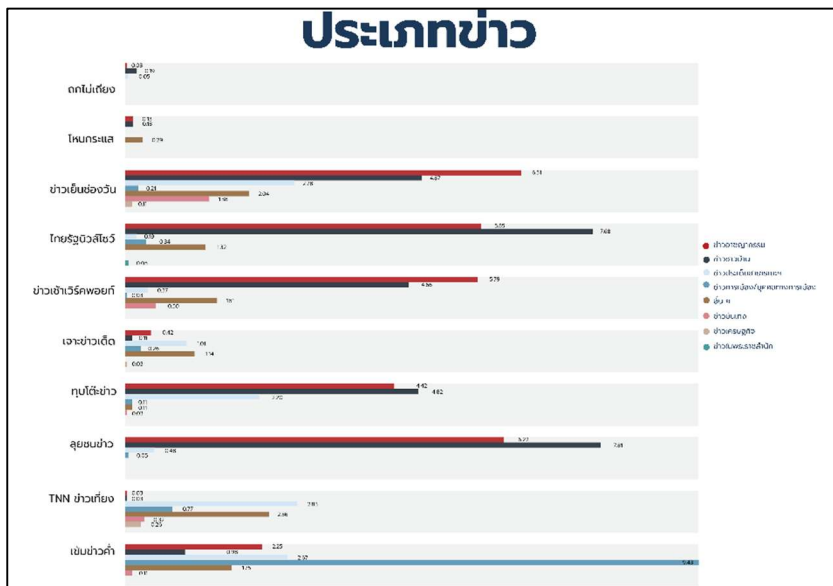
ผลการวิจัย

1. ประเด็นข่าว รูปแบบ และเทคโนโลยีการนำเสนอข่าวของรายการข่าวช่องทีวีดิจิทัล จากการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงปริมาณผลการศึกษาที่สำคัญดังนี้

ในภาพรวม ข่าวประเภทข่าวอาชญากรรม (31.65%) ข่าวชาวบ้าน (31.28%) และข่าวประเด็นสาธารณะ สิ่งแวดล้อม การศึกษา สุขภาพ (12.58%) ได้รับพื้นที่สื่อมากที่สุด 3 อันดับแรกตามลำดับ

รายการเล่าข่าวและรายการสนทนาปัญหาเหตุการณ์ปัจจุบัน (ทุกรายการยกเว้น “รายการข่าว” TNN ข่าวเที่ยง (TRUE4U) และเข้มข่าวค่ำ (PPTV HD) ให้พื้นที่กับข่าวประเภทข่าวชาวบ้านและอาชญากรรมเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ความถี่กระจุกตัวอยู่ในกลุ่มข่าวชาวบ้านและอาชญากรรม โดยนับเป็น 2 อันดับแรกที่มีความถี่ปรากฏสูงที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับความถี่ในภาพรวม ส่วนรายการข่าว (TNN ข่าวเที่ยง (TRUE4U) และเข้มข่าวค่ำ (PPTV HD)) มีความถี่การให้พื้นที่ข่าวประเภทข่าวชาวบ้านและอาชญากรรมน้อยกว่า อีกทั้งยังมีการกระจายตัวของความถี่ในการให้พื้นที่ข่าวหลากหลายประเภทเมื่อเทียบกับรายการเล่าข่าวและรายการสนทนาปัญหาเหตุการณ์ปัจจุบัน แม้ในภาพรวมประเภทข่าวอื่น ๆ ของรายการต่าง ๆ จะมีความกระจุกกระจายของประเด็นการวิเคราะห์เนื้อหาพบรูปแบบ (pattern) ข้อมูลที่สามารถจัดกลุ่มประเด็นย่อยได้แก่ ข่าวต่างประเทศ อุบัติเหตุ ข่าวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและ/ หรือ การจราจร ข่าวให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย การสัมภาษณ์ (พิเศษ) ประชาสัมพันธ์ โฆษณาขายสินค้า ความเชื่อ รายการเล่าข่าวและรายการสนทนาปัญหาเหตุการณ์ปัจจุบัน มีจุดร่วมของเนื้อหาข่าวประเภทอื่น ๆ ที่น่าสนใจ คือ มีเนื้อหาเกี่ยวกับความเชื่อและ/ หรือโหราศาสตร์ที่ไม่พบเลยใน “รายการประเภทข่าว” (ความถี่ที่พบเป็น 0) เนื่องจากประเภทรายการข่าว (รายงานข่าวแบบดั้งเดิม) เน้นให้พื้นที่กับประเภทข่าวอื่น ๆ ไปกับประเด็นข่าวต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ดังแสดงในภาพที่ 1





ภาพที่ 1 ประเภทข่าวที่นำเสนอในรายการข่าวช่องทีวีดิจิทัลที่ทำการศึกษ

มิติด้านคุณค่าข่าวที่พบสูงที่สุด 3 อันดับแรก คือ 1) ความเป็นวงใน/ ต้นเรื่องในการนำเสนอข่าว (25.12) รองลงมาคือ 2) ข่าวร้ายหรือข่าวในแง่ลบ (15.12%) และด้วยธรรมชาติของรายการข่าวที่ส่วนใหญ่ออกอากาศอย่างน้อย 5 วันต่อสัปดาห์ 3) คุณค่าข่าวเรื่องสืบเนื่องหรือเรื่องราวที่เคยเป็นข่าวและการนำเสนอเป็นรายงานต่อเนื่อง/ อัปเดตข่าวที่เคยรายงานไปก่อนหน้านี้ (8.62%) จึงถูกใช้โดยรายการต่าง ๆ ในการเป็นส่วนหนึ่งของการคัดเลือกวาระข่าวสารของรายการ ส่วนผลการวิเคราะห์เนื้อหาที่เป็นประเด็นน่าสนใจคือ การใช้วาระข่าวจากองค์กรข่าวอื่น (5.12%) ที่พบในการนำเสนอข่าวของทุกรายการ

ทุกรายการที่ทำการศึกษานอกจากจะออกอากาศเนื้อหาผ่านระบบโทรทัศน์แล้ว ยังมีการเผยแพร่เนื้อหาผ่านช่องทางออนไลน์ทั้งในสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ Facebook และ YouTube แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ การ



ถ่ายทอดสด (live) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในเวลาเดียวกันกับการออกอากาศ และการอัปโหลดเทปบันทึกเนื้อหาที่ออกอากาศไปยังสื่อสังคมออนไลน์เพื่อให้ ผู้ชมสามารถรับชมย้อนหลังได้ อีกทั้ง ยังมีการเผยแพร่เนื้อหาผ่านแอปพลิเคชัน ของช่องสถานีโดยตรงด้วยอีกทาง และยังมีการตัดต่อเนื้อหาเพื่อสร้างเป็นเนื้อหา แบบสั้นที่เน้นเฉพาะจุดสำคัญในเนื้อหาทั้งหมด (highlights) นอกจากนี้ ยังมี บางรายการที่ต่อยอดเนื้อหาจากที่ออกอากาศไปยังสื่อสังคมออนไลน์ เช่น โจน กระจกใส (CH3) และถกไม่เถียง (CH7) ที่ทั้งคู่มีรายการฉบับออนไลน์เผยแพร่ต่อ จากช่วงเวลาสิ้นสุดการออกอากาศรายการของตนผ่านโทรศัพท์

การนำเสนอข่าวแบบเร้าอารมณ์กลายเป็นกลยุทธ์หลักของรายการส่วนใหญ่ โดยเน้นใช้วาระข่าวจากแหล่งอื่นโดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้คนให้ ความสนใจอยู่แล้วมาต่อยอด และเน้นการลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์เพื่อแสดงความ เป็นวงใน รวมถึงเน้นการนำเสนอประเด็นเชิงลบ เช่น อาชญากรรม และความ ขัดแย้ง เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้ชม โดยเนื้อหามักจะถูกนำเสนอด้วยภาษา สร้างความเร้าอารมณ์และเทคนิคการตัดต่อเข้าเสริมแรง กล่าวคือ การนำเสนอ ข่าวแบบเร้าอารมณ์อาศัยการใช้องค์ประกอบด้านเนื้อหาและเทคนิคการผลิตสื่อ ช่วยเสริมสร้างองค์ประกอบที่จะช่วยเร้าอารมณ์ได้ โดยเฉพาะการเลือกการ สัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องและการใช้ภาพหรือภาพเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้องช่วย กระตุ้นเร้าอารมณ์ อีกทั้ง ยังมักจะมีการใช้เทคนิคการแบ่งจอภาพเป็น 2-3 จอ เพื่อให้เห็นทั้งสีหน้าและท่าทางของผู้ดำเนินรายการไปพร้อมกับภาพ/ ภาพเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้อง ผสมกับการฉายภาพ/ ภาพเคลื่อนไหวประกอบวน ซ้ำเรื่อย ๆ ขณะรายงานข่าว

1. ประเด็นทางด้านจริยธรรมจากการนำเสนอของรายการข่าวช่อง ทีวีดิจิทัล รายการเล่าข่าวและรายการสนทนาปัญหาเหตุการณ์ปัจจุบันพบ ประเด็นทางจริยธรรมที่สำคัญจากการนำเสนอข่าวที่มีพบปรากฏมากที่สุดจาก การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ ได้แก่ (1) การนำเสนอข้อมูลในการรายงานข่าว ที่กระทบการคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคล (2) การนำเสนอภาพความรุนแรงที่ กระทบกระเทือนจิตใจและการปฏิบัติต่อผู้ถูกกระทำหรือผู้มีความเสี่ยงอย่าง



ไม่เหมาะสม (3) การละเมิดความเป็นส่วนตัวและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้ได้รับผลกระทบ (4) การสื่อสารที่สร้างความเกลียดชัง รวมถึงการยุยงปลุกปั่นสนับสนุนให้ใช้ความรุนแรง (5) ความเที่ยงตรงในการรายงานข่าว และ (6) การรายงานข่าวเรื่องความเชื่อที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดหรือความมกมาย

2. ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลเนื้อหาและประเด็นเชิงจริยธรรมของการนำเสนอข่าวของช่องรายการทีวีดิจิทัล จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อข่าวในสื่อทีวีดิจิทัลผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการทางด้านนิเทศศาสตร์/ การสื่อสารมวลชน สามารถสรุปประเด็นหลักได้ดังนี้

คุณภาพข่าวทางทีวีดิจิทัลในปัจจุบันมีแนวโน้มลดลงทั้งในมิติทางจริยธรรมและประโยชน์ต่อสังคม สาเหตุหลักมาจากข้อจำกัดด้านงบประมาณและการแข่งขันที่รุนแรงจากสื่อออนไลน์ ส่งผลให้การข่าวเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เน้นการสืบค้นข้อมูลเชิงลึก มาเป็นการพึ่งพาเนื้อหาจากสื่อสังคมออนไลน์เพื่อลดต้นทุน ทำให้แม้ปริมาณข่าวจะเพิ่มขึ้น แต่ความลึกซึ้งและคุณภาพกลับลดลง การแข่งขันยังเปลี่ยนจุดเน้นจากการนำเสนอประเด็นข่าวที่แตกต่าง (ซึ่งมีน้อยลง) ไปสู่รูปแบบการนำเสนอ ตัวผู้ประกาศ และเทคนิคทางภาพที่หวือหวา โดยมีแรงขับเคลื่อนสำคัญจากความนิยมของผู้ชม ซึ่งมักสนใจข่าวชาวบ้าน ดราม่า และอาชญากรรม มากกว่าข่าวการเมืองหรือเศรษฐกิจ ทำให้เกิดการผลิตข่าวที่ “ขายได้” และการนำเสนอประเด็นเดิมซ้ำ ๆ

พัฒนาการสู่รูปแบบ “เล่าข่าว” หรือ “คุยข่าว” แม้สร้างความใกล้ชิดกับผู้ชม แต่ก็นำมาซึ่งความท้าทายในการแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็นส่วนตัวหรืออารมณ์ของผู้ประกาศ ซึ่งขัดต่อหลักการวารสารศาสตร์พื้นฐานที่เน้นข้อเท็จจริงและประโยชน์สาธารณะ ผู้เชี่ยวชาญเน้นย้ำว่าสื่อไม่ควรทำหน้าที่ตัดสิน หรือสร้างความบันเทิงผ่านการเผชิญหน้าโดยขาดความรับผิดชอบ ขณะเดียวกัน การขยายตัวสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ที่อยู่นอกเหนือการกำกับดูแลโดยตรงของ กสทช. ก็ยังคงเรียกร้องความรับผิดชอบต่อสังคมจากผู้ผลิตสื่อที่สร้างชื่อเสียงมาจากคลื่นสาธารณะ อย่างไรก็ตาม การเรียกร้องด้านจริยธรรมเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอ เนื่องจากอุตสาหกรรมสื่อกำลังเผชิญ



กับการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง (disruption) อย่างรุนแรง ซึ่งจำเป็นต้องพิจารณาถึงความท้าทายทางธุรกิจและการแข่งขันกับแพลตฟอร์มดิจิทัลควบคู่ไปด้วย

3. การตอบสนองของผู้รับสารต่อการนำเสนอข่าวของรายการข่าวช่องทีวีดิจิทัล จากผลการสนทนากลุ่มผู้รับชมรายการข่าวทีวีดิจิทัล ผลการสนทนากลุ่มผู้รับชมรายการข่าวทีวีดิจิทัลสะท้อนพฤติกรรม การรับสารที่หลากหลาย ผู้ชมบางส่วนยังคงเปิดทีวีในช่วงเช้าเพื่อรับทราบภาพรวมข่าวสารประจำวัน แต่การบริโภคข่าวเชิงรุกมักเกิดขึ้นผ่านช่องทางออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์ (Facebook, YouTube, TikTok, X) ซึ่งผู้รับสารเลือกติดตามประเด็นที่สนใจในรูปแบบคลิปสั้น หรือเลือกรับชมจากสำนักข่าวออนไลน์ทางเลือกและสื่อท้องถิ่น โดยมีปัจจัยด้านความสะดวกและการรับชมย้อนหลังเป็นเหตุผลสำคัญ รูปแบบรายการ “เล่าข่าว” ได้รับความนิยมเนื่องจากวิธีการนำเสนอที่เข้าใจง่ายและตอบสนองด้านอารมณ์ ขณะที่รายการสนทนาปัญหาเหตุการณ์ปัจจุบันถูกมองว่าให้รายละเอียดและมุมมองที่หลากหลาย แต่บางครั้งก็ถูกรับรู้ในฐานะความบันเทิงรูปแบบหนึ่ง

ผู้รับสารตระหนักถึงการพัฒนาทางเทคนิคการนำเสนอข่าว แต่ก็สังเกตเห็นการเพิ่มขึ้นของข่าวเร้าอารมณ์และการ “ขยี้ข่าว” ซึ่งมองว่าเป็นกลยุทธ์ดึงดูดความสนใจ แม้บางครั้งจะรู้สึกว่าเป็นการให้เวลากับบางประเด็นนานเกินไปและควรเน้นแก่นของเหตุการณ์มากกว่า ทั้งนี้ การนำเสนอภาพจากสถานที่จริงหรือสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องช่วยสร้างความรู้สึกน่าเชื่อถือ อย่างไรก็ตาม ผู้ชมมีความเห็นผสมผสานต่อการสอดแทรกความคิดเห็นของผู้ประกาศ โดยบางส่วนมองว่าลดทอนความน่าเชื่อถือ แต่บางส่วนก็เห็นว่าช่วยสะท้อนกระแสสังคม ที่สำคัญ ผู้รับสารส่วนใหญ่ตระหนักถึงประเด็นปัญหาเชิงจริยธรรมหลายประการ โดยเฉพาะในรายการเล่าข่าวและสนทนาฯ เช่น การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล อคติในการนำเสนอ การไม่ให้เกียรติแหล่งข่าว (โดยเฉพาะผู้สูญเสียหรือผู้ต้องสงสัย) การขาดการถ่วงถ่วงเนื้อหา และผลกระทบทางอารมณ์จากเนื้อหาเชิงลบหรือรุนแรงต่อผู้รับสารโดยเฉพาะเยาวชน



สรุปและอภิปรายผล

สัดส่วนข่าวในรายการข่าวทีวีดิจิทัล: พื้นที่ของข่าวชาวบ้านและวาระจากสื่อสังคมออนไลน์ สัดส่วนของประเภทรายการข่าวที่พบปรากฏในผลการศึกษาของรายการข่าวในช่องทีวีดิจิทัลที่มีเรตติ้งสูงสุด 10 อันดับแรก ส่วนใหญ่เป็นรายการเล่าข่าว และไม่ปรากฏรายการวิเคราะห์ข่าวในขอบเขตของรายการที่ทำการศึกษาเลย รวมถึงระยะเวลาการออกอากาศของรายการในแต่ละวันมากกว่า 1 ชั่วโมง ซึ่งปริมาณของเวลาการออกอากาศไม่ได้สอดคล้องกับความหลากหลายของประเภทข่าวและคุณภาพของเนื้อหาข่าวที่พบว่าข่าวส่วนใหญ่คือ ข่าวชาวบ้านและข่าวอาชญากรรม คุณลักษณะของข่าวที่เอื้อต่อการนำเสนอเสนอแบบเร้าอารมณ์ จากผลการศึกษาพบว่าการนำเสนอข่าวแบบเร้าอารมณ์และเร้าอารมณ์แฝงกลายเป็นกลยุทธ์หลักของรายการส่วนใหญ่ ส่วนหนึ่งด้วยแรงจูงใจในการแสวงหากำไรที่มักถูกมองว่าเป็นปัจจัยสำคัญของการทำวารสารศาสตร์เชิงเร้าอารมณ์ ซึ่งมุ่งดึงดูดความสนใจเพื่อให้ได้เรตติ้งสูง (Scott & Gobetz, 1992 cited in Grabe, Zhou, & Barnett, 2001) ความเร้าอารมณ์ถูกประกอบสร้างมาจากองค์ประกอบด้านเนื้อหา (content-based features) และองค์ประกอบด้านเทคนิคการผลิตสื่อ (production-based features) ทุกรายการประกอบสร้างความเร้าอารมณ์จากองค์ประกอบที่สร้างความเร้าอารมณ์มิติด้านเนื้อหาและเสริมแรงด้วยองค์ประกอบในมิติด้านการผลิต อาทิ การแสดงภาพให้ข้อมูลประวัติบุคคลที่ตกเป็นข่าว การสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ผู้ชมได้ข้อมูลเชิงลึกเพิ่ม ซึ่งการสัมภาษณ์มักจะได้มาซึ่งอารมณ์ความรู้สึกของผู้เกี่ยวข้องพ่วงมากับเนื้อหา การใช้ภาพและ/หรือภาพเคลื่อนไหวช่วยเร้าอารมณ์โดยมักเป็นภาพบุคคลที่ตกเป็นข่าวและ/หรือผู้เกี่ยวข้องกับบุคคลที่ตกเป็นข่าว

การกำหนดวาระข่าวสารแบบย้อนกลับ (reversed agenda setting) เป็นคุณค่าข่าว (news values) ที่มีความถี่สูงสุดจากผลการศึกษา สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงกระบวนทัศน์ในการกำหนดวาระข่าวสาร ปรากฏการณ์นี้มีลักษณะสำคัญคือ การที่องค์กรสื่อมวลชน โดยเฉพาะสื่อกระแสหลัก ไม่ได้



เป็นผู้ริเริ่มกำหนดวาระข่าวสารด้วยตนเองเป็นหลักดังเช่นในอดีต แต่กลับนำประเด็นที่ได้รับความสนใจหรือเป็นกระแสในพื้นที่ออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบนแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ มาพัฒนาและผลิตซ้ำเป็นวาระข่าวสารของตนเอง กลไกนี้เริ่มต้นจากการที่สื่อหลายสำนักหยิบยกประเด็นเดียวกันมานำเสนอ ทำให้เกิด “วาระสื่อ” (media agenda) ขึ้น จากนั้น เมื่อประเด็นดังกล่าวได้รับการนำเสนออย่างต่อเนื่องและได้รับความสนใจจากสังคมในวงกว้าง ก็จะพัฒนาไปสู่ “วาระสาธารณะ” (public agenda) ในที่สุด สถานะนี้ชี้ให้เห็นถึงพลวัตการกำหนดวาระข่าวสารข้ามแพลตฟอร์ม (cross-platform agenda setting) ที่ซับซ้อน ซึ่งอำนาจในการชี้นำประเด็นไม่ได้จำกัดอยู่เพียงสื่อดั้งเดิมอีกต่อไป แต่เป็นผลลัพธ์ของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสื่อออนไลน์ สื่อมวลชน และการตอบสนองของสาธารณชน

เทคโนโลยีในการนำเสนอข่าวของช่องรายการทีวีดิจิทัล:
แหล่งข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์และการนำเสนอเนื้อหาข้ามแพลตฟอร์ม ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีข้ามแพลตฟอร์ม (cross-platform technology) ในการผลิตรายการข่าวสารอย่างมีนัยสำคัญ โดยพบว่าผู้ผลิตรายการจำนวนมากนิยมนำเนื้อหาจากสื่อสังคมออนไลน์มาผลิตซ้ำเพื่อใช้เป็นองค์ประกอบหลักในการนำเสนอข่าว ลักษณะการใช้งานดังกล่าวรวมถึงการอ้างอิงข้อมูลจากบุคคลผู้มีอิทธิพลทางความคิดบนแพลตฟอร์ม เช่น Facebook Page และ TikTok ตลอดจนการหยิบยกประเด็นที่ได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางในสื่อสังคมออนไลน์มาเป็นจุดเริ่มต้นในการพัฒนาและรายงานข่าว

กลยุทธ์การปรับตัวที่เห็นได้ชัดเจนประการหนึ่งคือ การนำเสนอเนื้อหาหลักที่ออกอากาศทางโทรทัศน์มาผลิตซ้ำในรูปแบบเนื้อหาสั้น (short-form content) หรือที่เรียกว่า ข่าวสั้น (bite-sized news) การตัดต่อเพื่อสร้างเป็นไฮไลต์ (highlights) ซึ่งเป็นการคัดเลือกเฉพาะประเด็นสำคัญหรือส่วนที่น่าสนใจจากเนื้อหาทั้งหมด ทำให้เนื้อหามีความกระชับ ย่อยง่ายและเหมาะสมกับการรับชมรวมถึงการแบ่งปันบนแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉพาะ



การเผยแพร่ข่าวสารได้ปรับเปลี่ยนสู่รูปแบบการดำเนินงานแบบคู่ขนาน (parallel operation) ระหว่างช่องทางโทรทัศน์ดั้งเดิมและแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยเนื้อหาที่ออกอากาศทางโทรทัศน์มักถูกนำไปเผยแพร่ซ้ำหรือต่อยอดผ่านช่องทางดิจิทัลต่าง ๆ เช่น YouTube, Facebook, TikTok และ X (Twitter) กลยุทธ์นี้มีเป้าหมายหลักเพื่อขยายการเข้าถึงไปยังกลุ่มผู้ชมที่ไม่ได้บริโภคสื่อผ่านโทรทัศน์เป็นหลัก

ประเด็นทางด้านจริยธรรมจากการนำเสนอข่าวของรายการข่าวช่องทีวีดิจิทัล: มิติด้านอารมณ์ “สินค้า” ที่ขายได้ จากผลการศึกษาที่แสดงให้เห็นข่าวที่มีปริมาณการนำเสนอมากและต่อเนื่อง 5 อันดับแรก เป็นข่าวชาวบ้าน ข่าวอาชญากรรม ที่มีคุณค่าข่าวหลักในเรื่องความเป็นวงในต้นเรื่องของรายการข่าว ข่าวร้ายแง่ลบ ตราม่า เรื่องสืบเนื่อง และความขัดแย้ง และถูกนำเสนอมากทั้งในเชิงระยะเวลาต่อวันและความต่อเนื่องในการนำเสนอข่าวโดยเฉพาะในรายการเล่าข่าว รายการสนทนาปัญหาเหตุการณ์ปัจจุบันพบความถี่ในการนำเสนอข่าวที่พบประเด็นปัญหาทางจริยธรรมน้อย เนื่องจากด้วยคุณลักษณะของรายการที่มักจะเน้นเจาะประเด็นข่าวเพียง 1 ข่าวต่อการออกอากาศนั้น ทำให้รายการประเภทนี้มีสัดส่วนและความถี่ในการรายงานประเด็นต่ำกว่ารายการเล่าข่าวที่โดยธรรมชาติจะนำเสนอหลากหลายประเด็นข่าวต่อการออกอากาศหนึ่งครั้งอย่างมีนัยสำคัญ รายการเล่าข่าวและรายการสนทนาปัญหาเหตุการณ์ปัจจุบันพบประเด็นทางจริยธรรมจากการนำเสนอข่าวเป็นผลเนื่องมาจากการนำเสนอข่าวเชิงร่ำอาชญากรรมที่ถูกประกอบสร้างมาจากองค์ประกอบด้านเนื้อหาและองค์ประกอบด้านเทคนิคการผลิตสื่อ ลักษณะที่ชัดเจนประการหนึ่งคือ การปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอข่าวให้มีลักษณะคล้ายคลึงกับละคร (dramatization) โดยใช้วิธีการต่าง ๆ เช่น การเลือกใช้ภาษาที่กระตุ้นอารมณ์ การตัดต่อภาพและเสียงที่สร้างความรู้สึกตื่นเต้น สะเทือนใจ หรือการลำดับเรื่องราวโดยเน้นย้ำความขัดแย้งและความสูญเสีย นอกจากนี้ เทคนิคการผลิตสื่อที่ใช้ภาพซ้อนหรือการแบ่งหน้าจอ (split-screen) ในรายการเล่าข่าว โดยด้านหนึ่งนำเสนอบรรยากาศการสนทนาหรือปฏิกิริยาของผู้ดำเนินรายการใน



ห้องส่ง ขณะที่ยีกด้านหนึ่งนำเสนอภาพเหตุการณ์จริงที่กำลังกล่าวถึง เทคนิคนี้เพิ่มอารมณ์ร่วมของผู้รับสารจากการได้เห็นสีหน้า ท่าทาง หรือการแสดงออกทางอารมณ์ของผู้เล่าข่าวไปพร้อมกับภาพเหตุการณ์จริง และในรายการประเภทสนทนาปัญหาเหตุการณ์ปัจจุบันโดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการสด (live broadcast) ซึ่งมีลักษณะของการสนทนาโต้ตอบที่อาจไม่สามารถคาดการณ์ได้ทั้งหมดระหว่างผู้ดำเนินรายการและแขกรับเชิญ อาจเกิดสถานการณ์ที่ไม่เหมาะสมซึ่งไม่สามารถควบคุมหรือรับมือได้อย่างทันท่วงที ตัวอย่างเช่น กรณีการสนทนาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความขัดแย้งส่วนตัว การเผยแพร่ ออกอากาศสดโดยขาดการควบคุมหรือแทรกแซงที่เหมาะสม อาจนำไปสู่การสื่อสารที่สร้างความรู้สึกแบ่งฝักฝ่าย และเข้าข่ายปลุกกระตมให้ผู้รับสารร่วมเกลียดชังและส่งผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิตของบุคคลในรายการ การให้น้ำหนักกับข่าวที่เร้าความสนใจเฉพาะหน้าอาจเบี่ยงเบนความสนใจของสังคม ออกจากปัญหารากฐานเชิงโครงสร้างที่แท้จริง ส่งผลให้แทนที่สื่อมวลชนจะทำหน้าที่คัดกรองและนำเสนอประเด็นสำคัญตามหลักการ (gatekeeping) กลับกลายเป็นว่าความต้องการของตลาดหรือความนิยมของผู้รับสารเป็นปัจจัยหลัก ในการกำหนดวาระข่าวสารซึ่งแนวทางดังกล่าวอาจขัดแย้งกับหลักการพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนารายการข่าวทางทีวีดิจิทัลที่มีคุณภาพ

ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานกำกับดูแล (กสทช.)

1. การสร้างแนวทางกำกับดูแลที่สอดคล้องกันทั้งระบบนิเวศสื่อ หน่วยงานกำกับดูแลควรกำหนดทิศทางและปรับปรุงกฎหมาย กฎเกณฑ์ และแนวปฏิบัติให้สอดคล้องกับการแพร่กระจายเนื้อหาข่าวสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ทั้งของช่องทีวีดิจิทัลเองและผู้ให้บริการภายนอก (third-party platforms) เพื่อให้สามารถบังคับใช้ได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพกับผู้ประกอบการทุกรายในระบบนิเวศสื่อดิจิทัล



2. **แนวทางการกำกับดูแลในเชิงบวก** กสทช. ควรปรับบทบาทจากการกำกับดูแลเชิงลงโทษไปสู่การเป็นผู้สนับสนุนการพัฒนาคุณภาพสื่อผ่านการสร้างแรงจูงใจทางการเงิน เช่น พิจารณาลดค่าธรรมเนียมนิคมอุตสาหกรรม หรือเสนออัตราภาษีพิเศษแก่สื่อที่มีมาตรฐานจริยธรรมสูงอย่างต่อเนื่อง การจัดสรรงบประมาณหรือกองทุนสนับสนุนการผลิตเนื้อหารายการคุณภาพที่มีประโยชน์ต่อสังคมแม้จะตึงตังได้ยากในกลไกตลาดปกติ และการส่งเสริมสื่อทางเลือกและสื่อสาธารณะที่เน้นประเด็นสาธารณะและการนำเสนอข่าวเชิงวิเคราะห์

3. **การเพิ่มความโปร่งใสของกระบวนการรับเรื่องร้องเรียน** กสทช. ควรปรับปรุงกระบวนการพิจารณาเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับเนื้อหาที่อาจผิดกฎหมายหรือขัดต่อมาตรฐานจริยธรรมให้มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสาธารณะ โดยเฉพาะการเปิดเผยข้อมูลสถานะของเรื่องร้องเรียนให้สาธารณชนเข้าถึงได้โดยง่าย

ข้อเสนอแนะต่อกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

1. **การจัดตั้งหน่วยงานกลางที่มีบทบาทในการอบรมและรับรองมาตรฐานสื่อ** ที่มีการกิจความรับผิดชอบโดยตรงในการพัฒนาศักยภาพและยกระดับมาตรฐานของผู้ประกอบวิชาชีพและองค์กรสื่ออย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง โดย (1) การพัฒนาหลักสูตรการอบรม ทั้งด้านความรู้และทักษะที่ทันสมัยสอดคล้องกับบริบทอุตสาหกรรม (2) การพัฒนาและกำหนดเกณฑ์มาตรฐานวิชาชีพที่ชัดเจน ด้านทักษะ ความรู้ และจริยธรรมที่ชัดเจน พร้อมทั้งการประเมินและออกใบรับรอง เพื่อยืนยันคุณภาพและความเป็นมืออาชีพ (3) การเป็นศูนย์กลางความรู้ รวบรวมองค์ความรู้ งานวิจัย กรณีศึกษา และแนวปฏิบัติที่ดี (best practices) เพื่อเป็นแหล่งอ้างอิง

2. **นโยบายสนับสนุนทุนวิจัยเพื่อส่งเสริมมาตรฐานสื่อมวลชน** ในการนำเสนอประเด็นสิทธิมนุษยชนและกลุ่มเปราะบาง ซึ่งจะนำไปสู่การ



พัฒนาแนวปฏิบัติหรือข้อเสนอแนะเชิงจริยธรรมจากข้อมูลเชิงประจักษ์ เพื่อส่งเสริมการรายงานข่าวที่เคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ มีความเสมอภาคและปราศจากอคติ

3. การส่งเสริมความรู้เท่าทันสื่อในหมู่ผู้รับสาร สนับสนุนกิจกรรมที่ช่วยให้ผู้รับสารสามารถเข้าถึง วิเคราะห์ ตีความ ประเมิน และสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อได้อย่างมีวิจารณญาณ ตระหนักในสิทธิของตนเอง และส่งเสริมบทบาทของผู้รับสารในการมีส่วนร่วมกำกับดูแลสื่ออย่างเป็นรูปธรรมเพื่อเพิ่มมิติการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการพัฒนาระบบนิเวศสื่อ

ข้อเสนอแนะต่อองค์กรวิชาชีพสื่อและผู้ผลิตรายการข่าว

1. การเสริมสร้างบทบาทขององค์กรวิชาชีพสื่อในการกำกับดูแลองค์กรวิชาชีพควรเข้ามามีส่วนร่วมอย่างเข้มแข็งในการกำหนดมาตรฐานและเสนอแนะบทลงโทษในลักษณะ co-regulation เพื่อให้กฎเกณฑ์สอดคล้องกับหลักปฏิบัติวิชาชีพและบริบทอุตสาหกรรม พร้อมทั้งพัฒนาบทบาทและนำเสนอมาตรฐานทางจริยธรรมที่เป็นที่ยอมรับร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ

2. มาตรการเพื่อกำกับดูแลให้เป็นไปตามมาตรฐานทางจริยธรรมของผู้ผลิตรายการข่าวเป็นความรับผิดชอบร่วมกันของผู้ประกอบการเจ้าของสถานี เจ้าของรายการ และบรรณาธิการข่าวในการควบคุมและป้องกันการละเมิดจริยธรรม โดยส่งเสริมมาตรฐานทางจริยธรรมในหมู่ผู้ประกอบการวิชาชีพ สร้างข้อตกลงและแนวทางการปฏิบัติกับบุคคลที่เกี่ยวข้องรวมถึงแฮกเกอร์ในรายการ ใช้เทคโนโลยีช่วยในการกลั่นกรองเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมก่อนออกอากาศ

3. วิธีการนำเสนอที่นำไปสู่การทำความเข้าใจประเด็นปัญหาเชิงโครงสร้างและการแก้ไขปัญหา ซึ่งผู้ผลิตสามารถนำเสนอประเด็นที่อยู่ในความสนใจของประชาชนรวมถึงข่าวชาวบ้านที่อาจเป็น “จุดขาย” ของ



รายการในรูปแบบเล่าข่าวที่น่าสนใจได้ แต่ต้องมุ่งยกระดับการนำเสนอ โดยเฉพาะการชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงกับปัญหาเชิงโครงสร้าง ที่อยู่เบื้องหลังปรากฏการณ์หรือเรื่องราวปัจเจก

4. การกำกับดูแลตนเองโดยแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้ องค์กรสื่อควรแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการเปิดเผยข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้อง เช่น โครงสร้างความเป็นเจ้าของ ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร นโยบายองค์กร และนโยบายบรรณาธิการ (editorial policy) เพื่อให้สาธารณชนสามารถตรวจสอบและวิพากษ์วิจารณ์ได้อย่างมีความหมาย รวมถึงการมีกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนที่ชัดเจน เข้าถึงได้ง่ายและมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะต่อผู้รับสาร

1. การมีส่วนร่วมของผู้รับสารผ่านการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ในฐานะพลเมืองที่สามารถช่วยพัฒนาคุณภาพรายการข่าว และสื่อมวลชนโดยรวมให้ดีขึ้นได้ผ่านการใช้ช่องทางสื่อสารที่มีอยู่ในการแสดงความคิดเห็น ข้อวิจารณ์ หรือข้อเสนอแนะต่อองค์กรสื่อ รวมถึงการร้องเรียนต่อหน่วยงานกำกับดูแลหาพบการรายงานข่าวที่ผิดกฎหมายหรือละเมิดจริยธรรมร้ายแรง

2. การเรียกร้องมาตรฐานคุณภาพและจริยธรรมข่าวสาร ผู้รับสารสามารถมีบทบาทเชิงรุกในการกำหนดทิศทางและยกระดับคุณภาพข่าว โดยการเรียกร้องให้องค์กรสื่อรักษามาตรฐานด้านความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความแม่นยำ และความโปร่งใส เกี่ยวกับข้อมูลนโยบายองค์กร แหล่งทุน และความเป็นเจ้าของ รวมถึงการเรียกร้องให้สื่อปฏิบัติตามมาตรฐานทางจริยธรรม คำนึงถึงผลกระทบอย่างรอบด้าน และปกป้องสิทธิศักดิ์ศรี และความเป็นส่วนตัวของผู้ที่เกี่ยวข้อง



3. ผู้รับสารสามารถเป็นผู้สื่อสารที่ *active* และมีอำนาจในการตัดสินใจเลือกรับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองได้ โดยแสดงออกผ่านพฤติกรรม的开ปรับและการสะท้อนกลับ เพื่อผลักดันให้รายการข่าวมีการนำเสนอเชิงลึก การวิเคราะห์และการสืบสวนสอบสวน มากขึ้น เพื่อช่วยในการทำความเข้าใจปัญหาเชิงโครงสร้าง และควรเลือกรับชมและสนับสนุนรายการข่าวเชิงสร้างสรรค์ องค์กรสื่อทางเลือก และองค์กรสื่อสารสาธารณะที่มุ่งเน้นประโยชน์สาธารณะ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการแข่งขันด้านคุณภาพเนื้อหาและการนำเสนอข่าวที่สร้างสรรค์ในอุตสาหกรรม

เอกสารอ้างอิง

- Center for Academic Services of Srinakharinwirot University. (2019). *Final research report: Capacity building and promotion of ethics among personnel in broadcasting and television (Fiscal Year 2019)*.
<https://broadcast.nbtc.go.th/data/academic/file/640600000002.pdf>
- Correia, R., & Graça, J. (2020). Uses and gratifications theory. In *The SAGE international encyclopedia of mass media and society* (Vol. 5, pp. 1830-1831). SAGE Publications, Inc.,
<https://doi.org/10.4135/9781483375519.n707>
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (2nd ed.). Sage Publications, Inc.
- Grabe, M. E., Zhou, S., & Barnett, B. (2001). Explicating Sensationalism in Television News: Content and the Bells and Whistles of Form. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45(4), 635-655.
https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4504_6
- Hanson, R. E. (2022). *Mass communication: Living in a media world* (8th ed.). SAGE Publications.



- Hennink, M., & Kaiser, B. N. (2022). Sample sizes for saturation in qualitative research: A systematic review of empirical tests. *Social Science & Medicine*, 292, 114523.
- Homthong, B., & Chomngam, P. (2024). News topic selection affecting the expectation of gen Y viewers in Bangkok towards Rueng Lao Chao Nee program. *Chophayom Journal*, 35(3), 103-122. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/ejChophayom/article/view/275889>
- Khawar, S., & Boukes, M. (2024). Analyzing sensationalism in news on Twitter (X): Clickbait Journalism by Legacy vs. Online-Native Outlets and the Consequences for User Engagement. *Digital Journalism*, 1-21. <https://doi.org/10.1080/21670811.2024.2394764>
- Kleemans, M., & Hendriks Vettehen, P. G. J. (2009). Sensationalism in television news: A review. In R. P. Konig, P. W. M. Nelissen, & F. J. M. Huysmans (Eds.), *Meaningful media: Communication research on the social construction of reality* (pp. 226-243). Tandem Felix. <https://hdl.handle.net/2066/74717>
- Konthongdee, R., & Choompolsathien, A. (2021). The relationship between attitudes and viewing behavior of “Tub Toh Kao” news programs. *Media and Communication Inquiry*, 3(2), 1-12. <https://so07.tci-thaijo.org/index.php/MCI/article/view/939/676>
- Kosayapong, P., & Kanokngamwitroj, P. (2022). viewing behavior and satisfaction for Kao-Kon-Khon-Kao news program via Nation TV among viewers in Bangkok. *Journal of Dhammasuka*



Research, 5(1), 188-198. <https://so07.tci-thaijo.org/index.php/dsr/article/view/1326>

National Broadcasting and Telecommunications Commission (NBTC). (2017a). *Project to develop guidelines and basic ethics for the mass media in broadcasting and television* (2016). NBTC.

<https://broadcast.nbt.go.th/data/academic/file/601100000004.pdf>

National Broadcasting and Telecommunications Commission (NBTC). (2017b). *Guidelines and ethical standards for the use of online media information in news reporting*. NBTC.

<https://broadcast.nbt.go.th/data/academic/file/601100000005.pdf>

National Broadcasting and Telecommunications Commission (NBTC). (2018). *Final research report: Promoting the use of online media information in the news reporting process in the convergent technology era*. NBTC.

<https://broadcast.nbt.go.th/data/academic/file/610200000002.pdf>

National Broadcasting and Telecommunications Commission (NBTC). (2019a). *Five years on the digital TV path: Lessons and changes*. NBTC.

<https://broadcast.nbt.go.th/data/academic/file/621100000001.pdf>

National Broadcasting and Telecommunications Commission (NBTC). (2019b). *Supervision of broadcasting and television businesses*. NBTC.

<https://broadcast.nbt.go.th/data/academic/file/620700000001.pdf>

National Broadcasting and Telecommunications Commission (NBTC). (2020a). *Final report: Research project evaluating the quality of program content that integrates social*



media in broadcasting and television. NBTC.

<https://broadcast.nbt.go.th/data/academic/file/631000000001.pdf>

National Broadcasting and Telecommunications Commission (NBTC).

(2020b). *Final report: Research project evaluating program content quality in broadcasting and television.* NBTC.

<https://broadcast.nbt.go.th/data/academic/file/630900000005.pdf>

National Broadcasting and Telecommunications Commission

(NBTC). (2020c). *Final report: Knowledge synthesis on content regulation of news, violent events, and terrorism in Europe.* NBTC.

<https://broadcast.nbt.go.th/data/academic/file/630900000006.pdf>

National Broadcasting and Telecommunications Commission

(NBTC). (2020d). *Research project analyzing the content of television news-talk programs in digital terrestrial television.* NBTC.

<https://broadcast.nbt.go.th/data/academic/file/631000000002.pdf>

National Broadcasting and Telecommunications Commission

(NBTC). (2021a). *Guidelines for the mass media under the changing media landscape (2020).* NBTC.

<https://broadcast.nbt.go.th/data/academic/file/630900000006.pdf>

National Broadcasting and Telecommunications Commission

(NBTC). (2021b). *Final report: Guidelines for regulating product placement in television programs.* NBTC.

<https://broadcast.nbt.go.th/data/academic/file/650900000003.pdf>

National Broadcasting and Telecommunications Commission

(NBTC). (2022a). *Guidelines for media presentation regarding gender diversity.* NBTC.

<https://broadcast.nbt.go.th/data/academic/file/650600000004.pdf>



- National Broadcasting and Telecommunications Commission (NBTC). (2022b). *Compilation of laws on broadcasting and television businesses*. NBTC.
<https://broadcast.nbtc.go.th/data/academic/file/650600000001.pdf>
- National Broadcasting and Telecommunications Commission (NBTC). (2022c). *Research project evaluating program content quality in broadcasting and television*. NBTC.
<https://broadcast.nbtc.go.th/data/academic/file/6512000000005.pdf>
- National Broadcasting and Telecommunications Commission (NBTC). (2023). *Content regulation of digital terrestrial television to protect the human rights of vulnerable groups*. NBTC.
<https://broadcast.nbtc.go.th/data/academic/file/6612000000004.pdf>
- Prachachat. (2024, May 10). *Two-thirds of Thai news programs are sensationalized news shows that aggravate social problems?* <https://www.prachachat.net/ict/news-1559766>
- Singh, V., Gupta, S. S., Singh, V. V., & Basera, J. (2022). An Analysis of Sensationalism in News. *Journal of the Asiatic Society of Mumbai*, XCV(45), 168-177.
https://www.researchgate.net/publication/374812735_AN_A_NALYSIS_OF_SENSATIONALISM_IN_NEWS
- Slattery, K., Doremus, M., & Marcus, L. (2001). Shifts in Public Affairs Reporting on the Network Evening News: A Move Toward the Sensational. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45(2), 290-302. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4502_6
- Thai Media Fund. (2022, December 2). *Thai Media Fund organizes MEDIA ALERT seminar 2022: Research results 'What does society gain from television news'*.



<https://www.thaimediafund.or.th/2025/02/27/%E0%B8%81%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%97%E0%B8%B8%E0%B8%99%E0%B8%AA%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%A1%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B8%B2-media-alert-%E0%B8%9B/>

Uawongchai, P., Rakthin, S., & Lumlongrut, S. (2020). Factors influencing viewers' satisfaction and word of mouth when watching Thairath TV news programs. *Executive Journal*, 40(1), 44-65. [https://so01.tci-](https://so01.tci-thaijo.org/index.php/executivejournal/article/view/239897)

[thaijo.org/index.php/executivejournal/article/view/239897](https://so01.tci-thaijo.org/index.php/executivejournal/article/view/239897)

Uribe, R., & Gunter, B. (2007). Are 'Sensational' News Stories More Likely to Trigger Viewers' Emotions than Non-Sensational News Stories?: A Content Analysis of British TV News. *European Journal of Communication*, 22(2), 207-228. <https://doi.org/10.1177/0267323107076770>

