



รายงานการอบรมหลักสูตร

Broadcasting Regulation

วันที่ ๓๐ มิถุนายน ถึง ๔ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๗

ณ Thomson Foundation

กรุงลอนดอน สหราชอาณาจักร

## ส่วนที่ ๑ บทนำ

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) มีความต้องการผู้เชี่ยวชาญที่จะให้ความรู้ ความเข้าใจ คำแนะนำ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ด้านการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ในการนี้จึงเห็นควรให้มีการจัดอบรมหลักสูตรด้านการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ โดยมหาวิทยาลัยคาร์ดิฟฟ์ (Cardiff University) สหราชอาณาจักร เป็นสถาบันชั้นนำและมีชื่อเสียงทางด้านสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ภาควิชาสื่อสารมวลชน (School of Journalism, Media and Cultural Studies) ร่วมกับสถาบัน Thomson Foundation ซึ่งมีคณาจารย์ของสถาบันที่มีความรู้ความเข้าใจ และประสบการณ์ในการกำกับดูแลเนื้อหารายการในสหราชอาณาจักร เป็นอย่างดี จากประสบการณ์การทำงานกับ Office of Communications (Ofcom) และ British Broadcasting Corporation (BBC) อันจะเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ และประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้กับบุคลากรของสำนักงาน กสทช.

การจัดอบรมหลักสูตร Broadcasting Regulation เพื่อพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ให้ดียิ่งขึ้นและรองรับการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพในครั้งนี้ มีเนื้อหาครอบคลุมหัวข้อ อันได้แก่ การกำกับดูแลร่วมกับรัฐ (Co-Regulation) การกำกับดูแลตนเอง (Self-Regulation) หลักความรับผิดชอบร่วมกัน (Collective Responsibility) และธรรมาภิบาล (Good Governance) รวมถึงเนื้อหาเกี่ยวกับการกำกับดูแลเนื้อหา รายการ โฆษณา ลิขสิทธิ์ และการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ โดยสอดคล้องกับการดำเนินงานและขอบข่ายการกำกับดูแลของภารกิจกระจายเสียงและโทรทัศน์ ซึ่งถือเป็นความจำเป็นเร่งด่วนในการพัฒนาบุคลากรของสำนักงาน กสทช.

### ๑.๑ วัตถุประสงค์

- เพื่อให้บุคลากรของสำนักงาน กสทช. มีความรู้ความเข้าใจเรื่องของการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ตามตัวแบบของสหราชอาณาจักร อันเป็นหลักปฏิบัติที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล
- เพื่อให้บุคลากรของสำนักงาน กสทช. ได้รับการถ่ายทอดประสบการณ์โดยตรงจากผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถในระดับสากลจากสหราชอาณาจักร ที่ประสบความสำเร็จในการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ทั้งในระดับการกำกับดูแลโดยรัฐ (State Regulation) และการกำกับดูแลร่วมกับรัฐ (Co-Regulation)
- เพื่อให้บุคลากรของสำนักงาน กสทช. ได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เพื่อสนับสนุนการทำงานขององค์กรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และนำความรู้มาใช้ในการปฏิบัติจริง

## ๑.๒ ผู้เข้าร่วมอบรม

รายชื่อผู้เข้าร่วมการอบรม หลักสูตร Broadcast Regulation ณ Thomson Foundation ระหว่างวันที่ ๓๐ มิถุนายน ถึง ๔ กรกฎาคม ๒๕๕๗ ณ กรุงลอนดอน สหราชอาณาจักร มีดังนี้

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	กลุ่มงาน
๑	นางสาวกศริตา ศรีไพบูลย์	ส่วนงานเลขานุการ รองประธาน กสทช. พันเอก ดร. นทีฯ
๒	นายมานะพันธุ์ วงศ์พิวัฒน์	ส่วนงานเลขานุการ กสทช. พลโท ดร. พีระพงษ์ฯ
๓	นางสาวจตุพร พรหมจารย์	ส่วนงานเลขานุการ กสทช. พ.ต.อ. ทวีศักดิ์ฯ
๔	นางสาวณัฏฐา วิมานรัตน์	ส่วนงานเลขานุการ กสทช. ผศ. ดร. ธวัชชัยฯ
๕	นางสาวเจนจิรา เขียงยุคดีไศล	ส่วนงานเลขานุการ กสทช. นางสาวสุภิญญาฯ
๖	นายเอนก จิตจันทร์เพ็ญ	สำนักคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (บส.)
๗	นายประวิทย์ สันธนะวิทย์	สำนักกำกับการใช้คลื่นความถี่ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์(คส.)
๘	นางสาวกนกวรรณ อุ่ณจิตต์	สำนักกฎหมายกระจายเสียงและโทรทัศน์ (มส.)
๙	นางนลินรัตน์ จันททรัพย์	สำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (วส.)
๑๐	นางสาวรพีพร บัวหอม	สำนักวิศวกรรมและเทคโนโลยีกระจายเสียงและโทรทัศน์ (ทส.)
๑๑	นายบุรฉัตร นิเวศ	สำนักค่าธรรมเนียมและอัตราค่าบริการในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (บส.)
๑๒	นางกอบกุล รมคูหา	สำนักพัฒนาองค์การวิชาชีพและส่งเสริมการบริการอย่างทั่วถึง (ขส.)
๑๓	นางสาวภัสรินทร์ กลิ่นศรีสุข	สำนักกำกับผังและเนื้อหารายการ และพัฒนาผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (ผส.)
๑๔	นางสาวสุธารักษ์ สุชาติเวชภูมิ	สำนักกำกับผังและเนื้อหารายการ และพัฒนาผู้ประกาศในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (ผส.)
๑๕	นางสาววิไลลักษณ์ โคตาสูต	สำนักการอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียง (ปส.๑)
๑๖	นางสาวธนพร ลีตระกูลศิลป์	สำนักการอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ (ปส.๒)
๑๗	นางสาววรรณพร ธรรมสง่ากุล	สำนักการอนุญาตประกอบกิจการโครงข่าย สิ่งอำนวยความสะดวกและเครื่องวิทยุคมนาคม (ปส.๓)
๑๘	นายสุทธิชัย เพ็งประพันธ์	สำนักอำนวยการสายงานกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (อส.)
๑๙	นางสาวมณีนุช อ่อนกัน	สำนักกรรมการกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ และการประชุม (กส.)
๒๐	นางสาวนันท์พันธ์ โอบนิธิรัญ	สำนักกรรมการกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ และการประชุม (กส.)
๒๑	นางสาวพรรณพร อัครานนท์ *	ส่วนงานเลขานุการ กสทช. พลโท ดร. พีระพงษ์ฯ
๒๒	นายพิพัฒน์ กิตติสิโรตม์ *	สำนักอำนวยการสายงานกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (อส.)

\* หมายเหตุ ผู้ประสานงานโครงการ

๑.๓ กำหนดการโครงการอบรม

Broadcast Regulatory Workshop, London

30 June – 4 July, 10.00 – 16.00

<b>Monday 30 June</b>	
<b>AM</b>	Introductions – Aims and Objectives UK Broadcast Environment Content Regulation – Why bother?  <b>Workshop: Offence</b> Real cases, worked examples and feedback Balancing Standards vs Freedom of Expression
<b>PM</b>	Freedom of Expression, a free media and journalistic ethics: Prof Richard Trait, Cardiff School of Journalism  <b>Workshop: Impartiality and Accuracy</b> Real cases and worked examples and feedback Trust, impartiality and accuracy
<b>Tuesday 1 July</b>	
<b>AM</b>	Regulating for Freedom of Expression Regulatory theory and models e.g. statutory, co-regulation, and self-regulation  <b>Workshop: Religion</b> Real cases, worked examples and feedback Comedy and incitement  Introduction to advertising regulation  <b>Advertising Workshop: Offence</b> Real cases, worked examples and feedback Offence (in a marketing environment)

PM	Regulatory sanctions, process and decision – making  <b>Workshop: Sex &amp; Nudity</b> Real cases, worked examples and feedback Harm and Offence, protection of minors
<b>Wednesday 2 July</b>	
AM	Visit to the Advertising Standards Authority (ASA)
PM	Visit to Ofcom
<b>Thursday 3 July</b>	
AM	Best Regulatory Practice: How content is regulated: governance, independence, transparency  <b>Workshop: Privacy</b> Real cases, worked examples and balancing citizen’s rights against public interest  Incitement of Hatred
PM	<b>Commercial Issues Workshop:</b> Real cases, worked examples and feedback Product Placement, undue prominence and sponsorship  <b>The Digital Future:</b> what role for regulation – future and challenges ahead Discussion and feedback  Conclusion and Certificates at Thomson Foundation

## ส่วนที่ ๒ เนื้อหาในการอบรม

### ภาพรวมของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในสหราชอาณาจักร

สหราชอาณาจักรมี Broadcaster ที่สำคัญ ๔ ราย ได้แก่

๑. BBC ก่อตั้งเมื่อปี ค.ศ. ๑๙๒๒ เป็นสื่อสาธารณะระดับประเทศที่ได้รับความนิยมอย่างมากทั้งในสหราชอาณาจักรและต่างประเทศ โดยจะมีรายการครอบคลุมเนื้อหาหลากหลายและมากกว่าเมื่อเทียบกับผู้ประกอบการอื่น ๆ ๓ ราย อย่างไรก็ตาม BBC ได้รับเงินสนับสนุนจากค่าธรรมเนียมที่ประชาชนต้องจ่าย ๑๔๕.๕ ปอนด์/ปี เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการรับชมโทรทัศน์ โดย BBC ให้บริการสื่อโทรทัศน์ระดับประเทศและระดับภูมิภาคจำนวน ๑๐ ช่อง สื่อวิทยุระดับประเทศ จำนวน ๑๐ สถานี และ สื่อวิทยุระดับท้องถิ่น จำนวน ๔๐ สถานี รวมไปถึงการให้บริการสื่อออนไลน์ทางเว็บไซต์อีกด้วย

๒. ITV ก่อตั้งเมื่อปี ค.ศ. ๑๙๕๐ เป็นสื่อธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในสหราชอาณาจักร มีการออกอากาศผ่านทั้งช่องทางปกติ และ ช่องทาง on-demand ITV ยังผลิตเนื้อหาเพื่อออกอากาศทั้งในสื่อของตนเองและขายเนื้อหารายการให้สื่ออื่นๆทั้งในและนอกประเทศ

๓. Channel 4 ก่อตั้งเมื่อปี ค.ศ. ๑๙๘๒ เป็นสื่อที่มีความเป็นสาธารณะ ปราศจากการแทรกแซงจากทางรัฐบาล แต่ได้รับเงินสนับสนุนจากการโฆษณาและ Sponsorship และไม่มีลักษณะความเป็นเจ้าของแบบผู้ถือหุ้น เป็นช่องที่ไม่มีสถานะในการทำธุรกิจเพื่อมุ่งหวังกำไร (not-for-profit status) มีการทำงานครอบคลุมด้านโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และสื่อดิจิทัล

๔. Channel 5 ก่อตั้งเมื่อปี ค.ศ. ๑๙๙๗ เป็นสื่อธุรกิจ ภายใต้บริษัท Northern & Shell เป็นช่องที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับ ๕ ในสหราชอาณาจักร โดยมีเนื้อหารายการครอบคลุม ด้านบันเทิง กีฬา สารคดี เยาวชน ละคร ข่าว และภาพยนตร์ ซึ่งรายการที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ รายการ Big Brother (ข้อมูลปี ค.ศ. ๒๐๑๒)

นอกจากนี้ ในสหราชอาณาจักร มีใบอนุญาตโทรทัศน์ซึ่งเรียกว่า “ทีแอลซี” มากกว่า ๑,๐๐๐ ใบ โดยหน่วยงานที่ออกใบอนุญาตให้ คือ Ofcom ผู้รับใบอนุญาต ได้แก่ ผู้ประกอบการทีวีดาวเทียมและ ผู้ประกอบการเคเบิลทีวี ซึ่งผู้ประกอบการที่มารับใบอนุญาต ทีแอลซี จะมีลักษณะแตกต่างจากสื่อช่องทางอื่น เช่น ผู้ประกอบการประเภทนี้ไม่จำเป็นต้องมีการนำเสนอรายการข่าว ช่องประเภทนี้อาจมีคำบรรยาย (Subtitle) อยู่ด้านล่างจอให้สำหรับคนหูหนวกหรือคนที่มีลักษณะพิเศษ โดยลักษณะทั่วไปของช่องประเภทนี้คือจะทำตามขั้นตอนการปฏิบัติที่เป็นมาตรฐานของ Ofcom และจะมีเนื้อหาเฉพาะทางของแต่ละช่องเอง

ในสหราชอาณาจักรยังประกอบไปด้วยผู้ประกอบการวิทยุจำนวนมาก ตัวเลขโดยประมาณอยู่ที่ ๑๐๐ สถานี โดยแบ่งเป็นสถานีประเภทธุรกิจ (Commercial) ประเภทท้องถิ่น (Local) และ ประเภทชุมชน (Community) โดยลักษณะของวิทยุชุมชนที่สหราชอาณาจักรจะเป็นตัวกลางในการกระจายข้อมูลข่าวสารของชุมชนในโอกาสต่าง ๆ

นอกจากนี้ ทางสหราชอาณาจักรเอง กำลังพัฒนาเรื่องโทรทัศน์ท้องถิ่น (Local television) แต่ในความเห็นของผู้บรรยายคิดว่าอาจจะไม่ประสบความสำเร็จในอนาคต โดยสาเหตุที่จะทำให้โทรทัศน์ท้องถิ่น (Local television) ไม่ประสบความสำเร็จในการดำเนินการในสหราชอาณาจักร ประกอบไปด้วย

๑. แนวความคิดนี้เพิ่งเกิดขึ้นมาเมื่อ ๓ - ๔ ปีที่แล้ว และในลอนดอนแนวคิดนี้เพิ่งเกิดขึ้นมาเมื่อ ๒ เดือนที่แล้ว
๒. ก่อนหน้านี้ มีการออกใบอนุญาตกว่า ๑,๐๐๐ ช่องอยู่เดิมแล้ว ซึ่งช่องดังกล่าวมีลักษณะที่แข็งแกร่งและมีคุณภาพกว่า รวมไปถึงมีการดำเนินงานและจัดการรายการที่มั่นคงกว่า
๓. เมื่อพิจารณาในด้านสภาพตลาดจะพบว่าพื้นฐานผู้ชมโทรทัศน์ท้องถิ่น (Local television) ค่อนข้างน้อย
๔. ทั้ง ITV และ BBC มีรายการโทรทัศน์ที่เป็นตามลักษณะของภูมิภาคอยู่แล้ว ซึ่งทั้ง ๒ ช่องนี้มีความแข็งแกร่งในด้านการเป็นผู้ผลิตเนื้อหาระดับชั้นนำของประเทศ

### ภาพรวมของหน่วยงานกำกับดูแลในสหราชอาณาจักร

- Ofcom คือ หน่วยงานที่กำกับดูแลควบคุมสื่อทั้งหมดในสหราชอาณาจักรซึ่งมีความคล้ายคลึงกับ กสทช. ในประเทศไทย โดยวัตถุประสงค์ตามพระราชบัญญัติของ Ofcom มี ๒ ข้อ คือ เพื่อประโยชน์สาธารณะ และเพื่อขยายผลประโยชน์ให้กับประชาชน และ ส่งเสริมให้มีการแข่งขัน (รายละเอียดเพิ่มเติม ในส่วนของการศึกษาดูงาน)
- BBC Trust คือ บอร์ดของBBC ที่มีหน้าที่กำกับดูแลการทำงานของ BBC โดยเฉพาะ ซึ่งทาง BBC Trust สามารถขอคำแนะนำจาก Ofcom ได้ แต่ในส่วนของการดำเนินการนั้น ทาง Ofcom จะไม่เข้าไปก้าวก่าย

### ภาพรวมของ BBC

BBC มีลักษณะของการทำงานที่เป็นองค์กรใหญ่ มีตารางและระบบของตัวเอง ด้านเนื้อหาจะมีความหลากหลายและมีการปรับเปลี่ยนตามสภาพตลาดตลอดเวลา และด้วยเหตุผลที่เป็นสื่อสาธารณะ BBC จึงให้ความสำคัญกับการรักษาคุณภาพในการผลิตรายการเป็นอย่างสูง เป็นองค์กรที่ได้รับความไว้วางใจและเข้าถึงประชาชนได้มากที่สุดเป็นอันดับที่ ๒ รองจาก Vodafone ซึ่งเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือในสหราชอาณาจักร

ช่องรายการหลักของ BBC ได้แก่

๑. BBC One เป็นช่องที่ได้รับความนิยมมากที่สุด โดยเป็นช่องที่เน้นเนื้อหาด้านความบันเทิง และปิกนิก
๒. BBC Two เป็นช่องที่เน้นเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวหรือเหตุการณ์ปัจจุบัน
๓. BBC Three เป็นช่องที่เน้นเนื้อหาเกี่ยวกับเยาวชน
๔. BBC Four เป็นช่องที่เน้นเนื้อหาเกี่ยวกับความบันเทิง เช่น รายการซุบซิบนินทาคนดัง
๕. cbbc และ cBeebies เป็นช่องรายการสำหรับเด็กโดยเฉพาะ
๖. NEWS เป็นช่องรายงานข่าว ๒๔ ชั่วโมง

ในปัจจุบัน BBC ได้มีการเปิดช่องทางในการรับชมรายการโทรทัศน์ ผ่าน i-Player และ BBC MOBILE เพื่อเพิ่มความสะดวกในการรับชม คือ สามารถเข้าไปdownloadข้อมูลเพื่อรับชมรายการย้อนหลังได้ ซึ่งขณะนี้กำลังเป็นที่นิยมเป็นอย่างสูง

ปัญหาที่เกิดขึ้นใน BBC เช่น

๑. ปัญหาข้อร้องเรียนว่าผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติงานระดับสูงของทาง BBC ได้รับเงินเดือนสูงเกินไป
๒. ปัญหาข้อร้องเรียนเรื่องความไม่ยุติธรรมของ บางรายการที่ให้มีการโหวตจากทางผู้ชมที่บ้าน

### สาเหตุที่ต้องมีการกำกับดูแลสื่อ

การกำกับดูแลสื่อมีความสำคัญมาก เนื่องจากมีหลายกรณีที่ได้รับการร้องเรียนว่าสื่อมีการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล เช่น การดักฟังโทรศัพท์ของบุคคลสำคัญหรือดาราดัง การแอบถ่าย การไล่ติดตามทำข่าวจนเกิดเหตุการณ์การสลดใจอย่างเช่นกรณีเจ้าหญิงไดอาน่า และกรณีที่มีการปล่อยให้ออกอากาศเกี่ยวกับการเหยียดสีผิว ในรายการ Big Brother เป็นต้น นอกจากนี้ ยังพบข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการโฆษณาเกินจริง และการโฆษณาแฝงในรายการข่าวทางโทรทัศน์อีกด้วย

Ofcom จึงถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อให้เป็นองค์กรที่คอยตรวจสอบและกำกับดูแลการทำหน้าที่ของสื่อโทรทัศน์ วิทยุ การสื่อสารไร้สายและไปรษณีย์ โดยจะเป็นองค์กรที่มีความเป็นอิสระ ปราศจากการแทรกแซงจากรัฐบาลงบประมาณของ Ofcom โดยประมาณอยู่ที่ ๑๒๕ ล้านปอนด์ (ข้อมูลปี ค.ศ. ๒๐๑๓ – ๒๐๑๔) ปัจจุบันมีพนักงานทั้งหมด ๗๐๐ คน ซึ่งที่มารายได้ของ Ofcom มาจาก ภาครัฐและจากการเก็บค่าธรรมเนียมใบอนุญาต

### กรณีศึกษาที่ ๑ เรื่อง Coverage of London terrorist attacks, 7 July 2005

- BBC news 24 (11.00) and
- ITV Early Evening News (18.00)

#### เนื้อหา

การรายงานข่าวการก่อการร้ายในลอนดอน เมื่อวันที่ ๗ กรกฎาคม ค.ศ. ๒๐๐๕ สถานีโทรทัศน์ได้ถ่ายทอดภาพของเหยื่อผู้เคราะห์ร้ายกำลังถูกหามลงจากรถพยาบาล โดยเห็นชัดว่าชายที่ถูกหามมากำลังได้รับการปั๊มหัวใจจากเจ้าหน้าที่และอยู่ในภาวะวิกฤติและใกล้จะเสียชีวิต การรายงานข่าวนั้น BBC ขึ้นข้อความว่าถ่ายทอดสด แต่ ITV ขึ้นข้อความว่าข่าวที่บันทึกไว้



### ข้อวิเคราะห์ กรณี BBC

กล่าวถึงวิธีการอธิบายภาพว่า ในขณะที่ออกอากาศนั้นทางผู้บรรยายไม่ได้กระทำอย่างใดเลย บรรยายแต่เรื่องของโรงพยาบาล บรรยายไปเรื่อยๆ โดยไม่ได้บรรยายถึงสิ่งที่ปรากฏในภาพข่าว ซึ่งในภายหลัง BBC ได้ออกมายอมรับว่าเนื่องจากข่าวดังกล่าวเป็นเรื่องที่เร่งด่วน จึงไม่ได้มีการตรวจสอบเนื้อหาก่อนการออกอากาศ และเพิ่มเติมว่าผู้ที่ได้รับบาดเจ็บนั้น ยังไม่เสียชีวิต ทางสถานีจะรายงานอาการบาดเจ็บอีกครั้ง

### ข้อวิเคราะห์ กรณี ITV

เนื่องจาก ITV ออกอากาศเวลา ๑๘.๐๐ น. จึงมีเวลาในการตัดต่อหรือแก้ไขภาพข่าว แต่สิ่งที่สถานี ITV ควรจะปฏิบัติก่อนแพร่ภาพคือ ควรจะมีการเตือนก่อนการนำเสนอข่าวเพราะเนื้อหาของข่าวนั้นมีเนื้อหาหรือภาพที่สะเทือนจิตใจของผู้รับชม เช่น ผู้บรรยายควรจะพูดว่าภาพที่จะได้รับชมต่อไปนี้มีเนื้อหาหรือภาพที่สะเทือนจิตใจจริงอยู่ที่เวลา ๑๘.๐๐ น. เป็นเวลาที่เร็วในการออกอากาศข่าวที่มีเนื้อหาและภาพข่าวเช่นนี้ แต่ก็สามารถเสนอข่าวและภาพเช่นนี้ได้เป็นกรณีพิเศษหากมีการเตือนก่อนการแพร่ภาพ

กรณีศึกษาที่ ๒ เรื่อง AL Jazeera, 9 February 2010, 21.04

### เนื้อหา

การรายงานเกี่ยวกับผลพวงของสงครามระหว่างกองกำลังตำรวจไนจีเรียและกลุ่มมุสลิมแบ่งแยกดินแดน Boko Haram ลักษณะภาพคือกลุ่มมุสลิม Boko Haram ที่ถูกทางการจับได้เดินไปข้างหน้าแล้วล้มตัวนอนคว่ำหน้าตามคำสั่งของเจ้าหน้าที่ หลังจากนั้นเจ้าหน้าที่ได้เดินตามหลังและใช้อาวุธปืนสังหารกลุ่มมุสลิมที่นอนคว่ำหน้า โดยการแพร่ภาพนั้นมีลักษณะวนภาพไปเรื่อยๆ

### ข้อวิเคราะห์

- เวลา ๒๑.๐๐ น. เป็นเวลาที่เร็วเกินไปที่จะนำเสนอข่าวที่มีเนื้อหาและลักษณะภาพข่าวแบบนี้
- ภาพที่นำเสนอสามารถทำให้ผู้รับชมเข้าใจได้มากกว่าการบรรยายของผู้บรรยาย ซึ่งภาพลักษณะนี้สามารถนำเสนอได้แต่ไม่ควรมีมากเกินไปจนเกิดความจำเป็น ควรมีการตัดต่อก่อนการออกอากาศ
- ภาพเหตุการณ์นี้เป็นการเน้นย้ำข้อมูลกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ในส่วนของผู้ควบคุมการผลิตไม่สมควรที่ตัดสิ่งที่เป็นความจริงออกแต่ภาพบางภาพก็ไม่เหมาะสมเกินกว่าจะออกอากาศได้ จึงทำให้เกิดประเด็นขึ้นมา

## Freedom of Expression, a free media and journalistic ethics

### เสรีภาพในการแสดงออก (Freedom of Expression)

พื้นฐานเบื้องต้นของเสรีภาพในการแสดงออกนั้น จะต้องไม่กลัวที่จะแสดงความคิดเห็นออกไป และข่าวสารที่เข้ามาจะต้องไม่ถูกเซ็นเซอร์ เพราะเป็นข้อมูลที่ควรจะได้รับ ความเป็นประชาธิปไตยมาจาก กรีก รัฐเอเธนส์ ซึ่งมีรากฐานของความเป็นประชาธิปไตยโดยตรง ประชาชนสามารถพูดเกี่ยวกับวัฒนธรรมและมติทางการเมืองควบคู่กันไปได้ โดยเขาได้ตั้งเอาประชาชนคนธรรมดาทั่วไป หรือที่เรียกว่า “demos” เป็นแกนกลางความเป็นประชาธิปไตยเข้ามาร่วมกันสร้างพลังทางการเมือง แทนที่ระบอบการปกครองโดยอภิชน (Aristocracy) ซึ่งส่งผลให้ทุกคนมีเสรีภาพในการแสดงออกได้มากยิ่งขึ้น โดยถูกต้องตามกฎหมาย

“ทุกคนมีเสรีภาพในการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นและมีสิทธิที่จะรับข้อมูลข่าวสารและความคิดเห็นต่างๆ โดยปราศจากการแทรกแซงจากอำนาจรัฐและโดยปราศจากข้อจำกัดหรือขอบเขตทางความถี่” เสรีภาพในการพูด (freedom of speech) หรือ เสรีภาพในการแสดงออก (freedom of expression) เป็นสิทธิทางการเมืองประการหนึ่งในการสื่อสารความคิดเห็นของบุคคล กล่าวคือ ทุกคนมีสิทธิออกความเห็นโดยไม่ถูกแทรกแซงและทุกคนมีสิทธิในเสรีภาพการพูด โดยสิทธินี้รวมไปถึงเสรีภาพในการแสวงหา ได้รับและส่งต่อข้อมูลสารสนเทศและความคิดเห็นในทุกรูปแบบ โดยไม่คำนึงถึงขอบเขต ไม่ว่าจะโดยการพูด การเขียนหรือการพิมพ์ ในรูปของศิลปะ หรือผ่านสื่ออื่นใดที่เป็นทางเลือกของเขา นอกจากนี้สิทธิเสรีภาพในการพูดหรือการแสดงออกนี้ยังได้รับการยอมรับว่าเป็นสิทธิมนุษยชน ภายใต้ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน และได้รับการยอมรับในกฎหมายสิทธิมนุษยชนระหว่างประเทศในกติการะหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิพลเมืองและสิทธิทางการเมืองอีกด้วย ทั้งนี้เสรีภาพในการแสดงออกยังครอบคลุมไปถึง สิทธิเสรีภาพ (Rights and freedom) ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของระบอบการ ปกครองแบบประชาธิปไตย สิทธิดังกล่าวนี้มีการกำหนดในรัฐธรรมนูญและการบังคับกฎหมาย โดยประชาชนทุกคนที่มีเสรีภาพในการแสดงออกจะต้องยึดถือตัวบทกฎหมายอย่างเคร่งครัด ไม่ละเมิดสิทธิเสรีภาพของผู้อื่น เพราะถ้ามีการกระทำดังกล่าวเท่ากับละเมิดความเป็นประชาธิปไตย

ดังนั้น คำจำกัดความง่ายๆ ของ เสรีภาพของการแสดงความคิดเห็น นั่นคือ การเอาใจเข้ามาใส่ใจเราด้วยการเคารพสิทธิซึ่งกันและกัน นั่นเอง ทั้งนี้ รัฐธรรมนูญของประเทศสหรัฐอเมริกาได้กล่าวไว้ในบทบัญญัติเพิ่มเติม (First Amendment) ว่าบุคคลสามารถแสดงความคิดเห็นและวิจารณ์ได้อย่างเสรีรวมไปถึงการใช้รูปภาพ สัญลักษณ์ ป้ายต่างๆ ในการประท้วง

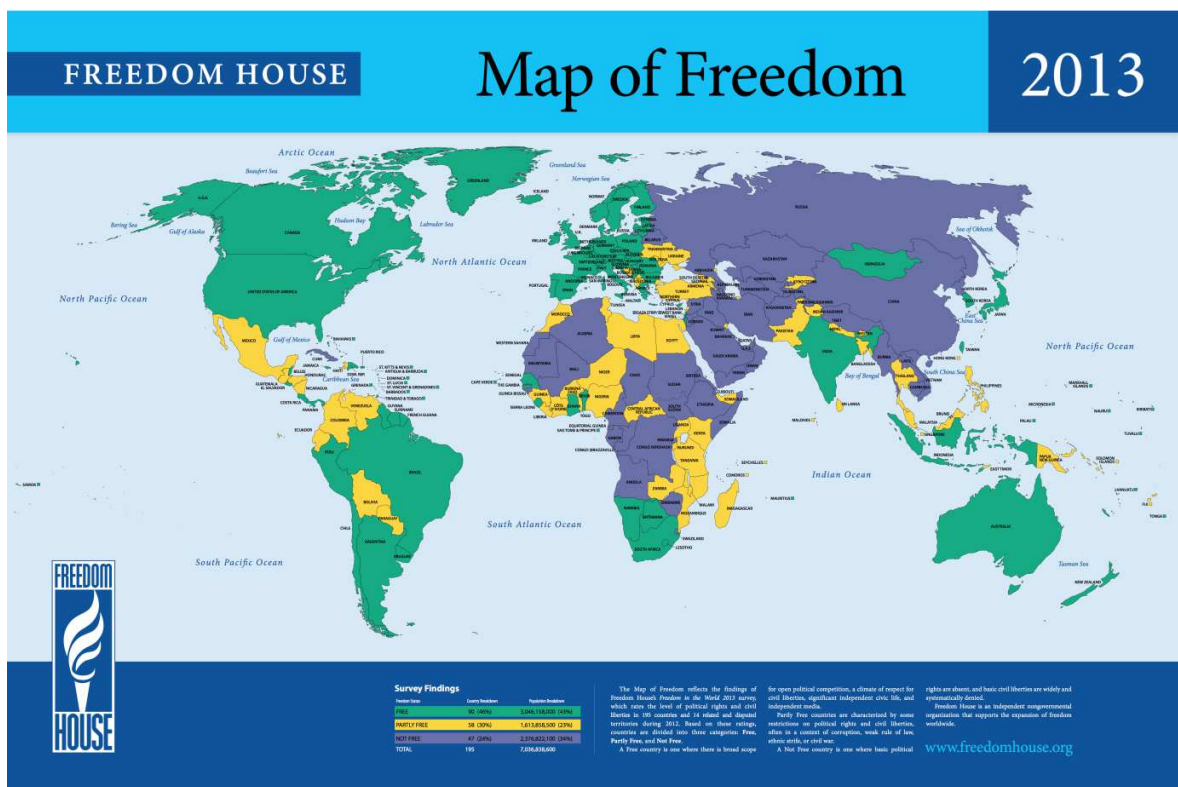
ซึ่งตามปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (Universal Declaration of Human Rights, UN) ก็จะมีบทความในข้อ ๑๙ ที่กล่าวว่า

ข้อ ๑๙ ทุกคนมีสิทธิในอิสรภาพแห่งความเห็นและการแสดงออกสิทธินี้รวมถึงอิสรภาพในการที่จะถือเอาความคิดโดยปราศจากความแทรกสอดและที่จะแสวงหา รับและเผยแพร่ข่าวสารและความคิดเห็นไม่ว่าโดยวิธีใด ๆ และโดยไม่คำนึงถึงเขตแดน

นั่นคือ ทุกคนมีสิทธิและเสรีภาพที่จะแสดงความคิดเห็น โดยที่จะไม่ถูกแทรกแซงหรือค้นหา และไม่ควรมีใครเข้ามาแทรกแซงความคิดเห็น หรือถูกบิดเบือนจากผู้อื่น หรือผู้แทนสื่อ อีกทั้งยังมีความอิสระในการที่จะได้รับข่าวสาร ข้อมูลใดๆ ที่ไม่ถูกตัดทอน หรือระงับ เพื่อให้รับรู้ข่าวสารที่ไม่ครบถ้วน ขณะเดียวกันปัจจุบัน ประเทศในแถบยุโรปได้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงบางส่วนในข้อ ๑๙ เพราะเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับยุโรป โดยที่ประกาศใช้บังคับเป็นกฎหมายของทางยุโรป หากถูกละเมิดสามารถฟ้องร้องได้ทันที

อย่างไรก็ดี ในทางปฏิบัติ เสรีภาพในการแสดงออกทางความคิดเห็น/หรือทางคำพูดนั้นไม่สามารถแสดงออกได้อย่างสมบูรณ์ในทุกประเทศ และสิทธินี้โดยทั่วไปมักถูกจำกัด เช่นเดียวกับการหมิ่นประมาท การดูหมิ่น ความลามก และการยุยงให้ก่ออาชญากรรม กล่าวคือ การมีเสรีภาพอาจต้องถูกจำกัดบ้าง เพื่อความเคารพถึงสิทธิหรือชื่อเสียงของคนอื่น รวมถึงเพื่อคุ้มครองความมั่นคงของชาติ ความสงบเรียบร้อย การสาธารณสุข และศีลธรรม

ในแต่ละประเทศจะมีข้อจำกัดของเสรีภาพในการแสดงออกไม่เท่ากัน ดังรายละเอียดที่แสดงตาม map of freedom



ตามรูป map of freedom จะเห็นได้ว่าถูกแบ่งออกเป็น ๓ ระดับในการแสดงออกซึ่งความเป็นเสรีภาพต่อสาธารณะทางความคิด/คำพูด ได้แก่

สถานะของเสรีภาพในการแสดงออก	บริเวณพื้นที่บน map of freedom	รายละเอียด	บริเวณพื้นที่สีเขียวบน map of freedom
Free	บริเวณพื้นที่สีเขียว	ประเทศที่มีเสรีภาพในการแสดงออกได้ทุกรื่อง มีความสมบูรณ์ของระบบ	อเมริกาเหนือ-ใต้ ยุโรป ญี่ปุ่น อินเดีย ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ฯลฯ
Partly Free	บริเวณพื้นที่สีเหลือง	ประเทศเหล่านี้สามารถมีเสรีภาพในการแสดงออกดีแต่มีความกดดันมาก และเป็นเสรีภาพที่ยังไม่สมบูรณ์ เนื่องจากพฤติกรรมทางการเมือง จึงทำให้ไม่มีโอกาสแสดงสิทธิเสรีภาพ	เม็กซิโก แอฟริกาใต้ ประเทศในแถบอาเซียน ตะวันออกกลาง จีน ฯลฯ
Not Free	บริเวณพื้นที่สีม่วง	ประเทศเหล่านี้จะถูกบังคับไม่ให้แสดงออกทางเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทางการเมือง ศาสนา หรือการดูหมิ่นอื่นๆ	สหภาพโซเวียต จีน ฯลฯ

### การมีอิสระในการแสดงออกของสื่อและจริยธรรมของนักข่าว (a free media and journalistic ethics)

ความเป็นเสรีภาพดังกล่าวที่ได้กล่าวไปข้างต้น ส่งผลให้เกิดนักข่าวที่เป็นบุคคลทั่วไปได้ง่าย และที่สำคัญคือความท้าทายของรัฐบาล หน่วยงานผู้กำกับดูแล ว่าจะมีการกำกับดูแลเนื้อหาที่ถูกอัปโหลด (Upload) ขึ้นบนเว็บไซต์ได้อย่างไร บางครั้งหน่วยงานรัฐบาล หรือหน่วยงานทางการเมืองก็ไม่อยากให้มีภาพเหล่านี้ถูกเผยแพร่ไปยังภายนอกเพื่อให้ประเทศอื่นรับรู้

ตัวอย่าง นักข่าว ผู้สื่อข่าว รายงานข่าวต่างประเทศ มีการเสนอข่าวมุสลิมที่เกิดการอาหรับสปริง และถูกจำคุก แต่ถูกจำกัดสิทธิเสรีภาพในการนำเสนอข่าว

ตัวอย่าง ไคโร อียิปต์ มีผู้ที่พยายามถ่ายคลิปการเกิดเหตุ และมีการแอบถ่ายรูป ถือว่าเป็นปรากฏการณ์ใหม่ ที่เป็นการท้าทายอย่างมากในการปิดกั้นการนำเสนอข่าว

นักข่าวส่วนมากมักจะนำชีวิตไปทิ้ง การนำเสนอข่าวแบบนี้ก็มักจะถูกปิดกั้นจากทหารเช่นกัน เพื่อมิให้ข่าวออกไปเสนอต่อชาวโลก

ตัวอย่าง ประชาชนชาวซีเรีย ได้ถ่ายวิดีโอสภาพตึกที่ถูกทำลาย ซึ่งอธิบายว่ามีรถถังของทหารเข้ามาเพื่อทำลายตึกเหล่านี้ตลอดสองสัปดาห์ที่ผ่านมา โดยได้อัปโหลดภาพวิดีโอที่ทหารเข้ามาทำลายตึก และบรรยายภาพที่ถ่ายมา แล้วอัปโหลดสู่เว็บไซต์สาธารณะ

จริยธรรมของนักข่าว หรือความรับผิดชอบในความเป็นสื่อ จะต้องเสนอข่าวที่มีความเป็นจริง ไม่เอนเอียงไปทางใดทางหนึ่ง สามารถแยกความคิดเห็นออกจากข้อเท็จจริงและไม่พูดถึงแหล่งข่าวอย่างชัดเจนในกรณีที่มีความจำเป็นในการปกป้องแหล่งข่าว ซึ่งบางครั้งในการนำเสนอข่าวต่างๆ นั้นมีหลายประเด็นที่เราต้องคำนึงถึง เช่น ข่าวที่เป็นที่สนใจของประชาชนหรือสังคมในวงกว้าง (Public Interest) นักข่าวก็ย่อมที่ต้องการนำเสนอข่าวเหล่านี้ แต่อย่างไรก็ตามสำหรับนักข่าว หรือสื่อมวลชนที่มีจริยธรรมและความรับผิดชอบก็ต้องคำนึงในส่วนของ Freedom of expression ด้วย

ตัวอย่าง ซึ่งเป็นตัวอย่างจาก Ofcom โดยมีนักข่าวของสื่ออังกฤษที่ใช้วิธีการหาข่าวโดยการดักฟังโทรศัพท์จากผู้ที่มีชื่อเสียงเพื่อนำข้อมูลมาเขียนข่าว โดยทางกฎหมายจะเห็นว่ามันเป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้องเนื่องจากการละเมิดความเป็นสิทธิมนุษยชน

โดยทางยุโรปจะมีแนวปฏิบัติของสหภาพยุโรปต่อการปกป้องสิทธิมนุษยชนจากนักข่าว ซึ่งประกอบไปด้วยรายละเอียดดังนี้

#### ความถูกต้องและความรับผิดชอบ

- ในประเทศอังกฤษเอง การมีเสรีภาพในการแสดงออกทางความคิด ได้ถูกนำเข้ามาเป็นเครื่องมือหรือคู่มือปฏิบัติงานของ Ofcom และ BBC เป็นวิธีปฏิบัติของนักข่าว
- กฎเหล็ก จะเป็นสิ่งที่ย้ำถึงขอบเขตของนักข่าวถึงสิทธิเสรีภาพ และคำนึงถึงความเป็นส่วนตัว และที่สำคัญจะเป็นคำตอบของผู้ชมร้องเรียนการกระทำที่ไม่เหมาะสมของนักข่าว
- ในประเทศอังกฤษ จริยธรรมของนักข่าวที่ควรจะมี โดยไม่เกรงกลัวอำนาจมืดของใคร นักข่าวมีการถูกแฮกข้อมูล หากเกิดเหตุการณ์อย่างนี้ต่อนักข่าว นักข่าวควรจะทำอย่างไร

#### สื่อ ควรจะมีความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติตนอย่างไร

- สื่อจะต้องไม่สร้างภาพ ีความเป็นอิสระไม่มีพฤติกรรมการรับเงิน การเสนอข่าวอย่างแม่นยำ ไม่มีอคติ นำเสนอข่าวทั้ง ๒ ฝ่าย จะต้องแยกแยะความคิดจากข้อเท็จจริง ไม่ใส่ความเห็นของตนเอง
- นอกจากนั้น ถึงแม้ว่าสื่อจะมีสิทธิในชีวิตส่วนตัวของแต่ละคน สื่อก็ไม่สามารถลดทอน หรือการไม่ถ่ายทอด
- ไม่ควรออกข่าวให้เด็กเกิดความเสียหาย
- ข่าวอาชญากรรม ไม่ควรออกข่าวละเมิดผู้เสียหายจนเกินเลย
- ก่อการร้าย จะเสนอข่าวอย่างไรที่ไม่เป็นการสนับสนุนให้มีข่าวการก่อการร้าย
- ข่าวความมั่นคง ควรระวังเป็นอย่างสูง
- การนำเสนอข่าว ไม่ควรทำให้คนอื่นเสียชื่อเสียง โดยการหมิ่นประมาท

#### การป้องกันผลประโยชน์ของสาธารณะ

- จะนำเสนอข่าวโดยความเป็นกลางต่อสาธารณะ ขณะเดียวกันต้องรักษาประโยชน์ของสิทธิส่วนบุคคล
- การนำเสนอข่าวอาชญากรรม ต้องดูว่าส่งผลกระทบต่ออนามัยสุขภาพและความสงบสุข หรือไม่
- ป้องกันผลประโยชน์ของสาธารณะ

ข้อคิดเห็น ๓ ข้อที่สำคัญ ซึ่งจะเป็นแกนหลักในการทำสื่อให้มีเสรีภาพ ดังต่อไปนี้

๑. การทำให้สิทธิของแต่ละคนมีความเป็นส่วนตัว สิทธิเสรีภาพการแสดงออกต้องสมดุลกัน
๒. ต้องมีมาตรฐานอย่างมืออาชีพ
๓. การควบคุมตัวเองของสื่ออย่างมีอิสระ ดีกว่ารัฐควบคุม

## บทสรุป

อย่างไรก็ตามเสรีภาพในการแสดงออกเป็นสิทธิพื้นฐาน แต่ก็ไม่ได้อนุญาตให้มีการแสดงออกที่เกินเลยจากที่ควรจะทำ และเสรีภาพการแสดงออกก็ไม่สามารถนำไปอ้างเพื่อเป็นเหตุผลในการกระทำรุนแรงการพูดให้ร้าย การหมิ่นประมาท การแสดงความคิดเห็นที่อาจก่อให้เกิดความรุนแรง หรือเป็นการให้ร้ายผู้อื่น การล้มล้างระบอบประชาธิปไตย หรือเสนอเรื่องหยาบคาย แต่อย่างใด และที่สำคัญที่สุด ควรจะต้องพิจารณาถึงปัจจัยในด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เช่น ช่องรายการที่ใช้ในการออกอากาศ ความคาดหวังของผู้ชม การขึ้นข้อความเตือน เวลาและระยะเวลาในการออกอากาศ และเนื้อหาของรายการที่ออกอากาศ เป็นต้น

## Workshop ในหัวข้อ Impartiality and Accuracy

ได้กล่าวถึงความยุติธรรม และความแม่นยำ โดยเน้นย้ำการทำสื่อจะต้องมีทั้ง ๒ อย่าง

- ชาวจะต้องมีความแม่นยำจากการถูกเสนอโดยไม่ลำเอียง หรือถูกจำกัดด้วยความเป็นกลาง จึงเกิดเสรีภาพในการแสดงออกความคิดเห็น
- ชาวจะต้องไม่ทำผู้ชมเกิดการไขว้เขวหรือผิดไปจากตรงนั้น
- ตัวอย่างอะไร ตรงไหน ที่ส่งผลร้ายแรงที่สุด

## กรณีศึกษา ๓ เรื่อง ประกอบด้วย

### ๑. Sky News Report ออกอากาศเมื่อเดือนเมษายน ปี ค.ศ. ๒๐๐๓

รายการ Sky News ได้นำเสนอเกี่ยวกับ เรือดำน้ำนิวเคลียร์ของอังกฤษ ที่ยิงซีปนาวุธที่อ่าวเปอร์เซีย ในช่วงสงครามอิรัก จากการรายงานของ Sky News นั้น มีภาพของลูกเรือกำลังสั่งให้มีการปล่อยซีปนาวุธ และในภาพลำดับต่อมาแสดงถึงลูกเรือ กดปุ่มสีแดงขนาดใหญ่ ที่มีข้อความระบุบนปุ่มว่า “FIRE” หรือ "ยิง" จากนั้นภาพเหตุการณ์ตามมาด้วย ภาพการปล่อยซีปนาวุธกระทบพื้นผิวน้ำและพุ่งสู่อากาศ ประเด็นสำคัญ คือ นักข่าวของ BBC ได้อยู่ในเหตุการณ์ที่กำลังถ่ายทำสารคดีเกี่ยวกับเรือดำน้ำนิวเคลียร์ที่ในรายการได้กล่าวถึง จึงได้นำเสนอต่อหนังสือพิมพ์ระดับชาติฉบับหนึ่งว่า ทั้งหมดที่รายการนำเสนอมาไม่ใช่ความจริง ภาพที่ปรากฏคือการฝึกซ้อมสำหรับการถ่ายสารคดีเท่านั้น

### กฎเกณฑ์ในการพิจารณา

ตามหลักของ The Ofcom Broadcasting Code คือ การรายงานข่าวไม่ว่าในรูปแบบใดก็ตาม ต้องรายงานข่าวด้วยความถูกต้อง

## ๒. Channel 4, F- word ปี ค.ศ. ๒๐๐๖

ช่อง ๔ เป็นช่องที่นำเสนอเกี่ยวกับรายการทำอาหาร โดยเชฟระดับ รางวัล Michelin ชื่อ Gordon Ramsay เป็นผู้ดำเนินรายการ ในรายการได้โชว์ถึงการไปจับปลากระพงด้วยทวน ประเด็นสำคัญ คือ ในรายการแสดงให้เห็นว่า Gordon Ramsay สามารถจับปลาได้ ๑ ตัว และยังพูดในรายการว่า “ฉันไม่เคยจับปลาด้วยทวน (Spear) มาก่อน มันก็ไม่เลวเลยที่สามารถจับได้เป็นครั้งแรก” อย่างไรก็ตาม Ramsay ไม่ได้จับปลาได้สักตัว และฉากที่ฉายทำในรายการเป็นการจัดฉากขึ้นเท่านั้น

### กฎเกณฑ์ในการพิจารณา

ตามหลักของ The Ofcom Broadcasting Code คือ การนำเสนอข้อเท็จจริง หรือ สิ่งที่เป็นจริง หรือ การแสดงที่เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ต้องไม่สร้างความเข้าใจที่ผิดกับผู้ชม (เพื่อป้องกันการเกิดอันตรายได้)

## ๓. BBC1 Trailer for A Year with The Queen ปี ค.ศ. ๒๐๐๗

เป็นวิดีโอที่ผลิตขึ้นโดยบริษัทผลิตรายการอิสระที่ผลิตให้แก่ BBC รายการนี้เป็นภาพยนตร์เรื่องหนึ่งติดตามเรื่องราวเกี่ยวกับราชวงศ์อังกฤษ ประเด็นสำคัญ คือ ในภาพยนตร์ตอนหนึ่งพบว่า พระราชินีในขณะที่กำลังถ่ายภาพ แสดงอาการไม่พอใจ และจากนั้นพระราชินี ท่านก็เดินออกจากห้องไปด้วยอาการโกรธ แต่ในความเป็นจริงแล้วสถานการณ์จริงพระราชินีไม่เดินออกจากห้องแต่เดินเข้าห้องเพื่อถ่ายภาพต่อกฎเกณฑ์ของ BBC ก่อนการออกอากาศ คือ ต้องมั่นใจว่าสื่อที่จะนำเสนอต้องถูกต้อง

จากกรณีศึกษาทั้ง ๓ กรณี ผู้สอนให้แต่ละกลุ่มร่วมกันอภิปราย คำถาม ๔ ข้อ

๑. จากกรณีข่าวที่ปิดเบือนทั้ง ๓ กรณี กรณีศึกษาใดที่มีความรุนแรงที่สุด
๒. จากข้อ ๑. เพราะเหตุใด
๓. อะไรคือประเด็นสำคัญที่ควรนำมาพิจารณา
๔. กรณีศึกษาใดที่คิดว่าละเมิดเรื่องของจรรยาบรรณ

หลังจากอภิปรายร่วมกันแล้ว สามารถจัดลำดับของความสำคัญและความรุนแรงของข่าวจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้

กรณีที่ ๑ เรื่องเรือดำน้ำนิวเคลียร์มีแนวโน้มที่สร้างความเสียหายมากที่สุด เนื่องจากหากข่าวได้ถูกนำเสนอไปแล้ว อาจส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของประเทศ ความสงบเรียบร้อยของสังคม นอกจากนี้ประชาชนตกใจและกังวลว่า ชีปนาวุธจะเกิดและตกที่ไหน

กรณีที่ ๓ เห็นว่า เป็นข่าวที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของพระราชินี ทำลายชื่อเสียงของบุคคล ถึงแม้ข่าวนี้อาจไม่ได้ ออกอากาศก็ตาม

กรณีที่ ๒ เพราะไม่มีผลกระทบต่อสังคมในวงกว้าง เท่ากับ ๒ กรณีแรก หากพิจารณาในเรื่องของการละเมิดจรรยาบรรณสื่อแล้วนั้น พบว่า ทั้ง ๓ กรณีละเมิด เพราะถือว่าเป็นการนำเสนอข่าวที่บิดเบือน และไม่เป็นความจริง อาจจะทำให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจผิด และนำไปสู่อันตรายหรือความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

## ศาสนา และ เสรีภาพในการแสดงออก (Religion and Freedom of expression)

### ๑. องค์ประกอบที่สำคัญของสิทธิเสรีภาพในการแสดงออก

๑. ความเป็นอิสระ (Independence) คือการมีความเป็นอิสระของเนื้อหาหรือข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอ โดยไม่ถูกตัดแปลงหรือบิดเบือนด้วยอิทธิพลและปัจจัยภายนอก ต้องมีความโปร่งใส ปราศจากการชักใยอยู่เบื้องหลัง และต้องอยู่ในกรอบของกฎหมาย ทั้งนี้ ต้องคำนึงถึงวัฒนธรรมและการปฏิบัติได้จริงด้วย ดังนั้น ผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลจะต้องมีความโปร่งใสและความยุติธรรม ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญขององค์กรการกำกับดูแลไม่ว่าจะเป็น Ofcom หรือ สำนักงาน กสทช. นอกจากนี้ องค์กรที่มีหน้าที่ในการกำกับดูแลควรต้องมีการเผยแพร่ผลการดำเนินการเพื่อให้บุคคลภายนอกสามารถติดตามหรือตรวจสอบ และต้องเปิดโอกาสผู้มีส่วนได้เสียสามารถโต้แย้งหรือให้ข้อมูลได้ เพื่อเป็นการป้องกันองค์กรจากการถูกร้องเรียนของประชาชนหรือสาธารณะ ทั้งนี้ แม้ว่าการเป็นอิสระในการแสดงออกจะมีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมซึ่งอาจจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละประเภท แต่ไม่ว่าวัฒนธรรมของแต่ละประเทศจะเป็นเช่นไร ความเป็นอิสระจะต้องคำนึงถึงปัจจัยดังต่อไปนี้

๑.๑ สิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น

๑.๒ การเข้าถึงข้อมูลที่ยุติธรรม ไม่ลำเอียง ถูกต้อง และแม่นยำ

๑.๓ การป้องกันการรับข้อมูลที่ก่อให้เกิดความเกลียดชัง ความแตกแยก และความรุนแรงในสังคม

๑.๔ ความหลากหลาย หรือพหุนิยม ซึ่งจะทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ได้มากขึ้น เมื่อเข้าถึงได้มากขึ้นการเติบโตและการแข่งขันในตลาดจะมีมากขึ้น ประชาชนสามารถเลือกรับสื่อที่มีคุณภาพได้ด้วยตนเอง

๒. เสรีภาพในการแสดงออกทางความคิดเห็นและคำพูด (Freedom of Expression) คือคนทุกคนมีสิทธิที่จะแสดงออก แสดงความคิดเห็น ได้รับข้อมูลข่าวสารและความเห็นต่างๆ โดยไม่มีการปิดกั้นหรือแทรกแซง ทั้งนี้ ผู้ที่มีหน้าที่ในการกำกับดูแลอาจเข้าไปมีบทบาทในการกำกับดูแลได้ในกรณีดังต่อไปนี้

๒.๑ เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์และความมั่นคงของชาติ

๒.๒ เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของประชาชน

๒.๓ เกี่ยวข้องกับการก่ออาชญากรรม ความวุ่นวายในบ้านเมือง

๒.๔ เกี่ยวข้องกับการป้องกันชื่อเสียงของบุคคลอื่น

๒.๕ เกี่ยวข้องกับการปกป้องข้อมูลที่ได้รับ

๒.๖ เกี่ยวข้องกับการปกป้องคุ้มครองตุลาการ

ทั้งนี้ แม้ว่าการตีความความหมายของผลประโยชน์ของชาติหรือความมั่นคงของชาติอาจจะมีความแตกต่างกันไป แต่อย่างไรก็ตาม สื่อยังคงถือเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการให้เผยแพร่ข้อมูลต่อประชาชนทั่วไป ตัวอย่างที่ชัดเจนของการให้ความสำคัญกับสื่อคือเมื่อเกิดการเกิดรัฐประหารขึ้นครั้งแรกที่ผู้นำรัฐประหารต้องทำการเข้าควบคุมสื่อหรือปิดสถานี ซึ่งการปิดช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เป็นการทำให้ผู้นำรัฐประหารสื่อสารต่อประชาชนได้โดยตรงและไม่ให้มีช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลอื่นๆ นอกเหนือจากข้อมูลจากฝ่ายผู้นำ โดยทางปฏิบัติแล้วการดำเนินการในการปิดสื่อหรือการปิดสถานีที่ถูกต้อง ควรต้องมีการแจ้งเตือนว่าจะดำเนินการ



อะไรบ้าง นอกจากนี้ ปัจจัยสำคัญที่ผู้กำกับดูแลสื่อต้องคำนึงถึงและนำไปปฏิบัติเพื่อให้เกิดความสมดุลต่อการกำกับดูแลคือ การคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะ สิทธิของประชาชน และสิทธิส่วนบุคคลเป็นสำคัญ

## ๒. ผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแล

ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำกับดูแลเนื้อหารายการ สามารถแบ่งออกได้ ดังนี้

๑. รัฐบาล (Government) รัฐบาลไม่ควรกำกับดูแลเนื้อหารายการที่ออกอากาศโดยปกติ แต่ควรมีการกำหนดเป้าหมายในการกำกับดูแลอย่างชัดเจน โดยกำหนดกรอบเนื้อหาและขอบเขตการควบคุม พร้อมกับให้คำแนะนำเบื้องต้น

๒. องค์กรกำกับดูแลตามกฎหมาย (Statutory regulatory bodies) เป็นองค์กรมีความเกี่ยวพันอย่างใกล้ชิดกับรัฐบาลและน่านโยบายหรือคำแนะนำของรัฐมาดำเนินการต่อไปในการกำกับดูแล อย่างไรก็ตาม องค์กรดังกล่าวมีความอิสระหรือถูกแทรกแซงโดยรัฐบาลมากแค่ไหน

๓. องค์กรที่มีความรับผิดชอบในการกำกับดูแลตนเอง (Self regulatory bodies) เป็นองค์กรที่มีความเป็นอิสระจากรัฐบาล แต่ก็ยังมีคำถามว่าองค์กรดังกล่าวจะมีความเป็นอิสระจากภาคอุตสาหกรรมมากน้อยแค่ไหน นอกจากนี้การกำกับดูแลกันเองยังปราศจากอำนาจที่ตราขึ้นตามกฎหมาย ซึ่งทำให้ไม่เป็นการกระตุ้นให้เกิดการตรวจหาความจริงและการลงโทษอย่างจริงจัง

๔. บริษัทผู้ผลิตสื่อ (Media companies) บริษัทที่มีหน้าที่ในการผลิตสื่อต่างก็มีขั้นตอน มาตรฐานในการดำเนินการภายในของแต่ละบริษัท ซึ่งมีการกำกับดูแลกันเอง โดยมีการกำหนดจริยธรรมของบริษัท ขั้นตอนการปฏิบัติงาน รวมทั้งมีการจัดฝึกอบรม หรือคัดเลือกบุคคลที่สอดคล้องกับมาตรฐานของแต่ละบริษัท

๕. ผู้ชม ผู้ฟังหรือสาธารณชน (Audience/the public) ผู้ชม ผู้ฟังหรือสาธารณชน สามารถทำหน้าที่ในการกำกับดูแล โดยการที่ผู้ชม ผู้ฟังหรือสาธารณชน มีการเฝ้าระวังช่วยกันดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมโดยร้องเรียนไปยังหน่วยงานหรือองค์กรที่มีความเกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ในขณะที่ประชาชนทั่วไปสามารถเป็นสื่อมวลชนรายงานเหตุการณ์หรือสถานะการต่างๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างสะดวกและทันต่อเหตุการณ์ ผู้ชม ผู้ฟังหรือสาธารณชนเองควรมีความรับผิดชอบต่อการแสดงความคิดเห็นต่อสาธารณะด้วย

## ๓. รูปแบบการกำกับดูแลเนื้อหา (Types of Regulation)

รูปแบบการกำกับดูแลเนื้อหาสามารถแบ่งได้เป็น ๓ รูปแบบ ดังนี้

๑. การกำกับดูแลกันเอง (Self Regulation) เป็นการร่วมกันกำหนดหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลกันเองของผู้ประกอบกิจการ เช่น การกำหนดข้อหลักเกณฑ์ด้านจริยธรรมที่ใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน ทั้งนี้หลักเกณฑ์ที่กำหนดขึ้นดังกล่าว ไม่มีสภาพบังคับทางกฎหมายและไม่ได้ถูกแทรกแซงจากรัฐบาล จึงทำให้เป็นการกำกับดูแลที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความสมัครใจของสมาชิก ตัวอย่างขององค์กรที่มีการกำกับดูแลกันเอง ได้แก่ Internet Watch Foundation

๒. การกำกับดูแลร่วมกัน (Co – Regulation) เป็นความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบกิจการกับองค์กรกำกับดูแลในการร่วมมือกันกำหนดหลักเกณฑ์หรือระเบียบต่างๆ โดยหลักเกณฑ์หรือกฎระเบียบต่างๆ มีสภาพบังคับทางกฎหมายซึ่งใช้บังคับต่อสมาชิกหรือไม่ใช่สมาชิกขององค์กร ตัวอย่างขององค์กรที่มีการกำกับดูแลร่วมกัน คือ Advertising Standards Authority (ASA)

๓. การกำกับดูแลภายใต้กฎหมาย (Statutory - Regulation) เป็นการกำกับดูแลภายใต้ระบบกฎหมายหรือกฎเกณฑ์ โดยที่มาของการออกกฎหมายหรือกฎเกณฑ์เกิดจากแนวทางหรือนโยบายของรัฐ ซึ่งการออกกฎหมายต้องใช้ระยะเวลาและขั้นตอนในการดำเนินการเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ หากมีผู้ไม่ปฏิบัติตามจะมีความสามารถมีผลการใช้บทลงโทษ หรือมีการดำเนินคดีตามกฎหมาย โดยหน่วยงานของรัฐ ตำรวจ หรือ ศาลมีหน้าที่ร่วมกันในการบังคับใช้กฎหมายดังกล่าว ตัวอย่างองค์กรที่มีการกำกับดูแลภายใต้กฎหมาย คือ Ofcom หรือ Financial Services Authority

#### ๔. การเปรียบเทียบการกำกับดูแลระหว่างการกำกับดูแลตนเอง การกำกับดูแลร่วมกัน และการกำกับดูแลโดยรัฐ

##### ๑. การกำกับดูแลตนเอง (Self Regulation)

ข้อดีของการกำกับดูแลตนเอง คือเป็นระบบที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความสมัครใจ ซึ่งหากสมาชิกสมัครใจปฏิบัติตามหลักที่กำหนดร่วมกันจะทำให้ความรู้สึกรู้สึกต่อต้านจากสมาชิกย่อมน้อยลง นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีทำให้ผู้ประกอบการมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่สูงขึ้น อีกทั้งผู้ประกอบการเองก็มีความรู้และประสบการณ์ที่จะปรับปรุงรูปแบบการให้บริการ ดังนั้น การกำกับดูแลตนเองจึงน่าจะเป็นรูปแบบที่เหมาะสมและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

จากการที่กลไกการกำกับดูแลดังกล่าวตั้งอยู่บนพื้นฐานของความสมัครใจ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นข้อเสียเช่นเดียวกัน กล่าวคือการกำกับดูแลดังกล่าวไม่มีอำนาจในการบังคับใช้และการลงโทษ บางองค์กรอาจเลือกที่จะไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่ได้ตกลงไว้ด้วยเพราะคำนึงถึงผลประโยชน์ของตนเองมากกว่า การกำกับดูแลตนเองอาจถูกมองว่าเป็นการจัดตั้งขึ้นของเอกชนเพื่อรักษาผลประโยชน์ของตนเองเท่านั้น แม้ว่าในบางครั้งผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นอาจสอดคล้องกับประโยชน์ของสาธารณะ แต่ก็ไม่มีข้อบังคับใดที่จะบอกว่าประโยชน์ของสาธารณะสำคัญกว่าประโยชน์ของเอกชน ดังนั้น กลไกการกำกับดูแลตนเองในบางครั้งจึงถูกวิจารณ์ว่าเป็นเพียงเป็นหน่วยงานประชาสัมพันธ์ การกำกับดูแลตนเองจะมีประสิทธิภาพน้อยและอาจกลายเป็นเพียงการรวมตัวกันของกลุ่มผลประโยชน์ที่ต้องการกีดกันผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาด นอกจากนี้ โครงสร้างของอุตสาหกรรมบางรูปแบบอาจไม่เอื้อให้เกิดการร่วมมือในการจัดตั้งองค์กรกำกับดูแล และอาจเกิดปัญหาการฉวยโอกาสในการใช้ประโยชน์จากชื่อเสียงของระบบการกำกับดูแลตนเอง โดยประกาศว่าตนเป็นองค์กรสื่อที่ทำงานอย่างมีความรับผิดชอบและโปร่งใสภายใต้กลไกการตรวจสอบและกำกับดูแล ซึ่งในทางปฏิบัติอาจไม่เข้าร่วมหรือให้ความช่วยเหลือในขั้นตอนการจัดตั้งและดำเนินการขององค์กร

##### ๒. การกำกับดูแลร่วม (Co - Regulation)

ข้อดีของการกำกับดูแลร่วมคือการเปิดพื้นที่ให้ผู้มีส่วนได้เสียเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกับปัญหามากกว่าการกำกับดูแลโดยรัฐ การกำกับดูแลร่วมตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาทางด้านทางเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพและรอบด้าน ซึ่งต่างจากการกำกับดูแลโดยรัฐที่มีความซับซ้อนในการบริหารจัดการและเชิงซ้ำไม่สามารถปรับตัวเพื่อแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้ ทั้งนี้ กลไกภาครัฐเป็นอำนาจท้ายสุดในการควบคุมให้การกำกับดูแลดำเนินไปในทิศทางที่สนองต่อเป้าหมาย นอกจากนี้ การกำกับดูแลร่วมเป็นกลไกที่มีความชอบธรรมและสร้างการยอมรับจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพราะรัฐไม่ได้เข้ามาแทรกแซงการดำเนินงานมากเกินไปจนอาจถูกต่อต้าน กลไกการกำกับดูแลร่วมนี้จึงเป็นการสร้างแรงจูงใจให้องค์กรเพื่อดำเนินงานไปใน

ทิศทางที่สนับสนุนเป้าหมายสาธารณะ ขณะเดียวกันการดูแลร่วมกันเป็นการช่วยเพิ่มความชอบธรรมและความโปร่งใสให้กับการกำกับดูแลเนื่องจากมีกระบวนการตรวจสอบจากภาครัฐหรือช่องทางทางกฎหมายอื่นๆ

อย่างไรก็ตามข้อเสียของการกำกับดูแลร่วมกันคือโครงสร้างการกำกับดูแลทำให้เกิดคำถามเกี่ยวกับความคุ้มค่าในการลงทุนระหว่างหน่วยงานของรัฐกับเอกชน

### ๓. การกำกับดูแลภายใต้กฎหมาย (Statutory Regulation)

ข้อดีของการกำกับดูแลภายใต้กฎหมายคือมีอำนาจในการบังคับใช้กฎระเบียบและลงโทษผู้ไม่ปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ซึ่งการลงโทษภายใต้ระบบกฎหมายโดยรัฐมักจะมีผลบังคับใช้และก่อให้เกิดการปฏิบัติตาม ดังนั้น การกำกับดูแลโดยรัฐจึงเหมาะสมกับประเด็นที่เร่งด่วนหรือจำเป็นต้องใช้การกำกับดูแลที่เข้มงวด กลไกการกำกับดูแลโดยรัฐถือเป็นกระบวนการที่ได้รับการจัดตั้งขึ้นตามอำนาจที่ได้รับมอบหมาย ภายใต้ระบอบประชาธิปไตย จึงทำให้มีความชัดเจนในเรื่องที่มาของอำนาจ นอกจากนี้ยังเป็นรูปแบบการกำกับดูแลที่เหมาะสมในกรณีที่ต้องการบังคับใช้เป็นการทั่วไป

ทั้งนี้ ข้อเสียของการกำกับดูแลภายใต้กฎหมายคือกระบวนการดำเนินการต้องใช้ระยะเวลาในการดำเนินการและมีความยืดหยุ่นต่ำ โดยเฉพาะเมื่อมีข้อบังคับให้มีการศึกษาผลกระทบหรือการรับฟังความคิดเห็นก่อนการตัดสินใจ ซึ่งอาจไม่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการสูญเสียผลประโยชน์ที่ควรจะได้รับได้ นอกจากนี้ อาจเกิดแรงต้านจากภาคอุตสาหกรรมเนื่องจากกฎหมายอาจขัดต่อผลประโยชน์ที่ภาคอุตสาหกรรมเคยได้รับ อีกทั้งขั้นตอนกระบวนการในการดำเนินการจัดทำและนำกฎระเบียบไปปฏิบัติโดยภาครัฐนั้นอาจมีต้นทุนสูงเกินกว่าประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

## ๕. กรณีศึกษา

๑. รายการ *The Root of All Evil?* (ออกอากาศทาง Channel ๔ วันที่ ๙ และ ๑๖ มกราคม ๒๕๔๙ เวลา ๒๐.๐๐ น.)

*The Root of All Evil?* เป็นรายการที่ดำเนินรายการโดยศาสตราจารย์มหาวิทยาลัยออกซฟอร์ด โดยเนื้อหารายการเป็นการตั้งคำถามต่อความเชื่อโดยไม่คิดหรือไม่ใช้เหตุผลในการเชื่อ ทำไมยังคงมีการสู้รบอยู่ และเพราะเหตุใดความเชื่อในการนับถือศาสนาจึงสามารถสั่งสอนให้กับคนได้ตั้งแต่เด็กๆ ทั้งนี้ มีผู้ร้องเรียนต่อเนื้อหารายการดังกล่าวว่าเป็นรายการที่มีเนื้อหารุนแรงและดูถูกต่อศาสนา โดยนำเสนออย่างมีอคติและเป็นการต่อต้านการนับถือศาสนา

ผู้ดำเนินรายการได้กล่าวถึงประเด็นของความเชื่อต่อศาสนาในประเด็นต่างๆ เช่น การศรัทธาในศาสนาฮินดู ศรีสต์ หรือ อิสลามโดยปราศจากเหตุผล ฉันมีความคิดว่าวิทยาศาสตร์จะทำให้ความเชื่อทางศาสนาถดถอยแต่ไม่เป็นเช่นนั้น ในฐานะนักวิทยาศาสตร์ฉันมีความคิดว่าความศรัทธาจะทำลายวิทยาศาสตร์ซึ่งเป็นสิ่งที่เราควรจะต้องต้านเพราะว่าการศรัทธาในศาสนาโดยปราศจากเหตุผลสร้างความเจ็บปวดทั่วโลก ฉันเชื่อว่าศรัทธาทางศาสนาอาจบิดเบือนจริยธรรมและเป็นกัณฑ์ต่อการปลูกฝังความเชื่อทางศาสนาให้กับเด็กๆ ฉันต้องการแสดงให้เห็นว่าความศรัทธาเป็นดังไวรัสที่โจมตีเด็กและส่งผลกระทบต่อเยาวชนรุ่นต่อรุ่น ฉันอยากตั้งคำถามต่อการสอนเกี่ยวกับตำนานในอดีตว่าควรจะถูกสอนในโรงเรียนหรือไม่และมันถึงเวลาที่จะตั้งคำถามว่าการสอนเด็กที่ไร้เดียงสา

เกี่ยวกับเรื่องเหนือธรรมชาติ ศาสนาคือความเชื่อที่ผูกเข้ากันอย่างซับซ้อนเพื่อเป้าหมายของความเชื่อ ซึ่งมั่นคงแยสำหรับเยาวชนของเราและสำหรับคุณ

เมื่อพิจารณาถึงข้อบังคับของ Ofcom ข้อ ๔.๑ ผู้ประกอบกิจการต้องบริหารจัดการระดับความเหมาะสมในการรับผิดชอบต่อเนื้อหารายการที่เกี่ยวข้องกับทางศาสนา และข้อ ๔.๒ เนื้อหารายการที่นำเสนอ มุมมองหรือความเชื่อทางศาสนาใดศาสนาหนึ่งหรือนิกายใดนิกายหนึ่งต้องไม่กระทำโดยเป็นการหมิ่นประมาท ซึ่งจากกรณีศึกษาจะพบว่ามีกรนำเสนอเนื้อหารายการที่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องศาสนาและความเชื่ออย่างตรงไปตรงมา แต่เมื่อพิจารณาจากเนื้อหารายการแล้วพบว่าผู้ดำเนินรายการไม่มีการกล่าวพาดพิงถึงความเชื่อหรือ มุมมองทางศาสนาของศาสนาใดศาสนาหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง และช่วงเวลาในการออกอากาศนั้นเหมาะสม เพียงพอเนื่องจากไม่ใช่ช่วงเวลาออกอากาศสำหรับเด็ก

## ๒. รายการ Stand up for the Week (ออกอากาศทาง Channel ๔ ช่วงกลางวัน)

รายการดังกล่าวเป็นรายการตลกที่ออกอากาศช่วงกลางวันโดยมีนักแสดงตลกที่มีชื่อเสียงเป็นผู้ ดำเนินรายการ นักแสดงตลกพูดเรื่องตลกที่มีการล้อเลียนถึงผู้นำทางศาสนาคริสต์ ซึ่งในขณะนั้นผู้นำทางศาสนาได้ ตกเป็นข่าวการมีเพศสัมพันธ์กับเด็ก โดยผู้ร้องเรียนเชื่อว่าเนื้อหาการเป็นการแสดงออกที่รุนแรงต่อศาสนา นอกจากนี้ นักแสดงตลกยังพูดล้อเลียนว่า ตัวขมการแสดงของโป๊ปกำลังลดราคาอยู่ ราคา ๒๕ ปอนด์ ๑๐ ปอนด์ และสำหรับเด็กไม่ต้องเสียเงิน เขายังพูดต่ออีกในประเด็นที่ว่า ถ้าคุณเป็นสมาชิกของยูเวนตุสและเป็นหนึ่งใน ผู้ที่ชื่นชอบมีเพศสัมพันธ์กับเด็กและคุณมีความเชื่อว่าจะได้ขึ้นสวรรค์ มันไม่ใช่ว่าความเชื่อมั่นในตัวเองของซูซาน บอยล์ (นักร้องของอังกฤษ) คือสิ่งที่ต้องคำนึงถึง แต่โป๊ปต่างหากที่จะพาคุณขึ้นสวรรค์

เมื่อพิจารณาถึงข้อบังคับของ Ofcom ข้อ ๒.๑ มาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปต้องถูกนำไปใช้ กับเนื้อหาการทางโทรทัศน์และวิทยุ เพื่อคุ้มครองสาธารณชนอย่างเพียงพอจากบรรดารายการที่มีลักษณะรุนแรง และ/หรือผิดกฎหมาย และข้อ ๒.๓ เนื้อหารายการซึ่งอาจก่อให้เกิดความรุนแรงหรือไม่นั้นต้องได้รับการพิจารณา จากบริบท ซึ่งเมื่อพิจารณาข้อบังคับกับกรณีตัวอย่างจะพบว่าแม้ว่าเนื้อหาการจะมีการพาดพิงหรือเสียดสีต่อ ผู้นำทางศาสนาคริสต์ซึ่งในขณะนั้นตกเป็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางเพศกับเด็กที่ไม่เหมาะสม แต่เนื่องจาก นักแสดงตลกพูดในรายการตลกซึ่งคนส่วนใหญ่รับรู้และรายการดังกล่าวออกอากาศในช่วงเวลาที่ไม่ใช่เวลาสำหรับเด็กตามทีกฎหมายกำหนด จึงทำให้แม้ว่ามีการร้องเรียนเนื้อหาการแต่เมื่อพิจารณาจากบริบทและช่วงเวลาการ ออกอากาศแล้วรายการดังกล่าวจึงสามารถออกอากาศได้

## ๖. หน่วยงานกำกับดูแลโฆษณา (Advertising Regulation)

ในสหราชอาณาจักร มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการกำกับดูแลสื่อโฆษณา ดังนี้

๑. Broadcasting Committee of Advertising Practices ทำหน้าที่กำหนดหลักเกณฑ์และ กฎระเบียบในการกำกับดูแลสื่อโฆษณา
๒. Broadcasting Advertising Standards Board of Finance ทำหน้าที่ในการดูแลรายได้ที่ได้ จากการโฆษณา มีอัตราการจัดเก็บภาษีจากโฆษณา ๑ ปอนด์ จากค่าโฆษณาทุกๆ ๑,๐๐๐ ปอนด์
๓. Advertising Standard Authority (ASA) ทำหน้าที่รับเรื่องร้องเรียนและตรวจสอบสื่อ โฆษณาที่บิดเบือน รุนแรง และละเมิดกฎระเบียบ ทั้งนี้ เดิม ASA เคยเป็นส่วนงานหนึ่งใน Ofcom แต่ได้มีการแยก

ออกมาเป็นหน่วยงานที่มีความอิสระมากขึ้น แต่ในปัจจุบันยังมีการทำงานร่วมกับ Ofcom ในลักษณะการกำกับดูแลร่วมกัน โดย Ofcom เป็นผู้จัดสรรงานให้กับ ASA ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบสื่อโฆษณา แต่อำนาจทางกฎหมายในการติดตาม ตรวจสอบ หรือการอนุมัติให้เผยแพร่โฆษณานั้นยังเป็นหน้าที่ของ Ofcom เช่น การห้ามเผยแพร่โฆษณา การลงโทษ การกำหนดค่าปรับฯ เป็นต้น

## ๗. หลักการสำคัญในการกำกับดูแลโฆษณา

Advertising Standard Authority (ASA) ได้กำหนดหลักการที่สำคัญในการกำกับดูแลโฆษณาไว้ใน ASA Code ดังนี้

๑. การโฆษณาจะต้องไม่ทำให้เกิดความเข้าใจผิดหรือเข้าใจผิด (Misleading) การโฆษณาขายสินค้าต้องอยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริง และสามารถพิสูจน์ได้ว่าเป็นความจริงตามที่โฆษณา

๒. การโฆษณาจะต้องไม่ก่อให้เกิดเสียหายและการกระทำที่ผิดกฎหมาย (Harm and Offence) โดยไม่คุกคามหรือแสดงออกถึงความรุนแรงและมีผลกระทบเชิงชาติ ศาสนา เพศ การร่วมเพศ ความทุพพลภาพ เป็นต้น

๓. การโฆษณาเกี่ยวกับเด็ก (Children) เป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างยิ่งและพึงต้องระมัดระวังในการนำเสนอเพราะเด็กมีความอยากรู้อยากเห็นมากเป็นพิเศษ และไม่มีประสบการณ์มากพอ ดังนั้น เมื่อเด็กได้เห็นโฆษณาเด็กอาจจะเกิดพฤติกรรมเลียนแบบหรืออาจทำให้เด็กรู้สึกมีปมด้อย หรืออาจเกิดผลกระทบต่อจิตใจของเด็ก หรือชักจูงให้เด็กไปบังคับให้พ่อแม่ต้องซื้อสินค้านั้นๆ ให้ ตัวอย่างเช่น กรณีการโฆษณาน้ำอัดลมที่มีภาพของการตบกดหูของคนที่มีน้ำซึ่งทำให้รู้สึกตื่นตัว โดยมีการนำเสนอในรูปแบบที่แสดงให้เห็นถึงการกระทำที่เป็นเรื่องสนุกสนาน ซึ่งต่อมาเด็กคนหนึ่งได้ทำตามโฆษณาดังกล่าวและทำให้หูหนวก

๔. การโฆษณาสินค้าที่มีลักษณะพิเศษหรือเจาะจง (Specific categories) เช่น ผลิตภัณฑ์ยา ประกัน หุ่น กองทุน แอลกอฮอล์ การพนัน รถยนต์และหนังสือพิมพ์ จะไม่สามารถโฆษณาได้ ทั้งนี้ มีข้อยกเว้นให้ออกอากาศโฆษณาดังกล่าวได้ในกรณีที่เป็นการออกอากาศรายการสดและมีการเห็นโฆษณาแบบไม่ตั้งใจ โดยต้องพิจารณาที่เจตนาในการนำเสนอ ในส่วนของการพนันมีการอนุญาตให้โฆษณาแต่มีข้อจำกัดมาก ในการโฆษณาเหล่านี้และการพนันต้องไม่มีส่วนที่เกี่ยวข้องกับเด็กหรือแพร่ภาพในเวลาที่ได้กดู และต้องไม่มีการชี้แนะหรือมีถ้อยคำว่าการพนันทำให้มีประสิทธิภาพทางการเงิน

๕. การโฆษณาจะต้องไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล (Privacy) ตัวอย่างเช่น หากมีผู้ที่กำลังบริโภคสินค้าใดสินค้าหนึ่งอยู่ และมีการถ่ายรูปนั้นๆ เพื่อนำไปโฆษณาสินค้าโดยที่บุคคลนั้นๆ ไม่ได้ให้ความยินยอมหรือรับทราบ ก็ถือได้ว่าเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

๖. การโฆษณาที่เกี่ยวกับการเมืองและความขัดแย้งทางการเมือง (Political and controversial matter) จะไม่สามารถโฆษณาที่ทำให้เกิดการจูงใจให้เกิดการเลือกข้าง

๗. การกำหนดระยะเวลาในการขายหรือโฆษณา (Distance Selling) การโฆษณาในที่นี้จะกำหนดระยะเวลาในการโฆษณา ดังนั้น การโฆษณาได้จะต้องคำนึงถึงระยะเวลาที่กำหนด เช่น โฆษณาในช่องรายการทางธุรกิจต้องไม่เกิน ๑๒ นาทีต่อชั่วโมง โดยยกเว้นโทรทัศน์สาธารณะที่จะมีจำนวนที่กำหนดน้อยกว่าทีวีธุรกิจ ทั้งนี้ การโฆษณาทางวิทยุไม่มีข้อจำกัดในระยะเวลาการโฆษณา

๘. การโฆษณาที่เกี่ยวกับการเรียกร้องทางสิ่งแวดล้อม (Environment Claims) ต้องระมัดระวัง การนำเสนอและต้องไม่เป็นการสนับสนุนฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง

๙. การกำหนดตารางในการแพร่ภาพโฆษณา (Scheduling) มีการควบคุมช่วงเวลาในการโฆษณา ที่เด็กอายุต่ำกว่า ๑๘ ปีสามารถรับชม โดยเฉพาะโฆษณาที่เกี่ยวกับเหล้าและการพนัน

๑๐. การโฆษณาอาหารที่มีไขมัน น้ำตาลและเกลือสูงกว่าปกติ (Food High in Fat, Sugar & Salt) จะไม่สามารถโฆษณาได้ในช่วงเวลาการออกอากาศของเด็ก และการโฆษณาดังกล่าวไม่สามารถพูดได้ว่าสามารถ ควบคุมให้ผู้บริโภคไม่อ้วนได้ถ้าคุณกินในปริมาณที่เหมาะสม

ตัวอย่างการโฆษณาที่มีการร้องเรียนยัง ASA เช่นการโฆษณาอาหาร ของร้านอาหาร Fast Food โดยที่นักแสดงแสดงการกินอาหารอย่างเอร็ดอร่อยและได้พูดคุยกับคนอื่นในขณะที่อาหารเต็มปาก ผู้ร้องเรียน โฆษณานี้ระบุว่าเป็นโฆษณาดังกล่าวแสดงพฤติกรรมการกินที่ไม่ถูกต้อง อาจทำให้เด็กที่ชมโฆษณาทำตามเนื่องจาก แยกแยะไม่ได้ หรือในกรณีการโฆษณารถยนต์ยี่ห้อฮอนด้า โดยเจ้าของโฆษณาต้องการแสดงให้เห็นว่าการปล่อยของ เสียของรถยนต์ยี่ห้อดังกล่าวเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยปล่อยเป็นไอน้ำ แต่รูปแบบของการนำเสนอคือมีผู้ชายคน หนึ่งเข้าไปนั่งในรถและปิดประตูแต่ไม่เกิดอะไรขึ้นกับผู้ชายคนนั้น ซึ่งการกระทำดังกล่าว ผู้ร้องเรียนระบุว่าอาจ ก่อให้เกิดการเข้าใจผิดต่อการกระทำดังกล่าวว่าสามารถนอนในรถยนต์แล้วไม่ตาย ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว การนอนใน รถยนต์และติดเครื่องยนต์สามารถทำให้ผู้โดยสารที่อยู่ในรถตายได้

## ๘. กรณีศึกษา

### ๑. โฆษณาขององค์กรการกุศลเด็ก Barnado (ออกอากาศหลังเวลา ๒๑.๐๐ น.)

โฆษณาขององค์กรการกุศลเด็ก Barnado เป็นการโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ความยาว ๖๐ วินาที ขององค์กรการกุศลเด็ก Barnado โดยโฆษณาดังกล่าวมีเนื้อหาแสดงภาพของเด็กผู้หญิงคนหนึ่ง ที่เข้าไปเกี่ยวข้องกับ ยาเสพติดและการปฏิบัติต่อเด็กด้วยความรุนแรง โดยการแพร่ภาพกระทำซ้ำไปซ้ำมา โดยมีผู้ชมบางคนมี ความเห็นว่า การโฆษณาดังกล่าวมีการนำเสนอภาพที่เด็กกำลังเสพยาและถูกทำร้ายอย่างรุนแรงซ้ำแล้วซ้ำอีกซึ่ง เป็นภาพที่น่าเจ็บปวดเกินกว่าที่จะนำมาเผยแพร่ออกอากาศ นอกจากนี้ มีผู้ตั้งคำถามและแสดงความไม่เห็นด้วยต่อ ความเหมาะสมที่จะนำโฆษณามาออกอากาศในช่วงเวลาที่คิดว่าน่าจะมีเด็กเป็นจำนวนมากกำลังชมรายการอยู่ และบางส่วนระบุว่าเป็นการทำทารุณกรรมต่อเด็ก ดังนั้น โฆษณาดังกล่าวเป็นเรื่องที่ถูกตั้งคำถามต่อสังคมว่า โฆษณาในทำนองนี้น่าจะเป็นสาเหตุให้เกิดความทุกข์ใจเป็นอย่างมากแก่ผู้ที่ได้รับชมหรือไม่

เมื่อพิจารณาถึงข้อบังคับของ Ofcom ข้อ ๖.๑ โฆษณาจะต้องไม่ก่อให้เกิดการกระทำความผิด อย่างร้ายแรงหรืออย่างแพร่หลายที่จะทำลายต่อ ศิลธรรม สังคม วัฒนธรรม หรือฝืนต่อความรู้สึกของประชาชน โดยทั่วไป และ ข้อ ๖.๒ โฆษณาจะต้องไม่เป็นการส่งเสริมหรือก่อให้เกิดการกระทำที่รุนแรงหรือโหดร้าย โดยจะ เห็นได้ว่า แม้ว่าการนำเสนอภาพความรุนแรงต่อเด็กซ้ำแล้วซ้ำอีก กลายเป็นการตอกย้ำผู้ชม โดยเฉพาะผู้ใหญ่ว่า หากกระทำรุนแรงต่อเด็กเหมือนในโฆษณา เหตุการณ์เหล่านี้จะกลายเป็นวัฏจักรไม่มีสิ้นสุด ซึ่งท้ายสุดจะส่งผล ต่อตัวคุณเองและคนในสังคม อย่างไรก็ตามโฆษณานี้ออกอากาศหลัง ๒๑.๐๐ น. ซึ่งเป็นเวลาที่สามารถออกอากาศ ได้เพราะไม่ได้เป็นช่วงเวลาการออกอากาศสำหรับเด็กแล้ว

## ๒. โฆษณาการผลิตรถยนต์ยี่ห้อโฟล์คสวาเกน (ออกอากาศช่วงเวลาหลัง ๑๙.๓๐ น.)

โฆษณาการผลิตรถยนต์ยี่ห้อโฟล์คสวาเกนเป็นโฆษณารถยนต์โฟล์คสวาเกนรุ่นใหม่รุ่น Golf ที่มีเนื้อหาที่หัวหน้าวิศวกรนายหนึ่งที่กำลังต่อสู้เอาชนะกับบุคคลอื่นๆ ที่มีรูปร่างหน้าตาเหมือนตนเอง โดยใช้ศิลปะการต่อสู้แบบคาราเต้ โดยในตอนท้ายวิศวกรก็ชนะทุกคนและมีคำพูดที่ว่า "บางครั้งคนๆ เดียวที่คุณจะต้องเอาชนะให้ได้ ก็คือ ตัวของคุณเอง...The new Golf" โดยผู้ชมบางคนมีความคิดว่า โฆษณาชิ้นนี้ไม่สมควรที่จะนำมาเผยแพร่ออกอากาศ เนื่องจากว่า เด็กๆ ที่ชมโฆษณานี้อาจจะลอกเลียนแบบและทำตามได้ ส่วนอีกหลายคนก็เชื่อว่า โฆษณาชิ้นนี้มีความรุนแรงเกินไป

เมื่อพิจารณาถึงข้อบังคับของ Ofcom ข้อ ๖.๑ โฆษณาจะต้องไม่ก่อให้เกิดการกระทำความผิดอย่างร้ายแรงหรืออย่างแพร่หลายที่จะทำลายต่อ ศิลธรรม สังคม วัฒนธรรม หรือฝืนต่อความรู้สึกของประชาชน โดยทั่วไป ข้อ ๖.๒ โฆษณาจะต้องไม่เป็นการส่งเสริมหรือก่อให้เกิดการกระทำที่รุนแรงหรือโหดร้าย และข้อ ๗.๔.๗ การออกอากาศรายการโฆษณาใดก็ตามต้องเป็นไปตามเกณฑ์เวลาในการออกอากาศโดยจะต้องไม่เป็นภัยหรือก่อให้เกิดผลร้ายแก่เด็กหรือช่วงอายุใดเป็นพิเศษ หรือเป็นรายการที่ไม่เหมาะสม ซึ่งเมื่อพิจารณากับกรณีศึกษาแล้วเห็นว่า แม้ว่าเหตุการณ์การต่อสู้ในโฆษณานี้จะเหมือนเป็นการแสดงภาพยนตร์มากกว่าจะเป็นเรื่องจริง แต่ในกรณีนี้ทาง Ofcom ตัดสินว่า การโฆษณาดังกล่าวออกอากาศในช่วงเวลา ๑๙.๓๐ น. ซึ่งอยู่ในช่วงเวลาที่ยังเร็วเกินไปที่จะเผยแพร่ออกอากาศ อีกทั้งความรุนแรงที่เกิดขึ้นในโฆษณามีมากเกินไปจนความจำเป็น อย่างไรก็ตามโฆษณานี้จะสามารถออกอากาศได้แต่ต้องเผยแพร่หลังเวลา ๒๑.๐๐ น. ซึ่งเป็นเวลาที่ไม่ใช่ช่วงเวลาสำหรับเด็กแล้ว

## บทลงโทษ กระบวนการ และการกำหนดโทษตามกฎหมาย

กระบวนการลงโทษต่างๆของ Ofcom นั้นจะมีการพิจารณาที่เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดอย่างรอบคอบเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมโปร่งใส และความเป็นมาตรฐาน ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการสื่อสาร ค.ศ. ๒๐๐๓ (The Communication Act 2003) ได้มีการกำหนดบทลงโทษผู้ประกอบการกระจายเสียง โทรทัศน์และวิทยุที่กระทำผิดออกอากาศเนื้อหาที่ห้ามมีให้ออกอากาศตามลำดับความร้ายแรงไว้ ดังต่อไปนี้

๑. การประกาศผลพิจารณา
๒. การมีคำสั่งห้ามมิให้มีการออกอากาศรายการที่มีเนื้อหาต้องห้ามตามกฎหมายอีก
๓. การมีคำสั่งให้ออกอากาศเพื่อแก้ไขความเสียหายที่เกิดขึ้น
๔. การมีคำสั่งปรับ (นำค่าปรับส่ง HM Treasury)
๕. การเพิกถอนใบอนุญาตประกอบกิจการ

นอกจากนี้ Ofcom ยังมี Editorial Code หรือประมวลจริยธรรม ในการพิจารณาเรื่องร้องเรียนที่ได้รับว่า มีการละเมิดกฎหมายข้อใดบ้าง ทั้งนี้ Ofcom สามารถพิจารณาบทลงโทษขั้นต่ำสุด เช่น การตักเตือน ไปจนถึงขั้นสูงสุด เช่น การเพิกถอนใบอนุญาตได้ โดยประมวลจริยธรรมดังกล่าวแบ่งออกเป็น ๑๐ หมวด ดังต่อไปนี้

๑. การปกป้องเด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า ๑๘ ปี
๒. ความรุนแรงและการละเมิด
๓. รายการศาสนาและความเชื่อ

๔. การป้องกันอาชญากรรม
๕. ความเป็นกลางและความเที่ยงตรง
๖. การรายงานข่าวการเลือกตั้ง
๗. ความยุติธรรม
๘. สิทธิส่วนบุคคล
๙. การโฆษณาและการให้เงินสนับสนุน
๑๐. การห้ามโฆษณาทางการเมือง

สำหรับการกำหนดโทษตามกฎหมายนั้น Ofcom ได้ให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการไต่สวนที่เป็นธรรม การพิจารณาใดๆจะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของเหตุผลและข้อเท็จจริงที่ได้รับ เมื่อเจ้าหน้าที่ดำเนินการเสร็จสิ้นกระบวนการต้องประกันความโปร่งใสในการพิจารณาโดยการเปิดโอกาสให้ผู้กระทำผิดทราบเหตุผลและคำตัดสินที่ได้รับ พร้อมทั้งให้โอกาสในการคัดค้านโต้แย้งผลการตัดสินดังกล่าว และท้ายที่สุดเจ้าหน้าที่ต้องเผยแพร่คำตัดสินนั้นสู่สาธารณะ โดยเราสามารถแบ่งกระบวนการกำหนดโทษตามกฎหมายอย่างเป็นระบบได้ ดังต่อไปนี้

๑. การกล่าวหาว่าละเมิดกฎหมาย
๒. การประเมิน
๓. การไต่สวนที่เป็นธรรม
๔. การตรวจสอบหลักฐานต่างๆ เช่น เนื้อหารายการ งานเขียนบท และการค้นคว้าจากภายนอก เป็นต้น
๕. ตรวจสอบว่าละเมิดประมวลกฎหมายใดบ้าง
๖. เหตุผลในการตัดสินใจ
๗. โอกาสในการคัดค้านโต้แย้งผลการตัดสิน
๘. เผยแพร่คำตัดสินสู่สาธารณะ (ความโปร่งใส)
๙. แนวทางการกำหนดบทลงโทษ

### Workshop: Sex & Nudity กรณีศึกษา ตัวอย่าง และผลตอบรับ

วิทยากรได้ยกกรณีศึกษามา ๓ กรณี พร้อมทั้งได้กล่าวอธิบายถึงเหตุผลและถ้อยแถลงของ Ofcom ต่อสาธารณะในการตัดสินกรณีศึกษาทั้ง ๓ กรณี นี้อันได้แก่

๑. ภาพยนตร์ชุดที่ออกอากาศทางช่อง BBC One เรื่อง Sherlock ซึ่งดัดแปลงมาจากนวนิยายดัง ออกอากาศเวลา ๒๐.๐๐ น. ซึ่งในฉากที่เป็นประเด็นคือ ฉากที่มีผู้หญิงเปลือยเดินไปมา พูดคุยกับพระเอกในเรื่อง โดยมีการใช้เทคนิคถ่ายทำหลบมุมกล้องที่ไม่เผยให้เห็นของสงวน จากประเด็นดังกล่าวจึงมีผู้ร้องเรียนไปยัง Ofcom เพื่อให้ดำเนินการกับภาพยนตร์ชุดเรื่องนี้ ผลปรากฏว่า Ofcom ไม่ได้มีการดำเนินการใดๆ ต่อเรื่องนี้ โดยให้เหตุผลว่าแม้ฉากดังกล่าวจะปรากฏภาพผู้หญิงที่ดูเหมือนโป๊เปลือย ไม่ได้ใส่เสื้อผ้า แต่หากพิจารณาจากภาพรวมและบริบทของเรื่องจะเห็นว่าไม่ได้มีเจตนาที่สื่อไปในทางเพศ อีกทั้งผู้สร้างไม่ได้มีเจตนาในการที่จะเผยแพร่ให้เห็น



ของสงวนของผู้หญิงในเรื่องดังกล่าว แต่อย่างไรก็ตาม Ofcom ก็ได้มีการตัดสินใจไปยังช่อง BBC ให้มีความระมัดระวังไม่ให้เกิดเหตุการณ์ล่อแหลมแบบนี้อีกในอนาคต







๒. เป็นกรณีที่มีการออกอากาศ รายการเชิญชวนให้ผู้ชมทางบ้านโทรหาเพื่อคุยแก้เหงา ออกอากาศ เวลา ๑๗.๐๐ น. แม้รายการดังกล่าวไม่มีการเปลือยให้เห็นส่วนต่างๆ ของร่างกาย แต่ผู้หญิงในรายการ โทรทัศน์ได้แสดงท่าทางที่มีลักษณะยั่วในทางเพศอย่างชัดเจน อีกทั้งยังไม่มีการจัดผังรายการให้ออกอากาศ ในช่วงเวลาที่เหมาะสม (Watershed) เพราะเป็นช่วงเย็น ซึ่งเป็นช่วงที่มีเด็กและเยาวชนรับชมทางโทรทัศน์อยู่ เป็นจำนวนมาก ทาง Ofcom จึงมีผลตัดสินให้เปลี่ยนช่วงเวลาออกอากาศรายการนี้เป็นเวลาหลัง ๒๒.๐๐ น. แทน



Ofcom





๓. กรณี มีลิขสิทธิ์ไอของนักร้องดังจากอเมริกา Florida ในเพลง Turn around 4,3,2,1 ที่มีการออกอากาศทั้งวัน โดย Ofcom เห็นว่า แม้จะเป็นเพียงลิขสิทธิ์ไอก็ตาม แต่เพลงนี้ก็กลับมีทำนองที่ส่อไปในทางเพศอย่างชัดเจน อีกทั้งยังมีการแสดงให้เห็นเรือนร่างของผู้หญิงที่มีลักษณะโป๊เปลือย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใส่บิกินีตลอดทั้งเพลง ซึ่งลิขสิทธิ์ไอนี้ออกอากาศเหมือนรายการเพลงทั่วไป กล่าวคือ **ไม่มีข้อจำกัดของเวลาในการออกอากาศให้ออกอากาศในช่วงเวลาที่เหมาะสม (Watershed)** อย่างไรก็ตามเมื่อ Ofcom ได้รับการร้องเรียนจากประชาชน จึงได้มีคำตัดสินให้ออกอากาศลิขสิทธิ์ไอดังกล่าวในตอนดึกที่เป็นช่วงเวลาของผู้ใหญ่แทนคือ หลังเวลา ๒๑.๐๐ น. เป็นต้นไป





### ข้อสังเกตโดยสรุป

หากพิจารณาจากคำวินิจฉัยของ Ofcom ที่วิทยากรได้ยกตัวอย่างจะพบว่า การพิจารณาว่าเข้าข่ายเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ Sex & Nudity หรือไม่ จะมีหลักเกณฑ์ที่ต้องพิจารณาประกอบกันดังนี้

๑. การพิจารณาว่าเรื่องใดขัดต่อพระราชบัญญัติว่าด้วยการสื่อสาร ค.ศ. ๒๐๐๓ (The Communication Act 2003) ในประเด็น Sex & Nudity หรือต้องจากบริบท (context) อื่นๆ ประกอบด้วย เช่น รูปแบบรายการ ลักษณะ ท่าทาง บทสนทนาในเรื่อง โดยพิจารณาจากภาพรวมทั้งหมดเป็นสำคัญ

๒. แม้จะเป็นภาพที่เปลือย ไม่สวมใส่เสื้อผ้า แต่เมื่อมิได้เป็นภาพที่สื่อไปในทางเพศหรือลามกอนาจารก็ย่อมไม่เข้าข่ายเป็นเรื่อง Sex & Nudity

๓. การออกอากาศเนื้อหารายการที่มีความเกี่ยวข้องกับ Sex & Nudity ต้องออกอากาศในช่วงเวลาที่เหมาะสม (Watershed) และต้องไม่เป็นเนื้อหาที่กระทบต่อกลุ่มผู้ชมที่เป็นเด็กและเยาวชน

เหตุผลว่าทำไมจะต้องมีการกำกับดูแลควบคุมเนื้อหาสื่อที่เกี่ยวข้องกับการแพร่ภาพและสื่อกระจายเสียงมากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งนี้ มี ๒ เหตุผลที่สามารถแบ่งได้ดังต่อไปนี้

#### ๑. เหตุผลทางประชาธิปไตย

โดยที่การกำกับดูแลเนื้อหารายการควรคำนึงถึงหลักการประชาธิปไตยเป็นสำคัญ กล่าวคือเป็นการสนับสนุนการถกเถียงของประชาสังคมที่มีลักษณะเป็นประชาธิปไตย และทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในข้อถกเถียงหรืออภิปรายนั้นๆ ดังนั้น การคำนึงถึงความหลากหลายของมุมมองและกลุ่มคน ตลอดจนอำนาจในการรับผิดชอบ และความมั่นใจในเรื่องการทำงานที่โปร่งใสและตรวจสอบได้ จึงเป็นประเด็นที่พลเมืองทุกคนสามารถเป็นตัวแทนของทุกฝั่งในการพูดคุยร่วมกัน กล่าวคือ ทุกคนต้องสามารถ ออกเสียง หรือแสดงความคิดเห็น และ

สามารถเข้าถึงความคิดเห็นตรงนี้ได้โดยไม่ต้องไม่ถูกกีดกัน ปิดกั้นโดยความเป็นประชาธิปไตยจะต้องมาควบคู่กับความหลากหลาย (พหุนิยม คือจะมีสิ่งต่างๆ ที่หลากหลาย และเรามีสิทธิที่จะเชื่อ หรือ เรามีสิทธิที่จะเห็นด้วยตามกลุ่มบุคคลที่มีอำนาจ เช่น รัฐบาล รัฐมนตรี ซึ่งบุคคลเหล่านี้จะต้องอยู่ในพื้นที่ที่ถูกตั้งคำถามจากสังคมได้เช่นกันกรณีที่สังคมมีข้อสงสัยในการทำงาน การใช้งบประมาณ ฯลฯ ประชาชนจะสามารถเข้าถึงคำถามได้ และกระบวนการทำงานดังกล่าวต้องมีความโปร่งใส ชัดเจน มีแหล่งที่มา

## ๒. เหตุผลทางด้านสังคม และวัฒนธรรม

การกำกับดูแลเนื้อหารายการควรคำนึงถึงการปกป้องมาตรฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่เอื้ออำนวย หรือสร้างคุณประโยชน์ต่อวัฒนธรรมในวงกว้าง ตลอดจนสนับสนุนให้เกิดสังคมแห่งความร่วมมือ อีกทั้งยังปกป้องกลุ่มผู้รับสารที่มีความเสี่ยงในการบริโภคสื่อ และเป็นการรับประกันเสรีภาพในการแสดงออก ดังนั้น การกำกับดูแลสื่อวิทยุ และโทรทัศน์จึงสำคัญมาก เพราะสื่อทั้งสองนี้เป็นสื่อที่ประชาชนให้ความสำคัญและคิดว่าเชื่อถือได้จริง จึงทำให้มีความสำคัญมากเพราะสื่อโทรทัศน์มีรูปภาพจึงทำให้คล้อยตามและเชื่อได้ง่าย สำหรับการรายงานข่าวจากสื่อวิทยุกระจายเสียง ผู้ประกาศ หรือผู้จัดรายการ จะสื่อออกมาเป็นเสียง และรูปภาพ เพราะฉะนั้นจึงเป็นสื่อที่ประชาชนผู้บริโภคสามารถเข้าถึงและคล้อยตามได้ง่ายกว่าการอ่านสื่อสิ่งพิมพ์ อีกทั้ง กระบวนการการเห็นภาพจากสื่อโทรทัศน์ และการฟังเสียงจากสื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่อโทรทัศน์ดังกล่าวจึงเป็นเรื่องง่ายที่ประชาชนสามารถรับสิ่งที่ได้เห็น หรือได้ยินเหล่านั้นไปผ่านกระบวนการการคิดต่าง ๆ

ดังนั้น เมื่อพิจารณาแต่ละข้อแล้วเหตุผลที่จะต้องทำการกำกับดูแล และควบคุมเนื้อหาทางด้านสังคมก็คือ การรักษามาตรฐานของสังคมและวัฒนธรรม โดยที่จะต้องมีความเข้าใจถึงวัฒนธรรมที่แตกต่างกันออกไปตามแต่ละภูมิภาคซึ่งย่อมมีลักษณะที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ สื่อวิทยุโทรทัศน์จะต้องสนับสนุนการรวมกันของสังคม เพื่อนำไปสู่ความสามัคคี และการดูแลและให้ความสำคัญกับผู้ชม ผู้ฟังที่ทุพพลภาพ ซึ่งบุคคลเหล่านี้จะต้องเข้าถึงสื่ออย่างเท่าเทียมกันกับบุคคลธรรมดาด้วย

### เนื้อหาที่จะต้องกำกับดูแล

	เนื้อหาที่กำกับเข้มข้น	ไม่เข้ม
ผู้ชมผู้ฟัง (Audience)	เนื้อที่เกี่ยวข้องกับคนส่วนใหญ่	เนื้อหาเฉพาะบุคคล
การแก้ไขปรับปรุง (Editorial control)	การควบคุมแก้ไขปรับปรุง	ไม่มีการแก้ไขปรับปรุง
ข้อจำกัดในการเข้าสู่ตลาด (Barriers to market entry)	มีข้อจำกัดมาก	มีข้อจำกัดน้อย

	เนื้อหาที่กำกับเข้มข้น	ไม่เข้ม
การดำเนินการโดยรัฐ (State involvement)	ใช้คลื่นความถี่ของรัฐบาลจึงเป็นเรื่องปกติที่รัฐบาลจะเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง	ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับรัฐบาล
ความหลากหลายที่คนจะรับชม (Personal choice)	ด้วยความถี่ที่จำกัด เช่น วิทยุ ทางเลือกสำหรับผู้รับชมจึงมีให้เลือกชมน้อย	ความหลากหลายจะมีมาก ด้วยความหลากหลายของบุคคลที่สร้างจึงทำให้มีหลายเรื่องในการรับชมเช่น การ Upload ผ่านทาง Youtube
เทคโนโลยี (Technology)	ดูง่ายควบคุมได้ง่าย ยกตัวอย่างเช่น BBC มีโทรทัศน์ดาวเทียม	ด้วยความซับซ้อนของเทคโนโลยี Internet ความเป็นเจ้าของที่ไม่แน่นอน จึงทำให้สามารถควบคุมได้ยาก

เหตุผลดังกล่าวจะทำให้เห็นว่า การกำกับดูแลต้องทำอะไร ยกตัวอย่างเช่น Internet ซึ่งเป็นประเด็นที่ค่อนข้างยากในการควบคุม ดังนั้น จึงเป็นกรณีที่ไม่ควรเข้าไปควบคุมเมื่อเทียบกับ การควบคุม สื่อโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง

### ลักษณะเนื้อหา และการถูกกำกับดูแลควรเป็นอย่างไร

How is content regulated?

	ประชาธิปไตย	วัฒนธรรม
สิ่งที่ควรทำ	เสนอข่าว สถานการณ์ประจำวัน มีการรายงานการเลือกตั้ง และรายงานกฎหมายเลือกตั้ง	จำนวนของการผลิตที่เป็นอิสระ ควรมีความหลากหลายไม่เกาะกลุ่มเฉพาะในเมืองต้องให้ความสำคัญกับนอกเมือง
สิ่งที่ไม่ควรทำ	ต้องให้สิทธิส่วนบุคคล ความยุติธรรม และความเที่ยงตรงในการรายงานข่าว	ไม่ควรกล่าวหาหรือทำให้เป็นอันตราย และต้องให้การปกป้องชนกลุ่มน้อย อีกทั้งต้องให้ความสำคัญเรื่องที่เกี่ยวข้องศาสนา



ปัจจัยอะไรบ้างที่ส่งผลให้กรอบกระบวนการทำงานขององค์กรกำกับดูแลมีความเข้มแข็ง

What makes for a strong framework?

	ผู้ควบคุมดูแล (Regulator)	สื่อ (Media)
ความเป็นอิสระ (Independence)	ต้องเป็นอิสระจากรัฐบาลหรืออุตสาหกรรมของสื่อ	มีความเป็นอิสระในเชิงพาณิชย์หรือการเมือง
การมีอำนาจ (Authority)	คนที่เป็นผู้ควบคุมดูแลต้องมีอำนาจในการที่จะตัดสินใจในการปฏิบัติจริง	ต้องมีอำนาจในการปฏิบัติงานได้จริง ไม่ละเมิดข้อมูลต่างๆ ไม่โจรกรรมข้อมูล
ความน่าเชื่อถือ (Trust)	จะต้องได้รับความน่าเชื่อถือในเรื่องการสืบสวนสอบสวนตัดสินใจด้วยความถูกต้อง ไม่ลำเอียงไม่ว่าจะเป็นกรณีที่ใหญ่หรือเล็ก จะต้องกระทำการให้ได้ผลดีที่สุด (ไม่ละเว้นการปฏิบัติงาน)	แสดงความน่าเชื่อถือ โดยที่เครื่องมือต่างในการจัดทำสื่อ ต้องถูกต้องเชื่อถือได้ และได้รับข้อมูลที่แท้จริง
ความน่านับถือ (Respect)	ต้องเคารพในเรื่องคุณภาพ การตัดสินใจต้องมีคุณภาพเพียงพอและต้องสอดคล้องกับความรู้สึกสาธารณะชน ทักษะคติเป็นไปในทางเดียวกัน	คุณภาพของนักข่าว การติดต่อ การดูแลเนื้อหา รวมทั้งการบริการที่ได้จัดทำให้ผู้ชม หรือผู้ฟังจะต้องมีคุณภาพ

หลักการสำคัญของกฎระเบียบที่จะนำมาใช้สำหรับการกำกับดูแล (Principles of Regulations )

- มีวัตถุประสงค์ชัดเจน
- ไม่แทรกแซงกลไกการตลาด ไม่แทรกแซงเนื้อหา
- ถ้ามีความจำเป็นที่ต้องทำ ต้องทำตาม ๓ สิ่ง ดังต่อไปนี้
  ๑. ทำอย่างแน่วนอนมันคง (firmly)
  ๒. ทำโดยทันที (promptly)
  ๓. ทำอย่างมีประสิทธิภาพ (effectively)
- ถ้ามีการแทรกแซง
  ๑. จะต้องมียุทธศาสตร์รองรับ
  ๒. มีการวัด ทำให้มีสัดส่วน
  ๓. มีความเกี่ยวเนื่องสอดคล้องกัน
  ๔. สามารถตอบได้ เชื่อถือได้
  ๕. ต้องโปร่งใสทุกขบวนการ
- ต้องทำการวิจัยว่าสาธารณะชน มีความคิดเห็นอย่างไร

- ความมีอิสระ (Independence)
  ๑. มีอิสระจากรัฐบาล
  ๒. มีอิสระจากอุตสาหกรรม
  ๓. มีความเป็นอิสระจากตัวเอง

ทุกคนมีเสรีภาพในการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นและมีสิทธิที่จะรับข้อมูลข่าวสารและความคิดเห็นต่างๆ โดยปราศจากข้อจำกัดหรือขอบเขตทางความรู้ อย่างไรก็ตามสิทธิเสรีภาพมิได้หมายความว่าบุคคลจะมีและใช้สิทธิได้อย่างสมบูรณ์โดยปราศจากข้อจำกัดใดๆ ได้เนื่องจากการใช้สิทธิและเสรีภาพอาจมีข้อจำกัดหรือข้อตัดทอนบางประการอันเนื่องมาจากหน้าที่ทางกฎหมายและความรับผิดชอบพิเศษต่อสังคม

### ประโยชน์สาธารณะ (Public Interest)

หลักปฏิบัติเกี่ยวกับเรื่องสิทธิส่วนบุคคลนั้น ของ Ofcom Broadcasting ระบุว่า

การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลในรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ หรือการเชื่อมโยงกับเนื้อหาสาระในรายการ ต้องมีเหตุผลอันสมควร

ความหมาย คือ ผู้ประกาศ ผู้จัดรายการ ผู้ผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ต้องมีเหตุผล อันสมควรต่อการกระทำที่อาจละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวในกรณีที่ต้องมีการนำเสนอเนื้อหาบางอย่างโดยต้องแสดงให้เห็นว่าประโยชน์สาธารณะมีความสำคัญกว่าสิทธิส่วนบุคคล เช่น การเปิดเผยข้อมูลเพื่อการตรวจสอบอาชญากรรม และการปกป้องสุขภาพของประชาชนหรือความปลอดภัย

การละเมิดความเป็นส่วนตัวของบุคคล สิ่งที่ประชาชนควรรู้ เหตุการณ์เหล่านั้นจะได้แก่ ข่าวอาชญากรรม การปกป้องคุ้มครอง ความปลอดภัย สุขลักษณะของสาธารณะชน ถ้ามีข้อร้องเรียน ที่ทำให้ไขว่เขวที่เกิดจากแต่ละคน จากองค์กร ถ้าหากเกิดสิ่งที่ทำให้สาธารณะชนเข้าใจผิด สามารถเข้าไปสอบสวนได้ (สามารถเข้าไปละเมิดสิทธิส่วนบุคคลได้)

ความคาดหวังโดยชอบโดยชอบธรรมเกี่ยวกับสิทธิส่วนบุคคลนั้น จะแตกต่างกันไปตามสถานที่และลักษณะของข้อมูล กิจกรรมหรือสภาพการณ์ โดยมีปัจจัยต่างๆ ที่ต้องคำนึงถึง อาทิสิ่งที่เกิดขึ้นนั้น กำลังปรากฏอยู่ในพื้นที่สาธารณะหรือไม่ บุคคลคนนั้นเป็นบุคคลที่อยู่ในความสนใจของสังคม หรือเป็นบุคคลสาธารณะหรือไม่ กิจกรรมนั้นๆ เป็นกิจกรรมส่วนตัวหรือไม่ และข้อมูลนั้นๆ เป็นข้อมูลส่วนบุคคลหรือไม่ ถึงแม้จะอยู่ในพื้นที่สาธารณะ ในบางสถานการณ์บุคคลก็ถูกคาดหวังโดยชอบธรรมที่จะได้รับความเป็นส่วนตัวได้กิจกรรมและสภาวะบางอย่างนั้นมีลักษณะโดยธรรมชาติที่เป็นส่วนตัวซึ่งแม้จะเกิดขึ้นในพื้นที่สาธารณะแล้ว การถูกถ่ายทำถือเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลได้ ดังอย่างเช่น การที่บุคคลคนหนึ่งกำลังเดินอยู่บนถนนแล้วเกิดภาวะหัวใจล้มเหลว

ขึ้นมา ภาวะนี้ถือว่าลักษณะโดยธรรมชาติที่เป็นส่วนตัว ดังนั้นหากมีนักข่าวมาถ่ายภาพบุคคลคนนี้อาจถือเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลได้ นอกจากนี้บุคคลนี้อยู่ในความสนใจหรือการตรวจสอบของสังคม เช่น ผู้ต้องหา หรือคนดัง ก็มีความชอบธรรมที่จะได้รับความเป็นส่วนตัว แม้ว่าบางครั้งพฤติกรรมส่วนตัวก็อาจสามารถยกขึ้นมาเป็นประเด็นเรื่องประโยชน์สาธารณะได้ เช่น พฤติกรรมส่วนตัวของนักการเมืองบางอย่างก็อาจเกี่ยวข้องกับประโยชน์สาธารณะ

ทั้งนี้ สื่อจะต้องระมัดระวังเกี่ยวกับการยินยอมให้ถ่ายทำ ในกรณีที่ผู้เสียหายร้องขอให้ยุติการออกอากาศภาพหรือเสียงนั้น สื่อจะต้องปฏิบัติตาม หากไม่มีการร้องขอเช่นนั้นก็สามารถออกอากาศต่อไปได้ และสื่อ ไม่ควรมีการแอบบันทึกภาพหรือเสียงสัมภาษณ์เพื่อแทรกในรายการที่นำเสนอข้อเท็จจริง นอกจากการขอสัมภาษณ์นั้นถูกปฏิเสธ หรือการสัมภาษณ์นั้นไม่มีทางเกิดขึ้นได้ และจะทำให้ประเด็นการสืบค้นความจริงล้มเหลว กรณีนี้เป็นเหตุผลอันสมควรให้มีการแอบบันทึกภาพหรือเสียงสัมภาษณ์

**หลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ขององค์กรกำกับดูแลที่สหราชอาณาจักร : Ofcom Broadcasting Code**

ปัจจัย :

- เกิดขึ้นในสาธารณะชน หรือประชาชนเดินตามท้องถนน (In the public domain)
- เกิดขึ้นแล้วประชาชนได้รับรู้ (Individual in public eye)
- เป็นเหตุการณ์ส่วนตัว (Private activity)
- ข้อมูลส่วนบุคคล (Personal information)

ประเด็น :

- ได้รับการยินยอมจากบุคคล ที่จะถูกละเมิดความเป็นส่วนตัว (Informed consent)
- อยู่ในพื้นที่ที่มีความละเอียดอ่อน เช่น โรงพยาบาล (Sensitive place)
- การเก็บภาพเพื่อนำมาทำเป็นสื่อ ถูกเก็บรักษาเป็นความลับ (Secret recording)
- เยาวชนจะได้รับการปกป้องคุ้มครองที่พิเศษกว่าบุคคลทั่วไป เพราะเยาวชนเป็นบุคคลที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ (Children)

กรณีศึกษาที่ 1 เรื่องความเป็นส่วนตัว: ITV Yorkshire, Calender New; วันที่ 22 กรกฎาคม ค.ศ. 2004 :

### บทนำ

รายการ Calender News เป็นรายการข่าวส่วนภูมิภาคใน Yorkshire ได้นำเสนอข่าวการพิพาทคดีนาง Shirley Capp ได้ข่มขู่ผู้เป็นพยานให้กับคดีที่ฟ้องร้องลูกสาวของเธอคือ นาง Maxine Carr โดยนาง Maxine Carr ถูกตัดสินลงโทษ ด้วยข้อหาสมรู้ร่วมคิดและบิดเบือนความจริง จากคดีนาย Ian Huntley ฆาตกรรมเด็กนักเรียนหญิง ๒ คน คือ Jessica Chpman และ Holly Wells เมื่อเดือนธันวาคม ค.ศ. ๒๐๐๓

### ประเด็นปัญหา

ลูกสาวอีกคนหนึ่งของนาง Shirley Capp พร้อมด้วยสามี และลูกอีกสองคน (วัยเด็กเล็ก) ถูกสืบบันทึกภาพขณะเดินออกจากศาล ภายหลังการพิพาทคดีตัดสินได้รับการปฏิบัติไม่เป็นธรรม จากการเผยแพร่ภาพของครอบครัวในรายการข่าว เกิดการเชื่อมโยงโดยตรงกับการฆาตกรรม พวกเขาได้ร้องเรียนว่ากิริยาที่พวกเขาถูกบันทึกภาพขณะออกจากศาลนั้นทำให้คิดว่าพวกเขามีสิ่งที่ต้องการปกปิด นอกจากนี้พวกเขาเชื่อว่าการออกอากาศรายการดังกล่าวนั้น ตัวของเขาทั้งคู่และลูกสาวสองคนซึ่งเป็นเด็กนั้นถูกละเมิดสิทธิส่วนบุคคลโดยไร้ซึ่งเหตุผลเพียงพอ

ช่อง ITV ยืนยันกลับว่า ไม่มีการล่วงล้ำความเป็นส่วนตัวของเด็ก เพราะเป็นเพียงภาพที่ติดมาช่วงสั้นๆ ด้วยความบังเอิญขณะที่กล้องติดตามถ่ายภพนายและนาง Hodgson ในขณะที่เดินทางมารับฟังการพิจารณาคดีที่กำลังเป็นที่สนใจของสังคม รวมทั้ง นายและนาง Hodgson เองก็ได้พยายามที่จะหลีกเลี่ยงลูกสาวจากการถูกถ่ายภาพหรือพยายามปกปิดตัวเด็ก และถึงแม้ว่าจะมีการล่วงล้ำความเป็นส่วนตัวก็ตามส่วนภาพที่เผยแพร่ในรายงานข่าวนั้นเป็นไปอย่างเหมาะสมของการรายงานคดีความที่เป็นประเด็นสำคัญต่อสาธารณะ ช่อง ITV ยังยืนยันกรานด้วยว่าช่างภาพของช่องไม่ได้ติดตามถ่ายภาพของครอบครัว Hodgson แต่อย่างใด

กฎเกณฑ์ในการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ของ Ofcom ปี ค.ศ. 2011 : (Ofcom Broadcasting Code 2011)

ข้อ ๗.๒ กำหนดว่า “ผู้กระจายเสียงและแพร่ภาพ และผู้ผลิตรายการ ต้องให้ความเป็นธรรมต่อผู้ที่มีส่วนในรายการเว้นเสีย แต่ว่าจะมีเหตุผลอันสมควรอื่นใด”

ข้อ ๘.๑ กำหนดว่า “การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลในรายการหรือเกี่ยวกับการได้มาซึ่งเนื้อหาในรายการนั้นต้องมีเหตุผลอันสมควร”

ข้อ ๘.๒๐ กำหนดว่า “ผู้กระจายเสียงและแพร่ภาพควรที่จะคำนึงถึงสิทธิส่วนบุคคลของเด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า ๑๖ ปี เป็นพิเศษ มิใช่ว่าหากเด็กและเยาวชนเหล่านั้นเป็นบุคคลมีชื่อเสียง หรือเป็นบุตรของบุคคลมีชื่อเสียง หรือเพียงเพราะมีกิจกรรมที่โรงเรียนแล้วจะเป็นเหตุผลที่ดีพอให้สื่อละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของพวกเขาได้”

ในกรณี ITV Yorkshire, Calender นี้ Ofcom ได้ตัดสินว่า ITV มิได้ผิดกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิส่วนบุคคลของ Ofcom แต่อย่างใด เนื่องจากกรณีดังกล่าวเป็นประเด็นสนใจของสาธารณะ ประกอบกับนายและนาง Hodgson เลือกที่จะพบบุตรสาวทั้งสองมาที่ศาลด้วย แล้วยังไม่ได้พยายามหลีกเลี่ยงการถูกถ่ายทำ เช่น หลีกไปใช้ทางออกประตูด้านหลังของศาล เป็นต้น

กรณีศึกษาที่ ๒ เรื่องความเป็นส่วนตัว: BBC ONE, Front Line; วันที่ 5 พฤษภาคม ค.ศ. 2003 :

#### บทนำ

รายการนี้เป็นการถ่ายทอดเรื่องราวการทำงานของรถพยาบาล ภายหลังจากที่มีอุบัติเหตุเกิดขึ้นกับ Ms Claire Halliday

#### ประเด็นปัญหา

Claire Halliday ร้องเรียนว่าในการออกอากาศและการถ่ายทำรายการ Front Line นั้น เธอได้ถูกละเมิดสิทธิส่วนบุคคลอย่างมิชอบธรรม โดยรายการได้นำเสนอภาพภายหลังจากอุบัติเหตุทางรถยนต์ที่เกิดขึ้นกับตัว Claire มารดาและน้องสาวของเธอ ซึ่ง Claire ได้รับบาดเจ็บสาหัสและน้องสาวของเธอเสียชีวิตจากเหตุการณ์นั้น

ในการพิจารณากรณีดังกล่าวต้องคำนึงถึงว่า :

๑. มีการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลหรือไม่
๒. หากมีการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลแล้ว การละเมิดนั้นมีเหตุผลอันสมควรหรือไม่

กฎหมาย (Ofcom Broadcasting Code 2011)

ข้อ ๘.๑ กำหนดว่า “การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลในรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ หรือ การเชื่อมโยงกับเนื้อหาสาระในรายการ ต้องมีเหตุผลอันสมควร”

ข้อ ๘.๑๖ กำหนดว่า “สื่อไม่ควรถ่ายทำหรือออกอากาศภาพหรือเสียงของบุคคลผู้อยู่ในภาวะถูกเชิญผู้เคราะห์ร้ายจากอุบัติเหตุหรือโศกนาฏกรรม แม้ว่าเหตุการณ์จะเกิดขึ้นในพื้นที่สาธารณะก็ตาม การออกอากาศหรือถ่ายทำดังกล่าวถือเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล เว้นแต่ว่าจะมีเหตุผลที่ดีพอ หรือได้รับการยินยอมให้ถ่ายทำ”

กรณีนี้ Ofcom ตัดสินว่า ได้ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลตามกฎหมายของ Ofcom เนื่องจากได้ทำการตรวจสอบเทปบันทึกภาพและพบว่า ผู้ร้องเรียนขณะนอนอยู่บนเตียงที่กำลังถูกนำขึ้นรถพยาบาล ได้แจ้งความจำนงพูดว่า “ฉันไม่อยากออกทีวี”

## ความเกลียดชัง (Hatred)

การสร้างความเกลียดชังที่ส่งผลให้เกิดความรุนแรง มีปัจจัย ดังนี้

๑. เสรีภาพในการแสดงออก
๒. ความท้าทาย
๓. บริบท
๔. ศิลปะการใช้ถ้อยคำและการกระตุ้น

กฎเกณฑ์การกำกับดูแลและเนื้อหารายการในกิจการกิจการโทรทัศน์ (Broadcasting Code) ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

๑. ห้ามออกเนื้อหาที่ยุยงส่งเสริมหรือกระตุ้นให้เกิดการก่ออาชญากรรมและทำให้เกิดความไม่สงบเรียบร้อย
๒. ห้ามออกเนื้อหาที่สนับสนุนหรือทำให้เกิดพฤติกรรมที่ต่อต้านสังคมหรือพฤติกรรมที่รุนแรงและมีแนวโน้มที่จะทำให้ผู้อื่นเลียนแบบพฤติกรรมดังกล่าว

## กิจกรรมทางธุรกิจในสื่อโทรทัศน์ (Commercial Activity (TV))

กิจกรรมทางธุรกิจในสื่อโทรทัศน์ที่พบเห็นได้บ่อย ในประเทศอังกฤษ มีดังนี้

๑. การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมทางการตลาดเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภค ให้มีพฤติกรรมที่ส่งผลเป็นการเอื้อประโยชน์ต่อผู้ผลิตสินค้าหรือบริการ
๒. การอุปถัมภ์ การสนับสนุนรายการ ผู้สนับสนุนรายการ (Sponsorship) เป็นความสัมพันธ์ในทางธุรกิจระหว่างผู้ให้ความช่วยเหลือจากกองทุน แหล่งทรัพยากร หรือบริการ รวมถึงความสัมพันธ์ในลักษณะส่วนบุคคล ที่ให้การสนับสนุนแก่บุคคล หน่วยงาน หรือองค์กร โดยการให้การสนับสนุนมีนัยเกี่ยวกับผลประโยชน์ในเชิงพาณิชย์
๓. การโฆษณาแฝง (Product Placement) คือ การปรากฏของผลิตภัณฑ์ ตรายสินค้า หรือบริการ ในส่วนที่เป็นเนื้อหารายการ ไม่ว่าจะเป็นรายการข่าว ละคร สารคดี ฯลฯ เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจ โดยอยู่ในรูปแบบที่เป็นการส่งเสริมการขาย หรือการจ่ายเงิน หรือผลประโยชน์อื่นๆ ทางธุรกิจ ซึ่งเป็นการส่งข้อมูลสู่ผู้บริโภคผ่านสื่อต่างๆ อย่างแนบเนียน เป้าหมายต่ำสุดของการโฆษณาแฝง คือ การให้ผู้บริโภคเห็นตรายสินค้า

เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการโฆษณาทางตรงนั้นสูง หรือมีการผูกขาดเวลาโฆษณาไปหมดแล้ว จึงทำให้ผู้ผลิตรายการใช้การโฆษณาแฝงเป็นอำนาจในการต่อรองกับเจ้าของสินค้าและเป็นวิธีการที่ใช้เพิ่มรายได้ของผู้ผลิตรายการหรือสถานี ทั้งนี้รายได้จากการโฆษณาแฝงส่วนใหญ่จะไม่ถูกตรวจสอบ

๔. การส่งเสริมการขายแบบข้ามชนิด (Cross - Promotion) คือ การส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการชนิดหนึ่งที่มีการกำหนดเป้าหมายที่มีการส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้อง เช่น กรณีที่ผู้ดำเนินการรายหนึ่งมีชื่อเสียง โฆษณาหนังสือหรือผลิตภัณฑ์ที่ตนเป็นเจ้าของในรายการที่ตนเป็นผู้ดำเนินการ เป็นต้น

๕. การโฆษณาตัวเอง (Self Promotion) คือ การทำผลงานเพื่อประชาสัมพันธ์ตัวเอง ผลงานที่นำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์จะเปรียบเสมือนอัตลักษณ์ของบุคคลนั้นๆ ดังนั้น โดยเฉพาะหากเป็นการโฆษณาครั้งแรก ผลงานดังกล่าวจะคล้ายๆ เป็นตัวแทนของบุคคลในการสร้างความประทับใจครั้งแรก (First Impression) ผ่านสื่ออีกด้วย

๖. Programme - related material (PRM) เป็นลักษณะการทำการตลาดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ (ที่ได้รับอนุญาต) ให้ออกอากาศในรายการโทรทัศน์ ซึ่งปกติแล้วรายการโทรทัศน์จะไม่สามารถมีการโฆษณาสินค้าหรือบริการใดๆ ได้ อย่างไรก็ตาม หากสินค้าหรือบริการชนิดใดที่ได้รับอนุญาตให้สามารถโฆษณาในรายการโทรทัศน์ จะต้องปฏิบัติตามบทบัญญัติของ Ofcom ที่เรียกว่า COTA : Ofcom's Code on scheduling of television advertising เท่านั้น โดยสามารถทำการโฆษณาได้ระหว่างการออกอากาศรายการโทรทัศน์ ทั้งนี้ PRM อาจจะเป็นรูปแบบของผู้สนับสนุนรายการโทรทัศน์นั้นๆ หรือจะมีลักษณะของหารโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ได้

### **การโฆษณาแฝง (Product Placement)**

ประเภทของกิจการทางการตลาดทั้ง ๖ ประเภทที่ได้กล่าวได้ข้างต้น การโฆษณาแฝงเป็นกิจกรรมทางการตลาดที่น่าสนใจคือ การโฆษณาแฝง (Product Placement) เพราะกิจกรรมทางการตลาดดังกล่าวสามารถเข้าถึงผู้รับชมได้ง่าย

ในอดีตการโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่ผิดกฎหมายของประเทศอังกฤษ ไม่สามารถกระทำได้ โดยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการตรวจสอบการโฆษณาแฝงคือ ITC: Independent Television Commission แต่เมื่อวันที่ ๒๘ กุมภาพันธ์ ค.ศ. ๒๐๑๑ การโฆษณาแฝงสามารถกระทำได้ที่เงื่อนไขของ Ofcom โดยจะมีเพียงไม่กี่ประเภทของรายการโทรทัศน์ที่สามารถโฆษณาแฝงในรายการได้

### ตัวอย่างโฆษณาแฝงที่ไม่สามารถออกอากาศได้

๑. รายการละครของประเทศออสเตรเลีย ซึ่งจะมีการวางกระป๋องเปียร์รี่ห่อหนึ่งในรายการซึ่งสามารถเห็นสินค้าและยี่ห้อสินค้าได้อย่างชัดเจน และเป็นลักษณะการถ่ายทำที่มีวัตถุประสงค์ชัดเจนว่าต้องการโฆษณาเปียร์รี่ห่อดังกล่าว

๒. รายการทำอาหาร (ออกอากาศในปี ค.ศ. ๒๐๑๑) ในรายการมีผู้ดำเนินรายการทำกำลังสาธิตการทำอาหารชนิดหนึ่งอยู่ โดยภายในห้องครัวที่ทำอาหารนั้นมีเครื่องทำกาแฟเครื่องหนึ่งตั้งอยู่ได้ใช้งาน และไม่เกี่ยวข้องกับอาหารที่กำลังสาธิต และในจุดที่วางเครื่องชงกาแฟ จะถูกเปลี่ยนเป็นสินค้าชนิดอื่นๆ ด้วย ดังนั้นเครื่องชงกาแฟที่วางในรายการจึงเป็นโฆษณาแฝง เป็นการกระทำที่ไม่มีความโปร่งใสในการโฆษณา

### หลักในการทำโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ (Commercial Principle)

๑. ความโปร่งใส (Transparency) ความโปร่งใสในการโฆษณา กล่าวคือ ผู้ชมรายการจะต้องทราบว่ามีการโฆษณาสินค้าอย่างชัดเจน โดยผู้จัดรายการจะต้องแจ้งให้ผู้ชมทราบว่า รายการที่ผู้ชมรายการกำลังรับชมอยู่ในขณะนี้มีการโฆษณาสินค้าหรือบริการแฝงอยู่

ซึ่งในประเทศอังกฤษจะมีสัญลักษณ์ **P** (เป็นตัว P ซ้อนกันสองตัว เรียก พีพี) ซึ่งจะปรากฏที่หน้าจอโทรทัศน์ในรายการนั้นๆ ซึ่งผู้ชมจะทราบว่ารายการนี้มีการโฆษณาสินค้าหรือบริการแฝงอยู่

๒. การแยกระหว่างเนื้อหาเกี่ยวกับการโฆษณา (Distinction between editorial and advertising) หมายความว่า ผู้ชมสามารถแยกแยะได้ว่ารายการที่รับชมนั้น สิ่งใดเป็นเนื้อหารายการที่ผู้ผลิตรายการต้องการนำเสนอ และเนื้อหาใดเป็นการโฆษณาแฝง โดยที่ผู้ผลิตรายการจะต้องผลิตรายการที่ผู้ชมสามารถแยกแยะได้อย่างชัดเจน

๓. ผู้ชมรายการจะต้องได้รับการคุ้มครองจากการโฆษณาแฝง (Protect form surreptitious advertising) หมายความว่า ผู้ชมจะต้องทราบว่าโฆษณาแฝงของสินค้าหรือบริการในรายการที่รับชมอยู่นั้นมีเนื้อหาที่จะชักจูงให้เกิดการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ เช่น การพยายามกล่าวถึงสินค้าหรือบริการอย่างเฉพาะเจาะจง หรือให้ความสำคัญเป็นพิเศษ กล่าวคือ การโฆษณาแฝงของสินค้าหรือบริการที่ให้ความสำคัญมาก หรือให้ความสำคัญแบบเฉพาะเจาะจง การโฆษณาแฝงดังกล่าวจะเป็นลักษณะของการแอบโฆษณา (surreptitious advertising) หรือขายสินค้าหรือบริการในรายการโทรทัศน์

๔. สินค้าหรือบริการที่โฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์จะต้องมีความเป็นอิสระ (Maintain editorial independence) หลักในข้อนี้จะใช้ควบคู่กับหลักความโปร่งใส นั่นคือ หากสินค้าหรือบริการถูกแสดงไว้อย่างชัดเจนและเป็นอิสระจากเนื้อหารายการ ผู้ชมรายการจะทราบได้อย่างชัดเจนว่า สินค้าหรือบริการใดเป็นโฆษณาแฝงในรายการที่รับชมอยู่

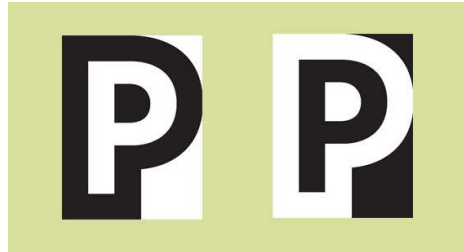


### กฎของโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ (Product Placement Rules)

๑. โฆษณาแฝงจะได้รับอนุญาตให้สามารถทำการโฆษณาได้ในรายการโทรทัศน์ประเภท ภาพยนตร์ (Films) ละครทางโทรทัศน์ (Series made for TV) กีฬา (Sport) และรายการปิกนิกะบันเทิง (light entertainment)
๒. เนื้อหาของโฆษณาจะต้องไม่กระทบต่อเนื้อหาของรายการโทรทัศน์
๓. ต้องไม่บรรยาย หรืออ้างถึงคุณสมบัติของสินค้าหรือบริการที่นำมาแสดงในรายการ กล่าวคือ ต้องไม่ให้เกิดการชักชวนให้ผู้ชมอยากซื้อสินค้าหรือบริการ
๔. สินค้าและบริการที่ห้ามโฆษณาในรายการโทรทัศน์ ได้แก่ บุหรี่ เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นส่วนประกอบ สินค้าประเภทอาหารที่มีเกลือ ไขมัน และน้ำมันสูง (HFSS) และการพนัน รวมถึงผลิตภัณฑ์นมผง สำหรับทารกอายุต่ำกว่า ๖ เดือน

### สัญลักษณ์ของการมีโฆษณาแฝง (Product Placement Signaling)

ต้องมีสัญลักษณ์ **P** ซึ่งต้องปรากฏสัญลักษณ์ก่อนเริ่มรายการ หลังจากมีการโฆษณาในรายการ และตอนจบรายการ โดยที่ตำแหน่งของสัญลักษณ์อาจอยู่ที่ใดก็ได้ของหน้าจอ สัญลักษณ์ **P** มีสองแบบคือ แบบที่มีพื้นหลังสว่าง และแบบที่มีพื้นหลังดำ



ภาพแสดง สัญลักษณ์การโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์

โดยปกติการพิจารณาว่ารายการโทรทัศน์ใดเป็นรายการโทรทัศน์ที่มีโฆษณาแฝงนั้น จะอยู่ในดุลยพินิจของผู้ผลิตรายการโดยไม่จำเป็นต้องมีคำสั่งจากหน่วยงานกำกับดูแล กรณีที่ผู้ผลิตรายการ หรือผู้จัดทราบว่ารายการโทรทัศน์นั้นมีการโฆษณาแฝง สัญลักษณ์ **P** จะถูกนำมาแสดงที่หน้าจอโดยจะไม่แจ้งอย่างเฉพาะเจาะจงที่สินค้าหรือบริการ

แต่หากผู้ผลิตหรือผู้จัดรายการ เสนอเนื้อหารายการโทรทัศน์ต่อ Ofcom เพื่อพิจารณาว่ารายการนั้นเป็นรายการโทรทัศน์ที่มีโฆษณาแฝงหรือไม่นั้น Ofcom จะพิจารณาจากรายได้ที่รายการได้รับจากสินค้าหรือบริการนั้น ทั้งนี้ไม่รวมถึงรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศภายนอกประเทศอังกฤษ

ตัวอย่าง รายการ “This Morning” เป็นรายการโทรทัศน์รายการแรกของประเทศอังกฤษที่สัญลักษณ์รูปตัว **P** (ภายในวงกลม) ซึ่งปรากฏบนหน้าจอเพื่อแสดงให้ผู้ชมทราบว่ารายการนี้มีโฆษณาแฝง



กฎหมายว่าด้วยการโฆษณาของประเทศอังกฤษมีการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากพระราชบัญญัติว่าด้วยการสื่อสารของสหภาพยุโรป ซึ่งรัฐบาลของประเทศอังกฤษรับนโยบายจากสหภาพยุโรปมาดำเนินการ ทำให้ Ofcom จะต้องปรับปรุงกฎหมายที่บังคับใช้ในประเทศด้วย

ประมวลกฎหมายที่ใช้ในการกำกับดูแลการโฆษณาแฝงของ Ofcom ได้แก่ The Communication Act 2003 และ The Ofcom Broadcasting Code หมวดที่ ๙ (Section Nine: Commercial References in Television Programming) ซึ่ง จะ บั ญ ญ ติ เกี่ ว กั บ ค ว า ม ห ม า ย ข อ ง Product placement Prop placement กฎเกณฑ์ ข้อห้ามปฏิบัติของการทำการโฆษณาในรายการโทรทัศน์ ฯลฯ

## Product Placement Work Shop

### ๑. คลิป์วิดีโอรายการ The X Factor

รายการรีเอลลิตี้โชว์ (reality show) เป็นคลิป์วิดีโอเกี่ยวกับ ผู้เข้าร่วมแข่งขัน ๑๐ คนสุดท้ายได้รับมอบของขวัญประเภทโทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต ยี่ห้อหนึ่งซึ่งเป็นผู้สนับสนุนรายการ ซึ่งผู้เข้าแข่งขันทั้ง ๑๐ คน ได้แสดงวิธีการใช้สินค้า Function และ Feature ของสินค้า รวมถึงได้มีการยกย่องสินค้าแสดงต่อหน้ากล้อง ซึ่งผู้ชมสามารถทราบได้ว่าสินค้านี้คือ Samsung

ประเด็นคำถาม คือ รายการนี้ฝ่าฝืนกฎที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาหรือไม่ เพราะเหตุใด

ผู้เข้าร่วมอบรมกลุ่มที่ ๑ กลุ่มที่ ๒ และกลุ่มที่ ๓ มีความเห็นว่ารายการดังกล่าวมีเนื้อหาที่เป็น การฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยการโฆษณา เนื่องจาก เป็นรายการที่แสดงให้เห็นตราสินค้าอย่างชัดเจน พร้อมทั้งมีแสดงคุณสมบัติและฟังก์ชันของโทรศัพท์เคลื่อนที่และแท็บเล็ตอย่างชัดเจน

ความเห็นของ Ofcom ต่อรายการนี้ คือ รายการนี้มีโฆษณาแฝงในรายการ แต่เนื้อหาการนำเสนอดังกล่าวไม่ถือว่าเป็นการฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยการโฆษณา เนื่องจากเป็นรายการที่ให้ความบันเทิง และสินค้านี้เป็นผู้สนับสนุนรายการด้วย

## ๒. คลิปรายการข่าว

ในช่วงแรกเป็นการบันทึกภาพนักข่าวคนหนึ่งกำลังจ้อกจี้ และได้กล่าวถึงคุณสมบัติของนาฬิกาที่ตนเองสวมใส่อยู่ว่ามีคุณสมบัติอย่างไรบ้าง ฉากต่อมาเป็นการสนทนาภายในห้องส่ง ซึ่งมีผู้สื่อข่าว ๒ คน (ซึ่งหนึ่งในสองคนเป็นผู้สื่อข่าวที่จ้อกจี้ในช่วงแรก) สนทนาเกี่ยวกับนาฬิกาข้อมือ นวัตกรรมใหม่ๆ ที่ถูกบรรจุไว้ในนาฬิกา

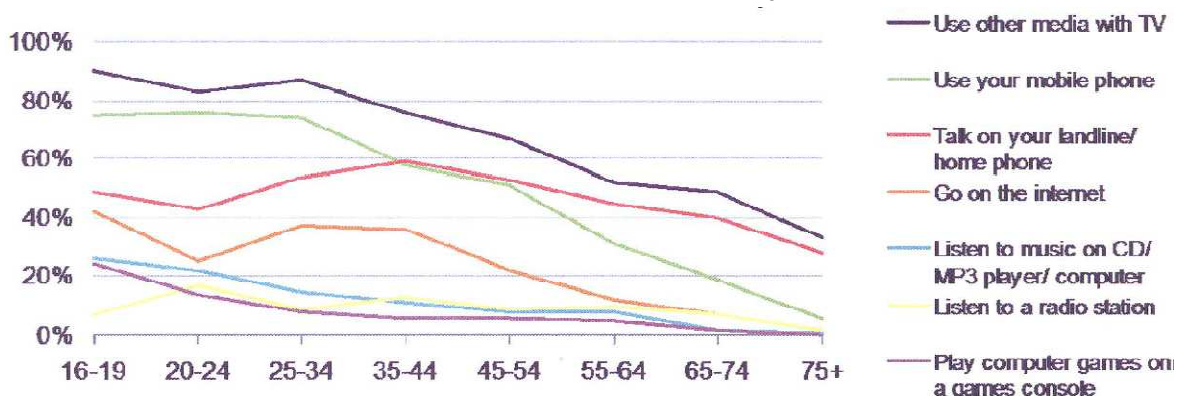
กลุ่มที่ ๑ กลุ่มที่ ๒ และกลุ่มที่ ๓ มีความเป็นตรงกันว่าเป็นรายการที่ฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยการโฆษณา เนื่องจากเป็นรายการข่าว ซึ่งเป็นรายการที่ไม่อนุญาตให้มีการโฆษณา และมีการกล่าวถึงคุณสมบัติของนาฬิกาอย่างเฉพาะเจาะจง รวมถึงกล่าวถึงราคาของนาฬิกาด้วย

Ofcom มีความเห็นต่อรายการนี้ว่าเป็นการฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยการโฆษณาเนื่องจากเป็นรายการข่าว อีกทั้งเนื้อหาที่นำเสนอเป็นเนื้อหาที่เข้าข่ายการขายสินค้าเหมือนรายการทีวีใดเลย

## แนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคสื่อในอนาคต (The Future)

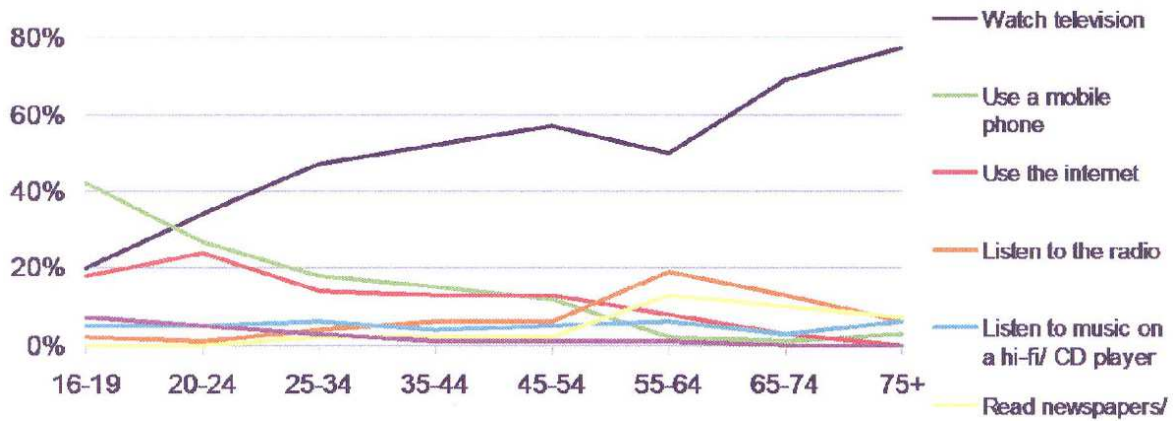
ก่อนเริ่มการบรรยายได้ชมคลิปวิดีโอที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการจัดทำหนังสือพิมพ์ในปี ค.ศ. ๑๙๘๑ เนื้อหาในคลิปวิดีโอเกี่ยวกับการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตโดยใช้โทรศัพท์กับเครื่องคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ เพื่อทำการอัปโหลดหนังสือพิมพ์เพื่อเผยแพร่ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ในยุคก่อนการชมรายการโทรทัศน์จะรับชมผ่านโทรทัศน์สีที่มีขนาดใหญ่ แต่ปัจจุบันสามารถรับชมผ่านโทรทัศน์จอแบน โทรศัพท์มือถือ หรือแท็บเล็ต และการรับข่าวสารในปัจจุบันผู้รับสารสามารถรับสารผ่านหลายช่องทาง ปัจจุบันเริ่มมีการควมรหวางสื่อหลากหลายชนิดมากขึ้น ซึ่งเป็นประเด็นคำถามว่าในอนาคตการกำกับดูแลสื่อจะต้องดำเนินการอย่างไรให้เหมาะสมกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป

กราฟที่ ๑ ความถี่ในการใช้สื่ออื่นๆ ขณะดูทีวีตามอายุ



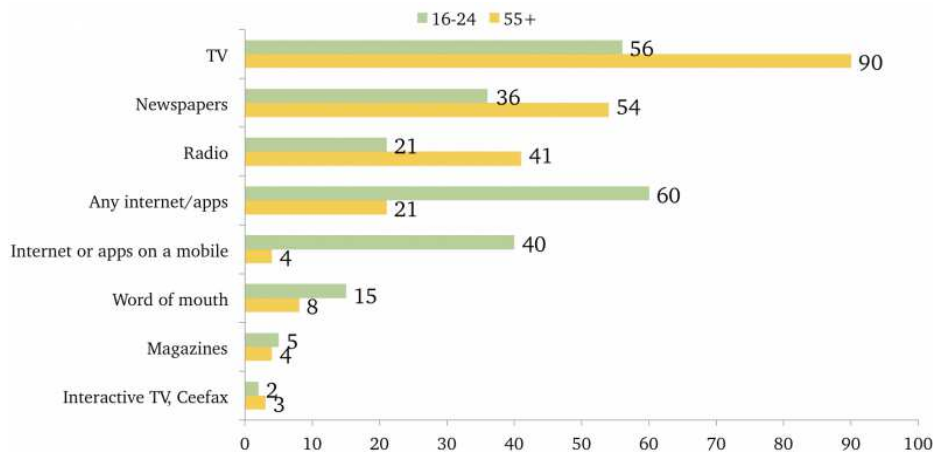
การเก็บรวบรวมสถิติเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่ออื่นๆ ในขณะที่รับชมรายการทางโทรทัศน์ แบ่งตามอายุ ผลสำรวจปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงวัยรุ่นมักใช้โทรศัพท์ระหว่างการรับชมรายการโทรทัศน์

กราฟที่ 2 พฤติกรรมในการดูโทรทัศน์ตามอายุ



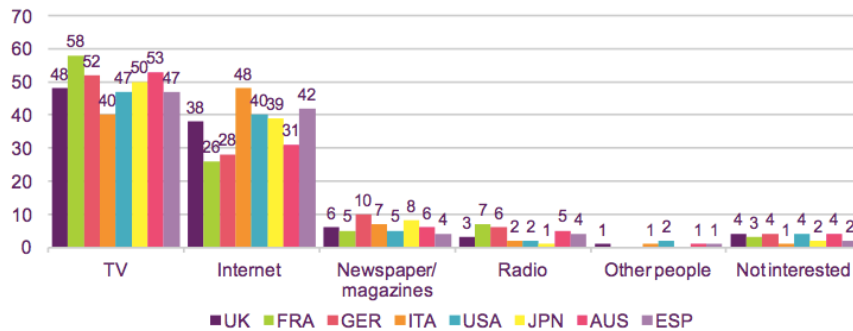
การสำรวจพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้สื่อ แบ่งตามช่วงอายุ ผลสำรวจปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ ๒๐ ปีขึ้นไป จนถึงกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้สูงอายุมีพฤติกรรมในการดูโทรทัศน์มากที่สุด ในขณะที่กลุ่มวัยรุ่นมักจะใช้สื่อผ่านทางโทรศัพท์มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมการโทรศัพท์ ฟังเพลง เล่นเกมส์ หรือแม้ฟังวิทยุ

กราฟที่ 3 พฤติกรรมในการรับสื่อต่างๆตามอายุ



สังคมในประเทศไทยยังให้ความสำคัญกับสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่อออนไลน์อื่นๆ แม้ทุกวันนี้จะมีการใช้ internet กันอย่างแพร่หลายแล้วก็ตาม ซึ่งข้อมูลดังกล่าวสามารถพิจารณาได้จากสำรวจกิจกรรมที่ผู้สูงอายุสนใจ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ผลปรากฏว่า กิจกรรมในการรับชมข่าวสารและรายการโทรทัศน์จะได้รับความนิยมมากที่สุด รองลงมาคือการรับข่าวสารหนังสือพิมพ์ อันดับสามคือการรับข่าวสารทางวิทยุ การรับข่าวสารผ่านทาง internet ได้รับความนิยมรองลงมา และการพูดคุยระหว่างบุคคลเป็นกิจกรรมในการรับข่าวสารที่น้อยที่สุด

กราฟที่ 4 ความเชื่อถือข่าวสารในสื่อต่างๆ



การสำรวจระดับความน่าเชื่อถือของสื่อต่างๆ ประชาชนในประเทศอังกฤษให้ความเชื่อถือข่าวสารที่ได้รับจากโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ Internet หนังสือพิมพ์ และวิทยุ ตามลำดับ

### แนวโน้มของการกำกับดูแล (The future of Regulation)

จากสถิติข้างต้นสรุปได้ว่าแม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีไปมากเพียงใด แต่ผู้รับสารมักจะมีพฤติกรรมในการรับชมโทรทัศน์มากที่สุด รวมถึงให้ความเชื่อถือสิ่งที่ได้รับชมรายการโทรทัศน์มากที่สุดไม่ว่าจะรับชมผ่านทางช่องทางอื่นๆ ก็ตาม ดังนั้น แนวโน้มในการกำกับดูแลในอนาคตยังคงต้องยึดถือหลักเดิม คือ

๑. การปกป้องและคุ้มครองเด็กและเยาวชน (Protection of children) จากเนื้อหาที่เป็นภัยอันตรายต่อการได้รับสื่อ
๒. ความโปร่งใส (Transparency) และความเป็นอิสระของสื่อ ที่อาจมีความสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจกับผู้ผลิตหรือเจ้าของสินค้า และการเมือง
๓. เรื่องของความเป็นส่วนตัว (Privacy) ซึ่งต้องหาจุดสมดุลระหว่าง ประโยชน์สาธารณะ (Public interest) เทคโนโลยียังคงเข้ามามีบทบาทและเรื่องของเนื้อหาบางเรื่องจะถูกจำกัดในการออกอากาศในช่วงเวลา (watershed)

## บทสรุป

รายงานฉบับนี้เป็นการสรุปสาระสำคัญและเนื้อหาความรู้ที่ได้รับจากการอบรมหลักสูตร Broadcasting Regulation ระหว่างวันที่ ๓๐ มิถุนายน ถึง ๔ กรกฎาคม ๒๕๕๗ ที่ Thomson Foundation ณ กรุงลอนดอน สหราชอาณาจักร โดย Thomson Foundation เป็นสถาบันการอบรมที่ให้ความรู้เกี่ยวกับสื่อ ซึ่งในการนำเสนอ และวิธีการสอนของเจ้าหน้าที่ของ Thomson Foundation มีประสิทธิภาพ และเข้าใจได้ง่าย กล่าวคือ มีการอธิบายอย่างชัดเจน มีการใช้วิดีโอ หรือภาพข่าวประกอบการเรียนการสอน บรรยากาศภายในห้องเรียนมีความเป็นกันเอง เปิดโอกาสให้ซักถามข้อมูลได้ตลอดเวลา อีกทั้ง ยังมีการยกตัวอย่างกรณีศึกษาในแต่ละหัวข้อเนื้อหา ให้แบ่งกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์กัน

ผู้เข้าร่วมอบรมได้ร่วมกันจัดทำรายงานขึ้นเพื่อสะท้อนถึงเนื้อหาสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ที่ได้รับจาก หลักสูตรดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นของการกำกับดูแลเนื้อหาในกิจการกระจายเสียงและกิจการ โทรทัศน์ของสหราชอาณาจักร ทางผู้เข้าอบรมได้สรุปประเด็นความรู้ที่ได้รับออกเป็น ๓ หัวข้อ ได้แก่

### ๑. ความรู้จากวิทยากร

ทางผู้เข้าอบรมได้มีโอกาสเข้ารับฟังการบรรยายจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งมีความเชี่ยวชาญในวงการ วิทยุและโทรทัศน์ของสหราชอาณาจักรหลายท่าน โดยเป็นการถ่ายทอดทั้งจากมุมมองของผู้กำกับดูแลสื่อ และผู้ที่เป็นสื่อสารมวลชนใน สหราชอาณาจักรเอง ซึ่งทางผู้เข้าร่วมอบรมได้รับความรู้ตั้งแต่ระดับพื้นฐาน คือ ภาพรวมกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในสหราชอาณาจักร ไปจนถึงความรู้ในประเด็นที่มีความซับซ้อนและละเอียดอ่อน ได้แก่ จริยธรรมและเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นในฐานะของ สื่อสารมวลชน การกำกับดูแลสื่อสารมวลชนในเรื่องเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น รูปแบบในการ กำกับดูแล (Statutory, Co-regulation, and Self-regulation) และ ขั้นตอนและมาตรการในการตัดสิน ลงโทษสื่อสารมวลชนในสหราชอาณาจักรที่ฝ่าฝืนกฎ

### ๒. ความรู้จากการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากการทำ Workshop

นอกเหนือไปจากความรู้ที่ได้รับจากวิทยากร ผู้เข้าร่วมอบรมยังได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นในเชิง แลกเปลี่ยนแนวคิดกันภายในกลุ่มเพื่อหาข้อสรุปจากกรณีศึกษาต่างๆ โดยแต่ละกรณีศึกษาล้วนเป็น เรื่องราวที่เกิดขึ้นจริงและถูกพิจารณาว่าเป็นกรณีปัญหาซึ่งมีการถ่ายทอดผ่านสื่อวิทยุและโทรทัศน์ของ สหราชอาณาจักร ซึ่งมีเนื้อหาครอบคลุมเกี่ยวกับประเด็นต่างๆ ได้แก่ มาตรฐานจริยธรรมของนักข่าว เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น (Freedom of expression) ความเป็นกลางและความเที่ยงตรง (Impartiality and Accuracy) ความเป็นธรรมและความเป็นส่วนตัว (Fairness and Privacy) ประเด็น เรื่องศาสนา (Religion) ประเด็นเรื่องความเกลียดชัง (Hatred) และประเด็นเกี่ยวกับเนื้อหาทางเพศและ โป้เปลือย (Nudity and Sexuality)

โดยในหลายๆกรณี ทางผู้เข้าร่วมอบรมให้ความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน และบางกรณีก็มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่ม นอกจากนี้ ในบางกรณีศึกษายังปรากฏว่า ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมอบรมขัดแย้งกับการตัดสินใจของหน่วยงานกำกับดูแลในสหราชอาณาจักร ซึ่งจากความคิดเห็นที่แตกต่างกันนี้ ทำให้ผู้เข้าร่วมอบรมได้มีโอกาสมองเห็นถึงมุมมองของผู้ที่อยู่ในส่วนงานความรับผิดชอบที่ต่างกันซึ่งแต่ละคนจะใช้ความรู้จากการทำงานมาต่อยอดในการคิดวิเคราะห์ในแต่ละกรณีศึกษา รวมไปถึงความแตกต่างในบริบททางวัฒนธรรมและแนวความคิดพื้นฐานก็ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการตัดสินใจต่อความถูกต้องของแต่ละกรณีศึกษาเช่นกัน

### ๓. ความรู้จากการศึกษาดูงาน

คณะผู้เข้าร่วมอบรม ได้มีโอกาสศึกษาดูงานที่ Advertising Standards Authority (ASA) และ Ofcom ซึ่งทั้ง 2 หน่วยงานเป็นองค์กรอิสระที่กำกับดูแลสื่อสารมวลชนในสหราชอาณาจักร โดย ASA จะเน้นไปที่การกำกับดูแลโฆษณาผ่านสื่อทุกประเภท และ Ofcom จะเป็นหน่วยงานกำกับดูแลกิจการวิทยุโทรทัศน์ กิจการโทรคมนาคม และกิจการไปรษณีย์ในสหราชอาณาจักร ซึ่งการได้ไปศึกษาดูงานในครั้งนี้ทำให้ผู้เข้าร่วมอบรมได้มีโอกาสรับรู้ถึงความรับผิดชอบขั้นพื้นฐานของแต่ละหน่วยงาน กฎข้อบังคับ มาตรการในการลงโทษสื่อที่กระทำความผิดฝ่าฝืนกฎข้อบังคับ รวมไปถึงได้มีโอกาสรับฟังกรณีศึกษาต่างๆที่เกิดขึ้นจริงซึ่งได้ถูกตัดสินลงโทษไปแล้วโดยหน่วยงานกำกับดูแลทั้งสองแห่ง

ทั้งนี้ ทางผู้เข้าร่วมได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ และมีข้อซักถามต่อประเด็นต่างๆ ทั้งที่เกิดขึ้นในสหราชอาณาจักร และประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นในประเทศไทย จึงทำให้เกิดการเทียบเคียงถึงมาตรฐานทางจริยธรรมของสื่อสารมวลชนของทั้งสองประเทศ และมาตรการในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของสื่อมวลชนกับจริยธรรมของสื่อและการไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ภายใต้การกำกับดูแลขององค์กรที่เกี่ยวข้อง

โดยสรุปแล้วผู้เข้าร่วมอบรมได้รับประโยชน์และความรู้ที่หลากหลายจากการเข้าร่วมโครงการอบรมในครั้งนี้ซึ่งล้วนแล้ว แต่มีความจำเป็นต่อการปฏิบัติหน้าที่ในการทำงาน รวมไปถึงการได้คิดวิเคราะห์แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในกรณีศึกษาต่างๆที่แปลกใหม่ออกไปจากที่มีในประเทศไทยจนสามารถนำมาต่อยอดในการพัฒนาศักยภาพการทำงานของตนเอง สามารถปรับทัศนคติ และวิธีคิดได้มากกว่าเดิม จนสามารถพัฒนาตนเองในการประยุกต์และพัฒนาความรู้ในการกำกับดูแลสื่อในประเทศไทยเพื่อให้ทัดเทียมเคียงมาตรฐานสากล เหนือสิ่งอื่นใดคือ การเดินทางครั้งนี้ยังทำให้เกิดความสามัคคีภายในภารกิจกระจายเสียงและโทรทัศน์ได้เป็นอย่างดี อันจะเป็นผลดีแก่สำนักงาน กสทช. ต่อไป