



กสทช.

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ



โครงการจัดทำและพัฒนาแนวทางปฏิบัติและจริยธรรมพื้นฐาน
สำหรับสื่อมวลชนในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ประจำปี 2559

เสนอต่อ

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.)

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

2560

โครงการจัดทำและพัฒนาแนวทางปฏิบัติและจริยธรรมพื้นฐาน
สำหรับสื่อมวลชนในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ประจำปี 2559

เสนอต่อ

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.)

ดำเนินการโดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิษฐา หรุ่นเกษม

อาจารย์ ดร.ปรียา สมพีช

อาจารย์สิริมณฑท์ พึ่งสังวาลย์

อาจารย์นิศรรัตน์ วิไลลักษณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

2560

บทสรุปผู้บริหาร

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) โดยสำนักส่งเสริมการแข่งขันและกำกับดูแลกันเอง (สส.) ร่วมกับ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร สาขาวิชานิติศาสตร์ จัดกิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อระดมความคิดเห็นในการทบทวนและปรับปรุง (ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมขั้นพื้นฐานสำหรับสื่อมวลชนในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ฉบับปรับปรุง ปี พ.ศ. 2559 เพื่อให้องค์กรวิชาชีพ ผู้ประกอบการ สื่อมวลชน ด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ได้มีแนวทางปฏิบัติ (Guideline) กรอบจริยธรรม (Code of Ethic) ในการประกอบวิชาชีพที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวนและประเมินผลจริยธรรมวิชาชีพขั้นพื้นฐาน (Code of Ethics) และแนวทางปฏิบัติ (Guideline) ตามโครงการจัดทำและพัฒนาแนวทางปฏิบัติและจริยธรรมพื้นฐานสำหรับสื่อมวลชนในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ประจำปี 2559 นี้เริ่มต้นจากการจัดกิจกรรมเมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2559 ณ โรงแรม มิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชัน กรุงเทพฯ ซึ่งทำให้ได้ (ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมพื้นฐานฯ ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559 (ร่างแรก) หรือ “ข้อควรทำ และข้อไม่ควรทำ”

สำหรับการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ (ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559 (ร่างแรก) นั้น ได้จัดขึ้นเป็นจำนวน 6 ครั้ง ใน 6 ภาค ดังนี้

วันจันทร์ที่ 20 กุมภาพันธ์ 2560 จังหวัดนครปฐม

วันอังคารที่ 7 มีนาคม 2560 จังหวัดอุบลราชธานี

วันอังคารที่ 28 มีนาคม 2560 จังหวัดชลบุรี

วันจันทร์ที่ 3 เมษายน 2560 จังหวัดนครศรีธรรมราช

วันศุกร์ที่ 21 เมษายน 2560 จังหวัดกรุงเทพมหานคร

วันศุกร์ที่ 24 เมษายน 2560 จังหวัดเชียงราย

ทั้งนี้ การจัดกิจกรรมการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อทบทวนและปรับปรุงข้อมูลจากการรับฟังความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญในวิชาชีพสื่อมวลชนและผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องต่อ (ร่าง) แนวทางปฏิบัติ (Guideline) และจริยธรรมวิชาชีพขั้นพื้นฐาน (Code of Ethic) ได้จัดขึ้นในวันจันทร์ที่ 8 พฤษภาคม 2560 ณ โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชัน กรุงเทพฯ

การจัดกิจกรรมครั้งที่ 1 ได้แก่ การจัดกิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวนและปรับปรุงแนวปฏิบัติและจริยธรรมพื้นฐานสำหรับสื่อมวลชน (ร่างแรก) เมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2560 ณ โรงแรมไมด้า ทวารวดี แกรนด์ จังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย การบรรยาย เรื่อง "จริยธรรม

สื่อในยุคปรับ/เปลี่ยน/หลอม/รวม" โดย อาจารย์ ดร.มานะ ตีรียาภรณ์ คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เรื่อง "ข้อควรทำและข้อไม่ควรทำสำหรับจริยธรรมในการโน้มน้ำหนัก" โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาติรี ใต้ฟ้าพูล รองคณบดีคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ เรื่อง "คำที่ควรระมัดระวังและใส่ใจเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศในการทำรายการข่าว โฆษณาละคร เกมโชว์" โดย อาจารย์ ดร.ชเนตตี ทินนาม ศูนย์จิตตปัญญาศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล ตลอดจนการร่วมระดมความคิดเห็นในกลุ่มย่อย เพื่อทบทวนและปรับปรุง "คู่มือจริยธรรมและการกำกับดูแลตนเอง ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์" พ.ศ. 2559 ฉบับปรับปรุง (ร่างแรก)

การจัดกิจกรรมครั้งที่ 2 ได้แก่ การจัดกิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวนและปรับปรุงแนวปฏิบัติและจริยธรรมพื้นฐานสำหรับสื่อมวลชน (ร่างแรก) วันอังคารที่ 7 มีนาคม 2560 ณ โรงแรมสุโขทัย แกรนด์ โฮเทลแอนด์ คอนเวนชัน เซ็นเตอร์ จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย การบรรยาย เรื่อง "จริยธรรมสื่อในยุคปรับ/เปลี่ยน/หลอม/รวม" โดย อาจารย์บรรยงค์ สุวรรณผ่อง กรรมการควบคุมจริยธรรมสมาคมนักข่าวฯ และ เรื่อง "ข้อควรทำและข้อไม่ควรทำในรายการเกมโชว์และการโฆษณาแฝง" โดย อาจารย์ ดร.ปรัชญา เปี่ยมการุณ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ตลอดจนการร่วมระดมความคิดเห็นในกลุ่มย่อย เพื่อทบทวนและปรับปรุง "คู่มือจริยธรรมและการกำกับดูแลตนเอง ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์" พ.ศ. 2559 ฉบับปรับปรุง (ร่างแรก)

การจัดกิจกรรมครั้งที่ 3 ได้แก่ การจัดกิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวนและปรับปรุงแนวปฏิบัติและจริยธรรมพื้นฐานสำหรับสื่อมวลชน (ร่างแรก) วันอังคารที่ 28 มีนาคม 2560 ณ เดอะไฮด์ รีสอร์ท บางแสน จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย การบรรยาย เรื่อง "จริยธรรมสื่อในยุคปรับ/เปลี่ยน/หลอม/รวม" โดย อาจารย์บรรยงค์ สุวรรณผ่อง กรรมการควบคุมจริยธรรมสมาคมนักข่าวฯ และ เรื่อง "ข้อควรทำและข้อไม่ควรทำในรายการเกมโชว์และการโฆษณาแฝง" โดย อาจารย์ ดร.ปรัชญา เปี่ยมการุณ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ตลอดจนการร่วมระดมความคิดเห็นในกลุ่มย่อย เพื่อทบทวนและปรับปรุง "คู่มือจริยธรรมและการกำกับดูแลตนเอง ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์" พ.ศ. 2559 ฉบับปรับปรุง (ร่างแรก)

การจัดกิจกรรมครั้งที่ 4 ได้แก่ การจัดกิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวนและปรับปรุงแนวปฏิบัติและจริยธรรมพื้นฐานสำหรับสื่อมวลชน (ร่างแรก) วันจันทร์ที่ 3 เมษายน 2560 ณ ห้องอินทนนท์ โรงแรมเดอะพีคบูติก โฮเทล จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วย การบรรยาย เรื่อง "จริยธรรมสื่อในยุคปรับ/เปลี่ยน/หลอม/รวม" โดย อาจารย์บรรยงค์ สุวรรณผ่อง กรรมการควบคุมจริยธรรมสมาคมนักข่าวฯ เรื่อง "ข้อควรทำและข้อไม่ควรทำสำหรับจริยธรรมในการโน้มน้ำหนัก" โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาติรี ใต้ฟ้าพูล รองคณบดี คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ เรื่อง "รู้เท่าทันรายการเกมโชว์และวาไรตี้" โดย อาจารย์สิรภพ แก้วมาก นักแสดง พิธีกร โปรดิวเซอร์ และผู้ผลิตรายการทางโทรทัศน์ ตลอดจนการร่วมระดมความคิดเห็นในกลุ่มย่อย เพื่อทบทวนและปรับปรุง

“คู่มือจริยธรรมและการกำกับดูแลตนเอง ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์” พ.ศ. 2559 ฉบับปรับปรุง (ร่างแรก)

การจัดกิจกรรมครั้งที่ 5 ได้แก่ การจัดกิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวนและปรับปรุงแนวปฏิบัติและจริยธรรมพื้นฐานสำหรับสื่อมวลชน (ร่างแรก) วันศุกร์ที่ 21 เมษายน 2560 ณ โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพฯ ประกอบด้วย การบรรยาย เรื่อง "คำที่ควรระมัดระวังในสื่อยุคหลอมรวม: ข่าว โฆษณา ละคร เกมโชว์" โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไลวรรณ จงวิไลเกษม คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และ เรื่อง "คำที่ควรระมัดระวังและใส่ใจเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศในการทำรายการข่าว โฆษณา ละคร เกมโชว์" โดย อาจารย์ ดร.ชเนตตี ทินนาม ศูนย์จิตตปัญญาศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล ตลอดจนการร่วมระดมความคิดเห็นกลุ่มย่อย เพื่อทบทวนและปรับปรุง “คู่มือจริยธรรมและการกำกับดูแลตนเอง ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์” พ.ศ. 2559 ฉบับปรับปรุง (ร่างแรก)

การจัดกิจกรรมครั้งที่ 6 ได้แก่ การจัดกิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวนและปรับปรุงแนวปฏิบัติและจริยธรรมพื้นฐานสำหรับสื่อมวลชน (ร่างแรก) วันจันทร์ที่ 24 เมษายน 2560 ณ โรงแรมเวียงอินทร์ จังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย การบรรยาย เรื่อง "จริยธรรมสื่อในยุคปรับ/เปลี่ยน/หลอม/รวม" โดย อาจารย์ ดร.มานะ ตรีริยาภิวัฒน์ คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และ เรื่อง "ข้อควรทำและข้อไม่ควรทำในรายการเกมโชว์และการโฆษณาแฝง" โดย อาจารย์ ดร.ปรัชญา เปี่ยมการุณมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ตลอดจนการร่วมระดมความคิดเห็นกลุ่มย่อย เพื่อทบทวนและปรับปรุง “คู่มือจริยธรรมและการกำกับดูแลตนเอง ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์” พ.ศ. 2559 ฉบับปรับปรุง (ร่างแรก)

ข้อมูลที่ได้จากวิทยากรและการทบทวน รับฟังความคิดเห็นต่อ (ร่าง) แนวทางปฏิบัติ (Guideline) และจริยธรรมวิชาชีพขั้นพื้นฐาน (Code of Ethic) คณะผู้ดำเนินโครงการฯ ได้ปรับปรุง “ร่างแรก” เป็น “คู่มือจริยธรรมและการกำกับดูแลตนเองในยุคหลอมรวมสื่อ” (ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมพื้นฐานสำหรับสื่อมวลชน ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ประจำปี 2559 (ฉบับปรับปรุง) ทั้งนี้ เพื่อนำ (ร่าง) แนวทางปฏิบัติ (Guideline) และจริยธรรมวิชาชีพขั้นพื้นฐาน (Code of Ethic) (ฉบับปรับปรุง) ไปจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญในวิชาชีพสื่อสารมวลชนและผู้ทรงคุณวุฒิต่อไป

ประเด็นสำคัญเพื่อการทบทวนและปรับปรุง “ร่างแรก” ได้แก่ การให้ความสำคัญกับกลุ่มเด็ก ผู้เยาว์ และเยาวชน โดยระบุข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับกลุ่มเด็ก ผู้เยาว์ และเยาวชนในเนื้อหา รวมถึงกลุ่มเปราะบางอื่น ๆ การให้ความสำคัญกับการใช้ถ้อยคำในรายการ โดยเฉพาะ “คำ” ที่ควรระมัดระวังเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศ การใช้ถ้อยคำที่บอกรหัสหรือแสดงนัยถึงชาติพันธุ์ ศาสนา สีมืด ความพิการ แรงงานต่างด้าว แรงงานข้ามชาติ กลุ่มคนจากสามจังหวัดชายแดนใต้ โดยเฉพาะการใช้คำใน

รายการข่าวและในโฆษณา การให้ความสำคัญกับเรื่องการโฆษณาแฝง โดยเฉพาะการโฆษณาแฝงแบบ Advertorial advertising หรือ Editorial advertising รวมถึงการโฆษณาแฝงในลักษณะของการให้สินค้าและบริการผูกโยงเข้ากับเรื่องราวของเนื้อหาหลักของรายการแต่ละประเภท และการให้ความสำคัญกับประเด็นการหลอมรวมในสื่อ โดยจะให้ความสำคัญกับประเด็นการหลอมรวมในสื่อมากกว่าการระบุแนวทางเฉพาะกับสื่อกระจายเสียงและสื่อโทรทัศน์เท่านั้น

กรณีเนื้อหาในข้อควรทำและข้อไม่ควรทำของรายการแต่ละประเภท พบว่า กลุ่มย่อยมีทั้งการขอให้เพิ่มเติมรายละเอียด เช่น ควรให้ความสำคัญกับกลุ่มเด็กและเยาวชนด้วย ดังนั้น ควรมีการระบุข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับกลุ่มเด็กและเยาวชนไปในเนื้อหา หรือกรณีศึกษา ที่ประชุมได้เสนอให้เขียนโดยแยกออกเป็นส่วนเพื่อต่อการเข้าใจ เช่น รายละเอียดของกรณีศึกษา ที่มาที่ไป เช่น เกิดเหตุการณ์อะไร เกิดอะไรขึ้นบ้าง เนื้อหา สารของกรณีศึกษา พร้อมภาพประกอบ เนื้อเรื่องย่อระยะเวลาหรือช่วงเวลาที่มีการออกอากาศ การวินิจฉัยกรณีศึกษา ว่ามีความผิดอย่างไร ผิดทางกฎหมาย หรือ ผิดทางจริยธรรม คุณธรรม โดยอาจมีการใช้สัญลักษณ์แยกในด้านความผิดกฎหมาย หรือผิดจริยธรรม สรุปมาตรการ การลงโทษ หรือข้อแนะนำ แนวทางในการปฏิบัติที่เหมาะสม และในปัจจุบันมีการแก้ไขหรือดำเนินการอย่างไรแล้วบ้าง

นอกจากนั้นแล้ว กรณีรายการเกมโชว์และเรียลลิตี้ ที่ประชุมยังได้เสนอแนะเพิ่มเติมต่อ กสทช. อีกด้วยว่า กสทช. ควรมีเจ้าหน้าที่ในการตรวจคัดกรองเนื้อหา ภาพ การแต่งกาย และอื่น ๆ ในรายการประเภทเกมโชว์และเรียลลิตี้โชว์ทุกรายการก่อนออกอากาศอย่างถี่ถ้วน เพราะเป็นรายการที่มีสัดส่วนการออกอากาศค่อนข้างมากในโทรทัศน์ รวมถึงควรจำกัดช่วงเวลาและความยาวรายการ เพราะในปัจจุบันรายการเกมโชว์และเรียลลิตี้โชว์ มีช่วงเวลาในการออกอากาศที่ค่อนข้างมีอิสระตามแต่ละสถานี

จากนั้น คณะผู้ดำเนินโครงการฯ ได้จัดกิจกรรมการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อรับฟังความคิดเห็นกับผู้เชี่ยวชาญในวิชาชีพสื่อสารมวลชนและผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องต่อ (ร่าง) แนวทางปฏิบัติ (Guideline) และจริยธรรมวิชาชีพขั้นพื้นฐาน (Code of Ethic) ฉบับปรับปรุง (ร่างสาม) วันจันทร์ที่ 8 พฤษภาคม 2560 ณ โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพฯ

สำหรับการจัดกิจกรรมการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อทบทวนและปรับปรุงข้อมูลจากการรับฟังความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญในวิชาชีพสื่อสารมวลชนและผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องต่อ (ร่าง) แนวทางปฏิบัติ (Guideline) และจริยธรรมวิชาชีพขั้นพื้นฐาน (Code of Ethic) (ร่างสาม) มีประเด็นสำคัญที่คณะผู้ดำเนินโครงการฯ จะต้องทบทวนและปรับปรุง ได้แก่

การให้ข้อมูลว่า กลุ่มเป้าหมายคือใคร ทั้งนี้ ให้ระบุในส่วนนำของ “ร่าง” แนวทางปฏิบัติฯ ด้วยว่า “ร่าง” นี้จะเหมาะสมกับใครบ้าง และการเอาไปใช้นั้นจะเอาไปใช้ได้อย่างไร นอกจากนั้นแล้ว ควรเพิ่มส่วนหนึ่งในเนื้อหาสำหรับภาคประชาชนว่า หากอ่าน “ร่าง” แนวทางปฏิบัติฯ นี้แล้ว หากมี

ข้อแสดงความคิดเห็นหรือต้องร้องเรียนในประเด็นต่าง ๆ ที่ได้พบจากโฆษณา รายการละคร รายการข่าว และรายการเกมโชว์และเรียลลิตี้ จะดำเนินการอย่างไรได้บ้าง

การใช้คำที่มีน้ำหนักต่างกัน ที่ประชุมได้แสดงความคิดเห็นต่อคำที่มีน้ำหนักต่างกันในข้อควรทำและข้อไม่ควรทำ ได้แก่ คำว่า “ห้าม” และคำว่า “ควร”ว่าจะใช้อย่างไร ทั้งนี้ ได้ข้อสรุปจากที่ประชุมว่า กรณีสำหรับการใช้คำว่า “ห้าม” หรือ “ต้อง” ปฏิบัตินั้น จะต้องเป็นการกระทำที่ส่งผลกระทบต่อชีวิต ศักดิ์ศรี อย่างไรก็ตาม ที่ประชุมได้พิจารณาว่า การใช้คำนี้อาจจะก่อให้เกิดความรู้สึกต่อต้านได้ จึงพึงระวังในการใช้ และเสนอให้การเขียนในส่วนของข้อควรทำเป็นเรื่องเชิงบวก

การให้คำนิยามสำหรับคำที่ใช้ใน (ร่าง) แนวทางปฏิบัติ ที่ประชุมได้เสนอให้ปรับปรุง (ร่าง) ด้วยการเพิ่มในส่วนของคำนิยาม/นิยามศัพท์ เพื่อให้ผู้อ่านเกิดภาพที่ชัดเจนเกี่ยวกับคำที่ใช้ให้มากขึ้น

การเพิ่มเนื้อหาในแนวปฏิบัติด้านโฆษณา ที่ประชุมได้เสนอให้เพิ่มข้อไม่ควรทำในโฆษณาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายเด็กและเยาวชน เช่น ไม่ควรใช้ความไร้เดียงสาของเด็กและเยาวชนในอันที่จะทำให้เกิดความต้องการ เพื่อปกป้องคุ้มครองเด็กจากการถูกล่อลวง

การเพิ่มเนื้อหาในแนวปฏิบัติด้านรายการละคร ที่ประชุมได้เสนอให้ปรับปรุง (ร่าง) ด้วยการเพิ่มในส่วนของเนื้อหา ด้วยการเพิ่มคำแนะนำในตอนจบสำหรับรายการละคร ให้มีคำแนะนำหรือข้อคิดเพื่อแสดงให้เห็นถึงผลของการกระทำที่ดีและไม่ดีในทุก ๆ ตอน โดยไม่จำเป็นต้องรอให้ละครเรื่องนั้นมาถึงตอนอวสาน เช่น ละครตอนนี้สอนให้รู้ว่า...

การเพิ่มเนื้อหาในแนวปฏิบัติด้านรายการข่าว ที่ประชุมได้เสนอให้ปรับปรุง (ร่าง) ด้วยการเพิ่มในส่วนของเนื้อหา ด้วยการเพิ่มคำแนะนำให้ปฏิบัติตามแนวปฏิบัติด้านวิชาชีพสำหรับรายการข่าว

ที่ประชุมได้เสนอให้เพิ่มข้อควรทำด้วยการเสนอแนะให้ศึกษาและปฏิบัติตามแนวปฏิบัติด้านวิชาชีพของสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทยและสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย นอกเหนือจากนั้นแล้วมีประเด็นอื่น ๆ ที่ที่ประชุมเสนอแนะ อาทิ ควรให้แนวทางในการรายงานข่าวให้ระมัดระวังต่อการนำเสนอข่าวที่อาจมีความเสี่ยงต่อการเกิดพฤติกรรมเลียนแบบ ไม่นำเสนอไปในแง่ที่ว่าทำให้เกิดการเลียนแบบได้

การเพิ่มเนื้อหาในแนวปฏิบัติด้านรายการเกมโชว์และเรียลลิตี้ ที่ประชุมได้เสนอต่อ กสทช. ว่าควรมีกลไกในการส่งเสริมให้เกิดเนื้อหา หรือ Content ที่ดีในรายการเกมโชว์และเรียลลิตี้ เนื่องจากในปัจจุบันจะมีปัญหาเรื่อง “ความไร้สาระของเกมโชว์” เกิดขึ้นมาก พร้อมทั้งมีประเด็นการเหยียดกันในรายการอีกด้วย

การเพิ่มช่องทางในการเผยแพร่ (ร่าง) แนวทางปฏิบัติ เมื่อปรับปรุง (ร่าง) แนวทางปฏิบัติเสร็จเรียบร้อยแล้ว ที่ประชุมได้เสนอให้เผยแพร่แนวปฏิบัติฯ นี้ในช่องทางการสื่อสารออนไลน์ด้วย เพื่อให้ข้อมูลได้กระจายไปในวงกว้างและประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ หรือให้ช่องทางการสื่อสารนี้เป็นแหล่งรวมของการเฝ้าระวังและร้องเรียน

เมื่อปรับปรุง (ร่าง) แนวทางปฏิบัติฯ เสร็จเรียบร้อยแล้ว สำหรับการทบทวนและปรับปรุง ข้อมูล (ร่าง) แนวทางปฏิบัติ (Guideline) และจรรยาบรรณวิชาชีพขั้นพื้นฐาน (Code of Ethic) (ร่างสี่) มีประเด็นสำคัญที่คณะผู้ดำเนินโครงการฯ จะต้องทบทวนและปรับปรุงจากข้อเสนอแนะและความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากกลุ่มวิชาชีพและกลุ่มวิชาการ ได้แก่ การปรับปรุงเนื้อหาในส่วนของหลักจรรยาบรรณวิชาชีพขั้นพื้นฐาน แนวปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพกระจายเสียงและโทรทัศน์ ข้อควรทำ/ไม่ควรทำ ในโฆษณา ข้อควรทำ/ไม่ควรทำในรายการละครโทรทัศน์ ข้อควรทำ/ไม่ควรทำในรายการข่าว และ ข้อควรทำ/ไม่ควรทำในรายการเกมโชว์และเรียลลิตีโชว์ เช่น เรื่องของความไม่ชัดเจนในการ อธิบายความ ข้อไม่ควรทำในบางข้อมีความจำกัดมากเกินไป หรือควรใช้คำให้ตรงกัน จะช่วยให้ผู้ใช้คู่มือ ไม่เกิดความสับสน หรืออาจนิยามไว้ให้ชัดเจนก็ได้ว่าจะใช้คำใดที่หมายถึงสื่อเดียวกัน เป็นต้น

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	1
สารบัญ	7
หลักการและเหตุผล	8
วัตถุประสงค์การศึกษา	9
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	9
แนวทางการดำเนินงาน	10
สรุปผลการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ (ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ร่างแรก)	
จังหวัดนครปฐม	12
จังหวัดอุบลราชธานี	19
จังหวัดชลบุรี	30
จังหวัดนครศรีธรรมราช	38
จังหวัดกรุงเทพมหานคร	47
จังหวัดเชียงราย	58
สรุปผลการประชุมกลุ่มย่อยการจัดกิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ (ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559) (ร่างสอง)	65
สรุปผลการรับฟังความคิดเห็นโดยผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาชีพและวิชาการ เพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ (ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559) (ร่างสี่)	70
บทวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล	77
การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	90
คู่มือจริยธรรมวิชาชีพขั้นพื้นฐานและแนวปฏิบัติ สำหรับผู้ประกอบวิชาชีพกระจายเสียงและโทรทัศน์ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)	125
ภาคผนวก: ภาพกิจกรรม	152
ภาคผนวก: ผลการประเมินความพึงพอใจของแต่ละกิจกรรม	160
ภาคผนวก: ทำเนียบเครือข่ายผู้เข้าร่วมกิจกรรม	173
บรรณานุกรม	226

โครงการจัดทำและพัฒนาแนวทางปฏิบัติและจริยธรรมพื้นฐาน สำหรับสื่อมวลชนในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ประจำปี 2559

หลักการและเหตุผล

พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 มาตรา 27 (18) ประกอบกับ พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 39 กำหนดให้ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) มีอำนาจหน้าที่ในการส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้รับใบอนุญาต ผู้ผลิตรายการ และผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เป็นองค์กรในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อทำหน้าที่จัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบอาชีพและวิชาชีพและการควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพกันเองภายใต้มาตรฐานทางจริยธรรม โดยที่การจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมต้องคำนึงถึงการคุ้มครองการได้รับข้อมูลข่าวสารสาธารณะของประชาชนและการคุ้มครองผู้บริโภคจากการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ รวมทั้งการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของผู้ประกอบอาชีพและวิชาชีพขององค์กร

ในปี พ.ศ. 2556 สำนักงาน กสทช. โดยสำนักส่งเสริมการแข่งขันและกำกับดูแลกันเอง (สส.) ได้จัดทำคู่มือจริยธรรมและการกำกับดูแลกันเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (Ethical Guideline and Self-Regulation for Broadcasting) ประกอบด้วยสาระสำคัญ คือ หลักจริยธรรมในวิชาชีพกระจายเสียงและโทรทัศน์ หลักจริยธรรมและแนวปฏิบัติตนขององค์กร จริยธรรมขั้นพื้นฐาน และแนวทางปฏิบัติของผู้ประกอบวิชาชีพกระจายเสียงและโทรทัศน์ ซึ่งคู่มือดังกล่าวสามารถใช้เป็นแนวทางในการทำงานของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบวิชาชีพ องค์กรวิชาชีพ รวมทั้งนิสิตนักศึกษา ด้านนิเทศศาสตร์ หรือสาขาอื่น ๆ ที่จะก้าวเข้าสู่วิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ได้ศึกษาค้นคว้าเพื่อเตรียมความพร้อมในการก้าวสู่การทำหน้าที่สื่อมวลชนอย่างมีคุณภาพตามมาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพสื่อ และเป็นคู่มือเพื่อการส่งเสริมการรู้เท่าทันและตรวจสอบกระบวนการทำงานสื่อของภาคประชาชน

อย่างไรก็ตาม ในยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารมีความก้าวหน้าและเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ภูมิศาสตร์สื่อเกิดการเปลี่ยนแปลง มีการหลอมรวมสื่อ ประกอบกับการเกิดขึ้นของดิจิทัลทีวีตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2556 ทำให้เกิดการแข่งขันในกิจการโทรทัศน์อย่างรุนแรงมากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการสื่อมวลชนด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ในฐานะผู้นำพาข่าวสารสู่พื้นที่สาธารณะจึง

พยายามที่จะทำหน้าที่ด้วยความรวดเร็วฉับไวเพื่อช่วงชิงการเป็นผู้นำในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ทว่าความพยายามช่วงชิงผู้รับสารด้วยความรวดเร็วดังกล่าว ส่งผลต่อความเคลือบแคลงในการแสดงบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของสื่อมวลชนที่เน้นการแข่งขันเชิงธุรกิจโดยละเลยจริยธรรมในวิชาชีพ

ดังนั้น การปรับปรุงคู่มือจริยธรรมและการกำกับดูแลกันเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (Ethical Guideline and Self-Regulation for Broadcasting) สำหรับสื่อมวลชน เพื่อให้เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทยและสอดคล้องกับภูมิศาสตร์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังเป็นมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบอาชีพ ทั้งที่คุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของสื่อมวลชน และคำนึงถึงการคุ้มครองการได้รับข้อมูลข่าวสารสาธารณะของประชาชน โดยเน้นกระบวนการระดมความคิดเห็นแบบมีส่วนร่วมจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้องที่ดำเนินการโดย สำนักงาน กสทช. ในฐานะองค์กรที่มีภารกิจส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ ผู้ประกอบวิชาชีพ มีกลไกในการกำกับดูแลกันเองภายใต้จริยธรรมวิชาชีพ โดยความร่วมมือกับสาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร จึงเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่ง

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อจัดทำแนวทางปฏิบัติและจริยธรรมขั้นพื้นฐานสำหรับสื่อมวลชนในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ฉบับปรับปรุง ปี พ.ศ. 2559 ให้องค์กรวิชาชีพ ผู้ประกอบการ สื่อมวลชนด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ มีแนวทางปฏิบัติ (Guideline) กรอบจริยธรรม (Code of Ethic) ในการประกอบวิชาชีพที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน
2. เพื่อส่งเสริมกลไกในการกำกับดูแลกันเองขององค์กรวิชาชีพ ผู้ประกอบการ สื่อมวลชนด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์
3. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการรู้เท่าทันสื่อและการตรวจสอบสื่อภาคประชาชน
4. เพื่อให้สำนักงาน กสทช. มีส่วนในการสร้างและผลักดันกลไกการกำกับดูแลกันเอง ขององค์กรวิชาชีพด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. สำนักงาน กสทช. มีส่วนในการสร้างและผลักดันกลไกการกำกับดูแลกันเองขององค์กรวิชาชีพ ผู้ประกอบการ สื่อมวลชนด้านวิทยุโทรทัศน์ ในด้านเนื้อหา โดยมีแนวทางปฏิบัติ (Guideline) กรอบจริยธรรม (Code of Ethic) ในการประกอบวิชาชีพที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ตลอดจนสร้างกลไก

การตรวจสอบสื่อในลักษณะของภาคประชาสังคม/ภาคประชาชนผ่านการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อและการตรวจสอบสื่อ

2. ผู้ประกอบวิชาชีพ ผู้ประกอบการ เจ้าของกิจการ ผู้ได้รับใบอนุญาตในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ครอบคลุมถึงจริยธรรมจรรยาบรรณสื่อ

3. สำนักงาน กสทช. และ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ได้มีเครือข่ายความสัมพันธ์กับองค์กรวิชาชีพและองค์กรวิชาการ สถาบันอุดมศึกษาในแต่ละภูมิภาค อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์ความรู้ การประกอบวิชาชีพ และการสร้างกลไกการตรวจสอบสื่อต่อไป

แนวทางการดำเนินงาน

1. จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวนและประเมินผลจริยธรรมวิชาชีพขั้นพื้นฐาน (Code of Ethic) และแนวทางปฏิบัติ (Guideline) ซึ่งจัดทำขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2556 และดำเนินการจัดทำ (ร่าง) แนวทางปฏิบัติ (Guideline) และจริยธรรมวิชาชีพขั้นพื้นฐาน (Code of Ethic) (ฉบับปรับปรุงร่างแรก) ก่อนนำไปรับฟังความคิดเห็น

2. จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อสังเคราะห์ข้อมูลจากรายงานการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะแบบมีส่วนร่วม จำนวน 6 ครั้ง เพื่อจัดทำ (ร่าง) ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559 ในกรุงเทพฯ ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และภาคใต้ รวม 6 ครั้ง (อาจมีการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ตามความเหมาะสม)

3. สังเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อดำเนินการจัดทำ (ร่าง) แนวทางปฏิบัติ (Guideline) และจริยธรรมวิชาชีพขั้นพื้นฐาน (Code of Ethic) (ฉบับปรับปรุงร่างสอง) และจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อรับฟังความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญในวิชาชีพสื่อมวลชนและผู้ทรงวุฒิที่เกี่ยวข้องต่อ (ร่าง) แนวทางปฏิบัติ (Guideline) และจริยธรรมวิชาชีพขั้นพื้นฐาน (Code of Ethic) ฉบับปรับปรุง (ฉบับปรับปรุงร่างสอง)

4. จัดทำแนวทางปฏิบัติ (Guideline) และจริยธรรมวิชาชีพขั้นพื้นฐาน (Code of Ethic) ฉบับปรับปรุง ปี พ.ศ. 2559 เป็นรูปเล่ม

สรุปผลการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ
(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน
(ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)
จังหวัดนครปฐม

สรุปผลการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็น

ต่อ (ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)

วันจันทร์ที่ 20 กุมภาพันธ์ 2560 จังหวัดนครปฐม

การระดมความคิดเห็นเพื่อทบทวนและปรับปรุง “(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559) (ร่างแรก)” ทำให้ได้ผลการประชุมกลุ่มย่อย ดังข้อสรุปต่อไปนี้

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในรายการโฆษณา

ข้อควรทำ (Dos) ในโฆษณา

ข้อที่ 1 บริการธุรกิจได้ไม่เกิน 12 นาทีครึ่งต่อชั่วโมง ทั้งวันเฉลี่ยไม่เกิน 10 นาทีต่อชั่วโมง ทางฟรีทีวี/ดิจิทัลทีวี และไม่เกิน 6 นาทีต่อชั่วโมง ทั้งวันเฉลี่ยไม่เกิน 5 นาทีต่อชั่วโมง ทางวิทยุ (ธุรกิจ) และโทรทัศน์ดาวเทียม/เคเบิลทีวี

ข้อเสนอแนะ

ปรับข้อความให้อ่านเข้าใจง่ายและชัดเจน โดยระบุเวลารวม หรือแยกเป็นข้อย่อย ๆ เพื่อให้อ่านง่าย

ข้อควรทำ (Dos) ในโฆษณา

ข้อที่ 3. โฆษณาเฉพาะสินค้าที่ผ่านการอนุญาตตามกฎหมาย เฉพาะ “กรณียา (เฉพาะยาสามัญประจำบ้าน ยาที่มีขายอันตราย หรือยาควบคุมพิเศษ ทั้งที่เป็นยาแผนโบราณและยาแผนปัจจุบัน) กฎหมายอนุญาตให้โฆษณาได้ แต่ต้องขออนุญาตโฆษณา”

ข้อเสนอแนะ

ให้ปรับข้อความโดยระบุข้อความให้ชัดเจนว่า “ยา” แบบไหนที่สามารถโฆษณาได้

ข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในโฆษณา

ข้อที่ 2 การโฆษณาที่เกี่ยวกับสินค้าอาหารและยา จะต้องไม่ใช่ข้อความโฆษณาอันจะทำให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ อวดอ้างหรือโอ้อวดสรรพคุณคุณประโยชน์คุณภาพ ที่เป็นเท็จ และเกินความจริง เพื่อประโยชน์ในทางการค้า โดยไม่มีหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ตลอดจนไม่บอกสรรพคุณหรือผลข้างเคียง จนทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิด ตัวอย่างเช่น กรณีโฆษณาอาหารต้องไม่ทำให้เข้าใจผิดว่าเป็นยา หรือการใช้ข้อความโฆษณาโอ้อวดว่ารักษาได้หายขาดหรือปลอดภัยไม่มีผลข้างเคียง

ข้อเสนอแนะ

ปรับข้อความให้อ่านเข้าใจง่าย และให้มีตัวอย่างที่ชัดเจน

ข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในโฆษณา

ข้อที่ 5 ไม่ใช่เรื่องเชื้อชาติ ชาติพันธุ์ ศาสนา ความพิการ มาเป็นจุดขายแทนสินค้า ในลักษณะดูถูกเหยียดหยาม ละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ หรือตอกย้ำความเป็นชนชั้นและชาติพันธุ์

ข้อเสนอแนะ

ปรับข้อความให้มีคำว่า “เพศสภาพ” ด้วย

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในละคร

1. ตัวละครควรใช้ภาษาให้ถูกต้องตามกาลเทศะ
2. ไม่ส่งเสริมค่านิยมที่ผิดๆ เช่น พระเอก นางเอก ต้องมีบ้านหรู ขับรถหรู กินอาหารราคาแพง แม่บ้านหรือคนรับใช้ต้องเป็นแรงงานต่างด้าว หรือคนอีสาน
3. บทผู้ร้ายเมื่อมีการกระทำผิดกฎหมายหรือจริยธรรมในละคร ควรมีบทลงโทษในละครตอนนั้น ให้ผู้ชมสามารถเห็นผลลัพธ์หรือโทษของผู้กระทำผิดที่ชัดเจนและทันที
4. ผู้ผลิตละครไม่ควรเห็นแก่ผลประโยชน์หรือรายได้มากจนลืมนึกถึงผลเสียและผลกระทบที่เกิดต่อสังคมโดยรวม

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในรายการข่าว

ข้อควรทำ (Dos) ข้อ 4.

เดิม นำเสนอข้อเท็จจริงมากกว่าความคิดเห็น การรายงานข่าวจากผู้สื่อข่าวและผู้ประกาศข่าว ควรรายงานตามข้อมูลที่มีอยู่เท่านั้น หากมีความคิดเห็น ควรเป็นความคิดเห็นจากแหล่งข่าว ปฐมภูมิหรือคนรอบข้างที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่เป็นข่าว และควรนำเสนอให้ผู้รับข่าวสารทราบอย่างชัดเจนว่าสิ่งที่นำเสนอเป็นข้อเท็จจริงหรือความคิดเห็น รวมถึงการใช้น้ำเสียงเหมาะสมกับข่าวที่นำเสนอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข่าวที่เกี่ยวข้องกับความรุนแรงทางเพศ ครอบครัว และข่าวที่อ่อนไหวต่อความรู้สึกของคนในสังคม

ความคิดเห็น ควรให้ความสำคัญกับกลุ่มเด็กและเยาวชนด้วย ดังนั้น ควรเพิ่มคนกลุ่มนี้เข้าไปในเนื้อหาข้อนี้ ดังนี้ “.....ความรุนแรงทางเพศ ครอบครัว เด็กและเยาวชนและข่าวที่อ่อนไหวต่อความรู้สึกของคนในสังคม”

ข้อควรทำ (Dos) ข้อ 14.

เดิม ให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้ด้อยโอกาส โดยเป็นช่องทางนำเสนอข่าวกับผู้ด้อยโอกาส เช่น ผู้ยากไร้ ผู้พิการ ผู้ไร้สัญชาติ เป็นต้น ได้มีพื้นที่ทางสังคม ได้รับการสนับสนุนหรือความช่วยเหลือจากหน่วยงานต่าง ๆ

ความคิดเห็น

- คำว่า “ผู้ไร้สัญชาติ กับ กลุ่มชาติพันธุ์” มีความหมายเหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร หากต่างกัน น่าจะเพิ่มคำว่า กลุ่มชาติพันธุ์ลงในเนื้อหาส่วนนี้

- ประโยค “ให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้ด้อยโอกาส” น่าจะเปลี่ยนตามหน้าที่ของสื่อมวลชน ที่ควรเป็นสื่อกลางให้กลุ่มคนต่าง ๆ ดังนั้นอาจเปลี่ยนเป็น “เป็นสื่อกลางระหว่างกับกลุ่มผู้ด้อยโอกาสกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยเป็นช่องทางนำเสนอข่าวให้กับกลุ่มคนเหล่านี้ เช่นหน่วยงานต่าง ๆ”

ข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ข้อ 5.

เดิม ไม่รายงานข้อมูลที่ยังไม่ทราบแหล่งที่มาอย่างชัดเจน หากไม่ทราบว่าข้อมูลมาจากแหล่งข่าวใดสื่อมวลชนยังไม่ควรเร่งนำเสนอ เนื่องจากไม่มีความน่าเชื่อถือ และอาจไม่สามารถตรวจสอบข้อเท็จจริงได้

ความคิดเห็น หากอธิบายหรือยกตัวอย่างเพิ่มเติม จะเข้าใจได้ง่ายขึ้น ดังนี้ “ไม่รายงานข้อมูล..... และอาจไม่สามารถตรวจสอบข้อเท็จจริงได้เช่น คลิปวิดีโอ คลิปเสียง ภาพ ข้อมูลต่าง ๆ ที่ส่งต่อ ๆ กันผ่านสื่อออนไลน์”

ข้อไม่ควรทำ (Don'ts) เพิ่มเติม ข้อ 16.

ไม่ควรตัดต่อภาพและเสียงเหตุการณ์ที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกัน แล้วนำมาเผยแพร่ให้เกิดความเข้าใจผิดว่าเป็นเหตุการณ์เดียวกันหรือเรื่องเดียวกัน (เช่น ตัดต่อภาพและเสียงสัมภาษณ์ของแหล่งข่าวคนละประเด็นกัน ด้วยวิธีการตัดสลับไปมา ในลักษณะที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดว่าเป็นการโต้ตอบในประเด็นเดียวกัน)

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในรายการเกมโชว์/เรียลลิตีโชว์

จากการสรุปข้อมูลด้านจริยธรรมสื่อมวลชน ประเภทรายการเกมโชว์/เรียลลิตีโชว์ ได้ข้อสรุป ดังนี้

1. รายการเกมโชว์ไม่ควรนำเสนอภาพหวาดเสียว ควรทำให้เป็นภาพขาวดำ
2. ในรายการหากผู้เข้าร่วมรายการเป็นเด็กและเยาวชนควรดูด้านภาพลักษณ์ของเยาวชนในการร่วมรายการให้มีความเหมาะสม และคำพูดที่พูดกับเยาวชนให้มีความเหมาะสม

3. การแต่งกายของผู้ร่วมรายการให้มีความเหมาะสม
4. รายการต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมในการนำเสนอ
5. รายการต้องสร้างค่านิยมที่ดีให้กับเด็กและเยาวชนไม่ควรส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนเห็นว่าไม่ต้องทำงานก็มีรายได้ มาประกวดร้องเพลงอย่างเดียวก็ได้เงินรางวัลมากมาย เพราะปัจจุบันมีรายการเกมโชว์ประเภทร้องเพลงออกมามากมายคล้ายกันหลายช่อง
6. การตัดต่อคำพูดสัมภาษณ์ของผู้ร่วมรายการ ควรมีการรับรองของผู้ถูกสัมภาษณ์ก่อน ออกอากาศเพื่อความถูกต้อง
7. ไม่ควรส่งเสริมให้เกิดความงมงาย หรือใช้ความเชื่อของคนเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยที่ไม่มีข้อเท็จจริงอยู่ เช่น ใช้คำพูดว่า “ไม่เชื่ออย่าลบหลู่” เป็นต้น
8. คู่มือข้อกฎหมายให้สามารถครอบคลุมการดูแลด้านรายการเกมโชว์/เรียลลิตี้โชว์ ที่ผิดจริยธรรม

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) กรณีศึกษา

1. ปรับการจัดรูปแบบในทุกกรณีศึกษา โดยแยกออกเป็นส่วนเพื่อง่ายต่อการเข้าใจดังนี้
 - 1.1 รายละเอียดของกรณีศึกษา ที่มาที่ไป เช่น เกิดเหตุการณ์อะไร เกิดอะไรขึ้นบ้าง
 - 1.2 เนื้อหา สาระของกรณีศึกษา พร้อมภาพประกอบ เนื้อเรื่องย่อระยะเวลาหรือช่วงเวลาที่มีการออกอากาศ
 - 1.3 การวินิจฉัยกรณีศึกษา ว่ามีความผิดอย่างไร ผิดทางกฎหมาย หรือ ผิดทางจริยธรรม คุณธรรม โดยอาจมีการใช้สัญลักษณ์แยกในด้านความผิดกฎหมาย หรือผิดจริยธรรม
 - 1.4 สรุปมาตรการ การลงโทษ หรือข้อแนะนำ แนวทางในการปฏิบัติที่เหมาะสม และในปัจจุบันมีการแก้ไขหรือดำเนินการอย่างไรแล้วบ้าง
2. กรณีศึกษาด้านโฆษณา
 - 2.1 เพิ่มรายละเอียดเนื้อหาโฆษณา ข้อความที่ผิด อยากระบุให้ชัดเจนมากขึ้น โดยอาจใช้การจัดย่อหน้าใหม่หรือใช้ตัวหนา เพื่อแยกส่วนให้เห็นภาพที่ชัดเจนขึ้น และในบางกรณีศึกษาที่สามารถระบุ ผลิตภัณฑ์ เจ้าของผลิตภัณฑ์ได้ก็ให้ระบุ
 - 2.2 กรณีศึกษา 1. กรณีศึกษาเนื้อหาโฆษณาที่ผิดกฎหมาย การระบุเพิ่มเติมว่ากรณีศึกษาที่มีการออกอากาศคลื่นใด รายการอะไร เนื้อหาข้อความมีรายละเอียดอย่างไรบ้างโดยเขียนแยกออกมาชัดเจน การวินิจฉัยความผิด ว่าผิดมาตราใด มีความผิดอย่างไรบ้าง และปัจจุบันได้มีการดำเนินการไปแล้วอย่างไรบ้าง

2.3 กรณีศึกษา 2. กรณีศึกษาโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย เพิ่มข้อสรุปการวินิจฉัยว่ามีความผิดอย่างไร ในกรณีศึกษามีการระบุไว้ว่าเสียค่าปรับแล้ว ควรระบุเพิ่มเติมว่าเสียค่าปรับเท่าไร และเพิ่มเติมขยายความในด้านของความผิดให้มองเห็นภาพที่ชัดเจนเพิ่มขึ้น

2.4 กรณีศึกษา 3. เพิ่มรายละเอียดในระยะเวลาการโฆษณา เพิ่มรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ในกรณีศึกษาคืออะไร รายละเอียดของเนื้อหาข้อความโฆษณาที่ผิดคืออะไรเป็นผลิตภัณฑ์ของใคร กรณีศึกษาโฆษณาผลิตภัณฑ์อาหารโดยไม่ได้รับอนุญาต ปัจจุบันยังมีการโฆษณาอยู่หรือไม่ มาตรการในการจัดการเป็นอย่างไรบ้าง เพิ่มเติมรายละเอียดของผลิตภัณฑ์/สรรพคุณ จะได้วินิจฉัยดูว่าเป็นอย่างไร

2.5 กรณีศึกษา 4. กรณีศึกษาโฆษณาผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ช่วงระยะเวลาในการออกอากาศ ปัจจุบันยังมีการออกอากาศอยู่หรือไม่ อยากให้เพิ่มในส่วนของแผ่นพับ หรือภาพที่ใช้ในการโฆษณาของผลิตภัณฑ์ด้วย

2.6 เพิ่มเติมกรณีศึกษาการลงโทษ จากการโฆษณาเกินจริง โดยยกตัวอย่างให้เห็นชัดเจนว่า บทลงโทษของสื่อที่ฝ่าฝืนได้รับคืออะไร เจ้าของผลิตภัณฑ์ได้รับคืออะไร

3. กรณีศึกษาด้านรายการละครโทรทัศน์

3.1 กรณีศึกษาของละคร ควรเพิ่มเรื่องย่อ ยกตัวอย่าง ข้อความ ประโยคในการโต้ตอบที่ปรากฏในละครและภาพประกอบเพื่อที่จะช่วยให้เข้าใจได้ชัดเจนมากขึ้น

3.2 อธิบายถึงตัวละครที่เป็นตัวสะท้อนให้เกิดปัญหาเพิ่มเติม

3.3 กรณีศึกษา เรื่อง รายการละครเรื่องสงครามไฮสกูล อยากให้มีการเพิ่มเติมรายละเอียดการกระทำผิดตามมาตรา 37 แห่ง พ.ร.บ. การประกอบกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ว่ามีรายละเอียดอะไร หรือ เพิ่มแหล่งค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม

3.4 กรณีศึกษา เรื่อง รายการละครเรื่องสงครามแย่งผู้ To be Continued ตอน ลงเอย อยากให้มีรายละเอียดเพิ่มชัดเจนขึ้นอยากให้ผู้ที่ไม่เคยชมก็สามารถเข้าใจเนื้อหาได้

3.5 กรณีศึกษา เรื่อง รายการละครเรื่องคนละขอบฟ้า ที่กล่าวว่าเป็นบทพูดในลักษณะการตู่ถูกเหยียดหยามทางเพศ มีความรู้สึกว่าเป็นเพียงคำด่า คำหยาบ อยากให้ใช้เป็นกรณีศึกษาที่รุนแรงที่สะท้อนให้เห็นถึงการเหยียดหยามทางเพศที่ชัดเจนมากขึ้น

3.6 เพิ่มกรณีศึกษาที่สื่อเป็นผู้สนับสนุนให้ละครที่มีปัญหาถึงเป็นที่สนใจของประชาชน เช่น เรื่อง มงกุฎดอกส้ม ที่มีกระแส เรยา ในการแย่งสามี สื่อมีส่วนช่วยในการสร้างกระแสมองในแง่จริยธรรมสื่อ

3.7 เพิ่มกรณีศึกษา เกี่ยวกับละครที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ละครที่มีเนื้อหาเชิงประวัติศาสตร์ อยากให้มีการเพิ่มข้อความหรือสิ่งที่ควรทำให้ชัดเจน เช่น ละครเรื่องนี้มีการแต่งเติมเนื้อหาบางส่วนเพื่อความบันเทิง และได้รอรธสในการรับชม เป็นต้น

3.8 อยากให้มีการเพิ่มเติมกรณีศึกษาที่แตกต่างกันออกไป และจัดแยกออกเป็นหมวดหมู่

4. กรณีศึกษาด้านรายการข่าว

กรณีศึกษาศิลปิน ปอ – ทฤษฎี สหวงค์ เพิ่มโดยการเน้นข้อความหรือคำพูด ข้อความที่ปรากฏในเนื้อหาข่าวให้ชัดเจนมากขึ้น เพิ่มเติมการวินิจฉัยข่าวที่ยกมาเป็นกรณีศึกษา

5. กรณีศึกษาด้านรายการเกมโชว์และเรียลลิตี้โชว์

ยกตัวอย่างกรณีศึกษาและนำเสนอให้เห็นชัดเจน โดยแบ่งเป็นหมวดหมู่ดังนี้

- 5.1 การทารุณสัตว์ การเล่นที่รุนแรงเกินจริง
- 5.2 การใช้วาจาของพิธีกรที่ไม่เหมาะสม
- 5.3 การแสดงกิริยาที่ไม่เหมาะสม
- 5.4 การกำกับดูแลเรื่องการแต่งกาย

สรุปผลการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ
(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน
(ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)
จังหวัดอุบลราชธานี

สรุปผลการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็น
ต่อ (ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)
วันอังคารที่ 7 มีนาคม 2560 จังหวัดอุบลราชธานี

การระดมความคิดเห็นเพื่อทบทวนและปรับปรุง “(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559) (ร่างแรก)” ทำให้ได้ผลการประชุมกลุ่มย่อย ดังข้อสรุปต่อไปนี้

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในรายการโฆษณา

ข้อควรทำ (Dos) ในโฆษณาข้อที่ 1

บริการธุรกิจได้ไม่เกิน 12 นาทีต่อชั่วโมง ทั้งวันเฉลี่ยไม่เกิน 10 นาทีต่อชั่วโมง ทางฟรีทีวี/ ดิจิทัลทีวี และไม่เกิน 6 นาทีต่อชั่วโมง ทั้งวันเฉลี่ยไม่เกิน 5 นาทีต่อชั่วโมง ทางวิทยุ (ธุรกิจ) และ โทรทัศน์ดาวเทียม/เคเบิลทีวี

ข้อเสนอแนะ

ปรับข้อความให้อ่านเข้าใจง่าย

หากเป็นไปได้ให้เสนอ กสทช. ขอขยายระยะเวลาการโฆษณาให้มากขึ้น

ข้อควรทำ (Dos) ในโฆษณาข้อที่ 2

ผู้ให้บริการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์และผู้ประกอบการโฆษณาต้องตระหนักถึงเรื่องจริยธรรมจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจโฆษณา โดยนำหลักการนี้มาใช้กำกับและดูแลตัวเอง โดยเฉพาะกับโฆษณาที่มีลักษณะพิเศษ หรือมีระเบียบหรือกฎหมายจากหน่วยงานภาครัฐเข้ามาควบคุมเป็นพิเศษ

ข้อเสนอแนะ

ปรับข้อความเพิ่มตามที่ขีดเส้นใต้

“ผู้ให้บริการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์และผู้ประกอบการโฆษณาต้องมีความตระหนักและต้องมีจิตสำนึกถึงเรื่องจริยธรรมจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจโฆษณา โดยนำหลักการนี้มาใช้กำกับและดูแลตัวเอง โดยเฉพาะกับโฆษณาที่มีลักษณะพิเศษ หรือมีระเบียบหรือกฎหมายจากหน่วยงานภาครัฐเข้ามาควบคุมเป็นพิเศษ”

ข้อควรทำ (Dos) ในโฆษณาข้อที่ 5

กรณีสินค้าที่จะต้องขออนุญาตโฆษณา ให้ตรวจสอบเงื่อนไขการโฆษณาก่อนโฆษณา และต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในใบอนุญาตโฆษณาทุกประการ ทั้งเรื่องภาพ สคริปต์หรือสตอรี่บอร์ด

ข้อเสนอแนะ

ปรับข้อความ “เรื่องภาพ สคริปต์หรือสตอรี่บอร์ด” ให้เป็นคำศัพท์ภาษาไทยที่สามารถเข้าใจได้ง่าย และมีวงเล็บคำศัพท์ภาษาอังกฤษเข้ามา ทั้งนี้ ขอให้เพิ่มเติมตัวอย่างของสคริปต์และสตอรี่บอร์ดด้วย เนื่องจาก ผู้ประกอบการสื่อวิทยุอาจนึกภาพของสตอรี่บอร์ดไม่ออก

ควรเข้มงวดในการตรวจสอบข้อมูลโดย สสจ. ประจำจังหวัด

ข้อควรทำ (Dos) ในโฆษณาข้อที่ 7

มีการระบุค่าเตือนหรือข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสินค้า หรือผลข้างเคียงจากการใช้สินค้า ที่สามารถเห็นได้ชัดในโฆษณา

ข้อเสนอแนะ

ปรับข้อความเพิ่มตามที่ขีดเส้นใต้

“มีการระบุค่าเตือนหรือข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสินค้า หรือผลข้างเคียงจากการใช้สินค้า ที่ผู้บริโภคสามารถได้ยินและ/หรือเห็นได้ชัดเจนในโฆษณา”

ข้อควรทำ (Dos) ในโฆษณาข้อที่ 10

กรณีการโฆษณาเครื่องสำอาง ต้องคำนึงถึงเงื่อนไขในการใช้คำของแต่ละกลุ่มเครื่องสำอางก่อนการโฆษณา โดยเฉพาะข้อความที่ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ ประกอบด้วย กลุ่มเครื่องสำอางบำรุงผิวที่มีสารไวท์เทนนิ่ง กลุ่มเครื่องสำอางลดริ้วรอย กลุ่มเครื่องสำอางสำหรับผิว กลุ่มเครื่องสำอางกระชับผิว กลุ่มเครื่องสำอางขัดผิว กลุ่มเครื่องสำอางป้องกันแสงแดด/ผสมสารป้องกันแสงกันแดด กลุ่มเครื่องสำอางทำความสะอาดผสมสารแอนตี้แบคทีเรีย กลุ่มเครื่องสำอางขจัดรังแค กลุ่มเครื่องสำอางบำรุงเส้นผมและหนังศีรษะ กลุ่มเครื่องสำอางยืด/ตัด/ย้อม/สีผม กลุ่มเครื่องสำอางลดเหงื่อและกลิ่นกาย กลุ่มเครื่องสำอางน้ำหอม กลุ่มเครื่องสำอางสำหรับเล็บ กลุ่มเครื่องสำอางสำหรับช่องปาก กลุ่มเครื่องสำอางฟอกสีฟัน ตัวอย่างเช่น ไม่ใช่ คำว่า “ช่วยต่อต้านอนุมูลอิสระ” “ยับยั้งกระบวนการสร้างสีผิวที่ผิดปกติ” “พร้อมเผยผิวใหม่ที่ขาวใสได้ทันที”

ข้อเสนอแนะ

ปรับข้อความเป็น

“ควรระมัดระวังในการใช้ข้อความที่ทำให้เข้าใจผิดในสาระสำคัญ”

ข้อควรทำ (Dos) ในโฆษณาข้อที่ 12

นำเสนอโฆษณาโดยคำนึงถึงการใช้บุคลากรทางแพทย์และสาธารณสุข นักวิชาการ หรือนักเรียนนักศึกษาเป็นผู้แสดงแบบในโฆษณา ให้ใช้ผู้แสดงแบบที่เหมาะสมทั้งในด้านวัยวุฒิและภาพลักษณ์ในการโฆษณาสินค้าแต่ละประเภท

ข้อเสนอแนะ

ปรับข้อความเป็น

“การนำเสนอข้อความโฆษณาแต่ละประเภทควรคำนึงถึงบุคลากรที่มาเป็นผู้โฆษณาให้เหมาะสมกับสินค้านั้นๆ”

ข้อเสนอแนะอื่นๆสำหรับข้อควรทำ (Dos) ในโฆษณา

ข้อ 10 และ ข้อ 12 สามารถปรับความแล้วย้ายข้ามพากเป็นเรื่องของข้อไม่ควรทำได้ เนื่องจาก มีลักษณะของการซ้ำความ

ข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในโฆษณาข้อที่ 4

ไม่โฆษณาโดยมีเจตนาให้เกิดความเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ ปริมาณ หรือสาระสำคัญประการอื่นอันเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือข้อความที่รู้หรือควรรู้อยู่แล้วว่าอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด ตัวอย่างเช่น โฆษณาอาหารต้องไม่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในแหล่งผลิตอาหาร กรณีที่ผลิตในประเทศไทยแต่ใช้สโลโก้ต่างประเทศ ต้องใช้คำว่า “แบบ...” หรือ “ตำรับ...” ในข้อความโฆษณา

ข้อเสนอแนะ

ปรับข้อความเป็นคำศัพท์ภาษาไทย เช่น

“ตัวอย่างเช่น โฆษณาอาหารต้องไม่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในแหล่งผลิตอาหาร กรณีที่ผลิตในประเทศไทยแต่ลอกเลียนรูปแบบจากต่างประเทศ ต้องใช้คำว่า “แบบ...” หรือ “ตำรับ...” ในข้อความโฆษณา”

ข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในโฆษณาข้อที่ 8

ไม่ใช่ภาพที่ไม่สอดคล้องกับสินค้า ภาพสินค้าอื่นที่ไม่ใช่สินค้าจริงในการโฆษณาที่ทำให้เกิดความเข้าใจผิดต่อผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะ

ปรับข้อความโดยตัดคำว่า “ให้” ที่พิมพ์เกินมาออก

“ไม่ใช่ภาพที่ไม่สอดคล้องกับสินค้า ภาพสินค้าอื่นที่ไม่ใช่สินค้าจริงในการโฆษณาที่ทำให้เกิดความเข้าใจผิดต่อผู้บริโภค”

ข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในโฆษณาข้อที่ 10

ไม่โฆษณาโดยใช้ข้อความที่ล่อแหลม สัปดน สองแง่สองง่ามที่มีความหมายหยาบคาย หยาบโลน หรือเป็นภาพหรือข้อความที่สื่อไปในทางไม่สร้างสรรค์ ไร้รสนิยม ยั่วยุกามารมณ์

ข้อเสนอแนะ

ปรับข้อความโดยตัดคำว่า “หรือ” ออก และเรียบเรียงความเชื่อมโยงให้สละสลวย

“ไม่โฆษณาโดยใช้ข้อความที่ล่อแหลม สัปดน สองแง่สองง่ามที่มีความหมายหยาบคาย หยาบโลน เป็นภาพข้อความที่สื่อไปในทางไม่สร้างสรรค์ ไร้รสนิยม ยั่วยุกามารมณ์”

ข้อเสนอแนะอื่นๆสำหรับข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในโฆษณา

ข้อ 10 ในข้อควรทำ และ ข้อ 14 ในข้อไม่ควรทำสามารถปรับความแล้วย้ายมารวมเป็นเรื่องของข้อไม่ควรทำได้

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในละคร

1. Dos & Don'ts เป็นส่วนของรายการละครโทรทัศน์ที่นำเสนอไว้ในร่างก่อนข้างครอบคลุม อยู่ในเกณฑ์ดี อ่านแล้วเข้าใจง่าย
2. ผู้ผลิตรายการละครโทรทัศน์ต้องมีความรับผิดชอบในการผลิตรายการละครทั้งต่อเนื้อหา ภาพ ข้อความ ในรายการละครโทรทัศน์ และมีความรับผิดชอบต่อสังคม
3. ผู้ผลิตรายการละครโทรทัศน์จะต้องตระหนักถึงภาพลักษณ์ในการทำหน้าที่ของสื่อมวลชน โดยไม่นำเสนอในลักษณะการซ้ำเติมหรือ
4. ควรนำเสนอละครที่สะท้อนชีวิตจริงของสังคมไทยทุกชนชั้น ไม่ว่าจะรวย ปานกลาง ยากจน รวมทั้งต้องนำเสนอให้ครอบคลุมทุก ๆ อาชีพของคนไทย เพื่อให้ผู้ชมรับทราบถึงความจริง
5. ควรส่งเสริมให้มีเนื้อหาที่แสดงถึงความรัก ความผูกพัน และความสามัคคีของครอบครัว เพื่อเป็นรากฐานในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ให้สังคม
6. ควรมีการควบคุมสื่อให้ปฏิบัติตามข้อควรทำ และข้อไม่ควรทำ หรือจริยธรรมวิชาชีพ หากสื่อใดไม่ปฏิบัติและก่อให้เกิดปัญหาหรือสิ่งไม่สมควรผ่านรายการละครโทรทัศน์ อาจจะมีบทลงโทษจากหน่วยงานต้นสังกัดหรือสภาวิชาชีพฯ นั้น ๆ อย่างชัดเจน
7. ควรมีการตรวจสอบเนื้อหา ภาพและข้อความ อย่างละเอียดและเข้มงวด ก่อนที่จะเผยแพร่รายการละครโทรทัศน์
8. ครอบครัวควรมีส่วนรับผิดชอบในการชมรายการละครโทรทัศน์ โดยการร่วมละครพร้อมกับเด็กและเยาวชน และให้คำแนะนำเพิ่มเติม

9. ไม่ควรนำเสนอเนื้อหาที่เป็นการตอกย้ำค่านิยมเดิม ๆ การทำร้าย เด็ก ผู้หญิงและคนชรา เช่น การฉุดนางเอกไปกระทำมิชมิร้าย เพราะอาจทำให้เกิดการเข้าใจผิดได้
10. ในรายการละครไม่ควรมีการเสนอภาพซ้ำเติมบทบาทของสื่อ ภาพลักษณ์ของสื่อ หรือการทำหน้าที่ของสื่อที่ไม่ถูกต้องทั้งด้านจริยธรรมและกฎหมาย เช่น มีฉากที่นางร้ายไปว่าจ้างสื่อเพื่อจะลงข่าวแบล็คเมลนางเอก การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลในละคร ซึ่งจะส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ต่อสื่อ
11. ไม่ควรนำเสนอภาพ หรือวิธีการฆ่าตัวตายรูปแบบต่าง ๆ ที่ชัดเจน ซึ่งจะทำให้เด็กและเยาวชนเกิดการเลียนแบบ

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในรายการข่าว

ข้อควรทำ (Dos)

ในกรณีข้อควรทำ ผู้เข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการไม่ได้ตั้งข้อสังเกตในข้อหนึ่งใดโดยเฉพาะ แต่ได้แสดงความคิดเห็นในภาพรวมและข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. “คู่มือจริยธรรมและการกำกับดูแลกันเองของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในยุคหลอมรวมสื่อ” เป็นสิ่งที่ควรมี ทั้งนี้ เพื่อบทลงโทษทางกฎหมายและบทลงโทษทางจริยธรรม เป็นการตีกรอบการทำงานของสื่อมวลชน แต่ในทางปฏิบัติจริงอาจไม่สามารถทำได้ เนื่องจากทุกวันนี้มีสื่อมวลชนหลาย ๆ ช่องก็ยังคงปฏิบัติงานเช่นเดิม โดยไม่คำนึงถึงจริยธรรมในวิชาชีพ
2. ภาพในข่าว หากเป็นการนำเสนอภาพเหตุการณ์ในอดีต สื่อมวลชนไม่ควรมองข้ามการขึ้นข้อความ “แฟ้มภาพ” เพื่อหลีกเลี่ยงความเข้าใจผิดของประชาชน
3. คำในข่าว ควรตรวจสอบการใช้คำให้ถูกต้องเหมาะสม เช่น ประเทศไทยไม่มี “ฤดูแล้ง” หากข่าวนั้นเกิดขึ้นในประเทศไทย ผู้ประกาศข่าวควรใช้คำว่า “หน้าแล้ง”
4. การแต่งกายของผู้ประกาศข่าว ควรแต่งกายตามความเหมาะสมของเนื้อหาหรือประเภทรายการ เช่น รายการวิเคราะห์ข่าว แต่งกายสุภาพ น่าเชื่อถือ รายการข่าวบันเทิง แต่งกายมีสีสันได้ ทั้งนี้ หากต้องแต่งกายตามผู้สนับสนุนรายการ ก็ควรเลือกประเภทชุดตามความเหมาะสมของเนื้อหาหรือประเภทรายการเช่นกัน

** เพิ่มเติมจากวิทยากรประจำกลุ่ม กรณีการแต่งกาย อาจไม่ได้เป็นเพียงประเด็นความเหมาะสมของเนื้อหาหรือประเภทรายการ แต่หมายถึงความเด่นของการแต่งกาย แต่งหน้า ทำผม ของผู้ประกาศข่าว ที่อาจดึงความสนใจจากผู้ชมไปที่ตัวผู้ประกาศมากกว่าเนื้อหาข่าวที่รายการนำเสนอ

ข้อไม่ควรทำ (Don'ts)

ข้อ 10.

เดิม	ไม่นำเสนอข่าวที่ทำให้ประชาชนเกิดความตระหนกตกใจเกินจริง เช่น การนำเสนอข่าวภัยพิบัติ ซึ่งต้องระมัดระวังนำเสนอตามข้อเท็จจริง และอาจให้ความรู้กับประชาชน (เช่น สัมภาษณ์ นักวิชาการผู้เกี่ยวข้อง) ไม่เช่นนั้นอาจเกิดความตระหนกตกใจในวงกว้างได้
ความคิดเห็น	ในวงเล็บ (เช่น สัมภาษณ์นักวิชาการผู้เกี่ยวข้อง) อาจไม่จำเป็นต้องใส่เครื่องหมายวงเล็บก็ได้ และโดยปกติแล้ว หากมีคำว่า เช่น ควรลงท้ายด้วยคำว่า “เป็นต้น” เสมอ

ข้อ 14.

เดิม	ไม่ควรโฆษณาแฝงในรายการข่าวหรือการนำเสนอรายการข่าวในเชิงธุรกิจเพื่อการขายสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เช่น การเชิญชวนส่งข้อความแสดงความคิดเห็นผ่านระบบข้อความที่ผู้ส่งต้องเสียค่าใช้จ่าย เช่น sms การพูดประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการต่าง ๆ ตามเงื่อนไขของเจ้าของสินค้า หรือบางรายการมีผู้สนับสนุนในรูปแบบแผ่นป้าย แก้วน้ำ คอมพิวเตอร์พกพา กราฟิก เป็นต้น
ความคิดเห็น	กรณีการโฆษณาในรายการข่าว ผู้เข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการมีข้อเสนอแนะไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> - แจ้งให้ประชาชนทราบตรง ๆ ว่าเป็นการโฆษณา เช่น ให้ผู้ประกาศข่าวแจ้งออกอากาศตามตรง การขึ้นข้อความหน้าจอว่าเป็นการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ เป็นต้น - มีช่วงข่าวประชาสัมพันธ์แยกออกมาจากช่วงข่าวอื่น ๆ - มีการพิจารณาเก็บภาษีโฆษณาแฝง โดยพิจารณาตามเวลาที่ออกอากาศในรายการ - มีการกำหนดว่าสินค้าประเภทใดที่ควรหรือไม่ควรนำมาพูดประชาสัมพันธ์ ขึ้นข้อความ แสดงภาพ หรือวางตั้งโต๊ะในรายการ

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในรายการเกมโชว์/เรียลลิตี้โชว์

จากการสรุปข้อมูลด้านจริยธรรมสื่อมวลชน ประเภทรายการเกมโชว์/เรียลลิตี้โชว์ ได้ข้อสรุป ดังนี้

1. การแต่งกายของผู้ร่วมรายการควรมีความเหมาะสม ไม่ล่อแหลม
2. การใช้ภาษาของพิธีกร ควรให้ถูกหลักภาษาเช่น คำควบกล้ำ ร ล การออกเสียงให้ถูกต้อง คำหยาบคายไม่ควรพูดออกมา
3. สามารถตรวจสอบข้อมูลสำหรับรายการที่ใช้การโหวต เช่น sms ไม่ควรทำการโหวตหลอก ผู้บริโภคเพื่อผลทางการค้าควรตรวจสอบได้ว่าการแจกของรางวัลผ่านรายการจริงหรือไม่ เพราะอาจจะเข้าข่ายหลอกลวงผู้บริโภค
4. สิ่งตอบแทนสำหรับผู้ผลิตรายการเพื่อสังคม เช่น การลดหย่อนภาษี เพื่อเป็นการจูงใจให้กับผู้ผลิตรายการ
5. การแสดงออกของพิธีกรกับผู้ร่วมรายการ เช่น การใช้ภาษากายกับผู้ร่วมรายการต่างประเทศที่ใช้การแสดงออกถึงการจับเนื้อต้องตัว การสัมผัสเพศตรงข้าม
6. ท่าทาง กิริยา ภาษากาย (ท่าเต้น การเปิดเผยเรือนร่าง) เต็มอวัยวะ ความเหมาะสมในการเต้น การแสดงออกที่สื่อกิริยาที่ไม่เหมาะสมเช่น บางรายการให้ผู้ชายถอดเสื้อเปิดเผยเรือนร่าง หรือ พูดอวัยวะให้เปิดเผยเรือนร่าง เป็นต้น
7. เกณฑ์การตัดสินการแข่งขันของผู้เข้าร่วมรายการ ควรเปิดเผยกับผู้เข้าแข่งขัน ผู้ร่วมรายการ และผู้ชมอย่างตรงไปตรงมา
8. ไม่ควรยึดเยียดหรือจงใจใช้โฆษณาแฝงในรายการเกมโชว์/เรียลลิตี้โชว์ (Tie-in)
9. กสทช. ควรตรวจสอบทุก ๆ รายการและบังคับใช้กฎอย่างจริงจัง ไม่ควรรอให้เกิดเรื่องร้องเรียน ต้องมีการตรวจสอบ และควรมีคณะกรรมการคอยตรวจสอบไม่ต้องรอให้เกิดเรื่องร้องเรียนแล้ว ค่อยดำเนินการลงโทษ

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) กรณีศึกษา

1. กรณีศึกษาด้านโฆษณา

- 1.1 เพิ่มรายละเอียดภาพหรือแผนผัง ข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ รายละเอียดของโฆษณาสินค้าใดของบริษัทใด เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนขึ้นและเข้าใจได้ง่ายขึ้น
- 1.2 เพิ่มเติมในข้อกำหนดหรือความผิดที่เกิดขึ้นว่าเป็นอย่างไรบ้าง
- 1.3 เพิ่มหน่วยงานใดเป็นผู้ที่ชี้ว่าเป็นความผิด และเป็นความผิดอย่างไร หน่วยงานใดเป็นผู้รับผิดชอบตรวจสอบดูแลและสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับความผิดที่เกิดขึ้นนั้น
- 1.4 เพิ่มในเรื่องของหน่วยงานรับผิดชอบในเรื่องความผิดต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นคำพูด หรือภาพ หากพบสามารถแจ้งที่ใดได้บ้าง
- 1.5 สรุปวิธีการหรือข้อแนะนำที่ควรจะเป็นหรือสิ่งที่ถูกต้องเหมาะสมในกรณีศึกษานั้น ๆ
- 1.6 เพิ่มกรณีศึกษา การโฆษณาแฝงทางวิทยุ โดยการให้ผู้ฟังเป็นผู้บอกสรรพคุณสินค้าแทน โดยใช้การโทรศัพท์เข้ามาพูดคุย และผู้ประกาศสัมภาษณ์พูดคุยว่า กินแล้วหาย สามารถรักษาอาการต่าง ๆ ได้ ซึ่งคิดว่าเป็นเรื่องทางจริยธรรมที่ไม่เหมาะสม
- 1.7 เพิ่มกรณีศึกษาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เลี่ยงการโฆษณาเพื่อไม่ให้ผิดกฎหมายแต่ไม่เหมาะสมทางจริยธรรม คุณธรรม

2. กรณีศึกษาในรายการละครโทรทัศน์

เสนอแนะให้มีการจัดหมวดหมู่ของกรณีศึกษาด้านละครดังนี้

- 2.1 เกี่ยวกับเรื่องเพศ
- 2.2 การแสดงต่อเพศตรงข้าม
- 2.3 การแสดงความก้าวร้าว
- 2.4 ภาษาคำหยาบ คำต่ำ
- 2.5 การเหยียดทางด้านเพศ/ศาสนา/ความเชื่อ/อุดมการณ์
- 2.6 การพิพากษานุคคลโดยยังไม่ทราบความจริง

ตัวอย่างในรายการข่าว

1. กรณีศิลปิน ปอ – ทฤษฎี สหวงค์

- เปลี่ยนชื่อหัวข้อ กรณีศิลปิน" เป็น "ดาราร หรือ นักแสดง" เพราะคำว่า "ศิลปิน" อาจหมายถึง "นักร้อง นักแต่งเพลง ในขณะที่ ปอ ทฤษฎี สหวงค์ อยู่ในฐานะดารานักแสดง

- ควรเพิ่มเติมข้อมูลในส่วนของการแสดงความคิดเห็นจากบุคคลอื่นเป็นที่รู้จักของสังคม ซึ่งได้ออกมาเคลื่อนไหวในขณะนั้น (จากตัวอย่างที่ยกมามีเพียง 2 ท่าน คือ ผศ.พญ.เยาวนุช และ นายเทพชัย หยอง) เพื่อให้กรณีศึกษานี้มีน้ำหนักและสะท้อนได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

- จากตัวอย่างกรณีศึกษา นอกจากการแสดงถึงการละเมิดสิทธิของสื่อมวลชนในการทำข่าว ปอ - ทฤษฎี สหวงค์ แล้ว การทำหน้าที่ของสื่อมวลชนซึ่งเกาะติดเพื่อรายงานข่าวอยู่หน้าห้องพักผู้ป่วย ปอ - ทฤษฎี สหวงค์ ตลอดระยะเวลาที่รักษาตัวอยู่นั้น ยังพบว่า มีการเก็บภาพและนำเสนอข่าวน้องมะลิทุกอย่างก้าวอย่างต่อเนื่อง กรณีนี้ยังสามารถสะท้อนถึงการเข้าข่าย "ละเมิดสิทธิมนุษยชนละเมิดสิทธิเด็ก" (อ้างอิงตามร่าง ข้อ 12 สิ่งที่ไม่ควรทำ Don'ts ในรายการข่าว) อีกด้วย จึงควรเพิ่มเติมเนื้อหาหรือการวิเคราะห์ในมุมดังกล่าวในตัวอย่างด้วยเช่นกัน

- ควรกระชับเนื้อหาของกรณีตัวอย่าง ปอ - ทฤษฎี สหวงค์ ให้สั้นลง พร้อมระบุหรือเพิ่มเติมบทวิเคราะห์ให้ชัดเจนว่า จากกรณีศึกษาดังกล่าวสื่อทำผิดอย่างไร เพื่อความเข้าใจมากยิ่งขึ้นของผู้อ่าน หรือผู้ที่ไม่ได้ติดตามข่าวดังกล่าว

- จากตัวอย่างกรณีศึกษา ในบรรทัดที่ 244 - 256 จะเป็นข้อมูลการแสดงความคิดเห็นของผู้ที่ออกมาเคลื่อนไหวในขณะนั้น จึงมีผู้เข้าร่วมประชุมในกลุ่มส่วนหนึ่งแสดงทัศนคติว่า "กรณีศึกษาควรเป็นข้อเท็จจริง..มากกว่าความคิดเห็น" ดังนั้น หากเป็นไปได้ผู้เข้าร่วมประชุมอยากให้เพิ่มเติมเนื้อหาข้อเท็จจริงของข่าวเพิ่มเติม มากกว่าให้นำน้ำหนักในส่วนของการแสดงความคิดเห็นมากเกินไป

- จากตัวอย่างกรณีศึกษา ในบรรทัดที่ 246 ควรเว้นวรรคตอนระหว่างประโยคที่ว่า "...แสดงความไม่พอใจการทำงานของสื่อมวลชน _ด้านนายเทพชัย หยอง..."

2. กรณีอาจารย์ ดร.วันชัย ดนัยตโมนุท

- ควรเปลี่ยนชื่อหัวข้อให้สะท้อนถึงเหตุการณ์ในข่าวอย่างชัดเจน เนื่องจากการใช้ชื่อ ดร.วันชัย ดนัยตโมนุท นั้น บุคคลดังกล่าวไม่ได้เป็นที่รู้จักของสังคมมาก่อนหน้านี้

ควรเพิ่มคำเชื่อมระหว่างประโยค "... 270 - 269 จากตัวอย่างกรณีศึกษา ในบรรทัดที่ - เจ้าหน้าที่ตำรวจสืบทราบและแกะรอยไปพบ ดร.วันชัยโดย พักอยู่ที่โรงแรมแห่งหนึ่งย่านสะพานควาย พบ"...

- จากตัวอย่างกรณีศึกษา ในบรรทัดที่ 285 ควรเว้นวรรคตอนระหว่างประโยค "...เชิญสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลทีวี 4 ช่อง ได้แก่ ไทยรัฐทีวี_เนชั่นทีวี_ทีเอ็นเอ็น 24..."

- จากตัวอย่างกรณีศึกษา ในบรรทัดที่ 284 - 291 ซึ่งจากเนื้อหาที่ยกมา คือ คณะอนุกรรมการกำกับผังรายการและเนื้อหารายการ (กสท.) ได้เชิญสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลทีวีทั้ง 4 ช่อง เข้าชี้แจงนั้น ... ควรเพิ่มเนื้อหาในส่วนของผลจากการเข้าชี้แจงดังกล่าว หรือ บทลงโทษ (หากมี) ด้วย เพื่อให้กรณีศึกษามีความชัดเจนขึ้นถึงกรณีความผิด และผลจากการกระทำผิดในครั้งนั้น

- อาจมีการเพิ่มกรณีศึกษา ให้มาจากหลากหลายสายข่าว เช่น การเมือง อาชญากรรม และ กีฬา เป็นต้น

ตัวอย่างในรายการเกมโชว์และเรียลลิตีโชว์

1. กรณีศึกษา เรื่อง รายการ Killer Karaoke Thailand : ขอร้อง อย่าหยุดร้อง

ไม่มีการแสดงความคิดเห็น ในการแก้ไขใดๆ

2. กรณีศึกษา เรื่อง รายการไทยแลนด์ก๊อตทาแลนด์ (1)

ตรวจสอบความถูกต้องของอักขรคำว่า ก๊อตทา "แลนด์"ว่าเป็น ด์ หรือ ต์"แลนด์"

3. กรณีศึกษา เรื่อง รายการไทยแลนด์ก๊อตทาแลนด์ (2)

ตรวจสอบความถูกต้องของอักขรคำว่า ก๊อตทา "แลนด์"ว่าเป็น ด์ หรือ ต์"แลนด์"

4. กรณีศึกษา เรื่อง รายการเกมโชว์ โหด มัน ฮา (ประเทศไทย)

ไม่มีการแสดงความคิดเห็น ในการแก้ไขใด ๆ

สรุปผลการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ
(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน
(ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)
จังหวัดชลบุรี

สรุปผลการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็น
ต่อ (ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)
วันอังคารที่ 28 มีนาคม 2560 จังหวัดชลบุรี

การระดมความคิดเห็นเพื่อทบทวนและปรับปรุง “(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559) (ร่างแรก)” ทำให้ได้ผลการประชุมกลุ่มย่อย ดังข้อสรุปต่อไปนี้

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในรายการโฆษณา

ข้อควรทำ (Dos) ในโฆษณาข้อที่ 1

บริการธุรกิจได้ไม่เกิน 12 นาทีต่อชั่วโมง ทั้งวันเฉลี่ยไม่เกิน 10 นาทีต่อชั่วโมง ทางฟรีทีวี/ ดิจิทัลทีวี และไม่เกิน 6 นาทีต่อชั่วโมง ทั้งวันเฉลี่ยไม่เกิน 5 นาทีต่อชั่วโมง ทางวิทยุ (ธุรกิจ) และ โทรทัศน์ดาวเทียม/เคเบิลทีวี

ข้อเสนอแนะ

ขอให้ปรับข้อความให้อ่านเข้าใจง่าย และ ข้อเสนอต่อ กสทช. ในการขอขยายระยะเวลาการโฆษณาให้มากขึ้น

ข้อควรทำ (Dos) ในโฆษณาข้อที่ 2

ผู้ให้บริการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์และผู้ประกอบการโฆษณาต้องตระหนักถึงเรื่องจริยธรรมจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจโฆษณา โดยนำหลักการนี้มาใช้กำกับและดูแลตัวเอง โดยเฉพาะกับโฆษณาที่มีลักษณะพิเศษ หรือมีระเบียบหรือกฎหมายจากหน่วยงานภาครัฐเข้ามาควบคุมเป็นพิเศษ

ข้อเสนอแนะ

ควรอธิบายความเพิ่มสำหรับคำว่า โฆษณาที่มีลักษณะพิเศษ

ข้อควรทำ (Dos) ในโฆษณาข้อที่ 5

กรณีสินค้าที่จะต้องขออนุญาตโฆษณา ให้ตรวจสอบเงื่อนไขการโฆษณาก่อนโฆษณา และต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในใบอนุญาตโฆษณาทุกประการ ทั้งเรื่องภาพ สคริปต์หรือสตอรี่บอร์ด

ข้อเสนอแนะ

ปรับข้อความ สคริปต์ และ สตอรี่บอร์ด ให้เป็นคำศัพท์ภาษาไทยที่สามารถเข้าใจได้ง่าย และมีวงเล็บคำศัพท์ภาษาอังกฤษเข้ามา

ข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในโฆษณาข้อที่ 11

ไม่โฆษณาโดยใช้บุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุข หรือผู้เชี่ยวชาญมาโฆษณาสินค้า หรือ บิดเบือนเนื้อหาในโฆษณาจนทำให้เข้าใจผิดว่าเป็นบุคลากรดังกล่าว รวมถึงมีการอ้างผู้เชี่ยวชาญใน เนื้อหาโฆษณาแต่ไม่ระบุว่าผู้เชี่ยวชาญเป็นใคร หรือไม่มีหลักฐานรับรองการเป็นผู้เชี่ยวชาญของบุคคล นั้น ๆ ตัวอย่างเช่น ใช้ผู้แสดงแบบที่ไม่ใช่ทันตแพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญจริง ๆ หรืออ้างถึงบุคคลที่ ไม่มีตัวตน มาแนะนำผลิตภัณฑ์ แต่กลับบอกในโฆษณาว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญ

ข้อเสนอแนะ

ให้ปรับข้อความให้เข้าใจง่าย และทวนความข้อ 12 ในข้อควรทำ ที่มีความซ้ำกันกับข้อนี้ และ ให้ย้ายมาอยู่ในข้อไม่ควรทำ

ข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในโฆษณาข้อที่ 15

ไม่ใช่ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อมให้มีการทำผิดกฎหมาย ขัดต่อความสงบ เรียบร้อย หรือศีลธรรม หรือข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกความสามัคคีระหว่างคนในชาติ หรือ ข้อความที่กระทบกระเทือนต่อสัมพันธ์ไมตรีระหว่างประเทศไทยกับต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะ

ให้เติมข้อความว่า “สถาบันพระมหากษัตริย์” ลงไปด้วย

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในละคร

1. การแต่งกายของตัวละคร ไม่สั้น ไม่โป้ แต่งกายควรให้เหมาะสมกับสมัยนิยมโดยเฉพาะ เหมาะสมกับสังคมและวัฒนธรรมไทย
2. ไม่ใช่ศัพท์สแลง ภาษาวัยรุ่น ที่อาจทำให้สื่อสารผิดไป
3. ไม่ควรนำเสนอฉาก เนื้อหา หรือภาพที่มีความรุนแรงในรายการละคร
4. ควรมีการสอดแทรกเนื้อหาด้านประเพณี วัฒนธรรม ความมีเมตตา เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ตามวิสัย หรือประเพณีไทย
5. ควรมีการคัดเลือกผู้สนับสนุนรายการ (สปอนเซอร์) ที่ดี มีความเหมาะสมกับเนื้อหาและเวลาที่ ออกอากาศ
6. ส่งเสริมเนื้อหาการอยู่ร่วมกันของผู้คนหลากหลายชาติพันธุ์ หลากหลายวัฒนธรรม ต้องมีการ คัดกรองถึงความเหมาะสม หรือการส่งผลกระทบต่อผู้อื่น
7. ผู้ผลิตรายการละคร จะต้องคำนึง/เคารพบทประพันธ์ ที่ถูกต้อง ไม่บิดเบือนจากบทประพันธ์ จนเกิดการผิดเพี้ยน

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในรายการข่าว

ข้อควรทำ (Dos) ข้อ 15.

เดิม	ให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวท้องถิ่น เช่น โรคระบาด สิ่งแวดล้อม อิทธิพล เป็นต้น ซึ่งอาจเกิดในพื้นที่ห่างไกล แต่สื่อมวลชนควรให้ความสำคัญกับทุกพื้นที่เท่าเทียมกัน เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น
ความคิดเห็น	หากมีการให้ความรู้เพิ่มเติม จะเป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากขึ้น ดังนั้นควรเพิ่มข้อความลงไปบางส่วน ดังนี้ “ให้ความสำคัญ เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นและให้ความรู้ความเข้าใจในการป้องกันภัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นหรืออาจเกิดขึ้นกับประชาชนทุกพื้นที่”

เพิ่มเติม ข้อ 16. ต้องจัดให้มีการสนับสนุนและเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจในข่าวสารบ้านเมืองให้กับคนพิการทุกประเภท

** กรณีเพิ่มเติม ข้อ 16. เนื่องจากตามความจริงแล้วได้มีข้อบังคับให้รายการข่าว “ต้อง” มีการนำเสนอภาษามือให้คนพิการทางหูได้เข้าถึงข่าวสารบ้านเมือง แต่ปัจจุบันมีรายการที่นำเสนอภาษามือน้อยมาก

ข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ข้อ 13.

เดิม	ไม่นำเสนอข่าวที่เป็นความเชื่อ พิสูจน์ไม่ได้ ทำให้ประชาชนงมงาย ไม่ควรเสนอเรื่องเร้นลับ วิญญาณ ซึ่งอาจก่อให้เกิดความงมงาย เช่น ตีเลขท้ายลอตเตอรี่ หรืออาจก่อให้เกิดความแตกแยกในสังคม เช่น การขับไล่ผู้ที่ชาวบ้านคิดว่าเป็นผีปอบออกจากหมู่บ้าน
ความคิดเห็น	ข่าวประเภทยังอยู่คู่กับความเชื่อของสังคมไทยมานาน อาจชั่งน้ำหนักระหว่างประโยชน์กับโทษหากนำเสนอข่าวนั้น ๆ ออกไป หรือพิจารณาวิธีการนำเสนอที่จะไม่ก่อให้เกิดความงมงาย

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในรายการเกมโชว์/เรียลลิตี้โชว์

จากการสรุปข้อมูลด้านจริยธรรมสื่อมวลชน ประเภทรายการเกมโชว์/เรียลลิตี้โชว์ ได้ข้อสรุป ดังนี้

1. ควรจะตรวจสอบการรับประกันเซอร์ในแต่ละรายการว่าโฆษณานั้นเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละช่วงรายการหรือไม่ เช่น รายการเด็ก โฆษณาควรเหมาะสมกับผู้บริโภคในแต่ละกลุ่ม เป็นต้น
2. ผู้ผลิตรายการต้องมีจรรยาบรรณในการรับโฆษณาในรายการเกมโชว์/เรียลลิตี้โชว์ โดยโฆษณานั้นต้องมีความเหมาะสมกับรายการตามกลุ่มเป้าหมาย
3. ในข้อการนำเสนอรายการที่กระทบต่อจิตใจผู้ชม ให้เพิ่มตัวอย่างว่า กระทบต่อจิตใจผู้ชมอย่างไร ในด้านใดบ้าง หรือในแง่ใดบ้าง เช่น รายการปลดหนี้ที่ขอสร้างดราม่า หรือการพูดถึงบางจังหวัดที่บอกว่าจังหวัดนั้นจน เป็นการเหมารวม ทำให้อาจจะเกิดความกระทบกระเทือนจิตใจของผู้ฟัง เป็นต้น
4. การเขียนสคริปต์ของพิธีกรในการขายของสินค้าในรายการ ไม่ควรมีการยัดเยียดการขายสินค้าจนเกินไปพิธีกรไม่ควรพูดขายสินค้าตลอดเวลา หรือพูดบอจนเกินไปในรายการ สิ่งที่ถูกแทรกในรายการที่เป็นการโฆษณาไม่ควรยัดเยียด หรือใช้ความเนียนโฆษณาจนเกินไป
5. บทลงโทษรายการเกมโชว์/เรียลลิตี้โชว์ ควรมีบทลงโทษให้เทียบจากอัตราค่าโฆษณาเป็นโทษปรับ โดยโทษปรับต้องสูงกว่ารายได้จากการขายโฆษณา เพราะปัจจุบัน รายการที่มีบทลงโทษนั้นมีโทษปรับที่น้อยเมื่อเทียบกับรายรับของรายการ เป็นต้น

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) กรณีศึกษา

1. ปรับรูปแบบในทุกกรณีศึกษาโดยแยกออกเป็นหัวข้อหลักดังนี้

- 1.1 ปัญหา รายละเอียด ภาพประกอบ ที่มาที่ไปว่าเกิดขึ้นที่ไหน เมื่อไร อย่างไร
- 1.2 ผลการวินิจฉัย ผิดรูปแบบใด ผิดกฎหมายมาตราใด หรือผิดทางด้านจริยธรรม จรรยาบรรณ
- 1.3 ข้อเสนอแนะแนวทางในการแก้ปัญหา

2. กรณีศึกษาด้านโฆษณา

- 2.1 เพิ่มเติมกรณีศึกษาทางวิทยุ อสมท. เป็นสปอตโฆษณา ช่วงข่าวเช้า คำภู รัชนี้ เวลา 05.00 น. – 07.00 น. โดยในโฆษณามีเนื้อหาพูดถึงผู้หญิงท้องลาย แตกกลางงา ซึ่งมองว่าเป็นคำพูดที่ไม่เหมาะสม ไม่สมควรเพราะมีความรู้สึกถึงการเหยียดเพศหญิง
- 2.2 กรณีศึกษา 1 กรณีศึกษาเนื้อหาโฆษณาที่ผิดกฎหมาย อธิบายเพิ่มเติมมาตราที่ผิด เพิ่มภาพประกอบในตัวผลิตภัณฑ์ที่ผิด มองว่าเป็นการผิดมากกว่า 1 ประเด็น ตาม Dos & Don'ts จึงอยากให้สรุปให้ชัดเจนมากขึ้นว่าไม่ควรทำเพราะไม่เหมาะสมในเรื่องใดบ้าง
- 2.3 กรณีศึกษา 2 กรณีศึกษาโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย เพิ่มข้อเสนอในเรื่องของ
- 2.4 กรณีศึกษา 3 กรณีศึกษาโฆษณาผลิตภัณฑ์อาหารโดยไม่ได้รับอนุญาต เพิ่มข้อมูลตัวเลขคำสั่งของ กสทช. ที่มีการตัดสินไปแล้ว เพื่อที่ผู้สนใจจะได้ไปศึกษาค้นคว้ารายละเอียดเพิ่มเติม
- 2.5 กรณีศึกษา 4 โฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพิ่มเติมรายละเอียดว่าได้มีการดำเนินการเอาผิดไปอย่างไรบ้างและถึงขั้นตอนใด
- 2.6 เพิ่มเติมกรณีศึกษาในแง่ของความผิดทางจริยธรรม เช่น การเหยียดผิว /สินค้าล้อเลียน หรือสินค้าคู่แข่งกันมาโจมตีกัน/โฆษณาที่ใช้ความเชื่อ เครื่องรางของขลัง
- 2.7 เพิ่มเติมกรณีศึกษาโฆษณาแฝง ที่ไปแทรกในการการต่าง ๆ เน้นโฆษณา

3. กรณีศึกษารายการละคร

- 3.1 เพิ่มเติมในรายละเอียดที่ว่าไม่เหมาะสม อยากให้ระบุว่าตอนไหน และไม่เหมาะสมอย่างไร ออกอากาศเมื่อใด มีข้อความ หรือภาพประกอบ ยกมาเป็นตัวอย่างเพื่อให้เห็นภาพชัดเจน
- 3.2 เพิ่มเติมในส่วนของภาพประกอบ หรือการบรรยายรายละเอียด เพื่อให้ผู้ที่ไม่ได้ติดตามดูละครสามารถเข้าใจได้

- 3.3 เนื้อหากรณีศึกษาที่ 5 และกรณีศึกษาที่ 6 มีความคล้ายคลึงกัน อยู่ในหัวข้อ Don'ts ข้อ 1 และข้อ 2
- 3.4 เพิ่มเติมข้อมูลหรือแหล่งค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมในมาตรการ การจัดเรต “13+” “18+” หรือ “ท”
- 3.5 การจัดหมวดหมู่กรณีศึกษารายการละครใหม่ ดังนี้
 - 3.5.1 การแต่งกาย การยั่วทางเพศ
 - 3.5.2 ความขัดแย้งในเรื่องวัฒนธรรม/ความเชื่อ/ชาติ/ศาสนา/การเมือง/การเหยียดชนชั้น
 - 3.5.3 ความรุนแรงกับเด็ก/เยาวชน/ครอบครัว
 - 3.5.4 ภาพที่ปรากฏเกี่ยวกับอาวุธ/สิ่งผิดกฎหมาย/การพนัน (เช่น เหล้า บุหรี่ เป็นต้น)
 - 3.5.5 การโฆษณาแฝงในละคร

ตัวอย่างในรายการข่าว

1. กรณีศิลปิน ปอ - ทฤษฎี สหวงค์

- จากตัวอย่างกรณีศึกษา รายละเอียดค่อนข้างน้อยเกินไป เนื่องจากข่าวดังกล่าวเกิดขึ้นผ่านมาเป็นระยะเวลามากกว่า 1 ปีแล้ว ดังนั้น ควรเพิ่มเติมรายละเอียดในเนื้อหาของกรณีศึกษานี้ให้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะผู้ที่ไม่ได้ติดตามข่าวสารดังกล่าวมาอย่างต่อเนื่อง อาจไม่เข้าใจอย่างทั่วถึง

- จากตัวอย่างกรณีศึกษา ในบรรทัดที่ 244 - 256 จะเป็นข้อมูลการแสดงความคิดเห็นของผู้ที่ออกมาเคลื่อนไหวในขณะนั้น จึงมีผู้เข้าร่วมประชุมในกลุ่มส่วนหนึ่งเห็นว่า ควรเพิ่มบุคคลอื่นซึ่งเป็นที่รู้จักของสังคม โดยเป็นบุคคลที่ออกมาเคลื่อนไหวในขณะนั้นเช่นกัน เช่น คุณสุทธิชัย หยุ่น ก็มีการออกมาแสดงทัศนะถึงกรณีดังกล่าว

- จากตัวอย่างกรณีศึกษา ควรเพิ่มเติมข้อมูลให้ชัดเจนว่า นักข่าวที่กระทำผิดจนเกิดกรณีนี้ขึ้น (ช่างภาพนิ่ง) เป็นใคร สังกัดสื่อใด หลังจากเกิดเหตุการณ์ได้มีการออกขอโทษสังคมหรือไม่ หรือต้นสังกัดมีความเคลื่อนไหวอย่างไร พร้อมทั้งมีบทลงโทษจากองค์กรที่ควบคุมดูแลหรือไม่อย่างไร

- จากตัวอย่างกรณีศึกษา ในบรรทัดที่ 257 - 262 แสดงเนื้อหาเกี่ยวกับการที่ สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ได้จัดราชดำเนินเสวนา... ดังนั้น ควรเพิ่มเติมข้อมูลสรุปว่า หลังจากการเสวนาในครั้งนี้ผลออกมาเป็นอย่างไร มีทิศทางเป็นอย่างไร

2. กรณีอาจารย์ ดร.วันชัย ดนัยตโมนุท

- จากตัวอย่างกรณีศึกษา ในบรรทัดที่ 284 - 291 ซึ่งจากเนื้อหาที่ยกมา คือ คณะอนุกรรมการกำกับผังรายการและเนื้อหารายการ (กสท.) ได้เชิญสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลทีวีทั้ง 4 ช่อง เข้าชี้แจงนั้น

ควรเพิ่มเนื้อหาในส่วนของผลจากการเข้าชี้แจงดังกล่าว หรือ บทลงโทษ (หากมี) ด้วย เพื่อให้กรณีศึกษา มีความชัดเจนขึ้นถึงกรณีความผิด และผลจากการกระทำผิดในครั้งนั้น

ตัวอย่างในรายการเกมโชว์และเรียลลิตี้โชว์

- ผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็น มีความเห็นตรงกันในภาพรวม สำหรับตัวอย่างในรายการ เกมโชว์และเรียลลิตี้โชว์ว่า ควรเพิ่มเติมกรณีศึกษาอื่น ๆ ที่ กสทช. หรือ องค์กรที่ควบคุมดูแล ได้มีการ ปรับและมีบทลงโทษเพิ่มเติมเกี่ยวกับการกระทำอันไม่เหมาะสมของรายการเกมโชว์และเรียลลิตี้โชว์ที่ ผ่านมา (หากมี)

สรุปผลการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ
(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน
(ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)
จังหวัดนครศรีธรรมราช

สรุปผลการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็น
ต่อ (ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)
วันจันทร์ที่ 3 เมษายน 2560 จังหวัดนครศรีธรรมราช

การระดมความคิดเห็นเพื่อทบทวนและปรับปรุง “(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559) (ร่างแรก)” ทำให้ได้ผลการประชุมกลุ่มย่อย ดังข้อสรุปต่อไปนี้

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในรายการโฆษณา

ข้อควรทำ (Dos) ในโฆษณา ข้อที่ 4

สินค้าที่จะต้องขออนุญาตโฆษณา จะต้องบอกเลขที่ใบอนุญาตสินค้าและเลขที่สินค้าที่ได้รับอนุญาตโฆษณา และต้องเป็นใบอนุญาตที่ยังไม่หมดอายุการโฆษณา....

ข้อเสนอแนะ

สำหรับเลขที่ใบอนุญาตสินค้าและเลขที่สินค้าที่ได้รับอนุญาตโฆษณาให้ระบุขนาดของตัวอักษรว่าควรเป็นเท่าไร

ข้อควรทำ (Dos) ในโฆษณา ข้อที่ 5

กรณีสินค้าที่จะต้องขออนุญาตโฆษณา ให้ตรวจสอบเงื่อนไขการโฆษณาก่อนโฆษณา และต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในใบอนุญาตโฆษณาทุกประการ ทั้งเรื่องภาพ สคริปต์หรือสตอรี่บอร์ด

ข้อเสนอแนะ

ปรับข้อความ สคริปต์ และ สตอรี่บอร์ด ให้เป็นคำศัพท์ภาษาไทยที่สามารถเข้าใจได้ง่าย และมีวงเล็บคำศัพท์ภาษาอังกฤษเข้ามา

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ สำหรับข้อควรทำ (Dos) ในโฆษณา

ข้อมูลจากเวทีทำให้พบว่าในการโฆษณาสินค้านั้นไม่ได้มีเฉพาะการโฆษณาแบบทางตรงแต่ยังมีการโฆษณาแฝงในรายการ โดยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์ในรายการ นอกจากนั้นแล้ว นักจัดรายการยังเป็นผู้คิดสปอตโฆษณาเอง ดังนั้น กสทช. ควรจัดให้มีหลักสูตรฝึกอบรมสำหรับนักจัดรายการว่าอะไรที่ทำได้และอะไรที่ทำได้ด้วย ตลอดจนมีหน่วยในการเฝ้าฟังรายการเพื่อเฝ้าระวังโดยจัดตั้งเป็นสภาในแต่ละจังหวัด

ข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในโฆษณา ข้อที่ 3

ไม่โฆษณาโดยอ้างรายงานทางวิชาการ ผลการวิจัย สถิติ การรับรองของสถาบันหรือบุคคลอื่นใด หรือข้อเท็จจริงที่ผิดกฎหมาย ในทางที่ไม่สมควร เพื่อบิดเบือนเนื้อหาในโฆษณา หรือทำให้เกิดความเข้าใจผิดโดยสิ้นค่านั้นมิได้มีคุณสมบัติตามข้อมูลที่กล่าวอ้าง

ข้อเสนอแนะ

คำถามจากเวที คือ แล้วนักจัดรายการ หรือผู้ประกอบการสื่อจะรู้ได้อย่างไรว่า รายงานทางวิชาการ ผลการวิจัย ฯ ใดที่ไม่ควรนำมาใช้ (ประเด็นนี้นับเป็นประเด็นการรู้เท่าทันของผู้ส่งสารที่ กสทช. ควรทำงานต่อไปในอนาคต)

ข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในโฆษณา ข้อที่ 4

ไม่โฆษณาโดยมีเจตนาให้เกิดความเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ ปริมาณ หรือสาระสำคัญประการอื่นอันเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือข้อความที่รู้หรือควรรู้อยู่แล้วว่าอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด ตัวอย่างเช่น โฆษณาอาหารต้องไม่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในแหล่งผลิตอาหาร กรณีที่ผลิตในประเทศไทยแต่ใช้สโลโก้ต่างประเทศ ต้องใช้คำว่า “แบบ...” หรือ “ตำรับ...” ในข้อความโฆษณา

ข้อเสนอแนะ

ให้เพิ่มเติมข้อมูลในเรื่องของวันหมดอายุและวันที่ควรบริโภคสินค้าก่อนด้วย

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในละคร

1. ผู้ผลิตควรตระหนักถึงทางออกของปัญหา ไม่นำเสนอแต่ปัญหาเพียงอย่างเดียวในละคร ควรมีทางเลือกที่ดีให้ผู้ชมรับทราบ
2. การแต่งกายของตัวละครไม่โป้ เปลือยจนเกินไป แม้จะเป็นแฟชั่น หรือเสื้อผ้าตามสมัยนิยมก็ไม่จำเป็นต้องโป้ เปลือย
3. การแต่งกายของตัวละครที่เป็นละครเชิงประวัติศาสตร์ ผู้ผลิตจะต้องมีการศึกษารายละเอียดอย่างชัดเจน ไม่นำเสนอภาพ การแต่งกายที่ผิดยุค ผิดสมัย ตลอดจน จารีต ประเพณีในยุคสมัยของละครเรื่องนั้น ๆ เพราะอาจทำให้ผู้ชมเกิดความสับสนและความเข้าใจผิดต่อประวัติศาสตร์ได้
4. ไม่ควรมีเนื้อหา ภาพ หรือข้อความ ที่เป็นการดูถูกเหยียดหยามต่อเพศสภาพ
5. ไม่ควรใช้ภาษาสแลง ภาษาใหม่ ๆ ที่ทำให้ภาษาวิบัติ
6. การจัดเวลาในการออกอากาศ และเรตเรายการที่ถูกต้อง

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในรายการข่าว

ข้อควรทำ (Dos) ข้อ 12.

เดิม	นำเสนอข่าวโดยคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน สิทธิส่วนบุคคลของผู้ตกเป็นข่าวและแหล่งข่าว คือ การนำเสนอตามสมควร ไม่ละลابلะล้วงหรือวิพากษ์วิจารณ์เรื่องส่วนตัวของผู้ตกเป็นข่าวและแหล่งข่าวมากเกินไปจนเกินขอบเขตที่เหมาะสม
ความคิดเห็น	ควรเพิ่มเติมกรณีการเปิดเผยชื่อ-นามสกุลของผู้บาดเจ็บหรือเสียชีวิต หากพิจารณาแล้วว่า ไม่สมควรหรืออาจเข้าข่ายละเมิดหลักสิทธิมนุษยชน ควรให้ญาติรับรู้หรืออนุญาตก่อน ออกอากาศ

เพิ่มเติม ข้อ 16.

พึงให้คนพิการมีสิทธิ์เข้าถึงข้อมูลข่าวสาร เช่น ภาษาใบ้ ซึ่งมีข้อกำหนดบังคับ แต่ปฏิบัติจริงเพียงไม่กี่ช่อง (ตรงกับความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการที่เวทีชลบุรี)

ข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ข้อ 6.

เดิม	ไม่นำเสนอข่าวที่เร้าอารมณ์ ฉายภาพความรุนแรงน่าหวาดเสียว อันเป็นการทำให้สาธารณชนวิตกสยองขวัญ หรือทำให้รู้สึกสมเพชเวทนา เช่น ไม่ถ่ายทอดสดภาพเหตุการณ์จับตัวประกัน การกระทำที่ทารุณ การใช้อาวุธจ่อไปยังอวัยวะส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย เป็นต้นเนื่องจากหากเกิดความรุนแรงถึงชีวิต ภาพเหตุการณ์นั้นจะถูกเผยแพร่ไปยังผู้ชมได้ทันที และกรณีที่มีการตัดต่อก่อนออกอากาศควรผ่านการเซ็นเซอร์ หรือเป็นภาพจากมุมกล้องที่ไม่เห็นเหตุการณ์นั้น ๆ โดยตรง
ความคิดเห็น	ภาพบางภาพ ไม่ว่าจะ เป็นภาพเคลื่อนไหวหรือภาพนิ่ง ก็ไม่ควรพิจารณาให้ออกอากาศ เช่น ภาพคนกระโดดตึกทั้งช่วงที่อยู่กลางอากาศหลังจากกระโดดลงมา หรือช่วงที่ร่างอยู่กบพื้นแล้ว ซึ่งสามารถหลีกเลี่ยงไปนำเสนอภาพอื่น ๆ แทนได้

ข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ข้อ 10.

เดิม	ไม่นำเสนอข่าวที่ทำให้ประชาชนเกิดความตระหนกตกใจเกินจริง เช่น การนำเสนอข่าวภัยพิบัติ ซึ่งต้องระมัดระวัง นำเสนอตามข้อเท็จจริง และอาจให้ความรู้กับประชาชน (เช่น สัมภาษณ์ นักวิชาการผู้เกี่ยวข้อง) ไม่เช่นนั้นอาจเกิดความตระหนกตกใจในวงกว้างได้
ความคิดเห็น	นอกจากการไม่นำเสนอข่าวที่ทำให้ประชาชนเกิดความตระหนกตกใจเกินจริงแล้ว ก็ไม่ควรนำเสนอข่าวที่บิดเบือน หรือปิดบังความจริง เช่น น้ำท่วม โรคระบาด ทั้งนี้ เพื่อให้ประชาชนทราบข้อมูลตามความเป็นจริงและเตรียมตัวรับมือกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นหรือมีแนวโน้มว่าจะเกิดขึ้นกับตนเอง

**ข้อเสนอแนะ

1. สื่อมวลชนไม่ควรรับของขวัญ ของกำนัล หรือสินน้ำใจจากแหล่งข่าว รวมทั้งไม่ควรสนิทสนมกับแหล่งข่าวจนอาจมีผลกระทบต่อการทำงานตามหน้าที่สื่อมวลชนที่ดี เช่น การไม่กล้าเปิดเผยความจริง บิดเบือน หรือเลือกนำเสนอเนื้อหาข่าวเพียงบางส่วนที่เป็นประโยชน์ต่อแหล่งข่าวนั้น ๆ เป็นต้น
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีมาตรการให้คนทำสื่อเข้ารับการอบรมให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน
3. กฎหมายต้องสามารถควบคุมสื่อได้จริงและครอบคลุมสื่อทุกสำนัก
4. ทำอย่างไรให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการควบคุมสื่อ

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในรายการเกมโชว์/เรียลลิตี้โชว์

จากการสรุปข้อมูลด้านจริยธรรมสื่อมวลชน ประเภทรายการเกมโชว์/เรียลลิตี้โชว์ ได้ข้อสรุป ดังนี้

Don'ts ข้อไม่ควรทำ ในรายการเกมโชว์/เรียลลิตี้โชว์

ข้อที่ 1 หัวข้อ Don'ts เพิ่มเติมตัวอย่าง เช่น การแสดงออกที่ก่อให้เกิดความเกลียดชังต่อพิธีกร ผู้ร่วมรายการ หรือกลุ่มคนในสังคม

ข้อที่ 3 หัวข้อ Don'ts เพิ่มเติมความเชื่อ เข้าไป เนื่องจากบางอย่างไม่ใช่ศาสนาแต่เป็นเพียงแค่ว่าความเชื่อเท่านั้นเช่น บางคนเฝ้าเชื่อเรื่องภูตผี เอาการล้อเลียนจะไม่เหมาะสม

ไม่ควรส่งเสริมค่านิยมเชิงตึ๊งเต๊งเพื่อเอาชนะ การแก่งแย่ง หรือเอาผลประโยชน์เพื่อตนเอง โดยไม่คำนึงถึงค่านิยมหรือจริยธรรมที่ดีที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เช่น การใช้วาจา หรืออวัจนภาษา

เพื่อคัดอีกฝ่ายให้ตัวเองชนะ หรือการใช้วิธีการให้อีกฝ่ายดูแย่หรือไม่ดีแค่ไหนก็ตามเพื่อให้ตัวเองชนะไม่ได้ ไม่สนใจคนอื่น หรือไร้คุณธรรมไม่ได้

ไม่ควรอ้างอิงหรือใช้คำพูดว่า “คนไทยทั่วประเทศ” ว่าดู ชม หรือติดตาม เพราะเป็นการใช้คำเหมารวม ซึ่งอาจจะไม่ใช่คนทั้งหมดที่มีความคิดเห็นเดียวกัน หรือชมเหมือนกัน ซึ่งการพูดอ้างอิง “คนไทยทั่วประเทศ” นั้นไม่มีข้อมูลเชิงประจักษ์

ข้อ 12 เพิ่มเติมว่า พฤติกรรมที่น่าอายมีอะไรบ้าง เช่น การล้อเลียนความบกพร่องต่าง ๆ อะไรบ้างที่น่าอายให้เพิ่มเติมคำนิยามให้ชัดเจนเพิ่มขึ้น เช่น ปมด้อย จุดด้อย ความพิการ รูปลักษณ์ภายนอก ความพิการทางด้านร่างกาย เป็นต้น

การใช้คำพูดตัดสินคน เช่น คนนี้หน้าตาดีต้องเสียงเพราะ หรือ คนนี้หน้าตาไม่ดีต้องเสียงไม่ดี เป็นการเหยียดหรือดูหมิ่นคนจากรูปลักษณ์ภายนอก

Dos ข้อควรทำ ในรายการเกมโชว์/เรียลลิตี้โชว์

ข้อ 9 เพิ่มเติมคำว่า ไม่ส่งผลกระทบต่อจิตใจในเชิงลบอย่างรุนแรงต่อผู้ชม เพิ่มคำว่า “เชิงลบ” ลงไป เนื่องจากการใช้คำว่าไม่กระทบต่อจิตใจเป็นคำกว้าง ต้องนิยามว่ากระทบอะไรบ้างให้ชัดเจน เป็นต้น

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) กรณีศึกษา

1. กรณีศึกษาด้านโฆษณา

- 1.1 ปรับรูปแบบในการนำเสนอให้มีความชัดเจนเข้าใจง่ายขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน
 - 1.1.1 รายละเอียดของกรณีศึกษา รายละเอียดผลิตภัณฑ์และภาพประกอบ
 - 1.1.2 ข้อความที่มีความผิด ภาพประกอบ ช่วงเวลาที่ออกอากาศ
 - 1.1.3 ความผิดตามมาตราใด มีความผิดอย่างไร ผิดลักษณะใด โทษที่ฝ่าฝืน
 - 1.1.4 สรุปโทษ บทลงโทษ ข้อเสนอแนะปัจจุบันมีสถานการณ์เป็นอย่างไรหรืออยู่ในขั้นตอนใด
- 1.2 กรณีศึกษา 1 เนื้อหาโฆษณาที่ผิดกฎหมายเพิ่มเติมภาพประกอบผลิตภัณฑ์ สรุปโทษหรือบทลงโทษที่ได้กระทำผิด เพิ่มเติมขยายความมาตรา 88 (2) 88 (5)ว่าด้วยเรื่องอะไร เพื่อจะได้เข้าใจชัดเจนขึ้น

- 1.3 กรณีศึกษา 2 การโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย “อาหารเอ็นไซม์บำบัด ในรายการเอ็นไซม์บำบัด” ชื่อผลิตภัณฑ์กับชื่อรายการมีความคล้ายกัน ในลักษณะนี้มีความเห็นว่าจะไม่เหมาะสมในทางจริยธรรม
 - 1.4 กรณีศึกษา 3 โฆษณาผลิตภัณฑ์อาหารโดยไม่ได้รับอนุญาตในส่วนแรกอ่านเข้าใจยากเพิ่มเติมรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ บริษัท ช่วงที่ออกอากาศให้ระบุชัดเจนว่าเป็นผลิตภัณฑ์ตัวเดียวกันทั้งหมด หรือเป็นผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันของแต่ละบริษัทที่ออกอากาศแต่ละช่อง เพิ่มเติมข้อความและภาพของผลิตภัณฑ์ที่วาดประกอบ และเพิ่มเติมรายละเอียดของช่อง เช่น ออนซอน ทวี ของบริษัทตาลคู่บัวขาวออกอากาศทางไนน์
 - 1.5 กรณีศึกษา 4 โฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารปรับรูปแบบให้เหมือนกรณีศึกษาอื่น ๆ
 - 1.6 เพิ่มเติมกรณีศึกษา เกี่ยวกับ Don'ts ในข้อ 6 เนื่องจากว่าพบเห็นมากซึ่งอาจไม่ผิดกฎหมายแต่มองว่าไม่เหมาะสมทางจริยธรรม
 - 1.7 เพิ่มเติมกรณีศึกษาใหม่มีความสอดคล้องกับในส่วนของข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในโฆษณา แต่ได้มีการออกอากาศหรือเคยออกอากาศเพิ่มเติมเพื่อจะได้เข้าใจได้ง่ายขึ้นและชัดเจน
2. กรณีศึกษารายการละคร
- 2.1 ปรับรูปแบบเป็น 4 ส่วน
 - 2.1.1 รายละเอียดเรื่องย่อการจัดเรต
 - 2.1.2 ข้อความเนื้อหาที่แสดงออกไม่เหมาะสม ภาพประกอบ (ควรเบลอภาพของนักแสดง)
 - 2.1.3 การวินิจฉัยความผิดทางกฎหมาย ทางจริยธรรม
 - 2.1.4 สรุบบทลงโทษและสถานการณ์ปัจจุบัน
 - 2.2 ทุกกรณีศึกษาขยายรายละเอียดเพิ่มเติมในเรื่องมาตรฐานความผิด เช่น ความผิดทางกฎหมาย มาตรา 37 ว่าด้วยเรื่องอะไร
 - 2.3 กรณีศึกษารายการละครเรื่องสงครามไอศกรูต เพิ่มเติมที่ว่ามีการแถลงการณ์ต่อผู้ชมนั้นมีการแถลงการณ์ผ่านช่องทางใดและเมื่อไร
 - 2.4 จัดหมวดหมู่กรณีศึกษารายการละคร เป็นกลุ่มดังนี้
 - 2.4.1 เนื้อหาที่แสดงถึงลักษณะลามก อนาจาร ยั่วเย้าทางเพศ
 - 2.4.2 เนื้อหาที่แสดงถึงลักษณะความรุนแรง โหดร้าย ขาดมนุษยธรรม
 - 2.4.3 เนื้อหาที่แสดงถึงลักษณะทางการเมืองที่กระทบต่อความมั่นคงของชาติ ความแตกแยกในสังคม
 - 2.4.4 การแต่งกายของนักแสดงที่ไม่เหมาะสม

- 2.4.5 คำพูดหยาบคาย คำด่า คำไม่สุภาพ
- 2.4.6 การเหยียดชนชั้น เพศ ศาสนา ประเด็นอ่อนไหวทางสังคม
- 2.4.7 โฆษณาแฝงในละคร

ตัวอย่างในรายการข่าว

1. กรณีศิลปิน ปอ - ทฤษฎี สหวงค์

- ตรวจสอบเรื่องการเว้นวรรคตอนในประโยค และการเคาะเว้นวรรค เพื่อความถูกต้องสมบูรณ์ของเนื้อหา

- บรรทัดที่ 238 ...คณะแพทยศาสตร์_โรงพยาบาลรามธิบดี
- บรรทัดที่ 239 ...ในการเข้ารับรักษาตัวของ_นายทฤษฎี_อย่างใกล้ชิด
- บรรทัดที่ 241 ...ต่อมาเมื่อนายทฤษฎี_เสียชีวิต
- บรรทัดที่ 242 เมื่อเกาะติดทุกความเคลื่อนไหว_ตั้งแต่การเคลื่อนย้ายศพ_นาย

ทฤษฎี

- บรรทัดที่ 242 คำว่า "..ขึ้น" ควรติดกับคำว่า "รถมูลนิธิร่วมกตัญญู" ในบรรทัดถัดไป
- บรรทัดที่ 244 คำว่า "..อาจารย์" ควรติดกับคำว่า "แพทย์ประจำภาควิชา..." ใน

บรรทัดถัดไป

- บรรทัดที่ 246 ...การทำงานของสื่อมวลชน_ด้านนายเทพชัย หย่อง
- บรรทัดที่ 247 คำว่า "..มี" ควรติดกับคำว่า "ใจความสำคัญว่า..." ในบรรทัดถัดไป
- บรรทัดที่ 251 ...ทำหน้าที่เป็นบรรณาธิการ_หรือหัวหน้าข่าวของแต่ละสื่อ...
- บรรทัดที่ 252 คำว่า "ลงวันที่ 20 มกราคม" ควรติดกับ "2559" ในบรรทัดถัดไป
- บรรทัดที่ 255 ควรเคาะ "(ข้อมูล ณ วันที่ 9 มกราคม..." มาอยู่บรรทัดที่ 256
- บรรทัดที่ 259 ...(นายกสมาคมนักข่าวบันเทิง)_น.ส.ศตกมล...
- บรรทัดที่ 260 "นางทิวา ณ" ชื่อและนามสกุลควรอยู่บรรทัดเดียวกัน

- จากตัวอย่างกรณีศึกษา ควรเพิ่มเติมหรือขยายความข้อมูลให้ชัดเจนว่า สื่อมวลชนทำผิดอะไร อย่างไร เพื่อความเข้าใจอย่างเป็นรูปธรรมสำหรับผู้ที่ไม่ได้ติดตามข่าว ปอ ทฤษฎี มาอย่างต่อเนื่อง

2. กรณีอาจารย์ ดร.วันชัย ดนัยตโมนุฑ

- ควรมีวงเล็บเพิ่มเติมท้ายชื่อหัวข้อว่า ดร.วันชัย ดนัยตโมนุฑ เป็นใคร และ กรณีที่เกิดขึ้นคืออะไร

- ความเห็นส่วนหนึ่งบอกว่า หัวข้อควรหลีกเลี่ยงการใช้ชื่อและนามสกุลจริงของผู้ก่อเหตุ เนื่องจากเป็นบุคคลทางการศึกษา และจบการศึกษาระดับสูง

- ตรวจสอบเรื่องการเว้นวรรคตอนในประโยค และการเคาะเว้นวรรค เพื่อความถูกต้องสมบูรณ์ของเนื้อหา

- บรรทัดที่ 268 ยิง_ศ.ดร.พิชัย ชัยสงคราม...

- บรรทัดที่ 274 ...ที่เกี่ยวข้อง เช่น_น.ส.สุภิญญา

- บรรทัดที่ 276 ...เข้าข่ายมาตรา_37

- บรรทัดที่ 285 เชิญสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลทีวี_4 ช่อง ได้แก่ ไทยรัฐทีวี_เนชั่นทีวี_ที่เอ็นเอ็น 24

- บรรทัดที่ 287 คำว่า "นาง" ควรติดกับชื่อ "สุวรรณา บุญกล้า" ในบรรทัดถัดไป

- บรรทัดที่ 288 คำว่า "นายพีระวัฒน์ โชติ" ควรติดกับคำว่า "ธรรมโม" ในบรรทัดถัดไป

- บรรทัดที่ 293 คำว่า "น.ส.สุภิญญา" ควรอยู่บรรทัดเดียวกับนามสกุล "กลางณรงค์"

- บรรทัดที่ 294 หลังคำว่า กลางณรงค์ "กรรมการ กสทช." ควรมีคำว่า คณะกรรมการ

ตัวอย่างในรายการเกมโชว์และเรียลลิตี้โชว์

1. กรณีศึกษา เรื่อง รายการ Killer Karaoke Thailand: ขอร้อง อย่าหยุดร้อง

- กรณีศึกษาดังกล่าว เกิดขึ้นตั้งแต่ พ.ศ. 2556 - 2557 ควรใช้กรณีศึกษาที่เป็นสถานการณ์ใกล้เคียงกับปัจจุบันมากกว่านี้ (2559 - 2560)

2.กรณีศึกษา เรื่อง รายการไทยแลนด์ก๊อตทาแลนด์ (1)

- ไม่มีการแสดงความคิดเห็น ในการแก้ไขใด ๆ

3.กรณีศึกษา เรื่อง รายการไทยแลนด์ก๊อตทาแลนด์ (2)

- ไม่มีการแสดงความคิดเห็น ในการแก้ไขใด ๆ

4.กรณีศึกษา เรื่อง รายการเกมโชว์ โหด มัน ฮา (ประเทศไทย)

- ไม่มีการแสดงความคิดเห็น ในการแก้ไขใด ๆ

ผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็น มีความเห็นตรงกันในภาพรวมเพิ่มเติมว่า ควรเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมกรณีศึกษาในรายการเกมโชว์ หรือรายการเรียลลิตี้โชว์ ที่พิธีกรหรือผู้เข้าร่วมรายการมีการแต่งกายไม่เหมาะสม ซึ่งเกิดขึ้นให้เห็นอยู่บ่อยครั้ง เช่น รายการ The Love Machine วงล้อลุ้นรัก ออกอากาศทุกคืนวันจันทร์ ทางไทยทีวีช่อง 3HD เป็นต้น

สรุปผลการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ
(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน
(ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)
จังหวัดกรุงเทพมหานคร

สรุปผลการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็น
ต่อ (ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)
วันศุกร์ที่ 21 เมษายน 2560 จังหวัดกรุงเทพมหานคร

การระดมความคิดเห็นเพื่อทบทวนและปรับปรุง “(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559) (ร่างแรก)” ทำให้ได้ผลการประชุมกลุ่มย่อย ดังข้อสรุปต่อไปนี้

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในรายการโฆษณา

ข้อควรทำ (Dos) ในโฆษณาข้อที่ 1

บริการธุรกิจได้ไม่เกิน 12 นาทีครึ่งต่อชั่วโมง ทั้งวันเฉลี่ยไม่เกิน 10 นาทีต่อชั่วโมง ทางฟรีทีวี/ดิจิทัลทีวี และไม่เกิน 6 นาทีต่อชั่วโมง ทั้งวันเฉลี่ยไม่เกิน 5 นาทีต่อชั่วโมง ทางวิทยุ (ธุรกิจ) และโทรทัศน์ดาวเทียม/เคเบิลทีวี

ข้อเสนอแนะ

ควรเพิ่มข้อความในการอธิบายหรือให้คำจำกัดความถึงความโป่งโป้งโฆษณาตรงและโฆษณาแฝงด้วย รวมถึงปรับข้อความที่แสดงให้เห็นถึงความถี่ในการโฆษณาต่อชั่วโมงให้อ่านง่ายชัดเจน

ข้อควรทำ (Dos) ในโฆษณาข้อที่ 2

ผู้ให้บริการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์และผู้ประกอบการโฆษณาต้องตระหนักถึงเรื่องจริยธรรมจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจโฆษณา โดยนำหลักการนี้มาใช้กำกับและดูแลตัวเอง โดยเฉพาะกับโฆษณาที่มีลักษณะพิเศษ หรือมีระเบียบหรือกฎหมายจากหน่วยงานภาครัฐเข้ามาควบคุมเป็นพิเศษ

ข้อเสนอแนะ

ควรมีการทำงานเพิ่มเติมในเรื่องของจริยธรรมจรรยาบรรณที่ควรคำนึงถึงนั้นมีอะไรบ้าง และควรมีการกำหนดตัวชี้วัดว่าผู้ให้บริการและผู้ประกอบการมีความรู้ในเรื่องนี้ครบถ้วนหรือไม่

ข้อควรทำ (Dos) ในโฆษณาข้อที่ 4

สินค้าที่จะต้องขออนุญาตโฆษณา จะต้องบอกเลขที่ใบอนุญาตสินค้าและเลขที่สินค้าที่ได้รับอนุญาตโฆษณา และต้องเป็นใบอนุญาตที่ยังไม่หมดอายุการโฆษณา

ข้อเสนอแนะ

ควรระบุขนาดของตัวอักษรเพื่อให้เห็นอย่างชัดเจนและระยะเวลาในการนำเสนอเพื่อให้เห็นหรือเพื่อให้ยินอย่างชัดเจนพอและนานพอ

ข้อควรทำ (Dos) ในโฆษณาข้อที่ 5

กรณีสินค้าที่จะต้องขออนุญาตโฆษณา ให้ตรวจสอบเงื่อนไขการโฆษณาก่อนโฆษณา และต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในใบอนุญาตโฆษณาทุกประการ ทั้งเรื่องภาพ สคริปต์หรือสตอรี่บอร์ด

ข้อเสนอแนะ

ปรับข้อความ สคริปต์ และ สตอรี่บอร์ด ให้เป็นคำศัพท์ภาษาไทยที่สามารถเข้าใจได้ง่าย และมีวงเล็บคำศัพท์ภาษาอังกฤษเข้ามา

ข้อควรทำ (Dos) ในโฆษณาข้อที่ 6

หลีกเลี่ยงโฆษณาแฝง ประเภทผลิตภัณฑ์อาหาร ยา ผลิตภัณฑ์สุขภาพ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และยาสูบ ด้วยการปรากฏสินค้าหรือตราสินค้าและบริการเข้าไปในส่วนที่เป็นเนื้อหารายการ ในรายการข่าว ละคร สารคดี เพลง เกมโชว์ เรียลลิตี้ ฯลฯ โดยเฉพาะในรายการประเภทข่าว รายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ และรายการสำหรับเด็ก

ข้อเสนอแนะ

ปรับข้อความใหม่ ดังนี้

“หลีกเลี่ยงโฆษณาแฝงด้วยการปรากฏสินค้าหรือตราสินค้าและบริการเข้าไปในส่วนที่เป็นเนื้อหารายการ”

ข้อควรทำ (Dos) ในโฆษณาข้อที่ 7

มีการระบุค่าเตือนหรือข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสินค้า หรือผลข้างเคียงจากการใช้สินค้า ที่สามารถเห็นได้ชัดในโฆษณา

ข้อเสนอแนะ

ปรับข้อความใหม่ ดังนี้

“มีการระบุค่าเตือนข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสินค้า และผลข้างเคียงจากการใช้สินค้า ที่สามารถเห็นได้ชัดในโฆษณา (ถ้ามี)”

ข้อควรทำ (Dos) ในโฆษณาข้อที่ 11

นำเสนอข้อความโฆษณาโดยคำนึงถึงผู้บริโภคและสังคมโดยรวม โดยไม่ใช้กลยุทธ์หรือวิธีการที่ไม่เหมาะสม อันอาจก่อให้เกิดความรำคาญหรือเป็นอันตรายทั้งต่อสุขภาพร่างกายและจิตใจ

ข้อเสนอแนะ

สามารถตัดข้อความนี้ออกและนำไปรวมกับข้อ 2 ในข้อควรทำ หรือพิจารณารวมกับข้ออื่นหรือตัดออกได้

ข้อควรทำ (Dos) ในโฆษณาข้อที่ 12

นำเสนอโฆษณาโดยคำนึงถึงการใช้บุคลากรทางแพทย์และสาธารณสุข นักวิชาการ หรือนักเรียนนักศึกษาเป็นผู้แสดงแบบในโฆษณา ให้ใช้ผู้แสดงแบบที่เหมาะสมทั้งในด้านวัยวุฒิและภาพลักษณ์ในการโฆษณาสินค้าแต่ละประเภท

ข้อเสนอแนะ

ให้ปรับความโดยนำไปรวมกับข้อไม่ควรทำ ทั้งนี้ ให้เขียนให้ครอบคลุมในเรื่องการแสดงออกของ presenter ในโฆษณา และให้เขียนถึงการระมัดระวังในเรื่องของการปกป้องและระวังเพศสรีระของเด็กด้วย

ข้อเสนอแนะอื่นๆสำหรับข้อควรทำ (Dos) ในโฆษณา

ควรเพิ่มเติมข้อความเกี่ยวกับคำที่ควรระมัดระวังสำหรับเนื้อหาในโฆษณา เช่น คำที่มีลักษณะสองแง่สองง่ามหรือคำที่พาดพิงถึงบุพการี

กสทช. ควรมีหน่วยเฝ้าระวังและตรวจสอบเนื้อหาสำหรับโฆษณาแฝงในรายการซีทีคอม เกมโชว์ หรือการอ่านข่าว ในการโฆษณาอวดอ้างสรรพคุณและเกินจริง

หาต้นแบบให้เกิดการเรียนรู้ว่าเรื่องของการโฆษณาแฝงนั้นทำอย่างไร โดยเฉพาะความสุ่มเสี่ยงในการโฆษณาที่ใช้ นักวิชาการ นักวิชาชีพ นักข่าว มาโฆษณา

ข้อมูลในแต่ละข้อควรทำและข้อไม่ควรทำ ในกรณีที่มีที่มาจาก อย. หรือ พรบ. ต่างๆ ให้ระบุไว้ด้วย

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในละคร

ข้อควรทำ (Dos) ในรายการละครโทรทัศน์

ข้อ 1 เพิ่มความรู้ด้านสุขอนามัย ด้านวิทยาศาสตร์ สิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ข้อ 2 ปรับรูปแบบให้ง่ายต่อการอ่าน ได้แก่

“ป” รายการสำหรับเด็กปฐมวัย อายุ 3-5 ปี

“ด” รายการสำหรับเด็ก อายุ 6 – 12 ปี

“ท” รายการสำหรับผู้ชมทุกวัย

“น13” รายการเหมาะกับผู้ชมที่มีอายุ 13 ปีขึ้นไป ผู้ชมที่มีอายุน้อยกว่า 13 ปี ควรได้รับการแนะนำ และต้องออกอากาศช่วงเวลา 20.30 – 05.00 น.

“น18” รายการเหมาะกับผู้ชมที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ผู้ชมที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี

ควรได้รับการแนะนำ และต้องออกอากาศช่วงเวลา 22.00 – 05.00 น.

“ฉ” รายการเฉพาะไม่เหมาะสำหรับเด็กและเยาวชน ต้องออกอากาศช่วงเวลา 24.00 – 05.00 น.

ข้อ 3 เพิ่มเติม ควรแสดงคำเตือน/หรือคำแนะนำ ในฉากความรุนแรง/แอลกอฮอล์/ยาเสพติด

ข้อ 4 เห็นควรว่าตัดออกแล้วนำรายละเอียดไปรวมเพิ่มเติมไว้ในข้อที่ 2

ข้อ 7 ระบุช่วงอายุเด็กที่ควรระมัดระวังว่าควรอยู่ช่วงอายุเท่าใด ในการนำมาเป็นตัวแสดง

ข้อ 10 รายการละครที่ตัวละครในเรื่องมีความเกี่ยวข้องกับการแสดงเป็นนักวิชาชีพ เช่น แพทย์ นักกฎหมาย นักบัญชี ครู อาจารย์ ฯลฯ ควรมีการขึ้นข้อความว่าตัวละครในเรื่องเป็นตัวละครสมมติไม่ได้มีเจตนาพาดพิงหรืออ้างอิงให้เกิดความเสียหายต่อวิชาชีพนั้น ๆ

ข้อ 13 ข้อ 14 นำมารวมกันได้ โดยเรียงเรียงคำพูดใหม่

เพิ่มเติมข้อ 16 ในช่วงปิดภาคเรียนควรมีการจัดรายการละครให้เหมาะสมกับเด็กและเยาวชน
เพิ่มมากขึ้น

ข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในรายการละครโทรทัศน์

1. เรียงลำดับข้อใหม่ให้อยู่ในหมวดหมู่เรื่องราวเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน เช่น ข้อ 2 ข้อ 4 ข้อ 6 สลับมาอยู่ด้วยกัน และ ข้อ 5 กับ ข้อ 10 อยู่ด้วยกัน
2. นำข้อ 14 ไปปรับรวมกับข้อ 1
3. เพิ่มเติมอยากให้มีการแนะนำ ว่าระยะเวลาที่ปรากฏภาพความรุนแรง/อาวุธ/การจูบ ว่าควรอยู่ในช่วงเวลาเท่าใดจึงจะเหมาะสม

กรณีศึกษารายการละคร

1.1 ปรับรูปแบบแบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้

- อธิบายรายละเอียดละครเรื่องนั้นๆว่าเกี่ยวกับอะไร หรือมีเรื่องย่อสั้น ๆ เพื่อที่ผู้ที่ไม่เคยดูจะได้เข้าใจได้
- ความผิดหรือฉากรุนแรงที่โดนร้องเรียน หรือทาง กสทช พิจารณารับเรื่องคืออะไร
- ผลการพิจารณา/การวินิจฉัยจากทาง กสทช
- ข้อเสนอในการดำเนินการ/แนวทางแก้ไข ของทางช่อง หรือทาง กสทช

1.2 จัดหมวดหมู่กรณีศึกษา ดังนี้

- ผิดมาตรา 37
- ผิดด้านการจัดเรต
- เรื่องเพศ/ลามก/อนาจาร

- ภาษา คำหยาบ คำด่า
- ความรุนแรง
- เนื้อหาที่มีประเด็นอ่อนไหว

1.3 เพิ่มกรณีศึกษาละครที่มีความเหมาะสม ชิงบวก

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในรายการข่าว

ข้อควรทำ (Dos) ข้อ 1.

เดิม	นำเสนอข่าวด้วยข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน ตรงไปตรงมาตามข้อเท็จจริง ได้แก่ การตรวจสอบข้อมูลอย่างรอบด้านจากแหล่งข่าวหรือแหล่งที่มาที่เชื่อถือได้ เช่น พยานในที่เกิดเหตุ คำให้การต่อเจ้าหน้าที่ตำรวจ การสัมภาษณ์คู่กรณีทุกฝ่าย การตรวจสอบกล้องวงจรปิด คลิปวิดีโอ เป็นต้น และนำเสนอตามข้อเท็จจริง
ความคิดเห็น	เพิ่มเติมว่า แต่ละข่าวควรนำเสนอให้ตรงประเด็น โดยไม่เสริมเพิ่มเติมประเด็นที่ไม่จำเป็นหรือไม่สำคัญในเหตุการณ์นั้น ๆ โดยอาจเพิ่มข้อความดังนี้ “นำเสนอข่าวด้วยข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน ตรงไปตรงมา ด้วยความกระชับ ไม่ยืดเยื้อ และเชื่อถือได้” ส่วนรายละเอียดอื่น ๆ สามารถแยกไปอธิบายต่างหากได้

ข้อควรทำ (Dos) ข้อ 4.

เดิม	นำเสนอข้อเท็จจริงมากกว่าความคิดเห็น การรายงานข่าวจากผู้สื่อข่าวและผู้ประกาศข่าว ควรรายงานตามข้อมูลที่มีอยู่เท่านั้น หากมีความคิดเห็น ควรเป็นความคิดเห็นจากแหล่งข่าวปฐมภูมิหรือคนรอบข้างที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่เป็นข่าว และควรนำเสนอให้ผู้รับข่าวสารทราบอย่างชัดเจนว่าสิ่งที่นำเสนอเป็นข้อเท็จจริงหรือความคิดเห็น รวมถึงการใช้น้ำเสียงเหมาะสมกับข่าวที่นำเสนอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข่าวที่เกี่ยวข้องกับความรุนแรงทางเพศ ครอบครัว และข่าวที่อ่อนไหวต่อความรู้สึกของคนในสังคม
ความคิดเห็น	ใช้ข้อความที่กระชับขึ้น และควรเจาะจงประเภทรายการ และไม่มี การนำเสนอความคิดเห็น เช่น “การรายงานข่าวของผู้สื่อข่าว และการรายงานข่าวของผู้ประกาศข่าวในรายการอ่านข่าวหรือเล่าข่าว ควรนำเสนอข้อเท็จจริง ไม่แสดงความคิดเห็นรวมถึงการใช้น้ำเสียงให้เหมาะสมกับเนื้อข่าวที่นำเสนอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข่าวที่เกี่ยวข้องกับความรุนแรงทางเพศ ครอบครัว และข่าวที่อ่อนไหวต่อความรู้สึกของคนในสังคม”

ข้อควรทำ (Dos) ข้อ 5.

เดิม	วิเคราะห์ข่าวบนหลักการที่เป็นกลาง ถูกต้อง เที่ยงตรงและเป็นธรรม สื่อมวลชนพึงวางตัวเป็นกลาง ไม่อคติหรือเข้าข้างฝ่ายใด หาข้อมูลรอบด้านอย่างละเอียดถี่ถ้วน เพื่อวิเคราะห์ข่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ
ความคิดเห็น	ใช้ข้อความที่กระชับขึ้น และควรเจาะจงประเภทรายการ เช่น “รายการวิเคราะห์ข่าว ผู้ประกาศข่าวควรวางตนเป็นกลาง ศึกษาข้อมูลรอบด้านอย่างละเอียดถี่ถ้วน”

ข้อควรทำ (Dos) ข้อ 10.

เดิม	ตรวจสอบและกลั่นกรองข้อมูลจากแหล่งข่าวอย่างรอบคอบก่อนนำเสนอ ควรตรวจสอบและกลั่นกรองข้อมูลให้มั่นใจว่าถูกต้องก่อนเผยแพร่สู่สาธารณชน เพราะอาจนำเสนอคลาดเคลื่อนก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในวงกว้างได้
ความคิดเห็น	ปัจจุบันมีแหล่งข่าวเกิดขึ้นมากมาย ทั้งที่เป็นแหล่งข่าวจริงและแหล่งข่าวลวง โดยเฉพาะแหล่งข่าวออนไลน์ ดังนั้นอาจปรับเปลี่ยนข้อความให้ครอบคลุมและเข้าใจง่ายมากยิ่งขึ้น เช่น “มีมาตรการป้องกันการนำภาพ เสียง และเนื้อข่าวที่เป็นเท็จมาใช้ออกอากาศ โดยตรวจสอบและกลั่นกรองข้อมูลอย่างรอบคอบก่อนเผยแพร่สู่สาธารณชน เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในวงกว้างได้”

เพิ่มเติม ข้อ 16.

คำนี้ถึงเรื่องลิขสิทธิ์ โดยภาพและเสียงที่นำมาออกอากาศจะต้องได้รับการอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ เช่น ข่าวกีฬาต่าง ๆ เป็นต้น หรือหากเป็นภาพและเสียงที่ไม่ได้จดลิขสิทธิ์ก็ควรขออนุญาตเจ้าของสื่อหรือขึ้นข้อความเพื่อแสดงที่มาของภาพและเสียงนั้น ๆ

****ข้อเสนอแนะ**

บางข้อสามารถรวมเป็นข้อเดียวกันได้ หรือควรใช้ข้อความที่แสดงให้เห็นว่าเป็นคนละประเด็นกันอย่างชัดเจน เช่น ข้อ 1. และ 2.
ข้อ 7. และ 8.
ข้อ 11. ถึง 13.

ข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ข้อ 9.

เดิม	ไม่ใช่ความเห็นส่วนตัวในการพุดจูงใจ คาดคะเนเหตุการณ์ เช่น ข่าวความขัดแย้งทางการเมือง เพราะอาจเป็นมูลเหตุจูงใจให้เกิดความขัดแย้งในสังคม หรือข่าวการตีตัวเลขลอตเตอรี่ ซึ่งก่อให้เกิดความมมงาย เป็นต้น
ความคิดเห็น	อาจใช้คำว่า “เกริ่นนำ” คือแสดงความคิดเห็น วิเคราะห์ คาดคะเนเพิ่มเติมจากเนื้อข่าว โดยเปลี่ยนข้อความเป็น “ไม่ใช่ความเห็นส่วนตัวมาเกริ่นนำ วิเคราะห์ คาดคะเนเหตุการณ์เพิ่มเติมจากข่าว อันจะเป็นแรงจูงใจให้เกิดความขัดแย้งทางสังคมหรือความมมงาย เช่น การคาดคะเนสถานการณ์ทางการเมือง การคาดคะเนเลขท้ายสลากกินแบ่งจากข่าวอุบัติเหตุ เป็นต้น”

เพิ่มเติม ข้อ 16.

ไม่ควรปล่อยภาพและเสียงเหตุการณ์วุ่นไปมาหลาย ๆ รอบ โดยเฉพาะเนื้อหาที่มีความรุนแรง หยาบคาย โน้มน้าว ปลุกกระดม

กรณีศึกษา

- เป็นกรณีศึกษาที่ดีมากทั้งกรณี ปอ-ทฤษฎี และ อาจารย์ ดร.วันชัย ทั้งนี้ สามารถแยกออกเป็นประเด็นต่าง ๆ เพื่อช่วยให้มองเห็นในมิติต่าง ๆ และเข้าใจง่ายขึ้น เช่น การละเมิดผู้ป่วย การละเมิดผู้เสียชีวิต เป็นต้น

- นอกจากตัวสื่อมวลชน สาธารณชนที่เกี่ยวข้องควรมีระบบการจัดการที่ดีพอเพื่อรองรับการปฏิบัติงานของสื่อ เช่น การเตรียมห้องพักผู้สื่อข่าว การป้องกันพื้นที่อย่างแน่นหนาขณะเคลื่อนศพ เป็นต้น

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในรายการเกมโชว์/เรียลลิตี้โชว์

จากการสรุปข้อมูลด้านจริยธรรมสื่อมวลชน ประเภทรายการเกมโชว์/เรียลลิตี้โชว์ ได้ข้อสรุป ดังนี้

1. การนำเสนอรายการย้อนหลังในช่องทางอื่นๆควรมีการเซ็นเซอร์เหมือนการนำเสนอช่องหลัก (Free TV) เนื่องจากมีการยึดเยียดโฆษณาแฝงในรายการมากทั้งจากช่องทางหลักและช่องทางอื่นๆ
2. ไม่ควรแสดงตัวอย่างรายการที่ไม่เหมาะสมในสื่อหลักเพื่อให้ไปติดตามในช่องทางอื่น (Spot Promote) เช่น การพูดนำเสนอตัวอย่างในรายการทางช่องทางหลักที่ขออนุญาตเป็นเรต ท. แต่มีเนื้อหารายการที่ล่อแหลมไปในเรต 18+ โดยบอกให้ไปติดตามรายการนี้ทางช่องทางอื่นแทน เป็นต้น
3. ในข้อ Dos ควรทำข้อที่ 6 รายการเด็กและเยาวชนต้องมีกฎหมายควบคุมและต้องได้รับอนุญาตจากผู้ปกครอง รวมถึงในขณะถ่ายทำต้องมีผู้ปกครองอยู่ด้วย
4. ในข้อ Dos ควรทำข้อที่ 9 ที่ว่านำเสนอพฤติกรรมที่ถูกต้องและเหมาะสมโดยไม่กระทบต่อจิตใจของผู้ชม โดยเพิ่มว่า โดยเฉพาะกลุ่มเด็กและเยาวชน และกลุ่มเปราะบาง
5. ควรลดเนื้อหาที่ส่งผลถึงอารมณ์หรือเร้าอารมณ์สูง โดยให้คำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้รับสารเป็นหลัก

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) กรณีศึกษา

ตัวอย่างในรายการโฆษณา

1. กรณีศึกษาเนื้อหาโฆษณาที่ผิดประเภท

- เพิ่มเติมข้อสรุป หรือบทลงโทษสำหรับการกระทำความผิดดังกล่าวที่ชัดเจน พร้อมแนวทางการแก้ไขจาก กสทช(หากมี).

- ขยายความมาตรา 88(2) 88(5) 88(8) 88ทวิ ว่าในทางกฎหมาย มีเนื้อหาความผิดอย่างไร

2. กรณีศึกษาการโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมาย

- บรรทัดที่ 108 ควรใส่ชื่อเต็มของ “อย.” ด้วย และ ประโยคที่ว่า “เป็นโฆษณาที่ไม่ได้รับอนุญาตให้โฆษณาจาก อย. เสียค่าปรับแล้ว...” ควรขยายความหรือเรียบเรียงประโยคดังกล่าวให้ถูกต้องและเข้าใจง่ายขึ้น

- บรรทัดที่ 111 แก้คำผิด “ขึ้นบันไดก็เหนื่อยง่าย..” จากคำว่า ขึ้น เป็น “ขึ้น”

3. กรณีศึกษาการโฆษณาผลิตภัณฑ์อาหารโดยไม่ได้รับอนุญาต

จากประโยคที่ว่า “หากฝ่าฝืนหรือไม่ 120-119 บรรทัดที่ -ปฏิบัติตามคำสั่งให้ปรับทางปกครองจำนวน” ..ควรขยายความหรือเรียบเรียงประโยคดังกล่าวให้ถูกต้องและเข้าใจง่ายขึ้น

4. กรณีศึกษาการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

- บรรทัดที่ ควรเพิ่มคำเชื่อม “ซึ่ง” เพื่อความสมบูรณ์ของประโยค คือ “ข้อความโฆษณา 130 .ดังกล่าวไม่ได้รับอนุญาตจาก อย.ซึ่ง ถือว่ามีความผิด”...

- บรรทัดที่ 133 ควรเพิ่มคำเชื่อม “จริง” เพื่อความสมบูรณ์ของประโยค คือ “ผู้จัดทำข้อความโฆษณาอวดอ้างสรรพคุณ จริง...”

ผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็น มีความเห็นส่วนหนึ่งตรงกันในภาพรวมเพิ่มเติมว่าเพื่อความถูกต้องที่ตรงกันในการทำงานระหว่างผู้ตรวจสอบ และบริษัทผู้ผลิตสื่อโฆษณา ควรมีการจัดทำเล่ม Dos & Don'ts แยกตามประเภทสินค้า (Category) ถึงข้อห้ามในการโฆษณาสินค้าต่าง ๆ อย่างชัดเจนเท่าที่จะเป็นไปได้ เพราะสินค้าแต่ละประเภท แต่ละชนิด มีรูปแบบการสื่อสาร คำพูดในโฆษณา และการนำเสนอประชาสัมพันธ์ในรูปแบบที่แตกต่างกันไป เช่น เล่มนี้เฉพาะอาหารอุปโภคบริโภคที่จำเป็น เล่มนี้เฉพาะประเภทอาหารเสริม เล่มนี้เฉพาะเครื่องสำอาง และเล่มนี้เฉพาะเครื่องใช้ต่าง ๆ เป็นต้น

และเพื่อป้องกันความผิด หรือการละเมิดข้อห้ามต่าง ๆ ควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบการตรวจคัดกรองโฆษณาทุกชนิดอย่างละเอียด โดยมีการทำงานใกล้เคียงกับการตรวจเนื้อหาภาพยนตร์ก่อนการฉายในโรง

ตัวอย่างในรายการเกมโชว์และเรียลลิตีโชว์

1. กรณีศึกษา เรื่อง รายการ Killer Karaoke Thailand : ขอร้อง อย่าหยุดร้อง

- บรรทัดที่ ตรวจสอบความถูกต้องของชื่องค์กร “เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวัง 315 เป็นชื่องค์กรเดียวกัน แต่กลับมีคำว่า “และ” ในชื่อด้วย 323 สร้างสรรค์สื่อ” เนื่องจากใน บรรทัดที่

- บรรทัดที่ 321 เพื่อความกระชับและไม่ซ้ำซ้อนของการเรียบเรียงเนื้อหา ให้เพิ่มคำว่า “คนที่มี” ...ไม่ควรนำเสนอภาพของคนที่มี และตัดประโยค “...ความสนุกสนานที่เห็นคนโดนแก๊งหรือมีความสุข” ออกทั้งประโยค

- บรรทัดที่ 323-324 เพื่อความกระชับและไม่ซ้ำซ้อนของการเรียบเรียงเนื้อหา สามารถตัดประโยค “..ซึ่งแจ้งว่าได้รับเรื่องร้องเรียนของเครือข่ายฯแล้ว” ออกได้

- บรรทัดที่ 324 อาจไม่จำเป็นต้องระบุ ชื่อ-นามสกุลจริง ของ เจ้าหน้าที่รับผิดชอบ

2. กรณีศึกษา เรื่อง รายการไทยแลนด์ก๊อตทาแลนด์ (1)

- บรรทัดที่ 328 เพื่อความกระชับและไม่ซ้ำซ้อนของการเรียบเรียงเนื้อหา สามารถตัดประโยค “กรณีการแพร่ภาพของรายการไทยแลนด์ก๊อตทาแลนด์ แสดงการเปลี่ยอภวภาพของหญิงสาว ออกได้

- บรรทัดที่ 331 เพื่อความสมบูรณ์ของประโยค ควรเพิ่มคำว่า “ล้วงหน้า” อีกทั้งการแสดงดังกล่าวเป็นการบันทึกภาพล้วงหน้าไม่ใช่ร่างกายสด...

- บรรทัดที่ 336 ในประโยคที่ว่า “ต่อไปจะดูแลทุกการแสดงอย่างสร้างสรรค์” ควรใช้คำว่า “และ” แทนคำว่า “ต่อไป”

- บรรทัดที่ 337 ในประโยคที่ว่า “ซึ่งได้ยืนยันอีกว่าไม่ได้มีการเตรียมกับนักแสดงมาก่อน” ควรใช้คำว่า “วางแผน” แทนคำว่า “เตรียม”

- บรรทัดที่ 340 การเขียนค่าจำนวนเงิน ควรใช้เป็นตัวเลข “500,000” บาท แทนการใช้อักษร 5 แสน

- ควรเพิ่มข้อมูล วัน เดือน ปี ที่เทปรายการดังกล่าวออกอากาศด้วย

- ควรเพิ่มข้อมูล ข้อความผิดตามมาตราทางกฎหมาย ที่รายการดังกล่าวได้ละเมิดด้วย เพื่อเป็นกรณีศึกษาที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้นสำหรับผู้ผลิตสื่อ

3. กรณีศึกษา เรื่อง รายการไทยแลนด์ก๊อตทาแลนด์ (2)

- ควรเพิ่มข้อมูล วัน เดือน ปี ที่เทปรายการดังกล่าวออกอากาศ เนื่องจากมีการยกตัวอย่างกรณีศึกษา รายการไทยแลนด์ก๊อตทาแลนด์มาถึง 2 กรณี ผู้อ่านจะได้ทราบว่า การกระทำความผิดดังกล่าว ทางผู้ผลิตรายการมีการละเมิดความผิดทั้ง 2 ครั้งนั้น มีระยะเวลาห่างกันมากน้อยเพียงไร

4. กรณีศึกษา เรื่อง รายการเกมโชว์ โหด มัน ฮา (ประเทศไทย)

- สำหรับกรณีศึกษานี้ ผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นได้แสดงทัศนคติในทิศทางเดียวกันว่า กรณีนี้อาจไม่เกี่ยวข้องกับผู้ผลิตสื่อมากนัก โดยจากข้อมูลจะเป็นเรื่องความขัดแย้งกันในแง่ของปัจเจกบุคคลระหว่างทีมผู้ควบคุมรายการ และผู้เข้าแข่งขัน จึงไม่จำเป็นต้องใส่ตัวอย่างกรณีศึกษานี้ไว้ในเล่มคู่มือฯ

สรุปผลการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ
(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน
(ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)
จังหวัดเชียงราย

สรุปผลการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็น
ต่อ (ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)
วันศุกร์ที่ 24 เมษายน 2560 จังหวัดเชียงราย

การระดมความคิดเห็นเพื่อทบทวนและปรับปรุง “(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559) (ร่างแรก)” ทำให้ได้ผลการประชุมกลุ่มย่อย ดังข้อสรุปต่อไปนี้

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในรายการโฆษณา

ข้อควรทำ (Dos) ในโฆษณาข้อที่ 2

ผู้ให้บริการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์และผู้ประกอบการโฆษณาต้องตระหนักถึงเรื่องจริยธรรมจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจโฆษณา โดยนำหลักการนี้มาใช้กำกับและดูแลตัวเอง โดยเฉพาะกับโฆษณาที่มีลักษณะพิเศษ หรือมีระเบียบหรือกฎหมายจากหน่วยงานภาครัฐเข้ามาควบคุมเป็นพิเศษ

ข้อเสนอแนะ

ควรอธิบายความเพิ่มสำหรับคำว่า โฆษณาสินค้าที่มีลักษณะต้องห้าม

ข้อควรทำ (Dos) ในโฆษณาข้อที่ 5

กรณีสินค้าที่จะต้องขออนุญาตโฆษณา ให้ตรวจสอบเงื่อนไขการโฆษณาก่อนโฆษณา และต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขในใบอนุญาตโฆษณาทุกประการ ทั้งเรื่องภาพ สคริปต์หรือสตอรี่บอร์ด

ข้อเสนอแนะ

ปรับข้อความ สคริปต์ และ สตอรี่บอร์ด ให้เป็นคำศัพท์ภาษาไทยที่สามารถเข้าใจได้ง่าย และมีวงเล็บคำศัพท์ภาษาอังกฤษเข้ามา

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ สำหรับข้อควรทำ (Dos) ในโฆษณา

ข้อมูลจากเวทีทำให้พบว่า กสทช. ควรเข้ามามีบทบาทในการกำกับดูแลสื่อท้องถิ่นร่วมด้วย เนื่องจาก การกำกับดูแลตัวเองและการกำกับดูแลกันเองจะมีประเด็นทางด้านธุรกิจเข้ามาร่วมด้วย ทำให้การกำกับดูแลทั้ง 2 รูปแบบเป็นไปได้ยากและไม่สามารถทำได้จริง ทั้งนี้ อาจกระทำโดย กสทช. เขตร่วมรับผิดชอบในการติดตามและเฝ้าระวัง

ข้อเสนอแนะอีกประการหนึ่ง คือ ให้มีการตรวจสอบเนื้อหา ภาพ และข้อความในโฆษณาจากที่ได้ผ่านการอนุญาตแล้วกับการที่นำเนื้อหา ภาพ และข้อความในโฆษณาไปออกอากาศจริง

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในละคร

1. ควรจัดเวลาในการออกอากาศรายการละครให้ถูกต้องและเหมาะสมกับการให้เรตรายการ
2. ควรจัดให้รายการละครที่ส่งเสริมความรักของสถาบันครอบครัวนำเสนอในช่วงหลังรายการข่าวภาคค่ำ
3. การให้ “เรต” รายการละครควรมีการพิจารณาให้ถูกต้องเหมาะสม ก่อนออกอากาศ
4. ไม่ควรมีฉากการเล่นการพนัน สูบบุหรี่ เสพสิ่งเสพติด หรืออบายมุขต่าง ๆ เพราะการเซ็นเซอร์ภาพ
5. ละครที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ “ชาติพันธุ์” จะต้องมีการศึกษาข้อมูลที่มาต่าง ๆ อย่างถูกต้อง ชัดเจน ก่อนการนำเสนอ
6. ละครที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับหรือสัมพันธ์กับต่างประเทศ ต้องระมัดระวังในการนำเสนอข้อมูลอย่างมาก และไม่ส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ
7. ละครควรมีการนำเสนอภาพลักษณ์ที่แตกต่างไปจากเดิม เรามักจะได้ชมละครที่ตัวเอกของเรื่องมีอาชีพเดิม ๆ ไม่มีการนำเสนออาชีพใหม่ ๆ เลย เช่น อาจมีตัวเอกของเรื่องเป็นวิศวกรช่าง
8. ไม่ควรมีเนื้อหาละครที่เป็นการเพื่อฝัน เป็นไปไม่ได้ เช่น นางเอกมีฐานะยากจนแล้วพระเอกที่มีฐานะร่ำรวยมาหลงรัก

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในรายการข่าว

ข้อควรทำ (Dos) ข้อ 4. และ 5.

เดิม	4. นำเสนอข้อเท็จจริงมากกว่าความคิดเห็น การรายงานข่าวจากผู้สื่อข่าวและผู้ประกาศข่าว ควรรายงานตามข้อมูลที่มีอยู่เท่านั้น หากมีความคิดเห็น ควรเป็นความคิดเห็นจากแหล่งข่าวปฐมภูมิหรือคนรอบข้างที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่เป็นข่าว และควรนำเสนอให้ผู้รับข่าวสารทราบอย่างชัดเจนว่าสิ่งที่นำเสนอเป็นข้อเท็จจริงหรือความคิดเห็น รวมถึงการใช้คำเสียงเหมาะสมกับข่าวที่นำเสนอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข่าวที่เกี่ยวข้องกับความรุนแรงทางเพศ ครอบครัว และข่าวที่อ่อนไหวต่อความรู้สึกของคนในสังคม
------	---

	5. วิเคราะห์ข่าวบนหลักการที่เป็นกลาง ถูกต้อง เที่ยงตรงและเป็นธรรม สื่อมวลชนพึงวางตัวเป็นกลาง ไม่อคติหรือเข้าข้างฝ่ายใด หาข้อมูลรอบด้านอย่างละเอียดถี่ถ้วน เพื่อวิเคราะห์ข่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ
ความคิดเห็น	ทั้ง 2 ข้อนี้ อาจต้องแยกออกจากกันให้ชัดเจน เพื่อจะไม่สับสนว่ามีความคล้ายคลึงกันหรือเหมือนกัน เช่น บอกว่าข้อ 5. เป็นรายการวิเคราะห์ข่าว (คล้ายเวทีกรุงเทพมหานคร)

****ข้อเสนอแนะ**

ขอให้สื่อมวลชนมีความรอบคอบ บางกรณีเราทราบว่าจะไรควร อะไรไม่ควร แต่เกิดข้อผิดพลาดเนื่องจากขาดความรอบคอบ เช่น เบลอหน้าเด็ก แต่ไม่เบลอหน้าผู้ปกครอง

ข้อควรทำ บางข้อสามารถรวมเป็นข้อเดียวกันได้ หรือควรใช้ข้อความที่แสดงให้เห็นว่าเป็นคนละประเด็นกันอย่างชัดเจน เช่น ข้อ 1. และ 2. ข้อ 3. และ 4.

ข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ข้อ 3.

เดิม	ไม่นำเสนอภาพข่าวที่ส่งผลกระทบต่อผู้ตกเป็นข่าวซ้ำ ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงการซ้ำเติมผู้ตกเป็นข่าว หรือการปลุกฝังความรุนแรงที่อาจเกิดขึ้นในสังคม เช่น ไม่นำเสนอภาพข่าวที่มีผู้รุมทำร้ายผู้ต้องหา ไม่นำเสนอภาพข่าวที่มีความรุนแรงทางร่างกายหรือกระทบต่อจิตใจผู้ตกเป็นข่าวซ้ำ ๆ เป็นต้น
ความคิดเห็น	ไม่น่าแก้ไขได้ เนื่องจากบางข่าวมีการนำเสนอซ้ำหลายรายการในช่องเดิม หรือนำเสนอความคืบหน้า แต่สามารถทำให้ดีขึ้นได้ เช่น พยายามตัดทอนภาพช่วงที่แสดงความรุนแรงออก หรือค่อย ๆ ลดการนำเสนอภาพเหตุการณ์เดิม แล้วแทนที่ด้วยการนำเสนอภาพข่าวที่เป็นความคืบหน้าสถานการณ์ เป็นต้น

****ข้อเสนอแนะ**

ข้อไม่ควรทำ บางข้อสามารถรวมเป็นข้อเดียวกันได้ หรือควรใช้ข้อความที่แสดงให้เห็นว่าเป็นคนละประเด็นกันอย่างชัดเจน เช่นข้อ 9. และ 13. ข้อ 11. และ 12.

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในรายการเกมโชว์/เรียลลิตี้โชว์

จากการสรุปข้อมูลด้านจริยธรรมสื่อมวลชน ประเภทรายการเกมโชว์/เรียลลิตี้โชว์ ได้ข้อสรุป ดังนี้

1. ควรห้ามการมีโฆษณาแฝงในรายการ (Tie-in) ในรายการเกมโชว์/เรียลลิตี้โชว์ ควรจะโฆษณาตรง ๆ ไปตามเกณฑ์ของรายการไปเลย เนื่องจากปัจจุบันรายการเกมโชว์/เรียลลิตี้โชว์ มีการใช้โฆษณาแฝงในรายการมากจนเกินไปจนเป็นการขัดเคืองตาเกินไป
2. ไม่ควรเอาความทุกข์ของผู้คนมาเป็นเครื่องมือทางธุรกิจ/ ไม่ควรขายดราม่า เพื่อให้เกิดผลประโยชน์กับทางรายการ
3. เกณฑ์โทษปรับรายการเกมโชว์/เรียลลิตี้โชว์ ต้องมีโทษปรับหรือบทลงโทษที่ผิดจริยธรรม ให้มีบทลงโทษสูงกว่าผลประโยชน์ที่ได้รับ

กรณีข้อควรทำ (Dos) และข้อไม่ควรทำ (Don'ts) กรณีศึกษา

1. กรณีศึกษาด้านโฆษณา

- 1.1 ปรับรูปแบบแบ่งออกเป็น 4 ส่วนเพื่อเข้าใจง่ายขึ้น
 - 1.1.1 รายละเอียดหน่วยงานที่มีการกระทำผิด ช่อง สถานี เจ้าของผลิตภัณฑ์ และออกอากาศผ่านสื่อใด
 - 1.1.2 รายละเอียดข้อความที่ผิดกฎหมายหรือข้อความที่ไม่เหมาะสม โดยยกข้อความนั้นแสดงประกอบ
 - 1.1.3 รายละเอียดวินิจฉัยความผิด/ความไม่เหมาะสม
 - 1.1.4 บทสรุป การตัดสิน การลงโทษ
- 1.2 กรณีศึกษาที่ 1 อยากให้ปรับรูปแบบการเขียนเพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้น และเพิ่มรายละเอียดอธิบาย ข้อกฎหมาย หรือแหล่งค้นคว้าเพิ่มเติม มาตรา 88(2) 88(5) 88(8) ว่าด้วยเรื่องอะไร
- 1.3 กรณีศึกษาที่ 2 เพิ่มเติมในส่วนรายละเอียดข้อวินิจฉัย/ความผิด/ความไม่เหมาะสม และส่วนบทสรุปบทลงโทษ
- 1.4 กรณีศึกษาที่ 3 เพิ่มเติมในส่วนรายละเอียดผลิตภัณฑ์ ข้อความที่ผิด/ที่ไม่เหมาะสม และคำวินิจฉัยความผิด
- 1.5 กรณีศึกษาที่ 4 ปรับรูปแบบ

- 1.6 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่า โทษปรับไม่เกิน 5000 บาทเป็นโทษที่เบาเกินไป ทำให้ไม่เกิดความเกรงกลัวที่จะกระทำความผิด
- 1.7 เพิ่มเติมกรณีศึกษาด้านการโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศ/การดูหมิ่น/ความเชื่อ/ศาสนา/โฆษณาแฝง
2. กรณีศึกษารายการละคร
 - 2.1 ปรับรูปแบบออกเป็น 4 ส่วนดังนี้
 - 2.2 จัดหมวดหมู่ละครโดยอาจจัดแบ่งเป็นกลุ่มตามวิธีการที่ต่างกันดังนี้
 - 2.2.1 ละครทั่วไปหลังข่าว/ ละครซิทคอม
 - 2.2.2 ละครเด็ก เยาวชน/ ละครกลุ่มคนทั่วไป/ ละครเฉพาะกลุ่ม (ตามเรต)
 - 2.2.3 เนื้อหาที่เกี่ยวกับเรื่องเพศ โป๊เปลือย/ เนื้อหาเกี่ยวกับด้านศีลธรรมจรรยา เช่น ละครเรื่องดอกส้มสีทอง/ เนื้อหาเกี่ยวกับความรุนแรง /เนื้อหาเกี่ยวกับความอ่อนไหว การดูหมิ่นสถาบัน การเมือง ประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ละครเรื่องรอยไหม ที่มีการเปลี่ยนจากการพูดถึงลาวมาเป็นล้านนา/ โฆษณาแฝง

ตัวอย่างในรายการข่าว

1. กรณีศิลปิน ปอ ทฤษฎี สหวงค์

- ควรเพิ่มเนื้อหาที่สะท้อนถึงผลกระทบทางจิตใจและความรู้สึกของคนในครอบครัวสหวงค์ด้วย เพราะแท้จริงแล้วนอกจากการกระทำที่สื่อไปละเมิดความผิดจนมีผลทางกฎหมายแล้ว การกระทำดังกล่าวยังทำร้ายความรู้สึกของคนในครอบครัวผู้เสียชีวิตอีกด้วย ซึ่งแม้ไม่มีผลในทางกฎหมาย แต่ก็มีความสำคัญมากเช่นกัน

- ควรเพิ่มเติมกรณีศึกษา การนำเสนอภาพข่าวประเภทต่างๆที่ไม่เหมาะสมด้วย เพื่อความชัดเจนและครอบคลุมสอดคล้องกับเนื้อหา Dos & Don'ts ที่ระบุไว้

- ผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นได้เสนอสิ่งที่อยากให้เพิ่มในส่วนเนื้อหา Dos & Don'ts ดังนี้

- สื่อไม่ควรนำเสนอข้อมูลส่วนตัวทุกกรณี ในคดีที่ผู้ถูกเปิดเผยหรือแหล่งข่าวอาจเป็นอันตรายต่อชีวิตตนเองและครอบครัว

- จากกรณีศึกษา ปอ - ทฤษฎี สหวงค์ ควรกำหนดให้สื่อมวลชนต้องขออนุญาตคนในครอบครัวหรือญาติผู้เสียชีวิตก่อนการเข้าถ่ายทำและการนำข่าวไปเสนอในช่องทางต่าง ๆ ทุกครั้ง โดยควรทำเป็นเอกสารลงลายมือชื่ออย่างชัดเจน

2. กรณีอาจารย์ ดร.วันชัย ดนัยตโมนุท

- จากการกระทำความผิดของสื่อมวลชนในกรณีศึกษาดังกล่าว ควรเพิ่มเติมเนื้อหาที่สื่อความหมายว่า “ควรมีการจำกัดพื้นที่สื่อ” เพื่อให้สื่อมวลชนตระหนักในขอบเขตที่พึงกระทำได้ของตนเองมากกว่าแค่คิดว่าตนเป็นสื่อจึงมีสิทธิเสมอ

- เพิ่มเติมข้อมูล ในส่วนของการแสดงความรู้สึกหรือบทสัมภาษณ์ของญาติผู้เสียชีวิต เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงผลกระทบต่อความรู้สึกของคนในครอบครัว

ตัวอย่างในรายการเกมโชว์และเรียลลิตี้โชว์

- ผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็น ได้แสดงทัศนะในทิศทางเดียวกันโดยภาพรวมเกี่ยวกับประเภทรายการเกมโชว์และเรียลลิตี้โชว์ จากกรณีศึกษาทั้งหมดว่า กสทช. ควรมีเจ้าหน้าที่ในการตรวจคัดกรองเนื้อหา ภาพ การแต่งกาย และอื่น ๆ ในรายการประเภทเกมโชว์และเรียลลิตี้โชว์ทุกรายการก่อนออกอากาศอย่างถี่ถ้วน เพราะเป็นรายการที่มีสัดส่วนการออกอากาศค่อนข้างมากในโทรทัศน์ รวมถึงควรจำกัดช่วงเวลาและความยาวรายการ เพราะในปัจจุบันรายการเกมโชว์และเรียลลิตี้โชว์ มีช่วงเวลาในการออกอากาศที่ค่อนข้างมีอิสระตามแต่ละสถานี

สรุปผลการประชุมกลุ่มย่อยการจัดกิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ
เพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ
(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน
(ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559) (ร่างสอง)
วันจันทร์ที่ 8 พฤษภาคม 2560

สรุปผลการประชุมกลุ่มย่อยการจัดกิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็น ต่อ (ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559) (ร่างสอง)

โครงการจัดทำและพัฒนาแนวทางปฏิบัติและจริยธรรมพื้นฐานสำหรับสื่อมวลชน
วันจันทร์ที่ 8 พฤษภาคม 2560 ณ โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพฯ

สามารถสรุปประเด็นสำคัญจากการร่วมกันทบทวนและปรับปรุง (ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559) (ร่างสอง) ได้ดังต่อไปนี้

กลุ่มเป้าหมายคือใคร

ประเด็นแรกจากการทบทวน (ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559) คือ คำถามว่า “กลุ่มเป้าหมาย” ในการใช้ “ร่าง” แนวทางปฏิบัติฯ นี้คือใครหรือกลุ่มใด ทั้งนี้ ให้ระบุในส่วนนำของ “ร่าง” แนวทางปฏิบัติฯ ด้วยว่า “ร่าง” นี้จะเหมาะสมกับใครบ้าง และการเอาไปใช้นั้นจะเอาไปใช้ได้อย่างไร

นอกจากนั้นแล้ว ควรเพิ่มส่วนหนึ่งในเนื้อหาสำหรับภาคประชาชนว่า หากอ่าน “ร่าง” แนวทางปฏิบัติฯ นี้แล้ว หากมีข้อแสดงความคิดเห็นหรือต้องร้องเรียนในประเด็นต่าง ๆ ที่ได้พบจากโฆษณา รายการละคร รายการข่าว และรายการเกมโชว์และเรียลลิตี้ จะดำเนินการอย่างไรได้บ้าง เช่น แจ้ง กสทช. หรือ แจ้ง อย. จะต้องทำอย่างไร

ทั้งนี้ ผลจากการระดมความคิดเห็นจากเวทีแรก (กิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการครั้งที่ 1) เมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2559 ณ โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ กรุงเทพฯ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมการประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นในการทบทวนคู่มือจริยธรรมและการกำกับดูแลตนเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 ได้เสนอให้ใน “ร่าง” แนวทางปฏิบัติฯ นี้มีทำเนียบข้อมูลเครือข่ายที่เกี่ยวข้องที่สื่อมวลชนสามารถขอคำแนะนำและคำปรึกษาในเรื่องของการนำเสนอได้อีกด้วย

การใช้คำที่มีน้ำหนักต่างกัน

ที่ประชุมได้แสดงความคิดเห็นต่อคำที่มีน้ำหนักต่างกันในเรื่องควรทำและข้อไม่ควรทำ ได้แก่ คำว่า “ห้าม” และคำว่า “ควร”ว่าจะใช้อย่างไร ทั้งนี้ ได้ข้อสรุปจากที่ประชุมว่า กรณีสำหรับการใช้คำว่า “ห้าม” หรือ “ต้อง” ปฏิบัตินั้น จะต้องเป็นการกระทำที่ส่งผลกระทบต่อชีวิต ศักดิ์ศรี นอกจากนั้นแล้ว หากเป็นข้อความที่มีการใช้คำว่า “ห้าม” หรือ “ต้อง” จะต้องมีบทลงโทษระบุไว้ด้วย

ทั้งนี้ ในกรณีของรายการข่าว ข้อไม่ควรทำที่ผิดกฎหมายจะต้องใส่เน้นให้แรง พร้อมทั้งระบุในรายชื่อนั้น ๆ ว่า ห้ามกระทำด้วยพระราชบัญญัติใด มาตราใด

อย่างไรก็ตาม ที่ประชุมได้พิจารณาร่วมกันว่า การใช้คำนี้อาจจะก่อให้เกิดความรู้สึกต่อต้านได้ จึงพึงระวังในการใช้ และเสนอให้การเขียนในส่วนของข้อควรทำเป็นเรื่องเชิงบวก

“ต้องดูบริบทในการเลือกใช้คำ บางเรื่องต้องใช้คำว่า ‘ต้อง’ แต่บางเรื่องอาจใช้คำว่า ‘ควร’ ได้ ดังนั้น อะไรที่กระทบต่อชีวิต ต่อความเป็นคน เราควรใช้คำว่า ‘ต้อง’...”

“ถ้าเราจะใช้คำว่า ‘ต้อง’ ต้องแสดงให้เห็นด้วยว่า ถ้าเขากระทำเกินคำว่า ‘ต้อง’ เราจะมีบทลงโทษอย่างไร”

“การใช้คำว่า ‘ต้อง’ อาจจะทำให้เกิดความรู้สึกต่อต้านมากกว่า เช่น การตีตบท้ายห้ามจอร์จจะกระตุ้นความรู้สึกให้อยากจอร์จในที่ตรงนี้”

“ตอนจัดระดมความคิดเห็น ผู้จัดการรายการชิตคอมบอกว่า อย่าใช้คำว่า ‘ต้อง’ เลยนะ อยากให้ใช้คำว่า ‘ควร’ เพราะถ้าใช้คำว่า ‘ต้อง’ รายการของเขาจะอยู่ไม่ได้เลย อย่างโฆษณาแฝง ชิตคอมบอกว่าถ้าไม่มี รายการเขาจะอยู่ไม่ได้เลย”

การให้คำนิยามสำหรับคำที่ใช้ใน (ร่าง) แนวทางปฏิบัติฯ

จากการทบทวน (ร่าง) แนวทางปฏิบัติฯ ที่ประชุมได้เสนอให้ปรับปรุง (ร่าง) ด้วยการเพิ่มในส่วนของคำนิยาม/นิยามศัพท์ เพื่อให้ผู้อ่านเกิดภาพที่ชัดเจนเกี่ยวกับคำที่ใช้ให้มากขึ้น ตัวอย่างเช่น การพูดถึงรายการละคร ควรนิยามให้ครอบคลุมถึงละคร ซีรีส์ และครอบคลุมถึงแพลตฟอร์มอื่น ๆ นอกเหนือจากรายการละครในสื่อโทรทัศน์กระแสหลักด้วย

“สาเหตุที่เขาใช้คำว่าซีรีส์ เพราะบ้านเรายังไม่เคยมีซีรีส์มาก่อนแล้วที่วิถีทัศน์ก็เพิ่งเกิดมาไม่กี่ปี ดังนั้น ที่เขาไม่ใช้คำว่าละครก็เพราะต้องการเลี่ยงกฎหมาย พอใช้คำว่าซีรีส์ก็มันจะเสี่ยงได้ ทำให้มีโฆษณาแฝงมากมายก่ายกอง ...รวมถึงมีการ assign character ให้ใช้สินค้านั้น ๆ เช่น ให้ตัวแสดงเป็นผู้บริหารระดับสูงที่มีการสับบุหรี่ยุคลินคับบุหรี่เข้าไปในซีรีส์เลย ถ้าเราใส่คำว่าซีรีส์ไปในคำนิยามมันจะดึงรายการทั้งหมดได้”

การเพิ่มเนื้อหาในแนวปฏิบัติด้านโฆษณา

จากการทบทวน (ร่าง) แนวทางปฏิบัติฯ ร่วมกัน ที่ประชุมได้เสนอให้ปรับปรุง (ร่าง) ด้วยการเพิ่มในส่วนของเนื้อหา ด้วยการเพิ่มประเด็นกลุ่มเป้าหมายเด็กและเยาวชนในแนวปฏิบัติด้านโฆษณา

ที่ประชุมได้เสนอให้เพิ่มข้อไม่ควรทำในโฆษณาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายเด็กและเยาวชน เช่น ไม่ควรใช้ความไร้เดียงสาของเด็กและเยาวชนในอันที่จะทำให้เกิดความต้องการ เพื่อปกป้องคุ้มครองเด็กจากการถูกล่อลวง หรืออาจเพิ่มประโยคว่า “โฆษณาในรายการเด็กควรจะใช้ความระมัดระวังเป็นพิเศษ”

“กรณีที่ใช้เด็กขายบ้าน หนูจะเอา หนูจะเอา เอาเด็กมาใช้ประโยชน์ แม้จะได้ขายกับเด็กโดยตรง อาจเลือกใช้ประโยคว่า โฆษณาในรายการเด็กควรจะใช้ความระมัดระวังเป็นพิเศษ”

การเพิ่มเนื้อหาในแนวปฏิบัติด้านรายการละคร

จากการทบทวน (ร่าง) แนวทางปฏิบัติฯ ร่วมกัน ที่ประชุมได้เสนอให้ปรับปรุง (ร่าง) ด้วยการเพิ่มในส่วนของเนื้อหา ด้วยการเพิ่มคำแนะนำในตอนจบสำหรับรายการละคร

ที่ประชุมได้เสนอให้เพิ่มข้อควรทำในส่วนของประเภทรายการละครด้วยการเสนอแนะว่า ในตอนจบของรายการละครแต่ละตอนให้มีคำแนะนำหรือข้อคิดเพื่อแสดงให้เห็นถึงผลของการกระทำที่ดีและไม่ดีในทุก ๆ ตอน โดยไม่จำเป็นต้องรอให้ละครเรื่องนั้นมาถึงตอนอวสาน เช่น ละครตอนนี้สอนให้รู้ว่า...

“ในรายการบางช่องจะดึง quote ของตัวละครที่เด่น ๆ ขึ้นมาปิดตอนท้าย เหมือนคำทางพุทธศาสนามาดบให้อีกที”

“ในรายการ sitcom บางทีจะมีการปิดท้ายรายการเพื่อแทรกการสอนในบางประเด็น เช่น การให้ตัวละครในท้ายเรื่องเข้ามาพูดคุยกันในบ้านแทนการ quote”

การเพิ่มเนื้อหาในแนวปฏิบัติด้านรายการข่าว

จากการทบทวน (ร่าง) แนวทางปฏิบัติฯ ร่วมกัน ที่ประชุมได้เสนอให้ปรับปรุง (ร่าง) ด้วยการเพิ่มในส่วนของเนื้อหา ด้วยการเพิ่มคำแนะนำให้ปฏิบัติตามแนวปฏิบัติด้านวิชาชีพสำหรับรายการข่าว

ที่ประชุมได้เสนอให้เพิ่มข้อควรทำด้วยการเสนอแนะให้ศึกษาและปฏิบัติตามแนวปฏิบัติด้านวิชาชีพของสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทยและสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย

นอกเหนือจากนั้นแล้วมีประเด็นอื่น ๆ ที่ที่ประชุมเสนอแนะ กล่าวคือ

1. ให้พิจารณาในส่วนของกระบวนการทำให้ข่าวมีความเกินจริง หรือดราม่า หรือการปรุงแต่งรายการข่าวในเชิงอารมณ์

2. กรณีของการนำเสนอข่าวที่มีความเสี่ยงต่อการนำไปเลียนแบบ โดยมีการบอกรายละเอียดในเนื้อข่าว (ร่าง) แนวปฏิบัติฯ ควรให้แนวทางในการรายงานข่าวให้ระมัดระวัง ไม่นำเสนอไปในแง่ที่ว่าทำให้เกิดการเลียนแบบได้

“ควรมีการให้แนวทางปฏิบัติเพื่อระมัดระวังต่อการนำเสนอข่าวที่อาจมีความเสี่ยงต่อการนำไปเลียนแบบ เช่น ข่าวการฆ่าตัวตาย หรือข่าวการปล้นธนาคาร ต้องไม่นำเสนอในแง่ที่ว่าไม่นำไปสู่การเลียนแบบได้ หรืออย่างการนำเสนอข่าวจดหมายลาตายในบางประเทศ ศาลจะต้องสั่งก่อนถึงจะเปิดเผยได้”

“มีอยู่ 2 ทางเลือก คือ ไม่นำเสนอข่าวแบบนี้หรือไม่เสนอขั้นตอน กระบวนการ ที่จะทำให้ผู้ชมสามารถเลียนแบบขั้นตอนนั้น ๆ ได้”

การเพิ่มเนื้อหาในแนวปฏิบัติด้านรายการเกมโชว์และเรียลลิตี้

จากการทบทวน (ร่าง) แนวทางปฏิบัติฯ ร่วมกัน ที่ประชุมได้เสนอต่อ กสทช. ว่าควรมีกลไกในการส่งเสริมให้เกิดเนื้อหา หรือ Content ที่ดีในรายการเกมโชว์และเรียลลิตี้ เนื่องจาก ในปัจจุบันจะมีปัญหาเรื่อง “ความไร้สาระของเกมโชว์” เกิดขึ้นมาก พร้อมทั้งมีประเด็นการเหยียดกันในรายการอีกด้วย

การเพิ่มช่องทางในการเผยแพร่ (ร่าง) แนวทางปฏิบัติฯ

เมื่อปรับปรุง (ร่าง) แนวทางปฏิบัติฯ เสร็จเรียบร้อยแล้ว ที่ประชุมได้เสนอให้เผยแพร่แนวปฏิบัติฯ นี้ในช่องทางการสื่อสารออนไลน์ด้วย เพื่อให้ข้อมูลได้กระจายไปในวงกว้างและประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ หรือให้ช่องทางการสื่อสารนี้เป็นแหล่งรวมของการเฝ้าระวังและร้องเรียน

สรุปผลการประเมินผลเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ
(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน
(ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559) (ร่างสี่)

สรุปผลการรับฟังความคิดเห็นต่อ (ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559) (ร่างสี่)

โดยผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาชีพและวิชาการ

เมื่อคณะผู้ดำเนินโครงการได้ปรับปรุง “(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559) (ร่างสาม)” ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิในการประชุมกลุ่มย่อยรวมถึงข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการกำกับการทำงานและตรวจรับงานฯ โครงการ “การจัดทำและพัฒนาแนวทางปฏิบัติและจริยธรรมพื้นฐานสำหรับสื่อมวลชนในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์” ทำให้ได้ “(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559) (ร่างสี่)” เพื่อขอรับฟังความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาชีพและวิชาการครั้งสุดท้าย เพื่อการทบทวนและปรับปรุงร่างสี่

โดยรายนามของผู้ทรงคุณวุฒิที่คณะทำงานฯ ได้ขอรับฟังความคิดเห็น และได้ข้อมูลตอบกลับ ดังนี้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ	ตัวแทนภาควิชาการ
อาจารย์บรรยงค์ สุวรรณผ่อง	ตัวแทนภาควิชาการและวิชาชีพ
อาจารย์สิรภพ แก้วมาก	ตัวแทนภาควิชาชีพ

สามารถสรุปประเด็นสำคัญเพื่อทบทวนและปรับปรุง (ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559) (ร่างสี่) ดังต่อไปนี้

บทนำ

เห็นชอบ แต่มีข้อที่ควรปรับปรุงเพิ่มเติม เช่น

สื่อวิทยุกระจายเสียงในคู่มือ มีทั้ง การกระจายเสียง วิทยุ และวิทยุกระจายเสียง ขณะที่สื่อวิทยุโทรทัศน์ ก็มีทั้ง วิทยุโทรทัศน์ และโทรทัศน์ – ข้อพิจารณา การใช้คำให้ตรงกัน จะช่วยให้ผู้ใช้คู่มือไม่เกิดความสับสน หรืออาจนิยามไว้ให้ชัดเจนก็ได้ว่าจะใช้คำใดที่หมายถึงสื่อเดียวกัน เป็นต้น

‘นิเทศศาสตร์’ เป็นศัพท์บัญญัติราชบัณฑิตยสถาน โดยเสด็จในกรม ทรงบัญญัติไว้ว่ามีความหมายครอบคลุมการสื่อสารต่าง ๆ แล้ว – ข้อพิจารณา เมื่อมีคำว่านิเทศศาสตร์แล้ว ยังจำเป็นต้องมีคำว่าสื่อสารมวลชนอีกหรือไม่

‘Digital’ ตามหลักการทับศัพท์ของราชบัณฑิตยสถาน คือ ‘ดิจิทัล’ ไม่ใช่ ‘ดิจิตอล’

‘จริยธรรม’ เป็นศีลธรรมโดยทั่วไป เช่น ศีลห้า ส่วน ‘จริยธรรมวิชาชีพ’ คือการศีลธรรมข้อใดข้อหนึ่งหรือหลายข้อ ที่วิชาชีพใดเห็นว่าเป็นเรื่องอันควรปฏิบัติหรือละเว้นการปฏิบัติมาบัญญัติไว้เป็นลายลักษณ์อักษร เรียกว่า ‘จรรยาบรรณ’ ของวิชาชีพนั้น ๆ - **ข้อพิจารณา การเลือกใช้จริยธรรมวิชาชีพ... หรือจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ... ที่ไม่ใช่จริยธรรมจรรยาบรรณวิชาชีพ**

หลักการจริยธรรมขององค์กรกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และหลักการจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพกระจายเสียงและโทรทัศน์

ให้ปรับปรุง รายละเอียดดังนี้

จรรยาบรรณ (code of ethics) หรือ ‘กรอบจริยธรรม’ ควรมาก่อนแนวปฏิบัติ (guideline) เพราะลำดับที่เป็นรายละเอียดของจริยธรรมวิชาชีพ เริ่มต้นด้วย ‘ธรรมนูญ’ ของวิชาชีพที่กำหนดว่าต้องมี ‘จริยธรรมวิชาชีพ’ หรือ ‘จรรยาบรรณ’ ในเรื่องใดบ้าง โดยมี ‘ข้อบังคับ’ หรือ ‘ประกาศ’ แสดงข้อห้าม ข้อพึงปฏิบัติ และข้อควรระมัดระวัง ในด้านต่าง ๆ ที่เป็นจรรยาบรรณ หากมีเรื่องใดที่เห็นว่าจะไม่ชัดเจนหรือมีปัญหาหรือมีความสับสนในการปฏิบัติ ก็จะมีการนำจรรยาบรรณที่เป็นข้อบังคับนั้น ๆ มาขยายเป็น ‘แนวปฏิบัติ’ - **ข้อพิจารณา จัดลำดับทางจริยธรรมให้เหมาะสม**

การระบุว่า องค์กรต้องตระหนักถึงผลประโยชน์ส่วนรวมของประเทศเป็นสำคัญ ด้วยการนำเสนอข่าว เรื่องราวหรือประเด็นข้อถกเถียงที่กำลังอยู่ในความสนใจของประชาชน หรือที่มีผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของคนส่วนใหญ่ในสังคม เช่น อาชญากรรม การทุจริต คอร์รัปชัน การใช้อำนาจในทางมิชอบ พฤติกรรมของบุคลากรภาครัฐที่ละเลยต่อหน้าที่จนทำให้ประชาชนเสียประโยชน์ การทุจริต การค้ามนุษย์ ฯลฯ ไม่ควรให้ผลประโยชน์ขององค์กรขัดแย้งกับผลประโยชน์สาธารณะ พึงตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม - **ข้อพิจารณา องค์กรพึงตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมโดยยึดมั่นในประโยชน์สาธารณะ โดยเสนอข่าว บทความ หรือประเด็นข้อถกเถียงที่มีผลกระทบต่อส่วนรวม เช่น การทุจริต ฉ้อราษฎร์บังหลวง การใช้อำนาจในทางมิชอบ การค้ามนุษย์ หรือพฤติกรรมของบุคลากรภาครัฐที่ละเลยต่อหน้าที่จนทำให้ประชาชนเสียประโยชน์ ทั้งนี้ ไม่ควรให้ผลประโยชน์ขององค์กรขัดแย้งกับผลประโยชน์สาธารณะ**

หลักความเป็นอิสระ ที่ระบุว่า องค์กรต้องดำเนินงานบริหารองค์กรสื่ออย่างไม่ตกเป็นเครื่องมือ หรือ กลุ่มกดดันทางการเมืองใด ๆ มิยอมให้อำนาจทุนเข้ามาครอบงำความอิสระขององค์กรในการนำเสนอข่าวสารข้อมูลที่ประชาชนควรรับรู้ - **ข้อพิจารณา องค์กรพึงสนับสนุนให้ฝ่ายบรรณาธิการมีความเป็นอิสระในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนควรรับรู้ โดยไม่ตกเป็นเครื่องมือหรือกลุ่มกดดันทางการเมืองใด ๆ**

การระบุว่าองค์กรต้องให้ความสำคัญกับข้อมูลข่าวสารที่อยู่บนหลักสิทธิมนุษยชน ความเท่าเทียมตามสิทธิขั้นพื้นฐาน เห็นความสำคัญของความแตกต่างหลากหลายของผู้คน

ไม่เหยียดหยาม แบ่งแยก หรือเลือกปฏิบัติ เพราะความแตกต่างในด้านเชื้อชาติ อายุ ภาษา วัฒนธรรม เพศ ความพิการ สุขภาพ ฐานะทางการเงิน ศาสนา การศึกษา และความคิดเห็นทางการเมืองที่ไม่ขัดต่อรัฐธรรมนูญ – ข้อพิจารณา ตั๋วลืทำยออกไป เพราะไม่เกี่ยวกับหลักสิทธิมนุษยชน และปรับบางถ้อยคำ ดังนี้ องค์กรต้องให้ความสำคัญกับข้อมูลข่าวสารบนพื้นฐานของหลักสิทธิมนุษยชน ความเท่าเทียม และความหลากหลายทางวัฒนธรรม เชื้อชาติ ศาสนา ภาษา อายุ เพศสภาพ ความพิการ สุขภาพ สถานะทางสังคม และการศึกษา

เข้าใจว่านำหลักการพื้นฐานด้าน ‘ธรรมบริหาร’ (good governance) ของสหประชาชาติและกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund: IMF) มาปรับใช้กับองค์กรสื่อ ซึ่งในที่นี่ รวมไปถึงหน่วยงานของรัฐ ได้แก่ กรมประชาสัมพันธ์ โดยสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย และสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย องค์กรกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย และบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) นอกนั้นเป็นเอกชนโดยส่วนใหญ่ การใช้ธรรมบริหารกับหน่วยงานของรัฐเป็นที่เข้าใจกันได้ เมื่อนำมาใช้กับธุรกิจสื่อ นับเป็นเรื่องใหม่ อย่างไรก็ตาม องค์กรสื่อที่เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (listed company) ต้องใช้หลัก good corporate governance เพื่อปกป้องผลประโยชน์ของนักลงทุนตามเงื่อนไขของคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์และกำกับหลักทรัพย์ (กลต.) นอกนั้น ถือเป็นเรื่องภายในองค์กร – ข้อพิจารณา คือความชัดเจนและปฏิบัติได้จริง ระหว่างองค์กรสื่อที่เป็นหน่วยงานของรัฐ องค์กรสื่อที่เป็นบริษัทมหาชนและจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ และองค์กรสื่อที่เป็นนิติบุคคลทั่วไป

หลักความซื่อสัตย์สุจริต ถ้าเป็นหลักการของ IMF คือ integrity ซึ่งเน้นไปที่ความซื่อสัตย์ขององค์กร มากกว่าการไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของใคร

หลักความโปร่งใส - ข้อพิจารณา สำหรับองค์กรที่ไม่ใช่หน่วยงานของรัฐ และไม่ได้เป็นบริษัทจดทะเบียน องค์กรสื่อโดยทั่วไปถือเป็นเรื่องภายใน ส่วนการดำเนินงานอย่างถูกต้องตามกฎหมาย เป็นความรับผิดชอบทางกฎหมาย (legal responsibility) ซึ่งเป็นหนึ่งในจริยธรรมทางธุรกิจ (business ethics)

หลักการยอมรับการตรวจสอบ ตามที่ระบุว่า องค์กรต้องยอมรับกระบวนการตรวจสอบข้อเท็จจริงใน การปฏิบัติงานสื่อ ทั้งจากภายในองค์กร และภายนอกองค์กร - ข้อพิจารณา องค์กรสื่อที่ไม่ใช่หน่วยงานของรัฐน่าจะเห็นว่าเป็นเรื่องภายในมากกว่า

หลักธรรมาภิบาล ที่ระบุว่า องค์กรต้องยึดถือการดำเนินงานโดยใช้หลักการธรรมาภิบาลในการดำเนินงาน ทั้งในการบริหารจัดการองค์กร การผลิตและเผยแพร่รายการ และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม - ข้อพิจารณา คำนี้เป็นหลักการภาพกว้าง ซึ่งมีรายละเอียดเป็นข้อย่อย จึงดูซ้ำซ้อนกับข้ออื่น ๆ

หลักความคุ้มค่าที่ระบุว่า องค์กรต้องยึดถือการใช้ทรัพยากรเพื่อดำเนินกิจการอย่างคุ้มค่า มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และคุ้มค่างบประมาณในการดำเนินงาน - **ข้อพิจารณา** ถ้าเป็นองค์กรสื่อภาคเอกชน ถือเป็นเรื่องการแข่งขันที่ต้องพัฒนาตนเอง ไม่เช่นนั้นก็ไม่สามารถอยู่รอดต้องออกจากวงการไป อันเป็นเรื่องปกติธรรมดาของการประกอบธุรกิจ

หลักการจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพกระจายเสียงและโทรทัศน์ วรรคแรกที่ระบุความหมายของผู้ประกอบวิชาชีพ หมายถึง ผู้รับใบอนุญาต ผู้บริหาร กรรมการ เจ้าของสื่อ ผู้ประกอบกิจการ พนักงาน ผู้ปฏิบัติงานในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ - **ข้อพิจารณา** นอกจากการรวมผู้ปฏิบัติงานสื่อเข้าด้วยกันตามความหมายของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อแล้ว ยังเพิ่มเติมเฉพาะผู้ปฏิบัติงานสื่อออกมาอีกกลุ่มหนึ่ง ได้แก่ บรรณาธิการ หัวหน้ากองบรรณาธิการ บรรณาธิการบริหาร หรือตำแหน่งควบคุมและดำเนินงานในฝ่าย/กองบรรณาธิการที่เรียกชื่อเป็นอย่างอื่น รวมทั้งผู้สื่อข่าว ผู้เขียนข่าว ผู้เขียนบทความ ผู้ถ่ายภาพ ผู้เขียนภาพ ผู้ที่ทำงานอยู่ในกองบรรณาธิการ และผู้ทำงานเกี่ยวเนื่องกับฝ่ายบรรณาธิการ - เหตุผล แม้บางเรื่องมีหลักการทางจริยธรรมเดียวกัน แต่ก็มีแนวคิดด้านวารสารศาสตร์ที่แตกต่างหรือเพิ่มเติมในทางปฏิบัติ ทั้งนี้ ก็เพื่อกำหนดจริยธรรมให้มีความเหมาะสมต่อหน้าที่ความรับผิดชอบ

จริยธรรม ที่ระบุว่า ผู้ประกอบวิชาชีพต้องประกอบวิชาชีพด้วยสุจริต บริสุทธิ์ ยึดกรอบจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชนในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร สารสนเทศ เป็นแนวทางเกียรติภูมิศักดิ์ศรีแห่งวิชาชีพ - **ข้อพิจารณา** คำว่า ‘สารสนเทศ’ เป็นภาพกว้าง ซึ่ง ‘ข้อมูลข่าวสาร’ มีความหมายใกล้เคียงกัน จึงกลายเป็นคำซ้อนคำ น่าจะใช้อย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ข้อมูลข่าวสารอย่างเดียว โดยมีข้อความเพื่อพิจารณา ดังนี้ ผู้ประกอบวิชาชีพต้องปฏิบัติหน้าที่โดยสุจริต ยึดมั่นจรรยาบรรณสื่อมวลชนในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร และรักษาไว้ซึ่งเกียรติและศักดิ์ศรีแห่งวิชาชีพ

ความเป็นอิสระ ที่ระบุว่า ผู้ประกอบวิชาชีพต้องปฏิบัติงานอย่างมีความเป็นอิสระทางวิชาชีพโดยไม่อยู่ภายใต้อิทธิพลทางการเมือง และกลุ่มผลประโยชน์ใด ต้องไม่ละเว้นการนำเสนอข่าว รายงาน ผลิตรายการในเนื้อหาหรือเรื่องราวที่สาธารณชนต้องรับรู้ สมควรได้รับรู้ แม้การนำเสนออาจส่งผลกระทบต่อบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องก็ตาม - **ข้อความเพื่อพิจารณา:** ผู้ประกอบวิชาชีพพึงปฏิบัติหน้าที่โดยไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลทางการเมืองและกลุ่มผลประโยชน์ใดด้วยข้อมูลข่าวสารที่ประโยชน์ต่อสาธารณะ

สิทธิมนุษยชน ที่ระบุว่า ผู้ประกอบการวิชาชีพต้องเคารพสิทธิมนุษยชนและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ เห็นคุณค่าและความสำคัญในความแตกต่างหลากหลายของมนุษย์ ไม่เหยียดหยาม ไม่แบ่งแยก ไม่เลือกปฏิบัติต่อบุคคลเพราะเหตุแห่งความแตกต่างในเรื่องถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ ภาษา เพศสภาพ เพศวิถี อายุ ความพิการ สภาพทางกายหรือสุขภาพ สถานะของบุคคล ฐานะทางเศรษฐกิจหรือสังคม ความเชื่อทาง ศาสนา การศึกษาอบรม หรือความคิดเห็นทางการเมืองที่ไม่ขัดต่อรัฐธรรมนูญ

นั้น – ข้อความพิจารณา: ผู้ประกอบวิชาชีพพึงเคารพสิทธิมนุษยชนและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ เห็นคุณค่าและความสำคัญในความแตกต่างหลากหลายของมนุษย์ ไม่เหยียดหยาม ไม่แบ่งแยก ไม่เลือกปฏิบัติต่อบุคคลเพราะเหตุแห่งความแตกต่างในเรื่องถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ ภาษา เพศสภาพ เพศวิถี อายุ ความพิการ สภาพทางกายหรือสุขภาพ สถานะของบุคคล ฐานะทางเศรษฐกิจหรือสังคม ความเชื่อทาง ศาสนา การศึกษาอบรม

ความทั่วถึง ที่ระบุว่า ผู้ประกอบวิชาชีพต้องคำนึงถึงประชาชนคนส่วนมาก เพื่อให้ประชาชนส่วนมากได้เข้าถึงบริการของสื่อ และเพื่อประโยชน์ของสื่อที่ถูกใช้ประโยชน์ด้วยประชาชนจำนวนมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เพื่อให้ประชาชนทุกคนได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างเท่าเทียมกันโดยไม่แบ่งแยกชนชั้นทางสังคมหรือรายได้ **ข้อสังเกต:** ข้อมูลข่าวสารเป็นบริการอย่างหนึ่ง ซึ่งในทางธุรกิจนอกจากจะเลือกนำเสนอข้อมูลข่าวสารประเภทใด เช่น ข่าวกีฬา ข่าวยานยนต์ เป็นต้น แล้ว การกำหนดผู้รับสารเป้าหมายให้อยู่เฉพาะกลุ่ม ก็เป็นสิทธิของผู้ให้บริการอีกเช่นกัน ขณะที่ลักษณะทางข่าวสารบางอย่างก็ไม่อาจให้ประชาชนส่วนมากเข้าถึงได้ เนื่องจากลักษณะทางประชากรของประชาชน ทั้งเพศ วัย การศึกษา และความสนใจโดยส่วนตัว จึงขัดแย้งกับสิทธิขั้นพื้นฐานของบุคคลโดยทั่วไปในการประกอบอาชีพ

หลักความเท่าเทียม ที่ระบุว่า ผู้ประกอบวิชาชีพต้องคำนึงถึงความเสมอภาคในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนทั้งในระดับชาติ ระดับท้องถิ่น ชนบทห่างไกล คนพิการที่มีข้อจำกัดในการเข้าถึงสื่อวิทยุและโทรทัศน์ กลุ่มเด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุ ผู้ด้อยโอกาส เป็นต้น โดยไม่เลือกปฏิบัติต่อประชาชน ที่มีความแตกต่างทางกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม – **มีข้อสังเกตว่า** ถ้าเป็นความเท่าเทียมของประชาชนในฐานะผู้บริโภคข้อมูลข่าวสาร ก็ดูเป็นเรื่องยากและขัดแย้งเช่นเดียวกัน ไม่ว่าจะการอ่าน การฟัง หรือการชม ซึ่งนอกจากความสามารถและความสนใจของผู้รับสารแล้ว ยังขึ้นอยู่กับจำนวนการพิมพ์ หรือรัศมีการกระจายเสียง หรือรัศมีการแพร่ภาพ ยกเว้นผู้พิการทางการได้ยินสำหรับวิทยุโทรทัศน์ เท่านั้น

ความหลากหลาย ที่ระบุว่า ผู้ประกอบวิชาชีพต้องคำนึงถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรม ทัศนคติ รสนิยม พื้นที่ ภูมิลำเนา เชื้อชาติ ในการนำเสนอข่าวสาร สาระ บันเทิง ทั้งในแง่เนื้อหารายการและกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน ควรมีการส่งเสริมกลุ่มผู้ผลิตอิสระขนาดเล็ก กระจายตัวไม่ผูกขาด เพื่อเป็นทางเลือกในการนำเสนอรายการวิทยุและโทรทัศน์ที่ตอบสนองความสนใจที่หลากหลายในสังคม – **มีข้อสังเกต** เรื่องการส่งเสริมกลุ่มผู้ผลิตขนาดเล็ก หมายความว่าอย่างไร กสทช. หรือหน่วยงานของรัฐที่เป็นเจ้าของสื่อวิทยุกระจายเสียง หรือเอกชนผู้รับสัมปทาน เมื่อได้สัมปทานไปแล้ว ยังไปขอยเวลาให้เช่าต่อได้โดยไม่ขัดต่อระเบียบของ กสทช. ไข่มุข ข้อสงสัยเหล่านี้ยังคงขัดแย้ง โดยเฉพาะคำว่าความหลากหลายที่ไม่เพียงกลุ่มผู้ฟังและผู้ชมเท่านั้น ยังไปถึงผู้ผลิตซึ่งมีลักษณะทางธุรกิจเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

การพัฒนา ระบุว่า ผู้ประกอบวิชาชีพต้องพัฒนายกระดับคุณภาพของวิชาชีพทั้งในแง่ของการผลิต และนำเสนอรายการ ให้ความสำคัญกับการวิจัยและการพัฒนารายการและผู้ชมผู้ฟัง ให้ความสำคัญกับ การรับฟังเสียงสะท้อนจากผู้บริโภคสื่อ ส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนดู คนฟังอย่างกว้างขวาง - มีข้อสังเกตว่า ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อวิทยุกระจายเสียงที่มีขนาดเล็กค่อนข้างมาก ทั้งวิทยุชุมชนและวิทยุท้องถิ่น ซึ่งมีความพร้อมแตกต่างกัน การใช้คำว่า ‘ต้อง’ พัฒนายกระดับคุณภาพของวิชาชีพ โดยเฉพาะการวิจัยและพัฒนานั้น จึงไม่อยู่ในวิสัยที่เป็นไปได้เท่าใดนัก เมื่อคำว่า ‘ต้อง’ จึงกลายเป็นการเสนอให้ทำในสิ่งที่ทำไม่ได้หรือเป็นไปไม่ได้ ข้อความเพื่อพิจารณามี ดังนี้ **ผู้ประกอบวิชาชีพพึงพัฒนายกระดับคุณภาพของวิชาชีพทั้งในแง่ของการผลิตและนำเสนอรายการ ให้ความสำคัญกับการวิจัยผู้รับสารและพัฒนารายการ การรับฟังเสียงสะท้อนจากผู้บริโภคสื่อ และส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้ฟังและผู้ชมอย่างกว้างขวาง**

หลักพื้นที่สาธารณะ ที่ระบุว่า ผู้ประกอบวิชาชีพต้องส่งเสริมสิทธิเสรีภาพในการแสดงออกของประชาชนทุกกลุ่ม เปิดพื้นที่ให้มีการวิพากษ์ทางความคิดอย่างสร้างสรรค์ - มีข้อพิจารณาเปลี่ยนคำว่า ‘ต้อง’ เป็นคำว่า ‘พึง’ ด้วยเหตุผลของขนาดทางธุรกิจสื่อและลักษณะของข้อมูลข่าวสาร โดยมีข้อความ ดังนี้ **ผู้ประกอบวิชาชีพพึงส่งเสริมสิทธิเสรีภาพในการแสดงออกของประชาชนทุกกลุ่ม และเปิดพื้นที่ให้มีการวิพากษ์ทางความคิดอย่างสร้างสรรค์**

แนวปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพกระจายเสียงและโทรทัศน์

เห็นชอบ

ข้อควรทำ/ไม่ควรทำในโฆษณา

เห็นชอบ แต่มีข้อที่ควรปรับปรุงเพิ่มเติม เช่น ยังขาดการอธิบายความเรื่องของการโฆษณาแฝง

ข้อควรทำ/ไม่ควรทำในรายการละครโทรทัศน์

เห็นชอบ แต่มีข้อที่ควรปรับปรุงเพิ่มเติม เช่น บางอย่างไม่ควรห้ามการนำเสนอ แต่ควรนำเสนอให้เห็นโทษ และมีข้อความประกอบเพื่อการอธิบายความ

ข้อควรทำ/ไม่ควรทำในรายการข่าว

เห็นชอบ

ข้อควรทำ/ไม่ควรทำในรายการเกมโชว์และเรียลลิตีโชว์

เห็นชอบ ควรปรับปรุงในส่วนของข้อไม่ควรทำ เช่น บางอย่างไม่ควรห้ามการนำเสนอ แต่ควรตัดทอนหรือนำเสนอเฉพาะบางรายการที่ได้เรต ท ทั้งนี้ ให้พิจารณาที่บริบทและระดับของการนำเสนอมากกว่าการห้ามโดยภาพรวม

บทวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลต่อ
(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน
(ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)

บทวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล

สำนักงาน กสทช. โดยสำนักส่งเสริมการแข่งขันและกำกับดูแลกันเอง (สส.) ร่วมกับมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร สาขาวิชานิเทศศาสตร์ จัดกิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อระดมความคิดเห็นในการทบทวนและปรับปรุง (ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมขั้นพื้นฐานสำหรับสื่อมวลชนในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ฉบับปรับปรุง ปี พ.ศ. 2559 (ร่างแรก) เพื่อให้องค์กรวิชาชีพ ผู้ประกอบการ สื่อมวลชนด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ได้มีแนวทางปฏิบัติ (Guideline) กรอบจริยธรรม (Code of Ethic) ในการประกอบวิชาชีพที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

สำหรับการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ (ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559 (ร่างแรก) นั้น ได้จัดขึ้นเป็นจำนวน 6 ครั้ง ใน 6 ภาค และการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อสังเคราะห์ร่างสองอีก 1 ครั้ง การจัดกิจกรรมในแต่ละครั้งนั้นทำให้ได้รับฟังความคิดเห็นต่อ (ร่าง) แนวทางปฏิบัติ (Guideline) และจริยธรรมวิชาชีพขั้นพื้นฐาน (Code of Ethic) จากผู้เข้าร่วมกิจกรรมซึ่งเป็นตัวแทนจากองค์กรวิชาชีพ ผู้ประกอบการและสื่อมวลชนด้านวิทยุโทรทัศน์ นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ ภาคประชาชนจากเครือข่ายเฝ้าระวังสื่อและเครือข่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของสื่อมวลชน อาทิ เครือข่ายงดเหล้า เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังสื่อ เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค

นอกจากนั้นแล้ว ทุกครั้งของกิจกรรม คณะผู้ดำเนินโครงการยังได้เรียนเชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านนิเทศศาสตร์ เพื่อให้ความรู้พื้นฐานเบื้องต้นก่อนดำเนินการระดมความคิดเห็นเพื่อทบทวนและปรับปรุง (ร่าง) แนวทางปฏิบัติ (Guideline) และจริยธรรมวิชาชีพขั้นพื้นฐาน (Code of Ethic) อีกด้วย สำหรับวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านนิเทศศาสตร์ในแต่ละเวที มีดังนี้

อาจารย์ ดร.มานะ ตีรียาภิวัดน์ คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย บรรยายเรื่อง "จริยธรรมสื่อในยุคปรับ/เปลี่ยน/หลอม/รวม"

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาตรี ใต้ฟ้าพูล รองคณบดีคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย บรรยายเรื่อง "ข้อควรทำและข้อไม่ควรทำสำหรับจริยธรรมในการโน้มน้ำหนัก"

อาจารย์ ดร.ชเนตตี ทินนาม ศูนย์จิตตปัญญาศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล บรรยายเรื่อง "คำที่ควรระมัดระวังและใส่ใจเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศในการทำรายการข่าว โฆษณา ละครเกมโชว์"

อาจารย์บรรยงค์ สุวรรณพ้อง กรรมการควบคุมจริยธรรมสมาคมนักข่าวฯ บรรยายเรื่อง "จริยธรรมสื่อในยุคปรับ/เปลี่ยน/หลอม/รวม"

อาจารย์ ดร.ปรัชญา เปี่ยมการุณ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ บรรยายเรื่อง "ข้อควรทำและข้อไม่ควรทำในรายการเกมโชว์และการโฆษณาแฝง"

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไลวรรณ จงวิไลเกษม คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ บรรยายเรื่อง "คำที่ควรระมัดระวังในสื่อยุคหลอมรวม: ข่าว โฆษณา ละครเกมโชว์"

อาจารย์สิรภพ แก้วมาก นักแสดง พิธีกร โปรดิวเซอร์ และผู้ผลิตรายการทางโทรทัศน์ เรื่อง "รู้เท่าทันรายการเกมโชว์และวาไรตี้"

ประเด็นที่น่าสนใจจากการบรรยาย อาจารย์ ดร.มานะ ตีรียาภิววัฒน์ คณบดี คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย คือ ปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อ การปรับและการหลอมรวมของสื่อ ได้ส่งผลกระทบต่อจริยธรรมสื่อ

อาจารย์ ดร.มานะ ตั้งประเด็นในกรณีจริยธรรมสื่อมวลชนว่า ถ้าเรามองว่าจริยธรรมเป็นเรื่องของกระบวนการทางสังคมที่จะต้องมีการแลกเปลี่ยน พูดคุย บ่มเพาะร่วมกัน โดยขึ้นอยู่กับกระบวนการทางสังคมใดสังคมหนึ่ง วัฒนธรรมใดวัฒนธรรมหนึ่ง หรือแม้แต่สังคมของสื่อเอง ดังนั้น การปรับเปลี่ยนเกณฑ์ในเรื่องของจริยธรรมจึงเป็นเรื่องที่ควรกระทำเมื่อวันและเวลาเปลี่ยนไป

อาจารย์ ดร.มานะ ยังได้ชี้ประเด็นที่สำคัญอีกว่า จริยธรรมสื่อในยุคที่มีการหลอมรวมจะไม่สามารถบอกถูกหรือผิดได้อย่างชัดเจนเหมือนในยุคก่อน ทั้งนี้ สิ่งที่สำคัญ คือ เรื่องของจริยธรรมจะต้องเกิดจากคนในวงการวิชาชีพที่จะคุยและทำความเข้าใจกัน ต้องมีความตระหนักด้วยตนเองว่าเรื่องนี้ควรทำหรือไม่ควรทำ โดยเฉพาะเมื่อมีปรากฏการณ์การมีสื่อดิจิทัลและการเกิดความจริงหลายชุดขึ้นในสังคม อาจารย์ ดร.มานะ ยังกล่าวอีกด้วยว่า ในยุคหลอมรวมและการเปลี่ยนแปลงของสื่อ ในเรื่องจริยธรรม เราต้องตั้งคำถามมากขึ้น ต้องถกเถียงมากขึ้นอีกด้วย

นอกจากประเด็นที่น่าสนใจจากอาจารย์ ดร.มานะ แล้ว "คำที่ควรระมัดระวังและใส่ใจเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศ" ยังเป็นเรื่องที่สื่อมวลชนรวมถึงทุกคนควรให้ความสำคัญและอ่อนไหวต่อการเลือกใช้คำในการนำเสนอผ่านสื่ออีกด้วย ในกรณีนี้ อาจารย์ ดร.ชเนตตี ทินนาม ศูนย์จิตตปัญญาศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล ได้ตั้งประเด็นว่า การทำงานสื่อมวลชนในยุคหลอมรวมจะต้องมีเลนส์ใหม่ในการใช้คำเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศ เพราะการทำงานสื่อจะมีความเกี่ยวข้องกับหลักสิทธิมนุษยชน ซึ่งหลักการนี้ได้บอกไว้ว่าทุกคนมีสิทธิเสรีภาพเท่าเทียมกันโดยไม่มีการแบ่งแยกใด ๆ ดังนั้น หลักจริยธรรมสื่อจึงจะต้องเคารพว่าเรื่องส่วนตัวของคนจะไม่ถูกรายงาน แต่จะพบว่าการคุกคามทางเพศและการเอารัดรียนทางเพศของคนมาตีแผ่เป็นเรื่องที่พบได้ผ่านสื่อมวลชนทุกแขนง

อาจารย์ ดร.ชเนตตีให้ความรู้ในการเขียนข่าวถึงกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศว่ามีคำที่ควรระมัดระวังและใส่ใจ เช่น

คำว่า “รักร่วมเพศ” ไม่ควรใช้คำนี้ เพราะคำนี้ถูกให้ความสำคัญที่รัก “ร่วมเพศ” ดังนั้น ก่อนจะใช้คำใด ๆ ในข่าว หรือรายการอื่น ๆ ต้องตรวจสอบก่อน โดยกลุ่มคนที่ทำงานกับกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศเสนอให้ใช้คำว่า “รักเพศเดียวกัน”

คำว่า “ชายจริงหญิงแท้” ไม่ควรใช้คำนี้ เนื่องจากมีนัยว่าต้องมีคนปลอม ควรใช้คำว่า “ชายหญิงทั่วไป”

คำว่า “เบี่ยงเบนทางเพศ” เป็นคำที่ใช้ไม่ได้ เหมือนกับเรากำลังว่าเขามีอาการป่วย จึงมีความเบี่ยงเบนจากปกติ ควรใช้คำว่า “หลากหลายเพศ”

คำว่า “เพศที่สาม” ก็ไม่ใช่ เพราะมีการแบ่งคลาสว่าเพศที่หนึ่งคือชาย เพศที่สองคือหญิง อาจใช้ว่า “เพศทางเลือก” หรือ “เพศหลากหลาย”

คำว่า “อีแอบ” ใช้ไม่ได้ ให้เปลี่ยนเป็น “คนที่ยังไม่เปิดเผยอัตลักษณ์ทางเพศ”

คำว่า “ไม้ป่าเดียวกัน” “ประเทือง” ไม่ใช่ เปลี่ยนเป็น “ชายรักชาย” หรือ “ผู้ชายที่ชอบผู้ชาย”

คำว่า ตู๊ดตู๋ แต้ว น้องเตย ไม่ใช่คำนี้เพราะถูกมองว่าเป็นความอ่อนแอหรือใช้อารมณ์เรียกไปเลยว่า “กระเทย” ซึ่งเป็นคำกลางที่สามารถใช้ได้

คำว่า ตีฉิ่ง ฟันดาบ ให้เรียกว่า “มีเพศสัมพันธ์”

พาดหัวข่าว เช่น “เครียด ถูกจับได้ว่าเป็นเกย์” แต่การเป็นเกย์ไม่ใช่อาชญากรไม่ต้องไปจับเขา ไม่ต้องใช้คำว่าถูกจับ ให้ตัดออกไป

หรือไม่ใช่คำว่าเลสเบียนใช้คำว่า “หญิงรักหญิง”

นอกเหนือจากเรื่องของคำที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางเพศแล้ว อาจารย์บรรยงค์ สุวรรณผ่อง กรรมการควบคุมจริยธรรมสมาคมนักข่าวฯ ได้ตั้งประเด็นว่า คำและภาพที่มีปัญหาในการนำเสนอผ่านสื่อมวลชนนั้นมาจากคน 3 กลุ่ม คือ เจ้าของสื่อ ผู้รับผิดชอบเนื้อหา เช่น บรรณาธิการข่าว และบรรณาธิการบริหาร และ 3 นักข่าวในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม ในยุคหลอมรวมสื่อในปัจจุบัน ปัญหาจะมาจากกลุ่มสื่อพาณิชย์อีกด้วย คำว่า “สื่อพาณิชย์” หมายความว่าพวกที่เป็นบล็อกเกอร์ ที่ใช้รีวิวหรือใช้ลักษณะสร้างตัวเองเป็นสำนักข่าวแต่ไปเอาข่าว ข้อมูล หรือคลิปมาจากแหล่งอื่น ๆ นอกจากนั้นแล้ว ยังหมายรวมถึงผู้บริโภคในโลกออนไลน์ที่เป็นผู้สร้างและส่งข้อมูลข่าวสารด้วยตนเอง

อาจารย์บรรยงค์กล่าวว่า ข้อบังคับบางข้อในเรื่องของจริยธรรมสื่อยังมีลักษณะที่ยังไม่ชัดเจนในการทำงานของสื่อในบางเรื่อง ซึ่งจะต้องมีรายละเอียดเพิ่มขึ้น ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องนำเอาข้อบังคับข้อนั้นมาขยายออกเป็นแนวปฏิบัติ เช่น แนวปฏิบัติในการทำข่าว ภาพข่าว เด็กและสตรีที่ถูกล่วงละเมิดทางเพศ เป็นต้น

สำหรับ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไลวรรณ จงวิไลเกษม อาจารย์จากคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ได้ยกประเด็นสำคัญให้สื่อมวลชนพิจารณาโดยเฉพาะในเรื่อง

ของการระมัดระวังคำในสื่อยุคหลอมรวม เนื่องจาก สื่อยังคงมีพลังในการบ่มเพาะอคติ ค่านิยม หรือการให้คุณค่าในเรื่องต่าง ๆ ดังนั้น ประเด็นที่สื่อมวลชนควรตอบคำถามตัวเองก่อนสร้างสรรค์รายการใด ๆ คือ พื้นที่สาธารณะในปัจจุบันคือที่ไหนบ้าง และหากทำรายการข่าว รายการละคร รายการเกมโชว์ หรือโฆษณา “คำ” และเนื้อหาที่ปรากฏในรายการเหล่านี้ในพื้นที่สาธารณะแล้วนั้น ใครบ้างที่จะได้เห็นและใครบ้างที่จะได้ยิน ตลอดจนจะมีการนำไปขยายผลต่อในทางการเมืองหรืออื่น ๆ อีกหรือไม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไลวรรณ เน้นว่า สื่อมวลชนควรหลีกเลี่ยงการใช้ถ้อยคำที่บอกหรือแสดงนัยถึงชาติพันธุ์ ศาสนา สีผิว หลีกเลี่ยงการใช้คำถึงกลุ่มคนในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ในลักษณะของการเหมารวม เนื่องจาก เป็นพื้นที่ที่อ่อนไหวต่อความรู้สึกและอาจถูกนำไปขยายประเด็นต่อในทางการเมืองได้ หลีกเลี่ยงการใช้ถ้อยคำที่บอกหรือแสดงนัยถึงคนพิการ รวมถึงแรงงานต่างด้าว แรงงานข้ามชาติ ตลอดจนการใช้ข้อความโฆษณาที่เกินความจริง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาติรี ใต้ฟ้าพูล รองคณบดีคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้บรรยายเรื่อง "ข้อควรทำและข้อไม่ควรทำสำหรับจริยธรรมในการโน้มน้าวใจ" ให้ข้อมูลว่า จริยธรรมในการโน้มน้าวใจควรมีหลัก 6 ประการ ประกอบด้วย ความจริงของตัวสาร ความจริงใจของผู้โน้มน้าวใจ การเคารพผู้รับสาร การเคารพความเป็นส่วนตัวและความลับทางธุรกิจ ความเท่าเทียมความเป็นธรรม ในการดึงดูดใจในการโน้มน้าวใจ และความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม ดังนั้น การโน้มน้าวใจในเรื่องราวต่าง ๆ จึงต้องมีหลักฐานหรือสามารถพิสูจน์ได้ให้เห็นได้ในเชิงประจักษ์

ประเด็นด้านจริยธรรมในการโน้มน้าวใจที่ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาติรี เห็นว่าเป็นประเด็นด้านจริยธรรมที่ควรคำนึงมากสำหรับสื่อมวลชนและผู้ประกอบการด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คือ การใช้ Advertorial advertising และ Editorial advertising นั่นคือ การนำเสนอโฆษณาสินค้าและบริการโดยการเลียนแบบข่าวหรือบทบรรณาธิการหรือคอลัมน์ต่าง ๆ โดยสื่อมวลชนหรือคอลัมน์นิสต์ไม่ได้เขียนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คือ ไม่อ้างถึงการเป็นพื้นที่พิเศษหรือพื้นที่โฆษณาพื้นที่ประชาสัมพันธ์ การใช้ฟอนต์หรือรูปแบบตัวอักษรในแบบเดียวกับที่สื่อมวลชนแขนงนั้น ๆ ใช้อยู่ และไม่มีมีการอ้างอิงถึงตราสินค้าโดยตรงเลย

อาจารย์ ดร.ปรัชญา เปี่ยมการุณ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้กล่าวถึงประเด็นจริยธรรมจากรายการเกมโชว์และการโฆษณาแฝงว่า การที่ภูมิทัศน์สื่อเปลี่ยนแปลงไป ทำให้รายการในสื่อโทรทัศน์หรือสื่อกระแสหลักจำเป็นต้องสร้างความสัมพันธ์กับโลกออนไลน์หรือโซเชียลมีเดียด้วยเพื่อสร้างกระแสให้รายการนั้นได้รับความนิยม ทั้งการสร้างกระแสให้ได้รับคำชมหรือคำติก็ไม่เป็นไรขอให้รายการดังแล้วได้เงินก็พอ

ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมสื่อในเรื่องของการโฆษณา คือ การสินค้าหรือบริการในลักษณะของการผูกโยงเข้ากับเรื่องราวของเนื้อหาหลัก เช่น สปอนเซอร์ให้เขียนบทโดยผูกเรื่องราวเข้า

กับสินค้า ดังนั้น ตัวละครก็จะเล่นโดยพูดถึงเรื่องราวของสินค้าหรือบริการนี้โดยเฉพาะ หรือการได้เห็นตัวละครที่จะต้องต้องเดินเข้ามินิมาร์ท เปิดตู้น้ำดื่มตราสินค้านี้และหยิบสินค้านี้ขึ้นมากิน

ตัวอย่างของการโฆษณาแฝงที่อาจารย์ ดร.ปรัชญา กล่าวถึง เช่น Product placement หรือการจัดวางสินค้า วางอย่างเดียวโดยไม่จำเป็นต้องแตะหรือหยิบสินค้านั้น ๆ หรือ Product movement คือ การหยิบจับสินค้า นักแสดงต้องหยิบสินค้าขึ้นมาหรือต้องใช้สินค้านั้น เพื่อให้ตัวสินค้าได้เคลื่อนไหวหรือร่วมอยู่ในเฟรมกับนักแสดง หรือ Product experience การสร้างประสบการณ์ร่วมกับสินค้า โดยให้นักแสดงที่ถูกกำหนดบทบาทไว้แล้วให้พูดว่าเคยใช้สินค้านั้นหรือว่าได้ใช้แล้วเป็นอย่างไรบ้าง หรือ Brand content คือ การที่สินค้าเป็นส่วนหนึ่งกับเนื้อหารายการ

อาจารย์สิริภพ แก้วมาก ผู้บรรยายเรื่อง "รู้เท่าทันรายการเกมโชว์และวาไรตี้" ได้ตั้งข้อสังเกตว่า ปัจจุบัน ผู้บริโภครายการจะได้ฟังคำหยาบคายในรายการโทรทัศน์เยอะมาก ทั้งรายการละคร เกมโชว์ และวาไรตี้ต่าง ๆ ประเด็นนี้จึงเป็นเรื่องของจริยธรรมที่จะต้องมาพูดคุย ถกเถียง และทำความเข้าใจร่วมกันว่า จุดกึ่งกลางของความถูกต้องกับความผิดอยู่ตรงไหน

นอกจากนั้นแล้ว ภายใต้ยุคการหลอมรวมสื่อ การนำเสนอรายการในสื่อหลักยังถูกเชื่อมโยงหรือต่อยอดบางส่วนในเฟซบุ๊กหรืออินสตาแกรม เพื่อที่จะหลีกเลี่ยงกับข้อกฎหมาย บางรายการจะออกอากาศจะเฉพาะทางโซเชียลเน็ตเวิร์คเท่านั้น เช่น ไลน์ทีวี เป็นต้น รายการที่ว็อนไลน์เหล่านี้จึงเป็นรายการที่อุดมด้วยคำหยาบ การเหยียดเพศ อคติทางการเมือง หรือใช้พื้นที่ออนไลน์เป็นพื้นที่ในการโฆษณาแฝงสินค้าและบริการ

นอกเหนือจากความรู้ที่ได้รับจากวิทยากรผู้เชี่ยวชาญในแต่ละเวทีแล้วนั้น ผลจากการทบทวนและรับฟังความคิดเห็นยังทำให้ได้ข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงร่าง) แนวทางปฏิบัติ (Guideline) และจริยธรรมวิชาชีพขั้นพื้นฐาน (Code of Ethic) โดยเฉพาะอีกด้วย สำหรับประเด็นสำคัญในข้อควรทำและข้อไม่ควรทำแต่ละประเภทที่กลุ่มย่อยระดมความคิดเห็นเพื่อการปรับปรุง (ร่าง) แนวทางปฏิบัติ (Guideline) และจริยธรรมวิชาชีพขั้นพื้นฐาน (Code of Ethic) กล่าวโดยสรุปมีดังนี้

ข้อควรทำและไม่ควรทำในโฆษณา

ในการกล่าวถึงข้อไม่ควรทำในโฆษณาว่า “ไม่ใช่เรื่องเชื้อชาติ ชาติพันธุ์ ศาสนา ความพิการ มาเป็นจุดขายแทนสินค้า ในลักษณะดูถูก เหยียดหยาม ละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ หรือตอกย้ำความเป็นชนชั้นและชาติพันธุ์” นั้น จะต้องปรับข้อความให้มีคำว่า “เพศสภาพ” ด้วย

ในการเขียนข้อความที่มีคำทับศัพท์หรือคำศัพท์ภาษาอังกฤษ ควรปรับให้เป็นคำศัพท์ภาษาไทยที่สามารถเข้าใจได้ง่าย และมีวงเล็บคำศัพท์ภาษาอังกฤษเข้ามาด้วย

ในกรณีนี้กล่าวว่า “ไม่โฆษณาโดยอ้างรายงานทางวิชาการ ผลการวิจัย สถิติ การรับรองของสถาบันหรือบุคคลอื่นใด หรือข้อเท็จจริงที่ผิดกฎหมาย ในทางที่ไม่สมควร เพื่อบิดเบือนเนื้อหาในโฆษณา หรือทำให้เกิดความเข้าใจผิดโดยสิ้นค่านั้นมิได้มีคุณสมบัติตามข้อมูลที่กล่าวอ้าง” นั้น มีคำถามสำคัญคือ นักจัดรายการ หรือผู้ประกอบการสื่อจะรู้ได้อย่างไรว่า รายงานทางวิชาการ ผลการวิจัย ฯ ใดที่ไม่ควรนำมาใช้ ซึ่งประเด็นนี้นับเป็นประเด็นการรู้เท่าทันของผู้ส่งสารที่ กสทช. ควรทำงานต่อไปในอนาคต

ข้อมูลจากเวทีการระดมความคิดเห็นทำให้พบว่าในการโฆษณาสินค้านั้นไม่ได้มีเฉพาะการโฆษณาแบบทางตรงแต่ยังมีการโฆษณาแฝงในรายการ โดยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์ในรายการ นอกจากนั้นแล้ว นักจัดรายการยังเป็นผู้คิดสปอตโฆษณาเอง ดังนั้น กสทช. ควรจัดให้มีหลักสูตรฝึกอบรมสำหรับนักจัดรายการว่าอะไรที่ทำได้และอะไรที่ทำได้ด้วย ตลอดจนมีหน่วยในการเฝ้าฟังรายการเพื่อเฝ้าระวังโดยจัดตั้งเป็นสภานในแต่ละจังหวัด

ข้อควรทำและไม่ควรทำในรายการละคร

ในการเขียนข้อควรทำและไม่ควรทำในรายการละครควรกล่าวให้ถึงกลุ่มคนหลักที่เกี่ยวข้อง คือ ผู้ผลิตรายการละครและตัวละครหรือนักแสดงในเรื่อง ที่ควรคำนึงถึงจรรยาบรรณจริยธรรมวิชาชีพ ตลอดจนครอบครัวควรมีส่วนรับผิดชอบในการชมรายการละครโทรทัศน์ โดยการร่วมละครพร้อมกับเด็กและเยาวชน และให้คำแนะนำเพิ่มเติม กลุ่มคนอีกประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการผลิตรายการละคร คือ ผู้สนับสนุนรายการ หรือสปอนเซอร์ ดังนั้น ควรมีการคัดเลือกผู้สนับสนุนรายการ (สปอนเซอร์) ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสินค้าและบริการนั้น ๆ มีความเหมาะสมกับเนื้อหาและเวลาที่ออกอากาศ

ในเนื้อหาของรายการละครควรเน้นย้ำข้อไม่ควรทำ โดยให้ข้อมูลเป็นแนวทางสำหรับผู้ผลิตรายการละครและผู้เขียนบทละครว่า ไม่ควรนำเสนอเนื้อหาที่เป็นการตอกย้าค่านิยมเดิม ๆ หรือการเสนอภาพซ้ำเติมบทบาทของสื่อ ภาพลักษณ์ของสื่อ หรือการทำหน้าที่ของสื่อที่ไม่ถูกต้องทั้งด้านจริยธรรมและกฎหมาย ตลอดจนการคัดกรองเนื้อหาที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้คนที่มีความหลากหลายในสังคม

ภาพในรายการละครไม่ควรเป็นภาพความรุนแรงหรือภาพแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ที่เด็กและผู้เยาว์ได้ชมแล้วอาจเกิดความเข้าใจผิด นำไปสู่พฤติกรรมการเล่นแบบได้

รายการละครควรส่งเสริมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการอยู่ร่วมกันได้ของผู้คนที่มีความหลากหลายชาติพันธุ์ หลากหลายวัฒนธรรม หรือความหลากหลายทางเพศสภาพ รวมทั้งการสอดแทรกเนื้อหาด้านประเพณี วัฒนธรรม ความมีเมตตา เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ตามวิสัยหรือประเพณีไทย

ข้อควรทำและไม่ควรทำในรายการข่าว

การใช้คำในรายการข่าวเป็นเรื่องที่ควรคำนึงความหมายที่แฝงมาด้วย เช่น คำว่า “ผู้ไร้สัญชาติ กับ กลุ่มชาติพันธุ์” มีความหมายเหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร หากต่างกัน น่าจะเพิ่มคำว่า “กลุ่มชาติพันธุ์” ในเนื้อหาด้วย รวมถึงควรตรวจสอบการใช้คำในข่าวให้ถูกต้องเหมาะสม เช่น ประเทศไทยไม่มี “ฤดูแล้ง” หากข่าวนั้นเกิดขึ้นในประเทศไทย ผู้ประกาศข่าวควรใช้คำว่า “หน้าแล้ง”

ในการกล่าวถึงข้อไม่ควรทำว่า สื่อมวลชนไม่ควรรายงานข้อมูลที่ยังไม่ทราบ “แหล่งที่มาอย่างชัดเจน” เนื่องจากไม่มีความน่าเชื่อถือ และอาจไม่สามารถตรวจสอบข้อเท็จจริงได้นั้น ควรระบุหรือตัวอย่างให้ชัดเจนเพื่อให้เห็นภาพด้วย เช่น คลิปวิดีโอ คลิปเสียง ภาพ ข้อมูลต่าง ๆ ที่ส่งต่อ ๆ กันผ่านสื่อออนไลน์ เป็นต้น

ในการผลิตรายการข่าวนั้น กสทช. จะต้องจัดให้มีการสนับสนุนและเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจในข่าวสารบ้านเมืองให้กับคนพิการทุกประเภท เนื่องจาก ในความเป็นจริงแล้วนั้นได้มีข้อบังคับให้รายการข่าว “ต้อง” มีการนำเสนอภาษามือให้คนพิการทางหูได้เข้าถึงข่าวสารบ้านเมือง แต่ปัจจุบันมีรายการที่นำเสนอภาษามือน้อยมาก

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากเวทีระดมความคิดเห็น คือ สื่อมวลชนไม่ควรรับของขวัญ ของกำนัล หรือสินน้ำใจจากแหล่งข่าว รวมทั้งไม่ควรสนิทสนมกับแหล่งข่าวจนอาจมีผลกระทบต่อการทำงานตามหน้าที่สื่อมวลชนที่ดี เช่น การไม่กล้าเปิดเผย ความจริง บิดเบือน หรือเลือกนำเสนอเนื้อหาข่าวเพียงบางส่วนที่เป็นประโยชน์ต่อแหล่งข่าวนั้น ๆ เป็นต้น

ข้อควรทำและไม่ควรทำในรายการเกมโชว์และเรียลลิตี้

ควรให้ความสำคัญกับการกล่าวถึงกลุ่มเด็กและเยาวชน เนื่องจาก รายการเกมโชว์และเรียลลิตี้จะต้องสร้างค่านิยมที่ดีให้กับเด็กและเยาวชน ไม่ควรส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนเห็นว่าไม่ต้องทำงานก็มีรายได้ โดยเฉพาะการประกวดร้องเพลงเพียงอย่างเดียวก็ได้เงินรางวัลมากมายแล้ว เพราะปัจจุบันมีรายการเกมโชว์ประเภทร้องเพลงออกมามากมายคล้ายกันหลายช่อง

การเขียนข้อควรทำและข้อไม่ควรทำควรเน้นย้ำในส่วนของผู้เกี่ยวข้องกับรายการ เช่น การแต่งกายของผู้ร่วมรายการ หรือการใช้ภาษาของพิธีกร ควรให้ถูกหลักภาษา โดยเฉพาะคำควบกล้ำ ร ล การออกเสียงให้ถูกต้อง คำหยาบคายไม่ควรพูดออกมา เป็นต้น

การสร้างสรรครายการเกมโชว์และเรียลลิตี้ไม่ควรยึดเยียดหรือจงใจใช้โฆษณาแฝงในรายการ เช่น พิธีกรไม่ควรพูดขายสินค้าตลอดเวลา หรือพูดบอขายจนเกินไปในรายการ หรือใช้ความเนียนในการโฆษณาในรูปแบบต่าง ๆ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรพิจารณาปรับปรุงข้อกำหนดให้ครอบคลุมการดูแลด้านรายการเกมโชว์/เรียลลิตี้โชว์ ที่ผิดจริยธรรม ทั้งนี้ บทลงโทษรายการเกมโชว์/เรียลลิตี้โชว์ ควรมีบทลงโทษให้

เทียบจากอัตราค่าโฆษณาเป็นโทษปรับ โดยโทษปรับต้องสูงกว่ารายได้จากการขายโฆษณา นอกจากนั้นแล้ว กสทช. ควรตรวจสอบทุก ๆ รายการและบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง ไม่ควรรอให้เกิดเรื่องร้องเรียนแล้วค่อยดำเนินการลงโทษ

ประเด็นสำคัญที่สังเคราะห์เพื่อการทบทวนและปรับปรุง ดังต่อไปนี้

ให้ความสำคัญกับกลุ่มเด็ก ผู้เยาว์ และเยาวชน

การเขียนเนื้อหาในข้อควรทำและข้อไม่ควรทำของโฆษณา รายการละคร รายการข่าว และรายการเกมโชว์และเรียลลิตี้ จะระบุข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับกลุ่มเด็ก ผู้เยาว์ และเยาวชนในเนื้อหารวมถึงกลุ่มเปราะบางอื่น ๆ เนื่องจาก ลักษณะการเปิดรับสื่อของเด็กส่วนใหญ่จะเป็นการดูรายการของผู้ใหญ่และบางครั้งจะเปิดรับสื่อโดยไม่ได้รับคำแนะนำจากผู้ปกครอง พฤติกรรมการเลียนแบบจากสิ่งที่พบเห็นหรือได้ยินในโฆษณา รายการละคร รายการข่าว และรายการเกมโชว์และเรียลลิตี้ จึงเป็นไปได้ค่อนข้างสูง

ให้ความสำคัญกับการใช้ถ้อยคำในรายการ

การเขียนข้อควรทำและข้อไม่ควรทำในโฆษณา รายการละคร รายการข่าว และรายการเกมโชว์และเรียลลิตี้ จะระบุข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับเรื่อง “คำ” ที่ควรระมัดระวังเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศ การใช้ถ้อยคำที่บอกรหรือแสดงนัยถึงชาติพันธุ์ ศาสนา สีผิว ความพิการ แรงงานต่างด้าว แรงงานข้ามชาติ กลุ่มคนจากสามจังหวัดชายแดนใต้ โดยเฉพาะการใช้คำในรายการข่าวและในโฆษณา

ให้ความสำคัญกับเรื่องการโฆษณาแฝง

การเขียนเนื้อหาในข้อควรทำและข้อไม่ควรทำของโฆษณา รายการละคร รายการข่าว และรายการเกมโชว์และเรียลลิตี้ จะระบุข้อความที่เชื่อมโยงและสอดคล้องกันถึงเรื่องของการโฆษณาแฝงประเภทต่าง ๆ ในรายการ โดยเฉพาะการสื่อสารการตลาดโดยลักษณะการโฆษณาแฝงแบบ Advertorial advertising หรือ Editorial advertising ในความหมายถึงการนำเสนอโฆษณาสินค้าและบริการโดยการเลียนแบบข่าวหรือบทบรรณาธิการหรือคอลัมน์ต่างๆ โดยเฉพาะในกรณีที่ไม่ปรากฏการเปิดเผยข้อมูลว่าพื้นที่นี้เป็นพื้นที่โฆษณาพื้นที่ประชาสัมพันธ์ การใช้ฟอนต์หรือรูปแบบตัวอักษรในแบบเดียวกับที่สื่อมวลชนแขนงนั้น ๆ ใช้อยู่ และไม่มีอาการอ้างอิงถึงตราสินค้าโดยตรงเลย

สำหรับการเขียน (ร่าง) แนวทางปฏิบัติ (Guideline) และจริยธรรมวิชาชีพขั้นพื้นฐาน (Code of Ethic) นี้จะเน้นย้ำการโฆษณาแฝงประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะการโฆษณาแฝงในลักษณะของการให้สินค้าและบริการผูกโยงเข้ากับเรื่องราวของเนื้อหาหลักของรายการแต่ละประเภท เช่น การจัดวางสินค้า

ในรายการ โดยไม่ได้แตะต้อง หยิบ หรือบริโภคสินค้าอื่น ๆ หรือการหยิบจับและใช้หรือบริโภคสินค้า เพื่อให้ตัวสินค้าได้เคลื่อนไหวหรือรวมอยู่ในเฟรมกับนักแสดง หรือการสร้างประสบการณ์ร่วมกับสินค้า โดยให้นักแสดงที่ถูกกำหนดบทบาทไว้แล้วให้พูดว่าเคยใช้สินค้านั้นหรือว่าได้ใช้แล้วเป็นอย่างไร เป็นต้น

ให้ความสำคัญกับประเด็นการหลอมรวมในสื่อ

การเขียนข้อควรทำและข้อไม่ควรทำในโฆษณา รายการละคร รายการข่าว และรายการเกมโชว์และเรียลลิตี จะให้ความสำคัญกับประเด็นการหลอมรวมในสื่อมากกว่าการระบุแนวทางเฉพาะกับสื่อกระจายเสียงและสื่อโทรทัศน์แต่เพียงอย่างเดียว เนื่องจาก ในยุคการหลอมรวมสื่อ การนำเสนอรายการในสื่อกระแสหลักจะถูกเชื่อมโยงหรือต่อยอดเนื้อหาบางส่วนไปสู่เฟซบุ๊กหรืออินสตาแกรมหรือช่องทางการสื่อสารออนไลน์ประเภทต่าง ๆ ทั้งนี้ เพื่อสร้างกระแสให้รายการนั้นได้รับความนิยม และเพื่อที่จะหลีกเลี่ยงกับข้อกฎหมาย ในขณะเดียวกัน บางรายการจะออกอากาศจะเฉพาะทางโซเซียลเน็ตเวิร์คเท่านั้น เช่น ไลน์ทีวี เป็นต้น รายการออนไลน์เหล่านี้จึงเป็นรายการที่อุดมด้วยคำหยาบ การเหยียดเพศ อคติทางการเมือง หรือใช้พื้นที่ออนไลน์เป็นพื้นที่ในการโฆษณาแฝงสินค้าและบริการ

นอกจากนั้นแล้ว การเขียนแนวทางปฏิบัติฯ จะต้องเขียนให้ครอบคลุมถึงกลุ่ม “สื่อพาณิชย์” อีกด้วย เช่น กลุ่มบล็อกเกอร์ที่ใช้การรีวิวสินค้าและบริการแฝงผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ในช่องทางของตนเอง หรือกลุ่มสื่อพาณิชย์ในลักษณะของการแฝงเป็นสำนักข่าวแต่ไปเอาข่าว ข้อมูล หรือคลิปมาจากแหล่งอื่น ๆ และหมายรวมถึงผู้บริโภคในโลกออนไลน์ที่เป็นผู้สร้างและส่งข้อมูลข่าวสารด้วยตนเองอีกด้วย

ประเด็นสำคัญเพื่อการปรับปรุง (ร่าง) แนวทางปฏิบัติ (Guideline) และจริยธรรมวิชาชีพขั้นพื้นฐาน (Code of Ethic) จากการทบทวนวรรณกรรม ดังต่อไปนี้

ให้ความสำคัญกับภาระหน้าที่ของนักข่าวในฐานะผู้แจ้งข่าวสาร คือ การนำข้อเท็จจริงสู่สาธารณชน (The duty of journalists is to serve the truth) ดังนั้น นักข่าวควรต้องมีจริยธรรมในการสื่อข่าว และเขียนข่าว (สுகาร์ตัน ดิชยวรรธนะ จันทราวัทฒนากุล และ จักร์กฤษ เพิ่มพูน, 2557) กล่าวคือ

(1) ความเที่ยงธรรมและความเป็นภววิสัยในการรายงานข่าว

ตามหลักการสื่อข่าวได้มีข้อกำหนดเกี่ยวกับคุณสมบัติข่าวที่ดีไว้ว่า จะต้องมีความเป็นภววิสัย ปราศจากอคติและความรู้สึกส่วนตัวของนักข่าว ข่าวที่นำเสนอจะต้องเสนอเฉพาะข้อเท็จจริง มีความเที่ยงธรรม สมดุล ในกรณีที่เกิดการขัดแย้งเกิดขึ้น ต้องให้ออกาสในการชี้แจง และแสดงข้อเท็จจริง

ทั้งสองฝ่าย ไม่ว่านักข่าวจะเห็นพ้องกับฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดหรือไม่ก็ตาม ทั้งนี้เพื่อความเป็นกระจกเงาสะท้อนภาพสังคมที่ชัดเจน เที่ยงตรง ไม่บิดเบี้ยว

(2) ความเป็นส่วนบุคคลกับสิทธิในการรับรู้ของผู้บริโภคข่าวสาร

ปัญหาความเป็นส่วนตัวกับสิทธิในการรับรู้ของผู้รับสาร นักข่าวมักถูกห้วงดิงจากสังคมว่า ปฏิบัติหน้าที่ล่วงล้ำความเป็นส่วนตัวของผู้อื่น หรืออาจจะเป็นความรู้สึกที่เข้าไปเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ในลักษณะมองต่างมุมระหว่างสังคมกับนักข่าว ซึ่งนักข่าวควรมีวิจารณญาณในการไตร่ตรอง ชั่งน้ำหนักในความเหมาะสมควรขณะปฏิบัติงานอยู่เสมอว่า การเสนอข่าวและภาพผู้ถูกคุกคามทางเพศ หรือการระบุชื่อบุคคลที่มีความสัมพันธ์เป็นญาติมิตรทำให้สามารถเข้าใจได้ว่า ผู้ถูกคุกคามทางเพศเป็นใคร การนำเสนอภาพเปลือยของผู้ตายของหนังสือพิมพ์ยักษ์ใหญ่ 2 ฉบับ ฉบับหนึ่งเสนอภาพเปลือยหญิงสาวที่ถูกข่มขืนในที่เกิดเหตุ อีกฉบับหนึ่งเสนอภาพเปลือยหญิงชาวต่างชาติถูกคลื่นสึนามิพัดพาขึ้นไปค้างอยู่บนกิ่งต้นไม้ในลักษณะที่อุจาดตา นี่ก็เป็นการละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ถึงแม้ว่าเธอทั้งสองจะเสียชีวิตแล้ว

(3) การใช้แหล่งข่าวปิด

บางครั้งนักข่าวอาจต้องใช้แหล่งข่าวปิด กรณีที่เป็นข่าวเชิงสืบสวนสอบสวน ซึ่งไม่สามารถเปิดเผยคุณลักษณะ (Identification) ของแหล่งข่าวได้ เนื่องจากอาจส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยของแหล่งข่าวและครอบครัว ซึ่งหากนักข่าวละเมิดสิทธิของเขาในการป้องกันตัวเองเท่ากับทำผิดหน้าที่ แต่ในขณะเดียวกัน การใช้แหล่งข่าวปิดมากจนเกินไป อาจถูกตั้งข้อสังเกตหรือวิพากษ์วิจารณ์จากคนอ่านได้ ว่าอาจนำไปสู่การบิดเบือน หรือทำให้การนำเสนอข่าวคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริงได้ เพราะคนอ่านไม่แน่ใจว่า แหล่งข่าวนั้นมีตัวตนอยู่จริงหรือไม่

ในอีกแง่มุมหนึ่ง แหล่งข่าวอาจมีเจตนาให้ข้อมูล หรือความเห็นที่บิดเบือนเพื่อประโยชน์ส่วนตัว หรือให้ร้ายแก่ผู้อื่น ในกรณีเช่นนี้ อาจมีผลถึงความน่าเชื่อถือได้ เพื่อไม่ให้สูญเสียความเชื่อถือ นักข่าวจึงไม่ควรเสนอข่าวที่เลื่อนลอย ปราศจากที่มา ข่าวลือหรือแผนปลิว ควรระบุชื่อบุคคลที่ให้สัมภาษณ์หรือให้ข้อมูลอย่างชัดเจน เว้นแต่จะมีเหตุอันควรปกปิดเพื่อสวัสดิภาพและความปลอดภัยของแหล่งข่าว โดยข่าวสารนั้นเป็นประโยชน์ และสิทธิในการรับรู้ข่าวสารของสาธารณชนด้วย หรืออาจใช้วิธีอธิบายภูมิหลังของแหล่งข่าว เพื่อให้ผู้อ่าน ผู้ชมและผู้ฟังทราบความสัมพันธ์ หรือบทบาททัศนคติ แนวความคิดของแหล่งข่าว ต่อเหตุการณ์หรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง ในขณะเดียวกัน นักข่าวก็ต้องปกปิดชื่อและฐานะของบุคคลที่ให้ข่าวไว้เป็นความลับ หากได้ให้คำมั่นแก่แหล่งข่าวนั้นไว้ เช่นเดียวกับต้องปกปิดชื่อจริงของผู้ใช้ “นามปากกา” หรือ “นามแฝง” ในการเขียนหรือรายงานด้วย”

(4) การรับของขวัญจากแหล่งข่าว

แม้ว่าการรับของขวัญจากแหล่งข่าว จะเป็นสิ่งที่นักข่าวส่วนใหญ่เห็นว่า เป็นการกระทำที่ผิดหลักจริยธรรม แต่ก็ยังมีข้อถกเถียงกันว่า ของขวัญมีมูลค่าเท่าใดควรปฏิเสธ องค์กรข่าว

บางแห่ง เช่น กลุ่มเนชั่น เขียนชัดเจนในประมวลจริยธรรมว่า ปฏิทิน ดินสอ พวงกุญแจ เป็นของขวัญที่มีค่าทางเงินเล็กน้อย สามารถรับได้ เพราะการปฏิเสธอาจทำให้ผู้ให้รู้สึกอึดอัดใจ แต่ถ้าเป็นของขวัญที่มีราคาสูง ควรส่งคืนทันที พร้อมอธิบายถึงหลักปฏิบัติและนโยบายของบริษัทอย่างสุภาพ อย่างไรก็ตาม นักข่าวต้องใช้วิจารณญาณ และสามัญสำนึกของการเป็นสื่อมวลชนที่ต้องทำ หน้าที่เพื่อสังคมมากกว่าหวังประโยชน์ส่วนตัว

นักข่าวไม่ควรรับของขวัญที่มีมูลค่าสูง หรือเรียกร้องการยกเว้นค่าที่พัก หรืออาหารเช้าพิเศษในการซื้อสินค้า หรือการใช้บริการ หรือร้องขอสิทธิพิเศษอื่นใดที่ประชาชนทั่วไปไม่ได้รับ อย่างไรก็ตามหากเป็นของขวัญที่แจกตามงานแถลงข่าวที่มีมูลค่าไม่สูง เช่น พวงกุญแจ ที่ใส่ดินสอ ปฏิทิน และอื่น ๆ อาจจะได้รับไว้ได้ แต่ต้องใช้วิจารณญาณและสามัญสำนึกของการเป็นสื่อมวลชน ที่ต้องทำ หน้าที่เพื่อสังคมมากกว่าหวังประโยชน์ส่วนตัว

(5) การไม่แสดงตัวว่าเป็นนักข่าวขณะปฏิบัติหน้าที่ หรือแสดงตัวเป็นนักข่าวเพื่อใช้อภิสิทธิ์หลีกเลี่ยงความผิด

แม้ว่าการไม่แสดงตัวว่าเป็นนักข่าว ขณะกำลังทำข่าวจะเป็นข้อยกเว้นในกรณีที่จะต้องมีการรวบรวมข้อมูล ข่าวสารในการทำข่าวเชิงสืบสอบ สอบสวน เนื่องจากการเปิดเผยตัวต่อแหล่งข่าว อาจทำให้ไม่ได้รับความร่วมมือ หรืออาจเกิดอันตรายได้ แต่ตามหลักจริยธรรมในการทำข่าวแล้วไม่ว่า นักข่าวจะกำลังทำข่าวลักษณะใดก็ตาม นักข่าวต้องแนะนำตัวเองและแจ้งถึงวัตถุประสงค์ ของการสัมภาษณ์ให้แหล่งข่าวทราบ ไม่ควรทำให้แหล่งข่าวประหลาดใจว่า ทำไมคำพูดของเขาจึงไปปรากฏเป็นข่าวได้

ในอีกกรณีหนึ่ง การแสดงตัวเป็นนักข่าว เพื่อใช้อภิสิทธิ์ในการได้รับบริการสาธารณะ ก่อนบุคคลอื่น ๆ หรือการใช้ความเป็นนักข่าวอวดอ้างหรืออาศัยตำแหน่งหน้าที่ เพื่อเรียกร้องสิทธิหรือผลประโยชน์ใด ๆ ที่ไม่ชอบธรรม หรืออ้างความเป็นนักข่าวในกรณีทำผิดกฎหมาย ก็ถือว่าเป็นการกระทำที่ขัดกับหลักจริยธรรมด้วย

(6) การขัดกันในด้านผลประโยชน์ /สิทธิพิเศษและผลประโยชน์ทับซ้อน

ปัญหาการทำข่าวโดยมีการแอบแฝงในเรื่องผลประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม หรือเรียกว่า ผลประโยชน์ทับซ้อน (Conflict of Interest) มักจะถูกท้วงติงจากสังคมเรื่องความเป็นกลางในการนำเสนอข่าวของนักข่าวอยู่บ่อยครั้ง ไม่ว่าจะเป็นการรับเชิญไปทำข่าวต่างจังหวัดหรือต่างประเทศ ตามคำเชิญของแหล่งข่าว การได้ข้อเสนอเป็นหุ้นราคาพาร์หรือหุ้นราคาถูกเป็นค่าตอบแทน การเขียนคำชมสินค้าหรือบริการ หรือกรณีที่นักข่าวมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับบุคคลในแวดวงต่างๆ เช่น การเมือง เศรษฐกิจ โดยการเป็นสมาชิก กรรมการ หรือผู้ถือหุ้น

แนวทางในการปฏิบัติของนักข่าวในเรื่องนี้ คือ ในการรายงานข่าวหรือบทความอันสืบเนื่องจากการที่ได้รับเชิญจากแหล่งข่าว ในการรายงานข่าวควรมีการระบุให้ชัดเจนไว้ท้ายบทความ

หรือรายงานขึ้นนั้นว่า ข้อมูลมาจากที่ใด และใครเป็นผู้จัดการในการเดินทางครั้งนั้น หรือกรณีที่ได้รับมอบหมายให้ไปทำข่าวที่นักข่าวมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องด้วย บรรณาธิการอาจเปลี่ยนให้นักข่าวคนอื่นไปทำข่าวแทน

(7) ความสงสาร หรือเห็นใจในการนำเสนอข่าว

ปัญหาอีกประการหนึ่งที่กระทบต่อจริยธรรมในการสื่อข่าวและเขียนข่าว คือ ความอึดอัดใจของนักข่าวกับแหล่งข่าวที่สนิทสนมหรือใกล้ชิด หรือการขอร้องให้ปกปิดหรือไม่ให้ระบุชื่อตนเอง ญาติมิตร หรือเพื่อนพ้องที่ตกเป็นข่าวซึ่งตายโดยผิดธรรมชาติ หรือการกระทำที่น่าละอายมิให้ปรากฏเป็นข่าว เพราะกลัวว่าจะทำให้ตนเองเสื่อมเสียชื่อเสียงหรืออับอาย โดยนักข่าวเองก็รู้สึกอึดอัด และเกิดความขัดแย้งต่อภาระหน้าที่ของตน ขณะเดียวกันก็กลัวว่า หากไม่กระทำตามที่แหล่งข่าวขอร้อง ต่อไปอาจจะไม่ได้รับความร่วมมือในครั้งต่อไปอีก แนวทางแก้ไขคือ นักข่าวควรปรึกษากับบรรณาธิการ เพื่อให้ให้นักข่าวคนอื่นทำข่าวนั้นแทน

(8) การนำเสนอข้อมูลที่กระทบกระเทือนความมั่นคงของชาติ เศรษฐกิจ

พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสาร พ.ศ. 2540 เปิดโอกาสให้สาธารณชนเข้าตรวจสอบเอกสารราชการได้ แต่ข้อมูลความลับของราชการ หากเปิดเผยอาจมีผลต่อความมั่นคงของชาติได้ หรือการรู้ข้อมูลการลดค่าเงินบาท และนำไปเผยแพร่ก่อนประกาศกระทรวงการคลังทำให้มีการใช้ข้อมูลภายในไปเป็นประโยชน์ในการเก็งกำไรอัตราแลกเปลี่ยน

(9) การเสนอข่าวที่พาดพิงถึงสถาบันกษัตริย์

สถาบันกษัตริย์สำหรับประเทศไทย เป็นสถาบันสูงสุดที่ผู้คนให้การเคารพเทิดทูน การเสนอข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ จึงเป็นเรื่องที่อ่อนไหวอย่างยิ่ง และส่งผลกระทบต่อจิตใจของคนในวงกว้าง การเสนอข่าวเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ที่ไม่ระมัดระวัง ไม่เพียงมีผลให้ต้องถูกดำเนินคดีตามกฎหมายเท่านั้น หากยังนำมาซึ่งความแตกแยกของคนในชาติ

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง
กับแนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับแนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน

การพัฒนาแนวปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพสำหรับสื่อมวลชนในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ เป็นเรื่องที่ถูกฝ่ายให้ความสนใจ และจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างความเข้าใจให้ถูกต้อง ตรงกัน ตลอดจนต้องคำนึงถึงเรื่องของการกำกับดูแลกันเอง ภูมิทัศน์สื่อใหม่ การเปลี่ยนแปลงและการหลอมรวมสื่ออีกด้วย

จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อมวลชน

ความสำคัญของจริยธรรมและจรรยาบรรณ

จริยธรรมและจรรยาบรรณเป็นสิ่งสำคัญสำหรับสื่อมวลชน เนื่องจาก เป็นแนวทางปฏิบัติให้สื่อมวลชนรับผิดชอบในหน้าที่ของตน ตลอดจนเพื่อรักษาไว้ซึ่งเกียรติยศและศักดิ์ศรี เพื่อประโยชน์แห่งสังคมและประชาชน ผู้บริโภคสื่อ และความสงบสุขของสังคม

มานะ ตีรยาภิวัดน์ (2557) ได้กล่าวถึง ความสำคัญของจริยธรรมต่อการสื่อสารมวลชนในกิจกรรมการสัมมนาทางวิชาการ เรื่อง “จริยธรรมนักสื่อสารมวลชนรุ่นใหม่” จัดโดย สำนักงาน กสทช. ร่วมกับ สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร เมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม 2557 ไว้ดังนี้ว่า จริยธรรมมีความสำคัญต่อนักสื่อสารมวลชนรุ่นใหม่ เนื่องจาก

- จะเป็นหลักประกันความประพฤติปฏิบัติของสื่อมวลชนให้ถูกต้องด้วยศีลธรรมมีความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น
- จะเป็นเกราะของเสรีภาพของสื่อมวลชน หากสื่อมวลชนมีจริยธรรมก็จะได้รับการประกันเสรีภาพในการนำเสนอข่าวสาร
- จะเป็นหลักเกื้อหนุนสภาพสังคมที่เป็นสุข เอื้อกระแสข่าวสารที่เป็นธรรมต่อประชาชนทุกหน่วยในสังคม
- จะเป็นหลักเกื้อหนุนสังคมที่อุดมสติปัญญาด้วยการเสนอข่าวสารอย่างมีเหตุผล ถูกถ้วน ปราศจากอคติ ทำให้ประชาชนรู้จักคิด ถกเถียงอย่างมีเหตุผล
- สื่อมวลชนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม จะช่วยให้ผู้รับสารเรียนรู้ และรับรู้ความจำเป็นของความรับผิดชอบต่อสังคม

โดยทั่วไปสังคมจะมีความคาดหวังต่อสื่อมวลชนอย่างมาก กาญจนา แก้วเทพ (2545) กล่าวถึงความคาดหวังของสังคมต่อสื่อมวลชนหลายด้าน อาทิ

- สื่อมวลชนเป็นผลผลิตของสังคม
- สื่อมวลชนเป็นภาพสะท้อนของสังคม
- สื่อมวลชนเป็นสถาบันแห่งชาติ
- สื่อมวลชนเป็นผู้พิทักษ์ผลประโยชน์ของชาติ
- สื่อมวลชนเป็นผู้รับผิดชอบต่อความเจริญก้าวหน้าของผู้คนในสังคม

ความคาดหวังดังกล่าวนี้เกิดขึ้นเนื่องจากสื่อมวลชนกระแสหลัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิทยุและโทรทัศน์มีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปสู่ผู้รับสาร ซึ่งข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นสามารถสร้างผลกระทบต่อความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร ตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคลไปจนถึงการสร้างมติสาธารณะในระดับสังคม

ดังนั้น หากองค์กรสื่อมวลชนคำนึงถึงผลประโยชน์ทางธุรกิจหรือผลประโยชน์อื่น ๆ มากเกินไป การคำนึงถึงจริยธรรมและจรรยาบรรณในการประกอบวิชาชีพจะถูกลดความสำคัญลง (กุลนารี เสือโรจน์, 2554) ทั้งนี้ เพื่อเป็นการเหนี่ยวนำไม่ให้งานของสื่อมวลชนจมดิ่งหรือตกต่ำลงไปตามแรงกดดันหรือเงื่อนไขทางสังคมที่เข้ามาบีบบังคับ จึงเกิดกลไกขึ้นมาควบคุม (Control) ปกป้อง (Protection) และการกำกับดูแล (Regulation) การทำงานของสื่อมวลชนในลักษณะต่าง ๆ ทั้งกลไกภายนอก อาทิ การควบคุมโดยสังคม การควบคุมโดยกฎหมาย และกลไกภายใน ซึ่งประกอบด้วย การควบคุมโดยจริยธรรมและจรรยาบรรณ

กรณีตัวอย่างของกลไกในการควบคุม ปกป้อง และกำกับดูแลการทำงานของสื่อมวลชนจากกลไกภายใน เช่น กรณีที่สภามหาวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีมติอนุมัติ “ข้อบังคับสภามหาวิทยาลัย แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ว่าด้วยจริยธรรมในด้านการผลิตและการเผยแพร่รายการทางสถานีวิทยุ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ. 2552” เพื่อให้เป็นแนวทางการปฏิบัติหน้าที่โดยยึดหลักความเป็นธรรม เป็นกลาง ตามหลักการสื่อมวลชนในสังคมประชาธิปไตย ในการประชุมครั้งที่ 520 เมื่อวันที่ 6 ตุลาคม 2535 โดยมีหลักจริยธรรมที่สำคัญเพื่อพึงยึดถือและปฏิบัติ ดังนี้

- จริยธรรมด้านการเคารพสิทธิและเสรีภาพ ผู้ผลิตและเผยแพร่รายการ ต้องปฏิบัติหน้าที่ด้านการผลิตและเผยแพร่รายการ โดยยึดหลักการเคารพต่อสิทธิเสรีภาพของตนเองและผู้อื่น ด้วยความเคารพในหลักสิทธิมนุษยชน และการไม่เลือกปฏิบัติ
- จริยธรรมด้านการค้นหาและรายงานข้อเท็จจริงที่ถูกต้อง ผู้ผลิตและเผยแพร่รายการต้องปฏิบัติหน้าที่ด้านการผลิตและเผยแพร่รายการโดยยึดหลักความมุ่งมั่นในการค้นหาความจริง ที่มุ่งไปสู่การรายงานข้อมูลหรือข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นอย่างถูกต้องตรงไปตรงมา เป็นภาวีสัย (เป็นเอกเทศ เป็นอิสระ) ไม่เอนเอียงเข้ากับฝ่ายหนึ่งฝ่ายใด

- จริยธรรมด้านความเป็นอิสระและมีความเป็นธรรม ผู้ผลิตและเผยแพร่รายการต้องปฏิบัติหน้าที่ด้านการผลิตและเผยแพร่รายการด้วยความเป็นอิสระ ปราศจากความเอนเอียงและดำรงไว้ซึ่งความเป็นกลาง วางตนไม่ให้ตนเองต้องตกอยู่ภายใต้อิทธิพลใด ๆ ในทุก ๆ สถานการณ์ ด้วยใจที่ตั้งมั่นอยู่ในความเป็นธรรม
- หลักแห่งศีลธรรม ผู้ผลิตและเผยแพร่รายการต้องตั้งตนอยู่ในหลักของศีลธรรมหรือข้อที่ห้ามไม่ให้ปฏิบัติ ด้วยการประพฤติปฏิบัติโดยมีธรรมเป็นข้อยึดปฏิบัติ และสามารถเป็นแบบอย่างให้แก่ผู้อื่นในการดำเนินชีวิต
- จริยธรรมด้านความรับผิดชอบ ผู้ผลิตและเผยแพร่รายการต้องปฏิบัติหน้าที่ผลิตและเผยแพร่รายการ ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับที่สูงกว่าระดับมาตรฐานที่วิญญูชนทั่วไปพึงยึดถือปฏิบัติ และพร้อมที่จะเยียวยาผู้เสียหายที่ได้รับผลกระทบจากการปฏิบัติหน้าที่สื่อมวลชนที่ผิดพลาดอย่างเต็มที่ รวมถึงพร้อมที่จะได้รับการตรวจสอบทั้งจากภายในและภายนอก

การมีจริยธรรมและจรรยาบรรณของสื่อมวลชนจะส่งผลให้องค์กรสื่อมวลชนมีแนวทางควบคุมการทำงานที่เป็นมาตรฐานเดียวกันสามารถมีสิทธิ เสรีภาพ ได้ตามที่กฎหมายกำหนด ตลอดจนมีการพัฒนาและมีคุณภาพ ได้รับการยอมรับจากนานาประเทศ ที่สำคัญอย่างยิ่ง คือ การส่งผลกระทบในทางบวกต่อผู้บริโภคสื่อและสังคมโดยรวม

ขอบเขตการตัดสินใจทางจริยธรรม

แม้ Stephen Klaidman and Tom Beauchamp ผู้เขียนหนังสือเรื่อง "The virtuous journalist" จะเคยกล่าวไว้ว่า "ไม่มีระบบจริยธรรมอันหนึ่งอันใดที่จะให้หนทางในการแก้ไขปัญหาต่อปัญหาทางจริยธรรมที่มาเผชิญหน้ากับเราทั้งในชีวิตจริงและในการทำงานซ้ำได้ทุกครั้ง" และถึงแม้ว่าสถานการณ์ทางจริยธรรมนั้นจะมีความยุ่งเหยิงไร้ระเบียบ แต่การตัดสินใจทางจริยธรรมนั้นก็สามารถกระทำได้ หากว่าบุคคลนั้นจะมีความรู้หรือความสามารถในขอบเขตดังต่อไปนี้ คือ ปรีบททางจริยธรรมหลักปรัชญาพื้นฐานของทฤษฎีทางจริยธรรม และ การคิดเชิงวิพากษ์ ซึ่งในแต่ละขอบเขตดังกล่าวล้วนแล้วแต่มีความสำคัญในแบบของตนเอง (นิษฐา หุ่นเกษม, 2547) ดังนี้

(1) ปรีบททางจริยธรรม

การตัดสินใจทางจริยธรรมไม่ได้เกิดขึ้นจากความว่างเปล่า แต่นักข่าวหรือผู้ที่จำเป็นจะต้องตัดสินใจดังกล่าวนั้น จะต้องทำความเข้าใจกับสถานการณ์ซึ่งเกิดความขัดแย้งให้ต้องเลือกกระทำต้องเข้าใจประเด็นหรือเรื่องราว ต้องรู้ข้อเท็จจริง และมีความรู้ในหลักการขั้นพื้นฐานของค่านิยมในสังคม ในอีกทางหนึ่งนั้น ปรีบทดังกล่าวประกอบไปด้วยปัจจัยซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของปัจเจกบุคคล

ตัวอย่างเช่น เมื่อเลขานุการฝ่ายข่าวของทำเนียบขาวจำเป็นต้องเผยแพร่ข่าวสารบางอย่างในลักษณะของ "Disinformation" (Information which is intended to mislead) เพื่อป้องกันนโยบายต่างประเทศรั่วไหล การเผยแพร่ในลักษณะดังกล่าว ไม่เพียงแต่จะมีลักษณะคล้ายการโกหกหลอกลวง แต่เขายังต้องตระหนักด้วยว่า สังคมนั้นรังเกียจการโกหก ทว่าการจะปฏิบัติตามบรรทัดฐานของสังคมในกรณีนี้นั้นจำเป็นต้องตระหนักถึงลักษณะของการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่กำหนดพฤติกรรมเชิงจริยธรรมด้วย

บริบทในสถานการณ์ทางจริยธรรมซึ่งล่อแหลมต่อการตัดสินใจนั้นมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมส่วนตัวของบุคคลและการประพฤติปฏิบัติในทางวิชาชีพ อย่างเช่น การโกหกเพื่อนนั้นเกี่ยวข้องกับระดับของการตัดสินใจที่แตกต่างกันไป มากกว่าการใช้วิธีการที่หลอกลวงเพื่อที่จะให้ได้มาซึ่งเนื้อหาข่าว และบ่อยครั้งที่ปัจจัยทางบริบทนั้นมีวัฒนธรรมของบุคคลหรือหน่วยงานเป็นตัวกำหนด เช่น ไม่ว่าจะอยู่ในกลุ่มของเพื่อนสนิทหรือภายในห้องข่าว และระบบค่านิยมของหน่วยงานนั้นเป็นสิ่งที่ไม่อาจจะละเลยได้ในระหว่างการตัดสินใจทางจริยธรรม ยกตัวอย่างเช่น ก่อนที่จะสัญญากับแหล่งข่าวในการปกปิดความลับ นักข่าวจำเป็นต้องคำนึงถึงนโยบายของหน่วยงานเสียก่อน เช่นเดียวกับการที่จะต้องตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ซึ่งต้องมีการแข่งขัน หรือความกดดันทางเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นเรื่องที่ปกติธรรมดาของสถาบันสื่อมวลชน ดังนั้น ก่อนที่นักข่าวหรือสื่อมวลชนผู้ตกอยู่ในสภาพการณ์ที่จะต้องตัดสินใจจะสามารถให้เหตุผลในการตัดสินใจทางจริยธรรมได้ เขาจะต้องรู้หรือมีข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม อันได้แก่ บริบททางสังคมและวัฒนธรรมนั้น ๆ โดยเฉพาะภายใต้บริบทการทำงานของตนเอง

(2) หลักปรัชญาพื้นฐานของทฤษฎีทางจริยธรรม

ในการระบุหรือแจกแจงทฤษฎีทางจริยธรรม จำเป็นจะต้องทบทวนหลักปรัชญาซึ่งมีอิทธิพลอย่างลึกซึ้งในสังคมตะวันตกเสียก่อน ได้แก่

หลักปรัชญาของกรีกโบราณ การศึกษาด้านจริยธรรมนั้นสามารถย้อนไปได้ถึงยุคกรีกโบราณ โดยเฉพาะของ Socrates ซึ่งมีความเชื่อว่า คุณธรรมของบุคคลนั้นสามารถจำแนกแยกแยะหรือปฏิบัติได้ รวมถึง Plato ซึ่งมีความเชื่อว่า ความยุติธรรมนั้นจะบรรลุผลผ่านทางความฉลาดรอบคอบ การควบคุมหรือบังคับตนเอง และความกล้าหาญ เมื่อแปรหลักการดังกล่าวมาเป็นการกระทำ อาจกล่าวได้ว่า พฤติกรรมทางจริยธรรมของบุคคล อิงอยู่บนพื้นฐานของประสบการณ์และความรู้เกี่ยวกับเรื่องราวในโลกนี้ รวมถึงการปฏิบัติแบบเดินสายกลาง

หลักปรัชญาของอริสโตเติล นั้นเทียบได้กับหลักจริยธรรมศีลธรรม ซึ่งวางอยู่บนรากฐานของทฤษฎีของวิธีการที่ดี หรือ Golden mean เขามีความเชื่อว่าคุณธรรมนั้นเกิดขึ้นระหว่างชั่วตรงข้ามกัน หรือ Overdoing กับ Underdoing ยกตัวอย่างเช่น ความกล้าหาญเป็นบริเวณตรงกลางระหว่างความขี้ลาดตาขาวกับความกล้าบ้าบิ่น ซึ่งในลักษณะของการทำงาน สื่อมวลชนร่วมสมัยนั้น

แนวความคิดดังกล่าวสามารถเทียบได้กับความสมดุลและความยุติธรรม ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึง "วิธีการที่ดี" ในทำนองเดียวกัน การห้ามโฆษณาบุหรืทางวิทยุและโทรทัศน์และการติดฉลากคำเตือนบนซองบุหรืก็เป็นวิธีการประนีประนอมระหว่างการประชุมให้บุหรืเป็นเรื่องผิดกฎหมายหรือการไม่ทำอะไรเลยเพื่อป้องกันผลร้ายที่เกิดขึ้นจากผลิตภัณฑ์ดังกล่าว แต่อริสโตเติลก็ยอมรับว่า ไม่ใช่ว่าทุกการกระทำจะถูกมองในลักษณะของการเป็น "วิธีการที่ดี" เสมอไป เนื่องจาก การกระทำบางอย่างนั้นเป็นการกระทำที่ไม่ดีเสมอและไม่มีหนทางใดที่จะแก้ไขได้ เช่น ความอิจฉาริษยา การผิดลูกผิดเมียผู้อื่น การขโมย หรือการฆาตกรรม เป็นต้น

หลักจริยธรรมของอริสโตเติลนั้นเน้นหนักไปที่คุณสมบัติหรืออุปนิสัยของบุคคล อริสโตเติลเชื่อว่าคุณธรรมจะบรรลุผลผ่านทาง การกระทำ หรือที่กล่าวกันว่า "Practice makes perfect" การกระทำพฤติกรรมที่ดีซ้ำ ๆ กันนั้น จะก่อให้เกิดการสั่งสมความคิดเกี่ยวกับความดีขึ้นในระบบค่านิยมของปัจเจกบุคคล และอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า คุณธรรมจริยธรรมเป็นวิธีในการคิด เช่นเดียวกับวิธีในการกระทำ

หลักปรัชญาของยิว-คริสเตียน หลักพื้นฐานของการกระทำของชาวยิวและคริสเตียน นั้น คือ ประโยคที่บอกว่า "จงรักเพื่อนบ้านของท่านเหมือนดังที่ท่านรักตัวเอง" หลักจริยธรรมของชาวยิวและคริสเตียนถูกกำหนดด้วยความรักที่มีต่อพระเจ้า และความรักในมนุษยชาติทุกเผ่าพันธุ์ ซึ่งตามความคิดนี้แล้ว การจะตัดสินใจทางจริยธรรมใด ๆ จำเป็นจะต้องให้ความเคารพต่อเกียรติของความเป็นมนุษย์ เสมือนหนึ่งเป็นเป้าหมายสูงสุด มากกว่าการเป็นเพียงแค่วิธีการที่จะนำไปสู่จุดหมาย ต้องให้ความเคารพต่อความเป็นมนุษย์ของทุกคน ไม่ว่าจะคนนั้นจะยากจนหรือร่ำรวย ไม่ว่าจะมืดดำหรือ ผิวขาว เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงโด่งดังหรือเป็นเพียงคนธรรมดา

ถึงแม้ว่าหลักจริยธรรมของชาวยิวและคริสเตียนดังกล่าวจะดูเหมือนเป็นอุดมคติมากเกินไป แต่ก็ยังให้แนวทางในการปฏิบัติสำหรับพฤติกรรมจริยธรรมได้ นั่นคือ ไม่ว่าจะเราจะใช้แนวทางใดเพื่อตัดสินใจที่จะแสดงพฤติกรรมเชิงจริยธรรมของเราออกมา เราจะต้องยอมรับผลที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจของเราด้วยความเต็มอกเต็มใจ และที่สำคัญคือ หลักปรัชญาของการเคารพในความเป็นมนุษย์ นั้น ควรจะเป็นพื้นฐานในการตัดสินใจทางจริยธรรมของบุคคลทุกครั้ง นอกจากนั้นแล้ว หลักดังกล่าวนี้ยังเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของนักข่าว ผู้ซึ่งจะต้องตรวจสอบพินิจพิจารณา และรายงานการกระทำกิจกรรมของบุคคลที่ตกเป็นข่าว ด้วยความเคารพในความเป็นมนุษย์ของบุคคลผู้นั้น

Kant และหน้าที่ทางจริยธรรม นักปรัชญาชาวเยอรมัน Immanuel Kant เป็นนักจริยธรรมสมัยใหม่ ซึ่งทฤษฎีของเขามีพื้นฐานความคิดอยู่ที่ "หน้าที่" และสิ่งที่เขาเรียกว่า "สิ่งที่สำคัญจำเป็นเร่งด่วน" สิ่งที่ต้องตัดสินใจทางจริยธรรมจะต้องกระทำก็คือ ตรวจสอบหลักการทางจริยธรรมที่อยู่ภายใต้การกระทำของตนเอง และตัดสินใจว่าจะประยุกต์ใช้ในแบบสากลทั่วไปหรือไม่

ถ้าเป็นเช่นนั้น หลักการดังกล่าวก็จะกลายเป็นระบอบจริยธรรมของสาธารณะ ซึ่งจะผูกมัดสมาชิกในสังคมทุกคนเข้าไว้ด้วยกัน

ทฤษฎีของ Kant เน้นหนักไปที่หน้าที่ของมนุษย์ และบางครั้งอาจเรียกว่า Duty-based moral philosophy อาจกล่าวได้ว่า "บุคคลมีหน้าที่ที่จะต้องพูดความจริง ถึงแม้ว่ามันอาจจะก่อให้เกิดผลร้ายแก่บุคคลอื่นก็ตาม" นอกจากนั้นแล้ว Kant ยังต้องการให้เราเคารพความเป็นมนุษย์ของบุคคลผู้อื่นด้วย และไม่ควรปฏิบัติต่อคนอื่นเสมือนว่า เขาเป็นวิถีทางที่จะนำพาเราไปสู่จุดมุ่งหมาย ว่าจะเราจะปฏิบัติต่อผู้อื่นด้วยความเคารพได้อย่างไร หากว่าการพูดความจริงของเราเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้อื่นต้องบาดเจ็บ และนั่นหมายถึงว่า Kant รู้ดีว่า การจะปฏิบัติตามหลักจริยธรรมสากลนั้นอาจส่งผลร้ายต่อบุคคลอื่นได้

Kant เชื่อว่า แรงจูงใจในการกระทำของบุคคลนั้น ขึ้นอยู่กับการยอมรับหน้าที่ที่จะต้องกระทำ มากกว่าเพียงแค่จะแสดงพฤติกรรมที่ถูกต้องออกมาเท่านั้น ดังนั้น ความตั้งใจในการกระทำจึงมีความสำคัญมากกว่าการกระทำ ยกตัวอย่างเช่น หากพิจารณาตามทัศนะของ Kant แล้ว การที่บริษัทโฆษณาหลีกเลี่ยงโฆษณาที่หลอกลวง เพื่อป้องกันการตรวจสอบจากหน่วยงานของรัฐบาล ไม่ถือว่าการกระทำตามหน้าที่เชิงจริยธรรม นักปรัชญาที่ดำเนินรอยตาม Kant เชื่อกันว่าหลักจริยธรรมสากล อย่างเช่น การพูดความจริง ความยุติธรรม และความซื่อสัตย์ ยังเป็นสิ่งที่บุคคลต้องปฏิบัติตาม ยกเว้นแต่จะมีเหตุผลอันจำเป็นที่ทำให้ไม่สามารถกระทำเช่นนั้น

ลัทธิถือผลประโยชน์เป็นสำคัญ (Utilitarianism) แนวทางหนึ่งในการศึกษาจริยธรรมในสังคมอเมริการ่วมสมัยคือแนวคิดที่ว่าด้วย Utilitarianism โดยนักปรัชญา Jeremy Bentham and John Stuart Mill แนวความคิดของหลักการนี้คือ การให้ความสำคัญต่อผลที่เกิดขึ้นตามมาจากการตัดสินใจทางจริยธรรมของบุคคล มากกว่าจะค้นหาความตั้งใจที่อยู่เบื้องหลังการกระทำเช่นเดียวกับหลักปรัชญาของ Kant

ตัวอย่างจากหลักปรัชญาดังกล่าวอาจพิจารณาได้จาก กรณีที่มีนักข่าวเข้าไปคุ้ยถังขยะของเลขานุการศาล และพบเศษกระดาษที่ทำให้ได้รู้ถึงการตัดสินใจในคดีที่กำลังพิจารณาอยู่ของคณะลูกขุน นักข่าวคนนั้นเสนอเรื่องราวนี้ให้กับหนังสือพิมพ์ 4 ฉบับ แต่หนังสือพิมพ์ 3 ฉบับปฏิเสธที่จะลงพิมพ์เรื่องดังกล่าว เพราะเกรงว่าจะส่งผลกระทบต่อการทำงานหรือการตัดสินใจของคณะลูกขุน เนื่องจากการพิจารณาคดีนั้น ๆ ยังไม่เสร็จสิ้น ทว่ามีหนังสือพิมพ์อีก 1 ฉบับที่ตัดสินใจจะลงพิมพ์บรรณาธิการข่าวของหนังสือพิมพ์ฉบับนี้คิดว่า หน้าที่ของเขา นอกเหนือจากการจะต้องรับผิดชอบต่อผลที่ตามมาแล้ว เขาจะต้องบอกความจริงกับผู้อ่าน โดยการใช้ประโยชน์จากข้อมูลที่ได้รับมา

นอกจากนั้นแล้ว นักข่าวที่ใช้วิธีการที่หลอกลวงเพื่อเปิดเผยความเลวร้ายของสังคมก็ถือว่าเป็นการใช้หลักการผลประโยชน์เป็นสำคัญเช่นเดียวกัน และในระยะยาว ผลลัพธ์ที่ได้นั้นอาจส่งผล

ต่อพฤติกรรมจริยธรรมในสังคมที่นักข่าวผู้นั้นปฏิบัติงานอยู่ก็เป็นได้ อาจกล่าวได้ว่า ผลลัพธ์ที่เป็นบวก หรือผลที่ดีสำหรับสังคม เป็นสิ่งที่ทำให้วิธีการในการหาข้อมูลที่ไม่ตรงไปตรงมานั้นสามารถยอมรับได้

ลัทธิความเท่าเทียมกันในสังคม (Equalitarianism) Equalitarianism วางอยู่บนพื้นฐานของความคิดที่ว่าปัจเจกบุคคลทุกคนจะต้องได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ด้วยหลักคิดดังกล่าวทำให้แนวความคิดนี้มีความคล้ายคลึงกับหลักจริยธรรมของชาวยิว-คริสเตียน ความคิดที่ว่าด้วยความเท่าเทียมกันนี้เกิดขึ้นให้เห็นอย่างเป็นรูปเป็นร่างโดยนักปรัชญา John Rawls ในหนังสือชื่อ "A theory of justice" Rawls มีความคิดว่า ทุกคนควรอยู่ในฐานะที่เขาเรียกว่า "Original position" ไม่ว่าจะเป็เพศใด อายุเท่าไร มาจากเชื้อชาติหรือเผ่าพันธุ์ใด และมีสถานะทางสังคมอยู่ในระดับใดก็ตาม ทัศนะจากเสียงส่วนน้อยในสังคมควรได้รับการยอมรับเท่ากับทัศนะของเสียงส่วนใหญ่ เพื่อทำลาย "ม่านแห่งอคติ" หรือม่านแห่งความรังเกียจเดียดฉันท์ให้หมดไป

ตามแนวคิดนี้ การตัดสินใจทางจริยธรรมของบุคคลใดก็ตามควรจะทำโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของบุคคล โดยปราศจากอคติทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นจากความแตกต่างกัน หรือความแตกต่างทางสังคม ทางการเมือง และความแตกต่างในด้านอื่น ๆ และที่สำคัญคือ ไม่ควรจะปล่อยให้ Double standards เกิดขึ้น นอกเสียจากว่าจะมีเหตุผลที่จำเป็นจริง ๆ หลักการดังกล่าวนี้ เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของนักข่าว ในส่วนของการตัดสินใจที่จะลงเรื่องราวต่าง ๆ ของปัจเจกบุคคลที่มาจากภูมิหลังที่หลากหลาย รวมถึงไม่ว่าเรื่องราวเหล่านั้นจะเป็นเรื่องของบุคคลที่มีชื่อเสียงโด่งดังหรือเป็นเพียงบุคคลธรรมดา

แนวคิด Relativism Bertrand Russell and John Dewey เป็นนักปรัชญาที่สำคัญของแนวคิดนี้ และบางครั้งอาจเรียกแนวคิดนี้ว่า "Progressivism"

แนวคิด Relativism นี้มีความเชื่อว่า สิ่งที่ถูกต้องหรือสิ่งที่ดีสำหรับบุคคลหนึ่งนั้นอาจไม่จำเป็นจะต้องเป็นสิ่งที่ถูกต้องหรือสิ่งที่ดีสำหรับบุคคลอื่น แม้ว่าจะตกอยู่ภายใต้สถานการณ์เดียวกัน ในอีกด้านหนึ่งนั้น ผู้ที่จะต้องตัดสินใจทางจริยธรรมจะต้องตัดสินใจว่า อะไรคือสิ่งที่ถูกต้องหรือสิ่งที่ดีจากมุมมองของตนเอง แต่จะต้องไม่ตัดสินใจทางจริยธรรมของผู้อื่น แนวคิดนี้มีทัศนคติว่า "ฉันจะตัดสินใจในสิ่งที่ถูกต้องสำหรับตัวฉัน และ คุณตัดสินใจว่าอะไรคือสิ่งที่ถูกต้องสำหรับคุณ" อย่างไรก็ตาม แนวคิดนี้อาจนำไปสู่สภาพที่ไร้ระเบียบได้ เนื่องจากปัจเจกบุคคลแต่ละคนต่างยึดถือจริยธรรมของตนเอง ทำให้ไม่มีบรรทัดฐานทางจริยธรรมร่วมของสังคม

ขณะเดียวกัน อาจเรียกแนวคิดนี้ได้ว่า "Situation ethics" ตามหลักการนี้ ลักษณะของผู้ที่จะต้องตัดสินใจจะเป็นแบบ Case-by-case แม้ว่าสิ่งที่ตัดสินใจไปแล้วนั้นจะเบี่ยงเบนไปจากกฎของสังคม อย่างไรก็ตาม แนวคิดนี้มีผู้แสดงความไม่เห็นด้วย และมองว่ามันมีลักษณะของ "Non-ethics" และใช้เป็นแบบจำลองสำหรับพฤติกรรมทางจริยธรรมไม่ได้

หน้าที่ของสื่อมวลชนในระบบจริยธรรม

สื่อมวลชนเป็นสถาบันหนึ่งที่ทรงพลังในระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตย และเปรียบเสมือนการเป็นศูนย์กลางระหว่างประชาชนพลเมืองกับสถาบันในสังคมต่าง ๆ เช่น สถาบันทางการเมือง ทางเศรษฐกิจ และสถาบันทางสังคมอื่น ๆ เป็นต้น นอกจากนั้นแล้ว สื่อมวลชนยังเป็นเครื่องมือที่สำคัญของสังคมในการส่งผ่านค่านิยมทางวัฒนธรรม เป็นผู้จุดประเด็นว่าค่านิยมอันไหนที่สำคัญ และบอกใบ้ด้วยสัญลักษณ์ต่าง ๆ เพื่อเป็นนัยยะถึงมาตรฐานความประพฤติของคนในสังคมที่ต้องการ รวมไปถึงพฤติกรรมทางจริยธรรมของแต่ละบุคคล

กระบวนการดังกล่าวนี้ได้ดำเนินไปโดยผ่านหน้าที่ที่สำคัญ 3 ประการของผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อมวลชน (นิษฐา หรุ่นเกษม, 2547) กล่าวคือ

- (1) การเผยแพร่และแปลความข่าวสาร
- (2) การผลิตและถ่ายทอดสารเพื่อการโน้มน้าวใจ และ
- (3) การตลาดด้านความบันเทิงในสื่อมวลชน

แต่ละหน้าที่เหล่านี้ต่างได้รับการคาดหวังทางจริยธรรมที่แตกต่างกันออกไป ยกตัวอย่างเช่น มาตรฐานเกี่ยวกับความจริงและความถูกต้องแม่นยำระหว่างโฆษณากับข่าว หรือค่านิยมที่เป็นตัวกำกับการผลิตรายการข่าวกับรายการสาระบันเทิง

ประการแรก สื่อมวลชนเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารแห่งแรกในสังคมประชาธิปไตย ซึ่งถือกันว่าความถูกต้องแม่นยำและความไว้วางใจได้ในข้อมูลข่าวสารนั้นเป็นเสมือนเส้นเลือดหรือสิ่งที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต อย่างไรก็ตาม การต้องอยู่ภายใต้สังคมแบบทุนนิยม ทำให้สื่อมวลชนจำเป็นจะต้องคำนึงถึงจำนวนของผู้อ่านหรือผู้ชมด้วย และส่งผลต่อการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับความรุนแรงหรือเรื่องราวทางเพศอย่างเปิดเผย รวมไปถึงเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตส่วนตัวของคนดังในสังคม

แต่นักข่าวมิได้เป็นเพียงฝ่ายเดียวในการให้ข้อมูลข่าวสารในสังคมทุนนิยม แต่ไม่ว่าใครจะเป็นแหล่งในการให้ข้อมูลข่าวสารก็ตาม สังคมนั้นมีสิทธิ์ที่จะคาดหวังถึงระดับของพฤติกรรมทางจริยธรรมจากสถาบันสื่อมวลชน และเมื่อการปฏิบัติของสื่อมวลชนไม่เป็นไปตามที่ต้องการ วิกฤตการณ์ความขัดแย้งระหว่างสถาบันสื่อเหล่านั้นกับสาธารณชนย่อมเกิดขึ้น

ในระดับที่ต่ำที่สุดที่ผู้รับสารต้องการจากสื่อมวลชนนั้นก็คือ การนำเสนอข่าวสารที่ไม่จงใจโกหกหรือหลอกลวง ไม่ว่าข้อมูลนั้นจะมาจากนักข่าวหรือเอเยนซีโฆษณา แต่ความคาดหวังต่อพฤติกรรมทางจริยธรรมของสื่อมวลชนนั้นแตกต่างกันไปตามบทบาทและสถานะของนักข่าวหรือสื่อแต่ละประเภท ยกตัวอย่างเช่น เราต่างคาดหวังให้ผู้สื่อข่าวรายงานข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเรื่องราวที่เกิดขึ้นทั้งหมด ยกเว้นแต่จะมีเหตุผลบางประการที่ทำให้จำเป็นต้องปิดบังข้อมูลบางส่วนไว้เสียก่อน และเรายังคาดหวังให้สื่อมวลชนรับผิดชอบต่อการสร้างสมดุลในการนำเสนอเหตุการณ์ต่าง ๆ แต่ทว่าสังคมจะไม่คาดหวังในรูปแบบเดียวกันนี้กับนักโฆษณาหรือนักประชาสัมพันธ์ เนื่องจาก งานทั้งสองอย่างนั้น ผู้บริโภคต่าง

ตระหนักเป็นอย่างดีถึงบทบาทในฐานะของการเป็นแหล่งของข่าวสารข้อมูลที่ต้องการโน้มน้าวชักจูงใจ และการทำงานทั้งสองประเภทนั้นต่างคำนึงถึงผลประโยชน์ของหน่วยงานตนพอ ๆ กับผลประโยชน์ของสาธารณชน

ประการที่สอง หน้าที่ของสื่อมวลชนในการถ่ายทอดการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวและชักจูงใจนี้ต่างเป็นที่ยอมรับกันว่า บรรณาธิการข่าว นักวิจารณ์ นักโฆษณา และนักประชาสัมพันธ์นั้นเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีประสิทธิภาพในการเผยแพร่สารเพื่อการโน้มน้าวชักจูงใจมากที่สุด

การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจนี้สามารถสืบสาวย้อนกลับไปได้ถึงยุคกรีกโบราณ ในรูปแบบของการสื่อสารเชิงวาทศิลป์ ทว่าเทคนิคการโน้มน้าวใจในปัจจุบันได้รับการพิจารณาว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของศิลปะ โดยเฉพาะเมื่อมันได้รับการออกแบบเป็นอย่างดีและแนบเนียน เพื่อเปลี่ยนแปลงการรับรู้ทัศนคติ หรือแม้กระทั่งพฤติกรรมการซื้อสินค้าของบุคคล ยกตัวอย่างเช่น การโฆษณาสินค้าทางโทรทัศน์ซึ่งใช้ปัจจัยทางจิตวิทยามาเป็นแรงกระตุ้นพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

ในประเทศสหรัฐอเมริกาได้รวมเอาหน้าที่ทางด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เข้าไว้กับงานด้านการสื่อสารมวลชน อย่างไรก็ตาม ขณะเดียวกัน ก็เริ่มมีเสียงวิพากษ์วิจารณ์มากขึ้นเรื่อย ๆ ถึงการรวมกันดังกล่าว ในด้านหนึ่งนั้น กลุ่มผู้สนับสนุนงานด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ต่างใช้เหตุผลในการเป็นตลาดเสรีทางความคิด ที่เน้นหนักในด้านของการแข่งขันของ "เสียง" ต่าง ๆ ที่หลากหลาย และอำนาจสูงสุดในความเป็นอิสระและความมีเหตุผลของผู้บริโภค รูปแบบที่สุดชั่วสำหรับหลักปรัชญานี้ก็คือ "ปล่อยให้ผู้บริโภคเป็นผู้ระมัดระวังเอง" แต่ในฝ่ายของผู้คัดค้านและวิจารณ์นั้นมองว่า การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสื่อสารที่มีอิทธิพลและฉกฉวยผลประโยชน์จากผู้รับสารที่ยอมจำนนพร้อมตาม หรือผู้รับสารที่ไร้ความสามารถในการจำแนกแยกแยะข่าวสารซึ่งเข้ามาควบคุมบงการต่าง ๆ ดังนั้น สาธารณชนจึงจำเป็นต้องได้รับการปกป้องจากกลุ่มตัวแทนอิสระในการทำหน้าที่เป็น "Consumer watchdog group" แต่เนื่องจากกลุ่มผู้วิจารณ์และผู้ปฏิบัติงานต่างก็มีมุมมองทางจริยธรรมที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดความขัดแย้งกันขึ้น ดังนั้น จึงจำเป็นต้องสร้างมาตรฐานบางอย่างสำหรับพฤติกรรมที่เป็นที่ยอมรับได้ (เช่น กฎข้อห้ามสำหรับการจงใจเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ผิดพลาดหรือหลอกลวง) และจัดสรรแบ่งปันความรับผิดชอบทางศีลธรรมจริยธรรมสำหรับผู้ปฏิบัติงานที่แตกต่างกันออกไปในสายโซ่แห่งกระบวนการสื่อสาร จากผู้เผยแพร่ข่าวสารเพื่อการชักจูงใจไปถึงนายทวารข่าวสาร และผู้รับสาร

ประการที่สาม หน้าที่ในการผลิตและเผยแพร่การบันเทิงแบบมวลชน ซึ่งหน้าที่นี้ที่ถูกทำลายด้วยประเด็นทางจริยธรรมเป็นอย่างมาก ประเด็นปัญหาที่สำคัญ คือ สื่อมวลชนนั้นมีพันธกิจในการยกระดับบรรณนิยมนและส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมที่มีคุณธรรม หรือมีพันธกิจในการ "ให้ในสิ่งที่ผู้รับสารต้องการ"

ในสังคมประชาธิปไตย ผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อสารมวลชนต่างผลิตวัตถุดิบที่คาดว่าจะตรงกับความต้องการของผู้รับสาร และผู้รับสารจะเป็นฝ่ายแสดงความคิดเห็นออกมาเองว่ายอมรับได้หรือไม่ หากทว่าในสังคมซึ่งมีความหลากหลายนั้น แม้ว่าการผลิตแบบ mass production จะมีข้อดีคือมีต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายต่ำ และให้ความบันเทิงกับผู้บริโภคที่มีระดับฐานะเศรษฐกิจทางสังคมที่หลากหลายกันไป แต่ในอีกด้านหนึ่งนั้น ผลลัพธ์ที่ไม่เท่าเทียมของการผลิตแบบมวลชนก่อให้เกิดความตกต่ำทางด้านรสนิยม นอกจากนั้นแล้ว กลุ่มผู้วิจารณ์ยังมีความเห็นอีกว่า การหวังผลประโยชน์ทางการค้าไม่ควรเป็นปัจจัยที่สำคัญในการผลิตความบันเทิง และการผลิตงานในลักษณะดังกล่าวควรจะมีควมรับผิดชอบต่อการปรุงแต่งค่านิยมทางวัฒนธรรมให้ดียิ่งขึ้นด้วย

นอกจากนั้น ปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันยังเกิดขึ้นจากการค่อย ๆ ผสมผสานกันระหว่างข่าวความบันเทิง และการค้า ยกตัวอย่างเช่น การผสมผสานกันระหว่างสิ่งที่เคยแยกให้เห็นความแตกต่างว่าอะไรคือข่าวและอะไรคือความบันเทิง เช่น รายการทอล์คโชว์ทางโทรทัศน์ การโฆษณาแบบ Advertorial หรือเนื้อหาประเภท Infomercial

ดังนั้น ผู้ที่ปฏิบัติงานทางด้านสื่อสารมวลชนควรจะคำนึงถึงอิทธิพลของตนในชีวิตของประชาชนผู้รับสาร โดยเฉพาะผู้รับสารที่ยังเป็นเด็กหรือเป็นวัยรุ่น เพราะผู้รับสารกลุ่มนี้ต่างรับเอาสื่อมวลชนเป็นแม่แบบในการประพฤติปฏิบัติทางจริยธรรม และหากว่าสื่อมวลชนล้มเหลวในการปฏิบัติตามความรับผิดชอบดังกล่าวแล้ว ก็ส่งผลถึงความไว้วางใจของสังคมต่อสื่อมวลชน

สิ่งที่จำเป็นสำหรับระบบทางจริยธรรม

เกณฑ์ 5 ประการดังต่อไปนี้เป็นหลักการขั้นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับทุก ๆ ระบบจริยธรรม เกณฑ์ดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องกับหลักการทั่วไปของสังคมและข้อปฏิบัติซึ่งสะท้อนให้เห็นในมาตรฐานทางวิชาชีพของแต่ละองค์กร

1. Shared values

ระบบของจริยธรรมจะต้องถูกสร้างขึ้นบนพื้นฐานของค่านิยมของสังคม ถึงแม้ว่าปัจเจกบุคคลและกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมอาจจะประยุกต์ใช้มาตรฐานเหล่านี้แตกต่างกันไปตามสถานการณ์ของแต่ละบุคคลหรือกลุ่มบุคคล แต่อย่างน้อยก็จะต้องมีข้อตกลงร่วมกันสำหรับในบางมาตรฐานจริยธรรม เช่น การที่สมาชิกในสังคมบางคนเลือกที่จะพูดโกหกในบางสถานการณ์นั้น ไม่ถือว่าเป็นการทำลายหลักการขั้นพื้นฐานของข้อตกลงร่วมในการยึดถือค่านิยมด้านความจริง และบางครั้งการเบี่ยงเบนไปจากบรรทัดฐานของสังคมอาจเป็นสิ่งที่สามารถยกเว้นได้ หากมีเหตุผลอันสมควร แต่การยกเว้นดังกล่าวจะไม่ถือว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงค่านิยมของสังคม

การยอมรับต่อค่านิยมร่วมในสังคมนั้นได้สะท้อนออกมาให้เห็นในบรรทัดฐานของสังคม ยกตัวอย่างเช่น บัญญัติสิบประการซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของข้อปฏิบัติทางจริยธรรมที่สืบทอดกันมาของ

ชาวยิวและคริสเตียน เป็นต้น สถาบันสื่อมวลชนหลายแห่งได้สร้างหลักการทางจริยธรรมขึ้นมาเป็นของตนเอง เพื่อให้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานสำหรับนักข่าวมือใหม่ จะได้ว่าพฤติกรรมใดที่สามารถยอมรับได้และพฤติกรรมใดที่ไม่เป็นที่ยอมรับ

2. Wisdom

มาตรฐานทางจริยธรรมควรสร้างขึ้นจากเหตุผลและประสบการณ์ ระหว่างสิทธิและผลประโยชน์ของปัจเจกบุคคลกับพันธกิจต่อสังคม หรืออาจกล่าวได้ว่า บรรทัดฐานทางจริยธรรมนั้นควร จะมีความเหมาะสมหรือสมเหตุสมผล ตัวอย่างเช่น คงเป็นเรื่องที่ไม่สมควรหากว่านักข่าวจะหลีกเลี่ยงใน การเข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมของชุมชนเนื่องด้วยแรงกดดันบางประการ เพราะในบางครั้ง การที่ นักข่าวเข้าไปร่วมในกิจกรรมของชุมชนนั้นอาจจะทำให้ตนเองมีความเข้าใจในเรื่องราวที่ต้องรายงาน มากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม Wisdom ในที่นี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ซึ่งจะเป็นตัวที่คอยบอกเกี่ยวกับ วิธีที่เหมาะสมสำหรับการแก้ไขปัญหานั้น ๆ เพราะในบางครั้งการตัดสินใจทางจริยธรรมจำเป็นจะต้อง ใช้ความรุนแรงเข้าแก้ไข แต่ในบางครั้งอาจจะต้องใช้ทางสายกลาง เช่น ประเด็นที่กำลังโต้แย้งกันถึง ความรับผิดชอบของอุตสาหกรรมโฆษณาต่อผลลัพธ์ที่ร้ายแรงของการบริโภคแอลกอฮอล์ ในด้านหนึ่ง นั้นมีเสียงเรียกร้องให้ระงับการออกอากาศโฆษณาสินค้าประเภทแอลกอฮอล์ทั้งทางวิทยุและโทรทัศน์ แต่ในอีกด้านหนึ่ง การอยู่ในประเทศที่มีเสรีภาพ เจ้าของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดก็ควรจะได้รับอนุญาตให้ โฆษณาสินค้าของตนผ่านทางสื่อมวลชนได้ ดังนั้น วิธีการประนีประนอมระหว่างข้อทั้งสองข้างคือ การ ยินยอมให้มีโฆษณาได้แต่ต้องมีการแจ้งเตือนผู้บริโภคให้เห็นถึง ผลเสียต่อสุขภาพอันเกิดจากการดื่ม เครื่องดื่มประเภทแอลกอฮอล์

3. Justice

ความยุติธรรมเป็นส่วนหนึ่งของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และมีความสำคัญต่อ แนวทางในการแก้ไขข้อโต้แย้งทางด้านจริยธรรม แนวความคิดนี้มีความเกี่ยวข้องกับความถูกต้องและ ความเป็นธรรม ซึ่งปัจเจกบุคคลทุกคนจะต้องได้รับการปฏิบัติในแบบเดียวกัน อาจกล่าวได้ว่า ไม่ควรมี Double standards ยกเว้นไว้สำหรับเหตุผลในบางกรณีที่ทำให้จำเป็นจะต้องมีการแบ่งแยก

หลักการในข้อนี้มีความสำคัญสำหรับสื่อมวลชนในการประยุกต์ใช้งานเป็นอย่างมาก นักข่าวอาจประยุกต์ใช้หลักการดังกล่าวเพื่อสนับสนุนเหตุผลของตนที่จำเป็นจะต้องใช้วิธีการที่ หลอกลวง เพื่อสร้างและรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์ซึ่งเป็นความลับส่วนบุคคล ตลอดจนการรุกรานความ เป็นส่วนตัวของบุคคล ยกตัวอย่างเช่น หลักการทางด้านความยุติธรรมต้องการให้ผู้ที่เป็น นักข่าว รายงานเรื่องราวพฤติกรรมเสื่อมเสียของบุคคล ทั้งที่เป็นคนของสังคมและบุคคลธรรมดา ด้วยเหตุผลที่ สมควรที่มากกว่าเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของผู้อ่านเท่านั้น

4. Freedom

ระบบของจริยธรรมควรจะต้องอยู่บนพื้นฐานของการมีอิสระที่จะเลือก สังคมที่ไม่อนุญาตให้บุคคลมีเสรีภาพ เป็นสังคมที่จริยธรรมของบุคคลจะค่อย ๆ เสื่อมลง ปัจเจกบุคคลหรือนักข่าวแต่ละคนควรจะมีทางเลือกหลากหลายรูปแบบ และควรจะได้ใช้เหตุผลในการเลือกของตนโดยปราศจากการขู่เข็ญหรือบังคับ การตัดสินใจเลือกทางจริยธรรมนั้นเกิดขึ้นเป็นครั้งแรก โดยอดัมและอีฟ เมื่อทั้งคู่ตัดสินใจกินผลไม้ต้องห้ามและถูกเนรเทศให้ออกจากสวรรค์ อย่างไรก็ตาม การตัดสินใจทางจริยธรรมส่วนใหญ่ไม่ได้ก่อให้เกิดผลที่ร้ายแรงเช่นนี้ และหากปราศจากเสรีภาพแล้ว จะไม่สามารถมีการตัดสินใจทางจริยธรรมได้เลย เนื่องจาก การตัดสินใจทางจริยธรรมนั้นจำเป็นต้องมีตัวเลือกมาให้เลือก และมีการตัดสินใจเลือกด้วยเหตุผลหรือข้อสนับสนุนต่าง ๆ

5. Accountability

ในฐานะของปัจเจกบุคคลที่มีความเป็นอิสระในสังคม เราต่างต้องมีความรับผิดชอบต่อการกระทำทางจริยธรรมของตนเอง ความรับผิดชอบนั้นอาจเกิดขึ้นได้หลากหลายประเภทจากการกำหนดบทลงโทษทั้งแบบไม่เป็นทางการและเป็นทางการ เช่น การเพิกถอนสิทธิการเป็นทนายหรือการไล่นักข่าวซึ่งทำผิดกฎหมายของบริษัทออก ฯลฯ

ระบบจริยธรรมที่ปราศจากความรับผิดชอบนั้นก่อให้เกิดการมีเสรีภาพที่ไร้ซึ่งความรับผิดชอบเช่นเดียวกัน ยิ่งไปกว่านั้น ยังส่งผลต่อการขาดพลังที่จะกระตุ้นให้บุคคลมีพฤติกรรมที่ดีมีคุณธรรมอีกด้วย

เหตุผลเชิงจริยธรรมและการตัดสินใจทางจริยธรรม

เหตุผลเชิงจริยธรรมเป็นระบบซึ่งเป็นแนวทางสำหรับการตัดสินใจทางจริยธรรม และการใช้เหตุผลนั้นมีความคล้ายคลึงกับกิจกรรมทางปัญญาในรูปแบบอื่น ๆ คือ ใช้รูปแบบของการโต้แย้งด้วยเหตุผลและใช้การโน้มน้าวใจ และเมื่อการตัดสินใจทางจริยธรรมนั้นมีความเกี่ยวข้องกับสิทธิและผลประโยชน์ของบุคคล ดังนั้น การตัดสินใจทางจริยธรรมจึงจำเป็นต้องกระทำด้วยความระมัดระวังและผ่านการวิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆเป็นอย่างดี ทั้งนี้ การใช้เหตุผลเชิงจริยธรรมนั้นจะประกอบไปด้วยสิ่งที่มีมากกว่าความเชื่อ ความคิดเห็น และการกระทำ ที่สำคัญยิ่งไปกว่านั้นคือ แต่ละเหตุผลไม่สามารถประยุกต์ใช้ได้กับทุกปัญหา

การตัดสินใจทางจริยธรรมเป็นกระบวนการที่มีโครงสร้าง เป็นวิธีการทางปัญญาเพื่อใช้สนับสนุนหรือปกป้องการตัดสินใจของตนต่อการวิพากษ์วิจารณ์ของบุคคลอื่น แต่ข้อที่ควรคำนึงก็คือ เมื่อการตัดสินใจทางจริยธรรมเป็นกระบวนการที่จะต้องกระทำอย่างสุขุมรอบคอบ อีกทั้ง การคิดและการวิเคราะห์ต่างก็เป็นกระบวนการที่ต้องใช้เวลา ดังนั้น จะคาดหวังให้นักข่าวซึ่งต้องปฏิบัติงานภายใต้ความกดดันของเวลาและ Deadline จะประยุกต์ใช้กระบวนการนี้ได้อย่างไร

คำตอบอยู่ที่ การยกระดับทางวัฒนธรรมและการฝึกฝนการตัดสินใจต่อกรณีต่าง ๆ อยู่เสมอ ๆ จะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อมวลชนนั้นสามารถเผชิญกับสถานการณ์ทางจริยธรรมที่บีบบังคับให้ต้องเลือกทำอย่างใดอย่างหนึ่งในโลกแห่งความเป็นจริงด้วยความมั่นใจยิ่งขึ้น

การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชนอาจแบ่งได้ในประเด็นสำคัญ คือ การปฏิบัติตามจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพและการปฏิบัติตามกฎหมาย ดังนี้

การปฏิบัติตามจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ

สื่อมวลชนต้องตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยยึดหลักจริยธรรมขั้นต่ำและแนวปฏิบัติของผู้ประกอบวิชาชีพกระจายเสียงและโทรทัศน์ในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ไว้เป็นแนวทางปฏิบัติอย่างน้อย 8 หลักการ เพื่อธำรงไว้ซึ่งมาตรฐานจรรยาบรรณและจริยธรรม และพันธกิจในการประกอบวิชาชีพกล่าวคือ

1. เสนอข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เที่ยงตรง ครบถ้วน สมดุล และเป็นธรรม
2. เคารพสิทธิมนุษยชน สิทธิส่วนบุคคล สิทธิในครอบครัวเกียรติยศชื่อเสียง และข้อมูลส่วนตัว
3. มีความอิสระทางวิชาชีพ ขณะเดียวกันต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม และระมัดระวังไม่ให้เกิดผลกระทบต่อผู้บริโภค
4. เคารพในสิทธิและทรัพย์สินทางปัญญา
5. ส่งเสริมการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ของชาติเพื่อสร้างสรรค์สังคม ตลอดจนคำนึงอันดีงามและภูมิปัญญาท้องถิ่น
6. ปกป้องเด็กและเยาวชนจากเนื้อหาที่มีความเสี่ยงและเด็กที่ปรากฏในสื่อ
7. การให้พื้นที่สาธารณะ ข่าวสารสาธารณะ ในเหตุการณ์สาธารณะที่สำคัญ
8. ไม่สื่อสารคำพูดหรือเนื้อหาที่สร้างความเกลียดชังซึ่งกันและกัน

นอกจากหลักจริยธรรมขั้นต่ำ 8 ประการดังกล่าวแล้ว ยังมีสิ่งที่สื่อมวลชนควรระมัดระวังในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (กัจจร หลุยยะพงศ์, 2556) ได้แก่

- ต้องตระหนักว่า ผู้ส่งสารคือผู้ผูกขาดข้อมูลและข้อคิดเห็นนั้น ๆ จึงต้องมีความรู้เรื่องนั้นดีพอ เข้าใจประเด็นและนัยต่าง ๆ ของสาร สารที่นำเสนอต้องมาจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ ยอมรับว่าเรื่องที่นำเสนอจะมีความหลากหลายของมุมมองเลือกและนำเสนอสารอย่างเป็นธรรม เคารพความเที่ยงตรง ไม่บิดเบือนตลกแต่งซ่อนเร้นข้อมูล
- ระมัดระวังอิทธิพลจากรูทกิจ มีวลีในแวดวงวิชาการและนักวิชาชีพสื่อมวลชนที่ว่า “ข่าวบางเรื่องไม่เป็นข่าว” นั้นหมายถึง ข่าวมักจะอยู่บนการตลาดโลกธุรกิจที่เน้นการ

ชายเป็นสำคัญ ดังนั้น ชาวบางชาวจีนจึงไม่ได้นำมาเสนอเพราะถูกตีความว่าชายไม่ได้ ยิ่งไปกว่านั้นการนำเสนอเนื้อหาอาจแฝงโฆษณาได้อันอาจสร้างผลกระทบต่อผู้ชมหรือผู้อ่าน โดยเฉพาะกลุ่มเด็กและเยาวชน

- ระมัดระวังการนำเสนอเนื้อหาที่อาจแฝงไปด้วยอคติต่าง ๆ เช่น เพศ ชนกลุ่มน้อย ความขัดแย้งต่าง ๆ ในสังคม หากไม่ระมัดระวังการนำเสนอก็ย่อมปรากฏภาพเชิงลบของผู้คนและสังคม การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล การแยกเราแยกเขา และสร้างความแตกแยกให้กับสังคมได้โดยไม่รู้ตัว

ในด้านผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชน ได้มีการจัดพิมพ์คู่มือจริยธรรมในการปฏิบัติงานเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ตัวอย่างเช่น คู่มือจริยธรรมของคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน บริษัท เนชั่นมัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หมวดที่ 3 ยังได้กำหนดให้ สื่อในเครือเนชั่นมีหน้าที่ที่สำคัญในการแสดงความรับผิดชอบต่อผู้อ่าน ผู้ฟัง และผู้ชม กล่าวคือ

1. รายงานข่าวด้วยความเป็นธรรมและด้วยความรับผิดชอบต่อ ผู้สื่อข่าวทุกคน จะต้องรายงานข้อเท็จจริงต่างๆอย่างสมบูรณ์ที่สุดเท่าที่เคยได้รับมา และหากมีข้อผิดพลาดใด ๆ เกิดขึ้นต้องแก้ไขข้อผิดพลาดนั้นทันที

2. สื่อในเครือเนชั่นมีหน้าที่โดยวิชาชีพที่จะต้องนำเสนอข่าวสารข้อมูลเพื่อประโยชน์ของผู้อ่านผู้ฟัง และผู้ชมเป็นหลัก ต้องไม่ใช้สถานภาพของการเป็นผู้สื่อข่าวแสวงหาผลประโยชน์ให้ตัวเองหรือผู้อื่นโดยเด็ดขาด

3. ผู้สื่อข่าวคนใดตั้งใจเขียนหรือรายงานข่าวที่ไม่จริง ถือว่าไม่มีความรับผิดชอบต่อผู้อ่าน ผู้ฟัง ผู้ชม และต่อวิชาชีพ ถือเป็นความผิดที่จะต้องได้รับโทษทางวินัยตามข้อบังคับของบริษัท

4. นอกจากนั้น ในการปฏิบัติตัวต่อผู้อ่าน ผู้ฟัง และผู้ชมทุกคน จะต้องเป็นไปอย่างสุภาพ อ่อนน้อม รายงานข่าวด้วยความโปร่งใสเป็นธรรมต่อทุกฝ่ายไม่ละเลยความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะที่ผู้อ่านส่งมาที่กองบรรณาธิการ ไม่ว่าจะป็นจดหมาย โทรศัพท์ โทรสาร อีเมล ฯลฯ และควรมีการตอบรับอย่างเหมาะสมและทันท่วงที

การปฏิบัติตามกฎหมาย

นอกเหนือจากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการปฏิบัติตามจริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพในข้างต้นแล้ว สื่อมวลชนยังต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความถูกต้อง เหมาะสม สมดุล เป็นธรรม เป็นอิสระ และปฏิบัติตนภายใต้กรอบแห่งกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อมิให้เสรีภาพที่มีของสื่อมวลชนละเมิดสิทธิขั้นพื้นฐานอื่น ๆ ของประชาชนโดยทั่วไป ตัวอย่างเช่น กฎหมายลิขสิทธิ์ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความผิดทางอาญารฐานหมิ่นประมาทและดูหมิ่นรวมถึงกฎหมายอื่น ๆ อาทิ พระราชบัญญัติประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 ฯลฯ ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับประเภทของรายการ เนื้อหา และข้อความที่จะนำเสนอ

ทั้งนี้ เพื่อไม่ให้เป็นการแสดงออกที่

- กระทบกระเทือนหรือดูหมิ่นต่อสถาบันกษัตริย์ รวมถึงประมุขของประเทศอื่น ๆ
- ลบหลู่ เหยียดหยาม หรือนำความเสื่อมเสียมาสู่ศาสนา
- กระทบกระเทือนต่อการแตกความสามัคคีระหว่างชนในชาติ หรือกระทบกระเทือนต่อสัมพันธไมตรีระหว่างประเทศ
- ขัดต่อศีลธรรม วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณี อันดีงามของชาติ
- บ่อนทำลาย หรือกระทบกระเทือนต่อความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ
- ยุ่วยุการมรณ์ หรือลามกอนาจาร หรืออุจาดแก่ผู้ฟัง
- ชักจูง หรือส่งเสริมให้เกิดอาชญากรรม

จริยธรรมสื่อมวลชนในการสื่อข่าวและเขียนข่าว

ไม่เพียงความรับผิดชอบด้านกฎหมายเท่านั้น สื่อมวลชนยังมีความรับผิดชอบในด้านจริยธรรม ซึ่งนับเป็นหัวใจสำคัญของการทำงานด้วย ความรับผิดชอบเป็นตัวกำหนดความน่าเชื่อถือของสื่อทรัพย์สินที่มีค่ามากที่สุดสำหรับสื่อมวลชน ก็คือ ความเชื่อถือไม่ใช่ขนาดความใหญ่โตของอุตสาหกรรมหรือลักษณะการเป็นเจ้าของในการครอบครองสื่อหลายประเภท

ในการสื่อข่าวและการเขียนข่าว ภาระหน้าที่ของนักข่าวในฐานะผู้แจ้งข่าวสาร คือการนำข้อเท็จจริงสู่สาธารณชน (The duty of journalists is to serve the truth) ดังนั้น นักข่าวควรต้องมีจริยธรรมในการสื่อข่าว และเขียนข่าว (สุภารัตน์ ดิษยวรรณะ จันทราวัตินกุล และ จักรกฤษ เพิ่มพูน, 2557) ดังนี้

ความเที่ยงธรรมและความเป็นภววิสัยในการรายงานข่าว

ตามหลักการสื่อข่าวได้มีข้อกำหนดเกี่ยวกับคุณสมบัติข่าวที่ดีไว้ว่า จะต้องมีความเป็นภววิสัย ปราศจากอคติและความรู้สึกส่วนตัวของนักข่าว ข่าวที่นำเสนอจะต้องเสนอเฉพาะข้อเท็จจริง มีความเที่ยงธรรม สมดุล ในกรณีที่เกิดการขัดแย้งเกิดขึ้น ต้องให้ออกาสในการชี้แจง และแสดงข้อเท็จจริงทั้งสองฝ่าย ไม่ว่านักข่าวจะเห็นพ้องกับฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดหรือไม่ก็ตาม ทั้งนี้เพื่อความเป็นกระจกเงาสะท้อนภาพสังคมที่ชัดเจน เที่ยงตรง ไม่บิดเบี้ยว

ความเป็นส่วนบุคคลกับสิทธิในการรับรู้ของผู้บริโภคข่าวสาร

ปัญหาความเป็นส่วนตัวกับสิทธิในการรับรู้ของผู้รับสาร นักข่าวมักถูกห้วงดึงจากสังคมว่า ปฏิบัติหน้าที่ล่วงล้ำความเป็นส่วนตัวของผู้อื่น หรืออาจจะเป็นความรู้สึกที่เข้าไปเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ในลักษณะมองต่างมุมระหว่างสังคมกับนักข่าว ซึ่งนักข่าวควรมีวิจารณญาณในการไตร่ตรอง

ซึ่งน้ำหนักในความเหมาะสมขณะปฏิบัติงานอยู่เสมอว่า การเสนอข่าวและภาพผู้ถูกคุกคามทางเพศ หรือการระบุชื่อบุคคลที่มีความสัมพันธ์เป็นญาติมิตรทำให้สามารถเข้าใจได้ว่า ผู้ถูกคุกคามทางเพศเป็นใคร การนำเสนอภาพเปลือยของผู้ตายของหนังสือพิมพ์ยักษ์ใหญ่ 2 ฉบับ ฉบับหนึ่งเสนอภาพเปลือยหญิงสาวที่ถูกข่มขืนในที่เกิดเหตุ อีกฉบับหนึ่งเสนอภาพเปลือยหญิงชาวต่างชาติถูกคลื่นสึนามิพัดพาขึ้นไปค้างอยู่บนกิ่งต้นไม้ในลักษณะที่อุจาดตา นี่ก็เป็นการละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ถึงแม้ว่าเธอทั้งสองจะเสียชีวิตแล้ว

การใช้แหล่งข่าวปิด

บางครั้งนักข่าวอาจต้องใช้แหล่งข่าวปิด กรณีที่เป็นข่าวเชิงสืบสวนสอบสวน ซึ่งไม่สามารถเปิดเผยคุณลักษณะ (Identification) ของแหล่งข่าวได้ เนื่องจากอาจส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยของแหล่งข่าวและครอบครัว ซึ่งหากนักข่าวละเมิดสิทธิของเขาในการป้องกันตัวเองเท่ากับทำผิดหน้าที่ แต่ในขณะเดียวกัน การใช้แหล่งข่าวปิดมากเกินไป อาจถูกตั้งข้อสังเกตหรือวิพากษ์วิจารณ์จากคนอ่านได้ว่าอาจนำไปสู่การบิดเบือน หรือทำให้การนำเสนอข่าวคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริงได้ เพราะคนอ่านไม่แน่ใจว่าแหล่งข่าวนั้นมีตัวตนอยู่จริงหรือไม่

ในอีกแง่มุมหนึ่ง แหล่งข่าวอาจมีเจตนาให้ข้อมูล หรือความเห็นที่บิดเบือนเพื่อประโยชน์ส่วนตัว หรือให้ร้ายแก่ผู้อื่น ในกรณีเช่นนี้ อาจมีผลถึงความน่าเชื่อถือได้ เพื่อไม่ให้สูญเสียความเชื่อถือ นักข่าวจึงไม่ควรเสนอข่าวที่เลื่อนลอย ปราศจากที่มา ข่าวลือหรือแผ่นปลิว ควรระบุชื่อบุคคลที่ให้สัมภาษณ์หรือให้ข้อมูลอย่างชัดเจน เว้นแต่จะมีเหตุอันควรปกปิดเพื่อสวัสดิภาพและความปลอดภัยของแหล่งข่าว โดยข่าวสารนั้นเป็นประโยชน์ และสิทธิในการรับรู้ข่าวสารของสาธารณชนด้วย หรืออาจใช้วิธีอธิบายภูมิหลังของแหล่งข่าว เพื่อให้ผู้อ่าน ผู้ชมและผู้ฟังทราบความสัมพันธ์ หรือบทบาททัศนคติ แนวความคิดของแหล่งข่าว ต่อเหตุการณ์หรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง ในขณะเดียวกัน นักข่าวก็ต้องปกปิดชื่อและฐานะของบุคคลที่ให้ข่าวไว้เป็นความลับ หากได้ให้คำมั่นแก่แหล่งข่าวนั้นไว้ เช่นเดียวกับต้องปกปิดชื่อจริงของผู้ใช้ “นามปากกา” หรือ “นามแฝง” ในการเขียนหรือรายงานด้วย”

การรับของขวัญจากแหล่งข่าว

แม้ว่าการรับของขวัญจากแหล่งข่าว จะเป็นสิ่งที่นักข่าวส่วนใหญ่เห็นว่า เป็นการกระทำที่ผิดหลักจริยธรรม แต่ก็มีข้อถกเถียงกันว่า ของขวัญมีมูลค่าเท่าใดควรปฏิเสธ องค์กรข่าวบางแห่ง เช่น กลุ่มเนชั่น เขียนชัดเจนในประมวลจริยธรรมว่า ปฏิทิน ดินสอ พวงกุญแจ เป็นของขวัญที่มีค่าทางการเงินเล็กน้อย สามารถรับได้ เพราะการปฏิเสธอาจทำให้ผู้ให้รู้สึกระแวกอึดใจ แต่ถ้าเป็นของขวัญที่มีราคาสูง ควรส่งคืนทันที พร้อมอธิบายถึงหลักปฏิบัติและนโยบายของบริษัทอย่างสุภาพ อย่างไรก็ตาม นักข่าวต้องใช้วิจารณญาณ และสามัญสำนึกของการเป็นสื่อมวลชนที่ต้องทำ หน้าที่เพื่อสังคมมากกว่าหวังประโยชน์ส่วนตัว

นักข่าวไม่ควรรับของขวัญที่มีมูลค่าสูง หรือเรียกร้องการยกเว้นค่าที่พัก หรือขอราคาพิเศษในการซื้อสินค้า หรือการใช้บริการ หรือร้องขอสิทธิพิเศษอื่นใดที่ประชาชนทั่วไปไม่ได้รับ อย่างไรก็ตามหากเป็นของขวัญที่แจกตามงานแถลงข่าวที่มีมูลค่าไม่สูง เช่น พวงกุญแจ ที่ใส่ดินสอ ปฏิทิน และอื่น ๆ อาจจะได้รับไว้ได้ แต่ต้องใช้วิจารณญาณและสามัญสำนึกของการเป็นสื่อมวลชน ที่ต้องทำหน้าที่เพื่อสังคมมากกว่าหวังประโยชน์ส่วนตน

การไม่แสดงตัวว่าเป็นนักข่าวขณะปฏิบัติหน้าที่ หรือแสดงตัวเป็นนักข่าวเพื่อใช้อิทธิพลหลีกเลี่ยงความผิด

แม้ว่าการไม่แสดงตัวว่าเป็นนักข่าว ขณะกำลังทำข่าวจะเป็นข้อยกเว้นในกรณีที่จะต้องมีการรวบรวมข้อมูล ข่าวสารในการทำข่าวเชิงสืบสอบ สอบสวน เนื่องจากการเปิดเผยตัวต่อแหล่งข่าว อาจทำให้ไม่ได้รับความร่วมมือ หรืออาจเกิดอันตรายได้ แต่ตามหลักจริยธรรมในการทำข่าวแล้วไม่ว่านักข่าวจะกำลังทำข่าวลักษณะใดก็ตาม นักข่าวต้องแนะนำตัวเองและแจ้งถึงวัตถุประสงค์ ของการสัมภาษณ์ให้แหล่งข่าวทราบ ไม่ควรทำให้แหล่งข่าวประหลาดใจว่า ทำไมคำพูดของเขาจึงไปปรากฏเป็นข่าวได้

ในอีกกรณีหนึ่ง การแสดงตัวเป็นนักข่าว เพื่อใช้อิทธิพลในการได้รับบริการสาธารณะ ก่อนบุคคลอื่น ๆ หรือการใช้ความเป็นนักข่าวอวดอ้างหรืออาศัยตำแหน่งหน้าที่ เพื่อเรียกร้องสิทธิหรือผลประโยชน์ใด ๆ ที่ไม่ชอบธรรม หรืออ้างความเป็นนักข่าวในกรณีทำผิดกฎจราจร ก็ถือว่าเป็นการกระทำที่ขัดกับหลักจริยธรรมด้วย

การขัดกันในด้านผลประโยชน์/สิทธิพิเศษ และผลประโยชน์ทับซ้อน

ปัญหาการทำข่าวโดยมีการแอบแฝงในเรื่องผลประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม หรือเรียกว่า ผลประโยชน์ทับซ้อน (Conflict of Interest) มักจะถูกห้วงติงจากสังคมเรื่องความเป็นกลางในการนำเสนอข่าวของนักข่าวอยู่บ่อยครั้ง ไม่ว่าจะเป็นการรับเชิญไปทำข่าวต่างจังหวัดหรือต่างประเทศ ตามคำเชิญของแหล่งข่าว การได้ข้อเสนอเป็นหุ้นราคาพาร์หรือหุ้นราคาถูกเป็นค่าตอบแทน การเขียนคำชมสินค้าหรือบริการ หรือกรณีที่นักข่าวมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับบุคคลในแวดวงต่าง ๆ เช่น การเมือง เศรษฐกิจ โดยการเป็นสมาชิก กรรมการ หรือผู้ถือหุ้น

แนวทางในการปฏิบัติของนักข่าวในเรื่องนี้ คือ ในการรายงานข่าวหรือบทความอันสืบเนื่องจากการที่ได้รับเชิญจากแหล่งข่าว ในการรายงานข่าวควรมีการระบุให้ชัดเจนไว้ทำยบทความ หรือรายงานชิ้นนั้นว่า ข้อมูลมาจากที่ใด และใครเป็นผู้จัดการในการเดินทางครั้งนั้น หรือกรณีที่ได้รับมอบหมายให้ไปทำข่าวที่นักข่าวมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องด้วย บรรณาธิการอาจเปลี่ยนให้นักข่าวคนอื่นไปทำข่าวแทน

ความสงสาร หรือเห็นใจในการนำเสนอข่าว

ปัญหาอีกประการหนึ่งที่กระทบต่อจริยธรรมในการสื่อข่าวและเขียนข่าว คือ ความอึดอัดใจของนักข่าวกับแหล่งข่าวที่สนิทสนมหรือใกล้ชิด หรือการขอร้องให้ปกปิดหรือไม่ให้ระบุชื่อตนเอง ญาติมิตร หรือเพื่อนพ้องที่ตกเป็นข่าวซึ่งตายโดยผิดธรรมชาติ หรือการกระทำที่นำละอายมิให้ปรากฏเป็นข่าว เพราะกลัวว่าจะทำให้ตนเองเสื่อมเสียชื่อเสียงหรืออับอาย โดยนักข่าวเองก็รู้สึกอึดอัดและเกิดความขัดแย้งต่อภาระหน้าที่ของตน ขณะเดียวกันก็กลัวว่า หากไม่กระทำตามที่แหล่งข่าวขอร้องต่อไปอาจจะไม่ได้รับความร่วมมือในครั้งต่อไปอีก แนวทางแก้ไขคือ นักข่าวควรปรึกษากับบรรณาธิการ เพื่อให้ให้นักข่าวคนอื่นทำข่าวนั้นแทน

การนำเสนอข้อมูลที่กระทบกระเทือนความมั่นคงของชาติ เศรษฐกิจ

พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสาร พ.ศ. 2540 เปิดโอกาสให้สาธารณชนเข้าตรวจสอบเอกสารราชการได้ แต่ข้อมูลความลับของราชการ หากเปิดเผยอาจมีผลต่อความมั่นคงของชาติได้ หรือการรู้ข้อมูลการลดค่าเงินบาท และนำไปเผยแพร่ก่อนประกาศกระทรวงการคลังทำให้มีการใช้ข้อมูลภายในไปเป็นประโยชน์ในการเก็งกำไรอัตราแลกเปลี่ยน

การเสนอข่าวที่พาดพิงถึงสถาบันกษัตริย์

สถาบันกษัตริย์สำหรับประเทศไทย เป็นสถาบันสูงสุดที่ผู้คนให้การเคารพเทิดทูน การเสนอข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ จึงเป็นเรื่องที่อ่อนไหวอย่างยิ่ง และส่งผลกระทบต่อจิตใจของคนในวงกว้าง การเสนอข่าวเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ที่ไม่ระมัดระวัง ไม่เพียงมีผลให้ต้องถูกดำเนินคดีตามกฎหมายเท่านั้น หากยังนำมาซึ่งความแตกแยกของคนในชาติ

จริยธรรม ในการสื่อข่าวและเขียนข่าว เป็นเรื่องที่นักข่าวต้องใช้วิจารณญาณและสำนึกของตนเอง ชั่งน้ำหนักระหว่างความเหมาะสมกับสิทธิเสรีภาพที่ได้รับ ด้วยเหตุว่า การกระทำผิดทางจริยธรรมจะไม่มีกำหนดบทลงโทษไว้อย่างชัดเจน แต่นักข่าวที่ไม่มีจริยธรรมมักจะถูกตำหนิจากสาธารณชน และผู้ร่วมวิชาชีพ ในขณะที่วงองค์กรสื่อ ก็ควรกำหนดหลักปฏิบัติและอบรมบ่มเพาะนักข่าวในเรื่องจริยธรรม เพื่อให้บุคลากรในสังกัดเข้าใจและมีจิตสำนึกความรับผิดชอบด้วย

การกำกับดูแลสื่อ

ความหมายของการกำกับดูแล

นุติ หนูโพโรจน์ (2556) ได้สรุปความหมายของการกำกับดูแล (Regulation) จากนักวิชาการต่างๆ ไว้ดังนี้

Kleinstauber (2004) ให้คำจำกัดความว่า การกำกับดูแลเป็นกระบวนการภายใต้กฎหมายของรัฐหรือองค์กรของรัฐ ซึ่งมักมีศูนย์กลางอยู่ที่องค์กรกำกับดูแลที่เป็นอิสระ โดยองค์กรอิสระดังกล่าวนี้เป็นผู้ตัดสินใจสถานการณ์ปัญหาต่าง ๆ อันเกิดจากความขัดแย้งทางผลประโยชน์

อีกความหมายหนึ่งนั้นเป็นของ Damian Tambini, Danilo Leonardi และ Chris Marsden (2008) ที่อธิบาย “การกำกับดูแล” ว่าเป็นการควบคุม (Controlling) การกำกับ (Directing) หรือการปกครอง (Governing) ให้เป็นไปตามกฎ หลักการ หรือระบบ

จากนิยามดังกล่าว อาจให้ความหมายได้ว่าการกำกับดูแลได้ว่า ในการกำกับดูแลนี้ต้องการองค์กรอิสระในการกำกับดูแล โดยมีการกำหนดกฎ หลักการ หรือแนวปฏิบัติสำหรับสื่อมวลชนไว้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน

ประเภทของการกำกับดูแล

ประเภทของการกำกับดูแลสามารถแบ่งออกได้ เป็น 3 ประเภท คือ การกำกับดูแลโดยรัฐ การกำกับดูแลตนเอง และการกำกับดูแลร่วม (นุติ หนูโพโรจน์. 2556) ดังนี้

1. การกำกับดูแลโดยรัฐ

การกำกับดูแลโดยรัฐ หรือ Governmental regulation เป็นการกำกับดูแลแบบออกคำสั่งและควบคุม หรือการใช้วิธีการทางกฎหมาย การกำกับดูแลแบบนี้อาจได้ผลดีในอดีตเพราะสื่อมีลักษณะกึ่งผูกขาด มีผู้ประกอบการน้อย แต่เมื่อเทคโนโลยีมีความเจริญก้าวหน้ามากขึ้น ทำให้รูปแบบของสื่อเปลี่ยนไป มีการเกิดขึ้นของสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ มีความหลากหลายและการหลอมรวมของสื่อเชื่อมโยงกัน การกำกับดูแลจากภาครัฐจึงเป็นไปได้ลำบากขึ้น

2. การกำกับดูแลตนเอง

การกำกับดูแลตนเอง หรือ Self regulation คือการที่อุตสาหกรรมสื่อหรือผู้ประกอบการวิชาชีพกำกับดูแลตนเองแทนที่จะเป็นภาครัฐ โดยที่ Ian Bartle และ Peter Vass ได้แบ่งประเภทของการกำกับดูแลตนเองไว้เป็น 5 ประเภท จำแนกตามลักษณะบทบาทของภาครัฐซึ่งเป็นที่ปัจจัยสำคัญของการกำกับดูแล (นุติ หนูโพโรจน์. 2556) ได้แก่

(1) Co-operative หมายถึงการร่วมมือกันระหว่างผู้กำกับดูแลและผู้ถูกกำกับดูแลในการปฏิบัติภารกิจกำกับดูแลตามกฎหมายของรัฐ ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับการกำกับดูแลร่วม หรือ Co-regulation

(2) Delegated หมายถึงการกระจายอำนาจในการใช้กฎหมายหรือการกำกับดูแลของรัฐไปสู่หน่วยงานกำกับตนเองที่ไม่ได้เป็นของรัฐ โดยที่องค์กรของรัฐมีส่วนเกี่ยวข้องในด้านการพิสูจน์ความถูกต้องของกฎหมาย ตรวจสอบการประพฤติผิดติดตาม และตรวจสอบความเที่ยงตรงแม่นยำของกฎหมายต่าง ๆ ที่ถูกส่งกลับมายังองค์กรรัฐ

(3) Devolved หมายถึง การส่งผ่านอำนาจรัฐไปยังหน่วยงานกำกับดูแลตนเอง มักเรียกว่า Statutory self-regulation หรือการกำกับดูแลตนเองโดยตัวบทกฎหมาย

(4) Facilitated หมายถึง การกำกับดูแลตนเองที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างชัดเจนในทางใดทางหนึ่ง โดยปราศจากกฎหมายมารองรับการกำกับดูแลตนเองนั้น เป็นรูปแบบของการกำกับดูแลตนเองที่เป็นแนวคิดหลักในเชิงปฏิบัติ

(5) Tacit มีความหมายใกล้เคียงกับ การกำกับดูแลตนเองอย่างแท้จริง หรือ Pure self-regulation หมายถึง การกำกับดูแลตนเองที่รัฐแทบจะไม่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีแต่น้อยมาก และเห็นได้อย่างชัดเจน แต่รัฐก็อาจเข้ามามีบทบาทโดยนัยได้

3. การกำกับดูแลร่วม

การกำกับดูแลร่วม หรือ Co-regulation มีลักษณะของการร่วมมือกันระหว่างผู้กำกับดูแลและผู้ถูกกำกับดูแลในการปฏิบัติภารกิจกำกับดูแลตามกฎหมายของรัฐ โดยมีลักษณะของการบูรณาการระหว่างระบบการกำกับดูแลตนเองที่ใช้อยู่แต่เดิมกับกรอบการทำงานของรัฐ

ทั้งนี้ ปัจจัยที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการกำกับดูแลร่วมนั้น การศึกษาของ The British Office of Communication's (OFCOM) ที่เป็นองค์กรกำกับดูแลสื่อที่เป็นองค์กรอิสระของอังกฤษ ได้สรุปเกณฑ์ที่จะนำไปสู่การกำกับดูแลร่วมเพื่อคุ้มครองเด็กและเยาวชนจากภัยเนื้อหาที่ปรากฏบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไว้ (นุตี หนูไพโรจน์. 2556) ดังนี้

- การกำกับดูแลร่วมต้องเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ของผู้บริโภค
- มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจนระหว่างองค์กรกำกับดูแลร่วม และ OFCOM
- ประชาชนโดยทั่วไปสามารถเข้าถึงได้
- เป็นอิสระจากการแทรกแซงของผู้มีผลประโยชน์
- มีกำลังทรัพย์และกำลังคนที่เพียงพอ
- บรรลุและดำรงเป้าหมายของการมีส่วนร่วมอย่างสากลของทุกภาคส่วน
- มีบทลงโทษที่มีประสิทธิผลและน่าเชื่อถือ

- มีการตรวจสอบและทบทวนการทำงานโดย OFCOM รวมทั้งมีการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จที่ชัดเจน
- มีความโปร่งใสและน่าเชื่อถือ
- มีการกำกับดูแลที่สม่ำเสมอ เหมาะสม และมีเป้าหมาย
- มีกลไกการยื่นอุทธรณ์ที่เหมาะสม
- สามารถปรับแก้ไขเกณฑ์ข้างต้นได้ตามความเหมาะสม

แนวทางการกำกับดูแลด้านเนื้อหา

การกำกับดูแลและการส่งเสริมจริยธรรมของสื่อมวลชนนับเป็นแนวทางที่สำคัญของการปฏิรูปสื่อ ทั้งเพื่อพัฒนา ยกระดับมาตรฐานทางวิชาชีพ และความยั่งยืนของวิชาชีพ สำหรับประเทศไทยกำลังอยู่ในระหว่างการสร้างกลไกเพื่อให้เกิดผลทางการปฏิบัติจริง

การกำกับดูแลด้านเนื้อหา สื่อมวลชนจำเป็นต้องตระหนัก เพื่อมิให้เกิดปัญหาในเรื่องของการละเมิดจริยธรรมขึ้น เช่น การให้ข้อมูลข่าวสารผิด ๆ บิดเบือนข้อมูลทั้งโดยตั้งใจและไม่ได้ตั้งใจ หรือการนำเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างมีอคติ นอกจากนั้นแล้ว สื่อมวลชนจะต้องทำความเข้าใจองค์ความรู้พื้นฐานที่คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ให้ความสำคัญ เนื่องจาก เนื้อหาของรายการเป็นองค์ประกอบสำคัญในการผลิตรายการประเภทต่างๆ หากนำเสนอเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ก็จะทำให้คนในสังคมได้รับความรู้ที่ถูกต้อง สร้างทัศนคติในทางที่ดีงาม เป็นการยกระดับจิตใจให้สูงขึ้น ในทางตรงข้ามถ้าหากเสนอเนื้อหาที่ไม่สร้างสรรค์ก็จะเกิดผลกระทบต่อสังคมในทางลบ และอาจลุกลามไปในวงกว้างได้

การกำกับดูแลเนื้อหาจึงมีความจำเป็นเพื่อเป็นการควบคุมให้สื่อมวลชนตระหนักถึงความรับผิดชอบของตนเองในการเลือกสรรเนื้อหาที่ดีเพื่อประโยชน์ส่วนรวมและจำกัดเนื้อหาที่อาจเป็นภัยต่อบุคคลหรือสังคม

สำหรับแนวทางในการกำกับดูแลเนื้อหารายการตามหลักการของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช., 2555) มี 3 แนวทางที่สำคัญ กล่าวคือ แนวทางการกำกับดูแลโดยหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ แนวทางการกำกับดูแลเนื้อหา ร่วมกัน และแนวทางการกำกับดูแลเนื้อหาตนเอง มีดังนี้

แนวทางการกำกับดูแลโดยหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ จำแนกได้ดังนี้คือ

1. กำหนดให้เป็นสิ่งผิดกฎหมาย (Make the content illegal) หลักการสำคัญคือ เมื่อกำหนดลักษณะของเนื้อหาที่ไม่พึงประสงค์แล้วก็ใช้กฎหมายห้ามการเผยแพร่การออกอากาศเนื้อหานั้น โดยกำหนดให้เป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย

2. จำกัดการผลิตเนื้อหา (Limit production) สำหรับเนื้อหาบางประเภทที่พิจารณาแล้วเห็นว่าไม่เป็นภัยร้ายแรงจนถึงขั้นกำหนดให้เป็นสิ่งผิดกฎหมาย แต่ยังเห็นสมควรให้จำกัดปริมาณเนื้อหานั้นในสื่อกระจายเสียงและสื่อโทรทัศน์ อาจมีการจำกัดไปที่ต้นตอการผลิตเนื้อหานั้น

3. จำกัดการเข้าถึงเนื้อหา (Limit access) มีสาระสำคัญเป็นการกำหนดแนวทางหรือวิธีการเข้าถึงเนื้อหาบางประเภทให้สามารถเข้าถึงได้ยากขึ้นสำหรับบุคคลบางกลุ่ม เช่น การกำหนดระดับของเนื้อหา (Rating system) เพื่อจำกัดว่าเนื้อหานั้นเหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้ชมใด ซึ่งอาจกำหนดโดยใช้อายุของผู้รับฟังเป็นเกณฑ์ก็ได้

4. สกัดการเข้าถึงเนื้อหา (Block access) ในบางกรณีที่ไม่สามารถจัดการกับต้นตอหรือที่มาของเนื้อหารายการที่ไม่พึงประสงค์ได้อย่างเหมาะสม อาจจำเป็นต้องใช้วิธีสกัดการเข้าถึงเนื้อหาดังกล่าว

แนวทางการกำกับดูแลเนื้อหาพร้อมกัน

การกำกับดูแลเนื้อหาพร้อมกัน หรือ Co-regulation หมายถึง การที่ทั้งหน่วยงานกำกับดูแลผู้ประกอบการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ต่างมีบทบาทและส่วนร่วมในการกำกับดูแลเนื้อหา เป็นการผสมผสานระหว่างการกำกับดูแลกันเองภายในภาคอุตสาหกรรม (Self-regulation) และการใช้อำนาจกำกับดูแลของหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่และอาจมีรูปแบบของการกำกับดูแลเนื้อหาพร้อมกันได้อย่างหลากหลาย ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่และภาคอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง แต่ทุกรูปแบบมีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ

สิ่งสำคัญต่อความสำเร็จของการกำกับดูแลเนื้อหาพร้อมกัน คือ การพัฒนากฎระเบียบที่สามารถนำมาบังคับใช้ได้จริง และการมีหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบเหล่านั้นของหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่และภาคอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้ใดละเมิดหรือไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบที่พัฒนาขึ้นจะต้องได้รับบทลงโทษไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม การกำกับดูแลเนื้อหาพร้อมกันจึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับความเต็มใจมีส่วนร่วมในแนวทางดังกล่าวของภาคอุตสาหกรรมหรือผู้ประกอบการทั้งหมด ซึ่งจุดนี้เป็นข้อแตกต่างสำคัญจากแนวทางการกำกับดูแลเนื้อหาตนเอง (Self-regulation) ที่อาศัยความเต็มใจมีส่วนร่วมของภาคอุตสาหกรรม

แนวทางการกำกับดูแลเนื้อหาตนเอง

การกำกับดูแลเนื้อหาตนเอง หรือ Self-regulation หมายถึงการที่ภาคอุตสาหกรรมหรือผู้ประกอบการมีการใช้จริยธรรมหรือวินัยของตนในการออกอากาศเผยแพร่เนื้อหาที่เหมาะสมสำหรับบางกรณี กฎหมายองค์กรอาจมีการกำหนดให้จัดทำมาตรฐานจริยธรรมขององค์กรเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติในการรักษาคุณภาพและสร้างที่น่าเชื่อถือขององค์กรนั้น

การกำกับดูแลเนื้อหาตนเองถือเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยเสริมให้การกำกับดูแลเนื้อหาในภาพรวมเพิ่มเติมจากการปฏิบัติงานของหน่วยงานกำกับดูแลที่มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายให้เป็นไป

โดยสมบูรณ์มากขึ้น ในหลายกรณี การกำกับดูแลเนื้อหาตนเองได้นำไปใช้ควบคู่กับการกำกับดูแลของหน่วยงานกำกับดูแล กลายเป็นแนวทางการกำกับดูแลเนื้อหาพร้อมกันขึ้น

หลักการสำคัญในการกำกับดูแลเนื้อหาของ กสทช.

ประเด็นเกี่ยวกับการกำกับดูแลเนื้อหาที่ กสทช. มุ่งให้ความสำคัญเป็นพิเศษ ได้แก่ เนื้อหาที่ก่อให้เกิดความเกลียดชัง (Hate speech) และหลักความเป็นกลาง (Impartiality) (พีระพงษ์ มานะกิจ, 2556)

1. เนื้อหาที่ก่อให้เกิดความเกลียดชัง

เนื้อหาที่ก่อให้เกิดความเกลียดชัง คือ การกล่าววาจาซึ่งก่อให้เกิดความเกลียดชัง นับว่าเป็นการละเมิดอย่างหนึ่ง เพราะเป็นการลดคุณค่าหรือศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ถูกกล่าวถึง อาจเป็นการกล่าวพาดพิงในเชิงเชื้อชาติ เพศสภาพ วัยวุฒิ ชาติพันธุ์วรรณา สัญชาติ ศาสนา รสนิยมทางเพศ ความพิการ ความเชื่อ ชนชั้นทางสังคม อาชีพ ลักษณะทางกายภาพ ความสามารถทางสติปัญญา รวมถึงความแตกต่างอื่นๆ นอกจากนี้ ยังรวมถึงข้อความที่มีลักษณะคล้ายกับการสื่อสารผ่านทางคำพูดและรูปแบบพฤติกรรมต่าง ๆ ที่ปรากฏต่อสาธารณะอันเป็นเหตุให้เกิดอคติภายในสังคม

มีข้อยกเว้นให้รัฐสามารถห้าม Hate speech ได้เพื่อประโยชน์สาธารณะ ภายใต้ง่อนไข ดังต่อไปนี้

- ความมั่นคงของชาติ
- ความเป็นหนึ่งเดียวของอาณาจักรหรือความปลอดภัยของประชาชน
- การป้องกันอาชญากรรมที่เกิดจากความไม่สงบ
- การคุ้มครองสุขภาพและศีลธรรม
- การคุ้มครองชื่อเสียงและศักดิ์ศรีของผู้อื่น
- การป้องกันการเปิดเผยข้อมูลที่เป็นความลับ
- การรักษาอำนาจและความยุติธรรมของตุลาการ

ในกรณีของการกำกับดูแลเนื้อหาที่ก่อให้เกิดความเกลียดชัง แนวทางเบื้องต้นของ กสทช. ด้านการกำกับดูแล มีดังต่อไปนี้

- เนื้อหาที่เสนอต้องมีรูปธรรมรองรับ ไม่ใช่เป็นเพียงแนวคิดหรือความคิดเห็นของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

- เนื้อหาสาระต้องไม่เป็นการละเมิดผู้อื่น เพื่อสร้างหลักประกันในการให้ความคุ้มครองต่อสาธารณชน
- สื่อต้องมุ่งรักษาความเป็นกลาง การเสนอข้อคิดเห็นในรายการกระทำได้ผ่านผู้ที่มีความรู้ในด้านนั้น ๆ และต้องมีความเป็นกลาง นอกจากนี้ต้องมีกลไกป้องกันการละเมิด เช่น เปิดช่องทางให้ผู้ที่ถูกละเมิดมีโอกาสชี้แจงข้อมูล

2. หลักความเป็นกลาง

ความเป็นกลาง หมายถึง การหลีกเลี่ยงอคติและความลำเอียงเนื่องจากความเป็นกลางที่จะนำไปสู่ความขัดแย้งกับฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง จึงจำเป็นต้องรักษาความสมดุลและความยุติธรรมในการนำเสนอเนื้อหา ผู้นำเสนอรายงานต้องเอาชนะอคติส่วนตัวให้ได้ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นที่ก่อให้เกิดข้อถกเถียง สื่อจะต้องตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและคำนึงถึงหลักความเป็นกลาง แต่ยังคงรักษาแนวความคิดของตนไว้ได้อย่างหนักแน่น

สาระสำคัญของความเป็นกลาง มีดังต่อไปนี้

- ความสมดุลในประเด็นและความคิดเห็น
- ขอบเขตของความคิดเห็นที่กว้าง
- การตรวจสอบหรือสำรวจมุมมองที่แตกต่างหลากหลายหรือแม้แต่ขัดแย้งกัน

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลเนื้อหา

ปัญหาในกระบวนการกำกับดูแลเนื้อหาสื่อวิทยุโทรทัศน์แบ่งออกได้เป็น 2 ส่วนใหญ่ คือ ปัญหาในเนื้อหารายการและปัญหาในการกำกับดูแล (พิรงรอง รามสูต ธรรมนันท์ และศศิธร ยุวโกศล, 2546) ดังต่อไปนี้

1. ปัญหาในเนื้อหารายการ จำแนกออกตามประเภทของสื่อได้แก่

- สื่อวิทยุ: ปัญหาที่พบ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง วิทยุภาคเอเอ็ม คือ รายการข่าวที่ผู้ประกาศจะใช้วิธีอ่านเนื้อหาข่าวจากหนังสือพิมพ์ โดยใช้การนำเสนอที่ใส่อารมณ์ความรู้สึกมากเกินไป อีกปัญหาหนึ่ง คือ การเรียกรายเงินจากรายการสดประเภทพุดตาดำ และ การส่งเสริมการพนันของรายการสดประเภทมวย หรือม้าแข่ง นอกจากนี้ ยังมีปัญหาเรื่องของการโฆษณาที่ไม่เหมาะสม และการอ้างสรรพคุณเกินจริง

- โทรทัศน์: รายการข่าวเป็นรายการประเภทเดียวที่ไม่ต้องผ่านการพิจารณา จากฝ่ายตรวจพิจารณาเนื้อหาของทางสถานีที่ก่อนออกอากาศ แต่ใช้ผ่านดุลพินิจของกองบรรณาธิการข่าว เนื่องจาก ข้อจำกัดด้านเวลาที่ต้องการความรวดเร็ว ซึ่งนโยบายของกองบรรณาธิการบางครั้งอาจไม่สอดคล้องกับเกณฑ์ที่ใช้ในการตรวจสอบเซ็นเซอร์เนื้อหาของสถานี จึงทำให้บางครั้งมีการนำเสนอ

ภาพข่าวที่รุนแรง พาดพิงบุคคลที่สาม เป็นต้น ในส่วนของเนื้อหาประเภทละคร การกำกับดูแลส่วนใหญ่ อยู่ในลักษณะของ P-censor โดยสถานีเป็นผู้กำหนดเนื้อหาตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ ปัญหาที่ตามมา คือ ทางสถานีมักเลือกเรื่องที่คาดว่าจะผู้ชมสนใจแน่นอน เพื่อลดความเสี่ยงจากการขาดทุน ส่งผลให้เนื้อหาละครที่ผลิตขาดมิติความหลากหลาย ในส่วนผู้จัดละครมีการ Self-censor เนื้อหาละครตนเอง เพื่อลดความเสี่ยงจากการถูกปฏิเสธจากสถานีด้วย ดังนั้น การกำกับดูแลเนื้อหาละครส่วนใหญ่ จึงขึ้นอยู่กับปัจจัยของโครงสร้างตลาดที่เน้นกำไรเป็นสำคัญ

- เคเบิลทีวี: ปัญหาสำคัญของเคเบิลทีวีไทย คือ ปัญหาการควบคุมด้านมาตรฐานรายการ เนื่องจาก ผู้ประกอบการโดยเฉพาะส่วนภูมิภาคไม่ส่งผังรายการให้เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ ตรวจสอบ (ประชาสัมพันธ์จังหวัด) ทำให้ไม่สามารถตรวจสอบรายการได้ ผลที่ตามมาคือ อาจมีภาพไม่เหมาะสม เช่น ความรุนแรง โปเปลื้อย ออกอากาศได้ ซึ่งผลกระทบอาจตกอยู่กับเด็กและเยาวชนที่เป็นสมาชิกเคเบิลทีวี โดยเฉพาะในส่วนภูมิภาค ปัญหาถัดมาคือเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์รายการ สนวนหนึ่งมาจากการซื้อแบบผูกขาดของผู้ประกอบการรายใหญ่ ดังนั้น เมื่อผู้ประกอบการเคเบิลทีวีรายย่อยอื่น ๆ ที่ไม่ได้ลิขสิทธิ์ก็จะถูกฟ้องร้องละเมิดลิขสิทธิ์เมื่อมีการเผยแพร่รายการเหล่านั้น ปัญหาสำคัญอีกประการ คือ การควบคุมเคเบิลทีวีที่ไม่มีใบอนุญาตกำลังประสบปัญหาจากการถูกรื้อถอนสายเคเบิล ตลอดจนการถูกจับกุมจากสำนักงานตำรวจแห่งชาติในข้อหา “เคเบิลทีวีเถื่อน” เนื่องจากการละเมิดลิขสิทธิ์รายการต่าง ๆ ตลอดจนการหลีกเลี่ยงภาษีและการไม่สามารถควบคุมดูแลผังรายการ

2. ปัญหาในการกำกับดูแล

ปัญหาในกระบวนการกำกับดูแลที่ประสบ ได้แก่ การขาดกลไกที่มีประสิทธิภาพในการดูแล ติดตาม และตรวจสอบ ข้อจำกัดในด้านของบุคลากรที่มีจำนวนน้อย ในขณะที่ต้องทำงานทั้งในส่วนของการตรวจสอบเนื้อหาและหน้าที่รับผิดชอบอื่น ๆ ส่วนข้อจำกัดอีกประการ คือ ด้านอำนาจที่ไม่เต็มที่

ภูมิทัศน์สื่อใหม่และการหลอมรวมสื่อ

ภูมิทัศน์สื่อ หรือ Media Landscape มีความหมายถึง การพิจารณาลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ในการนำเสนอสื่อสู่ประชาชนผู้รับสาร เส้นเวลา ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ลักษณะเนื้อหาสื่อ และการพิจารณาว่าใครหรือองค์กรใดเป็นผู้มีอำนาจหลักในสนามการสื่อสารนั้น ๆ

สำหรับลักษณะของ “สื่อใหม่” ในยุคหลอมรวมสื่อนี้จะเป็นสื่อดิจิทัลที่มีลักษณะให้ผู้ใช้ตอบโต้ได้เปลี่ยนรูปและถูกส่งต่อไปยังช่องทางอื่นได้ง่ายหรือเป็นสื่อที่ถูกสร้างโดยพลเมืองทั่วไป (iLaw, 2558)

โดยที่ลักษณะของการหลอมรวมสื่อจะเกิดขึ้นใน 4 ระดับ คือ การหลอมรวมบริการ การหลอมรวมของช่องทางการสื่อสารข้อมูล การหลอมรวมของอุปกรณ์ลูกข่าย และการหลอมรวมของผู้ให้บริการ ลักษณะของการหลอมรวมนี้ตัวอย่างเช่น การดูทีวีออนไลน์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต การโทรศัพท์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น

รูปแบบการใช้สื่อในปัจจุบัน

สำหรับรูปแบบการใช้สื่อในปัจจุบันมี (สาม เชื้อสถาปนศิริ, 2557) ดังนี้

1. Owned Media (สื่อของเรา) คือ สื่อในอำนาจของผู้ประกอบการ หากเป็นสื่อใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ หากเป็นองค์กรสื่อ ได้แก่ สถานีวิทยุ สถานีโทรทัศน์ เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการมีสิทธิ์และอำนาจในการกำหนดเนื้อหาทั้งหมด สามารถบรรจุข้อมูลใดลงไปก็ได้ แต่ต้องอยู่ภายใต้กรอบที่หน่วยงานกำกับดูแลกำหนด

2. Paid Media (สื่อเราจ่าย) คือ สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ได้แก่ พื้นที่โฆษณาบนรายการโทรทัศน์ รายการวิทยุ หน้าหนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณาบนทางด่วน ป้ายโฆษณาแบนเนอร์บนเว็บไซต์หรือสื่อบุคคล ที่ได้รับการว่าจ้างด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น แจกใบปลิวโฆษณา สวมเสื้อ ชูธง เป็นต้น

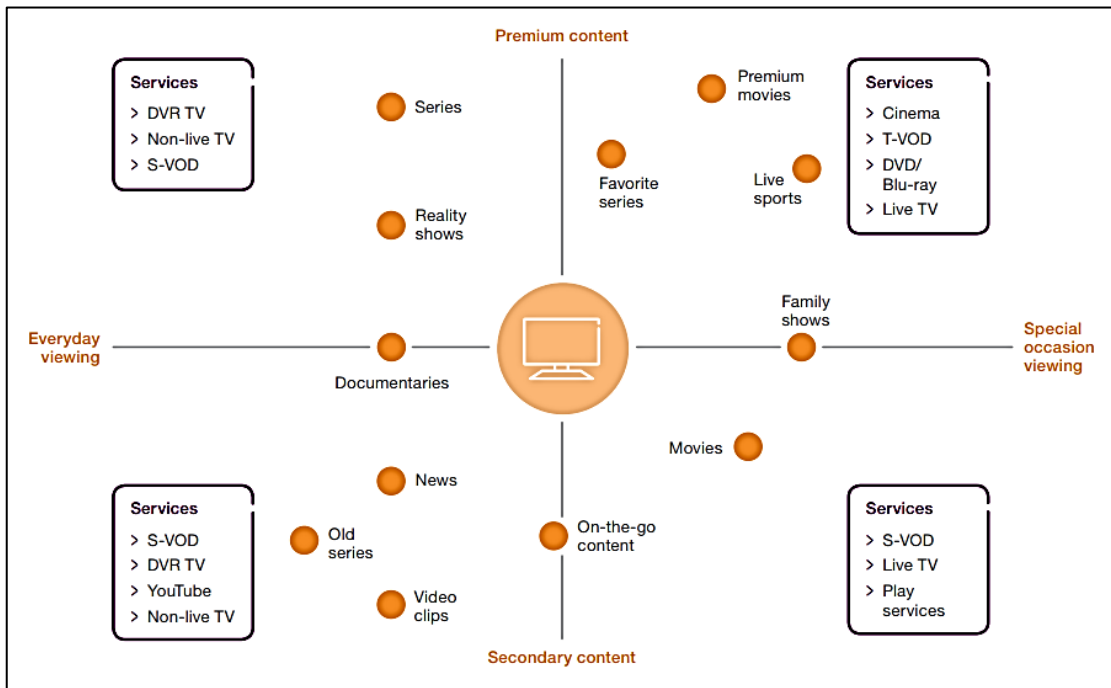
3. Earned Media (สื่อเราได้) คือ สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ยูทูบ เป็นต้น ซึ่งหน่วยงานที่ทำหน้าที่กำกับดูแลไม่สามารถกำหนดหรือควบคุมเนื้อหาในสื่อได้อย่างเบ็ดเสร็จ เนื่องจากเนื้อหาที่บรรจุในสื่อเหล่านี้ ส่วนหนึ่งมาจากผู้ประกอบการ องค์กรสื่อ และส่วนหนึ่งมาจากพฤติกรรมที่แท้จริงของผู้บริโภคหรือประชาชนทั่วไปที่สามารถบรรจุเนื้อหาต่าง ๆ ตามความสนใจหรือความต้องการของตนเอง

ภูมิทัศน์สื่อวิทยุโทรทัศน์

ภูมิทัศน์สื่อวิทยุโทรทัศน์ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไป ในอดีตผู้ให้บริการโทรทัศน์สามารถครอบงำความคิดหรือประสบการณ์ของผู้รับสาร แต่ปัจจุบันผู้รับสารเปลี่ยนมาเป็นผู้ตัดสินใจว่าพวกเขาต้องการเลือกรับข้อมูลข่าวสารหรือเนื้อหาประเภทใด หรือเรียกว่า “ผู้รับสารเป็นศูนย์กลาง” ดังนั้น องค์กรสื่อหรือผู้ส่งสารจะต้องสร้างเนื้อหาที่สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้รับสาร และมีการสำรวจผู้รับสารอย่างสม่ำเสมอด้วยเหตุนี้เอง จึงเกิดประโยชน์ที่นิยมใช้กันมากในปัจจุบัน ได้แก่ Content is king ซึ่งเป็นการอุปมาว่าเนื้อหาคือสิ่งที่สำคัญที่สุดในการนำเสนอ

ในอดีต สื่อวิทยุโทรทัศน์ เป็นสื่อภาพเคลื่อนไหวเพียงสื่อเดียวที่ผู้รับสารสามารถเข้าถึงได้ ต่างกับปัจจุบันที่ผู้รับสารสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้ด้วยสื่อประเภทต่าง ๆ ที่หลากหลาย และสามารถเลือกรับชมรายการที่ตนเองสนใจได้ตลอดเวลา ไม่ว่าจะทางสื่อใด เช่น การรับชมขณะ

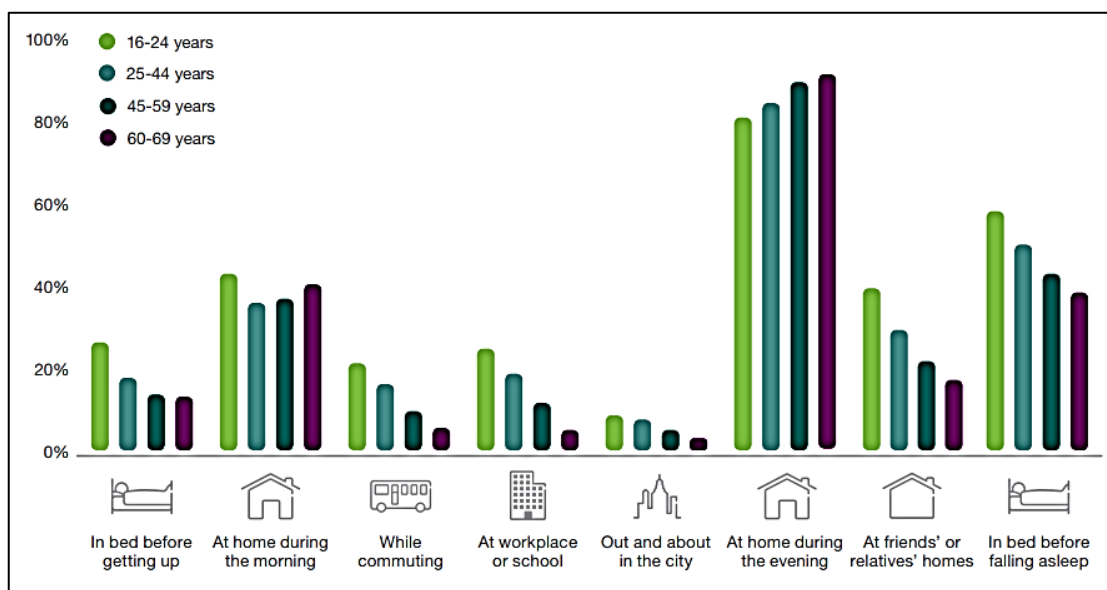
ออกอากาศผ่านทางสื่อวิทยุโทรทัศน์หรือทางออนไลน์ การรับชมย้อนหลังผ่านทางออนไลน์ เป็นต้น ดังตัวอย่างที่แสดงในรูปที่ 1



รูปที่ 1 : บทบาทของเนื้อหาและการให้บริการเนื้อหาผ่านทางสื่อต่าง ๆ

อ้างอิงใน Changing consumer needs are creating a new media landscape (2014)

ทั้งนี้ เมื่อเนื้อหาเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการนำเสนอ การกำกับดูแลจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งเช่นกัน โดยเฉพาะรายการที่ได้รับความนิยม หรือออกอากาศในเวลาไพรม์ไทม์ที่มีผู้รับสารเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ เนื่องจากข้อมูลต่าง ๆ ที่นำเสนออาจมีอิทธิพลทางความคิด ทักษะคติ หรือพฤติกรรมของผู้รับสารได้ โดย Ericsson Consumer Lab ได้ทำการสำรวจพฤติกรรมการรับชมรายการทางวิทยุโทรทัศน์ของผู้รับสาร พบว่า ช่วงเวลาที่มี ผู้รับชมมากที่สุด ได้แก่ ช่วงเย็นหลังเลิกงานหรือเสร็จภารกิจในชีวิตประจำวัน ดังแสดงในรูปที่ 2



รูปที่ 2 : พฤติกรรมการรับชมรายการทางวิทยุโทรทัศน์ของผู้รับสารในรอบวัน

Changing consumer needs are creating a new media landscape (2014)

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในมิติของสื่อวิทยุโทรทัศน์ในประเทศไทย มีงานวิจัยของเพ็ญพักตร์ เตียวสมบุญกิจ และ ณรงค์ ขำวิจิตร (2559) เรื่อง “ความรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ไทยภายใต้ ภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ที่เปลี่ยนไป” ซึ่งได้รายงานสภาพภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ของประเทศในปัจจุบัน หลัง การปฏิรูปสื่อ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการกำกับดูแลและการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีสื่อ ผลการวิจัย สรุปได้ว่า

(1) “ภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ไทยมีการเปลี่ยนแปลงจากการปฏิรูปสื่อ” โดยพบว่าองค์ประกอบ หลักที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์มี 3 ส่วน คือ

1. องค์การกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์
2. อุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ และ
3. ประชาชนผู้ใช้สื่อโทรทัศน์

โดยจุดเปลี่ยนสำคัญของการปฏิรูปสื่ออยู่ในมาตรา 40 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 ซึ่งมีรัฐธรรมนูญทางกฎหมายคือพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ปี 2543 ซึ่งภูมิทัศน์ สื่อที่สำคัญหลังการปฏิรูปสื่อในส่วนของโทรทัศน์คือ เกิดสัญญาภาคของการกำกับดูแล เนื่องจาก ประเทศไทยมีเคเบิลทีวีท้องถิ่นกระจายอยู่ทั่วประเทศเป็นจำนวนมาก ในจำนวนเหล่านี้ มีรายการที่ผิด กฎหมาย ผิดศีลธรรม ละเมิดลิขสิทธิ์ ส่วนรายได้ที่เคยได้รับอนุญาตจากกรมประชาสัมพันธ์ (ซึ่งเป็น ส่วนน้อย) กลับทยอยกลายเป็นธุรกิจผิดกฎหมาย เนื่องจากใบอนุญาตหมดอายุและไม่มีการใด สามารถต่ออายุให้ได้ และนอกจากเคเบิลทีวี ยังมีผู้ประกอบการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ซึ่งทุกราย ประกอบการได้โดยไม่ต้องขออนุญาตเนื่องจากไม่มีองค์กรกำกับดูแล ส่วนใหญ่จึงไม่ได้ยึดโยงกับ

จรรยาบรรณและกฎหมายแต่อย่างใด ซึ่งปัจจุบัน กสทช. ได้พยายามจัดระเบียบโดยการออกใบอนุญาตชั่วคราว

การเกิดขึ้นใหม่ของโทรทัศน์ดิจิทัลที่เพิ่มขึ้น 24 ช่องรายการในปี 2557 มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ คือ มีช่องรายการมากขึ้น เป็นการเปิดเสรีทางการตลาด ผู้ประกอบการโทรทัศน์ที่เคยมีผลประกอบการได้กำไรปีละมาก ๆ ไม่สามารถหารายได้เหมือนเดิมงบประมาณไม่ได้เพิ่มขึ้นมากนัก แต่มีจำนวนผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นและมีแนวโน้มว่าผู้ประกอบการบางรายจะขาดทุนจนต้องออกจากตลาดอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ เช่นกรณีช่องไทยทีวี ซึ่งประสบปัญหาการจ่ายค่าใบอนุญาต

ในแง่ของประชาชน การเพิ่มจำนวนประเภทรายการและเพิ่มจำนวนช่องรายการโทรทัศน์ เป็นการเพิ่มทางเลือกในการรับชม มีความหลากหลายของเนื้อหารายการ การครอบงำข้อมูลข่าวสารจึงทำได้ยาก แต่ปัญหาสำคัญคือ ประชาชนรู้จักใช้สื่อโทรทัศน์ให้เป็นประโยชน์ได้หรือไม่ โดยผลจากการศึกษาชี้ให้เห็นว่าประชาชนยังไม่ได้ใช้ประโยชน์จากความหลากหลายยังคงติดตามชมแต่รายการประเภทเดิม ช่องรายการเดิม และไม่ใช้ประโยชน์จากสื่อใหม่แม้ว่าภูมิทัศน์สื่อจะเปลี่ยนไป

(2) “การเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ไทยจากการกำกับดูแลโดยองค์กรอิสระ” พระราชบัญญัติต้องคุ้มครองคลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2543” เมื่อมีผลบังคับใช้ทางกฎหมายส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสำคัญ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ โดยจะพบว่า เหตุการณ์รุนแรงทางการเมืองที่เกิดขึ้นหลาย ๆ ครั้ง มีสื่อเป็นส่วนหนึ่งของเหตุการณ์ เช่น ในบทบาทของผู้ถ่ายทอดข้อมูลหรือรายงานข้อเท็จจริง หรือในฐานะของผู้เผยแพร่แนวคิดมุมมองของฝ่ายตรงข้ามอำนาจรัฐ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและนโยบายการกำกับดูแลสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทย เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เมื่อประกาศใช้พระราชบัญญัติต้องคุ้มครองคลื่นความถี่ ทำให้การกำกับดูแลโทรทัศน์ที่แต่เดิมดำเนินการโดยอำนาจรัฐฝ่ายบริหารถูกโอนไปเป็นอำนาจขององค์กรอิสระของรัฐ รวมถึงให้มีอำนาจในการจัดสรรคลื่นความถี่อันเป็นทรัพยากรสำคัญของชาติด้วย

และสิ่งที่สำคัญอีกประการคือการเปลี่ยนแปลงระบบถือครองสื่อวิทยุโทรทัศน์ จากเดิมที่หน่วยงานของรัฐเป็นเจ้าของและเอกชนต้องเป็นผู้รับสัมปทาน เปลี่ยนมาใช้ระบบใบอนุญาตที่ประชาชนสามารถเป็นเจ้าของหรือเป็นผู้ประกอบการสื่อได้เองโดยตรง ภายใต้องค์กรกำกับสื่อที่เป็นองค์กรอิสระจากเดิมมีผู้ให้บริการเพียง 6 รายในระบบแอนะล็อก ก็เปลี่ยนเป็นการรับส่งในระบบดิจิทัล มีการให้ใบอนุญาตประกอบการโทรทัศน์ภาคพื้นดินให้เอกชนเป็นผู้ประกอบการเองได้ เป็นการเปลี่ยนผ่านจากระบบสัมปทานวิทยุโทรทัศน์ไปสู่ระบบใบอนุญาตของประเทศ ภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ของประเทศไทยจึงมีสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลทีวีภาคพื้นดินเพิ่มขึ้นใหม่อีก 24 ช่อง และใน

อนาคตจะมีสถานีโทรทัศน์ประเภทโทรทัศน์บริการสาธารณะประโยชน์เพิ่มอีก 12 สถานีรวมทั้งโทรทัศน์ชุมชนอีกจำนวนหนึ่ง

นอกจากนี้ เมื่อวันที่ 2 กันยายน 2558 ศูนย์ศึกษานโยบายสื่อ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร่วมกับ มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) ภายใต้โครงการศึกษาวิจัยการปฏิรูปสื่อ สนับสนุนโดย สำนักงาน กสทช. ได้จัดเสวนาสาธารณะ หัวข้อ "ติดตามรู้สู่การปฏิรูปสื่อให้ยั่งยืน" ณ ห้องพิมานทิพย์ โรงแรมมณเฑียร กรุงเทพฯ ซึ่งการนำเสนอผลงานวิจัยเบื้องต้นเรื่อง ภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนไป บุคลากรสื่อไทย สื่อภาคประชาชน สื่อชุมชน การปฏิรูปสื่อสาธารณะ และการกำกับดูแลสื่อ โดย ดร.สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ ประธานสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) กล่าวว่า ปัจจุบันผู้รับสารใช้สมาร์ตดีไวซ์เพิ่มมากขึ้นคาดว่า คนไทยใช้สมาร์ตดีไวซ์ (Smart Device) เช่น สมาร์ทโฟนแท็บเล็ตประมาณ 30 ล้านเครื่อง และในอนาคตอีกไม่เกิน 5 ปี จะมีผู้ใช้สูงถึง 50-60 ล้านเครื่อง รวมถึงคอนเน็คทีทีวี (Connected TV) ที่คาดว่าจะสูงถึง 22 ล้านเครื่อง เทคโนโลยีเหล่านี้ทำให้โครงสร้างตลาดสื่อเปลี่ยนไป โดยวิทยุกระจายเสียงในปัจจุบันยังไม่ได้เปลี่ยนสู่ดิจิทัล โครงสร้างตลาดทั้ง AM และ FM จึงนิ่งและไม่มีความเปลี่ยนแปลงมากนัก แต่สำหรับสื่อวิทยุโทรทัศน์ พบว่ามีการแข่งขันทั้งฟรีทีวีแอนะล็อกฟรีทีวีดิจิทัล เคเบิลทีวี โทรทัศน์ดาวเทียม เป็นต้น ผลคือทำให้ตลาดเปลี่ยน และแข่งขันกันวัดความนิยม (Rating) จากผู้รับสาร (สำนักข่าวอิศรา, 2558)

“ตั้งแต่มีทีวีดิจิทัลขึ้นมา ช่องที่ยังได้รับความนิยมมากที่สุด คือ ช่อง 7 และช่อง 3 โดยส่วนแบ่งทางการตลาดของช่อง 7 แม้จะลดลงไปบ้าง แต่ก็ไม่มาก ผิดกับช่อง 3 ส่วนแบ่งทางการตลาดขาลงตลอดเวลา สรุปคือ ช่อง 7 และช่อง 3 ยังยืนอยู่ได้ ช่อง 3 ขาล้นไปบ้าง แต่สำหรับช่องอื่น ๆ ทั้งช่อง 5 ช่อง 9 และช่องไทยพีบีเอส ความนิยมลดลงมากขณะที่ช่องทีวีใหม่ ๆ ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะช่องเวิร์คพอยท์ ช่องวัน ไทยรัฐทีวี และช่อง 8 กระแสนิยมนับว่าอยู่ในช่วงขาขึ้น”

จากภูมิทัศน์สื่อดังที่ศึกษาข้อมูลมาข้างต้น พบว่า การกำกับดูแลมีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากช่องทางการรับสารที่เพิ่มมากขึ้น ย่อมส่งผลให้เกิดความหลากหลายด้านรูปแบบและเนื้อหามากขึ้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องให้ความสำคัญและร่วมกันพิจารณาความเหมาะสมเพื่อให้ผู้รับสารได้รับประโยชน์สูงสุดจากการนำเสนอรายการประเภทต่าง ๆ ของผู้ประกอบการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ต่อไป

การหลอมรวมสื่อ

การหลอมรวมสื่อ หรือ “Media convergence” มีหลายมิติ (Pavlik, J. & McIntosh, S., 2013; สุภารัตน์ ดิษยวรรณนะ จันทรวัดนากุล และ จักรกฤษ เพิ่มพูน, 2557) ดังนี้

1. **การหลอมรวมทางเทคโนโลยี (Technological convergence)** หมายถึง การพัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่ก่อให้เกิดสภาวะการหลอมรวมกันของระบบคอมพิวเตอร์ โทรคมนาคม และสื่อมวลชน ทำให้สื่อมีลักษณะผสมผสานทั้งตัวบทเนื้อหา เสียง ภาพ รวมทั้งศักยภาพในการโต้ตอบ (Interactive) ในที่เดียวกัน

2. **การหลอมรวมทางเศรษฐกิจ (Economic convergence)** ซึ่งหมายถึงการควบรวมกิจการเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต หรือ โทรคมนาคม เข้ากับธุรกิจสื่อ ซึ่งเป็นคนละนัยกับการเจริญเติบโตของบรรษัทข้ามชาติในการซื้อและควบรวมกิจการต่างๆมากมายเพื่อลงทุนทางธุรกิจแบบในอดีต แต่เป็นการรวมกิจการที่อาจจะเป็นอิสระ หรือเป็นสื่อคนละแบบที่เอื้อต่อความสำเร็จของการพัฒนาทางธุรกิจคอนเวอร์ชันชันมากกว่าหากมาอยู่รวมกัน อาทิ ธุรกิจบันเทิงกับสถานีข่าวโทรทัศน์ บริษัทโทรคมนาคมกับสื่อ บริษัทที่ผลิตเนื้อหาเกี่ยวกับบริษัทที่มีช่องทางการสื่อสาร เป็นต้น

3. **การหลอมรวมทางวัฒนธรรม (Cultural convergence)** ได้แก่ ค่านิยม ความเชื่อ และการปฏิบัติอันเป็นผลมาจากกระบวนการโลกาภิวัตน์สื่อที่ทำให้คนที่อยู่ห่างไกลกัน คิด ชอบ เชื่อ และปฏิบัติคล้ายๆกันอีกด้วย

สามารถแบ่งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับสื่อเป็น 8 ประเด็น ได้แก่

1. การเปลี่ยนแปลงองค์กรสื่อ

จากเดิมที่เน้นการรวมศูนย์ทั้งกระบวนการสร้างสรรค์ การผลิต การจัดจำหน่าย การตลาด เพื่อประสิทธิภาพในการดำเนินการ และลดต้นทุนการผลิต ในระบบที่มีอินเทอร์เน็ตเข้ามาเกี่ยวข้อง สามารถลดการรวมศูนย์ในบางส่วนลงไปได้ เช่น การผลิตอาจเป็นระบบเก่า แต่การทำ การตลาดและเผยแพร่สามารถเปลี่ยนรูปแบบที่สามารถลดต้นทุนลงได้อีก นอกจากนี้ งบประมาณโฆษณาสินค้าบริการบางส่วนหันไปลงโฆษณากับสื่อใหม่ นำไปใช้กับกิจกรรมพิเศษทางการตลาดที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงกับที่ต้องการมากกว่า หรือบางองค์กรทำช่องทางสื่อเป็นของตนเองแทนการทุ่มงบประมาณในการซื้อพื้นที่หรือเวลาในสื่ออย่างในอดีต

2. การเปลี่ยนแปลงชนิดหรือประเภทของสื่อ

รูปแบบเดิม ๆ ของสื่อกำลังกลายเป็นอดีต เช่นการฟังวิทยุ จากเครื่องรับวิทยุ ปัจจุบันรายการวิทยุมีเว็บไซต์เลือกฟังรายการย้อนหลัง มีทั้งภาพและเสียง มีตัวบท และกราฟิก ผู้ฟังสามารถฟังเมื่อไรก็ได้ ที่ไหนก็ได้ โทรทัศน์แบบออกอากาศภาคพื้นดิน ผสมรวมกับระบบเคเบิล แคมสามารถรับสัญญาณ Wi Fi ถูกใช้งานแบบคอมพิวเตอร์ สิ่งที่จะตามมาคือกฎระเบียบ การกำกับดูแลสื่อจะมีความซับซ้อนมากขึ้น ข้อกังวลในอดีตเกี่ยวกับการเป็นเจ้าของข้ามสื่อ (Cross media ownership) ที่เชื่อว่า

สามารถควบคุมความคิดของผู้รับสารได้อย่างเบ็ดเสร็จ อาจจำเป็นต้องนำมาทบทวนเนื่องจากชนิดหรือประเภทของสื่อไม่ได้สามารถแยกแยะออกจากกันได้เช่นในอดีตอีกต่อไป

3. การเปลี่ยนแปลงในแง่เนื้อหา

ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้เนื้อหาที่มีความยืดหยุ่น ปรับเปลี่ยนได้ตลอดเวลาโดยผู้รับสารอย่างใน Wikipedia การปรับเปลี่ยนเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะผู้รับสารแบบปัจเจกบุคคลได้ด้วยระบบ Content on demand นอกจากนี้ยังสามารถเชื่อมโยงข้ามไปยังเนื้อหาส่วนอื่นได้ด้วยระบบ Hyperlink เช่นจากเนื้อหาไปโฆษณา ไปเล่นเกมส์ หรือทำแบบสำรวจหรือการเพิ่มคลิกข่าวลงไป ในหน้าหนังสือพิมพ์ที่เชื่อมโยงด้วยสมาร์ตโฟน เป็นต้น

4. การเปลี่ยนวิถีการใช้สื่อ

ขนาดที่เล็กลงของสื่อ สมรรถนะที่เพิ่มขึ้น เครือข่ายที่ครอบคลุม การบริโภคสื่อจึงสามารถกระทำได้ทุกที่ ทุกเวลา ความคาดหวังของผู้รับสารที่มีต่อสื่อ รวมทั้งอุตสาหกรรมสื่อย่อมเปลี่ยนแปลงไปด้วย ในขณะที่ผู้รับสารจะสามารถเข้าถึงเนื้อหาสาระ และบันเทิงต่าง ๆ ได้มากขึ้นพร้อม ๆ กันนั้น ผู้รับสารก็สามารถเข้าถึงเนื้อหาที่จะนำไปสู่ปัญหา ทำลายค่านิยมสังคมมากมายเช่นเดียวกัน อาทิ เรื่องเพศ การค้ามนุษย์ ลามกอนาจาร ความรุนแรง การผิดศีลธรรม การเสพติดเกม นอกจากนี้ความเท่าเทียมกันในการเข้าถึงเทคโนโลยี ความสามารถในการใช้ และมีส่วนร่วมในสังคมเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจอย่างมากเช่นกัน

5. การเปลี่ยนแปลงการกระจายตัวของสื่อ

เมื่อเนื้อหาที่มีความยืดหยุ่นไม่อยู่นิ่ง และส่งผ่านไปยังที่ต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ระบบเอื้อให้ผู้รับสารสร้างบทสนทนาตอบโต้ แลกเปลี่ยน แบ่งปัน โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่อง เวลาและสถานที่ ศักยภาพในการกระจายตัวของสารนี้ถูกนำมาใช้ในทางธุรกิจ เช่น Viral marketing การสื่อสารการตลาดแบบปากต่อปาก นอกจากนี้ความเชื่อมโยงและการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารของผู้รับสาร ทำให้เปลี่ยนอำนาจการควบคุมจากสื่อมวลชนผู้ส่งสารเดิมไปยังผู้รับสาร ซึ่งมีความกระตือรือร้นในการรับสาร สามารถสร้างสรรค์สาร หรือเป็นผู้ริเริ่มประเด็นการส่งสารในสังคมรูปแบบที่เรียกว่า User-generated content โดยบ่อยครั้งสื่อมวลชนยังต้องหยิบยกประเด็นนั้นมานำเสนอในรูปแบบของข่าวอีกด้วย อาทิ “กรณีเรื่องนี้ต้องฟ้องครูอึ้งกมลนา” เป็นต้น

6. การเปลี่ยนแปลงในแง่ผู้รับสาร

ผู้รับสารในยุคคอนเวอร์เจนซ์มีความแตกต่างจากผู้รับสารมวลชนแบบในยุคก่อนอย่างสิ้นเชิง จนเกิดคำใหม่ “**Producer**” ซึ่งผสมรวมระหว่างคำว่า producer ผู้ผลิต กับคำว่า user ผู้ใช้ ที่สื่อให้เห็นสถานะของผู้รับสารยุคปัจจุบันได้อย่างชัดเจนที่เป็นทั้งผู้รับสารและผู้ผลิตสารไปพร้อมกัน มีศักยภาพการเป็นผู้บริโภคที่มีความคิดวิเคราะห์วิจารณ์ และกล้าหาญในการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นผ่านช่องทางการสื่อสารที่เชื่อมโยงกัน ในส่วนนี้สื่อมวลชนจะถูกตรวจสอบ ตอบโต้ วิพากษ์วิจารณ์มาก

ขึ้น อย่างไรก็ตามโดยปกติคนเรามากมีกระบวนการเลือก (Selectivity process) สนใจ เลือกจดจำ เลือกเชื่อซึ่งอาจส่งผลให้ยิ่งเอื้อให้เกิดความแคบในการรับสาร หรือรับสารเฉพาะที่ตนสนใจเท่านั้น รวมไปถึงการมีอคติในการแสดงความคิดเห็นที่แพร่กระจายไปอย่างรวดเร็วด้วย

7. การเปลี่ยนวิธีการทำงานของสื่อมืออาชีพ

จากการเปลี่ยนแปลงที่กล่าวมา การทำงานของสื่อย่อมต้องเปลี่ยนแปลงอย่างแน่นอน องค์กรสื่อคาดหวังต่อความเป็นมืออาชีพมากขึ้น มีทักษะทำงานได้หลากหลายครอบคลุมในส่วนที่จำเป็นมากขึ้นอย่างที่เรียกว่า Multi-tasking skills การแบ่งแยกโครงสร้างระหว่าง หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต เริ่มไม่ชัดเจน และมีความพยายามที่จะทำให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ในขณะเดียวกันกองบรรณาธิการได้รับแรงกดดันจากองค์กรที่ทำให้เส้นแบ่งระหว่างข่าวและบันเทิง หรือ ข่าวและการโฆษณาประชาสัมพันธ์เลอะเลือน เห็นไม่ชัดเจนยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผู้รับสารเดิมได้กลายมาเป็นผู้สื่อสารในนามบล็อกเกอร์ นักข่าวพลเมือง (Citizen reporter) ที่สามารถนำเสนอเรื่องราว ท้องถิ่นของตนเอง นำเสนอเรื่องราวจากความเชี่ยวชาญของตน หรือปัญหาใกล้ตัวได้มากขึ้น ซึ่งใน ส่วนนี้หากตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์แล้ว สามารถส่งเสริมงานข่าวให้รอบด้าน ครอบคลุม ประเด็นได้มากขึ้น นอกจากนี้สื่อมวลชนยังได้เรื่องราวยอดนิยามที่ได้จากเครือข่ายสังคมมาเป็นประเด็น ข่าวในสื่อมวลชนอีกด้วย

8. การเปลี่ยนแปลงค่านิยมและทัศนคติ

ในโลกดิจิทัลแบบคอนเวอร์เจนซ์ ผู้รับสารและสังคมมีความคาดหวังต่อธุรกิจ องค์กร ต่าง ๆ หรือแม้แต่สื่อในแง่ความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ ซึ่งจะนำไปสู่ชื่อเสียง และความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนต่อไป โดยทุกภาคส่วนสามารถตรวจสอบและถูกตรวจสอบได้ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นองค์กรทั่วไป องค์กรสื่อ หรือบุคคล ความซับซ้อนกำกวมของสิทธิส่วนบุคคล ที่เริ่มแยกไม่ออกจากความเป็น สาธารณะ ทั้งสำหรับบุคคลธรรมดาในโลกของเครือข่ายทางสังคม และบุคลากรในวิชาชีพสื่อมวลชนที่ ใช้ช่องทางเครือข่ายทางสังคมเผยแพร่ข่าวสาร

ประเด็นทางจริยธรรมในยุคสื่อหลอมรวม

บรรยงศ์ สุวรรณพ้อง (2557) ได้กล่าวถึงเรื่องของ “จริยธรรมสื่อในยุคหลอมรวม” ไว้ว่า ในยุค สื่อหลอมรวมที่ข่าวสารเผยแพร่พร้อมกันในหลายสื่อ อย่างรวดเร็ว ประเด็นทางด้านจริยธรรมที่มาพร้อมกับยุคสื่อหลอมรวม มีดังนี้

- การนำภาพของผู้อื่นมาใช้ และ/หรือ ตัดต่อ
- การแบ่งปันเรื่องที่หมิ่น ละเมิด
- การโพสต์เรื่องราวที่เกี่ยวกับความมั่นคง ลามกอนาจาร

นอกจากนั้นแล้ว ยังมีเรื่องของการใช้สื่อออนไลน์ในลักษณะของการใช้ “สื่อบุคคล” มากกว่า “สื่อสังคม” ซึ่งเป็นพื้นที่สาธารณะ หมายถึงการใช้โดยไม่ให้เกิดหรือเคารพต่อชุมชนออนไลน์ด้วยกัน

เมื่อต้องมีช่องทางการสื่อสารหลายช่องทาง มีการหลอมรวมสื่อ สื่อมวลชนจึงพึงระวังและต้องปรับตัวในการรายงานข่าวและนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เนื่องจากรูปแบบการนำเสนอในช่องทางหนึ่งอาจอยู่ในกรอบจรรยาบรรณวิชาชีพหนึ่ง แต่เมื่อนำไปเผยแพร่ในอีกช่องทางหนึ่ง ก็อาจเป็นไปได้ที่จะผิดกรอบจรรยาบรรณ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเผยแพร่ซ้ำภาพข่าวที่มีลิขสิทธิ์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ หรือการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของผู้ที่ตกเป็นข่าว ด้วยการปล่อยคลิปวิดีโอที่เปิดเผยใบหน้าของผู้ที่ตกเป็นข่าว

ทั้งนี้ นอกจากจรรยาบรรณแล้ว นักข่าวคอนเวอร์เจนซ์ยังควรมีความรู้ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการสื่อข่าวในแต่ละช่องทางการสื่อสารด้วย เพราะการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางต่างๆ มีกฎหมายคุ้มครองแตกต่างกัน (สุดารัตน์ ดิษยวรรณนะ จันทราวัตินากุล และ จักร์กฤษ เพิ่มพูน, 2557)

คู่มือจริยธรรมวิชาชีพขั้นพื้นฐานและแนวปฏิบัติ
สำหรับผู้ประกอบวิชาชีพกระจายเสียงและโทรทัศน์
(ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)

คู่มือจริยธรรมวิชาชีพขั้นพื้นฐานและแนวปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพใน กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)

บทนำ

พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 มาตรา 27 (18) ประกอบกับ พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 39 กำหนดให้ กสทช. มีอำนาจหน้าที่ในการส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้รับใบอนุญาต ผู้ผลิตรายการ และผู้ประกอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เป็นองค์กรในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อทำหน้าที่จัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบอาชีพและวิชาชีพและการควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพกันเอง ภายใต้มาตรฐานทางจริยธรรม โดยที่การจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมต้องคำนึงถึงการคุ้มครองการได้รับข้อมูลข่าวสารสาธารณะของประชาชนและการคุ้มครองผู้บริโภคจากการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ รวมทั้งการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของผู้ประกอบอาชีพและวิชาชีพขององค์กร

ในปี พ.ศ. 2556 สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) โดยสำนักส่งเสริมการแข่งขันและกำกับดูแลกันเอง (สส.) ได้จัดทำคู่มือจริยธรรมและการกำกับดูแลกันเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (Ethical Guideline and Self-Regulation for Broadcasting) ประกอบด้วยสาระสำคัญ คือ หลักจริยธรรมในวิชาชีพกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ หลักจริยธรรมและแนวปฏิบัติตนขององค์กร จริยธรรมขั้นพื้นฐานและแนวทางปฏิบัติของผู้ประกอบวิชาชีพกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ซึ่งคู่มือดังกล่าวสามารถใช้เป็นแนวทางในการทำงานของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบวิชาชีพ องค์กรวิชาชีพ รวมทั้งนิสิตนักศึกษาด้านนิเทศศาสตร์หรือสาขาอื่น ๆ ที่จะก้าวเข้าสู่วิชาชีพนิเทศศาสตร์ในอนาคต ได้ศึกษาค้นคว้าเพื่อเตรียมความพร้อมในการก้าวสู่การทำหน้าที่สื่อมวลชนอย่างมีคุณภาพตามมาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพ และเป็นคู่มือเพื่อส่งเสริมการรู้เท่าทันและตรวจสอบกระบวนการทำงานสื่อของภาคประชาชน

ในยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารมีความก้าวหน้าและเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ภูมิทัศน์สื่อเกิดการเปลี่ยนแปลง มีการหลอมรวมสื่อ ประกอบกับการเกิดขึ้นของดิจิทัลทีวีตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2556 ทำให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรงมากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ในฐานะผู้นำพาข่าวสารสู่พื้นที่สาธารณะจึงพยายามที่จะทำหน้าที่ด้วยความรวดเร็วฉับไวเพื่อช่วงชิงการ

เป็นผู้ดำเนินการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการช่วงชิงความเป็นผู้นำในการถ่ายทอดสด (แบบ real time) เช่น การนำเสนอเนื้อหาในเรื่องของความรุนแรง ความหยาบคาย เรื่องเพศ ผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์แต่นำมาฉายซ้ำในทางวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ หรือกรณีที่คนธรรมดาใช้เฟซบุ๊กไลฟ์ถ่ายทอดการฆ่าตัวตายของตนเอง เหตุการณ์เกิดขึ้นในออนไลน์ สื่อมวลชนหยิบประเด็นนี้มาถ่ายทอดในโทรทัศน์โดยให้ลิงค์เพื่อไปดูทางออนไลน์แทน หรือกรณีของการนำเสนอข่าวเด็กและเยาวชนที่จะต้องมียกข้อข้อมูลที่เปิดเผยได้และเปิดเผยไม่ได้ ยิ่งไปกว่านั้นคือมีกรณีที่ไม่สามารถนำเสนอเป็นข่าวได้เลยแม้แต่กรณีของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ส่งผลกระทบต่อศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ ละเมิดสิทธิมนุษยชน ตลอดจนการโฆษณาที่ผิดกฎหมาย รวมถึงกรณีอื่น ๆ เช่น การไม่เบลอภาพผู้เสียชีวิต เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ความพยายามช่วงชิงผู้รับสารด้วยความรวดเร็วดังกล่าว ส่งผลต่อความเคลือบแคลงในการแสดงบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของสื่อมวลชนที่เน้นการแข่งขันเชิงธุรกิจ โดยเฉพาะจริยธรรมวิชาชีพ ในขณะที่เดียวกัน จริยธรรมสื่อในยุคการหลอมรวมสื่อยังไม่สามารถบอกได้ว่าการกระทำนั้นถูกหรือผิดได้อย่างชัดเจนเหมือนเป็นสีขาวหรือสีดำ ดังนั้น การพูดคุยและทำความเข้าใจร่วมกันเพื่อค้นหาคำตอบและข้อสรุปทางจริยธรรม เพื่อให้ได้คู่มือจริยธรรมและการกำกับดูแลกันเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (Ethical Guideline and Self-Regulation for Broadcasting) สำหรับสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ถึงหลักและแนวปฏิบัติด้านจริยธรรมที่พึงยึดถือและที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับกรณีศึกษา ให้ตอบรับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารและภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เพื่อใช้เป็นแนวทางในประกอบวิชาชีพ ตลอดจนยกระดับมาตรฐาน จึงเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่ง

สำนักงาน กสทช. ในฐานะองค์กรที่มีภารกิจส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ/ประกอบวิชาชีพมีกลไกในการกำกับดูแลกันเองภายใต้จริยธรรมวิชาชีพ จึงจะได้มีการพัฒนาและจัดทำแนวทางปฏิบัติและจริยธรรมขั้นพื้นฐานสำหรับสื่อมวลชนในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ฉบับปรับปรุง ปีพ.ศ. 2559 โดยความร่วมมือกับสาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร เพื่อให้เหมาะสมกับภูมิทัศน์สื่อและบริบทของประเทศไทย เป็นมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบอาชีพ ทั้งที่คุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของผู้ประกอบอาชีพและวิชาชีพกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ รวมถึงคำนึงถึงการคุ้มครองการได้รับข้อมูลข่าวสารสาธารณะของประชาชน และการคุ้มครองผู้บริโภค โดยเน้นกระบวนการระดมความคิดเห็นแบบมีส่วนร่วมจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้ “หลักจริยธรรมวิชาชีพขั้นพื้นฐานและแนวปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์” จะเป็นประโยชน์สำหรับองค์กรวิชาชีพ ผู้ประกอบการ สื่อมวลชน ด้วยการมีแนวทางปฏิบัติ (Guideline) กรอบจริยธรรม (Code of Ethic) ในการประกอบวิชาชีพที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน เพื่อใช้เป็นมาตรฐานกลางสำหรับการปฏิบัติงานในวิชาชีพนั้น ๆ ตลอดจนจนเป็น

กรอบแนวทางในการดำรงไว้ซึ่ง เกียรติยศ ศักดิ์ศรี และความรับผิดชอบต่อวิชาชีพตนและสังคม รวมถึง การสนับสนุนและส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อและการตรวจสอบสื่อภาคประชาชนอีกด้วย

หลักจริยธรรมวิชาชีพขั้นพื้นฐาน

การประกอบวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องยึดมั่น หลักจริยธรรมวิชาชีพ เพื่อรักษาไว้ซึ่งเกียรติยศ ศักดิ์ศรีของคนทำงาน เพื่อประโยชน์แห่งสังคมและ ประชาชน ผู้บริโภคสื่อและความสงบสุขของสังคม

จากพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 มาตรา 27(18) ประกอบกับพระราชบัญญัติการ ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 39 กำหนดให้ สำนักงาน คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) มีอำนาจ หน้าที่ในการส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้รับใบอนุญาต ผู้ผลิตรายการ และผู้ประกอบวิชาชีพ สื่อสารมวลชนที่เกี่ยวข้องกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เป็นองค์กรในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อทำ หน้าที่จัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบอาชีพและวิชาชีพ ตลอดจนควบคุมการประกอบ อาชีพหรือวิชาชีพกันเองภายใต้มาตรฐานทางจริยธรรม และการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมควร คำนึงถึงเรื่องการได้รับข้อมูลข่าวสารสาธารณะของประชาชนและการคุ้มครองผู้บริโภคจากการ ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ รวมทั้งการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของผู้ประกอบ อาชีพและวิชาชีพขององค์กร

สำนักงาน กสทช. ตระหนักถึงความสำคัญของวิชาชีพสื่อที่ต้องมีกรอบหลักการจริยธรรม กำหนดเป็นมาตรฐานในการปฏิบัติงานสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพ จึงได้สนับสนุนให้มีแนวปฏิบัติการทำ หน้าที่สื่อในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ เพื่อประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และดำรงไว้ซึ่งคุณค่าและ บรรทัดฐานวิชาชีพสื่อ โดยมี “หลักจริยธรรมวิชาชีพกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์” แบ่ง ออกเป็น 2 ระดับ ดังนี้

หมวด 1 หลักจริยธรรมวิชาชีพขององค์กรกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

องค์กรกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์คือ หน่วยงาน บริษัท องค์กร สถาบัน ที่ดำเนิน กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสาธารณะ และมีส่วนรับผิดชอบกับสังคมอย่าง มาก เพื่อให้การบริหารงานในองค์กรสื่อมวลชนนั้น ๆ เป็นไปอย่างมีคุณธรรมและประสิทธิภาพ องค์กร กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์มีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามหลักจริยธรรมวิชาชีพ ดังนี้

ข้อ 1 องค์กรพึงยึดมั่นกรอบจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชนอย่างเคร่งครัด

ข้อ 2 องค์กรพึงตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยยึดมั่นในประโยชน์สาธารณะ ทั้งนี้ไม่ควรให้ผลประโยชน์ขององค์กรขัดแย้งกับผลประโยชน์สาธารณะ

ข้อ 3 องค์กรพึงสนับสนุนให้ฝ่ายบรรณาธิการมีความเป็นอิสระในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนควรรับรู้ โดยไม่ตกเป็นเครื่องมือหรือกลุ่มกดดันทางการเมืองใด ๆ

ข้อ 4 องค์กรต้องให้ความสำคัญกับข้อมูลข่าวสารบนพื้นฐานของหลักสิทธิมนุษยชน ความเท่าเทียม และความหลากหลายทางวัฒนธรรม เชื้อชาติ ศาสนา ภาษา อายุ เพศสภาพ ความพิการ สุขภาพ สถานะทางสังคม และการศึกษา

ข้อ 5 องค์กรต้องให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ไม่เป็นการสร้างความเกลียดชังระหว่างคนในสังคม ไม่ยุยงให้เกิดความขัดแย้งและเสียหายรุนแรงขึ้นในชาติ

หมวด 2 หลักจริยธรรมวิชาชีพของผู้ประกอบวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

ผู้ประกอบวิชาชีพ หมายถึง ผู้รับใบอนุญาต ผู้บริหาร กรรมการ เจ้าของสื่อ ผู้ประกอบกิจการ พนักงาน ผู้ปฏิบัติงานในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ หมายถึงผู้ปฏิบัติงานสื่อ ได้แก่ บรรณาธิการ หัวหน้ากองบรรณาธิการ บรรณาธิการบริหาร หรือตำแหน่งควบคุมและดำเนินงานในฝ่าย/กองบรรณาธิการที่เรียกชื่อเป็นอย่างอื่น รวมทั้งผู้สื่อข่าว ผู้เขียนข่าว ผู้เขียนบทความ ผู้ถ่ายภาพ ผู้เขียนภาพ ผู้ที่ทำงานอยู่ในกองบรรณาธิการ และผู้ทำงานเกี่ยวเนื่องกับฝ่ายบรรณาธิการ ต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยหลักจริยธรรมวิชาชีพ ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ผู้ประกอบวิชาชีพพึงยึดมั่นกรอบจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชน หลักเกณฑ์ และแนวปฏิบัติขององค์กรที่กำกับดูแลอย่างเคร่งครัด รวมถึงต้องปฏิบัติหน้าที่โดยสุจริต ยึดมั่นจรรยาบรรณสื่อมวลชนในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร และรักษาไว้ซึ่งเกียรติและศักดิ์ศรีแห่งวิชาชีพ

ข้อ 2 ผู้ประกอบวิชาชีพพึงปฏิบัติหน้าที่โดยไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลทางการเมืองและกลุ่มผลประโยชน์ใดด้วยข้อมูลข่าวสารที่ประโยชน์ต่อสาธารณะ

ข้อ 3 ผู้ประกอบวิชาชีพพึงเคารพสิทธิมนุษยชนและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ เห็นคุณค่าและความสำคัญในความแตกต่างหลากหลายของมนุษย์ ไม่เหยียดหยาม ไม่แบ่งแยก ไม่เลือกปฏิบัติต่อบุคคลเพราะเหตุแห่งความแตกต่างในเรื่องถิ่นกำเนิด เชื้อชาติ ภาษา เพศสภาพ เพศวิถี อายุ ความพิการ สภาพทางกายหรือสุขภาพ สถานะของบุคคล ฐานะทางเศรษฐกิจหรือสังคม ความเชื่อทางศาสนา การศึกษาอบรม

ข้อ 4 ผู้ประกอบวิชาชีพพึงพัฒนาระดับคุณภาพของวิชาชีพทั้งในแง่ของการผลิตและนำเสนอรายการ ให้มีความสำคัญกับการวิจัยผู้รับสารและพัฒนารายการ การรับฟังเสียงสะท้อนจากผู้บริโภค และส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้ฟังและผู้ชมอย่างกว้างขวาง

ข้อ 5 ผู้ประกอบวิชาชีพพึงส่งเสริมสิทธิเสรีภาพในการแสดงออกของประชาชนทุกกลุ่ม และเปิดพื้นที่ให้มีการวิพากษ์ทางความคิดอย่างสร้างสรรค์

แนวปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

เพื่อให้ผู้ประกอบวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ดำรงไว้ซึ่งจรรยาบรรณและจริยธรรม ศักดิ์ศรีแห่งวิชาชีพ และความรับผิดชอบ จึงกำหนดให้มีแนวปฏิบัติ โดยอ้างอิงแนวปฏิบัติจากกรอบจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชนของสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย และสมาคมวิชาชีพโฆษณา ดังนี้

ข้อ 1 มีความซื่อสัตย์สุจริตต่อวิชาชีพ ไม่ประกอบอาชีพหรือวิชาชีพ หรือดำเนินธุรกิจ หรือประพฤตินั้นเป็นการฝ่าฝืนต่อศีลธรรมอันดี หรือเป็นการเสื่อมเสียต่อศักดิ์ศรีและเกียรติคุณแห่งอาชีพและวิชาชีพ หรือมีผลประโยชน์ทับซ้อน

ข้อ 2 นำเสนอหรือเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง โดยยึดหลักความรับผิดชอบต่อสาธารณะ ด้วยความถูกต้อง รอบด้าน ครบถ้วน และเป็นธรรม

ข้อ 3 เคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ สิทธิส่วนบุคคล สิทธิมนุษยชน โดยเฉพาะสิทธิมนุษยชนของเด็ก สตรี และผู้ด้อยโอกาส และไม่ละเมิดสิทธิและเสรีภาพของผู้อื่น รวมถึงสิทธิในครอบครัว

ข้อ 4 ปกป้องและปกปิดแหล่งข่าว รวมทั้งข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องสำคัญที่แหล่งข่าวประสงค์ให้ปกปิด เว้นแต่จะได้รับความยินยอมจากแหล่งข่าว และเห็นได้อย่างชัดเจนว่าการเปิดเผยดังกล่าวไม่เป็นอันตรายต่อแหล่งข่าว

ข้อ 5 ปฏิบัติต่อแหล่งข่าวหรือผู้ที่ถูกพาดพิงอย่างเป็นธรรม โดยไม่ยอมให้อิทธิพลอื่นใดมาครอบงำ หากนำเสนอข้อมูลผิดพลาดต้องดำเนินการแก้ไขโดยทันที พร้อมขอภัยในความผิดพลาด

ข้อ 6 ต้องไม่นำเสนอหรือเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลอันเป็นเท็จที่มีการตัดต่อ ต่อเติม แต่งเติม หรือตกแต่งข่าวสารข้อมูล หรือภาพ หรือเสียง ด้วยเทคนิคหรือกระบวนการใด ๆ โดยเด็ดขาด

ข้อ 7 ต้องไม่นำเสนอหรือเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลที่มีการโฆษณาแฝงหรือการโฆษณาชวนเชื่อมาพร้อมกับข่าวสารและข้อมูลนั้น

ข้อ 8 มีความรับผิดชอบต่อสังคม ระมัดระวังการนำเสนอหรือข่าวสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ภายใต้ขอบเขตแห่งขนบธรรมเนียมประเพณีศีลธรรมอันดีงามของประชาชน มิให้ประชาชนหลงเชื่อใน สิ่งที่ยังงาย และไม่เป็นเครื่องมือในการนำเสนอหรือเผยแพร่สิ่งที่เป็นภัยต่อสังคม หรือกระทบต่อ สาธารณะ

ข้อควรทำ และข้อไม่ควรทำ

สำหรับผู้ประกอบวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์นั้น มีสิ่งที่ผู้ประกอบวิชาชีพในกิจการ กระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ควรตระหนักว่าข้อใดควรทำและข้อใดไม่ควรทำ จากการยกร่าง แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมพื้นฐานสำหรับสื่อมวลชนฯ โดยมีตัวแทนจากองค์กรวิชาชีพ นักวิชาการ ด้านนิติศาสตร์ และการรับฟังความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้อง รวมถึงการทบทวนเอกสารและวรรณกรรม อื่นๆ จึงกำหนดเป็นแนวปฏิบัติในโฆษณา รายการละคร รายการข่าว รายการเกมโชว์และเรียลลิตี้ ทั้งนี้ จะหมายรวมถึงแนวปฏิบัติในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้วย เนื่องจาก มีการใช้ประโยชน์ในช่องทางการ สื่อสารออนไลน์ทั้งในระดับองค์กร ตัวบุคคล และผสมผสานจำนวนมาก ดังต่อไปนี้

(1) “ข้อควรทำและข้อไม่ควรทำในโฆษณา”

คำว่า “การโฆษณา” ในที่นี้มีความหมายถึง

การโฆษณาตรง (Direct advertising) หมายถึง การกระทำการเพื่อให้ประชาชนได้เห็น ได้ยิน หรือได้ทราบข้อความเพื่อประโยชน์ทางการค้าในช่วงระหว่างรายการที่ไม่ใช่ในช่วงเนื้อหาหลักของ รายการ หรือออกอากาศในช่วงเบรก

การโฆษณาแฝง (Indirect advertising) หมายถึง การปรากฏของผลิตภัณฑ์ หรือตราสินค้า และบริการ เข้าไปในส่วนที่เป็นเนื้อหาหลักของรายการ

ช่องทางการโฆษณา (Channel) หมายถึง ช่องทางที่ใช้เป็นสื่อกลางในการโฆษณา ทั้งสื่อกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์

ข้อควรทำ (Dos) ในโฆษณา

ข้อ 1 โฆษณาสินค้าหรือบริการและการบริการธุรกิจในระยะเวลาตามที่กฎหมายกำหนด

ข้อ 2 ผู้ประกอบวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และผู้กระทำการโฆษณา ต้องตระหนักถึงเรื่องจริยธรรมจรรยาบรรณในการโฆษณา และสร้างสรรค์งานโฆษณาโดยแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยนำแนวทางปฏิบัติในด้านการโฆษณาจากคู่มือจริยธรรมวิชาชีพขั้นพื้นฐานและแนวปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559) รวมถึงจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพโฆษณาของสมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย มาใช้กำกับและดูแลตัวเอง โดยเฉพาะการโฆษณาในกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะอ่อนไหวเป็นพิเศษ ได้แก่ กลุ่มเด็กและเยาวชน กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มผู้มีการศึกษาน้อย กลุ่มสตรี หรือกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ

ข้อ 3 ผู้ประกอบวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และผู้กระทำการโฆษณา ควรมีความรู้และความเข้าใจใน พระราชบัญญัติ (พรบ.) พระราชกำหนด (พรก.) พระราชกฤษฎีกา (พรฎ.) กฎกระทรวง ระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ คำสั่ง และหลักเกณฑ์อื่น ๆ ที่กำกับควบคุมดูแลการโฆษณาโดยเฉพาะ และโฆษณาสินค้าและบริการ โดยอยู่ภายใต้บทบัญญัติแห่งกฎหมาย

ข้อ 4 กรณีสินค้าและบริการที่จะต้องขออนุญาตโฆษณา ให้ตรวจสอบเงื่อนไขการโฆษณาก่อนโฆษณา การโฆษณาที่ได้รับอนุญาต จะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ผู้อนุญาตกำหนด

กรณีเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 อนุญาตให้โฆษณาเฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้เชิงสร้างสรรค์สังคม โดยไม่ปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์นั้น เว้นแต่เป็นภาพสัญลักษณ์ของเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์เท่านั้น แต่ห้ามโฆษณาเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ที่อวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นตี๋มโดยตรงหรือโดยอ้อม

กรณียา พ.ร.บ.ยา พ.ศ. 2510 อนุญาตให้โฆษณายาสามัญประจำบ้านทั้งที่เป็นยาแผนโบราณและยาแผนปัจจุบันได้ แต่ต้องขออนุญาตโฆษณา โดยไม่อนุญาตให้โฆษณายาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ

กรณีอาหาร พ.ร.บ. อาหาร พ.ศ. 2552 อนุญาตให้โฆษณาได้ แต่การโฆษณาคุณภาพ ประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหาร เพื่อประโยชน์ในทางการค้า จะต้องนำเสียง ภาพ ภาพยนตร์ หรือข้อความที่จะโฆษณาให้ผู้อนุญาตตรวจพิจารณา ก่อน เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจึงจะโฆษณาได้

กรณีเครื่องมือแพทย์ พ.ร.บ.เครื่องมือแพทย์ พ.ศ. 2551 อนุญาตให้โฆษณาเครื่องมือแพทย์ตามที่กฎหมายกำหนดได้ แต่ต้องได้รับใบอนุญาตจากผู้อนุญาตก่อน

กรณีโฆษณาผลิตภัณฑ์สุขภาพจะต้องมี “ใบอนุญาตให้โฆษณาผลิตภัณฑ์” ซึ่งออกให้โดยเลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา (อ.ย.)

กรณียาสูบ พ.ร.บ.ควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2560 ห้ามโฆษณาสื่อสารการตลาด ผลิตภัณฑ์ยาสูบในทุกรูปแบบ

กรณีนมผง พ.ร.บ.ควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ. 2560 ห้ามผู้ใดโฆษณาอาหารสำหรับเด็กเล็กโดยใช้ข้อความเกี่ยวกับทารกหรือเด็กเล็กในสื่อโฆษณาที่มีลักษณะเชื่อมโยงหรือทำให้เข้าใจได้ว่าเป็นอาหารสำหรับทารกหรือเหมาะสมสำหรับใช้เลี้ยงทารก

ข้อ 5 กรณีสินค้าที่จะต้องขออนุญาตโฆษณา จะต้องบอกเลขที่ใบอนุญาตสินค้าและเลขที่สินค้าที่ได้รับอนุญาตโฆษณา และต้องเป็นใบอนุญาตที่ยังไม่หมดอายุการโฆษณา ทั้งนี้ ต้องสามารถเห็นได้อย่างชัดเจนในโฆษณา ยกเว้นในสื่อวิทยุกระจายเสียงที่ไม่ต้องแสดง

ข้อ 6 กรณีสินค้าและบริการที่จะต้องแสดงคำเตือน ให้ปฏิบัติตามรายละเอียดในการแสดงคำเตือนตามที่กฎหมายกำหนดไว้อย่างเคร่งครัด การแสดงคำเตือนในส่วนเสียงโฆษณาคควรให้ฟังได้อย่างชัดเจนทุกพยางค์ในระยะเวลาตามที่กฎหมายกำหนด การแสดงคำเตือนในส่วนตัวอักษรควรใช้รูปแบบตัวอักษรที่สามารถอ่านได้ง่ายและเข้าใจได้ชัดเจน รวมถึงมีขนาดความสูงของตัวอักษร กรอบตัวอักษร และตำแหน่งการวางตัวอักษรเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด

ข้อ 7 การโฆษณาสินค้าและบริการ โดยใช้บุคคลผู้มีชื่อเสียง เช่น ดารา เซเลบริตี้ บล็อกเกอร์ เน็ตไอดอล โดยเฉพาะในช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ผู้กระทำการโฆษณานั้น ๆ จะต้องเปิดเผยข้อมูลที่สามารถเห็นได้อย่างชัดเจนในโฆษณาว่าได้รับผลประโยชน์ตอบแทนจากสินค้าหรือบริการและการบริการธุรกิจ ทั้งนี้ ต้องโฆษณาโดยมีความรับผิดชอบต่อสังคม รมั้ดระวังการกระทำการใด ๆ อันอาจนำมาซึ่งความเสื่อมเสียในจริยธรรม ศีลธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมอันดีงาม

ข้อ 8 ผู้ประกอบวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์และผู้กระทำการโฆษณาควรมีความรับผิดชอบต่อข้อความสนทนา กริยาท่าทาง การแต่งกาย ของผู้แสดงแบบในโฆษณา รวมทั้งให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์โฆษณาอย่างมีจรรยาบรรณทุกขั้นตอน ตั้งแต่การเขียนบทโฆษณา การคัดเลือกผู้แสดงแบบ การกำกับการแสดงโฆษณา

ข้อ 9 ควรโฆษณาโดยระบุคุณสมบัติของสินค้าและบริการอย่างตรงไปตรงมา อธิบายประโยชน์หรือคุณค่าอย่างชัดเจน ข้อความโฆษณาหรือคำกล่าวอ้างควรเป็นความจริงที่สามารถพิสูจน์ได้ สำหรับข้อความโฆษณาที่ได้อ้างอิงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสถิติ ตัวเลข รายงานทางวิชาการ หรือรางวัลใด ๆ ที่มีอยู่แล้ว ผู้กระทำการโฆษณาจะต้องมีหลักฐานและพร้อมแสดงยืนยันต่อคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

ข้อ 10 ควรโฆษณาโดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอย่างถูกต้องและเพียงพอ

ข้อ 11 ควรโฆษณาสินค้าและบริการ โดยเฉพาะสินค้าอาหารและยา โดยสนับสนุนให้ผู้บริโภค อ่านข้อมูลตามฉลากโภชนาการบนผลิตภัณฑ์อย่างระมัดระวัง และตรวจสอบฉลากโภชนาการก่อนการ เลือกซื้อ

ข้อ 12 ควรโฆษณาสินค้าและบริการสำหรับเด็กโดยมีความตระหนักว่าเด็กยังขาดวิจารณญาณ ในการแยกแยะหรือทำความเข้าใจกับวัตถุประสงค์ของการโฆษณาในแบบผู้ใหญ่ได้ และผู้กระทำการ โฆษณาต้องมีความรับผิดชอบเป็นพิเศษในการสร้างสรรค์โฆษณาให้มีเนื้อหาเชิงบวก เช่น การส่งเสริม ให้เกิดมิตรภาพ ความปรองดอง ความสุภาพ ความสามัคคี ความซื่อสัตย์ ความมีวินัย และการให้เกียรติ ผู้อื่น เป็นต้น

ข้อ 13 ควรโฆษณาสินค้าและบริการ ในลักษณะการส่งเสริมสังคม ศีลธรรม หรือวัฒนธรรม อันดีงาม รวมถึงเคารพต่อศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ศาสนา สังคม วัฒนธรรม เชื้อชาติ ชาติพันธุ์ เพศสภาพ รูปพรรณสัณฐาน สีผิว อายุ การศึกษา และความเชื่อของสังคมนั้น ๆ ตลอดจนใช้คำพูด สุภาพ เหมาะสม

ข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในโฆษณา

ข้อ 1 ไม่โฆษณาสินค้าและบริการที่ผิดกฎหมาย หรือสินค้าและบริการที่ไม่ได้รับอนุญาตให้ โฆษณา

ข้อ 2 ไม่โฆษณา โดยนำเสนอเนื้อหา ภาพ ข้อความ และเสียง ในลักษณะของการตอกย้ำ ดูถูก ดูหมิ่น ไม่สื่อไปในทางเหยียดหยาม หรือทับถมบุคคลอื่น ในเรื่องศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ สังคม วัฒนธรรม เชื้อชาติ ชาติพันธุ์เพศสภาพ รูปพรรณสัณฐาน ความพิการ สีผิว อายุ การศึกษา ศาสนา ความเชื่อของสังคมนั้น ๆ หรือสิ่งอันเป็นที่เคารพสักการะของบุคคลทั่วไป หรือนำมาเป็นจุดขายแทน สินค้าและบริการในลักษณะละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

ข้อ 3 ไม่โฆษณา โดยนำเสนอเนื้อหา ภาพ ข้อความ และเสียง ที่จะสนับสนุนโดยตรงหรือ โดยอ้อมให้มีการทำผิดกฎหมาย ขัดต่อความสงบเรียบร้อย ศีลธรรม วัฒนธรรมอันดี หรือโฆษณาที่จะ ทำให้เกิดความแตกแยก เสื่อมความสามัคคีระหว่างคนในชาติ หรือข้อความที่กระทบกระเทือนต่อ สัมพันธไมตรีระหว่างประเทศไทยกับต่างประเทศ

ข้อ 4 ไม่โฆษณา โดยนำเสนอเนื้อหา ภาพ ข้อความ และเสียง ที่ทำให้เกิดความเข้าใจผิดใน สารสำคัญเกี่ยวกับสินค้าและบริการ หรืออื่น ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ด้วยการโอ้อวด อดอ้าง สรรพคุณ คุณประโยชน์ คุณภาพ ปริมาณ มาตรฐาน ส่วนประกอบหรือแหล่งกำเนิด อันเป็นเท็จ หรือ เกินความจริง ไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง ยังไม่สามารถสรุปได้ว่าเป็นจริงหรือไม่ จนทำให้ผู้บริโภค เกิดความเข้าใจผิดในประสิทธิภาพหรือผลลัพธ์ของสินค้าและบริการ

ข้อ 5 ไม่โฆษณา โดยบิดเบือน ตัด ลดทอนเนื้อหา ภาพ ข้อความ หรือให้ข้อมูลในลักษณะที่แตกต่างหรือคลาดเคลื่อนไปจากผลงานวิจัย รายงานทางวิทยาศาสตร์ หรืออ้างอิงศัพท์เทคนิค ศัพท์สถิติ หรือใช้ศัพท์ทางวิทยาศาสตร์ เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดเกี่ยวกับคุณสมบัติหรือสรรพคุณของสินค้าและบริการ

ข้อ 6 ไม่โฆษณา โดยใช้ความศรัทธาส่งเสริมธรรมชาติ ความเชื่อถือเกี่ยวกับไสยศาสตร์ หรือไม่ใช้วิธีการดูหมิ่นความเชื่อหรือสิ่งอันเป็นที่เคารพสักการะ เพื่อโน้มน้าวชักจูงใจ หรือใช้เป็นจุดขายสินค้า

ข้อ 7 ไม่โฆษณา โดยนำเสนอเนื้อหา ภาพ ข้อความ และเสียง ด้วยวิธีการเลียนแบบหรือล้อเลียนเครื่องหมายการค้า คำขวัญ หรือข้อความสำคัญจากการโฆษณาอื่น ทั้งที่เป็นประเภทสินค้าและบริการเดียวกัน หรือสินค้าและบริการอื่น ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม

ข้อ 8 ไม่โฆษณา โดยนำเสนอเนื้อหา ภาพ ข้อความ และเสียง ด้วยวิธีการเลียนแบบรายการข่าว หรือรายการสัมภาษณ์ โดยอาศัยความสำคัญผิดของผู้บริโภคมาเป็นเครื่องมือในการจูงใจให้ซื้อสินค้าและบริการ ทั้งนี้ ให้ระบุคำว่า “พื้นที่โฆษณา” หรือ “Advertorial” ให้ผู้บริโภคได้ยินหรือได้เห็นอย่างชัดเจน

ข้อ 9 ไม่โฆษณา โดยอ้างถึงตัวบุคคล หรือสถาบัน โดยที่ตัวบุคคล หรือสถาบันนั้นไม่มีตัวตนอยู่จริงและไม่ได้ใช้สินค้าและบริการ หรือชมการแสดงนั้นจริง และไม่ใช้ภาพที่ไม่สอดคล้องกับสินค้าและบริการ หรือใช้ภาพสินค้าและบริการอื่นที่ไม่ใช่ของจริงในการโฆษณาจนกระทั่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิด

ข้อ 10 ไม่โฆษณา โดยมีเนื้อหา ภาพ ข้อความ และเสียง ที่เชิญชวนให้เด็กหรือผู้เยาว์บริโภคจนเกินขอบเขต ไม่ใช้วิธีการส่งเสริมการขายในทุกรูปแบบ ไม่ใช่หุ่น ตัวการ์ตูน บุคคล และตัวละครที่เด็กรู้จักเป็นอย่างดี หรืออยู่ในรายการสำหรับเด็ก มาใช้รับรองสินค้าและบริการ รวมทั้งการกระทำใด ๆ ในลักษณะเดียวกัน มาใช้เป็นเครื่องมือในการจูงใจเพื่อให้ซื้อสินค้าและบริการ

ข้อ 11 ไม่โฆษณา โดยนำเสนอเนื้อหาหรือภาพที่ไม่เหมาะสม เช่น การใช้ภาพผู้หญิงหรือภาพผู้ชาย หรือภาพเด็กผู้หญิงหรือภาพเด็กผู้ชายในทางสื่อความหมายถึงวัตถุทางเพศ ยั่วยุกามารมณ์ หรือการใช้ข้อความและเสียงที่ล่อแหลม สับตบ สองแง่สองง่ามที่มีความหมายหยาบคาย หยาบโลน หรือการใช้เนื้อหา ภาพ ข้อความ และเสียง ของผู้มีความหลากหลายทางเพศในโฆษณาด้วยภาพลักษณ์ตัวตลก หมกมุ่นเรื่องเพศ ใช้คำพูดและการกระทำที่ไม่เหมาะสม

ข้อ 12 ไม่โฆษณาสินค้าและบริการที่มีลักษณะการส่งเสริมการขายด้วยการลด แลก แจก แถม โดยใช้ข้อความที่มีลักษณะกำกวม หรือไม่ระบุระยะเวลาเริ่มต้นและสิ้นสุดในการจัดการส่งเสริมการขายนั้น ๆ

ข้อ 13 ไม่โฆษณา โดยใช้เนื้อหา ภาพ ข้อความ เสียง หรือเครื่องหมายทางการค้า หรือเครื่องหมายอื่น ๆ ของผู้กระทำการโฆษณา/ผู้ประกอบการธุรกิจ รวมอยู่กับข้อความที่ถวายพระพรหรือข้อความอย่างอื่นที่อ้างอิงเกี่ยวกับพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท หรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์

**ข้อมูลเพิ่มเติม

(1) การร้องเรียนการดำเนินการที่ถือเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภคโดยอาศัยการใช้เครือข่าย หรือการโฆษณา อันมีลักษณะเป็นการค้ากำไรเกินควร หรือก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ ร้องเรียนได้ที่สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ช่องทางในการร้องเรียน ประกอบด้วย

โทรศัพท์ หมายเลข 1200 ฟรีไม่เสียค่าใช้จ่าย
อีเมล 1200@nbt.go.th
เว็บไซต์ <https://bcp.nbt.go.th/report>

(2) การร้องเรียนโฆษณาอาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพกับ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ช่องทางในการร้องเรียนหรือสอบถามข้อมูล ประกอบด้วย

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดหรือโรงพยาบาลทุกที่
ศูนย์เฝ้าระวังและรับเรื่องร้องเรียนผลิตภัณฑ์สุขภาพ สายด่วน 1556
ตู้ปณ.1556 ปณฝ.กระทรวงสาธารณสุข.นนทบุรี 11004
อีเมล1556@fda.moph.go.th

ร้องเรียนด้วยตนเอง (หรือกรณีมีตัวอย่างผลิตภัณฑ์มามอบให้) ได้ที่ ศูนย์จัดการเรื่องร้องเรียนและปราบปรามการกระทำผิดกฎหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

(3) ระบบร้องทุกข์ผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคช่องทางในการร้องเรียน ประกอบด้วย

สายด่วน สคบ. 1166
ร้องเรียนผ่านระบบออนไลน์ได้ที่
http://complain.ocpb.go.th/OCPB_Complains/Home/Index/TH
ตู้ ปณ. 99 กรุงเทพฯ 10300
ร้องเรียนด้วยตนเองที่

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
อาคารรัฐประศาสนภักดี ชั้น 5 ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ถนนแจ้งวัฒนะ
แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 10210

กรณีศึกษาโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ผิดกฎหมาย¹

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร “ซันคลารา” โฆษณาอวดสรรพคุณเกินจริงทางวิทยุชุมชน แผ่นพับ และเว็บไซต์ <http://www.starsunshine.com> โดยมีข้อความโฆษณาสรรพคุณป้องกันโรคต่าง ๆ ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ตรวจสอบพบว่า มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร “ซันคลารา” ดังกล่าวจริง โดยระบุข้อความโฆษณา เช่น “...ผิวสวย หน้าใส ภายใน กระชับ ช่วยให้ผนังเส้นเลือดโดยเฉพาะเส้นเลือดดำ (veins) มีความแข็งแรงเพิ่มขึ้น ต่อต้านอนุมูลอิสระ ลดความเสี่ยงต่อโรคหัวใจและหลอดเลือด ป้องกันเบาหวาน ช่วยให้น้ำหนักลดลง ป้องกันความผิดปกติของผิวหนัง ป้องกัน โรคพาร์กินสันและอัลไซเมอร์...” เป็นต้น

ทั้งนี้ ข้อความโฆษณาดังกล่าวไม่ได้รับอนุญาตโฆษณาจาก อย. ถือว่ามีความผิดตามกฎหมาย ในข้อหาโฆษณาคุณประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหารโดยไม่ได้รับอนุญาต มีโทษปรับไม่เกิน 5,000 บาท โดยได้ดำเนินคดีกับบริษัท สตาร์ ซันไชน์ จำกัด ผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ซึ่งรับว่าเป็นผู้จัดทำข้อความโฆษณาอวดอ้างสรรพคุณ พร้อมทั้งมีหนังสือ ไปยังบริษัทฯ เพื่อระงับการโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารดังกล่าวในทุกสื่อแล้ว

กรณีศึกษาโฆษณาผลิตภัณฑ์กระทะโคเรียคิง

ผลิตภัณฑ์กระทะ ยี่ห้อ Korea King ว่ามีการเข้าขายโฆษณาโดยตั้งราคาเกินจริง ไม่มีการอ้างอิงที่มาของราคาที่จำหน่าย ทำให้เข้าข่ายว่าเป็นการโฆษณาที่ไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าเป็นไปตามนั้น และถือเป็นการโฆษณาไม่เป็นธรรม เรียกว่า Fake Original Price หรือการปลอมราคาจริง

ทั้งนี้ มาตรา 47 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค บัญญัติว่า ผู้ใดโดยเจตนาก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิด สภาพคุณภาพ ปริมาณ หรือสาระสำคัญประการอื่นอันเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไม่ว่าจะเป็นของตนเอง หรือผู้อื่นโฆษณาหรือโฆษณา ที่มีข้อความอันเป็นเท็จหรือข้อความที่รู้หรือควรรู้อยู่แล้วว่าอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดเช่นนั้น ต้องระวาง โทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

¹ <http://women.thaiza.com/อย-เตือน-ซันคลารา-โอสรรพคุณเกินจริง/225140/>

(2) “ข้อควรทำและข้อไม่ควรทำในรายการละครโทรทัศน์”

รายการละครโทรทัศน์ หมายถึง รายการที่นำเสนอเรื่องราวโดยใช้การแสดงตามบทบาทในเรื่องราวที่แต่งขึ้นหรือดัดแปลงจากเรื่องจริง เพื่อสื่อความหมายเกี่ยวกับ สาระข้อคิด คติเตือนใจ และความบันเทิงไปสู่ผู้ชม โดยอาศัยองค์ประกอบและเทคนิคทางการละคร ศิลปะการแสดง เทคนิคการถ่ายทำ การตัดต่อลำดับภาพ และการให้เสียงดนตรีและเสียงประกอบ เพื่อให้เรื่องราวมี่ความสมจริงสมจัง ผู้ชมเกิดความรู้สึกคล้อยตาม ทั้งประเภท Drama, Sit-com และ Series

ข้อควรทำ (Dos) ในรายการละครโทรทัศน์ (Drama , Sit-com และ Series)

ข้อ 1 ให้ความสำคัญในการผลิตรายการละครที่มีเนื้อหาส่งเสริมการเรียนรู้ เช่น การคิดเป็นระบบ ความรู้ทางวิชาการด้านต่าง ๆ การพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ทักษะการใช้ชีวิตในสังคม การยอมรับความแตกต่างที่หลากหลายในสังคม

ข้อ 2 ต้องแสดง “เรต” กำกับรายการละครให้ตรงกับเนื้อหาด้านในอย่างถูกต้อง ได้แก่

“ป” รายการสำหรับเด็กปฐมวัย อายุ 3-5 ปี

“ด” สำหรับเด็ก อายุ 6-12 ปี

“ท” สำหรับผู้ชมทุกวัย

“น 13” เหมาะกับผู้ชมที่มีอายุ 13 ปีขึ้นไป ผู้ชมที่มีอายุน้อยกว่า 13 ปี ควรได้รับคำแนะนำ และต้องออกอากาศหลัง 20.30-05.00 น.

“น 18” เหมาะกับผู้ชมที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ผู้ชมที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี

ควรได้รับคำแนะนำ ออกอากาศหลัง 22.00-05.00 น.

“ฉ” รายการเฉพาะไม่เหมาะสำหรับเด็กและเยาวชน ออกอากาศหลัง 24.00 น. และควรจัดเวลาออกอากาศให้เหมาะสม โดยพิจารณาจากเนื้อหา จำนวนผู้ชมในช่วงเวลานั้น ๆ ลักษณะเฉพาะของสถานี รายการก่อนหน้านั้น

ข้อ 3 ควรส่งเสริมให้มีละครที่แสดงออกถึงความรัก ความผูกพัน และความสัมพันธ์อันดีของคนในครอบครัว เพื่อเป็นรากฐานในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ของสังคม

ข้อ 4 หากผลิตรายการละครที่มีเนื้อหาในเชิงประวัติศาสตร์ จะต้องค้นคว้า ศึกษาข้อมูลอย่างละเอียดและถูกต้องตามความเป็นจริง แต่หากมีการดัดแปลงเพิ่มเติมเพื่อความบันเทิง ต้องระบุข้อความอย่างชัดเจนว่าเป็นการอ้างอิงโครงเรื่องเชิงประวัติศาสตร์

ข้อ 5 รายการละครที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับชีวประวัติของบุคคล จะต้องได้รับความยินยอมจากผู้นั้นก่อน และพึงระวังไม่ให้เกิดผลกระทบใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้กับครอบครัวและผู้ที่เกี่ยวข้อง

ข้อ 6 ควรคัดเลือกนักแสดงให้เหมาะสมกับตัวละคร กรณีนำเด็กและเยาวชนมาใช้เป็นตัวแสดง จะต้องระมัดระวังเขียนบทให้พูดและแสดงท่าทีที่เหมาะสม การแต่งกายที่สุภาพ ถูกต้องตามกาลเทศะ และตามกติกาสากล ระมัดระวังไม่ให้ทั้งตัวละคร/นักแสดงเด็กและเยาวชนถูกละเมิดสิทธิหรือส่งผลกระทบต่อสุขภาพในการดำเนินชีวิต

ข้อ 7 ควรนำเสนอละครที่มีเนื้อหาส่งเสริมทัศนคติเชิงบวกของกลุ่มบุคคล อาชีพที่หลากหลาย หรือละครที่ส่งเสริมความมานะพยายาม การประกอบอาชีพสุจริต รวมทั้งควรสะท้อนชีวิตจริงของบุคคล อาชีพของทุกชนชั้น และหลากหลายอาชีพ

ข้อ 8 ควรนำบทประพันธ์ที่ทรงคุณค่า ในเชิงสร้างสรรค์สังคม สอดคล้องกับยุคสมัย หรือละครสร้างสรรค์ ช่วยแก้ปัญหาให้กับสังคมด้วยการเป็นแบบอย่างที่ดี และสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้ชม โดยเฉพาะเยาวชนและผู้ที่ยังมีโอกาสในสังคม

ข้อ 9 ควรแสดงคำเตือน/หรือคำแนะนำ ในฉากที่สุ่มเสี่ยงอันตรายต่อการเลียนแบบและเข้าใจผิด เช่น คำเตือนในฉากเล่นไฟว่า “การพนันเป็นสิ่งผิดกฎหมาย” รวมถึงในแต่ละตอนของละครควรสอดแทรกผลของการกระทำ ทั้งดีและไม่ดี เพื่อให้ผู้ชมรับทราบผลของการกระทำนั้นในทันทีทันใด

ข้อ 10 ควรเสนอเนื้อหา/สอดแทรกเนื้อหาที่ส่งเสริมด้านศาสนา วัฒนธรรม และประเพณีอันดีงามของชาติ รวมถึงการเสริมสร้างความรักสามัคคีปรองดองของคนในชาติ การรักษาดีริกแผ่นดิน

ข้อ 11 นักแสดง (ตัวละคร) ควรใช้ภาษาอย่างถูกต้อง เหมาะสมตามกาลเทศะและบทบาท

ข้อ 12 ควรเสนอเนื้อหาละครที่เคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ เคารพความแตกต่างทางวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ เชื้อชาติ ศาสนา เพศสภาพ และการอยู่ร่วมกันของผู้คนหลากหลายชาติพันธุ์

ข้อ 13 ผู้ผลิตรายการละครควรมีความรับผิดชอบต่อเนื้อหา ภาพ ข้อความ และมีความรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งให้ความสำคัญกับการผลิตละครอย่างมีจรรยาบรรณทุกขั้นตอน ตั้งแต่การผลิต การถ่ายทำ การสร้างสรรค์งานศิลป์ การเขียนบท การคัดเลือกนักแสดง การกำกับการแสดง

ข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในละครโทรทัศน์ (Drama , Sit-com และ Series)

ข้อ 1 ไม่นำเสนอฉากสูบบุหรี่ ยาสูบ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การใช้ยาเสพติด การพนัน และอบายมุขต่าง ๆ และต้องไม่นำเสนอในลักษณะชี้หน้า เชื้อเชิญ หรือเน้นวิธีการเล่น/การเสพจนเห็นเด่นชัด หรือให้ความหมายว่าการกระทำเหล่านี้เป็นสิ่งดี

ข้อ 2 ไม่นำเสนอเนื้อหา ภาพ ข้อความ และเสียง ที่เข้าลักษณะ ลามก อนาจาร ยั่วยุทางเพศ และกามารมณ์ หรือแสดงถึงความรุนแรงทางเพศหรือการล่วงละเมิดทางเพศ หรือกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมลอกเลียนแบบในทางเพศ หรือมีเนื้อหาทางเพศ ฉากโป๊เปลือย การกระทำรุนแรงทางเพศ ฉากข่มขืน ฉากวิปริตทางเพศ ภาพบุคคลร่วมเพศที่ชัดเจน ตลอดจนภาพเล่าโลมหรือการจูบหรือฉากพิศวาสที่ต่อเนื่องนานเกินไป จนเป็นที่เข้าใจได้ว่าจะมีเพศสัมพันธ์ ทั้งนี้ ควรดูบริบทประกอบ และลดทอนความรุนแรงด้วยการเบลอภาพ หรือการบังภาพ เป็นต้น

ข้อ 3 ไม่นำเสนอเนื้อหา ภาพ ข้อความ และเสียง ในลักษณะโกหก หลอกลวง บิดเบือนความเป็นจริง ไม่มีสาระ การส่งเสริมค่านิยมผิด ๆ หรือตอกย้ำค่านิยมเดิม ๆ ซึ่งอาจชักจูงให้ผู้ชมหลงเชื่อ วมถึงหลีกเลี่ยงการนำเสนอเนื้อหาที่ชักจูงให้ผู้ชมเกิดความเชื่ออิทธิฤทธิ์ ปาฏิหาริย์ ไสยศาสตร์ ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ข้อ 4 ไม่นำเสนอบทพูดที่รุนแรง ต่ำทอ ก้าวร้าว หยาบคาย ใช้ภาษาส่อไปทางลามกอนาจาร สองแง่สองง่าม ล่อแหลม หมิ่นเหม่ ปลุกเร้าอารมณ์ทางเพศ หรือเชิญชวนให้มีเพศสัมพันธ์ ดูถูกเหยียดหยามทางเพศ

ข้อ 5 ไม่นำเสนอภาพความรุนแรง ทารุณโหดร้าย ขาดมนุษยธรรม เช่น การใช้อาวุธปืนจ่อยิงในระยะประชิด การใช้ของมีคม ปาด กรีดหรือเสียบส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกาย แสดงวิธีการฆ่า เช่น การแขวนคอ จับกดน้ำ การซ้อม การกระทำทารุณกรรม หรือวิธีทำร้ายตัวเอง

ข้อ 6 ไม่เสนอภาพสยดสยอง อุจาดตา เช่น ภาพหน้าผู้ตายหรือร่างกายที่มีร่องรอยการบาดเจ็บหรือสภาพศพที่ไม่น่าดูในระยะใกล้ การชำแหละศพ ชิ้นส่วนศพ และอวัยวะต่าง ๆ อย่างชัดแจ้ง ทั้งนี้ ควรดูบริบทประกอบ และลดทอนความรุนแรงด้วยการเบลอภาพ หรือการบังภาพ เป็นต้น

ข้อ 7 ไม่นำเสนอเนื้อหา ภาพ ข้อความ และเสียง ที่มีประเด็นอ่อนไหวทางสังคม ฉากล้อเลียนกลุ่มเฉพาะ การเหยียดเชื้อชาติ สีผิว เพศสภาพ ชาติพันธุ์ ชนชั้น ศาสนา ลัทธิ กลุ่มชน และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ หรือหากต้องนำเสนอจะต้องมีบทละครที่สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในละครเรื่องเดียวกันในบริบทและเนื้อหาที่ใกล้เคียงกัน ไม่นำเสนอในลักษณะชี้หน้า ชักจูง ให้เกิดการดูถูกเหยียดหยาม และเกิดการเลือกปฏิบัติ

ข้อ 8 การแต่งกายของนักแสดงจะต้องเหมาะสมกับบทบาท ไม่แต่งกายที่ล่อแหลม หรือโปรงใส รัศรูป หรือสื่อเจตนาเชิญชวน ยั่วให้เกิดอารมณ์

ข้อ 9 ไม่ควรนำเสนอละครที่มีเนื้อหากระทบต่อสถาบันครอบครัว ในลักษณะชู้สาว นอกใจ สะท้อนความแตกแยกในครอบครัว ที่เป็นไปในแนวทางที่อาจสร้างความเข้าใจผิดว่าเป็นเรื่องที่ถูกต้อง ปกติ ธรรมดาของสังคม

ข้อ 10 ไม่นำเสนอเนื้อหาที่แสดงออกทางการเมืองในลักษณะกระทบกระเทือนต่อความมั่นคงของชาติ ก่อให้เกิดการแตกแยกในสังคม หรือการแตกความสามัคคีของคนในชาติ

ข้อ 11 ไม่นำเสนอเนื้อหาที่อาจกระทบกระเทือน ดูหมิ่น เหยียดหยามประเทศชาติ ศาสนา และสถาบันกษัตริย์ รวมทั้งประเทศเพื่อนบ้าน

ข้อ 12 ไม่ควรแฝงโฆษณาโดยจงใจในระดับแก่นของเนื้อหาละครหรือบทสนทนาของตัวละคร เพื่อให้ผู้บริโภคได้เห็น ได้ยิน หรือทราบข้อความ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ตรายี่ห้อ หรือบริการ

กรณีศึกษาการเผยแพร่เนื้อหาและถ้อยคำที่ไม่เหมาะสม

ละครเรื่อง “คนละขอบฟ้า” ออกอากาศทางช่อง 3 เมื่อวันที่ 3 มกราคม 2560 เวลา 20.20 – 22.30 ได้เผยแพร่เนื้อหาและถ้อยคำที่ไม่เหมาะสม โดยเฉพาะการใช้ถ้อยคำของพระเอก ที่เป็นบทพูด ในลักษณะการดูถูกเหยียดหยามทางเพศ แม้บทของตัวละครผู้หญิงจะมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมด้วยการยั่ววนพระเอก ซึ่งบทพูดของพระเอกคือ

"ตัว สกปรก จะขอมืออะไรกับพี่สาวบ้านทั้ง ๆ ที่เมียเขานอนอยู่ในบ้าน ทำตัวทุเรศยิ่งผู้หญิง หากิน เห็นแววตั้งแต่เข้ามาอยู่ในบ้าน นอโผล่เป็นแขนง ไล่ยังงี้ก็ไม่ไป ตันยางยังมีน้ำยาง...รู้จักหรือ เปล่าอย่างอายอะ พี่รักเมียพี่คนเดียว ต่อให้น้องมาแก้ผ้าต่อหน้าพี่ พี่ก็ไม่หวั่นไหวหรอกนะ"

หรือกรณีที่พระเอกตำหนิตัวละครผู้หญิงอีกหนึ่งคนด้วยถ้อยคำรุนแรงและเป็นคำพูดในลักษณะที่จะนำไปสู่การฆ่าตัวตาย

"พลีกายให้ผู้ชายคนอื่นว่าแล้ว แต่นี่เสนอตัวให้เพื่อนผัวตัวเอง ชั่ว ! ถ้าอยากมีผัวนักก็เข้าไป สวนยาง เผื่อคนงานจะช่วยสงเคราะห์ให้ ผู้หญิงอย่างเธอมันน่าขยะแขยง หน้าด้าน ไร้ยางอาย ตายซะ ได้ก็ดี รีบไปตายซะ เป็นวิญญาณก็ไม่ต้องมาหา รังเกียจ ทุเรศ แล้วก็สมเพศในสิ่งที่เธอทำ"

แม้กรณีที่เกิดขึ้นจะไม่มีกรรณการร้องเรียนต่อองค์กรต่าง ๆ ถึงความไม่เหมาะสมต่อการใช้ถ้อยคำ แต่ผลตอบรับการรับชมละครตอนดังกล่าวในโลกออนไลน์นั้นเป็นไปในทิศทางที่สนับสนุนการกระทำของพระเอก ซึ่งหากยังมีการเสนอละครและบทพูดในลักษณะเช่นนี้อย่างต่อเนื่อง อาจเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้สังคมไทยเสพติดความรุนแรงมากขึ้น

กรณีศึกษาการนำเสนอเนื้อหาและฉากที่แสดงถึงความรุนแรงทางร่างกายและจิตใจ

ละครเรื่อง Club Friday To Be Continued ตอน เพื่อนรักเพื่อนร้าย ทางช่องรายการ GMM 25 มีเนื้อหาไม่เหมาะสม เนื่องจากมีฉากที่แสดงถึงความรุนแรงทางร่างกายและจิตใจ นำเสนอภาพลักษณ์ที่ขัดต่อศีลธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีการเสนอฉากข่มขืน คณะอนุกรรมการด้านผังรายการและเนื้อหาได้เสนอให้ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) พิจารณาโทษทางปกครองในฉากที่มีการข่มขืนล่วงละเมิดทางเพศต่อสตรี และฉากที่นำใบหน้าของผู้หญิงไปแนบต่อรถจักรยานยนต์จนทำให้หน้าเสียโฉม อันอาจเข้าข่ายการกระทำผิดตามมาตรา 37 พ.ร.บ. ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551 รวมทั้งเห็นว่า บริษัท จีเอ็มเอ็ม แชนแนล จำกัด ในฐานะผู้รับใบอนุญาตช่องดิจิทัลทีวีช่อง GMM 25 ควรปรับเปลี่ยนการจัดระดับความเหมาะสมของละครจาก ท รายการที่เหมาะสมสำหรับผู้ชมทุกวัย เป็นระดับ น 18 รายการที่เหมาะสมกับผู้ชมที่มีอายุ 18 ปี ผู้ชมที่อายุน้อยกว่า 18 ปีควรได้รับคำแนะนำและหากจะนำละครมาออกอากาศซ้ำ (Rerun) ให้ตัดฉากที่ไม่เหมาะสมออกด้วย

(3) “ข้อควรทำและข้อไม่ควรทำในรายการข่าว

รายการข่าว หมายถึง รายการที่จัดทำขึ้นเพื่อรายงานเหตุการณ์สำคัญ ๆ ที่เกิดขึ้นแล้วในวันหนึ่ง ๆ อาจแยกย่อยได้หลายประเภท เช่น ข่าวการเมือง ข่าวอาชญากรรม ข่าวต่างประเทศ ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวสังคม ข่าวกีฬา ข่าวการศึกษา และข่าวบันเทิง เป็นต้น สำหรับข้อควรทำและข้อไม่ควรทำในรายการข่าวนี้อาจครอบคลุมทั้ง เนื้อหาข่าว การพาดหัวข่าว และการนำเสนอความนำหรือตัวโปรย

ข้อควรทำ (Dos) ในรายการข่าว

ข้อ 1 นำเสนอข่าวด้วยข้อมูลที่ถูกต้องโดยตรวจสอบและกลั่นกรองอย่างรอบคอบก่อนเผยแพร่สู่สาธารณชน เพื่อป้องกันการนำเสนอที่คลาดเคลื่อนอันอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในวงกว้างได้

ข้อ 2 นำเสนอข่าวด้วยข้อมูลรอบด้าน โดยพิจารณาจากแหล่งข่าวประเภทต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น ๆ เช่น แหล่งข่าวบุคคล แหล่งข่าวเอกสาร แหล่งข่าวจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ แหล่งข่าวจากสังคมออนไลน์ แหล่งข่าวจากการสำรวจข้อมูลหรือประชามติ เป็นต้น

ข้อ 3 นำเสนอข่าวด้วยความเป็นธรรม โดยวางตนเป็นกลางต่อทุกกรณี

ข้อ 4 คำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน โดยให้เกียรติแหล่งข่าว ระมัดระวังคำพูด การตั้งคำถามการกระทำที่อาจเข้าข่ายละเมิดละล้างหรือละเมิดความเป็นส่วนตัวของแหล่งข่าว รวมทั้งป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นกับแหล่งข่าวอันเนื่องมาจากการเปิดเผยข้อมูลต่าง ๆ ให้กับสื่อมวลชน

ข้อ 5 เคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ เช่น ความแตกต่างทางศาสนา สังคม วัฒนธรรม เชื้อชาติ ชาติพันธุ์ เพศสภาพ รูปพรรณสัณฐานการศึกษา เป็นต้น โดยระมัดระวังคำพูด การตั้งคำถาม การแสดงออกที่อาจทำให้แหล่งข่าวรู้สึกว่าการกำลังโดนดูถูกหรือนำสมเพชเวทนา

ข้อ 6 รายการอ่านข่าว รายการเล่าข่าว และการรายงานข่าว ควรรายงานตามข้อเท็จจริงที่หลีกเลี่ยงการแสดงความคิดเห็นส่วนตัว และคำนึงถึงการใช้น้ำเสียงในแต่ละข่าวที่นำเสนอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข่าวที่อ่อนไหวต่อความรู้สึก เช่น ความรุนแรงทางเพศ ครอบครัว เด็กและเยาวชน ความขัดแย้งในสังคม เป็นต้น

ข้อ 7 รายการวิเคราะห์ข่าว และรายการสัมภาษณ์ข่าว ผู้ประกาศข่าวต้องศึกษาข้อมูลรอบด้านอย่างละเอียดถี่ถ้วน มีความสามารถในการตีความ สรุปความ เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ข่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ เรียนรู้การตั้งคำถามที่ตรงประเด็น การแสดงออกที่เหมาะสม และให้เกียรติแหล่งข่าว

ข้อ 8 นำเสนอข่าวด้วยภาษาที่ถูกต้อง เช่น เรียกผู้ที่คาดว่าการก่อเหตุอาชญากรรมว่า “ผู้ต้องสงสัย” หลีกเลี่ยงคำว่า “คนร้าย” “ผู้ต้องหา” หากเจ้าหน้าที่ยังไม่สรุปผลการสืบสวนสอบสวนว่าบุคคลนั้นก่อเหตุจริง เป็นต้น และนำเสนอข่าวด้วยภาษาที่เหมาะสม เช่น เรียกแทนตัวผู้สร้างสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ภาคใต้ว่า “ผู้ก่อเหตุ” หลีกเลี่ยงคำว่า “โจรใต้” เป็นต้น

ข้อ 9 นำเสนอข่าวโดยใช้ภาพและเสียงจากเหตุการณ์จริง หากผ่านการตัดต่อต้องมีจุดประสงค์เพื่อให้ข่าวมีความกระชับ ตรงประเด็น เข้าใจง่าย และหากใช้ภาพหรือเสียงที่ไม่ใช่ปัจจุบัน ควรขึ้นข้อความแจ้ง เช่น “แฟ้มภาพ” เพื่อป้องกันการเข้าใจผิด

ข้อ 10 ระมัดระวังการนำเสนอภาพที่ไม่เหมาะสม โดยอาจใช้เทคนิคพิเศษเพื่อลดความรุนแรงในกรณีที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงการนำเสนอได้ ด้วยการลดทอนความชัดเจนของภาพ (Blur) การเพิ่มความเร็วของภาพ (Fast Speed) หรือการลดโทนสี เช่น การถืออาวุธจ่อไปที่บุคคล การทำร้ายร่างกายกันอย่างรุนแรง สภาพศพ เลือด อวัยวะต้องห้าม หรืออวัยวะภายในที่ถูกทำให้ออกมาอยู่นอกร่างกาย (จากการเจ็บป่วยหรืออุบัติเหตุ) เป็นต้น

ข้อ 11 ระมัดระวังการนำเสนอเสียงที่ไม่เหมาะสมในการออกอากาศ เช่น เสียงร้องโหยหวนของผู้บาดเจ็บ การใช้ถ้อยคำที่แสดงถึงความอาฆาตมาดร้าย ปลุกกระดมให้เกิดความขัดแย้งรุนแรง คำหยาบคาย เป็นต้น

ข้อ 12 คำนึงถึงลิขสิทธิ์ในการนำเสนอภาพ เสียง และข้อมูล โดยขออนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์หรือเจ้าของสื่อก่อนนำมาออกอากาศ เช่น ภาพข่าวการแข่งขันกีฬาต่าง ๆ เป็นต้น และควรแสดงข้อความเพื่อบอกที่มาของภาพ เสียง และข้อมูลนั้น ๆ

ข้อ 13 นำเสนอข่าวที่มีประโยชน์ต่อสาธารณะ เช่น การรายงานความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์สำคัญทั้งในและต่างประเทศที่มีผลต่อสาธารณชน การเป็นสื่อกลางในการติดต่อให้ความช่วยเหลือ การนำเสนอความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เป็นต้น

ข้อ 14 ให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวท้องถิ่น เช่น โรคระบาด สิ่งแวดล้อม ภัยธรรมชาติ เป็นต้น เพื่อช่วยแก้ไขปัญหา และให้ความรู้ความเข้าใจในการป้องกันหรือแก้ไขภัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

ข้อ 15 ให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้ด้อยโอกาส โดยเป็นช่องทางนำเสนอข่าวให้ผู้คนกลุ่มต่าง ๆ เช่น คนยากไร้ คนพิการ คนไร้สัญชาติ เป็นต้น ได้มีพื้นที่ทางสังคม ได้รับการสนับสนุนหรือความช่วยเหลือจากหน่วยงานต่าง ๆ และให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวเพื่อคนพิการ เช่น ภาษามือ การแสดงตัวหนังสือบรรยาย เป็นต้น

ข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในรายการข่าว

ข้อ 1 ห้ามใช้คำพูดหรือการแสดงออกที่พาดพิง ดูหมิ่นสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ซึ่งเป็นการกระทำผิดกฎหมายร้ายแรง เช่น ความผิดต่อองค์พระมหากษัตริย์ไทยตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 112 เป็นต้น

ข้อ 2 ห้ามสร้างข่าวลวงหรือข่าวอันเป็นเท็จซึ่งเป็นการกระทำผิดกฎหมาย เช่น ความผิดฐานหมิ่นประมาท ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 326 เป็นต้น

ข้อ 3 ไม่ควรนำเสนอเนื้อหาข่าวส่วนที่อาจเข้าข่ายสร้างความแตกแยกหรือยั่วยุให้เกิดความรุนแรง หากมีความจำเป็นต้องนำเสนอ จะต้องผ่านการพิจารณากลับกรองจากกองบรรณาธิการอย่างรอบคอบ และเลือกเฉพาะเนื้อหาส่วนที่กองบรรณาธิการทุกคนเห็นตรงกันว่าสามารถนำเสนอได้

ข้อ 4 ไม่ควรนำเสนอเนื้อหาข่าวส่วนที่ยังไม่ทราบแหล่งที่มาหรือแหล่งข่าวอย่างชัดเจน เนื่องจากอาจเป็นข้อมูลที่ผิดพลาด ข้อมูลเก่า หรือข้อมูลลวง ซึ่งต้องตรวจสอบความถูกต้องก่อนออกอากาศ

ข้อ 5 ไม่ควรใช้ความคิดเห็นส่วนตัวในการชี้แนะหรือคาดคะเนเหตุการณ์เพิ่มเติมจากข่าว รวมถึงไม่ควรใช้ความคิดเห็นส่วนตัวในการวิจารณ์ ตัดสิน พิพากษายบุคคลผู้ตกเป็นข่าว เนื่องจากอาจก่อให้เกิดความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน หรือเป็นแรงจูงใจให้เกิดความขัดแย้งทางสังคม

ข้อ 6 ไม่ควรนำเสนอข่าวที่เป็นความเชื่อพิสดารไม่ได้ เช่น เรื่องเร้นลับ วิญญาณ เป็นต้น หากมีความจำเป็นต้องนำเสนอข่าวดังกล่าวควรให้ข้อมูลความรู้เพิ่มเติม เช่น ข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เป็นต้น

ข้อ 7 ไม่ควรนำเสนอเนื้อหาใด ๆ อันจะชี้นำไปสู่ความมุงงายในการเสียดสีหรือการพ่นน หรือความพยายามบอกใบ้ให้ผู้ชมคิดเอาเอง การนำเลขเด็ด ใ้หวย ผ่านรายการข่าวหรือรายการเล่าข่าว เช่น การคาดคะเนหรือบอกใบ้ตัวเลขสลากกินแบ่งเชื่อมโยงกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในข่าว เป็นต้น

ข้อ 8 ไม่ควรนำเสนอเนื้อหาข่าวที่ทำให้ประชาชนเกิดความตระหนกตกใจเกินจริง หรือบิดเบือนบิดบังความจริง เช่น ข่าวภัยพิบัติ ข่าวโรคระบาด เป็นต้น และควรให้ความรู้ด้วยข้อมูลที่เชื่อถือได้ เช่น การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ เป็นต้น เพื่อคลายความกังวล ความตระหนกตกใจ และพร้อมรับมือกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นหรือมีแนวโน้มว่าจะเกิดขึ้นกับตนเอง

ข้อ 9 ไม่ติดตามถ่ายภาพ หรือสัมภาษณ์ หากแหล่งข่าวหรือคนรอบข้างแหล่งข่าว ไม่ประสงค์หรือไม่เต็มใจให้ติดตามทำข่าว เนื่องจากการคุกคามแหล่งข่าว ซึ่งไม่เป็นไปตามหลักสิทธิมนุษยชน

ข้อ 10 ไม่นำเสนอเนื้อหาข่าวที่บั่นทอนสภาพจิตใจแหล่งข่าวให้เกิดความรู้สึกว่าตนโดนดูถูกด้อยค่า ไร้ศักดิ์ศรี ซึ่งไม่เป็นการเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ระมัดระวังการแสดงออกและการใช้คำเรียกแหล่งข่าว โดยเฉพาะคำเรียกสะท้อนลักษณะเพศสภาพหรือร่างกาย เช่น สาวทอม เกย์เฒ่า ตู๊ดโหด เป็นต้น

ข้อ 11 ไม่นำเสนอภาพข่าวที่ส่งผลกระทบต่อผู้ตกเป็นข่าวซ้ำ ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงการซ้ำเติมผู้ตกเป็นข่าว หรือการปลุกฝังความรุนแรงที่อาจเกิดขึ้นในสังคม เช่น ภาพผู้ร่วมทำร้ายผู้ต้องหา ภาพที่กระทบต่อจิตใจผู้ตกเป็นข่าว เป็นต้นหากข่าวใดถูกนำเสนอซ้ำหลายรายการ หรือนำเสนอความคืบหน้า ควรพิจารณาตัดทอนภาพช่วงที่แสดงความรุนแรงออก หรือค่อย ๆ ลดการนำเสนอภาพเหตุการณ์เดิม แล้วแทนที่ด้วยภาพความคืบหน้าสถานการณ์ เป็นต้น

ข้อ 12 ไม่นำเสนอข่าวด้วยความเร้าอารมณ์ ใช้ภาพความรุนแรงน่าหวาดเสียว เช่น กรณีการถ่ายทอดสดเหตุการณ์จับตัวประกัน หากเกิดความรุนแรงถึงชีวิต ภาพนั้นจะถูกเผยแพร่ไปยังผู้ชมทันที กรณีที่มีการตัดต่อก่อนออกอากาศ ควรผ่านการเซ็นเซอร์หรือเลือกภาพจากมุมกล้องที่ไม่เห็นเหตุการณ์นั้น ๆ โดยตรง เป็นต้น

ข้อ 13 ไม่ตัดต่อภาพและเสียงเพื่อบิดเบือนความจริง หรือตัดต่อภาพและเสียงจนทำให้เข้าใจความหมายผิดเพี้ยนไปจากความจริง

ข้อ 14 ไม่ควรเปิดเผยตัวตนหรือข้อมูลของแหล่งข่าว และไม่บันทึกภาพหรือเสียง (Off the record) หากไม่ได้รับความยินยอมจากแหล่งข่าว เนื่องจากต้องคำนึงถึงชื่อเสียงหรือความปลอดภัยของแหล่งข่าว

ข้อ 15 ไม่ควรมีโฆษณาแฝงทุกรูปแบบหรือนำเสนอข่าวในเชิงธุรกิจเพื่อขายสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เช่น การเชิญชวนส่งข้อความแสดงความคิดเห็นผ่านระบบข้อความที่ผู้ส่งต้องเสียค่าใช้จ่าย บริการพูดประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการตามเงื่อนไขของเจ้าของสินค้า การมีผู้สนับสนุนในรูปแบบแผ่นป้าย แก้วน้ำ คอมพิวเตอร์พกพา กราฟิก เป็นต้น

ข้อ 16 ไม่ควรนำเสนอเนื้อหาข่าวในลักษณะที่อาจนำไปสู่พฤติกรรมเลียนแบบในเชิงลบ เช่น การฆ่าตัวตาย การก่ออาชญากรรม เป็นต้น

กรณีศึกษา: การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

เดือนสิงหาคม 2558 นายทฤษฎี สหวงค์ หรือ ปอ นักแสดงในสังกัดสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. เข้ารับการรักษาอาการป่วยที่โรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร แพทย์ตรวจพบว่าติดเชื้อไข้เลือดออกและให้เข้ารับการรักษาในโรงพยาบาล แต่อาการไม่ดีขึ้น จึงส่งต่อไปรักษาที่คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล เมื่อสื่อมวลชนทราบเรื่อง ได้ติดตามความคืบหน้าในการเข้ารับรักษาตัวของนายทฤษฎีอย่างใกล้ชิดตลอดเวลา ระหว่างนั้น สังคมได้วิพากษ์วิจารณ์การทำหน้าที่ที่ไม่เหมาะสมของสื่อมวลชนบางรายมาโดยตลอด ต่อมาเมื่อนายทฤษฎีเสียชีวิตในวันที่ 18 มกราคม 2559 สื่อมวลชนถูกวิพากษ์วิจารณ์มากขึ้นเมื่อเกาะติดทุกความเคลื่อนไหวตั้งแต่การเคลื่อนย้ายศพนายทฤษฎีออกจากโรงพยาบาลรามาธิบดี ขึ้นรถมูลนิธิร่วมกตัญญู จนกระทั่งเดินทางถึงวัดกลางพระอารามหลวง จ.บุรีรัมย์

โดยลักษณะของภาพที่ปรากฏออกมา คือ "นักข่าว-ช่างภาพ" รุมเบียดคนในครอบครัวญาติมิตรของนายทฤษฎีเพื่อให้ได้ภาพที่ใกล้ชิดที่สุด นับเป็นการกระทำที่เข้าข่ายการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

กรณีการทำข่าวและถ่ายทอดสดเหตุการณ์ฆ่าตัวตาย

เช้าวันที่ 18 พฤษภาคม 2559 อาจารย์มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง ก่อเหตุยิงเพื่อนอาจารย์ร่วมมหาวิทยาลัยเสียชีวิต จากนั้นหลบหนีไป ต่อมาวันที่ 19 พฤษภาคม 2559 เจ้าหน้าที่ตำรวจสืบทราบและแกะรอยไปพบอาจารย์ท่านนั้น โดยสื่อมวลชนรายงานข่าวและถ่ายทอดสดเหตุการณ์ที่อาจารย์ท่านนั้นใช้ปืนจ่อศีรษะตนเองเป็นระยะ ๆ โดยมีเจ้าหน้าที่ ญาติ และคนใกล้ชิดเข้าเกลี้ยกล่อมนานร่วม 6 ชั่วโมง แต่ไม่เป็นผล ซึ่งเหตุการณ์ครั้งนี้ สื่อมวลชนถูกวิพากษ์วิจารณ์อย่างหนักจากการเข้าทำข่าวและถ่ายทอดสดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งการออกอากาศช่องทางโทรทัศน์และเฟซบุ๊กไลฟ์

กรณีนี้ คณะอนุกรรมการกำกับผังรายการและเนื้อหารายการ คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) เชิญสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลทีวี 4 ช่อง ได้แก่ ไทยรัฐทีวี เนชั่นทีวี ทีเอ็นเอ็น 24 และสปริงนิวส์ เข้าชี้แจงที่โรงแรม เซ็นจูรี พาร์ค กรณีอาจเข้าข่ายผิดตามมาตรา 37 พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ.2551

(4) “ข้อควรทำและข้อไม่ควรทำในรายการเกมโชว์และเรียลลิตี้โชว์”

รายการเกมโชว์และเรียลลิตี้โชว์อาจทำได้ในหลายลักษณะ อาทิ Quiz show เน้นการแข่งขันตอบคำถามสั้น ๆ ตลอดทั้งรายการ หรือ Gameshow เน้นการแข่งขันหลากหลายรูปแบบ ไม่มีข้อกำหนดตายตัว หรือ Reality show เน้นเรื่องราว มีการดำเนินรายการต่อเนื่อง สมจริง

โดยมีกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ คนคุมเกม (ผู้สนับสนุนรายการอย่างเป็นทางการ) คนทำเกม (ผู้ผลิตรายการหรือผู้สร้างสรรค์รายการ) คนเล่นเกม (ผู้เข้าร่วมรายการและผู้แข่งขันเกม) และ คนดูเกม (กลุ่มผู้ชมรายการในขณะช่วงเวลาออกอากาศหรือรับชมรายการย้อนหลังทางแพลตฟอร์มต่าง ๆ)

อนึ่ง สำหรับข้อควรทำและข้อไม่ควรทำในรายการเกมโชว์และเรียลลิตี้โชว์นี้สามารถนำมาปรับใช้กับรายการปกิณกะบันเทิงหรือวาไรตี้ ที่มีลักษณะของการรวบรวมความบันเทิงหลากหลายรูปแบบ อาทิ การแสดงดนตรี ละครสั้น หรือการแสดงอื่น ๆ อยู่ในรายการ และรายการประเภทพูดคุย/สัมภาษณ์ ที่มีลักษณะของการสนทนาและสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มีพิธีกรหรือผู้สัมภาษณ์เป็นผู้ดำเนินรายการ ได้อีกด้วย

ข้อควรทำ (Dos) ในรายการเกมโชว์และเรียลลิตี้โชว์

ข้อ 1 ทีมงาน/ผู้ผลิตรายการ ต้องตระหนักถึงเรื่องจริยธรรม จรรยาบรรณ และมีความรับผิดชอบต่อสังคมในการนำเสนอและในการผลิตรายการ ต้องรับผิดชอบต่อเนื้อหา รูปแบบรายการ และอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นในรายการเพราะถือเป็นวิจรรย์ญาณของผู้ผลิตโดยตรง โดยนำหลักการนี้มาใช้กำกับและดูแลตัวเองในการเลือกนำเสนอรูปแบบรายการ รูปแบบการแข่งขันและบทลงโทษ โดยส่งเสริมและสร้างทัศนคติเชิงบวก เคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์และสิทธิมนุษยชน

ข้อ 2 ทีมงาน/ผู้ผลิตรายการ ต้องให้ความสำคัญกับการนำเสนอรายการที่มีเนื้อหาส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะชีวิต ความสัมพันธ์กับคนในครอบครัว สร้างแรงบันดาลใจ ส่งเสริมการพัฒนาสังคมยกระดับความคิด จิตใจ และสติปัญญา ส่งเสริมการพัฒนาอาชีพต่าง ๆ ส่งเสริมศีลธรรม วัฒนธรรม ประเพณีที่ดีงาม สร้างค่านิยมและความเชื่อที่ถูกต้อง ได้รับความสนุกสนาน สาระและความรู้ควบคู่กับความบันเทิง รวมถึงความรู้ทางวิชาการด้านต่าง ๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ชม เด็กและเยาวชน

ข้อ 3 ทีมงาน/ผู้ผลิตรายการ ต้องตรวจสอบประวัติของพิธีกร/ผู้ดำเนินรายการ/ผู้ร่วมรายการ/ผู้เข้าแข่งขัน/ผู้แสดงย้อนหลัง ทั้งประวัติการใช้ความรุนแรง ยาเสพติด อาชญากรรมอื่น ๆ หรือสภาวะทางจิตใจ หรือทัศนคติต่อประเด็นที่มีความอ่อนไหวทางสังคม โดยมีนักจิตวิทยาร่วมด้วย นอกจากนี้จะต้องแน่ใจว่าผู้ร่วมรายการจะไม่มีพฤติกรรมการใช้ยาเสพติด เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แสดงออกผ่านรายการ

ข้อ 4 ทีมงาน/ผู้ผลิตรายการ ควรพิจารณาใช้เทคนิคพิเศษเพื่อลดความรุนแรงในกรณีที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงการนำเสนอได้ เช่น การลดความชัดเจนของภาพ (Blur) การเพิ่มความเร็วของภาพ (Fast Speed) การลดโทนสี การทำภาพขาวดำ เป็นต้น

ข้อ 5 มีความยุติธรรมต่อผู้เข้าแข่งขัน โดยเน้นกฎกติกาที่เท่าเทียม ควรเปิดเผยกับผู้ร่วมรายการ ผู้เข้าแข่งขันและผู้ชมอย่างตรงไปตรงมา ผลการแข่งขันไม่ถูกกำหนดและแทรกแซงจากผู้ผลิตรายการหรือผู้สนับสนุนรายการ

ข้อ 6 การร่วมรายการ/การแข่งขันรายการของเด็กและเยาวชนด้วยการแสดงออกหรือการโชว์ไต่ ๆ ก็ตาม ให้เป็นไปตามช่วงอายุและความเหมาะสมกับพัฒนาการการเจริญเติบโตของเด็ก ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาเด็กและเยาวชน พ.ศ. 2550 และผ่านการปรึกษาจากจิตแพทย์ที่เป็นอิสระจากการควบคุมหรือชี้นำของผู้ผลิตรายการ ต้องได้รับการอนุญาตจากผู้ปกครองรวมถึงขณะถ่ายทำต้องมีผู้ปกครองอยู่ด้วย พึงใช้ความระมัดระวังเป็นพิเศษที่จะไม่ก่อให้เกิดความเสี่ยง เกิดผลในทางลบทั้งต่อเด็กและเยาวชนที่ร่วมรายการและผู้ชมที่เป็นเด็กและเยาวชน เช่น การถูกเพื่อนล้อเลียน หรือการเลียนแบบที่ไม่เหมาะสม

ข้อ 7 พิธีกร ผู้ดำเนินรายการ ผู้ร่วมรายการ ผู้เข้าแข่งขัน ควรแต่งกายให้มีความเหมาะสมกับกาลเทศะและกติกาสากล ในสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ทางศาสนา เช่น วัด โบสถ์วิหาร หรือสถานที่เฉพาะ เช่น พระราชวัง พระที่นั่ง รวมถึงการร่วมกิจกรรมบางประเภท เช่น งานศพ การทำบุญใส่บาตร การเวียนเทียน

ข้อ 8 นำเสนอพฤติกรรมที่ถูกต้องและเหมาะสม ทั้งการแสดงออกของพิธีกร ผู้ดำเนินรายการ ผู้ร่วมรายการ ผู้เข้าแข่งขันและผู้ชมรายการ เช่น ภาษากายของพิธีกร ผู้ดำเนินรายการกับผู้ร่วมรายการ ต่างเพศที่ต้องมีการสัมผัสเนื้อต้องตัว ต้องมีความเหมาะสม ทั้งท่าทาง กิริยา ภาษากาย ท่าเต้น

ข้อ 9 ภาษาในรายการมีความสุภาพ เหมาะสม และต้องให้เกียรติทั้งต่อพิธีกร ผู้ดำเนินรายการ ผู้ร่วมรายการ ผู้เข้าแข่งขันและผู้ชมรายการทั้งต่อเด็กและเยาวชน และผู้ดำเนินรายการควรใช้ภาษาให้ถูกหลักภาษา เช่น การออกเสียง คำควบกล้ำ ร ล ในภาษาไทย เป็นต้น

ข้อ 10 ควรแสดงคำเตือน/คำแนะนำในการนำเสนอภาพหรือเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเสี่ยงอันตรายหรือบาดเจ็บ เช่น คำเตือนในการนำเสนอเนื้อหาการขับซิ่งรถยนต์ใต้ถุนว่า “เป็นความสามารถพิเศษเฉพาะตัวที่ได้รับการฝึกฝน ห้ามลอกเลียนแบบอาจเกิดอันตรายหรือบาดเจ็บ หากไม่มีผู้เชี่ยวชาญดูแลใกล้ชิด” เป็นต้น

ข้อ 11 ต้องระมัดระวังในการนำเสนอข้อมูล หรือภาษา หรือภาพ ที่เป็นการซ้ำเติมความทุกข์ หรือโศกนาฏกรรมอันเกิดต่อเด็ก เยาวชน สตรี คนพิการ ผู้ด้อยโอกาส ผู้มีความหลากหลายทางเพศ และกลุ่มเปราะบาง ไม่ว่าจะทางใดทางหนึ่ง และในกรณีการแพร่ภาพกระจายเสียง มีการนำเด็ก เยาวชน คนพิการ ผู้ด้อยโอกาส ผู้มีความหลากหลายทางเพศ หรือกลุ่มเปราะบางมาร่วมนำเสนอข้อมูล จะต้อง

ดำเนินการด้วยความระมัดระวัง ได้รับความยินยอมจากผู้ดูแลและผู้เกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงสวัสดิภาพ ความเหมาะสมในช่วงวัย หรือสถานะของร่างกายและจิตใจกับทั้งฝั่งระมัดระวังการสร้างความคิดเห็น หรือทำให้อยู่ในสถานะจำยอมที่ต้องปฏิบัติตาม รวมถึงพิจารณาผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ข้อ 12 ต้องระมัดระวังการนำเสนอเนื้อหา ภาพและเสียง ที่อาจชักจูงเด็กและเยาวชนไปในทาง ที่ผิด เช่น รายการที่มีเนื้อหาความรุนแรง ความยั่วยวนทางเพศ รายการเสี่ยงภัย พฤติกรรมอันธพาล ที่ต้องไม่ส่อไปในทางที่ให้เห็นว่าเป็นเรื่องโก้เก๋หรือตึงาม

ข้อ 13 การติดต่อคำสัมภาษณ์ของผู้ร่วมรายการ/ผู้เข้าแข่งขัน ควรมีเนื้อหาที่ถูกต้อง ได้รับการ รับรองและความยินยอมจากผู้ถูกสัมภาษณ์ก่อนออกอากาศ

ข้อ 14 สามารถตรวจสอบและเปิดเผยข้อมูล สำหรับรายการที่ใช้ผลการโหวต เช่น การส่ง sms โหวตเพื่อชิงรางวัล และสามารถตรวจสอบการแจกรางวัลในรายการจากการส่งผลโหวตเพื่อผลทาง การค้า

ข้อ 15 กรณีการนำเสนอรายการย้อนหลังผ่านทางช่องทางอื่น ๆ ควรมีการเซ็นเซอร์หรือ ควบคุมเช่นเดียวกับการนำเสนอผ่านทางช่องหลัก

ข้อไม่ควรทำ (Don'ts) ในรายการเกมโชว์และเรียลลิตี้โชว์

ข้อ 1 ไม่ควรนำเสนอรายการที่แสดงออกถึงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม หรือชักนำให้เกิดความ รุนแรงต่อจิตใจ เช่น เกิดความหุดหู่ เศร้า เครียด สะเทือนใจจนเกินความเหมาะสม เช่น การแสดงออก ที่ก่อให้เกิดความเกลียดชังต่อผู้ดำเนินรายการ ผู้ร่วมรายการ ผู้เข้าแข่งขันหรือกลุ่มคนในสังคม

ข้อ 2 ไม่ควรนำเสนอเนื้อหารายการและรูปแบบการแข่งขันที่ทำให้พิธีกร/ผู้ดำเนินรายการ/ ผู้ร่วมรายการ/ผู้เข้าแข่งขัน/ผู้ชมรายการ เกิดความตกใจกลัวจากความน่าเกลียด สยดสยอง ขยะแขยง และรูปแบบการแข่งขันที่มีความรุนแรงแฝงอยู่ โดยเฉพาะการแสดงถึงพฤติกรรมที่นำไปสู่อันตรายและ เด็กสามารถเลียนแบบได้ เช่น การพยายามทำร้ายตัวเองและผู้อื่น การฆ่าตัวตาย การเลียนแบบกีฬาที่ เป็นการต่อสู้ การใช้ไม้ขีดไฟ ฯลฯ รวมทั้ง การทำร้ายสัตว์และการใช้หรือตัดแปลงสิ่งของที่หาได้ง่าย ไกลตัว หรืออุปกรณ์ที่หาได้ในบ้านเป็นอาวุธ เช่น มีด ฆ้อน ตะปู ขวดน้ำ แจกัน กรรไกร เป็นต้น

ข้อ 3 ไม่ควรนำเสนอเนื้อหารายการที่ขัดต่อศีลธรรม ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม ค่านิยม ความเชื่อของสังคมนั้น ๆ และขัดต่อความสงบสุขของสังคม

ข้อ 4 ไม่ควรนำเสนอเนื้อหารายการ รูปแบบการแข่งขัน และบทลงโทษที่แสดงออกถึงความ รุนแรง ทารุณ ต่อพิธีกร ผู้ดำเนินรายการ ผู้เข้าร่วมรายการ ผู้เข้าแข่งขัน ผู้ชมรายการ บุคคลอื่น สิ่งมีชีวิต และวัตถุ ไม่ควรมีภาพการใช้อาวุธ ยาเสพติด การพนัน อบายมุข หรือการกระทำความผิดใน รูปแบบต่าง ๆ หากจำเป็น ต้องมีการแสดงข้อความคำเตือนบนจอ

ข้อ 5 ไม่ควรนำเสนอเนื้อหารายการ รูปแบบการแข่งขัน และบทลงโทษ ที่ก่อให้เกิดอคติ การเลือกปฏิบัติอันนำมาซึ่งการต่อต้านหรือล่วงละเมิดบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ดูหมิ่นเหยียดหยาม หรือสร้างทัศนคติเชิงลบในประเด็นของเชื้อชาติ สัญชาติ ชาติพันธุ์ เพศสภาพ รสนิยมทางเพศ ชนชั้น สถานะสภาพทางเศรษฐกิจ อายุ ศาสนา สีสันผิว โรค หรือสุขภาวะสุขภาพความพิการทั้งทางร่างกาย จิตใจ และสติปัญญาไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม และไม่ส่งเสริมให้เกิดความมั่งงาย หรือใช้ความเชื่อโดยไม่มีข้อเท็จจริงปรากฏ

ข้อ 6 ไม่ควรใช้ภาษาที่ส่อไปในทางลามก ล่อแหลม อนาจาร หยาดโคลน หยาดคาย สับคน ก้าวร้าว ดูหมิ่นเหยียดหยาม หรือสื่อความหมายในเชิงลบ โดยไม่ให้เกียรติต่อ พิธีกร ผู้ดำเนินรายการ ผู้เข้าร่วมรายการ ผู้เข้าแข่งขันรายการ ผู้ชมรายการ เด็กและเยาวชน

ข้อ 7 ไม่ควรใช้ประโยชน์จากความน่าสงสาร ความน่าสมเพช ที่เกิดขึ้นกับเด็กและเยาวชน กลุ่มผู้เปราะบาง เพื่อเรียกร้องความสนใจจากผู้ชมรายการ ไม่ควรนำเอาความทุกข์ของผู้คนมาเป็นเครื่องมือทางธุรกิจ เพื่อให้เกิดผลประโยชน์กับทางรายการ

ข้อ 8 พิธีกร ผู้ดำเนินรายการ ผู้ร่วมรายการ ผู้เข้าแข่งขันรายการ ไม่ควรแต่งกายด้วยชุดที่ล่อแหลม หรือโปรงใส รัศรูป หรือสื่อเจตนาเชิงยั่วชวน ยั่วให้เกิดอารมณ์

ข้อ 9 ทีมงาน/ผู้ผลิตรายการ/พิธีกร/ผู้ดำเนินรายการ ไม่ควรเปิดเผยพฤติกรรมส่วนบุคคลที่น่าอายของผู้ร่วมรายการ ผู้เข้าแข่งขันรายการ ในลักษณะของภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่ง หรือเสียง โดยไม่ได้รับความยินยอมและเต็มใจให้นำเสนอ เช่น การล้อเลียนความบกพร่องต่าง ๆ ปมด้อย จุดด้อย ความพิการทางด้านร่างกาย รูปลักษณ์ภายนอก

ข้อ 10 ทีมงาน/ผู้ผลิตรายการ ไม่ควรปกปิด อำพราง หรือบิดเบือน รายละเอียดของสัญญาในการถ่ายทำรายการ รวมถึงกฎกติกาและรางวัลที่ผู้เข้าแข่งขันจะได้รับ หรือแอบแฝงผลประโยชน์ทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมกับผู้ร่วมรายการ

ข้อ 11 ไม่ควรแสดงตัวอย่างรายการ (Spot promote) ที่ไม่เหมาะสมในสื่อหลักเพื่อให้ไปติดตามผ่านทางช่องทางอื่น เช่น การพูดนำเสนอตัวอย่างรายการผ่านช่องทางหลักที่ขออนุญาตเป็นเรต ท. แต่เนื้อหารายการที่ล่อแหลมไปในเรต 18+ โดยบอกให้ไปติดตามรายการนี้ผ่านทางช่องทางอื่นแทน เป็นต้น

ข้อ 12 ไม่ควรจงใจหรือยัดเยียดโฆษณาแฝงให้ผู้บริโภคได้เห็น ได้ยิน หรือทราบข้อความที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า หรือบริการ ในรายการที่มากเกินไป

กรณีศึกษาการจัดระดับความเหมาะสม

กรณีร้องเรียนการจัดระดับความเหมาะสมรายการ Killer Karaoke Thailand: ขอร้องอย่าหยุดร้อง ลงวันที่ 4 พฤศจิกายน พ.ศ.2556 การดำเนินการเริ่มต้นจากเครือข่ายครอบครัวเผ่าระวังสร้างสรรค์สื่อได้ทำหนังสือถึงประธานคณะกรรมการรับเรื่องร้องเรียน กสทช. เพื่อขอให้ดำเนินการกับทางสถานี โดยให้สถานีทบทวนการจัดระดับความเหมาะสมของรายการใหม่ เพื่อให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของการจัดระดับความเหมาะสมและนำไปออกอากาศหลังเวลา 22.00 น. ตามประกาศของคณะกรรมการด้านเนื้อหาและผังรายการ กสทช. และขอความร่วมมือไปยังสถานีพึงให้ความสำคัญต่อการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ให้ตรงกับเนื้อหาของรายการ โดยคำนึงถึงช่วงวัยของกลุ่มผู้ชม รวมถึงความเหมาะสมของภาพรวมที่รายการไม่ควรนำเสนอภาพของความสนุกสนานที่เห็นคนโดนแกล้งหรือมีความสุข ความสนุกบนความทุกข์และความหวาดกลัวของผู้อื่น

โดย กสทช. ได้มีหนังสือแจ้งรับเรื่องร้องเรียนถึงเครือข่ายครอบครัวเผ่าระวังและสร้างสรรค์สื่อ ลงวันที่ 2 เมษายน พ.ศ.2557 ซึ่งแจ้งว่าได้รับเรื่องร้องเรียนของเครือข่ายฯแล้ว โดยมอบหมายให้นางสาวสุธารักษ์ สุชาติเวชภูมิ เป็นเจ้าหน้าที่รับผิดชอบ

กรณีศึกษาเนื้อหารายการและบทลงโทษที่รุนแรง

กรณีรายการเกมโชว์ โหด มัน ฮา (ประเทศไทย) Takeshi's Castle Thailand มีประเด็นวิพากษ์วิจารณ์ในโลกออนไลน์ เนื่องจากมีผู้ใช้เฟซบุ๊กได้โพสต์ภาพและข้อความโดยระบุถึงการทำงานของรายการที่วิพากษ์วิจารณ์ที่ตนเองได้ไปร่วมถ่ายทำว่าไม่มีความเป็นมืออาชีพและไร้จรรยาบรรณ โดยผู้โพสต์ได้ระบุถึงเรื่องห้องพักที่เหม็นอับเต็มไปด้วยมด ผู้เข้าร่วมรายการกินเพียงน้ำเปล่า ไม่มีน้ำล้างตัว และมีบทลงโทษในรายการที่ค่อนข้างรุนแรงหลายคนได้รับบาดเจ็บ และมีทีมงานตะคอกผู้เข้าร่วมแข่งขัน²

หลังจากนั้นได้มีการชี้แจงจากนายกิติกร เพ็ญโรจน์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร รายการโหด มัน ฮา (ประเทศไทย) Takeshi's Castle Thailand ว่ารูปแบบของรายการเป็นการเล่นเกมป็นปาย และได้มีการทำประกันอุบัติเหตุให้แต่ละคน และหากเกิดอุบัติเหตุต่าง ๆ ทางบริษัทจะเป็นผู้ดูแลค่ารักษาพยาบาลและมีรถพยาบาลคอยดูแล³

² ผู้จัดการออนไลน์.2558. “แฉรายการเกมโชว์ดั่งไร้จรรยาบรรณ.”[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<http://www.manager.co.th/Entertainment/ViewNews.aspx?NewsID=958000096870>(10 มกราคม 2560).

³ ไทยรัฐออนไลน์.2558. “เคลียร์แล้ว เจ้าของรายการเกมโชว์ขอโทษ หลังผู้ร่วมรายการแฉถูกเอาเปรียบ”[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<http://www.thairath.co.th/content/520972> (10 มกราคม 2560)

ภาคผนวก
ภาพกิจกรรม

ประมวลภาพบรรยากาศการจัดกิจกรรม

กิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ
(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)
วันจันทร์ที่ 20 กุมภาพันธ์ 2560 ณ โรงแรมไมด้า ทวารวดี แกรนด์ จังหวัดนครปฐม



ประมวลภาพบรรยากาศการจัดกิจกรรม

กิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ
(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)
การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวนและปรับปรุงแนวปฏิบัติและจริยธรรมพื้นฐานสำหรับสื่อมวลชน
วันอังคารที่ 7 มีนาคม 2560
ณ โรงแรมสุนีย์ แกรนด์ โฮเทลแอนด์ คอนเวนชัน เซ็นเตอร์ จังหวัดอุบลราชธานี



ประมวลภาพบรรยากาศการจัดกิจกรรม

กิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ
(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)
การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวนและปรับปรุงแนวปฏิบัติและจริยธรรมพื้นฐานสำหรับสื่อมวลชน
วันอังคารที่ 28 มีนาคม 2560
ณ เดอะไฮด์ รีสอร์ท บางแสน จังหวัดชลบุรี



ประมวลภาพบรรยากาศการจัดกิจกรรม

กิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ

(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)

การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวนและปรับปรุงแนวปฏิบัติและจริยธรรมพื้นฐานสำหรับสื่อมวลชน

วันจันทร์ที่ 3 เมษายน 2560 ณ โรงแรมเดอะพีคบูติก โฮเทล จังหวัดนครศรีธรรมราช



ประมวลภาพบรรยากาศการจัดกิจกรรม

กิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ

(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)

การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวนและปรับปรุงแนวปฏิบัติและจริยธรรมพื้นฐานสำหรับสื่อมวลชน

วันศุกร์ที่ 21 เมษายน 2560 ณ โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพฯ



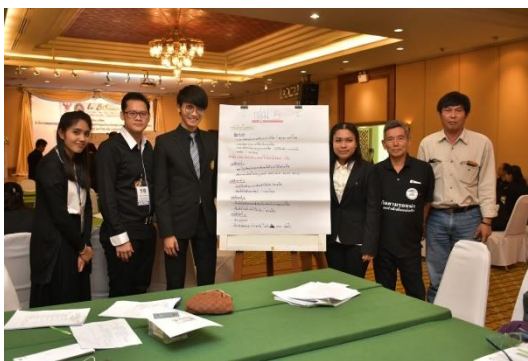
ประมวลภาพบรรยากาศการจัดกิจกรรม

กิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ

(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)

การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวนและปรับปรุงแนวปฏิบัติและจริยธรรมพื้นฐานสำหรับสื่อมวลชน

วันจันทร์ที่ 24 เมษายน 2560 ณ โรงแรมเวียงอินทร์ จังหวัดเชียงราย



ประมวลภาพบรรยากาศการจัดกิจกรรม

การประชุมกลุ่มย่อยเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน

(ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559) (ร่างสอง)

วันจันทร์ที่ 8 พฤษภาคม 2560 โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพฯ



ภาคผนวก
ผลการประเมินความพึงพอใจของแต่ละกิจกรรม

ผลการประเมินความพึงพอใจ

กิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ

(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)

วันจันทร์ที่ 20 กุมภาพันธ์ 2560 ณ โรงแรมไมด้า ทวารวดี แกรนด์ จังหวัดนครปฐม

ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ:

ชาย จำนวน 23 คน

หญิง จำนวน 25 คน

รวม 48 คน

2. ประเภทองค์กร:

สถาบันการศึกษา จำนวน 2 คน

องค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน/สื่อท้องถิ่น จำนวน 30 คน

องค์กรวิชาชีพด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการตลาด จำนวน 2 คน

องค์กรภาคประชาสังคมขับเคลื่อนและดำเนินการรณรงค์สาธารณะ จำนวน 13 คน

อื่น ๆ จำนวน 1 คน

ระดับความพึงพอใจจากการร่วมกิจกรรม

ข้อคำถาม	ระดับความพึงพอใจ									
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) ความรู้ที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรม	10	20.83%	31	64.58%	7	14.58%				
2) ประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรม	11	22.91%	32	66.66%	5	10.41%				
3) สามารถนำความรู้/ประโยชน์ที่ได้รับไปปรับใช้ได้	10	20.83%	31	64.58%	6	12.5%	1	2.08%		
4) เอกสารประกอบกิจกรรม	8	16.66%	29	60.41%	10	20.83%	1	2.08%		
5) สถานที่จัดกิจกรรม	17	35.41%	29	60.41%	2	4.16%				
6) รูปแบบการจัดกิจกรรม	11	22.91%	25	52.08%	11	22.91%	1	2.08%		
7) วันและเวลาที่จัดกิจกรรม	6	12.5%	29	60.41%	11	22.91%	2	4.16%		
8) ความพึงพอใจในภาพรวมของการเข้าร่วมกิจกรรม	12	25%	30	62.5%	6	12.5%				

ผลการประเมินความพึงพอใจ

กิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ
(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)
วันอังคารที่ 7 มีนาคม 2560
ณ โรงแรมสุนีย์ แกรนด์ โฮเทลแอนด์ คอนเวนชัน เซ็นเตอร์ จังหวัดอุบลราชธานี

ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ:

ชาย จำนวน 36 คน

หญิง จำนวน 17 คน

รวม 53 คน

2. ประเภทองค์กร:

สถาบันการศึกษา	จำนวน 8	คน
องค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน/สื่อท้องถิ่น	จำนวน 29	คน
องค์กรวิชาชีพด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการตลาด	จำนวน 1	คน
องค์กรภาคประชาสังคมขับเคลื่อนและดำเนินการรณรงค์สาธารณะ	จำนวน 10	คน
อื่น ๆ	จำนวน 5	คน

ระดับความพึงพอใจจากการร่วมกิจกรรม

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ									
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) ความรู้ที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรม	13	24.52%	36	67.92%	4	7.54%				
2) ประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรม	20	37.73%	25	47.16%	8	15.09%				
3) สามารถนำความรู้/ประโยชน์ที่ได้รับไปปรับใช้ได้	15	28.30%	29	54.71%	9	16.98%				
4) เอกสารประกอบกิจกรรม	11	20.75%	26	49.05%	16	30.18%				
5) สถานที่จัดกิจกรรม	14	26.41%	35	66.03%	4	7.54%				
6) รูปแบบการจัดกิจกรรม	7	13.20%	34	64.15%	12	22.64%				
7) วันและเวลาที่จัดกิจกรรม	12	22.64%	26	49.05%	11	20.75%	4	7.54%		
8) ความพึงพอใจในภาพรวมของการเข้าร่วมกิจกรรม	15	28.30%	29	54.71%	9	16.98%				

ผลการประเมินความพึงพอใจ

กิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ
(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)
วันอังคารที่ 28 มีนาคม 2560 ณ เดอะไทด์ รีสอร์ท บางแสน จังหวัดชลบุรี

ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ:

ชาย จำนวน 22 คน
หญิง จำนวน 23 คน
รวม 45 คน

2. ประเภทองค์กร:

สถาบันการศึกษา	จำนวน 6	คน
องค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน/สื่อท้องถิ่น	จำนวน 32	คน
องค์กรวิชาชีพด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการตลาด	จำนวน 1	คน
องค์กรภาคประชาสังคมขับเคลื่อนและดำเนินการรณรงค์สาธารณะ	จำนวน 5	คน
อื่น ๆ	จำนวน 1	คน

ระดับความพึงพอใจจากการร่วมกิจกรรม

ข้อคำถาม	ระดับความพึงพอใจ									
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) ความรู้ที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรม	16	35.55%	28	66.22%	1	2.22%				
2) ประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรม	14	31.11%	29	64.44%	2	4.44%				
3) สามารถนำความรู้/ประโยชน์ที่ได้รับไปปรับใช้ได้	15	33.33%	26	57.77%	4	8.88%				
4) เอกสารประกอบกิจกรรม	12	26.66%	24	53.33%	9	20%				
5) สถานที่จัดกิจกรรม	17	37.77%	22	48.88%	5	11.11%	1	2.22%		
6) รูปแบบการจัดกิจกรรม	16	35.55%	22	48.88%	7	15.55%				
7) วันและเวลาที่จัดกิจกรรม	13	28.88%	23	51.11%	7	15.55%	2	4.44%		
8) ความพึงพอใจในภาพรวมของการเข้าร่วมกิจกรรม	17	37.77%	24	53.33%	4	8.88%				

ผลการประเมินความพึงพอใจ

กิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ
(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)
วันจันทร์ที่ 3 เมษายน 2560 จังหวัดนครศรีธรรมราช

ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ:

ชาย จำนวน 12 คน
หญิง จำนวน 20 คน
รวม 32 คน

2. ประเภทองค์กร:

สถาบันการศึกษา	จำนวน 16	คน
องค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน/สื่อท้องถิ่น	จำนวน 8	คน
องค์กรวิชาชีพด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการตลาด	จำนวน 1	คน
องค์กรภาคประชาสังคมขับเคลื่อนและดำเนินการรณรงค์สาธารณะ	จำนวน 3	คน
อื่น ๆ	จำนวน 4	คน

ระดับความพึงพอใจจากการร่วมกิจกรรม

ข้อคำถาม	ระดับความพึงพอใจ									
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) ความรู้ที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรม	20	62.5%	8	25%	4	12.5%				
2) ประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรม	20	62.5%	10	31.25%	2	6.25%				
3) สามารถนำความรู้/ประโยชน์ที่ได้รับไปปรับใช้ได้	19	59.37%	10	31.25%	2	6.25%	1	3.12%		
4) เอกสารประกอบกิจกรรม	14	43.75%	11	34.37%	7	21.87%				
5) สถานที่จัดกิจกรรม	11	34.37%	17	53.12%	3	9.37%	1	3.12%		
6) รูปแบบการจัดกิจกรรม	10	31.25%	18	56.25%	3	9.37%	1	3.12%		
7) วันและเวลาที่จัดกิจกรรม	11	34.37%	13	40.62%	6	18.75%	2	6.25%		
8) ความพึงพอใจในภาพรวมของการเข้าร่วมกิจกรรม	14	43.75%	14	43.75%	4	12.5%				

ผลการประเมินความพึงพอใจ

กิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ
(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)
วันศุกร์ที่ 21 เมษายน 2560 จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ:

ชาย จำนวน 8 คน
หญิง จำนวน 14 คน
รวม 22 คน

2. ประเภทองค์กร:

สถาบันการศึกษา	จำนวน 3	คน
องค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน/สื่อท้องถิ่น	จำนวน 13	คน
องค์กรวิชาชีพด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการตลาด	จำนวน 1	คน
องค์กรภาคประชาสังคมขับเคลื่อนและดำเนินการรณรงค์สาธารณะ	จำนวน 3	คน
อื่น ๆ	จำนวน 2	คน

ระดับความพึงพอใจจากการร่วมกิจกรรม

ข้อคำถาม	ระดับความพึงพอใจ									
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) ความรู้ที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรม	6	27.27%	13	59.09%	3	13.63%				
2) ประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรม	6	27.27%	14	63.63%	2	9.09%				
3) สามารถนำความรู้/ประโยชน์ที่ได้รับไปปรับใช้ได้	7	31.81%	13	59.09%	2	9.09%				
4) เอกสารประกอบกิจกรรม	8	36.36%	12	54.54%	2	9.09%				
5) สถานที่จัดกิจกรรม	10	45.45%	11	50%	1	4.54%				
6) รูปแบบการจัดกิจกรรม	9	40.90%	10	45.45%	3	13.63%				
7) วันและเวลาที่จัดกิจกรรม	5	22.72%	11	50%	6	27.27%				
8) ความพึงพอใจในภาพรวมของการเข้าร่วมกิจกรรม	8	36.36%	14	63.63%		%				

ผลการประเมินความพึงพอใจ

กิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ
(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559)
วันศุกร์ที่ 24 เมษายน 2560 จังหวัดเชียงราย

ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ:

ชาย จำนวน 53 คน

หญิง จำนวน 25 คน

รวม 78 คน

2. ประเภทองค์กร:

สถาบันการศึกษา จำนวน 58 คน

องค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน/สื่อท้องถิ่น จำนวน 18 คน

องค์กรวิชาชีพด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการตลาด จำนวน 2 คน

ระดับความพึงพอใจจากการร่วมกิจกรรม

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ									
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) ความรู้ที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรม	26	33.33%	49	62.82%	3	3.84%				
2) ประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรม	22	28.20%	50	64.10%	6	7.69%				
3) สามารถนำความรู้/ประโยชน์ที่ได้รับไปปรับใช้ได้	25	32.05%	48	61.53%	5	6.41%				
4) เอกสารประกอบกิจกรรม	30	38.46%	35	44.87%	13	16.66%				
5) สถานที่จัดกิจกรรม	28	35.89%	38	48.71%	12	15.38%				
6) รูปแบบการจัดกิจกรรม	16	20.51%	44	56.41%	18	23.07%				
7) วันและเวลาที่จัดกิจกรรม	18	23.07%	35	44.87%	24	30.76%			1	1.28%
8) ความพึงพอใจในภาพรวมของการเข้าร่วมกิจกรรม	29	37.17%	40	51.28%	8	10.25%	1	1.28%		

ภาคผนวก
ทำเนียบเครือข่ายผู้เข้าร่วมกิจกรรม

ทำเนียบเครือข่ายผู้เข้าร่วมกิจกรรม
การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวนและปรับปรุงแนวปฏิบัติและจริยธรรมพื้นฐานสำหรับสื่อมวลชน
วันจันทร์ที่ 20 กุมภาพันธ์ 2560 ณ โรงแรมไมด้า ทวารวดี แกรนด์ จังหวัดนครปฐม

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นางสาวอุบลวรรณ คงสว่าง	ผู้ประสานงาน	- ศูนย์คุ้มครองสิทธิคุ้มครองผู้บริโภค จังหวัดราชบุรี - ผู้ช่วยผู้ประสานงานเครือข่ายองค์กร งดเหล้าภาคตะวันตก (ราชบุรี)	089-444-1330	k_conon@hotmail.com
นายปฏิวัฒน์ อุ้นเมืองอินทร์	ผู้ประสานงานเครือข่าย องค์กรงดเหล้า จังหวัดสมุทรสาคร	เครือข่ายองค์กรงดเหล้า	084-116-2693	pati_wat2007@hotmail.com
นายพรศักดิ์ สมศักดิ์	ประธาน	ชมรมวิทยุกระจายเสียงจังหวัด กาญจนบุรี คลื่นสะอาด	081-941-2828	Toodtoo20@hotmail.com
นางสาวมนัสนันท์ นามอำไพ	- หัวหน้าศูนย์ข่าว หนังสือพิมพ์เพชร สยามนิวส์ จังหวัดสมุทรสงคราม	- หนังสือพิมพ์เพชรสยามนิวส์ - สถานีวิทยุเมืองสมุทรสงคราม	086-750-6372	Starwave9225@hotmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
	- เจ้าของสถานีวิทยุ เมืองสมุทรสงคราม FM 92.25 Mhz - นักจัดรายการวิทยุ			
นายยุทธนา สุวรรณภักดี	วิทยุสื่อสาร	ผู้สื่อข่าวจังหวัดสมุทรสงคราม	063-212-2259	
นางสาวหนึ่งฤทัย มีถาวร	ผู้อำนวยการสถานีวิทยุ ธรรมะพัฒนาชีวิต FM 89.25	สถานีวิทยุธรรมะพัฒนาชีวิต FM 89.25 MHz จังหวัดนครปฐม	089-987-1540	kjdmedia@hotmail.com
นางจันทนา ภู่พลับ	นักจัดรายการ	สถานีวิทยุธรรมะพัฒนาชีวิต FM 89.25 MHz จังหวัดนครปฐม	089-912-9076	
ด.ต.เทิดศักดิ์ พลประสิทธิ์	รองประธาน	สหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติจังหวัดตรัง 92140	086-282-4795	Thirdfm93@hotmail.com
นายสรวิทย์ ศรีธนาพันธ์	ผู้สื่อข่าวท้องถิ่นจังหวัด สมุทรสงคราม	หนังสือพิมพ์สยามรัฐ, แนวหน้า,ไทยโพสต์, ยอดแหลม นิตยสารประชาคมท้องถิ่น	089-487-9333	Sarawut97@hotmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นางสาวธาริณี แพทย์เมืองจันทร์	ผู้สื่อข่าว อาสาสมัคร ประชาสัมพันธ์ประจำ หมู่บ้านและชุมชน (อป.มช.)	- New TV - หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ - กรมประชาสัมพันธ์ - เวิร์คพอยท์ - สำนักข่าวทีนิวส์	061-441-4319	sukinnews@gmail.com
ร.ต.สรวง รติกรธนประยูร	ผู้อำนวยการ สถานีวิทยุฯ	สถานีวิทยุฯ รติกรเรดิโอ FM 101.50 MHz ตำบลลาดหญ้า อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี 71190	084-572-0340	Signal1539@gmail.com
นางสาวใจทิพย์ สอนดี	หัวหน้างาน	สนง.หลักประกันสุขภาพแห่งชาติ เขต 5 ราชบุรี อาคารไปรษณีย์ ชั้น3 ถนนสมุทร ศักดิ์ราษฎร์ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี	081-754-8929	Jaithip.s@nhso.go.th
นางสาวอรุณี กาญจนสาลักษณ์	ประชาสัมพันธ์จังหวัด กาญจนบุรี	สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด กาญจนบุรี ศาลากลางจังหวัด ตำบลปากแพรก อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี	092-246-8387	Arunee_@prd.go.th
ดร.ทองหยาด หนองผือ	นายกสมาคมวิชาชีพ วิทยุโทรทัศน์ ภาคตะวันตก	สมาคมวิชาชีพวิทยุโทรทัศน์ภาค ตะวันตก 51/15 หมู่ 1	089-256-6155	bangkaewradio@gmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
		ตำบลบางแก้ว อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม		
นางสาวปสุตา แสงมณี	ดีเจ cityfm 105.75 MHz	สมาคมนักข่าว-หนังสือพิมพ์ จังหวัดนครปฐม	080-226-527	shitachun@gmail.com
นายบุญเชิด เมฆสมศรี	กรรมการ	เครือข่ายองค์กรงดเหล้า เลขที่ 85 หมู่ 2 ตำบลหนองสอง อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร	085-224-3630	
นางสาวณพัชญา แสนนนท์คำ	นักจัดรายการวิทยุชุมชน นักข่าวหนังสือพิมพ์สู่ชนบท	วิทยุชุมชน 102.25 MHz มูลนิธิสว่างเบญจธรรม จังหวัดสมุทรสงคราม	080-622-3899	oeeann@hotmail.com
นายสมศักดิ์ บุญยีน	ผอ.สถานีคนคลองจินดา 90.75 MHz ธรรมพัฒนาชีวิต 89.	สมาคมวิทยุโทรทัศน์ภาคตะวันตก เลขที่153/1 หมู่ 3 ตำบลคลองจินดา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม	081-363-0984	Boonyuehs86@gmail.com
นางสาวอินอร บัวผัน	นักจัดรายการวิทยุ	สถานีคนคลองจินดา 90.75 MHz	087-163-2973	popinorn@hotmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นายจรูญ ภูระยา	นายกสมาคม	วิทยุกระจายเสียงจังหวัดกาญจนบุรี อำเภอท่าม่วง บ้านใหม่เรดิโอ FM 94.25 MHz	098-262-0443	Jarunn3389@gmail.com
นายอนันต์ กาญจนมาศ	ผจก.สถานีวิทยุเอฟเอ็ม บ้านเหนือ 105.25 MHz	สมาคมวิทยุกระจายเสียงจังหวัด กาญจนบุรี	092-856-6425	
นายจตุพร สุขอินทร์	ผู้สื่อข่าว ประธานอาสาสมัคร ประชาสัมพันธ์ ประจำหมู่บ้านและ ชุมชน (อป.มช.)	- ทีนิว, นิวทีวี, เวิร์คพอยท์, เนชั่น, เดลินิวส์ - สมาคมวิทยุกระจายเสียงจังหวัด กาญจนบุรี - อป.มช. - สำนักข่าวไทย	081-981-9417 086-371-4559	sukinnews@gmail.com
นางมยุรี คุณทะวงษ์	ผอ.สถานีวิทยุบางแก้ว เรดิโอ 98.75 MHz	สมาคมวิชาชีพวิทยุโทรทัศน์ภาค ตะวันตก อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม	061-519-3955	
นายภโวทัย โลกปัญญา		วิทยุคลื่น FM 94.25 MHz อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี	098-693-2996	Pavothi07102513@gmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นางสาวสุกัญญา ใช้บางยาง	นักจัดรายการ	วิทยุคนคลองจินดา 90.75 MHz อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม	098-378-6971	Kunmod24@gmail.com
นางสาวพจนิษฐ์ จุลพันธ์	ผู้อำนวยการ	วมค.กอ.สมน.กาญจนบุรี RNN Station	085-194-0128	tuypass@gmail.com
นางสาวติกาหลัง สุขกุล	รองศาสตราจารย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี เลขที่ 70 หมู่ 4 ตำบลหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี 71000	080-653-1722	Willy_bajang@hotmail.com
นางสาวกรรณก เจริญพรธรรมา	นักจัดรายการวิทยุ	หน่วยงานวิทยุชุมชน 92.25 MHz อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม	087-167-2448	
นายจำปี พูลหนองรี	กรรมการ	องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดนครปฐม	089-919-7530	
นางสาวอัจฉราภรณ์ ตั้งวิชิตฤกษ์	นักจัดรายการวิทยุ	วิทยุชุมชน 92.25 MHz อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม	087-485-7456	Acharaporn2301@gmail.com
นายประจักษ์ จินดาดี	นักจัดรายการวิทยุ	สถานีวิทยุ มุลนิธิสว่างเบญจธรรม FM 102.25 MHz ตำบลแม่กลอง อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม	086-027-7439	

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นางสาวขวัญตา โชคสำราญทรัพย์	เจ้าของสถานีวิทยุ บ้านอ้อกระทิง	สถานีวิทยุบ้านอ้อกระทิง FM 98.25 MHz	087-055-5606	
นางสาววราพร โพธิ์เย็น	ผู้สื่อข่าว ส.พ.5 เหล่าทัพ	ผู้สื่อข่าว อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี	098-337-5459	Waraporn7545@gmail.com
นางลูกอินทร์ รูปสูง	สถานีวิทยุบ้านอ้อ กระทิง	สถานีวิทยุบ้านอ้อกระทิง FM 98.25 MHz อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม	086-900-7235	
นายรุ่งโรจน์ สุขยุค	นักจัดรายการวิทยุ	สมาคมนักข่าวหนังสือพิมพ์จังหวัด นครปฐม เลขที่ 78/2 หมู่ 4 ตำบลหนอง งูเหลือม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม	085-173-5499	Rrs_1983@hotmail.com
นายสุเทพ บัวแจ่ม	นักจัดรายการวิทยุ	วิทยุชุมชนคนคลองจินดา 90.75 MHz ตำบลคลองจินดา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม	089-881-3018	
นายแก้ว สำเภา	นักจัดรายการวิทยุ	วิทยุชุมชนคนคลองจินดา 90.75 MHz ตำบลคลองจินดา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม	089-912-1573	

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นางบุญเรือน ราชสิงห์โห	ผู้ประสาน ส พ.บ.	ศูนย์พิทักษ์สิทธิผู้บริโภคอำเภอบางคนที เลขที่ 2/71 หมู่.2 ตำบลบางแก้ว อำเภอ เมือง จังหวัดสมุทรสงคราม 75000	085-179-7169	
นางสาวเรณู ภู่อารมณ์	นายกสมาคมส พ.บ.	สมาคมพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค เลขที่ 2/71 หมู่.2 ตำบลบางแก้ว อำเภอ เมือง จังหวัดสมุทรสงคราม 75000	085-405-6114	
ดร.พัทธ์พสุตม์ สาธุนวัฒน์	อาจารย์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย ราชภัฏพระนครศรีอยุธยา	099-436-3838	patpasut@hotmail.com
นางสาวพรพิมล เกิดฤทธิ	กรรมการ	ศูนย์ประสานงานคุ้มครองผู้บริโภค จังหวัดนครปฐม เลขที่ 43 หมู่3 ตำบล สวนป่า อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม	082-455-2465	Pueng00@gmail.com
นายศุภลักษณ์ ตีเยาว์	ประธาน	สถาบันการเงินชุมชนตำบลสวนป่า เลขที่ 33/3 หมู่3 ตำบลสวนป่า อำเภอ เมือง จังหวัดนครปฐม	081-291-8640	Sbn.suanpan@gmail.com
นางสาววิภารัตน์ พิพัฒน์เตชากร	หัวหน้าสำนักงานศูนย์ คุ้มครองสิทธิ ผู้บริโภคจังหวัด นครปฐม	ศูนย์ประสานงานคุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จังหวัดนครปฐม เลขที่ 19/43 หมู่5 ตำบลลำพญา อำเภอเมือง จังหวัด นครปฐม 73000	094-556-2059	Wipat.p08@gmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นายปิยะ พวงสำลี	ประธานสภาผู้บริโภคนครปฐม	สภาผู้บริโภคจังหวัดนครปฐม เลขที่ 114 ถนนฉัตรราษฎร์บูรณะ ตำบล บ่อพลับ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000	081-986-3598	Piya_L50@hotmail.com
นายวรวิทย์ แก้วเมฆ	ประธานศูนย์ข่าว	น.ส.พ5 เหล่าทัพ เลขที่ 187 หมู่ 2 ตำบลลาดหญ้า อำเภอ เมือง จังหวัดกาญจนบุรี	084-559-5484	
นายคำรณ นัถีสุข	นักจัดรายการวิทยุ	วิทยุ FM 91.25 MHz คลองใหม่ สามพรานเรดิโอ เลขที่ 19/2 หมู่ 1 ตำบลคลองใหม่ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม	089-030-6575	Kr1-fm@hotmail.com
นายจิริทีปต์วรธัญญวิจิตร	นักจัดรายการวิทยุ	สถานีวิทยุ Nine Radio FM 97.25 MHz เลขที่ 48 หมู่ 5 ตำบลวังตะกั่ว อำเภอ เมือง จังหวัดนครปฐม 73000	085-429-6316	Jirateep3111@gmail.com
นายชยุต กมลคุณาทัย	ผู้อำนวยการ	สถานีวิทยุกระจายเสียงสัมพันธ์ สื่อสารมวลชน	087-411-5833	Biggaradio2014@gmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
		เลขที่ 86 หมู่ 4 ตำบลดอนกระเบื้อง อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี		
นางสาวมนัสนันท์ ลิ้มสกุล	นักจัดรายการวิทยุ	101.25 MHz ปฐมทองเรดิโอ จังหวัดนครปฐม	093-365-5626	Kittyping101@hotmail.com
นายชัยยุทธ บัวคลี่	ผอ.สถานีวิทยุ คนช่วยกัน	สมาคมวิทยุกระจายเสียงและวิทยุ โทรทัศน์สุพรรณบุรี เลขที่ 59/1 หมู่ 5 ตำบลเนินพระประจักษ์ อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี 72110	087-999-6191	Chaiyuth95@gmail.com
นางวิจิตรา บัวคลี่	ผอ.สถานีวิทยุ ต้นกล้าเรดิโอ	สื่อมวลชนวิทยุกระจายเสียง สมาคม วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ สุพรรณบุรี เลขที่ 59 หมู่.5 ตำบลเนินพระประจักษ์ อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี 72110	089-964-6491	Chaiyuth95@gmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
ผศ.เด่นศิริ ทองนพคุณ	เลขาธิการชมรมเรารัก แม่น้ำท่าจีน นครปฐม	ชมรมเรารักแม่น้ำท่าจีนนครปฐม (ฝ่ายประสานงานสื่อมวลชน) เลขที่67/139 หมู่ 4 ตำบลท่าตำหนัก อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม	096-887-1714	Densiri555@hotmail.com
นายพิทักษ์ชัย จันทร์สมวงษ์	-เลขาและกรรมการ ชมรมเรารักแม่น้ำ ท่าจีน นครปฐม -ประธาน	- สมาคมเรารักแม่น้ำท่าจีนนครปฐม - เครือข่ายยุวชนประชาธิปไตยรัฐสภา นครปฐม	083-902-2461 092-767-0995	Ptc2525tong@gmail.com Ptc2525@hotmail.co.th
นายสุรศักดิ์ สิตไทย	บรรณาธิการ	สำนักข่าว RNN จังหวัดกาญจนบุรี	083-317-5114	Rnnfm95@gmail.com
นางสายพิน ปุจฉาการ	คณะทำงานเครือข่าย องค์กรงดเหล้า จังหวัดสมุทรสาคร	เครือข่ายองค์กรงดเหล้าจังหวัด สมุทรสาคร เลขที่21/4 หมู่ 3 ตำบลดอนไก่ดี อำเภอกะทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาคร	091-191-3890	Saipin505@hotmail.com
นางทัศนีย์ ทองอำไพ	คณะทำงานเครือข่าย องค์กรงดเหล้า	เครือข่ายองค์กรงดเหล้า จังหวัดสมุทรสาคร	087-599-2220	

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นายบรรพต กาญจนมล	ผู้ประสานงาน	เครือข่ายเด็กและเยาวชนเพื่อปฏิรูป จังหวัดนครปฐม	088-748-7295	koblovesu@hotmail.com
นายชัยพร วงศ์รัตน์นะ	ผอ.สถานีวิทยุลูกทุ่ง สยามเรดิโอ FM 105.75 MHz	ลูกทุ่งสยามเรดิโอ จำกัด (นครปฐม)	087-168-9312	Fm105.85@gmail.com
ดร.ณัชชา ศิริธนาธร	ประธานหลักสูตร นิเทศศาสตร์	สาขานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม	086-514-6463	Natcha.thorn@gmail.com

ทำเนียบเครือข่ายผู้เข้าร่วมกิจกรรม
การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวนและปรับปรุงแนวปฏิบัติและจริยธรรมพื้นฐานสำหรับสื่อมวลชน
วันอังคารที่ 7 มีนาคม 2560
ณ โรงแรมสุนีย์ แกรนด์ โฮเทลแอนด์ คอนเวนชั่น เซ็นเตอร์ จังหวัดอุบลราชธานี

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นายกฤษณะวัฒน์อัญญกร กรรณิกาภัส	รองผู้อำนวยการสถานีฯ V cable TV	สถานีโทรทัศน์ V cable TV ห้างหุ้นส่วนจำกัด วารินชำราบ เคเบิลทีวี	095-393-6359	Teen.vcable@gmail.com
นางสาวกิ่งดาว สุวาทิต	รองผู้อำนวยการสถานีข่าว RTV cable TV	RTV cable TV	086-469-6024	Kingdao29@hotmail.com
นางสาวสุมาลี สมเสนาะ	ผู้สื่อข่าว	อุบลราชธานีโสภณเคเบิลทีวี	087-085-8024	ssomsanor@gmail.com
นายคงศักดิ์ สวัสดิภาพ	กลไกเขตและนักข่าวพลเมือง	สปสช.เขต8 เลขที่ 5/1 ตำบลวังทอง อำเภอनावัง จังหวัดหนองบัวลำภู 39170	081-708-2814	sawasdipap@gmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นายชนพัฒน์ ช่วยครุฑ	อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตร์	หลักสูตรนิเทศศาสตร์ เลขที่ 199/19 มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000	085-800-9696	Emma_spu@hotmail.com
นายสมพร เม้าสง่า	สมาชิก	สมาคมวิชาชีพวิทยุ-โทรทัศน์ภาคประชาชน ตำบลในเรือ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา	084-717-1696	k.jomsurang@gmail.com
นายวิทยา บุญฉวี	ผู้ประสานงานและผู้อำนวยการ	ประชาคมงดเหล่าจังหวัดอุบลราชธานี ศูนย์นวัตกรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพเด็กและเยาวชน	062-685-2529	cooubon@hotmail.com ubon.noal@gmail.com
นายสมชาย วจนะไพบูลย์	ผอ.สถานีวิทยุไท-วานรเรดิโอ	สถานีวิทยุ 90.25 และ 102.25 เลขที่ 93 ถนนศรีโพธิ์เมือง ตำบลวานรนิวาส อำเภอวานรนิวาส จังหวัดสกลนคร 47120	088-328-7799	Somchaiw743@gmail.com
นายอำนาจ มีชัยตระกูล	ผอ.สถานีวิทยุลูกทุ่งไทยอีสาน	สถานีวิทยุลูกทุ่งไทยอีสาน Fm92.25MHz	085-738-3233	Fm92.25@.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
		เลขที่ 1475/25 ตำบลพัฒนา อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร 47000		
นายวรรณชัย พันธุ์สาย	นายช่างไฟฟ้าชำนาญงาน	สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเพื่อการศึกษา	094-261-8755	Wannachai_p@prd.go.th
นายสุชัย เจริญมุขยันท	เลขาธิการ ผู้อำนวยการ	มูลนิธิสื่อสร้างสุขทีวีชุมชน อุบลราชธานี	081-878-6440	suchaiubon@gmail.com
นายศรายุทธฤทธิพิณ	บรรณาธิการสำนักข่าวปฏิรูป ที่ดินภาคอีสาน	เครือข่ายปฏิรูปที่ดินภาคอีสาน (คปอ.)	086-978-5629	yuthsiburi@hotmail.com
นางสาวสิริพร ลาภา	ชุดปฏิบัติการสื่ออาสาสุรินทร์	สำนักงานเครือข่ายสื่ออาสาสุรินทร์ เลขที่ 35 ตำบลนอกเมือง จังหวัดสุรินทร์ 32000	062-524-2527	Siriphon27@gmail.com
นางวันวิภา แพงแก้ว	ผู้อำนวยการส่วนข่าวและ รายการภูมิภาค	สำนักประชาสัมพันธ์เขต 2 ถนนแจ้งสนิท ตำบลแจระแม อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี	092-246-8548 081-592-7781	Pew513@hotmail.com Wanvipa26@gmail.com
นายพีรช ชูราณี	นายกสมาคมผู้สื่อข่าว อุบลราชธานี	สมาคมผู้สื่อข่าวอุบลราชธานี	080-465-0741	

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นายชาติชาย ศรีนอ	รองผอ.	ศูนย์นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาเด็ก เยาวชน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี	099-662-2148	chatchairinor@gmail.com
นางสาวลฎาภา ศรีพสุดา	อาจารย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร	085-924-4994	d.natnicha@gmail.com
นายสิทธิศักดิ์ สุวรรณิ	อาจารย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร	093-362-4541	Sittisak.s@snru.ac.th
นางสาวพิมพ์ชนก พิพิธจารุธีรกุล	ผจก.หน่วย บมจ.เอเชีย ประกันภัย 1950	บมจ.เอเชียประกันภัย1950 นักจัดรายการวิทยุ	084-438-6685	phimchanokbootda@hotmail.com
นายสมพร วรรณราช	ผู้สื่อข่าว สพ.อีสานนิวส์	สมาคมผู้สื่อข่าว	097-338-8716	
นางสาวอุไรวรรณ พรหม จันทร์	เจ้าหน้าที่สถานีวิทยุ	สถานีวิทยุดอนยุง ดงฟ้าห่วน FM 104.25MHz	087-655-6529	Djyim104.25@hotmail.com
นายสทพร ศรีสุวรรณิ	สื่อประชาสัมพันธ์ขบวนองค์กร ชุมชน จังหวัดอำนาจเจริญ	ขบวนองค์กรชุมชนจังหวัด อำนาจเจริญ อาคารเรียนรวมชั้น 1 มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขต อำนาจเจริญ	091-012-6497 087-072-1836	taoboonmee@gmail.com
นายรุ่งโรจน์ เพชรบูรณิน	เจ้าหน้าที่สื่อสารพัฒนา	สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน(องค์กร มหาชน)	081-342-8754	Ruj11@hotmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
ดร.สุเทพ ไม้สง่า	นายกสมาคม	สมาคมวิชาชีพวิทยุ-โทรทัศน์ ภาคประชาชน เลขที่ 27/6 ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา	089-717-1696	K.jomsurang@gmail.com
นายประจิด พัชรินทร์ศักดิ์	ผู้สื่อข่าวสถานีโทรทัศน์ กองทัพบกช่อง 7	สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7	085-001-1387	Prajit1310@gmail.com
นายสุทธิศักดิ์ หัวดอน	-นายกสมาคมวิทยุสกลนคร -ผอ.สถานีวิทยุวาริชเรดิโอ Fm95.75MHz	สถานีวิทยุ ชูรกิจ Fm95.75MHz 82 อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร	082-854-1170	sawatsee@gmail.com
นายคำพวง ทัดเทียม	-กรรมการงดเหล้าอุบลราชธานี -ผู้จัดรายการส.ว.ท.อุบล	สำนักงานสสจ.ชั้น 3 จังหวัดอุบลราชธานี	086-041-5227	
นางสาวจันทิฐชะญา จีปณัฐิกาญจน์	อาจารย์	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เลขที่ 466/457 ตำบลขามใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 34000	098-178-2006	Be_jueyjaw@hotmail.com
นายสุรศักดิ์ บุญอาจ	ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบริการวิชาการ และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม	คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี	089-118-9211	Ajarn.putter@gmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นายนพภา พันธุ์เพ็ง	-ประธานมูลนิธิ -กรรมการสมาคม -ผอ.สถานีวิทยุ Clean RadioFM92.50	-มูลนิธิสื่อสร้างสุข -สมาคมสื่อมวลชนอุบลราชธานี -สถานีวิทยุ Clean Radio FM 92.50	081-760-7603	Noppamba8@gmail.com
นายบรรพต ศรีเมืองบุญ	ผอ.สถานีวิทยุเอ็น เอ เรดิโอ FM 102MHz	สถานีวิทยุชุมชนกลุ่มคนวิทยุ เครือข่ายกระทรวงวัฒนธรรม เอ็น เอ เรดิโอ FM 102MHz ตำบล โพธิ์ชัย อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู 39000	042-378-153 098-167-2146	numlumphu@hotmail.com
อ.ดร.ชาญชัยณรงค์ ทรงศาศรี	ผู้ช่วยคณบดีคณะสาธารณสุข ศาสตร์	มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ ตำบลล้งเปลือย อำเภอนามน จังหวัดกาฬสินธุ์	081-574-3893	chanchainarong@gmail.com
นายมานะ เทนือโท	หัวหน้าศูนย์ข่าวทุ่งกุลาลา	-พอช. -นสพ.พิมพ์ไทย -นสพ.พิราบข่าวในสังกัด -ศูนย์ข่าวทุ่งกุลาลา	084-686-7715	Mana2552@hotmail.com manakaset@gmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นายประชุม จตุเทน	ผช.ประชาสัมพันธ์จังหวัด หนองบัวลำภู	สนง.ประชาสัมพันธ์ จังหวัดหนองบัวลำภู	062-594-4581	Prachum_prd@hotmail.com
นางศุธิพร พันธุ์สาย	นักสื่อสารมวลชนชำนาญการ	สำนักประชาสัมพันธ์เขต2 เลขที่ 145 ถนนแจ้งสนิท ตำบลแจระแม อำเภอมือง จังหวัดอุบลราชธานี	045-311-193	Sathiporn_p@prd.go.th
นางชลธิษ จันทรสิงห์	นายกสมาคมสื่อมวลชนอุบลฯ	สมาคมสื่อมวลชนอุบลราชธานี	081-876-6345	newschon@gmail.com
นายประกาศิต สุวะทอง	จนท.บริหารงานทั่วไป	สนง.ประชาสัมพันธ์จังหวัด อำนาจเจริญ ตำบลโนนหนามแท่ง อำเภอมือง จังหวัดอำนาจเจริญ 37000	084-303-0803	
นางสาววัลรัตน์ ศรีจันทร์ภาค	นักสื่อสารมวลชนปฏิบัติการ	สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดอุบลราชธานี	045-281-393	Tawanrats24@gmail.com
นายชัยวัฒน์ บุญขวลิต	ผอ.สถานีวิทยุสถานีโทรทัศน์แห่ง ประเทศไทย จังหวัดอุบลราชธานี	สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดอุบลราชธานี	092-246-8563	Chaiwat.prd@gmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นางภัทรา บุญช่วย	ผู้ประสานงานที่วิชุมชน อุบลราชธานี	มูลนิธิสื่อสร้างสุขอุบลราชธานี เลขที่ 66 ถนนอุบล-ตระการ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 34000	085-097-2669	patthrapansri@gmail.com
นางสาวธัญญา พันศรี	ผอ.สถานีFM103.75MHz	สถานีวิทยุคลื่นคนฮักดี FM103.75MHz เลขที่ 158 ตำบลบึงหวาย อำเภอวารินชำราบ จังหวัด อุบลราชธานี 34190	095-301-3307 088-850-1344	Djmanow94@gmail.com Djprayuth94@gmail.com
นางสาววิชุดา สายสมุทร	อาจารย์	สาขานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการ จัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี เลขที่ 64 ถนนทหาร ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 41000	081-549-4193	Saivijit.s@gmail.com
นายคำยีน วงศ์ชาลี	ประชาสัมพันธ์จังหวัดมุกดาหาร	สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด มุกดาหาร ถนนวิจิตรสุการ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 49000	092-246-8341	Wongchalee04@gmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นายถาวร ผลถวิล	ประธานศูนย์และบรรณาธิการ นสพ. ประชารัฐ	ศูนย์ข่าวชุมชนหลักบ้านต้นเมือง กาฬสินธุ์ เลขที่ 36 ตำบลกลางหมื่น อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ 41000	063-720-0888	thawornpol@hotmail.com
นายนิพนธ์ เชี่ยวชาญยุทธ์	-นายสถานีวิทยุอสมท. จังหวัดอุบลราชธานี -รักษาการนายสถานีวิทยุอสมท. จังหวัดยโสธร	บมจ. อสมท.สถานีวิทยุ อสมท. เลขที่224 ตำบลไร่น้อย อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 34000	087-680-5678	Ninemix01@gmail.com Nipon.ch@mcot.com
นางนงคราญ อยู่ไพร	ผู้ประสานงานเครือข่ายงดเหล้า จังหวัดอุบลฯ	องค์กรปลอดเหล้าจังหวัด อุบลราชธานี เลขที่ 76 ตำบลปทุม อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 34000	081-062-5918	
นางเกตุชญา วงศ์ป้อม	ผู้ประสานงานเครือข่ายงดเหล้า จังหวัดอุบลฯ	ศูนย์ประสานงานองค์กรงดเหล้า อุบลราชธานี เลขที่38 ตำบลปทุม อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 340000	094-270-9158	

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นางสวณันทนา นาคำ	เลขาธิการกรมการหน่วยรับเรื่องร้องเรียนอื่น ๆ (ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชนจังหวัดหนองบัวลำภู)	ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชนจังหวัดหนองบัวลำภู อำเภอนากลาง จังหวัดหนองบัวลำภู 39170	081-872-2627	Nantha_104@hotmail.com
นายธีระพล อันมัย	อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี	085-414-9646	iamteeanmai@yahoo.com
นายชาญยุทธ ผ่องแผ้ว	ผู้ประสานงานเครือข่ายผู้ติดเชื้อฯ จังหวัดหนองบัวลำภู	สภาผู้บริโภควัดจังหวัดหนองบัวลำภู	085-741-6587	Eew_1806@hotmail.com
นายบัวผัน ชูคำ	ผู้อำนวยการสถานีวิทยุชุมชนบ้านดุง-ทุ่งฝน FM99.25MHz	-สถานีวิทยุชุมชนบ้านดุง-ทุ่งฝน FM99.25MHz เลขที่ 90 ชุมชนอาสาพัฒนา ตำบลศรีสุทโธ อำเภอบ้านดุง จ.อุดรธานี	085-644-4900	
นายธนากร มณีศรี	ประธานเครือข่ายสื่ออาสาสุรินทร์	สำนักงานเครือข่ายสื่ออาสาสุรินทร์ เลขที่ 35 ตำบลนอกเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ 32000	081-669-1555 081-238-7555	Hs3pxa@gmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นายอุทรท์เกษุสิทธิ์	-ผอ.สถานีวิทยุหนองคาย ชายแดน FM98.25MHz -สถานีวิทยุเพชรนาคิน FM93.50MHz -นายกสมาคมผู้ประกอบการ วิชาชีพวิทยุ-โทรทัศน์และ สื่อสารมวลชนชายแดน	สมาคมผู้ประกอบการวิชาชีพวิทยุ- โทรทัศน์และสื่อสารมวลชน ชายแดน เลขที่ 105 ซอยหงษ์ทอง ถนน หนองคาย-โพนพิสัย ตำบลหาดคำ อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย 43000	061-550-5956 098-565-4661	Uthorn_ks@hotmail.com
นายณัฐธนนท์ วัฒนศักดิ์อังกูร	กรรมการและเลขานุการ	สมาคมผู้ประกอบการวิชาชีพวิทยุ- โทรทัศน์และสื่อสารมวลชน ชายแดน	087-945-5251	naykook@hotmail.com
นางสาวประทีน สา ธาราช	ดีเจ/อปมช.	เครือข่ายประชาสัมพันธ์จังหวัด อุบลราชธานี FM 102.25MHz หนองโฆลก	085-024-0749	Satarach_uvi@hotmail.com Prahin250741@gmail.com
นายจิระศักดิ์ พรเอกทวี	ผู้บริหารสถานีวิทยุสวทท. FM101.25MHz อ.เฝ้าไร่ จ. หนองคาย	สื่อมวลชนวิทยุชายแดนจังหวัด หนองคาย (สมาคมสื่อวิทยุชายแดน จังหวัดหนองคาย) 43120	088-578-3069	

ทำเนียบเครือข่ายผู้เข้าร่วมกิจกรรม
การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวนและปรับปรุงแนวปฏิบัติและจริยธรรมพื้นฐานสำหรับสื่อมวลชน
วันอังคารที่ 28 มีนาคม 2560 ณ เดอะไฮด์ รีสอร์ท บางแสน จังหวัดชลบุรี

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นายบุญรอด ฤกษ์ดี	ผู้อำนวยการสถานีวิทยุ	สถานีวิทยุเอื้ออาทรทำตุม เลขที่ 430/206 ตำบลท่าตุม อำเภอศรีมหาโพธิ์ จังหวัดปราจีนบุรี 25140	086-787-7528	Media3040@gmail.com
นายเจริญ เจริญทอง	ผู้อำนวยการสถานีวิทยุ	สถานีวิทยุเจริญรุ่งเรืองเรดิโอFM93.25MHz เลขที่ 417 ตำบลลาดกระทิง อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา 24160	084-349-1379	Djm8925@gmail.com
นายสำเริง เชี่ยวชาญ	ผู้อำนวยการสถานีวิทยุFM106.50MHz	สถานีวิทยุ FM106.50MHz อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี	087-999-0087	Radio10575mhz@hotmail.com
ผศ.พงศสิน พรหมพิทักษ์	หัวหน้าสาขาวิชาวิทยุกระจายเสียงและ วิทยุโทรทัศน์	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี	089-604-8879	Dj_seksan@hotmail.com Pongsin2515@gmail.com
นางสาวมาลี คำดิบเหมาะ		สื่อวิทยุ	081-002-4754	
นางสาวสุรีย์ วัชรพิชิตชัย	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ	สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยจังหวัด จันทบุรี	087-603-8372	Suw2011@hotmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นายธนเดช เตชะเทศ	สื่อมวลชนจังหวัดตราด	เครือข่ายคุ้มครองสิทธิภาคตะวันออก	094-325-2895	presstrat@gmail.com
นางสาวอรุณช สัมมนา	ผอ.สถานีวิทยุอรุณชเรดิโอ	สื่อมวลชน	086-151-2099	fmsamana@gmail.com
นางสาวศุภิสรา บรมสุข	ผอ.สถานีวิทยุFM97.25MHz	สถานีวิทยุ ชิตีเรดิโอ เลขที่ 1 ตำบลหนองกี่ อำเภอกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี 25110	084-913-9882	Pug9725@gmail.com
นางบังอร พ้อคำพานิช	รองผอ.สถานีวิทยุFM106.50MHz	สถานีวิทยุ FM106.50MHz อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี	085-228-6698	
นายไวพจน์ ปานเมธานี	ผู้บริหารสถานีวิทยุ	สถานีวิทยุ FM 92.00 MHz Seastation	081-863-0225	Tu92fm@hotmail.com
นางปจารีย์ ปุรินทรกุล	อาจารย์	ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา	081-996-2188	Praew_paja@hotmail.com
นายชุตติเดช เนื่องจากอยู่	ผู้อำนวยการสถานีฯ	สมาคมสื่อสารมวลชนสัมพันธ์จักรชัยเพื่อความมั่นคง	080-097-4798	chockamnuay@gmail.com
นายณัฐวัฒน์ นาน่องโกรน	ผู้สื่อข่าว	CTV จันทบุรี	081-864-4398	
นายสุรศักดิ์ พิงธรรม	ประธานโครงการรักษไทยประชาร่วมใจ ด้านภัยยาเสพติด	-โครงการรักษไทยประชาร่วมใจด้านภัย ยาเสพติด -โครงการหัวใจสีขาว รวมใจณรงค์ด้านภัย เอดส์ -ประธานบริษัททองกล้วยจำกัด	081-356-7839 081-724-4614	Kaew_01@yahoo.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
พันโทสมเกียรติ แสงสุรเดช	ผอ.สถานีวิทยุเพื่อความมั่นคงแห่งชาติ อ.กบินทร์บุรี จ.ปราจีนบุรี 25110	สมาคมสื่อสารมวลชนสัมพันธ์จักรชัยเพื่อ ความมั่นคง เลขที่ 193 ถนนปราจีนตคาม ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี 75000	081-293-0672	s-somkiat@hotmail.com
นายภิญโญ เนียมสงค์	ประธานสภาคนพิการทุกประเภท จังหวัดฉะเชิงเทรา	ภาคประชาสังคมและสื่อมวลชน	081-376-8436	Phinyo02504@gmail.com
นายมานะ กลิ่นเนียม	ผอ.สถานีวิทยุพุทธโสธรเรดิโอ	ร.ร.พระปริยัติธรรม วัดโสธรวรารามวรวิหาร	081-292-4426	FAX.038-515-007
นางสาวรณัฐ ใหม่ปิยะ	หัวหน้า/ผอ.สถานีวิทยุ เจ้าของสถานี วิทยุFM88.75MHz	สถานีวิทยุท้องถิ่นบ้านนา FM88.75MHz เลขที่ 143 ถนนสุวรรณศร ตำบลบ้านนา อำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก 26110	081-917-7175	Banna88.75@hotmail.com
นางพิมลรัตน์ ศิริเลิศ	ผู้ประสานงาน	ศูนย์ประสานงานคุ้มครองผู้บริโภค ภาคประชาชนจังหวัดชลบุรี	089-754-3248	Pimonrat.2508@gmail.com
นายกิตติชัย ภูณะโกคิน	อุปนายกสมาคม	สมาคมสภาวิชาชีพวิทยุกระจายเสียงและ วิทยุโทรทัศน์	084-947-4749 083-114-0014 084-654-2820 096-923-3723	info@chumchonradio.net info@thailandradio.net chumchonradio@gmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นางประสิทธิ์ บุญผวย	ผู้จัดรายการวิทยุ	สถานีวิทยุ FM107.5 ปราจีนบุรี	081-153-0059	
นายนนทร เจริญทอง	ผอ.สถานีวิทยุ97.75MHz	เลขที่ 1/1 หมู่10 ตำบลหนองกิ้ง อำเภอท่าวุ้งบุรี จังหวัดปราจีนบุรี 25110	061-484-3984	Djm8925@gmail.com
นายกรกฎ ใจหงษ์	รองประธานอาสาสมัครประชาสัมพันธ์ ประจำหมู่บ้านและชุมชน อปมช. จังหวัดชลบุรี	เครือข่ายประชาสัมพันธ์จังหวัด	097-019-3316	Djkorn2011@hotmail.com
นางสาวชนวนล คณากุล	อาจารย์	มหาวิทยาลัยบูรพา	083-961-4459	ichwn@hotmail.com
นางรุ่งรดา เนื่องจากอยู่	เจ้าหน้าที่ควบคุมเสียง	สถานีวิทยุฯ FM102.25MHz ปราจีนบุรี	081-931-7154	
นางสาวขวัญฤดี พรหมทองดี	ประธานศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค จังหวัดสระแก้ว	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภคจังหวัดสระแก้ว เลขที่ 369/80 ถนนสุวรรณศร ตำบลสระแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดสระแก้ว	081-683-1184	C_s_i2009@hotmail.com
นายเสวก หาระทิก	ผอ.สถานี	สถานีวิทยุ.ประจันตคาม FM 90.25 MHz อำเภอประจันตคาม จังหวัดปราจีนบุรี 25130	084-871-6944	Swage9025@gmail.com
นางรัตนา แสงสุรเดช	ผู้อำนวยการ สถานีวิทยุเพื่อความมั่นคงของชาติ	สมาคมสื่อสารมวลชนสัมพันธ์จักรชัยเพื่อ ความมั่นคง เลขที่ 193 ถนนปราจันตคาม ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมือง จังหวัดปราจีนบุรี 75000	081-365-6581	s-somkiat@hotmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นางปรีชาติ ดิษฐอ่วม	ประธานอปช.ตราด อาสาสมัครกรมประชาสัมพันธ์	ศูนย์ประสานงานสปสช.ตราด	092-919-1699	sunisapress@gmail.com
นางสาวชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์	อาจารย์	ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา	038-102-350 ต่อ1	chompunuch@yahoo.com
นายนเรนทร์ผุยเคน	ผู้อำนวยการ FM101.50MHZ รุ่งเรืองเรดิโอ	สถานีวิทยุ FM101.50MHZ เลขที่ 442 ตำบลท่าตะเียบ อำเภอท่าตะเียบ จังหวัดฉะเชิงเทรา 24160	087-834-9415	Naren.@gmail.com
นายสิริชัย วัชรินทร์	เจ้าของ/บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ ผู้บริหารสถานีวิทยุก้าวหน้าเรดิโอ	สถานีวิทยุก้าวหน้าเรดิโอ FM106.25MHZ เลขที่ 24 ถนนระเบียบกิจอนุสรณ์ ตำบลบางคล้า อำเภอบางคล้า จังหวัด ฉะเชิงเทรา 24110	081-940-2126 089-938-3999	Sirichai.news@gmail.com
นางสาวอมรรัตน์ เสถียรวัฒนกุล	ผู้สื่อข่าว	บริษัท เคเบิลทีวี (จันทบุรี) จำกัด	081-234-6884	Amornrat.a.o.y.777@gmail.com
นายสำเร็จ ทองสว่าง	วิทยุชุมชนนครนายก		095-873-5775	
ร.ท. ประวิตร จันทศรีคำ	กรรมการศูนย์ประสานงานคุ้มครอง ผู้บริโภค	ศูนย์ประสานงานคุ้มครองผู้บริโภค ภาค ประชาชนจังหวัดชลบุรี อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี	086-149-2818	

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นางแก้วกัลยา แก่นแก้ว	ผู้จัดการสถานี	สถานีวิทยุ.ประจันตคาม FM 90.25 MHz อำเภอประจันตคาม จังหวัดปราจีนบุรี	080-837-8514	Swage9025@gmail.com
นางสาวสุนิสา สังข์ทอง	สื่อท้องถิ่นจ.ตราด	เคเบิลท้องถิ่นจังหวัดตราด เครือข่ายคุ้มครองสิทธิภาคตะวันออก	098-247-8946	sunisapress@gmail.com
นายประเสริฐ ช่วยแก้ว	อาจารย์ภาควิชาวิทยาศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา	ภาควิชาวิทยาศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา	081-427-9820	pschuaykaew@gmail.com
นายชุตินันต์ บุญฤทธิ์	ผอ.สถานีวิทยุไลออนเรดิโอ FM 99.25 MHz	วิทยุกระจายเสียง 38/5 ตำบลเทพราช อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา 24140	087-149-1742	Lion.fm99.35@hotmail.com
นางณภัทร คงเพ็ญ	ผู้ช่วย	น.ส.พ.ก้าวหน้า วิทยุก้าวหน้าเรดิโอ FM106.25MHz	081-682-7932	
นางพิมพ์พรรณ มณีวรรณ	หัวหน้าฝ่ายข่าวและผลิตรายการ	CTV จันทบุรี	099-424-1622	Ctv.news000@gmail.com
นางสาววรรณทินีย์ เพิ่มบุญเย็น	ผู้อำนวยการสถานี	สถานีวิทยุ 3 จังหวัดพลอยกระจ่างศรี FM 100.75 MHz ตำบลบางสมบูรณ อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก	087-805-1983	Dj-vantinee@hotmail.com
นางสาวสร้อยยา สุภาวงศ์รัตน์	เจ้าพนักงานโสตทัศนศึกษา	สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จังหวัดจันทบุรี	086-145-7489	Koy_saranya@hotmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นางสาววิไลรัตน์ ญัตติณรงค์	ผู้อำนวยการสถานีวิทยุ103.50MHz วาไรตี้เอฟเอ็มชลบุรี	วิทยุกระจายเสียงภาคธุรกิจวาไรตี้เอฟเอ็ม 103.50 MHz	081-664-4441	

ทำเนียบเครือข่ายผู้เข้าร่วมกิจกรรม
การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวนและปรับปรุงแนวปฏิบัติและจริยธรรมพื้นฐานสำหรับสื่อมวลชน
วันจันทร์ที่ 3 เมษายน 2560 จังหวัดนครศรีธรรมราช

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นายธวัช บุญนวล	อาจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ ม.ราชภัฏสุ ราษฎร์ธานี	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี เลขที่ 272 ตำบลขุนทะเล อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84100	098-915-5156	boonnual@gmail.com
นายอภัย คงมานนท์	ที่ปรึกษาบริษัทพีเอเอส	บริษัทพีเอเอส	089-471-5898	
นายภิรมย์ ณ เฟ่งพิศ	เครือข่ายนิกัจัดรายการ	สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดชุมพร ตำบลบางหมาก อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร 86000	082-919-5425	
นายอนันต์ เขียวสด	นักวิชาการหน่วยจัดการร่วม สสส. สำนัก6 ชุมชนน่านอยู่ภาคใต้ตอนบน	สำนักวิชาพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัย วลัยลักษณ์ จังหวัดนครศรีธรรมราช	095-032-0099	Asmanee55@gmail.com
นางสาวสุนิษา เงามาม	นักศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช	093-620-7454	Fernlove20@gmail.com
นางสาวจिरกานต์ แผนสมบูรณ์	นักศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช	096-887-5140	Jirakan.ado3@gmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นายภีรกาญจน์ไคนุ่นนา	อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี	คณะวิทยาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี เลขที่ 181 ถนนเจริญประดิษฐ์ ตำบลรูสะมิแล อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี 94000	089-195-6920	phirakan@gmail.com
นางณัฐมน ไชยศิริ	นักสื่อสารมวลชนปฏิบัติการ	สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดกระบี่ เลขที่ 12/15 ถนนท่าเรือ ตำบลปากน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ 81000	082-273-3025	fotfin@hotmail.com
นางอุภาวรรณ พรหมรักษา	นักสื่อสารมวลชนปฏิบัติการ	สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดพังงา เลขที่ 2 ถนนเทศบาลบำรุง ตำบลท้ายช้าง อำเภอเมือง จังหวัดพังงา 82000	095-257-3788	Upawon_p@prd.go.th
นายอานนท์ มีศรี	นายกสมาคมสื่อชุมชนภาคใต้ นครศรีธรรมราช	สมาคมสื่อชุมชนภาคใต้ นครศรีธรรมราช เลขที่ 556/475 ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80000	080-626-7805	For_my_mine@hotmail.com
นางสาวรัตนภรณ์ อุ่นยาว	นักศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช	063-818-1911	rattanapornaunkhaw@gmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นายภาณุพงศ์ สุริยะ	นักศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช	084-058-2125	s.phanuphong39@gmail.com
ผศ.ภัททิรา กลิ่นเลขา	รองหัวหน้าสาขาวิชานิเทศศาสตร์และ หัวหน้าฝ่ายปฏิบัติการนิเทศศาสตร์ ม. หาดใหญ่	เลขที่ 125/502 ถนนพลพิชัย อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110	086-062-6431	phattira@hu.ac.th
นางนิจวรรณ เทพขจร	เจ้าพนักงานธุรการชำนาญการ	สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดกระบี่ เลขที่ 12/15 ถนนท่าเรือ ตำบลปากน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ 81000	086-282-7497	Nid2500-1@hotmail.com
นายธนกร ตระการณสุข	ผู้สื่อข่าวพิเศษททบ.5 ประจำจังหวัด พังงา	สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5	081-606-0659	Tv5png@hotmail.com
นางสาวปรีดาภรณ์ จิตตรารมย์	นักศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช	091-790-1245	nongbee@gmail.com
นางสาวนิตยา ศรีพูล	หัวหน้าสาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัย หาดใหญ่	เลขที่ 125/502 ถนนพลพิชัย อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110	086-746-7004	nitiya@hu.ac.th
นางสาวรัฐัญญา รักษ์ราชพิทักษ์	นักสื่อสารมวลชนปฏิบัติการ	สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดกระบี่ เลขที่ 12/15 ถนนท่าเรือ ตำบลปากน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ 81000	093-649-5599	lovelyiceza@gmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
ดร.วสันต์ จันทร์ประสิทธิ์	อาจารย์ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์	สาขานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต เลขที่ 21 ตำบล อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต 83000	086-982-3699	junprasis@yahoo.com
นางสาวเจริญเนตร แสงดวงแข	อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่	เลขที่ 125/502 ถนนพลพิชัย อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110	089-886-2336	jarernnate@hu.ac.th jarernnate@hotmail.com
นางอรพินท์ เกียรติวิชัยดิษฐ์	ผู้ประกาศและรายงานข่าวชำนาญการ	สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเพื่อ การศึกษาจังหวัดกระบี่ เลขที่ 123 ตำบลห้วยยูง อำเภอเหนือคลอง จังหวัดกระบี่ 81130	087-896-3981	Pin1591@hotmail.com
นางสาวทัชชญา เดชากุลธนโชติ	ผู้สื่อข่าวพิเศษประจำจังหวัดพังงา	สำนักข่าวไทย	081-539-4351	Tv9png@hotmail.com
นายสำราญ เต็มรักษ์	กรรมการผู้จัดการ	บ.พีเอเอสเวิลด์คอมมิวนิเคชั่น จำกัด	089-030-3322	Samran.pas@gmail.com
นางสาวนุรีธา บินอาแซ	นักศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช	093-637-8681	Nureeha454@gmail.com
นางสาวพนิตา พูนสง	นักศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช	093-767-2385	Panitak113@gmail.com
นางสาวสุภาวดี พรหมมา	อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครศรีธรรมราช ตำบลท่าจั่ว อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช	081-649-9114	Supavadee_pr@hotmail.com
นายสหัส ทุมรัตน์	ประธานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า จังหวัดกระบี่	-เครือข่ายองค์กรงดเหล้าภาคใต้ตอนบน -วิทยุโทรทัศน์ภาคประชาชนจังหวัดกระบี่	081-396-8833	sahussawaz@hotmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นายสาคร ศรีไกรทัย	ที่ปรึกษาสมาคมสื่อมวลชนนครศรี ธรรมราช(ศูนย์ข่าว3ภาคใต้) หมู่บ้านเมืองทอง ถ.พัฒนาคูขวาง ต. ในเมือง อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช	ที่ปรึกษา นักจัดรายการวิทยุ	099-794-1453	Fmfm9975@gmail.com
นายจารึก อยู่ทอง	หัวหน้าสถานีวิทยุคลื่นบางทวด เรดิโอ	สถานีวิทยุคลื่นบางทวด เรดิโอ	075-845-059 081-079-5218	Dj.app_sa@hotmail.com
นางสาวบุญยง บัวใหญ่	นักจัดรายการวิทยุ	วิทยุคลื่นลูกทุ่งไทย FM 97.50 MHz วิทยุคลื่นบางทวดเรดิโอ FM 93.75 MHz	075-324-413 094-628-0611 075-845-059	Fm97_60@hotmail.com Dj.app_sa@hotmail.com
นางสาวมาริยะ อิสลาม	นักศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช	061-256-7138	Mariya7138@gmail.com
นางสาวสุพรรณษา พุทตรา	นักศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช	093-697-5561	Poynoi_supansa@hotmail.com

ทำเนียบเครือข่ายผู้เข้าร่วมกิจกรรม
การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวนและปรับปรุงแนวปฏิบัติและจริยธรรมพื้นฐานสำหรับสื่อมวลชน
วันศุกร์ที่ 21 เมษายน 2560 จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
ร.ต.ท.ปรีชา จันทร์ศรี	-รองสว.ผอ.ภ.จว.พิจิตร -ผู้ประกาศสถานีวิทยุกระจายเสียง ตำรวจภูธรภาค 6 พิจิตร -ประธานชมรมวิทยุกระจายเสียง จังหวัดพิจิตร	สถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจภูธรภาค 6 จังหวัดพิจิตร	081-886-2403	Dcpc2502@hotmail.com
ร.ต.ต.พิเชษฐ์ เชื้อชัย	-รองสว.รร.ฯรรท. -รองสว.ผอ.ภ.จว.พิจิตร -ผู้ประกาศสถานีวิทยุกระจายเสียง ตำรวจภูธรภาค 6 พิจิตร	ตำรวจภูธรจังหวัดพิจิตร ถนนศรีมาลา ตำบลในเมือง อำเภอเมืองพิจิตร จังหวัดพิจิตร 66000	087-201-1926	Blackcrocodile6667@windows live.com
ดร.ณัฐชานา พวงทอง	นักวิจัย	สถาบันวิชาการสื่อสารสาธารณะThaiPBS (ไทยพีบีเอส)	098-691-5188	nutchanap@thaipbs.or.th
นายชาญชัย วิกรวงษ์วนิช	คณะทำงาน	เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์ สื่อ เลขที่ 23/106 ถนนนวมินทร์ 68 แขวง คลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กทม.10240	085-600-9879	cvikornvongvanich@gmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นางสาวพิมพ์ชญา พิภเปี่ยม	อาจารย์หลักสูตรนิเทศศาสตร์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี	096-865-4556	Pimochaya_yoak@hotmail.com
นางสาวญาดา เมตตาประเสริฐ	ผู้เชี่ยวชาญอาวุโส	สถานีโทรทัศน์สีทองทัพบกช่อง 7	081-822-4969	yata@ch7.com
นางสาวสุพัตชา ถนอมสัตย์	เจ้าหน้าที่ส่งเสริมกิจกรรมการตลาด	สถาบันวิชาการสื่อสารสาธารณะ (สวส.) สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เลขที่ 145 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงตลาด บางเขน เขตหลักสี่ กทม.10210	098-246-3208	suphatchat@thaipbs.or.th
นายอิมรอนเชษฐวัฒน์	คณะทำงาน	เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและ สร้างสรรค์สื่อ	091-698-0170	Chestawat.imron@gmail.com
นายเอกรงค์ ปั่นพงษ์	อาจารย์	สาขาวิชานิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏ พิบูลสงคราม คณะวิทยาการจัดการ ตำบล พลาญชุมพล อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก 65000	095-948-1005	akkarorg@gmail.com
นายธนพงษ์ ทิพย์สุขุม	เจ้าหน้าที่อาวุโสกิจกรรมทางวิชาการ	สถาบันวิชาการสื่อสารสาธารณะ (สวส.) สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เลขที่ 145 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงตลาด บางเขน เขตหลักสี่ กทม.10210	087-697-9777	thanapongt@thaipbs.or.th

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นางปาริชาติ บุญโยดม	คณะทำงาน	เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและ สร้างสรรค์สื่อ	095-645-9245	parichardb@hotmail.com
นายสุระพัฒน์อารมย์ดี	กรรมการ		085-558-9112	S_arromdee@yahoo.com
นายศรธาทร อัครจิรัฐติกรณ์	ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายข่าว	สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง7	02-272-0210	kathathorn@ch7.com
นางสาวจิตพิสุทธิ์ ไกรประสิทธิ์	หัวหน้าฝ่ายตรวจสอบฯ ส่วนจัดและ ควบคุมรายการสทท.(NBT)	สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท.) (NBT) เลขที่ 236 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงดินแดง เขตดินแดง กทม. 10400	098-516-8733	kjitpisud@gmail.com
นางสาวกรุณา อรุณรัตน์	Operation Channel	บริษัท จีเอ็มเอ็ม วัน ทีวี จำกัด	02-669-8931	Karuna.joom@gmail.com
นางสุพัตรา พะลาายนนท์	คณะทำงาน	เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและ สร้างสรรค์สื่อ	081-839-2146	Butz_rb@hotmail.com
นางสาวนิตยา มุขชนสมบัติ	ควบคุมการผลิต ฝ่ายผลิตรายการละคร	ช่อง 7	02-610-0777 ต่อ381	nittaya@ch7.com
นางสาวสินีนานฎ เทพบุญ	Creative & Producer TV Program Production	Finland Studio	081-937-1678	maymatty@gmail.com
นางสาวขวัญฤดี กันหา	เจ้าหน้าที่ฝ่ายวิจัยและพัฒนา	สถาบันวิชาการสื่อสารสาธารณะ (สวส.) สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เลขที่ 145 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงตลาด บางเขน เขตหลักสี่ กทม.10210	081-937-8489	kwanruedeek@thaipbs.or.th

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นางสาวชญาณี พงศ์ภคเจียร	เจ้าหน้าที่ฝ่ายวิจัยและพัฒนา	สถาบันวิชาการสื่อสารสาธารณะ (สวส.) สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เลขที่ 145 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงตลาด บางเขน เขตหลักสี่ กทม.10210	081-239-5719	jnanip@thaipbs.or.th
นางสาวจิราพร ยังสุข	อาจารย์ประจำสาขาวิชาวิทยุ โทรทัศน์และสื่อดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต	มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิตวิทยาเขตร่มเกล้า เลขที่ 60 ถนนร่มเกล้า แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กทม. 10510	081-830-4390	Sasin_75@hotmail.com
นางสาวขวัญจิตร แสงอรุณ	หัวหน้าแผนกฟรี-โปรดักชั่น ฝ่ายผลิตรายการ	สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง7	081-837-3275	kwanjit@ch7.com

ทำเนียบเครือข่ายผู้เข้าร่วมกิจกรรม
การประชุมวันศุกร์ที่ 24 เมษายน 2560 จังหวัดเชียงราย

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นางสาววิรัชญา อุเทศนันท์	อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	091-067-6924	w.utesnaa@gmail.com
นายปรีชา พูลเขตกิจ	ผอ.สถานีวิทยุคลื่นเค็เรดิโอ Fm104.75MHz	สถานีวิทยุคลื่นเค็เรดิโอ Fm 104.75 MHz ห้างหุ้นส่วนจำกัดปรีชามีเดีย เลขที่ 26/4 ตำบลสร้อยละคร อำเภอ ลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์ 60150	086-217-3202	104.75luckyfm@gmail.com
นายบุญส่ง ชัยเลิศ	ผู้สื่อข่าว	น.ส.พ.แชมป์/สื่อออนไลน์ เลขที่ 36/1 ตำบลรอบเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57000	086-335-8594	Buasawan.apartment@gmail.com
นายชาญณรงค์ ชัยชนะ	นักประชาสัมพันธ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	081-024-0556	
นายสุภภัส ธาตุศาสตร์	บรรณาธิการ	น.ส.พ. ดี อินไซด์เดอร์	085-065-6095	Toy.press999@gmail.com
อาจารย์อัญมณี ภัคติมवलชน	อาจารย์/นักศึกษาป.เอก สาขาวิชานิติศาสตร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	096-697-3069	Kookkai3365@hotmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นางสาวจิราพร ขุนศรี	รองคณบดี คณะวิทยาการจัดการ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย เลขที่ 80 ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57000	081-386-7226	jirapornkhonsri@gmail.com
นางสาวสาวิตรี พรหมสิทธิ์	อาจารย์โปรแกรมวิชานิติศาสตร์ (ดิจิทัลมีเดีย)	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	082-673-7733	Aj.sawitree@gmail.com
นายดิเลน นิมปากน้ำ	บรรณาธิการ น.ส.พ.เวียงกาหลง	หนังสือพิมพ์เวียงกาหลง	081-022-2231	
นางชมพูนุช เจริญสุข	ผู้ดูแลสถานี	FM 95.50 MHz เลขที่ 84 ม.5 บ.สรสวัสดิ์ ต.แม่เปิน อ.แม่เปิน จ.นครสวรรค์ 66170	081-964-8389	
นายวิศรุต มุ่งคำภา	นักประชาสัมพันธ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	080-442-1029	W1195@hotmail.com
ร.ต.ต.สมชาติ ตีวรรณ	ผู้ประกาศสถานีวิทยุฯ	สถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจภูธรภาค 5 จังหวัดเชียงราย	089-955-0959	Somchat2504@gmail.com
นางธนัยนันท์พัฒน์จิรวุชร	ผู้ประกาศข่าว	สถานีวิทยุ สวท.ชร	083-152-9188	Dj_larkongam@hotmail.co.uk
นางจิรวรรณ บ้านชี	บก.น.ส.พ.เชียงรายธุรกิจ	หนังสือพิมพ์เชียงรายธุรกิจ	083-474-9697	Cr_business@hotmail.com
นางสาวศศิกานต์ แซ่ซื่อ	นักข่าว	น.ส.พ.ท้องถิ่นนิวส์เชียงราย เลขที่ 36/1 ตำบลรอบเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57000	086-672-1065	

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นายอรุณศักดิ์ จรรยา	เจ้าของ/บรรณาธิการ	น.ส.พ.ดอยตุง/www.doitungnews.com เลขที่ 399 บ้านหนองปิ้ง ตำบลรอบเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57000	083-575-8999	Makok951@hotmail.com
นางจำเนียร ประทุมชัย	สื่อมวลชน	เลขที่ 123 อำเภอแม่เปิน จังหวัดนครสวรรค์ 60150	087-206-9953	
นางสาววันเพ็ญ แสนใจ	หุ้นส่วนผู้จัดการ/ดีเจ หจก.เชียงรายสบายกรุป	สถานีวิทยุ รต.ชร. FM 90.75 MHz เลขที่ 426/40 ตำบลริมกก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 571000	062-596-3922	wanphen@hotmail.com
พระดร.ณัฐวัฒน์ ตั้งปฐมวงศ์	นักวิชาการอิสระ	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตล้านนา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200	085-915-6226	Bhikkunuttawat.t@gmail.com
นายวรพงษ์ วิไล	อาจารย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย คณะวิทยาการจัดการ โปรแกรมวิชานิติศาสตร์	089-855-8952	Worapong.wilai@gmail.com
นายเจริญ อัญชลีสังกาศ	บรรณาธิการบริหาร	นสพ.ภาคเหนือเชียงราย เลขที่ 111/31 ตำบลรอบเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57000	088-261-2436	Jarch_ar@hotmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นายจำเริญ สมนักดีศรี	ผู้สื่อข่าวประจำเชียงราย	หนังสือพิมพ์ข่าวภาพ เลขที่ 2570 ตำบลเมืองพาน อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย 57120	088-971-2568	Somsaksri.c5@gmail.com
นางสาวพัทธนันท์ หนูคง	นักจัดรายการวิทยุ	สถานีวิทยุปิ่นเกลเรดิโอ Fm92.0MHz เลขที่ 405/7 ตำบลรอบเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย	099-295-1654	Makam_kanun@hotmail.com
นายอิสระ บุญอนันต์	ผู้อำนวยการ	น.ส.พ.รวมพลังเชียงราย ศูนย์ข่าวชายแดน เลขที่ 569 ตำบลแม่สาย อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย 57130	089-433-1569	Issara2481@gmail.com
นายธวัชชัย ดวงไทย	อาจารย์	โปรแกรมวิชานิติศาสตร์ (การสื่อสารสื่อ ใหม่) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	081-960-9014	Thawatchai_2525@hotmail.com
นายสุวิทย์ จันทร์อุดม	ผู้อำนวยการสถานีวิทยุคนบ้าน มะเกลือ Fm 99.75MHz	สถานีวิทยุคนบ้านมะเกลือ Fm 99.75 MHz เลขที่ 37/1 ตำบลบ้านมะเกลือ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ 60000	087-993-8564	Fm9975_@hotmail.com
นายกิตติธัช สุเรียมมา	บรรณาธิการ	หนังสือพิมพ์อาณาจักรพายัพ	093-187-6665	Payap_news@hotmail.com
นายพลากร ตาคำ	ผู้สื่อข่าว	หนังสือพิมพ์เชียงรายนิวส์	080-499-2425	Palakorn9@hotmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
เรือโทชาญณรงค์ ปิยะทัสสี	นายทหารผู้ประกาศ แผนกรายการและข่าว	สถานีวิทยุกระจายเสียง 914 หน่วยบัญชาการทหารพัฒนา กองบัญชาการทหารสูงสุด	093-140-6506	
นางสาวสุนี บุญอนันต์	สื่อมวลชน นักจัดรายการวิทยุฯ	สถานีวิทยุและโทรทัศน์สุขภาพแห่งชาติ	085-036-0297	Ranee_225@hotmail.com
นายกิตติธัช ริยะสาร	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิเทศศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	082-797-5884	
นายนครินทร์ ใจสา	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิเทศศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	087-567-4713	Nuk_kubpom@hotmail.com
นางสาวพรนิษา พักแก้ว	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิเทศศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	093-758-7049	Pang3464@gmail.com
นายดรณภพ มหาวุฒิ	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิเทศศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	091-853-1536	l3ori3eam@gmail.com
นางสาวกุลสตรี แถลง	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิเทศศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	061-902-9727	Pong14791001@gmail.com
นางสาวพิมพ์ชนก พิลาสัย	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิเทศศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	082-778-5979	Pp.toffy29@gmail.com
นายบุญทวีกาญจน์ แอนปัญญา	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิเทศศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	061-310-6272	Bunthaweekan27@gmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นายภุชญา วัฒนา	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	092-180-5211	naypowerweed@gmail.com
นายปิติณัฐ แสนสมบัติ	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	092-275-4099	Mac__mm@hotmail.com
นางสาวศกุนตลา จรูญโกศลเกษม	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	093-294-8467	sakuntalaploy@gmail.com
นพรัตน์ เทพรัตน์	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	084-650-2677	Autumn2@windowalive.com
นายคุณากร กันทะนิต	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	062-481-1109	k.kanthanid@gmail.com
นางสาวนลิกาล แซ่เตี๋ย	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	087-355-1430	nalikan@hotmail.com
นายธิติพงษ์ บุญอินทร์	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	094-881-2505	thitiponggs@gmail.com
นายเกษมศักดิ์ ชาววีว	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	061-297-7382	kasemkasemms@gmail.com
นางสาวอิงดอย ศรลาพัฒน์	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	092-946-4363	

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
เทอดพงษ์ บุญเย็น	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	064-801-0082	Zazgxs156@gmail.com
นายภุชกา ไชยานันตา	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	091-412-7205	
นายรังสีมันต์ วงศ์วรรณ	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	095-936-1570	Roo_kie@outlook.co.th
นายรัฐพล อุดใจ	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	061-684-7291	scrubbscrubb@gmail.com
นายสุเมธ ทองสี	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	064-251-0921	cokcokfood@gmail.com
นายสนธยา คำมา	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	097-196-4866	Sonthaya.kha@cru.ac.th
นายชาญวิทย์ ทิฐิขมภู	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	082-765-4461	Jone_420@hotmail.com
นายชัชพงศ์ สิงห์หา	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	099-235-0750	Exist22_pumpzy@hotmail.com
นายจรงค์ซ์ ใหม่คาวี	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	098-274-6678	Chongrak367@gmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นายเกริกฤทธิ์ สุภาวรรณ	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	088-226-5034	Super_arm456@hotmail.com
รัฐพงศ์ ดีจริง	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	091-072-5471	Rattapong.deejing@gmail.com
วรณิตย์ อุทรวัง	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	096-894-0589	Waranit9044@hotmail.com
นายอัศนี เกิดคำ	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	097-996-7218	atsaneeroedkham@gmail.com
นายสิทธิพงศ์ ตะโท	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	084-145-8113	Sithipong_noom@hotmail.com
นายธนพล จันทะเนตร	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	064-539-1369	Pakky_forver@hotmail.com
นายภูริวัฒน์ คำหล้า	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	097-982-6364	puriwatkhamla@gmail.com
นางสาวพรธิพา เผ่ายศ	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	094-746-4886	shonhunmia@gmail.com
นายธนพันธ์ หุ่นดี	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	096-698-5702	Auu06938@hotmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นางสาวกนกพร ใจชุ่ม	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	098-326-8388	Kanokporn573@gmail.com
นางสาวปานจิต คิดเคียน	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	081-164-3144	Poon_panchit@hotmail.com
นางสาวธัญรัตน์ วรรณรอย	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	088-225-2418	Hai_2526@hotmail.com
นางสาวพิชญนันท์กันธิยะ	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	097-182-1238	Sf.bluelight.sf@gmail.com
นายชยุดิ อินแก้ว	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	087-568-9588	Friendluxnom_@hotmail.com
นางสาวอาภาภรณ์ อ่าวสาคร	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	094-590-5680	Hmiaw2aclub@hotmail.com
นางสาวเบญญาภา ชัยวงศ์	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	082-696-1674	Yver.benya@hotmail.com
สุทธิเกียรติ อินแปลง	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	065-121-5898	mamacurnoodle@hotmail.com
นางสาวสาวิณี แทนอำพันธ์	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิติศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	094-707-3686	Savinee.peaw2536@gmail.com

ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	หมายเลขโทรศัพท์	อีเมล
นายปภาณ ไชยสาลี	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิเทศศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	087-569-7091	aodchaisalee@gmail.com
นายชิษณุ ยอดดล้า	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิเทศศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	093-239-4318	Google_26264@hotmail.com
อภิวัฒน์ เหวงงเจริญ	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิเทศศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	090-759-1788	Yuiopq485@gmail.com
นายคมกริช รมเนาะ	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิเทศศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	093-923-7805	khomkritzax@gmail.com
นายธนพล กัดเพชร	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิเทศศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	083-579-0726	Piykul_@hotmail.com
นายเฉลิมพล เทพพิญญา	นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย	คณะวิทยาการจัดการ สาขานิเทศศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่	093-251-3591	Smeg_nui@hotmail.com

ทำเนียบผู้เข้าร่วมกิจกรรมการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ
(ร่าง) แนวทางปฏิบัติและจริยธรรมวิชาชีพพื้นฐาน (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2559) (ร่างสอง)
วันจันทร์ที่ 8 พฤษภาคม 2560 โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพฯ

ลำดับที่	ชื่อ-นามสกุล	หน่วยงาน	อีเมล
1.	อาจารย์ ดร.มานะ ตีรียาภิวัดน์	คณบดี คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ที่ปรึกษาโครงการฯ	dr.mana@hotmail.com
2.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรัชญ์ครุจิต	ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายสื่อสารองค์การ และอาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์และ นวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (NIDA) ที่ปรึกษาโครงการฯ	warat.ka@hotmail.com
3.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรสิทธิ์วิทยารัฐ	สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	Surasit_test@hotmail.com
4.	อาจารย์ ดร.ปรัชญา เปี่ยมการุณ	วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	prachaya@live.com

ลำดับที่	ชื่อ-นามสกุล	หน่วยงาน	อีเมล
5.	อาจารย์สมเกียรติ โมรालาย	กรรมการผู้จัดการ Win Integrated Marketing Communication Co., Ltd	Happiness1964@yahoo.com
6.	อาจารย์เอกพล เทียนถาวร	สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	obcud37@hotmail.com
7.	อาจารย์หัสพร ทองแดง	สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร	fourthongdaeng@gmail.com
8.	อาจารย์ปรัชญา ทองชุม	สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร	pratchaya.t@pnru.ac.th
9.	นายชุตินันต์ บุญฤทธิ์	ผู้อำนวยการสถานีวิทยุ FM 99.25	Lion_9935@hotmail.com
10.	นางสาวมาลี ดำดิบเหมาะ	ผู้ดำเนินรายการ FM 107.25	smlo810024754@gmail.com
11.	นายณัฐกิตติ์ไชยศิริเศรษฐ์	หนังสือพิมพ์เสียงสัมพันธ์และผู้สื่อข่าววิทยุ ชุมชน	id line :7528511
12.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิษฐาหรุ่นเกษม	สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร คณะกรรมการดำเนินโครงการฯ	nitta@pnru.ac.th
13.	อาจารย์ ดร.ปรีญา สมพีช	สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร คณะกรรมการดำเนินโครงการฯ	preeya_s11@hotmail.com

ลำดับที่	ชื่อ-นามสกุล	หน่วยงาน	อีเมล
14.	อาจารย์สิริมนต์ พึ่งสังวาลย์	สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร คณะกรรมการดำเนินโครงการฯ	sirimonp22@gmail.com
15.	อาจารย์นิศรารัตน์ วิไลลักษณ์	สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร คณะกรรมการดำเนินโครงการฯ	announzer@gmail.com

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. 2545. **สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กำจร หลุยยะพงศ์. 2556. “บทบาทสื่อต่อความรับผิดชอบในสังคม” ในตำราอบรมหลักสูตรผู้ประกาศ ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระดับต้น. กรุงเทพฯ: สำนักงาน กสทช.
- กุลนารี เสือโรจน์. 2554. “จริยธรรมและจรรยาบรรณของสื่อมวลชน. ในตำราความรู้เบื้องต้นทางวิทยุ และโทรทัศน์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชามเชื้อสถาปนศิริ. 2557. “USER-GENERATED CONTENT”: ยุคสื่อของผู้ใช้. Positioning Magazine. สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2559, จาก<http://positioningmag.com/58244>
- นิษฐา หรุ่นเกษม. 2547. “แบบแผนทางจริยธรรมของนักสื่อสารมวลชน” บทความมหาวิทยาลัยเที่ยงคืน ลำดับที่ 465. สืบค้นเมื่อ 6 ตุลาคม 2559 สืบค้นจาก <http://v1.midnightuniv.org/midnight2545/document9755.html>
- บรรยงค์ สุวรรณพ้อง. 2557. “จริยธรรมสื่อในยุคหลอมรวม” จัดโดย สำนักงาน กสทช. ร่วมกับ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร เมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม 2557
- พรทิพย์ ดีสมโชค. 2542. **พัฒนาการเชิงความสัมพันธ์ระหว่างการใช้วิทยุโทรทัศน์กับการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- พิรธรอง รามสูต ธรณะนันท์ และศศิธร ยุวโกศล. 2546. **การกำกับดูแลเนื้อหาของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- เพ็ญพักตร์ เตียวสมบูรณ์กิจ และ ณรงค์ ขำวิจิตร. 2559. “ความรู้เท่าทันสื่อของผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ไทย ภายใต้ภูมิทัศน์สื่อโทรทัศน์ที่เปลี่ยนไป” ในวารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา. ปีที่ 9 ฉบับที่ 1: 93-105
- มานะ ตีรยาภิวัฒน์. 2557. “จริยธรรมนักสื่อสารมวลชนรุ่นใหม่” ในกิจกรรมการสัมมนาทางวิชาการ เรื่อง “จริยธรรมนักสื่อสารมวลชนรุ่นใหม่” จัดโดย สำนักงาน กสทช. ร่วมกับ สาขาวิชานิเทศศาสตร์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร เมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม 2557
- สำนักข่าวอิสรา. 2558. **ภูมิทัศน์สื่อเปลี่ยน นักวิจัย ชี้ 4 ช่องดิจิทัล ขาขึ้น ‘เรตติ้ง’ ดี**. สืบค้นเมื่อ 18 ตุลาคม 2559 จาก <http://www.isranews.org/isra-news/item/41073-7301.html>

สำนักส่งเสริมการแข่งขันและกำกับดูแลกันเอง. 2557. **คู่มือจริยธรรมและการกำกับดูแลกันเองใน
กิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์**. กรุงเทพฯ: สำนักงาน กสทช.

สุดารัตน์ ดิษยวรรณนะ จันทราวัดนากุล และ จักร์กฤษ เพิ่มพูน, บรรณาธิการ. 2557. **หลักและ
แนวคิดวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์**. กรุงเทพฯ: สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่ง
ประเทศไทย สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สถาบันอิศรา มูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่ง
ประเทศไทย.

Changing consumer needs are creating a new media landscape. 2014. TV AND MEDIA
2014. September 2014. Retrieved October 15, 2016,
from <https://www.ericsson.com/res/docs/2014/consumerlab/tv-media-2014-ericsson-consumerlab.pdf>

Christians, Clifford G. et al. 2011. **Media ethics: cases and moral reasoning**.
NY: Allyn & Bacon.

Day, Louis A. **In media communications: cases & controversies**.
CA: Focal Press.

Pavlik, J. & McIntosh, S. 2013. **Converging Media**. NY: Oxford University Press.

Perebinosoff, Philippe. 2003. **Real-world media ethics: inside the broadcast and
entertainment industries**. CA: Focal Press.