

รายงานผลการศึกษาวิจัยฉบับสมบูรณ์โครงการวิจัย

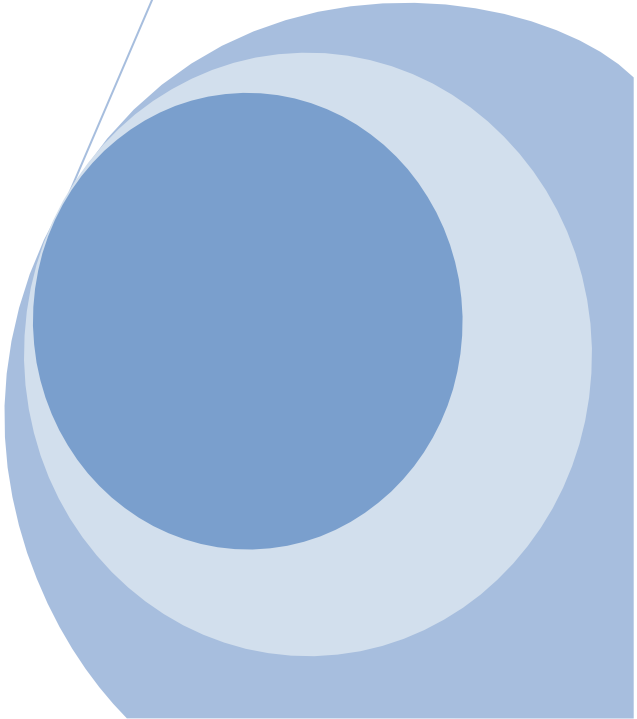
**การส่งเสริมแนวทางการใช้ ข้อมูลจากสื่อออนไลน์
ในกระบวนการรายงานข่าว ในยุคเทคโนโลยีหลอมรวม**

พศ. สกุลศรี ศรีสารตาม

อาจารย์ ดร. สุดารัตน์ ดิษยวรรณนะ จันทราวัดฒนากุล

อาจารย์ บุณยดิษย์ บุญโพธิ์

โดยคณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์





รายงานผลการศึกษาวิจัยฉบับสมบูรณ์โครงการวิจัย
การส่งเสริมแนวทางการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์
ในกระบวนการรายงานข่าว ในยุคเทคโนโลยีหลอมรวม

คณะผู้วิจัย

พต. สกฤษี ศรีสารคาม

อาจารย์ ดร. สุदारัตน์ ดิษยวรรณนะ จันทราวัดฒนากุล

อาจารย์ บุณยติษย์ บุญโพธิ์

โดย

คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

วิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการส่งเสริมแนวทางการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ของสื่อ
ในยุคหลอมรวมเทคโนโลยี ประจำปี 2559 นำเสนอสำนักส่งเสริมการแข่งขันและกำกับดูแลกันเอง
สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
(สำนักงาน กสทช.)

สารบัญ

	หน้า
สารบัญ	ก
สารบัญตาราง	ค
สารบัญภาพ	ค
สารบัญแผนภูมิ	ช
บทสรุปผู้บริหาร	ช
บทที่ 1 บทนำ	
1.1. หลักการและเหตุผล	1
1.2. วัตถุประสงค์	3
1.3. ขอบเขตการวิจัย	4
1.4. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	5
1.5. ระเบียบวิธีวิจัยและขั้นตอนการเก็บข้อมูล	7
1.6. นิยามศัพท์ปฏิบัติการ	12
1.7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	13
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรม	14
2.1. แนวคิดเรื่องข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (User-generated Content)	14
2.2. การกำหนดวาระข่าวสารข้ามสื่อ (Inter-media Agenda Setting)	18
2.3. แนวคิดเรื่องจริยธรรมในยุคสื่อดิจิทัล	19
2.4. กฎหมาย ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับสื่อออนไลน์	27
บทที่ 3 ผลการศึกษารูปแบบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในข่าวโทรทัศน์	38
3.1 จำนวนและลักษณะของข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่พบในข่าว	39
3.2 ลักษณะของข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่พบในข่าวโทรทัศน์	42
3.3 การอ้างอิงและระบุแหล่งที่มาของข้อมูลจากสื่อออนไลน์	48
3.4 รูปแบบการนำเสนอข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในข่าวโทรทัศน์	55
3.5 ลักษณะของการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในข่าวโทรทัศน์	60
3.6 ประเภทข่าวที่พบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์	63
3.7 กรณีศึกษาปัญหาทางจริยธรรมและข้อวิพากษ์วิจารณ์สื่อในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์	74

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษาการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในการรายงานข่าว	84
และแนวทางการพัฒนามาตรฐานจริยธรรม	
4.1 รูปแบบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เปรียบเทียบระหว่างสื่อท้องถิ่น และโทรทัศน์ดิจิทัล	86
4.2 ผู้รับสารสะท้อนการทำงานของสื่อในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในข่าว	103
4.3 กรณีศึกษากระบวนการ รูปแบบ และการส่งเสริมการใช้ประโยชน์และ สร้างมาตรฐานในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในต่างประเทศ	109
4.4 ข้อเสนอแนะต่อแนวทางการสร้างมาตรฐานและการส่งเสริมการใช้ข้อมูล จากสื่อออนไลน์ในบริบทของประเทศไทย	113
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะต่อแนวทางปฏิบัติและมาตรฐานจริยธรรมในการ	119
ใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในกระบวนการสื่อข่าว	
5.1 การสร้างมาตรฐานระบบการจัดการข้อมูลจากสื่อออนไลน์	119
5.2 การสร้างหลักเกณฑ์มาตรฐานในการเลือกใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์	121
5.3 การสร้างมาตรฐานในกระบวนการหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์	125
5.4 การสร้างมาตรฐานในการตรวจสอบข้อมูลจากสื่อออนไลน์	134
5.5 สร้างมาตรฐานในการนำเสนอข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในการรายงานข่าว	140
บรรณานุกรม	152
ภาคผนวก	155
คณะวิจัย	159

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1	สัดส่วนประเภทข่าวที่พบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์	40
ตารางที่ 2	ประเภทข่าวที่พบ UGC จำแนกตามช่อง	71
ตารางที่ 3	แสดงกลุ่มตัวอย่างในการสนทนากลุ่ม (Focus Group)	84
ตารางที่ 4	รายชื่อสถานีที่ให้ข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึก	85

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 1	กรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัย	8
ภาพที่ 2	แผนการดำเนินการดำเนินโครงการศึกษาวิจัย	12
ภาพที่ 3	ตัวอย่างข้อมูลจากสื่อออนไลน์ประเภทคลิปวิดีโอ (ข่าวกลุ่มสมาชิก "ไฟท์คลับไทยแลนด์" ชี้แจงที่มากิจกรรม ThaiPBS วันที่ 23 สิงหาคม 2559)	43
ภาพที่ 4	ตัวอย่างข้อมูลจากสื่อออนไลน์ประเภทภาพถ่าย – ภาพถ่ายบุคคล (ข่าวเปิดใจ “น้องแนน” นิสิตพิการคนเก่ง หัวใจแกร่ง PPTV36HD วันที่ 26 สิงหาคม 2559)	44
ภาพที่ 5	ตัวอย่างข้อมูลจากสื่อออนไลน์ประเภทความคิดเห็น (ข่าวข้อถกเถียงการแต่งกายเข้าห้องสมุด ThaiPBS วันที่ 29 สิงหาคม 2559)	45
ภาพที่ 6	ตัวอย่างข้อมูลจากสื่อออนไลน์ประเภทภาพถ่ายตัดกราฟฟิก (ข่าวชาวบ้านจี! ปลอด นายกอบต.ค้อวัง เหตุรุกรที่ดินสาธารณะ Spring News วันที่ 1 กันยายน 2559)	45
ภาพที่ 7	ตัวอย่างการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ประเภทประสบการณ์ (รายการไขปมข่าว ตอน ฆ่าตบตา Spring News วันที่ 25 สิงหาคม 2559)	46
ภาพที่ 8	ตัวอย่างการอ้างอิงข้อมูลที่ปรากฏในข่าว – อ้างอิงจาก YOUTUBE พร้อมระบุชื่อบัญชีเจ้าของ (ข่าวลึงสวนสัตว์สหรัฐฯ หงุดหงิดปาอุจจาระใส่นักท่องเที่ยว PPTV36HD วันที่ 21 สิงหาคม 2559)	49
ภาพที่ 9	ตัวอย่างการอ้างอิงข้อมูลที่ปรากฏในข่าว – ขอบคุณแหล่งที่มาเจ้าของภาพ (ข่าวชาวเน็ตแห่แชร์! ภาพวิกฤตฝนถล่ม น้ำไหลท่วม รพ.ร้อยเอ็ดอพยพผู้ป่วยวุ่น ช่อง 7 วันที่ 25 สิงหาคม 2559)	49

สารบัญภาพ (ต่อ)

		หน้า
ภาพที่ 10	ตัวอย่างแหล่งที่มาข้อมูลจากเฟซบุ๊ก (ข่าว 3 สาวโต้ข่าวขอรับบริจาค ช่องไทยรัฐทีวี วันที่ 25 สิงหาคม 2559)	51
ภาพที่ 11	ตัวอย่างแหล่งที่มาข้อมูลออนไลน์ – จากเฟซบุ๊ก (ข่าวกลุ่มนักปั่นพลเมือง ดี ช่วยชีวิตสาวถูกใจชิงทรัพย์หวิดโดนข่มขืนPPTV36HD วันที่ 21 สิงหาคม 2559)	51
ภาพที่ 12	ตัวอย่างข้อมูลจากสื่อออนไลน์ประเภทคลิปวิดีโอ – คลิปแสดง ความสามารถ (ข่าวนิว AF7 เลียนเสียงไปเกมอน ไทยรัฐทีวี วันที่ 17 สิงหาคม 2559)	52
ภาพที่ 13	ตัวอย่างข้อมูลจาก YouTube (ข่าวนวดแผนไทยร้องผู้ตรวจการฯ กม. สาธารณสุข ชัด สาธารณสุข Spring News วันที่ 24 สิงหาคม 2559)	52
ภาพที่ 14	ตัวอย่างข้อมูลจากพันทิป และกล่องวงจรมืด (ข่าวร้องโซเซียงสาวขโมย ตุ้มหูเพชรสวรรคตฟลิกไทยรัฐทีวี วันที่ 1 กันยายน 2559)	53
ภาพที่ 15	ตัวอย่างการพัฒนาอธิบายข้อมูลจาก UGC เพิ่มเติมในข่าว (สื่อบีบีซี “ฆ่า ตบ ดา” รายการไขปมข่าว ช่อง Spring News วันที่ 25 สิงหาคม 2559)	57
ภาพที่ 16	ตัวอย่างการพัฒนาอธิบายข้อมูลจาก UGC เพิ่มเติมในข่าว (สื่อบีบีซี “ฆ่าตัว ตาย ความสูญเสียที่ป้องกันได้” รายการ TNN Life News ช่อง TNN24 วันที่ 29 สิงหาคม 2559)	59
ภาพที่ 17	ตัวอย่างการใช้ข้อมูลจากออนไลน์เพื่อบอกให้ข้อมูลข้อเท็จจริง (ข่าวสาว ท้อง 6 เดือนก่อเหตุจกทอง สารภาพอ้างตกงาน สามีเสียชีวิต เตรียมเงิน ไว้คลอดลูก MCOT วันที่ 1 กันยายน 2559)	61
ภาพที่ 18	ตัวอย่างลักษณะการใช้ข้อมูลจากออนไลน์เพื่อสะท้อนความรู้สึกของชุมชน (พลิกปมข่าว : ป้อมมหากาพย์ ป้อมมหากาฬ ThaiPBS 22 สิงหาคม 2559)	61
ภาพที่ 19	ตัวอย่างลักษณะการใช้ข้อมูลจากออนไลน์เพื่อสะท้อนความรู้สึกของ เหตุการณ์ (ข่าวฆ่าตัวตายความสูญเสียที่ป้องกันได้ ช่อง TNN24 วันที่ 29 สิงหาคม 2559)	62
ภาพที่ 20	ตัวอย่างข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (กล่องวงจรมืด) ที่ใช้ในข่าวอาชญากรรม (ข่าวจับครุใหญ่ยิงน้องสาวคาห้างย่านบางพลี ช่องเนชั่นทีวี 19 สิงหาคม 2559)	63

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า	
ภาพที่ 21	ตัวอย่างข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (ภาพถ่าย) ที่ใช้ในข่าวอาชญากรรม (ข่าวสาวเครียดดอกหัก นักริมระเบียบชั้น 20 ห้างตั้งย่านปิ่นเกล้าสุดหวาดเสียว ช่อง 3HD วันที่ 26 สิงหาคม 2559)	64
ภาพที่ 22	ตัวอย่างการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (โพสต์เฟซบุ๊ก) ในข่าวสังคม (ข่าวเปิดภาพภูทับเบิก ระยะเวลาเพียง 6 ปี ถูกนายทุนสร้างรีสอร์ทแทบไม่เหลือธรรมชาติ ช่อง 7 วันที่ 22 สิงหาคม 2559)	64
ภาพที่ 23	ตัวอย่างข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (ข้อความแสดงความคิดเห็น) ในข่าวสังคม (ข่าวตามยึดทรัพย์ทันตแพทย์หญิงดลฤดีหนีทุนมหาวิทยาลัยมหิดล ล่าสุดย้ายไปสอนที่มหาวิทยาลัยบอสตัน ช่อง 3HD วันที่ 23 สิงหาคม 2559)	65
ภาพที่ 24	ตัวอย่างข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (ภาพถ่าย) ในข่าวที่อยู่ในความสนใจของคน (ข่าว“หมอนักบิน” ทุกหน้าที่...ความพยายาม สำคัญกว่า ความสำเร็จ ช่อง ThaiPBS วันที่ 2 กันยายน 2559)	66
ภาพที่ 25	ตัวอย่างการใช้ข้อมูลจากออนไลน์ (โพสต์เฟซบุ๊ก) ในข่าวที่อยู่ในความสนใจของคน (ข่าวแชร์ว่อน ภาพ นศ.นอนกลางสี่แยกเมืองเชียงใหม่ ช่อง 3HD วันที่ 28 สิงหาคม 2559)	66
ภาพที่ 26	ตัวอย่างข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (คลิป) ในข่าวภัยพิบัติ (ข่าวแผ่นดินไหวเมียนมาเขย่าเจดีย์เมืองพุกามพัง 94 องค์กร ช่อง TNN24 วันที่ 24 สิงหาคม 2559)	67
ภาพที่ 27	ตัวอย่างข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (คลิป) ในข่าวภัยพิบัติ (ข่าวเตือนน้ำท่วม - ล้นตลิ่งใน 10 จังหวัดภาคกลาง ช่อง TNN24 วันที่ 25 สิงหาคม 2559)	67
ภาพที่ 28	ตัวอย่างการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (ข้อความเฟซบุ๊ก) ในข่าวการเมือง (ข่าว'วัฒนา' เรียกร้อง 'ไผ่ ดาวดิน' ยุติอดอาหาร ช่อง VoiceTV วันที่ 18 สิงหาคม 2559)	68
ภาพที่ 29	ตัวอย่างการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (โพสต์เฟซบุ๊ก และข้อความในกล่องสนทนา) ในข่าวเศรษฐกิจ (ข่าวเตือนภัย! 18 มงกุฎปลอมเฟซบุ๊กหลอกขายทอง เขี่ยรู้ทันแก๊งตอกกลับ ช่องไทยรัฐทีวี วันที่ 23 สิงหาคม 2559)	68
ภาพที่ 30	ตัวอย่างข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (คลิป) ในข่าวความขัดแย้ง (ข่าวเผาหน้าที่ตร.รวบโจอาชีวะยกพวกตะลุมบอนเดือด ชัดอริคาวัตเมืองชล ช่อง 7 วันที่ 23 สิงหาคม 2559)	69

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า	
ภาพที่ 31	ตัวอย่างการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (คลิปจากเฟซบุ๊ก) ในข่าวความขัดแย้ง (ข่าวผู้ใช้รถฟอร์ตรุ่นเพียสต้าและโฟกัส ร้องเรียน พบปัญหาระบบเกียร์และคลัทช์เรียกรองบริษัทซื้อคืนเท่านั้น ThaiPBS วันที่ 31 สิงหาคม 2559)	69
ภาพที่ 32	ตัวอย่างข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (คลิปจาก YouTube) ในข่าวต่างประเทศ (ข่าวลิงสวนสัตว์สหรัฐฯ หงุดหงิดปาอุจจาระใส่พนักงานท่องเที่ยว ช่อง PPTV36HD วันที่ 25 สิงหาคม 2559)	70
ภาพที่ 33	ตัวอย่างการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (อินสตราแกรม) ในข่าวบันเทิง/อาชญากรรม (ข่าวน้องสาววีเจจำกระโดดอาคารจอดรถห้างดังย่านรัชโยธินเสียชีวิต ช่อง 3HD วันที่ 25 สิงหาคม 2559)	70
ภาพที่ 34	ตัวอย่างการใช้ข้อมูลสื่อออนไลน์ ประเภทภาพ ที่มีความผิดพลาดและเกิดผลเสียหายต่อผู้อื่น (กระแสข่าวเตือนภัยการแอบถ่ายบนรถไฟฟ้า ปี 2557)	75
ภาพที่ 35	ตัวอย่างการต่อยอดประเด็นเรื่องการแชร์ข้อมูลบนโลกออนไลน์ที่ผิดพลาด กรณี ชายรองเท้าขาดถูกกล่าวหาว่าเป็นโรคจิตแอบถ่ายบน BTS (ช่อง 7 วันที่ 25 กรกฎาคม 2559)	75
ภาพที่ 36	ตัวอย่างการนำคลิปย้อมสีผมไปใช้ในข่าวโทษของการย้อมสีผมโดยที่เจ้าของคลิปไม่ได้เจตนาสื่อสาร และไม่มีการขออนุญาตใช้ (ข้อมูลจากกระทู้พันทิพ วันที่ 8 มีนาคม 2559)	76
ภาพที่ 37	ตัวอย่างช่อง Nation TV นำข้อมูลจากออนไลน์มาใช้โดยไม่ได้อุญาต (ข้อมูลจากกระทู้พันทิพ 10 กันยายน 2558)	77
ภาพที่ 38	ตัวอย่างช่อง 3 นำภาพจากผู้ใช้สื่อออนไลน์ไปใช้โดยไม่ขออนุญาตและไม่ให้เครดิตที่มา (ข้อมูลจากกระทู้พันทิพ: เรื่องเล่าเข้านี้ช่อง 3 นำภาพถ่ายไปใช้โดยไม่ให้เครดิต แถมยังใส่ลายนี้น่าว่าเป็นภาพถ่ายของตัวเอง!?! วันที่ 12 กันยายน 2557)	78
ภาพที่ 39	ตัวอย่างการใช้ข้อมูลสื่อออนไลน์ ประเภทภาพ ที่มีปัญหาเรื่องลิขสิทธิ์	79
ภาพที่ 40	ตัวอย่างการใช้ข้อมูลสื่อออนไลน์ที่นำเสนอเกี่ยวกับเด็กโดยไม่เคารพลิทธิเด็ก	80
ภาพที่ 41	ตัวอย่างการใช้ข้อมูลสื่อออนไลน์ที่ส่งผลกระทบต่อผู้ที่อยู่ในเนื้อหา	80

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า	
ภาพที่ 42	ตัวอย่างการใช้ข้อมูลสื่อออนไลน์ที่มีเนื้อหาหวาดเสียว (ข่าว เตือนภัย ศัลยกรรมหมอลืมผ้าก๊อตซับเลือดในจมูก ช่อง 8 วันที่ 12 มิถุนายน 2560)	81
ภาพที่ 43	ตัวอย่างการใช้ข้อมูลสื่อออนไลน์ที่มีเนื้อหาที่โป้ (รายการทูปโตะข่าว อัม รินทร์ ทีวี)	81
ภาพที่ 44	ตัวอย่างการใช้ข้อมูลสื่อออนไลน์ที่มีเนื้อหาความรุนแรง (ข่าวสุพรรณบุรี รถพุ่งชนสาวข้ามถนน ช่องไทยรัฐทีวี 11 กันยายน 2558)	82
ภาพที่ 45	กระบวนการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ของสื่อท้องถิ่นและสื่อชุมชนภาค พลเมือง	87
ภาพที่ 46	กระบวนการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในการรายงานข่าวโทรทัศน์ดิจิทัล	93
ภาพที่ 47	โมเดลลักษณะการรับ – ใช้งาน - บอกต่อข้อมูลจากสื่อออนไลน์ของคน ทั่วไป	105
ภาพที่ 48	การใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในการรายงานข่าวของสื่อต่างประเทศ	109
ภาพที่ 49	แสดงกระบวนการจัดการ UGC ของสื่อต่างประเทศ	110
ภาพที่ 51	แสดงกระบวนการในการหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์	125
ภาพที่ 52	หลักในการหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์	128

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่ 1	เปรียบเทียบจำนวนข่าวที่พบการใช้ UGC ในการรายงานข่าว	39
แผนภูมิที่ 2	แสดงสัดส่วนประเภท UGC ที่พบในการรายงานข่าวโทรทัศน์	43
แผนภูมิที่ 3	สัดส่วนการอ้างอิงที่มาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่พบในข่าวโทรทัศน์	48
แผนภูมิที่ 4	สัดส่วนรวมของที่มาของข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่พบในข่าวโทรทัศน์	50
แผนภูมิที่ 5	แสดงวิธีการนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาใช้เผยแพร่ในข่าวของ สถานีโทรทัศน์	56
แผนภูมิที่ 6	ลักษณะของการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในข่าวโทรทัศน์	60
แผนภูมิที่ 7	ประเภทข่าวโทรทัศน์ที่พบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์	63

บทสรุปผู้บริหาร

การดำเนินการโครงการวิจัย การส่งเสริมแนวทางการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในกระบวนการรายงานข่าวในยุคเทคโนโลยีหลอมรวม มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาวิเคราะห์รูปแบบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในกระบวนการรายงานข่าว วิเคราะห์และกำหนดรูปแบบของการส่งเสริมและพัฒนาการใช้ประโยชน์จากข้อมูลจากสื่อออนไลน์บนพื้นฐานจริยธรรมสื่อ ความรับผิดชอบต่อสังคม และกรอบกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และจัดทำคู่มือแนวปฏิบัติและมาตรฐานจริยธรรมในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในกระบวนการสื่อข่าว

การศึกษานี้ผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพจากการวิเคราะห์ข้อมูลเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึกแหล่งข้อมูล จากบรรณาธิการและผู้สื่อข่าวของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล การสนทนากลุ่มย่อยสื่อท้องถิ่น สื่อพลเมือง ตัวแทนผู้รับสารที่เป็นนักเรียนนักศึกษา และนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์และสื่อสารมวลชน นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณในการวิเคราะห์เนื้อหาการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในข่าวโทรทัศน์เพื่อศึกษารูปแบบการใช้งานข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในประเทศไทย สรุปผลการวิจัย ดังนี้

1) สถานีโทรทัศน์ช่อง 7HD มีการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (User-generated Content – UGC) มากที่สุด รองลงมาคือ Voice TV TNN24 ช่อง ThaiPBS ช่อง Nation ช่อง 3 HD ช่อง MCOT ช่องไทยรัฐทีวี และพบปริมาณน้อยเท่ากันในช่อง Spring News และ PPTV 36HD การใช้งานข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในการนำเสนอข่าวใน 6 ประเภทตามลำดับมากไปน้อย ดังนี้

- (1.1) ประเภทข่าวอ่าน หมายถึง ผู้ประกาศข่าวพร้อมกับมีภาพประกอบข่าว (Insert)
- (1.2) ประเภทเล่าข่าว หมายถึง ลักษณะที่ผู้ประกาศนำประเด็นข่าวมาเล่าในเชิงการพูดคุย
- (1.3) ประเภทสื่อบันทึกภาพ หมายถึงการรายงานข่าวเชิงลึกที่ให้บริบทข้อมูลขยายต่อประเด็น
- (1.4) ประเภทสัมภาษณ์ หมายถึงลักษณะของการ นำเสนอข่าวที่มีการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการในเชิงการให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทข่าว ทั้งลักษณะของการสัมภาษณ์ในรายการและสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์

(1.5) ประเภทรายการวิเคราะห์หรืออภิปรายข่าว หมายถึงรายการข่าวที่มีการนำบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวในมิติต่างๆ มาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและร่วมกันให้ข้อมูลเชิงการอภิปราย หรือผู้ประกาศทำหน้าที่ในการวิเคราะห์ให้ข้อมูลเบื้องต้นเบื้องหลังประเด็นข่าว

(1.6) พบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ น้อยที่สุดในข่าวประเภทข่าวด่วน (Breaking News) เป็นการรายงานข่าวสั้นทันต่อสถานการณ์ใกล้เคียงกับเวลาที่เกิดเหตุการณ์

2) วิธีการหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ใช้การมอนิเตอร์และค้นหาจากแพลตฟอร์มต่างๆ เพื่อหาประเด็น เกาะกระแสความสนใจ หรือหาเนื้อหาที่จะใช้ประกอบในการรายงานข่าวให้มีความชัดเจนขึ้น พบลักษณะของการมีสำนวนร่วม การระดมข้อมูลและระบุถึงกระบวนการได้ข้อมูลโดยการทำงานร่วมกันระหว่างสื่อและพลเมืองด้วย แต่ในสัดส่วนที่น้อยกว่าเพราะข้อจำกัดเรื่องเวลา กำลังคน และการจัดระบบของกระบวนการ

3) แหล่งที่มาของข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาใช้ในข่าว การอ้างอิงที่มาของข้อมูล พบลักษณะของการระบุที่มาของข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในข่าว โดยการกล่าวถึงในข่าว หรือ การขึ้นข้อความขอบคุณ อย่างไรก็ตาม ยังมีการพบข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ในข่าวที่ไม่มีการระบุข้อมูลอ้างอิงด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ มีที่มาจาก เฟซบุ๊กบัญชีส่วนบุคคล เฟซบุ๊กเพจสาธารณะ เฟซบุ๊กของผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ (หมายถึงผู้ที่มีผู้ติดตามจำนวนมากกว่า 10,000 ขึ้นไป) ช่องทาง YouTube ช่องทาง Blog แอปพลิเคชัน LINE กระทู้หรือเว็บบอร์ดต่างๆ โดยเฉพาะพันทิป ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม และเว็บไซต์ต่างๆ เช่น Wikipedia หรือเว็บไซต์เฉพาะเรื่อง

4) ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่พบในข่าวโทรทัศน์ มีลักษณะการใช้ทั้งใช้ประเภทเดียว หรือใช้เนื้อหาหลายประเภทประกอบการรายงานข่าว โดยประเภทข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ที่สื่อโทรทัศน์เลือกนำมาใช้ในการรายงานข่าวตามลำดับ ดังนี้

(4.1) คลิปวิดีโอ ส่วนมากเป็นคลิปเกี่ยวกับเหตุการณ์ เช่น อุบัติเหตุ ภัยพิบัติ เหตุการณ์ที่บันทึกได้ด้วยกล้อง CCTV และเหตุการณ์ที่แปลกประหลาด หรือมีความตลก รวมไปถึงคลิปของบุคคลที่แสดงพฤติกรรม หรือความคิดเห็น

(4.2) ภาพ ประกอบด้วย ภาพถ่ายจากสถานที่ที่เกิดขึ้น เช่น จาก เหตุอุบัติเหตุ กิจกรรม งาน ภาพเกี่ยวกับบุคคล และเรื่องราวที่น่าสนใจ

(4.3) กระแสจากออนไลน์ คือ การพูดถึงประเด็นที่ต่อ ยอดมาจากประเด็นที่เป็นที่สนใจและมีการสนทนาพูดถึงจำนวนมากบนสื่อออนไลน์ โดยอธิบาย และต่อยอดเรื่องราวการนำเสนอ

(4.4) ความคิดเห็น เป็นการรวบรวม ความเห็น การแสดงจุดยืน ในเรื่องต่างๆ ที่มีคนโพสต์บนสื่อสังคมออนไลน์ และสื่อหน้าขยายประเด็น

(4.5) กราฟิก ภาพตัดต่อประกอบสร้างโดยผู้ใช้สื่อออนไลน์

(4.6) เนื้อหาที่เกิดจากการร่วมกันทำข่าวระหว่างสื่อมวลชน- พลเมือง เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ

(4.7) ประสบการณ์ เป็นการประมวลเรื่องราว หยิบเนื้อหาจากสื่อออนไลน์ที่มีผู้ใช้สื่อเล่าเรื่องประสบการณ์เกี่ยวกับเหตุการณ์ หรืออาจเป็นข่าวฝาก เรื่องราวที่ต้องการความช่วยเหลือที่มีการส่งต่อกันเพื่อให้เกิดพฤติกรรมบางอย่างเช่น การแสดงความเห็น การช่วยเหลือ หรือการระดมข้อมูล

5) รูปแบบการนำเสนอข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในข่าวโทรทัศน์ รูปแบบการนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มานำเสนอในข่าวโทรทัศน์ พบว่า สถานีโทรทัศน์ส่วนใหญ่มีกา รนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มานำเสนอโดยไม่ตัดยอด (Copy) รองลงมาเป็นการใช้ข้อมูลจากออนไลน์แบบ ต่อยอดประเด็นเพื่อการอธิบายเพิ่มเติม (Adapt) โดยใช้การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ผู้เกี่ยวข้อง และผู้สื่อข่าวลงพื้นที่เก็บข้อมูลเพิ่มเติม และใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ประกอบการเล่าเรื่อง ลักษณะที่พบน้อยที่สุดคือ รูปแบบการนำเสนอประเด็นแบบแสมมานำเสนอโดยไม่ใช้คลิปหรือภาพในข่าว (Hint)

6) การใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์เพื่อตอบสนองความทันต่อเหตุการณ์และความสนใจของคน โดยเลือกนำเสนอข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่มี ความใกล้ชิดและอาจมีผลกระทบต่อมิติทางสังคม นัยยะที่สะท้อนจากการศึกษา มี 2 ประเด็นคือ

(6.1) การใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในบางเรื่องอาจต้องการคำอธิบาย การขยายประเด็น และเจาะลึกข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อประโยชน์ในการแก้ไขปัญหา อธิบายความเข้าใจ หรือขับเคลื่อนประเด็นได้ แต่สื่อยังไม่ได้ใช้ประโยชน์จากข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่อยู่ในความสนใจของคนอย่างเต็มประสิทธิภาพ

(6.2) การนำข้อมูลจาก สื่อออนไลน์มานำเสนอโดยเพียงเล่าว่าเกิดอะไรขึ้นเพื่อเกาะสถานการณ์ที่มีกระแสความสนใจของคนเป็นจุดหนึ่ง ที่ทำให้สื่อได้รับการวิพากษ์วิจารณ์เรื่องการตามกระแสบนออนไลน์ และคนตั้งคำถามต่อการทำหน้าที่สื่อ โดยคาดหวังให้สื่อสามารถรายงานข้อมูลข่าวสารที่มากกว่าการติดตามข้อมูลจากโลกออนไลน์

7) ลักษณะการนำเสนอข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในข่าว ส่วนมากการนำเสนอ ข้อมูลจากสื่อออนไลน์เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องราว รองลงมาคือ หรือมุ่งเน้นการสะท้อนอารมณ์ความรู้สึกของ

คนและเหตุการณ์ และน้อยที่สุดคือ สะท้อนการแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นและเหตุการณ์ ทั้งนี้ ลักษณะ การนำเสนอ สะท้อนบทบาทของสื่อในการกำหนดวาระการนำเสนอข้อมูล และการรับรู้เรื่องราวของสังคม ถ้าเลือกให้เป็นประโยชน์ต่อการนำเสนอประเด็น ผนวกกับรูปแบบของข่าวที่พัฒนาสู่ การให้คำอธิบาย ขยายประเด็น และหาทางออก หรือส่งเสริมการพัฒนา จะเป็นกระบวนการที่ใช้ ประโยชน์จากข้อมูลจากผู้รับสารได้อย่างเต็มที่ในการกำหนดทิศทางการรับรู้และประเด็นสาธารณะที่เป็น เรื่องของคนในสังคมและมีผลกระทบต่อสังคมโดยรวม

8) ประเภทข่าวที่พบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ประเภทข่าวที่พบการใช้งานข้อมูลจาก สื่อออนไลน์ตามลำดับ ดังนี้

(8.1) ข่าวอาชญากรรม ได้แก่ เบาะแสเรื่องราวคนหาย การตามหาคน ภาพวงจรปิด ภาพ จากเหตุการณ์อุบัติเหตุ

(8.2) ข่าวสังคม เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อคนในสังคม ประเด็นความคิดเห็นต่อ เหตุการณ์ในสังคม หรือเรื่องราวดีๆ ที่มีผลต่อการพัฒนาเชิงสังคม

(8.3) ข่าวที่อยู่ในความสนใจของคน หรืออาจเรียกว่า “ข่าวกระแส” ซึ่งเปิดประเด็นจาก สื่อออนไลน์ ที่มีการแชร์ และการพูดถึงจำนวนมาก

(8.4) ข่าวภัยพิบัติ ข้อมูลจากพื้นที่ จากผู้อยู่ในเหตุการณ์ และผู้ได้รับผลกระทบจาก เหตุการณ์

(8.5) ข่าวการเมือง ข้อมูลจากโพสต์ของผู้ทรงอิทธิพล นักการเมือง นักวิชาการ นักเคลื่อนไหวทางการเมือง ประเด็นทางการเมือง หรือการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง

(8.6) ข่าวเศรษฐกิจ เป็นการนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์เพื่อ อธิบายประเด็นเศรษฐกิจ ที่เกี่ยวข้องกับคนการฉ้อโกง การทำผิด เตือนภัย หรือ เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องและมีผลกระทบต่อ การค้าขายหรือทำธุรกิจของคน

(8.7) ข่าวความขัดแย้ง เป็นเรื่องการวิวาท ความรุนแรง การตอบโต้กันผ่านสื่อออนไลน์

9) ข้อมูลจากสื่อออนไลน์บางเรื่องกำหนดการรับรู้ของสังคมได้ ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ สามารถสร้างผลกระทบในเชิงการเปลี่ยนแปลงได้ ถ้าสื่อขยายประเด็นการนำเสนออย่างรอบด้าน อย่างไรก็ตาม สื่อ ยังใช้ข้อมูลเหล่านี้เพื่อการบอกเล่าเหตุการณ์เป็นหลัก แม้พบความพยายามในการ ต่อยอดประเด็น เพื่ออธิบายมิติทางสังคมในเชิงระบบ นโยบาย เพื่อหาทางแก้ปัญหา หรือส่งเสริมให้เกิด

การพัฒนา หรือเปลี่ยนแปลง แต่ยังคงอยู่ในสัดส่วนที่น้อยกว่าการนำมาเล่าเหตุการณ์ แสดงให้เห็นช่องว่างของการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่ยังไม่เต็มประสิทธิภาพ

10) สื่อในต่างจังหวัดยังเรียนรู้กระบวนการในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์อยู่ และยังมีข้อสงสัยในมาตรฐานในการใช้งานข้อมูลจากสื่อออนไลน์อย่างมีจริยธรรมและความเหมาะสม ความพยายามในการรักษามาตรฐานทางวิชาชีพคือการใช้หลักจริยธรรมสื่อ และวิจรณ์ญาณของแต่ละคนในการตัดสินใจ ซึ่งสื่อยอมรับว่า มาตรฐานของแต่ละคนยังแตกต่างกัน การตัดสินใจต่อสถานการณ์แตกต่างกัน ทำให้รูปแบบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่มีทั้งได้มาตรฐาน และบกพร่องทางจริยธรรมในบางเรื่อง

11) กระบวนการในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ของโทรทัศน์ดิจิทัลมีกระบวนการที่เป็นระบบมากกว่าสื่อท้องถิ่น แต่ก็เผชิญหน้าปัญหาเรื่องระบบและมาตรฐานใกล้เคียงกัน แม้มีทีมงานจำนวนมาก และจัดระบบในการมีทีมงานหาข้อมูลและตรวจสอบข้อมูลได้ แต่ยังพบปัญหาที่ทำให้เกิดความผิดพลาดทางจริยธรรมในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ โดยปัญหาเกิดจากปัจจัย ดังนี้

(11.1) มาตรฐานที่เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจคัดเลือกและตรวจสอบข้อมูลไม่ชัดเจน ในบางสถานการณ์ต้องใช้วิจรณ์ญาณที่แตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจต่อการเลือกใช้ข้อมูลยังแตกต่างกัน การพิจารณาขอบเขตของการเลือกใช้ได้ และการผิดจริยธรรมก็แตกต่างกันในแต่ละบุคคล หน่วยงาน และองค์กร

(11.2) การนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาใช้ประโยชน์ในการอธิบายและต่อยอดข้อมูลยังทำได้ไม่เต็มที่ และขาดระบบการจัดการข้อมูลเพื่อใช้ประโยชน์ในเชิงลึกอย่างมีประสิทธิภาพ เพราะจำนวนคนทำงานที่น้อย ความรู้ความเข้าใจต่อการจัดการข้อมูลสื่อออนไลน์แตกต่างกัน และสถานการณ์การแข่งขันในการนำเสนอข้อมูลเพื่อความนิยมและดึงความสนใจของผู้รับสาร

12) ผู้รับสารมีระดับของ “การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล” (Digital Literacy) ที่แตกต่างกัน ในกลุ่มที่มีระดับของการรู้เท่าทันข้อมูลบนโลกออนไลน์น้อย ปัญหาที่พบคือ การเชื่อเพื่อน ครอบครัว และบุคคลที่คิดว่าน่าเชื่อถือ เมื่อได้รับข้อมูลจากสื่อออนไลน์ กลุ่มคนเหล่านี้จะบอกต่อ และเชื่อในข้อมูลทันทีโดยขาดการตรวจสอบ ซึ่งผลนำไปสู่การรับข้อมูลที่บิดเบือน หรือเข้าสู่กระบวนการเป็นส่วนหนึ่งของผู้แพร่กระจายข่าวลือ ผู้ใช้สื่อที่มีความรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (Digital Literacy) สูง จะสามารถวิเคราะห์แยกแยะข้อมูลอย่างมีเหตุผล ตั้งคำถามกับความน่าเชื่อถือ และคุณค่าของข้อมูล ดังนั้น กลุ่มนี้ จะไม่แชร์ข้อมูลต่อๆ แต่จะเลือกเฉพาะสิ่งที่สนใจ คิดว่ามีประโยชน์ และตรงกับสิ่งที่ตัวเองต้องการขับเคลื่อนสื่อยังมีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้ตรวจสอบและอธิบายเรื่องราวที่เกิดขึ้นบนโลกออนไลน์

13) ผู้รับสารต้องการสื่อเป็นที่พึ่งของข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ข้อมูลจากสื่อออนไลน์เป็นเรื่องที่มีทั้งประโยชน์และโทษ และไม่สามารถเชื่อถือได้ทั้งหมด ดังนั้น ผู้รับสารต้องการให้สื่อกระแสหลักมีมาตรฐานในการนำเสนอข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่ตรวจสอบความถูกต้องแล้ว สื่อควรสามารถให้คำอธิบายและให้บริบทต่อเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่มาจากสื่อออนไลน์ให้สังคมเข้าใจเรื่องราวเพิ่มมากขึ้น ผู้รับสารยังคาดหวังว่าสื่อกระแสหลักจะสามารถเป็นที่พึ่งที่น่าเชื่อถือในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่พวกเขา

14) สื่อต้องการระบบที่ชัดเจนเพื่อสร้างมาตรฐานในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ การที่ไม่มีระบบในการนำข้อมูลจากออนไลน์มาใช้ ไม่มีมาตรฐานหรือ แนวปฏิบัติต่อการนำข้อมูลจากออนไลน์ที่ชัดเจน เป็นปัญหาต่อการตัดสินใจของผู้สื่อข่าวในสถานการณ์และบริบทที่แตกต่างกัน ทำให้บางครั้งพบการใช้ข้อมูลที่ผิด ข้อมูลที่ละเมิดสิทธิ และเป็นคำถามให้สังคมสะท้อนถามถึงจริยธรรมของการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อ ดังนั้น มีความจำเป็นที่ควรมีข้อตกลง มีมาตรฐานกลางที่จะสามารถใช้ในการตัดสินใจต่อการนำข้อมูลจากโลกออนไลน์ในการรายงานข่าวได้

15) ข้อเสนอแนะจากสื่อมวลชนและผู้รับสารต่อการพัฒนาแนวทางปฏิบัติและมาตรฐานจริยธรรมในการนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์ มีดังนี้

(15.1) คู่มือสร้างมาตรฐานจริยธรรมการนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ควร บอกขอบเขตที่มีประโยชน์ต่อการประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจในกรณีที่แตกต่างกันได้ เพราะเหตุการณ์และข้อมูลบนโลกออนไลน์มีลักษณะใหม่ ๆ เกิดขึ้นตลอด ถ้ามีแนวปฏิบัติที่บอกขอบเขตในการตัดสินใจได้ ก็อาจเป็นแนวทางในการทำงานของผู้สื่อข่าวได้มากขึ้น

(15.2) คู่มือไม่ควรเป็นการบังคับหรือบอกให้ทำ /ไม่ทำโดยไม่มีหลักการตัดสินใจ ดังนั้น ควรมีการให้หลักการ ตัวอย่างประกอบ และแนวทางการ พิจารณองศ์ประกอบที่เป็นปัจจัยแตกต่างในแต่ละสถานการณ์

(15.3) คู่มือเกิดจากการ มีส่วนร่วม คือทุกฝ่าย ทั้งสื่อ ทั้งคนรับสาร ผู้ผลิต คนกำหนดนโยบาย มาร่วมกันกำหนดมารยาท กฎเกณฑ์ และสร้างเป็นความสำนึกร่วมกัน

(15.4) มาตรฐานควรเป็นสิ่งที่องค์กรสื่อยอมรับ ผู้บริหารก็ต้องเข้าใจในมาตรฐานเดียวกัน กับผู้ปฏิบัติงาน เพราะการกำกับกันเองให้มีจริยธรรม ต้องออกมาจากนโยบายขององค์กรที่ชัดเจน

(15.5) มาตรฐานควรเน้นเรื่องของการรู้เท่าทัน คือ ควรสร้าง ความเข้าใจต่อลักษณะของข้อมูลจากสื่อออนไลน์ และรู้เท่าทันเป้าหมายของข้อมูล เพื่อคัดกรองการนำมาใช้ได้อย่างเหมาะสม

(15.6) ควรมีมาตรฐานกลางในการใช้ข้อมูลในโลกออนไลน์ เนื่องจากแต่ละองค์กรมีมาตรฐานที่แตกต่างกัน เมื่อนำมาใช้แล้วต้องตรวจสอบต่อ หรือต้องให้เครดิต แต่ถ้านำเสนอข้อมูลผิดไป ต้องมีขั้นตอนอย่างไร ไม่ใช่เฉพาะสื่อเท่านั้น แต่ต้องเป็นมาตรฐานกลางที่สังคมควรรับรู้และปฏิบัติร่วมกัน

(15.7) ควรสร้างกระบวนการและมาตรฐานในการตรวจสอบข้อมูลให้เป็นระบบ

(15.8) ควรมีมาตรฐานในการใช้ข้อมูล เช่น การแสดงที่มาของข้อมูลที่ชัดเจน การระบุเวลาของข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ถ้าสื่อมีมีมาตรฐานในการใช้ข้อมูลบนโลกออนไลน์และถ่ายทอดไปยังคนทั่วไปให้ปฏิบัติตามกัน อาจช่วยสร้างมาตรฐานในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ทั้งในกลุ่มผู้ผลิตและผู้รับสารได้

16) ข้อเสนอจากคณะวิจัยในการพัฒนามาตรฐานการใช้ข้อมูล จากสื่อออนไลน์ในกระบวนการสื่อข่าว มีดังนี้

(16.1) สร้างมาตรฐานในการสร้างระบบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในกองบรรณาธิการ คือ การสร้างระบบในกระบวนการหาและการจัดการข้อมูลจากผู้ใช้สื่อให้ได้มาตรฐาน และเป็นสิ่งที่คณาจารย์เข้าใจภารกิจและหลักในการทำงานร่วมกัน กระบวนการต้องมีระบบในการสร้างเครือข่ายกับผู้รับสาร สร้างชุมชนในแต่ละเรื่อง มีความร่วมมือกับชุมชนเฉพาะเรื่องที่เกิดขึ้นทั้งในโลกออนไลน์และออฟไลน์ และต้องมีปฏิสัมพันธ์ที่เข้มแข็งในการสื่อสารกับกลุ่มเครือข่าย เพื่อให้มีส่วนร่วมในกระบวนการ จะช่วยป้องกันปัญหาความผิดพลาด และเสริมการใช้ประโยชน์จากข้อมูลจากสื่อออนไลน์ให้ได้เต็มที่

(16.2) สร้างหลักเกณฑ์มาตรฐานในการเลือกใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ หลักที่ใช้ในการพิจารณาคือ หลักคุณค่าข่าวในเชิงผลกระทบ และหลักในการนำข้อมูลไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม ควบคู่ไปกับการเลือกรายละเอียดที่อยู่ในความสนใจของคน ต้องคำนึงว่า ไม่ใช่ว่าข้อมูลจากสื่อออนไลน์ทุกชิ้นควรนำเสนอผ่านหน้าจอโทรทัศน์ หรือ สื่อกระแสหลัก

(16.3) สร้างมาตรฐานในกระบวนการหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ คือ การกำหนดแนวทางในการปฏิบัติการหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ทั้งสองลักษณะให้เป็นแนวทางที่ทีมงานในทุกส่วนของกองบรรณาธิการเข้าใจและปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน มีอุปกรณ์ เครื่องมือ และแนวปฏิบัติต่อเรื่องที่มีความอ่อนไหวเพื่อประกอบในการพิจารณาด้วยมาตรฐานคิดเดียวกันทั้งองค์กร กระบวนการหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ทำได้ 2 ลักษณะ คือ การระดมข้อมูลและค้นหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ และสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้รับสารและกองบรรณาธิการข่าว ต้องมีการออกแบบการสื่อสารอย่างเป็นระบบ

ด้วยการทำความเข้าใจชุมชนออนไลน์และเป็นสมาชิกในชุมชนเหล่านั้น มีปฏิสัมพันธ์กับชุมชนออนไลน์
อย่างต่อเนื่อง ต้องรู้แหล่งข้อมูล และรู้วิธีการปฏิสัมพันธ์เพื่อให้ได้ข้อมูล และขยายแหล่งข้อมูลให้
หลากหลาย รวมถึง มีกระบวนการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของข้อมูลและบริบทของสถานการณ์ด้วย
โดยต้องอาศัยทั้งการใช้เทคโนโลยี และการใช้ความสามารถของทีมงานที่เข้าใจประเด็นข้อมูลข่าวสาร

(16.4) สร้างมาตรฐานในการตรวจสอบข้อมูลจากสื่อออนไลน์ คือ การมีเกณฑ์ในการ
ตัดสินใจต่อความน่าเชื่อถือของข้อมูล และการสร้างกระบวนการในการตรวจสอบข้อมูลเพื่อป้องกันความ
ผิดพลาดในการนำข้อมูลมาใช้นำเสนอในการรายงานข่าว หลักมาตรฐานในการตรวจสอบข้อมูล
คือ ข้อสงสัยต่อความเป็นไปได้ของข้อมูลเสมอ หากต้นตอและแหล่งที่มาของข้อมูล ตรวจสอบข้อมูลจาก
หลายแหล่งและหลายวิธี

(16.5) สร้างมาตรฐานในการนำเสนอข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในการรายงานข่าว หลักที่ใช้ใน
การสร้างมาตรฐานคือ นักข่าวควรพิจารณาผลกระทบทั้งด้านร่างกายและจิตใจของผู้ที่อยู่ในเหตุการณ์
การนำข้อมูลมาใช้ต้องโปร่งใส ขออนุญาตก่อนนำมาใช้ และอ้างอิงที่มาของข้อมูลเสมอ ต้องใช้หลัก
ความเป็นมนุษย์ในการปกป้องผู้อื่น และระวังเรื่องลิขสิทธิ์ความเป็นเจ้าของ

ความท้าทายที่เกิดขึ้นท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีและความเข้มข้น
ของการแข่งขันทางธุรกิจของวิชาชีพสื่อ อีกทั้งบทบาทของข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่สามารถกำหนดวาระ
ข่าวสารความสนใจของสังคม การที่สื่อกระแสหลักนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาใช้ในการรายงานข่าว
นับเป็นความท้าทายต่อจิตสำนึกและจริยธรรมวิชาชีพในการพัฒนาคุณภาพในการรายงานข่าวและ
ความอยู่รอดของธุรกิจ การสร้างมาตรฐานในการใช้สื่อออนไลน์ต้องใช้หลักของจริยธรรมควบคู่กับหลัก
ของกฎหมาย โดยสร้างให้เกิดจิตสำนึกและความตระหนักในจริยธรรมการรับข้อมูล ใช้ข้อมูล และผลิต
ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ โดยควรสร้างมาตรฐานให้เกิดขึ้นในองค์กรสื่อวิชาชีพ พัฒนาสื่อท้องถิ่น
สื่อพลเมือง และผู้ใช้สื่อในสังคมโดยทั่วกัน โดยหลักแล้วการใช้สื่อออนไลน์คือการสร้างมาตรฐานและ
มารยาทในการใช้ร่วมกันทุกฝ่าย และสามารถ มีส่วนร่วมในการช่วยกันกำกับดูแลให้เกิดมาตรฐานเพื่อ
ยกระดับคุณภาพของการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในสังคมไทยต่อไป

บทที่ 1

บทนำ

1.1. หลักการและเหตุผล

สื่อสังคม (Social Media) ในยุคหลอมรวมเทคโนโลยี มีผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการรับผลิต และใช้ข้อมูลของผู้รับสาร และสื่อกระแสหลัก สื่อสังคมกลายเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสาร เกิดการปฏิสัมพันธ์ในชุมชนออนไลน์ เชื่อมโยงเรื่องราวจากกลุ่ม หนึ่งสู่อีกกลุ่ม หนึ่ง ผู้รับสารบนสื่อออนไลน์สามารถผลิตสื่อได้เองในหลายรูปแบบและมีจำนวนมาก มีผลให้เกิด กระบวนการสื่อข่าวในลักษณะการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) คือการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตสื่อและผู้รับสารบนสื่อสังคม มีการใช้สื่อสังคมเป็นเครื่องมือรวบรวมข้อมูล ติดตามแหล่งข่าวและประเด็นที่น่าสนใจเพิ่มเติมจากสิ่งที่ผู้ใช้สื่อออนไลน์นำมาเผยแพร่และเกิดการสนทนา แลกเปลี่ยนข่าวสารกัน

ประโยชน์ของ กระบวนการหาข้อมูลจากสื่อ ออนไลน์ คือเปิดโอกาสให้ผู้สื่อข่าว สำนักข่าว และผู้ผลิตสื่อรูปแบบต่าง ๆ สามารถเข้าถึงข้อมูลจำนวนมาก และกว้างมากขึ้น เข้าถึงกลุ่มคนที่แตกต่างกันหลากหลาย และกลุ่มคนใหม่ๆ ที่อาจไม่เคยเป็นแหล่งข้อมูลของสื่อมาก่อน ดังนั้น สื่อจึงมีตัวเลือกของผู้เชี่ยวชาญ ผู้เกี่ยวข้องกับเรื่องราว และแหล่งข่าว ที่หลากหลาย รวมถึง มีโอกาสในการพัฒนาขยายเครือข่ายการเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารที่แตกต่างได้

อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตสื่อกระแสหลักต้องเผชิญหน้ากับความท้าทายและความเสี่ยงในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ในหลายประเด็น อาทิ ประเด็นเรื่องความถูกต้องของการตรวจสอบข้อมูล ข้อมูลบนสื่อสังคมมีหลายประเภท อาจเป็น ข้อมูลที่บิดเบือนเพื่อประโยชน์ของบางกลุ่ม ข้อมูลที่มีความสุดโต่งของความคิด ทัศนคติ ซึ่งนำไปสู่ความเกลียดชัง (Hate Speech) และสร้างความขัดแย้งในสังคม ได้ ซึ่งควรมีกระบวนการตรวจสอบที่ยืนยันความถูกต้องของข้อมูลได้ ประเด็นจริยธรรมการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ที่ต้องเผชิญความท้าทายจากปัจจัยของการ แข่งขันกับการนำเสนอข้อมูลของผู้ผลิตเนื้อหาบนโลกออนไลน์ นักข่าวพลเมือง เพจผู้ทรงอิทธิพลต่าง ๆ ทำให้สื่อกระแสหลักต้องหาแนวทางในการสร้างสมดุลระหว่างความอยู่รอดและการรักษาคุณค่าทางวิชาชีพในกรอบจรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนี้ ยังมีประเด็นเรื่องความคิดสร้างสรรค์ ในการ การคัดเลือก คัดกรอง และนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาใช้ในการรายงานข่าวให้ได้ประสิทธิภาพและประโยชน์สูงสุดจากข้อมูลนั้น

การใช้สื่อสังคมในกระบวนการผลิตสื่อ ทั้งการหาข้อมูล การผลิตเนื้อหา และเผยแพร่เนื้อหา มีประเด็นสำคัญที่นักวิชาการในหลายประเทศให้ความสนใจคือ เรื่องของการกำหนดวาระข่าวสารแบบข้ามสื่อ (Inter-media agenda setting) การศึกษาในประเด็นนี้ เพื่อให้เข้าใจถึงกระบวนการกำหนดวาระข่าวสารบนสื่อหนึ่งที่มีผลกับอีกสื่อหนึ่ง¹ Delwiche (2005) ระบุว่า บางการวิจัยให้ความสำคัญกับการสื่อสารผลกระทบจากสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อการนำเสนอข่าวสารของสื่อดั้งเดิม ในการศึกษาเกี่ยวกับการกำหนดวาระข่าวสารข้ามสื่อ (Inter-media agenda setting) ศึกษาผลกระทบที่แต่ละสื่อมีต่อกันในการนำเสนอข่าวและการกำหนดวาระข่าวสาร การกำหนดประเด็นวาระข่าวสารข้ามระหว่างผู้รับสารและสื่อมวลชน และผู้เล่นสำคัญที่เป็นคนขับเคลื่อนการกำหนดวาระข่าวสารรูปแบบใหม่นี้ เมื่อมีสื่อสังคม (Social Media) เข้ามามีบทบาทในกระบวนการสื่อสารมากขึ้น การแสดงความคิดเห็น การปฏิสัมพันธ์ผ่านพื้นที่สาธารณะของสื่อสังคม และบทบาทของข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (User-generated Content หรือ UGC) ซึ่งมีอิทธิพลจากสื่อสังคมต่อการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อกระแสหลักด้วย

เมื่อผู้ใช้สื่อ (Users) และผู้รับสาร (Audience) เข้าใจรูปแบบของการสื่อสารและการปฏิสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมมากขึ้น ประชาชนทั่วไปก็เข้าไปมีส่วนร่วมในการเสนอประเด็น การแสดงออกทางความคิดบนพื้นที่สาธารณะ และการผลักดันประเด็นต่างๆ ในสังคมให้เป็นกระแสนโลกออนไลน์กิดปรากฏการณ์ที่สื่อกระแสหลักนำประเด็นจากโลกออนไลน์ไปรายงาน หรือต่อยอด จนบางเรื่องกลายเป็นประเด็นทางสังคม ส่งผลต่อการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบต่างๆ ได้ ในขณะเดียวกันมีนักเคลื่อนไหว หรือกลุ่มคนใช้ประโยชน์จากการสื่อสารบนพื้นที่สาธารณะของสื่อสังคม ให้เกิดเป็นกระแสและดึงความสนใจของสื่อกระแสหลักให้หัน ไปต่อยอด ปรากฏการณ์การสื่อสารลักษณะนี้ คือจุดเปลี่ยนของอำนาจการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อกระแสหลัก กล่าวคือ สื่อกระแสหลักไม่ใช่ผู้กำหนดประเด็นทางสังคมเพียงฝ่ายเดียวอีกต่อไป แต่ประชาชนและการสื่อสารบนสื่อออนไลน์มีบทบาทต่อการกำหนดวาระข่าวสารด้วย

อย่างไรก็ตาม ปัญหาความเสี่ยงและความท้าทายที่สื่อในไทยกำลังเผชิญหน้าคือ การเลือกใช้ข้อมูลจากจากสื่อออนไลน์ (User-generated Content) ให้เกิด ประโยชน์และไม่เสี่ยงต่อ การลดทอนคุณค่าทางวิชาชีพ ในขณะที่ มาตรฐานการตัดสินใจทางจริยธรรม และความถูกต้อง โปร่งใสในการตรวจสอบข้อมูลในการนำมาใช้แต่ละคน ยังมีระดับที่แตกต่างกัน และในบางเรื่องเป็นเรื่องที่กึ่งกลางระหว่างควรและไม่ควร หากไม่มีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน การปฏิบัติตามวิจรณ์ญาณของแต่ละคนอาจนำไปสู่มาตรฐานที่แตกต่าง ทำให้ยังพบเนื้อหาที่มีการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในทางที่ไม่เหมาะสม เช่น ละเมิดสิทธิเสรีภาพ ละเมิดลิขสิทธิ์ของเจ้าของข้อมูล เกาะกระแสออนไลน์เพื่อเรียกยอดคนดูจนมองข้าม

¹Delwiche, A. (2005, December 5). Agenda-setting, opinion leadership, and the world of web logs. First Monday, 10(12). Available at: http://firstmonday.org/issues/issue10_12/delwiche/index.html. [Accessed June 17, 2017]

ประโยชน์สาธารณะ การนำเสนอข้อมูลที่ผิดและบิดเบือนซึ่งทำให้สังคมเกิดความสับสน และการตอบสนองอารมณ์ความรู้สึกที่เรียกว่า “ดราม่า” มากกว่าการนำเสนอข้อเท็จจริง เพื่ออธิบายและแก้ไขปัญหาในสังคม สิ่งเหล่านี้คือประเด็นที่ยังคงมีเสียงจากสังคมในการวิพากษ์วิจารณ์สื่อในเรื่องการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ หลายกรณียังคงเกิดขึ้น และยังไม่ได้รับการพัฒนาแก้ไขในการสร้างมาตรฐาน

สื่อในยุคนี้จึง ควรมีการกำหนดมาตรฐาน การส่งเสริม การกำกับดูแลกันเอง และการสร้างกรอบแนวปฏิบัติอันเป็นมาตรฐานกลางที่ยอมรับ กันได้ในภาคอุตสาหกรรม และสามารถนำไปใช้ประโยชน์เพื่อส่งเสริมการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ และมีจริยธรรมรับผิดชอบต่อสังคม

ทั้งนี้ งานวิจัยเรื่องการส่งเสริมแนวทางการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในกระบวนการรายงานข่าวในยุคเทคโนโลยีหลอมรวม มุ่งหวังเพื่อให้เข้าใจปรากฏการณ์ และรูปแบบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ของผู้ผลิตสื่อโทรทัศน์ประเภทข่าว เพื่อ ศึกษา กระบวนการในการใช้ข้อมูลจาก สื่อออนไลน์ (User-generated Content) และลักษณะของความร่วมมือที่นำไปสู่วารสารศาสตร์แบบมีส่วนร่วม (Participatory Journalism) ในกระบวนการผลิต ข่าวของ สื่อไทย ระดมองค์ความรู้ ความคิดเห็นและความต้องการของทั้งผู้ผลิตสื่อ ผู้ใช้ สื่อ และเยาวชนคนรุ่นใหม่ ต่อการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ และการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นหรือให้ข้อมูลในประเด็นทางสังคมมิติต่างๆ เพื่อพัฒนาการผลิตสื่อให้สร้างสรรค์และมีประโยชน์ ซึ่งจะนำไปสู่การร่างคู่มือแนวปฏิบัติและมาตรฐานจริยธรรมในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในกระบวนการสื่อข่าว

1.2. วัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์หลักของการวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษา

1.2.1) วิเคราะห์รูปแบบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในกระบวนการรายงานข่าว

1.2.2) วิเคราะห์และกำหนดรูปแบบของการส่งเสริมและพัฒนาการใช้ประโยชน์จากข้อมูลจากสื่อออนไลน์บนพื้นฐานจริยธรรมสื่อ ความรับผิดชอบต่อสังคม และกรอบกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

1.2.3) จัดทำ (ร่าง) คู่มือแนวปฏิบัติและมาตรฐานจริยธรรมในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในกระบวนการสื่อข่าว

1.3. ขอบเขตการวิจัย

1.3.1) ขอบเขตการดำเนินงานตามสัญญาจ้างที่ปรึกษา

เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการใช้งานข้อมูลจากสื่อออนไลน์ของสื่อโทรทัศน์ กำหนดมาตรฐานกลางในการส่งเสริมการใช้งานข้อมูลจากสื่อออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ และจัดทำ (ร่าง) คู่มือแนวปฏิบัติและมาตรฐานจริยธรรมในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในกระบวนการสื่อข่าว เสนอต่อสำนักงาน กสทช. ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยคณะนิติศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ดำเนินงานตามขอบเขตที่สำนักงาน กสทช. กำหนด ดังนี้

1.3.1.1) จัดทำรอบการศึกษา (Inception Report) ประกอบด้วยหลักการและเหตุผล วิธีการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล และกรอบการจัดกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงการจัดทำ (ร่าง) คู่มือแนวปฏิบัติและมาตรฐานจริยธรรมในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในกระบวนการสื่อข่าว

1.3.1.2) ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ของรายการข่าวโทรทัศน์ กรณีศึกษาทางจริยธรรม และประเด็นทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ด้วยกระบวนการมอเนิเตอร์และวิเคราะห์ข้อมูลจากรายการข่าวโทรทัศน์ การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการสื่อโทรทัศน์ด้านข่าว สื่อท้องถิ่น และสื่อพลเมือง

1.3.1.3) จัดการอบรมและการสัมมนา ดังนี้

ก. จัดกิจกรรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการผลิตสื่อออนไลน์อย่างสร้างสรรค์และมีจริยธรรมจำนวน 4 ครั้งใน 4 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ (จังหวัดเชียงราย) ภาคใต้ (จังหวัดสุราษฎร์ธานี) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดนครราชสีมา) และ ภาคกลาง (จังหวัดนนทบุรี) จัดกิจกรรมกับ 2 กลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มผู้สื่อข่าวท้องถิ่น นักข่าวพลเมือง และ กลุ่มนักเรียนนักศึกษา โดยมีการให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ – รับ และ ผลิตสื่อออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ และกิจกรรมระดมความคิดเห็นการสนทนากลุ่ม (Focus Group) แนวทางการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ทั้งประเด็นประโยชน์ ปัญหาอุปสรรค และแนวทางในการกำหนดมาตรฐานการใช้งานข้อมูลจากสื่อออนไลน์

ข. จัดกิจกรรมสัมมนา “ทิศทางสื่อโทรทัศน์ไทย ..ไม่ติดหล่มโซเชียลมีเดีย ” ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศน์ และนักวิชาการนิติศาสตร์สื่อสารมวลชน เพื่อรับทราบแนวทางในการส่งเสริมการใช้งานสื่อออนไลน์อย่างสร้างสรรค์

ค. จัดทำรายงานสรุปผลการศึกษาวិเคราะห์จากการมอนิเตอร์ข้อมูลการใช้งานสื่อออนไลน์ในข่าวโทรทัศน์ การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก เกี่ยวกับการส่งเสริมแนวทางการใช้งานข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในงานโทรทัศน์ โดยดำเนินการเป็นรูปเล่ม ดังนี้

- รายงานกรอบการศึกษา (Inception Report)
- รายงานผลการศึกษาวิจัยฉบับที่ 1
- รายงานผลการศึกษาวิจัยฉบับสมบูรณ์
- คู่มือแนวปฏิบัติและมาตรฐานจริยธรรมในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์

ในกระบวนการสื่อข่าว

1.3.2) ขอบเขตด้านเนื้อหาการวิจัย

การศึกษานี้มีขอบเขตด้านเนื้อหาการวิจัยดังนี้

1.3.2.1) ศึกษารูปแบบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในงานข่าวโทรทัศน์ จากทีวีดิจิทัล 10 ช่อง คัดเลือกจากลำดับของจำนวนผู้ชม และกรณีศึกษาที่มีปัญหาทางจริยธรรมที่พบในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในการรายงานข่าวโทรทัศน์

1.3.2.2) แนวคิดในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ได้ศึกษาจากประเทศต้นแบบในต่างประเทศ เกี่ยวกับการส่งเสริมและแนวทางการสร้างมาตรฐาน เพื่อใช้ประโยชน์ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (User-generated Content)

1.3.2.3) ระยะเวลาในการวิจัย ตั้งแต่เดือน กันยายน 2559 – มิถุนายน 2560

1.4. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.4.1) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย แบ่งเป็น 5 กลุ่มคือ

1.4.1.1) กลุ่มผู้ประกอบการโทรทัศน์ และสื่อท้องถิ่นจาก 4 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้

1.4.1.2) กลุ่มนักข่าวพลเมือง นักข่าวภาคประชาชน นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน

1.4.1.3) กลุ่มนักเรียนนักศึกษาจาก 4 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.4.1.4) กลุ่มสถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล จำนวน 10 สถานี

1.4.1.5) เนื้อหาข่าวโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล จำนวน 10 ช่อง คือ ช่อง 3HD ช่อง MCOT ช่อง PPTV36 ช่อง Spring News ช่องไทยรัฐทีวี ช่อง Nation TV ช่อง 7HD ช่อง ThaiPBS ช่อง TNN24 และ ช่อง Voice TV ระหว่างวันที่ 20 สิงหาคม – 2 กันยายน 2559

1.4.2) กลุ่มตัวอย่างและขั้นตอนการคัดเลือก

คณะวิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างและบทบาทในการให้ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1.4.2.1) กลุ่มผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์ และสื่อท้องถิ่น ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ใช้วิธีเจาะจงเลือกผู้แทนผู้ประกอบการกิจการสถานีโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และสื่อท้องถิ่น ที่มีการใช้ข้อมูลจาก สื่อออนไลน์ เผยแพร่ในช่องรายการหรือสื่อที่สังกัด จำนวน 30 แห่ง (รายชื่อตามภาคผนวก ก.)

1.4.2.2) กลุ่มนักข่าวพลเมือง นักข่าวภาคประชาชนนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน โดยเลือกจากเครือข่ายนักข่าวพลเมืองและสื่อชุมชนที่มี ที่ใช้สื่อออนไลน์ในการผลิตข่าวสาร (รายชื่อตามภาคผนวก ก.) จาก 20 แห่ง

1.4.2.3) กลุ่มนักเรียนนักศึกษา ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จาก สถาบันอุดมศึกษาที่มีการเรียนการสอน คณะนิเทศศาสตร์ และนักเรียนที่มีความสนใจ จำนวน 42 ราย

1.4.2.4) กลุ่มผู้ผลิตข่าวโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล จำนวน 12 สถานี รวม 23 คน พิจารณาจากช่องรายการที่มีจำนวนผู้ชมติดอันดับต้น ๆ ในช่วงเวลาทำการสำรวจ และมีรายการข่าวเป็นประจำใน 3 ช่วงเวลา คือ ภาคเช้า ภาคกลางวัน และภาคค่ำ และมีรายการข่าวที่มีการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ซึ่งได้แก่

- สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ช่อง 3
- ช่อง 3 Family ช่อง 13
- บริษัท ไทย นิวส์ เน็ตเวิร์ค (ทีเอ็นเอ็น) จำกัด (ข่าว)/ TNN24
- บริษัท สปริงนิวส์ เทเลวิชั่น จำกัด(ข่าว)/ Spring News ช่อง 19
- บริษัท เอ็นบีซี เน็กซ์ วิชั่น จำกัด(ข่าว)/ Nation TV ช่อง 22
- บริษัท แบงคอก บิสซิเนสโปรดักส์ จำกัด(SD)/ ช่อง NOW TV
- บริษัท บีบีซี มัลติมีเดีย จำกัด (SD)/ ช่อง 3 SD ช่อง 28

- บริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน) (HD)/ MCOT HD ช่อง 30
- บริษัท ทริปเปิล วี บรอดคาสท์ จำกัด(HD)/ ไทยรัฐทีวี ช่อง 32
- บริษัท บีอีซี มัลติมีเดีย จำกัด(HD)/ ช่อง 3 ช่อง 33
- บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ ช่อง 7 (HD)/ ช่อง 35
- บริษัท บางกอก มีเดีย แอนด์ บรอดคาสติ้ง จำกัด (HD)/ PPTV 36

โดยเป็นผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ

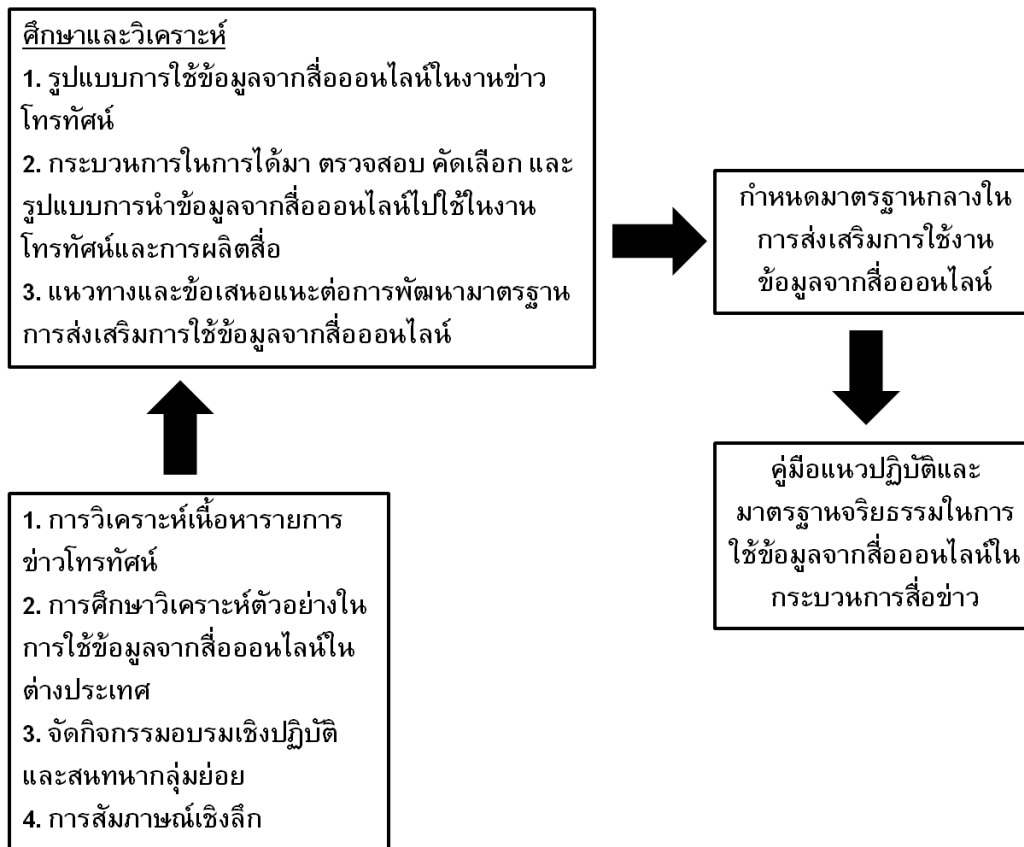
- กระบวนการหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์เพื่อมาใช้ในการข่าว
- เกณฑ์และหลักการตัดสินใจในการเลือกใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์
- แนวคิดและข้อเสนอแนะต่อการสร้างมาตรฐานในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์บนจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม

1.4.2.5) เนื้อหาข่าวโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล วิเคราะห์ จากข้อมูลเชิงปริมาณสะท้อนรูปแบบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์และปัญหาจริยธรรมที่พบในการใช้ข้อมูล จากสื่อออนไลน์ในการรายงานข่าว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์เชิงลึก สทนากลุ่มย่อย และกำหนดประเด็นในการทำคู่มือ

1.5. ระเบียบวิธีวิจัยและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.5.1 ระเบียบวิธีวิจัย

โครงการวิจัย เรื่อง การส่งเสริมแนวทางการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในกระบวนการรายงานข่าวใน ยุคเทคโนโลยีหลอมรวม มุ่งเน้นศึกษา วิเคราะห์รูปแบบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในรายงานข่าวโทรทัศน์ และแนวทางการส่งเสริมการใช้งานข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในการรายงานข่าวอย่างสร้างสรรค์บนกรอบจริยธรรมและกฎหมาย ที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบกิจการ สื่อ นักวิชาการ และตัวแทนภาคประชาชน ซึ่งในการศึกษานี้ใช้กลุ่มเยาวชนนักเรียนนักศึกษาเป็น ตัวแทน ผู้รับสาร เพื่อนำมาจัดทำ คู่มือแนวปฏิบัติและมาตรฐานจริยธรรมในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในกระบวนการสื่อข่าว โดยคณะวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิง คุณภาพ เก็บข้อมูลจากการสนทนากลุ่มย่อย วิเคราะห์เนื้อหาสัมภาษณ์เชิงลึก และวิเคราะห์เอกสาร เพื่อสังเคราะห์ปัญหาด้านจริยธรรม และแนวทางในการส่งเสริมการสร้างมาตรฐานการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ คณะวิจัยใช้การเก็บและสังเคราะห์ข้อมูล 4 รูปแบบ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การวิจัย ตามลำดับขั้นตอนดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัย

1.5.1.1) การวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Research) คณะวิจัยรวบรวมเอกสารและประมวลข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดการใช้ข้อมูลจากออนไลน์ (User-generated Content) ในรูปแบบต่างๆ ในต่างประเทศ โดยข้อมูลดังกล่าวนำมาสรุปเบื้องต้นเกี่ยวกับรูปแบบ ลักษณะ และการใช้ประโยชน์ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ รวมถึงแนวทางประยุกต์ใช้ เพื่อหาแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมกับการนำมาประยุกต์สู่บริบทของภูมิทัศน์สื่อไทย รวมถึง การศึกษาทฤษฎีระเบียบ ข้อปฏิบัติ แนวปฏิบัติ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องของประเทศไทยเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลและผลิตสื่อออนไลน์ เป็นการช่วยกำหนดมาตรฐานของกรอบในการกำกับดูแลตนเองในการใช้งานข้อมูลจากสื่อออนไลน์ทั้งภายในองค์กรสื่อและสำหรับองค์กรวิชาชีพ อีกทั้งยังนำข้อมูลมาสังเคราะห์เป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไปได้

1.5.1.2) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เก็บรวบรวมข้อมูล และทำการวิเคราะห์เนื้อหาการใช้ ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในข่าวของโทรทัศน์ดิจิทัล คณะวิจัยเก็บข้อมูลจากรายการข่าวรายวันในช่วงข่าวเช้า ข่าวเที่ยง และรายการข่าวค่ำ ของสถานีโทรทัศน์จำนวน 10 ช่อง คือ ช่อง 3HD ช่อง MCOT ช่อง PPTV36 ช่อง Spring News ช่อง ไทยรัฐทีวี ช่อง Nation TV ช่อง 7HD ช่อง ThaiPBS ช่อง TNN24 และ ช่อง Voice TV ระหว่างวันที่ 20 สิงหาคม – 2 กันยายน 2559 เพื่อเก็บข้อมูล การใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่สร้างโดยผู้รับสารในการรายงานข่าว จำแนกตามประเด็น ดังนี้

- ประเภทของการรายงานข่าวที่พบข้อมูลจากสื่อออนไลน์
- ประเภทของข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่ใช้ในงานข่าว
- การอ้างอิงที่มาจากข้อมูลที่พบในข่าวโทรทัศน์
- ที่มาของข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่รายการข่าวโทรทัศน์เลือกนำมาใช้
- วิธีการนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาใช้เผยแพร่ในข่าวของสถานีโทรทัศน์
- ลักษณะของการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในข่าวโทรทัศน์
- ประเภทข่าวโทรทัศน์ที่พบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์

การวิเคราะห์ผลเชิงปริมาณเป็นข้อมูลสะท้อนสถานการณ์การใช้ ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ในการรายงานข่าวของสื่อโทรทัศน์ ในประเทศไทย และนำข้อมูลมาสังเคราะห์เพื่อนำไป สู่การออกแบบ การเก็บข้อมูลในการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

1.5.1.3) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) จัดประชุมกลุ่มย่อยกับผู้แทน สื่อท้องถิ่น สื่อพลเมือง สื่อชุมชน นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์และสื่อสารมวลชน นักเรียนและนักศึกษาเป็นตัวแทน ของภาคประชาชนผู้รับสาร เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ประเด็นปัญหา ทางจริยธรรมและข้อสงสัยในการใช้งานข้อมูลจากสื่อออนไลน์ กลไกในการสร้างมาตรฐาน และแนวทาง ในการจัดทำคู่มือมาตรฐานการส่งเสริมการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในงานของสื่อมวลชน โดยเฉพาะงาน ด้านข่าว โดยคณะวิจัยได้จัดการสนทนากลุ่มย่อยจำนวน 4 ครั้งใน 4 ภาค คือ ภาคเหนือ (จังหวัดเชียงราย) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดนครราชสีมา) ภาคใต้ (จังหวัดสุราษฎร์ธานี) และภาคกลาง (จังหวัด นนทบุรี) (รายนามผู้เข้าร่วมประชุมในภาคผนวก ก)

ทั้งนี้ ประเด็นในการสนทนากลุ่มย่อยมีกรอบคำถามดังนี้

- กระบวนการหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์
- เกณฑ์/หลักการในการตัดสินใจเลือกใช้ ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เช่น แหล่งที่มา ความน่าเชื่อถือต่อความสนใจของคน เช่น ยอดวิว แชร์ และการกดถูกใจ เนื้อหาอยู่ในความ สนใจ และปัจจัยเรื่องการเมืองมีประโยชน์สาธารณะเป็นต้น
- การนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์ มาใช้ ประกอบด้วย การตรวจสอบข้อมูล รูปแบบการนำมาใช้ การขออนุญาตและอ้างอิงแหล่งที่มา วิธีการเข้าถึงข้อมูลจากสื่อออนไลน์ และการนำ ข้อมูลมาใช้ในงานข่าว ประเภท และรูปแบบของข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่เลือกใช้
- การผลิตสื่อโดยใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ และรูปแบบในการผลิต

ก. นำข้อมูลจากสื่อออนไลน์ มาใช้โดยไม่ได้ทำอะไรเพิ่ม (Copy) คือบอกเล่าตาม ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ที่เห็น ไม่มีการขยาย ความ อธิบายบริบทเพิ่มเติม โดยไม่ได้มีบริบทหรืออธิบายเพิ่มเติม

ข. ใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เป็นต้นทางประเด็นข่าว (Hint) หมายถึง ใช้ประเด็นจาก ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ มีการอ้างถึง แต่ไม่ ปรากฏข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ในข่าว มีเพียงการอ้างถึง เพื่อให้รู้ว่า ที่มามาจาก ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ โดยมากจะเป็นในเชิง ประเด็น กระแส จากคลิปนั้น จากภาพนี้ แล้วเล่าเรื่อง อธิบาย รายงานข่าวแต่ไม่พบข้อมูลจากสื่อออนไลน์อยู่ในข่าว

ค. การนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาใช้โดย มีการดัดแปลง ตัดต่อ เพิ่มเติม หรือทำองค์ประกอบเพิ่ม (Adapt) เพื่อใช้ในการอธิบายเรื่องราว ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ มาประกอบในข่าว แต่มีการทำเพิ่ม เสริม มีเนื้อหา มีการต่อยอดเพิ่มเติม

- การเผยแพร่ กระบวนการเผยแพร่ การอ้างอิงและให้แหล่งที่มา การคำนึงถึงหลักจริยธรรมและกฎหมายในการเผยแพร่ข้อมูลจากสื่อออนไลน์
- การมีส่วนร่วมและตรวจสอบกันเอง หมายถึง การพัฒนารูปแบบ หรือช่องทางในการมีส่วนร่วมของผู้ใช้สื่อออนไลน์ต่อการค้นหา คัดกรอง ให้ข้อมูล และเลือกใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในงานข่าว รวมถึงกระบวนการระดมข้อมูล (Crowdsourcing) จากผู้ใช้สื่อออนไลน์ หรือ กระบวนการมีส่วนร่วมลักษณะอื่นๆ การรับฟังความเห็นและเสียงสะท้อนจากสังคมในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ของสื่อ
- แนวทางในการสร้างมาตรฐานและกำกับดูแลกันเองในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ควรมีการกำหนดมารยาทการใช้สื่อออนไลน์ร่วมกันอย่างไร ใครควรมีส่วนร่วมกำกับดูแลกันเองในสื่อออนไลน์ แนวปฏิบัติ กฎเกณฑ์ มาตรฐานในการใช้สื่อออนไลน์ ควรมีหรือไม่ และควรครอบคลุมเรื่องใดบ้าง และควรมีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการตรวจสอบข้อมูล การนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์นำไปใช้หรือไม่

1.5.1.4) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) คณะวิจัยได้สัมภาษณ์ผู้แทนบรรณาธิการข่าว หัวหน้าโต๊ะข่าว และผู้สื่อข่าว จากสถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล จำนวน 23 คน จาก บริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน) จากสถานีโทรทัศน์ PPTV36 ไทยรัฐทีวี Spring News TNN24 ช่อง 3 ช่อง 7 เนชั่นทีวี ช่อง NOW26 MCOT ช่องThaiPBS

คณะวิจัยกำหนดแนวคำถามเบื้องต้นสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้ได้ข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์และ ประมวลผลเนื้อหาในรายงาน การวิจัยและคู่มือ มาตรฐานส่งเสริมการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (User-generated Content) สำหรับงานโทรทัศน์ นโยบายการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ขององค์กร

- กระบวนการในการหาและได้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาใช้ในการข่าว
- กระบวนการในการตรวจสอบข้อมูล
- เกณฑ์ในการคัดเลือกข้อมูลที่จะนำเสนอเป็นข่าวหรือใช้ประกอบข่าว
- รูปแบบการนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาใช้ในการรายงานข่าว
- กระบวนการสร้างความร่วมมือกับผู้รับสารในการระดมข้อมูล
- ประโยชน์หรือข้อดีของการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์
- ปัญหาข้อผิดพลาดทางจริยธรรมที่พบ และแนวทางการป้องกันแก้ไข
- ข้อเสนอแนะต่อรายละเอียดและองค์ประกอบในการจัดทำคู่มือ ฯ

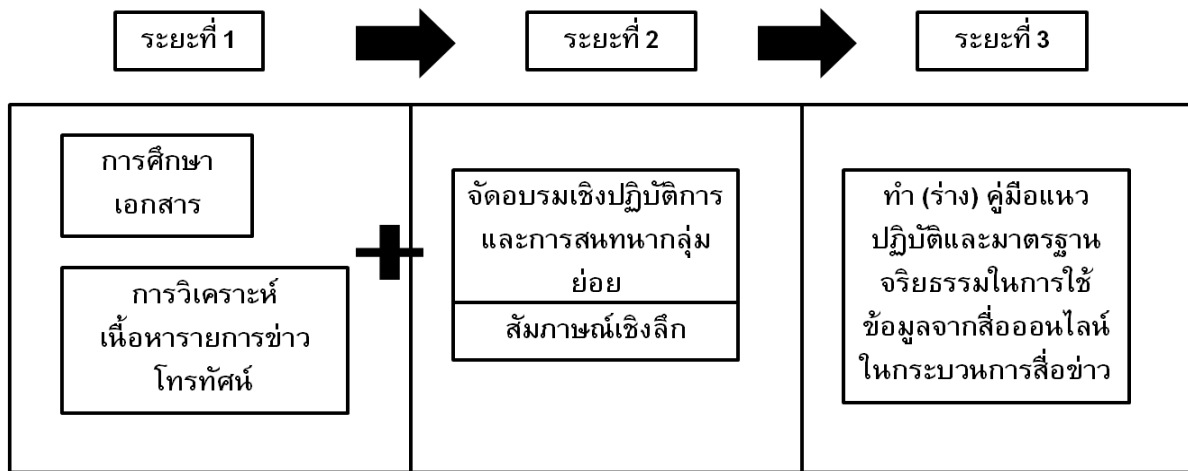
1.5.2) ขั้นตอนการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

การรวบรวมวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการศึกษาเอกสาร วิเคราะห์เนื้อหา การสนทนากลุ่มย่อย และการสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบจำแนกชนิดข้อมูล (Typological Analysis) โดยการจัดระเบียบ ตีความ และสรุปผลการศึกษาในรูปแบบการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive analysis) ในประเด็นที่กำหนดไว้ตามวัตถุประสงค์ โดยมีแผนในการดำเนินการเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

1.5.2.1) ขั้นตอนที่ 1 จากการวิเคราะห์เอกสารนำไปกำหนดกรอบในการเก็บข้อมูลเพื่อวิเคราะห์เนื้อหารายการข่าวโทรทัศน์

1.5.2.2) ขั้นตอนที่ 2 จากการวิเคราะห์เนื้อหารายการข่าวโทรทัศน์ คณะวิจัยออกแบบคำถามในการสนทนากลุ่มย่อยและสัมภาษณ์เชิงลึก จากนั้นทำการเก็บข้อมูลจากการสนทนากลุ่มย่อย และสัมภาษณ์เชิงลึกจากประชากรศึกษาที่กำหนดไว้

1.5.2.3) ขั้นตอนที่ 3 นำผลวิเคราะห์จากขั้นตอนที่ 1 และ 2 มาวิเคราะห์ สังเคราะห์สู่ การ (ร่าง) คู่มือแนวปฏิบัติและมาตรฐานจริยธรรมในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในกระบวนการสื่อข่าว ที่คำนึงถึงหลักจริยธรรม และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์



ภาพที่ 2 แผนการดำเนินการดำเนินโครงการศึกษาวิจัย

1.6. นิยามคำศัพท์เชิงปฏิบัติการ

1.6.1) ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ หมายถึง ข้อมูลที่ผู้รับสาร หรือ ผู้ใช้สื่อออนไลน์ผลิตและเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ (User-generated Content หรือตัวย่อ UGC) เช่น เว็บไซต์ และสื่อสังคม (Social Media) เมื่อกล่าวถึงคำว่าสื่อออนไลน์หมายรวมถึงแพลตฟอร์มทุกประเภทที่มีการเชื่อมต่อกับระบบ อินเทอร์เน็ต ทั้งเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน และสื่อสังคม เมื่อกล่าวถึงสื่อสังคม มีความหมายถึง โซเชียลมีเดีย (Social Media) ซึ่งเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ยูทูบ ทวิตเตอร์ บล็อก อิน스타그램 เป็นต้น

1.6.2) ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล หมายถึง ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ที่ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ประเภท การบริการสาธารณะ ประเภทเด็ก เยาวชนและครอบครัว ประเภทข่าวสารและสาระ ประเภททั่วไปความคมชัดปกติ และประเภททั่วไปความคมชัดสูง จากสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ที่ยังมีการออกอากาศอยู่ในระหว่างดำเนินการวิจัย จำนวน 26 สถานี

1.6.3) กรอบจริยธรรมวิชาชีพ หมายถึง กติกาที่ผู้ประกอบกิจการและองค์กรวิชาชีพตกลงร่วมกันที่จะปฏิบัติตามในการดำเนินงานตามมาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพด้วยความสมัครใจ ซึ่งอาจเกิดขึ้นโดยกฎหมายกำหนดให้ทำหรือผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ริเริ่มทำเองก็ได้

1.7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1) สำนักงาน กสทช. จะได้ทราบผลการศึกษเกี่ยวกับรูปแบบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในงานข่าวโทรทัศน์

1.7.2) สำนักงาน กสทช. ได้ทราบผลการศึกษากำหนดมาตรฐานแนวทางการส่งเสริมการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในข่าวโทรทัศน์อย่างสร้างสรรค์บนกรอบจริยธรรมและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และได้คู่มือที่มีมาตรฐานและกรอบกลางในการส่งเสริมการพัฒนา และกรอบการตัดสินใจในกระบวนการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ให้เหมาะสมตามกรอบจริยธรรมวิชาชีพและกฎหมาย

1.7.3) องค์กรสื่อได้แนวทางปฏิบัติในการนำไปประยุกต์ใช้ ตามความเหมาะสมของแต่ละองค์กร หรือเป็นหลักการเบื้องต้นในการดำเนินกิจการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในการผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรม

การดำเนินโครงการวิจัยเรื่อง การส่งเสริมแนวทางการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในกระบวนการรายงานข่าวใน ยุคเทคโนโลยีหลอมรวม ใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อออนไลน์ ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (User-generated Content) กฎหมาย แนวปฏิบัติ และกรอบจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับสื่อออนไลน์ เป็นกรอบแนวคิดและแนวทางสำหรับการศึกษา มีรายละเอียด ดังนี้

2.1. แนวคิดเรื่องข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (User-generated Content)

ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (User-generated Content หรือตัวย่อ UGC) หมายถึง ข้อมูลที่ผู้รับสาร หรือ ผู้ใช้สื่อออนไลน์ผลิตและเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ และสื่อสังคม (Social Media) เมื่อกล่าวถึงคำว่าสื่อออนไลน์หมายรวมถึงแพลตฟอร์มทุกประเภทที่มีการเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ต ทั้งเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน และสื่อสังคม เมื่อกล่าวถึงสื่อสังคม มีความหมายถึง โซเชียลมีเดีย (Social Media) ซึ่งเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ยูทูบ ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม บล็อก เป็นต้น

Bruns (2007)² เสนอโมเดลการสื่อสารแบบผสมผสานที่เรียกว่า “Prodsusage” หมายถึง การผลิตสื่อที่ผู้เสพสื่อเป็นผู้ผลิตสื่อเองได้ คือเป็นทั้งผู้รับสาร และผู้สร้างสารในขณะเดียวกัน ในขณะที่ การศึกษาของ Van Dijck (2009)³ ระบุว่า ลักษณะความสัมพันธ์ ของการสื่อสารที่ผู้รับสารสร้างสื่อและ สื่อสารด้วยตัวเองเกิดขึ้นอย่างชัดเจนบนสื่อออนไลน์ และมีบทบาทในการผลักดัน พฤติกรรมร่วม หรือ สร้างการรวมตัวของชุมชนออนไลน์จากความสนใจร่วมกัน

นอกจากนั้น⁴ Neuberger และ Nuernbergk (2010) ระบุว่า การสื่อสารบนสื่อสังคมสร้างความ หลากหลายของระดับในการมีส่วนร่วมระหว่างผู้รับสาร และสื่อมวลชนมีผลต่อการสร้างพื้นที่ สาธารณะ

²Bruns, A. (2007) ‘Prodsusage: Towards a Broader Framework for User-led Content Creation’, Creativity and Cognition: Proceedings of the 6th ACM SIGCHI conference on Creativity & cognition, 13-15 June 2007

³ Van Dijck, J. (2009) “Users like you? Theorizing agency in user-generated content”. Media, Culture & Society 31(1): 41-58.

⁴Neuberger, C. and Nuernbergk, C. (2010). “Competition, Complementarity or integration? The relationship between professional and participatory media”. Journalism Practice, 4(3), 319-332

(Public Sphere) ในการรับข้อมูลในประเด็นต่างๆ ให้เกิดขึ้น ส่วนการศึกษาของ ⁵Karlsson (2010) เสริมว่า ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลจาก ผู้ใช้สื่อโดยเฉพาะเรื่องของคอมเมนต์ ที่มีต่อข่าวของสื่ออาชีพ เป็นรูปแบบ การปฏิสัมพันธ์กับสื่อ ที่มีผลต่อการสื่อสารของสื่อในประเด็นต่างๆ ด้วย ใน ขณะเดียวกัน เมื่อผู้รับสารเป็นผู้สร้างสื่อและผลักดันประเด็นบางเรื่องได้เอง ปฏิบัติการต่อสื่อในบางครั้งมี ลักษณะของการวิพากษ์วิจารณ์ประเด็นมุมมองที่สื่อนำเสนอในข่าว ให้ข้อมูลในมุมที่แตกต่าง Robinson (2009) อธิบายว่า ผู้รับสารมีผลต่อการตั้งคำถามต่อการทำงาน ของสื่อบนพื้นที่สาธารณะบนสื่อสังคม โดยมีมิติของการถกเถียงแลกเปลี่ยนที่กว้างมากขึ้นกว่าพื้นที่ที่สื่อสร้างให้คนดู /คนอ่าน ในขณะเดียวกัน บทบาทของการเป็นนายทวารข่าวสาร (Gatekeeper) ที่กรองข้อมูลก่อนนำเสนอสู่สังคมกำลังถูกท้าทายจาก ข้อมูลจากผู้รับสารที่นำเสนอเองโดยไม่ต้องผ่านสื่อมวลชน ทั้งนี้ ประเด็นสำคัญในเชิงจริยธรรมในการใช้ งานข้อมูลจากสื่อออนไลน์ คือเรื่องของความน่าเชื่อถือ ความถูกต้อง และการตรวจสอบข้อมูล

การสร้างความร่วมมือในการทำงานร่วมกันระหว่างผู้สื่อข่าว กองบรรณาธิการ และผู้รับสารที่อยู่ ในพื้นที่หรือสามารถเข้าถึงเหตุการณ์ข่าวเพื่อช่วยกันระดมหาข้อมูลข่าว ต่อยอดประเด็นข่าว และ ช่วยกันนำเสนอข่าวนั้น เป็นลักษณะของการทำข่าวแบบมี ส่วนร่วม (Participatory Journalism) อาทิ กรณีน้ำท่วมใหญ่ในปี 2554 มีการระดมนำข้อมูลจากคนในพื้นที่มาใช้เป็นส่วน หนึ่งของการรายงานข่าว สอดคล้องกับที่ ⁶Gillmor (2004) อธิบายว่า ตามแนวคิด ภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนไปเพราะเทคโนโลยีและสื่อ สังคมได้ให้ความสำคัญกับคนทั่วไปที่สามารถรายงานข่าวหรือให้ข้อมูลข่าวได้ ซึ่งทำให้สื่อหลักต้อง ปรับตัวและหารูปแบบที่จะนำข้อมูลข่าวเหล่านั้นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ เช่นเดียวกับ ⁷Briggs (2007) ที่อธิบายการรายงานข่าวยุค 2.0 ว่า การรายงานข่าวระหว่างขั้นตอนกระบวนการ การทำข่าวทำให้เกิดการ แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้สื่อข่าวและคนอ่านและเปิดโอกาสให้ผู้อ่านสามารถมีส่วนร่วมช่วยเหลือใน กระบวนการสื่อข่าวได้ โดยเมื่อมีเหตุการณ์เกิดขึ้น ผู้สื่อข่าวจะรายงานและเปิดโอกาสให้ผู้อ่านส่งข้อมูล ต่างๆ เข้ามาเพื่อประมวล ต่อยอดประเด็น และใช้เป็นข้อมูลส่วนหนึ่งของการเจาะข่าวและนำมารายงาน สามารถใช้ได้ทั้งการหาข้อมูล การหาแหล่งข่าว และการตรวจสอบข้อเท็จจริง

⁵Karlsson, M.B. (2010). "Participatory Journalism and Crisis Communication: A Swedish Case Study of Swine Flu Coverage". *Observatorio* 4(1), 201-220.

⁶Gillmor, D. 2004. *We the Media: The Rise of Citizen Journalists*. *National Civic Review*, Fall 2004: 58-63.

⁷Briggs, Mark (2007). *Journalism 2.0: How to Survive and Thrive*. J-Lab: The Institute for Interactive Journalism.

⁸Bradshaw (2007) ให้ความสำคัญ กับการที่ องค์กร สื่อต้องพัฒนาความสัมพันธ์กับชุมชน (Community) ทั้งออนไลน์และออฟไลน์เพื่อปฏิสัมพันธ์ แลกเปลี่ยนข้อมูล และรายงานข่าวสำคัญร่วมกัน การปรับตัวลักษณะนี้พบในสื่อต่างประเทศจำนวนมาก อาทิ iReport ของ CNN ที่มีการทำระบบการทำงานร่วมกับนักข่าวพลเมืองรายงานเหตุการณ์สำคัญต่างๆ เพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วโลกและหลก มุมมอง โดยมีการพัฒนาระบบเว็บไซต์เพื่อนำเสนอข้อมูลข่าว และระบบการคัดกรองข้อมูลและการเลือก นำมาใช้ของผู้สื่อข่าว CNN ด้วย

สำนักข่าว บีบีซีของประเทศอังกฤษตั้งหน่วยงานที่เรียกว่า “User-generated Content Hub” เพื่อทำงานกับประชาชน และนักข่าวพลเมืองในการระดมข้อมูลข่าวมาใช้ในการรายงานข่าวของบีบีซี

หนังสือพิมพ์ The Guardian ของประเทศอังกฤษประกาศเดินหน้าใช้รูปแบบการทำข่าวแบบ Open Journalism ที่ให้ผู้อ่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ให้ข้อมูลข่าวต่อการทำงานและเลือก ประเด็นของกองบรรณาธิการข่าว และมีการสร้างแพลตฟอร์มบนเว็บไซต์และแอปพลิเคชันมือถือเพื่อให้ คนร่วมกันให้ข้อมูลข่าวและรายงานข่าวรูปแบบต่างๆ กับ The Guardian ได้

องค์กรสื่อในต่างประเทศก็ใช้ช่องทางสื่อสังคม อาทิ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม บล็อก Google Maps และ Foursquare ให้ผู้อ่านช่วยกันรายงานข้อมูล เป็นการร่วมกันทำข่าวครอบคลุมหลากหลาย พื้นที่ ประเด็น มุมมอง และตอบโจทย์สิ่งที่สังคมสนใจและต้องการรู้ได้มากขึ้น องค์กรข่าว มีหน้าที่คัด กรอง ตรวจสอบข้อมูล ออกแบบการนำเสนอและแพลตฟอร์มที่จะนำไปใช้อย่างเป็นระบบ

การตอบรับต่อกระแสการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ของสื่อในไทยยังเป็นลักษณะเดียวกับหลายๆ ประเทศทั่วโลกคือ เปิดรับแบบครึ่งๆ กลางๆ ยังมีข้อจำกัดในการนำมาใช้ และข้อจำกัดในการสนับสนุน การพัฒนาสู่การมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อข่าวอย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งจะเป็นการพัฒนาไปสู่ “วารสาร ศาสตร์แบบมีส่วนร่วม” (Participatory Journalism)

องค์กรข่าวโทรทัศน์ มีการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ และสร้างรูปแบบการมีส่วนร่วมเพื่อช่วยใน กระบวนการรายงานข่าวที่มีการเจาะลึกมากขึ้น บทความของ ⁹Marshall (2013) เกี่ยวกับ Channel 4 ช่องสี่สาธารณะของประเทศอังกฤษ ผลิตรายการคดีข่าวเชิงสืบสวนเรื่อง “No Go Britain” ตรวจสอบ

⁸ Bradshaw, P., 2007. A model for the 21st century newsroom: pt1 – the news diamond | Online Journalism Blog. Online Journalism Blog. Available at: <http://onlinejournalismblog.com/2007/09/17/a-model-for-the-21stcentury-newsroom-pt1-the-news-diamond/> [Accessed June 15, 2017]

⁹ Marshall.S (2013). Channel 4 News 'No Go Britain' campaign wins award. Journalism.co.uk. Available at: <https://www.journalism.co.uk/news/lessons-in-crowdsourcing-channel-4-news-no-go-britain-campaign-wins-award/s2/a552172/> [Accessed June 15, 2017]

ระบบขนส่งมวลชนสำหรับคนพิการในอังกฤษ ๒๕ ด้วยวิธีการระดมข้อมูลร่วมกับ ผู้ชม (Crowdsourcing) ผ่านช่องทางสื่อสังคม Anna Doble หัวหน้าฝ่ายสื่อออนไลน์ของ Channel 4 อธิบายถึงการค้นหาข้อมูลผ่านชุมชนออนไลน์ เชื่อมโยงข้อมูลจากคนต่างๆ ในโลกออนไลน์ โดยหน้าที่ ของนักข่าวคือการทำให้ส่วนต่างๆ ของเรื่องรวมกันเป็นภาพใหญ่ได้ ทีมสารคดีพบว่า มีกลุ่มคนที่พูดเรื่องนี้ กระจายกระจายอยู่ทั่วไปบนโลกออนไลน์ แชร์ข้อมูลผ่านทวีตเตอร์และ ยูทูบอยู่แล้ว สิ่งที่นักข่าวทำคือเลือก ข้อมูลจากสื่อออนไลน์เหล่านี้มาเชื่อมต่อ เล่าเรื่องจากมุมมองต่างๆ และนำไปสู่ประเด็นการรณรงค์ที่ใหญ่มากขึ้น พร้อมทั้งเปิดพื้นที่บนสื่อหลักคือโทรทัศน์ให้นำเสนอข้อมูลเหล่านี้อย่างเป็นระบบ ขยายผลด้วยวิธีการทำสารคดีข่าวแบบมืออาชีพผสมผสานกับข้อมูลจากผู้ชม นำไปสู่การเรียกร้องที่เข้มข้นมากขึ้นต่อการพัฒนาระบบขนส่งมวลชนสำหรับคนพิการในอังกฤษ

กระบวนการของสื่อต่างประเทศที่พยายาม สร้างการมีส่วนร่วมให้กับคนอ่าน สะท้อนให้เห็นว่ากระบวนการทำข่าวกำลังเปลี่ยนไปจากการที่กองบรรณาธิการเป็นผู้ผลิตข่าวเพื่อส่งออกไป แต่ต้องสร้างการมีส่วนร่วมและดึงผู้อ่าน/ผู้ชมเข้าสู่กระบวนการสื่อข่าว โดยข้อมูลจากสื่อออนไลน์มีบทบาท ดังนี้

- ในกระบวนการหาข่าว (News gathering) มีบทบาทในการเป็นเบาะแสของประเด็นและเรื่องราว ให้มุมมองที่แตกต่างหลากหลายแก่ผู้สื่อข่าว สะท้อนมุมมองและความต้องการรู้ข้อมูลในมิติต่างๆ ของคนในสังคมให้ผู้สื่อข่าวจับกระแสทิศทาง เป็นแหล่งข้อมูล และแหล่งข่าวใหม่ๆ ให้กับผู้สื่อข่าว

- ในกระบวนการการรายงานข่าว (News Reporting) โดยเป็นส่วนประกอบของรายงานข่าวในรูปแบบต่างๆ ทั้งการใช้ภาพนิ่ง คลิปวิดีโอ ความคิดเห็นผสมผสานอยู่ในข่าวที่ต่อยอดประเด็นโดยผู้สื่อข่าว แต่เก็บมุมมองที่สะท้อนจากประชาชนไว้ โดยเล่าเรื่องผ่านการใช้ UGC

ดังนั้น การศึกษาเรื่องของการสร้างและการใช้ข้อมูลโดยผู้รับสารในงานวิจัยนี้ มุ่งศึกษาเรื่องรูปแบบการจัดการข้อมูล จากสื่อออนไลน์ ขององค์กรสื่อไทย ครอบคลุมประเด็นเรื่อง รูปแบบการสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างองค์กรข่าวกับผู้ รับสารในการรายงานข่าว จริยธรรมในการนำข้อมูลจากผู้รับสารมาใช้ ข้อพึงระวังในการนำข้อมูลจากผู้รับสารมาใช้ และทิศทางการพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมระหว่างผู้รับสารกับกองบรรณาธิการข่าวขององค์กรสื่อในไทย

2.2. การกำหนดวาระข่าวสารข้ามสื่อ (Inter-media Agenda Setting)

แนวคิดเรื่องการทำหนดวาระข่าวสารข้ามสื่อเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ และอิทธิพลต่อการกำหนดประเด็นระหว่างสื่อแต่ละสื่อ และระหว่างสื่อมวลชนกับผู้รับสาร¹⁰ Pavlik & McIntosh (2011) อธิบายว่าสื่อออนไลน์ทำให้เกิดลักษณะการสื่อสารที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกันระหว่างองค์กรสื่อกับผู้รับสาร ทำให้กระบวนการสื่อข่าวเปลี่ยนจากการสื่อสารทางเดียวเป็นการสื่อสารสองทางที่ชัดเจนมากขึ้น และเปลี่ยนผู้รับสารให้เป็นผู้ผลิตสื่อและผู้รับสารที่พร้อมมีปฏิสัมพันธ์ (active media consumer) ความสามารถในการโพสต์การแสดงความคิดเห็น (comment) บนเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์มีส่วนช่วยให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้รับสารด้วยกันเอง และกระตุ้นให้มีการสร้างหรือผลิตเนื้อหาที่มาจากผู้รับสารเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน

แนวคิดเรื่องการทำหนดวาระข่าวสารข้ามสื่อเป็นกรอบในการศึกษากระบวนการที่สื่อหนึ่งมีผลต่ออีกสื่อหนึ่งในการกำหนดทิศทางของประเด็นในการสื่อสาร จากการศึกษาของ¹¹ Lee (2005) พบว่าอินเทอร์เน็ตมีส่วนในการกำหนดประเด็นสาธารณะ (Public agenda) และการสื่อสาร การปฏิสัมพันธ์ของคนบนโลกออนไลน์มีผลต่อการกำหนดประเด็นวาระข่าวสารของสื่อด้วยเช่นเดียวกัน เช่นเดียวกับ¹² Sweetser, Golan and Wanta (2008) ที่ระบุว่าพบความสัมพันธ์ของการกำหนดวาระข่าวสารระหว่างสิ่งที่สื่อรายงานกับสิ่งที่คนทั่วไปโพสต์บนบล็อก และในขณะเดียวกันวาระข่าวสารที่สื่อกำหนดก็มีผลต่อทิศทางในการแสดงความคิดเห็นและให้ข้อมูลของบล็อกเกอร์ด้วยเช่นเดียวกัน แสดงว่า การกำหนดวาระข่าวสารไม่ได้เป็นลักษณะของการกำหนดจากสื่อในทางเดียวอีกต่อไป แต่มีมิติของการกำหนดประเด็นวาระข่าวสารร่วมกันระหว่างสื่อและระหว่างผู้รับสารด้วย ในขณะเดียวกัน สื่อบนแพลตฟอร์มที่ต่างกันก็มีผลต่อการกำหนดวาระข่าวสารระหว่างกันด้วย ดังนั้น กรอบแนวคิดในเรื่องนี้ เป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดแนวทางการศึกษาที่จะสะท้อนความสัมพันธ์ บทบาท และอิทธิพลระหว่างสื่อกับข้อมูลจากผู้รับสาร เพื่อเข้าใจการใช้ประโยชน์จากการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์

¹⁰ Pavlik, John V. and Shawn McIntosh. (2011). *Converging Media*. New York: Oxford University Press.

¹¹ Lee, Gunho (2005) "Agenda Setting Effects in the Digital Age: uses and effects of online media", doctoral dissertation, University of Texas at Austin.

¹² Sweetser, K., & Larisey, R. W. (2008). Candidates make good freinds: An analysis of candidates' uses of Facebook. *International Journal of Strategic Communication*, 2, 175.198

2.3 แนวคิดเรื่องจริยธรรมในยุคสื่อดิจิทัล

จากลักษณะของสื่อออนไลน์และสื่อสังคมที่ถูกนำมาใช้ในกระบวนการสื่อข่าว ทำให้เกิดการปรับตัวของหลักจริยธรรมของสื่อ¹³ Stephen J.A. Ward เรียกปรากฏการณ์ที่สื่อต้องวิเคราะห์กรอบจริยธรรมและหาแนวทางในการปรับให้เหมาะกับโลกดิจิทัลใหม่นี้ว่า “การปฏิวัติทางจริยธรรม” (Revolution in ethics) โดยสื่ออินเทอร์เน็ตมี 4 ปัจจัยสำคัญที่ต้องมีการปฏิวัติจริยธรรมสื่อ ดังนี้

- 1) สื่ออินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดรูปแบบการทำข่าวที่เน้นการปฏิสัมพันธ์และความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์มากยิ่งขึ้น
- 2) สื่ออินเทอร์เน็ต ทำให้พื้นที่ข่าวที่เคยเป็นพื้นที่ของผู้สื่อข่าวเท่านั้น ถูกแบ่งปันให้กับคนบนทวีตเตอร์ บล็อกเกอร์ นักข่าวพลเมือง และประชาชนทั่วไปบนสื่อสังคม (Social Media) ที่มีข้อมูลและต้องการนำเสนอข้อมูลในเชิงข่าว ข่าวหรือข้อมูลข่าวกลายเป็นมาจากทุกทิศทุกทาง
- 3) การพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสารและสื่อ อินเทอร์เน็ต มีผลต่อมิติเชิงเศรษฐกิจขององค์กรสื่อ ที่ทำให้องค์กรข่าว และผู้สื่อข่าวบนสื่อดั้งเดิมต้องดิ้นรนเพื่ออยู่รอดเมื่อคนอ่านย้ายไปสู่การรับข้อมูลข่าวสารบนโลกออนไลน์เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ
- 4) กระบวนการสื่อข่าวเปลี่ยนไปสู่การทำข่าวแบบสื่อผสม (mix news media) ซึ่งหมายถึงการที่นักข่าวอาชีพและนักข่าวพลเมืองทำงานในการรายงานข่าวร่วมกันผ่านสื่อที่หลากหลายแพลตฟอร์ม

จาก 4 ปัจจัยข้างต้นนักวิชาการตั้งคำถามต่อการปฏิวัติทางจริยธรรมสื่อว่า กรอบจริยธรรมควรมีการปรับเปลี่ยนหรือไม่และอย่างไรเพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะของสื่อด้านข่าวที่ต้องมีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ (immediate) มีปฏิสัมพันธ์ (interactive) ให้บริการได้ตลอดเวลา (always on) ซึ่งจะเป็นกรอบสำหรับทั้งผู้สื่อข่าวอาชีพ (professional journalists) และนักข่าวสมัครเล่น (amateurs) ในการใช้สื่อที่หลากหลายแพลตฟอร์ม

ในการปฏิวัติของจริยธรรมสื่อ นักวิชาการมองในเชิงความแตกต่างของวัฒนธรรมระหว่างสื่อดั้งเดิมและสื่อออนไลน์ด้วย โดยวัฒนธรรมของสื่อดั้งเดิมในเรื่องความถูกต้อง การตรวจสอบข้อมูลก่อนตีพิมพ์เผยแพร่ ความสมดุล ความเป็นกลาง และการเป็นผู้คัดกรองข่าวสาร กับวัฒนธรรมของสื่อออนไลน์ซึ่งเน้นเรื่องความเร็ว การปฏิสัมพันธ์ ความโปร่งใส การทำงานกับนักข่าวพลเมือง ประชาชนที่มีข้อมูล และการแก้ไขข้อผิดพลาดของข้อมูลที่เผยแพร่ไปแล้ว วัฒนธรรมสองขั้วนี้ จะมีการกำหนดกรอบจริยธรรมเพื่อการทำงานบนทั้งสองสื่ออย่างไร ใช้แนวทางร่วมกัน ต่างกันอย่างไร

¹³ Stephen J.A. Ward, “Digital Media Ethics,” Center for Journalism Ethics, University of Wisconsin. Available at: <https://ethics.journalism.wisc.edu/resources/digital-media-ethics/>. [Accessed June 15, 2017]

เกิดการเปลี่ยนแปลง รูปแบบ ของการทำข่าว องค์กรข่าว มีลักษณะการทำงาน แบบ Layered Journalism ที่ผู้สื่อข่าวผลิตข่าวแบบมัลติมีเดีย เพื่อเผยแพร่หลากหลายแพลตฟอร์ม กองบรรณาธิการ มีการทำงานร่วมกับนักข่าวพลเมือง ซึ่งลักษณะแบบนี้ ทำให้ กองบรรณาธิการ มีกระบวนการ ในการทำงาน ซับซ้อนมากขึ้น ประการแรกคือ ความหลากหลายของบรรณาธิการ มีทั้งบรรณาธิการของแต่ละโต๊ะข่าว ที่ดูแลเนื้อหาของแต่ละสื่อ และบรรณาธิการที่ดูแลสร้างชุมชนข่าวและคัดสรรข้อมูลจากผู้อ่านหรือสร้างความร่วมมือกับนักข่าวพลเมือง อีกประการคือ ผลผลิตของข่าวที่ผู้สื่อข่าวต้องทำจะมีทั้งสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และออนไลน์ ซึ่งกรอบจริยธรรมที่เหมาะสมในยุคดิจิทัล ต้องเป็นกรอบที่ครอบคลุมการใช้สื่อทั้งของผู้สื่อข่าวมืออาชีพและนักข่าวพลเมือง รวมถึงกรอบนั้นต้องตอบสนองธรรมชาติของทุกสื่อที่ผลิตข่าว ออกไปเพื่อให้นำเสนอข่าวได้อย่างเหมาะสม มีจรรยาบรรณด้วย

สื่ออินเทอร์เน็ต และการเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้อ่านในยุคดิจิทัล ผลักดันให้องค์กรข่าวต้อง ปรับตัวทั้งเชิงการปฏิบัติงาน การตลาด และการหารายได้¹⁴ Wasserman (2010) อธิบายว่าสื่อดิจิทัล มีผลต่อการปฏิบัติตามหลักจริยธรรมดั้งเดิมของการทำหน้าที่สื่อโดยเฉพาะเรื่องมาตรฐานของความจริง (standards of veracity) ประเด็นคำถามเกี่ยวกับการนิยาม "ข้อเท็จจริง" บนการสื่อสารออนไลน์นั้นว่า เหมือนหรือแตกต่างจากนิยามที่เป็นมาในการสื่อข่าวบนสื่อดั้งเดิม และการตรวจสอบข้อมูล ข้อเท็จจริง ยังใช้แนวทางและวิธีคิดแบบเดิมได้หรือไม่ ประเด็นนี้มีผลกระทบมากเมื่อมีการใช้ข้อมูลจาก สื่อออนไลน์ (User-generated Content -UGC) ทั้งนี้ พบหลายกรณีที่เกิดความผิดพลาดทางข้อมูล และสื่อกลายเป็น ผู้กระจายข่าวลือหรือข้อมูลที่ผิดจากการไม่ได้กลั่นกรอง ข้อมูลให้ดี จริยธรรมในเรื่องการตรวจสอบข้อมูล ก่อนมีการเผยแพร่แข่งกับความเร็วบนสื่อออนไลน์จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ควรมีการกำหนดแนวทางให้ ผู้สื่อข่าวได้ใช้ในการตัดสินใจก่อนโพสต์ข้อมูลที่ยังไม่ได้ตรวจสอบ สื่อออนไลน์ผลักดันให้องค์กรข่าวรู้สึก ว่าต้องเป็น "คนแรกที่รายงานข้อมูล" ทำให้บางครั้งเกิดความผิดพลาด ทั้งๆ ที่หัวใจของการรายงานข่าว และสิ่งที่คนยังต้องการจากสื่อคือ "ความน่าเชื่อถือของข้อมูล"

¹⁵ Jan Leach (2010) ระบุประเด็นทางจริยธรรมที่เน้นเรื่องของ "ความน่าเชื่อถือ" มีประเด็น ถกเถียงในยุคของการสื่อข่าวผ่านสื่อสังคมดังนี้

¹⁴ Wasserman, E. (2010, March 17). Threats to Ethical Journalism in the New Media Age (keynote address delivered at a Symposium on "The Newsombudsman: Watchdog or Decoy?", 2010). Available at: <http://www.mediaethicsmagazine.com/index.php/browse-back-issues/132-spring-2010/3919175-threats-to-ethical-journalism-in-the-new-media-age> [Accessed March, 2016]

¹⁵ Jan Leach. Creating Ethical Bridges From Journalism to Digital News. Available at: <http://www.nieman.harvard.edu/reportsitem.aspx?id=101899> [Accessed June 15, 2017]

- 1) จริยธรรมในเรื่องการนำเสนอข้อมูลส่วนตัวและขององค์กรผ่านสื่อสังคม การแสดงออกทางความคิดมีผลต่อความเป็นกลางหรือไม่
- 2) เป็นสิ่งที่เหมาะสมหรือไม่ที่ ผู้สื่อข่าวจะเผยแพร่ความเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับแหล่งข่าว ประเด็นในสังคมผ่านสื่อสังคมของตัวเอง
- 3) ในสภาวะของสื่อที่ใครก็ได้สามารถนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ อะไรคือความถูกต้องในการใช้งานข้อมูลจากผู้รับสาร (user-generated content) ทั้งประเด็นข่าว เรื่องราว รูปภาพ วิดีโอ
- 4) การให้นักข่าวพลเมืองมีส่วนร่วมในการนำเสนอข้อมูลกับองค์กรข่าว ทำอย่างไรให้เรื่องราวที่นำเสนอไม่ใช่เป็นการนำเสนอเรื่องที่อคติหรือไม่สมบูรณ์
- 5) การดูแลควบคุมข้อมูลที่นำเสนอผ่านสื่อสังคมและเว็บไซต์ทำอย่างไร

แนวคิดเรื่อง การรักษาความเป็นกลาง (Impartiality) กับการแสดงออกความคิดเห็นส่วนตัวของผู้สื่อข่าวเป็นอีกประเด็นที่มีการศึกษาและมีข้อถกเถียง พร้อมกับการหาคำนิยามความเป็นกลางในยุคดิจิทัลที่ทุกคนสามารถแสดงตัวตนของตัวเองได้บนพื้นที่ส่วนตัวที่เป็นสาธารณะอย่างสื่อสังคม การเลือกรับสิ่งที่ชอบ (personalization) ของผู้อ่าน/ผู้ชมสามารถทำได้มากเพราะสื่อออนไลน์มีลักษณะของการเป็นพื้นที่ในการเลือกเฉพาะสิ่งที่ตัวเองต้องการรับข้อมูลข่าวสาร ส่งผลให้สื่อถูกกดดันให้ต้องเลือกทำข่าวระหว่างการทำให้อุจกใจคนกลุ่มต่างๆ หรือการรักษาความเป็นกลางและสมดุลของข้อมูล

¹⁶ Kovach and Rosenstiel (2001) เสริมว่า เมื่อสังคมมีประเด็นความขัดแย้งและเรื่องการเมือง การแบ่งฝ่ายความคิดที่ชัดเจนของสังคมในปัจจุบัน ทำให้ผู้สื่อข่าวต้องตั้งคำถามกับจุดยืนเรื่องความเป็นกลาง และโดยหลักการผู้สื่อข่าวควรละเว้นจากการเสนอความเห็นส่วนตัวในประเด็นดังกล่าว ทั้งนี้ นักคิดหลายคนก็มองว่าธรรมชาติของสื่อออนไลน์สร้างความท้าทายต่อหลักการปฏิบัติเพื่อรักษาความเป็นกลาง

นอกจากความเป็นกลาง “ความโปร่งใส” ของข้อมูลและการนำเสนอข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญในกระบวนการสื่อข่าวบนสื่อออนไลน์เนื่องจากข้อมูลที่มีจำนวนมาก การรักษาความน่าเชื่อถือทำได้ ด้วยการมีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลที่ชัดเจน การนำมาใช้ การเผยแพร่ การสื่อสารข้อมูลหากทำอย่างชัดเจน โปร่งใส ทำให้ตรวจสอบได้ ก็จะเป็นการรักษาความถูกต้องของข้อมูลได้ ด้วย ซึ่งลักษณะของสื่อออนไลน์ไม่ว่าจะเป็นการเชื่อมโยง (hyperlink) การ Mention/Tag บนทวีตเตอร์และเฟซบุ๊กล้วนเป็นช่องทางที่ให้โอกาสผู้สื่อข่าวอ้างอิงถึงที่มาของข้อมูลให้เกิดความโปร่งใสได้ไม่ยาก

¹⁶ Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2001). The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect. New York: Crown Publishers.

นอกจากการมีกรอบปฏิบัติแล้วเพื่อเป็นการส่งเสริมการปฏิบัติตามกรอบที่วางไว้อย่างเต็มที่ใน
ในต่างประเทศมีการใช้กลยุทธ์ของการให้รางวัลแก่ผู้ที่รักษามาตรฐาน การรายงานข่าวได้โดดเด่น
เช่นรางวัล Ethics in Journalism Award ของ The Society of Professional Journalists (SPJ) เป็นต้น

¹⁷ Betancourt (2009) อธิบายเกี่ยวกับ Social Media Guideline ของหนังสือพิมพ์
the Roanoke Times ในสหรัฐ ที่ปรับปรุงเนื้อหาใหม่เพราะการใช้งานสื่อสังคมของผู้สื่อข่าวในช่วงการ
เลือกตั้งประธานาธิบดีในปี 2008 ซึ่งมีประเด็นเรื่องการใช้พื้นที่สื่อสังคมทับซ้อนระหว่างความคิดส่วนตัว
กับการปฏิบัติหน้าที่ทางวิชาชีพ โดย Kelly McBride, ethics group leader ของ the Poynter Institute
ผู้ร่วมในการร่างนี้ระบุว่ากรอบ ปฏิบัติที่สำคัญในการรักษาความน่าเชื่อถือและ มาตรฐานการทำงานของ
สื่อในการใช้สื่อสังคมมีองค์ประกอบ 4 เรื่องคือ ใช้เป็นเครื่องมือในการรายงาน, เผยแพร่ผลงาน, ความ
สมดุลระหว่างเรื่องส่วนตัวกับวิชาชีพ , การไม่สร้างความเสียหายให้กองบรรณาธิการ โดยบอก ถึง
เทคนิควิธีในการใช้งาน กรอบปฏิบัติ สิ่งที่ต้องทำเพื่อให้ใช้ประโยชน์จากเครื่องมืออย่างเต็มที่มากกว่า
การห้ามปฏิบัติ โดยมีหลักการ ดังนี้

- 1) ใช้ทวีตเตอร์และเฟซบุ๊กเพราะเป็นเครื่องมือที่คุ้นเคย
- 2) คำนิ่งเสนอว่าผู้สื่อข่าวเป็นตัวแทนขององค์กร ไม่ได้ทำข่าวเพียงลำพังและผลจากการใช้งาน
สื่อสังคมของผู้สื่อข่าวมีผลกระทบที่สูงกว่าอาชีพอื่น
- 3) คิดอยู่เสมอว่าข้อความที่ทวีตจะไปถึงคนจำนวนมากกว่าที่คิดเสมอ จึงต้องระวังสิ่งที่ทวีต และ
รับผิดชอบต่อการสื่อสารให้มาก
- 4) ให้หัวหน้า/บรรณาธิการข่าวตามผู้สื่อข่าวบนทวีตเตอร์เพราะจะเป็นการช่วยกันตรวจ จสอบ
ข้อมูลและความน่าเชื่อถือ

การศึกษาของ ¹⁸ Oliver (2009) เกี่ยวกับแนวปฏิบัติทางจริยธรรมของ The Roanoke Times
พบว่า Social Media Guideline เน้นใน 3 ประเด็นหลักคือ ความโปร่งใสในการทำข่าว ต้องระบุ
แหล่งที่มาและกระบวนการได้มาให้ชัดเจน การติดต่อปฏิบัติสัมพันธ์เป็นสิ่งควรปฏิบัติในขอบเขตที่
เหมาะสม และใช้ข้อมูลที่ได้รับ อนุญาตโดยไม่ละเมิดผู้อื่น นอกจากนี้ ผู้สื่อข่าวต้องคำนึงถึงบทบาทใน
การประกอบวิชาชีพเป็นสำคัญและคิดถึงผลจากการกระทำเสมอ

¹⁷ Leah Betancourt (2009). "How Social Media is Radically Changing the Newsroom" Available at:
<http://mashable.com/2009/06/08/social-media-newsroom/> [Accessed June 15, 2017]

¹⁸ Laura Oliver (2009). "The Roanoke Times: Ethical guidelines for social media". Available at:
<http://www.journalism.co.uk/news-features/the-roanoke-times-ethical-guidelines-for-social-media/s5/a533328/>.
[Accessed June 15, 2017]

¹⁹Marcus Brauchli (2011) บรรณาธิการบริหารของ The Washington Post อธิบายว่า แม้ผู้สื่อข่าวจะมีอิสระในการใช้ สื่อสังคม แต่ผู้สื่อข่าวต้องมีหลักในการตัดสินใจในการสื่อสารที่ดี โดยต้องยึดหลักสามัญสำนึกในการไม่ทำสิ่งที่ส่ง ผลเสียต่อองค์กร ทั้งนี้สำหรับ The Washington Post มีการกรอกรางงานของผู้สื่อข่าวโดยบรรณาธิการต้องรับรู้สิ่งที่ผู้สื่อข่าววางแผนจะทวีตหรือรายงานสด ผ่านบล็อก (Live-blog) ประเด็นที่เป็นข้อถกเถียงและประเด็นล่อแหลมจะต้องมีการตรวจสอบกับ บรรณาธิการก่อนมีการเผยแพร่ รวมถึงผู้สื่อข่าวต้องระวังในการสื่อสารไม่ให้เป็นการสร้างวาระข่าวสาร ตามความคิดเห็นส่วนตัว อย่างไรก็ตาม The Washington Post เน้นให้ผู้สื่อข่าวหารูปแบบวิธีใหม่ๆ ในการใช้สื่อสังคมเพื่อรายงานข่าวและดึงดูดมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อ่านและผู้ชม

The Washington Post กำหนดแนวปฏิบัติการใช้สื่อสังคม (Digital Publishing Guidelines) 7 ข้อ ประกอบด้วยแหล่งข่าว การอ้างอิง การเผยแพร่ข้อมูลด้วยตัวผู้สื่อข่าวเอง รสนิยม ในการเสนอข่าว การใช้งาน การใช้ข้อมูลจากบุคคลที่ 3 และการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลโดย The Washington Post มีนโยบายในการปรับปรุงแนวปฏิบัติตามคำแนะนำของผู้สื่อข่าวและผู้อ่าน

²⁰Steve Buttry (2009) Digital Transformation Editor ของ Digital First Media กำหนด แนวทางปฏิบัติหรือ Guidelines ของผู้สื่อข่าวในการใช้สื่อสังคมว่า ควรเน้นเรื่องการส่งเสริม แนะนำวิธี “ตัดสินใจที่ดี” ในการใช้งานสื่อมากกว่าการตีกรอบบังคับ เตือนหรือมีบทลงโทษเพราะจะทำให้ผู้สื่อข่าว ไม่ต้องการใช้สื่อสังคม ควรเน้นเรื่องของ “ความโปร่งใส” (Transparency) การใช้งานที่เร็ว และง่าย เช่น การรีทวีต (Retweet) บางครั้งอาจมีปัญหาในการ ตรวจสอบข้อมูล ซึ่งอาจผิดพลาดและส่งผลเสียได้ การ กำหนดแนวทางปฏิบัติการใช้งานสื่อสังคมจำทำควบคู่ไปกับแนวปฏิบัติในการรักษาความถูกต้อง การลด ความขัดแย้ง การรักษาความเป็นอิสระในการทำงานและความน่าเชื่อถือในการทำงาน

ในขณะที่ New York Times ซึ่งเป็นผู้นำนวัตกรรมการใช้สื่อสังคม ในกระบวนการข่าวกลับเลือก ที่จะไม่กำหนดจริยธรรมการใช้ สื่อสังคมแบบเป็นลายลักษณ์อักษร แต่เน้นแนวทางแบบไม่เป็นทางการ เพื่อกระตุ้นให้ผู้สื่อข่าวเกิดความรู้สึกสบายใจและอยากใช้สื่อสังคม

¹⁹ The Washington Post (2011). “Digital Publishing Guidelines” Available at:

<http://www.washingtonpost.com/wp-srv/guidelines/index.html> [Accessed June 15, 2017]

²⁰ Steve Buttry (2009). “Washington Post social media guidelines don’t trust staff members’ judgment

Available at: <http://stevebuttry.wordpress.com/2009/09/27/washington-post-social-media-guidelines-dont-trust-staff-members-judgment/> [Accessed June 15, 2017]

²¹ Phil Corbett (2012) ผู้ช่วยบรรณาธิการบริหารด้านมาตรฐานวิชาชีพ (associate managing editor for standard) ของ The New York Times อธิบายว่า New York Times ใช้วิธีการพูดคุยกับผู้สื่อข่าว ถึงแนวทาง การใช้สื่อสังคม โดยให้คำเนิ่ง ถึงการรักษาชื่อเสียงขององค์กร เพราะสื่อสังคมเป็นพื้นที่สาธารณะไม่ใช่พื้นที่ส่วนตัว เมื่อเผยแพร่ข้อมูลได้ออกสู่สังคมแล้วถือเป็นกระทำ ในฐานะผู้สื่อข่าวขององค์กรด้วย จึงระบุอย่างชัดเจนว่าต้องถือปฏิบัติทั่วกัน และจะต้องไม่ทำการใดๆ ที่ กิดผลต่อการลดความน่าเชื่อถือ (credibility) โดยมี Social Media Editor และ Producer เป็นผู้ให้คำแนะนำในการใช้งาน และการตัดสินใจ บทความของ ²² Sullivan (2012) ระบุว่า มีกรณีของผู้สื่อข่าวอิสระ (freelance) ที่เขียนบทความให้กับ New York Times Magazine แล้วมีปัญหาในทวีตเตอร์ คือมีการโต้ตอบการทำงานของเขายังไม่สุภาพ ทำให้องค์กรต้องประกาศเพิ่มเติมให้ชัดเจนว่า หลักการในการใช้ สื่อสังคมขององค์กรนั้น ครอบคลุมการใช้งานของนักเขียนอิสระและผู้สื่อข่าวอิสระที่ทำงานให้กับ New York Times ด้วย

²³ ด้านสำนักข่าวรอยเตอร์ (Reuters) มีการกำหนดแนวปฏิบัติ "Reporting from the internet and using social media" โดยระบุว่า ให้ผู้สื่อข่าวใช้มาตรฐานในการหาแหล่งข่าว การระบุตัวตนและการตรวจสอบข้อมูลบนพื้นฐานเดียวกันกับการทำงานบนแพลตฟอร์มอื่นๆ และต้องไม่ใช่ข้อมูลใดๆ จากสื่อออนไลน์ที่ไม่สามารถตรวจสอบและยืนยันความน่าเชื่อถือของข้อมูลได้ รวมถึงเตือนเรื่องการปลอมแปลงตัวตนเพื่อหาข่าวบนออนไลน์ เช่นใน Chatroom ว่าเป็นสิ่งไม่ควรทำ ในการใช้ สื่อสังคมสามารถใช้ได้ทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัว แต่แยกออกจากกันให้ชัดเจน ใน รายละเอียดบัญชีผู้ใช้ ของทวีตเตอร์และเฟซบุ๊กต้องมีการระบุที่ชัดเจนว่าเป็นผู้สื่อข่าวของรอยเตอร์ และต้องระบุด้วยว่าเป็นการใช้งานส่วนตัวไม่ได้เป็นทางการของ รอยเตอร์ การใช้งานอยู่บนพื้นฐานของความเป็นธรรม ความสมดุล เป็นกลาง พึงระวังเรื่องการเข้าไปมีส่วนร่วมในกลุ่มต่างๆ บนออนไลน์หรือแม้แต่การกด Like บนเฟซบุ๊กในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับประเด็นข่าว หากมีข้อสงสัยในข้อเท็จจริงให้มีการตรวจสอบก่อนจนกว่าจะแน่ใจ โดยให้เน้นความถูกต้องมากกว่าความเร็ว

²¹ Phil Corbett (2012). "Why The New York Times eschews formal social media guidelines" Available at: <http://www.poynter.org/latest-news/mediawire/180455/why-the-new-york-times-eschews-formal-social-media-guidelines-for-staff/> [Accessed June 15, 2017]

²² MARGARET SULLIVAN (2012). "After an Outburst on Twitter, The Times Reinforces Its Social Media Guidelines". Available at: http://publiceditor.blogs.nytimes.com/2012/10/17/after-an-outburst-on-twitter-the-times-reinforces-its-social-media-guidelines/?_php=true&_type=blogs&_r=0 [Accessed June 15, 2017]

²³ Reuters (2013). "REPORTING FROM THE INTERNET AND USING SOCIAL MEDIA" Available at: http://handbook.reuters.com/index.php?title=Main_Page [Accessed June 15, 2017]

²⁴Martin (2011) อธิบายถึง ข้อเสนอแนะในแนวทางในการกำหนดกรอบปฏิบัติในการทำข่าวออนไลน์จากการระดมความเห็นของนักข่าวออนไลน์ในสหรัฐโดย Poynter และร่างเป็นแนวปฏิบัติในการสื่อข่าวออนไลน์ว่า ในการกำหนดกรอบจริยธรรมการรายงานข่าวออนไลน์ควรเป็นกรอบที่กระตุ้นให้คิดและตัดสินใจในการสื่อข่าวตามหลักจริยธรรมมากกว่าเป็นกฎระเบียบบังคับให้ทำ และควรให้ผู้รับสารมีส่วนร่วมในการกำหนดกรอบการกำกับดูแลการใช้สื่อออนไลน์ ด้วย ทั้งนี้ประเด็นสำคัญของแนวทางปฏิบัติควรประกอบด้วย

- 1) การรายงานข่าวเว็บไซต์ การวิพากษ์วิจารณ์ การใช้คำพูดและอารมณ์ในการสื่อสารมีหลักสำคัญให้ยึดคือ "ปฏิบัติหน้าที่ผู้สื่อข่าวภายใต้องค์กรข่าวที่สังกัด " ผู้สื่อข่าวต้องถามตัวเองว่าสิ่งที่จะตัดสินใจทำสอดคล้อง อกกับบทบาทของผู้สื่อข่าวที่ดีหรือไม่ ทั้งในเรื่องความเป็นอิสระ การรักษาความถูกต้อง สมดุล รูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่จะทำให้เกิดประโยชน์ต่อความเข้าใจและไม่บิดเบือนข้อมูล
- 2) บทบาทบรรณาธิการข่าวในยุคดิจิทัล เน้นการสร้างที่น่าเชื่อถือกับสาธารณะและคงไว้ซึ่งการเป็นที่ไว้วางใจต่อองค์กร การทำ หน้าที่บรรณาธิการและการหารายได้ขององค์กรต้องทำงานอย่างเปิดเผย แนะนำให้มีการใช้เครื่องมือวิเคราะห์ทางการตลาดของสื่อออนไลน์เพื่อช่วยตัดสินใจในการกำหนดทิศทางของเนื้อหา ซึ่งต้องสมดุลระหว่างจริยธรรม และประโยชน์สาธารณะ
- 3) ความโปร่งใสของข้อมูลที่นำเสนอระหว่างข่าวจากกองบรรณาธิการ และข่าวจากสปอนเซอร์หรือการหารายได้โฆษณา ผู้อ่านต้องได้รับข้อมูลที่ชัดเจน
- 4) ความน่าเชื่อถือ ความถูกต้อง ความโปร่งใสของข้อมูล และการใช้มัลติมีเดียในการสื่อข่าว เน้นการเสนอที่ถูกต้องรอบด้าน เลือกใช้สื่อที่เหมาะสม อกการนำเสนอข้อมูล หากมีความผิดพลาดต้องแก้ไข มีกระบวนการอธิบายการตัดสินใจในการนำเสนอข้อมูลต่างๆ อย่างเป็นระบบเพื่อความโปร่งใส รวมถึงมีการสร้างช่องทางในการมีส่วนร่วมกับผู้อ่านด้วย
- 5) ความรวดเร็ว ความรอบด้าน ให้ใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ ด้านความเร็วและการเชื่อมโยงข้อมูล และรูปแบบการเล่าเรื่องที่หลากหลาย ให้นำเสนอข่าวได้เร็วและลึก น่าเชื่อถือแล รักษาความถูกต้องเป็นสำคัญ

6) การใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (user-generated content) ต้องระวังผลของการใช้และนำเสนอข้อมูล โดยระบุที่มาและขออนุญาตในการนำ มาใช้ ติดต่อบริษัทกับชุมชนของผู้อ่านอย่างเปิดเผย

²⁴Meg Martin (2011). "Online Journalism Ethics: Guidelines from the Conference". Available at: <http://www.poynter.org/uncategorized/80445/online-journalism-ethics-guidelines-from-the-conference/> [Accessed June 15, 2017]

มีรสนิยมในการเลือกข้อมูลมาใช้งาน เช่น ไม่ละเมิดผู้อื่น ไม่เป็นเรื่องส่วนตัว ไม่มีเรื่องการเหยียดผิว ชนชาติ ศาสนา และข้อระวังเรื่องของลิขสิทธิ์

7) การเชื่อมโยงข้อมูล (Link) สามารถเชื่อมโยงข้อมูลที่มี คุณค่าต่องานข่าวนั้นได้หลากหลาย มีการตรวจสอบข้อมูล คัดเลือก Link อย่างรอบคอบเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้อ่าน

แนวปฏิบัตินี้ แบ่งเป็น 3 ส่วนคือ จริยธรรมอันพึงปฏิบัติ (Principle & Values) แนวทางในการ ปฏิบัติตามจริยธรรม (Protocol) และคำถามและคำตอบ (Questions & Answers) รวบรวมประเด็น คำถามต่อการตัดสินใจในประเด็นจริยธรรมดังกล่าวมาตอบคำถามเพื่อเป็นกรณีศึกษา

สรุป แนวปฏิบัติให้ความสำคัญเรื่องการรักษาความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ การปฏิบัติงาน ภายใต้อำนาจรับผิดชอบต่อองค์กร และแนวทางการใช้สื่อสังคมและสื่อออนไลน์ ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการสื่อสาร

2.4 กฎหมาย ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับสื่อออนไลน์

ปัจจุบันภูมิทัศน์สื่อมีบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปมาก เพราะการเกิดขึ้นของสื่อใหม่ (new media) อย่างอินเทอร์เน็ต และ สื่อสังคม ทำให้สื่อมวลชน ต้องปรับตัวในการทำงานและการสื่อสารเพื่อเข้าถึงมวลชนในลักษณะที่ต้องเปลี่ยนไปจากเดิม สื่อมวลชนสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่อยู่บนสื่อออนไลน์ หรือ ข้อมูลที่มาจากผู้รับสาร มานำเสนอประกอบการรายงานข่าวการเพื่อได้ข้อมูลที่รอบด้านมากขึ้น แต่ยังมีประเด็นทางกฎหมายที่สื่อมวลชนควรรู้ เพื่อเป็นมาตรการป้องกันไม่ให้สื่อมวลชนต้องตกเป็นผู้ต้องหา และถูกดำเนินคดีฟ้องร้องในภายหลัง ทั้งนี้ข้อมูลที่สื่อมวลชนนำมาประกอบการรายงานข่าวที่เป็นลักษณะข้อมูล ที่มาจากผู้ใช้สื่อ อาจเป็นข้อมูล ที่ได้รับความคุ้มครองทางกฎหมายที่จะต้องได้รับอนุญาต จากเจ้าของสิทธิ์ ก่อนที่จะนำเสนอต่อสาธารณชน เช่น สื่อโทรทัศน์ ดนตรี วรรณกรรม ศิลปกรรม ภาพยนตร์ เป็นต้น หรือเป็นรูปแบบที่ได้รับความคุ้มครองด้านข้อมูลส่วนบุคคล เช่น รูปถ่ายบุคคล ประวัติทางการศึกษา วันเดือนปีเกิด ประวัติการ ทำธุรกรรมทางการเงิน เป็นต้น ล้วนแต่เป็นข้อมูล ที่ได้รับความคุ้มครองทางกฎหมายทั้งสิ้น บางครั้งหากมีการกระทำความผิดฐานหนึ่งอาจจะไปเกี่ยวพันให้ เป็นความผิดอีกฐานหนึ่งได้ เช่น คดีหมิ่นประมาทอาจจะเกี่ยวพันไปถึงการกระทำความผิดทาง คอมพิวเตอร์ด้วย ดังนั้น สื่อมวลชนต้องศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้อง กับการนำข้อมูลในสังคมออนไลน์ มา นำเสนอ ดังต่อไปนี้

2.4.1) พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537

ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ .ศ.2537 มาตรา 4 ซึ่งได้ให้ความหมายของลิขสิทธิ์ไว้ ว่า หมายถึงสิทธิแต่ผู้เดียวที่จะกระทำการใดๆ ตามพระราชบัญญัตินี้ เกี่ยวกับงานที่ผู้สร้างสรรค์ได้ทำขึ้น ซึ่ง สิทธิแต่ผู้เดียว (Exclusive Rights) หมายถึงสิทธิแต่เพียงผู้เดียวของเจ้าของสิทธิ ในการที่จะทำการใดๆ ตามที่กฎหมายบัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537 (²⁵ อรรถพรณ พนัสพัฒนา, 2547)

ลิขสิทธิ์เป็นสิทธิทางทรัพย์สิน (Property Right) ประเภทหนึ่งในบรรดาสิทธิ ในทรัพย์สินทาง ปัญญาทั้งหลาย ลิขสิทธิ์มีลักษณะเป็น สิทธิเด็ดขาดหรือสิทธิแต่ เพียงผู้เดียวของ เจ้าของ ลิขสิทธิ์ ที่จะ กระทำการบางอย่าง เกี่ยวกับงานลิขสิทธิ์ของตน เช่น การทำซ้ำ (Reproduction) การดัดแปลง (Adaptation) การเผยแพร่ ต่อสาธารณชน (Communication to Public)

ความหมายของลิขสิทธิ์ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ .ศ.2542 ได้ให้ความหมาย ของคำว่า “ลิขสิทธิ์” ไว้ดังนี้

²⁵ อรรถพรณ พนัสพัฒนา. (2544). คำอธิบายกฎหมายลิขสิทธิ์. พิมพ์ครั้งที่ 1 สำนักพิมพ์นิติธรรม

ลิขิต คือ หนังสือ จดหมาย เขียน

สิทธิ หรือ สิทธิ (Right) คือ ความสำเร็จ อำนาจที่จะกระทำการใดๆ ได้อย่างอิสระ โดยได้รับการรับรองจากกฎหมาย เช่น สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า

ดังนั้น ลิขสิทธิ์ หมายถึงสิทธิ แต่ผู้เดียวที่กฎหมายรับรอง ให้ผู้สร้างสรรค์ กระทำการใดๆ เกี่ยวกับงานที่ตน ได้ทำขึ้น อันได้แก่ สิทธิที่จะทำซ้ำ ดัดแปลง หรือนำออกโฆษณา ไม่ว่าในรูปลักษณะ ใดๆ หรือวิธีใด รวมทั้งอนุญาต ให้ผู้อื่นนำงานนั้นไป ทำเช่นนั้นด้วย ซึ่งตรงกับคำในภาษาอังกฤษ คำว่า “Copyright”

ลิขสิทธิ์ คือ สิทธิแต่ผู้เดียวที่กฎหมายกำหนดให้ความคุ้มครองแก่ผู้สร้างสรรค์ หรือเจ้าของงาน ที่จะไม่ให้ผู้อื่นมากระทำหรือใช้ หรือหาประโยชน์จากงานสร้างสรรค์นั้น โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของ ลิขสิทธิ์ ลิขสิทธิ์เป็นสิทธิแห่งทรัพย์สินประเภทหนึ่ง

ลักษณะสำคัญประการหนึ่งของงาน ที่จะได้รับความคุ้มครอง ตามกฎหมายลิขสิทธ์ก็คือ งานที่จะ ได้รับความคุ้มครองนั้นต้องไม่ใช่เป็นแต่เพียงความคิด (Idea) เท่านั้น แต่สิ่งที่กฎหมายลิขสิทธ์ให้ความ คุ้มครองก็คือการแสดงออกทางความคิด (Expression of Idea) ซึ่งหมายความว่า เมื่อบุคคลใดมี ความคิดที่จะสร้างสรรค์งานอย่างหนึ่งอย่างใดขึ้นมาแล้ว หากบุคคลนั้นต้องการที่จะได้รับความคุ้มครอง ตามกฎหมายลิขสิทธ์ก็จะต้องมีการแสดง ออกซึ่งความคิดนั้นมาในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งและสิ่งที่แสดง ออกมาซึ่งความคิดนั้นก็จะเป็นสิ่งที่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย เช่น หากบุคคลใดบุคคลหนึ่งมี ความคิดในการเขียนนวนิยายขึ้นมาเรื่องหนึ่ง โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับความรักของหญิงต่างชาติศาสนา แต่ บุคคลนั้นยังไม่ ได้ลงมือเขียนนวนิยายนั้นขึ้นมา เช่นนี้ย่อ มเป็นเพียง “ความคิด” ในการเขียนนวนิยาย เท่านั้น กฎหมายลิขสิทธ์จึงไม่ได้ให้ความคุ้มครอง แต่เมื่อใดก็ตามที่บุคคลนั้นได้ลงมือเขียนนวนิยาย เรื่องดังกล่าวแล้ว ไม่ว่าจะด้วยวิธีใด เช่น เขียนด้วยลายมือของตนเองลงบนกระดาษ พิมพ์ ด้วยเครื่อง พิมพ์ดีด หรือได้บันทึกข้อความลงในเทปบันทึกเสียง ในกรณีเช่นนี้ก็จะถือว่ามี การแสดงออกซึ่งความคิด นั้นแล้ว สิ่งที่แสดงออกมานั้นย่อมเป็นงานสร้างสรรค์ที่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธ์

งานที่มี ผู้สร้างสรรค์ ขึ้นมานั้น จะต้อง มีลักษณะ เข้าประเภทงานใด งานหนึ่งตามที่บัญญัติ ไว้ใน พระราชบัญญัติลิขสิทธ์ พ .ศ.2537 ซึ่งได้กำหนดไว้ในมาตรา 6 หากไม่สามารถจัดอยู่ในงานประเภทใด ประเภทหนึ่ง ได้ งานที่สร้างสรรค์ขึ้นมานั้น ย่อม ไม่ได้ได้รับความคุ้มครอง ตามกฎหมายลิขสิทธ์ ซึ่งงาน ประเภทต่างๆ ที่จะถือว่าเป็นงานที่มีลิขสิทธ์และกฎหมายให้ความคุ้มครอง ได้แก่งานดังต่อไปนี้

1) งานสร้างสรรค์รูปทรงที่ประกอบด้วย เส้น แสง สี หรือสิ่งอื่นใดอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือ หลายอย่าง รวมกันลงบนวัสดุอย่างเดี่ยวหรือหลายอย่าง เช่น งานรูปวาด รูปการ์ตูน

2) งานประติมากรรม ได้แก่ งานสร้างสรรค์รูปทรงที่เกี่ยวกับ ปริมาตรที่สัมผัสและจับต้อง ได้ เช่น การแกะสลักวัสดุเป็นรูปทรงต่างๆ

3) งานภาพพิมพ์ ได้แก่ งานสร้างสรรค์ภาพด้วยกรรมวิธีทางการพิมพ์และหมายความถึงแม่พิมพ์หรือแบบพิมพ์ที่ใช้ในการพิมพ์ด้วย เช่น ลายพิมพ์บนวัสดุต่างๆ

4) งานสถาปัตยกรรม ได้แก่ งานออกแบบอาคารหรือสิ่งปลูกสร้าง งานออกแบบตกแต่งภายในหรือภายนอก ตลอดจนบริเวณของอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างหรือการสร้างสรรค์หุ่นจำลองของอาคารหรือสิ่งปลูกสร้าง เช่น งานก่อสร้างจำลองคอนกรีตเทียม งานก่อสร้างจำลองหมู่บ้านจัดสรร ใบพิมพ์เขียว ก่อสร้างอาคาร ผังหรือรูปแบบการตกแต่งภายในของอาคารหรือห้องพัก

5) งานภาพถ่าย ได้แก่ งานสร้างสรรค์ภาพที่เกิดจากการใช้เครื่องมือบันทึกภาพ เช่น ใช้กล้องถ่ายภาพหรือกรรมวิธีใดๆ ที่ทำให้เกิดภาพ

6) งานประกอบแผนที่ โครงสร้าง ภาพร่าง หรือรูปทรง 3 มิติที่เกี่ยวกับภูมิศาสตร์ ภูมิประเทศ หรือวิทยาศาสตร์

7) งานศิลปะประยุกต์ ได้แก่ งานที่นำเอางานตาม (1) ถึง (6) อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างรวมกันไปใช้ประโยชน์อย่างอื่น นอกเหนือจากการชื่นชมในคุณค่าของงานดังกล่าว เช่น นำไปใช้สอยหรือนำไปตกแต่งวัสดุหรือสิ่งของ หรือนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการค้า เช่น นำรูปการ์ตูนมาพิมพ์ลายลงบนกระเป๋าสะพายหรือแก้วน้ำ นำรูปปั้นมาทำเป็นที่กวดดินสอหรือกระปุกออมสิน

ดนตรีกรรม หมายความว่า งานเกี่ยวกับเพลงที่แต่งขึ้นเพื่อบรรเลงหรือขับร้อง ไม่ว่าจะมียานอองหรือคำร้องหรือมียานอองอย่างเดียว และให้หมายรวมถึงตัวโน้ตเพลงหรือแผนภูมิเพลงที่ได้แยกและเรียบเรียงเสียงประสานแล้ว

โสตทัศนวัสดุ หมายความว่า งานอันประกอบด้วยลำดับของภาพโดยบันทึกลงในวัสดุไม่ว่าจะมีลักษณะใด อันสามารถจะนำมาเล่นซ้ำได้อีก โดยใช้เครื่องมือที่จำเป็นสำหรับการใช้วัสดุนี้ และให้ความหมายรวมถึงเสียงประกอบนั้นด้วยถ้ามี

งานภาพยนตร์ หมายความว่า โสตทัศนวัสดุนั้นประกอบด้วยลำดับภาพซึ่งสามารถนำออกฉายต่อเนื่องได้อย่างภาพยนตร์ หรือสามารถบันทึกลงในวัสดุอื่นเพื่อนำออกฉายต่อเนื่องได้อย่างภาพยนตร์ และให้หมายรวมถึงเสียงประกอบภาพยนตร์นั้นด้วย

สิ่งบันทึกเสียง หมายความว่า งานอันประกอบด้วยลำดับของเสียงดนตรี เสียงการแสดงหรือเสียงอื่นใด โดยบันทึกลงในวัสดุไม่ว่าจะมีลักษณะใดๆ อันสามารถที่จะนำมาเล่นซ้ำได้อีก โดยใช้เครื่องมือที่จำเป็นสำหรับการใช้วัสดุนั้น แต่ทั้งนี้มิให้ความหมายรวมถึงเสียงประกอบภาพยนตร์หรือเสียงประกอบโสตทัศนวัสดุอย่างอื่น

งานแพร่เสียงแพร่ภาพ หมายความว่า งานที่นำออกสู่สาธารณชนโดยการแพร่เสียงทางวิทยุกระจายเสียง การแพร่เสียงหรือภาพทางวิทยุโทรทัศน์หรือโดยวิธีอื่นอันคล้ายคลึงกัน

ทั้งนี้ มีงานที่ไม่ถือว่ามีลิขสิทธิ์ หมายถึง งานที่ควรเผยแพร่ให้ประชาชนได้รับรู้โดยทั่วไป เพราะถือว่าเป็นประโยชน์กับประชาชนโดยทั่วไป ซึ่งได้แก่งานที่บัญญัติไว้ในมาตรา 7 ได้แก่

- 1) ข่าวประจำวัน และข้อเท็จจริงต่างๆ ที่เป็นเพียงลักษณะข่าวสารอันมีใช้งานในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์หรือแผนก ศิลปะ เช่น ข่าวฝนตก พายุร้อน ข่าวผู้ร้ายจับได้ ใครที่ไหน เมื่อไหร่ ใดๆ ข่าวการเลือกตั้ง ซึ่งต้องมีใช้ลักษณะรูปแบบหรือลักษณะการดำเนินรายการเป็นเพียงข้อเท็จจริงเท่านั้น
- 2) รัฐธรรมนูญ และกฎหมาย
- 3) ระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ คำสั่ง คำชี้แจง หนังสือโต้ตอบของกระทรวงทบวงกรม หรือหน่วยงานอื่นใดของรัฐหรือของท้องถิ่น เช่น หนังสือราชการ คำสั่งแต่งตั้งโยกย้ายข้าราชการ
- 4) คำพิพากษา คำสั่ง คำวินิจฉัย และรายงานของทางราชการ
- 5) คำแปลและการรวบรวมสิ่งต่างๆ ตาม (1) ถึง (4) ที่หน่วยงานของรัฐเป็นผู้จัดทำขึ้นโดยไม่ใช้เอกชน

ดังนั้น เมื่อไม่เป็นงานที่มีลิขสิทธิ์ บุคคลใดๆ จึงสามารถที่จะทำซ้ำหรือเผยแพร่ต่อสาธารณะได้โดยไม่ต้องขออนุญาตหรือได้รับความยินยอม

บทบัญญัติของกฎหมายลิขสิทธิ์ได้ให้ความคุ้มครองแก่เจ้าของลิขสิทธิ์โดยยึดหลักกฎหมายที่เป็นสากล คือ มีสิทธิเด็ดขาดแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive Rights) ที่จะกระทำบางอย่างต่องานนั้น ๆ เพราะเจ้าของลิขสิทธิ์สามารถห้ามปรามผู้อื่นกระทำการต่องาน ที่ตนมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวได้ หรือเรียกร้องค่าเสียหายหรือการชดเชยความเสียหายโดยวิธีอื่นๆ ได้ หรือกล่าวโดยสรุปได้ว่าบุคคลอื่นไม่สามารถกระทำการอันเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ได้หากไม่ได้รับอนุญาต จากเจ้าของ และหากกระทำเจ้าของลิขสิทธิ์ย่อมใช้อำนาจขัดขวาง ห้ามปราม หรือบังคับตามกฎหมายได้ ซึ่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537 ได้บัญญัติไว้ในมาตรา 15 มีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

ภายใต้บังคับมาตรา 9 มาตรา 10 และมาตรา 14 เจ้าของลิขสิทธิ์ย่อมมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวดังต่อไปนี้

- 1) ทำซ้ำหรือดัดแปลง
- 2) เผยแพร่ต่อสาธารณชน
- 3) ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ไลต์ทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ และสิ่งบันทึกเสียง
- 4) ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น
- 5) อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิตาม (1) (2) หรือ (3) โดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ แต่เงื่อนไขดังกล่าวจะกำหนดในลักษณะที่เป็นการจำกัดการแข่งขันโดยไม่เป็นธรรมไม่ได้

การอนุญาตให้ผู้อื่นใช้ลิขสิทธิ์ หลักเกณฑ์ที่สำคัญในการอนุญาตให้บุคคลอื่นใช้สิทธิ์ตามกฎหมาย อาจเกิดขึ้นได้ด้วยการตกลงด้วยวาจาและเป็นลายลักษณ์อักษรก็ได้ หรือเป็นการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์โดยชัดแจ้งหรือโดยปริยาย หรือการอนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิ์ไปแล้วไม่ตัดสิทธิ์ที่จะให้ผู้อื่นใช้อีกด้วย แล้วแต่การตกลงตามประสงค์ของคู่กรณีก็ได้

2.4.2) กฎหมายลิขสิทธิ์กับข้อมูลบริหารสิทธิและมาตรการป้องกันทางเทคโนโลยี

เนื่องด้วยในปัจจุบันประเทศไทยได้มีการบัญญัติกฎหมายเพิ่มตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2558 ขึ้น โดยนำลงประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 132 ตอนที่ 6 ก เมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2558 และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 4 สิงหาคม 2558 เป็นต้นไป ซึ่งได้บัญญัติถึงการนำข้อมูลการบริหารสิทธิและมาตรการทางเทคโนโลยีมาใช้ในการคุ้มครองงานอันมีลิขสิทธิ์หรือสิทธิของนักแสดง ได้บัญญัติกฎหมายกำหนดให้มีการคุ้มครองข้อมูลการบริหารสิทธิและมาตรการทางเทคโนโลยี รวมทั้งกำหนดข้อยกเว้นการกระทำละเมิดลิขสิทธิ์และสิทธิของนักแสดงเพิ่มขึ้น ประกอบกับได้กำหนดให้ศาลมีอำนาจสั่งให้ผู้กระทำการละเมิดลิขสิทธิ์หรือสิทธิของนักแสดง ซึ่งทำให้งานอันมีลิขสิทธิ์หรือสิทธิของนักแสดงเข้าถึงโดยสาธารณชนได้อย่างแพร่หลาย ต้องจ่ายค่าเสียหายเพิ่มขึ้น และสมควรกำหนดให้ศาลมีอำนาจสั่งริบหรือสั่งทำลายสิ่งที่ใช้ในการกระทำความผิดและสิ่งที่ได้ทำขึ้นหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรอันเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์หรือสิทธิของนักแสดงได้ด้วย

กฎหมายฉบับนี้ได้บัญญัติให้ “ข้อมูลการบริหารสิทธิ” ซึ่งหมายถึงข้อมูลที่บ่งชี้ถึงผู้สร้างสรรค์งานสร้างสรรค์ นักแสดง การแสดง, จำของลิขสิทธิ์ หรือระยะเวลาและเงื่อนไขการใช้งานอันมีลิขสิทธิ์ ตลอดจนตัวเลข หรือรหัสแทนข้อมูลดังกล่าว โดยข้อมูลเช่นนี้ติดอยู่หรือปรากฏเกี่ยวข้องกับงานอันมีลิขสิทธิ์หรือสิ่งบันทึกการแสดง เช่น ในรูปภาพมีชื่อเจ้าของลิขสิทธิ์หรือมีลายน้ำปรากฏอยู่ หากมีการลบหรือเปลี่ยนแปลง ก็จะได้ถือว่าเป็นการละเมิดข้อมูลการบริหารสิทธิ

นอกจากนี้ กฎหมายฉบับนี้ยังได้บัญญัติถึง “มาตรการทางเทคโนโลยี” ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ออกแบบมาเพื่อป้องกันการทำซ้ำหรือควบคุมการเข้าถึงงานอันมีลิขสิทธิ์หรือสิ่งบันทึกการแสดง โดยเทคโนโลยี เช่นว่านี้ ได้นำมาใช้กับงานอันมีลิขสิทธิ์หรือสิ่งบันทึกการแสดงนั้นอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น เจ้าของลิขสิทธิ์มีการตั้งรหัสในการเข้าฟังเพลงต่างๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ผู้ใดยอยากฟังเพลงหรือดาวน์โหลดเพลงนั้น จะต้องจ่ายเงินเพื่อให้ได้รหัสในการเข้าฟังเพลงหรือดาวน์โหลด เพลง แต่หากผู้ใดไม่ยอมจ่ายเงินและใช้วิธีการละเมิดสิทธิหรือลวงสิทธิ Hack เข้าไปฟังเพลงหรือดาวน์โหลดเพลงนั้น โดยไม่จ่ายเงิน ก็จะได้ถือว่าเป็นการละเมิดมาตรการทางเทคโนโลยี

สาระสำคัญของกฎหมายฉบับนี้มีดังต่อไปนี้

1) คุ้มครองข้อมูลการบริหารสิทธิเพื่อส่งเสริมการเผยแพร่งานอันมีลิขสิทธิ์และคุ้มครองสิทธิ ในข้อมูลที่เจ้าของลิขสิทธิ์ใช้บริหารจัดการสิทธิของตนไม่ให้ผู้อื่นมาลบ แก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงโดยไม่ชอบ เช่น การลบข้อมูลเกี่ยวกับชื่อเจ้าของลิขสิทธิ์ ชื่อผู้ สรรสร้างสรรค์ ชื่อนักแสดง โดยหากผู้ใดลบหรือเปลี่ยนแปลงข้อมูลดังกล่าว ถือว่ามีความผิดฐานละเมิดข้อมูลการบริหารสิทธิ

2) คุ้มครองมาตรการทางเทคโนโลยีที่เจ้าของลิขสิทธิ์ นำมาใช้ปกป้องงานอันมีลิขสิทธิ์ของตน เพื่อป้องกันการทำซ้ำหรือการเข้าถึงงานอันมีลิขสิทธิ์ เช่น รหัสผ่าน (Password) ที่เจ้าของลิขสิทธิ์นำมาใช้ในการควบคุมการเข้าถึงงานอันมีลิขสิทธิ์ของตนที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต โดยหากผู้ใดทำลายมาตรการทางเทคโนโลยีดังกล่าว โดย เจ้าของลิขสิทธิ์ไม่ยินยอม ถือว่ามีความผิดฐานละเมิด มาตรการทางเทคโนโลยี

3) กำหนดข้อยกเว้นการละเมิดลิขสิทธิ์การทำซ้ำชั่วคราว (Exception for Temporary Reproduction) เพื่อกำหนดให้ชัดเจนว่าการทำซ้ำชั่วคราวโดยความจำเป็นของเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อการเรียกดูงาน อันมี ลิขสิทธิ์ไม่ถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ เนื่องจากการดูภาพยนตร์หรือฟังเพลงจากเครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องคอมพิวเตอร์จำเป็นต้องมีการทำซ้ำงานเพลงหรือภาพยนตร์ดังกล่าวไว้ในหน่วยความจำ (RAM) ทุกครั้ง ด้วยความจำเป็นทางเทคนิคดังกล่าว ทำให้ทุกครั้งที่มีการใช้งานอันมี ลิขสิทธิ์จากเครื่องคอมพิวเตอร์ ผู้ใช้งานจะต้องทำซ้ำงานด้วยเสมอ การทำซ้ำลักษณะนี้เป็นการทำซ้ำชั่วคราวที่ไม่ถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์

4) เพิ่มเติมเรื่องการกำหนดข้อจำกัดความรับผิดของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Liability Limitation of ISP) เพื่อให้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต เช่น เจ้าของเว็บไซต์ Youtube ไม่ต้องเสี่ยงต่อการถูกฟ้องร้องละเมิดลิขสิทธิ์ โดยให้เจ้าของลิขสิทธิ์สามารถร้องขอให้ศาลสั่งให้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเอาไฟล์ละเมิดลิขสิทธิ์ออกจากเว็บไซต์ ซึ่งเจ้าของลิขสิทธิ์จะต้องแสดงหลักฐานต่างๆ ต่อศาลอย่างเพียงพอ และเมื่อศาลได้มีคำสั่งให้เอาไฟล์ละเมิดออกจากเว็บไซต์แล้ว และเจ้าของเว็บไซต์ดำเนินการตามคำสั่งศาล เจ้าของเว็บไซต์ไม่ต้องรับผิดเกี่ยวกับ การกระทำที่อ้างว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ดังกล่าว

5) เพิ่มข้อยกเว้นการละเมิดลิขสิทธิ์กรณีการจำหน่ายต้นฉบับหรือสำเนางานอันมี ลิขสิทธิ์ โดยนำหลักการระงับไปซึ่งสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา (Exhaustion of Rights) มากำหนดให้ชัดเจนว่า การขายงานอันมีลิขสิทธิ์มือสองสามารถทำได้โดยไม่ถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ เช่น การขาย ภาพเขียน หนังสือ ซีดีเพลง ซีดีภาพยนตร์ อย่างไรก็ตาม หากเป็นการขายซีดีภาพยนตร์จะต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วย ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ด้วย มิฉะนั้น แม้ไม่ผิดตามกฎหมายว่าด้วยลิขสิทธิ์ แต่อาจมีความผิดตามกฎหมายว่าด้วยภาพยนตร์และวีดิทัศน์ได้

6) เพิ่มเติมเรื่องสิทธิทางศีลธรรมของนักแสดง (Moral Right) เพื่อเพิ่มสิทธิให้นักแสดงมีสิทธิทางศีลธรรมเท่าเทียมกับสิทธิทางศีลธรรมของผู้สร้างสรรค์งานอันมีลิขสิทธิ์ โดยนักแสดงมีสิทธิระบุชื่อตนในการแสดง ที่ตนได้แสดง และห้ามไม่ให้ผู้ใดกระทำการแสดงของตนจนทำให้เกิดความเสียหายต่อชื่อเสียงหรือเกียรติคุณ

7) เพิ่มบทบัญญัติเรื่องค่าเสียหายในเชิงลงโทษ (Punitive Damages) โดยกำหนดให้ศาลมีอำนาจสั่งให้ผู้ละเมิดลิขสิทธิ์หรือสิทธิของนักแสดงจ่ายค่าเสียหายเพิ่มขึ้นไม่เกินสองเท่าของค่าเสียหาย ในกรณีที่ปรากฏหลักฐานชัดเจนว่ามีการกระทำโดยจงใจหรือมีเจตนาใ้งานอันมีลิขสิทธิ์หรือสิทธิของนักแสดงสามารถเข้าถึงโดยสาธารณชนได้อย่างแพร่หลาย

8) กำหนดให้ศาลมีอำนาจสั่งริบหรือทำลายสิ่งที่ได้ใช้ในการกระทำละเมิด และสิ่งที่ได้ทำขึ้น หรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรอันเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์หรือสิทธิของนักแสดง

ในปัจจุบันจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีสัดส่วนเพิ่มขึ้น อย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการบังคับใช้พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2558 เมื่อวันที่ 4 สิงหาคม 2558 และเพื่อไม่ให้เกิดการขัดต่อข้อกำหนดตามกฎหมายฉบับนี้ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตควรเพิ่มความระมัดระวังมากขึ้นในการนำภาพหรือข้อมูลต่างๆ มาใช้ เช่น เมื่อผู้ใช้ โซเชียลมีเดีย นำภาพหรือข้อมูลต่างๆ มาแชร์หรือโพสต์ จะต้องมีการอ้างอิงแหล่งที่มา และชื่อเจ้าของลิขสิทธิ์นั้นอย่างชัดเจน เช่นนี้ก็ถือว่าไม่มีความผิด ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจ e-Commerce เมื่อมีการนำภาพหรือข้อมูลต่างๆ ของผู้อื่นมาใช้ จะต้องมีการอ้างอิงแหล่งที่มา และขออนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์นั้นเสียก่อน มิฉะนั้น อาจเข้าข่ายกระทำความผิด เนื่องจากการนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์โดยไม่ได้รับอนุญาต

แม้จะทราบแล้วว่า จะทำอย่างไรเพื่อไม่ให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์ แต่จะเป็นการดีกว่าหรือไม่ หากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตพึงเคารพสิทธิในเจ้าของผลงาน ไม่ทำการลบแก้ไขหรือดัดแปลงผลงาน รวมทั้งนำภาพหรือข้อมูลต่างๆ ไปแชร์หรือโพสต์ด้วยจิตสำนึกที่ดี

2.4.3) พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550

สำหรับความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์จะมีมาตรการทางกฎหมายที่สำคัญอยู่ 2 มาตรา คือ มาตรา 14 และมาตรา 16 ซึ่งหากเป็นการกระทำความผิดที่ขัดต่อกฎหมายผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี ปรับไม่เกิน 100,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ มีสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ดังนี้

- 1) หากต้องการกด Like กด Share ซึ่งข้อมูลที่ได้รับส่งต่อมาทางโซเชียลมีเดียต้องทำการตรวจสอบจากแหล่งที่มาของข้อมูลเสมอว่าเป็นข้อมูลที่เป็นเท็จ ข้อมูลปลอม หรือเป็นข้อมูลที่สร้างความตื่นตระหนก ตกใจ สร้างความโกลาหลให้กับสังคมหรือไม่ ไม่ กด Like หรือ กด Share ข้อมูลในทันที
- 2) ไม่โพสต์ข้อความตามกระทู้ต่างๆ หรือเว็บบอร์ดที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสม เป็นเท็จ กระบอบความมั่นคง หรือลามกอนาจาร หรือขายลักษณะความผิดฐานหมิ่นประมาทผู้อื่นด้วย
- 3) ไม่ใช้ User หรือ Password ของผู้อื่นเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์
- 4) ไม่ตัดต่อภาพของผู้อื่นซึ่งนำมาสู่ความเสื่อมเสียต่อชื่อเสียง ถูกดูหมิ่นหรือถูกเกลียดชัง ของผู้อื่น
- 5) ไม่เจาะ หรือ ล้วง ข้อมูลในระบบคอมพิวเตอร์ของบุคคลอื่นที่ได้สร้างมาตรการป้องกันไว้ เช่น การเจาะพาสเวิร์ดของผู้อื่น
- 6) ไม่นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งภาพหรือสื่อลามกอนาจารทุกชนิด โดยเฉพาะระบบคอมพิวเตอร์ที่ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้
- 7) ไม่ Save ข้อมูลของผู้อื่นไม่ว่าจะเป็นภาพถ่าย คลิปวิดีโอของผู้อื่นแล้วไปใช้เพื่อประโยชน์ในการแสวงหากำไร
- 8) ไม่โพสต์ข้อความที่เข้าข่ายลักษณะหมิ่นเบี่ยงสูง หรือทำเว็บไซต์หมิ่นสถาบัน เพราะอาจจะเข้าลักษณะความผิดตามมาตรา 112 ประมวลกฎหมายอาญาได้ด้วย

ทั้งนี้ กระทำที่ผิด พ.ร.บ.ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ 2560 ประกอบด้วย

- 1) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ปลอมไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน หรือข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายแก่ผู้อื่นหรือประชาชน เช่น ส่งข้อความทางโซเชียลมีเดียที่เป็นความเท็จเพราะยังไม่ได้ตรวจสอบจากแหล่งข้อมูลแล้วส่งต่อไปให้คนอื่นแล้วเกิดคนหลงเชื่อและได้รับความเสียหายจากข้อความนี้ น หรือการปลอมข้อมูลบางอย่างแล้วนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ และส่งต่อผ่านโซเชียลมีเดียต่างๆ
- 2) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ โดยประการที่น่าจะเกิดความเสียหายต่อความมั่นคงของประเทศหรือก่อให้เกิดความตื่นตระหนกแก่ประชาชน เช่น การโพสต์หรือส่งต่อข้อความที่เป็นการหมิ่นเบี่ยงสูงหรือข้อความที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงภายในราชอาณาจักร เช่น การเมือง วิพากษ์วิจารณ์กฎหมายรัฐธรรมนูญในทางที่ไม่บังควร

3) นำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ใด ๆ อันเป็นความผิดเกี่ยวกับความมั่นคงแห่งราชอาณาจักรหรือความผิดเกี่ยวกับการก่อการร้ายตามประมวลกฎหมายอาญา เช่น การปล่อยข่าวลือเกี่ยวกับการก่อการร้ายที่เชื่อมโยงกับการเมืองและความมั่นคง เป็นต้น

4) Upload ภาพลามกอนาจารทั้งของตนเองหรือผู้อื่นในระบบคอมพิวเตอร์ที่ประชาชนทั่วไปอาจเข้าถึงโดยไม่มีการใช้รหัสผ่าน

5) ส่งต่อข้อมูลใดๆ ที่ตนเองรู้อยู่แล้วว่าข้อมูลนั้นปลอม เป็นเท็จ หมิ่นเบื้องสูงหรือกระทบกระเทือนต่อความมั่นคงต่อราชอาณาจักร ต้องรับโทษเหมือนกับกับผู้กระทำความผิด

6) ตัดต่อภาพ วีดีโอ อันมีลักษณะใส่ความเพื่อให้เกิดความเสียหายต่อชื่อเสียง ถูกดูหมิ่นหรือถูกเกลียดชัง เช่น การตัดต่อ ภาพล้อเลียน อาจมีความผิดฐานหมิ่นประมาทด้วย

2.4.4) พระราชบัญญัติศาลเยาวชนและครอบครัวและวิธีพิจารณาคดีเยาวชนและครอบครัว พ.ศ. 2553

มาตรา 84 เพื่อเป็นการคุ้มครองสิทธิเด็กหรือเยาวชน ห้ามมิให้เปิดเผยหรือนำประวัติการกระทำความผิดอาญาของเด็กหรือเยาวชนไปพิจารณาให้เป็นผลร้ายหรือเป็นการเลือกปฏิบัติอันไม่เป็นธรรมแก่เด็กหรือเยาวชนนั้นไม่ว่าในทางใด ๆ เว้นแต่เป็นการใช้ประกอบดุลพินิจของศาลเพื่อกำหนดวิธีการสำหรับเด็กและเยาวชน หากมีการฝ่าฝืนให้ศาลสั่งระงับการกระทำที่ฝ่าฝืนหรือเพิกถอนการกระทำนั้น และอาจกำหนดค่าเสียหายหรือบรรเทาผลร้ายหรือมีคำสั่งให้จัดการแก้ไขเพื่อเยียวยาความเสียหายที่เกิดขึ้นตามที่เห็นสมควร

มาตรา 130 ห้ามมิให้ผู้ใดบันทึกภาพ แพร่ภาพ พิมพ์รูป หรือบันทึกเสียง แพร่เสียงของเด็กหรือเยาวชนซึ่งต้องหาว่ากระทำความผิดหรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง หรือโฆษณาข้อความซึ่งปรากฏในทางสอบสวนของพนักงานสอบสวน พนักงานอัยการ หรือในทางพิจารณาคดีของศาลที่อาจทำให้บุคคลอื่นรู้จักตัว ชื่อตัว หรือชื่อสกุล ของเด็กหรือเยาวชนนั้น หรือโฆษณาข้อความเปิดเผยประวัติการกระทำความผิด หรือสถานที่อยู่ สถานที่ทำงาน หรือสถานศึกษาของเด็กหรือเยาวชนนั้น

มาตรา 136 ในการโฆษณาไม่ว่าด้วยวาจาหรือเป็นหนังสือซึ่งคำพิพากษาหรือคำสั่งของศาลที่มีอำนาจพิจารณาคดีเยาวชนและครอบครัว ห้ามมิให้ระบุชื่อ หรือแสดงข้อความ หรือกระทำการด้วยประการใด ๆ อันจะทำให้รู้จักตัวเด็กหรือเยาวชนซึ่งเป็นจำเลย เว้นแต่ได้รับอนุญาตจากศาล

มาตรา 153 ในการโฆษณาไม่ว่าด้วยวาจา เป็นหนังสือ เผยแพร่ทางสื่อมวลชน สื่อสารสนเทศ หรือโดยวิธีการอื่นใดซึ่งคำคู่ความ ข้อเท็จจริงหรือพฤติการณ์ใด ๆ ในคดี หรือคำพิพากษาหรือคำสั่งของศาลที่มีอำนาจพิจารณาคดีครอบครัวหรือการไกล่เกลี่ยคดีครอบครัว ห้ามมิให้แพร่ภาพ แพร่เสียง ระบุชื่อหรือแสดงข้อความหรือกระทำการด้วยประการใด ๆ อันอาจทำให้รู้จักตัวคู่ความหรือทำให้เกิด

ความเสียหายแก่ชื่อเสียง เกียรติคุณของบุคคลที่เกี่ยวข้อง หรือถูกกล่าวถึงในคดี เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากศาล ผู้ใดฝ่าฝืน ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

2.4.5) ความรับผิดฐานหมิ่นประมาท

ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 326 บัญญัติว่า ผู้ใดใส่ความผู้อื่นต่อบุคคลที่สาม โดยประการที่น่าจะทำให้ผู้อื่นเสียหายต่อชื่อเสียง ถูกดูหมิ่นและถูกเกลียดชัง ผู้นั้นกระทำความผิดฐานหมิ่นประมาท ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี ปรับไม่เกิน 20,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และ มาตรา 328 หากความผิดฐานหมิ่นประมาทนั้นกระทำโดยวิธีการโฆษณา ต้องรับโทษเพิ่มเป็น จำคุกไม่เกิน 2 ปี ปรับไม่เกิน 200,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ดังนั้น เพื่อมิให้มีการกระทำที่เข้าข่ายความผิดดังกล่าว สิ่งที่สามารถทำได้ คือ

- 1) ปกป้องกันตนเองโดยสุจริตด้วยความชอบธรรม
- 2) ดิชมด้วยใจเป็นธรรม ซึ่งบุคคลหรือสิ่งอื่นใดอันเป็นวิสัยที่ประชาชนย่อมกระทำ เช่น ตั้งฉายารัฐบาล วิพากษ์วิจารณ์การทำงานของรัฐบาล ตั้งฉายาตารา วิพากษ์วิจารณ์การทำหน้าที่
- 3) แจ้งข่าวในการที่ทำการอันเปิดเผย เช่น การให้การในชั้นพิจารณาคดีของศาล หรือแจ้งข้อมูลข่าวสารในที่ประชุม
- 4) สามารถนำเสนอข่าวในลักษณะที่หมิ่นประมาทผู้อื่นได้แต่ต้องพิสูจน์ได้ว่าเป็นความจริงตามที่กล่าวอ้างและเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ที่มีชื่อเสียงส่วนตัวตามมาตรา 330
- 5) ความผิดฐานหมิ่นประมาทเป็นความผิดส่วนตัวมิใช่ความผิดอาญาแผ่นดินจึงยอมความได้ ดังนั้น เมื่อมีความผิดเกิดขึ้นการเจรจากับผู้เสียหายจึงอาจจะเป็นการขั้นตอนแรกของการระงับข้อพิพาท

สิ่งที่ไม่ควรทำเพราะผิดกฎหมาย ดังนี้

- 1) การอ้างว่าแหล่งข่าวกล่าวว่า ได้ยินมาว่า หนังสือพิมพ์ฉบับนั้นลงข่าว หรือเพจชื่อดังลงข่าวว่าก็ไม่ได้ทำให้ผู้นำเสนอข่าวพ้นจากการกระทำความผิดฐานหมิ่นประมาท
- 2) รูปแบบการใส่ความอันจะเป็นความผิดหมิ่นประมาท อาจจะเป็นได้ทั้งการอัปโหลดรูปภาพ การตัดต่อ การเล่าเรื่องจากแหล่งข่าว การทำเป็นภาพยนตร์ ภาพระบายสี หรือข้อมูลอื่นใดก็ตาม ดังนั้น ไม่ใช่เฉพาะการกล่าวด้วยการพูดอย่างเดียว

3) การใส่ความในความผิดฐานหมิ่นประมาทนั้น ต่อให้ข้อมูลที่นำเสนอเป็นความจริงทั้งหมดแต่หากก่อให้เกิดความเสียหายต่อชื่อเสียง ถูกดูหมิ่นหรือถูกเกลียดชัง ผู้กระทำก็มีความผิดฐานหมิ่นประมาท ตามคำพูดที่ว่า “ยิ่งจริงยิ่งผิด”

2.4.6) ความรับผิดฐานละเมิด

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 420 ผู้ใดจงใจหรือประมาทเลินเล่อกระทำต่อบุคคลอื่นโดยผิดกฎหมายทำให้ผู้อื่นเสียหายต่อชีวิต ร่างกาย อนามัย ทรัพย์สิน เสรีภาพและสิทธิอย่างหนึ่งอย่างใด ผู้นั้นกระทำละเมิดต้องชดใช้ค่าสินไหมทดแทน

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 423 ผู้ใดกล่าวหรือไขข่าวแพร่หลายซึ่งข้อความที่ฝ่าฝืนต่อความจริงเป็นเหตุให้ผู้อื่นเสียหายต่อเกียรติยศ ชื่อเสียง กระทบต่อทางทำมาหาได้ของเขาผู้นั้นต้องชดใช้ค่าสินไหมทดแทนเช่นกัน

ทั้งนี้ สิ่งที่สามารถกระทำได้และไม่ผิดกฎหมาย คือ

1) นำเสนอข้อมูลส่วนบุคคลที่ของผู้อื่นได้ แต่ต้องเป็นไปเพื่อ ประโยชน์สาธารณะ เช่น นำเสนอรูปร่างกายตาของผู้ร้ายที่ทางราชการต้องการตัว หรือเป็นภัยต่อสังคม

2) หากมีความจำเป็นต้องนำเสนอภาพข่าวที่มีข้อมูลส่วนบุคคลต้องปิดบังหน้าตาที่ทำให้ผู้ชมสามารถรับรู้ได้ว่าเป็นใคร รวมถึงปกปิดข้อมูลที่จะเชื่อมต่อกับผู้เสียหายด้วย เช่น ภูมิลำเนา ชื่อบิดามารดา สถานศึกษา

3) หากการนำเสนอข่าวในสิทธิส่วนบุคคลของคนอื่นที่ไม่ ผิดกฎหมายและเป็นประโยชน์ต่อเจ้าของข้อมูลสามารถนำเสนอได้โดยไม่ต้องขออนุญาต เช่น ภาพแสดงความยินดีกับนักกีฬาที่ไปแข่งขันแล้วได้รับเหรียญรางวัล บุคคลที่ทำคุณงามความดีแล้วได้รับรางวัล เป็นต้น

สิ่งที่ควรหลีกเลี่ยงไม่กระทำเพราะผิดกฎหมายคือ นำเรื่องราวส่วนตัว เช่น รูปภาพ วีดิโอ ที่ปรากฏในส่วนตัวของผู้อื่นมานำเสนอ แม้จะเป็นการนำเสนอซ้ำจากแหล่งข่าวอื่นก็ตาม

บทที่ 3

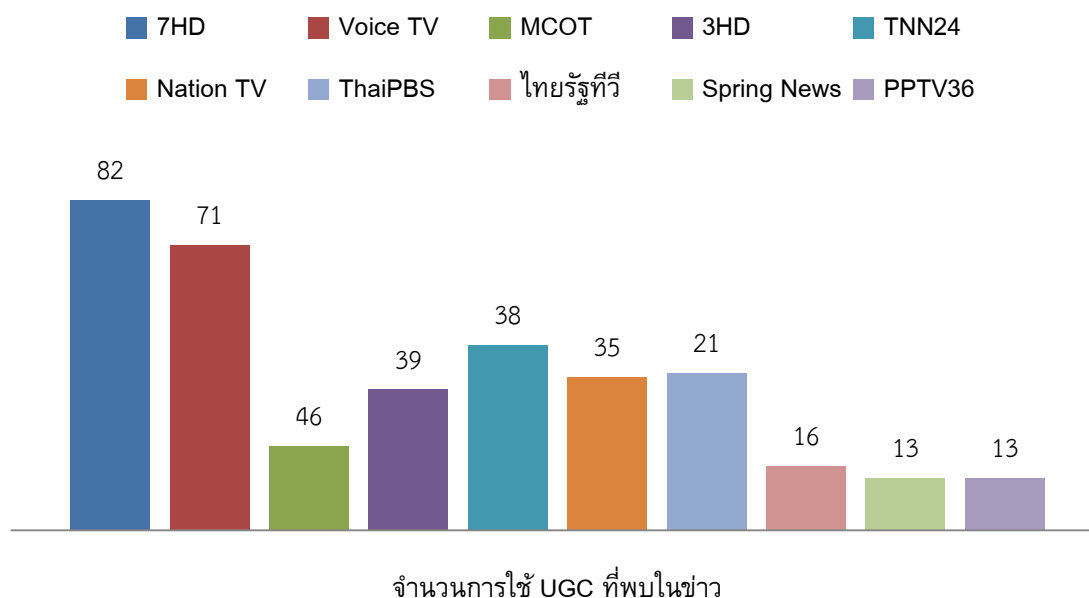
ผลการศึกษารูปแบบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในข่าวโทรทัศน์

การเสนอผลการวิจัยในบทนี้ คณะวิจัยวิเคราะห์รูปแบบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในรายการข่าวโทรทัศน์ โดยเก็บข้อมูลระหว่าง 15 สิงหาคม – 2 กันยายน 2559 จากการมอนิเตอร์รายการข่าวรายวันในช่วงข่าวเช้า ข่าวเที่ยง และรายการข่าวค่ำ ของสถานีโทรทัศน์ ดิจิทัล จำนวน 10 ช่อง คือ ช่อง 3HD ช่อง MCOT ช่อง PPTV36HD ช่อง Spring News ช่องไทยรัฐทีวี ช่อง Nation TV ช่อง 7HD ช่อง ThaiPBS ช่อง TNN24 และ ช่อง Voice TV เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (User-generated Content - UGC) ในการรายงานข่าว

ผลการศึกษาจากการวิเคราะห์เนื้อหา นี้สะท้อนสถานการณ์การใช้ ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในประเทศไทย เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้น ในการนำไปออกแบบการเก็บข้อมูลในการสนทนากลุ่ม (Focus Group) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

สรุปผลการศึกษา การวิเคราะห์การใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในการรายงานข่าวประจำวัน ระหว่างวันที่ 15 สิงหาคม 2559 – วันที่ 2 กันยายน 2559 ได้ดังนี้

3.1 จำนวนและลักษณะของข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่พบในข่าว



แผนภูมิที่ 1 เปรียบเทียบจำนวนข่าวที่พบการใช้ UGC ในการรายงานข่าว

ในช่วงเวลาที่ทำการศึกษาพบข่าวที่มีการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ทั้งหมด 374 ชิ้น จากแผนภูมิที่ 1 พบว่า สถานีโทรทัศน์ช่อง 7HD มีการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (User-generated Content – UGC) มากที่สุด (82 ชิ้น) รองลงมาตามลำดับคือ Voice TV (71 ชิ้น) TNN (46 ชิ้น) ช่อง ThaiPBS (39 ชิ้น) ช่อง Nation (38 ชิ้น) ช่อง 3 HD (35 ชิ้น) ช่อง MCOT (21 ชิ้น) ช่องไทยรัฐทีวี (16 ชิ้น) และพบปริมาณน้อยเท่ากันในช่อง Spring News และ PPTV36 (13 ชิ้น)

เมื่อจำแนกตามประเภทการนำเสนอข่าว พบข่าวที่มีการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ทั้งหมด 6 ประเภท ได้แก่

- 1) ประเภทข่าวอ่าน หมายถึง ผู้ประกาศอ่านข่าวพร้อมกับมีภาพประกอบข่าว (Insert)
- 2) ประเภทเล่าข่าว หมายถึง ลักษณะที่ผู้ประกาศนำประเด็นข่าวมาเล่าในเชิงการพูดคุย
- 3) ประเภทสืู่ปข่าว หมายถึง การรายงานข่าวเชิงลึกที่มีให้บริบทข้อมูลขยายต่อประเด็น
- 4) ประเภทรายการวิเคราะห์หรืออภิปรายข่าว หมายถึง รายการข่าวที่มีการนำ ผู้เกี่ยวข้องกับเรื่องราวในมิติต่าง ๆ มาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ให้ข้อมูลเชิงการอภิปรายหรือผู้ประกาศ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก

5) ประเภทสัมภาษณ์ หมายถึงลักษณะของการนำเสนอข่าวที่มีการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการในเชิงการให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทข่าว ทั้งลักษณะของการสัมภาษณ์ในรายการและสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์

6) ประเภทข่าวด่วน (Breaking News) เป็นการรายงานข่าวสั้นทันต่อสถานการณ์ใกล้เคียงกับเวลาที่เกิดเหตุการณ์

ตารางที่ 1 สัดส่วนประเภทข่าวที่พบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์

ประเภท	3HD	MCOT	PPTV 36	Spring News	ไทยรัฐ ทีวี	Nation TV	7HD	Thai PBS	TNN 24	Voice TV	รวม
ข่าวอ่าน	10	0	0	0	0	1	63	15	48	34	171
เล่าข่าว	25	12	4	3	15	33	23	0	0	10	125
สื่อกฎหมาย	8	0	4	8	5	0	1	23	2	0	51
วิเคราะห์ อภิปราย	0	0	1	0	0	0	0	3	0	0	4
สัมภาษณ์	5	2	4	4	0	2	0	3	0	0	20
ข่าวด่วน	0	0	0	0	0	0	0	2	0	1	3
รวม	48	14	13	15	20	36	87	46	50	45	374

ตารางที่ 1 แสดงว่าในภาพรวมสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลเลือกใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ประกอบการรายงานข่าวในประเภทข่าวอ่านมากที่สุด (171 ชิ้น) รองลงมาตามลำดับ คือ การเล่าข่าว (125 ชิ้น) สื่อกฎหมาย (51 ชิ้น) สัมภาษณ์ข่าว (20 ชิ้น) วิเคราะห์หรืออภิปราย (4 ชิ้น) และข่าวด่วนมีจำนวนน้อยที่สุด (3 ชิ้น)

ข้อมูลจำแนกตามในตาราง ที่ 1 ยังพบว่า แต่ละสถานีโทรทัศน์มีสัดส่วนในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในข่าวโทรทัศน์ประเภทต่าง ๆ แตกต่างกัน ดังนี้

3.1.1) ช่อง 3HD พบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในข่าวในการเล่าข่าวมากที่สุด เพราะสัดส่วนรายการของช่อง 3HD เป็นลักษณะของการเล่าข่าวด้วยเป็นหลัก รองลงมาคือการใช้ในข่าวอ่านรายงานเหตุการณ์ทั่วไป และความคืบหน้าของสถานการณ์ การใช้ในสื่อกฎหมายหรือสัมภาษณ์พบจำนวนน้อย และไม่พบการใช้ในรายการวิเคราะห์หรืออภิปรายข่าว และข่าวด่วน

3.1.2) ช่อง MCOT พบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในรายการเล่าข่าวเป็นหลัก โดยผู้ประกาศจะเล่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นพร้อมกับมีภาพประกอบของเหตุการณ์หรือเรื่องราวมาจาก ข้อมูลจากสื่อออนไลน์

3.1.3) ช่อง PPTV36HD พบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ไม่มาก ถ้าพบจะพบในการเล่าข่าว สก๊ิปข่าว และการสัมภาษณ์ข่าวในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เพื่อประกอบการอธิบายประเด็น

3.1.4) ช่อง Spring News พบปริมาณการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในจำนวนน้อย เช่นเดียวกับ PPTV36HD และพบการใช้งานใน ประเภทสก๊ิปข่าว การเล่าข่าว และการสัมภาษณ์ ตามลำดับ

3.1.5) ช่องไทยรัฐทีวี พบการใช้ ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในรายการเล่าข่าวมากที่สุด โดยใช้เป็นองค์ประกอบในการเล่าเหตุการณ์และอธิบายเรื่องราวที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ มีพบในการ รายงานแบบสก๊ิปข่าวเพียงเล็กน้อย ซึ่งเป็นสก๊ิปที่ต่อยอดอธิบายประเด็นจากข้อมูลจากสื่อออนไลน์

3.1.6) ช่องเนชั่นทีวี พบการใช้ ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ มากที่สุดในรายการประเภท เล่าข่าว เนื่องจากรายการข่าวของสถานีมีลักษณะเป็นรายการเล่าและอธิบายข่าวเป็นหลัก

3.1.7) ช่อง 7HD พบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในการรายงานข่าวประเภทข่าว อ่านมากที่สุด ด้วยลักษณะรูปแบบการนำเสนอข่าวของช่อง 7HD ยังมีลักษณะ การเป็นรายการประเภท ข่าวอ่าน มากกว่าประเภทอื่น รองลงมาคือนำไปใช้ประกอบการเล่าข่าว

3.1.8) ช่องไทยพีบีเอส พบการใช้ ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ในการรายงาน ประเภทสก๊ิปข่าวมากที่สุดเพื่ออธิบายประเด็นที่เกี่ยวข้อง รองลงมาคือประเภทข่าวอ่าน และพบการใช้ ในการรายงานประเภทอื่นๆ เพียงประปรายเท่านั้น

3.1.9) ช่อง TNN24 พบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์มากที่สุดในประเภทข่าวอ่าน

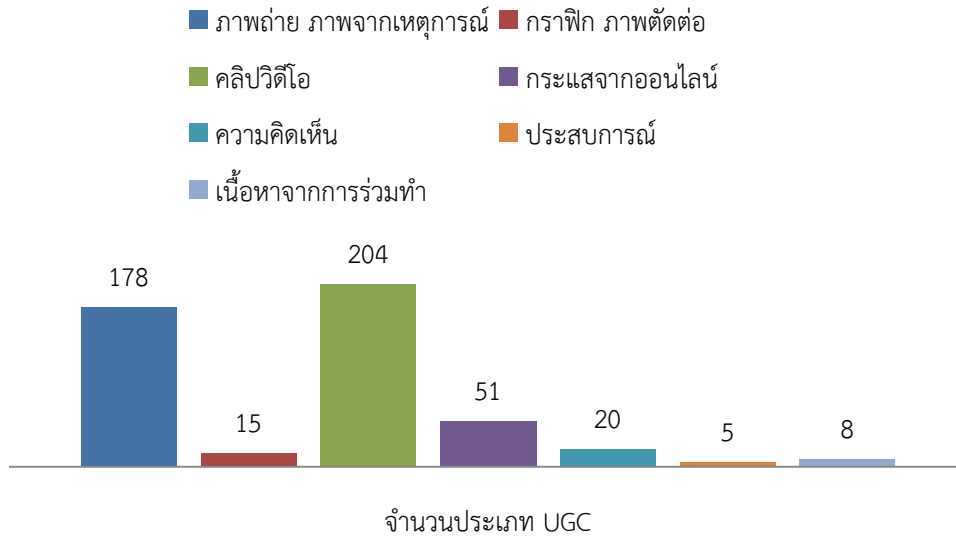
3.1.10) ช่อง VoiceTV พบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในการรายงานประเภทข่าว อ่านมากที่สุดเช่นกันและรองลงมาคือประเภทเล่าข่าว

ภาพรวมสะท้อนให้เห็นว่า การใช้ ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ จากทุกช่องมีทิศทางใกล้เคียงกันคือใช้ ประกอบในการรายงานข่าวอ่านและการเล่าข่าว ซึ่งเป็นรูปแบบการรายงานหลักของแต่ละสถานี โดย รูปแบบการใช้คือ ใช้เพื่อประกอบการเล่าเรื่องเกี่ยวกับเหตุการณ์หรือประเด็นข่าวนั้นๆ

3.2 ลักษณะของข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่พบในข่าวโทรทัศน์

จากข้อมูลที่เก็บได้พบข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในข่าวทั้งหมด 484 ชิ้น จากข่าวทั้งหมด 373 ชิ้น เมื่อจำแนกข้อมูลตามลักษณะของ ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (User-generated Content) สามารถจำแนกประเภทออกได้เป็น 7 ลักษณะคือ

- 1) ภาพถ่าย หรือ ภาพจากเหตุการณ์ เป็นภาพที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราว อาจเป็นภาพบุคคล หรือ ภาพเหตุการณ์ โดยเป็นภาพที่มีที่มาจากผู้ใช้สื่อออนไลน์ ไม่ใช่ภาพที่ผู้สื่อข่าวเป็นผู้บันทึก
- 2) กราฟิก ภาพตัดต่อ หรือภาพที่สร้างขึ้น บนสื่อออนไลน์มีลักษณะของเนื้อหาที่ผู้ใช้สื่อตัดแปลงหรือทำขึ้นเอง เช่น กราฟิก ภาพประกอบคำพูด ภาพล้อเลียน ภาพการ์ตูน ภาพที่นำมาตัดต่อ หรือผ่านการตัดแต่งภาพเพิ่มเติม
- 3) คลิปวิดีโอทุกประเภทโดยเป็นคลิปที่ผู้ใช้สื่อ ออนไลน์เป็นผู้เผยแพร่ ไม่ใช่คลิปวิดีโอจากที่สื่อมวลชนถ่ายทำตัดต่อเอง
- 4) กระแสจากออนไลน์ หรือ ประเด็นที่มีคนสนใจและเป็นที่ พูดถึงมากบนสื่อออนไลน์ ผู้สื่อข่าวนำประเด็นมารายงานเป็นข่าว ทั้งในลักษณะการนำมาเล่า และการต่อยอดอธิบายประเด็น
- 5) ความคิดเห็น การนำความคิดเห็นที่ผู้รับสารและผู้ใช้สื่อออนไลน์มีการแสดงความคิดเห็นต่อประเด็น เหตุการณ์ หรือเรื่องราว ความคิดเห็นประกอบด้วยความคิดเห็น เห็นจากบุคคลทั่วไป และความคิดเห็นของผู้มีชื่อเสียงและผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ โดยเป็นลักษณะของการโพสต์ข้อมูลเองไม่ใช่สื่อสัมภาษณ์เก็บข้อมูลมา
- 6) ประสบการณ์หรือเรื่องราวของผู้ใช้สื่อ เป็นเรื่องราว ของบุคคลที่มีการนำเสนออยู่บนโลกออนไลน์ซึ่งเกี่ยวข้องกับประเด็นที่เป็นข่าว หรือถูกหยิบมาเป็นข่าว
- 7) ข้อมูลจากการร่วมมือกันระหว่างสื่อมวลชนกับพลเมือง เช่น มีการระดมข้อมูลร่วมกัน หรือการรายงานข่าวโดยนักข่าวพลเมือง



แผนภูมิที่ 2 แสดงสัดส่วนประเภท UGC ที่พบในการรายงานข่าวโทรทัศน์

การใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่พบในการรายงานข่าวมีลักษณะการใช้ UGC ประเภทเดียว หรือใช้เนื้อหา UGC หลายประเภทประกอบการรายงานข่าว ในแผนภูมิที่ 2 แสดงข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่พบในข่าวโทรทัศน์ ตามลำดับ ดังนี้

3.2.1) คลิปวิดีโอ โดยส่วนมากเป็นคลิปเกี่ยวกับเหตุการณ์ เช่น อุบัติเหตุ ภัยพิบัติ เหตุการณ์ที่บันทึกด้วยกล้อง CCTV เหตุการณ์ที่แปลกประหลาด เรื่องตลก และคลิปของบุคคลที่แสดงพฤติกรรม ความสามารถพิเศษ การแสดงความเห็น และกิจกรรมของกลุ่ม



ภาพที่ 3 ตัวอย่างข้อมูลจากสื่อออนไลน์ประเภทคลิปวิดีโอ (ข่าวกลุ่มสมาชิก "ไฟท์คลับไทยแลนด์" ชี้แจงที่มากิจกรรม ทางช่อง ThaiPBS วันที่ 23 สิงหาคม 2559)

3.2.2) ภาพ ได้แก่ ภาพถ่ายจากสถานที่ที่เกิดขึ้น ภาพบุคคล และ ภาพบอกเล่าเรื่องราวของบุคคลเช่น จากเหตุอุบัติเหตุ กิจกรรม งาน และชีวิตส่วนตัวของบุคคล



เปิดใจ “น้องแนน” นิสิตพิการคนเก่ง หัวใจแกร่ง | เป็นเรื่องเป็นข่าว

ภาพที่ 4 ตัวอย่างข้อมูลจากสื่อออนไลน์ประเภทภาพถ่าย – ภาพถ่ายบุคคล (ข่าวเปิดใจ “น้องแนน” นิสิตพิการคนเก่ง หัวใจแกร่ง ทางช่อง PPTV36HD วันที่ 26 สิงหาคม 2559)

3.2.3) กระแสจากออนไลน์ คือ ประเด็นที่มีการพูดถึงและบอกต่อกันจำนวนมากบนสื่อสังคม วิธีการนำมาใช้คือ นำประเด็นมาเล่าหรืออธิบายในข่าว และต่อยอดเรื่องราวการนำเสนอด้วยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และให้ ผู้สื่อข่าวลงพื้นที่เก็บข้อมูลและองค์ประกอบการเล่าเรื่องเอง การนำเสนอจะอ้างถึงว่า ได้ประเด็นมาจากกระแสนสื่อออนไลน์

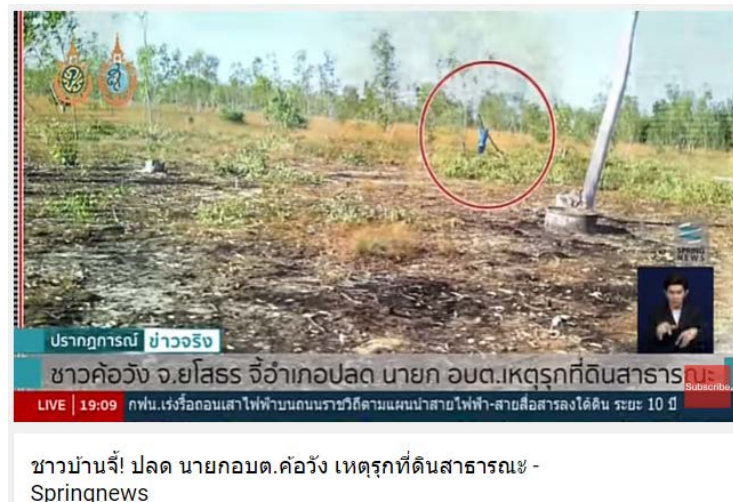
3.2.4) ความคิดเห็น เป็นลักษณะของการรวบรวมความเห็น การแสดงจุดยืนในเรื่องต่างๆ ที่มีคนโพสต์บนสื่อสังคม และสื่อมวลชน นำมาขยายประเด็น ทำโดยรวบรวมมุมมองจากสังคมและอธิบายประเด็นเพิ่มเติมโดยการให้บริบทของเรื่องประกอบ



ข้อถกเถียงการแต่งกายเข้าห้องสมุด #ThaiPBS
#TeeNeeThaiPBS

ภาพที่ 5 ตัวอย่างข้อมูลจากสื่อออนไลน์ประเภทความคิดเห็น
(ข่าวข้อถกเถียงการแต่งกายเข้าห้องสมุด ทางช่อง ThaiPBS วันที่ 29 สิงหาคม 2559)

3.2.5) กราฟิก คือ ภาพที่มีการทำขึ้นโดยผู้ใช้สื่อออนไลน์ ลักษณะกราฟิกที่พบได้แก่ อินโฟกราฟิกภาพตัดต่อเพื่ออธิบายเรื่อง ภาพที่สร้างขึ้นเพื่อแสดงความรู้สึกและบอกเล่าสถานการณ์



ภาพที่ 6 ตัวอย่างข้อมูลจากสื่อออนไลน์ประเภทภาพถ่ายตัดกราฟิก
(ข่าวชาวบ้านจี้! ปลด นายกอบต.ค้อวัง เหตุรุกที่ดินสาธารณะ ทางช่อง Spring News
วันที่ 1 กันยายน 2559)

3.2.6) เนื้อหาที่เกิดจากการร่วมกันทำข่าวระหว่างสื่อมวลชน และพลเมือง เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการผลิต ข่าว โดยอาจนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็น ข่าวกิจกรรมทางสังคม ข่าวภูมิปัญญาชาวบ้านหรือการรายงานเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ทั้งในรูปแบบของข่าวสั้นและสคลิปข่าวเพื่อส่งมาให้ทางสถานีทำการเผยแพร่สู่สาธารณะต่อไป ส่วนมาก พบในช่อง ThaiPBS เพราะมีการรายงานข่าวของนักข่าวพลเมือง แม้จะไม่ได้มา จากสื่อออนไลน์ทั้งหมด แต่เป็นประเภทเนื้อหาที่สะท้อนกระบวนการการสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ผลิตสื่อ และประชาชนในสังคม

3.2.7) ประสบการณ์ เป็นการประมวลเรื่องราวจาก เนื้อหาที่ ผู้ใช้สื่อเล่าเรื่อง ประสบการณ์เกี่ยวกับเหตุการณ์ ต่าง ๆ รวมทั้ง เรื่องราวที่ต้องการความช่วยเหลือที่มีการส่งต่อกัน เพื่อให้เกิดพฤติกรรมบางอย่างเช่น การแสดงความเห็น การช่วยเหลือ หรือการระดมข้อมูล



ภาพที่ 7 ตัวอย่างการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ประเภทประสบการณ์ (รายการไขปมข่าว ตอน ฆ่าตบตา ทางช่อง Spring News วันที่ 25 สิงหาคม 2559)

เมื่อจำแนกข้อมูลตามลักษณะของข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่พบในข่าวของแต่ละสถานี พบ สัดส่วนการให้ความสำคัญกับการเลือกใช้ประเภท UGC ที่แตกต่างกัน ดังนี้

1) ช่อง 3HD มีการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์หลากหลายรูปแบบ รูปแบบที่ใช้มากที่สุดคือ ภาพจากเหตุการณ์ และรองลงมาตามลำดับจากคลิปวิดีโอ การใช้ประสบการณ์ กระแสการพูดคุยบนโลกออนไลน์ ความคิดเห็น และกราฟิกภาพตัดต่อ

- 2) ช่อง MCOT ใช้ภาพและคลิปมากที่สุดเช่นเดียวกัน และพบการใช้ข้อมูลกราฟิกซึ่งมาจากแหล่งข้อมูลโลกออนไลน์ด้วย
- 3) ช่อง PPTV36HD พบการใช้คลิปวิดีโอมากที่สุด มีการใช้ภาพและกระแสดการพูดคุยบ้างแต่ในปริมาณที่น้อย
- 4) ช่อง ThaiPBS TNN24 และ Voice TV เลือกใช้คลิป และภาพเพื่อประกอบ รายการข่าวมากที่สุด
- 5) ช่อง Spring News ใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ทุกประเภทโดยเน้นความคิดเห็น การใช้ภาพ คลิปวิดีโอ และกราฟิก เป็นหลัก
- 6) ช่องไทยรัฐทีวี ใช้คลิปมากที่สุด รองลงมาคือภาพ
- 7) ช่องเนชั่นทีวี ใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ทุกลักษณะ โดยใช้ภาพมากที่สุด รองลงมาคือคลิป ประเด็นกระแสที่คนออนไลน์สนใจ ประสบการณ์ ความเห็น และกราฟิก
- 8) ช่อง 7 HD ซึ่งเป็นช่องที่มีการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์มากที่สุด เน้นการเลือกใช้คลิปมากที่สุด รองลงมาคือภาพ และ ประเด็นที่เป็นกระแสวิพากษ์วิจารณ์และคนสนใจในโลกออนไลน์

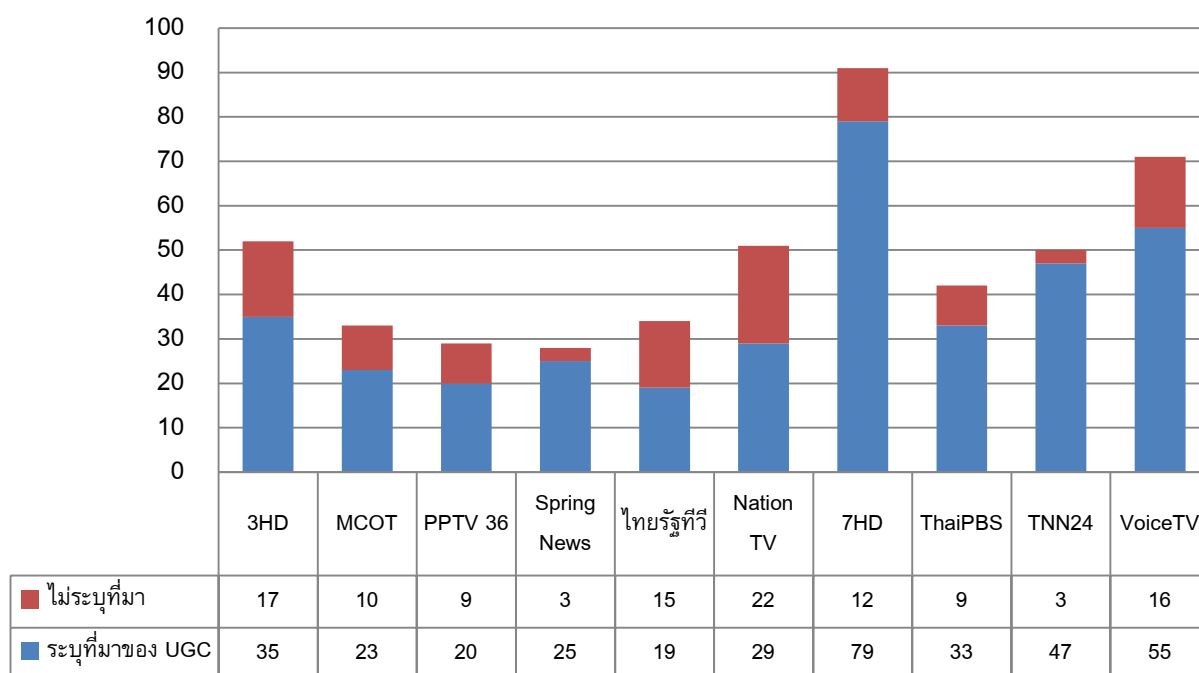
โดยสรุป ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่นำมาใช้ประกอบในข่าวส่วนมากจะเป็นคลิปและภาพที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวและเหตุการณ์ เป็นหลักฐานของเรื่อง และเป็น องค์ประกอบที่ใช้เล่าเรื่องให้มีความชัดเจนมากขึ้น ลักษณะของการใช้ภาพและคลิป มีทั้งในลักษณะการนำมาเล่า อธิบายว่ามีเหตุการณ์หรือประเด็นใดที่คนสนใจบนสังคมออนไลน์ รวมถึงการใช้โดยอธิบายประกอบข้อมูลที่กองบรรณาธิการ ค้นคว้า ลงพื้นที่ และสัมภาษณ์ข้อมูลไว้เพิ่มเติม

ประเภทของข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่เป็นความคิดเห็นและประสบการณ์ นำมาจาก การโพสต์ ข้อมูลของคนบนโลกออนไลน์ โดยสื่อนำมาขยายประเด็นเรื่องราวต่อเพื่ออธิบายหรือหาคำตอบเกี่ยวกับเรื่องนั้น

ทั้งนี้ พบลักษณะของ ภาพและ คลิป ที่มีความรุนแรงและไม่เหมาะสมต่อการนำเสนอ เช่น อุบัติเหตุ และการทะเลาะวิวาท ซึ่งใช้ในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมและข่าวที่อยู่ในความสนใจของคน แม้บางสถานีจะมีการเบลอภาพแต่ยังคงมีการเลือกใช้และวนภาพหรือคลิปซ้ำตอกย้ำความรุนแรงของเหตุการณ์ ซึ่งเป็นประเด็นจริยธรรมที่ต้องสร้างมาตรฐานในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ลักษณะดังกล่าวให้ชัดเจน

3.3 การอ้างอิงและระบุแหล่งที่มาของข้อมูลจากสื่อออนไลน์

จากการศึกษา พบรูปแบบการอ้างอิงและระบุแหล่งที่มาของข้อมูลจากสื่อออนไลน์ 2 ลักษณะคือ การอ้างอิงถึงตัววาจาในการเล่าข่าว และการขึ้นข้อความระบุที่มาโดยอ้างถึงบัญชีผู้ใช้ (Account) ของผู้ที่เผยแพร่หรือเป็นเจ้าของข้อมูล



แผนภูมิที่ 3 สัดส่วนการอ้างอิงที่มาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่พบในข่าวโทรทัศน์

จากแผนภูมิที่ 3 แสดงว่าสถานีโทรทัศน์ทุกแห่งให้ความสำคัญกับการระบุแหล่งที่มาของข้อมูลจากสื่อออนไลน์มากกว่าการไม่ระบุ แต่ที่ยังพบลักษณะของการไม่ระบุคือ เป็นลักษณะของการใช้การอ้างอิงเพียงมาจาก Wikipedia, Facebook หรือ YouTube ซึ่งไม่ใช่ต้นทางหรือชื่อเจ้าของที่เป็นผู้สร้างหรือผู้เผยแพร่เนื้อหานั้น ซึ่งสะท้อนว่า สื่ออาจเพียงแค่ว่า พบข้อมูลนั้น จากที่ใด โดยไม่ได้ตรวจสอบหรือติดต่อเพื่อประสานหาเจ้าของหรือต้นทางของการเผยแพร่โดยละเอียด รวมถึงบางข้อมูลเป็นข้อมูลส่งต่อมาจากภาพของ CCTV ซึ่งก็จะเป็นการอ้างอิงว่า ภาพ CCTV มากกว่าที่จะบอกว่าคลิปจาก CCTV นั้นเผยแพร่โดยใคร ส่วนภาพและวิดีโอที่มาจาก YouTube และเว็บไซต์ต่างๆ รวมไปถึงภาพเหตุการณ์จริงที่มาจากกล้องติดหน้ารถยนต์ สื่อจะอ้างอิงชื่อแพลตฟอร์มหรือไม่มีการอ้างอิงระบุผู้เป็นเจ้าของข้อมูล และกล่าวในข่าวเพียงว่าเป็นข้อมูลที่มาจากโลกออนไลน์

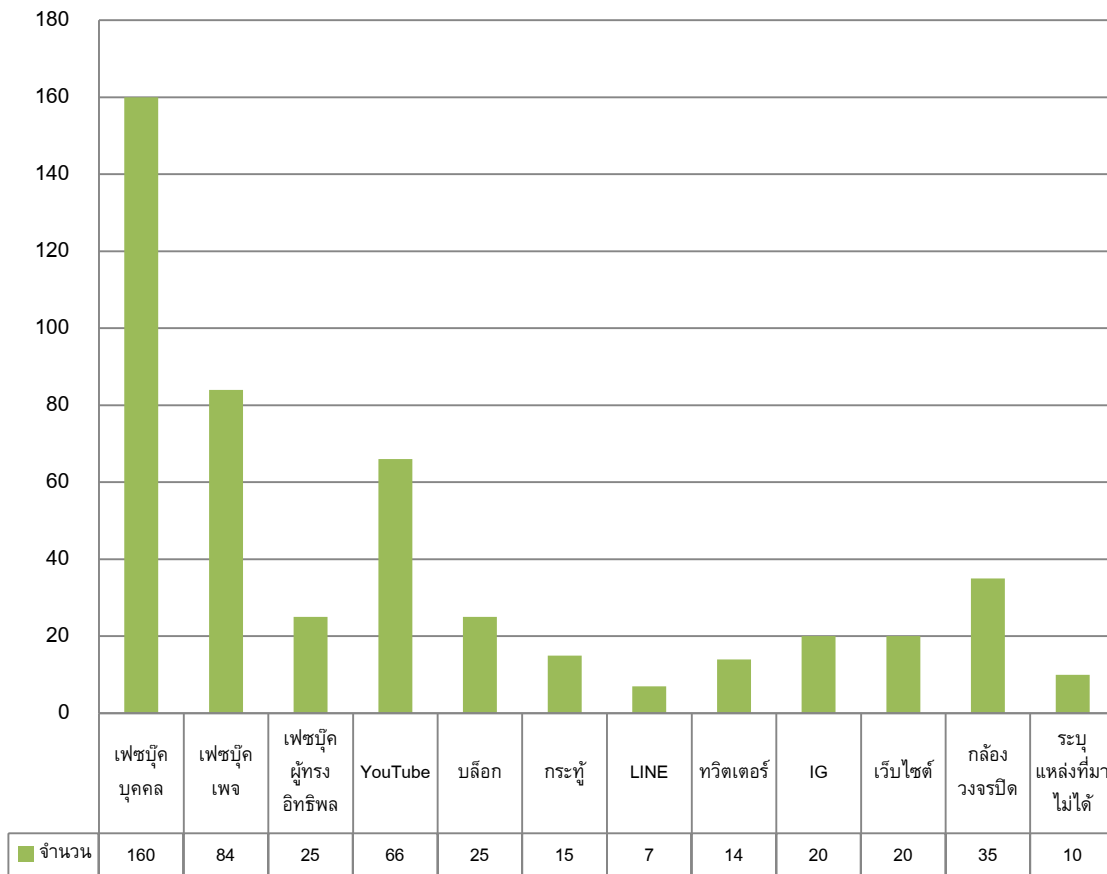


ภาพที่ 8 ตัวอย่างการอ้างอิงข้อมูลที่ปรากฏในข่าว - อ้างอิงจาก YouTube พร้อมระบุชื่อบัญชี
เจ้าของ
(ข่าวลิงสวนสัตว์สหัสรัฐ หงุดหงิดปาอุจจาระใส่พนักงานท่องเที่ยว ทางช่อง PPTV 36HD
วันที่ 21 สิงหาคม 2559)



ภาพที่ 9 ตัวอย่างการอ้างอิงข้อมูลที่ปรากฏในข่าว - ขอบคุณแหล่งที่มาเจ้าของภาพ
(ข่าวชาวเน็ตแห่แชร์! ภาพวิกฤตฝนถล่ม น้ำไหลท่วม รพ.ร้อยเอ็ด อพยพผู้ป่วยวุ่น
ทางช่อง 7 วันที่ 25 สิงหาคม 2559)

ทั้งนี้ เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่มีการใช้งานข่าวจำนวน 481 ข้อมูล พบว่าสื่อใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่ได้มาจาก เฟซบุ๊กบัญชีส่วนบุคคล เฟซบุ๊กเพจสาธารณะ และเฟซบุ๊กของผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ (หมายถึงผู้ที่มีผู้ติดตามจำนวนมากกว่า 100,000 ขึ้นไป) ช่องทาง YouTube ช่องทาง Blog แอปพลิเคชัน LINE กระทั่งหรือเว็บบอร์ดต่างๆ โดยเฉพาะพันทิป ช่องทางทวิตเตอร์ อินสตาแกรม และเว็บไซต์ต่าง ๆ เช่น Wikipedia หรือเว็บไซต์เฉพาะเรื่อง



แผนภูมิที่ 4 สัดส่วนรวมของที่มาของข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่พบในข่าวโทรทัศน์

จากแผนภูมิที่ 4 แสดงให้เห็นว่าที่มาของข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่นำมาใช้ในรายการโทรทัศน์ดังนี้

3.3.1) แหล่งที่มาจาก เฟซบุ๊ก (Facebook) แบ่งเป็นเฟซบุ๊กบัญชีส่วนบุคคล เฟซบุ๊กเพจต่างๆ และเฟซบุ๊กผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์

เฟซบุ๊กบัญชีส่วนบุคคล ที่เป็นเจ้าของเนื้อหา เช่น บุคคลที่โพสต์ข้อความ ภาพ และคลิป ที่คนบนโลกออนไลน์ให้ความสนใจ พบการนำมาใช้ในข่าวสังคม อาชญากรรม และภัยพิบัติ เป็นหลัก เช่น คลิปวิดีโอเหตุการณ์ที่เป็นภัยต่อสังคมหรืออุบัติเหตุ ข้อความแสดงความ คิดเห็นต่อประเด็นใดประเด็นหนึ่ง ภาพเหตุการณ์ภัยพิบัติต่าง ๆ และภาพส่วนตัวของผู้ที่เกี่ยวข้องกับ

เหตุการณ์และเรื่องราว เป็นต้น ลักษณะการนำมาใช้พบการแคปหน้าจอภาพการโพสต์ข้อความของบุคคลบนเฟซบุ๊กมาใช้เป็นข้อมูลประกอบการเล่าเรื่องนั้น



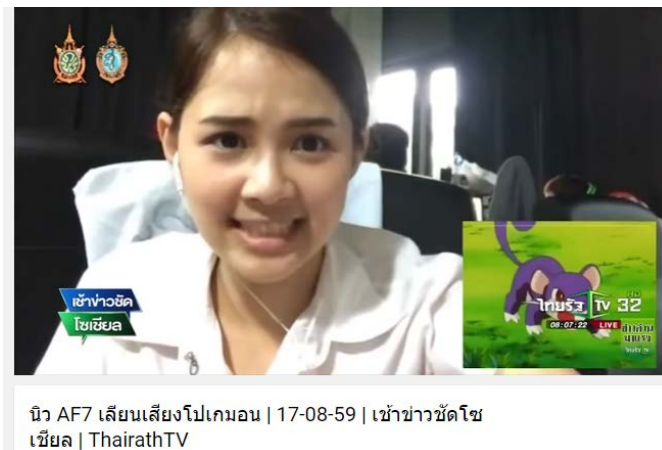
ภาพที่ 10 ตัวอย่างแหล่งที่มาข้อมูลจากเฟซบุ๊ก
(ข่าว 3 สาวได้ข่าวขอรับบริจาค ทางช่องไทยรัฐทีวี วันที่ 25 สิงหาคม 2559)

ข้อมูลจากเฟซบุ๊ก เพจต่างๆ ส่วนมากจะพบในรูปแบบของข้อความและรูปภาพที่ถูกแชร์ข้อมูลส่งต่อกันมาแล้วเกิดเป็นกระแสสังคม ผู้คนให้ความสนใจตอบ ระเบิดดังกล่าวเป็นจำนวนมาก มีทั้งรูปแบบของคลิปวี ดีโอ ภาพ และข้อความต่าง ๆ เช่น คลิปพากร์เสียงไปเกม่อนของวัยรุ่นคนหนึ่งที่ถูกโพสต์บนแฟนเพจตั้ง ชื่อYoulike คลิปเด็ด หรือคลิปเตือนภัยไขปลอม ที่คนในโลกออนไลน์ตั้งข้อสังเกตว่ามีความ จริงเท็จประการใด สื่อบางสำนัก ดึงข้อมูลจากส่วนนี้ไปต่อยอดประเด็นเพื่อตอบคำถามประชาชน



ภาพที่ 11 ตัวอย่างแหล่งที่มาข้อมูลออนไลน์ – จากเฟซบุ๊ก
(ข่าวกลุ่มนักปั่นพลเมืองดี ช่วยชีวิตสาวถูกใจชิงทรัพย์หวิดโดนข่มขืน ทางช่อง PPTV36HD
วันที่ 21 สิงหาคม 2559)

ข้อมูลจาก เฟซบุ๊ก ผู้ที่ทรงอิทธิพล หมายถึง บุคคลที่ เป็นที่รู้จัก เป็นผู้นำความคิด และเป็นผู้ที่มีคนติดตามมากกว่า 100,000 คนขึ้นไป ข้อมูลที่พบว่ามีมีการนำมาใช้ในการรายงานข่าว ได้แก่ ประเด็นเรื่องการเมือง ประเด็นเชิงสังคมและสิ่งที่น่าสนใจ และประเด็นความขัดแย้ง การเผยแพร่คลิปวิดีโอ รูปภาพหรือข้อความขอ ่งเน็ตเอดอลจนเกิดเป็นกระแสสังคม เช่น การแสดงความสามารถของบุคคล



ภาพที่ 12 ตัวอย่างข้อมูลจากสื่อออนไลน์ประเภทคลิปวิดีโอ – คลิปแสดงความสามารถ (ข่าวนิว AF7 เลียนเสียงโปเกมอน ทางช่อง ไทยรัฐทีวี วันที่ 17 สิงหาคม 2559)

3.3.2) ข้อมูลจาก YouTube สื่อนำคลิปประเภทต่างๆ จาก YouTube มาใช้ประกอบในการรายงานข่าว เช่น คลิปเหตุการณ์ คลิปแสดงความสามารถ คลิปเรื่องแปลก คลิปเรื่องราวสนุกสนาน หรือน่ารัก คลิปวิดีโอประเด็นกระแสที่คนออนไลน์สนใจ คลิปที่มีเนื้อหาเชื่อมโยงกับข่าวหรือสื่อกฎหมายที่ทำ เช่น คลิปกีฬาชกมวย หรือคลิปการนวดแผนไทย เพื่อนำมายกตัวอย่างประกอบการอธิบาย



ภาพที่ 13 ตัวอย่างข้อมูลจาก YouTube (ข่าวนวดแผนไทยร้องผู้ตรวจการฯ กม.สาธารณสุข ขัดรัฐธรรมนูญ ทางช่อง Spring News วันที่ 24 สิงหาคม 2559)

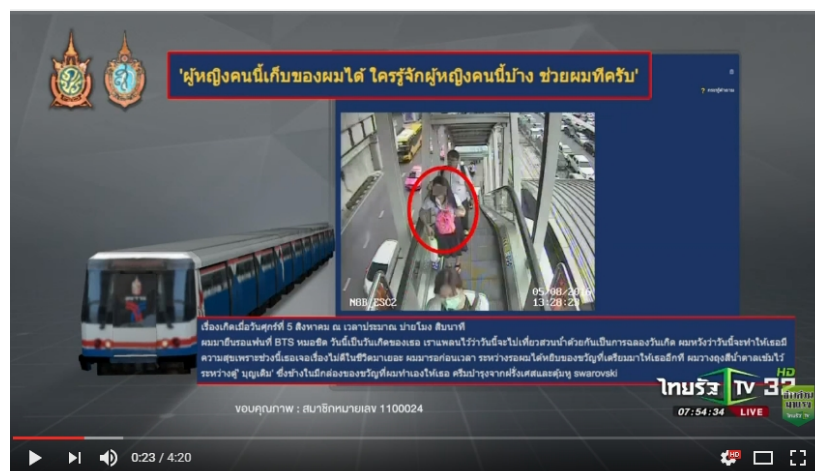
3.3.3) ข้อมูลที่มาจากกล้องวงจรปิด (CCTV) พบมากในข่าวอาชญากรรม เช่น เรื่อง การโจรกรรม อุบัติเหตุ หรือคนหาย

3.3.4) ข้อมูลจากบล็อก (Blog) เป็นลักษณะของบทความเกี่ยวกับเรื่องเฉพาะทาง ซึ่งผู้เขียนมีความรู้หรือความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน หรือเป็นข้อมูลการบันทึกเรื่องราวต่าง ๆ ของบุคคล ตัวอย่างของเครือเนชั่น มีการนำข้อมูลจากเว็บบล็อก OKnation.net มาต่อยอดรายงานทางช่องเนชั่นทีวี

3.3.5) ข้อมูลจากอินสตราแกรม (Instagram) ส่วนใหญ่ที่พบจะเป็นภาพของดาราก็มีชื่อเสียง หรือบุคคลสำคัญ ในสังคม การนำภาพมาใช้ และบอกเล่าว่า ไปตามสิ่งที่เห็น จากการโพสต์เท่านั้น ไม่ได้มีการต่อยอดประเด็นหรือหาข้อมูลเพิ่มเติม

3.3.6) ข้อมูลจากเว็บไซต์ (Website) เป็นข้อมูล เอกสาร และประกาศจากแหล่งที่มาทางการ หรือเว็บไซต์เฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับประเด็นข่าวนั้น

3.3.7) ข้อมูลจากกระทู้ (Webboard) โดยเฉพาะกระทู้พันทิป ซึ่งมักมีการเปิดประเด็น และมีการอภิปรายอย่างกว้างขวางบนโลก ออนไลน์ เมื่อเป็นกระแสการพูดถึง สื่อจะนำไปขยายความต่อในข่าว และใช้ภาพของกระทู้ที่มีการแสดงความคิดเห็นประกอบการรายงานข่าว



ภาพที่ 14 ตัวอย่างข้อมูลจากพันทิป และกล้องวงจรปิด

(ข่าวร้องโชเชียลสาวขโมยตุ่มหูเพชรสวารอฟสกี ทางช่องไทยรัฐทีวี วันที่ 1 กันยายน 2559)

3.3.8) ข้อมูลจากทวิตเตอร์ (Twitter) ส่วนใหญ่เป็นข้อความที่มีการติด Hashtag กันจนเป็นกระแสสังคม หรือ ข้อมูลเหตุการณ์จากพื้นที่ ณ เวลาที่เกิดเหตุ เช่น น้ำท่วม ภัยพิบัติ อุบัติเหตุ

3.3.9) ข้อมูลจากแอปพลิเคชัน LINE เป็นข้อมูลที่มีการส่งต่อกันมาในกลุ่มต่าง ๆ ใน LINE ทั้งคลิปวีดีโอ ภาพ และข้อความเตือนภัยในเรื่องต่าง ๆ

3.3.10) ข้อมูลที่ระบุแหล่งที่มาไม่ได้ โดยอาจเป็นข้อมูลที่มาจากตัวบุคคล ถูกส่งต่อมาเป็นการส่วนตัว เช่น ภาพอุบัติเหตุจากมูลนิธิกู้ภัย จากเจ้าหน้าที่ดับเพลิง หรือข้อมูลที่ใช้สื่อออนไลน์ส่งให้สื่อโดยตรง แต่ไม่มีการระบุที่มาของข้อมูลที่ชัดเจน มีเพียงการอ้างถึงในข่าวว่าเป็นข้อมูลที่มีการส่งต่อกันบนโลกออนไลน์

ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์ตัวอย่างข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่เก็บได้ในการศึกษาวิจัยนี้พบว่า ข้อมูลที่น่าจะมาจาก การมอนิเตอร์ คือ การติดตามข้อมูลบนสื่อสังคมผ่านช่องทางต่าง ๆ ในประเด็นที่มีคนสนใจ และการค้นหาข้อมูลจากแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น จาก Hashtag ที่ติดอันดับ หรือ การค้นข้อมูลในเว็บบอร์ดต่าง ๆ เป็นต้น กองบรรณาธิการจะรวบรวมและคัดเลือกประเด็นที่เกาะกระแสความสนใจ หรือหาเนื้อหาที่จะใช้ประกอบในการรายงานข่าวให้มีความชัดเจนขึ้น ทั้งนี้ พบลักษณะของการมีส่วนร่วมการระดมข้อมูลและระบุถึงกระบวนการได้ข้อมูลโดยการทำงานร่วมกันระหว่างสื่อและพลเมือง บ้างแต่ในสัดส่วนที่น้อย

3.4 รูปแบบการนำเสนอข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในข่าวโทรทัศน์

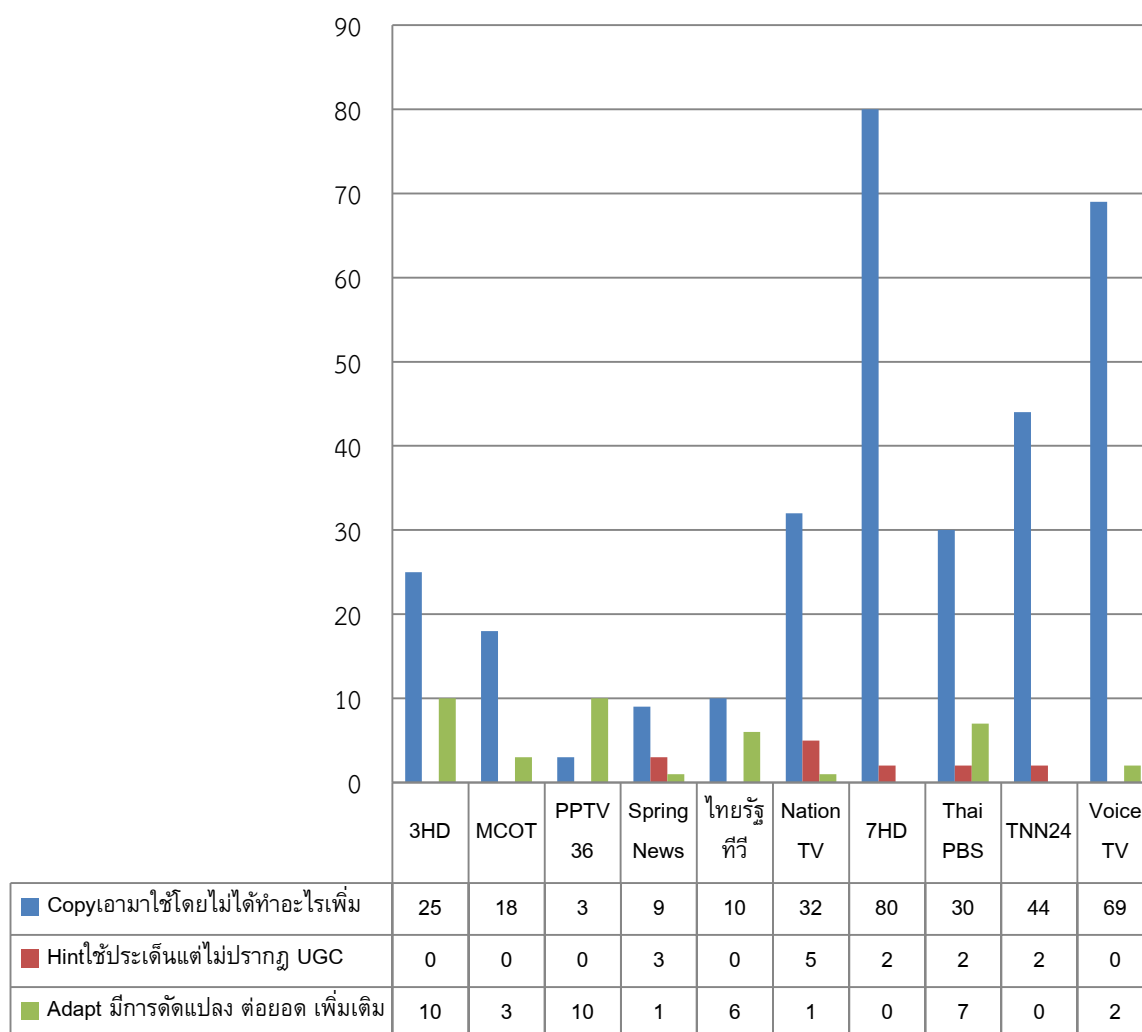
จากการศึกษาพบว่า มีรูปแบบในการนำเสนอข้อมูล 3 ลักษณะ คือ

1) **นำเสนอโดยไม่ต่อยอด (Copy)** หมายถึง นำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาใช้เพื่อเล่าเรื่องเหตุการณ์ หรือ ประเด็นที่อยู่ในความสนใจ โดยไม่ได้ต่อยอดประเด็นเพิ่มเติม ใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์เป็นตัวเดินเรื่องในการเล่าเรื่องบอกเล่าเหตุการณ์

2) **นำเสนอโดยใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์เป็นเบาะแสข่าว (Hint)** หมายถึง นำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาเป็นประเด็นข่าว และทำเนื้อหาเพื่อเล่าและอธิบายประเด็น โดยให้ผู้สื่อข่าวลงพื้นที่เก็บข้อมูล สัมภาษณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือผู้เชี่ยวชาญ ในประเด็น นั้น โดยไม่ได้ใช้ข้อมูลภาพ เสียง คลิปใด ๆ จากออนไลน์มานำเสนอในข่าว แต่มี การอ้างถึงว่าเป็นกระแสการพูดถึง หรือ การถกเถียงกันบนโลกออนไลน์

3) **นำเสนอโดยมีการต่อยอดประเด็นในการอธิบาย (Adapt)** หมายถึง การนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาใช้รายงานข่าว โดยมีการต่อยอดประเด็นเพื่ออธิบายมุมมองต่าง ๆ ด้วยการทำข่าวเชิงลึก การสัมภาษณ์ การอภิปราย หรือการขยายต่อประเด็นจากการค้นคว้าและทำข้อมูลเพิ่มเติมของผู้สื่อข่าวและกองบรรณาธิการ มีการนำข้อมูล ภาพ คลิป กราฟิก ความเห็น ประสพการณ์ มาใช้ประกอบในกายรายงานข่าวนั้นด้วย

ทั้งนี้ การวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอข้อมูลจากสื่อออนไลน์ทั้ง 3 รูปแบบจะนำไปสู่ข้อเสนอในการใช้ประโยชน์ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในบทที่ 5 ต่อไป



แผนภูมิที่ 5 แสดงวิธีการนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาใช้เผยแพร่ในข่าวของสถานีโทรทัศน์

จากการวิเคราะห์เนื้อหา พบว่า สถานีโทรทัศน์ส่วนใหญ่ นำเสนอข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในลักษณะการนำเสนอโดยไม่ต่อยอด (Copy) คือ หยิบยกภาพ คลิปวิดีโอหรือข้อความต่าง ๆ มาบอกเล่าตามสิ่งที่เห็น และไม่มีบริบทเพิ่มเติม เช่น ความเห็นบนเฟซบุ๊ก โดยไม่ได้มีบริบทหรืออธิบายเพิ่มเติม ยกเว้นช่อง PPTV 36HD ที่มีการใช้ข้อมูลนำเสนอแบบต่อยอดมากกว่ารูปแบบอื่น ๆ

รองลงมาคือ รูปแบบการ นำเสนอโดยมีการต่อยอดประเด็นในการอธิบาย (Adapt) คือมีการดัดแปลง ตัดต่อ เพิ่มเติม หรือทำองค์ประกอบเพิ่ม เพื่อใช้ในการอธิบายเรื่องราว เป็นการเอา ข้อมูลจากออนไลน์มาเพียงประกอบในข่าว แต่เน้นเนื้อหาที่ทำเพิ่มเติมโดยผู้สื่อข่าวเอง

ตัวอย่าง รูปของนักศึกษาที่พิการแต่เรียนดี ซึ่งก็มีคนบน โลกออนไลน์แชร์ต่อ ๆ กันมาจนเกิดเป็นกระแส สื่อจึงหยิบมาต่อยอดประเด็น หาข้อมูลเพิ่มโดยการสัมภาษณ์เจาะลึกเบื้องหลังชีวิตของนักศึกษาพิการ นำเสนอให้เห็นมุมมองในการใช้ชีวิต และการปรับตัวในเรื่องต่าง ๆ

ตัวอย่าง การโพสต์ข้อความ การหายตัวไปของหญิงสาว สื่อ นำไปสืบค้นข้อมูลเพิ่มเติม และติดตามคดีจากตำรวจพบว่าเสียชีวิตแล้ว และมีการอธิบายที่มาที่ไปของเรื่องราว



ภาพที่ 15 ตัวอย่างการพัฒนาอธิบายข้อมูลจาก UGC เพิ่มเติมในข่าว (สื่อกู๊ป “หม่า ตบตา” รายการไขปมข่าว ทางช่อง Spring News วันที่ 25 สิงหาคม 2559)

ส่วนรูปแบบ การนำเสนอโดยใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์เป็น เบาะแสข่าว (Hint) คือเป็นการใช้ ประเด็นจากข้อมูลจากออนไลน์ มีการอ้างถึง แต่ไม่ปรากฏ ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในข่าว โดยมากจะเป็น ในประเด็นและกระแส ที่ผู้สื่อข่าวนำไปต่อยอดหามุมมองเพิ่มเติม

ตัวอย่าง มีการพูดถึงประเด็นผู้ประกอบการประท้วงกฎหมายสาธารณสุขเกี่ยวกับการวางแผน ไทย แต่ไม่พบการใช้ ข้อมูลจากออนไลน์ มีเพียงรูปของแหล่งข่าวซึ่งเป็นการสัมภาษณ์สดทางโทรศัพท์ ผ่านรายการและคลิปการวางแผนไทยเท่านั้น แต่ไม่มีข้อมูลจากออนไลน์ของการประท้วงหรือยื่นคำร้อง ต่อกฎหมายแต่อย่างใด

จากรูปแบบการนำเสนอวิเคราะห์ได้ว่า สื่อยังให้ความสำคัญกับการนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มา นำเสนอเพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ และตอบสนองความสนใจของสังคมต่อประเด็นที่มีความใกล้ชิดและอาจ มีผลกระทบต่อมิติทางสังคม โดยนำข้อมูลจากออนไลน์มาเสนอให้รู้ว่าจะเกิดอะไรขึ้น เล่าเกี่ยวกับกระแส และการแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นนั้น โดยไม่ได้เน้นการอธิบายหรือต่อยอด ประเด็นสำคัญที่พบจากรูปแบบการใช้ UGC คือ

1) การใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในบางเรื่องอาจต้องการคำอธิบาย การขยายประเด็น และเจาะลึกข้อมูลเพิ่มเติมจะทำให้มีประโยชน์ในเชิงการแก้ไขปัญหา อธิบายความเข้าใจ หรือขับเคลื่อน ประเด็นได้ แต่สื่อยังไม่ได้ใช้ประโยชน์จากข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่อยู่ในความสนใจของคนอย่างเต็ม ประสิทธิภาพ อาทิ คลิปอุบัติเหตุ แทนที่จะนำเสนอเพียงบอกเล่าเหตุการณ์ ควรมีการอธิบายถึงสาเหตุที่ แท้จริงของการเกิดอุบัติเหตุ เพื่อนำไปสู่การหาแนวทางป้องกันและแก้ไขจากต้นเหตุ

2) การนำข้อมูลจาก สื่อออนไลน์มานำเสนอโดยเล่า เพียงว่าเกิดอะไรขึ้นเพื่อเกาะ สถานการณ์ที่มีกระแสความสนใจของคนเป็นจุดหนึ่งที่ทำให้สื่อ อาจได้รับการวิพากษ์วิจารณ์เรื่องการ ตามกระแสนบนออนไลน์ และคนตั้งคำถามต่อการทำหน้าที่สื่อที่ควรทำมากกว่าการติดตามข้อมูลจากโลก ออนไลน์

อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจากสื่อออนไลน์บางประเภทเช่น ข้อมูล ณ จุดเกิดเหตุ และสถานการณ์ เฉพาะหน้ามีการนำมาใช้อย่างรวดเร็วและทำให้คนสามารถติดตามสถานการณ์ได้ เช่น เหตุการณ์น้ำท่วม เป็นต้น ซึ่งมีประโยชน์ต่อการรายงานสถานการณ์ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ การนำเสนอที่ต่อยอดประเด็นข้อมูลจากสื่อออนไลน์ มีกระบวนการที่ทำได้ 3 ลักษณะคือ

- 1) ผู้สื่อข่าว สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ สัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ พยานของเหตุการณ์ และผู้เกี่ยวข้องในมุมต่าง ๆ เพื่อให้ข้อมูลที่รอบด้านมากขึ้น
- 2) ผู้สื่อข่าวลงสำรวจพื้นที่ที่เกิดเหตุ หรือ สถานที่ที่มีการพูดถึงในประเด็น ที่เป็นกระแสออนไลน์
- 3) ผู้สื่อข่าวหามุมมองในการอธิบายเรื่องจากมุมต่าง ๆ ที่ขยายประเด็นให้ เป็นเรื่องที่ใกล้ชิดและมีผลกระทบต่อ คนส่วนใหญ่ในสังคม หรือ มีมิติที่หาค่าอธิบายได้ เชิงระบบ และโครงสร้างในสังคม เพื่อหาค่าอธิบาย และทางแก้ไข ส่วนเรื่องราวดี ๆ ก็ต้องได้รับการส่งเสริม พัฒนา และสนับสนุนอย่างจริงจัง

ตัวอย่าง กรณีคนฆ่าตัวตาย มีการขยายประเด็นเชิงจิตวิทยาเพื่อหาทางป้องกันและแก้ไข หรือ ประเด็นความขัดแย้งในเรื่องการจัดผังเมืองขยายประเด็นสู่การเปิดพื้นที่ในสื่อให้แต่ละฝ่ายได้แสดงข้อมูล และความคิดเห็นเพื่อประกอบการตัดสินใจของสังคม



ภาพที่ 16 ตัวอย่างการพัฒนาอธิบายข้อมูลจาก UGC เพิ่มเติมในข่าว (สื่อบุป “ฆ่าตัวตาย ความสูญเสียที่ป้องกันได้” รายการ TNN Life News ช่อง TNN24 วันที่ 29 สิงหาคม 2559)

ลักษณะการนำเสนอด้วยการต่อยอดข้อมูลนี้ เป็นการขยายผลการใช้ประโยชน์จากข้อมูลจากสื่อออนไลน์ให้สามารถเชื่อมโยงประเด็นที่มีผลกระทบต่อคนในสังคมได้มากยิ่งขึ้น เมื่อผนวกกับความสนใจของคนต่อประเด็นที่เป็นกระแสแล้วบนสื่อออนไลน์ จะสามารถดึงคนให้เข้าสู่การรับข้อมูลข่าวสารในเชิงลึกที่จำเป็นต้องรู้เกี่ยวกับเรื่องนั้นได้มากขึ้น

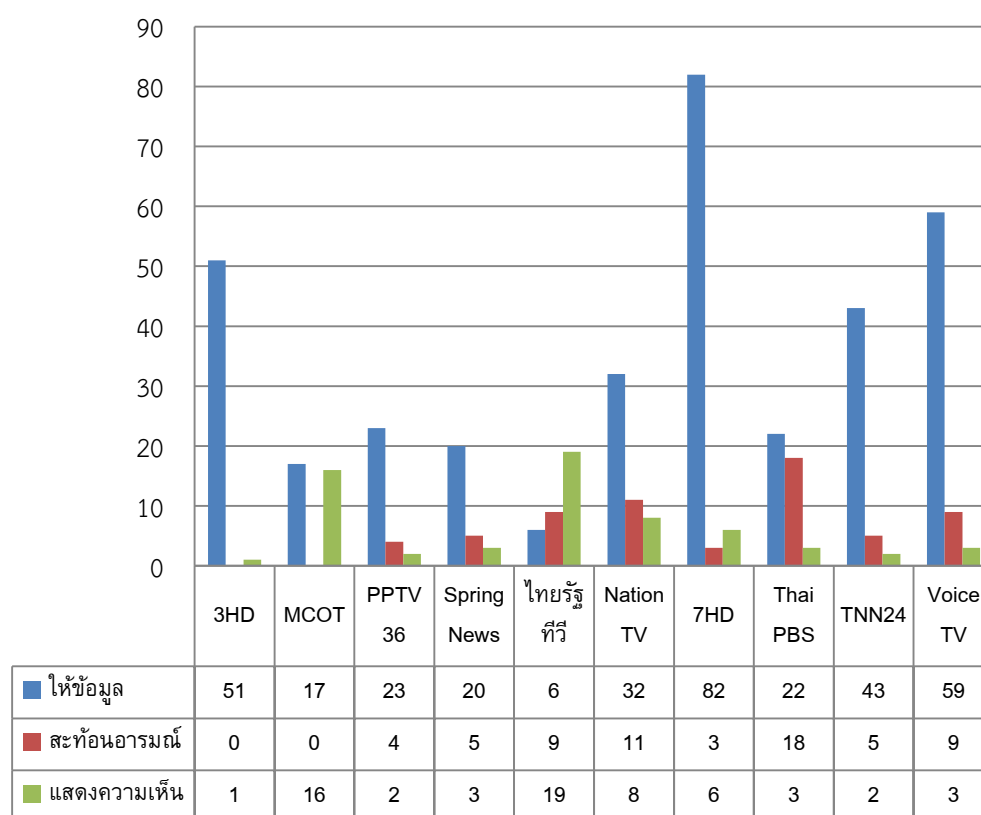
3.5 ลักษณะของการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในข่าวโทรทัศน์

ลักษณะของการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในข่าวโทรทัศน์ สะท้อนบทบาทของสื่อในการกำหนดวาระข่าวสารและทิศทางการรับรู้ของคนในสังคมต่อประเด็นที่นารายงานข่าว ลักษณะของการใช้ข้อมูล UGC แบ่งเป็น 3 ลักษณะ คือ

1) ลักษณะการนำเสนอเพื่อให้ข้อมูล เป็นลักษณะของการนำเสนอเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องราว เน้นข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ในการนำเสนอ

2) ลักษณะการนำเสนอเพื่อสะท้อนอารมณ์ความรู้สึกของคนและเหตุการณ์ เป็นลักษณะการนำเสนอที่กระตุ้นความรู้สึกต่อเรื่องราวที่นำเสนอ และเน้นการเลือกใช้ข้อมูลที่สะท้อนถึงอารมณ์จากเรื่องราว

3) ลักษณะการนำเสนอเพื่อสะท้อนการแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นและเหตุการณ์ เป็นลักษณะของการรวบรวมความคิดเห็นที่แตกต่าง และมุมมองของคนที่เกี่ยวข้องกับประเด็นมานำเสนอ



แผนภูมิที่ 6 ลักษณะของการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในข่าวโทรทัศน์

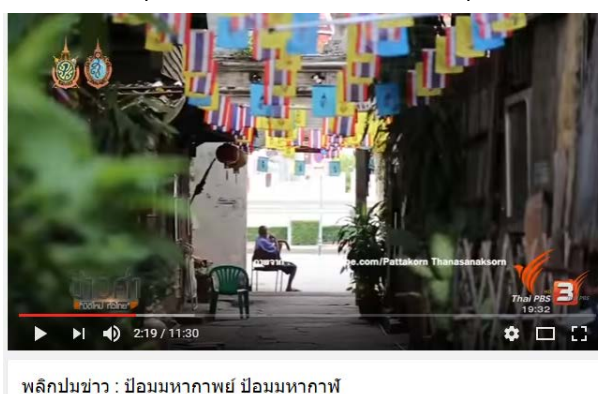
จากแผนภูมิที่ 6 แสดงลักษณะการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในข่าวโทรทัศน์ ตามลำดับ ดังนี้

3.5.1) ลักษณะ การนำเสนอส่วนใหญ่นำมาใช้เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร โดยบอก เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น บุคคลที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับสถานการณ์ เป้าหมายเพื่อให้รู้และ เข้าใจความเป็นไปของเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่นำเสนอ โดยจากแผนภูมิที่ 6 จะเห็นว่า สถานีโทรทัศน์ดิจิทัล เน้นการนำเสนอเพื่อให้ข้อมูล ยกเว้นไทยรัฐทีวี ที่เน้นการแสดงความคิดเห็นเป็นหลัก



ภาพที่ 17 ตัวอย่างการใช้ข้อมูลจากออนไลน์เพื่อบอกให้ข้อมูลข้อเท็จจริง (ข่าวสาวทอง 6 เดือน ก่อเหตุจกทอง สารภาพอ้างตงงาน สามีเสียชีวิต เตรียมเงินไว้คลอดลูก MCOT วันที่ 1 กันยายน 2559)

3.5.2) ลักษณะการนำเสนอเพื่อสะท้อนการแสดงความคิดเห็น เป็นการเปิดพื้นที่ให้ แสดงความคิดเห็นจากหลายมุมมอง การนำเสนอลักษณะนี้จะนำ UGC มาประกอบการนำเสนอข้อมูล เพื่อขยายประเด็นในทิศทางที่สะท้อนมุมมองของคนหลากหลายกลุ่ม



ภาพที่ 18 ตัวอย่างลักษณะการใช้ข้อมูลจากออนไลน์เพื่อสะท้อนความรู้สึกของชุมชน (พลิกปมข่าว: ป้อมมหากาพย์ ป้อมมหากาฬ ทางช่อง ThaiPBS 22 สิงหาคม 2559)

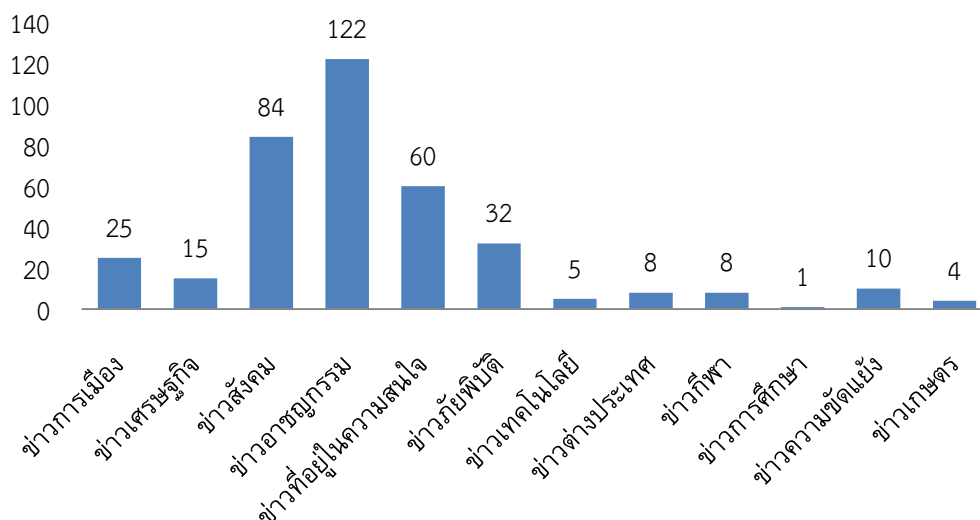
3.5.3) ลักษณะการนำเสนอเพื่อสะท้อนอารมณ์และ กระตุ้นความรู้สึก ส่วนมากเป็น เรื่องที่มีผลกระทบต่อคน หรือมีผู้ได้รับผลกระทบ จากเหตุการณ์ เช่น อุบัติเหตุ และความสูญเสีย การนำเสนออารมณ์ในบางเรื่องพบว่า นำไปสู่การตั้งประเด็นถกเถียงเพื่อหาคำตอบได้ด้วย อย่างไรก็ตาม ข้อพึงระวังของการนำเสนอโดยเน้นการสะท้อนอารมณ์ความรู้สึก ถ้าไม่มีการให้บริบทและอธิบาย เพิ่มเติมจะเป็นเพียงการกระตุ้น ความรู้สึกของคนในสังคมและบางเรื่องมีความเสี่ยงต่ออารมณ์ที่รุนแรง ขัดแย้ง และสร้างความเกลียดชังในสังคม โดยช่องที่มีการใช้เพื่อสะท้อนอารมณ์ของเหตุการณ์ ตามสัดส่วนที่พบการใช้ UGC ในลักษณะการนำเสนอเพื่อสะท้อนอารมณ์และกระตุ้นความรู้สึก มีดังนี้ ช่องไทยพีบีเอส เนชั่นทีวี ไทยรัฐทีวี Voice TV TNN24 Spring News และ PPTV36HD ส่วนช่อง 3HD และ MCOT ไม่พบการนำเสนอโทนสะท้อนอารมณ์ความรู้สึกของเหตุการณ์



ภาพที่ 19 ตัวอย่างลักษณะการใช้ข้อมูลจากออนไลน์เพื่อสะท้อนความรู้สึกของเหตุการณ์ (ข่าวฆ่าตัวตายความสูญเสียที่ป้องกันได้ ทางช่อง TNN24 วันที่ 29 สิงหาคม 2559)

ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในข่าวโทรทัศน์ สามารถ กำหนดทิศทางความเห็นของสังคมต่อประเด็นได้ ถ้าเลือก ใช้ลักษณะการสะท้อนมุมมองของเรื่องให้ เป็น ประโยชน์ต่อการนำเสนอประเด็น ผนวกกับรูปแบบ การนำเสนอข่าว ทำให้พัฒนาสู่ขั้น ตอนของการให้ คำอธิบาย ขยายประเด็น หาทางออก หรือส่งเสริมการพัฒนา ได้ เป็นการ ใช้ประโยชน์ จากข้อมูลสื่อ ออนไลน์ที่มีผลกระทบต่อสังคมอย่างเต็มที่

3.6 ประเภทข่าวที่พบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์



แผนภูมิที่ 7 ประเภทข่าวโทรทัศน์ที่พบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์

จากจำนวนข่าวทั้งหมด 374 ชิ้น เมื่อจำแนกตามประเภทข่าวพบ ประเภทข่าวที่ใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้

3.6.1) ข่าวอาชญากรรม ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่ใช้คือ เบาะแสเรื่องราวคนหาย การตามหาคน ภาพวงจรปิด ภาพเหตุการณ์อุบัติเหตุต่างๆ นำมาใช้ในข่าวอ่านและเล่าข่าวเพื่อ บอกเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยเล่าเรื่องตามสิ่งที่ปรากฏในข้อมูลที่มาจากสื่อออนไลน์ ส่วนการรายงานแบบสกุ๊ปข่าวเชิงสืบสวนสอบสวน ใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์เพื่อขยายประเด็นในการหาคำตอบของเหตุการณ์



ภาพที่ 20 ตัวอย่างข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (กล้องวงจรปิด) ที่ใช้ในข่าวอาชญากรรม (ข่าวจับครูใหญ่ยิงน้องสาวค้ากังย่านบางพลี ทางช่องเนชั่นทีวี 19 สิงหาคม 2559)

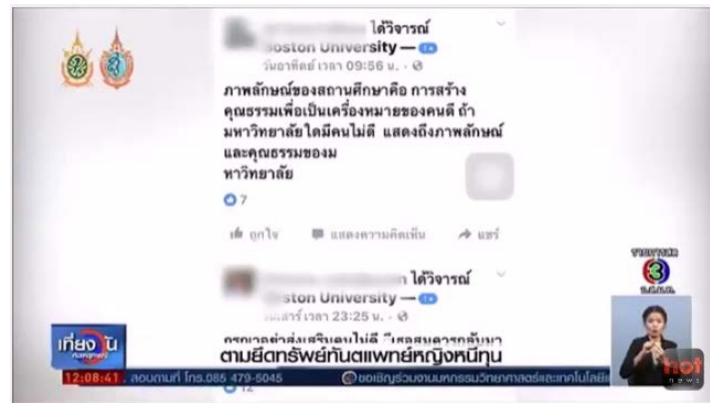


ภาพที่ 21 ตัวอย่างข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (ภาพถ่าย) ที่ใช้ในข่าวอาชญากรรม
(ข่าวสาวเครียดดอกหัก หนึ่งริมระเบียบชั้น 20 ห้างดงย่านปิ่นเกล้าสุดหวาดเสียว
ทางช่อง 3HD วันที่ 26 สิงหาคม 2559)

3.6.2) ชาวสังคม พบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์เพื่อ เล่าเหตุการณ์ที่เป็นประเด็นทางสังคม เหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อคนในสังคม ประเด็นความคิดเห็นต่อเหตุการณ์ในสังคม และเรื่องราวดี ๆ ที่มีผลต่อการพัฒนาเชิงสังคม โดยมีลักษณะของการใช้ภาพ คลิป และความคิดเห็นของคนบนโลกออนไลน์ประกอบในการเล่าอธิบายเรื่อง



ภาพที่ 22 ตัวอย่างการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (โพสต์เฟซบุ๊ก) ในข่าวสังคม
(ข่าวเปิดภาพภูทับเบิก ในระยะเวลาเพียง 6 ปี ภูหน้ายทุนสร้างรีสอร์ทแทบไม่เหลือธรรมชาติ
ทางช่อง 7 วันที่ 22 สิงหาคม 2559)



ตามยี่ดอร์พย์ทันตแพทย์หญิงหญิงดลฤดีหนึ่งทุนมหาวิทยาลัยมหิดล ล่าสุดย้ายไปสอนที่มหาวิทยาลัยบอสตัน

ภาพที่ 23 ตัวอย่างข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (ข้อความแสดงความคิดเห็น) ในข่าวสังคม (ข่าวตามยี่ดอร์พย์ทันตแพทย์หญิงหญิงดลฤดีหนึ่งทุนมหาวิทยาลัยมหิดล ล่าสุดย้ายไปสอนที่มหาวิทยาลัยบอสตัน ทางช่อง 3HD วันที่ 23 สิงหาคม 2559)

3.6.3) ชาวที่อยู่ในความสนใจของคน หรือ เรียกว่า “ข่าวกระแส” ซึ่งมีการเปิดประเด็นจากบนสื่อออนไลน์ มีการแชร์ และการพูดถึงจำนวนมาก ส่วนมากเป็นข้อมูลซึ่งมาจากเฟซบุ๊กต่าง ๆ คลิปที่มีการส่งต่อบนโลกออนไลน์ และ กระแสการพูดถึงหรือวิพากษ์วิจารณ์ รวมถึงเรื่องราวของคนที่อยู่ในความสนใจของคนบนโลกออนไลน์ เช่น บุคคลที่ประสบความสำเร็จ บุคคลที่มีแนวคิดน่าสนใจ หรือบุคคลที่ถูกวิพากษ์วิจารณ์ในประเด็นต่าง ๆ

การนำเสนอข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในข่าวประเภทนี้ มี 3 ลักษณะคือ

- 1) การนำเสนอให้รู้ว่าเกิดอะไรขึ้นหรือคนกำลังสนใจเรื่องอะไร
- 2) การนำเสนอมีการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง เจ้าของคลิป หรือผู้ที่ ถูกพูดถึงในกระแสออนไลน์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติม และข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับเรื่องราวนั้น
- 3) การนำเสนอเชิงอธิบายและหามุมมองที่แตกต่างในการอธิบายประเด็นและเรื่องราวนั้น



ภาพที่ 24 ตัวอย่างข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (ภาพถ่าย) ในข่าวที่อยู่ในความสนใจของคน
(ข่าว“หมอนักบิน” ทุกหน้าที่...ความพยายาม สำคัญกว่าความสำเร็จ ทางช่อง ThaiPBS
วันที่ 2 กันยายน 2559)

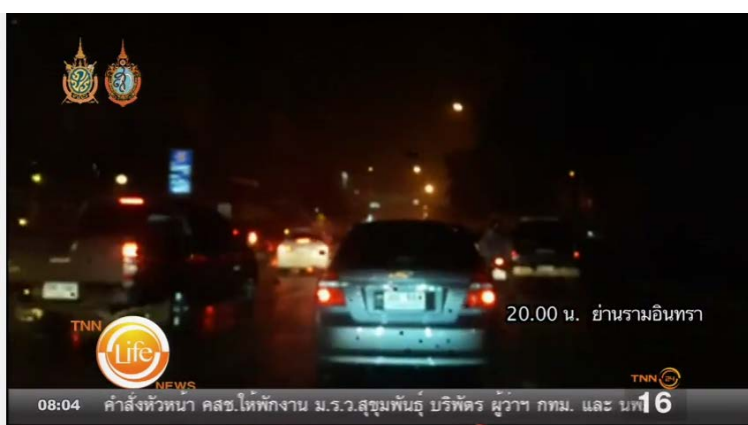


ภาพที่ 25 ตัวอย่างการใช้ข้อมูลจากออนไลน์ (โพสต์เฟซบุ๊ก) ในข่าวที่อยู่ในความสนใจของคน
(ข่าวแชร์ว่อน ภาพ นศ.นอนกลางสี่แยกเมืองเชียงใหม่ ทางช่อง 3HD วันที่ 28 สิงหาคม 2559)

3.6.4) ข่าวภัยพิบัติ ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ที่ใช้ ได้แก่ ภาพและคลิป เพื่อบอกเล่า ณ เวลาที่เกิดเหตุ รายงานความคืบหน้าของสถานการณ์ ผลกระทบ สถานการณ์แวดล้อม และเรื่องราวของผู้ที่เห็นเหตุการณ์ หรือได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์

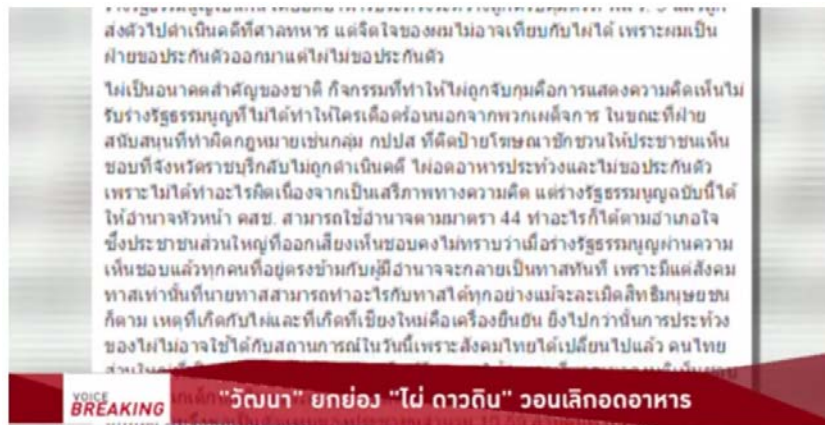


ภาพที่ 26 ตัวอย่างข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (คลิป) ในข่าวภัยพิบัติ (ข่าวแผ่นดินไหวเมียนมาเขย่าเจดีย์เมืองพุกามพัง 94 องค์กร ทางช่อง TNN24 วันที่ 24 สิงหาคม 2559)



ภาพที่ 27 ตัวอย่างข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (คลิป) ในข่าวภัยพิบัติ (ข่าวเตือน้ำท่วม – ล้นตลิ่งใน 10 จังหวัดภาคกลาง ทางช่อง TNN24 วันที่ 25 สิงหาคม 2559)

3.6.5) ข่าวการเมือง ข้อมูลจาก สื่อออนไลน์ ที่พบส่วนมากมาจากการโพสต์ของผู้ทรงอิทธิพล นักการเมือง นักวิชาการ นักเคลื่อนไหวทางการเมือง โดยเป็นเรื่อง เกี่ยวกับการเมือง หรือประเด็นทางการเมือง การแสดงความคิดเห็นทางการเมือง และการแสดงจุดยืนทางการเมืองต่อนโยบายหรือเหตุการณ์ต่างๆ จากข้อมูลพบสถานีโทรทัศน์บางช่องใช้ข้อมูลจากเฟซบุ๊กของนักการเมือง หรือผู้ขับเคลื่อนประเด็นทางการเมือง โดยไม่มีการสัมภาษณ์บุคคลนั้นเพิ่มเติมในข่าวเดียวกัน เป็นเพียงนำข้อความที่โพสต์นั้นมาเป็นข่าว ซึ่งสะท้อนว่า ผู้ขับเคลื่อนประเด็นทางการเมืองสามารถกำหนดทิศทาง การรับรู้ของสังคมได้เองจากการโพสต์ข้อมูลบนสื่อสังคม



ภาพที่ 28 ตัวอย่างการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (ข้อความเฟซบุ๊ก) ในข่าวการเมือง (ข่าว 'วัฒนา' เรียกร้อง 'ไผ่ ดาวดิน' ยุติอดอาหาร ทางช่อง VoiceTV วันที่ 18 สิงหาคม 2559)

3.6.6) ข่าวเศรษฐกิจ ใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์เพื่ออธิบายประเด็นเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับคน การฉ้อโกง การทำผิด เตือนภัย หรือ เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องและมีผลกระทบต่อ การค้าขาย หรือการทำธุรกิจของคน รวมถึงการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจต่างๆ ที่น่าสนใจ และเป็น กระแสบนโลกออนไลน์ จนสื่อนำมาเสนอในรายการข่าว



ภาพที่ 29 ตัวอย่างการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (โพสต์เฟซบุ๊ก และข้อความในกล่องสนทนา) ในข่าวเศรษฐกิจ (ข่าวเตือนภัย! 18 มงกุฎปลอมเฟซบุ๊กหลอกขายทอง เหยื่อรู้ทันแกล้งตอกกลับ ทางช่องไทยรัฐทีวี วันที่ 23 สิงหาคม 2559)

3.6.7) ข่าวความขัดแย้ง ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่พบเป็นเรื่องของการวิวาท ความรุนแรง การตอบโต้ถกเถียงกันผ่านสื่อออนไลน์ ทั้งนี้ พบภาพและคลิปในบางข่าวมีข่าวรุนแรง และสื่อไม่ได้ให้บริบทต่อการอธิบายข้อมูลเหตุการณ์มากพอ และพบการนำเสนอข้อมูล แบบวนซ้ำ เป็นการตอกย้ำความรุนแรงที่เกิดขึ้นในเหตุการณ์



ภาพที่ 30 ตัวอย่างข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (คลิป) ในข่าวความขัดแย้ง (ข่าวเผยแพร่ที่ ดร.รวบใจ อาชีวะยกพวกตะลุมบอนเดือด ชัตอริควัดเมืองชล ช่อง 7 วันที่ 23 สิงหาคม 2559)

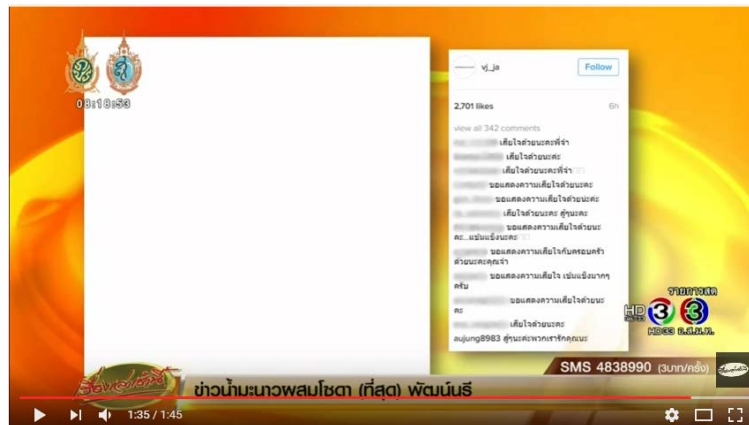


ภาพที่ 31 ตัวอย่างการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (คลิปจากเฟซบุ๊ก) ในข่าวความขัดแย้ง (ผู้ใช้รถฟอร์ดรุ่นเฟียสด้าและโฟกัสร้องเรียนปัญหาระบบเกียร์และคลัทช์ เรียกร้องบริษัทซื้อคืน ออกอากาศทาง ThaiPBS วันที่ 31 สิงหาคม 2559)

ในข่าวประเภทอื่น ๆ อาทิ ข่าวเทคโนโลยี ข่าวต่างประเทศ ข่าวกีฬา ข่าวเกษตร และข่าวการศึกษา พบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ไม่มากนัก ส่วนมากที่พบจะมีลักษณะ ที่เป็นเรื่องซึ่ง อยู่ในความสนใจของคน และเป็นกระแสนโลกออนไลน์ ลักษณะของ UGC ที่พบ คือ ภาพหรือคลิปของบุคคลหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้อง บางเรื่องเป็นเพียง การนำเสนอข่าว โดยไม่ปรากฏข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เช่น คลิป หรือ ภาพข่าว



ภาพที่ 32 ตัวอย่างข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (คลิปจาก YouTube) ในข่าวต่างประเทศ (ข่าวลิงสวนสัตว์สหัสรัฐ หงุดหงิดปาอุจจาระใส่พนักงานท่องเที่ยว ช่อง PPTV36HD วันที่ 25 สิงหาคม 2559)



ภาพที่ 33 ตัวอย่างการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (อินสตราแกรม) ในข่าวบันเทิง/อาชญากรรม (ข่าวน้องสาววีเจจํากระโดดอาคารจอดรถห้างดังย่านรัชโยธินเสียชีวิต ทางช่อง 3HD วันที่ 25 สิงหาคม 2559)

เมื่อจำแนกข้อมูล ประเภทข่าวที่พบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ของแต่ละสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล สรุปรเป็นรายละเอียดของแต่ละสถานีได้ ดังนี้

ตารางที่ 2 ประเภทข้อมูลจากสื่อออนไลน์หรือ UGC จำแนกตามช่อง

ประเภท ข่าว	3HD	MCOT	PPTV 36	Spring News	ไทยรัฐ ทีวี	Nation TV	7HD	Thai PBS	TNN 24	Voice TV	รวม
การเมือง	0	0	0	3	1	0	0	3	1	17	25
เศรษฐกิจ	0	0	2	0	0	1	2	2	3	5	15
สังคม	8	4	6	4	6	7	18	15	12	4	84
อาชญากรรม	19	6	1	6	7	21	42	7	7	6	122
คนสนใจ	15	3	2	1	6	0	11	0	21	1	60
ภัยพิบัติ	4	0	0	0	0	3	12	11	2	0	32
เทคโนโลยี	0	0	0	0	0	0	0	0	3	2	5
ต่างประเทศ	1	1	0	1	0	0	2	0	1	2	8
กีฬา	1	0	2	0	0	2	0	1	0	2	8
การศึกษา	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
ความขัดแย้ง	0	0	0	0	0	2	0	3	0	5	10
เกษตร	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	4

1) ช่อง 3 HD ใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในการประกอบการรายงานข่าวอาชญากรรมมากที่สุด (19 ข่าว) ส่วนใหญ่เป็นภาพเหตุการณ์จริงจากกล้องวงจรปิด ภาพสเก็ตของคนร้าย ภาพจากกล้องหน้ารถของผู้อยู่ในเหตุการณ์ ภาพผู้ตายที่นำมาจากเฟซบุ๊กส่วนตัวหรือคนใกล้ชิดด้วย การนำมาใช้จะมีการเบลอภาพเพื่อปกปิดบางอย่างที่ไม่เหมาะสม รองลงมา คือ ข่าวที่คนสนใจ (15 ข่าว) เป็นประเด็นที่มาจากกระแสออนไลน์ มีการส่งต่อ ๆ กันในรูปแบบของภาพ คลิปวีโอและข้อความ เช่น คลิปเตือนภัย ไขปลอม หรือภาพการแสดงความเห็นต่อประเด็นใดประเด็นหนึ่งที่ อยู่ในความสนใจของสังคม และข่าวสังคม (8 ข่าว) ทั้งแง่บวกและแง่ลบ เช่น ภาพที่ม้นักเรียนที่ได้รางวัลนวัตกรรมจาก เฟซบุ๊กของอาจารย์ หรือคลิปเด็กหญิงพูดภาษาอังกฤษแนะนำโรงเรียนของตัวเอง เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบในข่าวภัยพิบัติ (4 ข่าว) โดยใช้ข้อมูลจากประชาชนที่อยู่ในพื้นที่มาประกอบการรายงานข่าว และพบในข่าวต่างประเทศ และข่าวกีฬา (ประเภทและ 1 ข่าว)

2) ช่อง MCOT ใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ประกอบการรายงานข่าว อาชญากรรมมากที่สุด (6 ข่าว) โดยเป็นภาพสเก็ตช์ผู้ต้องสงสัย ภาพ จุดเกิดเหตุจากกล้องวงจรปิด รองลงมาเป็นข่าวสังคม และ เรื่องที่เกิดขึ้นในท้องถิ่น (4 ข่าว) ซึ่งประชาชนในพื้นที่ส่งข้อมูลมาให้ผู้สื่อข่าว เช่น คลิปเจรจาเรือ ถอน ที่ดินภูทับเบิก เป็นต้น ข่าวที่อยู่ในความสนใจของคน คือ นำการพูดคุยบนออนไลน์มารายงานเป็นข่าว (3 ข่าว) และคลิปน่ารัก ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่น่าสนใจจากแหล่งข้อมูลต่างประเทศ

3) ช่อง PPTV36HD ใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในข่าวสังคมมากที่สุด (6 ข่าว) โดยเป็นการดึงข้อมูลในสังคมออนไลน์มาประกอบการรายงานข่าว โดยให้ความสำคัญกับการขยายประเด็นเพื่อ อธิบายบริบทของเรื่องราว รองลงมาคือข่าวที่อยู่ในความสนใจของคน นอกจากนั้นพบในข่าวที่คนสนใจ (2 ข่าว) ข่าวกีฬา (2 ข่าว) ข่าวเศรษฐกิจ (2 ข่าว) ข่าวกีฬา (1 ข่าว)

4) ช่อง Spring News ใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในข่าวอาชญากรรม มากที่สุด (6 ข่าว) เป็นการถ่ายภาพ และคลิป จากสื่อออนไลน์มาต่อยอดประเด็น เช่น ภาพโพสต์ ของ สาวที่หายตัวไป จนนำไปสู่คดีฆาตกรรมหรือภาพจากกล้องวงจรปิดการจับกุมผู้ต้องหาเสพติด ทีมข่าวจะมีการอธิบาย ข้อมูลที่มาที่ไปของเรื่อง ทำ ภาพจำลองผลการชันสูตรศพที่สร้างเป็นอินโฟกราฟิก เพื่ออธิบายเรื่องราว รองลงมาคือ ข่าวสังคม (4 ข่าว) ข่าวการเมือง (3 ข่าว) เป็นข้อความการโพสต์ของนักการเมือง นักวิชาการที่วิพากษ์การเมือง กลุ่มเคลื่อนไหวทางการเมือง และพบในข่าวที่มีคนสนใจและข่าว ต่างประเทศ (ประเภทละ 1 ข่าว)

5) ช่องไทยรัฐทีวี ใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ มากที่สุดในข่าว อาชญากรรม (7 ข่าว) รองลงมา ข่าวสังคม (6 ข่าว) โดยเฉพาะเรื่องความเชื่อต่างๆ ที่มีการส่งต่อบนออนไลน์ ข่าวที่อยู่ในความ สนใจของคน (6 ข่าว) มีการค้นหาเรื่องราวของคนและชุมชนที่อยู่ในกระแสความสนใจบนโลกออนไลน์ เพื่อนำมาขยายต่อในรายการข่าว เช่น ธุรกิจท้องถิ่นที่ได้รับการพูดถึงบนสื่อออนไลน์ จำนวนมาก และพบในข่าวการเมือง (1 ข่าว)

6) ช่องเนชั่นทีวี พบว่ามีการใช้ ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ในข่าวอาชญากรรมเป็นหลัก (21 ข่าว) นิยมใช้ภาพและคลิปวิดีโอ นำมาใช้ประกอบข่าวและสกริปข่าว รองลงมาเป็นข่าวสังคม (7 ข่าว) ข่าวภัยพิบัติ (3 ข่าว) ข่าวกีฬา (2 ข่าว) ข่าวความขัดแย้ง เช่น การทะเลาะวิวาท (2 ข่าว) และ ข่าว เศรษฐกิจ (1 ข่าว)

7) ช่อง 7HD นิยมใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ในรูปแบบของภาพ และคลิปวิดีโอ ในข่าว อาชญากรรม (42 ข่าว) ส่วนมากจะเกี่ยวกับอุบัติเหตุ ไฟไหม้ การทะเลาะวิวาท และโพสต์ข้อความลง

บนเฟซบุ๊กเป็นหลัก รองลงมาเป็นข่าวสังคม (18 ข่าว) ข่าวภัยพิบัติ (12 ข่าว) ข่าวที่อยู่ในความสนใจ (11 ข่าว) และข่าวต่างประเทศ และข่าวเศรษฐกิจ (พบเพียงประเภทละ 2 ข่าว)

8) ช่อง **ThaiPBS** ใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ในประเภทข่าวสังคมมากที่สุด (15 ข่าว) โดยเป็นการนำกระแสบนออนไลน์ที่เป็นประเด็นคนสนใจมาต่อยอดในการอธิบาย ข่าวภัยพิบัติ (11 ข่าว) ข่าวอาชญากรรม (7 ข่าว) ข่าวเกษตร (4 ข่าว) เป็นข้อมูลจากออนไลน์เกี่ยวกับเรื่องการเกษตร และข้อมูลเกษตรกร ข่าวความขัดแย้ง (3 ข่าว) เป็นการแสดงออกความคิดเห็นที่แตกต่าง วิพากษ์วิจารณ์ประเด็นในมุมที่ต่างกัน ข่าวการเมือง (3 ข่าว) ข่าวเศรษฐกิจ (2 ข่าว) และข่าวกีฬา (1 ข่าว)

9) ช่อง **TNN24** นำข้อมูลจากสื่อออนไลน์ มาใช้กับประเภทข่าว ที่อยู่ในความสนใจของคนซึ่งเป็นกระแสและประเด็นจากสื่อออนไลน์ที่มีผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของคน (21 ข่าว) ข่าวสังคม ปัญหาสังคม ข้อร้องเรียน (12 ข่าว) ข่าวอาชญากรรม (7 ข่าว) ข่าวเศรษฐกิจ (3 ข่าว) ข่าวเทคโนโลยี เช่น คลิปการรีวิว ภาพเทคโนโลยีใหม่ๆ (3 ข่าว) ข่าวภัยพิบัติ (2 ข่าว) และข่าวการเมือง (1 ข่าว)

10) ช่อง **Voice TV** ใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในข่าวการเมืองมากที่สุด (17 ข่าว) โดยเป็นข้อความแสดงความคิดเห็นของนักวิชาการ และนักการเมืองผ่านสื่อสังคม ข่าวอาชญากรรม (6 ข่าว) ข่าวเศรษฐกิจ (5 ข่าว) ข่าวความขัดแย้ง (5 ข่าว) และพบการใช้ข้อมูลจากออนไลน์ประกอบการวิเคราะห์และเล่าข่าวต่างประเทศ เช่น ภาพ ข้อความทวิตเตอร์ เป็นต้น

3.7 กรณีศึกษาปัญหาทางจริยธรรมและข้อวิพากษ์วิจารณ์สื่อในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์

จากข้อมูลเชิงปริมาณในการวิเคราะห์เนื้อหารายการข่าว คณะวิจัยศึกษาเอกสารและรวบรวมกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่มีปัญหาทางจริยธรรม พบปัญหาที่สำคัญคือ ความผิดพลาดของข้อมูลจากการขาดกระบวนการตรวจสอบที่รอบคอบ ปัญหาเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์ และสิทธิความเป็นเจ้าของ ปัญหาเรื่องการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ปัญหาเรื่องการละเมิดสิทธิเด็ก และพบการใช้เนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เช่น ความรุนแรง โป้ หวาดเสียว เป็นต้น

3.7.1) ปัญหาเรื่องความถูกต้องของข้อมูล

ข้อมูลที่ส่งต่อบนสื่อสังคมมีจำนวนมากที่เป็นข้อมูลจากมุมมองเพียงบางส่วนของเรื่อง ข้อมูลอาจมีความบิดเบือน และไม่ครอบคลุมเรื่องราวทั้งหมด เมื่อนำเสนอทำให้เกิดความเข้าใจผิดต่อประเด็นหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องได้ ในการนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มานำเสนอ หลายครั้งพบว่าสื่อนำเสนอข้อมูลที่ผิดหรือไม่ครบถ้วน ทำให้เกิดผลกระทบต่อผู้ที่เป็นข่าว สะท้อนให้เห็นความบกพร่องในการตรวจสอบข้อมูลจากสื่อออนไลน์ก่อนนำมาใช้ ซึ่งมีผลต่อการลดความน่าเชื่อถือของสื่อ

ตัวอย่างเช่น กรณีระทึกการแอบถ่ายบนรถไฟฟ้าซึ่งมีรูปเท้าที่มีลักษณะคล้ายกับการติดกล้องไว้ที่ปลายเท้า และที่สำคัญ มีการระบุหน้าตาของชายคนดังกล่าวอย่างชัดเจน ทำให้สังคมตัดสินชายคนดังกล่าวว่าเป็นพวกโรคจิตแอบถ่าย สื่อนำเสนอที่ได้รับความนิยมได้รับการกล่าวถึงในสังคมออนไลน์นำเสนอ โดยขาดการตรวจสอบถึงที่มาของข้อมูลอย่างละเอียด ปรากฏภายหลังว่า ชายคนดังกล่าวไม่ได้มีพฤติกรรมแบบที่ปรากฏในรูปที่มีการแชร์ การนำเสนอ ข่าวมีผลกระทบต่อหน้าที่การงาน การใช้ชีวิตประจำวันของชายคนดังกล่าว ถือเป็นกรณีละเมิดสิทธิส่วนบุคคลทำให้ชื่อเสียงเสียหาย ถูกดูหมิ่นเกลียดชัง ซึ่งผู้เสียหายสามารถฟ้องร้องดำเนินคดีได้ทั้งทางแพ่งและอาญา นอกจากนั้น เมื่อความจริงถูกเปิดเผย มีสื่อเพียงไม่กี่สำนักนำเสนอแก้ข่าวให้ จึงต้องทบทวนไปถึงบรรทัดฐานทางจริยธรรมของสื่อต่อกรณีลักษณะเช่นนี้ด้วย

ในกรณี ปรากฏความจริงภายหลังว่าข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่แชร์กันเป็นเรื่องผิด สื่อต้องช่วยกันลงข่าวใหม่เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว พร้อมกับ ต่อยอด ขยายประเด็น อธิบายปรากฏการณ์อันเป็นผลเสียของการรับและส่งต่อข้อมูลบนโลกออนไลน์ได้ด้วย หากสื่อทำได้ จะทำให้เกิดคุณค่าต่อการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเรื่องดังกล่าว



ภาพที่ 34 ตัวอย่างการใช้ข้อมูลสื่อออนไลน์ ประเภทภาพ ที่มีความผิดพลาดและเกิดผลเสียหาย
ต่อผู้อื่น (กระแสวิพากษ์วิจารณ์การแอบถ่ายบนรถไฟฟ้า ปี 2557)

เปิดใจ! ชายถูกแอบถ่ายอ้างเป็นโรคจิต ไร้หัวฟังเพราะโดนใส่ร้ายจากนศยกล้อง
วันที่ 25 ก.ค. 2559 เวลา 13:48 น. Like 1.6M

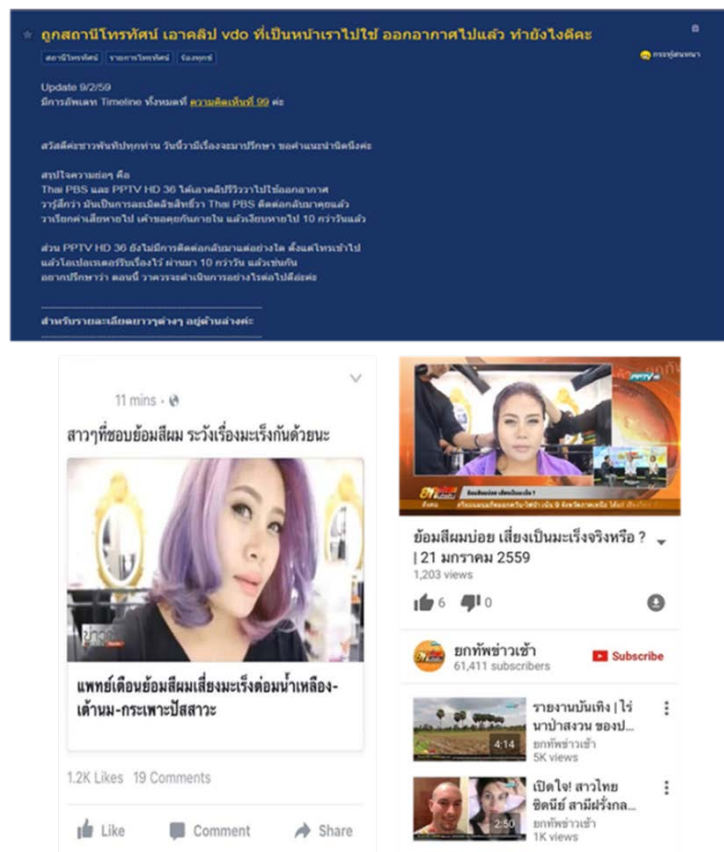


ภาพที่ 35 ตัวอย่างการต่อ ยอดประเด็นเรื่องการแชร์ข้อมูลบนโลกออนไลน์ที่ผิดพลาด
กรณี ชายรองเท้าขาดถูกกล่าวหาว่าเป็นโรคจิตแอบถ่ายบน BTS
(ทางช่อง 7 วันที่ 25 กรกฎาคม 2559)

ความถูกต้องยังหมายรวมถึงการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของเจ้าของ
ข้อมูล บางครั้งพบว่า สื่อต้องการหาข้อมูลประกอบในการเล่าเรื่อง และนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาใช้เล่า
เรื่อง แต่กลายเป็นว่า ข้อมูลนั้น ไม่ตรงกับเรื่อง ซึ่งอาจทำให้เจ้าของข้อมูลได้รับความเสียหายได้ สะท้อน

ให้เห็นปัญหาของกระบวนการคัดเลือก คัดกรองการนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในการนำมาใช้ในการ รายงานข่าวด้วย

ตัวอย่างเช่น กรณีสื่อมวลชนนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์ไปเผยแพร่โดยไม่ได้ขออนุญาตและไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของผู้สร้างสรรค์งาน เช่น กรณี คลิปทำสีผม ซึ่งมีผู้ที่อัปโหลดไว้ใน YouTube เพราะมีความชื่นชอบและอยากบอกวิธีกับคนที่ติดตามบนโลกออนไลน์ แต่ สื่อมวลชน 2 ช่องคือสถานีโทรทัศน์ ช่อง PPTV 36HD และ ThaiPBS นำไปประกอบการทำรายการข่าวในประเด็นเกี่ยวกับอันตรายจากการ ทำสีผม จึงทำให้ผู้สร้างสรรค์ถูกละเมิดลิขสิทธิ์ และยังเป็นการนำเสนอที่ไม่ต้องตามวัตถุประสงค์ ของ ข้อมูล เจ้าของคลิป ดำเนินการเรียกร้องสิทธิ์ สุดท้าย สื่อเอง ต้องออก มาแสดงความเสียใจและจ่าย ค่าชดเชยให้กับผู้เสียหาย



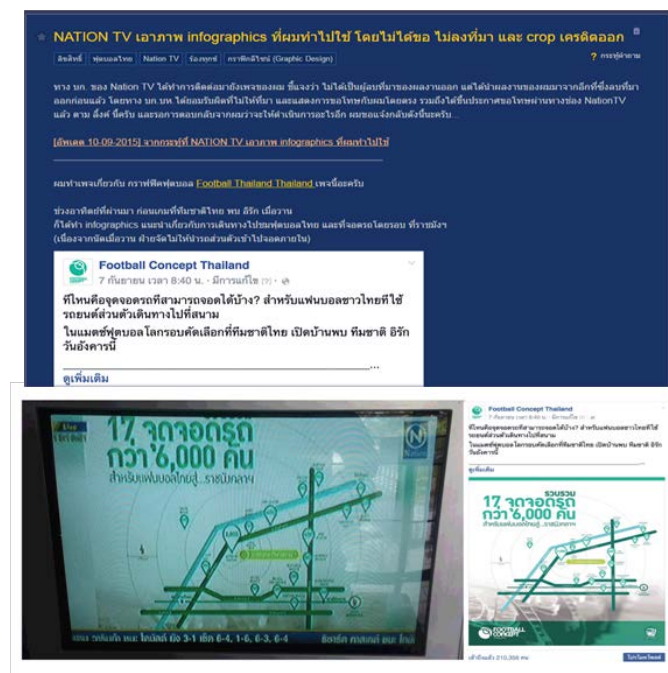
ภาพที่ 36 ตัวอย่างการนำคลิปย้อมสีผมไปใช้ในข่าว ว่าเป็นโทษของการย้อมสีผม โดยที่เจ้าของ คลิปไม่ได้เจตนาสื่อสาร และไม่มีการขออนุญาตใช้ (ข้อมูลจากกระทู้พันทิพ วันที่ 8 มีนาคม 2559)

3.7.2) ปัญหาเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์และความเป็นเจ้าของ

ภาพถ่าย และคลิปวิดีโอ นับว่าเป็นงานสร้างสรรค์ประเภทงานศิลปกรรมที่ได้รับความคุ้มครองตามมาตรา 6 แห่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ดังนั้น กฎหมายบัญญัติให้สิทธิ์เฉพาะเจ้าของลิขสิทธิ์หรือผู้สร้างสรรค์งานในการเผยแพร่ต่อสาธารณชน หากบุคคลอื่น ทำซ้ำหรือดัดแปลง ถือว่าเป็นการละเมิด ลิขสิทธิ์ต้องได้รับการลงโทษตามกฎหมายคือปรับ หากทำเพื่อมุ่งประสงค์ต่อทางการค้า ต้องโทษจำคุกด้วย

ตัวอย่างที่เข้าข่ายปัญหาเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์ ดังนี้

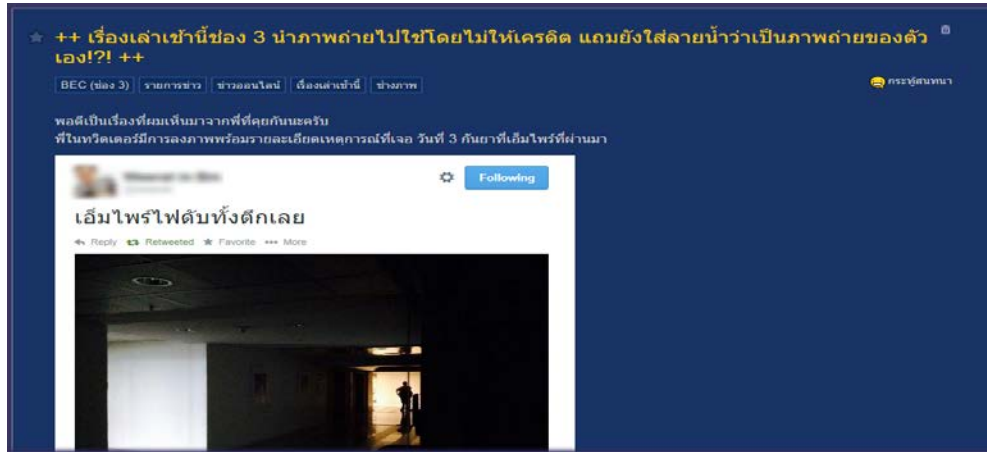
1) กรณีที่ช่องเนชั่นทีวี นำภาพ Infographics ของเพจ Football Concept Thailand มาประกอบการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับสถานที่จอดรถของผู้ที่จะมาชมการแข่งขันฟุตบอลโดยตัดภาพลายน้ำออกไป หากพิจารณาตาม พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มาตรา 6 จะเห็นได้ว่างานดังกล่าวได้รับความคุ้มครองในงานประเภ ศิลปกรรม สาขาภาพประกอบ ซึ่ง เกิดจากความวิริยะอุตสาหะในการสร้างสรรค์งานนั้นขึ้นมาด้วยตนเอง หากผู้ใดที่ไม่ใช่เจ้าของลิขสิทธิ์นำไปเผยแพร่ต่อ สาธารณะ ก็จะมี ความผิดฐานละเมิดลิขสิทธิ์ และในกรณีไม่แสดงการรับรู้ความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์หรือการทำลายข้อมูล บริหารสิทธิของเจ้าของลิขสิทธิ์ เช่น ลายน้ำ เจ้าของลิขสิทธิ์ในฐานะผู้ส รางสรรค์งานสา มารถฟ้องร้อง ดำเนินคดีได้



ภาพที่ 37 ตัวอย่างช่อง Nation TV นำข้อมูลจากออนไลน์มาใช้โดยไม่ได้อุญาต

(ข้อมูลจากกระทู้พันทิป 10 กันยายน 2558)

2) กรณีสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 นำเสนอข่าวผ่านรายการเรื่องเล่าเช้านี้ถึงกรณีการเกิดเพลิงไหม้อาคารแห่งหนึ่งแต่ได้นำภาพประกอบการนำเสนอข่าวมาจากสังคมออนไลน์ และลบลายน้ำของเจ้าของออก ไม่มีการขออนุญาตและอ้างอิงถึง ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์สามารถฟ้องร้องดำเนินคดีได้



ภาพที่ 38 ตัวอย่างช่อง 3 นำภาพจากผู้ใช้สื่อออนไลน์ไปใช้โดยไม่ขออนุญาตและไม่ให้เครดิต (ข้อมูลจากกระทู้พันทิพ ซึ่งรายการเรื่องเล่าเช้านี้ ทางช่อง 3 วันที่ 12 กันยายน 2557 นำภาพถ่ายไปใช้โดยไม่ให้เครดิต ใส่ลายน้ำว่าเป็นภาพถ่ายของตัวเอง!?!)

3.7.3 ปัญหาเรื่องการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล สิทธิมนุษยชน และสิทธิเด็ก

การคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคล เป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่ถูกบัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญ ในปัจจุบันบุคคลสามารถเปิดเผยตัวตนต่อสาธารณะได้ง่ายและเร็วขึ้นโดยผ่านสังคมออนไลน์ แต่สิทธิดังกล่าวได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย สื่อมวลชนควรคำนึงถึงการไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล รวมถึงต้องปกป้องผลที่อาจเกิดขึ้นแก่ต่อผู้ที่อยู่ในข้อมูลจากสื่อออนไลน์และผู้เกี่ยวข้อง

1) กรณีผู้สร้างละครสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 นำภาพของเด็กจากสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นผู้เยาว์ที่ผู้ปกครองได้เผยแพร่ไว้ในสังคมออนไลน์มาใช้ประกอบการถ่ายทำซึ่งไม่ได้ขออนุญาตจากผู้ปกครองก่อน จึงเกิดประเด็นการเรียกร้องสิทธิในการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล และละเมิดสิทธิเด็ก



ภาพที่ 39 ตัวอย่างการใช้ข้อมูลสื่อออนไลน์ ประเภทภาพ ที่มีปัญหาเรื่องลิขสิทธิ์

2) การนำเสนอข่าวที่เกี่ยวข้องกับเด็ก สื่อมวลชนต้องระมัดระวังในการไม่ให้กระทบกระเทือนต่อสิทธิของเด็กทั้งคำพูด รูปร่าง หน้าตา ชื่อ - สกุล หรือข้อมูลส่วนตัวของเด็ก ไม่เช่นนั้นอาจมีความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยศาลเยาวชนและครอบครัวและวิธีพิจารณาคดีเยาวชนและครอบครัว พ.ศ.2553 จากกรณีตามภาพที่ 38 จะเห็นว่าในการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนผ่านโทรทัศน์ไม่ได้มีการปกปิด หน้าตาของเด็กและเยาวชน



ภาพที่ 40 ตัวอย่างการใช้ข้อมูลสื่อออนไลน์ที่น่าเสนอเกี่ยวกับเด็กโดยไม่เคารพสิทธิเด็ก

3) การใช้ภาพส่วนบุคคลที่ใช้ประกอบการนำเสนอข่าวทางโทรทัศน์ บางเรื่องแม้จะเป็นเรื่องจริง และมีผลต่อการรับรู้ของคนในสังคม แต่รูปแบบการนำเสนอ ขาดการปกป้องผู้ที่อยู่ในข้อมูล อาจทำให้ผู้อยู่ในภาพเสียชื่อเสียง หรือเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของเจ้าของภาพ หรือคลิปได้ หากเจ้าของภาพได้รับความเสียหายอาจจะฟ้องความรับผิดชอบละเมิด ดูหมิ่น หรือหมิ่นประมาทต่อสื่อมวลชนได้

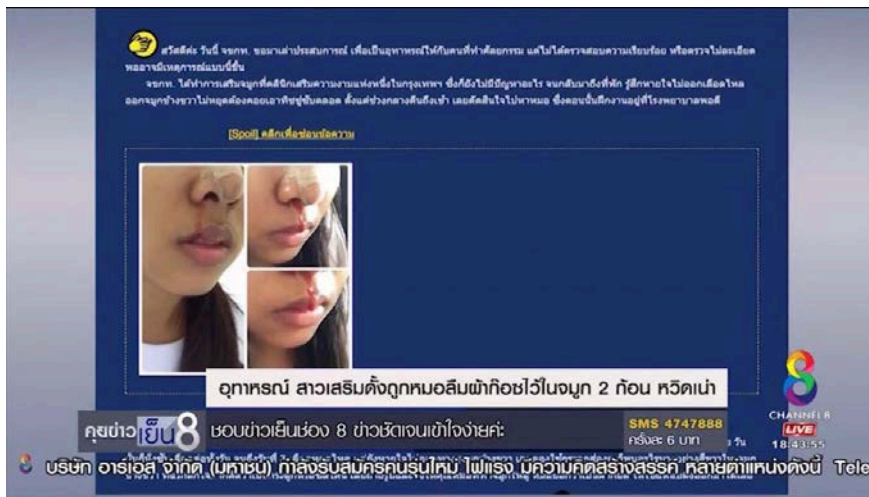


ภาพที่ 41 ตัวอย่างการใช้ข้อมูลสื่อออนไลน์ที่ส่งผลกระทบต่อผู้ที่อยู่ในเนื้อหา

**3.7.4) ปัญหาเรื่องการนำเสนอข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในลักษณะที่ไม่เหมาะสมและขาด
รสนิยม เช่น มีความรุนแรง โป๊ อหาจาร**

สื่อต้องพิจารณาเลือกเนื้อหาในการนำเสนอให้เหมาะสมและมีรสนิยม คือ ไม่นำเสนอเนื้อหาที่มีความรุนแรง โป๊ อหาจาร และกระตุ้นความรู้สึกเกลียดชังขัดแย้งของคนในสังคม

สื่อมวลชนนำเสนอภาพที่มีความหวาดเสียว อุจาด โดยไม่มีการเซ็นเซอร์ หรือการเบลอ ภาพแสดงถึงการใช้ภาพหรือคลิปที่ไม่เหมาะสม รวมถึง การนำเสนอข่าวที่ใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่ทำให้เกิดความหดหู่ น่ากลัว สะเทือนขวัญ หรือสร้างความวิตกกังวลต่อผู้ชม สื่อควรหาข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และเลือกวิธีการนำเสนอรูปแบบอื่นทดแทน



**ภาพที่ 42 ตัวอย่างการใช้ข้อมูลสื่อออนไลน์ที่มีเนื้อหาหวาดเสียว (ข่าวเตือนภัยการศัลยกรรม
กรณีหมอลืมผ้าก๊อชขั้บเลือดใจจูบ ทางช่อง 8 วันที่ 12 มิถุนายน 2560)**



ภาพที่ 43 ตัวอย่างการใช้ข้อมูลสื่อออนไลน์ที่มีเนื้อหาที่โป๊ ในรายการทูปโต๊ะข่าวช่องอมรินทร์ทีวี



สุพรรณบุรี รถพ่วงชนสาวข้ามถนน | 11-09-58 | เข้าข่าวชัด โชนีเซีย | ThairathTV

ภาพที่ 44 ตัวอย่างการใช้ข้อมูลสื่อออนไลน์ที่มีเนื้อหาความรุนแรง (ข่าวสุพรรณบุรี รถพ่วงชนสาวข้ามถนน ทางช่องไทยรัฐทีวี วันที่ 11 กันยายน 2558)

จากการวิเคราะห์เนื้อหารายการข่าว และกรณีศึกษาการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่มีปัญหาทางจริยธรรมสื่อและกฎหมาย สะท้อนรูปแบบในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในข่าวโทรทัศน์ในประเทศไทย สรุปประเด็นสำคัญได้ ดังนี้

1) กระบวนการหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ทำโดยการมอหิเตอร์ข้อมูล และระดมข้อมูลจากผู้ใช้สื่อออนไลน์ และคัดเลือกในการนำมาใช้ ข้อมูลสะท้อนให้เห็นว่าการใช้ข้อมูลจาก สื่อออนไลน์มีกระบวนการได้มาจากช่องทางสื่อออนไลน์หลายช่องทาง ได้แก่ เฟซบุ๊ก ยูทูบ แอปพลิเคชั่นไลน์ อินสตาแกรม ฟันทูป และเว็บไซต์ นำมาใช้ประกอบในข่าว เป็นหลัก โดยมีการอ้างอิง ทั้งแบบระบุบัญชีชื่อบนสื่อสังคมของคนที่เคยแพร่เนื้อหา และระบุอ้างอิงจากแพลตฟอร์มที่ดี ข้อมูลมาใช้ เช่น Wikipedia, YouTube เป็นต้น

2) การคัดเลือกข้อมูลจากสื่อออนไลน์มานำเสนอเป็นข่าวเพื่อให้ตรงกับ ความสนใจ และอยากติดตามเรื่องราว โดยคัดเลือกจากเรื่องที่มีผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวันของคน มีความใกล้ชิดกับผู้รับสาร เรื่องที่มีผลกระทบต่อคนในสังคมและเป็นประเด็นกระแสบนโลกออนไลน์ คือ มีการสนทนาเกี่ยวกับประเด็นนั้น มีการปฏิสัมพันธ์ต่อข้อมูล เช่น การบอกต่อ การแชร์ การแสดงความ คิดเห็นเป็นจำนวนมาก

3) ข้อมูลจากสื่อออนไลน์สามารถกำหนดประเด็นการรับรู้ในสังคมได้ในบางเรื่อง และสามารถสร้างผลกระทบในเชิงการเปลี่ยนแปลงได้ถ้าสื่อขยายประเด็นการนำเสนออย่าง รอบด้าน ในการรายงานข่าวมีการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่หลากหลาย และพบประโยชน์ของการใช้

เพื่อเล่าเรื่องและให้ข้อมูลต่อผู้รับสารในประเด็นที่หลากหลายมากขึ้น บางเรื่องที่สื่อเข้าไม่ถึง หรือไม่อยู่ในเหตุการณ์ แต่สามารถใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาประกอบการเล่าเรื่องให้ชัดเจนได้ ข้อมูลจากสื่อออนไลน์โดยเฉพาะกระแสที่เป็นประเด็น สังคม สามารถเปิดประเด็นใหม่ๆ ให้มาสู่การเป็นข่าว สื่อควรเลือกมุมมองที่แตกต่าง ในการนำไปสู่การหาทางออก ด้วยการต่อยอดและขยายประเด็นได้ เพื่อสร้างความเข้าใจต่อเรื่องราว และทำให้คนอยากมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนประเด็น ซึ่งควรเป็นส่วนหนึ่งของแนวทางการส่งเสริมการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในการรายงานข่าว

4) สื่อยังใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์เพื่อการบอกเล่าเหตุการณ์เป็นหลัก ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ทำให้เห็นเหตุการณ์จากสถานที่จริงในเวลาที่เกิดเหตุ เช่น เรื่องภัยพิบัติ อุบัติเหตุ อาชญากรรม ข้อมูลจากสื่อออนไลน์เปิดประเด็นเรื่องเชิงสังคมที่มาจากมุมมองและประสบการณ์ของคนในสังคม เช่น วิถีปฏิบัติในการแต่งกายเข้าห้องสมุด ปัญหาจิตวิทยากับการฆ่าตัวตาย ข้อมูลจากสื่อออนไลน์สามารถใช้เป็นหลักฐานในการสืบค้นหาที่มาที่ไปของเรื่องราว เช่น ภาพและเรื่องราวของบุคคลในคดีคนหาย หลักฐานการสนทนาในกรณีการฉ้อโกงหลอกลวง เป็นต้น สื่อ ยังใช้ข้อมูลเหล่านี้เพื่อบอกเล่าเหตุการณ์ สถานการณ์ที่เกิดขึ้น **การต่อยอดประเด็น เพื่ออธิบายมิติทางสังคมในเชิงระบบ โครงการนโยบาย เพื่อหาทางแก้ปัญหา หรือส่งเสริมให้ เกิดการพัฒนา หรือเปลี่ยนแปลง ยังพบ ในสัดส่วนที่น้อย** แสดงให้เห็นช่องว่างของการที่สื่อใช้ประโยชน์จากข้อมูลจากสื่อออนไลน์ไม่เต็มประสิทธิภาพ

5) มาตรฐานในการคัดกรองและนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาใช้ยังแตกต่างกัน ซึ่งอาจทำให้เสี่ยงในการ เกิดข้อ ผิดพลาดหรือบกพร่องทางจริยธรรมได้ ในการอ้างอิงและให้แหล่งที่มาของข้อมูลที่ชัดเจนซึ่งสะท้อนถึงบทบาทจริยธรรมในเรื่องความโปร่งใส (Transparency) ของแต่ละสื่อ รวมถึงแต่ละข่าวในช่องเดียวกันเอง ยังมีความแตกต่าง คือ บางข่าวมีการอ้างอิงที่ชัดเจน แต่บางข่าวอ้างเพียงแพลตฟอร์ม หรือไม่อ้างอิงเลย นอกจากนี้ ลักษณะของการเลือกคลิปและใช้ภาพที่มีความรุนแรง มีทั้งการเลือกใช้เพียงบางส่วนของที่รุนแรงน้อย และใช้ทั้งหมดที่เห็นความรุนแรงมาก แม้จะมีการเบลอภาพแต่ยังเห็นถึงความรุนแรงในคลิปหรือภาพได้ แต่ละช่อง มีรูปแบบในการจัดการกับเนื้อหา ลักษณะนี้ที่แตกต่างกัน สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่า มาตรฐานที่ใช้ในการตัดสินใจต่อการจัดการเนื้อหา ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่นำมาใช้ ในการรายงานข่าว ยังมีความแตกต่าง แล้วแต่การพิจารณาตาม วิจารณ์ญาณของผู้ที่รับผิดชอบข่าวนั้น ๆ

บทที่ 4

ผลการศึกษการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในการรายงานข่าว และแนวทางการพัฒนามาตรฐานจริยธรรม

บทนี้เป็นการรายงานผลการวิจัยซึ่งได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่คณะวิจัยเก็บรวบรวมจากการสนทนากลุ่มย่อยผู้ผลิตสื่อท้องถิ่น นักวิชาการ และเยาวชนที่ใช้สื่อออนไลน์ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกตัวแทนจากกองบรรณาธิการของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล และข้อมูลจากการศึกษาเอกสารการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในต่างประเทศ

1) การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) แบ่งออกเป็นกลุ่มผู้สื่อข่าวท้องถิ่น และ กลุ่มเยาวชนเป็นตัวแทนของผู้ใช้สื่อออนไลน์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ข้อมูลจากออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ และข้อเสนอต่อแนวทางพัฒนามาตรฐานจริยธรรม ประกอบด้วยกลุ่มย่อยทั้งหมด 14 กลุ่ม ได้แก่

ตารางที่ 3 แสดงกลุ่มตัวอย่างในการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

ภาค	กลุ่ม	จำนวน
ภาคอีสาน	สื่อมวลชนและนักวิชาการ	21 คน 2 กลุ่ม
	นักเรียนนักศึกษาจำนวน	44 คน 2 กลุ่ม
ภาคใต้	สื่อมวลชนและนักวิชาการ	36 คน 2 กลุ่ม
	นักเรียนนักศึกษาจำนวน	37 คน 2 กลุ่ม
ภาคกลาง	สื่อมวลชนและนักวิชาการ	20 คน 1 กลุ่ม
	นักเรียนนักศึกษาจำนวน	41 คน 2 กลุ่ม
ภาคเหนือ	สื่อมวลชนและนักวิชาการ	24 คน 1 กลุ่ม
	นักเรียนนักศึกษาจำนวน	48 คน 2 กลุ่ม

2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หลังจากการทำสนทนากลุ่มใน 4 ภาคแล้ว ข้อมูลที่ได้สะท้อนให้เห็นว่า สื่อในต่างจังหวัดยังเรียนรู้กระบวนการในการใช้ข้อมูล จากสื่อออนไลน์ และยังมีข้อสงสัยในมาตรฐานการปฏิบัติในการใช้งานข้อมูลจากสื่อออนไลน์อย่างมีจริยธรรมและความเหมาะสม คณะวิจัยทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับบรรณาธิการข่าว หัวหน้าข่าวและผู้สื่อข่าวของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลในกรุงเทพฯ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลกระบวนการใช้งานสื่อออนไลน์ในงานข่าว และข้อเสนอแนะต่อการกำหนดมาตรฐานในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์

ข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกเก็บจากกลุ่มบรรณาธิการและผู้สื่อข่าวจาก 12 สถานี จำนวน 25 คน คัดเลือกจากจำนวนผู้ชมติดอันดับในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา และมีรายการข่าวเป็นประจำใน 3 ช่วงคือ ภาคเช้า ภาคกลางวันและภาคค่ำ และมีรายการข่าวที่มีการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ได้แก่

ตารางที่ 4 รายชื่อสถานีที่ให้ข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึก

สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส	ช่อง 3 Family
ช่อง TNN24	Spring News ช่อง 19
Nation TV ช่อง 22	ช่อง 3 SD ช่อง 28
MCOT HD ช่อง 30	ไทยรัฐทีวี ช่อง 32
ช่อง 3 ช่อง 33	ช่อง 7 (HD)
PPTV ช่อง 36	ช่อง NOW26

3) การศึกษาและวิเคราะห์เอกสาร รูปแบบการใช้งานข้อมูลจากออนไลน์ การสร้างมาตรฐานในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ และแนวทางการพัฒนาส่งเสริมการใช้งานข้อมูลจากสื่อออนไลน์สู่การมีส่วนร่วมในกระบวนการรายงานข่าวจากกรณีศึกษาของสื่อในต่างประเทศ

การวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบทั้งสามส่วน นำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ตามลำดับ ดังนี้

4.1 รูปแบบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เปรียบเทียบระหว่างสื่อท้องถิ่น และโทรทัศน์ดิจิทัล

การสังเคราะห์ข้อมูลเชิงเปรียบเทียบจากการสนทนากลุ่มย่อยและการสัมภาษณ์เชิงลึก สรุปเป็น โมเดลกระบวนการในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในการรายงานข่าวที่แตกต่างกัน 2 โมเดล ได้แก่

- 1) โมเดลการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ของสื่อท้องถิ่น และสื่อชุมชนภาคพลเมือง
- 2) โมเดลการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ของโทรทัศน์ดิจิทัล

ในรายละเอียดของแต่ละโมเดลที่เหมือนกันคือ กระบวนการ หาข้อมูลมีลักษณะของการ มอนิเตอร์ข้อมูลจากสื่อออนไลน์แพลตฟอร์มต่าง ๆ แล้วคัดเลือกประเด็น คัดเลือกข้อมูลเพื่อนำไปใช้ใน กระบวนการรายงานข่าว อีกสิ่งเหมือนกันคือ รูปแบบของการนำไปใช้ที่เน้น 2 ลักษณะคือ 1) การเล่า เหตุการณ์หรือประเด็นตามข้อมูลที่พบจากสื่อออนไลน์โดยไม่ได้ต่อยอดประเด็น 2) ในบางประเด็นมีการ ขยายความ อธิบายเพิ่มเติม ค้นคว้าข้อมูลหลักฐานด้านอื่น ๆ ประกอบการรายงานสู่ข่าวเชิงลึก

ประเด็นความแตกต่างที่ส่งผลต่อมาตรฐานในการคัดเลือก ตรวจสอบ และนำข้อมูลจาก สื่อออนไลน์ไปใช้ในกระบวนการสื่อข่าวที่แตกต่างกันคือ ความเข้าใจต่อข้อมูลของทีมงานที่รับผิดชอบ กระบวนการในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่แตกต่างกัน หลักคิดและเกณฑ์ในการตัดสินใจบนพื้นฐาน ความเข้าใจจริยธรรม ความรับผิดชอบ และกฎหมายในแต่ละสถานการณ์ที่แตกต่างกัน

ทั้งนี้ รายละเอียดของแต่ละโมเดล มีดังนี้

4.1.1) โมเดลการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ของสื่อท้องถิ่น และสื่อชุมชนภาคพลเมือง

จากการสังเคราะห์ข้อมูลการสนทนากลุ่มย่อยร่วมกับสื่อท้องถิ่น และสื่อพลเมืองในการจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการจำนวน 4 ครั้งใน 4 ภาค ผู้ประกอบการสื่อท้องถิ่น และสื่อชุมชนภาคพลเมืองสะท้อนกระบวนการและรูปแบบในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในการรายงานข่าว สามารถสรุปเป็นโมเดลได้ดังนี้



ภาพที่ 45 กระบวนการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ของสื่อท้องถิ่นและสื่อชุมชนภาคพลเมือง

ข้อมูลจากกลุ่มสื่อมวลชนท้องถิ่น และสื่อชุมชนภาคพลเมือง ระบุว่า การทำงานของสื่อท้องถิ่นมีจำนวนคนในกองบรรณาธิการไม่มาก ดังนั้น กระบวนการหา คัดเลือก ตรวจสอบและนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาใช้ ในการรายงานข่าว เป็นการทำงานโดยผู้สื่อข่าวเอง ประเด็นสำคัญคือ สื่อมวลชนเห็นความสำคัญของการนำข้อมูลจากออนไลน์มาใช้ เพราะมีประโยชน์ต่อการรายงานข่าว แต่ก็พบข้อผิดพลาด ข้อจำกัด และมีความไม่แน่ใจต่อการใช้งานให้ถูกต้อง เหมาะสม

ทั้งนี้ สรุปประเด็นสำคัญของกระบวนการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในงานข่าวของสื่อท้องถิ่นและสื่อชุมชนภาคพลเมือง ได้ ดังนี้

4.1.1.1) กระบวนการในการหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ สื่อต้องพัฒนาเครือข่ายเพื่อการมอนิเตอร์ข้อมูล คั่นคว้า และปฏิสัมพันธ์ให้ได้ข้อมูลมาใช้ของสื่อท้องถิ่น

กระบวนการในการหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ มี 7 วิธี คือ

1) เกิดจากการมอนิเตอร์และติดตามความเคลื่อนไหวของการสนทนา การโพสต์ และการแบ่งปันข้อมูลของผู้ใช้สื่อบนสื่อสังคม ได้แก่ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ยูทูบ และเว็บไซต์ต่าง ๆ โดยเลือกข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่มียอดผู้เข้าชม จำนวนการแสดงความคิดเห็น และจำนวนการแบ่งปันจำนวนมาก

2) สื่อสร้างเครือข่ายบนช่องทางสื่อสังคมหลายแพลตฟอร์มเพื่อใช้ในการติดตามข้อมูลและดึงข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่มีประโยชน์มาใช้ในการรายงานข่าว เช่น ใช้เฟซบุ๊กกลุ่ม (Facebook Group) ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลและสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ที่ติดตามและสมาชิกในกลุ่ม รวมถึงการสร้างกลุ่มในแอปพลิเคชัน LINE เพื่อเป็นช่องทางติดต่อกับเครือข่าย การพัฒนาเครือข่ายลักษณะนี้ทำให้ผู้สื่อข่าวได้ข้อมูลและประเด็นข่าวที่อยู่ในความสนใจ

3) ติดตามข้อมูลจากผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ เช่น เพจเฟซบุ๊กที่มีคนติดตามจำนวนมาก บุคคลที่มีชื่อเสียง และผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ เพื่อเลือกข้อมูลมารายงานข่าว และขยายผลต่อ

ผู้สื่อข่าวบางกลุ่มระบุว่า การหาข่าวจากเฟซบุ๊ก ส่วนตัวของบุคคลที่มีชื่อเสียง คนที่มีความชำนาญเฉพาะ หรือบุคคลทั่วไปที่มีคนแชร์ข้อมูลต่อกันมาบนสื่อสังคม หรือค้นหาได้จากแฮชแท็ก บนทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก เพื่อค้นหาประเด็นที่ต้องการหาข้อมูล หรือติดตามว่ามีประเด็นเรื่องใดที่กำลังอยู่ในความสนใจของคน ผู้สื่อข่าวสามารถรวบรวมประเด็นที่น่าสนใจ และสิ่งที่คนอยากติดตาม เพื่อนำมารายงานเป็นข่าว และในบางครั้งพบข้อมูลสำคัญที่เข้าถึงยาก แต่มีคนโพสต์บนโลกออนไลน์ และสามารถนำมาใช้เพื่อเปิดประเด็นข่าวได้

“กรณีเรื่องการขายกิจการโรงแรมราชพฤกษ์ แกรนด์ไฮเทล นักข่าวมีการหาข่าวค่อนข้างยากเพราะตัวคนขายและคนที่ซื้อไปนั้นต่างก็ไม่ยอมให้ข่าว แต่ได้มีการนำข้อความของบุคคลหนึ่งที่โพสต์ผ่านสื่อสังคมมาใช้เป็นประเด็นต่อยอด โดยมีการเขียนโยงถึงจุดเริ่มต้นของข่าวแล้วโยงไปยังข้อมูลจากแหล่งข่าวอื่นๆ” (ผู้สื่อข่าวจังหวัดนครราชสีมา สนทนากลุ่มย่อย 7 ตุลาคม 2559)

“เรื่องของการดึงคลิปมาใช้ อย่างกรณีไฟไหม้ ในพื้นที่ที่ผู้สื่อข่าวเข้าไม่ถึง เหตุการณ์ เครือข่ายหน่วยกู้ภัยบนแอปพลิเคชัน LINE มีการส่งต่อข้อมูล รวมถึงคลิปเหตุการณ์ ในการรายงานข่าวนั้น ก็นำคลิปจากสื่อออนไลน์ของ หน่วยกู้ภัยมาใช้ประกอบการรายงานข่าวได้ ” (ผู้สื่อข่าวจังหวัดสุราษฎร์ธานี สทนากลุ่มย่อย 28 ตุลาคม 2559)

4) ผู้สื่อข่าว เข้าไปมีส่วนร่วมกับการ์ตูนบนเว็บไซต์พันทิป เพื่อสอบถาม ข้อมูล เช่น มีการตั้งประเด็นบนพันทิป เพื่อให้สังคมเข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็น จากนั้นก็จะนำ ประเด็นและความคิดเห็นมาเสนอเป็นข่าว

5) ผู้สื่อข่าว ปฏิสัมพันธ์กับผู้ติดตามคนอื่น ๆ บนเพจเฟซบุ๊กหรือ ส่งข้อความ ส่วนตัวในกล่องข้อความเพื่อสอบถามข้อมูล เพื่อเป็น แหล่งข่าว แล้วจึงใช้ทักษะกระบวนการค้นคว้าหา ข้อมูลข่าวในการตามประเด็นเพิ่มเติมผ่านช่องทางและแหล่งข่าวอื่น ๆ ประกอบด้วย

6) ผู้สื่อข่าว ค้นหาข้อมูลบนเว็บไซต์ เพื่อหาข้อมูลเฉพาะทาง ให้ได้ข้อมูลที่ หลากหลาย และแตกต่าง รวมถึงค้นหาผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นเรื่องนั้น เพื่อให้ได้ข้อมูล เพิ่มเติมต่อยอดประเด็น

“การค้นหาจากเว็บไซต์ประเภทบล็อก เช่น เว็บไซต์ OKNation ช่วยให้ได้ ข้อมูลจากนักข่าวพลเมืองหรือคนที่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ในมุมมองที่ น่าสนใจ บล็อกมีลักษณะข้อมูลที่แม่นยำมากกว่าบทความจากเว็บไซต์อื่น ๆ และยังได้มุมมองความคิดของคนต่อเรื่องต่าง ๆ ด้วย” (นักข่าวพลเมือง ช่อง ไทยพีบีเอส สทนากลุ่มย่อย วันที่ 25 พฤศจิกายน 2559)

“การหาข่าวเกี่ยวกับธุรกิจเอสเอ็มอีใหม่ ๆ ก็สามารถค้นหาจากสื่อออนไลน์ทำให้ เข้าถึงธุรกิจที่น่าสนใจหลากหลายมากขึ้น อีกทั้งยังเห็นความนิยม และ ความเห็นของคนต่อธุรกิจที่จะเลือกมาใช้ในการรายงานข่าวหรือรายการด้วย ” (ผู้สื่อข่าว SMEtoday สทนากลุ่มย่อย 25 พฤศจิกายน 2559)

4.1.1.2) การคัดเลือกข้อมูลจากสื่อออนไลน์

สื่อมวลชนท้องถิ่นและสื่อ ชุมชนภาคพลเมือง ใช้หลักในการคัดเลือกข้อมูล คือ ความน่าสนใจ ความใกล้ชิด ดึงความสนใจผู้รับสารได้ และประเด็นสาธารณะที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น

เนื่องจากข้อมูลบนสื่อออนไลน์มีจำนวนมาก ผู้สื่อข่าวต้องพิจารณาความเหมาะสมและความจำเป็นในการนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มานำเสนอ เพราะบางเรื่องอาจเป็นเรื่องที่คนสนใจบนสื่อออนไลน์ แต่อาจไม่มีคุณค่าข่าวในเชิงผลกระทบต่อชุมชน หรือสาธารณะ

ตัวอย่างเช่น กรณีข่าวที่เป็นกระแสวิพากษ์วิจารณ์เด็กผู้หญิงถูกข่มขืน หากลงภาพข่าวไปจะตอกย้ำความเจ็บปวดของผู้เสียหาย และกระแสวิพากษ์วิจารณ์ผู้เสียหายในเชิงลบ ดังนั้น การนำเสนอต้องเลือกไม่ลงภาพแต่นำเรื่องมาเขียนรายงานตามข้อเท็จจริงเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม สื่อท้องถิ่นยอมรับว่าต้องตามกระแสและนำประเด็นจากสื่อออนไลน์มารายงานข่าว เพื่อให้มีคนติดตาม ซึ่งข้อจำกัดคือ เมื่อมีการนำเสนอเรื่องเดียวกันโดยไม่มีข้อมูลเพิ่มเติมและขาดกำลังคนที่มีงานที่จะค้นคว้าเพื่อต่อยอดประเด็น ข่าวจะมีลักษณะคล้ายกันในหลาย ๆ สื่อ

กระบวนการในการคัดกรองและตัดสินใจนี้ เป็นกระบวนการที่ผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการเป็นผู้ตรวจสอบข้อมูลและ หาบริบทเกี่ยวกับเรื่องเพิ่มเติม แต่เนื่องจาก องค์กรสื่อท้องถิ่นมีขนาดเล็ก กระบวนการนี้จึงเป็นหน้าที่ของผู้สื่อข่าวที่ต้องรับผิดชอบในการทำ โดยใช้วิจญาณญาณของผู้รับผิดชอบเนื้อหาเป็นหลัก ซึ่งในบางครั้งพบว่า ผู้สื่อข่าวบางคนยังขาดความเข้าใจในเรื่อง หลักจริยธรรม หรืออาจมีมาตรฐานการตัดสินใจในการเลือกใช้ข้อมูลที่แตกต่างกัน

4.1.1.3) กระบวนการตรวจสอบข้อมูล

สื่อท้องถิ่นและสื่อชุมชนภาคพลเมืองมีกระบวนการตรวจสอบข้อมูลจากสื่อออนไลน์ โดยใช้สื่อสังคมแพลตฟอร์มต่าง ๆ ในการหาข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อหาที่มา หลักฐานอ้างอิง และเปรียบเทียบข้อมูลเพื่อความน่าเชื่อถือ ดังนี้

- 1) ใช้ ²⁶ Search engine เช่น Google เพื่อค้นหาข้อมูลและหาบริบทของเรื่อง
- 2) ตรวจสอบรูปภาพผ่าน ²⁷ Google Image Search ตรวจสอบรูปที่เหมือนกัน หาดันตอผู้ที่เป็นเจ้าของผู้ หาแหล่งข้อมูลที่ให้บริบทเกี่ยวกับภาพนั้น วิธีการนี้ช่วยตรวจสอบ รูปต้นฉบับ และวันเวลาของรูปได้

²⁶ Search engine คือ โปรแกรมค้นหา คือ โปรแกรมที่ออกแบบมาเป็นเครื่องมือสำหรับใช้ ค้นหาข้อมูล ซึ่งโปรแกรมที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูลบนเว็บไซต์ หรือ เว็บไซต์ที่ใช้สำหรับค้นหาข้อมูล

3) หากมีคนส่งข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เช่น ภาพหรือคลิปมาให้ สื่อตรวจสอบต้นตอของภาพ โดยถามข้อมูลเพิ่มเติมจาก แหล่งข่าวที่ให้ ข้อมูลสื่อออนไลน์ นั้น ถ้าเป็นภาพที่ได้มาจากการโพสต์บนเฟสบุ๊กจะตรวจสอบกับเจ้าของเฟส บัญชีถึงชื่อและที่มาของภาพนั้น ๆ บางครั้งก็ตรวจสอบ หลายทางเพื่อหาความเชื่อมโยงกัน

4) ตรวจสอบข้อมูลจากผู้สื่อข่าวในพื้นที่ และแหล่งข่าวอื่น ๆ เพื่อความถูกต้อง

5) ตรวจสอบแหล่งข่าวที่ได้จากสื่อหลัก หรือสื่อที่สังกัดองค์กรใหญ่ จะรอการยืนยันจากส่วนกลางก่อน เพื่อรักษาความถูกต้องให้ได้มากที่สุด

สื่อท้องถิ่นและสื่อ ชุมชนภาคพลเมือง ให้ความเห็นว่า จะเชื่อ ถือแหล่งที่มาของข้อมูล ในกรณีเช่น ถ้าผู้ให้ข้อมูล หรือ ผู้เป็นเจ้าของเนื้อหาบนสื่อออนไลน์เป็นบุคคลที่ตรวจสอบได้ มีตัวตน และเป็นผู้มีชื่อเสียง สื่อมองว่าข้อมูลมีความน่าเชื่อถือในการนำมาใช้ในข่าว ร้อยละ 80 ของผู้ให้ข้อมูลระบุว่าเชื่อมั่นข้อมูลจากหน่วยงานรัฐ แต่ถ้าเป็นกรณีที่มาจากเฟสบุ๊กต้องมีการตรวจสอบอีกครั้ง

4.1.1.4) การนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาผลิตและเผยแพร่ในทางข่าว

การนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาใช้ สื่อต้องขออนุญาตเจ้าของเนื้อหา ก่อน และ ต้องให้เจ้าของคลิปยืนยันก่อนเสมอว่าให้สามารถใช้ในการนำเสนอข่าวได้ แต่บางครั้งสื่อพบปัญหาของการไม่สามารถติดต่อเจ้าของเนื้อหาเพื่อขอใช้ข้อมูลได้ ก็ต้องตัดสินใจ ระหว่างผลกระทบ และประโยชน์ที่จะนำเสนอเนื้อหานั้น เช่น ถ้าเป็นเรื่องที่ช่วยเตือนภัยให้กับคนในชุมชน ก็ต้องเสี่ยงใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์แม้จะยังไม่ได้รับการอนุญาตให้ใช้ข้อมูลก็ตาม

การนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาใช้ในการผลิตเนื้อหา มี 2 ลักษณะ ดังนี้

1) นำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มารายงานเป็นข่าวเพื่อสื่อสาร ถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นหรือประเด็นที่คนกำลังสนใจ โดยไม่ได้ต่อยอดข้อมูล ซึ่งข้อมูลต้อง ผ่านการตรวจสอบ และขออนุญาตจากแหล่งที่ขออนุญาตได้ ก่อนนำเสนอผ่านช่องทางต่าง ๆ

2) การผลิตเนื้อหาใหม่ โดยมีการลงพื้นที่ ทำข้อมูลเพิ่มเติม และใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์เป็นองค์ประกอบหนึ่งในการอธิบายเรื่องราวในการรายงานข่าว

การนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาใช้ในรูปแบบ การรายงานทั้งสองลักษณะ ผู้สื่อข่าวระบุว่ามีการอ้างอิงแหล่งที่มาข้อมูล ถ้าไม่ทราบชื่อของเจ้าของเนื้อหา จะอ้างอิงว่ามาจากแพลตฟอร์มใดแทน และพยายามไม่ดัดแปลง หรือบิดเบือนข้อมูลจากสื่อออนไลน์เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดในการนำเสนอ

²⁷ Google Image Search การค้นภาพบน Google โดยสามารถอัปโหลดภาพเข้าไปเพื่อให้ Google ประมวลผลหาภาพที่ใกล้เคียง หรือภาพเดียวกันที่อยู่ในฐานข้อมูลของ Google

4.1.1.5) ปัญหาทางจริยธรรมที่พบในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์

สื่อมวลชนท้องถิ่นและสื่อชุมชนภาคพลเมืองเห็นว่าข้อมูลจากสื่อออนไลน์มีประโยชน์ต่อการรายงานข่าว เพราะทำให้ได้เรื่องราวที่อยู่ในความสนใจของผู้รับสาร และในบางประเด็นผู้สื่อข่าวมีโอกาสเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลาย และ เป็นประโยชน์ต่อการนำเสนอข้อมูลเพื่อชุมชนและท้องถิ่นมากขึ้น แต่ผู้สื่อข่าวพบว่าหลายครั้งที่เกิดความผิดพลาดในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เพราะ ขาดความรู้เท่าทันต่อข้อมูล และขาดกระบวนการตรวจสอบข้อมูลที่ชัดเจน

ผู้สื่อข่าวท้องถิ่นและสื่อ ชุมชนภาคพลเมือง กังวลและไม่แน่ใจในมาตรฐานการตัดสินใจเกี่ยวกับการเลือกใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ใน 2 เรื่องหลักคือเรื่องจริยธรรมของการนำเสนอข้อมูล และลิขสิทธิ์ของการนำข้อมูลมาใช้ โดยเสนอแนวทางในการตัดสินใจที่ปฏิบัติอยู่แล้ว ดังนี้

1) กรณีเกี่ยวกับการใช้ภาพถ่าย พบปัญหาและมีข้อสงสัยจากผู้ปฏิบัติงาน มากที่สุด ผู้สื่อข่าวระบุว่าหลักที่ใช้คือ ถ้าทราบว่าใครเป็นเจ้าของภาพต้องขออนุญาต ก่อนนำไปใช้และตกลงขอบเขตการนำเสนอกับเจ้าของภาพ แต่ในบางกรณีตามหาเจ้าของ ภาพไม่พบ หรือ ไม่สามารถติดต่อบุคคลที่อยู่ในภาพถ่ายได้ ผู้สื่อข่าวต้อง งดเผชิญหน้ากับการตัดสินใจว่าการเลือกใช้ภาพนั้นจะเกิดผลกระทบต่อผู้ที่อยู่ในภาพ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผลกระทบต่อองค์กรอย่างไร ซึ่งเป็นสิ่งที่ยากในการตัดสินใจในกรณีที่มีความอ่อนไหวของข้อมูลหรืออาจกระทบหลายฝ่าย ดังนั้น ถ้าสามารถลงพื้นที่หรือถ่ายภาพเองได้ จะเลือกใช้ภาพที่ถ่ายเองเป็นหลัก และหลีกเลี่ยงการใช้ภาพจากอินเทอร์เน็ตให้มากที่สุด

2) การไปขอข้อมูลเพื่อมาทำเนื้อหารายการ มักขอข้อมูลที่เปิดเผยสาธารณะเพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ หรือบางครั้งถ้าการได้มาซึ่งข้อมูลเป็นเรื่องยาก ทางสื่อก็จะเลือกแก้ปัญหาด้วยการสร้างกราฟิกขึ้นมาแทนข้อมูลที่ต้องใช้

3) กรณีที่มีการแชร์รูปบนเฟสบุ๊ก และสื่อต้องการนำรูปมาใช้ สื่อจะขอบคุณแหล่งสุดท้ายที่เอารูปมา โดยไม่ได้ตรวจสอบโดยละเอียดถึงต้นต่อที่มา เพราะข้อจำกัดด้านกำลังคนและเวลาที่ต้องใช้ในการตรวจสอบ

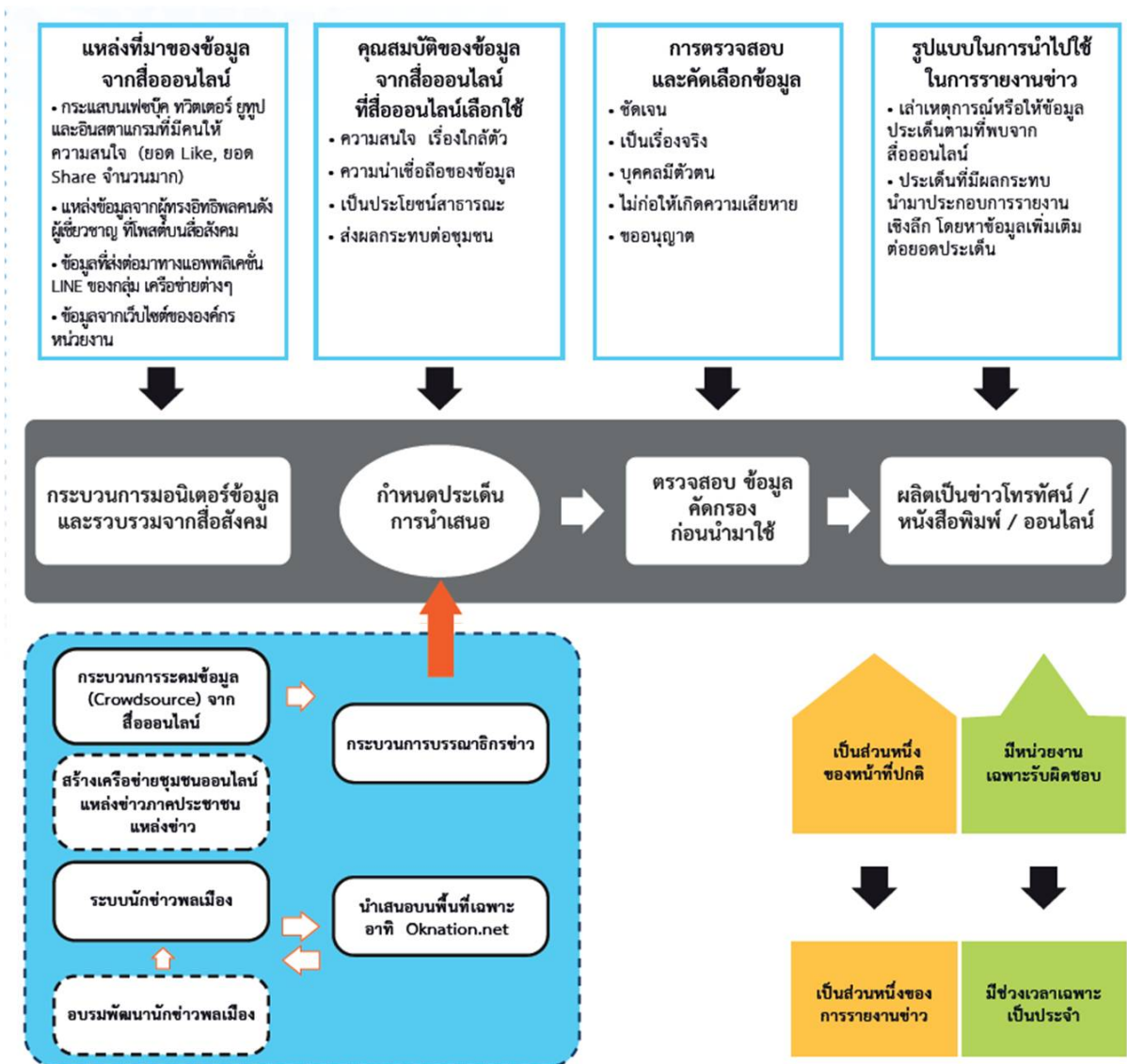
4) การหยิบข้อมูลมาจาก สื่อสังคมของบุคคลมีชื่อเสียง ขออนุญาตก่อนนำข้อมูลมาใช้เสมอ และหากข้อมูลมาจากบุคคลที่หาตัวตนไม่เจอจะใช้ วิธีอ้างอิงที่มาแทน ซึ่งถือเป็นมารยาทในการนำงานคนอื่นมาใช้

5) ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เช่น ความรุนแรง น่ากลัว หรือ อูจาด การหยิบภาพเหล่านี้มาใช้โดยไม่ปกปิด ถือว่าผิดจริยธรรม พยายามหลีกเลี่ยงการนำเสนอ หรือต้องมีการเบลอภาพในการนำเสนอ

ทั้งนี้ ข้อมูลจากสื่อท้องถิ่นและสื่อชุมชนภาคพลเมืองสะท้อนให้เห็นว่า สื่อในต่างจังหวัดยังเรียนรู้กระบวนการในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์อยู่ และยังมีข้อสงสัยในมาตรฐานในการใช้งานข้อมูลจากสื่อออนไลน์อย่างมีจริยธรรมและความเหมาะสม ความพยายามในการรักษามาตรฐานทางวิชาชีพคือการใช้หลักจริยธรรมสื่อ และวิจรณ์ญาณของแต่ละคนในการตัดสินใจ ซึ่งสื่อยอมรับว่า มาตรฐานของแต่ละคนยังแตกต่างกัน การตัดสินใจต่อสถานการณ์แตกต่างกัน ทำให้พบรูปแบบการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่มีทั้งได้มาตรฐาน และบกพร่องทางจริยธรรมในบางเรื่อง

4.1.2) โมเดลการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ของโทรทัศน์ดิจิทัล

คณะวิจัยทำการเก็บข้อมูลจากโทรทัศน์ดิจิทัลจำนวน 12 ช่อง เพื่อศึกษาเปรียบเทียบกระบวนการแนวคิด และวิธีปฏิบัติในกระบวนการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในกระบวนการสื่อเข้าสู่รูปเป็นโมเดลได้ ดังนี้



ภาพที่ 46 กระบวนการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในการรายงานข่าวโทรทัศน์ดิจิทัล

4.1.2.1) กระบวนการหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์เพื่อใช้ในข่าวของโทรทัศน์ดิจิทัล

กองบรรณาธิการของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล หาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ 3 วิธีได้แก่

1) **มอนิเตอร์ข้อมูลและรวบรวมจากสื่อสังคม (Monitoring)** เพื่อหาประเด็นและหาคำประกอบของเรื่องในการนำมาเล่าเรื่องและเหตุการณ์ โดยมีแหล่งที่มาของข้อมูลจากกระแสนบนสื่อสังคมที่ผู้สนใจและแบ่งปันต่อกันจำนวนมาก ติดตามแหล่งข้อมูลที่เป็นผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ ผู้เชี่ยวชาญ กลุ่มเคลื่อนไหว นักขับเคลื่อนประเด็น เพจดัง เช่น Drama-addict เป็นต้น รวมถึงบุคคลที่มีชื่อเสียงที่ใช้สื่อสังคมในการให้ข้อมูลกับผู้ที่ติดตามบนสื่อออนไลน์

ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่จะนำเสนอเป็นข่าวจะผ่านกระบวนการคัดเลือกและตรวจสอบของกองบรรณาธิการเพื่อนำไปใช้ในการผลิตเนื้อหาเพิ่มเติม ผู้ที่ทำการตรวจสอบคือผู้สื่อข่าวและทีมกองบรรณาธิการโดยมีคนที่รับผิดชอบในการมอนิเตอร์ข้อมูล จากสื่อออนไลน์ทำหน้าที่ค้นหาข้อมูลและตรวจสอบข้อมูลก่อนใช้งาน ลักษณะของการหาข้อมูลในแบบนี้หนึ่ง นี้ เป็นรูปแบบเดียวกับที่สื่อท้องถิ่นทำ แต่แตกต่างกันคือ โทรทัศน์ดิจิทัลมีทีมงานเฉพาะที่ทำหน้าที่ในการมอนิเตอร์ และตรวจสอบข้อมูลด้วย ไม่ใช่เพียงผู้สื่อข่าวดำเนินการคนเดียว

2) **กระบวนการระดมข้อมูล (Crowdsourcing)** หมายถึงการที่องค์กรสื่อ หรือผู้สื่อข่าวสื่อสารกับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล ตรวจสอบข้อมูล อธิบายข้อมูล และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อประเด็น อาทิ ผู้สื่อข่าวโพสต์เฟซบุ๊ก เพื่อถามข้อมูลเกี่ยวกับเหตุการณ์ภัยพิบัติ หรือ ผู้สื่อข่าวทวีตข้อความบนทวีตเตอร์แจ้งว่าจะสัมภาษณ์แหล่งข่าวคนสำคัญและให้ผู้ติดตามส่งคำถามหรือความคิดเห็นเข้ามาเพื่อนำไปใช้ในการสัมภาษณ์ เป็นต้น

การดำเนินการหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในลักษณะนี้ ทำได้โดยตัวผู้สื่อข่าวเอง หรือเป็นกระบวนการทำงานโดยกองบรรณาธิการสร้างระบบในการระดมข้อมูลขึ้นมา แต่โดยส่วนมากที่พบคือผู้สื่อข่าวระดมข้อมูลผ่านช่องทางบัญชีชื่อบนสื่อสังคมส่วนตัว

ในกระบวนการระดมข้อมูล ผู้สื่อข่าวและกองบรรณาธิการต้องสร้างเครือข่ายกับชุมชนออนไลน์ และมีความเข้าใจธรรมชาติการสื่อสารบน สื่อสังคมแต่ละแพลตฟอร์ม เพื่อปฏิสัมพันธ์และทำให้เกิดการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการรายงานข่าวได้ ผู้สื่อข่าวและทีมงาน ที่ทำหน้าที่จัดการข้อมูลจากสื่อออนไลน์ควรได้รับการอบรมเพิ่มทักษะในการบริหารจัดการชุมชนและ การสร้างปฏิสัมพันธ์บนสื่อสังคม

3) การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมในรูปแบบสื่อพลเมือง พบชัดเจนในกระบวนการของ ThaiPBS และ เครือข่าย รูปแบบการหาข้อมูลแบบนี้ คือทำให้ผู้รับสารเป็นผู้ผลิตสื่อ และเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการรายงานข่าวขององค์กรสื่อ รูปแบบของ ThaiPBS เป็นการพัฒนาเครือข่ายนักข่าวพลเมือง มีการฝึกอบรม และสร้างช่องทางเฉพาะในการนำเสนอข้อมูล

ส่วนรูปแบบของเครือข่าย คือการสร้างชุมชนคนเขียนบล็อกบน OKnation.net ซึ่งมีลักษณะของการให้พื้นที่คนในการสร้างเนื้อหา ผู้ใช้สื่อออนไลน์เขียนบันทึก และเล่าเรื่องราวตามความสนใจ ทั้งนี้ พบว่ามีการพัฒนากลุ่มนักข่าวพลเมือง พัฒนาชุมชนของคนที่แบ่งปันความสนใจเรื่องเดียวกัน รวมถึงมีบล็อกเกอร์ ที่ขับเคลื่อนประเด็นในชุมชนท้องถิ่นของตัวเอง เครือข่ายมีระบบของกองบรรณาธิการดูแลเว็บไซต์ Oknation.net ทำหน้าที่มอดิเตอร์และคัดเลือกประเด็นที่น่าสนใจมาลงในสื่อของเครือข่าย และสร้างความร่วมมือเฉพาะกิจในสถานการณ์ที่ต้องการข้อมูลจำนวนมาก เช่น ภัยพิบัติหรือประเด็นที่มีความเฉพาะเจาะจงในแต่ละพื้นที่

“ประโยชน์ของการสร้างชุมชน OKnation.net คือทำให้เป็นเครื่องมือสื่อสารของภาคประชาชนในทุกประเด็น บล็อกพัฒนา ไปคุยเรื่องวัฒนธรรม เรื่องการศึกษา สิ่งแวดล้อม ที่คนไม่ค่อยพูดถึงกัน และรวมตัวของคนที่มีความคิดคล้ายกันจนทำให้เป็นการขับเคลื่อนในเรื่องสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ในบางครั้งกองบรรณาธิการข่าวทำงานร่วมกับบล็อกเกอร์ เช่นกรณีน้ำท่วม ได้ข้อมูลภาพและเรื่องราวจากบล็อกเกอร์มาใช้ข้อมูล เรื่องประเด็นสิ่งแวดล้อมได้ข้อมูลเชิงลึกจากเครือข่าย กอปรกับสิ่งแวดล้อมในบล็อก เรื่องราวถูกนำเสนอในข่าวในเครือข่าย บล็อกเกอร์ก็ช่วยต่อยอดขับเคลื่อนประเด็นด้วย ”
(บรรณาธิการเว็บไซต์OKnation.net เครือข่าย สัมภาษณ์ 1 กุมภาพันธ์ 2560)

จะเห็นว่า สถานีโทรทัศน์ดิจิทัล มีกระบวนการ หาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ที่เพิ่มเติมมากกว่าที่สื่อท้องถิ่นทำคือ การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วม ด้วยการระดมข้อมูล และการสร้างระบบของเครือข่ายความร่วมมือกับผู้ใช้สื่อออนไลน์ และพลเมือง

4.1.2.2) การคัดเลือกข้อมูลจากสื่อออนไลน์เพื่อใช้ในข่าวของโทรทัศน์ดิจิทัล

จากโมเดลในภาพที่ 46 ยังแสดงให้เห็นว่า ข้อมูลที่ได้มาจากสื่อออนไลน์จะผ่านการกรองคัดเลือก และสื่อกำหนดประเด็นสู่การนำเสนอข้อมูล โดยกองบรรณาธิการมีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกข้อมูล ดังนี้

1) เลือกจากเรื่องอยู่ในความสนใจของประชาชน เป็นประเด็นที่มีการพูดถึง แปรเปลี่ยนกันบนสื่อสังคมออนไลน์จำนวนมาก จนเป็น “กระแส” ความสนใจ มักเป็นเรื่องที่เชื่อมโยง กับ ประสบการณ์ มีความรู้สึกร่วมกับเหตุการณ์และเรื่องราว รวมถึงเรื่องที่มีผลกระทบ ต่ออารมณ์ ความรู้สึก และมีคุณค่าทางจิตใจต่อผู้รับสาร ผู้คนจะให้ความสำคัญอยากรู้และติดตามข้อมูล ลักษณะการคัดเลือก สิ่งที่เป็นกระแสบนออนไลน์ ต้องมีการใช้วิจรรย์ญาณตัดสินใจเรื่องความเหมาะสมของเนื้อหาที่จะ นำเสนอ และผลกระทบจากการนำเสนอเนื่อหาดังกล่าวด้วย

“เกณฑ์การเลือกคือ ดูความสนใจของคน เช่น ยอดวิว แชร์ Like หรือ ดู เนื้อหาที่น่าสนใจ หรือสอดคล้องกับประเด็นข่าวที่เป็นกระแสอยู่ ณ เวลานั้น เช่น นักท่องเที่ยวตกเขาข้างเผือก อาจหาภาพนิ่งจากเฟซบุ๊กเพจต่าง ๆ นำ เนื้อหามาประกอบข่าว นอกจากนี้ยังทำการมอนิเตอร์การแสดงความคิดเห็น ที่คนมาปฏิสัมพันธ์กับข้อมูลข่าวของเรา ถ้ามีประเด็นน่าสนใจเพราะบางทีจะมี คนมาให้ข้อมูลเพิ่มเติม ทีมงานจะติดต่อเพื่อสัมภาษณ์ และนำมาใช้ในการ รายงานข่าว เช่น กรณีตำรวจเอาสินบน คนยื่นเรียกสินบน ผิดทั้งคนให้คนรับ ก็เลยเลือกนำเสนอความเห็นจากทั้งสองฝ่ายเพื่อความสมดุล อย่างไรก็ตาม ต้องพิจารณาความน่าเชื่อถือของแหล่งที่มา โดยเฉพาะเจตนา ของการโพสต์ ประกอบการตัดสินใจเลือกด้วย ” (บรรณาธิการข่าวเศรษฐกิจ ช่อง 7HD สัมภาษณ์ 24 กุมภาพันธ์ 2560)

2) เลือกข้อมูลอย่างมีรสนิยม หมายถึง การเลือกข้อมูลที่เหมาะสมต่อการ นำเสนอให้กับผู้รับสาร คำนึงถึงการละเว้นภาพความรุนแรง หวาดเสียว หวาบหวิว หรือเนื้อหาที่นำไปสู่ ความหดหู่ ความโกรธ และความขัดแย้ง และที่สำคัญต้องเลือกมุมมองในการนำเสนอข้อมูลจากสื่อ ออนไลน์ให้มีการอธิบายบริบทของเหตุการณ์ให้ชัดเจน

“การเลือกคลิปต้องอยู่ในคอนเซ็ปต์ของรายการต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ข่าวที่ดูแล้ว ไม่หดหู่ ข่าวที่ดูแล้วให้ทางออก ถึงแม้บางคลิปจะดังและเป็นกระแสจริง แต่ไม่ ตรงตามขอบเขตนโยบายของบริษัทก็เลือกที่จะไม่นำเสนอ เพราะองค์กรสื่อ ต้องหาคาแรคเตอร์การนำเสนอข่าวให้ชัดเจน อย่างของ TNN24 จะเน้นรอบ ด้านและเป็นกลาง เช่น การนำเสนอคดีบางอย่าง สื่อไม่มีสิทธิตัดสินว่าเขาคือ คนผิด ทุกคำพูดที่ใช้ในงานข่าวต้องผ่านการกลั่นกรอง จะเน้นนำเสนอที่มาจาก ไปของเรื่องราว ทางออกของปัญหาที่คนทั่วไปสามารถนำไปปรับใช้ได้ โดย

สัมภาษณ์นักวิชาการหรือคนที่มีความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้น ๆ เพิ่มเติมในเนื้อหาด้วย (หัวหน้าข่าวโต๊ะรายงานพิเศษNN24 สัมภาษณ์ 17 กุมภาพันธ์ 2560)

3) เลือกจากประเด็นที่สามารถต่อยอดอธิบายเรื่องได้ การใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในระยะแรก ๆ จะเป็นการนำคลิป ภาพ หรือข้อมูลมาเล่าในรายการข่าวตามความสนใจเท่านั้น แต่ปัจจุบัน กระแสของประเด็นบนโลกออนไลน์มีจำนวนมาก มีทั้งผู้ให้ข้อมูลหลายมิติ และตรวจสอบข้อมูล ถ้าสื่อหลักทำเพียงแค่นำเรื่องจาก สื่อออนไลน์มาบอกว่าเกิดอะไรขึ้นก็จะไม่เกิดประโยชน์ต่อผู้รับสาร ดังนั้น หลายสถานีจึงมีทิศทางของการ มอนิเตอร์ประเด็น และข้อมูลจากโลกออนไลน์ แล้วต่อยอดประเด็นในเชิงระบบ ด้วยการอธิบาย หรือ หาทางออกของเรื่องนั้น

“สำหรับวิธีการทำงาน ถ้ามีการหยิบกระแสสังคมขึ้นมาเสนอเป็นข่าว เช่น กรณีของคุณออย นามสมมุติในเฟซบุ๊กที่มีการโพสต์ข้อความว่า ถูกแอบอ้างสวมรอยบัตรประชาชน ซึ่งเหตุการณ์นี้เกิดขึ้นเมื่อปี 2557 แต่ยังไม่ส่งผลถึงเขาในปัจจุบัน เพราะคนที่เอาไปนำบัตรประชาชนไปเปิดเบอร์มือถือ ไปผูกพร้อมเพย์ ประเด็นนี้น่าสนใจเพราะเป็นเรื่องใกล้ตัว จึงส่งนักข่าวสายการเมืองไปกรมการปกครอง สอบถามความคิดเห็นกับแหล่งข่าว ขณะที่กองบรรณาธิการติดต่อไปยังผู้เสียหายเพื่อขอข้อมูล แล้วนำข้อมูลมาประกอบกัน ขยายเรื่อง ในมิติที่ใหญ่ขึ้นเพื่อเตือนภัยสังคม การที่มีกองบรรณาธิการคอยสนับสนุนการหาข้อมูลเพิ่มเติมช่วยให้พัฒนาประเด็นจากกระแสออนไลน์ นำไปสู่การอธิบายที่ชัดเจนขึ้น” (ผู้ประกาศข่าวช่อง 3 สัมภาษณ์ 12 กุมภาพันธ์ 2560)

4) เลือกประเด็นที่มีผลประโยชน์ต่อสาธารณะ คือการพิจารณาจากคุณค่าข่าวในเชิงผลกระทบ มองที่ประโยชน์ต่อสาธารณะเป็นสำคัญ การนำเสนอข้อมูลจากสื่อออนไลน์ต้องอธิบายขยายความ และขับเคลื่อนประเด็นให้เกิดประโยชน์ต่อการแก้ปัญหา และสร้างความเปลี่ยนแปลงในสังคม

การคัดเลือกข้อมูลและนำเสนอลักษณะนี้ เป็นการใช้ประโยชน์จากข้อดีของสื่อออนไลน์ในเรื่องโอกาสการเข้าถึง ประเด็นใหม่ ๆ ประเด็นที่อยู่ในความสนใจ มองเห็นปัญหาจากเสียงของคนในสังคม และเลือกหยิบมานำเสนอเพื่อประโยชน์สาธารณะได้

“เรื่องที่ต้องเป็นเรื่องใหญ่และมีผลประโยชน์ต่อสาธารณะจริง ๆ ไม่ใช่เรื่องที่มีเนื้อหาซ้ำกันแต่เป็นกระแส เรื่องที่มีการหยิบยกมาแล้วแต่ไม่ได้ตามต่อก็ยังมีอยู่ แต่จะน้อยลง ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ มีประโยชน์ในงานข่าวในแง่ของ

การติดตามต่อ เพราะอย่างน้อยก็เป็นการเผยแพร่ในสิ่งที่นักข่าวมีอยู่ หากมีภาพ คลิป หรือข้อมูลที่น่าสนใจและนักข่าว เห็นว่ามีประโยชน์ก็จะนำไปสู่การตามเรื่องต่อ ขยายผลจนทำให้เกิดประโยชน์กับสังคม เรียกได้ว่าเป็นเสมือนต้นตอที่จุดประเด็นของเรื่องต่าง ๆ และหากมีการนำเสนอหลายมุมมองทั้งการถกเถียง หรือข้อกฎหมายก็อาจนำไปสู่การแก้ปัญหาได้ ” (ผู้สื่อข่าวอาวุโส Spring News สัมภาษณ์ 4 กุมภาพันธ์ 2560)

4.1.2.3) กระบวนการตรวจสอบข้อมูลจากสื่อออนไลน์

ข้อมูลจากออนไลน์มีจำนวนมาก มีทั้งเรื่องจริง เรื่องเท็จ เรื่องที่บิดเบือนเพื่อประโยชน์ของบางฝ่าย หรือ เรื่องเล่าที่ตัดตอนทำให้เกิดความเข้าใจผิด ดังนั้น การนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาใช้ในการรายงานข่าวต้องมีกระบวนการในการตรวจสอบข้อมูลเพื่อความถูกต้องและน่าเชื่อถือ

สื่อมวลชนที่ให้สัมภาษณ์ ระบุว่า ถ้าสื่อวิ่งตามกระแสออนไลน์แล้วนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มานำเสนอเพียงอย่างเดียวก็มีโอกาสที่จะเกิดความผิดพลาดได้ง่าย การจะทำให้สื่ออาชีพแตกต่างจากสื่อออนไลน์ คือ การเป็นที่พึ่งในการตรวจสอบข้อมูลข้อเท็จจริง และนำเสนออย่างรอบด้าน

วิธีการตรวจสอบข้อมูล ที่สื่อมวลชนใช้อยู่ยังเป็นลักษณะของ การใช้วิจารณญาณและสืบค้นเพิ่มเติมจากแหล่งต่าง ๆ โดยสื่อยอมรับว่ายังไม่มียุทธศาสตร์ในการจัดการข้อมูลและตรวจสอบ ทำให้ขึ้นอยู่กับมาตรฐานการทำงานที่แตกต่างกันของแต่ละคน การขาดทีมงานเฉพาะเป็นปัญหาหนึ่งในกระบวนการตรวจสอบข้อมูล เพราะในเรื่องที่ซับซ้อนและต้องใช้เวลาในการสืบค้นเพื่อตรวจสอบ ผู้สื่อข่าวและกองบรรณาธิการไม่สามารถจัดสรรเวลาทุ่มเทให้ในกระบวนการตรวจสอบได้อย่างเต็มที่ บางครั้งยังคงเกิดความผิดพลาดในการนำเสนอข้อมูลในข่าว

ทั้งนี้ จากการสังเคราะห์ข้อมูล สรุปหลักเกณฑ์เบื้องต้นที่สื่อมวลชนใช้เป็นหลักในการตรวจสอบข้อมูลจากสื่อออนไลน์ได้ 4 วิธี ดังนี้

1) **หาดันต่อผู้โพสต์ และตรวจสอบย้อนหลังกับข่าว อื่น ๆ** หากมีประเด็นหรือข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ทั้งเรื่องราว ภาพ และ คลิป ผู้สื่อข่าวจะตรวจสอบหาเจ้าของข้อมูล โดยหาว่าต้นทางของข้อมูลมาจากโพสต์ใด ติดต่อกับเจ้าของข้อมูลเพื่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม เพื่อช่วยในการตัดสินใจต่อความน่าเชื่อถือของข้อมูล

นอกจากนั้น ยังมีการนำไปค้นหากับข่าวย้อนหลังอื่น ๆ เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือและความเป็นไปได้ของข้อมูลให้ถูกต้องมากที่สุด ณ เวลาที่ข้อมูลมีให้ตรวจสอบ อย่างไรก็ตาม ผู้สื่อข่าวยอมรับว่า บางครั้ง เมื่อมีการนำเสนอไปแล้ว อาจมีข้อมูลชุดอื่น ๆ ตามออกมา ซึ่งอาจแตกต่างหรือลดทอนความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ นำเสนอข่าวไปแล้ว ดังนั้น สื่อต้อง นำเสนอข้อมูลต่อเนื่อง และเรียงลำดับเหตุการณ์ ให้ถูกต้อง พร้อมกับนำเสนอบริบทข้อมูลประกอบให้ รอบด้าน เพื่อให้สังคมได้ ตัดสินใจและเข้าใจเหตุการณ์นั้น ๆ ได้มากที่สุด

“การตรวจสอบข้อมูล พิจารณาจากความน่าเชื่อถือของคนโพส และดูวันที่แชร์ แล้วตรวจสอบกับข่าวเก่า ๆ บางทีก็ติดต่อส่วนตัว ไปถามรายละเอียดอีกครั้ง แต่บางครั้งก็ทำไม่ทัน และบางครั้ง ก็ยอมรับว่ามีความบกพร่องในกระบวนการตรวจสอบ โดยเห็นว่ามีคนแชร์จำนวนมาก และเข้าใจผิดคิดว่าเป็นอันที่ถูกต้อง และนำมาเสนอ เช่น เคยมีกรณีที่เขา คลิปที่ผิดมาลง เช่นกรณีรถกระบะคว่ำ แล้วมีคนมาแสดงความคิดเห็นว่าเราใช้คลิปผิด วิธีแก้ไขก็คือทำข่าวต่อยอดลงพื้นที่ไปสัมภาษณ์ชาวบ้านเพิ่มเติมและนำมารายงานขยายความข่าว ”
(ผู้สื่อข่าวช่อง 7 สัมภาษณ์ 4 กุมภาพันธ์ 2560)

“ถ้าเห็นคลิปที่แชร์กันในโลกออนไลน์ก็จะเริ่มเข้าไปดูก่อน โดยส่วนใหญ่จะเลือกมาจาก Youlike เพราะมีคนให้ความสนใจ จากนั้นตรวจสอบไปที่ต้นทางที่มาของคลิปเพื่อตรวจสอบ โดยจะไม่นำเสนอก่อน ได้รับการยืนยันข้อมูลว่า เหตุการณ์เกิดขึ้นจริง เมื่อติดต่อเจ้าของคลิปได้จะมีการ สอบถามเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมและตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล จากนั้นจะนำข้อมูลที่ได้มาเรียบเรียง เพื่อรายงานข่าว บนพื้นฐานของ ข้อเท็จจริง” (ผู้สื่อข่าว TNN24 สัมภาษณ์ 17 กุมภาพันธ์ 2560)

2) มอนิเตอร์การแสดงความคิดเห็น ต่อข้อมูลจากสื่อออนไลน์ การอ่านความคิดเห็นต่อข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เช่น แสดงความคิดเห็นใต้โพสต์เฟซบุ๊ก เป็นต้น ช่วยตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลได้ เพราะบางครั้งมีคนช่วยตรวจสอบข้อมูล ตั้งคำถามหรือให้ข้อมูล ต่างแง่มุม ซึ่งสื่อสามารถนำไปตรวจสอบและขยายความต่อได้

3) รวบรวมข้อมูลอย่างเป็นทางการหรือข้อมูลจากแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือ ติดต่อแหล่งข่าวอื่น ๆ ที่มีความรู้ ความชำนาญ กับประเด็นข่าวเพื่อตรวจสอบข้อเท็จจริง แหล่งข้อมูล โดยการส่งผู้สื่อข่าวลงพื้นที่

“ในข่าวกระแสเราใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ตามความสนใจของสังคม และสิ่งที คาดว่าจะเกิด บางเรื่องตรวจสอบเชิงลึกแล้วก็ต้องดู เวลานั้นเสนอถึงความ เหมาะความ เช่น ข่าวลือเรื่องการแต่งตั้งสมเด็จพระสังฆราชองค์ที่ 20 แล้ว หากตรวจสอบข้อมูลชัดเจนแล้ว จะนำไปกำหนดว่าจะทำสื่อกฎเพื่อ นำเสนอ ข้อมูลอย่างไร เมื่อมีการประกาศอย่างเป็นทางการ บางทีแหล่งข้อมูลในการ ตรวจสอบก็ใช้ข้อมูลของเว็บบอร์ด หรือเพจดัง ๆ ตรวจสอบ แต่ไม่ได้นำมา กำหนดน้ำหนักทั้งหมดของข่าวว่าเป็นไปตามนั้น สุดท้ายต้องตรวจสอบก่อน และมีการยืนยันจากแหล่งข่าวที่เชื่อถือได้” (ผู้สื่อข่าวอาวุโส MCOT สัมภาษณ์ 2 กุมภาพันธ์ 2560)

“การใช้ข้อมูลในสื่อออนไลน์ในงานข่าวต่างประเทศ เป็นการเลือกเอาภาพ หรือ คลิปมาใช้โดยหยิบเฉพาะเรื่องที่เกิดขึ้นในต่างประเทศ และใช้สื่อสังคมในการ ตรวจสอบ ข้อมูลในโซเชียลมีเดียเท่านั้น ไม่ใช่ต้นทางในการหาประเด็นข่าว ” (ผู้สื่อข่าว ช่อง 3 สัมภาษณ์ 4 กุมภาพันธ์ 2560)

“หากเกิดเหตุการณ์ขึ้น และนักข่าวเห็นคลิปบนสื่อออนไลน์ จะ ประสานไปยัง หน่วยงานที่ดูแลก่อน เพื่อสอบถามข้อเท็จจริง เช่น เมื่อเกิดเหตุการณ์น้ำท่วม อาจติดต่อไปยังหน่วยงานบรรเทาสาธารณภัยเพื่อสอบถามว่า เหตุการณ์ใน คลิปนี้เกิดขึ้นจริงหรือไม่ และเกิดขึ้นหนักจริงมากน้อยแค่ไหน เพื่อหาคำตอบ มายืนยันข้อเท็จจริง โดยเฉพาะตรวจสอบจากแหล่งข่าวที่มีอยู่ เมื่อมั่นใจและมี ข้อมูลบริบทเพิ่มเติมแล้วจึงนำมาเสนอเป็นข่าว ” (ผู้สื่อข่าว PPTV36HD สัมภาษณ์ 10 กุมภาพันธ์ 2560)

4) ใช้ดุลพินิจ และวิจรรณญาณส่วนตัวของผู้สื่อข่าว ผู้สื่อข่าวต้องมีทักษะใน การกลั่นกรอง คัดเลือกข้อมูล มีความรู้ และเข้าใจต่อบริบทของเรื่องที่น่าเสนอบนโลกออนไลน์ เพื่อใช้ ประกอบในการตัดสินใจต่อความน่าเชื่อถือ และคุณค่าของข้อมูลจากออนไลน์ที่จะนำมาใช้งาน

“สำหรับเนชั่นจะใช้คนที่มีความประสพการณ์ มากลั่นกรองความเป็นไปได้ของแต่ละ ข่าว เบื้องต้นจะใช้ดุลพินิจขอ งบบุคคลเหล่านี้ก่อน หากยัง ไม่มีความแน่ใจใน ข้อมูล ก็จะมีกระบวนการตรวจสอบ ซึ่งการนำ ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ มาใช้จะ เป็นการนำมาต่อยอด เพื่อให้งานข่าวมีคุณภาพและเกิดความน่าสนใจ ” (ผู้สื่อข่าว เนชั่นทีวี สัมภาษณ์ 15 กุมภาพันธ์ 2560)

4.1.2.4) การผลิตเนื้อหาที่ใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์

เมื่อตรวจสอบข้อมูลจากสื่อออนไลน์แล้ว กระบวนการในการผลิตและเผยแพร่ของสื่อกระแสหลัก ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1) นำข้อมูลจากสื่อออนไลน์ไปประกอบในการรายงานข่าว เช่น ข่าวอ่านเล่าข่าว และสื่อบันทึกภาพ เพื่อช่วยอธิบายเรื่องราวและประเด็นให้ชัดเจนขึ้น

2) ใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในรายการเฉพาะ มีทีมงานเฉพาะในการรวบรวม ตรวจสอบ พัฒนาประเด็นและเรื่องราวเพื่อใช้ในรายการ เช่น รายการข่าวก่อนเช้า ทางช่อง MCOT รายการเช้าข่าวชัดโซเชียล ทางช่องไทยรัฐทีวี เป็นต้น ซึ่งจะเน้นการนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาขยายประเด็นเพื่อเล่าเรื่องและอธิบายข้อมูลแก่ผู้ชม

ประเด็นสำคัญในการนำเสนอข้อมูลจากผู้สื่อข่าวระบุคือ การต่อยอดประเด็น และสามารถอธิบายบริบทของเรื่องราวที่มาจากสื่อสังคมออนไลน์ได้ อย่างไรก็ตาม แนวคิดนี้ยังมีข้อจำกัดในเรื่องเวลาของการนำเสนอ การแข่งขันเพื่อชิงความรวดเร็วในการนำเสนอข้อมูล ทีมงานที่จำกัดและภาระงานที่เพิ่มขึ้น แต่ถ้าหากสื่อมวลชนสามารถทำได้ จะทำให้สามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลจากสื่อออนไลน์ได้อย่างเต็มที่

“ถ้าจะใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ต้องนำมาต่อยอด ต้องใช้วิจารณญาณและความรู้ที่มีในการให้บริบทต่อข้อมูลนั้น การตรวจสอบข้อมูลจากสื่อออนไลน์ใช้หลักการเกี่ยวกับการตรวจสอบและค้นคว้าข้อมูลในการรายงานข่าวแบบดั้งเดิม โดยอาจใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการตรวจสอบเพิ่มเติมได้ และ ถ้านำมาใช้ต้องต่อยอดประเด็นให้ มากกว่าหรือทำให้เรื่องเป็นประโยชน์ต่อสังคม แต่อุปสรรคสำคัญก็คือ ข้อมูลมีจำนวนมาก กระจุกกระจาย และมาตรฐานการทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อการตรวจสอบข้อมูลที่เที่ยงตรง วิธีการแก้ปัญหา คือ ควรต้องมีคนที่กำหนดมาตรฐานในการตัดสินใจ และมีจุดยืนที่ชัดเจนในการเลือกและใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในการรายงานข่าว ” (บรรณาธิการข่าว NOW26 สัมภาษณ์ 20 กุมภาพันธ์ 2560)

การนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาผลิตและเผยแพร่ ต้องอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูล ซึ่งใช้วิธีเดียวกันกับสื่อท้องถิ่นคือ อ้างอิงชื่อบัญชีผู้ใช้งานแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เป็นเจ้าของข้อมูลหรือเป็นคน

โพสต์ข้อมูลดังกล่าว และอ้างอิงชื่อแพลตฟอร์ม เช่น YouTube และ Wikipedia เป็นต้น ลักษณะในการอ้างอิงข้อมูลจะต้องขึ้นเป็นกราฟิกข้อความประกอบให้ชัดเจน

นอกจากนั้น การนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาใช้ ต้องมีการคัดกรองสิ่งที่ไม่เหมาะสม เช่น ภาพที่รุนแรง ภาพที่โป๊เปลือย ภาพความขัดแย้ง เป็นต้น จะต้องมีการตัดต่อ ตัดแปลง เปลี่ยนมุมมอง หรือใช้การเบลอ หรือเสียงที่มีความรุนแรง คำพูดที่หยาบคาย ต้องตัดต่อก่อนเผยแพร่

“ปัจจุบันไทยรัฐทีวีมีการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์เป็นต้นทางข่าวอยู่ 2 แบบ ทั้งภาพ เสียงหรือบุคคลที่อยู่ในข่าว โปสต์ที่เขาโพสต์บนหน้าเฟซบุ๊กตัวเองก็สามารถนำมาใช้ได้ วิจารณ์ญาณก็จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกก็เริ่มต้นจากในออนไลน์ ส่วนใหญ่ที่เอามาใช้จะเป็นข่าวที่ใกล้ชิดกับประชาชน เช่น กรณีตำรวจเรียกรับสินบนหรือกรณีอุบัติเหตุต่างๆ ที่คลิบเหล่านั้นถือเป็นหลักฐานสำคัญ ส่วนอีกแบบหนึ่งก็จะเป็นกระแข่าว นักข่าวเอาไปสืบค้นข้อมูลเพิ่มเติมในสื่อสังคมเพื่อตรวจสอบข้อมูล เพื่อนำกลับมาเสนอประกอบในข่าว ”
(บรรณาธิการโซเชียลมีเดีย ไทยรัฐ 2 ธันวาคม 2559)

สรุป กระบวนการในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ของโทรทัศน์ดิจิทัลมีกระบวนการที่เป็นระบบมากกว่าสื่อท้องถิ่น เพราะมีทีมงานจำนวนมากว่า แต่ก็ยังพบปัญหาที่ทำให้เกิดความผิดพลาดทางจริยธรรมในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์เหมือนกับสื่อท้องถิ่น โดยปัญหาที่พบเกิดจากปัจจัย ดังนี้

- 1) มาตรฐานที่เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจคัดเลือกและตรวจสอบข้อมูลไม่ชัดเจน ในบางสถานการณ์ต้องใช้วิจารณ์ญาณที่แตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจต่อการเลือกใช้อ้างอิงข้อมูลยังแตกต่างกัน
- 2) การนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาใช้ประโยชน์ในการอธิบายและต่อยอดข้อมูลยังทำได้ไม่เต็มที่ และขาด ระบบการจัดการข้อมูลเพื่อใช้ประโยชน์ในเชิงลึกอย่างมีประสิทธิภาพ เพราะจำนวนคนทำงานที่น้อย ความรู้ความเข้าใจต่อการจัดการข้อมูลสื่อออนไลน์แตกต่างกัน และสถานการณ์การแข่งขันในการนำเสนอข้อมูลเพื่อความนิยมและดึงความสนใจของผู้รับสาร

4.2 ผู้รับสารสะท้อนการทำงานของสื่อในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในข่าว

ข้อมูลส่วนนี้ได้จากการสนทนากลุ่มย่อยกับตัวแทนผู้รับสารจากนักเรียนมัธยมปลาย นักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิทยาศาสตร์และสื่อสารมวลชน และนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน ประเด็นในการสนทนากลุ่ม ประกอบด้วย การรับข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ความเห็นต่อการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อ การผลิตและใช้ข้อมูลจากออนไลน์ รวมถึงความเห็นต่อการกำหนดมาตรฐานในการรับ – ใช้ – ผลิตสื่อออนไลน์

4.2.1) ลักษณะการใช้ – รับ – ผลิตข้อมูลของผู้รับสารบนแพลตฟอร์มออนไลน์

พฤติกรรมการรับและใช้ข้อมูลข่าวสารบนสื่อออนไลน์ของผู้รับสารกลุ่มตัวอย่าง สรุปได้ดังนี้

4.2.1.1) ชอบรับข้อมูล เกี่ยวกับ เรื่องอาหาร การท่องเที่ยว สัตว์น่ารัก มุขตลกขำขัน วิดีโอไวรัล แคมเปญรณรงค์ ตัวอย่างภาพยนตร์ การรีวิว หากเจอเรื่องที่ถูกใจก็จะกดไลค์และแชร์ทันที โดยที่ไม่ได้ขออนุญาตเจ้าของข้อมูล

4.2.1.2) โดยปกติใช้สื่อสังคม (Social Media) มากกว่าดูทีวี โดยเฉพาะ Facebook และ LINE โดยใช้ทุกวันในการดูรับข่าว โพสต์เรื่องส่วนตัว และติดตามข้อมูลที่มีคนส่งต่อมา

4.2.1.3) การตรวจสอบ ข้อมูล ตรวจสอบ จากแหล่งที่มาโดยดูจากยอดไลค์และจำนวนผู้ติดตาม กรอบคิดต่อความน่าเชื่อถือและการตรวจสอบข้อมูลของแต่ละคนแตกต่างกันหลากหลาย ดังนี้

- ผู้มีชื่อเสียง จะน่าเชื่อถือกว่าบุคคลทั่วไป เพราะมีหลักฐานข้อเท็จจริงที่ตรวจสอบได้
- เว็บไซต์พันทิปเป็นแหล่งข้อมูลที่ค่อนข้างน่าเชื่อถือ เพราะข่าวและคอมเมนต์ที่มาจากเว็บไซต์พันทิปมักเป็นเรื่องจริง
- ตรวจสอบ ข้อมูลด้วยการถามเพื่อน หรือคนรอบข้าง ใช้วิธีการดูคอมเมนต์ต่างๆ ตรวจสอบจากเพจที่เชื่อถือได้ และตรวจสอบจากสำนักข่าว
- ตรวจสอบจาก เว็บไซต์ เช่น เว็บของสำนักพิมพ์ เว็บของรัฐเพื่อตรวจสอบข้อมูลเท็จจริง
- ข่าวบนออนไลน์มี ทั้งที่น่าเชื่อถือและไม่น่าเชื่อถือ ต้องอ่านรายละเอียดก่อน การตรวจสอบก็เปรียบเทียบกับสำนักข่าวอื่น หรือ ตรวจสอบใน Google แต่ส่วนใหญ่ผู้รับสารไม่ชอบแชร์ข่าว อ่านเฉย ๆ นอกเสียจากเป็นเรื่องที่เป็นกระแสจริง ๆ ถึงจะแชร์
- ถ้าเป็นเรื่องไลฟ์สไตล์ทั่วไปไม่คิดว่าต้องตรวจสอบความน่าเชื่อถือ รับข้อมูลเพื่อความสนุก เพลิดเพลิน และอยากรู้อยากเห็น

4.2.1.4) การแชร์ข้อมูลบนโลกออนไลน์ต้องมีการไตร่ตรองก่อน แต่กลุ่มตัวอย่าง ยอมรับว่า มีทั้งที่คิดก่อนและกดแชร์ต่อเลย เพราะคิดว่าเป็นเรื่องที่ใคร ๆ ก็แชร์ ทั้งนี้ สรุปพฤติกรรมและกรอบคิดเกี่ยวกับการแชร์บอกต่อข้อมูลบนสื่อออนไลน์ ได้ดังนี้

- ถ้าเรื่องนั้นมีผลกระทบต่อบุคคลอื่นหรือเป็นข่าวไม่ดีจะไม่แชร์ เพราะบางเรื่องไม่ได้เกี่ยวข้องกับเราและเราไม่ได้มีหน้าที่เสนอข่าวนั้น
- ถ้าหากอ่านคอมเมนต์ใต้โพสต์แล้วไม่เห็นด้วย หรือไม่น่าเชื่อถือก็จะไม่แชร์ ข้อมูลนั้น เพราะถือว่าไม่เกี่ยวกับตัวเอง
- ถ้าเป็นภาพ หรือคลิปที่น่ารัก บางคนก็เซฟเก็บไว้ดู บางอันที่เห็นคนแชร์กันจำนวนมาก ก็จะแชร์ต่อบ้าง เช่น เพจคำคม โดยเลือกการบอกต่อสิ่งที่ตรงกับความสนใจ
- เรื่องเกี่ยวกับดาราที่มีพฤติกรรมไม่เหมาะสม กลุ่มตัวอย่างบางส่วนกดแชร์ เพราะต้องการวิพากษ์วิจารณ์พฤติกรรมนั้น มีบ้างที่แชร์ไปแล้วกลายเป็นเรื่องเท็จ แต่ก็แก้ไขอะไรไม่ได้

“การแชร์สามารถ มีผลกระทบต่อคนอื่น อาจ ตัดอนาคตเขาได้ สังคมไทยเป็นประเภทที่ว่ากันเป็นเรื่องสนุก คือมีอะไรก็วิจารณ์ โดยที่ไม่ตรวจสอบต้นเหตุว่ามีที่มาอย่างไร ถ้าเราเป็นคนในคลิปแล้วมีคนมาแชร์ ไปแล้วพูดถึงไม่ดี เราคงไม่ชอบ ก็เลยทำให้ไม่ ยากแชร์เรื่องที่เกี่ยวข้องกับเรา เลือกแชร์เรื่องที่มีสาระมากกว่า” (ตัวแทนนักศึกษา สนทนากลุ่มย่อย เชียงราย 3 ธันวาคม 2559)

4.2.1.5) ข้อมูลบนออนไลน์ ประเภทความคิดเห็น หรือ แง่คิด อ่านแล้วเชื่อได้ แต่การแสดงความคิดเห็นบนโลกออนไลน์มีหลากหลาย ขึ้นอยู่กับ แต่ละกลุ่ม ดังนั้น ผู้รับสารต้องเลือกกลุ่มที่จะรับข่าวสารข้อมูล เพราะถ้าเป็นกลุ่มที่สร้างสรรค์ก็จะได้ประโยชน์หลายแง่มุม

4.2.1.6) เยาวชนผลิตเนื้อหาของตัวเองบน สื่อออนไลน์ และชอบให้คนมาติดตาม เพื่อเป็นแรงผลักดันในการผลิต ทั้งนี้ หากมีใครนำข้อมูลที่ผลิตไปใช้ ต้องการให้ขออนุญาตก่อนเสมอ

4.2.1.7) การใช้ภาษา ผู้รับสารในฐานะวัยรุ่นยอมรับว่าจะมีการใช้ภาษาที่สุภาพบ้าง ไม่สุภาพบ้าง ต้องรู้เท่าทันการโพสต์ของตัวเอง

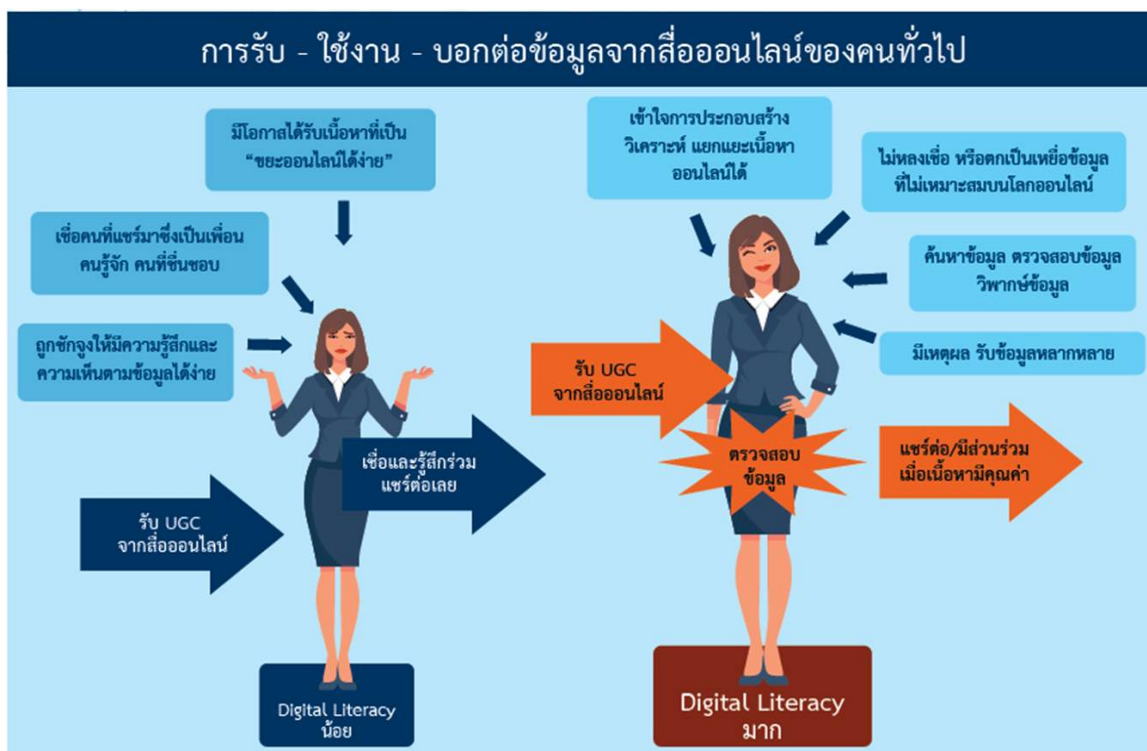
“ผมมองว่าเป็นภาษาวิบัติ และมันจะกลายเป็นอุปสรรคในการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคล ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร เพราะภาษามันต้องถูกต้อง ผู้ส่งสารต้องการให้เข้าใจแบบหนึ่ง แต่ผู้รับสารอาจรับสารอีกแบบหนึ่งก็ได้ เพราะวัยรุ่น

สมัยนี้ใช้ภาษาไม่ถูกต้อง ” (ตัวแทนนักเรียน สหชนากลุ่มย่อย นครราชสีมา
7 ตุลาคม 2559)

4.2.1.8) บนสื่อออนไลน์มีสิ่งๆที่เรียกว่า “ขยะในโซเชียล” คือเนื้อหาที่ไม่สร้างสรรค์ ไปเปลือย รุนแรง ซึ่งมีคนแชร์มาเป็นประจำ หรือแม้แต่คนที่เรียกว่า เน็ตไอดอลแต่ทำตัวไม่เหมาะสม แต่มีคน Like และ Share ก็มีจำนวนมาก ผู้ให้ข้อมูลตั้งข้อสงสัยว่า ทำไมไม่สร้างเนื้อหาดี ๆ และยกย่องชื่นชมคนที่ทำเนื้อหาดีมากกว่าเนื้อหาที่หือหาว โดยเฉพาะใน Facebook พบข้อมูลที่ไร้สาระและไม่เหมาะสมบ่อยครั้ง เช่น ถ่ายคลิปตีกัน แล้วถ่ายทอดสดให้ดู แต่มีคนชอบดูจำนวนมาก ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญของการใช้สื่อออนไลน์

4.2.1.9) ผู้ใช้สื่อออนไลน์มองว่า ต้องตั้งสติและใช้วิจารณญาณในการเสพสื่อ เพราะสื่อออนไลน์ในสมัยนี้มีความรวดเร็ว และอาจมีความผิดพลาดในข้อมูล

การสังเคราะห์ลักษณะการรับ ใช้งาน และบอกต่อข้อมูลจากสื่อออนไลน์ของคนทั่วไป
สรุปเป็นโมเดล ดังนี้



ภาพที่ 47 โมเดลลักษณะการรับ - ใช้งาน - บอกต่อข้อมูลจากสื่อออนไลน์ของคนทั่วไป

ผู้รับสารมีระดับของ “การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล” (Digital Literacy) ที่แตกต่างกัน ในกลุ่มที่มีระดับของการรู้เท่าทันข้อมูลบนโลกออนไลน์น้อย ปัญหาที่พบคือ การเชื่อเพื่อน ครอบครัว และบุคคลที่คิดว่าน่าเชื่อถือ เมื่อได้รับข้อมูลจากสื่อออนไลน์ กลุ่มคนเหล่านี้จะบอกต่อ และเชื่อในข้อมูลทันทีโดยขาดการตรวจสอบ ซึ่งผลนำไปสู่การ รับข้อมูลที่บิดเบือน หรือเข้าสู่กระบวนการเป็นส่วนหนึ่งของผู้แพร่กระจายข่าวลือ นอกจากนี้ ยังมีโอกาสเปิดรับต่อเนื้อหาที่เรียกว่า “ขยะออนไลน์” คือเนื้อหาที่มีความเสี่ยงต่อความไม่เหมาะสม เช่น โฆษณาชวนเชื่อ สื่อลามกอนาจาร และเนื้อหาที่มีความรุนแรง

กลุ่มที่มีความเข้าใจ เรื่องของข้อมูลบนโลกออนไลน์ และรู้เท่าทัน โดยเข้าใจว่า ข้อมูลทุกสิ่งถูกสร้างขึ้นด้วยองค์ประกอบการเล่าเรื่องเพื่อเป้าหมายในการสื่อสารอย่างใด อย่างหนึ่งเสมอ ซึ่งอาจทำให้ข้อเท็จจริงถูกบิดเบือนได้ไม่มากนักน้อย ผู้รับสาร กลุ่มนี้จะระวังการ บอกต่อข้อมูล และมีกระบวนการในการตรวจสอบข้อมูล โดยให้ความสำคัญกับการตรวจสอบจากสื่อกระแสหลัก แม้บางครั้งสื่ออาจมีการผิดพลาด แต่ผู้รับสารคิดว่า สื่อควรเป็นที่พึ่งในเรื่องความถูกต้องของข้อมูล

ผู้ใช้สื่อที่มีความรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (Digital Literacy) สูง จะสามารถวิเคราะห์ แยกแยะข้อมูลอย่างมีเหตุผล ตั้งคำถามกับความน่าเชื่อถือและคุณค่าของข้อมูล ดังนั้น กลุ่มนี้ จะไม่แชร์ข้อมูลต่อง่าย ๆ แต่จะเลือกเฉพาะสิ่งที่สนใจ คิดว่ามีประโยชน์ และตรงกับสิ่งที่ตัวเองต้องการขับเคลื่อน

สื่อยังมีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้ตรวจสอบและอธิบายเรื่องราวที่เกิดขึ้นบนโลกออนไลน์ ในขณะเดียวกัน มาตรฐานในการปฏิบัติต่อข้อมูลออนไลน์ในการ รับ – ใช้ – ผลิต สามารถปรับใช้มาตรฐานของสื่อมวลชนกับผู้ใช้บนโลกออนไลน์ร่วมกันได้ และยิ่งจะมีประสิทธิภาพมากขึ้นถ้า “ร่วมกันสร้างมาตรฐานในการใช้สื่อออนไลน์ร่วมกันผ่านการกระทำที่มีมารยาท เข้าใจเรื่องหลักความถูกต้อง และการไม่ละเมิดผู้อื่น”

4.2.2 ความเห็นต่อการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชนในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างสะท้อนบทบาทของสื่อในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ดังนี้

4.2.2.1) สื่อหลักควรเป็นที่พึ่งเรื่องของความน่าเชื่อถือ โดยผู้รับสารมองว่าสื่อควรต้องมีการตรวจสอบข้อมูลก่อนนำเสนอทุกครั้ง หัวใจหลัก ของการใช้ข้อมูลจาก สื่อออนไลน์ คือความถูกต้อง คำนึงถึงว่าผู้อ่านจะได้อะไรจากสิ่งที่นำเสนอ ไม่ใช่ใช้วิธีพาดหัว แบนรูปภาพที่รุนแรงหรือใช้คำเกินจริง เพื่อเรียกยอดไลค์ยอดแชร์

4.2.2.2) ผู้รับสารสะท้อนว่า ยังพบข่าวจากสื่อหลักที่นำเสนอภาพและคลิปที่มีความรุนแรง ควรมีการออกกฎหมาย มาตรการและบทลงโทษที่รุนแรงต่อสื่อที่นำเสนอข้อมูลที่ไม่เหมาะสม สื่อควรมีใบรับรองการประกอบวิชาชีพและควรมุ่งถึงลิขสิทธิ์การใช้รูปภาพเป็นสำคัญ

4.2.2.3) ผู้รับสารยังมีความคาดหวังให้สื่อสร้างความน่าเชื่อถือในการรายงานข่าวโดยใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่ตรวจสอบได้ และเป็นผู้อธิบายข้อมูลให้กับสังคม อย่างไรก็ตาม ผู้ให้ข้อมูลสะท้อนว่า ปัจจุบันพบว่าสื่อกระแสหลักบางสื่อก็ไม่น่าเชื่อถือ มีความผิดพลาด และวิ่งตามกระแสบนสื่อสังคม ทำให้มีความคาดหวังในการฟังฟังสื่อกระแสหลัก ไม่เต็มร้อยเปอร์เซ็นต์ ความผิดพลาดนั้นไม่ได้กระทบเพียงแต่ตัวสื่อ แต่กระทบถึงผู้รับสารด้วย ดังนั้น หากสื่อหลักทำงานโดยคำนึงถึงความถูกต้องมากกว่าความเร็วและไม่บิดเบือนข้อเท็จจริง จะทำให้เกิดการเชื่อถือ

“สื่อบางสื่อก็ไม่น่าเชื่อถือเลย แต่บางสื่อที่มีชื่อเสียงก็มีความน่าเชื่อถือ แต่ก็สามารถเกิดความผิดพลาดขึ้นได้ ดังนั้นก่อนที่เขาจะนำเสนอ ข่าวออกมาเขาจะต้องตรวจสอบความถูกต้องก่อน จริง ๆ เราก็ไม่ได้คาดหวังถึง 100 % เพราะเราทำงานสื่อมาเราก็รู้ว่าสื่อสมัยนี้ต้องแผ่กระจายข่าวให้เร็วที่สุด เพื่อแข่งกับคู่แข่ง ทุกคนก็เลยต้องรีบเร่งทำงานส่ง แต่ก็อาจจะมีผิดพลาดบ้าง ผลกระทบก็ไม่ได้มีแค่สื่อ ก็จะมีผู้เสพสารอย่างเราด้วย ” (ตัวแทนนักศึกษาสภานาถกลุ่มย่อย นนทบุรี 25 พฤศจิกายน 2559)

4.2.2.4) ควรส่งเสริมให้นักข่าวที่เป็นพลเมือง และมีความร่วมมือกับกลุ่มต่างๆ ในการทำข่าวเพิ่มมากขึ้น เพื่อสืบค้นข้อมูลและนำข้อมูลมานำเสนอได้หลายมุม

4.2.2.5) สื่อใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ได้ แต่แหล่งข้อมูลที่ได้มานั้น ต้องน่าเชื่อถือ เช่น ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ คนที่อยู่ในพื้นที่ คนที่เห็นเหตุการณ์ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องโดยตรง แล้วเลือกประเด็นที่คนควรจะได้รู้ โดยสื่อจะต้องนำเสนอข้อมูลที่มีประโยชน์มากยิ่งขึ้น ให้ผู้รับสารมองเห็นเรื่องราวในหลายมิติ

“สื่อออนไลน์บางสื่ออาจจะมีพลเมืองดี หรือว่าผู้ที่อยู่ในเหตุการณ์นั้น ๆ เข้ามาตอบ คอมเมนต์เพื่อบอกเล่าถึงความจริง แต่อย่างไรก็ตามเราไม่ควรที่จะเชื่อเรื่องนั้น 100 % เพราะว่าเรารับรู้ข้อมูลนั้นเพียงฝ่ายเดียว ซึ่งหลักความ เป็นจริงเราไม่ควรที่จะได้รับข้อมูลช่องทางเดียว ควรจะรับข้อมูลที่หลากหลายช่องทาง และควรมีผู้เชี่ยวชาญอ้างอิงด้วยถ้าเกิดว่าเรื่องนั้นเป็นข้อมูลที่

เกี่ยวกับทางการแพทย์ อย่างกรณีข่าวเด็กนักเรียนรับน้องแล้วเกิดอุบัติเหตุจมน้ำ ก็จะต้องมีแพทย์ออกมาให้ข้อมูลด้วย เบื้องต้น แล้วก็สื่อควรจะมียุติเป็นของตนเอง แล้วก็ยึดหลักจรรยาบรรณเป็นที่หนึ่งเลย ” ตัวแทนนักศึกษา สทนากลุ่มย่อย นครราชสีมา 7 ตุลาคม 2559)

4.2.2.6) สื่อควรมีวิจารณญาณในการคัดเลือกข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เพราะไม่ใช่ทุกเรื่องบนสื่อออนไลน์ควรถูกนำไปเสนอเป็นข่าว ต้องคิดถึงผลจากการนำเสนอเป็นหลักควรมีการตรวจสอบข้อมูล เพราะเมื่อสื่อหลักนำเสนอข้อมูล ผู้รับสารจะเชื่อถือ นอกจากนี้ สื่อควรนำเสนออย่างเป็นกลาง ให้ข้อมูลรอบด้านไม่โอนเอียงไปฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง

4.2.2.7) ผู้รับสารวิจารณ์ว่ายังพบการผิดจริยธรรมของสื่อ เช่น การพาดหัว การใช้ภาพการใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม รุนแรง สร้างความขัดแย้ง และไม่เคารพสิทธิของผู้อยู่ในข่าว เช่น ข่าวอาชญากรรมบางที่ไม่มีภาพที่เห็นชัดหรือ ภาพเปลือย เป็นต้น สื่อควรเป็นตัวอย่างที่ดีในการนำเสนอภาพ และนำเสนอข่าว ผู้รับสารจะได้ทำตามได้

4.2.2.8) สื่อไม่ควรคำนึงถึงแค่ยอดวิว ด้วยการใช้นโยบายที่สร้างความแตกแยกในสังคม บางสำนักข่าวนั้นแค่ความเร็ว มีความคลาดเคลื่อนของข้อมูล ซึ่งทำให้ผู้รับสารเข้าใจข้อมูลที่ผิดพลาด

4.2.2.9) การนำคลิปจากสื่อออนไลน์มาเสนอเป็นข่าว ข้อดีคือ ทำให้ผู้รับสารได้เห็นมุมมองของเรื่องต่าง ๆ เพิ่มขึ้น แต่สื่อควรมีวิธีในการนำมาใช้ที่น่าสนใจมากกว่าแค่เปิดแล้วเล่าในข่าว

4.2.2.10) สื่อควรเคารพสิทธิของผู้ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลจากสื่อออนไลน์นั้น สื่อควรประสานขอข้อมูลจากเจ้าของ และควรพูดคุยกับผู้ที่เกี่ยวข้อง เรื่องราวเพื่อตกลงรูปแบบการนำข้อมูลมาใช้ที่เหมาะสม และเคารพสิทธิของแต่ละคน

“ข่าวควรเกิดจากสื่อลงพื้นที่ทำเอง ถ้าจำเป็นต้องใช้คลิปหรือเรื่องจากออนไลน์ ก็ต้องทำต่อยอดให้ได้มากกว่า ข้อมูลจากสื่อออนไลน์จำนวนหนึ่ง เน้นคำพูดที่ทำให้คนติดตาม รู้สึกน่าดู ใช้คำ พูดรุนแรง ยั่วยุ แต่พอเข้าไปดูก็มีแค่มุมเดียว ถ้าเป็นสำนักข่าว จะนำไปใช้ ก็ต้องพัฒนาประเด็นจากเรื่องได้ ถ้าไม่ได้ ก็ไม่ควรนำเสนอ” (ตัวแทนนักเรียน สทนากลุ่มย่อย สุราษฎร์ธานี 7 ตุลาคม 2559)

โดยสรุป ผู้รับสารสะท้อนว่า ข้อมูลจากสื่อออนไลน์เป็นเรื่องที่มีทั้งประโยชน์และโทษ และไม่สามารถเชื่อถือได้ทั้งหมด ดังนั้น ผู้รับสารต้องการให้สื่อกระแสหลักมีมาตรฐานในการนำเสนอข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่ตรวจสอบความถูกต้องแล้ว สื่อควรสามารถให้คำอธิบายและให้บริบทต่อเหตุการณ์หรือ

เรื่องราวที่มาจากสื่อออนไลน์ให้สังคมเข้าใจเรื่องราวเพิ่มมากขึ้น ผู้รับสารยังคงคาดหวังว่าสื่อกระแสหลักจะสามารถเป็นที่พึ่งที่นำเชื่อถือในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่พวกเขา

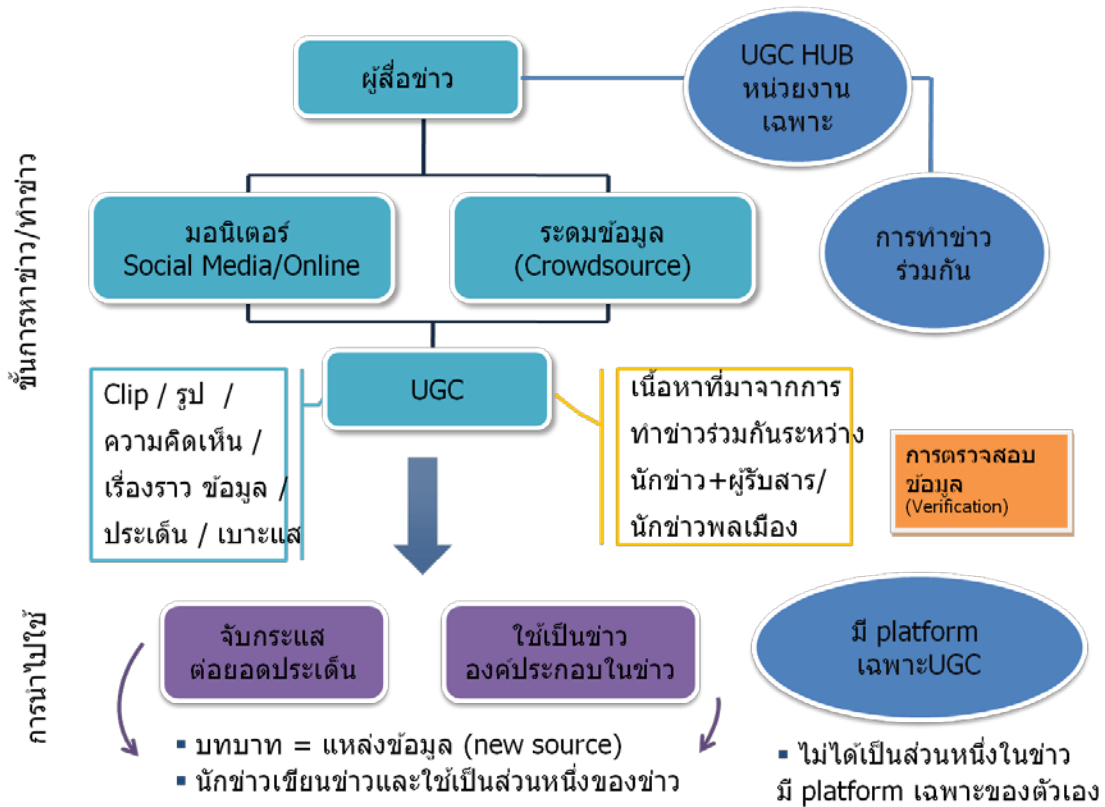
4.3 กรณีศึกษากระบวนการ รูปแบบ และการส่งเสริมการใช้ประโยชน์และสร้างมาตรฐานในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในต่างประเทศ

การใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในต่างประเทศ มีรูปแบบของการ นำข้อมูลจากสื่อออนไลน์ มาเป็นส่วนหนึ่งในข่าว และสร้างพื้นที่ หรือ แพลตฟอร์มในการนำเสนอเฉพาะเพื่อจัดระบบการนำมาใช้ที่ชัดเจน จากการศึกษาพบว่า สื่อต่างประเทศใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ในข่าว 3 ลักษณะคือ



ภาพที่ 48 การใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในการรายงานข่าวของสื่อต่างประเทศ

สื่อต่างประเทศมีการพัฒนาการใช้ข้อมูล จากสื่อออนไลน์ (User-generated Content: UGC) ในกระบวนการสื่อข่าว ทั้งขั้นตอนของการหาข่าว (News gathering) และในส่วนของ การรายงานข่าว (News Distribution) ซึ่งเป็นลักษณะที่ใกล้เคียงกับสื่อไทย ข้อจำกัดและทัศนคติต่อการใช้งานที่ยังทำให้บางองค์กรสื่อในต่างประเทศใช้งาน ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ไม่เต็มที่ก็มีเหตุผลที่ใกล้เคียงกับของไทย คือ ยังมองว่าข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เป็นส่วนหนึ่งของแหล่งข้อมูลข่าวที่ผู้สื่อข่าวต้องนำไปพัฒนาต่อยอดเพื่อเป็นรายงานที่สมบูรณ์



ภาพที่ 49 แสดงกระบวนการจัดการ UGC ของสื่อต่างประเทศ

จากแผนภาพที่ 49 แสดงให้เห็นว่า กระบวนการจัดการข้อมูลจากสื่อออนไลน์ของสื่อต่างประเทศมีความแตกต่างจากสื่อไทยคือ ในสื่อต่างประเทศ มีระบบการจัดการข้อมูล ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ อย่างเป็นระบบ โดยมีการพัฒนาช่องทางการนำเสนอ ข้อมูลทั้งในลักษณะที่อยู่ในรายงานข่าว และการสร้างแพลตฟอร์มแยกเฉพาะสำหรับการรวบรวมและนำเสนอ ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ซึ่งมีกระบวนการจัดการข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่สำคัญ ดังนี้

4.3.1) สร้างช่องทางการหาข้อมูลและนำเสนอข้อมูลจากสื่อออนไลน์

ตัวอย่าง Mysun.co.uk เว็บไซต์ในเครือของหนังสือพิมพ์เดอะซันของอังกฤษที่แยกออกมาจากเว็บไซต์ข่าวหลัก เป็นพื้นที่ให้ผู้อ่านส่วนร่วมในการแบ่งปันเรื่องราวต่าง ๆ นอกจากนั้นยังมีการพัฒนารูปแบบของการประสานความร่วมมือในการทำข่าวร่วมกันระหว่างผู้สื่อข่าว -กองบรรณาธิการ-ผู้รับสาร/นักข่าวพลเมือง และมีหน่วยงานเฉพาะในการจัดการข้อมูลจากผู้อ่าน ทั้งการค้นหา ติดตาม ตรวจสอบ และคัดเลือกมาใช้ ซึ่งเป็นการแบ่งเบาภาระของกองบรรณาธิการและผู้สื่อข่าว

ตัวอย่างที่น่าสนใจในการสร้างพื้นที่การมีส่วนร่วมและการใช้งาน UGC อย่างเป็นระบบในสื่อต่างประเทศ เช่น หนังสือพิมพ์เดอะการ์เดียนของประเทศอังกฤษ คิดค้นนวัตกรรมในการพัฒนาการใช้

งานข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ให้เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ ภายใต้แนวคิด “สร้างการมีส่วนร่วม” ในกระบวนการสื่อข่าว โดยมีการสร้างระบบช่องทางบนเว็บไซต์ข่าวที่เป็นรูปธรรมในการเข้ามามีส่วนร่วม และนำเสนอข้อมูลจากสื่อออนไลน์เหล่านั้นผ่านเว็บไซต์ด้วย แพลตฟอร์มนี้เรียกว่า Comment is Free (CiF) เปิดพื้นที่ให้คนมาแสดงความคิดเห็น วิเคราะห์และ อภิปรายประเด็นต่าง ๆ โดยมีทีมงานของกองบรรณาธิการควบคุมดูแลการแสดงความคิดเห็น และ คัดเลือกข้อมูลมานำเสนอบนเว็บไซต์อย่างเหมาะสม รวมถึงกระตุ้นผู้รับสาร ให้ร่วมแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ หนังสือพิมพ์เดอะการ์เดียน พบว่าจากการใช้งานแพลตฟอร์มนี้ ช่วยเปิดช่องทางการมีส่วนร่วมเป็นข้อมูลที่มีคุณค่ามากจากผู้อ่าน

นอกจากนี้ยังมีการทำแอปพลิเคชันสมาร์ตโฟนที่เรียกว่า GuardianWitness ให้ผู้รับสารสามารถส่งภาพ/คลิปวิดีโอที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อข่าวได้ มีการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ คือเรื่องราวจากคนอ่าน และ ผู้อยู่ในเหตุการณ์เชื่อมโยงให้เป็นการรายงานเชิงลึกที่หลากหลายบนเว็บไซต์ข่าว

หนังสือพิมพ์ New York Times คัดกรองข้อความแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นข่าวเพื่อไปต่อยอดทำสารคดีข่าวเรื่องยาว มีการนำความคิดเห็นจากผู้อ่านที่เกี่ยวข้องกับประเด็นมาสะท้อนมุมมองเป็น “reader's perspective” ใส่ประกอบไว้ในส่วนที่ตรงกับประเด็นข่าว วิธีนี้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อมุมมองประเด็นข่าว และช่วยกระตุ้นการเข้ามาแสดงความคิดเห็นที่มีสาระ วิธีการนี้เหมาะกับข่าวที่ต้องการสะท้อนความเห็นต่างมิติ

4.3.2) สร้างการมีส่วนร่วมและทำงานร่วมกันระหว่างกองบรรณาธิการและภาคพลเมือง

องค์กรสื่อในต่างประเทศหลายองค์กร พัฒนารูปแบบของการใช้งาน ข้อมูลจากผู้รับสาร สู่กระบวนการสร้างเนื้อหาพร้อมกัน (Collaborative Content) คือเนื้อหาที่มาจากผู้รับสารที่ผ่านการฝึกฝนอบรมจากองค์กรสื่อ เพื่อทำงานร่วมกัน เช่น iReport ของ CNN หรือการอบรมให้กับผู้รับสารที่เข้าร่วมโครงการกับบีบีซี รวมถึงการสร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกันในกระบวนการหาข่าว สื่อข่าว เผยแพร่ข่าวระหว่างผู้สื่อข่าว กองบรรณาธิการ และชุมชนออนไลน์ของผู้รับสาร สู่การรายงานข่าวที่มีการใช้ข้อมูลจากการทำงานร่วมของผู้รับสารในเนื้อหาข่าวที่รายงานอย่างเป็นระบบ

โมเดลของหนังสือพิมพ์เดอะการ์เดียนใช้ชื่อว่า “Open Journalism” ซึ่ง Alan Rusbridger บรรณาธิการข่าวอธิบายว่า รูปแบบของการทำข่าวแบบ Open Journalism คือการทำให้คนอ่านมีส่วนร่วมในกระบวนการทำงานของกองบรรณาธิการข่าว ไม่ใช่แค่การมอนิเตอร์หรือดึงเอา ข้อมูลจากสื่อออนไลน์จากคนอ่านมาใช้เท่านั้น หลักการที่สำคัญคือ ต้องมีรูปแบบของการกระตุ้นการมีส่วนร่วม มีการปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกัน เปิดให้มีการโต้เถียง หรือ ปรีกษา และผู้อ่านแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นและหัวข้อข่าวที่เดอะการ์เดียน กำลังพัฒนาและผลิตเนื้อหาข่าว อยู่ โดยเปิดพื้นที่ บนเว็บไซต์ข่าวให้คนติดตาม

การตัดสินใจในประเด็นข่าวของกองบรรณาธิการ ช่องทางนี้เรียกว่า "the daily newslist" ซึ่งจะบอกถึงที่กองบรรณาธิการเลือกที่จะรายงานข่าวนั้น และให้คนร่วมแสดงความเห็น วิธีการนี้กระตุ้นให้คนอ่านให้มีการเสนอแนะต่อการทำงานของกองบรรณาธิการ (Feedback) มีการให้ข้อมูลที่หลากหลายต่อประเด็นข่าว ทำให้กองบรรณาธิการและผู้สื่อข่าวที่ตามประเด็นนั้นได้ทราบทิศทางของเรื่อง และเลือกต่อยอดการทำประเด็นที่ตรงกับความต้องการของคนอ่านได้

4.3.3) พัฒนาแพลตฟอร์มเฉพาะในการระดมข้อมูลจากสื่อออนไลน์

การพัฒนาแพลตฟอร์มเฉพาะในการสร้างการมีส่วนร่วมและใช้ประโยชน์จากข้อมูลจากสื่อออนไลน์ซึ่งเป็นการทำงานระหว่างผู้ผลิตเนื้อหาและผู้พัฒนาเทคโนโลยีและแพลตฟอร์ม อาทิ แพลตฟอร์มสำหรับการระดมข้อมูล (crowdsourcing) ชื่อว่า Groundsource.co ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มให้คนมาร่วมกันแบ่งปันเรื่องราวและปฏิสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ สำนักข่าว ProPublica เคยใช้ แพลตฟอร์มนี้ในการทำข่าวเจาะ ตรวจสอบการละเมิดการควบคุมเรื่องค่าเช่า ที่อยู่อาศัยในกรุงนิวยอร์ก สหรัฐ ที่ไม่เป็นธรรม ผู้สื่อข่าวระบุว่า การใช้แพลตฟอร์มลักษณะแบบนี้เป็นการสร้างชุมชน และเมื่อผู้รับสารเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมจะมีการแบ่งปันประสบการณ์ ซึ่งพลังของผู้รับสารสามารถช่วยให้สื่อขับเคลื่อนประเด็นไปสู่การหาทางแก้ไขได้ วิธีการนี้กระตุ้นให้แลกเปลี่ยนและปฏิสัมพันธ์ อีกทั้งเห็นข้อมูลของผู้อื่นซึ่งช่วยให้แต่ละคนเปิดเผยข้อมูลได้มากขึ้น ผู้สื่อข่าวมองว่าได้ผลดีกว่าการสัมภาษณ์

ลักษณะของการพัฒนาแพลตฟอร์มหรือช่องทางเช่นนี้ เป็นกระบวนการหนึ่งในการสร้างการมีส่วนร่วม และช่วยให้เกิดระบบของการระดมข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาใช้อย่างมีเป้าหมาย การรวบรวมจัดเก็บ และตรวจสอบข้อมูลทำได้ง่ายขึ้น ซึ่งสามารถช่วยให้กระบวนการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์พัฒนาไปสู่การทำข่าวเชิงลึกได้ด้วย

4.4 ข้อเสนอแนะต่อแนวทางการสร้างมาตรฐานและการส่งเสริมการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในบริบทของประเทศไทย

จากการสังเคราะห์ข้อมูลจากการสนทนากลุ่มย่อย และการสัมภาษณ์เชิงลึก พบข้อเสนอแนะที่จะใช้เป็นแนวทางในการเสนอแนะต่อการสร้างมาตรฐานและส่งเสริมการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ดังนี้

4.4.1) การรักษามาตรฐานจริยธรรมทางวิชาชีพของสื่อ

ข้อเสนอแนะต่อการรักษามาตรฐานจริยธรรมทางวิชาชีพสื่อที่ได้จากข้อมูลการสัมภาษณ์ มีกรอบวิธีคิดและข้อเสนอแนะ ดังนี้

4.4.1.1) มาตรฐานจริยธรรมของสื่อ ต้องตั้งต้นจากผู้ผลิต โดยสร้างให้เกิดจากจิตสำนึกของบุคคล และควรมีความรับผิดชอบในเรื่องที่ผลิตด้วยองค์การเอง ควรใช้มาตรฐานจริยธรรมของการทำสื่อดั้งเดิมมาใช้กับแพลตฟอร์มออนไลน์ด้วย

4.4.1.2) สื่อควรเป็นตัวอย่างในการใช้ข้อมูลจาก สื่อออนไลน์และการนำไปเผยแพร่ต่อ เพราะผู้รับสารมี ระดับการรู้เท่าทันสื่อ ต่างกัน บางครั้งเห็นว่าสื่อนำเสนอลักษณะแบบนี้ได้ ก็คิดว่าเป็นเรื่องที่เหมาะสม ถ้าสื่อเป็นตัวอย่างในการเลือกใช้ข้อมูลจากออนไลน์ และให้ความรู้กับผู้รับสาร เช่น การอบรม ก็จะช่วยสร้างมาตรฐานในเรื่องดังกล่าวได้

4.4.1.3) สื่อควรสร้างมาตรฐานในการตรวจสอบและการเลือกใช้ข้อมูล เพื่อเป็นต้นแบบให้คนในสังคมได้รู้กรอบความเหมาะสมของเนื้อหาที่จะส่งต่อและเผยแพร่ โดยบทบาทที่ต้องการให้สื่อสร้างมาตรฐานในการใช้ข้อมูลจากออนไลน์มีหลายประเด็น ดังนี้

- หลักความถูกต้อง นำเสนอข้อเท็จจริง ที่ตรวจสอบได้ การนำมาใช้ต้อง ไม่บิดเบือนความจริง เป็นกลางและเปิดพื้นที่รับข้อมูลจากทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียม

- รสนิยมในการใช้ภาษาและองค์ประกอบในการเล่าเรื่อง ทั้งการพาดหัวข่าว การเลือกใช้คลิป และภาพในการนำเสนอ ควรละเว้นเนื้อหาที่ไม่พึงประสงค์ เช่น รุนแรง โหดร้าย โป้ อุจาด และนำไปสู่ความเกลียดชังและความขัดแย้ง

- ควรระวังการบิดเบือนข่าว ภาพไม่ตรงกับเนื้อหา และการละเมิดลิขสิทธิ์

- ควร “อธิบายเรื่อง” มากกว่าเพียงแค่เล่าเรื่อง นำมาต่อยอด เชื่อมโยงบริบท ทำให้ผู้รับสารเข้าใจประเด็นหลักมากขึ้น

- ให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิส่วนบุคคล นักข่าวมีเสรีภาพที่จะทำข่าว แต่ต้องปกป้องแหล่งข่าว และควรขออนุญาตก่อนนำข้อมูลไปใช้ สื่อไม่ควรพาดพิงเรื่องของผู้อื่นซึ่งเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล หากมีใครทำผิดพลาดในเรื่องอะไร จนทำให้เกิดเป็นประเด็นจากแค่เรื่องราวเพียงเรื่องเดียว กลับถูกขุดคุ้ยไปไปจนไม่เหลือสิทธิความเป็นส่วนตัวและไม่เหลือที่ยืนในสังคม

- คำนึงถึงการตรวจสอบความถูกต้องมากกว่าความรวดเร็ว

- มีความเข้าใจและมาตรฐานในการใช้ข้อมูลที่มีลิขสิทธิ์

สังคมสามารถตรวจสอบสื่อโดยการแสดงความคิดเห็นได้โพสต์ข่าว เพื่อให้สื่อปฏิบัติหน้าที่ตามความคาดหวังของสังคม ผู้รับสารควรมีบทบาทในการกำกับและตรวจสอบการทำงานของสื่อได้

“ถ้าจะทำให้คนเชื่อสื่อมากกว่านี้ สื่อก็ต้องนำเสนอข้อเท็จจริง ไม่บิดเบือน ควร มีจรรยาบรรณมากกว่านี้ บางข่าวออกมามีทั้งเท็จและจริง สื่อน่าจะมีใบรับรอง หรือใบรับรองวิชาชีพสื่อ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ อมากขึ้น” (ตัวแทนนักเรียน สทนากลุ่มย่อย สุราษฎร์ธานี 27 ตุลาคม 2559)

“สำหรับผมถ้าออกกฎหมายก็จะดูแรงไป ใน สื่อออนไลน์ก็ไม่อยากให้งัดถึงขนาดนั้น อยากให้มีเสรีภาพบ้าง ผมอยากให้เกิดวิชาชีพไปเลยครับ จากพวก โฆษณา สินค้าที่ลงขายกัน ถ้าจับได้ก็เก็บภาษีไปเลย อยากให้มีมาตรการ อยากให้มีตัวอย่างให้เด็กดู สิ่งที่ถูก และปลูกฝัง อยากให้สื่อหลักช่วยให้ข้อมูล เกี่ยวกับวิธีการตรวจสอบข่าวหรือโฆษณานั้นๆ ว่าเป็นมาอย่างไร เชื่อถือได้ มากแค่ไหน” (ตัวแทนนักศึกษา สทนากลุ่มย่อย เชียงราย 3 ธันวาคม 2559)

4.4.2) สร้างระบบในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์

ผู้สื่อข่าวมองว่า มีความจำเป็นต้องใช้ข้อมูลจากออนไลน์ในการรายงานข่าวบางเรื่อง ดังนั้น ควร มีกระบวนการใช้ประโยชน์จากข้อมูลเหล่านี้ ในการนำมาเล่าเรื่องเพื่อให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

ปัจจุบัน การที่ไม่มีมาตรฐานหรือแนวปฏิบัติในการใช้ข้อมูลจากออนไลน์ ที่ชัดเจน เป็นปัญหาต่อการตัดสินใจของผู้สื่อข่าวในสถานการณ์และบริบทที่แตกต่างกัน ทำให้บางครั้งพบการใช้ข้อมูลที่ผิด ละเมิดสิทธิ และเป็นคำถามให้สังคมสะท้อนถามถึงจริยธรรมของการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อจึงมีความจำเป็น ที่ต้องมีข้อตกลงหรือมาตรฐานกลางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกข้อมูลจากโลกออนไลน์ในการรายงานข่าว

“ข้อมูลจากสื่อออนไลน์มีทั้งคุณและโทษ โดยจะย้อนกลับไปทบทวนของสื่อเมื่อเกิดเหตุการณ์อะไรก็ตาม สิ่งแรกที่คนบนสังคมทำคือยกมือถือขึ้นมาถ่ายกว่านักข่าวจะไปถึงก็ทำได้แค่เพียงการรายงานเหตุการณ์ สัมภาษณ์คนในเหตุการณ์ แต่เสียงสัมภาษณ์ก็ไม่มี ความหมายเท่าภาพเหตุการณ์ สื่อจะได้ภาพนั้นได้ก็อาจมาจากกล้องติดรถยนต์ของคนในเหตุการณ์ อาจเห็นวินาทีของตึกที่ถล่มลงมา คลิปนั้นจะสามารถอธิบายอะไรได้หลายอย่างว่าลักษณะการถล่มเป็นอย่างไร มีใครรอดชีวิตจาก ณ เวลาที่เกิดเหตุจริง ๆ รายละเอียดเหล่านี้จะถูกนำไปอ้างอิงในการหาข้อเท็จจริงต่อ ซึ่งทุกคนสามารถเป็นนักข่าวพลเมืองได้โดยที่เขาไม่รู้ตัวและใช้ประโยชน์จากข้อมูลได้ แต่ถ้านักข่าวไม่ได้ตั้งมั่นในการทำหน้าที่อย่างชัดเจน และไม่มีการตรวจสอบว่าที่มาก็ อาจเป็นการทำหน้าที่ที่ไม่มีความรับผิดชอบ อาจสร้างความเข้าใจผิดในเรื่องนั้น ๆ ได้เช่นกัน” (ผู้สื่อข่าวไทยรัฐทีวี สัมภาษณ์ 31 มกราคม 2560)

“คนบนโลกออนไลน์บางคนสร้างหลุมพรางไว้ให้สื่อหลงเชื่อ มีสื่อหลายสื่อที่นำมาเล่นแต่สุดท้ายไม่ใช่ข้อเท็จจริง ถ้าเราเอามาต้องเริ่มสงสัยก่อนว่าข้อเท็จจริงเป็นอย่างไร แล้วให้ประโยชน์อะไรต่อสังคมบ้าง แต่ถ้าเป็นประเด็นที่เป็นกระแสหรือคดีอาชญากรรม อย่างเช่น กราบรถกู ต้องเอามาตรวจสอบความจริงอย่างรอบคอบ ถ้าเป็นพวกคลิปโซเชียลต่าง ๆ จะไม่นำมาเป็นข่าว ต้องพิจารณาถึงคุณค่าข่าวเมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไปแล้ว ถ้าเราจะไม่สนใจคลิปเหล่านี้เลยมันก็คงเป็นไปได้ เพราะออนไลน์เปรียบเสมือนอีกโลกหนึ่ง จริง ๆ มีประโยชน์ แต่บางครั้งนักข่าวก็ให้น้ำหนักกับโลกนี้มากเกินไป ไม่น่าไปต่อยอด เพราะฉะนั้นก็ไม่ต่างกับประชาชนทั่วไปที่หยิบมือถือขึ้นมาแล้วก็โพสต์คลิป จริง ๆ สื่อสามารถทำได้แต่ต้องมีกระบวนการวิเคราะห์ที่มากกว่า คิดให้ดีกว่ามันมีคุณค่าข่าวไหม ” (บรรณาธิการข่าวเศรษฐกิจ ช่อง 7 สัมภาษณ์วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2560)

4.4.3) การนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาใช้อย่างสร้างสรรค์

สื่อหลักมีความกังวลต่อการถูกลดความสำคัญเพราะตามประเด็นบนสื่อออนไลน์ จึงมีข้อเสนอแนะว่าสื่อควร มีมาตรฐานและแนวคิดในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่สร้างสรรค์ และทำให้ผู้รับสารอยากติดตามข้อมูลจากสื่อกระแสหลัก ซึ่งแต่ละองค์กรที่ต้องการ สร้างแนวทางของตัวเอง ที่ชัดเจน คือยึดหลักความถูกต้อง และการนำเสนอที่แตกต่าง

“สื่อกระแสหลักสู่ความไวของโลกออนไลน์ไม่ได้ ออนไลน์คือนักข่าวในภาคประชาชน เรื่องบนออนไลน์ที่ยอดไลค์ ยอดแชร์จำนวนมาก แสดงว่าเป็นเรื่อง ที่คนให้ความสนใจ การหยิบมานำเสนอ โดยสื่อกระแสหลักต้อง ทำให้แตกต่าง จากเนื้อหาที่อยู่บนโลกออนไลน์ ถ้าไม่อย่างนั้นคนจะดูบนโลกออนไลน์หมด ที่วีไม่มีค่า อาจเป็นการหยิบข้อมูล มาตรวจสอบ มีนักวิชาการมาอ้างอิง และ อธิบายเรื่องให้มีความชัดเจนมากขึ้น เพื่อหาข้อสรุปของเรื่องให้สังคม ” (ผู้สื่อข่าวช่อง 3 สัมภาษณ์วันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2560)

4.4.4) ระวังเรื่องการละเมิดสิทธิ และ ลิขสิทธิ์ ในการใช้ข้อมูลจากออนไลน์

จากข้อมูลพบว่า ผู้สื่อข่าวตีความ และความเข้าใจเรื่องนี้แตกต่างกัน และยังไม่แน่ใจต่อขอบเขต ที่เหมาะสมในการใช้ ข้อมูลจาก สื่อออนไลน์เพื่อไม่ผิดกฎหมาย ไม่ละเมิดสิทธิ และไม่ละเมิด ลิขสิทธิ์ ปัจจุบัน วิธีการที่สื่อมวลชนใช้คือ การติดต่อเจ้าของข้อมูล ขออนุญาตในการใช้งาน และใช้หลักสิทธิในการ ตัดสินใจต่อการใช้ข้อมูล

“การขออนุญาตใช้ข้อมูลนั้น เราจะขอก่อนเสมอถ้าเจ้าของภาพ เจ้าของคลิป นั้นระบุไว้ว่าห้ามนำไปเผยแพร่ต่อ แต่หากไม่ได้ ระบุก็ไม่ได้ขอ เพราะหากคน แชรส์กันเยอะ ๆ อยู่แล้ว ก็แสดงว่าเจ้าของยินดีให้แชร์ ในการผลิตนั้นเอามาใช้ โดยมีการหาข้อมูลเพิ่มเติมเสมอ เช่น มีการลงพื้นที่ มีการติดต่อขอข้อมูลเพิ่มเติม จากผู้โพสต์ การเผยแพร่ มีการให้เครดิตในข่าวเสมอโดยขึ้นขอบคุณ ช่อง 7 มีกฎให้ขึ้นขอบคุณและให้เครดิตเสมอ การมีส่วนร่วมและตรวจสอบกันเองนั้น ก็มีการคุยกันเองเฉพาะในที่ทีมงานรายการเดียวกัน เช่น การ เลือกรูป ภาพที่ไม่หวาดเสียว การเซนเซอร์ภาพ เช่น ภาพเด็ก ภาพรถชนจิ้ง ๆ และ ช่อง 7 จะเอากรณีของช่องอื่น ๆ มีเป็นกรณีศึกษา เพื่อไม่ให้ช่อง 7 ทำผิด ทำซ้ำกับที่อื่น ๆ” (บรรณาธิการข่าวเศรษฐกิจ ช่อง 7 สัมภาษณ์วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2560)

“การคัดเลือกคลิป พิจารณาจากความ เกี่ยวข้องกับเนื้อหาข่าวก่อน จากนั้นทุก คลิปที่นำมาใช้จะมีการให้เครดิต โดยอ้างอิง ต้นทางของเจ้าของคลิปที่เราไป เอามาใช้เลย กรณีที่เราไม่ทราบเจ้า ฆของคลิปจริง ๆ วิธีการก็คือ เราจะให้ เครดิตที่มาของคลิปนั้น ไปเอามาจากเว็บไซต์ไหนก็ให้เครดิตเว็บไซต์นั้น

นอกจากนี้ก็อาจจะมีการตัดต่อในส่วนที่ไม่จำเป็นต้องใช้หรือไม่น่าสนใจออก เพื่อให้การทำข่าวมีความสมบูรณ์มากขึ้น ” (หัวหน้าโต๊ะข่าวรายงานพิเศษ TNN24 สัมภาษณ์ 17 กุมภาพันธ์ 2560)

“หลักสำคัญที่สื่อควรใช้คือเรื่องการเคารพสิทธิ เพราะถ้าเข้าใจในสิทธิของผู้อยู่ในข่าวก็จะป้องกันความผิดพลาด และในเรื่องความถูกต้อง นอกจากตรวจสอบข้อมูลจากเจ้าของแล้ว ผู้สื่อข่าวควรมีความเข้าใจต่อบริบทในเรื่องนั้น ๆ เพื่อสามารถสอบถามความน่าเชื่อถือของข้อมูลได้ เช่น มีคนนำเสนอเกี่ยวกับการจับกุม ก็ต้องเข้าใจว่า ขั้นตอนการจับกุมคืออะไร เพื่อไม่หลงกลข้อมูล” (ผู้สื่อข่าว NOW26 สัมภาษณ์ 9 กุมภาพันธ์ 2560)

4.4.5) ควรมีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้รับสารในกระบวนการสื่อข่าว

สื่อมวลชนให้ความเห็นว่า ควรมีการหาแนวทางปฏิบัติในการ “การสร้างการมีส่วนร่วมจาก ผู้ใช้สื่อภาคประชาชนอย่างเป็นระบบ” เพื่อให้เกิดกระบวนการตรวจสอบ คัดกรอง และหาข้อมูลและบริบทที่มีประโยชน์ต่อการอธิบายเรื่องราวที่ได้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์

“ยกตัวอย่างข่าวร์ก่อนแฮร์ เกิดจากความสงสัยที่คนดูอยากรู้สิ่งเรามาให้เรา เรื่องมีจำนวนมากอยู่ในคลังข้อมูล เราจะเลือกเรื่องที่มีผลกระทบกับชาวบ้านหรือคนส่วนใหญ่ขึ้นมาตรวจสอบก่อน จากผลการทำงาน ทำให้เราตั้งเป็นศูนย์รับแจ้งเรื่องผ่านอีเมลและโซเชียลมีเดียของเรา ใช้ชื่อศูนย์ว่าศูนย์ข่าวร์ ก่อนแฮร์ ข้อมูลที่ส่งมาทางศูนย์ฯ ส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารทางเดียว แจ้ง มาเราับตรวจสอบผลติดออนไลน์ ร่วมเกิดการมีส่วนร่วมในการตรวจสอบข้อมูลจากสื่อออนไลน์ร่วมกับกลุ่มคน และผู้เชี่ยวชาญต่าง ๆ” (ผู้สื่อข่าวอาวุโส MCOT สัมภาษณ์ 2 กุมภาพันธ์ 2560)

“มีการสร้างแอปพลิเคชันขึ้นเพื่อให้คนเข้ามามีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลเรื่องต่าง ๆ เริ่มแรกคนในกองบรรณาธิการจะช่วยกันก่อน จากนั้นจะเริ่มลงไปให้นักข่าวเครือข่ายเริ่มใช้และจะให้คนทั่วไปได้เข้ามามีส่วนร่วมในการส่งข้อมูล แต่ตอนนี้อยู่ในช่วงของการทดลอง เพื่อให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมทั้งการให้ข้อมูลและการตรวจสอบข้อมูลร่วมกันระหว่างสื่อและผู้รับสาร ” (บรรณาธิการสื่อดิจิทัล TNN24 สัมภาษณ์ 17 กุมภาพันธ์ 2560)

ข้อเสนอแนะจากสื่อมวลชนและผู้รับสารกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ สรุปแนวทาง ในการพัฒนามาตรฐาน และคู่มือแนวปฏิบัติในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ได้ ดังนี้

1) คู่มือสร้างมาตรฐานจริยธรรมการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ควร บอกขอบเขตที่มีประโยชน์ต่อการประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจในกรณีที่แตกต่างกันได้ เพราะเหตุการณ์และข้อมูลบนโลกออนไลน์มีลักษณะใหม่ ๆ เกิดขึ้นตลอด ถ้ามีแนวปฏิบัติที่อยู่ตรงกลาง บอกขอบเขตในการตัดสินใจได้ ก็อาจเป็นแนวทางในการทำงานของผู้สื่อข่าวได้มากขึ้น

2) คู่มือไม่ควรเป็นการบังคับหรือบอกให้ทำ/ไม่ทำโดยไม่มีหลักการตัดสินใจ ดังนั้น ควรมีหลักการ ตัวอย่างประกอบ และแนวทางการ พิจารณาองค์ประกอบที่เป็นปัจจัยแตกต่างกันในแต่ละสถานการณ์

3) คู่มือเกิดจากการมีส่วนร่วมคือทุกฝ่าย ทั้งสื่อ ทั้งคนรับสาร ผู้ผลิต คนกำหนดนโยบาย คิดว่าควรกำหนดเป็นมารยาท คือ สร้างเป็นความสำนึกร่วมกัน

4) มาตรฐานควรเป็นสิ่งที่องค์กรสื่อยอมรับ ผู้บริหารก็ต้องเข้าใจในมาตรฐานเดียวกับกับผู้ปฏิบัติงาน เพราะการกำกับกันเองให้มีจริยธรรม ต้องออกมาจากนโยบายขององค์กรที่ชัดเจนด้วย

5) มาตรฐานควรเน้นเรื่องของการรู้เท่าทัน คือ ควรสร้างความเข้าใจต่อลักษณะของข้อมูลจากสื่อออนไลน์ และรู้เท่าทันเป้าหมายของข้อมูล เพื่อคัดกรองการนำมาใช้ได้อย่างเหมาะสม

6) ควรมีมาตรฐานกลางในการใช้ข้อมูลในโลกออนไลน์ เนื่องจากแต่ละองค์กรมีมาตรฐานที่แตกต่างกัน เมื่อนำมาใช้แล้วต้องตรวจสอบต่อ หรือต้องให้เครดิต แต่ถ้านำเสนอข้อมูลผิดไป ต้องมีขั้นตอนอย่างไร ไม่ใช่เฉพาะสื่อเท่านั้น แต่ต้องเป็นมาตรฐานกลางที่สังคมควรรับรู้และปฏิบัติร่วมกัน

7) ควรสร้างกระบวนการและมาตรฐานในการตรวจสอบข้อมูลให้เป็นระบบ

8) ควรมีมาตรฐานในการใช้ข้อมูล เช่น การแสดงที่มาของข้อมูลที่ชัดเจน การระบุเวลาของข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ถ้าสื่อไม่มีมาตรฐานในการใช้ข้อมูลบนโลกออนไลน์และถ้ายทอดไปยังคนทั่วไปให้ปฏิบัติตามกัน อาจช่วยสร้างมาตรฐานในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ทั้งในกลุ่มผู้ผลิตและผู้รับสารได้

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะต่อแนวทางปฏิบัติและมาตรฐานจริยธรรมใน การใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในกระบวนการสื่อข่าว

จากผลการสังเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยฉบับนี้ คณะวิจัยได้ข้อสรุปและข้อเสนอแนะต่อแนวทางปฏิบัติและมาตรฐานในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในกระบวนการสื่อข่าว ดังนี้

5.1 การสร้างมาตรฐานระบบการจัดการข้อมูลจากสื่อออนไลน์

การสร้างมาตรฐานในการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ คือ การสร้างระบบในกระบวนการหาและการจัดการข้อมูลจากผู้ใช้สื่อให้ได้มาตรฐาน และเป็นสิ่งที่คนทั้งองค์กรเข้าใจภารกิจและหลักในการทำงานร่วมกัน มีระบบในการสร้างเครือข่ายกับผู้รับสาร สร้างชุมชนในแต่ละเรื่อง มีความร่วมมือกับชุมชนเฉพาะเรื่องที่เกิดขึ้นทั้งในโลกออนไลน์ และ ออฟไลน์ และต้องมีปฏิสัมพันธ์ที่เข้มแข็งในการสื่อสารกับกลุ่มเครือข่าย เพื่อให้มีส่วนร่วมในกระบวนการ จะช่วยป้องกันปัญหา ความผิดพลาด และ เสริมการใช้ประโยชน์จากข้อมูลจากสื่อออนไลน์ให้ได้เต็มที่ ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบ 8 ข้อ ดังนี้

5.1.1) หลักที่หนึ่ง การมีทีมงานที่รับผิดชอบในการหา รวบรวม จำแนก ตรวจสอบ วิเคราะห์ และวางแผนการนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์ไปใช้งาน

5.1.2) หลักที่สอง การใช้เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจำนวนมาก และ จำแนกให้เป็นระบบในลักษณะของการใช้เครื่องมือเกี่ยวกับ²⁸ Big Data องค์กรสื่อจำเป็นต้องมีการทำงานร่วมกับนักวิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์พัฒนาเทคโนโลยี และแพลตฟอร์ม เพื่อใช้ข้อมูลจำนวนมาก จากสื่อออนไลน์อย่างเป็นระบบ และสามารถจำแนก วิเคราะห์ข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อเป็นการช่วยแบ่งเบาภาระการทำงานของทีมงาน และได้ข้อมูลที่ประมวลผลได้ในจำนวนมากและเชิงลึกมากขึ้น

²⁸ **Big Data** คือข้อมูลจำนวนมาก และการนำ Big data มาใช้ คือเทคนิค หรือเทคโนโลยีในการวิเคราะห์ เอาคุณค่าออกมาจากข้อมูลขนาดใหญ่ โดย Big Data มีองค์ประกอบสำคัญคือ Volume ปริมาณของข้อมูลจะมากมายมหาศาล Velocity หรือความเร็ว คือข้อมูลที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยข้อมูลนั้นจะมีค่าในเวลา ณ จุดนั้น และจดหมดค่าเมื่อเวลาผ่านไป การนำเอาข้อมูลชนิดนี้มาใช้ต้องมีการประมวลผลที่รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ และVariety หรือความหลากหลาย ข้อมูลที่มีความหลากหลายทางโครงสร้าง ทำให้ไม่สามารถที่จะจัดเก็บหรือแยกหมวดหมู่ได้ตามที่ต้องการ หรือมีรายละเอียดปลีกย่อย หรือรูปแบบในการจัดการข้อมูลที่เพิ่มมากขึ้นตามขนาดของข้อมูล

5.1.3) หลักที่สาม มีระบบการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อออนไลน์อย่างรู้เท่าทัน ข้อมูลจากสื่อออนไลน์มีการสร้างเนื้อหาเพื่อเป้าหมายการสื่อสารบางอย่างและเพื่อบางกลุ่มเสมอ การฝึกทักษะสังเคราะห์บริบทของเรื่องเพื่อหาความเชื่อมโยงและเข้าใจการกำหนดวาระข่าวสารที่แฝงมาในข้อมูลจากสื่อออนไลน์จะทำให้ลดความผิดพลาด และไม่ตกเป็นเครื่องมือของกลุ่มเคลื่อนไหวหรือข้อมูลที่หวังประโยชน์บางอย่างจากสังคม

5.1.4) หลักที่สี่ พัฒนาการตั้งโจทย์เพื่อระดมข้อมูล เน้นช่องทางการมีส่วนร่วมและแพลตฟอร์มที่จะนำเสนอ เพื่อให้ผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมนั้นเกิดความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการ

5.1.5) หลักที่ห้า การพัฒนาเครือข่าย กำหนดบทบาท และสร้างมาตรฐานการทำงานทั้งจากสื่อและผู้ใช้สื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

5.1.6) หลักที่หก มีการให้รางวัล (Incentive) เพื่อกระตุ้นความต้องการมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล เช่น การให้พื้นที่นำเสนอผลงาน หรือ การสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการ ด้วยการรับฟังและใช้ประโยชน์จากข้อมูลของผู้รับสารที่ส่งเข้ามาอย่างประจักษ์ชัด และที่สำคัญคือ ควรสร้างชุมชนของผู้รับสารที่กองบรรณาธิการมีส่วนร่วมในการปฏิสัมพันธ์ด้วยอย่างสม่ำเสมอ

5.1.7) หลักที่เจ็ด รูปแบบการนำไปใช้ ต้องพัฒนาการเล่าเรื่อง พัฒนาประเด็น เพื่อให้ “นำหน้าสื่อออนไลน์” และเป็นที่พึ่งของสังคมในการอธิบาย และหาทางออกของประเด็น

5.1.8) หลักที่แปด ความถูกต้อง ความโปร่งใสในการได้ มา และนำไปใช้ ความสม ดุลของข้อมูล ความน่าเชื่อถือ การไม่ละเมิด และสร้างคุณค่าต่อการพัฒนาสังคมด้วยการต่อยอด เจาะลึก และหาข้อมูลวิเคราะห์เพิ่มเติม

5.2 การสร้างหลักเกณฑ์มาตรฐานในการเลือกใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์

การเลือกใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์มีหลักที่ใช้ในการพิจารณาคือ หลักคุณค่าข่าวในเชิงผลกระทบ และหลักในการนำข้อมูลไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อ สังคม ควบคู่ไปกับการเลือกรื่องที่อยู่ในความสนใจของคน แต่ต้องคำนึงว่า ไม่ใช่ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ทุกชั้นควรนำเสนอผ่านหน้าจอโทรทัศน์ หรือ สื่อกระแสหลัก ทั้งนี้ สามารถสรุปหลักในการพิจารณาคูณค่าของสื่อออนไลน์สำหรับการรายงานข่าวได้ดังนี้

5.2.1) UGC ควรเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวคนในสังคม สามารถเป็นตัวแทน หรือตัวอย่างของประเด็นที่จะสะท้อนให้สังคมเข้าใจ ระมัดระวัง เตือน อธิบาย หรือ กระตุ้นพฤติกรรมกรรมกรมีส่วนร่วมเพื่อแก้ไขหาทางออกของปัญหาร่วมกัน

5.2.2) UGC ควรเป็นเรื่องที่เชื่อมโยงกับประโยชน์สาธารณะได้ ถ้านำเสนอแล้วสามารถอธิบายขยายความสู่การแก้ไขปัญหา รวมไปถึงใช้ประโยชน์ให้เกิดการมีส่วนร่วมจากสังคมเพื่อขับเคลื่อนประเด็นสู่การเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาได้

5.2.3) UGC ประเภทเพื่อสร้างความบันเทิง เช่น นำมาใช้เพื่อสร้างความขำขัน และสีสันของรายการข่าว ควรพิจารณาว่า ต้องไม่ละเมิดสิทธิความเป็นมนุษย์ของคน เช่น ไม่ล้อเลียนการใช้ภาษา ภาษาถิ่น ชาติพันธุ์ และเพศสภาพที่แตกต่าง

5.2.4) UGC ที่อาจผลกระทบเชิงลบต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง และไม่เป็นประโยชน์ต่อส่วนร่วม ไม่ควรเลือกมานำเสนอ

นอกจากนั้น ยังมีรายละเอียดของข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่มีเนื้อหาที่ไม่พึงประสงค์และเป็นเนื้อหาที่พึงระวังเป็นพิเศษในการเลือกมานำเสนอ ซึ่งเป็นเนื้อหาที่มีผลต่อการรับรู้ที่ไม่เหมาะสมของผู้รับสาร อันจะส่งผลต่อทัศนคติ วิธีคิด และการแสดงออกต่อผู้อื่นในสังคม ประกอบด้วยเนื้อหา ดังต่อไปนี้

จากตัวอย่างการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่ผิดจริยธรรมในบทที่ 3 สรุปเป็นประเภทเนื้อหาที่ไม่พึงประสงค์ได้ ดังนี้

เนื้อหา UGC ที่มีความรุนแรงและอนาจาร

1. พฤติกรรมความรุนแรง หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกถึงความก้าวร้าว การนำเสนอที่ก่อให้เกิดความรู้สึกที่รุนแรง ต่อจิตใจของผู้ชม เช่น ความโกรธ ความหดหู่ ความเศร้า ความเครียด ความสะเทือนใจ อย่างรุนแรงอันก่อให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบ
2. พฤติกรรมที่ใช้ความรุนแรงต่อตนเอง ต่อผู้อื่น สิ่งมีชีวิต และวัตถุ
3. การใช้อาวุธ ยาเสพติด การแสดงภาพของการกระทำในรูปแบบต่างๆ รวมถึงเนื้อหาที่มีองค์ประกอบของการทำให้เกิด ความรู้สึกกลัว ตื่นตกใจ น่าเกลียด และ สยดสยอง
4. การนำเสนอที่ทำให้เกิดความรู้สึกขัดแย้ง มีอคติ เลือกปฏิบัติ เหมารวม และตัดสินผู้อื่น จนนำไปสู่ การละเมิดสิทธิของบุคคลหรือกลุ่มคน และการลดทอนศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์
5. ภาพ เสียง และ เนื้อหาที่ลามกอนาจารที่อาจทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ไม่เหมาะสมต่อพฤติกรรมการแต่งกาย การแสดงออกทางเพศ การล่วงละเมิดทางเพศ การสนทนาหรือข้อความที่มีความล่อแหลมต่อการนำเสนอที่ไม่เหมาะสมเรื่องเพศ หรือสร้างทัศนคติทางลบเกี่ยวกับเพศต่างๆ ในสังคม

เนื้อหา UGC ที่มีการละเมิดสิทธิ

เนื้อหาที่มีการละเมิดสิทธิ หมายถึง เนื้อหาที่ไปกระทบต่อสิทธิส่วนบุคคล ชื่อเสียง เกียรติยศ ของผู้อื่น จนทำให้ผู้นั้นถูกดูหมิ่น และเกลียดชัง หากพิจารณาแล้วการนำเสนอจะเกิดผลเสียหาย ต่อผู้ที่อยู่ในข้อมูล และผู้ที่เกี่ยวข้อง ทางเลือกที่หนึ่ง คือไม่นำเสนอออกอากาศ ทางเลือกที่สอง คือหากจำเป็นต้องใช้ควรมี การปกปิดสิ่งที่ระบุตัวตนของผู้ที่อาจได้รับความเสียหาย

เนื้อหา UGC ที่เป็นข่าวลือ

เนื้อหาที่เป็นข่าวลือ หมายถึง ข้อมูลที่ได้ยิน ได้ฟัง แต่ยังหาแหล่งที่มาของข้อมูลที่แท้จริงยังไม่ได้ และยังไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าเป็นความจริงหรือไม่ ลักษณะของข้อมูลดังกล่าว จะมีการส่งต่อในพื้นที่ สื่อออนไลน์ ซึ่งถ้าหากเป็นข่าวลือที่ไม่จริง และถูกเผยแพร่ออกไป จนก่อให้เกิดความเสียหายต่อประชาชน ผู้ปล่อยข่าวต้องมีความผิด และรับผิดตามกฎหมาย นอกจากนี้ ในเชิงจริยธรรม ยังมีผล ต่อการคิด และทัศนคติของคนในสังคม ข่าวลืออาจทำให้เพิ่มความขัดแย้ง และเกลียดชังได้

การพิจารณาเนื้อหาที่พึงระวังข้างต้น ในเชิงจริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อ หากข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่มีเนื้อหาพึงระวังไม่มีคุณค่าเชิงข่าวที่จะแก้ปัญหา หรือ สร้างความเปลี่ยนแปลง ในสังคม แต่กลับทำให้เกิดผลเสียต่อผู้อยู่ในเนื้อหา และอาจทำให้เกิดพฤติกรรมลอกเลียนแบบ สื่อไม่ควรนำเสนอ และควรพิจารณาหลักทางกฎหมายควบคู่กัน โดยมีหลักเกณฑ์พิจารณาเพิ่มเติมประกอบ ดังนี้

1) หากคลิปมีความรุนแรงและอ นาคาร ไม่ควรนำเสนอ แต่อาจใช้การ ใช้ภาพนิ่งจากคลิป นำมาเซนเซอร์ ปิดข้อมูลที่ไม่เหมาะสม เช่น รูปร่างกายตา ข้อมูลส่วนบุคคลที่เชื่อมโยงบุคคลในภาพ หรือ คลิปนั้น

2) ไม่ควรมีการวนซ้ำภาพและคลิปที่ตอกย้ำความรุนแรงในการนำเสนอ

3) ในกรณี UGC ที่เป็นการถ่ายทอดสด บนสื่อสังคม เช่น Facebook Live โดยมีเนื้อหาที่มีความรุนแรง เช่น การทำร้ายตัวเอง ทะเลาะวิวาท ช่มชู้ ไม่สุภาพ อ นาคาร องค์กรสื่อต้องใช้วิจารณญาณ คาดเดาเหตุการณ์ว่าจะมีทิศทางในการพัฒนาไปในทางที่รุนแรงยิ่งขึ้นหรือไม่ สิ่งที่ต้องทำคือ งดเว้นการ แชร์ หรือนำเสนอการถ่ายทอดสดบนสื่อออนไลน์ที่ไม่เหมาะสมไปใช้ในการรายงานข่าว

4) การใช้ภาพที่รุนแรงหรืออ นาคาร ควรมีการขึ้นข้อความเตือนถึงความไม่เหมาะสมของเนื้อหา และการใช้วิจารณญาณในการรับชม

5) หากสามารถอธิบายเรื่องด้วยการตัดต่อ ตัดแปลง ทำเป็นกราฟิก การ์ตูน ภาพวาด ทดแทนการใช้ภาพที่รุนแรงและอ นาคารได้ ควรเลือกรูปแบบการนำเสนออื่นแทนการใช้ UGC

6) ควรมีการอธิบายและให้บริบทของเรื่องราว เพื่อให้เกิดความเข้าใจต่อประเด็นมากกว่า แค่นำเสนอว่ามีอะไรเกิดขึ้นในเหตุการณ์

7) คำนึงถึงการไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล สิทธิมนุษย ยชน ด้วยการเลือกใช้คำ ภาษา และรูปแบบการนำเสนอที่ไม่เป็นการเหมารวม เช่น การใช้คำเรียกที่ตัดสิ น หรือเหมารวมเป็นกลุ่ม การ ใช้คำที่กระตุ้นความรู้สึกเกลียดชังขัดแย้ง (Hate Speech)

8) ตรวจสอบข้อมูลที่ได้รับมาหลายแหล่งที่มา และหาต้นทางของข้อมูลให้เจอก่อนนำเสนอ หากไม่สามารถระบุที่มา และยืนยันได้ ต้องไม่นำเสนอเป็นข่าว

9) ควรได้รับอนุญาตการนำเสนอจากผู้ที่อยู่ในคลิปและผู้ที่เกี่ยวข้อง

10) เนื้อหาที่อาจทำให้เกิดความไม่เหมาะสมต่อการใช้ภาษา ไวยกรณ์ทางภาษา การใช้ภาษา ที่ล้อแหลม สื่อความหมายในเชิงลบ ก้าวร้าว ดูหมิ่น คำไม่สุภาพ ควรมีการดูเสียงในการใช้นำเสนอ หรือใช้เป็นเพียงภาพ insert ประกอบการบรรยาย โดยไม่ปล่อยเสียงจากเหตุการณ์จริง

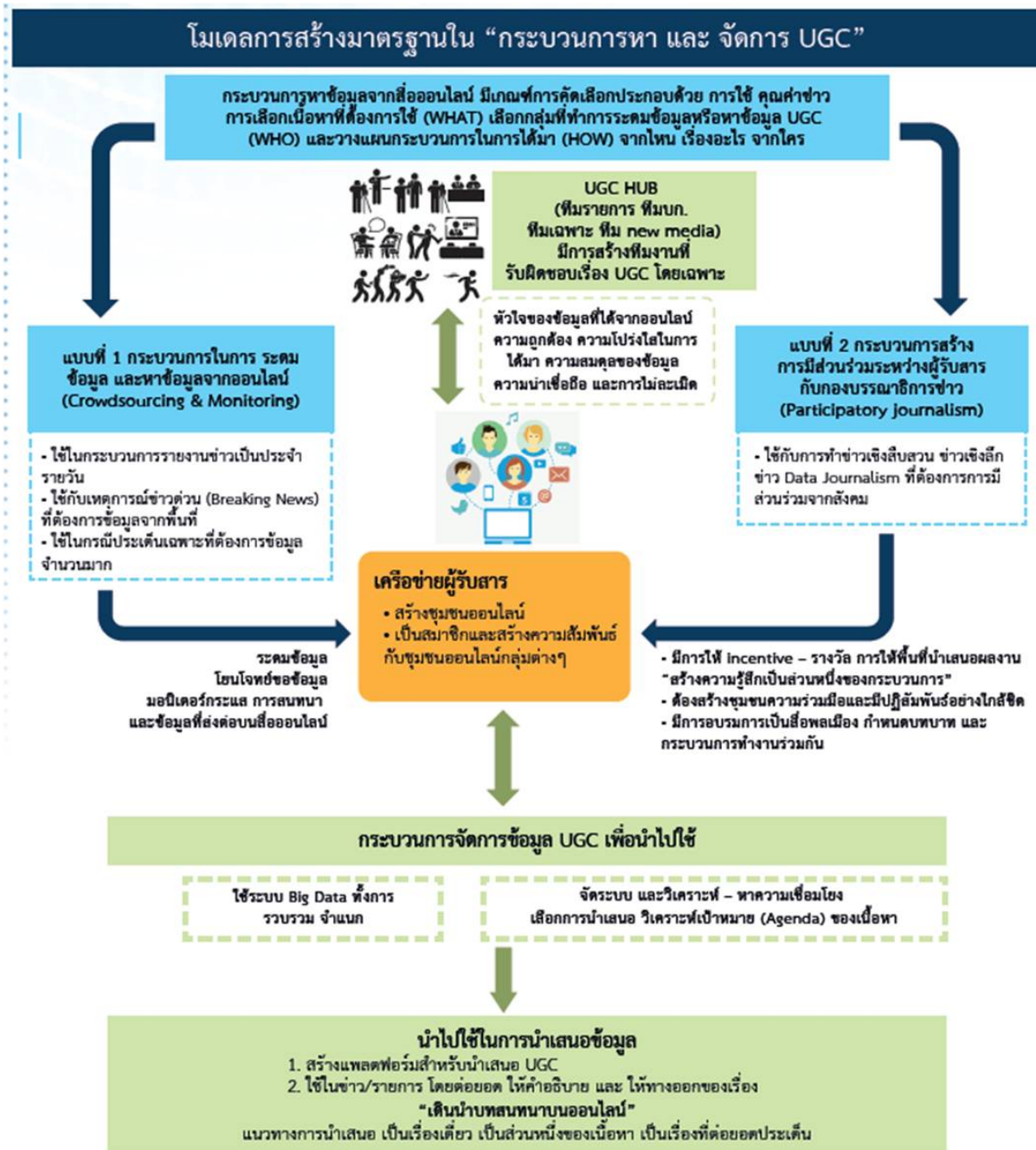
11) ควรมีการนำเสนอมุมมองจากทุกฝ่ายในครั้งเดียวกัน เพื่อให้ลดความเป็นอคติต่อการรับข้อมูล และเคารพสิทธิของผู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง

ตัวอย่างกรณีศึกษาการพิจารณาเนื้อหาที่ไม่พึงประสงค์

ตัวอย่างกรณีศึกษาที่สะท้อนการ ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและสิทธิมนุษยชน ซึ่งเป็นการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่พบปัญหาจริยธรรมบ่อยครั้งตามที่ได้มีการวิเคราะห์ตัวอย่างในบทที่ 3 ส่วนในบทนี้ มีกรณีศึกษาเพิ่มเติมพร้อมแนวทางปฏิบัติเบื้องต้นในการเลือกใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์

<p>สิทธิของความหลากหลายทางเพศ กรณีที่ตำรวจแต่งงานกับเพศเดียวกัน</p>	<p>แนวทางการพิจารณา เมื่อนำเสนอแล้ว ตำรวจถูกละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ถูกตรวจสอบจากต้นสังกัดโดยไม่ใช้ความผิดทางวินัย และสังคมไม่ได้ประโยชน์ จากการนำเสนอข่าวนี้นี้</p> <p>แนวทางปฏิบัติ สื่อไม่ควรนำ UGC เรื่องดังกล่าวมาเสนอเป็นข่าว แม้จะเป็นกระแสความสนใจบนโลกออนไลน์ ก็ให้เป็นเรื่องการแลกเปลี่ยนความเห็นบนออนไลน์ไป หากสื่อต้องการนำเสนอประเด็น อาจต่อยอดประเด็นในเชิงบวกของความหลากหลายทางเพศในอาชีพ เป็นต้น</p>
<p>กรณีการทำร้ายร่างกาย เช่น สามีทำร้ายภรรยา</p>	<p>แนวทางการพิจารณา</p> <ul style="list-style-type: none"> - ประเด็นเรื่องการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล โดยจะเกิดผลต่อเนื่องต่อผู้อยู่ในคลิปอย่างไร - หากนำเสนอแล้วจะนำไปสู่การช่วยเหลือได้หรือไม่ - พิจารณาตาม พ.ร.บ.คุ้มครองผู้ถูกกระทำด้วยความรุนแรงในครอบครัว ปี 2550 ที่ระบุในมาตรา 9 ว่า เมื่อมีการแจ้งต่อเจ้าหน้าที่ตำรวจ ห้ามมิให้ผู้ใดลงพิมพ์ โฆษณา หรือเผยแพร่ต่อสาธารณชนด้วยวิธีใด ๆ ซึ่งภาพเรื่องราว หรือข้อมูลใด ๆ อันน่าจะก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้กระทำความรุนแรงในครอบครัวหรือผู้ถูกกระทำด้วยความรุนแรงในครอบครัวในคดี <p>แนวทางปฏิบัติ การนำเสนอต้องปกปิดตัวตนและข้อมูลส่วนตัวของผู้อยู่ในคลิป และผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อไม่ให้สามารถเชื่อมโยงตัวตนได้ การเบลอภาพ การเลือกใช้มุมกล้องจากคลิป การนำเสนอโดยให้บริบทประกอบการรายงานข่าวเพื่อสะท้อนปัญหาในสังคม</p>
<p>กรณีคลิปอุบัติเหตุ</p>	<p>แนวทางการพิจารณา ปัจจัยเรื่องของการละเมิดสิทธิของผู้เสียชีวิต ครอบครัวของผู้เสียหาย ภาพลักษณะใดที่จะไม่ละเมิดในการนำเสนอ ปัจจัยเรื่องความรุนแรงความสยดสยอง น่ากลัว ที่มีผลต่อความคิด ความรู้สึก และการหล่อหลอมรสนิยมของสังคม</p> <p>แนวทางปฏิบัติ ไม่เลือกคลิปที่มีความรุนแรงในลักษณะที่เห็นศพ เลือด หรือภาพขณะเกิดอุบัติเหตุที่มีผล ต่อความรู้สึกของผู้ชม หรือ เลือกใช้การทำกราฟิกประกอบการอธิบายเหตุการณ์แทน การนำเสนอคลิปอุบัติเหตุไม่ควรวนภาพซ้ำหลายรอบในการรายงานข่าว</p>

5.3 การสร้างมาตรฐานในกระบวนการหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์



ภาพที่ 51 แสดงกระบวนการในการหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์

5.3.1) กระบวนการหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์

กระบวนการหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ทำได้ 2 ลักษณะ คือ

5.3.1.1) การระดมข้อมูลและหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (Crowdsourcing & Monitoring) สามารถใช้ในกระบวนการรายงานข่าวเป็นประจำรายวัน ใช้กับเหตุการณ์ข่าวด่วน (Breaking News) ที่ต้องการข้อมูลจากพื้นที่ และใช้ในกรณีประเด็นเฉพาะที่ต้องการข้อมูลจำนวนมาก

5.3.1.2) สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้รับสารและกองบรรณาธิการข่าว (Participatory Journalism) ซึ่งเหมาะกับการทำข่าวเชิงสืบสวน ข่าวเชิงลึก และข่าววารสารศาสตร์เชิงข้อมูล (Data Journalism) ที่ต้องการการมีส่วนร่วมจากสังคม

ทั้งนี้ในการดำเนินการทั้ง 2 ลักษณะต้องมีการออกแบบการสื่อสารอย่างเป็นระบบ ประกอบด้วย การทำความเข้าใจกับชุมชนออนไลน์ และเป็นสมาชิกในชุมชนเหล่านั้น มีปฏิสัมพันธ์กับชุมชนออนไลน์อย่างต่อเนื่อง ต้องรู้แหล่งข้อมูล และรู้วิธีการปฏิสัมพันธ์เพื่อให้ได้ข้อมูล และขยายแหล่งข้อมูลให้หลากหลาย รวมถึง มีกระบวนการวิเคราะห์ ความเชื่อมโยงของข้อมูล และบริบทของสถานการณ์ด้วย โดยต้องอาศัยทั้งการใช้เทคโนโลยี และการใช้ความสามารถของทีมงานที่เข้าใจประเด็นข้อมูลข่าวสาร

การสร้างมาตรฐานคือ การกำหนดแนวทางในการปฏิบัติการหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ทั้งสอง ลักษณะให้เป็นแนวทางที่ทีมงานในทุกส่วนของกองบรรณาธิการเข้าใจและปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน มีอุปกรณ์ เครื่องมือ และแนวปฏิบัติต่อเรื่องที่มีความอ่อนไหวเพื่อประกอบในการพิจารณาด้วยมาตรฐานคิดเดียวกันทั้งองค์กร

การสร้างเครือข่าย การสร้างชุมชน และเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนต่าง ๆ เป็นหลักสำคัญในกระบวนการระดมข้อมูลข้อมูลจากสื่อออนไลน์หากเป็นการสร้างชุมชนและเครือข่ายเอง สามารถปฏิสัมพันธ์ ทำความเข้าใจ กำหนดบทบาท สร้างโจทย์การหาข้อมูลและทำงานร่วมกัน และพัฒนากระบวนการอบรม ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างระบบ “นักข่าวพลเมือง” ที่มีส่วนร่วมกับองค์กรสื่อ

ทั้งนี้ หัวใจของการหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ คือ ความถูกต้องและน่าเชื่อถือ มีกระบวนการตรวจสอบข้อมูล ความโปร่งใส ต้องชี้แจงให้ชัด ว่าต้องการอะไร นำมาใช้ทำอะไร การระบุที่มาให้ชัดเจน ความสมดุลของข้อมูล ต้องมีการหาข้อมูลที่รอบด้าน และการไม่ละเมิด ต้องคิดถึงหลักสิทธิ จริยธรรม และมีการคุยกับเจ้าของ UGC ก่อนนำมาใช้เสมอ

5.3.2) กระบวนการต้องมีทีมงานที่รับผิดชอบหน้าที่เฉพาะ

การสร้างมาตรฐานในการใช้ UGC ควรจะมีทีมงานเฉพาะที่รับผิดชอบในการบริหารจัดการข้อมูลจากผู้ใช้สื่อ เพราะข้อมูลมีจำนวนมาก ถ้าให้ผู้สื่อข่าว บรรณาธิการ หรือ โปรดิวเซอร์ตัดสินใจเองทั้งหมดในการเลือกใช้ บางครั้งพิจารณาอาจไม่ตอบโจทย์ความถูกต้องเสมอไป เพราะข้อมูลจาก สื่อออนไลน์ มีความหลากหลาย และมีเป้าหมายในการสื่อสารหลากหลายรูปแบบ ทีมงานเฉพาะที่ทำหน้าที่จะ สามารถใช้เวลาและเทคโนโลยีในการตรวจสอบข้อมูลได้รอบคอบกว่าทำเพียงลำพังคนเดียว ซึ่งจะช่วยให้องค์กรสื่อมีกระบวนการที่ได้มาตรฐาน และป้องกันความผิดพลาดทางจริยธรรมได้มากขึ้น

ทีมงานเฉพาะนี้ อาจเป็นทีมงานเล็ก ๆ ในกองบรรณาธิการ หรือ เป็นคนทำงานส่วนหนึ่งจากทีมดิจิทัลและสื่อใหม่ขององค์กรสื่อ โดยอาจโยกย้ายทีมงานเดิมมาทำ หรือ สร้างโครงสร้างทีมงานใหม่ ก็ได้แล้วแต่ความเหมาะสมของแต่ละองค์กร โดยทีมเฉพาะนี้ควรมีคุณสมบัติและหน้าที่รับผิดชอบ ดังนี้

5.3.2.1) สามารถทำงานใกล้ชิดกับกองบรรณาธิการ และฝ่ายผลิต เพื่อออกแบบการสื่อสารและการใช้ประโยชน์จากข้อมูลร่วมกันได้

5.3.2.2) มีความเข้าใจเรื่องการใช้เทคโนโลยีแพลตฟอร์มต่าง ๆ เพื่อเข้าถึงข้อมูล

5.3.2.3) มีเข้าใจเรื่องเครือข่าย การปฏิสัมพันธ์ และการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้ข้อมูล รวมถึงกระตุ้นการมีส่วนร่วมจากคนกลุ่มต่าง ๆ ได้

5.3.2.4) มีความรู้และ บริบท ข้อมูล และเข้าใจวิธีในการหา ข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อประกอบการจัดระบบข้อมูลและตรวจสอบเนื้อหาที่ได้จากสื่อออนไลน์

5.3.2.5) มีหน้าที่ในการค้นหาข้อมูล ปฏิสัมพันธ์และสร้างเครือข่ายชุมชน

5.3.2.6) มีหน้าที่ในการรวบรวม จำแนกประเภท ตรวจสอบข้อมูล

5.3.2.7) มีหน้าที่หาประเด็นใหม่ ๆ ในการสร้างการมีส่วนร่วม และออกแบบเนื้อหาที่ใช้ประโยชน์จากข้อมูลจากสื่อออนไลน์ได้

5.3.3) แนวปฏิบัติในกระบวนการหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์

ในกระบวนการหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ด้วยการมอนิเตอร์ข้อมูล และการระดมข้อมูล (Crowdsource) ควรมีหลักเกณฑ์เป็นมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ดังนี้

หลักการ การให้โจทย์ Crowdsource

- เป้าหมายเรื่องที่ชัดเจน ชี้แจงการมีส่วนร่วมให้ชัดเจน
- มีการคัดกรอง จัดระบบ จำแนก และตรวจสอบข้อมูลที่ได้รับ และติดต่อเจ้าของข้อมูล
- สร้างช่องทางในการส่งข้อมูล ที่ง่ายต่อการรวบรวม
- คำเนิ่งถึงเรื่องสิทธิส่วนบุคคลในการนำข้อมูลมาใช้
- มีพื้นที่นำเสนอ UGC ที่ชัดเจน ให้รู้สึกว่าเป็นเรื่องราวจึงเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาอย่างมีคุณค่า
- ทีมงานต้องมีการปฏิสัมพันธ์ ทดคุย แลกเปลี่ยน และสร้าง²⁹ engagement ให้นำไปสู่การมีส่วนร่วม
- ทีมงานต้องรู้จักตั้งคำถามต่อข้อมูลที่ได้ เพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติมให้หมดข้อสงสัย และเป็นการตรวจสอบข้อมูล

หลักการ การมอนิเตอร์ข้อมูล

- อยู่ในชุมชนออนไลน์ (Online Community) ที่หลากหลาย และรู้เป้าหมาย เข้าใจกลุ่มคนที่สื่อสารอยู่ในชุมชน “เข้าถึงถูกที่ คือโอกาสเจอข้อมูลที่ดี”
- สังเกต และ เข้าใจเทรนด์ของกระแสเรื่องราวที่เกิดขึ้น ใช้เครื่องมือในการดูเทรนด์ได้ เช่น ดู Trending บนสื่อสังคม การใช้ Google Trend, Trendsmap หรือ แพลตฟอร์ม ที่มีการรวบรวมข้อมูลจากหลากหลายที่ไว้
- เข้าใจบริบทของข้อมูล เพื่อรู้ว่าจะวิ่งตามข้อมูล และตรวจสอบข้อมูลอย่างไร
- ทีมงานควร ช่างสังเกต ติดตามข่าวสาร และข้อมูลเป็นประจำ จับทิศทางของ กระแสที่เกิดขึ้นได้

ภาพที่ 52 หลักในการหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์

การวางแผนและออกแบบกระบวนการหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ มีหลักสำคัญคือ ข้อมูลที่ต้องการควรมีประโยชน์ต่อการรายงานข่าวให้เกิดความเข้าใจและอธิบายเรื่องราวได้ชัดเจน (ยกเว้นในกรณีที่ต้องการข้อมูลจากสื่อออนไลน์เพื่อสร้างสีสันให้รายการข่าว ก็ต้องเลือกให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้รับสาร) โดยมีหลักในการออกแบบกระบวนการหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ดังนี้

WHAT จะระดมข้อมูลอะไรจากผู้รับสาร – การระดมข้อมูลจากสื่อออนไลน์จำเป็นเมื่อการรายงานข่าวนั้นต้องการ ข้อมูลที่มีจำนวนมาก รวบรวมข้อมูลที่กระจัดกระจาย ต้องการเข้าถึงข้อมูลที่อยู่

²⁹**Engagement** การสร้างความผูกพันที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารและการติดตามของผู้คน Engagement ยังใช้พูดถึงการวัดระดับการปฏิสัมพันธ์ ความสัมพันธ์ และการมีส่วนร่วมของผู้รับสารต่อเนื้อหาข้อมูลต่างๆ อาทิ การ Like, Comment, Share ข้อมูลบนเฟซบุ๊ก

³⁰**Trending บนสื่อออนไลน์** คือ ประเด็น หรือ เรื่อง ที่กำลังได้รับความนิยม โดยในสื่อสังคมประเภทต่างๆ จะมีการจัดความนิยมของเนื้อหา หรือ ประเด็นที่คนกำลังสนใจเพื่อเป็นทางเลือกในการติดตามข้อมูลจากแพลตฟอร์มต่างๆ อาทิ Google มีเครื่องมือชื่อว่า Google Trends ช่วยในการวิเคราะห์แนวโน้มการค้นหาต่างๆ เพื่อดูระดับและแนวโน้มความสนใจต่อคำที่ใช้ค้นหาในช่วงเวลาต่างๆ หรือบนทวิตเตอร์มี Trending Topic บนทวิตเตอร์และเฟซบุ๊ก คือ การจัดอันดับสิ่งที่กำลังได้รับความนิยม หรือพูดถึงมากๆ ในช่วงเวลาหนึ่ง แพลตฟอร์ม Trendsmap ของ YouTube เป็นเครื่องมือบอกความนิยมในการชมวิดีโอในแต่ละพื้นที่

ในพื้นที่ซึ่งสื่อมวลชน เข้าไม่ถึง มองหาข้อมูลจากผู้สื่อข่าวไม่รู้มาก่อน และข้อมูลที่ เป็นเหตุการณ์ด่วน ซึ่ง ต้องการข้อมูลจากผู้อยู่ในเหตุการณ์ หากมีกระบวนการรวบรวมข้อมูลที่เป็นมาตรฐาน จะทำให้ได้ข้อมูล จำนวนมากและมีความหลากหลายในระยะเวลาที่สั้น โดยไม่ต้องลงทุนสูง และไม่ต้องให้ทีมงานลงพื้นที่ ในทุกพื้นที่ แต่ได้ผลเชิงคุณภาพ

ดังนั้น การออกแบบกระบวนการระดมข้อมูลต้องมีเป้าหมายของสิ่งที่ต้องการ รวบรวม และแจ้ง ความจำเป็นขอความร่วมมือจากเครือข่ายให้ชัดเจน และทีมงานต้องตั้งกรอบในการคัดกรองข้อมูล เพื่อให้ ได้ข้อมูลที่มีคุณภาพและตรงกับประเด็นที่ต้องการสื่อสาร

WHO จะระดมข้อมูลจากใครได้บ้าง – ในการออกแบบกระบวนการหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ องค์กรสื่อต้องเข้าใจชุมชนออนไลน์กลุ่มต่าง ๆ รู้วิธีการในการสร้างชุมชน กระตุ้นการแลกเปลี่ยนความเห็น และข้อมูลของคนในชุมชนให้ตรงกับเรื่องที่ต้องการระดมข้อมูล

ผู้ที่บริหารจัดการชุมชนออนไลน์ต้องเข้าใจประเภทของผู้ที่เผยแพร่ข้อมูลอยู่บนสื่อออนไลน์ เพราะคนที่แตกต่างกัน มีผลต่อความน่าเชื่อถือของข้อมูล ที่จะเลือกมาใช้ โดยลักษณะของผู้ที่เผยแพร่ ข้อมูลบนสื่อออนไลน์ ประกอบด้วย

- เป็นผู้ที่มีประสบการณ์เอง
- เป็นพยาน หรือผู้เกี่ยวข้องได้ฟังเรื่องราวและนำมาถ่ายทอดต่อ
- เป็นเพียงผู้อยู่ในเหตุการณ์ที่อาจได้ข้อมูลเพียงบางส่วน
- เป็นผู้นำข้อมูลหรือวัตถุดิบจากคนอื่นมาประกอบสร้างเพื่อนำเสนอต่อผู้อื่น
- เป็นผู้ที่อยู่บนโลกออนไลน์และส่งต่อข้อมูลมาโดยอาจรูที่มาหรือไม่ก็ได้

นอกจากนี้ การพิจารณาเลือกกลุ่มคนในการระดมข้อมูลต้องมีความรอบคอบและตรวจสอบ ข้อมูลที่ได้มาเสมอ และไม่ควรเลือกปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มชุมชนออนไลน์เพียงกลุ่มเดียว แต่ควร ค้นหาจาก กลุ่มที่แตกต่าง หรือกลุ่มที่มีความรู้ความชำนาญเฉพาะเพื่อให้ได้มุมมองที่หลากหลาย

การระดมข้อมูลต้องมีกระบวนการหา คัดเลือก และเป็นสมาชิกอยู่ในกลุ่มชุมชนและแพลตฟอร์ม ต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อเข้าใจบริบทและเป้าหมายในการสื่อสารของแต่ละกลุ่ม และสร้างความสัมพันธ์ ที่มีความน่าเชื่อถือต่อกัน

กรณีศึกษาและแนวทางปฏิบัติในการหาข้อมูล

<p>กรณีศึกษา</p> <p>เหตุการณ์</p> <p>ฉุกเฉิน</p> <p>อุบัติเหตุ</p> <p>ภัยพิบัติ</p>	<p>แนวทางปฏิบัติ</p> <ul style="list-style-type: none"> • มอนิเตอร์ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้เครื่องมือ อาทิ Tweetdeck, Google Trends การตรวจสอบข้อมูลจากใน Hashtag และ Webboard • ระดมข้อมูล สอบถามเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้แน่ใจว่ามีเหตุการณ์เกิดขึ้นจริง ก่อนนำเสนอ • รวบรวมข้อมูลที่ได้ จัดลำดับเวลา ตรวจสอบความถูกต้องหาคำตอบอธิบายข้อสงสัยต่อข้อมูล จากช่องทางต่าง ๆ • เข้าถึงเจ้าของข้อมูล UGC ให้เร็วที่สุด เพื่อตรวจสอบข้อมูลและขอใช้ UGC • ระวังภาพ/คลิป ที่มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม "รสนิยม" การนำเสนอต้องมี คือการไม่ทำให้คนรู้สึกโกรธ ชัดแย้ง กลัว สยดสยอง เศร้า จากการรับเนื้อหานั้น • อ่านข้อความการแสดงความคิดเห็น เพราะอาจมีคนช่วยตรวจสอบข้อมูลอยู่และทำให้เราเห็นมิติของข้อมูลที่เพิ่มขึ้นก่อนนำเสนอ • สืบค้นตามช่วงเวลา และสถานที่ ให้ลำดับเหตุการณ์ได้ และหาบริบทของเรื่องในการนำเสนอได้ • ข้อมูลที่ควรมองหา คือข้อมูลลับ ข้อมูลเฉพาะ ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับเหตุการณ์ พยานที่อยู่ในเหตุการณ์ภาพคลิปเกี่ยวกับเหตุการณ์คนที่มีประสบการณ์ หรือความเชี่ยวชาญที่จะอธิบายบริบทของเรื่องได้ <p>ตัวอย่าง Best Practice</p> <p>กรณีเครื่องบิน MH17 ของสายการบินมาเลเซียแอร์ไลน์หายไป สื่อต่างประเทศใช้การระดมข้อมูล และมอนิเตอร์ข้อมูลบนสื่อสังคม เพื่อนำมาตรวจสอบและลำดับเหตุการณ์ เพื่อยืนยันในการนำเสนอ</p> <p>กรณีพายุไอรินถล่มฝั่งตะวันออกของอเมริกา</p> <p>New York Times ใช้การแชร์ภาพพายุ และเหตุการณ์ทุกรูปแบบผ่าน Instagram นอกจากนี้ยังได้พัฒนาเว็บไซต์เพื่อรวบรวมคอนเทนต์ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์พายุ นั้นขึ้นมาเรียกว่า Instacane และมีการใช้ hashtag #instacane เพื่อหารูปที่เกี่ยวข้องกับพายุจาก twitter เพื่อมารวมไว้บนเว็บไซต์ด้วย สิ่งที่ได้คือ การเล่าเรื่องด้วยภาพที่รวบรวมมาจากทุกทิศทุกทางและจากคนต่าง ๆ ที่อยู่ในเหตุการณ์ มุมมองจากเหตุการณ์พายุที่เกิดขึ้น ถูกเล่าผ่านสายตาและรูปภาพของคนที่หลากหลาย ทำให้มีเรื่องราวที่แตกต่าง</p>
---	---

<p>กรณีศึกษา</p> <p>การทำข่าว</p> <p>เชิงสืบสวน</p> <p>ตรวจสอบเรื่อง</p> <p>ที่มีเงื่อนงำ</p>	<p>แนวทางปฏิบัติ</p> <ul style="list-style-type: none"> • สร้างเครือข่าย มีชุมชนที่มีปฏิสัมพันธ์ด้วยที่หลากหลาย เพื่อเข้าถึงข้อมูลที่แตกต่าง ข้อมูล “เชิงลึก” จากคนที่เกี่ยวข้อง • มอนิเตอร์ข้อมูล การแสดงความคิดเห็น กระตุ้ และโพสต์ที่เกี่ยวข้อง • รวบรวม จำแนก หาความเชื่อมโยงของคนที่เป็นเจ้าของข้อมูลกับเรื่อง หาความเชื่อมโยงเครือข่ายของการแชร์ข้อมูล <p>(อาจใช้การทำ ³¹ Data mining และเครื่องมือ Big Data มาช่วย)</p> <ul style="list-style-type: none"> • หาข้อมูลโดยตั้งข้อสงสัย บอกกับเครือข่ายว่ากำลังทำอะไร และต้องการได้ข้อมูลอะไร • อย่าประเมินคนในโลกออนไลน์ว่าจะไม่ให้ข้อมูล ให้เชื่อว่ามี ³² Active Citizen และมีคนต้องการให้ข้อมูลเรา • สร้างความเชื่อมั่นกับคนที่ติดตามว่าการให้ข้อมูล จะถูกใช้อย่างเป็นประโยชน์ และโปร่งใส รวมถึงปกป้องผู้ให้ข้อมูล • ตรวจสอบข้อมูลอย่างเป็นระบบตามหลักการ และจริยธรรมในการทำข่าว • นำเสนอย่างรอบด้าน ให้ข้อมูล และบริบทเพิ่มเติมประกอบเพื่อให้ข่าวสมบูรณ์ที่สุด <p>ตัวอย่าง Best Practice</p> <p>คดีของชายที่ประท้วง G20 ที่ลอนดอนตายโดยหลังจากการทำ crowdsource ข้อมูลพบว่า เขาถูกฆาตกรรมโดยตำรวจ กรณีนี้ นักข่าวของ The Guardian เก็บข้อมูลจากทวิตเตอร์และผู้ที่ติดตามเขา โดยบอกว่าเขากำลังหาคำตอบเรื่องนี้ เขามอนิเตอร์ข้อมูล และได้ข้อมูลที่ส่งมาให้กับเขาผ่านทวิตเตอร์ ตรวจสอบข้อมูล และพูดคุยกับผู้ให้ข้อมูลเหล่านั้น ใช้เวลาประมาณ 1 สัปดาห์ ทำให้เขาได้หลักฐานและพยานที่หนักแน่นยืนยันเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และตีแผ่เรื่องนี้เป็นข่าว ทำให้สังคมได้รับรู้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง การใช้ UGC ในการรายงานคือข้อมูลที่ได้จากทวิตเตอร์และการหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้สมบูรณ์</p>
---	---

³¹**Data Mining** คือ การทำเหมืองข้อมูล หรืออาจจะเรียกว่า การค้นหาความรู้ในฐานข้อมูล เป็นเทคนิคเพื่อค้นหา รูปแบบ (pattern) ของจากข้อมูลจำนวนมากโดยอัตโนมัติ โดยใช้ขั้นตอนวิธีจากวิชาสถิติ เพื่อค้นหารูปแบบ แนวทาง และความสัมพันธ์ที่ซ่อนอยู่ในชุดข้อมูลนั้น โดยอาศัยหลักสถิติ การรู้จำ การเรียนรู้ของเครื่อง และหลัก คณิตศาสตร์ สิ่งที่ได้จากการทำ Data Mining คือ แสดงความสัมพันธ์ของเหตุการณ์หรือวัตถุ ระบุประเภทของวัตถุจาก คุณสมบัติ แบ่งข้อมูลที่มีลักษณะคล้ายกันออกเป็น กลุ่ม และสร้างภาพคอมพิวเตอร์กราฟิกที่สามารถนำเสนอข้อมูล มากมายอย่างครบถ้วนแทนการใช้ข้อความนำเสนอ

³²**Active Citizen** คือคนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม มีบทบาทในชุมชนมีจิตอาสา (กระทำสิ่งต่างๆ โดยไม่หวังผลตอบแทนแก่ตนเอง) และจิตสาธารณะ (มีจิตที่เห็นแก่ประโยชน์ของสังคมเป็นหลัก) ศรัทธา ในการริใช้เคิลทรัพยากร เพื่อถนอมสิ่งแวดล้อม รักสันติภาพ ร่วมบริจาคทรัพยากรเพราะตระหนักดีว่าเป็นความรับผิดชอบของตน

<p>กรณีศึกษา การเลือกตั้ง</p>	<p><u>แนวทางปฏิบัติ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • สร้างความร่วมมือกับกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม • มีพื้นที่ในการรวบรวม UGC เพื่อนำเสนอ • มีการตรวจสอบข้อมูลอย่างรอบด้าน เพื่อไม่ให้เกิดอคติ เรื่องเป็นเครื่องมือทางการเมืองของฝ่ายใด • ส่งเสริมให้พลเมืองมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล • มีการจัดหมวดหมู่ของข้อมูลในการนำเสนอ และอธิบายบริบทเชื่อมโยงประกอบ <p><u>ตัวอย่าง Best Practice</u></p> <p>โปรเจกต์ OffTheBus ของ Huffington Post ในการรวบรวมความคิดเห็นของคนจากทุกฝ่ายต่อการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาเมื่อปี 2008 เพื่อใช้ประกอบการรายงานข่าวการเลือกตั้ง แพลตฟอร์มนี้ให้นักข่าวพลเมืองร่วมกัน รายงานข่าวเกี่ยวกับการเลือกตั้ง และส่งเข้ามาให้ เพื่อให้เกิดมุมมองที่แตกต่างของการแสดงความคิดเห็น และให้ข้อมูล ประกอบการตัดสินใจในการเลือกตั้ง</p>
---	---

จากกรณีศึกษาจะเห็นว่า ประโยชน์ของการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์อย่างมีระบบ สามารถใช้กับงานข่าวที่ต้องการความรวดเร็ว ข่าวที่อยู่ในความสนใจ และ ข่าวที่มีผลกระทบต่อสังคม ดังนั้น ควรส่งเสริมให้มีการพัฒนาเครื่องมือและแพลตฟอร์มในการระดมข้อมูลจากสื่อออนไลน์

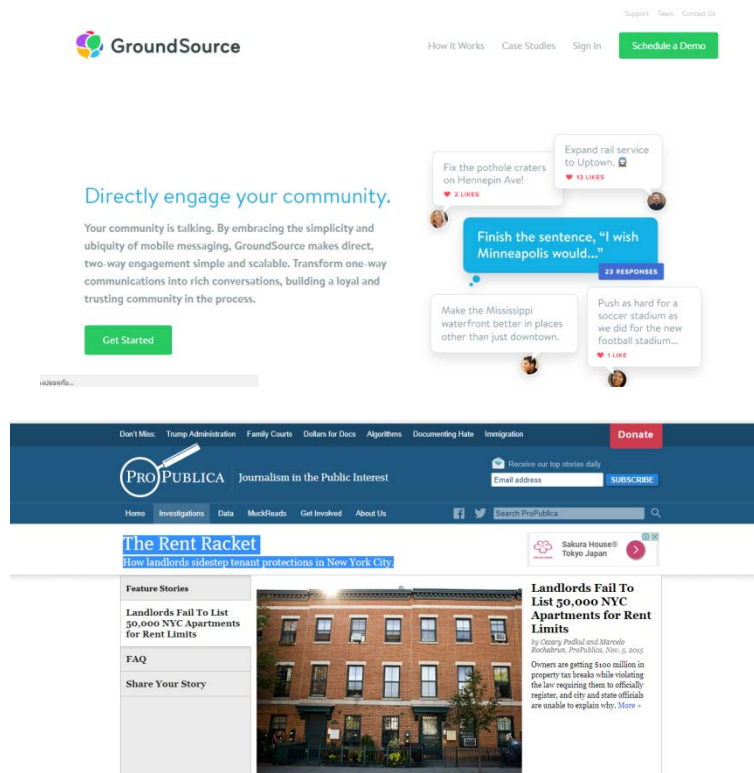
การทำงานร่วมกับผู้พัฒนาเทคโนโลยี และซอฟต์แวร์ในการพัฒนาเครื่องมือและแพลตฟอร์ม ที่ช่วยในการหาข้อมูล จำแนกจัดระบบ วิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์และตรวจสอบข้อมูลจากสื่อออนไลน์ได้ เครื่องมือและแพลตฟอร์มที่พัฒนาอาจเป็นขององค์กรสื่อเอง หรือเป็นช่องทางที่สร้างขึ้นเพื่อให้คนทั่วไปเข้าไปใช้พื้นที่ และสื่อเข้าไปร่วมชุมชนบนแพลตฟอร์มนั้น ๆ เพื่อสืบค้นข้อมูล

ตัวอย่างเช่น ³³Groundsource.co เป็นแพลตฟอร์มที่ออกแบบให้ใช้ได้สะดวกผ่านมือถือ ในการสร้างชุมชน เพื่อรวมผู้คนให้มาแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน สื่อมวลชนสามารถตั้งประเด็นและมอนิเตอร์ข้อมูลจากคนเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ได้ เช่น ³⁴สำนักข่าว ProPublica เคยใช้แพลตฟอร์มนี้ในการทำข่าวเจาะ

³³Groundsource.co เว็บไซต์ <https://www.groundsource.co/> ตัวอย่างแพลตฟอร์มการใช้ระดมข้อมูลและสร้างชุมชนออนไลน์

³⁴10 The Rent Racket: How landlords sidestep tenant protections in New York City. Retrieved from <https://www.propublica.org/series/the-rent-racket>

ตรวจสอบการละเมิดการควบคุม อัตราค่าเช่าที่ในกรุงนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา โดยให้คนมาร่วม โพสต์
 ประเด็นเกี่ยวกับประเด็น



แพลตฟอร์ม CrowdVoice.by เครื่องมือ crowdsource ที่เน้นการรวบรวมข้อมูลการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement) จากทั่วโลก ผู้ใช้งานสามารถรวบรวมข้อมูล และติดตามการเคลื่อนไหวทางสังคมได้จากทั่วโลก และแพลตฟอร์มยังสร้างระบบของการร่วมกันตรวจสอบข้อมูล โดยใช้เครือข่ายของคนที่ใช้แพลตฟอร์มในการร่วมกันตรวจสอบข้อมูล เกี่ยวกับการเคลื่อนไหวทางสังคมในมิติต่าง ๆ ซึ่งสื่อมวลชนสามารถมอนิเตอร์ และร่วมตรวจสอบข้อมูล กับคนจำนวนมาก ในประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมได้

5.4 การสร้างมาตรฐานในการตรวจสอบข้อมูลจากสื่อออนไลน์

การสร้างมาตรฐานในการตรวจสอบข้อมูลจากสื่อออนไลน์ คือ การมีเกณฑ์ในการตัดสินใจต่อความน่าเชื่อถือของข้อมูล และการสร้างกระบวนการในการตรวจสอบข้อมูลเพื่อป้องกันความผิดพลาดในการนำข้อมูลมาใช้ในรายงานข่าว หลักมาตรฐานในการตรวจสอบข้อมูล มีดังนี้

5.4.1) ให้ตั้งข้อสงสัยต่อความเป็นไปได้ของข้อมูลเสมอ

การตรวจสอบข้อมูลจากสื่อออนไลน์ต้องเริ่มจากการ “ตั้งข้อสงสัย” โดยตั้งคำถามเกี่ยวกับทุกข้อมูลในคลิป ภาพ และเรื่องราวที่ได้จากสื่อออนไลน์ โดยพิจารณาถึงความเป็นไปได้ของข้อมูลเสมอ และต้องรู้ว่าข้อมูลทุกอย่าง มีการ “ประกอบสร้าง” ได้ จึงต้องหาข้อผิดพลาด และคำอธิบายต่อข้อสงสัยให้ได้ ถ้ามีจุดที่ไม่สามารถอธิบายได้ ยังไม่ควรนำไปเสนอในรายงานข่าว ทั้งนี้ พื้นฐานของการตั้งข้อสงสัยเพื่อตรวจสอบข้อมูล มีดังนี้

5.4.1.1) แต่ละองค์กรต้องสร้าง "กระบวนการ" และ "แผนงาน" สำหรับการตรวจสอบข้อมูลเป็นแนวปฏิบัติในสถานการณ์ต่าง ๆ

5.4.1.2) การตรวจสอบข้อมูลต้องตรวจสอบทั้งแหล่งที่มาและตัวเนื้อหา แม้ที่มาอาจน่าเชื่อถือก็ยังคงตรวจสอบ แม้เนื้อหาคนสนใจและดูน่าเชื่อถือ ก็ยังต้องตั้งข้อสงสัย

5.4.1.3) ต้องรู้อารมณ์ เบื้องหลัง และความเชื่อมโยงของคนและข้อมูล เพื่อแยกเนื้อหาที่มีเป้าหมายเฉพาะเพื่อกลุ่มหรือการปั่นประเด็นในสังคมออกจากเนื้อหาที่ควรใช้ในข่าว เพื่อสื่อไม่ตกเป็นเครื่องมือหาประโยชน์ของใคร

5.4.1.4) ต้องกล้าตั้งคำถามกับเจ้าของข้อมูลเพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งที่มา

5.4.1.5) การตรวจสอบต้องทำจากหลายแหล่ง และหลายช่องทาง ด้วยวิธีการหลายวิธี เพื่อให้มี "คำอธิบาย" ต่อสิ่งที่สงสัย และมีเหตุผลสนับสนุนข้อมูลมากที่สุด

5.4.1.6) เข้าใจบริบทที่เกี่ยวข้อง ลำดับเหตุการณ์ ลำดับเรื่องให้ได้

5.4.1.7) ควรมีความร่วมมือกับคน ชุมชน และผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบข้อมูล

5.4.1.8) อย่าอคติต่อข้อมูล อย่าปักใจเชื่อเพราะตรงกับความคิด อย่าใช้อารมณ์ของเราในการตัดสินใจ

5.4.2) หาต้นตอและแหล่งที่มาของข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาต้อง **สืบค้นจุดเริ่มต้นแรกของการเผยแพร่ข้อมูลนั้น** เช่น โพสต์ครั้งแรก หรือ คนแรกที่เป็นคนโพสต์ แต่ต้องพึงระลึกเสมอว่า ต้นทางแรกที่มีคนแชร์หรือนำมาบอกต่อจำนวนมาก อาจไม่ใช่หรือไม่ใช่เจ้าของ หรือ ผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงก็ได้ ดังนั้น ต้องมีการสืบค้นเพิ่มเติม วิธีการสืบค้นหาต้นตอข้อมูลทำได้ ดังนี้

5.4.2.1) ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของบัญชีรายชื่อ (Account) เช่น ได้รับการยืนยันความน่าเชื่อถือของบัญชีรายชื่อโดยแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กและทวิตเตอร์ ตรวจสอบข้อมูลย้อนหลังในการโพสต์ของบุคคลนั้นบนสื่อสังคม และวิเคราะห์เครือข่าย เพื่อน และผู้ติดตามว่าเป็นกลุ่มคนใด เพื่อดูความเชื่อมโยง และความน่าเชื่อถือ

5.4.2.2) สืบค้นจากหลายแพลตฟอร์มสื่อสังคม เพื่อหาว่าข้อมูลที่คล้าย หรือใกล้เคียงกัน มีปรากฏอยู่ที่ใดบ้าง

5.4.2.3) ย้อนดูตามลำดับเวลาที่ปรากฏข้อมูล หากจุดเริ่มต้นของการส่งต่อ และพัฒนาการของข้อมูลตามช่วงเวลา

5.4.2.4) ตรวจสอบเวลาและสถานที่ เพื่อเชื่อมโยงกับข้อมูลของผู้โพสต์

5.4.2.5) ติดต่อเจ้าของข้อมูลที่คิดว่าเป็นต้นทางเพื่อขอข้อมูลเพิ่มเติม การพูดคุยต้องตั้งข้อสงสัย และกล้าตั้งคำถามเพื่อตรวจสอบความเป็นเจ้าของ และเป้าหมายในการเผยแพร่ข้อมูลนั้น แต่ต้องระวังไม่ให้เป็นการคุกคาม ไม่สุภาพ หรือละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

5.4.3) ตรวจสอบข้อมูลจากหลายแหล่งและหลายวิธี

องค์ประกอบด้านเวลา สถานที่ และสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง มีความสำคัญต่อความน่าเชื่อถือของข้อมูล การตรวจสอบภาพ คลิป ข้อมูลและการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ต้องใช้ทั้งเทคโนโลยี และคนช่วยในการตรวจสอบข้อมูลแบบ “หลายทิศทาง” ดังนี้

5.4.3.1) ตรวจสอบภาพ /คลิปด้วยการใช้เครื่องมือหรือแพลตฟอร์มในการค้นหาข้อมูล เช่น ³⁵Google Image Search หรือ เว็บไซต์ในการค้นหาและตรวจสอบภาพ ³⁶TinEye เพื่อดูว่ามีภาพเหมือน ใกล้เคียงจากที่ไหน เมื่อไร และเป็นเหตุการณ์เดียวกันหรือต่างกัน

5.4.3.2) ตรวจสอบองค์ประกอบในภาพและคลิป เช่น สิ่งที่อยู่ในภาพมีข้อน่าสงสัยหรือไม่ สิ่งที่อยู่ในนั้นดูเป็นการจัดวาง หรือ เป็นเรื่องจริง สถานที่กับสิ่งที่ ปรากฏในภาพสอดคล้องกันหรือไม่ สภาพอากาศกับช่วงเวลาที่ ปรากฏในภาพ /คลิป หรือแม้แต่ เสียง คำพูด ภาษา สำเนียงที่ใช้ มีจุดใดที่ดูไม่สมเหตุผล หรือต้องการคำอธิบายเพิ่มหรือไม่

5.4.3.3) ข้อมูลของภาพถ่ายดิจิทัลถูกเก็บไว้ในลักษณะที่เรียกว่า ³⁷EXIF ซึ่งสามารถใช้โปรแกรม Photoshop หรือเครื่องมือตรวจสอบ เพื่อเปิดดูข้อมูล ซึ่งจะเห็น เวลาที่ถ่ายและกล้องที่ใช้ถ่าย ถ้าภาพจากมือถือ หรืออุปกรณ์ที่มี GPS อาจพบตำแหน่งที่ถ่ายภาพ

5.4.3.4) สำหรับวิดีโอ ลองใช้คำสำคัญ (keyword) ที่น่าจะเกี่ยวข้องกับคลิปนั้น ค้นหาทั้งใน Google, YouTube, Vimeo และแพลตฟอร์มที่มีการแชร์คลิปต่าง ๆ

5.4.3.5) ใช้เครื่องมือแปลภาษา เช่น Google Translate หรือผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาช่วย ระบุความน่าเชื่อถือของข้อความ และเสียง

5.4.3.6) ตรวจสอบว่า มีการตัดต่อภาพ ปรับสี ปรับแสง หรือ การตัดต่อ หรือไม่

5.4.3.7) มีผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ที่ให้คำแนะนำ อธิบายข้อสงสัยได้

³⁵Google Image Search หรือการค้นหาภาพบน Google (<https://images.google.com/>) เป็นอีกหนึ่งบริการค้นหาข้อมูลของ Google ที่ใช้ภาพแทนข้อความในการค้นหา ทำโดยใส่ url ของรูปหรืออัปโหลดไฟล์รูปภาพที่เรามีอยู่เข้าไป แค่นี้ Google ก็แสดงผลการค้นหาให้

³⁶Tineye (<https://www.tineye.com/>) เทคโนโลยีค้นหารูปภาพบนอินเทอร์เน็ตของบริษัท Idée ในแคนาดา โดยการค้นหารูปจะไม่ได้ใช้ keyword แต่จะทำในทางกลับกันคือค้นหารูปภาพจากรูปภาพอีกทีหนึ่ง โดยเราสามารถจะอัปโหลดรูปภาพของเราขึ้นไป หรือใส่เพียง url ของรูปนั้นๆ จากนั้น TinEye จะทำการค้นหาเว็บที่มีรูปเหมือน หรือมีการแก้ไขเช่น ย่อ/ขยาย เปลี่ยนสี ตัดขอบ ทำขาวดำ เพิ่มลดแสง หรือแม้แต่รูปที่นำไป retouch อื่นๆ ได้

³⁷EXIF หรือ Exchangeable Image Files Format เป็นค่าต่างๆ ของรูปภาพที่ถ่ายโดยกล้อง ดิจิทัล ค่า EXIF จะประกอบไปด้วย 4 หัวข้อใหญ่ๆ ดังนี้ 1 วันและเวลาที่ถ่ายภาพ 2 ค่าต่างๆ ของกล้องที่ใช้ถ่ายภาพ และ ค่าต่างๆ ที่ใช้ในการถ่ายภาพ เช่น ความเร็วของชัตเตอร์, ขนาดของรูรับแสง, ความไวแสงของกล้อง เป็นต้น 3 สถานที่ที่ถ่ายภาพ โดยการใส่ GPS เป็นตัวรับค่าสัญญาณ แต่ยังไม่เป็นที่แพร่หลายนัก 4 รายละเอียดของภาพ และ ลิขสิทธิ์ภาพ แต่ค่าต่างๆ ในกลุ่มนี้ยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก จะมีเฉพาะในกล้องถ่ายภาพดิจิทัล บางรุ่นเท่านั้น

5.4.3.8) เมื่อมีการติดต่อกับเจ้าของ อาจมีการขอคลิป หรือ ภาพอื่น ๆ เพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาเพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือ

5.4.3.9) ถ้าเป็นข้อมูล จากสื่อออนไลน์ ที่มีความละเอียดอ่อน สุ่มเสี่ยง มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เช่น ความรุนแรง เรื่องส่วนบุคคล ควรคำนึงถึงการปกป้องตัวตน สิทธิของทุกคนที่เกี่ยวข้อง

5.4.3.10) ใช้ความร่วมมือกับเครือข่ายและชุมชนออนไลน์ต่าง ๆ ในการตรวจสอบและระดมหาข้อมูลเพิ่มเติม

กรณีศึกษาแนวทางปฏิบัติ

<p>กรณีศึกษา ใน เหตุการณ์ภาวะฉุกเฉิน ความรุนแรง ภัยพิบัติ เมื่อมีคนส่งต่อข้อมูลมาทางสื่อสังคม</p> <p>กรณีศึกษา ใน เหตุการณ์ภาวะฉุกเฉิน ความรุนแรง ภัยพิบัติ เมื่อมีคนส่งต่อข้อมูลมาทางสื่อสังคม</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ตรวจสอบภาพโดยใช้ ³⁸ Google Image search หรือ ³⁹ TinEye ✓ ตรวจสอบภาพ คลิป โดยพิจารณาจากองค์ประกอบ เช่น อากาศ สภาพแวดล้อม สิ่งของ ผู้คนในภาพ ✓ ตรวจสอบข้อมูลกับผู้เชี่ยวชาญ หน่วยงานที่รับผิดชอบหรือเกี่ยวข้อง ✓ หาที่มาของข้อมูล ต้นตอ เจ้าของ UGC และติดต่อสอบถามพูดคุย ✓ บางเรื่องที่มีความอ่อนไหวมากควรรอประกาศอย่างเป็นทางการ ✗ สื่อไม่ควรแชร์ข้อมูลจากแหล่งที่มาบนสื่อออนไลน์โดยไม่ผ่านการตรวจสอบที่มา และหาบริบทเพิ่มเติม ✗ อย่าเชื่อบุคคลที่มีชื่อเสียง เครือข่ายใกล้ชิด แหล่งข่าว โดยไม่ตรวจสอบข้อมูลอีกครั้งก่อน ต้องสัมภาษณ์แหล่งข่าว ผู้เชี่ยวชาญ และผู้เกี่ยวข้องประกอบการนำเสนอ ✗ อย่าตื่นตระหนกกับข้อมูลที่ได้รับ และรายงานโดยไม่ให้คำอธิบายเพราะจะทำให้สังคมเกิดความตื่นตระหนก
<p>กรณีศึกษา คลิป เหตุการณ์ที่สะท้อนแค่ บางมุมของเรื่อง</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ หาที่มาของคลิป รู้ว่าต้นทางคนโพสต์คือใคร เป็นผู้เห็นเหตุการณ์ ผู้เดือดร้อน ผู้ประกอบสร้างเนื้อหา เพราะต้นตอคลิปมีผลต่อความน่าเชื่อถือ ✓ สืบค้นหาข้อมูลประกอบให้รอบด้าน ด้วยการใช้กระบวนการ Crowdsorce ให้คนร่วมกันตรวจสอบข้อมูล

³⁸ **Google Image Search** หรือการค้นหาภาพบน Google (<https://images.google.com/>) เป็นอีกหนึ่งบริการค้นหาข้อมูลของ Google ที่ใช้ภาพแทนข้อความในการค้นหา ทำโดยใส่ url ของรูปหรืออัปโหลดไฟล์รูปภาพที่เรามีอยู่เข้าไป แค่นี้ Google ก็จะแสดงผลการค้นหาให้

³⁹ **Tineye** (<https://www.tineye.com/>) เทคโนโลยีค้นหารูปภาพบนอินเทอร์เน็ตของบริษัท Idée ในแคนาดา โดยการค้นหารูปจะไม่ได้ใช้ keyword แต่จะทำในทางกลับกันคือค้นหารูปภาพจากรูปภาพอีกทีหนึ่ง โดยเราสามารถจะอัปโหลดรูปภาพของเราขึ้นไป หรือใส่เพียง url ของรูปนั้นๆ จากนั้น TinEye จะทำการค้นหาเว็บที่มีรูปเหมือน หรือมีการแก้ไขเช่น ย่อ/ขยาย เปลี่ยนสี ตัดขอบ ทำขาวดำ เพิ่มลดแสง หรือแม้แต่รูปที่นำไป retouch อื่นๆ ได้

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ หากพบข้อมูลที่เกี่ยวข้องหลายด้าน ต้องนำมาตรวจสอบ หาความเชื่อมโยง และนำเสนอเป็นลำดับเวลา เพื่ออธิบายเหตุการณ์ให้ครบถ้วนมากที่สุด ✗ อย่าปักใจเชื่อว่าคลิปนั้นคือทั้งหมดของเรื่อง ต้องหาบริบทที่อธิบายที่มาที่ไปให้ครบถ้วนรอบด้านมากที่สุด ✗ อย่านำเสนอโดยตัดสินผู้ที่อยู่ในคลิปหรือถูกอ้างถึง โดยไม่มีบริบทในการอธิบาย
<p>กรณีศึกษา คลิปหรือข้อมูลแนะนำวิธีการทำสิ่งต่าง ๆ (HOW TO) เช่น การลดความอ้วน รักษาโรค เป็นต้น</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลหลายแหล่งที่แตกต่าง และตั้งข้อสงสัยเสมอว่าเป็นเรื่องของการโฆษณาและการตลาดหรือไม่ ✓ ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับเรื่องนั้นเพื่อตรวจสอบข้อมูล ✓ ใช้การระดมข้อมูลจากผู้รับสาร แลกเปลี่ยนประสบการณ์เกี่ยวกับประเด็น ✗ หยิบนำไปเสนอข้อมูลโดยไม่ตรวจสอบและอธิบาย ✗ ระวังการนำเสนอ HOW TO ที่อาจถูกนำไปใช้ในทางที่ผิด หรือโดยใช้โดยมิจงอาชีพ เช่น การสะเดาะกลอนเปิดประตูรถยนต์ ✗ ระวังการนำเสนอ HOW TO ที่ล่อแหลมต่อการนำไปใช้ในเรื่องที่ผิดศีลธรรม หรือ สร้างค่านิยมที่ผิด

ตัวอย่าง การตรวจสอบข้อมูล



กรณีคลิป เด็กซีเรียหนี โรช่วยเด็กผู้หญิง ที่มีกระแสการแชร์กันบนโลกออนไลน์เมื่อปี 2014 BBC อธิบายตัวอย่างของการ “ตั้งข้อสงสัย” ต่อคลิป กระบวนการในการตรวจสอบ ทำโดย

- ตรวจสอบองค์ประกอบในคลิป ตั้งข้อสงสัย ทำไมมีข้อความต้องการอิสรภาพ ทำไมป้ายในเหตุการณ์ถูกจัดวางไว้อย่างจงใจเกินไป ถ้าอธิบายไม่ได้ ให้ตั้งข้อสงสัยว่า ยังไม่น่าเชื่อถือ และไม่ให้นำเสนอ
- สถานที่คือที่ใด ต้องตรวจสอบหาความคล้ายคลึงของพื้นที่ว่า เป็นสถานที่ในพื้นที่สงครามในซีเรียจริงหรือไม่ เมื่อหาสิ่งยืนยันไม่ได้ ตั้งเป็นข้อสงสัยว่า ยังไม่น่าเชื่อถือ
- ตรวจสอบเสียง สำเนียง พบว่า มีลักษณะของการบันทึกเสียงและตัดต่อเพิ่ม ทำให้ยังต้องตั้งข้อสงสัยว่าใช่ข้อมูลจากเหตุการณ์จริงหรือไม่
- ตรวจสอบการแสดงความคิดเห็นใต้คลิปใน YouTube และที่มีคนแชร์กันไป มีคนแสดงความคิดเห็น ตั้งข้อสงสัยว่า เป็นเหตุการณ์จริงหรือไม่จำนวนมาก สื่อก็ต้องสงสัยเช่นเดียวกัน ถ้าอธิบายสิ่งที่คนสงสัยไม่ได้ ให้คิดว่ายังไม่น่าเชื่อถือ

BBC ตัดสินใจว่า คลิปนี้ไม่ควรถูกนำไปใช้ในการรายงานข่าว จนกว่าจะมั่นใจ ปล่อยให้กระแสบนออนไลน์พุดกันไปก่อน แต่ทำการสืบค้นและมอนิเตอร์ข้อมูลอย่างใกล้ชิด

สุดท้าย BBC ได้ข้อมูลว่า เป็นคลิปซึ่งทีมทำหนังในนอร์เวย์ทำขึ้นเพื่อให้เป็น ไวรัลคลิปกระตุ้นความคิดคนต่อเรื่อง “เด็กในพื้นที่ปัญหาความรุนแรง ” และเมื่อตรวจสอบกลับไป ที่ผู้ผลิตจึงพบว่า เป็นสถานการณ์จำลองที่สร้างขึ้น

ดังนั้น การตั้งข้อสงสัย และถ้าหาคำอธิบายไม่ได้ เป็นหลักสำคัญหนึ่งในการตรวจสอบ โดยเฉพาะคลิปที่มีความรุนแรงและความอ่อนไหวของข้อมูล

5.5 สร้างมาตรฐานในการนำเสนอข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในการรายงานข่าว

การเสนอข่าว จากสื่อออนไลน์มีกระบวนการและรูปแบบที่แตกต่างกันเพราะปัจจัยที่แตกต่างในแต่ละกองบรรณาธิการ แต่ควรมีหลักเกณฑ์มาตรฐานที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสม ดังนี้

- 1) นักข่าวควรพิจารณาผลกระทบทั้งด้านร่างกายและจิตใจของผู้ที่อยู่ในเหตุการณ์ ที่จะนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาใช้ในการเผยแพร่โดยปกป้องสิทธิของเขาให้ได้มากที่สุด และพิจารณาถึงรสนิยมในการนำเสนอว่าจะไม่กระทบความรู้สึกของผู้รับสารในทางไม่เหมาะสม
- 2) การขออนุญาตนำข้อมูลมาใช้ต้อง "โปร่งใส" แจ้งว่าจะนำมาใช้อย่างไร เพื่ออะไร ลักษณะโดยรวมถึงมีการอ้างอิงที่มา ให้เครดิตที่ชัดเจน
- 3) ถ้า UGC นั้นยังไม่ได้รับอนุญาต หรือติดต่อเจ้าของข้อมูลไม่ได้ สื่อควรเลือกการนำเสนอรูปแบบอื่นทดแทน
- 4) ใช้หลักการปกป้องผู้อื่น การเอาใจเขามาใส่ใจเรา หากในการนำเสนอข้อมูลนั้นไม่สามารถปกป้องผู้ที่เกี่ยวข้องได้ ไม่ควรนำเสนอ
- 5) พิจารณาถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อผู้ที่อยู่ในภาพ / คลิป / เรื่องราวที่พาดพิงถึง และผลกระทบต่อครอบครัวของผู้นั้น ให้ใช้หลัก สิทธิมนุษยชน และการไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลพิจารณาความเหมาะสมของการนำเสนอ
- 6) อย่าตีความว่าทุกคนต้องการให้นำข้อมูลของเขาไปใช้ในรายการข่าว ดังนั้น ก่อนการนำไปใช้ ต้องสอบถามความประสงค์ และขออนุญาตก่อนเสมอ
- 7) การให้เครดิต จำเป็นต้องสอบถามเจ้าของก่อนว่า "จะให้เครดิตอย่างไร" เพราะบางเนื้อหาอาจไม่ต้องการให้อ้างอิงถึง เพราะอาจส่งผลเสียต่อเจ้าของ UGC หรืออาจมีรูปแบบการให้เครดิตที่เจ้าของพึงพอใจมากกว่า
- 8) หาก UGC เป็นงานฝีมือ ผลงานสร้างสรรค์ งานมีลิขสิทธิ์ ควรมีการพูดคุยกับเจ้าของ ให้ได้ข้อตกลงที่เหมาะสมในการนำข้อมูลไปใช้ในงานของสื่อ

5.5.1 หลักการใช้ภาพและคลิปจากสื่อออนไลน์บนมาตรฐานจริยธรรมและกฎหมาย

ในการใช้ภาพและคลิปในสังคมออนไลน์ นั้นมาประกอบการรายงานข่าว ต้องอยู่ภายใต้กรอบจริยธรรมและกฎหมาย เพราะ ตามกฎหมาย ทั้งภาพและคลิป คืองานที่ได้รับความคุ้มครองในฐานะงานศิลปกรรมและสื่อบันเทิงที่ได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 มีดังนี้

5.5.1.1) พิจารณางค์ประกอบของภาพและคลิปที่จะนำมาใช้ว่า ไม่ละเมิดสิทธิ และลิขสิทธิ์ เป็นเนื้อหาที่เหมาะสมกับการนำเสนอหน้าจอโทรทัศน์ ตามหลักจริยธรรม คือ ความถูกต้อง ความสมดุลของข้อมูล ความโปร่งใสของที่มา รสนิยมในการนำเสนอ การไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น

5.5.1.2) หลักว่าด้วยข้อมูลทุกอย่างในโลกออนไลน์มีเจ้าของ ควรขออนุญาตก่อนและต้องได้รับการตอบรับอย่างเป็นทางการ มีหลักฐานยืนยันเสมอ ใน ข้อตกลงการใช้ ขอข้อมูล ควรมีรายละเอียดที่ชัดเจน เพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้เป็นเจ้าของ UGC

5.5.1.3) การอ้างอิงและให้เครดิตต่อเจ้าของ UGC เป็นเรื่องต้องทำ แต่ข้อพึงระวังคือ ข้อมูล UGC บางเรื่องเป็นเรื่องที่มีความอ่อนไหว และการอ้างอิงกลับไปในตัวเจ้าของข้อมูลอาจเป็นอันตรายหรือเกิดผลเสียต่อเขาได้ จึงต้องมีการสอบถามกับเจ้าของข้อมูลทุกครั้งว่าต้องการให้ระบุที่มาอ้างอิงหรือไม่

5.5.1.4) การนำเสนอข้อมูล UGC ประเภทของภาพและคลิป คือ การ นำเสนอโดยเป็นส่วนประกอบหนึ่งของเนื้อหาข่าว คือใช้ในการประกอบการรายงานข่าว หลักที่สำคัญคือ

- ต้องเป็นเนื้อหาที่สอดคล้องกันกับ ไม่ให้นำไปประกอบเนื้อหาที่เป็นคนละเรื่อง
- การตัดแปลงภาพ คลิป ใส่กราฟิก หรือตัดบางส่วนมาใช้ แม้ทำได้ตามกฎหมาย แต่ในทางจริยธรรมต้องระวังไม่บิดเบือนข้อมูล หรือทำให้เกิดความเข้าใจผิด
- ภาพและคลิปที่เป็นเนื้อหาที่ต้องพึงระวัง ในการนำเสนอ ต้องมีการเลือกใช้มุมภาพที่ไม่ทำให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อการนำเสนอข่าว และต่อผู้ที่อยู่ในเหตุการณ์
- ในการนำเสนอควรมีการอธิบายบริบทของข้อมูลอย่างรอบด้าน หา กมีหลายภาพ และ หลายคลิป ควรสามารถเรียงลำดับเวลา เหตุการณ์ เรียงราวได้ หากมีผู้เกี่ยวข้อง ควรมีพื้นที่ในการให้เขาได้อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ
- ในการนำ ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ประเภทภาพและคลิป มาใช้ เพื่อสร้างความบันเทิง หรือ สร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสาร เช่น การนำภาพทิวทัศน์ หรือ คลิปน่ารักมาไว้ท้ายข่าว ควรระวังเรื่องการไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ มีการขออนุญาต และปกป้องผู้ที่อยู่ในคลิปอย่างเหมาะสม

ตัวอย่างกรณีศึกษาการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ประเภทภาพและคลิปในการรายงานข่าว

กรณีศึกษา	Do & Don't ในการนำข้อมูล UGC มาใช้ในการรายงานข่าว
กรณีการนำคลิปจากสังคมออนไลน์มาประกอบการรายงานข่าว เช่น การนำคลิปการทำสีผมของเน็ตไอดอลคนหนึ่งมาประกอบการนำเสนอข่าว	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ฟังระลึกไว้เสมอว่าผลงานที่ปรากฏในสังคมออนไลน์มีลิขสิทธิ์เสมอ ✓ ทำการขออนุญาตจากเจ้าของผลงาน เช่น การทำเป็นจดหมาย อีเมลล์ หรือติดต่อทางโทรศัพท์ ✓ คำนึงเรื่องการปกป้องสิทธิส่วนบุคคลของบุคคลในภาพหรือคลิป เช่น เขาต้องการเปิดเผยใบหน้า ตัวตน หรือไม่ ✓ การนำเสนอควรอธิบายข้อมูลโดยศึกษาค้นคว้า และมีองค์ประกอบของมุมมองเรื่องที่รอบด้านในการนำเสนอ ✗ นำงานของผู้อื่นมาประกอบการนำเสนอข่าวโดยไม่รับรู้ความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ✗ ภาพของบุคคลหากไม่ได้รับการอนุญาตทำให้มีความผิดฐานละเมิดสิทธิส่วนบุคคลด้วย
กรณีศึกษาการนำภาพอินโฟกราฟฟิค การนำภาพหรือคลิปที่คนถ่ายและรีวิบนออนไลน์มาใช้ เช่น ภาพท่องเที่ยว ภาพทิวทัศน์ ภาพที่มีความสวยงาม	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ควรมีการได้พูดคุย สอบถามข้อมูล และนำข้อมูลเพิ่มเติมจากการพูดคุยนำมาใช้ประกอบการนำเสนอข้อมูลเพิ่มเติม ✓ ทำการขออนุญาตจากเจ้าของผลงาน เช่น การทำเป็นจดหมาย อีเมลล์ หรือติดต่อทางโทรศัพท์ ✓ ถ้านำเสนอเพื่อประกอบเป็นส่วนหนึ่งของข่าว ต้องไม่ใช่กับเรื่องที่เป็นคนละเรื่องกัน และทำให้เกิดความเข้าใจผิด และส่งผลเสียต่อเจ้าของ UGC ✓ การทำกราฟิกประกอบ ตัดต่อ ปรับลักษณะของภาพหรือคลิปสามารถทำได้ หากช่วยในการอธิบายเรื่อง และไม่ทำให้ข้อมูลบิดเบือน ✓ ในการนำเสนอควรมีการอ้างอิง และให้เครดิต โดยการให้เครดิตต้องสอบถามจากเจ้าของ UGC ว่า ต้องการอ้างอิงถึงหรือไม่ และจะให้อ้างอิงถึงในลักษณะใด ✗ นำงานของผู้อื่นมาประกอบการนำเสนอข่าวโดยไม่รับรู้ความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ✗ ไม่ควรนำมาตัดแปลงใส่เครดิต และลายน้ำขององค์กรลงไปบนงานของผู้อื่น ✗ ไม่นำมาใช้ในข่าวโดยอธิบายหรือเล่าข่าวตามความรู้สึก ทศนคติของผู้สื่อข่าว โดยอาจทำให้เกิดความเข้าใจผิด และข้อมูลคลาดเคลื่อน ✗ ไม่คิดว่าของที่คนโพสต์ในออนไลน์เป็นของสาธารณะ และนำมาใช้โดยไม่มีการขออนุญาต

กรณีศึกษา	Do & Don't ในการนำข้อมูล UGC มาใช้ในการรายงานข่าว
กรณีศึกษาการนำภาพจากสังคมออนไลน์มาประกอบการทำการตลาดขององค์กรสื่อ	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ฟังระลึกไว้เสมอว่าผลงานที่ปรากฏในสังคมออนไลน์มีลิขสิทธิ์เสมอ ✓ รับผิดชอบต่อความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์โดยการให้เครดิตเจ้าของลิขสิทธิ์ ✓ ทำการขออนุญาตจากเจ้าของผลงาน เช่น การทำเป็นจดหมาย อีเมลล์ หรือติดต่อทางโทรศัพท์ ✗ นำงานภาพของบุคคลอื่นมาประกอบการนำเสนอข่าวโดยไม่รับผิดชอบต่อความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์
กรณีศึกษา การนำภาพหรือคลิปเด็กมาใช้ในการรายงานข่าว	<ul style="list-style-type: none"> ✓ คำนึงถึงเรื่องสิทธิเด็ก การปกป้องตัวตนของเด็ก การไม่เป็นช่องทางให้มีจดจำชื่อเข้าถึงตัวเด็กได้เพราะได้รับข้อมูลจากสื่อ ✓ ควรมีการขออนุญาตจากผู้ปกครองก่อนนำมาใช้และมีหลักฐานยืนยันในการอนุญาตให้ใช้เสมอ ✓ ควรมีการส่งเสริมให้เชื่อว่าเด็กและเยาวชนจะสามารถส่งคลิปของตัวเองมาเป็นส่วนหนึ่งของรายการอย่างไรให้เหมาะสม ✓ หากเป็นการขอความร่วมมือให้เด็กและเยาวชนส่งภาพหรือคลิปของตัวเองเข้ามาร่วม หรือผู้ปกครองส่งภาพของเด็กเข้ามาร่วมกิจกรรมกับรายการ ต้องมีมาตรฐานในรูปแบบของภาพที่จะใช้ และการปกป้องสิทธิส่วนบุคคลที่จะไม่มีใครนำไปใช้ต่อ หรือประกอบซ้ำเพื่อประโยชน์อื่นที่ไม่ควรได้ ✗ ไม่ใช่ภาพหรือคลิปมาประกอบเรื่องที่เป็นคนละประเด็นแต่ต้องการใช้เป็นภาพประกอบ เพราะอาจทำให้เกิดความเข้าใจผิด ✗ ไม่ใช่ภาพหรือคลิปความรุนแรงหรืออนาจารที่เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชน

กรณีศึกษา	Do & Don't ในการนำข้อมูล UGC มาใช้ในการรายงานข่าว
<p>กรณีศึกษา การนำภาพถ่ายในสังคมออนไลน์มาใช้ประกอบการรายงานข่าว เช่น Facebook Twitter Instagram หรือเว็บไซต์สนทนาออนไลน์ เช่น pantip.com</p>	<p>✓ ต้องตรวจสอบความถูกต้องจากแหล่งข้อมูล เพราะบางครั้งหากเป็นข้อมูลที่เป็นเท็จ ข่าวลือ ภาพลามกอนาจารหรือข้อมูลที่อาจจะกระทบกระเทือนต่อความมั่นคงผู้นำเสนอข่าวอาจมีความผิดตามประมวลกฎหมายอาญา และ พ.ร.บ.ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 ด้วย</p> <p>✓ ต้องให้ความระมัดระวังในการนำภาพมาประกอบการเสนอข่าว โดยเฉพาะภาพลามกอนาจาร หรือภาพที่เป็นการแอบถ่าย ตามแต่กฎหมายก็มองว่าผู้นำเสนอม่เจตนานำเสนอภาพลามกอนาจารสู่สาธารณะต้องมีการเซ็นเซอร์ก่อนนำเสนอเสมอ และไม่สร้างความเสียหายแก่ชื่อเสียงให้แก่บุคคลที่อยู่ในภาพอาจจะเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล หรือสามารถฟ้องคดีหมิ่นประมาทได้</p> <p>✓ หลีกเลี่ยงการนำเสนอภาพที่สร้างความแตกแยก แยกตั้งінหวาดเสียว หรือสร้างความหวาดหวัต่อทางด้านจิตใจของประชาชนควรจะมีการเซ็นเซอร์หรือไม่นำเสนอซ้ำๆ</p> <p>✓ ภาพข่าวที่เป็นข่าวในชีวิตประจำวัน กฎหมาย คำพิพากษาของศาล หรือหนังสือของทางราชการสามารถนำเสนอประกอบการรายงานข่าวได้โดยไม่ต้องเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์</p> <p>✓ หากต้องการนำภาพในสังคมออนไลน์มาประกอบการรายงานข่าว ต้องทำการขออนุญาตจากเจ้าของเสียก่อน</p> <p>✗ ทำลายข้อมูลบริหารสิทธิในภาพของเจ้าของงานแล้วใส่ลายน้ำของตนเองเข้าไปแทน ตัดต่อ ดัดแปลง จากภาพต้นฉบับแล้วนำเสนอโดยสร้างความเข้าใจให้ประชาชนหรือผู้ชมเข้าใจว่าสำนักข่าวนั้นเป็นผู้สร้างสรรค์ภาพนั่นเอง</p> <p>✗ นำเสนอภาพที่หวาดเสียว ภาพลามกอนาจาร ภาพที่กระทบต่อความมั่นคง ภาพที่ขัดต่อศีลธรรมอันดีของประชาชน ภาพข่าวลือที่สร้างความตื่นตระหนกแก่ประชาชนโดยที่ไม่ได้ตรวจสอบแหล่งที่มาให้ละเอียดว่าข้อมูลหรือภาพที่นำเสนอ นั้นถูกต้องหรือไม่</p> <p>✗ นำภาพการข่าวจากสำนักข่าวต่างสถานีมาประกอบการนำเสนอข่าวของช่องตนเองโดยตัดโลโก้ช่องออกแล้วใส่ช่องตัวเองลงไปแทน</p> <p>✗ นำเสนอภาพที่ได้มาจากสังคมออนไลน์แล้วนำเสนอโดยไม่ได้นำสืบข้อเท็จจริงว่ามีต้นสายปลายเหตุจากอะไร เช่นการนำเสนอข่าวแค่ด้านเดียว แล้วสร้างความเสียหายแก่บุคคลที่อยู่ในภาพอาจจะตกเป็นตัวการที่ร่วมกันละเมิดสิทธิส่วนบุคคลได้</p>

กรณีศึกษา	Do & Don't ในการนำข้อมูล UGC มาใช้ในการรายงานข่าว
<p>กรณีศึกษาการนำเสนอภาพข่าวที่สร้างความเสื่อมทรมทางด้านจิตใจหรือสุขภาพประชาชน เช่น การไปห่วย ยาฝิ่นบอก ยาลดน้ำหนัก ยาปลูก เซ็กซ์ หรือยาเสริมสมรรถภาพทางเพศ</p>	<p>✓ การนำเสนอภาพที่ส่งเสริมความเสื่อมทรมทางด้านจิตใจของประชาชน หมายความว่า ให้ประชาชนเชื่อในเรื่องที่ยังพิสูจน์ไม่ได้ทางวิทยาศาสตร์ว่าจริงหรือเท็จเพียงใด ส่งเสริมให้ประชาชนรอคอยยาเสพติดเชื่อเรื่องไสยศาสตร์ที่ยังพิสูจน์ไม่ได้ ดังนั้น สื่อมวลชนต้องไม่ชี้แนะประชาชน ยุยงส่งเสริม หรือโน้มน้าวใจให้เชื่อในสิ่งเหล่านั้น การรายงานข่าวต้องมีข้อความเตือน และให้ใช้วิจารณญาณในการรับชมเป็นต้น</p> <p>✗ รายงานข่าวโดยโน้มน้าวใจให้ประชาชนเชื่อตามสิ่งที่เห็น พร้อมทั้งชี้หน้าว่าห่วยงวดนี้ต้องออกเลขนี้ ยาขนาดนี้ดีมากรักษาหายทุกโรค เป็นต้น</p>
<p>กรณีศึกษาการนำเสนอคลิปภาพที่มีความหวาดเสียว ข่าวลือ หรือสร้างความตื่นตระหนกแก่ประชาชน</p>	<p>✓ ในการนำเสนอคลิปภาพที่มีความหวาดเสียวต้องขึ้นคำเตือนกับผู้ชมเสมอหรือทำการเบลอภาพ เช่น ภาพอุบัติเหตุ ภาพสัตว์ร้าย สัตว์มีพิษ อาชญากรรม ฆาตกรรม ภาพศพที่ถูกหั่นหรือกระทำการอนาจาร</p> <p>✓ การนำเสนอคลิปภาพที่สร้างความตื่นตระหนกแก่ประชาชน หรือข่าวลือ ต้องทำการตรวจสอบจากแหล่งข่าวหลาย ๆ แหล่ง</p> <p>✓ ในการนำคลิปมาเพื่อประกอบการรายงานข่าวเกี่ยวกับผู้ตายหรือผู้เสียหาย ต้องเคารพต่อความรู้สึกและคิดถึงสภาพจิตใจของคนในครอบครัวผู้สูญเสียให้มาก</p> <p>✓ ไม่นำเสนอภาพแห่งความสูญเสียซ้ำ ๆ วนไปวนมาเพื่อเป็นการให้เกียรติแก่ผู้ตายและครอบครัว</p> <p>✓ ควรต้องมีการเซ็นเซอร์และไม่ฉายภาพซ้ำ ๆ วนไปวนมา และใช้คำพูดประกอบการเล่าข่าวที่ไม่แสดงความคิดเห็นหรืออารมณ์ต่อเรื่องราว</p> <p>✓ ในการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับอาชญากรรมต้องระมัดระวังบนพื้นฐานของความพอดี เพื่อให้ผู้ต้องหากลายมาเป็นบุคคลต้นแบบที่น่าลอกเลียนแบบ</p> <p>✓ ในการนำคลิปจากสังคมออนไลน์มานำเสนอต้องให้ความสำคัญเป็นธรรมทั้งสองฝ่ายสื่อมีหน้าที่ในการนำเสนอความจริงที่ปรากฏ แต่ถูกผิดอย่างไรประชาชนจะเป็นผู้ตัดสินใจเอง สื่อต้องไม่เลือกข้างนำเสนอต้องนำเสนอให้รอบด้านทั้งสองฝ่ายเพื่อความเป็นธรรมกับผู้ต้องหาและผู้ถูกกระทำ</p>

กรณีศึกษา	Do & Don't ในการนำข้อมูล UGC มาใช้ในการรายงานข่าว
	<p>X นำเสนอข่าวจากคลิปที่ได้มาจากสังคมออนไลน์โดยไม่มีการตรวจสอบข้อเท็จจริง แล้วสร้างความเสียหายแก่ประชาชน และสร้างความตื่นตระหนกแก่ประชาชน</p> <p>X เลือกคลิปที่นำเสนอเพียงด้านใดด้านหนึ่งจนสร้างความเสียหายแก่บุคคลที่อยู่ในคลิปหรือครอบครัวผู้เสียหาย</p> <p>X ไม่มีการเซนเซอร์ภาพที่หวาดเสียว น่าอูจาด หรือภาพที่ซ้ำเติมโชคชะตาของผู้ที่สูญเสีย</p> <p>X แช่หมุกกล้องหรือ Freeze Frame หรือการดิงภาพที่มีการ Live สดมาจากเฟซบุ๊กประกอบการนำเสนอข่าว เช่น กรณีการฆ่าตัวตาย การกระโดดเสาโทรศัพท์ฆ่าตัวตาย ภาพของคนที่กำลังจะตายจากอุบัติเหตุระเบิด หรือภาพหน้าตาที่แสดงความเสียใจของญาติผู้สูญเสีย เป็นต้น</p>
<p>การนำคลิปที่มีลักษณะหมิ่นประมาทผู้อื่น และหมิ่นประมาทผู้ตาย</p>	<p>✓ ความผิดฐานหมิ่นประมาท หมายความว่า เป็นความผิดที่เป็นการใส่ความผู้อื่นหรือการใส่ความผู้ตายจนเป็นเหตุให้ผู้นั้นหรือญาติผู้ตายเสียหายแก่ชื่อเสียง ถูกดูหมิ่นหรือถูกเกลียดชัง โดยที่การใส่ความนั้นผู้กระทำอาจจะไม่ได้เริ่มเป็นคนแรกแต่หากได้ฟัง ได้ยิน แล้วมาเล่าต่อหรือเสนอต่อก็มีความผิดฐานหมิ่นประมาทเช่นกัน เช่นการอ้างว่าแหล่งข่าวกล่าวว่า เพจดังกล่าวว่า เมื่อสื่อมวลชนนำมาเสนอต่อทางโทรทัศน์ก็มีสิทธิโดนฟ้องเป็นจำเลยร่วมในคดีหมิ่นประมาทได้ สื่อมวลชนต้องระมัดระวังในการนำเสนอข่าว หากเป็นคลิปที่ได้มาจากสังคมออนไลน์ต้องใช้ความระมัดระวัง และไม่ให้มีเจตนาที่จะกล่าวต่อผู้เสียหาย เช่นการใช้นามสมมติ ชื่อ ย่อ เป็นต้น</p> <p>✓ หากการนำคลิปจากสังคมออนไลน์มาประกอบการเล่าข่าวเข้าข้อยกเว้นของการรับโทษตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 329 สื่อมวลชนนั้นไม่ต้องรับโทษ เช่น เป็นการป้องกันตนเองด้วยความชอบธรรม เป็นการรายงานข่าวจากการให้การของเจ้าหน้าที่ หรือศาล และการการแสดงความคิดเห็นโดยสุจริตไม่มีเจตนากล่าวร้ายแก่ผู้เสียหาย</p> <p>✓ หากนำเสนอข่าวจากคลิปในสังคมออนไลน์ เป็นการนำเสนอความจริงที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ เช่น การตรวจสอบโครงการทุจริตคอร์รัปชันของเจ้าหน้าที่ของรัฐ ความโปร่งใสในการเบิกจ่ายงบประมาณของรัฐ แม้จะเป็นความผิดฐานหมิ่นประมาทก็เป็นเหตุยกเว้นโทษได้ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 330 สื่อมวลชนไม่ต้องรับโทษ</p>

กรณีศึกษา	Do & Don't ในการนำข้อมูล UGC มาใช้ในการรายงานข่าว
	<p>✗ การนำเสนอข้อความ รูปภาพ หรือการกระทำอื่นใดที่ทำให้ผู้ที่อยู่ในคลิปเสื่อมเสียต่อชื่อเสียง ถูกดูหมิ่นและถูกเกลียดชัง แม้สื่อมวลชนจะไม่ใช่ผู้เริ่มใส่ความแต่นำมาจากเพจชื่อดัง หรือแหล่งข่าว ก็ถือว่าเป็นตัวการร่วมในการกระทำความผิดฐานหมิ่นประมาท อันทำให้ผู้ที่อยู่ในคลิปนั้นเสียหายต่อชื่อเสียงด้วย</p> <p>✗ การนำเสนอข่าวที่เป็นความผิดฐานหมิ่นประมาทนั้น พึงระลึกเสมอว่า “ยิ่งจริง ยิ่งผิด” กล่าวคือต่อให้เรื่องที่น่าเสนอเป็นเรื่องจริงเพียงใด หากเป็นเรื่องส่วนตัวที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณะแล้วนั้น ผู้นำเสนอก็จะมีความผิดฐานหมิ่นประมาท แม้ไม่ได้เริ่มคนแรกก็ตาม</p> <p>✗ การนำเสนอเรื่องราวส่วนตัวของผู้อื่นที่สร้างความเสียหายต่อชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น หรือถูกเกลียดชังแก่เจ้าของคลิปแล้ว แม้จะเป็นเรื่องจริงที่พิสูจน์ได้ผู้นำเสนอก็มีความผิดฐานหมิ่นประมาท</p> <p>✗ นำเสนอคลิปข่าวที่เป็นการใส่ความต่อผู้ตาย อันมีลักษณะให้บิดา มารดา คู่สมรสหรือบุตรของผู้ตายได้รับความเสื่อมเสียต่อชื่อเสียง ถูกดูหมิ่นหรือถูกเกลียดชังก็ถือว่าเป็นการกระทำความผิดฐานหมิ่นประมาท ต้องรับโทษเช่นเดียวกันกับการกระทำความผิดฐานหมิ่นประมาทบุคคลที่ยังมีชีวิตอยู่</p>
<p>การนำเสนอคลิปที่มีเนื้อหาหมิ่นเบี่ยงสูง กระทบกระเทือนต่อความมั่นคงของประเทศ และมีเนื้อหาที่เป็นปฏิปักษ์ต่อกฎหมายรัฐธรรมนูญ</p>	<p>✓ การกระทำความผิดฐานหมิ่นเบี่ยงสูง หมายความว่า เป็นการกระทำหมิ่นประมาท ดูหมิ่น หรือแสดงความอาฆาตมาดร้ายต่อ พระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาทหรือผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์ต้องระวางโทษจำคุก ตั้งแต่ 3-15 ปี ดังนั้น ต่อให้มีคลิปที่หมิ่นเบี่ยงสูงสื่อมวลชนก็ไม่มีสิทธินำมาเสนอซ้ำๆ นำเสนอได้แค่ว่าบุคคลดังกล่าวมีความผิดฐานหมิ่นเบี่ยงสูงแต่ไม่ควรจะนำมาเปิดซ้ำว่าหมิ่นว่าอะไร เพราะจะถือว่าเป็นตัวการร่วมในการหมิ่นเบี่ยงสูง เช่น การปราศรัยบนเวทีของนักการเมือง หรือแกนนำของผู้ชุมนุม เป็นต้น</p> <p>✓ การนำเสนอข่าวที่มีเนื้อหากระทบกระเทือนต่อความมั่นคงของประเทศคือการกล่าวหา อยู่ฝั่งตรงข้าม วิพากษ์วิจารณ์หรือต่อต้านกฎหมายรัฐธรรมนูญอันเป็นกฎหมายสูงสุดในการปกครองประเทศ สื่อมวลชนต้องระมัดระวังในการนำเสนอข่าว มิให้เลือกข้างว่าตนสนับสนุนฝ่ายใด ต้องนำเสนอข่าวด้วยใจเป็นกลาง</p>

กรณีศึกษา	Do & Don't ในการนำข้อมูล UGC มาใช้ในการรายงานข่าว
	<ul style="list-style-type: none"> ✗ นำเสนอคลิปข่าวเปิดวนซ้ำข้อความที่มีการกระทำความผิดฐานหมิ่นเบี่ยงสูง ✗ นำเสนอข่าวโดยใช้อารมณ์ความรู้สึกส่วนตัวของสื่อมวลชน มีทัศนคติที่เป็นบวกหรือลบอันแสดงออกถึงความเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยเกี่ยวกับเรื่องที่นำเสนอโดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงและกฎหมายรัฐธรรมนูญ
กรณีศึกษาการนำเสนอคลิปที่ใส่ร้ายป้ายสี ต่ำทอกันไปมาของคู่กรณี	<ul style="list-style-type: none"> ✓ นำเสนอข่าวรอบด้านให้ความเป็นธรรมทั้งสองฝ่าย โดยการนำเสนอข้อเท็จจริงของทั้งสองฝ่ายอย่างเท่าเทียมกัน ✓ นำเสนอข่าวด้วยความเป็นกลางโดยไม่ชี้้นำจากคลิปที่นำเสนอ มีหน้าที่รายงานตามข้อเท็จจริงให้ประชาชนผู้รับสารเป็นผู้ตัดสินใจจากสารที่ได้รับเอง ✓ หากมีการพูดคำหยาบคาย ไม่สุภาพ ผิดศีลธรรมอันดีของประชาชน ต้องดูตเสียงหรือเซนเซอร์เสียงตรงนั้นออกไปเพื่อไม่ให้เป็นแบบอย่างที่ดีแก่สังคม รวมทั้งเด็กและเยาวชนที่ชมโทรทัศน์อยู่ตามลำพัง ✗ นำเสนอข่าวด้านเดียวโดยเลือกฝ่ายที่ประชาชนสนใจเพื่อหวังเรตติ้งแก่สถานีโทรทัศน์ของตนเอง ✗ นำเสนอข่าวโดยมีอคติส่วนตัว ชี้นำผู้ชมกล่าวหาว่าร้ายแก่บุคคลที่อยู่ในคลิปเพื่อให้ประชาชนผู้ชมโทรทัศน์คล้อยตาม ✗ นำเสนอคลิปโดยไม่มีการเซนเซอร์ ทั้งภาษา กริยา วาจา ความรุนแรง เพื่อชี้นำสังคม
กรณีศึกษาคลิปข่าวที่มีการเล่นการพนัน หรือเสพสิ่งเสพติด	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ต้องมีการเซนเซอร์ภาพที่อาจจะก่อให้เกิดพฤติกรรมการลอกเลียนแบบ เช่น การเล่นการพนัน หรือวิธีการเสพยาเสพติด หรือวิธีการปรุงยาเสพติด อาจจะเป็นการเซนเซอร์รูปภาพหรือขึ้นคำแนะนำและรายงานข่าวโดยใช้น้ำเสียงที่บอกว่าเป็นสิ่งไม่ได้ดี ห้ามลอกเลียนแบบ และพยายามสื่อให้เห็นว่าเป็นสิ่งที่ไม่ดี เป็นสิ่งที่ผิดกฎหมายทำลายอนาคต ✓ รายงานข่าวประกอบภาพที่เซนเซอร์รวมถึงบรรยายถึงโทษทั้งต่อร่างกาย ทรัพย์สิน และเป็นความผิดต่อกฎหมายอย่างไร ได้รับโทษสถานไหน อย่างไร ✗ รายงานข่าวโดยให้น้ำเสียงว่าเป็นสิ่งที่โก้เก๋ เป็นฮีโร่ เช่น รายงานข่าวที่ดาราใช้ยาเสพติดเพื่อต้องการลดน้ำหนัก เป็นต้น

กรณีศึกษา	Do & Don't ในการนำข้อมูล UGC มาใช้ในการรายงานข่าว
กรณีศึกษาการนำคลิปที่บุคคลในข่าวเป็นเพศที่สาม	<p>✓ ต้องนำเสนอในลักษณะเป็นการให้เกียรติถึงความเท่าเทียมกัน และคำนึงถึงศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ตามหลักสิทธิมนุษยชน ไม่เป็นการดูหมิ่น ชำ้เติม กล่าวหาว่าเป็นพวกที่สังคมนรังเกียจ วิปริต วิตถาร เป็นต้น</p> <p>✓ ควรรายงานข่าวด้วยความเป็นกลางไม่เอาอคติส่วนตัวมาประกอบการรายงานข่าว เช่นควรใช้คำว่า เพศที่สาม เพศทางเลือก กลุ่มชายรักชาย ผู้หญิงข้ามเพศ สาวหล่อ เป็นต้น</p> <p>✗ รายงานข่าวโดยใช้คำที่พูดที่เป็นเชิงลบ เช่น อัดถั่วดำ สายเหลือง กะเทยหัวโปก ระเบิดถังขี้ นิ้วเย็น ชมรมดนตรีไทย ทอมบอย สาวทอม ตูดแก่ โรจจิต เป็นต้น</p>

5.5.2 หลักการใช้ข้อมูล ข้อความ กระแส และความเห็นจากออนไลน์

การนำข้อมูลที่ปรากฏในสังคมออนไลน์มานำเสนอข่าว บางครั้งการนำข้อมูลที่เป็นกระแสในสังคมออนไลน์ที่มีผู้รับสารติดตามและให้ความสนใจเป็นจำนวนมากอาจจะเป็นข้อมูลที่ยังไม่ได้ได้รับการตรวจสอบแหล่งข้อมูลว่าเป็นข้อมูลที่ถูกต้องหรือไม่หากการนำเสนอข่าวออกไปนั้น กระทบกระเทือนต่อความมั่นคงของรัฐ หรือสร้างความเสียหายต่อประชาชนผู้นำเสนอก็ต้องมีความรับผิดชอบตามกฎหมาย

กรณีศึกษาและแนวทางปฏิบัติ

กรณีศึกษา	Do & Don't ในการนำข้อมูล UGC มาใช้ในการรายงานข่าว
กรณีศึกษาการนำเนื้อหาจากสังคมออนไลน์ของเพจที่มีชื่อเสียงมาประกอบการรายงานข่าว เช่น อีเจ็บบเลียบด่วนอยากดังเดี๋ยวจัดให้ V.4 แฮมม โพรธิดำ หรือ Drama addict เป็นต้น	<ul style="list-style-type: none"> ✓ รับผิดชอบต่อความเป็นเจ้าของเพจ โดยการให้เครดิต ✓ ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลอย่างรอบด้านจากหลายแหล่ง ✓ นำเสนอข่าวอย่างรอบด้านไม่นำเสนอข่าวจากเฉพาะในมุมมองจากเพจนั้น เช่น การลงทำข่าวซ้ำโดยให้นักข่าวไปแสวงหาความจริงแบบรอบด้าน ถึงสาเหตุว่าทำไมถึงเป็นเช่นนั้น ✓ การแสดงความคิดเห็นต้องอยู่บนความเป็นกลาง ไม่นำเสนอข่าวเอนเอียง หรือมีอคติ ✓ หากในคลิปตามเพจมีการนำเสนอรูปร่างหน้าตาของผู้ที่อยู่ในคลิปอันจะก่อให้เกิดความเสียหายแก่บุคคลดังกล่าวต้องทำการเบลอนหน้าตา หรือข้อมูลที่จะทำให้เชื่อมโยงถึงผู้ที่อยู่ในคลิป ✓ หากในคลิปมีคำพูดที่ไม่เหมาะสม เช่น ไม่สุภาพ ลามกอนาจาร หมิ่นศีลธรรมอันดี ต้องตัดเสียงออก ✗ นำข้อมูลจากคลิปวิดีโอจากเพจมานำเสนอโดยไม่มีการรับผิดชอบต่อความเป็นเจ้าของและไม่ให้เครดิต ✗ นำเสนอข่าวโดยใส่อคติส่วนตัว ไม่มีความเป็นกลางในการนำเสนอข่าว เลือกข้างวิพากษ์วิจารณ์โดยใส่ความชอบส่วนตัวลงไป
กรณีศึกษาการนำข้อมูลที่เป็นกระแสในสังคมออนไลน์มานำเสนอข่าว	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลอย่างรอบด้านจากหลายแหล่งข้อมูล เช่น สอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ เจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ✓ หากมีความจำเป็นต้องนำเสนอต้องระมัดระวังในการนำเสนอทั้งในเรื่องของสิทธิส่วนบุคคล สิทธิมนุษยชนชาติพันธุ์กระทบกระเทือนต่อความมั่นคงของรัฐหรือผิดศีลธรรมอันดีของประชาชน ✓ ให้เครดิตแก่แหล่งข้อมูลทุกครั้งในการนำข้อมูลจากสังคมออนไลน์มานำเสนอ

กรณีศึกษา	Do & Don't ในการนำข้อมูล UGC มาใช้ในการรายงานข่าว
กรณีศึกษาการนำข้อมูลที่เป็นกระแสในสังคมออนไลน์มานำเสนอข่าว	<ul style="list-style-type: none"> ✗ นำเสนอข่าวบนความโศกเศร้าและซ้ำเติมชะตาชีวิตของผู้ประสบเหตุ หรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง ✗ นำเสนอข้อมูลส่วนบุคคลของคนที่อยู่ในข่าวแล้วสร้างความเสียหายต่อชื่อเสียงไม่ว่าเรื่องนั้นจะจริงหรือไม่จริง ก็สามารถฟ้องดำเนินคดีฐานหมิ่นประมาทได้ ✗ การนำเสนอข้อมูลที่เกิดความเกลียดชัง สร้างความเสียหายต่อระบบเศรษฐกิจการคลัง ความมั่นคงของประเทศ
กรณีศึกษาการนำข้อมูลจากสังคมออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ชื่อดังที่คนนิยมเข้าไปตั้งกระทู้และโต้ตอบกันไปมาเป็นจำนวนมาก	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ชี้แจงหน้าที่ในการนำเสนอข่าวว่าประชาชนหรือสังคมได้ประโยชน์จากประเด็นที่นำเสนอข่าว หากไม่มีประโยชน์ต่อสังคมก็ไม่ควรนำเสนอ เช่น เรื่องราวส่วนตัวคู่สาว ✓ สังคมออนไลน์มีความหลากหลายและยังไม่รู้จักตัวตนของผู้เป็นแหล่งข่าวหรือผู้ไขข่าวดังนั้นก่อนนำเสนอต้องมีการนำเสนออย่างรอบด้าน เช่น ให้นักข่าวลงไปตรวจสอบข้อเท็จจริงในหลายมิติ ✓ ให้เครดิตแก่แหล่งข้อมูลทุกครั้งในการนำข้อมูลจากสังคมออนไลน์มานำเสนอ ✗ นำเสนอข่าวบนความโศกเศร้าและซ้ำเติมชะตาชีวิตของผู้ประสบเหตุ ครอบครัวหรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง ✗ นำเสนอข้อมูลส่วนบุคคลของคนที่อยู่ในข่าวแล้วสร้างความเสียหายต่อชื่อเสียงไม่ว่าเรื่องนั้นจะจริงหรือไม่จริง ก็สามารถฟ้องดำเนินคดีฐานหมิ่นประมาทได้ ✗ การนำเสนอข้อมูลที่เป็นข่าวลือในสังคมออนไลน์แล้วสร้างความเสียหายแก่ประชาชนมีความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดต่อคอมพิวเตอร์

กล่าวโดยสรุป ความท้าทายที่เกิดขึ้นท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีและความเข้มข้นของการแข่งขันทางธุรกิจของวิชาชีพสื่อ อีกทั้งบทบาทของข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่สามารถกำหนดวาระข่าวสารความสนใจของสังคม การที่สื่อกระแสหลักนำข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาใช้ในการรายงานข่าว นับเป็นความท้าทายต่อจิตสำนึกและจริยธรรมวิชาชีพใน การพัฒนาคุณภาพในการรายงานข่าวและความอยู่รอดของธุรกิจ การสร้างมาตรฐานในการใช้สื่อออนไลน์ต้องใช้หลักของจริยธรรมควบคู่กับหลักของกฎหมาย โดยสร้างให้เกิดจิตสำนึกและความตระหนักในจริยธรรมการรับข้อมูล ใช้ข้อมูลและผลิตข้อมูลจากสื่อออนไลน์ โดยควรสร้างมาตรฐานให้เกิดขึ้นในองค์กรสื่อวิชาชีพ พัฒนาสู่สื่อท้องถิ่น สื่อพลเมือง และผู้ใช้สื่อในสังคมโดยทั่วกัน โดยหลักแล้วการใช้สื่อออนไลน์คือการสร้างมาตรฐานและมารยาทในการใช้ร่วมกันทุกฝ่าย และสามารถมีส่วนร่วมในการช่วยกันกำกับดูแลให้เกิดมาตรฐานเพื่อยกระดับคุณภาพของการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ในสังคมไทยต่อไป

บรรณานุกรม

- สกุลศรี ศรีสารคาม. 2558. การศึกษาเชิงเปรียบเทียบการจัดการเนื้อหาจากผู้รับสาร ในกระบวนการสื่อสารข่าว. วารสารการสื่อสารและการจัดการ หน้าที่ 1 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม – สิงหาคม 2558) หน้า 145-166
- อรพรรณ พันธุ์พัฒนา. 2544. คำอธิบายกฎหมายลิขสิทธิ์. พิมพ์ครั้งที่ 1 สำนักพิมพ์นิติธรรม
- Bradshaw, P., 2007. A model for the 21st century newsroom: pt1 – the news diamond | Online Journalism Blog. Online Journalism Blog. Available at:
<http://onlinejournalismblog.com/2007/09/17/a-model-for-the-21stcentury-newsroom-pt1-the-news-diamond/> [Accessed June 15, 2017]
- Briggs, M. 2007. Journalism 2.0: How to Survive and Thrive. J-Lab: The Institute for Interactive Journalism.
- Bruns, A. 2007. Prodisage: Towards a Broader Framework for User-led Content Creation, Creativity and Cognition: Proceedings of the 6th ACM SIGCHI conference on Creativity & cognition, 13-15 June 2007
- Delwiche, A. 2005. Agenda-setting, opinion leadership, and the world of weblogs. First Monday, 10(12). Retrieved February 25, 2008, from
http://firstmonday.org/issues/issue10_12/delwiche/index.html.
- Gillmor, D. 2004. We the Media: The Rise of Citizen Journalists. National Civic Review, Fall 2004: 58-63.
- Jan Leach. 2009. Creating Ethical Bridges From Journalism to Digital News. Available at:
<http://www.nieman.harvard.edu/reportsitem.aspx?id=101899> [Accessed June 15, 2017]
- Karlsson, M.B. 2010. Participatory Journalism and Crisis Communication: A Swedish Case Study of Swine Flu Coverage. Observatorio 4(1), 201-220.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. 2001. The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect. New York: Crown Publishers.
- Oliver. L. 2009. The Roanoke Times: Ethical guidelines for social media. Available at:
<http://www.journalism.co.uk/news-features/the-roanoke-times-ethical-guidelines-for-social-media/s5/a533328/>. [Accessed June 15, 2017]
- Betancourt. L. 2009. How Social Media is Radically Changing the Newsroom. Available at:
<http://mashable.com/2009/06/08/social-media-newsroom/> [Accessed June 15, 2017]

- Gunho.L. 2005. Agenda Setting Effects in the Digital Age: uses and effects of online Media. doctoral dissertation, University of Texas at Austin.
- Sullivan. M. 2012. After an Outburst on Twitter, The Times Reinforces Its Social Media Guidelines. Available at: http://publiceditor.blogs.nytimes.com/2012/10/17/after-an-outburst-on-twitter-the-times-reinforces-its-social-media-guidelines/?_php=true&_type=blogs&_r=0 [Accessed June 15, 2017]
- Marshall.S 2013. Channel 4 News 'No Go Britain' campaign wins award. Journalism.co.uk. Available at: <https://www.journalism.co.uk/news/lessons-in-crowdsourcing-channel-4-news-no-go-britain-campaign-wins-award/s2/a552172/> [Accessed June 15, 2017]
- Marshall. S. 2013. New York Times elevates comments from below the line. Available at: <http://www.journalism.co.uk/news/new-york-times-elevates-comments-from-below-the-line/s2/a553677/>. [Accessed June 15, 2017]
- Martin.M. 2011. Online Journalism Ethics: Guidelines from the Conference. Available at: <http://www.poynter.org/uncategorized/80445/online-journalism-ethics-guidelines-from-the-conference/> [Accessed June 15, 2017]
- Neuberger,C and Nuernbergk, C. 2010. Competition, Complementarity or integration? The relationship between professional and participatory media. *Journalisme Practice*, 4(3), 319-332
- Pavlik, J V. and McIntosh.S. 2011. *Converging Media*. New York: Oxford University Press.
- Corbett.P. 2012. Why The New York Times eschews formal social media guidelines Available at: <http://www.poynter.org/latest-news/mediawire/180455/why-the-new-york-times-eschews-formal-social-media-guidelines-for-staff/> [Accessed June 15, 2017]
- Reuters. 2013. REPORTING FROM THE INTERNET AND USING SOCIAL MEDIA. Available at: http://handbook.reuters.com/index.php?title=Main_Page [Accessed June 15, 2017]
- Roberts. D, English.C, and Finch. J. 2011. An experiment in opening up the Guardian's news coverage. Available at: <http://www.theguardian.com/help/insideguardian/2011/oct/10/guardian-newslist>. [Accessed June 15, 2017]
- Robinson, S. 2009. If you had been with us': mainstream press and citizen journalists jockey

for authority over the collective memory of Hurricane Katrina. *New Media and Society*, 11(5), 795-814.

Stephen J.A. Ward, "Digital Media Ethics," Center for Journalism Ethics, University of Wisconsin. Available at: <https://ethics.journalism.wisc.edu/resources/digital-media-ethics/>. [Accessed June 15, 2017]

Buttry, S. 2009. Washington Post social media guidelines don't trust staff members judgment" Available at:<http://stevebuttry.wordpress.com/2009/09/27/washington-post-social-media-guidelines-dont-trust-staff-members-judgment/> [Accessed June 15, 2017]

Sweetser, K., & Larisey, R. W. 2008. Candidates make good freinds: An analysis of candidates' uses of Facebook. *International Journal of Strategic Communication*, 2, 175.198

The Washington Post. 2011. "Digital Publishing Guidelines" Available at: <http://www.washingtonpost.com/wp-srv/guidelines/index.html> [Accessed June 15, 2017]

Van Dijck, J. (2009) "Users like you? Theorizing agency in user-generated content". *Media, Culture & Society* 31(1): 41-58.

Wasserma, E. 2010. Threats to Ethical Journalism in the New Media Age (keynote address delivered at a Symposium on "The Newsombudsman: Watchdog or Decoy?", 2010). Available at:: <http://www.mediaethicsmagazine.com/index.php/browse-back-issues/132-spring-2010/3919175-threats-to-ethical-journalism-in-the-new-media-age> [Accessed March, 2016]

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

รายชื่อองค์กรสื่อท้องถิ่นที่เข้าร่วมกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ และเป็นหน่วยการศึกษาในการเก็บข้อมูลแบบสนทนากลุ่ม (Focus Group)

ลำดับที่	องค์กรสื่อท้องถิ่น	ภาค
1	นสพ.ไฮแลนด์นิวส์	ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ
2	สมาคมสื่อมวลชนจังหวัดขอนแก่น	
3	สำนักข่าวไทย อสมท.	
4	เครือข่ายผู้จัดการ	
5	สมาคมวิชาชีพวิทยุ-โทรทัศน์ภาคประชาชนจังหวัดร้อยเอ็ด	
6	สถานีวิทยุเมืองด่าน FM 103.75 Mhz,	
7	ทีมข่าวไทยรัฐ	
8	SpringNews	
9	ชมรมคนทำสื่ออีสาน	
10	ศูนย์ข่าวภาคใต้ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5	ภาคใต้
11	นสพ.เสรีราษฎร์	
12	บริษัท เดฟเอปป์ มีเดีย จำกัด	
13	สมาคมสื่อภูมิภาคสุราษฎร์ธานี	
14	นสพ.ภูเก็ตออนไลน์	
15	สุราษฎร์ทูเดย์	
16	หจก.เจพี มีเดียแอดเวอร์ไทซิ่ง	
17	บริษัท ออแกนโฟกัส จำกัด (หนังสือพิมพ์ภาคใต้โฟกัส)	
18	People Media Group	ภาคกลาง
19	บจก.เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์	
20	ThaiPBS	
21	อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชิ่ง	
22	วิทยุจุฬา	
23	สำนักข่าวนครแม่สอด	
24	หนังสือพิมพ์นิวส์มหาชน และนิวส์มหาชนออนไลน์	
25	นสพ.แม่เมยโพสต์ และนสพ.แม่เมยโพสต์ออนไลน์	

26	นายกสมาคมนักวิทยุโทรทัศน์และผู้สื่อข่าว จ.เชียงใหม่	ภาคเหนือ
27	นสพ.วาไรตี้	
28	นสพ.ภาคเหนือ	
29	นสพ.พิทักษ์ไทย พิษณุโลก	
30	หนังสือพิมพ์ภูธรนิวส์	

รายชื่อนักข่าวพลเมืองที่เข้าร่วมกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ และเป็นหน่วยการศึกษาในการเก็บข้อมูลแบบสนทนากลุ่ม (Focus Group)

ลำดับที่	องค์กรท้องถิ่น	ภาค
1	วิทยุชุมชนนครศรีธรรมราช	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2	ผู้สื่อข่าวชุมชนจังหวัดสุราษฎร์ธานี	
3	นักปฏิบัติการชุมชน โครงการพลังพลเมืองร่วมสร้างภาคใต้น่าอยู่	ภาคใต้
4	สตูดิโอต้นน้ำ นักข่าวพลเมือง/ผู้ผลิตภาคพลเมือง สุพรรณบุรี	
5	นักข่าวพลเมือง/ผู้ผลิตภาคพลเมือง กรุงเทพฯ	ภาคกลาง
6	ทีมข่าวพลเมือง ไทยพีบีเอส	
7	นักข่าวพลเมืองพะเยา	ภาคเหนือ
8	ผู้ผลิตภาคพลเมืองเชียงราย	
9	สื่อชุมชน สามแฉกแซแนล เชียงราย	
10	ผู้ผลิตภาคพลเมือง เชียงใหม่	

รายชื่อสถาบันการศึกษา (นักวิชาการ) ที่เข้าร่วมกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ และเป็นหน่วยการศึกษาในการเก็บข้อมูลแบบสนทนากลุ่ม (Focus Group)

ลำดับที่	องค์กรท้องถิ่น	ภาค
1	มรภ.อุตรธานี	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2	มรภ.นครราชสีมา	
3	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล	
4	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สุราษฎร์ธานี	ภาคใต้
5	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช	ภาคกลาง
6	มรภ.นครปฐม	
7	มรภ.จันทระเกษม	

8	ม.ธุรกิจบัณฑิต	
9	มหาวิทยาลัยพะเยา	ภาคเหนือ
10	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	

รายชื่อสถาบันการศึกษา (นักเรียน-นักศึกษา) ที่เข้าร่วมกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ และเป็น
หน่วยการศึกษาในการเก็บข้อมูลแบบสนทนากลุ่ม (Focus Group)

ลำดับที่	องค์กรท้องถิ่น	ภาค
1	วิทยาลัยนครราชสีมา	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี	
3	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	
4	ราชภัฏนครราชสีมา	
5	ม.วงษ์สวัสดิกุล	
6	โรงเรียนสุนารีวิทยา	
7	โรงเรียนอุบลรัตน์ราชกัญญาราชวิทยาลัย	
8	โรงเรียนสุนารีวิทยา 2	
9	โรงเรียนห้วยยอด	
10	โรงเรียนนาสักวิทยา	
11	โรงเรียนท่าศาลาประสิทธิ์ศึกษา	
12	โรงเรียนเกาะพะงันศึกษา	
13	มอ.วิทยานุสรณ์ สุราษฎร์ธานี	
14	โรงเรียนศรียาภัย	
15	โรงเรียนบ้านนาสาร	
16	โรงเรียนรัชชประภาวิทยาคม	
17	โรงเรียนคงคาประชารักษ์	
18	โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาพัฒนาการ สุราษฎร์ธานี	
19	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต	
20	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี	
21	มรภ.นครปฐม	ภาคกลาง
22	มรภ.สวนสุนันทา	
23	มรภ.พระนคร	
24	มหาวิทยาลัยเนชั่น ศูนย์เนชั่นบางนา	

25	มจพ.พระนครเหนือ		
26	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์		
27	ม.ธุรกิจบัณฑิตย์		
28	โรงเรียนปทุมวิไล		
29	โรงเรียนอัมพันวิทยาลัย		
30	โรงเรียนบางบัวทอง		
31	โรงเรียนปากเกร็ด		
32	โรงเรียนศรัทธาสมุทร		
33	โรงเรียนนวมินทราชินูทิศ เบญจมราชาลัย		
34	โรงเรียนถาวรานุกุล		
35	โรงเรียนแม่จันวิทยาคม		ภาคเหนือ
36	โรงเรียนเม็งรายมหาราชวิทยาคม		
37	โรงเรียนเทศบาล 5 เด่นห้า		
38	โรงเรียนห้วยสักวิทยาคม		
39	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์		
40	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่		
41	มหาวิทยาลัยพะเยา		
42	มหาวิทยาลัยพายัพ		

คณะวิจัย



ผศ.ศกุลศรี ศรีสารคาม เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านวารสารศาสตร์ และ สื่อใหม่ ดำรงตำแหน่งหัวหน้าสาขาวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนท์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จบการศึกษาระดับปริญญาโท สาขา Journalism จาก University of Westminster ประเทศ อังกฤษ และกำลังศึกษาระดับปริญญาเอกที่ Cardiff University มีผลงานวิชาการทางด้านวารสารศาสตร์ สื่อใหม่ และ สื่อดิจิทัล ความสนใจในการศึกษาวิจัยด้านการพัฒนาการเล่าเรื่องและการผลิตสื่อแบบคอนเวอร์เจนท์ และการสื่อสารข้ามสื่อ อีกทั้งยังทำงานร่วมกับสมาคมวิชาชีพด้านวารสารศาสตร์และนิเทศศาสตร์ เพื่อพัฒนาองค์ความรู้และบริการวิชาการที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาในอุตสาหกรรมสื่อ



ดร. สุดารัตน์ ดิษยวรรณะ จันทรวัดนากุล จบการศึกษา ปริญญาเอกด้านการสื่อสารมวลชนจาก (Mass Communication; University of Iowa) ปริญญาโทด้านนิเทศศาสตร์จาก (Communication; University of Hawaii) ในด้านประสบการณ์การทำงานปัจจุบันดำรงตำแหน่ง ผู้อำนวยการสถาบันวิชาการสื่อสารสาธารณะ สถานีโทรทัศน์ TPBS และประวัติการทำงานในอดีต คณะกรรมการบริหาร บมจ . อสมท . คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ และคณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และผ่านโครงการฝึกอบรมมากมาย เช่น Financial Statement of Directors, Director Certification Program #197, Advanced Retail Management เป็นต้น อีกทั้งดำรงตำแหน่งในสมาคมวิชาชีพต่างๆ เช่น คณะทำงานการจัดสัมมนายุทธศาสตร์เพื่ออนาคตวารสารศาสตร์ ครั้งที่ 1-8 ที่ปรึกษาคณะกรรมการอนุกรรมการวิชาการ สมาคมนักข่าว นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย คณะกรรมการตัดสินข่าวยอดเยี่ยมสมทบสถาบันอิศรา เป็นต้น



อาจารย์ บุญยศิษย์ บุญโพธิ์ อาจารย์ประจำ คณะ
นิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จบการศึกษา นิติศาสตร
บัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับ 1) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และนิติ
ศาสตรมหาบัณฑิต (กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาและ
เทคโนโลยีสารสนเทศ) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (โดยได้รับทุน
ศึกษาต่อในระดับ บปริญญาโทจากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ)
ประกาศนียบัตร Certificate of WIPO Thailand Summer
School on Intellectual Property. **World Intellectual
Property Organization – WIPO** มีผลวิชาการด้านกฎหมาย
อย่างต่อเนื่อง



โดยคณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการ
กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)