

วิกฤตจริยธรรมและจรรยาบรรณของคนไทยในยุคดิจิทัล ETHICS AND CODE OF ETHICS OF CRITICAL THAI PEOPLE IN DIGITAL ERA

พระณัฐวัฒน์ ญาณปโป (ตั้งปฐมวงศ์)

นักวิชาการอิสระและนักวิจัย

Pra Natthawat Nāṇappabho (Thangpathomwong)

Independent Scholar

Corresponding Author E-mail: Bhikkunuttawat.t@gmail.com

บทคัดย่อ

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล ทำให้เกิดกระแส “เครือข่ายสังคมออนไลน์” ที่ได้แพร่เข้ากลุ่มพื้นที่ความเป็นส่วนตัวของหลายคนภายในเวลารวดเร็ว โดยเฉพาะเฟสบุ๊ก ไลน์ ยูทูบ ทวิตเตอร์ บล็อก และอินสตาแกรม เป็นต้น การใช้การนำเสนอ และการแชร์ข่าวสาร ข้อมูล ในยุคดิจิทัล เพื่อความรวดเร็ว สดใหม่ ทันต่อสถานการณ์ ทันตามกระแส จนบางครั้งละเลยบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบต่อสังคม สะท้อนให้เห็นถึงปัญหากระทบต่อจริยธรรมจรรยาบรรณต่อพฤติกรรมการใช้สื่อ และชี้ให้เห็นถึงทิศทางอนาคต ที่ต้องเผชิญในยุคสื่อดิจิทัล การรักษาความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ การปฏิบัติงานภายใต้ความรับผิดชอบต่อองค์กร และแนวทางการใช้สื่อสังคม และสื่อออนไลน์ ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการสื่อสาร บนความแข็งแกร่งทางด้านจิตใจของมนุษย์ ที่มีศีลธรรม จริยธรรมในการใช้เทคโนโลยีทางการสื่อสาร เพื่อสร้างสรรค์สังคมในทางที่ถูกต้อง และการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล จะเป็นทักษะที่สำคัญในการเรียนรู้ และใช้ชีวิตของคน...ไทยในยุคดิจิทัล

คำสำคัญ: ยุคดิจิทัล; วิกฤตจริยธรรม;

Abstract

As a consequence of the advancement of technology in the digital era, social networking sites (e.g. Facebook, Line, YouTube, Twitter, Blog, and Instagram) had disrupted the privacy of many people, and the faster and newer information had been sent, sometimes it tended to lack of the validity and reliability, ethical issues, and affecting social media behavior. Thus, the solution to maintain the responsibility and how to use online media was under the responsibility of the media outlets. The audience would receive reliable, valid, and trustworthy sources. This also created an awareness of ethical and moral digital community which would be an important aspect to learn, and better the lives of many people in Thailand.

Keywords: Digital Era; Ethics and Code of Ethics of Critical;

บทนำ

วิกฤตหลายเรื่องเกิดขึ้นซ้ำแล้วซ้ำเล่า ด้วยรูปแบบคล้ายเดิม เปลี่ยนแค่เพียงตัวละครและช่วงเวลาที่เกิดสถานการณ์ ประเทศไทยและชาวไทยเรานี้ เผชิญกับวิกฤตทางสังคมมาหลายครา ทั้งวิกฤตเศรษฐกิจ วิกฤตการเมือง วิกฤตศาสนา วิกฤตสิ่งแวดล้อม และล่าสุดวิกฤติโรคระบาดจากเชื้อโรคไวรัสโคโรนาฯลฯ วิกฤตแต่ละครั้งผ่านพ้นไปด้วยวิธีการที่หลากหลาย ทั้งถูกต้องชอบธรรมและไม่เป็นเช่นนั้น การพัฒนาคุณภาพของคนในสังคม รู้จักเรียนรู้จากประสบการณ์ และปลูกฝังให้รู้ซึ้ง และเข้าใจอุดมการณ์ทางพระพุทธศาสนาให้ได้อย่างแท้จริง อาจนำมาใช้ช่วยเหลือประเทศที่เสื่อมโทรมอยู่ได้ คือพุทธศาสนิกชนได้มีหลักธรรมนำทางในการใช้ชีวิตท่ามกลางวิกฤตต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมได้อย่างรู้เท่าทันความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ในยุคดิจิทัลที่มีต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต ครอบครัวไทยในปัจจุบัน ที่แตกต่างไปจากครอบครัวไทยในอดีต ซึ่งผลการสำรวจที่ผ่านมา พบว่า ปัจจุบันสมาชิกในครอบครัวมีเวลาให้กันน้อยมาก พ่อแม่ส่วนใหญ่ทำงานวันละ 7-10 ชั่วโมง และมีความรู้สึกห่างเหินกับลูก (สำนักงานกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว, 2554: 15-16) และยังพบว่า กิจกรรมหลักของคนไทย หดไปกับการใช้เวลากับสื่อต่างๆ วันละ 3.6 ชั่วโมง เมื่อเทียบกับเวลาที่ใช้ในการดูแลและบริการสมาชิกในครัวเรือนมีเพียง 2 ชั่วโมงเท่านั้น (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554: 20-21) ขณะเดียวกันเด็กไทยยังคงอยู่ในวัฒนธรรมกิน ดื่ม ซด ซึ่งชี้ให้เห็นว่าปัจจุบันวัยรุ่นใช้เวลาอยู่กับผู้ปกครองน้อยมาก และมีวิถีชีวิตอยู่ในห้างสรรพสินค้า ซึ่งความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล ทำให้เกิดกระแส “เครือข่ายสังคมออนไลน์” ที่ได้แพร่เข้ากลุ่มพื้นที่ความเป็นส่วนตัว ของหลายคนภายในเวลารวดเร็ว โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูบ ทวิตเตอร์ บล็อก และอินสตาแกรม เป็นต้น ซึ่งผลการสำรวจที่ผ่านมาพบว่าวัยรุ่นไทยมีการใช้โทรศัพท์มือถือในรูปแบบออนไลน์ เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารหลักกับครอบครัวและเครือข่ายเพื่อนสนิท และใช้โซเชียลเน็ตเวิร์ก ในการติดต่อกับผู้คนในวงกว้าง (อารยา สิงห์สวัสดิ์, 2552: 3) และจากงานวิจัยของ (สุวิมล วงศ์สิงห์ทอง และคณะ, 2552: 4) พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่ ไม่ขึ้นกับอาชีพหรือรายได้ ล้วนสนับสนุนกระบวนการสร้างการเรียนรู้ของเยาวชนตามแนวคิดแบบ Constructionism ที่เน้นให้เยาวชนเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยใช้เครื่องมือด้านเทคโนโลยี เช่น คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต โดยผู้ปกครองจำนวนมาก ไม่ทราบและไม่สนใจว่าเยาวชนใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเพื่ออะไร ขณะเดียวกันกลุ่มที่ตอบว่าทราบนั้น ได้ข้อมูลจากการคาดเดา โดยส่วนใหญ่เข้าใจว่า เยาวชนใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อการค้นคว้าด้านการศึกษา ในขณะที่ข้อมูลที่ได้จากเยาวชน พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่ใช้ เพื่อหาความบันเทิง ด้านการเล่นเกมที่รุนแรง หรือลามก สนทนากับคนแปลกหน้า หรือค้นหาข้อมูลที่ไม่เหมาะสม ซึ่งสาเหตุหนึ่งมาจากความละเลยของสถานศึกษา ความอ่อนแอของภาครัฐ ในการเผยแพร่ระบบป้องกันภัย ที่ผลิตให้ใช้ภายในประเทศ และการขาดความรู้ด้านเทคนิคของผู้ปกครอง ทำให้ไม่สามารถตรวจสอบการใช้งาน หรือให้คำแนะนำเพื่อป้องกันภัยได้

ปัญหาการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อความบันเทิงที่ไร้สาระทั้งในแง่เนื้อหาและเวลา หรือความล่อแหลมต่อศีลธรรมและจริยธรรม อันก่อให้เกิดภัยต่อคุณภาพของคนไทยในยุคดิจิทัล นับวันทวีความรุนแรงมากขึ้น จากข้อความดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่านักวิชาการส่วนใหญ่เห็นถึงผลเสียของการสื่อสารบนโลกออนไลน์

มากกว่าผลดี ซึ่งแท้ที่จริงแล้ว ถ้าหากมีการศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ใช้สื่อออนไลน์ในด้านของการสื่อสาร ก็อาจจะพบว่า การใช้สื่อออนไลน์ ก็มีผลดีเท่ากับผลเสียต่อจริยธรรม-จรรยาบรรณก็เป็นไปได้ ดังนั้น จึงเป็นที่มาของบทความชิ้นนี้ว่า “วิกฤตจริยธรรมและจรรยาบรรณของคน...ไทยในยุคดิจิทัล” นี้มีการใช้สื่อออนไลน์ทำการสื่อสารกันอย่างไร เมื่อใช้สื่อออนไลน์แล้วมีผลดีหรือผลเสียต่อจริยธรรม-จรรยาบรรณตามมาอย่างไร และในอนาคตการใช้สื่อออนไลน์จะสามารถส่งผลทำให้เกิด “วิกฤตจริยธรรมและจรรยาบรรณของคน...ไทยในยุคดิจิทัล” ได้หรือไม่

การใช้สื่อออนไลน์ทำการสื่อสารกันอย่างไร

การใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (User-generated Content หรือตัวย่อ UGC) หมายถึง ข้อมูลที่ผู้รับสาร หรือผู้ใช้สื่อออนไลน์ ผลิตและเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ และสื่อสังคม (Social Media) เมื่อกล่าวถึงคำว่าสื่อออนไลน์ หมายรวมถึงแพลตฟอร์มทุกประเภท ที่มีการเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ต ทั้งเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน และสื่อสังคม เมื่อกล่าวถึงสื่อสังคม มีความหมายถึง โซเชียลมีเดีย (Social Media) ซึ่งเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูบ ทวิตเตอร์ บล็อก และอินสตาแกรม เป็นต้น ในยุคปัจจุบันเทคโนโลยีทางการสื่อสารได้พัฒนาเข้าสู่ระบบดิจิทัล ทันสมัย รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้เข้าชมเป็นจำนวนมาก และหลากหลายได้ทั่วโลก เป็นยุคแห่งการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง ส่งผลต่อคนในยุคนี้ ที่ต้องพัฒนาตนให้ทันกับความทันสมัย ทางการพัฒนาเทคโนโลยี ซึ่งในสังคมยุคสื่อดิจิทัล พบว่า เจเนอเรชันกลุ่มวัย Gen Z (คนที่เกิด พ.ศ. 2540 ขึ้นไป Generation Z) ของเด็กยุคใหม่จะเติบโตมาพร้อมกับสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย มีความสามารถในการใช้งานเทคโนโลยีต่างๆ และเรียนรู้ได้เร็ว ไม่เพียงแต่การใช้อุปกรณ์การสื่อสาร ที่ถือเป็นปัจจัยที่ 5 ของกลุ่มวัย Gen Z เท่านั้น (ณัฐพล ไยไพโรจน์, 2559: 25-27) รุ่นเบบี้บูมเมอร์ Baby Boomer (คนที่เกิด พ.ศ. 2489-2507) ก็ได้ปรับตนเอง ซึ่งวัยไม่ได้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาตนเข้าสู่ยุคดิจิทัล ในการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลต่างๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความคิด ทักษะคติ โดยมีอุปกรณ์การสื่อสาร ที่ทันสมัยเป็นตัวกลางหลากหลาย โดยมีระบบของการสื่อสารสังคมออนไลน์ (Social Network) เป็นตัวเชื่อมโยงข้อมูล ในระบบออนไลน์ต่างๆ ผ่านแพลตฟอร์ม (Platform) เว็บมีเดีย อาทิ Facebook Twitter Instagram Line YouTube ฯลฯ หรือแพลตฟอร์มโปรแกรมพีริช (Pirch) และ ICQ เป็นตัวเชื่อมสื่อสังคม Social media เข้าด้วยกัน กลุ่มต่างๆ เหล่านี้ได้พัฒนาและมีอิทธิพล ในการแสดงความคิดเห็น ทักษะคติ และมุมมองต่างๆ ผ่านสังคมออนไลน์ ยุคสื่อดิจิทัลการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีที่ทันสมัย ในการใช้การนำเสนอ และการแชร์ข่าวสาร ข้อมูล ในยุคดิจิทัล เพื่อความรวดเร็ว สดใหม่ ทันต่อสถานการณ์ ทันตามกระแส จนบางครั้งละเลยบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบต่อสังคม สะท้อนให้เห็นถึงปัญหากระทบต่อจริยธรรมจรรยาบรรณต่อพฤติกรรมการใช้สื่อ และชี้ให้เห็นถึงทิศทางอนาคต ที่ต้องเผชิญในยุคสื่อดิจิทัล

(Porschkub, ออนไลน์: 2563) สื่อดิจิทัล (Digital Media) หมายถึง สื่อที่มีการนำเอาข้อความ ภาพนิ่ง กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียงและวิดีโอ มาจัดรูปแบบ โดยอาศัยเทคโนโลยีความเจริญก้าวหน้าทางด้านคอมพิวเตอร์ สื่อสารทางออนไลน์ หรือตัวกลางที่ถูกสร้างขึ้น มาจัดการตามกระบวนการและวิธีการ

ผลิต โดยนำมาเชื่อมโยงกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการใช้งาน และตรงกับวัตถุประสงค์ หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งทำงานโดยใช้รหัสดิจิทัล แยกแยะระหว่าง "0" กับ "1" ในการแสดงข้อมูล องค์ประกอบของสื่อดิจิทัล ประกอบไปด้วยพื้นฐาน 5 ชนิด ดังนี้ (1) ข้อความ (Text) เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของมัลติมีเดีย ใช้แสดงรายละเอียด หรือเนื้อหาของเรื่องที่น่าเสนอ ถือว่าเป็นองค์ประกอบ พื้นฐานที่สำคัญของมัลติมีเดีย ระบบมัลติมีเดียที่น่าเสนอผ่านจอ ภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ นอกจากจะมีรูปแบบและสีของตัวอักษร ให้เลือกมากมายตามความต้องการแล้ว ยังสามารถกำหนดลักษณะของการปฏิสัมพันธ์ ในการโต้ตอบในระหว่างการสนทนาได้อีกด้วย (2) ภาพนิ่ง (Still Image) เป็นภาพที่ไม่มีการเคลื่อนไหว เช่น ภาพถ่าย ภาพวาด และภาพถ่ายลายเส้น เป็นต้น ภาพนิ่ง นับว่ามีบทบาทต่อระบบงานมัลติมีเดีย มากกว่าข้อความหรือตัวอักษร เนื่องจากภาพจะให้ผลในเชิงการเรียนรู้ หรือรับรู้ด้วยการมองเห็นได้ดีกว่า นอกจากนี้ยังสามารถถ่ายทอดความหมายได้ลึกซึ้งมากกว่าข้อความหรือตัวอักษร ซึ่งข้อความหรือตัวอักษร จะมีข้อจำกัดทางด้านความแตกต่างของแต่ละภาษา แต่ภาพนั้น สามารถสื่อความหมายได้กับทุกชนชาติ (3) ภาพเคลื่อนไหว (Animation) ภาพกราฟิกที่มีการเคลื่อนไหว เพื่อแสดงขั้นตอนหรือปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง (4) เสียง (Audio) ถูกจัดเก็บอยู่ในรูปของสัญญาณดิจิทัล ซึ่งสามารถเล่นซ้ำกลับไปกลับมาได้ โดยใช้โปรแกรม ที่ออกแบบมาโดยเฉพาะสำหรับทางด้านเสียง หากในงานมัลติมีเดีย มีการใช้เสียงที่เร้าใจและสอดคล้องกับเนื้อหาในการนำเสนอ จะช่วยให้ระบบมัลติมีเดียนั้นเกิดความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น (5) วิดีโอ (Video) เป็นองค์ประกอบของมัลติมีเดีย ที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากวิดีโอในระบบดิจิทัล สามารถนำเสนอข้อความหรือรูปภาพ เป็นทั้งภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว ที่ประกอบกับเสียงได้สมบูรณ์ มากกว่าองค์ประกอบชนิดอื่นๆ

การพัฒนาอุปกรณ์ทางเทคโนโลยี การสื่อสารนวัตกรรมดิจิทัลมีความทันสมัย อำนวยความสะดวกตรงตามความต้องการ ของกลุ่มผู้บริโภคที่ติดตามข่าวสาร ดิจิทัลเป็นสื่อสิ่งใหม่ ที่มีความก้าวหน้าสื่อสารกว้างไกล เข้าถึงกลุ่มผู้ใช้หรือผู้รับสารได้หลากหลาย การเลือกใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์อย่างสร้างสรรค์ ก็จะทำให้คุณค่าในเชิงบวกต่อสังคม และคนส่วนรวม ทว่าการใช้ผิดประเภทที่ไม่ก่อเกิดการสร้างสรรค์ และคุณประโยชน์แก่สังคม ก็จะมีผลกระทบต่อสังคมได้ พึงใช้วิจรณ์ญาณในการเลือกใช้สื่อดิจิทัล อย่างถูกต้องให้เหมาะสมกับงาน โดยมีความสอดคล้องกับผลสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย พบว่า พฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ต Gen Y เป็นกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันสูงสุด โดยในช่วงวันทำงาน หรือวันเรียนหนังสือ ใช้เฉลี่ย 7.12 ชั่วโมง/วัน และมากถึง 7.36 ชั่วโมง/วัน ในช่วงวันหยุด ขณะที่ Gen X และ Gen Z ใช้อินเทอร์เน็ตในวันทำงาน และวันเรียนหนังสือ โดยเฉลี่ยเท่ากันที่ 5.48 ชั่วโมง/วัน แต่ในวันหยุด Gen Z กลับใช้เพิ่มขึ้นเป็น 7.12 ชั่วโมง/วัน สวนทางกับ Gen X ที่ใช้ลดลงที่ 5.18 ชั่วโมง/วัน โดยกลุ่ม Baby Boomer ใช้ 4.54 ชั่วโมง/วัน ในวันทำงาน และ 4.12 ชั่วโมง/วันในวันหยุด ส่วนสถานที่ ที่นิยมใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด ยังคงเป็นที่บ้าน คิดเป็น 85.6% รองลงมาคือ ที่ทำงาน 52.4% ตามมาด้วยการใช้ระหว่างเดินทาง 24% เพิ่มขึ้นจาก 14% ในปีก่อน ขณะที่การใช้อินเทอร์เน็ต ที่สถานศึกษาลดลงจาก 19.7% เป็น 17.5% ในปีนี้ส่วนกิจกรรมที่นิยมทำ เมื่อใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ การใช้โซเชียลมีเดีย (86.9 %) การค้นหาข้อมูล (86.5 %) การรับส่งอีเมล (70.5 %) การดูทีวีและฟังเพลงออนไลน์ (60.7 %) และการซื้อสินค้าออนไลน์ (50.8 %) และผลการสำรวจยังชี้ให้เห็นว่า คนไทยมีไลฟ์สไตล์ดิจิทัลมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเปลี่ยนวิธีทำกิจกรรมต่างๆ ที่เคยทำใน

แบบออฟไลน์ มาเป็นออนไลน์มากขึ้น เช่น การจองและซื้อตั๋วโดยสาร การจองห้องพักโรงแรม การฟังเพลง การดูภาพยนตร์ และการบริการรับส่งเอกสาร สำหรับโซเชียลมีเดีย ที่คนไทยนิยมใช้มากที่สุด ได้แก่ YouTube (97.1 %), Facebook (96.6 %), Line (95.8 %), Instagram (56 %), Pantip (54.7 %), Twitter (27.6 %) และWhatsApp (12.1 %) นอกจากนี้ คนไทยเผชิญกับปัญหาการถูกรบกวนจากโฆษณาออนไลน์มากที่สุด คิดเป็น 66.6 % ตามด้วยความล่าช้าในการเชื่อมต่อ และใช้งานอินเทอร์เน็ต 63.1 % และอินเทอร์เน็ตหลุดบ่อย 43.7 % อีกทั้งการประสบปัญหา จากการออนไลน์แล้วไม่รู้จะไปขอความช่วยเหลือจากใคร และการถูกรบกวนจากอีเมลขยะ ก็ยังเป็นปัญหาที่คนไทยให้ความสำคัญมากเช่นกัน โดยคิดเป็น 39.6 % และ 34.2 % ตามลำดับ (สุรางคณา วายภาพ, 2560: 58-60)

สื่อออนไลน์มีผลดีหรือผลเสียต่อจริยธรรม - จรรยาบรรณอย่างไร

จากลักษณะของสื่อออนไลน์และสื่อสังคม ที่ถูกนำมาใช้ในกระบวนการสื่อสาร ทำให้เกิดการปรับตัวของหลักจริยธรรม-จรรยาบรรณของสื่อ (Stephen J.A. Ward, ออนไลน์: 2563) เรียกปรากฏการณ์ที่สื่อ ต้องวิเคราะห์กรอบจริยธรรม-จรรยาบรรณ และหาแนวทางในการปรับให้เหมาะกับโลกดิจิทัลใหม่นี้ว่า “การปฏิวัติทางจริยธรรม” (Revolution in ethics) โดยสื่ออินเทอร์เน็ตมี 4 ปัจจัยสำคัญ ที่ต้องมีการปฏิวัติจริยธรรมสื่อ ดังนี้ (1) สื่ออินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดรูปแบบการทำข่าว ที่เน้นการปฏิสัมพันธ์และความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์มากยิ่งขึ้น (2) สื่ออินเทอร์เน็ต ทำให้พื้นที่ข่าว ที่เคยเป็นพื้นที่ของผู้สื่อข่าวเท่านั้น ถูกแบ่งปันให้กับคนบนทวิตเตอร์ บล็อกเกอร์ นักข่าวพลเมือง และประชาชนทั่วไปบนสื่อสังคม (Social Media) ที่มีข้อมูลและต้องการนำเสนอข้อมูลในเชิงข่าว ข่าวหรือข้อมูลข่าว กลายเป็นมาจากทุกทิศทุกทาง (3) การพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสาร และสื่ออินเทอร์เน็ต มีผลต่อมิติเชิงเศรษฐกิจขององค์กรสื่อ ที่ทำให้องค์กรข่าว และผู้สื่อข่าวบนสื่อดั้งเดิมต้องดิ้นรน เพื่ออยู่รอดเมื่อคนอ่านย้ายไปสู่การรับข้อมูล ข่าวสารบนโลกออนไลน์เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ (4) กระบวนการสื่อข่าวเปลี่ยนไป สู่การทำข่าวแบบสื่อผสม (mix news media) ซึ่งหมายถึง การที่นักข่าวอาชีพและนักข่าวพลเมือง ทำงานในการรายงานข่าวร่วมกัน ผ่านสื่อที่หลากหลายแพลตฟอร์ม

จาก 4 ปัจจัยข้างต้น นักวิชาการตั้งคำถามต่อการปฏิวัติทางจริยธรรม-จรรยาบรรณสื่อว่า กรอบจริยธรรม ควรมีการปรับเปลี่ยนหรือไม่ และอย่างไร เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะของสื่อด้านข่าว ที่ต้องมีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ (immediate) มีปฏิสัมพันธ์ (interactive) ให้บริการได้ตลอดเวลา (always on) ซึ่งจะเป็นกรอบสำหรับทั้งผู้สื่อข่าวอาชีพ (professional journalists) และนักข่าวสมัครเล่น (amateurs) ในการใช้สื่อที่หลากหลายแพลตฟอร์ม

ในการปฏิวัติของจริยธรรมสื่อ นักวิชาการมองในเชิงความแตกต่างของวัฒนธรรม ระหว่างสื่อดั้งเดิมและสื่อออนไลน์ด้วย โดยวัฒนธรรมของสื่อดั้งเดิม ในเรื่องความถูกต้อง การตรวจสอบข้อมูลก่อนตีพิมพ์ เผยแพร่ ความสมดุล ความเป็นกลาง และการเป็นผู้คัดกรองข่าวสาร กับวัฒนธรรมของสื่อออนไลน์ ซึ่งเน้นเรื่องของความรวดเร็ว การปฏิสัมพันธ์ ความโปร่งใส การทำงานกับนักข่าวพลเมือง ประชาชนที่มีข้อมูล และการแก้ไขข้อผิดพลาด ของข้อมูลที่เผยแพร่ไปแล้ว วัฒนธรรมสองขั้วนี้ จะมีการกำหนดกรอบจริยธรรม เพื่อการทำงานบนทั้งสองสื่ออย่างไร ใช้แนวทางร่วมกัน ต่างกันอย่างไร เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการทำข่าว

องค์กรข่าว มีลักษณะการทำงานแบบ Layered Journalism ที่ผู้สื่อข่าวผลิตข่าวแบบมัลติมีเดีย เพื่อเผยแพร่หลากหลายแพลตฟอร์ม กองบรรณาธิการ มีการทำงานร่วมกับนักข่าวพลเมือง ซึ่งลักษณะแบบนี้ ทำให้ กองบรรณาธิการ มีกระบวนการในการทำงานซับซ้อนมากขึ้น ประการแรกคือ ความหลากหลายของบรรณาธิการ มีทั้งบรรณาธิการของแต่ละโต๊ะข่าว ที่ดูแลเนื้อหาของแต่ละสื่อ และบรรณาธิการที่ดูแลสร้างชุมชนข่าว และคัดสรรข้อมูลจากผู้อ่าน หรือสร้างความร่วมมือกับนักข่าวพลเมือง อีกประการคือ ผลผลิตของข่าว ที่ผู้สื่อข่าวต้องทำ จะมีทั้งสิ่งพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ และออนไลน์ ซึ่งกรอบจริยธรรมที่เหมาะสมในยุคดิจิทัล ต้องเป็นกรอบที่ครอบคลุมการใช้สื่อ ทั้งของผู้สื่อข่าวมืออาชีพและนักข่าวพลเมือง รวมถึงกรอบนั้น ต้องตอบสนองธรรมชาติของทุกสื่อ ที่ผลิตข่าวออกไปเพื่อให้นำเสนอข่าวได้อย่างเหมาะสม มีจรรยาบรรณด้วย

สื่ออินเทอร์เน็ต และการเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้อ่านในยุคดิจิทัล ผลักดันให้องค์กรข่าวต้องปรับตัวทั้งเชิงการปฏิบัติงาน การตลาด และการหารายได้ (Wasserman, 2010: 68-70) อธิบายว่า สื่อดิจิทัลมีผลต่อการปฏิบัติตามหลักจริยธรรมดั้งเดิม ของการทำหน้าที่สื่อ โดยเฉพาะเรื่องมาตรฐานของความจริง (standards of veracity) ประเด็นคำถามเกี่ยวกับการนิยาม "ข้อเท็จจริง" บนการสื่อสารออนไลน์ว่า เหมือนหรือแตกต่าง จากนิยามที่เป็นมาในการสื่อข่าวบนสื่อดั้งเดิม และการตรวจสอบข้อมูล ข้อเท็จจริงยังใช้แนวทาง และวิธีคิดแบบเดิมได้หรือไม่ ประเด็นนี้ มีผลกระทบมากเมื่อมีการใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (User-generated Content -UGC) ทั้งนี้ พบหลายกรณี ที่เกิดความผิดพลาดทางข้อมูล และสื่อกลายเป็นผู้กระจายข่าวลือ หรือข้อมูลที่ผิดจากการไม่ได้กลั่นกรองข้อมูลให้ดี จริยธรรมในเรื่องการตรวจสอบข้อมูลก่อน มีการเผยแพร่แข่งกับความเร็วบนสื่อออนไลน์ จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ควรมีการกำหนดแนวทาง ให้ผู้สื่อข่าวได้ใช้ในการตัดสินใจก่อนโพสต์ข้อมูล ที่ยังไม่ได้ตรวจสอบ สื่อออนไลน์ผลักดันให้องค์กรข่าว รู้สึกว่าต้องเป็น "คนแรกที่รายงานข้อมูล" ทำให้บางครั้งเกิดความผิดพลาด ทั้ง ๆ ที่หัวใจของการรายงานข่าว และสิ่งที่คนยังต้องการจากสื่อคือ "ความน่าเชื่อถือของข้อมูล"

(Jan Leach, ออนไลน์: 2563) ระบุประเด็นทางจริยธรรมที่เน้นเรื่องของ "ความน่าเชื่อถือ" มีประเด็นถกเถียงในยุคของการสื่อข่าวผ่านสื่อสังคม ดังนี้ (1) จริยธรรมในเรื่องการนำเสนอข้อมูลส่วนตัว และขององค์กรผ่านสื่อสังคม การแสดงออกทางความคิดมีผลต่อความเป็นกลางหรือไม่ (2) เป็นสิ่งที่เหมาะสมหรือไม่ ที่ผู้สื่อข่าวจะเผยแพร่ความเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับแหล่งข่าว ประเด็นในสังคมผ่านสื่อสังคมของตนเอง (3) ในสถานะของสื่อ ที่ใครก็ได้สามารถนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ อะไรคือความถูกต้องในการใช้งานข้อมูลจากผู้รับสาร (user-generated content) ทั้งประเด็นข่าว เรื่องราว รูปภาพ วิดีโอ (4) การให้นักข่าวพลเมืองมีส่วนร่วมในการนำเสนอข้อมูล กับองค์กรข่าว ทำอย่างไรให้เรื่องราวที่นำเสนอ ไม่ใช่เป็นการนำเสนอเรื่องที่อคติหรือไม่สมบูรณ์ (5) การดูแลควบคุมข้อมูล ที่นำเสนอผ่านสื่อสังคมและเว็บไซต์ทำอย่างไร

การรักษาความเป็นกลาง (Impartiality) กับการแสดงออก ความคิดเห็นส่วนตัวของผู้สื่อข่าวเป็นอีกประเด็นที่มีการศึกษา และมีข้อถกเถียง พร้อมกับการหาคำนิยาม ความเป็นกลางในยุคดิจิทัล ที่ทุกคนสามารถแสดงตัวตน ของตัวเองได้บนพื้นที่ส่วนตัว ที่เป็นสาธารณะอย่างสื่อสังคม การเลือกรับสิ่งที่ชอบ (personalization) ของผู้อ่าน/ผู้ชม สามารถทำได้มากเพราะสื่อออนไลน์ มีลักษณะของการเป็นพื้นที่ ในการเลือกเฉพาะสิ่งที่ตัวเอง ต้องการรับข้อมูลข่าวสาร ส่งผลให้สื่อถูกกดดันให้ต้องเลือกทำข่าว ระหว่างการทำให้

ถูกใจคนกลุ่มต่างๆ หรือการรักษาความเป็นกลาง และสมดุลของข้อมูล (Kovach and Rosenstiel, 2001: 88-90) เสริมว่า เมื่อสังคมมีประเด็นความขัดแย้ง และเรื่องการเมือง การแบ่งฝ่ายความคิดที่ชัดเจน ของสังคม ในปัจจุบัน ทำให้ผู้สื่อข่าว ต้องตั้งคำถามกับจุดยืนเรื่องความเป็นกลาง และโดยหลักการผู้สื่อข่าว ควรละเว้นจากการเสนอ ความเห็นส่วนตัวในประเด็นดังกล่าว ทั้งนี้ นักคิดหลายคน ก็มองว่าธรรมชาติของสื่อออนไลน์ สร้างความท้าทายต่อหลักการปฏิบัติ เพื่อรักษาความเป็นกลาง

นอกจากความเป็นกลาง “ความโปร่งใส” ของข้อมูล และการนำเสนอข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญใน กระบวนการสื่อข่าวบนสื่อออนไลน์ เนื่องจากข้อมูลที่มีจำนวนมาก การรักษาความน่าเชื่อถือ ทำได้ด้วยการมี การอ้างอิง แหล่งที่มาของข้อมูลที่ชัดเจน การนำมาใช้ การเผยแพร่ การสื่อสารข้อมูลหากทำอย่างชัดเจน โปร่งใส ทำให้ตรวจสอบได้ ก็จะเป็นการรักษา ความถูกต้องของข้อมูลได้ด้วย ซึ่งลักษณะของสื่อออนไลน์ ไม่ว่าจะ เป็นการเชื่อมโยง (hyperlink) การ Mention/Tag บนทวิตเตอร์และเฟซบุ๊ก ล้วนเป็นช่องทางที่ให้โอกาส ผู้สื่อข่าวอ้างอิงถึงที่มาของข้อมูล ให้เกิดความโปร่งใสได้ไม่ยาก นอกจากการมีกรอบปฏิบัติแล้ว เพื่อเป็นการ ส่งเสริมการปฏิบัติตามกรอบที่วางไว้อย่างเต็มที่ ในต่างประเทศ มีการใช้กลยุทธ์ของการให้รางวัล แก่ผู้ที่รักษา มาตรฐานการรายงานข่าว ได้โดดเด่น เช่น รางวัล Ethics in Journalism Award ของ The Society of Professional Journalists (SPJ) เป็นต้น

(Betancourt, ออนไลน์: 2563) อธิบายเกี่ยวกับ Social Media Guideline ของหนังสือพิมพ์ the Roanoke Times ในสหรัฐ ที่ปรับปรุงเนื้อหาใหม่ เพราะการใช้งานสื่อสังคมของผู้สื่อข่าว ในช่วงการเลือกตั้ง ประธานาธิบดี ในปี 2008 ซึ่งมีประเด็นเรื่องการใช้พื้นที่สื่อสังคมทับซ้อนระหว่างความคิดส่วนตัว กับการ ปฏิบัติหน้าที่ทางวิชาชีพ โดย Kelly McBride, ethics group leader ของ the Poynter Institute ผู้ร่วมใน การร่างนี้ระบุว่า กรอบปฏิบัติที่สำคัญในการรักษาความน่าเชื่อถือ และมาตรฐานการทำงานของสื่อ ในการใช้ สื่อสังคม มีองค์ประกอบ 4 เรื่อง คือ ใช้เป็นเครื่องมือในการรายงาน, เผยแพร่ผลงาน, ความสมดุลระหว่างเรื่อง ส่วนตัวกับวิชาชีพ, การไม่สร้างความเสียหายให้กองบรรณาธิการ โดยบอกถึงเทคนิควิธีในการใช้งาน กรอบ ปฏิบัติ สิ่งที่ควรทำเพื่อให้ใช้ประโยชน์ จากเครื่องมืออย่างเต็มที่ มากกว่าการห้ามปฏิบัติ โดยมีหลักการ ดังนี้ (1) ใช้ทวิตเตอร์และเฟซบุ๊ก เพราะเป็นเครื่องมือที่คุ้นเคย (2) คำนึงเสมอว่า ผู้สื่อข่าวเป็นตัวแทนขององค์กร ไม่ได้ทำข่าวเพียงลำพัง และผลจากการใช้งานสื่อสังคมของผู้สื่อข่าว มีผลกระทบที่สูงกว่าอาชีพอื่น (3) คิดอยู่เสมอว่า ข้อความที่ทวิตจะไป ถึงคนจำนวนมากกว่าที่คิดเสมอ จึงต้องระวังสิ่งที่ทวิต และรับผิดชอบต่อการ สื่อสารให้มาก (4) ให้หัวหน้า/บรรณาธิการข่าว ตามผู้สื่อข่าวบนทวิตเตอร์ เพราะจะเป็นการช่วยกันตรวจสอบ ข้อมูล และความน่าเชื่อถือ

การศึกษาของ (Oliver, ออนไลน์: 2563) เกี่ยวกับแนวปฏิบัติทางจริยธรรมของ The Roanoke Times พบว่า Social Media Guideline เน้นใน 3 ประเด็นหลักคือ ความโปร่งใส ในการทำข่าว ต้องระบุ แหล่งที่มา และกระบวนการได้มาให้ชัดเจน การติดต่อปฏิบัติสัมพันธ์เป็นสิ่งควรปฏิบัติในขอบเขตที่เหมาะสม และใช้ข้อมูลที่ได้รับอนุญาต โดยไม่ละเมิดผู้อื่น นอกจากนี้ ผู้สื่อข่าวต้องคำนึงถึง บทบาทในการประกอบ วิชาชีพเป็นสำคัญ และคิดถึงผลจากการกระทำเสมอ

(Marcus Brauchli, ออนไลน์: 2563) บรรณาธิการบริหารของ The Washington Post อธิบายว่า แม้ผู้สื่อข่าว จะมีอิสระในการใช้สื่อสังคม แต่ผู้สื่อข่าวต้องมีหลักในการตัดสินใจในการสื่อสารที่ดี โดยต้องยึดหลักสามัญสำนึก ในการไม่ทำสิ่งที่ส่งผลเสียต่อองค์กร ทั้งนี้สำหรับ The Washington Post มีการกรองการใช้งาน ของผู้สื่อข่าวโดยบรรณาธิการ ต้องรับรู้สิ่งที่ผู้สื่อข่าววางแผนจะทวีต หรือรายงานสดผ่านบล็อก (Live-blog) ประเด็นที่เป็นข้อถกเถียง และประเด็นล่อแหลมจะต้องมีการตรวจสอบ กับบรรณาธิการก่อนมีการเผยแพร่ รวมถึงผู้สื่อข่าว ต้องระวังในการสื่อสาร ไม่ให้เป็นการสร้างวาระข่าวสาร ตามความคิดเห็นส่วนตัว อย่างไรก็ตาม The Washington Post เน้นให้ผู้สื่อข่าว หารูปแบบวิธีใหม่ๆ ในการใช้สื่อสังคม เพื่อรายงานข่าวและดึงดูดมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อ่านและผู้ชม The Washington Post กำหนดแนวปฏิบัติ การใช้สื่อสังคม (Digital Publishing Guidelines) 7 ข้อ ประกอบด้วย แหล่งข่าว การอ้างอิง การเผยแพร่ข้อมูลด้วยตัวผู้สื่อข่าวเอง รสนิยมในการเสนอข่าว การใช้งาน การใช้ข้อมูลจากบุคคลที่ 3 และการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล โดย The Washington Post มีนโยบายในการปรับปรุง แนวปฏิบัติตามคำแนะนำของผู้สื่อข่าวและผู้อ่าน

(Steve Buttry, ออนไลน์: 2563) Digital Transformation Editor ของ Digital First Media กำหนดแนวทางปฏิบัติหรือ Guidelines ของผู้สื่อข่าว ในการใช้สื่อสังคมว่า ควรเน้นเรื่องการส่งเสริม แนะนำวิธี “ตัดสินใจที่ดี” ในการใช้งานสื่อ มากกว่าการตีกรอบบังคับ เตือน หรือมีบทลงโทษ เพราะจะทำให้ผู้สื่อข่าว ไม่ต้องการใช้สื่อสังคม ควรเน้นเรื่อง “ความโปร่งใส” (Transparency) การใช้งานที่เร็ว และง่าย เช่น การรีทวีต (Retweet) บางครั้งอาจมีปัญหา ในการตรวจสอบข้อมูล ซึ่งอาจผิดพลาด และส่งผลเสียได้ การกำหนดแนวทางปฏิบัติการใช้งานสื่อสังคมจะทำความคุ้นเคยกับแนวปฏิบัติ ในการรักษาความถูกต้อง การลดความขัดแย้ง การรักษาความเป็นอิสระในการทำงาน และความน่าเชื่อถือในการทำงาน

ในขณะที่ New York Times ซึ่งเป็นผู้นำนวัตกรรมการใช้สื่อสังคม ในกระบวนการข่าว กลับเลือกที่จะไม่กำหนดจริยธรรมการใช้สื่อสังคม แบบเป็นลายลักษณ์อักษร แต่เน้นแนวทาง แบบไม่เป็นทางการ เพื่อกระตุ้นให้ผู้สื่อข่าว เกิดความรู้สึกสบายใจ และอยากใช้สื่อสังคม

(Phil Corbett, ออนไลน์: 2563) ผู้ช่วยบรรณาธิการบริหาร ด้านมาตรฐานวิชาชีพ (associate managing editor for standard) ของ The New York Times อธิบายว่า New York Times ใช้วิธีการพูดคุยกับผู้สื่อข่าว ถึงแนวทางการใช้สื่อสังคม โดยให้คำนึงถึงการรักษาชื่อเสียงขององค์กร เพราะสื่อสังคมเป็นพื้นที่สาธารณะ ไม่ใช่พื้นที่ส่วนตัว เมื่อเผยแพร่ข้อมูลได้ออกสู่สังคมแล้ว ถือเป็นกระทำในฐานะผู้สื่อข่าวขององค์กรด้วย จึงระบอบอย่างชัดเจนว่า ต้องถือปฏิบัติทั่วกัน และจะต้องไม่ทำการใดๆ ที่เกิดผลต่อ การลดความน่าเชื่อถือ (credibility) โดยมี Social Media Editor และ Producer เป็นผู้ให้คำแนะนำ ในการใช้งานและการตัดสินใจบทความของ (Sullivan, 2012: 75-78) ระบุว่า มีกรณีของผู้สื่อข่าวอิสระ (freelance) ที่เขียนบทความให้กับ New York Times Magazine แล้วมีปัญหาในทวีตเตอร์ คือมีการโต้ตอบการทำงาน ของเขาอย่างไม่สุภาพ ทำให้องค์กรต้องประกาศเพิ่มเติมให้ชัดเจนว่า หลักการในการใช้สื่อสังคมขององค์กรนั้น ครอบคลุมการใช้งานของนักเขียนอิสระ และผู้สื่อข่าวอิสระที่ทำงานให้กับ New York Times ด้วย

(Reuters, ออนไลน์: 2563) ด้านสำนักข่าวรอยเตอร์ (Reuters) มีการกำหนดแนวปฏิบัติ “Reporting from the internet and using social media” โดยระบุว่า ให้ผู้สื่อข่าว ใช้มาตรฐานในการหาแหล่งข่าว การระบุตัวตน และการตรวจสอบข้อมูลบนพื้นฐานเดียวกันกับการทำงานบนแพลตฟอร์มอื่นๆ และต้องไม่ใช่ข้อมูลใดๆ จากสื่อออนไลน์ ที่ไม่สามารถตรวจสอบ และยืนยันความน่าเชื่อถือของข้อมูลได้ รวมถึงเตือนเรื่องการปลอมแปลงตัวตน เพื่อหาข่าวบนออนไลน์ เช่นใน Chatroom ว่าเป็นสิ่งไม่ควรทำ ในการใช้สื่อสังคม สามารถใช้ได้ทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัว แต่แยกออกจากกันให้ชัดเจน ในรายละเอียดบัญชีผู้ใช้ของ ทวิตเตอร์ และเฟซบุ๊ก ต้องมีการระบุที่ชัดเจนว่า เป็นผู้สื่อข่าวของรอยเตอร์ และต้องระบุด้วยว่า เป็นการใช้งานส่วนตัว ไม่ได้เป็นทางการของรอยเตอร์ การใช้งานอยู่บนพื้นฐาน ของความเป็นธรรม ความสมดุล เป็นกลาง พึงระวัง เรื่องการเข้าไป มีส่วนร่วมในกลุ่มต่างๆ บนออนไลน์ หรือแม้แต่การกด Like บนเฟซบุ๊ก ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับประเด็นข่าว หากมีข้อสงสัยในข้อเท็จจริง ให้มีการตรวจสอบก่อน จนกว่าจะแน่ใจ โดยให้เน้นความถูกต้อง มากกว่าความเร็ว

(Martin, ออนไลน์: 2563) อธิบายถึงข้อแนะนำ ในแนวทางในการกำหนดกรอบปฏิบัติในการทำข่าวออนไลน์ จากการระดมความเห็นของนักข่าวออนไลน์ ในสหรัฐ โดย Poynter และร่างเป็นแนวปฏิบัติ ในการสื่อข่าวออนไลน์ว่า ในการกำหนดกรอบจริยธรรม การรายงานข่าวออนไลน์ ควรเป็นกรอบที่กระตุ้นให้คิด และตัดสินใจ ในการสื่อข่าวตามหลักจริยธรรม มากกว่าเป็นกฎระเบียบบังคับให้ทำ และควรให้ผู้รับสารมีส่วนร่วม ในการกำหนดกรอบการกำกับดูแลการใช้สื่อออนไลน์ด้วย ทั้งนี้ประเด็นสำคัญ ของแนวทางปฏิบัติ ควรประกอบด้วย (1) การรายงานข่าว เว็บไซต์ การวิพากษ์วิจารณ์ การใช้คำพูด และอารมณ์ในการสื่อสาร มีหลักสำคัญให้ยึดคือ "ปฏิบัติหน้าที่ผู้สื่อข่าว ภายใต้องค์กรข่าวที่สังกัด" ผู้สื่อข่าวต้องถามตัวเองว่า สิ่งที่จะตัดสินใจ ทำ สอดคล้องกับบทบาทของผู้สื่อข่าวที่ดีหรือไม่ ทั้งในเรื่องความเป็นอิสระ การรักษาความถูกต้อง สมดุล รูปแบบการนำเสนอข้อมูล ที่จะทำให้เกิดประโยชน์ต่อความเข้าใจ และไม่บิดเบือนข้อมูล (2) บทบาทบรรณาธิการข่าวในยุคดิจิทัล เน้นการสร้างความน่าเชื่อถือ กับสาธารณะและคงไว้ซึ่งการเป็นที่ไว้วางใจต่อองค์กร การทำหน้าที่บรรณาธิการ และการหารายได้ขององค์กร ต้องทำงานอย่างเปิดเผย แนะนำให้มีการใช้เครื่องมือวิเคราะห์ ทางการตลาดของสื่อออนไลน์ เพื่อช่วยตัดสินใจในการกำหนดทิศทางของเนื้อหา ซึ่งต้องสมดุลระหว่างจริยธรรม และประโยชน์สาธารณะ (3) ความโปร่งใสของข้อมูลที่น่าเสนอ ระหว่างข่าวจากกองบรรณาธิการ และข่าวจากสปอนเซอร์ หรือการหารายได้โฆษณา ผู้อ่านต้องได้รับข้อมูลที่ชัดเจน (4) ความน่าเชื่อถือ ความถูกต้อง ความโปร่งใสของข้อมูล และการใช้มัลติมีเดียในการสื่อข่าว เน้นการเสนอที่ถูกต้องรอบด้าน เลือกใช้สื่อที่เหมาะสม ต่อการนำเสนอข้อมูล หากมีความผิดพลาดต้องแก้ไข มีกระบวนการอธิบาย การตัดสินใจในการนำเสนอข้อมูลต่างๆ อย่างเป็นระบบ เพื่อความโปร่งใส รวมถึงมีการสร้างช่องทาง ในการมีส่วนร่วมกับผู้อ่านด้วย (5) ความรวดเร็ว ความรอบด้าน ให้ใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ ด้านความเร็วและการเชื่อมโยงข้อมูล และรูปแบบการเล่าเรื่องที่หลากหลาย ให้นำเสนอข่าวได้เร็วและลึก น่าเชื่อถือ และรักษาความถูกต้องเป็นสำคัญ (6) การใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (user-generated content) ต้องระวังผลของการใช้ และนำเสนอข้อมูล โดยระบุที่มา และขออนุญาตในการนำมาใช้ ติดต่อประสานกับชุมชน ของผู้อ่านอย่างเปิดเผย มีรสนิยมในการเลือกข้อมูลมาใช้งาน เช่น ไม่ละเมิดผู้อื่น ไม่เป็นเรื่องส่วนตัว ไม่มีเรื่องการเหยียดผิว ขนชาติ

ศาสนา และข้อระวางเรื่องของลิขสิทธิ์ (7) การเชื่อมโยงข้อมูล (Link) สามารถเชื่อมโยงข้อมูล ที่มีคุณค่าต่องาน ขวานั้น ได้หลากหลาย มีการตรวจสอบข้อมูล คัดเลือก Link อย่างรอบคอบ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้อ่าน แนวปฏิบัตินี้ แบ่งเป็น 3 ส่วนคือ จริยธรรมอันพึงปฏิบัติ (Principle & Values) แนวทางในการปฏิบัติตาม จริยธรรม (Protocol) และคำถามและคำตอบ (Questions & Answers) รวบรวมประเด็นคำถามต่อการ ตัดสินใจ ในประเด็นจริยธรรมดังกล่าวมาตอบคำถาม เพื่อเป็นกรณีศึกษา โดยแนวปฏิบัติให้ความสำคัญ เรื่อง การรักษาความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ การปฏิบัติงานภายใต้ความรับผิดชอบต่อองค์กร และแนวทางการใช้ สื่อสังคม และสื่อออนไลน์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการสื่อข่าว

อนาคตการใช้สื่อออนไลน์ส่งผลให้เกิด “วิกฤตจริยธรรมและจรรยาบรรณของคน...ไทยในยุค ดิจิทัล” ได้หรือไม่

หากมองในสังคมปัจจุบัน ซึ่งเป็นสังคมแห่งความรู้ (knowledge based society) จะพบว่า “ผู้รับ ข่าวสาร” ในฐานะนักข่าวพลเมืองมีสมัครเล่น ซึ่งมีอยู่กระจายอยู่ทั่วประเทศ เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ต่อการรับอิทธิพลจากสื่อมวลชน ในฐานะผู้สื่อข่าวมืออาชีพ ตั้งแต่ต้นจนกระทั่งกลับไป ซึ่งสังคมผู้รับข้อมูล ข่าวสาร ยังไม่เข้มแข็งพอต่อการปะทะหลังไหลของข้อมูลข่าวสาร (flow of information) ยิ่งรอการบ่มเพาะ ความคิดอยู่ สื่อมวลชนในฐานะผู้สื่อข่าวมืออาชีพ ควรตระหนักและตรวจสอบ ความรับผิดชอบทางจริยธรรม นำเสนอข่าว การรายงานข่าว เว็บไซต์ การวิพากษ์วิจารณ์ การใช้คำพูด และอารมณ์ในการสื่อสาร มีความเป็น อิสระ การรักษาความถูกต้อง สมดุล รูปแบบการนำเสนอข้อมูล ที่จะทำให้เกิดประโยชน์ต่อความเข้าใจ และไม่ บิดเบือนข้อมูล บทบาทบรรณาธิการข่าวในยุคดิจิทัล เน้นการสร้างที่น่าเชื่อถือ กับสาธารณะและคงไว้ซึ่ง การเป็นที่ไว้วางใจต่อองค์กร ต้องทำงานอย่างเปิดเผย ต้องสมดุลระหว่างจริยธรรม และประโยชน์สาธารณะ ความโปร่งใสของข้อมูลที่นำเสนอ ระหว่างข่าวจากกองบรรณาธิการ และข่าวจากสปอนเซอร์ หรือการหา รายได้โฆษณา ผู้อ่านต้องได้รับข้อมูลที่ชัดเจน ความน่าเชื่อถือ ความถูกต้อง ความโปร่งใสของข้อมูล เน้นการ เสนอที่ถูกต้องรอบด้าน เลือกใช้สื่อที่เหมาะสม ต่อการนำเสนอข้อมูล หากมีความผิดพลาดต้องแก้ไข มี กระบวนการอธิบาย การตัดสินใจในการนำเสนอข้อมูลต่างๆ อย่างเป็นระบบ เพื่อความโปร่งใส รวมถึงมีการ สร้างช่องทาง ในการมีส่วนร่วมกับผู้อ่านด้วย ความรวดเร็ว ความรอบด้าน ให้ใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ ด้านความเร็วและการเชื่อมโยงข้อมูล และรูปแบบการเล่าเรื่องที่หลากหลาย ให้นำเสนอข่าวได้เร็วและลึก น่าเชื่อถือ และรักษาความถูกต้องเป็นสำคัญ การใช้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ต้องระวางผลของการใช้ และนำเสนอ ข้อมูล โดยระบุมติ และขออนุญาตในการนำมาใช้ ติดต่อประสานกับชุมชน ของผู้อ่านอย่างเปิดเผย มีรสนิยม ในการเลือกข้อมูลมาใช้งาน เช่น ไม่ละเมิดผู้อื่น ไม่เป็นเรื่องส่วนตัว ไม่มีเรื่องการเหยียดผิว ชนชาติ ศาสนา และข้อระวางเรื่องของลิขสิทธิ์ การเชื่อมโยงข้อมูล สามารถเชื่อมโยงข้อมูล ที่มีคุณค่าต่องานขavnั้น ได้ หลากหลาย มีการตรวจสอบข้อมูล คัดเลือก Link อย่างรอบคอบ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้อ่าน

จากเหตุการณ์ในช่วงหนึ่งที่ผ่านมา ที่รัฐบาลใช้ ม. 44 กับเจ้าอาวาสวัด ที่เป็นกระแสข่าวดังทาง สังคม ตามที่หลายหน่วยงาน ได้ออกมาวิพากษ์วิจารณ์การทำงานของสื่อ ต่อการนำเสนอข่าวผู้เสียชีวิต ขณะ ปลัดชีพตนเอง ผ่านแพลตฟอร์มไลฟ์สดเฟซบุ๊ก ที่เป็นภาพอุจาดตา สู่สายตาผู้ติดตามข่าวออนไลน์ จำนวนนับ

ล้านคู่ ตามหลักจริยธรรมของสื่อมวลชน ที่ได้ยกมากล่าวไว้ข้างต้น ได้กล่าวไว้เกี่ยวกับจริยธรรม ที่เป็นข้อปฏิบัติของสื่อมวลชนว่า สิ่งใดควรและไม่ควรปฏิบัติ แต่จากการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อ ตามที่ถูกวินิจฉัยว่า นั้น มีความจำเป็นต้องพัฒนาตามเทคโนโลยี เพื่อความทันสมัยไปด้วยหรืออย่างไร ในความรวดเร็ว รายงานสด เข้าถึงอารมณ์ เสมือนผู้เฝ้าติดตามข่าวสารได้อยู่ในเหตุการณ์ (พรพิรุณ ทองอินทร์, ออนไลน์: 2563) พบว่า ตาม ดร.มานะ ตริยาภิวัฒน์ คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ได้ออกมาแสดงความ คิดเห็นในเรื่องนี้ว่า “กรณีนี้ผู้ผลิตข่าวออนไลน์ต่างๆ ได้วางแนวทางร่วม วางกฎกติกาในการไลฟ์สด อะไรควร ไม่ควรทำ สำคัญคือ หากมีสถานการณ์ ที่แหล่งข่าวมีท่าทีว่าจะฆ่าตัวตาย ก็ไม่ควรจะไลฟ์สด เพราะ อาจจะทำให้ภาพดูไม่เหมาะสมออกสู่สายตา” แม้ว่าผู้ตาย ไม่ว่าจะต้องตายด้วยเหตุใดก็ตาม ในข้อบังคับ ของจริยธรรมแห่งวิชาชีพ หากได้นำเสนอ ไม่ว่าจะเต็มหน้าหนังสือพิมพ์ หรือเต็มจอโทรทัศน์ เป็นการเสนอ ภาพข่าวที่ดูจืด โดยไม่ได้คำนึงถึงความรู้สึกของสาธารณชนอย่างไตร่ตรอง เป็นการก้าวล่วงในสิทธิมนุษยชน และเป็นการซ้ำเติมความทุกข์ของญาติพี่น้อง ส่งผลกระทบต่อจริยธรรมของสื่อ ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอข่าวใน ลักษณะ เช่น ภาพผู้เสียชีวิตจากคดีฆาตกรรม ภาพอนาจารของเด็กที่ถูกกระทำชำเรา ตามลักษณะที่ได้มีไว้ใน ข้อบังคับว่า ด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชนที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น โดยจะขอยกให้เห็นดังประเด็น ต่อไปนี้

การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลอื่น (Privacy Right) สื่อมวลชน ทำหน้าที่ตอบสนองความอยากรู้อยาก เห็นของมนุษย์ ความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ไม่มีที่สิ้นสุด แต่ต้องมีขีดจำกัด มิให้ไปล่วงละเมิดชีวิตส่วนตัว ของบุคคลอื่นเกินความจำเป็น บุคคลทุกคน ต่างมีสิทธิตามธรรมชาติและสิทธิตามกฎหมาย ตามที่กล่าวไว้ใน รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 มาตรา 35 สิทธิของบุคคลในครอบครัว เกียรติยศ ชื่อเสียง ตลอดจนความเป็นอยู่ส่วนตัว ย่อมได้รับความคุ้มครอง ส่วนจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์ ของสภาการ หนังสือพิมพ์แห่งชาติ หมวด 2 (15) การที่สื่อมวลชนจะแสวงหาข่าวสาร เพื่อนำมารายงานนั้น ในบางครั้ง อาจ ไปกระทบต่อสิทธิในชีวิต หรือความเป็นอยู่ส่วนตัวของบุคคลอื่นได้ ในบางกรณี อาจไปกระทบต่อเกียรติยศ หรือชื่อเสียง และความเป็นอยู่ส่วนตัวของบุคคลอื่นได้ เช่น ไปกระทบกระเทือน ต่อการใช้ชีวิตของบุคคล การ ก้าวล่วงความเป็นส่วนตัว เช่น กรณีดาราดัง ป่วยเข้ารับการรักษาตัวที่โรงพยาบาล สื่อได้นำภาพความเป็น ส่วนตัว ขณะเข้ารับการรักษาตัว ของดารารายออกเผยแพร่ต่อสาธารณะ

การซ้ำเติมผู้เสียหาย หรือเหยื่ออาชญากรรม (Victim) เป็นผู้ที่ได้รับความเสียหาย บาดเจ็บ บอบช้ำ ได้รับความเศร้าโศก สูญเสียและเสียใจ จากการกระทำผิดของอาชญากร ซึ่งกล่าวได้ว่า มีความทุกข์มาก พออยู่ แล้ว แต่จากการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชน ในการเก็บข้อมูล อาจเป็นการซ้ำเติมผู้เสียหาย ให้ได้รับความทุกข์ มากขึ้น โดยไม่ตั้งใจ เช่น กรณีเด็กหรือสตรีถูกข่มขืน สื่อมวลชนรายงานข่าวอย่างละเอียด แสดงถึงการกระทำ ของคนร้าย ว่าทำอย่างไร ทำให้ผู้เสียหายคิดย้อน ถึงการกระทำนั้นอีก รวมทั้งการเปิดเผยชื่อ ที่อยู่ของ ผู้เสียหายทางอ้อม ทำให้คนในสังคมรู้ว่า เป็นใครทำให้เกิดความอับอาย บางกรณีเหยื่ออาชญากรรม เสียชีวิต ไปแล้ว การรายงานข่าวของสื่อมวลชน อาจไปซ้ำเติมความเสียใจ ของญาติผู้เสียหาย ไปทำให้ญาติของ ผู้เสียหาย เสื่อมเสียเกียรติยศ ชื่อเสียงได้

อย่างไรก็ตาม จากที่กล่าวมา สื่อมวลชนบางสำนักได้ไลฟ์สด โศกนาฏกรรมผ่านแพลตฟอร์ม Facebook ท่ามกลางสายตา ของผู้คนผ่านโซเชียลมีเดีย อาจจะไม่เป็นผลดีต่อไปในอนาคต เพราะเท่ากับเปิด

โอกาส ให้คนแสดงความคิดเห็น ด้วยอารมณ์ ส่งผลให้เกิดความขัดแย้ง อีกทั้งเป็นการละเมิดในสิทธิส่วนบุคคล และเป็นการซ้ำเติมผู้เสียชีวิต สร้างความเศร้าโศก ให้กับครอบครัวเกิดความสะเทือนใจเพิ่มขึ้น และยังเป็นช่องทาง สำหรับผู้ที่คิดจะฆ่าตัวตาย นำมาเป็นแบบอย่างต่อไป โดยเฉพาะกับกลุ่มวัยรุ่น ที่ขาดความยั้งคิด เกิดอารมณ์ชั่ววูบ นำมาเป็นวิธีการในการปลิดชีพตนเอง โดยไล่ฟัดผ่านมือถือ ซึ่งเป็นอันตรายต่อสังคมยุคดิจิทัล พังระมัดระวัง ในการใช้สติใคร่ครวญก่อนเลือกใช้สื่อดิจิทัล เพราะอาจส่งผลกระทบต่อ จริยธรรมและ จรรยาบรรณสื่อมวลชน ตามที่ได้กล่าวถึงหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ และจรรยาบรรณที่เป็นแนวทางยึดปฏิบัติ ในวิชาชีพ ที่ผู้ทำหน้าที่สื่อข่าวต้องกลับมาทบทวน การปฏิบัติหน้าที่และตระหนักให้มากยิ่งขึ้น

ในขณะที่เทคโนโลยีการสื่อสาร ได้พัฒนาก้าวสู่ยุคดิจิทัล แต่ภาพลักษณ์ขององค์กรสื่อ และองค์กร และบุคคลที่ถูกสื่อมีอาชีพ หรือสื่อพลเมืองมีสมัครเล่น ทำการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารออกไปนั้น กลับพบว่ามี ปัญหาทางด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณของสื่อมวลชนในฐานะผู้สื่อข่าวมีอาชีพ และผู้รับข่าวสารในฐานะ นักข่าวพลเมืองมีสมัครเล่น เพิ่มขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งนับว่าเป็นปัญหาสำคัญที่จะต้องได้รับการทบทวน และยังเป็นตัวแปรสำคัญ ที่ทำให้สังคมไทยอ่อนแอ ดังที่รัฐบาลได้มีนโยบายปฏิรูปสื่อ จากกรณีศึกษาที่เกิดขึ้น สื่อได้ ถูกวิพากษ์วิจารณ์ ต่อการละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัว และไม่ให้เกิดจริยธรรมรอบคอบ ทำให้กลายเป็นประเด็น ที่ส่งผลกระทบต่อจริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อมวลชนในฐานะผู้สื่อข่าวมีอาชีพ และผู้รับข่าวสารในฐานะ นักข่าวพลเมืองมีสมัครเล่น จากการขาดจิตสำนึก สิ่งใดควร สิ่งใดไม่ควร และจรรยาบรรณของสื่อมวลชนใน ในฐานะผู้สื่อข่าวมีอาชีพ และผู้รับข่าวสารในฐานะนักข่าวพลเมืองมีสมัครเล่นที่ดี

อย่างไรก็ตาม ในขณะที่กล่าวถึงจริยธรรม ผู้ปฏิบัติอาชีพนักสื่อสารมวลชนในฐานะผู้สื่อข่าวมี อาชีพ และผู้รับข่าวสารในฐานะนักข่าวพลเมืองมีสมัครเล่น จะรู้และเข้าใจเรื่องหน้าที่หลักกันดีอยู่แล้ว แต่คำว่า “จริยธรรม” นั้น เป็นสิ่งที่เข้าใจยาก เพราะเป็นนามธรรม แม้เข้าใจแล้ว แต่เข้าใจไม่ถึงแก่นแท้ และปฏิบัติไม่ ถูก ก็จะมีข้อผิดพลาดเสมอ ซึ่งจริยธรรมนั้น อธิบายได้กระฉ่าง ชัดเจน และเข้าใจอย่างเป็นรูปธรรม ตามที่ (ศุภย์คุณธรรม (องค์การมหาชน), ออนไลน์: 2563) ได้กล่าวไว้ว่า “ความถูกต้อง เป็นเรื่องยากที่ใครจะ กำหนดให้เป็น สิ่งที่ยากกับการทำงานวิชาชีพสื่อ อะไรคือ ความถูกต้อง ตรงนี้คือ เส้นแบ่งของจริยธรรมว่า มี มากน้อยแค่ไหนของความเป็นสื่อ ที่มีอยู่ในวิชาชีพของเรา ซึ่งจะควบคู่ไปกับจรรยาบรรณ” จากประเด็นข่าวที่ นำมากล่าว สื่อมวลชนในฐานะผู้สื่อข่าวมีอาชีพ และผู้รับข่าวสารในฐานะนักข่าวพลเมืองมีสมัครเล่น ได้ถูก วิพากษ์วิจารณ์ในการปฏิบัติหน้าที่ที่อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของสื่อ ในความน่าเชื่อถือ ซึ่งหลายฝ่ายที่ เกี่ยวข้องได้ร่วมกันชี้แนะ และ ให้ความเห็นที่จะต้องร่วมมือ กลับมาทบทวนความถูกต้องในการปฏิบัติหน้าที่ ของสื่อมวลชนในฐานะผู้สื่อข่าวมีอาชีพ และผู้รับข่าวสารในฐานะนักข่าวพลเมืองมีสมัครเล่น ต่อคนในสังคม และไม่เป็นการละเมิดจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อ ที่สะท้อนถึงภาพลักษณ์ที่ขาดความน่าเชื่อถือต่อไป ในอนาคต ทว่าสื่อมวลชนในฐานะผู้สื่อข่าวมีอาชีพ และผู้รับข่าวสารในฐานะนักข่าวพลเมืองมีสมัครเล่นนั้น บนเส้นทางของนักสื่อสาร แน่แน่นอนว่าต้องพบอุปสรรคต่อความยากลำบากอีกนานัปการในการปฏิบัติหน้าที่ ทั้ง ความลำบาก และความเสี่ยง แต่เป็นเส้นทางที่ สื่อมวลชนในฐานะผู้สื่อข่าวมีอาชีพ และผู้รับข่าวสารในฐานะ นักข่าวพลเมืองมีสมัครเล่น ต้องร่วมกันพิสูจน์ศักยภาพและคุณค่าของตนให้เป็นที่ประจักษ์ โดยมุ่งมั่นเดิน เคียงคู่ไปกับจริยธรรมและจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพสื่อ สื่อมวลชนในฐานะผู้สื่อข่าวมีอาชีพ และผู้รับข่าวสาร

ในฐานะนักข่าวพลเมืองมือสมัครเล่นคนไทย จะพัฒนาได้ ย่อมเกิดจากจิตสำนึกของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ ที่ต้องยึดมั่นในคุณความดี ความซื่อสัตย์ ซื่อตรง และความเป็นมืออาชีพ เพื่อเกียรติ ศักดิ์ศรี และอุดมการณ์ที่มุ่งแต่ประโยชน์ของสาธารณะเป็นสำคัญ

ประการสำคัญของสื่อมวลชนในฐานะผู้สื่อข่าวมืออาชีพ และผู้รับข่าวสารในฐานะนักข่าวพลเมืองมือสมัครเล่นในยุคดิจิทัล ในขณะที่ต้องทำงาน ควบคู่ไปกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งจะต้องมีทักษะรอบด้าน ในการผลิตสื่อ เข้าใจอารมณ์ และความสนใจ เข้าถึงคนรุ่นใหม่ และมีส่วนร่วมใช้ประโยชน์จากโซเชียลมีเดีย มีมุมมองกว้าง ในความเป็นมืออาชีพของนักการสื่อสาร ที่ทำให้สื่ออาชีพต่างไปจากสื่อพลเมือง ก็คือ “จริยธรรม และจรรยาบรรณ” ในวิชาชีพ ที่นำมาสู่ความน่าเชื่อถือ เกียรติศักดิ์ศรีในวิชาชีพสื่อ ที่สังคมคาดหวังต่อนักการสื่อสารที่ดีในอนาคต

(ปณณพร ไพบูลย์วัฒนกิจ, 2552: 54-58) การเป็นนักสื่อสารที่ดีในยุคสังคมดิจิทัล ควรประกอบไปด้วยคุณลักษณะ 5 จิต เพื่อให้สังคมอุดมไปด้วยปัญญา และพลังแห่งความดีงาม ซึ่งมี ดังนี้ (1) จิตแห่งวิทยาการ ที่ต้องมีความรู้ความชำนาญในด้านทฤษฎีและการปฏิบัติ และต้องมีระบบคิดที่ดี พร้อมเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ตลอดชีวิต (2) จิตแห่งการสังเคราะห์ ที่สามารถวิเคราะห์สังเคราะห์ความรู้ จากหลากหลายสาขาวิชาการได้ และอาจพัฒนาไปสู่ความรู้ใหม่ๆ ให้กับชีวิต วัฒนธรรม และสังคมไทย (3) จิตแห่งการสร้างสรรค์ ที่มีทั้งความคิดและพฤติกรรมในทางที่สร้างสรรค์ กล้าที่จะคิดและทำสิ่งใหม่ๆ ที่แตกต่าง หรือที่ดีกว่าให้แก่สังคม เพื่อสร้างสรรค์สังคมให้มีความสงบสุข (4) จิตแห่งการนับถือ ที่ต้องมีทักษะในการครองตนที่ดี และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ มีจิตสำนึกและตระหนักในคุณค่า ของความแตกต่าง ความหลากหลาย และมีความอดกลั่นอดทน (5) จิตแห่งคุณธรรม หมายถึง การอุทิศตนในการทำงาน การเป็นแบบอย่างของพลเมืองที่ดี มีจิตสำนึก มีความรับผิดชอบต่อสังคม มีความกล้าหาญทางศีลธรรม และมีความมั่นคงต่อจรรยาบรรณวิชาชีพ ส่วนผู้บริโภคหรือผู้รับสารนั้น ควรมีความรู้เท่าทันสื่อ ควรมีฐานคิดหลักเกี่ยวกับสื่อมวลชนศึกษา คือ (1) สื่อทุกชนิด เป็นสิ่งที่คนสร้างขึ้น สื่อไม่ใช่กระจกที่สะท้อนภาพความจริงของโลกตามที่เป็นจริง ตรงกันข้ามสื่อพยายามใช้เทคนิคทุกอย่าง มาทำให้ผลที่ออกมา ดูเป็นธรรมชาติหรือสมจริงมากที่สุด (2) สื่อทุกวันนี้ มีองค์กรทางธุรกิจ เป็นเจ้าของเกือบทั้งหมด ดังนั้น การผลิตเนื้อหา และรูปแบบของสื่อ จึงต้องทำกำไรสูงสุดให้แก่องค์กร โดยในสังคมทุนนิยม สื่อจะทำหน้าที่ตอกย้ำการบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือย และไร้สาระให้กับประชาชน โฆษณาสามารถสร้างภาพลวงตา ให้สินค้าธรรมดาๆ กลายเป็นของวิเศษ และสามารถแก้ปัญหาของผู้บริโภคได้อย่างทันอกทันใจ (3) สื่อช่วยเสริมแรงให้กับค่านิยมทางสังคม เช่น ค่านิยมจากตะวันตก ให้กลายเป็นค่านิยมที่สังคมยอมรับว่าถูกต้อง ทุกวันนี้ ทศนคติของคนไทยต่อครอบครัว ต่อความสุขในชีวิต ต่อเพื่อนต่างเพศ ต่อวัฒนธรรมของชาติ ฯลฯ ล้วนเลียนแบบค่านิยมจากตะวันตก (4) สื่อในทางการเมือง โทรทัศน์สามารถสร้างภาพผู้นำประเทศให้ดูดีอยู่เสมอ ในเวลาเดียวกันก็สามารถทำให้บุคคลด้อยโอกาสดูน่าสงเวช

สรุป

วิกฤตจริยธรรมและจรรยาบรรณของคน...ไทยในยุคดิจิทัล นอกจากนักการสื่อสารควรตระหนักในหลักวิชาชีพแล้ว ยังต้องคำนึงถึงบริบทสังคมพร้อมกันไปด้วย แม้ว่าสังคมยุคปัจจุบัน มีความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และความต้องการสิ่งใหม่ๆ เพื่อการมีทักษะเข้าถึงกลุ่มคนทั้งอารมณ์ความรู้สึก ต่อการสื่อสารไปมากเพียงใดก็ตาม แต่การเป็นนักสื่อสารมืออาชีพ ยังคงต้องยึดหลักวิชาชีพให้มั่นคง เข้มแข็ง ตระหนักในหน้าที่ ความรับผิดชอบอย่างสูงสุด สิ่งใดควร ไม่ควร ความถูกต้อง และเหมาะสมต่อการเสนอข่าว ซึ่งขึ้นอยู่กับจิตสำนึกของแต่ละบุคคล ที่อยู่ในอาชีพนักการสื่อสารว่าจะปฏิบัติต่อคนในสังคมได้ดีอย่างไร ในขณะที่สังคมคาดหวังจากผู้เป็นมืออาชีพของนักการสื่อสารต่อการปฏิบัติหน้าที่ ที่ดีซึ่งหากยังมิได้ทบทวนและแก้ไข เกียรติศักดิ์ศรี ความน่าเชื่อถือ ย่อมลดน้อยถอยลง อีกทั้งความทันสมัยของยุคสื่อดิจิทัล ทุกคนต่างล้วนเป็นผู้ผลิตข่าวสารได้ด้วยตนเอง ทำอย่างไร ที่จะให้ความเป็นมืออาชีพ แตกต่างไปจากสื่อพลเมืองคนทั่วไป จริยธรรมจรรยาบรรณสื่อ จึงเป็นข้อกำหนดที่ชัดเจนในวิชาชีพนักการสื่อสาร แม้ว่าความเปลี่ยนแปลงจะเปลี่ยนไปอย่างไรก็ตาม แต่หากยังยึดมั่น ในหลักการชัดเจนภายใต้จิตสำนึกที่ดี และการปฏิบัติงาน ภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือสื่อที่ดี ก็คงยังคงอยู่ต่อไปในอาชีพนักการสื่อสาร และไม่ถูกลดบทบาทจากสังคมลงไปในอนาคต

องค์ความรู้ที่ได้

ยุคแห่งเทคโนโลยีการสื่อสารดิจิทัลและข้อมูลข่าวสาร เป็นยุคแห่งความเจริญทางวัตถุ และการช่วงชิงการกำหนดความคิด จิตวิญญาณของผู้คนในสังคม โดยผู้คนต่างพยายามใช้เทคโนโลยีทางการสื่อสาร มาเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดข้อมูล ข้อเท็จจริง ความคิด อุดมการณ์ทางการเมือง และสังคม ดังนั้นสังคมจะดำรงอยู่ด้วยจิตวิญญาณแห่งความดีงาม ความถูกต้อง และความสงบสุขได้มากน้อยแค่ไหน ก็ขึ้นอยู่กับความแข็งแกร่ง ทางด้านจิตใจของมนุษย์ที่จะมีศีลธรรม จริยธรรมในการใช้เทคโนโลยีทางการสื่อสาร เพื่อสร้างสรรค์สังคมในทางที่ถูกต้อง และการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล จะเป็นทักษะที่สำคัญในการเรียนรู้ และใช้ชีวิตของมนุษย์สามารถวิเคราะห์และจัดการข้อมูลข้อเท็จจริง และแก้ไขปัญหาได้อย่างมีเหตุมีผล ซึ่งจะช่วยนำพาชีวิต และสังคมไปสู่ความสำเร็จและความสุขในทุกๆ ด้านต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐพล ไยไพโรจน์. (2559). *Digital Marketing: Concept & Case Study 3rd Edition*. นนทบุรี: ไอทีซีพีริเมียร์.
- พรพิรุณ ทองอินทร์. โลกไฟสดฆ่าตัวตาย “เมื่อความสดสะท้อนความเสื่อมของสื่อไทย”. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2563 แหล่งสืบค้น <http://www.posttoday.com/analysis/report/483452>
- ปณณพร ไพบูลย์วัฒนกิจ. (2552). *สังคมต้องเท่าทันการสื่อสารดิจิทัล*. คณะสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

- ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน). คุณธรรมจริยธรรมสื่อ. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2563 แหล่งสืบค้น <http://www.moralcenter.or.th/index.php/home/news/news-ac/39>
- สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ. (2541). *ข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์ สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ, พ.ศ. 2541*. กรุงเทพฯ: กรมประชาสัมพันธ์.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ, กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2554). การสำรวจการใช้เวลาของประชากร พ.ศ. 2552. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2563 แหล่งสืบค้น <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish>
- สำนักงานกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว, กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2554). รายงานสถานการณ์ครอบครัว. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2563 แหล่งสืบค้น <http://www.womenfamily.go.th>
- สุวิมล วงศ์สิงห์ทอง และคณะ, (2552). วิกฤตสังคมไทย :แนวทางป้องกันภัยเยาวชนจากการใช้อินเทอร์เน็ตในที่พักอาศัย. *วารสารร่วมพฤษภ*, ปีที่ 27 ฉบับที่ 2 (กุมภาพันธ์ – พฤษภาคม 2552)
- สุรางคณา วายุภาพ. (2560). ผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปี 2560 โดย ETDA. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2563 แหล่งสืบค้น <https://etda-internet-profile-thailand-2017>
- อารยา สิงห์สวัสดิ์. (2552). เด็กติดเกมภัยร้ายโลกไซเบอร์. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2563 แหล่งสืบค้น <http://www.thaihealth.or.th>
- Jan Leach. Creating Ethical Bridges from Journalism to Digital News. *Online*. Retrieved on May 20, 2020. from <http://www.nieman.harvard.edu/reports/item.aspx?id=101899>
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2001). The elements of journalism: What news people should know and the public should expect. New York: Crown Publishers.
- Leah Betancourt (2009). "How Social Media is Radically Changing the Newsroom". *Online*. Retrieved on May 20, 2020. from <http://mashable.com/2009/06/08/social-media-newsroom/>
- Laura Oliver (2009). "The Roanoke Times: Ethical guidelines for social media". *Online*. Retrieved on May 20, 2020. from <http://www.journalism.co.uk/news-features/the-roanoke-times-ethical-guidelines-for-social-media/s5/a533328/>.
- MARGARET SULLIVAN (2012). "After an Outburst on Twitter, The Times Reinforces Its Social Media Guidelines". *Online*. Retrieved on May 20, 2020. from 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
- Meg Martin (2011). "Online Journalism Ethics: Guidelines from the Conference". *Online*. Retrieved on May 20, 2020. From <http://www.poynter.org/uncategorized/80445/online-journalism-ethics-guidelines-from-the-conference/>

- Porschkub. Digital Media Design. *Online*. Retrieved on May 20, 2020. From <http://www.porschkub.exteen.com/20110818/entry>
- Phil Corbett (2012). “Why The New York Times eschews formal social media guidelines” *Online*. Retrieved on May 20, 2020. from <http://www.poynter.org/latestnews/mediawire/180455/why-the-new-york-times-eschews-formal-social-media-guidelines-for-staff/>
- Reuters (2013). “REPORTING FROM THE INTERNET AND USING SOCIAL MEDIA”. *Online*. Retrieved on May 20, 2020. from http://handbook.reuters.com/index.php?title=Main_Page
- Stephen J.A. Ward, “Digital Media Ethics,” Center for Journalism Ethics, University of Wisconsin. *Online*. Retrieved on May 20, 2020. from <https://ethics.journalism.wisc.edu/resources/digital-media-ethics/>.
- Steve Buttry (2009). “Washington Post social media guidelines don’t trust staff members’ judgment. *Online*. Retrieved on May 20, 2020. from <http://stevebuttry.wordpress.com/2009/09/27/washington-post-social-media-guidelines-dont-trust-staff-members-judgment>
- The Washington Post (2011). Digital Publishing Guidelines. *Online*. Retrieved on May 20, 2020. from <http://www.washingtonpost.com/wp-srv/guidelines/index.html>
- Wasserma, E. (2010). Threats to Ethical Journalism in the New Media Age (keynote address delivered at a Symposium on The Newsombudsman: Watchdog or Decoy ?). *Online*. Retrieved on May 20, 2020. from <http://www.mediaethicsmagazine.com/index.php/browse-back-issues/132-spring-2010/3919175-threats-to-ethical-journalism-in-the-new-media-age>