



28 ปี

สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ

ความท้าทายของสื่อมืออาชีพ ในยุค **VUCA** world



สังคม จากขอบคุณ



ที่ธนาคารออมสิน

#เป็นลูกค้าเราทำกับช่วยสังคม

www.gsb.or.th / LINE OFFICIAL : GSB SOCIETY



เพราะทุกคนมีโอกาส...
ที่จะทำให้นสังคมสะอาดอย่างยั่งยืน

Contact us:  www.pttor.com  OR official  OR official

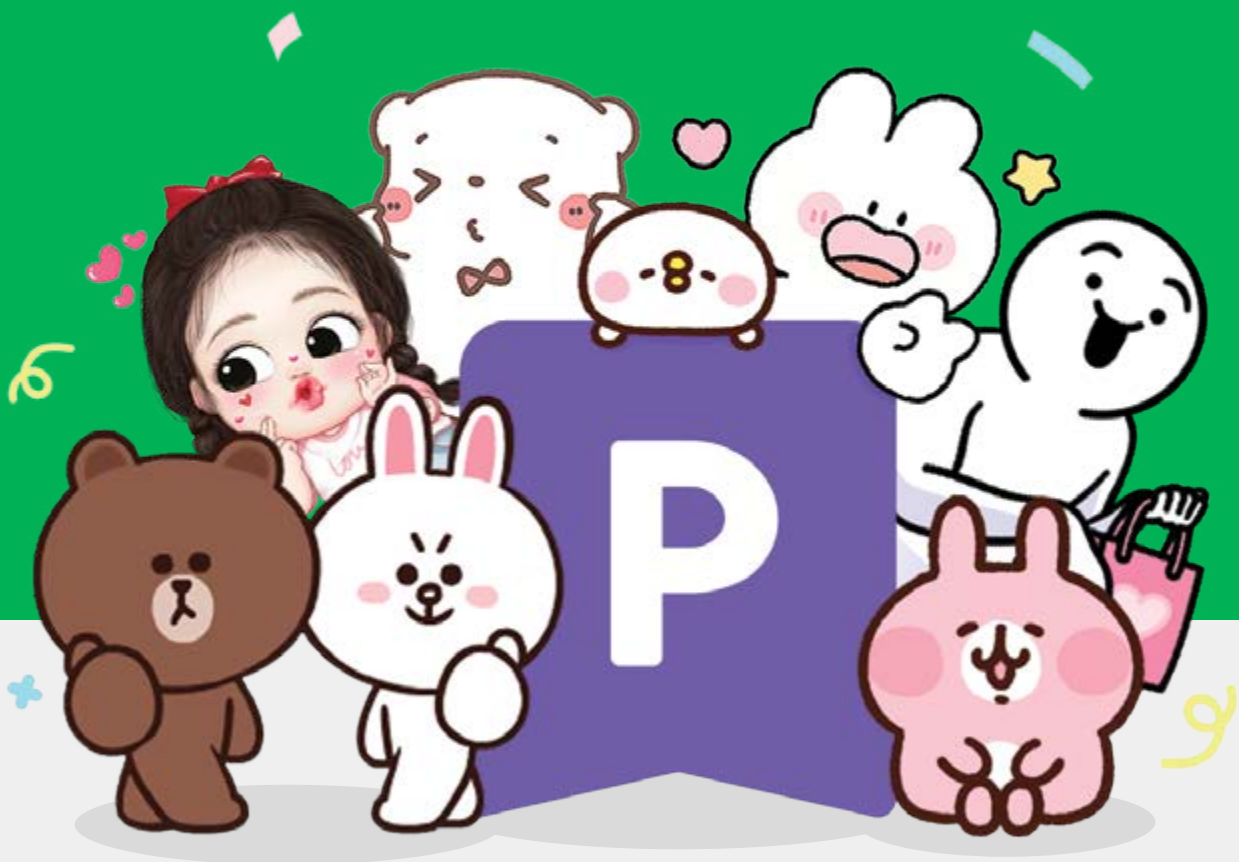


โออาร์ โอกาสเพื่อสังคมสะอาด

LINE STICKERS

PREMIUM

เลือกได้ตามใจ เปลี่ยนได้ไม่จำกัด



พิเศษ! สมัครวันนี้
ทดลองใช้ฟรี 1 เดือน!



ဘဝသမားတော်

Fair Trade, Fair Rights: ใส่ใจสิทธิ คือ ธุรกิจที่ยั่งยืน



โดย : **ดร.ธีระพล อนนต์กิตฺยอุทร**
ประธานคณะผู้บริหาร ด้านความยั่งยืนองค์กร และ
การพัฒนากลยุทธ์
บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด

บทบาทของภาคเอกชนด้านสิทธิมนุษยชนถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างมาก โดยเฉพาะในยุคที่ภาคธุรกิจขับเคลื่อนความเปลี่ยนแปลงต่อสังคมและเศรษฐกิจทั่วโลก แต่ในยุคปัจจุบัน เรายังเห็นว่าในแต่ละวัน มีเด็ก 1 ใน 10 คน กำลังถูกบังคับใช้แรงงาน และประชากรของโลกราว 7,500 คนเสียชีวิตจากการทำงานที่สุ่มเสี่ยง

สถิติจาก UN Global Compact ชี้ให้เห็นสถานการณ์ที่น่าวิตกกังวลของประชากรทั่วโลก ที่เผชิญกับสภาพการทำงานที่โหดร้าย รายงานชิ้นนี้ยังระบุว่า แรงงานยังเผชิญกับ “ความเหลื่อมล้ำ” และ “การเหยียดเชื้อชาติ” ที่ลุกลามอย่างไม่สิ้นสุด

สอดคล้องกับข้อมูลองค์กรแรงงานระหว่างประเทศ (ILO) ที่ระบุว่า ประชากรราว 27.6 ล้านคนทั่วโลก ตกอยู่ในสถานะ “แรงงานภาคบังคับ” มีเด็กประมาณ 160 ล้านคนทั่วโลกต้องทำงาน จำนวนนี้ 79 ล้านคนเผชิญกับสภาพแวดล้อมที่อันตราย โดยมักพบในภาคเกษตรกรรม อุตสาหกรรม และการบริการ

นี่จึงไม่ใช่เพียงแค่สถานการณ์ที่น่าวิตกของ “ภาคแรงงาน” หากฉายภาพ สถานการณ์ “สิทธิมนุษยชน” ที่น่าเป็นห่วงยิ่ง

ข้อเท็จจริงนี้ ตั้งคำถามไปยังประชาคมโลก ว่าเรากำลังคำนึงถึง สิทธิ และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์มากน้อยแค่ไหน และ กลายเป็นแรงกระตุ้นไม่เพียงต่อบรรดารัฐแต่ละประเทศ หากยังรวมถึง “ภาคเอกชน” ในการที่จะมีนโยบาย และการ

ปฏิบัติที่ส่งเสริม และเคารพสิทธิมนุษยชน ตามกฎเกณฑ์ที่รัฐกำหนด (The State duty to protect human rights) หรือตามพันธกรณีระหว่างประเทศที่รัฐได้เข้าเป็นภาคี

เรื่องนี้เป็นเรื่องใหญ่ที่ภาคเอกชนต้องใส่ใจ!

บทความนี้จะกล่าวถึง บทบาทของภาคเอกชนกับสิทธิมนุษยชน ในฐานะที่การดำเนินธุรกิจ เกี่ยวพันกับสังคมอย่างหลากหลาย และโลกเคยมีบทเรียนไม่มากนักเกี่ยวกับผลกระทบทางสิทธิมนุษยชนที่มาจากภาคเอกชน ความคาดหวังจึงมาพร้อมแรงเสียดทาน ที่ผลักให้ภาคเอกชนมีหน้าที่ต้องยึดมั่นมาตรฐานสิทธิมนุษยชนสำหรับการดำเนินงานต่อผู้มีส่วนได้เสีย ในฐานะ “ผู้ทรงสิทธิ (Rights Holder)” ไม่ว่าจะเป็นพนักงาน ลูกค้า ชุมชน และสังคมตลอดห่วงโซ่คุณค่า (Value chain)

เรื่องนี้ทำให้ปี 2554 คณะมนตรีสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (UNHRC) ได้รับรอง “หลักการชี้แนะแห่งสหประชาชาติว่าด้วยธุรกิจ กับสิทธิมนุษยชน (UN Guiding Principles on Business and Human Rights : UNGPs)” เป็น “เสาหลัก” ของโลกเพื่อลดความเสี่ยง การดำเนินการของภาคเอกชน ที่จะส่งผลกระทบต่อสิทธิมนุษยชน

หลักการชี้แนะดังกล่าวประกอบด้วย 3 เสาหลัก คือ 1. คุ้มครอง (Protect) โดยรัฐต้องคุ้มครองไม่ให้เกิดการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ไม่ว่าจะเกิดจากรัฐ หรือองค์กรภาคเอกชนเอง 2. เคารพ (Respect) ภาคเอกชนมีหน้าที่เคารพ และปกป้องสิทธิมนุษยชน และ 3. เยียวยา (Remedy) รัฐ และภาคเอกชนควรจัดให้มีกลไกร้องเรียน และเยียวยาความเสียหายอย่างรวดเร็ว และเป็นธรรม และมีมาตรการแก้ไข ฟื้นฟู



อย่างชัดเจน 3 เสาหลักนี้ยังได้รับการตอกย้ำในรายงาน “ความรับผิดชอบต่อธุรกิจในการเคารพสิทธิมนุษยชน (Corporate Responsibility to Respect Human Rights)” ฉบับแนวทางการตีความ ที่สหประชาชาติได้ออกรายงานในปี 2555 (นิวยอร์ก และเจนีวา)



มากกว่านั้น ข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ (UN Global Compact) ยังได้บูรณาการสิทธิมนุษยชนกับโลกธุรกิจ ผ่านหลัก 10 ประการ ซึ่งรวบรวมประเด็นสิทธิมนุษยชนไว้หลายข้อ อาทิ หลักการที่ 3 ธุรกิจต้องเปิดกว้างต่อเสรีภาพการรวมกลุ่ม และการเจรจาต่อรองร่วมกัน หลักการที่ 4 ธุรกิจต้องกำจัดการใช้แรงงานบังคับทุกรูปแบบ หลักการที่ 5 การยุติการใช้แรงงานเด็กอย่างมีประสิทธิภาพ หลักการที่ 6 การกำจัดการเลือกปฏิบัติสำหรับการจ้างงาน และอาชีพ เป็นต้น

นอกเหนือจาก 3 เสาหลักที่จะกลายมาเป็นแผนปฏิบัติการระดับชาติว่าด้วยธุรกิจ กับสิทธิมนุษยชน ซึ่งปัจจุบันไทยอยู่ระยะที่ 2 และข้อตกลงโลกแห่งสหประชาชาติ ที่ภาคเอกชนนำมาเดินหน้าองค์กร ควบคู่กับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs) ผมขอเสนอบันได 4 ขั้นเป็นไฟฉายส่องทางให้ภาคเอกชน ดำเนินมาตรการปกป้อง และลดความเสี่ยงการละเมิดสิทธิมนุษยชน

1. พันธกิจสิทธิมนุษยชนต้องชัดเจน ความชัดเจนและความโปร่งใสสำหรับการคุ้มครองสิทธิของพนักงาน ผู้มีส่วนได้เสีย และชุมชนท้องถิ่น เป็นเรื่องที่ต้องทำเป็นอันดับแรก เพราะจะช่วยให้องค์กรสามารถบูรณาการการปฏิบัติงานย่อย เพื่อตอบสนองห่วงโซ่คุณค่าได้มีประสิทธิภาพ อาทิ พันธกิจการกำจัดการเลือกปฏิบัติ การจ้างงาน เป็นต้น พันธกิจนี้ควรอบรมให้กับพนักงานทุกระดับเพื่อให้เข้าใจ และปฏิบัติตามตลอดจนสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสีย

2. ตรวจสอบ และประเมินผลกระทบที่เชื่อถือได้ ดำเนินการประเมินผลกระทบด้านสิทธิมนุษยชนในทุกขั้นตอนของห่วงโซ่คุณค่า ทั้งที่เกิดขึ้นจริง และมีโอกาสเกิด (Actual and Potential Impacts) ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบไปจนถึงการขาย

สินค้า ผ่านการใช้เครื่องมือที่เชื่อถือได้ โดยผู้มีส่วนได้เสีย มีส่วนร่วมเป็น “คณะกรรมการ” พร้อมกับผู้เชี่ยวชาญภายนอก ร่วมควบคุมดูแล และให้ความเห็น ทั้งนี้ในทุกปี ภาคเอกชนต้องออกรายงานทบทวนความเสี่ยงการละเมิดสิทธิมนุษยชน และเผยแพร่ต่อสาธารณะ

3. สนับสนุนพื้นที่ปลอดภัยกับผู้มีส่วนได้เสีย การดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนจำเป็นต้องคำนึงถึงการเปิดพื้นที่เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสีย มี “ช่องทาง” การมีส่วนร่วมตลอดห่วงโซ่คุณค่า ทั้งในและนอกองค์กร อาทิ การสนับสนุนการรวมกลุ่มของกลุ่มชาติพันธุ์ หรือกลุ่มหลากหลายทางเพศในสถานที่ทำงาน การมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจนสำหรับการรับเรื่องร้องเรียนการละเมิดสิทธิมนุษยชน เป็นต้น

4. การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอย่างรอบด้าน เทคโนโลยีสามารถมีบทบาทสำคัญในการปกป้อง และส่งเสริมสิทธิมนุษยชน ทั้งการติดตามตรวจสอบ การสื่อสารฝึกอบรม การวิเคราะห์ข้อมูล และการสร้างความโปร่งใส อาทิ การใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อวิเคราะห์แนวโน้ม และปัญหาที่เกี่ยวข้องกับสิทธิมนุษยชนขององค์กร การใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) ตรวจสอบห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้มั่นใจว่าวัตถุดิบ และสินค้ามาจากแหล่งที่ไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน เป็นต้น

ที่ผ่านมา บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด (ซีพี) และกลุ่มธุรกิจเครือดำเนินนโยบาย และการปฏิบัติเพื่อปกป้อง และส่งเสริมสิทธิมนุษยชนอย่างต่อเนื่อง และเกี่ยวข้องกับทุกองค์ประกอบของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้บรรลุเป้าหมายความยั่งยืนของเครือฯ ในปี 2573 ทั้งประเด็นอาชีพอนามัย และความปลอดภัยในการทำงาน ประเด็นแรงงานข้ามชาติ ประเด็นสิ่งแวดล้อม ประเด็นข้อมูลส่วนบุคคล และความปลอดภัยทางไซเบอร์ เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าความคาดหวังต่อภาคเอกชน จึงไม่ใช่เพียงการ “ป้องกัน” การละเมิดสิทธิมนุษยชนภายในองค์กรของตนเอง ทว่า “สร้างเสริม” สิทธิมนุษยชนต่อชุมชน และสังคมในภาพรวมได้อย่างไร นี่จึงเป็นความรับผิดชอบต่อที่มาพร้อมกับความท้าทาย ที่จะสร้าง

“พื้นที่ปลอดภัย” ขององค์กร และ “พื้นที่อุ่นใจ” ของสังคม



Growing Together

กว่าแปดทศวรรษที่ธนาคารกรุงเทพสนับสนุนลูกค้าในการเสริมสร้างความเข้มแข็ง เพิ่มพูนความมั่นคง และสร้างความมั่นคงสำหรับอนาคต ธนาคารยังคงยึดมั่นในเจตนารมณ์ของ “เพื่อนคู่คิด มิตรคู่บ้าน” ที่ยืนหยัดเคียงข้างลูกค้าและมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทยตลอดมา เพื่อให้ทุกภาคส่วนเจริญเติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน



มากกว่า

ความคุ้มครอง คือ ความคุ้มค่า

#ไว้ทุกวินาทีคุ้มค่า

ใส่ใจ

ในทุกบริการ
จากพนักงานทั่วประเทศ
กว่า 6,000 คน

มั่นใจ

ด้วยประสบการณ์ กว่า 77 ปี
ของบริษัทประกันวินาศภัย
อันดับ 1

วางใจ

ใกล้คุณทุกที่
ด้วยเครือข่ายเชื่อมโยง
หนึ่งเดียว ทั่วประเทศ

ทันใจ

ด้วยเทคโนโลยี AI
สะดวก รวดเร็ว
และแม่นยำ



วิริยะประกันภัย
THE VIRIYAH INSURANCE

Tel.0 2129 8888
www.viriyah.co.th



กลุ่มบริษัท ช.การช่าง

ພິດກຳລົງ ສ້າງສຣຣະສັງຄມ ສຳລັບວັນພຣຸ່ງນີ້ທີ່ດີກວ່າ



เป็นเวลานานกว่า 4 ทศวรรษ ที่กลุ่มบริษัท ช. การช่าง เป็นแรงผลักดันในการพัฒนาการเติบโตของเศรษฐกิจและสังคมผ่านโครงการเมกะโปรเจกต์ที่วางรากฐานทางด้านสาธารณูปโภคที่สำคัญ เพื่อวันพรุ่งนี้ที่ดีกว่าของคนนับล้านชีวิต

เราสร้างถนน... เพื่อนำมาซึ่งความเจริญเติบโต เราสร้างทางด่วน... เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต เราสร้างระบบขนส่งมวลชน... เพื่อเชื่อมต่อความสุข เราสร้างระบบน้ำประปา... เพื่อหล่อเลี้ยงชีวิต เราสร้างโรงไฟฟ้าพลังน้ำและแสงอาทิตย์... เพื่ออนาคตที่สว่างไสว



กลุ่มบริษัท ช.การช่าง

จะยังคงมุ่งมั่นและทุ่มเท เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีกว่า... ตลอดไป

www.ch-karnchang.co.th

สารบัญ

03

บทนำ

อ.กอบกิจ ประดิษฐผลพานิช

04

ความท้าทายของสื่อมืออาชีพ ในยุค VUCA world

ชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี

06

“สื่อมวลชน” ในยุคเปลี่ยนผ่าน นิยามใหม่เพื่ก้าวข้ามความเปลี่ยนแปลง

ฐิติชัย อัญญาวัชร และ รศ.สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ

09

กระบวนการทัศน์ใหม่ของสื่อหลังโลกาภิวัตน์

ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา

13

“สื่อภูมิภาค” ไม่ต้องปรับตัว แค่กลับไปอยู่จุดเดิม เพิ่มเติมคือเจาะลึกมากขึ้น

ผู้เขียน : กันณพงศ์ ก.บัวเกษร ผู้เรียบเรียง : มนรัตน์ ก.บัวเกษร

16

เมื่อสื่อถูกขับเคลื่อนด้วยอัลกอริทึม : ความท้าทายใหม่ของสื่อในยุคดิจิทัล

ระวี ตะวันธรงค์

18

อนาคตข่าวคุณภาพในยุคสงครามอัลกอริทึม

ว่าที่ ร.ต. ชาตรี อัจฉริยะบดี

21

AI โอกาส ความท้าทายและการสร้างนิเวศสื่อที่ยั่งยืนในยุคดิจิทัล

ฐิติชัย อัญญาวัชร

24

จากสภาการหนังสือพิมพ์ฯ สู่สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ

30

บันทึกเจตนารมณ์ของผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์

เรื่อง การจัดตั้งสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ

34

ธรรมนูญสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ พ.ศ.๒๕๖๓

42

ข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชน สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ พ.ศ.๒๕๖๔

45

นิยามศัพท์สื่อมวลชน โดย สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ

54

แนวปฏิบัติสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ เรื่อง การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ให้เป็นไปตามจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ. 2567

59

แนวปฏิบัติสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ

60

รายงานการดำเนินงานของสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ ด้านจริยธรรมวิชาชีพ

65

รายนามคณะกรรมการสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ สมัยที่ 2 (6 มี.ค. 2567 - 5 มี.ค. 2570)

67

รายนามคณะกรรมการมูลนิธิสภาการสื่อมวลชน

68

องค์กรสมาชิก สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ
หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง

71

องค์กรสมาชิก สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ
หนังสือพิมพ์ส่วนท้องถิ่น

74

องค์กรสมาชิก สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ
สำนักข่าวออนไลน์

76

กองบรรณาธิการ

77

กิจกรรมในรอบปี

80

แสดงความยินดีครบรอบวันก่อตั้ง
องค์กรสมาชิกสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ

บทนำ



อาจารย์กอบกิจ ประดิษฐ์ผลพานิช
ประธานอนุกรรมการฝ่ายวิชาการ
สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ

เป็นที่รับรู้กันโดยทั่วไปว่า อุตสาหกรรมสื่อทั้งในประเทศไทยและทั่วโลกต่างเผชิญกับความผันผวนอย่างไม่มีสิ้นสุด และแนวโน้มดังกล่าวยังทวีความรุนแรงเชิงลบมากขึ้นเรื่อย ๆ ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงเช่นนี้ สื่อจะยังคงยืนหยัดอยู่ได้อย่างไร ?

ในโลกที่เต็มไปด้วยความไม่แน่นอน ซับซ้อน และยากต่อการคาดการณ์ หรือที่รู้จักกันในนาม VUCA World (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity) องค์กรสื่อมวลชนกำลังยืนอยู่กลางพายุแห่งการเปลี่ยนแปลงที่ไม่มีทีท่าจะเบาลงอีกต่อไป คำถามสำคัญในวันนี้จึงไม่ใช่ “จะเปลี่ยนแปลงหรือไม่” หากแต่คือ “จะเปลี่ยนแปลงอย่างไร โดยไม่เสียจิตวิญญาณของวิชาชีพ”

บทความในเล่มนี้ รวบรวมความตั้งใจของทั้งสื่อมวลชน ทั้งนักวิชาการ นักสื่อสาร และผู้ปฏิบัติงานจริงในภาคสนาม เพื่อชวนให้เราทุกคนร่วมกันสำรวจทิศทางใหม่ ๆ ทบทวนบทบาทของสื่อ และตั้งคำถามกับความหมายของ “สื่อมวลชน” ในยุคดิจิทัล ยุคที่ใคร ๆ ก็สามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้เพียงปลายนิ้ว บทบาทของสื่อจึงมีใช่เพียงการรายงานข้อเท็จจริง แต่ยังต้องทำหน้าที่กลั่นกรองข้อมูล สร้างความเข้าใจ และยืนหยัดในความถูกต้องท่ามกลางกระแสของข่าวปลอม

อีกหนึ่งประเด็นสำคัญคือบทบาทของ “อัลกอริทึม” บนแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งกลายเป็นกลไกสำคัญที่กำหนดว่าใครจะมองเห็นเนื้อหาอะไร มากน้อยเพียงใด สื่อจึงไม่เพียงเผชิญกับโจทย์เรื่องการนำเสนอ แต่ยังต้องเรียนรู้การรับมือกับการควบคุมเนื้อหาโดยกลไกที่ไม่โปร่งใสเหล่านี้

นอกจากนี้ยังมีประเด็น “กระบวนทัศน์ใหม่” ของการทำหน้าที่สื่อในสังคม ที่ไม่ได้หยุดอยู่เพียงการรายงานข่าว แต่รวมถึงการตั้งคำถาม กำหนดวาระ เป็นกระจกสะท้อนความจริง และเป็นแสงสว่างนำทางให้สังคม การกิจที่ฟังดูเรียบง่ายแต่กลับมีความซับซ้อนอย่างยิ่ง และหากขาดความรอบคอบ อาจหลุดจากเจตนารมณ์แห่งวิชาชีพได้โดยไม่รู้ตัว

สิ่งที่น่าติดตามต่อไปคือแนวทางปฏิบัติที่สอดคล้องกับบริบทจริงของอุตสาหกรรมสื่อในยุค VUCA โดยเฉพาะในด้านโมเดลรายได้ที่ยั่งยืน ซึ่งยังเป็นโจทย์ที่ท้าทายสำหรับหลายองค์กร รวมถึงประเด็นเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่กำลังก้าวเข้ามาเป็นบททดสอบสำคัญ ทั้งในฐานะเครื่องมือเพิ่มประสิทธิภาพ และในฐานะปัจจัยที่อาจทดแทนบางบทบาทของมนุษย์ไปโดยสิ้นเชิง

เราจึงจำเป็นต้องตั้งคำถามว่า จะใช้ AI อย่างไรให้คงไว้ซึ่งจริยธรรม ความถูกต้อง และความโปร่งใสต่อผู้บริโภค โดยเฉพาะการเปิดเผยที่ชัดเจนว่าเนื้อหาชิ้นใดเป็นผลจากการใช้เทคโนโลยี

ท้ายที่สุด โลกในยุค VUCA คงทำให้ทุกคน ไม่ว่าจะเป็นบุคลากรในองค์กรสื่อ หรือผู้มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการสื่อสาร ต้องกลับมาทบทวน ปรับกลยุทธ์ และขยับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว จุดมุ่งหมายจึงมีใช่เพียงการ “อยู่รอด” หากแต่คือการ “ยืนหยัด” อย่างมีคุณค่าในวิชาชีพ

ความท้าทายของสื่อมืออาชีพใน VUCA World



ขวรงค์ ลิ้มปัทมปาณี

ประธานสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ

ในโลกยุคปัจจุบันที่เต็มไปด้วยความผันผวน ไม่แน่นอน ซับซ้อน และคลุมเครือ หรือที่เรียกว่า VUCA World (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity) บทบาทของ “สื่อมืออาชีพ” ไม่เพียงแต่ต้องทำหน้าที่รายงานข้อเท็จจริงอย่างถูกต้องเท่านั้น แต่ยังต้องเผชิญกับความท้าทายหลากหลายประการที่อาจส่งผลกระทบต่อหลักจริยธรรมและความน่าเชื่อถือของวิชาชีพสื่อมวลชน

จะว่าไปแล้ว ในยุค VUCA สื่อกระแสหลัก (Mainstream Media) ไม่ได้เป็นแหล่งข้อมูลหลักเพียงแหล่งเดียวอีกต่อไป ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ถูกกระจายผ่านโซเชียลมีเดีย ผู้ใช้งานทั่วไปสามารถเป็น “ผู้สร้างเนื้อหา” (Content Creators) ได้ทันทีผ่านปลายนิ้ว ความรวดเร็วของข้อมูลข่าวสารจึงเร่งหน้าการตรวจสอบข้อเท็จจริงอย่างมีนัยสำคัญ สิ่งเหล่านี้ทำให้สื่อมืออาชีพต้องปรับตัวอย่างมาก ทั้งในแง่การรายงานข่าวให้ทันกับกระแส และการป้องกันหรือหลีกเลี่ยงข่าวลวง (Fake News) หรือข่าวบิดเบือนที่อาจส่งผลกระทบต่อสังคมในวงกว้าง

หลายประเทศในโลกนี้ สื่อยังคงต้องดำรงอยู่ภายใต้แรงกดดันจากอำนาจรัฐ กลุ่มทุน หรืออิทธิพลทางการเมือง ความไม่แน่นอนในกฎหมาย กฎหมาย หรือแนวทางการควบคุมสื่อ ทำให้สื่อมืออาชีพต้องตัดสินใจอย่างรอบคอบว่าจะรายงานข่าวอย่างไรเพื่อไม่ให้กระทบต่อเสรีภาพของตนเองและองค์กร นอกจากนี้ การขาดเสรีภาพทางการเมืองยังทำให้บทบาทของสื่อมวลชนในฐานะ “หมาเฝ้าบ้าน” ถูกตั้งคำถามอยู่เสมอว่าแท้จริงแล้ว สื่อมวลชนมี “อิสระ” แค่ไหน เพียงใด หรือเป็นสื่อที่จำเป็นต้องมีการเซนเซอร์ตัวเอง (Self-Censorship) เพื่อความอยู่รอดของตนเอง

นอกจากนี้ ข้อมูลข่าวสารในโลกยุคปัจจุบัน ไม่ได้อยู่ในรูปแบบที่จำสามารถเข้าใจได้ง่าย ๆ เสมอไป เพราะมีทั้งข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) การประมวลผลด้วย AI หรือปัญญาประดิษฐ์ หรือการใช้เทคโนโลยี Deepfake ล้วนเป็นเครื่องมือที่สามารถสร้างความจริงเสมือนขึ้นมาได้อย่างแนบเนียน สื่อมืออาชีพจึงต้องยกระดับทักษะ



ผลิตด้วย AI

การวิเคราะห์ข้อมูล และตรวจสอบแหล่งข่าวอย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น อีกทั้งต้องทำความเข้าใจกับเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพื่อไม่ให้ตกเป็นเครื่องมือในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ผิด ๆ ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลกระทบในวงกว้างได้

ทั้งนี้ เมื่อเส้นแบ่งระหว่าง “**นักข่าวมืออาชีพ**” กับ “**ผู้ใช้งานทั่วไป**” เริ่มเลือนรางลง ความคลุมเครือในบทบาทของสื่อมวลชนก็เพิ่มขึ้นตามไปด้วย ผู้บริโภคข่าวสารอาจมีแนวโน้มไม่เชื่อถือสื่อแบบดั้งเดิม และหันไปแสวงหาเนื้อหาที่ตรงกับความเชื่อของตนมากกว่า ส่งผลให้สื่อมืออาชีพต้องเผชิญกับวิกฤตศรัทธา ดังนั้น ความท้าทายจึงอยู่ที่การสร้าง “**ความเชื่อมั่น**” ให้กับสาธารณชน โดยไม่ประนีประนอมหรือลดทอนหลักวิชาชีพที่ยึดถือปฏิบัติกันมา เช่น การเปิดเผยแหล่งข้อมูล การอธิบายวิธีตรวจสอบข้อเท็จจริง และการยอมรับความผิดพลาดอย่างโปร่งใสและจริงใจ

ดังนั้น จริยธรรมของสื่อมวลชนในยุค VUCA World จึงต้องไม่หยุดอยู่กับการ “**รายงานความจริง**” เท่านั้น แต่ต้องคำนึงถึงผลกระทบของการนำเสนอข่าวด้วย ไม่ว่าจะเป็นผลกระทบนั้นจะเกิดต่อบุคคล ชุมชน หรือสังคมในภาพรวม เช่น การรายงานคดีอ่อนไหวหรือการรายงานข่าวที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเปราะบาง การใช้ภาพผู้เสียหาย หรือการรายงานข่าวการเมืองที่อาจสร้างหรือขยายความขัดแย้ง สื่อจึงต้องใส่ใจกับการตัดสินใจเชิงจริยธรรมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งองค์กรวิชาชีพอย่างสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติมีความพร้อมที่จะสนับสนุนการวางกรอบปฏิบัติที่เหมาะสมกับบริบทการรายงานข่าวที่เปลี่ยนไปอยู่ตลอดเวลา

อย่างไรก็ตาม เพื่อความอยู่รอดและสามารถรักษาบทบาทของตนเองในยุค VUCA World เอาไว้ให้ได้ สื่อมวลชนมืออาชีพจึงจำเป็นต้องปรับตัวในหลายมิติ ได้แก่ การพัฒนาทักษะใหม่ ๆ ทั้งด้านดิจิทัล การใช้เครื่องมือสื่อสารสมัยใหม่ การวิเคราะห์ข้อมูล และการใช้ AI อย่างรับผิดชอบ การยึดหลักจริยธรรมอย่างเข้มงวด โดยต้องไม่ละเลยต่อหลักความจริง ความยุติธรรม และการเคารพสิทธิส่วนบุคคล แม้จะต้องแข่งขันกับข้อมูลข่าวลือที่เผยแพร่ได้รวดเร็วกว่า การสร้างความร่วมมือกับภาคประชาชน โดยฟังเสียงของผู้บริโภคมากขึ้น โดยใช้เทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาช่วยเสริม รวมถึงเปิดพื้นที่ให้ผู้บริโภคสื่อได้แสดงความคิดเห็น และมีส่วนร่วม และการปรับการทำงานให้มีความยืดหยุ่นแต่ต้องไม่ลดมาตรฐานทางวิชาชีพ เช่น การปรับรูปแบบการนำเสนอให้มีความทันสมัย ประชาชนเข้าถึงง่าย แต่ยังคงมาตรฐานเนื้อหาที่เน้นถูกต้องและมีคุณภาพในทุกขั้นตอน

กล่าวโดยสรุป ในโลกที่เต็มไปด้วยความเปลี่ยนแปลงและความไม่แน่นอน “**สื่อมืออาชีพ**” จะต้องไม่เพียงแต่เป็นผู้รายงานข้อมูลข่าวสารเท่านั้น แต่ต้องทำหน้าที่กลั่นกรองความจริงอย่างรอบด้านด้วยสำนึกความรับผิดชอบ ด้วยทักษะที่หลากหลาย พร้อมทั้งมาตรฐานทางจริยธรรมขั้นสูงสุด เพื่อให้สามารถประคับประคองความไว้วางใจของสังคมเอาไว้ได้ ทั้งนี้ ต้องยอมรับว่า การรักษาอุดมการณ์ของวิชาชีพสื่อในยุค VUCA World ไม่ใช่เรื่องง่าย แต่เป็นภารกิจที่สื่อมวลชนมืออาชีพจำเป็นต้องทำ เพื่อให้สื่อยังคงเป็นเสาหลักของระบอบประชาธิปไตย และเป็นพลังขับเคลื่อนสังคมอย่างมีสติและสร้างสรรค์ได้ต่อไปทั้งในปัจจุบันและอนาคต.



ผลิตด้วย AI

“สื่อมวลชน” ในยุคเปลี่ยนผ่าน

นิยามใหม่เพื่อก้าวข้ามความเปลี่ยนแปลง



ผู้เขียน: รุติชัย อัญญะวัชร และ รศ.สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ

คณะกรรมการร่างนิยามศัพท์สื่อสารมวลชน

สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ

การจัดทำ “นิยามศัพท์สื่อมวลชน” ของสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติในครั้งนี้จึงเป็นภาพสะท้อนของการร่วมกันคิด ร่วมกันพิจารณา และร่วมกันกำหนดทิศทางของวิชาชีพ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้สื่อมวลชนสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมีศักดิ์ศรีท่ามกลางความผันผวนของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้รับสารที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว การปรับนิยามศัพท์สื่อมวลชนไม่ใช่แค่การเปลี่ยนคำจำกัดความ แต่คือการสร้าง “ระบบนิเวศสื่อ” ในกระบวนการกำกับดูแลควบคู่ไปกับเสรีภาพของการทำหน้าที่อย่างมีความรับผิดชอบ

ที่สำคัญ การนิยามศัพท์สื่อมวลชนในครั้งนี้ มิได้ถูกตีกรอบใช้ในการกำกับการทำหน้าที่สื่อ แต่เป็นการแก้ไขเรียบเรียง ปรับปรุงให้สื่อมวลชนทำหน้าที่ “หุ้นส่วนสร้างสรรค์สังคม” โดยทุกคำศัพท์มีความหมายและพลังในการขับเคลื่อนอนาคตที่มุ่งเน้น *เจตจำนงของวิชาชีพ* และเปิดกว้างต่อพัฒนาการของผู้ผลิตเนื้อหาในสื่อใหม่ (new media) โดยไม่ลดทอนหลักจริยธรรมที่ควรยึดถือร่วมกัน และการนิยามศัพท์สื่อมวลชนไม่ใช่แค่การให้คำจำกัดความ แต่คือการสร้าง “วัฒนธรรมการสื่อสารที่รับผิดชอบ” ที่มีสาระสำคัญคือการทบทวน การใช้คำศัพท์ และความหมายให้สอดคล้อง การเปลี่ยนแปลงทางสังคม เทคโนโลยี พฤติกรรม โดยสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ ได้มอบหมายให้คณะทำงาน ศึกษา ทบทวน และรวบรวมข้อมูลคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน เพื่อรวบรวมมานิยามใหม่ให้เกิดความชัดเจน ลดการตีความสองนัย ความคลุมเครือ พร้อมทั้งสร้างความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ การทำงาน การผลิต การสร้างสรรค์ผลงาน ระดับการกำกับดูแล การสร้างมาตรฐานกลางการสื่อสาร การให้ภูมิคุ้มกันทางข้อมูลให้ประชาชนท่ามกลางกระแสข่าว

ในโลกที่ข้อมูลข่าวสารหลั่งไหลตลอดเวลา พรหมแดนของการสื่อสารแทบไม่เหลืออยู่ สื่อทุกประเภทต่างแข่งขันกันเพื่อช่วงชิง “ความสนใจ” และ “ความเชื่อถือ” จากสาธารณะ คำถามสำคัญจึงยังคงมีอยู่เสมอว่า “สื่อมวลชนจะเปลี่ยนแปลงอย่างไร แต่ยังคงยืนหยัดในบทบาทที่มีคุณค่า?”

คำถามนี้แม้ไม่ใช่เรื่องใหม่ แต่กลับทวีความสำคัญยิ่งในยุคที่ใคร ๆ ก็เป็นผู้เผยแพร่ข้อมูลได้ แต่ไม่ใช่ทุกคนที่สามารถ “ทำหน้าที่สื่อมวลชน” ได้อย่างแท้จริง

ในสถานการณ์เช่นนี้ การมีนิยามใหม่ของ “สื่อมวลชน” ที่ทันยุคทันสมัย จึงไม่ใช่เพียงความจำเป็นทางทฤษฎี หากแต่เป็นกลไกสำคัญที่ช่วยยืนยันอัตลักษณ์ และยกระดับมาตรฐานของผู้ประกอบวิชาชีพในยุคที่ความจริงถูกตั้งคำถามอยู่เสมอ

ล้นทะลัก ภายใต้หลักจริยธรรมสื่อมวลชน และเสรีภาพ พร้อมความรับผิดชอบทางกฎหมาย

อีกทั้งการจัดทำนิยามศัพท์ ยังช่วยส่งเสริมกระบวนการผลิตเนื้อหา เช่น แยกข่าวจริง-ความเห็น-โฆษณา และช่วยเสริมในกระบวนการกำกับดูแล การตรวจสอบจริยธรรม การร้องทุกข์ ร้องเรียน ในกรณีข่าว หรือ เนื้อหา มีการละเมิดจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน ช่วยให้สื่อระมัดระวังมากขึ้น ลดปัญหาการนำเสนอข้อมูลที่ขาดความรับผิดชอบ ขณะเดียวกันยังเป็นประโยชน์ในการช่วยให้ความชัดเจนต่อผู้ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการทางกฎหมาย ลดความคลุมเครือ และเป็นข้อมูลพื้นฐานที่กำหนดโดยนักวิชาชีพ องค์การวิชาชีพ ที่เกี่ยวข้องกับคนทำงาน “สื่อมวลชน” เพื่อการตีความที่สอดคล้องกัน รวมถึงเป็นประโยชน์ในการนำไปใช้ประกอบการจัดทำเอกสาร ข้อมูล ที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน ให้ทราบถึงขอบเขตการทำงานที่ชัดเจน

ขณะที่ผู้ประกอบการสื่อมวลชน สามารถใช้ประโยชน์จากนิยามศัพท์ในการนำไปจัดทำกรอบ หรือ มาตรฐานในการจัดสรรทรัพยากรแรงงาน การบริหารงาน การผลิตเนื้อหา ลดความเสี่ยงถูกฟ้องร้อง จากบุคคลผู้ปฏิบัติงาน ในทุกระดับที่เกี่ยวข้องในการผลิตเนื้อหา

กลุ่มนักวิชาการ/นักนิเทศศาสตร์ เข้าใจ ในความหมายสามารถใช้เป็นฐานวิจัย ออกแบบหลักสูตรการสอน จนถึงการประเมินคุณภาพสื่อ

ประชาชน ทราบในบทบาท รู้จัก “สื่อ” “สื่อมวลชน” นักข่าว ผู้ที่เกี่ยวข้อง จนถึงนักสร้างสรรค์เนื้อหาอย่าง “คอนเทนต์ครีเอเตอร์” เพื่อสร้าง “กรอบกลาง” ที่ชัดเจน รับมือกับบริบทใหม่ ทั้งภัยข้อมูลข่าวปลอม ข่าวบิดเบือน ผู้ผลิตสื่อรายใหม่ การจำแนกบทบาทหน้าที่ของกลุ่มผู้ปฏิบัติงาน กลุ่มเนื้อหา จนถึงการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สร้างเนื้อหา (AI-generated Content) การรู้เท่าทันเครื่องมือตรวจสอบสื่อ (Media Literacy)

อย่างไรก็ตาม ยังมีคำศัพท์หลายคำที่ยังจะต้องทำให้นิยามให้ความชัดเจนในบทบาทและการนำไปใช้ เช่น “เนื้อหาเทียม” (Synthetic Media) “การโฆษณาแฝงดิจิทัล” “การกลั่นแกล้งออนไลน์” หรือ “ข้อมูลอันตราย” เป็นต้น

การจัดทำ นิยามศัพท์ ในชุดปรับปรุงใหม่นี้ คณะทำงานทั้ง 2 ชุด ที่เริ่มดำเนินการตั้งแต่สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ ช่วงเดือนกันยายน 2566 สมัยวาระที่ 1 จนถึงสมัยวาระที่ 2 โดยคณะทำงานทุกท่าน ได้นำประสบการณ์การทำงานและประสบการณ์การเรียนรู้ปัญหาในการสื่อสารทางวิชาชีพ มาช่วยปรับปรุงคำศัพท์ ขัดเกลาข้อความให้มีความถูกต้อง ชัดเจน จัดหมวดหมู่ สอดคล้องต่อการนำไปใช้ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการปฏิบัติหน้าที่ในงานสื่อมวลชน และการ

ส่งเสริมการกำกับดูแลวิชาชีพสื่อมวลชน ให้เป็นมาตรฐาน จนสรุปคำนิยามสื่อมวลชน 59 คำศัพท์ นำเสนอคณะกรรมการสภาสื่อมวลชนฯ มติเห็นชอบ เมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2568

คณะทำงานร่างนิยามศัพท์ชุดที่ 1 ประกอบด้วย นายมานิจ สุขสมจิตร ภาควิชาสังคมศาสตร์และการเมือง ราชบัณฑิตยสภา (ที่ปรึกษาคณะทำงานร่างฯ) นายดำฤทธิ์ วิริยะกุล บรรณาธิการข่าวภูมิภาค หนังสือพิมพ์ไทยรัฐและเลขาธิการ สมาพันธ์สื่อมวลชนแห่งประเทศไทย (ที่ปรึกษาคณะทำงานร่างฯ) นายจักรกฤษณ์ แวคล้ายหงส์ กรรมการสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ (ที่ปรึกษาคณะทำงานร่างฯ) นายบุตรดา ศรีเลิศชัย ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการฝ่ายเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (ที่ปรึกษาคณะทำงานร่างฯ) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปาจารย์ ปุรินทวรกุล มหาวิทยาลัยบูรพา คณะอนุกรรมการฝ่ายวิชาการ สภาการสื่อฯ (คณะทำงานร่างฯ) นายก้าวโรจน์ สุตาภักดิ์ ที่ปรึกษาสมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ (คณะทำงานร่างฯ) นายระวี ตะวันธรงค์ อดีตนายกสมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ (คณะทำงานร่างฯ) นางสาวอศินา พรพดิน บรรณาธิการบริหาร The Story Thailand (คณะทำงานร่างฯ) และ นายจิตติชัย อัญญาวัชร คณะอนุกรรมการฝ่ายเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (คณะทำงานร่างฯ)

การจัดทำ นิยามศัพท์สื่อมวลชน ได้มีการศึกษาและจัดทำนิยามสื่อแต่ละประเภทชนิดครอบคลุม พร้อมกับการปรับปรุงความหมายให้ทันสมัยและสภาพภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งมีทั้ง นิยาม “หนังสือพิมพ์”, “สื่อสิ่งพิมพ์”, “วิทยุโทรทัศน์”, “สื่อดิจิทัล”, “จริยธรรมสื่อ”, “จรรยาบรรณสื่อ” โดยจุดเริ่มต้นจากคณะทำงานร่างฯ 1 ได้กลั่นกรองเนื้อหา แยกหมวดหมู่ การนิยาม ในคำศัพท์ให้ชัดเจน จัดกลุ่มสอดคล้องต่อวัตถุประสงค์ หลักปฏิบัติทางวิชาชีพ คำศัพท์ที่ถูกตีความสองนัย พร้อมหาคำอธิบายที่เหมาะสมต่อการนำไปเรียกใช้งาน หรือ อ้างอิง ในการสื่อสารให้ข้อมูล จนจัดลำดับแยก กลุ่มคำ จนมีข้อสรุป และได้นำเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการ วาระประชุมเดือนธันวาคม 2566 สมัยที่ 1 ซึ่งที่ประชุมได้รับทราบ พร้อมกับมีข้อคิดเห็นในการจัดทำนิยามศัพท์ ที่ยังมีคำอธิบายในประเด็นที่ต้องเพิ่มเติม ในหลากหลายคำ ให้คณะทำงานร่างฯ เรียบเรียงให้มีขอบเขตการอธิบาย หรือ มีความหมายที่ไม่คลุมเครือ ในการทำหน้าที่ บทบาท และความรับผิดชอบ

เมื่อเข้าสู่คณะกรรมการสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ สมัยที่ 2 การนิยามศัพท์สื่อมวลชน ได้มีการดำเนินการต่อ จึงได้แต่งตั้ง คณะทำงานร่างนิยามศัพท์ ชุดที่ 2 ประกอบด้วย นายมานิจ สุขสมจิตร ภาควิชาสังคมศาสตร์และการเมือง ราชบัณฑิตยสภา (ที่ปรึกษาคณะทำงานร่างฯ) นายดำฤทธิ์ วิริยะกุล บรรณาธิการข่าวภูมิภาค หนังสือพิมพ์

ไทยรัฐและเลขาธิการ สมาพันธ์สื่อมวลชนแห่งประเทศไทย (ที่ปรึกษาคณะทำงานร่างฯ) นายจักรกฤษณ์ แวศคล้ายหงส์ กรรมการสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ (คณะทำงานร่างฯ) นางสาวชุดิณณพ์ ศรีขำ กรรมการสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ (คณะทำงานร่างฯ) รศ.สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ ผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านวิชาการ คณะกรรมการจริยธรรม สภาการสื่อฯ (คณะทำงานร่างฯ) อาจารย์กอบกิจ ประดิษฐ์ผลพานิช ประธานคณะกรรมการฝ่ายวิชาการ สภาการสื่อฯ (คณะทำงานร่างฯ) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปาจารย์ ปุรินทรกุล มหาวิทยาลัยบูรพา คณะอนุกรรมการฝ่ายวิชาการ สภาการสื่อฯ (คณะทำงานร่างฯ) และ นายฐิติชัย อัญญะวัชร คณะอนุกรรมการฝ่ายเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (คณะทำงานร่างฯ)

คณะทำงานร่าง ได้นำข้อคิดเห็นจากที่ประชุมของคณะกรรมการฯ สมัยที่ 1 และข้อคิดเห็นจากคณะกรรมการ สมัยที่ 2 มาปรับแก้ไขให้สอดคล้อง จนได้ 48 หัวข้อคำศัพท์ใน 4 หมวด ประกอบด้วย หมวดที่ 1 สื่อสารมวลชนและวิชาชีพสื่อสารมวลชน หมวดที่ 2 ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชน หมวดที่ 3 ข้อมูลข่าวสารในวิชาชีพ สื่อสารมวลชน หมวดที่ 4 คำศัพท์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ ได้เปิดเวทีรับฟังความคิดเห็นร่าง “นิยามศัพท์สื่อสารมวลชน” ในวันที่ 26 กันยายน 2567 โดยมีองค์กรสมาชิก สื่อมวลชน นักวิชาการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มาร่วมแสดงความคิดเห็นกับเนื้อหาทราบถึงขอบเขตของคำ จากคำศัพท์นั้น ๆ นอกจากเวทีรับฟัง ยังได้เปิดรับข้อมูลจากประชาชน ภาคสังคม ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก และเว็บไซต์สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ เพื่อให้การจัดทำคำศัพท์ครั้งนี้ ได้มีส่วนร่วมจากหลายฝ่าย ได้ข้อมูลในการปรับแก้ไขมีความหลากหลายและความสมบูรณ์เพิ่มมากขึ้น ข้อคิดเห็นหลังการเปิดรับความเห็นฯ จากทุกฝ่าย คณะทำงานฯ ได้นำมาปรับปรุงคำศัพท์ ขัดเกลาข้อความให้มีความถูกต้อง ชัดเจน จัดหมวดหมู่ เรียบเรียงให้ สอดคล้องต่อการนำไปใช้ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการปฏิบัติหน้าที่ในงาน สื่อมวลชน และการส่งเสริมการกำกับดูแลวิชาชีพสื่อสารมวลชน ให้เป็นมาตรฐาน จนสรุปคานิยามสื่อสารมวลชน 59 คำศัพท์ นำเสนอคณะกรรมการสภาสื่อมวลชนฯ มติเห็นชอบ เมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2568

คานิยามศัพท์สื่อมวลชน อาจไม่ใช่ตัวชี้วัด หรือการบอกสถานะความสำเร็จของการเป็น “สื่อมวลชน” ด้วยเพราะในยุคปัจจุบันเมื่อใครก็สามารถ “เผยแพร่” ได้ สังคมจึงต้องหันกลับมาตั้งคำถามใหม่ว่า “อะไรคือสื่อที่ควรเชื่อถือ?” ในบริบทนี้ ไม่ว่าจะมียานิยาม การที่จะสะท้อนได้ดีและสื่อสารได้ชัดเจนของคำว่า สื่อมวลชนได้ดีที่สุด คือ ผู้ที่ตั้งใจทำหน้าที่ สื่อมวลชนอย่างมืออาชีพ การทำหน้าที่ให้เห็นถึงสถานะของ

ตนเองด้วยคุณภาพ ความถูกต้อง และความรับผิดชอบ ผ่าน 3 องค์ประกอบสำคัญคือ

1. **บทบาทต่อสาธารณะ** – ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบใด การทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลควรมุ่งประโยชน์ต่อประชาชนในวงกว้าง

2. **ความเป็นมืออาชีพ** – ต้องมีการกำกับตรวจสอบภายใน และยึดถือจรรยาบรรณเป็นแนวทาง

3. **ความรับผิดชอบต่อ** – พร้อมรับผิดชอบในสิ่งที่ตนเองเผยแพร่ ไม่หลบเลี่ยงเมื่อเกิดข้อผิดพลาด

องค์ประกอบทั้งสามนี้ คือหัวใจของสื่อสารมวลชนในยุคใหม่ที่สังคมต้องการ

แม้ความเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นเร็วเพียงใด องค์กรสื่อมวลชน และ สื่อมวลชน ก็ไม่ควรยอมให้มาตรฐานวิชาชีพ “สื่อมวลชน” ต้องถูกกลืนไปกับกระแสแห่งความไม่แน่นอน ในยุคที่ใครก็อ้างตนเป็น “สื่อ” ได้ ผู้ที่ทำหน้าที่ “สื่อมวลชน” จำเป็นต้องยืนยันอัตลักษณ์ของสื่อมวลชน ด้วยหลักการจรรยาบรรณ และการตรวจสอบจากสังคม เพราะ “สื่อ” ไม่ใช่เพียงผู้เผยแพร่ข้อมูล แต่คือผู้นำพาความเข้าใจ และเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนสังคมประชาธิปไตยให้ยั่งยืน

“นิยามศัพท์สื่อมวลชน” นับเป็นส่วนหนึ่งการเสริมสร้างเครื่องมือทางการสื่อสารช่วยจุดประกายให้นักวิชาชีพ สื่อมวลชน นักข่าวทุกคนในแวดวงสื่อได้กลับมาทบทวนตนเองว่า ตนเองกำลังเดินอยู่บนเส้นทางใดในฐานะผู้มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้คนในสังคม การเป็นผู้ทำหน้าที่ ผู้เฝ้าประตูข่าวสาร/ผู้รักษาประตูข่าวสาร/ผู้เปิดประตูข่าวสาร (Gatekeeper) ที่ให้ความเชื่อมั่น ด้วยการยึดมั่นในความจริง และทำงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อส่วนรวม การยกระดับวิชาชีพสื่อมวลชน ไม่ใช่ภารกิจของใครคนใดคนหนึ่ง หากแต่เป็น “ความรับผิดชอบต่อร่วมกัน” ของพวกเราทุกคน

ดังนั้น การนิยามศัพท์สื่อมวลชน คือ กระบวนการกำหนดความหมายของคำศัพท์เฉพาะที่ใช้ในวงการสื่อ ให้ชัดเจน ครอบคลุมบริบทการทำงาน หน้าที่และความรับผิดชอบต่อผู้เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างมาตรฐานกลางที่ทุกฝ่ายเข้าใจตรงกัน โดยยังคง “เสรีภาพ” การทำหน้าที่ ตามหลักวิชาชีพ สื่อมวลชน เพื่อให้สื่อมวลชนทำหน้าที่ได้อย่างถูกต้อง มีความรับผิดชอบต่อ เป็นธรรม ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณะ ในแต่ละ “คานิยาม” ได้คงความสำคัญของ “ความรับผิดชอบต่อทางกฎหมายและกำกับดูแลให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ” โดยมีเป้าหมายเพื่อยืนยันถึงความสำคัญของวิชาชีพสื่อมวลชนที่ปฏิบัติหน้าที่อย่างมีเสรีภาพบนความรับผิดชอบต่อ และเป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพเป็นสำคัญ

กระบวนทัศน์ใหม่ของสื่อหลังโลกาภิวัตน์



ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา

วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
อนุกรรมการฝ่ายกิจการระหว่างประเทศ สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ
กรรมการและเลขานุการหลักสูตร โครงการ
“เพิ่มองค์ความรู้สื่อมวลชนเรื่อง : กระบวนทัศน์ใหม่ของสื่อหลังโลกาภิวัตน์”
Prakaikavin.sr@ssru.ac.th

ในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา โลกได้เผชิญกับพลวัตทางการเมือง เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี ที่นำไปสู่การเปลี่ยนผ่านจากยุคโลกาภิวัตน์ สู่ยุคของ “ระเบียบโลกใหม่” (New World Order) ซึ่งมีลักษณะซับซ้อน ผันผวน และยากต่อการคาดการณ์ (Nye, 2021; Scholte, 2005) บริบทใหม่นี้ส่งผลโดยตรงต่อบทบาทของสื่อมวลชนทั้งในแง่ของการถ่ายทอดข้อมูล การสื่อสารเชิงนโยบาย และการกำหนดวาระทางสังคม (McQuail, 2010) โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่ผู้บริโภคข่าวสารมีบทบาทเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้เผยแพร่ข้อมูล ทำให้เกิดความท้าทายใหม่ต่อวิชาชีพสื่อมวลชน

บทบาทของสื่อในฐานะ “ผู้กำหนดกรอบความจริง” (frame-setter) กลายเป็นประเด็นสำคัญในระเบียบโลกใหม่ เนื่องจากสื่อไม่ใช่เพียงผู้ถ่ายทอดข้อเท็จจริง แต่ยังมีอำนาจในการนิยาม สร้างความหมาย และกำหนดความสำคัญของประเด็นทางสังคม เรียกว่า “การประกอบสร้างทางสังคม” (social construction) อย่างไรก็ตาม บทบาทดังกล่าวย่อมต้องมาพร้อมกับความรับผิดชอบต่อสาธารณะและจริยธรรมวิชาชีพ ซึ่งกลายเป็นประเด็นท้าทายอย่างยิ่งในสังคมข่าวสารปัจจุบัน ที่เต็มไปด้วยข้อมูลข่าวสารจำนวนมาก ข่าวปลอม และการบิดเบือนข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับบทบาทของสื่อในระเบียบโลกใหม่ที่ข้อมูลข่าวสารหลั่งไหลอย่างรวดเร็วและขาดการกลั่นกรอง (Tandoc, Lim, & Ling, 2018) สะท้อนถึงความสำคัญของจริยธรรมวิชาชีพและความรับผิดชอบต่อสังคม (Christians et al., 2016)

สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ ในฐานะองค์กรวิชาชีพสื่อมวลชนที่ทำหน้าที่กำกับดูแลจริยธรรมสื่อหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ และออนไลน์ เพื่อให้ดำรงไว้ซึ่งมาตรฐานทาง

วิชาชีพ จึงได้เริ่มโครงการ “เพิ่มองค์ความรู้สื่อมวลชนเรื่อง : กระบวนทัศน์ใหม่ของสื่อหลังโลกาภิวัตน์” ขึ้น เพื่อพัฒนาแนวทางการเรียนรู้ของสื่อมวลชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสื่อ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน รวมถึงสถาบันการศึกษา ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม (Participatory Learning) โดยมีวัตถุประสงค์ในการสังเคราะห์หาช่องว่างด้านความรู้และทักษะของสื่อมวลชน เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของระเบียบโลกให้กับสื่อมวลชนไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมนำเสนอแนวคิดหรือโครงการที่มีคุณภาพและเป็นประโยชน์ต่อวงการสื่อรวมถึงสังคมโดยรวม อันเป็นส่วนสำคัญในการทำให้อสื่อมวลชนไทยได้รับข้อมูล ข่าวสาร และแหล่งข่าวเพิ่มมากขึ้นท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้ เพื่อพัฒนาให้สื่อมวลชน “ผู้กำหนดกรอบความจริง” ที่มีคุณภาพภายใต้มาตรฐานจรรยาบรรณสื่อมวลชน ในรูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ภายใต้การสนับสนุนของ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)

การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพในลักษณะของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นสื่อมวลชน และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อจากหลากหลายรูปแบบจำนวน 42 คน ระยะเวลาการอบรมประมาณ 4 เดือน หรือ 16 สัปดาห์ การดำเนินกิจกรรมวิจัยประกอบด้วย การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ การบรรยายโดยผู้เชี่ยวชาญ การวิเคราะห์กรณีศึกษา การศึกษาดูงานส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และการจัดทำ

รายงานกลุ่มที่สะท้อนประเด็นร่วมสมัยทางสังคมระหว่างประเทศ เช่น สมรสเท่าเทียม การค้ามนุษย์ ระบบประกันสังคม สงครามการค้า และการปรับตัวหลังโรคอุบัติใหม่ โดยเนื้อหาการอบรมและกระบวนการเรียนรู้ได้รับการออกแบบให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และสะท้อนผลการเรียนรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

▶▶ ผลจากการพัฒนาทักษะสื่อสารผ่านกระบวนการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

ภายใต้ฐานของแนวคิด “การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม” (Participatory Learning) ผู้วิจัยแบ่งผู้เข้าอบรมออกเป็น 5 กลุ่มตามประเภทของสื่อ ประกอบด้วย 1. กลุ่มสื่อดั้งเดิม 2. กลุ่มสื่อโทรทัศน์ 3. กลุ่มสื่อใหม่ 4. หน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อ 5. กลุ่มภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ โดยเน้นให้ผู้เข้าอบรมมีบทบาทเป็น “ผู้ร่วมสร้างความรู้” มากกว่าจะเป็นเพียง “ผู้รับความรู้” ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรม และพัฒนาทักษะวิชาชีพสื่อมวลชนอย่างเป็นระบบ ดังนี้

1. การเติมเต็มช่องว่างทางความรู้ของสื่อมวลชน

ผลการศึกษา พบว่า ช่องว่างองค์ความรู้เดิมของสื่อมวลชนไทย ส่วนใหญ่เกิดจากการไม่เข้าใจ ภาพรวมของระเบียบโลกใหม่ มิติภูมิรัฐศาสตร์ และการเชื่อมโยงข่าวระดับนานาชาติกับบริบทภายในประเทศ ซึ่งสะท้อนความจำเป็นในการวิเคราะห์ข่าวสารในระดับโครงสร้าง (Nye, 2021; Scholte, 2005) โดยผู้เข้าอบรมได้สะท้อนการเรียนรู้ที่ทำให้เชื่อมโยงประเด็นมหภาคระดับโลกกับผลกระทบรายวันในชีวิตประชาชน เช่น ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน การนำเข้าส่งออก สะท้อนสถานการณ์เศรษฐกิจโลกกับผลกระทบต่อไทย เกิดเป็น “องค์ความรู้ที่ผ่านกระบวนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาวิชาชีพ” ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การออกแบบหลักสูตรนี้

ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงของโลกาภิวัตน์ไม่ได้ส่งผลต่อเนื้อหาข่าวเท่านั้น แต่ยังเปลี่ยนแปลงบริบทของจริยธรรมในวิชาชีพสื่อด้วย แนวคิด *Social Responsibility Theory* (Christians et al., 2009) ชี้ว่าสื่อในระบอบประชาธิปไตยต้องทำหน้าที่อย่างรับผิดชอบโดยเสนอข้อมูลที่ครบถ้วน ไม่ลำเอียง และเคารพสิทธิของผู้เกี่ยวข้อง ผลการอบรมพบว่า ผู้เข้าร่วมเริ่มตระหนักถึงความสำคัญของการใช้แหล่งข่าวหลากหลาย การตรวจสอบข้อมูล และการรายงานข่าวด้วยกรอบวิเคราะห์เชิงโครงสร้าง ไม่ใช่เพียงตามทันเหตุการณ์เฉพาะหน้า ซึ่งสะท้อนการพัฒนาเชิงจริยธรรมและเชิงวิเคราะห์อย่างมีนัยสำคัญ

2. การพัฒนาทักษะการสื่อสารและการคิดเชิงวิพากษ์

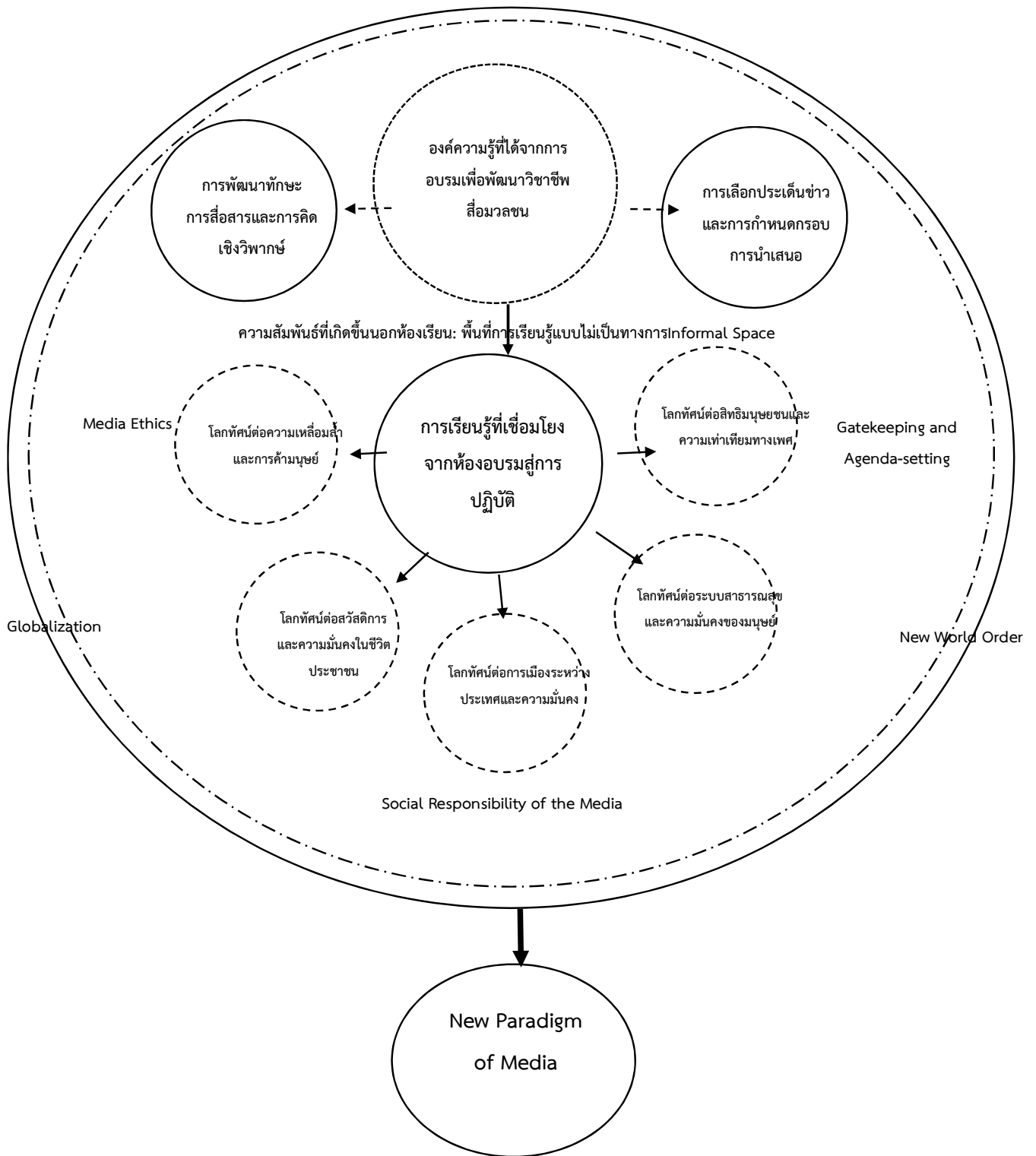
ผลการศึกษา พบว่า ผู้เข้าร่วมอบรมผ่านการพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ การเลือกประเด็น และการวางกรอบข่าวได้ดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะในการจัดทำรายงานกลุ่มที่นำเสนอประเด็นร่วมสมัยนั้น สอดคล้องกับแนวคิดการกำหนดวาระข่าวสาร (agenda-setting) ที่ระบุว่าสื่อมีบทบาทในการทำให้สังคมรับรู้และให้ความสำคัญต่อประเด็นที่ถูกเสนอ (McCombs & Shaw, 1972)

การที่กลุ่มผู้เข้าอบรมนำเสนอประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง เช่น สงครามการค้า การปรับระบบสวัสดิการประกันสังคม หรือการระบาดของโรคอุบัติใหม่ สะท้อนถึงความเข้าใจที่ลึกซึ้งต่อโลกาภิวัตน์แบบใหม่ ซึ่งไม่ใช่เพียงการเคลื่อนย้ายสินค้าและทุน แต่ยังรวมถึงการเคลื่อนย้ายของอิทธิพล ความเสี่ยง และคุณค่าทางสังคม (Held & McGrew, 2007) **โลกทัศน์ของผู้เข้าอบรมจึงมีลักษณะเป็น “โลกทัศน์แบบวิพากษ์” (critical world-view)** ที่พร้อมจะตั้งคำถามกับโครงสร้างทางอำนาจ และการแบ่งขั้วของโลกในระดับมหภาค

3. การเลือกประเด็นข่าวและการกำหนดกรอบการนำเสนอ

ผลการศึกษา พบว่า กิจกรรมในเชิงปฏิบัติการในรูปแบบของ “การจัดทำรายงานกลุ่ม” ทำให้ผู้เข้าอบรมได้ฝึกทักษะในการเลือกประเด็นข่าว ที่เกี่ยวข้องับบริบทโลกาภิวัตน์ เช่น ประเด็นภูมิรัฐศาสตร์ เศรษฐกิจโลก สิทธิมนุษยชน นำไปสู่การกำหนด “กรอบการสื่อสาร” (framing) อย่างมีเป้าหมาย โดยอิงจากผู้รับสารในบริบทไทย เป็นโลกทัศน์ใหม่สำหรับสื่อ 5 มิติ คือ “โลกทัศน์ต่อสวัสดิการและความมั่นคงในชีวิตประชาชน” “โลกทัศน์ต่อสิทธิมนุษยชนและความเท่าเทียมทางเพศ” “โลกทัศน์ต่อความเหลื่อมล้ำและการค้ามนุษย์” “โลกทัศน์ต่อการเมืองระหว่างประเทศและความมั่นคงเชิงเศรษฐกิจ” และ “โลกทัศน์ต่อระบบสาธารณสุขและความมั่นคงของมนุษย์” สามารถโยงกับแนวคิด “Framing Theory” ของ Entman (1993) ซึ่งระบุว่า การเลือกเนื้อหาที่น่าสนใจและวิธีการเล่ามีอิทธิพลอย่างสูงต่อการรับรู้ของประชาชน บทบาทของผู้เข้าร่วมในฐานะผู้เฝ้าประตูข่าว (gatekeeper) ถูกพัฒนาอย่างเป็นระบบ โดยสามารถประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว คัดกรองเนื้อหาที่เหมาะสม และสื่อสารอย่างมีจริยธรรม

การเลือกประเด็นข่าวและการวางกรอบในการนำเสนอของผู้เข้าอบรม สะท้อนถึงความเข้าใจในบทบาทของสื่อ



ในการ “กำหนดสิ่งที่สาธารณชนควรรับรู้และควรให้ความสำคัญ” ซึ่งสัมพันธ์กับแนวคิดการกำหนดวาระข่าวสาร (agenda-setting theory) ที่เสนอว่า สื่อไม่เพียงรายงานว่า ‘เกิดอะไรขึ้น’ แต่ยังสร้างภาพว่า ‘อะไรสำคัญ’ (McCombs & Shaw, 1972) โดยเฉพาะกลุ่มที่เสนอประเด็น “บทเรียนสู่โรคอุบัติใหม่ที่ต้องพร้อมรับมือ” และ “ประกันสังคม” ได้ใช้หลักการกำหนดวาระและการจัดลำดับความสำคัญของข้อมูลเกี่ยวกับระบบสาธารณสุข สู่การวางแผนรับมือกับโรคอุบัติ

ใหม่ในอนาคต เพื่อกระตุ้นให้สาธารณชนคิดเชิงยุทธศาสตร์และวิพากษ์

4. การเรียนรู้ที่เชื่อมโยงจากห้องอบรมสู่การปฏิบัติ

ผลการศึกษา พบว่า กระบวนการเรียนรู้แบบเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม” (Participatory Action Research: PAR) ส่งผลให้ผู้เข้าอบรม สามารถเชื่อมโยงความรู้จากห้องเรียนไปใช้กับการทำงานจริงได้อย่างชัดเจน ทั้งในด้านการวางแผนเนื้อหา การตั้งคำถามเชิงสืบสวน และการนำเสนอข่าวที่มีความลุ่มลึก

ไม่เพียงรายงาน “เหตุการณ์” แต่ตั้งเป้าเพื่อ “สร้างความเข้าใจ” ให้แก่สาธารณชนที่อย่างละเอียดรอบคอบและลึกซึ้งมากยิ่งขึ้นนอกจากนี้ยังพบว่าผู้เข้าร่วมมีความเข้าใจต่อจริยธรรมสื่ออย่างลึกซึ้งขึ้น และสามารถประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ข่าวที่มีความซับซ้อน เช่น ความขัดแย้งระหว่างประเทศ และการเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์ดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดจริยธรรมสื่อในระดับสากล (Christians et al., 2016)

5. ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนอกห้องเรียน: พื้นที่การเรียนรู้แบบไม่เป็นทางการ

ผลการศึกษา พบว่า โครงการฯ มีส่วนส่งเสริมการสร้างเครือข่ายวิชาชีพระหว่างสื่อประเภทต่าง ๆ รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งส่งผลให้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และสร้างแรงจูงใจในการทำงานร่วมกันเชิงจริยธรรม โดยสะท้อนอุดมการณ์ตามทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility Theory) (Siebert, Peterson, & Schramm, 1956) ปรัชญาการณีนี้นี้สะท้อนให้เห็นว่า “กระบวนการเรียนรู้ของโครงการไม่ได้หยุดอยู่ที่ห้องเรียน” หากแต่ขยายตัวไปในโลกออนไลน์ที่ผู้เรียนสามารถเลือกวิธีสื่อสาร แลกเปลี่ยน และขยายความร่วมมือได้ตามอัธยาศัย ซึ่งส่งเสริม “การเรียนรู้ตลอดชีวิต” อย่างแท้จริง

ประเด็นสำคัญจากผลลัพธ์ของโครงการฯ ที่เกิดการเปลี่ยนแปลงที่คาดว่าจะเกิดขึ้นภายหลังงานวิจัยเสร็จสิ้น หรือเมื่อผลงานวิจัยถูกนำไปใช้ ทำให้สื่อมวลชนไทยได้รับข้อมูลข่าวสาร และแหล่งข่าวเพิ่มมากขึ้น รวมถึงการจัดทำรายงานกลุ่มเพื่อร่วมกันออกแบบการสื่อสารเกี่ยวกับระเบียบโลกที่เปลี่ยนแปลงไปให้น่าสนใจและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ผู้รับสาร ส่งผลให้ประชาชนผู้บริโภคข่าวสาร ได้รับประโยชน์ตามมามากยิ่งขึ้น ทั้งความครบถ้วน ถูกต้อง รอบด้าน นั้น สรุปได้ว่า สื่อมวลชนและผู้แทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่เข้าอบรมทั้ง 42 คน มีพัฒนาการของการเพิ่มองค์ความรู้มากขึ้นในมิติต่าง ๆ อย่างเห็นได้ชัด สิ่งสำคัญที่สะท้อนออกมาคือผลงานรายงานกลุ่มที่ร่วมกันออกแบบการสื่อสารเกี่ยวกับระเบียบโลกในประเด็นสำคัญที่ตนเองสนใจ มีวิธีการกระบวนการคิดที่ลึกซึ้ง ละเอียดรอบคอบ ไม่ถูกควบคุมโดยระบบ ทำให้ผลงานที่นำเสนอทั้งหมด 5 ชิ้นสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ผู้รับสาร และสะท้อนความสำเร็จที่ประเด็นต่าง ๆ สมควรจะถูกผลักดันไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

ต่อไป ภายใต้การเปลี่ยนแปลงบริบททางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีของสื่อ ซึ่งถือเป็นเพียงก้าวเล็ก ๆ ในการจุดประกาย สำหรับการพัฒนาสื่อมวลชนในยุคที่โลกเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) สองหน่วยงานหลักที่เป็นผู้เล็งเห็นถึงประโยชน์ที่เกิดขึ้นนี้ ได้พิจารณาถึงความสำคัญของสื่อมวลชน ผู้เป็นกระบอกเสียงสำคัญที่สะท้อนปัญหาต่าง ๆ ของสังคม ในมิติต่าง ๆ ที่จะเป็นความหวังที่ยิ่งใหญ่ของสังคมไทยต่อไป

บรรณานุกรม

- Christians, C. G., Fackler, M., Richardson, K. B., Kreshel, P. J., & Woods, R. H. (2016). Media ethics: Cases and moral reasoning (10th ed.). Routledge.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.
- Held, D., & McGrew, A. (2007). *Globalization theory: Approaches and controversies*. Polity Press.
- McCombs, M., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
- McQuail, D. (2010). *McQuail’s mass communication theory* (6th ed.). SAGE Publications.
- Nye, J. S. (2021). *Do morals matter? Presidents and foreign policy from FDR to Trump*. Oxford University Press.
- Scholte, J. A. (2005). *Globalization: A critical introduction* (2nd ed.). Palgrave Macmillan.
- Shoemaker, P. J., & Vos, T. P. (2009). *Gatekeeping theory*. Routledge.
- Siebert, F. S., Peterson, T., & Schramm, W. (1956). *Four theories of the press*. University of Illinois Press.
- Tandoc Jr, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “fake news”: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153.

“สื่อภูมิภาค” ไม่ต้องปรับตัว แค่กลับไปอยู่จุดเดิม เพิ่มเติมคือเจาะลึกมากขึ้น

ผู้เขียน : กันณพงศ์ ก.บัวเกษร
Founder สำนักข่าวนครเชียงใหม่ และ
Business - Group Head MBCS Thailand
(Mediabrand Contents Studio)



ผู้เรียบเรียง : มนรัตน์ ก.บัวเกษร
Co-Founder สำนักข่าวนครเชียงใหม่



หากสื่อท้องถิ่นยังสามารถกลับไปยืนอยู่ในจุดที่เคยเป็น “คนในพื้นที่ ที่เข้าใจพื้นที่ตนเองดี” และสร้างสรรค์เนื้อหาข่าวอย่างมีคุณภาพ โดยไม่ต้องพึ่งพากระแสทุกครั้ง นั้นย่อมเป็นกลยุทธ์สื่อในมิติทางการตลาดที่จะสามารถดึงดูดให้อ่านติดตามข่าวสารของเราในรูปแบบที่ยั่งยืน เป็นสูตรลับที่จะต้องทดสอบต่อไป เพราะความสำเร็จนั้น เราไม่ได้เป็นคนพูดเอง แต่จะต้องเป็นคนอื่นที่พูดถึงเรา



►► เมื่อการเปลี่ยนแปลงไม่ใช่คำตอบเดียว

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา คำว่า “ปรับตัว” ถูกใช้กับทุกวงการ ไม่เว้นแม้แต่วงการสื่อมวลชน โดยเฉพาะ “สื่อภูมิภาค” หรือ “สื่อท้องถิ่น” ที่มักจะถูกผลักดันให้เปลี่ยนแปลงตัวเอง เพื่อให้เข้ากับยุคดิจิทัล การแข่งขันของแพลตฟอร์มออนไลน์ และพฤติกรรมผู้บริโภคข่าวที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว แต่ในขณะที่ทุกคนวิงวอน “การเปลี่ยนแปลง” สื่อภูมิภาคอาจไม่จำเป็นต้องปรับตัวไปจนเสียตัวตน เพราะสิ่งที่สื่อภูมิภาค

ควรทำ อาจเป็นเพียงการ “กลับไปยืนในจุดเดิม” จุดที่เคยยืนอย่างมั่นคงในฐานะผู้ส่งสารจากชุมชน สู่ชุมชน และเพื่อชุมชนอย่างแท้จริง

►► สื่อภูมิภาคกับความเข้าใจที่ตลาดเคลื่อน

หลายคนในปัจจุบันเข้าใจว่าสื่อภูมิภาคคือ “กระบอกเสียงของหน่วยงานราชการ” หรือ “ประชาสัมพันธ์ข่าวจังหวัด” เป็นหลัก ความเข้าใจนี้ไม่ใช่เรื่องผิดทั้งหมด เพราะ

ช่วงเวลาหนึ่งสื่อท้องถิ่นจำนวนไม่น้อยถูกใช้เพื่อการเผยแพร่กิจกรรมของภาครัฐ จนผู้คนหลงลืมว่าสื่อเหล่านี้เคยมีบทบาทมากกว่านั้น

ในอดีต สื่อภูมิภาคคือ “หมาเฝ้าบ้าน” (watchdog) ที่คอยจับตาความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในท้องถิ่น เป็นกระบอกเสียงแทนชาวบ้าน เป็นผู้เปิดโปงโครงการทุจริตระดับพื้นที่ และเป็นผู้ส่งต่อประเด็นสำคัญจากท้องถิ่นไปสู่สื่ออื่น ๆ ในระดับประเทศและระดับโลก การรายงานข่าวจากพื้นที่อย่างเจาะลึกและจริงใจ คือสิ่งที่ทำให้สื่อภูมิภาคแตกต่างจากสื่ออื่น

►► เมื่อใครก็เป็น “ผู้ส่งสาร” ได้

ยุคของโซเชียลมีเดียได้เปิดโอกาสให้ใครก็ตามสามารถเป็น “ผู้ส่งสาร” หรือ “นักข่าว” ได้ เพียงแค่มีโทรศัพท์มือถือหนึ่งเครื่อง ทุกคนสามารถรายงานสด หรือเผยแพร่คลิปวิดีโอ พร้อมเขียนเล่าเหตุการณ์ได้อย่างอิสระ โดยไม่ต้องผ่านบรรณาธิการ หรือกระบวนการกลั่นกรองใด ๆ

ในด้านหนึ่ง มันคือพลังของการสื่อสารที่กระจายตัวและเข้าถึงง่าย แต่อีกด้านหนึ่ง มันคือความเสี่ยงต่อข้อมูลข่าวสารที่อาจจะเกิดการผิดพลาด บิดเบือน หรือมีเจตนาอื่นแอบแฝง ซึ่งทำให้ผู้บริโภคข่าวสารเกิดการสับสนและตัดสินใจผิดพลาด นี่จึงเป็นโอกาสสำคัญที่ “สื่อภูมิภาค” ควรกลับมาเป็นเป็นหลัก ยืนยันบทบาทของการเป็น “แหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือ” ที่ส่งต่อมาจากคนในพื้นที่จริง ๆ

►► จุดยืนเดิมที่ไม่ใช่จุดด้อย

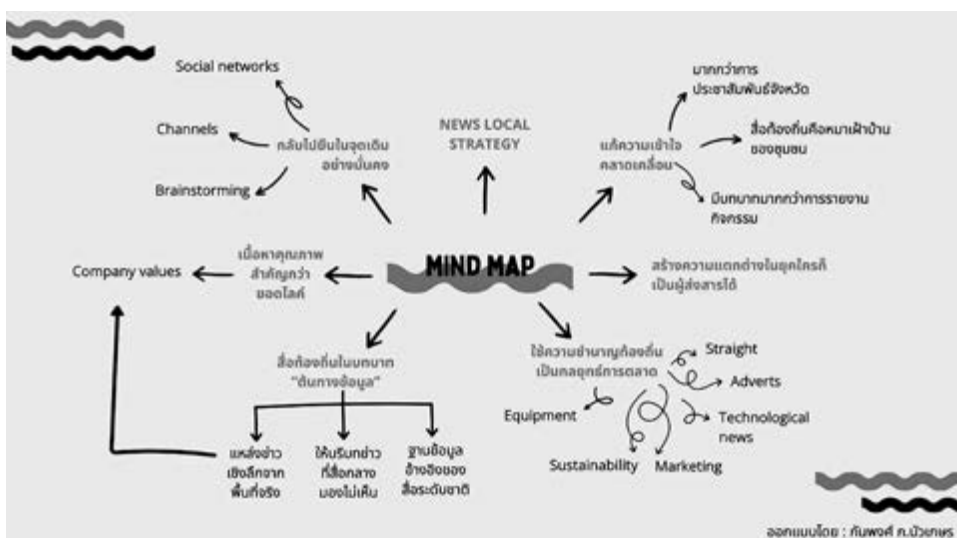
ในโลกยุคที่ใครก็สามารถเป็นผู้ส่งสารได้ เพียงแค่มีโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ต สื่อภูมิภาคจึงถูกบีบให้ต้องตั้งคำถามกับตัวเองว่า “เรายังมีความสำคัญอยู่ไหม?” หลาย

คนเชื่อว่าสื่อท้องถิ่นต้องปรับตัว ต้องเปลี่ยนแปลง แต่ในความเป็นจริง บางทีสิ่งที่สื่อภูมิภาคควรทำ ไม่ใช่การปรับตัวให้เปลี่ยนเป็นสิ่งใหม่ แต่คือการกลับไปยืนในจุดเดิม จุดที่เคยเป็นแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ จุดที่เคยสะท้อนเสียงของชุมชนโดยไม่ต้องอิงกับยอดไลก์หรืออัลกอริทึมใด ๆ

สื่อท้องถิ่นในอดีตอาจไม่รู้จำนวนผู้อ่านที่แน่นอน ไม่มี dashboard ให้เช็กว่าใครอ่านกี่นาที แต่กลับได้รับความเชื่อถือและเป็นที่จดจำในระดับประเทศ เพราะเนื้อหาถูกสร้างบนบรรทัดฐานของความเข้าใจพื้นที่อย่างลึกซึ้ง และไม่หวั่นไหวไปตามกระแส หาก “การอยู่ที่นี่” หมายถึงการอยู่กับชุมชน รู้จักทุกซอกทุกมุม รู้ว่าใครเป็นใคร และสามารถสืบหาที่มาที่ไปได้ลึกกว่าใคร “การไม่เปลี่ยน” จึงอาจเป็นกลยุทธ์ที่ทรงพลังที่สุดในวันที่โลกกำลังเปลี่ยนไป

►► ภาษาง่าย ๆ ไม่ใช่ความด้อย แต่คือกลยุทธ์สื่อบนตลาดของผู้อ่าน

ในยุคที่คนจำนวนมากไม่ต้องการภาษาทางการหรือคำศัพท์ทางวิชาการที่ฟังแล้วไกลตัว สื่อภูมิภาคจึงมีความได้เปรียบในเรื่องของภาษาที่เข้าใจง่ายเป็นกันเอง เหมือนเล่าให้เพื่อนฟัง ทำให้ผู้รับสารรู้สึกเข้าถึงง่ายขึ้น ๆ ได้อย่างแท้จริงแน่นอนว่าการเล่าเรื่องในวงเพื่อนยังคงเป็นสิ่งที่ทรงพลังที่สุด เพราะมันเป็นการสื่อสารจากใจจริง ไม่เสแสร้ง ซึ่งการใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายเป็นกันเองเช่นนี้ จึงทำให้เนื้อหาข่าวสารสามารถเข้าถึงผู้รับสารในระดับที่ “สื่อกลาง” หรือสื่อระดับชาติอาจทำไม่ได้ และนี่ก็เป็นอีกหนึ่ง กลยุทธ์การตลาดยุคใหม่ (Marketing Strategy) ที่เน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระดับบุคคล การใช้ภาษาง่าย-ชัดเจน-ตรงใจ กลายเป็นแนวทางที่แบรนด์ใหญ่ทั่วโลกให้ความสำคัญ เพราะ



ภาพ: Mind Map “NEWS LOCAL STRATEGY 2025”
โดย กันณพงศ์ ก.บัวเกษร

การเข้าใจคนฟังคือหัวใจของการตลาดที่แท้จริง สื่อภูมิภาคก็เช่นกัน หากใช้ภาษาที่ผู้คนเข้าใจ แปลว่าเราเข้าใจผู้คน และเมื่อเราเข้าใจผู้คน ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับชุมชนก็จะยิ่งแน่นแฟ้นมากยิ่งขึ้น

►► จากนักข่าวท้องถิ่นสู่ “ต้นทางข้อมูล”

การทำหน้าที่เพียงเผยแพร่ข่าวสารอาจไม่เพียงพออีกต่อไป สื่อภูมิภาคควรเปลี่ยนบทบาทจาก “ผู้เล่า” มาเป็น “ผู้ให้บริบท” และ “ผู้วางข้อมูลพื้นฐาน” ให้กับสื่ออื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อกลาง เพจข่าว อินฟลูเอนเซอร์ หรือ KOL (Key Opinion Leader) ที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก

สื่อภูมิภาคสามารถเป็นแหล่งข้อมูลอ้างอิง (source) ที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ เพราะอยู่ในพื้นที่จริง มีเครือข่ายมีความเข้าใจสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมไปถึงมีประสบการณ์อยู่กับชุมชนมาเป็นเวลานาน การรายงานของสื่อท้องถิ่นที่ใส่บริบทเชิงลึก (contextual journalism) จึงสามารถต่อยอดให้สื่ออื่น ๆ สื่อสารได้อย่างรอบด้านและน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ในยุคที่ข้อมูลปลอมถูกส่งต่อเป็นเรื่องปกติ ความเป็น “คนในพื้นที่” ของสื่อภูมิภาคคือจุดแข็งที่ไม่อาจลอกเลียนแบบได้ ข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน และมีบริบทของท้องถิ่นอยู่เบื้องหลัง สามารถช่วยให้คนในพื้นที่และคนนอกพื้นที่เข้าใจในเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้ดีกว่าการ “รายงาน” เพียงแค่เหตุการณ์เท่านั้น

เมื่อสื่อภูมิภาคไม่เพียงเล่าข่าว แต่สามารถเล่าที่มาที่ไป สะท้อนบริบท และสรุปข้อมูลได้อย่างเป็นกลางเพื่อให้ผู้อ่านได้ใช้วิจารณญาณในการตัดสินใจเอง จุดนี้เองจึงเป็นจุดที่สื่อท้องถิ่นจะสามารถยืนหยัดอยู่ได้ แม้ในยุคที่โซเชียลมีพลัมมหาศาล

►► การกลับไป “ตั้งใจ” ทำเนื้อหาข่าวให้เจาะลึก มากกว่าวิ่งตามยอดโลก

หากมองให้ลึกลงไป เราจะพบว่า ยอดโลก หรือยอดวิวในโลกออนไลน์อาจไม่ใช่ตัวชี้วัดคุณค่าที่แท้จริงของเนื้อหา ยุคหนึ่งที่สื่อภูมิภาคผลิตหนังสือพิมพ์เป็นแผ่นกระดาษ แม้ไม่มีตัวเลขยืนยันว่าใครอ่าน แต่สิ่งที่เกิดขึ้นคือคนในพื้นที่พูดถึงข่าวนั้นในทุก ๆ วงประชุม ในตลาด หรือแม้แต่ในครอบครัว เนื้อหาที่มีคุณภาพไม่จำเป็นต้องมียอดแชร์หลักหมื่น เพราะคุณค่าของข่าวสารคือการ “ส่งต่อทัศนคติ” มากกว่าการ “เปลี่ยนใจ” ของใคร การกลับไปใส่ใจรายละเอียด การลงพื้นที่จริง การสัมภาษณ์ทั้งสองฝ่าย และการไม่เขียนข่าวตัดสินแทนคนอ่าน คือหัวใจของการผลิตสื่อที่ทรงพลัง



►► การกลับไปสู่แก่นเดิม เพื่อก้าวไปข้างหน้า

สื่อภูมิภาคไม่ได้ต้องการแค่การปรับตัวเพื่อให้อยู่รอดในยุคดิจิทัล หากแต่ต้องกลับไปหาความตั้งใจเดิมที่ก่อตั้งสื่อขึ้นมา ความตั้งใจที่อยากจะให้บ้านเมืองดีขึ้น อยากให้คนในพื้นที่รู้เท่าทันเหตุการณ์ และอยากเป็นกระบอกเสียงที่สะท้อนความจริงจากรากฐานของชุมชน เมื่อเรากลับไปเป็น “แหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้” สื่ออื่น ๆ ก็จะกลับมาอ้างอิงเราอีกครั้ง เมื่อเรากลับไปพูดกับผู้คนด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย ชาวบ้านก็จะเปิดใจฟัง เมื่อเรากลับไปทำงานด้วยความตั้งใจ ไม่ใช่แค่เพื่อยอดโลก แต่เพื่อสร้างคุณค่าจริง ๆ นั่นคือการอยู่รอดอย่างยั่งยืนของสื่อภูมิภาคในโลกยุคใหม่

►► เสริมกลยุทธ์สื่อแบบเดิม สู่การพูดถึงในมิติทางการตลาด กับเนื้อหาที่ฝังอยู่ในท้องถิ่น

ถ้าจะให้สื่อภูมิภาคมีชีวิตยืนยาวในโลกดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างฉับไว ต้องคิดในเชิงกลยุทธ์ด้วย โดยเฉพาะการนำหลักการ Content Marketing มาปรับใช้ เช่น การผลิตซีรีส์ การผลิตข่าวเชิงลึกที่ต่อเนื่อง การเปิดพื้นที่ให้ชาวบ้านได้มีบทบาทเป็นผู้เล่าเรื่องเอง หรือแม้แต่การเชื่อมโยงเนื้อหากับอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น ภาษาถิ่น อาหารถิ่น วัฒนธรรมท้องถิ่น และภูมิปัญญาท้องถิ่น

เมื่อสื่อสามารถทำให้ “ข้อมูล” กลายเป็น “ประสบการณ์” ที่ผู้คนในสังคมรู้สึกมีส่วนร่วม ย่อมสร้างความผูกพันที่ลึกซึ้งเกินกว่าการอ่านผ่านตา ความสัมพันธ์นั้นคือทุนทางสังคม (Social Capital) ที่แข็งแกร่ง และเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังที่สุดในการสร้างฐานคนอ่านอย่างยั่งยืน สิ่งนี้คือ “กลยุทธ์สื่อ” ที่สอดคล้องกับ Marketing Funnel ในขั้นของ awareness และ consideration เพราะคนไม่ได้ตัดสินใจทันที แต่เขาจะจำว่าแหล่งข่าวนี้ให้ข้อมูลครบ รอบด้าน และมีน้ำหนักเพียงพอที่จะนำไปสู่การตัดสินใจด้วยตนเอง



เมื่อสื่อถูกขับเคลื่อนด้วยอัลกอริทึม : ความท้าทายใหม่ของสื่อในยุคดิจิทัล



ระวี ตะวันธรงค์

ที่ปรึกษาศาสนาผู้ผลิตข่าวออนไลน์
กรรมการผู้จัดการ บริษัท โซเชียลแบรนด์ จำกัด

ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน อุตสาหกรรมสื่อกำลังเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ที่ซับซ้อนและท้าทาย อัลกอริทึมบนแพลตฟอร์มดิจิทัลได้กลายเป็นตัวแปรสำคัญที่กำหนดวิธีการผลิต เผยแพร่ และบริโภคข่าวสาร ซึ่งนำมาทั้งโอกาสและความเสี่ยงที่ต้องพิจารณาอย่างรอบด้าน อัลกอริทึมเหล่านี้ ซึ่งเป็นกลไกหลักในการจัดอันดับและคัดกรองเนื้อหาบนแพลตฟอร์มอย่างเฟซบุ๊ก กูเกิล และทวิตเตอร์ มีอิทธิพลอย่างมากต่อการมองเห็นและการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้ ในด้านหนึ่ง อัลกอริทึมช่วยให้สื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้กว้างขวางขึ้น และสร้างรายได้ผ่านการปรับแต่งเนื้อหาให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม

ในอีกด้านหนึ่ง อัลกอริทึมก็สร้างความเสี่ยงและความท้าทายเชิงระบบที่สำคัญ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาความไม่โปร่งใส การเซ็นเซอร์เนื้อหาโดยอำเภอใจ หรือการเลือกปฏิบัติ นอกจากนี้ อัลกอริทึมยังมีส่วนเกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ “ข่าวปลอม” โดยอาจขยายผลข้อมูลที่ผิดพลาดหรือบิดเบือน ทำให้เกิดความเข้าใจผิดและความแตกแยกในสังคม

ท่ามกลางความท้าทายจากอัลกอริทึม อุตสาหกรรมสื่อทั่วโลกยังต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงที่ซับซ้อนในด้านอื่นๆ อีกมากมาย วิฤตศรัทธาในสื่อเป็นประเด็นสำคัญที่น่ากังวล โดยมีปัจจัยหลายประการที่ทำให้ความไว้วางใจของสาธารณชนต่อสื่อลดลง ไม่ว่าจะเป็นการเมืองแบบแบ่งขั้ว การแพร่กระจายของข้อมูลที่ผิดพลาด หรือการรับรู้ถึง

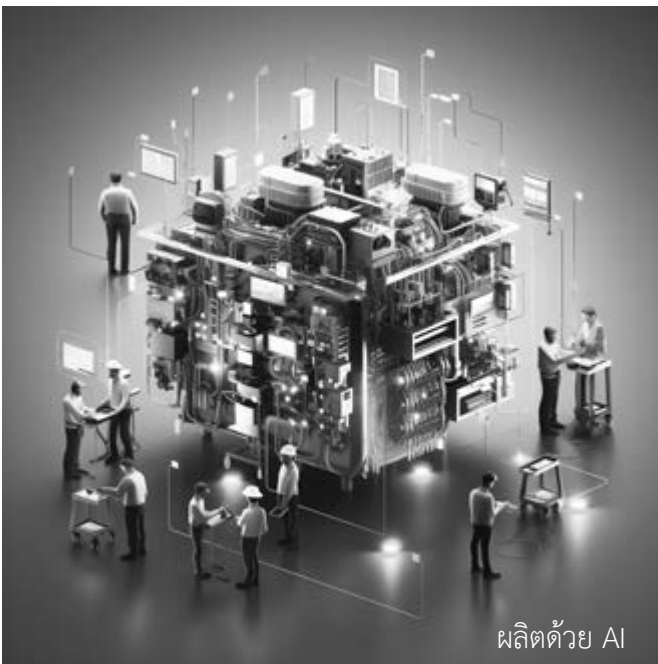
ความล่าช้าของสื่อ วิกฤตศรัทธาที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถของสื่อในการทำหน้าที่เป็น “ผู้เฝ้าระวัง” และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพลเมือง

นอกจากนี้ สื่อยังต้องเผชิญกับความผันผวนทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล ซึ่งส่งผลกระทบต่อรูปแบบธุรกิจดั้งเดิมและทำให้การสร้างรายได้เป็นไปได้ยากขึ้น การแข่งขันจากแพลตฟอร์มดิจิทัลและการลดลงของรายได้จากการโฆษณาเป็นความท้าทายที่สำคัญที่สื่อต้องหาทางรับมือ

ที่สำคัญ การที่เสรีภาพของสื่อทั่วโลกยังถูกคุกคามมากขึ้น จากการแทรกแซงทางการเมือง การเซ็นเซอร์ และการคุกคามนักข่าว ซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพของข้อมูลข่าวสารและการทำงานของระบอบประชาธิปไตย

ในขณะที่สื่อกำลังดิ้นรนกับความท้าทายเหล่านี้ เทคโนโลยีใหม่ ๆ ก็เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็นปัญญาประดิษฐ์ (AI) การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) เทคโนโลยีบล็อกเชน หรือเทคโนโลยีเสมือนจริง (VR/AR) เทคโนโลยีเหล่านี้มีศักยภาพในการปฏิวัติอุตสาหกรรมสื่อในหลายด้าน ตั้งแต่การสร้างเนื้อหาอัตโนมัติ การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ ไปจนถึงการสร้างประสบการณ์การเล่าเรื่องที่สมจริงและดึงดูดใจ

อย่างไรก็ตาม เทคโนโลยีเหล่านี้มาพร้อมกับความเสี่ยงและความท้าทายเชิงจริยธรรมที่ต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาอคติของอัลกอริทึม การละเมิดความเป็นส่วนตัว หรือการทดแทนแรงงานมนุษย์



เพื่อนำทางสู่อนาคตที่ยั่งยืน อุตสาหกรรมสื่อจำเป็นต้องมีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงในหลายด้าน องค์กรสื่อต้องพัฒนากลยุทธ์ใหม่ๆ เพื่อความอยู่รอดและความสำเร็จ ไม่ว่าจะเป็นการกระจายแหล่งรายได้ การลงทุนในทักษะดิจิทัล หรือการสร้างความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ นวัตกรรมจะมีบทบาทสำคัญในการสร้างรูปแบบธุรกิจใหม่ๆ และสร้างความแตกต่างในตลาดที่มีการแข่งขันสูง

ขณะเดียวกัน นโยบายสาธารณะก็มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมระบบนิเวศสื่อที่หลากหลาย ยั่งยืน และเป็นอิสระ โดยหน่วยงานกำกับดูแลต้องเข้ามาจัดการกับความท้าทายที่เกิดจากแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น การผูกขาด การแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม และการเผยแพร่ข้อมูลที่ผิดกฎหมาย ที่สำคัญที่สุดคือ ความร่วมมือระหว่างองค์กรสื่อ ภาคประชาสังคม นักวิชาการ และผู้กำหนดนโยบาย เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการแก้ไขความท้าทายร่วมกันและสร้างอนาคตที่ดีกว่าสำหรับสื่อ

โดยสรุป อุตสาหกรรมสื่อในยุคดิจิทัลกำลังเผชิญกับความท้าทายและความเปลี่ยนแปลงที่ซับซ้อน ซึ่งต้องการการวิเคราะห์ที่รอบด้าน การปรับตัวอย่างสร้างสรรค์ และความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เพื่อสร้างระบบนิเวศสื่อที่ยั่งยืน เป็นอิสระ และสามารถตอบสนองความต้องการของสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อนาคตข่าวคุณภาพในยุคสงครามอัลกอริทึม



ผู้เขียน: ว่าที่ ร.ต. ชาทรี อัจฉริยะบดี
Director of Digital Strategy
Matichon Group

ในยุคที่โลกเต็มไปด้วยความผันผวน (Volatility) ความไม่แน่นอน (Uncertainty) ความซับซ้อน (Complexity) และความคลุมเครือ (Ambiguity) หรือที่เรียกรวมกันว่า “VUCA World” อุตสาหกรรมสื่อในปัจจุบันต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและซับซ้อน การพัฒนาทางเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดดทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคสื่อเปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิง อัลกอริทึมของโซเชียลมีเดียและเครื่องมือค้นหา กลายเป็นตัวกำหนดว่าข่าวหรือเนื้อหาใดจะถูกนำเสนอแก่ผู้บริโภค มากกว่าสื่อมืออาชีพจะเป็นผู้กำหนดทิศทางการความสนใจของสังคมเหมือนในอดีต

ท่ามกลางกระแสข้อมูลมหาศาลที่ถาโถมสู่ผู้บริโภคผ่านช่องทางต่าง ๆ สื่อมืออาชีพต้องปรับตัวอย่างรวดเร็วเพื่อรักษาความน่าเชื่อถือและบทบาทของตนในสังคม ผู้บริโภคสามารถเลือกเสพข่าวได้จากหลากหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นจากสื่อดั้งเดิม หรือจากอินฟลูเอนเซอร์ ตลอดจนบุคคลทั่วไปที่เป็นผู้สร้างข่าวขึ้นมาเอง การแข่งขันในอุตสาหกรรมสื่อจึงสูงขึ้นอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน ส่งผลให้องค์กรสื่อต้องพัฒนาแนวทางที่หลากหลาย ไม่เพียงแต่การสร้างข่าวหรือเนื้อหาที่มีคุณภาพ แต่ยังต้องคำนึงถึงการบริหารแพลตฟอร์ม การสร้างแบรนด์ การตลาด และการหารายได้

►► ความสมดุลระหว่างคุณภาพและยอดเข้าชม

ในฐานะผู้ที่ทำงานด้านพัฒนาเนื้อหาในองค์กรสื่อ สิ่งที่สร้างความภาคภูมิใจเสมอ คือการเห็นเว็บไซต์ข่าวหรือแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียเติบโตจากข่าวหรือบทความที่มีคุณภาพ ได้รับความสนใจเพราะเนื้อหา มีความเกี่ยวข้องกับชีวิตของผู้บริโภค (Relevance) ไม่ว่าจะสถิติดังกล่าวจะมาจากเผยแพร่บนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียจนกลายเป็นไวรัล หรือ

การเข้ามาที่คอนเทนต์จากเครื่องมือค้นหาที่มีการวางกลยุทธ์เผยแพร่ไว้ด้วยตัวผู้บริโภคเอง ความสำเร็จดังกล่าวสะท้อนถึงคุณค่าของงานข่าวที่มีคุณภาพและผลลัพธ์ที่ดีในการพัฒนาเนื้อหา

อย่างไรก็ตาม เมื่อการแข่งขันในอุตสาหกรรมสูงมากขึ้น จึงพบว่า การเติบโตของเว็บไซต์ข่าวหรือแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียในปัจจุบันไม่ได้มาจากข่าวที่มีคุณภาพเสมอไป บางครั้งมีการนำเสนอเนื้อหาบางประเภทผสมผสานกับการใช้เทคนิคและลูกเล่นต่าง ๆ ในการกระตุ้นให้เกิดการคลิก เช่น การพาดหัวข่าวที่ล่อแหลม การนำเสนอภาพหรือคลิปวิดีโอจากดาราค้นดัง การแปลงคลิปเป็นข้อความจากโพสต์ของคนดังหรืออินฟลูเอนเซอร์ที่กำลังเป็นกระแส, ข่าวหวยเลขเด็ดที่มักจะได้รับความนิยมทุกต้นและกลางเดือน หรือแม้แต่เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคลหรือความเชื่อแปลก ๆ ในสังคมมานำเสนอ โดยมุ่งเน้นการเพิ่มสถิติอย่างรวดเร็วเพื่อตอบโจทย์การวัดผลทั้งจำนวนผู้เข้าชมและผู้ติดตาม เพื่อนำตัวเลขเหล่านี้ไปสู่การหารายได้ต่อไป

แม้ข่าวไวรัลหรือคอนเทนต์อิงกระแสที่เต็มไปด้วยเทคนิคต่าง ๆ จะดึงดูดความสนใจผู้ชมและสร้างยอดเข้าชมได้จำนวนมากในระยะสั้น แต่กระแสเหล่านี้มักมาเร็วและไปเร็ว เมื่อหมดกระแส สถิติก็ลดลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้คนทำงานสื่อต้องหมกมุ่นกับการทำสถิติให้สูงในแต่ละวัน จนอาจจะเลยการทำงานข่าวที่มีคุณค่า และไม่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือต่อผู้บริโภคในระยะยาว

อย่างไรก็ตาม จากประสบการณ์การวิเคราะห์ข้อมูลหลังบ้านของแพลตฟอร์มข่าวหลายแห่ง พบว่า “**ข่าวที่มีคุณภาพ**” สามารถสร้างการเติบโตให้แก่เว็บไซต์ข่าวหรือแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียได้ในระยะยาว ตัวอย่างเช่น

1. **บทวิเคราะห์หรือรายงานพิเศษที่เกี่ยวข้องกับกระแสสังคม** เช่น วิเคราะห์ผลกระทบจากนโยบายของรัฐที่มีต่อประชาชน เป็นต้น ซึ่งเป็นการต่อยอดมาจากข่าวกระแสซึ่งมักมีสถิติการใช้เวลาอยู่บนหน้าเว็บไซต์ (Time on Page) นานกว่าค่าเฉลี่ยปกติ และสามารถทำให้จำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ครั้งแรก (New Users) เพิ่มขึ้น

2. **Evergreen Content** หรือเนื้อหาที่มีคุณค่าและมีแนวโน้มการค้นหาต่อเนื่อง เช่น วิธีคำนวณและยื่นภาษี เป็นต้น เนื้อหาลักษณะนี้แม้จะไม่ได้เป็นกระแสโดดเด่น แต่สามารถสร้างสถิติการเข้าชมจากเครื่องมือค้นหา (Organic Search) ได้สูง เป็นรูปแบบเนื้อหาที่ช่วยสร้างฐานผู้ชมและผู้ติดตามในระยะยาว

3. **เนื้อหาที่มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ (Niche Audience)** เช่น ข่าวหรือเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกลุ่ม LGBTQ+ กลุ่มคนรักสัตว์ หรือกลุ่มวัยรุ่น เนื้อหาเหล่านี้ แม้จะ



มีสถิติการเข้าชมไม่สูงมาก แต่มักได้รับความสนใจจากการมีส่วนร่วม (Engagement) สูง เช่น การแชร์เนื้อหาในกลุ่มชุมชนออนไลน์หรือกลุ่มเฉพาะทาง เพิ่มสถิติแหล่งที่มาการเข้าเว็บไซต์ที่มาจากเว็บไซต์อื่น (Referral Traffic) รวมถึงการแสดงความคิดเห็นและการบันทึกเก็บไว้อ่านภายหลัง

เนื้อหาเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่า การผลิตข่าวที่มีคุณค่าเป็นจุดเด่นที่แสดงถึงความเชี่ยวชาญของสื่อมืออาชีพ แม้ว่าข่าวเหล่านี้จะไม่สามารถสร้างกระแสไวรัลได้ในทันที แต่กลับสามารถสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว และสร้างผลลัพธ์เชิงบวกที่ทำให้ผู้บริโภคจดจำสื่อได้ สิ่งเหล่านี้สะท้อนภาพลักษณ์ของสื่อมืออาชีพที่ยังคงยึดมั่นในข่าวคุณภาพ ที่สร้างความเปลี่ยนแปลงและให้คุณค่าต่อสังคม พร้อมทั้งรักษาสমดุลระหว่างมาตรฐานของข่าวและจำนวนผู้เข้าชมในยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

►► กลยุทธ์สำหรับสื่อในยุคดิจิทัลที่ผันผวน

ในระยะยาว สื่อที่มีความน่าเชื่อถือและคุณค่าต่อสังคมจะสามารถแข่งขันและคงอยู่ได้อย่างมั่นคงในโลกดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การแข่งขันในปัจจุบันจึงไม่ได้อยู่แค่การผลิตข่าวที่ดีของสื่อมืออาชีพอีกต่อไป มีอีกหลายปัจจัยและอีกหลายส่วนงาน เข้ามามีบทบาทสำคัญในการคิดและการสร้างสรรค์ในการทำงานสื่อ โดยมีเป้าหมายร่วมกันคือทำให้ข่าวไปถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและ



สามารถสร้างรายได้ในระยะยาว องค์กรสื่อจำเป็นต้องพัฒนากลยุทธ์ที่ครอบคลุมโดยอาจแบ่งได้ดังนี้

1. การพัฒนาเนื้อหา (Content Development)

การพัฒนาเนื้อหาในยุคดิจิทัลจำเป็นต้องขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data-Driven) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก (In-depth Data Analysis) จึงมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของสื่อ ทั้งในแง่ของเนื้อหาที่ได้รับความนิยมและช่องทางที่ผู้บริโภคใช้เข้าถึงข้อมูล เพื่อออกแบบการนำเสนอที่เหมาะสม และคงไว้ซึ่งคุณค่าของงานข่าว ตอบโจทย์ทั้งด้านคุณภาพและประสิทธิภาพ พร้อมทั้งลดการพึ่งพากระแสไวรัลที่ไม่ยั่งยืน

การวัดประสิทธิภาพ เช่น การมีส่วนร่วม (Engagement) ช่วยบ่งชี้ว่าผู้อ่านให้ความสนใจกับเนื้อหาแค่ไหน ร่วมกับการดูแนวโน้มสถิติในระยะยาว เช่น รายสัปดาห์ รายเดือน รายไตรมาส และรายปี จะช่วยให้เห็นทิศทางและประเมินแนวโน้มการเติบโตได้ดียิ่งขึ้น ขณะเดียวกัน การเปรียบเทียบแหล่งที่มาของสถิติเว็บไซต์ (Traffic Sources) ก็เป็นส่วนสำคัญ ที่ช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมในการเข้าถึงเนื้อหา ตัวอย่างเช่น เช่น ข่าวการเมืองมักมีสถิติการเข้าถึงสูงจากโซเชียลมีเดียมากกว่าการค้นหา ซึ่งข้อมูลลักษณะนี้ช่วยปรับกลยุทธ์เนื้อหาได้อย่างมั่นใจมากขึ้น เป็นต้น

2. การบริหารแพลตฟอร์ม (Platform Management)

เนื้อหาที่ดีเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ หากขาดการบริหารแพลตฟอร์มที่มีประสิทธิภาพ เว็บไซต์ข่าวต้องมีโครงสร้างที่รองรับ SEO เพื่อให้เข้าถึงง่าย แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียต้องนำเสนอข่าวในรูปแบบที่เหมาะสม เช่น คลิปวิดีโอ แนวตั้งที่มีเนื้อหาสั้นกระชับและตรงประเด็น การทำความเข้าใจในอัลกอริทึมของโซเชียลมีเดียและเครื่องมือค้นหา และแนวทางปฏิบัติของชุมชนบนโซเชียลมีเดีย (Community Guidelines) หรือการเพิ่มเติมศักยภาพใหม่ให้กับเว็บไซต์ข่าว เช่น ระบบสมาชิก (Membership) หรือ AI ช่วยคัดกรองและแนะนำเนื้อหา ตามความสนใจของสมาชิกแต่ละคน

3. การตลาดและการสร้างแบรนด์ (Marketing & Branding)

การตลาดมีบทบาทสำคัญในการทำให้เนื้อหาข่าวที่อยู่บนแพลตฟอร์มไปถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย การใช้กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล เช่น Social Media Marketing หรือ Email Marketing สามารถช่วยเพิ่มการเข้าถึงและสร้างการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคได้ นอกจากนี้การสร้างแบรนด์สื่อที่แข็งแกร่งจะช่วยให้ผู้บริโภคจดจำและให้ความไว้วางใจในระยะยาว

4. การสร้างรายได้ที่ยั่งยืน (Sustainable Revenue)

นอกจากการพัฒนาเนื้อหา การบริหารแพลตฟอร์ม การทำการตลาดและสร้างแบรนด์แล้ว ทั้งหมดนำไปสู่โอกาสในการสร้างรายได้จากโฆษณาและการขาย ไม่ว่าจะเป็นโฆษณาแบบดิสเพลย์ (Display Ads), โฆษณาแบบเนทีฟ (Native Ads), หรือทีมขายขายงานโฆษณาโดยตรง (Direct Sale) หรือการพัฒนาแบบการหารายได้ใหม่ ๆ เช่น การเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Partnerships) เพื่อเพิ่มโอกาสในการหารายได้จากกลุ่มเป้าหมายที่สอดคล้องกัน เช่น การจัดอีเวนต์ เป็นต้น หรือแม้กระทั่งการหารายได้จากระบบสมาชิก (Subscription) บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อสร้างมูลค่าที่มั่นคงและยั่งยืนจากฐานผู้ติดตาม ลดการพึ่งพาการขายโฆษณาเพียงอย่างเดียว

นอกจากนี้การทำงานร่วมกันของคนข่าวและฝ่ายหารายได้ เข้าใจในข้อจำกัดและหาจุดร่วมระหว่างกันก็เป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้การขายโฆษณาไม่เป็นอุปสรรคต่อการทำงานด้านสื่อ

►► อนาคตของสื่อมืออาชีพในยุค VUCA

องค์กรสื่อในยุค VUCA World จำเป็นต้องมองไปข้างหน้าอย่างมียุทธศาสตร์และได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายในองค์กร เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจสื่อ ไม่เพียงแต่การผลิตข่าวสารที่มีคุณภาพ แต่ยังรวมถึงการบริหารแพลตฟอร์มดิจิทัล การทำการตลาดและสร้างแบรนด์เพื่อให้ธุรกิจสื่อสามารถเติบโตอย่างยั่งยืน

การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมสื่อในปัจจุบันจึงเป็นมากกว่าการปรับตัวเชิงเทคนิค แต่เป็นการกำหนดวิสัยทัศน์ใหม่ของสื่อมืออาชีพ ที่ต้องสร้างความแตกต่างในเชิงคุณภาพและพัฒนาแนวทางที่ช่วยให้สื่อสามารถเป็นมากกว่าผู้ส่งสาร แต่เป็นแหล่งข้อมูลที่สังคมเชื่อถือและไว้วางใจ

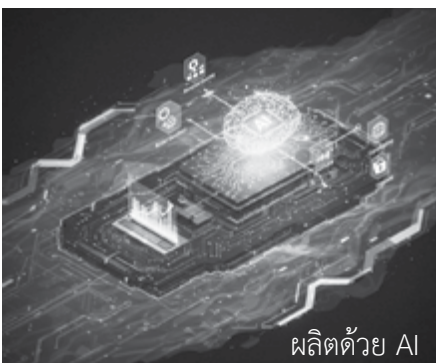
ความท้าทายของสื่อมืออาชีพ ในยุค VUCA World จึงไม่ได้อยู่ที่การวิ่งไล่ตามกระแส แต่คือการสร้างรากฐานที่มั่นคงเพื่อให้สื่อสามารถยืนหยัดได้อย่างยั่งยืนในโลกที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

AI โอกาส ความท้าทาย และการสร้างนิเวศสื่อที่ยั่งยืนในยุคดิจิทัล



ผู้เขียน: **ฐิติชัย อัญญะวัชร**

คณะทำงานยกร่างแนวปฏิบัติเอไอ/อนุกรมการ
ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสมาชิกสัมพันธ์



ในรอบปี พ.ศ. 2566 ต่อเนื่องถึงต้นปี 2568 ที่ผ่านมา เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI:เอไอ) ได้เข้ามามีบทบาทและสร้างแรงสั่นสะเทือนในแทบทุกอุตสาหกรรมทั่วโลก เช่นเดียวกับวงการสื่อสารมวลชนไทยที่กำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ กับความท้าทายต่อการเข้ามาของเอไอที่เข้ามามีบทบาทกำหนดทิศทางการทำงานของสื่อ กระบวนการผลิตเนื้อหา กลไกบริหารจัดการธุรกิจ กลไกกำกับดูแล อีกทั้งภูมิทัศน์ของสื่อมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว โดยได้รับอิทธิพลอย่างมากจากการเติบโตของสื่อสังคมออนไลน์และความนิยมที่เพิ่มขึ้นของการบริโภคเนื้อหาผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล

การเปลี่ยนแปลงนี้ได้สร้างทั้งความจำเป็นและโอกาสสำหรับองค์กรสื่อของไทยในการใช้ศักยภาพของเอไอ เพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้ชม และรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาดที่มีการแข่งขันสูง แต่การใช้เอไอ ยังมีจุดแข็งและจุดอ่อนของการนำมาใช้งานในบริบทของสื่อไทย ในสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการปรับเปลี่ยนเนื้อหาที่ขับเคลื่อนด้วยเอไอ และการผลิตสื่อ ทั้งภาคองค์กร บุคลากร และงบประมาณการลงทุน รวมถึงการจัดการกับข้อกังวลด้านจริยธรรมที่สำคัญ และส่งเสริมแนวทางการใช้งานเอไออย่างมีความรับผิดชอบ

นอกจากนี้ยังมีประเด็นการเพิ่มขึ้นของ Generative AI ยังคงก่อให้เกิดความกังวลเกี่ยวกับข้อมูลที่ผิดพลาดและการเกิดขึ้นของ Deepfake (ดิปเฟก) การใช้เอไอเพื่อสร้างวิดีโอ ภาพ และเสียงขึ้นมาใหม่ ซึ่งเป็นเทคนิคการปลอมแปลงข้อมูลด้วยเอไอผ่านการประมวลผลข้อมูลการเคลื่อนไหวทางกายภาพ ลักษณะใบหน้า หรือแม้กระทั่งเสียง ทำให้สามารถสร้างภาพและเสียงปลอมให้มีความสมจริง กระทำได้

แบบมนุษย์ จนแทบแยกไม่ออก โดยเป็นการรวมคำว่า Deep Learning และ Fake เข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งเป็นสื่อสังเคราะห์ที่สามารถบิดเบือนความเป็นจริงได้อย่างน่าเชื่อถือ โดยภัยคุกคามจากการผลิตเนื้อหาด้วยเทคโนโลยีดีพเฟก กำลังได้รับการพัฒนาและมีความสำคัญมากขึ้นในบทบาทหน้าที่ของสื่อ กับ “การตรวจสอบข้อมูล” (Fact-checking)

สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ จึงได้มีการจัดทำ แนวปฏิบัติการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ให้เป็นไปตามจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ. ๒๕๖๗ ที่ได้มีการประกาศใช้เมื่อวันที่ 14 ธันวาคม 2567 หลังจากทีประชุมคณะกรรมการสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ ครั้งที่ 10/2567 เมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2567 ได้เห็นชอบแนวปฏิบัติดังกล่าว



สามารถสแกน QR Code หรืออ่านจาก <https://www.presscouncil.or.th/regulation/10886>

แนวปฏิบัติเอไอ จัดทำขึ้นเพื่อเป็นกรอบให้สื่อมวลชน ผู้ปฏิบัติงานสื่อมวลชน และองค์กรสื่อ สามารถนำเอไอ มาใช้ในงานได้อย่างมีจริยธรรม โดยมีหลักการสำคัญที่เน้นย้ำถึงความรับผิดชอบ ความโปร่งใส และความถูกต้องของข้อมูล โดยแนวปฏิบัติได้ออกแบบตามหลัก 3 ส่วน คือ “จริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชน” “จรรยาบรรณสื่อมวลชน” และความสัมพันธ์ขององค์ประกอบในภูมิทัศน์สื่อที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้รับสาร ชุมชน และสังคม หรือ “นิเวศสื่อ” (Media Ecology)



ผลิตด้วย AI

อาทิ ประเภทและรูปแบบของสื่อ เทคโนโลยีการสื่อสาร พฤติกรรมการใช้สื่อและการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร สภาพเศรษฐกิจและการแข่งขันของสื่อมวลชน บทบาทและอิทธิพลของสื่อในสังคม กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสื่อ การกำกับดูแลสื่อมวลชน เป็นต้น เพื่อให้ผู้รับสาร ผู้บริโภคข่าวสาร เกิดความน่าเชื่อถือต่อเนื้อหาข่าว จากการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนและธุรกิจสื่อ แม้ว่าจะใช้ AI ในกระบวนการผลิตก็ตาม สื่อมวลชนยังคงทำหน้าที่ได้อย่างถูกต้อง มีความรับผิดชอบ เป็นธรรม ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณะ ส่งเสริมเกียรติคุณ รักษาชื่อเสียงของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน คำนึงถึงประโยชน์สาธารณะ มีความรับผิดชอบต่อกฎหมายและการกำกับดูแลให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ถึงแม้จะมีแนวปฏิบัติฯ ในการกำกับให้เป็นไปตามจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน ให้องค์กรสื่อ สื่อมวลชน นำไปปฏิบัติใช้ หรือ องค์กรสื่อได้มีการเปิดเผยข้อมูลว่า ได้นำเอไอ เข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างเนื้อหา ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของลายเซ็นผู้เขียน การระบุแหล่งที่มา หรือการใช้ลายน้ำดิจิทัล บันทึภาพ หรือ สร้างสื่อเสมือนแทนบุคคล เพื่อแสดงถึงความโปร่งใส รักษาความไว้วางใจของผู้ชม และมีความรับผิดชอบต่อมาตรฐานวิชาชีพขององค์กรสื่อมวลชน แต่การเปิดเผยดังกล่าว ก็ยังไม่สามารถให้ความเชื่อมั่นในการรับรองความถูกต้องและความเป็นกลางของเนื้อหาที่สร้างแก่ผู้บริโภคในบริบทของความเหลื่อมล้ำด้านทักษะเท่าทันสื่อและทักษะทางดิจิทัล

การใช้เอไอ ยังมีความท้าทายและความเสี่ยงที่ผู้ใช้งานต้องตระหนัก ด้วยเพราะเอไอมีความหลากหลายในการใช้งาน ยกต่อการควบคุมได้ “คนข่าว” บุคลากรในวิชาชีพสื่อมวลชน ผู้ปฏิบัติงานสื่อมวลชน ผู้สนับสนุนการปฏิบัติงานสื่อมวลชน/ผู้สนับสนุนงานข่าว จากเดิม คือ ผู้ผลิตเนื้อหาเพียงอย่างเดียว ได้ปรับบทบาทใหม่ไปสู่การเป็นผู้ดูแล ผู้ตรวจสอบ ผู้ตีความ และผู้ใช้เครื่องมือเทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด จำเป็นต้องเรียนรู้การใช้เครื่องมือเอไอ และมีความเข้าใจในเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง พัฒนาทักษะด้านเอไอ และ Digital Literacy หรือ ทักษะความเข้าใจและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ควบคู่ไปกับการใช้ทักษะของความเป็นมนุษย์ จากการฟัง พูด อ่าน เขียน กระบวนการจดจำ การสัมผัสด้วยประสาทสัมผัสทั้งทางกายและจิตใจ ในสิ่งที่เอไอไม่สามารถอธิบาย สื่อสาร ถ่ายทอดแทนได้ รวมถึงการเข้าถึงแหล่งข้อมูลทางกายภาพ การสืบสวนเชิงลึก การสัมภาษณ์ และการสร้างความสัมพันธ์ กับแหล่งข่าว ที่จะประมวลความคิด ความรู้สึก อารมณ์ ในการสื่อสารทางภาษา

ขณะเดียวกันแนวปฏิบัติเอไอ ยังได้มีกลไกการรับมือกับยุคเอไอ โดยออกแบบให้เกิดการพัฒนาในทุกมิติ และสร้างความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เพื่อพัฒนานิเวศสื่อที่ยั่งยืน

ได้แก่ องค์กรวิชาชีพและสมาคมวิชาชีพ ให้มีการจัดอบรม แลกเปลี่ยนความรู้ และเป็นเวทีกลางในการหารือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเอไอ ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากร เทคโนโลยี และทดลองใช้เอไออย่างมีความรับผิดชอบ พร้อมทั้งแบ่งปัน บทเรียนที่ได้ เปิดพื้นที่การทำงานร่วมกันระหว่างสถาบัน การศึกษา องค์กรวิชาชีพ และองค์กรสื่อ ผ่านการจัด โครงการร่วมกัน การฝึกงาน การให้คำปรึกษา การพัฒนา หลักสูตร ผลิตภัณฑ์ที่มีความพร้อม และทำงานวิจัยเพื่อสร้าง องค์ความรู้ หรือการสร้างแพลตฟอร์มแบ่งปันข้อมูล จะช่วยให้การพัฒนาในเวทีสื่อเป็นไปอย่างมีทิศทางและยั่งยืน



ผลิตด้วย AI

แนวปฏิบัติเอไอ ไม่ใช่ข้อจำกัดในการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ แต่เป็น “เครื่องมือและมาตรฐาน” เสมือนหลักยึด ที่ช่วยลดความสับสนและสร้างกรอบการทำงานที่มั่นคง ที่ช่วยให้สื่อมวลชนไทยสามารถนำเทคโนโลยีเอไอ มาใช้ให้เกิด ประโยชน์สูงสุด ในการส่งมอบข่าวสารและเนื้อหาที่มีคุณภาพ ถูกต้อง และน่าเชื่อถือ ก่อนนำเสนอเข้าสู่ช่องทางเผยแพร่ ใน รูปลักษณะต่าง ๆ ไปยังกลุ่มผู้รับสาร ประชาชน สังคมผู้ บริโภคข่าวสาร มั่นใจว่า ข่าว หรือ เนื้อหาข่าว ยังคงไว้ซึ่ง จริยธรรม มีความโปร่งใส มีการตรวจสอบความถูกต้องของ ข้อมูล รักษาความรับผิดชอบต่อมนุษย์ในทุกขั้นตอน และ การหลีกเลี่ยงการใช้เอไอ ในการสร้างเนื้อหาที่อาจก่อให้เกิด ความเสียหายหรืออคติ ของการทำหน้าที่ ผู้เฝ้าประตูข่าวสาร/ ผู้รักษาประตูข่าวสาร/ผู้เปิดประตูข่าวสาร (Gatekeeper) ซึ่ง ทำหน้าที่คัดกรอง ควบคุม และตัดสินใจว่าข่าวสารหรือข้อมูล ใดควรได้รับการเผยแพร่สู่สาธารณะ โดยคำนึงถึงประโยชน์ สาธารณะ มีความรับผิดชอบต่อกฎหมายและการกำกับ ดูแลให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ ตอบสนองความ คาดหวังของสังคม และเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับ วิชาชีพสื่อมวลชนในยุคแห่งความท้าทายนี้

นอกเหนือจากการใช้เอไอในการผลิตเนื้อหาข่าวสาร งานด้านอื่นภายใต้ธุรกิจสื่อ ก็ไม่สามารถปฏิเสธ หรือ หลีก เลี่ยง ควรใช้วาระนี้ในการสร้างโอกาสสู่สถานการณ์ VUCA

World ขับเคลื่อนนิเวศสื่อในยุคความผันผวน (Volatility) ความไม่แน่นอน (Uncertainty) ความสลับซับซ้อน (Complexity) และความคลุมเครือ (Ambiguity) หรือที่เรียกกันว่า VUCA World โดยนำเอไอช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ใน กระบวนการบริหารจัดการ หรือ การดำเนินงานด้านต่าง ๆ ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูล การทำงานอัตโนมัติ ใช้งานธุรการ งานบัญชี งานบุคคล พัฒนาบุคลากร จัดทำแผนฝึกอบรม กิจกรรมเสริมทักษะเฉพาะบุคคล ให้กับนักข่าว กอง บรรณาธิการ ผู้สนับสนุนงานข่าวในกลุ่มงานต่าง ๆ มีทักษะ มีสมรรถนะทางวิชาชีพที่มีประสิทธิภาพ สร้างประสิทธิผล ของงานเพิ่มขึ้น หรือ งานการตลาด ใช้เอไอวิเคราะห์ข้อมูล ผู้บริโภคเพื่อทำโฆษณา/การตลาดที่ตรงเป้าหมาย ทำนาย แนวโน้มสมาชิก และค้นหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ เพื่อสร้าง รายได้ หรือ ช่วยวิเคราะห์ข้อมูลผู้รับสาร ความรู้สึก ความ สนใจเพื่อสร้างเนื้อหาให้ตรงกับความต้องการ และสร้างการ มีส่วนร่วมต่างกับฐานสมาชิก ผู้ติดตาม ผู้อ่าน ผู้ชมเนื้อหาได้ดี ยิ่งขึ้น ดังนั้นการเพิ่มเครื่องมือเอไอจะช่วยให้องค์กรสื่อมี ประสิทธิภาพ ปรับตัวเร็วขึ้น สร้างความยืดหยุ่น เพิ่มความ แข็งแกร่งในการบริหารธุรกิจ ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการอยู่รอด และเติบโตในยุคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วนี้

ปี 2568 เป็นช่วงเวลาที่ยังการสื่อสารมวลชนไทยกำลัง อยู่ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงขนานใหญ่ที่ขับเคลื่อนโดย เอไอ เทคโนโลยี เปรียบเสมือนเหรียญสองด้าน ทั้งโอกาสในการ ยกระดับประสิทธิภาพและคุณภาพงาน และความท้าทาย ที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรม ความถูกต้อง และผลกระทบต่อ วิชาชีพ การที่จะก้าวผ่านในยุคที่โลกเต็มไปด้วยความผันผวน



ผลิตด้วย AI

ไม่แน่นอน ซับซ้อน และคลุมเครือ ธุรกิจสื่อมวลชนกำลังเผชิญ ความท้าทายครั้งใหญ่ การนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาใช้ อย่างมีกลยุทธ์ภายใต้กรอบจริยธรรม จึงเป็นกุญแจสำคัญใน การฝ่าคลื่นลมความเปลี่ยนแปลง สามารถเผชิญหน้ากับความ ท้าทายจาก VUCA World ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดำรงความ เกี่ยวข้องกับสังคม และดำเนินธุรกิจสื่อมวลชนให้อยู่รอดและ เติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

จากสภาการหนังสือพิมพ์ สู่สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ



เนื่องจากความเห็นร่วมกันในการประชุมสมาพันธ์นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ที่ประชุมได้มีมติให้สภาร่างรัฐธรรมนูญฉบับปี ๒๕๔๐ ตัดข้อความว่า “องค์กรอิสระตามกฎหมายกำหนด” ออกจากมาตรา ๔๐ ซึ่งกำหนดให้มืองค์กรอิสระตามกฎหมายควบคุมหนังสือพิมพ์ เพราะสื่อมวลชนต้องการให้องค์กรนี้เป็นอิสระจริงๆ ปราศจากการแทรกแซงของทางราชการและการเมือง ขณะเดียวกันสื่อมวลชนก็พร้อมที่จะจัดตั้งองค์กรขึ้นมาควบคุมกันเอง

เมื่อวันที่ ๗ พฤษภาคม ๒๕๔๐ สมาพันธ์นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ได้ออกแถลงการณ์ว่า มาตรา ๔๐ ที่ระบุรับรองเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นตามรัฐธรรมนูญของพนักงานหรือลูกจ้างเอกชนที่ประกอบกิจการด้านสื่อสารมวลชน รวมทั้งเจ้าพนักงานของรัฐ โดยไม่ต้องขัดต่อจรรยาบรรณแห่งการประกอบวิชาชีพภายใต้การควบคุมของ “องค์กรอิสระตามที่กฎหมายบัญญัติ” นั้น เป็นหลักการที่ดีแต่องค์กรตามที่กฎหมายบัญญัติดังกล่าว จำเป็นต้องมีหลักประกันในความเป็นอิสระ ภายใต้หลักการควบคุมกันเองของผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์หรือวิชาชีพสื่อมวลชนอื่นๆ ที่จำเป็นต้องมีการพิจารณาโดยละเอียดรอบคอบในขั้นของการออกกฎหมายประกอบตามรัฐธรรมนูญฉบับใหม่ต่อไป

ยกร่างธรรมนูญ

สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติฉบับแรก

จากนั้น ในเมื่อวันที่ ๒๐ พฤษภาคม ๒๕๔๐ ในการประชุมสมาพันธ์ฯ ที่ประชุมได้มีมติให้สภาร่างรัฐธรรมนูญตัด

ข้อความว่า “องค์กรอิสระตามกฎหมายกำหนด” ออกจากมาตรา ๔๐ แล้วนำไปบัญญัติไว้ในหมวด ๕ ว่าด้วยหลักการพื้นฐานในการกำหนดนโยบายของรัฐ และในการประชุมเจ้าของ บรรณาธิการ และผู้อำนวยการหนังสือพิมพ์ เมื่อวันที่ ๒๓ พฤษภาคม ๒๕๔๐ ที่ประชุมมีความเห็นชอบให้ตั้งคณะทำงาน ๗ คน เพื่อสอบถามความคิดเห็นจากเจ้าของหนังสือพิมพ์ และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ ว่าควรมีองค์กรอิสระควบคุมกันเองหรือไม่ โดยคณะทำงานประกอบด้วย นายสมหมาย ปาริฉัตรตต นายวิระ ประทีปชัยกุล นายพนา จันทวิโรจน์ นายวรรงค์ ลิ้มปัทมปาณี นายวิฑูร พิงประเสริฐ นายวันชัย วงศ์มีชัย และนายวรวิทย์ ศรีอนันตรักษา โดยมี นายเรืองชัย ทรัพย์นิรันดร์ เป็นที่ปรึกษา

คณะทำงานชุดนี้ ทำงานในรูปแบบของการรับฟังความคิดเห็นจากเจ้าของหนังสือพิมพ์ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ และผู้อำนวยการหนังสือพิมพ์ ว่าควรมีองค์กรอิสระควบคุมกันเอง โดยไม่ต้องให้กฎหมายบังคับหรือไม่ และได้ข้อสรุปว่า เห็นควรให้มีการจัดตั้งองค์กรอิสระดังกล่าวขึ้น โดยในขั้นแรกให้มีการตั้งกรรมการยกร่าง “ธรรมนูญสภาการหนังสือพิมพ์

แห่งชาติ” ขึ้นก่อนเพื่อเป็นการกำหนดกรอบการทำหน้าที่ของสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ

วันที่ ๑ กรกฎาคม ๒๕๔๐ สมาพันธ์ฯ ได้ออกประกาศแต่งตั้งกรรมการยกร่างธรรมนูญสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ มีใจความว่า ตามที่ผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ มีเจตนารมณ์ที่จะจัดตั้งองค์กรอิสระเพื่อควบคุมกันเองโดยสมัครใจ เจ้าของ บรรณาธิการผู้มีอำนาจเต็มของหนังสือพิมพ์และสมาคมฯ ผู้ประกอบวิชาชีพที่ชอบด้วยกฎหมายได้ให้ความเห็นชอบที่จะลงนามร่วมกันในวันที่ ๔ กรกฎาคม ๒๕๔๐ เพื่อแสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบวิชาชีพทั้งมวลพร้อมที่จะดำเนินการควบคุมกันเองเพื่อดำรงไว้ซึ่งหลักการพื้นฐานในเรื่องเสรีภาพ ในการแสดงความคิดเห็น อันเป็นหลักประกันความรับผิดชอบในการเสนอข่าวสาร และแสดงความคิดเห็นของผู้ประกอบวิชาชีพนี้

ลงนามบันทึกเจตนารมณ์จัดตั้ง “สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ”

ในวันที่ ๔ กรกฎาคม ๒๕๔๐ เจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์และบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ฉบับภาษาไทย และภาษาต่างประเทศจำนวน ๒๕ ฉบับ จากทั้งสิ้น ๓๒ ฉบับ รวมทั้งองค์กรที่เกี่ยวข้องกับหนังสือพิมพ์ ๑๐ องค์กร ได้ร่วมกันลงนามในบันทึกเจตนารมณ์จัดตั้ง “สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ” เพื่อเป็นการควบคุมกันเองและส่งเสริมเสรีภาพและความรับผิดชอบ ยกระดับผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ให้ดียิ่งขึ้น โดยมีตัวแทนสถานทูตสหรัฐอเมริกา อินเดีย รัสเซีย และสโมสรผู้สื่อข่าวต่างประเทศ ร่วมเป็นสักขีพยาน

ต่อมาในวันที่ ๔ สิงหาคม ๒๕๔๐ ที่ สมาพันธ์นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ศ. นายแพทย์ประเวศ วะสี ประธานคณะกรรมการยกร่างธรรมนูญสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ พร้อมด้วยคณะกรรมการยกร่างฯ ได้แถลงผลสำเร็จในการยกร่างธรรมนูญสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติว่า “คณะกรรมการยกร่างฯ ได้ดำเนินการยกร่างธรรมนูญสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติขึ้นเป็นครั้งแรก ตามเจตนารมณ์ของผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ ซึ่งได้ลงนามในบันทึกร่วมกันเมื่อวันที่ ๔ กรกฎาคม ๒๕๔๐ ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์”

ศ. นายแพทย์ประเวศ แถลงว่า หลักการสำคัญของสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติตามธรรมนูญดังกล่าวเป็นไปเพื่อให้วงการหนังสือพิมพ์ได้ควบคุมดูแลกันเอง ขณะเดียวกันยังเปิด

โอกาสให้บุคคลภายนอกได้เข้ามามีส่วนร่วมในคณะกรรมการสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติดังกล่าวอีกด้วย องค์ประกอบของคณะกรรมการประกอบด้วย ๔ ส่วน คือ เจ้าของหรือผู้บริหารหรือผู้ประกอบการ ซึ่งเลือกกันเอง ๕ คน บรรณาธิการหรือตัวแทนผู้มีอำนาจจากกองบรรณาธิการซึ่งเลือกกันเอง ๕ คน ผู้ปฏิบัติงานหนังสือพิมพ์ ซึ่งเลือกโดยสมาพันธ์นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ๔ คน ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาอาชีพต่าง ๆ อีก ๗ คน ในจำนวนนี้เป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีอาวุโสและประสบการณ์สูงด้านหนังสือพิมพ์ซึ่งไม่สังกัดหนังสือพิมพ์ใด ๒ คน

อีกหลักการหนึ่งที่สำคัญในการควบคุมกันเองของสภาการหนังสือพิมพ์ กำหนดไว้ในหมวดความรับผิดชอบทางจริยธรรม เมื่อคณะกรรมการมีคำวินิจฉัยว่า สมาชิกหรือผู้ประกอบการวิชาชีพหนังสือพิมพ์ในสังกัดสมาชิกละเมิดหรือประพฤติผิดจริยธรรมแห่งวิชาชีพ ก็จะต้องให้หนังสือพิมพ์ฉบับที่ถูกร้องเรียนลงตีพิมพ์คำวินิจฉัยดังกล่าวภายใน ๗ วัน และอาจแจ้งให้หนังสือพิมพ์ฉบับนั้นตีพิมพ์ข้อความคำขอโทษผู้เสียหาย ส่วนกรณีมีผู้ถูกร้องว่าสมาชิกหรือผู้ประกอบการวิชาชีพหนังสือพิมพ์ในสังกัดสมาชิกประพฤติผิดจริยธรรม สภาการหนังสือพิมพ์จะแจ้งไปยังต้นสังกัดเพื่อดำเนินการลงโทษ แล้วแจ้งผลให้สภาฯ ทราบโดยเร็ว ในการนี้สภาการหนังสือพิมพ์ฯ อาจเผยแพร่คำวินิจฉัยต่อสาธารณะได้

คณะกรรมการยกร่างธรรมนูญสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติจะยกร่างข้อบังคับต่างๆ เพื่อให้มีการเลือกกรรมการสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติขึ้นเป็นคณะแรกภายในระยะเวลา ๑๒๐ วัน หลังจากนั้น สภาการหนังสือพิมพ์จะดำเนินการเพื่อให้มีการควบคุมกันเองในหมู่ผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ต่อไป



การเลือกตั้งกรรมการ สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ

ในวันที่ ๙ ตุลาคม ๒๕๔๐ นางบัญญัติ ทศนิยะเวช ประธานคณะกรรมการอำนวยการเลือกตั้งคณะกรรมการสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ พร้อมด้วยกรรมการคือนพ.วิฑูรย์ อึ้งประพันธ์ และนายสุวัฒน์ ทองธนากุล ได้จัดการเลือกตั้งคณะกรรมการสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติชุดแรกตามธรรมนูญสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ข้อ ๙ ซึ่งคณะกรรมการสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติจะมีไม่เกิน ๒๑ คน โดยจะเลือกตั้งกรรมการฯ ประเภท ๑, ๒, และ ๓ ก่อน ๑๔ คน เพื่อไปดำเนินการเลือกตั้งคณะกรรมการประเภทที่ ๔ อีกจำนวน ๗ คน ให้ครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ โดยกรรมการทั้ง 3 ประเภท มาจากกลุ่มผู้ประกอบการหนังสือพิมพ์ไม่เกินองค์กรละ ๑ คน

ต่อมาวันที่ ๑๒ พฤศจิกายน ๒๕๔๐ ได้จัดประชุมคณะกรรมการสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ครั้งที่ ๑/๒๕๔๐ โดยที่ประชุมได้มีการเลือกตั้งประธาน รองประธาน เลขธิการ และเหรัญญิกสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ซึ่งที่ประชุมมีมติเลือก นายมานิจ สุขสมจิตร เป็นประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ นายพงษ์ศักดิ์ พยัฆวิเชียร เป็นรองประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติคนที่ ๑ ศ.นพ.วิฑูรย์ อึ้งประพันธ์ เป็นรองประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติคนที่ ๒ นายสุวัฒน์ ทองธนากุล เป็นเลขธิการ และนางผุสดี ศีตวรรณากู เป็นเหรัญญิก

นอกจากนี้ที่ประชุมยังมีมติแต่งตั้งคณะทำงานประกอบด้วย ประธาน รองประธาน เลขธิการ และเหรัญญิก ไปดำเนินการร่างนโยบายในการทำงานและศึกษาการร่างระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงานของสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ เช่น ข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์ ข้อบังคับว่าด้วยการรับและพิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์ ฯลฯ เพื่อนำเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ในวันที่ ๒๒ สิงหาคม ๒๕๔๐

ในการประชุมนี้ นอกจากจะมีผู้แทนจากเจ้าของบรรณาธิการ และผู้ปฏิบัติงานหนังสือพิมพ์แล้ว ยังมีกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิเข้าร่วมประชุมด้วย ได้แก่ ดร.คณิต ณ นคร อดีตอัยการสูงสุด นายทองใบ ทองเปาด์ ทนายความแม่โขงไชย ดร.โกศล เพ็ชรสุวรรณ เลขธิการสมาคมโทรคมนาคมแห่งประเทศไทย ศ.นพ.วิฑูรย์ อึ้งประพันธ์ ที่ปรึกษาแพทยสภา ดร.เกษม ศิริสัมพันธ์ นางบัญญัติ ทศนิยะเวช อดีตนายก

สมาคมนักข่าวแห่งประเทศไทย และนายบัณฑิต ลำชา กรรมการผู้จัดการใหญ่ธนาคารกสิกรไทย

ต่อมาสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ได้อนุมัติข้อบังคับจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์จำนวน ๓๐ ข้อ เมื่อวันที่ ๑ พฤษภาคม ๒๕๔๑ และเริ่มเปิดรับเรื่องราวร้องทุกข์จากประชาชนและผู้เสียหายอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ ๓๐ มิถุนายน ๒๕๔๑ ก็ได้มีการแต่งตั้งอนุกรรมการรับเรื่องราวร้องทุกข์เพื่อพิจารณากรองเรื่องร้องทุกข์จากประชาชนและองค์กรที่เกี่ยวข้อง โดยมีนักวิชาการและผู้แทนองค์กรเอกชนทางด้านสิทธิมนุษยชนเข้าร่วมเป็นกรรมการด้วย

ยกระดับกำกับดูแลกันเอง ครอบคลุมสื่อมวลชนทุกแขนง

เมื่อสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติได้ทำหน้าที่องค์กรกำกับดูแลกันเองทางจริยธรรมสำหรับมวลหมู่สมาชิกผู้ประกอบการวิชาชีพหนังสือพิมพ์ มาเป็นเวลานานถึง ๒๓ ปี จนถึงวันนี้พัฒนาการของสื่อมวลชนได้เจริญเติบโต ก้าวหน้าไปมาก การหลั่งไหลของข้อมูลข่าวสารจำนวนมหาศาลผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารที่อยู่ในมือของทุกคน ด้วยเหตุนี้คณะกรรมการสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สมัยที่ ๙ ซึ่งมีนายชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี เป็นประธานฯ จึงมีมติให้ยกระดับสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ เป็น สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ โดยมีมติแต่งตั้งคณะทำงานขึ้นมาคณะหนึ่งเพื่อยกร่าง “ธรรมนูญสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ” เพื่อใช้บังคับแทน “ธรรมนูญสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๐” โดยมีนายวีรศักดิ์ โชติวานิช ซึ่งมีตำแหน่งเป็นรองประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ คนที่ ๒ และประธานคณะกรรมการจริยธรรมสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ เป็นประธานคณะทำงานยกร่าง นอกจากนี้ยังมีคณะทำงานทั้งที่อยู่ในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ร่วมในการพิจารณาร่างธรรมนูญฉบับใหม่ด้วย

ในการพิจารณายกร่างธรรมนูญสภาการสื่อมวลชนแห่งชาตินี้ คณะทำงานเห็นร่วมกันว่าจากประวัติความเป็นมาของธรรมนูญสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๐ นั้น เกิดจากการประชุมร่วมกันของผู้ประกอบการวิชาชีพหนังสือพิมพ์ในหลายภาคส่วน ที่จัดประชุมกันเมื่อวันที่ ๔ กรกฎาคม ๒๕๔๐ ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ แล้วมีมติให้สถาปนาสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติขึ้นเป็นองค์กรอิสระทำหน้าที่ควบคุมกันเอง พร้อมประกาศใช้ธรรมนูญสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๐ ซึ่งใช้ติดต่อกันมาจนปัจจุบัน เป็นระยะ

เวลารวม ๒๓ ปีแล้ว ดังนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อที่มีความหลากหลายมากขึ้น รวมทั้งเพื่อให้สอดคล้องกับการทำหน้าที่ขององค์กรกำกับดูแลด้านจริยธรรมของสื่อมวลชนในประเทศเพื่อนบ้านที่มีความครอบคลุมไปถึงสื่อมวลชนอื่น ๆ ด้วย อีกทั้งสามารถทำให้องค์กรสามารถรับสมาชิกใหม่ได้หลากหลายไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยูกระจายเสียง วิทยูโทรทัศน์ สื่อดิจิทัล ด้วยเหตุนี้ จึงต้องยกเลิก “ธรรมนูญสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๐” และ “ตราธรรมนูญสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๓” ขึ้นมาใช้แทน

ยกระดับกำกับดูแลกันเอง ครอบคลุมสื่อมวลชนทุกแขนง

เมื่อสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติได้ทำหน้าที่องค์กรกำกับดูแลกันเองทางจริยธรรมสำหรับมวลหมู่สมาชิกผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ มาเป็นเวลานานถึง ๒๓ ปี จนถึงวันนี้พัฒนาการของสื่อมวลชนได้เจริญเติบโตก้าวหน้าไปมาก การหลั่งไหลของข้อมูลข่าวสารจำนวนมากมหาศาลผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารที่อยู่ในมือของทุกคน ด้วยเหตุนี้คณะกรรมการสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สมัยที่ ๙ ซึ่งมีนายชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี เป็นประธานฯ จึงมีมติให้ยกระดับสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ เป็น สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ โดยมีมติแต่งตั้งคณะทำงานขึ้นมาคณะหนึ่งเพื่อยกร่าง “ธรรมนูญสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ” เพื่อใช้บังคับแทน “ธรรมนูญสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๐” โดยมีนายวิรัชศักดิ์ โชติวานิช ซึ่งมีตำแหน่งเป็นรองประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ คนที่ ๒ และประธานคณะกรรมการจริยธรรมสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ เป็นประธานคณะทำงานยกร่าง นอกจากนี้ยังมีคณะทำงานทั้งที่อยู่ในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค ร่วมในการพิจารณาขยายร่างธรรมนูญฉบับใหม่ด้วย

ในการพิจารณาขยายธรรมนูญสภาการสื่อมวลชนแห่งชาตินี้ คณะทำงานเห็นร่วมกันว่าจากประวัติความเป็นมาของธรรมนูญสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๐ นั้น เกิดจากการประชุมร่วมกันของผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ในหลายภาคส่วน ที่จัดประชุมกันเมื่อวันที่ ๔ กรกฎาคม ๒๕๔๐ ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ แล้วมีมติให้สถาปนาสภาหนังสือพิมพ์แห่งชาติขึ้นเป็นองค์กรอิสระทำหน้าที่ควบคุมกันเอง พร้อมประกาศ

ใช้ธรรมนูญสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๐ ซึ่งใช้ติดต่อกันมาจนปัจจุบัน เป็นระยะเวลา รวม ๒๓ ปีแล้ว ดังนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อที่มีความหลากหลายมากขึ้น รวมทั้งเพื่อให้สอดคล้องกับการทำหน้าที่ขององค์กรกำกับดูแลด้านจริยธรรมของสื่อมวลชนในประเทศเพื่อนบ้านที่มีความครอบคลุมไปถึงสื่อมวลชนอื่น ๆ ด้วย อีกทั้งสามารถทำให้องค์กรสามารถรับสมาชิกใหม่ได้หลากหลายไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยูกระจายเสียง วิทยูโทรทัศน์ สื่อดิจิทัล ด้วยเหตุนี้ จึงต้องยกเลิก “ธรรมนูญสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๐” และ “ตราธรรมนูญสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๓” ขึ้นมาใช้แทน

ก้าวสู่ “สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ” เต็มตัว

นับตั้งแต่วันที่ ๑๑ พฤศจิกายน ๒๕๖๓ เป็นต้นมา สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ซึ่งเป็นองค์กรกำกับดูแลกันเองทางด้านสื่อมวลชนที่เก่าแก่ที่สุดในประเทศไทยก็ได้สิ้นสุดสภาพลงหลังได้ทำหน้าที่กำกับดูแลการทำหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ และเว็บไซต์ที่เป็นสมาชิก รวมทั้งผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ในสังกัดสมาชิกให้เป็นไปตามข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์ มาโดยตลอด ๒๓ ปีเศษ

แต่จิตวิญญาณของความเป็นองค์กรอิสระเพื่อกำกับดูแลกันเองของสื่อมวลชน ภายใต้ชื่อใหม่ว่า “สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ” ยังคงอยู่ครบถ้วนทุกประการ โดยงานที่สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติจะต้องเข้ามาทำหน้าที่กำกับดูแลมีความกว้างขวางมากขึ้น ครอบคลุมไปถึงสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ของสมาชิก นั่นคือ งานหลักของสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติที่ดูเหมือนง่าย ไม่มีอะไรซับซ้อนมากนัก แต่ในความเป็นจริงแล้วมีการกิจที่รออยู่ข้างหน้ามากมาย เพื่อตอบโจทย์การกำกับดูแลกันเองของสื่อในยุค “สื่อหลอมรวม” และยุคที่ Social Media เข้ามามีผลกระทบต่อการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนอย่างมากมายหลายมิติ

เลือกตั้งกรรมการสภาการสื่อมวลชนฯ ชุดแรก

จากนั้นเมื่อวันที่ ๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔ ได้จัดการเลือกตั้งคณะกรรมการสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ สมัยที่ ๑ ตามธรรมนูญสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๓ ที่บัญญัติให้การเลือกตั้งในส่วนของผู้วิชาชีพสื่อ แบ่งเป็น ๒ ประเภท ได้แก่ ประเภทสมาชิกผู้ก่อตั้ง และประเภทสมาชิกสามัญ โดยมี



ดร.สุวัฒน์ ทองธนากุล อดีตประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ และกรรมการมูลนิธิสภาการหนังสือพิมพ์ เป็นประธานคณะกรรมการอำนวยการเลือกตั้ง ว่าที่ร้อยตรีถวัลย์ รุยาพร นายกสภานายความ นายสมาน สุดโต อดีตรองประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ และกรรมการจริยธรรม สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย นายสัมฤทธิ์ บุญรัตน์ บรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์สมิหลาใหม่ จ.สงขลา และนายมงคล บางประภา นายกสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย เป็นกรรมการทำหน้าที่ดำเนินการเลือกตั้ง

สำหรับผลการเลือกตั้ง กรรมการประเภทสมาชิกผู้ก่อตั้ง แบ่งเป็น ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มหนังสือพิมพ์ กลุ่มทีวี และกลุ่มดิจิทัล โดยผู้ได้รับเลือกเป็นกรรมการในกลุ่มหนังสือพิมพ์ ได้แก่ ๑. นายสวิชัย บำรุงสุข จากหนังสือพิมพ์สยามรัฐ ๒. นายชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี จากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ๓. นายตุลย์ ศิริกุลพิพัฒน์ จากเครือผู้จัดการ ๔. นายชาย ปณะคามินทร์ จากหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ๕. นายไพฑูรย์ ชุตินาการกุล จากหนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน ๖. นางสาวนิภาวรรณ แก้วราชมุกข์ จากหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ๗. นางสาวผุสดี คีตวรนาฏ จากหนังสือพิมพ์ชิงจงเอียน และ ๘. นางสาวนาคยา เชษฐโชติรส จากเครือบางกอกโพสต์

สำหรับกลุ่มทีวี ผู้ได้รับเลือกตั้งได้แก่ ๑. นางสาวสมถวิล เทพสวัสดิ์ เนชั่นทีวี และ ๒. นายก่อเขต จันทเลิศลักษณ์

สถานีโทรทัศน์ ไทยพีบีเอส ส่วนกลุ่มดิจิทัล ได้แก่ นางสาวชุตินณชน ศรีขำ จากบ้านเมืองออนไลน์

ส่วนผลการเลือกตั้งกรรมการประเภทสามัญ แบ่งเป็น ๒ กลุ่มคือ กลุ่มหนังสือพิมพ์ และกลุ่มดิจิทัล โดยผู้ได้รับเลือกตั้งกรรมการในกลุ่มหนังสือพิมพ์ ได้แก่ ๑. นายจักรกฤษณ์ แววดลายหงษ์ จากหนังสือพิมพ์ประชาชาติ จ.ตราด ๒. นายภูวสิทธิ์ สุขใส จากหนังสือพิมพ์ภาคใต้ไฟกัส จ.สงขลา และ ๓. นายศักดิ์สิทธิ์ วิบูลศิลป์โสภณ จากหนังสือพิมพ์เพชรภูมิ จ.เพชรบุรี ส่วนกลุ่มดิจิทัล ผู้ได้รับเลือกตั้ง ได้แก่ นายสรารุณ แซ่เตี่ยว จากเชียงใหม่นิวส์ออนไลน์ จ.เชียงใหม่

ต่อมาเมื่อวันที่ ๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔ คณะกรรมการที่ได้รับเลือกตั้งในส่วนของวิชาชีพสื่อมวลชน ทั้ง ๒ ประเภท ได้ประชุมร่วมกันเพื่อเสนอชื่อผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาอาชีพต่าง ๆ จำนวน ๘ คนขึ้นเป็นกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ประกอบด้วย กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิด้านกฎหมาย ได้แก่ นายวีรศักดิ์ โชติวานิช อดีตรองประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สมัยที่ ๙ และอดีตประธานกรรมการจริยธรรมสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ, กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิด้านวิชาการ สื่อสารมวลชน ได้แก่ รศ.ดร.สุกัญญา บุรณเดชาชัย คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี และอดีตรองอธิการบดี มหาวิทยาลัยบูรพา, กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิด้านบริหารจัดการ ได้แก่ นายวิฑิต ลินุตพงษ์ ประธานกรรมการบริหาร ไทยยานยนต์ กรุ๊ป และอดีตกรรมการสภาการ

หนังสือพิมพ์แห่งชาติ สมัยที่ ๙

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิด้านคุ้มครองผู้บริโภคสื่อ ได้แก่ น.ส.สุภิญญา กลางณรงค์ อดีตกรรมการ กสทช. และอดีตกรรมการ และประธานคณะทำงานคุ้มครองผู้บริโภคสื่อ สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สมัยที่ ๙, กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิด้านสิทธิมนุษยชน ได้แก่ ศ.สุรัชย์ หวันแก้ว อดีตผู้อำนวยการสถาบันวิจัยสังคม และอดีตอาจารย์ประจำภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ ดร.พิเชฐ ดุรงคเวโรจน์ อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ด้านสื่อมวลชน ได้แก่ นายปรามินทร์ ฝายอุประ อดีตบรรณาธิการข่าวการเมือง หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และอดีตประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สมัยที่ ๖ และ นายกวี จงกิจถาวร อดีตนายกสมาคมนักข่าวหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย และอดีตประธานสมาคมสื่อมวลชนในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (SEAPA)

“ชวรงค์” นับประธานสภาการสื่อมวลชนคนแรก

จากนั้นกรรมการสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติทั้ง ๒๓ คน ได้ประชุมเพื่อเลือกประธานฯ รองประธานฯ เลขาธิการ เหนรัญญิก และประธานคณะอนุกรรมการฝ่ายต่าง ๆ ในวันอังคารที่ ๙ มีนาคม ๒๕๖๔ ผลปรากฏว่า นายชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี จากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ได้รับเลือกเป็นประธานสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติคนแรก พร้อมกับได้เน้นย้ำถึงภารกิจที่ต้องเร่งดำเนินการ คือ การปรับปรุงแก้ไขข้อบังคับจริยธรรม รวมถึงแนวทางการปฏิบัติงานของสื่อมวลชนให้สอดคล้องกับภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนไป โดยจะต้องพัฒนาให้ครอบคลุมถึงการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนทุกแขนง ไม่เฉพาะสื่อหนึ่งสื่อใด

ออกแนวปฏิบัติ

“การใช้ AI ให้เป็นไปตามจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน”

หลังจากนั้น วงการสื่อสารมวลชนไทยก็ต้องเผชิญกับพัฒนาการทางเทคโนโลยีครั้งใหญ่ที่รุกคืบเข้ามาในวงการสื่อมวลชน นั่นคือ เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ หรือ AI (Artificial Intelligence) ที่เข้ามากำหนดทิศทางการทำงานของสื่อ กระบวนการผลิตเนื้อหา กลไกบริหารจัดการธุรกิจ กลไกกำกับดูแล จนเกิดคำถามขึ้นว่า “นักข่าวหรือช่างภาพยังจำเป็นต้องมีอยู่หรือไม่ ในเมื่อ AI สามารถผลิตภาพและเนื้อหาข่าวได้”

กระทั่งในปี ๒๕๖๗ สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ เล็งเห็นว่า การนำ AI เข้ามาใช้ในงานข่าวอาจส่งผลกระทบต่อจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชนที่ยึดถือกันมาโดยตลอด ดังนั้นจึงรวบรวมผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญทั้งด้านเทคโนโลยี และด้านสื่อมวลชน ร่วมกันยกร่าง “แนวปฏิบัติการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ให้เป็นไปตามจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ. ๒๕๖๗” และได้ประกาศใช้ เมื่อวันที่ ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๗ ซึ่งนับเป็นแนวปฏิบัติของงาน AI ที่ใช้กับสื่อมวลชนฉบับแรก ๆ ของโลกก็ว่าได้

ขณะเดียวกัน ยังมีการจัดทำ “นิยามศัพท์สื่อมวลชน” โดยการรวบรวมคำศัพท์ต่าง ๆ ที่ใช้ในวงการสื่อมวลชน มาจัดรวมหมวดหมู่ อธิบายความหมายของคำศัพท์ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความชัดเจนต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง ไม่เฉพาะกับสื่อมวลชนด้วยกันเท่านั้น แต่ยังมีประโยชน์ในกระบวนการทางกฎหมาย กลุ่มนักวิชาการ/นักนิเทศศาสตร์ ได้เข้าใจในความหมาย สามารถใช้เป็นฐานข้อมูลวิจัยออกแบบหลักสูตรการสอน จนถึงการประเมินคุณภาพสื่อ ขณะที่ประชาชน ก็จะได้ทราบในบทบาทของ สื่อ, สื่อมวลชน, นักข่าว หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ไปจนถึงนักสร้างสรรค์เนื้อหาอย่าง “คอนเทนต์ครีเอเตอร์”



บันทึกเจตนารมณ์ของผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ เรื่อง การจัดตั้งสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ



ข้าพเจ้า ผู้บริหาร/เจ้าของ/บรรณาธิการ ผู้มีอำนาจเต็ม ของหนังสือพิมพ์ฉบับต่าง ๆ รวมทั้งผู้แทนสมาคมผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ที่ชอบด้วยกฎหมาย ที่ได้ลงนามทำบันทึกเจตนารมณ์ฉบับนี้ มีความเห็นพ้องต้องกันว่า สมควรให้มีสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ อันเป็นองค์กรอิสระขึ้นมาทำหน้าที่ควบคุมตนเองในหมู่ผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ เพื่อส่งเสริมเสรีภาพ ความรับผิดชอบ ยกระดับผู้ประกอบวิชาชีพและกิจการหนังสือพิมพ์ และเพื่อส่งเสริมสนับสนุนสิทธิการรับรู้ข่าวสารของประชาชนในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข

สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ จะประกอบด้วย คณะกรรมการที่คัดเลือกจากผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ จำนวน 11 คน ผู้ทรงคุณวุฒิและประชาชนทั่วไปที่สังคมยอมรับอีกจำนวน 10 คน ทำหน้าที่รับและวินิจฉัยคำร้องเรียน เมื่อมีการละเมิดหลักจริยธรรม เพื่อให้ผู้ถูกกล่าวหาซึ่งได้รับการวินิจฉัยอย่างเป็นธรรมแล้วว่าเป็นผู้ละเมิด ได้แสดงความรับผิดชอบอย่างเคร่งครัด

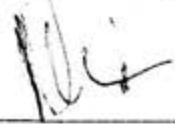
ข้าพเจ้าผู้ลงนามทำบันทึกฉบับนี้ จะยอมลงนามผูกพันตามธรรมนูญ ซึ่งคณะกรรมการอันประกอบด้วย ศาสตราจารย์นายแพทย์ประเวศ วะสี เป็นประธาน นางบัญญัติ ทศนียะเวช และรองศาสตราจารย์พิศิษฐ์ ขวาลาธวัช เป็นรองประธาน นายมานิจ สุขสมจิตร นายพงษ์ศักดิ์ พยัฆวิเชียร ศาสตราจารย์นายแพทย์วิฑูรย์ อึ้งประพันธ์ นายเกษม สรศักดิ์เกษม นายกำแหง ภริตานนท์ นายพนา จันทรวีโรจน์ นายไพศาล ศรีจรัสจรรยา และนายสุวัฒน์ ทองธนากุล เป็นกรรมการ ได้ร่างขึ้นตามกรอบแห่งเจตนารมณ์ข้างบนนี้ และเห็นชอบด้วยแล้ว

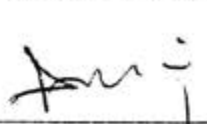
จึงได้ลงนามไว้เป็นสำคัญ

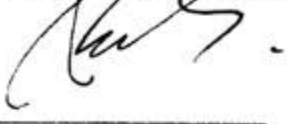


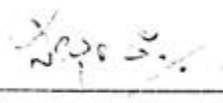
สมาพันธ์นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย CONFEDERATION OF THAI JOURNALISTS

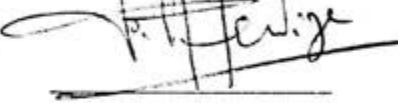
538/1 ถนนสามเสน เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300 โทรศัพท์ 6689420-2 โทรสาร 2414795
538/1 Samsen Rd., Dusit Bangkok, Thailand. 10300 Tel. 6689420-2 Fax : 2414795

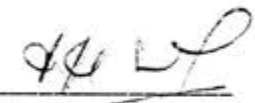

(นายพิชาย ชื่นสุขสวัสดิ์)
บรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์

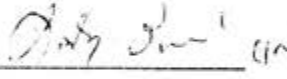

(นายสุทธิชัย หยุ่น)
บรรณาธิการ อำนวยการ
ในเครือเดอะเนชั่น

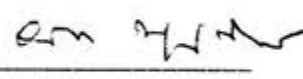

(นายไพศาล ศรีจรัสจรรยา)
ประธานกรรมการบริหาร
กลุ่มสิ่งพิมพ์ในเครือวัฏจักร

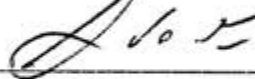

(นายสรวิธ วัชรพล)
หัวหน้ากองบรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

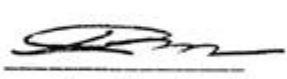

(นายประชา เทตระกุล)
บรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์เดลินิวส์

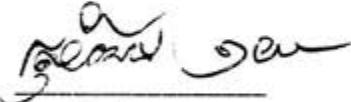

(นายชรรค์ชัย บุนปาน)
ประธานกรรมการ
บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน)

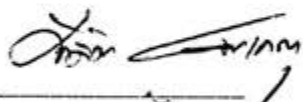

(นายถาวร สุวรรณ)
หัวหน้ากองบรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์บ้านเมือง

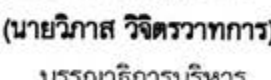

(นางผาณิต พุนศิริวงศ์)
ผู้อำนวยการ
หนังสือพิมพ์แนวหน้า

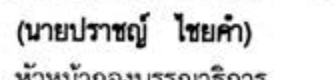

(นายไพศาล มังกรไชยา)
ผู้อำนวยการฝ่ายข่าว
ในเครือฐานเศรษฐกิจ

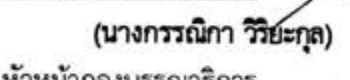

(นายวัช พลังเทพินทร์)
ประธานและกรรมการอำนวยการ
บริษัท คู่แข่ง จำกัด

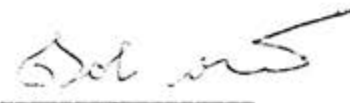

(นายสุวัฒน์ ทองธนากุล)
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท แมเนเจอร์มีเดียกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

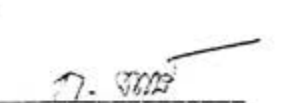

(นายศักดิ์ดา นพเขต)
บรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์สยามรัฐ

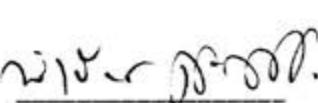

(นายวิภาส วิจิตรวาทการ)
บรรณาธิการบริหาร
หนังสือพิมพ์บิสซิเนสเดย์


(นายปราชญ์ ไชยคำ)
หัวหน้ากองบรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน


(นางกรรณิกา วิริยะกุล)
หัวหน้ากองบรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์


(นายชาญชัย สวงวงศ์)
ผู้อำนวยการ
หนังสือพิมพ์ไทยไฟแนนเชียล


(นายเกียรติชัย พงษ์พาณิชย์)
บรรณาธิการ ผู้พิมพ์ ผู้โฆษณา
หนังสือพิมพ์ข่าวสด


(นายพิเชียร คุระทอง)
บรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์มติชน



สมาพันธ์นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย CONFEDERATION OF THAI JOURNALISTS

538/1 ถนนสามเสน เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300 โทรศัพท์ 6689420-2 โทรสาร 2414795
538/1 Samsen Rd., Dusit Bangkok, Thailand. 10300 Tel. 6689420-2 Fax : 2414795

(นายอดิศักดิ์ ติ่มปฐพัฒนกิจ)
บรรณาธิการ ผู้พิมพ์ ผู้โฆษณา
หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

(นายพนา จันทวีโรจน์)
บรรณาธิการ ผู้พิมพ์ ผู้โฆษณา
หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น

(นายกิตติพันธ์ เทตระกุล)
บรรณาธิการอำนวยการ
หนังสือพิมพ์สื่อธุรกิจ

(นายเชลง กัทธีระตะพันธ์)
ผู้อำนวยการ
หนังสือพิมพ์เดลินิวส์

(นายสุกชัย มีไหม)
ผู้ช่วยบรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์สายกลาง

(นายชายชาติ ลิ้มจรุญ)
บรรณาธิการบริหาร
หนังสือพิมพ์ไทยนิวส์รายวัน
จังหวัดเชียงใหม่

(นายเชาวพงศ์ เมฆารักษ์กุล)
บรรณาธิการ ผู้โฆษณา
หนังสือพิมพ์เสียงใต้รายวัน

(นายสุนทร จันทรง)
ผู้อำนวยการและบรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์โคราชรายวัน

(นายทวี ยอดเพชร)
บรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์ชิงเสียงเยอะเปา

(นายอู่ คุณ หมิง)
รองบรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์ดวงฮั่ว

(นายสุทธเดช กรกิตติชัย)
ผู้อำนวยการและบรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์เกียฮั่วตงจวัน (ศิรินคร)

(นางมุตติ คีตะวรรณารถ)
บรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์ชิงจงเอียน

(นายสมยศ วงศ์ทองเหลือง)
บรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์เอเชียนิวส์ไทย

(นายเกรียง วงศ์สุขศิริ)
บรรณาธิการ
หนังสือพิมพ์สากล

(นายชัยยุทธ จันทวานุพัฒนา)
บรรณาธิการบริหาร
หนังสือพิมพ์สยามโพสต์



สมาพันธ์นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย CONFEDERATION OF THAI JOURNALISTS

538/1 ถนนสามเสน เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300 โทรศัพท์ 6689420-2 โทรสาร 2414795
538/1 Samsen Rd., Dusit Bangkok, Thailand. 10300 Tel. 6689420-2 Fax : 2414795

(นายสมาน สุดโต)

นายกสมาคมนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย
ประธานสมาพันธ์นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย

(นางชุติมา บุณยรัต)

นายกสมาคมนักข่าวแห่งประเทศไทย

(นายชัยรัตน์ คำวณ)

นายกสมาคมหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย
ในพระบรมราชูปถัมภ์

(นายปรีชา พบสุข)

นายกสมาคมนักหนังสือพิมพ์ภูมิภาคแห่งประเทศไทย

(นายจรัส ทรัพย์บุตร)

นายกสมาคมหนังสือพิมพ์ส่วนภูมิภาคแห่งประเทศไทย

(นายองอาจ พึ่งพานิช)

นายกสมาคมผู้สื่อข่าวเศรษฐกิจ

(นายวิชัย วราพล)

นายกสมาคมช่างภาพสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย

(นายชาญ มีศรี)

นายกสมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิงแห่งประเทศไทย

(นายศิวตล ขวดีปรีชา)

นายกสมาคมผู้สื่อข่าวกีฬาแห่งประเทศไทย

(นายวิเชียร นิลิกานนท์)

นายกสมาคมนักข่าวช่างภาพกีฬาแห่งประเทศไทย



ธรรมนูญสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ พ.ศ.๒๕๖๓



ตามที่คณะผู้บริหารกิจการหนังสือพิมพ์ ประกอบด้วย เจ้าของ บรรณาธิการ หัวหน้ากองบรรณาธิการ ผู้มีอำนาจทำการแทนของหนังสือพิมพ์ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวมทั้งผู้แทนสมาคมผู้ประกอบการวิชาชีพหนังสือพิมพ์ที่ชอบด้วยกฎหมาย และเป็นสมาชิกสมาพันธ์นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ซึ่งประชุมกัน เมื่อวันศุกร์ที่ ๔ กรกฎาคม พ.ศ.๒๕๔๐ ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ได้ลงนามทำบันทึกเจตนารมณ์ร่วมกันด้วยการสนับสนุนจากผู้ปฏิบัติงานหนังสือพิมพ์ อันได้แก่ ผู้สื่อข่าว ช่างภาพ และนักเขียนทั่วประเทศ ให้สถาปนาสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ขึ้นเป็นองค์กรอิสระ ทำหน้าที่ควบคุมกันเองในหมู่ผู้ประกอบการวิชาชีพหนังสือพิมพ์ และสื่อมวลชนอื่น เพื่อส่งเสริมเสรีภาพความรับผิดชอบสถานภาพผู้ประกอบการวิชาชีพ และกิจการหนังสือพิมพ์ ตลอดจนส่งเสริมสนับสนุนสิทธิการใช้สื่อหนังสือพิมพ์เพื่อการรับรู้ข่าวสารและการแสดงความคิดเห็นของพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข และมีการประกาศใช้ธรรมนูญสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ พ.ศ.๒๕๔๐ ครบ ๒๓ ปีแล้ว

เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อที่มีความหลากหลายมากขึ้น รวมทั้งเพื่อให้สอดคล้องกับการทำหน้าที่ขององค์กรกำกับดูแลด้านจริยธรรมของสื่อมวลชนในประเทศเพื่อนบ้านที่มีความครอบคลุมไปถึงสื่อมวลชนอื่น ๆ ด้วย คณะกรรมการสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติจึงได้มีมติให้ยกเลิก “ธรรมนูญสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ พ.ศ.๒๕๔๐” และตรา “ธรรมนูญสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ พ.ศ.๒๕๖๓” ฉบับนี้ ขึ้นใช้บังคับแทน ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

บัดนี้การจัดทำธรรมนูญสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ ได้แล้วเสร็จ และผ่านความเห็นชอบจากมวลงค์กรสมาชิกแล้ว สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติจึงมีมติให้ตราธรรมนูญสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ พ.ศ.๒๕๖๓ ไว้ดังต่อไปนี้

หมวด ๑

บททั่วไป

ข้อ ๑ ธรรมนูญนี้เรียกว่า “ธรรมนูญสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ พ.ศ.๒๕๖๓”

ข้อ ๒ ธรรมนูญนี้ใช้บังคับถัดจากวันที่ประกาศใช้เป็นต้นไป

ข้อ ๓ ให้ยกเลิกธรรมนูญสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ พ.ศ.๒๕๔๐ และให้ใช้ธรรมนูญสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ พ.ศ.๒๕๖๓ ฉบับนี้แทน

ข้อ ๔ ให้มีองค์กรอิสระควบคุมกันเอง เรียกชื่อว่า สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ ชื่อย่อว่า ส.ส.ช. ชื่อภาษาอังกฤษว่า The National Press Council of Thailand ชื่อย่อว่า NPCT

ข้อ ๕ องค์กรสมาชิกของสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ รวมทั้งผู้ประกอบการวิชาชีพหนังสือพิมพ์และสื่อมวลชนอื่นในสังกัดองค์กรสมาชิก ยอมรับผูกพัน และปฏิบัติตามธรรมนูญฉบับนี้

ข้อ ๖ ในธรรมนูญนี้

“สื่อมวลชน” หมายถึง สื่อหรือช่องทางที่ผลิต เผยแพร่ นำข่าวสาร สาร หรือเนื้อหาสาระทุกประเภทไปสู่ประชาชน อย่างสม่ำเสมอเป็นปกติธุระ ไม่ว่าจะอยู่ในรูปสื่อสิ่งพิมพ์ วิชุกกระจายเสียง วิชุกโทรทัศน์ สื่อดิจิทัล หรือในรูปแบบอื่นใดที่สามารถสื่อความหมายให้ประชาชนทราบได้เป็นการทั่วไป ทั้งนี้ต้องมีผู้รับผิดชอบทางกฎหมายและสามารถกำกับดูแลการดำเนินการให้เป็นไปตามกรอบจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

“หนังสือพิมพ์” หมายถึง สิ่งพิมพ์ที่เสนอข่าวโดยทั่วไปและความคิดเห็นเป็นสาระสำคัญเป็นส่วนใหญ่ ปฏิบัติตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ มีชื่อจำหน้าเช่นเดียวกัน และออกหรือเจตนาจะออกตามลำดับเรื่อยไป มีกำหนดระยะเวลาหรือไม่ก็ตาม มีข้อความต่อเนื่องกันหรือไม่ก็ตาม

“โทรทัศน์” หมายถึง สถานีวิทยุโทรทัศน์ หรือรายการทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ รวมทั้งการกระจายสัญญาณวิทยุโทรทัศน์แบบบอกรับเป็นสมาชิก และการกระจายสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ทั้งนี้ให้รวมถึงการทำให้ปรากฏเป็นเสียงและภาพ เพื่อสื่อความหมายด้วยวิธีอื่นใด ที่เป็นการเสนอข่าวโดยทั่วไปและความคิดเห็น โดยสถานีหรือรายการนั้นด้วย

“วิทยุ” หมายถึง สถานีวิทยุกระจายเสียง หรือรายการทางสถานีวิทยุ ทั้งนี้ให้รวมถึงการทำให้ปรากฏเป็นเสียง เพื่อสื่อความหมายด้วยวิธีอื่นใด ที่เป็นการเสนอข่าวโดยทั่วไปและความคิดเห็นโดยสถานี หรือรายการนั้นด้วย

“สื่อดิจิทัล” หมายถึง สื่อมวลชนที่อาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสู่ประชาชน ทั้งนี้ให้หมายรวมถึงสื่อดิจิทัลของสมาชิกที่เป็นหนังสือพิมพ์ วิชุกโทรทัศน์ ด้วย

“สภาการสื่อมวลชน” หมายถึง สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ

“คณะกรรมการ” หมายถึง คณะกรรมการสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ

“กรรมการ” หมายถึง กรรมการสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ

“คณะกรรมการจริยธรรม” หมายถึง คณะกรรมการที่ทำหน้าที่ส่งเสริม สนับสนุน กำกับให้มีการปฏิบัติตามข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพอย่างมีประสิทธิภาพและเคร่งครัด รวมทั้งมีหน้าที่พิจารณาตรวจสอบและดำเนินการในเรื่องที่มีการกล่าวหา ร้องเรียน อันเนื่องมาจากการที่สมาชิกละเมิดข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

“สมาชิก” หมายถึง องค์กรสมาชิกสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ

“ผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชน” หมายถึง บุคคลซึ่งประกอบวิชาชีพเป็นปกติธุระในสาขาที่เกี่ยวข้องกับสื่อสารมวลชน และเป็นสมาชิกขององค์กรสมาชิกสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ

“ผู้ปฏิบัติงานสื่อมวลชน” หมายถึง บรรณาธิการ หัวหน้ากองบรรณาธิการ บรรณาธิการบริหาร หรือตำแหน่งควบคุมและดำเนินการงานกองบรรณาธิการที่เรียกชื่อเป็นอย่างอื่น และให้หมายความรวมถึง ผู้สื่อข่าว ผู้เขียนข่าว ผู้เขียนบทความ ผู้ถ่ายภาพ ผู้เขียนภาพ ผู้ที่ทำงานอยู่ในกองบรรณาธิการ ผู้ที่ทำงานเกี่ยวเนื่องกับฝ่ายบรรณาธิการ หรือบุคคลอื่น ตามที่สภาการสื่อมวลชนกำหนด

ข้อ ๗ สภาการสื่อมวลชนมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

(๑) ส่งเสริมผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนให้มีความรับผิดชอบ และปฏิบัติตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

(๒) ส่งเสริมเสรีภาพ และสนับสนุนสิทธิการรับรู้ข่าวสาร การแสดงความคิดเห็นของพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

(๓) ส่งเสริมและพัฒนาการประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน และกิจการสื่อมวลชน

ข้อ ๘ สภาการสื่อมวลชนมีอำนาจและหน้าที่ดังต่อไปนี้

(๑) ควบคุมการปฏิบัติหน้าที่ของสมาชิก และผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนในสังกัดสมาชิก ให้เป็นไปตามข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพ และข้อบังคับ หรือระเบียบปฏิบัติอื่น ซึ่งตราขึ้นตามธรรมนูญนี้ หรือตามที่คณะกรรมการกำหนด

(๒) ให้การศึกษาอบรมด้านวิชาการแก่ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน

(๓) เผยแพร่ ประกาศ รายงานการประชุม งาน คำวินิจฉัย และคำสั่งของสภาการสื่อมวลชนต่อสาธารณะเป็นประจำ

ข้อ ๙ สภาการสื่อมวลชนอาจมีรายได้ดังต่อไปนี้

(๑) ค่าบำรุงจากสมาชิก

(๒) ทรัพย์สินที่มีผู้บริจาคให้เพื่อดำเนินการตามวัตถุประสงค์

(๓) รายได้อื่นจากการดำเนินการตามวัตถุประสงค์

(๔) ดอกผลจากเงินตาม (๑) (๒) และ (๓)

หมวด ๒

สมาชิก

ข้อ ๑๐ สมาชิกแบ่งเป็น ๒ ประเภท คือ

(๑) สมาชิกก่อตั้ง ประกอบด้วย

๑.๑ ประเภทหนังสือพิมพ์ ได้แก่ สมาชิกที่ผู้บริหาร เจ้าของ หรือบรรณาธิการผู้มีอำนาจเต็มของหนังสือพิมพ์ฉบับต่าง ๆ ได้ลงนามในบันทึกเจตนารมณ์ของผู้ประกอบวิชาชีพ เรื่องการจัดตั้งสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ เมื่อวันที่ ๔ กรกฎาคม พ.ศ.๒๕๔๐ ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และยังคงดำเนินกิจการสื่อมวลชนอยู่ต่อเนื่องตลอดมาจนถึงวันที่ธรรมนูญนี้ใช้บังคับ

๑.๒ ประเภทวิทยุ ได้แก่ สมาชิกที่ผู้บริหาร เจ้าของ หรือบรรณาธิการผู้มีอำนาจเต็มของสถานีวิทยุกระจายเสียง หรือรายการทางสถานีวิทยุ ได้ลงนามในบันทึกเจตนารมณ์ของผู้ประกอบวิชาชีพ เรื่องการจัดตั้งสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย เมื่อวันที่ ๑๐ เมษายน ๒๕๕๒ ณ โรงแรมดิเอ็มเมอรัลด์ กรุงเทพฯ และยังคงดำเนินกิจการข่าววิทยุกระจายเสียงนั้นอยู่ต่อเนื่องตลอดมาจนถึงวันที่ธรรมนูญนี้ใช้บังคับ

๑.๓ ประเภทโทรทัศน์ ได้แก่ สมาชิกที่ผู้บริหาร เจ้าของ หรือบรรณาธิการผู้มีอำนาจเต็มของสถานีวิทยุโทรทัศน์ หรือรายการทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ รวมทั้งการกระจายสัญญาณวิทยุโทรทัศน์แบบบอกรับเป็นสมาชิก และการกระจายสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ได้ลงนามในบันทึกเจตนารมณ์ของผู้ประกอบวิชาชีพ เรื่องการจัดตั้งสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย เมื่อวันที่ ๑๐ เมษายน ๒๕๕๒ ณ โรงแรมดิเอ็มเมอรัลด์ กรุงเทพฯ และยังคงดำเนินกิจการข่าววิทยุโทรทัศน์นั้นอยู่ต่อเนื่องตลอดมาจนถึงวันที่ธรรมนูญนี้ใช้บังคับ

(๒) สมาชิกสามัญ ได้แก่ สมาชิกของสภาการสื่อมวลชน ที่ไม่ใช่สมาชิกก่อตั้ง

ข้อ ๑๑ สมาชิกมีหน้าที่ดังต่อไปนี้

(๑) สนับสนุนกิจกรรมของสภาการสื่อมวลชน และการปฏิบัติงานของคณะกรรมการ

(๒) ส่งเสริมและควบคุมผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนในสังกัด ให้ปฏิบัติตามข้อบังคับสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๑๒ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนที่สังกัดสมาชิก ต้องปฏิบัติตามข้อบังคับสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ ว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพ และข้อบังคับ หรือระเบียบปฏิบัติอื่น

สมาชิกหรือผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนฝ่าฝืนข้อบังคับสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติว่าด้วยจริยธรรม แห่งวิชาชีพ และข้อบังคับหรือระเบียบปฏิบัติอื่น ถือว่าประพฤติผิดจริยธรรมแห่งวิชาชีพและให้บังคับตามหมวด ๕

ข้อ ๑๓ สมาชิกหรือผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนพ้นจากสมาชิกภาพเมื่อ

(๑) เลิกกิจการ

(๒) ไม่ปฏิบัติตามมติของสภาการสื่อมวลชนและคณะกรรมการมีมติด้วยคะแนนเสียงไม่น้อยกว่า ๓ ใน ๔ ของคณะกรรมการทั้งหมดให้พ้นจากสมาชิกภาพ

หมวด ๓

คณะกรรมการสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ

ข้อ ๑๔ ให้สภาการสื่อมวลชนมีกรรมการคณะหนึ่งเรียกว่า “คณะกรรมการสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ” จำนวนไม่เกินยี่สิบสามคน ประกอบด้วย กรรมการที่มาจากผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนในองค์กรสมาชิก ไม่เกิน สิบห้าคน และกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาอาชีพต่าง ๆ อีกแปดคน โดยกรรมการที่มาจากข้าราชการ พนักงาน ราชการ หรือลูกจ้างของหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานของรัฐที่ได้รับเงินอุดหนุนจากรัฐ ให้มีได้ ไม่เกินหนึ่งคน

ทั้งนี้จะต้องไม่เป็นผู้ดำรงตำแหน่งพนักงานลูกจ้างขององค์กรอิสระตามรัฐธรรมนูญ และองค์กรอื่นที่ได้รับเงิน สนับสนุนจากรัฐบาล องค์กร หรือหน่วยงานระหว่างประเทศ ผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง และในพรรคการเมือง รวมถึงที่ปรึกษา พนักงานและลูกจ้างของพรรคการเมือง

กรรมการที่มาจากผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนให้ถือเกณฑ์ดังต่อไปนี้

(๑) เจ้าของ หรือผู้บริหาร หรือผู้ประกอบการ บรรณาธิการ หรือตัวแทนผู้มีอำนาจจากกองบรรณาธิการ จากสมาชิกก่อตั้ง

(๒) เจ้าของ หรือผู้บริหาร หรือผู้ประกอบการ บรรณาธิการ หรือตัวแทนผู้มีอำนาจจากกองบรรณาธิการ จากสมาชิกสามัญ

ทั้งนี้การเลือกกรรมการตาม (๑) และ (๒) ให้เป็นไปตามที่คณะกรรมการกำหนด โดยให้คำนึงถึงสัดส่วนที่ เหมาะสมระหว่างสมาชิกในส่วนกลางและสมาชิกจากส่วนภูมิภาคในแต่ละกลุ่ม อีกทั้งให้คำนึงถึงสัดส่วนของจำนวน สมาชิกของสื่อแต่ละประเภทด้วย

ให้กรรมการตาม (๑) และ (๒) เลือกผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาอาชีพต่าง ๆ ได้แก่ ด้านกฎหมาย ด้านวิชาการ สื่อสารมวลชน ด้านการบริหารจัดการ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านสิทธิมนุษยชน และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาละหนึ่งคน และเลือกผู้ทรงคุณวุฒิที่มีอาวุโสและประสบการณ์สูงด้านสื่อมวลชน ซึ่งไม่สังกัดองค์กรสื่อมวลชน ใด อีกจำนวนสองคน (รวม ๘ คน)

ให้คณะกรรมการดำเนินการเลือกกันเองเพื่อดำรงตำแหน่งประธานสภาการสื่อมวลชนหนึ่งคน รองประธาน สภาการสื่อมวลชนไม่เกินสามคน เลขาธิการสภาการสื่อมวลชนหนึ่งคน และกรรมการตำแหน่งอื่นตามความจำเป็น และเหมาะสม

ให้ประธานสภาการสื่อมวลชนเป็นผู้กระทำการแทนสภาการสื่อมวลชนในการติดต่อกับบุคคลภายนอก แต่ประธานสภาการสื่อมวลชนอาจมอบหมายเป็นหนังสือให้กรรมการอื่นกระทำการแทนตนเฉพาะในกิจการใดก็ได้

ให้รองประธานสภาการสื่อมวลชนคนที่หนึ่ง คนที่สอง หรือคนที่สาม กระทำการแทนเมื่อประธานสภาการสื่อมวลชน หรือรองประธานสภาการสื่อมวลชนคนที่หนึ่ง หรือคนที่สองไม่อยู่ หรือไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้แล้วแต่กรณี หากประธานสภาการสื่อมวลชนหรือรองประธานสภาการสื่อมวลชนคนที่หนึ่ง คนที่สอง และคนที่สาม ไม่อยู่หรือไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้กรรมการผู้มีอาวุโสสูงสุด ปฏิบัติหน้าที่แทนเป็นการชั่วคราว

ให้เลขาธิการสภาการสื่อมวลชนมีหน้าที่รับผิดชอบงานธุรการทั้งปวงของสภาการสื่อมวลชน

วิธีการได้มาซึ่งกรรมการในพรรคสอง ให้เป็นไปตามข้อบังคับสภาการสื่อมวลชน

ข้อ ๑๕ กรรมการมีวาระการดำรงตำแหน่ง ๓ ปีนับแต่วันที่ได้รับการเลือกตั้งตามข้อ ๑๔

ข้อ ๑๖ กรรมการพ้นจากตำแหน่งเมื่อ

(๑) ออกตามวาระ

(๒) ตาย

(๓) ลาออก

(๔) องค์การที่สังกัดหยุดดำเนินกิจการ หรือกรรมการจากองค์การนั้นย้ายสังกัด และต้นสังกัดพ้นสภาพสมาชิกตามข้อ ๑๒ เฉพาะกรณีกรรมการมาจากข้อ ๑๐ (๑) (๒)

(๕) ประพฤติชั่วอย่างร้ายแรง และคณะกรรมการมีมติให้พ้นจากตำแหน่งด้วยคะแนนเสียงไม่น้อยกว่า ๓ ใน ๔ ของจำนวนกรรมการทั้งหมด

(๖) ถูกศาลสั่งให้เป็นบุคคลล้มละลาย

(๗) ถูกจำคุกโดยคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก เว้นแต่ความผิดอันเนื่องจากการปฏิบัติหน้าที่ หรือความผิดอันได้กระทำโดยประมาท หรือความผิดลหุโทษ

(๘) เป็นผู้ไร้ความสามารถ หรือเสมือนไร้ความสามารถ หรือเป็นผู้วิกลจริต จิตฟั่นเฟือนไม่สมประกอบ

ข้อ ๑๗ กรณีที่มีกรรมการพ้นจากตำแหน่งก่อนครบวาระ ให้ดำเนินการให้มีผู้มาดำรงตำแหน่งแทนตามประเภทของกรรมการที่พ้นจากตำแหน่งในข้อ ๑๖ เว้นแต่วาระที่เหลืออยู่ไม่ถึง ๖๐ วัน และให้กรรมการที่ได้รับเลือกใหม่ อยู่ในตำแหน่งตามวาระของกรรมการซึ่งตนแทน

ข้อ ๑๘ ให้มีการประชุมคณะกรรมการอย่างน้อยทุก ๒ เดือน และกรรมการจะมอบหมายให้บุคคลอื่นเข้าประชุมแทนมิได้

ประธานสภาการสื่อมวลชนอาจเรียกประชุมเมื่อมีเหตุผลสมควร หรือโดยคำร้องขอของกรรมการไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมดก็ได้

การประชุมของคณะกรรมการ ต้องมีจำนวนไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมด จึงถือเป็นองค์ประชุม และให้ประธานสภาการสื่อมวลชนทำหน้าที่ประธานการประชุม

ข้อ ๑๙ คณะกรรมการมีอำนาจและหน้าที่ดังต่อไปนี้

(๑) บริหารกิจการของสภาการสื่อมวลชนตามวัตถุประสงค์

(๒) พิจารณาการเป็นสมาชิก

(๓) แต่งตั้งคณะกรรมการจริยธรรม

(๔) แต่งตั้งคณะอนุกรรมการหรือคณะทำงาน เพื่อให้คำแนะนำปรึกษาหรือช่วยทำกิจการหรือพิจารณาเรื่องที่ได้รับมอบหมายตามวัตถุประสงค์ของสภาการสื่อมวลชน เว้นแต่กิจการที่มีลักษณะหรือสภาพที่สภาการสื่อมวลชนไม่อาจมอบหมายให้กระทำแทนได้

(๕) ออกข้อบังคับสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชน และข้อบังคับอื่นตามที่กำหนดในธรรมนูญนี้

(๖) พิจารณาและวินิจฉัยปัญหาและข้อขัดแย้ง หรือปัญหาใดที่มีได้ตราไว้ในธรรมนูญนี้ หรือปัญหาการบังคับใช้ธรรมนูญนี้ คำวินิจฉัยดังกล่าวให้เป็นที่สุด

(๗) จัดทำรายงานการดำเนินงานประจำปี ของสภาการสื่อมวลชน เผยแพร่ต่อสาธารณะ

หมวด ๔

การพิจารณาเรื่องร้องเรียน

ข้อ ๒๐ การร้องเรียนว่า ข้อความหรือภาพหรือการสื่อความหมายด้วยวิธีอื่น ๆ ที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ หรือสื่อดิจิทัล ในสังกัดสมาชิก หรือพฤติกรรมของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนที่สังกัดสมาชิก ซึ่งผู้ร้องเรียน เห็นว่าเสียหาย หรือขัดต่อข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพ ให้แจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรพร้อมด้วยหลักฐานต่อ องค์การสื่อมวลชนนั้น เพื่อบรรเทาความเสียหายตามควรแก่กรณี

ให้องค์กรสมาชิกในส่วนกลาง จัดตั้งคณะกรรมการพิจารณาเรื่องร้องเรียนภายในองค์กรขึ้นคณะหนึ่ง เพื่อพิจารณาเรื่องร้องเรียนจากผู้ได้รับความเสียหาย โดยมีสัดส่วนของผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกในอัตราที่เหมาะสม ทั้งนี้ องค์กรสมาชิกในส่วนภูมิภาค ต้องรวมตัวกันจัดตั้งคณะกรรมการพิจารณาเรื่องร้องเรียนประจำแต่ละภาคด้วย ตามแต่กรณี

หลักเกณฑ์และวิธีการดำเนินงานของคณะกรรมการพิจารณาเรื่องร้องเรียนภายในองค์กร และคณะกรรมการ พิจารณาเรื่องร้องเรียนประจำภาค ให้เป็นไปตามที่คณะกรรมการกำหนด แต่ต้องกำหนดให้ดำเนินการพิจารณาเรื่อง ร้องเรียนให้เสร็จสิ้นภายในระยะเวลาไม่เกิน ๓๐ วัน

ข้อ ๒๑ เมื่อผู้เสียหายได้ดำเนินการตามข้อ ๒๐ แล้วถูกปฏิเสธ หรือมีการเพิกเฉยที่จะดำเนินการใด ๆ จาก คณะกรรมการพิจารณาเรื่องร้องเรียนภายในองค์กรสมาชิกสื่อมวลชน ซึ่งเป็นมูลเหตุให้เกิดความเสียหาย หรือเมื่อ ผู้เสียหายเห็นว่าการบรรเทาความเสียหายของสื่อมวลชนตามข้อ ๒๐ ไม่เป็นที่พอใจจนเห็นได้ชัด ให้ผู้เสียหายมีสิทธิ ร้องเรียนเป็นหนังสือพร้อมด้วยพยานหลักฐานต่อคณะกรรมการได้ภายใน ๑๒๐ วัน นับแต่วันได้รับความเสียหายนั้น การยื่นเรื่องร้องเรียนให้ทำตามแบบที่คณะกรรมการกำหนด

ข้อ ๒๒ เรื่องที่คณะกรรมการจะรับไว้พิจารณาดำเนินการ มีหลักเกณฑ์ดังนี้

(๑) เรื่องที่ได้รับคำร้องเรียนจากผู้เสียหายตามข้อ ๒๑ หรือ

(๒) เรื่องที่คณะกรรมการเห็นว่าเป็นเรื่องสำคัญ หรือมีเหตุอันควรสงสัยเกี่ยวกับข้อความหรือภาพ ที่ปรากฏ ในสื่อมวลชนที่เป็นสมาชิก หรือจากพฤติกรรมของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนที่สังกัดสมาชิก ขัดต่อข้อบังคับ สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ถ้าคณะกรรมการมีมติไม่รับเรื่องไว้พิจารณา ให้แจ้งผู้กล่าวหาเรื่องร้องเรียนทราบพร้อมด้วยเหตุผล ผู้กล่าวหาเรื่อง ร้องเรียนมีสิทธิยื่นอุทธรณ์ต่อคณะกรรมการภายใน ๓๐ วัน นับแต่วันรับทราบคำวินิจฉัย เมื่อคณะกรรมการได้วินิจฉัยไป เป็นประการใดแล้วให้ถือเป็นที่สุด

ข้อ ๒๓ ห้ามมิให้คณะกรรมการรับเรื่องไว้พิจารณาดำเนินการในกรณีดังต่อไปนี้

(๑) เรื่องที่ศาลรับฟ้องในประเด็นเดียวกันและอยู่ในระหว่างการพิจารณาของศาล หรือที่ศาลพิพากษาหรือ มีคำสั่งเด็ดขาดแล้ว หรือ

(๒) เรื่องที่มีข้อกล่าวหาหรือประเด็นเดียวกับเรื่องที่คณะกรรมการได้วินิจฉัยเป็นที่สุดไปแล้ว และไม่มีพยาน หลักฐานใหม่ซึ่งเป็นสาระสำคัญแห่งข้อกล่าวหาหรือ

(๓) เรื่องที่ล่วงเลยมาแล้วเกิน ๑๒๐ วัน นับแต่วันที่ผู้เสียหายทราบเรื่อง หรือเกิน ๑ ปี นับแต่วันเกิดเหตุ เว้นแต่คณะกรรมการจะเห็นว่าเป็นเรื่องสำคัญเกี่ยวข้องกับประโยชน์สาธารณะ หรือมีผลกระทบต่อเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพสื่อมวลชน

ข้อ ๒๔ เมื่อคณะกรรมการมีมติให้รับเรื่องไว้เพื่อพิจารณาตรวจสอบ และดำเนินการในเรื่องที่มีการกล่าวหา ร้องเรียน แต่หากคณะกรรมการไม่ดำเนินการเอง

ให้ส่งเรื่องให้คณะกรรมการจริยธรรมดำเนินการแทน โดยคณะกรรมการจริยธรรมจะแต่งตั้งและมอบหมายให้คณะทำงานสอบข้อเท็จจริงของเรื่องที่ร้องเรียนแทนก็ได้

ข้อ ๒๕ ให้คณะกรรมการสภาการสื่อมวลชนแต่งตั้งคณะกรรมการจริยธรรมจำนวน ๙ คน ประกอบด้วย

(๑) กรรมการสภาการสื่อมวลชน ประเภท (๑) เลือกกันเองให้เหลือ ๒ คน

(๒) กรรมการสภาการสื่อมวลชน ประเภท (๒) เลือกกันเองให้เหลือ ๑ คน

(๓) กรรมการสภาการสื่อมวลชน ประเภทผู้ทรงคุณวุฒิ เลือกกันเองให้เหลือ ๒ คน โดยให้มีผู้ทรงคุณวุฒิที่มีอาวุโสและประสบการณ์สูงด้านสื่อมวลชน ๑ คน

(๔) ให้กรรมการจริยธรรมตาม (๑) – (๓) เสนอชื่อบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญด้านกฎหมาย ด้านวิชาการ สื่อสารมวลชน ด้านการบริหารจัดการ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านสิทธิมนุษยชน และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ร่วมเป็นกรรมการจริยธรรม ให้ได้ ๔ คน โดยไม่ซ้ำสาขา เพื่อให้คณะกรรมการดำเนินการรับรองและแต่งตั้ง

ในคราวแรกของการประชุม ให้คณะกรรมการจริยธรรมพิจารณาเลือกประธาน รองประธานและเลขานุการ คณะกรรมการจริยธรรมให้เสร็จสิ้น เพื่อแจ้งให้คณะกรรมการทราบ

การปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการจริยธรรม ให้เป็นไปตามข้อบังคับสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติว่าด้วย จริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชน และข้อบังคับอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้ออกตามธรรมนูญนี้

ข้อ ๒๖ เมื่อคณะกรรมการจริยธรรมได้ตรวจสอบและดำเนินการเสร็จสิ้นแล้ว ให้แจ้งผลการพิจารณาให้ คณะกรรมการและคู่กรณีทราบภายใน ๓๐ วัน นับแต่วันที่พิจารณาเสร็จ หากคู่กรณีฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดเห็นว่ายังมีพยาน หลักฐานหรือเหตุผลอื่นที่ยังไม่ได้พิจารณา ให้ยื่นคำคัดค้านต่อคณะกรรมการจริยธรรมภายใน ๒๐ วัน นับแต่วันที่ ได้รับทราบผลการพิจารณา

เมื่อคณะกรรมการจริยธรรมได้รับคำคัดค้านแล้ว ให้ส่งผลการพิจารณาพร้อมคำคัดค้านของคู่กรณีให้ คณะกรรมการพิจารณาต่อไป

หมวด ๕

ความรับผิดชอบทางจริยธรรม

ข้อ ๒๗ เมื่อคณะกรรมการมีคำวินิจฉัยว่าสมาชิก หรือผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนในสังกัดสมาชิก ละเมิด หรือประพฤติผิดจริยธรรมแห่งวิชาชีพ ให้คณะกรรมการมีอำนาจดังต่อไปนี้

(๑) แจ้งเป็นหนังสือให้ต้นสังกัดสมาชิกที่ถูกร้องเรียน ลงตีพิมพ์หรือประกาศ เพื่อเผยแพร่คำวินิจฉัยอันเป็น ที่สุดของคณะกรรมการ ภายใต้เงื่อนไขที่คณะกรรมการกำหนดภายใน ๗ วัน นับแต่วันที่ได้รับความวินิจฉัยนั้น โดย สภาการสื่อมวลชนไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย

(๒) แจ้งเป็นหนังสือให้ต้นสังกัดสมาชิกที่ถูกร้องเรียน บรรเทาความเสียหายด้วยการลงตีพิมพ์หรือประกาศ เพื่อเผยแพร่ข้อความคำขอโทษต่อผู้เสียหายตามคำวินิจฉัยของคณะกรรมการ โดยสภาการสื่อมวลชนไม่ต้องเสียค่า ใช้จ่าย

(๓) ในกรณีผู้ประพจน์เป็นผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนให้ส่งคำวินิจฉัยไปยังต้นสังกัดของผู้นั้น เพื่อดำเนินการลงโทษ แล้วแจ้งผลให้สภาการสื่อมวลชนทราบโดยเร็ว

(๔) ในกรณีที่เห็นสมควร สภาการสื่อมวลชนอาจตักเตือน เป็นลายลักษณ์อักษร หลังจากแจ้งผลการพิจารณาให้แก่ผู้ถูกร้องเรียนทราบแล้ว ให้สภาการสื่อมวลชนเผยแพร่คำวินิจฉัยต่อสาธารณะ

หมวด ๖

การแก้ไขเพิ่มเติมธรรมนูญ

ข้อ ๒๘ การแก้ไขเพิ่มเติมธรรมนูญนี้ จะกระทำได้จากการเสนอของกรรมการไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมด โดยทำเป็นหนังสือเสนอต่อคณะกรรมการก่อนการประชุมตามข้อ ๑๘ วรรคสอง ไม่น้อยกว่า ๓๐ วัน มติให้แก้ไขเพิ่มเติมธรรมนูญนี้ต้องใช้คะแนนเสียงไม่น้อยกว่า ๓ ใน ๔ ของจำนวนกรรมการทั้งหมด

หมวด ๗

บทเฉพาะกาล

ข้อ ๒๙ ข้อบังคับ คำสั่ง ระเบียบ แนวปฏิบัติ และหรือประกาศที่ออกโดยอาศัยอำนาจตามธรรมนูญสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ พ.ศ.๒๕๔๐ ที่ใช้บังคับอยู่ก่อนในวันที่ธรรมนูญนี้ใช้บังคับ ให้ใช้บังคับได้ต่อไปเท่าที่ไม่ขัดหรือแย้งกับธรรมนูญฉบับนี้

ข้อ ๓๐ ให้คณะกรรมการสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ที่ดำรงตำแหน่งอยู่ก่อนในวันที่ธรรมนูญนี้ใช้บังคับ ให้คงปฏิบัติหน้าที่ตามธรรมนูญนี้ต่อไป จนกว่าจะมีคณะกรรมการสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติชุดใหม่

ข้อ ๓๑ ให้สมาชิกสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติที่มีสถานภาพเป็นสมาชิกอยู่ก่อนในวันที่ธรรมนูญนี้ใช้บังคับ ให้คงมีสถานภาพเป็นสมาชิกสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติตามธรรมนูญนี้ต่อไปตามเดิม

ข้อ ๓๒ การใดที่กฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ หรือคำสั่งใดกล่าวถึงตำแหน่งประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ให้หมายถึงประธานสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ

ข้อ ๓๓ ให้โอนสิทธิ และหน้าที่ รวมทั้งบรรดาทรัพย์สินพนักงาน เจ้าหน้าที่ ของสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ มาเป็นของสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติตามธรรมนูญนี้ นับตั้งแต่วันที่ธรรมนูญนี้ใช้บังคับ

ประกาศ ณ วันที่ ๑๑ พฤศจิกายน พุทธศักราช ๒๕๖๓



(นายชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี)

ประธานสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ



ข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชน สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๔

โดยที่ได้มีการจัดตั้ง “สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ” ขึ้นเมื่อวันที่ ๑๑ พฤศจิกายน ๒๕๖๓ เพื่อเป็นองค์กรทำหน้าที่กำกับดูแลกันเองด้านจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชน แทนสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติเดิม จึงเป็นการสมควรที่สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติต้องออกข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ. ๒๕๖๔ มาบังคับใช้สืบต่อไป

หมวด ๑

บททั่วไป

ข้อ ๑ ข้อบังคับนี้เรียกว่า ข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ. ๒๕๖๔

ข้อ ๒ ข้อบังคับนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันประกาศเป็นต้นไป

ข้อ ๓ ในข้อบังคับนี้

‘ข่าว’ หมายถึง เนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริงจากเหตุการณ์ปัจจุบัน ประกอบด้วย หัวข้อข่าว พาดหัวข่าว ความนำ เนื้อหาข่าว

‘เนื้อหาข่าว’ หมายถึง การนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อเสียง สื่อภาพ สื่อเคลื่อนไหว รูปแบบการนำเสนอเฉพาะของสื่อดิจิทัล กราฟิก แอนิเมชันจำลองเหตุการณ์ สื่ออินเทอร์เน็ตแพลตฟอร์ม และรูปแบบอื่น ๆ ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของข่าว

‘การแสดงความคิดเห็น’ หมายถึง บทบรรณาธิการ บทวิเคราะห์ คอลัมน์ บทความ การเล่าข่าว การ์ตูน รวมทั้งรูปแบบอื่นใดอันเป็นการตีความ วิพากษ์วิจารณ์ หรือข้อเสนอแนะ

‘เนื้อหาทั่วไป’ หมายถึง สารคดี สารคดีเชิงข่าว หรือรายงาน หรือสื่อบุคคล หรือเนื้อหาอื่นใดที่ปรากฏในสื่อมวลชน

‘สื่อมวลชน’ หมายถึง สื่อมวลชนตามธรรมนูญสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๓ ข้อ ๖

‘ผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชน’ หมายถึง ผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนตามธรรมนูญสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๓ ข้อ ๖

ข้อ ๔ สื่อมวลชนและผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนต้องไม่ประพฤติปฏิบัติการใด ๆ อันจะนำมาซึ่งความเสื่อมเสียเกียรติแห่งวิชาชีพ

หมวด ๒

หลักจริยธรรมทั่วไป

ความถูกต้องและข้อเท็จจริง

ข้อ ๕ สื่อมวลชนต้องตรวจสอบและไม่แต่งเติมเนื้อหาสาระของข่าวจนคลาดเคลื่อน หรือเกินจากข้อเท็จจริง

ข้อ ๖ สื่อมวลชนต้องละเว้นการเสนอข่าวด้วยความลำเอียง หรือมีอคติ เป็นเหตุให้ข่าวนั้นบิดเบือน อันอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่บุคคลในข่าว และความเข้าใจผิดในสังคม

ข้อ ๗ สื่อมวลชนต้องไม่นำเสนอหัวข้อข่าว พาดหัวข่าว ความนำ และภาพประกอบ จนทำให้เกิดความเข้าใจคลาดเคลื่อนไปจากสาระสำคัญของข่าว

ประโยชน์สาธารณะ

ข้อ ๘ สื่อมวลชนต้องนำเสนอข่าว เนื้อหาข่าว การแสดงความคิดเห็น และเนื้อหาทั่วไป ด้วยความบริสุทธิ์ใจ โดยไม่แสวงหาผลประโยชน์ส่วนตนหรือหมู่คณะ

ข้อ ๙ สื่อมวลชนพึงเสนอข่าว เนื้อหาข่าว การแสดงความคิดเห็น และเนื้อหาทั่วไป โดยตระหนักถึงความสำคัญ และอรรถประโยชน์ของข่าวต่อสาธารณะ และไม่เสนอข่าวในทำนองชวนเชื่อ หรือเร้าอารมณ์ให้คนสนใจในเรื่องที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

ข้อ ๑๐ สื่อมวลชนพึงระมัดระวังในการเสนอข่าว เนื้อหาข่าว การแสดงความคิดเห็น และเนื้อหาทั่วไป ในสถานการณ์วิกฤต อันจะส่งผลกระทบร้ายแรงในเชิงสุขภาพ เศรษฐกิจ วัฒนธรรม สังคม และการเมือง ไม่ว่าจะทำให้เกิดความเพิกเฉย หรือตื่นตระหนกเกินเหตุ หรือเจตนาเพื่อให้เกิดประโยชน์เฉพาะบุคคล หรือกลุ่มผลประโยชน์ใด ๆ

ข้อ ๑๑ สื่อมวลชนพึงทำหน้าที่ประสานความเข้าใจในสังคม ในภาวะที่สับสนเสี่ยงต่อความขัดแย้ง แยกแยะในความคิด และพึงระมัดระวังการเสนอข่าว เนื้อหาข่าว เนื้อหาทั่วไป หรือ การแสดงความคิดเห็นต่อสถานการณ์อันจะเป็นการสร้างหรือเพิ่มความหวาดระแวง ความเกลียดชัง ความขัดแย้ง และความรุนแรงในชุมชนหรือสังคม

ความสมดุลและเป็นธรรม

ข้อ ๑๒ สื่อมวลชนต้องแสดงความพยายามในการให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย

ข้อ ๑๓ สื่อมวลชนต้องเปิดโอกาสให้ฝ่ายที่ถูกกล่าวหาแสดงข้อเท็จจริง เมื่อข่าวที่นำเสนอมีการพาดพิง อันอาจเกิดความเสียหายแก่บุคคลหรือองค์กร หรือได้แสดงให้เห็นถึงความพยายามในการให้ความเป็นธรรมแล้ว

ข้อ ๑๔ สื่อมวลชนต้องรักษาความถูกต้องเที่ยงธรรม เมื่อบุคคลหรือองค์กรที่ถูกพาดพิงเห็นว่าการแสดงความคิดเห็น หรือการวิพากษ์วิจารณ์นั้น ไม่ถูกต้องหรือผิดพลาดคลาดเคลื่อนไปจากข้อเท็จจริง

การเคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

ข้อ ๑๕ สื่อมวลชนต้องเสนอข่าวโดยคำนึงถึงศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และหลักสิทธิมนุษยชนของบุคคลที่ตกเป็นข่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ต้องให้ความคุ้มครองอย่างเคร่งครัดต่อเด็ก เยาวชน กลุ่มเปราะบาง และผู้มีความหลากหลายด้านอัตลักษณ์ในสังคม รวมทั้งต้องไม่เป็นการซ้ำเติมความทุกข์ หรือโศกนาฏกรรม อันเกิดแก่บุคคลและครอบครัวของผู้ตกเป็นข่าว

ข้อ ๑๖ สื่อมวลชนต้องไม่เสนอเนื้อหาข่าวที่อุจาด ลามกอนาจาร หรือน่าหวาดเสียว โดยไม่คำนึงถึงความรู้สึกของสาธารณชนอย่างถ่วง

ข้อ ๑๗ สื่อมวลชนพึงละเว้นการล่วงละเมิดสิทธิส่วนบุคคล เว้นแต่กรณีเพื่อประโยชน์สาธารณะ

ข้อ ๑๘ สื่อมวลชนพึงระมัดระวังการเสนอข่าว เนื้อหาข่าว เนื้อหาทั่วไป หรือการแสดงความคิดเห็น ต่อสถานการณ์ที่มีความขัดแย้งหรือมีความรุนแรง อันจะทำให้ผู้ตกเป็นข่าวเกิดผลกระทบ ไม่สามารถใช้ชีวิตเป็นปกติสุขในชุมชนที่อาศัยอยู่เดิม

ข้อ ๑๙ สื่อมวลชนพึงระมัดระวังการเสนอข่าว เนื้อหาข่าว เนื้อหาทั่วไป หรือการแสดงความคิดเห็น อันเป็นการไม่เคารพต่อเชื้อชาติ ศาสนา และชาติพันธุ์ ซึ่งเป็นความเชื่อตามสิทธิส่วนบุคคล

ข้อ ๒๐ สื่อมวลชนพึงหลีกเลี่ยงการใช้คำที่ไม่สุภาพ หรือเนื้อหาข่าว ที่สื่อความหมายเชิงเหยียดหยาม หรืออยู่ในข่ายประทุษร้าย หรือแสดงนัยเชิงลบ

หมวด ๓

หลักกระบวนการทำงาน

การปกปิดและเคารพแหล่งข่าว

ข้อ ๒๑ สื่อมวลชนต้องไม่เสนอข่าวโดยเลื่อนลอยปราศจากแหล่งที่มา พึงระบุชื่อบุคคลที่ให้สัมภาษณ์หรือให้ข่าวอย่างเปิดเผย เว้นแต่จะมีเหตุอันควรปกปิดเพื่อสวัสดิภาพและความปลอดภัยของแหล่งข่าว และต้องเป็นประโยชน์ต่อสิทธิในการรับรู้ข่าวสารของสาธารณชน

ข้อ ๒๒ สื่อมวลชนต้องปกปิดชื่อและฐานะของบุคคลที่ให้ข่าวไว้เป็นความลับ เมื่อได้ให้คำมั่นแก่แหล่งข่าวนั้นไว้ และต้องปกปิดชื่อจริงของผู้ใช้นามปากกาหรือนามแฝงที่ปรากฏในสื่อมวลชนนั้นไว้เป็นความลับ ความรับผิดชอบในการแก้ข่าว

ข้อ ๒๓ สื่อมวลชนต้องแสดงความรับผิดชอบด้วยการแก้ไขข้อผิดพลาดอันเกิดจากการเสนอข่าวโดยไม่ชักช้า หากข้อผิดพลาดนั้นส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของบุคคลหรือองค์กร ให้ดำเนินการขอภัยพร้อมกันไปด้วย การแยกแยะข้อเท็จจริงกับความคิดเห็น

ข้อ ๒๔ สื่อมวลชนต้องไม่สอดแทรกความคิดเห็นลงในข่าวเนื้อหาข่าว

การละเว้นามิสสินจ้างและประโยชน์ทับซ้อน

ข้อ ๒๕ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนต้องไม่อดอ้าง หรืออาศัยตำแหน่งหน้าที่ เพื่อเรียกร้องสิทธิหรือผลประโยชน์ใด ๆ ที่ไม่ชอบธรรม

ข้อ ๒๖ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนต้องละเว้นการรับามิสสินจ้างอันมีค่า หรือผลประโยชน์ใด ๆ เพื่อให้กระทำการ หรือไม่กระทำการใด อันจะขัดต่อการปฏิบัติหน้าที่เพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้อง รอบด้าน

ข้อ ๒๗ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนพึงละเว้นการรับอภิสสินจ้าง หรือตำแหน่ง เพื่อให้กระทำการ หรือไม่กระทำการใด อันจะขัดต่อการปฏิบัติหน้าที่เพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องรอบด้าน การได้มาซึ่งข้อมูลโดยไม่ละเมิด

ข้อ ๒๘ สื่อมวลชนต้องบอกที่มาของข้อมูลในเนื้อหาข่าวที่คัดลอกมาจากแหล่งข้อมูลอื่น ๆ นอกเหนือจากการขออนุญาตจากแหล่งข้อมูลนั้นแล้ว

ข้อ ๒๙ สื่อมวลชนพึงใช้วิธีที่สุภาพและซื่อสัตย์ในการได้มาซึ่งข่าวสาร โฆษณาที่ไม่แอบแฝงและงมย

ข้อ ๓๐ สื่อมวลชนต้องแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าพื้นที่ใด ๆ บนสื่อเป็นการโฆษณา หรือแสวงหารายได้ไม่ให้เกิดความกำกวม หรือกลมกลืนจนทำให้เข้าใจผิดว่าเป็นข่าว หรือส่วนหนึ่งของเนื้อหาข่าว

ข้อ ๓๑ สื่อมวลชนพึงใช้ความระมัดระวังอย่างรอบคอบ ให้ประกาศโฆษณาทั้งหลายอยู่ภายในขอบเขตของศีลธรรมและวัฒนธรรม และพึงระมัดระวังที่จะไม่เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ประกาศโฆษณาที่น่าจะเป็นภัยแก่สังคมหรือสาธารณะ

ข้อ ๓๒ สื่อมวลชนพึงหลีกเลี่ยงการเผยแพร่ประกาศโฆษณา ที่มีเหตุให้น่าเชื่อว่าเจ้าของประกาศโฆษณานั้นเจตนาจะทำให้ผู้บริโภคข่าวสารหลงเชื่อในสิ่งที่มย

ประกาศ ณ วันที่ ๘ มิถุนายน ๒๕๖๔

(นายชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี)

ประธานสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ

นิยามศัพท์สื่อมวลชน โดย สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ

วิชาชีพสื่อมวลชนมีหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะอย่างถูกต้องและรวดเร็ว ถือเป็นหนึ่งกลไกสำคัญในการส่งเสริมสิทธิเสรีภาพด้านการรับรู้ข่าวสารและการแสดงความคิดเห็นของประชาชน แต่เนื่องด้วยพัฒนาการทางเทคโนโลยีการสื่อสารได้ส่งผลให้ภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดเวลา มีความซับซ้อนในกระบวนการสื่อสารมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังกระทบต่อความรับรู้และความเข้าใจจนทำให้เกิดการสื่อสารความหมายที่คลาดเคลื่อนเกี่ยวกับวิชาชีพสื่อมวลชน

ด้วยเหตุนี้ “สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ” ในฐานะองค์กรซึ่งทำหน้าที่กำกับดูแลกันเองด้านจริยธรรมของวิชาชีพสื่อมวลชน จึงได้จัดทำ “นิยามศัพท์สื่อมวลชน” ในลักษณะนิยามปฏิบัติการของสื่อมวลชนและผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนโดยมีเป้าหมายเพื่อรวบรวมและให้ความหมายคำศัพท์ในวิชาชีพสื่อมวลชนอย่างเป็นระบบ สร้างความชัดเจน ป้องกันความคลาดเคลื่อนจากการตีความ ก่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน สามารถใช้เป็นมาตรฐานกลางในการอ้างอิงทั้งในภาควิชาชีพ ภาควิชาการ และภาคธุรกิจสื่อที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนามาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชนด้านการนำเสนอข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อในปัจจุบัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

หมวดที่ ๑

สื่อสารมวลชนและวิชาชีพสื่อมวลชน

การนิยามคำศัพท์ในหมวดที่ ๑ “สื่อสารมวลชนและวิชาชีพสื่อมวลชน” มีเป้าหมายเพื่ออธิบายคำศัพท์พื้นฐานสำคัญในภาพกว้างเกี่ยวกับวิชาชีพสื่อมวลชนซึ่งทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร อันประกอบด้วยบริบท องค์กรประกอบ

อุดมการณ์ และจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชน รวมถึงกลไกที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแลกันเองด้านจริยธรรมของสื่อมวลชน ซึ่งมีความสำคัญต่อการทำความเข้าใจการนิยามศัพท์ในหมวดอื่น ๆ ต่อไป

ข้อ ๑ สื่อสารมวลชน (Mass Communication)

หมายถึง กระบวนการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชนที่มีกองบรรณาธิการทำหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล สามารถสื่อสารไปยังผู้รับสารจำนวนมากที่มีลักษณะประชากรและความสนใจแตกต่างกันผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง และสื่อดิจิทัล ตลอดจนช่องทางการสื่อสารในรูปแบบอื่นใดที่สามารถสื่อความหมายให้ประชาชนทราบได้เป็นการทั่วไป

ทั้งนี้ ในบริบทของการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร กระบวนการผลิต และเผยแพร่ข่าวสารของสื่อมวลชนนั้นต้องมีความรับผิดชอบต่อกฎหมายและการกำกับดูแลให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๒ สื่อมวลชน (Mass Media / Media / Press / Journalist)

หมายถึง สื่อหรือช่องทางที่ผลิต เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชนอย่างสม่ำเสมอเป็นปกติธุระ ทั้งในรูปสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง รวมถึงสื่อดิจิทัลหรือในรูปแบบอื่นใดที่สามารถสื่อความหมายให้ประชาชนทราบได้เป็น การทั่วไป

นอกจากนี้ “สื่อมวลชน” ยังหมายถึงผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนทั้งในระดับบุคคล กลุ่มบุคคล องค์กรสื่อมวลชน ตลอดจนองค์กรวิชาชีพสื่อมวลชนด้วย ซึ่งต้องมีความรับผิดชอบต่อกฎหมายและการกำกับดูแลการดำเนินการให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ทั้งนี้รูปแบบการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชนในสื่อแต่ละประเภทมีลักษณะสำคัญในการสื่อสาร ดังนี้

ข้อ ๒.๑ หนังสือพิมพ์ (Newspaper) หมายถึง สื่อที่ทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร โดยใช้สิ่งพิมพ์ มีชื่อจำหน้าเช่นเดียวกัน และออกหรือเจตนาจะออกตามลำดับเรื่อยไป มีกำหนดระยะเวลาหรือไม่ก็ตาม มีความต่อเนื่องกันหรือไม่ก็ตาม

ข้อ ๒.๒ วิทยุโทรทัศน์/สื่อภาพและเสียง (Television Broadcasting) หมายถึง สื่อที่ทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร โดยใช้ทั้งภาพและเสียงเป็นสื่อกลางในการนำเสนอผ่านช่องทางคลื่นความถี่วิทยุโทรทัศน์

ข้อ ๒.๓ วิทยุกระจายเสียง/สื่อเสียง (Radio Broadcasting/Audio Media) หมายถึง สื่อที่ทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร โดยใช้สื่อเสียงเป็นองค์ประกอบหลักในการนำเสนอผ่านช่องทางคลื่นความถี่วิทยุกระจายเสียง

ข้อ ๒.๔ สื่อดิจิทัล (Digital Media) หมายถึง สื่อที่ทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร โดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศที่ช่วยให้สามารถนำเสนอข้อความ ภาพ ภาพเคลื่อนไหว เสียง การปฏิสัมพันธ์ข้อมูล ตลอดจนการนำหนังสือพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียงมาเผยแพร่ผ่านอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ โปรแกรมประยุกต์ (Application) โดยผู้รับสารสามารถดาวน์โหลดข้อมูลข่าวสารไปอ่าน รับชมหรือรับฟังได้ทั้งแบบเรียลไทม์ (Real Time) หรือแบบรายสะดวก (On Demand) ตามอายุการเผยแพร่ มีทั้งแบบไม่ชำระเงิน แบบบอกรับสมาชิก และ แบบอุดหนุนค่าใช้จ่าย

ข้อ ๓ วิชาชีพสื่อมวลชน (Media Professional) หมายถึง การประกอบอาชีพสื่อมวลชนอย่างมืออาชีพ ภูมิปัญญา (Profession) อันต้องมีองค์ความรู้และความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานตามหลักวารสารศาสตร์ซึ่งครอบคลุมกระบวนการทำงานตั้งแต่การค้นหา รวบรวม กลั่นกรอง ตรวจสอบความถูกต้อง และนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อทุกประเภทอย่างกว้างขวางและลุ่มลึก มุ่งเน้นความถูกต้องและข้อเท็จจริง ประโยชน์สาธารณะ ความสมดุลและเป็นธรรม การเคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

เป็นมนุษย์ ตระหนักรู้ถึงจริยธรรมแห่งวิชาชีพ มีความรับผิดชอบทางกฎหมาย และมีกลไกกำกับดูแลการดำเนินการให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๔ เสรีภาพในการพูด (Freedom of Speech) หมายถึง อิสระในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและแสดงความคิดเห็นโดยปราศจากการควบคุมหรือแทรกแซงจากอำนาจต่าง ๆ ทั้งนี้ ต้องไม่ขัดต่อกฎหมายและไม่ละเมิดต่อสิทธิของบุคคลอื่น

ข้อ ๕ จริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชน (Media Ethics) หมายถึง หลักความประพฤติที่พึงงามของผู้ประกอบวิชาชีพซึ่งยึดหลักความถูกต้อง ครบถ้วน รอบด้าน เป็นประโยชน์สาธารณะ มีความสมดุลและเป็นธรรม เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ตลอดจนการมีกระบวนการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม การเคารพแหล่งข่าว การได้มาซึ่งข้อมูลโดยไม่ละเมิด ความรับผิดชอบต่อสังคมในการแก้ไขข่าว และต้องไม่มีผลประโยชน์แอบแฝงให้เกิดความฉ้อโกงหรือเกิดความเคลือบแคลงต่อวิชาชีพ

ข้อ ๖ จรรยาบรรณสื่อมวลชน (Media Code of Ethics) หมายถึง ประมวลความประพฤติที่พึงงามซึ่ง ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนมีมติร่วมกันแล้วกำหนดขึ้นตามหลักวิชาชีพสื่อมวลชน เพื่อให้สื่อมวลชนทำหน้าที่ได้อย่างถูกต้อง มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นธรรม ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณะ และเพื่อส่งเสริมเกียรติคุณ รักษาชื่อเสียงของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน โดยอาจเขียนเป็นลายลักษณ์อักษรหรือไม่ก็ได้

ข้อ ๗ การกำกับดูแลสื่อมวลชน (Media Regulation) หมายถึง การกำกับ ควบคุม หรือดูแลให้สื่อมวลชนปฏิบัติหน้าที่ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพและรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งรูปแบบของการกำกับดูแลสื่อมวลชนแบ่งเป็น ๑) การกำกับดูแลตนเอง (Self-regulation) ๒) การกำกับร่วมกัน (Co-regulation) และ ๓) การกำกับโดยรัฐ (State-regulation) ซึ่งมีกลไกสำคัญที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแล ได้แก่ กฎหมาย หน่วยงานกำกับดูแล ข้อกำหนดมาตรฐานวิชาชีพ จริยธรรม หรือแนวปฏิบัติของสื่อมวลชน และกลไกอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ข้อ ๘ การกำกับดูแลตนเอง (Self-regulation)

หมายถึง การกำกับ ควบคุม หรือดูแลให้สื่อมวลชนปฏิบัติหน้าที่ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอย่างมีเสรีภาพและรับผิดชอบต่อสังคมด้วยความสมัครใจและมีพันธกิจรับผิดชอบต่อร่วมกันในหมู่ผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนเอง มีกลไกในการตรวจสอบและดูแลตนเองระหว่างสมาชิกให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๙ องค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน (Mass Media Professional Organization) หมายถึง คณะบุคคลที่มีการรวมกลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนเป็นองค์กรวิชาชีพด้านสื่อมวลชน ในลักษณะสภาวิชาชีพ หรือสมาคมวิชาชีพ ฯลฯ โดยมีกลไกหรือกิจกรรมเพื่อส่งเสริม สนับสนุน และกำกับดูแลสมาชิกให้ปฏิบัติตามมาตรฐานจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๑๐ คณะกรรมการรับเรื่องร้องเรียนภายในองค์กรสมาชิก (Media Ombudsman) หมายถึง คณะบุคคลที่ได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการในการพิจารณาเรื่องร้องเรียนอันเกี่ยวกับการไม่ปฏิบัติตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพของสื่อมวลชนภายในองค์กรสื่อมวลชนนั้น ๆ ซึ่งผู้ร้องเรียนเห็นว่าสร้างความเสียหาย หรือได้รับผลกระทบจากการนำเสนอข่าว เนื้อหาข่าว และการแสดงความคิดเห็น หรือการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ขัดต่อจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชน

ข้อ ๑๑ ภูมิทัศน์สื่อ (Media Landscape) หมายถึง ภาพรวมของระบบสื่อสารมวลชนในสังคมซึ่งครอบคลุมองค์ประกอบที่สำคัญ อาทิ ประเภทและรูปแบบของสื่อ เทคโนโลยีการสื่อสาร พฤติกรรมการใช้สื่อและการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร สภาพเศรษฐกิจและการแข่งขันของสื่อมวลชน บทบาทและอิทธิพลของสื่อในสังคม กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสื่อ การกำกับดูแลสื่อมวลชน เป็นต้น ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อในปัจจุบันเป็นผลมาจากการพัฒนาและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นสำคัญ โดยที่ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบในภูมิทัศน์สื่อนั้นก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้รับสาร ชุมชน และสังคม ซึ่งเรียกสภาวะความสัมพันธ์นี้ว่า “นิเวศสื่อ” (Media Ecology)

หมวดที่ ๒

ผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชน

การนิยามคำศัพท์ในหมวดที่ ๒ “ผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชน” มีเป้าหมายเพื่ออธิบายคำศัพท์เกี่ยวกับบุคคล กลุ่มบุคคล องค์กร ซึ่งมีความสำคัญต่อการทำความเข้าใจขอบเขตและการทำหน้าที่ในวิชาชีพสื่อมวลชนที่ต้องมีความรับผิดชอบต่อกฎหมาย มีการกำกับดูแลให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพและเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

ข้อ ๑๒ ผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชน (Media / Press / Journalist) หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล องค์กร ตั้งแต่ระดับผู้ปฏิบัติงาน ผู้บริหาร และเจ้าของที่ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนเป็นปกติธุระ โดยมีองค์ความรู้และความเชี่ยวชาญตามหลักวิชาชีพในการทำหน้าที่รวบรวมข้อมูล ข่าวสาร คัดกรอง ตรวจสอบความถูกต้อง และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะอย่างมีความรับผิดชอบต่อกฎหมายและสามารถกำกับดูแลการดำเนินการให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๑๓ องค์กรสื่อมวลชน (Mass Media Organization) หมายถึง องค์กรที่ประกอบกิจการด้านสื่อมวลชน ซึ่งให้บริการรวบรวม คัดกรอง ตรวจสอบความถูกต้อง และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะอย่างเป็นปกติธุระ โดยมีผู้รับผิดชอบต่อกฎหมาย และสามารถกำกับดูแลการดำเนินการให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ทั้งนี้ พึงมีหนังสือสำคัญที่เป็นหลักฐานการประกอบกิจการสื่อมวลชน เช่น หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนการพิมพ์ ใบอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงหรือกิจการวิทยุโทรทัศน์ การจดทะเบียนชื่อเว็บไซต์ (Domain name) ที่มีการดำเนินการด้านธุรกิจข้อมูลข่าวสาร

ข้อ ๑๔ ผู้ปฏิบัติงานสื่อมวลชน (Media Worker) หมายถึง กองบรรณาธิการ บรรณาธิการ หัวหน้ากองบรรณาธิการ บรรณาธิการบริหาร หรือตำแหน่งอื่นใดที่ทำหน้าที่ควบคุม คัดกรอง ตรวจสอบข้อมูลตามบทบาทหน้าที่ของกองบรรณาธิการ รวมถึงผู้สื่อข่าว ผู้เขียนข่าว ผู้เขียนบทความ ช่างภาพ ผู้เขียนภาพ นักสร้างสรรค์ภาพประกอบ กราฟิก การ์ตูน ภาพเสมือนจริง (Immersive) ผลงานจาก

เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) หรือตำแหน่งอื่นใดที่มีบทบาทในการค้นหา รวบรวม ตรวจสอบ สร้างสรรค์ และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นปกติธุระตามหลักวิชาชีพสื่อมวลชน ที่ต้องมีความรับผิดชอบทางกฎหมายและการกำกับดูแลให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๑๔.๑ ผู้ปฏิบัติงานสื่อมวลชนแบบสังกัดองค์กรสื่อมวลชน หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีตำแหน่งงานอยู่ภายใต้โครงสร้างการบังคับบัญชาขององค์กรสื่อมวลชน ได้รับมอบหมายให้ทำงานตามบทบาทหน้าที่อย่างต่อเนื่องตามนโยบายที่องค์กรกำหนด เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางขององค์กรเป็นหลัก ได้รับการว่าจ้างหรือค่าตอบแทนและสวัสดิการที่แน่นอนสม่ำเสมอและได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายแรงงาน มีความรับผิดชอบทางกฎหมายเกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่สื่อมวลชนที่เป็นไปในลักษณะรับผิดชอบร่วมกันในองค์กร

ข้อ ๑๔.๒ ผู้ปฏิบัติงานสื่อมวลชนแบบอิสระ/ไม่สังกัดองค์กรสื่อมวลชน หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีลักษณะดังนี้

ข้อ ๑๔.๒.๑ บุคคลหรือคณะบุคคลที่ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนโดยได้รับการว่าจ้างเป็นครั้งคราว จากองค์กรสื่อมวลชนโดยมีการแสดงสังกัดองค์กรชัดเจน เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางขององค์กรซึ่งได้รับค่าตอบแทนตามวาระงานหรือ จำนวนผลงานที่เผยแพร่ เรียกว่า “สตริงเกอร์” ทั้งนี้ ในกรณีที่ได้รับการว่าจ้าง องค์กรสื่อมวลชนที่เป็นผู้ว่าจ้างจะต้องมีส่วนรับผิดชอบทางกฎหมายและการกำกับดูแลให้การปฏิบัติหน้าที่ในวาระงานนั้นให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพด้วย

ข้อ ๑๔.๒.๒ บุคคลหรือคณะบุคคลที่ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนโดยได้รับการว่าจ้างเป็นครั้งคราว จากองค์กรสื่อมวลชนโดยไม่แสดงว่าสังกัดองค์กรใด องค์กรหนึ่งชัดเจน เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางขององค์กรซึ่งได้รับค่าตอบแทนตามวาระงานหรือ จำนวนผลงานที่เผยแพร่ เรียกว่า “ฟรีแลนซ์” ทั้งนี้ ในกรณีที่ได้รับการว่าจ้าง องค์กรสื่อมวลชนที่เป็นผู้ว่าจ้างจะต้องมีส่วนรับผิดชอบทางกฎหมายและการกำกับ

ดูแลให้การปฏิบัติหน้าที่ในวาระงานนั้นให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพด้วย

ข้อ ๑๔.๒.๓ บุคคลหรือคณะบุคคลที่ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางของตนเองเป็นหลัก โดยที่การรับผิดชอบทางกฎหมายและผลกระทบทางจริยธรรมมีลักษณะเป็นการรับผิดชอบส่วนตน

ข้อ ๑๕ ผู้สนับสนุนการปฏิบัติงานสื่อมวลชน/ผู้สนับสนุนงานข่าว (Media Supporter) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำงานสนับสนุนกระบวนการผลิตและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่อยู่ภายใต้การบริหารจัดการงานกองบรรณาธิการ อาทิ พนักงานจัดหน้าหนังสือพิมพ์ ฝ่ายกราฟิก ผู้พิสูจน์อักษร นักตัดต่อภาพและเสียง พนักงานควบคุมเสียง พนักงานควบคุมแสง นักสร้างสรรค์มัลติมีเดีย นักสร้างสรรค์เนื้อหา แอดมิน หรือตำแหน่งอื่นใดที่มีบทบาทสนับสนุนการ ค้นหา รวบรวม และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อมวลชน โดยมีความรับผิดชอบทางกฎหมายและการกำกับดูแลการดำเนินการให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๑๖ บรรณาธิการ (Editor) หมายถึง ผู้ปฏิบัติงานสื่อมวลชนที่มีหน้าที่ในกระบวนการคัดเลือกกลั่นกรอง ข่าวสารที่จะเผยแพร่ (Gatekeeping) ตรวจสอบข้อมูล (Fact Checking) โดยมีความรับผิดชอบทางกฎหมายและดำเนินการให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพในการบริหารงานกองบรรณาธิการตั้งแต่กระบวนการผลิตจนกระทั่งเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางสื่อมวลชน ทั้งนี้ โครงสร้างการบริหารขององค์กรสื่อมวลชนอาจประกอบด้วย บรรณาธิการบริหาร ผู้อำนวยการฝ่ายข่าว บรรณาธิการกลุ่มข่าว บรรณาธิการข่าว บรรณาธิการข่าวประจำวัน หัวหน้าข่าว

ข้อ ๑๗ กองบรรณาธิการ (Editorial Board/ News Room) หมายถึง กลุ่มบุคคลที่ปฏิบัติงานสื่อมวลชนโดยรับผิดชอบกระบวนการผลิตและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ตั้งแต่การค้นหา รวบรวม ตรวจสอบ คัดเลือก วิเคราะห์ สร้างสรรค์ และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะผ่านสื่อมวลชน โดยมีความรับผิดชอบทางกฎหมายและการกำกับดูแลการดำเนินการให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๑๘ โต๊ะข่าว (News Desk) หมายถึง กลุ่มบุคคล หรือฝ่ายหรือแผนกในกองบรรณาธิการที่ได้รับมอบหมายให้ ทำหน้าที่ค้นหา รวบรวม ตรวจสอบ สร้างสรรค์ และเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารในประเด็นเฉพาะด้าน อาทิ โต๊ะข่าวการเมือง โต๊ะข่าวเศรษฐกิจ โต๊ะข่าวกีฬา โต๊ะข่าวอาชญากรรม โต๊ะข่าว สิ่งแวดล้อม เป็นต้น โดยโครงสร้างของโต๊ะข่าว มักประกอบด้วย บรรณาธิการกลุ่มข่าวหรือหัวหน้าโต๊ะข่าว และผู้สื่อข่าว ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับประเด็นเฉพาะด้านนั้น ๆ โดยมีความรับผิดชอบทางกฎหมายและการกำกับดูแล การ ดำเนินการให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๑๙ นักข่าว/ผู้สื่อข่าว/ผู้รายงานข่าว (Journalist/ Press/ Reporter) หมายถึง ผู้ปฏิบัติงานสื่อสารมวลชนที่มีองค์ความรู้และความเชี่ยวชาญตามหลักวิชาชีพในการค้นหา ประเด็น รวบรวมข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้อง และเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสาร โดยมีความรับผิดชอบทางกฎหมายและการ กำกับดูแลการดำเนินการให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่ง วิชาชีพ

ข้อ ๒๐ นักข่าวท้องถิ่น/ผู้สื่อข่าวท้องถิ่น (Local Journalist / Local Reporter) หมายถึง ผู้สื่อข่าวที่ปฏิบัติงาน อยู่ในพื้นที่หรือภูมิภาคต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศโดยมุ่งเน้น นำเสนอประเด็นในชุมชน ท้องถิ่น หรือพื้นที่ที่ปฏิบัติงานอยู่ โดยมีความรับผิดชอบทางกฎหมายและการกำกับดูแลการ ดำเนินการให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๒๑ ช่างภาพข่าว (Photo Journalist/Video Journalist) หมายถึง ผู้ปฏิบัติงานสื่อสารมวลชนที่มีองค์ความรู้ และความเชี่ยวชาญตามหลักวิชาชีพในการทำหน้าที่บันทึก ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวของเหตุการณ์หรือบุคคลเพื่อนำเสนอเนื้อหาข่าวหรือข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ทาง สื่อมวลชน โดยมีความรับผิดชอบทางกฎหมายและการกำกับ ดูแลการดำเนินการให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๒๒ ผู้ดำเนินธุรกิจผลิตรายการข่าว (News Program Production Business Operator) หมายถึง กลุ่มบุคคลหรือผู้ประกอบการเกี่ยวกับการผลิตรายการ ข่าวเพื่อเผยแพร่ทางสื่อมวลชน ทั้งในลักษณะของการ รับจ้างผลิตรายการ (Outsource) การจ่ายค่าตอบแทนแก่

องค์กรสื่อมวลชนเพื่อแบ่งเวลาผลิตรายการ (Time Sharing) และการร่วมผลิตรายการโดยแบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกัน (Co-operation) ฯลฯ ทั้งนี้ ผู้ผลิตรายการข่าวและองค์กร สื่อมวลชนนั้น ๆ ต้องมีความรับผิดชอบทางกฎหมาย รวมถึง การกำกับดูแลให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๒๓ ผู้ควบคุมการผลิตรายการข่าว (Producer) หมายถึง บุคคลที่มีองค์ความรู้และความเชี่ยวชาญในการทำ หน้าที่บริหารจัดการงานผลิตรายการข่าว ตั้งแต่ขั้นก่อนการ ผลิต (Pre-production) ขั้นการผลิต (Production) และ ขั้นหลังการผลิต (Post-production) อาทิ การกำหนดและ ลำดับเนื้อหาข่าว การควบคุมรูปแบบรายการ การดูแลโฆษณา ที่ปรากฏในรายการ ทั้งนี้ ผู้ควบคุมการผลิตรายการข่าวจะ มีการประสานงานร่วมกับบรรณาธิการข่าวเพื่อนำมาผลิต เนื้อหาในรายการข่าว โดยมีความรับผิดชอบทางกฎหมายและ การกำกับดูแลการดำเนินการให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่ง วิชาชีพ

ข้อ ๒๔ ผู้ประกาศข่าว (News Anchor/ Newscaster) หมายถึง ผู้ปฏิบัติงานสื่อสารมวลชนที่ทำหน้าที่อ่านข่าว ตามเอกสารข่าวที่เตรียมไว้แล้วโดยไม่ได้แสดงข้อคิดเห็นและ ไม่แสดงอารมณ์ประกอบการอ่านข่าว โดยปฏิบัติหน้าที่อย่าง มีความรับผิดชอบทางกฎหมายและการกำกับดูแลให้เป็นไป ตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๒๕ ผู้เล่าข่าว (News Narrator) หมายถึง ผู้ ปฏิบัติงานสื่อสารมวลชนที่ทำหน้าที่นำเสนอข่าวในรูปแบบการ เล่าหรือพุดคุยรายละเอียดจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น มีการ วิเคราะห์แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าว คำนึงถึง การใช้ ภาษาและกริยาที่เหมาะสม ปฏิบัติหน้าที่อย่างมีความรับ รับผิดชอบทางกฎหมายและการกำกับดูแลให้เป็นไปตามหลัก จริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๒๖ ผู้ดำเนินรายการข่าว (News Presenter) หมายถึง ผู้ปฏิบัติงานสื่อสารมวลชนที่ทำหน้าที่นำเสนอข่าวโดย อาศัยทักษะการสื่อสารในการปฏิสัมพันธ์กับผู้รับชมรายการ มีบทบาทในการสร้างบรรยากาศของรายการ การนำเสนอข่าว ในรูปแบบการสนทนาร่วมกับแหล่งข่าวหรือผู้ร่วมรายการ เป็นผู้นำการสนทนา อภิปราย หรือสัมภาษณ์แหล่งข่าว/แขก

รับเชิญที่มาร่วมรายการ คำนึงถึงการใช้ภาษาและกริยาที่เหมาะสม ปฏิบัติหน้าที่อย่างมีความรับผิดชอบทางกฎหมาย และการกำกับดูแลให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๒๗ พิธีกรข่าว (News Host) หมายถึง ผู้ปฏิบัติงาน สื่อมวลชนหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายให้นำเสนอข้อมูลข่าวสารในรูปแบบรายการสารระบับันเทิง โดยอาจมีผู้ร่วมรายการหรือไม่ก็ได้ คำนึงถึงการใช้ภาษาและกริยาที่เหมาะสม ปฏิบัติหน้าที่อย่างมีความรับผิดชอบทางกฎหมายและการกำกับดูแลให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๒๘ ผู้ดูแลเว็บไซต์ (Webmaster) หมายถึง ผู้พัฒนา และบริหารระบบเว็บไซต์ข่าวที่รับผิดชอบออกแบบพัฒนา ปรับปรุง และบำรุงรักษาเว็บไซต์ให้มีความปลอดภัยและทันสมัย โดยปฏิบัติหน้าที่อย่างมีความรับผิดชอบทางกฎหมาย และการกำกับดูแลให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๒๙ ผู้ดูแลระบบ/แอดมิน (Admin/Administrator) หมายถึง ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางสื่อดิจิทัลให้มีความปลอดภัยและทันสมัย ตั้งแต่การนำเข้า แก้ไข ลบ หรือปิดกั้นการเข้าถึงข้อมูล ตลอดจนการโต้ตอบกับผู้รับสารตามสิทธิการจัดการข้อมูลที่ได้รับมอบหมาย โดยปฏิบัติหน้าที่อย่างมีความรับผิดชอบทางกฎหมายและการกำกับดูแลให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๓๐ ผู้สร้างสรรค์เนื้อหา/คอนเทนต์ครีเอเตอร์ (Content Creator) หมายถึง บุคคลที่สร้างสรรค์เนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารในลักษณะที่มุ่งเน้นความน่าสนใจ สร้างสรรค์ สร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสารผ่านสื่อ

ทั้งนี้ ผู้สร้างสรรค์เนื้อหาในวิชาชีพสื่อมวลชนจะต้องมีความรับผิดชอบทางกฎหมายและการกำกับดูแลให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๓๑ คอลัมนิสต์ (Columnist) หมายถึง ผู้ทำหน้าที่เขียนคอลัมน์ประจำในสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ รวมถึงสื่อดิจิทัล อาทิ หนังสือพิมพ์ออนไลน์ ทั้งนี้ คอลัมนิสต์อาจเป็นผู้ปฏิบัติงานสื่อมวลชน นักวิชาการ หรือ ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับข้อมูลที่นำเสนอผ่านคอลัมน์นั้น ๆ โดยคอลัมนิสต์จะ

ต้องมีความรับผิดชอบทางกฎหมายและการกำกับดูแลให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๓๒ ผู้เฝ้าประตูข่าวสาร/ผู้รักษาประตูข่าวสาร/ผู้เปิดประตูข่าวสาร (Gatekeeper) หมายถึง ผู้ปฏิบัติหน้าที่สื่อมวลชน อาทิ บรรณาธิการ ซึ่งทำหน้าที่คัดกรอง ควบคุม และตัดสินใจว่าข่าวสารหรือข้อมูลใดควรได้รับการเผยแพร่สู่สาธารณะ โดยคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะ มีความรับผิดชอบทางกฎหมายและการกำกับดูแลให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

หมวดที่ ๓

ข้อมูลข่าวสารในวิชาชีพสื่อสารมวลชน

การนิยามคำศัพท์ในหมวดที่ ๓ “ข้อมูลข่าวสารในวิชาชีพสื่อสารมวลชน” มีเป้าหมายเพื่ออธิบายคำศัพท์เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารหรือเนื้อหาสาระที่เป็นผลผลิตของการทำหน้าที่ในวิชาชีพสื่อมวลชนซึ่งต้องคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะ มีความรับผิดชอบทางกฎหมายและการกำกับดูแลให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๓๓ ข้อมูลข่าวสาร (Information) หมายถึง เนื้อหาจากการปฏิบัติงานของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน ได้แก่ ข่าว รายงานพิเศษ รายการสัมภาษณ์ การแสดงความคิดเห็นในรูปแบบต่าง ๆ ภาพประกอบ กราฟิก การ์ตูน ภาพเสมือน (Immersive) ผลงานจากการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) หรือเนื้อหาอื่นใดที่มีการค้นหา รวบรวม ตรวจสอบ สร้างสรรค์ และเผยแพร่ทางสื่อมวลชน

ทั้งนี้ ในปัจจุบันอาจพบคำว่า “คอนเทนต์” (Content) ที่นำมาใช้เรียกข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ผ่านสื่อ (Media Platform) อย่างมีวัตถุประสงค์ชัดเจน โดยคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะ มีความรับผิดชอบทางกฎหมายและการกำกับดูแลให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๓๔ เนื้อหา/คอนเทนต์ (Content) หมายถึง การนำเสนอข้อมูล หรือ เรื่องราว ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งตัวอักษร ภาพ ภาพเคลื่อนไหว แสง เสียง รูปแบบการนำเสนอเฉพาะของสื่อดิจิทัล กราฟิก แอนิเมชันจำลองเหตุการณ์ ภาพเสมือน (Immersive) ผลงานจากการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) สื่อ

อินเทอร์เน็ตแอคทีฟ และรูปแบบอื่น ๆ ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของเนื้อหา นำเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ ทำให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าใจความหมายได้ โดยมีความสร้างสรรค์ให้คุณประโยชน์ มีความรับผิดชอบ และไม่ขัดต่อหลักจริยธรรมวิชาชีพ

ข้อ ๓๕ ข่าว (News) หมายถึง เนื้อหาที่เป็นการรายงานข้อเท็จจริงจากเหตุการณ์หรือความคิดเห็นของบุคคลที่มีความสำคัญและเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ โดยไม่มีความคิดเห็นของผู้สื่อข่าว มีการนำเสนอข้อมูลหรือหลักฐานประกอบการอธิบายอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และรอบด้าน โดยนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อเสียง สื่อภาพ สื่อเคลื่อนไหว กราฟิก ภาพจำลองเหตุการณ์ สื่ออินเทอร์เน็ตแอคทีฟ และรูปแบบอื่น ๆ ผ่านทางสื่อมวลชนซึ่งมีความรับผิดชอบทางกฎหมายและการกำกับดูแลให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๓๖ สารคดีเชิงข่าว/รายงานพิเศษ/สเกิป (News Feature) หมายถึง รายงานเกี่ยวกับข่าวที่ได้มาจากการเสาะหาข้อมูลข่าวในเชิงลึกและเจาะจงประเด็นสำคัญที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ นำมาเรียบเรียงและนำเสนอเพื่ออธิบาย วิเคราะห์ หรือให้รายละเอียดของข้อมูลที่มากกว่าการรายงานข่าวแบบตรงไปตรงมา รวมทั้งนำเสนอทางออกหรือวิธีแก้ปัญหา ฯลฯ ผ่านทางสื่อมวลชนซึ่งมีความรับผิดชอบทางกฎหมายและการกำกับดูแลให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๓๗ บทสัมภาษณ์/รายการสัมภาษณ์ (Interview) หมายถึง รายงานข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นสำคัญ น่าสนใจ และเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ผ่านทางสื่อมวลชนซึ่งมีความรับผิดชอบทางกฎหมายและการกำกับดูแลให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๓๘ บทความแสดงความคิดเห็น (Opinion Article) หมายถึง บทความหรือรายการที่มีลักษณะเป็นการวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ หรือเสนอแนะ โดยมุ่งหวังให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณะ อาทิ บทบรรณาธิการ บทวิเคราะห์ คอลัมน์ บทความ การ์ตูน เป็นต้น

ทั้งนี้ การแสดงความคิดเห็นนั้นต้องมีการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการทั้งการประเมินคุณค่า ความน่าเชื่อถือ ความสมเหตุสมผล รวมทั้งไม่ละเมิดกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอความคิดเห็นและเป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๓๙ วารสารศาสตร์เชิงข้อมูล (Data Journalism) หมายถึง กระบวนการรายงานข้อเท็จจริงเพื่อประโยชน์ในการรายงานข่าว โดยนำข้อมูลจากแหล่งข้อมูลเอกสาร ฐานข้อมูลในระบบสารสนเทศมาวิเคราะห์ คัดกรอง ประมวลผล และนำเสนอในรูปแบบที่เข้าใจง่าย อาทิ แผนภูมิ อินโฟกราฟิก ข้อมูลอินเทอร์เน็ตแอคทีฟ เป็นต้น รวมทั้งการใช้วารสารศาสตร์เชิงข้อมูลในการรายงานข่าวเชิงสืบสวน (Investigative Journalism) ซึ่งมีความรับผิดชอบต่อทางกฎหมายและการกำกับดูแลให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๔๐ เนื้อหาโฆษณา (Advertorial) หมายถึง เนื้อหาที่ถูกนำเสนอในลักษณะการให้ข้อมูลที่มิวัตถุประสงค์เพื่อการโฆษณาองค์กร ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกิจกรรม การสร้างความน่าสนใจและน่าเชื่อถือให้กับผู้อ่าน ผู้ชม ทั้งนี้ ตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ เนื้อหาดังกล่าวต้องมีภาระอย่างชัดเจนว่าเป็นเนื้อหาที่สนับสนุนโดยผู้โฆษณาเพื่อป้องกันความเข้าใจผิดของผู้อ่าน ผู้ชม ว่าเป็นเนื้อหาปกติจากกองบรรณาธิการ

ข้อ ๔๑ การตรวจสอบข้อมูล (Fact-checking) หมายถึง กระบวนการตรวจสอบข้อเท็จจริงของข้อมูล เพื่อยืนยันความถูกต้อง ความครบถ้วน ความน่าเชื่อถือ และป้องกันมิให้เกิดความผิดพลาดของข้อมูล โดยเป็นกระบวนการทำงานของผู้ปฏิบัติงานสื่อมวลชนและกองบรรณาธิการ ตั้งแต่ขั้นการรวบรวมข้อมูล (Newsgathering) การวิเคราะห์ข้อมูล (Analyzing) การตรวจสอบยืนยันข้อมูล (Verification) และการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร (Presentation) โดยมีความรับผิดชอบต่อทางกฎหมายและการกำกับดูแลให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๔๒ การกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda setting) หมายถึง กระบวนการที่สื่อมวลชนเลือกนำเสนอข้อมูลข่าวสารบางประเด็นอย่างเข้มข้นและต่อเนื่อง โดยมีการจัด

ลำดับความสำคัญของประเด็น การสร้างความถี่และให้พื้นที่ในการนำเสนอที่มากพอ เพื่อให้ประชาชนเกิดการรับรู้ว่าเป็นประเด็นดังกล่าวเป็นประเด็นที่สำคัญ นำไปสู่การถกเถียงในสังคม รวมถึงอาจการผลักดันไปสู่การกำหนดนโยบายสาธารณะหรือการตัดสินใจของผู้มีอำนาจในรัฐบาลหรือภาคส่วนอื่นที่เกี่ยวข้อง

หมวดที่ ๔ คำศัพท์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

การนิยามคำศัพท์ในหมวดที่ ๔ “คำศัพท์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง” มีเป้าหมายเพื่ออธิบายคำศัพท์ที่พบได้บ่อยในสื่อสารมวลชนซึ่งมีความสำคัญต่อการทำความเข้าใจภูมิทัศน์สื่อและนิเวศสื่อในปัจจุบันได้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งนิเวศสื่อในยุคดิจิทัล

ข้อ ๔๓ ผู้คัดสรรเนื้อหา/คอนเทนต์เคอเรเตอร์ (Content Curator) หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่รวบรวม ตรวจสอบ สรุปลักษณ์และเรียบเรียง ข้อมูลจำนวนมาก พร้อมทั้งเพิ่มคุณค่าให้กับข้อมูลก่อนแบ่งปันข้อมูลนั้นออกไป

ทั้งนี้ ในวิชาชีพสื่อมวลชนคอนเทนต์เคอเรเตอร์จะช่วยในการรวบรวมและเรียบเรียงข้อมูลเพื่อนำเสนอในงานสื่อมวลชนโดยมีความรับผิดชอบทางกฎหมายและการกำกับดูแลให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๔๔ ผู้มีบทบาทในสื่อสังคมออนไลน์/อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจของผู้อื่นโดยมีผู้ติดตามจำนวนมากบนสื่อดิจิทัลโดยเฉพาะในสื่อสังคมออนไลน์

ทั้งนี้ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนอาจมีบทบาทเป็นอินฟลูเอนเซอร์ได้โดยมีความรับผิดชอบทางกฎหมายและการกำกับดูแลให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๔๕ ผู้นำทางความคิด/เคโอแอล (KOL - Key Opinion Leader) หมายถึง บุคคลที่ได้รับความเชื่อถือว่ามี ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง จนมีอิทธิพลต่อความคิดของผู้ติดตาม เดิมมักเป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่ต้องการความรู้เฉพาะทาง เช่น วิทยาศาสตร์ การเงิน เทคโนโลยี เป็นต้น แต่ในปัจจุบันนี้ขยายขอบเขตถึงกลุ่มไลฟ์

สไตล์ด้วย เช่น ความงาม ท่องเที่ยว อาหาร เป็นต้น

ทั้งนี้ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนอาจมีบทบาทเป็นเคโอแอลได้ โดยมีความรับผิดชอบทางกฎหมายและการกำกับดูแลให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๔๖ ผู้บริโภคที่เป็นผู้นำทางความคิด/เคโอซี (KOC - Key Opinion Customer) หมายถึง บุคคลที่เป็นผู้มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค โดยส่วนใหญ่พัฒนามาจากผู้บริโภคที่เป็นผู้ใช้สินค้าหรือบริการจริงและนำไปสู่การบอกต่อหรือแนะนำจนกระทั่งได้รับความน่าเชื่อถือ

ทั้งนี้ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนอาจมีบทบาทเป็นเคโอซีได้ โดยมีความรับผิดชอบทางกฎหมายและการกำกับดูแลให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๔๗ ผู้นำเสนอเนื้อหาในบล็อก/บล็อกเกอร์ (Blogger) หมายถึง บุคคลที่บันทึกข้อมูลและสร้างสรรค์เนื้อหาในบล็อก (Blog) ซึ่งเป็นเว็บไซต์รูปแบบหนึ่งที่มีลักษณะคล้ายบันทึกส่วนตัว โดยปัจจุบันนิยมสร้างสรรค์เนื้อหาในรูปแบบวิดีโอ (Vlog) ด้วย

ทั้งนี้ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนอาจมีบทบาทเป็นบล็อกเกอร์ได้ โดยมีความรับผิดชอบทางกฎหมายและการกำกับดูแลให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

ข้อ ๔๘ ผู้สื่อข่าวพลเมือง/นักข่าวพลเมือง (Citizen Journalist) หมายถึง ประชาชนที่ใช้สิทธิเสรีภาพในการมีส่วนร่วมนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่อสาธารณะผ่านช่องทางการสื่อสารของตนเองหรือช่องทางที่องค์กรสื่อมวลชนจัดให้เป็นการเฉพาะ โดยมีใช้ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนที่ปฏิบัติหน้าที่เป็นปกติธุระ และไม่ได้มีเป้าหมายในการแสวงผลประโยชน์ด้านรายได้จากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารนั้น

ข้อ ๔๙ การทำอันดับข้อมูลให้โดดเด่น หรือ เอสอีโอ (SEO - Search engine optimization) หมายถึง เนื้อหาบนสื่อดิจิทัลที่มีกระบวนการในการออกแบบเนื้อหาโดยคำนึงถึงคำสำคัญที่จะถูกค้นหาได้ (Key word) การปรับแต่งเว็บไซต์ การสร้างการเชื่อมโยงกลับมายังเว็บไซต์ และอื่น ๆ เพื่อให้ปรากฏเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอในรายการค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเป็นลำดับต้น ๆ ของการค้นหา

ข้อ ๕๐ คลิกเบท/พาดหัวยั่วให้คลิก (Clickbait)

หมายถึง การพาดหัวข่าว หัวข้อเนื้อหา หรือประโยคนำเรื่องของเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ตที่มีเป้าหมายเพื่อดึงดูดความสนใจ หลอกล่อ เชิญชวน กระตุ้นให้ผู้อ่านเกิดความอยากรู้อยากเห็น และคลิกเข้าไปอ่านเนื้อหานั้น ซึ่งเนื้อหาที่นำเสนออาจไม่มีประเด็นสำคัญ เนื้อหาไม่ครบถ้วน เนื้อหาบิดเบือนไม่ถูกต้อง และไม่ได้ตอบข้อสงสัยหรือความอยากรู้อยากเห็นของผู้อ่านตามที่ระบุในพาดหัวข่าวดังกล่าว

ข้อ ๕๑ การฟังเสียงของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Listening) หมายถึง กระบวนการแสวงหา ติดตาม และ ประเมินเหตุการณ์ต่าง ๆ ในสาธารณชน รวมถึงในสื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้เทคนิคการรวบรวมข้อมูลที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์โพสต์ แสดงความคิดเห็น ได้ต่อกัน หรือการใช้แฮชแท็ก ฯลฯ ผ่านโปรแกรมประยุกต์หรือปัญญาประดิษฐ์ แล้วนำข้อมูลดังกล่าวไปวิเคราะห์ว่าสาธารณชนหรือผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์มีกระแสความคิดเห็นต่อประเด็นหรือเหตุการณ์อย่างไร ซึ่งสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้ทั้งในเชิงธุรกิจและการทำงานของสื่อมวลชน

ข้อ ๕๒ เรต (Rate) หมายถึง การจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ (Content Classification) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้คำแนะนำสำหรับผู้ชม ในการเลือกรับชมสื่อทางโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับวัย

ข้อ ๕๓ เรตติ้ง (Rating) หมายถึง ค่าความนิยมของสื่อที่วัดจากพฤติกรรมของผู้รับสารเพื่อวัดความนิยมที่มีต่อผู้ฟังและผู้ชมรายการวิทยุและโทรทัศน์ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ

ข้อ ๕๔ การมีส่วนร่วม/เอนเกจเมนต์ (Engagement) หมายถึง การมีปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร โดยในบริบทของสื่อดิจิทัลมักหมายถึงการมีส่วนร่วมของผู้รับสารที่มีต่อเนื้อหา เช่น การเข้าถึงเนื้อหา การติดตาม การแสดงความรู้สึก การแสดงความคิดเห็น การส่งต่อเนื้อหา เป็นต้น

ข้อ ๕๕ นักข่าวผี (Fake Journalist/Fake Reporter) หมายถึง บุคคลที่แอบอ้าง หรือ กล่าวอ้างว่าเป็นผู้สื่อข่าว

โดยมักแสดงตนว่าสังกัดองค์กรสื่อมวลชนหรือเป็นผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนที่ไม่มีอยู่จริง โดยมีได้ทำหน้าที่ตามวิชาชีพสื่อมวลชนแต่มีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหาผลประโยชน์จากงานต่าง ๆ เช่น งานแถลงข่าว งานเปิดตัวสินค้า งานเลี้ยง สื่อมวลชน เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตนหรือพวกพ้อง

ข้อ ๕๖ นักข่าวปลอม (Falsely Claim Reporter)

หมายถึง บุคคลที่แอบอ้าง กล่าวอ้าง สวมรอยว่าสังกัดองค์กรสื่อมวลชนที่มีอยู่จริง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าถึงแหล่งข่าว หรือ พื้นที่ในการทำงานของสื่อมวลชน โดยมีได้ทำหน้าที่ตามวิชาชีพสื่อมวลชนแต่มีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตนหรือพวกพ้อง

ข้อ ๕๗ ข่าวลวง (Fake News) หมายถึง ข้อมูลที่ถูกนำเสนอในรูปแบบของข่าวเพื่อให้ดูน่าเชื่อถือ โดยมีลักษณะสำคัญ ได้แก่ ๑) ข้อมูลเท็จหรือข้อมูลที่ไม่ถูกต้องซึ่งเผยแพร่ออกไปเนื่องจากเข้าใจผิดหรือขาด การตรวจสอบโดยไม่มีเจตนาร้าย (Mis-information) ๒) ข้อมูลเท็จที่ถูกสร้างและเผยแพร่โดยเจตนา เพื่อสร้างความเสียหาย (Dis-information) และ ๓) ข้อมูลที่มีความจริงบางส่วนแต่ถูกนำไปเผยแพร่เพื่อก่อให้เกิดความเสียหาย (Mal-information)

นอกจากนี้ ยังหมายรวมถึงการใช้เทคโนโลยีที่ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการสร้างหรือดัดแปลงสื่อดิจิทัล เช่น ภาพเสียง และวิดีโอในลักษณะ Generative AI ที่เหมือนจริงจนแยกแยะได้ยาก (Deep fake)

ข้อ ๕๘ เนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างขึ้น (UGC - User Generated Content) หมายถึง เนื้อหาที่สร้างสรรค์และเผยแพร่โดยผู้ใช้งานทั่วไป เผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์ ไม่ใช่เนื้อหาที่ผลิตจากสื่อมวลชน

ข้อ ๕๙ แหล่งข่าว (Source) หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล หรือหน่วยงานที่สื่อมวลชนใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการแสวงหา ตรวจสอบข้อเท็จจริงเพื่อการรายงานข่าว โดยแหล่งข่าวมีคุณลักษณะที่สำคัญคือ มีข้อมูลที่ต้องการ เป็นจริง น่าเชื่อถือ โดยผู้ปฏิบัติงานข่าวจะต้องปฏิบัติต่อแหล่งข่าวตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

แนวปฏิบัติสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ

เรื่อง การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ให้เป็นไปตามจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน

พ.ศ. ๒๕๖๗

เนื่องในสถานการณ์ปัจจุบัน การผลิตข่าวและการพัฒนาบริบทข่าวของสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และเว็บไซต์ข่าวสารต่าง ๆ ได้เข้าไปใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ : Artificial Intelligence (AI) โดยนำมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการผลิตเนื้อหาข่าว ตั้งแต่การแสวงหาข้อมูล รวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การเรียบเรียงและปรุงแต่งข้อมูล การสร้างสรรค์เนื้อหา การผลิตข่าวจากรูปแบบหนึ่งไปสู่อีกหลากหลายรูปแบบ ไปจนถึงการเผยแพร่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและสร้างสรรค์ผลงานข่าวสาร เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ แต่การใช้ประโยชน์จาก AI ในงานสื่อสารมวลชนยังมีข้อจำกัดที่ต้องทำความเข้าใจ จึงเห็นสมควรให้มีแนวปฏิบัติในการใช้ AI ให้เป็นไปตามจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลข่าวสาร เนื้อหาข่าวที่เผยแพร่ออกไปนั้นไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพและความน่าเชื่อถือ รวมทั้งเพื่อให้เกิดความระมัดระวังในการพัฒนาด้านงานสื่อสารมวลชนและการใช้เทคโนโลยี AI อย่างเหมาะสม ภายใต้กระบวนการตัดสินใจของมนุษย์ และเพื่อให้เกิดการตระหนักถึงจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชน

ดังนั้นสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ จึงกำหนดให้มีแนวปฏิบัติ เรื่อง การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ให้เป็นไปตามจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ. ๒๕๖๗ ดังต่อไปนี้

หมวดที่ ๑ บททั่วไป

ข้อ ๑ แนวปฏิบัตินี้ เรียกว่า “แนวปฏิบัติสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ เรื่อง การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ให้เป็นไปตามจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ. ๒๕๖๗”

ข้อ ๒ แนวปฏิบัตินี้ให้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ประกาศใช้

หมวดที่ ๒ บทนิยาม

ข้อ ๓ ในแนวปฏิบัตินี้

เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ : Artificial Intelligence (AI) หมายถึง เทคโนโลยีการสร้างระบบประมวลผลคอมพิวเตอร์ หรือเครื่องจักรให้มีคุณลักษณะ หรือพฤติกรรมเลียนแบบการทำงานของมนุษย์ มีสติปัญญาความฉลาดใกล้เคียง หรือเหนือกว่ามนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นการคิดได้แบบมนุษย์ การกระทำได้แบบมนุษย์ การคิดอย่างมีเหตุผล และการกระทำอย่างมีเหตุผล

Generative AI หมายถึง เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ที่มีความสามารถในการสร้างเนื้อหาใหม่ ๆ โดยใช้ข้อมูลที่ได้รับ การฝึกฝนมา ซึ่งอาจเป็นการสร้างข้อความ ภาพ เสียง วิดีโอ หรือเนื้อหาประเภทอื่น ๆ ขึ้นใหม่โดยไม่เพียงแต่เลียนแบบหรือวิเคราะห์ข้อมูลเท่านั้น แต่ยังสามารถสังเคราะห์เพื่อสร้างเนื้อหาใหม่ ข้อมูลใหม่ ซึ่งอาจจะเป็นข้อเท็จจริง หรือเป็นข้อมูลที่ไม่อยู่จริงก็ได้

องค์กรสื่อมวลชน หมายถึง องค์กรสมาชิกสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ และองค์กรสื่ออื่น ๆ ที่ยอมรับแนวปฏิบัตินี้

ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล องค์กร ตั้งแต่ระดับผู้ปฏิบัติงาน ผู้บริหาร และเจ้าของที่ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนเป็นปกติธุระ โดยมีองค์ความรู้

และความเชี่ยวชาญตามหลักวิชาชีพ มีความรับผิดชอบทางกฎหมายและสามารถกำกับดูแลการดำเนินการให้เป็นไปตามจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน

กองบรรณาธิการ หมายถึง กลุ่มบุคคลที่ปฏิบัติงานสื่อมวลชนโดยรับผิดชอบกระบวนการผลิต และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตั้งแต่การค้นหาข้อมูล รวบรวม ตรวจสอบ คัดเลือก วิเคราะห์ สร้างสรรค์ และนำเสนอผ่านสื่อมวลชน

ผู้ปฏิบัติงานสื่อมวลชน หมายถึง กองบรรณาธิการ บรรณาธิการ หัวหน้ากองบรรณาธิการ บรรณาธิการบริหาร หรือตำแหน่งอื่นใดที่ทำหน้าที่ควบคุม คัดกรอง ตรวจสอบ ข้อมูลตามบทบาทหน้าที่ของกองบรรณาธิการ รวมถึงผู้สื่อข่าว ผู้เขียนข่าว ผู้เขียนบทความ ช่างภาพ ผู้เขียนภาพ นักสร้างสรรค์ภาพประกอบ กราฟิก การ์ตูนข่าว หรือตำแหน่งอื่นใดที่มีบทบาทในการค้นหา รวบรวม ตรวจสอบ สร้างสรรค์ และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นปกติธุระตามหลักวิชาชีพสื่อมวลชนที่ต้องมีความรับผิดชอบทางกฎหมายและมีการกำกับดูแลให้เป็นไปตามจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน

ผู้สนับสนุนการปฏิบัติงานสื่อมวลชน/ผู้สนับสนุนงานข่าว หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำงานสนับสนุนกระบวนการผลิตและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่อยู่ภายใต้การบริหารจัดการงานกองบรรณาธิการ อาทิ พนักงานจัดหน้า หนังสือพิมพ์ ฝ่ายกราฟิก ผู้พิสูจน์อักษร นักตัดต่อภาพและเสียง พนักงานควบคุมเสียง พนักงานควบคุมแสง นักสร้างสรรค์ มัลติมีเดีย นักสร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creator) แอดมิน หรือตำแหน่งอื่นใดที่มีบทบาทสนับสนุนการค้นหา รวบรวม และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อมวลชน

ข่าว หมายถึง เนื้อหาที่เป็นการรายงานข้อเท็จจริงจากเหตุการณ์หรือความคิดเห็นของบุคคลที่มีความสำคัญและเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ไม่มีความคิดเห็นของผู้สื่อข่าว นักข่าว การมีข้อมูล หรือหลักฐานในการอธิบายถูกต้อง ครบถ้วน และรอบด้าน โดยนำเสนอในรูปแบบต่างๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อเสียง สื่อภาพ สื่อเคลื่อนไหว กราฟิก ภาพจำลองเหตุการณ์ สื่ออินเทอร์เน็ต และรูปแบบอื่น ๆ ผ่านทางสื่อมวลชน

เนื้อหาข่าว หมายถึง การนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร ในรูปแบบต่าง ๆ สื่อสารให้เข้าใจได้ทั้งตัวอักษร รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว เสียง ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อเสียง สื่อภาพ สื่อเคลื่อนไหว รูปแบบการนำเสนอเฉพาะของสื่อดิจิทัล กราฟิก แอนิเมชันจำลองเหตุการณ์ ภาพเสมือน (Immersive) สื่ออินเทอร์เน็ต และรูปแบบอื่นๆ ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของเนื้อหาข่าวนั้น

เนื้อหา หรือ คอนเทนต์ (Content) หมายถึง การนำเสนอข้อมูล หรือ เรื่องราว ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งตัวอักษร ภาพ ภาพเคลื่อนไหว แสง เสียง รูปแบบการนำเสนอเฉพาะของสื่อดิจิทัล กราฟิก แอนิเมชันจำลองเหตุการณ์ ภาพเสมือน (Immersive) สื่ออินเทอร์เน็ต และรูปแบบอื่นๆ ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของเนื้อหา นำเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อ ทำให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าใจความหมายได้ มีความสร้างสรรค์ ให้คุณประโยชน์ มีความรับผิดชอบ และไม่ขัดต่อจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน

ภาพข่าว หมายถึง รูปที่ปรากฏเห็น สิ่งที่วาดขึ้นเป็นรูป สิ่งที่ถ่ายแบบไว้ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว แสดงเรื่องราว เหตุการณ์ เพื่อประโยชน์ในการรายงานข่าว สามารถสื่อความหมายได้โดยตรง สร้างความเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว ดึงดูดความสนใจ ก่อให้เกิดความรู้สึกต่าง ๆ จากสิ่งที่ปรากฏในภาพ ใช้เป็นหลักฐานสำคัญ หรือหลักฐานประกอบในการอธิบายเนื้อหา ผลิตตามหลักวิชาชีพสื่อมวลชน มีความรับผิดชอบทางกฎหมายและมีการกำกับดูแลให้เป็นไปตามจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน

ภาพประกอบข่าว หมายถึง รูปที่ปรากฏเห็น สิ่งที่วาดขึ้นเป็นรูป สิ่งที่ถ่ายแบบไว้ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว แผนภูมิ อินโฟกราฟิก ข้อมูลอินเทอร์เน็ต แอคทีฟ ที่ถูกนำมาใช้แสดงประกอบเนื้อหาข่าว บอกเรื่องราวให้เข้าใจข่าวได้ดีขึ้น การบรรยายถึงสถานที่ อธิบายเหตุการณ์ การกล่าวถึงตัวบุคคล เพื่อประโยชน์ในการนำเสนอข่าว สามารถสื่อความหมายให้ประชาชนเข้าใจ ทราบได้เป็นการทั่วไป ผลิตตามหลักวิชาชีพสื่อมวลชน มีความรับผิดชอบทางกฎหมายและมีการกำกับดูแลให้เป็นไปตามจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน

การผลิต หมายถึง กระบวนการสร้างเนื้อหา ตั้งแต่ การวางแผน การจัดหาข้อมูล การศึกษาข้อมูล การวิเคราะห์ การแปลข้อมูล การเรียบเรียง สร้างขึ้นด้วยการเขียน วาด ถ่าย ภาพ หรือ การนำส่งข้อมูลเข้าระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โปรแกรมประยุกต์ แอปพลิเคชัน เพื่อให้เกิดเนื้อหาขึ้นมาใหม่ เช่น บทความ รูปภาพ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว อินโฟกราฟิก เสียง โฮโลแกรม ฯลฯ

การเผยแพร่ หมายถึง การส่งต่อ “ข่าว” “เนื้อหา” ผ่าน ช่องทางต่าง ๆ สู่การรับรู้ของผู้รับสาร เช่น ประชาชนทั่วไป เป็นการเผยแพร่ทั้งในสื่อของตนเอง หรือ หน่วยงานที่ตนสังกัด หรือในช่องทางในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ แพลตฟอร์ม ดิจิทัล ของผู้อื่นที่มีกลไกบริหารจัดการการเผยแพร่ (Algorithm) เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย หรือช่องทางอื่น ๆ

การตรวจสอบข้อมูล (Fact-checking) หมายถึง กระบวนการตรวจสอบข้อเท็จจริงของข้อมูล เพื่อยืนยันความถูกต้อง ความครบถ้วน ความน่าเชื่อถือ และป้องกันมิให้เกิดความผิดพลาดของข้อมูล โดยเป็นกระบวนการทำงานของผู้ปฏิบัติงานสื่อมวลชนและกองบรรณาธิการตั้งแต่ขั้นการรวบรวมข้อมูล (Newsgathering) การวิเคราะห์ข้อมูล (Analyzing) การตรวจสอบยืนยันข้อมูล (Verification) และการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร (Presentation)

หมวดที่ ๓ การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ขององค์กรสื่อมวลชน

ข้อ ๔ การใช้ประโยชน์จาก AI ในกระบวนการผลิต เพื่อการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ต้องยึดมั่นในจริยธรรมวิชาชีพ สื่อมวลชน ของสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ อย่างเคร่งครัด

ข้อ ๕ การนำเสนอข่าวโดยการใช้ AI ในการบริหารจัดการ และใช้งานข้อมูลจากแหล่งข้อมูล ฐานข้อมูล ในระบบสารสนเทศ ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีแนวทางให้องค์กรสื่อมวลชนถือปฏิบัติ ดังนี้

๕.๑ องค์กรสื่อมวลชนต้องจัดระบบกระบวนการผลิต และวิเคราะห์เนื้อหา ตัวอักษร คลิปเสียง คลิปวิดีโอ ภาพดิจิทัล อย่างรู้เท่าทันข้อมูล โดยตรวจสอบข้อมูลที่ได้รับ

จากหลายแหล่งที่มา ก่อนนำไปสร้างสรรค์ ประมวลผลด้วย AI จนถึงการเผยแพร่ ต้องมีมนุษย์เป็นผู้กำกับดูแล และรับผิดชอบในทุกกระบวนการ

๕.๒ องค์กรสื่อมวลชนต้องตรวจสอบเนื้อหาจาก แหล่งข้อมูลก่อนนำมาผลิต หรือนำมาประกอบ การรายงานข่าว เพื่อให้การใช้ AI เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และไม่สร้างความเสียหายต่อแหล่งข่าว หรือก่อให้เกิดผลกระทบต่อประชาชน

๕.๓ ภาพข่าว ภาพประกอบข่าว ขององค์กร สื่อมวลชนที่ผลิตด้วย **Generative AI** ต้องระบุให้ทราบอย่าง ชัดเจน ด้วยข้อความ การใส่ลายน้ำ หรือตราสัญลักษณ์อย่างใดอย่างหนึ่งลงในภาพที่สื่อความหมายว่า **“ผลิตด้วย AI”** เพื่อให้ผู้อ่าน หรือผู้รับสารทราบ และเพื่อแสดงความโปร่งใส และความรับผิดชอบด้านมาตรฐานวิชาชีพขององค์กร สื่อมวลชน

๕.๔ หากพบว่าการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ภาพ ข่าว ภาพเคลื่อนไหว สื่อดิจิทัลในรูปแบบต่าง ๆ ที่สร้างจาก AI เกิดความผิดพลาด จนก่อให้เกิดความเสียหายต่อบุคคล หรือองค์กรอื่น องค์กรสื่อมวลชนต้องแสดงความรับผิดชอบ โดยดำเนินการแก้ไขความผิดพลาดนั้นทันที พร้อมประกาศ ให้สาธารณะทราบเพื่อลดผลกระทบจากการกระจายข้อมูลที่ผิดพลาดในวงกว้าง

๕.๕ องค์กรสื่อมวลชนต้องไม่ใช้ AI ในการเสนอ ข่าว และภาพข่าวที่อาจก่อให้เกิดอคติ นำไปสู่ความเกลียดชัง หรือละเมิดสิทธิมนุษยชน อาทิ ข่าวและภาพข่าวเกี่ยวกับ อุดมการณ์ทางการเมือง ชนชาติพันธุ์ ศาสนา สถานะทางเพศ ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ สิทธิมนุษยชน สิทธิเด็กและสตรี การ ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล การกระทำซ้ำ ตอกย้ำความรุนแรง ร่ำ อารมณ์ เพื่อป้องกันปัญหาที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้ง และ ความน่าเชื่อถือในคุณภาพของการนำเสนอข่าวตามจริยธรรม วิชาชีพสื่อมวลชน

๕.๖ องค์กรสื่อมวลชนต้องไม่สร้างภาพข่าว หรือ ภาพประกอบข่าว ด้วย AI โดยไม่รู้แหล่งที่มาของภาพ

๕.๗ องค์กรสื่อมวลชนต้องระมัดระวังการ สร้างสรรค์งานเสียงหรือ เนื้อหาในรูปแบบเสียง ด้วย AI หรือ “Generative AI” แทนมนุษย์ หรือบุคคลที่ทำหน้าที่ในงาน สื่อมวลชน อาทิ ผู้ดำเนินรายการ พิธีกร ฯลฯ หากจำเป็นต้อง ใช้ AI ต้องแจ้งให้ผู้รับสารรับทราบ

๕.๘ องค์กรสื่อมวลชนต้องไม่นำข้อมูลส่วน

บุคคล หรือข้อมูลที่สามารถระบุตัวบุคคลนั้นได้ ทั้งทางตรง หรือทางอ้อม เข้าสู่ระบบประมวลผล AI หรือ ส่งให้ AI นำ ข้อมูลไปประมวลผลซ้ำ หรือวิเคราะห์ข้อมูลโดยไม่ได้รับการยินยอม

๕.๙ องค์กรสื่อมวลชน พึงจัดตั้งทีมงานรับผิดชอบ การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและเนื้อหาที่ผลิตโดย AI

๕.๑๐ องค์กรสื่อมวลชนพึงประเมินผล ปรับปรุง มาตรฐานการใช้ AI ให้สอดคล้องต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง และพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึง การแจ้งประกาศให้ทราบถึงการปรับปรุง หรือการปรับเปลี่ยนการใช้ AI เพื่อให้มั่นใจว่าเป็นไปตามจริยธรรมวิชาชีพ สื่อมวลชน

๕.๑๑ องค์กรสื่อมวลชนพึงระมัดระวังการใช้ AI ในการนำเสนอข่าวด่วน ข่าวสถานการณ์ที่จำเป็นต้องรายงาน ทันที (Breaking News) โดยการผลิต หรือเผยแพร่ข่าวดังกล่าว ให้คำนึงถึงจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชนโดยเคร่งครัด

๕.๑๒ องค์กรสื่อมวลชนพึงหลีกเลี่ยงการใช้ภาพที่ สร้างจาก AI แทนการใช้ภาพจริง และตระหนักถึงการใช้ภาพ ที่สร้างจาก AI อย่างเหมาะสม

๕.๑๓ องค์กรสื่อมวลชนพึงเลือกใช้เทคโนโลยี สารสนเทศอย่างเหมาะสม รู้เท่าทันแหล่งที่มาของฐานข้อมูล ที่นำมาพัฒนา AI และการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์ ทั้งในระดับองค์กร และตัวบุคคล อาทิ การใช้คำสั่งสำเร็จรูป (Prompt) โปรแกรมประยุกต์ AI แอปพลิเคชัน AI เว็บไซต์ บริการ AI รวมถึงกระบวนการสืบค้นข้อมูลด้วย AI

๕.๑๔ เมื่อนำเสนอข่าวที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี AI องค์กรสื่อมวลชนพึงให้ความรู้ คำแนะนำแก่ประชาชนในการ ใช้ประโยชน์จาก AI พร้อมทั้งทำหน้าที่ตรวจสอบ แจ้งเตือน สังคม และประชาชนผู้รับสาร ในสิ่งที่เป็ผลกระทบบจาก AI

๕.๑๕ องค์กรสื่อมวลชนพึงจัดทำมาตรฐานการใช้ AI รวมถึงให้การศึกษา อบรมเผยแพร่ความรู้แก่ผู้ปฏิบัติงาน ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความพร้อมในการใช้งาน โดยไม่ขัดต่อ จริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน

๕.๑๖ องค์กรสื่อมวลชนพึงมีที่ปรึกษา หรือผู้ เชี่ยวชาญด้านการใช้ AI หรือทำงานร่วมกับบุคลากร ดั าน เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความปลอดภัยไซเบอร์ด้านการ คุ่มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อสามารถให้ คำแนะนำในการ ใช้ AI อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามจริยธรรมวิชาชีพ

๕.๑๗ องค์กรสื่อมวลชนพึงมีบุคลากรที่ผ่านการ

ศึกษาอบรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ AI ตามมาตรฐานที่ เพียงพอต่อการปฏิบัติงานขององค์กรสื่อมวลชน เพื่อให้มั่นใจ ว่า AI ที่นำมาใช้มีความน่าเชื่อถือ และสามารถใช้งานได้ อย่างปลอดภัย พร้อมให้คำแนะนำการพัฒนาทักษะ และการ ใช้เครื่องมือ AI อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเป็นการทำงานร่วม กับ AI ที่มีมนุษย์เป็นผู้กำกับดูแล

ข้อ ๖ องค์กรสื่อมวลชนที่ยอมรับแนวปฏิบัติสภากา รสื่อมวลชนแห่งชาติ เรื่อง การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ให้เป็นไปตามจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ. ๒๕๖๗ พึง ประกาศ หรือแสดงสัญลักษณ์ให้สาธารณชนรับทราบผ่าน ทางเว็บไซต์ขององค์กร หรือช่องทางอื่นตามความเหมาะสม

หมวดที่ ๔

การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน/ผู้ปฏิบัติงาน สื่อมวลชน/ผู้สนับสนุนการปฏิบัติงานสื่อมวลชน/ ผู้สนับสนุนงานข่าว

ข้อ ๗ การนำเสนอข้อมูลข่าวสารของผู้ประกอบ วิชาชีพสื่อมวลชนฯ ต้องปฏิบัติตามแนวปฏิบัติในหมวดที่ ๓ และแนวปฏิบัติขององค์กรที่สังกัด และต้องระมัดระวังการ ใช้ AI ในการผลิต การเรียบเรียง การแปลภาษา รวมถึงการ รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ด้วยทักษะการใช้โอไอ โดยเข้าใจ และสามารถทำงานร่วมกับ AI ได้

ข้อ ๘ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนฯ ต้องให้ความสำคัญ กับข่าว เนื้อหาข่าว ในกระบวนการรายงานข่าว ที่ผลิตโดย มนุษย์

ข้อ ๙ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนฯ ต้องศึกษา กฎหมาย ข้อบังคับ ข้อกำหนด หรือข้อตกลงที่เกี่ยวข้องกับ การใช้ AI เพื่อมิให้มีการปฏิบัติงานข่าวกระทบต่อประโยชน์ หรือความปลอดภัยสาธารณะ

ข้อ ๑๐ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนฯ พึงระมัดระวัง การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ชุดคำสั่งสำเร็จรูป (Prompt) โปรแกรมประยุกต์ แอปพลิเคชัน เว็บไซต์ ที่มีการใช้งาน Gen- erative AI หรือการประมวลผล AI อย่างเหมาะสม รวมทั้ง

ตระหนักถึงการรู้เท่าทันข้อมูล (DATA LITERACY) ที่ได้รับมา การใช้ข้อมูลสถิติ และตัวเลขต่าง ๆ วิธีการทำงานกับข้อมูล และการค้นหาข้อมูล รวบรวมเนื้อหาข่าว จากแหล่งข้อมูลในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการนำเสนอเนื้อหาข่าว จำเป็นต้องตรวจสอบข้อมูล และพิจารณาเนื้อหา ก่อนนำมาใช้ผลิต เรียบเรียงเป็นเนื้อหาส่วนหนึ่ง หรือสาระสำคัญของข่าวสาร เพื่อความถูกต้อง และเป็นไปตามจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน

ข้อ ๑๑ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนฯ พึงหลีกเลี่ยงการนำข้อมูลจากผู้สร้างสรรค์เนื้อหาในแพลตฟอร์มออนไลน์ (User generated content) ได้แก่ ข้อความ ภาพ เสียง วิดีโอ ฯลฯ มาทำการปรุงแต่งข้อมูล สร้างสรรค์เนื้อหา ผลิตข่าว ผลิตเนื้อหาใหม่ จากรูปแบบหนึ่งไปสู่อีกรูปแบบหนึ่ง หรือรูปแบบใหม่ ผ่านคำสั่งสำเร็จรูป (Prompt) ให้เกิดผลงานใหม่ หรือป้อนข้อมูลใหม่ผสมผสานเข้าด้วยกันเป็นเนื้อหาสาระใหม่ เพื่อการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ ตัวอักษร ภาพ กราฟิก วิดีโอ ภาพเคลื่อนไหว ด้วยการใช้งาน Generative AI หรือการประมวลผล AI มีความเสี่ยงต่อการลอกเลียน หรือละเมิดลิขสิทธิ์

ข้อ ๑๒ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนฯ พึงระมัดระวังการใช้ AI ในกระบวนการผลิต เพื่อสร้างสรรค์เนื้อหาในรูปแบบ ข้อความ ภาพ เสียง จากโปรแกรมประยุกต์ แอปพลิเคชัน หรือ อุปกรณ์การผลิตต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ กล้องถ่ายภาพ วิดีโอ อุปกรณ์บันทึกเสียง ฯลฯ โดยจำเป็นต้องศึกษาคำสั่งการใช้งาน เพื่อมิให้การใช้ AI ในกระบวนการผลิตเนื้อหาประมวลผล แก้ไข ปรับแต่ง จนเกิดผลลัพธ์เกินจริง อันมีผลต่อความน่าเชื่อถือขององค์กรสื่อมวลชน

หมวดที่ ๕

การสนับสนุนวิชาชีพ และการพิจารณาเรื่องร้องเรียน

ข้อ ๑๓ แนวปฏิบัติฯ นี้ต้องได้รับการตรวจทานปรับปรุงให้สอดคล้องต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่มี AI เป็นส่วนร่วม เพื่อให้การใช้ AI สอดรับต่อการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน

ข้อ ๑๔ องค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน พึงจัดให้มีคณะทำงาน หรือที่ปรึกษาส่วนกลาง ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญ หรือบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ AI ด้านความปลอดภัยไซเบอร์ ด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล นักวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล ฯลฯ เพื่อการศึกษาแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ติดตามประเมินผล และการพัฒนาวิชาชีพ แก่องค์กรสมาชิก เพื่อให้การใช้ AI สอดรับต่อการปฏิบัติงาน และตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแล AI อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นไปตามจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน และทันต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี

ข้อ ๑๕ เมื่อมีเหตุร้องเรียนว่า การใช้ AI ขององค์กรสื่อมวลชนสร้างความเสียหายแก่ตน หรือได้รับผลกระทบจากการนำเสนอข่าว เนื้อหาข่าว อันเกิดจากการใช้ AI เป็นส่วนเกี่ยวข้อง ให้คณะกรรมการจริยธรรม ฯ จัดหาบุคลากร อาทิ ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ AI ด้านความปลอดภัยไซเบอร์ ด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล นักวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล ฯลฯ ตามความจำเป็น ร่วมวินิจฉัยในกระบวนการทางเทคนิค หรือการตรวจสอบเนื้อหาจากแหล่งข้อมูล เพื่อให้การพิจารณาเรื่องร้องเรียนนั้นเป็นไปอย่างเที่ยงธรรมและรอบด้าน



แนวปฏิบัติสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ

นอกจากข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชน สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ พ.ศ.2564 แล้ว สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ ยังมีแนวปฏิบัติการนำเสนอข่าวในเรื่องต่าง ๆ ที่ได้ปรับปรุงแก้ไขให้ทันต่อยุคสมัยมากขึ้น เพื่อจะใช้เป็นกรอบในการปฏิบัติงานของสื่อมวลชน โดยสามารถติดตามได้จากเว็บไซต์ สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ (<http://www.presscouncil.or.th/>)

1. แนวปฏิบัติสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ เรื่อง การเสนอข่าว ความคิดเห็น และภาพเกี่ยวกับเด็กและเยาวชน พ.ศ.2564
2. แนวปฏิบัติสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ เรื่อง การเสนอข่าว ความคิดเห็น และภาพเกี่ยวกับผู้หญิง พ.ศ.2564
3. แนวปฏิบัติสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ เรื่อง การเสนอข่าว ความคิดเห็น และภาพเกี่ยวกับผู้มี ความหลากหลายทางเพศ พ.ศ.2564
4. แนวปฏิบัติสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ เรื่อง การเสนอข่าวและภาพข่าวเกี่ยวกับชาติพันธุ์ ศาสนา และ สถานะทางเพศ พ.ศ.2564
5. แนวปฏิบัติสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ เรื่อง การเสนอข่าว เนื้อหาข่าว การแสดงความคิดเห็น และ ภาพข่าวผู้ถูกล่วงละเมิดทางเพศ พ.ศ.2564
6. แนวปฏิบัติสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ เรื่องการไปทำข่าวในประเทศและต่างประเทศ พ.ศ.2564
7. แนวปฏิบัติสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ เรื่องการรับของขวัญ ของรางวัล และสิ่งมีค่า จากแหล่งข่าว พ.ศ.2564
8. แนวปฏิบัติสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ เรื่อง การป้องกันการรับอามิสสินจ้าง และการขัดกันของ ผลประโยชน์ พ.ศ.2565
9. แนวปฏิบัติสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ เรื่อง การนำเสนอข่าว และภาพข่าวกีฬา พ.ศ.2565
10. แนวปฏิบัติสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ เรื่อง การนำเสนอข่าวการฆ่าตัวตาย พ.ศ.2565
11. แนวปฏิบัติสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ เรื่องการนำเสนอข่าว และภาพข่าว ความเชื่อทางไสยศาสตร์ ตัวเลข และสลากพັນ พ.ศ.2565
12. แนวปฏิบัติสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ เรื่องการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ และสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ.2565
13. แนวปฏิบัติสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ เรื่อง การนำเสนอข่าวสงคราม หรือการสู้รบระหว่างประเทศ
14. แนวปฏิบัติสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ เรื่อง การนำเสนอข่าว ภาพข่าวการเมือง และการเลือกตั้ง
15. แนวปฏิบัติ สมาคมสภาวิชาชีพกิจการการแพร่ภาพและการกระจายเสียง (ประเทศไทย) สภาการ สื่อมวลชนแห่งชาติ สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย เรื่อง การรับเรื่องร้องเรียนด้านจริยธรรมขององค์กรวิชาชีพ
16. แนวปฏิบัติสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย สมาคมผู้ผลิตข่าว ออนไลน์ เรื่อง การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชน พ.ศ.2562
17. แนวปฏิบัติสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ เรื่อง การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ให้เป็นไปตาม จริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ. 2567





รายงานสถานการณ์ด้านจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน ประจำปี 2567

ปี 2567 สื่อมวลชนไทยเผชิญกับความท้าทายในหลายเรื่อง ยังถูกตั้งคำถามถึงความน่าเชื่อถือในสถานการณ์ต่าง ๆ อันเนื่องจากการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ : Artificial Intelligence หรือ AI เข้ามาประยุกต์ใช้กันอย่างแพร่หลายมากขึ้น รวมถึงนิเวศสื่อที่เปลี่ยนไป อำนาจและอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสูงขึ้น รวมถึงปัญหาความแพร่หลายของ Fake News หรือ Disinformation ที่ตามมา

สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติในฐานะองค์กรวิชาชีพที่ทำหน้าที่ส่งเสริมการกำกับดูแลกันเองทางจริยธรรมสำหรับสื่อมวลชน ซึ่งยกระดับจากสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2563 มีเป้าหมายสำคัญคือการส่งเสริมและพัฒนาสื่อมวลชนทุกแขนงให้คงไว้ซึ่งสิทธิเสรีภาพบนความรับผิดชอบ มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่พึ่งของสังคม โดยดำเนินงานผ่านคณะกรรมการที่ประกอบด้วยภาคส่วนสำคัญต่าง ๆ ทั้งนักวิชาชีพ นักวิชาการ นักกฎหมาย และผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาสื่อมวลชนอย่างเข้มแข็ง ได้ติดตามสถานการณ์ด้านจริยธรรมสื่อมวลชนในประเทศไทย และผลักดันกิจกรรมที่จะช่วยให้สื่อมวลชนทุกแขนงสามารถปรับตัว เติบโต เท้าทันการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและบริบททางสังคมที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว โดยคงไว้ซึ่งจริยธรรมวิชาชีพ และเป็นที่พึ่งพิงของสังคมได้อย่างยั่งยืน

สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ จึงจัดทำรายงานสถานการณ์ด้านจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน ประจำปี 2567 ดังนี้

1. การประกาศใช้แนวปฏิบัติ สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ เรื่อง การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ให้เป็นไปตามจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ.2567

แนวปฏิบัตินี้มีทั้งสิ้น 5 หมวด รวม 15 ข้อ หมวดที่ 1 บททั่วไป หมวดที่ 2 บทนิยาม หมวดที่ 3 การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ขององค์กรสื่อมวลชน หมวดที่ 4 การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ของผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชน/ผู้ปฏิบัติงานสื่อมวลชน/ผู้สนับสนุนการปฏิบัติงานสื่อมวลชน/ผู้สนับสนุนงานข่าว และหมวดที่ 5 การสนับสนุนวิชาชีพและการพิจารณาเรื่องร้องเรียน มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 14 ธันวาคม 2567

เหตุผลในการจัดทำแนวปฏิบัตินี้ เนื่องจากในสถานการณ์ปัจจุบัน การผลิตข่าวและการพัฒนาบริบทข่าวของสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และเว็บไซต์ข่าวสารต่าง ๆ ได้เข้าไปใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ : Artificial Intelligence (AI) โดยนำมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการผลิตเนื้อหาข่าว ตั้งแต่การแสวงหาข้อมูล รวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การเรียบเรียงและปรุงแต่งข้อมูล การสร้างสรรค์เนื้อหา การผลิตข่าวจากรูปแบบหนึ่งไปสู่อีกหลากหลายรูปแบบ ไปจนถึงการเผยแพร่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและสร้างสรรค์ผลงานข่าวสารเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ แต่การใช้ประโยชน์จาก AI ในงานสื่อสารมวลชนยังมีข้อจำกัดที่ต้องทำความเข้าใจ จึงเห็นสมควรให้มีแนวปฏิบัติในการใช้ AI ให้เป็นไปตามจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลข่าวสารเนื้อหาข่าวที่เผยแพร่ออกไปนั้นไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพและความน่าเชื่อถือ รวมทั้งเพื่อให้เกิดความระมัดระวังในการพัฒนาด้านงานสื่อมวลชนและการใช้เทคโนโลยี AI อย่างเหมาะสมภายใต้กระบวนการตัดสินใจของมนุษย์ และเพื่อให้เกิดการตระหนักถึงจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

สาระสำคัญบางช่วงบางตอนของแนวปฏิบัตินี้ เช่น การใช้ประโยชน์จาก AI ในกระบวนการผลิตเพื่อการเผยแพร่

ข้อมูล ข่าวสาร ต้องยึดมั่นในจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชนของ สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติอย่างเคร่งครัด องค์กรสื่อมวลชน ต้องจัดระบบกระบวนการผลิต และวิเคราะห์เนื้อหา ตัวอักษร คลิปเสียง คลิปวิดีโอ ภาพดิจิทัลอย่างรู้เท่าทันข้อมูล โดย ตรวจสอบข้อมูลที่รับได้จากหลายแหล่งที่มา ก่อนนำไป สร้างสรรค์ประมวลผลด้วย AI จนถึงการเผยแพร่ ต้องมีมนุษย์ เป็นผู้กำกับดูแล และรับผิดชอบในทุกกระบวนการ

ภาพข่าว ภาพประกอบข่าว ขององค์กรสื่อมวลชนที่ ผลิตด้วย Generative AI ต้องระบุให้ทราบอย่างชัดเจน ด้วย ข้อความ การใส่ลายน้ำ หรือตราสัญลักษณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ลงในภาพที่สื่อความหมายว่า “ผลิตด้วย AI” เพื่อให้ผู้อ่าน หรือผู้รับสารทราบ และเพื่อแสดงความโปร่งใส และความรับผิดชอบด้านมาตรฐานวิชาชีพขององค์กรสื่อมวลชน ขณะที่ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนฯ ต้องให้ความสำคัญกับข่าว เนื้อหาข่าว ในกระบวนการรายงานข่าว ที่ผลิตโดยมนุษย์

นอกจากนี้ แนวปฏิบัติฯ นี้ ต้องได้รับการตรวจทาน ปรับปรุง ให้สอดคล้องต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสารที่มี AI เป็นส่วนร่วม เพื่อให้การใช้ AI สอดรับต่อการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามจริยธรรมวิชาชีพ สื่อมวลชน

องค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน พึงจัดให้มีคณะทำงาน หรือ ที่ปรึกษาส่วนกลาง ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญ หรือบุคลากร ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ AI ด้านความความปลอดภัย ไซเบอร์ ด้านการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล นักวารสารศาสตร์ เชิงข้อมูล ฯลฯ เพื่อการศึกษาแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ติดตาม ประเมินผล และการพัฒนาวิชาชีพ แก่องค์กรสมาชิก เพื่อให้การใช้ AI สอดรับต่อการปฏิบัติงาน และตระหนักถึงความ สำคัญของการกำกับดูแล AI อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นไป ตามจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน และทันต่อสถานการณ์การ เปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี

2. การออกแถลงการณ์ร่วม 3 สภาวิชาชีพด้าน สื่อมวลชน เรื่อง ขอให้เสนอข่าวตามมาตรฐาน วิชาชีพและจริยธรรมของสื่อมวลชน

ไม่บ่อยครั้งนัก และต้องเป็นเรื่องใหญ่ อยู่ในความ สนใจของประชาชน องค์กรวิชาชีพสื่อมวลชนจึงจะออก แถลงการณ์ร่วมกัน เมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2567 สภาการ สื่อมวลชนแห่งชาติ สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย และสภาวิชาชีพกิจการการแพร่ภาพและการกระจายเสียง (ประเทศไทย) ได้ออกแถลงการณ์ร่วมกันดังกล่าว ความว่า

ตามที่ปรากฏเหตุการณ์บุคคลสูญหายตั้งแต่วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2567 ซึ่งเป็นที่สนใจในสังคมอย่างกว้างขวาง และใน เวลาต่อมาเจ้าหน้าที่ตำรวจเปิดเผยว่า บุคคลสูญหายดังกล่าว ได้ถึงแก่ความตาย โดยผู้ต้องหาซึ่งเป็นสามีของผู้ตายได้รับ สารภาพว่าเป็นผู้ก่อเหตุฆาตกรรมภรรยาของตนเอง จาก เหตุการณ์ดังกล่าวสื่อมีการนำเสนอข่าวโดยใช้ภาพจากกล้อง วงจรปิดขณะที่สามีก่อเหตุใช้ความรุนแรงต่อภรรยาอย่าง ทารุณโหดร้าย อีกทั้งบุตรซึ่งเป็นเด็กเล็กอยู่ในเหตุการณ์ด้วย ซึ่งมีลักษณะการนำเสนอข้อมูลและภาพที่กระทบต่อเด็ก และ ตัวบุคคลที่เป็นการเฉพาะตัวอันอาจเป็นการละเมิดต่อสิทธิ มนุษยชน และละเมิดต่อมาตราฐานวิชาชีพและจริยธรรมของ สื่อมวลชน รวมถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง นั้น

สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ สภาวิชาชีพข่าววิทยุและ โทรทัศน์ไทย และสภาวิชาชีพกิจการการแพร่ภาพและการ กระจายเสียง (ประเทศไทย) ซึ่งทำหน้าที่ดูแลเรื่องจริยธรรม วิชาชีพสื่อมวลชนขององค์กรสมาชิก ได้หารือร่วมกันแล้ว เห็นว่า ข่าวดังกล่าวเป็นเหตุการณ์ความรุนแรงในครอบครัว และยังมีการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับเด็กซึ่งมีอายุต่ำกว่า สิบแปดปีบริบูรณ์ หรือผู้ปกครองหรือบุคคลในครอบครัว ของเด็ก จึงมีมติให้องค์กรสมาชิกร่วมกันเสนอข่าวดังกล่าวโดย ยึดมาตรฐานวิชาชีพและจริยธรรมของสื่อมวลชน กฎหมาย ที่เกี่ยวข้อง และคำนึงถึงสิทธิมนุษยชนของบุคคลที่ตกเป็น ข่าวอย่างเคร่งครัด

3. การพิจารณาเรื่องร้องเรียนด้านจริยธรรม สื่อมวลชน

ในปี 2567 คณะกรรมการจริยธรรมได้พิจารณาเรื่อง ร้องเรียน ทั้งร้องเรียนผ่านทางเว็บไซต์ สภาการสื่อมวลชน แห่งชาติ และเรื่องที่หยิบยกขึ้นมาพิจารณาโดยคณะ กรรมการฯ ทั้งสิ้น 9 เรื่อง โดยคณะกรรมการจริยธรรมมี มติให้ ยุติการพิจารณา 6 เรื่อง เนื่องจากผู้ร้องใช้สิทธิทาง กระบวนการยุติธรรม

ผู้ร้องพอใจคำชี้แจงและการนำเสนอข่าวแก้ไขจาก ผู้ถูกร้อง หรือผู้ถูกร้อง ไม่ได้เป็นองค์กรสมาชิกของสภาการ สื่อมวลชนแห่งชาติ โดยได้ส่งเรื่องให้สภาวิชาชีพที่ผู้ถูกร้อง เป็นองค์กรสมาชิก เพื่อพิจารณาดำเนินการตามกระบวนการ ของสภาวิชาชีพดังกล่าว นอกจากนี้ ยังมีมติให้เตือนองค์กร สื่อมวลชนที่เป็นสมาชิกให้ระมัดระวังการนำเสนอข่าวผ่าน เว็บไซต์ 1 เรื่อง คงเหลืออยู่ในกระบวนการพิจารณา 2 เรื่อง โดยมีเรื่องร้องเรียนสำคัญที่พิจารณาเสร็จสิ้นแล้วดังนี้

3.1 เรื่องร้องเรียน หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ โฆษณาเชิญชวนให้ลงทะเบียนเสียเงินเข้าไปเรียนรู้ดูพระแท้กับปรมาจารย์วงการพระเครื่อง

รายละเอียดเอกสารร้องเรียนระบุว่า เมื่อวันที่ 6 มกราคม 2567 เวลา 09.00 น. ทางหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ได้โฆษณาเชิญชวนให้ลงทะเบียนเสียเงินเข้าไปเรียนรู้ดูพระแท้กับปรมาจารย์วงการพระเครื่องเมืองไทย ในราคาหลักสูตรละ 2,500 บาท เมื่อจบหลักสูตรแล้วจะได้นำความรู้ไปแยกแยะพระแท้ พระปลอมตามมาตรฐานสากลได้ด้วยตัวเอง ทั้ง ๆ ที่ทางผู้จัดอบรมรู้อยู่แล้วว่าผู้ที่เชิญมาสอนนั้นไม่มีความรู้ที่จะสามารถยืนยันได้ว่าพระองค์ไหนเป็นพระแท้ และพระองค์ไหนเป็นพระปลอม และมาตรฐานสากลก็ไม่มีอยู่จริง หากทางผู้จัดงานอบรมได้ลงโฆษณาบอกความจริงทั้งหมดผู้คนคงไม่หลงเชื่อเสียเงินลงทะเบียนไปเรียนรู้อย่างแน่นอน เพราะไม่มีอะไรให้เรียนรู้ดูพระแท้ตามมาตรฐานสากลได้เลยตามวัตถุประสงค์ของทางผู้จัดงานที่ได้ลงโฆษณาไว้ ซึ่งผิดจากวัตถุประสงค์ในการโฆษณาเชิญชวนให้มาลงทะเบียนเรียนดูพระแท้ตามมาตรฐานสากลที่ทางผู้จัดอบรมลงโฆษณาไว้

กรณีนี้ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ชี้แจงว่า สืบเนื่องจาก นสพ.เดลินิวส์ และเดลินิวส์ออนไลน์ ได้จัดโครงการ “**เรียนรู้ดูพระแท้กับเดลินิวส์**” เกี่ยวกับพระเครื่องเบญจภาคีล้ำค่า โดยได้รับความร่วมมือจากสมาคมผู้นิยมพระเครื่องพระบูชาไทย ให้ยืมอุปกรณ์ ดูพระเครื่องให้จัดโชว์และจัดส่งวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิระดับประเทศ มีชื่อเสียงในวงการพระเครื่องมาบรรยายให้ความรู้จำนวนมาก โครงการนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี รายได้บางส่วนหลังหักค่าใช้จ่ายมอบให้โรงพยาบาลสงฆ์ ตามวัตถุประสงค์

ส่วนกรณีผู้ร้องเรียนได้สมัครเข้าอบรมในครั้งที่ 1 (6 มกราคม 2567) ครั้งเดียวเกี่ยวกับพระสมเด็จจักรพรรดิ ตลอดการบรรยายได้ซักถามข้อสงสัยอย่างต่อเนื่อง พยายามถามย้ำพระแท้ต้องเป็นไปตามมาตรฐานสากลหรือไม่ มีการเซ็นเอ็มโอหรือไม่ วิทยากรตอบย้ำไปหลายครั้งว่า มาตรฐานสากลไม่ได้ เพราะต่างชาติไม่ได้รับถือศาสนาพุทธ มีเพียงชนชาติแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่เชื่อถือศรัทธาและการบรรยายก็ยึดมาตรฐานนิยมของสมาคมผู้นิยมพระเครื่องพระบูชาไทยที่กลุ่มคนส่วนใหญ่เชื่อถือ จนจบการบรรยาย ผู้ร้องได้รับประกาศนียบัตรพร้อมผู้เข้าอบรมคนอื่น ๆ

ต่อมาวันที่ 11 มกราคม 2567 ผู้ร้องไปร้องเรียนสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ซึ่งเจ้าหน้าที่ได้เจรจาไกล่เกลี่ยจนผู้ร้องยอมยุติเรื่อง แต่ยังอ้างว่า พระ

สมเด็จจักรพรรดิแท้ต้องเป็นไปตามความคิดของผู้ร้องคนเดียวเท่านั้น เพราะรับสืบทอดมาจากสมเด็จพระพุฒาจารย์โต พรหมรังสี มาโดยตรง ของคนอื่นแอบอ้างทั้งสิ้น อย่างไรก็ตาม เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2567 ผู้ร้องได้แจ้งความดำเนินคดีกับหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ที่สภ.เมือง สิงห์บุรี

คณะกรรมการจริยธรรมจึงมีมติให้ยุติการพิจารณา เนื่องจากผู้ร้องได้ใช้สิทธิร้องทุกข์กล่าวโทษดำเนินการตามกฎหมาย (แจ้งความดำเนินคดี) กับสมาชิกสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ (หนังสือพิมพ์เดลินิวส์และเดลินิวส์ออนไลน์) อันถือเป็นการใช้สิทธิทางกระบวนการยุติธรรมแล้ว และให้ทำหนังสือแจ้งไปยังผู้ร้องเพื่อทราบตามขั้นตอนต่อไป

3.2 การร้องเรียน กรณีเว็บไซต์ เพจ Facebook , Youtube และ Tiktok Thai PBS นำเสนอข่าวสำนักงาน ป.ป.ท. ลงพื้นที่ตรวจสอบโครงการปรับปรุงปลูกหญ้าสนามฟุตบอลฯ ผู้ร้องเรียนมีหนังสือขอให้ช่วยตรวจสอบกรณีเว็บไซต์ เพจ Facebook , Youtube และ Tiktok ของ Thai PBS ได้นำข่าวที่สำนักงาน ป.ป.ท. ลงพื้นที่เข้าตรวจสอบโครงการปรับปรุงปลูกหญ้าสนามฟุตบอลพร้อมลู่วิ่ง โรงเรียนเทศบาลบ้านโดนดของเทศบาลตำบลบ้านโดนดไปเผยแพร่สู่สาธารณะ โดยมีรายละเอียด คือ คำชี้แจงของเจ้าหน้าที่ในการตอบข้อคำถามต่อสำนักงาน ป.ป.ท. , คลิปเสียง อีกทั้งมีภาพประกอบโดยไม่ทำการเบลอนำ และนำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต ซึ่งเทศบาลตำบลบ้านโดนดมีความเห็นว่าการกระทำดังกล่าวทำให้ผู้ที่ปรากฏในเว็บไซต์ เพจ Facebook , Youtube และ Tiktok Thai PBS เกิดความเสียหาย เสื่อมเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น ถูกเกลียดชัง ถูกเหยียดหยาม อันเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล จึงอยากขอให้ท่านช่วยตรวจสอบว่ากรณีการลงข่าวดังกล่าว เป็นการละเมิดข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชน สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ พ.ศ.2564 หรือไม่

กรณีนี้ ไทยพีบีเอสชี้แจงว่า การนำเสนอข่าวโรงเรียนบ้านโดนด อำเภอศรีราชา จังหวัดสุโขทัย สร้างผิดแบบทั้งลู่วิ่ง เสาไฟ ซึ่งมีการที่ลงพื้นที่โดยไม่ได้แจ้งให้เจ้าหน้าที่เทศบาลทราบ เพราะเห็นว่าหน่วยงานที่เชิญเป็นหน่วยงานภาครัฐคือ ปปท. และไทยพีบีเอสก็ลงพื้นที่ไปกับเจ้าหน้าที่ของรัฐไปทำข่าวตามปกติ ข่าวนี้ก็ได้ตรวจสอบข้อมูลและไม่ได้รับผลประโยชน์จากฝ่ายใด ได้แจ้งนายกเทศมนตรี ซึ่งเป็นผู้ร้องว่าไทยพีบีเอสได้ลงข่าวคำชี้แจงต่าง ๆ ของนายกเทศมนตรีไปแล้ว

ทั้งนี้ สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ ได้แจ้งผู้ร้องให้ทราบถึงคำชี้แจงของไทยพีบีเอส ซึ่งผู้ร้องแจ้งว่าไม่พอใจ คณะ

กรรมการจริยธรรม จึงมีมติให้ยุติเรื่อง และทำหนังสือแจ้งผู้ร้องทราบ

3.3 การพิจารณาการเสนอข่าว “อีลอน มัสก์ มหาเศรษฐีระดับโลก ตั้งคำถามในแอปพลิเคชัน “เอ็กซ์” ว่า ควรจะซื้อหมูแต่งดีไหม พร้อมโพสต์รูปนาร์กของหมูแต่ง

คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคสื่อ สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ ได้หยิบยกเรื่องนี้ขึ้นมาพิจารณาโดยมองว่าการนำเสนอข่าวของเพจหรือเว็บไซต์ต่าง ๆ ไม่มีการบ่งชี้ให้ชัดเจนว่าเป็นการโพสต์ในเพจเรื่องล้อเล่นซึ่งนำมาใส่ไว้ตรงท้าย ซึ่งส่งผลให้เกิดความเข้าใจผิดของประชาชนที่เข้ามาอ่านข่าว

คณะกรรมการจริยธรรม สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ พิจารณาแล้ว เห็นว่าข้อมูลแหล่งข่าวที่มาไม่ใช่เพจเป็นทางการของอีลอน มัสก์ แต่สื่อนำมาขยายว่าอีลอน มัสก์ จะซื้อหมูแต่ง ทำให้ประชาชนหรือสังคมรับรู้ว่อีลอน มัสก์ จะซื้อหมูแต่ง เรื่องนี้ สื่อมวลชนสามารถนำเสนอข่าวได้แต่ต้องเขียนให้ชัดเจนว่าเป็นการล้อเลียน ไม่ควรเสนอเสมือนเป็นเรื่องจริง เพื่อจงใจขายข่าว จึงมีมติให้แจ้งสื่อมวลชนที่เป็นสมาชิกระมัดระวังการนำเสนอข่าวจากสื่อออนไลน์ที่ไม่เป็นทางการ และเป็นข่าวล้อเลียน หากนำเสนอควรระบุในพาดหัวข่าวและข่าวให้ชัดเจนว่า ข่าวดังกล่าวเป็นเรื่องล้อเลียน ไม่ใช่เรื่องจริง

สำหรับเรื่องร้องเรียนที่อยู่ระหว่างการพิจารณาของคณะกรรมการจริยธรรมจำนวน 2 เรื่อง ได้แก่ การพาดหัวข่าวของสื่อออนไลน์ที่ไม่เหมาะสมกรณีไฟไหม้รถบัสนักเรียน โดยใช้คำว่า “อย่างสด” การพาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์ และกรณีนักแบดมินตันทีมชาติไทย พลาดเหรียญทองในกีฬาโอลิมปิก

โดยสรุปแล้ว ในรอบปีที่ผ่านมา สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ ยังคงได้รับการร้องเรียนด้านจริยธรรมจากการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนทั้งที่เป็นสมาชิกและไม่ได้เป็นสมาชิกอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเรื่องร้องเรียนดังกล่าว บางส่วนมาจากการร้องเรียนของผู้มีส่วนได้เสียโดยตรงจากการนำเสนอข่าวสารหรือภาพข่าวต่าง ๆ ของสมาชิก และอีกบางส่วนเป็นการหยิบยกประเด็นปัญหาการละเมิดจริยธรรมผ่านคณะกรรมการอนุกรรมการและคณะกรรมการของสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ

สำหรับในปี 2568 แนวโน้มการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนอาจก่อให้เกิดปัญหาด้านจริยธรรมเพิ่มมากขึ้น เช่น การใช้ AI ในการนำเสนอข่าวอย่างไม่ระมัดระวัง รวมถึงการนำข้อมูลหรือเรื่องราวต่างๆ จากโซเชียลมีเดียมาเสนอ

โดยไม่มีการกลั่นกรอง จนอาจก่อให้เกิดความผิดพลาดและเสียหายแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง จึงขอให้สื่อมวลชนตรวจสอบข้อมูลด้วยความรอบคอบ และคำนึงถึงจริยธรรมวิชาชีพเป็นหลักในการปฏิบัติงาน เพื่อให้สาธารณชนเกิดความเชื่อมั่นในการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชน

ข้อเสนอ ต่อเวที “UNESCO Global Forum on the Ethics of AI 2025”

สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ ร่วมกับสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย สมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภาควิชา (ประเทศไทย) และ ThaiPBS

เป็นเจ้าภาพร่วมจัด Side-Event ของการประชุม Global Forum on the Ethics of AI 2025 จากองค์การยูเนสโกร่วมกับประเทศไทย โดยกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงศึกษาธิการ และกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เป็นเจ้าภาพจัดการประชุมนานาชาติ UNESCO Global Forum on the Ethics of AI 2025 ; Ethical Governance of AI in Motion ระหว่างวันที่ 24 - 27 มิถุนายน 2568 ที่กรุงเทพฯ เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจและความตระหนักเกี่ยวกับการพัฒนาและการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) อย่างมีจริยธรรมและธรรมาภิบาล รวมถึงส่งเสริมความร่วมมือในระดับนานาชาติ โดย สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ ร่วมกับสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย สมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภาควิชา (ประเทศไทย) และ ThaiPBS จัดเสวนา Side-Event “UNESCO Global Forum on the Ethics of AI 2025” เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2568 ที่ห้องประชุม ดร.เทียม โชควัฒนา อาคารมงกุฎสมมติวงศ์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โดยมีการสรุปข้อเสนอ ต่อเวที “UNESCO Global Forum on the Ethics of AI 2025” ดังนี้

1. ต่อรัฐบาล

- กำหนดกรอบนโยบายแห่งชาติว่าด้วย AI กับภาคส่วนต่าง ๆ (AI Governance Policy Framework).
- เตรียมความพร้อมต่อการกำกับดูแลโดยกฎหมาย (ซึ่ง Thai AI Act มีการร่างและประชาพิจารณ์บ้างแล้ว) หรือพิจารณาขยายขอบเขตของกฎหมายที่มีอยู่แทน

- ให้ความสำคัญกับกฎหมายลิขสิทธิ์ที่จะช่วยสร้าง value เพิ่มให้ original source/content.
- สร้างการมีส่วนร่วมจากภาคผู้เชี่ยวชาญในการกำหนด high risks จาก AI เพื่อนำไปสู่การกำกับดูแล
- ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างรัฐ, มหาวิทยาลัย และองค์กรสื่อ ในการพัฒนา AI ที่มีความรับผิดชอบ และให้ความสำคัญต่อบริบทการพัฒนา AI literacy ต่อประชาชน

2. ต่อ Global Platforms และผู้สนับสนุนรายได้ (ทั้งค่าย AI และ Social Media รวมถึงเอเจนซีโฆษณา)

- ให้ความสำคัญกับเนื้อหาคุณภาพ, แหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือ (Trusted media) นอกเหนือจากค่านิยม (Engagement) เพียงอย่างเดียว และ AI ควรเรียนรู้เรื่องจริยธรรมและสิ่งที่ควรระวังด้วย
- ควรนำเข้าข้อมูลจากแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือเท่านั้น เข้าสู่ระบบ machine learning ไม่นำเข้าข้อมูลที่สร้างจาก AI มาเรียนรู้ซ้ำ.
- จัดให้มีระบบ warning ที่จะป้องกันปัญหาจาก Disinformation, Deepfake.
- ร่วมพัฒนาแนวทางการใช้ AI ตรวจสอบข่าวปลอมกับองค์กรสื่อ โดยยึดหลักโปร่งใส, เปิดเผยโมเดล และไม่ลำเอียงต่อกลุ่มความเชื่อใดๆ.
- ให้ผู้ผลิตข่าวสามารถ “ปิดกั้นการดัดแปลงโดย AI” ได้ เช่น การห้าม LLM นำบทความไปฝึกโมเดลโดยไม่ได้รับอนุญาต (opt-out rights) หรือต้องมีการซื้อขายข้อมูล เพื่อให้ถูกต้องเรื่องลิขสิทธิ์.

3. ต่อบริษัทสื่อมวลชน

- สร้างแนวปฏิบัติ (Ethical Guidelines) และเครื่องมือการบังคับใช้แนวปฏิบัติด้านการใช้ AI ในองค์กรข่าว ซึ่งถือเป็นระดับ Community Level ในการกำกับดูแลกันเองด้านการใช้ AI เช่น การตั้งคณะกรรมการภายในองค์กร ตรวจสอบการใช้งาน AI อย่างสม่ำเสมอ.
- สร้าง Best Practice ของ AI governance ในองค์กรสื่อ และแสวงหาแนวทางการรักษา Human Jobs

- ควรฝึกอบรมนักข่าวให้มีความรู้ด้าน AI และจัดทำนโยบายจริยธรรมเกี่ยวกับการใช้ AI อย่างชัดเจน องค์กรสื่อควรเปิดเผยการใช้ AI ในกระบวนการจัดทำเนื้อหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การรวบรวมข่าว การสร้างเนื้อหาอัตโนมัติ การสร้างภาพและวิดีโอ การแปลภาษา การปรับเนื้อหาให้เหมาะกับผู้อ่านแต่ละกลุ่ม การวิเคราะห์ข้อมูลผู้ชม ตลอดจนการตรวจสอบข้อเท็จจริง เพื่อให้เกิดความโปร่งใสและคงไว้ซึ่งความเชื่อมั่นจากสาธารณชน
- ยึดถือใน Journalistic Value รวมถึงระมัดระวังไม่ใช้ AI แทนมนุษย์ในกระบวนการ “ตัดสินใจเชิงจริยธรรม” เช่น การพิจารณาเผยแพร่ข่าวอ่อนไหว, ภาพความรุนแรง หรือข้อมูลส่วนบุคคล (อย่างกรณีคลิปภาพข่าวสงคราม, การชุมนุม ที่สื่อต้องระวังและรู้เท่าทัน)
- รมรณรงค์ให้สื่อมวลชนรักษาคุณภาพของเนื้อหา โดยระมัดระวังเรื่องการใช้ AI รีไรท์, ถอดเทป, แปลข่าว อย่างขาดการกำกับดูแลที่ดี เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจของสื่อ (Trusted Media).

4. ต่อบริษัทสื่อ/ภาควิชาการ

- พัฒนาทักษะของตนเองในการใช้และอยู่กับ AI.
- สร้างองค์ความรู้และพัฒนาความฉลาดทางดิจิทัล (DQ: Digital Intelligence Quotient), Data Ethics และ AI literacy แก่สื่อมวลชน และประชาชนที่เป็นทั้งผู้บริโภคและผู้สร้างเนื้อหาบนสื่อออนไลน์ได้ด้วยในเวลาเดียวกัน
- ภาคประชาชนต้องรวมพลังกัน เพื่อส่งเสริมสิทธิผู้บริโภคในการรับรู้ว่าเนื้อหานั้นมาจาก AI หรือมนุษย์ (Individual Level) เช่น ป้ายกำกับ “Generated by AI” อย่างชัดเจน
- เสริมสร้างทักษะ AI Literacy แก่สาธารณะ ให้รู้เท่าทันการดัดแปลงเนื้อหา เช่น Deepfake, Chatbot, Voice clone
- เรียกร้องให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเปิดช่องทางให้ร้องเรียนหรือรายงานเนื้อหา AI ที่ผิดจริยธรรม และให้แพลตฟอร์มหรือสื่อดำเนินการแก้ไขอย่างโปร่งใส.



รายนามคณะกรรมการ สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ สมัยที่ 2 (6 มี.ค. 2567 - 5 มี.ค. 2570)



นายชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี
ประธาน



นางสาวนิภาวรรณ แก้วรากมุกข์
รองประธาน คนที่ 1



นายวิรัชต์ โชติวานิช
รองประธาน คนที่ 2



นายสราวุฒิ แซ่เตี่ยว
รองประธาน คนที่ 3



นายนพพล รัตนพันธ์
เลขาธิการ



นายภูวสิทธิ์ สุขใส
รองเลขาธิการ คนที่ 1



นายธรรมสถิตย์ ผลแก้ว
รองเลขาธิการ คนที่ 2



นางสาวชุติมณฑน์ ศรีข้า
เหรัญญิก



นายตุลย์ ศิริกุลพิพัฒน์
กรรมการประเภทก่อตั้ง



นายสวิชัย บำรุงสุข
กรรมการประเภทก่อตั้ง



รายนามคณะกรรมการ สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ สมัยที่ 2 (6 มี.ค. 2567 - 5 มี.ค. 2570)



นางสาว น.รีนี เรืองหนู
กรรมการประเภทก่อตั้ง



นายก่อเขต จันทเลิศลักษณ์
กรรมการประเภทก่อตั้ง



นายณฤชณ ฐะประดิษฐ์
กรรมการประเภทก่อตั้ง



นางสาวพุสดี คีตวรนาฏ
กรรมการประเภทก่อตั้ง



นายศักดิ์สิทธิ์ วิบูลศิลป์โสภณ
กรรมการประเภทสามัญ



นายจักรกฤษณ์ แววคล้ายหงษ์
กรรมการประเภทสามัญ



อาจารย์กอบกิจ ประดิษฐผลพานิช
กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
ด้านวิชาการสื่อสารมวลชน



นายวิฑิต สีนุตพงษ์
กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
ด้านบริหารจัดการ



นางสาวสุภิญญา กลางณรงค์
กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
ด้านคุ้มครองผู้บริโภค



ศ.สุริชัย หวันแก้ว
กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
ด้านสิทธิมนุษยชน



ดร.พิเชฐ ดุรงคเวโรจน์
กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ



นางสาวบุญรัตน์ อภิชาติไตรสรณ์
กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
ด้านสื่อมวลชน



นายกี จงกิจถาวร
กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
ด้านสื่อมวลชน



รายนามคณะกรรมการ มูลนิธิสภาการสื่อมวลชน

1. นายชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี	ประธาน
2. นางสาวนัตยา เชษฐโชติรส	รองประธานคนที่ 1
3. นายเดชอุดม ไกรฤทธิ์	รองประธานคนที่ 2
4. นายสวิชัย บำรุงสุข	กรรมการ
5. นายมานะ ตีรยาภิวัฒน์	กรรมการ
6. นายปราโมทย์ ฝ้ายอุประ	กรรมการ
7. นายสุวัฒน์ ทองธนากุล	กรรมการ
8. นางสาวชุตินิพนธ์ ศรีขำ	กรรมการ
9. นายมงคล บางประภา	กรรมการ
10. นายวิฑิต สีนุตพงษ์	กรรมการ
11. นายวิโรจน์ วัฒนธาดากุล	กรรมการ
12. นางสาวบุญรัตน์ อภิชาติไตรสรณ์	กรรมการ
13. นางสาวผุสดี คีตวรนาฏ	กรรมการและเหรัญญิก
14. นางสาวนิภาวรรณ แก้วรากมุกข์	กรรมการและเลขาธิการ
15. นายนพปฎล รัตนพันธ์	กรรมการและรองเลขาธิการ



องค์กรสมาชิก สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง

กรุงเทพธุรกิจ

หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

เลขที่ 1858/126 ถนนเทพรัตน แขวงบางนาใต้ เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260
โทร. 0 2338 3333 ต่อ 2504



หนังสือพิมพ์กีฬาสยามรายวัน

เลขที่ 66/26-29 ซอยรามอินทรา 40 ถนนรามอินทรา แขวงนวลจันทร์ เขตบึงกุ่ม
กรุงเทพฯ 10230
โทร. 0 2508 8000
อีเมล webmaster@siamsport.co.th

ข่าวสด

หนังสือพิมพ์ข่าวสด

เลขที่ 40/10 หมู่บ้านประชาชนเวศน์ 1 ถนนเทศบาลนิมิตใต้ แขวงลาดยาว เขตจตุจักร
กรุงเทพฯ 10900
โทร. 0 2589 2222, 0 2954 4999



หนังสือพิมพ์ข่าวหุ้นธุรกิจ

เลขที่ 48/5 - 6 ชั้น 2 ซอยรุ่งเรือง ถนนรัชดาภิเษก แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง
กรุงเทพฯ 10320
โทร. 0 2693 4555
อีเมล online@kaohoon.com



บริษัท ฐานเศรษฐกิจ มัลติมีเดีย จำกัด

เลขที่ 1854 ชั้น 8 ถนนเทพรัตน แขวงบางนาใต้ เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260
โทร. 0 2338 3750 ถึง 1



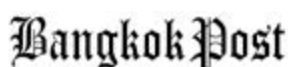
หนังสือพิมพ์เดลินิวส์

เลขที่ 1/4 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210
โทร. 0 2790 1111
อีเมล editor@dailynews.co.th



หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

เลขที่ 1 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทร. 0 2272 1030
อีเมล cs@thairath.co.th



หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์

เลขที่ 136 ถนนสุนทรโกษา แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทร. 0 2616 4000



หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ

เลขที่ 12 หมู่บ้านประชานิเวศน์ 1 ถนนเทศบาลนฤมาล แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
 โทร. 0 2589 0020 ถึง 1
 ฝ่ายข่าวหนังสือพิมพ์ต่อ 1544
 ฝ่ายข่าวออนไลน์ต่อ 1518, 1551
 ฝ่ายสมาชิกต่อ 3342



หนังสือพิมพ์มติชน

เลขที่ 12 หมู่บ้านประชานิเวศน์ 1 ถนนเทศบาลนฤมาล แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
 โทร. 0 2589 0020 ถึง 1



หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน 360°

เลขที่ 102/1 ถนนพระอาทิตย์ แขวงชนะสงคราม เขตพระนคร กรุงเทพฯ 10200
 โทร. 0 2629 4488 ต่อ 1313
 อีเมล manager@manager.co.th



หนังสือพิมพ์สยามรัฐ

เลขที่ 1589 ถนนอรุณอมรินทร์ แขวงบางยี่ขัน เขตบางพลัด กรุงเทพฯ 10700
 โทร. 0 2435 2022
 อีเมล siamweekly@hotmail.com



หนังสือพิมพ์สายกลาง

เลขที่ 35/4 หมู่ 10 ซอยสมใจ ถนนพุทธมณฑลสาย 4 ตำบลอ้อมน้อย อำเภอกะทู้ม้าน จังหวัดสมุทรสาคร 74130
 โทร. 0 2420 4965 ถึง 68
 อีเมล info@saiklang.com



หนังสือพิมพ์ อพท. นิวส์

เลขที่ 599/195 ซอยเจริญราษฎร์ 7 แยก 7-1 ถนนเจริญราษฎร์ แขวงบางโคล่ เขตบางคอแหลม กรุงเทพฯ 10120
 โทร. 0 2689 9120 ถึง 1
 อีเมล apt.news@hotmail.co.th, chanwittaya@hotmail.com



หนังสือพิมพ์จีน

หนังสือพิมพ์เกียฮัวตงจ้วน (ศิรินคร)

เลขที่ 108 ถนนเสือป่า แขวงป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย
กรุงเทพฯ 10100
โทร. 0 2221 4181 ถึง 2
อีเมล kiahua@loxinfo.co.th



หนังสือพิมพ์ชิงจงเอี้ยน

เลขที่ 1022 – 1030 ถนนเจริญกรุง แขวงตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพฯ 10100
โทร. 0 2266 8501 ถึง 4
อีเมล xingzhongyuan9@hotmail.com



หนังสือพิมพ์ชิงเสียนเยอเป่า

เลขที่ 267 ถนนเจริญกรุง แขวงบ้านบาตร เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพฯ 10100
โทร. 0 2225 0070



หนังสือพิมพ์ตงฮัว

เลขที่ 877 – 879 ถนนเจริญกรุง แขวงตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพฯ 10100
โทร. 0 2237 3620
อีเมล tonghua_dailynews@hotmail.com



หนังสือพิมพ์สากล

เลขที่ 21/1 ซี่ก๊กพระยาศรี ถนนเจริญกรุง แขวงพระนคร เขตพระนคร กรุงเทพฯ 10200
โทร. 0 2226 0040 0 2221 0385 0 2221 2730
อีเมล universal@udnbkk.com



องค์กรสมาชิก สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ หนังสือพิมพ์ส่วนท้องถิ่น



หนังสือพิมพ์โคราชคนอีสาน

เลขที่ 779/21-23 ซอยจิตรประชา ถนนจอมสุรางค์ยาตร์ ตำบลในเมือง อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา 30000

โทร. 0 4425 6965 ถึง 6

อีเมล info@koratdaily.com



หนังสือพิมพ์ไทยนิวส์รายวัน

เลขที่ 199/49 หมู่ 2 ถนนโพธาราม ซอย 6 ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50300

โทร. 0 5322 6252 ถึง 4 0 5322 6256

อีเมล editor@thainews70.com



หนังสือพิมพ์ปทุมมาลัย

โทร. +66 81 876 6349

อีเมล newschon@gmail.com



หนังสือพิมพ์ประชาชาติ จังหวัดตราด

เลขที่ 87/22 หมู่บ้านห้วยสลีวัล ถนนท่าเรือจ้าง ตำบลวังกระแจะ อำเภอเมือง จังหวัดตราด 23000

อีเมล jakkrit.trat@gmail.com, trattv@gmail.com



หนังสือพิมพ์ประชาชาติ จังหวัดพิษณุโลก

เลขที่ 834/75 - 76 ซอย บ.ช.ส. ถนนมิตรภาพ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก 65000

โทร. 0 5524 4244

อีเมล prachamati.s@gmail.com



หนังสือพิมพ์ปรากฏการณ์

อาคารศาลาประชาคม ตำบลปากน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 10270

อีเมล prakannews@gmail.com



หนังสือพิมพ์เพชรภูมิ

เลขที่ 80 หมู่ 4 ตำบลบ้านหม้อ อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี 76000

โทร. 0 3242 4310 0 3247 4877 ถึง 8

อีเมล saksit1952@gmail.com



หนังสือพิมพ์ภาคใต้โฟกัส

เลขที่ 3 ถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 1 ซอย 24 ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110

โทร. 0 7436 8522 ถึง 3

อีเมล paktaifocus@gmail.com



หนังสือพิมพ์ภาคเหนือรายวัน

เลขที่ 233/1 ถนนช้างเผือก ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50300
อีเมล phaknua56@gmail.com



หนังสือพิมพ์สมิหลา ไทม์

เลขที่ 41 ถนนคลองเรียน 2 ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110
โทร. 0 7435 6805
อีเมล samilatimes@yahoo.com



หนังสือพิมพ์สมุทรปราการโพสต์

เลขที่ 276/271 หมู่ที่ 1 ตำบลแหลมฟ้าผ่า อำเภอพระสมุทรเจดีย์
จังหวัดสมุทรปราการ 10290
อีเมล wiboon_news@hotmail.com



หนังสือพิมพ์ส่องใต้

เลขที่ 714 หมู่ 7 ซอยคลองขุด 25 ถนนเพชรเกษม ตำบลคลองขุด อำเภอเมือง
จังหวัดสตูล 91000
อีเมล 222 satun@gmail.com



หนังสือพิมพ์หัวหินสาร

เลขที่ 74/4 - 5 ถนนแนบเคหาสน์ ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110



องค์กรสมาชิก สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ สถานีวิทยุและโทรทัศน์

สถานีโทรทัศน์



เนชั่น TV

เลขที่ 1858/126 ถนนเทพรัตน แขวงบางนาใต้ เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260
อีเมล nnv@nationgroup.com



ไทยรัฐทีวี

อาคาร 17 เลขที่ 1 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทร. 0 2127 1199 แฟกซ์: 0 2272 1744
อีเมล cs@thairath.co.th



องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (Thai PBS)

เลขที่ 145 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210
โทร. 0 2790 2000
อีเมล webmaster@thaipbs.or.th

สถานีวิทยุ



สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย

สถานีวิทยุ ท้องถิ่นไทย สีสันเรดิโอ : FM. 99.75 MHz

เลขที่ 907/7 ถนนขุนสรุรงค์ ตำบลบางพุทรา อำเภอเมือง จังหวัดสิงห์บุรี 16000

อีเมล seasonmedia@hotmail.com

สถานีวิทยุ สุพรรณบุรี เรดิโอ วัน : FM. 93.00 MHz

เลขที่ 300 หมู่ที่ 3 ตำบลโพธิ์พระยา อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี 72000

โทร. 0 3553 6166

อีเมล radio.93@hotmail.com

สถานีวิทยุ วทท. F.M. 94 City Radio : 94.0 Mhz.

เลขที่ 100/7 ถนนเฉลิมพระเกียรติ ร.9 (บายพาส) หมู่ 5 ตำบลรัชฎา อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต 83000

อีเมล 94citynews@gmail.com

สถานีวิทยุ ท้องถิ่นไทย คนรักเวียงป่าเป้า 92.50MHz

เลขที่ 141 หมู่ที่ 13 ตำบลป่าจ้าว อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย 57170

โทร. 0 5364 8507

อีเมล wppradio@hotmail.com

สถานีวิทยุ Best Radio : FM. 91.25 MHz

เลขที่ 89/20 ถนนมิตรภาพ ตำบลในเมือง อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น 40000

สถานีวิทยุ ลูกทุ่งมหาชน : 105.25 MHz

เลขที่ 205 หมู่ 10 ตำบลนาหวัง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี 20240

สถานีวิทยุ ท้องถิ่นไทย เขตทุ่งสร้าง : FM. 92.75 MHz

เลขที่ 1/21 หมู่ 12 ถนนราษฎร์คินทร์ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000

สถานีวิทยุ ท้องถิ่นไทย เมืองสี่แคว : FM. 99.25 MHz

เลขที่ 6/1 หมู่ 12 ตำบลบางม่วง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ 60000

สถานีวิทยุ วทท.เซ็นเตอร์เรดิโอ : FM. 104.50 MHz

เลขที่ 99 หมู่ 1 ตำบลศาลาแดง อำเภอเมือง จังหวัดอ่างทอง 14000

สถานีวิทยุ ลูกทุ่งเอสเอสพี : FM. 87.75 MHz

เลขที่ 85 หมู่ 16 บ้านกกค้อ ตำบลนากลาง อำเภอนากลาง จังหวัดหนองบัวลำภู 39170



องค์กรสมาชิก สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ สำนักข่าวออนไลน์



คม ชัด ลึก

เลขที่ 1858/126 ชั้น 5 ถนนเทพรัตน แขวงบางนาใต้ เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260
โทร. 0 2338 3035 0 2338 3095
อีเมล komchadluekonline@gmail.com



THE STANDARD

เลขที่ 23/100-102 ซอยศูนย์วิจัย ถนนพระราม 9 แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
โทร. 0 2203 1142
อีเมล contact@thestandard.co



บ้านเมืองออนไลน์

เลขที่ 1 ซอยปลื้มมณี ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทร. 0 2930 1600 ถึง 9 0 2513 0230 ถึง 3
อีเมล onlinebanmuang@gmail.com



สปริงนิวส์

เลขที่ 1854 ถนนเทพรัตน แขวงบางนาใต้ เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260
โทร. 0 2338 3333
อีเมล Papakorn_ind@nationgroup.com



THE NATION THAILAND

เลขที่ 1854 ถนนเทพรัตน แขวงบางนาใต้ เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260
อีเมล thenation_thailand@nationgroup.com



เดอะ สตอรี ไทยแลนด์

เลขที่ 53/78 หมู่บ้านโมดิ วิลล่า ซอยเลียบบคลองภาษีเจริญ
20/2 ถนนเลียบบคลองภาษีเจริญฝั่งเหนือ แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพฯ 10160
อีเมล asina@thestorythailand.com



เชียงใหม่นิวส์ออนไลน์

เลขที่ 99/5 หมู่ 2 ถนนมหิตล ตำบลป่าแดด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100
โทร. 0 5327 9686
อีเมล pearsaralee@gmail.com



ตรังไทม์

เลขที่ 201/10 หมู่ 10 ตำบลโคกหล่อ ถนนเลียบทางเดินสนามบินตรัง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง 92000

โทร. 0 7582 0138

อีเมล trangtime@gmail.com, trangtimereport@gmail.com



ลันนาโพสต์

เลขที่ 341 สามแยกเวียงทอง ตำบลสวนดอก อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 52000

โทร. 0 5432 5068

อีเมล lannapost54@gmail.com



นครเชียงรายนิวส์ (หนังสือพิมพ์นครเชียงราย)

เลขที่ 682/8 ถนนพหลโยธิน ตำบลเวียง อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย 5700

โทร. 0 8306 07124

อีเมล nakorncrnews@gmail.com



หมากแข้ง

เลขที่ 26/24 ถนนวัฒนาณรงค์ ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 41000

โทร. 0 4224 6642

อีเมล makhaeng.ud@gmail.com



28 ปี สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ

เจ้าของ

สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ

The National Press Council of Thailand (NPCT)

538/1 ถนนสามเสน แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

สำนักงานชั่วคราว

ห้องบุษบกข ซี่ โรงแรมรอยัลริเวอร์

เลขที่ 219 ซอยจรัญสนิทวงศ์ 66/1 ถนนจรัญสนิทวงศ์

แขวงบางพลัด เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร 10700

โทรศัพท์ 02-668-9900

E-mail: info@presscouncil.or.th

Website: www.presscouncil.or.th

  **YouTube:** สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ

บรรณาธิการ

อาจารย์กอบกิจ ประดิษฐ์ผลพานิช

กองบรรณาธิการ

- | | |
|----------------------|-------------|
| 1. รศ.ดร. สุกัญญา | บุรณเดชาชัย |
| 2. รศ.ดร. วิไลวรรณ | จงวิไลเกษม |
| 3. นายมงคล | บางประภา |
| 4. นายปราเมศ | เหล็กเพชร |
| 5. นางสาวหทัยรัตน์ | ดีประเสริฐ |
| 6. อาจารย์ ดร. โสภษา | เอี่ยมโอภาส |
| 7. อาจารย์สุดอนอม | รอดสว่าง |
| 8. นายเอกพล | บรรลือ |
| 9. อาจารย์ ดร. เอกพล | เจียรถาวร |
| 10. ผศ. ปาจารย์ | ปริญทวรกุล |



สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ
THE NATIONAL PRESS COUNCIL OF THAILAND

กิจกรรมในรอบปี



โครงการ “สร้างเสริมทักษะเท่าทันสื่อเพื่อเด็กด้วยหนังสือพิมพ์” ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ดำเนินการบริหารโดย สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ และมูลนิธิสภาการสื่อมวลชนและสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ ได้คัดเลือกโรงเรียนเข้าร่วม 220 แห่ง จาก โรงเรียนสังกัดสำนักงานการศึกษา กรุงเทพมหานคร โรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) โรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน (สช.) โรงเรียนสังกัดองค์การบริหารการปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตพื้นที่ กทม. จังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ สงขลา สตูล เชียงใหม่ อุบลราชธานี โดยโครงการฯ เข้าไปทำกิจกรรมเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้จากการอ่านหนังสือพิมพ์ และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ในกลุ่มนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ในรายวิชาภาษาไทย จำนวน 5 วัน ๆ ละ 1 ชั่วโมง ที่จะเรียนรู้จากหนังสือพิมพ์ฉบับจริง จำนวน 5 ฉบับ ร่วมกับแบบฝึกหัดการเรียนรู้ ที่ได้ออกแบบเนื้อหาการสอน และการทำกิจกรรมการเสริมสร้างทักษะการอ่านหนังสือพิมพ์ อาทิ การจำแนกข่าว การเรียนรู้จากเนื้อหาข่าว การจำแนกความแตกต่างหนังสือพิมพ์กับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อ การใช้สื่อปลอดภัย เนื้อหาปลอดภัย เท่าทันภัยไซเบอร์ ซึ่งโครงการนี้จะให้เด็กนักเรียนระดับชั้น ป. 5 จำนวนกว่า 4,500 คน ได้เรียนรู้ และเสริมสร้างทักษะจากการอ่านหนังสือพิมพ์



สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ โดยการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ดำเนินโครงการ “เพิ่มองค์ความรู้สื่อมวลชนเรื่อง: โลกาวัดันในกระบวนการทัศน์ใหม่ของสื่อ” รุ่นที่ 2 ระหว่างวันที่ 23 พฤศจิกายน 2567 – 22 มีนาคม 2568 โครงการดังกล่าวจัดขึ้นเป็นรุ่นที่ 2 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างและเพิ่มพูนองค์ความรู้ให้แก่สื่อมวลชน ในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคปัจจุบัน อันจะนำไปสู่การนำเสนอข่าวสารที่มีมุมมองรอบด้านและทันต่อบริบทโลกาวัดันในกระบวนการทัศน์ใหม่ของสื่อ



สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ จัดโครงการยกระดับความรู้ความเข้าใจต่อราชอาณาจักรกัมพูชาสำหรับสื่อมวลชน ครั้งที่ 2 ระหว่างวันที่ 23-26 พฤษภาคม 2568 ภายใต้หัวข้อ “ความมั่นคงและผลประโยชน์ร่วมเพื่อประชาชน” เพื่อส่งเสริมให้สื่อมวลชนไทยมีความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับสถานการณ์ระหว่างประเทศ โดยเฉพาะไทย-กัมพูชา พร้อมทั้งตระหนักถึงบทบาทของสื่อในการสื่อสารข้อมูลอย่างมีจริยธรรมและสร้างสรรค์ ลดความขัดแย้ง และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างประชาชนทั้งสองประเทศ



สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ ร่วมกับสำนักสร้างเสริมระบบสื่อและสุขภาวะทางปัญญา (สำนัก 11) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการ
สร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ได้ขับเคลื่อนโครงการพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายในการสร้างร่วมมือและความรับผิดชอบร่วมต่อแพลตฟอร์ม
ออนไลน์เพื่อพัฒนาคุณภาพสื่อมวลชน โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาคุณภาพสื่อมวลชนในการผลิตเนื้อหาที่มีคุณค่าต่อสังคม มีความสามารถในการ
แข่งขัน ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนามาตรการเพื่อสร้างระบบนิเวศสื่อที่มีคุณภาพ และส่งเสริมสุขภาวะทางปัญญาของพลเมืองไทย โดย
เมื่อวันที่ 4 – 5 มิถุนายน 2568 ได้จัด Focus Group กลุ่มผู้บริหารสื่อ ผู้ปฏิบัติงานสื่อ กลุ่มเอเจนซี และ MarTech



สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ ร่วมกับ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สภาองค์กรของผู้บริโภค และ ThaiPBS จัดเสวนา
หัวข้อ “พิรrong Effect สะเทือนอุตสาหกรรมสื่อ?” เมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2568



สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ
THE NATIONAL PRESS COUNCIL OF THAILAND

แสดงความยินดีครบรอบวันก่อตั้ง องค์กรสมาชิกสภาการสื่อมวลชนแห่งชาติ



แสดงความยินดีครบรอบ 5 ปี สำนักข่าว เดอะ สตอรี่ ไทยแลนด์



แสดงความยินดีในโอกาสครบรอบ 25 ปี เนชั่น ทิวี และครบรอบ 55 ปี เนชั่นกรุ๊ป



แสดงความยินดีครบรอบ 8 ปี สำนักข่าว เดอะ แสตนด์การ์ด



แสดงความยินดีในโอกาสก้าวสู่ปีที่ 49 หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ



แสดงความยินดี ครบรอบ 75 ปี นสพ.สยามรัฐ



แสดงความยินดี ครบรอบ 73 ปี อสมท



แสดงความยินดีครบรอบ 45 ปี นสพ.ฐานเศรษฐกิจ



แสดงความยินดีครบรอบ 17 องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ไทยพีบีเอส)



แสดงความยินดีครบรอบ 15 ปี สปริงนิวส์

แสดงความยินดี และร่วมงานเลี้ยงรับรองเนื่องในโอกาสครบรอบสถาปนาสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) ครบ 49 ปี (2/12/1975 - 2/12/2024)

+

เข้าถึงใจ
เข้าถึง *คุณ*

SCB รู้จักคุณผ่านข้อมูล
รู้ใจคุณผ่านความรู้สึก
รู้สึกถึงความต้องการของคุณ



SCB 

DIGITAL BANK WITH

Human Touch

MBK | *Just Right..*
Just Right!
Just Right!

GOING 
FORWARD...

ก้าวเดินด้วยความมุ่งมั่น
ตั้งใจพัฒนาเพื่อสมดุลที่ยั่งยืน

ESG



ดร.สมศักดิ์ โตรักษา และ
คุณสุภัทพร โตรักษา



บริษัท สำนักกฎหมาย ดร.สมศักดิ์ โตรักษา จำกัด
บริษัท ดร.สมศักดิ์ โตรักษา สีกิล คอนซัลแทนซ์ แอนด์ ลิกทิเกชั่น จำกัด
 สำนักงานใหญ่ เลขที่ 182/8, 182/9 ถนนอุดมสุข ซอยอุดมสุข 20
 แขวงบางนาเหนือ เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260
 โทร. 02-747-9039-40, 02-398-9615 e-mail: s_torugsa@hotmail.com

ยังโตน เอิร์ลพาร์ค รีสอร์ท

ให้บริการที่พักหลากหลายรูปแบบริมฝั่งแม่น้ำแควน้อย บรรยากาศสดชื่น ร่มเย็นท่ามกลางธรรมชาติ
 สายน้ำและขุนเขา ตลอดจนพันธุ์ไม้หายากชนิด บนเนื้อที่กว่า 400 ไร่ ซึ่งประกอบด้วย โรงแรมต้นน้ำ ริเวอร์ไซด์
 บริการห้องพัก 35 ห้อง รวมทั้ง ค่ายสมพล โตรักษา สำหรับประกอบกิจกรรม ค่ายวิชาการต่างๆ ค่ายลูกเสือ-
 เนตรนารี-ยุวกาชาด กิจกรรมรับน้อง มีฐานกิจกรรมกว่า 22 ฐาน พร้อมวิทยาการที่มีประสบการณ์ รองรับได้
 1,000 - 1,500 คน



บริษัท ยังโตน เอิร์ลพาร์ค รีสอร์ท จำกัด
บริษัท โรงแรม ต้นน้ำ ริเวอร์ไซด์ จำกัด
บริษัท บ้านโตรักษาวิถีไทย จำกัด ค่ายสมพล โตรักษา
 เลขที่ 177/1 หมู่ 3 ตำบลศรีมงคล อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
 โทร 081-903-7857, 081-987-5982
www.youngtone-resort.com

SETZOOM in

ช่องทางใหม่ จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ด้วยความร่วมมือจากพันธมิตรในตลาดทุน ที่จะพาคุณชมอินทกความเคลื่อนไหวสำคัญในตลาดทุน
อัปเดตข่าวสาร ความรู้ และข้อมูลตลาดทุนแบบรวดเร็ว แม่นยำ เชื่อถือได้ ทุกวันทำการของตลาดหลักทรัพย์ฯ



เวลาทำการ	เวลา	นาที	จันทร์	อังคาร	พุธ	พฤหัสบดี	ศุกร์
	09:15-09:30	15	HELLO SETZOOM in				
	09:30-10:00	30	นาทิลงทุน				
เปิดตลาด ภาคเช้า (-/+)	10:00-11:30	90	SET Navigator : News Headlines • Market Alert • DR Zoom in • Finance Friday Thai Market Insight • Stock of the Day • เกาะซัดคิดกระดาน (ภาคเช้า)				
10:00-12:30	11:30-12:00	30	เปิดประเด็น ZOOM IN	Smart Moves Company Highlight	ESG GO GROW	Smart Moves Company Highlight	SETFACE 2
	12:00-13:30	90	รายการ Rerun เนื้อหาสาระของตลาดหลักทรัพย์ฯ				
	13:30-14:00	30	SET Afternoon				
เปิดตลาด ภาคบ่าย (-/+)	14:00-15:00	60	SET Navigator : สรุปภาวะตลาด • ความคิดข่าวการลงทุน ตรวจสอบเครื่องหมายหลักทรัพย์ • Futures Highlight (ภาคบ่าย)				
14:00-16:40	15:00-16:00	60	HAPPY MONEY ใจรักใจ	Financial Lens ส่องอ่านงบการเงินรายบริษัท	Set Mindset Stock of the day	DR ZOOM IN 10 minutes with CEO/CFO	3C CURATE CREATE COLLABORATE สร้างมูลค่าอย่างยั่งยืน
			SET Monthly Talk				
	16:00-17:00	60	SET Navigator : สรุปภาวะตลาด • Set Mindset • 10 minutes with CEO/CFO สรุปภาวะตลาดไทย-ต่างประเทศ • Thai Market Insight (ก่อนปิดตลาด)				
	17:00-18:00	60	รู้ทันลงทุน				

LIVE

เต็มรูปแบบทาง YouTube SETZOOM in

ติดตามสดได้ทุกวันทำการ ของตลาดหลักทรัพย์ฯ เวลา 09:15-18:00 น.



SCAN ที่นี้

เพื่อรับชมและกดติดตาม

SETZOOM in

สนับสนุนโดย





น้ำมันเชื้อเพลิง
อากาศยานชีวภาพ

ไฮโดรเจนสีเขียว

Hydrogen H₂

เคมีภัณฑ์ขั้นต้น
ในการผลิตเส้นใย
พอลิเอสเตอร์

เคมีภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติพิเศษ
สำหรับผลิตภัณฑ์พอลิเมอร์
ชนิดพิเศษ

พลาสติกชีวภาพ

สารเคมีที่ใช้เพื่อการยับยั้ง
และกำจัดเชื้อโรค



เพื่อโลก เพื่อคุณภาพชีวิต

การขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และความมั่นคงทางพลังงาน คือความสำเร็จที่เราภูมิใจ
แต่เราจะไม่หยุดเพียงเท่านี้ เพื่อชีวิตของคุณ และโลกของเรา

สร้างสรรคคุณภาพชีวิต ด้วยพลังงานและเคมีภัณฑ์ที่ยั่งยืน
Empowering Human Life through Sustainable Energy and Chemicals



สรรสร้างพลัง สร้างสรรค์อนาคต

เอ็กโก กรุ๊ป มุ่งมั่นสู่การเป็นผู้นำธุรกิจพลังงานในระดับสากล ภายใต้หลักการทำงานกับดูแล
กิจการที่ดี ควบคู่การใส่ใจดูแลชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน
ในทุกที่ที่ดำเนินกิจการ เพื่อสร้างความเติบโตอย่างยั่งยืน

www.egco.com



เมืองไทย
ประกันชีวิต

ชีวิตไม่แน่นอน คุณพร้อมรับมือหรือยัง?

วางแผนให้คนข้างหลังเดินหน้าต่อไปได้
ในวันที่คุณจากไปด้วย

SHIELD*Life*

ตัวช่วยให้คุณเบาใจ
ในวันที่คุณจากไป...



• ชิลด์ไลฟ์ เป็นชื่อทางการตลาดของประกันชีวิตแบบตลอดชีพ ประกันชีวิตแบบภัยในระยะเวลา และประกันชีวิตแบบยูนิเวอร์แซลไลฟ์
• โปรดศึกษารายละเอียดความคุ้มครอง เงื่อนไข และความเสี่ยงก่อนตัดสินใจทำประกันภัย

☎ 1766 | muangthai.co.th

เหมาะสมกับโลก มั่นคงกับทุกคน

ภารกิจแห่งความยั่งยืน



เราเดินหน้าผลิตไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนด้วยแสงอาทิตย์ น้ำ และลม ที่เป็นมิตรเหมาะสมกับโลก ควบคู่ไปกับการเพิ่มความเสถียรให้กับพลังงานหมุนเวียนเหล่านี้ ด้วยระบบกักเก็บพลังงานที่มีประสิทธิภาพและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ช่วยเสริมความมั่นคงให้กับระบบไฟฟ้า เพื่อให้ทุกคนมั่นใจ มีไฟฟ้าใช้อย่างเพียงพอ เพื่ออนาคตที่ยั่งยืนและความสุขของคนไทย

สติเตือนภัย
มีสติ!
มุกหลอกกดลิงก์
ช่วงนี้ระบาดหนัก



**จับทริกกลโกง
ของมิจฉาชีพ**



-  **โทรหลอก**
เป็นหน่วยงานต่างๆ
-  **ขู่ให้กลัว** ตกใจ อยากได้
-  พยายามให้แอตไลน์
-  **ส่งลิงก์ให้กด**
เพื่อติดตั้งแอปควบคุมมือถือ
-  **หลอกให้ตั้งรหัสผ่าน**
แชร์หน้าจอ สแกนหน้าทำธุรกรรม

-  **ระวังเบอร์แปลก**
-  **อย่าแอตไลน์คนแปลกหน้า**
-  **อย่ากดลิงก์แปลก**
-  **ระวังการ Video Call / แชร์หน้าจอ**
-  **ระวังถูกหลอก**
ให้ยกกล้องสแกนหน้า



**มีสติ ระวัง
และรอบคอบ**

***หากสงสัยให้ติดต่อหน่วยงาน
ที่ถูกต้องโดยตรง**





MEMBER OF
**Dow Jones
Sustainability Indices**
In Collaboration with RobecoSAM

สร้างเสริมสมดุล..ส่งต่อทุกคุณค่า สู่ครัวของโลกที่ยั่งยืน



www.cpfworldwide.com

“อาหารมั่นคง สังคมพึ่งตน และดินน้ำป่าคงอยู่” 3 เสาหลักแห่งความยั่งยืนของซีพีเอฟ ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนผ่านสู่การบริหารความสัมพันธ์และความเชื่อมโยง ครอบคลุมในทุกมิติทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ซีพีเอฟมุ่งมั่นนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยใช้ศักยภาพสนับสนุนและผลักดันการเปลี่ยนแปลงที่ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน บนพื้นฐานของการกำกับดูแลกิจการที่ดี และการดูแลพัฒนาบุคลากร

ก้าวต่อไปบนเส้นทางความยั่งยืน ด้วยวิสัยทัศน์ “ครัวของโลก” ซีพีเอฟยังคงมุ่งมั่นสานต่อการกิจ สร้างเสริมสมดุลส่งต่อทุกคุณค่า เพื่อให้ทุกคำมีความหมาย เพื่อทุกชีวิตที่ยั่งยืน

KRUNGTHAI TRAVEL DEBIT CARD



ขอปสทุก

รับเงินคืน
10,000 สูงสุด
บาท/ปี*

CASH BACK

ก้าวจาก TOURIST
มาเป็น **TOURICH**
ที่คุณจะได้มากกว่าการเที่ยว

สมัครวันนี้ ฟรี!
ไม่มีค่าธรรมเนียมรายปี
ตลอดอายุบัตร**



ที่ **NEXT** หรือสาขาธนาคาร เมื่อสมัครภายใน 31 ธ.ค. 68

* เงื่อนไข อัตราแลกเปลี่ยนเป็นไปตามที่ธนาคารกำหนด และรับเครดิตเงินคืน เมื่อรูดใช้จ่ายในต่างประเทศ ด้วยสกุลเงินต่างประเทศสะสมครบทุก 30,000 บาท ตั้งแต่ 1 พ.ค. 68 - 31 ธ.ค. 68
** ยกเว้นค่าธรรมเนียมการออกบัตร และรายปี ตลอดอายุบัตรไม่เกิน 5 ปี สำหรับลูกค้าใหม่ที่มีบัตรบัตร Krungthai Travel Platinum Mastercard Debit ตั้งแต่วันที่ 17 ก.พ. 68 - 31 ธ.ค. 68
| เงื่อนไขเป็นไปตามที่ธนาคารกำหนด



SMART PRIVACY PARTITION GLASS WITH THAIYARNYON EXCLUSIVE INFOTAINMENT



THE MOST SPACIOUS LUXURY VAN



ERGONOMIC DESIGN



COMFORTABLE VIP SEATS

THE NEW VOLKSWAGEN THAIYARNYON CARAVELLE COMFORTLINE NGZ

DESIGNED BY 

ราคา 5.1 ล้านบาท

รับประกันนาน 2 ปี ไม่จำกัดระยะทาง*



*เงื่อนไขเป็นไปตามที่บริษัทฯ กำหนด



Luxury Van ที่สุดแห่งยนตรกรรมพรีเมียมมาตรฐานเยอรมนี
มอบบรรยากาศความเป็นส่วนตัวอย่างเหนือระดับ

ติดตามข่าวสารและข้อมูลรถเพิ่มเติมได้ที่
   **THAIYARNYON Caravelle**
 สอบถามข้อมูล / นัดหมายทดลองขับ: 02-030-0036