

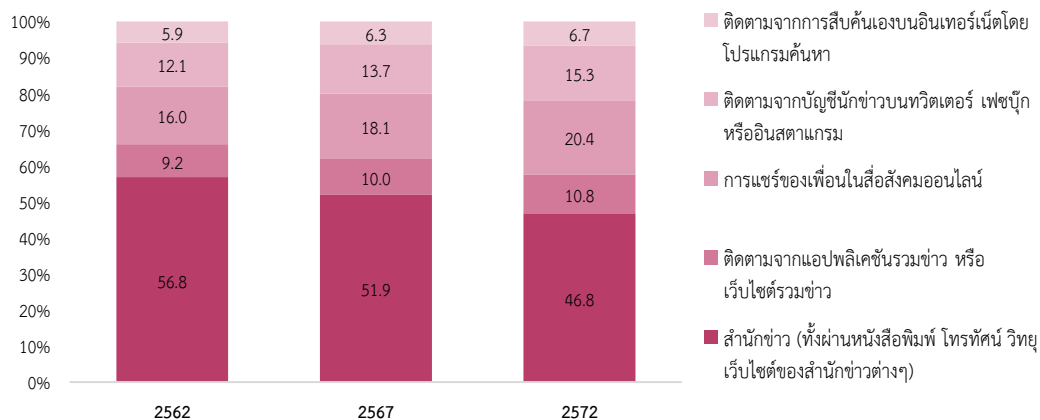
บทบาทสื่อกับบริบทสังคมไทย

สื่อมีบทบาทอย่างมากในสังคมไทย โดยเฉพาะในปัจจุบันที่เทคโนโลยีมีความก้าวหน้า ทำให้ทุกคนสามารถเป็นสื่อได้ และมีการนำเสนอข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม ยังมีปัญหาด้านการคัดกรองข้อมูลซึ่งบางส่วนมีลักษณะเป็นการเสนอความคิดเห็นมากกว่าข้อเท็จจริง และทำให้ประชาชนที่ขาดการรู้เท่าทันสื่อไม่สามารถแยกแยะข้อเท็จจริง ความคิดเห็น และข้อมูลอันเป็นเท็จได้

สื่อมีบทบาทสำคัญในสังคมไทยในการนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร และความคิดเห็น อย่างไรก็ตาม สารในการนำเสนอของสื่อนอกจากจะเป็นการนำเสนอข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นแล้ว สื่อบางแหล่ง/บางช่องทางมีลักษณะการนำเสนอข่าวสารที่แอบแฝงในลักษณะชวนเชื่อหรือชักจูงให้เชื่อผ่านการนำเสนอข่าวสารที่เลือกเน้นบางประเด็นหรือหัวข้อมารายงานข่าว (Agenda Setting)¹² จึงย่อมส่งผลต่อผู้รับสารหรือมวลชนก็จะตระหนักถึงสาระสำคัญของหัวข้อหรือปัญหานั้นมากยิ่งขึ้นตามไปด้วย ดังนั้น จึงอาจสรุปได้ว่าสื่อมวลชนมีส่วนสำคัญในการเป็นผู้กำหนดหรือวางระเบียบวาระการรับรู้เหตุการณ์แก่ประชาชนทั่วไป ซึ่งการนำเสนอข่าวก็มีทั้งประเด็นที่เป็นเชิงบวกและเชิงลบต่อผู้ที่ตกเป็นข่าว ทั้งนี้ การให้น้ำหนักในการนำเสนอที่แตกต่างกันย่อมส่งผลต่อสิ่งที่ประชาชนรับรู้ต่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในโลกยุคปัจจุบันที่รูปแบบของสื่อได้มีการวิวัฒนาการจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและพฤติกรรมการใช้สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป โดยสื่อยุคใหม่อย่างสื่อช่องทางออนไลน์ (Social Media) ได้มีบทบาทมากขึ้นและมีแนวโน้มจะเป็นสื่อหลักในอนาคต จากความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลที่ง่ายของประชาชน สอดคล้องกับรายงานการศึกษา “โครงการสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการบริโภคสื่อของไทย” โดยสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ร่วมกับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2562) ที่ชี้ให้เห็นว่าแนวโน้มช่องทางในการติดตามข่าวสารทางช่องทางออนไลน์จะมีบทบาทมากขึ้นเรื่อย ๆ และการติดตามข่าวสารที่ไม่ได้ผ่านสำนักข่าวโดยตรงจะมีบทบาทมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มประชากรเจนเอชแซน Z (อายุน้อยกว่า 23 ปี) ซึ่งเป็นประเด็นที่สำคัญและมีความท้าทายต่อการส่งเสริมจริยธรรมสื่อและการกำกับดูแลของการนำเสนอข่าวที่ถูกต้องและเหมาะสม

¹² agenda-setting, Bernard C. Cohen (1963), สืบค้นจาก <https://minimore.com/b/y0SZ8/4>

แผนภาพ 27 แนวโน้มของช่องทางหลักที่ใช้ในการติดตามข่าวสาร พ.ศ. 2562, 2567 และ 2572 (ร้อยละ)



ที่มา: รายงานฉบับสมบูรณ์ “โครงการสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการบริโภคสื่อของไทย”

โดยสำนักงานคณะกรรมการการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติร่วมกับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2562

รูปแบบการผลิตข่าวสารและผู้นำเสนอข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงไป ช่องทางการนำเสนอข่าวสารที่เพิ่มมากขึ้น และผู้เสนอข่าวสารไม่ได้ถูกจำกัดเฉพาะผู้ทำหน้าที่สื่อมวลชนเท่านั้น แต่ทุกคนสามารถเป็นผู้เสนอข่าวสารได้ โดยเฉพาะการนำเสนอผ่าน Social Media จนทำให้เกิดกลุ่มคนที่มีชื่อเสียงในโลกออนไลน์ (Influencer) จากต้นทุนในการสร้างสื่อที่น้อย ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย สามารถเข้าถึงประชาชนได้จำนวนมาก ทำให้บทบาทของผู้บริโภคสื่อเป็นได้ทั้งผู้ผลิต (Creator) ผู้นำเสนอ (Sender) และผู้บริโภค (Receiver) สื่อไปพร้อมกัน

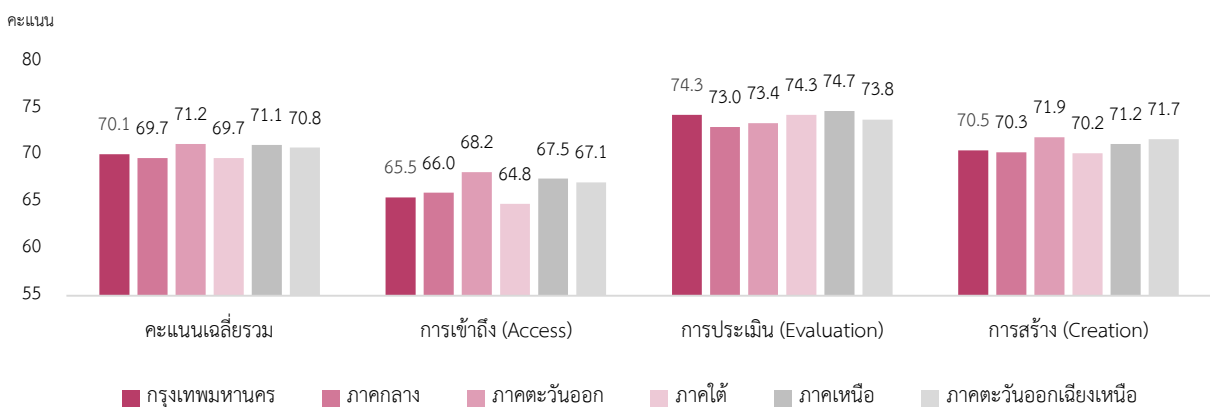
การแข่งขันของสื่อยุคใหม่เน้นความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวสาร ช่องทางการนำเสนอข่าวสารที่หลากหลายช่องทาง การแข่งขันที่สูงมากขึ้น และสื่อมวลชนในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มากขึ้น ส่งผลให้การนำเสนอข่าวสารยุคใหม่เน้นการนำเสนอที่รวดเร็ว เพื่อสร้างกระแสนิยม (Rating) การสอดแทรกการแสดงความคิดเห็นในเชิงบวกหรือลบต่อคนที่เป็นข่าว และการนำเสนอข่าวสารในรูปแบบการนำเสนอสถานการณ์จริง (Reality Show) ผ่านช่องทางออนไลน์ อาทิ Live Facebook, YouTube และ Instagram ทำให้การให้ความสำคัญกับการคัดกรองข้อมูลข่าวสารลดลง เนื่องจากมีกระบวนการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารที่น้อยกว่าสื่อดั้งเดิมอย่างโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ ปัจจุบันเริ่มมีการเรียกร้องให้มีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับมาก่อนจะแพร่กระจายไปในสื่อสังคมออนไลน์ในทั่วโลก เพราะหากมีการส่งต่อข้อมูลอันเป็นเท็จ โดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์อาจนำไปสู่อันตรายโดยไม่รู้ตัว เนื่องจากกลไกคนกลางแบบดั้งเดิมหรือบรรณาธิการที่ต้องทำหน้าที่และรับผิดชอบในการเผยแพร่เนื้อหา (Editorial Responsibility) ขาดหายไปจากระบบสื่อออนไลน์และสื่อสังคม¹³ ที่ผ่านมามีการดำเนินงานที่สำคัญทั้งการปรับปรุง พ.ร.บ. การคุ้มครองสิทธิเสรีภาพ ส่งเสริมจริยธรรมสื่อและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน และมีการจัดตั้งคณะกรรมการในการดำเนินการปฏิรูปสื่อ รวมถึงการบังคับใช้กฎหมายในการลงโทษผ่าน พ.ร.บ. ว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560

¹³ Lazer, et al., 2018

**การนำเสนอข้อมูลข่าวสารโดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ควรคำนึงถึงความเหมาะสมของสิ่ง
ที่นำเสนอ** แม้จะมีการดำเนินงานที่สำคัญในการส่งเสริมจริยธรรมและกำกับดูแลสื่อ แต่ภาพสะท้อนที่ออกมา
ยังคงพบว่ามีกำหนดวาระของข่าว (Agenda Setting) ผ่านการนำเสนอข่าวสารซ้ำ ๆ และเสนอความคิดเห็น
ของผู้เสนอข่าวผ่านสื่อช่องทางหลักและสื่อช่องทางออนไลน์ โดยเฉพาะในคดีอาชญากรรมที่มีลักษณะ
การนำเสนอข่าวในเชิงสืบสวนคดีมากกว่านำเสนอข้อเท็จจริง เพื่อสร้างกระแสความนิยม จนทำให้กลายเป็นข่าว
ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของคนในวงกว้าง ผู้ที่ตกเป็นข่าวเองกลายเป็นคนดังชั่วข้ามคืน ซึ่งในหลายกรณีเกิด
ผลกระทบต่อประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน ความยุติธรรมในสังคม ผลกระทบต่อรูปคดี การแบ่งกลุ่มการเลือกข้าง
การส่งเสริมความเชื่อและค่านิยมที่ผิด และก่อให้เกิดความขัดแย้งของคนในสังคม อีกทั้งยังอาจทำให้เกิด
พฤติกรรมเลียนแบบอาชญากรรมได้ ซึ่งเป็นประเด็นที่ต้องนำมาพิจารณาถึงความเหมาะสมของบทบาทสื่อ
รูปแบบต่าง ๆ กับบริบทสังคมไทยที่ประชากรจำนวนมากยังคงขาดความรู้เท่าทันสื่อ โดยเฉพาะสื่อทางออนไลน์
ที่มีการส่งต่อข่าวปลอมได้ง่าย (Fake News) และกระจายออกไปได้รวดเร็ว

การรู้เท่าทันสื่อสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการต้องเร่งพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อของสังคมไทย
สถานการณ์การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล พ.ศ. 2563-2564 โดยกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
ร่วมกับคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า ในภาพรวมประชาชนคนไทยมีความรู้เท่าทันสื่อ ๖
ร้อยละ 70.8 แบ่งเป็นด้านการเข้าถึง (Access) มีคะแนนน้อยที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 66.3 ด้านการสร้างสรรค (Creation)
ร้อยละ 70.9 และการประเมิน (Evaluation) ร้อยละ 74.0 หากจำแนกตามภูมิภาคพบว่า ความรู้เท่าทันสื่อ ๖
ของประชากรแต่ละภูมิภาคไม่ได้แตกต่างกันมากนัก โดยคะแนนรวมภาคใต้และภาคกลางมีความรู้เท่าทันสื่อ ๖
น้อยที่สุดร้อยละ 69.7 แต่ภาคใต้มีคะแนนด้านการเข้าถึงน้อยที่สุดต่ำกว่าเกณฑ์ดี (ร้อยละ 65) อยู่ที่ร้อยละ 64.8
ขณะที่ภาคตะวันออกมีความรู้เท่าทันสื่อ ๖ มากที่สุดร้อยละ 71.2 หากจำแนกความรู้เท่าทันสื่อ ๖ เป็นรายช่วงอายุ
พบว่า กลุ่มประชากรอายุ 21-30 ปี มีความรู้เท่าทันสื่อมากที่สุดร้อยละ 72.8 รองลงมาคือ กลุ่มเด็กอายุ 11-20 ปี
ร้อยละ 72.1 ขณะที่กลุ่มผู้สูงอายุ 61-70 ปี คะแนนน้อยที่สุดร้อยละ 63.6 รองลงมาคือ กลุ่มอายุ 51-60 ปี ร้อยละ 63.8
ซึ่งทั้งสองกลุ่มมีคะแนนอยู่เพียงระดับพื้นฐานเท่านั้น อย่างไรก็ตาม แม้ว่ากลุ่มประชากรวัยเด็กจะมีคะแนน

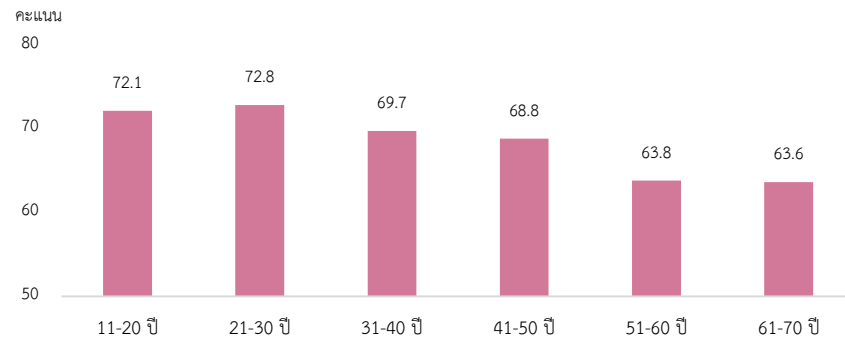
แผนภาพ 28 สถานการณ์การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล พ.ศ. 2563-2564 จำแนกตามภูมิภาค



ที่มา: กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ร่วมกับคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ความรู้เท่าทันสื่อในระดับดี (ร้อยละ 65-80) หากพิจารณาเทียบกับต่างประเทศ จากการประเมินของ OECD 2021 กลับพบว่าความสามารถในการรับมือกับ Fake News และข้อมูลข่าวสารที่ผิดพลาดของเด็กอายุ 15 ปีจากทั่วโลก เด็กไทยมีศักยภาพต่ำมากในเรื่องนี้ โดยอยู่ในอันดับ 76 จาก 77 ประเทศทั่วโลกที่ OECD ทำการประเมิน

แผนภาพ 29 สถานการณ์การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล พ.ศ. 2563-2564 จำแนกตามกลุ่ม



ที่มา: กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ร่วมกับคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

การส่งเสริมจริยธรรมและการกำกับดูแลสื่อผ่านทางผู้ผลิตสื่ออาจไม่เพียงพอ เนื่องจากการควบคุมจากผู้ผลิตสื่อเป็นลักษณะการแก้ปัญหาที่ไม่ยั่งยืน และอาจไม่ทันต่อสถานการณ์และทำได้ยากจากช่องทางการผลิตสื่อที่มีอยู่จำนวนมากและด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ดังนั้น การหาแนวทางในการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศและสื่อดิจิทัล (Media Information and Digital Literacy : MIDL) ให้แก่ประชาชน การสร้างความรู้เท่าทันสื่อให้ผู้บริโภคสื่อจึงมีความสำคัญมาก อาทิ การเร่งสร้างความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องในการบริโภคสื่อสังคมออนไลน์ในทุกกลุ่มอายุ การเสริมสร้างภูมิคุ้มกันความรู้ผ่านการเสริมสร้างกิจกรรม/หลักสูตรทักษะการรู้เท่าทันสื่อตั้งแต่ในวัยเรียน การส่งเสริมการอ่านและการวิเคราะห์ในการแยกแยะข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงกับความคิดเห็น การส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมร่วมกันระหว่างเยาวชนและผู้สูงอายุในชุมชน เน้นให้ร่วมกันตรวจสอบข้อมูลก่อนตัดสินใจเพื่อป้องกันการหลงเชื่อ การถูกหลอกลวงจากสื่อ ควบคู่ไปกับการใช้กลไก/มาตรการอื่น ๆ ด้วย อาทิ กลไกการกำกับดูแลตนเอง และส่งเสริมให้ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนปฏิบัติงานอย่างระมัดระวังและคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน ตลอดจนการคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคลของผู้ที่เกี่ยวข้อง การสร้างแรงจูงใจให้ผลิตสื่อและเผยแพร่สื่อคุณภาพอย่างมีจริยธรรมและความรับผิดชอบ การจัดระดับและแสดงสัญลักษณ์ความเหมาะสมในการรับชมสื่อออนไลน์ รวมถึงมาตรการจูงใจในการผลิตสื่อสร้างสรรค์ และการจัดสรรเวลาและพื้นที่ออกอากาศให้แก่สื่อสร้างสรรค์