

## จริยธรรมการสื่อสารในยุคสื่อใหม่ Communication Ethics in the New Media Age

ตรัยรัตน์ ปลื้มปิติชัยกุล<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

ในยุคของการเปลี่ยนแปลงของโลกปัจจุบัน ได้ก่อให้เกิดการขับเคลื่อนและการพัฒนาทางสังคม เทคโนโลยีอย่างเติบโตกว้างขวาง โดยการเจริญเติบโตนี้ได้ขยายปริมาณครอบคลุมหลากหลายมิติทั้งในเชิง เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม รวมไปถึงมิติทาง “การสื่อสาร” ซึ่งมีความสำคัญต่อมนุษย์อย่างยิ่ง จนเราอาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารเป็นกลไกในการขับเคลื่อนแห่งสังคมที่ทำให้สังคมดำเนินไปได้อย่างไม่หยุดยั้ง เนื่องจากการสื่อสารเป็นทั้งเครื่องมือ และวิธีการในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใดอย่างหนึ่งทั้งต่อปัจเจกบุคคล ต่อองค์กร และต่อสังคม ด้วยเหตุนี้เอง แนวทางจริยธรรมการสื่อสาร จึงเป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่ นักวิชาชีพด้านการสื่อสาร หรือแม้แต่ผู้คนที่ทั่วไปต้องพึงระลึก ตระหนักถึงหลักการทางจริยธรรมที่ควรปฏิบัติ ให้มาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคของ “สื่อใหม่” ซึ่งเป็นยุคที่มีการสื่อสารผ่านระบบคอมพิวเตอร์แพร่ขยายและมีอิทธิพลอย่างสูง จนเกิดเป็นเครือข่ายระบบอินเทอร์เน็ตหรือที่เรามักเรียกว่า “สังคมออนไลน์” จากอิทธิพลที่ทวีเพิ่มมากขึ้นก่อให้เกิดผลกระทบทั้งในทางบวกและลบต่อการดำเนินชีวิตของผู้คน ดังนั้นการเข้าใจ ความหมายและบทบาทของการทำหน้าที่ยึดตามหลักจริยธรรมสื่อใหม่ก็จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับการใช้ ช่องทางการสื่อสารของสื่อใหม่นี้

**คำสำคัญ :** จริยธรรม, การสื่อสาร, สื่อใหม่

### ABSTRACT

As this time as the era of global change, social development and mobility have been expanding in various dimensions such as economics, politics and culture, including communication, which is important to human life. It can also be said that communication is mechanism to drive our society as it is instrument and means to cause change to individuals, organizations and society. As this result, communication ethics are essential for both professional and common people to realize and practice since this time 'new media' has been influencing our society through computer and mobile phone system, which is call 'social media. Due to increasing influence of new media, it causes positive and negative effect to people. Therefore, understanding meanings and roles of communication ethics in new media is beneficial for use of new media for communication.

**Keywords :** Ethics, Communication, New Media

### บทนำ

ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงทางสังคมเราไม่อาจปฏิเสธได้เลยว่าการสื่อสารถือเป็นสถาบันหนึ่งของสังคม เนื่องจากการสื่อสารเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร อารมณ์ ความรู้สึก และทัศนคติระหว่างกัน

---

<sup>1</sup> อาจารย์ สาขาวิทยุโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น

ของผู้ส่งและผู้รับสาร ซึ่งในยุคปัจจุบันการสื่อสารในช่องทางของ “สื่อใหม่” (New Media) ได้เข้ามา มีบทบาทต่อวิถีชีวิตของผู้คนในสังคมอย่างมากมายมหาศาล เพราะความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีเป็น ส่วนสำคัญในการปรับเปลี่ยนบทบาทและแนวทางการรูปแบบหน้าตาของสื่อสารมวลชน กล่าวคือ สื่อใหม่เป็นช่องทาง ที่สามารถผลิตสารได้อย่างรวดเร็ว และกว้างขวาง เราจะเห็นได้จากสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) และทวิตเตอร์ (Twitter) เป็นต้น จะเห็นได้ค่อนข้างชัดว่าสื่อใหม่ดังกล่าวได้รับความ นิยมอย่างมาก ซึ่งในปัจจุบันสื่อใหม่ ได้เป็นเสมือนปัจจัยสำคัญในการก่อให้เกิดพลวัตในกระบวนการ สื่อสาร โดยมีการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว เหตุเพราะความเจริญก้าวหน้าทางนวัตกรรม เทคโนโลยีที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในพื้นฐานทางการสื่อสาร จนถึงขั้นเป็นลักษณะวัฒนธรรมแบบใหม่ที่เข้ามา แทนที่รูปแบบทางการสื่อสารแบบเดิม ถึงอย่างไรก็ตามการนำเสนอหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารบนพื้นที่ สาธารณะอย่างสังคมออนไลน์ แม้จะสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้คนได้เป็นจนเครือข่าย แต่ทว่าการใช้ ช่องทางสื่อใหม่ก็มีความจำเป็นที่จะต้องดำเนินแนวทางทั้งในเชิงหลักการและการปฏิบัติให้สอดคล้องกับหลัก คุณธรรม จริยธรรมที่พึงจะเป็น โดยปัญหาที่พบในการใช้ช่องทางสื่อใหม่สำหรับสังคมไทย คือ ไม่ตระหนักรู้ ตระหนักคิด ถึงบทบาทและความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งกลไกในการสร้างมาตรฐานให้เกิดการมีสำนึก รวมไปถึง จนถึงการคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดย่อมล้วนต้องอาศัยแรงขับเคลื่อนทางจริยธรรมเป็นพื้นฐานในการ ไตร่ตรองถึงผลกระทบต่อผู้คนในสังคมอย่างกว้างขวางทั้งในทางตรงและทางอ้อม

### พลังสื่อยุคใหม่ในกระแสการแปรเปลี่ยน

นับวันทิศทางทางการสื่อสารของยุคสื่อใหม่ยิ่งทวีพลังอำนาจเสริมย้าและสนับสนุนการผลิตสารไปสู่ผู้รับสาร อย่างทรงพลังมากกว่าสื่อมวลชนโดยทั่วไปในอดีตที่ผ่านมา เนื่องจากสื่อดั้งเดิมได้มีการแปรสภาพเป็นสื่อใหม่ ซึ่งเป็นสื่อที่เกิดจากการหลอมรวมระบบทางการสื่อสารต่างๆทั้งภาพ เสียง ตัวอักษร ตลอดจนช่องทาง การสื่อสารที่เน้นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวบุคคลผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยอาศัยช่องทางสื่อสารผ่านโครงข่าย อินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้รูปแบบการสื่อสารเกิดขึ้นได้พร้อมกันในเวลาอันรวดเร็ว (Dijk, 2006, pp. 6-8)

ถึงแม้การสื่อสารในยุคใหม่จะขยายตัวเพียงใดก็ตาม แต่ทว่ารูปแบบในการสื่อสารยังคงมีวัตถุประสงค์ ยังคงมีอิทธิพลต่อการพัฒนาและเสริมสร้างลักษณะสังคมให้มีความสอดคล้องกับแนวคิดจริยธรรมอย่างยิ่ง โดยเฉพาะเมื่อพิจารณาตามกรอบแนวคิดวัตถุประสงค์การสื่อสารในลักษณะการนำไปใช้เพื่อให้เกิดผล ในลักษณะใดของ เบอร์โล (Berlo, 1960, p. 30) ซึ่งมองว่าวัตถุประสงค์การสื่อสารสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. วัตถุประสงค์การสื่อสารที่ต้องการให้เกิดผลทันที (Consummatory Purpose) เป็นวัตถุประสงค์ที่ ผู้รับสารต้องการที่จะให้การสื่อสารสามารถตอบสนองต่อความต้องการและความรู้สึกของ ตนเองได้ในทันที ซึ่งการสื่อสารลักษณะเช่นนี้มักเป็นการสื่อสารที่สร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับสารแบบ ทันทีทันใด (Immediate Reward) ทั้งนี้สารที่อยู่ในการสื่อสารเช่นนี้มักง่ายต่อการตีความไม่ยุ่งยากซับซ้อน และมักเป็นเนื้อหาที่มีผลต่ออารมณ์ของผู้รับโดยตรง ในแง่นี้แล้วสารประเภทดังกล่าวนี้มักมีปรากฏอยู่ในโลกของ สื่อยุคใหม่มาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากเป็นการนำเสนอข่าวที่มีลักษณะประเภทเบา เช่น ข่าวกีฬา บันเทิง ตลกขบขัน ก็สามารถสร้างความนิยมให้แก่ผู้บริโภคผ่านช่องทางสื่อใหม่ในฐานะผู้รับสารเป็นอย่างมาก

2. วัตถุประสงค์การสื่อสารแบบที่นำไปใช้เป็นเครื่องมือ (Instrumental Purpose) เป็นวัตถุประสงค์ การสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารต้องการนำผลการสื่อสารที่จะเกิดขึ้นไปใช้ในอนาคตเป็นการสร้างความพึงพอใจ แก่ผู้ส่งสารและผู้รับสารอย่างช้า ดังนั้นตัวสารจึงเกี่ยวข้องกับข้อมูลเชิงลึก ซึ่งเราจะเรียกว่าประเภทข่าวสารหนัก เช่น ข่าวสังคม ข่าวการเมือง เป็นต้น

3. วัตถุประสงค์การสื่อสารในลักษณะเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางบวก การพิจารณาในมิตินี้พบเห็นกระบวนการพัฒนามากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแปรเปลี่ยนไปสู่สิ่งใหม่ที่ดียิ่งขึ้น ซึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงตัวบุคคลในสังคมอันเป็นทรัพยากรที่สำคัญต่อการพัฒนาประเทศ

จากที่กล่าวมาข้างต้นสถาบันสื่อมวลชนมีบทบาทอย่างสูงต่อสังคม และด้วยเหตุนี้เองสื่อมวลชนย่อมมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องยึดถือในหลักการประพฤติปฏิบัติที่สอดคล้องกับครรลองครองธรรมของจริยธรรมแห่งวิชาชีพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคสื่อใหม่ที่ข้อมูลข่าวสารไหลเวียนอย่างรวดเร็วและรุนแรง ซึ่งหากสถาบันสื่อมวลชนไม่สามารถกำกับควบคุมสิ่งต่าง ๆ อันเกี่ยวเนื่องกับหลักจริยธรรมได้ก็อาจจะส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงทางสังคมใน 3 มิติ (Rogers, 1976, p. 99) สำคัญ ได้แก่

มิติแรก คือ การเปลี่ยนแปลงในเรื่องความรู้ (Knowledge Change) กล่าวคือในปัจจุบัน การสื่อสารผ่านยุคสื่อใหม่มีอิทธิพลอย่างสูงต่อการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ความเข้าใจ และความจำของผู้รับสาร อันเกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดความรู้ต่าง ๆ แก่บุคคลเพื่อให้เพื่อให้เกิดความรู้ ความจำ เกิดความเข้าใจ และสามารถนำไปปฏิบัติใช้ รวมถึงการวิเคราะห์ หรือสังเคราะห์ ตลอดจนสามารถประเมินค่า (Evaluation) ต่อเหตุการณ์ของข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้ เช่น การถ่ายทอดความรู้การพัฒนาศักยภาพของบุคลิกภาพและการวางตัวในทางสังคม หากสื่อในยุคใหม่ใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ย่อมมีผลต่อการสร้างความเข้าใจต่อสาธารณชนในวงกว้าง ดังนั้นข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จึงต้องถูกกลั่นกรองอย่างดีก่อนจะทำการสื่อความออกไป

มิติที่สอง คือ การเปลี่ยนแปลงในเรื่องทัศนคติ (Attitude Change) เป็นลักษณะของการกระทำทางสื่อสารที่มีผลในการเปลี่ยนแปลงด้านความคิด ความรู้สึกของบุคคล อันได้แก่ ลักษณะนิสัย คุณธรรม ค่านิยม ซึ่งเรามักจะเรียกสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ในความหมายรวมว่า ทัศนคติ โดยการเปลี่ยนแปลงนี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ระดับ ได้แก่ การทำให้เกิดความยอมรับ เกิดการตอบสนอง เกิดค่านิยม รวมไปถึงการเข้าถึงมโนคติ และการนำไปปฏิบัติเป็นนิสัย ตัวอย่างเช่น การเปลี่ยนแปลงความเชื่อของคนสมัยใหม่ในเรื่องของสิ่งลึกลับไสยศาสตร์ ภูตผีปีศาจ มาเป็นการสร้างทัศนคติในการเชื่อหลักของเหตุผลที่รองรับโดยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ เป็นต้น หรืออาจเป็นเรื่องที่มีความสลับซับซ้อนและยุ่งยากมากขึ้นในการปรับเปลี่ยนทัศนคติที่ถูกกระบวนการกล่อมเกลามาเป็นระยะเวลายาวนานอย่างประเด็นความเชื่อในอุดมการณ์ทางการเมือง การนับถือศาสนาต่างๆ ของผู้คน สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้สื่อในยุคเก่า และยุคใหม่การล้วนมีบทบาทและอิทธิพลในการสร้างและปลูกฝังเกือบแทบทั้งสิ้น

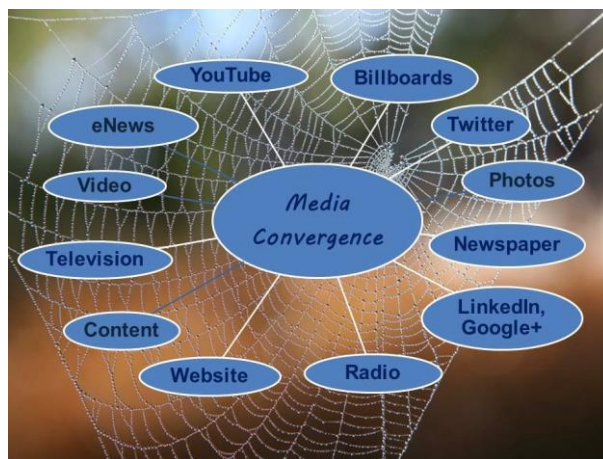
ในมิติประการสุดท้าย คือ การเปลี่ยนแปลงในเรื่องพฤติกรรม (Performance Change) เป็นลักษณะของการเปลี่ยนแปลงในด้านการปฏิบัติของบุคคลที่ผู้อื่นสามารถมองเห็นได้ ในแง่นี้จึงอาจเรียกได้ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงในด้านพฤติกรรม ซึ่งมีหลายขั้นตอน ตั้งแต่การลอกเลียนแบบ การลงมือทำตาม การกระทำได้อย่างถูกต้อง และการกระทำอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่น การใช้สื่อใหม่ทำการประชาสัมพันธ์ในเรื่องรณรงค์การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยสื่อสารผ่านเหล่าดารานักแสดง นักร้อง และผู้มีชื่อเสียงในวงสังคมต่าง ๆ สู่อุสธารณชน จะพบว่าแนวโน้มของคนยุคใหม่มีทิศทางในการเปิดรับและเลือกจะมีพฤติกรรมตามลักษณะข้อมูลข่าวสารค่อนข้างมาก เนื่องจากวัฒนธรรม ค่านิยมของคนไทยจำนวนมากมีความชื่นชอบผู้มีชื่อเสียงเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว

หากจะพิจารณาถึงสภาพการณ์ในปัจจุบันจะพบว่าผู้รับสารจำนวนมากในสังคมได้เลือกหันมาให้ความสนใจและให้ความสำคัญต่อสื่อใหม่อย่างกว้างขวาง เนื่องจากลักษณะพิเศษหลายอย่างที่เอื้อต่อความสะดวกสบายในยุคสังคมไฮเทค ทั้งการเป็นสื่อที่มีการจัดเก็บข้อมูลและส่งข้อมูลระหว่างกันแบบระบบดิจิทัลส่งผลให้สื่อใหม่มีความแตกต่างจากสื่อเก่าอย่างหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร วารสาร ฯลฯ โดยสิ้นเชิง

ซึ่งถ้าขยายคุณลักษณะสำคัญของสื่อใหม่ตามคำอธิบายของ นิคม ชัยชุมพล (กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยชุมพล, 2555) ย่อมจำแนกได้ทั้งหมด 5 องค์ประกอบสำคัญดังนี้

1. สื่อใหม่มีความเป็นดิจิทัลสูง (Digitalization) กล่าวคือ มีการเข้าระบบแบบดิจิทัล ทำให้มีการทำงานที่หลากหลาย รวดเร็ว และแม่นยำขึ้น โดยสื่อใหม่อย่างสื่อสังคมออนไลน์จะมีการประมวลผลที่รวดเร็วและไร้พรมแดนไม่ว่าอยู่ที่ใดของโลกก็สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ตัวอย่างเช่น การสื่อสารข้ามประเทศอย่างการรายงานข่าวกรณีการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาทางโดเนลด์ ทรัมป์ กับ ฮิลลารี คลินตัน ในปลายปี พ.ศ.2559 เป็นต้น

2. สื่อใหม่มีลักษณะการหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) ซึ่งจากเดิมนั้นสื่อแต่ละสื่อจะมีคุณสมบัติและบทบาทหน้าที่แตกต่างกันในคนละด้าน แต่ทว่าสื่อใหม่ได้หยิบนำเอาลักษณะต่าง ๆ มารวมกันเพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความสะดวกสบายในการใช้มากยิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่น สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถรวมสื่อประเภทต่าง ๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ วารสารต่าง ๆ และภาพยนตร์เอาเข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งผู้ใช้สามารถเลือกใช้งานสื่อประเภทต่าง ๆ ผ่านช่องทางสื่อใหม่อย่างสื่ออินเทอร์เน็ตได้ ในเวลาอันรวดเร็ว ดังจะเห็นจากภาพด้านล่างนี้



ภาพที่ 1 Traditional and New Media Convergence  
(Robyn Braley, 2014)

3. สื่อใหม่มีลักษณะการปฏิสัมพันธ์สูง (Interactivity) โดยสื่อกับตัวผู้รับสามารถโต้ตอบกัน ได้แบบรวดเร็วทันทีทันใด ผู้รับสารสามารถเปลี่ยนเป็นผู้ส่งสารได้ ซึ่งต่างจากสื่อดั้งเดิม ที่แม้จะมีช่องทางการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เช่น การตอบจดหมายจากผู้อ่าน แต่ก็มักจะใช้ระยะเวลายาวนาน เทียบไม่ได้กับสื่อใหม่ที่สามารถตอบสนองได้ทันที ตัวอย่างเช่น การติดต่อสื่อสารในช่องทาง สื่อใหม่อย่าง เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ไลน์ ฯลฯ บุคคลที่ใช้ช่องทางต่าง ๆ เหล่าล้วนสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาไม่กี่วินาทีก็สามารถสื่อข้อความระหว่างคู่สนทนาได้ตามความต้องการ

4. สื่อใหม่มีลักษณะเป็นการสื่อสารจากหน่วยเดียว บุคคลเดียว แพร่กระจายสารไปยังกลุ่มคนหมู่มาก (One-to-many) ได้อย่างรวดเร็ว และยังเป็นช่องทางให้กลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันมารวมตัวได้ง่ายขึ้น ตัวอย่างเช่น เพจเฟซบุ๊ก (Facebook) แฟนคลับนักร้องวงเกิร์ลกรุ๊ป BNK48 ที่ใช้ชื่อว่า “BNK48 Official” ซึ่งมียอดผู้ติดตาม (Follower) มากกว่า 3 แสนคน โดยเพจดังกล่าวได้อาศัยช่องทางผ่านการโพสต์ข้อความ รวมถึงการถ่ายทอดสด (Live) ของเหล่าบรรดาศิลปินต่างๆ ซึ่งใช้ในการสื่อความและแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มสมาชิกเครือข่ายออนไลน์ ซึ่งนับได้ว่าเป็นแนวทางการขยายฐานมวลชนและเพิ่มโอกาสเชิงธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ

5. สื่อใหม่มีลักษณะที่สามารถกระจายข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มคนอื่นๆ (Many-to-many) ได้โดยไม่จำกัดแค่เฉพาะกลุ่มที่มีความสนใจเรื่องเดียวกันเท่านั้น

ด้วยลักษณะของคุณลักษณะเฉพาะของสื่อใหม่ทำให้เห็นได้ชัดขึ้นว่า อิทธิพลของสื่อใหม่อาจเป็นพลังสำคัญที่ก่อให้เกิด ผลกระทบอย่างยิ่งต่อการเปลี่ยนแปลงฐานความคิด ค่านิยม รวมไปถึงวัฒนธรรมในแง่หนึ่งแล้วหลักการเชิงจริยธรรมของสื่อมวลชนยุคสื่อดั้งเดิมบางประการอาจไม่สอดคล้องกับการกำหนดและควบคุมมาตรฐานสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพเกี่ยวกับสื่อใหม่ได้ โดยปัญหาอันเกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีของสื่อใหม่ได้เกิดขึ้นมากมายมหาศาล เนื่องจากการเติบโตของสังคมเมืองและค่านิยมที่แปรผันตามวิถีทางวัฒนธรรมทุนนิยมที่เพิ่มมากขึ้น

เมื่อกลับมาวิเคราะห์การเจริญเติบโตทางเทคโนโลยีการสื่อสารของสื่อใหม่ผ่านระบบคอมพิวเตอร์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจากที่เกริ่นนำในตอนต้น ซึ่งถือได้ว่าระบบดังกล่าวเป็นสิ่งที่ถูกอธิบายในวงกว้างมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากเป็นฐานรองรับระบบปฏิบัติของสื่อใหม่เกือบแทบทั้งสิ้น ซึ่งปัจจุบันระบบคอมพิวเตอร์เกิดการแพร่กระจายมากขึ้นเมื่อมีการวางระบบเชื่อมต่อเป็นโครงข่ายทำให้สังคมโลกเข้าสู่ความสัมพันธ์ที่ร้อยรัดกันอย่างไร้พื้นที่และเวลา จนเกิดกลายเป็นสังคมออนไลน์ขนาดมหึมา แต่ถึงอย่างไรก็ตามความก้าวหน้านั้นได้ส่งผลกระทบต่อทั้งในเชิงบวกและเชิงลบต่อสังคมโดยรวม โดยเฉพาะปัญหาในเชิงจริยธรรมของสื่อใหม่ชนิดนี้กล่าวคือ รูปแบบของปัญหาทางจริยธรรมที่ผ่านมาจากการใช้คอมพิวเตอร์เกิดในหลายลักษณะ ได้แก่ การนำคอมพิวเตอร์ในการขโมยข้อมูล การใช้คอมพิวเตอร์ให้ร้ายบุคคลอื่นจนเกิดผลกระทบที่สร้างความเสียหายตั้งแต่สถานเบาถึงหนัก การนำข้อมูลหรือภาพส่วนบุคคลของบุคคลอื่น ๆ ไปแสวงหาผลประโยชน์โดยไม่ได้รับอนุญาต หรือแม้แต่การเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวของบุคคลอื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต เป็นต้น ด้วยเหตุนี้จริยธรรมในการใช้งานระบบคอมพิวเตอร์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อการรักษาความถูกต้อง ติงามของการสื่อสารแบบใหม่นี้เป็นสำคัญ

ในมุมมองของสถาบันจริยธรรมด้านคอมพิวเตอร์ ซึ่งตั้งอยู่ ณ กรุงวอชิงตัน ดี.ซี. ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้ให้หลัก 10 ประการ (Computer ethics institute, 2016) เพื่อในการใช้อธิบายปรากฏการณ์ของวิกฤตทางจริยธรรมทางคอมพิวเตอร์ ไว้ดังนี้

1. ไม่ใช้คอมพิวเตอร์ทำร้ายหรือละเมิดผู้อื่น
2. ต้องไม่รบกวนการทำงานของผู้อื่น
3. ต้องไม่สอดแนมหรือแก้ไขเปิดดูในแฟ้มงานของบุคคลอื่นๆ
4. ต้องไม่นำคอมพิวเตอร์ในการขโมยข้อมูลข่าวสาร
5. ต้องไม่ใช้คอมพิวเตอร์สร้างหลักฐานที่เป็นเท็จ
6. ต้องไม่คัดแปลงและคัดลอกโปรแกรมของบุคคลอื่นที่มีลิขสิทธิ์โดยไม่ได้รับอนุญาต
7. ต้องไม่ล่วงละเมิดการใช้ทรัพยากรคอมพิวเตอร์โดยที่ตนเองไม่มีสิทธิ์
8. ต้องไม่นำเอาผลงานของผู้อื่นมาแอบอ้างว่าเป็นของตนเอง
9. ต้องคำนึงถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นกับสังคมและสิ่งที่จะเป็นผลลัพธ์ติดตามมาจากการกระทำ
10. ต้องใช้งานคอมพิวเตอร์โดยเคารพกฎระเบียบ และกติกามารยาททางสังคม

จะเห็นได้ว่าหลักการเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ใช้งานควรยึดถือ เนื่องจากสังคมออนไลน์ขาดการไตร่ตรองข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการใช้งานระบบคอมพิวเตอร์ที่ถูกต้องมาโดยตลอด ซึ่งถ้าหากสถาบันสื่อหลักต่าง ๆ ได้ย้อนกลับมาให้ความสนใจประเด็นปัญหาเหล่านี้ก็อาจเป็นสัญญาณที่ดีในการแก้ปัญหาในระยะยาว

นอกจากนี้ยังมีกรอบแนวคิดที่น่าสนใจในประเด็นเชิงจริยธรรมในการใช้คอมพิวเตอร์จาก ริชาร์ด โอ แมนสัน Richard O.Mason, 2016 (อ้างถึงใน สุรชัย ช่อผกา, 2560, หน้า 67) ได้อธิบายแนวทางจริยธรรมไว้ 4 ประการ ประกอบด้วย

1. ความเป็นส่วนตัว (Information Privacy) กล่าวคือ ความเป็นส่วนตัวของข้อมูลและสารสนเทศโดยทั่วไปหมายถึง สิทธิที่เจ้าของสามารถที่จะควบคุมข้อมูลของตนเองในการเปิดเผยต่อผู้อื่น
2. ความถูกต้อง (Information Accuracy) กล่าวคือ ในการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการรวบรวมจัดเก็บและเรียกใช้ข้อมูลนั้น
3. ความเป็นเจ้าของ (Information Property) สิทธิความเป็นเจ้าของการถือครองกรรมสิทธิ์ในระบบคอมพิวเตอร์ นอกจากนี้ยังครอบคลุมไปถึงทรัพย์สินทางปัญญาที่จับต้องไม่ได้ เช่น ภาพ ข้อมูล เป็นต้น
4. การเข้าถึงข้อมูล (Data Accessibility) หมายถึง การเข้าใช้งานระบบปฏิบัติการโปรแกรมคอมพิวเตอร์ซึ่งโดยมากมักจะมีการกำหนดสิทธิตามระดับของผู้ใช้งาน ทั้งนี้เพื่อรักษาความลับของข้อมูลในระดับต่างๆ โดยในการพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์มักมีการออกแบบระบบการรักษาความปลอดภัยในการเข้าถึงของผู้ใช้และที่สำคัญคือการเข้าถึงของผู้ใช้อื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมจุดนี้ถือเป็นการละเมิดและผิดหลักจริยธรรม

ในอีกแง่หนึ่งแล้วแนวทางการใช้จริยธรรมดังกล่าวข้างต้นยังสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของการใช้สื่อที่แตกต่างไปจากสื่อเดิม กล่าวคือ สื่อใหม่ถือเป็นสื่อที่มีศักยภาพสูงในการเผยแพร่ความรู้อย่างมากมาย อีกทั้งสามารถสร้างและพัฒนาวิธีคิด สติปัญญา รวมทั้งพฤติกรรมของคนกลุ่มบุคคลต่างๆได้ อย่างไรก็ตามหลักการจริยธรรมของสื่อใหม่ยังคงเป็นเพียงแนวทางที่สื่อพึงยึดถือปฏิบัติให้เป็นความสำคัญในบทบาทของการใช้ โดยที่ไม่จำเป็นต้องให้มีการลงโทษทางตัวบทกฎหมายอย่างเป็นทางการ

แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับข้อเสนอการแก้ปัญหาเชิงจริยธรรมในสื่อใหม่ของ กิติมา สุรสนธิ นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน กิติมา สุรสนธิ (2557, หน้า 95) ซึ่งได้อธิบาย “หลักจริยธรรมสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพเกี่ยวกับสื่อใหม่” โดยได้ตกผลึกจากการศึกษาปรากฏการณ์ของหลักจริยธรรมสื่อประเภทต่าง ๆ ไว้ว่า ควรมีหลักยึดถือและควรตระหนักในประเด็นดังนี้

1. การนำภาพบุคคลใดมาใช้หรือเผยแพร่ทางสื่อใหม่ ต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าของภาพเสียก่อน ตัวอย่างเช่น การนำรูปของดารารหรือผู้มีชื่อเสียงมาใช้แสวงหาผลประโยชน์ทางโลกออนไลน์ในลักษณะเชิงธุรกิจ พบได้มากจากธุรกิจความสวยความงามต่าง ๆ โดยรูปใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์จำนวนมาก มักไม่ได้ขออนุญาตจากเจ้าของภาพโดยตรง
2. การคัดลอกหรือนำผลงานของบุคคลอื่นที่ปรากฏในสื่อใหม่ไปใช้ ควรอ้างอิงแหล่งที่มา หรือขออนุญาตเจ้าของลิขสิทธิ์เสียก่อน ในประเด็นปัญหานี้จะพบได้จากการนำงานอย่างเช่น บทเพลง วรรณกรรม ภาพยนตร์ สั้นของบุคคลอื่นมาใช้ในการนำเสนอ หรือใช้ในการโปรโมตสินค้าต่าง ๆ โดยไม่ได้ขอความเห็นชอบจากเจ้าของผลงาน
3. การเผยแพร่ข้อเท็จจริงเรื่องใดที่อาจส่งผลกระทบต่อบุคคลอื่น หรือต่อองค์กรอื่น ควรมีการตรวจสอบข้อเท็จจริงนั้นอย่างถี่ถ้วนเสียก่อน ตัวอย่างเช่น การนำเอกสารข้อมูลความลับทางราชการมาเผยแพร่ต่อสาธารณชนในสังคมออนไลน์ แม้ประหนึ่งจะดูเป็นการนำเสนอข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นในสังคม แต่ทว่าผลกระทบต่อตามมาอาจสร้างความเสียหายแก่หน่วยงานที่รับผิดชอบ ตลอดจนบุคคลอื่นที่มีส่วนเกี่ยวข้องในชุดข้อมูลนั้นๆ
4. ผู้ใช้สื่อใหม่ควรมีความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวมอยู่เสมอ กล่าวคือ ผู้ใช้สื่อใหม่ควรตระหนักและคำนึงถึงผลกระทบที่จะได้ขึ้นต่อสังคม โดยการใช้งานสื่อใหม่ผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ อย่างสังคมออนไลน์

ซึ่งมีอำนาจอย่างสูงในการสื่อความหมายไปยังสังคมวงกว้างครอบคลุมไปทั่วประเทศ และอาจไปถึงระดับนานาชาติ ดังนั้นก่อนการจะผลิตสารออกไปผู้ส่งสารต้องมีสำนึกของความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างสูง

5. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารใด ๆ ควรเป็นไปเพื่อประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ หากผู้ใช้งานคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะทั้งในเชิงการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ทศนคติต่าง ๆ อันเป็นการเกื้อหนุนและพัฒนาคุณภาพของสังคมในวงกว้างก็จะสามารถสถาปนาสังคมที่เปี่ยมล้นด้วยปัญญาได้อย่างมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

6. หลีกเลี่ยงการใช้ถ้อยคำที่ไม่สุภาพหรือภาษาวิบัติ ในปัจจุบันเราจะพบปัญหานี้ได้มากจากสื่อใหม่ต่าง ๆ ทั้งเฟซบุ๊ก คลิปในยูทูบ อินสตราแกรม ฯลฯ โดยกลุ่มที่มักมีปัญหาจะเป็นเยาวชนคนรุ่นใหม่จำนวนมากไม่น้อยซึ่งเยาวชนเหล่านี้อาจได้รับอิทธิพลจากการสร้างค่านิยมจากผู้นำทางความคิดและผู้มีชื่อเสียงต่าง ๆ ทั้งนี้กรณีให้เห็นได้ชัดเช่น รายการ The Driver หรือรายการ สามแยกปากหวาน ที่มีผู้ดำเนินรายการชื่อ “ไอ้ต ปราโมทย์” ศิลปินนักร้องชื่อดัง มักมีลักษณะการดำเนินรายการที่ใช้ถ้อยคำไม่สุภาพเพื่อสร้างสีสันในรายการอยู่เสมอ

7. ไม่นำเสนอเรื่องราวอันลามก กล่าวคือ สังคมไทยมีความเชื่อพื้นฐานที่ตั้งอยู่บนศีลธรรมอันดีงามตลอดจนวัฒนธรรม และประเพณีที่อำนวยต่อการสร้างคุณธรรม ซึ่งการจะมีการนำเสนอสื่อลามกอนาจารยังเป็นที่ปฏิเสธของผู้คนส่วนใหญ่ในสังคม รวมไปถึงบทบัญญัติทางกฎหมายอย่าง พ.ร.บ.ว่าด้วยการกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2560 ที่ออกมาเพื่อสร้างบรรทัดฐานในการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารบนโลกออนไลน์ให้อยู่ภายใต้กรอบของศีลธรรมที่ดีงาม

8. ไม่นำเสนอเรื่องราวที่ก่อให้เกิดความเสื่อมเสียศีลธรรมอันดี กล่าวได้ว่า สื่อใหม่จะไม่นำเสนอข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ขัดแย้งต่อวัฒนธรรมทางสังคม ตัวอย่างเช่น การนำเสนอการฆ่าสัตว์อย่างโหดเหี้ยม หรือแม้แต่นำเสนอคลิปการกระทำอนาจาร เป็นต้น

9. ไม่นำเสนอเรื่องราวที่เป็นการชี้ช่องการประกอบอาชญากรรมและการกระทำผิดทั้งปวง ตัวอย่างเช่นมีผู้ประกอบการวิชาชีพเกี่ยวกับสื่อใหม่ทำวิดีโอคลิปสั้นเกี่ยวกับขั้นตอนการกระทำโจรกรรมของโจรผู้ร้าย เป็นต้น

10. การไม่โฆษณาสินค้าทางสื่อใหม่ต้องเป็นไปตามที่กฎหมายว่าด้วยการโฆษณากำหนดไว้ ซึ่งหากไม่เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดก็อาจจะมีสินค้าที่ไม่มีคุณภาพเข้าสู่กลไกการค้า อันจะเป็นอันตรายร้ายแรงอย่างสูงต่อผู้ใช้สินค้าที่เลือกซื้อผ่านช่องทางสื่อใหม่นี้ ทั้งนี้การจะประกอบธุรกิจการค้าเชิงพาณิชย์ในโลกออนไลน์ต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและสังคมเป็นสำคัญ

11. ไม่โฆษณาสินค้าที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพอนามัยและต่อสังคม ตัวอย่างเช่น การโฆษณายาแก้จรรยา รักษาได้ทุกโรค โดยไม่มีการรับรองคุณภาพจากหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับจากภาครัฐและเอกชน เป็นต้น

12. หลีกเลี่ยงการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไปยังบุคคลอื่นในลักษณะเพื่อประโยชน์ทางการค้าขาย โดยที่บุคคลเหล่านั้นไม่พึงประสงค์ หรือมิได้เป็นสมาชิก สิ่งทีกล่าวข้างต้นอาจจะเป็นการรบกวนผู้ใช้บริการสื่อใหม่ ซึ่งเป็นเรื่องที่ใช้งานบุคคลอื่น ๆ ควรตระหนักถึงประเด็นนี้

สุทธิ ชัดติยะ (2556, หน้า 72) ได้กล่าวว่า หลักการทางจริยธรรมของสื่อใหม่จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้เกี่ยวข้องกับการใช้งานจำเป็นต้องใคร่ครวญอย่างมาก โดยเฉพาะสื่อมวลชนในยุคสื่อใหม่ที่ยิ่งต้องคำนึงถึงความประพฤติที่เหมาะสมหรือที่ควรอันเป็นความถูกต้องที่มีกฎเกณฑ์ เพราะหลักการดังกล่าวจะมุ่งสนับสนุนและส่งเสริมให้บังเกิดแนวทางในการปฏิบัติสำหรับการใช้สื่อใหม่เพื่อให้นำไปสู่การสร้างสังคมที่องงามทางปัญญา รวมไปถึงอาจทำให้เกิดความเรียบร้อยในการดำรงอยู่ร่วมกันของคนในสังคมบนพื้นฐานของการตระหนักในคุณค่าของเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน ตลอดจนอาจพัฒนาไปถึงการสร้างบรรทัดฐานของจิตสำนึกต่อการเคารพกฎหมาย กฎระเบียบ และจารีตวัฒนธรรมอันดีงามของสังคม ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันสื่อมวลชนได้เป็นผู้ใช้สำคัญในช่องทางต่างๆ ของสื่อใหม่ในการสื่อสารต่อมวลชนจำนวนมากอันมีอิทธิพลและสามารถสร้างผลกระทบ

ต่อสังคมได้อย่างมาก ซึ่งหากสื่อมวลชนยุคใหม่สามารถธำรงรักษาสิ่งที่ดีงามและแยกแยะความไม่ดีได้ก็จะเป็นฐานสำหรับการต่อยอดในการเปลี่ยนแปลงสังคมในเชิงบวก ด้วยเหตุนี้จึงต้องมีจริยธรรมคอยกำกับและควบคุมบทบาทหน้าที่ของสื่อใหม่อย่างเคร่งครัด

เมื่อพิจารณาในบทบาทของสื่อยุคใหม่ที่ควรยึดถือในการสื่อสารสู่สาธารณะให้ลึกซึ้งชัดเจนมากยิ่งขึ้น จะพบว่าสื่อในยุคใหม่ต้องตระหนักในประเด็นคุณลักษณะพื้นฐานทางจริยธรรมทั้ง 4 ประการ (Day, 2006, pp. 26-29) ดังต่อไปนี้เป็นหัวใจสำคัญในปฏิบัติด้านการสื่อสารยุคใหม่

1. การสร้างสังคมแห่งเหตุผล กล่าวคือ สื่อยุคใหม่ต้องทำหน้าที่กำกับทิศทางของสังคมไม่ให้ไปสู่หายนะ ซึ่งอาจจะทำได้โดยการไม่ผลิตสารที่กระตุ้นให้เกิดบรรยากาศความขัดแย้งทางสังคม ในทางตรงข้ามสื่อต้องสร้างสังคมที่เปี่ยมล้นด้วยความรู้และปัญญา ในแง่นี้จะทำให้สื่อในยุคใหม่ต้องพัฒนาและสร้างผลงานที่ตอบสนองต่อประโยชน์ส่วนรวมของสาธารณชนเป็นหลัก อีกทั้งการสร้างเสริมของตัวสื่อใหม่เองในการสถาปนาสู่การเป็นสถาบันหลักของสังคมที่จะมีบทบาทในการผลักดันให้เกิดความเจริญเติบโตทางศีลธรรมที่ขยายตัวกว้างขวางมากขึ้น

2. การมีศรัทธาต่อเสรีภาพและความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม กล่าวคือ สื่อยุคใหม่ต้องตระหนักถึงบทบาทและคุณค่าของความเป็นสื่อที่ต้องไม่ถูกรวบงำจากอำนาจอันไม่ชอบธรรมใดๆ หากแต่ต้องทำหน้าที่ของสื่อให้เต็มศักยภาพบนพื้นฐานของเสรีภาพทางความคิด ตลอดจนการผลิตผลงานที่รังสรรค์ขึ้นมาโดยสุจริต ซึ่งจะไม่มีการหลอกลวงให้คนในสังคมหลงเข้าใจคลาดเคลื่อนไปจากการสื่อสารที่สื่อความออกไป ด้วยเหตุนี้สื่อเองจะสามารถปฏิเสธการมุ่งแสวงหาผลประโยชน์โดยใช้ช่องทางการสื่อสารของตนได้ ในทางกลับกันสื่อเองจะมีอิสระจากอำนาจมืด และมีแนวโน้มเชิงบวกอย่างสูงที่สื่อยุคใหม่เองจะพัฒนาผลงานที่มีประโยชน์ต่อส่วนรวมได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

3. การเคารพต่อศักดิ์ศรีความเป็นเพื่อนมนุษย์ กล่าวได้ว่าโดยพื้นฐานทั่วไปทางสากลการเคารพในศักดิ์ศรีของมนุษย์ถือเป็นเรื่องที่ถูกรองรับด้วยกฎหมายรัฐธรรมนูญเกือบทั่วโลก ซึ่งนับว่าเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งที่มนุษย์ทุกคนควรยึดถือเป็นแบบแผนในการดำรงอยู่ร่วมกันในสังคม ในแง่นี้แล้วสื่อยุคใหม่จำเป็นต้องน้อมนำเอาประเด็นดังกล่าวบรรจุเป็นแนวทางระดับนโยบายในการสื่อสารเรื่องราวต่างๆต่อผู้รับสารในฐานะประชาชน โดยการนำเสนอผลงานต้องสำนึกเสมอว่าผู้คนเหล่านั้นเปรียบเสมือนเป็นเพื่อนมิตรที่ดี ซึ่งจะเป็นหลักการพื้นฐานให้สื่อมวลชนยุคใหม่สามารถผลิตงานด้วยความใส่ใจและประณีตในเรื่องการเคารพศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

4. การอดทนอดกลั้นต่อความยุติธรรมและยึดมั่นในบรรทัดฐานทางสังคมบนหลักของความจริง สื่อยุคใหม่จำเป็นต้องยึดมั่นในความจริง ความถูกต้องในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านสังคมออนไลน์ตามช่องทางต่างๆ โดยต้องก้าวข้ามความยากลำบากในการได้มาซึ่งความจริงหรือแม้แต่การค้นหาและพิสูจน์ให้เป็นที่ประจักษ์ ซึ่งปัจจัยความยากนี้มักเป็นเหตุผลที่ทำให้สื่อยุคใหม่เกิดความท้อถอยในการทำหน้าที่ของตน ในทางตรงกันข้ามหากยึดมั่นในหลักความยุติธรรมและสันติวิธีก็จะทำให้สื่อไม่เกิดความรู้สึกท้อถอยหมดกำลังใจ อีกทั้งยังจะเป็นแรงเสริมให้สื่อยุคใหม่สามารถทำหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์แบบ

การที่สื่อยุคใหม่ต้องยึดมั่นและศรัทธาในหลักจริยธรรมดังกล่าวเป็นพื้นฐานสำคัญ เพราะหลักการนี้เป็นฐานคิดของกระบวนการแก้ไขปัญหาวางจริยธรรมของสื่อยุคใหม่ซึ่งสอดคล้องกับมาตรการในการสร้างบรรทัดฐานการใช้สื่อใหม่ในยุคปัจจุบัน อีกทั้งเป็นแนวทางสำคัญสำหรับผู้ปฏิบัติงานในสื่อยุคใหม่ที่นอกจากต้องเข้าใจบทบาทหน้าที่ของการเป็นนักวิชาชีพสื่อแล้ว ยังต้องยึดถือศรัทธาต่อหลักจริยธรรมอันดีงามคอยกำกับไว้ตลอดเวลา ทั้งนี้เพื่อประโยชน์สาธารณะเป็นสิ่งสำคัญ



## บทสรุป

จากการสังเคราะห์องค์ความรู้ทางประเด็นจริยธรรมของสื่อยุคใหม่สะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชนยุคใหม่ รวมไปถึงจนถึงผู้ใช้งานสื่อใหม่ผ่านช่องทางต่าง ๆ บนสังคมออนไลน์ ควรคำนึงและตระหนักในการปฏิบัติหน้าที่ การใช้งานโดยยึดถือหลักจริยธรรมในยุคสื่อใหม่เป็นหัวใจอันสำคัญ กล่าวโดยรวมคือ ประการแรก สื่อยุคใหม่ต้องมีความรับผิดชอบต่อผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการสื่อสาร ทั้งต่อสื่อเอง ต่อประชาชนในฐานะผู้รับสาร ต่อสังคม และประชาคมโลก เนื่องจากสื่อใหม่เป็นพื้นที่สาธารณะที่มีพื้นที่ครอบคลุมไม่เพียงแต่ประเทศใดประเทศหนึ่ง หากแต่มีพื้นที่กระจายอยู่ทั่วโลก ซึ่งข้อมูลข่าวสารที่มีความรุนแรงขัดแย้งหรือมีประเด็นความแตกต่างเชิงวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่พึงระวัง เพราะการเปิดรับข้อมูลของผู้คนที่มีความคิด ความเชื่อที่แตกต่างกันอาจสามารถไปปลุกเร้าให้คนเหล่านั้นมีทัศนคติในต่อความคิดไปในทางบวกหรือลบก็ได้ ประการต่อมา สื่อต้องทำการสื่อสารผ่านการรายงานข้อมูลข่าวสารด้วยความจริงเป็นหลัก โดยปราศจากซึ่งอคติและผลประโยชน์ต่างๆ ทั้งนี้เพื่อให้สาธารณชนผู้รับสารได้รับประโยชน์ในข้อมูลข่าวสารนั้นๆ ประการที่สามสื่อยุคใหม่ต้องมีความเป็นกลางและมีความรอบคอบในการรับข้อมูลข่าวสารที่จะนำมาถ่ายทอดสู่มวลชนในวงกว้าง โดยสื่อต้องคอยหมั่นตรวจสอบอยู่เสมอเพื่อความน่าเชื่อถือของสื่อยุคใหม่เองด้วย

## ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากสื่อยุคใหม่เป็นเครื่องมือสำคัญที่ทรงพลังอย่างยิ่งต่อการเปลี่ยนแปลงสังคม ซึ่งสามารถสร้างผลกระทบทั้งต่อระดับจุลภาคและในระดับมหภาค โดยหากพิจารณาจากฐานแนวทางการวิเคราะห์หลักจริยธรรมในสื่อยุคใหม่ที่ใช้ช่องทางสื่อใหม่ในการสื่อสารแล้ว จะพบว่าแนวโน้มของการแก้ไขปัญหาต่อไปในภายภาคหน้าอาจมีจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องกำหนดทิศทางเชิงนโยบายและการปฏิบัติไว้อย่างครอบคลุม อย่างไรก็ตาม บทความชิ้นนี้ใคร่ขอเสนอแนะแนวทางการจัดการปัญหาด้านจริยธรรมในสื่อยุคใหม่ผ่านภาคส่วนทางสังคมสำคัญไว้ดังนี้

1. ภาคส่วนสื่อมวลชน : ต้องมีลักษณะการตรวจสอบดูแลการใช้งานสื่อใหม่ระหว่างกัน โดยอาจตั้งคณะกรรมการเฉพาะที่จะทำหน้าที่พิจารณาปัญหาทางด้านจริยธรรมในสื่อใหม่ขึ้นมา ทั้งนี้เพื่อสนองต่อการแก้ไขปัญหาที่มากมายในยุคสมัยใหม่

2. ภาคส่วนรัฐบาล : รัฐบาลจำเป็นต้องให้การสนับสนุนทั้งในเชิงบุคลากรและทรัพยากรทางด้านงบประมาณในการเอื้ออำนวยให้เกิดการพัฒนากฎหมาย หรือมาตรการต่าง ๆ ขึ้นมา เพื่อส่งเสริมและช่วยเหลือสื่อในยุคใหม่ในประเด็นการถูกแทรกแซง หรือแม้แต่การถูกกระทำผ่านอิทธิพลของกลุ่มทุนที่ต้องการครอบงำสื่อดังกล่าว เป็นต้น

3. ภาคส่วนประชาชน : ในส่วนของสาธารณชนต้องมีวิจรรย์ญาณในการรับสาร และต้องคอยวิพากษ์วิจารณ์การทำงานของสื่อในยุคใหม่เสมอหากกระทำการขัดหรือไม่สอดคล้องกับหลักจริยธรรมที่พึงยึดถือ รวมไปถึงต้องหมั่นคอยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารที่ถูกผลิตออกทางช่องทางของสื่อใหม่ต่าง ๆ ตลอดจนอาจมีการรวมตัวของภาคพลเมืองจัดตั้งองค์กรหรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่เฝ้าระวังการละเมิดหลักจริยธรรมในสื่อใหม่ได้ในอีกทาง

### บรรณานุกรม

- กิติมา สุรสนธิ. (2557). *ความรู้เบื้องต้นทางการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักส์ จำกัด.
- กาญจนา แก้วเทพ และนิคมชัยชุมพล. (2555). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*. กรุงเทพฯ: โครงการเมธีวิจัยอาวุโส ฝ่ายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สุทธิติ ชัดติยะ. (2556). *กฎหมายและจริยธรรมสื่อสารมวลชน*. กรุงเทพฯ: หจก.เปเปอร์เฮาส์ จำกัด.
- สุรชัย ช่อผกา. (2560). *จริยธรรมสื่อสารมวลชน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Berlo, D.K. (1960). *The Process of Communication*. New York: Holt, Rinehart and Winstons.
- Computer Ethics Institute. (2016). *Ten Commandments of Computer Ethics*. [weblog]. Retrieved from <http://computerethicsinstitute.org/publications/tencommandments.html>
- Day, L.A. (2006). *Ethics in Media Communication: Cases and Controversies*. United States: Wadsworth Publishing.
- Robyn Braley. (2014). *It's All About The Story; How Media Convergence Can Do Good Works*. [weblog]. Retrieved from <http://robyntbraley.blogspot.com/2014/02/its-all-about-story-how-media.html>
- Roger, E.M. (1976). *Communication and Development: The Passing of a Dominant Paradigm*, *Communication Research*. 3(2) : 99