

## การปฏิรูปสื่อสู่ปฏิรูปสังคม

### Media Reformation to Social Reformation

ศุภศิลาปี กุลจิตต์เจือวงศ์ \*

#### บทคัดย่อ

การปฏิรูปสื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนทุกภาคส่วน มีสิทธิในการเป็นเจ้าของสื่อโดยเท่าเทียมกัน ประกอบกับกิจกรรมอื่นๆภายใต้กลไกการทำหน้าที่ของสื่อ เพื่อสร้างคุณประโยชน์ให้กับสาธารณะ ได้แก่ การตรวจสอบ การเสนอแนะ และการวิพากษ์วิจารณ์ เป็นต้น ซึ่งผลของการดำเนินการนั้นต้องสร้างคุณประโยชน์ให้กับส่วนรวมอย่างแท้จริง

การปฏิรูปสื่อจึงมีความสัมพันธ์กับสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะการปฏิรูปสื่อเน้นกระบวนการสร้างบทบาทให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วม และผลลัพธ์ของการดำเนินงานที่กลับคืนสู่สังคม ด้วยวิธีการดังนี้ 1) สนับสนุนให้เกิดอุบัติตติสาธารณะที่มาจากทำหน้าที่ของมวลชน 2) การสร้างสภาวะการรู้เท่าทันสื่อ 3) จัดตั้งหน่วยงานในการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจสื่อมวลชนที่มาจากพลังประชาชนและภาคสังคม และ 4) รัฐกับสื่อต้องปราศจากความสัมพันธ์กันในทุกประการ

**คำสำคัญ:** การปฏิรูปสื่อ / การปฏิรูปสังคม

\* อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์ สาขาวิชาการสื่อสาร (นิเทศศาสตร์)

มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

E-mail: Supasil@stamford.edu

## Abstract

Media reformation is to support and promote people in every sector to have the right in having the ownership in the media equally and other activities under operation mechanism of the media in order to create benefits to the public including inspection, recommendation and criticism ect. The operation result must actually create benefits to the general public.

Reformation is to have related to society in an avoidable way because media reformation focuses on creating role to the people to participate and the work operation result that returns to the society by the method as follows. 1) to support to create public vote that is from the work operation of the mass media 2) creating of circumstance of knowing the media 3) Setting up the work operation in supervising the business of mass media that is from people and society and 4) the state and the media must not have the relation in every respect.

**Keyword:** Media reformation, social reformation

ปัจจุบันประเทศไทยมีสื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นสื่อหลักในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆ ทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับประชาชน ทั้งในด้านการศึกษา วัฒนธรรม และความมั่นคงของชาติ ตามมาตรา 47 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยพุทธศักราช 2550 กำหนดไว้ว่า คลื่นความถี่ที่ใช้ในการส่งวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และโทรคมนาคม เป็นทรัพยากรสื่อสารของชาติ เพื่อประโยชน์สาธารณะ สื่อวิทยุโทรทัศน์และสื่อวิทยุกระจายเสียงจึงนับได้ว่าเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อประชาชนและสังคมเป็นอย่างมาก เพราะเป็นสื่อที่ประชาชนทั้งประเทศสามารถเข้าถึงได้เป็นจำนวนมาก โดยในปัจจุบันประชาชนราว 63 ล้านคน หรือร้อยละ 98 ของ

คนไทยทั้งประเทศสามารถเข้าถึงกิจการวิทยุโทรทัศน์ได้ในขณะที่ประชาชนอีก 40 ล้านคนสามารถเข้าถึงกิจการวิทยุกระจายเสียงได้ และมีเพียงประชาชนราว 12 ล้านคนเท่านั้นที่เป็นผู้รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางหนังสือพิมพ์ (กลุ่มงานรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์: 5) [1] วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่ทรงอิทธิพลสูงสุดต่อการรับรู้ของประชาชน

### สถานการณ์สื่อและผลกระทบต่อสังคมในปัจจุบัน

ในปัจจุบันประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ได้ 4 ช่องทาง คือ ผ่านระบบภาคพื้นดิน (Terrestrial Television) ผ่านระบบดาวเทียม (Satellite Television) ผ่านระบบเคเบิล (Cable Television) และผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Internet Protocol Television) ซึ่งจำนวนทั้ง 4 ช่องทางนั้นมีความแตกต่างกันออกไปตามแต่ละประเภท เช่น ระบบการแพร่ภาพค่าธรรมเนียมในการรับชม คุณภาพของการออกอากาศ และเนื้อหาในรายการ อย่างไรก็ตาม ช่องทางของสื่อวิทยุโทรทัศน์ที่มีความหลากหลายดังกล่าวมีอาจสร้างสรรค์คุณประโยชน์ให้กับผู้ชมและสังคมได้อย่างแท้จริง ทั้งนี้เป็นเพราะว่ามีผู้ผลิตบางรายกลับใช้สื่อเป็นเครื่องมือสร้างประโยชน์ส่วนตนมากกว่าการคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม อีกทั้งการกำกับดูแลของหน่วยงานผู้รับผิดชอบยังไม่สามารถดูแลได้อย่างทั่วถึง ส่งผลให้มีการนำสื่อไปใช้ในทางมิชอบ เช่น การโฆษณา การโฆษณาเครื่องสำอางไสยศาสตร์ การนำเสนอสิ่งลามกอนาจาร การโฆษณาชวนเชื่อทางการเมือง และการโฆษณาเกินจริง สอดคล้องกับแนวคิดของสุภิญญา กลางณรงค์ (2556) [2] คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) ได้อธิบายว่า ปัญหาการโฆษณาอาหาร ยา ผลิตภัณฑ์สุขภาพ และการโฆษณาอื่นๆ ที่ขัดต่อหลักกฎหมายพบเห็นเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้เพราะการเปิดสถานที่ทำได้ง่าย และไม่มีพื้นฐานการประกอบกิจการที่ชัดเจน โดยปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นโดยผ่านสื่อมวลชนสามารถสรุปได้ดังนี้

## 1. การขาดความรับผิดชอบของผู้ประกอบการภาคธุรกิจ

1.1 การโฆษณาเกินจริง หลอกหลวง และเป็นเท็จ ผลิตรภัณฑ์บางชนิดมี การโฆษณาโอ้อวดสรรพคุณของสินค้าเกินความจริงด้วยวิธีการต่างๆ ที่ทำให้ ผู้บริโภคคล้อยตาม ทั้งการหลอกหลวงโดยตรงไปตรงมาและการแอบแฝง โดย เฉพาะสินค้าประเภทความสวยความงามและสุขภาพ เช่น เครื่องสำอางค ผลิตภัณฑอาหารเสริม และผลิตภัณฑ์ควบคุมน้ำหนัก ที่มักจะมีส่วนผสมของ สารเคมีที่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค หากใช้อย่างไม่เหมาะสมและขาดการตรวจ สอบจากหน่วยงานผู้รับผิดชอบ ทำให้สินค้าไม่ได้รับคุณภาพตามมาตรฐาน เมื่อผู้บริโภคหลงเชื่อนำไปใช้จึงก่อให้เกิดผลกระทบตามมา สอดคล้องกับคำ อธิบายของ นิยดา เกียรติยิ่งอังสุลี (2556) [3] ผู้จัดการแผนงานพัฒนาไกล เฝ้าระวังระบบยา (กพย.) ได้อธิบายว่า ที่ผ่านมามีผู้เสียชีวิตจากการหลงเชื่อสื่อ โฆษณา โดยนำผลิตภัณฑ์ไปลองใช้และเลิกยาชนิดอื่นที่เคยใช้อยู่เดิม ถือเป็น ตัวอย่างของผู้ถูกรกระทำจากโฆษณาที่หลอกหลวงผู้บริโภค ขณะนี้กพย.รณรงค์ ให้มีการรวมกลุ่มกันในระดับพื้นที่เพื่อเฝ้าระวังโฆษณาที่โอ้อวดสรรพคุณเกิน จริง ผิดกฎหมาย หรือไม่ขออนุญาต จัดทำคู่มือ “ทุกซ์ล้นเหลือ เหี่ยวโฆษณา” ซึ่งจะกระตุ้นให้สื่อมวลชนร่วมมือกันกำกับดูแลจริยธรรมในเรื่องนี้ และขณะนี้ มีคณะนิติศาสตร์ โนมหาวิทยาลัย 12 แห่งที่จะบรรจุเรื่องนี้ไว้ในหลักสูตร ด้วย ขณะที่อรพรรณ ศรีสุขวัฒนา (2556) [4] รองเลขาธิการคณะกรรมการ สุขภาพ ได้อธิบายสนับสนุนในประเด็นดังกล่าวเพิ่มเติมว่า แนวโน้มการรอด อ่างสรรพคุณเกินจริงและหลอกหลวงผู้บริโภคได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว โดย เฉพาะช่องทาง การโฆษณาผ่านสื่อใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยที่ผ่าน มามีการตรวจสอบพบคดีที่ผิดกฎหมายเฉลี่ย 500 ราย / ปี

1.2 การโฆษณาสินค้าบางประเภทที่กฎหมายห้ามโฆษณา สินค้า บางประเภทกฎหมายได้กำหนดไว้ว่าห้ามมีการโฆษณา เช่น ผลิตภัณฑ ยาสูบ สินค้าประเภทเหล้า เบียร์ที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ โหราศาสตร์ ไซยศาสตร์ เพศ สินค้าประเภทวัตถุระเบิด และยารักษาโรค เป็นต้น ทั้งนี้เพราะ

หากสินค้าดังกล่าวได้ทำการโฆษณาหรือส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่างๆ ออกไปแล้วนั้น อาจเป็นสิ่งเร้าที่จะไปกระตุ้นให้ผู้บริโภคใช้อย่างไม่เหมาะสม อันจะก่อให้เกิดปัญหาสังคมตามมา กฎหมายจึงต้องออกกฎเพื่อควบคุมสินค้าดังกล่าวและเพื่อคุ้มครองสิทธิขั้นพื้นฐานของผู้บริโภค ไม่ให้ภาคธุรกิจและสื่อที่ไม่มีจรรยาบรรณวิชาชีพอเอาเปรียบผู้บริโภคจนเกินไป ซึ่งเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะกับสื่อท้องถิ่น และยังมีผู้บริโภคเป็นจำนวนมากหลงเชื่อกับคำโฆษณาดังกล่าว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (2555) [5] เรื่อง การโฆษณาขายยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านสื่อทีวีและวิทยุท้องถิ่น ผลการศึกษาพบว่า ในจังหวัดขอนแก่น ร้อยเอ็ด ศรีสะเกษ ชัยภูมิ เชียงใหม่ และสงขลา มีการโฆษณาที่ผิด พระราชบัญญัติยา 2510 สูงถึงร้อยละ 64 และฝ่าฝืน พระราชบัญญัติอาหาร 2522 ถึงร้อยละ 95.2 และเมื่อพิจารณาเนื้อหาโฆษณาที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดต่อผู้บริโภค พบว่า โฆษณายามีสูงถึงร้อยละ 55.9 ส่วนโฆษณาอาหารสูงถึงร้อยละ 74.5 ส่วนสื่อที่มีการโฆษณายา ผลิตภัณฑ์สุขภาพ และอาหาร ฯลฯ ที่ได้รับการร้องเรียนมากที่สุด ได้แก่ นิตยสาร เคเบิลทีวี โทรทัศน์ดาวเทียม เว็บไซต์วิทยุกระแสหลัก และวิทยุชุมชนตามลำดับ

**2. การนำเสนอเนื้อหาที่สร้างความแตกแยกให้กับสังคม** ลักษณะของเนื้อหาที่สร้างความแตกแยกให้กับประชาชนในสังคมทำให้เกิดการแบ่งฝักแบ่งฝ่ายออกเป็นหลายๆ กลุ่ม ด้วยวิธีการใช้เนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เช่น การขู่ข่ม การใช้ภาษาที่แสดงถึงอารมณ์ความรู้สึกเกินจริง การนำเสนอข้อมูลเพียงด้านเดียว การใช้ภาษาเหยียดหยาม และการตอกย้ำสิ่งที่สร้างความแตกแยกให้กับคน 2 กลุ่ม เป็นต้น ด้วยรูปแบบการนำเสนอต่างๆ ทั้งการโฆษณาชวนเชื่อรายการอภิปรายรายการข่าว และรายการสนทนา ฯลฯ ผลกระทบที่ตามมานั้น เป็นผลกระทบในระยะยาวและแพร่ขยายออกไปในวงกว้าง ทำให้ผู้ชมที่ไม่รู้เท่าทันสื่อ เชื่อและคล้อยตามสิ่งที่สื่อได้นำเสนอ โดยปราศจากข้อสงสัยใดๆ เนื้อหาดังกล่าวจะหล่อหลอมและสร้างเป็นกรอบแนวคิดให้กับผู้รับชมเป็น

ประจำต่อเนื้อง จนก่อให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมในด้านใดด้านหนึ่งอย่าง ผังลึก และเกิดการปฏิเสธแนวคิดที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติของตนอย่างสิ้นเชิง สื่อใดก็ตามที่มีความคิดต่างกับสื่อที่ตนชื่นชอบและรับชมเป็นประจำต่อเนื้องคือสื่อที่ไม่ถูกต้อง จนกลายเป็นพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อด้านเดียว รับรู้ข้อมูลด้านเดียว เชื่อและมีพฤติกรรมในด้านใดด้านหนึ่งแพร่ขยายออกไปในวงกว้างด้วยวิธีการปลุกกระดมและชวนเชื่อท่ามกลางความขัดแย้งของสังคม ซึ่งข้อสรุปดังกล่าวนั้นสอดคล้องกับแนวคิดของบุญเลิศ ศชายุทธ์เดช (2555: 5-6) [6] ได้อธิบายว่า สื่อยุคใหม่แบ่งข้าง ตามความเชื่อความศรัทธาของตนเอง จนกระทั่งมองข้ามจิตวิญญาณแห่งอิสระเสรีภาพของตนเองไป ด้วยสื่อบางสื่อยืนอยู่บนผลประโยชน์ที่ฟากฝ่ายตนเองยึดถือ กระนั้น ผู้คนก็ยังติดตามและเชื่อในสื่อที่ตนเองเสพ บนพื้นฐานของรสนิยม ผลประโยชน์ และความเชื่อความศรัทธาที่มีต่อสื่อั้นๆ และในที่สุดก็มองเพื่อนมนุษย์ด้วยกันเองด้วยสายตาที่แปลกแปร่ง กระทั่งมองด้วยสายตาแห่งความเป็นศัตรู มิได้โทษสื่อ แต่ส่วนหนึ่งหรือกระทั่งส่วนมากมาจากสื่อทั้งสิ้น สื่อระเบิดสงครามขึ้นในระหว่างสื่อด้วยกัน ประชาชนก็ก่อสงครามขึ้นระหว่างประชาชนด้วยกันเช่นกัน

3. การแทรกแซงการทำหน้าที่สื่อของกลุ่มผู้มีอิทธิพล ดังที่ได้อธิบายไว้ข้างต้นว่าสื่อมวลชนเป็นสื่อที่มีอิทธิพลสูงและทรงพลัง เพราะสามารถเข้าถึงมวลชนได้เป็นจำนวนมาก สารที่ได้นำเสนอผ่านสื่อสามารถทำให้มวลชนรับรู้ คล้อยตาม และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ ทำให้มีกลุ่มคนบางกลุ่มต้องการที่จะเข้ามาหาผลประโยชน์จากสื่อมวลชน ด้วยวิธีการแทรกแซงการทำหน้าที่ของสื่อ ทำให้วาระของข้อมูลข่าวสารไม่ได้เป็นไปเพื่อประโยชน์สาธารณะอย่างแท้จริง ด้วยวิธีการปกปิด เลือคนำเสนอ และขึ้นนำประเด็น เป็นต้น สื่อมวลชนจึงเป็นเพียงเครื่องมือของกลุ่มผู้มีอิทธิพลเพียงไม่กี่กลุ่ม แต่ผลกระทบของการแทรกแซงการทำหน้าที่ของสื่อกลับส่งผลกระทบต่อมวลชนทั้งประเทศ รุจน์ โภมลบุตร (2556) [7] สำนักข่าวอิศรา ได้อธิบายวิธีการแทรกแซงสื่อไว้ว่า 1) ใช้การซื้อสื่อ 2) การหลีกเลี้ยงการอธิบาย 3) การพูดโกหก 4) การเลี้ยงดูปูเสื่อสื่อ

5) การสร้างความหวาดกลัวให้แหล่งข่าว 6) การชี้นำประเด็น และ 7) การข่มขู่ นักข่าว ซึ่งสาเหตุสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้สื่อถูกแทรกแซงนั้นอาจเป็นเพราะว่า อิทธิพลของกลุ่มคนเหล่านั้นมีผลต่อการปฏิบัติหน้าที่อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เช่น เป็นผู้บังคับบัญชาที่มีอุดมการณ์ต่างกัน เป็นผู้อุปถัมภ์รายการที่คอยสนับสนุนเงินงบประมาณ หรือเป็นผู้ให้สัมปทานสถานี เป็นต้น

อย่างไรก็ตามประเด็นที่ผู้เขียนได้นำเสนอข้างต้นเป็นเพียงบางส่วนของที่เกิดขึ้นกับสถานการณ์สื่อในสังคมไทยในปัจจุบัน ซึ่งเป็นภาพสะท้อนให้เห็นว่า หน่วยงานที่มีส่วนรับผิดชอบยังไม่สามารถตรวจสอบการทำงานหน้าที่ของสื่อได้อย่างทั่วถึง จึงมีสื่อที่ไร้จรรยาบรรณวิชาชีพเกิดขึ้นอยู่ทั่วไป และมีผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบกับการกระทำดังกล่าวนั้นตามมา

การปฏิรูปสื่อของสังคมไทยในปัจจุบัน จึงเป็นเพียงการเพิ่มขึ้นของจำนวนสื่อ ช่องทางการเข้าถึงที่สะดวกสบาย และคุณภาพของระบบที่ดีขึ้นเท่านั้น แต่ไม่ได้หมายความรวมถึงว่า การปฏิรูปสื่อจะช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในสังคมให้มั่งคั่งความรู้ การรู้เท่าทันสื่อ การเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชน และสามารถใช้อินเทอร์เน็ตข่าวสารผ่านสื่อให้เกิดคุณประโยชน์ต่อตนเองและสังคมได้อย่างไร ยิ่งในปัจจุบันปรากฏการณ์ของสื่อที่มีปริมาณและความหลากหลายมากขึ้น อันแต่จะส่งผลให้การกำกับดูแลเป็นไปได้ด้วยความยากลำบากมากขึ้น การปฏิรูปสื่อของสังคมไทยในปัจจุบันจึงยังมีใช้การปฏิรูปสื่ออย่างแท้จริง การปฏิรูปสื่ออย่างแท้จริงนั้นจะมีความสัมพันธ์กับการปฏิรูปสังคม โดยอาศัยพลังพลเมืองจากภาคประชาชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจสอบ ให้ข้อเสนอแนะ มีใช้เป็นเพียงผู้บริโภครู้ข้อมูลจากสื่อทางเดียวเท่านั้น ดังคำอธิบายของ สุวรรณา สมบัติรักษาสุข (2556) [8] คณะทำงานวิชาการเฉพาะประเด็น พลังพลเมืองปฏิรูปสื่อเพื่อการปฏิรูปสังคม ได้อธิบายว่า การปฏิรูปสื่อที่ดี จะต้องนำเสนอข่าวสารที่เป็นกลาง มีจริยธรรม ไม่เข้าข้างใคร ถ้าสื่อดี สังคมก็จะดี การปฏิรูปสื่อจะนำไปสู่การปฏิรูปสังคม ภายใต้อกรอบแนวคิดการดำเนินงานคือ มีขอบเขตการจัดประเภทสื่อเพื่อการกำกับดูแล

กันเองอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากปัญหาของสังคมไทยส่วนใหญ่มาจากสื่อที่มีทั้งสื่อเลือกข้าง สื่อเทียม สื่อการค้า สื่อที่เป็นกระบอกเสียงของฝ่ายการเมือง เราต้องให้ความรู้ประชาชน ให้ภาคสังคมไปกำกับดูแลเปลี่ยนให้สื่อเป็นสื่อที่ดี ซึ่งในกฎหมายรัฐธรรมนูญ มาตรา 40 ได้ระบุให้ภาคประชาชนมีสิทธิในการร่วมเป็นเจ้าของสื่อ แต่มีเงื่อนไขว่า ต้องเป็นไปเพื่อการบริการสาธารณะ หรือเพื่อประโยชน์ของชุมชนโดยรวม ไม่มุ่งหวังผลกำไรทางธุรกิจ และต้องไม่ดำเนินการเพื่อสนองผลประโยชน์ส่วนบุคคลหรือกลุ่มบุคคล กล่าวโดยสรุปการปฏิรูปสื่อจึงหมายถึง การส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนในทุกภาคส่วนมีสิทธิในการเข้าร่วมเป็นเจ้าของสื่อโดยเท่าเทียมกัน รวมทั้งกิจกรรมอื่นๆภายในกระบวนการ เช่น การตรวจสอบ การเสนอแนะ และการวิพากษ์วิจารณ์ เป็นต้น ซึ่งผลของการดำเนินการนั้นต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์สาธารณะอย่างแท้จริง

### **การปฏิรูปสื่อสู่การปฏิรูปสังคม: พลังของภาคประชาชนในการขับเคลื่อนสู่สังคม**

ในอดีต มวลชนมีบทบาทในการเป็นผู้รับสารเพียงด้านเดียวมาโดยตลอด ข้อมูลข่าวสารที่ส่งผ่านจากสื่อมวลชนมายังประชาชนจึงถูกกำหนดจากสื่อมวลชนในฐานะของผู้ส่งสารเพียงผู้เดียว ทั้งในเรื่องของเนื้อหา ช่วงเวลา ในการนำเสนอ ความถี่ในการนำเสนอ และรูปแบบการนำเสนอ ซึ่งในหลายกรณีที่สื่อมวลชนมิได้คำนึงถึงผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นกับผู้ชมทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ภาพความรุนแรง การนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ไม่เป็นกลาง การใช้ภาษาที่สร้างความแตกแยก และการโฆษณาเกินจริง เป็นต้น ผู้ชมในฐานะผู้รับสารจึงมีหน้าที่ในการเสฟสื่อตามที่สื่อมวลชนนั้นได้นำเสนอ อันจะส่งผลต่อทัศนคติ และค่านิยมที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งตามที่สื่อ นั้นได้นำเสนอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้ชมที่ขาดการวิเคราะห์ กลั่นกรอง และพิจารณาข้อมูลข่าวสารอย่างรอบคอบ ผู้ชมก็จะตกเป็นเครื่องมือของสื่อมวลชนที่พยายามชี้นำประเด็นทางสังคมเพื่อก่อให้เกิดพฤติกรรมบางสิ่งบางอย่างตามมา ด้วยความสำคัญข้างต้น ประชาชนจึงควรเข้ามามีบทบาทอย่างยิ่งในการตรวจสอบ

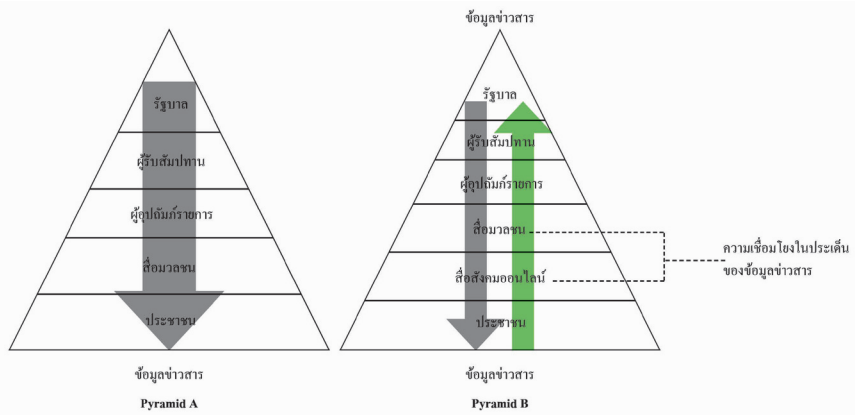


และดูแลการทำงานของสื่อควบคู่กับหน่วยงานผู้รับผิดชอบ เพื่อให้สื่อปฏิบัติหน้าที่ตามกรอบจริยธรรมการสื่อสารมวลชนอย่างเคร่งครัด ผลที่ได้จึงจะเกิดกับผู้ชมและสังคมอย่างแท้จริง ผู้เขียนได้เสนอแนะแนวทางในการปฏิรูปสื่อสู่การปฏิรูปสังคมโดยอาศัยพลังประชาชนเป็นตัวขับเคลื่อนใน 4 ลักษณะ คือ สนับสนุนให้เกิดอุบัติเหตุสาธารณะที่มาจากการทำหน้าที่ของมวลชน การสร้างสภาวะการรู้เท่าทันสื่อ จัดตั้งหน่วยงานในการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจสื่อมวลชนที่มาจากพลังประชาชนและภาคสังคม และรัฐกับสื่อต้องปราศจากความสัมพันธ์กันในทุกระการ โดยมีรายละเอียดสำคัญ ดังนี้

1. สนับสนุนให้เกิดอุบัติเหตุสาธารณะที่มาจากการทำหน้าที่ของมวลชน การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในปัจจุบัน ได้มาจากระบบการสร้างวงจรไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารจากล่างไปสู่นบน ข้อมูลข่าวสารที่ได้นำเสนอผ่านสื่อในปัจจุบันมักถูกกำหนดจากบุคคลเพียงไม่กี่กลุ่ม ซึ่งเป็นกลุ่มผู้มีอิทธิพลที่สามารถกำหนดพื้นที่ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารว่าเนื้อหาใดควรนำเสนอและไม่ควรนำเสนอ หรือควรนำเสนอในระยะเวลาเท่าไร ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการกำหนดระเบียบวาระ (Agenda-setting theory) ที่ได้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการที่สื่อมวลชนเป็นผู้เลือกเน้นประเด็นสำคัญของหัวข้อ (Topic) หรือปัญหา (Issue) ในการรายงานข่าวสารกับการที่มวลชนตระหนักถึงความสำคัญ อย่างไรก็ตาม สื่อมวลชนในภาคธุรกิจบางแห่ง หรือสื่อของรัฐกลับไม่ได้ให้สาระสำคัญกับมวลชนดังคำอธิบายของทฤษฎี แต่กลับให้ความสำคัญกับผู้สนับสนุนรายการ เจ้าของสื่อ รัฐบาล และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ เนื้อหาของข่าวสารที่นำเสนอจะเน้นส่งเสริมและสนับสนุนกลุ่มบุคคลต่างๆ เหล่านี้มากกว่าการอธิบายข้อเท็จจริงเพื่อสร้างคุณประโยชน์ให้กับมวลชนและสังคม กลุ่มบุคคลต่างๆดังที่ได้อธิบายมาแล้วนั้น จึงเป็นผู้มีอิทธิพลในการกำหนดทิศทางของสังคมไทยอย่างแท้จริง ซึ่งมีรูปแบบคล้ายกับพีระมิด (Pyramid) โดยเริ่มจากยอดของพีระมิด คือรัฐในฐานะผู้ควบคุมและกำกับดูแลคลื่นสาธารณะ ถัดมาคือเจ้าของธุรกิจสื่อ (ผู้รับสัมปทาน) ผู้สนับสนุนรายการ

และมวลชนตามลำดับ ผลของกระบวนการดังกล่าวทำให้มวลชนไม่มีบทบาท และส่วนร่วมในการตรวจสอบหรือสร้างปรากฏการณ์ต่างๆได้ นอกจากการเป็นผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม การปฏิรูปสื่อที่เน้นโครงสร้างวงจรการไหลเวียนของข้อมูล ข่าวสารรูปแบบใหม่เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ที่มาจากมวลชน โดยส่งเสริมให้มวลชนเข้ามามีบทบาทในพื้นที่เพื่อการรายงานข่าวสารในมิติต่างๆมากขึ้น ด้วยวิธีการเชื่อมโยงสื่อกระแสหลักกับสื่อสมัยใหม่ ทำให้เส้นทางการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารย้อนกลับ มวลชนมีสิทธิในการร่วมกำหนดประเด็นสาร และวาระทางสังคมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และกลายเป็นแหล่งข่าวสำคัญที่สื่อกระแสหลักจะคัดเลือกเพื่อนำเสนอต่อไป เช่น รายการเรื่องเล่าเช้านี้ ทางสถานีไทยทีวีสีช่อง 3 ที่จะคัดเลือกสาระสำคัญจากผู้ชมทางบ้านมาออกอากาศในรายการผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างวิดีโอยูทูป (YouTube) เป็นต้น



ภาพที่ 1: วงจรไหลเวียนของข้อมูลข่าวสาร

ซึ่งข้อสรุปดังกล่าวนั้นสอดคล้องกับแนวคิดของนิธิ เอียวศรีวงศ์ (2553) [9] ได้อธิบายว่า ในสังคมที่ใหญ่ซับซ้อนอย่างสังคมปัจจุบัน การไหลเวียนของ

ข่าวสารข้อมูลไม่ได้เปิดกว้างให้แก่ทุกคน อย่างในชุมชนหมู่บ้านโบราณ ในทุกสังคมปัจจุบัน การไหลเวียนของข่าวสารข้อมูลล้วนมีช่วงชั้น (Hierarchy) หรือ พูดย่ออีกอย่างหนึ่ง อะไรจะเป็นข่าวหรือไม่เป็นข่าว ถูกกำหนดขึ้นโดยพหุมิติของการไหลเวียนอันหนึ่ง อำนาจในการกำกับไหลเวียนกระจุกตัวอยู่กับคนจำนวนน้อยข้างบน แล้วก็ค่อยๆ ทอนลงมาข้างล่างตามลำดับ จนถึงคนส่วนใหญ่ข้างล่าง แทบไม่มีอำนาจอะไรในการกำหนดการไหลเวียนของข่าวสารข้อมูลเลย

2. การสร้างสภาวะการรู้เท่าทันสื่อ การกำกับดูแลการทำหน้าที่ของสื่อวิทยุโทรทัศน์เป็นความรับผิดชอบส่วนหนึ่งของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เพื่อให้ธุรกิจสื่อปฏิบัติหน้าที่ภายใต้กรอบกฎหมายและจริยธรรมการสื่อสารมวลชนในบรรทัดฐานเดียวกัน อย่างไรก็ตามแนวโน้มของสื่อในอนาคตที่มีจำนวนสูงขึ้นทำให้เป็นอุปสรรคต่อการดูแลอย่างทั่วถึง ส่งผลให้สื่อบางชนิดมีการแสดงออกถึงเนื้อหาและวิธีการนำเสนอที่ไม่เหมาะสม อีกทั้งยังประกอบไปด้วยปัจจัยต่างๆ ที่ยากต่อการควบคุม เช่น การแทรกแซงของกลุ่มทุนนิยม อิทธิพลของการเมือง และค่านิยมส่วนบุคคล เป็นต้น ส่งผลให้ผู้รับสารต้องมีภูมิคุ้มกันจากสื่อที่ไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของสังคม ด้วยวิธีการสร้าง “สภาวะการรู้เท่าทันสื่อ”

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (2555: 23) [10] ได้อธิบายว่า “รู้เท่าทันสื่อ” คือ ทักษะหรือความสามารถในการ “ใช้สื่ออย่างรู้ตัว” และ “ใช้สื่ออย่างตื่นตัว” “การรู้ตัว” หมายถึง สามารถตีความ วิเคราะห์ แยกแยะเนื้อหาสาระของสื่อและโต้ตอบกับมันอย่างมีสติและ รู้ตัว ไม่เพียงแค่วิเคราะห์เนื้อหาได้ แต่สามารถตั้งคำถามกลับว่าสื่อถูกสร้างขึ้นได้อย่างไร ควรเชื่อสื่อหรือไม่ ใครเป็นเจ้าของสื่อ ใครผลิต และผลิตภายใต้ข้อจำกัดใด มีค่านิยมความเชื่ออะไรที่แฝงมากับสื่อ นั้น เขาหวังผลอะไรจากเรากันแน่ “การตื่นตัว” หมายถึง แทนที่จะเป็นฝ่ายตั้งรับ ในฐานะที่เป็นพลเมืองที่กระตือรือร้น ต้องเป็นฝ่ายรุก แสวงหาข้อมูลเพิ่มเติม

เต็ม เข้าถึงข้อมูลข่าวสาร เข้าถึงสื่อที่หลากหลายและมีคุณภาพ สามารถส่งข้อมูลข่าวสาร ในหลากหลายรูปแบบด้วยตนเอง ใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ และมีส่วนร่วมที่จะพัฒนาสื่อต่างๆ ให้ดีขึ้น เช่น ท้องติงหรือร้องเรียนเมื่อพบสื่อที่ไม่เหมาะสม หรือการเรียกร้องสิทธิของผู้บริโภคสื่อ เป็นต้น

สาเหตุที่ผู้รับสารจำเป็นต้องรู้เท่าทันสื่อทั้งนี้เป็นเพราะว่า ข้อมูลข่าวสารที่ได้นำเสนอผ่านสื่อในปัจจุบันนี้มีจำนวนมาก เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับสารในด้านต่างๆ เช่น ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า การบริการ การเมือง การลงทุน และสังคม ซึ่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ จะมีผลโดยตรงต่อผู้รับสารทั้งในระยะสั้น เช่น หลังจากผู้บริโภคชมโฆษณาสินค้าแล้วเกิดพฤติกรรมซื้อทันที และในระยะยาว เช่น ผู้ชมฟังคำโฆษณาชวนเชื่อของพรรคการเมืองใดพรรคการเมืองหนึ่งอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดทัศนคติคล้อยตาม และเกิดความเชื่อด้านการเมืองตามคำโฆษณาดังกล่าว เป็นต้น และเมื่อผู้รับสารตกอยู่ในสภาวะคล้อยตามสื่ออย่างต่อเนื่องอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพตามมา เช่น เกิดการบริโภคนิยมที่เกินความจำเป็น หรือศรัทธาในพรรคการเมืองใดพรรคการเมืองหนึ่งอย่างไรเหตุผล และกล่าวโจมตีผู้อื่นที่มีความคิดเห็นต่างไปจากตน เป็นต้น ผู้รับสารจึงจำเป็นต้องมีสติปัญญาในการเลือกรับข้อมูลข่าวสาร ไตร่ตรอง และใช้วิจารณญาณในการพิจารณาประเด็นต่างๆ ที่สื่อได้นำเสนออย่างรอบคอบ ซึ่งผู้รู้เท่าทันสื่อจะมีความได้เปรียบกว่าผู้อื่น เพราะสามารถนำสารและข้อมูลที่ได้รับมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์กับตนได้ อีกทั้งยังสามารถควบคุมความเชื่อและพฤติกรรมของตนเองอย่างมีเหตุผล เช่น การไม่เชื่อสรรพคุณโอ้อวดของโฆษณา แต่จะพิจารณาจากคุณประโยชน์และความเหมาะสมกับผู้ใช้งาน

สมาคมเพื่อการเรียนรู้แห่งชาติของสหรัฐอเมริกาได้อธิบายว่า “สื่อ” คือ “สิ่งที่ถูกประกอบสร้างขึ้น” ซึ่งไม่ได้สะท้อนความจริงของโลกแบบเรียบง่ายอย่างตรงไปตรงมา แต่ทว่ามีผู้สรรสร้างขึ้นด้วยเทคนิคต่างๆ ให้ผู้รับสารเกิดจินตนาการหลังการรับชม เช่น มุกมุก ล้อๆ เทคนิคพิเศษ เสี่ยง เป็นต้น เพราะฉะนั้นวิธีการที่

จะช่วยให้รู้เท่าทันสื่อคือ “การรื้อถอน” เทคนิคดังกล่าวสามารถทำได้โดยการฝึก “ตั้งคำถาม” หรือเรียกอีกอย่างว่า “หลักการวิพากษ์” ในประเด็นต่างๆ ที่สื่อได้นำเสนอ โดยเริ่มจากข้อสงสัย ตั้งคำถาม ตั้งสมมุติฐาน พิสูจน์สมมุติฐาน และหาข้อสรุป เพื่อนำไปสู่สถานะการรู้เท่าทันสื่อ สอดคล้องกับคำอธิบายของ เทพชัย หย่อง (2556) [11] บรรณาธิการเครือเนชั่น ได้อธิบายว่า การปฏิรูปสื่อจะเกิดขึ้นไม่ได้ หากสังคมไม่ตื่นตัว ไม่รู้เท่าทัน ดังนั้นบทบาทที่สำคัญมากของสื่อมวลชนในทุกประเทศรวมทั้งประเทศไทยด้วย คือ การทำให้สังคมมีความตื่นตัว รู้เท่าทัน และนำไปสู่การมีส่วนร่วม สื่อมวลชนต้องสื่อสารกับประชาชนในเรื่องที่มีความสำคัญ เรื่องที่มีความหมายต่อสังคม นโยบายสาธารณะที่มีผลกระทบต่อสังคม ให้ประชาชนมีความเข้าใจในเรื่องเหล่านี้ได้แท้จริง

3. จัดตั้งหน่วยงานในการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจสื่อมวลชนที่มาจากพลังประชาชนและภาคสังคม ปัจจุบันหน่วยงานที่ทำหน้ากำกับดูแลและตรวจสอบการประกอบธุรกิจสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ให้อยู่ในกรอบจริยธรรมของการสื่อสารมวลชนนั้นคือ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. อย่างไรก็ตาม จากปัญหาและสถิติที่ผู้เขียนได้อธิบายไว้ข้างต้น เป็นภาพสะท้อนให้เห็นว่า กสทช.ยังไม่สามารถกำกับดูแลการทำหน้าที่ของสื่อที่เหมาะสมได้อย่างทั่วถึง จึงมีสถานีวิทยุและโทรทัศน์เป็นจำนวนมากที่เข้าข่ายการละเมิดกฎกติกาของสังคม อีกทั้ง การจัดตั้งหน่วยงานให้ทำหน้าที่ในการตรวจสอบการทำงานของสื่อขึ้นเพียงหน่วยงานเดียวยังมีความเสี่ยงต่อการเข้าแทรกแซงจากกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่างๆ ได้ง่าย ผู้เขียนจึงขอเสนอแนะว่า ควรมีการคัดเลือกตัวแทนจากภาคสังคมทุกภาคส่วนให้เข้ามาทำหน้าที่ร่วมกับ กสทช. ได้แก่ กลุ่มตัวแทนจากประชาชน กลุ่มตัวแทนจากนักวิชาการ (สื่อมวลชนและกฎหมาย) กลุ่มตัวแทนจากนักวิชาชีพ กลุ่มตัวแทนจากองค์กรวิชาชีพสื่อ และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากภาคส่วนต่างๆ เป็นต้น การเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาทำหน้าที่ในการตรวจสอบการทำงานของสื่อขึ้น เป็นการ

คัดเลือกจากกลุ่มตัวแทนที่มีความหลากหลาย ทั้งมุมมอง และสถานการณ์ของสังคม อีกทั้งยังช่วยลดการผูกขาดอำนาจและเป็นการกระจายอำนาจไปสู่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนอย่างเท่าเทียมกัน โดยเฉพาะตัวแทนจากภาคประชาชนที่อยู่ในฐานะของผู้ชมโดยตรง ซึ่งมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากเพื่อป้องกันการเอารัดเอาเปรียบจากสื่อที่ขาดจรรยาบรรณ นอกจากนี้เป็นผู้ชมแล้วประชาชนต้องเป็นผู้ตรวจสอบและผู้ประเมินการทำงาน สอดคล้องกับคำอธิบายของสุทธิชัย หยุ่น (2550) [12] ได้อธิบายว่า สถานีโทรทัศน์ในประเทศไทยควรมีการจัดตั้ง “สภาผู้ชม” ที่มาจากประชาชนคนไทยในการทำหน้าที่ตรวจสอบ และประเมินการทำงานของสื่ออย่างแท้จริง โดยสภาผู้ชมต้องมาจากตัวแทนของประชาชนผู้ชมในสาขาวิชาชีพต่างๆ และเป็นผู้ที่สามารถวิพากษ์วิจารณ์ผังรายการของสถานีได้อย่างเปิดกว้างและต่อเนื่อง

4. รัฐกับสื่อต้องปราศจากความสัมพันธ์กันในทุกประการ ปัจจุบันรัฐเป็นเจ้าของคลื่นความถี่สาธารณะทั้งหมดแต่เพียงผู้เดียว โดยรัฐสามารถนำคลื่นความถี่เหล่านั้นมาจัดสรรและประกอบกิจการเองหรือให้เอกชนเป็นผู้ดำเนินการ เช่น กองทัพบกเป็นเจ้าของและดำเนินการเองโดยสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 บริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน) เป็นเจ้าของและดำเนินการเองโดยสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ (ช่อง 9) และ กรมประชาสัมพันธ์เป็นเจ้าของและดำเนินการเองโดยสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) ในขณะที่ในอีกกรณี รัฐยังคงความเป็นเจ้าของ แต่ให้เอกชนเป็นผู้ดำเนินการ เช่น กองทัพบกเป็นเจ้าของแต่ให้บริษัทกรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ดำเนินงานโดยสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 บริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน) เป็นเจ้าของ แต่ให้ บริษัทบางกอก เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ดำเนินงานสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์ที่มีลักษณะพิเศษโดยไม่มีหน่วยงานใดเป็นเจ้าของแต่กสทช. ได้อนุญาตให้องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย เป็นผู้ดำเนินงานโดยสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (ThaiPBS) เมื่อพิจารณาจากลักษณะการดำเนินงานข้างต้นแล้วจะพบว่า

รัฐบาลมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับทุกสถานี โดยเฉพาะสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ และสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ที่รัฐเข้ามากำกับเองอย่างเต็มรูปแบบ ส่วนสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ถึงแม้ว่าจะมีลักษณะพิเศษโดยรัฐไม่ได้เป็นเจ้าของ แต่สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสเป็นประเภทโทรทัศน์สาธารณะที่มีข้อจำกัดเรื่องการโฆษณา ทำให้ต้องพึ่งพิงรายได้จากภาษีสุราและบุหรี่จากกรมสรรพสามิตส่งผลให้อาจมีความเสี่ยงที่รัฐจะเข้าแทรกแซงการดำเนินงานได้

รัฐกับสื่อจึงควรปราศจากความสัมพันธ์กันในทุกด้านที่จะก่อให้เกิดผลประโยชน์ในด้านใดด้านหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นผู้อุปถัมภ์รายการ ผู้ให้สัมปทาน และการดำเนินงานโดยรัฐเอง เพื่อให้สื่อเป็นอิสระสามารถดำเนินงานภายใต้กรอบจริยธรรมสื่อสารมวลชนอย่างเคร่งครัด กล้าที่จะวิพากษ์การทำงานของรัฐบาลอย่างตรงไปตรงบนพื้นฐานของความจริง เพราะสื่อมีหน้าที่ในการตรวจสอบการทำงานของรัฐบาลแล้วนำเสนอให้ประชาชนได้รับทราบ หากสื่อกับรัฐมีความสัมพันธ์ที่เกื้อกูลกัน สื่อก็จะเป็นเพียงกระบอกเสียงของรัฐที่ทำหน้าที่ในการรายงานข้อมูลข่าวสารอันจะก่อให้เกิดการส่งเสริมภาพลักษณ์ของรัฐบาลให้ดีขึ้นเพียงด้านเดียว กลไกการตรวจสอบความจริงก็จะไม่เกิดขึ้น เพราะรัฐได้เข้ามามีบทบาทและอิทธิพลในการทำงานของสื่อ สอดคล้องกับคำอธิบายของทรงพร ศรีสุวรรณ (2552) [13] ได้อธิบายว่า การแทรกแซงสื่อของรัฐเป็นวัฏวนทางการเมือง รัฐบาลเกือบทุกยุคทุกสมัยที่ผ่านมาพยายามที่จะเข้าไปแทรกแซง หวังใช้สื่อของรัฐโฆษณาผลงานเป็นเครื่องมือทางการเมือง รวมทั้งเข้าไปแสวงหาผลประโยชน์ของตนเองและพวกพ้อง ขณะที่สื่อของรัฐไม่ค่อยจะมีปากมีเสียง ต้องยอมรับแรงกดดันจากกลุ่มนักการเมือง เพราะหากออกอาการไม่พอใจ หรือไม่สนองนโยบาย ผลสุดท้ายอาจจะส่งผลต่อตำแหน่งหน้าที่การงานได้ หากรัฐบาลต้องการให้สื่อของรัฐปลอดจากการถูกแทรกแซง ก็ต้องทำให้สื่อของรัฐเป็นองค์การอิสระ

## สรุป

ในอดีตจนถึงปัจจุบันการดำเนินงานของสื่อมวลชนไทย ยังมีลักษณะเป็นธุรกิจที่มุ่งหวังผลประโยชน์ประกอบเป็นสำคัญ โดยขาดการใส่ใจกับมวลชนในฐานะผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารและไม่คำนึงถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสังคม ที่ผ่านมามีข้อบกพร่องในการปฏิบัติหน้าที่หลายประการ อาทิ การโฆษณาเกินจริง การนำเสนอเนื้อหาที่มีความรุนแรงและสร้างความแตกแยก รวมทั้งการแทรกแซงจากกลุ่มผู้มีอิทธิพล เป็นต้น ซึ่งเป็นภาพสะท้อนที่แสดงให้เห็นว่า หน่วยงานผู้รับผิดชอบยังไม่สามารถตรวจสอบและกำกับดูแลได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยิ่งในปัจจุบันสื่อได้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น การเข้ามามีบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ และการกำเนิดขึ้นของโทรทัศน์ดิจิทัล ทำให้การกำกับดูแลเป็นสิ่งที่ยากขึ้นกว่าเดิม

26

ด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงถึงเวลาที่สื่อมวลชนไทยควรมีการปฏิรูปสื่อ โดยให้ทุกภาคส่วนโดยเฉพาะมวลชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของสื่อ กลไกการตรวจสอบ เสนอแนะ และวิพากษ์วิจารณ์ได้อย่างทัดเทียมกัน รวมทั้งมุ่งหวังให้เกิดคุณประโยชน์ต่อสาธารณะในสังคมอย่างแท้จริง ด้วยวิธีการสนับสนุนให้เกิดนิติฐานะที่มาจากการทำหน้าที่ของมวลชน การสร้างสภาวะการรู้เท่าทันสื่อ จัดตั้งหน่วยงานในการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจสื่อมวลชนที่มาจากพลังประชาชนและภาคสังคม และรัฐกับสื่อต้องปราศจากความสัมพันธ์กันในทุกประการ



## รายการอ้างอิง

[1] กลุ่มงานรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (2555) 100 **เรื่องน่ารู้ ผู้บริโภคสื่อวิทยุโทรทัศน์**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: [http://www.thaibja.org/thaibja/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1597%3A100---&catid=37%3Aats&Itemid=95&lang=en](http://www.thaibja.org/thaibja/index.php?option=com_content&view=article&id=1597%3A100---&catid=37%3Aats&Itemid=95&lang=en) (สืบค้นข้อมูล: 13 พฤศจิกายน 2556)

[2] สุภิญญา กลางณรงค์ (2556) **ThaiPBS ทำ MOU กสทช.ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล หนุนกลุ่มคนพิการ เข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ขณะดูโทรทัศน์ได้มากขึ้น เริ่มชมได้ พ.ค.56**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://patnews.wordpress.com/2013/03/29/1531/> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 19 ตุลาคม 2556)

[3] นียดา เกียรติยิ่งอังศุลี (2556) **สช.เจาะประเด็น สานพลังสยบปัญหาโฆษณาผิดกฎหมายของยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.healthstation.in.th/action/viewvideo/2292/> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 1 พฤศจิกายน 2556)

[4] อรพรรณ ศรีสุขวัฒนา (2556) **สช.เจาะประเด็น สานพลังสยบปัญหาโฆษณาผิดกฎหมายของยา อาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพ**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.healthstation.in.th/action/viewvideo/2292/> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 1 พฤศจิกายน 2556)

[5] องค์การอาหารและยา (2555) **การโฆษณาขายยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพผ่านสื่อทีวีและวิทยุท้องถิ่น**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.bangkokbiznews.com/home/> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 6 กุมภาพันธ์ 2556)

[6] บุญเลิศ ศชายุทธเดช (2555) **สงครามสื่อ สงครามกลางเมือง**. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แสงดาว. หน้า 5-6

[7] รุจน์ โกมลบุตร (2556) รุจน์ โกมลบุตร : 10 **วิธีแทรกแซงสื่อสมัยรัฐบาลยิ่งลักษณ์**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.isranews.org/isranews-article/item/23858-ruj.html> (วันที่สืบค้นข้อมูล: วันที่สืบค้น 3 พฤศจิกายน 2556)

[8] สุวรรณนา สมบัติรักษาสุข (2556) **พลังพลเมืองปฏิรูปสื่อพลังสื่อปฏิรูปประเทศ**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.mediamonitor.in.th/main/knowledge/2011-06-21-07-08-27/2052-%E0%B8%9E%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%9E%E0%B8%A5%E0%B9%80%E0%B8%A1%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%9B%E0%B8%8F%E0%B8%B4%E0%B8%A3%E0%B8%B9%E0%B8%9B%E0%B8%AA%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%9E%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%AA%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%9B%E0%B8%8F%E0%B8%B4%E0%B8%A3%E0%B8%B9%E0%B8%9B%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%A8.html> (วันที่สืบค้นข้อมูล: วันที่สืบค้น 9 เมษายน 2557)

[9] นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2553) **ปฏิรูปสื่อ (1)**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: [http://www.matichon.co.th/news\\_detail.php?newsid=1281946373&catid=02](http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1281946373&catid=02) (วันที่สืบค้นข้อมูล: วันที่สืบค้น 3 พฤศจิกายน 2556)

[10] คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (2555) 100 **เรื่องน่ารู้ ผู้บริโภคสื่อ-วิทยุโทรทัศน์**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: [http://www.thaibja.org/thaibja/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1597%3A100---&catid=37%3A&Itemid=95&lang=en](http://www.thaibja.org/thaibja/index.php?option=com_content&view=article&id=1597%3A100---&catid=37%3A&Itemid=95&lang=en) (วันที่สืบค้นข้อมูล: วันที่สืบค้น 13 พฤศจิกายน 2556)

[11] เทพชัย หย่อง (2556) **พลังพลเมืองปฏิรูปสื่อพลังสื่อปฏิรูปประเทศ.** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://mediamonitor.in.th/> (วันที่สืบค้นข้อมูล: วันที่สืบค้น 3 พฤศจิกายน 2556)

[12] สุทธิชัย หยุ่น (2550) **หัวใจของทีวีสถาการณ์คือสภาผู้ชมทั่วประเทศ.** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.oknation.net/blog/print.php?id=11224> (วันที่สืบค้นข้อมูล: วันที่สืบค้น 5 พฤศจิกายน 2556)

[13] ทวงพร ศรีสุวรรณ (2552) **ปฏิรูปสื่อ.** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: [http://www.thaibja.org/thai\\_bja/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1211%3Arm&catid=18%3Ass&Itemid=94&lang=en](http://www.thaibja.org/thai_bja/index.php?option=com_content&view=article&id=1211%3Arm&catid=18%3Ass&Itemid=94&lang=en) (วันที่สืบค้นข้อมูล: วันที่สืบค้น 7 พฤศจิกายน 2556)