รายงานผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ
เกี่ยวกับแนวทางและกลไกการกำกับดูแลที่เหมาะสม
สำหรับประเทศไทย

(สรุปเนื้อหาและข้อเสนอแนะจากเวทีสัมมนาเชิงปฏิบัติการ
ในโครงการการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐาน
ทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียง
และกิจการโทรทัศน์ ปี พ.ศ. 2556)

เสนอต่อ

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

2556

รายงานผลการศึกษาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางและกลไกการกำกับดูแลที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย

(สรุปเนื้อหาและข้อเสนอแนะจากเวทีสัมมนาเชิงปฏิบัติการ
ในโครงการการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทาง
จริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียง
และกิจการโทรทัศน์ ปี พ.ศ. 2556)

เสนอต่อ
คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
2556

คำนำ

พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 มาตรา 27 (18) ประกอบกับ พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา39 กำหนดให้ กสทช. มีอำนาจหน้าที่ในการส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้รับใบอนุญาต ผู้ผลิตรายการ และผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เป็นองค์กรในรูปแบบต่างๆ เพื่อทำหน้าที่จัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบอาชีพและวิชาชีพ ตลอดจนควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพกันเองภายใต้มาตรฐานทางจริยธรรม เพื่อนำไปสู่การเป็นสื่อมวลชนที่ทำหน้าที่อย่างมีมาตรฐานนำเสนอข่าวสารที่เที่ยงตรงและคำนึงถึงคุณธรรมและจริยธรรมต่อไป

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ได้รับมอบหมายให้ทำการศึกษาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางและกลไกการกำกับดูแลที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทยภายใต้โครงการการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ปี พ.ศ. 2556 ซึ่งมีวัตถุประสงค์สำคัญในการศึกษาสี่ประการ ได้แก่ ประการที่หนึ่ง ศึกษาสถานการณ์ปัญหาด้านจริยธรรมของสื่อในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในปัจจุบัน ประการที่สอง ศึกษาแนวทางและกลไกการกำกับกันเองในต่างประเทศ กรณีศึกษา ประเทศอังกฤษ ออสเตรเลีย กลุ่มประเทศอาเซียน ประการที่สาม ศึกษาแนวทางและกลไกการกำกับกันเองที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย และประการสุดท้าย คือ ศึกษาแนวปฏิบัติในการนำเสนอรายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการจัดทำ (ร่าง) คู่มือมาตรฐานจริยธรรมและการกำกับดูแลกันเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (Guideline for Broadcasting Self-regulation)

ในการศึกษาครั้งนี้มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ได้รับความร่วมมือจากหลายภาคส่วนเป็นอย่างดี อาทิเช่น องค์กรวิชาชีพ ผู้ประกอบกิจการสื่อ ภาคประชาสังคม นักวิชาการ ตลอดจนผู้ทรงคุณวุฒิ ในการให้ข้อมูล ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะต่างๆ เกี่ยวกับการพัฒนามาตรฐานจริยธรรมและกลไกการกำกับดูแลกันเอง

นอกจากนี้ยังได้รับความร่วมมือจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราชและมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เป็นภาคีเครือข่ายในการจัดเวทีสัมมนาเชิงปฏิบัติการแนวปฏิบัติในการกำกับดูแลกันเองในภาคอีสานและภาคใต้ซึ่งประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี ทางมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์หวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานการศึกษาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางและกลไกการกำกับดูแลที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทยฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์และเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมให้เกิดกลไกการกำกับกันเองต่อไปและหากมีข้อผิดพลาดประการใดต้องขออภัยเป็นอย่างสูง

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

ธันวาคม 2556

สารบัญ

		หน้า
คำนำ		ก
สารบัญ		ข
สารบัญตาราง		ง
สารบัญภาพ		จ
บทที่		
1	**บทนำ**	1
	1.1 บทบาทหน้าที่ของสำนักงาน กสทช. ในการกำกับดูแลในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์	1
	1.2 สถานการณ์ด้านการกำกับดูแลในประเทศไทย	3
	1.3 วัตถุประสงค์ในการศึกษา	7
	1.4 วิธีการศึกษา รวบรวมข้อมูล	8
	1.5 ขั้นตอนการศึกษา	10
2	**ผลการศึกษา**	11
	2.1 ผลการศึกษาสถานการณ์ปัญหาด้านจริยธรรมของสื่อในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในปัจจุบัน	11
	2.2 ผลการศึกษาแนวทางและกลไกการกำกับกันเองในต่างประเทศ กรณีศึกษา ประเทศอังกฤษ ออสเตรเลีย กลุ่มประเทศอาเซียน	14
	2.3 ผลการศึกษาแนวทางและกลไกการกำกับกันเองที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย	36
	2.3.1 รูปแบบการกำกับดูแลที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย	37
	2.3.2 แนวทางและกลไกในการกำกับดูแลที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย	39
	1) การดำเนินงานเพื่อให้เกิดการกำกับดูแลกันเอง	39
	2) รูปแบบการรวมกลุ่มที่เหมาะสม	39
	3) มาตรฐานจริยธรรมขั้นต่ำในการประกอบวิชาชีพ	45
	4) กระบวนการรับและแก้ไขเรื่องร้องเรียน	51

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
	2.4 ผลการศึกษาแนวปฏิบัติในการนำเสนอรายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ กรณีศึกษา รายการข่าว รายการโฆษณาและรายการละคร	62
	2.4.1 10 ข้อที่ “ควร” และ “ไม่ควร”ในการนำเสนอรายการข่าว	62
	2.4.2 10 ข้อที่ “ควร” และ “ไม่ควร” ในการนำเสนอรายการโฆษณา	63
	2.4.3 7 ข้อที่ “ควร” และ “ไม่ควร” ในการนำเสนอรายการละคร	64
3	**ข้อเสนอแนะแนวทางและกลไกการกำกับกันเอง**	66
	3.1 ข้อเสนอแนะด้านกลไกการกำกับดูแลกันเองและจรรยาบรรณวิชาชีพ	66
	3.2 ข้อเสนอแนะด้านกำกับดูแลโดยกฎหมาย	67
	3.3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรวมกลุ่ม	67
	3.4 ข้อเสนอแนะต่อการสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้บริโภค	68
	3.5 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	68
บรรณานุกรม		69
คณะผู้จัดทำ		71
ภาคผนวก		73
	รายชื่อองค์กรวิชาชีพสื่อที่เข้าร่วมโครงการ	74

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	กรณีศึกษาการร้องเรียนเกี่ยวกับโฆษณาในประเทศอังกฤษ	19
2	กรณีศึกษาการร้องเรียนเกี่ยวกับโฆษณาในประเทศออสเตรเลีย	24
3	กรณีศึกษาการร้องเรียนเกี่ยวกับโฆษณา รายการข่าวและรายการโทรทัศน์ในประเทศต่างๆ แถบภูมิภาคอาเซียน	30
4	สรุปการเปรียบเทียบแนวทางการกำกับดูแลในแต่ละประเทศ	33
5	สรุปรูปแบบการรวมกลุ่มเพื่อกำกับกันเองจำแนกตามรายภาค	44
6	สรุปข้อเสนอแนะเพิ่มเติมมาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพขั้นต่ำจำแนกตามรายภาค	48

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	องค์ประกอบของกำกับดูแลกันเอง	39
2	องค์กรสหพันธ์ สมาพันธ์ และสภาวิชาชีพกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์จำแนกตามเขตพื้นที่ระดับภาค	40
3	องค์กรสหพันธ์ สมาพันธ์ และสภาวิชาชีพกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ จำแนกตามประเภทของกิจการ	41
4	แนวทางของกระบวนการรับและแก้ไขเรื่องร้องเรียน	54
5	แนวทางในการกับดูแลร่วมกัน (Co-regulation) ในบริบทของประเทศไทย	59

บทที่ 1
บทนำ

1.1 บทบาทหน้าที่ของสำนักงาน กสทช. ในการกำกับดูแลในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้รับพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 เพื่อทำหน้าที่ดำเนินการจัดสรรคลื่นความถี่และดูแลกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมโดยเริ่มปฏิบัติหน้าที่เมื่อวันที่ 7 ตุลาคม พ.ศ. 2554 เป็นต้นมา บทบาทหน้าที่หลักของสำนักงาน กสทช. ที่ต้องรับผิดชอบในปัจจุบันนั้นมี 3 ส่วนสำคัญ คือ 1) การจัดทำแผนแม่บทบริหารคลื่นความถี่และจัดสรรคลื่นความถี่ 2) การพิจารณาออกใบอนุญาตและกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับบริการที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ รวดเร็ว ถูกต้อง และเป็นธรรม และ 3) ส่งเสริมการรวมกลุ่มของของผู้รับใบอนุญาต ผู้ผลิตรายการ และผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เป็นองค์กรในรูปแบบต่างๆ เพื่อทำหน้าที่จัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพและการควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพกันเองภายใต้มาตรฐานทางจริยธรรม

ในปี 2555 ถือเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญของ กสทช. ในการวางรากฐานเพื่อการพัฒนา เห็นได้จากการจัดทำและประกาศใช้แผนแม่บท 3 ฉบับ คือ แผนแม่บทการบริหารคลื่นความถี่และตารางกำหนดคลื่นความถี่แห่งชาติ พ.ศ. 2555 แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555-2559) และแผนแม่บทกิจการโทรคมนาคมฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555-2559) เพื่อนำไปใช้เป็นเครื่องมือและกลไกในการกำกับดูแลกิจการวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมของประเทศไทยอย่างเต็มรูปแบบ หลังจากมีผลบังคับใช้ กสทช. ได้พัฒนาปรับปรุงกำหนดหลักเกณฑ์กฎกติกาต่างๆ เพื่อวางรากฐานในการพัฒนากิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ของประเทศเช่นการกำหนดลักษณะและประเภทของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์หลักเกณฑ์การอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เพื่อการทดลองหรือทดสอบเป็นการชั่วคราวเป็นต้นและที่สำคัญได้จัดทำประกาศหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการเปลี่ยนระบบการรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์เป็นระบบดิจิตอล (Digital TV) แล้วเสร็จในปี 2555 จำนวน 4 ฉบับ นอกจากนั้นได้ส่งเสริมการสร้างมาตรฐานการประกอบกิจการด้านเนื้อหาส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้รับใบอนุญาตผู้ผลิตรายการและผู้ประกอบวิชาชีพ

สื่อสารมวลชน ตลอดจนพัฒนาบุคลากรเพื่อให้สามารถดำเนินการได้อย่างมีคุณภาพ ส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันกันอย่างเสรีและเป็นธรรม รวมถึงการให้ความสำคัญต่อการคุ้มครองผู้บริโภคไม่ให้ถูกเอารัดเอาเปรียบโดยสนับสนุนให้ประชาชนสามารถเข้าถึงสื่อได้อย่างทั่วถึง (ธเรศ ปุณศรี. ในรายงานผลการปฏิบัติการ กสทช. ประจำปี 2555)

สำหรับการบริหารงานในส่วนของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์หลังจากที่แผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555–2559) ประกาศในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 4 เมษายน พ.ศ. 2555 คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) ได้ดำเนินการตามพันธกิจและเป้าประสงค์ของแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์โดยได้มีการดำเนินการออกประกาศหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในด้านต่างๆ หลายฉบับ อาทิ ด้านการอนุญาตด้านการกำกับดูแลและด้านการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบดิจิตอลซึ่งในปี พ.ศ. 2555 มีประกาศที่มีผลบังคับใช้รวมแล้วทั้งสิ้น 19 ฉบับ

ด้านการอนุญาตประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ กสท. ได้เตรียมความพร้อมของผู้ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงเพื่อเข้าสู่ระบบการออกใบอนุญาตตามประเภทต่างๆ ที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 โดยเปิดให้มีการยื่นคำขอทดลองประกอบกิจการกระจายเสียงรวมถึงให้ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ทั้งกิจการเคเบิลทีวีและโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมสามารถยื่นขอรับใบอนุญาตเพื่อให้สามารถประกอบกิจการได้ภายใต้กรอบที่กฎหมายกำหนดนอกจากนี้ในส่วนของการกำกับดูแลนั้น กสท. ได้มุ่งเน้นในเรื่องการสร้างมาตรฐานการประกอบกิจการด้านเนื้อหาให้มีคุณภาพและเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะอย่างสูงสุด ตลอดจนการดำเนินการเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียนต่างๆ ทั้งในด้านการให้บริการการโฆษณาด้านผังรายการและเนื้อหารายการการรบกวนการใช้คลื่นและสถานีที่ไม่ได้รับอนุญาต โดยมีการออกประกาศเพื่อสร้างหลักประกันให้ประชาชนสามารถได้รับบริการอย่างทั่วถึงและเสมอภาค นอกจากนี้ยังมีการสร้างมาตรการป้องกันมิให้ผู้ประกอบกิจการกระทำการใดๆ อันเป็นการขัดขวางหรือแทรกแซงการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน พร้อมทั้งได้จัดเวทีสัมมนาเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจให้กับกลุ่มผู้ประกอบการ ส่วนการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบการรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ในระบบดิจิตอลนั้น กสท. ได้กำหนดกรอบนโยบายแนวทางและกรอบเวลาในการเปลี่ยนผ่านและได้ทำการศึกษาร่วมมือและประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ โดยมีโครงการ Roadmap on Transition from Analogue to Digital Terrestrial Television Broadcasting ซึ่งเป็นการศึกษาร่วมกับผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศและจัดทำความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ในปี พ.ศ. 2556 กสท. ได้ดำเนินการสานต่อในเรื่องการพิจารณาอนุญาตและการกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์การคุ้มครองผู้บริโภค การส่งเสริมสิทธิเสรีภาพในการสื่อสารการพัฒนาคุณภาพการประกอบกิจการ การเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบดิจิตอลและแนวทางการพัฒนาระบบการบริหารจัดการเพื่อไปสู่องค์กรกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายและยุทธศาสตร์ทั้ง 7 ที่กำหนดในแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555–2559) อย่างต่อเนื่องซึ่งประกอบไปด้วย 1) ยุทธศาสตร์การอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่และการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ 2) ยุทธศาสตร์การกำกับดูแลการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ 3) ยุทธศาสตร์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ 4) ยุทธศาสตร์การส่งเสริมสิทธิเสรีภาพในการสื่อสาร 5) ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพการประกอบกิจการ 6) ยุทธศาสตร์การเปลี่ยนผ่านไปสู่การรับส่งสัญญาณวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ในระบบดิจิตอล 7) ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบบริหารจัดการเพื่อไปสู่องค์กรกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ (นที ศกุลรัตน์. ในรายงานผลการปฏิบัติการ กสทช. ประจำปี 2555)

1.2 สถานการณ์ด้านการกำกับดูแลในประเทศไทย

พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 มาตรา 27 (18) ประกอบกับพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 39 กำหนดให้ กสทช. มีอำนาจหน้าที่ในการส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้รับใบอนุญาต ผู้ผลิตรายการ และผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เป็นองค์กรในรูปแบบต่างๆ เพื่อทำหน้าที่จัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบอาชีพและวิชาชีพ ตลอดจนควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพกันเองภายใต้มาตรฐานทางจริยธรรม และการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมควรคำนึงถึงเรื่องการได้รับข้อมูลข่าวสารสาธารณะของประชาชนและการคุ้มครองผู้บริโภคจากการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ รวมทั้งการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของผู้ประกอบอาชีพและวิชาชีพขององค์กร ทั้งนี้การควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพขององค์กรดังกล่าว จำเป็นต้องให้แต่ละองค์กรจัดตั้งคณะกรรมการการควบคุมจริยธรรมขึ้น โดยเน้นให้มีองค์ประกอบและควรคำนึงถึงสัดส่วนที่เหมาะสมระหว่างผู้ประกอบอาชีพและวิชาชีพ นักวิชาการ และผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกด้วย

สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อการรับรู้และทัศนคติของคนในสังคมและยังเป็นสื่อที่คนในสังคมให้ความนิยมอยู่เป็นจำนวนมาก จากผลการสำรวจของบริษัท AGB Nielsen Media Research ในปี พ.ศ. 2555 พบว่า ประชากรไทยจำนวน 92.8 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 98 ของ

ประชากรไทยทั้งหมด รับชมโทรทัศน์ผ่าน 3 ช่องทางหลัก คือ 1) โทรทัศน์ระบบภาคพื้นดิน 2) ระบบเคเบิลทีวี 3) ระบบโทรทัศน์ดาวเทียม ดังนั้นการกำกับดูแลและส่งเสริมให้ผู้ประกอบกิจการนำเสนอเนื้อหาที่มีมาตรฐานและอยู่บนฐานของจริยธรรม ตลอดจนความรับผิดชอบต่อสังคมจึงเป็นบทบาทหน้าที่ที่สำคัญขององค์กรกำกับดูแลกิจการประเภทนี้

แนวทางการกำกับดูแลสื่อในปัจจุบันที่พบจะมีอยู่ 4 รูปแบบ คือ 1. การกำกับดูแลกันเอง Self-regulation ซึ่งอำนาจในการกำกับดูแลอยู่ที่ผู้ประกอบการทั้งหมด 2. การกำกับดูแลโดยเสมือน Quasi-regulation เป็นรูปแบบที่ภาครัฐพยายามเข้ามามีอิทธิพลในการกำกับดูแล โดยประสงค์ให้ผู้ประกอบการยอมรับและปฏิบัติตามกฎหมายหรือนโยบายของรัฐ แต่ภาครัฐไม่ได้ใช้อำนาจโดยตรง เช่น คำแนะนำ ข้อสังเกต หรือแผนการหรือข้อตกลงระหว่างรัฐบาลและภาคเอกชนในเรื่องหนึ่งเรื่องใด เพื่อให้กฎหมายบังเกิดผล (ธรรมนิตย์ สุมันตกุล, ออนไลน์. 2548) 3. การกำกับดูแลร่วมกัน (Co-regulation) การกำกับดูแลกันเองของผู้ประกอบการ โดยที่รัฐให้อำนาจบางส่วนและมีมาตรการรองรับในการกำกับดูแล (A regulatory backstop) หากการกำกับดูแลกันเองล้มเหลว และ 4. การกำกับดูแลโดยตรงจากภาครัฐ (Explicitor direct government regulation) รัฐเข้ามาสั่งการควบคุมได้โดยตรง ส่วนกรอบการกำกับดูแลเนื้อหาในกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์โดยหลักๆ นั้นจะประกอบไปด้วย การควบคุมเนื้อหาที่ผิดกฎหมายและเนื้อหาที่เป็นอันตราย รวมทั้งส่งเสริมเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ในทางกฎหมายตามมาตรา 39 องค์ประกอบการกำกับดูแลประกอบด้วย ระบอบการกำกับดูแล 3 รูปแบบ กำกับดูแลโดยรัฐ กำกับดูแลตนเอง กำกับดูแลกันเอง ซึ่งทุกประเทศจะใช้ผสมผสานกัน ยังไม่มีระบอบใดระบอบหนึ่งเป็นหลัก นอกจากนี้ยังมีเครื่องมือที่ใช้ในการกำกับที่หลากหลาย เช่น การจัดระดับความเหมาะสมของเนื้อหา (Content rating) การแบ่งช่วงเวลาการนำเสนอ (Time zone) เป็นต้น และในอนาคตที่กำลังจะก้าวสู่ยุคดิจิตอล ก็มีเทคโนโลยีกลั่นกรองเนื้อหาได้ เช่น ผ่านกล่องรับสัญญาณซึ่งจะมีตัวบ่งชี้ลักษณะเนื้อหา (Content descriptor) คอยกลั่นกรอง นอกจากนี้ยังมีเครื่องมืออื่นๆ เช่น ส่งเสริมความรู้เท่าทันสื่อให้ข้อมูลและการศึกษา เพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งกับภาคประชาชนในการรับสื่อเป็นต้น (พิรงรอง รามสูต, 2556) สำหรับการกำกับดูแลมาตรฐานเนื้อหาสื่อในประเทศไทยนั้น สามารถดำเนินการได้หลายวิธี ตั้งแต่การกำหนดหลักเกณฑ์เพื่อใช้บังคับ การกำกับดูแลกันเองขององค์กรวิชาชีพ (Self-regulation) ไปจนถึงการกำกับดูแลร่วมกันระหว่างองค์กรกำกับดูแลกับผู้ประกอบการ (Co-regulation)

บทวิเคราะห์ในรายงานการศึกษาโครงการจัดทำฐานข้อมูลองค์กรวิชาชีพและทบทวนบทเรียนการควบคุมกันเองด้านจริยธรรมขององค์กรวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ไทย ในปี พ.ศ. 2556 โดยคณะผู้วิจัยจากศูนย์ศึกษานโยบายสื่อ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า ปัจจุบันกลไกการกำกับดูแลกันเองในประเทศไทยทั้งในระดับองค์กรวิชาชีพ ระดับสภา สหพันธ์

และสมาคมยังคงมีอยู่ ซึ่งในระดับองค์กรวิชาชีพ ส่วนหนึ่งใช้มาตรฐานทางจริยธรรม โดยมุ่งเน้นจริยธรรมด้านเนื้อหาที่กว้าง ครอบคลุมเรื่องของ 1) จริยธรรมวิชาชีพผู้สื่อข่าว 2) การปกป้องเด็กและเยาวชนจากเนื้อหาที่มีความเสี่ยง 3) โฆษณาเกินจริง ผิดกฎหมาย ไร้จริยธรรม 4) การคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคลข้อมูลส่วนบุคคล 5) สิทธิมนุษยชนและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และ 6) การสื่อสารที่สร้างความเกลียดชัง นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิให้เพิ่มเติมกลไกการกำกับดูแลอีก 2 ข้อ ได้แก่ 1) การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับทราบถึงผลการวินิจฉัยและลงโทษอย่างกว้างขวางแพร่หลาย 2) ควรมีการเผยแพร่ความรู้ให้ประชาชนได้รับทราบถึงสิทธิของผู้รับสารที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพ (สุวรรณ สมบัติรักษาสุข, สัมภาษณ์. 2556)

ส่วนองค์กร สหพันธ์ สมาพันธ์ สมาคม และสภาวิชาชีพด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ถึงแม้จะมีบทบาทหลักในการกำกับดูแลด้านจริยธรรมระหว่างสมาชิกที่เป็นสมาคมหรือระดับองค์กรสื่อและได้ดำเนินการตามแนวทางการกำกับดูแลกันเองไปบ้างแล้วในระดับหนึ่ง แต่ก็ยังพบว่าในการดำเนินการมีความหลากหลายอยู่ค่อนข้างมาก การรวมตัวเป็นองค์กรวิชาชีพเป็นไปเพื่อความอยู่รอดในการประกอบกิจการทางธุรกิจมากกว่าการยึดมั่นในอุดมการณ์ทางจริยธรรม หลายองค์กรขาดองค์ประกอบอย่างครบถ้วน ขาดกลไก หรือมีกลไกการบังคับใช้มาตรฐานจริยธรรมขององค์กรวิชาชีพที่ยังไม่มีประสิทธิภาพ ไม่สามารถดำเนินการตามกลไกที่กำหนดไว้ได้อย่างแท้จริง

จากการศึกษาบทเรียนด้านการกำกับดูแลกันเองของกลุ่มองค์กรวิชาชีพที่ผ่านมา พบปัญหาและอุปสรรคสำคัญที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการกำกับดูแลกันเอง 4 อันดับ คือ อันดับแรกองค์กรวิชาชีพขาดอำนาจในการให้คุณให้โทษแก่สมาชิกและการบังคับใช้มาตรฐานจริยธรรมที่ขาดประสิทธิภาพ อันดับ 2 องค์กรวิชาชีพขาดงบประมาณในการขับเคลื่อนกลไกการกำกับดูแลกันเอง อันดับ 3 ปัญหาเกี่ยวกับสมาชิกขององค์กรวิชาชีพที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่ยอมรับฟังซึ่งกันและกัน คำนึงถึงผลประโยชน์มากกว่าคุณธรรมจริยธรรม อันดับ 4 องค์กรวิชาชีพขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการกำกับดูแลกันเองและไม่ได้รับความร่วมมือจากภาคส่วนอื่นที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม นอกจากนี้ ผลการศึกษาเกี่ยวกับการกำกับดูแลกันเองขององค์กรวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทยเรื่องช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนนั้น ยังพบอีกว่า องค์กรวิชาชีพส่วนใหญ่จะมีช่องทางรับเรื่องร้องเรียนที่เป็นทางการ ส่วนในระดับท้องถิ่นจะใช้ช่องทางแบบไม่เป็นทางการมากกว่า และในภาพรวมยังขาดการประชาสัมพันธ์ให้กับประชาชนได้รับรู้ถึงช่องทางในการร้องเรียน อันจะส่งผลให้การกำกับดูแลกันเองขาดประสิทธิภาพหรือไม่สามารถเป็นไปตามเป้าหมายการดำเนินงานที่ได้วางไว้

ปัญหาอุปสรรคที่พบดังกล่าวได้นำไปสู่การเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงของกลุ่มองค์กรวิชาชีพเพื่อให้กลไกการกำกับดูแลกันเองมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยให้แนวทางไว้ คือ 1) บทบาทขององค์กร

วิชาชีพที่ควรให้ความสำคัญเรื่องมาตรฐานจริยธรรมและการกำกับดูแลกันเองมากขึ้น ควรมีช่องทางในการรับเรื่องร้องเรียนจากประชาชนหรือผู้ฟัง มีกฎเกณฑ์ที่ชัดเจนในทางปฏิบัติและเป็นมาตรฐานในการกำกับกันเองตลอดจนมีมาตรการการลงโทษที่ชัดเจน คณะกรรมการสมาคมต้องเข้มแข็งมุ่งเน้นผลประโยชน์ของสังคมประเทศชาติเป็นหลัก ส่วนสมาชิกควรได้รับการส่งเสริมให้มีจิตสำนึกและตระหนักในการทำหน้าที่สื่อที่รับผิดชอบต่อสังคม 2) กสทช. ควรเป็นองค์กรกลางระหว่างผู้ประกอบการวิชาชีพกับเครือข่ายผู้บริโภคในการประสานความร่วมมือและเสริมหนุนการมีส่วนร่วมของทั้งสองภาคส่วนในกระบวนการกำกับดูแลกันเอง ส่งเสริมและพัฒนาความรู้แก่องค์กรวิชาชีพและสมาชิก ตลอดจนสนับสนุนงบประมาณเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งองค์กรวิชาชีพในการทำงานร่วมกับสมาชิกและปฏิบัติงานในการกำกับดูแลกันเองได้จริงโดยเฉพาะการบริหารจัดการเรื่องร้องเรียน 3) กสทช. ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมจากผู้ชมผู้ฟังนักวิชาการและภาคส่วนอื่นๆ 4) กสทช. ควรสร้างแรงจูงใจในการเข้าสู่กลไกการกำกับดูแลกันเองเช่นความเป็นอิสระขององค์กรวิชาชีพ โดยไม่ถูกแทรกแซงหรืออยู่ภายใต้การควบคุมจากภาครัฐ สร้างความแตกต่างระหว่างผู้ประกอบการที่ยึดมั่นในการปฏิบัติตามมาตรฐานจริยธรรมกับผู้ประกอบการที่ไม่ตกลงปฏิบัติ อาทิ การกำหนดให้การเป็นสมาชิกองค์กรวิชาชีพเป็นเงื่อนไขในการพิจารณาใบอนุญาตประกอบกิจการเป็นต้น และ 5) กสทช. ควรจัดให้มีกระบวนการในการกำกับดูแลกันเองที่โปร่งใส เข้าถึงง่าย และตรวจสอบได้ นอกจากนี้องค์กรวิชาชีพยังให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเรื่องกำกับดูแลกันเองไว้ดังนี้ คือ 1) กสทช. ควรมีส่วนร่วมในการให้คำแนะนำมากกว่าการมีส่วนร่วมในการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารองค์กรคณะกรรมการควบคุมจริยธรรมขององค์กรวิชาชีพ 2) ควรมีการกำหนดมาตรฐานวิชาชีพกลาง โดยเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนร่วมร่าง เพื่อใช้เป็นเครื่องมือให้สมาชิกถือปฏิบัติร่วมกัน 3) กสทช. ควรเข้ามามีส่วนในการลงโทษขั้นสุดท้ายหากสมาชิกองค์กรวิชาชีพไม่ยอมแก้ไขหรือปฏิบัติ ช่วยส่งเสริมการบังคับใช้มาตรฐานจริยธรรมให้มีประสิทธิภาพ โดยองค์กรวิชาชีพมีหน้าที่รายงานผลการบังคับใช้และเสนอข้อมูลในกรณีที่ต้องการให้ กสทช. เข้ามามีส่วนในการลงโทษขั้นสุดท้ายได้ และ 4) การกระจายอำนาจสู่ระดับภูมิภาคและจังหวัดองค์กรระดับท้องถิ่นจะทำให้มีการกำกับดูแลที่เข้าถึงและทั่วถึงไม่เป็นการรวมศูนย์เช่นปัจจุบัน

ข้อมูลดังกล่าวทำให้เห็นว่า ปัจจุบันสถานการณ์เรื่องแนวทางการกำกับดูแลที่เหมาะสมกับบริบทในสังคมไทยนั้นยังขาดความชัดเจน หากไม่สามารถหารูปแบบหรือแนวทางการกำกับดูแลที่เหมาะสมหรือสอดคล้องกับประเภทการประกอบกิจการตามที่กฎหมายกำหนดไว้ได้ ปัญหาต่างๆ ก็จะเกิดขึ้นตามมา โดยเฉพาะปัญหาทางด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณในการประกอบวิชาชีพ ซึ่งเป็นปัญหาพื้นฐานที่สำคัญ หากผู้ประกอบวิชาชีพหรือองค์กรสื่อที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในสังคมขาดจริยธรรมหรือไม่มีจรรยาบรรณในการทำงานด้านการสื่อสาร ผู้บริโภคในสังคมจะได้รับผลกระทบอย่างมาก ดังนั้น การเชื่อมโยง

บทบาทเรื่องการกำกับดูแลระหว่าง กสทช. สมาคมวิชาชีพ คณะกรรมการควบคุมจริยธรรม และกลุ่มผู้บริโภคในกรอบของจริยธรรมและกฎหมาย จึงเป็นประเด็นที่จะต้องรีบดำเนินการเพื่อให้เห็นรูปแบบหรือแนวทางปฏิบัติร่วมกัน อันจะนำไปสู่การสร้างหลักประกันที่มีคุณภาพของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อและองค์กรสื่อให้ได้รับการยอมรับในสังคมต่อไป

จากการดำเนินงานของ กสทช. ด้านการกำกับดูแลกันเองในระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมา กสทช. ได้ตั้งคณะอนุกรรมการกำกับดูแลกันเองขึ้นเพื่อจัดทำ (ร่าง) แนวทางธำรงไว้ซึ่งจรรยาบรรณและจริยธรรมและแนวทางการกำกับดูแลกันเองขององค์กรวิชาชีพด้านกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (ฉบับ พ.ศ. 2555) และได้มีการระดมความคิดเห็นจากกลุ่มสมาคมวิชาชีพ ตลอดจนองค์กรสื่อต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ กสทช. ยังได้ร่วมมือกับภาควิชาการในการศึกษาและจัดทำฐานข้อมูลองค์กรวิชาชีพและทบทวนบทเรียนการควบคุมกันเองด้านจริยธรรมขององค์กรวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ไทย โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้แทนองค์กรวิชาชีพทั่วประเทศ

อนึ่งการพัฒนากลไกการกำกับกันเองสำหรับประเทศไทย จำเป็นต้องใช้กรณีศึกษาในต่างประเทศร่วมกับการระดมความคิดเห็นแบบมีส่วนร่วมจากกลุ่มผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ กลุ่มผู้บริโภค และองค์กรกำกับดูแล ในเรื่องมาตรฐานจริยธรรมและกลไกการกำกับดูแลกันเอง เพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางและกลไกการกำกับกันเองที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทยรวมถึงการจัดทำร่าง คู่มือมาตรฐานจริยธรรมและการกำกับดูแลกันเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (Guideline for Broadcasting Self-regulation) ให้กับองค์กรวิชาชีพได้นำไปใช้เป็นแนวทางปฏิบัติต่อไป

1.3 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1.3.1 ศึกษาสถานการณ์ปัญหาด้านจริยธรรมของสื่อในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในปัจจุบัน

1.3.2 ศึกษาแนวทางและกลไกการกำกับกันเองในต่างประเทศ กรณีศึกษา ประเทศอังกฤษ ออสเตรเลีย กลุ่มประเทศอาเซียน

1.3.3 ศึกษาแนวทางและกลไกการกำกับกันเองที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย

1.3.4 ศึกษาแนวปฏิบัติในการนำเสนอรายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการจัดทำ (ร่าง) คู่มือมาตรฐานจริยธรรมและการกำกับดูแลกันเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (Guideline for Broadcasting Self-regulation)

1.4 วิธีการศึกษารวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้วิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

1.4.1 การค้นคว้าวิจัยเอกสาร (Document analysis) จากข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ งานวิจัย หนังสือ บทความ เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลและมาตรฐานจริยธรรมหรือแนวปฏิบัติในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

1.4.2 สังเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) จากการจัดเวทีสัมมนาระดมความเห็นแบบมีส่วนร่วมแบบไตรภาคีโดยมีผู้เข้าที่เป็นตัวแทนของ กลุ่มองค์กรวิชาชีพ ผู้ประกอบกิจการสื่อ กลุ่มผู้บริโภค และหน่วยงานกำกับดูแล ซึ่งจัดขึ้นจำนวน 5 ครั้งทั่วประเทศ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) การสัมมนาเชิงวิชาการ เรื่อง จรรยาบรรณในมุมมองของสื่อและองค์กรกำกับดูแลในต่างประเทศ วันที่ 22-23 เมษายน พ.ศ. 2556 ณ โรงแรม พูลแมน คิงพาวเวอร์ กรุงเทพ คณะวิทยากรเป็นผู้แทนจาก OFCOM[1] ประเทศอังกฤษ, Advertising Standards Bureau (ASB)[2] ประเทศออสเตรเลีย, The Southeast Asian Press Alliance (SEAPA), Indonesia Press Council, สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย, สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย, สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ และศูนย์ศึกษานโยบายสื่อ คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้เข้าร่วมสัมมนาประกอบด้วย สื่อมวลชน องค์กรวิชาชีพสื่อ นักวิชาการ กลุ่มภาคประชาสังคม และผู้แทนจากองค์กรกำกับดูแล จำนวน 152 คน

2) การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ แนวทางไตรภาคีในการกำกับดูแลกันเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ วันที่ 22-23 พฤษภาคม พ.ศ. 2556 ณ โรงแรมโรสการ์เดน สามพราน จังหวัดนครปฐม วิทยากรประกอบด้วย ผู้แทนจากสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทยสมาคมวิชาการนิเทศศาสตร์และการสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย สถานีวิทยุจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีเดียมอนิเตอร์ แผนงานพัฒนากลไกเฝ้าระวังระบบยา (กพย.) สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย สหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติ ผู้แทนจากสถานีโทรทัศน์ช่องไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 5 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง7 โมเดิร์นนายทีวี สถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส และเครือข่ายภาคประชาสังคมที่เกี่ยวข้อง โดยผู้เข้าร่วมสัมมนาประกอบด้วย สื่อมวลชน ตัวแทนสมาคมวิชาชีพ นักวิชาการ ภาคประชาสังคม และเจ้าที่สำนักงาน กสทช. ที่อยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล รวมทั้งตัวแทนสื่อทางเลือกและนักวิชาการจากแต่ละภาคทั่วประเทศ รวมทั้งสิ้น 110 คน

---

[1] Ofcom เป็นองค์กรอิสระในการกำกับดูแลสื่อในประเทศอังกฤษ

[2] ASB เป็นหน่วยงานกำกับกันเองด้านโฆษณาในประเทศออสเตรเลีย

3) การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ แนวทางปฏิบัติในการกำกับกันเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) วันที่ 22 มิถุนายน พ.ศ. 2556 ณ โรงแรมอุบลอินเตอร์เนชั่นเนล อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี วิทยากรประกอบด้วย ผู้แทนจาก ศูนย์ศึกษานโยบายสื่อ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยสหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ สถาบันวิชาการสื่อสาธารณะ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส สื่อมวลชนและนักวิชาการอิสระในพื้นที่ โดยผู้เข้าสัมมนาประกอบด้วย ผู้แทนองค์กรสื่อ สื่อมวลชนประเภทวิทยุ-โทรทัศน์ เคเบิลทีวี นักวิชาการและภาคประชาสังคมในพื้นที่ภาคอีสาน 11 จังหวัด ได้แก่ นครพนม ร้อยเอ็ด บุรีรัมย์ กาฬสินธ์ มุกดาหาร ศรีษะเกษ สกลนคร อำนาจเจริญ มหาสารคาม ยโสธร และอุบลราชธานี รวมทั้งสิ้น 168 คน

4) การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ แนวทางปฏิบัติในการกำกับกันเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (ภาคเหนือ) วันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2556 ณ โรงแรมฟรายเดย์ อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ วิทยากรประกอบด้วย ผู้แทนจากศูนย์ศึกษานโยบายสื่อ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยสหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติสถาบันวิชาการสื่อสาธารณะ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสและสมาคมนักจัดรายการวิทยุโทรทัศน์และผู้สื่อข่าวจังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้เข้าสัมมนาประกอบด้วย ผู้บริหารสถานีวิทยุกระจายเสียง นักจัดรายการวิทยุ ผู้สื่อข่าววิทยุและผู้สื่อข่าวโทรทัศน์ เคเบิลทีวีองค์กรวิชาชีพสมาคมนักสื่อสารชุมชน ภาคประชาชน และนักวิชาการที่เกี่ยวข้องในภาคเหนือ ได้แก่ นครสวรรค์ พิจิตร สุโขทัย พิษณุโลก เพชรบูรณ์ แพร่ น่าน ลำปาง เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน พะเยา และอุตรดิตถ์ รวมทั้งสิ้น 185 คน

5) การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ แนวทางการกำกับกันเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (ภาคใต้) วันที่ 23 สิงหาคม พ.ศ. 2556 ณ โรงแรมทวินโลตัส จังหวัดนครศรีธรรมราช วิทยากรประกอบด้วย ผู้แทนจากศูนย์ศึกษานโยบายสื่อ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยสหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติสถาบันวิชาการสื่อสาธารณะ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส และสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ซึ่งผู้เข้าร่วมการสัมมนาในครั้งนี้ประกอบด้วย ผู้บริหารสถานีวิทยุกระจายเสียง นักจัดรายการวิทยุ ผู้สื่อข่าววิทยุและผู้สื่อข่าวโทรทัศน์ เคเบิลทีวีองค์กรวิชาชีพ สมาคมนักสื่อสารชุมชน ภาคประชาชน และนักวิชาการที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ 14 จังหวัดภาคใต้ ได้แก่ ชุมพร ประจวบคีรีขันธ์ สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช พัทลุง กระบี่ ตรัง ภูเก็ต ระนอง สงขลา สตูล ยะลา ปัตตานี และนราธิวาส รวมทั้งสิ้น 136 คน

1.5 ขั้นตอนการศึกษา

1.5.1 ประชุมครั้งที่ 1 วางกรอบการศึกษาและการจัดงานสัมมนาเชิงปฏิบัติการร่วมกับสำนักงาน กสทช. เครือข่ายมหาวิทยาลัยในส่วนภูมิภาค ได้แก่ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านวิชาการและวิชาชีพ ได้แนวทางการจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการจำนวน 5 ครั้ง

1.5.2 ประชุมครั้งที่ 2 สรุปผลการดำเนินงานการจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการร่วมกับสำนักงาน กสทช. เครือข่ายมหาวิทยาลัยในส่วนภูมิภาค ได้แก่ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านวิชาการและวิชาชีพ ได้ผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากการจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการทั้ง 5 เวที ตามประเด็นต่างๆ ดังนี้

1) สถานการณ์ปัญหาด้านจริยธรรมของสื่อในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในปัจจุบัน

2) แนวทางและกลไกการกำกับกันเองในต่างประเทศ กรณีศึกษา ประเทศอังกฤษ ออสเตรเลีย กลุ่มประเทศอาเซียน

3) แนวทางและกลไกการกำกับกันเองที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย

4) แนวปฏิบัติในการนำเสนอรายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

1.5.3 ประชุมครั้งที่ 3 คณะทำงานสังเคราะห์ข้อมูลจากรายงานผลการศึกษาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางและกลไกการกำกับดูแลที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทยเพื่อนำมายกร่างคู่มือมาตรฐานจริยธรรมและการกำกับดูแลกันเอง (Guideline for Broadcasting Self-regulation)

1.5.4 ประชุมครั้งที่ 4 ตรวจสอบข้อมูลร่างคู่มือมาตรฐานจริยธรรมและการกำกับดูแลกันเอง (Guideline for Broadcasting Self-regulation) โดยผู้ทรงคุณวุฒิทางวิชาการและวิชาชีพ

บทที่ 2
ผลการศึกษา

จากการรวมรวมข้อมูล ด้วยวิธีการการค้นคว้าวิจัยเอกสาร (Document analysis) และสังเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) จากการจัดเวทีสัมมนาระดมความเห็นอย่างมีส่วนร่วมแบบไตรภาคี สามารถสรุปผลการศึกษาได้ตามวัตถุประสงค์ดังนี้

2.1 ผลการศึกษาสถานการณ์ปัญหาด้านจริยธรรมของสื่อในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในปัจจุบัน

2.2 ผลการศึกษาแนวทางและกลไกการกำกับกันเองในต่างประเทศ กรณีศึกษา ประเทศอังกฤษ ออสเตรเลีย กลุ่มประเทศอาเซียน

2.3 ผลการศึกษาแนวทางและกลไกการกำกับกันเองที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย

2.4 ผลการศึกษาแนวปฏิบัติในการนำเสนอรายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ กรณีศึกษา รายการข่าว รายการโฆษณา และรายการละคร เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการจัดทำ (ร่าง) คู่มือมาตรฐานจริยธรรมและการกำกับดูแลกันเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (Guideline for Broadcasting Self-regulation)

2.1 ผลการศึกษาสถานการณ์ปัญหาด้านจริยธรรมของสื่อในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในปัจจุบัน

ปัญหาด้านจริยธรรมของสื่อมวลชนในประเทศไทยในปัจจุบันนั้น ถือเป็นประเด็นสำคัญที่นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ การสื่อสารมวลชน ตลอดจนนักวิชาชีพ และองค์กรที่มีหน้าที่ในการกำกับดูแลต่างให้ความสำคัญ พยายามทำการศึกษา ร่วมระดมแนวทางความคิด ตลอดจนการวางแผนการพัฒนาในเรื่องนี้กันอย่างจริงจัง เนื่องจากวิชาชีพสื่อมวลชนนั้นเป็นวิชาชีพเฉพาะทางที่มีความแตกต่างจากวิชาชีพอื่น โดยเฉพาะเรื่องผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับกลุ่มคนและสังคม ในกรณีที่สื่อมวลชนขาดจริยธรรมหรือไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพในฐานะเป็นสื่อกลางการสื่อสารให้กับคนสังคม ผลกระทบที่ร้ายแรงย่อมเกิดขึ้นต่อบุคคล สังคม และประเทศชาติในภายภาคหน้าต่อไป ดังนั้น ผู้ประกอบการสื่อและองค์กรวิชาชีพสื่อ จำเป็นต้องมีสิทธิเสรีภาพควบคู่กับความรับผิดชอบ 2 ด้าน คือ 1) ความรับผิดชอบทางกฎหมาย คือ ความผิดฐานหมิ่นประมาท ละเมิดต่อชื่อเสียง เกียรติยศ และทางทำมาหาได้ของบุคคลอื่น ละเมิดอำนาจศาล นักข่าวจึงต้องระมัดระวังในการใช้ถ้อยคำ การรายงานข่าวที่

ต้องเคารพหลักการพูดความจริง และ 2) ความรับผิดชอบทางจริยธรรม เป็นความรับผิดชอบที่ต้องใช้จิตสำนึก พิจารณาและใคร่ครวญถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับผู้ที่ตกเป็นข่าว ญาติพี่น้อง และครอบครัว ประเด็นปัญหาทางจริยธรรมที่มีการพูดถึงกันอยู่เสมอ คือ เรื่องการล่วงละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์หรือสิทธิส่วนของบุคคลของผู้ที่เป็นข่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องให้ความคุ้มครองอย่างเคร่งครัดต่อสิทธิมนุษยชนของเด็ก สตรี และผู้ด้อยโอกาส การนำเสนอภาพที่อุจาด ลามกอนาจาร น่าหวาดเสียว หรืออาจละเมิดศีลธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีของสังคม (จักร์กฤษ เพิ่มพูน. จริยธรรมสื่อ. เว็บไซต์)

กสทช. ถึงแม้จะมีบทบาทในการกำกับดูแลให้ผู้ประกอบการและองค์กรวิชาชีพดำเนินงานภายใต้กรอบของจรรยาบรรณและกฎหมาย ซึ่งในทางกฎหมายนั้น กสทช. ก็มีอำนาจกำกับดูแลเนื้อหาตามมาตรา 37 สามารถที่จะวินิจฉัยและใช้อำนาจปกครองได้ 3 ระดับ คือ การเตือน ปรับ และสูงสุด คือ การพักใบอนุญาตหรือถอนใบอนุญาต แต่ในกรณีที่มีการร้องเรียนเกี่ยวกับการกระทำผิดต่อจรรยาบรรณของสื่อนั้น บางกรณีเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน ยากต่อการวินิจฉัยว่าจะเข้าข่ายผิดกฎหมายหรือจรรยาบรรณวิชาชีพ ในส่วนนี้จำเป็นต้องเร่งดำเนินการหรือหาแนวทางปฏิบัติร่วมกันเพื่อให้เกิดความชัดเจนและนำไปสู่ประสิทธิภาพในการกำกับดูแลกันเองต่อไป

จากผลการศึกษาวิจัยของศิริวรรณ อนันต์โท และคณะ ในเรื่องจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนไทย พบว่า สื่อมีปัญหาจริยธรรมมากขึ้น ขณะเดียวกันสื่อมวลชนเองก็พยายามที่จะพัฒนาจริยธรรมของตนเอง การมีองค์กรสื่อเพิ่มขึ้นจำนวนมากนำไปสู่ปัญหาจากผู้ประกอบการและผู้ปฏิบัติ โดยสาเหตุของการละเมิดจริยธรรมของสื่อ นั้นมาจากการไม่มีเกณฑ์ด้านจริยธรรมที่ชัดเจน การดำเนินธุรกิจสื่อแบบทุนนิยม และการบิดเบือนข้อเท็จจริง กรณีสื่อที่เป็นสมาชิกสมาคมวิชาชีพก็มักไม่อาจควบคุมกันเองได้ กระบวนการตรวจสอบมักไม่ค่อยเคร่งครัดนัก ยังมีระบบพรรคพวกระบบอุปถัมภ์และความเกรงใจระหว่างสื่อด้วยกัน กฎหมายไม่มีมาตรการบังคับ นอกจากนี้ยังเห็นต่างกันเรื่องความจำเป็นในการเข้าเป็นสมาชกสมาคมวิชาชีพสื่อ สื่อมวลชนส่วนใหญ่ต้องการใช้มาตรการควบคุมตนเองเพราะย่อมเข้าใจธรรมชาติของสื่อด้วยกัน และควรปราศจากการแทรกแซงของภาครัฐ นอกจากนี้ยังควรมีจริยธรรมแยกตามแขนงวิชาชีพและประเภทของสื่อ

นอกจากนี้ จากการจัดสัมมนาในปี พ.ศ. 2556 เพื่อรับฟังความคิดเห็นในเรื่องสาเหตุ สภาพปัญหาและแนวทางการพัฒนาหลักจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อของกลุ่มไตรภาคีผ่านเวทีเสวนาในภูมิภาคต่างๆ ซึ่งประกอบไปด้วย ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคอีสาน และภาคใต้ ที่จัดขึ้นโดยสำนักงาน กสทช. ร่วมกับกลุ่มสถาบันการศึกษาต่างๆ นั้นพบว่า สภาพปัญหาเรื่องจรรยาบรรณวิชาชีพและการกำกับดูแลตนเอง ยังคงเป็นปัญหาที่ต้องรีบหาทางออกอย่างเหมาะสมและเร่งด่วน โดยภาพรวมเกี่ยวกับเรื่องจริยธรรมหรือจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อนั้นกลุ่มไตรภาคีมองว่า จริยธรรมวิชาชีพไม่ใช่เป็นเรื่องของความสมัครใจ แต่เป็น

การบังคับในวิชาชีพ เป็นหลักการโดยรวมที่จะเป็นหลักประกันการทำงานที่มีคุณภาพของวิชาชีพสื่อมวลชนต่อไป สำหรับการสะท้อนสถานการณ์ปัญหาจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อจากเวทีเสวนากลุ่มไตรภาคี สามารถสรุปได้เป็น 2 แนวทาง คือ

1. ปัญหาจริยธรรมในกลุ่มของผู้ประกอบวิชาชีพ พบว่า ผู้ประกอบการขาดความรับผิดชอบต่อการประกอบวิชาชีพสมาชิกขององค์กรไม่ตระหนักหรือเห็นความสำคัญของการมีมาตรฐานทางจริยธรรม ขาดความรู้ความเข้าใจที่ลึกซึ้งในฐานะของตนเองและการใช้หลักการกำกับดูแลกันเองให้มีประสิทธิภาพ สมาชิกไม่ยอมรับและเคารพกติกาที่กำหนด เช่นกรณีร้องเรียนเรื่องคลื่นรบกวน เกิดการเลียนแบบค่านิยมหรือวัฒนธรรมสังคมในทางที่ผิด ขาดวินัยและความรับผิดชอบต่อสังคม มุ่งเน้นการรวมกลุ่มเพื่อผลประโยชน์ในการประกอบกิจการทางธุรกิจมากกว่าการคำนึงถึงเรื่องคุณธรรมจริยธรรมที่ควรมีให้กับผู้บริโภค

2. ปัญหาจริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหาและการโฆษณา ที่พบจากการร้องเรียนมากที่สุด คือ การโฆษณาที่ผิดกฎหมาย ขายสินค้าที่ไม่มีข้อมูลความจริง หรือเกินความจริง การนำเสนอเนื้อหาหรือภาพข่าวที่ล่อแหลม เป็นการล่วงละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและสิทธิมนุษยชน อาทิเช่น กรณีของ สิทธัตถะ เอมเมอรัล ในรายการไทยแลนด์ก๊อตทาเล้นท์ รายการปากโป้ง กรณีนำเด็ก ออทิสติกที่โดนล่วงละเมิดทางเพศมาสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การขาดความเป็นกลางในการนำเสนอข้อมูล นำเสนอเนื้อหาที่ยั่วยุสร้างความเกลียดชัง ก่อให้เกิดความแตกแยกทางสังคมโดยเฉพาะข่าวสารทางการเมือง มีการแบ่งพรรคแบ่งฝ่ายอย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังพบปัญหาจริยธรรมสื่อที่มีการร้องเรียนมายัง กสทช. ว่าส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการใช้ภาษาพูดที่ไม่ชัดของผู้จัดรายการ การนำเสนอความรุนแรง การเน้นเนื้อหาเรื่องเซ็ก ขาดความเป็นกลาง การเสนอข่าวที่พาดพิงถึงสถาบันกษัตริย์ การนำเสนอเรื่องราวที่ส่งผลกระทบต่อศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์และการละเมิดสิทธิมนุษยชน

จากสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้น กลุ่มผู้เข้าร่วมสัมมนาชี้ให้เห็นถึงสาเหตุสำคัญที่อาจส่งผลให้เกิดปัญหาด้านจริยธรรมวิชาชีพสื่ออยู่ในปัจจุบัน นั่นคือ ขาดการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง เช่น การกำกับดูแลในด้านเทคนิค เรื่องการใช้กำลังส่งของการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง เพื่อให้ไม่คลื่นไปรบกวนการทำงานขององค์กรสื่อสารอื่นๆ ขาดหน่วยงานที่จะเข้าไปดำเนินการในการกำกับดูแลเนื้อหา ในลักษณะการหลีกเลี่ยงบิดเบือน การแอบโฆษณาอาหารและยา นอกจากนี้ยังมองว่า กระบวนการหรือกลไกรับเรื่องร้องเรียนมีความล่าช้า กสทช. ยังขาดการเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องเพื่อช่วยกำกับดูแลสื่อ อาทิ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ เป็นต้น ไม่มีมาตรการหรือกลไกกำกับดูแลสื่อที่ใช้เทคโนโลยีออกอากาศจากต่างประเทศซึ่งอาจเกิดการละเมิดจรรยาบรรณได้ง่าย ตลอดจนขาดการตรวจสอบและลงโทษผู้กระทำผิดจรรยาบรรณซึ่งในงานวิจัย

ของศิริวรรณ อนันต์โท และคณะ พบว่า ในประเด็นดังกล่าวควรให้หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา ภาคประชาสังคม ชุมชนและผู้บริโภคสื่อร่วมกันทำหน้าที่ตรวจสอบ และมีมาตรการลงโทษผู้ฝ่าฝืนด้วยความเข้มแข็ง ไม่ประนีประนอม และใช้กลไกทางสังคมเพื่อแสดงให้เห็นถึงการไม่ยอมรับการกระทำผิดของสื่อจะช่วยให้ปัญหาในเรื่องนี้คลี่คลายลงได้ระดับหนึ่ง

จะเห็นว่าสถานการณ์เรื่องจรรยาบรรณและการกำกับกันเองของสื่อ เป็นปัญหาที่ควรต้องส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่ม ประกอบกับจำเป็นต้องร่วมกันกำหนดเนื้อหาทางด้านจริยธรรมที่สามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติได้จริง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและชี้ให้เห็นความแตกต่างในสิทธิพิเศษของการรวมกลุ่มที่ตั้งอยู่บนมาตรฐานจริยธรรมของการกำกับดูแลกันเองอย่างชัดเจน โดยอาจจะเริ่มจากการสร้างกลุ่มนำร่องในการกำกับดูแลกันเองตามจรรยาบรรณวิชาชีพร่วมกับ กสทช. กรณีมีเรื่องร้องเรียนที่กระทบต่อสังคมจะต้องนำเรื่องผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรม ควบคุมจริยธรรม ซึ่งตามมาตรา 40 กฎหมายไม่ได้ระบุเรื่องวิธีการหรือที่มาของการแต่งตั้งคณะกรรมการ แต่ กสทช. จะต้องให้การส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดขึ้น การดูแลกันเองจะช่วยให้การทำงานของสื่อมีมาตรฐานกับผู้บริโภคประชาชนก็ได้รับการคุ้มครองมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม องค์กรวิชาชีพสื่อมวลชนควรมีมาตรการในการส่งเสริมจริยธรรมวิชาชีพให้กับสมาชิก รวมทั้งใช้จิตสำนึกที่ดีเข้ามาช่วยสร้างการกำกับดูแลกันเองให้มีคุณภาพ เพื่อยกมาตรฐานวิชาชีพและสร้างความเชื่อมั่นแก่บุคคลภายนอกว่าสื่อทำหน้าที่บนพื้นฐานจริยธรรมและเป็นที่พึ่งของสังคมได้อย่างแท้จริง

การจัดทำ (ร่าง) คู่มืออธิบายถึงแนวทางปฏิบัติหรือมาตรฐานทางจริยธรรม ถือเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพตามนโยบายด้านการกำกับดูแลกันเองของกสทช. ที่กำหนดไว้ เพื่อให้องค์กรต่างๆ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดมาตรฐานทางจริยธรรมหรือข้อบังคับด้านจริยธรรมวิชาชีพของตนเอง ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน อันจะนำไปสู่การสร้างความเข้มแข็งในการกำกับดูแลเนื้อหาตามกรอบของกฎหมายและจริยธรรมสื่อที่เหมาะสมกับบริบทของสังคมไทยต่อไป

2.2 แนวทางและกลไกการกำกับกันเองในต่างประเทศ กรณีศึกษา ประเทศอังกฤษ ออสเตรเลีย กลุ่มประเทศแถบภูมิภาคอาเซียน

การพัฒนากลไกการกำกับกันเองสำหรับประเทศไทย จำเป็นต้องศึกษากรณีศึกษาในต่างประเทศต่างๆ เพื่อนำไปใช้ประกอบในการกำหนดแนวทางและกลไกการกำกับกันเองที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย การศึกษากรณีศึกษาในต่างประเทศในการศึกษาจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากเวทีสัมมนาเชิงวิชาการ

เอกสารที่เกี่ยวข้องในครั้งนี้ ประกอบด้วย แก่การศึกษารูปแบบการกำกับกันเองในประเทศอังกฤษและประเทศออสเตรเลียที่เน้นการกำกับดูแลร่วมกัน ในขณะที่กลุ่มประเทศแถบภูมิภาคอาเซียนมีรูปแบบการกำกับกันเองที่รัฐบาลเข้ามากำกับดูแล ได้แก่ ประเทศฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เวียดนาม และลาว ในขณะที่ในประเทศอินโดนีเซีย และไทย มีรูปแบบที่หลากหลายโดยมีกำกับกันเอง การกำกับดูแลร่วมกัน และการกำกับดูแลโดยภาครัฐ

ประเด็นการศึกษากรณีศึกษาในต่างประเทศแบ่งออกเป็น ได้แก่ รูปแบบการกำกับดูแลในประเทศ องค์ประกอบและกลไกการกำกับดูแลในประเทศ ปัจจัยความสำเร็จของการกำกับดูแล อุปสรรคของการกำกับดูแล กรณีศึกษาการร้องเรียน และบทเรียนที่จะนำไปสู่ข้อเสนอแนะสำหรับประเทศไทย ซึ่งผลของการสังเคราะห์กรณีศึกษาในต่างประเทศจะนำไปสู่การกำหนดแนวทางและกลไกการกำกับกันเองที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทยรวมถึงการจัดทำ (ร่าง) คู่มือมาตรฐานจริยธรรมและการกำกับดูแลกันเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (Guideline for Broadcasting Self-regulation) ให้กับองค์กรวิชาชีพได้นำไปใช้เป็นแนวทางปฏิบัติต่อไป

2.2.1 ระบอบการกำกับดูแล

1) ระบอบการกำกับดูแล (Regulatory regime) มีลักษณะคล้ายกับระบอบการปกครอง เช่น ระบบการปกครองแบบเสรีประชาธิปไตย แบบสังคมนิยม แบบคอมมิวนิสต์ หรือระบอบอื่นๆ ซึ่งจะสะท้อนถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ปกครองกับผู้ที่ถูกปกครองหรือระหว่างผู้ถูกกำกับดูแลกับผู้ทำหน้าที่กำกับดูแล นอกจากนี้ยังสะท้อนให้เห็นถึงการกระจายของอำนาจด้วย เช่น ถ้าเป็นระบอบการปกครองแบบเสรีประชาธิปไตย อำนาจจะอยู่ที่ประชาชนเป็นหลัก เน้นการมีส่วนร่วมเน้นการมีสิทธิเสรีภาพของประชาชน โดยสามารถแบ่งรูปแบบการกำกับดูแลได้ดังต่อไปนี้

2) Self-regulation คือ การกำกับดูแลตนเองหรือกำกับดูแลกันเองมีความคล้ายคลึงกับระบบประชาธิปไตยค่อนข้างสูงในแง่ของการกระจายอำนาจในการกำกับดูแลที่มีอยู่ในมือของผู้ที่เป็นผู้ถูกกำกับมากกว่าผู้ที่มีอำนาจในการกำกับดูแลหรือควบคุม

3) Quasi regulationคือ การกำกับดูแลที่ภาครัฐหรือองค์กรภาครัฐเข้ามามีอิทธิพลให้ทำตามกฎบางประการแต่ไม่มีอำนาจเข้าไปควบคุมผู้ถูกกำกับดูแล

4) Co-regulation คือ การกำกับดูแลที่ภาครัฐมีอำนาจไปช่วยในการบังคับใช้กฎและควบคุมดูแลในกรณีที่การกำกับดูแลตนเองไม่ประสบความสำเร็จหรือมีปัญหา

5) Explicit or direct government regulation คือ การกำกับดูแลโดยตรงของภาครัฐซึ่งก็คือการกำกับดูแลตามกฎหมาย เช่น พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ซึ่งถือเป็นอำนาจที่สามารถที่จะสั่งการและควบคุมได้โดยตรงตามกฎหมาย

2.2.2 รูปแบบการกำกับดูแลในประเทศอังกฤษ

รูปแบบการกำกับดูแลในประเทศอังกฤษมี 3 รูปแบบ ได้แก่

1) การกำกับดูแลตนเองหรือการกำกับดูแลกันเอง (Self-regulation) โดยอุตสาหกรรมเป็นผู้ออกแบบเอง ไม่มีข้อกำหนดทางกฎหมายว่าจะต้องปฏิบัติตาม ไม่มีการบังคับ ส่วนจรรยาบรรณองค์กรวิชาชีพ ภาคอุตสาหกรรมเป็นผู้กำหนดและปฏิบัติบังคับใช้กันเอง เช่น Press complaint commission เป็นหน่วยงานรับเรื่องราวร้องทุกข์ มูลนิธิ Internet watchdog ที่ทำหน้าที่ดูแลผู้ให้บริการทางอินเตอร์เน็ต เป็นต้น

2) การกำกับดูแลร่วมกัน (Co-regulation) เป็นการผสมรวมระหว่างการกำกับดูแลตนเองของอุตสาหกรรมกับกฎหมาย มีการอิงกรอบทางกฎหมายบางครั้งก็ดูแลกันเองแต่ท้ายที่สุดมักจะมีอำนาจสำรองขององค์กรทางกฎหมาย ยกตัวอย่างเช่น Video on demand regulator นอกจากนี้มีองค์กรเกี่ยวกับมาตรฐานโฆษณากำกับดูแลตามกฎหมายโดยมีรัฐบาลเข้ามาเกี่ยวข้อง

3) การกำกับโดยตรงจากรัฐตามกฎหมาย (Explicit government regulation) ในอังกฤษการกำกับดูแลตามกฎหมายจะใช้ระบบการให้ใบอนุญาต (Licensing) โดยผู้ที่ได้รับใบอนุญาตจะต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดที่ระบุไว้ในเงื่อนไขของใบอนุญาตซึ่งหากว่าไม่ปฏิบัติตามกฎก็จะมีมาตรการลงโทษ

2.2.3 องค์ประกอบและกลไกการกำกับดูแลในประเทศอังกฤษ

เนื่องจากส่วนใหญ่กลไกในการกำกับตนเองของประเทศอังกฤษเน้นการกำกับดูแลร่วมกัน โดยเฉพาะการกำกับดูแลโฆษณาในกิจการแพร่ภาพกระจายเสียง จึงมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลายหน่วยงานที่เข้ามามีบทบาท ประกอบด้วย The Committee of Advertising Practice (CAP), The Broadcast of Advertising Practice (BCAP) และ The Advertising Standard Authority (ASA) โดยองค์กรกำกับดูแลกิจการแพร่ภาพกระจายเสียงของประเทศอังกฤษ หรือ OFCOM อาศัยกฎหมายจัดทำข้อตกลง (MOU) ร่วมกับ CAP และ ASA ในการรับผิดชอบการกำกับดูแลกันเองด้านโฆษณาในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ โดยมีคณะกรรมการ BCAP มีหน้าที่จัดทำและทบทวนมาตรฐานจริยธรรมในการโฆษณาในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์และ ASA รับผิดชอบการบริหารจัดการและการบังคับใช้มาตรฐาน ให้บริการแก่ประชาชนที่ร้องเรียนในลักษณะ One-stop shop ทั้งนี้การดำเนินงานของ BCAP และ ASA ดำเนินงานอย่างอิสระจาก OFCOM แต่อย่างไรก็ตาม OFCOM ยังมีอำนาจในการรองรับในกรณีการแก้ไขมาตรฐานจริยธรรมในเรื่องสำคัญ และยังคงมีหน้าที่บังคับใช้กฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาที่ไม่ได้อยู่ภายใต้ข้อตกลง

OFCOM เป็นองค์กรกำกับดูแลที่มีกฎหมายรองรับ มีความเป็นอิสระรายงานผลการดำเนินงานกับรัฐสภาไม่ได้รายงานกับรัฐบาล เพราะว่ารัฐสภาเป็นศูนย์รวมของอำนาจประชาธิปไตยของทุกๆ พรรคการเมือง ในขณะที่รัฐบาลเป็นพรรคที่ชนะการเลือกตั้งเท่านั้น มีหน้าที่รับผิดชอบกว้างขวาง ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ โทรคมนาคม คลื่นความถี่การสื่อสารแบบไร้สาย และบริการไปรษณีย์ OFCOM มีหน้าที่หลักสองด้าน คือ ดูแลเรื่องพลเมืองและผู้บริโภค ในแง่ของพลเมืองจะดูแลด้านความหลากหลาย ความสัมพันธ์ของเสรีภาพในการแสดงออกความคิดเห็น สร้างหลักประกันว่ารายการที่เผยแพร่มีความเหมาะสม คุ้มครองเด็กและเยาวชน และประเด็นหลักอื่นๆ ซึ่งเป็นความกังวลของพลเมือง ส่วนในแง่ของผู้บริโภคดูแลในส่วนของโทรทัศน์เรื่องของความถี่ โทรคมนาคม และโทรศัพท์มือถือ หลักการสำคัญ คือ การส่งเสริมตลาดและจะเข้าไปแทรกแซงก็ต่อเมื่อกลไกทางตลาดล้มเหลว เช่น เมื่อมีเกิดข้อผิดพลาด ซึ่งประเด็นดังกล่าวนี้คือความแตกต่างระหว่างการกำกับดูแลแบบใช้กฎหมาย

2.2.4 ปัจจัยความสำเร็จของการกำกับดูแลในประเทศอังกฤษ

ปัจจัยเรื่องเสรีภาพในการแสดงออก ประเทศในแถบประชาคมยุโรปถือว่าประชาชนทุกคนมีเสรีภาพในการแสดงออกและแสดงความคิดเห็น การรับและการส่งออกข้อมูลและการแสดงความคิดเห็นของตัวเองโดยที่รัฐหรือหน่วยงานที่ดูแลการกำกับของรัฐจะไม่เข้าไปแทรกแซง ในขณะเดียวกันถึงแม้จะมีสิทธิดังกล่าวอย่างไรก็ตามก็ให้ความสำคัญกับหน้าที่และความรับผิดชอบของพลเมืองด้วย นั่นก็คือประชาชนสามารถที่จะแสดงออกเรื่องความคิดเห็น สามารถที่จะรับส่งความคิดเห็น แต่ในขณะเดียวกันประชาชนก็ต้องแสดงความรับผิดชอบด้วย เช่น ถ้าเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับความมั่นคงของประเทศชาติ การก่ออาชญากรรม สิ่งต่างๆ เหล่านี้ ให้เสรีภาพในการแสดงออก โดยที่ประชาชนจะแสดงความรับผิดชอบในสิ่งเหล่านี้

1) ลักษณะโครงสร้างตลาดในยุโรป สื่อสาธารณะหรือ พับบลิค เซอร์วิส บรอดคาสเตอร์ (Public service broadcaster) หรือ พีเอสบี (PSB) เป็นสถานีของรัฐซึ่งบางครั้งรัฐอาจเป็นผู้ควบคุมดูแลเอง บางครั้งก็จะเป็นลักษณะของรัฐใช้ภาษีตั้งเป็นสถานีขึ้นมา ยกตัวอย่างเช่น บีบีซี (BBC) เป็นต้น ซึ่งอาจจะเห็นสื่อสาธารณะเช่นนี้แค่สองหรือสามราย ปัจจุบันนี้มีการแข่งขันสูงมีผู้ประกอบการหรือจำนวนผู้เล่นเพิ่มขึ้นเป็นร้อยราย เพราะฉะนั้นสิ่งที่จำเป็นก็คือจำเป็นที่จะต้องมีกฎที่จะให้ตลาดดำเนินไปได้อย่างเป็นธรรม เพื่อที่จะทำให้เกิดสื่อสาธารณะที่มีความสมดุลให้ประโยชน์กับประชาชน ในขณะเดียวกันก็ยังคงต้องทำให้ตลาดสามารถที่จะเติบโตและมีการแข่งขันที่เป็นธรรมด้วย เพราะฉะนั้นจะต้องมีกฎในการที่จะให้ความช่วยเหลือของรัฐ สำหรับสื่อสาธารณะว่าจะต้องไม่ส่งอิทธิพลกับตลาดจนทำให้ไม่มีการแข่งขันในตลาด

2) อำนาจในการที่จะให้ใบอนุญาต ระบบในอังกฤษเป็นระบบการให้ใบอนุญาต (Licensing) ซึ่งใบอนุญาตในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ค่อนข้างที่จะให้ง่าย และราคาไม่แพง เมื่อได้ใบอนุญาตไปแล้วมีข้อตกลงว่าจะปฏิบัติตาม จะทำตามกฎเกณฑ์จรรยาบรรณต่างๆ ซึ่งหากไม่ปฏิบัติตามกฎต่างๆ ก็จะมีมาตรการลงโทษ ซึ่ง OFCOM สามารถที่จะบังคับใช้ได้ เช่น สามารถที่จะตีพิมพ์การไต่สวน จะมีการเผยแพร่ในจดหมายข่าวรายสัปดาห์ แต่ไม่สามารถบังคับให้ผู้ให้บริการแพร่ภาพกระจายเสียง (Broadcaster) ขอโทษ ดังนั้นการใช้หลักสิทธิมนุษยชนในการที่ให้หน่วยงานอื่นกำหนดการลงโทษจะมีประสิทธิภาพมากกว่า เช่น อาจจะมีการปรับเท่ากับห้าเปอร์เซนต์ของรายได้ทั้งหมด ซึ่งหมายถึงรายได้โฆษณาหรือสปอนเซอร์ ส่วนในกรณีความผิดร้ายแรง OFCOM มีอำนาจในการเพิกถอนใบอนุญาต

3) แรงจูงใจในอุตสาหกรรม แรงจูงใจจะต้องมีน้ำหนัก ปกติสื่อไม่ต้องการให้กฎหมายมากำกับดูแลด้วยเหตุผลใดๆ ก็ตาม แรงจูงใจก็คือ โอกาสที่จะเป็นผู้กำหนดทิศทางของตนเองและก็สามารถมีความยืดหยุ่นได้ ตราบใดที่มีการสร้างแรงจูงใจการกำกับดูแลกันเอง (Self-regulation) ก็จะเป็นที่ต้องการมากกว่า

2.2.5 อุปสรรคของการกำกับดูแลในประเทศอังกฤษ

การกำกับดูแลร่วมกัน (Co-regulation) ในประเทศอังกฤษทำให้อุตสาหกรรมร่วมมือกันเอง มีความยืดหยุ่น มีการพูดคุยกัน แล้วก็สามารถทำงานได้ทันที รวดเร็ว ลดขั้นตอน และที่สำคัญ คือ มีความเป็นอิสระจากรัฐ รัฐจะไม่เข้ามายุ่งเกี่ยวหรือว่าควบคุมดูแล แต่อย่างไรก็ตามอุปสรรคในประเทศอังกฤษคือไม่มีหลักประกันว่าอุตสาหกรรมจะปฏิบัติตาม บางทีก็จะมีความลำเอียง บางทีในเรื่องของการสืบสวนสอบสวนก็อาจจะมีอำนาจค่อนข้างที่จะจำกัด ไม่มีคนที่จะเข้าไปเป็นหน่วยงานภายนอกที่จะเรียกเอาเอกสารมาดูมาตรวจสอบ เป็นต้น และประเด็นที่สำคัญหากว่าไม่มีสมาชิกเข้าร่วม จะกลายเป็นจุดด้อยได้ของการกำกับร่วม

ตารางที่ 1 กรณีศึกษาการร้องเรียนเกี่ยวกับโฆษณาในประเทศอังกฤษ

ประเภทของสื่อ/code	ผู้ที่เกี่ยวข้อง/เนื้อหา	ประเด็นร้องเรียน	ผลการพิจารณา
โฆษณา	กล่าวว่า ความรุนแรงเหล่านี้เกิดขึ้นตลอดเวลาในประเทศอังกฤษ	โฆษณาที่แสดงออกถึงความรุนแรง	ได้รับการตัดสินให้ออกอากาศได้หลังสามทุ่ม
โฆษณา	สื่อว่าเหยื่อของความรุนแรงจะต้องได้รับความช่วยเหลือ	โฆษณาที่แสดงออกถึงความรุนแรง	ออกอากาศได้
โฆษณา Kit Kat	ประเด็นอยู่ที่การชักจูงให้เชื่อว่าการกิน kit Kat ช่วยในการลดน้ำหนักได้ หากกินอย่างชาญฉลาดเพราะให้พลังงานเพียงแค่ 107 แคลอรี่	เวลาที่โฆษณาอาหารไม่ควรที่จะไปบั่นทอนวิธีการกินแบบถูกสุขลักษณะ ไม่ควรที่จะดูถูกหรือบอกว่าการกินผักผลไม้ไม่ดีเท่ากับการกินช็อคโกแลต เบอร์เกอร์ หรืออะไรก็ตาม ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ดีต่อสุขภาพ	พิจารณายืนตามคำร้อง
โฆษณายา	มีเนื้อหาเกี่ยวกับการอวดอ้างสรรพคุณของสบู่มะกอกมหัศจรรย์ในการรักษาโรคมะเร็งและเอดส์ได้ในช่องรายการเกี่ยวกับการเผยแพร่ความเชื่อศาสนาคริสต์	โฆษณาเกินจริง	ถูกลงโทษปรับ

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ประเภทของสื่อ/code	ผู้ที่เกี่ยวข้อง/เนื้อหา	ประเด็นร้องเรียน	ผลการพิจารณา
โฆษณา	อาจจะเป็นไปได้ที่โลกนี้ไม่มีพระเจ้า ดังนั้นเลิกกังวลเรื่องพระเจ้าได้แล้ว จงมีความสุขกับชีวิต	การอวดอ้างเกินจริง	ไม่สามารถตัดสินได้ ให้เหตุผลว่า เสรีภาพในการแสดงออก มีความสำคัญมากกว่าการหาหลักฐานมายืนยัน
โฆษณา	แน่นอน มีพระเจ้า ให้มาเข้าร่วมกับพรรคคริสเตียน แล้วชีวิตจะดีขึ้น	การอวดอ้างเกินจริง	ไม่สามารถตัดสินได้ ให้เหตุผลว่า เสรีภาพในการแสดงออก มีความสำคัญมากกว่าการหาหลักฐานมายืนยัน
โฆษณาอาหารขบเคี้ยว	เด็กๆและผู้ใหญ่เคี้ยวอาหารอยู่และร้องเพลงและพูดคุย	โดยร้องเรียนว่า จะสร้างนิสัยไม่ดีให้แก่เด็ก เวลาเคี้ยวอาหารแล้วอ้าปาก	ไม่สามารถตัดสินได้ว่าจะส่งผลกระทบอย่างไรกับพฤติกรรมการกินของเด็ก

2.2.6 บทเรียนจากประเทศอังกฤษสู่ข้อเสนอแนะสำหรับประเทศไทย

1) ข้อควรระวังของการกำกับดูแลกันเอง สำหรับตลาดที่ยังโตไม่เต็มที่เช่นในประเทศไทย คือ การกำกับดูแลกันเองในตลาดที่เติบโตเต็มที่และประชาชนเป็นพลเมืองที่มีความรู้เกี่ยวกับการบริโภคสื่อนั้นจะประสบความสำเร็จมาก เช่น กรณีการกำกับดูแลในยุโรปที่มีวิวัฒนาการมาประมาณหกสิบปีประชาชนมีความเข้าใจ แต่ถ้าหากนำการกำกับดูแลกันเองมาใช้ในประเทศที่มีประสบการณ์เพียงสองสามปี และในสังคมที่ไม่พร้อมอาจจะมีปัญหาได้ เพราะว่าแต่ละประเทศมีปัญหา มีลักษณะที่แตกต่างกัน รูปแบบที่ใช้ได้ในบางประเทศใช้ไม่ได้ในอีกประเทศ

2) มีกฎหมายเกี่ยวกับเสรีภาพมากมาย รวมถึงกฎหมายเกี่ยวกับจรรยาบรรณเสรีภาพต่างๆ แต่ถ้าหากว่าองค์กรไม่นำมาปฏิบัติ ไม่นำมาบังคับใช้ ศาลไม่รับรองไม่บังคับใช้ก็ไม่เกิดประโยชน์

3) ควรมีการกำหนดให้การเป็นสมาชิกองค์กรวิชาชีพเป็นเงื่อนไขหนึ่งในการได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการ (License condition)

4) ควรมีการเชื่อมโยงกับมาตรฐานจริยธรรมของการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพ โดย กสทช. ให้การรับรอง (Accreditation or certificate)

2.2.7 รูปแบบการกำกับดูแลในประเทศออสเตรเลีย

ในออสเตรเลียใช้รูปแบบการกำกับดูแลร่วมกัน (Co-regulation) และรัฐบาลจะเข้าไปกำกับเฉพาะบางประเภทกิจการ เช่น โทรคมนาคม และกฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ ถัดลงมาอีกชั้นหนึ่งก็คือมีหน่วยงานกำกับดูแลตนเองหรือกันเอง (Self-regulatory bodies) ซึ่งอยู่ในอุตสาหกรรมสื่อต่างๆ ทั้งนี้เพื่อที่จะสร้างหลักประกันเกี่ยวกับเรื่องเสรีภาพในการแสดงออก กฎหมายหลักๆ ที่ใช้ควบคุมโดยรัฐบาล ได้แก่ Broadcasting Services Act ในปี 1992 โดยมีการแก้ไขเมื่อปี 2007 เพื่อที่จะดูแลในเรื่องความเป็นเจ้าของ หรือโดยชาวต่างชาติ ซึ่งจะพบว่าตามเมืองใหญ่ๆ เจ้าของสื่อสามารถที่จะเป็นเจ้าของ 2 ใน 3 เท่านั้นไม่ว่าจะเป็นสื่อทีวีหรือสื่อสิ่งพิมพ์ ประเด็นนี้นำไปสู่ประเด็นถกเถียงกันอย่างกว้างขวาง

2.2.8 องค์ประกอบและกลไกการกำกับดูแลในประเทศออสเตรเลีย

ในการกำกับดูแลสื่อ หน่วยงานหลักๆ ที่รับผิดชอบ คือ Australian Communications and Media Authority (ACMA) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีอำนาจในการกำหนดมาตรฐานต่างๆ ทั้งด้านเนื้อหารายการและโฆษณา นอกจากนี้ก็มีองค์กรกำกับดูแลกันเองของสื่อโทรทัศน์ สภาหนังสือพิมพ์ออสเตรเลีย กำหนดประเด็นจรรยาบรรณ ซึ่งจะสร้างพื้นฐานสำหรับการจัดประเภทเนื้อหาสาระ การโฆษณา กระบวนการรับเรื่องร้องเรียน โดยภายใต้มาตรฐานจรรยาบรรณนี้จะต้องมีการตรวจสอบและมีกลไกการรับเรื่องร้องเรียนเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของจรรยาบรรณ เช่น

สื่อโทรทัศน์และสื่อหนังสือพิมพ์ จะมีกลไกในการรับเรื่องราวร้องเรียนโดยขั้นตอนแรกผู้บริโภคจะสามารถร้องเรียนไปยังเจ้าของสื่อโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์นั้นๆ ได้โดยตรง ซึ่งหากเจ้าของสื่อไม่ดำเนินการพิจารณาแก้ไขข้อร้องเรียนดังกล่าว ผู้บริโภคก็จะสามารถส่งเรื่องร้องเรียนไปยังองค์กรกำกับดูแลของรัฐ ACMA เพื่อให้ดำเนินการต่อไป

ส่วนสื่อโฆษณา ในกรณีที่อยู่นอกเหนือบทบัญญัติของกฎหมาย องค์กรกำกับดูแลกันเอง คือ Advertising Standards Bureau (ASB) จะมีเจ้าหน้าที่บริหารจัดการเรื่องราวร้องเรียนและบังคับใช้มาตรฐานจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา เช่น มาตรฐานจริยธรรมขององค์กรวิชาชีพ The Australian Association of National Advertisers (AANA) และ Australian Food and Grocery Council (AFGC) นอกจากนี้ ASB ได้จัดให้มีคณะกรรมการจัดการเรื่องร้องเรียนเพื่อรับผิดชอบเรื่องร้องเรียนระหว่างคู่แข่งธุรกิจในอุตสาหกรรมโฆษณาโดยผู้ร้องเรียนเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย

ในขั้นตอนการร้องเรียนของผู้บริโภคจะมีกระบวนการเริ่มจาก ผู้บริโภคร้องเรียนไปยังองค์กรกำกับดูแลกันเองทางด้านโฆษณา จากนั้นองค์กรฯจะตรวจสอบข้อเท็จจริงและมีการพิจารณาฯ ก่อนส่งเรื่องไปยังผู้ประกอบกิจการสื่อ ซึ่งผู้ถูกร้องเรียนสามารถชี้แจงตอบข้อร้องเรียนเหล่านั้นได้หลังจากการพิจารณาเป็นที่สิ้นสุดองค์กรกำกับกันเองฯ จะประกาศผลการพิจารณาข้อร้องเรียนสู่สาธารณะ

2.2.9 ปัจจัยความสำเร็จของการกำกับดูแลในประเทศออสเตรเลีย

1) ความร่วมมือกันระหว่างองค์กรกำกับดูแลกันเองกับภาคอุตสาหกรรม ยกตัวอย่าง เช่น องค์กร Advertising Standards Bureau(ASB) องค์กรกำกับดูแลกันเองด้านโฆษณาในประเทศออสเตรเลียมีบทบาทสำคัญและเป็นองค์กรกรณีศึกษาที่ทำงานใกล้ชิดกับภาคอุตสาหรรมและภาคธุรกิจในช่วงหลายปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งทำงานใกล้ชิดกับสภาการหนังสือพิมพ์ของออสเตรเลียในการที่จัดการเกี่ยวกับการร้องเรียนของเนื้อหาสาระของสื่อสังคมออนไลน์หรือโซเชียล มีเดีย (Social media) และโฆษณา

2) การขยายตัวและปริมาณการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ของประชาชนในปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์ หรือโซเชียล มีเดีย (Social media) มีอิทธิพลกับประเทศออสเตรเลียอย่างมาก จากสถิติเดิมสื่อวิทยุโทรทัศน์เคยได้รับความนิยมสูงสุด แต่ในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ได้เข้ามามีอิทธิพลมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีความตื่นตัวและสามารถที่จะทำหน้าที่เป็นผู้ตรวจสอบข้อมูลเนื้อหาที่สื่อต่างๆ ผลิตและนำเสนอตลอดจนสามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นช่องทางในการร้องเรียนได้มากขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบกิจการหรือผู้ผลิตสื่อต่างๆ ต้องมีความระมัดระวังในการนำเสนอข้อมูลอย่างรอบคอบ

2.2.10 อุปสรรคของการกำกับดูแลในประเทศออสเตรเลีย

1) ภูมิทัศน์ของสื่อที่เปลี่ยนไปจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ส่งผลให้อุตสาหกรรมสื่อเปลี่ยนแปลงไปด้วยจำนวนผู้ประกอบกิจการที่เพิ่มขึ้นตามช่องทางที่หลากหลาย เช่น เคเบิลทีวี ทีวีดาวเทียม อินเทอร์เน็ตทีวี ทีวีออนโมบาย เป็นต้น ในยุคการหลอมรวมสื่อทำให้ผู้ประกอบกิจการมีการแข่งขันกันมากขึ้นส่งผลให้อุตสาหกรรมมีการเจริญเติบโต แต่ในทางกลับกันก็ทำให้ผู้ประกอบกิจการบางรายมุ่งผลประโยชน์กำไรทางธุรกิจมากกว่าการผลิตเนื้อหารายการที่มีคุณภาพ และที่สำคัญโครงสร้างของอุตสาหกรรมสื่อที่เปลี่ยนไปทำให้การกำกับดูแลมีความยากมากขึ้น

2) การถูกแทรกแซงโดยอำนาจรัฐและทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสื่อหนังสือพิมพ์ส่งผลให้ขาดความเป็นอิสระในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในบางเรื่อง และหากเกิดการร้องเรียนในประเด็นต่างๆ จากผู้บริโภค ในกระบวนการพิจารณาเรื่องราวร้องเรียนอาจมีความเสี่ยงที่จะไม่ได้รับการพิจารณาอย่างเป็นธรรม

3) การผลักดันกฎหมายที่เกี่ยวกับการปฏิรูปสื่อยังไม่ประสบความสำเร็จ ที่ผ่านมารัฐบาลออสเตรเลียได้นำเสนอร่างกฎหมายที่เกี่ยวกับการปฏิรูปสื่อหลายฉบับโดยเน้นกฎหมายที่เกี่ยวกับสาธารณะประโยชน์ และลักษณะการเป็นเจ้าของกิจการหรือการเปลี่ยนแปลงความเป็นเจ้าของสื่อ ซึ่งมีเจ้าของสื่อหลายรายพยายามที่จะต่อต้านร่างกฎหมายดังกล่าว จนทำให้ร่างกฎหมายฯ ถูกถอนออกไป ส่งผลให้ความพยายามของรัฐบาลที่จะปรับโครงสร้างกลไกในการกำกับดูแลในภาพรวมของทั้งประเทศยังไม่ประสบความสำเร็จ

ตารางที่ 2 กรณีศึกษาการร้องเรียนเกี่ยวกับโฆษณาในประเทศออสเตรเลีย

ประเภทของสื่อ/code	ผู้ที่เกี่ยวข้อง/เนื้อหา	ประเด็นร้องเรียน	ผลการพิจารณา
โฆษณาทีวี	โดนร้องเรียนว่ามีเนื้อหาในการกีดกันแม่ ไม่ให้แม่มีบทบาทในการดูแลลูก	การเลือกปฏิบัติหรือการที่ชี้นำให้สาธารณชนมองคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งว่าเป็นผู้ร้าย	พิจารณาเนื้อหามีความลำเอียงเข้าข้างพ่อ แต่ออกทางในทางขบขัน การพิจารณาเห็นว่าเป็นโฆษณาที่ยังใช้ได้ ไม่ได้ทำให้คนรังเกียจแม่
เว็บไซต์	เนื้อความกล่าวถึงการให้ส่วนลดกับเด็กโรงเรียนคาทอลิค	ล้อเลียนศาสนา	พิจารณาเห็นว่าเป็นโฆษณาที่ยังใช้ได้เป็นในเชิงอารมณ์ขัน
โฆษณากระทิงแดง	เป็นโฆษณาของผู้ผลิตที่มีเจตนาจงใจสร้างขึ้นมามีพระเยซูเดินบนน้ำได้ โดยเจตนาที่จะให้รู้ว่ามีหินอยู่ได้น้ำ	บางความคิดเห็นมองว่า เป็นการล้อเลียนพระเยซู	พิจารณาว่า ไม่ได้เป็นการละเมิดในประเด็นจรรยาบรรณทางศาสนา
โฆษณา	มีเนื้อหาว่าขิงไม่เป็นที่นิยมเท่ากับเด็กผมแดง	ประเด็นคือทำให้เด็มผมแดงรู้สึกว่าตัวเองมีปมด้อย	เห็นตามผู้ร้องเรียนพบว่าเป็นการเลือกปฏิบัติต่อเด็กผมแดง
โฆษณา	นางแบบในโฆษณาอายุ 11 ปี และแต่งตัวเตรียมพร้อมที่จะไปเที่ยวข้างนอก	ภาพของเด็กผู้หญิงแสดงท่าทียั่วยวน	โฆษณาชิ้นนี้ไม่เป็นอะไร

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ประเภทของสื่อ/code	ผู้ที่เกี่ยวข้อง/เนื้อหา	ประเด็นร้องเรียน	ผลการพิจารณา
เวบไซต์	เป็นภาพคนโกนขนแกะในทาสมาเนียกำลังโกนคนผู้หญิงคนหนึ่ง	เป็นการดูถูกผู้หญิง เป็นภาพที่สื่อให้เห็นว่าผู้หญิงคนนั้นเหมือนกับสัตว์ตัวหนึ่ง ละผู้ชายนั้นมีอำนาจเหนือเธอ	การตัดสิน เป็นโฆษณาที่มีปัญหาและไม่ควรออกอากาศ
โฆษณาวีดีโอเกมส์	ภาพผู้ชายถือดาบเปื้อนเลือด	มีเนื้อหาความรุนแรงมากเป็นภาพที่รุนแรง โจ่งแจ้งเกินไป พบว่าภาพมีความรุนแรงเกินความจำเป็น	การตัดสิน เป็นโฆษณาที่มีปัญหาและไม่ควรออกอากาศ
บิลบอร์ด	เป็นภาพค่อนข้างโป๊ของผู้หญิง	การนำเอาบุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมาเป็นวัตถุทางเพศ	ยกคำร้อง ด้วยให้มีการตัดช่วงบนของใบหน้าไป เพื่อไม่ให้เห็นเป็นตัวบุคคลใดบุคคลหนึ่ง
โฆษณาขาย แฮมเบอร์เกอร์	ซื้อสองแถมหนึ่งเป็นภาพค่อนข้างโป๊ของผู้หญิงและผู้ชาย	มีการถ่ายทอดถึงลักษณะในเชิงเปรียบเทียบว่าคนเสมือนวัตถุ	พิจารณาว่ามีความโป๊เปลือยและมีความไม่เหมาะสม
โฆษณาโปรโมทภาพยนตร์เรื่องโรมิโอกับจูเลียต	ในภาพเป็นผู้หญิงอายุ 26 ปีแล้ว แต่หน้าอ่อนต่อวัยมาก และไม่มีชื่อว่าเป็นเรื่องโรมิโอกับจูเลียต	กลัวว่าจะสื่อในเรื่องของคนที่เป็นโรคจิตชอบและนิยมเด็กหรือเปล่า จึงมีการร้องทุกข์มา	การตัดสิน เป็นโฆษณาที่มีปัญหาและไม่ควรออกอากาศ

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ประเภทของสื่อ/code	ผู้ที่เกี่ยวข้อง/เนื้อหา	ประเด็นร้องเรียน	ผลการพิจารณา
โฆษณาทีวีแผ่นอนามัย	เด็กอาจจะได้ยินภาษาที่ไม่เหมาะสม	มีการร้องเรียนมามากมายเกี่ยวกับใช้คำ เช่น ช่องคลอด	พิจารณาว่าไม่ได้มีคำที่ไม่เหมาะสม และไม่มีเด็กเข้ามาเกี่ยวข้องกับโฆษณาดังกล่าว ถือว่าเป็นโฆษณาที่ใช้ได้
โฆษณาในเฟสบุ๊ก	ภาษาที่ไม่เหมาะสม	มีการใช้คำไม่เหมาะสม มีคำ fuck ปรากฏอยู่ด้วย	พิจารณายืนตามคำร้อง
โฆษณาสุขภาพและความปลอดภัย	มีภาพเข็มหมุด	เกรงว่าเด็กอาจจะทำตาม	พิจารณายืนตามคำร้อง
โฆษณาในเฟซบุ๊ก	เป็นโฆษณาชุดชั้นในรุ่น Besty ที่อาจจะส่งเสริมให้มีการถ่ายภาพขณะสวมใส่ชุดชั้นใน	อาจจะส่งเสริมความคิดให้เด็กสาวถ่ายรูปโป๊เปลือย แล้วไปโพสต์ออนไลน์	ตัดสินยืนตามคำร้องทุกข์ และให้ถอนโฆษณาออกทันที

2.2.11 บทเรียนจากประเทศออสเตรเลียสู่ข้อเสนอแนะสำหรับประเทศไทย

1) องค์กรกำกับดูแลและองค์กรวิชาชีพ ควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบกิจการสื่อมีความรู้ความเข้าใจตระหนักถึงความสำคัญตลอดจนเห็นประโยชน์ของการใช้กลไกในการกำกับดูแลกันเองให้มากขึ้น

2) โครงสร้างของคณะกรรมการในองค์กรวิชาชีพควรแยกส่วนกันโดยเฉพาะคณะกรรมการที่มีหน้าที่พิจารณาเรื่องราวร้องเรียนกับคณะกรรมการที่มีหน้าที่ดูแลด้านงบประมาณ เพื่อให้คณะกรรมการที่ทำหน้าที่พิจารณาเรื่องร้องเรียนสามารถทำหน้าที่ได้อย่างอิสระและยุติธรรม

2.2.12 รูปแบบการกำกับดูแลในประเทศต่างๆ แถบภูมิภาคอาเซียน

1) ประเทศอินโดนีเซีย มีการตรากฎหมายเป็น พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารที่ยืนยันสิทธิในการรับรู้ข่าวสารของประชาชน ส่วนการกำกับดูแลสื่อก็มีทั้งการกำกับกันเอง การกำกับดูแลร่วมกันและการกำกับดูแลโดยภาครัฐผสมผสานกัน ปัจจุบันอินโดนีเซียมีสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร ซึ่งมีจำนวนผู้ประกอบการลดลงจากเมื่อ 5 ปีที่แล้ว เนื่องจากอิทธิพลที่มีต่อคนอ่านสื่อสิ่งพิมพ์น้อยลง ในขณะเดียวกันสื่อวิทยุและโทรทัศน์มีการเติบโตขึ้นเรื่อยๆ โดยชาวอินโดนีเซียเน้นการรับรู้ข่าวสารและบันเทิงจากสื่อประเภทดังกล่าวในส่วนการกำกับดูแลในกิจการหนังสือพิมพ์มีองค์กรหลัก คือ สภาการหนังสือพิมพ์อินโดนีเซีย (Indonesia Press Council) ซึ่งเป็นองค์กรอิสระที่มีการก่อตั้งโดยผ่านทางกฎหมายสื่อสิ่งพิมพ์ในปี ค.ศ. 1999 (ออนไลน์, 2556) โดยกฎหมายนี้มาแทนที่กฎหมายเก่าซึ่งมีความเป็นเผด็จการและไม่ได้ส่งเสริมเสรีภาพของสื่อ

2) ประเทศฟิลิปปินส์ ยังไม่มีกฎหมายที่จะส่งเสริมเสรีภาพในการแสดงออก อย่างไรก็ตามฟิลิปปินส์ก็ไม่มีสื่อสาธารณะ ไม่มีการก่อตั้งสภาของสื่อต่างๆอย่างเป็นทางการ แต่มีองค์กรเอกชนระดับภูมิภาคที่ดูแลสื่อโดยสภาการกำกับดูแลในฟิลิปปินส์เป็นเรื่องของอาสาสมัคร ปัจจุบันนี้ฟิลิปปินส์กำลังปรับจากการควบคุมไปสู่เรื่องการกำกับดูแลร่วม ซึ่งก็เป็นปัจจัยบวกส่งเสริมกัน

3) ประเทศมาเลเซีย รัฐเป็นผู้ควบคุม สื่อในมาเลเซียเป็นมรดกตกทอดมาจากกรมประชาสัมพันธ์ จนกระทั่งปี ค.ศ. 1980 สถานีโทรทัศน์สองราย มีรัฐเป็นเจ้าของ แล้วก็ในบรรดาสถานีวิทยุร้อยละ 60 รัฐยังครอบครองในปัจจุบัน คือกระทรวงต่างๆ เป็นเจ้าของ

4) เวียดนามและลาว สื่อก็อยู่ในการครอบครองของรัฐ และถึงแม้ว่าจะมีเอกชน เอกชนเหล่านี้ก็ไม่ได้มีสถานีโทรทัศน์หรือสถานีวิทยุของตนเอง จะเป็นในลักษณะไปรับสัมปทานมาจากหน่วยงานรัฐ คือ เป็นบริษัทเอกชนแต่ว่าไม่ได้เป็นเจ้าของ (Sub contract) เช่น กระทรวงเหมืองแร่มีใบอนุญาตสื่อสิ่งพิมพ์เข้าก็ไปสัมปทาน (Sub contract) ให้บริษัทเอกชนแล้วรัฐก็เป็นผู้ถือใบอนุญาตแล้วก็จะเป็นผู้กำหนดกฎเกณฑ์ต่างๆ

2.2.13 องค์ประกอบและกลไกการกำกับดูแลในประเทศต่างๆ แถบภูมิภาคอาเซียน

1) ประเทศอินโดนีเซีย ยกตัวอย่าง สภาการหนังสือพิมพ์มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบในการดูแล เฉพาะเรื่องสื่อสิ่งพิมพ์และงานข่าวในสื่ออื่นๆ ถ้าหากมีการร้องทุกข์หรือร้องเรียนเกี่ยวกับข่าวในสื่อกระจายเสียง สื่ออินเตอร์เน็ต หรือสื่อโทรทัศน์ สภาการหนังสือพิมพ์จะมีหน้าที่ดูแลจัดการเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียนเหล่านั้น

ในขณะที่คณะกรรมาธิการการกระจายเสียงซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีกฎหมายรองรับรับงบประมาณสนับสนุนทั้งหมดจากรัฐบาลและทำงานใกล้ชิดกับรัฐบาล มีหน้าที่หารืออย่างใกล้ชิดกับรัฐบาลและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ สำหรับประเด็นการทำข่าว คณะกรรมาธิการการกระจายเสียงจะขอให้ทางสภาการหนังสือพิมพ์เป็นผู้ช่วยให้ข้อเสนอแนะในกรณีที่มีการร้องเรียนร้องทุกข์เกี่ยวกับเนื้อหาสาระ ไม่ว่าจะเป็นในทอล์คโชว์หรือรายการเกี่ยวกับข่าวซึ่งเผยแพร่ออกอากาศทางสื่อวิทยุและโทรทัศน์ จากการที่มีการส่งเสริมจรรยาบรรณ ทางสภาการหนังสือพิมพ์อินโดนีเซียจึงกำหนดจรรยาบรรณและแนวปฏิบัติต่างๆ ขึ้น โดยปัจจุบันมีทั้งหมด 10 ชุด สำหรับนักข่าวในการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีจรรยาบรรณ ส่วนทางสภาการโฆษณาก็มีจรรยาบรรณอีกชุดหนึ่ง สำหรับบริษัทโฆษณาต่างๆ ซึ่งเป็นสถาบันที่มีอำนาจในการบังคับใช้บทลงโทษ ดังนั้น ถ้าหากมีข้อร้องเรียนเกี่ยวกับโฆษณาผ่านมาทางสภาการหนังสือพิมพ์ ทางสภาการหนังสือพิมพ์ก็จะแจ้งให้ไปติดต่อที่สภาการโฆษณาโดยตรง เนื่องจากไม่ได้เป็นผู้ดูแลเกี่ยวกับการร้องเรียนด้านโฆษณา ซึ่งจะมีความแตกต่างจากคณะกรรมาธิการการกระจายเสียงที่มีอำนาจในการบังคับใช้จรรยาบรรณที่ตนเองกำหนดขึ้นมา โดยจะขอคำแนะนำจากสภาการโฆษณา

2) ประเทศกัมพูชา มาเลเซีย สิงคโปร์และเวียดนาม สามารถสรุปในเบื้องต้นได้ว่ารัฐบาลยังคงต้องการที่จะมีสิทธิมีเสียงอยู่ในภายใต้รูปแบบของการกำกับดูแลร่วมกัน (Co-regulation) ซึ่งเป็นเรื่องที่สื่อจะต้องเข้าใจว่าสิทธิและหน้าที่ของตัวเองเป็นอย่างไร แต่เรื่องที่ยังไม่ชัดเจนคือกรอบนโยบายโดยรวมเกี่ยวกับการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ที่หลายๆ ฝ่ายขาดการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย

2.2.14 ปัจจัยความสำเร็จของการกำกับดูแลกันเองในประเทศต่างๆ แถบภูมิภาคอาเซียน

1) ประเทศฟิลิปปินส์ มีสภาองค์กรวิชาชีพในกำกับรัฐบาลซึ่งเป็นองค์กรระดับภูมิภาคที่สามารถดูแลสื่อในภูมิภาคได้อย่างทั่วถึง โดยสภาองค์กรวิชาชีพดังกล่าวดำเนินการโดยอาสาสมัครจากสื่อต่างๆ ที่มีความเข้าใจและยอมรับระบบการกำกับดูแลตัวเองเป็นอย่างดี

2) ประเทศอินโดนีเซีย สภาการโฆษณาของประเทศอินโดนีเซีย ทำหน้าที่กำกับดูแลตัวเอง โดยสภาการโฆษณาเกิดจากกลุ่มที่มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจโฆษณาก่อตั้งขึ้นมา โดยไม่มีฝ่ายรัฐเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องใดๆ นอกจากนี้สภาการหนังสือพิมพ์อินโดนีเซีย มีเครื่องมือในการสืบสวนเกี่ยวกับการ

ละเมิดจรรยาบรรณ โดยไม่ได้พิจารณาเฉพาะเนื้อหาสาระของการนำเสนอข่าวเท่านั้น แต่จะต้องตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นเพื่อประกอบการตัดสินตามคำร้องเรียน ซึ่งเครื่องมือดังกล่าวเรียกว่าประมวลจรรยาบรรณของนักข่าวที่สมาชิกของสมาคมนักข่าวต่างๆ ช่วยกันร่างขึ้น

2.2.15 อุปสรรคของการกำกับดูแลกันเองในประเทศต่างๆ แถบภูมิภาคอาเซียน

1) การได้รับเงินทุนของรัฐบาลในรูปของบริษัทที่มีสายสัมพันธ์กับรัฐ ในลักษณะการเป็นผู้ถือหุ้นส่วนมากกว่า 60% ส่งผลทำให้สื่อขาดความเป็นอิสระในการนำเสนอเนื้อหาและการกำกับดูแลกันเอง

2) การแทรกแซงจากอำนาจรัฐส่งผลต่อสิทธิเสรีภาพของสื่อ ในหลายประเทศรัฐบาล พรรคการเมืองและทหาร เป็นกลุ่มที่สามารถเข้ามาเป็นเจ้าของหรือถือหุ้นในการประกอบกิจการสื่อได้อย่างอิสระทำให้สื่อถูกจำกัดสิทธิเสรีภาพในการนำเสนอเนื้อหาได้อย่างรอบด้านและทำให้สื่อไม่สามารถปฏิบัติตามกรอบจรรยาบรรณทางวิชาชีพได้อย่างสมบูรณ์

3) ความหลากหลายของเชื้อชาติและวัฒนธรรมในบางประเทศเป็นอุปสรรคต่อการสร้างกรอบมาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพสื่อ เช่น อินโดนีเซียมีกลุ่มชาติพันธุ์มากกว่า 300 กลุ่ม มีภาษามากกว่า 300 ภาษา และยังเป็นประเทศที่พยายามแยกกิจการทางศาสนาออกจากการปกครอง โดยประชากรส่วนใหญ่ประมาณ 90 เปอร์เซ็นต์เป็นชาวมุสลิมที่แบ่งเป็นหลายกลุ่ม และมีความอ่อนไหวต่อการนำเสนอเนื้อหาของสื่อต่างๆ ดังนั้นความพยายามที่จะส่งเสริมให้ผู้ผลิตโฆษณามีความตระหนักถึงการนำเสนอเนื้อหาสาระในสื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อผู้รับสารกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง จึงเป็นไปอย่างลำบาก

4) การละเมิดกฎหมายเกี่ยวกับสื่อลามกอนาจาร โดยการนำเสนอเนื้อหายังพบการระบุชื่อของเหยื่อความรุนแรงทางเพศรวมถึงนำเสนอภาพของผู้ที่ได้รับความเสียหาย

ตารางที่ 3 กรณีศึกษาการร้องเรียนเกี่ยวกับโฆษณา รายการข่าว และรายการโทรทัศน์ในประเทศต่างๆ แถบภูมิภาคอาเซียน

ประเภทของสื่อ/code	ผู้ที่เกี่ยวข้อง/เนื้อหา	ประเด็นร้องเรียน	ผลการพิจารณา
โฆษณาเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ (อินโดนีเซีย)	อ้างว่าเครื่องดื่มทำให้คุณรู้สึกสนุกสนาน ถึงแม้ว่าคุณจะถูกประหารชีวิตด้วยการแขวนคอก็ตาม	ละเมิดจรรยาบรรณ	พิจารณายืนตามคำร้อง
โฆษณานม (อินโดนีเซีย)	โฆษณานมที่ทำให้เด็กผู้ชายคนหนึ่งแข็งแรงขึ้นจนสามารถแบกพ่อขึ้นหลังได้	ละเมิดจรรยาบรรณ	พิจารณายืนตามคำร้อง
โฆษณาสบู่ Lifeboy (อินโดนีเซีย)	มีการอ้างว่าหมอกับพยาบาลแนะนำให้ใช้	มีการห้ามไม่ให้ใช้นักวิชาชีพมาเป็นพรีเซนเตอร์	พิจารณายืนตามคำร้อง
โฆษณาไส้กรอกยี่ห้อ So Nice So Good (อินโดนีเซีย)	ที่เด็กกินแล้ว ตัวจะสูงขึ้นและแข็งแรงขึ้นทันที	การอวดอ้าง เกินจริง	พิจารณายืนตามคำร้อง
รายการโทรทัศน์ประเภททอล์คโชว์ (อินโดนีเซีย)	มีการเชิญคนที่มีปัญหาทางจิตมาออกรายการเพื่อเป็นการเรียกเรตติ้งของรายการ โดยแขกรับเชิญคนแรกชอบกินเนื้อคน คนที่สองชอบกินสัตว์เป็นๆ	เป็นการสนับสนุนให้คนที่มีพฤติกรรมแปลกประหลาดมาสู่สายตาประชาชน	ห้ามออกอากาศ

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ประเภทของสื่อ/code	ผู้ที่เกี่ยวข้อง/เนื้อหา	ประเด็นร้องเรียน	ผลการพิจารณา
สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ไทย)	การตรวจสอบอีเมล์จากนักการเมืองเกี่ยวกับการจ่ายเงินค่าสินบนให้กับคอลัมนิสต์จำนวนหนึ่ง	ติดสินบน	ผลปรากฏออกมาพบว่า ไม่มีการรับสินบน
หนังสือร้องเรียน (ไทย)	มีสื่อมวลชนจำนวนหนึ่งซึ่งมีทั้งหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์เดินทางไปกับรัฐสภาไปทัวร์ที่ประเทศอังกฤษ	โดยไปดูงานทางด้านประชาธิปไตยหรือทางด้านสื่อมวลชนซึ่งก็ดูอยู่สักที่สองที่แล้วก็มีโปรแกรมไปดูฟุตบอลพรีเมียร์ลีกคู่สำคัญ ซึ่งถูกวิพากษ์วิจารณ์มาก	สภาวิชาชีพข่าววิทยุโทรทัศน์ก็ออกมาเตือนสมาชิกให้ระมัดระวังเรื่องเหล่านี้
บริษัทสื่อ (ไทย)	บริษัทไร่ส้ม	ถูกเรียกร้องให้มีการรับผิดชอบด้านจริยธรรม	คณะกรรมการปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ ชี้ว่าคดีมีมูลและส่งให้ทางอัยการไปฟ้องร้องเจ้าของกิจการรับผิดชอบด้วยการลาออกจากสมาคมฯ

2.2.16 บทเรียนการกำกับดูแลจากประเทศต่างๆในแถบภูมิภาคอาเซียนสู่ข้อเสนอแนะสำหรับประเทศไทย

1) องค์กรกำกับดูแลของรัฐ ควรมีการจัดระเบียบสื่อที่อยู่นอกระบบโดยให้ความรู้ความเข้าใจเพื่อจูงใจให้สื่อนอกระบบเข้ามาลงทะเบียนเป็นสื่อในระบบเพิ่มมากขึ้น

2) ควรปรับแก้กฎระเบียบให้ทันต่อภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากสื่อในรูปแบบใหม่ๆ ยังไม่มีกฎระเบียบที่ชัดเจนและองค์กรวิชาชีพเองก็ยังไม่สามารถเข้าไปควบคุมได้ เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต

3) คณะกรรมการในองค์กรวิชาชีพที่มีหน้าที่พิจารณาเรื่องราวร้องเรียนกับคณะกรรมการที่มีหน้าที่ดูแลด้านงบประมาณควรแยกส่วนออกจากกัน เพื่อให้สามารถทำหน้าที่พิจารณาเรื่องร้องเรียนได้อย่างอิสระและยุติธรรม

4) องค์กรวิชาชีพสื่อต่างๆ ควรร่วมมือกันในการจัดทำจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อเพื่อให้เป็นแนวปฏิบัติร่วมกัน

ตารางที่ 4 สรุปการเปรียบเทียบแนวทางการกำกับดูแลในแต่ละประเทศ

ประเทศ	องค์ประกอบและกลไกการกำกับดูแล	ปัจจัยความสำเร็จ	อุปสรรคการกำกับ
1. ประเทศอังกฤษ	เป็นการกำกับดูแลร่วมกัน และมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลายหน่วยงานที่เข้ามามีบทบาท ประกอบด้วย The Committee of Advertising Practice (CAP), The Broadcast of Advertising Practice (BCAP) The Advertising Standard Authority (ASA) และ องค์กรกำกับดูแลกิจการแพร่ภาพกระจายเสียงของประเทศอังกฤษหรือ OFCOM เป็นองค์กรกำกับดูแลที่มีกฎหมายรองรับ	1. ปัจจัยเรื่องเสรีภาพในการแสดงออก ในการแสดงออกและแสดงความคิดเห็น การรับและการส่งออกข้อมูลและการแสดงความคิดเห็นของตัวเอง โดยที่รัฐหรือหน่วยงานที่ดูแลการกำกับของรัฐจะไม่เข้าไปแทรกแซง 2. ลักษณะโครงสร้างตลาดในยุโรป และสื่อสาธารณะมีการแข่งขันอย่างเสรีทำให้เกิดสื่อสาธารณะที่มีความสมดุลให้ประโยชน์กับประชาชน ทำให้ตลาดสามารถที่จะเติบโตและมีการแข่งขันที่เป็นธรรม 3. อำนาจในการที่จะให้ใบอนุญาต ระบบในอังกฤษเป็นระบบการให้ใบอนุญาต (Licensing) ซึ่งใบอนุญาตในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ค่อนข้างที่จะให้ง่ายและราคาไม่แพง 4. แรงจูงใจในอุตสาหกรรม มีแรงจูงใจ ที่จะเป็นผู้กำหนดทิศทางของตนเอง	ไม่มีหลักประกันด้าน : - อุตสาหกรรมจะปฏิบัติตาม - ความลำเอียง - อำนาจการสืบสวนสอบสวนค่อนข้างที่จะจำกัด - ไม่มีหน่วยงานภายนอกที่จะมีอำนาจเรียกเอาเอกสารต่างๆ มาตรวจสอบ - การไม่ได้รับความร่วมมือจากสมาชิก

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ประเทศ	องค์ประกอบและกลไกการกำกับดูแล	ปัจจัยความสำเร็จ	อุปสรรคการกำกับ
2. ประเทศออสเตรเลีย	ใช้รูปแบบการกำกับดูแลร่วมกัน (Co-regulation) และรัฐบาลจะเข้าไปกำกับเฉพาะบางประเภทกิจการ เช่น โทรคมนาคม และกฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ	1. ความร่วมมือกันระหว่างองค์กรกำกับดูแลกันเองกับภาคอุตสาหกรรม ยกตัวอย่างเช่น องค์กร Advertising Standards Bureau (ASB) องค์กรกำกับดูแลกันเองด้านโฆษณา 2. การขยายตัวและปริมาณการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ของประชาชนในปัจจุบัน มีอิทธิพลกับประเทศออสเตรเลียอย่างมาก ทำให้ผู้บริโภคมีความตื่นตัวและสามารถที่จะทำหน้าที่เป็นผู้ตรวจสอบข้อมูลเนื้อหาส่งผลให้ผู้ประกอบกิจการหรือผู้ผลิตสื่อต่างๆ ต้องมีความระมัดระวังในการนำเสนอข้อมูลอย่างรอบคอบ	1. ภูมิทัศน์ของสื่อที่เปลี่ยนไป จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีส่งผลให้อุตสาหกรรมสื่อเปลี่ยนแปลง 2. การถูกแทรกแซงโดยอำนาจรัฐและทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสื่อหนังสือพิมพ์ส่งผลให้ขาดความเป็นอิสระในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร 3. การผลักดันกฎหมายที่เกี่ยวกับการปฏิรูปสื่อยังไม่ประสบความสำเร็จ ที่ผ่านมารัฐบาลออสเตรเลียได้นำเสนอร่างกฎหมายที่เกี่ยวกับการปฏิรูปสื่อหลายฉบับโดยเน้นกฎหมายที่เกี่ยวกับสาธารณะประโยชน์ และลักษณะการเป็นเจ้าของกิจการหรือการเปลี่ยนแปลงความเป็นเจ้าของสื่อ

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ประเทศ	องค์ประกอบและกลไกการกำกับดูแล	ปัจจัยความสำเร็จ	อุปสรรคการกำกับ
3. ประเทศในภูมิภาคอาเซียน	รูปแบบการกำกับกันเองที่รัฐบาลเข้ามากำกับดูแล ได้แก่ ประเทศฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เวียดนาม และลาว ในขณะที่ประเทศอินโดนีเซีย และไทย มีรูปแบบที่หลากหลาย โดยมีกำกับกันเอง การกำกับดูแลร่วมกัน และการกำกับดูแลโดยภาครัฐ	1. สภาองค์กรวิชาชีพในกำกับรัฐบาลซึ่งเป็นองค์กรระดับภูมิภาคที่สามารถดูแลสื่อในภูมิภาคได้อย่างทั่วถึง เช่น ประเทศฟิลิปปินส์ 2. มีกระบวนการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นเพื่อประกอบการตัดสินตามคำร้องเรียน ซึ่งเครื่องมือดังกล่าว เรียกว่า ประมวลจรรยาบรรณของนักข่าว ที่สมาชิกของสมาคมนักข่าวต่างๆ ช่วยกันร่างขึ้น เช่น ประเทศอินโดนีเซีย	1. การได้รับเงินทุนของรัฐบาลในรูปของบริษัทที่มีสายสัมพันธ์กับรัฐในลักษณะการเป็นผู้ถือหุ้นส่วนมากกว่า 60% 2. การแทรกแซงจากอำนาจรัฐพรรคการเมืองและทหารส่งผลต่อสิทธิเสรีภาพของสื่อ 3. ความหลากหลายของเชื้อชาติและวัฒนธรรมในบางประเทศเป็นอุปสรรคต่อการสร้างกรอบมาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพสื่อ เช่น อินโดนีเซีย 4. การละเมิดกฎหมายเกี่ยวกับสื่อลามกอนาจารโดยยังพบการระบุชื่อของเหยื่อความรุนแรงทางเพศรวมถึงนำเสนอภาพของผู้ที่ได้รับความเสียหาย

2.2.17 สรุปกรณีศึกษาการกำกับดูแลในต่างประเทศ

การศึกษากรณีศึกษาในต่างประเทศได้ใช้ข้อมูลสรุปจากการสัมมนาเชิงวิชาการ เรื่อง จรรยาบรรณในมุมมองของสื่อและองค์กรกำกับดูแลในต่างประเทศวันที่ 22-23 เมษายน พ.ศ. 2556 ณ โรงแรมพูลแมน คิงพาวเวอร์ กรุงเทพ โดยคณะวิทยากรที่ให้ข้อมูลเป็นผู้แทนจาก OFCOM ประเทศอังกฤษ, Advertising Standards Bureau (ASB) ประเทศออสเตรเลีย, The Southeast Asian Press Alliance (SEAPA), Indonesia Press Council, สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย, สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย, สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ และศูนย์ศึกษานโยบายสื่อ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้เข้าร่วมสัมมนาประกอบด้วย สื่อมวลชน องค์กรวิชาชีพสื่อ นักวิชาการ กลุ่มภาคประชาสังคม และผู้แทนจากองค์กรกำกับดูแล จำนวน 152 คน

ผลการศึกษารูปแบบการกำกับดูแลกันเองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับรูปแบบการปกครอง ซึ่งจะพบว่า ในประเทศที่มีการปกครองโดยมีรัฐเป็นศูนย์กลางจะมีรูปแบบการกำกับดูแลสื่อโดยภาครัฐ ได้แก่ ประเทศฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เวียดนาม และลาว ในขณะที่ประเทศอินโดนีเซีย และไทย มีรูปแบบการกำกับกันเอง การกำกับดูแลร่วมกัน และการกำกับดูแลโดยภาครัฐส่วนประเทศอังกฤษและประเทศออสเตรเลียที่มีรูปแบบการกำกับดูแลร่วมกัน

2.3 ผลการศึกษาแนวทางและกลไกการกำกับกันเองที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย

พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง กิจการวิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 มาตรา 27 (18) ประกอบกับพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา39 และมาตรา 40 กำหนดให้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) มีอำนาจหน้าที่ในการส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้รับใบอนุญาต ผู้ผลิตรายการ และผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เป็นองค์กรในรูปแบบต่างๆ เพื่อทำหน้าที่จัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบอาชีพและวิชาชีพและการควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพกันเองภายใต้มาตรฐานทางจริยธรรม

ในการดำเนินงาน 1 ปีที่ผ่านมา กสทช. ได้ตั้งคณะอนุกรรมการกำกับดูแลกันเองขึ้นมาเพื่อจัดทำ (ร่าง) แนวทางธำรงไว้ซึ่งจรรยาบรรณและจริยธรรมและแนวทางการกำกับดูแลกันเองขององค์กรวิชาชีพด้านกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (ฉบับ พ.ศ. 2555) และได้มีการระดมความคิดเห็นจากกลุ่มสมาคมวิชาชีพ ตลอดจนองค์กรสื่อต่างๆ ในกรุงเทพมหานครไปแล้วส่วนหนึ่ง ดังนั้นในปี พ.ศ. 2556 สำนักงาน กสทช.จึงทำความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในส่วนภูมิภาคโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรับฟังความคิดเห็นจากสื่อมวลชนในแต่ละภูมิภาคตลอดจนสร้างความรู้ความเข้าใจในนโยบายส่งเสริมการกำกับดูแลกันเองของสื่อตามพันธกิจที่กำหนดไว้ในแผนแม่บท

จากการจัดสัมมนาและสนทนากลุ่มในภูมิภาคต่างๆ สามารถสรุปข้อมูลความคิดเห็นแยกเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

2.3.1 รูปแบบการกำกับดูแลที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย

2.3.2 แนวทางและกลไกในการกำกับดูแลที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย

1) การดำเนินงานเพื่อให้เกิดการกำกับดูแลกันเอง

2) รูปแบบการรวมกลุ่มที่เหมาะสม

3) มาตรฐานจริยธรรมขั้นต่ำในการประกอบวิชาชีพ

4) กระบวนการรับและแก้ไขเรื่องร้องเรียน

2.3.1 รูปแบบการกำกับดูแลที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย

หลักการกำกับดูแลโดยทั่วไปที่มีการยึดโยงกับองค์กรกำกับดูแลมีลักษณะใดลักษณะหนึ่งใน 3 รูปแบบ ดังต่อไปนี้

1) การกำกับดูแลโดยหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ (Public Regulation) โดยหน่วยงานที่มีอำนาจใช้กฎหมายหรือกฎเกณฑ์การกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้นๆ สามารถใช้เพื่อควบคุมให้เป็นไปตามที่กำหนดหรืออาจเรียกได้ว่าเป็น **การกำกับดูแลแบบเข้มข้นมาก**

หากเป็นไปตามแนวทางนี้ กสทช. จะทำหน้าที่เป็นผู้ก่อตั้งหรือมีส่วนจัดตั้งคณะกรรมการควบคุมจริยธรรมที่ระบุไว้ในมาตรา 39 ซึ่งถือเป็นการถ่ายโอนอำนาจในการกำกับดูแลจาก กสทช. ไปยังคณะกรรมการควบคุมจริยธรรม ถ้าผู้บริโภคร้องเรียนเข้ามาว่าสถานีใดละเมิดจรรยาบรรณหรือเนื้อหาส่งผลกระทบต่อสังคม คณะกรรมการควบคุมจริยธรรมจะมีอำนาจตัดสินหากใครผิดตามกฎหมาย (กรอบมาตรา 37.) กสทช. จะลงโทษทางปกครองหรือพักใบอนุญาต หากใครผิดเรื่องของจริยธรรม คณะกรรมการควบคุมจะมีอำนาจในการตัดสินความผิดตามตามกรอบจริยธรรมกลางซึ่งอาจต้องมีการดำเนินการจัดทำต่อไป

2) การกำกับดูแลร่วมกัน (Co-regulation) โดยหน่วยงานกำกับดูแลและผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ต้องมีบทบาทและมีส่วนร่วมในการกำกับดูแล**หรืออาจเรียกว่าเป็นการกำกับดูแลแบบเข้มข้นปานกลาง**

หากเป็นไปตามแนวทางนี้ กสทช. ไม่ได้เป็นผู้เลือกคณะกรรมการควบคุมจริยธรรม แต่ให้สื่อรวมกลุ่มกันเป็นองค์กรวิชาชีพที่สามารถเลือกคณะกรรมการควบคุมจริยธรรมกันเองได้ แล้วให้เสนอตัวแทนมาเป็นคณะกรรมการควบคุมจริยธรรม ตามมาตรา 39 โดยให้ กสทช. เลือกคณะกรรมการที่องค์กรวิชาชีพนั้นเลือกมาก่อนเพื่อให้เกิดการยึดโยงระหว่าง กสทช. กับองค์กรวิชาชีพ ถ้ามีกรณีถูกร้องเรียนว่ากระทำผิดละเมิดจรรยาบรรณ องค์กรวิชาชีพจะมีสิทธิเลือกก่อนว่าจะให้ใครเป็นคณะกรรมการฯโดยมีจำนวนประมาณ 2 เท่า เช่น เลือกจำนวน 30 ชื่อ แล้วให้ กสทช.

เลือกจำนวน 5 ชื่อจาก 30 ชื่อที่องค์กรวิชาชีพเสนอ มาเป็นคณะกรรมการควบคุมจริยธรรมซึ่งองค์กรวิชาชีพ และ กสทช. จะมีสิทธิเลือกกรรมการทั้งสองฝ่าย วิธีการนี้ถือว่ามีจุดยึดโยงกับ กสทช. โดย กสทช. ไม่ได้ให้อำนาจโดยตรงแต่ตัดสินว่าใครจะเป็นคณะกรรมการควบคุมจริยธรรม

นอกจากนี้ กสทช.อาจมีการส่งเสริม สนับสนุนในรูปแบบต่างๆทั้งในรูปแบบของงบประมาณหรือกิจกรรมการพัฒนาบุคลากรในวิชาชีพฯ ตามมาตรา 39 วรรค 3 (องค์กรตามวรรค 1 ที่มีการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรม คณะกรรมการอาจให้การส่งเสริมจากกองทุนตามมาตร 52 ก็ได้) โดยกลุ่มองค์กรวิชาชีพจะต้องมีผลงานการกำกับดูแลกันเองที่ดี เป็นต้น

3) การกำกับดูแลกันเอง (Self -Regulation) หมายถึง ภาคอุตสาหกรรมหรือผู้ประกอบวิชาชีพ สามารถกำหนดหลักเกณฑ์การกำกับดูแลกันเองเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของภาคอุตสาหกรรมและร่วมรับผิดชอบในการควบคุมดูแลกันเอง**หรืออาจเรียกว่าเป็นการกำกับดูแลในแบบเข้มข้นน้อย**

หากเป็นไปตามแนวทางนี้ จะให้สื่อมวลชนรวมกลุ่มกันเองเลือกคณะกรรมการกันเอง ตั้งคณะกรรมการจริยธรรมกันเองไม่เกี่ยวข้องกับ กสทช. ในเชิงกฎหมาย หากมีเรื่องร้องเรียนก็เข้าไปสู่องค์กรวิชาชีพแล้วพิจารณาตัดสินและลงโทษกันเอง

จากการระดมความเห็น 3 ภูมิภาค ได้ข้อสรุปไปในทิศทางเดียวกันว่า รูปแบบการกำกับดูแลที่เหมาะสมกับประเทศไทย คือ การกำกับดูแลร่วมกัน (Co-regulation) เนื่องจากสื่อมวลชนส่วนใหญ่ในท้องถิ่นยังไม่มีความพร้อมที่จะกำกับดูแลกันเอง ในระยะแรกจึงอยากให้มีการกำกับดูแลร่วมกับรัฐ โดยที่ กสทช. มีบทบาทเข้ามากำกับ และส่งเสริม หากในอนาคตสื่อมวลชนสามารถรวมกลุ่มเป็นองค์กรวิชาชีพมากขึ้น มีความรู้มากขึ้น อาจมีการพัฒนาไปเป็นรูปแบบการกำกับดูแลกันเองต่อไป จากข้อสรุปดังกล่าวสามารถนำเสนอผลการแสดงความเห็นออกเป็นรายภาคได้ดังนี้

ภาคอีสาน เสนอว่าควรใช้รูปแบบ การกำกับดูแลร่วมกัน (Co- regulation) หรือระดับความเข้มข้นของการกำกับดูแลอยู่ในระดับกลาง โดยผู้ประกอบกิจการวิชาชีพสื่อมวลชนกับ กสทช. ต้องทำงานร่วมกัน

ภาคเหนือ เห็นว่าควรใช้รูปแบบ การกำกับดูแลร่วมกัน (Co- regulation) โดยความเข้มข้นของระดับการกำกับดูแลอยู่ในระดับกลาง ผู้ประกอบกิจการวิชาชีพสื่อมวลชนกับ กสทช. ต้องทำงานร่วมกัน โดยคณะกรรมการระดับจังหวัด มีอำนาจลงดาบ/ตัดสินใจเมื่อเกิดปัญหาระดับพื้นที่

ภาคใต้ เห็นว่าควรใช้รูปแบบการกำกับดูแลร่วมกัน (Co-regulation) ที่มีความเข้มข้นในระดับปานกลาง โดยมีการทำงานร่วมกันระหว่าง องค์กรวิชาชีพ และ กสทช.

2.3.2 แนวทางและกลไกการกำกับดูแลกันเองที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย

1) การดำเนินงานเพื่อให้เกิดการกำกับดูแลกันเอง

การกำกับดูแลกันเองที่ดีและมีประสิทธิภาพนั้น ผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ ต้องมีความพร้อมในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมมีความพร้อมยกระดับการประกอบกิจการแบบมืออาชีพบนพื้นฐานสิทธิและเสรีภาพ จากการศึกษาพบแนวทางที่ควรดำเนินงานเพื่อให้เกิดการกำกับดูแลกันเองที่เหมาะสม ประกอบไปด้วย

(1) การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์โดยการจัดตั้งเป็นสมาคม สมาพันธ์เพื่อกำกับดูแลกันเอง

(2) การพัฒนามาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพร่วมกันของผู้ประกอบการสื่อ หรือสมาชิกในสมาคม สมาพันธ์

(3) สมาคมหรือสมาพันธ์มีกระบวนการรับ แก้ไขเรื่องร้องเรียนและสภาพบังคับ

โดยทั้ง 3 องค์ประกอบจะต้องทำงานประสานกันได้อย่างมีประสิทธิภาพดังภาพที่ 1

ภาพที่ 1 องค์ประกอบของกำกับดูแลกันเอง

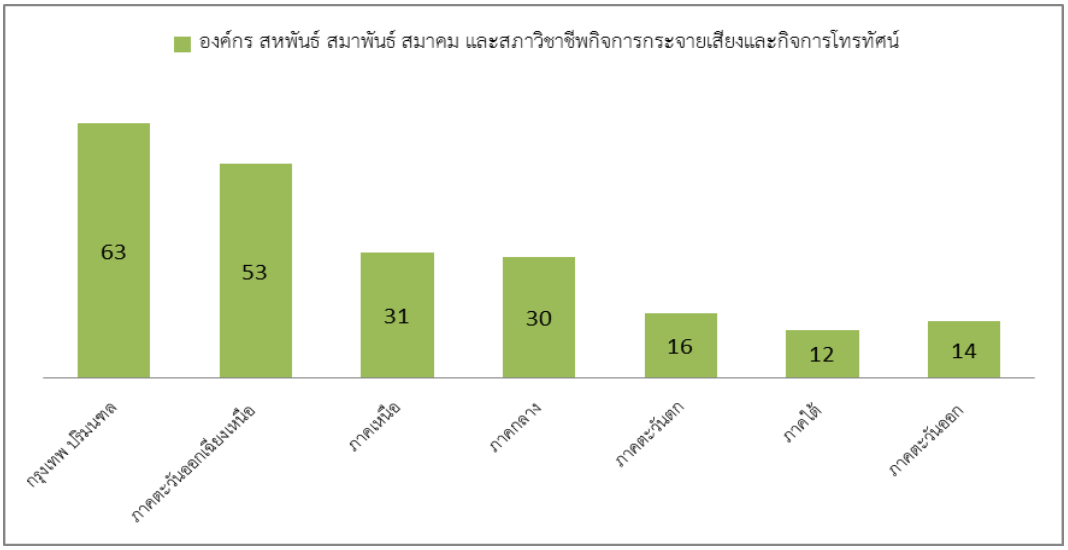
2) รูปแบบการรวมกลุ่มที่เหมาะสม

การรวมกลุ่มของผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ โดยการจัดตั้งเป็นองค์กร สมาคม หรือสมาพันธ์เพื่อกำกับดูแลกันเองตามความหมายที่แท้จริงของการกำกับกันเองนั้นมักมีวัตถุประสงค์เพื่อ ก) เพื่อส่งเสริมสิทธิ เสรีภาพ จริยธรรมในการดำเนินงาน ข) เพื่อยกมาตรฐาน

การเป็นผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ แบบมืออาชีพ ค) เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Organization for security and Co-operation in Europe, 2008: 10-12)

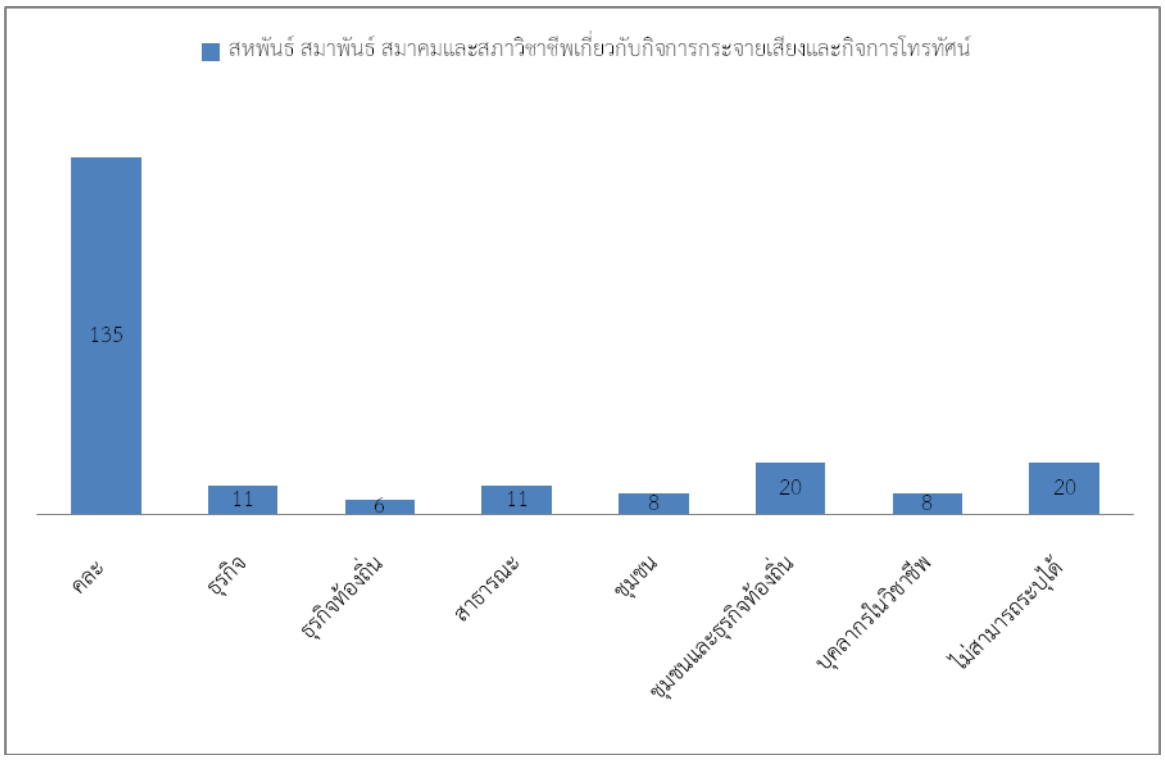
จากการศึกษาวิจัยของศูนย์นโยบายสื่อ จุฬาลงการณ์มหาวิทยาลัย (2556) พบว่า ผู้ประกอบการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ในประเทศไทยมีการรวมกลุ่มในการกำกับกันเอง 2 วัตถุประสงค์สำคัญ ได้แก่ 1) เพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจในการประกอบกิจการ 2) เพื่อการต่อรองทางธุรกิจหรือทางนโยบาย

โดยเฉพาะองค์กรวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ด้านข่าวและรายการมีจำนวนมากกว่า 200 องค์กรทั่วประเทศ ซึ่งแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นขององค์กรวิชาชีพนั้นมาจากสื่อระดับท้องถิ่น การเพิ่มจำนวนดังกล่าวอาจจะนำไปสู่ปรากฏการณ์ที่เรียกว่า การแข่งกันฉุดรั้งมาตรฐานให้ต่ำลงของการกำกับดูแลกันเอง จากการสำรวจในงานวิจัยดังกล่าวพบว่า ปัจจุบัน องค์กรวิชาชีพในกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์มีจำนวน 219 องค์กรโดยสามารถจำแนกการรวมกลุ่มออกเป็นประเภทต่างๆ ได้แก่ 1) องค์กรสหพันธ์ สมาพันธ์ และสภาวิชาชีพกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ตามเขตพื้นที่ระดับภาคดังภาพที่ 2 และ 2) องค์กรสหพันธ์ สมาพันธ์ และสภาวิชาชีพกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ตามประเภทของกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ดังภาพที่ 3 (ศูนย์นโยบายสื่อ, 2556)



ภาพที่ 2 องค์กรสหพันธ์ สมาพันธ์ และสภาวิชาชีพกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์จำแนกตามเขตพื้นที่ระดับภาค

ที่มา: รายงานการวิจัยศูนย์นโยบายสื่อ, 2556



ภาพที่ 3 องค์กรสหพันธ์ สมาพันธ์ และสภาวิชาชีพกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ จำแนกตามประเภทของกิจการ

ที่มา: รายงานการวิจัยศูนย์นโยบายสื่อ, 2556

จากการจัดสนทนากลุ่ม (Focus group) เพื่อยืนยันข้อมูลร่วมกับตัวแทนผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ ตัวแทนสมาคม สมาพันธ์ ระดับท้องถิ่น ทั้ง 3 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้เข้าร่วมดังกล่าวมีความเห็นร่วมกันว่า ควรจะมีการรวมกลุ่มกันเพื่อการกำกับดูแลกันเอง

นอกจากนี้จากการจัดเวทีสัมมนาให้ความรู้ในเรื่องการกำกับดูแลกันเองในแต่ละภูมิภาค ทำให้ผู้เข้าร่วมมีความเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของการรวมกลุ่มเพื่อการกำกับกันเองตามกรอบมาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพเพิ่มมากขึ้น โดยแต่ละภาคมีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันดังนี้

ภาคเหนือ เห็นว่าการรวมกลุ่มกันจะช่วยส่งเสริมให้ผู้ประกอบกิจการสื่อมีศักยภาพและมีมาตรฐานในการประกอบวิชาชีพมากขึ้น สามารถกำกับดูแลกันเองได้โดยลดการแทรกแซงจากอำนาจรัฐ รวมถึงสร้างพลังร่วมกันเพื่อต่อรองกับภาครัฐและเป็นการแบ่งปันความรู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างสมาชิกในองค์กรวิชาชีพนั้นๆ โดย กสทช. ควรมีบทบาทในการส่งเสริมการรวมกลุ่มและสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพขององค์กรวิชาชีพ

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เห็นว่าการรวมกลุ่มกันเพื่อกำกับดูแลกันเองในด้านจริยธรรมโดยร่วมกันสร้างกรอบหรือแนวทางปฏิบัติมาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพ รวมถึงการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ส่งเสริมสนับสนุนซึ่งกันและกันทางด้านความรู้ในวิชาชีพและสามารถแก้ปัญหาร่วมกันในเรื่องคลื่นทับซ้อนและคลื่นรบกวนกัน

นอกจากนี้ลักษณะการรวมกลุ่มเพื่อกำกับกันเองในแต่ละภาคมีความแตกต่างกันตามบริบทของพื้นที่ดังนี้

ภาคเหนือ ควรมีลักษณะการรวมกลุ่มเป็นองค์กรวิชาชีพ โดยรวมกลุ่มในระดับจังหวัด มีคณะกรรมการดูแลกันเองในแต่ละจังหวัดและมีตัวแทนจากแต่ละจังหวัดไปเป็นคณะทำงานระดับภาค โดยให้สำนักงาน กสทช. เป็นพี่เลี้ยงดูแลในระดับประเทศ ซึ่งแต่ละกลุ่มทั้งในระดับจังหวัด ภาค และประเทศต้องมีการวางกรอบแนวทางปฏิบัติให้ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้ประกอบการวิทยุรายใหม่ต้องมีแนวปฏิบัติร่วมกันที่ชัดเจนตั้งแต่ระดับตำบล

สำหรับการรวมกลุ่มของผู้ประกอบกิจการในภาคเหนือ แบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ ดังนี้

1. การรวมกลุ่มตามประเภทการประกอบกิจการ ได้แก่ บริการชุมชน บริการสาธารณะและ บริการธุรกิจ

2. การรวมกลุ่มตามประเภทของสื่อ เช่น วิทยุกับวิทยุ โทรทัศน์กับโทรทัศน์

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ควรมีลักษณะการรวมกลุ่มเป็นองค์กรวิชาชีพในระดับอำเภอและระดับจังหวัด โดยมีกระบวนการเชื่อมต่อการทำงานในทุกระดับ พร้อมกลไกการทำงานที่ชัดเจน โดยอาจมีการจัดตั้งคณะกรรมการประสานงาน และคณะกรรมการควบคุมจริยธรรมขององค์กรวิชาชีพในระดับจังหวัด

สำหรับการรวมกลุ่มของผู้ประกอบกิจการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแบ่งได้เป็น 4 รูปแบบดังนี้

1. การรวมกลุ่มตามประเภทสื่อ เช่น สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อโทรทัศน์

2. การรวมกลุ่มตามประเด็นเนื้อหา เช่น ข่าว บันเทิง สาธารณะ

3. การรวมกลุ่มตามพื้นที่บริการ เช่น ระดับชุมชน ระดับจังหวัด ระดับภาค ระดับประเทศ

4. การรวมกลุ่มโดยคละประเภทสื่อเนื่องจากธรรมชาติของการประกอบกิจการในท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ส่วนใหญ่มักเป็นกลุ่มคนกลุ่มเดียวกัน

ภาคใต้ ควรมีลักษณะการรวมกลุ่มเป็นองค์กรวิชาชีพ ที่มีทั้งการกำกับตนเองและการกำกับกันเอง มีองค์กรสนับสนุน มีกระบวนการตรวจสอบซึ่งกันและกัน และมีการบริหารจัดการที่ดี โดยต้องมีการจัดอบรบสัมมนาให้ความรู้เพิ่มเติมอย่างสม่ำเสมอมีการกำหนดกติกาและคุณสมบัติขั้นต่ำ

ของการรวมกลุ่มเป็นองค์กรวิชาชีพ เช่น ผู้สมัครต้องได้รับใบอนุญาตที่ถูกต้องถึงจะสามารถเป็นสมาชิกในองค์กรวิชาชีพได้ โดยองค์กรวิชาชีพต้องเป็นนิติบุคคล

สำหรับการรวมกลุ่มของผู้ประกอบกิจการในภาคใต้แบ่งได้เป็น 4 รูปแบบ ดังนี้

1. การรวมกลุ่มโดยจำแนกตามประเภทของสื่อ เช่น สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์

2. การรวมกลุ่มโดยจำแนกตามพื้นที่การให้บริการในระดับจังหวัด ระดับภาค ระดับประเทศ

3. การรวมกลุ่มตามประเภทการประกอบกิจการ ได้แก่ บริการชุมชน บริการสาธารณะ และ บริการธุรกิจ

4. การรวมกลุ่มตามลักษณะการประกอบกิจการ เช่น กลุ่มผู้ให้บริการโครงข่ายผู้ให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกระจายเสียงหรือกิจโทรทัศน์ กลุ่มผู้ให้บริการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์

กล่าวโดยสรุป ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ในระดับท้องถิ่นมีความเห็นร่วมกันว่าควรมีการร่วมกลุ่มเป็นองค์กรวิชาชีพ 2 แนวทาง คือ

1. การรวมกลุ่มตามลักษณะพื้นที่การให้บริการ 3 ระดับ คือ ระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับประเทศ

2. การรวมกลุ่มในระดับจังหวัดมีรูปแบบการรวมกลุ่มที่แตกต่างกันไปตามบริบทในแต่ละพื้นที่ เช่น รวมกลุ่มตามประเภทสื่อ รวมกลุ่มตามประเด็นเนื้อหา รวมกลุ่มตามประเภทการประกอบกิจการ หรือรวมกลุ่มคละประเภทสื่อ เป็นต้น

ตารางที่ 5 สรุปรูปแบบการรวมกลุ่มเพื่อกำกับกันเองจำแนกตามรายภาค

ภาค / การรวมกลุ่ม	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้
1. ลักษณะการรวมกลุ่มเป็นองค์กรสภาวิชาชีพ	1. ระดับจังหวัด 2. ระดับภาค 3. ระดับประเทศ	1. ระดับอำเภอ 2. ระดับจังหวัด	1. ระดับจังหวัด 2. ระดับภาค 3. ระดับประเทศ
2. รูปแบบการรวมกลุ่ม	1. ตามประเภทการประกอบกิจการ 2. ตามประเภทสื่อ	1. ตามประเภทสื่อ 2. ตามประเด็นเนื้อหา 3. ตามพื้นที่บริการ 4. คละประเภทสื่อ	1. ตามประเภทสื่อ 2. ตามพื้นที่การให้บริการ 3. ตามประเภทการประกอบกิจการ 4. ตามลักษณะการประกอบกิจการ

อย่างไรก็ตามการรวมกลุ่มเป็นองค์กรสภาวิชาชีพเพื่อการกำกับกันเองควรมีการคัดกรองโดยอาจใช้แนวทางการกำหนดคุณลักษณะมาตรฐานขั้นต่ำขององค์กรวิชาชีพ จากผลการวิจัยของศูนย์นโยบายสื่อ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2556) ดังนี้

1. การจัดทำมาตรฐานจริยธรรม โดยเปิดโอกาสให้สมาชิก ผู้ชมผู้ฟัง ภาคประชาสังคมในพื้นที่เป้าหมายมีส่วนร่วมและให้มีเนื้อหาครอบคลุมประเด็นต่างๆ ที่สำคัญ อาทิ 1) มาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพในการนำเสนอข่าว 2) การป้องกันเด็กและเยาวชนจากเนื้อหาที่มีความเสี่ยง 3) โฆษณาเกินจริง ผิดกฎหมาย ไร้จริยธรรม 4) การคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคล ข้อมูลส่วนบุคคล 5) สิทธิมนุษยชนและจริยธรรม และ 6) การสื่อสารที่สร้างความเกลียดชัง

2. การบังคับใช้มาตรฐานจริยธรรมโดยจัดให้มีช่องทางรับเรื่องร้องเรียนและประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนในพื้นที่เป้าหมายรับรู้

3. การกำหนดกระบวนการพิจารณา แก้ไขและเยียวยาเรื่องร้องเรียนโดยคณะกรรมการควบคุมจริยธรรมซึ่งมีองค์ประกอบทางกฎหมาย

4. การนำเสนอผลการพิจารณาเรื่องร้องเรียนต่อสาธารณะผ่านสื่ออย่างสม่ำเสมอ

5. การจัดให้มีกลไกอุทธรณ์ โดยคณะกรรมการรับและพิจารณาการอุทธรณ์

6. การกำหนดให้ส่งรายงานผลการดำเนินงานแก่ กสทช. เป็นประจำ

เนื่องจากผู้ประกอบการที่เป็นสื่อใหม่และสื่อท้องถิ่นที่ได้มีการรวมกลุ่มในองค์กรวิชาชีพตามเหตุผลและความจำเป็นที่ไม่ตรงวัตถุประสงค์ของการกำกับกันเอง ดังนั้นการสร้างความรู้ความเข้าใจและความตระหนักอย่างต่อเนื่อง ให้กับผู้ประกอบกิจการสื่อรายใหม่หรือสื่อในท้องถิ่นรวมถึงองค์กรวิชาชีพในท้องถิ่นจึงเป็นเรื่องสำคัญ และจำเป็นต้องมีแนวทางการดำเนินงานของการกำกับกันเองที่ชัดเจนและมีมาตรฐานต่อไป

3) มาตรฐานจริยธรรมขั้นต่ำในการประกอบวิชาชีพ

พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 หมวด 3 ที่กล่าวถึงการส่งเสริมและควบคุมจริยธรรมแห่งวิชาชีพและการคุ้มครองผู้เสียหายจากการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ได้ระบุให้คณะกรรมการดำเนินการส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้รับใบอนุญาต ผู้ผลิตรายการ และผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เป็นองค์กรในรูปแบบต่างๆ เพื่อทำหน้าที่จัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพและควบคุมการประกอบอาชีพหรือวิชาชีพกันเองภายใต้มาตรฐานทางจริยธรรม (ราชกิจจานุเบกษา, 2551: 75-76)

เพื่อเป็นการส่งเสริมการรวมกลุ่มขององค์กรวิชาชีพสื่อ กสทช. จึงได้จัดทำ (ร่าง) แนวทางธำรงไว้ซึ่งจรรยาบรรณและจริยธรรมและแนวทางการกำกับดูแลกันเองขององค์กรวิชาชีพด้านกระจายเสียงและโทรทัศน์ (ฉบับ พ.ศ. 2555) ซึ่งมีการกำหนดจรรยาบรรณวิชาชีพและจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพกระจายเสียงและโทรทัศน์จำนวน 7 ข้อ ไว้ในหมวดที่ 3 ดังนี้

1. ตระหนักถึงสิทธิส่วนบุคคลสิทธิในครอบครัวเกียรติยศชื่อเสียงข้อมูลส่วนตัวการสื่อสารระหว่างบุคคล ตลอดจนความเป็นอยู่ส่วนตัว

2. ตระหนักถึงศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์โดยไม่มีการจำแนกความแตกต่างในเรื่องใดๆ เช่น ถิ่นกำเนิดเชื้อชาติสีผิวภาษาเพศอายุความพิการสภาพทางกายหรือสุขภาพสถานะของบุคคลฐานะทางเศรษฐกิจหรือสังคมความเชื่อทางศาสนาการศึกษาอบรมหรือความคิดเห็นทางการเมืองเป็นต้น

3. ตระหนักถึงผลกระทบอันจะเกิดกับผู้บริโภคในด้านการได้รับข้อมูลที่เป็นจริงและสิทธิเรียกร้องเพื่อให้ได้รับการแก้ไขเยียวยาความเสียหาย

4. เคารพในสิทธิและทรัพย์สินทางปัญญาของบุคคลอื่น

5. ส่งเสริมการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีของชาติเพื่อสร้างสรรค์สังคมตลอดจนค่านิยมอันดีงามและภูมิปัญญาท้องถิ่น

6. ตระหนักถึงการนำเสนอข้อมูลที่ครบถ้วนถูกต้องเที่ยงตรงสมดุลเหมาะสมและเป็นธรรม

7. เปิดพื้นที่สาธารณะของข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายให้แก่ทุกภาคส่วนในสังคม

จากผลการจัดสนทนากลุ่ม (Focus group) ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ รวมถึงตัวแทนสภาวิชาชีพต่างๆ ในภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคใต้เห็นด้วยกับมาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพขั้นต่ำทั้ง 7 ข้อ โดยตัวแทนแต่ละภาคได้มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมแบ่งเป็น 2 แนวทางหลัก คือ

1. การเพิ่มประเด็นใหม่รายข้อ ในหมวดที่ 3 ของ (ร่าง) แนวทางธำรงไว้ซึ่งจรรยาบรรณและจริยธรรมและแนวทางการกำกับดูแลกันเองขององค์กรวิชาชีพด้านกระจายเสียงและโทรทัศน์ (ฉบับ พ.ศ. 2555) โดยในแต่ละภาคได้เสนอแนะไว้ดังนี้

1.1 ภาคเหนือ

1.1.1 มีการนำเสนอข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพของมนุษย์ในด้านสติปัญญา คุณธรรม จริยธรรมในการอยู่ร่วมกันในสังคม

1.1.2 หลีกเลี่ยงการสื่อสารที่สร้างความเกลียดชัง

1.1.3 มีกลไกการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียน มาตรการลงโทษหรือความรับผิดที่ชัดเจน

1.1.4 ปกป้องเด็กและเยาวชนจากเนื้อหาที่มีความเสี่ยง

1.2 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.2.1 จัดให้มีช่องทางในการร้องเรียน และการติดตามตรวจสอบในกรณีที่กระทำผิดจรรยาบรรณและจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน

1.3 ภาคใต้

1.3.1 ตระหนักถึงการสื่อสารที่มีลักษณะการปลุกเร้าให้เกิดความรุนแรงประเด็นเฉพาะของพื้นที่ เช่น ด้านความมั่นคง ความอ่อนไหว โดยเฉพาะพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้”

2. การแก้ไขหรือเพิ่มเติมคำ/ข้อความแต่ละข้อของหมวดที่ 3 ใน (ร่าง) แนวทางธำรงไว้ซึ่งจรรยาบรรณและจริยธรรมและแนวทางการกำกับดูแลกันเองขององค์กรวิชาชีพด้านกระจายเสียงและโทรทัศน์ (ฉบับ พ.ศ. 2555) ดังรายละเอียดของแต่ละภาคดังนี้

2.1 ภาคเหนือ มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมแก้ไขในรายละเอียดเพิ่มประโยค “ตามวิชาชีพนั้นๆ” ต่อท้ายจรรยาบรรณข้อที่ 6 ตระหนักถึงการนำเสนอข้อมูลที่ครบถ้วน ถูกต้อง เที่ยงตรง สมดุล เหมาะสมและเป็นธรรม

2.2 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีข้อเสนอเพิ่มเติมแก้ไขในรายละเอียดในร่างข้อ (2) (3) และข้อ (4) ดังนี้ ต่อไปนี้

ข้อเสนอเพิ่มเติมในร่างข้อที่ (2)

“ตระหนักถึงศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์โดยไม่มีการจำแนกความแตกต่างในเรื่องใดๆเช่นถิ่นกำเนิดเชื้อชาติสีผิวภาษาเพศอายุความพิการสภาพทางกายหรือสุขภาพสถานะของบุคคลฐานะทางเศรษฐกิจหรือสังคมความเชื่อทางศาสนาการศึกษาอบรมหรือความคิดเห็นทางการเมืองเป็นต้น”

1. เปลี่ยนคำว่า ความคิดเห็นทางการเมือง เป็น อุดมการณ์ทางการเมือง
2. คงคำว่า ความคิดเห็นทางการเมือง และเพิ่มคำว่า อุดมการณ์ทางการเมือง ต่อจากความคิดเห็นทางการเมือง

ข้อเสนอเพิ่มเติมในร่างข้อที่ (3)

“ตระหนักถึงผลกระทบอันจะเกิดกับผู้บริโภคในด้านการได้รับข้อมูลที่เป็นจริงและสิทธิเรียกร้องเพื่อให้ได้รับการแก้ไขเยียวยาความเสียหาย”

1. ควรจะคงข้อความ ไว้เฉพาะ ตระหนักถึงผลกระทบอันจะเกิดกับผู้บริโภคในด้านการได้รับข้อมูลที่เป็นจริงเท่านั้น ตัดข้อความ และสิทธิเรียกร้องเพื่อให้ได้รับการแก้ไขเยียวยาความเสียหายออก
2. ควรจะคงข้อความทั้งหมดไว้ และเพิ่มเติม ตระหนักถึงผลกระทบอันจะเกิดกับผู้บริโภคในด้านการได้รับข้อมูลที่เป็นจริงและสิทธิเรียกร้องเพื่อให้ได้รับการแก้ไขเยียวยาความเสียหายจากสื่อมวลชน
3. เพิ่มเติมคำว่า ไม่ โดยแก้ไขเป็น ตระหนักถึงผลกระทบอันจะเกิดกับผู้บริโภคในด้านการได้รับข้อมูลที่ไม่เป็นจริงและสิทธิเรียกร้องเพื่อให้ได้รับการแก้ไขเยียวยาความเสียหาย

ข้อเสนอเพิ่มเติมในร่างข้อที่ (4) คือ

“เคารพในสิทธิและทรัพย์สินทางปัญญาของบุคคลอื่น”

1. เสนอให้ตัดข้อความ ทรัพย์สินทางปัญญาออก

2.3 ภาคใต้

ไม่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมแก้ไขในรายละเอียด แต่มีข้อเสนอแนะเป็นภาพรวมของทั้ง (ร่าง) ดังนี้

เพิ่มเติมแก้ไขในประเด็นการให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานตามนโยบายของรัฐในจรรยาบรรณและจริยธรรมไม่มีการอธิบายหรือนิยามคำว่า “ลำเอียง” ควรมีการเขียนคำอธิบายไว้ด้วยควรมีตัวอย่างประกอบ เช่น คำว่าละเมิดว่าแบบไหนคือละเมิดประเด็นเกี่ยวกับความเป็นธรรมในการแข่งขัน

ตารางที่ 6 สรุปข้อเสนอแนะเพิ่มเติมมาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพขั้นต่ำจำแนกตามรายภาค

ประเด็นการแก้ไข	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้
1. การเพิ่มประเด็นใหม่รายข้อ	1. มีการนำเสนอข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพของมนุษย์ในด้านสติปัญญา คุณธรรม จริยธรรมในการอยู่ร่วมกันในสังคม	1. จัดให้มีช่องทางในการร้องเรียน และการติดตามตรวจสอบในกรณีที่กระทำผิดจรรยาบรรณและจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน	1. ตระหนักถึงการสื่อสารที่มีลักษณะการปลุกเร้าให้เกิดความรุนแรง ประเด็นเฉพาะของพื้นที่ เช่น ด้านความมั่นคง ความอ่อนไหวโดยเฉพาะพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้
	2. หลีกเลี่ยงการสื่อสารที่สร้างความเกลียดชัง	-	-
	3. มีกลไกการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนมาตรการลงโทษหรือความรับผิดที่ชัดเจน	-	-
	4. ปกป้องเด็กและเยาวชนจากเนื้อหาที่มีความเสี่ยง		-
2. การแก้ไขหรือเพิ่มเติมคำ/ข้อความแต่ละข้อของหมวดที่ 3	1. (ร่าง) ข้อที่ 6 <u>เพิ่มเติมต่อท้าย“ตามวิชาชีพนั้นๆ”</u>	(ร่าง) ข้อที่ 2 1. เปลี่ยนคำว่า <u>ความคิดเห็นทางการเมือง</u> เป็น “<u>อุดมการณ์ทางการเมือง”</u> 2. คงคำว่า <u>ความคิดเห็นทางการเมือง</u> และเพิ่มคำว่า “<u>อุดมการณ์ทางการเมือง”</u> ต่อจาก<u>ความคิดเห็นทางการเมือง</u> 2. (ร่าง) ข้อ 3 1. ควรจะคงข้อความ ไว้เฉพาะ “<u>ตระหนักถึงผลกระทบอันจะเกิดกับผู้บริโภคในด้านการได้รับข้อมูลที่เป็นจริง”</u>เท่านั้น	-

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ประเด็นการแก้ไข	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้
		ตัดข้อความ “<u>และสิทธิเรียกร้องเพื่อให้ได้รับการแก้ไขเยียวยาความเสียหาย</u>” ออก 2. ควรจะคงข้อความทั้งหมดไว้ และเพิ่มเติม “<u>จากสื่อมวลชน</u>” ไว้ท้ายประโยค 3. เพิ่มเติมคำว่า <u>ไม่</u> โดยแก้ไขเป็น ตระหนักถึงผลกระทบอันจะเกิดกับผู้บริโภคในด้านการได้รับข้อมูลที่ “<u>ไม่</u>” เป็นจริงและสิทธิเรียกร้องเพื่อให้ได้รับการแก้ไขเยียวยาความเสียหาย 3. (ร่าง) ข้อ 4 ตัดข้อความ “ทรัพย์สินทางปัญญา ออก”	
3. ข้อเสนอแนะภาพรวม			1.“ลำเอียง” ควรมีการเขียนคำอธิบายไว้ด้วยควรมีตัวอย่างประกอบ 2.”ละเมิด” แบบไหนคือละเมิดประเด็นเกี่ยวกับความเป็นธรรมในการแข่งขัน การสร้างความตระหนักและให้ความสำคัญเกี่ยวกับลิขสิทธิ์

จากรายงานผลการศึกษาโครงการจัดทำมาตรฐานข้อมูลองค์กรวิชาชีพและทบทวนบทเรียนการควบคุมกันเองด้านจริยธรรมขององค์กรวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ไทย (2556) พบว่าว่า การกำกับดูแลกันเองที่มีประสิทธิภาพในยุคสื่อหลอมรวมปัจจุบันนั้นมีองค์ประกอบที่สำคัญร่วมกันระหว่างการกำกับดูแลโดยรัฐ การกำกับดูแลโดยองค์กรสื่อกันเองและการกำกับดูแลโดยภาคของประชาชนและประชาสังคมจึงจะเกิดความสมบรูณ์ในการกำกับดูแลกันเองเนื่องจากการกำกับดูแลกันเองนั้นใช้กรอบจริยธรรมวิชาชีพสื่อในการกำหนดพฤติกรรมของผู้ประกอบการให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ตลอดจนการมีบทลงโทษที่มีประสิทธิภาพ ประกอบกับการใช้มาตรการกดดันจากสังคม (Social sanction) น่าจะทำให้กระบวนการกำกับกันเองเกิดประสิทธิภาพดีขึ้นดังนั้นการเปิดพื้นที่สาธารณะให้ทุกภาคส่วนมีส่วนรวมในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจึงเป็นเรื่องสำคัญ

กล่าวโดยสรุปข้อมูลจากการระดมความคิดเห็นในแต่ละภาคและข้อเสนอแนะของผู้ศึกษาที่มีต่อ (ร่าง) แนวทางธำรงไว้ซึ่งจรรยาบรรณและจริยธรรมและแนวทางการกำกับดูแลกันเองขององค์กรวิชาชีพด้านกระจายเสียงและโทรทัศน์ (ฉบับ พ.ศ. 2555) เห็นควรเพิ่ม จรรยาบรรณวิชาชีพและจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพกระจายเสียงและโทรทัศน์ในหมวดที่ 3 อีก 2 ข้อดังนี้

1. ปกป้องเด็กและเยาวชนจากเนื้อหาที่มีความเสี่ยง

เนื่องจากในปี พ.ศ. 2555-2556 ที่ผ่านมาการนำเสนอเนื้อหาของสื่อที่ส่งผลกระทบต่อเด็กและเยาวชนมีหลายรูปแบบ คือ การละเมิดสิทธิเด็กและเยาวชน ในลักษณะการนำเสนอข่าวและภาพข่าวของเด็กที่ตกเป็นเหยื่อในลักษณะอนาจารหรือถูกกระทำทางเพศ และการนำเสนอเนื้อหาของสื่อที่มีความรุนแรงใช้ภาษาหยาบคาย อันส่งผลให้เกิดผลกระทบต่อเด็กและเยาวชนในเรื่องวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ชื่อเสียง ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ตลอดจนพฤติกรรมการเลียนแบบจากสื่อที่จะสร้างปัญหาให้สังคมต่อไป

2. ระมัดระวังมิให้มีการสื่อสารที่สร้างความเกลียดชัง

ในสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง ประกอบกับความขัดแย้งใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีมาอย่างต่อเนื่อง สื่อใหม่และสื่อทางเลือกถูกนำไปใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารอุดมการณ์และแสดงความคิดเห็นของกลุ่มคนต่างๆ มากขึ้น ในลักษณะการสร้างวาทกรรมอันจะนำไปสู่การสร้างความเกลียดชังให้กับคนในสังคมได้ง่าย ดังนั้นจริยธรรมวิชาชีพสื่อที่ควรคำนึงถึง คือ การระมัดระวังมิให้มีการสื่อสารที่สร้างความเกลียดชัง เพื่อช่วยลดปัญหาความขัดแย้งและก่อให้เกิดความสงบสุขในสังคมต่อไป

จากการศึกษาจึงขอสรุปมาตรฐานจรรยาบรรณและจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพกระจายเสียงและโทรทัศน์ขั้นต่ำ ที่มีการปรับปรุงแก้ไขในหมวดที่ 3 ของ (ร่าง) แนวทางธำรงไว้ซึ่งจรรยาบรรณและจริยธรรมและแนวทางการกำกับดูแลกันเองขององค์กรวิชาชีพด้านกระจายเสียงและโทรทัศน์ (ฉบับ พ.ศ. 2555) จำนวน 9 ข้อ ดังนี้

1. ตระหนักถึงสิทธิส่วนบุคคล สิทธิในครอบครัวเกียรติยศชื่อเสียงข้อมูลส่วนตัว การสื่อสารระหว่างบุคคล ตลอดจนความเป็นอยู่ส่วนตัว

2. ตระหนักถึงสิทธิมนุษยชนและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ โดยไม่มีการจำแนกความแตกต่างในเรื่องใดๆ เช่น ถิ่นกำเนิด เชื้อชาติสีผิว ภาษาเพศอายุความพิการสภาพทางกายหรือสุขภาพ สถานะของบุคคลฐานะทางเศรษฐกิจหรือสังคมความเชื่อทางศาสนาการศึกษาอบรมหรือความคิดเห็นทางการเมือง

3. ตระหนักถึงผลกระทบอันจะเกิดกับผู้บริโภคในด้านการได้รับข้อมูลที่เป็นจริงและสิทธิเรียกร้องเพื่อให้ได้รับการแก้ไขเยียวยาความเสียหาย

4. เคารพในสิทธิและทรัพย์สินทางปัญญาของบุคคลอื่น

5. ส่งเสริมการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีของชาติเพื่อสร้างสรรค์สังคมตลอดจนค่านิยมอันดีงามและภูมิปัญญาท้องถิ่น

6. ตระหนักถึงการนำเสนอข้อมูลที่ครบถ้วน ถูกต้อง เที่ยงตรง สมดุล เหมาะสมและเป็นธรรม

7. ปกป้องเด็กและเยาวชนจากเนื้อหาที่มีความเสี่ยง

8. เปิดพื้นที่สาธารณะของข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายให้แก่ทุกภาคส่วนในสังคม

9. ระมัดระวังมิให้มีการสื่อสารที่สร้างความเกลียดชัง

ส่วนการเพิ่มประเด็น เรื่อง การมีกลไกรับเรื่องร้องเรียนและมีบทลงโทษ เป็นประเด็นที่อยู่ในส่วนของกลไกการกำกับกันเอง

ส่วนการเพิ่มเติมคำ/ประโยค ในข้อต่างๆ ของ หมวดที่ 3 นั้นควรนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการนักวิชาชีพ พิจารณาความเหมาะสมต่อไป

สำหรับตัวอย่างที่เป็นแนวปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณวิชาชีพและจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพทั้ง 9 ข้อนั้น ผู้ศึกษาจะนำเสนอไว้ใน (ร่าง) คู่มือมาตรฐานจริยธรรมและการกำกับดูแลกันเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (Guideline for Broadcasting Self-regulation) ต่อไป

4) กระบวนการรับและแก้ไขเรื่องร้องเรียน

ปัจจุบันการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ กสทช. ซึ่งเป็นองค์กรอิสระที่มีหน้าที่ในการกำกับดูแลตามกฎหมาย ดำเนินงานด้วยความยากลำบาก ดังนั้น การรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบกิจการเป็นองค์กรวิชาชีพ จะเป็นวิธีการหนึ่งที่จะทำให้การกำกับดูแลมีประสิทธิภาพโดยองค์กรวิชาชีพควรมีกระบวนการรับและแก้ไขเรื่องร้องเรียนเพื่อให้เกิดการกำกับดูแลกันเอง

ดังนั้น กระบวนการรับและแก้ไขเรื่องร้องเรียนในการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์จึงเป็นกระบวนการที่ช่วยยกระดับมาตรฐานทางวิชาชีพให้กับผู้ประกอบการตลอดจนสร้างความน่าเชื่อถือต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในสังคม

จากผลการวิจัยของศูนย์ศึกษานโยบายสื่อ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในปี พ.ศ. 2556 พบว่า องค์กรวิชาชีพได้รับเรื่องร้องเรียนโดยเฉลี่ย 2-3 เรื่องต่อปีทั้งนี้เนื่องจากกลไกการรับและการจัดการเรื่องร้องเรียนในองค์กรวิชาชีพยังขาดประสิทธิภาพ (ศูนย์นโยบายสื่อ, 2556: 77)

ผู้ศึกษาจึงได้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการรับและแก้ไขเรื่องร้องเรียนสำหรับสื่อโฆษณาทั้งในและต่างประเทศจากผลการศึกษาของนักวิชาการและนักวิชาชีพผ่านเวทีสัมมนาทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคสรุปได้ดังนี้

1. กระบวนพิจารณาและแก้ไขเรื่องร้องเรียนในประเทศเยอรมัน มีขั้นตอนดังนี้ (เวทีสัมมนาเชิงปฏิบัติการ แนวทางในการกำกับดูแลกันเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ภาคเหนือ (ผศ.ดร.พิรงรอง รามสูตร, 2556)

1.1 สภา German Advertising Standard Council ทำหน้าที่กำกับดูแลโฆษณาในสื่อทุกประเภทโดย เน้นโฆษณาอาหารและยา เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอลล์

1.2 สภาGerman Advertising Standard Council แต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาข้อร้องเรียน โดยพิจารณาตามแนวทางโดยมีมาตรฐานทางจริยธรรมหรือมาตรฐานการประกอบการเป็นฐาน

1.3 สภา German Advertising Standard Council กำหนดบทลงโทษ เมื่อพิจาณาและมีคำวินิจฉัยให้ระงับการเสนอโฆษณา หรือให้มีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขโฆษณาดังกล่าว ถ้าในกรณีที่ออกคำวินิจฉัยแล้วมีการปฏิบัติตาม ก็จะเสร็จสิ้นกระบวนการร้องเรียน โดยในประเทศเยอรมันผู้ประกอบการโฆษณามากถึงร้อยละ 93 ยอมรับและเชื่อฟังคำตัดสินของสภาด้วยการระงับการโฆษณา

1.4 ถ้าผู้ประกอบการโฆษณาไม่ปฏิบัติตามคำวินิจฉัยของสภา German Advertising Standard Council สภาสามารถนำคำวินิจฉัยประกาศแจ้งต่อสาธารณชน ซึ่งสังคมเยอรมันการประกาศสู่สาธารณะชนถือเป็นการลงโทษที่รุนแรงมาก

2. กระบวนพิจารณาและแก้ไขเรื่องร้องเรียนในประเทศไทย กรณีสมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย (จากการเสวนาในหัวข้อ “จรรยาบรรณวิชาชีพในวงการสื่อและโฆษณา: จากอดีตถึงปัจจุบัน สู่ความท้าทายของกลไกการกำกับดูแลกันเองในประเทศไทย โดยนิวัติ วงศ์พรมปรีดา, 2556)

สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทยเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 โดยมีกระบวนการพิจารณาและแก้ไขเรื่องร้องเรียนดังนี้

2.1 สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทยมีหน้าที่ในการออกระเบียบและจรรยาบรรณวิชาชีพโฆษณาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำกับดูแลกันเองภายในกลุ่มสมาชิก

2.2 คณะกรรมการบริหารสมาคมนำข้อร้องเรียนมาพิจารณาโดยยึดหลักตามกรอบจรรยาบรรณวิชาชีพของสมาคมโฆษณา

2.3 กรณีที่คณะกรรมการเห็นว่าโฆษณาดังกล่าวขัดต่อหลักจรรยาบรรณ คณะกรรมการจะแจ้งไปยังผู้บริหารระดับสูงของบริษัทผู้ผลิตโฆษณาเพื่อขอความร่วมมือให้พิจารณาและแก้ไขหรือระงับการออกอากาศ

นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับกระบวนการร้องเรียน โดยองค์กรผู้บริโภคควรร้องเรียนไปยังสถานีโทรทัศน์หรือผู้ประกอบการสื่อ เพื่อให้แก้ไขในเบื้องต้น หากไม่ได้รับการแก้ไขก็สามารถร้องเรียนผ่านองค์กรวิชาชีพ และหากยังไม่ได้รับความเป็นธรรม จึงส่งเรื่องร้องเรียนมาสำนักงาน กสทช. เพื่อพิจารณาลงโทษทางกฎหมายต่อไป (วสันต์ ภัยหลีกลี้, 2556)

จากงานสัมมนาเชิงปฏิบัติการ แนวปฏิบัติในการกำกับดูแลกันเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ภาคเหนือ ในวันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2556 ผศ.ดร.พิรงรอง รามสูตร ได้สรุปจุดอ่อนหรือจุดที่ควรปรับปรุงขององค์กรกำกับดูแลกันเองของสื่อไทยจากงานวิจัยการปฏิรูปสื่อในปี พ.ศ. 2553 ในประเด็นของการร้องเรียน ดังนี้

1. กลไกการรับเรื่องราวร้องเรียนของสภาวิชาชีพยังคงถูกมองว่าน้อยและเข้าถึงได้ยาก จึงควรมีการปรับปรุงช่องทางในการเข้าถึงให้เปิดกว้างยิ่งขึ้นโดยไม่ผ่านกระบวนการซับซ้อนเกินไป

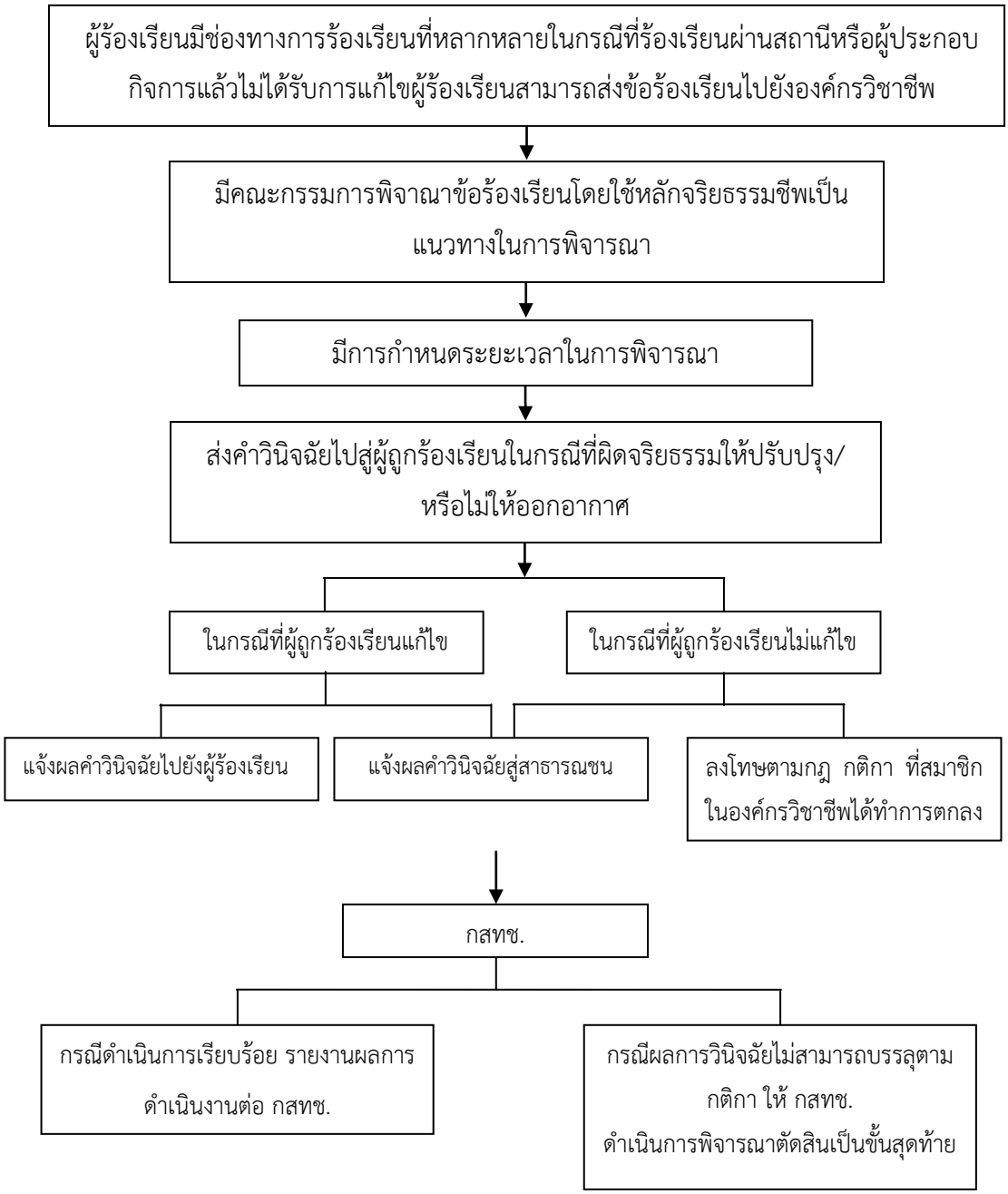
2. การขาดหน่วยงานที่ทำหน้าที่รับเรื่องร้องเรียนและเป็นตัวกลางในการสื่อสารระหว่างสื่อกับผู้บริโภคในลักษณะการมีผู้ตรวจสอบสื่อ (Ombudsmen) ในระดับองค์กรสื่อเพื่อกระจายภาระในการกำกับดูแลสู่แต่ละปัจเจกองค์กร

3. องค์กรสื่อต้นสังกัดมักไม่อยากมีส่วนร่วมกับกระบวนการตรวจสอบและการลงโทษหลังจากมีคำวินิจฉัยแล้ว ซึ่งปรากฏการณ์ที่เห็นในประเทศไทยคือเมื่อมีบทลงโทษสมาชิกของสภาวิชาชีพก็ลาออกจึงไม่ได้รับการแก้ไขในพฤติกรรมจริยธรรมที่เกิดขึ้นในวิชาชีพสื่อสารมวลชน ดังนั้นจึงควรมีข้อตกลงที่ชัดเจนระหว่างสภาวิชาชีพและองค์กรสื่อที่เป็นสมาชิกเกี่ยวกับเงื่อนไขในการขยายผลของกระบวนการกำกับดูแล

4. ขาดการมีส่วนร่วมในการตรวจสอบสื่อจากภาคประชาสังคมที่เข้มแข็งและยั่งยืน กลุ่มภาคประชาสังคมและผู้บริโภคยังขาดความรู้ ความเข้าใจในการใช้สิทธิของตนเอง รวมถึงขาดความรู้เท่าทันสื่อ ดังนั้นจำนวนการร้องเรียนและการขับเคลื่อนเพื่อเรียกร้องสิทธิที่ถูกละเมิดที่มาจาก

กลุ่มผู้บริโภคจึงมีจำนวนน้อย หากภาคประสังคมเข้มแข็งจะทำให้ผู้ประกอบกิจการและองค์กรวิชาชีพมีความระมัดระวังในการนำเสนอเนื้อหาและรับผิดชอบต่อสังคมมากยิ่งขึ้น

กล่าวโดยสรุปกระบวนการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนควรมีระบบและกลไกในการดำเนินงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการ สรุปได้ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 แนวทางของกระบวนการรับและแก้ไขเรื่องร้องเรียน

อย่างไรก็ตาม กระบวนการรับและแก้ไขเรื่องร้องเรียนต้องมีปัจจัยในการบริหารพื้นฐาน (Management resources) ที่จะช่วยส่งเสริมให้กระบวนการรับเรื่องร้องเรียนขับเคลื่อนได้อย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้นองค์กรวิชาชีพสื่อควรมีความพร้อมในปัจจัยการบริหารพื้นฐานตามกรอบการบริหาร 4 M ซึ่งประกอบด้วย 1. บุคลากร (Man) 2. งบประมาณ (Money) 3. คู่มือในการดำเนินงานรับเรื่องร้องเรียน (Material) 4. การบริหารจัดการ (Management) (Robbins & Coulter, 2002)

จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบัน ทำให้มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในกระบวนการร้องเรียนให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนั้นเทคโนโลยี (Machine) จึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยให้การบริหารจัดการในกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนขององค์กรวิชาชีพประสบความสำเร็จ นอกจากนี้สิ่งที่สำคัญของการเป็นองค์กรกำกับที่ขาดหายไปไม่ได้ คือ คุณธรรมของคณะกรรมการ (Moral) ที่ต้องมีอยู่ในกระบวนการบริหารจัดการของตัวองค์กร รวมเป็น 6 M ตามรายละเอียดดังนี้

1. บุคลากร (Man) หมายถึง ความพร้อมของบุคลากรในองค์กรวิชาชีพที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการรับเรื่องร้องเรียน ซึ่งในกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนขององค์กรวิชาชีพควรมีความพร้อมด้านบุคลากร ดังนี้

1.1 คณะกรรมการพิจารณาเรื่องร้องเรียนควรมาจากกลุ่มที่หลากหลาย เช่น กลุ่มผู้บริโภค กลุ่มสื่อระดับท้องถิ่น กลุ่มนักวิชาการ กลุ่มภาคประชาสังคมต่างๆ เป็นต้น โดยมีขอบเขตหน้าที่และระยะเวลาของการเป็นคณะกรรมการที่ชัดเจน

1.2 คณะกรรมการดำเนินงานควรมีความรู้ด้านกฎหมายและทักษะทางด้านการบริหารจัดการเป็นพื้นฐาน

1.3 มีเจ้าหน้าที่ประจำในการรับและตรวจสอบเรื่องร้องเรียนเบื้องต้น ตลอดจนประสานงานต่างๆ เพื่อให้การดำเนินงานของกระบวนการร้องเรียนเกิดประสิทธิภาพ

1.4 มีเจ้าหน้าประจำด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อจัดทำช่องทางรับเรื่องร้องเรียนและฐานข้อมูลเพื่อเผยแพร่ผลการพิจารณาเรื่องร้องเรียนสู่สาธารณะ

2. งบประมาณ (Money) หมายถึง ความพร้อมด้านงบประมาณที่จะนำไปใช้ในการดำเนินงานรับเรื่องร้องเรียน ซึ่งในกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนขององค์กรวิชาชีพควรมีความพร้อมด้านงบประมาณ ดังนี้

2.1 งบประมาณควรมาจากการสนับสนุนของสมาชิกในองค์กรวิชาชีพในลักษณะต่างๆ เพื่อเป็นการแสดงเจตนารมณ์เบื้องต้นว่ายอมรับและต้องการกำกับดูแลกันเองเพื่อยกระดับมาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพและรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริง

2.2 งบประมาณ จาก กสทช. ตามกฎหมายในมาตรา 52 เพื่อส่งเสริมองค์กรวิชาชีพให้มีมาตรฐานทางจริยธรรม

3. คู่มือในการดำเนินงานรับเรื่องร้องเรียน (Material) หมายถึง ความพร้อมของคู่มือที่ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานรับเรื่องร้องเรียน ซึ่งในกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนขององค์กรวิชาชีพควรมีความพร้อมด้านคู่มือในการดำเนินงานรับเรื่องร้องเรียน ดังนี้

3.1 สมาชิกในองค์กรวิชาชีพควรร่วมกันจัดทำคู่มือจริยธรรมวิชาชีพเพื่อเป็นแนวปฏิบัติร่วมกัน

3.2 มีคู่มือเกี่ยวกับขั้นตอนการรับและพิจารณาเรื่องร้องเรียนเพื่อประชาสัมพันธ์ให้สมาชิกองค์กรวิชาชีพและเผยแพร่ให้สาธารณชนทราบ โดยคู่มือนั้นควรมีเนื้อหาที่สำคัญเกี่ยวกับช่องทางรับเรื่องร้องเรียน กระบวนการและระยะเวลาพิจารณา วิธีการแจ้งให้สาธารณชนทราบผลการพิจารณา

3.3 คณะกรรมการดำเนินงานควรรวบรวม สรุปคำวินิจฉัยเพื่อให้สมาชิกได้รับทราบถึงแนวปฏิบัติตลอดจนเกิดการเรียนรู้ร่วมกันและเผยแพร่ออกสู่สาธารณชน

3.4 คณะกรรมการดำเนินงานควรจัดทำรายงานผลการดำเนินงานเรื่องร้องเรียนและการแก้ไขเรื่องร้องเรียนส่ง กสทช. และเผยแพร่สู่สาธารณชนเพื่อแสดงความโปร่งใสในการดำเนินงานของคณะกรรมการในการพิจารณาข้อร้องเรียนที่เกิดขึ้น

4. การบริหารจัดการ (Management) หมายถึง ความพร้อมด้านการบริหารจัดการที่จะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการรับเรื่องร้องเรียน ซึ่งในกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนขององค์กรวิชาชีพควรมีความพร้อมด้านการบริหารจัดการ คือ คณะกรรมการดำเนินงานควรร่วมกันวางแผนงานจัดระบบการบริหารจัดการ เช่น วางโครงสร้างการดำเนินงาน กำหนดบทบาทหน้าที่ ติดตามผลการดำเนินงาน และนำผลไปปรับปรุงให้การดำเนินงานรับเรื่องร้องเรียนมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ควรต้องมีผู้รับผิดชอบด้านการติดตามผลการวินิจฉัยเพื่อการเผยแพร่คำวินิจฉัย และการติดตามผลของสภาพบังคับโดยเฉพาะเจาะจงเพื่อเป็นกลไกให้การทำงานขององค์กรกำกับมีประสิทธิภาพเป็นที่ยอมรับ

5. เทคโนโลยี (Machine) หมายถึง ความพร้อมของเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุนและเพิ่มประสิทธิภาพให้กับกระบวนการรับเรื่องร้องเรียน ซึ่งในกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนขององค์กรวิชาชีพควรมีความพร้อมด้านเทคโนโลยี ดังนี้

5.1 มีเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุนกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนที่มีคุณภาพและหลากหลาย เช่น ระบบโทรศัพท์ ระบบอินเทอร์เน็ต เครื่องมือที่ใช้ตรวจสอบหรือเฝ้าระวังการนำเสนอของสื่อทั้งวิทยุและโทรทัศน์ และช่องทางการสื่อสารอื่นๆ เป็นต้น

5.2 มีฐานข้อมูลที่ช่วยสนับสนุนการทำงานของในส่วนของการรับเรื่องร้องเรียนอย่างครบถ้วน เช่น ข้อมูลรายชื่อสินค้าที่ได้รับอนุญาตให้โฆษณา ข้อมูลการได้รับใบอนุญาตในการประกอบกิจการของสื่อ ข้อมูลจำนวนเรื่องร้องเรียน ข้อมูลผลการพิจารณาเรื่องร้องเรียน เป็นต้น

6. คุณธรรม (Moral) หมายถึง ความพร้อมของคณะกรรมการจริยธรรมขององค์กรสภาวิชาชีพ โดยยึดหลักสัปปุริสธรรม [3] (มหาเถรสมาคม, ออนไลน์. 2556) เป็นแนวทางในการบริหารจัดการเชิงพุทธศาสตร์ เพื่อสร้างความยั่งยืน การไม่เบียดเบียน การอยู่ร่วมกันอย่างสงบสันติ มีความเมตตาต่อกันและรู้เท่าทันโลก โดยมิได้ปฏิเสธกระแสโลกาภิวัตน์ หรือระบบทุนนิยมในปัจจุบัน แต่ให้ยึดหลักการอยู่ร่วมกัน เพื่อสร้างความโปร่งใสในกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนและเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ศึกษาพบว่ากลไกการกำกับกันเองในบริบทของสังคมไทย ควรประกอบไปด้วย

1. กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อสารมวลชนที่สมัครใจเข้าร่วมเป็นสมาชิกในองค์กรวิชาชีพเต็มใจที่จะสนับสนุนงบประมาณและประกอบกิจการบนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อสังคมตามกรอบมาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพ

2. คณะกรรมการควบคุมจริยธรรมที่กำหนดไว้ใน พรบ.การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 39 ควรมาจากกลุ่มองค์กรที่หลากหลายที่เป็นตัวแทนจากผู้ประกอบวิชาชีพ องค์กรวิชาชีพ นักวิชาการ ภาคประชาสังคม และผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกในสัดส่วนที่เหมาะสมต่อการดำเนินงาน

3. คณะกรรมการดำเนินงานด้านจริยธรรมขององค์กรวิชาชีพควรมาจากกลุ่มองค์กรที่หลากหลาย และได้มาด้วยกระบวนการที่เป็นที่ยอมรับของกลุ่มสมาชิก

4. คณะกรรมการดำเนินงานด้านจริยธรรมควรร่วมกันกำหนดบทบาท หน้าที่ในการกำกับกันเองรวมถึงมีการกำหนดวาระการดำเนินงานของคณะกรรมการให้ชัดเจน

5. องค์กรวิชาชีพควรมีกรอบจริยธรรมวิชาชีพเพื่อใช้เป็นแนวปฏิบัติในการกำกับกันเอง

---

[3] **หลักสัปปุริสธรรม** ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ มี 7 ประการ คือ **1. ธัมมัญญุตา (Knowing the Law, Knowing the Cause)** ผู้บริหารจำเป็นต้องพิจารณาข้อเท็จจริงอย่างถูกต้อง เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล รู้จักการวิเคราะห์ความจริงที่เกิดขึ้น ตามธรรมชาติ อันว่า " สิ่งทั้งหลายเกิดขึ้น ตั้งอยู่ดับไป เป็นธรรมดา " โดยพิจารณาหลักการและเกณฑ์แห่งเหตุผลมาบริหารจัดการองค์กร **2. อัตถัญญุตา (Knowing the Meaning, Knowing the Purpose)** การบริหารงานองค์กรให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ และรู้ถึงประโยชน์ของ องค์กรที่นำไปสู่ความมั่นคง และไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อองค์กร ในที่นี้ก็หมายถึงการมีแผนงานที่ดี การวางแผนที่วิเคราะห์ผลกระทบด้านต่าง ๆ **3. อัตตัญญุตา (Knowing Oneself)** รู้จักองค์กรที่เราบริหารเป็นอย่างดีว่ามีจุดด้อย จุดแข็งอย่างไร มีขีดความสามารถอย่างไร และรู้จักการปรับปรุงองค์กรให้ทันต่อเหตุการณ์ที่มีผลกระทบ รวมทั้งการบริหาร ความแตกต่างที่จะทำให้องค์กรเป็นเลิศ มีประสิทธิภาพ และมั่นคงถาวร **4. มัตตัญญุตา (Moderation, Knowing how to be temperate)** การบริหารการเงิน หรือการขยายกิจการ ต้องพิจารณาให้รู้จักประมาณในความเพียงพอขององค์กร ขีดความสามารถขององค์กร ขีดความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร รวมทั้งการแข่งขันที่รอบคอบและรู้จักประมาณขีดความสามารถขององค์กร **5. กาลัญญุตา (Knowing the Proper time)** การบริหารจัดการ จะต้องมีความเข้าใจถึงระยะเวลาที่เหมาะสม การสร้างโอกาสขององค์กรจะต้องพิจารณาถึงสถานการณ์ในเวลานั้น ๆ ว่า ควรจะดำเนินการอย่างไร อะไรควรงด อะไรควรกระทำ เวลาใดควรขยายกิจการ หรือช่วงเวลาใดที่จะบริหารองค์กรให้ประสบผลสำเร็จต่อองค์กรมากที่สุด **6. ปริสัญญุตา (Knowing the Assembly, Knowing the Society)** เข้าถึง เข้าใจ และพัฒนา เป็นการบริหารจัดการที่สร้างความสัมพันธ์ด้วยเมตตา ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อชุมชน หรือสาธารณะชน จะเป็นภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร **7. ปุคคลัญญุตา (Knowing the individual, Knowing the different individuals)** การพัฒนาและบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่จะต้องมีการพัฒนา และบริหารบุคคลในองค์กรให้มีความรู้ความสามารถ และภักดีต่อองค์กร มีความสามัคคี สร้างความเป็นธรรม และเสมอภาคให้แก่ บุคลากรในองค์กร รวมถึงการทำงานเป็นหมู่คณะ การติดต่อสื่อสารกับบุคคลต่าง ๆ ด้วยความเป็นมิตรไมตรี รวมทั้งมีความจริงใจต่อกัน

6. กระบวนการรับเรื่องร้องเรียน ควรมีช่องทางที่หลากหลายมีการกำหนดระยะเวลาในการพิจารณาเรื่องร้องเรียน มีการสรุปผลการวินิจฉัย กำหนดมาตรการลงโทษเมื่อวินิจฉัยพบว่า สมาชิกได้กระทำผิดตามข้อร้องเรียนหากสมาชิกไม่ปฏิบัติตามข้อวินิจฉัย องค์กรวิชาชีพสามารถส่งผลการพิจารณาไปยัง กสทช. เพื่อดำเนินการต่อไป

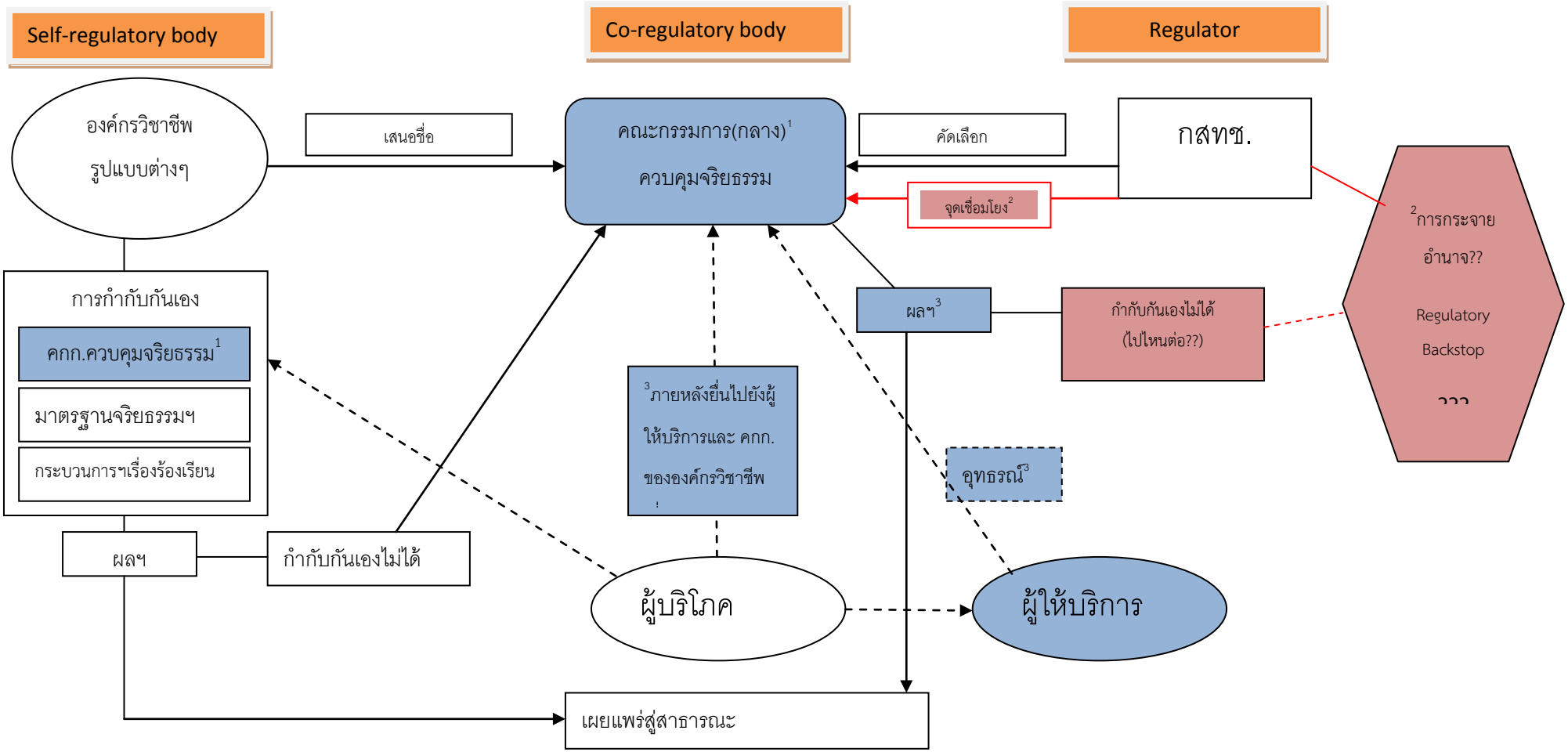
7. คณะกรรมการดำเนินงานควรมีการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการรับและแก้ไขเรื่องต่อสาธารณชน ตลอดจนจัดทำรายงานผลการดำเนินงานประจำปีเสนอต่อ กสทช.

8. ควรมีงบประมาณสนับสนุนที่เพียงพอต่อการพัฒนากลไกการกำกับกันเองให้กับองค์กรวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง

9. ภาคประชาสังคมควรมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการดำเนินงานของผู้ประกอบกิจการอย่างเป็นรูปธรรม เช่น การมีส่วนร่วมเป็นคณะกรรมการในองค์กรวิชาชีพ การร้องเรียน ร่วมสร้างความรู้ ความเข้าใจในสิทธิผู้บริโภคสื่อให้กับสาธารณชน เป็นต้น

สรุป รูปแบบการกำกับดูแลที่เหมาะสม

จากการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการจัดเวทีระดมความคิดเห็นแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ผู้บริโภคและองค์กรกำกับดูแล การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ สามารถสรุปเป็นแนวทางในการกับดูแลร่วมกัน (Co-regulation) ในบริบทของประเทศไทย ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 แนวทางในการกับดูแลร่วมกัน (Co-regulation) ในบริบทของประเทศไทย

จากภาพที่ 5 สามารถอธิบายและมีการตั้งข้อสังเกตเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาต่อไปได้ดังนี้

จากโมเดลที่ปรากฏตามเอกสาร พบว่า องค์ประกอบสำคัญของระบอบการกำกับดูแลร่วมกัน (Co-regulation) ประกอบด้วย

1. องค์ประกอบจากองค์กรที่ไม่ใช่ภาครัฐ ประกอบด้วย การสร้างองค์กร กฎ หรือกระบวนการเฉพาะขึ้นมา การมีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าไปมีส่วนในการตัดสินใจในการกำกับดูแลของภาครัฐ และการมีจุดมุ่งหวังเพื่อการกำกับดูแลตนเองระหว่างสมาชิกในองค์กรด้วยกัน

ทั้งนี้ องค์กรที่ไม่ใช้ภาครัฐจะต้องรับผิดชอบหน้าที่สำคัญ 3 ประการ คือ การสร้างกฎที่ใช้ควบคุมตนเอง การนำกฎนั้นไปใช้ และมีกระบวนการบังคับใช้กฎให้บรรลุผลได้จริง

2. จุดเชื่อมโยงทางกฎหมายระหว่าง กสทช. และ คณะกรรมการควบคุมจริยธรรม ตามเอกสารกำหนดให้ กสทช. มีอำนาจคัดเลือกคณะกรรมการตามรายชื่อที่องค์กรวิชาชีพเสนอมา ก็เป็นจุดเชื่อมโยงระดับหนึ่งแต่ไม่ใช่จุดเชื่อมโยงทางกฎหมาย

รูปแบบของจุดเชื่อมโยงทางกฎหมายจากตัวอย่างในต่างประเทศ อาทิ

2.1 มีกฎหมายระบุการจัดตั้งองค์กรที่ไม่ใช่ภาครัฐเพื่อทำหน้าที่เป็น Co-regulatory body หรือ

2.2 องค์กรกำกับดูแลภาครัฐออก Guidelines ในการทำหน้าที่ขององค์กรที่ไม่ใช่ภาครัฐ เพื่อทำหน้าที่เป็น Co-regulatory body หรือ

2.3 องค์กรกำกับดูแลภาครัฐทำสัญญา (Contract) กับองค์กรวิชาชีพหรือผู้ประกอบการ เพื่อตั้งองค์กรที่ไม่ใช่ภาครัฐในการทำหน้าที่เป็น Co-regulatory body เป็นต้น

3. การกระจายอำนาจในการตัดสินใจจากองค์กรกำกับดูแลภาครัฐให้คณะกรรมการควบคุมจริยธรรม อาทิ การให้คณะกรรมการควบคุมจริยธรรมมีอำนาจในการลงโทษในระดับที่มากกว่าคณะกรรมการจริยธรรมวิชาชีพในระดับองค์กรวิชาชีพ

4. มาตรการรองรับจากภาครัฐ (Regulatory backstop) ในกรณีที่การกำกับดูแลกันเองล้มเหลว เพื่อส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติตาม Code of conduct ขององค์กรวิชาชีพ

รูปแบบของมาตรการรองรับจากภาครัฐจากตัวอย่างในต่างประเทศ เช่น

4.1 องค์กรกำกับดูแลภาครัฐ จะเป็นคนตัดสินกรณีที่มี เรื่องร้องเรียนของผู้ประกอบการ ซึ่งไม่ได้เป็นสมาชิกองค์กรวิชาชีพใดๆ เลย

4.2 หากกรณีคณะกรรมการจริยธรรมวิชาชีพเห็นว่าผู้ประกอบการรายใดทำผิดซ้ำๆ บ่อยๆ อาจนำเสนอกรณีดังกล่าวต่อ องค์กรกำกับดูแลภาครัฐ เพื่อใช้อำนาจตามกฎหมายในการตัดสินได้

4.3 องค์กรกำกับดูแลภาครัฐ อาจแต่งตั้งคณะกรรมการควบคุมจริยธรรมชุดใหม่ ได้หากคณะกรรมการฯ ดังกล่าวปฏิบัติหน้าที่ไม่เป็นไปตามอำนาจหน้าที่หรือใช้อำนาจหน้าที่เกินควร (ตรงนี้ต้องขึ้นอยู่กับเงื่อนไขตอนจัดตั้งคณะกรรมการฯ)

5. คณะกรรมการอุทธรณ์ (Appeal board) คณะกรรมการควบคุมจริยธรรมวิชาชีพ ตามโมเดลนี้ มีสถานะเป็นองค์กรกำกับดูแลร่วมกัน (Co-regulatory body) ที่ทำหน้าที่เสมือนเกราะป้องกันอำนาจ จากองค์กรภาครัฐและช่วยให้การกำกับดูแลกันเองมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงช่วยคุ้มครองผู้บริโภคในกรณีที่คณะกรรมการจริยธรรมวิชาชีพไม่มีประสิทธิภาพในการ แก้ไขเยียวยาเรื่องร้องเรียน

อย่างไรก็ดี ตามแนวคิดว่าด้วยการกำกับดูแลกันเอง (Self-regulation) ได้ระบุถึงปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยให้การกำกับดูแลกันเองมีประสิทธิภาพนั้นคือ การมีคณะกรรมการอุทธรณ์ (Appeal board) ดังนั้น

คณะกรรมการควบคุมจริยธรรมวิชาชีพตามโมเดลนี้ควรมีบทบาทเป็น คณะกรรมการอุทธรณ์ (Appeal board) ด้วยในกรณีที่

5.1 ผู้ประกอบการที่ถูกร้องเรียนเห็นว่าคำตัดสินของคณะกรรมการจริยธรรมวิชาชีพไม่เป็นธรรม

5.2 ผู้บริโภคที่ยื่นเรื่องร้องเรียนไปยังผู้ประกอบการและ/หรือคณะกรรมการจริยธรรมวิชาชีพ แล้วยังไม่ได้รับคำตอบหรือการเยียวยาที่พึงพอใจในระยะเวลาหนึ่ง (ควรกำหนดไว้)

อนึ่งในการศึกษาครั้งนี้ยังไม่ได้มีการศึกษาในหลายประเด็นที่จะช่วยให้รูปแบบการกำกับดูแลร่วมกันมีความสมบูรณ์ขึ้น จึงขอเสนอแนะให้มีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. ศึกษาวิธีการสร้างจุดเชื่อมโยงทางกฎหมายระหว่าง กสทช. และคณะกรรมการควบคุมจริยธรรม

2. ศึกษาวิธีการการกระจายอำนาจในการตัดสินใจจาก กสทช. ให้คณะกรรมการควบคุมจริยธรรม

3. ศึกษามาตรการรองรับจากภาครัฐ (Regulatory backstop) ในกรณีที่การกำกับดูแลกันเองล้มเหลวโดยอาจศึกษาหรือปรึกษากับผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายเพื่อให้ได้ข้อสรุปที่เหมาะสมกับบริบทประเทศไทย

2.4 ผลการศึกษาแนวปฏิบัติในการนำเสนอรายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ กรณีศึกษา การนำเสนอรายการข่าว รายการโฆษณา และรายการละคร

จากการสนทนากลุ่มในงานสัมมนาเชิงปฏิบัติการ แนวทางในการกำกับดูแลกันเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ภาคกลาง ภาคอีสาน ภาคเหนือและภาคใต้ สามารถสรุปแนวปฏิบัติ (Code of conduct) ในการนำเสนอรายการข่าว รายการโฆษณา และรายการละครในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ได้ดังนี้

2.4.1 10 ข้อที่ “ควร” และ “ไม่ควร”ในการนำเสนอรายการข่าว

1) สิ่งที่ควรปฏิบัติในการนำเสนอรายการข่าว (Do)

(1) เสนอข่าวด้วยข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน รวดเร็วและเป็นธรรมกับทุกฝ่าย

(2) เสนอข่าวที่มีประโยชน์ต่อสาธารณะ ตระหนักถึงความความรับผิดชอบต่อสังคม

(3) เสนอข่าวที่เป็นข้อเท็จจริงมากกว่าความคิดเห็น

(4) วิเคราะห์ข่าวบนหลักการที่เป็นกลาง ถูกต้อง เที่ยงตรงและเป็นธรรม

(5) เสนอข่าวโดยใช้ภาษาสุภาพและเหมาะสม

(6) เสนอข่าวและภาพข่าวที่เกิดขึ้นจริงโดยไม่ใช้การตัดต่อเพื่อบิดเบือน รวมทั้งมีมาตรการป้องกันการนำเสนอภาพที่ไม่เหมาะสม

(7) ตรวจสอบและกลั่นกรองข้อมูลจากแหล่งข่าวอย่างรอบคอบก่อนนำเสนอ รวมทั้งเคารพสิทธิส่วนบุคคลของผู้เป็นแหล่งข่าว

(8) เสนอข่าวและภาพข่าวโดยเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์เคารพความแตกต่างทางวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ เชื้อชาติ ศาสนา เพศกลุ่มผู้ด้อยโอกาส

(9) เสนอข่าวโดยคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน สิทธิส่วนบุคคลของผู้ตกเป็นข่าวและแหล่งข่าว

(10) เปิดพื้นที่สาธารณะในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายให้กับทุกภาคส่วนในสังคม

2) สิ่งที่ไม่ควรปฏิบัติในการนำเสนอรายการข่าว (Don’t)

(1) ไม่นำเสนอข่าวที่มีเนื้อหาสร้างความขัดแย้ง ยั่วยุให้เกิดความรุนแรง

(2) ไม่เน้นย้ำการนำเสนอข่าวที่ส่งผลกระทบในด้านลบต่อผู้ตกเป็นข่าว โดยเฉพาะภาพข่าวที่สร้างความหดหู่ สะเทือนอารมณ์ ภาพข่าวที่มีผู้รุมทำร้ายผู้ต้องหา

(3) ไม่นำเสนอข่าวคลาดเคลื่อนจากข้อเท็จจริง หรือการรายงานข้อมูลที่ยังไม่ทราบแหล่งที่มาอย่างชัดเจน

(4) ไม่นำเสนอข่าวแบบบรรยายรายละเอียด จนเกิดภาพสยองขวัญหรือทำให้รู้สึกสมเพชเวทนา

(5) ไม่ใช้ความเห็นส่วนตัวในการวิจารณ์ตัดสิน พิพากษาบุคคลผู้ตกเป็นข่าวหรือขยายความเนื้อข่าวโดยใช้ความเห็นส่วนตัว

(6) ไม่ใช้ความเห็นส่วนตัวในการพูดจูงใจ คาดคะเนเหตุการณ์ เช่น ข่าวการตีตัวเลขหวย หรือข่าวเหตุการณ์รุนแรงในสามจังหวัดชายแดนใต้

(7) ไม่เสนอข่าวที่เป็นความเชื่อ พิสูจน์ไม่ได้ ทำให้ประชาชนงมงาย หรือเกิดความตระหนกตกใจเกินจริง

(8) ไม่ควรมีโฆษณาแฝงในรายการข่าวหรือการนำเสนอรายการข่าวในเชิงธุรกิจเพื่อการขายสินค้า หรือบริการต่างๆ เช่น พูดกระตุ้นให้ส่ง SMS มาในรายการข่าวเพื่อหวังผลกำไรทางธุรกิจ

(9) ไม่เสนอข่าวที่ละเมิดสิทธิมนุษยชนและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของบุคคลอื่น เช่น นำเสนอใบหน้าบุคคลที่ตกเป็นข่าวในทางเสื่อมเสีย

(10) ไม่เปิดเผยแหล่งข่าวหรือให้ข้อมูลที่เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของแหล่งข่าวเว้นแต่จะได้รับความยินยอมจากแหล่งข่าว

2.4.2 10 ข้อที่ “ควร” และ “ไม่ควร” ในการนำเสนอรายการโฆษณา

1) สิ่งที่ควรปฏิบัติในการนำเสนอรายการโฆษณา (Do)

(1) นำเสนอข้อมูลที่เป็นความจริงตามคุณสมบัติของสินค้า ไม่ชวนเชื่อ มอมเมาให้ผู้บริโภคหลงเชื่อ

(2) นำเสนอโฆษณาที่คงไว้ซึ่งวัฒนธรรมอันดี เคารพต่อศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ เชื้อชาติ ศาสนา และความเชื่อของสังคมนั้นๆ

(3) นำเสนอตามระเบียบ ข้อกำหนด เรื่องเวลาในการโฆษณาให้ตรงตามที่กฎหมายกำหนด

(4) บอกเลขที่ใบอนุญาตสินค้าและเลขที่สินค้าที่ได้รับอนุญาตโฆษณา

(5) โฆษณาเฉพาะสินค้าที่ผ่านการอนุญาตตามกฎหมาย

(6) คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค โดยตรวจสอบแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ก่อนโฆษณา

(7) ใช้พรีเซ็นเตอร์ที่เหมาะสมทั้งในด้านวัยวุฒิและภาพลักษณ์ในการโฆษณาสินค้าแต่ละประเภท

(8) ควรนำเสนอโฆษณาที่มีประโยชน์ ส่งเสริมสังคม และแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม

(9) ใช้คำพูดสุภาพในการนำเสนอสินค้า

(10) มีการระบุคำเตือนหรือข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสินค้าที่สามารถเห็นได้ชัดไว้ในโฆษณา

2) สิ่งที่ไม่ควรปฏิบัติในการนำเสนอรายการโฆษณา (Don't)

(1) ไม่โฆษณาสินค้าที่ผิดกฎหมายหรือสินค้าที่ไม่ได้รับอนุญาตให้โฆษณา

(2) ไม่เสนอโฆษณาอันทำให้เกิด ความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับ สินค้า บริการ การแสดง หรืออื่นๆ หรือโอ้อวดสรรพคุณจนเกินความจริงจนทำให้ผู้เห็นหรือผู้ฟังเกิดความเข้าใจผิด

(3) ไม่ใช้เรื่องเพศสภาพ เชื้อชาติ ชาติพันธุ์ ศาสนา ความพิการ มาเป็นจุดขายแทนสินค้าในลักษณะดูถูก เหยียดหยามหรือละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

(4) ไม่ใช้ข้อมูลสถิติ ข้อมูลงานวิจัย รายงานการศึกษาทางวิชาการ ในทางที่ไม่สมควร หรือทำให้เกิดความเข้าใจผิดโดยสินค้านั้นมิได้มีคุณสมบัติตามข้อมูลที่กล่าวอ้าง

(5) ไม่โฆษณาโดยใช้ความเชื่อ ความศรัทธา สิ่งเหนือธรรมชาติเข้ามาจูงใจหรือเป็นจุดขายสินค้า

(6) ไม่นำเทคนิค/กลยุทธ์การโฆษณาโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญมาโฆษณาสินค้าทุกประเภท

(7) ไม่เสนอโฆษณาที่จะส่งผลอันตรายต่อเด็ก ทั้งทางร่างกาย จิตใจ หรือทำให้ขาดความรู้สึกผิดชอบ หรือโดยอาศัย ความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของบุคคลดังกล่าวมาใช้เป็นเครื่องมือในการจูงใจโดยไม่สมควร

(8) หลีกเลี่ยงโฆษณาแฝงในรูปแบบต่างๆ

(9) ไม่โฆษณาโดยมีเนื้อหาโจมตีสินค้ายี่ห้ออื่นที่เป็นประเภทสินค้าเดียวกันทั้งทางตรงและทางอ้อม

(10) ไม่ใช้ภาพที่ไม่เหมาะสม ภาพที่ไม่สอดคล้องกับสินค้า ภาพสินค้าอื่นที่ไม่ใช่สินค้าจริงในการโฆษณาที่ทำให้เกิดความเข้าใจผิดต่อผู้บริโภค

2.4.3 7 ข้อที่ "ควร" และ "ไม่ควร" ในการนำเสนอรายการละคร

1) สิ่งที่ควรปฏิบัติในการนำเสนอรายการละคร (Do)

(1) ผลิตรายการที่เต็มไปด้วยการส่งเสริม (+6) ดังนี้

- ส่งเสริมระบบการคิดเป็นขั้นเป็นตอน
- ส่งเสริมการให้ความรู้ทางวิชาการ
- ส่งเสริมด้านจริยธรรม คุณธรรม
- ส่งเสริมด้านทักษะชีวิต

- ส่งเสริมด้านการอยู่ร่วมกันอย่างหลากหลาย
- ส่งเสริมความรักความสัมพันธ์ในครอบครัว

(2) แสดงคำแนะนำช่วงเปิดรายการว่า รายการนี้ส่งเสริม (+6) ในด้านใด เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์รายการให้น่าชมยิ่งขึ้น

(3) แสดงคำแนะนำในฉากของละครช่วงที่ผู้ปกครองควรต้องให้คำแนะนำเด็กในขณะเฝ้าชมเพื่อเป็นเครื่องมือสำหรับผู้ปกครองอีกชั้นหนึ่ง

(4) หากทำละครเกี่ยวกับข้อมูลในเชิงประวัติศาสตร์ ควรต้องค้นหาข้อมูลที่ถูกต้องมาใช้ในการผลิต

(5) ในกรณีที่จะสร้างรายการเกี่ยวกับชีวประวัติของบุคคล จะต้องได้รับความยินยอมจากผู้นั้นก่อน และพึงต้องระมัดระวังไม่ให้เกิดผลกระทบใดๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นได้กับคนรอบข้างของผู้ที่เกี่ยวข้อง

(6) เลือกนักแสดงให้เหมาะสมกับตัวละคร และระมัดระวังในการนำเด็กมาใช้เป็นตัวแสดงแล้วเขียนบทพูดให้เด็กพูดคำที่ไม่เหมาะสม

(7) ออกอากาศในช่วงเวลาที่เหมาะสมและตรวจสอบบทละครก่อนออกอากาศ

2) สิ่งที่ไม่ควรปฏิบัติในการนำเสนอรายการละคร (Don't)

(1) ไม่นำเสนอฉากที่มีการกระทำความรุนแรงต่อเด็กสตรีและคนชราทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ

(2) ไม่นำเสนอฉากที่เป็นการล้อเลียนกลุ่มเฉพาะ การเหยียดเชื้อชาติ สีผิว ชาติพันธุ์ ชนชั้น และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

(3) ไม่นำเสนอละครที่มีเนื้อหากระทบต่อสถาบันครอบครัว เน้นเรื่องชู้สาวสะท้อนความแตกแยกในครอบครัวมากเกินไป

(4) ไม่นำเสนอละครที่มีเนื้อหากระทบในทางลบต่อสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์

(5) ไม่นำเสนอเนื้อหาละครที่ใช้คำพูดหยาบคาย ส่อเสียดชักนำให้เกิดความก้าวร้าว อิจฉา ริษยา

(6) ไม่ฉายซ้ำละครนอกเวลาที่ไม่เหมาะสมต่อการนำเสนอตามช่วงวัย นอกเสียจากว่าละครเรื่องดังกล่าวได้รับการปรับเรตติ้งให้เหมาะสมตามช่วงเวลาดังกล่าวแล้ว

- "น18+" ปรับเป็น "น13+" นำเสนอหลัง 20.30 น.
- "น13+" ปรับเป็น "ท"

(7) ไม่ทำการตลาด/การโฆษณา/โฆษณาตรง/โฆษณาแฝงในละครหรือถ้ามีต้องมีการระบุว่าเป็นส่วนของโฆษณา

บทที่ 3
ข้อเสนอแนะแนวทางและกลไกการกำกับกันเอง

จากการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นในการจัดเวทีสัมมนาในทุกภูมิภาคผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการกำกับดูแลกันเองด้านต่างๆ ต่อ กสทช. ดังนี้

3.1 ข้อเสนอแนะด้านกลไกการกำกับดูแลกันเองและจรรยาบรรณวิชาชีพ

3.1.1 กสทช. ควรเร่งวางกลไกและกระบวนการการกำกับดูแลในยุคที่สื่อหลอมรวม

3.1.2 กสทช. ควรทำความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในการสร้างเครือข่ายการกำกับดูแลในลักษณะต่างๆ ได้แก่ 1. การกำกับดูแลสื่อโดยการเข้าไปเป็นอาสาสมัครหรือกรรมการในคณะทำงานขององค์กรวิชาชีพ หรือ กสทช. 2. สร้างเครือข่ายเฝ้าระวังสื่อ 3. พัฒนาหลักสูตรเสริมศักยภาพวิชาชีพด้านต่างๆ ให้กับสื่อมวลชน

3.1.3 กสทช.ควรเป็นหน่วยงานหลักในการร่างกฎกติกา สร้างขั้นตอน กระบวนการและช่องทางการร้องเรียนเป็นต้นแบบให้องค์กรสื่อสามารถนำไปปรับใช้ได้

3.1.4 กสทช. ควรศึกษากลไกการกำกับดูแลกันเองของอุตสาหกรรมที่ประสบความสำเร็จระดับหนึ่งแล้ว เช่น โฆษณา เพื่อนำมาปรับใช้และขยายผลการกำกับกันเองในส่วนภูมิภาค

3.1.5 กสทช. ควรมีแนวทางทำงานร่วมกับองค์กรที่เป็นปัจจัยที่จะทำให้การกำกับกันเองประสบผลสำเร็จ ได้แก่ 1. เจ้าของสินค้าที่เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมเพื่อประกอบธุรกิจอย่างมีจริยธรรม 2. บริษัทโฆษณาซึ่งมีการกำกับกันเองในรูปแบบของสมาคมโฆษณา 3.เจ้าของสื่อ ต้องมีมาตรฐานจริยธรรมในการคัดกรองโฆษณาที่เหมาะสมที่จะเผยแพร่

3.1.6 กสทช.ควรเป็นเจ้าภาพหรือตัวกลางให้เกิดการแลกเปลี่ยน พูดคุยในประเด็นทางจริยธรรมระหว่าง ผู้ผลิต ภาควิชาการ ภาคประชาสังคม

3.1.7 กสทช. ควรกำหนดเป็นเงื่อนไขให้ผู้ขอรับใบอนุญาตต้องนำเสนอรูปแบบรายการ การระบุกลุ่มผู้ผลิต หรือคณะกรรมการสถานีในการตรวจสอบรายการ

3.1.8 กสทช. ควรเป็นเจ้าภาพในการส่งเสริมผู้ประกอบกิจการสื่อทุกระดับให้มีความรู้ ความเข้าใจเรื่อง จรรยาบรรณ และกฎหมายขั้นพื้นฐานในการประกอบวิชาชีพ

3.1.9 กสทช.ควรเป็นองค์กรหลักในการสร้างมาตรฐานจรรยาบรรณการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชน พร้อมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมด้านจริยธรรม ให้แก่ผู้ประกอบกิจการสื่อสารมวลชน

3.1.10 กสทช. ควรกำหนดให้นักข่าวต้องผ่านการฝึกอบรมจริยธรรมสื่อมวลชนอย่างเข้มข้นโดยกำหนดเป็นกฎหมายควบคุม

3.1.11 กสทช. ควรแยกแยะประเภทของรายการข่าว เล่าข่าว วิเคราะห์ข่าว และให้ความรู้กับประชาชน

3.1.12 กสทช. ควรให้อำนาจบางส่วนกับองค์กรวิชาชีพในการลงดาบ/ลงโทษสมาชิกที่ทำผิด โดยการกระทำผิดมีผลต่อใบอนุญาต

3.1.13 กสทช. ควรแต่งตั้งคณะทำงานกลางเพื่อประเมินประสิทธิภาพการร้องเรียนและการแก้ปัญหาเรื่องร้องเรียนขององค์กรวิชาชีพและนำมาเป็นตัวชี้วัดการสนับสนุนส่งเสริม

3.1.14 กสทช. ควรกำหนดให้องค์กรวิชาชีพจัดตั้งเป็นองค์กรในระดับชาติ โดยมีกลไกการกำกับดูแลตั้งแต่ในระดับจังหวัด ระดับภาค มีมาตรฐานจรรยาบรรณกลางและมีกลไกรับเรื่องร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพ ซึ่ง กสทช. จะมีบทบาทเป็นผู้ประสานงาน ติดตาม การดำเนินการของแต่ละองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพ

3.2 ข้อเสนอแนะด้านกำกับดูแลโดยกฎหมาย

3.2.1 กสทช. ควรมีการบังคับใช้กฎหมายให้มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะกับสื่อกระจายเสียงและสื่อโทรทัศน์รายใหม่

3.2.2 กสทช. ควรเพิ่มบทลงโทษ เพิ่มค่าปรับ เพิกถอนใบอนุญาต กับผู้ที่ส่งคลื่นรบกวนและโฆษณาผิดกฎหมาย

3.2.3 กสทช. ควรนำข้อเสนอไปใช้จริง ก่อนที่จะบังคับใช้ต้องเปิดให้มีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน โดยเฉพาะควรนำข้อเสนอต่อสาธารณะ มีการทำประชาพิจารณ์

3.3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรวมกลุ่ม

3.3.1 กสทช. ควรเป็นผู้สนับสนุน ให้สื่อที่เกิดขึ้นใหม่มีการรวมตัวกัน มีการร่างข้อบังคับ มีกฎกติกาในการบังคับกับสมาชิก ก็มีการทำระเบียบเกี่ยวกับการกำกับกันเองขึ้นมาใช้

3.3.2 กสทช. ควรจัดทำ ประกาศเพื่อให้มีผลบังคับใช้ตามกฎหมาย กลไกรับเรื่องร้องเรียนและกระบวนการตรวจสอบเรื่องร้องเรียนและบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง

3.3.3 มีมาตรการที่ลงรายละเอียดชัดเจนในการสร้างความเข็มแข็งให้องค์กรวิชาชีพ เช่น จะมีการส่งเสริมการรวมกลุ่ม จะส่งเสริมอย่างไร จะมีทรัพยากรจากไหนมาช่วยสนับสนุน และองค์กรวิชาชีพสื่อควรมีบทบาทในการให้คุณให้โทษต่อองค์กรสมาชิกในบางระดับ

3.3.4 องค์กรวิชาชีพสื่อต้องดำเนินการตามข้อบังคับทางจริยธรรม/จรรยาบรรณอย่างจริงจัง มีการเผยแพร่ข้อบังคับทางจริยธรรม/จรรยาบรรณของตนให้สังคมได้รับรู้ รวมถึงการจัดทำรายงานการรับและแก้ไขเรื่องร้องเรียนให้แก่องค์กรกำกับดูแลเป็นระยะ เช่น ทุก 6 เดือน โดยตั้งกรอบให้ชัดระหว่างกฎหมายและจริยธรรม ว่าครอบคลุมระดับไหน

3.3.5 กสทช. ควรมีการแต่งตั้งคณะกรรมการด้านจริยธรรมหลายระดับ ตั้งแต่ในองค์กรวิชาชีพ ระดับภาค ระดับชาติ ซึ่งคณะกรรมการต้องมีความหลากหลายและเป็นตัวแทนที่มีความน่าเชื่อถือและได้รับการยอมรับของสังคม

3.4 ข้อเสนอแนะต่อการสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้บริโภค

3.4.1 ส่งเสริมให้มีการสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้บริโภคให้รู้จักรักษาสิทธิของตนเอง และรู้จักร้องเรียนหากถูกเอาเปรียบ

3.4.2 ปลูกฝังจริยธรรมให้กับนักศึกษาด้านสื่อ ก่อนที่จะเข้าไปสู่วงการวิชาชีพ โดย กสทช. อาจทำโครงการความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในด้านจริยธรรม นำต้นแบบของผู้ผลิตรายการที่ดีมาปลูกฝังให้กับนักศึกษา อาจสร้างในรูปแบบของเครือข่ายการกำกับดูแลสื่อ เป็นต้น

3.4.3 กสทช. ควรส่งเสริมให้มีตัวแทนผู้บริโภคที่เข้มแข็งเป็นคนพิจารณาเรื่องร้องเรียน โดยเลือกกลุ่มคนที่เป็นตัวแทนซึ่งสามารถสะท้อนเสียงที่แท้จริงของสังคมได้

3.4.4 กสทช. ควรอบรมให้ความรู้แก่เยาวชนเพื่อรู้เท่าทันสื่อ ให้ความรู้เกี่ยวกับข่าว ที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่เหมาะสม และสนับสนุนให้เกิดเครือข่ายนักข่าวพลเมือง สนับสนุนสื่อทางเลือก สร้างนักข่าวสืบสวนสอบสวนให้มากขึ้น หรือสนับสนุนสื่อที่ทำเพื่อประโยชน์สาธารณะ

3.4.5 กสทช. ควรทำความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาเพื่อพัฒนาหลักสูตรรู้เท่าทันสื่อและบรรจุในหลักสูตรการเรียนการสอนในทุกระดับชั้น

3.5 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

3.5.1 กสทช. ควรส่งเสริมโดยการให้ความรู้เรื่องจรรยาบรรณขั้นต่ำและแนวปฏิบัติที่ชัดเจนกับสื่อมวลชน โดยจัดการอบรมเป็นกลุ่มย่อยในระดับจังหวัด

3.5.2 กสทช. ควรส่งเสริมโดยการให้ความรู้ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงกติกา กฎเกณฑ์ทางสังคมที่จำเป็นต่อการประกอบอาชีพสื่อมวลชน

3.5.3 กสทช. ควรส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดสื่อดีมีคุณภาพเพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดสื่อดีๆ เพิ่มมาก เช่น ให้รางวัลแก่รายการโทรทัศน์ที่ดีเป็นตัวอย่าง

3.5.4 กสทช. ควรส่งเสริมให้ภาคประชาชนมีความเข้มแข็ง โดยเข้ามามีส่วนร่วมในการกำกับจริยธรรมการนำเสนอข่าว โฆษณาของสื่อ ทั้งระดับบุคคล และเครือข่าย เช่น ครอบครัว สถาบันการศึกษา

3.5.5 กสทช. ควรส่งเสริมให้มีระบบตรวจสอบเฝ้าระวังสื่อในชุมชนเป็นเครือข่ายที่มีความเข้มแข็งและยั่งยืน

บรรณานุกรม

กลุ่มงานขับเคลื่อนกิจการโทรทัศน์และวิทยุในระบบดิจิตอล สำนักงาน กสทช. 2556. **กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์.** สำนักงาน กสทช. กรุงเทพ.

จักร์กฤษ เพิ่มพูล. **จริยธรรมสื่อ**. สืบค้นจาก http://www.thaimedialaw.org/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=8&Itemid=15 เข้าถึงเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2556

ธเรศ ปุณศรี. ใน**รายงานผลการปฏิบัติการ กสทช.** ประจำปี 2555

ธรรมนิตย์ สุมันตกุล, สืบค้นจาก https://www.google.co.th/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CCwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.lawreform.go.th%2Flawreform%2Findex.php%3Foption%3Dcom_content%26task%3Ddownloadmedia%26file%3D8722.doc%26filetemp%3D8722.doc%26lang%3Dth%26id%3D92&ei=83uhUrrVBsLarAeLvYCIDQ&usg=AFQjCNFR1OqiJV3Rgx-n0Cj4JzVizUn1Pw&sig2=zJ8Z78XFwjmWJDXtPKnZw&bvm=bv.57752919,d.bmk. เข้าถึงเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2556

นที ศกุลรัตน์. ใน**รายงานผลการปฏิบัติการ กสทช.** ประจำปี 2555

พิรงรอง รามสูต **ปาฐกถาพิเศษ หัวข้อ “ความท้าทายของภารกิจว่าด้วยการกำกับดูแลกันเองของสื่อ: เปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับต่างประเทศ**” งานสัมมนาเรื่อง “จรรยาบรรณในมุมมองของสื่อและองค์กรกำกับดูแลในต่างประเทศ”โรงแรมพูลแมน คิงพาวเวอร์ กทม. 22 เม.ย. 2556)

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์. 2556. **รายงานสรุปผลการสัมมนาเชิงวิชาการ เรื่อง จรรยาบรรณในมุมมองของสื่อและองค์กรกำกับดูแลในต่างประเทศ.**

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์. 2556. **รายงานสรุปผลการสัมมนาเชิงปฏิบัติการแนวทางไตรภาคีในการกำกับดูแลกันเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์.**

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์. 2556. **รายงานสรุปผลการสัมมนาเชิงปฏิบัติการแนวทางปฏิบัติในการกำกับกันเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (ภาคเหนือ)**.

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. 2556. **รายงานสรุปผลการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ แนวทางปฏิบัติในการกำกับกันเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)**.

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช. 2556. **รายงานสรุปผลการสัมมนาเชิงปฏิบัติการแนวทางการกำกับกันเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (ภาคใต้)**.

สุวรรณ สมบัติรักษาสุข, สัมภาษณ์. วันที่ 9 ธันวาคม 2556.

ศิริวรรณ อนันต์โท และคณะ ในเรื่อง **จริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนไทย**. สืบค้นจาก https://www.facebook.com/ThailandResearchFund/posts/564105353608466 เข้าถึงเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2556

ศูนย์ศึกษานโยบายสื่อ. 2556. **รายงานการศึกษาฉบับสมบรูณ์โครงการจัดทำฐานข้อมูลองค์กรวิชาชีพและทบทวนบทเรียนการควบคุมกันเองด้านจริยธรรมขององค์กรวิชาชีพในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ไท**ย. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพ.

AGB Nielsen Media Research ใน **ช่องทางในการรับชมฟรีทีวี**: 3 ช่องทางหลัก สืบค้นจาก http://www.supinya.com/wpcontent/uploads/2013/05/ DgitalSwitch OverConcept.pdf เข้าถึง เมื่อ 30 พฤศจิกายน 2556

Organization for Security and Co-operation in Europe (OSCE). 2008. **The media self-regulation guidebook**. The OSCE Representative on freedom of the Media.

Indonesia Press Council. สืบค้นจาก http://presscouncil.or.id/about/?id เข้าถึงเมื่อ วันที่ 5 ธันวาคม 2556

Robbins. & Coulter. 2002. (7^{th} Edition). **Management**. Pearson Education. USA.

คณะผู้จัดทำ

<u>หน่วยงาน</u> มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

ที่ปรึกษา

1. รองศาสตราจารย์สดศรี เผ่าอินจันทร์	อดีตคณบดีผู้ก่อตั้งคณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่/ที่ปรึกษาอธิการบดี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เรืองเดช วงศ์หล้า	อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

ผู้ทรงคุณวุฒิ

1. อาจารย์ ดร.จิรพร วิทยศักดิ์พันธุ์	คณบดีคณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. อาจารย์สุวรรณา สมบัติรักษาสุข	อดีตประธานสภาวิชาชีพวิทยุและโทรทัศน์ไทย
3. อาจารย์ชนัญสรา อรนพ ณ อยุธยา	ศูนย์ศึกษานโยบายสื่อ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้ศึกษา

1. อาจารย์ ดร.รดี ธนารักษ์
2. อาจารย์ ดร.ชิชญาสุ์ ช่างเรียน
3. อาจารย์ ดร.พรรณนภา เชื้อบาง
4. อาจารย์ ดร.พนินท์ เครือไทย
5. อาจารย์ ดร.ธัญญา จันทร์ตรง
6. อาจารย์อุษณีย์ มากประยูร
7. อาจารย์วัชราภรณ์ อารีรัตนศักดิ์
8. อาจารย์จักภพ พานิช

ผู้ประสานงานประจำภาค

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลดาวัลย์ แก้วสีนวล	คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาวดี พรหมมา	ประธานหลักสูตรสาขาวิชา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
3. อาจารย์แพรวพรรณ อัคคะประสา	อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ภาคผนวก

รายชื่อองค์กรวิชาชีพสื่อที่เข้าร่วมโครงการ

ฐานข้อมูลโครงการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2556		
ลำดับ	**หน่วยงาน**	**จังหวัด**
ฐานข้อมูลผู้เข้าร่วมการสัมมนาเชิงวิชาการ เรื่อง จรรยาบรรณในมุมมองของสื่อและองค์กรกำกับดูแล ในต่างประเทศวันที่ 22-23 เมษายน 2556 ณ โรงแรม พูลแมน คิงพาวเวอร์ กรุงเทพ		
1	สภาวิชาชีพนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย	กรุงเทพมหานคร
2	สมาพันธ์สมาคมวิชาชีพวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์	กรุงเทพมหานคร
3	สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย	กรุงเทพมหานคร
4	สภาวิชาชีพกิจการแพร่ภาพและการกระจายเสียง (ประเทศไทย)	กรุงเทพมหานคร
5	สภาองค์กรวิชาชีพวิทยุโทรทัศน์ภาคประชาชน (สอทช.)	กรุงเทพมหานคร
6	สมาคมเคเบิลทีวีแห่งประเทศไทย	กรุงเทพมหานคร
7	สมาคมโทรทัศน์ดาวเทียมแห่งประเทศไทย	กรุงเทพมหานคร
8	สมาคมวิชาชีพนักจัดรายการวิทยุ-โทรทัศน์ไทย (สนวท.)	กรุงเทพมหานคร
9	สมาคมสื่อสารมวลชนสัมพันธ์จักรชัยเพื่อความมั่นคง	กรุงเทพมหานคร
10	องค์กรวิชาชีพสื่อมวลชนวิทยุทีวีเสรี	กรุงเทพมหานคร
11	สภาผู้ประกอบวิชาชีพวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย	กรุงเทพมหานคร
12	สมาพันธ์สมาคมดิจิตอลคอนเท้นท์บันเทิงไทย	กรุงเทพมหานคร
13	สภาเครือข่ายสื่อภาคประชาชนแห่งชาติ (สค.สช.)	กรุงเทพมหานคร
14	สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย	กรุงเทพมหานคร
15	สมาคมสื่อสารมวลชนมุสลิม	กรุงเทพมหานคร
16	สมาคมสมัชชามวลชนเพื่อความมั่นคง	กรุงเทพมหานคร
17	สมาคมสื่อภาคประชาชนอาเซียน	กรุงเทพมหานคร
18	สื่อมวลชนพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมไทยแห่งชาติ	กรุงเทพมหานคร
19	สมาคมวิทยุโทรทัศน์ พัฒนาธุรกิจไทย (สวทพ.)	กรุงเทพมหานคร
20	สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์	กรุงเทพมหานคร
21	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ	กรุงเทพมหานคร

ฐานข้อมูลโครงการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2556		
ลำดับ	**หน่วยงาน**	**จังหวัด**
22	สมาคมกิจการโทรทัศน์และวิทยุ (สมอท.)	กรุงเทพมหานคร
23	บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเม้นท์ จำกัด	กรุงเทพมหานคร
24	สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5	กรุงเทพมหานคร
25	บริษัท กรุงเทพวิทยุและโทรทัศน์ จำกัด (ช่อง 7)	กรุงเทพมหานคร
26	บริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน)	กรุงเทพมหานคร
27	สถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์	กรุงเทพมหานคร
28	สำนักข่าวประชาไท	กรุงเทพมหานคร
29	เว็บไซด์ Moral Medias.net	กรุงเทพมหานคร
30	บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)	กรุงเทพมหานคร
31	บริษัท สปริงส์นิวส์	กรุงเทพมหานคร
32	บริษัท จีเอ็มเอ็ม แซท จำกัด	กรุงเทพมหานคร
33	องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย	กรุงเทพมหานคร
34	Media Inside Out	กรุงเทพมหานคร
35	สำนักข่าวออนไลน์ไทยพับบริก้า	กรุงเทพมหานคร
36	Siam Intelligence Unit	กรุงเทพมหานคร
37	บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	กรุงเทพมหานคร
38	กรุงเทพธุรกิจ	กรุงเทพมหานคร
39	สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ	กรุงเทพมหานคร
40	สมาคมนักข่าว นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย	กรุงเทพมหานคร
41	สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย	กรุงเทพมหานคร
42	สถานีวิทยุกระจายเสียงจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	กรุงเทพมหานคร
43	โอเพ่นออนไลน์	กรุงเทพมหานคร
44	หนังสือพิมพ์ พิมพ์ไทยรายวัน	กรุงเทพมหานคร
45	ศูนย์ข่าว TCIJ WWW.TCIJTHAI.COM	กรุงเทพมหานคร

ฐานข้อมูลโครงการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2556		
ลำดับ	**หน่วยงาน**	**จังหวัด**
46	หนังสือพิมพ์ โพสต์ทูเดย์	กรุงเทพมหานคร
47	ศูนย์ข่าว TCIJ ศูนย์ข่าวเพื่อสิทธิพลเมือง	กรุงเทพมหานคร
48	สำนักข่าว อิศรา	กรุงเทพมหานคร
49	DNN	กรุงเทพมหานคร
50	สำนักข่าวอิศรา	กรุงเทพมหานคร
51	FMTV.ทีวีเพื่อมวลมนุษยชน ชุมชนสันติอโศก	กรุงเทพมหานคร
52	ไทยรัฐออนไลน์	กรุงเทพมหานคร
53	แนวหน้า	กรุงเทพมหานคร
54	Thai Business News	กรุงเทพมหานคร
55	วิทยุกรมประชาสัมพันธ์	กรุงเทพมหานคร
56	เดลินิวส์	กรุงเทพมหานคร
57	พันธุ์ทิพย์	กรุงเทพมหานคร
58	INN	กรุงเทพมหานคร
59	ไทยโพสต์	กรุงเทพมหานคร
60	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเนชั่น	กรุงเทพมหานคร
61	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต	กรุงเทพมหานคร
62	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	กรุงเทพมหานคร
63	กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม	กรุงเทพมหานคร
64	คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์	กรุงเทพมหานคร
65	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	กรุงเทพมหานคร
66	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	กรุงเทพมหานคร
67	สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา	กรุงเทพมหานคร
68	คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	กรุงเทพมหานคร

ฐานข้อมูลโครงการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2556		
ลำดับ	**หน่วยงาน**	**จังหวัด**
69	สถานีวิทยุกระจายเสียงจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	กรุงเทพมหานคร
70	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	กรุงเทพมหานคร
71	ศูนย์ศึกษานโยบายสื่อ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	กรุงเทพมหานคร
72	คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ม.ศิลปากร	กรุงเทพมหานคร
73	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม	กรุงเทพมหานคร
74	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	กรุงเทพมหานคร
75	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร	กรุงเทพมหานคร
76	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี	กรุงเทพมหานคร
77	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	กรุงเทพมหานคร
78	สาขานวัตกรรมการสื่อสาร มหาวิทยาลัยเกริก	กรุงเทพมหานคร
79	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	กรุงเทพมหานคร
80	มีเดียมอนิเตอร์	กรุงเทพมหานคร
81	เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว	กรุงเทพมหานคร
82	มูลนิธิไฮน์ริคเบิล์	กรุงเทพมหานคร
83	แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (สสย.)	กรุงเทพมหานคร
84	Friedrich-Ebert-Stiftung (FES)	กรุงเทพมหานคร
85	สำนักงานกองทุนสิ่งแวดล้อม (Thai Carbon Fond)	กรุงเทพมหานคร
86	เครือข่ายสื่อสร้างสรรค์	กรุงเทพมหานคร
87	โครงการอินเทอร์เน็ตเพื่อกฎหมายประชาชน (iLaw)	กรุงเทพมหานคร
88	สำนักงาน (กสทช.)	กรุงเทพมหานคร
89	ชมรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อความเท่าเทียมกัน	กรุงเทพมหานคร
90	บริษัท นวกิจบริการ จำกัด	กรุงเทพมหานคร
91	บริษัท ประทุมพรเทรดดิ้ง จำกัด	กรุงเทพมหานคร

ฐานข้อมูลโครงการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2556		
ลำดับ	**หน่วยงาน**	**จังหวัด**
92	บริษัท เอกไพบูลย์ จำกัด	กรุงเทพมหานคร
93	แผนงานพัฒนากลไกเฝ้าระวังระบบยา (กพย.)	กรุงเทพมหานคร
94	บริษัท วรศักดิ์ จำกัด	กรุงเทพมหานคร
95	บริษัท เอ็นทีกรุ๊ป จำกัด	กรุงเทพมหานคร
96	บริษัท กู๊ดเฟรม โปรดักชั่น จำกัด	กรุงเทพมหานคร
97	เครือข่ายส่งเสริมสิทธิเสรีภาพสื่อมวลชนในเอเชียอาคเนย์ (SEAPA)	กรุงเทพมหานคร
98	สถาบันวิชาการสื่อสารสาธารณะ	กรุงเทพมหานคร
98	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	กรุงเทพมหานคร
99	สหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติ (สวชช.)	ประจวบคีรีขันธ์
100	สมาคมวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ท้องถิ่น	ประจวบคีรีขันธ์
101	สมาคมวิชาชีพวิทยุโทรทัศน์ภาคตะวันตก	กาญจนบุรี
102	สมาคมวิทยุจังหวัดกาญจนบุรี	กาญจนบุรี
103	สมาคมปฏิรูปสื่อภาคประชาชน	กาญจนบุรี
104	สมาคมสื่อมวลชนภาคตะวันออกแห่งประเทศไทย	ชลบุรี
105	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ	ชลบุรี
106	สมาคมผู้ประกอบวิชาชีพวิทยุท้องถิ่นไทย (วทท.)	ภูเก็ต
107	สมาคมสถานีวิทยุและโทรทัศน์จังหวัดราชบุรี	ราชบุรี
108	ชมรมสื่อสร้างสรรค์	ร้อยเอ็ด
109	สมาคมสื่อมวลชนอุบลราชธานี	อุบลราชธานี
110	สมาคมวิชาชีพวิทยุ-โทรทัศน์ภาคประชาชน	อุบลราชธานี
111	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี	อุบลราชธานี
112	สมาคมวิชาชีพวิทยุโทรทัศน์ประชาชน	นครราชสีมา
113	สมาคมวิทยุชุมชนโคราช	นครราชสีมา
114	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช	นครศรีธรรมราช

ฐานข้อมูลโครงการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2556		
ลำดับ	**หน่วยงาน**	**จังหวัด**
115	สมาคมผู้สื่อข่าว	นครศรีธรรมราช
116	เครือข่ายสื่อสาธารณะ	ลำปาง
117	มหาวิทยาลัยพะเยา	พะเยา
118	สมาคมสภาองค์กรวิชาชีพวิทยุ-โทรทัศน์ภาคประชาชน	เชียงใหม่
119	สมาคมนักจัดรายการวิทยุโทรทัศน์และผู้สื่อข่าว	เชียงใหม่
120	เครือข่ายวิทยุชุมชนภาคเหนือ	เชียงใหม่
121	สำนักข่าวประชาธรรม	เชียงใหม่
122	สาขาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร	พิษณุโลก
123	สื่อภาคประชาชนคนพิษณุโลก	พิษณุโลก
124	สมาคมสื่อมวลชนพิษณุโลก	พิษณุโลก
125	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	อุตรดิตถ์
126	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	อุตรดิตถ์
127	Advertising Standards Bureau,Australia	Australia
128	Ofcom 2003-2011,UK	London, UK
129	The Southeast Asian Press Alliance(SEAPA)	Thailand
130	Indonesia Press Council	Indonesia
ฐานข้อมูลผู้เข้าร่วมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่อง "แนวทางไตรภาคีในการกำกับดูแลกันเอง" ระหว่างวันที่ 22 - 23 พฤษภาคม 2556 ณ โรงแรมโรสการ์เดนริเวอร์ไซด์ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม		
1	สภาวิชาชีพกิจการแพร่ภาพและการกระจายเสียง (ประเทศไทย)	กรุงเทพมหานคร
2	สภาองค์กรวิชาชีพวิทยุโทรทัศน์ภาคประชาชน (สอทช.)	กรุงเทพมหานคร
3	สมาคมเคเบิลทีวีแห่งประเทศไทย	กรุงเทพมหานคร
4	สมาคมโทรทัศน์ดาวเทียมแห่งประเทศไทย	กรุงเทพมหานคร
5	สมาคมวิชาชีพนักจัดรายการวิทยุ-โทรทัศน์ไทย (สนวท.)	กรุงเทพมหานคร
6	สมาคมสื่อสารมวลชนสัมพันธ์จักรชัยเพื่อความมั่นคง	กรุงเทพมหานคร

ฐานข้อมูลโครงการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2556		
ลำดับ	**หน่วยงาน**	**จังหวัด**
7	องค์กรวิชาชีพสื่อมวลชนวิทยุทีวีเสรี	กรุงเทพมหานคร
8	สภาผู้ประกอบวิชาชีพวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย	กรุงเทพมหานคร
9	สมาพันธ์สมาคมดิจิตอลคอนเท้นท์บันเทิงไทย	กรุงเทพมหานคร
10	สภาเครือข่ายสื่อภาคประชาชนแห่งชาติ (สค.สช.)	กรุงเทพมหานคร
11	สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย	กรุงเทพมหานคร
12	สมาคมสื่อภาคประชาชนอาเซียน	กรุงเทพมหานคร
13	สื่อมวลชนพระพุทธศาสนาและวัฒนธรรมไทยแห่งชาติ	กรุงเทพมหานคร
14	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ	กรุงเทพมหานคร
15	สมาคมกิจการโทรทัศน์และวิทยุ (สมอท.)	กรุงเทพมหานคร
16	สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5	กรุงเทพมหานคร
17	บริษัท กรุงเทพวิทยุและโทรทัศน์ จำกัด (ช่อง 7)	กรุงเทพมหานคร
18	บริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน) (ช่อง 9)	กรุงเทพมหานคร
19	สถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ (ช่อง11)	กรุงเทพมหานคร
20	บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)	กรุงเทพมหานคร
21	บริษัท จีเอ็มเอ็ม แซท จำกัด	กรุงเทพมหานคร
22	สำนักข่าวอิศรา	กรุงเทพมหานคร
23	สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ	กรุงเทพมหานคร
24	สมาคมนักข่าว นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย	กรุงเทพมหานคร
25	สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย	กรุงเทพมหานคร
26	สถานีวิทยุกระจายเสียงจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	กรุงเทพมหานคร
27	สมาคมการค้าผู้ประกอบการเคเบิลทีวี	กรุงเทพมหานคร
28	บ.เนชั่น บรอดแคสติ้งคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	กรุงเทพมหานคร
29	TPBS	กรุงเทพมหานคร
30	ICT FOR ALL	กรุงเทพมหานคร
31	สำนักข่าว ANEWS	กรุงเทพมหานคร

ฐานข้อมูลโครงการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2556		
ลำดับ	**หน่วยงาน**	**จังหวัด**
32	สำนักข่าว ANEWS (Korat)	กรุงเทพมหานคร
33	PROGRAMMI	กรุงเทพมหานคร
34	บจก.เอเชียบอร์ดคาสติ้งเทเลวิชั่น	กรุงเทพมหานคร
35	ส่วนจัดการและควบคุมรายการ (สทท.11)	กรุงเทพมหานคร
36	บ.อาร์เอส จำกัด (มหาชน)	กรุงเทพมหานคร
37	สมาพันธ์สมาคมดิจิตอล คอนเทนต์บันเทิงไทย	กรุงเทพมหานคร
38	GMM Z Trading Co.,Ltd.	กรุงเทพมหานคร
39	บ.บอร์ดคาสไทยเทเลวิชั่น จำกัด	กรุงเทพมหานคร
40	สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย	กรุงเทพมหานคร
41	บริษัท เอ็มทีเทเลวิชั่น (ไทยแลนด์) จำกัด	กรุงเทพมหานคร
42	ช่องดาวเทียม CTB	กรุงเทพมหานคร
43	สำนักข่าว DNN	กรุงเทพมหานคร
44	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเนชั่น	กรุงเทพมหานคร
45	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต	กรุงเทพมหานคร
46	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	กรุงเทพมหานคร
47	คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	กรุงเทพมหานคร
48	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	กรุงเทพมหานคร
49	ศูนย์ศึกษานโยบายสื่อ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	กรุงเทพมหานคร
50	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม	กรุงเทพมหานคร
51	สาขานวัตกรรมการสื่อสาร มหาวิทยาลัยเกริก	กรุงเทพมหานคร
52	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	กรุงเทพมหานคร
53	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	กรุงเทพมหานคร
54	มีเดียมอนิเตอร์	กรุงเทพมหานคร
55	เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว	กรุงเทพมหานคร
56	มหาวิทยาลัยบูรพา	กรุงเทพมหานคร

ฐานข้อมูลโครงการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2556		
ลำดับ	**หน่วยงาน**	**จังหวัด**
57	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)	กรุงเทพมหานคร
58	สำนักงาน (กสทช.)	กรุงเทพมหานคร
59	บริษัท อินนิเชียล ซัพพลาย จำกัด	นนทบุรี
60	มหาวิทยาลัยศิลปากร	นครปฐม
61	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม	นครปฐม
62	คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ม.ศิลปากร	นครปฐม
63	สถานีวิทยุชุมชนคน แปลงยาว	ฉะเชิงเทรา
64	สหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติ (สวชช.)	กาญจนบุรี
65	สมาคมวิชาชีพวิทยุโทรทัศน์ภาคตะวันตกสาขากาญจนบุรี	กาญจนบุรี
66	สถานีวิทยุชุมชน ต้นแบบ กาญจนบุรี	กาญจนบุรี
67	สถานีวิทยุชุมชนคน หนองหญ้าไซ	สุพรรณบุรี
68	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี	ลพบุรี
69	สมาคมผู้ประกอบวิชาชีพวิทยุท้องถิ่นไทย (วทท.) จังหวัดภูเก็ต	ภูเก็ต
70	สมาคมสถานีวิทยุและโทรทัศน์จังหวัดราชบุรี	ราชบุรี
71	เครือข่ายเพื่อนกะเทยไทย	ชลบุรี
72	สมาคมวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ท้องถิ่นจังหวัดประจวบคีรีขันธ์	ประจวบคีรีขันธ์
73	สถานีวิทยุชุมชนตำบล บ่อนอก	ประจวบคีรีขันธ์
74	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	มหาสารคาม
75	สมาคมสื่อมวลชนอุบลราชธานี	อุบลราชธานี
76	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี	อุบลราชธานี
77	สมาคมวิชาชีพวิทยุโทรทัศน์ประชาชนนครราชสีมา	นครราชสีมา
78	สมาคมวิทยุชุมชนโคราช	นครราชสีมา
79	สมาคมผู้สื่อข่าว	นครศรีธรรมราช
80	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช	นครศรีธรรมราช
81	เครือข่ายสื่อสาธารณะ	ลำปาง

ฐานข้อมูลโครงการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2556		
ลำดับ	**หน่วยงาน**	**จังหวัด**
82	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	อุตรดิตถ์
83	สาขาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร	พิษณุโลก
84	สื่อภาคประชาชนคนพิษณุโลก	พิษณุโลก
85	สมาคมสื่อมวลชนพิษณุโลก	พิษณุโลก
86	สำนักข่าวประชาธรรม (เชียงใหม่)	เชียงใหม่
87	สมาคมสภาองค์กรวิชาชีพวิทยุ-โทรทัศน์ภาคประชาชน	เชียงใหม่
88	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	เชียงใหม่
89	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	เชียงใหม่
ฐานข้อมูลผู้เข้าร่วมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่อง "แนวทางปฏิบัติในการกำกับกันเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ" วันที่ 22 มิถุนายน 2556 ณ โรงแรมอุบลอินเตอร์เนชั่นแนล จังหวัดอุบลราชธานี		
1	สถานีวิทยุ อปภร. 97.5 MHz	อุบลราชธานี
2	สถานีวิทยุอุบลเรดิโอ	อุบลราชธานี
3	ศูนย์ผลิตรายการวิทยุ-โทรทัศน์เรดิโอแกรม	อุบลราชธานี
4	สถานีวิทยุยอดทองเรดิโอ FM 101.75 MHz	อุบลราชธานี
5	สถานีวิทยุกระจายเสียง FM 90.25 MHz	อุบลราชธานี
6	สถานีวิทยุกระจายเสียง FM 95.50 MHz	อุบลราชธานี
7	สถานีวิทยุกระจายเสียง FM 104.25 MHz	อุบลราชธานี
8	สถานีวิทยุร่วมด้วยช่วยกัน	อุบลราชธานี
9	สถานีวิทยุกระจายเสียงทีก้าเรดิโอ FM 101.00 Mhz.	อุบลราชธานี
10	สถานีวิทยุคนรักเขมราฐ FM 88.0 MHz	อุบลราชธานี
11	สถานีวิทยุคู่บุญคนแสนดี FM 100.75 MHz	อุบลราชธานี
12	สถานีวิทยุกระจายเสียง กองทัพภาคที่ 2 ระบบ FM 95.75 MHz	อุบลราชธานี
13	สถานีวิทยุกระจายเสียง กองทัพภาคที่ 2 ระบบ AM 1215 KHz	อุบลราชธานี
14	สถานีวิทยุคลื่นใจ ภูมิปัญญาไทยก้าวหน้า FM 99.25 MHz	อุบลราชธานี

ฐานข้อมูลโครงการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2556		
ลำดับ	**หน่วยงาน**	**จังหวัด**
15	สถานีวิทยุ 1 ปณ. อุบลราชธานี	อุบลราชธานี
16	สถานีวิทยุชุมชนภูมิปัญญาไทย FM 96.75 MHz	อุบลราชธานี
17	สถานีวิทยุ วปถ 6	อุบลราชธานี
18	ชาติเจริญวิทยุ Radio พาอุบล	อุบลราชธานี
19	สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยราชธานี	อุบลราชธานี
20	สถานีวิทยุกองทัพภาค 2	อุบลราชธานี
21	สถานีวิทยุFM 101.75 MHz	อุบลราชธานี
22	สถานีวิทยุกองทัพภาค 2	อุบลราชธานี
23	สถานีวิทยุคลื่นดีศรีตระการ	อุบลราชธานี
24	ช่อง 11 สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สื่อมวลชน)	อุบลราชธานี
25	อุปนายกสมาคมฯ (สมาคมสื่อ)	อุบลราชธานี
26	คณะศิลปะศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี	อุบลราชธานี
27	ศูนย์บริการวิชาการชุมชน มรภ.อุบลราชธานี	อุบลราชธานี
28	สหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติ	กรุงเทพมหานคร
29	นายกสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย	กรุงเทพมหานคร
30	สถาบันวิชาการสื่อสาธารณะ ThaiPBS	กรุงเทพมหานคร
31	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต	กรุงเทพมหานคร
32	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	กรุงเทพมหานคร
33	สถานีวิทยุท้องถิ่นไทยใส่ใจพระพุทธศาสนา	อุบลราชธานี
34	สถานีวิทยุเพื่อความมั่นคง คลื่นดีศรีประดู่	อุบลราชธานี
35	วิทยุเพื่อความมั่นคงสมุทคิต	อุบลราชธานี
36	วิทยุเพื่อความมั่นคง สื่อสารสองใจสื่อใจสองชน	อุบลราชธานี
37	สถานีวิทยุเพื่อความมั่นคงเสียงจากนาจะหลวย	อุบลราชธานี
38	วิทยุเพื่อความมั่นคงวัดภูกระแต	อุบลราชธานี

ฐานข้อมูลโครงการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2556		
ลำดับ	**หน่วยงาน**	**จังหวัด**
39	สถานีวิทยุบัดดี้เรดิโอ	อุบลราชธานี
40	สถานีวิทยุคนเกษตร	อุบลราชธานี
41	สถานีวิทยุชาติเจริญเรดิโอ	อุบลราชธานี
42	สถานีวิทยุป้องภัยเรดิโอ	อุบลราชธานี
43	วิทยุเพื่อความมั่นคงวันฟ้าใหม่	อุบลราชธานี
44	สถานีวิทยุชุมชนคนรักสันติ อันลิมิตเรดิโอ	อุบลราชธานี
45	สถานีวิทยุเพื่อการศึกษาและการกีฬา	อุบลราชธานี
46	สถานีวิทยุก่อน้อย	อุบลราชธานี
47	สถานีวิทยุบัวกลางมูล	อุบลราชธานี
48	สถานีวิทยุวิทยุสันติสุข ดอนกลาง	อุบลราชธานี
49	สถานีวิทยุคนสหกรณ์	อุบลราชธานี
50	สถานีวิทยุภูพลานสูง	อุบลราชธานี
51	วทท.เมืองดอกบัว	อุบลราชธานี
52	Hi Radio วิทยุที่ทักทายคุณได้ทุกวัน	อุบลราชธานี
53	สถานีวิทยุท้องถิ่นเดชอุดม	อุบลราชธานี
54	วทท.เมืองวารินชำราบ	อุบลราชธานี
55	สถานีวิทยุตลาดสดวารินชำราบ	อุบลราชธานี
56	สถานีวิทยุเฉลิมพระเกียรติ	อุบลราชธานี
57	สถานีวิทยุชุมชนท่าวังหิน	อุบลราชธานี
58	สถานีวิทยุคนรักษ์สุขภาพ	อุบลราชธานี
59	สถานีวิทยุทุ่งเจริญ	อุบลราชธานี
60	สถานีวิทยุศนเมืองเดช	อุบลราชธานี
61	สถานีวิทยุคนอุบลเพื่อความมั่นคงแห่งชาติรุ่นที่ 3	อุบลราชธานี
62	สถานีวิทยุคนแสนดี	อุบลราชธานี

ฐานข้อมูลโครงการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2556		
ลำดับ	**หน่วยงาน**	**จังหวัด**
63	สถานีวิทยุบ้านท่าบ่อ	อุบลราชธานี
64	สถานีวิทยุคิสเอฟเอ็ม	อุบลราชธานี
65	สถานีวิทยุห้วยม่วง	อุบลราชธานี
66	วทท.เมืองอุบล	อุบลราชธานี
67	สถานีวิทยุชุมชนหนองไข่นก	อุบลราชธานี
68	สถานีวิทยุOK LOVE	อุบลราชธานี
69	สถานีวิทยุOK ลูกทุ่ง	อุบลราชธานี
70	สถานีวิทยุแมนเรดิโอ	อุบลราชธานี
71	สถานีวิทยุคนวัยทีน	อุบลราชธานี
72	ศูนย์การเรียนรู้วิทยุชุมชนภูมิปัญญาไทย อุบลราชธานี	อุบลราชธานี
73	สถานีวิทยุขามใหญ่	อุบลราชธานี
74	วทท.แสนสุข	อุบลราชธานี
75	สถานีวิทยุคนสู้ชีวิต	อุบลราชธานี
76	สถานีวิทยุคนน้ำยืน	อุบลราชธานี
77	เครือข่ายคนอุบลตุ้มลูกตุ้มหลานฮักบ้านแปงเมือง	อุบลราชธานี
78	สถานีวิทยุอารยะธรรมลำน้ำโดม	อุบลราชธานี
79	สถานีวิทยุออนซอนชุมชนคนท้องถิ่นเซเป็ด ตระการพืชผล	อุบลราชธานี
80	สถานีวิทยุwe Love The King We Love Thailand	อุบลราชธานี
81	สถานีวิทยุคนฮักดี	อุบลราชธานี
82	สถานีวิทยุเสียงสามยอด	อุบลราชธานี
83	สถานีวิทยุฟาโรห์ เรดิโอ	อุบลราชธานี
84	สถานีวิทยุตำบลไร่น้อย	อุบลราชธานี
85	สถานีวิทยุนานาชาติปทุมร่วมใจ	อุบลราชธานี
86	สถานีวิทยุเพื่อการพัฒนา นำพาชุมชน ก้าวไกล	อุบลราชธานี

ฐานข้อมูลโครงการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2556		
ลำดับ	**หน่วยงาน**	**จังหวัด**
87	สถานีวิทยุคนบ้านก่อ เพื่อความสามัคคีใช้ชีวีอย่าง พอเพียง	อุบลราชธานี
88	สถานีวิทยุClassic Radio	อุบลราชธานี
89	สถานีวิทยุสวนสยามสำโรง	อุบลราชธานี
90	สถานีวิทยุHeadline Channel	อุบลราชธานี
91	สถานีวิทยุพลแพน	อุบลราชธานี
92	วิทยุเพื่อการศึกษาและปฏิบัติการทาง นิเทศศาสตร์โปลีเรดิโอ	อุบลราชธานี
93	สถานีวิทยุแม่น้ำโขง	อุบลราชธานี
94	สถานีวิทยุคนบ้านดอน	อุบลราชธานี
95	สถานีวิทยุคลื่นดีศรีตระการ	อุบลราชธานี
96	อปพร.อุบลราชธานี	อุบลราชธานี
97	สถานีวิทยุคลื่นใจภูมิปัญญาไทยก้าวหน้า	อุบลราชธานี
98	สถานีวิทยุคนชานเมือง	อุบลราชธานี
99	สถานีวิทยุสว่างสามัคคี	อุบลราชธานี
100	สถานีวิทยุท้องถิ่นไทย	อุบลราชธานี
101	สถานีวิทยุสี่แยกเสียงสวรรค์	อุบลราชธานี
102	สถานีวิทยุวิทยุเพื่อพระพุทธศาสนา ป่าดงใหญ่วังอ้อ	อุบลราชธานี
103	สถานีวิทยุภูมิปัญญาไทยคำสมบูรณ์	อุบลราชธานี
104	สถานีวิทยุวิทยุชุมชนแสนสุข	อุบลราชธานี
105	สถานีวิทยุนิคมสำโดมใหญ่เดชอุดม	อุบลราชธานี
106	สถานีวิทยุวิทยุสามัคคีนิคมสายกลาง	อุบลราชธานี
107	สถานีวิทยุชุมชนสัมพันธ์	อุบลราชธานี
108	สถานีวิทยุคนรักแม่มูล	อุบลราชธานี
109	สถานีวิทยุสหกรณ์ร่วมใจ	อุบลราชธานี
110	สถานีวิทยุคนรักสุขภาพ อำเภอสิรินธร	อุบลราชธานี

ฐานข้อมูลโครงการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2556		
ลำดับ	**หน่วยงาน**	**จังหวัด**
111	สถานีวิทยุเท็นเรดิโอ	อุบลราชธานี
112	สถานีวิทยุส่งเสริมกีฬาและความบันเทิง	อุบลราชธานี
113	สถานีวิทยุR-TECH RADIO	อุบลราชธานี
114	สถานีวิทยุฟ้าใสเรดิโอและโทรทัศน์	อุบลราชธานี
115	วิทยุท้องถิ่นวนารมย์	อุบลราชธานี
116	สถานีวิทยุคลื่นดีบ้านเฮา	อุบลราชธานี
117	New Life Radio (นิวไลฟ์เรดิโอ) อุบลราชธานี	อุบลราชธานี
118	สถานีวิทยุสหกรณ์การเกษตรพลังสามัคคีสตรี กลุ่มน้ำโขงจำกัด	อุบลราชธานี
119	สถานีวิทยุพระพุทธศาสนาแห่งชาติและสังคม	อุบลราชธานี
120	สถานีวิทยุคนบ้านเฮา	อุบลราชธานี
121	วิทยุกระจายเสียงสาธารณะเพื่อพระพุทธศาสนาและสังคมแห่งชาติ "เสียงธรรมนำชีวิต"	อุบลราชธานี
122	วิทยุพระพุทธศาสนาแห่งชาติและสังคม	อุบลราชธานี
123	วิทยุพระพุทธศาสนาแห่งชาติและสังคม (วัดป่าชุมชน-ฟ้าห่วน)	อุบลราชธานี
124	สถานีวิทยุประชาศรัทธาธรรม	อุบลราชธานี
125	สถานีเพลงฮิต	อุบลราชธานี
126	สถานีวิทยุลูกทุ่งเน็ตเวิร์ก	อุบลราชธานี
127	สถานีวิทยุBIG FM.	อุบลราชธานี
128	สถานีวิทยุคนรักน้ำยืน	อุบลราชธานี
129	สถานีวิทยุVR Family Radio	อุบลราชธานี
130	สถานีวิทยุวัดสวายน้อย	อุบลราชธานี
131	สถานีวิทยุดงแสนสุข	อุบลราชธานี
132	สถานีวิทยุกกยาง	อุบลราชธานี
133	มหาวิทยาลัยราชธานี	อุบลราชธานี

ฐานข้อมูลโครงการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2556		
ลำดับ	**หน่วยงาน**	**จังหวัด**
134	สถานีวิทยุซำบายใจไทยอีสาน	อุบลราชธานี
135	สถานีวิทยุสามสีเรดิโอ	อำนาจเจริญ
136	สถานีวิทยุพระพุทธศาสนา	อุบลราชธานี
137	สถานีวิทยุคนรักบ้าน	อุบลราชธานี
138	สถานีวิทยุคนบัวงาม	อุบลราชธานี
139	สถานีวิทยุวี.อาร์ พิบูลเรดิโอ	อุบลราชธานี
140	สถานีวิทยุคลื่นเสียงแก่งสะพือ	อุบลราชธานี
141	สถานีวิทยุตาลสุม เรดิโอ	อุบลราชธานี
142	สถานีวิทยุรวมพลคนบ้านทุ่ง	อุบลราชธานี
143	สถานีวิทยุคลื่นเสียงเมืองพิบูล	อุบลราชธานี
144	สถานีวิทยุสว่างเรดิโอ	อุบลราชธานี
145	สถานีวิทยุโขงเจียมเรดิโอ	อุบลราชธานี
146	สถานีวิทยุมิตรมวลชน	อุบลราชธานี
147	สถานีวิทยุวัดแสนสุข	อุบลราชธานี
148	สถานีวิทยุทีก้าเรดิโอ	อุบลราชธานี
149	สถานีวิทยุท้องถิ่นช่องเม็ก	อุบลราชธานี
150	สถานีวิทยุวัดโปร่งเจริญ	อุบลราชธานี
151	สถานีวิทยุคนสร้างสุข อำเภอน้ำยืน	อุบลราชธานี
152	สถานีวิทยุดอนยูงดงฟ้าห่วน	อุบลราชธานี
153	สถานีวิทยุคนทุ่งศรี	อุบลราชธานี
154	สถานีวิทยุสหกรณ์นาเยีย	อุบลราชธานี
155	สถานีวิทยุตะวันฉายชายโขง	อุบลราชธานี
156	สถานีวิทยุสำโดมสัมพันธ์	อุบลราชธานี
157	สถานีวิทยุหอไตรตระการพืชผล	อุบลราชธานี

ฐานข้อมูลโครงการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2556		
ลำดับ	**หน่วยงาน**	**จังหวัด**
158	วิทยุเพื่อการศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี	อุบลราชธานี
159	สถานีวิทยุเขมราฐ	อุบลราชธานี
160	สถานีวิทยุคนดีศรีเมืองใหม่	อุบลราชธานี
161	สถานีวิทยุพระพุทธศาสนาแห่งชาติและสังคม	อุบลราชธานี
162	สำโรงเรดิโอวิทยุเพื่อชุมชน	อุบลราชธานี
163	สถานีวิทยุเมืองเอกอุบล	อุบลราชธานี
164	สถานีวิทยุนาจะหลวย-บุญฑริก	อุบลราชธานี
165	สถานีวิทยุวัดทุ่งศรีเมือง	อุบลราชธานี
166	สถานีวิทยุร่วมด้วยช่วยกัน Happy Statuib	อุบลราชธานี
167	สถานีวิทยุหลักเมือง	อุบลราชธานี
168	สถานีวิทยุคนท้องถิ่นบ้านตลาด	อุบลราชธานี
169	สถานีวิทยุคลื่นสามารถ	อุบลราชธานี
170	สถานีวิทยุสามเหลี่ยมมรกต	อุบลราชธานี
171	สถานีวิทยุที่ทำการลูกทุ่ง	อุบลราชธานี
172	สถานีวิทยุกลางทุ่งนาเรดิโอ	อุบลราชธานี
173	สถานีวิทยุบุญฑริก-นาจะหลวย	อุบลราชธานี
174	สถานีวิทยุคลื่นดีศรีดอนจิก	อุบลราชธานี
175	สถานีวิทยุคนรักปากกะหลาง	อุบลราชธานี
176	สถานีวิทยุสามัคคี	อุบลราชธานี
177	สถานีวิทยุM.R. สเตชั่น	อุบลราชธานี
178	สถานีวิทยุเพื่อเด็กและเยาวชน	อุบลราชธานี
179	สถานีวิทยุตระการพืชผล	อุบลราชธานี
180	สถานีวิทยุคลื่นดีศรีสำโรง	อุบลราชธานี
181	สถานีวิทยุคนชายแดน	อุบลราชธานี

ฐานข้อมูลโครงการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2556		
ลำดับ	**หน่วยงาน**	**จังหวัด**
182	สถานีวิทยุเมืองอุบลราชธานี	อุบลราชธานี
183	สถานีวิทยุรักบ้านเกิด	อุบลราชธานี
184	สถานีวิทยุอบต.คำไหล	อุบลราชธานี
185	สถานีวิทยุคนรักถิ่น	อุบลราชธานี
186	FM 91.75 MHz เพื่อประชาชน	อุบลราชธานี
187	สถานีวิทยุที่ทำการลูกทุ่ง	อุบลราชธานี
188	สถานีวิทยุคลื่นดีบ้านเฮาเดชอุดม	อุบลราชธานี
189	สถานีวิทยุICE STATION 1	อุบลราชธานี
190	สถานีวิทยุเลียงไทบ้าน	อุบลราชธานี
191	สถานีวิทยุคนเขื่องใน	อุบลราชธานี
192	วิทยุเพื่อการศึกษาและพัฒนาอาชีพ R-Radio Network วิทยาลัยเทคนิค อุบลราชธานี	อุบลราชธานี
193	สถานีวิทยุลานบ้าน-ลานธรรม	อุบลราชธานี
194	สถานีวิทยุวิทยุชุมชนห้วยคุ้ม	อุบลราชธานี
195	สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดอุบลราชธานี (สวท.)	อุบลราชธานี
196	สถานีวิทยุกระจายเสียง อ.ส.ม.ท. จังหวัดอุบลราชธานี	อุบลราชธานี
197	สถานีวิทยุกระจายเสียงทหารเรือ 9 จังหวัดอุบลราชธานี (สทร.9)	อุบลราชธานี
198	สถานีวิทยุกระจายเสียง 1	อุบลราชธานี
199	สถานีวิทยุกองทัพบก ภาคที่ 2 ระบบ A.M. อุบลราชธานี	อุบลราชธานี
200	สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเพื่อการศึกษา (สวศ.)	อุบลราชธานี
201	สถานีวิทยุกระจายเสียงพิทักษ์สันติราษฎร์ (สวพ.)	อุบลราชธานี
202	สถานีวิทยุกระจายเสียงทหารอากาศ 08 (ทอ. 08)	อุบลราชธานี
203	สถานีวิทยุกระจายเสียง วปถ. 6	อุบลราชธานี
204	สถานีวิทยุกระจายกองทัพภาคที่ 2 ระบบ FM	อุบลราชธานี

ฐานข้อมูลโครงการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2556		
ลำดับ	**หน่วยงาน**	**จังหวัด**
205	นายกสมาคมสื่อมวลชนอุบลราชธานี	อุบลราชธานี
206	นายกสมาคมผู้สื่อข่าวอุบลราชธานี	อุบลราชธานี
207	นายกสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์อีสาน	อุบลราชธานี
208	ประธานศูนย์สมาคมนักจัดรายการข่าววิทยุและโทรทัศน์แห่งประเทศไทย	อุบลราชธานี
209	ประธานชมรมผู้สื่อข่าวส่วนกลางอุบลราชธานี	อุบลราชธานี
210	ประชาสัมพันธ์จังหวัดอุบลราชธานี	อุบลราชธานี
211	นายกสมาคมกิจการวิทยุกระจายเสียงท้องถิ่น อุบลราชธานี	อุบลราชธานี
212	บก.ประชามติ	อุบลราชธานี
213	บก.ชนสยาม	อุบลราชธานี
214	บก.หอการค้าอุบลฯ	อุบลราชธานี
215	บก.คนรุ่นใหม่	อุบลราชธานี
216	บก.ข่าวภูธร	อุบลราชธานี
217	บก.ปทุมมาลัย	อุบลราชธานี
218	ผู้สื่อข่าว ปทุมมาลัย	อุบลราชธานี
219	บก.ข่าววันใหม่	อุบลราชธานี
220	บก.ข่าวชายแดน	อุบลราชธานี
221	บก.อบต.ก้าวหน้า	อุบลราชธานี
222	บก.ประชารัฐ	อุบลราชธานี
223	บก.นสพ.เสียงไท	อุบลราชธานี
224	บก. นสพ.โอเคอีสาน	อุบลราชธานี
225	บก. นสพ.โมเดิร์นไทม์นิวส์	อุบลราชธานี
226	บก. นสพ.ไทยนิวส์	อุบลราชธานี
227	ออนซอนเรดิโอ FM 104.5 MHz	นครพนม

ฐานข้อมูลโครงการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2556		
ลำดับ	**หน่วยงาน**	**จังหวัด**
228	สถานีวิทยุชุมชนเมืองเกษ FM 97.75 MHz	ร้อยเอ็ด
229	นายกสมาคมวิชาชีพวิทยุ-โทรทัศน์ภาคประชาชนร้อยเอ็ด	ร้อยเอ็ด
230	สมาคมผู้บริโภค (ผู้สนใจ)	ร้อยเอ็ด
231	ชมรมสื่อสร้างสรรค์จังหวัดร้อยเอ็ด (ผู้สนใจ)	ร้อยเอ็ด
232	ศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค (ผู้สนใจ)	ร้อยเอ็ด
233	สถานีวิทยุชุมชนคนเมืองเกษ FM 97.75 MHz	ร้อยเอ็ด
234	วิทยุชุมชนสังคมอยู่เย็นเป็นสุข	ร้อยเอ็ด
235	ห้างหุ้นส่วนจำกัด หิน เหล็ก ไฟ เรดิโอ	บุรีรัมย์
236	วิทยุบ้านกรวดเวิล์ด	บุรีรัมย์
237	สถานีวิทยุสมาคมโฆษณาอีสาน FM 107.50 MHz	บุรีรัมย์
238	FM 93.75 MHz	บุรีรัมย์
239	FM 97.25 MHz	บุรีรัมย์
240	สถานีวิทยุแคน เรดีโอ FM 102.50 MHz	บุรีรัมย์
241	สถานีวิทยุนิวสเตชั่น 95.50 MHz	บุรีรัมย์
242	สถานีวิทยุนิวสเตชั่น 95.50 MHz	บุรีรัมย์
243	สถานีวิทยุ ภูมิไทเฮิร์บเรดิโอ 91.25 MHz	บุรีรัมย์
244	สถานีวิทยุชุมชนคนกุฉินารายณ์ สังกัดสหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติ	กาฬสินธุ์
245	วิทยุชุมชนกุฉินารายณ์	กาฬสินธุ์
246	ศูนย์เรียนวิทยุชุมชนคนสุมภู	กาฬสินธุ์
247	Skynet (เคเบิลทีวี)	กาฬสินธุ์
248	James Cable TV (เคเบิลทีวี)	กาฬสินธุ์
249	วิทยุชุมชนคนดอกจาน FM 105.00 MHz	กาฬสินธุ์
250	วิทยุชุมชนคำหอย FM 91.75 MHz	มุกดาหาร
251	วิทยุชุมชนคลื่นดีหลักเมือง FM 105.00 MHz	ศรีสะเกษ

ฐานข้อมูลโครงการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2556		
ลำดับ	**หน่วยงาน**	**จังหวัด**
252	หจก ปพนเคเบิลทีวี	ศรีสะเกษ
253	สถานีวิทยุกระจายเสียง FM 97.25 MHz	ศรีสะเกษ
254	สถานีวิทยุกระจายเสียง FM 106.25 MHz	ศรีสะเกษ
255	สถานีวิทยุ My Heart Radio 102.25 MHz	สกลนคร
256	สถานีวิทยุลูกทุ่ง VIP 106.25 MHz	สกลนคร
257	สวทท FM 102.50 MHz	อำนาจเจริญ
258	หจก.แซบมีเดีย 99	อำนาจเจริญ
260	สถานีวิทยุ FM 101.75 MHz	มหาสารคาม
261	FM 105.25 MHz	มหาสารคาม
262	สถานีวิทยุ FM 93.25 MHz	มหาสารคาม
263	วิทยุชุมชน	ยโสธร
264	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	อุตรดิตถ์
265	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช	นครศรีธรรมราช
266	ศูนย์ศึกษานโยบายสื่อจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	กรุงเทพมหานคร
267	สำนักงาน กสทช.	กรุงเทพมหานคร
ฐานข้อมูลผู้เข้าร่วมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่อง "แนวทางปฏิบัติในการกำกับกันเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ภาคเหนือ" วันที่ 18 กรกฎาคม 2556 ณ โรงแรมฟรายเดย์ จังหวัดอุตรดิตถ์		
1	สถานีวิทยุ FM 100.25 MHz	อุตรดิตถ์
2	สถานีวิทยุสมาคมนักวิทยุและโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์	อุตรดิตถ์
3	สถานีวิทยุความมั่นคง FM 93.50 MHz	อุตรดิตถ์
4	สถานีวิทยุสมาคมนักวิทยุและโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ FM 106.50 MHz	อุตรดิตถ์
5	สถานีวิทยุ FM 95.00 MHz (กอ.รมน.)	อุตรดิตถ์

ฐานข้อมูลโครงการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2556		
ลำดับ	**หน่วยงาน**	**จังหวัด**
6	สถานีวิทยุ FM 104.75 MHz	อุตรดิตถ์
7	สถานีวิทยุ สุริยาเรดิโอ	อุตรดิตถ์
8	สถานีวิทยุ FM 94.50 MHz	อุตรดิตถ์
9	สถานีวิทยุ FM 102 MHz	อุตรดิตถ์
10	วิทยุ FM. 93.5 MHz	อุตรดิตถ์
11	สถานีวิทยุ FM 97.00 MHz	อุตรดิตถ์
12	สถานีวิทยุ FM 94.00 MHz	อุตรดิตถ์
13	สถานีวิทยุ FM 104.50 MHz	อุตรดิตถ์
14	สถานีวิทยุกองทัพภาคที่ 3 (ภาคเหนือ)	อุตรดิตถ์
15	สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จ.อุตรดิตถ์	อุตรดิตถ์
16	สถานีวิทยุ สำนักงานเทศบาลเด่นชัย	แพร่
17	สมาคมผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์อุตรดิตถ์	อุตรดิตถ์
18	TV.7 ทันข่าว	อุตรดิตถ์
19	TV.5 อุตรดิตถ์	อุตรดิตถ์
20	หนังสือพิมพ์ทันข่าว MV.TV.	อุตรดิตถ์
21	หนังสือพิมพ์ธุรกิจท่องเที่ยว	อุตรดิตถ์
22	สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดอุตรดิตถ์	อุตรดิตถ์
23	ช่อง 11 พิษณุโลก	พิษณุโลก
24	หนังสือพิมพ์ไทยสยาม	อุตรดิตถ์
25	ร้านหนึ่งบริการ	อุตรดิตถ์
26	หนังสือพิมพ์ไทยรายวัน	อุตรดิตถ์
27	การเมืองชุมชน	อุตรดิตถ์
28	หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ	อุตรดิตถ์
29	หนังสือพิมพ์พิษณุโพสต์	อุตรดิตถ์

ฐานข้อมูลโครงการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2556		
ลำดับ	**หน่วยงาน**	**จังหวัด**
30	สำนักกิจกรรมกิ่งก้านใบ	อุตรดิตถ์
31	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช	นครศรีธรรมราช
32	สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุตรดิตถ์	อุตรดิตถ์
33	เคเบิ้ลทีวีศรีพนมมาศ จังหวัดอุตรดิตถ์	อุตรดิตถ์
34	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	อุตรดิตถ์
35	วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาราชภัฏอุตรดิตถ์	อุตรดิตถ์
36	สถานีวิทยุ โรงเรียนนารีรัตน์ จังหวัดแพร่	แพร่
37	สถานีวิทยุธุรกิจเพื่อความมั่งคง star wave FM 96.25 MHz	แพร่
38	FM. 105.0 MHz	แพร่
39	เครือข่ายสื่อชุมชนผีปันน้ำ	แพร่
40	เครือข่ายผู้ชม สถานีโทรทัศน์ThaiPBS	แพร่
41	สถานีวิทยุกระจายเสียงคนบ้านหาดเสือเต้น	แพร่
42	FM 105.00 MHz แพร่	แพร่
43	วิทยุขยายความดีเยาวชนตำบลลืมตอง FM.102 MHz	น่าน
44	สถาบันวิชาการสื่อสาธารณะ ไทยพีบีเอส	กรุงเทพมหานคร
45	สมาคมนักจัดรายการวิทยุโทรทัศน์และผู้สื่อข่าว จังหวัดเชียงใหม่	กรุงเทพมหานคร
46	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต	กรุงเทพมหานคร
47	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	กรุงเทพมหานคร
48	ศูนย์ศึกษานโยบายสื่อ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	กรุงเทพมหานคร
49	สหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติ	กรุงเทพมหานคร
50	สถานีวิทยุเพื่อการศึกษาและพัฒนาอาชีพ R Radio network	สุโขทัย
51	สถานีวิทยุเพื่อคนสุโขทัย FM 99.75 MHz	สุโขทัย
52	FM. 99.0 MHz	พิษณุโลก
53	FM. 89.50 MHz	พิษณุโลก

ฐานข้อมูลโครงการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2556		
ลำดับ	**หน่วยงาน**	**จังหวัด**
54	FM. 88.25 MHz	พิษณุโลก
55	FM. 93.25 MHz	พิษณุโลก
56	FM. 104.75 MHz	พิษณุโลก
57	FM. 93.25 MHz	พิษณุโลก
58	สมาคมสื่อสารมวลชนพิษณุโลก	พิษณุโลก
59	สำนักงาน กสทช. เขต 10 พิษณุโลก	พิษณุโลก
60	FM. 97.75 MHz จังหวัดพิษณุโลก	พิษณุโลก
61	สถานีวิทยุ	พิษณุโลก
62	ชมรมวิทยุชุมชน กอ.รมน.	พิษณุโลก
63	สมาคมสื่อมวลชนนครสวรรค์	นครสวรรค์
64	สมาคมสื่อมวลชนนครสวรรค์	นครสวรรค์
65	หจก.ปากน้ำโพเคเบิ้ลทีวี จังหวัดนครสวรรค์	นครสวรรค์
66	เครือข่ายภาคประชาสังคม	กำแพงเพชร
67	สถานีวิทยุสิทธิสตรีเมืองพิจิตร/สถานีวิทยุวัฒนธรรม	พิจิตร
68	สมาคมวิทยุโทรทัศน์และสื่อมวลชน	เพชรบูรณ์
69	สมาคมนักวิทยุและโทรทัศน์	เพชรบูรณ์
70	สมาคมเสียงประชาชน	เพชรบูรณ์
71	สมาคมสื่อมวลชนเพชรบูรณ์	เพชรบูรณ์
72	คณะทำงานขับเคลื่อนสภาองค์กรชุมชนเพชรบูรณ์	เพชรบูรณ์
73	สภาองค์กรชุมชนซับพุทรา	เพชรบูรณ์
74	เคเบิ้ลทีวีดอนไชย จังหวัดลำปาง	ลำปาง
75	สำนักงาน กสทช. เขต 3 ลำปาง	ลำปาง
76	สถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อคนลำพูน	ลำพูน
77	สถานีวิทยุชุมชนคนเมืองลี้	ลำพูน

ฐานข้อมูลโครงการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2556		
ลำดับ	**หน่วยงาน**	**จังหวัด**
78	สถานีวิทยุเชียงม่วน	พะเยา
79	สถานีวิทยุพรหมนคร	พะเยา
80	วิทยุกว๊านพะเยา 88.75 MHz	พะเยา
81	วิทยุหนองเส็งทราย 93.50 MHz	พะเยา
82	สำนักข่าวประชาธรรมจังหวัดเชียงใหม่	เชียงใหม่
83	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	เชียงใหม่
84	วิทยุชุมชนสื่อสร้างสรรค์เชียงดาว	เชียงใหม่
85	สถานีวิทยุชุมชนคนจอมทอง	เชียงใหม่
86	สถานีวิทยุชุมชนสันป่าตอง	เชียงใหม่
87	สถานีวิทยุชุมชนมนต์เสียงธรรม	เชียงใหม่
88	วิทยุชุมชนคนเหนือเขื่อน	เชียงใหม่
89	วิทยุชุมชนจอมทอง	เชียงใหม่
90	สถานีวิทยุวัฒนธรรม	เชียงใหม่
91	สถานีวิทยุสมาคมนักวิทยุและโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ FM 90.00 MHz	เชียงใหม่
92	สถานีวิทยุวิหคฟรีสไตล์ FM 94.0 MHz	เชียงใหม่
93	วิทยุชุมชน FM 89.50 MHz	เชียงใหม่
94	สื่อชุมชนภาคเหนือ/วิทยุชุมชน FM 104.50 MHz	เชียงใหม่
95	สถานีวิทยุ FM 105 MHz	เชียงใหม่
96	วิทยุออนไลน์	เชียงใหม่
97	วทท.สมาร์ท เอฟ เอ็ม	เชียงใหม่
98	สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ	กรุงเทพมหานคร
99	สำนักงาน กสทช.	กรุงเทพมหานคร
100	วิทยุสื่อมวลชนภาคเหนือแห่งประเทศไทย วิหคเรดิโอ 89.0 MHz	เชียงใหม่

ฐานข้อมูลโครงการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2556		
ลำดับ	**หน่วยงาน**	**จังหวัด**
101	สมาคมวิชาชีพวิทยุ-โทรทัศน์ภาคประชาชนเชียงใหม่	เชียงใหม่
102	สมาคมนักวิทยุและโทรทัศน์และผู้สื่อข่าวเชียงใหม่	เชียงใหม่
103	สถานีวิทยุท่าสุดเรดิโอ FM91.25 MHz	เชียงใหม่
104	สถานีวิทยุเพื่อท้องถิ่น FM.100.75 MHz	เชียงใหม่
105	คณะกรรมการเพื่อโครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจหอการค้า 10 จังหวัดภาคเหนือ	เชียงใหม่
106	หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ	เชียงใหม่
107	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	เชียงใหม่
108	โรงเรียนเชตุพนศึกษา (ในสังฆราชูปถัมป์) จังหวัดเชียงใหม่	เชียงใหม่
109	สำนักงาน กสทช. เขต 9 เชียงใหม่	เชียงใหม่
110	โปรแกรมวิชานิเทศศาสตร์ (การสื่อสารสื่อใหม่) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	เชียงราย
111	ผู้ผลิตสื่อกลุ่มรุ้งอ้วน	เชียงราย
112	สถานีวิทยุคนรักเชียงแสน FM.00 MHz	เชียงราย
113	เครือข่ายเตรียมความพร้อมล้านนาคอมมิวนิตี้ชาแนล	เชียงราย
114	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี	อุบลราชธานี
ฐานข้อมูลผู้เข้าร่วมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่อง "แนวทางปฏิบัติในการกำกับกันเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ภาคใต้" วันที่ 23 สิงหาคม 2556 ณ โรงแรมทวินโลตัส จังหวัดนครศรีธรรมราช		
1	สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย	นครศรีธรรมราช
2	สื่อโทรทัศน์ธุรกิจ	นครศรีธรรมราช
3	สื่อชุมชน	นครศรีธรรมราช
4	อบต.นาเคียน	นครศรีธรรมราช
5	ผอ.โรงเรียนเยาวชน	นครศรีธรรมราช
6	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี	อุบลราชธานี

ฐานข้อมูลโครงการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2556		
ลำดับ	**หน่วยงาน**	**จังหวัด**
7	สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย	นครศรีธรรมราช
8	สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช FM.107.5 MHz.	นครศรีธรรมราช
9	วิทยุเทศบาลนครศรีธรรมราช	นครศรีธรรมราช
10	สถานีวิทยุวิทยาลัยการอาชีพ อ.สุไหงโก-ลก	นราธิวาส
11	ศูนย์ผลิตรายการและข่าว กองทัพบกภาคที่ 4	นครศรีธรรมราช
12	สถานีโทรทัศน์ฟาร์มเชนแนล	นครศรีธรรมราช
13	สำนักพัฒนาประชาสังคมเครือข่ายองค์กรงดเหล้า	นครศรีธรรมราช
14	ศูนย์กีฬานาเคียน นักสื่อสารชุมชน	นครศรีธรรมราช
15	ประธานศูนย์เฟสบุ๊คคนบ้านเดียวกัน	นครศรีธรรมราช
16	วิทยาลัยเทคนิคจรัสพิชากร	นครศรีธรรมราช
17	สถานีวิทยุพิทักษ์สันติราษฎร์	นครศรีธรรมราช
18	ประชาสังคม อบต.นาเคียน	นครศรีธรรมราช
19	สถานีวิทยุ อ.ส.ม.ท.	นครศรีธรรมราช
20	สถานีวิทยุพิทักษ์สันติราษฎร์	นครศรีธรรมราช
21	สถานีวิทยุโทรทัศน์ช่อง 11	นครศรีธรรมราช
22	ไข่นุ้ยคุ้ยข่าว ช่อง 11	นครศรีธรรมราช
23	เคเบิ้ลทีวี	นครศรีธรรมราช
24	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	อุตรดิตถ์
25	ประชาสังคมสื่อชุมชน	นครศรีธรรมราช
26	สื่อมวลชน บริษัท โอห์มมีเดีย จำกัด	นครศรีธรรมราช
27	สถานีวิทยุกระจายเสียง ตำรวจตระเวนชายแดน ทุ่งสง	นครศรีธรรมราช
28	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	อุตรดิตถ์
29	สถานีสกายเรดิโอลำทับ 97.75 MHz.	กระบี่
30	ลำทับวาไรตี้ เรดิโอ FM.101.25 MHz.	กระบี่

ฐานข้อมูลโครงการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2556		
ลำดับ	**หน่วยงาน**	**จังหวัด**
31	สถานีวิทยุพระพุทธศาสนา (วัดศรีทวี)	กระบี่
32	วิทยุ FM.96 MHz. Unity Radio	กระบี่
33	สภาองค์กรชุมชนกระบี่	กระบี่
34	สภาพัฒนาการเมือง	กระบี่
35	สภาผู้บริโภคภาคประชาชน	กระบี่
36	ประชาคม	กระบี่
37	Love Station FM. 92.0 MHz.	กระบี่
38	สถานีวิทยุบัดดี้เรดิโอ FM.103.75 MHz	พังงา
39	สถานีวิทยุ 89.5 โกล์ด สตาร์ FM. MHz.	พังงา
40	ประชาคม	พังงา
41	คุระบุรีคอมมิวนิตี้เวฟเรดิโอ	พังงา
42	สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย	พังงา
43	วิทยุชุมชนพังงา เรดิโอ 98.0 MHz.	พังงา
44	วิทยุชุมชนพังงา เรดิโอ 98.0 MHz.	พังงา
45	วิทยุชุมชน	พังงา
46	วิทยุชุมชน คึกศึกเรดิโอ STAR FM 101.25 MHz.	พังงา
48	สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย จ.ตรัง	ตรัง
49	สพม./ประชาสังคม	ตรัง
50	สื่อชุมชน/เครือข่ายเกษตรกร	ตรัง
51	ประชาสังคม	ตรัง
52	มูลนิธิกองทุนชุมชน	สตูล
53	ชมรมคนรักษ์สตูล	สตูล
54	ชมรมวิทยุชุมชน จ.ชุมพร/ถนอมทรัพย์ เรดิโอ FM.88.50 MHz.	ชุมพร
55	ชมรมวิทยุชุมชน จ.ชุมพร/ถนอมทรัพย์ เรดิโอ FM.88.50 MHz.	ชุมพร

ฐานข้อมูลโครงการส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กรวิชาชีพในการจัดทำมาตรฐานทางจริยธรรมของการประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2556		
ลำดับ	**หน่วยงาน**	**จังหวัด**
56	ปฐมพร เรดิโอ 108.00 MHz. จ.ชุมพร	ชุมพร
57	วิทยุคนกระบุรี 23 F.M.91.25 MHz.	ระนอง
58	สถานีวิทยุเพื่อการศึกษาและพัฒนาอาชีพ	ระนอง
59	วิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเพื่อการศึกษา	ระนอง
60	สถานีวิทยุชุมชนคนกระบุรี FM.91.25 MHz.	ระนอง
61	สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย	ภูเก็ต
62	ประชาสังคม	พัทลุง
63	ประชาสังคม	สุราษฎร์ธานี
64	ศูนย์พิทักษ์สิทธิคุ้มครองผู้บริโภค จ.ปัตตานี	ปัตตานี
65	สำนักงาน กสทช.	กรุงเทพมหานคร