

Professional VS Amateur : สื่อมืออาชีพกับสื่อสมัครเล่น

การปะทะเชิง “คุณค่า” ของสื่อธุรกิจกับสื่อทางเลือกในยุคดิจิทัล

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ*

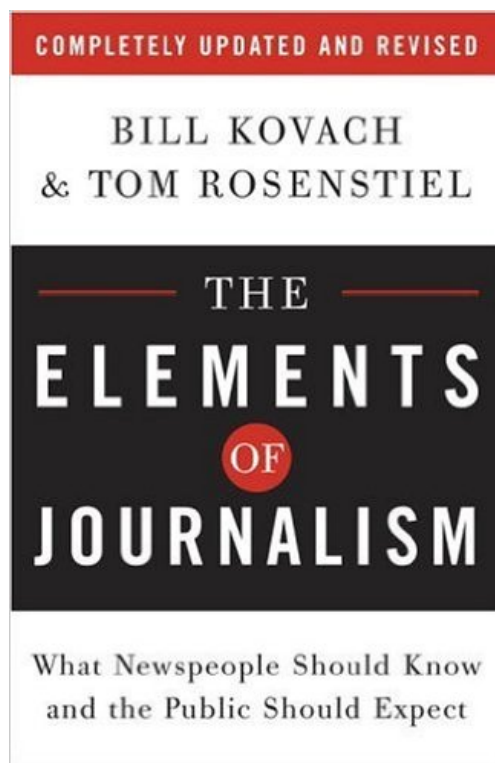
สื่อมืออาชีพ (Professional Media) กับสื่อสมัครเล่น (Amateur Media) ได้ปะทะกันเชิงคุณค่าในช่วงหนึ่งทศวรรษที่ผ่านมา โดย “การให้คุณค่า” (value) ด้วยสายตาของสังคมและผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารทั้งเชิงอัตประโยชน์ เชิงคุณธรรมและจริยธรรม และเชิงบทบาทหน้าที่ขององค์กรสื่อ การให้คุณค่าสื่อเป็นการประเมินสื่อด้วยสายตาผู้บริโภคข้อมูลข่าวสาร จนเกิดเป็นมาตรฐานใหม่ของสื่อ ทำให้สื่อ มืออาชีพถูกท้าทายจากสื่อสมัครเล่น โดยสื่อสมัครเล่นได้ลดทอนความสำคัญและบทบาทของสื่อมืออาชีพอย่างมาก

คุณค่าดั้งเดิมของสื่อมวลชนที่สำคัญคือ การนำเสนอ “ความจริง” (truth) ต่อสาธารณชน ความที่สื่อมืออาชีพ (Professional Media) แทบทั้งหมดเป็นสื่อกระแสหลัก (Mainstream Media) หรือสื่อธุรกิจ ซึ่งมีมาตรฐานคุณค่าตามหลักปรัชญาขององค์การวิชาชีพสื่อ รวมทั้ง มีการจัดตั้ง การลงทุน การเจริญเติบโตขึ้น และการดำรงอยู่ โดยการหล่อเลี้ยงขององค์กรธุรกิจในอุตสาหกรรมสื่อ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ ในขณะที่สื่อสมัครเล่น (Amateur Media) ไม่ได้ผูกยึดอยู่กับมาตรฐานขององค์การวิชาชีพ ส่วนใหญ่เป็นปัจเจกบุคคล หรือองค์กรสื่อทางเลือก (Alternative Media) เช่น สื่อเครือข่ายสังคมหรือสื่อโซเชียล สื่อออนไลน์ สื่อดิจิทัล ฯลฯ ที่นับเป็นสื่อใหม่ (New Media) ดังนั้น การนำเสนอ “ความจริง” ต่อสาธารณชนในยุคดิจิทัลไม่ได้ผูกขาดแต่สื่อมืออาชีพซึ่งเป็นสื่อธุรกิจอีกต่อไป แต่สื่อสมัครมีบทบาทและความสำคัญมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญนับแต่ปลายศตวรรษที่ 20 จนถึงต้นศตวรรษที่ 21

การสื่อสารในแต่ละยุคสมัยของสังคมได้เปลี่ยนแปลงไปมากมาย สื่อหนึ่งอาจมีอิทธิพลหรือความสำคัญอย่างมากต่อคนในยุคสมัยหนึ่ง แต่เมื่อเวลา และบริบททางสังคมเปลี่ยนไป สื่อนั้นอาจไม่มีผลไม่มีอิทธิพลหรือความสำคัญใดๆ ต่อสังคมเลยก็ได้ (Straubhaar and Larose, 2004 : 4) วิวัฒนาการของสื่อมวลชนที่ได้รับผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีการสื่อสาร และสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้การให้คุณค่าของสื่อมวลชน ทั้งสื่อมืออาชีพและสื่อสมัครเล่นกำลังขยับเข้ามาอยู่ในสนามเดียวกันมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งในกระบวนการรวบรวมข้อมูลข่าว การนำเสนอข่าว และการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในงานข่าวทุกฝ่าย

สื่อ เครือข่ายสังคม (Social Media) ซึ่งเป็น “ สื่อใหม่” (New Media) ได้ท้าทายแนวความคิดพื้นฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของสื่อกับสังคม แม้ว่าสื่อมวลชนจะเติบโตอยู่ในสังคมยุคอุตสาหกรรม แต่การพัฒนาเปลี่ยนแปลงด้านสื่อมวลชนก็ยังคงถูกพัฒนาในยุคสังคมข้อมูลข่าวสารเช่นกัน เพราะความจำเป็นของการสื่อสารในสังคมที่มีมากขึ้นในสังคมยุคข้อมูลข่าวสาร การแข่งขันระหว่างสื่อมีมากขึ้น สื่อกระแสหลักหรือสื่อธุรกิจ ซึ่งเป็น “ สื่อมวลชนดั้งเดิม” (Traditional หรือ Conventional Media) จำเป็นปรับคุณลักษณะอันเป็นข้อจำกัดตามธรรมชาติของสื่อ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของคนในสังคมที่มีความต้องการและพฤติกรรมที่เปิดรับสื่อที่เปลี่ยนแปลงไป ความสำคัญของสื่อใหม่ต่อสังคมยุคข้อมูลข่าวสารหรือยุคสารสนเทศจึงมีมากขึ้นด้วย เทคโนโลยีสื่อจึงมีการขยายตัวและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

คุณค่าของสื่อมืออาชีพตามมาตรฐานวิชาชีพจากงานวิจัยของบิล โควอช (Bill Kovach) และ ทอม โรเซ็นเทรียล (Tom Rosenstiel) แห่งมูลนิธินีแมน (the Nieman Foundation) มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (Harvard University) ซึ่งได้ศึกษาสำรวจวิจัยความต้องการของพลเมืองและความคิดเห็นของสื่อมวลชนอเมริกัน ตีพิมพ์เป็นหนังสือชื่อ “ The Elements of Journalism : What Newspeople Should Know and the Public Should Expect” ตีพิมพ์หลายครั้ง ระบุถึงคุณค่าที่สำคัญของสื่อมืออาชีพไว้ 9 ประการ ได้แก่ การมีพันธะกรณีต่อการนำเสนอความจริง ความรักดีต่อพลเมือง การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลข่าวก่อนนำเสนอเสมอ การคำนึงเสรีภาพในการนำเสนอข้อมูลข่าวอยู่เสมอ ความมีเสรีภาพในการเฝ้าระวังการใช้อำนาจของกลุ่มอำนาจที่ส่งผลกระทบต่อพลเมือง การเป็นเวทีการวิพากษ์วิจารณ์และยินดีรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างและหลากหลาย ความมุ่งมั่นนำเสนอข้อมูลข่าวทั้งที่มีความน่าสนใจและส่งผลกระทบต่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญ การให้นำหนักข่าวที่ครอบคลุมและสัดส่วนที่เหมาะสม การแสดงออกทางจิตสำนึกที่รับผิดชอบในวิชาชีพอย่างเสรี ซึ่งนับเป็นมาตรฐานหรือหลักการปรัชญาวิชาชีพวารสารศาสตร์



ภาพปกหนังสือ “The Elements of Journalism : What Newspeople Should Know and the Public Should Expect” ตีพิมพ์หลายครั้ง เป็นตำราประกอบการเรียนวิชาการวารสารศาสตร์มหาวิทยาลัยในสหรัฐอเมริกา ระบุถึงคุณค่าที่สำคัญของสื่อ

อย่างไรก็ตาม ในการตีพิมพ์ครั้งล่าสุดในปี ค.ศ. 2014 บิล โควาช และ ทอม โรเซ็นเทรียล ได้เพิ่มคุณค่าของสื่ออีก 1 ประการคือ วิชาชีพ สื่อต้อง “ ตระหนักถึงสิทธิและความรับผิดชอบของพลเมืองในด้านข่าวสาร” (The Rights and Responsibilities of Citizen) (Kovach and Rosenstiel, 2014 : 291) กล่าวคือ พลเมืองย่อมมีส่วนสำคัญในการกำหนดและการนำเสนอข่าวสารโดยการตัดสินใจเลือกผลิตและบรรณาธิการด้วยพวกเขาเอง เท่ากับเป็นการยอมรับว่า การเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อในศตวรรษที่ 21 นี้ได้สะท้อนถึงคุณค่าของความเป็นสื่อมืออาชีพกับสื่อสมัครเล่นกำลังปรับตัวเข้าหากัน คือ ทั้งสื่อมืออาชีพและสมัครเล่นต่างก็ต้องตระหนักถึง “สิทธิและความรับผิดชอบของพลเมือง” ในด้านข่าวสาร กล่าวคือ พลเมืองย่อมมีส่วนสำคัญในการกำหนดและการนำเสนอข่าวสารโดยการตัดสินใจเลือกผลิตและบรรณาธิการด้วยพวกตัวเอง สื่อในยุคดิจิทัลที่มีการหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) จึงเป็นการแลกเปลี่ยนเนื้อหาข้ามสื่อที่หลากหลาย ระหว่างทีมงานข่าวในกองบรรณาธิการกับผู้อ่านหรือผู้รับสาร ตลอดจนคำนึงถึงผลประโยชน์ของทั้งฝ่ายผู้สนับสนุนองค์กร (sponsor) และภาคสังคม

การหลอมรวมของสื่อในปัจจุบันทำให้การนำเสนองานข่าวบนแพลตฟอร์มใหม่ๆ เป็นการกลมกลืนกันของสื่อดั้งเดิมที่เคยแยกกันอยู่ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ หรือเว็บไซต์ ส่งผลให้นิสัยการรับข่าวสารของอ่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากในศตวรรษที่ 21 (Lieb, 2009 : 2) พฤติกรรมการการเลือกรับข้อมูลข่าวสารในชีวิตประจำวันก็เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมคนไทยจะอ่านหนังสือพิมพ์เพื่อติดตามข่าวสารในเช้าของวันใหม่ บริบทของการเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีการหลอมรวมทำให้คนไทยรับข้อมูลข่าวสารจากสมาร์ตโฟนผ่านแอปพลิเคชันบริการข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์หลากหลายรูปแบบ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ ฯลฯ ทั้งนี้สามารถเลือกรับข่าวสารที่ตรงกับความต้องการเฉพาะตนได้มากขึ้น และประชาชนทั่วไปมีส่วนร่วมรายงานข่าวเป็น “นักข่าวพลเมือง ” (Citizen Journalist) หรือ “นักข่าวภาคประชาชน ” (Public Journalism) ได้มากขึ้นด้วย

ในยุคดิจิทัลทั้งสื่อมีอาชีพและ สื่อสมัครเล่นได้อาศัยคุณ ลักษณะสำคัญ 3 ประการ ของสื่อใหม่ คือ 1) การโต้ตอบทันทีระหว่างผู้ส่งและผู้รับสาร (Interactive) 2) ความสามารถในการเชื่อมต่อเพื่อส่งข้อมูลไปสู่สื่อได้หลากหลายประเภทหรือแพลตฟอร์ม (Asynchronous) และ 3) การลดสภาพความเป็นสื่อมวลชนลงไปเป็นสื่อเฉพาะ (Demassified) ทำให้บทบาทและความสำคัญของสื่อมวลชนลดลงอย่างเห็นได้ชัดในต้นศตวรรษที่ 21 ดังนั้นจึงปรากฏว่าบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ทะยอยปิดตัวลงเป็นระยะๆ ขณะที่สถานีโทรทัศน์และสถานีวิทยุก็ต้องปรับตัวรับกับการเกิดขึ้นของสื่อออนไลน์ เช่น ยูทูบ เฟสบุ๊ก ฯลฯ

เสมือนว่ากำแพงอย่าง “จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ” (Code of Conducts) ที่เคยถูกหยิบขึ้นมาโต้ตอบทุกครั้งในระยะเวลาที่ผ่านมาถึงความแตกต่างและแบ่งแยกระหว่างสื่อมีอาชีพกับสื่อสมัครเล่นจะไม่มี ความหมายอีกต่อไป การอ้างความมีมาตรฐานทางจรรยาบรรณเป็นเครื่องกำกับการประกอบวิชาชีพว่าเป็นสื่อมีอาชีพ ส่วนสื่อสมัครเล่นไม่มีมาตรฐานทางจรรยาบรรณทางวิชาชีพที่ชัดเจนนั้น จะไม่สามารถยกมาเป็นเหตุอ้างได้อีกต่อไปในสภาพปัจจุบัน เพราะคุณค่าของสื่อไม่ได้จำกัดอยู่เพียงจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพเท่านั้น แต่ความเป็นสื่อมีมาตรฐานใหม่ร่วมกัน ทั้งสื่อมีอาชีพและสื่อสมัครเล่น คือ ความ ตระหนักถึงสิทธิและความรับผิดชอบของพลเมืองในด้านข่าวสาร

จรรยาบรรณสื่อเกิดจากมโนสำนึกการปฏิบัติงานของนักวิชาชีพสื่อเป็นพื้นฐานสำคัญ เป็นที่มาของการกำหนดจรรยาบรรณของวิชาชีพสื่อ นั้นย่อมาความหมายว่า เมื่อผู้ประกอบการวิชาชีพเห็นร่วมกันเป็นฉันทามติว่าควรกำหนดเป็นข้อปฏิบัติของผู้ประกอบวิชาชีพในสื่อต่างๆ ก็กำหนดเป็นลายลักษณ์อักษรให้ผู้ประกอบวิชาชีพตระหนักและปฏิบัติตาม เพื่อให้

วิชาชีพได้รับการยอมรับ มีเกียรติ มีศักดิ์ศรีนั้น จริยธรรมสื่อมืออาชีพมีวิวัฒนาการความเป็นมาในครรถองข้างต้นนี้ (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. 2559 : 9)

หากพิจารณา ถึงสภาพการณ์ปัจจุบันจะเห็นว่าสื่อสมัครเล่นก็ได้มีการรวมตัวกันและเริ่มมีการพัฒนาข้อตกลงหรือแนวปฏิบัติร่วมกันขึ้นด้วยเช่นกัน ซึ่งก็เป็นไป ในลักษณะเดียวกันกับสื่อมืออาชีพในอดีต ในส่วนสาระสำคัญของหลักจรรยาบรรณสื่อมืออาชีพกับสื่อสมัครเล่นเท่าที่ปรากฏในข้อกำหนดจรรยาบรรณสื่อสมัครเล่นก็แทบจะหาความแตกต่างได้น้อยมาก เพราะทั้งหลักจรรยาบรรณสื่อมืออาชีพและสื่อสมัครเล่น ต่างก็ให้ความสำคัญต่อความถูกต้องครบถ้วน ความรับผิดชอบ ความยุติธรรม ความซื่อสัตย์ต่อผู้รับสาร ฯลฯ

ข้อน่าสังเกต ก็คือ สื่อมืออาชีพโดยเฉพาะสื่อกระแสหลักมีความรับผิดชอบต่อองค์กรข่าวที่เป็นองค์กรทางธุรกิจซึ่งกระจุกตัวเป็นเพียงของคนกลุ่มหนึ่งในสังคม ขณะที่สื่อสมัครเล่นในปัจจุบันส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นสื่อทางเลือก (Alternative Media) ซึ่งมีแนวโน้มกระจายความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับแนวระนาบกว้างขวางมากกว่า สื่อมืออาชีพ ดังนั้น การปะทะเชิง “คุณค่า” ในสายตาของผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารในยุคดิจิทัล ระหว่างสื่อมืออาชีพซึ่งเป็นสื่อธุรกิจกับสื่อสมัครเล่นซึ่งเป็นสื่อทางเลือกจึงน่าจับตามองอย่างยิ่ง

อ้างอิง

- Kovach, Bill. and Rosenstiel, Tom. (2014). **The Element of Journalism : What Newspeople Should Know and the Public Should Expect.** (3rd Edition). New York : Three Rivers Press.
- Lieb, Thom. (2009). **All the News : Writing and Reporting for Convergent Media.** USA : Pearson Education, Inc.
- Straubhaar, Joseph. and Larose, Robert. (2004). **Media Now : Understanding Media, Culture, and Technology.** (4th Edition). USA : Wadsworth.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2559). “สื่อมืออาชีพกับสื่อสมัครเล่น : มุมมองนักวิชาการ”. สื่อมืออาชีพในสังคมยุคออนไลน์. หนังสือ 19 ปีสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ . กรุงเทพฯ : สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ. : 9-10.

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาวารสารสนเทศ กลุ่มสาขาวิชานิตศาสตร์
 ประธานหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา