

จริยธรรมในการเผยแพร่สื่อผ่านเฟซบุ๊ก

ETHICS IS MEDIA DISSEMINATION THROUGH FACEBOOK



¹ธราทร ชาญแก่นจันทร์, ²สุภาภรณ์ ศรีดี และ ³กานต์ บุญศิริ

¹Colonel Tharatron Chankaenchan, ²Supaporn Sridee and ³Karn Boonsiri

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ประเทศไทย

Sukhothai Thammathirat Open University University, Thailand

¹tharathon.chankaenchan@gmail.com

Received: August 12, 2024; **Revised:** November 25, 2024; **Accepted:** January 31, 2025

บทคัดย่อ

การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก ได้กลายเป็นส่วนสำคัญในชีวิตประจำวันของผู้คนทั่วโลก การเผยแพร่เนื้อหาบนแพลตฟอร์มนี้จำเป็นต้องมีการปฏิบัติตามหลักจริยธรรมในการสื่อสาร เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อสังคม บทความนี้จะพิจารณาถึงหลักจริยธรรมในการเผยแพร่สื่อผ่านเฟซบุ๊ก โดยเน้นที่การเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้อง การเคารพสิทธิส่วนบุคคล การคุ้มครองกลุ่มเปราะบาง และการจัดการข้อมูลเท็จหรือข่าวปลอม รวมถึงการวิเคราะห์กรณีศึกษาและแนวทางในการปรับปรุงการปฏิบัติตามจริยธรรมในอนาคต

คำสำคัญ : จริยธรรม, เฟซบุ๊ก, การเผยแพร่สื่อ

¹นักศึกษาปริญญาเอก แผนกวิชานวัตกรรมสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

²รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

³ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Abstract

Communication through social media, particularly Facebook, has become an essential part of daily life for people worldwide. Disseminating content on this platform requires adherence to ethical communication principles to prevent negative social impacts. This article explores the ethics of media dissemination on Facebook, focusing on accurate information sharing, respecting personal privacy, protecting vulnerable groups, and managing misinformation or fake news. The article also includes case studies and recommendations for improving ethical practices in the future.

Keywords: Ethics; Facebook; Media Dissemination

บทนำ

เฟซบุ๊กเป็นแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้งานมากที่สุดในโลก โดยเปิดโอกาสให้ผู้คนสามารถแชร์ข้อมูล ความคิดเห็น และเนื้อหาหลากหลายประเภท การเผยแพร่เนื้อหาผ่านเฟซบุ๊กจึงมีผลกระทบต่อผู้รับสารอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว การสื่อสารที่ปราศจากจริยธรรมอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อบุคคลหรือสังคม เช่น การแพร่กระจายของข่าวปลอม การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล หรือการเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสม (Tandoc et al., 2018) ในยุคดิจิทัลที่สื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวัน เฟซบุ๊กถือเป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในการเผยแพร่และแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร อย่างไรก็ตาม การใช้เฟซบุ๊กอย่างขาดความรับผิดชอบอาจก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อสังคมในวงกว้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นเกี่ยวกับการเผยแพร่ข้อมูลที่บิดเบือน การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล และการสร้างความแตกแยกในสังคม (Allcott & Gentzkow, 2017) ดังนั้น การตระหนักถึงจริยธรรมในการเผยแพร่สื่อผ่านเฟซบุ๊กจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อสร้างความเข้าใจและส่งเสริมการใช้เฟซบุ๊กอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมนี้จะเริ่มต้นด้วยการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมในการสื่อสารออนไลน์ และผลกระทบของการเผยแพร่ข้อมูลที่ขาดจริยธรรมบนเฟซบุ๊ก จากนั้นจะนำเสนอหลักการและแนวปฏิบัติทางจริยธรรมในการเผยแพร่สื่อผ่านเฟซบุ๊ก รวมถึงกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ บทความจะวิเคราะห์บทบาทและความรับผิดชอบของผู้ใช้งาน ผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม และหน่วยงานกำกับดูแลในการส่งเสริมจริยธรรมการใช้เฟซบุ๊ก ตลอดจนนำเสนอแนวทางในการพัฒนาความรู้เท่าทันสื่อและการสร้างวัฒนธรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมี

ความรับผิดชอบ (State Bar of Michigan, 2017) การศึกษาเรื่องจริยธรรมในการเผยแพร่สื่อผ่านเพชบุ๊กมีความสำคัญอย่างยิ่งในยุคที่ข้อมูลข่าวสารสามารถแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง การสร้างความตระหนักและส่งเสริมการปฏิบัติตามหลักจริยธรรมจะช่วยลดผลกระทบเชิงลบและส่งเสริมการใช้เพชบุ๊กเป็นเครื่องมือในการสร้างสรรค์สังคมที่ดีขึ้น บทความนี้จึงมุ่งหวังที่จะเป็นแหล่งข้อมูลและแนวทางสำหรับผู้ใช้งานเพชบุ๊ก นักวิชาการ และผู้กำหนดนโยบายในการส่งเสริมจริยธรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างยั่งยืน

การเผยแพร่ข้อมูลบนเพชบุ๊กจำเป็นต้องมีความระมัดระวังและยึดถือจริยธรรมในการสื่อสาร ผู้เผยแพร่เนื้อหาต้องรับผิดชอบต่อเนื้อหาที่ถูกต้อง การเคารพสิทธิส่วนบุคคล การป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ และการจัดการกับข้อมูลเท็จ (Brunton & Nissenbaum, 2015) การศึกษานี้จะเน้นการวิเคราะห์จริยธรรมในการเผยแพร่สื่อผ่านเพชบุ๊ก รวมถึงการกำหนดมาตรการและแนวทางในการพัฒนาจริยธรรมสื่อออนไลน์

หลักจริยธรรมในการสื่อสาร (Ethical Communication Principles)

การเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์เช่นเพชบุ๊ก (Facebook) เป็นหนึ่งในวิธีการสื่อสารที่ได้รับความนิยมและแพร่หลายมากที่สุดในปัจจุบัน โดยเปิดโอกาสให้ผู้คนสามารถส่งผ่านข้อมูล ความคิดเห็น และเนื้อหาต่าง ๆ ไปสู่กลุ่มผู้รับสารจำนวนมากได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย อย่างไรก็ตาม การเผยแพร่เนื้อหาในลักษณะนี้มีความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อผู้รับสารและสังคมในวงกว้างได้ ดังนั้น การปฏิบัติตามหลักจริยธรรมในการเผยแพร่ข้อมูลจึงเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการปกป้องความเป็นส่วนตัว การเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้อง และการเคารพสิทธิของผู้อื่น (Solove, 2020) มีรายละเอียดดังนี้

1. ความถูกต้องของข้อมูล (Accuracy of Information) การสื่อสารที่มีจริยธรรมต้องเน้นที่ความถูกต้องของข้อมูลที่เผยแพร่ ข้อมูลที่ไม่ถูกต้องหรือข่าวปลอมอาจสร้างความเสียหายและความเข้าใจผิดในสังคม ผู้เผยแพร่เนื้อหาต้องรับผิดชอบต่อเนื้อหาที่ตรวจสอบข้อเท็จจริงก่อนที่จะเผยแพร่สู่สาธารณะ (Solove, 2020) การอ้างอิงแหล่งข้อมูลที่ถูกต้องและเชื่อถือได้เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้รับสาร (Johnson, 2020) มีรายละเอียดดังนี้

1.1 ความสำคัญของข้อมูลที่ถูกต้อง

การเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้องและน่าเชื่อถือเป็นพื้นฐานของการสื่อสารที่มีจริยธรรม โดยเฉพาะในโลกออนไลน์ที่ข้อมูลสามารถแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็ว การให้ข้อมูลที่ไม่ถูกต้องอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดและผลกระทบที่รุนแรงต่อบุคคลและสังคม เช่น การแพร่กระจายข่าวปลอม (fake news) หรือการให้ข้อมูลที่ขัดการตรวจสอบ (Tandoc et al., 2018)

1.2 การตรวจสอบข้อเท็จจริง

ผู้เผยแพร่สื่อมีหน้าที่ต้องตรวจสอบข้อมูลก่อนที่จะเผยแพร่เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลนั้นถูกต้องและเชื่อถือได้ การอ้างอิงแหล่งที่มาและการนำเสนอข้อเท็จจริงอย่างตรงไปตรงมาจะช่วยป้องกันการแพร่กระจายข้อมูลที่ผิดพลาดหรืออาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด (Napoli, 2019)

2. ความรับผิดชอบของผู้เผยแพร่ (Responsibility of the Publisher)

2.1 ความรับผิดชอบต่อเนื้อหา

การเผยแพร่สื่อผ่านเพชบุ๊กต้องดำเนินการด้วยความรับผิดชอบ ผู้เผยแพร่ต้องคำนึงถึงผลกระทบของเนื้อหาที่เผยแพร่ โดยต้องพิจารณาว่าเนื้อหานั้นอาจสร้างความเสียหายหรือก่อให้เกิดปัญหาทางสังคมหรือไม่ การเผยแพร่เนื้อหาที่เป็นประโยชน์และส่งเสริมการพัฒนาสังคมเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างสังคมออนไลน์ที่มีคุณภาพ (Christensen, 2020)

2.2 การจัดการกับข้อมูลเท็จ

ผู้เผยแพร่ต้องรับผิดชอบในการจัดการกับข้อมูลเท็จ โดยเฉพาะข้อมูลที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อสาธารณะ เช่น ข่าวปลอมหรือข้อมูลที่บิดเบือน การสื่อสารที่ผิดจริยธรรมไม่เพียงแต่ทำลายความน่าเชื่อถือของผู้เผยแพร่เอง แต่ยังทำให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อสังคมในวงกว้าง (Solove, 2020)

3. การเคารพสิทธิส่วนบุคคล (Respect for Privacy) การเผยแพร่เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นต้องได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูล การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลอาจก่อให้เกิดความเสียหายทั้งทางกฎหมายและจริยธรรม (Livingstone et al., 2018) การปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลจึงเป็นหลักจริยธรรมที่สำคัญในโลกออนไลน์ โดยเฉพาะเมื่อผู้ใช้สามารถเผยแพร่ข้อมูลของผู้อื่นได้อย่างง่ายดาย มีรายละเอียดดังนี้

3.1 การปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล

การเคารพสิทธิส่วนบุคคลเป็นหลักการสำคัญในการเผยแพร่สื่อออนไลน์ โดยเฉพาะข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบุคคลที่สาม ผู้เผยแพร่สื่อต้องไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลโดยไม่ได้รับความยินยอม การเผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคล เช่น ภาพถ่ายหรือข้อมูลส่วนบุคคลที่เป็นความลับโดยไม่ได้รับอนุญาต ถือเป็นการกระทำที่ผิดจริยธรรมและละเมิดกฎหมาย (Livingstone et al., 2018)

3.2 ความสำคัญของการขอความยินยอม

การขอความยินยอมก่อนเผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคลเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะในกรณีที่ข้อมูลนั้นอาจส่งผลกระทบต่อชีวิตส่วนตัวหรือภาพลักษณ์ของบุคคล ข้อมูลที่ถูกนำมาเผยแพร่ต้องได้รับการตรวจสอบและรับรองความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลอย่างชัดเจน (Solove, 2020)

4. การให้เครดิตและการอ้างอิงแหล่งข้อมูล (Citing and Crediting Sources)

การอ้างอิงแหล่งข้อมูลที่เผยแพร่เป็นหลักการพื้นฐานของจริยธรรมในการสื่อสาร การไม่ให้เครดิตถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์และการละเมิดจริยธรรมในการเผยแพร่สื่อ (Brunton & Nissenbaum, 2015) การอ้างอิงแหล่งที่มาที่ถูกต้องช่วยเสริมความน่าเชื่อถือให้กับเนื้อหาและป้องกันการลักลอบใช้ผลงานของผู้อื่น มีรายละเอียดดังนี้

4.1 การให้เครดิตผู้สร้างเนื้อหา

การให้เครดิตแหล่งข้อมูลหรือผู้สร้างเนื้อหาเป็นหลักการที่สำคัญในการสื่อสาร ผู้เผยแพร่ต้องเคารพสิทธิทางปัญญาของผู้อื่น การละเมิดลิขสิทธิ์หรือการใช้เนื้อหาของผู้อื่นโดยไม่ให้เครดิตถือเป็นการกระทำที่ขัดต่อจริยธรรม การให้เครดิตจะช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเนื้อหาที่เผยแพร่ (Brunton & Nissenbaum, 2015)

4.2 การอ้างอิงแหล่งข้อมูลตามมาตรฐาน

การอ้างอิงแหล่งข้อมูลอย่างถูกต้องตามมาตรฐาน เช่น การอ้างอิงตามรูปแบบ APA 7 เป็นวิธีการที่ช่วยให้การเผยแพร่ข้อมูลมีความถูกต้องและเชื่อถือได้ ผู้เผยแพร่ต้องอ้างอิงแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการสนับสนุนข้อเท็จจริงหรือข้อมูลที่น่าเสนอ (Johnson, 2020)

5. การปกป้องกลุ่มเปราะบาง (Protecting Vulnerable Groups)

5.1 การปกป้องเยาวชน

การเผยแพร่เนื้อหาที่มีความเหมาะสมสำหรับเยาวชนและการตั้งคำถามการเข้าถึงเนื้อหาสำหรับกลุ่มเปราะบางเป็นสิ่งสำคัญ เนื้อหาที่มีความรุนแรงหรือเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมสำหรับเยาวชนต้องถูกจำกัดการเข้าถึงและต้องมีการตั้งคำถามความปลอดภัยที่เหมาะสม (Livingstone et al., 2018)

5.2 การคุ้มครองสิทธิของกลุ่มเปราะบาง

กลุ่มเปราะบาง เช่น เยาวชน ผู้สูงอายุ และผู้พิการ เป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูงต่อการถูกละเมิดสิทธิหรือผลกระทบจากการเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสม การปกป้องสิทธิของกลุ่มเหล่านี้เป็นความรับผิดชอบของผู้เผยแพร่เนื้อหาในการป้องกันผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้น (Jenkins, 2021)

สรุปได้ว่า จริยธรรมในการเผยแพร่สื่อผ่านเฟซบุ๊กเป็นหลักการที่จำเป็นเพื่อรักษาความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของการสื่อสารในโลกออนไลน์ การเคารพสิทธิส่วนบุคคล การให้เครดิตแหล่งข้อมูล และการรับผิดชอบต่อเนื้อหาที่เผยแพร่เป็นสิ่งที่ผู้เผยแพร่ต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด การเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมหรือข้อมูลเท็จอาจส่งผลกระทบที่ร้ายแรงต่อบุคคลและสังคม

ดังนั้น การใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีจริยธรรมเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างสังคมที่มีความรับผิดชอบและยั่งยืน

การจัดการเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมและข้อมูลเท็จ (Managing Inappropriate Content and Misinformation)

ความสำคัญของจริยธรรมในการจัดการข้อมูลเท็จและเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ในยุคดิจิทัลที่สื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นส่วนสำคัญในชีวิตประจำวัน เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นแพลตฟอร์มที่มีผู้ใช้ทั่วโลกกว่าพันล้านคน ด้วยความสามารถในการแพร่กระจายข้อมูลอย่างรวดเร็ว การเผยแพร่เนื้อหาบนเฟซบุ๊กอาจมีผลกระทบต่อสังคมในวงกว้างได้หากเนื้อหานั้นไม่เหมาะสมหรือเป็นข้อมูลเท็จ (Tandoc et al., 2018) การเผยแพร่ข้อมูลเท็จไม่เพียงแต่ทำให้เกิดความเข้าใจผิด แต่ยังสามารถก่อให้เกิดความเสียหายแก่บุคคล สถาบัน และแม้กระทั่งทั้งสังคมได้ จริยธรรมในการจัดการเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมและข้อมูลเท็จบนเฟซบุ๊กเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความน่าเชื่อถือและการสื่อสารที่มีความรับผิดชอบ การจัดการข้อมูลเท็จและการเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมต้องได้รับการดูแลและควบคุมเพื่อป้องกันการสร้างผลกระทบเชิงลบต่อสังคมในวงกว้าง (Napoli, 2019) ข้อมูลเท็จหรือข่าวปลอม (fake news) คือปัญหาที่สำคัญซึ่งแพร่กระจายได้ง่ายและรวดเร็วบนเฟซบุ๊ก การแพร่กระจายของข้อมูลเท็จอาจส่งผลกระทบที่รุนแรงต่อสังคม เช่น การสร้างความสับสน ความแตกแยกทางการเมือง และการกระตุ้นความรุนแรง การควบคุมและจัดการเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เช่น การใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม ภาพหรือวิดีโอที่ละเมิดสิทธิบุคคล และเนื้อหาที่ส่งผลเสียต่อกลุ่มเปราะบาง เช่น เด็กและเยาวชน เป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญ (Solove, 2020) มีรายละเอียดดังนี้

1. ผลกระทบของเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมและข้อมูลเท็จ (Impact of Inappropriate Content and Misinformation)

1.1 ความหมายของเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมและข้อมูลเท็จ เนื้อหาที่ไม่เหมาะสม (Inappropriate content) หมายถึงเนื้อหาที่มีการสื่อสารที่ผิดหลักศีลธรรม จริยธรรม หรือกฎหมาย ตัวอย่างของเนื้อหาประเภทนี้รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลที่กระตุ้นความรุนแรง ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล และเนื้อหาที่ก่อให้เกิดการเลือกปฏิบัติทางเชื้อชาติหรือเพศ (Johnson, 2020) ในขณะที่ข้อมูลเท็จ (Misinformation) หมายถึงข้อมูลที่ไม่ถูกต้องซึ่งแพร่กระจายโดยไม่ได้มีเจตนาให้เกิดความเสียหาย แต่สามารถก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบอย่างรุนแรงต่อสังคมและบุคคล (Tandoc et al., 2018)

1.2 ผลกระทบต่อบุคคลและสังคม

การเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมหรือข้อมูลเท็จบนเฟซบุ๊กอาจก่อให้เกิดผลกระทบที่รุนแรงต่อสังคม ตัวอย่างเช่น การแพร่ระบาดของข้อมูลเท็จในช่วงวิกฤติโรคระบาด COVID-19 ทำให้ประชาชนได้รับข้อมูลที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับวิธีการป้องกันและการรักษา ซึ่งส่งผลให้เกิดความสับสนและความไม่มั่นคงในสังคม (Napoli, 2019) นอกจากนี้ เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมยังสามารถสร้างความแตกแยกและความขัดแย้งในกลุ่มสังคมที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติและวัฒนธรรม (Livingstone et al., 2018)

1.3 ผลกระทบของข่าวปลอม (Fake News Impact) การเผยแพร่ข่าวปลอมบนเฟซบุ๊กมีผลกระทบต่อสังคมอย่างมาก โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่เกิดวิกฤต เช่น การแพร่ระบาดของโรคหรือวิกฤตทางการเมือง ข่าวปลอมสามารถสร้างความสับสนและทำให้สังคมแตกแยก (Tandoc et al., 2018) เฟซบุ๊กได้พัฒนากลไกในการจัดการกับข่าวปลอม เช่น การแจ้งเตือนข้อมูลเท็จและการตรวจสอบข้อเท็จจริง (Napoli, 2019)

2. การจัดการเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมและข้อมูลเท็จ (Managing Inappropriate Content and Misinformation)

2.1 มาตรการของเฟซบุ๊กในการจัดการข้อมูลเท็จและเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เฟซบุ๊กมีการพัฒนามาตรการและกลไกหลายประการในการจัดการกับข้อมูลเท็จและเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เช่น การใช้ระบบตรวจสอบข้อเท็จจริง (Fact-checking) และการตรวจสอบเนื้อหาที่มีความเสี่ยงโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) (Johnson, 2020) ผู้ใช้เฟซบุ๊กสามารถรายงานเนื้อหาที่เห็นว่าไม่เหมาะสมหรือเป็นข้อมูลเท็จได้ ซึ่งเป็นกระบวนการที่ช่วยให้แพลตฟอร์มสามารถตรวจสอบและลบเนื้อหาที่ผิดกฎหมายได้อย่างรวดเร็ว

2.2 บทบาทของผู้ใช้ในการจัดการข้อมูลเท็จ ผู้ใช้เฟซบุ๊กมีบทบาทสำคัญในการป้องกันและจัดการข้อมูลเท็จ ผู้ใช้สามารถตรวจสอบข้อมูลก่อนเผยแพร่โดยอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ และไม่ควรแชร์เนื้อหาที่ไม่มีการตรวจสอบข้อเท็จจริง (Tandoc et al., 2018) การให้ความรู้และการส่งเสริมความรับผิดชอบในการใช้สื่อสังคมออนไลน์จะช่วยลดการแพร่กระจายของข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง

3. ความรับผิดชอบของผู้เผยแพร่เนื้อหา (Responsibility of Content Creators)

3.1 การเผยแพร่ข้อมูลที่ต้องและความรับผิดชอบ ผู้เผยแพร่เนื้อหาผ่านเฟซบุ๊กต้องรับผิดชอบต่อเนื้อหาที่ตนเผยแพร่ การตรวจสอบข้อมูลก่อนเผยแพร่และการให้เครดิตแหล่งข้อมูลเป็นหลักจริยธรรมที่สำคัญในการสื่อสาร (Brunton & Nissenbaum, 2015) ผู้เผยแพร่ควรพิจารณาผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากเนื้อหาที่เผยแพร่ต่อผู้รับสารและสังคมโดยรวม

3.2 การจัดการกับเนื้อหาที่เป็นอันตราย ผู้เผยแพร่ต้องตระหนักถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากเนื้อหาที่เป็นอันตราย เช่น เนื้อหาที่ก่อให้เกิดความเกลียดชังหรือเนื้อหาที่กระตุ้นให้เกิดความรุนแรง การเผยแพร่เนื้อหาในลักษณะนี้ไม่เพียงแต่ผิดจริยธรรมในการสื่อสาร แต่ยังขัดต่อกฎหมายและนโยบายของแพลตฟอร์มอีกด้วย (Livingstone et al., 2018)

4. การปกป้องเยาวชนและกลุ่มเปราะบาง (Protecting Minors and Vulnerable Groups)

4.1 การปกป้องเยาวชนจากเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เยาวชนเป็นกลุ่มที่เสี่ยงต่อการได้รับผลกระทบจากเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เช่น เนื้อหาที่มีความรุนแรงหรือเนื้อหาทางเพศ การป้องกันเยาวชนจากการเข้าถึงเนื้อหาเหล่านี้เป็นความรับผิดชอบของทั้งแพลตฟอร์มและผู้ปกครอง การตั้งค่าความปลอดภัยและการตรวจสอบการเข้าถึงเนื้อหาสำหรับเยาวชนเป็นหนึ่งในมาตรการสำคัญที่เฟซบุ๊กได้พัฒนาเพื่อลดความเสี่ยง (Livingstone et al., 2018)

4.2 การปกป้องกลุ่มเปราะบางจากการถูกละเมิด นอกจากเยาวชนแล้ว กลุ่มเปราะบางเช่นผู้สูงอายุหรือผู้พิการอาจตกเป็นเหยื่อของการเผยแพร่ข้อมูลเท็จหรือการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลได้อย่างง่ายดาย ผู้เผยแพร่เนื้อหาต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อกลุ่มเปราะบางและหลีกเลี่ยงการเผยแพร่เนื้อหาที่อาจสร้างความเสียหายต่อพวกเขา (Jenkins, 2021)

4.3 การจัดการเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมและการปกป้องกลุ่มเปราะบาง การเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เช่น เนื้อหาที่เกี่ยวกับความรุนแรงหรือเนื้อหาสำหรับผู้ใหญ่ สามารถก่อให้เกิดผลกระทบต่อกลุ่มเปราะบางและเยาวชน การตั้งค่าความปลอดภัยในการเผยแพร่เนื้อหาบนเฟซบุ๊กเป็นสิ่งจำเป็นในการปกป้องกลุ่มเหล่านี้จากเนื้อหาที่เป็นอันตราย (Livingstone et al., 2018)

5. บทบาทของเฟซบุ๊กในการส่งเสริมจริยธรรมในการสื่อสาร (Facebook's Role in Promoting Ethical Communication)

5.1 มาตรการในการตรวจสอบและควบคุมเนื้อหา

เฟซบุ๊กมีการพัฒนาระบบตรวจสอบเนื้อหาและการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการตรวจจับและลบเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมหรือข้อมูลเท็จ นอกจากนี้ยังมีการสร้างระบบการรายงานเนื้อหาจากผู้ใช้เพื่อช่วยให้แพลตฟอร์มสามารถจัดการกับเนื้อหาที่ละเมิดนโยบายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Napoli, 2019)

5.2 การส่งเสริมความรู้และจริยธรรมในการเผยแพร่เนื้อหา

เฟซบุ๊กควรมีบทบาทในการให้ความรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมในการเผยแพร่เนื้อหา โดยเฉพาะการเน้นย้ำความสำคัญของการตรวจสอบข้อเท็จจริงและการรับผิดชอบต่อเนื้อหาที่

เผยแพร่ การส่งเสริมให้ผู้มีจิตสำนึกในการสื่อสารที่ถูกต้องและมีจริยธรรมจะช่วยลดปัญหาการแพร่กระจายของข้อมูลเท็จและเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในระยะยาว (Johnson, 2020)

สรุปได้ว่า การจัดการเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมและข้อมูลเท็จในสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะบนแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก เป็นเรื่องที่มีความสำคัญในการรักษามาตรฐานจริยธรรมในการเผยแพร่ข้อมูล การเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมหรือข้อมูลเท็จไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อบุคคลที่เกี่ยวข้อง แต่ยังสร้างความเสียหายให้กับสังคมในวงกว้าง การพัฒนาและเสริมสร้างกลไกในการจัดการข้อมูลที่ไม่เหมาะสม รวมถึงการสร้างความรู้ให้กับผู้ใช้แพลตฟอร์ม จะช่วยให้เฟซบุ๊กเป็นพื้นที่ที่ปลอดภัยและน่าเชื่อถือในการเผยแพร่ข้อมูล

แนวทางการป้องกันการแพร่กระจายของข้อมูลเท็จ (Preventing the Spread of Misinformation)

แนวทางการป้องกันการแพร่กระจายของข้อมูลเท็จ มีรายละเอียดดังนี้

1. การให้ความรู้แก่ผู้ใช้สื่อออนไลน์

การให้ความรู้เกี่ยวกับการตรวจสอบข้อเท็จจริงและการระมัดระวังในการแชร์ข้อมูลเป็นหนึ่งในแนวทางที่มีประสิทธิภาพในการป้องกันการแพร่กระจายของข้อมูลเท็จ ผู้ใช้เฟซบุ๊กควรได้รับการสนับสนุนให้เรียนรู้เกี่ยวกับวิธีการตรวจสอบข้อมูลก่อนการแชร์ โดยเฉพาะในกรณีของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์สำคัญ เช่น การเลือกตั้ง หรือการแพร่ระบาดของเชื้อโรค (Jenkins, 2021)

2. การตั้งค่าความปลอดภัยในการเผยแพร่เนื้อหา

ผู้เผยแพร่เนื้อหาบนเฟซบุ๊กควรใช้มาตรการในการตั้งค่าความปลอดภัยและการควบคุมการเข้าถึงเนื้อหา โดยเฉพาะในกรณีที่เนื้อหานั้นอาจเป็นอันตรายต่อกลุ่มเปราะบาง การจำกัดการเข้าถึงเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมและการตั้งค่าเนื้อหาเฉพาะกลุ่มเป็นวิธีการที่ช่วยลดการเผยแพร่ข้อมูลนี้อาจก่อให้เกิดปัญหาทางจริยธรรม (Livingstone et al., 2018)

ความรับผิดชอบของผู้เผยแพร่เนื้อหา (Responsibility of Content Publishers)

ความรับผิดชอบของผู้เผยแพร่เนื้อหา มีรายละเอียดดังนี้

1. การเผยแพร่เนื้อหาที่รับผิดชอบต่อสังคม

ผู้เผยแพร่เนื้อหาผ่านเฟซบุ๊กมีความรับผิดชอบต่อการใช้แพลตฟอร์มเพื่อเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้องและไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อบุคคลอื่นหรือสังคม การนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์และสร้างสรรค์มีส่วนสำคัญในการส่งเสริมสังคมออนไลน์ที่มีความรับผิดชอบ (Christensen, 2020)

2. การจัดการเนื้อหาที่เป็นภัยต่อสังคม ผู้

เผยแพร่ควรมีมาตรการในการจัดการกับเนื้อหาที่เป็นภัยต่อสังคม เช่น การนำเสนอข่าวปลอมหรือข้อมูลที่บิดเบือน การเผยแพร่เนื้อหาที่ผิดจริยธรรมไม่เพียงแต่สร้างปัญหาต่อสังคม แต่ยังเป็นการทำลายความเชื่อถือในตัวผู้เผยแพร่เองด้วย การรักษาจริยธรรมในการสื่อสารเป็นหลักการสำคัญที่ผู้เผยแพร่ทุกคนต้องปฏิบัติตาม (Solove, 2020)

แนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาจริยธรรมในการเผยแพร่ข้อมูล (Recommendations for Ethical Content Management)

1. การเพิ่มความตระหนักรู้ของผู้ใช้

การให้ความรู้และเพิ่มความตระหนักรู้แก่ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับจริยธรรมในการเผยแพร่ข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญ ผู้ใช้ควรได้รับการฝึกฝนในการตรวจสอบข้อเท็จจริงก่อนที่จะแชร์หรือเผยแพร่ข้อมูลใด ๆ การใช้สื่ออย่างมีความรับผิดชอบจะช่วยลดการแพร่กระจายของข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง (Johnson, 2020)

2. การเสริมสร้างกลไกการตรวจสอบข้อมูล

เฟซบุ๊กและแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ควรพัฒนาการตรวจสอบข้อเท็จจริงที่เข้มงวดขึ้น เพื่อให้มั่นใจว่าเนื้อหาที่เผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มมีความถูกต้องและเชื่อถือได้ การร่วมมือกับผู้ตรวจสอบข้อเท็จจริงภายนอกและการใช้เทคโนโลยีอัลกอริทึมที่ทันสมัยจะช่วยเสริมสร้างความโปร่งใสในการจัดการข้อมูล (Napoli, 2019)

บทสรุป

จริยธรรมในการเผยแพร่สื่อผ่านเฟซบุ๊กเป็นประเด็นที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในยุคดิจิทัล การใช้เฟซบุ๊กอย่างมีความรับผิดชอบไม่เพียงแต่จะช่วยลดผลกระทบเชิงลบต่อสังคม แต่ยังช่วยส่งเสริมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อประโยชน์สูงสุด การพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ การสร้างความตระหนักถึงผลกระทบของการโพสต์ และการปฏิบัติตามหลักจริยธรรมในการสื่อสารออนไลน์เป็นสิ่งสำคัญที่ทุกภาคส่วนควรให้ความสำคัญและร่วมมือกันส่งเสริม

การสร้างสภาพแวดล้อมออนไลน์ที่ปลอดภัยและสร้างสรรค์บนเฟซบุ๊กเป็นความรับผิดชอบร่วมกันของผู้ใช้งาน ผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม และหน่วยงานกำกับดูแล การพัฒนานโยบายและเทคโนโลยีที่เหมาะสม ควบคู่ไปกับการให้การศึกษาและสร้างความตระหนักรู้แก่ผู้ใช้งาน จะช่วยยกระดับมาตรฐานจริยธรรมในการใช้เฟซบุ๊กและสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ ในระยะยาว

ในท้ายที่สุด การส่งเสริมจริยธรรมในการเผยแพร่สื่อผ่านเฟซบุ๊กไม่เพียงแต่จะช่วยปกป้องสังคมจากผลกระทบเชิงลบ แต่ยังเป็นการสร้างโอกาสในการใช้เทคโนโลยีเพื่อพัฒนาสังคมและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพลเมืองในยุคดิจิทัล

เอกสารอ้างอิง

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-36.
- Brunton, F., & Nissenbaum, H. (2015). *Obfuscation: A User's Guide for Privacy and Protest*. MIT Press.
- Christensen, C. (2020). *Media Ethics and Social Media: A Guide to Professional Conduct*. Routledge.
- Jenkins, H. (2021). *Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics*. John Wiley & Sons.
- Johnson, P. (2020). The Role of Ethical Communication in the Digital Age. *Journal of Communication Ethics*, 45(3), 112-130.
- Livingstone, S., Stoilova, M., & Nandagiri, R. (2018). *Children's Data and Privacy Online: Growing Up in a Digital Age*. London School of Economics.
- Napoli, P. M. (2019). *Social Media and the Public Interest: Media Regulation in the Disinformation Age*. Columbia University Press.
- Solove, D. J. (2020). *The Digital Person: Technology and Privacy in the Information Age*. NYU Press.
- State Bar of Michigan. (2017). *Ethics of social media - Facebook FAQs*.
<https://www.michbar.org/opinions/ethics/ethicsFacebook.pdf>.
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining "Fake News". *Digital Journalism*, 6(2), 137-153.

