

Received: 01-02-2025

Revised: 15-04-2025

Accepted: 06-05-2025

การกำกับดูแลเนื้อหาวิดีโอประเภทเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจ Content Regulation of Inappropriate User-Generated Video Content on Facebook Fanpages

ศิริินภา พิมพอร์ณ^{*1}

Sirinapa Pimaran

pimaran.sirinapa@gmail.comมนวิภา วงรุกริระ²

Monwipa Wongrujira

monwipaw@hotmail.comศิริวรรณ อนันต์ไท²

Siriwan Anuntho

Drsiriwana@gmail.comอัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว³

Asawin Nedpogaeo

Asawin.n@nida.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ลักษณะเนื้อหาวิดีโอที่ไม่เหมาะสมที่สร้างโดยผู้ใช้งานสื่อสังคม 2) สภาพการณ์ของการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมที่สร้างโดยผู้ใช้งานสื่อสังคม และ 3) แนวทางการกำกับดูแลเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้งานสื่อสังคมในบริบทของสังคมไทย โดยใช้การวิจัยแบบผสมวิธี เชิงปริมาณใช้การวิเคราะห์เนื้อหาคลิปวิดีโอจากเฟซบุ๊กแฟนเพจ 24 เพจ ที่สร้างโดยผู้ใช้งานจำนวน 116 คลิป เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่และค่าร้อยละ และเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลัก 9 คน เลือกโดยวิธีเจาะจง ได้แก่ ผู้กำหนดนโยบายการกำกับดูแลกิจการการสื่อสาร 3 คน นักวิชาการนิเทศศาสตร์ 4 คน และจากองค์กรภาคประชาสังคม 2 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการสร้างข้อสรุป

* Corresponding Author

¹ นักศึกษาปริญญาเอก สาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Student in Doctor of Philosophy Program in School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University

² สาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University

³ คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration

ผลการศึกษาพบว่า 1) ลักษณะเนื้อหาวิดีโอที่ไม่เหมาะสมที่สร้างโดยผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจที่พบมากที่สุดคือ ด้านภาษาที่ไม่เหมาะสม คือ คำสแลง รองลงมาด้านความรุนแรง คือการดัดแปลงสิ่งของรอบตัวให้เป็นอาวุธ และด้านเพศ คือ เปิดเผยสรีระและการแต่งกายล่อแหลม 2) สภาพการณ์ของการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมพบว่า ไม่มีหน่วยงานรัฐที่มีบทบาทหน้าที่กำกับดูแลเนื้อหาบนแพลตฟอร์มสื่อสังคม ไม่มีกฎหมายกำกับดูแลเนื้อหาสื่อสังคมโดยตรง และรัฐมีทรัพยากรจำกัดในการกำกับดูแลเนื้อหาบริษัทแพลตฟอร์มสื่อสังคมมักจะปฏิบัติตามกฎหมาย สังคมและวัฒนธรรมในการกำกับดูแลเนื้อหาของประเทศแหล่งกำเนิดแพลตฟอร์มเป็นหลัก สำหรับประเทศไทยยังไม่มียุทธศาสตร์วิชาชีพกำกับดูแลเนื้อหาในสื่อสังคมตามมาตรฐานทางจริยธรรม และระบบการกลั่นกรองเนื้อหาของแพลตฟอร์มยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ภาคประชาสังคมยังไม่มีอำนาจและมีข้อจำกัดในการใช้กฎหมายกำกับเนื้อหาสื่อสังคม อีกทั้งมีปัญหาการร่วมมือกับภาครัฐและภาคส่วนอื่นๆ และปริมาณงานที่ไม่สอดคล้องกับทรัพยากรด้านบุคลากรและเงินทุน สำหรับกลุ่มเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้หรือ User-Generated Content (UGC) ให้ความสำคัญกับแนวปฏิบัติของแพลตฟอร์มและคำนึงถึงรายได้มากกว่าความรับผิดชอบต่อสังคม 3) แนวทางการกำกับดูแลเนื้อหาภาครัฐควรคำนึงถึงความสมดุลระหว่างสื่อ สังคมและวัฒนธรรมของประเทศ และควรร่วมมือกำกับดูแลกับหลายภาคส่วน ควรปรับปรุงกฎหมายให้มีความเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และคำนึงถึงผลกระทบต่อเยาวชน บริษัทแพลตฟอร์มสื่อสังคมควรร่วมกับองค์กรภาครัฐและสำนักงานแพลตฟอร์มสื่อสังคมประจำประเทศไทยเพื่อกำหนดนโยบายและดำเนินการกำกับดูแลเนื้อหาภาคประชาสังคมควรร่วมมือกัน และจัดตั้งสภาผู้บริโภคเพื่อเป็นกลไกในการกำกับดูแลเนื้อหาให้มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ควรส่งเสริมแนวคิดมนุษยธรรมดิจิทัล และสนับสนุนความฉลาดทางดิจิทัลของกลุ่มเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้หรือ UGC

คำสำคัญ: การกำกับดูแลเนื้อหา, เนื้อหาที่ไม่เหมาะสม, เนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้, สื่อสังคม, เฟซบุ๊ก

Abstract

The research aimed to study 1) the characteristics of inappropriate video content generated by users on social media; 2) the current situation of content regulation regarding inappropriate user-generated content on social media; and 3) approaches for improving content regulation of user-generated content on social media in the context of Thai society. This was mixed-methods research. For the quantitative part, the content analysis sample was chosen through multi-stage sampling. It consisted of 116 user-generated video clips on 24 Facebook fan pages. The data were statistically analyzed using frequency and percentage. For the qualitative part, the method was an in-depth interview. The 9 key informants, chosen through purposive sampling, consisted of 3 individuals responsible for setting communication policies at government communications entities, 4 communication arts scholars, and 2 representatives of civil society organizations. Data were analyzed by drawing conclusions.

The results showed that 1) the most common types of inappropriate user-generated video content on the Facebook fan pages studied were the use of inappropriate language (curse words), followed by violence (adapting common objects to be weapons) and sexual content (exposing body parts or wearing revealing garments). 2) For the situation of inappropriate content regulation, the results showed that there is no government agency responsible for content regulation on social media platforms, and there is no law directly related to content regulation on social media. The government lacks resources to oversee social media content because it is vast and always increasing. In their content administration, the corporate owners of the social media platforms primarily follow the laws and the social and cultural norms of their countries of origin. In Thailand, there is not yet any professional organization responsible for overseeing social media content to make sure it is in line with ethical standards. The content screening systems of the platforms are currently inefficient. Civil society lacks power and is limited in its ability to use the laws to address inappropriate content on social media. Civil society organizations also face problems in coordinating with government agencies and other sectors. In addition, their personnel and financial resources are small compared to the volume of work. Social media users who generate content place more importance on the platform's guidelines and revenue than on social responsibility. 3) Recommended approaches for improving content regulation are: When establishing communication policy and formulating legislation about content regulation, policymakers must consider the equilibrium among media, society, and national culture. They should cooperate with other sectors to work on content regulation. Legislation must be revised to align with technology advancements and consider their effects on youth. The corporate social media platform owners and their offices in Thailand should be legally required to join with a Thai government agency to set content administration policy and oversee content administration operations. Civil society organizations should work in partnership and set up a consumer federation as a mechanism to make content administration more efficient. They should promote the concepts of digital humanitarianism and digital intelligence among UGC.

Keywords: Content regulation, Inappropriate content, User-Generated Content, Social media, Facebook

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

นับตั้งแต่มีการเกิดขึ้นของอินเทอร์เน็ตหรือระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่สุดในโลกเมื่อปี พ.ศ. 2512 ในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งในยุคนั้นส่งผลให้ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลได้ทั่วโลก และได้รับการยอมรับว่าเป็นนวัตกรรม

ทางการสื่อสารของโลก ซึ่งเป็นการเปลี่ยนรูปแบบการสื่อสารอย่างชัดเจน หลังจากนั้นไม่นานก็เริ่มมีผลิตภัณฑ์และบริการรองรับกิจกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากมาย เช่น สื่อสังคม (social media) ที่มีบทบาทต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารของคนในสังคม หรือเปลี่ยนพฤติกรรมสื่อสารของคนทั่วโลก สื่อสังคมคือรูปแบบหนึ่งของเว็บ 2.0 ซึ่งมีลักษณะเป็นเครือข่ายทางสังคม (social network) ที่เน้นการแบ่งปันข้อความ รูปภาพ และสื่อประสมต่างๆ กับผู้อื่นๆในระบบ และส่งเสริมให้ผู้ใช้สร้างเนื้อหาที่หลากหลาย ตามที่ Kaplan and Haenlein (2010) ได้กล่าวถึงสื่อสังคมว่าเป็นกลุ่มของโปรแกรมสำเร็จรูปบนอินเทอร์เน็ตที่สร้างบนพื้นฐานแนวคิดและเทคโนโลยีเว็บ 2.0 ซึ่งมีอิสระในการสร้างสรรค์และเผยแพร่เนื้อหาแบบเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้หรือ User-Generated Content (UGC)

ด้วยเหตุนี้สื่อสังคมจึงกลายเป็นพื้นที่สาธารณะ ซึ่งผู้ใช้มีอิสระในการแสดงมุมมองอย่างเปิดเผย ทำให้ผู้ใช้มีเสรีภาพในการแสดงออกทางความคิดอย่างเสรี ผ่านการสร้างสรรค์ผลิตเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้ เป็นการเปลี่ยนจากผู้รับสารแบบถูกกระทำ (passive audience) มาเป็นผู้ใช้ที่อินเทอร์เน็ตที่เป็นผู้รับสารแบบผู้กระทำ (active audience) กล่าวได้ว่าพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้คนได้ปรับเปลี่ยนไปจากการสื่อสารแบบเดิมหรือการสื่อสารทางเดียวเป็นการสื่อสารสองทางซึ่งมีปฏิสัมพันธ์และมีส่วนร่วมในการสร้างเนื้อหา นั้นๆมากขึ้นด้วยการสร้างสรรค์ ผลิต และเผยแพร่เนื้อหาผ่านสื่อสังคมหลากหลายแพลตฟอร์ม (Nightingale, 2011) เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (YouTube) อินสตาแกรม (Instagram) เอ็กซ์ (X) เป็นต้น

จากการสำรวจของ We Are Social and Meltwater (2025) พบว่า คนไทยมีการใช้งานโซเชียลมีเดียจำนวน 51.0 ล้านคน หรือคิดเป็น ร้อยละ 71.1 ของประชากรทั้งหมด โดยผู้ใช้งานส่วนใหญ่นิยมทำกิจกรรม เช่น ค้นหาข้อมูล ติดตามข่าวสาร ชมภาพยนตร์ รายการ คลิปวิดีโอ ค้นหาแรงบันดาลใจ และสร้างรวมถึงเผยแพร่เนื้อหา เช่น การอัปโหลดภาพ คลิปวิดีโอ และข่าวสารและจากรายงาน Digital 2025: Thailand โดย We Are Social and Meltwater (2025) ระบุว่า ประเทศไทยมีผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ประมาณ 51 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 71.1 ของประชากรทั้งหมด โดยแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ Facebook ซึ่งมีอัตราการใช้งานถึงร้อยละ 90.7 ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต (DataReportal, 2025)

เนื่องจากเฟซบุ๊กมีจุดเด่นในเรื่องการเข้าถึงผู้คนได้อย่างรวดเร็ว และไม่จำกัดผู้ใช้ในเรื่องเพศ อายุ รายได้ และเป็นแพลตฟอร์มสื่อสังคมที่นิยมใช้มากที่สุด เพียงแค่ลงทะเบียนเป็นสมาชิกของเฟซบุ๊กก็สามารถสร้างพื้นที่ส่วนตัวให้เป็นช่องทางในการผลิตและเผยแพร่เนื้อหาเนื้อหาในรูปแบบ การส่งข้อความ ภาพ เสียง วิดีโอ อีกทั้งเฟซบุ๊กมีบริการที่น่าสนใจสำหรับผู้ที่ใช้สร้างเนื้อหา (UGC) โดยเนื้อหาเหล่านี้ถูกสร้างโดยผู้ใช้ในรูปแบบหน้าเพจบัญชีส่วนตัวหรือเพจสำหรับบุคคล (Facebook Profile) และในรูปแบบเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fanpage) ทั้งนี้รูปแบบของบัญชีเฟซบุ๊กทั้ง 2 ประเภทนั้นมีความแตกต่างกันที่เพจบัญชีส่วนตัวหรือเพจสำหรับบุคคลใช้เพื่อการพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข่าวสาร โพสต์ภาพถ่าย หรือวิดีโอ ซึ่งรูปแบบนี้ผู้ใช้นิยมสื่อสารกับกลุ่มเพื่อนหรือคนรู้จัก แต่มีข้อจำกัดจำนวนการเพิ่มเพื่อนและการโพสต์ข้อความ ภาพ และวิดีโอของผู้ใช้ต่อวัน รวมทั้งจำกัดการเห็นข้อความในกลุ่มเพื่อนที่ได้รับ ในขณะที่เฟซบุ๊กแฟนเพจสามารถใช้เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์เพื่อให้คนจำนวนมากได้รู้สิ่งที่เจ้าของแฟนเพจได้เผยแพร่ และผู้ใช้เฟซบุ๊กที่ไม่จำกัดแค่เพื่อนหรือคนรู้จักสามารถเข้ามาชมเนื้อหาได้เลย คล้ายกับเว็บไซต์ทั่วไป เพียงแค่กดติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจนั้นๆ ซึ่งไม่ได้จำกัดจำนวนผู้ติดตามและมียอดไลค์เป็นจำนวนมาก ซึ่งเนื้อหาเหล่านี้มีทั้งเนื้อหาที่ดีและเนื้อหาที่เป็นอันตราย (harmful content) หรือเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม (inappropriate content) ที่ส่งผลกระทบต่อความคิดและพฤติกรรมลอกเลียนแบบของเด็กและเยาวชนที่ใช้เฟซบุ๊กได้

จากรายงาน Digital 2025: Thailand โดย We Are Social และ Meltwater รวบรวมและเผยแพร่ในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2025 พบว่า ร้อยละ 61.2 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยนิยมรับชมคอนเทนต์วิดีโอออนไลน์ เช่น รายการทีวีหรือภาพยนตร์ (DataReportal, 2025) ส่งผลให้มีการผลิตเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอบนสื่อสังคมเพิ่มมากขึ้นด้วย ซึ่งการผลิตเนื้อหาเรื่องราวในรูปแบบวิดีโอเป็นกิจกรรมหนึ่งของผู้ใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจนิยมเพื่อเรียกยอดไลค์วิดีโอหรือเพิ่มจำนวนผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจของตน โดยสร้างเนื้อหาที่เรียกความสนใจลักษณะคล้ายรายการโทรทัศน์ที่มีความถี่ในการนำเสนอวิดีโอในแต่ละครั้ง เนื้อหาที่อยู่ในรูปของวิดีโอบางเฟสที่คำพูดหยาบคาย คำหยาบคายเกี่ยวกับเรื่องเพศ และการกระทำที่แสดงถึงความรุนแรงสามารถดึงดูดความสนใจและ

เรียกยอดไลค์ให้เพจ ซึ่งบางเพจก็แฟนเพจมีผู้ใจกดติดตามมากกว่า 1 ล้านบัญชี และยอดการชมวิดีโอบางวิดีโอมีจำนวนกว่าหนึ่งล้านครั้ง

เฟซบุ๊กเป็นแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่ถือกำเนิดในประเทศสหรัฐอเมริกา ภายใต้บริบทของสังคมเสรีนิยมประชาธิปไตย ซึ่งให้ความสำคัญกับเสรีภาพในการคิด พูด และแสดงออกของประชาชน ส่งผลต่อการนิยามเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนแพลตฟอร์ม โดยเฉพาะเมื่อผู้ใช้นำเสนอเนื้อหาผ่านแฟนเพจ ซึ่งสะท้อนถึงรูปแบบการใช้เสรีภาพในการสื่อสารอย่างชัดเจน

ตามที่พฤติกรรมกรรมการสื่อสารของผู้คนทั่วโลกของผ่านสื่อออนไลน์หรือสื่อสังคมหลายทศวรรษที่ผ่านมา แสดงให้เห็นถึงผลจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีการสื่อสารของโลกที่มาพร้อมกับเสรีภาพในการแสดงออก เสรีภาพในการพูด ตามหลักความเคารพสิทธิมนุษยชนที่สอดคล้องกับกฎหมายสิทธิมนุษยชน (Human Rights) มาตรา 19 ของปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชนระบุว่า “ทุกคนมีสิทธิในอิสรภาพแห่งความเห็นและการแสดงออก ทั้งนี้ สิทธินี้รวมถึงอิสรภาพที่จะถือเอาความเห็นโดยปราศจากการแทรกแซงและที่จะแสวงหา รับและส่งข้อมูลข่าวสารและข้อคิดผ่านสื่อใด และไม่คำนึงถึงพรมแดน ทั้งเสรีภาพในการพูด การเขียนเป็นลายลักษณ์อักษร หรือสิ่งพิมพ์ในรูปแบบของงานศิลปะหรือผ่านทางสื่ออื่นๆ” (United Nations, 2024) จึงปฏิเสธไม่ได้ว่าสื่อดิจิทัลเป็นช่องทางที่คนทั่วโลกใช้เพื่อเป็นพื้นที่ส่วนตัวในการใช้เสรีภาพแสดงออกผ่านสื่อดิจิทัลและสื่อสังคมในแพลตฟอร์มต่างๆ ไม่เพียงแต่วัยรุ่น และวัยสูงอายุเท่านั้น หากแต่วัยรุ่น และวัยเด็กก็สามารถเข้าถึงและใช้งานสื่อเหล่านี้ได้ง่ายโดยเป็นทั้งผู้สร้างและเผยแพร่เนื้อหาซึ่งจะเกิดปัญหาในเรื่องการเข้าถึงเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมต่อเด็กและเยาวชนได้ง่าย (Wongrujira, 2016)

ในขณะที่ยังคงไม่มีการกำกับดูแลครอบคลุมทุกประเภทของเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม แม้ว่าทางสำนักงานกลางของเฟซบุ๊กจะออกนโยบายและกติกาในการใช้แต่เนื่องจากเป็นสื่อสังคมที่นิยมใช้ทั่วโลกทำให้การนิยามของเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมขึ้นอยู่กับบริบททางวัฒนธรรม รูปแบบการเมืองการปกครอง วัฒนธรรมและสังคมของแต่ละประเทศ รวมทั้งข้อจำกัดเรื่องเสรีภาพในการแสดงออกของแต่ละประเทศที่แตกต่างกัน ซึ่งที่ผ่านมาประเทศไทยมีการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม แต่ก็ยังเป็นเพียงแค่งำกับดูแลเนื้อหาวิทยุโทรทัศน์ตามประกาศเรื่องหลักเกณฑ์การจัดทำผังรายการสำหรับการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2556 โดยสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการวิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.)

ทั้งนี้ม้งงานวิจัยของชญสุรา อรนพ ณ อยุธยา (Oranop na Ayutthaya, 2013) ได้กล่าวถึงผลกระทบเกี่ยวกับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมจากการศึกษาการกำกับดูแลเนื้อหารายการที่อาจเป็นภัยในกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยเพื่อคุ้มครองเด็กและเยาวชน ภายใต้ภาวะสื่อหลอมรวม พบว่าเนื้อหารายการในกิจการโทรทัศน์อาจเป็นเนื้อหาที่มีความเสี่ยง ก่อให้เกิดผลกระทบในเชิงลบต่ออารมณ์ ความคิดและการใช้เหตุผลของเด็กและเยาวชนที่เปิดรับ โดยมีขอบเขตที่เป็นสากลในการกำกับดูแล ได้แก่ เพศ ความรุนแรง ภาษาหยาบคาย และการเลือกปฏิบัติ

ดังนั้นเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมไม่ได้ปรากฏเพียงแค่นสือโทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ตทั่วไปเท่านั้น วิดีโอบนเฟซบุ๊กแฟนเพจซึ่งเป็นแพลตฟอร์มหนึ่งของสื่อสังคมที่ผู้ใช้ผลิตและเผยแพร่เนื้อหาที่จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการเล่นแบบ และเนื้อหาที่มีความเสี่ยง ก่อให้เกิดผลกระทบในเชิงลบต่ออารมณ์ การกำกับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมจึงควรครอบคลุมถึงเนื้อหาบนวิดีโอบนเฟซบุ๊กแฟนเพจและวิดีโอบนสื่อสังคมบนแพลตฟอร์มต่างๆเช่นกัน

ในขณะที่งานวิจัยของ Ramasoota and Kananidhinan (2004) พบว่าที่ผ่านมาการกำกับดูแลเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ตในแต่ละประเทศยังประสบกับปัญหา เนื่องจากระบบของอินเทอร์เน็ตมีลักษณะข้ามชาติ (cross-national) และมีพลวัตสูง (dynamic and robust) ส่งผลให้ไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายในระดับข้ามประเทศได้ ทั้งนี้หลายประเทศพยายามที่จะหาแนวทางเพื่อกำกับดูแลเนื้อหาอินเทอร์เน็ต เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกาได้มีการกำกับดูแลตนเองของภาคเอกชน (Self-regulation) สหภาพยุโรปมีการกำกับดูแลร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนโดยใช้กลไกการกำกับดูแลแบบผสมผสาน (Co-regulation) และประเทศจีนได้กำกับดูแลโดยรัฐ โดยเน้นปิดกั้นและควบคุมการเข้าถึงข้อมูลโดยอินเทอร์เน็ตและควบคุมเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ต (Thailand Development Research Institute Foundation, 2016)

แม้ว่าประเทศไทยจะประกาศใช้พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2560 พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ.2544 พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารราชการ พ.ศ.2540 พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2558 พระราชบัญญัติการพัฒนาคิดเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ.2560 รวมทั้งร่างพระราชบัญญัติว่าด้วยการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ พ.ศ.2562 ก็ตามยังคงไม่ครอบคลุมการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมของวิดีโอบนสื่อสังคม ซึ่งกฎหมายเหล่านี้สามารถกำกับดูแลเนื้อหาเฉพาะเว็บไซต์ไทยเท่านั้น

ทั้งนี้ผลการวิจัยโครงการปฏิรูปสื่อ เรื่องการกำกับดูแลเนื้อหาสื่อใหม่ (Thailand Development Research Institute Foundation, 2016) พบว่าในปี พ.ศ. 2530-2542 เป็นการกำกับดูแลเนื้อหาอินเทอร์เน็ตแบบเสรีเนื่องจากไม่มีโครงสร้างและกลไกที่ชัดเจนในการกำกับดูแล แต่เป็นการให้ความสำคัญกับการศึกษาและการสร้างการรู้เท่าทันสื่อสำหรับผู้ใช้อินเทอร์เน็ต โดยมุ่งปกป้องคุ้มครองเด็กและเยาวชน ช่วงที่สองในปี พ.ศ. 2543-2550 หน่วยงานภาครัฐและอีกหลายภาคส่วนในสังคมไทยเริ่มแสดงความกังวลต่อเนื้อหาบางประเภทที่ปรากฏในอินเทอร์เน็ตว่าจะส่งผลกระทบต่อผู้ใช้อินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะผู้ใช้ที่เป็นเด็กและเยาวชน เช่น เว็บไซต์ลามกอนาจาร เว็บไซต์ขายของผิดกฎหมาย เกมออนไลน์ เป็นต้น การกำกับดูแลเนื้อหาอินเทอร์เน็ตในยุคนี้ กระทรวงไอซีทีได้เน้นบทบาทการปิดกั้นการเข้าถึงเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสม โดยกระทรวงไอซีทีได้ตั้งคณะกรรมการสืบสวน ป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมคอมพิวเตอร์ หรือไซเบอร์อินสเปกเตอร์ (Cyber Inspector) เพื่อทำหน้าที่ปิดกั้นเนื้อหาเว็บไซต์ที่ไม่เหมาะสม เช่น เว็บไซต์ลามกอนาจาร เว็บไซต์ที่มีเนื้อหาหมิ่นพระบรมเดชานุภาพ หรือเว็บไซต์ที่ถูกนิยามว่าเข้าข่ายเป็นภัยต่อความมั่นคงของชาติ ต่อมาได้มีการกำกับดูแลเนื้อหาอินเทอร์เน็ตด้วยกฎหมายผ่านพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ในช่วงที่สามตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550-2556 (Ramasoote, 2014) เพื่อกำหนดฐานความผิดและบทลงโทษสำหรับการก่ออาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ หรือการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ระบบข้อมูล และระบบเครือข่ายในทางมิชอบ และมุ่งเน้นไปที่การตรวจสอบเผื่อระวังพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมและเป็นภัยต่อความมั่นคงของชาติในพื้นที่ออนไลน์เป็นสำคัญ จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2557 ได้เกิดรัฐประหารขึ้น ทำให้ประเทศไทยเข้าสู่การกำกับดูแลเนื้อหาอินเทอร์เน็ตภายใต้อำนาจของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ทำให้ทิศทางการกำกับดูแลเนื้อหาอินเทอร์เน็ตมีการเข้มงวดมากขึ้น เนื่องจาก คสช.เข้าควบคุมและปิดกั้นเว็บไซต์จำนวนมากที่เห็นว่าเป็นภัยต่อความมั่นคง (Thailand Development Research Institute Foundation, 2016) รวมทั้งมีการประกาศใช้ พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 และพบว่าในช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงที่มีการจับกุมคนที่กระทำความผิดเกี่ยวกับ พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ฯ จำนวนมาก หากแต่เป็นลงโทษผู้ที่สร้างและเผยแพร่เนื้อหาหมิ่นพระบรมเดชานุภาพ และล่อลวงภัยต่อความมั่นคง ถึงกระนั้นบทลงโทษก็ยังไม่ได้ครอบคลุมเกี่ยวกับการกำกับดูแลเนื้อหาที่เป็นอันตรายหรือเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมของอินเทอร์เน็ตประเภทสื่อสังคม

สำหรับการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมประเภทวิดีโอบนสื่อสังคมประเภทเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้นั้นยังคงไม่มีมาตรการกฎหมายควบคุมดูแล ซึ่งมีกฎหมายบังคับใช้เฉพาะวิดีโอที่ปรากฏในรูปแบบของสไลด์วิดีโอ วีดีโอ ภาพยนตร์ ละครบนสื่อโทรทัศน์เท่านั้น ที่ผ่านมาสำนักรางานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการวิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.) มีอำนาจในการกำกับดูแลเนื้อหาโดยการออกประกาศ เรื่องแนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ พ.ศ.2556 ซึ่งเป็นการบังคับใช้เฉพาะวิทยุโทรทัศน์เท่านั้น เพื่อจำแนกเนื้อหาที่ควรมีการจำกัด และหลักเกณฑ์ของระบบการจำแนกเนื้อหาที่ควรมีการส่งเสริม เพื่อเลือกสรรเนื้อหาที่เหมาะสมและควบคุมและจำกัดเนื้อหาไม่เหมาะสม ซึ่งอาจมีผลต่อการพัฒนาค่านิยมและพฤติกรรมในด้านลบประกอบด้วย 3 ประเด็น คือ เพศ ภาษา พฤติกรรมและความรุนแรง

จากที่กล่าวมานั้นพบว่าภาครัฐและหน่วยงานที่ดูแลเกี่ยวกับการกำกับดูแลเนื้อหาสื่ออินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับเพศ ภาษา พฤติกรรมและความรุนแรงนั้นยังคงหาข้อสรุปในการกำกับดูแลเนื้อหาที่ผู้ใช้เป็นผู้สร้างผ่านสื่อสังคมไม่ได้ ทั้งนี้การกำกับในส่วนของกิจการบริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยยังคงแยกอำนาจการดูแลของหน่วยงาน 2 ฝ่าย โดยสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการวิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.) ทำหน้าที่เป็นผู้ออกใบอนุญาตและกำกับการประกอบกิจการบริการ

อินเทอร์เน็ต ในขณะที่กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมเป็นผู้ดูแลเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ตเมื่อมีการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2560 (Thongmeeakhom, 2018)

จากสถานการณ์ดังกล่าว การกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมของวิดีโอในเฟซบุ๊กแฟนเพจเหล่านี้มีความจำเป็นอย่างยิ่งเนื่องจากมีวิดีโอจำนวนมากไม่น้อยที่นำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในขณะที่ก็มีผู้ติดตามอยู่จำนวนมาก ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมของวิดีโอประเภทเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้ที่ปรากฏบนเฟซบุ๊กแฟนเพจยอดนิยม รวมทั้งศึกษาสภาพการณ์ปัญหา และอุปสรรคการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนสื่อสังคมประเภทเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้ เพื่อนำผลการศึกษามาวิเคราะห์และพัฒนาแนวทางการกำกับดูแลเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้ ในบริบทของสังคมไทย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะเนื้อหาวิดีโอที่ไม่เหมาะสมที่สร้างโดยผู้ใช้นสื่อสังคม
2. เพื่อศึกษาสภาพการณ์ของการกำกับดูแลเนื้อหาวิดีโอประเภทเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้นเฟซบุ๊กแฟนเพจ
3. เพื่อศึกษาแนวทางการกำกับดูแลเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้นสื่อสังคมในบริบทของสังคมไทย

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mix Method) โดยใช้วิธีเชิงปริมาณเพื่อวิเคราะห์เนื้อหาคลิปวิดีโอกลุ่มตัวอย่างทั้ง 24 แฟนเพจเฟซบุ๊ก จำนวน 116 คลิป ซึ่งเผยแพร่ในช่วงเดือนธันวาคม ปี พ.ศ.2563 และทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปและใช้วิธีเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก บุคคลที่เกี่ยวข้อง เลือกด้วยวิธีเลือกแบบเจาะจง ได้แก่ ผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายจากกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม 2 คน และจากคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) 1 คน นักวิชาการด้านนิติศาสตร์ จำนวน 4 คน และผู้แทน/ผู้บริหารองค์กรภาคประชาสังคม 2 คน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยประกอบด้วย 3 ส่วน คือลักษณะเนื้อหาวิดีโอที่ไม่เหมาะสมที่สร้างโดยผู้ใช้นสื่อสังคม สภาพการณ์ของการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมที่สร้างโดยผู้ใช้นสื่อสังคม และแนวทางการกำกับดูแลเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้นสื่อสังคมในบริบทของสังคมไทย ดังนี้

1. ลักษณะเนื้อหาวิดีโอที่ไม่เหมาะสมที่สร้างโดยผู้ใช้นสื่อสังคม

จากการศึกษาเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมพบว่าเนื้อหาเกี่ยวกับภาษาพบบมากที่สุดจำนวน 1,974 ครั้ง/คำ (ร้อยละ 94) รองลงมาคือเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมเกี่ยวกับความรุนแรง จำนวน 511 ครั้ง (ร้อยละ 19) และเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมเกี่ยวกับเพศ จำนวน 183 ครั้ง (ร้อยละ 7) ดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของเนื้อหาวิดีโอที่ไม่เหมาะสมที่สร้างโดยผู้ใช้นสื่อสังคม

ประเภทเนื้อหา	จำนวนที่ปรากฏ (ครั้ง)	คิดเป็นร้อยละ
1. ภาษา (L)	1,974	74
2. ความรุนแรง (V)	511	19
3. เพศ (S)	183	7
รวม	2,668	100

1.1 เนื้อหาเกี่ยวกับเพศ พบประเด็นสรีระและการแต่งกายที่ปรากฏ 128 ครั้ง (ร้อยละ 70) และประเด็นสัมพันธ์ภาพและกิริยาทางเพศปรากฏ 55 ครั้ง (ร้อยละ 30) ซึ่งประเด็นเรื่องสรีระและการแต่งกายพบการแต่งตัวในลักษณะล่อแหลม มากที่สุด (ร้อยละ 62.5) รองลงมาคือ ภาพการไข่มุกกลองเน้นสัดส่วน (ร้อยละ 37.5) แต่ไม่พบภาพการเปลือยร่างกาย ส่วนประเด็นสัมพันธ์ภาพและกิริยาทางเพศ พบว่ามีเนื้อหาการยั่ววนทางเพศ หรือการแสดงการปลุกอารมณ์ทางเพศต่อฝ่ายตรงข้าม มากที่สุด (ร้อยละ 44) รองลงมาคือ การล่อลวงละเมิดทางเพศอื่นๆ (ร้อยละ 20) มีภาพการใช้วัสดุ อุปกรณ์ ที่สื่อถึงเรื่องเพศ (ร้อยละ 18) การมีเพศสัมพันธ์ที่คลุมเครือหรือโดยนัย (ร้อยละ 16) และพบว่ามีภาพการสัมผัสเพื่อเล่าโลม/เร้าอารมณ์ (ร้อยละ 2) ตามลำดับ ทั้งนี้ไม่พบเนื้อหาเรื่องการมีเพศสัมพันธ์และการจูบแบบเร้าร้อน ดังตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของเนื้อหาเกี่ยวกับเพศ

ประเด็นเนื้อหา	จำนวนที่ปรากฏ (ครั้ง)	ลักษณะเนื้อหา	ร้อยละ
1. สรีระและการแต่งกาย	128 (ร้อยละ 70)	1) การแต่งตัวในลักษณะล่อแหลม	62.5
		2) ภาพการไข่มุกกลองเน้นสัดส่วน	37.5
2. สัมพันธภาพและกิริยาทางเพศ	55 (ร้อยละ 30)	1) การยั่ววนทางเพศ หรือการแสดงการปลุกอารมณ์ทางเพศต่อฝ่ายตรงข้าม	44
		2) การล่อลวงละเมิดทางเพศอื่นๆ	20
		3) การใช้วัสดุ อุปกรณ์ ที่สื่อถึงเรื่องเพศ	18
		4) การมีเพศสัมพันธ์ที่คลุมเครือหรือโดยนัย	16
		5) การสัมผัสเพื่อเล่าโลม/เร้าอารมณ์	2

1.2 เนื้อหาเกี่ยวกับภาษา พบว่า มีคำสบลเล็กน้อยมากที่สุด จำนวน 1,784 คำ (ร้อยละ 92) ได้แก่ มึง, กู, What the fuck, ไอ้เหี้ย, ฉิบหาย, แม่่งอ้ย, เย็ดแม่ หรือเย็ดเซ่, เซี่ย, แม่่ง, ไอ้ท่า, Oh shit, แม่่มึงอ้ย และท่าชั่วอ้ย รองลงมาคือภาษาทางเพศที่โจ่งแจ้ง การสนทนา หรือใช้คำพูดเกี่ยวกับเนื้อหาทางเพศที่ล่อแหลมหรือไม่เหมาะสมจำนวน 126 คำ (ร้อยละ 6) และพบน้อยที่สุดคือคำหยาบคายหรือคำดูหมิ่น จำนวน 37 คำ (ร้อยละ 2) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของเนื้อหาเกี่ยวกับภาษา

ลักษณะเนื้อหา	จำนวนที่ปรากฏ (ครั้ง)	ร้อยละ
1. คำสบลเล็กน้อย	1,784	92
2. ภาษาทางเพศที่โจ่งแจ้ง การสนทนา หรือใช้คำพูดเกี่ยวกับเนื้อหาทางเพศที่ล่อแหลมหรือไม่เหมาะสม	126	6
3. คำหยาบคายหรือคำดูหมิ่น	37	2

1.3 เนื้อหาเกี่ยวกับความรุนแรง พบประเด็นการดัดแปลงสิ่งของรอบตัวให้เป็นอาวุธ มากที่สุด จำนวน 345 ครั้ง (ร้อยละ 67.68) รองลงมาคือประเด็นความรุนแรงต่อชีวิตหรือวัตถุสิ่งของ จำนวน 67 ครั้ง (ร้อยละ 13. 14) และรองลงมาคือประเด็นสารเสพติด การพนัน และการค้าประเวณี จำนวน 45 ครั้ง (ร้อยละ 8. 83) รวมทั้งประเด็นสถานที่เฉพาะที่ไม่เหมาะสมสำหรับเด็ก จำนวน 30 ครั้ง

(ร้อยละ 5.28) ทั้งนี้ไม่พบประเด็นความรุนแรงต่อผู้อื่น ประเด็นเหตุการณ์อันตรายร้ายแรง ประเด็นเชื้อชาติ ชาติพันธุ์ เพศศาสนา สถานะ ชนชั้น และประเด็นไสยศาสตร์ เวทมนต์ปาฏิหาริย์ เรื่องเหนือธรรมชาติ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของเนื้อหาเกี่ยวกับความรุนแรง

ประเด็นเนื้อหา	จำนวนที่ปรากฏ (ครั้ง)	ร้อยละ
1. การดัดแปลงสิ่งของรอบตัวให้เป็นอาวุธ	345	67.68
2. ความรุนแรงต่อชีวิตหรือวัตถุสิ่งของ	67	13.14
3. สารเสพติด การพนัน และการค้าประเวณี	45	8.83
4. สถานที่เฉพาะที่ไม่เหมาะสมสำหรับเด็ก	30	5.28
5. ความรุนแรงแบบจินตนาการ	11	2.11
6. กิจกรรม พหุติกรรม หรือความเชื่อที่อันตราย/เสี่ยง	7	1.37
7. การใช้อาวุธ	3	0.59
8. การแสดงที่สะท้อนขวัญ หวาดกลัว หรือวิตก	2	0.39
9. ความรุนแรงต่อตนเอง	1	0.19

2. สภาพการณ์ของการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมที่สร้างโดยผู้ใช้บนสื่อสังคม

2.1 ภาครัฐ จากการศึกษาพบว่าไม่มีหน่วยงานรัฐที่มีบทบาทหน้าที่กำกับดูแลเนื้อหาบนแพลตฟอร์มสื่อสังคม และไม่มีกฎหมายกำกับดูแลเนื้อหาสื่อสังคมโดยตรง รวมทั้งภาครัฐมีทรัพยากรจำกัดในการกำกับดูแลเนื้อหาที่เพิ่มมากขึ้น

“มีข้อจำกัดในด้านบุคลากร อุปกรณ์ และเครื่องมือต่างๆ ที่จะนำมาใช้ในการติดตามเฝ้าระวังเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนอินเทอร์เน็ตนั้นยังข้อจำกัดอยู่มากด้วยปัญหาด้านงบประมาณ ในการกำกับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนสื่อสังคมออนไลน์ คือ ปริมาณเนื้อหาที่เกิดขึ้นในแต่ละวันที่มีเป็นจำนวนมากจึงทำให้การกำกับดูแลเนื้อหาทำได้อย่างจำกัดตามที่ทรัพยากรของภาครัฐมีอยู่” (Ministry of Digital Economy and Society, personal communication, January 15 2022)

“กระทรวงดิจิทัลฯ มีอำนาจตามกฎหมายโดยใช้ พรบ. คอมพ์ ในเรื่องเนื้อหา แต่ถึงอย่างไรก็ต้องใช้บุคลากรในการมอนิเตอร์ว่ากลุ่มไหนทำผิดพลาด ซึ่งเนื้อหาเหล่านั้นเป็นเนื้อหาผิดกฎหมาย ซึ่งไม่ได้ครอบคลุมถึงเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมและอำนาจทางกฎหมายของ กสทช. มีหน้าที่กำกับเฉพาะแพลตฟอร์มโทรศัพท์ วิทยุ และไม่มีอำนาจกำกับเนื้อหาในสื่อออนไลน์ที่ผลิตโดยบุคคลทั่วไป ” (Scholars specializing in new and digital media and media regulation, personal communication, November 14 2021)

2.2 ภาคอุตสาหกรรม บริษัทแพลตฟอร์มสื่อสังคมยังคงปฏิบัติตามกฎหมาย สังคมและวัฒนธรรมในการกำกับดูแลเนื้อหาของประเทศแหล่งกำเนิดแพลตฟอร์มเป็นหลัก สำหรับประเทศไทยยังไม่มีองค์กรวิชาชีพกำกับดูแลเนื้อหาในสื่อสังคมตามมาตรฐานทางจริยธรรม และระบบการกลั่นกรองเนื้อหาของแพลตฟอร์มยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ

“ตัวแทนในภูมิภาคต่างๆ เวลาเขาพูดกับภาครัฐเขาก็จะบอกว่าเขามีกฎระเบียบเป็นของตัวเอง เป็นกฎระเบียบกลาง” (Office of The National Broadcasting and Telecommunications Commission, personal communication, March 16 2022)

“ทั้งกำลังคนและการบริหารจัดการของเขา เพชบุรีไทยยังไม่มีเลยที่เป็น hub หรือ center มีแค่บริษัทตัวแทน” (Scholars specializing in new and digital media and media regulation, personal communication, November 13 2021)

“แพลตฟอร์มส่วนใหญ่ใช้โอเอมากรองคอนเทนท์ที่ถูกร้องเรียนซึ่งบางอันก็ใช้ได้บางอันก็ใช้ไม่ได้ เพราะเนื้อหาบางอย่างเอไอที่ใช้กรองไม่เข้าใจ” (Civil Society Organizations, personal communication, April 8 2022)

2.3 ภาคประชาสังคม ยังไม่มีอำนาจและมีข้อจำกัดในการใช้กฎหมายกำกับเนื้อหาสื่อสังคม อีกทั้งมีปัญหาคาระมืมือกับภาครัฐและภาคส่วนอื่นๆ และปริมาณงานที่ไม่สอดคล้องกับทรัพยากรด้านบุคลากรและเงินทุน

“สุดท้ายภาระเหล่านั้นตกอยู่ในภาคประชาสังคมที่ทำงานเพื่อช่วยพัฒนาสื่อให้ดีขึ้นหรือระบบนิเวศของสื่อให้ดีขึ้นกลายเป็นพวกที่มีปัญหา เป็นมนุษย์ขำร้องประจำ ในการร้องเรียนในบางครั้งต้องการการกำกับดูแลก็กลายเป็นภาวะในการสร้างปัญหา หรือกลายเป็นภาวะเรื่องหนึ่ง” (Scholars specializing in new and digital media and media regulation, personal communication, November 13 2021)

“ปัญหา อุปสรรค ข้อท้าทายในการทำงานของเรา เป็นเรื่องงบประมาณ เพราะงาน NGO บางครั้งก็ต้องหาเงินทำงานเอง ซึ่งบางครั้งภาคประชาสังคมต้องหาเงินเพื่อความอยู่รอดขององค์กร” (Civil Society Organizations, personal communication, April 5 2022)

2.4 กลุ่ม UGC ที่เป็น Content Creator ให้ความสำคัญกับมารยาทบนอินเทอร์เน็ต (netiquette) และมาตรการ ระเบียบ และแนวปฏิบัติของแพลตฟอร์มสื่อสังคมมากกว่าการปฏิบัติตามกฎหมาย และให้ความสำคัญเรื่องความนิยมเนื้อหาของผู้ชม และรายได้มากกว่าความรับผิดชอบต่อสังคม

“Content creator จะไม่ทำตามศีลธรรมของตัวเองนะแต่ทำตามมาตรฐานของแพลตฟอร์มนั้นเพราะไม่อยากถูกริพอร์ตหรือถูกลบช่อง ดังนั้น content creator เขาไม่ได้กลัวกฎหมายหรือเขากลัวการริพอร์ตและถูกแบนช่อง เพราะเขาแค่รายได้ทำมาจากแพลตฟอร์มเขา แต่เขาก็มีโอกาสที่จะผิดกฎหมาย พรบ.อื่น แต่แพลตฟอร์มไม่ได้มารู้ด้วย” (Scholars specializing in new and digital media and media regulation, personal communication, March 23 2022)

“เขาเป็นหน่วยธุรกิจเขาก็เน้นหาเงิน การที่จะมาออกตัวเกี่ยวกับผลประโยชน์รายได้มันก็ยาก” (Civil Society Organizations, personal communication, April 5 2022)

3. แนวทางการกำกับดูแลเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้นสื่อสังคมในบริบทของสังคมไทย

3.1 ภาครัฐ ควรกำหนดนโยบายและกฎหมายการกำกับดูแลเนื้อหาโดยคำนึงถึงความสมดุลระหว่างสื่อ สังคมและวัฒนธรรมของประเทศ และภาครัฐควรร่วมมือกำกับดูแลกับหลายภาคส่วน รวมทั้งควรปรับปรุงกฎหมายให้มีความเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และคำนึงถึงผลกระทบต่อเยาวชน

“อยากให้ปรับโครงสร้างการกำกับดูแลภาพรวมของสื่อและสังคม วัฒนธรรม ในภาพรวมของประเทศมากกว่า มองภาพใหญ่แบบนั้น...ในหลายประเทศมองภาพรวมของกระทรวงเกี่ยวกับการสื่อสารและวัฒนธรรมอยู่ด้วยกันด้วยซ้ำไป” (Office of The National Broadcasting and Telecommunications Commission, personal communication, March 16 2022)

“แต่เราจะต้องเพิ่มบรรทัดฐานขึ้นไปให้มันมีความเป็นกลาง ไม่ใช่หนักเป็นการใช้กฎหมายมากเกินไป แล้วไม่ได้อ่อนเกินไปในเรื่องของการควบคุม เพื่อให้การอยู่ในสังคมออนไลน์ที่เข้ามาใหม่” (Ministry of Digital Economy and Society, personal communication, April 9 2022)

“ภาครัฐควรจะต้องเฝ้าระวังในเรื่องที่มีผลกระทบต่อประชาชนมากขึ้น เช่น เรื่องเด็กเยาวชน เรื่องความรุนแรงทางกายภาพ เรื่องการหลอกลวงออนไลน์ แทนจะเน้นเรื่องการปราบปรามความผิดทางการเมืองอย่างเดียว คอนเทนท์ที่กระทบต่อเด็กและเยาวชน” (Civil Society Organizations, personal communication, April 8 2022)

3.2 ภาคอุตสาหกรรม บริษัทแพลตฟอร์มสื่อสังคมควรร่วมมือกับองค์กรภาครัฐและสำนักงานแพลตฟอร์มสื่อสังคมประจำประเทศไทยเพื่อกำหนดนโยบายและดำเนินการกำกับดูแลเนื้อหา

“หน่วยงานกำกับดูแลต้องมีกฎหมาย กฎเกณฑ์ช่วย และทำงานร่วมกับสมาคมของผู้ประกอบการผ่านแนวปฏิบัติหรือ code of conduct ของเขาได้” (Civil Society Organizations, personal communication, April 5 2022)

“ผมคิดว่ามันควรจะเป็นไปได้ที่เฟซบุ๊กไทยแลนด์จะมาดูแลเนื้อหา ถ้าเรามีผลประโยชน์ในประเทศมันก็ต้องมาช่วยกันกำกับดูแลตามบริบทของแต่ละประเทศ อันนี้ผมเห็นด้วยนะและคิดว่าเฟซบุ๊กก็ไม่ได้นิ่งนอนใจ ทุกๆ แพลตฟอร์มเลย เข้าใจว่าเขาต้องมา

วิเคราะห์เรื่องนี้กันอยู่ครับ ความเห็นส่วนตัว” (Ministry of Digital Economy and Society, personal communication, April 9 2022)

3.3 ภาคประชาสังคม ควรร่วมมือกันและจัดตั้งสภาผู้บริโภคเพื่อเป็นกลไกในการกำกับดูแลเนื้อหาให้มีประสิทธิภาพ

“ต้องมีการหนุนเสริมในกระบวนการขับเคลื่อนของภาคประชาสังคม ก็อาจจะมี แต่ในเครือข่ายเรื่องเกี่ยวกับสังคมออนไลน์ก็ต้องมีด้วย ถ้ามีกลุ่มภาคประชาสังคมใดดูแลเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคหรือช่วยในการสนับสนุนพัฒนาเนื้อหาออนไลน์ให้ดีขึ้น... ขณะเดียวกันเราต้องการสภาผู้ชมผู้ฟังหรือไม่หรือต้องการสภาประชาสังคมผู้บริโภค หรือผู้ปกครอง ที่จะมาช่วยในการกำกับดูแลตรงนี้หรือไม่” (Scholars specializing in new and digital media and media regulation, personal communication, November 13 2021)

3.4 กลุ่ม UGC ที่เป็น Content Creator ควรส่งเสริมแนวคิดมนุษยธรรมดิจิทัล และสนับสนุนความฉลาดทางดิจิทัลของกลุ่มเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้หรือ UGC

“มนุษยธรรมดิจิทัล หรือ digital empathy ซึ่งต้องมีทุกภาคส่วน คนผลิต content creator ควรต้องมี digital empathy สูง ... มันคือความเป็นคนมันไม่ใช่รูปธรรม หรือเข้าใจหลักพื้นฐานที่ว่าเราไม่อย่าให้เขาทำอะไร เราอย่าทำอย่างนั้นกับเขา” (Scholars specializing in new and digital media and media regulation, personal communication, November 13 2021)

อภิปรายผล

1. ลักษณะเนื้อหาวิดีโอที่ไม่เหมาะสมที่สร้างโดยผู้ใช้งานสื่อสังคม

ผลการวิจัยพบว่าเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมเกี่ยวกับภาษาพบมากที่สุด ซึ่งมีคำสแลงจำนวนมากที่สุด ซึ่งคำที่พบจะเป็นการใช้คำพูดสแลงทั่วไปที่พบมากได้แก่ มึง, กู, What the fuck, ไอ้เหี้ย, ฉิบหาย, แม่่งอ้ย การใช้คำสแลงเหล่านี้ผู้สร้างเนื้อหาหรือเจ้าของเพจต้องการสื่อสารให้อยู่ในความเป็นจริง การแสดงถึงความจริงใจและเข้าถึงผู้ใช้คนที่รับชมและติดตามแฟนเพจของตน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Fägersten (2017) ศึกษาบทบาทของการใช้คำสแลงในการสร้างตัวตนในโลกออนไลน์ กรณีของยูทูบเบอร์ (YouTuber) ช่อง PewDiePie พบว่าการใช้คำสแลงของ PewDiePie เป็นการสร้างรูปแบบการพูดคุยแบบเป็นกันเองเหมือนเพื่อน และช่วยลดระยะห่างทางสังคม ซึ่งสร้างบรรยากาศของความใกล้ชิดได้มาก และยังพบว่าคำสแลงที่ใช้ช่วยให้เจ้าของช่องประสบความสำเร็จในการมีผู้ติดตามและรับชมคลิปวิดีโออย่างมากมายถึง 111,000,000 ล้านคนทั่วโลกบนแพลตฟอร์มยูทูบ รองลงมาคือภาษาทางเพศที่โจ่งแจ้ง การสนทนาหรือใช้คำพูดเกี่ยวกับเนื้อหาทางเพศที่ล้อแหลมหรือไม่เหมาะสม และพบเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความรุนแรงรองลงมา ซึ่งพบว่าเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความรุนแรง ประเด็นการดัดแปลงสิ่งของรอบตัวให้เป็นอาวุธ มากที่สุด รองลงมาคือประเด็นความรุนแรงต่อชีวิตหรือวัตถุสิ่งของ โดยเนื้อหาคลิปวิดีโอเฟซบุ๊กแฟนเพจที่พบ พบว่าการดัดแปลงสิ่งของรอบตัวให้เป็นอาวุธ ความรุนแรงต่อชีวิตหรือวัตถุสิ่งของ ซึ่งเนื้อหาส่งผลต่อการเลียนแบบพฤติกรรมซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chang and Bushman (2019) พบว่า เด็กที่เล่นวิดีโอเกมที่มีความรุนแรงโดยมีการใช้อาวุธปืนหรือดาบ มีแนวโน้มที่จะใช้อาวุธปืน และพบว่าการใช้และบริโภคสื่อที่มีความรุนแรงเป็นประจำยังเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อพฤติกรรมในการใช้อาวุธปืนอีกด้วย และพบว่ามีเนื้อหาเกี่ยวกับเพศประเด็นสรีระและการแต่งกายที่ปรากฏมากที่สุด โดยเฉพาะการแต่งตัวในลักษณะล้อแหลม การใช้มุกล้อเน้นสัดส่วน และพบเนื้อหาทางเพศในประเด็นสัมพันธ์ภาพและกิริยาทางเพศมีการยั่ววนทางเพศ หรือการแสดงการปลุกอารมณ์ทางเพศต่อฝ่ายตรงข้าม แต่ไม่พบเนื้อหาที่ปรากฏเกี่ยวกับการมีเพศสัมพันธ์ จากผลการศึกษาพบว่าเนื้อหาเกี่ยวกับเพศและจากงานวิจัยต่างๆที่ยืนยันว่าเนื้อหาเกี่ยวกับเพศโดยเฉพาะเนื้อหาลามก อนาคตเหล่านี้ส่งผลต่อพฤติกรรมลอกเลียนแบบโดยเฉพาะกลุ่มเด็กและเยาวชน ซึ่งงานวิจัยของยุพาพร ปิยะพงษ์ (Piwapong, 2011) ศึกษาอิทธิพลของสื่อลามกที่มีผลต่อการกระทำผิดทางเพศของเด็กและเยาวชน ศึกษาเฉพาะกรณีศูนย์ฝึกและอบรมเด็กและเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าเด็กและเยาวชนที่กระทำความผิดเกี่ยวกับเพศมีความสนใจและเปิดรับสื่อลามกอนาคตเป็นประจำวัน ส่งผลให้มีพฤติกรรมกระทำความผิดเกี่ยวเพศอย่างมาก

จากการศึกษาการวิเคราะห์เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนคลิป์วิดีโอเฟซบุ๊กแฟนเพจพบว่า มีจำนวนไม่น้อยที่นำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ซึ่งเนื้อหาเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความคิด และพฤติกรรมของเด็กและเยาวชน รวมทั้งส่งผลกระทบต่อความสงบเรียบร้อยของสังคม ซึ่งการใช้สื่อสังคมในกลุ่มเด็กและเยาวชนอยู่มากในปัจจุบัน ดังนั้นจึงเกี่ยวข้องกับประเด็นการให้ความคุ้มครองเด็กและเยาวชนจากสื่อที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสม หรือเนื้อหาที่เป็นอันตราย (harmful content) ต่อเด็กและเยาวชน และจากงานวิจัยตามที่ ตฤณห์ โพธิ์รักษา (Phoraksa, 2022) พบว่าผู้รับสื่ออาจก่อให้เกิดการซึมซับและมีพฤติกรรมเลียนแบบในที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเสพสื่อของเด็กและเยาวชนที่ขาดวุฒิภาวะและประสบการณ์ในการจำแนก การแยกแยะ การวิเคราะห์ข้อมูลของสื่อที่มีความรุนแรง อาจนำไปสู่การลอกเลียนแบบและมีพฤติกรรมการใช้ความรุนแรง แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาเหล่านี้ยังคงมีผลกระทบต่อเด็กและเยาวชนที่ส่งผลกระทบต่อารลอกเลียนแบบพฤติกรรม ซึ่งเป็นการปลูกฝังผ่านสื่อหลักและสื่อออนไลน์ สอดคล้องกับ จิตติธัญดา เจริญมณี (Rianmanee, 2005) ศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเกี่ยวกับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม และการกลั่นกรองเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งผลการวิจัยพบว่าภาพและเนื้อหาในกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าเป็น 4 หมวดหมู่ คือ ภาพและเนื้อหาลามกอนาจาร ภาพและเนื้อหาเกี่ยวกับความรุนแรง เว็บไซต์ที่มีการใช้ภาษาไม่เหมาะสม และเว็บไซต์เกี่ยวกับอบายมุข หรือสิ่งที่ขัดต่อกฎหมาย ศีลธรรม จริยธรรม และพบว่าเด็กและเยาวชนจะได้รับผลกระทบจากการเปิดรับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมมากกว่าที่ตนเองจะได้รับ

2. สภาพการณ์ของการกำกับดูแลเนื้อหาวิดีโอประเภทเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจ

จากการศึกษาพบว่ายังไม่มีหน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทหน้าที่ในการกำกับดูแลเนื้อหาบนแพลตฟอร์มสื่อสังคม ทั้งนี้กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมมีหน่วยงานในสังกัดที่ทำหน้าที่กำกับดูแลเนื้อหาที่ผิดกฎหมายบนสื่อออนไลน์และไม่มีบทบาทหน้าที่ในการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมที่ครอบคลุมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเพศ ภาษา และความรุนแรงบนแพลตฟอร์มสื่อสังคม ในขณะที่สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) หน้าที่กำกับดูแลเนื้อหาของสื่อวิทยุ และโทรทัศน์ อีกทั้งต้องเผชิญในการออกนโยบายการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนสื่อสังคม เนื่องจากต้องคำนึงถึงเสรีภาพการแสดงออก และการละเมิดสิทธิของผู้ใช้สื่อสังคมทั้งตามหลักสากลในปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน และกฎหมายรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยเกี่ยวกับสิทธิเสรีภาพของประชาชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรชาสิริ กุลลาบ (Kulab, 2023) พบว่า การเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์สื่อและการกำกับดูแลเนื้อหาสื่อในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปจากยุคสื่อดั้งเดิมก่อให้เกิดการคิดใหม่ถึงแนวทางที่ปกป้องคุ้มครองสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพในการแสดงออก และการกำกับดูแลที่โปร่งใสและมีส่วนร่วม ในขณะที่ยังพบปัญหาเรื่องทรัพยากรที่มีจำกัดในการดำเนินการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ข้อจำกัดด้านงบประมาณเรื่องค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร อุปกรณ์ และเครื่องมือต่างๆ ที่จะนำมาใช้ในการติดตามเฝ้าระวังเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนอินเทอร์เน็ต สอดคล้องกับงานวิจัยของ บรรชา ลิ้มปัสถริกิจ (Limpasthitikul, 2006) พบว่า ภาครัฐมีปัญหาด้านการขาดความพร้อมในด้านของการสรรหาบุคลากรและปริมาณงานที่มีมากกว่าจำนวนผู้ปฏิบัติงาน อันเกิดจากข้อมูลเนื้อหาที่มากมายมหาศาลของสื่ออินเทอร์เน็ต วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงานมีราคาแพง และเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

จากการศึกษาพบว่าบริษัทแพลตฟอร์มสื่อสังคมเน้นปฏิบัติตามกฎหมาย สังคมและวัฒนธรรมในการกำกับดูแลเนื้อหาของประเทศแหล่งกำเนิดแพลตฟอร์มเป็นหลัก ในขณะที่ประเทศไทยยังไม่มียุทธศาสตร์วิชาชีพกำกับดูแลเนื้อหาในสื่อสังคมตามมาตรฐานทางจริยธรรม ซึ่งการออกแบบกฎระเบียบ นโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในบริบทสังคม วัฒนธรรมและกฎหมายในประเทศไทย รวมถึงการนิยามของเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมตามวัฒนธรรมและสังคมของเจ้าของแพลตฟอร์มสื่อสังคม ซึ่งปัจจุบันการลบเนื้อหาบนแพลตฟอร์มต้องได้รับการอนุญาตจากเจ้าของแพลตฟอร์มในประเทศนั้นๆ ตามแนวทางแจ้งให้ทราบแล้วเอาออก (Notice and Take Down) ของแพลตฟอร์มหรือตามนโยบายของแพลตฟอร์ม และยังพบว่าระบบเอไอของกลั่นกรองและระงับเนื้อหาในการตรวจจับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมของแพลตฟอร์มยังไม่เสถียรและแม่นยำ ทั้งนี้ระบบเทคโนโลยีการคัดกรองของแพลตฟอร์มสื่อสังคมระบบคัดกรองเนื้อหาเพื่อการรื้อหรือการร้องเรียนของแพลตฟอร์มยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอต่อจำนวนเนื้อหาที่มากขึ้น และความไม่สมบูรณ์ในการตีความของระบบเอไอ ยังมีข้อจำกัดในการตรวจจับเนื้อหาที่ไม่เสถียรและแม่นยำ หรือไม่สามารถตีความด้าน

ภาษา สังคมและวัฒนธรรมได้ดี และยังพบว่า การเพิ่มขึ้นของจำนวนเนื้อหาตามจำนวนผู้ใช้ที่เพิ่มขึ้น ทำให้ทรัพยากรในการกลั่นกรองเนื้อหาไม่เพียงพอกับจำนวนเนื้อหาที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งด้านบุคลากร การบริหารจัดการของแพลตฟอร์มสื่อสังคม

ภาคประชาสังคมไม่มีอำนาจ หรือกฎหมายในการกำกับหรือควบคุมเนื้อหาไม่เหมาะสมบนสื่อสังคม หรือมีอำนาจที่จำกัด และองค์กรภาคประชาสังคมมีปัญหาในด้านการสร้างเครือข่ายการทำงานกับภาคประชาสังคมอื่นๆ จากแนวคิดวัตถุประสงค์ของการกำกับดูแลเนื้อหาที่แตกต่างกันของกลุ่มภาคประชาสังคม และปัญหาด้านผลประโยชน์ที่ไม่ตรงกัน ปัญหาความคิดเห็นทางการเมือง และความเห็นต่างของกลุ่มส่งผลให้การกำกับดูแลไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และพบว่าภาคประชาสังคมมีปริมาณงานที่ภาคประชาสังคมต้องรับผิดชอบมีจำนวนมาก แต่ยังคงขาดแคลนทรัพยากรในการสนับสนุนการทำงานด้านการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล ทั้งทรัพยากรมนุษย์ และงบประมาณในการดำเนินการ ซึ่งบางครั้งภาคประชาสังคมต้องหาเงินเพื่อความอยู่รอดขององค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของเชิญพร คงมา (Khongma, 2008) พบว่า ปัญหาของภาคประชาสังคมในการกำกับดูแลเนื้อหา คือ การสื่อสารภายในกลุ่ม ซึ่งในภาพรวมแต่ละองค์กรมีวัตถุประสงค์และนโยบายการทำงานที่แตกต่างกันและคล้ายคลึงกัน รวมทั้งเงินทุน เนื่องจากองค์กรต้องพึ่งพางบประมาณจากแหล่งทุนต่างๆ ที่สนับสนุน รวมทั้งเงินบริจาคและช่วยเหลือจากประชาชนยังคงน้อย ในขณะที่ปัญหาความไม่เพียงพอของบุคลากรหรือขาดแคลนบุคลากรที่ทำหน้าที่ ซึ่งที่ผ่านมาปัญหานี้เกิดจากงานขององค์กรภาคประชาสังคมมีคำตอบแทนน้อยแต่มีปริมาณงานที่มาก

จากการศึกษาพบว่ากลุ่ม UGC ที่เป็น Content Creator ให้ความสำคัญกับมารยาทบนอินเทอร์เน็ต (netiquette) และมาตรการ ระเบียบและแนวปฏิบัติของแพลตฟอร์มสื่อสังคมมากกว่าการปฏิบัติตามกฎหมาย และให้ความสำคัญเรื่องความนิยมเนื้อหาของผู้ชม และรายได้มากกว่าความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับคำตอบแทนจากบริษัทตัวแทนสินค้าหรือบริการ รวมทั้งจากแพลตฟอร์มสื่อสังคม ซึ่งเกณฑ์การได้รับคำตอบแทนเหล่านี้ ขึ้นอยู่กับความนิยมเนื้อหาของผู้ชม ทำให้เกิดผู้ติดตาม (followers) และการมีส่วนร่วมของผู้เข้าชม (engagement)

3. แนวทางการกำกับดูแลเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้งานสื่อสังคมในบริบทของสังคมไทย

ภาครัฐควรคำนึงถึงภาพรวมหรือความสมดุลการกำกับดูแลเนื้อหาโดยพิจารณาความสมดุลระหว่างสื่อ สังคมและวัฒนธรรมของประเทศ รูปแบบการเมืองการปกครอง และควรปรับปรุงกฎหมายที่บังคับใช้ในการกำกับดูแลเนื้อหาให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี กระบวนการดำเนินการควรมีความคล่องตัวและรวดเร็วขึ้น มากกว่าการนำกฎหมายอื่นที่ใกล้เคียงมาใช้กำกับดูแลบนสื่อออนไลน์ และการปรับปรุงความไม่ชัดเจนของ พ.ร.บ. ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ โดยอ้างอิงเนื้อหาที่ขัดต่อศีลธรรมอันดีของประชาชน ซึ่งควรระบุความชัดเจนเกี่ยวกับประเภทและนิยามของเนื้อหาที่กำกับดูแล และภาครัฐควรคำนึงถึงรูปแบบการเปลี่ยนแปลงเรื่องเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีการเปลี่ยนแปลง และส่งผลให้ภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป สอดคล้องกับผลการวิจัยของยุทธพร อิศราย (Itsarachai, 2022) พบว่าทิศทางการกำกับดูแลเนื้อหาอินเทอร์เน็ตของรัฐจึงให้ความสำคัญการรักษาความมั่นคงของรัฐบาล หรือคณะรัฐประหาร การควบคุมสถานการณ์ในภาวะฉุกเฉิน และประเด็นหมิ่นพระบรมเดชานุภาพ การกำกับดูแลตามแนวทางที่ผ่านมาอาจไม่ช่วยให้รัฐประสบความสำเร็จในการกำกับดูแล จึงควรมีการปรับเปลี่ยนวิธีคิด รูปแบบ และวิธีการในการกำกับดูแลอินเทอร์เน็ตของรัฐให้สอดคล้องกับสภาพสังคม และการเมืองที่เปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งภาครัฐควรมีบทบาทเป็นตัวกลางความร่วมมือกับสถาบันครอบครัว ชุมชน สถานศึกษา นักจิตวิทยา ดารา นักแสดง เพื่อให้ความรู้และปลูกฝังการรู้เท่าทันสื่อ และให้คำแนะนำต่างๆ กับเด็กและเยาวชน สอดคล้องกับแนวทางจากงานวิจัยของชญสุรา อรนพ ณ อยุธยา (Oranop na Ayutthaya, 2013) ว่าประเทศไทยควรพัฒนาและปรับปรุงการกำกับดูแลในภาวะสื่อหลอมรวมด้วยการจัดให้มีนโยบายการสื่อสารในระดับชาติเพื่อคุ้มครองและพัฒนาเด็กและเยาวชนจากเนื้อหารายการที่อาจเป็นภัยได้แก่ เพศ ความรุนแรง ภาษาหยาบคาย และการเลือกปฏิบัติ

ภาคอุตสาหกรรมควรใช้กฎหมายของภาครัฐร่วมกับแนวปฏิบัติ ซึ่งเป็นแนวทางที่จะทำให้การกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้แพลตฟอร์มสื่อสังคมควรมีสำนักงานประจำประเทศไทยเพื่อสร้างมาตรการหรือวิธีในการกำกับดูแลเนื้อหาในบริบทของกฎหมาย สังคมและวัฒนธรรมของไทย และเพื่อปรับปรุง พัฒนาระบบเฝ้าระวังในการตรวจสอบเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมที่ปรากฏบนสื่อสังคม เนื่องจากระบบตรวจสอบเฝ้าระวังของแพลตฟอร์มสื่อสังคมไม่สามารถเข้าใจความหมายในบริบทสังคมไทยได้ดี

โดยเฉพาะเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมเกี่ยวกับเพศ ภาษา และความรุนแรงในบริบท ตามที่ McNamee (2013) ระบุว่า ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตและแพลตฟอร์มสื่อสังคมจะต้องรับผิดชอบเนื้อหาที่อยู่บนแพลตฟอร์มทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ ปัจจัยที่แตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ ซึ่งมีผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตในสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกาต้องรับผิดชอบเกี่ยวข้องกับผู้ใช้ที่ผลิตเนื้อหาที่เป็นปัญหา และได้ทราบถึงการกระทำที่ผิดกฎหมายเกี่ยวกับเนื้อหา

ภาคประชาสังคมควรร่วมมือกับภาครัฐ โดยเฉพาะควรส่งเสริมในเรื่องของงบประมาณ และการทำความร่วมมืออย่างเป็นทางการกับภาคประชาสังคมให้มีกรอบที่ชัดเจน ควรมีกฎหมายเพื่อปกป้องคุ้มครอง และสนับสนุนการดำเนินงานเกี่ยวกับการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนสื่อสังคมของภาคประชาสังคม และเพื่อสนับสนุนการเฝ้าระวังเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม และการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล (digital literacy) ในขณะเดียวกันภาคประชาสังคมเห็นว่าควรได้รับความร่วมมือ และสนับสนุนจากภาคอุตสาหกรรม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของประชาชนมากขึ้น และภาคประชาสังคมแต่ละหน่วยงานควรมีการทำงานร่วมกันในการกำกับดูแลเนื้อหาสื่อสังคม เพื่อให้เกิดความเป็นระบบ อีกทั้งเสนอให้มีการจัดตั้งสภาผู้บริโภค หรือผู้ปกครอง ในการสนับสนุนและร่วมมือการดำเนินการด้านการกำกับดูแลเนื้อหาให้มีประสิทธิภาพ

ผู้ใช้ UGC และกลุ่ม content creator ในประเภทของสื่อสังคม ที่ต้องยึดหลักจริยธรรมของการสื่อสารของบุคคลแม้ว่าจะเป็นการสื่อสารทางออนไลน์ ในขณะเดียวกันควรส่งเสริมมนุษยธรรมดิจิทัล (digital empathy) เพื่อเป็นการปลูกฝังและสร้างความรับผิดชอบของผู้ใช้สื่อสังคมหรือผู้ผลิตเนื้อหา ของกลุ่ม content creator เป็นการปลูกฝัง หรือสร้างความรับผิดชอบของผู้ใช้สื่อสังคม หรือผู้ผลิตเนื้อหา ตามที่ Friesem (2016) กล่าวว่า digital empathy เป็นความสามารถด้านความรู้ความเข้าใจและอารมณ์ในการไตร่ตรองและรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีกลยุทธ์ขณะใช้สื่อดิจิทัล

ข้อเสนอแนะ

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ควรตระหนักปริมาณเนื้อหา และคำนึงถึงความสำคัญในการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนสื่อสังคมในประเด็นเรื่องเพศ ภาษาและความรุนแรงมากขึ้น และพิจารณาปรับใช้ในการกำหนดนโยบายและปรับปรุง พรบ. ว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ และกฎหมายอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการกำกับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมให้เหมาะสมกับบริบทสังคมไทย รวมทั้งแนวทางการร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและภาคส่วนอื่นๆในการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนแพลตฟอร์มสื่อสังคม

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ควรตระหนักถึงผลกระทบของเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมของวิดีโอประเภทเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้นับสื่อสังคม และพิจารณาปรับใช้และหาแนวทางในการเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมของวิดีโอประเภทเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้นับสื่อสังคมในประเด็นเรื่องเพศ ภาษาและความรุนแรง รวมทั้งแนวทางการร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและภาคส่วนอื่นๆในการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนแพลตฟอร์มสื่อสังคม

องค์กรภาคประชาสังคม ควรตระหนักปริมาณเนื้อหา และคำนึงถึงความสำคัญในการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนสื่อสังคมในประเด็นเรื่องเพศ ภาษาและความรุนแรงมากขึ้น และควรปรับแนวทางการส่งเสริมและสนับสนุนในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อและดิจิทัลให้แก่เด็กและเยาวชน และประชาชนทั่วไป รวมทั้งแนวทางการร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและภาคส่วนอื่นๆในการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนแพลตฟอร์มสื่อสังคม

ภาคอุตสาหกรรมควรใช้กฎหมายของภาครัฐร่วมกับแนวปฏิบัติของแพลตฟอร์มสื่อสังคม เพื่อให้การกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมมีประสิทธิภาพมากขึ้น และควรมีสำนักงานแพลตฟอร์มสื่อสังคมประจำประเทศไทยเพื่อสร้างมาตรการหรือวิธีในการกำกับดูแลเนื้อหาในบริบทของกฎหมาย สังคมและวัฒนธรรมของไทย และเพื่อปรับปรุง พัฒนาระบบเฝ้าในการตรวจสอบเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมที่ปรากฏบนสื่อสังคม

บริษัทแพลตฟอร์มสื่อสังคมควรตระหนักปริมาณเนื้อหา และคำนึงถึงความสำคัญในการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนสื่อสังคมในประเด็นเรื่องเพศ ภาษาและความรุนแรงที่เพิ่มมากขึ้น และปรับใช้ในการกำหนด และปรับเปลี่ยนแนวปฏิบัติของแพลตฟอร์มสื่อ

สังคมหรือนโยบายการใช้งานของแพลตฟอร์มให้เหมาะกับบริบทสังคมไทย รวมทั้งแนวทางการร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและภาคส่วนอื่นในการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนสื่อสังคม

กลุ่ม UGC หรือกลุ่ม content creator หรือ Influencer ควรตระหนักปริมาณเนื้อหา ผลกระทบในการผลิตและเผยแพร่เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมประเด็นเรื่องเพศ ภาษาและความรุนแรงบนแพลตฟอร์มสื่อสังคมที่มีต่อเด็กและเยาวชน และปรับใช้ในการออกแบบผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพ และปฏิบัติตามแนวปฏิบัติของแพลตฟอร์มสื่อสังคมให้เหมาะกับบริบทสังคมไทย รวมทั้งให้ความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและภาคส่วนอื่นในการกำกับดูแลเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมบนสื่อสังคม

ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเนื้อหาประเด็นอื่นๆ เช่น เนื้อหาที่เป็นอันตราย เนื้อหาหรือโฆษณาเกี่ยวข้องกับการหลอกลวงหรือข่าวดราม่า เป็นต้น เพื่อทราบถึงประเภทเนื้อหาต่างๆ ที่ปรากฏบนสื่อสังคมที่ควรกำกับดูแลเนื้อหาเหล่านั้น และควรศึกษาจากแพลตฟอร์มสื่อสังคมอื่นๆ เพื่อการค้นพบเนื้อหาที่หลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้ควรศึกษาข้อมูลจากภาคอุตสาหกรรมหรือตัวแทนจากบริษัทแพลตฟอร์มสื่อสังคม และตัวแทนจากกลุ่ม UGC หรือกลุ่ม content creator หรือ Influencer เพื่อทราบมุมมองในกลุ่มตัวแทนเพื่อนำมาวิเคราะห์ในการศึกษาครั้งต่อไป

บรรณานุกรม

- Chang, J. H., & Bushman, B. J. (2019). Effect of Exposure to Gun Violence in Video Games on Children's Dangerous Behavior with Real Guns: A Randomized Clinical Trial. *JAMA network open*, 2(5), e194319.
<https://doi.org/10.1001/jamanetworkopen.2019.4319>
- DataReportal. (2025). *Digital 2025: Thailand*. Retrieved April 10, 2024, from <https://datareportal.com/reports/digital-2025-thailand>
- Fägersten, K. B. (2017). The Role of Swearing in Creating an Online Persona: The Case of YouTuber PewDiePie. *Discourse, Context & Media*, 18, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.04.002>
- Friesem, Y. (2016). *Digital Empathy*. Retrieved October 23, 2023, from <http://www.digitalempathy.net/>
- Itsarachai, Y. (2022). *The Internet Content Regulation by the Government of Thailand: Deep State and the Internet in Thailand*. Retrieved May 2, 2024, from <https://www.kpi-lib.com/elib/cgi-bin/opacexe.exe?op=mmvw&db=Main&sid=&skin=s&usid=&mmid=11547&bid=29116&lang=1>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. Retrieved January 27, 2019, from <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Khongma, C. (2008). *The Role of Civil Society in Regulating Internet Content* (Master's thesis). Chulalongkorn University. Bangkok.
- Kulab, P. (2023). *State Regulation of Media Content for the Protection of Human Rights and Consumer Rights: A Case Study of Foreign Countries and the NBTC*. Retrieved April 25, 2024, from <https://www.tcc.or.th/wp-content/uploads/2023/09การกำกับดูแลเนื้อหาสื่อโดยรัฐ-เพื่อคุ้มครอง.pdf>
- Limpasthitikul, B. (2006). *Problems and Obstacles of Internet Content Regulating by State Agencies* (Master's thesis). Chulalongkorn University. Bangkok.
- McNamee, J. (2013). Self-Regulation of Content by the Online Industry. In Hulin, A., & Stone, M. (Eds.), *The Online Media Self-Regulation Guidebook* (pp. 44-59). Retrieved September 3, 2023, from <https://www.osce.org/files/f/documents/d/b/99560.pdf>

- Nightingale, V. (2011). *The Handbook of Media Audiences*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Oranop na Ayutthaya, C. (2013). *Harmful Content Regulation in Thailand's TV Programs to Protect Minors under Media Convergence* (Doctoral Dissertation). Chulalongkorn University. Bangkok.
- Phoraksa, T. (2022). The Influence of Media on Children and Youth's Aggressive Behaviour. *Journal of Wisdom the Political Science and Multi-Disciplinary Sciences*, 5(2), 97-116.
- Piwapong, Y. (2011). *The Influence of Pornography on Male Juvenile Sexual Abuse: A Case Study of Juvenile Vocational Training Center for Boys in the Bangkok Metropolitan and Vicinity Area*. *Academic Services Journal, Prince of Songkla University*, 22(3), 13-29.
- Ramasoota, P. (2014). *Internet Content Supervision*. Bangkok: Chulalongkorn University Publishing House.
- Ramasoota, P., & Kananidhinan, N. (2004). *Internet Content Supervision* (Research Report). Bangkok: Chulalongkorn University.
- Rianmanee, J. (2005). *Opinion of Thai Internet Users about Problematic Content and Content Filtering on Internet*. (Master's thesis). Chulalongkorn University. Bangkok.
- Thailand Development Research Institute Foundation. (2016). *Comprehensive Research Report on Media Reform Studies Volume 5: New media Content Regulation*. Bangkok: Office of the National Broadcasting and Telecommunications Commission.
- Thongmeeakhom, P. (2018). Concepts of Policy and Governance in Communication. In *Compilation of Communication Policy and Governance Course Materials (Unit 1)*. Sukhothai Thammathirat Open University.
- United Nations. (2024). *Universal Declaration of Human Rights*. Retrieved October 12, 2024, from <https://www.un.org/en/about-us/universal-declaration-of-human-rights>
- We Are Social, & Meltwater. (2025). *Digital 2025: Thailand*. Retrieved April 10, 2024, from <https://www.insightera.co.th/digital-2025-thailand/>
- Wongrujira, M. (2016). *Comprehensive Research Report on the Establishment of a Parental Advisory Center to Prevent Youth from Consuming Inappropriate Content through New Media*. Bangkok: Research and Development Fund for Broadcasting, Television, and Telecommunications for Public Benefit.