


ปาปราชชีกัปปะระเต็นจริยธรรมในการนำเสนอภาพแอบถ่าย
ของบุคคลมีชื่อเสียงในสื่อสิ่งพิมพ์

นางสาวกมลชนก รุจิวัฒนพงศ์

สถาบันวิทยบริการ
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
สาขาวิชาวารสารสนเทศ ภาควิชาวารสารสนเทศ
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2550
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

PAPARAZZI AND ETHICAL ISSUES CONCERNING THE PRESENTATION OF HIDDEN
CAMERA PHOTOS OF CELEBRITIES



Ms.Kamolchanok Rujiwattanapong

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Journalism and Information

Department of Journalism

Faculty of Communication Arts

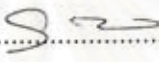
Chulalongkorn University

Academic Year 2007

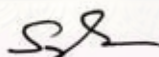
Copyright of Chulalongkorn University


เรื่อง วิทยานิพนธ์ ปาปาราชซึ่งกับประเด็นจริยธรรมในการนำเสนอภาพแอนดรอย์ของบุคคลมี
ชื่อเสียงในสื่อสิ่งพิมพ์
โดย นางสาวกมลชนก รุจิวัฒน์พงศ์
สาขาวิชา วารสารสนเทศ
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. พิระ จิรโสภณ


คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทมหาบัณฑิต


..... คณบดีคณะนิติศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร. ยุธ เบญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ รจิตลักษณ์ แสงสุว)


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร. พิระ จิรโสภณ)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิรงรอง รามสูต)

กมลชนก รุจิวัฒน์พงศ์: ปาปารazzi กับประเด็นจริยธรรมในการนำเสนอภาพแอบถ่ายของบุคคลมีชื่อเสียง
ในสื่อสิ่งพิมพ์ (PAPARAZZI AND ETHICAL ISSUE CONCERNING THE PRESENTATION OF
HIDDEN CAMERA PHOTOS OF CELEBRITIES) อ.ที่ปรึกษา: รศ.ดร.พีระ จิระโสภณ, 227หน้า.

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบ เนื้อหาภาพข่าวแอบ จากสื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสาร 9 ชื่อ
ฉบับ ได้แก่ คมชัดลึก ไทยรัฐ ตาราเดลี สยามตารา สยามบันเทิง มายาชาแนล สตาร์นิวส์ ชูบชิบ และกอสซิปสตาร์
ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2548 ถึง 1 พฤศจิกายน 2549 โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) รวมทั้งการสัมภาษณ์
เชิงลึก (In-depth Interview) จากกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องในประเด็นจริยธรรม ผลการศึกษาพบว่า

1. ข่าวภาพแอบถ่ายที่พบทั้งหมดมี 1,536 ชิ้นข่าว โดยพบในกลุ่มนิตยสารบันเทิงมากที่สุด เฉลี่ยนำเสนอ
5.93 ชิ้นข่าวต่อฉบับ โดยนิตยสารกอสซิปสตาร์ นำเสนอมากที่สุดเฉลี่ย 11.38 ชิ้นข่าวต่อฉบับ

2. ภาพแอบถ่ายมักนำเสนอในลักษณะภาพชุด นำเสนอในหน้าบันเทิง เน้นถ่ายภาพดารานักแสดงที่มี
สถานภาพโสด ขณะทำกิจกรรมทั่วไปในอิริยาบถส่วนตัวและในสถานที่สาธารณะ บุคคลในภาพมักไม่รู้ตัวว่าถูกถ่าย
เพราะช่างภาพใช้วิธีการเฝ้าติดตามถ่าย โดยมากถ่ายในมุมปกปิดและมีจุดสนใจที่ตัวบุคคล เนื้อหาข่าวประกอบภาพ
แอบถ่าย มักเป็นเรื่องเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวและใช้ภาษาสื่อเสียดเกินจริง องค์ประกอบคุณค่าข่าวภาพแอบถ่ายเน้นเรื่อง
ความเด่นความมีชื่อเสียง เรื่องทางเพศ และความขัดแย้ง

3. กลุ่มช่างภาพและบรรณาธิการมีทัศนะว่าสิทธิส่วนบุคคลของบุคคลสาธารณะจะลดน้อยลงไปเมื่อพวกเขา
ปรากฏตัวในที่สาธารณะ สื่อจึงมีสิทธิรับรู้ และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของบุคคลสาธารณะนั้นได้ ไม่ว่าเรื่องนั้นจะเป็น
ประโยชน์ต่อสาธารณะหรือไม่ ขณะที่กลุ่มนักวิชาการและนักกฎหมายเห็นว่า การแอบถ่ายทำได้ เมื่อบุคคลมีชื่อเสียง
นั้นปรากฏตัวในที่สาธารณะ แต่จะต้องให้ประโยชน์แก่ส่วนรวมด้วย และเห็นว่าหลักกฎหมายที่ใช้อยู่ในปัจจุบันไม่มี
ประสิทธิภาพเพียงพอ มีความล้าหลังไม่ทันกับเทคโนโลยี มีความไม่ชัดเจนเรื่องนิยามคำว่า "ที่สาธารณะ" "บุคคล
สาธารณะ" มีบทลงโทษที่ไม่รุนแรง และเห็นว่า องค์การวิชาชีพ โดยเฉพาะสมาคมต่างๆของกลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพ
ยังไม่มียุทธศาสตร์ในการควบคุมกันเอง เพราะเน้นบริหารงานสวัสดิการของบุคลากรสมาชิกมากกว่าการควบคุมมาตรฐาน
และคุณภาพของวิชาชีพ

4. ในกระบวนการทำงาน การตัดสินใจเชิงจริยธรรมของภาพแอบ ถ่าย มี 2 ระดับ ระดับที่ 1 เป็นการตัดสินใจ
ส่วนบุคคลของช่างภาพ ซึ่งมักได้รับอิทธิพลจาก นโยบายองค์กร รวมทั้งสถานการณ์ปฏิบัติงาน เช่น สถานที่ พฤติกรรม
และกิจกรรมของบุคคลสาธารณะ ตลอดจนจรรยาบรรณของมุกกล้อง ส่วนระดับที่ 2 เป็นการตัดสินใจของกองบรรณาธิการ
ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการพิจารณา คุณภาพของภาพถ่าย แนวทางการนำเสนอภาพและประเด็นข่าว หลักกฎหมาย
คุณค่าข่าว นโยบายองค์กร เป็นต้น

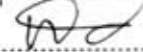
5. โดยทั่วไป ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องเห็นว่า กระบวนการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่ายค่อนข้างมีจริยธรรมวิชาชีพต่ำ
เพราะถูกควบคุมด้วยนโยบายที่เน้นผลประโยชน์ทางธุรกิจมากกว่า ทางแก้คือการปรับเปลี่ยนนโยบายองค์กรให้
คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมให้มากขึ้น ในกลุ่มองค์กรสื่อควรเพิ่มความตระหนักในการกำกับดูแลและกำหนด
จริยธรรมร่วมกันในการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่าย ส่วนบุคคลมีชื่อเสียงควรเข้าใจบทบาทสถานภาพของตนและวางตัว
ให้เหมาะสมกับค่านิยมสังคมไทย สำหรับผู้อ่านก็ควรมีส่วนร่วมในการส่งข้อคิดเห็นเชิงจริยธรรมของภาพแอบถ่าย
กลับมาอย่างต่อเนื่อง

ภาควิชา วารสารสนเทศ

สาขาวิชา วารสารสนเทศ

ปีการศึกษา 2550

ลายมือชื่อนิสิต กมลชนก รุจิวัฒน์พงศ์

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 

478 50518 28: JOURNALISM AND INFORMATION

KEY WORD: PAPARAZZI, CELEBRITY, HIDDEN CAMERA PHOTO, ETHICAL ISSUE, NEWSPAPERS

KAMOLCHANOK RUJIWATTANAPONG: PAPARAZZI AND ETHICAL ISSUE CONCERNING THE PRESENTATION OF HIDDEN CAMERA PHOTOS OF CELEBRITIES. THESIS ADVISOR: ASSOC. PROF. PIRA CHIRASOPONE, Ph.D., 227 pp.

The objectives of this study were to investigate format and content of hidden camera photos presented in Thai newspapers and magazines. Komchadluek, Thairath, Daradaily, Siamdara, Siambunteung, Maya Channel, Star News, Zubzip and Gossip Star published between October 1st, 2005 to November 1st, 2006 were target for content analysis. In-depth interviews were used to gather opinion towards hidden camera photos and paparazzi behavior from involved persons. Finding of study were as follows:

1. They were 1,536 hidden camera photos found, most of them appeared in entertainment magazines, with average frequency of 5.93 photos per issue. Gossip Star magazine most frequently published them with average 11.38 photos per issue.

2. Hidden camera photos were mostly presented in series format in the entertainment page. The photos focused on celebrities's general activities in private manner in public places. Most of celebrities did not know they were being took a photo by those attempted paparazzi. Normally, paparazzi used normal angle lense and focused on person as subject. The news value of the photos always focused on the celebrities, sexual and conflict issues.

3. While famous persons or celebrities were acceptable as public figures, photographers and editors believed that their privacy rights of public figures would be decreased when they appeared in public places. Therefore, the media had rights to know and to report them whether or not it was public benefit. However, scholars and lawyers argued that it was possible to take hidden camera photos when those celebrities were in public places, but these would be allowed only when public benefit concerned. Scholars worried that current laws concerning this issue were ineffective and unfit to advanced technology. There were also vague in definition of public place and public person. The media associations themselves played ineffective roles of self-control in this controversial issues, they more concentrated on their member welfare.

4. There were two steps of ethical decisions of Paparazzi's work. Firstly, the decision made by photographers who influenced by their organization's policies and the news event situation such as places of news event and activities of those public figures and the opportunity of camera angle. Secondly, the decision made by editors who influenced by the criteria of photo quality judgment, style of presentation, news issues, lawsuit, news values and organization's policies.

5. Most of concerned persons on news judgement generally agreed that paparazzi news have a poor ethical standard, because of ineffective professional organization policy. Therefore, to improve this, the media should focus their news policies to more concern on social responsibility. While celebrities themselves should improve their roles according to Thai norms and values. Readers should also actively make feedback about ethical problems to the media.

Department:	Journalism	Student's signature: <i>K. Rujiwattapanong</i>
Field of study:	Journalism and Information	Advisor's signature: <i>[Signature]</i>
Academic year:	2007	

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง”ปาปาราชาซึ่งกับประเด็นจริยธรรมในการนำเสนอภาพแอบถ่ายของบุคคล มีชื่อเสียงในสื่อสิ่งพิมพ์” สำเร็จได้ด้วยความสามารถอย่างมากจาก รองศาสตราจารย์.ดร.พีระ จิรโสภณ ที่ให้เกียรติเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ให้ความรู้ คำแนะนำ และตรวจสอบแก้ไขเนื้อหาโดยละเอียด ตลอดจนการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ รจิตักษณ์ แสงอุไร ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ พิรงรอง รามสูต กรรมการวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จึงมีความครบถ้วนและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ อาจารย์กำจร หลุยยะพงศ์ ที่เมตตาคอยให้กำลังใจ และคำปรึกษาแก่ผู้เขียนเสมอมา

ขอขอบพระคุณ คุณตาต้อย ศาสตราจารย์หนึ่ง ฤาไชย ที่เมตตาให้คำปรึกษาและสละเวลาให้สัมภาษณ์แก่หลาน

ขอขอบคุณ พี่มนต์ วัฒนเดช พูนศิริวงศ์ ที่กรุณาเป็นธุระและให้ความช่วยเหลืออย่างมาก ทำให้อุปสรรคในการสัมภาษณ์หมดไป

ขอขอบคุณ บรรณารักษ์และกองบรรณารักษ์หนังสือพิมพ์สยามบันเทิง มายาชาแนล และสยามดาราที่คอยให้ข้อมูล และให้ความช่วยเหลืออย่างดียิ่ง

ขอขอบคุณ พี่ๆเจ้าหน้าที่ภาควิชาวารสารสนเทศที่คอยถามไถ่ และอำนวยความสะดวกในการทำวิทยานิพนธ์

ขอขอบใจเพื่อนๆบัณฑิตจรเดชา เพื่อนๆน้องๆ SEAS และเพื่อนๆคณะนิเทศศาสตร์ทุกคน ที่ให้คำปรึกษา ให้กำลังใจ และให้อะไรที่ดีๆมากมายต่อการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้

ขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ ศิริวิวัฒนา บัญชรเทวกุล ที่คอยให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือหลานเป็นอย่างดีในทุกด้าน และญาติๆ ที่คอยถามไถ่และให้กำลังใจตลอดมา

ขอกราบขอบคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ผู้เป็นกำลังใจ เมื่อยามท้อแท้ และให้โอกาสในทุกก้าวของชีวิต ขอขอบคุณน้องสาวและน้องชายที่คอยห่วงใย ให้คำปรึกษา และให้กำลังใจแก่พี่สาวคนนี้ ตลอดเวลา

และสุดท้ายขอพระขอบคุณทุกๆความช่วยเหลือ ที่ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วง

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามนำวิจัย.....	10
ข้อสันนิษฐาน.....	10
ขอบเขตการวิจัย.....	11
ประโยชน์ของการวิจัย.....	11
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง.....	11
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับปาปาราซซี่.....	14
2.1.1 ความเป็นมาของปาปาราซซี่.....	14
2.1.2 ความหมายของช่างภาพวารสารศาสตร์.....	16
2.1.3 คุณสมบัติและคุณลักษณะของช่างภาพวารสารศาสตร์.....	17
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการถ่ายภาพด้านวารสารศาสตร์.....	20
2.2.1 ความหมายของภาพถ่ายด้านวารสารศาสตร์.....	21
2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับภาพแอบและถ่ายภาพที่แฝง.....	23
2.2.3 แนวคิดเกี่ยวกับภาพข่าว.....	25
2.2.4 แนวคิดการสื่อสารด้วยภาพถ่าย.....	30
2.2.5 ทฤษฎีการเรียงความด้วยภาพ (Photo Essay) หรือการเล่าเรื่องด้วยภาพ (Photo Story).....	33
2.3 แนวคิดข่าว บทบาท เสรีภาพและความรับผิดชอบในการเสนอข่าวของสื่อสิ่งพิมพ์.....	36
2.3.1 ข่าวในฐานะสินค้า.....	36
2.3.2 ทฤษฎีนายประตู่ข่าวสาร.....	38
2.3.3 บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน.....	41
2.3.4 บทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์.....	42

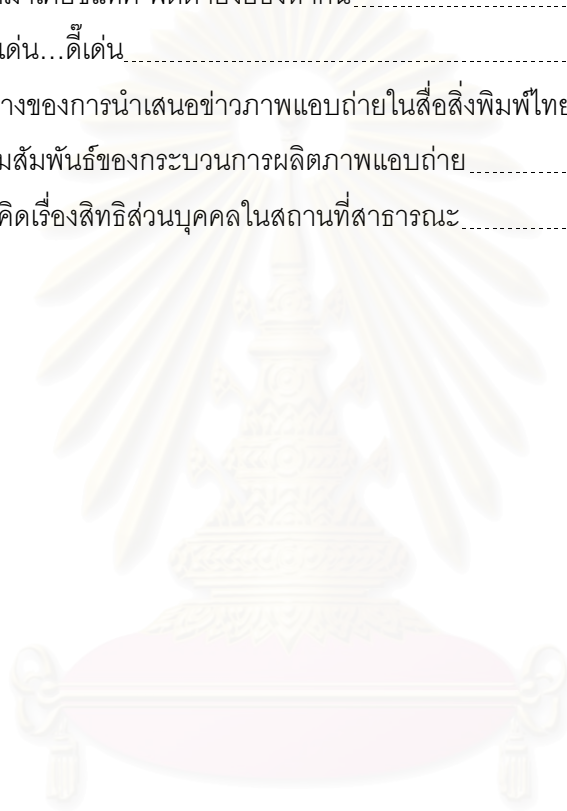
บทที่	หน้า	
2.3.5	เสรีภาพของสื่อสิ่งพิมพ์ในการทำหน้าที่สื่อมวลชน.....	44
2.3.6	ความรับผิดชอบต่อสังคม.....	45
2.4	แนวคิดการกำกับดูแล และจริยธรรมในการรายงานข่าวของสื่อสิ่งพิมพ์.....	47
2.4.1	การกำกับดูแลการนำเสนอข่าวของสื่อสิ่งพิมพ์.....	47
2.4.2	แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมของสื่อมวลชน.....	49
2.4.3	จริยธรรมของหนังสือพิมพ์.....	52
2.5	กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรายงานข่าวในสื่อสิ่งพิมพ์.....	55
2.5.1	สิทธิในการรับรู้ของประชาชน (Right To Know).....	55
2.5.2	ความเป็นส่วนตัว.....	55
2.5.3	สิทธิส่วนบุคคล (สิทธิส่วนตัว).....	56
2.5.4	บุคคลสาธารณะ.....	58
2.5.5	การคุ้มครองสิทธิส่วนตัวของกฎหมายไทย.....	61
2.6	แนวคิดจิตวิทยาสื่อสารมวลชน.....	64
2.6.1	แนวคิดเรื่องจิตสำนึก.....	64
2.6.2	แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมและสิ่งแวดล้อม.....	65
2.7	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	70
3.	ระเบียบวิธีวิจัย.....	73
3.1	การวิเคราะห์เนื้อหา.....	73
3.2	การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview).....	79
3.3	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	83
4.	ผลการศึกษาเนื้อหา.....	84
4.1	ปริมาณความถี่ข่าวภาพแอบถ่ายในสื่อสิ่งพิมพ์แต่ละประเภท.....	84
4.2	รูปแบบและลักษณะของภาพข่าวแอบถ่าย.....	85
4.3	เนื้อหาภาพข่าวแอบถ่าย.....	89
4.4	ลักษณะภาพถ่าย.....	96
4.5	องค์ประกอบคุณค่าข่าวทางวารสารศาสตร์.....	104
4.6	ความหมิ่นเหม่ต่อการละเมิดจริยธรรม และสิทธิส่วนบุคคล.....	106
4.7	จริยธรรมในเนื้อหาประกอบข่าว.....	114
5.	ทัศนะของกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง.....	115
5.1	การทำงานของช่างภาพแอบถ่าย.....	115
5.2	ทัศนะต่อภาพแอบถ่าย.....	120
5.3	บุคคลสาธารณะ ที่สาธารณะและที่ส่วนบุคคล สิทธิในการรับรู้ข้อมูล	

บทที่	หน้า
กับสิทธิส่วนบุคคล.....	121
5.4 ทักษะต่อหลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องและการควบคุมดูแลตนเอง.....	130
5.5 นโยบายองค์กรในการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่าย.....	134
5.6 บุคคลมีชื่อเสียงกับการฟ้องร้องในการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล.....	138
5.7 ผลกระทบจากการนำเสนอภาพแอบถ่าย.....	139
5.8 แนวโน้มการนำเสนอและเติบโตของข่าวภาพแอบถ่าย.....	141
5.9 การนำเสนอข่าวภาพแอบถ่ายกับความตระหนักในจริยธรรม.....	143
6. ความคิดเห็นเชิงจริยธรรมในการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่าย.....	148
6.1 ทักษะและความคิดเห็นเชิงจริยธรรมของกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง.....	148
6.2 หลักพิจารณาการละเมิดจริยธรรมจากข่าวภาพแอบถ่าย.....	184
7. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	190
8. รายการอ้างอิง.....	222
9. ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	227

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 4.1 ความถี่จำนวนข่าวภาพแอบถ่ายที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์.....	84
ตารางที่ 4.2 ความถี่ร้อยละปริมาณจำนวนชิ้นข่าวภาพแอบถ่ายที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์.....	85
ตารางที่ 4.3 ความถี่ตำแหน่งของการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่ายที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์.....	86
ตารางที่ 4.4 ความถี่ร้อยละอาชีพของบุคคลในภาพข่าวแอบถ่าย.....	90
ตารางที่ 4.5 ความถี่ร้อยละสถานภาพของบุคคลในภาพข่าวแอบถ่าย.....	91
ตารางที่ 4.6 ความถี่ประเภทของภาพข่าวแอบถ่ายที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์.....	93
ตารางที่ 4.7 ความถี่พฤติกรรมของบุคคลที่ปรากฏในภาพแอบถ่าย.....	94
ตารางที่ 4.8 ความถี่กิจกรรมของบุคคลที่ปรากฏในภาพแอบถ่าย.....	95
ตารางที่ 4.9 ความถี่บริบทหรือสถานที่ที่ปรากฏในภาพแอบถ่าย.....	96
ตารางที่ 4.10 ความถี่มุมของการถ่ายภาพที่ปรากฏในภาพแอบถ่าย.....	100
ตารางที่ 4.11 ความถี่การเน้นจุดสำคัญของการถ่ายภาพที่ปรากฏในภาพแอบถ่าย.....	101
ตารางที่ 4.12 ความถี่ระยะของการถ่ายภาพที่ปรากฏในภาพแอบถ่าย.....	104
ตารางที่ 4.13 ความถี่องค์ประกอบด้านคุณค่าข่าวภาพแอบถ่ายที่ปรากฏในภาพแอบถ่าย.....	106
ตารางที่ 4.14 ความถี่ข่าวภาพแอบถ่ายที่ละเมิดจริยธรรม.....	107
ตารางที่ 4.15 ความถี่ของการนำเสนอภาพแอบถ่ายที่เข้าข่ายละเมิดจริยธรรมในประเด็นต่างๆ.....	109
ตารางที่ 4.16 ความถี่ของการนำเสนอเนื้อหาข่าวภาพแอบถ่ายที่อาจเข้าข่ายละเมิดจริยธรรม.....	112
ตารางที่ 4.17 ความถี่ของจริยธรรมจากเนื้อหาข่าวภาพแอบถ่าย.....	114
ตารางที่ 6.1 วีรภาพพระเอกคุณภาพสวๆตอมเกรียว.....	153
ตารางที่ 6.2 พอลล่ามีลูกอ่อนเป็นกระbungไม่กลัวกำบังใจ.....	156
ตารางที่ 6.3 บี ปิยวรรณ จูบ พาที สารลีนกลางบันไดเลื่อน.....	159
ตารางที่ 6.4 มินิไซส์มือหนัก แบ่งตบบอลกระจุยออกกระจาย.....	162
ตารางที่ 6.5 ต้องรักได้เสียงแข็งชายเต้า งานรางวัลสุพรรณหงษ์.....	165
ตารางที่ 6.6 รอหวนมาแล้ว ‘ปู้’ลึงเฝือก.....	168
ตารางที่ 6.7 ถ่ายซ้อนใต้กระโปรง ‘กัปตัน’แค้นแทน ‘จู๋ย’.....	171
ตารางที่ 6.8 ‘จ๋า’ เตรียมฟ้อง ‘ถ่ายซ้อนกัน’.....	174
ตารางที่ 6.9 ชมพู่หน้าหงิก...ลืมหักแฟนมาด้วย.....	177
ตารางที่ 6.10 วัวเคยค้ำม้าเคยขี่แทค-พิตตั้ยยังย่องหากัน.....	180
ตารางที่ 6.11 คุณพ่อดีเด่น...ดีเด่น.....	183
ตารางที่ 7.1 โครงสร้างองค์กรสื่อสิ่งพิมพ์.....	209
ตารางที่ 7.2 โครงสร้างองค์กรวิชาชีพสื่อสิ่งพิมพ์.....	214

ภาพประกอบ	หน้า
ภาพที่ 1.1 สื่อนิตยสารบันเทิงต่างประเทศที่นิยมใช้ภาพแอบถ่ายมาเป็นเนื้อหาหลัก.....	3
ภาพที่ 1.2 แสดงภาพข่าวแอบถ่ายจากหนังสือพิมพ์แทบลอยด์ชื่อดังของอังกฤษ “เดอะซัน” ที่ไม่เว้น แม้กระทั่งราชวงศ์.....	5
ภาพที่ 1.3 สื่อสิ่งพิมพ์บันเทิงไทย ที่เริ่มหันมาขายข่าวภาพแอบถ่าย.....	7
ภาพที่ 3.1 หน่วยการศึกษาภาพข่าวแอบถ่าย.....	78
ภาพที่ 4.1 ปกนิตยสารกอสซิปสตาร์ (gossip star) ที่ขายข่าวภาพแอบถ่ายเป็นหลัก.....	87
ภาพที่ 4.2 การใช้ภาพแอบถ่ายของคอลัมน์ “เรื่องจากปก” ในนิตยสารกอสซิปสตาร์ซึ่งมีแนวคิด ในการจับตาและติดตามว่าบุคคลสาธารณะทำอะไรที่ไหน อย่างไร กับใคร.....	84
ภาพที่ 4.3 การใช้ภาพแอบถ่ายของคอลัมน์ “ภาพมันฟ้อง” ในนิตยสารกอสซิปสตาร์ซึ่งมีแนวคิด ในการจับตาและยืนยันว่าบุคคลสาธารณะทำอะไรที่ไหน อย่างไรกับใครและเน้นสถานภาพ บุคคลโสดมากกว่าสมรสแล้ว.....	92
ภาพที่ 4.4 การใช้ภาพแอบถ่ายในคอลัมน์ “Paparazzi” ของนิตยสารสตาร์นิวส์ที่นำเสนอเนื้อหาภาพ เชิงชู้สาว.....	94
ภาพที่ 4.5 การใช้มุมมองลึบมุดซ่อน และการเน้นจุดสนใจของภาพไปที่บ้านท้ายของดารานักแสดง.....	96
ภาพที่ 4.6 การใช้มุมมองลึบมุดกด และการเน้นจุดสนใจของภาพไปที่หน้าอก ร่องอก.....	99
ภาพที่ 4.7 การใช้มุมมองลึบมุดกด และเน้นจุดสนใจไปที่หน้าอกและตัวบุคคล นำเสนอเป็น ภาพชุดกิจกรรมงานโชว์ตัว.....	101
ภาพที่ 4.8 ภาพแอบถ่ายที่ใช้มุมมองลึบมุดซ่อน และการเน้นจุดสนใจของภาพไปที่เป้า.....	102
ภาพที่ 4.9 การถ่ายภาพระยะไกล และใช้คำพาดหัวข่าวเชิงชู้สาว.....	102
ภาพที่ 4.10 ภาพแอบถ่ายที่ไม่มีคุณสมบัติเรื่องความคมชัด.....	103
ภาพที่ 4.11 ภาพแอบถ่ายระยะไกลที่ด้อยคุณสมบัติเรื่องรายละเอียดตัวบุคคล.....	104
ภาพที่ 4.12 การใช้คำบรรยายใต้ภาพแอบถ่ายที่ออกมาในบทสนทนาสมมติเชิงอนาจาร.....	108
ภาพที่ 4.13 การเลือกภาพข่าวนำเสนอในเชิงที่อาจเข้าข่ายละเมิดจริยธรรมในลักษณะต่างๆ.....	110
ภาพที่ 4.14 การนำเสนอเนื้อหาประกอบภาพข่าวที่อาจเข้าข่ายละเมิดจริยธรรม.....	112
ภาพที่ 6 ตัวอย่างภาพแอบถ่ายที่นำมาใช้เป็นกรณีศึกษาถึงเส้นแบ่งเชิงจริยธรรม.....	148
ภาพที่ 6.1 วีรภาพพระเอกคุณภาพสาวๆตอมเกเรียว.....	149
ภาพที่ 6.2 พอลลามีลูกอ่อนเป็นกระบุงไม่กลัวกำป็นใจ.....	155
ภาพที่ 6.3 บี ปิยวรรณ จีบ พาที สารสินกลางบันไดเลื่อน.....	158
ภาพที่ 6.4 มินิไซส์มือหนัก แบ่งตบบอลกระจุยออกกระจาย.....	161
ภาพที่ 6.5 ต้องรักได้เสียงแข็งชายเต้า งานรางวัลสุพรรณหงษ์.....	164

ภาพประกอบ	หน้า
ภาพที่ 6.6 รอหวมมาแล้ว 'ปู่' ลิงเผือก.....	167
ภาพที่ 6.7 ถ่ายซ้อนใต้กระโปรง 'กัปตัน' แค้นแทน 'จ๋วย'.....	170
ภาพที่ 6.8 'จ๋า' เตรียมฟื่อง 'ถ่ายซ้อนกัน'.....	173
ภาพที่ 6.9 ชมพู่หน้าหงิก... ลืมจิกแฟนมาด้วย.....	176
ภาพที่ 6.10 วัวเคยค้ำม้าเคยขี่แทค-พิตตั้ยงย่องหากัน.....	179
ภาพที่ 6.11 คุณพ่อดีเด่น... ดีเด่น.....	182
ภาพที่ 7.1 สรุปแนวทางของการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่ายในสื่อสิ่งพิมพ์ไทย.....	191
ภาพที่ 7.2 แสดงความสัมพันธ์ของกระบวนการผลิตภาพแอบถ่าย.....	200
ภาพที่ 7.3 แสดงแนวคิดเรื่องสิทธิส่วนบุคคลในสถานที่สาธารณะ.....	206



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การปฏิบัติงานด้านสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะงานประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ นอกจากจะใช้ตัวอักษรในการบอกกล่าวแล้วเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นว่าใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ และอย่างไรแล้ว ภาพถ่ายถือได้ว่าเป็นส่วนประกอบที่สำคัญประการหนึ่งในการบอกเล่าเรื่องราวต่างๆแก่ประชาชน เฮอร์ลีย์และแมคโดกัลกล่าวว่ (Lewis, 1991) “การเรียงความหรือการเล่าเรื่องด้วยภาพถ่ายเปรียบเสมือนการเสนอเหตุผลหรือวิเคราะห์ประเด็นที่มีการขัดแย้งกันมากกว่าการบรรยาย ทุกภาพมีความหมายในตัวเองและหยิบยกมาเป็นประเด็นสำคัญได้ทุกภาพ”

ดังนั้นสื่อสิ่งพิมพ์ส่วนใหญ่จะมีการนำเสนอภาพข่าวและภาพประกอบข่าว เนื่องจากบ่อยครั้งการนำเสนอเรื่องราวหลายประเภท การบรรยายเพียงแค่ตัวอักษรอาจจะไม่ละเอียดลออและน่าเชื่อถือพอ แต่เมื่อนำภาพถ่ายมาประกอบ จึงถือได้ว่าเป็นหลักฐานที่ช่วยสนับสนุนในความน่าเชื่อถือของการนำเสนอข่าวนั้น เข้าลักษณะที่ว่า “ได้ยินมากกว่าเห็นมาด้วยตา”

คุณสมบัติที่สำคัญของภาพถ่ายที่ให้หลักฐานอันเป็นรูปธรรมในการรับรู้ รวมทั้งไม่มีขีดจำกัดของความเข้าใจ ประกอบกับเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าและเอื้อประโยชน์ในการถ่ายภาพ ส่งผลให้ภาพถ่ายจึงมิใช่แค่ภาพประกอบเนื้อหาอย่างเช่นแต่ก่อน แต่ภาพถ่ายโดยตัวของมันเองมีคุณค่าเชิงข่าว สามารถบอกเรื่องราวได้ไม่ด้อยไปกว่าตัวอักษร โดยเฉพาะภาพถ่ายประเภทภาพแอบถ่ายในปัจจุบันได้นำเสนอถึงความจริงบางอย่างที่ถูกปกปิดหรือความเป็นไปที่ถูกจับตามอง กลายเป็นสิ่งที่มีราคาแพง เป็นสิ่งสำคัญที่เป็นประจักษ์พยานของการนำเสนอข่าว ภาพข่าวปัจจุบันจึงเป็นไปในรูปแบบที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นธรรมชาติและชีวิตส่วนตัวของบุคคลที่เป็นข่าวมากที่สุด ซึ่งในสังคมตะวันตกภาพถ่ายลักษณะดังกล่าวนี้เป็นสินค้าที่มีการซื้อขายอย่างชัดเจน

ในหนังสือพิมพ์ประเภทเจ้าอารมณ์หรือที่เรียกกันว่าแทบลอยด์ของตะวันตก จะพบการรายงานข่าวที่นำเสนอเรื่องราวด้วยการพาดหัวตัวโต เน้นการลงภาพข่าวที่เป็นภาพถ่ายของดาราและบุคคลมีชื่อเสียงในอิริยาบถส่วนตัวแทบทั้งฉบับ ซึ่งโดยมากเป็นภาพถ่ายที่มักไม่ได้รับการยินยอมจากบุคคลผู้นั้น ก่อนมานำเผยแพร่ อย่างไรก็ตามการนำเสนอภาพดังกล่าวนี้ได้รับความนิยมนจากผู้บริโภคอย่างมาก ในอเมริกาและอังกฤษมีหนังสือพิมพ์ประเภทแทบลอยด์และนิตยสารประเภท

ภาพแอบถ่ายหรือภาพลับมากมาย เช่น The sun, People, Hello, Vanity Fair, OK, Royalty เป็นต้น ซึ่งบุคคลที่ถูกนำเสนอในภาพแอบถ่ายมิได้มีเฉพาะบุคคลสาธารณะ เช่น ดารา นักร้อง ศิลปิน นักการเมือง แต่ยังรวมไปถึงบุคคลระดับพระราชวงศ์ด้วย





ภาพแอบถ่ายเหล่านี้โดยมากได้มาจากกลุ่มบุคคลที่ถูกขนานนามว่า "ปาปาราสซี" (Paparazzi) ลักษณะการทำงานของปาปาราสซี จะคอยติดตามและบางครั้งถึงกับตามล่าบุคคลสาธารณะ ซึ่งกำลังเป็นที่สนใจของประชาชน ไปในทุกที่เพื่อให้ได้ภาพถ่ายในทุกการกระทำของคนดัง

เหล่านั้น ทำให้บางครั้งความเป็นส่วนตัวของบุคคลมีชื่อเสียงทั้งหลายดูเหมือนจะถูกลิดรอนและรบกวนจากบรรดาช่างภาพเหล่านี้

Theodore Peterson (อ้างถึงใน Robert Schmuhl, 1984: 40-41) ได้รวบรวมข้อวิพากษ์เกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อสิ่งพิมพ์ในช่วงศตวรรษที่ 20 ไว้ ในที่นี้จะขอลำดับถึงข้อวิพากษ์ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางจริยธรรม ซึ่งมีดังนี้

1. หนังสือพิมพ์ใช้อำนาจอันมหาศาลที่ตนมี เพื่อผลประโยชน์ของตนเอง เฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการเมืองและเศรษฐกิจ
2. หนังสือพิมพ์ตกอยู่ใต้อิทธิพลของกลุ่มธุรกิจ และบางกรณีก็ยอมให้ผู้โฆษณาควบคุมนโยบายและเนื้อหาหนังสือพิมพ์ของตน
3. หนังสือพิมพ์มักให้ความสนใจกับเรื่องฉาวชวย ตื่นเต้น และน่าหวาดเสียวมากกว่าเรื่องที่สำคัญซึ่งเกิดขึ้นในปัจจุบัน และในความบันเทิงที่น่าเสนอนั้นก็ขาดเนื้อหาอันเป็นสาระ
4. หนังสือพิมพ์ก่อให้เกิดอันตรายต่อศีลธรรมของสาธารณชน
5. หนังสือพิมพ์ล่วงละเมิดความเป็นส่วนตัวของปัจเจกชน โดยปราศจากเหตุผลอันชอบธรรม

จากข้อวิพากษ์ข้างต้น การละเลยและการหย่อนจริยธรรมของสื่อสิ่งพิมพ์นั้น สามารถนำไปสู่การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของบุคคลสาธารณะ เห็นได้จากข่าวตามหน้าสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งในและนอกประเทศ ช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมาจะพบการรายงานข่าวเกี่ยวกับการล่วงละเมิดความเป็นส่วนตัวของคนดังจากการติดตามของช่างภาพปาปาราซซีมากมาย อาทิเช่น ลินด์เซย์ โลฮาน นักร้องสาวชาวอเมริกันถูกรถของช่างภาพ กาโล รามิเรซ วัย 24 ปี ที่ตามถ่ายภาพ ขับรถพุ่งชนรถเธอขณะที่เธอพยายามขับหนี และลินด์เซย์ได้รับบาดเจ็บ วีส์ วิทเทอร์สปูน ดาราสาวชาวอเมริกัน นักแสดงนำจากภาพยนตร์เรื่อง "Legally Blonde" ก็ถูกคุกคามจากช่างภาพในเดือนเม.ย.2005 เมื่อพวกปาปาราซซีติดตามเธอจากโรงยิมในลอสแอนเจลีส และเอารถของพวกเขาปิดล้อมรถยนต์ของเธอไว้เพียงเพื่อจะถ่ายภาพในเวลาส่วนตัวของเธอ

นอกจากนี้เหล่าเชื้อพระวงศ์ก็ถูกติดตามถ่ายภาพเช่นกัน อาทิ เจ้าชายแฮร์รีถูกช่างภาพอิสระขับรถปาดหน้าในระหว่างที่พระองค์เสด็จไปพักผ่อนร่วมกับแฟนสาวของพระองค์ที่ประเทศบอตสวานา และอีกครั้งที่ถูกกล้องของปาปาราซซี ซึ่งตามมาแอบถ่ายภาพของพระองค์ขณะที่พระองค์ที่หน้าไนต์คลับ "แพนเจีย" ในแถบเวสต์เอนด์ของกรุงลอนดอน เป็นต้น (เดลินิวส์, คอลัมน์สังคมโลก, 2548)



ภาพที่ 1.2 ภาพข่าวแอบถ่ายจากหนังสือพิมพ์แทบลอยด์ชื่อดังของอังกฤษ “เดอะซัน” ที่ไม่เว้นแม้กระทั่งราชวงศ์

เหตุการณ์ที่ถือได้ว่าสั่นคลอนบทบาทและการทำหน้าที่ของปาปาราซซีและสื่อสิ่งพิมพ์ ในประเด็นจริยธรรม คงจะหนีไม่พ้นเหตุการณ์การสิ้นพระชนม์ของเจ้าหญิงไดอาน่า ที่ขั้วบรรทัดการไล่ล่าของบรรดาช่างภาพปาปาราซซีที่ต้องการภาพลับของพระองค์กับพระสหาย นายโดลต์ อัล ฟาแยต จนประสบอุบัติเหตุและสิ้นพระชนม์ในที่สุด ซึ่งลักษณะการขั้วบรรทัดไล่ล่าเพื่อให้ได้มาซึ่งภาพเหล่านี้ เหตุการณ์ดังกล่าวมิใช่แค่ปาปาราซซีเท่านั้นที่ถูกตีตราจากสังคมในฐานะฆาตกร บรรดาสื่อสิ่งพิมพ์ที่ต้องการภาพลับของพระองค์ต่างก็ถูกทำงติงและถามหาถึงจริยธรรม และจรรยาบรรณ ตลอดจนเส้นแบ่งที่เหมาะสมของการทำหน้าที่ระหว่างสิทธิเสรีภาพ และบทบาทการนำเสนอข่าว กับผลประโยชน์ทางธุรกิจเช่นกัน

สุภา ศิริमानนท์ (2530 :13) ได้กล่าวถึงความเชื่อมโยงของสื่อสิ่งพิมพ์กับความเป็นธุรกิจไว้ว่า องค์ประกอบของหนังสือพิมพ์ มีส่วนที่เป็นธุรกิจการค้าหากำไรอยู่ในตัวเองด้วย กิจกรรมหนังสือพิมพ์เป็นกิจการที่ผลิต “สินค้า” อย่างหนึ่ง ซึ่ง “สินค้า” นี้ไม่ใช่สินค้าธรรมดา หากแต่เป็นสินค้าที่กระทบถึงความรอบรู้และภูมิปัญญาของผู้อ่านทั้งหลาย เป็นสินค้าซึ่งทำให้ผู้อ่านง็งก็ได้

ฉลาดก็ได้ เลวก็ได้ ดีก็ได้ จึงเป็นความเหมาะสมที่จะต้องใช้จริยธรรมมาเป็นเครื่องกำกับ จริยธรรมดังกล่าวได้แก่ สิทธิเสรีภาพและหน้าที่ความรับผิดชอบของหนังสือพิมพ์

ภาพแอบถ่ายได้กลายเป็นสินค้าสื่อที่ขายง่าย ขายดีมากที่สุดในเวลานี้

เมื่อ 1-2 ปีที่ผ่านมา กระทั่งมาชัดเจนกับ 'กอสซิป สตาร์' นิตยสารในเครือโมโนกรุ๊ป ด้วยรูปแบบข่าวบันเทิงแนวใหม่ตามสไตล์ตะวันตก ภายใต้สโลแกน 'เรื่องลับ เรื่องลึก คนดัง เราเจาะมาเพื่อคุณ' นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับวงการบันเทิง ดารา นักร้อง นักแสดง และบุคคลที่มีชื่อเสียง ในรูปแบบปาปาราซซี่ ด้วยคอลัมน์ต่างๆ อาทิ Hot Gossip, Gossip ซอตเด็ด, ภาพมันฟ้อง, เม้าท์เม้ามั่นส์, กระแทกคลื่นบันเทิง, สีสันดาว, Gossip Hollywood, Gossip Film เป็นต้น วางแผงฉบับแรกเมื่อเดือนตุลาคม 2546

ความนิยมที่เกิดขึ้น ทำให้อีกหลายค่ายทยอยออกหนังสือลักษณะนี้สู่ท้องตลาดอย่างต่อเนื่อง อาทิ Oop Magazine ของค่ายโพลีพลัส พับลิชซิ่ง, ZUPZIP นิตยสารสไตล์ ปาปาราซซี่อีกฉบับหนึ่ง ในสโลแกน 'แฉทุกเรื่อง ไล่ทุกข่าว ฉาวทุกหน้า' รวมถึงการเข้ามาของนิตยสารหัวนอก OK จากบริษัท มีเดีย ทรานส์เอเชีย ไทยแลนด์

ขณะที่เจ้าตลาดรายเดิมอย่างไนต์ พับลิชซิ่ง เจ้าของนิตยสารทีวี่พูล ก็ไม่พลาดที่ตกกระแสม "แฉ" กับเขาด้วยเหมือนกัน โดยได้เพิ่มเนื้อหาในลักษณะนี้เข้าไปในทีวี่พูล และนำมาเป็นส่วนหนึ่งในการทำการตลาด โดยมีการจับภาพแอบถ่ายของคนดังมาตั้งโจทย์ให้ผู้อ่านได้ส่งคำตอบเข้ามาทายชิงรางวัลว่า "ภาพที่เห็นเป็นภาพของคนดังคนใด"

พร้อมกับออกนิตยสารหัวใหม่ที่โฟกัสเรื่องกอสซิปและปาปาราซซี่อย่างชัดเจน คือ สตาร์นิวส์ ที่ยึดคอนเซปต์ Paparazzi & Hot Pics & Candid

(ปฏิบัติการ 'แฉ' แปลง 'เรื่องฉาว' เป็นทุน กรุงเทพธุรกิจ Biz Week ฉบับ 20 มีนาคม 2549)

สังคมไทยช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา มีการกล่าวถึงปาปาราซซี่ในสื่อแทบจะทุกแขนง ไม่ว่าจะในสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต ในบรรดาสื่อที่ได้กล่าวมาทั้งหมด ปรากฏการณ์ของปาปาราซซี่และการนำเสนอภาพแอบถ่ายของบุคคลมีชื่อเสียงที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์ มักถูกวิพากษ์วิจารณ์มากเป็นอันดับแรกๆ เนื่องจากสื่อสิ่งพิมพ์เป็นช่องทางที่มีองค์กรของตนเอง มีพื้นที่ในการนำเสนอที่เด่นชัด ประชาชนเข้าถึงง่าย และตรวจสอบการทำงานได้ จึงเป็นสื่อที่มีความชัดเจนในเรื่องตัวตน และมักจะถูกตั้งคำถามถึงเสรีภาพและความรับผิดชอบต่อสื่อประเภทอื่น



ตัวอย่างปกหน้านิตยสารบันเทิงสตาร์นิกส์



ตัวอย่างปกหน้าหนังสือพิมพ์สยามดาร่า



ตัวอย่างปกหน้านิตยสารบันเทิงซุบซุบ



ตัวอย่างปกหน้านิตยสารบันเทิงกอสซิปสตาร์



ตัวอย่างปกหน้าหนังสือพิมพ์บันเทิงมายาชาแนล

ตัวอย่างปกหน้าหนังสือพิมพ์บันเทิงสยามดารา

ภาพที่ 1.3 สื่อสิ่งพิมพ์บันเทิงไทย ที่เริ่มหันมาขายข่าวภาพแอบถ่าย

จากการสำรวจทัศนคติของผู้อ่าน ผู้ชม และผู้คนในสังคมว่าคิดอย่างไรกับปัญหาเรื่องปาปารazzi ของสื่อไทย สำนักวิจัยเอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ได้เปิดเผยผลสำรวจเรื่อง “ประชาชนคิดอย่างไรเมื่อปาปารazzi แอบถ่ายภาพดาราร” เมื่อ กุมภาพันธ์ 2549 โดยได้ทำการสำรวจกับประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวนทั้งสิ้น 1,184 ตัวอย่างพบว่า ร้อยละ 24.4 ระบุชอบดู ร้อยละ 37.7 ระบุไม่ชอบดู และร้อยละ 37.9 ระบุเฉยๆ อย่างไรก็ตาม เมื่อคณะผู้วิจัยได้สอบถามตัวอย่างถึงความคิดเห็นต่อการแอบถ่ายภาพบุคคลในวงการบันเทิงกับการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล นั้นพบว่า ตัวอย่างเกินกว่า 2 ใน 3 คือร้อยละ 76.3 ระบุเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ในขณะที่ร้อยละ 5.9 ระบุไม่ละเมิด และร้อยละ 17.8 ไม่ระบุความคิดเห็น นอกจากนี้เมื่อสอบถามถึงการห้ามแอบถ่ายภาพบุคคลในวงการบันเทิงพบว่า ร้อยละ 57.2 ระบุควรมีการห้าม ร้อยละ 15.0 ระบุไม่ควร และร้อยละ 27.8 ระบุไม่มีความเห็น

เมื่อสอบถามถึงจรรยาบรรณของนักข่าว และสื่อสารมวลชนในการนำเสนอภาพที่ได้จากการแอบถ่ายภาพบุคคลในวงการบันเทิง พบว่า ตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่ง หรือร้อยละ 58.8 ระบุว่าไม่มีจรรยาบรรณ มีเพียงร้อยละ 9.8 เท่านั้นที่ระบุว่ามีการจรรยาบรรณ และร้อยละ 31.4 ระบุว่าไม่มีความเห็น

นอกจากนี้ ตัวอย่างส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 80.2 ระบุว่าการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับบุคคลในวงการบันเทิงในปัจจุบันเชื่อถือไม่ได้ ในขณะที่ ร้อยละ 19.8 ระบุว่าเชื่อถือได้ตัวอย่างมากกว่าครึ่ง หรือร้อยละ 63.5 รู้สึกเห็นใจบุคคลในวงการบันเทิง กรณีถูกแอบถ่ายภาพหลุดส่วนบุคคล มีเพียงร้อยละ 11.2 ที่ระบุว่าไม่รู้สึกเห็นใจ และร้อยละ 25.3 ระบุว่าไม่มีความเห็น และตัวอย่างมากกว่าครึ่ง หรือร้อยละ 62.6 ระบุว่าสมควรเรียกร้องค่าเสียหาย หากถูกแอบถ่ายภาพหลุดส่วนบุคคลแล้วนำไปเผยแพร่ (เอแบคโพลล์: 2549)

ประเด็นเรื่องภาพขูจาด ลามก อนาจาร ย่อมมิได้หมายถึงเฉพาะหนังสือไปเท่านั้น แต่หากยังหมายความรวมถึงนิตยสารบันเทิงบางชื่ออีกด้วย จาก “22 หนังสือในบัญชีดำของสันติบาล” (ไป” บนกฎหมายธรรม หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน, 26 กันยายน 2550) พบว่ากว่าครึ่งเป็นนิตยสารบันเทิงที่มีภาพข่าวดารา บุคคลในวงการบันเทิงที่เจ้าหน้าที่ตำรวจต้องจับตาเป็นพิเศษ เช่น นิตยสาร Gossip, นิตยสารสตาร์นิวส์ นิตยสารซุบซิบ นิตยสาร TV Gossip และนิตยสาร Oops เป็นต้น

ปาปาราซซีและการนำเสนอภาพแอบถ่ายในสื่อสิ่งพิมพ์ไทยนั้น ถือได้ว่าเป็นรูปแบบการนำเสนอภาพข่าวที่แตกต่าง และแหวกจากกรอบเดิมๆ ของสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งสร้างการเรียนรู้และสอนการรับรู้ถึงบทบาทหน้าที่ของการเป็นสื่อมวลชนให้แก่ประชาชนในลักษณะที่เป็นดาบสองคม ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานอันชอบธรรม อันได้แก่ สิทธิเสรีภาพและความรับผิดชอบของสื่อมวลชน กับสิทธิการรับรู้ และสิทธิส่วนบุคคล

จากประเด็นปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น จึงน่าสนใจที่จะศึกษาว่าปาปาราซซีและการนำเสนอภาพแอบถ่ายของบุคคลมีชื่อเสียงในสื่อสิ่งพิมพ์ของไทยนั้นมีลักษณะเป็นอย่างไร มีแนวโน้มที่จะเอาอย่างปรากฏการณ์สื่อที่มุ่งเร้าความสนใจ เน้นการตลาดอย่างไรในประเทศตะวันตกหรือไม่ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านวารสารศาสตร์มีทัศนคติต่อปาปาราซซี และมีความเห็นอย่างไรต่อเส้นแบ่งการทำหน้าที่และจริยธรรมของสื่อระหว่างสิทธิเสรีภาพในการนำเสนอข่าว กับสิทธิการรับรู้ของประชาชน และสิทธิส่วนบุคคลของบุคคลสาธารณะ ทั้งนี้เพื่อสำรวจแนวโน้มและหาแนวทางในการปรับปรุงวิธีการได้มาซึ่งภาพข่าวและการนำเสนอข่าวดาราและบุคคลมีชื่อเสียงที่เหมาะสมเพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็นของผู้รับสารโดยไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและมีความรับผิดชอบต่อสังคม

คำถามวิจัย

1. สื่อสิ่งพิมพ์ไทยมีการใช้วิธีการปาปาราซซีในการนำเสนอภาพข่าวของบุคคลมีชื่อเสียงมากน้อยเพียงใด และมีรูปแบบเนื้อหาลักษณะใด
2. ฝ่ายนักวิชาชีพสื่อมวลชนทั้งระดับผู้บริหารผู้ปฏิบัติงานด้านข่าวและภาพ รวมทั้งองค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน ตลอดจนนักวิชาการด้านวารสารศาสตร์ นักกฎหมาย รวมถึงฝ่ายบุคคลมีชื่อเสียง มีทัศนคติต่อพฤติกรรมปาปาราซซีและการนำเสนอภาพแอบถ่ายบุคคลมีชื่อเสียงของสื่ออย่างไร
3. เส้นแบ่งในการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่ายของสื่อมวลชน ระหว่างสิทธิการรับรู้ของประชาชนกับสิทธิส่วนบุคคลของบุคคลสาธารณะ กับบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของสื่อต่อสังคม ตามทัศนะของฝ่ายต่างๆเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาถึงแนวทาง และรูปแบบของการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่ายศิลปินและบุคคลมีชื่อเสียงของสื่อสิ่งพิมพ์
2. เพื่อสำรวจทัศนคติของผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งฝ่ายสื่อมวลชน ฝ่ายนักวิชาการ ฝ่ายนักกฎหมาย และฝ่ายบุคคลมีชื่อเสียง ที่มีต่อวิธีการปาปาราซซีและการนำเสนอภาพแอบถ่ายของบุคคลมีชื่อเสียงในสื่อสิ่งพิมพ์
3. เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทและการทำหน้าที่ของสื่อสิ่งพิมพ์ปัจจุบัน ในประเด็นด้านจริยธรรมกับบทบาทหน้าที่ในการนำเสนอข่าวสารที่เกี่ยวกับวิธีการปาปาราซซี

ข้อสันนิษฐาน

1. การใช้วิธีการปาปาราซซีในการนำเสนอภาพแอบถ่ายบุคคลมีชื่อเสียงมักปรากฏในข่าวของนิตยสารประเภทดาราบันเทิง และข่าวซุบซิบมากกว่าในสื่อหนังสือพิมพ์รายวัน
2. เนื้อหาของภาพแอบถ่ายมักแสดงถึงพฤติกรรมเชิงชู้สาว พลอดรักของบุคคลมีชื่อเสียง

ข้อตกลงเบื้องต้น

1. งานวิจัยนี้จะศึกษาเฉพาะการนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับภาพแอบถ่ายของบุคคลมีชื่อเสียงของสังคมไทยเท่านั้น ไม่นับรวมการนำเสนอข่าวและภาพแอบถ่ายบุคคลมีชื่อเสียงของต่างประเทศที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในสื่อสิ่งพิมพ์ของไทย
2. การสัมภาษณ์กลุ่มช่างภาพ จะทำการปกปิดชื่อและตัวตนของช่างภาพที่ให้สัมภาษณ์ โดยจะใช้นามสมมติแทน เว้นแต่ช่างภาพยินดีให้เปิดเผยชื่อจริงและตัวตนได้

ขอบเขตการวิจัย

1. ศึกษารูปแบบและเนื้อหาของกรรงานข่าวและภาพข่าวที่ใช้วิธีการปาปาราซซี่และการนำเสนอภาพแอบถ่ายของบุคคลมีชื่อเสียงที่พบในสื่อสิ่งพิมพ์ ประเภทหนังสือพิมพ์รายวันเชิงประชานิยม หนังสือพิมพ์บันเทิง รายวันและรายสัปดาห์ และนิตยสารบันเทิง รายสัปดาห์ รายสิบวันและรายปักษ์ ที่ตีพิมพ์ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ.2548 – 31 ตุลาคม พ.ศ. 2549 จำนวน 9 ฉบับ
2. การสัมภาษณ์เชิงลึก สัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงานด้านข่าวและภาพ ได้แก่ บรรณาธิการหรือหัวหน้าภาพข่าว และช่างภาพ ผู้บริหารองค์กรวิชาชีพข่าว นักวิชาการด้านวารสารศาสตร์ นักกฎหมาย และบุคคลมีชื่อเสียงต่างๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลเจาะลึกเรื่องการทำหน้าที่ของสื่อ ในประเด็นพฤติกรรมของปาปาราซซี่ และประเด็นความขัดแย้งระหว่างสิทธิเสรีภาพในการนำเสนอข่าว กับจริยธรรมและจรรยาบรรณของสื่อจากการนำเสนอภาพข่าวแอบถ่ายในสื่อสิ่งพิมพ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เข้าใจถึงปรากฏการณ์ของการใช้วิธีการปาปาราซซี่และการนำเสนอภาพแอบถ่ายของบุคคลมีชื่อเสียงที่นำเสนอผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ไทย ทำให้เห็นถึงแนวโน้มของบทบาทด้านข่าวสารบันเทิงของสื่อมวลชนที่นำเอาแบบอย่างของสื่อที่แนวเร้าความสนใจของประเทศตะวันตกมาใช้
2. สะท้อนให้เห็นถึงทัศนะเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ด้านข่าวสารและความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานด้านข่าวและภาพ นักวิชาการด้านวารสารศาสตร์ นักกฎหมาย และกลุ่มบุคคลมีชื่อเสียงที่มีต่อปาปาราซซี่และการนำเสนอภาพแอบถ่ายของบุคคลมีชื่อเสียงในสื่อสิ่งพิมพ์ไทย
3. สร้างความตระหนักถึงบทบาท หน้าที่ในเชิงเสรีภาพข่าวสาร และความรับผิดชอบต่อจริยธรรมของสื่อสิ่งพิมพ์ในกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

1. **ปาปาราซซี่** หมายถึง คำที่ใช้เรียกแทนบุคคลที่ประกอบอาชีพช่างภาพ ซึ่งอาจจะมีหรือไม่มีสังกัดที่ขึ้นตรงแน่ชัด ที่มีพฤติกรรมติดตาม ตามล่า และแอบถ่ายภาพของบุคคลมีชื่อเสียงในอิริยาบถส่วนตัว รวมทั้งพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความอยากรู้อยากเห็นของประชาชน เช่น เรื่องทางเพศ รวมทั้งภาพลับทันเหตุการณ์ที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในเชิงข่าว รวมไปถึงการขายภาพประเภทดังกล่าวเพื่อประโยชน์เชิงพาณิชย์

2. **ข่าวภาพแอบถ่าย** คือ ข่าวที่มีการใช้ภาพแอบถ่าย โดยต้องมียุติบัตรประกอบ 2 อย่าง ประกอบกันคือ ภาพแอบถ่าย และ เนื้อหาประกอบข่าวภาพแอบถ่าย
3. **ภาพแอบถ่าย** คือ ภาพถ่ายในอิริยาบถส่วนตัวหรือขณะกำลังทำกิจกรรมต่างๆ รวมทั้ง ภาพถ่ายที่แสดงให้เห็นความสัมพันธ์และอากัปกริยาของบุคคลที่มีชื่อเสียงในลักษณะต่างๆ เช่น ภาพหลุด ภาพที่เผลอ ฯลฯ ซึ่งถูกถ่าย หรือบันทึก และถูกตีพิมพ์นำเสนอ โดยที่บุคคลในภาพนั้นมิได้รับรู้ หรือรับรู้แต่มิได้รับการยินยอมและอนุญาตให้เผยแพร่
4. **เนื้อหาประกอบข่าวภาพแอบถ่าย** คือ ข้อความ สัญลักษณ์ที่แสดงให้เห็นรายละเอียดของเหตุการณ์ และเนื้อหาของภาพถ่ายนั้นๆ
5. **วิธีการปาปาราซซี่** คือ การได้มาซึ่งภาพข่าวในลักษณะการแอบถ่าย เช่น การติดตาม การเตรียมถ่าย และการถ่ายได้โดยบังเอิญ เป็นต้น
6. **บุคคลสาธารณะ** หมายถึง บุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการต่างๆ เป็นที่รู้จักของคนส่วนใหญ่ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ บุคคลที่การตัดสินใจส่งผลกระทบต่อสังคมส่วนรวม เช่น นักการเมือง และข้าราชการ เป็นต้น และบุคคลที่นำเสนอตนเองผ่านสื่อ และได้รับประโยชน์จากการนำเสนอ นั้น ได้แก่ นักการเมือง ดารา ศิลปิน และบุคคลในวงสังคม บางคนที่ยอมให้สื่อเข้ามาวิพากษ์วิจารณ์
7. **สื่อสิ่งพิมพ์** ในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง หนังสือพิมพ์รายวันเชิงประชานิยม และกึ่งประชานิยม หนังสือพิมพ์บันเทิงรายวัน และรายสามวัน และนิตยสารบันเทิงประเภทบันเทิงและทีวีรายสัปดาห์ รายสิบวันและรายปักษ์
8. **ผู้ปฏิบัติงานด้านข่าวและภาพ** คือ บุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง มีหน้าที่และความรับผิดชอบในขั้นตอนของการแสวงหา ถ่ายทำ คัดเลือกและการนำเสนอภาพถ่าย รวมทั้งเสนอเนื้อหาข่าวประกอบภาพถ่ายนั้นๆ ในสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น บรรณาธิการ บรรณาธิการภาพ หัวหน้าข่าว และช่างภาพ เป็นต้น
9. **ผู้บริหารองค์กรวิชาชีพข่าว** หมายถึง บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องทางด้านตำแหน่งหน้าที่ในสังกัดองค์กรวิชาชีพข่าว อันได้แก่ สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สมาคมช่างภาพสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย และสมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิงแห่งประเทศไทย
10. **นักวิชาการด้านวารสารศาสตร์** หมายถึง อาจารย์หรือผู้สอนวิชาที่เกี่ยวข้องกับศาสตร์ทางด้านวารสาร เช่น วิชาการเขียนข่าว การถ่ายภาพเชิงวารสารศาสตร์ การจัดการธุรกิจของสื่อสิ่งพิมพ์ ฯลฯ ในสถาบันอุดมศึกษาต่างๆ
11. **นักกฎหมาย** ในที่นี้หมายถึง นักกฎหมายที่เชี่ยวชาญกฎหมายในประเด็นสิทธิส่วนบุคคล และกฎหมายสื่อสารมวลชน

12. **รูปแบบ** หมายถึง ประเภทและลักษณะของภาพแอบถ่าย ที่สื่อใช้ประกอบการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่ายที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น การใช้ปริมาณภาพประกอบการนำเสนอชนิดของภาพที่ใช้ เป็นต้น
13. **เนื้อหา** หมายถึง เนื้อหาของภาพและข่าวที่ตีพิมพ์บอกเล่าถึงลักษณะของบุคคล ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล บริบทสถานที่ที่ปรากฏ องค์ประกอบที่ปรากฏในภาพข่าว พฤติกรรมของบุคคลในภาพข่าว เป็นต้น
14. **พฤติกรรมเชิงลามก อนาจาร** หมายถึง ภาพที่ถ่ายให้เห็นถึงพฤติกรรม หรือ อากัปกิริยาของบุคคลที่เผยแพร่ให้เห็น หรือเน้นนำเสนออวัยวะ เช่น หน้าอก นม ก้น เป้า อวัยวะเพศ โดยสื่อความหมายที่ชี้ไปในเรื่องทางเพศ
15. **พฤติกรรมเชิงชู้สาว พลอดรัก** หมายถึง การแสดงออกทางความรักระหว่างบุคคล โดยเลือกกระทำผ่านทางร่างกายระหว่างกัน เช่น โอบ กอด หมอบแก้ม จูบ เป็นต้น ซึ่งส่วนมากเป็นพฤติกรรมที่ไม่นิยมแสดงออกอย่างเปิดเผยในที่สาธารณะของไทย
16. **ประเด็นทางจริยธรรม** ในที่นี้หมายถึงความถึง ปัญหาอันเกิดจากการนักวิชาชีพ สื่อมวลชน และผู้ซึ่งมีหน้าที่เกี่ยวข้องในกระบวนการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชน อันได้แก่ จริยธรรมของช่างภาพต่อกระบวนการถ่ายภาพ และจริยธรรมของบรรณาธิการในกระบวนการนำเสนอภาพ กับประเด็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ความถูกต้องเที่ยงธรรม เป็นต้น
17. **หลักจริยธรรมวิชาชีพ** หมายถึง ข้อบังคับ ข้อกำหนด และข้อตกลงร่วมกันในวิชาชีพ ในที่นี้หมายถึง จริยธรรมองค์กรวิชาชีพต่างๆ ได้แก่ หลักสภากาหนดหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย สมาคมช่างภาพสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย และสมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิงแห่งประเทศไทย เช่น จริยธรรมของหนังสือพิมพ์ แนวปฏิบัติของหนังสือพิมพ์และผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ เป็นต้น
18. **เส้นแบ่งทางจริยธรรม** หมายถึง ระดับความเหมาะสมของการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่ายที่อาจละเมิดและไม่ละเมิดจริยธรรม โดยพิจารณาจากความคิดเห็นเชิงจริยธรรมของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการรายงานข่าวสารประเภทเร้าอารมณ์ นอกเหนือไปจากการบรรยายเนื้อหาที่ใช้ภาษาช่วยเพิ่มอรรถรสและความน่าเชื่อถือของเรื่องราวแล้ว ภาพถ่ายจัดเป็นองค์ประกอบสำคัญอีกชนิดหนึ่งเป็นหลักฐานที่สนับสนุนการบรรยายเนื้อหาของเหตุการณ์นั้นๆ ซึ่งภาพข่าวในลักษณะที่เรียกว่า ภาพแอบถ่ายหรือภาพที่เผลอนั้นมีความแตกต่างต่างจากการได้มาของภาพข่าวประเภทอื่นๆ ไม่ว่าจะ เป็นลักษณะการถ่ายภาพ การเล่าเรื่องของภาพ ผู้ถ่ายภาพ และลักษณะการทำงานของช่าง ในส่วนแรกจึงจะกล่าวถึงความเป็นมาของปาปาราสซีที่พบจากการค้นคว้าดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับปาปาราสซี

2.1.1 ความเป็นมาของปาปาราสซี

ปาปาราสซี (Paparazzi) เป็นคำเรียกขานบรรดาช่างภาพที่มีพฤติกรรมทำนองชอบตามล่าแอบถ่ายภาพคนดังๆ รวมไปถึงครอบครัวของเหล่าคนดัง ในอิริยาบถซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของบุคคลดังต่างๆ โดยเฉพาะในยามเผลอ หรือขณะกำลังทำกิจกรรมส่วนตัวที่น้อยคนนักจะรู้เกี่ยวกับตัวคนดังคนดังกล่าว รวมทั้งภาพลับทันเหตุการณ์ที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในเชิงข่าว (ผู้จัดการรายวัน.เว็บไซต์ผู้จัดการ,11 กุมภาพันธ์, 2548)

ปาปาราสซี (Paparazzi) เป็นคำเรียก พวกที่แอบถ่ายภาพคนดังแล้วนำไปขายให้สื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะประเภทหนังสือหรือนิตยสาร (เดลินิวส์, คอลัมน์สังคมโลก,2548)

กุลพล พลวัน อัยการอาวุโส (สิทธิในความเป็นอยู่ส่วนตัว กับการคุ้มครองตามกฎหมายไทย, มติชน,อังคารที่ 13 กันยายน 2548) กล่าวถึง ปาปาราสซีในบทความสิทธิในความเป็นอยู่ส่วนตัว กับการคุ้มครองตามกฎหมายไทย ว่าปาปาราสซี (paparazzi) หมายถึงช่างภาพอิสระที่แอบถ่ายภาพของบุคคลมีชื่อเสียงต่างๆ ขณะที่ใช้ชีวิตส่วนตัวแล้วนำไปเผยแพร่ทางสื่อมวลชนหรือทางอินเทอร์เน็ต

Robert Valdes (How to Paparazzi Work :1) กล่าวถึงจุดเริ่มต้นความเป็นมาของปาปาราสซีว่า ในปี 1960 "ปาปาราสซี (paparazzi)" กลายเสียงมาจากรากศัพท์ภาษาอิตาเลียนคำว่า "ปา

ปาปารัซโซ่” (Paparazzo) ซึ่งหมายถึงการก่อกวน หรือรังควานดังเช่นแมลงและยุง และมีการนำเสนอ เป็นตัวละครนักถ่ายภาพที่มีพฤติกรรมซึ่งจะทำทุกวิถีทางเพื่อให้ได้ถ่ายรูปดารานางงามในเรื่อง La Dolce Vita ของ Fellini ซึ่งตัวละครดังกล่าวได้แรงบันดาลใจมาจากช่างภาพอิตาเลียนริมถนนชื่อ Tazio Secchiaroli ช่างภาพคนนี้มีชื่อเสียงจากการถ่ายภาพที่เปลือย (candid picture) ของอดีต กษัตริย์อียิปต์ฟาโรห์ ที่กำลังผลัดโต๊ะอาหารด้วยความโมโห และภาพลับของแอนโทนี สตีล และแอน นิต้า เอ็คเบิร์ก และหลังจากภาพเหล่านั้นถูกเผยแพร่ ภาพถ่ายลักษณะที่เปลือยและภาพลับ จึง กลายเป็นรูปแบบใหม่ของการนำเสนอภาพข่าวคนดังของสื่อสิ่งพิมพ์ในยุโรปตั้งแต่นั้นมา

คำว่า "ปาปารัซโซ่" ถูกบัญญัติใช้ในคำศัพท์ภาษาอังกฤษ หลังจากหนังสือเรื่อง La Dolce Vita ได้เข้าฉายในประเทศสหรัฐอเมริกาในปี 1961 โดยเริ่มมีการนำมาใช้ครั้งแรกในนิตยสารชื่อ "Time magazine" จากบทความชื่อ "Paparazzi on the Prowl" ที่บรรยายลักษณะการทำงานในแง่ลบ และ ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากปาปารัซโซ่ พร้อมมีการนำภาพกองทัพนักข่าว ซึ่งภายหลังถูกระบุว่าเป็น ช่างภาพปาปารัซโซ่ เข้าแห่ล้อมขบวนรถขบวนเสด็จของเจ้าหญิงขณะเยือนกรุงโรม เพื่อแย่งกันเก็บ ภาพนำไปลงข่าวกันอย่างน่าตกใจ หลังจากบทความเกี่ยวกับปาปารัซโซ่ถูกตีพิมพ์ ต่อมาทาง นิตยสารคู่แข่งอย่าง Esquire, Cosmopolitan และ Life magazine หรือไม่ว่าจะเป็นข่าวทาง โทรทัศน์ หรือสื่อวิทยุ จึงได้เริ่มนำคำ "ปาปารัซโซ่" มาใช้จนเป็นที่แพร่หลายอย่างในปัจจุบันนี้

ในบางประเทศอย่างฮ่องกง จะขนานนามเหล่าปาปารัซโซ่ ว่าเป็น "ทีมลูกสุนัข" (puppy teams) ซึ่งเป็นคำที่ใช้เปรียบเทียบพฤติกรรมของช่างภาพปาปารัซโซ่ที่มีลักษณะคล้ายกับลูกสุนัขที่ ชอบตามคลอเคลียผู้คนที่ชื่อเสียงทั้งหลาย โดยปกติแล้วปาปารัซโซ่จะตระเวนตามรอยถ่ายภาพใน สถานที่ๆ คนดังมักแวะไปหรืออยู่เป็นประจำ เช่น ห้างสรรพสินค้า หรือถ้าปาปารัซโซ่บางรายมีกำลัง ทรัพย์ ก็อาจจ้างลูกมือสะกดรอยตามดารา รอจนกว่าจะถึงเวลาที่เรียกว่าช็อตเด็ดจริงๆ ถึงจะเข้าไป ถ่ายเก็บไว้ เพื่อส่งขายหรือนำไปเขียนข่าวตามแต่จะถนัด ช่างภาพปาปารัซโซ่แบบมืออาชีพมักจะใช้ วิธีเข้าปะทะ และบ้างก็ลงทุนสร้างสถานการณ์ที่เสี่ยงอันตราย หรือพยายามยั่วโยให้คนที่ตัวเอง ต้องการถ่ายแสดงอารมณ์ออกมาตามที่ตัวเองต้องการ ซึ่งปัจจุบันรูปแบบการสร้างสถานการณ์ที่พบ บ่อย คือ การขับรถติดตามและไล่ล่ารถของคนดัง ปาปารัซโซ่ประเภทนี้ถูกขนานนามว่า stalkerazzis พวกนี้จะคอยขับรถไล่ล่าเอารูปดาราแบบใกล้ชิดให้ได้ และมักจะขับรถตามดาราไม่ ยอมปล่อยให้คลาดกัน และบ่อยครั้งที่พวกเขายอมให้เกิดอุบัติเหตุขึ้นเพียงเพื่อจะได้ถ่ายรูปใกล้ชิด ซึ่ง ปาปารัซโซ่เห็นว่ามันเกินคุ้มกับการเสียแค่ค่าปรับ ซึ่งขณะนี้กำลังระบาดหนักในลอสแอนเจลิส

ภาพแอบถ่ายและภาพที่เปลือยของบุคคลมีชื่อเสียงต่างๆ โดยมากถือเป็นผลผลิตของปาปา รัซโซ่ซึ่งมักจะถูกตีพิมพ์และนำเสนอในสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์และนิตยสารประเภท

บันเทิง แต่สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์ที่ให้พื้นที่และเน้นการนำเสนอภาพเหล่านี้มาก คือ แทบลอยด์ (Tabloid)

แทบลอยด์ เป็นหนังสือพิมพ์ขนาดเล็ก ซึ่งมีขนาดครึ่งหนึ่งของหนังสือพิมพ์มาตรฐานในปัจจุบัน ในหนังสือพิมพ์ประเภทแทบลอยด์ของตะวันตก จะพบการรายงานข่าวที่นำเสนอเรื่องราวด้วยการพาดหัวตัวโต มีภาพข่าวของดาราและบุคคลมีชื่อเสียงในอิริยาบถส่วนตัวบ่อยครั้ง และแทบทั้งฉบับ ซึ่งการนำเสนอภาพดังกล่าวนี้ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคอย่างมาก หนังสือพิมพ์ประเภทแทบลอยด์ในสหรัฐอเมริกาเกิดขึ้นในช่วงปี 1920-1933 ซึ่งเป็นช่วงที่มีการห้ามผลิตและจำหน่ายสุราในสหรัฐอเมริกา ทำให้เกิดการลักลอบขนสุราเข้าประเทศ มีอันธพาลและอาชญากรรมเกิดขึ้นชุกชุม ทำให้มีภาพที่ไม่ต้องการเปิดเผยมากมายที่ถูกนำมาลงตีพิมพ์ หนังสือพิมพ์จึงกลายเป็นตัวกระตุ้นให้คนหมกมุ่นในเรื่องเพศ อาชญากรรม และความบันเทิง หนังสือพิมพ์แทบลอยด์ฉบับแรก (Lewis, 1991: 299) คือ The New York Illustrated Daily News ขายเป็นหมู่คนอพยพและผู้ที่ไม่ค่อยมีการศึกษา และช่วงปีค.ศ.1924 เป็นช่วงที่แทบลอยด์คือสื่อสิ่งพิมพ์ที่มียอดจำหน่ายมากที่สุด ในปีเดียวกันก็เกิดแทบลอยด์ขึ้นอีกสองฉบับ คือ The New York Daily Mirror และ The New York Daily Graphic ซึ่งมีชื่อในทางเรื่องราวข่าวโฉมมากที่สุด

เมื่อการตีพิมพ์เผยแพร่ภาพลักษณะดังกล่าวได้รับความสนใจและเป็นที่ต้องการของตลาดวัฒนธรรมการซื้อขายภาพแอบถ่ายจึงได้เกิดขึ้น แต่เดิมการซื้อขายภาพนั้นช่างภาพแต่ละคนนำภาพคนดังที่ตนแอบถ่ายมาได้ไปเร่ขายให้กับสำนักพิมพ์ของหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ต่อมาได้พัฒนาจนเกิดเป็นองค์กรหรือเอเยนต์ที่ทำหน้าที่ซื้อและขายภาพแอบถ่ายโดยเฉพาะ ซึ่งองค์กรเหล่านี้ต่างก็มีบรรดาช่างภาพอิสระที่ขึ้นกับสังกัดของตน เช่น บริษัท บิ๊กพิกเจอร์ บริษัท เฟม พิกเจอร์ (Fame Pictures) ในประเทศอังกฤษ เป็นต้น

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น จะนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการอธิบายลักษณะการทำงานของปาปาราสซีที่พบในสังคมไทยว่ามีลักษณะและทิศทางการทำงานเช่นใด

2.1.2 ความหมายของช่างภาพวารสารศาสตร์

สมัยก่อนมีคำใช้เรียกบุคคลที่มีอาชีพช่างภาพในงานสื่อสารมวลชนหลายคำ อาทิ ช่างภาพข่าว (News Photographer) ช่างภาพหนังสือพิมพ์ (Press Photographer) ผู้สื่อข่าวด้วยภาพ (Photo Reporter) ผู้สื่อข่าวด้วยกล้อง (Camera Reporter) และช่างภาพนิตยสาร (Magazine

Photographer) แต่ถึงอย่างไรความหมายเหล่านี้ยังไม่ครอบคลุมเหมือนคำว่า ช่างภาพวารสารศาสตร์ (Photojournalist)

สอ เสถบุตร (ไม่ระบุปีพิมพ์: 433) ให้ความหมายของคำว่า Photojournalist ไว้ว่า คือ นักถ่ายภาพแสดงเหตุการณ์ แทนการสื่อข่าวด้วยคำพูด

सनัน ปัทมะทิน (2516: 16) กล่าวว่า ช่างภาพวารสารศาสตร์ คือ ผู้ที่ทำหน้าที่ถ่ายทำหรือผลิตภาพถ่ายให้แก่หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร ฯลฯ เพื่อนำลงไปที่พิมพ์เผยแพร่ในสิ่งพิมพ์ต่างๆ

กมล ฉายาวัฒน์ (2530: 11) กล่าวว่า ช่างภาพวารสารศาสตร์ เป็นผู้ที่ทำหน้าที่แทนตาของประชาชน ดังนั้นช่างภาพวารสารศาสตร์จะต้องมีพื้นฐานความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์ทางการถ่ายภาพเป็นอย่างดี

โดยสรุป ช่างภาพวารสารศาสตร์ หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ในการถ่ายและบันทึก ข่าวและเหตุการณ์ต่างๆ แล้วนำมาถ่ายทอดเป็นภาพถ่ายให้แก่ประชาชน แทนการรับรู้ด้วยคำพูด

2.1.3 คุณสมบัติและคุณลักษณะของช่างภาพวารสารศาสตร์

วงการวารสารศาสตร์ของสหรัฐอเมริกากำหนดคุณสมบัติของช่างภาพวารสารศาสตร์ที่ดีไว้ (सनัน ปัทมะทิน, 2516: 5-6) ดังนี้

1. มีความรู้ทางสามัญศึกษาทางวิชาฟิสิกส์ เคมี สังคมวิทยา ภาษา ประวัติศาสตร์ และภูมิศาสตร์อย่างกว้างขวาง
2. มีความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านความเห็นใจเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน และเห็นคุณค่าความเป็นอยู่ของเขา
3. ชอบผจญภัย และกระตือรือร้น ที่จะเดินทางไปไหนและทำอะไรได้ทันที แม้จะเป็นงานที่ไม่สำคัญนัก
4. มีความสนใจในหนังสือและนิตยสารที่เกี่ยวกับภาพถ่ายและความรู้ทั่วไปอย่างสม่ำเสมอ
5. มีความเข้าใจในเรื่องกลไกทางการถ่ายภาพ
6. มีความคิดที่จะพัฒนางานถ่ายภาพตามแบบของตน
7. มีทักษะในการรายงานข่าวด้วยตัวหนังสือและภาพถ่าย

8. มีความรู้ทางศิลปะ การประกอบภาพ การเขียนภาพสี และการร่างภาพอย่างรวดเร็ว
9. มีความสามารถควบคุมอารมณ์ในระหว่างปฏิบัติหน้าที่ได้เป็นอย่างดี
10. มีสุขภาพสมบูรณ์ ทั้งจิตใจและร่างกาย พร้อมทั้งจะเผชิญกับเหตุการณ์ที่คาดไม่ถึงได้ในทันที

ทั้งคุณสมบัติและคุณลักษณะที่กล่าวมานั้น ยิ่งช่างภาพสามารถปฏิบัติได้มากเท่าใดก็จะส่งผลดีต่ออาชีพช่างภาพ แต่บางข้อที่กำหนดไว้นั้นอาจจะไม่จำเป็นมากนัก

เทพซู ทับทอง (2540: 162-127) คอลัมนิสต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ กล่าวถึงหลัก 4 ประการของช่างภาพในการถ่ายภาพข่าว ในเอกสารวันช่างภาพปี 2540 ไว้ดังนี้

1. ว่องไว ภาพเหตุการณ์นั้น ช่างภาพจำเป็นต้องมีความว่องไวเป็นอย่างยิ่ง ว่องไวในที่นี้ หมายความว่ารวมถึง มีหูไว ตาไว รู้ว่าอะไรเป็นข่าวได้และอะไรเป็นข่าวไม่ได้ และพร้อมที่จะถ่ายภาพเหตุการณ์นั้นเสมอ
2. ใจกล้า การถ่ายภาพเหตุการณ์ หรือภาพอะไรก็ได้แต่ที่ต้องเสี่ยงกับอันตราย จะต้องกล้าเสี่ยง ไม่เช่นนั้นจะไม่ได้ภาพที่ยอดเยี่ยม
3. หน้าที่ด้าน บางครั้งแม้จะถูกตำหนิ ถูกไล่อย่างไรก็ตาม อย่าหน้าบางหรืออาย ควรจะพยายามถ่ายภาพนั้นมาให้ได้
4. ออดทน ช่างภาพที่ดีควรมีความอดทน ช่างภาพที่ไม่มีความอดทนจะไม่มีทางที่จะได้ภาพถ่ายที่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพข่าวบางข่าวอาจต้องรอดถ่ายเป็นชั่วโมงหรือเป็นวันๆ บางครั้งต้องบุกป่า ก็ต้องอดทน

คุณภาพของภาพข่าวที่บางครั้งด้อยคุณภาพ เช่น ภาพไม่ชัด ซึ่งปัญหาที่ช่างถ่ายภาพปัจจุบันมักจะต้องเผชิญ คือ ภาพถ่ายที่ออกมาไม่ได้องค์ประกอบครบอย่างที่ทุกฝ่ายต้องการ ซึ่งอุปสรรคนั้นโดยมากมักจะเกิดจากตัวของช่างภาพเอง เช่น ภาพที่ถ่ายมาให้การรับรู้เพียงแค่มิติเดียว มุมเดียว เป็นต้น ดังนั้นสิ่งที่ช่างภาพต้องพึงระลึกไว้เสมอ คือ

- 1) ถ่ายภาพให้หลากหลาย

ด้วยสภาพการทำงานของช่างภาพนั้น เป็นงานที่เน้นความรวดเร็ว และแข่งขันกับเวลาจึงก่อให้เกิดปัญหาหลายประการ เช่น ปัญหาหรือคำถามเกี่ยวกับมาตรฐานทางจริยธรรม ปัญหาทางกฎหมายและการถูกสังคมนักวิชาการที่พบบ่อยคือ ความซ้ำซากจำเจของภาพ ไม่ว่าจะเป็ทิศทางของกล้อง ระดับของกล้อง หรือระยะห่างของกล้อง ดังนั้น เพื่อให้ผู้ดูไม่รู้สึกเบื่อหน่ายกับความจำเจ ช่างภาพควรพยายามถ่ายภาพให้มีความหลากหลาย นอกจากจะช่วยให้ผู้ดูไม่รู้สึกเบื่อ

แล้ว ยังช่วยให้บรรณาธิการภาพ มีโอกาสเลือกใช้ภาพที่เหมาะสมกับสถานการณ์ และช่วยให้การจัดหน้าสิ่งพิมพ์ทำได้สะดวกขึ้นด้วย

2) ถ่ายระยะไกล (Long Shot)

เป็นขนาดภาพที่ทำให้เห็นเหตุการณ์ต่างๆ ได้ครอบคลุม มักถ่ายจากมุมสูง ช่วยให้ผู้ดูเห็นเหตุการณ์ทั้งหมดได้ในมุมที่กว้างไกลกว่า

มาร์กาเร็ท เบอร์กไวท์ (Kenneth Kobre, 1996: 10) ช่างภาพอิสระที่ถ่ายภาพให้กับนิตยสารไทม์ มักจะถ่ายภาพระยะไกลให้เห็นบริเวณทั้งหมดด้วยทุกครั้ง โดยไม่ได้คิดว่าภาพนั้นจะต้องถูกตีพิมพ์ เหตุผล คือ ต้องการให้บรรณาธิการที่ไม่ได้ร่วมอยู่ในเหตุการณ์ได้เห็นทำเลที่เกิดเหตุการณ์ทั้งหมด จะได้เข้าใจภาพอื่นๆ ได้ง่ายขึ้น

3) ภาพถ่ายระยะปานกลาง (Medium Shot)

ภาพถ่ายระยะปานกลางจะช่วยให้การเล่าเรื่องราวให้ดีขึ้น เนื่องจากอยู่ในระยะที่ใกล้ พอจะเห็นการกระทำของผู้ที่อยู่ในเหตุการณ์ แต่ไกลพอที่จะเห็นความเกี่ยวข้องกับสัมพันธกับคนอื่น และสิ่งแวดล้อมหรือองค์ประกอบอื่นๆ ได้ ภาพถ่ายระยะปานกลางจึงบอกเล่าเรื่องราวทั้งหมดโดยย่อในภาพเดียวได้ ด้วยเหตุนี้ภาพที่ถ่ายในระยะดังกล่าวจึงถือเป็นหัวใจของเรื่องหรือเหตุการณ์นั้น

4) ภาพถ่ายระยะใกล้ (Close up Shot)

เป็นการถ่ายที่เน้นองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่ง เช่น ใบหน้า และวัตถุที่สามารถเล่าเรื่องหรือนำมาเป็นภาพข่าวได้ เช่น ภาพแอบถ่ายของดารานักร้องที่เน้นให้เห็นถึงความสัมพันธ์ อยากรับภาพไปที่การวางมือ เป็นต้น

5) ถ่ายภาพมุมสูงและมุมต่ำ (High / Low Angle)

การถ่ายภาพลงมาจากที่สูง หรือถ่ายโดยการยกกล้องเงยขึ้นไปจากที่ต่ำ ทำให้ได้ภาพในมุมมองใหม่ๆ และทำให้ภาพมีความน่าสนใจและแหวกไปจากการนำเสนอเดิมๆ บางครั้งการถ่ายภาพลักษณะนี้ สามารถสร้างราคาให้กับภาพนั้นๆ ด้วย เช่น การถ่ายภาพนางแบบที่กำลังเดินบนเวที เป็นต้น

6) ถ่ายภาพเฟือเลือก

การถ่ายภาพเฟือเลือก คือการที่ช่างภาพถ่ายภาพเหตุการณ์หรือบุคคลนั้นๆ เก็บไว้เป็น

จำนวนมากโดยไม่สนใจว่าภาพที่ถ่ายนั้นจะซ้ำมุมมองเดิมหรือไม่ เป็นการถ่ายที่เน้นจำนวนภาพที่มากกว่าจำนวนจริงที่ต้องการใช้ และนำมาคัดเลือกภาพถ่ายที่เหมาะสมกับการตีพิมพ์ที่สุด

มิลตัน เพนเบร์ก (Kenneth Kobre, อ้างถึงในซูลีพร เกษโกทวิท, 2546: 26) ผู้เขียนหนังสือ Technique of Photojournalism เรียกลักษณะการถ่ายภาพเพื่อเลือกของช่างภาพว่า “Saturation method” หมายถึง การถ่ายอย่างเต็มที่ เพียงพอ และแนะนำว่าควรถ่ายอย่างน้อย 6 ภาพต่อจุดที่ยืนถ่ายในแต่ละจุด และขยับเข้าไปอีก 2-3 ฟุต แล้วถ่ายเพิ่มอีก การกำหนดว่าจะต้องถ่ายภาพกี่ภาพจึงพอนั้นเป็นเรื่องยากที่จะระบุได้ หลักของการถ่ายภาพเพื่อเลือกคือ พยายามถ่ายภาพให้ครอบคลุมเหตุการณ์ทุกแง่ทุกมุม

จอร์จ เทมส์ อดีตช่างภาพของนิวยอร์กไทมส์ กล่าวว่า เมื่อเกิดเหตุการณ์ขึ้น ควรถ่ายทันที เพราะแทบจะไม่มีทางที่โอกาสนั้นจะเกิดซ้ำอีกช่างภาพไม่ควรรอให้เหตุการณ์ถึงที่สุดแล้วค่อยถ่ายหรือรอให้เป็นไปตามที่ตนคาดหมายก่อน เพราะภาพที่ถ่ายได้อาจดีกว่าที่คาดหมายไว้ก็ได้ และเมื่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเปลี่ยนไปหรือไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ ควรรีบถ่ายต่อไป ถ้าลังเลก็อาจจะเสียจังหวะเพราะไม่สามารถกลับไปถ่ายได้อีกแล้ว

เมื่อถ่ายภาพเรียบร้อยแล้ว ช่างภาพต้องตัดสินใจว่าจะขายภาพนั้นให้แก่ใคร ก่อนการขายควรประเมินค่าของภาพที่ถ่ายได้ให้ดี เพราะตามปกติเมื่อเกิดเหตุการณ์นั้น จะมีช่างภาพถ่ายภาพที่อาจจะได้ถ่ายภาพนั้นมากพอควร มุมมองของการถ่ายจึงอาจได้เปรียบหรือเสียเปรียบกันบ้างช่างภาพจึงไม่ควรประเมินค่าของภาพที่ได้ต่ำหรือสูงเกินไปนัก และควรตัดสินใจขายภาพโดยเร็ว เพราะจะขายได้ราคาที่สูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับคุณค่าของภาพ ซึ่งหมายถึงคุณค่าของข่าว ณ ที่เกิดเหตุ นั้นเอง

แนวคิดดังกล่าวจะนำมาอธิบายลักษณะพื้นฐานและการทำงานของปาปาราสซีไทยในการตัดสินใจถ่ายภาพในลักษณะแอบถ่ายหรือที่เฟลลของดาราและบุคคลมีชื่อเสียงในสังคมไทย ว่าประกอบไปด้วยคุณสมบัติที่ได้กล่าวมามากน้อยเพียงใด

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับภาพถ่ายด้านวารสารศาสตร์

ภาพถ่ายเป็นองค์ประกอบที่สำคัญมากในงานสื่อสารมวลชน สื่อสารมวลชนแต่ละประเภทต่างก็มีวัตถุประสงค์ในการใช้ภาพถ่ายที่แตกต่างกันออกไป ในงานของสื่อสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะสื่อหนังสือพิมพ์ และนิตยสารบางประเภทที่เน้นการรายงานข้อเท็จจริง วัตถุประสงค์ในการใช้ภาพถ่ายก็

เพื่อใช้เป็นหลักฐานบันทึกยืนยันความถูกต้องและเที่ยงตรงของการรายงานข่าว ดังนั้น ภาพถ่ายที่ปรากฏในหนังสือสิ่งพิมพ์ประเภทนี้มักจะประกอบไปด้วยคุณลักษณะของการสื่อความหมายทางใดทางหนึ่งเสมอ คือ เพื่อบอกเหตุการณ์ เพื่อบอกความเป็นข่าว เพื่อบอกความเคลื่อนไหวบางอย่าง และเพื่อบอกคุณลักษณะของบุคคลหรือสถานที่ เป็นต้น

2.2.1 ความหมายของภาพถ่ายด้านวารสารศาสตร์

ในปี 1942 Frank Luther Mott (Greg Lewis, 1991: 7) คณบดีคณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยมิสซูรี ได้นำคำว่า Photo กับ Journalism มารวมกัน จนเกิดคำใหม่ว่า Photojournalism ซึ่งหมายถึง การถ่ายภาพทางวารสารศาสตร์ และต่อมา Cliff Edom ศาสตราจารย์ มหาวิทยาลัยเดียวกันนำมาใช้อย่างแพร่หลายจนกระทั่งทุกวันนี้

ในปี 1952 Wison Hicks อดีตบรรณาธิการภาพนิตยสารไลฟ์ ได้ให้คำจำกัดความของภาพถ่ายทางวารสารศาสตร์ไว้ในหนังสือ “คำและภาพ” (Words and Pictures) ว่าหมายถึง การรวมกันของสื่อที่เป็นภาพและสื่อที่เป็นถ้อยคำ เพื่อใช้ในการสื่อสาร และเมื่อรวมกันแล้วก็ไม่ได้เกิดสื่อชนิดใหม่ขึ้นมา แต่ส่วนประกอบยังคงลักษณะสำคัญของตัวเองไว้ ไม่ว่าจะ เป็นภาพหรือถ้อยคำ

มาลี บุญศิริพันธ์ (2537: 107) กล่าวว่า ภาพถ่ายทางวารสารศาสตร์ คือ ภาพบันทึกเหตุการณ์ มีจุดมุ่งหมายเพื่อสื่อเรื่องราวให้ผู้อ่านทราบทางภาพถ่าย อีกนัยหนึ่งภาพถ่ายนั้นก็มีคุณลักษณะของการผสมผสานกันระหว่างการสื่อสารด้วยภาษาภาพและเรื่องราวที่ปรากฏในภาพนั้น คุณสมบัติของภาพถ่ายนี้จะสะท้อนการทำงานของช่างภาพในการใช้เทคนิคการถ่ายภาพให้เกิดภาพเหตุการณ์ แสดงถึงความสามารถในการประสานเนื้อหาของเรื่องราวเข้ากับการสื่อสารอย่างมีเป้าหมาย ดังนั้นศาสตร์ของการถ่ายภาพวารสารศาสตร์ จึงเป็นงานที่เกี่ยวกับการรวบรวมประเด็นข่าวด้วยการถ่ายภาพ การเขียน การบรรณาธิการ และในที่สุดคือผลผลิตของภาพที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร และสิ่งพิมพ์

ภาพถ่ายทางวารสารศาสตร์นั้น เป็นภาพที่ถ่ายเพื่อวัตถุประสงค์ในการสื่อสารหรือถ่ายทอดเรื่องราวบางอย่างไปยังผู้ดู ซึ่งภาพเหล่านั้นมักตอบคำถามหลักทางวารสารศาสตร์ 6 ประการ คือ ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ ทำไม และอย่างไร

Frank P. Hoy (1993 :6-9) กล่าวถึงลักษณะพิเศษของภาพถ่ายทางวารสารศาสตร์ไว้ 8 ประการ ดังนี้

1. เป็นการถ่ายภาพเพื่อสื่อความคิดเห็นและความรู้สึกของช่างภาพเกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการถ่าย ซึ่งสิ่งที่ต้องการถ่ายทอดนั้นมิได้เป็นเพียงแค่ความรู้สึกส่วนตัว
2. หมายรวมถึงภาพถ่ายที่ใช้ในสื่อทุกประเภท ทั้งสิ่งพิมพ์และอินเทอร์เน็ตด้วย เช่น หนังสือพิมพ์ออนไลน์
3. เป็นการบอกเล่าหรือรายงานสิ่งที่ช่างภาพพบเจอ เพื่อให้ผู้อ่านรู้สึกเหมือนอยู่ร่วมในเหตุการณ์นั้นด้วย
4. ใช้สื่อสาร โดยรวมภาพและถ้อยคำเข้าด้วยกัน ซึ่งความสมดุลระหว่างภาพและคำนั้นสามารถยืดหยุ่นได้ เช่น เมื่อภาพถ่ายสามารถสื่อความหมายได้ดีด้วยตัวเอง ถ้อยคำจะทำหน้าที่ช่วยเสริมให้เนื้อหาข่าวนั้นมีความสมบูรณ์
5. ภาพถ่ายนั้นต้องเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับประชาชน เนื่องจากประชาชนเป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่สุด ในฐานะผู้ก่อให้เกิดข่าวสารและผู้รับสาร
6. ใช้สื่อสารกับคนจำนวนมาก ดังนั้น เนื้อหาข่าวจะต้องชัดเจน และเที่ยงตรง เพื่อให้ผู้คนที่ซึ่งมีหลากหลายสามารถเข้าใจได้ทันที
7. บรรณาธิการจะเป็นผู้กำหนดและวางรูปแบบว่าทำอย่างไรการรายงานข่าวด้วยภาพนั้นจะเข้าถึงผู้คนได้อย่างมีประสิทธิภาพ
8. บอกเล่าเรื่องราวต่างๆที่เกิดขึ้นให้สังคมรับทราบ

Greg Lewis (1991) กล่าวว่า ภาพที่เรียกกันว่า ภาพวารสารศาสตร์ต้องเป็นที่น่าสนใจของผู้คน และมีคุณค่าข่าว และมีผลกระทบต่อผู้คนจำนวนมาก ซึ่งมักประกอบไปด้วยเหตุการณ์ที่ประกอบไปด้วยองค์ประกอบ ดังนี้

- ความขัดแย้ง รวมความหมายถึงความขัดแย้งระหว่างคนกับคน คนกับสถาบันและสถาบันกับสถาบัน
- ความมีชื่อเสียง เป็นเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับผู้ที่มีชื่อเสียงซึ่งเป็นที่รู้จักอยู่ในความสนใจของประชาชน
- ความใกล้ชิด เหตุการณ์หรือเรื่องราวนั้นๆ อาจเกิดใกล้กับสถานที่อยู่ ที่ทำงานหรือเป็นเรื่องใกล้ตัว อาทิเช่น เกิดขึ้นกับบุคคลใกล้ชิด เป็นต้น
- ความสดใหม่

- ความแปลกประหลาด ผิดปกติ หรือหายากซึ่งภาพใดที่มีลักษณะ 1 ใน 5 ประการนี้ จะสามารถสร้างความสนใจแก่ผู้รับสารได้เป็นอย่างดี

Wilson Hick (Frank P. Hoy, 1993: 5) มีความเห็นว่า ภาพถ่ายนั้นจะบันทึกเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงจังหวะที่ช่างภาพกดชัตเตอร์เท่านั้น ทำให้ผู้ดูภาพเห็นเฉพาะสิ่งที่ปรากฏบนภาพเท่านั้น แต่จะไม่สามารถเห็นรายละเอียดอื่นๆได้ เช่น ความรู้สึก ความคิดเห็น แต่ข้อเขียนหรือคำพูดจะบอกเล่ารายละเอียด เช่น สาเหตุและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นได้ รวมทั้งสามารถอธิบายทัศนคติและเชื่อมโยงสิ่งต่างๆ ให้มาเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน

สรุปแล้วคำจำกัดความของคำว่า ภาพถ่ายทางวารสารศาสตร์ คือ การรายงานเรื่องราวหรือสิ่งที่เกิดขึ้น ด้วยภาพและถ้อยคำอย่างตรงไปตรงมา เพื่อถ่ายทอดสื่อสารข้อเท็จจริงและข่าวสารไปสู่ผู้ดูหรือผู้รับสารนั่นเอง

2.2.2. แนวคิดเกี่ยวกับภาพแอบถ่ายและภาพที่เผลอ

สิ่งที่ทำให้การถ่ายภาพทางวารสารศาสตร์แตกต่างจากภาพถ่ายประเภทอื่นคือ ลักษณะของภาพถ่ายทางวารสารศาสตร์นั้นมักถ่ายโดยที่ผู้ถูกมักไม่รู้ตัว (Candid) ทุกอย่างเป็นไปตามธรรมชาติ โดยช่างภาพจะเป็นผู้คอยสังเกต ฝึ่มอง และถ่ายในจังหวะที่ต้องการ ทำให้ได้อารมณ์ ความรู้สึกจริงๆของผู้ถูกถ่าย (ซุสึพร เกษโกวิท, 2546: 27) การถ่ายภาพที่เผลอหรือภาพแอบถ่ายนั้นผู้ถ่ายจะไม่มองกล้อง เพราะถ้ามองกล้องอาจจะทำให้ผู้ดูภาพคิดว่าผู้ถูกถ่ายรู้ตัว จึงเป็นการแสดงหน้ากล้องไม่ใช่อารมณ์และความรู้สึกแท้จริง

ภาพแอบถ่ายหรือภาพถ่ายที่เผลอ หมายถึง การถ่ายภาพของบุคคลที่เป็นไปตามธรรมชาติ ไม่มีการเตรียมตัว หรือเตรียมการณั้ไว้ล่วงหน้า เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาหนึ่งซึ่งสามารถบันทึกภาพไว้ได้ในช่วงเวลานั้น อาจเป็นภาพเรื่องราวในชีวิตประจำวัน หรือภาพเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิด การถ่ายภาพที่เผลอ ไม่ว่าจะเป็นภาพบุคคล ภาพสัตว์ หรือภาพธรรมชาติอื่นๆ ควรปล่อยให้องค์ประกอบของภาพหรือสิ่งที่ต้องการถ่ายมีการเคลื่อนไหวไปตามธรรมชาติ แล้วจึงใช้ความสามารถในการตัดสินใจกดชัตเตอร์ในจังหวะที่เหมาะสม

การถ่ายภาพที่เผลอกระทำได้ 3 วิธี คือ

- 1) ถ่ายจากที่ไกล ใช้เลนส์ที่มีความยาวโฟกัสสำหรับถ่ายระยะไกล 100- 300 ม.ม. วิธีนี้ช่างภาพต้องคอยมองผ่านเลนส์ตลอดเวลา อดทน รอคอย และพยายาม

คาดหมายว่าจะอะไรจะเกิดขึ้น ซึ่งภาพที่ผลอวิธีนี้ป่าปาราชชีมักจะถูกเลือกใช้กับการแอบถ่ายภาพของบุคคลมีชื่อเสียงมากมาย

- 2) การใช้วิธีการที่ตรงข้ามกันกับวิธีแรก คือใช้วิธีที่เรียกว่า “Hit and Run” คือใช้วิธีเดินผ่านหรือเดินเข้าไปใกล้ๆ และรีบกดชัตเตอร์อย่างรวดเร็ว และเดินต่อหรือรีบเดินหนี
- 3) การเข้าไปใกล้ๆ แต่ปล่อยให้บุคคลนั้นสนใจกิจกรรมของตัวเองไปจนลืมไปว่ามีช่างภาพอยู่ในที่นั้นด้วย พอได้โอกาสจึงบันทึกภาพ

การถ่ายภาพที่ผลอ ช่างภาพจะต้องมีทักษะในการคาดการณ์ว่าจะเกิดอะไรขึ้น เช่น ถ้าเห็นนักศึกษา 2 สถาบันที่เคยมีประวัติยกพวกตีกันมาก่อนมาเย็นประจันหน้ากัน ก็น่าจะเดาได้ว่าต้องเกิดการปะทะกันอีก หรือเห็นตำรวจกำลังเจรจาเกลี้ยกล่อมผู้เมายาบ้าที่จับเด็กเป็นตัวประกัน ก็น่าจะเดาได้ว่าต้องมีการบุกกรุกเข้าชิงตัวประกัน สิ่งสำคัญต่อมาคือ จังหวะของการกดชัตเตอร์ เมื่อเห็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นดำเนินไปเรื่อยๆ ช่างภาพควรกดชัตเตอร์ให้ถูกจังหวะ ถ่ายให้เห็นจุดสุดยอด (peak) ของเหตุการณ์ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงวิปริต

เพราะช่างภาพต้องเตรียมพร้อมสำหรับการถ่ายภาพเสมอ จึงต้องปรับขนาดช่องรับแสงและความเร็วชัตเตอร์ให้เหมาะสมกับสภาพแสงในขณะนั้น ทั้งยังต้องปรับระยะชัดไว้ล่วงหน้าเสมอ ซึ่งการถ่ายภาพลักษณะนี้กล้องถ่ายภาพอัตโนมัติอาจใช้ได้ดี นอกจากนั้นเลนส์ที่ใช้ควรเป็นเลนส์ถ่ายระยะไกล ใช้ถ่ายภาพในระยะห่าง เพื่อไม่ให้ผู้ถูกถ่ายรู้ตัว แต่ให้ได้ภาพที่มีความชัดเจน ซึ่งการถ่ายภาพที่ผลอถือว่าเป็นการทำลายความสามารถอย่างหนึ่งของการถ่ายภาพบุคคล (ศักดิ์ ศิริพันธุ์, 2537: 183)

อีริค โซโลมอน คือผู้ที่ได้รับฉายาว่าเป็นบิดาแห่งการถ่ายภาพแอบถ่าย เขาเริ่มถ่ายภาพที่ผลอในปี ค.ศ. 1982 ส่วนใหญ่เป็นภาพบุคคลสำคัญทางการเมืองในยุโรป โซโลมอนมักประสบปัญหาจากการกีดกันห้ามเข้าของเจ้าหน้าที่ จึงสร้างกลอุบายขึ้นเพื่อให้สามารถเข้าไปถ่ายภาพในสถานที่ต้องห้ามหรือที่ส่วนบุคคลได้ เช่น โซโลมอนเคยถ่ายภาพในห้องพิจารณาคดีของศาล ซึ่งห้ามช่างภาพเข้าไปถ่ายภาพ ด้วยการซ่อนกล้องเอาไว้ที่ส่วนบนของหมวกที่ได้เจาะรูเอาไว้ หรือภาพการเล่นพนันที่มอนติคาร์โล ด้วยการเจาะหนังสือเล่มหนาให้เป็นช่องและซ่อนกล้องไว้ข้างใน เป็นต้น ภาพของโซโลมอนถือได้ว่าเป็นการเปิดหน้าต่างของคนในสังคม เผยให้เห็นลักษณะนิสัยที่แท้จริงของมนุษย์ รวมไปถึงชีวิตส่วนตัวของเหล่าบุคคลมีชื่อเสียงต่างๆ ด้วย เช่น ภาพแอบหลับของนักการทูตภาพราชวงศ์ที่ดูน่าเบื่อ และภาพชีวิตของดารารายานในอริยาบถส่วนต่างๆ เป็นต้น (Kenneth Kobre and Jukie Levinson, 1996: 335-336)

การแอบถ่ายภาพคนดังหรือที่เรียกว่า "วัฒนธรรมปาปาราซซี" ได้ขยายตัวเข้ามาในเมืองไทย โดยได้บู๊ยดี คือ สื่อสิ่งพิมพ์บันเทิงและสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางเผยแพร่ การเกิดช่างภาพปาปาราซซีในสังคมเมืองไทย เป็นที่ถกเถียงกันอย่างกว้างขวางว่าวงการสื่อของไทยจะมีปาปาราซซีจริงๆหรือ ซึ่งนักข่าวบันเทิงรายหนึ่งให้ข้อมูล(คอลัมน์สังคมโลก,หนังสือพิมพ์เดลินิวส์, 2548) ว่าขณะนี้ในไทยเกิดมีอาชีพ "ปาปาราซซี" คอยติดตามแอบถ่ายภาพคนดัง และดาราแล้วจริงๆ มีตั้งแต่ใช้อุปกรณ์ขนาดเล็กกะทัดรัดไปจนถึงอุปกรณ์ถ่ายภาพระดับมืออาชีพชนิดใช้เลนส์ใหญ่ๆ ยาวๆ เหมือนกระบอกข้าวหลาม หรือเลนส์ตั้งแต่ 200 มิลลิเมตรขึ้นไป

ด้วยเหตุนี้ การจะศึกษาถึงจริยธรรมในการนำเสนอภาพแอบถ่าย จึงไม่สามารถมองข้ามการศึกษาในเรื่องภาพแอบถ่ายหรือภาพถ่ายที่แฝงได้ เนื่องจากผลผลิตของปาปาราซซี เป็นกลไกหลักที่เป็นตัวชี้วัดการทำหน้าที่ในการรายงานข่าวสารของช่างภาพว่าเป็นไปตามหลักจรรยาบรรณเพียงใด และละเมิดสิทธิส่วนบุคคลหรือไม่

2.2.3 แนวคิดเกี่ยวกับภาพข่าว

ภาพข่าว คือ การรายงานเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ด้วยภาพถ่าย ในที่นี้จะหมายความรวมถึงภาพที่อยู่ในหน้าหนึ่งของสื่อสิ่งพิมพ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอข่าวนั้นๆโดยตรงหรือเป็นภาพข่าว และเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของข่าวหรือภาพประกอบข่าว

กมล ฉายาวัดมนะ (2530: 27) กล่าวว่า ภาพข่าวเป็นภาพที่รายงานเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นสู่สายตาของประชาชน โดยช่างภาพจะทำหน้าที่เป็น "ตา" แทนผู้อ่าน ภาพข่าวต้องเป็นภาพที่ถ่ายอย่างตรงไปตรงมา ตรงกับความเป็นจริงและได้ภาพเหมือนจริงตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น อีกทั้งยังเป็นเรื่องที่ประชาชนสนใจ หรือคาดว่าประชาชนจะสนใจ นอกจากนั้นภาพข่าวยังก่อผู้อ่านให้เกิดอารมณ์ร่วมกับเหตุการณ์ ภาพข่าวที่ดีควรมีรายละเอียดมากที่สุด เพื่อให้ผู้ที่ดูภาพเกิดความเข้าใจ โดยอาศัยคำบรรยายภาพให้น้อยที่สุด

มาลี บุญศิริพันธ์ (2537: 108) กล่าวว่าประโยชน์ของภาพข่าวมีหลายประการ อาทิ

1. ภาพข่าวเป็นหลักฐานยืนยันช่วยให้ผู้อ่านมีโอกาสได้เห็นเหตุการณ์จริงเหมือนกับดูสื่อข่าวได้พบ

2. เป็นหลักฐานยืนยันในสิ่งที่ผู้สื่อข่าวได้เขียนบรรยายในข่าว เช่น เรื่องโฆษณาแต่น้องผู้หิวโหย จะได้รับผลตอบแทน(feedback) น้อยกว่านี้ถ้าไม่มีการโฆษณาด้วยภาพให้เห็นกับตา จึงเป็นการสร้างความรู้สึกมีส่วนร่วมกับผู้อ่าน
3. ช่วยกระตุ้นให้ผู้อ่านมีความรู้สึกใกล้ชิดผูกพันกับบุคคลในข่าวมากขึ้น
4. ช่วยให้ผู้อ่านได้รู้จักบุคคลที่ปรากฏในข่าว ทำให้สามารถระบุตัวตน แยกแยะและบอกลักษณะเบื้องต้นของบุคคลนั้นๆได้
5. กระตุ้นให้ผู้อ่านมีความสนใจในเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน
6. ช่วยให้มีหลากหลายในการจัดหน้าหนังสือพิมพ์ ทำให้หนังสือพิมพ์มีสีสันน่าสนใจ
7. ช่วยในการบรรยายเนื้อความ สำหรับบุคคลที่ไม่ชอบอ่านข่าวอย่างละเอียด

นอกจากนี้ สนั่น ปัทมะทิน (2516: 85-86) มีความเห็นต่อความสำคัญของภาพข่าวที่เป็นประโยชน์ต่อสื่อสิ่งพิมพ์ไว้ ดังนี้

1. ภาพข่าวเพิ่มความสวยงามให้แก่สื่อสิ่งพิมพ์ ชวนให้คนซื้อ
2. ภาพข่าวทำให้ผู้อ่านเกิดความสนใจในสิ่งพิมพ์มากยิ่งขึ้น แม้ว่าผู้อ่านอาจไม่รู้หนังสือก็ตาม
3. ภาพข่าวช่วยเพิ่มความหมายในสิ่งพิมพ์ ทำให้ผู้อ่านรู้เรื่องราวได้ละเอียดมากยิ่งขึ้น
4. ภาพข่าวทำให้ผู้อ่านทราบข่าวสารและเรื่องราวต่างๆที่ผ่านการถ่ายทอดจากภาพ

ภาพข่าวมีความสำคัญในการบอกเล่าเรื่องราวที่เกิดขึ้นในข่าว หรือในการสื่อความหมายไม่ต่างจากภาษาเขียน ด้วยเหตุนี้การคัดเลือกภาพข่าวที่จะนำไปใช้ในการตีพิมพ์จึงเป็นเรื่องสำคัญ เพราะถ้าหากเลือกภาพไม่ดี ภาพที่จะนำไปใช้ก็สามารถทำให้ประสิทธิภาพของการบอกเล่าข่าวบกพร่องได้ การเลือกภาพควรพยายามเลือกภาพที่มีความหมายและมีความชัดเจนควบคู่กันไป คือ มีคุณภาพทางเทคนิค และมีคุณภาพเชิงวารสารศาสตร์ด้วย ดังที่ประชัน วัลลิโก ให้ข้อควรพิจารณาไว้หลายประการ (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2545: 53) ดังนี้

1. ภาพจะต้องให้ความหมายหรือบอกกล่าวอย่างใดอย่างหนึ่ง บางภาพเป็นเพียงบันทึกเหตุการณ์ธรรมดา แต่บางภาพอาจจะถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึก และทัศนคติของบุคคลในภาพได้ เช่น ภาพหัวเราะ แสดงถึงความดีใจ
2. คุณภาพของภาพต้องดี ภาพจะต้องมีความคมชัด มีองค์ประกอบภาพที่ดี และมีเนื้อหาที่สื่อความหมายได้ดี
3. เลือกภาพที่ดีที่สุด หนังสือพิมพ์และนิตยสารมีเนื้อที่จำกัด ภาพถ่ายเหตุการณ์เดียวกันอาจมีหลายภาพ บรรณาธิการจะต้องเลือกภาพที่ดีที่สุดมาตีพิมพ์

4. ภาพที่ได้รับความสนใจเป็นพิเศษ เช่น ภาพต่อสู้อย่างขมขื่น ภาพทางเพศ และภาพแสดงความทุกข์ เป็นต้น

ลูซเลย์ (Loosley, 1971) กล่าวถึง เกณฑ์ในการเลือกภาพข่าวของบรรณาธิการภาพ ซึ่งการเลือกภาพจะพิจารณาจาก

1. ความสามารถในการเล่าเรื่อง
2. ภาพดูเรียบง่าย ไม่ยุ่งยาก หรือมีสิ่งรบกวน
3. มีความงามอยู่ในตัว
4. คุณภาพของภาพดี
5. เป็นภาพที่แปลก น่าสนใจ

ส่วน มาลี บุญศิริพันธ์ (2537:108) เห็นว่า ภาพข่าวจะแตกต่างจากภาพถ่ายทั่วไป โดยภาพข่าวจะมีองค์ประกอบของข่าว สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน ซึ่งภาพข่าวควรมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

1. ภาพข่าวควรมีองค์ประกอบด้านสี แสงเงา ความคมชัด และเรื่องราวของภาพ
2. ภาพข่าวจะต้องมีคุณภาพและมีเนื้อหาที่สมบูรณ์พอที่จะบอกเล่าเรื่องราวหรือเหตุการณ์ให้ผู้อ่านเข้าใจได้
3. ภาพข่าวจะต้องสื่อความหมายในเรื่องที่ต้องการจะสื่อได้อย่างชัดเจน
4. ภาพข่าวควรจะตอบคำถามให้แก่ผู้อ่านได้ เหมือนกับการอ่านความนำของข่าวหนึ่งข่าว ได้แก่ ใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร และทำไม
5. ภาพข่าวควรมีคุณภาพดีพอสำหรับใช้กับระบบพิมพ์ กล่าวคือกระบวนการทางเทคนิคในการผลิต สามารถเก็บรายละเอียดของเรื่องได้ทั้งหมด จึงต้องมีความคมชัดและสื่อเรื่องราวทุกอย่างได้ครบถ้วน

ด้าน เบอร์กิน (Bergin, 1967) กล่าวถึง คุณลักษณะของภาพข่าวที่กองบรรณาธิการต้องการ 3ประการ คือ

1. คุณสมบัตินทางกายภาพ (Physical Quality) พิจารณาจากคุณภาพของภาพถ่าย เช่น ความชัด รายละเอียดของภาพ โทนสี เป็นต้น
2. คุณสมบัตินทางด้านเนื้อหาของภาพ (Photo Content) พิจารณาจากความสามารถในการบอกเรื่องราวของภาพถ่ายนั้น ต้องตรงประเด็นและเป็นภาพที่มีอากัปกริยา(action) นอกจากนี้ยังต้องมีองค์ประกอบเหล่านี้

- 2.1 มีความน่าสนใจ (Human Interest)
- 2.2 มีความแปลกใหม่ (the odd or unusual)
- 2.3 มีความขัดแย้ง (conflict of combat)
- 2.4 ความน่าจะเป็นนั้น มีความเป็นสากล
- 2.5 เป็นภาพที่ประกอบด้วยสัญชาตญาณ 4 ประการ (four basics instincts) คือ เป็นภาพเกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ (survival) มีองค์ประกอบทางเพศ (sex) เกี่ยวกับความทะเยอทะยาน (ambition) และภาพเกี่ยวกับการต่อสู้หนีภัย (escape)

3. คุณสมบัติทางด้านนโยบาย (Editorial policy) ขึ้นอยู่กับสื่อสิ่งพิมพ์แต่ละฉบับ เช่น หนังสือพิมพ์บางฉบับ จะไม่ตีพิมพ์ภาพคนและอุบัติเหตุ เนื่องจากเห็นว่าภาพน่ากลัว น่าสยดสยอง ในขณะที่บางฉบับตีพิมพ์ เนื่องจากอยากให้เป็นอนุสติสำหรับผู้อ่าน

सनं पत्रमत्तिन (2530: 95-101) กล่าวถึง คุณลักษณะของภาพถ่ายที่ดีและเหมาะสมที่จะลงพิมพ์ในสื่อสิ่งพิมพ์ 2 ประการหลักๆ ได้แก่

1. คุณลักษณะทางเรื่องราว ภาพถ่ายที่นำมาลงนั้น จะต้องมีความน่าสนใจตรงตามวัตถุประสงค์ของสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งมีทั้งข่าวและบทความต่างๆหลายประเภท ซึ่งแต่ละประเภทต่างก็ต้องการภาพถ่ายประกอบข่าวที่มีลักษณะแตกต่างกันไป ภาพถ่ายที่จะลงตีพิมพ์ควรประกอบไปด้วยคุณสมบัตินี้

- 1.1 ภาพนั้นให้ข่าวสาร ความรู้
- 1.2 ภาพนั้นให้การศึกษา
- 1.3 ภาพนั้นให้ความตื่นเต้น
- 1.4 ภาพนั้นอธิบายเรื่องราว ทำให้เข้าใจง่ายขึ้น
- 1.5 ภาพนั้นบอกบางสิ่งบางอย่างที่ไม่ได้คาดคิดไว้ก่อน
- 1.6 ภาพนั้นบอกเหตุการณ์ของข่าว

2. คุณลักษณะทางภาพ ภาพถ่ายที่จะนำมาใช้ตีพิมพ์ ต้องมีคุณลักษณะทางภาพที่ดีและเหมาะสมพอเพียงที่จะใช้เป็นภาพถ่ายได้ อาทิเช่น การประกอบภาพดี เรียกร้องความสนใจจากผู้อ่านได้ มองเห็นส่วนรายละเอียดเล็กๆได้ชัดเจน คมชัด กระจ่าง และแจ่มใส เป็นต้น

ในส่วนเนื้อหาของภาพถ่ายที่ดึงดูดความสนใจของผู้อ่านนั้น ดร.ณิ หิรัญรักษ์ (2530: 109) กล่าวว่า เนื้อหาของภาพข่าวที่สามารถดึงดูดใจผู้อ่านได้ ควรมีคุณสมบัติ 4 ประการ คือ

1. คน (People) ซึ่งในภาพข่าวแต่ละภาพไม่ควรจะมีจำนวนคนมากเกินไป

2. การกระทำ (Action) ภาพที่แสดงให้เห็นว่ากำลังมีการกระทำ เพราะจะทำให้ผู้ดูเกิดอารมณ์ในภาพ
3. สิ่งของ (Property) ควรจะถ่ายภาพวัตถุที่สามารถสื่อความหมายได้
4. ความหมาย (Meaning) ภาพที่ดีจะต้องทำให้ผู้อ่านเข้าใจความหมายที่ช่างภาพต้องการสื่อได้

ส่วนลักษณะของภาพขาว กมล ฉายาวัดชนะ (2530: 29-32) ได้จำแนกลักษณะของภาพขาวออกเป็น 3 ประเภทหลักๆ ดังนี้

1. ภาพขาว ณ ที่เกิดเหตุ เป็นภาพที่ถ่ายจากเหตุการณ์จริง รายละเอียดของภาพขาวที่เห็นในภาพจะดีมากน้อยเพียงใด ก็ขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้ถ่ายภาพ ภาพขาวประเภทนี้ ได้แก่ ภาพขาวอาชญากรรม ภาพขาวกีฬา ภาพขาวการเมือง และภาพแอบถ่ายบุคคลมีชื่อเสียง เป็นต้น ภาพขาวประเภทนี้เป็นภาพที่มีคุณค่าทางข่าว และเป็นภาพที่สื่อสิ่งพิมพ์ส่วนใหญ่มีความต้องการมาก เนื่องจากเนื้อหาของภาพจะบอกกล่าวเรื่องราวของข่าวได้เป็นอย่างดี

2. ภาพขาวทั่วไป เป็นภาพซึ่งมีเรื่องราวน่าสนใจที่จะเป็นถุณำมาข่าว แต่เนื้อหาของภาพขึ้นอยู่กับการศึกษาของช่างภาพและบรรณาธิการ ภาพขาวทั่วไปอาจเป็นเรื่องของสิ่งที่ปรากฏอยู่เป็นประจำจนบางครั้งเกิดความรู้สึกว่าเป็นเรื่องธรรมดา แต่ภาพถ่ายและมานำเสนอเพื่อที่จะชี้หรือแนะให้เห็นว่ากำลังเกิดอะไรขึ้นกับความปกติธรรมดา

3. ภาพประกอบข่าว ถือเป็นภาพอีกประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่มีเรื่องของตัวเองเหมือนกับเรื่องข่าวโดยตรง แต่มีความเกี่ยวข้องกับข่าวและให้ประโยชน์กับการเสนอข่าวมาก โดยภาพที่นำเสนอจะช่วยให้รายละเอียดเสริมความรู้ความเข้าใจในข่าวนั้นๆ ให้ดียิ่งขึ้น เช่น ในข่าวที่เกี่ยวข้องกับบุคคลในทางที่ดีและในทางตรงข้าม การนำเสนอภาพของบุคคลนั้นประกอบข่าวจะทำให้ผู้อ่านทราบว่า บุคคลนั้นเป็นใคร สำหรับการนำเสนอภาพประกอบข่าวที่เกี่ยวข้องกับตัวบุคคล และเป็นข่าวในทำนองที่เสียหาย ต้องใช้ความระมัดระวังอย่างมาก เพราะหากเลือกนำเสนอผิดพลาดจะส่งผลกระทบต่อบุคคลผู้เป็นเจ้าของภาพ และจะส่งผลเสียแก่สื่อสิ่งพิมพ์ที่เผยแพร่ด้วย ดังนั้น ในการนำเสนอภาพประกอบข่าวทำนองนี้ ควรต้องใช้ความระมัดระวังทั้งทางด้านจริยธรรมและกฎหมาย

ส่วน มนูญ แสงศิริ (2522) ได้จำแนกภาพขาวตามความรู้สึกที่มีต่อภาพ ออกเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

1. ภาพที่ให้ความรู้สึกทางบวก (Positive Feeling) ภาพเหล่านี้จะทำให้คนดูรู้สึกสบายใจที่ได้พบเห็น

2. ภาพที่ให้ความรู้สึกทางลบ (Negative Feeling) เป็นภาพที่ก่อให้เกิดความรู้สึกไม่เหมาะสม ขยะแขยง หรือดูแล้วอูจจาต
3. ภาพที่ให้ความรู้สึกเป็นกลาง (Neutral Feeling) เป็นภาพที่ดูแล้วไม่เกิดความรู้สึกบวกหรือลบ เช่น ภาพทิวทัศน์

อาร์โนลด์ (Arnold, 1981) ได้แบ่งภาพข่าวออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

1. ภาพเหตุการณ์ หรือภาพ ณ ที่เกิดเหตุ คือภาพที่ถ่ายจากเหตุการณ์จริง ซึ่งช่างภาพต้องมีความคล่องตัวและความคิดสร้างสรรค์ที่จะถ่ายภาพนั้นให้น่าสนใจได้
2. ภาพที่เตรียมไว้ล่วงหน้า หรือภาพที่นำมาจากแฟ้มภาพ เป็นภาพที่ไม่ได้จากที่เกิดเหตุการณ์นั้น เพราะลักษณะความสำคัญของข่าวบางชิ้นไม่ได้เป็นภาพเหตุการณ์ แต่
3. เป็นข่าวที่ได้มาจากการสัมภาษณ์ ส่วนใหญ่จะเป็นข่าวการเมืองและเป็นภาพบุคคล ภาพกราฟิก เป็นภาพอื่นที่ไม่ใช่ภาพถ่าย เช่น ภาพการ์ตูน ภาพแผนภูมิ ภาพลายเส้นต่างๆ เป็นต้น

นอกจากนี้ภาพข่าวที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์และนิตยสารแต่ละฉบับนั้นจะแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ของในแต่ละหน้า เช่น ภาพข่าวหน้าหนึ่ง ทุกภาพจะต้องเป็นภาพข่าวสดหรือภาพที่แสดงให้เห็นถึงการกระทำในขณะนั้น คือถ่ายทำและนำลงตีพิมพ์อย่างรวดเร็วเท่าที่จะทำได้ ถ้าช้าเกินไป คุณค่าทางข่าวก็จะลดลงไป ภาพถ่ายที่เข้าลักษณะนี้มักจะด้อยในเรื่องของคุณลักษณะภาพทาง เช่น ความคมชัด แต่มีคุณลักษณะที่จะเสนอเรื่องราวของข่าวได้เป็นอย่างดี ตัวอย่างที่เห็นได้ชัด เช่น ภาพลับของบุคคลมีชื่อเสียงต่างๆ เป็นต้น

แนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น จะนำมาพิจารณาในการวิเคราะห์ลักษณะของภาพแอบถ่ายของบุคคลมีชื่อเสียงที่ได้รับการตีพิมพ์ในสื่อสิ่งพิมพ์ไทยปัจจุบันว่าเป็นไปตามหลักเกณฑ์มากน้อยเพียงใด และการคัดเลือกตีพิมพ์ภาพถ่ายแต่ละภาพนั้น คำนึงถึงองค์ประกอบความเป็นข่าวในประเด็นใดบ้าง

2.2.4 แนวคิดการสื่อสารด้วยภาพถ่าย

ภาพถ่ายนั้น สามารถใช้ในการสื่อสารได้ตั้งแต่การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารระหว่างกลุ่มไปจนถึงการสื่อสารมวลชน ในด้านของการสื่อสารมวลชน จำเป็นต้องตีพิมพ์ภาพผ่านสื่อมวลชนต่างๆ เช่น ในลักษณะของภาพโปสเตอร์ นิตยสาร แผ่นปลิว หรือหนังสือพิมพ์ แล้วทำการเผยแพร่

ออกไปโดยไม่มีขีดจำกัด แม้กระทั่งผู้ที่ไม่รู้หนังสือ คนต่างชาติ ต่างภาษา ก็สามารถดูภาพถ่ายและเข้าใจเรื่องราวได้ทันที จึงกล่าวได้ว่า ภาพถ่ายเป็นภาษาสากล (International Language) อย่างแท้จริง ทุกคนสามารถสื่อสารและเข้าใจกันได้ด้วยภาพถ่าย (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2545 : 51)

จากคำพูดที่กล่าวไว้ว่า “ภาพๆเดียว สื่อความหมายได้ดีกว่าคำพูดนับพัน” (a picture says more than thousand word) เป็นการแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารด้วยภาพ และจากการศึกษาเกี่ยวกับธรรมชาติของมนุษย์ พบว่า การรับรู้ของมนุษย์รับรู้ได้สูงสุด เมื่อเปรียบเทียบกับ การรับรู้จากประสาทสัมผัสอื่นๆ และในเรื่องที่เกี่ยวกับความทรงจำ การสื่อสารด้วยภาพจึงมีความสำคัญและมีประสิทธิภาพสูงในการสื่อความหมาย อันมีผลต่อการรับรู้และการจดจำของมนุษย์ ได้ดีทางหนึ่ง (ประชัน วัลลิโก, 2530)

ในปี 1990 (Kenneth Kobre, 1996:320) เกิดองค์ประกอบสำคัญสองประการที่ทำให้ช่างภาพในสมัยนั้นรายงานข่าวด้วยภาพ ซึ่งประกอบไปด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม องค์ประกอบดังกล่าว ได้แก่

ประการแรก นวัตกรรมทางเทคนิค เกิดการประดิษฐ์คิดค้นและเปลี่ยนแปลงทางเทคนิคที่เกี่ยวข้องอุปกรณ์กับการถ่ายภาพมากมาย เช่น กล้องมีขนาดเล็กลง เลนส์มีความไวแสงมากขึ้น เป็นต้นทำให้ช่างภาพถ่ายภาพได้ง่ายและได้ภาพดีขึ้น การค้นพบทางวิทยาศาสตร์และวิศวกรรมศาสตร์ เหล่านี้ทำให้ช่างภาพสามารถถ่ายภาพเหตุการณ์ต่างๆที่ในสมัยก่อนไม่สามารถทำได้ เช่น การถ่ายภาพตอนกลางคืน การถ่ายภาพเคลื่อนไหวต่างที่รวดเร็วๆรวมทั้งการถ่ายภาพเคลื่อนไหวที่ต่อเนื่องกัน เป็นต้น

ประการที่สอง ช่างภาพได้ขยายขอบเขตของภาพข่าวให้กว้างมากขึ้นกว่าเดิม เช่น ภาพสารคดี ภาพกีฬา ภาพแอบถ่ายหรือภาพที่สอดแนม (Candid) ช่างภาพจึงมิได้ทำหน้าที่แค่การบันทึกเพียงอย่างเดียว แต่ยังทำหน้าที่เป็นผู้เล่าเหตุการณ์ที่ทำให้ผู้คนเห็นได้ด้วยตาอีกด้วย

กมล ฉายาวัดมนะ (2530: 18-20) กล่าวถึง การพิจารณาเพื่อคัดเลือกภาพว่าจะใช้สื่อความหมายได้ดีหรือไม่ มีเนื้อหาสาระสมบูรณ์เพียงใด จากเกณฑ์ดังต่อไปนี้

1. การประกอบภาพที่เน้นความหมายในภาพ ในการถ่ายภาพนั้นการประกอบภาพเป็นเสมือนหัวใจ เพราะภาพจะมีเนื้อหาสาระมากน้อยเพียงใด และสามารถใช้ในการสื่อสารได้อย่างสัมฤทธิ์ผลเท่าใดนั้นขึ้นอยู่กับภาพ ประกอบภาพ พื้นฐานของการประกอบภาพ มีดังนี้

1.1 ความสมดุล ในการถ่ายภาพจำเป็นจะต้องให้ภาพถ่ายมีความสมดุล เพื่อให้คนดูรู้สึกพอใจและไม่เกิดความรู้สึกว่าขาดมันนี่ตา ความสมดุลนั้นอาจจะเป็นแบบสมดุลโดยตรง คือส่วนทางซ้ายและทางขวามีสิ่งที่เป็นรูปทรงหรือน้ำหนักๆเหมือนกัน หรือแบบ

สมดุลโดยอ้อม คือ ด้านหนึ่งมีสิ่งที่คุณมีน้ำหนัก อีกด้านหนึ่งอาจมีวัตถุขนาดเล็กกว่า ไม่จำเป็นต้องให้ขนาดภาพเท่ากัน ซึ่งการประกอบภาพสมัยใหม่ นิยมใช้แบบสมดุลในแบบหลัง

1.2 เอกภาพ เป็นการจัดหรือเลือกมุมของการถ่ายภาพเพื่อให้มีเรื่องเพียงเรื่องเดียว หรือมีจุดเด่นเพียงจุดเดียว เนื่องจากในเนื้อหาของแต่ละภาพไม่ว่าจะมีขนาดใด ก็จัดได้ว่ามีเนื้อที่ที่เหมาะสมสำหรับเรื่องเพียงเรื่องเดียว หากต้องการจะถ่ายทอดหรือบอกเรื่องหลายเรื่อง ควรแยกออกไปเป็นแต่ละภาพ บางครั้งในภาพมีหลายเรื่องด้วยความจำเป็นที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ก็สามารถที่จะจัดให้เรื่องต่างๆ เป็นเรื่องรองหรือเป็นเรื่องเสริม โดยให้ตัวบุคคลที่ต้องการจะเน้นเป็นประธานของเรื่อง เช่น ภาพคนยืนคุยกันในงานเลี้ยง ในภาพอาจเห็นแยกกันเป็น 3 กลุ่ม ก็อาจจะจัดถ่ายโดยใช้ระยะใกล้และไกลเพื่อเน้นจุดที่ต้องการนำเสนอ เป็นต้น

1.3 ความกลมกลืน สิ่งต่างๆ ที่ปรากฏในภาพต้องเป็นสิ่งที่ไม่ไปด้วยกันได้ หรือเป็นภาพที่กลมกลืนกับบรรยากาศและสภาพแวดล้อม แต่อย่างไรก็ตามบางครั้งการถ่ายภาพมักจะอาศัยความเปรียบต่างหรือความตัดกัน เพื่อเรียกร้องดึงดูดความสนใจของผู้ที่ดูภาพก็เป็นได้

1.4 การเน้นให้เด่น วิธีดังกล่าวจะช่วยให้ภาพถ่ายสามารถถ่ายทอดหรือบอกเล่าเรื่องราวได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ดังนั้นในการภาพแต่ละภาพจึงต้องพยายามให้เรื่องราวดูเด่น เห็นความสำคัญของเรื่องได้โดยง่าย ในภาพถ่ายบุคคลเราอาจจะเน้นที่ใบหน้า เป็นต้น

2. แสงสว่างช่วยสร้างความหมาย แสงสว่างช่วยให้ภาพชัดเจน ในภาพที่แสงดีหรือมีแสงสว่างมากพอ จะทำให้เราเห็นองค์ประกอบและรายละเอียดของภาพได้ชัดเจน

3. ภาพถ่ายที่แสดงให้เห็นความเคลื่อนไหว การถ่ายภาพที่เกี่ยวกับความเคลื่อนไหว เป็นเทคนิคการเลือกใช้ความเร็วชัตเตอร์ ซึ่งในส่วนนี้ขึ้นอยู่กับความชำนาญของช่างภาพและคุณภาพของกล้อง แต่ภาพนิ่งที่ดูเหมือนกับว่าเป็นภาพเคลื่อนไหว หรือภาพที่แสดงอาการเคลื่อนไหวได้ มักจะเป็นภาพที่ดึงดูดความสนใจของผู้ดูภาพได้ดี เนื่องจากลักษณะของภาพจะแปลกไปกว่าภาพทั่วไป เพราะชี้ชวนให้ติดตามและตีความ ภาพทำนองนี้จึงจัดว่าเรียกร้องความสนใจได้เป็นพิเศษ

4. การเน้นความคมชัดตามเรื่องราวในภาพ ภาพที่ดีคือภาพที่มีความคมชัดในสิ่งหรือบุคคลที่ต้องการนำเสนอ ความคมชัดเนื่องจากเลนส์และเทคนิคการถ่ายภาพ แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

4.1 ความคมชัดแบบชัดตื้น แบบชัดตื้นนี้จะชัดเฉพาะที่ หรือเฉพาะส่วนที่ต้องการนำเสนอเท่านั้น สิ่งที่อยู่นอกเหนือจากระยะที่เน้นนั้น จะไม่ชัดทั้งหมด การถ่ายภาพลักษณะ

นี้ใช้เน้นหรือแยกส่วนที่ต้องการออกจากสิ่งต่างๆ เช่น ภาพคนที่คมชัด ขณะที่คนอื่นๆ เห็นพรางและไม่ชัด หรือภาพการจูงมือของคู่รักดาราดี เป็นต้น

4.2 ความคมชัดแบบชัดลึก เป็นภาพที่ชัดทั่วไปทั้งหมด ตั้งแต่สิ่งที่อยู่ส่วนหน้าของภาพเรื่อยไปจนถึงส่วนหลัง ซึ่งทั้งสองลักษณะนี้ใช้ประโยชน์ได้ดีสำหรับภาพถ่ายที่ต้องการบอกเรื่องราวอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือต้องการสื่อความรู้สึกและความหมายบางอย่างให้แก่ผู้ดู พื้นฐานการประกอบภาพเหล่านี้ เป็นแนวทางสำหรับพิจารณาขั้นแรกว่า ภาพถ่ายนั้นๆ มีเนื้อหาสาระพอใช้ได้หรือไม่ นอกจากนี้ยังมีแนวทางของการประกอบภาพเพื่อให้สื่อความหมายได้มากขึ้น เช่น การเลือกถ่ายภาพเฉพาะมุม ก็สามารถทำให้เรื่องราวแตกต่างจากข้อเท็จจริงได้

2.2.5 ทฤษฎีการเรียงความด้วยภาพ (Photo Essay) หรือการเล่าเรื่องด้วยภาพ (Photo Story)

แรงบันดาลใจจากการถ่ายภาพที่เผลอของโซโลมอนจุดประกายความคิดที่ว่า เหตุการณ์ใดๆ ก็ตามที่กำลังดำเนินอยู่นั้นสามารถถ่ายทอดออกมาเป็นภาพได้ ทำให้นิตยสารจึงเริ่มใช้ภาพเล่าเรื่อง ในลักษณะของการเรียงความ (Photo Essay) ด้วยภาพขึ้น เพราะเห็นว่าสามารถทำให้ภาพถ่ายมี “ค่า” ได้เช่นเดียวกับถ้อยคำ เช่น The Muncher Illustrierte Presse ,The Berliner Illustrierte Zeining ของเยอรมัน, The Illustrated London Newsของอังกฤษ (Kenneth Kobre, 1996:320)

Lewis (1991:302) กล่าวว่า ในสหรัฐอเมริกาช่วงต้นศตวรรษที่ 19 นิตยสารที่อธิบายเรื่องราวด้วยภาพนั้น มิใช่ปรากฏการณ์แปลกใหม่แต่อย่างใด เพราะมีการอธิบายความด้วยภาพวาดอยู่แล้วนิตยสารที่ใช้ภาพอธิบายเรื่องราวในสมัยแรกๆแตกต่างจากนิตยสารภาพของชาวอเมริกันในสมัยใหม่ นิตยสารปัจจุบันจะจัดและออกแบบภาพให้เป็นในลักษณะแก่นเดียวกัน ในขณะที่ในสมัยแรกนั้นจะจัดวางภาพอย่างอิสระ

การเล่าเรื่องด้วยภาพหรือการเรียงความด้วยภาพ หมายถึง การถ่ายภาพเพื่อบรรยายเรื่องราวแบบต่อเนื่อง โดยมีใจความหรือประเด็นสำคัญเพียงประเด็นเดียวหรือเรื่องเดียว การเล่าเรื่องด้วยภาพที่สมบูรณ์นั้น ชื่อเรื่อง คำอธิบาย การจัดหน้าและทุกอย่างต้องเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน ในกรณีที่ภาพนั้นอาจไม่ใช่เรื่องเดียวกันหรือมีลักษณะไม่เหมือนกัน มักจะใช้สัญลักษณ์หรือเครื่องหมายที่แสดงให้เห็นความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน และบางครั้งอาจใช้การจัดภาพวางเรียงภาพเข้ามาช่วยก็ได้ ถ้าเป็นหนังสือพิมพ์ การเล่าเรื่องด้วยภาพมักใช้เนื้อที่มากอาจเต็มหน้าหรือหลายหน้าติดต่อกัน เช่นเดียวกับนิตยสารที่ต้องใช้เนื้อที่หลายหน้าสำหรับเรื่องราวที่ค่อนข้างยาวเป็นพิเศษ

การเล่าเรื่องด้วยภาพถ่าย นิยมเล่าเรื่องด้วยภาพชุด ที่แสดงให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงและการกระทำ และแนวโน้มที่เกิดขึ้น ภาพลักษณะนี้สามารถถ่ายทอดสารและเป็นหลักฐานยืนยันการนำเสนอข่าวได้ เพราะบางเหตุการณ์ภาพถ่ายเพียงภาพเดียวไม่สามารถบรรยายความทั้งหมดได้ การถ่ายภาพและนำเสนอในลักษณะนี้ จึงทำทนายในแง่ของการร้อยรัดและเชื่อมโยงภาพให้ต่อเนื่องกัน เพื่อให้ประสิทธิผลของการนำเสนอข่าวนั้นๆสัมฤทธิ์ผล

เซอร์ลีย์และแมคโดกัล (Lewis, 1991: 208) กล่าวว่า การเรียงความหรือการเล่าเรื่องด้วยภาพถ่าย เปรียบเสมือนการเสนอเหตุผลหรือวิเคราะห์ประเด็นที่มีการขัดแย้งกันมากกว่าการบรรยาย ซึ่งแต่ละภาพอาจไม่เกี่ยวข้องหรือต่อเนื่องกัน แต่ทุกภาพมีความหมายในตัวเองและหยิบยกมาเป็นประเด็นสำคัญได้ทุกภาพ

เมตแลนด์ เอดี้ (Maitland Edey, 1978:117, อ้างถึงใน ชูลีพร เกษโกวิท, 2546: 23) กล่าวว่า การเล่าเรื่องด้วยภาพในแต่ละประเภทจะดึงดูดความสนใจของผู้รับสารที่แตกต่างกัน การเล่าเรื่องด้วยภาพประเภทภาพถ่ายบุคคลมักจะได้รับความสนใจมากที่สุดและเป็นภาพที่ช่างภาพมักจะกระทำได้ดี เช่น ภาพสถานการณ์ที่คนถูกบังคับให้ต้องเลือก หรือวิถีชีวิตส่วนบุคคลของคนดัง เป็นต้น

Kobre (1996) กล่าวถึงจำแนกลักษณะของภาพถ่ายเกี่ยวกับคนที่นำมาผลิตเป็นภาพเล่าเรื่องได้ดี ออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. บุคคลที่มีชื่อเสียง การเล่าเรื่องด้วยภาพที่เกี่ยวข้องกับบุคคลมีชื่อเสียงซึ่งเป็นที่รู้จักนั้นสามารถสร้างความสำเร็จได้เป็นอย่างดี เช่น การนำเสนอภาพและเรื่องราวของศิลปิน ดารา ภาพยนตร์ นักร้อง คนสำคัญในวงการสื่อสารมวลชน และนักการเมือง เป็นต้น สามารถเพิ่มยอดขายของนิตยสารได้อย่างมาก นิตยสารที่ใช้การเล่าเรื่องด้วยภาพประเภทนี้และประสบผลสำเร็จในด้านยอดขาย ได้แก่ พีเพิล, แวร์นิตี, แพร่ และเอสไควร์ เป็นต้น

2. คนที่น่าสนใจหรือมีลักษณะพิเศษ การตีพิมพ์ภาพเล่าเรื่องของคนที่มีพฤติกรรมหรือการกระทำบางอย่างที่น่าสนใจหรือมีลักษณะพิเศษที่แปลก หรือไม่ค่อยพบเห็น เช่น นิตยสารพีเพิล มีชื่อเสียงโด่งดังจากการตีพิมพ์ภาพเล่าเรื่องของ จอร์จ วิลล์ ผู้พิชิตการปีนตึกเวิร์ลด์เทรดเซ็นเตอร์ สมัยที่ยังไม่ถูกก่อวินาศกรรม และเรื่องของโสเภณีเด็ก เป็นต้น

3. ผู้ที่ทำให้เห็นแนวโน้มของสังคม เป็นเรื่องของบุคคลอีกประเภทหนึ่งนำมาทำภาพเล่าเรื่องได้ดี เช่น เรื่องวิถีชีวิตของเด็กเร่ร่อน หรือเรื่องของเด็กที่ต้องใช้ชีวิตอยู่กับพ่อหรือแม่เพียงคนเดียว เป็นต้น เรื่องลักษณะนี้เป็นเรื่องที่ชี้ให้เห็นถึงสภาพความเป็นไปของสังคม ซึ่งผู้คนส่วนใหญ่อยากทราบ

Lewis (1991: 210) เสนอถึงความคิดที่จะนำมาพิจารณา ตรวจสอบ การเลือกเรื่องที่จะนำเสนอผ่านการเล่าเรื่องด้วยภาพ โดยช่างภาพควรจะตอบคำถามต่อไปนี้

1. น่าสนใจหรือไม่? ช่างภาพควรนึกถึงสิ่งที่จะดึงดูดความสนใจของผู้คนได้ดี โดยอาจจะดูจากเหตุการณ์ที่มีคุณค่าบางประการ เช่น ความขัดแย้ง ความใกล้ชิด หรือความไม่ปกติที่ทำให้เรื่องนี้น่าสนใจ

2. เคยตีพิมพ์แล้วหรือยัง? ถ้าเคยถูกตีพิมพ์แล้ว ควรหาเรื่องอื่นมานำเสนอแทน

3. ภาพมีความเหมาะสมหรือพอดีกับเนื้อที่และเวลาที่มีอยู่หรือไม่? ถ้าเรื่องที่ต้องการเล่านั้นมีเนื้อหาและรายละเอียดมาก สามารถทำให้เรื่องแคบและสั้นลงได้โดยการเน้นเฉพาะประเด็นสำคัญ และตัดภาพที่เกี่ยวข้องน้อยที่สุดออกไป

4. อยู่ในเวลาที่เหมาะสมหรือไม่? ถ้าหากเรื่องที่ต้องการนำเสนอเวลานั้นมีช่วงสืบเนื่องต่อกันยาวนาน ก็ต้องแน่ใจว่าเมื่อเสร็จสมบูรณ์แล้ว การนำเสนอเรื่องนั้นจะยังคงเหมาะสมกับสถานการณ์ที่ตีพิมพ์

5. จะเห็นความคิดได้ชัดเจนหรือไม่? เรื่องบางเรื่องเหมาะที่จะเล่าด้วยภาพถ่าย แต่บางเรื่องเหมาะที่จะเล่าผ่านการเขียนหรือพูดเป็นหลัก แต่มิได้หมายความว่า จะใช้การเล่าเรื่องด้วยภาพถ่ายไม่ได้ ซึ่งเรื่องลักษณะนี้ช่างภาพจำเป็นต้องมีประสบการณ์และความชำนาญในการถ่ายภาพพอสมควร เพื่อให้ภาพสามารถสื่อถึงเรื่องราวที่ต้องการบอกกล่าวได้

6. บุคคลในภาพให้ความร่วมมือหรือไม่?

7. สามารถกลับไปถ่ายเพิ่มได้หรือไม่?

8. มีปัญหาทางเทคนิคอื่น ๆ หรือไม่?

วิธีเชื่อมโยงภาพ

ภาพเล่าเรื่อง ไม่ว่าจะถ่ายโดยช่างภาพที่มีสังกัดหรือช่างภาพอิสระก็ตาม การเล่าเรื่องด้วยภาพถ่ายส่วนมากมักเกี่ยวข้องกับข่าว และเป็นเหตุผลที่ทำให้ได้รับการตีพิมพ์ในช่วงนั้น ถ้าสามารถผูกเรื่องให้เข้ากับข่าวที่จะนำเสนอได้ จะยิ่งทำให้ข่าวและภาพถ่ายนั้นมีความหมายน่าสนใจมากขึ้น และเพื่อให้ผู้ดูภาพเชื่อมโยงภาพเข้าด้วยกัน หรือเห็นปฏิสัมพันธ์ของภาพและเนื้อหา ควรใช้วิธีที่จะทำให้ผู้ดูภาพเห็นสิ่งต่างๆ (Kobre, 1996) ต่อไปนี้

- คนเดียวกัน วิธีที่ง่ายที่สุดที่จะผูกภาพเข้าด้วยกัน คือให้มีคนคนเดียวกันอยู่ในทุกภาพ
- วัตถุหรือสถานที่เป็นที่เดียวกันพื้นหลังของภาพเหมือนกัน จะทำให้การปะติดต่อกภาพนั้นเป็นเรื่องเดียวกันและน่าเชื่อถือ

- แก่นของเรื่องเหมือนกัน
- เทคนิคเดิม หรือมิติเดิม การเลือกใช้มุมที่ต่างกันในการถ่ายภาพสามารถเพิ่มและขยายมุมมองของภาพ ทำให้ผู้ดูได้เห็นเรื่องราวในหลากหลายมุม นอกจากนี้พื้นหลังที่เหมือนกัน ระดับแสงที่คล้ายคลึงกัน ก็ช่วยให้ผู้ดูรู้สึกถึงความเชื่อมโยงกันของภาพได้ดี

จากแนวคิดการสื่อสารด้วยภาพและทฤษฎีการเล่าเรื่องด้วยภาพถ่ายนี้จะนำมาใช้พิจารณา รูปแบบการนำเสนอภาพแอบถ่ายของบุคคลมีชื่อเสียงในสังคมไทยปัจจุบัน ว่ามีการเลือกใช้เทคนิคทางการถ่ายภาพในการเล่าเรื่องและการเชื่อมโยงภาพเข้ากับเนื้อหาในลักษณะใด

เนื่องจากลักษณะปาปาราซซีในบริบทสังคมไทยนั้น กล่าวได้ว่ามีความหลากหลายและแตกต่างจากช่างภาพปาปาราซซีของชาติตะวันตก เนื่องจากช่างภาพปาปาราซซีในไทยนั้น ส่วนใหญ่เป็นบุคคลที่เคยเป็นและเป็นช่างภาพอาชีพ ช่างภาพอิสระ ช่างภาพสมัครเล่น รวมไปถึงคนธรรมดาทั่วไป ซึ่งบุคคลเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นคนของสื่อ หรือช่างภาพทางวารสารศาสตร์ทั้งสิ้น เนื่องจากการกระทำของเขาอยู่ในฐานะผู้ซึ่งทำหน้าที่บันทึกภาพข่าว และนำภาพข่าวนั้นมารายงานสู่สายตาประชาชน จึงเสมือนทำหน้าที่แทนตาของประชาชน ดังนั้น จึงจำต้องพิจารณาถึงหลักการเกี่ยวกับช่างภาพวารสารศาสตร์ควบคู่กันไปด้วย

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับข่าว บทบาท เสรีภาพและความรับผิดชอบของสื่อสิ่งพิมพ์

ในส่วนนี้จะกล่าวถึงแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกรายงานข่าว บทบาทหน้าที่ สิทธิเสรีภาพในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และความรับผิดชอบต่อการรายงานข่าวของสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งแนวคิดที่สามารถนำมาอธิบายและวิเคราะห์การนำเสนอภาพแอบถ่ายบุคคลมีชื่อเสียงในสื่อสิ่งพิมพ์ มีดังนี้

2.3.1 แนวคิดข่าวในฐานะสินค้า

ศิริชัย ศิริกายะ (2531) กล่าวว่า สำนักเศรษฐศาสตร์การเมืองแบบมาร์กซิสต์ มองว่าการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนในการเลือกข่าวสารที่จะนำเสนอสู่สาธารณชนนั้น ข่าวสารที่จะนำเสนอควรมีลักษณะเอาใจตลาดผู้อ่าน และควรเสนอเนื้อหาเพื่อขยายจำนวนผู้รับสารของตน

จากการศึกษากลุ่มผู้รับสารโดยส่วนใหญ่ในประเทศนั้น กลุ่มชนชั้นที่มีการศึกษาระดับปานกลางและระดับล่าง เป็นกลุ่มผู้รับสารที่มีจำนวนมากของประเทศ ดังนั้นการตัดสินใจในการคัดเลือกข่าวสารและภาพข่าวในลักษณะต่างๆ ต้องคำนึงถึงรสนิยม ความต้องการของผู้อ่านที่เป็นตลาดการค้าข้างต้น โดยข่าวสารและภาพข่าวต่างๆ ในสื่อสิ่งพิมพ์จึงต้องมีลักษณะไม่เคร่งเครียดหรือไม่เน้นเรื่องราวที่มีสาระมากๆ (ศศิธร ยุวโกศล, 2545:16)

ธุรกิจด้านสื่อสิ่งพิมพ์ถือได้ว่าเป็นกิจการของเอกชนเช่นเดียวกับองค์กรธุรกิจทั่วไป มีองค์ประกอบคือ การลงทุน การผลิต และการตลาด โดยบุคคลที่เกี่ยวข้อง คือ ผู้ลงทุน ผู้จัดทำและผู้อ่าน ซึ่งบุคคลทั้งสามฝ่ายนี้จะต้องมีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นวัฏจักร โดยผู้อ่านถือเป็นกลไกสำคัญที่เป็นตัวบ่งชี้ความสำเร็จของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์

กลไกของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ที่เน้นนำเสนอข่าวสารประเภทบันเทิงและสังคมมักทำให้ดารา นักร้อง เป็นธุรกิจสินค้า เมื่อถูกดึงมาเป็นสินค้า จุดขายไม่ต้องอาศัยความสามารถก็ได้ แต่อาจอยู่ที่ตัวดารา นักร้อง ที่ขายความเป็นตัวตนของบุคคล จึงต้องขายความเป็นส่วนตัว มีเจตนาขายความเป็นส่วนตัว เมื่อเป็นเช่นนี้ตลาดประชาชนที่บริโภคเรื่องบันเทิงก็สนใจความเป็นส่วนตัว กลไกนี้จึงดึงให้คนทุกฝ่ายเข้าไปอยู่ในเรื่องเดียวกัน (สุวิวงศ์ เอื้อปฏิภาณ, อังถึงใน อังธิดา ลิ้มปัทมปาณี, 2540: 162-163)

มาลี บุญศิริพันธ์ (2537: 12) กล่าวว่า ถ้าจะเปรียบหนังสือพิมพ์เป็นบริษัท “สินค้า” ก็คือเนื้อหาข่าวสาร “ผู้อ่าน” ก็คือ ตลาดหรือลูกค้าที่หวังซื้อทั้งความรู้และปัญญาจากผู้ทำหนังสือพิมพ์ โดยวัตถุประสงค์ใหญ่กิจการของหนังสือพิมพ์คือ การเสนอข่าวข่าว (news) และความเป็นข่าว (newsy)

นักวิชาการและนักสื่อสารมวลชนได้ให้ความหมายข่าวไว้มากมาย ซึ่งถ้าพิจารณาจะพบว่า นิยามของข่าวนั้นอยู่บนความคิดที่ว่า ข่าวคือสินค้าที่เป็นผลผลิตของปัจเจกชน โดยสรุปแล้วเรื่องที่จะเป็นมาข่าวได้นั้นยังคงต้องเกี่ยวพันกับหลักการตลาดอยู่เสมอ เมื่อข่าวเป็นสินค้า ดังนั้น การเลือกนำเสนอข่าว จะเลือกข่าวที่ขายได้ เป็นสิ่งที่สังคมต้องการมากกว่าข่าวที่จำเป็นสำหรับสังคม ซึ่งสอดคล้องกับฟรานซิส นันตะสุคนธ์ (2548) ที่มีความเห็นว่า ปรากฏการณ์การเกิดขึ้นของสื่อที่เสนอภาพแนวใหม่ อย่าง “Paparazzi” ที่เกิดขึ้นในตอนนี้ ก็อยู่บนฐานของการใช้ “ความจริง” เป็นสินค้า และสิ่งเหล่านี้แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงของไลฟ์สไตล์ และกิจกรรมทางธุรกิจในหลายมิติ

Meivin Mencher (1983: 52) ให้คำนิยามถึงลักษณะของข่าวไว้ว่า คือ ข่าวเป็นทั้งข้อมูลที่สาธารณชนจะต้องมีเพราะมีความสำคัญ และเป็นทั้งข้อมูลบันเทิงที่ผู้อ่านรู้สึกสนุกที่จะอ่านมัน

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2545: 61) กล่าวว่า ข่าว นั้น มีความเกี่ยวข้องกับปัจจัย 3 ประการ คือ

1. ข้อเท็จจริง (fact) เหตุการณ์ (event) ความคิด(idea) และความเห็นที่เกิดขึ้น
2. มีความสำคัญ (significantly) และมีความน่าสนใจ(interesting) ต่อคนบางส่วนหรือคนส่วนใหญ่ๆในสังคมนั้น
3. ได้รับการหยิบยกขึ้นมารายงานข่าวผ่านสื่อมวลชน

พงษ์ศักดิ์ พยัฆวิเชียร (อ้างถึงใน พิศิษฐ์ ชวลาธวัช, 2546: 18) กล่าวว่า ข่าวนั้นมันเกิดขึ้นอยู่แล้ว เพียงแต่ไม่ถูกเลือกนำมาเสนอ เราสามารถทำให้เกิดขึ้นมาได้ไม่ต้องรอให้เกิดเหตุการณ์แล้วจึงรายงาน เพียงแต่เราไปรู้และเขียนมันก็เป็นข่าวขึ้นมาได้

Walter Gieber (1964, อ้างถึงใน ศศิธร ยูวโกศล, 2545: 12) กล่าวว่า ข่าวคืออะไรก็ตามที่คนทำหนังสือพิมพ์ทำขึ้นมา สอดคล้องกับ Stuart Hall ซึ่งกล่าวว่า ข่าว คือสินค้าและเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นสินค้าหลักของระบบสื่อสารมวลชนที่เรียกว่า “สินค้าวัฒนธรรม” นักข่าวและบรรณาธิการ คือผู้เลือกสิ่งที่จะนำมาเป็นข่าวในแต่ละวัน ดังนั้น การคัดเลือกข่าว จึงขึ้นอยู่กับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผู้รับสาร ข้อตกลงเบื้องต้นของสังคม และอุดมการณ์

Metz William (1977, อ้างถึงใน มาลี บุญศิริพันธ์, 2537: 21) กล่าวถึง ความหมายของข่าวในฐานะที่เป็นสินค้า ไว้ว่า

- ข่าว คือ เหตุการณ์ หรือข้อเท็จจริง หรือเรื่องราวที่ประชาชนสนใจใคร่รู้
- ข่าว คือ สิ่งที่ประชาชนใจ
- ข่าว คือ สิ่งที่บรรณาธิการตัดสินใจเลือกลงพิมพ์ เพื่อเสนอต่อผู้อ่าน
- ข่าว คือ สิ่งที่ปรากฏในหน้าสิ่งพิมพ์

จากนิยามข้างต้น มาลี บุญศิริพันธ์ (2537: 21) ได้สรุปว่าข่าวควรประกอบไปด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 3 ประการคือ ความน่าสนใจ (interest) ข้อเท็จจริง (fact) และผู้อ่าน (readers) ดังนั้นข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น ต้องเป็นสิ่งที่น่าสนใจและผู้อ่านสนใจที่จะอ่าน และหากเหตุการณ์ที่เป็นข้อเท็จจริงได้เกิดขึ้น แต่ไม่ได้รับความสนใจหรือไม่น่าสนใจ และบางครั้งนำเสนอแล้วไม่เป็นที่สนใจของผู้อ่าน ผู้สื่อข่าวก็จะไม่นำเสนอข่าวนั้น

ข่าวและภาพข่าวทุกประเภทต้องอาศัยหลักในการประเมินคุณค่าข่าว เพื่อประกอบการตัดสินใจว่าจะนำเสนอข่าวนั้นหรือไม่ โดยพิจารณาจากองค์ประกอบต่างๆ เช่น ความสำคัญหรือความเด่น และองค์ประกอบทางเพศ เป็นต้น เพราะไม่ว่าจะเป็นข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวสังคม ข่าวอาชญากรรม หรือแม้กระทั่งข่าวบันเทิง ที่ในปัจจุบันได้รับความสนใจจากผู้อ่านเป็น

จำนวนมาก เพราะเนื้อหาและภาพข่าวส่วนใหญ่เป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับบุคคล ซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่ต้องการทราบความเคลื่อนไหว หรือเรื่องส่วนตัวของผู้อื่น โดยเฉพาะบุคคลที่มีชื่อเสียง (ชฎานุช วีรสาร, 2543: 1)

Samual Warren, and Brandies (Samual D. Warren, and Louis D. Brandies, อ้างถึงใน ชูชีพ ปิณฑะศิริ, 2525) กล่าวว่า ปัจจุบันนี้ผู้อ่านมีความนิยมบริโภคคอลัมน์ซุบซิบที่น่าเสนาภาพถ่ายลับๆ หรือภาพแอบถ่าย และภาพที่เปลือกกันมากมาย บทบาทในการนำเสนอข่าวแต่ละชิ้นจึงกลายเป็นเรื่องของการค้าขึ้นมา

เสถียร เขยประทับ (2542, อ้างถึงใน ศศิธร ยุวโกศล, 2545: 13) ให้ความเห็นว่า แนวทางหนึ่งในการนิยามข่าว คือ การมองข่าวว่าเป็นสินค้าที่หนังสือพิมพ์พยายามจะขาย พอค้าไม่ค่อยค่านึงถึงความจำเป็นจริงๆ ของลูกค้า แต่จะค่านึงว่าอะไรคือสิ่งที่ลูกค้าต้องการ และอะไรจะทำให้สินค้าของคนเป็นที่ดึงดูดใจเพื่อให้ลูกค้าต้องการสินค้าของตนมากขึ้น มีคำถามว่าหนังสือพิมพ์ซึ่งเป็นธุรกิจเอกชนในระบบทุนนิยมนั้น สนองความต้องการของลูกค้าหรือสร้างความต้องการให้แก่ลูกค้า คำตอบอาจเป็นได้ทั้งสองอย่าง

ดังนั้น เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจะเป็นข่าวได้ ควรพิจารณาคุณค่าของข่าวประกอบด้วย เช่น ความใกล้ชิด ความสำคัญหรือความเด่น และองค์ประกอบทางเพศ เป็นต้น โดยช่างภาพและบรรณาธิการจะเป็นผู้พิจารณาว่าภาพถ่ายและข่าวนั้น มีความน่าสนใจและสำคัญหรือไม่ นำเสนอไปแล้วจะได้รับการตอบรับจากผู้อ่านหรือไม่ ด้วยเหตุนี้ ข้อมูลหรือข่าวสารที่ส่งผ่านจากแหล่งข่าวไปยังผู้รับสาร บรรณาธิการมีบทบาทในการปรับแต่งและเปลี่ยนแปลงข้อมูลปฐมภูมิทั้งภาพและเนื้อความไปยังผู้รับสารในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมและตอบสนองความต้องการของผู้อ่านเหล่านั้น

แนวคิดดังกล่าวจะนำมาพิจารณาถึง องค์ประกอบของการเกิดขึ้น เติบโต และการเลือกตีพิมพ์ รวมทั้งการให้พื้นที่ในการนำเสนอภาพแอบถ่ายของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับนโยบายด้านธุรกิจบันเทิงว่าภาพถ่ายลักษณะนี้ ในสังคมทุนนิยมปัจจุบันก่อให้เกิดผลหรือประโยชน์ประการใดบ้าง

2.3.2 ทฤษฎีนายประตูข่าวสาร (Gatekeeper Theory)

ในสังคมไทยของเราจะเห็นว่า ข่าวที่เกิดขึ้นในแต่ละวันมีอยู่เป็นจำนวนมาก แต่ข่าวที่ถูกคัดเลือกออกมานำเสนอ นั้น มีกลไกบางอย่างที่อยู่เบื้องหลังของกระบวนการคัดสรรดังกล่าว สื่อเอง

ไม่มีเอกเทศพอที่จะนำเสนอเรื่องบางเรื่อง โดยไม่มีแรงกดดันภายใต้บริบทของสังคมนั้นๆแต่อย่างใด แรงกดดันนั้นอาจมาจาก อำนาจทางการเมือง อำนาจทางเศรษฐกิจ และรวมไปถึงความอยากรู้ อยากเห็นของผู้บริโภคสื่อ ฯลฯ กลไกที่อยู่เบื้องหลังเหล่านี้ ล้วนมีส่วนมากกำหนดว่า "อะไรที่เป็นข่าว ได้" และ "อะไรที่ถูกเซ็นเซอร์ออกไป"

Kert Lewin นักจิตวิทยาสังคมอเมริกัน เป็นบุคคลแรกที่นำศัพท์ Gatekeeper มาใช้ในวงการสื่อสารมวลชนในปี 1956 Lewin พิจารณาเห็นว่า การส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ นั้นจะต้องทำผ่านช่องทาง (channel) หรือสื่อนั่นเอง ซึ่งสื่อแต่ละประเภทจะมีจุดหรือสถานที่หนึ่งที่เป็นเสมือนประตู (gate) คอยกั้นกรองข่าวสารให้และไม่ให้ผ่านออกไป นายประตูข่าวสารโดยมาก มักได้แก่ บรรณาธิการ บรรณาธิการข่าว และนักข่าว อีกทั้งยังหมายความรวมไปถึงช่างภาพ ซึ่งถือเป็นผู้เปิดประตูข่าวสารประเภทภาพถ่ายข่าวด้วยเช่นกัน Lewin ให้นิยามของนายประตูข่าวสารว่า เป็นบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งมีอำนาจตัดสินใจว่าข่าวสารหนึ่งๆควรปล่อยให้ผ่านไปหรือจะจับไม่ให้ผ่านไป (ณรงค์ศักดิ์ ศรีทานนท์, 2533, อ้างถึงใน วิโรจน์ ศรีหิรัญ, 2541: 24)

ทฤษฎีนายประตูข่าวสารหรือผู้เฝ้าประตูข่าวสารนี้ สามารถอธิบายได้ถึงกระบวนการคัดเลือกกั้นกรองข่าวสารของกลุ่มคนที่เรียกว่า นายประตูข่าวสาร ซึ่งมีอำนาจพิจารณาตัดสินใจว่าข่าวใดควรเสนอ หรือไม่ควรนำเสนอสู่ผู้รับสารโดยกลุ่มผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจได้แก่ นักหนังสือพิมพ์ ทั้งนี้มีนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนได้ ให้นิยามความหมายของนายประตูข่าวสาร คือ บุคคลผู้เลือกสรรข่าวสารและภาพถ่ายเพื่อนำเสนอต่อประชาชน

White (David Manning white, 1950) ได้นำแนวคิดนี้ประยุกต์ใช้ในการศึกษาการทำงาน ของระบบกองบรรณาธิการข่าวหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในอเมริกา พบว่าการตัดสินใจคัดเลือกข่าวสารเพื่อตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ มีส่วนคล้ายกับหน้าที่ของนายประตูข่าวสาร นอกจากนี้ บรรณาธิการและช่างภาพส่วนมากยอมรับว่าบ่อยครั้งที่ความรู้สึกส่วนตัวมีอิทธิพลต่อการคัดเลือกข่าว นอกเหนือไปจากข้อจำกัดด้านเวลาและพื้นที่ในการนำเสนอ

Chism (1985, อ้างถึงใน มาลี บุญศิริพันธ์, 2537) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกภาพและข่าวนั้นๆมานำเสนอ ได้แก่

1. ความสนใจส่วนตัวของช่างภาพและบรรณาธิการ
2. นโยบายไม่เป็นทางการของหนังสือพิมพ์
3. การรับรู้ความสนใจ และประโยชน์ส่วนตัวของเจ้าของ
4. ความสนใจของกลุ่มผู้อ่านเป้าหมาย

5. แนวการเสนอข่าวของสิ่งพิมพ์คู่แข่ง
6. ความกดดันและบรรยากาศในกองบรรณาธิการ

Westley และ Maclean (1957) ได้ศึกษาแนวคิดเรื่องนายประตู่ข่าวสารไว้ในปี ค.ศ.1957 โดยกล่าวว่านายประตู่ข่าวสารจะทำหน้าที่เป็นเพียงช่องทางให้ข่าวสารผ่านไปสู่ผู้รับสารได้ และนายประตู่ข่าวสารก็มีใช้ผู้ก่อให้เกิดข่าวสารโดยตรงแต่เป็นแค่ผู้ทำหน้าที่ประเมินคุณค่าข่าวเท่านั้น โดยขั้นตอนการของประเมินคุณค่าข่าวนายประตู่ข่าวสารสามารถเพิ่มเติมตัดทอนข่าวบางส่วนได้เพื่อเป็นการเสริมอิทธิพลให้กับข่าวสารนั้น

ดังนั้น การปฏิบัติหน้าที่ของช่างภาพ บรรณาธิการ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอภาพแอบถ่ายในข่าว จึงเปรียบเสมือนผู้เปิดประตูข่าวสารให้แก่ผู้รับสาร เนื่องจากการนำเสนอภาพถ่ายนั้น กลุ่มปาปาราสซีก็ถือได้ว่าเป็นตาของประชาชน ผู้บริหารและผู้คัดเลือกภาพข่าวนั้นๆ เป็นผู้ถ่ายทอดอธิบาย ทอดเรื่องราว และเป็นผู้ตัดสินว่าจะเลือกถ่ายภาพลักษณะใดมานำเสนอให้แก่ผู้รับสาร เพราะผู้รับสารไม่มีโอกาสที่จะทราบได้ว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น มีรายละเอียดและความเป็นมาอย่างไรบ้าง

2.3.3 บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน

Harold D. Lasswell (1948, อ้างถึงใน วิลลาสินี พิพิธกุล, 2527:21) ได้รวบรวมภารกิจพื้นฐานของสื่อมวลชนที่มีต่อสังคมไว้ 3 ประการ ได้แก่

1. ภารกิจในการเป็นยามคอยสอดส่องตรวจสอบสภาพแวดล้อมทางสังคม (Surveillance of the environment) หมายถึง หน้าที่ในการสังเกตและติดตามเอาใจใส่เหตุการณ์ หรือ เรื่องราวที่เกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกสังคมเท่ากับทำหน้าที่เก็บรวบรวมและรายงานข่าว
2. ภารกิจในการสร้างความสัมพันธ์ให้กับส่วนต่างๆ ของสังคม (Correlation of the parts of society) หมายถึง การทำหน้าที่ชี้แจงให้เข้าใจว่ามีส่วนใดบ้างในสังคมที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้น โดยทำการศึกษาวิเคราะห์หรือรายละเอียดของเหตุการณ์อย่างรอบคอบพร้อมทั้งทำหน้าที่ในการตีความ
3. ภารกิจในการถ่ายทอดมรดกทางสังคม (Transmission of the social heritage) หมายถึง หน้าที่สืบทอดความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยม และบรรทัดฐานทางสังคมจากสมาชิกสังคมในแต่ละยุคสมัย เพื่อเป็นการขัดเกลา และให้ความรู้ ภารกิจนี้ยังรวมไปถึง

การให้ข้อวิพากษ์วิจารณ์และตีความข่าวสาร เพื่อช่วยให้ข่าวสารที่แยกย่อยออกเป็น ส่วนๆ มีความหมายเกิดขึ้น

สุรพงษ์ โสภณะเสถียร(2533) กล่าวถึงภารกิจของสื่อมวลชนที่สำคัญไว้คล้ายคลึงกับ Lasswell แต่ชาร์ลส์ ไรท์ (Charles R. Wright,1975) ได้เพิ่มเติมภารกิจของสื่อมวลชนที่สำคัญอีก ประการหนึ่ง คือ การนำเสนอกิจกรรมบันเทิง ซึ่ง Lasswell ไม่ได้ครอบคลุมไว้ในหน้าที่ของสื่อมวลชน อันที่จริงแม้ว่าการนำเสนอหน้าที่ในด้านความบันเทิงอาจจะดูไม่เป็นสาระ เมื่อเทียบกับหน้าที่อีก 3 ประการ แต่ก็ไม่อาจปฏิเสธได้ว่าสื่อมวลชนทุกแขนงมักนำเสนอเนื้อหาด้านบันเทิงมากกว่าเนื้อหา ด้านอื่นๆ โดยเฉพาะในปัจจุบัน การเปิดรับสื่อมวลชนของคนส่วนใหญ่ก็เข้าไปเพื่อแสวงหาความ บันเทิงให้กับตนเองหรือมิฉะนั้นก็เพื่อต้องการติดตามความเคลื่อนไหวของกิจกรรมบันเทิงต่างๆ

2.3.4 บทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์

Frank W. Rucher (1968: 5-6, อ้างถึงใน วิไล ฉัตรกุล ณ อยุธยา,2524:12) กล่าวถึง บทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ที่มีต่อสังคมไว้ดังนี้

1. ทำหน้าที่แถลงการณ์ โดยเสนอข้อเท็จจริงต่างๆเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน
2. ให้สาระของข่าวสารอันจะมีภาพประกอบเพื่อความเข้าใจ
3. สร้างประชาคติโดยกระตุ้นให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นลงในหนังสือพิมพ์
4. เผยแพร่ชุมชนของตนเองสู่โลกภายนอก ชี้ให้เห็นถึงข้อบกพร่องข้อควรแก้ไขของชุมชน
5. ป้องกันและเหนี่ยวรั้งการกระทำที่ผิดจากวิถีทางประชาธิปไตย
6. ให้การศึกษาแก่ผู้อ่านในด้านต่างๆด้วยการให้ความรู้

มาลี บุญศิริพันธ์ (2537: 4) กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ว่า หนังสือพิมพ์ต้องทำ หน้าที่ตอบสนองความต้องการของสังคม จึงมีบทบาทอย่างสำคัญทั้งการให้คุณและโทษต่อผู้อ่าน จึง ต้องมีความรับผิดชอบต่อการพัฒนาการทางความคิด สติปัญญาของผู้อ่านพร้อมกันไป ภาระหน้าที่ที่ หลีกเลียงไม่ได้เลยคือ ความพยายามเป็นผู้ชี้แนะ ยกย่องความคิดและความรู้ของสาธารณชนให้มี รสนิยมอันดี เปรียบเสมือนเข็มทิศส่องทางให้แก่สังคมและเป็นกระจกสะท้อนสังคม ภาระหน้าที่ ดังกล่าวถูกกำหนดเป็นความรับผิดชอบของหนังสือพิมพ์ในสังคมประชาธิปไตย

สดศรี จันทรวิงษ์ (2526: 6-7) ได้กล่าวถึงหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ไว้ 4 ประการ ดังนี้

1. หน้าที่ในการให้ข่าวสาร ได้แก่ การรายงานความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่างๆที่ได้รับ การประเมินค่าคุณค่าแล้วว่าเป็นเหตุการณ์ที่น่าสนใจ มีคุณค่าทางข่าวเพียงพอที่จะ ได้รับความสนใจจากผู้อ่าน โดยที่ข่าวสารนี้อาจเป็นข่าวสารที่ใกล้ตัวหรือใกล้ตัวก็ได้ เช่น ข่าวในประเทศหรือข่าวต่างประเทศ หนังสือพิมพ์จะต้องทำหน้าที่เสมือนหนึ่งผู้ บันทึกรายการประจำวันให้ประชาชนได้ทราบ
2. หน้าที่ในการให้ความคิดเห็น ได้แก่ การแสดงความคิดเห็นในบทความหรือคอลัมน์ต่างๆ ที่นำเสนอในหน้าในของหนังสือพิมพ์ เช่น คอลัมน์บทบรรณาธิการ บทวิเคราะห์วิจารณ์ ต่างๆ เพื่อช่วยให้ผู้อ่านมีแง่คิดหรือทัศนคติที่กว้างขวางขึ้นต่อเหตุการณ์ซึ่งกำลังเป็นที่ สนใจต่อประชาชนในขณะนั้น โดยที่การแสดงความคิดเห็นเหล่านี้จะต้องอยู่บนพื้นฐาน อันถูกต้องและชอบด้วยเหตุผล
3. หน้าที่ในการให้ความรู้ มีผู้กล่าวกันว่าหนังสือพิมพ์นั้นเปรียบเสมือนครู การให้ข่าวสาร หรือความคิดเห็น ตลอดจนเนื้อหาสาระต่างๆที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน เป็นการให้ การศึกษา ให้ความรู้แก่ประชาชนโดยอ้อม ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อประเทศกำลังพัฒนา ใน ปัจจุบันมีหนังสือพิมพ์หลายฉบับเสนอคอลัมน์ที่ให้ความรู้ด้านต่างๆแก่ผู้อ่าน เช่น คอลัมน์เกี่ยวกับทางด้านการเมือง คอลัมน์เกี่ยวกับความเจริญก้าวหน้าต่างๆทาง การเกษตร ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ ฯลฯ
4. หน้าที่ในการให้ความบันเทิง ในสภาวะการณ์ที่สลับซับซ้อนและยุ่งเหยิงเช่นปัจจุบัน สร้าง ความตึงเครียดให้กับประชาชนมิใช่น้อย ฉะนั้นหนังสือพิมพ์ควรมีส่วนในการผ่อนคลาย ความตึงเครียดนี้บ้าง ด้วยการเสนอเนื้อหาสาระบางอย่างที่ไม่หนักจนเกินไป เช่น เสนอ เรื่องราวเกี่ยวกับสิ่งบันเทิงเริงรมย์ต่างๆ วิจารณ์ภาพยนตร์ แนะนำหนังสือ เชิญชวนให้ ไปชมการแสดงดนตรี ละครที่น่าสนใจ ฯลฯ

เมื่อหนังสือพิมพ์มีบทบาทหน้าที่ของตนต่อสังคมในด้านต่างๆดังกล่าวแล้ว ย่อมจะต้อง คำนึงถึงความรับผิดชอบในการเสนอข่าวสารด้วยเช่นกัน เพื่อประโยชน์ของประชาชนผู้อ่าน อันมี ผลกระทบสังคมส่วนรวมโดยตรงนั่นเอง ดังนั้นหนังสือพิมพ์ควรคำนึงถึงหลักสำคัญบางประการต่อ ความรับผิดชอบในการนำเสนอข้อมูล ได้แก่ การเสนอข่าวที่ตรงต่อความเป็นจริง เป็นประโยชน์ไม่มีการบิดเบือนใดๆ ทั้งเจตนาหรือผลอ้อม เพื่อให้ประชาชนสามารถวินิจฉัยปัญหาสาธารณะได้อย่าง ถูกต้องเหมาะสมและมีประสิทธิภาพด้วยตนเอง เสนอข่าวด้วยความเป็นกลาง ไม่เสนอข่าวด้านเดียว โดยเฉพาะกรณีที่เกี่ยวข้องกับข้อขัดแย้งหรือผลประโยชน์ขัดกัน ซึ่งจะเป็นผลกระทบถึงการให้คุณให้ โทษแก่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ควรเสนอข่าวด้วยความรวดเร็วทันเหตุการณ์และมีความชัดเจนแจ่มแจ้ง ไม่ ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในเนื้อหาข่าว ใช้ภาษาเรียบง่าย กะทัดรัด ไม่หยาบคาย อีกทั้งเสนอข่าวที่มี

ค่าควรแก่การเสนอข่าว ชาวที่มีคุณค่าจะพิจารณาได้ง่ายจากความเกี่ยวข้องของข่าวนั้นกับส่วนได้ส่วนเสียของประชาชน ชาวที่มีคุณค่าจะให้ส่วนได้มากกว่าส่วนเสีย เช่น ช่วยสร้างเสริมความเจริญ ความผาสุก และความสงบเรียบร้อยของชุมชน อาทิ ข่าวของสังคมและชาติบ้านเมือง ข่าวที่ให้ความรู้ทั่วไป เป็นต้น (วัลลภ สวัสดิวัลลภ, 2527: 360-361)

บทบาทหน้าที่ดังกล่าว จะนำมาเป็นกรอบในการอธิบายการทำงานของกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องและมีส่วนร่วมในกระบวนการการรายงานข่าวประเภทภาพแอบถ่ายในสื่อสิ่งพิมพ์ไทย

2.3.5 เสรีภาพของสื่อสิ่งพิมพ์ในการทำหน้าที่สื่อมวลชน

บทบาทหน้าที่ของสื่อในการรายงานข่าวสารจะมีอาจเกิดขึ้นได้ หากสื่อขาดเสรีภาพในการเข้าถึงและการได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสาร เพื่อใช้ในการรายงานข่าว เนื่องจากข่าวบางประเภทนั้นเป็นข่าวที่ไม่ประสงค์จะถูกเปิดเผยให้สาธารณชนรับรู้ เพราะอาจจะส่งผลกระทบต่อบุคคลที่ถูกพาดพิงจากการนำเสนอข่าวนั้นๆได้ ในส่วนนี้จะกล่าวถึงเสรีภาพของสื่อมวลชนในมุมมองทางนิติศาสตร์ และวารสารศาสตร์

เป็นที่ทราบกันว่าการปกครองในระบอบประชาธิปไตย ได้มีการยืนยันถึงสิทธิขั้นมูลฐานของมนุษย์ที่เกิดขึ้นมา อันประกอบไปด้วยเสรีภาพและดำรงไว้ซึ่งเสรีภาพนั้น การละเมิดเสรีภาพของบุคคลจึงมีอาจกระทำได้ สื่อมวลชนก็คือประชาชนผู้หนึ่ง ย่อมมีเสรีภาพเช่นเดียวกันกับประชาชนทั่วไป เสรีภาพของสื่อมวลชนก็คือเสรีภาพของประชาชนที่ได้รับความคุ้มครองตามบทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญ

บทบาทและหน้าที่ในการนำเสนอข่าวและภาพข่าวของสื่อสิ่งพิมพ์ในฐานะตัวแทนตัวแทนของประชาชนในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร อันเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ เพื่อตอบสนองสิทธิการรับรู้ของประชาชน (Right to Know) ที่กล่าวมาข้างต้นจะไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์แห่งหน้าที่ของสื่อมวลชนได้ ถ้าสื่อสิ่งพิมพ์ปราศจากเสรีภาพของหนังสือพิมพ์ที่ต้องได้รับการคุ้มครอง ประกอบไปด้วย (อนันต์ ธนะโสธร, 2535: 17)

1. เสรีภาพในข่าวสาร (Freedom of Information)
2. เสรีภาพในการพิมพ์ (Freedom of Printing)
3. เสรีภาพในการวิพากษ์วิจารณ์ (Freedom of Criticize)
4. เสรีภาพในการจำหน่ายแจกจ่าย (Freedom of Dissemination)

จอห์น สจ๊วต มิลล์ นักปรัชญาชาวอังกฤษ ให้ความเห็นเกี่ยวกับเสรีภาพของสื่อมวลชน ตามแนวคิดทฤษฎีเชิงอิสรภาพนิยมว่า เสรีภาพ คือ ความเป็นอิสระจากรัฐบาล แต่คงอยู่ภายใต้กฎหมาย เสรีภาพทางความคิด การพูด และการแสดงความคิดเห็น ไม่ควรจะถูกจำกัด ดังนั้น สื่อมวลชนควรมีเสรีภาพในการรายงานข่าวสาร โดยไม่มีการตรวจข่าวสารโดยองค์กรใดๆ ซึ่งภายหลังจากที่หนังสือพิมพ์ยึดหลักการเป็น “ตลาดเสรีแห่งความคิดเห็น” จึงทำให้หนังสือพิมพ์มีสิทธิและเสรีภาพในการรายงานข่าวสารและแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ ซึ่งความมีเสรีภาพในแนวคิดดังกล่าว มักถูกหนังสือพิมพ์ที่ไม่ตระหนักถึงจริยธรรมบางส่วนนำมาใช้ปฏิบัติหน้าที่เพื่อสนองประโยชน์แก่ตนเอง โดยปราศจากความรับผิดชอบต่อผู้อ่านและสังคม เช่น การใส่สีสีนลงไปในข่าว การดัดแปลงรูปเหตุการณ์และการขาดมาตรฐานในการคัดเลือกข่าวที่จะตีพิมพ์ เป็นต้น (พิรงรอง รามสูต รัตนันท์, 2547)

หลักเสรีภาพดังกล่าว จะนำมาใช้เป็นเกณฑ์เบื้องต้นในการอธิบายการได้มาซึ่งภาพข่าว และวิธีการเข้าถึงข้อมูลที่น่ามาใช้ในการรายงานข่าวประเภทภาพแอบถ่ายที่พบในสื่อสิ่งพิมพ์ของไทย

2.3.6 ความรับผิดชอบต่อสื่อสิ่งพิมพ์

การปฏิบัติหน้าที่ในฐานะสื่อมวลชนของสิ่งพิมพ์นั้น สิ่งสำคัญที่จะต้องตระหนักถึงมิได้อยู่แค่ประเด็นเรื่องบทบาทหน้าที่ และเสรีภาพเท่านั้น แต่ยังรวมถึงสิ่งที่สำคัญอีกประการที่ถือได้ว่าเป็นพันธะยิ่งใหญ่ที่สื่อมวลชนจำต้องคำนึงถึงไม่สามารถละเลยได้ นั่นคือ ความรับผิดชอบต่อในการรายงานข่าว เพราะการรายงานข่าวอันประกอบไปด้วยการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสื่อมวลชนจะเป็นตัวตรวจสอบ ถ่วงดุล และแสดงให้เห็นถึงจิตสำนึกในการรายงานข่าวเพื่อสังคมอย่างแท้จริง

ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility theory)

ในสังคมทุนนิยม สื่อมีสิทธิและเสรีภาพกว้างขวางมากขึ้นกว่าที่เคยเป็นมา ผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อมวลชนจึงเสมือนได้รับเอกสิทธิ์แห่งเสรีภาพนั้นตามไปด้วย ช่างภาพในฐานะผู้เป็นสื่อก็ได้รับเอกสิทธิ์นั้นเช่นกัน ซึ่งการก่อตัวของทฤษฎีนี้เริ่มต้นขึ้นในปี 1947 ในสหรัฐอเมริกา เนื่องจากเสรีภาพของสื่ออาจจะถูกนำไปใช้อย่างไม่รอบคอบ หรืออาจใช้เพื่อผลประโยชน์ส่วนตัวมากกว่าส่วนรวม

Mcquail (1994) ได้ระบุลักษณะสำคัญของทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสื่อมวลชนต่อสังคมไว้ ดังนี้

1. สื่อมวลชนต้องมีพันธกิจอันพึงปฏิบัติต่อสังคม เจ้าของสื่อควรจะเป็นของมหาชน
2. ข่าวสารของสื่อจะต้องเป็นเรื่องจริง ถูกต้อง ยุติธรรม ตรงไปตรงมา และสอดคล้องกัน
3. สื่อต้องทำหน้าที่เป็นเวทีแลกเปลี่ยนทัศนคติอันหลากหลาย
4. สื่อควรจะต้องมีเสรีภาพภายใต้การควบคุมตัวเอง
5. สื่อจะต้องปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณและมาตรฐานของวิชาชีพ
6. ในบางสถานการณ์ สังคมอาจจำเป็นต้องเข้าแทรกแซงการทำงานของสื่อเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม

โดยสรุปแล้วความรับผิดชอบของช่างภาพและบรรณาธิการที่มีต่อสังคมนั้น จำแนกได้ออกเป็น 3 ส่วน (วิโรจน์ ศรีหิรัญ, 2541: 34-35) ได้แก่

1. ความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย

ช่างภาพถือได้ว่าเป็นนายทวารด่านแรกของนิตยสารและหนังสือพิมพ์ ฉะนั้นช่างภาพควรจะต้องคำนึงถึงตัวบทกฎหมายต่างๆเช่นเดียวกับบรรณาธิการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการล่วงละเมิดความเป็นส่วนตัว ดังนั้นควรระมัดระวังในการเลือกถ่ายภาพและการนำเสนอภาพถ่าย โดยเฉพาะในส่วนรายละเอียดของภาพ เพราะอาจทำให้ช่างภาพและสิ่งพิมพ์นั้นถูกฟ้องร้องทางกฎหมายได้

2. ความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม

ภาพข่าวและภาพประกอบข่าวบางภาพนั้น ไม่อาจปฏิเสธได้ว่าช่างภาพมีสิทธิและเสรีภาพที่จะถ่ายและตีพิมพ์นั้น เพื่อสนองสิทธิในการรับรู้ของประชาชน โดยเฉพาะภาพถ่ายของบุคคลสาธารณะ อันได้แก่ บุคคลมีชื่อเสียง ดารา และศิลปินต่างๆ เป็นต้น แต่ภาพข่าวบางภาพนั้น เมื่อถูกนำเสนอไปยังผู้รับสาร ก่อให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์ ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาทางจริยธรรมตามมา ได้แก่

1) ความเหมาะสมในการนำเสนอภาพข่าว ภาพข่าวบางภาพอาจส่งผลเสียต่อผู้ตกเป็นข่าวได้ แม้จะเป็นที่สนใจของผู้อ่านก็ตาม ซึ่งช่างภาพจะต้องใช้สำนึกของตนซึ่งนำหนักให้ดีระหว่างสิทธิในการรับรู้ของประชาชนกับความเสียหายที่จะเกิดขึ้นต่อผู้ตกเป็นข่าว หากภาพถ่ายนั้นถูกนำเสนอสู่สาธารณชน

2) วิธีการได้มาซึ่งภาพข่าว ภาพข่าวบางภาพนั้นมีคุณค่าทางข่าวสูง และเป็นสิ่งที่ประชาชนสนใจ แต่ทว่าวิธีการได้มาซึ่งภาพข่าวโดยการบุกกรุก การใช้กลโกง และวิธีการที่ไม่ยุติธรรมบางอย่าง เป็นเรื่องที่มีผลกระทบโดยตรงต่อจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ของช่างภาพ

3) ทัศนคติส่วนตัวของช่างภาพ ความเชื่อมั่นในเรื่องต่างๆ รวมทั้งความรู้สึกส่วนตัวอื่นๆ เช่น ถ้านำเสนอภาพลับของดาราคณนี้จะทำให้ได้ผลตอบแทนอย่างมาก เพราะรายละเอียดของภาพนั้นน่า

ให้คนที่พบเห็นต้องหยิบมาอ่าน ในขณะที่ถ้านำเสนอภาพของดาราก็คนซึ่งรายละเอียดของภาพนั้นธรรมดา ไม่หรือหาวจะได้ค่าตอบแทนน้อยกว่า เป็นต้น เป็นเรื่องที่ช่างภาพต้องใช้สำนึกและจริยธรรมในจิตใจของตน แยกให้ออกจากหน้าที่ในการนำเสนอถ่ายทอดภาพข่าวอย่างเด็ดขาด

2.4 การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล (Right to Privacy)

ในการแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบทางจริยธรรมในการสื่อข่าว นั้น มีหลักการที่ช่างภาพควรยึดถือ คือ ควรรายงานข่าวอย่างยุติธรรม (Fairness) ถูกถ้วน (Accuracy) สมบูรณ์พร้อม (Completeness) และเหมาะสม (Temperance)

3. ความรับผิดชอบต่อสังคม

นักหนังสือพิมพ์และช่างภาพ มักจะได้รับความศรัทธาและความไว้วางใจจากสาธารณชนอยู่ไม่น้อย ความไว้วางใจนี้เองที่ทำให้ผู้ที่ทำหน้าที่ในการนำเสนอข่าวสารทั้งหลายสามารถสร้างอิทธิพลขึ้นในจิตใจของสาธารณชนได้ เพราะการนำเสนอข่าวนั้น สามารถสร้างและปั่นให้เกิดกระแสและค่านิยมต่างๆ ขึ้นมากมายในสังคม เช่น กระแสทางวัฒนธรรมการแต่งกายแบบญี่ปุ่น ค่านิยมการอยู่ก่อนแต่ง เป็นต้น ซึ่งบางครั้งมีส่วนในการชี้นำสังคมด้วย เพราะฉะนั้น ผู้ที่มีหน้าที่ในการนำเสนอข่าวสาร จะต้องนำความศรัทธาและอิทธิพลเหล่านี้ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติให้มากที่สุด

แนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นจะนำมาพิจารณาถึงการทำหน้าที่ของสื่อสิ่งพิมพ์ในฐานะสื่อมวลชนที่รายงานภาพข่าวที่มีลักษณะคาบเกี่ยวต่อความเป็นส่วนตัวของบุคคลมีชื่อเสียง ในประเด็นความรับผิดชอบต่อการกลั่นกรองความเหมาะสมของการนำเสนอภาพข่าวบุคคลมีชื่อเสียง รวมไปถึงความรับผิดชอบในความผิดพลาดของตีพิมพ์ภาพลักษณะดังกล่าวของสื่อสิ่งพิมพ์ไทย

2.4 แนวคิดการกำกับดูแล และจริยธรรมในการรายงานข่าวของสื่อสิ่งพิมพ์

บุคคลในหลายวงการได้กล่าวไว้ว่า สื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อที่ทรงอำนาจสามารถสร้างคนให้เป็นคนที่ดีก็ได้ ที่ต่างพร้อมก็ได้ ด้วยปลายปากกาที่ตนถืออยู่ ด้วยเหตุนี้ เพียงแค่ความรับผิดชอบต่อสื่อในทางทฤษฎี จึงไม่เพียงพอ เพราะสื่อมวลชนแต่ละคนต่างคนก็ต่างจิตสำนึก สื่อสิ่งพิมพ์จึงจำเป็นต้องมีการควบคุม ตรวจสอบ รวมถึงการร่างหลักการที่ได้รับการยอมรับและยึดถือร่วมกันมาเป็นแนวทางกำกับในการใช้อำนาจหน้าที่ในการรายงานข่าวสาร เพื่อสร้างความถูกต้อง ความเป็นกลาง และความยุติธรรมในการนำเสนอข่าวสารแก่ประชาชน

2.4.1 การกำกับดูแลการนำเสนอข่าวของสื่อสิ่งพิมพ์

ด้วยพันธกิจของสื่อมวลชนที่มีต่อสังคม ไม่ว่าจะเป็นการรายงานข่าวสาร ความรู้ และความบันเทิง ตลอดจนทัศนคติอันหลากหลายต่อประชาชน รวมไปถึงการมีสิทธิและเสรีภาพในการนำเสนอข่าวเพื่อสนองสิทธิในการรับรู้ของประชาชน ส่งผลให้สื่อสิ่งพิมพ์จึงถือเป็นสถาบันหนึ่งที่มีบทบาทและอิทธิพลอย่างมากต่อการดำเนินชีวิต การคิด และการตัดสินใจในชีวิตประจำวันของคนในสังคม สื่อมวลชนจึงสามารถใช้สิทธิและเสรีภาพที่มีเพื่อตอบสนองความต้องการรู้ในเรื่องที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวมและบางครั้งก็ไม่ใช่ประโยชน์ต่อสังคมส่วนใหญ่มาก และบ่อยครั้งการรายงานข่าวก็เข้าข่ายละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของผู้ตกเป็นข่าวด้วย

ดังนั้น สื่อสิ่งพิมพ์จึงควรแสดงความรับผิดชอบต่อผู้อ่านและสังคมไม่เพียงแต่ในทางกฎหมายเท่านั้น แต่ต้องแสดงความรับผิดชอบด้วยการใช้กฎระเบียบและหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพมาควบคุมและตรวจสอบการทำงานของตนเองด้วย (พิรงรอง รามสูต อดิเรก, อ่างแล้ว)

เกษม ศิริสัมพันธ์ กล่าวว่า การควบคุมกันเองมีความหมายว่า ต้องเป็นการควบคุมกันเองของสื่อสิ่งพิมพ์ ไม่ใช่ภาครัฐ ไม่ใช่ภาคราชการ แต่ควบคุมกันเองโดยสมาคมวิชาชีพที่อยู่ในภาคประชาชน

การควบคุมกันเอง (Self - Control) ของสื่อสิ่งพิมพ์ ปฏิบัติกันอยู่ 2 ลักษณะ คือ

1) การควบคุมกันเองในวงการวิชาชีพสิ่งพิมพ์

การควบคุมกันเองในวงการวิชาชีพหนังสือพิมพ์ หมายถึง “การที่ภายในวงการผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ได้กำหนดแนวทางปฏิบัติ กำกับดูแลและดูแลกันเอง เพื่อรักษาเกียรติภูมิและส่งเสริมมาตรฐานแห่งวิชาชีพ อันจะทำให้หนังสือพิมพ์เป็นสถาบันที่ได้รับความนิยมนับถือเป็นที่ไว้วางใจแก่บุคคลทั่วไป ทั้งนี้โดยยึดหลักเสรีภาพและความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสำคัญ”

แนวทางปฏิบัติเพื่อควบคุมกันเองนั้น หนังสือพิมพ์ทำได้โดยการที่สมาคมผู้ประกอบวิชาชีพกำหนด “จรรยาบรรณ” และระเบียบข้อบังคับต่างๆ ขึ้นมาเพื่อเป็นวินัยสำหรับการปฏิบัติงานของหนังสือพิมพ์ หรือมิฉะนั้นก็จัดตั้ง องค์การอิสระที่เรียกว่า สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ (Press Council) ทำหน้าที่กำหนดจริยธรรมเป็นกรอบปฏิบัติงาน และสอดส่องดูแลให้หนังสือพิมพ์ปฏิบัติงานอยู่ในกรอบที่วางไว้มิให้ล่วงละเมิดสิทธิของผู้อื่น

2) การเคารพในสิทธิส่วนบุคคล (Right to Privacy) ของผู้อื่น

ในประเทศไทย สิทธิของบุคคลในครอบครัวและความเป็นอยู่ส่วนตัวได้รับการบัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 มาตรา 35 เพื่อให้ได้รับการพิทักษ์คุ้มครองมิให้ถูกละเมิดรบกวนจากการใช้เสรีภาพในการปฏิบัติงานของหนังสือพิมพ์ด้วยว่า

“สิทธิของบุคคลในครอบครัว เกียรติยศ ชื่อเสียง หรือความเป็นอยู่ส่วนตัวย่อมได้รับความคุ้มครองการกล่าวหรือไขข่าวแพร่หลายซึ่งข้อความหรือภาพ ไม่ว่าด้วยวิธีใดไปยังสาธารณชน อันเป็นการละเมิดหรือกระทบถึงสิทธิของบุคคลในครอบครัว เกียรติยศ ชื่อเสียง หรือความเป็นอยู่ส่วนตัวจะกระทำมิได้ เว้นแต่กรณีที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน”

นอกจากนั้น ความเป็นส่วนบุคคลของผู้อื่นยังได้รับการพิทักษ์ปกป้องสิทธิมิให้ถูกละเมิดรบกวนจากการใช้เสรีภาพของหนังสือพิมพ์ปฏิบัติหน้าที่โดยใช้วิธีการอันไม่เหมาะสมเหล่านั้นด้วยคือ

- 1) การสอดแนม การแอบดู การเฝ้าดู
- 2) การดักฟัง หรือการบันทึกเสียงคำพูดโดยไม่ได้รับอนุญาต
- 3) การถ่ายภาพ หรือทำภาพเหมือนโดยไม่ได้รับอนุญาต
- 4) การอ่าน หรือคัดลอกเอกสารราชการโดยไม่ได้รับอนุญาต
- 5) การนำมาใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตหรือเปิดเผยข้อมูลข่าวสารที่เป็นเรื่องลับ รวมทั้งเป็นข้อเท็จจริง เช่น ชื่อ คุณลักษณะ ความคล้ายคลึง โดยคาดหมายว่าจะเป็เหตุให้บุคคลผู้เป็นเจ้าของข้อมูลข่าวสารข้อเท็จจริงนั้นเกิดความกลัดกลุ้ม ชุ่นเคือง และละอาย หรือเพื่อมุ่งจะใส่ร้ายป้ายสีบุคคลนั้น
- 6) การนำชื่อ คุณลักษณะ ภาพเหมือนของบุคคลมาใช้เพื่อเรียกร้องทรัพย์สินของผู้อื่น หรือเพื่อประโยชน์ทางการค้า

ในเวลาต่อมาหลักการในกำกับดูแลกันเองของสื่อสิ่งพิมพ์ จึงได้ถูกรวบรวม และนำมาปรับใช้ร่วมกันเป็นหลักจริยธรรมสากลอันเกี่ยวข้องกับกระบวนการในการรายงานข่าวสารของสื่อสิ่งพิมพ์ไทยในปัจจุบัน

2.4.2 แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมของสื่อมวลชน

จริยธรรม หมายถึง ปรัชญา หรือระบบที่เกี่ยวเนื่องด้วยศีลธรรม เป็นหลักที่เกี่ยวกับความประพฤติปฏิบัติของคนว่าดีหรือไม่ดี เหมาะสมหรือไม่เหมาะสม เป็นสิ่งที่ขึ้นอยู่กับความสมัครใจจะทำหรือไม่ทำก็ได้ ต่างจากหลักกฎหมาย ถ้าใครไม่ปฏิบัติจะถูกลงโทษตามที่บัญญัติไว้ (สุกัญญา สุด

บรรทัด, 2537 : 1) ดังนั้น จริยธรรมจึงเป็นหลักการที่ช่วยชี้ว่าพฤติกรรมอันใดถูก และพฤติกรรมอันใดผิด

ในการวิจัยครั้งนี้ แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมของสื่อมวลชนที่จะนำมาใช้ ในการศึกษาจะครอบคลุมถึงจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายภาพ การตีพิมพ์ การนำเสนอภาพถ่ายและเนื้อหาข่าวประกอบ ซึ่งแบ่งได้ดังนี้

1) จริยธรรมเกี่ยวกับภาพถ่ายในสื่อสิ่งพิมพ์ (Code of Ethics)

สมาคมช่างภาพหนังสือพิมพ์แห่งชาติของสหรัฐอเมริกา มีความเห็นว่าการรายงานข่าวนั้น ไม่อาจสมบูรณ์ได้ ถ้าไม่มีภาพข่าวประกอบด้วย โดยภาพข่าวจะช่วยทำให้สาธารณชนรับทราบข่าวสารนั้นได้ชัดเจนขึ้น ดังนั้นเพื่อให้ได้ภาพถ่ายข่าวที่สมบูรณ์ ทางสมาคมจึงได้กำหนดหลักทางจริยธรรม เพื่อให้ช่างภาพยึดถือปฏิบัติ (Black, Steele and Barney, 1995: 11-12) ดังนี้

- 1) วิชาการถ่ายภาพทางวารสารศาสตร์ เป็นศาสตร์ชั้นสูงที่รวมวิทยาศาสตร์และศิลปะเข้าไว้ด้วยกัน
- 2) อาชีพช่างภาพวารสารศาสตร์นั้น เป็นอาชีพที่ให้บริการและประโยชน์แก่สาธารณชน
- 3) ดังนั้น จึงควรรักษาจริยธรรมในวิชาชีพไว้ ถึงแม้สามารถหารายได้จากอาชีพได้ แต่ไม่ควรเห็นแก่ผลประโยชน์ส่วนตนมากไปกว่าพันธกิจเพื่อส่วนรวม
- 4) ช่างภาพมีหน้าที่ต้องยึดถือในความจริง ความเป็นกลาง และความยุติธรรม
- 5) ช่างภาพต้องไม่บิดเบือนความจริง การตัดต่อภาพถือเป็นการกระทำที่ผิดจริยธรรม
- 6) ช่างภาพต้องช่วยเหลือและสนับสนุนคนในวิชาชีพเดียวกัน โดยการรักษาคุณภาพของ
- 7) ภาพข่าวพัฒนาการทำงานและผลงานอยู่เสมอ
- 8) รักษาเสรีภาพแห่งวิชาชีพของและวิชาชีพอื่นที่เกี่ยวข้อง
- 9) ความทะเยอทะยานและความเมตตา เป็นตัวชี้วัดความถูกต้องแห่งอุดมการณ์ในการวิชาชีพ
- 10) เพราะไม่มีหลักจริยธรรมข้อใดที่ใช้ตัดสินได้ทุกสถานการณ์ ดังนั้นสามัญสำนึกและ
- 11) การตัดสินใจที่ดี จึงเป็นตัวเลือกที่เอื้อประโยชน์กับหลักจริยธรรม

นอกจากนั้น สิ่งสำคัญที่ช่างภาพทุกคนจะต้องคำนึงถึงในการทำหน้าที่สื่อคือ ช่างภาพต้องถามตนเองก่อนที่จะถ่ายภาพทุกครั้ง เพื่อเป็นการรักษาคุณภาพของภาพถ่ายเชิงวารสารศาสตร์ และ

ป้องกันผลกระทบทางลบที่อาจจะเกิดขึ้นได้ ช่างภาพจึงควรถามตัวเองก่อนที่จะถ่ายภาพ (Black and Barney, 1995, อ้างถึงในวิโรจน์ ศรีหิรัญ, 2541: 45) ดังนี้

- 1) กำลังจะละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของผู้อื่นหรือไม่ ถ้าจำเป็นต้องละเมิด มีเหตุผลที่เหมาะสมอย่างไร
- 2) เป็นช่วงเวลาที่เจ็บปวดหรือทรมานของคนอื่นหรือไม่ ช่างภาพควรเสนอให้ผู้อ่านได้เห็นภาพเหล่านั้นหรือไม่
- 3) ภาพนั้นบอกเรื่องราวที่ช่างภาพต้องการสื่อออกไปหรือไม่ มีภาพอื่นที่เหมาะสมมากกว่าหรือไม่
- 4) การถ่ายภาพนั้นอยู่ในระยะใกล้จนผู้นั้นกำลังตกเป็นเหยื่อของช่างภาพหรือไม่
- 5) ตัดสินใจถ่ายภาพนั้นด้วยความเมตตา และมีความรู้สึกร่วมกับความรู้สึกของผู้อื่นหรือไม่

ลักษณะของการบุกรุก หรือรุกรานความเป็นส่วนตัวในสถานที่ อาจหมายถึงการจ้องมองสอดส่องเข้าไปในที่พักอาศัยหรือสถานที่ปิดที่บุคคลเชื่อว่าเขาจะปลอดภัยจากสถานที่ที่มีผู้ใช้ที่สาธารณะพลัอมเลนส์ 1,000 ม.ม. อาจถูกร้องเรียนว่าบุกรุกก็ได้ (Kenneth Kobre, 1996)

Kenneth Kobre ได้กล่าวแนะนำสถานที่ถ่ายภาพบางแห่งไว้ในหนังสือชื่อ “โฟโต้ เจอร์นัลลิสม์: เดอะโพรเฟสชันแนลแอฟโพรช” (Photo Journalism: The Professional Approach) ว่ามีที่ใดบ้างที่ถ่ายได้ ที่ใดต้องขออนุญาต ที่ช่างภาพในประเทศไทยอาจนำมาเป็นแนวทางในการทำงานของตนเองคือ

- สถานที่ที่ถ่ายภาพได้ตลอดเวลา คือสถานที่สาธารณะ เช่น บนถนน ทางเท้า สนามบิน ชายหาด สวนสาธารณะ สวนสัตว์ สถานีรถไฟ สถานีขนส่ง
- สถานที่ที่ถ่ายภาพได้ถ้าไม่มีข้อห้ามคือ หน้าโรงพยาบาล หน้าโรงแรม บริษัทห้างร้าน ล็อบบี้ของโรงแรม ภัตตาคาร และสถานที่ส่วนบุคคลคือที่บ้าน สนามหญ้า อพาร์ตเมนต์ ห้องพักในโรงแรม ในรถยนต์
- สถานที่ที่เป็นเขตหวงห้าม เช่น กองบัญชาการตำรวจ ทหาร สถานที่ทำงานของรัฐบาล ห้องพิจารณาคดีของศาล ห้องทำงานของแพทย์ พิพิธภัณฑ
- สถานที่ที่ต้องได้รับอนุญาตก่อนถ่ายภาพเช่น ห้องเรียน สโมสร หรือชมรม โรงพยาบาล ศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ ในรพพยาบาล ศูนย์สุขภาพจิต คลินิก ฯลฯ

2) จริยธรรมของนักหนังสือพิมพ์

ในวงการวารสารศาสตร์ของไทย คณะกรรมการบริหารของสมาคมนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ได้ทำการกำหนดหลักจริยธรรมของนักหนังสือพิมพ์ไว้ (ชวรัตน์ เชิดชัย, 2527:142-143) ดังนี้

- 1) ความรับผิดชอบ ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อผลประโยชน์อันชอบธรรมของปัจเจกชน สถาบัน ประเทศชาติ ศาสนา และราชบัลลังก์
- 2) ความมีเสรี คือ เสรีภาพที่มีความรับผิดชอบกำกับ
- 3) ความเป็นไท หมายถึง ความเป็นไทของใคร ทั้งกายและใจ ไม่ว่าจะโดยอามิสสินจ้างลักษณะใดก็ตาม
- 4) ความจริงใจ ไม่มีเจตนาบิดเบือนการนำเสนอข่าว และถ้าเมื่อใดที่นำเสนอข่าวผิดพลาดต้องรีบแก้ไข
- 5) ความเที่ยงธรรม จะต้องไม่มีความลำเอียงและไม่นำอคติมาใช้ในการนำเสนอข่าว
- 6) ความมีน้ำใจเป็นนักกีฬา หมายถึง การปฏิบัติหน้าที่นำเสนอข่าวอย่างถูกต้อง ไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล เว้นแต่เรื่องนั้นเกี่ยวกับประโยชน์สาธารณะอย่างแท้จริง
- 7) ความมีมารยาท หมายถึง การใช้ภาษาและภาพที่ไม่หยาบโลน และลามกอนาจาร หรือไม่สื่อไปในทางดังกล่าว

นอกจากนั้น สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทยได้กำหนดหลักจรรยาบรรณวิชาชีพหนังสือพิมพ์ไว้ เพื่อเป็นหลักในการควบคุมกันเองของนักหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอภาพข่าว โดยสรุปได้ดังนี้

- 1) ส่งเสริมและรักษาไว้ซึ่งเสรีภาพของการเสนอข่าวและความคิดเห็น ถือเป็นภารกิจที่มีความสำคัญเหลือสิ่งอื่นใดของผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือ
- 2) การเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ ฟังตระหนักถึงความสำคัญของข่าวต่อสาธารณชน และไม่เสนอข่าวในทำนองชวนเชื่อ และเสนอในเรื่องที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ
- 3) ในการได้มาซึ่งข่าว ภาพ หรือข้อมูลอื่นใดมาเป็นของตน ต้องใช้วิธีการที่สุภาพและซื่อสัตย์เท่านั้น
- 4) การเสนอข่าว ภาพ และการแสดงความคิดเห็น จะต้องเป็นไปด้วยความสุภาพ สุจริต ปราศจากความมุ่งหวังในประโยชน์ส่วนตนหรืออามิสสินจ้าง
- 5) การเสนอภาพข่าวหรือข่าวใดๆ สิ่งสิ่งพิมพ์จะต้องคำนึงเสมอว่าจะต้องไม่ล่วงละเมิดสิทธิส่วนบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ต้องให้ความคุ้มครองอย่างเคร่งครัดต่อสิทธิมนุษยชนของเด็ก สตรี และผู้ด้อยโอกาส เว้นแต่กรณีนั้นเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

- 6) การเสนอข่าวและภาพข่าวต้องเสนอแต่ความจริง พึงละเว้นการตัด ต่อ เติม เสริมแต่ง หากปรากฏว่าข่าวนั้นไม่ตรงกับความเป็นจริง ต้องรีบแก้ไขโดยเร็ว
- 7) หนังสือพิมพ์จะต้องไม่นำเสนอภาพข่าวที่อุจาด อนาจาร นำหวาดเสียว และขัดต่อวัฒนธรรม โดยไม่คำนึงถึงความรู้สึกของสาธารณชนอย่างถ่วง
- 8) เคารพในความวางใจของผู้ให้ข่าว และรักษาไว้ซึ่งความลับของแหล่งข่าว
- 9) ปฏิบัติหน้าที่ของตน โดยมุ่งหวังต่อสาธารณประโยชน์ ไม่ใช่ตำแหน่งหน้าที่แสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัวหรือหมู่คณะใด ๆ โดยไม่ชอบธรรม
- 10) ไม่กระทำการอันเป็นการบั่นทอนเกียรติหรือความสามัคคีของเพื่อนร่วมวิชาชีพ

2.5.3 จริยธรรมของหนังสือพิมพ์

นอกจากนี้ ยังมีบทบัญญัติที่ว่าด้วยจริยธรรมของสื่อสิ่งพิมพ์ และผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ โดยออกสภากาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ซึ่งก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2540 มีวัตถุประสงค์เพื่อการตรวจสอบกันเองของสื่อสิ่งพิมพ์ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (คู่มือผู้บริโภคข่าวหนังสือพิมพ์, 2550)

หมวด 2

- ข้อ 4 หนังสือพิมพ์ต้องยึดถือข้อเท็จจริง ความถูกต้องแม่นยำและความครบถ้วน
- ข้อ 5 หนังสือพิมพ์ต้องนำเสนอข่าวเพื่อประโยชน์สาธารณะ โดยไม่แสวงหาผลประโยชน์ส่วนตนหรือหมู่คณะ
- ข้อ 6 หนังสือพิมพ์ต้องแสดงความพยายาม ในการให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย
- ข้อ 7 หนังสือพิมพ์ต้องไม่แต่งเติมเนื้อหาสาระของข่าว จนคลาดเคลื่อนหรือเกินจากความเป็นจริง
- ข้อ 8 หนังสือพิมพ์ ต้องละเว้นการเสนอข่าวเพราะความลำเอียง หรือมีอคติจนเป็นเหตุให้ข่าวนั้นคลาด เคลื่อนหรือเกินจากความเป็นจริง
- ข้อ 9 หนังสือพิมพ์ต้องไม่สอดแทรกความคิดเห็นลงในข่าว
- ข้อ 10 เมื่อคัดลอกข้อความใดจากหนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ หรือแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ต้องบอกที่มาของข้อความนั้น
- ข้อ 11 การเสนอข่าวที่มีการพาดพิง อันอาจเกิดความเสียหายแก่บุคคลหรือองค์กรใด ๆ ต้องแสดงถึงความพยายามในการเปิดโอกาสให้ฝ่ายที่ถูกกล่าวหาแสดงข้อเท็จจริงด้วย
- ข้อ 12 ในกรณีที่มีการเสนอข่าวผิดพลาด หนังสือพิมพ์ต้องลงพิมพ์แก้ไขข้อผิดพลาดดังกล่าวโดยไม่ชักช้า

- ข้อ 13 หนังสือพิมพ์ต้องไม่เสนอข่าวโดยเลื่อนลอยปราศจากแหล่งที่มา พึงระบุชื่อบุคคลที่ให้สัมภาษณ์ หรือให้ข่าวอย่างเปิดเผย เว้นแต่จะมีเหตุอันควรปกปิดเพื่อสวัสดิภาพและความปลอดภัยของแหล่งข่าว และต้องเป็นประโยชน์ต่อสิทธิในการรับรู้ข่าวสารของสาธารณชน
- ข้อ 15 ในการเสนอข่าวหรือภาพใด ๆ หนังสือพิมพ์ต้องคำนึงมิให้ล่วงละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของ บุคคลที่ตกเป็นข่าวโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ต้องให้ความคุ้มครองอย่างเคร่งครัดต่อสิทธิมนุษยชนของเด็ก สตรีและผู้ด้อย โอกาส ในการเสนอข่าวตามวรรคแรก ต้องไม่เป็นการซ้ำเติมความทุกข์หรือโศกนาฏกรรมอันเกิดแก่เด็ก สตรีและผู้ ด้อยโอกาส นั้นไม่ว่าทางใดทางหนึ่ง
- ข้อ 17 หนังสือพิมพ์จะต้องไม่เสนอภาพข่าวที่อุจาด ลามกอนาจาร หรือน่าหวาดเสียว โดยไม่คำนึงถึงความรู้สึกของสาธารณชนอย่างถ่วง
- ข้อ 18 ในการแสดงความคิดเห็นหรือการวิพากษ์วิจารณ์ หนังสือพิมพ์ต้องให้ความเที่ยงธรรมแก่ฝ่ายที่ถูกพาดพิงเสมอ

หมวด 3

จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์

- ข้อ 20 ผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ ต้องไม่ประพฤติปฏิบัติกรใด ๆ อันจะนำมาซึ่งความเสื่อมเสียเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพ
- ข้อ 22 ผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ ต้องละเว้นการรับอามิสสินจ้างอันมีค่า หรือผลประโยชน์ใดๆ เพื่อให้กระทำการหรือไม่กระทำการใดอันจะขัดต่อการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อให้ประชาชน ได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องรอบด้าน

หมวด 4

แนวปฏิบัติของหนังสือพิมพ์และผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์

- ข้อ 24 การเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ พึงตระหนักถึงความสำคัญของข่าวต่อสาธารณชนและไม่เสนอข่าวในทำนองชวนเชื่อในเรื่องที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ
- ข้อ 25 การได้มาซึ่งข่าวสาร หนังสือพิมพ์พึงใช้วิธีที่สุภาพและซื่อสัตย์
- ข้อ 27 หนังสือพิมพ์พึงละเว้นการล่วงละเมิดสิทธิส่วนบุคคล เว้นแต่กรณีเพื่อประโยชน์สาธารณะ
- ข้อ 30 ภาษาที่ใช้ในหนังสือพิมพ์พึงหลีกเลี่ยงคำที่ไม่สุภาพ หรือมีความหมายเหยียดหยาม

แนวคิดดังกล่าว จะนำมาพิจารณาในประเด็นการตระหนักถึงหลักจริยธรรมที่ยึดถือร่วมกันของผู้ปฏิบัติงานด้านภาพข่าว การคัดเลือกภาพ และการตีพิมพ์เผยแพร่ภาพลับของสื่อสิ่งพิมพ์ รวมไปถึงทัศนคติของกลุ่มต่างๆที่มีต่อรูปแบบการรายงานข่าวด้วยภาพแบบปาปาราซซี่

2.5 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการรายงานข่าวในสื่อสิ่งพิมพ์

การรายงานข่าวสารของสื่อสิ่งพิมพ์ นอกจากจะต้องคำนึงหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณแล้ว หลักประการสำคัญที่จะต้องตระหนักถึงคือ การรายงานข่าวสารในแต่ละครั้งนั้นจะต้องไม่ละเมิดหลักอันกฎหมายได้ระบุไว้ ซึ่งสิทธิขั้นพื้นฐานและหลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอภาพแอบถ่ายของบุคคลมีชื่อเสียงในการรายงานข่าวของสื่อสิ่งพิมพ์ไทย มีดังต่อไปนี้

2.5.1 สิทธิในการรับรู้ของประชาชน (Right To Know)

สิทธิในการรับรู้ของประชาชนข้อมูลข่าวสารของประชาชน ถือเป็นสิทธิขั้นพื้นฐาน และเกี่ยวพันในทางเอื้อหนุน ให้สิทธิเสรีภาพในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารแก่สื่อมวลชน ประเทศไทยมีกฎหมายคุ้มครองสิทธิในการรับรู้ข่าวสาร ระบุไว้อย่างชัดเจนในรัฐธรรมนูญ แห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2550 มาตรา 58 เพื่อรับรองเสรีภาพการได้มาซึ่งข่าวสารและสิทธิการรับรู้ ด้วยเหตุนี้ สิทธิในการรับรู้ของประชาชน จึงหมายถึงการคุ้มครองและรับรองสิทธิเสรีภาพของสื่อสิ่งพิมพ์ แต่อย่างไรก็ตาม สิทธิในการรับรู้ตามกฎหมายรัฐธรรมนูญ หมายถึง สิทธิที่ประชาชนจะรู้เรื่องเกี่ยวกับรัฐบาลเท่านั้น ไม่ใช่เรื่องส่วนตัวของใครก็จะมีสิทธิ (สุธรรม อยู่ในธรรม , อ่างใน กมลา สุวรรณธรรมา 2537)

อย่างไรก็ตามกระบวนการนำเสนอข่าว มักจะเกี่ยวข้องกับบุคคลที่ตกเป็นข่าวอย่างหลีกเลี่ยงมิได้ โดยมีผลกระทบต่อสิทธิส่วนบุคคล (Right To Privacy) ซึ่งบ่อยครั้งสื่อมวลชนมักนำ สิทธิในการรับรู้ข่าวสารของประชาชน (Right to know) มาใช้สร้างความชอบธรรมในการนำเสนอข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับความเป็นส่วนตัวและสิทธิส่วนบุคคลอยู่เสมอ

2.5.2 ความเป็นส่วนตัว

ความเป็นส่วนตัวถือได้ว่าเป็นรากฐานของสิทธิส่วนบุคคล ดังนั้น จึงมีนักวิชาการด้านกฎหมายและด้านสื่อสารมวลชนกล่าวถึงความเป็นส่วนตัวของปัจเจกชนไว้มากมาย เพื่อเป็นแนวทางใน

การพิจารณาถึงสิทธิส่วนบุคคลซึ่งถือเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของมนุษย์ทุกคนที่จะพึงมีและผู้อื่นจะกระทำการละเมิดมิได้

ความเป็นส่วนตัว (Privacy) หมายถึง สิทธิที่ติดตัวมนุษย์มาตั้งแต่กำเนิดในการที่จะสร้างป้อมปราการกำหนดความเป็นตัวเอง หรือเปิดประตูยอมลดความเป็นตัวเองเมื่อต้องการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น หรือเลือกที่จะดำรงชีวิตอยู่ในกรอบของปราการที่ตนเองสร้างขึ้น (William H. Marnell, 1973, อ้างถึงใน ชื่นอารี มาลีศรีประเสริฐ:10)

ความเป็นส่วนตัว เป็นเรื่องของการประสานซึ่งผลประโยชน์ของเอกชนหรือองค์กรกับสังคมที่เขาอาศัยอยู่ ในเรื่องกำหนดขอบข่ายของข้อมูลข่าวสารว่า เรื่องใด ในเวลาไหน และวิธีการอย่างไรที่คนจะติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น และอาจหมายถึงความถึงการควบคุมเกี่ยวกับการรับรู้ของสังคมต่อข่าวสารในตัวผู้นั้น (ชื่นอารี มาลีศรีประเสริฐ, 2539:10)

เมื่อความเป็นส่วนตัว บอกลักษณะแห่งความหมายที่ว่าเป็นสิทธิที่ติดตัวมนุษย์มาตั้งแต่กำเนิด ดังนั้น สิทธิส่วนบุคคล ซึ่งเป็นสิทธิพื้นฐานอย่างหนึ่งที่บุคคลมี จึงมีความจำเป็นที่จะต้องได้รับการรับรองและคุ้มครองจากการล่วงล้ำ

2.5.3 สิทธิส่วนบุคคล (สิทธิส่วนตัว)

สิทธิส่วนบุคคล ได้พัฒนาความหมายมาจากคำพิพากษาของศาลในประเทศสหรัฐอเมริกา อังกฤษ และประเทศต่างๆ ซึ่งในคำพิพากษาที่รวบรวมได้นั้น กล่าวถึงสิทธิส่วนบุคคลไว้ ดังนี้

- 1) เป็นสิทธิที่จะปลอดจากการเข้าถือเอา หรือแสวงหาประโยชน์โดยมิชอบในเรื่องส่วนตัวของบุคคล
- 2) เป็นสิทธิที่จะปลอดจากการเผยแพร่โดยมิชอบและไม่เป็นที่ปรารถนาของบุคคลนั้น
- 3) เป็นสิทธิที่จะอิสระจากการโฆษณาเผยแพร่ถึงความสัมพันธ์ส่วนตัว ที่สาธารณชนอาจไม่มีความเกี่ยวข้องได้ประโยชน์ในเรื่องนั้น
- 4) ปลอดต่อการก้าวล่วงโดยมิชอบ ต่อกิจกรรมส่วนตัวที่จะเป็นการทำลายหรือเป็นสาเหตุให้เกิดความทุกข์ทรมานทางจิตใจ ทำให้ได้รับความอับอายหรือทำให้เสื่อมเสียชื่อเสียงตามความรู้สึกของวิญญูชน
- 5) เป็นสิทธิที่จะดำรงชีวิตอย่างสันโดษ
- 6) เป็นสิทธิที่จะกำหนดขอบเขตวงจรของความสัมพันธ์ของเอกชนผู้หนึ่ง

- 7) สิทธิที่จะอยู่โดยลำพัง (right to be let alone)
- 8) เป็นสิทธิที่จะดำรงชีวิตโดยปราศจากการรบกวนจากสาธารณชนอย่างมิชอบ ซึ่ง เป็นเรื่องที่สาธารณชนนั้นไม่มีความจำเป็นจะต้องเกี่ยวข้องกับแต่อย่างใด

สุมน ศุภนิติย์ (2536) กล่าวถึงสิทธิส่วนตัวไว้ว่า สิทธิส่วนตัว เป็นสิทธิที่ให้ความหมายถึง การดำเนินชีวิตของบุคคลผู้หนึ่ง ในสังคมที่เขาอยู่อาศัยอย่างมีความสงบ โดยปราศจากการรบกวน หรือนำไปเปิดเผยต่อสาธารณชน ที่ทำให้บุคคลนั้นรู้สึกรำคาญ หรือเบื่อหน่าย หรือสูญเสีย ศักดิ์ศรีในความเป็นตัวเองในการดำเนินชีวิตเช่นนั้น ซึ่งความหมายของการดำเนินชีวิตของบุคคล มีการดำเนินกิจกรรมได้หลากหลายรูปแบบ โดยคำนึงถึงสภาพการปกครองในสังคม การเมือง เศรษฐกิจ เทคโนโลยี วัฒนธรรม และยุคสมัยเป็นองค์ประกอบ อันเป็นสิทธิที่จะดำเนินชีวิตตาม อธิปไตยของตนโดยชอบด้วยกฎหมาย

Black's Law Dictionary (Henry Campbell Black, 1979) ได้ให้ความหมายถึงสิทธิส่วนตัว ไว้ว่า หมายถึง สิทธิของบุคคลที่อยู่โดยลำพังอย่างเสรี และปราศจากการรบกวนจากบุคคลภายนอก เป็นสิทธิที่ให้การปกป้องต่อการเข้าสอดแทรกในกิจกรรมส่วนตัวของบุคคลนั้นๆ

กุลพล พลวัน (2538) กล่าวว่า สิทธิในความเป็นอยู่ส่วนบุคคล เป็นสิทธิที่จะอยู่โดยลำพัง ปลดจากการแทรกสอด หรือแสวงหาเอาผลประโยชน์โดยมิชอบในเรื่องส่วนตัว หรือกิจกรรมส่วนตัว โดยแท้จริงของบุคคลนั้น หรือการนำข้อเท็จจริงไปเผยแพร่แก่บุคคลอื่น หรือต่อสาธารณชน อันทำให้ ได้รับความเดือดร้อน รำคาญ อับอาย หรือทุกข์ทรมานใจ รวมถึงการเข้าถึงเอาชื่อและภาพไปใช้เพื่อ ประโยชน์ของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง โดยมิได้รับความยินยอมจากบุคคลผู้นั้นเสียก่อน

กมลลา สุวรรณธรรมมา (2538) ได้ศึกษาลักษณะพฤติกรรมที่เป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลไว้ 4 ลักษณะ ได้แก่

- 1) Intrusion การบุกรุกสถานที่ส่วนตัว โดยมีได้รับอนุญาต
- 2) Public Disclosure of Private Facts การนำเสนอเรื่องราวส่วนตัวออกเผยแพร่สู่ สาธารณะ โดยไม่ได้รับอนุญาต
- 3) False Light การเผยแพร่เรื่องราวส่วนตัวอันเป็นเท็จ อันจะทำให้คนทั่วไปเข้าใจ เรื่องราวของบุคคลนั้นไปในทางที่ผิดความเป็นจริง เช่น การนำเสนอภาพถ่ายที่ระบุ บุคคลผิดพลาด และบ่งบอกถึงสถานะที่คลาดเคลื่อน เป็นต้น

- 4) Mis Appropriation การใช้ชื่อ รูปภาพ และเรื่องส่วนตัว เพื่อผลประโยชน์ใด โดยเฉพาะเป็นการทำเพื่อค้าและการโฆษณา โดยมีได้รับอนุญาตหรือไม่ตรงกับที่ที่ได้รับอนุญาต

2.5.4 บุคคลสาธารณะ

อย่างไรก็ตาม “สิทธิส่วนตัว” ของบุคคลหนึ่ง อาจมีข้อยกเว้นได้ โดยสิทธิส่วนรวม หากเป็นกรณีที่เกี่ยวข้องกับสาธารณะประโยชน์ทั่วไป บุคคลนั้นไม่อาจมีความเป็นส่วนตัวในเรื่องดังกล่าวได้อย่างหนึ่ง เช่น ในกรณีที่บุคคลหนึ่งกลายเป็นบุคคลสาธารณะ (Public Personage) ข่าวสารของบุคคลดังกล่าวที่เกี่ยวกับชื่อกับสาธารณะประโยชน์อันชอบธรรมไม่อาจมีสิทธิส่วนตัวได้ ทั้งนี้โดยมีกรอบของของการไม่มีสิทธิส่วนตัว คือ “การเผยแพร่ที่ชอบ ตามสมควร และจำเป็นสำหรับเรื่องนั้นๆ” จึงมิได้หมายความว่า ชื่อ ภาพ ข่าวสารข้อมูล หรือเรื่องราวของบุคคลสาธารณะจะถูกใช้ไปได้ตลอดโดยไม่มีสิทธิส่วนตัว อนึ่ง คำว่า “ประโยชน์สาธารณะ” ที่ใช้ในความหมายถึง “ประโยชน์โดยทั่วไป” ในที่นี้ไม่หมายถึง ความอยากรู้อยากเห็นเล็กๆน้อยๆ เท่านั้น (ซินอารี มาลีศรีประเสริฐ, 2539: 25)

Prosser (California Law Review, 1960: 410) ให้คำจำกัดความของบุคคลสาธารณะว่า หมายถึง บุคคลธรรมดาที่แสดงออกโดยสมัครใจชัดแจ้งหรือโดยปริยายที่จะนำตัวเองเข้าไปสู่สายตาของสาธารณชนทั่วไป อันได้แก่ บุคคลผู้ซึ่งได้กระทำการบางอย่างที่ยิ่งใหญ่และมีชื่อเสียงหรือเป็นการกระทำการอันเกี่ยวข้องกับประโยชน์ของสาธารณชน เช่น ดาราภาพยนตร์ นักกีฬาอาชีพ บุคคลที่ตกเป็นข่าวเนื่องจากกระทำการมีชื่อเสียง นักการเมือง จำเลยในคดี เจ้าหน้าที่รัฐ เป็นต้น และบุคคลในครอบครัวของสาธารณชนที่กล่าวมาข้างต้น

หากพิจารณาในดับทกกฎหมายไทยที่ปรับใช้ในปัจจุบัน คำว่า “บุคคลสาธารณะ” นั้น ไม่มีการกล่าวถึงลักษณะและขอบเขตที่เป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจน เช่นกฎหมายของต่างประเทศ โดยความเข้าใจที่มีต่อความหมายของคำว่าบุคคลสาธารณะในสังคมไทย อิงเกณฑ์และขอบเขตจากกฎหมายของต่างชาติเป็นฐานในการจำแนกลักษณะของบุคคลประเภทนี้ โดยคำว่าบุคคลสาธารณะในมุมมองเชิงกฎหมายสามารถให้คำจำกัดความได้จากการพิจารณาบทบัญญัติเกี่ยวกับหลักสิทธิเสรีภาพของบุคคลตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 หมวด 3 สิทธิเสรีภาพของชนชาวไทย ที่บัญญัติไว้ว่า “สิทธิของบุคคลในครอบครัว เกียรติยศ หรือชื่อเสียงและความเป็นอยู่ส่วนตัวย่อมได้รับความคุ้มครอง การโฆษณาและแพร่หลายซึ่งข้อความไม่ว่าวิธีใดไปยังสาธารณชน อันเป็นผลกระทบต่อสิทธิของบุคคลในครอบครัว เกียรติยศ หรือชื่อเสียงและความเป็นอยู่ส่วนตัว จะกระทำมิได้ เว้นแต่กรณีที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน” และบทบัญญัติแห่งประมวลกฎหมายอาญามาตรา

329 (3) บัญญัติว่า “ผู้ใดแสดงความคิดเห็นหรือข้อความใดโดยสุจริต...(3) ตีชม ด้วยความเป็นธรรม ซึ่งบุคคลหรือสิ่งใดอันเป็นวิสัยของประชาชนย่อมกระทำ...ผู้นั้นไม่มีความผิดฐานหมิ่นประมาท”

โดยสรุปแล้ว สิทธิส่วนบุคคล หรือ สิทธิส่วนตัวนั้น จะถูกจำกัดในกรณีที่มีความยินยอมโดยชัดแจ้ง หรือโดยปริยาย และในขอบเขตของสาธารณประโยชน์อันชอบธรรม ซึ่งสาธารณประโยชน์นั้นมิได้หมายถึงแค่เพียงเรื่องข่าวสารเท่านั้น แต่สิ่งที่เป็นข่าวควรต้องประกอบไปด้วยลักษณะที่เกี่ยวข้องกับสาธารณประโยชน์อันชอบธรรมด้วย กรณีที่ถือว่าเป็นเรื่องที่สาธารณชนทราบ เช่น การนำเสนอชื่อและภาพถ่ายของบุคคลในเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์เหตุการณ์ การกระทำของบุคคลในทางที่ดี หากเป็นกรณีที่บุคคลนั้นพบเจอความหายนะ สามารถนำเสนอได้ โดยไม่ละเมิด แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นต้องอยู่ในระยะเวลาอันสมควร หรือบุคคลได้กระทำการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชนขึ้น

อาจกล่าวได้ว่า ถึงแม้กฎหมายไทยอาจไม่ได้นิยามคำว่าบุคคลสาธารณะไว้เป็นหลักร่วมกัน แต่ในทางปฏิบัติแล้ว เมื่อบุคคลสาธารณะไปปรากฏตัวอยู่ในที่สาธารณะ เขาย่อมต้องสละสิทธิในความเป็นอยู่ส่วนตัวลง เว้นเสียแต่ว่าเขาได้ใช้ความพยายามในการที่จะหลบเลี่ยงจากสถานที่สาธารณะแล้ว แต่มีผู้ลักลอบติดตามเรื่องราวหรือบันทึกภาพ เช่นนี้ก็ถือได้ว่าสิทธิส่วนบุคคลของเขาถูกล่วงละเมิดเช่นเดียวกับบุคคลธรรมดา

การกระทำที่ถือได้ว่าเป็นการล่วงละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวหรือสิทธิส่วนบุคคลที่พบอย่างแพร่หลายในวงการสื่อสารมวลชน ได้แก่ การลักลอบ ดักซุ่ม ติดตาม รวมไปถึงการตามล่าถ่ายภาพบุคคลอื่น การถ่ายภาพซึ่งๆหน้าโดยที่บุคคลที่ตกเป็นเหยื่อปราศจากความยินยอม ตลอดจนการการนำภาพถ่ายหรือเรื่องราวที่แสดงถึงความเป็นส่วนตัวไปเผยแพร่ต่อสาธารณชน ซึ่งในปัจจุบันพบว่าความเป็นธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ ก่อให้เกิดการล่วงล้ำเส้นของระเบียบแบบแผน ความเหมาะสมในวิชาชีพ และความเป็นส่วนตัวของบุคคลมีชื่อเสียง จากการได้มาและการนำเสนอภาพถ่าย ดังนั้นภาพถ่ายจึงถือเป็นข้อมูลข่าวสารประเภทหนึ่งในทางกฎหมายเช่นกัน

ประเภทของข้อมูลข่าวสาร

ภาพถ่าย ถือได้ว่าเป็นข้อมูลข่าวสารประเภทหนึ่ง ประเภทของข้อมูลข่าวสารส่วนตัวในทางกฎหมาย แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท (ซีเอ็นเอวี มาลีศรีประเสริฐ, 2539: 45-47) ดังนี้

1. ข้อมูลข่าวสารส่วนตัวที่เปิดเผยได้ หมายถึง ข้อมูลข่าวสารของบุคคลหนึ่งในบางเรื่อง และบางประเภท ที่เจ้าของข้อมูลยินยอมให้เปิดเผยต่อสาธารณะ หรือเป็นข้อมูลสิทธิส่วนตัวของบุคคลสาธารณะในเรื่องที่เกี่ยวกับสิ่งที่สาธารณะสามารถรู้ได้

- ในประเทศอังกฤษ สิทธิส่วนตัวของบุคคลมีชื่อเสียง จะถูกจำกัดโดยหลักของ Balancing of Information ซึ่งเป็นหลักในเรื่องความสมดุลในการรับรู้ข่าวสารของประชาชน(People's right to know) เนื่องจากบุคคลเหล่านี้มีสถานะอยู่กึ่งกลางระหว่างชีวิตส่วนตัวของตน กับส่วนที่ต้องรับผิดชอบต่อสังคมในฐานะบุคคลสาธารณะ
- ในสหรัฐอเมริกา ใช้หลักเสรีภาพในการรับรู้ข่าวสาร(Freedom of Information) ประชาชนย่อมมีสิทธิที่จะทราบความเป็นไปในการปฏิบัติงานของบุคคลที่ตนมอบหมายให้ไปใช้อำนาจแทนตน เช่น นักการเมือง เป็นต้น

นอกจากนี้ข้อมูลข่าวสารบางประเภทกฎหมายได้กำหนดให้เปิดเผยต่อสาธารณชนได้ อันได้แก่ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิด ทั้งทางแพ่งและอาญาของบุคคลที่กระทำความผิด เช่น การเปิดเผยข้อมูลของนักการเมืองซึ่งเกี่ยวข้องกับการค้ายาเสพติด เป็นต้น

2. ข้อมูลข่าวสารส่วนตัวที่เป็นความลับ หมายถึง ข้อมูลข่าวสารส่วนตัวของบุคคลหนึ่งซึ่ง

- 1) เจ้าของข้อมูลไม่ต้องการจะเปิดเผย หรือไม่ต้องการให้มีผู้รู้เห็นหรือสืบทราบ เนื่องจากกระทบต่อชื่อเสียง เกียรติคุณ และการดำรงอยู่โดยปกติ (Right to Privacy) ของผู้นั้น แต่ข้อมูลที่เป็นความลับ อาจถูกจำกัดสิทธิด้วยเหตุผลบางประการได้ก็ต่อเมื่อ
- 2) บุคคลนั้นมีสถานภาพเป็นคนของสังคม (Public Personage) ได้แก่ นักการเมือง หรือ บุคคลซึ่งได้กระทำการอันยิ่งใหญ่และมีชื่อเสียง (Newsworthy) หรือบุคคลผู้เป็นผู้นิยม(Popular Man) ได้แก่ ดารา นักร้อง ฯลฯ เนื่องจากเป็นที่สนใจของประชาชนทั่วไปซึ่งถือว่าเป็นกรณีสาธารณประโยชน์ทั่วไป(Public or General interest)ประการหนึ่ง กับกรณีอื่นเป็นเรื่องความสงบเรียบร้อยในการสืบหาอาชญากรรม (Criminal Matters) และความมั่นคงแห่งรัฐ (National Security) อีกประการหนึ่ง เช่น ข้อมูลของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิด เป็นต้น

ในส่วนของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารส่วนตัวนั้น ถ้าเป็นการเผยแพร่โดยไม่ได้รับความยินยอมจากเจ้าของ ไม่ว่าจะข้อมูลข่าวสารนั้นจะได้มาโดยชอบหรือไม่ ก็ถือว่าเป็นการกระทำความผิดโดยมิชอบทั้งสิ้น

ด้วยเหตุที่บุคคลมีชื่อเสียงถือได้ว่าเป็นบุคคลสาธารณะ การเข้าถึงและการได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสารที่เป็นภาพถ่ายในบางประการนั้น เหตุผลในการเปิดเผยตีพิมพ์ภาพดังกล่าว มิได้ส่งผลกระทบต่อประโยชน์โดยรวม ดังนั้นบุคคลมีชื่อเสียงก็ถือเป็นบุคคลที่มีสิทธิได้รับคุ้มครองตามกฎหมายเช่นเดียวกับบุคคลทั่วไป ปรากฏว่าที่ความประพฤติก่อการกระทำของบุคคลผู้นั้นไม่ได้ส่งผลเสียต่อความมั่นคงของส่วนรวม

2.5.5 การคุ้มครองสิทธิส่วนตัวของกฎหมายไทย

ในสังคมทุกสังคม ต่างประกอบไปด้วยความหลากหลาย จึงจำเป็นต้องมีมาตรการทางสังคมที่เป็นมาตรฐาน หรือที่รู้จักกันในชื่อที่ว่า กฎหมาย มาเป็นเครื่องมือในการกำกับ ควบคุม และคุ้มครองให้สังคมที่มีความหลากหลายนั้นสามารถดำรงอยู่ได้ อย่างไม่ล่วงล้ำความเป็นส่วนตัวซึ่งกันและกัน กฎหมายไทยมีบทบัญญัติที่กล่าวถึงการให้ความคุ้มครองแก่สิทธิส่วนตัว ที่เกี่ยวข้องกับการได้มาและการนำเสนอภาพถ่ายของบุคคลมีชื่อเสียง ดังนี้

1. **รัฐธรรมนูญ** ได้มีบทบัญญัติถึงสถานะของสิทธิส่วนตัวไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2550 หมวด 3 สิทธิเสรีภาพของชนชาวไทย กล่าวถึง สิทธิส่วนตัวไว้ในมาตรา 35

“สิทธิของบุคคลในครอบครัว เกียรติยศ หรือชื่อเสียงและความเป็นอยู่ส่วนตัว ย่อมได้รับความคุ้มครอง การโฆษณาและแพร่หลายซึ่งข้อความไม่ว่าวิธีใดไปยังสาธารณชน อันเป็นผลกระทบถึงสิทธิของบุคคลในครอบครัว เกียรติยศ หรือชื่อเสียงและความเป็นอยู่ส่วนตัว จะกระทำมิได้ เว้นแต่กรณีที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน”

การเข้าถึงและการเผยแพร่ซึ่งสิทธิส่วนตัว บัญญัติไว้ในมาตรา 45 กำหนดว่าบุคคลย่อมมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น และมาตรา 36 ใจความว่า บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการสื่อสารโดยชอบด้วยกฎหมาย ดังนั้น การเข้าถึงและการเผยแพร่ซึ่งสิทธิส่วนตัวจะกระทำมิได้ ซ้ำยกเว้นที่ไม่อาจมีสิทธิส่วนตัว ได้แก่ มาตรา 45 และมาตรา 47 วรรค 2 กล่าวคือ กรณีที่มีกฎหมายเฉพาะ เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือเพื่อรักษาความมั่นคงของรัฐ และกรณีที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะเท่านั้น ที่เอกชนไม่สามารถจะมีประโยชน์ส่วนตนอยู่เหนือประโยชน์ส่วนรวม

2. **ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์** เป็นกฎหมายเอกชน ซึ่งได้กำหนดความสัมพันธ์ระหว่างเอกชนด้วยกันเอาไว้ และกำหนดการชดเชย เมื่อเกิดความเสียหายจากการกระทำของเอกชนนั้น ซึ่งในตัวบทที่เกี่ยวข้องกับสิทธิส่วนตัวมี 3 มาตราดังนี้

- สิทธิส่วนตัวในฐานะที่เป็นสิทธิอย่างหนึ่งอย่างใดของบุคคล ตามมาตรา 420
- สิทธิส่วนตัวในชื่อเสียงเกียรติคุณ ตามมาตรา 432
- ค่าสินไหมทดแทนเพื่อการละเมิด ตามมาตรา 438 และ 447

ในงานวิจัยชิ้นนี้จะขอกล่าวสรุปเฉพาะเนื้อหาส่วนที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดความเป็นส่วนตัวของบุคคลที่มีชื่อเสียงต่างๆเท่านั้น ในมาตรา 420 กล่าวถึงการกระทำอันเป็นการละเมิดว่าหมายถึงการกระทำที่เสียหายต่อบุคคลอื่นโดยไม่มีสิทธิ หรือที่เรียกว่า “ล่วงสิทธิ ผิดหน้าที่” ซึ่งหมายความรวมถึงการก้าวล่วงล้ำเข้าไปทำให้เกิดความเสียหายต่อสิทธิของผู้อื่น อันตนมีหน้าที่ที่ต้องเคารพในสิทธินั้น จึงเท่ากับผิดหน้าที่ในขณะเดียวกันด้วย (สุชม ศุภนิത്യ, 2537:13) โดยหลักแล้วความรับผิดชอบเพื่อละเมิดอันเกิดจากการล่วงสิทธิผิดหน้าที่นั้น ย่อมฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายได้ (ไพจิตร บุญญพันธ์, 2525:1-2) แต่ในกรณีที่มีการละเมิดเกิดขึ้น และมีการฟ้องร้องกัน จำเลยมักใช้หลัก “ความยินยอมไม่ก่อให้เกิดความเสียหาย” อ้างเพื่อให้ผู้ที่ยินยอมนั้นหมดสิทธิ์เรียกร้องค่าเสียหาย

ในส่วนของสิทธิส่วนตัวในชื่อเสียงเกียรติคุณมาตรา 432 กล่าวถึง การกล่าว ไขข่าวแพร่หลาย ซึ่งข้อความอันเป็นเท็จจะมีลักษณะเป็นการละเมิดเฉพาะกรณี ซึ่งการกล่าวหรือไขข่าวนี้ไม่จำเป็นต้องทำโดยจงใจหรือประมาทเลินเล่อ ถ้าได้กระทำโดยรู้สำนึกก็ถือได้ว่าอยู่ในความหมายของบทบัญญัตินี้แล้ว และไม่อาจมีการงดเว้นกระทำการอันเป็นการกล่าวหรือไขข่าวได้ เพราะลักษณะแห่งการกระทำมิได้เฉพาะแต่การลงมือกระทำเท่านั้น โดยลักษณะของการกระทำจะต้องฝ่าฝืนต่อความจริง คือ เป็นความไม่จริงทั้งหมดหรือบางส่วน หรือตรงกับความเป็นจริง แต่ผู้นำเสนอ จงใจให้เข้าใจเป็นอย่างอื่นผิดจากความจริง และที่สำคัญต้องไม่ใช่การเสนออย่างเลื่อนลอยหรือแสดงความเห็น รวมทั้งการเสนอด้วยถ้อยคำที่ไม่สุภาพ (สุชม ศุภนิത്യ, 2537:82) ซึ่งเป็นลักษณะของการละเมิดสิทธิของผู้เสียหายตามมาตรา 420 ไม่ใช่มาตรา 423 ผู้เสียหายมีสิทธิเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนได้ (ชื่นอารี มาลีศรีประเสริฐ, 2539: 69) ส่วนข้อยกเว้นความรับผิดในมาตรา 432 กล่าวว่า เมื่อผู้ส่งข่าวสารนั้น มิได้รู้ว่าสิ่งที่นำเสนอออกไปนั้นไม่จริงผู้ส่งก็ไม่ต้องรับผิดเพราะไม่มีความจงใจและการส่งอันประกอบไปด้วยความประมาทเลินเล่อก็ไม่ต้องรับผิดเช่นกัน

ค่าสินไหมทดแทนเพื่อการละเมิด มาตรา 438 กล่าวถึงค่าสินไหมทดแทนกรณีทั่วไป ซึ่งค่าสินไหมทดแทนหมายถึง การคืนทรัพย์สินที่ผู้เสียหายต้องเสียไปจากการละเมิด หรือใช้ราคาของ

ทรัพย์สินนั้น รวมทั้งค่าเสียหายอันจะพึงบังคับใช้เพื่อความเสียหายอย่างใดๆ อันได้ก่อกำขึ้นนั้นด้วยการชดใช้ค่าสินไหมมิวัตุประสงค์เพื่อให้ผู้เสียหายได้กลับสู่สถานะเดิม ซึ่งนอกจากต้องชดใช้ค่าสินไหมทดแทนให้แก่ผู้เสียหายแล้ว ยังรวมไปถึงผลประโยชน์และกำไรที่ผู้เสียหายต้องขาดหายไปจากผลของการละเมิดนั้นด้วย โดยศาลจะเป็นผู้กำหนดขอบเขตของค่าสินไหมทดแทนว่าจะอยู่ในลักษณะใด และเพียงใด โดยอาศัยพฤติการณ์และความร้ายแรงของการละเมิดเป็นเกณฑ์ และขึ้นอยู่กับความรุนแรงของคดีแต่ละคดี

ค่าสินไหมทดแทนต่อชื่อเสียง มาตรา 447 ในส่วนของมาตรานี้ การจัดการแก้ไขให้ความเสียหายต่อชื่อเสียงกลับคืนดี ไม่ว่าจะโดยวิธีใด ตามมาตรานี้จะเป็นผลก็ต่อเมื่อผู้เสียหายจะต้องมาขอฟ้องร้องต่อศาลให้มีคำสั่ง ศาลจึงจะมีคำสั่งได้ เช่น ขอให้ลงแก้ไขข้อความในหนังสือพิมพ์ในส่วนข้อความที่ไม่เป็นจริงนั้นให้ถูกต้อง หรือถอนความเท็จเดิมนั้นออกไป เป็นต้น ซึ่งเมื่อมีกำหนดในการแก้ไขนี้แล้ว ศาลจะให้ค่าเสียหายอีกหรือไม่ก็ได้ (จิตติ ติงศภทิพย์, 2503:616-617)

3. ประมวลกฎหมายอาญา ความผิดอันเกี่ยวกับชื่อเสียงและเสรีภาพ ซึ่งบัญญัติไว้ ดังนี้ ความผิดฐานหมิ่นประมาท ตามมาตรา 326 ใจความว่า การกระทำการสื่อสารทุกวิธี ไม่ว่าจะตีพิมพ์ บันทึกรูปภาพ ทั้งในระดับการสื่อสารระหว่างบุคคล และสาธารณะ ไม่ว่าจะผู้ส่งจะมีเจตนาแห่งการกระทำหรือไม่ประการใด และข้อความนั้นจะเป็นเท็จหรือไม่ แต่ถ้าการนำเสนอเช่นนั้นทำให้ผู้ถูกนำเสนอเสียหายไม่ว่าจะทางใด ผู้เสียหายสามารถเอาผิดทางกฎหมายได้ ในการได้มาซึ่งข้อมูลนั้นมาตรานี้มิได้กำหนดวิธีการได้มาอย่างชัดเจน ดังนั้นการได้มาซึ่งข้อมูลไม่ถือว่าเป็นความผิด ความผิดจะบังเกิดผลเมื่อมีการเผยแพร่เกิดขึ้น ความผิดฐานเปิดเผยความลับจากการเป็นเจ้าหน้าที่หรือมีอาชีพ มาตรา 323 ตรงนี้ความลับ หมายรวมถึง การนำข้อมูลหรือภาพถ่ายที่ตนสามารถได้มาในฐานะที่อาจจะมีอาชีพหรือมีความเกี่ยวข้องกับผู้เสียหายมาเปิดเผยและเผยแพร่ ย่อมมีความผิดทั้งสิ้น เว้นเสียแต่ว่าการเปิดเผยนั้นเป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน ซึ่งตามมาตรานี้บุคคลย่อมไม่อาจมีสิทธิส่วนตัวได้เลย

แต่กรณีการยกเว้นความผิดฐานหมิ่นประมาท จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อ ข่าวภาพแอบถ่ายนั้น มีการนำเสนอโดยสุจริตและประกอบด้วยความเป็นธรรมในการรายงานข่าว ดังที่มาตรา 329 (3) บัญญัติว่า “ผู้ใดแสดงความคิดเห็นหรือข้อความใดโดยสุจริต...(3) ตีชม ด้วยความเป็นธรรม ซึ่งบุคคลหรือสิ่งใดอันเป็นวิสัยของประชาชนย่อมกระทำ...ผู้นั้นไม่มีความผิดฐานหมิ่นประมาท” นั้น หมายถึงว่า หากการเผยแพร่ภาพ

4. พระราชบัญญัติการพิมพ์ พ.ศ.2484 บัญญัติที่เกี่ยวข้องกับสิทธิส่วนตัวในส่วนของข้อมูลข่าวสารมี 4 มาตรา ได้แก่ มาตรา 41 มาตรา 42 มาตรา 43 และมาตรา 65 รวมใจความที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้ มาตรา 41 กฎหมายจะครอบคลุมสิทธิส่วนตัวในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับบุคคลอื่นซึ่งไม่เป็นความจริงและสร้างความเสียหาย ที่ถูกนำเสนอผ่านทางสื่อหนังสือพิมพ์เท่านั้น สิ่งพิมพ์อื่นนอกหนังสือพิมพ์ไม่มีบทบัญญัติไว้ โดยบรรณาธิการสามารถเลือกที่จะแก้ไขข้อความ หรือลงพิมพ์หนังสือแก้ แต่หากละเลยไม่ปฏิบัติจะมีโทษปรับที่ต่ำมาก คือ 100 บาทเท่านั้น และในส่วนของ การได้มาซึ่งข้อมูลนั้นไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทใด กฎหมายมิได้กำหนดไว้เช่นกัน แต่การเผยแพร่หนังสือพิมพ์เท่านั้นที่มีสิทธิ์นำเสนอข่าวสารส่วนบุคคลที่เป็นจริงไม่ก่อให้เกิดความเสียหายได้ ส่วนข้อยกเว้นที่สิทธิส่วนตัวของบุคคลจะหมดไป ก็ต่อเมื่อข้อมูลข่าวสารนั้นเกี่ยวข้องกับ ความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชน

จากแนวคิดและตัวบทกฎหมายที่กล่าวมาข้างต้น สามารถนำมาใช้พิจารณาในส่วนของสิทธิ และความเป็นส่วนตัวของบุคคลสาธารณะ การเข้าถึงและได้มาซึ่งภาพแอบถ่ายบุคคลมีชื่อเสียงของ ช่างภาพ การตีพิมพ์นำเสนอภาพถ่ายเหล่านั้น ตลอดจนการเอาผิด และบทลงโทษที่กฎหมายระบุไว้

2.6 แนวคิดจิตวิทยาสื่อสารมวลชน

2.6.1 แนวคิดเรื่องจิตสำนึก

Oxford Advanced Learner's Dictionary (1995:244) อธิบายความหมายของคำว่า "Conscious" "Consciousness" ไว้ว่า คือ ความตระหนักหรือความเอาใจใส่ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็น ความรู้สึกที่จริงจางเป็นพิเศษต่อสิ่งที่บุคคลนั้นสนใจ โดยความคิดหรือความรู้สึกต่างๆ เหล่านั้นถูก ควบคุมด้วยตนเอง

Koffa (1948, อ้างถึงใน นิภา สุขพิทักษ์, 2536) ได้ให้ความหมายของจิตสำนึกว่า หมายถึง สภาวะจิตที่เกี่ยวกับความรู้สึก ความคิดและความปรารถนาต่าง จิตสำนึกเกิดจากการรับรู้ที่มีความหมายเหมือนกับคำว่า ความตระหนัก (Awareness)

ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์การเมืองหรือ มาร์กซิสต์ ให้ความหมายจิตสำนึกว่า คือ สภาวะทาง จิตที่รู้ตัวว่าความคิด ความรู้สึก และการกระทำของตนเองกำลังรับใช้ผลประโยชน์ของชนชั้นตนเอง หรือชนชั้นอื่น (กาญจนา แก้วเทพ, 2527)

คักดี สุนทรเสถณี (2531) กล่าวถึงจิตสำนึกว่าเป็นมิติด้านหนึ่งของเจตคติ ซึ่งจิตสำนึกเป็นส่วนหนึ่งของความรู้ทางจิตใจซึ่งเกิดขึ้นก่อนการเกิดพฤติกรรม โดยมีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ

- 1) องค์ประกอบทางการรับรู้ (Cognitive component) หมายถึง เรื่องของการรู้ของบุคคลในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง อาจเป็นการรับรู้เกี่ยวกับวัตถุ สิ่งของ บุคคล หรือเหตุการณ์ต่างๆว่า รู้สิ่งเหล่านั้นได้อย่างไร รู้ในทางที่ดีหรือไม่ดี ซึ่งก่อให้เกิดเจตคติขึ้น ถ้าเรารู้สิ่งหนึ่งในทางที่ดี เราก็จะมีเจตคติต่อสิ่งนั้นในทางที่ดี
- 2) องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective or Feeling component) เป็นองค์ประกอบด้านอารมณ์ ความรู้สึก ซึ่งถูกเร้าขึ้นจากการรู้นั้น และความรู้สึกนี้ทำให้เกิดเจตคติในทางใดทางหนึ่ง คือชอบหรือไม่ชอบ ความรู้สึกนี้เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะเปลี่ยนแปลงได้ยาก
- 3) องค์ประกอบทางด้านแนวโน้มเชิงพฤติกรรมหรือการกระทำ (Behavioral component, Action Tendency Component) เป็นความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งนั้นๆในทางใดทางหนึ่ง คือ พร้อมที่จะสนับสนุน ส่งเสริม ช่วยเหลือ หรือในทางทำลาย ขัดขวาง เป็นต้น

2.6.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมและสิ่งแวดล้อม

นักจิตวิทยาให้ความหมายของพฤติกรรมไว้ว่า หมายถึง การกระทำหรือกิจกรรมต่างๆที่แสดงออกของสิ่งมีชีวิต ทั้งที่สังเกตง่ายและยาก ได้แก่ กายกรรม เช่น การเคลื่อนไหวร่างกาย วลีกรรม เช่น การพูด และมโนกรรม เช่น การคิด

จอห์น บี วัตสัน ผู้นำกลุ่มพฤติกรรมนิยมได้ให้แนวคิดการเกิดพฤติกรรมของมนุษย์ว่า พฤติกรรมทุกอย่างย่อมมีสาเหตุประการใดประการหนึ่งหรือหลายประการ ซึ่งอาจจะเป็นสาเหตุจากสิ่งเร้าภายในตัวบุคคลหรือสิ่งเร้าภายนอกก็ได้ พฤติกรรมของบุคคลเกิดขึ้นจากการที่อินทรีย์หรือร่างกายถูกเร้าโดยสิ่งเร้า และมีการตอบสนองเกิดขึ้น

ในการศึกษาพฤติกรรมของบุคคล เรามักได้ยินคำถามที่เป็นต้นเหตุของพฤติกรรมอยู่เสมอ เช่น ทำไมคนเราจึงดื่มน้ำ อ่านหนังสือ เป็นต้น เหล่านี้เป็นคำถามที่ทำให้นึกถึงสาเหตุของพฤติกรรมที่เป็นเรื่องยากและเข้าใจไม่ได้ง่ายๆ ในทางจิตวิทยา การจูงใจเป็นเรื่องสำคัญเรื่องหนึ่ง เพราะการที่คนเรามีพฤติกรรมอย่างไรนั้นต้องเกิดจากแรงจูงใจเป็นตัวผลักดัน

แรงจูงใจตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Motive มาจากภาษาลาติน Motus เป็นกริยาช่องสามของคำว่า Movere แปลว่า เคลื่อนที่ แรงจูงใจจะทำให้เกิดพฤติกรรมอย่างหนึ่งขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง และมีเป้าหมาย โดยที่นักจิตวิทยาหลายคนเชื่อว่าแรงจูงใจเกิดขึ้นจากความต้องการ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

แรงขับปฐมภูมิ (Primary Drives) เป็นแรงขับที่เกิดมาพร้อมกับการเกิดของคน ไม่จำเป็นต้องมีการเรียนรู้ มีต้นกำเนิดมาจากร่างกาย บางครั้งจึงเรียกว่า แรงขับด้านสรีระ (Physiological Drives) คือ ความต้องการทางร่างกายที่นักจิตวิทยาได้ตกลงยอมรับโดยทั่วไปว่าเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดแรงขับชนิดนี้ ได้แก่ ความต้องการอาหาร อากาศ น้ำ อุณหภูมิที่พอเหมาะแก่ร่างกาย การขับถ่าย การเคลื่อนไหว การพักผ่อน การผสมพันธุ์ และการปราศจากความเจ็บป่วย เมื่อร่างกายได้รับการตอบสนอง ความต้องการเหล่านี้พอเพียงร่างกายจะอยู่ในสภาวะสมดุล ไม่ดิ้นรน แต่ถ้าร่างกายพร่องในสิ่งที่ต้องการก็จะเกิดแรงขับทางกาย ซึ่งจะผลักดันให้สิ่งมีชีวิตมีพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของร่างกาย ได้แก่ แรงขับทางเพศ แรงขับความกระหาย (Thirst Drive) และแรงขับทางความหิว (Hungry Drive)

แรงขับทุติยภูมิ (Secondary Drives) เป็นแรงขับที่สลับซับซ้อน โดยทั่วไปเกิดจากการเรียนรู้ เป็นส่วนใหญ่ อาจเรียกได้ว่าเป็นแรงจูงใจทางสังคม (Social motives or Psychological Drives) ซึ่งเป็นแรงขับที่เกิดจากความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมเป็นส่วนใหญ่ ได้แก่ ความต้องการความอบอุ่น ความปลอดภัย ความสำเร็จ ความเคารพยกย่องนับถือ ความเอาใจใส่ และความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity motives) ซึ่งเป็นพฤติกรรมหนึ่งที่เกิดจากความต้องการทางจิต เป็นพฤติกรรมแสวงหาสิ่งอื่นอีกนอกจากสิ่งที่จำเป็นต่อการมีชีวิตรอด โดยความอยากรู้อยากเห็นเป็นแรงจูงใจในการแสวงหาสิ่งเร้าโดยลักษณะพฤติกรรมเหล่านี้จะมีเพิ่มมากขึ้นไปตามวัย เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นตั้งแต่วัยทารกจนถึงวัยชรา ทั้งนี้แม้ทุกชีวิตจะมีแรงจูงใจแสวงหาสิ่งเร้า แต่ต่างมีแรงจูงใจนี้ไม่เท่ากัน

อับราฮัม มาสโลว์ กล่าวไว้ว่ามนุษย์ทุกคนมีแรงจูงใจโดยทางธรรมชาติที่จะดำเนินในทางที่ดีงามในแทบทุกเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา การอยากรู้อยากเห็น หรือการเข้าใจ มนุษย์มีแนวโน้มที่จะพัฒนาบุคลิกภาพไปในสิ่งที่ดีงามไปสู่จุดสมบูรณ์หรือมนุษย์มี (Self-Actualization)

ดังนั้นบุคคลจะแสดงพฤติกรรมอะไรย่อมมีสาเหตุหรือมีสิ่งเร้าเสมอ ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมเชิงบวกซึ่งสังคมยอมรับ และพฤติกรรมเชิงลบซึ่งสังคมไม่ยอมรับก็ตาม โดยลักษณะของสิ่งเร้าที่สามารถสนับสนุนและกระตุ้นให้มนุษย์เกิดการรับรู้และพฤติกรรม ได้แก่

สิ่งเร้าภายในที่มีลักษณะ

- 1) ตรงกับความสนใจของบุคคลที่จะรับรู้
- 2) ตรงกับความต้องการของบุคคลที่จะรับรู้
- 3) ตรงกับเจตคติของบุคคลที่จะรับรู้
- 4) มีการเตรียมตัวเตรียมใจที่จะรับรู้

สิ่งเร้าภายนอกที่มีลักษณะ

- 1) ความเข้มข้น
- 2) ความเด่น
- 3) ความแปลกใหม่
- 4) มีการเคลื่อนไหวที่ได้
- 5) มีขนาดใหญ่
- 6) มีสีสะดุดตา
- 7) มีกลิ่น
- 8) มีการปกปิด
- 9) มีการปกปิดตลอดเวลา เช่น นีออนหรือไฟกระพริบ

ในขณะที่ ศิริโสภาคย์ บุรพาเดชะ ได้กล่าวถึงการรับรู้ของมนุษย์ว่าบางครั้งมนุษย์เลือก (Selectivity) ที่จะรับรู้ซึ่งเกิดจากความตั้งใจ (Attention) เลือกตอบสนองแก่สิ่งเร้าบางชนิดต่างๆที่อาจมีสิ่งเร้าหลายชนิดเกิดขึ้นในขณะนั้น โดยสาเหตุที่ทำให้การตั้งใจเลือกที่จะรับรู้นั้นประกอบไปด้วย

- 1) การเปลี่ยนแปลง การรับรู้ของเราในบางครั้งจะเป็นความเคยชินตนไม่มีความรู้สึก ถ้าหากเหตุการณ์เปลี่ยนแปลงไป เราจะรับรู้ถึงความเปลี่ยนแปลงได้ทันที
- 2) ความแปลกใหม่ สิ่งเร้าที่ไม่เป็นไปตามปกติจะทำให้เราเกิดความตั้งใจได้มาก เราสนใจในสิ่งที่แปลกใหม่มากกว่าสิ่งที่เราเห็นจนชินตา
- 3) ขนาดและความเข้ม สิ่งเร้าที่มีขนาดใหญ่ มีเสียงดัง หรือมีสีเด่นชัดกว่าสิ่งเร้าอื่นๆจะทำให้เราเกิดความสนใจขึ้น
- 4) การกระทำซ้ำๆ สิ่งเร้าที่เกิดขึ้นซ้ำๆกัน
- 5) การเคลื่อนไหว เช่น คนที่เดินไปเดินมาในกลุ่มจะเห็นเด่นชัดกว่าคนที่อยู่กับที่

จะเห็นได้ว่าการพฤติกรรมของมนุษย์นั้นมีสาเหตุได้ทั้งจากสิ่งเร้าภายในตัวและสิ่งเร้าภายนอก ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่าสิ่งแวดล้อมเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ โดยสิ่งแวดล้อมแบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ

- 1) สิ่งแวดล้อมธรรมชาติ (Natural environment) เป็นสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แบ่งออกได้เป็น สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical environment) เป็นสิ่งแวดล้อมในลักษณะที่ไม่มีชีวิต เช่น ลักษณะภูมิอากาศ ลักษณะภูมิประเทศ ดิน น้ำ ลม ไฟ เป็นต้น และสิ่งแวดล้อมทางชีวภาพ (Bio-geographical environment) เป็นสิ่งแวดล้อมที่มีชีวิต เช่น มนุษย์ และสัตว์ทั้งหมด เป็นต้น
- 2) สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น (Cultural environment) เป็นสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ศาสนา ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมประจำชาติ การเล่นเกมกีฬา ตลอดจนสิ่งแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และความเจริญทางวิทยาศาสตร์ เป็นต้น

โดยที่ในบรรดาสี่แวดล้อมต่างๆที่รายล้อมรอบตัวเราล้วนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของเราทั้งสิ้นหรืออาจกล่าวได้ว่าสิ่งแวดล้อมมีส่วนปรุงแต่งและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ ในขณะเดียวกันมนุษย์ก็มีสิทธิ์เลือกสิ่งแวดล้อมที่ดีด้วย สำหรับสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ ได้แก่

- 1) ครอบครัว สถาบันที่สำคัญที่สุดในการหล่อหลอมพฤติกรรมและบุคลิกภาพของเด็ก ฉะนั้นการอบรมสั่งสอน บรรยากาศและพฤติกรรมปฏิบัติตัวของบิดามารดาและสมาชิกในครอบครัวจึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของเด็กเป็นอย่างมาก
- 2) โรงเรียน สถาบันที่มีความสำคัญรองจากครอบครัว โดยโรงเรียนจะทำหน้าที่ตามบทบาทของโรงเรียน 4 ประการ คือ 1) ช่วยให้นักเรียนปรับตัวให้เข้ากับสังคมในโรงเรียนได้ 2) จัดสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม 3) จัดสิ่งแวดล้อมประเภทสื่อการสอน ประสิทธิภาพและกิจกรรมต่างๆ 4) เตรียมสร้างพื้นฐานทางการเมือง
- 3) กลุ่มเพื่อน ธรรมชาติของมนุษย์เป็นสัตว์สังคมจึงต้องอยู่ในสังคมร่วมกลุ่มหรือร่วมสถาบันเดียวกัน เพื่อมีความสำคัญต่ออนาคตของบุคคลมาก พฤติกรรมของบุคคลจะดีหรือชั่วนั้น ส่วนหนึ่งมาจากเพื่อน

- 4) กลุ่มอาชีพ หลังจากทีบุคคลเจริญวัยต้องหางานหรือประกอบอาชีพ มีหลักฐานมั่นคงทำให้มีพฤติกรรมที่ดี ในทางตรงข้ามถ้าประกอบอาชีพไม่สุจริตก็จะขาดความมั่นคงในอาชีพ ซึ่งอาจมีพฤติกรรมเบี่ยงเบนและเอาเปรียบสังคมได้
- 5) สื่อมวลชน บุคคลทุกเพศทุกวัยส่วนใหญ่จะผูกพันกับสื่อมวลชน ได้แก่ รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น โดยถ้าบุคคลรู้จักเลือกสื่อมวลชนที่เหมาะสมกับอัตภาพของตน เขาจะมีพฤติกรรมที่เหมาะสม หากผู้ใดเลือกสื่อมวลชนที่เหมาะสมกับอัตภาพของตน จะเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดพฤติกรรมเบี่ยงเบนไปได้
- 6) สถาบันทางศาสนา ทุกศาสนา ต่างก็สอนให้ศาสนิกชนมุ่งทำความดี เพื่อเป็นคนดีของสังคม แต่เน้นกระบวนการและปรัชญาที่แตกต่างกัน ดังนั้นบุคคลที่นับถือลัทธิและศาสนาแตกต่างกันก็จะแสดงออกทางพฤติกรรมที่แตกต่างกัน
- 7) ของเล่น เครื่องเล่น และเกมต่างๆ สิ่งแวดล้อมนี้หากมีการเล่นที่เหมาะสมจะช่วยตรวจสอบบุคลิกภาพ พัฒนาความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และความคิดในการแก้ปัญหาได้เป็นอย่างดี
- 8) ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม พฤติกรรมของบุคคลจะสอดคล้องกับประเภทของกับประเภทของชนชั้น ซึ่งมีอยู่ 3 ประเภท ได้แก่ ชนชั้นสูง ชนชั้นกลาง และชนชั้นล่าง ทั้งนี้บุคคลอาจเลื่อนชนชั้นได้ขึ้นอยู่กับความสามารถของแต่ละบุคคล

แนวคิดจิตวิทยาทั่วไปได้อธิบายให้เห็นถึงความสำคัญทางการศึกษาชีวิตมนุษย์ ทั้งทางกาย ทางด้านพฤติกรรม สังคม อารมณ์ จิตใจ ความคิดสติปัญญา ซึ่งแนวคิดดังกล่าวสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการวางกรอบการตัดสินใจในเรื่องความสนใจในเรื่องภาพแอบถ่ายและแนวโน้มในการเติบโตของสื่อสิ่งพิมพ์ที่นำเสนอภาพแอบถ่าย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โบ เหลืองทอง (2547) ศึกษาเรื่อง กระบวนการทำข่าวบันเทิงของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ผลการวิจัยพบว่า นโยบายของหนังสือพิมพ์จะเน้นการนำเสนอข่าวและภาพถ่ายของดาราคือหลัก โดยเฉพาะเรื่องด้านความรักของบุคคลมีชื่อเสียง เพราะความต้องการของผู้อ่านส่วนใหญ่สนใจประเด็นความเป็นส่วนตัวประเภทนี้ โดยข้อมูลประกอบข่าวนั้นจะได้มาจากการสัมภาษณ์เป็นหลัก ทั้งจากตัวดารารเอง ผู้จัดการส่วนตัว นอกจากนี้ข่าวที่นำเสนอก็มาจากประชาชนที่โทรศัพท์เข้ามา รายงาน แต่ทางบรรณาธิการจะให้ตรวจสอบข้อเท็จจริงก่อน ส่วนภาพถ่ายประกอบข่าวนั้นหัวหน้าฝ่ายข่าวจะเป็นผู้เลือกภาพ ซึ่งภาพถ่ายที่นำเสนอจะต้องเหมาะสมกับเนื้อข่าวที่นำเสนอ ส่วนจะเป็นภาพถ่ายที่เห็นหน้าและร่างกายของดาราก็อบเต็มตัว และบางครั้งจะนำภาพจากนิตยสารที่ตีพิมพ์ดาราคคนนั้นไว้มาเป็นภาพประกอบข่าว แต่ทั้งนี้ภาพประกอบทั้งหมดจะต้องเป็นภาพถ่ายที่สามารถเล่าเรื่องได้ ดูแล้วได้อารมณ์และทำให้มีความรู้สึกร่วมไปกับการรายงานข่าวนั้นๆได้

วิลาวัลย์ ไหมมาลา (2547) ศึกษาเรื่อง การคัดเลือกภาพข่าวบันเทิงของหนังสือพิมพ์ เดลินิวส์ ผลการศึกษาพบว่า นโยบายของการนำเสนอภาพข่าวบันเทิงของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์นั้น อันดับแรกจะต้องเป็นภาพที่ผู้อ่านสนใจ ซึ่งในช่วงปีที่ผ่านมาภาพถ่ายดาราคือสิ่งที่สังคมสนใจคือ ภาพโป๊ ภาพเซ็กซี่ และภาพหลุดๆ หรือทีเปลือย แต่ทั้งนี้ต้องดูความเหมาะสมของภาพกับเนื้อหาของกรายงานข่าวแต่ละข่าวด้วย ภาพถ่ายที่ใช้ประกอบข่าวโดยมากได้มาจาก นักข่าวของสำนักพิมพ์ ภาพจากห้องสมุดของโรงพิมพ์ ภาพประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานของบริษัทนั้นๆ ภาพจากอินเทอร์เน็ต และภาพจากนิตยสารต่างๆ ซึ่งแต่ละคอลัมน์ในหน้าบันเทิงก็จะมีภาพข่าวตีพิมพ์ประกอบทั้งหมด หลักที่สำคัญคือ ภาพจะต้องคมชัด และจะเลือกภาพถ่ายของบุคคลมีชื่อเสียงที่เป็นภาพปัจจุบันของบุคคลนั้นมากที่สุด ซึ่งทางสำนักพิมพ์ ก็มีคอลัมน์ที่ลงภาพถ่ายของดาราคือ ข่าวเจาะดาราค่าข่าวซุบซิบ แต่ทางสำนักพิมพ์ก็จะเน้นนำเสนอภาพถ่ายที่คมชัดมากกว่าภาพเบลอลๆ ด้านเทคนิคที่เกี่ยวกับการถ่ายภาพพบว่า ทางสำนักพิมพ์มักจะนิยมใช้กล้องดิจิทัลในการถ่ายภาพ เนื่องจากมีความสะดวก รวดเร็ว และไม่ยุ่งยากเท่ากับการใช้กล้องฟิล์ม

อังธิดา ลิ้มปีทมปาณี (2541) ศึกษาเรื่อง “การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของหนังสือพิมพ์ต่อนักการเมือง ศิลปินนักแสดง นักธุรกิจ และประชาชนทั่วไป” จากการศึกษาพบว่า หนังสือพิมพ์จะนำเสนอข่าวลักษณะที่ละเมิดต่อนักการเมืองในประเด็นการทำหน้าที่บริหารประเทศกับความไม่ชอบมาพากลต่างๆ รวมทั้งเรื่องส่วนตัวและคนใกล้ชิดของนักการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่ การละเมิดต่อศิลปิน นักแสดงจะเกี่ยวกับประเด็นเรื่องพฤติกรรมส่วนตัวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศ

ด้านกระบวนการแก้ไขปัญหาคือ นักการเมืองและศิลปินนั้น วิธีการแก้ปัญหาคือคล้ายคลึงกัน คือ มักจะเลือกให้การฟ้องร้องต่อศาลในคดีอาญา เพื่อให้มีผลในทางคดีแพ่ง แต่นักการเมืองจะไม่ฟ้องร้องในประเด็นที่พฤติกรรมส่วนตัว และความสัมพันธ์ในครอบครัว ส่วนศิลปินและนักร้องมีสิทธิในการฟ้องร้องสื่อสิ่งพิมพ์น้อยมาก ซึ่งนักวิชาชีพให้เหตุผลว่าเป็นเรื่องของกลไกทางธุรกิจ และโดยมากมักจะใช้การสัมภาษณ์เพื่อขอแก้ไขข่าว หรือให้สัมภาษณ์ตอบโต้ผ่านทางสื่อมวลชนอื่นๆ ส่วนปัจจัยที่ทำให้หนังสือพิมพ์นำเสนอข่าวในละเมิด ตามความเห็นของผู้ที่ตกเป็นข่าว นักวิชาชีพและนักวิชาการ ต่างเห็นพ้องกันในปัจจัยทางธุรกิจ และการตอบสนองของความอยากรู้อยากเห็นของผู้อ่าน

ภูบดีรินทร์ ภูสุวรรณ (2548) ศึกษาเรื่อง การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของหนังสือพิมพ์บันเทิงที่มีต่อนักแสดงและนักร้อง จากการศึกษาพบว่า หนังสือพิมพ์บันเทิงละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของนักแสดงและนักร้องด้วยการลักษณะของการนำเสนอข่าวในส่วนพาดหัว บทนำ และเนื้อหาที่รุนแรง รวมถึงการตีพิมพ์เผยแพร่ภาพโดยไม่ได้รับอนุญาต ส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียงของนักแสดงและนักร้อง แนวทางการตอบโต้ของนักแสดงและ นักร้องนิยมใช้วิธีชี้แจงข้อเท็จจริงผ่านทางสื่อโทรทัศน์ เนื่องจากนำเสนอเชื่อถือและเข้าถึงประชาชนได้มากที่สุด รองลงมาคือผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ เนื่องจากให้รายละเอียดได้ดี ในส่วนจรรยาบรรณศิลปินบางส่วนเห็นด้วยในการนำเสนอข่าวในฐานะคนของประชาชน แต่ควรประกอบไปด้วยรายละเอียดที่รอบด้านและเป็นธรรม และควรมีการตรวจสอบความถูกต้องก่อนนำเสนอข่าว ในส่วนของการคุ้มครองสิทธิศิลปินเห็นว่า ควรมีการปรับปรุงและเพิ่มเติมกฎหมายตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อคุ้มครองสิทธิของศิลปินให้มากกว่านี้

ชื่อนารี มาลีศรีประเสริฐ (2539) ศึกษาเรื่อง การคุ้มครองสิทธิส่วนตัวกับการสื่อสารสนเทศ ทำการศึกษากฎหมายไทยที่มีอยู่และเกี่ยวข้องกับสิทธิส่วนตัวในการสื่อสารเปรียบเทียบกับกฎหมายของประเทศอังกฤษและอเมริกา จากการศึกษาพบว่า การให้ความคุ้มครองในเรื่องสิทธิส่วนตัวของไทย ยังไม่มีความชัดเจน และกระจายกันอยู่ตามกฎหมายต่างๆ นอกจากนี้ยังไม่มีกฎหมายเฉพาะเพื่อให้การคุ้มครอง เพราะปัจจุบันเทคโนโลยีได้พัฒนาไปมาก วิทยาการใหม่เอื้อต่อการเข้าถึงและเผยแพร่ได้อย่างมีประสิทธิภาพว่าแต่ก่อนมาก ส่วนกฎหมายที่ปรับใช้ยังคงตามหลัง กฎหมายลักษณะละเมิดตามมาตรา 420 ปรับใช้เพื่อเรียกร้องความเสียหายได้ แต่เฉพาะเรื่องส่วนตัวที่เป็นความจริงซึ่งถูกก้าวล่วงเท่านั้น โดยถือว่าเป็นความเสียหายต่อสิทธิอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยจะได้รับค่าสินไหมทดแทนตามมาตรา 438 ในส่วนของตัวบทกฎหมายนั้น มิได้จำกัดวิธีการในการเข้าถึงหรือได้

ซึ่งข้อมูลส่วนตัว จึงถือได้ว่าการเข้าถึงข้อมูลนั้น ผู้เข้าถึงข้อมูลจะไม่ถูกเอาผิดประการใด ตราบเท่าที่ข้อมูลนั้นยังไม่ถูกเผยแพร่สู่สาธารณชน

วิโรจน์ ศรีหิรัญ (2541) ศึกษาเรื่อง จิตสำนึกทางวารสารศาสตร์และการตัดสินใจเชิงจริยธรรมของช่างภาพหนังสือพิมพ์ พบว่าช่างภาพส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี ส่วนใหญ่ถ่ายภาพเป็นหลัก และทำการเขียนข่าวด้วยตัวเองในบางครั้ง ช่างภาพส่วนใหญ่ไม่เคยเรียนวิชาด้านการถ่ายภาพ และจบการศึกษาจากสาขาอื่น ๆ ที่ไม่ใช่วารสารศาสตร์หรือสื่อสารมวลชน สาขาที่จบส่วนใหญ่คือ เทคโนโลยีการศึกษา มีประสบการณ์เป็นช่างภาพมา 6-10 ปี ระดับจิตสำนึกทางวารสารศาสตร์อยู่ในระดับสูงในด้านความรับผิดชอบ รองลงมาคือ ด้านบทบาทหน้าที่ และน้อยที่สุดคือ เสรีภาพ ในการตัดสินใจเชิงจริยธรรมของช่างภาพ พบว่าส่วนใหญ่เมื่อต้องถ่ายภาพที่หมิ่นเหม่ต่อจริยธรรมจะยึดถือค่านิยมผกผันกับหน้าที่ เน้นการพูดความจริง เลือกรักดีต่อผู้อ่าน โดยภาพรวมยึดหลักจริยธรรมค่อนข้างน้อย

อารดา เทอดธรรมคุณ (2547) ศึกษาเรื่อง ความตระหนักของผู้สื่อข่าวต่อจริยธรรมวิชาชีพหนังสือพิมพ์ไทย ผลการศึกษาพบว่า ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ไทยส่วนใหญ่มีความตระหนักอยู่ในระดับสูง แต่เมื่อมีปัจจัยแทรก ได้แก่ ข้อจำกัดเรื่องเวลา การแข่งขัน ผลประโยชน์ขององค์กร และผลประโยชน์ส่วนตัว ส่งผลให้ระดับจริยธรรมลดเฉลี่ยลงอย่างชัดเจน โดยเฉพาะประเด็นความถูกต้องตามความเป็นจริง และประเด็นความเชื่อถือได้ และในส่วนที่ระดับจริยธรรมของผู้สื่อข่าวจะอยู่ในระดับต่ำที่สุด คือ การนำเสนอภาพที่ล่อในทางกามารมณ์หรืออนาจาร โดยเฉพาะภาพของบุคคลมีชื่อเสียงในวงการต่างๆ ภูมิหลังของผู้สื่อข่าวทางด้านการศึกษา รายได้ ประสบการณ์การทำงาน และประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับความตระหนักต่อจริยธรรมในวิชาชีพ แต่ในส่วนของการรายงานข่าวที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนักต่อจริยธรรมวิชาชีพแต่อย่างใด

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การนำเสนอภาพแอบถ่ายศิลปินและบุคคลมีชื่อเสียงในสื่อสิ่งพิมพ์ไทยว่า มีรูปแบบและลักษณะอย่างไร รวมทั้งศึกษาทัศนคติของบุคคลที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ บุคคลมีชื่อเสียง ผู้บริหารงานภาพข่าว นักวิชาการด้านวารสารศาสตร์ องค์กรวิชาชีพข่าว และผู้เชี่ยวชาญทางด้านกฎหมาย ที่มีต่อวิธีการปาปาราซซี่และการนำเสนอภาพแอบถ่ายในหน้าสื่อสิ่งพิมพ์ไทยในประเด็นทางจริยธรรม โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วนด้วยกัน คือ

1. การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) เพื่อศึกษารูปแบบ ประเภท และเนื้อหาของภาพแอบถ่ายที่พบในสื่อสิ่งพิมพ์บันเทิงไทย
2. การวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) ศึกษาทัศนคติของบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการนำเสนอภาพแอบถ่ายและผู้ที่เคยได้รับผลกระทบจากการนำเสนอภาพแอบถ่าย เพื่อให้ทราบถึงมุมมองที่มีต่อปรากฏการณ์ปาปาราซซี่ในสังคมไทย ในประเด็นทางจริยธรรม อันได้แก่ทำหน้าที่ของสื่อจากการตีพิมพ์ภาพแอบถ่าย การแข่งขันทางธุรกิจกับหลักจรรยาบรรณ และความคุ้มครองทางกฎหมายของไทยต่อความเป็นส่วนตัวของบุคคลสาธารณะ รวมไปถึงแนวทางที่เหมาะสมต่อการรายงานภาพข่าวประเภทนี้

1. การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรสำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ สื่อสิ่งพิมพ์ที่นำเสนอและตีพิมพ์ภาพแอบถ่ายลักษณะต่างๆ ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ.2548 – 31 ตุลาคม พ.ศ.2549 จากการสำรวจรายชื่อสื่อสิ่งพิมพ์ที่ตีพิมพ์ภาพแอบถ่ายตามร้านหนังสือในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ที่นำเสนอภาพแอบถ่ายอย่างสม่ำเสมอ เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่นำเสนอข่าวเบาและข่าวบันเทิงเป็นหลัก แบ่งออกเป็น 3 ประเภทกลุ่มเนื้อหา คือ

1. กลุ่มหนังสือพิมพ์รายวันทั่วไป รวม 2 ชื่อฉบับ แบ่งออกเป็น
 - หนังสือพิมพ์เชิงประชานิยม ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และ
 - หนังสือพิมพ์กึ่งประชานิยม กึ่งคุณภาพ ได้แก่ หนังสือพิมพ์คมชัดลึก
2. กลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิง ได้แก่ สยามดารา ดาราเดลี มายาชาแนล สยามบันเทิง รวม 4 ชื่อฉบับ
3. กลุ่มนิตยสารบันเทิง ได้แก่ ชูบชิบ สตาร์นิวส์ กอซชิบสตาร์ รวม 3 ชื่อฉบับ

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง				
ชื่อสิ่งพิมพ์/กลุ่มสื่อสิ่งพิมพ์	วาระการออก	ช่วงเวลาการศึกษา	วิธีการคัดเลือก	จำนวน
กลุ่มหนังสือพิมพ์รายวันทั่วไป	รายวัน	1ปี	ฉบับเว้นฉบับ	182
	รายวัน	1ปี	ฉบับเว้นฉบับ	182
กลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิง	รายวัน	1ปี	ฉบับเว้นฉบับ	182
	รายวัน	1ปี	ฉบับเว้นฉบับ	182
	รายสามวัน	1ปี	ทุกฉบับ	121
	รายสามวัน	1ปี	ทุกฉบับ	121
กลุ่มนิตยสารบันเทิง	รายสัปดาห์	1ปี	ทุกฉบับ	52
	รายสิบวัน	1ปี	ทุกฉบับ	36
	รายสัปดาห์	1ปี	ทุกฉบับ	24
รวม				1,082

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ใช้การลงตารางรหัส (coding sheet) เพื่อบันทึกลักษณะของรูปแบบ ประเภท และเนื้อหาของภาพแอบถ่ายที่ตีพิมพ์ในสื่อสิ่งพิมพ์ โดยมีเกณฑ์ในการวิเคราะห์เนื้อหาภาพแอบถ่ายที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์ทั้ง 9 ฉบับ ซึ่งกำหนดวิธีจำแนกเนื้อหาได้ดังนี้

1 รูปแบบและลักษณะของภาพ

1.1 ปริมาณการใช้ภาพข่าว

- 1) ภาพเดี่ยว
- 2) ภาพชุด

1.2 ตำแหน่งการตีพิมพ์ของภาพ

- 1) หน้าแรก
- 2) หน้าบันเทิง
- 3) หน้าสังคม
- 4) อื่นๆ

2. เนื้อหาภาพ

2.1 อาชีพของบุคคลในภาพ

- 1) ดารานักแสดง
- 2) นักการเมือง
- 3) นักกีฬา
- 4) บุคคลในวงสังคม
- 5) อื่นๆ

2.2 สถานภาพของบุคคลในภาพ

- 1) โสด
- 2) สมรส
- 3) หย่าร้าง

2.3 ประเภทของภาพถ่าย

- 1) ชีวิตประจำวันทั่วไป
- 2) ภาพความสัมพันธ์ของบุคคล
 - คู่รัก ในที่นี้คือ สามี ภรรยา แฟน
 - ครอบครัว
 - เพื่อน
 - อื่นๆ เช่น เจ้านายกับลูกน้อง ญาติ

2.4 พฤติกรรมที่ปรากฏในภาพ

- 1) เชิงอนาจาร
- 2) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในเชิงชู้สาว
- 3) กิจธุระส่วนตัวทั่วไป
- 4) อื่นๆ

2.5. กิจกรรมที่ปรากฏในภาพแอบถ่าย

- 1) ภาพส่วนตัว
- 2) งานสังคมสาธารณะ

3) งานโชว์ต่างๆ

2.6 บริบทที่ปรากฏในภาพ

- 1) ที่สาธารณะ เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงแรม ร้านอาหาร ฯลฯ
- 2) ที่ส่วนบุคคล เช่น บ้าน คอนโด ฯลฯ

3. ลักษณะภาพถ่าย

3.1 มุมกล้องจากภาพถ่าย ยึดตัวผู้ถ่ายเป็นหลัก

- 1) ระดับสูง ผู้ถ่ายอยู่ในระดับที่สูงกว่าผู้ถูกถ่าย
- 2) ระดับสายตา ผู้ถ่ายอยู่ในระดับเดียวกันกับผู้ถูกถ่าย
- 3) ระดับต่ำ ผู้ถ่ายอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าผู้ถูกถ่าย

3.2 การเน้นจุดสนใจของภาพ

- 1) เน้นอวัยวะเฉพาะส่วน
- 2) เน้นภาพตัวบุคคล

3.3 ระยะของการถ่าย

- 1) ใกล้
- 2) ไกล

4. องค์ประกอบคุณค่าข่าว

- 1) เรื่องทางเพศ เช่น เกย์ เลสเบี้ยน คบชู้ และอวัยวะควรงวงเช่น นม ก้น เป้า เป็นต้น
- 2) ความเด่นหรือความมีชื่อเสียง กล่าวคือ ในขณะที่นั้นบุคคลผู้ตกเป็นข่าวมีอิทธิพลในวงการต่างๆ มากน้อยเพียงใด และประชาชนให้ความสนใจต่อบุคคลนั้นเพียงใด
- 3) ความขัดแย้ง
- 4) อื่นๆ

5. ความหมิ่นเหม่ต่อการละเมิดจริยธรรม และสิทธิส่วนบุคคล

5.1 การนำเสนอภาพถ่าย

- 1) ลามก อนาจาร
- 2) เซิงขู้สาว, พลอดรัก
- 3) เสื่อมเสียชื่อเสียง
- 4) ละเมิดความเป็นส่วนตัว

5.2 การนำเสนอเนื้อหาข่าว

- 1) เนื้อหาบิดเบือนจากความจริง

2) ใช้ภาษาเกินจริง ส่อเสียด

3) เปิดเผยเรื่องส่วนตัว

6.จริยธรรมจากการนำเสนอเนื้อหาประกอบภาพข่าว

1) อ้างอิงแหล่งที่มาของข่าว

2) การให้ความเป็นธรรมทุกฝ่าย

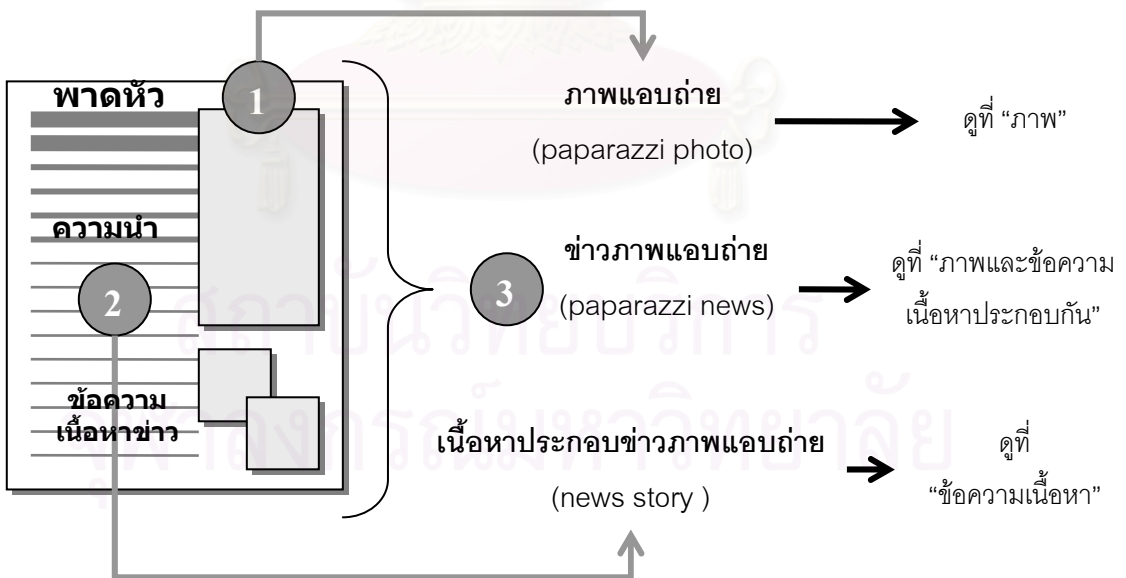
การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือพิมพ์รายวันเชิงประชานิยม ได้แก่ ไทยรัฐและคมชัดลึก หนังสือพิมพ์บันเทิงรายวัน ได้แก่ สยามดารา และหนังสือพิมพ์บันเทิงรายสัปดาห์ ได้แก่ สยามบันเทิง และนิตยสารบันเทิงรายสัปดาห์ ได้แก่ สตาร์นิวส์ และรายปักษ์ ได้แก่ กอซซิบ สตาร์ รวมทั้งสิ้น จำนวน 9 ฉบับ ที่ตีพิมพ์ ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ.2548 – 31 ตุลาคม พ.ศ.2549 โดยผู้วิจัย เป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูล แล้วบันทึกข้อมูลลงในตารางวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อแจกแจงความถี่และหาค่าเฉลี่ยร้อยละของเนื้อหาภาพที่ปรากฏ

หน่วยที่ศึกษา

1. ภาพแอบถ่ายในสื่อสิ่งพิมพ์ หน่วยการนับคือ “1 ชิ้นข่าวภาพแอบถ่าย” (paparazzi news text) โดยที่ใน 1 ชิ้นข่าว จะมีลักษณะที่ต้องวัดตามประเด็นต่างๆ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา เช่น รูปแบบ วิธีการถ่าย องค์ประกอบคุณค่าข่าว พฤติกรรมของบุคคลที่ถูกถ่าย เนื้อหาของภาพ คุณค่าของภาพ เป็นต้น
2. ภาพข่าวแอบถ่าย 11 ภาพที่ผู้วิจัยคัดเลือกมา เพื่อนำไปให้กลุ่มผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ได้พิจารณาวินิจฉัยตีความความเหมาะสมในเชิงจริยธรรมของการนำเสนอทางสื่อสิ่งพิมพ์

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



รูปที่ 3.1 องค์ประกอบของข่าวภาพแอบถ่าย 1 ชิ้นข่าว

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ และตารางการแจกแจงความถี่ (Frequency) หาค่าร้อยละ

2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In – depth Interview)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรสำหรับการศึกษา คือ บรรณาธิการและผู้บริหารงานด้านภาพข่าว ช่างภาพศิลปินบุคคลมีชื่อเสียง นักกฎหมาย นักวิชาการด้านวารสารศาสตร์ และตัวแทนจากองค์กรนักศึกษา กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ จะเลือกโดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างประเภทละ 3-4 คน รวมทั้งสิ้น 20 คน ดังนี้

2.1 บรรณาธิการและผู้บริหารงานด้านภาพข่าว ได้แก่

- ทวีชัย เจ้าวพัฒนา บรรณาธิการภาพข่าวหนังสือพิมพ์ คม ชัด ลึก
- ทีมข่าวหนังสือพิมพ์สยามบันเทิง (นามแฝง)
- ศิริ เหลืองสวัสดิ์ (แก้ว พรี่เมียร์) บรรณาธิการนิตยสารกอสซิปสตาร์
- โอฟาร์ เชื้อบาง (ผู้จัดการฝ่ายกองบรรณาธิการ บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด) มหาชน หนังสือพิมพ์สยามดารา

2.2 ช่างภาพแนวปาปาราซซี่ ได้แก่

- คุณบ๊อต (นามแฝง) ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยามบันเทิง
- คุณยอดบุญ ทองรุ่งโรจน์ ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยามดารา
- คุณเอ (นามแฝง) ช่างภาพนิตยสารกอสซิปสตาร์

2.3 บุคคลมีชื่อเสียงในวงการต่างๆ ได้แก่

- นางสาว เอวิตรา ศิระศาสตร์ นักแสดง
- นาย พิพัฒน์ วิทยาปัญญา นนท์ พิธีกร
- นายตระการ พันธุมเลิศรุจี นักแสดง

2.4 นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน ได้แก่

- รศ. สดศรี เผ่าอินทร์จันทน์ คณบดีคณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- รศ. รุจ โกลมบุตร อาจารย์สาขาวิชาหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

- ผศ.อมรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล อาจารย์คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัย
ธรรมาธิราช

- ผศ.นรินทร์ นำเจริญ อาจารย์สาขาวิชาหนังสือพิมพ์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

2.5 ผู้เชี่ยวชาญทางกฎหมาย

- ศาสตราจารย์ คเนิง ถาไชย นักกฎหมายอาวุโส

- นาย กุลพล พลวัน อัยการอาวุโส

- ดร.จิรนิติ หะวานนท์ ผู้ช่วยผู้พิพากษาศาลฎีกาแผนกคดีอาญา

2.6 ผู้บริหารองค์กรนักวิชาชีพ

- นายสุวัฒน์ ทองธนากุล ประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ

- นายวิชัย วลาพล นายกสมาคมช่างภาพสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย

- นายชาติรี ศรีรัมย์ นายกสมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิงแห่งประเทศไทย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In – depth Interview) เจาะจงเลือกสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหารงานด้านภาพข่าว กลุ่มช่างภาพ บุคคลมีชื่อเสียง องค์กรวิชาชีพ ผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายสื่อสารมวลชน และนักวิชาการด้านวารสารศาสตร์ โดยใช้ลักษณะของแบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question) 1 ชุด เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถให้รายละเอียดและแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ ซึ่งกำหนดหัวข้อให้ครอบคลุมประเด็นที่ต้องการข้อมูลสำหรับการวิจัย โดยผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง จุดประเด็นและบันทึกคำสัมภาษณ์ด้วยเทปบันทึกเสียง ประเด็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์มีดังนี้

แนวคำถามร่วมที่ใช้ในการสัมภาษณ์

- ลักษณะการก่อเกิด พฤติกรรม และการทำหน้าที่ของปาปาราซซี่ในบริบทของสังคมไทย
- ลักษณะ รูปแบบ และเนื้อหาของภาพแอบถ่ายที่ถูกตีพิมพ์
- นิยามคำว่าบุคคลสาธารณะ สิทธิในการรับรู้ข่าวสาร สิทธิส่วนบุคคล ที่ส่วนบุคคล กับที่สาธารณะ
- ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการเลือกนำเสนอหรือเลือกให้พื้นที่กับการตีพิมพ์ภาพแอบถ่าย
- การนำเสนอภาพแอบถ่ายของดารา นักร้อง และบุคคลมีชื่อเสียงจะส่งผลกระทบต่อสังคมหรือไม่ อย่างไร
- แนวโน้มการเติบโตของตลาดนิตยสารและหนังสือพิมพ์ที่นำเสนอภาพแอบถ่ายหรือภาพแนวปาปาราซซี่จะเป็นอย่างไร

ประเด็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ของแต่ละกลุ่ม

1. กลุ่มบรรณาธิการและผู้บริหารงานด้านภาพข่าว
 - จุดกำเนิดของนิตยสารหรือหนังสือพิมพ์ขององค์กรท่านมีความเป็นมาอย่างไร
 - นโยบายของนิตยสารหรือหนังสือพิมพ์ขององค์กรท่านคืออะไร
 - ในองค์กรของท่านยึดถือเกณฑ์หรือหลักจริยธรรมที่เกี่ยวกับงานด้านวารสารศาสตร์ใด
 - ความรับผิดชอบต่อการนำเสนอข่าวในประเด็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

2. บุคคลมีชื่อเสียง
 - ภาพแอบถ่ายที่ตีพิมพ์นั้นลวงล้ำความเป็นส่วนตัวของบุคคลมีชื่อเสียง หรือไม่ อย่างไร
 - ความรับผิดชอบของสื่อสิ่งพิมพ์ต่อการนำเสนอข่าวที่เป็นการละเมิดความเป็นส่วนตัว
 - บุคคลมีชื่อเสียงควรได้รับความคุ้มครองในสิทธิส่วนบุคคลหรือไม่ อย่างไร

3. นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน
 - ภาพที่นำมาตีพิมพ์ประกอบไปด้วยคุณสมบัติของภาพถ่ายเชิงวารสารศาสตร์และคุณค่าของความเป็นข่าวหรือไม่ อย่างไร
 - ภาพแอบถ่ายมีบทบาทต่อการเรียนรู้และการตีความบทบาทสื่อมวลชนของประชาชนลักษณะใด และอย่างไร
 - แนวทางของการนำเสนอภาพข่าวประเภทนี้ในอนาคต ระหว่างบทบาทหน้าที่กับธุรกิจองค์กรจะเป็นไปลักษณะใด และจะส่งผลกระทบต่อสังคม

4. ผู้เชี่ยวชาญทางกฎหมาย
 - กฎหมายที่เกี่ยวข้องและนำมาปรับใช้เพื่อเอาผิดจากการได้มาและการตีพิมพ์ภาพแอบถ่ายในสื่อสิ่งพิมพ์ รวมไปถึงการเอาผิดในการลวงล้ำความเป็นส่วนตัวนั้น มีความเหมาะสมกับสภาวะปัจจุบันหรือไม่
 - สิทธิในการรับรู้ สิทธิส่วนบุคคล (ความเป็นส่วนตัว) และบุคคลสาธารณะในทางกฎหมายมีความชัดเจนและเหมาะสมอย่างไร
 - ประเด็นแวดล้อมใดบ้างที่ควรจะตราขึ้นเป็นหลักกฎหมายเพื่อปรับใช้เป็นแนวทางในการกำหนดขอบเขตการได้มาและการนำเสนอภาพแอบถ่ายของสื่อสิ่งพิมพ์ไทยในปัจจุบัน

5. ปาปาราซซี่

- ในการตัดสินใจถ่ายภาพแต่ละครั้ง คำนึงถึงหลักจริยธรรมและหลักเกณฑ์ใดประกอบบ้าง
- -แรงจูงใจหรือนโยบายขององค์กรต่อการเลือกตัดสินใจถ่ายภาพแอบถ่ายในลักษณะต่างๆ
- -ความตระหนักในการเรียนรู้และทำความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน

6. ผู้บริหารองค์กรวิชาชีพด้านวารสารศาสตร์

- -มาตรการควบคุมที่ใช้ร่วมกันในงานทางวารสารศาสตร์ในการกำกับดูแลวิธีการได้มาและการตีพิมพ์ภาพถ่ายแอบ
- -ความร่วมมือขององค์กรวิชาชีพ ในการตรวจสอบกันเองในการนำเสนอภาพและข่าวที่เข้าข่ายละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

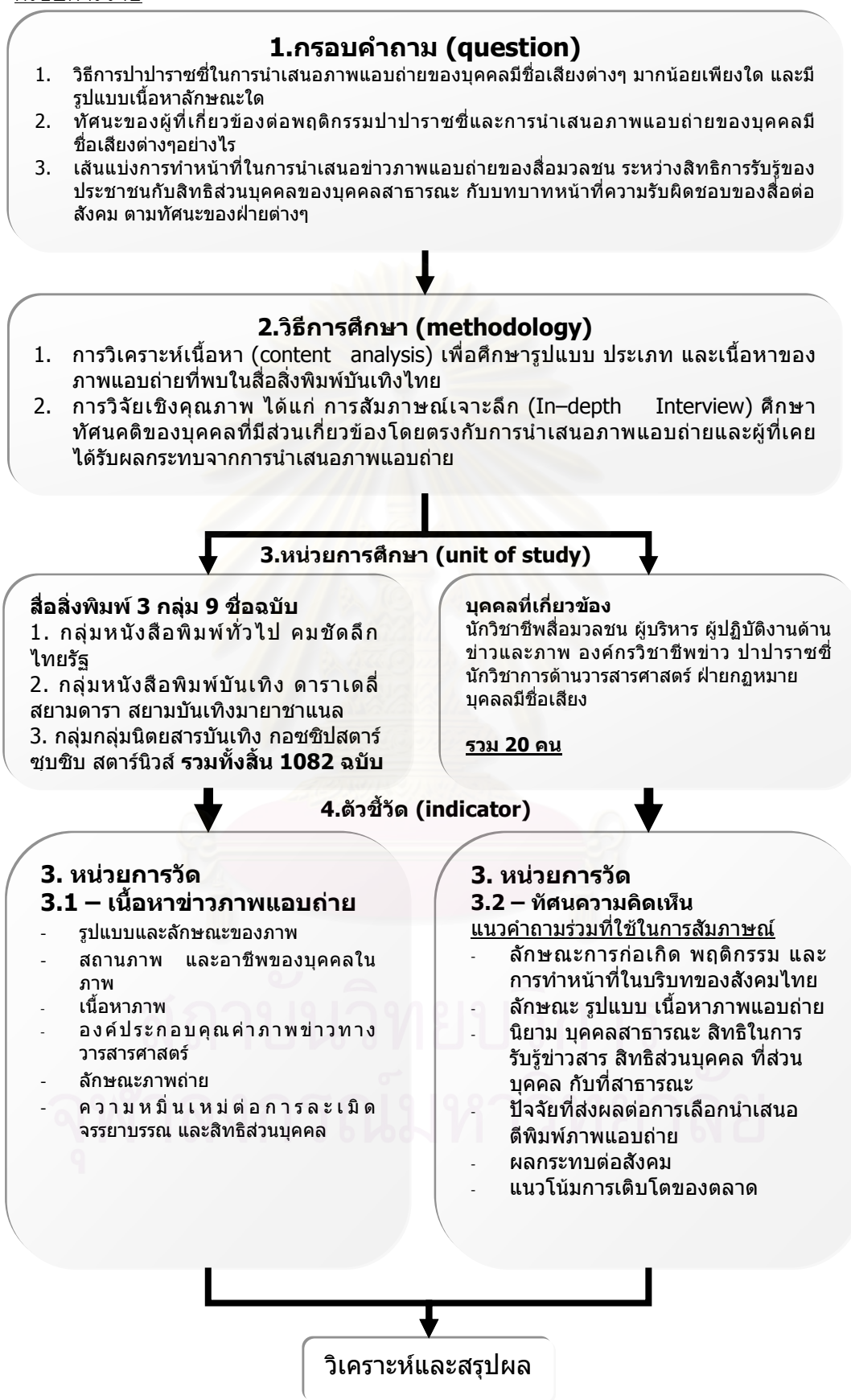
การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกในกลุ่มอาชีพต่างๆที่เกี่ยวข้องจำนวนทั้งสิ้น 18 คน ได้แก่ ผู้บริหารงานด้านภาพข่าว ช่างภาพปาปาราซซี่ นักวิชาการสื่อสารมวลชน ผู้เชี่ยวชาญกฎหมาย และบุคคลที่มีชื่อเสียง กลุ่มละ 3-4 คน โดยผู้วิจัยจะติดต่อกับกลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มเพื่อสัมภาษณ์ด้วยตนเอง เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล คือ เทปบันทึกเสียง

การนำเสนอข้อมูล

นำเสนอโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) จากการวิเคราะห์เนื้อหาในประเด็นวิธีการปาปาราซซี่และการนำเสนอภาพแอบถ่ายในสื่อสิ่งพิมพ์ และประเด็นพันธกิจด้านข่าวสาร จรรยาบรรณ กับภารกิจด้านธุรกิจบันเทิงจากการสัมภาษณ์กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้ง 6 กลุ่ม

กรอบการวิจัย



บทที่ 4

ผลการศึกษาเนื้อหา

จากการเก็บข้อมูลข่าวภาพแอบถ่าย พบลักษณะที่ปรากฏในการตีพิมพ์ภาพแอบถ่าย ทั้งจากกระบวนการถ่าย และกระบวนการนำเสนอ สามารถจัดแบ่งกลุ่มลักษณะที่พบออกเป็นรูปแบบเนื้อหา และ การนำเสนอภาพ ที่พบออกเป็นประเด็นต่างๆ เพื่อให้เห็นแนวทางที่เกี่ยวข้องในการประกอบสร้างเนื้อหาข่าวภาพแอบถ่ายที่ตีพิมพ์อยู่บนหน้าสื่อสิ่งพิมพ์ แบ่งออกเป็นประเด็นได้ดังนี้

4.1 ปริมาณความถี่ข่าวภาพแอบถ่ายในสื่อสิ่งพิมพ์แต่ละประเภท

จากสื่อสิ่งพิมพ์จำนวน 9 ชื่อฉบับ รวม 1,082 ฉบับ พบข่าวภาพแอบถ่ายทั้งหมด 1,536 ชิ้น โดยเฉลี่ยแล้วกลุ่มนิตยสารบันเทิง มีความถี่ในการนำเสนอมากที่สุดเฉลี่ย 5.93 ชิ้นต่อฉบับ โดยนิตยสารกอสซิปสตาร์ นำเสนอมากที่สุดเฉลี่ย 11.38 ชิ้นต่อฉบับ รองลงมาคือ นิตยสารซูบซิป 3.83 ชิ้นต่อฉบับ และน้อยที่สุดในกลุ่มหนังสือพิมพ์รายวันคือในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ 0.32 ชิ้นต่อฉบับ และสยามบันเทิง เฉลี่ย 2.84 ชิ้น ซึ่งมากที่สุดในกลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิง ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.1

ชื่อสิ่งพิมพ์/ กลุ่มสื่อสิ่งพิมพ์	จำนวน ฉบับ	จำนวนข่าว ภาพแอบ ถ่าย	จำนวนข่าวภาพ แอบถ่าย ต่อฉบับ	ร้อยละต่อจำนวน ภาพทั้งหมด
คมชัดลึก	182	106	0.58	6.9
ไทยรัฐ	182	59	0.32	3.8
กลุ่มหนังสือพิมพ์	364	165	0.45	10.7
ดาราเดลี	182	133	0.73	8.7
สยามดารา	182	220	1.21	14.3
สยามบันเทิง	121	344	2.84	22.4
มายาชาแนล	121	126	1.04	8.2
กลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิง	606	823	1.46	53.6
กอสซิปสตาร์	24	270	11.25	17.6
ซูบซิป	36	138	3.83	9.0
สตาร์นิวส์	52	140	2.69	9.1
กลุ่มนิตยสารบันเทิง	112	548	5.93	35.7
รวมทั้งหมด	1,082	1536	2.61	100.0

พิจารณาตามประเด็นต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้

4.2 รูปแบบและลักษณะของภาพข่าวแอบถ่าย

1) ลักษณะการใช้ภาพข่าวแอบถ่าย

สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือภาพเดี่ยวและภาพชุด ภาพเดี่ยวคือภาพแอบถ่ายที่มีภาพถ่ายเพียงภาพเดียว ไม่มีภาพอื่นอีก นอกนั้นอาจเป็นเนื้อข่าว พาดหัวข่าว ความนำ หรือเนื้อเรื่อง ขณะที่ภาพชุดนั้นจะมีภาพถ่ายมากกว่า 1 ภาพ ซึ่งอาจจะมีภาพหลัก 1 ภาพ และภาพประกอบที่มาจากเหตุการณ์เดียวกันอีก 2-3 ภาพหรือมากกว่านั้น และโดยมากภาพประกอบจะมีขนาดเล็กกว่าภาพหลักเสมอ แต่นัยยะสำคัญของภาพประกอบคือการแสดงให้เห็น อริยาบถการเคลื่อนไหวของเหตุการณ์เพื่อแสดงให้เห็นว่าภาพแอบถ่ายที่นำเสนออยู่นั้นถูกถ่ายมาจากเหตุการณ์จริง ๆ

ปริมาณการใช้ภาพข่าว แบ่งเป็นภาพชุดร้อยละ 79.10 และภาพเดี่ยวย้อยละ 20.90 กลุ่มนิตยสารบันเทิงใช้ภาพชุดมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 89.23 ทุกภาพข่าวแอบถ่ายในนิตยสารสตาร์นิวส์นั้นเป็นภาพชุดทั้งหมด ขณะที่หนังสือพิมพ์ทั่วไปใช้ภาพเดี่ยวมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 71.52 หนังสือพิมพ์คมชัดลึกใช้ภาพเดี่ยว ร้อยละ 79.25 มากกว่าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ความถี่ร้อยละปริมาณจำนวนชิ้นข่าวภาพแอบถ่ายที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์						
ชื่อสิ่งพิมพ์/กลุ่มสื่อสิ่งพิมพ์	ปริมาณการใช้ภาพข่าว					
	ภาพเดี่ยว		ภาพชุด		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
คมชัดลึก	84	79.25	22	20.75	106	100.00
ไทยรัฐ	34	57.63	25	42.37	59	100.00
กลุ่มหนังสือพิมพ์	118	71.52	47	28.48	165	100.00
ดาราเดลี	8	6.02	125	93.98	133	100.00
สยามดารา	31	14.09	189	85.91	220	100.00
สยามบันเทิง	95	27.62	249	72.38	344	100.00
มายาชาแนล	10	7.94	116	92.06	126	100.00
กลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิง	144	17.50	679	82.50	823	100.00
กอสซิปสตาร์	57	21.11	213	78.89	270	100.00
ซุบซิบ	2	1.45	136	98.55	138	100.00
สตาร์นิวส์	0	0.00	140	100.00	140	100.00
กลุ่มนิตยสารบันเทิง	59	10.77	489	89.23	548	100.00
รวม	321	20.90	1,215	79.10	1,536	100.00

2) ตำแหน่งการตีพิมพ์ของภาพข่าวแอบถ่าย

หากภาพนั้นๆ มีความสำคัญมาก ภาพนั้นมักถูกตีพิมพ์อยู่บนหน้าแรกของหนังสือ หากไม่มีความสำคัญก็จะถูกนำไปวางเป็นเพียงกรอบเล็กๆ หรือไว้ในหน้าอื่นๆ อย่างไรก็ตาม จากที่สังเกตพบว่า ภาพแอบถ่ายส่วนมากมักเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับหน้าข่าวบันเทิงมากกว่าข่าวอื่นๆ ซึ่งอาจเป็นเพราะสถานภาพอาชีพของตัวบุคคลในภาพแอบถ่ายที่จะเป็นตัวกำหนดว่า ภาพข่าวดังกล่าวจะอยู่ในหน้าใด

ผลการศึกษาพบว่า ตำแหน่งของการนำเสนอภาพ แบ่งเป็นหน้าบันเทิงร้อยละ 69.92 หน้าแรกร้อยละ 26.04 หน้าอื่นๆ ร้อยละ 2.48 และหน้าสังคมร้อยละ 1.56 ซึ่งการลงภาพในหน้าบันเทิงนั้นพบว่ากลุ่มนิตยสารบันเทิงใช้มากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 83.58 ซึ่งนิตยสารกอสซิปสตาร์นำเสนอในหน้าบันเทิงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.89 ส่วนการลงภาพในหน้าแรกนั้นพบว่ากลุ่มหนังสือพิมพ์รายวันใช้มากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 32.12 โดยที่หนังสือพิมพ์คมชัดลึกนำเสนอในหน้าแรก คิดเป็นร้อยละ 35.85 มากกว่าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ส่วนตำแหน่งหน้าอื่นๆ นั้นพบเฉพาะในกลุ่มหนังสือพิมพ์รายวัน ซึ่งหนังสือพิมพ์คมชัดลึกใช้หน้าอื่นๆ ลงภาพ คิดเป็นร้อยละ 38.85 มากกว่าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ซึ่งไม่ลงภาพในหน้านี้เลย และตำแหน่งหน้าสังคมนั้นพบว่ากลุ่มหนังสือพิมพ์รายวันใช้มากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 6.67 โดยที่หนังสือพิมพ์คมชัดลึกใช้หน้าสังคมลงภาพ คิดเป็นร้อยละ 7.55 มากกว่าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.3

ชื่อสิ่งพิมพ์/กลุ่มสื่อสิ่งพิมพ์	ตำแหน่งของการนำเสนอภาพ									
	หน้าแรก		หน้าบันเทิง		หน้าสังคม		หน้าอื่นๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
คมชัดลึก	38	35.85	22	20.75	8	7.55	38	35.85	106	100.00
ไทยรัฐ	15	25.42	41	69.49	3	5.08	0	0.00	59	100.00
กลุ่มหนังสือพิมพ์ทั่วไป	53	32.12	63	38.18	11	6.67	38	23.03	165	100.00
ดาราเดลี	58	43.61	69	51.88	6	4.51	0	0.00	133	100.00
สยามดารา	63	28.64	157	71.36	0	0.00	0	0.00	220	100.00
สยามบันเทิง	72	20.93	272	79.07	0	0.00	0	0.00	344	100.00
มาษาชาแนล	64	50.79	55	43.65	7	5.56	0	0.00	126	100.00
กลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิง	257	31.23	553	67.19	13	1.58	0	0.00	823	100.00
กอสซิปสตาร์	30	11.11	240	88.89	0	0.00	0	0.00	270	100.00
ซูบซิป	32	23.19	106	76.81	0	0.00	0	0.00	138	100.00
สตาร์นิวส์	28	20.00	112	80.00	0	0.00	0	0.00	140	100.00
กลุ่มนิตยสารบันเทิง	90	16.42	458	83.58	0	0.00	0	0.00	548	100.00
รวม	400	26.04	1,074	69.92	24	1.56	38	2.48	1536	100.00

เช่น ภาพปก



ภาพที่ 4.1 ปกนิตยสารกอสซิปสตาร์ (gossip star) ที่ขายข่าวภาพแอบถ่ายเป็นหลัก

หรือหน้าคอลัมน์ด้านใน

เรื่องจากปก Cover Story



คนไม่เคยมีแฟน

เอมี หลง ซี

หิวปีกหิวป่า

อย่างว่านะจะรักกับไม่เคยมีแฟนนี่ พอได้มีแฟนกับเขาสักคน ก็เลยหลงหัวปักหัวปำอย่างที่เป็นแหละ เป็นที่รู้กันดีในแวดวงเพื่อนสนิทของ เอมี กลิ่นประทุม ว่าเธอหลงแฟนหนุ่ม ซี ชีวิตมันถึงขนาดตัวติดกันเป็นยาต่องี้ไปไหนมาไหนด้วยกันตลอดอาวเป็นเพราะว่าระยะนี้ทั้งคู่กำลังกอบโกยเงินจากงานจ้างใช้ตัวอีกจะติดคอมาเป็นแน่เดกาจ

แต่ถึงอย่างไรก็ยังมีย่วงเวลาที่ทั้งคู่ไม่ได้ไปด้วยกันเหมือนกันแหละถ้าว่างานว่าหุเอมีเอมีปฏิบัติกรโหลคมเซ็ดด้วยน้ำเสียงออกซ้อนตลอดเวลา ว่าอูโหลน อูอยู่กับใคร จนมายซีเองโหลงโหลงกับความหวานของนางเอกสาวเหมือนกันนั่นแหละ

ซึ่งก่อนหน้ากัเอมีเองก็ไม่เคยมีแฟนเป็นด้วยเป็นคณกับเขาสักทีจนเกิดมาได้จายาเป็นนางเอกสาวที่ทีทีไปประแแล้ว นอกจากจะมีแต่ข่าวเขาเส็ดตลอดออกมาบ้างว่าเคยมีหนุ่มโหลงโหลงทีอวส่งแต่ก็ดูเหมือนว่าหนุ่มคนนั้นจะไม่ค่อยแมนสักเท่าไรทำให้รักกับหนุ่มโหลงโหลงก็เลยต้องเจียมหายไ้ แหมๆ ก็ออบเส็ดคู่กันเองแแล้วซี จนมาบั้งรักกลางกองถ่าย ถูกโหลงลาคซี ที เอมี เล่นคู่กับ ซี จนกลายเป็นพระเอกในวีดิคังของเธอในปัจจุบัน

อย่างว่านะกองผู้หญิงคนโหลงโหลงทีเป็นตังตงหลุมหลุมหักทุกคน เพราะแค่ความที่เป็นต่อขณะเส็ดกับน้ำพระเอกผู้เดียวก็ออยู่แล้ว แนมรูปก็อึงหล่อท้อท้อแล้วอย่างนั้นแหละจะบั้งคิดแย้งกันทำอวเธอจะ

แล้วอย่างนั้นเอมีจะไปเส็ดเธอจะ อั้งเธอดูเหมือนให้เส็ดตาออบต่อโลกเพราะไม่ต่อยได้กับถั่วตางประล่าว์สุน มีแม่คอยมาคุมตลอด พอโคนคณบั้งเข้า มันก็ไม่มีทางรอคอยู่แล้ว

น้าคิด อย่าอวอไปอ. กณ. ออ. เพลอเมออไปอ.อ.

ภาพที่ 4.2 การใช้ภาพแอบถ่ายของคอลัมน์ “เรื่องจากปก” ในนิตยสารกอสซิปสตาร์ ซึ่งมีแนวคิดในการ จับตาและติดตามว่าบุคคลสาธารณะทำอะไรที่ไหน อย่างไร กับใคร

4.3 เนื้อหาภาพข่าวแอบถ่าย

1) อาชีพของบุคคลในภาพ

อาชีพของบุคคลในภาพ แบ่งเป็น ดารานักแสดงร้อยละ 83.14 บุคคลในวงสังคมร้อยละ 6.90 อาชีพอื่นๆ ร้อยละ 4.10 นักการเมืองร้อยละ 3.58 และนักกีฬาร้อยละ 2.28 บุคคลในภาพที่มีอาชีพดารา นักแสดงนั้นพบในกลุ่มนิตยสารบันเทิงมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 89.14 โดยที่นิตยสารสตาร์นิวส์พบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.29 ส่วนบุคคลในวงสังคมนั้นพบในกลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิงมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 7.78 โดยที่หนังสือพิมพ์มาษาแฉพบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.67 ส่วนอาชีพอื่นๆพบในกลุ่มหนังสือพิมพ์ทั่วไปมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 14.55 โดยที่หนังสือพิมพ์คมชัดลึกพบร้อยละ 16.98 มากกว่าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ส่วนอาชีพนักการเมืองนั้นพบในกลุ่มหนังสือพิมพ์ทั่วไปมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 41.51 ซึ่งหนังสือพิมพ์คมชัดลึกพบร้อยละ 16.98 มากกว่าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และอาชีพนักกีฬานั้นพบในกลุ่มหนังสือพิมพ์ทั่วไปมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 11.52 โดยที่หนังสือพิมพ์คมชัดลึกพบร้อยละ 16.98 มากกว่าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ความถี่ร้อยละอาชีพของบุคคลในภาพข่าวแอบถ่าย												
ชื่อสิ่งพิมพ์/กลุ่มสื่อสิ่งพิมพ์	อาชีพ											
	ศิลปิน		นักการเมือง		บุคคลในวงสังคม		นักกีฬา		อื่นๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
คมชัดลึก	19	17.92	44	41.51	7	6.60	18	16.98	18	16.98	106	100.00
ไทยรัฐ	44	74.58	4	6.78	4	6.78	1	1.69	6	10.17	59	100.00
กลุ่มหนังสือพิมพ์ทั่วไป	63	38.18	48	29.09	11	6.67	19	11.52	24	14.55	165	100.00
ดาราเดลี	123	92.48	0	0.00	7	5.26	0	0.00	3	2.26	133	100.00
สยามดารา	200	90.91	0	0.00	14	6.36	2	0.91	4	1.82	220	100.00
สยามบันเทิง	299	86.92	5	1.45	22	6.40	4	1.16	14	4.07	344	100.00
มายาชาแนล	102	80.95	1	0.79	21	16.67	2	1.59	0	0.00	126	100.00
กลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิง	724	87.97	6	0.73	64	7.78	8	0.97	21	2.55	823	100.00
กอสซิปสตาร์	243	90.00	1	0.37	14	5.19	5	1.85	7	2.59	270	100.00
ซุบซิบ	115	83.33	0	0.00	15	10.87	2	1.45	6	4.35	138	100.00
สตาร์นิวส์	132	94.29	0	0.00	2	1.43	1	0.71	5	3.57	140	100.00
กลุ่มนิตยสารบันเทิง	490	89.42	1	0.18	31	5.66	8	1.46	18	3.28	548	100.00
รวม	1,277	83.14	55	3.58	106	6.90	35	2.28	63	4.10	1,536	100.00

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2) สถานภาพของบุคคลในภาพ

ผลการศึกษาพบว่า บุคคลในภาพมีสถานภาพโสดร้อยละ 84.83 สมรสแล้วร้อยละ 12.37 และหย่าร้างร้อยละ 2.80 โดยที่สถานภาพโสดนั้นพบในกลุ่มนิตยสารบันเทิงมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 90.88 ซึ่งนิตยสารสตาร์นิวส์พบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.57 ส่วนสถานภาพสมรสนั้นพบในกลุ่มหนังสือพิมพ์ทั่วไปมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 46.67 โดยที่หนังสือพิมพ์คมชัดลึกพบเป็นร้อยละ 62.26 มากกว่าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และสถานภาพหย่าร้างนั้นพบในกลุ่มหนังสือพิมพ์ทั่วไปมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 4.24 โดยที่หนังสือพิมพ์ไทยรัฐพบเป็นร้อยละ 8.47 มากกว่าหนังสือพิมพ์คมชัดลึก ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.5

ชื่อสิ่งพิมพ์/กลุ่มสิ่งพิมพ์	สถานภาพสมรส							
	โสด		สมรส		หย่าร้าง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
คมชัดลึก	38	35.85	66	62.26	2	1.89	106	100.00
ไทยรัฐ	43	72.88	11	18.64	5	8.47	59	100.00
กลุ่มหนังสือพิมพ์ทั่วไป	81	49.09	77	46.67	7	4.24	165	100.00
ดาราเดลี	125	93.98	7	5.26	1	0.75	133	100.00
สยามดารา	191	86.82	23	10.45	6	2.73	220	100.00
สยามบันเทิง	287	83.43	46	13.37	11	3.20	344	100.00
มายาชาแนล	121	96.03	4	3.17	1	0.79	126	100.00
กลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิง	724	87.97	80	9.72	19	2.31	823	100.00
กอสซิปสตาร์	242	89.63	17	6.30	11	4.07	270	100.00
ซูบตีบ	125	90.58	8	5.80	5	3.62	138	100.00
สตาร์นิวส์	131	93.57	8	5.71	1	0.71	140	100.00
กลุ่มนิตยสารบันเทิง	498	90.88	33	6.02	17	3.10	548	100.00
รวม	1,303	84.83	190	12.37	43	2.80	1,536	100.00



ภาพที่ 4.3 การใช้ภาพถ่ายแอบถ่ายในคอลัมน์ “ภาพมันฟ้อง” ของนิตยสารกอสซิปสตาร์ ซึ่งมีแนวคิดในการ จับตา และ ยืนยันว่าบุคคลสาธารณะทำอะไรที่ไหน อย่างไร กับใคร โดยเน้นสถานภาพบุคคลใดมากกว่าสมรสแล้ว

3) ประเภทของรูปถ่าย

รูปเดี่ยวจะมีเนื้อหาภาพที่ต้องการนำเสนอถึงเรื่องราวในชีวิตประจำวันของคุณคนเพียงคนเดียวในอิริยาบถต่างๆ และรูปคู่ หรือภาพที่แสดงความสัมพันธ์ของคุณคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ซึ่งลักษณะของความสัมพันธ์ที่ปรากฏมีทั้งความสัมพันธ์ของคูรััก เพื่อน ครอบครัว รวมทั้งประชาชน

ผลการศึกษารูปคู่หรือรูปความสัมพันธ์ร้อยละ 72.14 และรูปเดี่ยวร้อยละ 27.86 โดยที่รูปคู่ นั้นพบในกลุ่มนิตยสารบันเทิงมากกว่ากลุ่มอื่น นิตยสารสตาร์นิวส์พบรูปคู่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.43 และรูปเดี่ยวนั้นพบในกลุ่มหนังสือพิมพ์ทั่วไปมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 52.73 ซึ่งหนังสือพิมพ์คมชัดลึกพบเป็นร้อยละ 66.04 มากกว่าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ดังรายละเอียดในตารางที่

4.6

ตารางที่ 4.6 ความถี่ประเภทของภาพข่าวแอบถ่ายที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์						
ชื่อสิ่งพิมพ์/กลุ่มสิ่งพิมพ์	ประเภทของรูปภาพ					
	รูปเดี่ยว		รูปคู่		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
คมชัดลึก	70	66.04	36	33.96	106	100
ไทยรัฐ	17	28.81	42	71.19	59	100
กลุ่มหนังสือพิมพ์ทั่วไป	87	52.73	78	47.27	165	100
ดาราเดลี	27	20.30	106	79.70	133	100
สยามดารา	61	27.73	159	72.27	220	100
สยามบันเทิง	158	45.93	186	54.07	344	100
มาयाชาแนล	47	37.30	79	62.70	126	100
กลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิง	293	35.60	530	64.40	823	100
กอสซิปสตาร์	36	13.33	234	86.67	270	100
ซูบซิป	7	5.07	131	94.93	138	100
สตาร์นิวส์	5	3.57	135	96.43	140	100
กลุ่มนิตยสารบันเทิง	48	8.76	500	91.24	548	100
รวม	428	27.86	1,108	72.14	1,536	100

4) พฤติกรรมที่ปรากฏในภาพ

ลักษณะของพฤติกรรมที่พบ มี 4 ลักษณะ ได้แก่ พฤติกรรมเชิงลามก อนาจาร ภาพถ่ายที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะการวางตัวของบุคคลในภาพที่อยู่ในลักษณะไม่เหมาะสมที่จะเผยแพร่แก่สาธารณชน รวมถึงการจงใจถ่ายเพื่อเน้นสร้างความสามก เช่น ภาพนึ่งโป๊ ภาพหน้าอกล้น เป็นต้น พฤติกรรมกึ่งจู้จี้จกจก โดยมากเป็นการดำเนินชีวิตประจำวันโดยทั่วไป เช่น ขับรถ รับประทานอาหาร เดินซื้อของ คุยโทรศัพท์ เป็นต้น พฤติกรรมเชิงชู้สาว พลอดรัก เช่น โอบกอด หอมแก้ม จูบ เป็นต้น และพฤติกรรมอื่นๆ เช่น เต็มจำ เป็นต้น

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของบุคคลในภาพ แบ่งเป็น กิจจู้จี้จกจก 78.91 พฤติกรรมเชิงชู้สาวร้อยละ 15.95 พฤติกรรมอื่นๆ ร้อยละ 3.26 และพฤติกรรมลามก อนาจารร้อยละ 1.89 ซึ่งกิจจู้จี้จกจกนั้นพบในกลุ่มหนังสือพิมพ์ทั่วไปมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 93.94 โดยที่หนังสือพิมพ์คมชัดลึกพบร้อยละ 95.28 มากกว่าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ส่วนพฤติกรรมเชิงชู้สาวพบในกลุ่มนิตยสารบันเทิงมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 22.63 ซึ่งนิตยสารกอสซิปสตาร์พบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.78 ส่วนพฤติกรรมอื่นๆนั้นพบในกลุ่มนิตยสารบันเทิงมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 7.12 ซึ่งนิตยสารสตาร์นิวส์พบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.71 และพฤติกรรมลามก อนาจาร พบในกลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิงมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 2.79 ซึ่งหนังสือพิมพ์ดาราเดลีพบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.76 ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ความถี่พฤติกรรมของบุคคลที่ปรากฏในภาพแอบถ่าย										
ชื่อสิ่งพิมพ์/กลุ่มสื่อสิ่งพิมพ์	พฤติกรรมของบุคคล									
	ลามก อนาจาร		กิจกรรมทั่วไป		เชิงชู้สาว		อื่นๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
คมชัดลึก	0	0.00	101	95.28	5	4.72	0	0.00	106	100.00
ไทยรัฐ	1	1.69	54	91.53	4	6.78	0	0.00	59	100.00
กลุ่มหนังสือพิมพ์ทั่วไป	1	0.61	155	93.94	9	5.45	0	0.00	165	100.00
ดาราเดลี	5	3.76	125	93.98	2	1.50	1	0.75	133	100.00
สยามดารา	8	3.64	197	89.55	15	6.82	0	0.00	220	100.00
สยามบันเทิง	9	2.62	249	72.38	83	24.13	3	0.87	344	100.00
มาชาซานนล	1	0.79	112	88.89	12	9.52	1	0.79	126	100.00
กลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิง	23	2.79	683	82.99	112	13.61	5	0.61	823	100.00
กอสซิปสตาร์	0	0.00	160	59.26	102	37.78	8	2.96	270	100.00
ซุบซิบ	2	1.45	125	90.58	9	6.52	2	1.45	138	100.00
สตาร์นิวส์	9	6.43	89	63.57	13	9.29	29	20.71	140	100.00
กลุ่มนิตยสารบันเทิง	11	2.01	374	68.25	124	22.63	39	7.12	548	100.00
รวม	29	1.89	1,212	78.91	245	15.95	50	3.26	1,536	100.00

เช่นในภาพที่ 4.4



5) กิจกรรมที่ปรากฏในภาพแอบถ่าย

ในภาพแอบถ่ายมักให้รายละเอียดที่แสดงให้เห็นถึงที่มาของภาพว่าได้มาจากกิจกรรมในภาพแอบถ่ายที่ปรากฏช่วงเวลาใด ซึ่งมีทั้งกิจกรรมที่แสดงถึงภาพส่วนตัว คือ ช่วงเวลาพักผ่อนที่นอกเหนือจากหน้าที่การงานบุคคลมีชื่อเสียง งานสังคมสาธารณะ เป็นการได้มาของภาพจากการมาร่วมงานเชิงสังคมเพื่อสาธารณะของบุคคลมีชื่อเสียง เช่น งานประกาศรางวัล คอนเสิร์ตการกุศล เป็นต้น และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานในหน้าที่การงานของบุคคลมีชื่อเสียง หรืองานโชว์ตัว เป็นการได้มาของภาพบุคคลมีชื่อเสียงในขณะที่บุคคลนั้นกำลังปฏิบัติงานในหน้าที่ของตน เช่น งานคอนเสิร์ต งานแฟชั่น งานเปิดตัวสินค้า เป็นต้น

พบภาพส่วนตัวร้อยละ 70.96 กิจกรรมสังคมสาธารณะร้อยละ 17.64 และงานโชว์ตัวหรืองานในหน้าที่ร้อยละ 11.39 โดยที่ภาพส่วนตัวนั้นพบในกลุ่มนิตยสารบันเทิงมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 82.66 ซึ่งนิตยสารกอสซิปสตาร์พบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.89 ส่วนกิจกรรมสังคมสาธารณะพบในกลุ่มหนังสือพิมพ์ทั่วไปมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 32.73 ซึ่งหนังสือพิมพ์คมชัดลึกพบร้อยละ 41.51 มากกว่าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และงานโชว์ตัวหรืองานในหน้าที่พบในหนังสือพิมพ์บันเทิงมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 18.35 ซึ่งหนังสือพิมพ์สยามบันเทิงพบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.87 ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.8

ชื่อสิ่งพิมพ์-กลุ่มสิ่งพิมพ์	กิจกรรมของบุคคลในภาพ							
	ภาพส่วนตัว		กิจกรรมสังคมสาธารณะ		งานโชว์ตัว/งานในหน้าที่		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
คมชัดลึก	57	53.77	44	41.51	5	4.72	106	100.00
ไทยรัฐ	44	74.58	10	16.95	5	8.47	59	100.00
กลุ่มหนังสือพิมพ์ทั่วไป	101	61.21	54	32.73	10	6.06	165	100.00
ดาราเดลี	88	66.17	31	23.31	14	10.53	133	100.00
สยามดารา	150	68.18	51	23.18	19	8.64	220	100.00
สยามบันเทิง	179	52.03	76	22.09	89	25.87	344	100.00
มายาชาแนล	78	61.90	19	15.08	29	23.02	126	100.00
กลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิง	495	60.15	177	21.51	151	18.35	823	100.00
กอสซิปสตาร์	240	88.89	20	7.41	10	3.70	270	100.00
ซูบซิป	118	85.51	17	12.32	3	2.17	138	100.00
สตาร์นิวส์	95	67.86	25	17.86	20	14.29	140	100.00
กลุ่มนิตยสารบันเทิง	453	82.66	62	11.31	33	6.02	548	100.00
รวม	1,090	70.96	271	17.64	175	11.39	1,536	100.00

6) สถานที่ที่ปรากฏในภาพ

สถานที่ที่ปรากฏให้เห็นจากภาพถ่าย แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ตามหลักกฎหมาย ได้แก่ ที่สาธารณะ คือ สถานที่ซึ่งบุคคลใดๆสามารถใช้ประโยชน์จากสถานที่นั้นได้โดยไม่ต้องขออนุญาต เช่น ถนน สวนสาธารณะ ห้างสรรพสินค้า โรงหนังและที่ส่วนบุคคล สำหรับที่ส่วนบุคคล คือ สถานที่ซึ่งบุคคลใดๆจะการกระทำใดๆ จะต้องขอรับอนุญาตจากเจ้าสถานที่นั้น เช่น บ้าน ห้องพักโรงแรม เป็นต้น

ผลการศึกษาพบว่า เป็นสถานที่สาธารณะร้อยละ 99.15 ขณะที่สถานที่ส่วนบุคคลพบเพียงร้อยละ 0.85 โดยที่สถานที่สาธารณะพบในกลุ่มนิตยสารบันเทิงมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 99.82 ซึ่งนิตยสารซูบซิปและสตาร์นิวส์พบร้อยละ 100 หรือพบภาพที่มีบริบทเป็นสถานที่สาธารณะเพียงอย่างเดียว ส่วนสถานที่ส่วนบุคคลนั้นพบในกลุ่มหนังสือพิมพ์ทั่วไปมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 4.24 ซึ่งหนังสือพิมพ์ คมชัดลึกพบร้อยละ 5.66 มากกว่าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 ความถี่บริบทหรือสถานที่ที่ปรากฏในภาพถ่าย						
ชื่อสิ่งพิมพ์/กลุ่มสิ่งพิมพ์	สถานที่					
	ที่สาธารณะ		ที่ส่วนบุคคล		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
คมชัดลึก	100	94.34	6.00	5.66	106	100.00
ไทยรัฐ	58	98.31	1.00	1.69	59	100.00
กลุ่มหนังสือพิมพ์ทั่วไป	158	95.76	7	4.24	165	100.00
ดาราเดลี	133	100.00	0.00	0.00	133	100.00
สยามดารา	219	99.55	1.00	0.45	220	100.00
สยามบันเทิง	341	99.13	3.00	0.87	344	100.00
มาษาชาแนล	125	99.21	1.00	0.79	126	100.00
กลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิง	818	99.39	5	0.61	823	100.00
กอสซิปสตาร์	269	99.63	1.00	0.37	270	100.00
ซูบซิป	138	100.00	0.00	0.00	138	100.00
สตาร์นิวส์	140	100.00	0.00	0.00	140	100.00
กลุ่มนิตยสารบันเทิง	547	99.82	1	0.18	548	100.00
รวม	1,523	99.15	13	0.85	1,536	100.00

4.4 ลักษณะการถ่ายภาพ

1) มุมกล้องจากภาพถ่าย ยึดตัวผู้ถ่ายเป็นหลัก

แบ่งออกเป็น 3 มุม ได้แก่ มุมสูง (High Angle) หรือ มุมกด คือ ช่างภาพอยู่ในระดับที่สูงกว่าผู้ถูกถ่ายภาพ มุมต่ำ (Low Angle) หรือมุมขึ้น คือ การถ่ายภาพ ถ่ายโดยยกกล้องเงขึ้นจากที่ต่ำซึ่งช่างภาพอยู่ต่ำกว่าผู้ถูกถ่าย มักใช้กับภาพที่เผลอ ในงานแฟชั่น มุมปกติ (Medium/Horizontal Angel) หรือ มุมระดับสายตา คือ การถ่ายภาพในมุมปกติที่นิยมใช้กับการถ่ายภาพบุคคลทั่วไปที่ช่างภาพอยู่ในระดับเดียวกันกับผู้ถูกถ่าย เน้นองค์ประกอบตัวบุคคลโดยรวมมากกว่าเจาะจงเฉพาะบางจุดของร่างกาย มักถูกใช้ในภาพประเภทแอบถ่ายกิจกรรมต่างๆ ไป

การใช้มุมกล้องจะเกิดปัญหาการละเมิดจริยธรรม เมื่อมุ่งที่จะนำเสนอภาพในเชิง เจาะจง ให้เห็นอวัยวะควรสงวน เช่น หน้าอก เป้า กางเกงใน เป็นต้น



ภาพที่ 4.5 การใช้มุมกล้องมุมขึ้น และการเน้นจุดสนใจของภาพไปที่เป้าของบุคคลสาธารณะ

ผลการศึกษาพบภาพแอบถ่ายมุมปกติร้อยละ 85.35 มุมต่ำหรือมุมชันร้อยละ 10.61 และมุมสูงหรือมุมกดร้อยละ 4.04 โดยที่มุมปกตินั้นพบในกลุ่มหนังสือพิมพ์ทั่วไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.55 ซึ่งหนังสือพิมพ์คมชัดลึกพบร้อยละ 99.06 มากกว่าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ส่วน มุมต่ำหรือมุมชันพบในกลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิงมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 15.19 ซึ่งหนังสือพิมพ์สยามบันเทิงพบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.00 และมุมสูงหรือมุมกดพบในกลุ่มนิตยสารบันเทิงมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 6.39 ซึ่งนิตยสารสตาร์นิวส์พบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.29 ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.10



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 4.6 การใช้มุมกล้องมุมกด และการเน้นจุดสนใจของภาพไปที่หน้าอก ร่องอกของบุคคลสาธารณะ

ตารางที่ 4.10 ความถี่มุมของการถ่ายภาพที่ปรากฏในภาพแอบถ่าย								
ชื่อสิ่งพิมพ์/กลุ่มสื่อสิ่งพิมพ์	มุมของการถ่ายภาพ							
	สูง(มุมกด)		ต่ำ(มุมชัน)		มุมปกติ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
คมชัดลึก	0	0.00	1	0.94	105	99.06	106	100.00
ไทยรัฐ	2	3.39	6	10.17	51	86.44	59	100.00
กลุ่มหนังสือพิมพ์ทั่วไป	2	1.21	7	4.24	156	94.55	165	100.00
ดาราเดลี	5	3.76	11	8.27	117	87.97	133	100.00
สยามดารา	10	4.55	11	5.00	199	90.45	220	100.00
สยามบันเทิง	5	1.45	86	25.00	253	73.55	344	100.00
มาษาแนล	5	3.97	17	13.49	104	82.54	126	100.00
กลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิง	25	3.04	125	15.19	673	81.77	823	100.00
กอสซิปสตาร์	13	4.81	23	8.52	234	86.67	270	100.00
ซุบซิบ	2	1.45	3	2.17	133	96.38	138	100.00
สตาร์นิวส์	20	14.29	5	3.57	115	82.14	140	100.00
กลุ่มนิตยสารบันเทิง	35	6.39	31	5.66	482	87.96	548	100.00
รวม	62	4.04	163	10.61	1,311	85.35	1,536	100.00

2) การเน้นจุดสนใจ

แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ การเน้นเจาะจงเฉพาะอวัยวะ คือ การถ่ายที่เน้นจุดศูนย์กลางภาพ อยู่ที่อวัยวะบางจุดของร่างกาย ได้แก่ มือ นม กางเกงใน เป้า ก้น และการเจาะจงตัวบุคคล คือ เน้นหลักในการถ่ายภาพบุคคลทั่วไป ให้เห็นองค์ประกอบของร่างกายโดยรวม ได้แก่ การถ่ายเน้นตัวเต็ม และการถ่ายเฉพาะครึ่งบน หากเน้นเจาะจง เน้นอวัยวะบางส่วน เช่น นม ก้น เป้า ก็มีโอกาที่จะละเมิดจริยธรรมได้

ผลการศึกษาพบว่าภาพแอบถ่ายโดยมากการเน้นเจาะจงถ่ายบุคคลร้อยละ 83.14 และการเจาะจงถ่ายอวัยวะร้อยละ 16.86 โดยที่การเจาะจงถ่ายบุคคลนั้นพบในกลุ่มนิตยสารบันเทิงมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 94.71 ซึ่งนิตยสารซุบซิบพบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 98.55 และการเจาะจงถ่ายอวัยวะพบในกลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิงมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 28.43 ซึ่งหนังสือพิมพ์สยามบันเทิงพบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.21 ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ความถี่การเน้นจุดสำคัญของการถ่ายภาพที่ปรากฏในภาพแอบถ่าย						
ชื่อสิ่งพิมพ์-กลุ่มสื่อสิ่งพิมพ์	การเน้นจุดสำคัญ					
	เจาะจงอวัยวะบางส่วน		เจาะจงเลือกถ่ายเฉพาะบุคคล		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
คมชัดลึก	1	0.94	105	99.06	106	100.00
ไทยรัฐ	9	15.25	50	84.75	59	100.00
กลุ่มหนังสือพิมพ์ทั่วไป	10	6.06	155	93.94	165	100.00
ดาราเดลี	23	17.29	110	82.71	133	100.00
สยามดารา	37	16.82	183	83.18	220	100.00
สยามบันเทิง	128	37.21	216	62.79	344	100.00
มาษาชาแนล	46	36.51	80	63.49	126	100.00
กลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิง	234	28.43	589	71.57	823	100.00
กอสซิปสตาร์	7	2.59	263	97.41	270	100.00
ซุบซิบ	2	1.45	136	98.55	138	100.00
สตาร์นิวส์	20	14.29	120	85.71	140	100.00
กลุ่มนิตยสารบันเทิง	29	5.29	519	94.71	548	100.00
รวม	259	16.86	1,277	83.14	1,536	100.00

เช่น



ภาพที่ 4.7 การใช้มุมมองมุกมุก และเน้นจุดสนใจไปที่หน้าอกและตัวบุคคล นำเสนอเป็นภาพชุดกิจกรรมงานโชว์ตัว



ภาพที่ 4.8 ภาพแอบถ่ายที่ใช้มุมกล้องมุมซ่อน และการเน้นจุดสนใจของภาพไปที่บั้นท้ายของดารานักแสดง

3) ระยะของการถ่ายภาพ

แบ่งออกเป็น 2 ระยะ คือ ระยะใกล้ (Close up Shot) เน้นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของบุคคล เช่น ใบหน้า และภาพความสัมพันธ์ของคู่รัก การวางมือโอบกอด เป็นต้น ระยะไกล (Long Shot) นิยมใช้ในการแอบถ่ายภาพส่วนตัว เนื่องจากไม่ยากให้เป้าหมายรู้ตัว



ภาพที่ 4.9 การถ่ายภาพระยะไกล และใช้คำพาดหัวข่าวเชิงชู้สาว



ภาพที่ 4.10 ภาพแอบถ่ายที่ไม่มีความคมชัด แม้ไม่เห็นหน้าบุคคลที่ถูกแอบถ่าย หรือภาพนั้นเบลอ ไม่คมชัด แต่ลักษณะภาพแบบนี้ก็เป็นภาพแอบถ่ายได้ดี เพราะมีลักษณะของความปกปิดลึกลับ และเป็นจริงมากกว่าภาพถ่ายทั่วไป



ภาพที่ 4.11 ภาพแอบถ่ายระยะไกลที่ดูอยู่ในรายละเอียดตัวบุคคล แต่สามารถพาดหัวข่าวและนำภาพจริงของดารายืนยันเป็นหลักฐาน สะท้อนว่า แม้ไม่เห็นหน้าบุคคลที่ถูกแอบถ่าย หรือภาพนั้นเบลอ ไม่คมชัด แต่กองบรรณาธิการสามารถสร้างความน่าสนใจ หรือทำตัวเป็นหูเป็นตาเฝ้าระวังให้กับคู่รักดาราคู่ที่อาจมีพฤติกรรมนอกใจ มีการใช้คำบรรยายพร้อมวงกลมและใส่เครื่องหมายลูกศรชี้หน้า รวมทั้งพาดหัวข่าวที่ใส่อารมณ์ขบขัน

การศึกษาพบการแอบถ่ายระยะไกลร้อยละ 54.69 และระยะใกล้ร้อยละ 45.31 โดยที่ระยะใกล้พบในกลุ่มหนังสือพิมพ์ทั่วไปมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 66.06 ซึ่งหนังสือพิมพ์คมชัดลึกพบร้อยละ 73.58 มากกว่าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และระยะไกลนั้นพบในกลุ่มนิตยสารบันเทิงมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 58.39 ซึ่งพบในนิตยสารสตาร์นิวส์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.71 ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ความถี่ของการถ่ายภาพที่ปรากฏในภาพแอบถ่าย						
ชื่อสิ่งพิมพ์/กลุ่มสื่อสิ่งพิมพ์	ระยะของการถ่ายภาพ					
	ใกล้		ไกล		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
คมชัดลึก	78	73.58	28	26.42	106	100.00
ไทยรัฐ	31	52.54	28	47.46	59	100.00
กลุ่มหนังสือพิมพ์ทั่วไป	109	66.06	56	33.94	165	100.00
ดาราเดลี	66	49.62	67	50.38	133	100.00
สยามดารา	95	43.18	125	56.82	220	100.00
สยามบันเทิง	265	77.03	79	22.97	344	100.00
มาษาแนล	77	61.11	49	38.89	126	100.00
กลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิง	503	61.12	320	38.88	823	100.00
กอสซิปสตาร์	128	47.41	142	52.59	270	100.00
ซุบซิบ	52	37.68	86	62.32	138	100.00
สตาร์นิวส์	48	34.29	92	65.71	140	100.00
กลุ่มนิตยสารบันเทิง	228	41.61	320	58.39	548	100.00
รวม	840	54.69	696	45.31	1,536	100.00

4.5 องค์ประกอบด้านคุณค่าข่าวภาพแอบถ่าย

ทุกภาพข่าวต้องมีคุณค่าใดคุณค่าหนึ่งเสมอ โดยทั่วไปมักแบ่งออกเป็น ให้ข่าวสารความรู้ แง่คิดอย่างใดอย่างหนึ่งแก่ผู้อ่านในการดำเนินชีวิต ให้ความตื่นตัว สร้างความประหลาด กับเหตุการณ์ที่คาดไม่ถึงซึ่งช่างภาพไปพบเจอ ให้ความสนใจ หรือบอกเล่าเหตุการณ์ต่างๆที่ก่อให้เกิดอารมณ์พื้นฐาน (Emotion) ของมนุษย์ ตั้งแต่ โศกเศร้า ดีใจ เสียใจ อิจฉาขบขัน ฯลฯ และถ้าเกิดเหตุการณ์นั้นเป็นเรื่องของบุคคลซึ่งเป็นที่รู้จักในสังคม คุณค่าความเป็นข่าวจึงมีเพิ่มขึ้น ภาพแอบถ่าย ส่วนมากทั้งภาพความสัมพันธ์ และภาพกิจกรรมทั่วไปของบุคคลมีชื่อเสียงนั้น มักกระตุ้นความสนใจของคนอ่านให้อยากเห็น อยากรู้ว่าเรื่องราวส่วนตัวนั้นเป็นอย่างไร

พบ 4 ลักษณะคือ

1) เรื่องทางเพศ เช่น ข่าวเกี่ยวกับการหมั้น การแต่งงาน หย่าร้าง ข่าวขู้สาว ข่าวดาราถ่ายภาพโป๊ รวมทั้งข่าวเพศที่ 3 และความผิดปกติทางเพศของบุคคลมีชื่อเสียง มักได้รับความสนใจจากสังคม เนื่องจาก มนุษย์มักให้ความสนใจกับเรื่องของผู้อื่น โดยเฉพาะผู้อื่นที่เป็นคนของสังคม ยิ่งเป็นที่สนใจ และนำไปวิพากษ์วิจารณ์กันอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะเรื่องความสัมพันธ์ที่คู่รักของคนดังที่ยังคลุมเครือ จะได้รับความสนใจเป็นพิเศษ ทั้งภาพเชิงความสัมพันธ์ของคู่รัก และภาพหลุดที่เผลอที่เกี่ยวข้องกับสรีระ อวัยวะของบุคคลมีชื่อเสียงเป็นหลัก

2) ความเด่นหรือความมีชื่อเสียง เช่น บุคคลที่มีตำแหน่งหน้าที่การงานและสังคมสูง มีบทบาทเกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่และความเป็นไปของส่วนรวม (Public figures) เช่น ข้าราชการระดับสูง นักการเมือง และกลุ่มบุคคลที่นำเสนอตนเองผ่านสื่อ โดยได้รับประโยชน์ทางใดทางหนึ่งจากการนำเสนอ (Celebrity) ได้แก่ ดารา ศิลปิน ดีเจ และในปัจจุบันรวมไปถึงกลุ่มบุคคลในวงสังคม เช่น นักธุรกิจ นักกีฬา คนดังหรือไฮโซ เป็นต้น

หากเป็นภาพส่วนตัวของบุคคลที่กำลังอยู่ในความสนใจของสังคมขณะนั้นมากเท่าใด ยิ่งถือว่ามีระดับความเป็นข่าวมากขึ้น

3) ความขัดแย้ง เช่น ความขัดแย้งด้านความคิด ความเชื่อ ผลประโยชน์ ซึ่งเกิดขึ้นได้ทั้งในระดับครอบครัว ระดับสังคม ระดับประเทศ และระดับโลก เมื่อเกิดความขัดแย้งขึ้น จะส่งผลกระทบต่อสังคมโดยส่วนรวมหรือไม่ เพียงใดและนำไปสู่อะไรในที่สุด ซึ่งโดยส่วนมากเป็นความขัดแย้งด้านความรัก

4) อื่นๆ เช่น ความแปลกประหลาดใจ ความตื่นเต้น และความมีเงื่อนงำ

จากการศึกษาพบว่า คุณค่าข่าวภาพแอบถ่ายที่พบมากที่สุดคือ ความเด่นความมีชื่อเสียง ร้อยละ 83.98 รองลงมาคือคุณค่าเรื่องทางเพศ ร้อยละ 83.07 ความขัดแย้งร้อยละ 15.56 และเรื่องอื่นๆ ร้อยละ 0.20 กลุ่มหนังสือพิมพ์พบคุณค่าด้านความเด่นมีชื่อเสียงมากที่สุด ร้อยละ 90.30, กลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิงพบคุณค่าข่าวเรื่องเพศมากที่สุด ร้อยละ 87.73 ขณะที่กลุ่มนิตยสารบันเทิงพบคุณค่าด้านความเด่นมีชื่อเสียงมากที่สุด ร้อยละ 92.24

นิตยสารสตาร์นิวส์มีคุณค่าข่าวภาพแอบถ่ายด้านเรื่องเพศสูงสุด คือร้อยละ 95.00 ขณะที่นิตยสารซูบซิปให้คุณค่าด้านความเด่นความมีชื่อเสียงมากที่สุด คือร้อยละ 98.55 ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 ความถี่องค์ประกอบด้านคุณค่าข้าวภาพแอบถ่ายที่ปรากฏในภาพแอบถ่าย									
ชื่อสิ่งพิมพ์/กลุ่มสิ่งพิมพ์	องค์ประกอบด้านคุณค่าข้าว								
	เรื่องทางเพศ		ความเด่น ความมีชื่อเสียง		ความขัดแย้ง		อื่นๆ		จากข่าวภาพแอบถ่ายทั้งหมด
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน
คมชัดลึก	23	21.70	101	95.28	7	6.60	0	0.00	106
ไทยรัฐ	45	76.27	48	81.36	3	5.08	0	0.00	59
กลุ่มหนังสือพิมพ์ทั่วไป	68	41.21	149	90.30	10	6.06	0	0.00	165
ดาราเดลี	121	90.98	119	89.47	16	12.03	1	0.75	133
สยามดารา	180	81.82	203	92.27	27	12.27	2	0.91	220
สยามบันเทิง	305	88.66	242	70.35	67	19.48	0	0.00	344
มายาชาแนล	116	92.06	71	56.35	17	13.49	0	0.00	126
กลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิง	722	87.73	635	77.16	127	15.43	3	0.36	823
กอสทิปสตาร์	226	83.70	235	87.04	69	25.56	0	0.00	270
ซุบซิบ	127	92.03	136	98.55	17	12.32	0	0.00	138
สตาร์นิวส์	133	95.00	135	96.43	18	12.86	0	0.00	140
กลุ่มนิตยสารบันเทิง	486	88.69	506	92.34	104	18.98	0	0.00	548
รวม/เฉลี่ย	1,276	83.07	1,290	83.98	241	15.69	3	0.20	1,536

4.6 ความหมิ่นเหม่ต่อการละเมิดจริยธรรมและสิทธิส่วนบุคคล

ในภาพข่าวแอบถ่ายแต่ละชิ้นนั้น สามารถละเมิดจริยธรรมได้หลายลักษณะ ผลการศึกษาพบว่าจากจำนวนข่าวภาพแอบถ่าย 1,536 ชิ้น มีมากถึง 1,055 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 68.68 ของข่าวแอบถ่ายทั้งหมดที่พบ ภาพข่าวที่อาจเข้าข่ายละเมิดจริยธรรมพบในกลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิงมากที่สุด เฉลี่ยร้อยละ 74.85 และพบลักษณะที่เข้าข่ายหมิ่นเหม่ต่อการการละเมิดจริยธรรมมากที่สุดในหนังสือพิมพ์ดาราเดลี ร้อยละ 84.21 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์มายาชาแนล ร้อยละ 84.13 และอันดับสามคือ หนังสือพิมพ์สยามบันเทิง ร้อยละ 79.94 สำหรับภาพที่ไม่ละเมิดจริยธรรมพบมากในกลุ่มหนังสือพิมพ์ทั่วไปมากกว่ากลุ่มอื่น โดยที่หนังสือพิมพ์คมชัดลึกพบร้อยละ 83.02 ซึ่งมากกว่าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ความถี่ภาพแอบถ่ายที่เข้าข่ายละเมิดจริยธรรม						
ชื่อสิ่งพิมพ์/กลุ่มสื่อสิ่งพิมพ์	ข่าวภาพแอบถ่ายที่ละเมิดจริยธรรม					
	เข้าข่ายละเมิดจริยธรรม		ไม่เข้าข่ายละเมิดจริยธรรม		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
คมชัดลึก	18	16.98	88	83.02	106	100.00
ไทยรัฐ	35	59.32	24	40.68	59	100.00
กลุ่มหนังสือพิมพ์ทั่วไป	53	32.12	112	67.88	165	100.00
ดาราเดลี	112	84.21	21	15.79	133	100.00
สยามดารา	123	55.91	97	44.09	220	100.00
สยามบันเทิง	275	79.94	69	20.06	344	100.00
มายาชาแนล	106	84.13	20	15.87	126	100.00
กลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิง	616	74.85	207	25.15	823	100.00
กอสซิปสตาร์	200	74.07	70	25.93	270	100.00
ซุบซิบ	88	63.77	50	36.23	138	100.00
สตาร์นิวส์	98	70.00	42	30.00	140	100.00
กลุ่มกลุ่มนิตยสารบันเทิง	386	70.44	162	29.56	548	100.00
รวม/เฉลี่ย	1,055	68.68	481	31.32	1,536	100.00

ลักษณะการละเมิดจริยธรรมในข่าวภาพแอบถ่ายปรากฏใน 4 ลักษณะ คือ

1. เริงลามก อนาจาร คือ การนำเสนอภาพที่มุ่งเน้นให้ความสนใจเฉพาะเจาะจง ตอกย้ำเกี่ยวกับสรีระและอวัยวะของบุคคลในเชิงโลมเลีย เช่น หน้าอก นม กางเกงใน เป้า ก้น เป็นต้น
2. เริงซู้สาว / พลอดรัก คือภาพที่มุ่งชักจูง เชื้อมโยงความสัมพันธ์ของบุคคลในภาพไปในเชิงคู่รัก ซู้สาว รวมถึงการเน้นโดยใช้สัญลักษณ์ชี้นำพฤติกรรมที่ปรากฏในภาพแอบถ่ายด้วย
3. เสื่อมเสียชื่อเสียง คือ ภาพที่มีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม การชี้นำโดยภาพและสัญลักษณ์ซึ่งส่งผลให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์ภาพลักษณะที่เป็นลบต่อบุคคลในภาพ บุคคลแวดล้อมได้รับความอับอาย เสื่อมเสียไปด้วย
4. ละเมิดความเป็นส่วนตัว คือ ภาพแอบถ่ายในสถานที่ส่วนบุคคลและการนำเสนอภาพส่วนตัวผ่านสื่อ พิจารณาได้จากพฤติกรรม กิจกรรม ช่วงเวลา สถานที่ในภาพ



ภาพที่ 4.12 การใช้คำบรรยายได้ภาพแอบถ่ายที่ออกมาในบทสนทนาสมมติที่เน้นเสนอเรื่องเชิงอนาจาร

โดยพบว่ามักละเมิดจริยธรรมในลักษณะเชิงขู่สาวและพลอดรักมากที่สุด คือร้อยละ 51.63 ลักษณะภาพเชิงลามก อนาจารร้อยละ 17.06 ภาพละเมิดความเป็นส่วนตัวร้อยละ 1.37 และภาพเสื่อมเสียชื่อเสียงร้อยละ 0.72 โดยที่ภาพเชิงขู่สาว พลอดรักนั้นพบในนิตยสารบันเทิงมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 66.24 ซึ่งนิตยสารสตาร์นิวส์พบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.57 ภาพลามกอนาจารพบในกลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิงมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 27.70 ซึ่งหนังสือพิมพ์สยามบันเทิงพบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.34 ส่วนภาพละเมิดความเป็นส่วนตัวพบในกลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิงมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 2.07 ซึ่งหนังสือพิมพ์ดาราดeliteพบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.26 และภาพที่อาจสร้างความเสื่อมเสียชื่อเสียงพบในกลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิงมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 0.97 ซึ่งหนังสือพิมพ์สยามดาราดeliteพบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.27 ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 ความถี่ของการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่ายที่อาจเข้าข่ายละเมิดจริยธรรมในประเด็นต่างๆ									
ชื่อสิ่งพิมพ์/กลุ่มสื่อสิ่งพิมพ์	การนำเสนอข่าวภาพแอบถ่าย								
	อาจเข้าข่ายลามกอนาจาร		ลักษณะเชิงชู้สาวพลอดรัก		อาจสร้างเสื่อมเสียชื่อเสียง		อาจละเมิดความเป็นส่วนตัว		จากข่าวภาพแอบถ่ายทั้งหมด
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน
คมชัดลึก	0	0.00	18	16.98	1	0.94	0	0.00	106
ไทยรัฐ	10	16.95	27	45.76	0	0.00	0	0.00	59
กลุ่มหนังสือพิมพ์ทั่วไป	10	6.06	45	27.27	1	0.61	0	0.00	165
ดาราเดลี	25	18.80	87	65.41	0	0.00	7	5.26	133
สยามดารา	37	16.82	85	38.64	5	2.27	1	0.45	220
สยามบันเทิง	125	36.34	148	43.02	3	0.87	5	1.45	344
มาयाชาแนล	41	32.54	65	51.59	0	0.00	4	3.17	126
กลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิง	228	27.70	385	46.78	8	0.97	17	2.07	823
กอสซิปสตาร์	6	2.22	182	67.41	1	0.37	1	0.37	270
ซุบซิบ	6	4.35	85	61.59	1	0.72	3	2.17	138
สตาร์นิวส์	12	8.57	96	68.57	0	0.00	0	0.00	140
กลุ่มนิตยสารบันเทิง	24	4.38	363	66.24	2	0.36	4	0.73	548
รวม/เฉลี่ย	262	17.06	793	51.63	11	0.72	21	1.37	1,536

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ลามก อนาจาร



เชิงชู้สาว พลอดรัก



เสื่อมเสียชื่อเสียง



ละเมิดความเป็นส่วนตัว

ภาพที่ 4.13 การเลือกภาพข่าวนำเสนอในเชิงที่อาจเข้าข่ายละเมิดจริยธรรมในลักษณะต่างๆ

ข่าวภาพแอบถ่ายนั้นไม่ได้มีแค่ภาพแอบถ่าย แต่ยังมีเนื้อหาข่าวประกอบภาพด้วย ในการศึกษาพบว่า เนื้อหาข่าวประกอบมีส่วนสำคัญในการชี้ว่าข่าวภาพแอบถ่ายนั้นๆ จะละเมิดจริยธรรมหรือไม่ ซึ่งพบ 3 ลักษณะของการเขียนเนื้อหาข่าวประกอบที่ละเมิดจริยธรรมคือ

1. รายละเอียดบิดเบือนไปจากข้อเท็จจริงในภาพ คือ ภาพแอบถ่ายที่นำเสนอไม่มีความสอดคล้องกับเนื้อหาข่าวประกอบที่ถูกเขียนขึ้นมา เช่น ภาพข่าวดาราดาราเดินเที่ยวไปกับญาติ หรือพ่อแม่พี่น้อง เพียงแต่เขียนเนื้อหาข่าว หรือพาดหัวข่าวว่าดาราดาราโดดงานไปเที่ยวซื้อของ หรือเขียนข่าวว่าดาราดาราคนนี้โกรธกับคู่รักอีกคนเลยมาเดินซื้อของกับพ่อแม่แทน เป็นต้น

2. ใช้ภาษาเกินจริง ส่อเสียด ใช้ภาษาที่มากเกินไปเกินกว่าข้อเท็จจริงของเนื้อหาหรือเหตุการณ์ที่ปรากฏ คือ การใช้คำไม่สุภาพ การใช้สำนวนเชิงกระทบกระทั่ง ในขณะที่พฤติกรรมในภาพของบุคคลมิได้ทำอะไรที่เกินเลยกว่านั้น หรือยังไม่ถึงระดับนั้น เช่น เจ๊จิ๊กเฮี้ยนจัด จัดตุ๊ดประชดรักเอ็กซ์ (นิตยสารซุบซิบปีที่2 ฉบับ76)

3. เปิดเผยข้อมูลส่วนตัว เพื่อเชื่อมโยงให้ผู้อ่าน เห็นภาพความสัมพันธ์ของเหตุการณ์ที่ผ่านมา เช่น โบว์ระเริงรักหญ้าอ่อน หยามหน้าบิลลี่...ที่เมื่อก่อนสาวตาโต โบว์ ปรารถนา ดูเหมือนว่าจะโปรดปรานการเคี้ยวหญ้าแก่เป็นชีวิตจิตใจ ไม่ว่าใครจะคงจะอ่อนตะลอนไปไหน She ก็ไม่อิจฉาซักนิด เพราะชีวิตในแต่ละวันสุดแสนจะฉ่ำหัวใจกับพอม่ายลูกหนึ่งอย่าง บิลลี่ ที่คงกันไปโน่นมานี่ให้ประชาชีได้เลียนกันถ้วนหน้า

แต่พอวันเวลาเปลี่ยนไปโหงสาวโบว์ถึงได้ลิ้มรสชาติของหญ้าแก่แถไปคงหญ้าอ่อนซะงั้นละจ๊ะ หรือว่าแก่ๆ นะมันเหนียวเคี้ยวไม่อร่อย ไม่ค่อยกรุบกรอบ แหม...เดี๋ยวนี้ละคงหนุ่มหน้าใสออกวงการไปทานข้าวเคล้าแสงเทียน ดูไปดูมาท่าจะเลียนเอียนกว่าตอนคบคนแก่ซะอีกนะยะ... (นิตยสารกอสซิบ สตาร์ ปีที่4 ฉบับที่ 140)

ผลการศึกษาพบว่าการละเมิดจริยธรรมด้วยเปิดเผยเรื่องส่วนตัวมากที่สุด ถึงร้อยละ 84.51 การใช้ภาษาเกินจริง ส่อเสียดร้อยละ 62.50 และเนื้อหาบิดเบือนความจริงร้อยละ 6.84 โดยที่การเปิดเผยเรื่องส่วนตัวนั้นพบในกลุ่มนิตยสารบันเทิงมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 93.25 ซึ่งนิตยสารซุบซิบพบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 99.28 ส่วนการใช้ภาษาเกินจริง ส่อเสียดพบในกลุ่มนิตยสารบันเทิงมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 70.99 ซึ่งนิตยสารซุบซิบพบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 89.86 และเนื้อหาบิดเบือนความจริงพบในกลุ่มนิตยสารบันเทิงมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 9.67 ซึ่งนิตยสารกอสซิบสตาร์พบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.44 ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ความถี่ของการนำเสนอเนื้อหาข่าวภาพแอบถ่ายที่อาจเข้าข่ายละเมิดจริยธรรม							
ชื่อสิ่งพิมพ์/กลุ่มสื่อสิ่งพิมพ์	การนำเสนอเนื้อหาข่าวภาพแอบถ่าย						
	เนื้อหาบิดเบือนความจริงภาพ		ใช้ภาษา ส่อเสียดเกินจริง		เปิดเผยเรื่องส่วนตัว		ข่าวภาพแอบถ่ายทั้งหมด จำนวน
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	
คมชัดลึก	0	0.00	14	13.21	62	58.49	106
ไทยรัฐ	1	1.69	24	40.68	50	84.75	59
กลุ่มหนังสือพิมพ์ทั่วไป	1	0.61	38	23.03	112	67.88	165
ดาราเดลี	5	3.76	78	58.65	122	91.73	133
สยามดารา	9	4.09	146	66.36	194	88.18	220
สยามบันเทิง	33	9.59	208	60.47	239	69.48	344
มายาชาแนล	4	3.17	101	80.16	120	95.24	126
กลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิง	51	6.20	533	64.76	675	82.02	823
กอสซิปสตาร์	39	14.44	201	74.44	236	87.41	270
ซุบซิบ	11	7.97	124	89.86	137	99.28	138
สตาร์นิวส์	3	2.14	64	45.71	138	98.57	140
กลุ่มนิตยสารบันเทิง	53	9.67	389	70.99	511	93.25	548
รวม/เฉลี่ย	105	6.84	960	62.50	1,298	84.51	1,536

ตัวอย่างเช่น

เนื้อหาประกอบบิดเบือนจากภาพ พฤติกรรมกัจฉะทั่วไป มีการกล่าวพาดพิงเปรียบเทียบบุคคลอื่นในเรื่องทางเพศ และมีการตีความและชี้หน้าด้วยการใช้สัญลักษณ์ในเชิงที่ว่าคนดังในภาพฝ่ายชายใช้สายตาลามกกับสตรีระของดาราทหญิงอีกคน ซึ่งเนื้อหาในภาพไม่ได้มีลักษณะดังเช่นที่เนื้อหาประกอบลงไว้



ใช้ภาษาสื่อเสียด เกินจริง บุคคลในภาพเพียงแค่นั่งใกล้กัน แต่ไม่ได้มีพฤติกรรมเชิงพลอดรักใดๆ ซึ่งภาพไม่ได้ให้ความหมายที่น่าสื่อเช่นที่ข่าวลงไว้ได้



เนื้อหาประกอบ เปิดเผยถึงเรื่องราวความรักส่วนตัวในเชิงขุดรื้ออดีต เพื่อย้ำภาพลักษณ์ของบุคคลในภาพว่าเป็นพวก รังง่ายหน่ายเร็ว เลือคบแต่คนมีชื่อเสียงและคนรวยเท่านั้น

ภาพที่ 4.14 การนำเสนอเนื้อหาประกอบภาพข่าวที่อาจเข้าข่ายละเมิดจริยธรรม

4.7 จริยธรรมในเนื้อหาประกอบข่าว

ผลการวิจัยพบว่า การนำเสนอข่าวประกอบภาพแอบถ่าย ส่วนใหญ่มีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข่าวร้อยละ 82.68 ขณะที่การให้ความเป็นธรรมแก่ฝ่ายที่ถูกนำเสนอพบร้อยละ 23.50 โดยที่การอ้างอิงแหล่งที่มาของข่าวพบในกลุ่มหนังสือพิมพ์รายวันมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 94.55 ซึ่งหนังสือพิมพ์คมชัดลึกพบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.28 และการให้ความเป็นธรรมแก่ฝ่ายที่ถูกนำเสนอ นั้นพบในกลุ่มนิตยสารบันเทิงมากกว่ากลุ่มอื่น คิดเป็นร้อยละ 25.55 ซึ่งนิตยสารกอสซิปสตาร์พบมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 34.81 หากพิจารณาเฉพาะข้อฉบับพบว่าการอ้างอิงแหล่งที่มาของข่าวพบในทุกข่าวที่ตีพิมพ์ในนิตยสารสตาร์นิวส์ และการให้ความเป็นธรรมแก่บุคคลที่ถูกนำเสนอพบมากที่สุด ในหนังสือพิมพ์สยามบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 35.17 ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 ความถี่ร้อยละของจริยธรรมจากเนื้อหาประกอบข่าว					
ชื่อสิ่งพิมพ์/กลุ่มสิ่งพิมพ์	เนื้อหาประกอบข่าวภาพแอบถ่ายที่คำนึงหลักจริยธรรม				
	การอ้างอิงแหล่งที่มาของข่าว		การให้ความเป็นธรรมทุกฝ่าย		จากภาพทั้งหมด
	จำนวน	%	จำนวน	%	
คมชัดลึก	101	95.28	10	9.43	106
ไทยรัฐ	55	93.22	14	23.73	59
กลุ่มหนังสือพิมพ์ทั่วไป	156	94.55	24	14.55	165
ดาราเดลี	127	95.49	11	8.27	133
สยามดารา	204	92.73	21	9.55	220
สยามบันเทิง	208	60.47	121	35.17	344
มายาชาแนล	119	94.44	44	34.92	126
กลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิง	658	79.95	197	23.94	823
กอสซิปสตาร์	182	67.41	94	34.81	270
ซูบซิป	134	97.10	17	12.32	138
สตาร์นิวส์	140	100.00	29	20.71	140
กลุ่มนิตยสารบันเทิง	456	83.21	140	25.55	548
รวม/เฉลี่ย	1,270	82.68	361	23.50	1,536

บทที่ 5

ทัศนคติต่อปาปาราซซีและภาพแอบถ่ายจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อศึกษาถึงความตระหนักในจรรยาบรรณและจริยธรรม ตลอดจนกระบวนการทำงาน บทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบของปาปาราซซี และการคัดเลือกตีพิมพ์ภาพแอบถ่ายของสื่อสิ่งพิมพ์ ผู้วิจัยได้จำแนกทัศนคติผู้เกี่ยวข้องออกเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

5.1 การทำงานของช่างภาพแอบถ่าย

บุคคลที่ประกอบอาชีพปาปาราซซีในประเทศไทยนั้น จากการสอบถามบุคคลเหล่านี้พบว่า เป็นกลุ่มช่างภาพสังกัดองค์กรของสื่อสิ่งพิมพ์นั้นๆ ส่วนหนึ่ง และเป็นกลุ่มช่างภาพสมัครเล่น ได้แก่ ช่างภาพอิสระ และบุคคลทั่วไปอีกส่วนหนึ่ง เช่น ประชาชนที่พบเจอบุคคลมีชื่อเสียงในอิริยาบถส่วนตัว ถ่ายรูปนั้นเก็บไว้ และเอามาขายให้แก่สื่อสิ่งพิมพ์ที่รับซื้อ สำหรับปาปาราซซีของต่างประเทศนั้นมักเป็นช่างภาพอิสระ ไม่สังกัดขึ้นตรงต่อองค์กรสื่อใดๆ การถ่ายจะถ่ายเพื่อขายภาพให้กับใครก็ได้ที่สนใจซื้อ ในขณะที่ปาปาราซซีไทยนั้นส่วนมากเป็นช่างภาพประจำองค์กรกินเงินเดือน ถ่ายภาพตามที่ได้รับมอบหมายมา เงินทุนและอุปกรณ์ที่ใช้ในการถ่ายรูปภาพก็จะใช้เท่าที่องค์กรจัดไว้ให้ จึงส่งผลคุณภาพของภาพแอบถ่ายที่ได้จึงด้อยกว่าของต่างประเทศ นอกจากนี้ภาพแอบถ่ายของไทยมีค่าตอบแทนที่ต่ำ เนื่องจากบุคคลมีชื่อเสียงของไทยนั้น ขายได้แค่ระดับประเทศ จึงไม่คุ้มค่าต่อการลงทุนติดตามถ่ายเช่นเดียวกับบุคคลมีชื่อเสียงของต่างประเทศซึ่งเป็นที่รู้จักของทั่วโลก

จากการสัมภาษณ์ กลุ่มช่างภาพประจำองค์กรที่ถ่ายภาพประเภทแอบถ่าย จำนวน 3 คนพบว่า ช่างภาพส่วนใหญ่ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการถ่ายภาพที่แฝง และภาพปาปาราซซี กล่าวคือนอกเหนือจากการถ่ายภาพบันเทิงทั่วไป ทั้งภาพแฟชั่น ภาพงานสังคมต่างๆซึ่งถ่ายเป็นหลักแล้วช่างภาพประจำองค์กร ยังต้องรับหน้าที่ในการถ่ายภาพแนวแอบถ่ายด้วย ซึ่งลักษณะของภาพเป็นภาพที่แฝง และภาพปาปาราซซี

คุณบัต ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยามบันเทิง กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ในการทำงานของช่างภาพว่าไม่แตกต่างจากช่างภาพสื่อสิ่งพิมพ์บันเทิงทั่วไปว่า ความรับผิดชอบช่างภาพคือการถ่ายรูปทุก

ลักษณะ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของ ยอดบุญ ทองรุ่งโรจน์ ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยามดารา ที่กล่าวว่าถึงบทบาทหน้าที่และงานที่รับผิดชอบไว้ว่าเป็น

“นำเสนอภาพข่าวสารความเคลื่อนไหวของวงการบันเทิงเป็นหลัก โดยภาพที่ถ่ายจะเป็นภาพสวยงามธรรมดา กับภาพแนวที่เผลอ หรือแอบถ่ายบ้างเล็กน้อย หลังจากถ่ายภาพแล้ว ช่างภาพก็ต้องบรรยายรายละเอียดคร่าวๆของภาพไว้ด้วย”

ในขณะที่ช่างภาพประจำนิตยสารจะมีหน้าที่ในการถ่ายภาพแอบถ่ายเป็นหลัก เนื่องจากนิตยสารบันเทิงดังกล่าวเป็นนิตยสารเฉพาะกลุ่มที่มีจุดประสงค์ มุ่งเน้นนำเสนอการรายงานข่าวและภาพแอบถ่ายเป็นหลัก งานรับผิดชอบของช่างภาพจึงเน้นการถ่ายภาพแอบถ่ายเท่านั้น

ส่วนคุณเอ ช่างภาพนิตยสารกอสซิปสตาร์ ก็เน้นถ่ายภาพแอบถ่ายเป็นหลัก เช่น ภาพในช่วงเวลาส่วนตัวไม่ได้โชว์ออกงาน

กระบวนการทำงาน

ในส่วนของกระบวนการทำงานของปาปาราซซี่ ลักษณะการทำงานของช่างภาพส่วนใหญ่จะแตกต่างกัน ดังนี้

การทำงานจะไปตามหมายงานที่ได้รับจากแหล่งข่าว และไปรอตามสถานที่ต่างๆ คุณบ๊อต ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยามบันเทิง ให้ข้อสรุปว่า การถ่ายภาพจะทำงานตามหมายงานที่ได้รับจากฝ่ายประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่จัดงานเป็นหลัก โดยหมายงานจะขึ้นไว้บนกระดาน เพื่อบอกรายละเอียดให้นักข่าวและช่างภาพรู้ล่วงหน้า ในหมายงานจะมีข้อมูลรายละเอียดของงาน และบุคคลมีชื่อเสียงในวงการต่างๆที่ไปร่วมงาน ส่วนมากเวลามีงานช่างภาพจะไปทำงานร่วมกันกับนักข่าว โดยการทำงานจะเลือกถ่ายทั้งก่อนเวลางานเริ่ม ในขณะเวลางาน และหลังเวลาเลิกงาน และถ่ายตามคำบอกเล่าของแหล่งข่าว ช่างภาพส่วนใหญ่จะมีแหล่งข่าวของตน เป็นแหล่งข่าวที่เชื่อถือได้ โดยมากจะมาจากนักข่าวภายในองค์กรที่รู้จักกับคนในวงการบันเทิง และแหล่งข่าวส่วนตัวของช่างภาพ พวกแหล่งข่าวจะโทรมาแจ้งว่าพบดารารหรือบุคคลมีชื่อเสียง หรือบอกรายละเอียดว่าดารากำลังจะไปที่ไหน ช่างภาพก็จะรอตามสถานที่นั้นๆ

การทำงานโดยทั่วไปจะไปตามแหล่งข่าว เฝ้ารอตามสถานที่ต่างๆ และตามหมายงานที่ได้รับ แต่เลือกถ่ายภาพเฉพาะก่อนและหลังเวลางาน คุณเอ ช่างภาพนิตยสารกอสซิปสตาร์ เล่าว่า การทำงานจะเน้นถ่ายภาพจากแหล่งข่าวและการไปรอตามสถานที่สาธารณะต่างๆ มากกว่าถ่ายภาพ

ตามหมายงานที่ได้รับ เนื่องจาก จุดประสงค์ของนิตยสารกอสซิปสตาร์ เน้นภาพแอบถ่าย ที่เป็นธรรมชาติในช่วงเวลาส่วนตัว แหล่งข่าวมาจากหลายที่ เช่น นักข่าว คนที่รู้จักหรือได้ข่าวของดารา แต่ส่วนมาก ช่างภาพจะไปดักรอตามสถานที่ต่างๆที่ดารานิยมไป เช่น ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

คุณยอดบุญ ทองรุ่งโรจน์ ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยามดารา ให้ข้อสรุปว่า ลักษณะการทำงาน ไม่มีแหล่งข่าวส่วนตัว ช่างภาพจะไปทำงานคนเดียวไม่มีนักข่าวไปด้วย โดยจะตามหมายงานที่องค์กรได้รับเป็นหลัก การถ่ายภาพจะเลือกถ่ายทั้งก่อนเวลา ในเวลา และหลังเวลาเลิกงาน ยกเว้นกรณีของดาราที่มีกระแสแรงจริงๆ จึงจะไปรอและติดตามถ่าย

ในการตัดสินใจเลือกหมายงานและการแบ่งหน้าที่ในการทำงานมีลักษณะที่แตกต่างกัน ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่า การตัดสินใจเลือกหมายงานและการแบ่งหน้าที่การถ่ายภาพขึ้นอยู่กับวิจารณญาณของช่างภาพเอง กล่าวโดยสรุปคือ ช่างภาพส่วนใหญ่จะตัดสินใจเลือกหมายงานกันเอง โดยแบ่งตามความสำคัญของงานและความถนัดของช่างภาพ ในกรณีที่มียางสำคัญหลายงานในวันเดียวกันจะแบ่งตามลำดับความสำคัญของงานและบุคคลมีชื่อเสียงที่ไปร่วมงานเป็นหลัก กรณีที่เป็นงานใหญ่มีบุคคลมีชื่อเสียงไปร่วมงานมาก ทางกองบรรณาธิการจะเป็นผู้กำหนดประเด็นข่าว ลักษณะภาพและบุคคลมีชื่อเสียงที่ต้องการ

คุณบ๊อต ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยามบันเทิง และยอดบุญ ทองรุ่งโรจน์ ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยามดารา ได้กล่าวถึงการแบ่งหน้าที่ของช่างภาพไว้ว่า ช่างภาพแต่ละคนจะแบ่งกันถ่ายแต่ละงานตามหมายงานที่กำหนดและตามความชำนาญของช่างภาพแต่ละคน ถ้าหากเวลาของงานตรงกันก็จะเลือกให้ไปถ่ายภาพงานที่น่าสนใจมากกว่า

ในขณะที่ คุณเอ ช่างภาพนิตยสารบันเทิงกอสซิปสตาร์ กล่าวว่า การตัดสินใจเลือกหมายงานและการแบ่งหน้าที่ขึ้นอยู่กับวิจารณญาณของหัวหน้าช่างภาพ กล่าวโดยสรุปคือ หลังจากได้รับหมายงาน หัวหน้าช่างภาพจะเป็นผู้รับผิดชอบในการแบ่งงานให้แก่ช่างภาพ โดยเลือกตามลำดับความสำคัญของงานกับความประสบการณ์และความชำนาญของช่างภาพแต่ละคน โดยหัวหน้าช่างภาพจะกำหนดประเด็นและลักษณะของภาพถ่าย รวมไปถึงการเจาะจงบุคคลมีชื่อเสียงที่ต้องการด้วย

กรอบการตัดสินใจในการทำงาน

ช่างภาพจะมีกฎเกณฑ์ของตนเองในการถ่ายภาพบุคคลในอิริยาบถต่างๆ ภาพลักษณะไหนที่ไม่ควรถ่าย และไม่ควรรนำไปเผยแพร่ โดยการถ่ายภาพจะคำนึงถึงสิทธิส่วนบุคคลเป็นหลัก มีข้อสรุปว่า การถ่ายภาพประเภทแอบถ่ายนั้น ช่างภาพควรจะต้องมีเกณฑ์ในการถ่าย เกณฑ์ที่นำมาพิจารณาเป็นหลัก คือ ต้องไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลจนเกินความพอดี เช่น ไม่สร้างความรำคาญ หงุดหงิดใจให้แก่ผู้ถูกถ่าย รวมถึงต้องให้เกียรติ ภาพที่ถ่ายและนำเสนอแล้ว สร้างความเสียหาย ส่งผลลบต่อภาพลักษณ์ของดารา เช่น ภาพที่ดารากำลังอยู่ในอิริยาบถไม่เหมาะสมนั้นไม่ควรถ่าย แต่ในทางปฏิบัติกรอบในการตัดสินใจมักถูกมองข้าม เพราะมีนโยบายเป็นตัวกำหนด

คุณบุ๊ต ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยามบันเทิง ได้กล่าวถึงกรอบในการตัดสินใจถ่ายภาพของตนไว้ว่า การถ่ายภาพนั้นจะถ่ายเก็บไว้หมด โดยถ่ายภาพในมุมปกติระดับสายตา โดยจะเน้นให้เห็นหน้าชัดเจน ไม่ถ่ายในมุมกดหรือมุมชัน และจะต้องให้เกียรติด้วย

ส่วนคุณเอ ช่างภาพนิตยสารกอสซิปสตาร์กล่าวถึง กรอบในการตัดสินใจของช่างภาพนั้นมีแต่จะได้อ่านหรือไม่ขึ้นขึ้นอยู่กับนโยบายขององค์กรเป็นสำคัญ นิตยสารกอสซิปสตาร์เน้นภาพคู่รักที่เป็นนักแสดง ภาพหลุดเซ็กซี่ลามก อนาคตต่างๆ ถ้าช่างภาพบังเอิญถ่ายมาได้ก็จะเลือกเก็บทิ้ง ในขณะที่ยอดบุญ ทองรุ่งโรจน์ ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยามดารา มีความคิดเห็นคล้ายคลึงกันในเรื่องมาตรฐานวิชาชีพ แต่เน้นว่าในทางปฏิบัตินั้นกลับไม่ได้นำมาใช้เท่าใดนัก

หลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของช่างภาพ

จากการสัมภาษณ์พบว่า ช่างภาพทั้ง 3 คนรู้หลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของตน เช่นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล การหมิ่นประมาทด้วยข้อความหรือภาพ แต่ไม่เข้าใจในรายละเอียดโดยตรงที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของตน รวมทั้งบทลงโทษและการดำเนินคดี เนื่องจากหน้าที่ของช่างภาพ คือ ถ่ายภาพเพียงอย่างเดียว การคัดเลือกภาพและตีพิมพ์เป็นหน้าที่ของบรรณาธิการ และเมื่อมีการฟ้องร้องบุคคลที่ต้องรับผิดชอบจึงเป็นบรรณาธิการไม่ใช่ตัวช่างภาพ ดังนั้นช่างภาพส่วนใหญ่จึงไม่ค่อยรู้และไม่ค่อยให้ความสำคัญแก่หลักกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ในขณะที่ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งกล่าวว่าไม่ทราบหลักกฎหมาย แต่ใช้ประสบการณ์จากการถ่ายภาพข่าวเป็นตัววัดระดับความเหมาะสม

โดยสรุปแล้ว ส่วนใหญ่กลุ่มปาปาราซซี่ในประเทศไทย คือ ช่างภาพประจำสำนักพิมพ์ ที่ถ่ายภาพแนวแอบถ่ายมาลงในหนังสือของตน และช่างภาพสมัครเล่น ซึ่งก็คือ บุคคลธรรมดาที่มีมือถือ มีกล้องถ่ายรูป และบังเอิญเจอบุคคลมีชื่อเสียงอยู่ในอิริยาบถส่วนตัว จึงถ่ายหรือบันทึกภาพนั้น และนำมาขายให้กับหนังสือที่รับซื้อ ถ้าพิจารณาตามลักษณะนี้ จะพบว่าปาปาราซซี่ของไทย ที่เป็นช่างภาพอิสระอย่างแท้จริงนั้นมีน้อยมาก เป็นช่างภาพหรือสื่อมวลชน เช่น นักข่าว ที่เพิ่มบทบาทการถ่ายภาพ โดยเลือกใช้วิธีการถ่ายภาพแบบปาปาราซซี่ หรือที่เรียกกันว่า ภาพแอบถ่าย เข้ามาใช้ในการนำเสนอภาพข่าวเท่านั้น

ลักษณะที่แตกต่างกันของปาปาราซซี่ไทยและปาปาราซซี่ต่างประเทศ มีหลายประเด็น ได้แก่ การสังกัดสำนักพิมพ์หรือองค์กร ซึ่งปาปาราซซี่ของต่างประเทศ เป็นช่างภาพอิสระ แต่ของไทย คือ ช่างภาพประจำสำนักพิมพ์ การลงทุน ปาปาราซซี่ต่างประเทศ มีการลงทุนสูงในเรื่องอุปกรณ์การถ่ายรูป ยานพาหนะในขณะที่ของไทยนั้นไม่มีงบประมาณให้ เนื่องจากค่าตอบแทน ราคาภาพของต่างประเทศขายได้เป็นแสนหรือเป็นล้าน ขณะที่ในไทย ราคาสูงสุดจะไม่เกินหลักหมื่น ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากบุคคลที่ถูกถ่ายของต่างประเทศขายได้ทั่วโลก แต่ของไทยขายได้แค่ในประเทศ นอกจากนี้คุณภาพของภาพที่ถ่ายออกมาของต่างประเทศจะมีคุณภาพที่คมชัด และครบองค์ประกอบมากกว่าภาพแอบถ่ายของไทย

ในประเด็นการปฏิบัติหน้าที่ของช่างภาพปาปาราซซี่ไทย มีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ในการนำเสนอภาพของแต่ละฉบับ ว่าต้องการภาพแอบถ่ายลักษณะใด อย่างหนังสือพิมพ์จะเน้นถ่ายภาพสวยงาม ภาพแฟชั่น เพื่อนำเสนอข่าวสาร และความเคลื่อนไหวมากกว่า เน้นนำเสนอภาพแอบถ่าย ทำให้ช่างภาพประจำหนังสือพิมพ์จะนิยมถ่ายภาพที่เผลอมากกว่าภาพแอบถ่าย โดยจะเลือกไปถ่ายภาพตามหน่วยงานต่างๆที่มีแจ้ง จะไปรอเพื่อเก็บภาพ ในช่วงก่อนเวลา และหลังเวลาเลิกงาน ต่างจากช่างภาพนิตยสารที่ทำงานโดยใช้วีจอร์นญาณของช่างภาพแต่ละคนเป็นหลัก ว่าวันนี้จะไปสถานที่ใด

ภาพที่นิยมถ่ายเป็นภาพไลฟ์สไตล์ ในช่วงเวลาส่วนตัว วันว่างๆ ของดาราดัง จะไม่นิยมไปรอตามงาน แต่จะไปรอ และดักถ่ายตามสถานที่ต่างๆที่ดาราดังและบุคคลมีชื่อเสียงนิยมไป เช่น ห้างสรรพสินค้า สยามสแควร์ จตุจักร ร้านอาหาร สถานบันเทิงต่างๆ เป็นต้น แต่ลักษณะการถ่ายของช่างภาพจะมีความคล้ายคลึง คือ การถ่ายภาพจะถ่ายเก็บไว้ทุกภาพ และจะให้หัวหน้าข่าวเป็นคนคัดเลือก และช่างภาพต้องรับผิดชอบในการบรรยายรายละเอียดประกอบภาพอย่างสั้นๆได้

ในส่วนของหลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่ โดยส่วนใหญ่ไม่ค่อยทราบ เพราะจะรับผิดชอบแค่เรื่องถ่ายภาพเท่านั้น การฟ้องร้องเอาผิดผู้รับผิดชอบคือ บรรณาธิการ

5.2 ทักษะต่อภาพแอบถ่าย

ลักษณะของภาพแอบถ่าย

ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อให้ทักษะเกี่ยวกับภาพแอบถ่ายที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์รายวันและบันเทิงของไทย จากการศึกษาพบว่า ลักษณะภาพแอบถ่ายของไทยนั้น มีความแตกต่างจากภาพแอบถ่ายของต่างประเทศ ภาพแอบถ่ายของไทยส่วนใหญ่ มีทั้งภาพที่เปลือยหรือภาพสแน็บชอต และภาพแอบถ่ายแนวปาราซซี่ ซึ่งปฏิกิริยาของบุคคลที่ถูกถ่ายมีหลายลักษณะ ได้แก่ รู้ตัวว่าถูกถ่าย ไม่รู้ว่าถูกถ่ายภาพ และไม่ยินยอมให้ถ่ายและเปิดเผยภาพ

ทวีชัย เจ้าวัฒนา บรรณาธิการภาพข่าวหนังสือพิมพ์คมชัดลึก แสดงทักษะต่อลักษณะภาพแอบถ่ายที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์ไทยไว้ดังนี้

“การแอบถ่ายที่ใช้กัน มีทั้งแบบไม่รู้ตัว สุ่มแอบ ถ่ายแบบไม่รู้เรื่องเลย หรือรู้ว่ามันักข่าวแต่ไม่รู้ว่าถูกถ่ายไปตอนไหน เรียกว่าถ่ายอิริยาบถ ภาพแนวแอบถ่ายที่ออกมา ส่วนมากเป็นแบบแคนดิท (candid) เล่นแบบที่เปลือยมากกว่า ภาพแอบถ่ายแนวคูรั๊ก แฟนกันจะพบมาก และก็พวกภาพดาราลุคๆ ซึ่งมีทั้งรู้ตัวและไม่รู้ตัว ดาราบางคนรู้ว่ามันักข่าว แต่ไม่รู้ว่าถ่ายตอนไหน แต่บางคนก็รู้แต่ไม่สนใจ”

สอดคล้องกับ คุณเอ ช่างภาพนิตยสาร กอสมิซสตาร์ และชาติรี ศรีวิทย นายกสมาคม ผู้สื่อข่าวบันเทิง ที่ว่า

“ภาพแอบถ่ายของไทย คือ หนึ่งภาพที่เปลือย สองคือภาพลับเฉพาะหรือที่เรียกกันว่าภาพแอบ เดี่ยวนี้ได้รวมไว้หลายอย่างคร่าว ๆ คือ ภาพที่ทุก ๆ คนไม่สามารถเห็นได้ง่าย ๆ ที่เห็นก็จะมีที่เปลือยแบบหลุดๆเซ็กซี่ๆไปๆ กับภาพคู่ จากลักษณะไม่ใช่โชว์ออกงาน เป็นรูปที่เขาอยู่กับชีวิตของเขา ไลฟ์สไตล์ของเขามากกว่า ซึ่งแบบแรกอาจดาราว่ามีช่างภาพ แต่อาจไม่รู้ว่าโดนถ่ายตอนไหนเท่านั้น ส่วนแอบถ่ายนั้น มักไม่รู้ตัวเลย ... ในไทยภาพแอบถ่ายส่วนมากที่พบเป็นปาราซซี่กึ่งนูด (nude) คือเฉพาะเจาะจงนำเสนอในเชิงเพศ อีกประเภทคือ ปาราซซี่เซ็งแอบถ่ายเกี่ยวกับบุคคลสำคัญและบุคคลมีชื่อเสียง”

ไอฟาร์ เชื่อบาง ผู้จัดการฝ่ายกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์สยามดารา กล่าวถึงภาพแอบถ่ายที่เน้นนำเสนอผู้โดนถ่ายในทางลบว่าเป็นภาพแอบถ่าย และภาพที่เปลือย โดยที่ภาพแอบถ่ายนั้นเป็นการแอบถ่ายจริงๆ ซึ่งบางครั้งผู้โดนถ่ายต้องการปิดบังภาพนั้นไม่ให้ปรากฏในสังคม ส่วนภาพที่เปลือยนั้นเป็นภาพที่แสดงอิริยาบถสนุกสนาน น่าเกลียด หรือภาพโป๊ก็มีเช่นกัน

โดยสรุปผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่า ภาพแอบถ่าย คือ ภาพที่ผู้ถูกถ่ายไม่รู้ตัวว่าขณะนั้นกำลังถูกถ่าย และผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนให้ความเห็นว่าเป็นภาพที่ไม่ต้องการเปิดเผย ไม่ยินยอมให้ถ่าย ลักษณะของภาพที่พบโดยมากเป็นภาพหลุด เซ็กส์เรื่องเพศ และภาพความสัมพันธ์ในช่วงเวลาที่เป็นส่วนตัวของคู่รัก รองลงมาคือ เพื่อน และครอบครัว ซึ่งภาพส่วนมากมีเนื้อหาของภาพที่ไม่เหมาะสมและส่งผลกระทบต่อผู้ถูกถ่าย และผู้ให้สัมภาษณ์บางคนเห็นว่า ภาพแอบถ่าย คือ ภาพที่ผู้ถูกถ่ายรู้ตัวว่ากำลังถูกถ่าย หรือรู้ตัวว่ามีช่างภาพ แต่ไม่รู้ตัวที่ถูกถ่ายไปเมื่อใด และบางส่วนก็เห็นว่าเป็นการจัดฉาก ภาพถ่ายได้มาจากการรับจ้างและทำข้อตกลงร่วมกันในเชิงผลประโยชน์ทางธุรกิจจะหว่างกัน

5.3 ทศนะต่อประเด็นบุคคลสาธารณะ ที่สาธารณะ ที่ส่วนบุคคล สิทธิในการรับรู้ข้อมูลกับสิทธิส่วนบุคคล

ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง คือเพื่อศึกษาการตีความและความเข้าใจต่อนิยามหรือลักษณะของบุคคลสาธารณะ ที่สาธารณะและที่ส่วนบุคคล สิทธิในการรับรู้ข้อมูลกับสิทธิส่วนบุคคล ซึ่งจะชี้ให้เห็นถึงแนวทาง และขอบเขตการเข้าถึงความเป็นส่วนตัวของบุคคลมีชื่อเสียงจากการแอบถ่ายภาพว่าประกอบด้วยจรรยาบรรณและจริยธรรมหรือไม่

ประเด็นเรื่องบุคคลสาธารณะ

ผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละกลุ่มมีความเข้าใจในความหมายและการตีความขอบเขตของคำว่าบุคคลสาธารณะแตกต่างกัน โดยมากเห็นว่า บุคคลสาธารณะ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ บุคคลที่การดำเนินการของเขามีผลต่อสาธารณะ เช่น นักการเมือง และข้าราชการระดับสูง เป็นต้น และบุคคลที่นำเสนอตนเองผ่านสื่อ โดยที่ได้รับความยินยอมจากการนำเสนอ นั้น เช่น ดารา นักร้อง ศิลปิน เป็นต้น ในขณะที่ผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนมีความเห็นว่า บุคคลสาธารณะ หมายถึง บุคคลที่การดำเนินการหรือการตัดสินใจของเขามีผลต่อประเทศชาติ เช่น นักการเมือง ข้าราชการเท่านั้น

กลุ่มบรรณาธิการ บุคคลมีชื่อเสียง องค์กรวิชาชีพ และนักกฎหมายเห็นว่า บุคคลสาธารณะ คือ บุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม โดยส่วนใหญ่กล่าวถึงลักษณะของบุคคลสาธารณะซึ่งสามารถสรุปได้ว่า บุคคลใดก็ตามที่การดำเนินการของเขาส่งผลกระทบต่อสาธารณะ ได้แก่ นักการเมือง ข้าราชการ และบุคคลที่นำเสนอตนเองผ่านสื่อ ยอมให้สื่อเข้ามานำเสนอเรื่องราวของตนเพื่อให้สาธารณะรับทราบ โดยที่ได้รับประโยชน์จากการนำเสนอ นั้น เช่น ดารา ศิลปิน รวมไปถึงบุคคลที่มีชื่อเสียงในทุกวงการ เช่น บุคคลในวงสังคม

ทวีชัย เจ้าวัฒนา บรรณาธิการภาพข่าวหนังสือพิมพ์ คม ชัด ลึก กล่าวถึง บุคคลสาธารณะไว้ว่า

“บุคคลที่สามารถโน้มน้าว และมีผลกระทบต่อคนสังคม ไม่ว่าจะเป็นที่ใจ บอกว่าอยู่หลังไมค์ แต่ใช้เสียงในการโน้มน้าว เช่น นักการเมือง ดารา นักร้อง นักแสดง ดีใจ รวมไปถึงคนในวงสังคมนำเสนอตัวเองผ่านสื่อ”

ความคิดเห็นดังกล่าวสอดคล้องกับความคิดเห็นของเอวิตรา ศิระศาสตร์ นักแสดง และคุณเอ ช่างภาพนิตยสารกอสซิปสตาร์ ที่กล่าวถึงบุคคลสาธารณะในแง่ของควมมีชื่อเสียงว่า

“คนที่มีชื่อเสียงที่คนอยากรู้เรื่องราวและก็ให้ความสนใจ นอกจากเป็นนักแสดง นักร้องนายแบบ นางแบบทั้งหลายแล้ว ก็รวมความไปถึงนักการเมืองด้วย ปัจจุบันรวมความไปถึงพวกไฮโซด้วย ดังนั้น บุคคลสาธารณะคือ บุคคลที่ออกมาเผยแพร่ตนเองผ่านสื่อต่างๆ ถ้าคิดที่จะแสดงตัวตนผ่านสื่อเมื่อไร คุณก็เป็นบุคคลสาธารณะ”

สุวัฒน์ ทองธนากุล ประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ให้ความเห็นต่อบุคคลสาธารณะว่ามี 2 ลักษณะดังนี้

“บุคคลสาธารณะเราเน้นบุคคลที่การดำเนินการของเขามีผลต่อสาธารณะ ต่อสังคม หรือคนหมู่มาก ก็คือผู้บริหารระดับสูงขององค์กรของรัฐ หรือ ก็คือพวกนักการเมือง และสองพฤติกรรมของเขาสามารถเป็นแบบอย่าง เป็นผู้นำความคิด เป็นผู้นำในการแสดงออก เพราะฉะนั้นถ้าหาก ว่าพวกนี้ถ้ากระทำในทางที่ไม่เหมาะสมไม่ถูกต้อง ก็อาจจะมีผลต่อเรื่องผลเสียผลกระทบต่อสังคม ต่อส่วนรวม เพราะฉะนั้นนั่นคือบุคคลสาธารณะ”

ความคิดเห็นดังกล่าวสอดคล้องกับความคิดเห็นของศาสตราจารย์ คเนิง ฤาไชย นักกฎหมายอาวุโส ที่กล่าวถึงลักษณะของบุคคลสาธารณะในแง่ประโยชน์จากการนำเสนอตัวผ่านสื่อว่า ผู้ที่เลือก

ปรากฏตัวต่อสาธารณะ ถือว่าได้ประโยชน์จากสาธารณะ ผู้สื่อข่าวก็มีสิทธิที่จะนำเสนอข่าวตามความเป็นจริง ไม่ว่าจะด้านบวกหรือด้านลบ

ผศ.นรินทร์ นำเจริญ สาขาวิชาหนังสือพิมพ์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ นิยามว่า บุคคลสาธารณะ คือ ผู้ที่บทบาทหน้าที่ของบุคคลนั้นกระทบต่อคนจำนวนมากที่รับรู้ เช่น นักการเมืองที่เข้ามาบริหารประเทศ หรือนักแสดงที่ใช้ชื่อเสียงเป็นจุดขาย

ส่วนยอดบุญ ทองรุ่งโรจน์ ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยามดารา ให้ความเห็นต่อลักษณะของบุคคลสาธารณะในเชิงสังคมที่ต่างออกไปไว้ว่า

“นักการเมือง คือ บุคคลสาธารณะหรือคนของประชาชน ดาราไม่ใช่คนสาธารณะ เพราะการนำตัวเองผ่านสื่อของดาราเป็นแค่อาชีพ เป็นงาน ดาราเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ณ ช่วงเวลานั้นมากกว่า”

ความคิดเห็นดังกล่าวสอดคล้องกับความเห็นของ รศ. รุจ โกลมบุตร คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่กล่าวถึงบุคคลสาธารณะไว้ว่า บุคคลสาธารณะเป็นบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายที่มีความสัมพันธ์กับชะตาชีวิตของพลเมือง ดาราเป็นแค่คนที่มีชื่อเสียง

ดร.จิระนิติ หะวานนท์ ผู้ช่วยผู้พิพากษาศาลฎีกาแผนกคดีอาญา ก็กล่าวถึงความเป็นบุคคลสาธารณะในเชิงความสัมพันธ์ต่อสังคมที่สอดคล้องกัน โดยกล่าวว่า

“บุคคลสาธารณะ คือ บุคคลที่ทำงานและมีผลประโยชน์แก่สาธารณชน งานของบุคคลนั้นหรือแม้แต่ความเห็นของบุคคลนั้นเป็นสิ่งที่สาธารณชนรับฟังสนใจ และก็มีผลกระทบต่อประโยชน์ของสาธารณชน เช่น นักการเมือง แต่นักแสดงหรือบุคคลในวงสังคมชั้นสูงนั้นไม่ใช่บุคคลสาธารณะ”

ในขณะที่อาจารย์ กุลพล พลวัน อดีตอัยการอาวุโส มีความเห็นต่อการไม่เคยปรากฏของคำจำกัดความของบุคคลสาธารณะตัวบทกฎหมายไทย ไว้ว่า

“ในทางกฎหมายจริงๆแล้วไม่มี เป็นเพียงคำนิยามทางวิชาการเท่านั้นเอง หมายถึง ผู้มีชื่อเสียงในทางต่างๆ ที่ต้องสละความเป็นส่วนตัว แบบแรกเป็นบุคคลสาธารณะโดยอาชีพ อย่างนักการเมือง แบบที่สองผลงานของเขาทำให้คนสนใจ เป็นนักแสดง เป็นดารา แม้กระทั่งบุคคลในวงสังคมหรือไฮโซ”

โดยสรุป ส่วนมากเห็นว่าบุคคลสาธารณะ คือ บุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการต่างๆ เป็นที่รู้จักของคนส่วนใหญ่ บุคคลที่นำเสนอตนเองผ่านสื่อ และได้รับประโยชน์จากการนำเสนอ นั้น ขณะที่บางส่วนเห็นว่า บุคคลสาธารณะ ต้องเป็นบุคคลที่มีบทบาท การตัดสินใจและการกระทำนั้นส่งผลกระทบต่อสังคมส่วนรวม สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ บุคคลสาธารณะโดยชื่อเสียง คือ บุคคลในวงการต่างๆ อันเป็นที่รู้จักของสังคม ที่เป็นคนที่น่าสนใจและนำเสนอจนเป็นที่รู้จักของคนส่วนใหญ่ และอาจได้รับผลประโยชน์จากการนำเสนอ นั้น เช่นดารา นักร้อง ศิลปิน และทั้งหมดเห็นว่าบุคคลในวงสังคมหรือที่คนในสังคมนิยมเรียกกันว่า ไฮโซ เป็นเพียงแค่บุคคลมีชื่อเสียงเท่านั้น

ประเด็นเรื่องที่สาธารณะ กับ ที่ส่วนบุคคล

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดพิจารณาจาก 2 ปัจจัย คือ การเข้าถึงและการใช้ประโยชน์จากสถานที่ และเห็นว่า “ที่สาธารณะ” มี 2 ลักษณะ หนึ่ง คือสถานที่ซึ่งทุกคน สามารถเข้าออกและทำกิจกรรมต่างๆ ได้ โดยไม่ต้องขออนุญาตผู้ใด เช่น สวนสาธารณะ ถนน เป็นต้น สอง คือที่ที่สาธารณะ ซึ่งเอกชนเป็นเจ้าของ แต่เปิดบริการให้คนทั่วไปเข้ามาใช้ประโยชน์จากสถานที่ได้ แต่ต้องปฏิบัติตามกฎของสถานที่นั้น เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร ขณะที่ “ที่ส่วนบุคคล” คือ สถานที่ที่บุคคลใดจะกระทำการใดๆ ก็ตามต้องได้รับอนุญาตเจ้าของสถานที่นั้นก่อน เช่น บ้าน ห้องพัก เป็นต้น ในทางกลับกันผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนเห็นว่า ห้างสรรพสินค้า สถานที่ราชการ และโรงพยาบาลนั้นก็น่าจะเป็นที่ส่วนบุคคล เพราะมีเงื่อนไขกำกับการใช้ประโยชน์เช่นกัน

ทีมข่าวหนังสือพิมพ์สยามบันเทิง และ ศิริ เหลืองสวัสดิ์ บรรณาธิการนิตยสารกอสซิปสตาร์ ให้ลักษณะที่สาธารณะว่า

“ที่ที่คนทั่วไปสามารถจะไปอยู่ ทำอะไรก็ได้ โดยไม่ต้องขออนุญาต ที่ที่มีคนพลุกพล่าน เช่น ห้าง ร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้า สยาม หรือสวนจตุจักร โรงหนัง โรงแรม โรงหนัง เราถือว่าถ่ายได้”

เช่นเดียว คุณเอ ช่างภาพนิตยสารกอสซิปสตาร์ และเอวิตรา ศิริศาสตร์ นักแสดง ที่ว่า

“ที่สาธารณะคือ ที่ไหนก็ได้ที่ไม่ห้ามการเข้าออก ไม่ต้องขอใคร เป็นสถานที่ที่เปิดกว้าง ทุกคนเข้าออกได้ เช่น สยามแควร์ ถ้าถูกถ่ายตอนนั้นคงไม่แปลก”

ผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีความเห็นว่า นอกจากที่สาธารณะ หมายความว่ารวมถึงที่ๆ คนทุกคนสามารถเข้าถึงได้ โดยไม่ต้องขออนุญาตแล้ว ยังหมายรวมถึงที่ที่สาธารณะคือ สถานที่ซึ่งเปิดบริการ

ให้แก่คนทั่วไปสามารถเข้ามาใช้ประโยชน์ได้ ภายใต้เงื่อนไขที่เจ้าของสถานที่กำหนด มีลักษณะเป็นสถานที่ซึ่งเปิดบริการให้คนทั่วไปเข้ามาใช้ประโยชน์จากสถานที่ได้ แต่ต้องปฏิบัติตามกฎของสถานที่นั้น และบางส่วนของพื้นที่ส่วนบุคคลที่การเข้าออก หรือการกระทำการใดๆภายในสถานที่นั้นจะต้องได้รับอนุญาตก่อน

ศาสตราจารย์ คณิง ฤาไชย นักกฎหมายอาวุโส กล่าวถึง พื้นที่สาธารณะ ในแง่การใช้ประโยชน์กับการล่วงล้ำความเป็นส่วนตัวของบุคคลว่า

“ที่สาธารณะ เป็นที่ที่ไม่ห้ามการเข้าถึง เปิดให้คนเข้ามาใช้บริการได้ แต่ไม่ได้หมายความว่าสามารถเข้าไปทำอะไรได้ตามชอบใจ เช่น ห้อง โรงหนัง ต้องพิจารณาถึงลักษณะของการเข้าใช้ของแต่ละบุคคลว่าสร้างความเดือดร้อนทางกายหรือทางใจให้แก่คนที่ร่วมกันใช้ประโยชน์ในนั้นด้วยหรือไม่”

สอดคล้องกับ ผศ. นรินทร์ นำเจริญ สาขาวิชาหนังสือพิมพ์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และ รศ. รุจ โคมลบุตร คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กล่าวถึงเจตนาในการเข้าไปใช้ประโยชน์ในที่สาธารณะว่า

“ห้างสรรพสินค้า โรงหนัง โรงพยาบาลเป็นที่สาธารณะ แต่ก็ต้องดูการเข้าไปใช้ประโยชน์ด้วยว่ามันมีการล่วงล้ำสิทธิส่วนบุคคลหรือไม่ ที่ส่วนบุคคลกับที่สาธารณะความต่างของมันบางมาก เพราะพฤติกรรมของบุคคลที่เกิดขึ้นในที่นั้นเป็นเงื่อนไขอันสำคัญ”

ขณะที่ ที่ส่วนบุคคลนั้น แบ่งได้ 2 ลักษณะ ลักษณะแรก คือ สถานที่ซึ่งต้องได้รับอนุญาตเจ้าของสถานที่นั้นก่อน เช่น บ้าน ห้องพัก โรงแรม หรือเป็นสถานที่ซึ่งทุกคนสามารถเข้าถึงได้ แต่ต้องตามที่เจ้าของสถานที่ระบุความสามารถในการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์ไว้ภายใต้เงื่อนไขและข้อปฏิบัติของสถานที่นั้นๆ เช่น ในห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร เป็นต้น

กลุ่มองค์กรวิชาชีพด้านสื่อสิ่งพิมพ์ ทั้ง 3 คนกล่าวถึงที่ส่วนบุคคลไว้ว่า

“ที่ส่วนตัวคือ สถานที่ๆจะกระทำการใดๆ ก็ตามต้องอนุญาตเจ้าของสถานที่นั้นก่อน...เป็นบริเวณบ้านเขา ในที่รโหฐานก็คือที่ที่เป็นกรรมสิทธิ์ส่วนตัว ไม่อยากให้ใครรับรู้ เช่น...ในห้องส่วนตัวหรือในห้องที่เสียค่าเช่า เซฟแฮร์ส รถยนต์นี่ก็ใช่”

โอฬาร เชื้อบาง ผู้จัดการฝ่ายกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์สยามดารา และตระการ พันธุมเลิศรุจี นักแสดง กล่าวถึงลักษณะของที่ส่วนบุคคลว่า

“ที่ส่วนบุคคลเป็นที่ที่เจ้าของสิทธิ์สามารถห้ามมิให้ใครเข้าออกได้ ต้องได้รับอนุญาตก่อนที่ส่วนบุคคล คือ สถานที่ที่ไม่เปิดกว้าง การจะเข้าไปถ่ายรูป ต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าของสถานที่ก่อน เช่น บ้าน ห้องพัก”

โดยสรุป ผู้ให้สัมภาษณ์คิดเห็นต่างกันในเรื่องนิยามของที่สาธารณะและที่ส่วนบุคคล รวมถึงเรื่องลักษณะของสถานที่ด้วย ส่วนใหญ่เห็นว่า ที่สาธารณะ คือ ที่ๆ คนทุกคนเข้าถึงได้ โดยไม่ต้องขออนุญาตใคร ไม่มีการกำหนดการใช้งาน ไม่ต้องรออนุญาตใครในการถ่ายรูป เช่น สวนสาธารณะ สะพาน โรงแรม สยามสแควร์ และห้างสรรพสินค้า แต่บางส่วนให้เห็นว่า ห้างสรรพสินค้า โรงแรม ไม่ใช่ที่สาธารณะ แต่เป็นที่กึ่งสาธารณะ คือ ที่ซึ่งเอกชนเป็นเจ้าของแต่เปิดบริการให้คนทั่วไปเข้ามาใช้ประโยชน์จากสถานที่ได้แต่ต้องปฏิบัติตามกฎของสถานที่นั้น

ขณะที่นิยามที่ส่วนบุคคล ส่วนใหญ่เห็นว่า คือ ที่ๆ ไม่สามารถเข้าออก และไม่อาจกระทำการใด โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของสถานที่ เช่น บ้าน คอนโด ห้องพักของโรงแรมและโรงพยาบาล ขณะที่ส่วนน้อยเห็นว่า โรงแรม ห้างสรรพสินค้า คือ ที่ส่วนบุคคล เพราะมีเรื่องเงื่อนไขห้ามปฏิบัติ ลิขสิทธิ์และสิทธิบัตรต่างๆ มากำกับ

ประเด็นเรื่องสิทธิในการรับรู้ข่าวสาร กับ สิทธิส่วนบุคคล

ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า หากบุคคลสาธารณะปรากฏตัวในที่สาธารณะ สื่อควรมีสิทธิในการรับรู้ และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของบุคคลสาธารณะนั้นได้ โดยไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องที่มีประโยชน์ต่อสังคมหรือไม่ แต่จะต้องไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของบุคคลสาธารณะจนเกินพอดี แต่บางส่วนเห็นว่า สื่อมีสิทธิในการรับรู้ และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของบุคคลมีชื่อเสียงได้ เฉพาะเมื่อบุคคลมีชื่อเสียงนั้นปรากฏตัวในที่สาธารณะเท่านั้น และที่สำคัญการได้มาและการเข้าถึงนั้น ต้องยึดประโยชน์แก่ส่วนรวมด้วย

ในเรื่องสิทธิส่วนบุคคล ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า เมื่อบุคคลสาธารณะ ปรากฏตัวในที่สาธารณะ สิทธิส่วนบุคคลของบุคคลนั้นย่อมจะหมดไป แต่บางส่วนเห็นว่าบุคคลสาธารณะปรากฏตัวในที่สาธารณะ มิได้หมายความว่าสิทธิส่วนบุคคลจะหมดไป ยังมีสิทธิส่วนบุคคลอยู่ เพียงแต่

ลดลงกว่าคนทั่วไป แต่หากการถ่ายนั้นสร้างความอึดอัดรำคาญใจแก่ผู้ถูกถ่าย ถือว่าเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลในที่สาธารณะ

กลุ่มบรรณาธิการ ช่างภาพ บุคคลมีชื่อเสียง และนักกฎหมายส่วนใหญ่ เห็นว่า สื่อมวลชนมีสิทธิในการรับรู้ข่าวสารของบุคคลมีชื่อเสียง ตราบเท่าที่การเข้าถึงและการได้มาของข้อมูลไม่ได้ล่วงล้ำเข้าไปในที่ส่วนบุคคล ดังนั้นเมื่อบุคคลมีชื่อเสียงปรากฏตัวในที่สาธารณะ พฤติกรรมและการกระทำของย่อมปรากฏต่อสาธารณะ การได้มาและการเข้าถึงข้อมูลโดยการแอบถ่ายภาพจึงสามารถทำได้ เนื่องจากบุคคลมีชื่อเสียงย่อมต้องรู้ว่าที่นั่นเป็นที่สาธารณะ แต่วิธีการเข้าถึงจะต้องไม่ก่อให้เกิดความอึดอัด รำคาญ และหวาดกลัวแก่บุคคลมีชื่อเสียงด้วย

ศิริ เหลืองสวัสดิ์ บรรณาธิการนิตยสารกอสซิปสตาร์ กล่าวถึงการแอบถ่ายบุคคลมีชื่อเสียงในที่สาธารณะว่าสื่อสามารถกระทำได้ เพราะบุคคลสาธารณะนั้นเลือกที่จะนำตัวเองออกมาอยู่ในที่สาธารณะ ก็เท่ากับได้รับรู้แล้วว่าความเป็นส่วนตัวหรือสิทธิส่วนบุคคลย่อมจะไม่เท่ากับคนทั่วไป

คุณเอ ช่างภาพนิตยสารกอสซิปสตาร์ แสดงความคิดเห็นต่อสิทธิในการรับรู้เรื่องของบุคคลในวงการบันเทิงไว้ว่า

“บุคคลสาธารณะย่อมเป็นที่น่าสนใจในเรื่องส่วนตัวอยู่แล้ว และเมื่ออยู่ในที่สาธารณะ ความเป็นส่วนตัวย่อมหมดไป การที่บุคคลสาธารณะทำอะไรในที่สาธารณะ ช่างภาพและคนทั่วไปที่เห็นก็รับรู้การกระทำนั้นได้เช่นกัน”

ผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วน กล่าวเพิ่มเติมถึงสิทธิในการรับรู้ข่าวสารของสื่อมวลชนจากการถ่ายภาพว่า ถึงแม้บุคคลสาธารณะปรากฏตัวในที่สาธารณะ ไม่ได้หมายความว่าสื่อจะสามารถแอบถ่ายภาพของบุคคลได้ทั้งหมด สื่อควรจะเคารพและคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวของบุคคลมีชื่อเสียงด้วย และขณะเดียวกันบุคคลมีชื่อเสียงก็ต้องตระหนักและระวังการแสดงออกในที่สาธารณะด้วย

ไอฟาร์ เชื้อบาง ผู้จัดการฝ่ายกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์สยามดารา และเอวิตรา ศิระศาสตร์ นักแสดง ให้ความเห็นต่อสิทธิของสื่อในการแอบถ่ายภาพของบุคคลมีชื่อเสียงไว้สอดคล้องกันว่า

“สิทธิในการรับรู้ข่าวสารสามารถกระทำได้ตราบเท่าที่ไม่ได้ละเมิดความเป็นส่วนตัวของบุคคลสาธารณะ เช่น นักแสดงอยู่ในที่สาธารณะ ก็ย่อมจะเข้าใจว่าเป็นที่ๆคนทุกคนจะรับรู้ถึงความเป็นไปของนักแสดงคนนั้น ณ ที่ตรงนั้นได้

ตลอดเวลา แต่อย่างการเฝ้าดูและติดตาม ก็อาจจะนำมาซึ่งความไม่ปลอดภัยต่อบุคคลสาธารณะด้วย”

ส่วนผศ.นรินทร์ นำเจริญ สาขาวิชาหนังสือพิมพ์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เห็นว่า สิทธิในการรับรู้เป็นสิทธิของประชาชน ประชาชนย่อมมีสิทธิจะรู้ และในฐานะที่สื่อเป็นส่วนหนึ่งของภาคประชาชน สื่อต้องตอบสนอง แต่ต้องมีขอบเขตตามกรอบของกฎหมาย เช่น ถ้าเรื่องนั้นเกี่ยวข้องกับ ความมั่นคงก็ย่อมเปิดเผยไม่ได้ หรือเรื่องนั้นเกี่ยวข้องกับเรื่องส่วนตัวของคนอื่น สิทธิของบุคคลอื่นก็ ย่อมเปิดเผยไม่ได้

ผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนกลับเห็นว่า สิทธิในการรับรู้ข่าวสารกระทำได้เมื่อเรื่องนั้นเป็น ประโยชน์ต่อส่วนรวม กล่าวคือ กลุ่มนักวิชาการ และกลุ่มองค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน มีความเห็น ว่า สิทธิของสื่อในการรับรู้ข่าวสารของบุคคลสาธารณะ โดยเฉพาะในเรื่องส่วนตัว สื่อสามารถเข้าถึงและเปิดเผยข้อมูลนั้นได้ก็ต่อเมื่อเรื่องนั้นเป็นประโยชน์ หรือส่งผลกระทบต่อสังคมเท่านั้น

ทวิชัย เจ้าวัฒนา บรรณาธิการภาพข่าวหนังสือพิมพ์ คม ชัด ลึก เห็นว่า

“สื่อจะมีสิทธิในการรับรู้และรายงานข่าวสารของบุคคลสาธารณะนั้นๆ ได้ก็ ต่อเมื่อเรื่องนั้นๆเป็นประโยชน์ต่อสังคม ส่วนสิทธิส่วนบุคคล ในฐานะที่เป็นบุคคล สาธารณะ การกระทำใดๆก็ตามมักถูกจับตามองอยู่ตลอด และถ้าคนสาธารณะ ปรากฏตัวในที่สาธารณะ ความเป็นส่วนตัวย่อมไม่มี”

ตระการ พันธุมเลิศรุจี นักแสดง แสดงความคิดเห็นต่อการใช้สิทธิการรับรู้ข่าวสารของสื่อใน วิธีการได้มาและการนำเสนอภาพแอบถ่ายซึ่งสอดคล้องกันไว้ว่า สื่อจะมีสิทธิในการรับรู้ข่าวสารของ บุคคลสาธารณะได้ก็ต่อเมื่อเรื่องนั้นเป็นประโยชน์ต่อสังคม ซึ่งการนำเสนอภาพแอบถ่ายส่วนมาก ไม่ได้นำมาซึ่งประโยชน์แก่สังคม ดังนั้น สื่อจะอ้างโดยใช้สิทธิข้อนี้ในการแอบถ่ายภาพ อย่างเช่นภาพ หลุดไปเปลือยนั้นไม่ได้ เพราะถึงนักแสดงจะเป็นบุคคลสาธารณะแต่ไม่ได้หมายความว่าไม่มีสิทธิ ส่วนบุคคล

สุวัฒน์ ทองธนากุล ประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ เห็นว่า สื่อมีสิทธิในการเข้าถึง ข้อมูล แต่ต้องไม่กระทบต่อสิทธิส่วนบุคคล เพราะบุคคลสาธารณะก็มีสิทธิส่วนบุคคลเช่นกัน เมื่อนำเสนอภาพแล้วบุคคลนั้นก็เสียชื่อเสียง เสียผลประโยชน์ สังคมก็ไม่ได้ประโยชน์อะไร อย่างเช่น เรื่องความสัมพันธ์ทางเพศ เป็นต้น

รศ.รุจ โภมลบุตร คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กล่าวถึง สิทธิตาม

กฎหมายไว้ว่า

“สิทธิถูกบัญญัติเป็นกฎหมาย ซึ่งกฎหมายก็คือ วัฒนธรรม สังคมไทยให้ ความสำคัญกับเรื่องสิทธิส่วนบุคคลน้อยมาก เหมือนเห็นดาราสงขลา สื่อบอกว่าก็ ถูกแล้วที่ถ่ายและนำเสนอ เพราะมันไม่มันมันเป็นตัวอย่างไม่ดีให้ลูกหลาน มอง เช่นนั้นก็ได้อะไร แต่เรื่องส่วนตัวก็คือเรื่องส่วนตัว ต้องมีขอบเขตในการเข้าถึงและการ นำเสนอ คือเงื่อนไขที่ว่า ประโยชน์สาธารณะคืออะไรจากการนำเสนอนี้ แม้ subject จะอยู่ที่สาธารณะ แต่นี่คือพฤติกรรมส่วนบุคคล”

การเป็นบุคคลสาธารณะ จึงต้องทำให้ตนเองถูกนำเสนอผ่านสื่อเพื่อผลประโยชน์บางอย่าง เช่น ความก้าวหน้าในอาชีพ ความนิยม ชื่อเสียง โอกาสสู่รายได้และช่องทางธุรกิจ ความนับถือ ฯลฯ จึงจำเป็นที่จะต้องแลกเปลี่ยนกับสิทธิส่วนบุคคลที่จะน้อยลงไปกว่าบุคคลธรรมดา ดังนั้นเมื่อบุคคล สาธารณะอยู่ในที่สาธารณะ สิทธิส่วนบุคคลยังคงมีอยู่ เพียงแต่ความเป็นส่วนตัวในการดำเนินชีวิต จะลดลง เพราะคนทั่วไปให้ความสนใจเป็นพิเศษ อยากรู้เรื่องราวของคนดัง โดยเฉพาะเรื่องราว ส่วนตัว

ทีมข่าวหนังสือพิมพ์สยามบันเทิงเห็นว่า บุคคลสาธารณะเข้าไปในที่สาธารณะนั้นก็เพื่อ ผลประโยชน์ อาจเป็นการทำงานของเขา ผู้คนทั่วไปให้ความสนใจ ทำให้ความเป็นส่วนตัวน้อยลง ซึ่ง เป็นเรื่องที่ไม่ได้ การวางตัวของบุคคลสาธารณะที่เหมาะสมต่างหากที่เป็นเรื่องสำคัญ

พิพัฒน์ วิทยาปัญญานนท์ พิธีกร เน้นว่า บุคคลมีชื่อเสียงเมื่ออยู่ในที่สาธารณะจะทำให้ ความเป็นส่วนตัวจะลดลงไป แต่ต้องตระหนักว่าตนเองอยู่ในสถานะอะไร ดังนั้นการที่จะทำอะไร ก็ ต้องระมัดระวัง สื่อก็ควรทำข่าวที่อยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริงด้วย เช่นเดียวกับอาจารย์ กุลพล พลวัน อัยการอาวุโส ที่เห็นว่า บุคคลสาธารณะย่อมได้รับความคุ้มครองความเป็นส่วนตัวน้อยกว่า บุคคลทั่วไป ความเป็นส่วนตัวบุคคลสาธารณะคือศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ มีสิทธิที่จะอยู่โดยลำพัง ปราศจากการแทรกซ้อนในความเป็นส่วนตัว ไม่ว่าจะผ่านทางรูปภาพ หรืออื่นๆ

โดยสรุปแล้ว สิทธิการรับรู้ข่าวสารกับสิทธิส่วนบุคคล มักเกี่ยวพันกับประเด็นเรื่องสถานที่ ส่วนใหญ่มองว่า สิทธิในการรับรู้ข่าวสารประเภทภาพแอบถ่ายจะกระทำได้ดีราบเท่าที่บุคคล สาธารณะ เลือกที่จะเปิดเผยตนเองในที่สาธารณะ ความเป็นส่วนตัวย่อมหมดไป แต่บางส่วนเห็นว่า ถึงแม้ว่าบุคคลสาธารณะจะอยู่ในที่สาธารณะ ก็มิได้หมายความว่าไม่มีสิทธิส่วนบุคคล เพียงแต่จะ ลดลงเท่านั้น และสิทธิการรับรู้สามารถเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อเรื่องนั้น เป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม เท่านั้น

5.4 ทิศนะต่อหลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องและการควบคุมดูแลกันเอง

ในส่วนนี้เสนอทิศนะประเด็นหลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายภาพ และการตีพิมพ์ภาพ แอบถ่าย ตลอดจนบทลงโทษ และประเด็นการควบคุมดูแลกันเองของสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อเป็นแนวทางในการพิจารณาร่าง และปรับแก้ หลักที่เกี่ยวข้องกับวิธีการได้มาและการนำเสนอภาพแอบถ่ายที่เหมาะสม

หลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการนำเสนอภาพแอบถ่าย

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่า หลักกฎหมายที่ปรับใช้อยู่ในปัจจุบันไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ เนื่องจาก กฎหมายที่ปรับใช้มีความล้าหลังไม่ทันกับเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าในการแอบถ่ายภาพ ความครอบคลุมของตัวบทกฎหมายยังไม่ชัดเจนในเรื่องที่ส่วนบุคคลและที่สาธารณะ และลักษณะของบุคคลสาธารณะ รวมถึงบทลงโทษที่ไม่รุนแรงและไม่ครอบคลุมการเอาผิด ในขณะที่กลุ่มบรรณาธิการ กลุ่มองค์กรวิชาชีพ และกลุ่มนักวิชาการบางคนมองว่า หลักกฎหมาย ที่มีปรับใช้อยู่นั้นมีความครอบคลุมและมีบทลงโทษที่เหมาะสมแล้ว นอกจากนี้มีนักกฎหมายเพียงท่านเดียวที่กล่าวว่า หลักที่เกี่ยวข้องโดยตรงเกี่ยวกับการได้มาและการนำเสนอภาพข่าวลักษณะนี้ยังไม่มีกรร่างขึ้นใช้

กลุ่มช่างภาพ กลุ่มบุคคลมีชื่อเสียง กลุ่มองค์กรวิชาชีพ กลุ่มนักกฎหมายและกลุ่มนักวิชาการ กล่าวถึงหลักกฎหมายเกี่ยวข้องที่ปรับใช้กับการถ่ายภาพ และการตีพิมพ์ ปัจจุบันหลักกฎหมายดังกล่าวนั้นไม่ครอบคลุมพอที่จะปรับโทษ เนื่องจาก เทคโนโลยีในการถ่ายภาพมีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ในขณะที่กฎหมายและบทลงโทษยังคงเดิม จึงเป็นปัจจัยส่งเสริมให้เกิดความสะดอกในการล่วงล้ำความเป็นส่วนตัวของบุคคลมีชื่อเสียงมากขึ้น ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นว่าควรจะมีการร่างหรือปรับแก้กฎหมาย และบทลงโทษให้มีประสิทธิภาพขึ้น

คุณบัต ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยามบันเทิง เห็นว่าหลักกฎหมายนั้นล้าหลัง เมื่อเทียบกับความก้าวหน้าเทคโนโลยีในการถ่ายภาพ ทำให้การฟ้องร้องต่อศาลของบุคคลสาธารณะ โดยเฉพาะกลุ่มนักแสดงนั้นใช้เวลายืดเยื้อในการตัดสิน และไม่พบว่าบุคคลเหล่านั้นขณะคดีความ

สอดคล้องกับความคิดเห็นของวิชัย วลาพล นายกสสมาคมช่างภาพสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย และชาติรี ศรียาภัย นายกสสมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิง ที่กล่าวถึงลักษณะที่สวนทางกันของหลักกฎหมายกับความก้าวหน้าในการถ่ายภาพไว้ว่า

“เรื่องเทคโนโลยีในการเข้าถึงควรจะปรับ เพราะว่ากฎหมายที่ทุกวันนี้ล่า
หลัง เมื่อเทียบกับความก้าวหน้าของทุกสิ่งทุกอย่างในปัจจุบันที่ก้าวกระโดด... แต่
หลักการเอาผิดทางแพ่งและอาญานั้นเหมาะสมแล้ว”

เช่นเดียวกับคุณเอ ช่างภาพนิตยสาร กอสซิปสตาร์ ที่กล่าวถึงปัจจัยเรื่องความล่าช้าของ
ระบบกฎหมายไทยไว้ว่า พื้นฐานของนโยบายการพิมพ์นั้นเกิดจากกลุ่มนักการเมือง ซึ่งเป็นการปรับ
เพื่อหาผลประโยชน์ และผู้ที่เข้ามาเสนอข้อกฎหมายใหม่หรือผู้ที่เข้ามาทำหน้าที่แก้ไขนโยบายนี้
ก็ยังมีความรู้ไม่เพียงพอ ทำให้เกิดความแตกต่างมากระหว่างพัฒนาการของเทคโนโลยีและความล่า
ช้าของกฎหมาย

ผู้ให้สัมภาษณ์บางคนยังได้กล่าวถึงความไม่เหมาะสมของหลักกฎหมายในรายละเอียดของ
ประเด็นอื่นๆ ที่น่าสนใจเช่น

ศิริ เหลืองสวัสดิ์ บรรณาธิการนิตยสารกอสซิปสตาร์ เห็นว่า ในกฎหมายระบุถึงลักษณะของ
บุคคลสาธารณะที่ให้สื่อติดตามตรวจสอบได้ ควรจะครอบคลุมถึงศิลปินดาราด้วย มิใช่ให้สิทธิในการ
ทำข่าวเฉพาะนักการเมืองเท่านั้น ขณะที่ ดร.จิระนิติ หะวานนท์ ผู้ช่วยผู้พิพากษาศาลฎีกาแผนก
คดีอาญา และเอวิตรา ศิระศาสตร์ นักแสดง เห็นว่าหลักกฎหมายยังไม่ครอบคลุมและคุ้มครองสิทธิ
อย่างชัดเจน ควรมีการปรับแก้ เพิ่มรายละเอียดให้มากขึ้น ทีมข่าวหนังสือพิมพ์สยามบันเทิงเสนอว่า
ความหมายของพื้นที่สาธารณะหรือไม่นั้น ยังไม่ชัดเจนพอที่จะตีกรอบการเลือกถ่ายภาพแอบถ่าย
ควรมีการกำหนดบทลงโทษหากมีการฝ่าฝืน ยอดบุญ ทองรุ่งโรจน์ ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยามดารา
และตระการ พันธุมเลิศรุจี นักแสดง เห็นว่า บทลงโทษทางกฎหมายยังน้อยเกินไปและไม่มี
ประสิทธิภาพ ช่างภาพที่ถ่ายภาพและผู้พิมพ์จึงไม่เกรงกลัว เมื่อเกิดคดีความขึ้นมาสุดท้ายก็ยอม
ความกันไปเอง

รศ.รุจ โกลนบุตร คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กล่าวถึง ปัญหาที่เกิดขึ้น
จากภาพแอบถ่ายว่าน่าจะมีการร่วมกันวางกรอบที่เหมาะสมอย่างจริงจังเสียที่ว่า

“ข้อที่มีอยู่ในรัฐธรรมนูญฉบับปี 40 พอแล้ว เพียงแต่ว่าเราได้ทำความเข้าใจ
เข้าใจ ได้สร้างได้อาตร่วมกันในสังคมหรือเปล่า ที่ผ่านมามีไม่เคยมีได้อาตร่วมกัน
เลย ดาราเมื่อไม่พอใจก็ฟ้องทุกที เหมือนจัดเรตติ้ง สุดท้ายก็เกิดการปะทะไม่
ยอมรั้งกัน ต่อให้เขียนกรอบขึ้นมาชัดเจน ปะทะกันเกิดการไม่ยอมรั้ง ก็อาจจะ
มีความก้าวหน้า ประเด็นก็คือว่า การร่างกฎหมายจะมีเพียงนักกฎหมายที่มีบทบาท

กลุ่มนักวิชาชีพ บุคคลที่เกี่ยวข้องหรือแม้แต่ subject ได้ร่วมมีส่วนในการถกเถียงหรือเปล่า ซึ่งตรงนี้สำคัญเพราะว่า ต่อให้เขียนกฎหมายออกมาดี แต่อาจไม่ได้เป็นความจริงในวิชาชีพ ก็บังคับใช้ไม่ได้ผล”

โดยสรุป ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่า กฎหมายปัจจุบันที่ปรับใช้อยู่ยังไม่ครอบคลุม ไม่ชัดเจน และล้าสมัย ควรจะมีการปรับบทลงโทษการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล อุดช่องโหว่บางส่วน เช่น ความไม่ชัดเจนในเรื่องระดับของการเข้าถึงข้อมูล และควรร่างหลักขึ้นมาใช้ใหม่ให้ทันกับเทคโนโลยีในการถ่ายภาพ เพราะกฎหมายไทยที่เกี่ยวกับการถ่ายภาพ ยังไม่ครอบคลุมถึงการใช้วิธีการแบบปาราซซี่ นอกจากนี้ยังเห็นว่าควรร่างกฎหมายที่ปรับใช้เฉพาะทางควรจะให้ผู้เกี่ยวข้องในด้านๆ นั้นมาร่วมกันร่างด้วย ขณะที่บางส่วนเห็นว่า กฎหมายที่มีปรับใช้อยู่นั้น เหมาะสมและเพียงพอแล้ว เพราะมีหลักจริยธรรมของสภาการหนังสือพิมพ์ หรือของสมาคมวิชาชีพต่างๆ เป็นเกณฑ์อยู่แล้ว สิ่งสำคัญคือ ควรทำความเข้าใจร่วมกันภายในสื่อประเภทนั้นๆ มากกว่า การเข้าถึงข้อมูล และการนำเสนอ นั้น ควรมีขอบเขตได้แค่ไหน

บทบาทในการควบคุมดูแลกันเองของสมาคมวิชาชีพสื่อสิ่งพิมพ์

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่า กลุ่มองค์กรวิชาชีพต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สมาคมช่างภาพสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย และสมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิงแห่งประเทศไทย แต่ละกลุ่มล้วนมีหลักปฏิบัติทางวิชาชีพและจรรยาบรรณร่วมหรือคล้ายคลึงกัน แต่ในทางปฏิบัติแล้ว กลุ่มสมาคมวิชาชีพเหล่านี้ แทบไม่มีบทบาทใดๆ ในการควบคุมและตรวจสอบการทำงานระหว่างกัน การรวมตัวกันเกิดขึ้นเพื่อการบปะสังสรรค์มากกว่าที่จะควบคุมและตรวจสอบการทำงานอย่างจริงจัง ขณะที่บางส่วนเห็นว่า กลุ่มสมาคมต่างๆ มีบทบาทควบคุมดูแลกันเองในระดับหนึ่ง เช่น การบอกกล่าว ตักเตือน หรือระดับที่ร้ายแรงที่สุดคือ การขับออกจากการเป็นสมาชิก ซึ่งก็ยังเป็นมาตรการที่ไม่มีผลใดต่อสื่อสิ่งพิมพ์นั้นอยู่ดี และเห็นว่าสมาคมที่มีบทบาทและประสิทธิภาพมากที่สุดในการควบคุมกันเอง คือ สภาการหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ขณะที่สมาคมอื่นๆ เป็นเพียงการรวมตัวในลักษณะการสังสรรค์มากกว่า

ขณะที่กลุ่มบรรณาธิการ กลุ่มองค์กรวิชาชีพ และกลุ่มนักกฎหมาย กลับเห็นว่า สมาคมวิชาชีพสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น สภาการหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย มีบทบาทในการควบคุมและตรวจสอบกันเอง เห็นได้จากการมีหลักปฏิบัติและจรรยาบรรณที่กำหนดขึ้นมาใช้ร่วมกัน และก็มีกำกับดูแลกันในระดับหนึ่ง เช่น การบอกกล่าว ตักเตือน รวมไปถึงการขับออกจากการเป็นสมาชิก แต่ปัญหา

คือ การเข้าสังกัดสมาชิก เพราะสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทบันเทิงนั้นไม่ได้เป็นสมาชิกในสังกัด การกำกับดูแลจึงไม่สามารถทำได้

ศิริ เหลืองสวัสดิ์ บรรณาธิการนิตยสารกอสซิปสตาร์ กล่าวถึงบทบาทของสมาคมในการกำกับดูแลตนเอง ที่ทำได้ในระดับหนึ่งไว้ว่า เพราะองค์กรสื่อสิ่งพิมพ์จะไม่ก้าวถอยนโยบายซึ่งกัน แต่เมื่อมีข้อฉบับใดลงภาพที่ไม่เหมาะสม ก็ลำบากใจในการหารือ เพราะองค์กรมักให้เหตุผลว่าเป็นนโยบายและจุดยืนของตน

ศาสตราจารย์ คณิง ฤาไชย นักกฎหมายอาวุโส และ ดร.จิระนิติ หะวานนท์ ผู้ช่วยผู้พิพากษาศาลฎีกาแผนกคดีอาญา เห็นว่าสมาคมวิชาชีพต่างๆ มีบทบาทในการบอกกล่าวตักเตือนกันเองตามระดับความเหมาะสม และการรวมกลุ่มนั้นก็เกินไปเพื่อกิจกรรมสังคมมากกว่า

สุวัฒน์ ทองธนากุล ประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ กล่าวถึง วัตถุประสงค์ บทบาท และในการกำกับดูแลตนเองของสภาการหนังสือพิมพ์เปรียบเทียบกับสมาคมวิชาชีพสื่ออื่นๆ ไว้ว่า

“สภาการหนังสือพิมพ์เป็นองค์กรวิชาชีพเพื่อการควบคุมตนเอง มีหลักจริยธรรม ถ้าทุกคนตระหนักในเรื่องพวกนี้ก็พอเพียงพอสมควรอยู่ การให้ความสำคัญกับเรื่องดารา เรื่องโป๊มาเป็นหลัก มันจะไปกระทบกับเรื่องภารกิจสำคัญ คือ การทำหน้าที่เผยแพร่ผลประโยชน์สาธารณะ หลักสำคัญจะวินิจฉัยข้อร้องเรียน เกี่ยวกับการนำเสนอข่าว ภาพและความเห็นจากสังคม และลงโทษ ถ้าเป็นความผิดเกี่ยวกับคน ก็แจ้งให้กับต้นสังกัดให้ลงโทษ ถ้าเป็นความผิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ ก็ต้อง รับผิดชอบด้านจริยธรรม ด้วยการขออภัยและลงแก้ ขณะที่เป็นบทบาทหน้าที่ของสมาคมนั้นดูจะเน้นสวัสดิการของสมาชิกมากกว่าการควบคุมจรรยาบรรณวิชาชีพ แม้ว่าจะมีแนวปฏิบัติมีหลักจริยธรรมตามหลักเหมือนกัน ตามธรรมเนียมปฏิบัติที่เคยมี แต่ขณะนี้บทบาทในการการควบคุมตักเตือนมาอยู่ที่สภาหนังสือพิมพ์ ทั้งช่างภาพ ทั้งนักข่าว นักเขียน ที่สังกัดภายใต้หัวหนังสือพิมพ์นั้น ก็ต้องถือว่าเป็นสมาชิกโดยปริยาย”

วิชัย วลาพล นายกสมาคมช่างภาพสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย กล่าวถึงบทบาทและการควบคุมกันตรวจสอบกันเองของสมาคมช่างภาพสื่อมวลชนแห่งประเทศไทยว่า สื่อที่นำเสนอภาพแอบถ่ายนั้นไม่ใช่สมาชิกของสภาใดๆ ทั้งนั้น ไม่ว่าจะ เป็นสภาหนังสือพิมพ์ หรือสมาพันธ์

หนังสือพิมพ์ ทำให้ไม่มีผลในทางปฏิบัติ แต่หากมีการร้องเรียนมาก ทางสมาพันธ์ก็เพียงแค่ดักเตือน ไม่มีบทลงโทษ สมาพันธ์จึงเปรียบเหมือนกับเสือกระดาษ

โดยสรุป ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนมากเห็นว่า มาตรการในการควบคุมทางกฎหมาย หรือในระดับวิชาชีพ ยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอที่จะควบคุมและกำหนดขอบเขตการได้มาและการเผยแพร่ข้อมูลของบุคคลสาธารณะ จากการเสนอข่าวภาพแอบถ่าย เหตุเพราะตัวบทกฎหมายมีความล้าหลัง ไม่ครอบคลุมและไม่ชัดเจน เมื่อเทียบกับสภาพสังคมปัจจุบันที่เทคโนโลยีก้าวหน้าและถูกนำมาใช้ทางที่ส่งผลเสียมากกว่าผลดี อีกทั้งโทษปรับที่ไม่หนักหนา ดังนั้นจึงควรมีการปรับแก้ หรือเพิ่มเติมตัวบทกฎหมายใหม่ที่ครอบคลุมการเข้าถึง หรือการได้มาและการตีพิมพ์ประเภทแอบถ่าย ส่วนการควบคุมกันเองในทางวิชาชีพ ส่วนใหญ่เห็นว่า โดยรวมบทบาทในการควบคุมกันเองไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อองค์กรสื่อ เพราะเป็นการยึดและปฏิบัติตามความสมัครใจ และถ้าไม่ปฏิบัติตามโทษก็เพียงแค่ขับออกจากการเป็นสมาชิกเท่านั้น โดยเฉพาะกลุ่มสมาคมต่างๆ ตั้งมาเพื่อร่วมกันจัดกิจกรรมเป็นหลัก และแม้ว่าแต่ละองค์กรวิชาชีพต่างก็มีจรรยาบรรณและหลักปฏิบัติ แต่อำนาจในการควบคุมตักเตือนกันเองด้อยประสิทธิภาพ เนื่องจากถูกกำหนดด้วยการเข้าร่วมสมาชิก ซึ่งเป็นความสมัครใจ ไม่มีบทลงโทษจริงจัง และที่สำคัญสมาคมวิชาชีพเหล่านี้ก็มักเน้นการบริหารงานโดยให้ความสำคัญกับสวัสดิการของบุคลากรสมาชิกมากกว่าการควบคุมคุณภาพของวิชาชีพ

5.5 นโยบายองค์กรในการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่าย

ในส่วนนี้ผู้วิจัยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ประเด็น คือ ในประเด็นแรก คือ ปัจจัยการถ่ายและนำเสนอภาพแอบถ่ายของสื่อสิ่งพิมพ์ ประเด็นที่สอง คือจุดกำเนิด และนโยบายขององค์กรสื่อสิ่งพิมพ์กับการตีพิมพ์ภาพแอบถ่าย

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่ายของสื่อสิ่งพิมพ์

กลุ่มช่างภาพ กลุ่มบุคคลมีชื่อเสียง กลุ่มองค์กรวิชาชีพ และกลุ่มนักกฎหมาย เห็นว่า ยอดขายและความสนใจของผู้อ่านเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเลือกนำเสนอภาพแอบถ่ายของสื่อสิ่งพิมพ์ ขณะที่กลุ่มบรรณาธิการเห็นว่า กระแสอิทธิพลภาพแอบถ่ายจากต่างประเทศก็มีส่วนสำคัญเช่นกัน เช่นเดียวกับ เทคโนโลยีด้านการถ่ายภาพ รวมถึงสถานการณ์สังคมในปัจจุบันด้วย

กลุ่มช่างภาพ กลุ่มบุคคลมีชื่อเสียง และกลุ่มนักกฎหมาย เห็นว่า ปัจจัยเรื่องยอดขายและความสนใจว่ามีอิทธิพลต่อการนำเสนอภาพแอบถ่ายมากกว่า

คุณบ๊ต ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยามบันเทิง เล่าว่าภาพแอบถ่ายนั้นสามารถขายในตลาดได้ หากถ่ายภาพแบบอื่นจะขายไม่ได้ ยอดบุญ ทองรุ่งโรจน์ ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยามดารา เพิ่มเติมว่า เมื่อภาพแอบถ่ายขายได้ หนังสืออื่นๆจึงถ่ายภาพแบบนี้บ้าง รศ. สดศรี เผ่าอินทร์จันทร์ คณบดีคณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และพิพัฒน์ วิทยาปัญญา นานนท์ พิธีกร กล่าวว่าเพราะพื้นฐานของมนุษย์ย่อมมีความอยากรู้อยากเห็นเป็นธรรมชาติ โดยเฉพาะเรื่องส่วนตัวของคนดัง เพราะไม่อาจพบเห็นได้โดยทั่วไป

ขณะที่กลุ่มบรรณาธิการและองค์กรวิชาชีพบางท่านมีทัศนคติต่อการนำเสนอภาพแอบถ่ายว่า มาจากปัจจัยเรื่องนโยบายขององค์กรมากกว่า เช่น ศิริ เหลืองสวัสดิ์ บรรณาธิการนิตยสารกอสซิป สตาร์ กล่าวว่า เพราะอิทธิพลสื่อตะวันตก ที่เน้นการถ่ายภาพธรรมชาติของบุคคลมีชื่อเสียงที่แตกต่างไปจากการรายงานข่าวแบบเดิม ตระการ พันธุมเลิศรุจี นักแสดง เห็นด้วยว่าการรายงานข่าวแบบสวงามแบบเดิมนั้นถึงจุดอิ่มตัวไปแล้ว และไอฟาร์ เชื้อบาง ผู้จัดการฝ่ายกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์สยามดารา กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดการใช้ภาพข่าวประเภทแอบถ่ายว่า เป็นการถ่ายภาพเพื่อลดความรู้สึกเกรงกลัวของการนำเสนอเนื้อหาข่าว และทำให้ข่าวขายได้

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยภายนอกทางสังคมที่มีส่วนด้วย เอวิตรา ศิระศาสตร์ นักแสดง ชี้ให้เห็นว่าเป็นเพราะสภาพเศรษฐกิจและสังคมปัจจุบันที่เอื้อต่อการให้พื้นที่ในการนำเสนอภาพแอบถ่ายในสื่อสิ่งพิมพ์ที่มากขึ้น โดยเฉพาะสถานการณ์ทางสังคมและการเมืองที่มีความตึงเครียด จะส่งผลให้ผู้อ่านหันมาอ่านเรื่องไร้สาระเพื่อความผ่อนคลายมากขึ้นไปอีก

รศ. รุจ โกลมบุตร คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ อธิบายว่าช่วงปีพ.ศ. 2548-2549 เป็นช่วงเวลาที่ยอดหนังสือพิมพ์ลงข่าวความไม่ชอบของรัฐบาลไม่ได้ จึงต้องลงข่าวและภาพลักษณะนี้ ซึ่งก็ทำให้เกิดความเพ็ดเพลินด้วยส่วนหนึ่ง ขณะที่ ผศ. นรินทร์ นำเจริญ สาขาวิชาหนังสือพิมพ์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้เสนอว่าเทคโนโลยีการถ่ายภาพก็มีส่วนสำคัญที่ทำให้การถ่ายภาพง่าย รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ข่าวภาพแอบถ่ายจึงทำได้ง่ายมากเพราะไม่จำเป็นต้องมีประเด็นข่าว แคดรามามาเดินในที่สาธารณะก็เป็นข่าวแอบถ่ายได้แล้ว ไม่เหมือนข่าวอื่นๆที่ต้องรอให้มีเรื่องก่อนจึงจะเป็นข่าว

โดยสรุป ปัจจัยที่มีผลต่อการถ่ายและตีพิมพ์ภาพแอบถ่าย คือ เพื่อเพิ่มยอดขาย ตอบสนองความสนใจของผู้่านซึ่งอยากที่จะรู้เรื่องของบุคคลมีชื่อเสียง นำไปสู่การปรับหรือสร้างนโยบายการนำเสนอข่าวขององค์กรขึ้น ความอิมตัวของภาพถ่ายข่าวเดิมนั้นที่ถึงจุดอิ่มตัว ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการถ่ายภาพ อิทธิพลจากสื่อต่างประเทศ และสภาพสังคมที่ตึงเครียดมากเกินไป

นโยบายของสื่อสิ่งพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์ในบ้านเราเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่น่าเสนอข่าวสารของบุคคลมีชื่อเสียงมานาน กระแสภาพแอบถ่ายเริ่มต้นใน 3-4 ปีที่ผ่านมา โดยได้รับอิทธิพลจากสื่อสิ่งพิมพ์ต่างประเทศ อาทิ นิตยสารแทบลอยด์ต่างๆ ส่วนใหญ่ในสื่อประเภทหนังสือพิมพ์ ภาพประเภทแอบถ่ายที่พบจะนำเสนอ มักปรากฏเป็นคอลัมน์เฉพาะในหน้าบันเทิง ต่างจากนิตยสารบางกลุ่มที่เน้นการนำเสนอภาพแอบถ่าย และภาพหลุดของดาราในทุกคอลัมน์ โดยสื่อประเภทหนังสือพิมพ์รายวันนั้น มีการนำเสนอข่าวของบุคคลมีชื่อเสียงในหลากหลายวงการ เช่น นักการเมือง นักร้อง และคนในวงสังคม แตกต่างจากนิตยสารบันเทิงและหนังสือพิมพ์บันเทิงที่เน้นนำเสนอข่าวสารของบุคคลในวงการบันเทิงเป็นหลัก

สำหรับนโยบายการทำงานของสื่อแต่ละประเภทนั้น มีความแตกต่างกัน สื่อหนังสือพิมพ์รายวันเน้นการใช้ภาพแอบถ่ายประเภทที่เผลอในการนำเสนอภาพข่าว ส่วนหนังสือพิมพ์บันเทิงจะเน้นการถ่ายภาพแบบที่เผลอและภาพหลุด ต่างจากนิตยสารบันเทิงที่เน้นนำเสนอเฉพาะภาพแอบถ่ายแนวปาปาราซซี่

ทวีชัย เจ้าวัฒนา บรรณาธิการภาพข่าวหนังสือพิมพ์ คม ชัด ลึก กล่าวถึงความเป็นมาของ คม ชัด ลึก และนโยบายในการทำงานในฐานะของบรรณาธิการไว้ว่า หนังสือพิมพ์คมชัดลึกนั้นอยู่ในเครือเนชั่นซึ่งเป็นองค์กรใหญ่ มีแนวทางการถ่ายภาพที่เน้นอิริยาบถของคน โดยเฉพาะภาพแอบถ่ายประเภทที่เผลอ จะใช้ในข่าวการเมือง เพื่อช่วยทำให้เนื้อหาข่าวที่หนักนั้นเบาขึ้น

โอฟาร์ เชื้อบาง ในฐานะผู้จัดการกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์สยามดารา กล่าวถึงความเป็นมาและนโยบายของหนังสือพิมพ์สยามดาราว่า ผลิตข่าวสารบันเทิงเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มากขึ้น เน้นภาพสวยงาม ภาพข่าวที่อยู่ในกระแส ภาพข่าวที่สดใหม่ ส่วนภาพแอบถ่ายนั้นเป็นส่วนรองที่ใช้เสริมตามกระแส

โดยสรุปแล้ว จุดกำเนิดและนโยบายของสื่อแต่ละประเภทแตกต่างกัน หนังสือพิมพ์รายวันต่างจากหนังสือพิมพ์บันเทิง ในประเภทของข่าวที่น่าเสนอ และแนวทางการถ่ายภาพ หนังสือพิมพ์รายวันจะเน้นนำเสนอข่าวสารบ้านเมืองทั่วไป และนิยมใช้การถ่ายภาพแบบที่เผลอหรือแคนดิท ในการนำเสนอข่าว เพื่อลดความเครียดจากตัวเนื้อหาข่าวลง ส่วนหนังสือพิมพ์บันเทิงนั้น เน้นนำเสนอข่าวสารในวงการบันเทิง การถ่ายภาพจะมีหลากหลายแนว ทั้งภาพแพชชั่น ภาพสวยงาม และภาพแนวแอบถ่าย ในส่วนของนิตยสารบันเทิงนั้นมีความแตกต่างอย่างสิ้นเชิงจากหนังสือพิมพ์ทั้งสอง

ประเภท ที่เน้นการนำเสนอภาพแนวแอบถ่ายเป็นหลัก ซึ่งส่วนมากจะได้มาโดยการไปดักรอตามสถานที่ต่างๆ มิใช่ตามงานอย่างหนังสือพิมพ์

กรอบการตัดสินใจในการคัดเลือกตีพิมพ์ภาพแอบถ่าย

กลุ่มบรรณาธิการและผู้บริหารงานด้านภาพ มีกรอบการตัดสินใจในการคัดเลือกภาพแอบถ่าย โดยถือตามนโยบายขององค์กรว่าเน้นการนำเสนอภาพข่าวแอบถ่ายลักษณะใด และจะคำนึงถึงมาตรฐานทางวิชาชีพ และสิทธิส่วนบุคคลของบุคคลมีชื่อเสียงเป็นหลัก

ทวีชัย เจาว์วัฒนา บรรณาธิการภาพข่าวหนังสือพิมพ์ คม ชัด ลึก กล่าวถึงกรอบการตัดสินใจในการคัดเลือกภาพข่าวแอบถ่ายของคมชัดลึกไว้ว่า

“ในกระบวนการทำงาน ช่างภาพถือเป็นสื่อ เพราะกินเงินเดือนอยู่ในองค์กร จริยธรรมต้องมีเพียงแต่จะมีไม่เท่ากัน เงื่อนไขคือนโยบายขององค์กร อย่างของคมชัดลึก เรื่องจรรยาบรรณและจรรยาธรรมค่อนข้างสำคัญมาก ที่นี้ทำสมมุติบอกรว่าอะไรที่เนชั่นไม่ทำ เช่น ภาพถ่ายระหว่างขา ถือเป็นการละเมิดจรรยาบรรณ ห้ามเลย แต่สำหรับสื่อบันเทิง ก็จะมีเงื่อนไขที่ต่างกัน”

ศิริ เหลืองสวัสดิ์ บรรณาธิการนิตยสารกอสซิปสตาร์ กล่าวถึง เกณฑ์ในการคัดเลือกภาพแอบถ่ายไว้ว่า

“เรื่องของจรรยาบรรณ ไม่ว่าจะช่างภาพหรือบก.ต้องมี กอสซิปมีข้อมูลดาราก็ไปดักรอหน้าบ้านนั้นทำได้ แต่จะไม่ทำ เพราะมันเป็นเรื่องส่วนตัว เรื่องการถ่ายภาพที่เผลอ โดยเฉพาะภาพกำลังสลัดขา ระหว่างขา คำว่าจรรยาบรรณก็ควรจะมีอยู่กับตัวของคนทำงาน แต่ตรงนี้เป็นเรื่องของนโยบายถ้าสั่งมาว่าไปเอาหว่างขาคนนี้มาบางที่ช่างภาพก็เฝื่อนใจที่จะต้องทำ และการจิวหัวข่าวอยู่บนฐานของความจริง ให้ภาพนำข่าว”

ทีมข่าวหนังสือพิมพ์สยามบันเทิง กล่าวถึงมาตรฐานทางวิชาชีพที่ถือปฏิบัติไว้ว่า

“มาตรฐานทางวิชาชีพนั้นเป็นเรื่องสำคัญ การถ่ายต้องครบองค์ประกอบในแง่จรรยาบรรณด้วยความที่นโยบายของเราต้องขายของซึ่งออกเช็คซี แต่เราก็มีขอบเขตของการถ่าย จะไม่ถ่ายที่ๆเป็นส่วนตัว ถ่ายในที่สาธารณะ ถ้าภาพดูแรงไป จะใช้การโปรยหัวช่วยให้อ่อนลง”

ไอฟาร์ เชื้อบาง ผู้จัดการฝ่ายกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์สยามดารา กล่าวถึงกรอบการตัดสินใจของสยามดาราไว้ว่า

“ในการถ่ายภาพแนวนี้มาตรฐานทางวิชาชีพเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องมี ต้องเคารพความเป็นส่วนตัวของดาราด้วย ต้องมีลิมิตในการเข้าถึงและถ่าย อย่างภาพหลุด จะได้มาจากตามงานสังคมหรืองานโชว์ตัว”

โดยสรุป บรรณาธิการและผู้บริหารงานด้านภาพข่าวของสื่อแต่ละประเภทรุ่น มีกรอบการตัดสินใจที่ถือปฏิบัติเป็นหลัก คือ นโยบายขององค์กร และการไม่ล่วงละเมิดในส่วนบุคคล ในขณะที่เรื่องจรรยาบรรณและจริยธรรม ถือเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมาก โดยเฉพาะสื่อหนังสือพิมพ์รายวันเท่านั้น สำหรับสื่อที่เน้นนำเสนอข่าวสารประเภทบันเทิงนั้น นโยบายขององค์กรเป็นตัวกำหนดความตระหนักในจรรยาบรรณและจริยธรรมการนำเสนอภาพ และจริยธรรมเป็นเรื่องที่มีความสำคัญรองลงมา สื่อหนังสือพิมพ์บันเทิงเน้นการนำเสนอภาพที่เฟลอและภาพหลุดเชิงลามก ส่วนสื่อนิตยสารบันเทิงมักไม่นำเสนอภาพหลุดลักษณะต่างๆ เช่น ภาพหว่างขา ภาพโชว์ชุดชั้นใน แต่จะเน้นนำเสนอภาพในเวลาส่วนตัว เชิงความสัมพันธ์ของคู่รัก

5.6 บุคคลมีชื่อเสียงกับการฟ้องร้องในการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นตรงกันว่า การฟ้องร้องการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของบุคคลสาธารณะนั้นมีน้อย และยังไม่ปรากฏในชั้นศาล โดยมากจะประนีประนอมกันก่อนเรื่องถึงศาล ส่วนมากการฟ้องร้องเป็นการหมิ่นประมาทจากเรื่องข้อความ และการติดต่อภาพ ซึ่งคดีส่วนใหญ่มักสิ้นสุดลงที่การยอมความ โดยมีข้อตกลงความรับผิดชอบที่สื่อจะลงข้อความขอโทษคู่กรณี เหตุที่คดีมักจะยุติลงที่การยอมความ เนื่องจากบุคคลสาธารณะกับสื่อต่างก็พึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน และในปัจจุบันบางกรณีการฟ้องร้อง เกิดขึ้นจากการตกลงร่วมกันเพื่อผลประโยชน์ในหน้าที่การงานของแต่ละฝ่าย

ทีมข่าวหนังสือพิมพ์สยามบันเทิง และคุณเอ ช่างภาพนิตยสารกอสซิปสตาร์แสดงความเห็นว่าการฟ้องร้องมักมุ่งไปที่เนื้อหาประกอบข่าวภาพแอบถ่ายมากกว่าที่จะเป็นตัวภาพแอบถ่าย และมักจะยอมความกันในที่สุด เพราะสื่อและนักแสดงก็ต้องพึ่งพาอาศัยกันต่อไป สอดคล้องวิชัย วลาพล นายกสมาคมช่างภาพสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย ที่กล่าวว่า การฟ้องร้องส่วนมากเกิดจากเนื้อหาประกอบข่าวที่ไม่มีมูล ข้อเท็จจริง มากกว่าที่จะฟ้องร้องเพราะภาพถ่ายหรือการติดต่อภาพ

ศิริ เหลืองสวัสดิ์ บรรณาธิการนิตยสารกอสซิปสตาร์, รศ. สดศรี เผ่าอินจันทร์ คณบดีคณะ การสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และคุณยอดบุญ ทองรุ่งโรจน์ ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยาม ดาราเพิ่มเติมว่า บางครั้งการฟ้องร้องก็ทำให้นักแสดงนั้นมีชื่อเสียงขึ้นมา จึงเกิดผลประโยชน์ แอบแฝงในเรื่องหน้าที่การงาน ซึ่งเป็นการสร้างกระแสให้ตนเอง การฟ้องร้องเพื่อให้ชนะคดีความนั้น มีน้อย และตระการ พันธุมเลิศสุจี นักแสดง ยืนยันว่า ดารานักแสดงไม่กล้าฟ้องร้อง เพราะเกรงว่า ตนเองจะหมดหนทางในวงการบันเทิงต่อไป

โดยสรุปแล้วผู้ให้สัมภาษณ์ ส่วนใหญ่เห็นว่าไม่ปรากฏว่ามีกรฟ้องร้องในเรื่องภาพแอบถ่าย แต่จะมีก็แต่การฟ้องร้อง ในส่วนของเนื้อหาประกอบข่าวมากกว่า และสุดท้ายก็จะจบลงด้วยการยอม ความกัน เพราะบุคคลมีชื่อเสียง โดยเฉพาะดารา กับสื่อ ต้องพึ่งพาอาศัยกัน ถ้ามีเรื่องกับสื่อก็ หมายถึงการไม่มีอาชีพ ขณะที่บางส่วนเห็นว่ามีกรฟ้องร้องเกี่ยวกับภาพข่าวแต่ไม่มากนัก ส่วนมาก จะพบในสายการเมืองเป็นหลัก และบางส่วนมองว่าการฟ้องร้องเป็นเกมจัดฉาก เพื่อสร้าง ผลประโยชน์จากความดั่งระหว่างดารา กับสื่อมากกว่าที่จะต้องการเรียกร้องสิทธิศักดิ์ศรีของตน

5.7 ผลกระทบจากการนำเสนอภาพแอบถ่าย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละกลุ่มมีความคิดเห็นที่คล้ายคลึงและแตกต่างกัน กล่าวคือ การนำเสนอภาพแอบถ่ายส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบุคคลที่ถูกนำเสนอ ได้แก่ การสร้างความเสียหายต่อบุคคลในภาพในภาพทั้งเรื่องส่วนตัวและหน้าที่การงาน และการ นำเสนอภาพแอบถ่ายนั้นส่งผลกระทบต่อสังคม กล่าวคือ การนำเสนอภาพแอบถ่ายส่งผลกระทบต่อ สังคมและแง่ลบต่อสังคม แง่บวกในกรณีที่เกิดพฤติกรรมจากภาพแอบถ่ายที่ถูกนำเสนอ นั้น ถ้าเป็นไปได้ เพื่อการเปิดเผยความจริง เท่ากับเป็นการสะท้อนความจริงให้สังคมได้รับรู้ แต่ถ้าพฤติกรรมในภาพแอบ ถ่ายปรากฏให้เห็นถึงลักษณะที่ไม่เหมาะสม ก็อาจจะส่งผลกระทบต่อค่านิยมให้กับผู้รับสาร โดยเฉพาะกลุ่ม วัยรุ่นได้ ซึ่งการให้ภาพแง่ลบหรือลบวทนี้ ขึ้นอยู่กับการนำเสนอของสื่อว่าสะท้อนเจตนาในการเสนอภาพ ด้านใด ขณะที่บางส่วนเห็นว่า การนำเสนอภาพแอบถ่ายไม่มีผลกระทบต่อสังคม เพราะ ขึ้นอยู่กับวิจารณญาณของผู้รับสารเป็นหลักว่าจะมีความคิดเห็นอย่างไร

กลุ่มช่างภาพ กลุ่มบุคคลมีชื่อเสียง กลุ่มนักกฎหมาย และกลุ่มนักวิชาการ เห็นว่า การ นำเสนอภาพแอบถ่ายจะส่งผลกระทบต่อสังคม เพราะขึ้นอยู่กับการพิจารณาเนื้อหาที่ปรากฏใน ภาพและเจตนาของสื่อ เพราะภาพแอบถ่ายส่วนมากเกี่ยวข้องกับเรื่องทางเพศ ซึ่งส่งผลกระทบต่อ สังคม ก่อให้เกิดค่านิยมและธรรมเนียมปฏิบัติที่ไม่เหมาะสม เช่น ภาพหลุด โป๊เปลือย และการพลอดรักในที่สาธารณะ ขณะที่ผลกระทบต่อเชิงบวก มักส่งผลโดยตรงต่อตัวบุคคล

สาธารณะ เพราะได้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในวงการบิน ซึ่งนำมาสู่โอกาสอื่นๆในแวดวงการทำงาน แต่ก็ต้องแน่ใจว่ากิจกรรมในภาพนั้นจะไม่ส่งผลกระทบต่อแบรนด์ได้จนทำให้อาณาเขตการทำงานในวงการบินทั้งหมดไป

โอฬาร เชื้อบาง ผู้จัดการฝ่ายกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์สยามดารา กล่าวถึงผลกระทบจากการนำเสนอภาพต่อสังคมไว้ว่ามีด้านลบและด้านบวก ด้านลบคือการสร้างความเสื่อมเสีย เสียความนิยมให้แก่บุคคลสาธารณะนั้น ด้านบวกคือทำให้เกิดผู้อ่านเกิดความรู้สึกที่ดีจากบุคลิกที่น่ารัก แปลกตาของบุคคลสาธารณะนั้น ขณะที่ ทรายกร พันธ์มณีศรีจรี นักแสดง กล่าวถึงผลกระทบทางลบว่า เขียวชนอาจลอกเลียนแบบพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมนั้นได้ ส่วนทางบวก ก็ทำให้มีผู้คนรู้จักดาราศิลปินนั้นๆ ทำให้มีงานมากขึ้น

คุณยอดบุญ ทองรุ่งโรจน์ ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยามดารา และอาจารย์ กุลพล พลวัน อัยการอาวุโส เน้นถึงผลกระทบทางลบว่า หากเป็นการสร้างค่านิยมทางลบที่เกิดจากพฤติกรรมของบุคคลในภาพถ่ายแล้ว สังคมก็มีแต่สูญเสีย

รศ. สดศรี เผ่าอินทร์จันทร์ คณบดีคณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กล่าวถึงเจตนาในการนำเสนอภาพ ที่ส่งผลกระทบต่อสังคมทั้งบวกและลบไว้ว่า

“ขึ้นอยู่กับคนที่ถูกถ่าย ถ้าถ่ายมาแล้วไม่ว่าจะดีหรือลบ ทำให้เขาเป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมายหรือแฟนคลับ ก็แล้วแต่เขาอาจจะชอบ แต่ถ้ามองว่าเชิงลบ จะเข้าใจว่า ถ้าดารานี้ในวงการบันเทิงยอมได้ขนาดนี้ ก็ไม่มีศักดิ์ศรีอะไรในวิชาชีพ แถมลบที่มากก็คือผลกระทบต่อสังคม อย่างเช่นว่า จูบกัน สระน้ำ ไม่เหมาะสมกับสภาพสังคมไทย ไม่เหมาะสมกับวัฒนธรรมไทย ภาพเหล่านี้หลุดไป ถ้ามีมาก ๆ เข้า กลายเป็นที่ยอมรับไหม สิ่งเหล่านี้สามารถทำอย่างเปิดเผยได้หรือ อย่างบางภาพ ช่างภาพไปถ่ายมากำลังล้าง กำลังควักกัน แล้วเอาออกมาเผยแพร่ต่อสาธารณะ ต่อไปภาพเหล่านี้ไม่ได้ผิดอะไรกับภาพในพวกหนังสือปกขาวหรือหนังสือลามกทั้งหลาย”

การนำเสนอภาพแอบถ่ายส่งผลกระทบต่อผู้ถูกถ่าย หากเป็นกิจกรรมแง่ลบ ก็ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ หน้าที่การงาน และบุคคลรอบข้างและเครือข่ายของบุคคลนั้นด้วย

ศิริ เหลืองสวัสดิ์ บรรณาธิการนิตยสารกอสซิปสตาร์ กล่าวว่า ถ้าตัวบุคคลสาธารณะทำดี เป็นตัวอย่างที่ดีก็เป็นเรื่องดี แต่ถ้าทำตัวไม่ดีก็จะเกิดผลเสียต่อเขาเอง ด้านเอวิตรา ศิระศาสตร์

นักแสดง และ วิชาญ วลาพล นายกสสมาคมช่างภาพสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย กล่าวถึงผลกระทบไว้สอดคล้องกันว่าเกิดขึ้นกับบุคคลในภาพโดยตรง และคนรอบข้างบุคคลนั้น เช่น ครอบครัว โดยเฉพาะการนำเสนอเรื่องที่ไม่ดี ก็สร้างความอับอายให้กับครอบครัว

ขณะที่บางส่วนเห็นว่า การนำเสนอภาพแอบถ่ายไม่มีผลกระทบโดยตรงต่อสังคม เนื่องจากผู้รับสารมีวิจารณญาณของตน ในการเลือกพิจารณาว่าสิ่งใดควรและไม่ควรเอามาเป็นแบบอย่างในการประพฤติตน

โดยสรุป ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่าผลกระทบมี 2 ลักษณะคือ ประการแรกคือผลกระทบต่อบุคคลในภาพ ซึ่งก็มีสองด้าน คือบวกและลบ ด้านบวกคือ การมีชื่อเสียงโด่งดัง เป็นที่รู้จัก ภาพลักษณ์ดี ผู้คนนิยมชมชอบ ส่งผลให้มีความก้าวหน้าในวิชาชีพ หากเป็นด้านลบก็อาจหมดอนาคตในวงการและส่งผลเสียชื่อเสียงทั้งต่อตนเองและวงศ์ตระกูลได้เช่นกัน ประการที่สองคือผลกระทบต่อสังคม เช่น ค่านิยม วัฒนธรรมการแสดงความรักในที่สาธารณะ การแต่งกาย ศีลธรรม ธรรมเนียมปฏิบัติต่างๆ ซึ่งอาจนำไปสู่การเลียนแบบพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน ขณะที่ผู้อ่านบางคนก็อาจมีวิจารณญาณส่วนตัวที่เข้มแข็งพอที่จะรู้ว่าอะไรควรไม่ควรอย่างไร

5.8 แนวโน้ม: การนำเสนอ/การเติบโตของข่าวภาพแอบถ่าย

แนวโน้มการนำเสนอภาพแอบถ่ายในประเด็นเรื่องการเติบโตของตลาดสื่อสิ่งพิมพ์ภาพแอบถ่าย และระดับความรุนแรงของเนื้อหาในอนาคต จะเป็นตัวชี้ทิศทางของการนำเสนอภาพแอบถ่ายที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อจรรยาบรรณสื่อมวลชน และการล่วงละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของบุคคลสาธารณะ

การเติบโตของสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกลุ่มภาพแอบถ่าย

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่า แนวโน้มการเติบโตของสื่อสิ่งพิมพ์ภาพแอบถ่ายในอนาคตจะเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากสังคมไทยเพิ่งจะเริ่มมีความนิยมถ่ายภาพแบบปaparazzi เมื่อไม่นาน และมีสื่อสิ่งพิมพ์แนวภาพแอบถ่ายเกิดขึ้นหลายฉบับ ทำให้การขยายภาพลักษณะนี้จึงเติบโตได้อีกหลายปี ขณะที่บางส่วนเห็นว่า แนวโน้มการเติบโตของสื่อสิ่งพิมพ์ภาพแอบถ่ายจะไม่เติบโตไปกว่านี้อีกแล้ว เพราะถึงจุดอิ่มตัวแล้ว ประกอบกับสภาพทางเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันที่ยังไม่มั่นคง การลงทุนชะลอตัว จึงอาจยังไม่มีสื่อสิ่งพิมพ์ภาพแอบถ่ายเกิดเพิ่ม เพราะใช้เงินลงทุนสูงมาก

แนวโน้มระดับความรุนแรงของเนื้อหาภาพแอบถ่าย

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่า ระดับความรุนแรงของเนื้อหาภาพแอบถ่ายมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ความรุนแรงในเชิงปริมาณ มาจากการแข่งขันทางธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ที่เพิ่มสูงขึ้น องค์กรสื่อจะมีนโยบายเพิ่มปริมาณข่าวภาพแอบถ่ายให้มากขึ้น อาจออกหัวข่าวยุติหรือหนังสือพิมพ์แนวแอบถ่ายออกมาอีก ขณะที่ความรุนแรงของเนื้อหาภาพแอบถ่ายก็อาจมาจากเนื้อหาของภาพที่จำเป็นต้องแปลก ฉีกแนวออกไปจากที่เป็นอยู่ สื่อแต่ละหัวจะพยายามค้นคว้า เจาะลึก สืบค้น และติดตามบุคคลสาธารณะอย่างเกาะติด และอาจมีระดับการล่วงล้ำสิทธิส่วนบุคคลมากขึ้น ซึ่งอาจหมายถึงลักษณะเนื้อหาของภาพที่ยังเป็นชีวิตส่วนตัวมากขึ้นอีก และสำหรับภาพเชิงลามก อนาคตที่มีอยู่ในปัจจุบันก็อาจเพิ่มระดับความลามกของภาพและเนื้อหามากขึ้นไปอีก

ศิริ เหลืองสวัสดิ์ บรรณาธิการนิตยสารกอสซิปสตาร์, คุณยอดบุญ ทองรุ่งโรจน์ ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยามดารา, คุณบ๊อต ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยามบันเทิง และตระการ พันธุ์เลิศรุจี นักแสดง กล่าวว่า ระดับของเนื้อหาภาพแอบถ่ายจะมีความรุนแรงมากขึ้น วิธีการได้มาของภาพก็จะรุนแรงขึ้น เพราะตลาดมีการแข่งขัน คนยุคใหม่ที่เข้ามาทำงานด้านนี้ก็เห็นและยึดแนวทางการทำงานในปัจจุบันเป็นหลัก อีกทั้งไม่มีการตักเตือน และผู้อ่านก็ยังคงนิยมอยู่

ดร.จิระนิตี หะวานนท์ ผู้ช่วยผู้พิพากษาศาลฎีกาแผนกคดีอาญา เห็นว่าอาจมีแนวโน้มเนื้อหาภาพที่ผิดศีลธรรมมากขึ้น เพราะเมื่อคนเรื่องเฉยชากับภาพลักษณะนี้แล้ว ช่างภาพจะหาภาพที่แรงมากขึ้นมานำเสนอ โดยเกรงว่าจะมีการละเมิดสิทธิกันมากขึ้น ขณะที่ วิชัย วลาพล นายกสมาคมช่างภาพสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย เห็นว่าภาพที่มีความรุนแรงมากขึ้นจะนำไปสู่การฟ้องร้องที่มากขึ้นด้วย ซึ่งอาจารย์ อมรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เสนอแนะว่า ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องควรจะมีระดับที่เหมาะสมในเรื่องวิธีการถ่ายภาพและการนำเสนอภาพ

ขณะที่บางส่วนเห็นว่า ระดับความรุนแรงของเนื้อหาภาพแอบถ่ายอาจจะเพิ่มหรือไม่ก็ได้ ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมและความประพฤติของบุคคลมีชื่อเสียงเอง ถ้าบุคคลมีชื่อเสียงระมัดระวัง รู้จักเลือกแสดงออกให้เหมาะสมในที่สาธารณะระดับความรุนแรงของเนื้อหาภาพก็จะลดลง แต่ถ้าผู้อ่านในสังคมอยากอ่านและให้ความสนใจข่าวภาพแอบถ่ายมาก ความรุนแรงของเนื้อหาก็ต้องเพิ่มมากขึ้นแน่นอน

รศ. สดศรี เผ่าอินทร์จันทน์ คณบดีคณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สรุปว่า

“ระดับความรุนแรงของภาพ ขึ้นอยู่กับบรรทัดฐานทางสังคม ว่าถ้าสังคมเราละม้ายขึ้นมองเห็นว่าเรื่องอย่างนี้เป็นแก่นสารของชีวิตภาพข่าว พวกนี้จะ

หนักขึ้น เพราะว่าถ้าคนเรามีคุณธรรม มีจริยธรรมประจำใจ มีการอบรมบ่มเพาะ จากครอบครัว จากสถาบันการศึกษาและศาสนาที่ดี คนคงไม่ฝึกฝนที่จะมาดู ภาพลักษณะนี้”

โดยสรุป ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่า การเติบโตของการนำเสนอภาพแอบถ่ายจะมีเพิ่มขึ้น เพราะตลาดสื่อสิ่งพิมพ์ภาพแอบถ่ายเพิ่งจะเริ่มต้น ผู้อ่านให้ความสนใจ และมีแนวโน้มว่า เนื้อหาของภาพแอบถ่ายจะเพิ่มความรุนแรงขึ้นไปด้วย เพราะสื่อประเภทนี้เริ่มมีมากขึ้น จึงต้อง แข่งขันกัน ประกอบกับค่านิยม ถ้ารับจากต่างประเทศมากขึ้น โอกาสที่จะได้เห็นภาพในลักษณะ อนาคตก็จะมีสูงขึ้น แต่บางส่วนก็เห็นว่า คงไม่เติบโตไปมากกว่านี้ เพราะการนำเสนอตอนนี้ก็มีมาก จนเริ่มเฟ้อแล้ว และต่อไปผู้อ่านก็จะเบื่อไปเอง

5.9 การนำเสนอภาพข่าวแอบถ่ายกับความตระหนักในจริยธรรม

เนื้อหาที่นำเสนอในหัวข้อนี้มาจากการสัมภาษณ์ในประเด็นเกี่ยวกับมาตรฐานทางวิชาชีพ และจริยธรรมของสื่อมวลชนจากการนำเสนอภาพแอบถ่าย รวมไปถึงการพยายามหาแนวทางการ ถ่ายภาพแอบถ่ายที่แต่ละฝ่ายยอมรับได้ และการเขียนข่าวประกอบภาพแอบถ่ายที่ไม่ละเมิด จริยธรรม

มาตรฐานทางวิชาชีพในกระบวนการนำเสนอภาพแอบถ่าย

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่า การถ่ายและการนำเสนอภาพแอบถ่ายนั้น ไม่ได้นำมาตราฐาน ทางวิชาชีพไม่ได้มาพิจารณาประกอบ จึงปรากฏภาพแอบถ่ายเชิงลามก อนาคตที่ไม่ได้ให้ประโยชน์ แก่สังคม ประกอบกับนโยบายองค์กรที่เน้นเพิ่มยอดขาย สร้างกำไรจากความต้องการและอยากรู้ อยากรูเห็นของผู้อ่าน ที่อยู่เหนือความถูกต้องทางจริยธรรม ขณะที่บางส่วนเห็นว่าช่างภาพและผู้ นำเสนอข่าวโดยส่วนใหญ่มีมาตรฐานทางวิชาชีพในระดับที่สูง-ต่ำแตกต่างกันไปในแต่ละฉบับ ขึ้นอยู่ กับนโยบายขององค์กร

ภาพแอบถ่ายในปัจจุบันเน้นภาพหลุด เชิงลามก และภาพความสัมพันธ์เชิงชู้สาวมาก เช่น ภาพกอดจูบ พลอดรักกัน ซึ่งนอกจากจะไม่คำนึงถึงมาตรฐานทางวิชาชีพและจริยธรรมในฐานะ สื่อมวลชนแล้ว ยังไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อบุคคลในภาพ และต่อสังคมด้วย

เอวิตรา ศิริศาสตร์ นักแสดง เห็นว่าช่างภาพบางคนไม่มีมาตรฐานทางวิชาชีพและละเลย จริยธรรมที่ควรจะมี เช่น ขณะที่ดาราเดินขึ้นบันไดเลื่อนในห้างสรรพสินค้า ช่างภาพก็เดินไปข้างบน และถ่ายภาพมุมกดลงมาให้เห็นหน้าอก หรือพยายามก้มถ่าย เพื่อให้ได้ภาพที่น่าสนใจ ซึ่งก็คือเห็น หน้าอก และชาติรี ศรียาภัย นายกสมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิง ให้เหตุผลว่า ความไม่มีมาตรฐานทาง วิชาชีพของช่างภาพมาจากนโยบายขององค์กรที่กำกับตนเองไว้ ซึ่งรศ.รุจ โกมลบุตร คณะวารสาร ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ วิจัยชี้ว่า การที่ช่างภาพทำเช่นนี้ก็ไม่ต่างกับคนที่ละเมิดกฎหมาย รศ. สดศรี เผ่าอินทร์จันทร์ คณบดีคณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีความเห็นว่ บรรณาธิการควรเป็นผู้ที่รับผิดชอบ เพราะมอบหมายงานให้ช่างภาพเป็นคนทำ จริยธรรมจึงต้องดูทั้ง ระบบโดยเน้นไปที่เจ้าของสื่อหนังสือและคนทำงานในกองบรรณาธิการทุกคนโดยเฉพาะ บรรณาธิการหลัก

สุวัฒน์ ทองธนากุล ประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ เห็นว่ามาตรฐานทางวิชาชีพของ ช่างภาพนั้นไม่สำคัญเท่ากับมาตรฐานทางวิชาชีพของผู้คัดเลือกภาพข่าว

ในขณะที่ศาสตราจารย์ คเนิง ฤาไชย นักกฎหมายอาวุโส มีความคิดเห็นว่ การนำเสนอภาพ แอบถ่ายในปัจจุบัน มีจรรยาบรรณในระดับที่เหมาะสมกับประเภทของสื่อแล้ว ความคิดเห็นนี้ สอดคล้องกับผศ.นรินทร์ นำเจริญ สาขาวิชาหนังสือพิมพ์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กล่าวถึงการทำงาน ของสื่อในการนำเสนอภาพแอบถ่ายว่าส่วนใหญ่นั้นประกอบไปด้วยมาตรฐานทางวิชาชีพอยู่แล้ว โดย เสริมว่าควรที่จะคำนึงถึงผู้บริโภคข่าวสารด้วย

การได้มาของภาพและการนำเสนอภาพแอบถ่าย

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่า การสร้างมาตรฐานทางจริยธรรมของข่าวภาพแอบถ่ายต้อง มาจากความร่วมมือขององค์กรสื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลัก เพื่อให้การนำเสนอภาพแอบถ่ายนั้นมีความ เหมาะสมและยอมรับได้จากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนเห็นว่า การบังคับใช้กฎ จรรยาบรรณจะเกิดได้ก็ด้วยความร่วมมือของหลายฝ่ายขององค์กรสื่อ บุคคลมีชื่อเสียงและผู้อ่าน โดยที่ สื่อจะต้องมีจริยธรรมในการนำเสนอข่าว บุคคลมีชื่อเสียงจะต้องเข้าใจสถานภาพของตนและรู้จัก วางตัวให้เหมาะสม ส่วนผู้บริโภคนั้นต้องรู้จักเลือกที่จะบริโภคข่าวสาร ถ้าผู้อ่านไม่สนใจบริโภคการ นำเสนอข่าวสารประเภทนี้ ภาพแอบถ่ายก็จะหมดความสำคัญลงไป

บางส่วนเห็นว่าจริยธรรมหรือจรรยาบรรณวิชาชีพที่มีอยู่ มีอาจบังคับใช้ได้ในเชิงปฏิบัติ เพราะองค์กรสื่อสิ่งพิมพ์เป็นธุรกิจ ต้องอาศัยกฎหมายเพื่อเป็นตัวควบคุมและลงโทษเท่านั้น

ในขณะที่ไอฟาร์ เชื้อบาง ผู้จัดการฝ่ายกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์สยามดารา กล่าวถึงสิทธิส่วนบุคคลของบุคคลสาธารณะว่ามีไม่เท่ากันว่า สื่อจะต้องรู้จักเลือกนำเสนอเป็นรายบุคคลไป เช่น บางคนต้องการให้มาถ่ายภาพ บางคนไม่ต้องการ และแต่ละคนก็มีชื่อเสียงไม่เท่ากัน องค์กรสื่อต้องพิจารณาถึงมาตรฐานของแต่ละบุคคลด้วย

ทางด้านชาติรี ศรียาภัย นายกสสมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิง กล่าวถึงเส้นแบ่งการทำงานว่า สื่อต้องตระหนักถึงสังคมในฐานะผู้รับข่าวสารให้มาก โดยอ้างอิงเกณฑ์ทางสังคม โดยที่ ดร.จิระนิติ หะวานนท์ ผู้ช่วยผู้พิพากษาศาลฎีกาแผนกคดีอาญา กล่าวว่าเส้นแบ่งการทำงานที่ว่าต้องเริ่มมาจากองค์กรสื่อและกลุ่มวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง ความคิดเห็นดังกล่าวสอดคล้องกับความเห็นของ ผศ.นรินทร์ นำเจริญ สาขาวิชาหนังสือพิมพ์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่กล่าวถึงการสร้างหลักเกณฑ์ที่เหมาะสมในการนำเสนอภาพแอบถ่ายของสื่อ

“สื่อที่นำเสนอภาพลักษณะนี้ต้องรวมกันเป็นสมาคม และมีการร่างกฎ จริยธรรมของเขาขึ้นมาว่า การถ่ายจะสามารถไปละเมิดต่อดาราแค่ไหนอย่างไร ในสมาคมอย่างน้อยต้องมีคนหลักๆ ที่อยู่ในวิชาชีพของเขาเอง และอาจจะต้องเชิญคนนอกที่สังคมให้การยอมรับมา ดูกฎระเบียบทางจริยธรรม เพื่อร่างจริยธรรมออกมาว่าคนในสังคมยอมรับได้ว่า เราจะละเมิด เราจะไปถ่ายภาพของดาราได้ในกรณีไหนบ้าง แค่นั้นอย่างไรและเขาก็พยายามปฏิบัติตามหลักที่เขาร่างขึ้นมาเอง ให้เป็นลักษณะการควบคุมกันเอง ถ้าหากใครไปละเมิดตรงนั้นตรงนี้ออกมา จะมีการลงโทษบางอย่างในแวดวงของตัวเอง การพูดคุยในวงของเขาน่าจะเป็นทางออกที่ดี”

ผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีความคิดเห็นว่าการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนควรเกิดจากความร่วมมือของสังคม กล่าวคือ การนำเสนอภาพแอบถ่ายนั้นนอกจากองค์กรสื่อ และบุคคลสาธารณะที่เกี่ยวข้องแล้ว ยังรวมไปถึงคนทั่วไปในสังคม ซึ่งอยู่ในฐานะผู้บริโภคที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการกำหนดลักษณะการนำเสนอภาพแอบถ่าย ดังนั้น สังคมจะต้องรู้จักเลือกรับข่าวสาร ถ้าสังคมปฏิเสธหรือต่อต้านการนำเสนอข่าวที่สนับสนุนการล่วงละเมิดสิทธิส่วนบุคคล การนำเสนอข่าวภาพแอบถ่ายที่ไม่เหมาะสมก็จะถูกลดความสำคัญลงไป นอกจากนี้ กฎหมายและการปรับโทษก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยให้เกิดเส้นแบ่งความรับผิดชอบจากการละเมิดกฎหมายของบุคคลแต่ละฝ่าย ที่เหมาะสมในการปฏิบัติจริง

สุวัฒน์ ทองธนากุล ประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ กล่าวว่า พลังทางสังคมเป็นผู้กำหนดความถูกต้องทางจริยธรรมของภาพแอบถ่ายให้เกิดขึ้นจริงได้ เช่น การกดดันจากสังคม การวิพากษ์วิจารณ์ โดยที่ศาสตราจารย์ คณิง ฤาไชย นักกฎหมายอาวุโส กล่าวเน้นว่า การให้สื่อคำนึงถึง

จริยธรรมเองนั้นเป็นเรื่องยากลำบาก ฉะนั้นสังคมต้องรู้จักการเลือกรับข่าวสาร ในขณะที่ รศ.รุจ โภกมลบุตร คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ผศ. อมรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช และรศ. สดศรี เผ่าอินทร์จันทร์ คณะบดีคณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กล่าวถึงทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องโดยรวมว่า ต่างฝ่ายควรจะคำนึงถึงขอบเขตและบทบาทหน้าที่ของตน และไม่ล่วงล้ำสิทธิของใครและขณะเดียวกันก็อย่าให้ใครมาล่วงล้ำสิทธิของเรา

อาจารย์ กุลพล พลวัน อัยการอาวุโส เสนอว่า กฎหมายสามารถใช้เป็นเครื่องมือควบคุมที่ดี ครอบคลุมการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนไว้อย่างชัดเจน ซึ่งน่าจะดีกว่าการควบคุมกันเอง นอกจากนี้ยังอธิบายว่า สื่อมวลชน และบุคคลสาธารณะเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์โดยตรงจากการนำเสนอภาพแอบถ่าย ดังนั้น องค์การสื่อในฐานะผู้เผยแพร่จึงควรมีจรรยาบรรณและจริยธรรมในการถ่ายภาพ และการตีพิมพ์ภาพ ต้องคำนึงถึงสิทธิส่วนบุคคลของบุคคลสาธารณะด้วย ในขณะที่บุคคลสาธารณะนั้น ก็ควรจะเข้าใจสถานภาพของตน ในฐานะคนมีชื่อเสียง ที่ยอมเป็นที่สนใจของคนทั่วไปในวิถีชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะเรื่องส่วนตัว

เอวิตรา ศิระศาสตร์ นักแสดง สนับสนุนว่า สื่อควรต้องลดระดับความรุนแรงของเนื้อหาในภาพเพราะทำให้สังคมเสื่อมทรามลง และดารานักแสดงก็ต้องมีความจริงใจ เปิดเผยให้มากขึ้น เพราะการแอบถ่ายนั้นก็เกิดมาจากการปกปิดหรือโกหกว่าไม่มีเรื่องอะไร

มีผู้ให้สัมภาษณ์เพียงคนเดียว มีความคิดเห็นว่าการนำเอาหลักจริยธรรมหรือจรรยาบรรณวิชาชีพมาใช้ควบคุมสื่อในการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่ายไม่มีทางเกิดขึ้นได้ เพราะสื่อเป็นองค์กรธุรกิจ มีนโยบายเป้าหมาย คือ ยอดขาย ในขณะที่จรรยาบรรณและจริยธรรมอยู่คนละฝั่งกัน การนำเสนอภาพแอบถ่ายจึงมุ่งเป้าประสงค์ไปที่การทำให้บรรณนโยบายจึงเท่ากับเป็นการปฏิเสธที่จรรยาบรรณ ทั้งนี้คุณยอดบุญ ทองรุ่งโรจน์ ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยามดารา สรุปว่า ไม่มีทางที่จริยธรรมจะอยู่เหนือความถูกต้อง เพราะธุรกิจไม่เคยมีคำว่าถูกต้องอยู่แล้ว

โดยสรุป ในกระบวนการนำเสนอข่าวประเภทภาพแอบถ่ายทั้งหลาย ค่อนข้างมีจริยธรรมและจรรยาบรรณในระดับต่ำ มาตรฐานทางวิชาชีพที่มีอยู่ในปัจจุบันไม่สามารถก่อให้เกิดภาวะเบียดเบียนเฉพาะสำหรับการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่ายได้ เพราะอุปสรรคของนโยบายองค์กรที่เป็นตัวกำหนดทิศทางของจริยธรรมและจรรยาบรรณของช่างภาพและนักข่าว

จริยธรรมในข่าวภาพแอบถ่าย ต้องเริ่มที่นโยบายองค์กรเป็นจุดแรก ถ้าองค์กรยึดจริยธรรม และจรรยาบรรณ ช่างภาพและนักข่าว ก็จะยึดถือปฏิบัติตามไปด้วย และบุคคลมีชื่อเสียงจะต้องเข้าใจในสถานภาพที่ตนมี ควรวางตัวให้เหมาะสม ขณะที่ผู้อ่านเองก็ควรมีส่วนในการร่วมส่งเสียงร้องเรียนตอบกลับไปยังสื่อที่ถ่ายภาพแอบถ่ายว่ามีความคิดเห็นเสนอแนะเชิงจริยธรรมต่อสื่อหรือไม่เพียงไร ต้องเป็นผู้บริโภคสื่อที่รู้เท่าทันและแข็งขันในการตรวจสอบ นอกจากนี้ การกำหนดความผิดและบัญญัติบทลงโทษทางกฎหมายก็เป็นอีกทางที่จะช่วยให้การควบคุมทางจริยธรรมเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 6

ความคิดเห็นเชิงจริยธรรมต่อภาพแอบถ่าย

ในส่วนนี้ เป็นการศึกษาทัศนคติด้านจริยธรรมของบุคคลกลุ่มวิชาชีพต่างๆ ต่อการนำเสนอภาพแอบถ่าย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้คัดเลือกภาพแนวแอบถ่ายจำนวน 11 ภาพ จากทั้งสื่อหนังสือพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อนำมาใช้เป็นกรณีศึกษา เพื่อหาเส้นแบ่งหรือแนวทางที่เหมาะสมของการถ่ายภาพ และการคัดเลือกตีพิมพ์ จากกลุ่มบุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง โดยคัดเลือกภาพตัวอย่างจากหลักจรรยาบรรณและจริยธรรมสื่อมวลชน เช่น คุณค่าภาพถ่ายทางวารสารศาสตร์ คุณค่าข่าว และหลักกฎหมายด้านสิทธิส่วนบุคคล และจริยธรรมทางสังคม เช่น วัฒนธรรม จารีตประเพณี

ผลการศึกษาในบทนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก ๆ คือ

1. ทัศนคติและความคิดเห็นเชิงจริยธรรมของกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง
2. หลักพิจารณาการละเมิดจริยธรรมของภาพแอบถ่าย

6.1 ทัศนคติและความคิดเห็นเชิงจริยธรรมของกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง

ตัวอย่างภาพแอบถ่ายที่นำมาเป็นคำถามเพื่อหาเกณฑ์เชิงจริยธรรม มี 11 ภาพดังนี้

ภาพที่ 6 ตัวอย่างภาพแอบถ่ายที่นำมาใช้เป็นกรณีศึกษาเส้นแบ่งเชิงจริยธรรม



ภาพที่6.1 “วีรภาพพระเอกคุณภาพสาว ๆตอนเกรี้ยว”
 เนื้อหาในภาพแสดงความสัมพันธ์ของคู่รัก ซึ่งพฤติกรรมในภาพเป็นบอถึงกิจกรรมทั่วไป และแสดงความรักต่อกันโดยการโอบกอด ในช่วงเวลาส่วนตัวของดารานักแสดงที่ห้างสรรพสินค้า ใช้ลักษณะติดตามถ่าย การนำเสนอภาพเชิงคู่รักที่ใช้การอ้างอิงแหล่งที่มาและให้ความเป็นธรรมโดยการสัมภาษณ์ตัวดาราก่อนนำเสนอ ซึ่งภาพกับเนื้อหาสัมพันธ์กัน

ภาพที่6.2 “พอลล่ามีลูกอ่อนเป็นกระbungไม่กลัวแก้วบ้านใจ”
 ความสัมพันธ์ของคู่รักที่เป็นดารากับบุคคลในวงสังคม ทำกิจกรรมทั่วไป และแสดงความรักโดยการโอบกอด เป็นช่วงเวลาส่วนตัวในรีสอร์ท เป็นภาพประเภทแอบถ่าย ที่ถ่ายได้โดยบังเอิญ นำเสนอภาพในเชิงคู่รัก แบบชู้สาว มีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข่าว และมีภาพที่ไม่เหมาะสมนำมาตีพิมพ์ซึ่งอาจลวงล้าความเป็นส่วนตัว รวมถึงภาพลักษณะของดารานักแสดง



ภาพที่6.3 “บี ปิยะวรรณ จีบ พาที สารสินกลางบันไดเลื่อน”
 ภาพเป็นความสัมพันธ์คู่รักดารากับบุคคลในวงสังคม ชู้สาว ในห้างสรรพสินค้า เป็นประเภทภาพแอบถ่าย ในอิริยาบถส่วนตัวนำเสนอภาพใน

ภาพที่6.4 “มินิไฮสมีอหนัก แป้งตบบอลกระจุยออกกระจาย”
 การแข่งขันบอลเลย์บอล จัดขึ้นที่หน้าห้างเซ็นทรัลฯ ภาพเดียว พฤติกรรมในภาพดารากำลังจะลุกขึ้นจากที่นั่ง ช่วงภาพเตรียม และเจาะจงถ่ายเฉพาะอวัยวะ

<p>เซ็กซี่สาวและพลอดรัก และใช้ภาษาส่อเสียด</p>	<p>ถ่ายในลักษณะกดกล้อง การนำเสนอภาพเชิงลามก</p>
	
<p>ภาพที่ 6.5 “ต้องรัก เกาะอกหลุด งานรางวัลสุพรรณหงษ์” เนื้อหาภาพ ดาราอยู่ในพฤติกรรมที่อุจาด ชุดเกาะอกหลุด เป็นภาพที่เปลือย ถ่ายได้โดยบังเอิญ เจาะจงถ่าย และนำเสนอภาพเชิงอุจาด เรื่องทางเพศ ใช้ภาษาส่อเสียด และอ้างอิงแหล่งที่มาของข่าว</p>	<p>ภาพที่ 6.6 “ปู”ไปรยาหวิวออก ในงานเปิดตัวภาพยนตร์เรื่อง ผมมากับพระ” เนื้อหาภาพ ในช่วงเวลางาน ให้สัมภาษณ์อยู่บนเวที เป็นภาพที่เปลือย ตระเตรียม เจาะจงรูดถ่าย ถ่ายมุมซ้อนกล้อง และนำเสนอภาพเชิงอุจาด เน้นเรื่องทางเพศ ใช้ภาษาส่อเสียด และอ้างอิงแหล่งที่มาของข่าว</p>
	
<p>ภาพที่ 6.7 “จ๋วย วรทยา กางเกงลิงไผ่” เนื้อหาภาพ ดาราอยู่ในพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม งานเดินแบบ เป็นภาพที่เปลือย ตระเตรียมถ่าย มุมซ้อนกล้อง นำเสนอภาพเรื่องเพศ เชิงลามก โดยอ้างอิงที่มาของแหล่งข่าว</p>	<p>ภาพที่ 6.8 “จ๋า” เตรียมฟุ้ง ถ่ายซ้อนกัน!” เนื้อหาภาพ ดาราอยู่ในช่วงเวลางานเปิดตัวสงกรานต์ที่สาธารณะ เป็นภาพที่เปลือย ตระเตรียมแอบถ่าย เจาะจงเฉพาะอวัยวะ มุมซ้อนกล้อง นำเสนอภาพเชิงลามกอนาจาร ใช้ภาษาส่อเสียด อ้างอิงที่มาของแหล่งข่าว</p>

<p>ภาพที่ 6.9 “ซมพูหน้าหงิก...ลืมจิกแฟนมาด้วย” เนื้อหาภาพ แสดงถึง กิจธุระทั่วไป ชื่อของ คุณ โทรศัพท์ ช่วงเวลาส่วนตัว ภาพที่เฟลค ติดตามถ่าย ในที่สาธารณะ ถ่ายระยะไกลและใกล้ นำเสนอโดย ใช้ภาษาสื่อเสียด กล่าวเกินจริง</p>	<p>ภาพที่ 6.10 “วุ้นเคี้ยวค้ำมาเคี้ยวซีแพค-พิตต้า ยังก้องหากัน” เนื้อหาภาพ รูปเดี่ยว กิจธุระทั่วไป แอบถ่ายระยะไกล มุมกดกล้อง นำเสนอเชิงความสัมพันธ์ทางเพศ เรื่องชู้ สาว ใช้ภาษาสื่อเสียด เปิดเผยเรื่องส่วนตัว ภาพไม่ สัมพันธ์กับเนื้อหา</p>
	<p>ภาพที่ 6.11 “คุณพ่อดีเกิน ดีเกิน” เนื้อหาภาพ ความสัมพันธ์ของพ่อกับลูก ทำกิจธุระทั่วไป ในที่สาธารณะ เป็นภาพส่วนตัว ติดตามถ่าย ระยะไกล นำเสนอภาพเชิงครอบครัว</p>

สถาบันวิทยบริการ
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 6.1 “วีรภาพพระเอกคุณภาพสาว ๆ ตอมเกรียว”

ช็อคเด็ด

วีรภาพ พระเอกคุณภาพ สาว ๆ ตอมเกรียว

ปิ่นหยัด เป็นพระเอกแถวหน้าของเมืองท่ากอบโกมหลายปีแล้ว ด้วยฝีมือจริง ๆ ไม่ถึงนิยาย วีรภาพนำพาหล่อเหลาชวนเมกเซอร์ทุกสัดส่วน ฝีมือก็ผ่านการเจียรไนแล้ว ตีบทระงูกระชวย เป็นพระเอกที่รับประกันเรื่องดีได้ ดีอีกคนค่ายโบนักร้องจะฝากกันให้รุ่นวาย จนเรื่องนี่ต่อเรื่องใหม่ทั้งที วัยเธอร่วงเงินจะกับคอคออะไร

จับคู่นางเอกคนไหนก็แล้วแต่ ไม่ต้องลุ้นรักนอกจอ เพราะไม่ใช่ปิ่นหยัดเล่นเรื่องอะไรแฟน ๆ ก็ตั้งหน้าตั้งตาคอยตามความเคลื่อนไหวของนางเอกนางเอกนางสาวทุกคน วิถีวนเวียนมาเกือบหมดแล้ว เล่นแล้วดูขบขันเสริมทากันในรุ่นพากันดังทุก ๆ เรื่อง ส่วนหัวใจรักก็ยังไม่ได้หลุดปีกเส้าในสวาทโดยง่าย ๆ จิง ๆ ยังใช้ชีวิตอยู่คนเดียวเกี่ยวประสาการนี้ชีวิตให้คุ้มค่า บังเพราะความเป็นพ่อที่ดีก่อนจะความหาหญิงงามที่เพียบพร้อมด้วยอุปนิสัยและคุณสมบัติ มาประคับประคองดูแลลูกภาพโพปูล์

- **ผู้หญิงจะมาเป็นแม่ของลูก**
ตั้งใจทำงาน ต้องรู้จักตัวเอง รักเขาด้วยหัวใจ รักครอบครัว มันคือรู้จักการให้อภัยกันด้วย
- **เดินสิ่งดีดีจากครอบครัว**
อยากให้เป็นเหมือนแม่ได้มาก ๆ ถ้าเราทำดีกับคนในครอบครัวเราแล้ว แม่เชื่อว่าสังคมโดยรวมก็จะดีกันได้
- **ผู้หญิงน่าคบ โต มันไม่ไปเซ็กซี่**
เมื่อก่อนผู้หญิงที่คนไหนก็ได้ ขึ้นอยู่กับอารมณ์ตอนนั้น ไม่ใช่รูปร่างทั้งหมดหรอก เมื่อก่อนอยู่ตรงอารมณ์ดี ก็อยากดีดี หัวเราะง่าย ยิ้มง่าย สดใส บรรยากาศที่หน้าดูเหมือนสุดดีจริง ๆ ไม่แน่นอน
- **ทำไม่สาว ๆ ถึงหลงเสน่ห์หัวมีกหัวป่า**
ไม่มี เราเกิดกัน เป็นเพื่อน ๆ กันทั้งหมด ไม่มีอะไรกันเลย (เสียงขบขัน)
- **งดเหล้าเข้าพรรษา**
เหล้าที่ไม่มีวัน อย่างงานมันเกิดขึ้น ๆ เลี้ยงปุดเลี้ยง แต่พอพี่เลิกไปนานแล้ว เป็นคนรุ่นไปก็ไม่ดูเลย

ป้ากิด
Gossip Star

คอลัมน์พิเศษ: ปรึกษาปัญหา เรื่องรัก เรื่องชู้สาว เรื่องครอบครัว เรื่องสังคม เรื่องบันเทิง เรื่องสุขภาพ เรื่องอื่น ๆ

ภาพชุดเหตุการณ์ต่อเนื่อง ใช้ภาพเป็นตัวเล่าเรื่องความสัมพันธ์ของคู่รักดารา พฤติกรรมในภาพผู้ชายกำลังเดินโอบและกอด หยอกล้อฝ่ายหญิง ที่โรงภาพยนตร์ ช่วงเวลาส่วนตัว ถ่ายที่เปลวที่บุคคลในภาพรู้ตัวว่าถูกติดตามแอบถ่าย ทั้งมุมใกล้ ใกล้ สูง ภาพมีความคมชัดและชัดเจน นำเสนอภาพเสนอในเชิงคู่รักคู่สาว มีการเน้นพฤติกรรมที่แสดงความสัมพันธ์โดยการใช้สัญลักษณ์วงเพิ่มเติมที่มือของฝ่ายชายกำลังโอบกอดฝ่ายหญิง การนำเสนอเนื้อหาประกอบนั้น ภาพถ่ายกับเนื้อหามีความสัมพันธ์สอดคล้องตรงกัน บรรยายเนื้อความตามข้อเท็จจริงของข่าวที่เกิดขึ้นพร้อมแสดงความคิดเห็นในแง่บวกต่อบุคคลในภาพ รวมทั้งมีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข่าว และให้พื้นที่แก่ดาราโดยการสัมภาษณ์ประกอบข่าวด้วย หากพิจารณาคุณค่าของความเป็นข่าวพบว่า โดยรวมภาพข่าวนี้มีคุณสมบัติด้านเนื้อหา คือ ความสนใจ และบอกเหตุการณ์ และมีคุณค่าข่าวในเรื่องทางเพศและความเด่นความมีชื่อเสียงของบุคคลในภาพ

การตัดสินใจเชิงจริยธรรม ภาพที่ 6.1

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่า ภาพดังกล่าวถ่ายและนำเสนอได้ เนื่องจาก 1) เป็นที่สาธารณะ และ 2) พฤติกรรมของดารานำในภาพเป็นความสัมพันธ์ของคู่รักที่ไม่ได้แสดงความรักในระดับที่เกินพอดีสำหรับสังคมไทย แค่อบกอด การนำเสนอไม่ได้สร้างความเสียหายต่อบุคคลในภาพ แต่บางส่วนเห็นว่า การทำสัญลักษณ์วงกลมเฉพาะที่ไม่เหมาะสม เพราะเป็นการชี้ไปในเชิงขู่สาว และกลุ่มนักวิชาการส่วนหนึ่งเห็นว่า ไม่ควรถ่ายและไม่ควรนำเสนอ เนื่องจากพฤติกรรมการโอบกอด อาจจะดูไม่รุนแรงสำหรับสังคมไทย แต่อาจจะส่งผลต่อการรับรู้และการเลียนแบบพฤติกรรมแก่เยาวชนได้ นอกจากนี้ยังเห็นว่า การนำเสนอข่าวเชิงคู่รักไม่ได้ให้แง่คิด หรือประโยชน์ด้านใดแก่สังคมส่วนรวม

ตารางที่ 6.1 สรุปทัศนคติและความคิดเห็นเชิงจริยธรรมต่อภาพแอบถ่าย				
ลำดับ	ชื่อภาพ วิรภาพพระเอกคุณภาพสาว ๆ ตอมเกี้ยว			
	รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	การตัดสินใจทางจริยธรรม		เหตุผล
		ถ่ายได้?	นำเสนอได้?	
1	บรรณานิกรภาพข่าว หนังสือพิมพ์ คมชัดลึก	/	/	นำเสนอได้ เป็นที่สาธารณะ
2	ศิริ เหลืองสวัสดิ์ บรรณานิกร นิตยสารบันเทิง Gossip star	/	/	ดูหนังและกีซึ้นบันไดเลื่อน อันนี้ถือเป็นที่สาธารณะ ถือว่าไม่ผิดกฎหมาย
3	ทีมข่าวหนังสือพิมพ์สยามบันเทิง	/	/	ตัวรูปธรรมดา ไม่ได้แรงเกินที่จะนำเสนอ
4	โอฬาร เชื้อบาง ผู้จัดการกองบรรณานิกร หนังสือพิมพ์สยามดารา	/	/	ที่สาธารณะ เขาก็เปิดตัว และโอบกอดเฉยๆ สังคมไทยยุคใหม่ยุคนี้ การเดินโอบสังคมรับได้
5	คุณบัต (นามแฝง) ช่างภาพสยามบันเทิง	/	/	ที่สาธารณะ เสนอแล้วตัวดารานำไม่ได้เสียหาย เพราะไปจริง ๆ
6	คุณยอดบุญ ทองรุ่งโรจน์ ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยามดารา	/	/	ภาพนี้ที่สาธารณะ เสนอแล้วตัวดารานำไม่ได้เสียหาย เพราะเขาไปจริง ๆ
7	คุณแอ (นามแฝง) หัวหน้าช่างภาพนิตยสาร กอสมิปลสตาร์	/	/	โรงหนัง นำเสนอได้ เพราะว่าไม่ได้สว่างละเมิดอะไร เขา อยู่ในที่สาธารณะและก็เป็นชีวิตไลฟ์สไตล์ของเขา ที่สำคัญก็มีขอบเขตอยู่แค่นี้ภาพ ไม่ได้เข้าไปในชีวิตเขา
8	เอวิตรา ศิระศาสตร์ (นักแสดง)	/	/	ถ้าเป็นลักษณะที่เทียวแบบนี้ก็ไม่แปลกที่จะถูกถ่ายรูป เสนอแล้วไม่ได้เลวร้ายอะไร
9	พิพัฒน์ วิทยาปัญญานนท์ (พิธีกร)	/	/	ไม่เสื่อมเสียกับบุคคลในภาพ แต่ถ้าเค้าเป็นคนที่ไม่ดีส่วนใหญ่ขึ้นชอบบุคคล ในภาพ อาจจะต้อตัดบางภาพออกไป แต่อันนี้เดินตาม ติดตามถ่ายเลย

10	ตระการ พันธุมเลิศสุจี (นักแสดง)	/	/	นำเสนอได้ เพราะสถานที่สาธารณะ พฤติกรรมในภาพไม่ได้แสดงลักษณะอุจาด เป็นการแสดงความรักที่สังคมไทยยังยอมรับได้อยู่
11	สุวัฒน์ ทองธนากุล ประธานสภา การหนังสือพิมพ์แห่งชาติ	/	/	เสนอได้ไม่มีปัญหา สังคมไทยภาพแบบนี้ไม่ได้เลวร้ายอะไร
12	วิชัย วลาพล นายกสมาคม ช่างภาพสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย	/	/	ไม่ได้เสียหาย ธรรมดา คู่รัก
13	ชาติศรี ศรียาภัย นายกสมาคม ผู้สื่อข่าวบันเทิง	/	/	ภาพธรรมดา ที่สาธารณะ เดินเที่ยวห้าง พฤติกรรมในภาพรับได้ โอบ จับมือ
14	ศาสตราจารย์ คณิต ฤาไชย	/	/	ได้ เพราะกริยาของบุคคลในภาพ นำเสนอแล้วไม่เกิดความเสื่อมเสียต่อเขา
15	ดร.จิระนิติ หะวานนท์	/	/	ถ่ายได้ เพราะอยู่ในที่สาธารณะ เดินในห้าง
16	อาจารย์ กุลพล พลวัน	/	/	ไม่มีอะไร แค่ออบกอดกันธรรมดา หนุ่ม สาว สถานที่ก็ที่สาธารณะ
17	อาจารย์ นรินทร์ (สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)	/	x	มีประโยชน์อะไรที่จะนำเสนอออกมา โอบไหล่โอบกอดกันให้เด็กดู ในตัวของดารารเอง 2 คนนี้ผมไม่เห็นจะเสียหายตรงไหน เขาก็เดินไปมาได้ ถ่ายมาทำไม มีประโยชน์อะไร
18	อาจารย์ รุจ โกมลบุตร (คณะ วารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)	x	x	ถ่ายไม่ได้ ลงก็ไม่ได้ จริยธรรม สิทธิส่วนบุคคล ต่อให้เจ้าตัวรู้ ก็ไม่ได้แปลว่าลงได้
19	รศ. สดศรี เผ่าอินทร์จันทร์	/	/	เสนอได้ มันธรรมดา โลกเปลี่ยน เราได้เห็นวัฒนธรรมการโอบกอด อันนี้ไม่ได้มากมายอะไร
20	อมรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล	/	/	ถ่ายได้ ตีพิมพ์ได้ แต่ไม่น่าทำเป็นวง แต่นี่ละเอียดเกินไปมาวง เหมือนเป็นการขี้นำภาพให้ความหมายเชิงชู้สาว
หมายเหตุ / หมายถึง ได้, x หมายถึง ไม่ได้, o หมายถึง ไม่แน่ใจ				

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 6.2 “พอลล่ามีลูกอ่อนเป็นกระbungไม่กลัวเก้าบั้นใจ”



ภาพข่าวชุดเหตุการณ์ต่อเนื่อง ความสัมพันธ์ของคู่รักดารากับบุคคลในวงสังคม แสดงถึงกิจกรรมทั่วไป และความสัมพันธ์เชิงคู่สาว โดยการโอบกอด สถานที่คือรีสอร์ท ในช่วงเวลาส่วนตัว ถ่ายได้โดยบังเอิญ คุณสมบัติเรื่องความสมบูรณ์ของภาพถ่ายยังขาดองค์ประกอบเรื่องความคมชัดของตัวบุคคลในภาพ เนื่องจากมีหลายภาพที่เห็นเพียงด้านหลังของบุคคล ไม่สามารถนำสื่อได้ว่าเป็นบุคคลที่กล่าวถึง ถ้าไม่อ่านเนื้อหาข่าวของข่าวที่ลงไว้ การนำเสนอภาพเสนอในเชิงความสัมพันธ์ของคู่รักแบบคู่สาว มีบางภาพที่หมิ่นเหม่ต่อการละเมิดสิทธิสิทธิส่วนบุคคล และอาจสร้างความเสียหายต่อภาพลักษณ์ของฝ่ายหญิง การนำเสนอเนื้อหาประกอบภาพกับเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์กัน มีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข่าว และให้พื้นที่โดยการสัมภาษณ์บุคคลในภาพประกอบด้วย คุณค่าข่าวในเรื่องทางเพศและความเด่นความมีชื่อเสียงของบุคคลในภาพ

การตัดสินใจเชิงจริยธรรม ภาพที่ 6.2

ส่วนใหญ่เห็นว่า ถ่ายได้แต่ไม่ควรนำเสนอ เนื่องจากเนื้อหาแสดงถึงความเป็นส่วนตัว การโอบกอด การเปิดประตูเข้าห้องน้ำ ถือว่าล่วงล้ำความเป็นส่วนตัวของบุคคลสาธารณะ ไม่ควรนำเสนอ ซึ่งให้เห็นถึงการขาดจริยธรรม จรรยาบรรณ และขัดต่อวัฒนธรรมไทย บางส่วนเห็นว่า ภาพบางที่ตีพิมพ์ ยังขาดคุณสมบัติของภาพถ่ายที่ดี เพราะเห็นเพียงแค่ว่าข้างหลัง ไม่มีความคมชัด ไม่สามารถนำสื่อผ่านภาพได้ว่าเป็นใคร ถ้าไม่อ่านข่าวประกอบ ผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนเห็นว่า ไม่ควรถ่ายและไม่ควรนำเสนอ เนื่องจากบริบทแวดล้อมเป็นช่วงเวลาส่วนตัว เช่น การแต่งกาย และบางภาพมันขัดกับหลักจารีต วัฒนธรรมไทย ส่งผลลบต่อภาพลักษณ์ของบุคคลในภาพ และแสดงถึงความไม่มีจริยธรรมในการนำเสนอข่าว และผู้สัมภาษณ์ส่วนน้อยมีความเห็นว่า ภาพกรณีเช่นนี้สามารถถ่ายได้ และนำเสนอได้ เนื่องจาก บุคคลในภาพเปิดเผยตัวเอง และพฤติกรรมในภาพเป็นการแสดงความรักระดับทั่วไป ซึ่งสังคมยอมรับได้

ตารางที่ 6.2 สรุปทัศนคติและความคิดเห็นเชิงจริยธรรมต่อภาพแอบถ่าย				
ลำดับ	ชื่อภาพ พอลล่ามีลูกอ่อนเป็นกระbungไม่กลัวเก้าอี้			
	รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	การตัดสินใจทางจริยธรรม		เหตุผล
		ถ่ายได้?	นำเสนอได้?	
1	บรรณาธิการภาพข่าวหนังสือพิมพ์คมชัดลึก	/	/	ถ่ายได้ นำเสนอก็ได้ ถ้ามันเป็นริมของเค้า แต่มันไม่ได้ให้รายละเอียดขนาดนั้น คุณภาพของภาพไม่ชัดเจน เอาใครมาก็ได้ มันนำสื่อว่าเป็นคนนี้ได้
2	ศิริ เหลืองสวัสดิ์ บรรณาธิการนิตยสารบันเทิงGossip star	/	/	ถ่ายได้ ริมทะเลที่สาธารณะ ที่พักก็คือ พอเขาอยู่ที่ทะเลเขาก็กลับมาแล้ว จะเข้าอยู่ในที่พักเขา เขาก็พอเขาจะเข้าไปที่ที่พักเขาแล้ว เราไม่ขอถ่ายเขาในห้องนอนแล้ว แต่จริง ๆ แล้วมีภาพที่ผมไม่ให้ลงอยู่ภาพหนึ่งแต่ว่าบังเอิญหลุดออกไป ภาพนี้เข้าห้องน้ำ: แต่ก็จะหยุดที่เท่านั้น
3	ทีมข่าวหนังสือพิมพ์สยามบันเทิง	/	/	ด้วยภาพก็ไม่ได้แรง มียื่นกอดกัน คู่นี้เขาก็เปิด รู้สึกเฉย ๆ เสนอได้ อาจมองต่างกัน
4	โอฬาร เชื้อบาง ผู้จัดการกองบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์สยามดารา	x	x	พฤติกรรมแรงไป เปิดประตูเข้าห้องแล้ว จะเข้าไปถ่ายในห้องแล้ว อันนี้ทำให้คนจินตนาการ ถ้ามองในแง่จริยธรรม จารีตประเพณีไทย คงไม่เหมาะสม
5	คุณบ๊อต (นามแฝง) ช่างภาพสยามบันเทิง	x	x	พฤติกรรมไม่ถือว่าเสียหายเขาไม่ได้ทำอะไรกันรุนแรง แต่มันละเมิดสิทธิส่วนตัวเขาอยู่แล้ว เป็นส่วนตัว เวลาส่วนตัว และภาพนี่คือ เปิดประตูห้องแล้ว
6	คุณยอดบุญ ทองรุ่งโรจน์ ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยามดารา	x	x	คนรู้อยู่แล้วว่าเขาเป็นแฟนกัน ภาพกับเนื้อหา ถ้าลดลงอย่างนี้มันไม่เกี่ยวกันเลย อย่างภาพนี้ไม่ไหวแรงไป ไปถ่ายได้อย่างไร ลงไม่ได้ อย่างนี้ไม่ คุณเป็น บก. ต้องเปิดดูทุกหน้า

7	คุณเอ (นามแฝง) หัวหน้าช่างภาพ นิตยสาร กอสซิปสตาร์	/	x	คุยกันอยู่ไม่ยากให้นำเสนอ ภาพนี้ที่เข้าไปในห้องน้ำ แต่เป็น ทางเข้าห้องจบบัดนี้ก็ดี แต่ถ้ามีมากกว่านี้ก็ไม่ควรนำเสนอ แค่นี้ พอแล้วเข้าห้องนี้ควรจะปล่อยแล้ว
8	เอวิตรา ศิระศาสตร์ (นักแสดง)	x	x	กรณีนี้ที่ออกจากที่พัก ก็น่าจะมากเกินไป สำหรับภารกิจที่จะไปก้าว ก้าว ซึ่งในลักษณะนี้คือการพักผ่อนของเขาแล้ว มันดูล่องละเมิด สิทธิส่วนบุคคลไปหน่อย
9	พิพัฒน์ วิทยาปัญญาพันธ์ (พิธีกร)	x	x	มันอยู่ที่จรรยาบรรณการเขียน เขียนแล้วมันดูไม่ค่อยดี เพราะจะมอง ว่าภาพนี้มันดูเหมือนอยู่ด้วยกัน อย่างภาพนี้มันส่วนตัวแล้วนะ เปิด ประตูเข้าห้องน้ำหรือห้องอะไร
10	ตระการ พันธุมเลิศสุจี (นักแสดง)	/	/	ถ้ามองโดยรวมก็ถ่ายได้นำเสนอได้ แต่การเขียนข่าว ต้องอยู่บนฐาน ความเป็นจริง อย่างขึ้นมาแล้วทำให้เข้าใจไปในทางที่เสียหาย
11	สุวัฒน์ ทองธนากุล ประธานสภาการ หนังสือพิมพ์แห่งชาติ	/	x	เป็นเวลาส่วนตัวจริงๆ โดยความรุนแรงของภาพที่สุดแล้วก็ไม่เหมาะ นักที่จะนำเสนอ เพราะเป็นส่วนตัวเขาแล้ว
12	วิชัย วลาพล นายกสมาคมช่างภาพ สื่อมวลชนแห่งประเทศไทย	x	x	ละเมิด ตัวสถานที่ เป็นที่สาธารณะ แต่จากช่วงเวลาคือ ส่วนตัว อย่างภาพนี้คือ เปิดเข้าห้อง มันมากเกินไปเขาอยู่ในอิริยาบถที่ไม่ ต้องการเปิดเผย
13	ชาติ ศรีวิทย นายกสมาคม ผู้สื่อข่าวบันเทิง	/	/	ดูโดยภาพรวม ภาพพวกนี้ธรรมดา ไม่ได้อะไร ถ่ายได้ นำเสนอได้
14	ศาสตราจารย์ คเนิง ฤาไชย	/	x	ถ้าการนำเสนอ การเขียน ต้องไม่มีนัยยะจงคนอ่าน เพราะเป็นแค่ แฟน ไม่ใช่สามีภรรยา ขึ้นอยู่กับจริยธรรมของคนถ่ายมากกว่า กฎหมาย การเลือกมุมที่ถ่าย และการนำเสนอ
15	ดร.จิระนิตี หะวานนท์	x	x	อย่างนี้เข้าไปในห้อง ก็ไม่เหมาะสม ต้องตามถึงจรรยาบรรณ เพราะว่าการเสนอข่าวนี้ มีโอกาสทำให้สังคมเสื่อมลง คนที่ทำบาป ทำให้สังคมเสื่อมคือสื่อมวลชน ไม่ใช่เขาสองคน
16	อาจารย์ กุลพล พลวัน	x	x	เรื่องส่วนตัว การนำเสนอในระยะไปพักที่โรงแรมด้วยกันปัญหาอย่างนี้ สองคนนี้เป็นแค่แฟนไม่ใช่สามีภรรยา ภาพนี้เข้าห้องไม่ได้อยู่ในที่ สาธารณะแล้ว ไม่ใช่ที่ขายขาดแล้วไปถ่ายได้ยังไง
17	อาจารย์ นรินทร์ (สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)	x	x	ไม่ค่อยเหมาะเท่าไร ผู้หญิงเขาแต่งตัวไม่ค่อยมิดชิด แน่แน่นอนว่าเขา อยู่ในพื้นที่ค่อนข้างส่วนตัว แม้จะอยู่ในพื้นที่สาธารณะ ไปถ่ายภาพ ลักษณะอย่างนี้ผมมองว่าไม่เหมาะสม
18	อาจารย์ รุจ โกมลบุตร (คณะวารสาร ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)	x	x	ไม่ควรถ่าย ถ่ายทำไม ลงด้วย ลงแล้วได้อะไรนอกจากขายได้ ละเมิด ตั้งแต่รัฐธรรมนูญ ยันจริยธรรม นี่มันเป็นส่วนตัวแล้วนะ
19	รศ. สดศรี เผ่าอินทร์จันทร์	x	x	ถือว่าไม่เหมาะสม สำหรับสังคมไทย ส่วนตัวเขาเอง ก็ไม่เหมาะสม อยู่แล้ว แต่อันนี้คุณไปเจตนาถ่ายเขามา เขากำลังเข้าประตูห้อง
20	อมรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล	x	x	เป็นเรื่องส่วนตัวมาก ไม่น่าจะเอามาเสนอ น่าจะคำนึงถึงสิทธิส่วน บุคคลเหมือนเราทำเป็นเรื่องปกติไปแล้ว ถ้าถามว่าเป็นหน้าที่คุณใหม่ที่ จะต้องไปรู้เขานานนั้น มันละเมิดสิทธิส่วนบุคคลไป
หมายเหตุ / หมายถึง ได้, x หมายถึง ไม่ได้, o หมายถึง ไม่แน่ใจ				

ภาพที่ 6.3 “บี ปิยะวรรณ จูบ พาที สารสิน กลางบันไดเลื่อน”



ภาพข่าวเหตุการณ์ ใช้ภาพเป็นตัวดำเนินเรื่อง ความสัมพันธ์คู่รักดารากับบุคคลในวงสังคม กิจกรรมในภาพ เป็นการแสดงออกเชิงพลอดรัก ได้แก่ การจูบ ที่ห้างสรรพสินค้า ในอริยาบถส่วนตัว คุณสมบัติของภาพ นำเสนอภาพเสนอนในเชิงผู้สาวและพลอดรัก การนำเสนอเนื้อหาข่าวประกอบด้วยภาพแอบถ่ายภาพมีความสัมพันธ์กัน บรรยายตามข้อเท็จจริงประกอบการแทรกความคิดเห็นในเชิงลบ ใช้ภาษาส่อเสียดเกินจริง ไม่ปรากฏการอ้างอิงแหล่งที่มาของข่าวและการให้พื้นที่แก่ดาราในการสอบถามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยรวมการนำเสนอภาพข่าวนี้ พิจารณาตามหลักทางวารสารศาสตร์ มีคุณสมบัติความตื่นเต้น ความสนใจ บอกเหตุการณ์ และมีคุณค่าข่าวในเรื่องทางเพศและความเด่นความมีชื่อเสียงของบุคคลในภาพ

การตัดสินใจเชิงจริยธรรม ภาพที่ 6.3

ผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนเห็นว่า ถ่ายได้และนำเสนอได้ เนื่องจากเป็นสถานที่สาธารณะ แต่การประพฤติตนโดยการจุกกั้นเช่นนี้ ไม่เหมาะสมในสังคมไทย เท่ากับเป็นการสะท้อนการกระทำที่ไม่เหมาะสมของบุคคลในภาพ ขณะที่บางส่วนเห็นว่าถ่ายได้แต่ไม่ควรนำเสนอ เนื่องจากการจะถ่ายได้และจะนำเสนอต้องดูที่วัตถุประสงค์ ถ้าการลงเป็นการตีเพื่อก่อ นั่นคือสิ่งที่สังคมจะได้ สื่อสามารถนำเสนอได้ แต่ถ้าการนำเสนอไม่ได้มีแง่คิดอะไรให้สังคม ก็ไม่ควรนำเสนออย่างยิ่งเพราะอาจเป็นแบบอย่างที่ไม่ดีให้แก่เยาวชน ซึ่งกรณีนี้ไม่ได้สะท้อนอะไรให้แก่ผู้อ่านเลย นอกจากเรื่องเพศเท่านั้น และบางส่วนเห็นว่า ผู้เกี่ยวข้องต่างฝ่ายต่างก็ไม่ควรจะทำสิ่งที่ตนกระทำ คือ บุคคลในภาพไม่ควรประพฤติตัวโดยการแสดงออกทางความรักอย่างโจ่งแจ้งเช่นนี้ ช่างภาพก็ไม่ควรถ่ายมา เพราะเป็นเรื่องส่วนตัวถึงแม้อยู่ในที่สาธารณะก็ตาม และการนำเสนอข่าว ไม่ควรที่จะนำเสนอ เพราะมีภาพอีกหลายภาพเลือกลง และที่ก็ไม่ได้ให้แง่คิดที่เหมาะสมใดๆ แก่คนอ่าน

ตารางที่ 6.3 สรุปทัศนคติและความคิดเห็นเชิงจริยธรรมต่อภาพแอบถ่าย				
ลำดับ	ชื่อภาพ บี ปิยวรรณ จีบ พาที สารสิน กลางบันไดเลื่อน			
	รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	การตัดสินใจทางจริยธรรม		เหตุผล
		ถ่ายได้?	นำเสนอได้?	
1	บรรณาธิการภาพข่าวหนังสือพิมพ์คมชัดลึก	/	/	ในแว่นนี้ผมก็ว่าได้ ถ้าตามวัตถุประสงค์ของเขา เป็นที่สาธารณะ
2	ศิริ เหลืองสวัสดิ์ บรรณาธิการนิตยสารบันเทิงGossip star	/	/	สถานที่ห้าง RCA กลางบันไดเลื่อน กำลังขึ้นไปดูหนัง ที่สาธารณะ ภาพนี้ต้องการสะท้อนให้เห็นพฤติกรรมว่านี่สังคมไทยนะ ไม่ใช่เมืองนอก
3	ทีมข่าวหนังสือพิมพ์สยามบันเทิง	/	/	ถ้าเป็นที่สาธารณะ ถ้าเกิดเป็นในห้องนอนละสื่อผิด แต่ที่นี่สาธารณะมาก แล้วที่ในเมืองไทย ไม่ใช่เมืองนอก ถ้าเขาถูกถ่ายมันไม่แปลก เขาน่าจะรู้ตัวเอง
4	ไอฟาร์ เชื้อบาง ผู้จัดการกองบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์สยามดารา	/	/	เป็นที่สาธารณะ คุณจุกกั้นและโดนถ่ายมาเหมือนว่าลวงละเมิดความเป็นส่วนตัว แต่อีกทางหนึ่งต้องมองการกระทำของคนด้วย
5	คุณบ๊อด (นามแฝง) ช่างภาพสยามบันเทิง	/	x	ไม่สมควรนำเสนอ แต่คนในภาพ เค้าเป็นถึงผู้บริหาร จะทำอะไร ที่ไหน โดยเฉพาะที่สาธารณะ ก็ควรจะคำนึงถึงวัฒนธรรมด้วย
6	คุณยอดบุญ ทองรุ่งโรจน์ ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยามดารา	x	x	เขากล้าทำในที่สาธารณะ โทษทั้งสองฝ่าย คนถ่ายนี้ก็เกินไป ถ่ายไปทำไม คนลงก็เลือกไม่ได้ คนในรูปก็เกินไป ในห้างเป็นส่วนบุคคลที่มีคนสาธารณะเข้าไปใช้อย่างนี้ไปอยู่เมืองนอกดีกว่า นี่เมืองพุทธ
7	คุณเอ (นามแฝง) หัวหน้าช่างภาพ	/	/	โรงหนัง นำเสนอได้ ดูในแง่ที่สาธารณะ จุกปากเลยก็ควร

	นิตยสาร กอสมิปลสตาร์			มีอะไรหมายหัวข้อคิดไว้ เพราะที่นั่นเมืองไทย
8	เอวิตรา ศิระศาสตร์ (นักแสดง)	/	x	ถ่ายได้นะ เพราะสิ่งที่สำคัญ ต้องดูที่การเขียนข่าวอธิบายหรือวิจารณ์มากกว่าจะทำให้เกิดผลอะไรอย่างไรขึ้น ซึ่งที่เห็นการนำเสนอข่าวเนื้อหาข่าวมันไม่ใช่ดีเพื่อก่อ ก็ไม่ควรนำเสนอ
9	พิพัฒน์ วิทยปัญญาภรณ์ (พิธีกร)	/	x	ถ่ายได้แต่ไม่ควรนำเสนอ มันขัดกับวัฒนธรรมไทย แล้วอีกอย่างเนื้อหาที่ลงก็ไม่ใช่เชิงตำหนิว่าพฤติกรรมที่สองคนนี้กำลังทำอยู่นี้มันไม่ควรเอาอย่าง เลยหาประโยชน์จากการนำเสนอไม่ได้
10	ตระการ พันธุมเลิศสุจี (นักแสดง)	/	/	นี่ที่ห่าง คนพลุกพล่าน การจะจับกันในที่สาธารณะจะมาอ้างว่าจะเมิดไม่ได้
11	สุวัฒน์ ทองธนากุล ประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ	/	/	เป็นที่สาธารณะ เป็นตัวบอกให้เขารับรู้ว่าการแสดงออกควรจะดูให้เหมาะสม จะตีกลับไปเจ้าตัวด้วยซ้ำไป
12	วิชัย วลาพล นายกสมาคมช่างภาพสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย	/	/	การจับกัน เรื่องค่อนข้างส่วนตัว แต่คนนำมาเปิดเผยที่สาธารณะด้วยตัวคุณเอง
13	ชาติศรี ศรียาภัย นายกสมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิง	/	/	จับกันในที่สาธารณะ ถ้าเขาจับกันที่โรงเรือนว่าไปอย่างอื่นนั้นจับกันในที่สาธารณะ ฝรั่งเศสค่าเขาก็จับกัน
14	ศาสตราจารย์ คณิง ฤาไชย	/	x	ถ่ายได้แต่ ต้องดูเนื้อหาความด้วยว่าเกินจริงไหม ถ้าเป็นการนำเสนอเน้นที่การตีเพื่อก่อนนำเสนอได้ เพราะมีประโยชน์ชี้ให้เห็นอะไรควรไม่ควร แต่เนื้อหาไม่ใช่แบบนี้ ก็ไม่ควรจะนำเสนอ
15	ดร.จิระนิตี หะวานนท์	/	x	ในที่สาธารณะ ในสังคมไทย ต้องระวังการแสดงออก แต่ในการนำเสนอไม่มีประโยชน์อะไร กับสาธารณชน ไม่น่าจะเป็นข่าว
16	อาจารย์ กุลพล พลวัน	/	x	ห่างที่เป็นบันไดเลื่อนมันเป็นที่สาธารณะ เรื่องนี้ต้องโทษคนจับ
17	อาจารย์ นรินทร์ (สื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยเชียงใหม่)	x	x	ไม่เห็นคุณค่าความเป็นข่าวว่าน่าจะมาถ่ายและมานำเสนอตรงไหน คนจับกันก็เรื่องของเขา การนำเสนอนี้คือ คล้ายกับเผยแพร่ภาพลามก อนาคตอย่างนั้นมากกว่า
18	อาจารย์ รุจ โภมลบุตร (คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)	x	x	เรื่องส่วนตัวในที่สาธารณะ ถ้าข่าวนี้ให้แง่คิดเตือนสติสังคมก็เสมอตัว ถ้าไม่ได้แง่คิดประโยชน์ใด ก็ไม่รู้ว่าจะทำไปทำไม ซึ่งเนื้อหาที่ลงไม่ได้ให้แง่คิดใด
19	รศ. สดศรี เผ่าอินทร์จันทร์	/	/	ตำหนิขั้บเจค เป็นบุคคลสาธารณะมาทำอย่างนี้ก็สะท้อนให้เห็นว่าคุณไม่มีวัฒนธรรม
20	อมรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล	x	x	ไม่น่าจะไปถ่าย แต่อย่างว่าคนในภาพก็ดูไม่สนใจ เพราะรู้อยู่แล้วว่ามันที่สาธารณะ ภาพนี้นำเสนอแล้วไม่ได้ประโยชน์อะไร
หมายเหตุ / หมายถึง ได้, x หมายถึง ไม่ได้, o หมายถึง ไม่แน่ใจ				

ภาพที่4 “มินิไฮสมือหนัก แบ่งตบบอลกระจุยออกกระจาย”



รวมรูปเหตุการณ์ กิจกรรมทั่วไป การลุกนั่ง พุดคุย ในช่วงเวลางาน เป็นช่วงพักการแข่งขันวอลเลย์บอลของกลุ่มดาราหญิง ในงานสิงห์ ซัมเมอร์ปาร์ตี้ ห้างเซ็นทรัลเวิลด์ ถ่ายลักษณะที่เผลอ ตระเตรียมถ่าย และเจาะจงถ่ายเฉพาะอวัยวะส่วนสววน คือ หน้าอก ในระยะใกล้ และถ่ายในลักษณะมุกกต นำเสนอภาพเชิงลามก เนื้อหาใช้ภาษาส่อเสียด ชื่นาเชิงลามก มีอ้างอิงแหล่งที่มาของข่าว แต่ไม่มีการให้พื้นที่แก่ดาราในการสอบถามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยรวมการนำเสนอภาพข่าวนี้ พิจารณาตามหลักทางวารสารศาสตร์ มีคุณสมบัติด้านเนื้อหา คือความสนใจ และบอกเหตุการณ์ มีคุณค่าข่าวในเรื่องทางเพศและความมีชื่อเสียงของบุคคลในภาพ

การตัดสินใจเชิงจริยธรรม ภาพที่ 6.4

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่า ภาพลักษณะนี้ ถ่ายได้และนำเสนอได้ เนื่องจากอยู่ในช่วงเวลางาน ซึ่งเป็นที่สาธารณะ ดาราผู้ตัวว่ามีช่างภาพ ประกอบกับชุดที่ใส่ค่อนข้างเซ็กซี่ ซึ่งดาราควรต้องระมัดระวังตนเอง แต่บางส่วนเห็นว่าถ่ายได้แต่ไม่ควรนำเสนอ เนื่องจาก การนำเสนอภาพเชิงลามกไม่ได้ก่อให้เกิดประโยชน์ นอกไปจากแค่ความบันเทิงในอารมณ์สำหรับคนบางกลุ่ม และบางส่วนเห็นว่าไม่ควรถ่ายและไม่ควรนำเสนอ เนื่องจากการถ่ายภาพเช่นนี้ ช่างภาพต้องมีเจตนา รอจังหวะเพื่อที่จะถ่าย ซึ่งการกระทำดังกล่าวเท่ากับว่าช่างภาพไม่มีจริยธรรมและจรรยาบรรณ งานลักษณะนี้มีโอกาสที่จะได้ภาพสวยงามที่เสนอแล้ว ไม่มุ่งชี้ไปในเรื่องเพศ เช่นเดียวกับการตีพิมพ์มีภาพสวยงามมากมายให้เลือกนำเสนอ ไม่ใช่แค่เจาะจงนำเสนอออกมาในเชิงลามก

ตารางที่ 6.4 สรุปทัศนคติและความคิดเห็นเชิงจริยธรรมต่อภาพแอบถ่าย				
ลำดับ	ชื่อภาพ มินิไซส์มือหนัก แบ่งตบบอลกระจุยออกกระจาย			
	รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	การตัดสินใจทางจริยธรรม		เหตุผล
		ถ่ายได้?	นำเสนอได้?	
1	บรรณาธิการภาพข่าวหนังสือพิมพ์คมชัดลึก	x	o	ช่างภาพจงใจไป focus เกินไป ในเวลางานอย่างนี้ ถ้าในลักษณะเขาทำกิจกรรม กำลัง present กำลังเล่นอย่างนี้ มีวิธีการถ่ายรูปและวิธีการนำเสนอได้มากกว่านี้
2	ศิริ เหลืองสวัสดิ์ บรรณาธิการนิตยสารบันเทิงGossip star	x	x	แสดงถึงศีลธรรม จรรยาบรรณของคนถ่ายกับคนเลือก และนโยบายของแต่ละหัว แต่เราไม่ทำ ถ้าได้มากก็ไม่ลง
3	ทีมข่าวหนังสือพิมพ์สยามบันเทิง	/	/	ชุดใส่เซ็กซี่อยู่แล้วขอโทษนะ ไม่ได้เห็นหัวนม ไม่ได้เห็นข้างล่าง แค่เห็นเนินอกในความรู้สึก เพราะภาพนี้ไปในงานแล้วเขาหลุด คนถ่ายก็ถ่ายมา เขาต้องนำเสนองาน
4	โอฬาร เชื้อบาง ผู้จัดการกองบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์สยามดารา	/	/	อยู่ที่การแต่งตัวเขาด้วย คือ เขาก็รู้ว่าเป็นงานที่เชิญนักข่าวมาถ่ายแล้วไปโมท เขาต้องระวังตัว อันนี้น่าจะลงได้
5	คุณบ๊อด (นามแฝง) ช่างภาพสยามบันเทิง	/	/	ดาราไม่รู้ตัว เขาทำงานนี้เขามีสิทธิ์จะเลือกชุดว่าชุดเขาไปไป เขาทำงานตกลงเรื่องรายละเอียดทุกอย่าง ชุดถ้าไปใหม่ ก็ต่อรองได้
6	คุณยอดบุญ ทองรุ่งโรจน์ ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยามดารา	/	x	ส่วนตัวไม่อยากจะให้นำเสนอ แต่เป็นหน้าที่ที่ต้องทำ ชุดที่ใส่มันก็ส่งเสริมด้วย และบางครั้งก็อยากจะโชว์ เพราะสื่อเป็นคนสร้างขึ้นมาจากคนนี้เป็นดาราแนวเซ็กซี่
7	คุณเอ (นามแฝง) หัวหน้าช่างภาพนิตยสาร กอสซิปสตาร์	/	/	ภาพในงาน เป็นแนวเซ็กซี่ และชุดที่ใส่ก็ด้วย มันก็เอื้อให้เห็น
8	เอวิตรา ศิระศาสตร์ (นักแสดง)	/	/	มันออกมาในแง่ของความเซ็กซี่
9	พิพัฒน์ วิทยานันท์ (พิธีกร)	/	/	เป็นภาพงาน และด้วยชุดที่ใส่ มันเอื้อต่อการโชว์

				เหมือนกัน ออกมาเช็ทที่มากกว่า
10	ตระการ พันธุมเลิศสุจี (นักแสดง)	/	/	ภาพนี้มันด้วยชุดที่ใส่ ด้วยลักษณะของงานที่กำลังนำเสนอ คือ แคเช็ท
11	สุวัฒน์ ทองธนากุล ประธานสภากรหนังสือพิมพ์แห่งชาติ	/	/	ในเวลางาน แล้วชุดเค้าก็เป็นแบบนี้ เห็นแล้วไม่ได้รู้สึกดูจาอะไร
12	วิชัย วลาพล นายกสมาคมช่างภาพสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย	/	/	ไม่น่าเกลียดนะเหมือนเช็ทที่มากกว่า เป็นภาพ action นำเสนองานปกติ
13	ชาติ ศรียาภัย นายกสมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิง	/	/	โอเค เป็นภาพแนวเช็ท ปกตินะ ไม่ได้ลามกอะไร
14	ศาสตราจารย์ คณิง ฤาไชย	/	/	ภาพนี้ เค้าอยู่ในงาน นำเสนองาน มีช่างภาพหลายคน ดูแล้วไม่ได้มาเกลียดอะไร
15	ดร.จิระนิตี ทะวานนท์	/	/	ภาพลักษณะนี้ ดูแล้วมันไม่ได้ไปอะไร นำเสนอได้ ไม่ได้ทำให้คนในภาพเสียหาย
16	อาจารย์ กุลพล พลวัน	/	/	อยู่ในเวลางาน แล้วชุดก็ใช้ว่าจะมิดชิดอยู่แล้ว มันแคเช็ทที่มากกว่า
17	อาจารย์ นรินทร์ (สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)	x	o	ไม่เหมาะสม เวลาจะถ่ายภาพเขามีวิธีการตั้งเยอะเยะเขยื้อน เขานั่ง มีวิธีการถ่าย แต่อันนี้กล้องเล็ง focus ไปเจาะจงตรงนี้
18	อาจารย์ รุจ โภมลบุตร (คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)	x	x	ภาพไม่ได้เป็นตัวแทนได้เลย ซึ่งอันนี้เห็นชัดกว่าประเด็นก็คือว่า ถ้าบอกว่าชุดนี้เนื่องจากงานแบบนี้ ภาพนี้ไม่สื่อความแบบนั้น ภาพนี้สื่อความว่าจะโชว์นม
19	รศ. สดศรี เผ่าอินทร์จันทร์	/	/	ถ่ายได้ แต่เอามาลงเหมาะสมไหม อย่างภาพนี้ เดี่ยวนี้เรื่องธรรมดา ต่างฝ่ายต่างเป็นเหยื่อซึ่งกันและกัน ดาราก็อยากให้ถ่าย ช่างภาพก็อยากจะเอามาขาย
20	อมรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล	/	/	ดูแล้วธรรมดา ผู้หญิงใส่ชุดกีฬา ตามคอนเซปของงาน
หมายเหตุ / หมายถึง ได้, x หมายถึง ไม่ได้, o หมายถึง ไม่แน่ใจ				

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 6.5 “ต้องรักได้เสียแข็งชายเต้า งานรางวัลสุพรรณหงษ์”



ภาพข่าวเหตุการณ์ พุทธศักราชที่ปรากฏในภาพชุดเกาะอกที่สวมใส่ร่วงหลุดลงมาจนเผยให้เห็นอวัยวะที่ควรปกปิด สถานที่ที่เป็นที่สาธารณะ กิจกรรมในภาพเป็นงานสังคมสาธารณะที่ช่างภาพได้รับเชิญไปงาน เป็นภาพถ่ายที่เผลอที่บุคคลภาพรู้ตัวว่ากำลังถูกถ่าย ถ่ายได้โดยบังเอิญ ในระยะใกล้ โดยเจาะจงถ่ายเฉพาะบุคคล การนำเสนอภาพนั้น เสนอภาพในเชิงอนาจาร มีการเซ็นเซอร์ที่อวัยวะควรสงวน การนำเสนอเนื้อหาประกอบ ภาพกับเนื้อหา มีความสัมพันธ์กัน การบรรยายเนื้อหาบรรยายตามข้อเท็จจริงของภาพ ประกอบการแสดงความคิดเห็น และการกล่าวพาดพิงในทางลบ ใช้ภาษาส่อเสียด มีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข่าว และให้พื้นที่โดยการสัมภาษณ์บุคคลในภาพประกอบด้วย พิจารณาตามหลักทฤษฎีวารสารศาสตร์ โดยรวมการนำเสนอภาพข่าวนี้นี้ มีคุณสมบัติด้านเนื้อหา คือ ความตื่นเต้น ความสนใจ และบอกเหตุการณ์ มีคุณค่าข่าวในเรื่องทางเพศและความเด่นความมีชื่อเสียงของบุคคลในภาพ

การตัดสินใจเชิงจริยธรรม ภาพที่ 6.5

ผู้ให้สัมภาษณ์ ส่วนใหญ่เห็นว่าถ่ายได้และนำเสนอได้ เนื่องจากเป็นภาพที่ถ่าย ได้มาโดยบังเอิญ ในงานที่ช่างภาพได้รับเชิญไป ถึงเหตุการณ์ในภาพไม่เหมาะสมที่จะนำเสนอ แต่ก็มี การเซ็นเซอร์ก่อนนำเสนอ ประกอบกับนัยยะในการจงใจของดาราที่ตั้งใจให้เกิดขึ้น จึงเป็นการสะท้อนความระมัดระวังในการแต่งกายของดารา แต่บางส่วนเห็นว่า ถ่ายได้ เพราะอยู่ในงาน เกิดขึ้นโดยบังเอิญ แต่ไม่ควรนำเสนอ เนื่องจากส่งผลลบต่อภาพลักษณ์ของบุคคลในภาพ ประกอบกับการนำเสนอให้ความสำคัญกับเรื่องเจตนาของบุคคลในภาพ ว่าตั้งใจให้หลุดหรือไม่ ซึ่งการนำเสนอเช่นนี้ไม่ได้ให้ข้อคิดใดแก่สังคมไปมากกว่า การนำเสนอเชิงลามก

ตารางที่ 6.5 สรุปทัศนคติและความคิดเห็นเชิงจริยธรรมต่อภาพแอบถ่าย				
ลำดับ	ชื่อภาพ ต้องรักได้เสียแข็งขायเต้า งานรางวัลสุพรรณหงษ์			
	รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	การตัดสินใจทางจริยธรรม		เหตุผล
		ถ่ายได้?	นำเสนอได้?	
1	บรรณาธิการภาพข่าวหนังสือพิมพ์คมชัดลึก	/	/	โอเคนะ มันได้มาโดยบังเอิญ ภาพนี้ได้กันได้นะคนหลายสิบชื่อ
2	ศิริ เหลืองสวัสดิ์ บรรณาธิการนิตยสารบันเทิงGossip star	/	o	เป็นการจงใจของดารา ช่างภาพไม่ผิดที่จะถ่ายแล้ว เป็นการได้มาโดยบังเอิญ ไม่ได้เจตนาไปส่องอะไร แต่การเลือกนำเสนอ ควรหรือไม่ควรแล้วแต่นโยบายแต่ละเล่มดีกว่า
3	ทีมข่าวหนังสือพิมพ์สยามบันเทิง	/	/	ภาพนี้ไปในงานแล้วเขาหลุด เขาต้องการที่จะนำเสนอตัวของฉบับเราก็เซ็นเซอร์ให้ เหมือนกับภาพประกอบข่าว
4	โอฬาร เชื้อบาง ผู้จัดรายการบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์สยามดารา	/	/	นำเสนอได้ในแง่ของที่ปัญหาสังคมว่า คุณแต่งตัวอย่างนี้แล้วยังยิ้ม และหลายชื่อตมมากไม่ใช่แค่ชื่อนี้ชื่อเดียว ก็ลงได้ ภาพลงข่าวโดยประนามเขา ไม่ได้ประนามช่างภาพเขาประนามตัวคน
5	คุณบัต (นามแฝง) ช่างภาพสยามบันเทิง	/	/	อันนี้ตั้งใจหลุด ช่างภาพได้กันหมด ยืนยิ้มให้ถ่ายนานมากๆ
6	คุณยอดบุญ ทองรุ่งโรจน์ ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยามดารา	/	/	อันนี้อาจจะอยากโชว์ งานสุพรรณหงษ์ คุณออกสื่อคุณมีงาน วัดดวงไปเลย
7	คุณเอ (นามแฝง) หัวหน้าช่างภาพนิตยสาร กอสซิปสตาร์	/	x	โดยบังเอิญ การนำเสนออาจจะก้ำกึ่ง แต่ถ้าแบบว่าคาดตัวดาราจะคงดีกว่า ผมว่าไม่ควรนำเสนอ แต่ภาพข่าวอย่างนี้ลงหนังสือพิมพ์กันเยอะ
8	เอวิตรา ศิระศาสตร์ (นักแสดง)	/	/	อันนี้ต้องบอกว่าโทษช่างภาพไม่ได้ เพราะว่ามันเป็นความตั้งใจของเขาที่จะโชว์
9	พิพัฒน์ วิทยาลัยนานาชาติ (พิธีกร)	/	x	อันนี้ก็ไม่ควรที่จะนำเสนอ มันเกินไป ที่สื่อเสนอเพื่อที่จะบอกว่านี่ดูดีดูดีไม่รู้สึกตัวจริงๆ เหวอดาราทำหลุดเอง ไม่ได้ตั้งใจจริงจิงหะถ่าย
10	ตระการ พันธุ์เลิศสุจี (นักแสดง)	/	/	ถ่ายได้ เพราะเค้าตั้งใจจะให้ถ่ายเลย นำเสนอได้ เพราะเซ็นเซอร์หัวนมให้แล้ว ทำให้ภาพมันดูแล้วไม่จุจาด
11	สุวัฒน์ ทองธนากุล ประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ	/	/	ไม่เสียหายอะไร มางาน ยืนยิ้มให้ถ่ายเลย
12	วิชัย วลาพล นายกสมาคมช่างภาพสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย	/	/	อันนี้ยังไม่น่าเกลียดใหญ่ เพราะว่าดาราเขาตั้งใจ อันนี้ใครๆ ก็ถ่ายได้ เขาต้องการมาโชว์
13	ชาติรี ศรียาภัย นายกสมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิง	/	/	เป็นปกติที่ต้องถ่าย นำเสนอได้ เพราะกฎหมายของทางด้านสื่อสิ่งพิมพ์ คืออย่าให้เห็นชัดเจนบริเวณที่หัวหรืออวัยวะสาวใดส่วนหนึ่ง 3 จุด เขาปิดภาพก็ออกได้แล้ว
14	ศาสตราจารย์ คณิต ฤาไชย	/	x	ไม่ควรลง เนื้อหาบอกว่าคนในภาพตั้งใจให้เห็น แต่การที่

				เค้าจะตั้งใจโชว์หรือไม่ มันก็ไม่ได้หมายความว่าคุณจะลงได้ ต้องถามว่าการนำเสนอข่าวนี้ มันเป็นการจับผิดมากกว่าว่าดาราคอนนี้ตั้งใจโชว์หรือไม่ ซึ่งนำเสนอแล้วนอกจากความตื่นเต้น สะใจ แล้วมันมีอะไรที่ให้แก่สังคมไหม
15	ดร.จิระนิตี หะวานนท์	/	x	ภาพนี้ถ่ายได้ เพราะคนนี้เขา present ตัวออกมาใช้ใหม่ มาในงานที่รู้ว่าสื่อมวลชนเยอะ เป็นที่สาธารณะ แสดงว่าเขาอยากให้ถ่าย แต่พอหลุด การจะเอามาลงภาพนั้นก็ไปอยู่แล้วและเจตนาการลงของสื่อ ตั้งใจเอามาประจาน เขาทำให้เขาเสียหายหรือไม่ ซึ่งถ้าตั้งใจจะทำให้เขาเสียหาย ก็ควรลงโทษฐานอนาจารได้
16	อาจารย์ กุลพล พลวัน	/	/	เจ้าตัวเค้าหลุดเองเลยภาพนี้ ช่างภาพถ่ายได้ทั้งหมด ไม่มีทางที่เค้าไม่รู้ว่าจะหลุด แล้วทำไมไม่ตั้งขึ้นมา
17	อาจารย์ นรินทร์ (สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)	/	x	อันนี้แสดงเจตนาอย่างชัดเจนว่าดาราคอนนี้เขาอยากโชว์ แต่การเลือกภาพนี้มานำเสนอผ่านสาธารณะมันอยู่ในรูปแบบลามกอนาจาร ก็ไม่ควรลง
18	อาจารย์ รุจ โกมลบุตร (คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)	/	x	อันนี้สีเทา ดาราก็โชว์ แต่อย่างไร ต่อให้เขาแก้ผ้าเดินก็ไม่มีสิทธิถ่ายเขา ต้องดูที่เนื้อหาเกี่ยวกับอีกเรื่องหนึ่ง ว่าเรื่องนี้เป็นข่าวใหม่ และเป็นข่าวเพราะอะไร แต่การนำเสนอ เห็นว่าประเด็นคือ แก่ลึงนมหรือไม่แก่ลึง ต้องถามว่าลงแบบนี้ลงทำไม ไม่ควรลง
19	รศ. สดศรี เผ่าอินทร์จันทร์	/	/	ถ่ายได้ แต่เอามาลงเหมาะสมไหม เนื้อหา คือ ต้องการดูว่าดารารำใจหรือไม่จริงใจ เพื่ออะไรไม่ควรลง แต่เป็นปกติ ช่างภาพก็จ้องอยู่แล้ว พวกนี้ก็ชอบโชว์ มางานที่เป็นสาธารณะ เขาต้องรู้ แต่อยู่ที่ตัวเขาต่างหาก เขาอยากเสนอ
20	อมรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล	/	x	ไม่ควรลง แต่เป็นปกติ ช่างภาพก็จ้องอยู่แล้ว พวกนี้ก็ชอบโชว์ มางานที่เป็นสาธารณะ เขาต้องรู้ แต่อยู่ที่ตัวเขาต่างหาก เขาอยากเสนอ
หมายเหตุ / หมายถึง ได้, x หมายถึง ไม่ได้, o หมายถึง ไม่แน่ใจ				

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 6.6 “ร่อหวอมาแล้ว ‘ปู้’ลึงเฝือก”



การตัดสินใจเชิงจริยธรรม ภาพที่ 6.6

ผู้ให้สัมภาษณ์ ส่วนใหญ่เห็นว่า ไม่ควรถ่ายและไม่ควรนำเสนอ เนื่องจากการถ่ายเห็นชัดว่า ช่างภาพมีเจตนาที่จะรอให้ได้จังหวะที่ดาราเผลอ และเจาะจงถ่าย การนำเสนอภาพนั้นให้เห็นว่า ต้องการนำเสนอในเชิงลามก ซึ่งสังคมไม่ได้ประโยชน์หรือแ่ก่คิดใดจากการนำเสนอลักษณะนี้ บางส่วนเห็นว่า ถ่ายได้แต่ไม่ควรนำเสนอ เนื่องจาก การถ่ายภาพของช่างเป็นลักษณะกดรัวจึงไม่ แปลกที่จะได้ภาพหลุดๆติดมา แต่จรรยาบรรณต้องถามที่คนเลือกนำเสนอ การนำเสนอภาพลักษณะ นี้ชี้ให้เห็นว่าผู้คัดเลือกนั้นไม่มีจรรยาบรรณและจริยธรรมในวิชาชีพแต่อย่างใด และบางส่วนมีความเห็นว่า ถ่ายได้และนำเสนอได้ เนื่องจากเป็นภาพงานแถลงข่าว อยู่ในที่สาธารณะ และดาราก็รู้ว่า มีช่างภาพไปทำข่าว ดาราจะต้องรู้จักระมัดระวังตนเองมากกว่า นอกจากนี้การนำเสนอภาพ ลักษณะหลุดนึ่งไปนั้น สำหรับสังคมสื่อปัจจุบันนี้ก็ถือเป็นเรื่องธรรมดาแล้ว เพราะด้วยบุคคลและ ลักษณะของภาพนั้น ขยายได้ ถึงอย่างไรก็ต้องลง

ตารางที่ 6.6 สรุปทัศนคติและความคิดเห็นเชิงจริยธรรมต่อภาพแอบถ่าย				
ลำดับ	ชื่อภาพ รอหวนมาแล้ว 'ปลู'ลึงเผือก			
	รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	การตัดสินใจทางจริยธรรม		เหตุผล
		ถ่ายได้?	นำเสนอได้?	
1	บรรณาธิการภาพข่าวหนังสือพิมพ์คมชัดลึก	x	x	เจตนาที่เขาลงไปมันเจาะจง แสดงว่าเขาเจตนาจริงๆ รู้ว่าเขาหลุด แล้วยังตั้งใจเล่น
2	ศิริ เหลืองสวัสดิ์ บรรณาธิการนิตยสารบันเทิงGossip star	x	x	คนถ่ายอยู่ต่ำกว่า การถ่ายกับการเลือกนำเสนอ มันอยู่ที่นโยบาย แต่เราไม่ถ่าย ไม่เล่นภาพแบบนี้
3	ทีมข่าวหนังสือพิมพ์สยามบันเทิง	/	/	ภาพมันขยายได้ ตัวบุคคลนั้นดั่ง เป็นสิ่งที่เขาต้องขาย ส่วนตัวเป็นช่วงจังหวะที่เขาหลง เพราะด้วยกระโปรง ต่อให้ยาวกว่านั้นก็เห็นอย่างนี้
4	ไอฟาร์ เชื้อบาง ผู้จัดการกองบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์สยามดารา	/	/	ภาพอย่างนี้ส่วนใหญ่มีก็ต้องลง แต่ดาราเอง ต้องมองว่าคุณแต่งชุดอย่างนี้มาคุณต้องระวังด้วยถ้าเป็นเมื่อก่อนช่างภาพหรือว่าสื่อจะโดนว่าเยอะ แต่เดี๋ยวนี้อาจจะธรรมดาไปแล้ว
5	คุณบ๊อด (นามแฝง) ช่างภาพสยามบันเทิง	x	x	ภาพนี้มันมุกล่องซ้อนขึ้นไป เจตนา ไม่ได้มาเหมือนกัน ขึ้นอยู่กับจริยธรรม ช่างภาพตอนถ่ายคุณช่วย save เขาด้วยไหม ถ้าเอามาลงอย่างนี้ได้อย่างไรไม่ได้อยู่แล้ว
6	คุณยอดบุญ ทองรุ่งโรจน์ ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยามดารา	x	x	ไม่มีกรทำได้โดยบังเอิญ กับภาพลักษณะนี้ไม่มีแล้ว ดูจากรูปร่างสูงช่างภาพหนึ่งต่ำ กระโปรงสั้น ผมว่าไม่ควรลง
7	คุณเอ (นามแฝง) หัวหน้าช่างภาพนิตยสาร กอสซิปสตาร์	x	x	ไม่ควรนำเสนอเลย คนถ่าย ถ่ายเฉพาะหน้าก็พอ นี่คนถ่ายเจตนาที่จะเอาตรงนี้ ภาพอย่างนี้เขามีสิทธิฟ้อง

8	เอวิตรา ศิระศาสตร์ (นักแสดง)	/	x	ช่างภาพอาจจะไม่ได้ตั้งใจถ่าย เห็นโดยบังเอิญ การนำเสนอภาพนี้ไม่ได้เห็นว่าก่อให้เกิดความเขินอายแต่ประการใด ก่อให้เกิดความรู้สึกในแง่ลบอย่างนั้นมากกว่า
9	พิพัฒน์ วิทยาปัญญาพันธ์ (พิธีกร)	x	x	ดูมันเหมือนกับภาพหลุด แต่อันนี้คือ ช่างภาพตั้งใจเลย เพราะเห็นอยู่แล้วว่ามันนี่ไม่ควรที่จะถ่าย
10	ตระการ พันธุมเลิศรุจี (นักแสดง)	x	x	ช่างภาพจงใจ ตั้งใจรอจังหวะแล้วถ่าย ไม่ควรนำเสนอ มันไม่ได้ประโยชน์อะไรจากการนำเสนอ แม้แต่ความบันเทิงใจ
11	สุวัฒน์ ทองธนากุล ประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ	x	x	อย่างนี้ดูจะเจตนาถ่าย แต่ที่สำคัญการคัดเลือก ถามว่ามีภาพอื่นให้ลงได้ไหม
12	วิชัย วลาพล นายกสมาคมช่างภาพสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย	/	x	อันนี้ไม่มีป้อย จนเป็นเรื่องธรรมดาไปแล้ว เพียงแต่ว่าคนคัดเลือกต้องมีจิตสำนึกว่าควรจะลงหรือไม่ลง
13	ชาติรี ศรียาภัย นายกสมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิง	x	x	เจตนาถ่ายเลย ไม่ควรตีพิมพ์ แต่อย่างว่าขึ้นอยู่กับ บก สื่อมวลชน อยู่ที่ บก. จะเลือกภาพไหน
14	ศาสตราจารย์ คณิง ฤาไชย	/	/	อันนี้มากไป รอถ่าย ถ้าลงหนังสือประเภทนี้ก็คงจะได้ เพราะหนังสือพวกนี้เป็นอย่างนั้น
15	ดร.จิระนิตี หะวานนท์	x	x	ไม่ควรนะ ไม่ไป แต่ดูแล้วมีความรู้สึกว่าจะหึงใจ ทั้งคนถ่าย คนลง และอ่าน เพราะภาพมันบอกรสนิยมของคนได้เลย
16	อาจารย์ กุลพล พลวัน	/	x	มันเป็นภาพหลุดเจ้าตัวเองนี่เปิดเอง เยอรับสภาพ แต่ก็ไม่เหมาะที่จะลง เพราะตรงนั้นมันที่เป็นส่วนตัว ที่สงวนของเขา
17	อาจารย์ นรินทร์ (สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)	/	x	ไม่เหมาะ สื่อออกมาเชิงลามก อนาคต ภาพนี้การถ่าย ไม่น่าจะละเมิดอะไรมากมาย แต่ว่า ไม่เหมาะสมที่จะนำเสนอ
18	อาจารย์ รุจ โกมลบุตร (คณบดีวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)	/	x	อยู่ที่คนเลือกภาพ ถ่ายติดมาได้ แต่เอาลงทำไม
19	รศ. สดศรี เผ่าอินทร์จันทร์	/	x	อย่างนี้ก็ไม่จิริยธรรม คนถ่ายอาจจะแถมชู้มได้ว่าไม่ได้เจตนา กระป๋องสั้น แต่ไม่ควรลง
20	อมรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล	/	/	ได้โดยบังเอิญ กดไปเรื่อย ๆ และเขาหลุดของเขาเอง และเขาอยู่ในที่สาธารณะไม่ใช่หรือ
หมายเหตุ / หมายถึง ได้, x หมายถึง ไม่ได้, o หมายถึง ไม่แน่ใจ				

ภาพที่ 6.7 “ถ่ายซ้อนใต้กระโปรง ‘กัปตัน’ แค้นแทน ‘จ้อย’ ”



ภาพข่าวเหตุการณ์ รูปเดี่ยว ชีวิตประจำวัน ในช่วงเวลางาน สถานที่ที่เป็นห้างสรรพสินค้า กิจกรรมในภาพเป็นงานเดินแฟชั่นของดารา ซึ่งมีช่างภาพไปร่วมงาน เป็นภาพถ่ายที่เปลือย ตระเตรียมรอถ่าย ในระยะใกล้ มุมต่ำ โดยเจาะจงถ่ายเฉพาะอวัยวะ นำเสนอภาพเชิงลามก ไม่มีการเซ็นเซอร์ การนำเสนอเนื้อหาประกอบ มีการกล่าวพาดพิงในทางลบ ใช้ภาษาส่อเสียด มีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข่าว มีการให้พื้นที่โดยการสัมภาษณ์บุคคลในภาพประกอบด้วย พิจารณาตามหลักทฤษฎีวารสารศาสตร์ โดยรวมการนำเสนอภาพข่าวนี้ มีคุณสมบัติด้านเนื้อหา คือ บอกรายละเอียดเหตุการณ์ มีคุณค่าข่าวในเรื่องทางเพศ

การตัดสินใจเชิงจริยธรรม ภาพที่ 6.7

ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นแตกต่างกัน บางส่วนเห็นว่า ภาพลักษณะนี้ถ่ายและนำเสนอได้ เนื่องจากเป็นภาพในงานแฟชั่น ช่างภาพยืนต่ำกว่าเวที ประกอบกับชุดที่ใส่อยู่นั้นสั้น และระหว่างเดินแบบมีการใช้พัดลมเป่าข้างๆ เวที ซึ่งปัจจุบันก็เสนอกันจนปกติแล้ว ขณะที่ผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนเห็นว่าถ่ายได้ แต่ไม่ควรนำเสนอ เนื่องจากเป็นภาพงานแฟชั่นที่มีช่างภาพทำข่าวปกติ และเสื้อผ้านั้นก็ล่อแหลมอยู่แล้ว แต่ไม่ควรนำเสนอ เพราะการนำเสนอภาพเน้นตอกย้ำที่ดาราลุดในเชิง

ลามก ซึ่งการเสนอภาพข่าวเช่นนี้ไม่ได้ให้ประโยชน์กลับไปให้โทษแก่สังคมมากกว่า และบางส่วนเห็นว่าไม่ควรถ่ายและไม่ควรนำเสนอ เนื่องจาก ช่างภาพต้องรู้มุมการถ่ายอยู่แล้วว่าจะถ่ายอย่างไรให้ไม่ล่วงล้ำที่ส่วนตัวของดาร่า เจตนาถ่ายซ้อนหรือไม่ จากการถ่ายและการนำเสนอภาพ สื่อเน้นไปทางลามกมากกว่าเน้นความสวยงาม

ลำดับ	ชื่อภาพ ถ่ายซ้อนได้กระโปรง 'กัปตัน' แค้นแทน 'จู่'			
	รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	การตัดสินใจทางจริยธรรม		เหตุผล
		ถ่ายได้?	นำเสนอได้?	
1	บรรณาธิการภาพข่าวหนังสือพิมพ์คมชัดลึก	/	x	รูปนี้ใจประจานเขามากกว่า คุณถ่ายได้ แต่ทำไมต้องเอามานำเสนอ
2	ศิริ เหลืองสวัสดิ์ บรรณาธิการนิตยสารบันเทิงGossip star	/	/	ในงานแฟชั่น ถ้าคุณจะมาเดินแบบต้อง saveตัวเอง
3	ทีมข่าวหนังสือพิมพ์สยามบันเทิง	/	/	งานนั้นพัคลมแรง แต่ในสถานการณ์การถ่ายภาพเขาก็ต้องถ่าย ในแง่ของจุดขายตอนนี้การแข่งขันสูงมาก ๆ เราไม่ลงคนอื่นก็ลง
4	ไอฟาร์ เชื้อบาง ผู้จัดกรอกงบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์สยามดาร่า	/	/	การนำเสนอคือ มุมกล้องจริงๆ ลักษณะช่างภาพถ่ายซ้อนขึ้นอยู่แล้ว แต่ชุดที่เขาใส่ แถวนั้นมีพัคลมเป่าอยู่ อย่างนี้ต้องบอกว่าคนเลือกภาพมองว่ามีอย่างนี้ต้องนำเสนอ
5	คุณบ๊อด (นามแฝง) ช่างภาพสยามบันเทิง	/	x	อันนี้ซ้อนขึ้นไป เท่าที่รู้มันมีพัคลมอยู่ แต่ลงแล้วหนังสือเขาขายได้ ถึงอย่างไรผมว่ามันไม่ควร
6	คุณยอดบุญ ทองรุ่งโรจน์ ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยามดาร่า	/	/	สถานการณ์เป็นงานแฟชั่น เวทีสูง และมีพัคลมเป่า 2 ช้างแล้วด้วยเสื้อผ้าพลิ้วไหว ไม่จำเป็นต้องมีภาพ คุณไปยืนกอดอกหน้าเวทีจะเห็นอยู่แล้ว
7	คุณเอ (นามแฝง) หัวหน้าช่างภาพนิตยสาร กอสซิปสตาร์	x	x	ไม่ควรถ่ายและไม่ควรนำเสนอ คนถ่ายคือบ๊อไว้แต่หน้าก็ได้แต่คนถ่ายเจตนา
8	เอวิตรา ศิระศาสตร์ (นักแสดง)	/	x	ลักษณะช่างภาพอาจจะต้องอาศัยความเร็วและไม่คิดอะไร และคนคัดเลือกภาพก็เกี่ยวข้องด้วยค่อนข้างมาก ต้องถามว่าภาพพวกนี้ลงแล้วได้อะไร มันออกจะภาพอุจาดไปไหม
9	พิพัฒน์ วิทยาปัญญาพันธ์ (พิธีกร)	/	/	เขาเดินแบบด้วยหน้าที่ เสื้อผ้า ต้องโดนอยู่แล้วเพราะกล้องมันอยู่ใกล้
10	ตระการ พันธุ์เลิศรุจี (นักแสดง)	/	x	ในงานเดินแบบ ต้องมีที่หลุดบ้าง แต่เลือกได้ว่าจะนำเสนอไหม มันเรื่องจรรยาบรรณ เพราะลงแล้วไม่ได้ให้อะไรจากการลง นอกจากความเสื่อม มันเกิดคำถามว่าทำไมสื่อต้องคอยมาบอกว่าวันนี้มีใครบ้างที่นมหก ที่กางเกงในโผล่

11	สุวัฒน์ ทองธนากุล ประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ	/	x	สมัยนี้ ภาพแบบนี้ก็กลายเป็นชินแล้ว แต่การพยายามถ่ายช้อนอะไร จริง ๆ ดูไม่ค่อยเหมาะสมัก
12	วิชัย วลาพล นายกสมาคมช่างภาพสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย	/	/	โทษช่างภาพก็ไม่ได้ ภาพบางที่เขาถ่ายอาจจะไม่ได้ดูตรงนั้น บางครั้งเขาก็รู้ แต่ว่าจริง ๆ แล้วก็ไม่น่าเกลียด เพราะมันเป็นงาน
13	ชาติรี ศรียาภัย นายกสมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิง	/	/	มุกกล้อง เดินที่ catwalk ช่างภาพจะอยู่ต่ำกว่าอยู่แล้ว อันนี้เป็นปกติ ภาพพวกนี้ต้องดูที่การบรรยายข่าว บอกว่าเป็นภาพหลุด ไซ้ใหม่ เขาไม่ได้เจาะจงว่าเป็นภาพเป็ ฉะนั้นคำบรรยายสำคัญที่สุด
14	ศาสตราจารย์ คเนิง ฤาไชย	/	x	ไม่ควรลง เพราะจริง ๆ คนไทย ถ้าอ่านข่าวทั่วไป ไม่ต้องลงภาพใหญ่ ถึงขนาดนี้ก็เข้าใจเหตุการณ์แล้ว
15	ดร.จิระนิตติ หะวานนท์	/	x	เดินแบบนุ่งสั้น แน่นอน ก็ต้องรู้ว่ามีโอกาสเป็ได้ แต่นี้จะเห็นชัดว่าจิตใจของคนเสนอข่าวไม่ดี จัวหัวว่าภาพหลุดลึง ออก มันแสดงถึงเจตนาที่ไม่ดีของนักข่าว
16	อาจารย์ กุลพล พลวัน	/	/	เดินแบบก็ถ่ายธรรมดา คือเดินอยู่บนเวทีเขาไม่ได้ตั้งใจก็ไม่เห็นมีอะไร
17	อาจารย์ นรินทร์ (สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)	/	x	ภาพนี้ ปกติเดินแบบ คนที่เดินแบบ เป็นอย่างนี้เป็นเรื่องธรรมดา นำเสนอได้ แต่ก็ไม่จำเป็น
18	อาจารย์ รุจ โกมลบุตร (คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)	/	/	ถ่ายช้อนได้กระโปรง ในงานเดินแบบ ถ้าไปถ่ายก็คงได้มา
19	รศ. สดศรี เผ่าอินทร์จันทร์	x	x	ไม่ว่าจะหนังสือประเภทไหนก็แล้วแต่ จะเป็นเพราะงานหรือเสื้อผ้า ถ่ายในสิ่งที่เขาไม่ต้องการให้ถ่าย ก็ไม่สมควรอยู่แล้ว
20	อมรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล	x	x	จงใจไปหน่อย เหมือนเข้าไปช้อน แต่ก็ด้วยงาน ด้วยเวที มันคือ จรรยาบรรณ
หมายเหตุ / หมายถึง ได้, x หมายถึง ไม่ได้, o หมายถึง ไม่แน่ใจ				

ภาพที่ 6.8 “ ‘จำ’ เตรียมฟอง ‘ถ่ายซ้อนกัน’ ”

	<p>‘จำ’ เตรียมฟอง ถ่ายซ้อนกัน! (เว็บไซต์เดลินิวส์ 12 เมษายน 2550)</p> <p>หลังจากถูกปาปารัซซีมือไวแอบถ่ายช่วงล่างแบบไม่ทันตั้งตัว ทำเอา สาวจำ-ณัฐฐาวิรุณช ทองมี ถึงกับบอกรอการแข่งอารมณ์ นอกจากภาพที่ถูกตีพิมพ์ในนิตยสารแล้ว ยังมีมือดีนำภาพดังกล่าวไปโพสต์ไว้ในอินเทอร์เน็ตอีก ยิ่งเมื่อ สาวจำ มีโอกาสเจอเพื่อนสาว เอ๊ะ-อศิรียา สายสนั่น ที่จำเรียนเกี่ยวกับกฎหมายในคณะนิติศาสตร์มาก็รีบปรึกษา มีความเป็นไปได้หรือไม่ที่จะฟ้องปาปารัซซีเหล่านี้ จำ เปิดใจว่า “คะ ได้ปรึกษานายสาว เอ๊ะ ! แล้ว คงดูก่อนว่าจะทำอะไรต่อ แต่ จำอยากให้เห็นพวกนี้มีจิตสำนึกที่บ้าง ปกติจำแต่งตัวก็เซฟ เป็นปกติอยู่แล้ว แต่เมื่อเราทำงานเราก็ตั้งใจงานเต็มที่ จะให้มาระวังทุกท่าก็ไม่ได้ ถ้าถามว่าทำไม จำที่นอนคะ ช่วงที่แอ็คชั่นชื่อน้ำกันก็เซฟแล้วนะ เสื้อไม่บางจนเกินไป กางเกงสีขาวก็จริงแต่ไม่บาง ถ้าคิดว่าทำแล้วรอยไม่เห็นใจกันก็ทำไป (พูดประชดนะเนี่ย !) เราเองคงห้ามพวกเขาไม่ได้ แต่อยากให้มองอีกมุม นี่ฟองที่เป็นตัวจริงไม่รู้จะคะ ถ้ารู้ก็กลัวเป็นเรื่องใหญ่เหมือนกัน ถ้าเลือกได้จำก็ไม่อยากทำให้เป็นเรื่องใหญ่คะ แต่ก็อยากฟองกลับ เพื่อให้เป็นตัวอย่างให้กับคนอื่นด้วย”</p>
<p>ภาพข่าวรูปคู่ ความสัมพันธ์ของเพื่อน การละเล่นชื่อน้ำในวันสงกรานต์ ในช่วงเวลางาน หน้าห้างสรรพสินค้า ซึ่งมีช่างภาพไปร่วมงาน บุคคลในภาพรู้ตัวว่ามีโอกาสถูกถ่ายภาพ แต่ไม่รู้ว่าถูกถ่ายเมื่อใด ตระเตรียมถ่าย ในระยะใกล้ มุมซ้อนหรือต่ำ โดยเฉพาะจงถ่ายเฉพาะตัวบุคคล นำเสนอภาพในเชิงอนาจาร มีการครอบภาพ โดยเน้นเจาะจงเฉพาะอวัยวะเพศแยกออกมาอย่างชัดเจน โดยไม่มีการเซ็นเซอร์ การนำเสนอเนื้อหาประกอบ ใช้ภาษาส่อเสียด มีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข่าว แต่ไม่มีการให้พื้นที่โดยการสัมภาษณ์บุคคลในภาพประกอบด้วย โดยรวมการนำเสนอภาพข่าวนี้ มีคุณสมบัติด้านเนื้อหา คือ บอกรเหตุการณณ์ และมีคุณค่าข่าวในเรื่องทางเพศและความมีชื่อเสียงของบุคคลในภาพ</p>	

การตัดสินใจเชิงจริยธรรม ภาพที่ 6.8

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่า ถ่ายได้แต่ไม่ควรนำเสนอ เนื่องจากการนำเสนอเจตนาครอบภาพ และได้ทอกออกมา เจาะจงเฉพาะอวัยวะเพศ ซึ่งตรงนี้ สื่อเสนอให้ว่าต้องการนำเสนอในเชิงลามก มิใช่การนำเสนอภาพข่าว สื่อที่ลงเช่นนี้ไม่มีทั้งจรรยาบรรณและศีลธรรม ภาพนี้สามารถนำมาฟ้องร้องฐานละเมิดสิทธิส่วนบุคคลได้ ถือเป็นอนาจารของสื่อมวลชน และบางส่วนเห็นว่า ไม่ควรถ่าย และไม่ควรรำเสนอ เนื่องจาก การถ่ายภาพลักษณะนี้มีเจตนาซ้อน เพื่อให้ได้มุมที่จะนำเสนอ และ

เมื่อนำเสนอมีการเน้นเฉพาะอวัยวะ ซึ่งเป็นการกระทำที่ไม่มีจรรยาบรรณ นำเสนอแล้วไม่ได้ทำอะไร
แก้สังคมนอกจากความเสื่อมทราม

ตารางที่ 6.8 สรุปทัศนคติและความคิดเห็นเชิงจริยธรรมต่อภาพแอบถ่าย				
ลำดับ	ชื่อภาพ 'จ๋า' เตรียมฟ้อง 'ถ่ายซ้อนกัน'			
	รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	การตัดสินใจทาง จริยธรรม		เหตุผล
		ถ่ายได้?	นำเสนอ ได้?	
1	บรรณาธิการภาพข่าวหนังสือพิมพ์ คมชัดลึก	x	x	ละเมิดความเป็นส่วนตัว เพราะถ้าเขาอยู่บนเวที คุณอยู่ ต่ำกว่า เจตนาถ่าย โนงานของเขาอย่างนี้แล้วคุณมาเล่น แบบซอไนเกินไป และการได้ท ตัวโค้ทมันบอกเจตนา คุณ
2	ศิริ เหลืองสวัสดิ์ บรรณาธิการ นิตยสารบันเทิงGossip star	/	x	ไม่ควรลงเลย เจ้าตัวเค้าจูนมาก ภาพแบบนี้ เราไม่ได้ลง
3	ทีมข่าวหนังสือพิมพ์สยามบันเทิง	/	x	ตัวภาพสื่อไม่ได้ว่าต้องการสื่ออะไร พอคิดตรงนี้รู้ว่าสื่อ ต้องการอะไร คนที่คัดเลือกภาพเป็นคนคิด ช่างภาพเขา ยิงมาให้เฉยๆ มันแรงไปไม่ควร
4	โอฬาร เชื้อบาง ผู้จัดการกอง บรรณาธิการ หนังสือพิมพ์สยาม ดารา	/	x	ปัญหาตรงคนคัดเลือกภาพ ว่าทำไมต้องมาเน้นอย่างนี้ ด้วย ภาพนี้โดนว่าเยอะเหมือนกัน ดาราบอกว่าจะฟ้อง เหมือนกัน สุดท้ายเคลียร์กันได้ ไม่ต้องมาเน้น สมมติเขา ไม่ใส่กางเกงในขึ้นมา หรือว่าใส่แบบที่ไม่ครอบคลุม กลายเป็นผิดกฎหมายเลยเพราะว่าคุณไปทำให้เห็น อวัยวะ อันนี้มีคลุมปิดอยู่ เราจะไปรู้ได้อย่างไร บางคน อาจจะใส่เส้นแคบ ๆ ก็ได้ โผล่มาเริ่มเห็นอวัยวะก็ผิด กฎหมายอยู่แล้ว
5	คุณรัต (นามแฝง) ช่างภาพสยาม บันเทิง	/	x	ถ้าไม่เน้นออกมา มันไม่มีอะไรเลย ขึ้นอยู่กับคนทำ ไม่ใช่ คนถ่ายแล้ว ฟ้องได้เลย เพราะทำให้เค้าเสียหาย โดยจง ใจ
6	คุณยอดบุญ ทองรุ่งโรจน์ ช่างภาพ หนังสือพิมพ์สยามดารา	/	x	ลงได้ แต่ไม่ต้องวงกลมขึ้นมา วงกลมอย่างนี้แย ไม่ดี ไม่ เหมาะ
7	คุณเอ (นามแฝง) หัวหน้าช่างภาพ นิตยสาร กอสมิปลสตาร์	/	x	จริงๆ แล้วภาพตรงนี้ ไม่มีอะไรเลย แต่คุณไปเขียนวง ถ้า คุณไม่เขียนวงก็ไม่มีอะไรหรอก มันจงใจเจตนา อันนี้ฟ้อง ได้
8	เอวิตรา ศิระศาสตร์ (นักแสดง)	/	x	ภาพนี้ไม่มีอะไรที่ล่อแหลม ถ้าไม่ดึงมันออกมาขนาดนี้ ที่ ทำอย่างนี้แสดงถึงว่าวงการสื่อค่อนข้างจะเน้นให้เกิด ความเสื่อมทรามทางศีลธรรมแสดงให้เห็นถึงความอู้อวด ของสื่อ
9	พิพัฒน์ วิทยาปัญญาพันธ์ (พิธีกร)	/	x	ถ้าถ่ายปกติ เป็นภาพข่าวธรรมดาๆ แต่เน้นเพิ่มทำไม คือ

				เขาใส่กางเกงในออกแนวซีทรูด้วย คนสังเกตเขาไม่น่าที่จะเอามาลง
10	ตระการ พันธุมเลิศรุจี (นักแสดง)	/	x	การถ่ายมันปกติมากเลย แต่ตรงนี้อาจจะรีบแล้วดึงแยกออกมา คนที่ทำไม่ใช่แล้ว เน้นที่จะนำเสนอไว้จะเพศอย่างเปิดเผย ภาพนี้ไม่ต้องพูดถึงฟองได้
11	สุวัฒน์ ทองธนากุล ประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ	/	x	ถ้าดูตามภาพถ่ายธรรมดา มันเสนอได้ แต่มาเน้นตรงนี้ นี่เพื่ออะไร ถ้าไม่เน้น ก็ไม่มีปัญหา
12	วิชัย วลาพล นายกสมาคมช่างภาพสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย	x	x	อย่างนี้ขอโทษนะ ทูเรศ ผิดศีลธรรม อย่างรุนแรง อย่างนี้จริงใจ ทั้งช่างภาพและคนลง ช่างภาพจะต้องไปบอก บก. ช่าง และอาจจะบอกว่าอย่าขยายมาเลย ผิดจรรยาบรรณ
13	ชาติ ศรียากย์ นายกสมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิง	/	x	บก.ให้นำเสนอออกมาได้อย่างไร ทำไมให้ลง ถ่ายไม่เท่าไร แต่ที่เน้นออกมานี้ดี มันเกินไปละ อนาคตจะไป
14	ศาสตราจารย์ คณิง ฤาไชย	/	x	ภาพนี้ถ่ายได้ แต่การเลือกนำมาลง ทำไมไม่ต้องไปดึงและแยกออกมา เพื่อเน้นตรงนั้น ไม่สมควรนำเสนอ ผิดกฎหมายแล้ว
15	ดร.จิระนิติ หะวานนท์	/	x	พอเอามาขยายอย่างนี้แสดงว่าเจตนา ความจริงอย่างนี้เป็นอนาคตของสื่อมวลชน ภาพอย่างนี้เผยแพร่ได้อย่างไร ไม่ควรเผยแพร่ไม่ว่าจะทางสื่อประเภทไหน เข้าข่ายอนาคตทำให้เขาเสียหาย เสียชื่อเสียง
16	อาจารย์ กุลพล พลวัน	/	x	ภาพนี้ค่อนข้างจะรุนแรง เน้นทำไม มันน่าเกลียดตรงที่ไปดึงไปเน้นออกมานี้ละ อย่างนี้ถูกฟ้องได้
17	อาจารย์ นรินทร์ (สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)	/	x	ยิ่งใจเข้าไปใหญ่ มีการครีบก ทำเช่นนี้ไม่ใช่สื่อมวลชนแล้ว อย่างนี้ฟ้องได้ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล
18	อาจารย์ รุจ โกมลบุตร (คณบดีวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)	x	x	ลักษณะนี้ ถ่ายออกมาก็ผิดแล้ว แล้วจะตอกย้ำด้วยการ เน้นแยกอีกเหวอ
19	รศ. สดศรี เผ่าอินทร์จันทร์	x	x	อันนี้เชื่อว่าเจตนา ดาราคงไม่มาเอนให้ถ่ายตรงนี้ แต่ช่างภาพเจตนาเองหรือเปล่า ที่สำคัญคนที่เน้นแยกออกมา เข้าข่ายวิปริต แบบนี้อาจารย์ทางภาพ
20	อมรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล	x	x	อันนี้จริงใจ เขาเข้ามาประจาน ไม่ควรนำเสนอ เพราะไม่รู้ได้ประโยชน์อะไร เห็นชัดเลย มีการทำอย่างนี้ด้วย ฟ้าผ่าลงมา เหมือนอักษรที่ประมาณนั้น มีสิทธิ์ฟ้องได้เลย
หมายเหตุ/ หมายถึง ได้, x หมายถึง ไม่ได้, o หมายถึง ไม่แน่ใจ				

ภาพที่ 6.9 “ชมพู่หน้าหงิก...ลืมหิกแพนมาด้วย”



การดำเนินชีวิตประจำวันของดาราก็จะหายไป คือ การเดินช้อปปิ้ง และคุยโทรศัพท์ ช่วงเวลาส่วนตัว สถานที่ที่สยามสแควร์ บุคคลในภาพรู้ตัวว่าถูกติดตามถ่าย ในระยะใกล้และไกล เจาะจงถ่ายเฉพาะตัวบุคคล เนื้อหาประกอบภาพไม่มีความสัมพันธ์กัน การบรรยายเนื้อหากล่าวพาดพิงถึงบุคคลอื่นเรื่องความสัมพันธ์ของคู่รัก โดยการตีความภาพ ประกอบการแสดงความคิดเห็น ใช้ภาษาส่อเสียด มีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข่าว ไม่มีการให้พื้นที่โดยการสัมภาษณ์บุคคลในภาพประกอบด้วย มีคุณสมบัติด้านเนื้อหา คือ ความสนใจ และบอกเหตุการณ์ และมีคุณค่าข่าวในเรื่องทางเพศและความเด่นความมีชื่อเสียงของบุคคลในภาพ แต่การนำเสนอข่าวนั้น เป็นการชี้หน้าโดยที่คนเขียนข่าว

การตัดสินใจเชิงจริยธรรม ภาพที่ 6.9

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ถ่ายได้ และนำเสนอได้ เนื่องจากเป็นที่สาธารณะ และพฤติกรรมเป็นกิจวัตรทั่วไป เดินช้อปปิ้ง นำเสนอแล้วไม่ได้เสียหาย และบางส่วนเห็นว่า ถ่ายได้ แต่ไม่ควรนำเสนอในลักษณะนี้ เนื่องจากการนำเสนอภาพแอบถ่ายกับเนื้อหาข่าวที่เขียนประกอบภาพไม่มีความเกี่ยวข้องกัน สื่อควรจะสอบถามดาราก่อนที่จะนำเสนอ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงในการนำเสนอ เพราะการนำเสนอภาพแอบถ่าย การรายงานกับภาพข่าวจะต้องเป็นเหตุการณ์จริง

ตารางที่ 6.9 สรุปทัศนคติและความคิดเห็นเชิงจริยธรรมต่อภาพแอบถ่าย				
ลำดับ	ชื่อภาพ ชมพู่หน้าหงิก... ลืมจิกแฟนมาด้วย			
	รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	การตัดสินใจทางจริยธรรม		เหตุผล
		ถ่ายได้?	นำเสนอได้?	
1	บรรณาธิการภาพข่าวหนังสือพิมพ์คมชัดลึก	/	x	ภาพนี้ไม่ได้สื่ออะไรว่ามีอาการอย่างที่ข่าวว่า ดูๆ เหมือนไม่พอใจที่มาถ่ายด้วยซ้ำ
2	ศิริ เหลืองสวัสดิ์ บรรณาธิการนิตยสารบันเทิงGossip star	/	/	เป็นการแซวเล่นกันมากกว่า อาจจะใช้ยารมหรือเปล่าเดินซุ่มบึ่งแล้วร้อนแล้วเหนื่อยหรืออย่างไร ผมว่าเป็นการแซวกัน
3	ทีมข่าวหนังสือพิมพ์สยามบันเทิง	/	x	ที่สยามบันเทิงส่วนใหญ่โดนเพราะหัว ภาพกับเนื้อหามันต้องสัมพันธ์กัน ถ้าลงแซวกัแซว ถ้าเป็นเรื่องก็เป็นเรื่อง แต่ต้องเข้าใจว่าแต่ละที่ ทีมคนละอย่าง
4	ไอฟาร์ เชื้อบาง ผู้จัดการกองบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์สยามดารา	/	/	มันเป็นการแซวกันเล่น ไม่น่ามีอะไรนะ เดินอยู่สยาม ที่สาธารณะ
5	คุณบ๊อด (นามแฝง) ช่างภาพสยามบันเทิง	/	x	ไม่มีคนสัมภาษณ์ว่าชมพู่ไปไหน อยากรู้ ของสยามบันเทิง เนื้อหาที่ภาพต้องเป็นเรื่องราวเดียวกัน ต้องสอบถามดาราด้วย แต่อันนี้เหมือนมาหลอกผู้ซื้อ เขาไม่รู้ที่ไหนอะไรอย่างไร เขาก็เชื่อ
6	คุณยอดบุญ ทองรุ่งโรจน์ ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยามดารา	/	x	ไม่ได้เสียเปรียบที่ตัวรูปภาพ ส่วนโปรยหัว ชมพู่เขาว่าไม่ต้องถามตัวเขาด้วยสิ
7	คุณเอ (นามแฝง) หัวหน้าช่างภาพนิตยสาร กอสซิปสตาร์	/	/	ภาพไลฟ์สไตล์ เพราะภาพสิ้นสุดแค่นี้ไม่ได้ตามไปถึงที่บ้านแล้วเป็นเรื่องราว
8	เอวิตรา ศิระศาสตร์ (นักแสดง)	/	x	ถ้าเป็นภาพลักษณะนี้ถ่ายได้ ถามว่าภาพอย่างนี้ไม่รู้ว่าเขาลงในแง่เพื่ออะไร จริงๆ มีอีกหลายอย่างที่ควรจะต้อง
9	พิพัฒน์ วิทยาปัญญาพันธ์ (พิธีกร)	/	/	รูปนี้ลงได้ก็จัดสรรทั่วไป ชื่อของ เดินเที่ยว ปกติ แต่ไม่รู้ว่าตอนไปถ่ายเค้าอาจจะอยากเป็นส่วนตัวหรือเปล่า
10	ตระการ พันธุมเลิศรุจี (นักแสดง)	/	x	เรื่องภาพถ่ายได้ ตัวภาพมันธรรมดา แต่ภาพกับโปรยหัวมันคนละเรื่องกันเลย ถามเค้ายังว่าเหตุใดเรื่องอะไรตีความแล้วเขียนไปเองเลย มั่วข่าวโดยไม่มีมูล
11	สุวัฒน์ ทองธนากุล ประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ	/	/	มองในแง่ไหน ชีวิตส่วนตัว การจ่ายตลาด รูปแบบของสื่อลักษณะนี้ไม่มีอะไรก็แซว ๆ กันเล่น
12	วิชัย วลาพล นายกสมาคมช่างภาพสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย	/	/	ภาพไม่มีอะไร เดิน ซ้อมของ อยู่ที่สาธารณะ ใช้ชีวิตส่วนตัวทั่วไป
13	ชาติวี ศรียาภัย นายกสมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิง	/	x	ถ่ายได้ไม่มีปัญหา แต่ที่สำคัญต้องพิจารณาตรงนี้ ชมพู่หน้าหงิกลืมจิกแฟนมาด้วย อย่างนี้เขียนอย่างไร ภาพนี้เกี่ยวไหม นักข่าวเขียนของเขาเอง ภาพนี้เสียหายนะ นี่ใจคำว่าปาปาราซซี่ ต้องเป็นจริง ภาพกับเนื้อหาต้องตอบกัน

				ให้รายละเอียดของเหตุการณ์จริง
14	ศาสตราจารย์ คเนิง ฤาไชย	/	x	ตัวภาพไม่ได้ทำให้คนนั้นเสียอะไร เนื้อหาอาจจะดูแล้วกังขา
15	ดร.จิระนิติ หะวานนท์	/	/	อยู่ในที่สาธารณะ ไม่เป็นอะไร ชื่อของ และกดโทรศัพท์
16	อาจารย์ กุลพล พลวัน	/	/	ถ่ายได้ เสนอได้ เพราะก็ใช้ชีวิตปกติ เดินชื่อของข้ามถนน มันไม่ได้ทำให้เค้าเสียหาย
17	อาจารย์ นรินทร์ (สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)	/	/	ถ้าภาพอย่างเดี๋ยวนีไม่รู้ ต้องอ่านข้างในด้วย ภาพนี้ค่อนข้างมีอารมณ์ขันแล้วก็ แซวกันมากกว่า
18	อาจารย์ รุจ โกมลบุตร (คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)	/	x	ถ่ายได้ แต่แล้วไง เนื้อหามันเป็นการแซวกัน จริงๆที่หน้าจิกเค้าหงิกคนมาถ่ายเค้ามากกว่านะ ลงแล้ว ประเด็นในการนำเสนอคืออะไร
19	รศ. สดศรี เผ่าอินทร์จันทร์	/	/	ไม่มีอะไร ลงไปเพื่อหาเรื่องแซว ที่สาธารณะชื่อของ เดินคุยโทรศัพท์
20	อมรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล	/	/	ถ่ายได้เสนอได้ไม่มีอะไร เค้าเดินที่สาธารณะ เป็นชีวิตส่วนตัวสบายๆของเค้า
หมายเหตุ / หมายถึง ได้, x หมายถึง ไม่ได้, o หมายถึง ไม่แน่ใจ				

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 6.10 “วิวเคยค้าม้าเคยขี่แทค-พิตตั๋ยยังย่องหากัน”



วิวเคยค้าม้าเคยขี่

แทค-พิตตั๋ยยังย่องหากัน

แบบที่เขาเรียกว่าตัดบัวยังเหลือโยนจะ แทค-พิตตั๋ย ยังแอบย่องเงิบคนหากันเหมือนเดิม ถึงแม้ว่าจะออกมาประกาศว่าเลิกกันแล้ว แต่ทั้งคู่ก็ยังไม่เข็ดหน้าใส่กัน หรือ ออกมาค้าสาตสาบส่งกันเหมือนคู่รักคาราคู่อื่นๆ ซึ่งทั้งคู่ก็ยัง บัดจะจับอยู่เรื่อยๆ จนเพื่อน ๆ ก็เคียวกันสงสัยว่า “แม่ง เลิกอะไรกันแน่” ซึ่งแหล่งข่าวเล่าว่าสาเหตุที่ทั้งคู่ออกเลิก กันก็เพราะความประชิดซึ่งหรงกันเท่านั้น แต่ใจจริงลึกๆ ทั้งคู่ก็ยังรักและเป็นห่วงกันเหมือนเดิม จึงทำให้ทั้งคู่ต้องบอกเลิก กับชั่วคราวเพื่อเปิดโอกาสให้ทั้งสองฝ่ายได้ลองศึกษาคบหา คู่ใจคนอื่นเพื่อจะได้อยู่ใจจริงแล้วทั้งคู่ต้องกาโทรกันแม่ ซึ่งยัยพิตตั๋ยก็เบ็ดเผยว่า “เราก็คงยังเป็นเพื่อนกันอยู่ อาจจะมีเจอกันบ้างก็ไม่เป็นไร เพราะยังไงเราก็มีเพื่อนกลุ่ม เดียวกัน มันก็ต้องเจอกันบ้างเป็นของธรรมดา ความจริงถึง แม้ว่าคนเราจะเลิกกัน แต่ก็ไม่จำเป็นว่าต้องเกลียดกัน เขาก็ ยังคบหากันเหมือนเดิมได้ ยิ่งใครคุยปรึกษากันได้ตามปกติ

ภาพข่าวเหตุการณ์ต่อเนื่อง เป็นภาพชีวิตประจำวันของคู่รักคารา อ่านหนังสือ สูบบุหรี่ เก็บของ สถานที่คือร้าน กาแฟ และที่จอดรถของคนโต ในช่วงเวลาส่วนตัว ใช้วิธีติดตามถ่าย ในระยะไกล มุมสูง นำเสนอภาพเสนอในเชิง ความสัมพันธ์ของคู่รักแบบซู้สาว มีบางภาพที่หมิ่นเหม่ต่อการละเมิดสิทธิสิทธิส่วนบุคคล และอาจสร้างความเสียหายต่อภาพลักษณ์ ภาพกับเนื้อหาไม่มีความสัมพันธ์กัน เนื่องจากภาพที่นำเสนอ นั้น ไม่มีภาพใดที่จะนำสื่อได้ ว่าคาราสองคนนี้นัดมาเจอกัน เพราะรูปที่ลงเป็นรูปเดี่ยวทั้งสิ้น ไม่มีรูปคู่ของคาราสองคนนี้อยู่ด้วยกัน อีกทั้งกิจกรรม ที่พบก็เป็นกิจกรรมส่วนบุคคล ที่กระทำแยกกัน ในขณะที่เนื้อหาที่นำเสนอไปทางความสัมพันธ์ลึกซึ้งของบุคคลใน ภาพ เนื้อหาบรรยายโดยตีความ ประกอบการแสดงความคิดเห็นในเชิงลบ มีการเปิดเผยเรื่องส่วนตัว ไม่มีการ อ้างอิงแหล่งที่มาของข่าว และไม่มีการให้พื้นที่โดยการสัมภาษณ์บุคคลในภาพประกอบแต่อย่างใด โดยรวมมี คุณสมบัติด้านเนื้อหา คือ ความสนใจ บอกรูขุมทรัพย์ และมีคุณค่าข่าวในเรื่องทางเพศ

การตัดสินใจเชิงจริยธรรม ภาพที่ 6.10

ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดสอดคล้องกัน คือ ถ่ายได้แต่ไม่ควรนำเสนอ เนื่องจากพฤติกรรมในภาพกำลังสูบบุหรี่ ซึ่งต่อให้เป็นความจริง แต่การนำเสนอภาพเชิงอบายมุข ดิ่มเหล้า สูบบุหรี่นั้น มีกฎหมายห้ามเผยแพร่ระบุไว้อยู่แล้ว และยังส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ของดาราด้วย นอกจากนี้ภาพที่นำเสนอทั้งหมดไม่ได้ให้ความหมายเท่ากับที่โปรยข่าวไว้ ไม่มีภาพไหนนำเสนอได้ว่าอยู่ด้วยกันสองคน ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่เป็นลบของดาราโดยเฉพาะดาราผู้หญิง อีกทั้งการนำเสนอข่าวไม่ได้สอนหรือเตือนถึงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมจากภาพ จึงไม่เห็นประโยชน์ของการนำเสนอข่าว

ตารางที่ 6.10 สรุปทัศนคติและความคิดเห็นเชิงจริยธรรมต่อภาพแอบถ่าย				
ลำดับ	ชื่อภาพ วัวเคยค้ำม้าเคยซีแทค-พิตตั๋ยยังย่องหากัน			
	รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	การตัดสินใจทางจริยธรรม		เหตุผล
		ถ่ายได้?	นำเสนอได้?	
1	บรรณาธิการภาพข่าวหนังสือพิมพ์คมชัดลึก	x	x	นี้เป็นช่วงเวลาส่วนตัวจริง ๆ รูปกับข่าวมันดูไม่เกี่ยว แล้วจะนำเสนอเพื่ออะไร บ้านเราเรื่องพวก เหล้า บุหรี่ ยาเสพติด ต้องเซ็นเซอร์
2	ศิริ เหลืองสวัสดิ์ บรรณาธิการนิตยสารบันเทิงGossip star	x	x	โดนกระทรวงวัฒนธรรมเตือน ที่ต้องการนำเสนอ คือเขาเป็นตัวอย่างของประชาชน แล้วเป็นผู้หญิงด้วย อยากเสนอว่า ผู้หญิงไม่ควรทำอย่างนี้ โปรยหัวอาจจะรุนแรงไปนิดหนึ่ง จริง ๆ แล้วเราไม่ได้ภาพคู่เขา มา แต่จริงๆ แล้วมาหากัน แต่ไม่ได้ภาพคู่
3	ทีมข่าวหนังสือพิมพ์สยามบันเทิง	x	x	ส่วนใหญ่ไม่ได้ ห้ามลงภาพดาราสูดบุหรี่ เพราะให้ภาพลักษณ์ที่ไม่ดีกับเขาด้วยและไม่จำเป็นที่จะต้องลง
4	ไอฟาร์ เชื้อบาง ผู้จัดการกองบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์สยามดารา	x	x	โปรยเนื้อหาไม่เกี่ยวกับไม่ได้อะไร สื่อจะโดนตำหนิ เพราะเหล้า บุหรี่ ยาเสพติด ถูกเซ็นเซอร์ ห้ามเสนอ
5	คุณบ๊อด (นามแฝง) ช่างภาพสยามบันเทิง	x	x	คุยกันไว้กับช่างภาพ ดาราสูบบุหรี่จะไม่ลง ไม่ถ่าย ต้องให้เกียรติดารา ต่อให้ความจริงเขาเป็นอย่างนี้ แต่อย่างน้อยก็ไม่ควร
6	คุณยอดบุญ ทองรุ่งโรจน์ ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยามดารา	x	x	ภาพนี้ไม่เหมาะสม เขาสูบบุหรี่ เรื่องเขาอยู่ด้วยกัน อยู่ไม่อยู่ เรื่องส่วนตัว แต่เขาสูบบุหรี่ จะถ่ายจะลงต้องคำนึงถึงคนอ่าน
7	คุณเอ (นามแฝง) หัวหน้าช่างภาพนิตยสาร กอสซิปสตาร์	x	x	รูปนี้ไม่สมควรเขาฟ้องได้ รูปสูบบุหรี่ กระทรวงวัฒนธรรมฟ้องเรื่องสูบบุหรี่ หนังสือไม่ควรเสนอภาพดารา เผยแพร่ภาพดาราสูดบุหรี่ ตอนนี มีกฎหมายขึ้นมาแล้ว ว่าด้วยเรื่องสื่อสาธารณะหรือบุคคลสาธารณะห้ามนำเสนอรูปบุคคลในด้านอบายมุขที่อาจเป็นพฤติกรรมเลียนแบบ

				ในทางไม่ดี
8	เอวิตรา ศิระศาสตร์ (นักแสดง)	/	x	บางทีดาราก็ทำตัวไม่เหมาะสมจริงๆ แต่ว่าการนำเสนอภาพอย่างนี้ออกมาทำให้วัยรุ่นอาจจะรู้สึกว่าการสูบบุหรี่เป็นเรื่องที่ดี ขึ้นอยู่กับว่าภาพนั้นคุณนำเสนอในประเด็น แต่ถ้ามันไม่เกี่ยวกับอย่างนี้ ก็ไม่รู้ลงแล้วได้อะไร
9	พิพัฒน์ วิทยาปัญญา (พิธีกร)	x	x	ภาพกับจั่วหัวไม่เกี่ยวกับเลย บอกว่าไปหากัน อันนี้ไม่ได้ อยู่ด้วยกัน เป็นภาพลบบกับเขาด้วยสูบบุหรี่ ปล่อยให้เป็นคนไทยเป็นผู้หญิง
10	ตระการ พันธุมเลิศรุจี (นักแสดง)	x	x	ภาพกำลังนั่งสูบบุหรี่ ห้ามนำเสนอ ต่อให้มันเป็นความจริงก็ตาม เสียภาพพจน์ และไปรยชาวมันเกี่ยวกับยังไงกับภาพ แค่นี้ก็ไม่ควรลง แล้วไปรยหัวข่าวยิ่งหนักเข้าไปใหญ่
11	สุวัฒน์ ทองธนากุล ประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ	/	x	ถ้าอย่างนั้นเป็นพฤติกรรมจริง สูบบุหรี่แบบนี้ เรียกว่าไม่เหมาะสม เป็นการเผยแพร่พฤติกรรมข้อเท็จจริงนะ
12	วิชัย วลาพล นายกสมาคมช่างภาพสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย	/	x	นำเสนอคงไม่เหมาะนัก เพราะการกินเหล้า สูบบุหรี่ห้าม ต่อให้มันเป็นจริงก็ตาม ทำให้เสียหาย นี่ยิ่งหัวข่าวมันไม่เกี่ยวกับด้วย ยิ่งแรงเข้าไปใหญ่
13	ชาติ ศรียาภัย นายกสมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิง	/	x	ในความเป็นจริงของเขา คือ เป็นคนสูบบุหรี่ แต่ การนำเสนอ ตรงนี้มีภาพลักษณ์ที่ไม่ดี แล้วจั่วหัว ไม่เกี่ยวกับเลย บรรยายว่าแะมาเจอกัน ผู้หญิงมาหาผู้ชาย มันไม่ควรนำเสนอแบบนี้
14	ศาสตราจารย์ คณิง ฤาไชย	/	x	การพาดหัว และการบรรยาย มันไม่เกี่ยวกับ ไม่ควรนำเสนอ และผู้หญิง เป็นคานานั่งสูบบุหรี่ สังคมจะได้ความจริงและประโยชน์จากการข่าวในประเด็นอะไร
15	ดร.จิระนิติ หะวานนท์	/	x	ถ่ายได้ ที่สาธารณะ แต่การนำเสนอไม่ควร เพราะไม่ได้ให้แง่คิดใดๆจากพฤติกรรมที่ลง
16	อาจารย์ กุลพล พลวัน	/	x	ถ่ายได้เป็นสถานที่สาธารณะ ทำให้เสียภาพพจน์ และยังสูบบุหรี่ด้วย ยังก็ไม่เหมาะสม
17	อาจารย์ นรินทร์ (สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)	/	x	ตัวของภาพ ไม่ควรลง เพราะการสูบบุหรี่นั้น ห้ามอยู่แล้ว ยิ่งกว่าคือทำพาดหัวนี้ไปตีความมากเกินไป เกินกว่าที่ภาพจะให้ความหมายอย่างที่ไปรยข่าวไว้ได้
18	อาจารย์ รุจ โภมบุตร (คณบดีวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)	x	x	ภาพกำลังสูบบุหรี่ แค่นี้ก็ห้ามลง นอกจากนี้เนื้อหาบอกว่า ย่องมาหากัน แต่ไม่มีสีภาพที่เป็นรูปคู่ของสองคนนี้
19	รศ. สดศรี เผ่าอินทร์จันทร์	/	x	ถ่ายได้ แต่ไม่เหมาะสมที่จะนำเสนอ การถ่ายภาพดาราสูดบุหรี่ และลงภาพอย่างนี้ เกิดประโยชน์ไหม
20	อมรพรรณ ชุ่มไชยชัยกุล	/	x	ถ่ายก็ได้เนาะ มันก็ไม่หนักหนาเท่าไร แต่นำเสนอแล้วไม่ควรจะมาโคตเป็นวงกลมแบบนี้ มันเป็นเรื่องของจรรยาบรรณ ขึ้นอยู่กับกาแนะนำเสนอ
หมายเหตุ / หมายถึง ได้, x หมายถึง ไม่ได้, o หมายถึง ไม่แน่ใจ				

ภาพที่ 6.11 “คุณพ่อดีเด่น...ดีเด่น”



ภาพเหตุการณ์ รูปคู่ ความสัมพันธ์ของพ่อกับลูก กิจธุระทั่วไป คือ อุ้มลูกและป้อนอาหารให้ลูก ในช่วงเวลาส่วนตัว หน้าห้างสรรพสินค้า ติดตามถ่าย ในระยะไกล มุมปกติ โดยเจาะจงถ่ายเฉพาะตัว นำเสนอภาพในแง่ความสัมพันธ์ของครอบครัวระหว่างพ่อกับลูก การนำเสนอเนื้อหาประกอบ ภาพกับเนื้อหามีความสัมพันธ์กัน การบรรยายเนื้อหาบรรยายตามข้อเท็จจริงจากภาพ ประกอบการแสดงความคิดเห็น และกล่าวพาดพิงในทางบวก อ้างอิงแหล่งที่มาของข่าว ไม่มีการให้พื้นที่โดยการสัมภาษณ์บุคคลในภาพประกอบด้วย โดยรวมการนำเสนอภาพข่าวนี้ มีคุณสมบัติด้านเนื้อหา คือ บอกเหตุการณ์ และมีคุณค่าข่าวในความเด่นความมีชื่อเสียงของบุคคลในภาพ

การตัดสินใจเชิงจริยธรรม ภาพที่ 6.11

ผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นไม่แตกต่างกันว่า ภาพลักษณะนี้ ถ่ายได้และนำเสนอได้ เนื่องจากอยู่ในที่สาธารณะ พฤติกรรมในภาพเป็นความสัมพันธ์ของพ่อกับลูก การนำเสนอเน้นเนื้อหาสัมพันธ์กับภาพ เป็นภาพที่นำเสนอแล้ว ไม่รู้สึกกลบกลับให้ความรู้สึกวกต่อบุคคลในภาพ ประโยชน์ของภาพที่มีต่อสังคม คือ ส่งเสริมภาพลักษณ์ของบุคคล และย้ำให้เห็นความสำคัญของสถาบันครอบครัว แต่ผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนเห็นว่า ควรจะปิดบังหน้าตาของเด็กไว้ เพราะบางครั้งการเป็นลูกของบุคคลมี

ชื่อเสียง อาจเสี่ยงต่อการลักพาตัว เพื่อเรียกค่าไถ่อย่างเช่นที่เคยเกิดกับลูกของดาราดังต่างประเทศมาแล้ว

ลำดับ	ชื่อภาพ คุณพ่อดีเด่น ดีเด่น			เหตุผล
	รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	การตัดสินใจทางจริยธรรม		
		ถ่ายได้?	นำเสนอได้?	
1	บรรณาธิการภาพข่าวหนังสือพิมพ์คมชัดลึก	/	/	ภาพนี้มันส่งเสริมภาพลักษณ์ หน้าที่ของสถาบันครอบครัวนะ มันเป็นเรื่องที่บวกสำหรับคนอ่าน
2	ศิริ เหลืองสวัสดิ์ บรรณาธิการนิตยสารบันเทิงGossip star	/	/	ดูแล้วบวก เมื่อก่อนก็ลบพอๆ แต่เลิกลงบ้างแล้ว เพราะเจ้าตัวเขาบอกว่าต้องการเป็นส่วนตัว
3	ทีมข่าวหนังสือพิมพ์สยามบันเทิง	/	/	ถ่ายได้ นำรักลงได้ ไม่เสียหาย
4	ไอฟาร์ เชื้อบาง ผู้จัดกรอกองบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์สยามดารา	/	/	รู้สึกบวก ความรักความห่วงใย ความเป็นแฟมิลี่แมน อย่างนี้คนก็ชอบเหมือนกัน
5	คุณบ๊อด (นามแฝง) ช่างภาพสยามบันเทิง	/	/	ตัวภาพแง่บวก นำรัก อบบูน แต่ก็ขึ้นอยู่กับหัวข้อ เพราะภาพแนวๆแอบถ่ายมันต้องดูหัวข้อ ถ้าไม่ตรงมันก็ไม่มีความของการแอบถ่าย อันนี้โอเค นำเสนอชีวิตประจำวันของเขาที่คนธรรมดาไม่เคยเห็น
6	คุณยอดบุญ ทองรุ่งโรจน์ ช่างภาพหนังสือพิมพ์สยามดารา	/	/	ดูแล้วบวก ถ่ายได้ แต่ก่อนลง น่าจะคาดหน้าเด็กไว้
7	คุณเอ (นามแฝง) หัวหน้าช่างภาพนิตยสาร กอสซิปสตาร์	/	/	นำรักดีพอกับลูก ดูแล้วดี ให้ภาพที่ดีแก่ตัวดาราด้วยซ้ำ
8	เอวิตรา ศิระศาสตร์ (นักแสดง)	/	/	จริง ๆ แล้ว ให้ความรู้สึกบวกเลย การถ่ายและนำเสนอมันให้ภาพด้วยซ้ำว่าเป็นแฟมิลี่แมน
9	พิพัฒน์ วิทยปัญญาพันธ์ (พิธีกร)	/	/	ภาพมันธรรมดาชีวิตส่วนตัว แต่ก็โอเค ความสัมพันธ์ในครอบครัว
10	ตระการ พันธุ์เลิศรุจี (นักแสดง)	/	/	ภาพพอกับลูก ให้ความรู้สึกกลางๆ ที่สาธารณะ เนื้อข่าวก็พูดถึงเหตุการณ์เดียวกันกับภาพ ก็ได้ชัดกับความเป็นจริง
11	สุวัฒน์ ทองธนากุล ประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ	/	/	ดาราลูกมา เป็นการเฉลยว่า ไม่สนใจว่าเป็นผู้หญิงแต่งเป๊ป หรือไม่เป๊ป ภาพคือคุณพอลูกมา เป่าได้กรอกที่ร้อนให้ลูกกิน อันนี้ถือว่าดีด้วยซ้ำไป
12	วิชัย วลาพล นายกสมาคมช่างภาพสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย	/	/	อย่างนี้ได้เลย ภาพกับเนื้อหา มันสื่อเรื่องเดียวกัน ดูแล้วดี รักลูก ห่วงลูก
13	ชาติวี ศรียาภัย นายกสมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิง	/	/	อย่างที่บอกปาปาราซซี่ ในส่วนของภาพของครัวเขา ดูแล้วเกิดความรู้สึกบวก และคำบรรยายพวกนี้ เขียนแบบมี

				จริยธรรมและสร้างสรรค์ ที่อยู่บนความเป็นจริง มั่นให้ภาพที่ดีต่อความเข้าใจในภาพแอบถ่ายด้วยซ้ำ
14	ศาสตราจารย์ คณิง ฤาไชย	/	/	น่ารักเขาพาลูกเขาไป แล้วก็ป้อนอาหารให้ลูก ดูแล้วให้ความรู้สึกบวก ตรงนี้อยู่ที่สื่อว่าจะเลือกนำเสนออะไร เรื่องดี ๆ มันมี แต่คนจะให้ความสนใจหรือเปล่านั้นเรื่องบวกๆเช่นนี้
15	ดร.จิระนิตี หะวานนท์	/	/	เป็นชีวิตส่วนตัวของเขา อุ่มลูกมาซื้อของ ไม่มีอะไรน่าตื่นเต้น แต่ก็ไม่ได้สร้างความเสื่อมให้สังคม อย่างภาพอื่นๆที่มีทั่วไป
16	อาจารย์ กุลพล พลวัน	/	/	ภาพนี้ดูแล้วบวกนะ คือ พ่อพาลูก ดูแล้วถึงไม่มีประโยชน์อะไร แต่เห็นแล้วมันไม่เสื่อม ก็นับว่าเป็นอะไรที่ดี
17	อาจารย์ นรินทร์ (สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)	/	/	เห็นแล้วก็น่ารักดี เขาถูกมาเที่ยว เนื้อหาก็ตอบรับกันกับภาพ
18	อาจารย์ รุจ โภมลบุตร (คณະวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)	/	/	ตัวภาพไม่ได้ลบ และไม่ได้บวก แสดงถึงการใช้ชีวิตส่วนตัวของดารากับลูก
19	รศ. สดศรี เผ่าอินทร์จันทร	/	o	น่าจะบวก อุ่มลูก แต่การนำเสนอก็ต้องขึ้นอยู่กับตัวเขา ถ้าเขาไม่ยอมให้เรื่องส่วนตัวลงเลย โดยรวมเป็นบวก อุ่มลูก เป่าได้กรอกให้ลูกกิน ก็ดูดีออกใช้ใหม่ ที่ภาพพ่อคนหนึ่งเอาใจใส่ลูก
20	อมรพรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล	/	/	ถ่ายได้เสนอได้นะ ดูแล้วรู้สึกบวกนะ เอาใจใส่ลูก ทำหน้าที่ของพ่อ ดูแล้วให้ความรู้สึกส่งเสริมสถาบันสังคม
หมายเหตุ / หมายถึง ได้, x หมายถึง ไม่ได้, o หมายถึง ไม่แน่ใจ				

สรุปแนวทางการตัดสินใจเชิงจริยธรรมต่อภาพแอบถ่าย

จากทัศนคติของบุคคลที่เกี่ยวข้อง ภาพ ทั้ง 11 ภาพถูกตัดสินเชิงจริยธรรมโดยหลักเหตุผล ประกอบเป็น 2 ลักษณะขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอน 1 การถ่าย

- ถ่ายได้ เพราะเป็นสถานที่สาธารณะ พฤติกรรมในภาพเป็นเรื่องทั่วไปที่ไม่น่ารังเกียจ และไม่ขัดต่อศีลธรรมอันดี หรือการถ่ายนั้นไม่ล่วงละเมิดความเป็นส่วนตัว อยู่ในช่วงเวลาทำงานและบุคคลสาธารณะนั้นรู้ตัวว่ากำลังถูกถ่าย
- ถ่ายไม่ได้ เพราะเป็นสถานที่ส่วนตัว เวลาส่วนตัว พฤติกรรมหรือกิจกรรมในภาพอาจนำไปสู่การลอกเลียนแบบโดยเยาวชนได้ เช่น การกอดจูบ พลอดรักในที่สาธารณะ หรือการถ่ายละเมิดความเป็นส่วนตัว เช่น เจตนาเจาะจงถ่ายเฉพาะอวัยวะ การนำเสนอส่งผลลบต่อบุคคลในภาพ และ

ขั้นตอน 2 การนำเสนอ

- นำเสนอได้ เมื่อเนื้อหาภาพนั้นเป็นกิจกรรมทั่วไป ไม่มีผลกระทบเชิงบวกหรือลบ กรณีเนื้อหาของภาพเป็นภาพเชิงลามกหรือชู้สาว สามารถนำเสนอได้หากเนื้อหาประกอบเป็นไปเชิงตักเตือนถึงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ให้ข้อคิดแก่สังคม
- นำเสนอไม่ได้ เพราะอาจไม่ได้เป็นประโยชน์แก่สาธารณะ เนื้อหาของภาพเป็นเรื่องความสัมพันธ์ทางเพศ เชิงอนาจาร ลักษณะพฤติกรรมเข้าข่ายลักษณะที่กฎหมายกำหนดห้ามเผยแพร่ เช่น ภาพตี้มเหล่า สู้บนหรี เนื้อหาประกอบไม่สอดคล้องกับภาพ และไม่มีการตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งข่าว

6.2 หลักพิจารณาการละเมิดจริยธรรมของข่าวภาพแอบถ่าย

จากกระบวนการข่าวภาพแอบถ่าย ประกอบกับผลการสัมภาษณ์กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องต่อกรณีตัวอย่างภาพ 11 ลักษณะ ทำให้พบว่า ขั้นตอนการตัดสินใจเชิงจริยธรรมของภาพแอบถ่าย มี 2 ช่วง ได้แก่ กระบวนการตัดสินใจเลือกถ่ายภาพของช่างภาพ และกระบวนการนำเสนอตีพิมพ์ภาพแอบถ่าย ผลการศึกษา พบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทางจริยธรรมของภาพแอบถ่าย แบ่งออกได้ดังนี้

6.2.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกถ่ายภาพ

ในการตัดสินใจถ่ายภาพแอบถ่ายแต่ละครั้ง ปัจจัยสำคัญที่ช่างภาพและบรรณาธิการคำนึงถึงในการปฏิบัติงาน ประกอบไปด้วย ปัจจัยดังต่อไปนี้

1) นโยบายองค์กร

การตัดสินใจเลือกถ่ายภาพสื่อสิ่งพิมพ์จะมีนโยบายในการเน้นนำเสนอภาพแอบถ่ายที่มีลักษณะแตกต่างกันไป นโยบายจะเป็นตัวกำหนด การปฏิบัติงานของช่างภาพ ในเรื่องลักษณะและประเภทของภาพแอบถ่าย รวมทั้งวิธีการแอบถ่าย นิตยสารเฉพาะกลุ่มมีวัตถุประสงค์ที่เน้นการนำเสนอภาพข่าวแอบถ่ายเป็นหลัก โดยเฉพาะภาพประเภทแอบถ่าย ในเวลาส่วนตัว ส่งผลให้การทำงานของช่างภาพ จึงเน้นการติดตาม ดักรอ ถ่ายภาพ ประเภทกิจกรรมทั่วไป และภาพความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ในกิจกรรมส่วนตัว ในขณะที่สื่อหนังสือพิมพ์ เน้นนำเสนอภาพข่าวสวยงามทั่วไป และภาพที่เผลอแนว ไป เข้มชี้ เช่น ภาพหลุด การปฏิบัติของช่างภาพจึงเน้นถ่ายภาพที่เผลอ ภาพหลุดตามงานแฟชั่น และงานสังคมที่ได้รับหมายเชิญเป็นหลัก ในขณะที่ภาพประเภทแอบถ่ายนั้นช่างภาพไม่ได้เน้นดักรอถ่าย ถ้ามีโอกาสจังหวะที่พบจึงถ่าย

2) สถานที่

การตัดสินใจเลือกถ่ายภาพความสำคัญของพื้นที่ ระหว่างที่สาธารณะ และที่ส่วนบุคคล เป็นสิ่งที่ช่างภาพให้ความสำคัญครั้งแรกต่อการเลือกตัดสินใจถ่ายภาพ ในสถานที่ส่วนบุคคล เช่น บ้าน ห้องพัก เป็นข้อห้ามของช่างภาพที่จะไม่เข้าไปก้าวรุกรุกล้ำสถานที่ส่วนตัว(Intrusion) แต่ในที่สาธารณะ เช่น ถนน สวนสาธารณะ ห้างสรรพสินค้า โรงหนัง ร้านอาหาร เป็นต้น ช่างภาพถือว่าบุคคลมีชื่อเสียงนำตัวเองออกมาเปิดเผยในที่สาธารณะ การกระทำทุกอย่างย่อมมีผู้เห็น การจะถ่ายภาพเก็บไว้จึงสามารถทำได้

3) พฤติกรรมที่ปรากฏ

ลักษณะพฤติกรรมที่ปรากฏ มีหลายลักษณะ ได้แก่ กิจธุระทั่วไป (เดินซื้อของ ขับรถ คุยโทรศัพท์ ความสัมพันธ์เชิงคู่สาว (โอบ กอด หอม จูบ) รวมทั้งพฤติกรรมที่สื่อให้เห็นถึงความอุดม ลามก อณาจาร (นม เป้า ก้น กางเกงใน) การตัดสินใจถ่ายในพฤติกรรมที่ปรากฏ มีความเกี่ยวข้องกับนโยบายการนำเสนอภาพของสื่อด้วยว่า เน้นภาพลักษณะใด ซึ่งช่างภาพจะเน้นถ่ายเก็บไว้ทุกภาพ ตามนโยบายแนวทางการนำเสนอของตน

4) ลักษณะกิจกรรม

กิจกรรมในภาพแอบถ่ายที่พบ มี 3 ลักษณะ ได้แก่ ภาพส่วนตัว เป็นภาพที่ปาปาราซซีที่ต้องการมากเนื่องจาก การแอบถ่าย เน้นนำเสนอภาพในเวลาส่วนตัว งานสังคมสาธารณะ ส่วนมาก ภาพที่ได้จะมีทั้งภาพที่เผลอ และแอบถ่าย ในช่วงก่อนและหลังเวลาดำเนินงาน และภาพในหน้าที่การงาน ส่วนมากเป็นภาพหลุด ในงานแฟชัน และงานโชว์ตัวของบุคคลมีชื่อเสียง กิจกรรมทั้ง 3 ลักษณะเข้า ข่ายหมิ่นเหม่ต่อการละเมิดจริยธรรม เมื่อช่างภาพเน้นการเข้าถึงข้อมูลที่สร้างความอึดอัดรำคาญใจ

5) มุมการถ่าย

มุมของการถ่ายภาพขึ้นอยู่กับประเภทของภาพที่องค์กรสื่อ นั้นๆ ต้องการ ประกอบกับ ตำแหน่งของช่างภาพ หากภาพแอบถ่ายกิจธุระทั่วไป เช่น เดินซื้อของ ส่วนมากจะเน้นการถ่ายมุม ปกติระดับสายตา เว้นบุคคลนั้นในตำแหน่งที่สูงหรือต่ำกว่า ช่างภาพก็จะปรับมุมตามการเคลื่อนไหว ของบุคคล ภาพหลุด ภาพที่เผลอ ส่วนมากถ้าเป็นภาพงานแฟชัน โชว์ตัว มักจะใช้มุมปกติ และมุมต่ำ หรือ ถ่ายซ้อน เนื่องจาก เวทีและนางแบบมักอยู่สูงกว่าช่างภาพ มุมของการถ่ายภาพ จะเป็นปัญหา ทางจริยธรรมของช่างภาพ เนื่องจาก การใช้มุมภาพและการเจาะจงถ่ายเฉพาะที่ ส่วนมากเป็นการจ้อง ใจเน้นนำเสนอเชิงลามกอุจาด เช่น ภาพหลุด ก้น เป้า ตามงานแฟชัน และงานโชว์ตัวต่างๆ

6.2.2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการคัดเลือกและตีพิมพ์ภาพแอบถ่าย

ปัจจัยที่บรรณาธิการจะต้องพิจารณา นอกเหนือจากปัจจัยในเรื่องการถ่ายภาพแล้ว ยังรวมไปถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงต่อการนำเสนอและการตีพิมพ์ภาพแอบถ่าย ซึ่งแบ่งได้ดังนี้

1) การนำเสนอภาพ

การคัดเลือกตีพิมพ์ภาพ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ขององค์กร และดุลพินิจของบรรณาธิการเป็นหลัก โดยการเลือกนำเสนอ นอกจากจะยึดวัตถุประสงค์ในการนำเสนอภาพข่าวสวยงามแล้ว ยังรวมไปถึงการเลือกนำเสนอตามกระแสสังคม เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่กำลังอยู่ในความสนใจของสังคม (Public/Reader Interest) โดยเฉพาะนโยบายของสื่อประเภทหนังสือพิมพ์บันเทิงจะให้ความสำคัญกับการเลือกนำเสนอข่าวตามกระแส เพื่อปรับตัวให้ทันกับการแข่งขันระหว่างสื่อประเภทเดียวกัน

การเลือกนำเสนอภาพแอบถ่าย ขึ้นอยู่กับนโยบายหลักในการนำเสนอภาพ และกระแสความสนใจของสังคม หากเป็นสื่อหนังสือพิมพ์รายวัน จะเน้นนำเสนอภาพเดี่ยวมากกว่าภาพชุด โดยภาพแอบถ่ายที่เน้น มักเป็นภาพที่เปลือย ภาพหลุด แนวเซ็กซี่ ที่ไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ในขณะที่หนังสือพิมพ์บันเทิงจะเน้น นำเสนอภาพหลุด แนวโป๊นิดๆ และภาพแอบถ่าย ส่วนนิตยสารบันเทิงเฉพาะกลุ่มจะเน้นนำเสนอภาพแอบถ่ายเป็นหลัก ซึ่งภาพแอบถ่ายที่บรรณาธิการจะไม่เลือกตีพิมพ์คือ ภาพที่อยู่ในที่ส่วนบุคคล พฤติกรรมในภาพเผยให้เห็นอวัยวะควรสงวนอย่างชัดเจน รวมทั้งภาพที่เจาะจงเน้นเฉพาะที่เชิงลามก

2) การนำเสนอเนื้อหา

การเลือกนำเสนอเนื้อหา ขึ้นอยู่กับประเภทของสื่อ และนโยบายขององค์กรที่แตกต่างกัน ส่วนมากจะเน้นการนำเสนอเนื้อหาให้สัมพันธ์กับภาพ เป็นการบรรยายสิ่งที่เกิดขึ้น ส่วนการพาดหัวข่าว บรรยายเนื้อความ นิยมใช้คำห้วนๆ ดึงดูดความสนใจผู้อ่าน มักแทรกความคิดเห็น และมีการกล่าวพาดพิงถึงบุคคลอื่น ที่มีความสัมพันธ์กับบุคคลในภาพ ในสื่อหนังสือพิมพ์ จะคำนึงถึงเรื่องความถูกต้อง และความยุติธรรม ในการให้บุคคลมีชื่อเสียงได้ออกมาอธิบายถึงเรื่องราวที่เกิดขึ้นด้วย สำหรับนิตยสารนั้น เน้นการพาดหัวแบบโจ่งครึม ใช้ภาษาแสดง รุนแรง เปิดเผยเรื่องส่วนตัวของบุคคลในภาพ สำหรับการอ้างอิงที่มาของแหล่งข่าวและการให้ความยุติธรรมต่อบุคคลที่ถูกกล่าวถึง ไม่ปรากฏมากนัก

3) หลักกฎหมาย

บรรณธิการต่างเน้นการถ่ายภาพ การนำเสนอภาพและเนื้อหาที่ไม่ขัดต่อหลักสิทธิขั้นพื้นฐานของมนุษย์ สิทธิในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และสิทธิส่วนบุคคล รวมทั้งข้อห้ามในการนำเสนอภาพและข่าวตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสาร 2540

4) คุณค่าข่าว

ในการเสนอภาพข่าวแอบถ่าย คุณค่าภาพข่าวที่บรรณธิการส่วนมากนำมาพิจารณา จะเป็นเรื่องความเด่นความมีชื่อเสียงของบุคคลและเหตุการณ์ ที่มีความน่าสนใจ และกำลังเป็นที่สนใจของสังคม ในขณะนั้น ภาพที่สื่อความหมายเรื่ององค์ประกอบทางเรื่องเพศ เป็นเรื่องที่บรรณธิการให้ความสนใจมากที่สุด

5) คุณภาพของภาพถ่าย

ความชัด ชัดเจน และความครบถ้วนขององค์ประกอบภาพ เป็นสิ่งที่บรรณธิการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการคัดเลือกตีพิมพ์ภาพข่าว เนื่องจากภาพแอบถ่าย เน้นใช้ภาพเป็นตัวบอกเล่าเหตุการณ์และใช้เป็นหลักฐานสนับสนุนข้อมูล คุณภาพและรายละเอียดของภาพ จึงจำเป็นต้องชัดเจน ครบถ้วน สามารถนำเสนอให้อ่านรับรู้และเข้าใจ เรื่องราวที่ต้องการสื่อได้

สำหรับปัจจัยที่หมิ่นเหม่ต่อการละเมิดจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน คือ การกล่าวพาดพิงในเชิงลบ การนำเสนอภาพในเชิงอุจาดลามก และการนำเสนอเนื้อหาโดยใช้ภาษาส่อเสียด เกินจริง บทบัญญัติที่ว่าด้วยจริยธรรมของสื่อสิ่งพิมพ์และผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ โดยสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ 2540 (หมวด 2 ว่าด้วย จริยธรรมของหนังสือพิมพ์ แนวปฏิบัติของหนังสือพิมพ์ และผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์) กล่าวว่า

ข้อ 4 หนังสือพิมพ์ต้องยึดถือข้อเท็จจริง ความถูกต้องแม่นยำและความครบถ้วน

ข้อ 11 การเสนอข่าวที่มีการพาดพิง อันอาจเกิดความเสียหายแก่บุคคลหรือองค์กรใด ๆ ต้องแสดงถึงความพยายามในการเปิดโอกาสให้ฝ่ายที่ถูกกล่าวหาแสดงข้อเท็จจริงด้วย

ข้อ 15 ในการเสนอข่าวหรือภาพใด ๆ หนังสือพิมพ์ต้องคำนึงมิให้ล่วงละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของ บุคคลที่ตกเป็นข่าวโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ต้องให้ความคุ้มครองอย่างเคร่งครัดต่อสิทธิมนุษยชนของเด็ก สตรีและผู้ด้อยโอกาส ในการเสนอข่าวตามวรรคแรกต้องไม่เป็นการซ้ำเติมความทุกข์หรือโศกนาฏกรรมอันเกิดแก่เด็ก สตรีและผู้ ด้อยโอกาสนั้นไม่ว่าทาง ใดทางหนึ่ง

ข้อ 17 หนังสือพิมพ์จะต้องไม่เสนอภาพข่าวที่อุจาด ลามกอนาจาร หรือนำवादเสียวโดยไม่คำนึงถึงความรู้สึกของสาธารณชนอย่างถี่ยวน

ข้อ 27 หนังสือพิมพ์พึงละเว้นการล่วงละเมิดสิทธิส่วนบุคคล เว้นแต่กรณีเพื่อประโยชน์สาธารณะ

ข้อ 30 ภาษาที่ใช้ในหนังสือพิมพ์พึงหลีกเลี่ยงคำที่ไม่สุภาพ หรือมีความหมายเหยียดหยาม ซึ่งน่าจะถือได้ว่าคลอบคลุมและนำไปใช้ยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติได้ แต่ก็ไม่ปรากฏผลในเชิงปฏิบัติอย่างจริงจัง

โดยสรุปแล้ว ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทางจริยธรรมในการเลือกถ่ายและตีพิมพ์ภาพข่าว นั้น ปัจจัยที่เข้าข่ายหมิ่นเหม่ในการละเมิดจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน จากการถ่ายภาพ คือ ปัจจัยเรื่องพฤติกรรมในภาพ โดยเฉพาะพฤติกรรมเชิงอุจาดลามก และพฤติกรรมเชิงชู้สาว มุมของการถ่ายภาพ และการเจาะจงถ่ายเฉพาะที่ ซึ่งส่วนมากพบลักษณะเข้าข่ายละเมิดหลักจริยธรรม ตามบทบัญญัติที่ว่าด้วยจริยธรรมของสื่อสิ่งพิมพ์ และผู้ประกอบการวิชาชีพหนังสือพิมพ์ ออกโดยสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ 2540 หมวด 4 ว่าด้วยแนวปฏิบัติของหนังสือพิมพ์ และผู้ประกอบการวิชาชีพหนังสือพิมพ์ ข้อ 25 การได้มาซึ่งภาพ ข่าวสาร หนังสือพิมพ์พึงใช้วิธีที่สุภาพและซื่อสัตย์

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 7

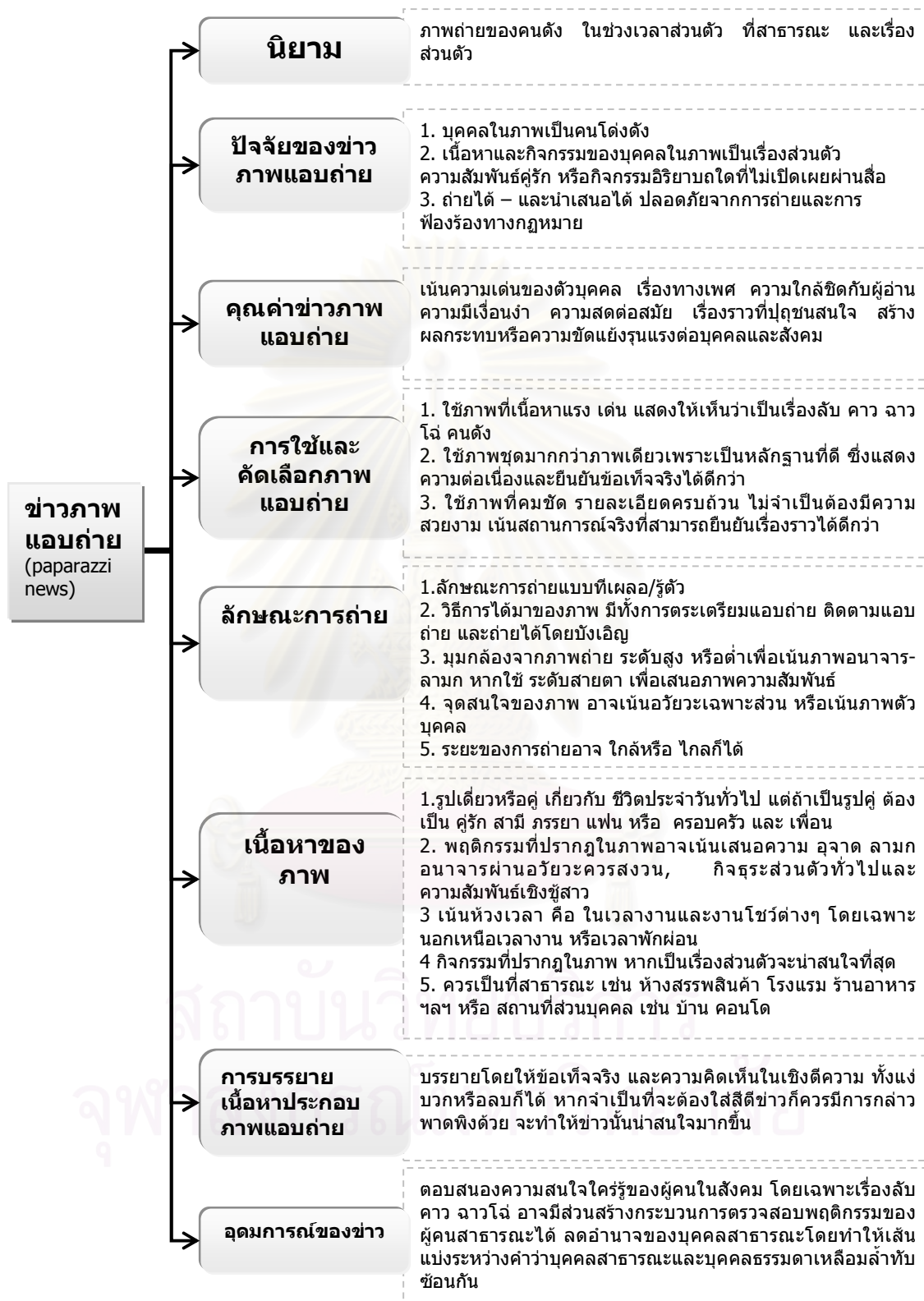
สรุป อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ปาปาราซซี่ กับประเด็นจริยธรรมในการนำเสนอภาพแอบถ่ายของบุคคลมีชื่อเสียง” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบ ลักษณะ เนื้อหาของภาพแอบถ่ายที่ปรากฏบนสื่อสิ่งพิมพ์ไทย รวมทั้งบทบาทหน้าที่ ขอบเขต ความรับผิดชอบในการถ่ายภาพของช่างภาพปาปาราซซี่ไทย และกระบวนการนำเสนอภาพแอบถ่ายกับความตระหนักรู้ต่อจริยธรรมสื่อมวลชน

ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และอธิบายโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการแจกแจงความถี่ร้อยละ และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In – Depth Interview) กลุ่มวิชาชีพที่เกี่ยวข้องโดยตรงได้แก่ กลุ่มผู้ปฏิบัติงานด้านข่าวและภาพ คือ บรรณาธิการ บรรณาธิการภาพ หรือหัวหน้าข่าว และช่างภาพ กลุ่มบุคคลมีชื่อเสียง กลุ่มบุคคลแวดล้อมด้านสื่อมวลชน ได้แก่ กลุ่มองค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน กลุ่มนักกฎหมาย และกลุ่มนักวิชาการ จำนวนทั้งหมด 20 คน สรุปผลการศึกษาตามคำถามวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. สื่อสิ่งพิมพ์ไทยปัจจุบันมีการใช้วิธีการปาปาราซซี่ในการนำเสนอภาพแอบถ่ายของศิลปิน และบุคคลมีชื่อเสียงต่างๆ มากน้อยเพียงใด และมีรูปแบบเนื้อหาลักษณะใด
2. ฝ่ายนักวิชาชีพสื่อมวลชนทั้งระดับผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงานด้านข่าวและภาพ รวมทั้งองค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน ตลอดจนนักวิชาการด้านวารสารศาสตร์ นักกฎหมาย รวมถึงฝ่ายบุคคลมีชื่อเสียง มีทัศนคติต่อพฤติกรรมปาปาราซซี่และการนำเสนอภาพแอบถ่ายของดาราและผู้มีบุคคลมีชื่อเสียงอย่างไร
3. เส้นแบ่งการทำหน้าที่ในการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่ายของสื่อมวลชน ระหว่างสิทธิการรับรู้ของประชาชนกับสิทธิส่วนบุคคลของบุคคลสาธารณะ และบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบของสื่อต่อสังคม ตามทัศนะของฝ่ายต่างๆ เป็นอย่างไร

ผลการศึกษาที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหา และการสัมภาษณ์ทัศนคติกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องต่อการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่าย สามารถนำมาสรุปให้เห็นถึงแนวทางในการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่ายของสื่อสิ่งพิมพ์ไทย ได้ดังนี้



รูปที่ 7.1 สรุปแนวทางของการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่ายในสื่อสิ่งพิมพ์ไทย

สรุปผลการศึกษา

1. รูปแบบ เนื้อหา ลักษณะและวิธีการแอบถ่าย

ภาพแอบถ่ายมักเป็นภาพชุดตั้งแต่ 3-4 ภาพต่อกัน เน้นการเล่าเรื่องด้วยเหตุการณ์ และมักตีพิมพ์ในหน้าบันเทิง กลุ่มบุคคลที่ถูกแอบถ่ายมากที่สุด คือ ดารา นักแสดง รองลงมาคือ คนดัง หรือไฮโซในสังคม เน้นบุคคลที่มีสถานภาพโสดมากกว่าที่แต่งงานหรือผ่านการหย่าร้างมาแล้ว พบทั้งรูปเดี่ยวและรูปคู่ ส่วนใหญ่เป็นภาพคู่เชิงความสัมพันธ์ประเภทคู่รักพบมากที่สุด ตามด้วยความสัมพันธ์ฉันท์เพื่อน พฤติกรรมในภาพมักเป็นกิจกรรมทั่วไป เช่น เดิน ซื่อของ รับประทานอาหาร หรือพฤติกรรมเชิงชู้สาว เช่น การโอบกอด ลูบ ฯลฯ ซึ่งพบในนิตยสารบันเทิงมากที่สุด ขณะที่ภาพแอบถ่ายที่ปรากฏให้เห็นถึงอริยาบถเชิงลามก อนาจารพบน้อย การถ่ายเลือกถ่ายในช่วงเวลาส่วนตัว กิจกรรมงานสังคมสาธารณะ งานในหน้าที่หรืองานไต่สวน เช่น งานแพทย์ ภาพแอบถ่ายเกือบทั้งหมดถ่ายจากสถานที่สาธารณะ เช่น ลานจอดรถ ห้างสรรพสินค้า ถนน โรงหนัง เป็นต้น

วิธีการถ่ายมักใช้มุมกล้องในแนวปกติหรือระดับสายตา การถ่ายจากมุมต่ำและมุมสูง จะใช้เมื่อต้องการเน้นอวัยวะส่วนใดเป็นการเฉพาะ เช่น หน้าอก ก้น เป้า

คุณค่าข่าวภาพแอบถ่าย คือ ความเด่น ความมีชื่อเสียง เรื่องทางเพศ และความขัดแย้ง

การนำเสนอภาพแอบถ่ายมักเป็นไปในทำนอง เชิงชู้สาว อนาจาร ขณะที่การนำเสนอในเชิงเสื่อมเสียชื่อเสียง และละเมิดสิทธิส่วนบุคคลไม่ค่อยปรากฏ

เนื้อหาข่าวประกอบภาพแอบถ่าย มักหมิ่นเหม่ต่อการละเมิดจริยธรรม ในแง่ของการเปิดเผยเรื่องส่วนตัว รองมาคือ การใช้ภาษาสื่อเสียดเกินจริง และพบน้อยที่สุด คือ เนื้อหาประกอบภาพบิดเบือนไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง

จริยธรรมในการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่าย ส่วนใหญ่เน้นการอ้างอิงแหล่งที่มาของข่าว มากกว่าการให้ความเป็นธรรมแก่ผู้ที่ถูกนำเสนอได้ชี้แจงเรื่องราวที่เกิดขึ้น

สุภาพบุรุษ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. บทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ และความตระหนักในจริยธรรมต่อการถ่ายและการนำเสนอภาพแอบถ่าย

2.1 ปาปาราซซี: บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบ

ในประเทศไทย ปาปาราซซี คือ ช่างภาพประจำองค์กรของสื่อสิ่งพิมพ์และกลุ่มช่างภาพสมัครเล่น โดยได้รับอิทธิพลมาจากปาปาราซซีของต่างประเทศ ลักษณะที่เหมือนกัน คือ แนวทางการถ่ายภาพ เน้นการแอบถ่าย และถ่ายที่เผลอ ลักษณะที่แตกต่างของปาปาราซซีไทยกับต่างประเทศ คือ การสังกัดหรือการยึดเป็นอาชีพ ปาปาราซซีของต่างประเทศ เป็นช่างภาพอิสระ “ถ่ายภาพเพื่อขาย” เงินทุนและอุปกรณ์มูลค่าสูง ขณะที่ปาปาราซซีไทยเป็นช่างภาพประจำ “ถ่ายภาพตามที่ได้รับมอบหมายมา” ใช้อุปกรณ์เท่าที่องค์กรจัดไว้ให้ คุณภาพของภาพแอบถ่ายที่ได้จึงด้อยกว่าของต่างประเทศและเนื่องจากบุคคลมีชื่อเสียงของไทยขายได้แค่ระดับประเทศ ไม่เหมือนต่างประเทศทำให้ค่าตอบแทนที่ได้รับมีมูลค่าต่ำ

ช่างภาพแอบถ่าย ควรมีพื้นฐานทักษะในการถ่ายภาพที่ดี มีความว่องไวและอดทน มีปฏิภาณไหวพริบในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า มีคุณสมบัติของความเป็นนักข่าวในการประเมินลักษณะความสำคัญของบุคคลที่จะถ่าย มีแหล่งข่าว และต้องคำนึงถึงจรรยาบรรณในวิชาชีพ รวมทั้งสิทธิส่วนบุคคล

ช่างภาพส่วนใหญ่มีหน้าที่ “ถ่ายภาพเพียงอย่างเดียว” และบรรยายรายละเอียดได้ภาพแก่นักข่าว โดยเน้นการถ่ายภาพแพชชั่น ภาพข่าวงานสังคมสาธารณะ ทำให้มักได้ภาพหลุดหรือภาพที่เผลอ

ช่างภาพไทยมักทำงานตามหมายงานที่ได้รับจากฝ่ายประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่จัดงาน และอาจมีแหล่งข่าวของตน ช่างภาพจะแบ่งงานกันเองภายในกลุ่ม กรณีที่มีงานสำคัญหลายงานในวันเดียวกันจะแบ่งตามลำดับความสำคัญของงานและความโด่งดังของบุคคลมีชื่อเสียงที่ไปร่วมงานนั้นๆ หากเป็นงานใหญ่มีบุคคลมีชื่อเสียงไปร่วมงานมาก กองบรรณาธิการจะเป็นผู้กำหนดประเด็นข่าวเอง และส่วนใหญ่ช่างภาพจะปฏิบัติงานคนเดียวไม่มีนักข่าวไปด้วย

ที่จริงแล้วช่างภาพจะมีกฎเกณฑ์ของตนเองในการถ่ายภาพบุคคลในอิริยาบถต่างๆ ว่าภาพลักษณะใดที่ไม่ควรถ่าย โดยคำนึงถึงสิทธิส่วนบุคคล ไม่ละเมิดสิทธิจนเกินความพอดี รวมถึงต้องให้เกียรติแหล่งข่าว ภาพที่ถ่ายไม่ควรที่จะสร้างความเสียหายและส่งผลลบต่อภาพลักษณ์ของบุคคลในภาพ หากแต่ในทางปฏิบัติจริยธรรมของช่างภาพกลับถูกระงับ ด้วยนโยบายองค์กรที่เป็นตัวกำหนด สำหรับ

การละเมิดหรือการรับผิดชอบในทางกฎหมายนั้น ช่างภาพไม่สนใจว่าภาพที่ถ่ายจะถูกฟ้องร้องหรือไม่ เพราะทราบดีว่าผู้รับผิดชอบคือ บรรณาธิการ

2.2 ภาพแอบถ่ายในสื่อสิ่งพิมพ์ไทย

ภาพแอบถ่ายที่พบแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ภาพถ่ายที่ผู้ถูกถ่ายรู้ตัวว่าตนเองกำลังถูกถ่าย รวมถึงภาพที่ผู้ถูกถ่ายรู้ตัวว่ามีช่างภาพ แต่ไม่รู้ตัวถูกถ่ายภาพไปเมื่อใด เรียกว่าเป็นภาพที่เผลอและภาพแอบถ่าย ภาพแอบถ่ายที่พบโดยมากเป็นภาพหลุด เซ็งเรื่องเพศ และภาพความสัมพันธ์ในช่วงเวลาที่เป็นส่วนตัวของคู่รัก

ปฏิกิริยาของบุคคลในภาพส่วนมากไม่รู้ตัวว่ากำลังถูกแอบถ่าย สำหรับวิธีการได้มาและการนำเสนอภาพแอบถ่าย จะเป็นการละเมิดความเป็นส่วนตัว ก็ต่อเมื่อใช้วิธีการติดตาม และเจาะจงถ่ายเฉพาะที่ โดยเฉพาะถ้าภาพนั้นแสดงให้เห็นถึงลักษณะเซ็งลามก อนาจาร รวมทั้งการพาดหัวข่าวที่ไม่สอดคล้องกับความเป็นจริงในภาพ ก่อให้เกิดความเสียหายต่อบุคคลในภาพ

2.3 บุคคลสาธารณะ สถานที่สาธารณะ สิทธิในการรับรู้ข้อมูลและสิทธิส่วนบุคคล

บุคคลสาธารณะ คือ บุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการต่างๆ เป็นที่รู้จักของคนส่วนใหญ่ รวมไปถึงบุคคลที่นำเสนอตนเองผ่านสื่อ และได้รับประโยชน์จากการนำเสนอนั้น ได้แก่ นักการเมือง ดารา ศิลปิน และบุคคลในวงสังคมบางคนที่ยอมให้สื่อเข้ามาวิพากษ์วิจารณ์ ในขณะที่บางส่วนให้ความเห็นว่า บุคคลสาธารณะ ต้องเป็นบุคคลที่การตัดสินใจส่งผลกระทบต่อสังคมส่วนรวม เช่น นักการเมือง และข้าราชการ เป็นต้น กลุ่มนี้เห็นว่าดาราและบุคคลในวงสังคมหรือที่คนในสังคมนิยมเรียกกันว่า ไฮโซ เป็นเพียงแค่ว่า บุคคลมีชื่อเสียงเท่านั้น

“ที่สาธารณะ” ปรากฏความหมาย 2 ลักษณะ ลักษณะแรกเป็นสถานที่ซึ่งทุกคนสามารถเข้าออก และทำกิจกรรมต่างๆ ได้โดยไม่ต้องขออนุญาตผู้ใด เช่น สวนสาธารณะ ถนน ลักษณะที่สองเป็น สถานที่ซึ่งเอกชนเป็นเจ้าของ แต่เปิดบริการให้คนทั่วไปเข้ามาใช้ประโยชน์จากสถานที่ได้ และต้องปฏิบัติตามกฎของสถานที่นั้น เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร สถานที่ราชการ

“ที่ส่วนบุคคล” หมายถึง สถานที่ที่บุคคลใดจะกระทำการใดๆ ก็ตามต้องได้รับอนุญาตเจ้าของสถานที่นั้นก่อน เช่น บ้าน ห้องพัก มีบางส่วนเห็นว่า ห้างสรรพสินค้า สถานที่ราชการ และโรงพยาบาลก็เป็นเป็นที่ส่วนบุคคลได้ เพราะมีเงื่อนไขกำกับการใช้ประโยชน์ บางส่วนเห็นว่า ที่ส่วนบุคคล คือ สถานที่ซึ่งการเข้าถึงของบุคคลจะต้องได้รับอนุญาตเจ้าของสถานที่นั้นก่อน เช่น บ้าน ห้องพัก โรงแรม เป็นต้น

“สิทธิในการรับรู้ข่าวสาร” ในการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่ายจะกระทำได้เสมอ เมื่อบุคคลสาธารณะเลือกที่จะเปิดเผยตนเองในที่สาธารณะ แต่บางส่วนเห็นว่าการรับรู้ นั้น ถึงแม้ว่าบุคคลสาธารณะจะอยู่ในที่สาธารณะ ก็มีได้หมายความว่าไม่มีสิทธิส่วนบุคคล เพียงแต่จะลดลงเท่านั้น และสิทธิการรับรู้สามารถเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อเรื่องนั้น เป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวมเท่านั้น

2.4 หลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องและการควบคุมดูแลกันเองของกลุ่มสื่อสิ่งพิมพ์

ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจุบันกฎหมายที่มีปรับใช้อยู่ ไม่ครอบคลุม ไม่ชัดเจน และล้าสมัย ควรจะมีการปรับบทลงโทษ และการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล เช่น ความไม่ชัดเจนในเรื่องระดับของการเข้าถึงข้อมูล และร่างขึ้นมาใช้ใหม่ให้ทันกับเทคโนโลยีในการถ่ายภาพ เนื่องจากกฎหมายไทยที่ปรับใช้เอาผิดเกี่ยวกับการถ่ายภาพ ไม่ครอบคลุมถึงการใช้วิธีการแบบปาปาราซซี่ นอกจากนี้การจะร่างกฎหมายที่ปรับใช้เฉพาะทางควรจะให้ผู้เกี่ยวข้องในด้านๆ มีส่วนร่วม บางฝ่ายเห็นว่ากฎหมายที่มีปรับใช้อยู่นั้น เหมาะสมและเพียงพอแล้ว เพราะก็มีหลักจริยธรรมของสภาการหนังสือพิมพ์ และหลักของสมาคมวิชาชีพต่างๆ เป็นเกณฑ์อยู่แล้วด้วย สิ่งสำคัญคือ ควรทำความเข้าใจร่วมกันภายในกลุ่มสื่อประเภทนั้นๆ ว่าถ่ายได้แค่ไหน และนำเสนอได้อย่างไร

การควบคุมดูแลกันเองของสมาคมวิชาชีพสื่อสิ่งพิมพ์ ในส่วนของสภาการหนังสือพิมพ์ สมาคมช่างภาพสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย และสมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิงแห่งประเทศไทยมีหลักปฏิบัติและจรรยาบรรณ แต่ผลในทางปฏิบัตินั้นไม่ชัดเจน มีเพียงสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติมีบทบาทและประสิทธิภาพมากที่สุดในการควบคุมกันเอง ขณะที่สมาคมอื่นๆ เป็นเพียงการรวมตัวในลักษณะการสังสรรค์ และจัดสรรสวัสดิการเพื่อผลประโยชน์ของสมาชิกเป็นหลัก ประกอบกับความเกรงใจระหว่างสมาชิกด้วยกันในการตักเตือนถึงจริยธรรมในวิชาชีพ ส่งผลให้บทบาทของการรวมกลุ่มในการตรวจสอบและควบคุมระหว่างสื่อจึงไม่ค่อยปรากฏในองค์กรประเภทสมาคม อีกทั้งการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มองค์กรวิชาชีพ เป็นเรื่องของความสมัครใจ และการกำหนดโทษทางวินัยที่ร้ายแรงนั้นไม่มี

2.5 การนำเสนอภาพแอบถ่ายภายใต้นโยบายองค์กร

กระแสจากต่างประเทศ ประกอบกับจุดอิมิตัวของการนำเสนอภาพข่าวแบบเดิมๆ ความสามารถทางเทคโนโลยีด้านการถ่ายภาพ ที่เอื้อประโยชน์ให้ทุกคนสามารถเป็นปาปาราซซี่ได้ และถ่ายภาพระดับปาปาราซซี่ได้ และที่สำคัญความต้องการซื้อของผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดว่า องค์กรสื่อจะคัดเลือกรูปภาพแอบถ่ายอย่างไร แบบไหนมาจัดขาย

นโยบายการทำงานของสื่อสิ่งพิมพ์ขึ้นอยู่กับจุดกำเนิดและความตั้งใจ สื่อหนังสือพิมพ์รายวันจะเน้นเสนอข่าวสารบ้านเมืองทั่วไป แนวทางในการถ่ายภาพจึงนิยมภาพแอบถ่ายประเภทที่เผลอ(แคนดิท) ส่วนหนังสือพิมพ์บันเทิง นโยบายเน้นนำเสนอข่าวสารในวงการบิน การถ่ายภาพจะมีหลากหลายแนว ทั้งภาพแพชั่น ภาพสวยงาม และภาพแนวแอบถ่าย โดยจะเน้นการถ่ายภาพแบบที่เผลอและภาพนิตยสารบันเทิงกลับมีนโยบายเน้นการนำเสนอภาพแนวแอบถ่ายเป็นหลัก ซึ่งส่วนมากจะได้มาโดยการไปดักรอตามสถานที่ต่างๆ มิใช่ตามงานอย่างหนังสือพิมพ์

การตัดสินใจในการคัดเลือกภาพแอบถ่ายขึ้นตีพิมพ์ จึงขึ้นกับนโยบายองค์กรและประเภทสื่อขององค์กรนั้น ว่าเน้นเสนอภาพข่าวประเภทแอบถ่ายลักษณะใด โดยมากจะคำนึงถึงสิทธิส่วนบุคคลเป็นหลัก คือ ไม่ล่วงละเมิดในส่วนบุคคล ขณะที่จรรยาบรรณและจริยธรรม ถือเป็นเรื่องที่มีความสำคัญเฉพาะสื่อหนังสือพิมพ์ทั่วไปเท่านั้น ไม่เหมือนสื่อบันเทิงที่เน้นเรื่องกำไรทางธุรกิจเป็นสำคัญ

2.6 บุคคลมีชื่อเสียงกับการฟ้องร้องในการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

การฟ้องร้องจากการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของบุคคลสาธารณะมีน้อย ส่วนใหญ่จะประนีประนอมกันก่อนเรื่องถึงศาล การฟ้องร้องส่วนมากไม่ใช่การฟ้องร้องจากภาพแอบถ่าย แต่มาจากเนื้อหาข่าวประกอบภาพแอบถ่ายมากกว่า โดยเฉพาะการหมิ่นประมาทให้เสื่อมเสีย การยอมนความมักสิ้นสุดลงเมื่อสื่อจะลงข้อความขอโทษคู่กรณี เหตุที่คดีมักจะยุติลงที่การยอมนความ เนื่องจากบุคคลสาธารณะกับสื่อต่างต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน

2.7 ผลกระทบจากการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่าย

มีหลายระดับ ระดับแรกกระทบโดยตรงต่อภาพลักษณ์ของบุคคลที่ถูกนำเสนอ อาจสร้างความเสียหายต่อบุคคลในภาพทั้งเรื่องส่วนตัวและหน้าที่การงาน ระดับสองกระทบต่อสังคม แง่บวกเพื่อการเปิดเผยความจริงให้สังคมรับรู้ แง่ลบจากพฤติกรรมในภาพแอบถ่ายของบุคคลสาธารณะที่เยาวชนอาจเลียนแบบได้ และอาจสร้างค่านิยมที่ผิดให้กับสังคม

2.8 แนวโน้มการเติบโตของตลาดและการนำเสนอภาพแอบถ่าย

ในอนาคตสื่อสิ่งพิมพ์ที่นำเสนอภาพแอบถ่ายจะเพิ่มขึ้น เนื่องจากเป็นสิ่งใหม่ในสังคมไทย ประกอบกับลักษณะพื้นฐานคนที่สนใจอยากรู้อยากเห็นชีวิตส่วนตัวของบุคคลมีชื่อเสียง แต่บางส่วนค้านว่า แนวโน้มการเติบโตของสื่อสิ่งพิมพ์ภาพแอบถ่าย จะไม่เติบโตไปมากกว่านี้ เนื่องจากปัจจุบันมีสื่อ

สิ่งพิมพ์ ภาพแอบถ่ายมากพอควรแล้ว และสภาพเศรษฐกิจไทยไม่มั่นคง การลงทุนชะลอตัว และการลงทุนต้องใช้เงินสูงมาก

ระดับความรุนแรงของเนื้อหาภาพแอบถ่ายมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ความรุนแรงในเชิงปริมาณ มาจากการแข่งขันทางธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีเพิ่มสูงขึ้น สื่อที่ผลิตภาพข่าวแอบถ่ายจะมีนโยบายเพิ่มปริมาณข่าวภาพแอบถ่ายให้มากขึ้น อาจออกหัวนิตยสารหรือหนังสือพิมพ์แนวแอบถ่ายออกมาอีก ขณะที่ในเชิงคุณภาพ ความรุนแรงของเนื้อหาภาพแอบถ่ายก็อาจมาจากเนื้อหาของภาพที่จำเป็นต้องแปลก ฉีกแนวออกไปจากที่เป็นอยู่ สื่อแต่ละหัวจะพยายามค้นคว้า เจาะลึก สืบค้น และติดตามบุคคลสาธารณะอย่างเกาะติดมากขึ้น และอาจมีระดับการล่วงล้ำสิทธิส่วนบุคคลมากขึ้น ซึ่งอาจหมายถึงลักษณะเนื้อหาของภาพที่ยิ่งเป็นชีวิตส่วนตัวมากขึ้นอีก และสำหรับภาพเชิงลามกอนาจารที่มีอยู่ในปัจจุบันก็อาจเพิ่มระดับความลามกของภาพและเนื้อหาเพิ่มขึ้นไปอีก

2.9 จริยธรรมในกระบวนการนำเสนอภาพแอบถ่าย

การถ่ายและการนำเสนอภาพแอบถ่ายนั้น กล่าวได้ว่าไม่ได้นำมาตรฐานทางวิชาชีพมาพิจารณาประกอบการนำเสนอข่าว ภาพแอบถ่ายเชิงอุจาด ลามกที่ไม่ได้ให้ประโยชน์แก่สังคมจึงมีมาก ประกอบกับนโยบายองค์กรที่เน้นเพิ่มยอดขาย เพื่อสร้างกำไรจากความต้องการและอยากรู้อยากเห็นของผู้อ่าน ที่อยู่เหนือความถูกต้องทางจริยธรรม ขณะที่บางส่วนเห็นว่าช่างภาพและผู้นำเสนอข่าวโดยส่วนใหญ่มีมาตรฐานทางวิชาชีพในระดับที่สูง-ต่ำแตกต่างกันไปในแต่ละฉบับ ขึ้นอยู่กับนโยบายขององค์กร

ภาพแอบถ่ายในปัจจุบันเน้นภาพหลุด เชิงอุจาด ลามก และภาพความสัมพันธ์เชิงชู้สาวมาก เช่น ภาพกอดจูบ พลอดรักกัน ซึ่งนอกจากจะไม่คำนึงถึงมาตรฐานทางวิชาชีพและจริยธรรมในฐานะสื่อมวลชนแล้ว ยังไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อบุคคลในภาพ และต่อสังคมด้วย

3. จริยธรรมของภาพแอบถ่าย: การถ่ายและการตีพิมพ์

ภาพแอบถ่ายจะต้องไม่ล่วงละเมิดความเป็นส่วนตัว และไม่สร้างความเสื่อมเสียหรือเสียหายต่อบุคคลในภาพ รวมทั้งต้องไม่ส่งผลกระทบต่อด้านลบต่อผู้อ่านหรือสังคมด้วย

การยึดถือจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชนจากการนำเสนอภาพข่าวแอบถ่าย พิจารณาจาก 2 กระบวนการตัดสินใจ คือ 1. กระบวนการถ่ายภาพ และ 2. กระบวนการนำเสนอหรือตีพิมพ์ภาพ ปัจจัยสำคัญที่ช่างภาพคำนึงถึงในกระบวนการถ่ายภาพคือ นโยบายองค์กร สถานที่ พฤติกรรม ลักษณะกิจกรรม และมุมของการถ่ายภาพ ขณะที่ปัจจัยที่บรรณาธิการคำนึงถึงในการคัดเลือกภาพตีพิมพ์

นอกจากจะต้องคำนึงถึงปัจจัยทั้ง 5 เช่นเดียวกับที่ช่างภาพใช้ในการตัดสินใจแล้ว ยังรวมไปถึงปัจจัยเรื่องการนำเสนอภาพ การนำเสนอเนื้อหา หลักกฎหมายที่เกี่ยวข้อง คุณค่าข่าว และคุณสมบัติของภาพถ่ายทางวารสารศาสตร์

เพราะฉะนั้น ปัญหาทางจริยธรรมในการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่าย จึงเกิดจากขั้นตอนการตัดสินใจของ 2 ส่วน ส่วนแรก การแอบถ่ายภาพ ช่างภาพยังคงยึดถือปฏิบัติตามเกณฑ์ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจถ่ายภาพได้ ตราบเท่าที่ภาพนั้นไม่ได้แสดงถึงพฤติกรรมเชิงอนาจาร ผู้สาวพลอดรัก ไม่ได้ปรากฏให้เห็นถึงอาณาเขตที่ส่วนบุคคล และไม่ได้มีการล่วงล้ำความเป็นส่วนตัว จากการแอบถ่ายทั้งในเชิงกิจกรรม และพื้นที่ส่วนตัวหรือร่างกายของผู้ถูกถ่าย ส่วนการนำเสนอหรือการตีพิมพ์ภาพข่าวแอบถ่าย บรรณาธิการยังคงถือปฏิบัติตามปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจของช่างภาพ และปัจจัยเฉพาะของกระบวนการนำเสนอได้ ก็ต่อเมื่อภาพแอบถ่ายนั้น ไม่เน้นนำเสนอ หรือนำสื่อถึงเรื่องทางเพศ เชิงอนาจาร ผู้สาวพลอดรัก ไม่ล่วงล้ำความเป็นส่วนตัว และสิทธิส่วนบุคคล โดยในกรณีที่มีการกล่าวพาดพิง ควรให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย ได้ชี้แจงเรื่องราวที่เกิดขึ้น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อภิปรายผลการศึกษา

ด้วยข้อสันนิษฐาน 2 ข้อในการศึกษา ที่ว่า

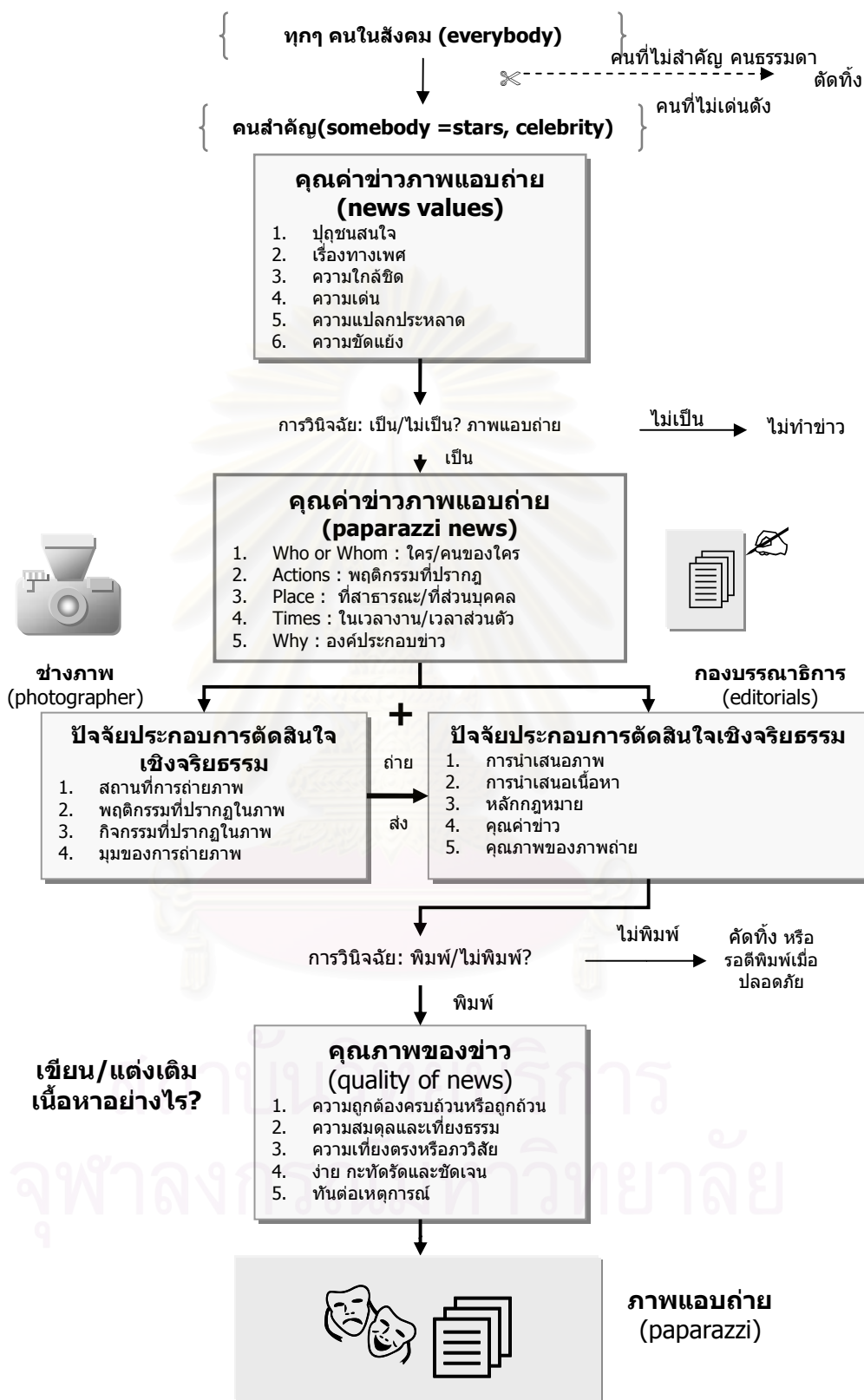
1. การใช้วิธีการปาปาราสซีในการนำเสนอภาพแอบถ่ายบุคคลมีชื่อเสียงมักปรากฏในข่าวของนิตยสารประเภทดารา บันเทิง และข่าวซุบซิบมากกว่าในสื่อหนังสือพิมพ์รายวัน
2. เนื้อหาที่ปรากฏในภาพแอบถ่ายมักแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมเชิงชู้สาว พลอดรักของบุคคลมีชื่อเสียง

จากผลการศึกษา พบว่าเป็นไปตามสมมติฐานเฉพาะข้อแรกเท่านั้น กล่าวคือการใช้วิธีการปาปาราสซีในการนำเสนอภาพแอบถ่ายบุคคลมีชื่อเสียงมักปรากฏในข่าวของนิตยสารประเภทดาราบันเทิง และข่าวซุบซิบมากกว่าในสื่อหนังสือพิมพ์รายวัน เพราะจากการศึกษาสื่อสิ่งพิมพ์จำนวน 9 ชื่อฉบับ รวม 1,082 ฉบับ พบข่าวภาพแอบถ่ายทั้งหมด 1,536 ชิ้นข่าว โดยเฉลี่ยกลุ่มนิตยสารบันเทิง มีความถี่ในการนำเสนอมากที่สุดเฉลี่ย 5.93 ชิ้นข่าวต่อฉบับซึ่งมากกว่ากลุ่มสื่อหนังสือพิมพ์ทั่วไป ที่มีค่าเฉลี่ยเพียง 0.45 ชิ้นข่าว ส่วนหนังสือพิมพ์บันเทิงมีเพียง 1.46 ชิ้นข่าว และผลการศึกษาที่ยืนยันสมมติฐานว่า พบในนิตยสารกอสซิปสตาร์มากที่สุดเฉลี่ยถึง 11.38 ชิ้นข่าวต่อฉบับ อันดับสองคือ นิตยสารซุบซิบ คือ 3.83 ชิ้นข่าวต่อฉบับ

สำหรับสมมติฐานในข้อ 2 ผลการศึกษาไม่ยืนยันสมมติฐานว่า เนื้อหาของภาพแอบถ่ายมักเป็นเรื่องชู้สาวพลอดรัก เพราะพบว่ามีเพียงร้อยละ 15.59 ของภาพแอบถ่ายเท่านั้นที่มีพฤติกรรมของภาพไปในเชิงชู้สาว พลอดรัก ขณะที่ภาพแอบถ่ายส่วนมากเป็นรูปคู่ โดยพฤติกรรมแสดงถึงกิจกรรมทั่วไปเป็นหลัก

ผลจากการศึกษาประเด็นจริยธรรมเกี่ยวข้องกับการถ่ายภาพ และการนำเสนอเนื้อหาภาพสามารถสรุปภาพรวมได้ดังรูปที่ 7.2 ดังนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



รูปที่ 7.2 แสดงความสัมพันธ์ของกระบวนการผลิตภาพแอบถ่าย

ภาพแอบถ่ายของไทย : ถ่ายอะไร?

เมตแลนด์ เอดี้ (Maitland Edey, 1978: 117, อ้างถึงใน ชุติพร เกษโกวิท, 2546:23) กล่าวว่า การเล่าเรื่องด้วยภาพในแต่ละประเภทจะดึงดูดความสนใจของผู้รับสารที่แตกต่างกัน การเล่าเรื่องด้วยภาพถ่ายบุคคลมักจะได้รับ ความสนใจมากที่สุดและเป็นภาพที่ช่างภาพมักจะกระทำได้ดี คือ ภาพวิถีชีวิต ส่วนบุคคลของคนดัง แสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบที่ทำให้เกิดข่าวภาพแอบถ่าย กล่าวได้ว่ามาจากความเด่น ความมีชื่อเสียงของบุคคลในภาพถ่ายเป็นสำคัญ เพราะคุณค่าข่าวอยู่ในประเด็นความเป็นบุคคลสำคัญ (Prominent Person)

หลักของการแอบถ่ายเน้นความเป็นส่วนตัว หากเป็นภาพส่วนตัว ในเวลาส่วนตัวของบุคคลที่กำลังอยู่ในความสนใจของสังคมขณะนั้นมากเท่าใด ยิ่งถือว่ามีค่าความเป็นข่าวสูง โดยมีพฤติกรรมของบุคคลในภาพ เป็นแม่เหล็กดึงดูดที่สร้างความน่าสนใจให้กับข่าวภาพแอบถ่าย สำหรับกิจกรรมทั่วไป อาทิ ซื้อของ ขับรถ รับประทานอาหาร เดินเที่ยว ฯลฯ เป็นกลุ่มเนื้อหาหลักของภาพที่ถูกนำเสนอบ่อยครั้ง เนื่องจากเป็นกิจกรรมทั่วไปในชีวิตประจำวัน ที่กระทำโดยไม่จำเป็นต้องปิดบังหรือระมัดระวังขณะที่อยู่ ในสถานที่สาธารณะ เพราะไม่ขัดต่อหลักจริยธรรมและกฎหมาย ขณะที่พฤติกรรมเรื่องทางเพศ ถือเป็นเป้าหมายสำคัญของการแอบถ่ายภาพ ที่อาจหมิ่นเหม่ต่อการละเมิดทั้งจริยธรรมและสิทธิส่วนบุคคล ภาพพฤติกรรมเชิงอนาจาร เน้นร่องอก หัวนม แก้มก้น เป้า อวัยวะเพศ ฯลฯ และภาพความสัมพันธ์เชิงชู้สาว หอมแก้ม กอด จูบ เป็นลักษณะภาพที่สื่อต้องการ เพราะความสัมพันธ์ฉันท์คู่รัก ชู้ชู้สาว เป็นเรื่อง ที่คนอ่านให้ความสนใจ สอดคล้องกับ คำสัมภาษณ์ของหัวหน้าข่าวบันเทิงไทยรัฐ (โบ เหลืองทอง, 2547:34) ที่กล่าวว่า การนำเสนอภาพข่าวบันเทิงจะเน้นนำเสนอในเรื่องความรักของดาราคือหลัก จะนำเสนอทุกวัน เพราะเป็นเรื่องที่คนอยากรู้มากที่สุด

สถานที่ในภาพข่าวแอบถ่าย ที่ส่วนบุคคลกลับพบมากในสื่อหนังสือพิมพ์ทั่วไป โดยมักเป็นภาพข่าวประเภทการเมือง ซึ่งการนำเสนออยู่ภายใต้หลักแห่งประโยชน์ที่มีผลต่อความมั่นคงของส่วนรวม เช่น ภาพถ่ายทักษิณเข้าพบพลเอกเปรม (ไทยรัฐ, 12 มีนาคม 2549 หน้า 1) สำหรับภาพแอบถ่ายที่แสดงถึงที่ส่วนบุคคลที่ปรากฏในสื่อหนังสือพิมพ์บันเทิงนั้น มักเป็นข่าวที่ตอบสนองความอยากรู้ของมวลชนซึ่งปรากฏไม่บ่อยนัก ผลการศึกษาชี้ชัดว่า การได้มาของภาพแอบถ่าย จะไม่ก้าวล่วงในมิติเรื่องพื้นที่ส่วนบุคคล เพราะ “ความเป็นบุคคลสาธารณะของดาราศิลปิน” ย่อมมีความสำคัญที่สุด ข่าวภาพแอบถ่ายจึงเป็นลักษณะของเรื่องส่วนตัวในที่สาธารณะ มิใช่เรื่องส่วนตัวในที่ส่วนบุคคลเช่นของต่างประเทศ ดังเช่นที่บรรณารักษารอชชิปสตาร์ ให้ความเห็นไว้ในบทความเรื่อง ‘ภาพปาราซซี่ เมื่อภาพเรื่องส่วนตัวจะกลายเป็นของส่วนรวม’ ถึงการล่วงล้ำที่ส่วนตัว (มติชน, วันเสาร์ที่ 18 มิถุนายน 2549) ไว้ว่า “เราไม่ได้ทำถึง

ขึ้นไปล้วงลึกชีวิตส่วนตัวในทุกแง่มุม ไม่ใช่ไปแอบดูเขาเลิฟซีนตามหาดหรือเข้าโรงแรมจนถึงในห้อง ของ เราแค่ดูว่าเขาไปกับใคร กู้กักกันยังไงเท่านั้น ซึ่งจริงๆ แล้วถ้าเราจะทำอย่างแรงๆ ก็สามารถทำได้ แต่ เราไม่ล้วงละเมิดสิทธิเขาขนาดนั้น เพราะคิดว่ามันยังไม่เหมาะกับบ้านเรา"

ภาพแอบถ่ายของไทย : ถ่ายอย่างไร?

วิธีการได้มาของภาพข่าวแอบถ่าย มีตั้งแต่การติดตามแอบถ่าย ได้แก่ ดักรอ ฝ้ารอ ตามสถานที่ ต่างๆ ซึ่งเป็นแนวทางหลักในการแอบถ่ายของปาปาราสซี่ ซึ่งเป็นเรื่องที่อยู่ถูกทวงถามถึงจริยธรรมและ การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล จากการติดตามในหลายรูปแบบวิธี เช่น การสะกดรอย หรือซัปรดติดตาม เพราะบางครั้งการติดตามสร้างความกลัว และอาจส่งผลเกิดอันตรายต่อชีวิตของบุคคลนั้นได้ ดังกรณี ของ แอน ทองประสม กล่าวถึงการถูกลิขิตรอนสิทธิส่วนบุคคล และความไม่ปลอดภัยจากการติดตามของ ปาปาราสซี่ไว้ว่า ("ปาปาราสซี่"ระบาศไทย! ความพอดีอยู่ตรงไหน?, เว็บไซต์ข่าวสด วันเสาร์ 18 มิถุนายน 2548)

"เคยเจอกรณีเดียวกับที่ ลินเซย์ โลแฮน ที่ผ่านมาเพิ่งทราบเหมือนกันว่าเคยถูกปาปาราสซี่แอบ ซัปรดสะกดรอยตาม เขาไปให้สัมภาษณ์ในรายการทีวีแต่ไม่เปิดเผยหน้าตา เขาบอกว่าซัปรดตามแอน แล้วเห็นแอนซัปรเร็วขึ้นมอเตอร์เวย์ไป คิดว่าแอนรู้สึกตัวแล้วหนี แอนเพิ่งมารู้ทีหลัง ทำให้แอนคิดเลยว่า ถ้าเกิดวันนั้นแอนต้องการทำอะไรส่วนตัวแล้วไม่อยากให้คนรู้แล้วต้องซัปรดเร็วเพื่อหนีแล้วทำให้เกิด อุบัติเหตุขึ้นมาจะเป็นอย่างไร และทุกวันนี้แอนพยายามระวังตัวเวลานั่งหรือทำอะไรในห้องแต่งตัวเพราะ ไม่อย่างนั้นบางทีอาจมีภาพแอบถ่ายตอนทำนั่นไม่สุภาพก็ได้"

การเน้นจุดสนใจของภาพแอบถ่าย การถ่ายยังคงเฉพาะตัวบุคคลเป็นหลัก ตามหลักการ ถ่ายภาพบุคคลทางวารสารศาสตร์ ในขณะที่การถ่ายเฉพาะอวัยวะนั้น จะละเมิดจริยธรรมเมื่อภาพนั้น เจาะจงถ่ายเฉพาะที่ ในลักษณะมุ่มต่ำ หรือมุ่มกด หากถ่ายด้วยเจตนาที่เน้นขึ้นนำความสัมพันธ์ในเชิงชู้สาว ได้แก่ การกุ่มมือ การโอบกอด ก็จะไม่เป็นปัญหาทางจริยธรรมเท่าใดนัก แต่เท่าที่พบโดยมากมี เจตนาในการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเน้นอวัยวะส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกายเช่น หน้าอก ร่องอก ก้น เป้า อวัยวะเพศ ฯลฯ ในเชิงอุจาด ลามกมากกว่าการขึ้นนำความสัมพันธ์อันที่คู่รัก

มุ่มกึ่งของภาพแอบถ่ายที่น่าสังเกตคือมุ่มกึ่งแบบสูง-มุ่มกดและแบบต่ำ-มุ่มขึ้น มักจะ เกี่ยวข้องกับการเน้นอวัยวะส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกายเสมอๆ ตามหลักการถ่ายภาพทางวารสารศาสตร์

แท้จริงแล้ว การถ่ายภาพมุมสูงและมุมต่ำ (High / Low Angle) นั้น เป็นการถ่ายภาพลงมาจากที่สูง หรือ ถ่ายโดยการยกกล้องเงยขึ้นไปจากที่ต่ำ ทำให้ได้ภาพในมุมมองใหม่ๆ และทำให้ภาพมีความน่าสนใจและ แหวกไปจากการนำเสนอเดิมๆ บางครั้งการถ่ายภาพลักษณะนี้ สามารถสร้างราคาให้กับภาพนั้นๆ เช่น การถ่ายภาพนางแบบที่กำลังเดินบนเวที เป็นต้น และในขณะเดียวกันก็เผยให้เห็นถึงความไม่มีจริยธรรม ขององค์กรสื่อและช่างภาพด้วย เช่นที่ อนุชิต สพันธุ์พงศ์ นักแสดงกล่าวถึงการถ่ายภาพมุมต่ำ มุมซ้อน ของปาปาราซซีไว้ว่า (เคี้ยวความคิดขั้นๆ ของอนุชิต สพันธุ์พงศ์, เว็บไซต์มติชน, วันจันทร์ที่ 5 พฤศจิกายน 2550,) ไม่ชอบการทำงานของปาปาราซซีอย่างแรง ไม่ใช่ในแง่ของการถ่ายรูปดาราดตามสถานที่ต่างๆ เพราะรู้สึกว่าจะออกไป ก็ต้องรับสภาพตรงนั้น แต่ในแง่ที่ ซ้อน ล้วง ถ่ายมุมกล้องที่โป๊ๆ แล้วมาอ้างว่า เพราะคุณใส่มาเอง มันพึ่งไม่ขึ้น ก็ถ่ายปกติสิ ผมว่าการกระทำนั้นคือการกระทำเดียวกับพวกโรคจิต ซึ่ง เชื่อว่าเรื่องอย่างนี้อยู่ที่เจ้าของหนังสือด้วย

ภาพแอบถ่ายของไทย : แคภาพไม่พอ ขอใส่สีตีความด้วย?

ประเด็นทางจริยธรรมของข่าวภาพของแอบถ่าย การนำเสนอเนื้อหาประกอบหรือการให้ข่าวของ สื่อ เป็นอีกกระบวนการสำคัญนอกจากกระบวนการถ่ายภาพ ที่ถูกวิพากษ์วิจารณ์ถึงความเหมาะสมและ ความถูกต้องของข้อมูล หลักจริยธรรมของสภากาหนดั้งเดิมข้อ 27 กล่าวว่า *สื่อสิ่งพิมพ์ควรละเว้น การล่วงละเมิดสิทธิส่วนบุคคล เว้นแต่กรณีเพื่อประโยชน์สาธารณะ* การเปิดเผยข้อมูลที่เป็นเรื่อง ส่วนตัว ถือว่าเป็นสิทธิส่วนบุคคลของบุคคลนั้น ซึ่งในการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่าย มีการเปิดเผยข้อมูล ส่วนตัว ซึ่งถูกนำเสนอมากในสื่อประเภทนิตยสารบันเทิง อาจเพราะด้วยคุณสมบัติของภาพถ่ายที่มี ข้อจำกัดในเรื่องรายละเอียดเชิงลึก จึงเป็นเหตุให้ต้องใช้ข้อมูลเนื้อหาข่าวประกอบด้วย อีกทั้งคุณสมบัติ ของข่าวบันเทิงที่เน้นเรื่อง “ซุบซิบ” และคุณลักษณะของภาพแอบถ่ายที่เน้นนำเสนอเรื่องราวส่วนตัว จึง หนีไม่พ้นการทำความถึงภูมิหลัง และเรื่องส่วนตัวของบุคคลมีชื่อเสียง เพื่อปูพื้นฐานเนื้อหาข่าวให้ผู้อ่าน ได้เข้าใจ ซึ่งบางข่าวนั้นการเปิดเผยเรื่องส่วนตัวอาจไม่เป็นประโยชน์ หรือไม่เห็นความจำเป็นต่อ สาธารณะที่จะต้องนำมากล่าว

นอกจากนั้น ยังพบการใช้ภาษาสื่อเสียด เกินจริง ซึ่งโดยทั่วไปอาจถือเป็นลักษณะของการ นำเสนอข่าวประเภทบันเทิงทั้งหลาย พาดหัว ถ้ายิ่งใช้คำหวือหวาเท่าใด ยิ่งเรียกร้องความสนใจจาก ผู้อ่านให้มีแรงจูงใจในการติดตามข่าวได้มากเช่นกัน โดยมากจึงมักใช้ภาษาที่รุนแรง ล่อแหลม เพื่อเพิ่ม อรรถรส สร้างจุดสนใจให้แก่สิ่งพิมพ์ ซึ่งบ่อยครั้งการกล่าวเกินจริงนั้น นำไปสู่ประเด็นข้อพิพาทระหว่างการ นำเสนอข่าวของสื่อที่มากเกินความสามารถของภาพที่จะให้รายละเอียดได้ คือ การให้เนื้อหาที่

บิดเบือนไปจากข้อเท็จจริง ดังเช่นในบทความชื่อ “ศิลปิน – ปาปารazzi คู่กัดหัวใจพาดเคียด”(เว็บไซต์สยามรัฐ วันจันทร์ ที่ 31 มกราคม 2548) กล่าวถึงมาลาของการสร้างข่าวว่า

ภาพถ่าย นอกจากมันจะเป็นหลักฐานยืนยันได้แล้ว ด้วย“มาลา”แห่งมัน ก็อาจกลายเป็นหลักฐานที่ต่อแหล่ได้เช่นกัน เพราะพักหลังนี้สื่อก็เริ่มเมามัน ได้ภาพมาแล้วก็เขียนปั่นเรื่องประกอบกัน อุดลุด เช่น เห็นดารารไปเที่ยวผับกับหลายคน แต่แอบถ่ายมาแค่คนเดียว แล้วเขียนบรรยายว่าทั้งสองแอบควงกันมาเที่ยว หรือเห็นศิลปินเขยีนคุยกับใครก็เอามาเขียนเป็นตุเป็นตะว่าเป็นคู่ชากันบ้าง เป็นเสียคนที่แอบเลี้ยง ทั้งที่บางที่เขาอาจจะเคยยื่นพุดคุยทักทายกันตามปกติ เหล่านี้คือ “มาลาภาพ” ที่เป็นเหมือน “อาวุธ” ที่หากอยู่ในมือคนที่มีจรรยาบรรณก็แล้วไป แต่ถ้าหากไปตกอยู่ในมือของพวกที่ไร้จรรยาบรรณ ก็พร้อมจะประหารประหารคนที่โดนแอบถ่ายได้ทันที ซึ่งให้เห็นว่าลักษณะการนำเสนอข่าวประกอบภาพแอบถ่าย เน้นสร้างความฮือฮา น่าสนใจมากกว่า และละเลยการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล รวมทั้งไม่คำนึงถึงความรับผิดชอบของสื่อมวลชนต่อการรายงานข่าวให้แก่สาธารณะ ซึ่งขัดกับหลักจริยธรรมของสภาการหนังสือพิมพ์ ข้อ 7 ที่กล่าวว่า สื่อสิ่งพิมพ์ต้องไม่แต่งเติมเนื้อหาสาระของข่าว จนคลาดเคลื่อนหรือเกินจากความเป็นจริง และข้อ 30 ที่กล่าวว่า ภาษาที่ใช้ในสื่อสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ พึงหลีกเลี่ยงคำที่ไม่สุภาพ หรือมีความหมายเหยียดหยาม

ภาพแอบถ่ายของไทย : จริยธรรมในการนำเสนอเนื้อหาประกอบข่าว

การอ้างอิงที่มาของแหล่งข่าว เป็นคุณสมบัติพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อจริยธรรมวารสารศาสตร์ ข่าวทุกชิ้นต้องอ้างอิงแหล่งที่มาของข่าว เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้ตัวข่าว โดยเฉพาะสื่อบันเทิง ที่มักถูกวิจารณ์ว่ามักมีอคติ จากการตีความและการสรุปความของนักข่าว เนื่องจากการนำเสนอข่าวบันเทิงส่วนใหญ่ เกี่ยวข้องกับการสร้างความเข้าใจในภาพลักษณ์ของบุคคลมีชื่อเสียง ทั้งบวกและลบ บ่อยครั้งมักไม่ปรากฏการอ้างอิงแหล่งที่มาของข่าว โดยเฉพาะในสื่อบันเทิงสารบันเทิง ส่งผลให้ข่าวบันเทิงที่นำเสนอขาดความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะการนำเสนอภาพแอบถ่าย การอ้างอิงแหล่งที่มาของข่าวจึงเป็นส่วนสนับสนุนให้หลักฐานภาพถ่าย และเนื้อข่าวอยู่บนฐานของความเป็นจริงที่เกิด ใช้อยู่บนพื้นฐานอคติจากการนำเสนอของสื่อ ในบทความเรื่อง ‘นักข่าวกับดาราร’ ได้แสดงความเห็นต่อวัฒนธรรมการนำเสนอข่าวบันเทิงในปัจจุบันที่เข้าลักษณะตัวข่าวไว้ว่า (นักข่าวกับดาราร,ไทยโพสต์ วันอังคารที่ 26 มิถุนายน 2549)

“นักข่าวบันเทิงสมัยนี้ มีวิธีการทำข่าวที่แปลกประหลาด เพราะมีการทำข่าวแบบปาปารazzi คือให้ช่างภาพตามประกบดารารไปทุกหนทุกแห่ง เห็นเดินกับใคร ยืนคุยอยู่กับใคร ไปกินข้าวกับใครก็แอบถ่ายภาพเก็บเอาไว้ ไม่ต้องเข้าไปสัมภาษณ์ให้เสียเวลา เพราะทำข่าวแบบนี้ต้องใช้จินตนาการสูง

มาก แค่เห็นภาพก็สรุปเป็นข่าวได้แล้ว ดาราทุกวันนี้จึงมีหน้าที่ต้องออกมาแก้ข่าว ที่เหล่าปาปาราซซีเอาภาพมาลง แล้วจินตนาการไปเรื่อยว่าเกิดอะไรขึ้น น่าอิจฉาหนังสือบันเทิงแนวปาปาราซซี ที่ขายแต่ภาพก็พอแล้ว ขณะเดียวกันก็สงสัยดารารายที่ต้องมาแก้ข่าวที่ไร้สาระ”

แต่หากพิจารณาในสื่อประเภทหนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์รายวันทั่วไปนั้น ยังคงให้ความสำคัญต่อการอ้างอิงแหล่งที่มาของข่าว ซึ่งให้เห็นว่า วัฒนธรรมการทำข่าวของสื่อแต่ละประเภทตระหนักถึงจริยธรรมไม่เท่ากัน ดังที่หลักจริยธรรมของสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ข้อ 13 ระบุไว้ว่า สื่อสิ่งพิมพ์ต้องไม่เสนอข่าวโดยเลื่อนลอยและปราศจากแหล่งที่มา พึงระบุชื่อบุคคลที่ให้สัมภาษณ์ หรือให้ข่าวอย่างเปิดเผย เว้นแต่จะมีเหตุอันควรปกปิดเพื่อสวัสดิภาพและความปลอดภัยของแหล่งข่าว และต้องเป็น ประโยชน์ต่อสิทธิในการรับรู้ข่าวสารของสาธารณชน

การให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย ถือเป็นตัววัดสำคัญต่อจริยธรรมในการนำเสนอข่าวของสื่อ เพื่อลดข้อกังขาจากอคติการตีความของผู้เขียนข่าว รวมถึงการนำเสนอข่าวที่อาจสร้างภาพลักษณ์เชิงลบให้แก่บุคคลในภาพ โดยเฉพาะในประเด็นข่าวที่มีความขัดแย้ง หรือมีการกล่าวพาดพิงถึงบุคคลอื่น การให้พื้นที่หรือการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง จึงเท่ากับว่าการรายงานข่าวของสื่อ นั้นยึดจริยธรรมบนฐานแห่งความยุติธรรมในการนำเสนอข่าว ซึ่งจากผลการศึกษพบว่าส่วนใหญ่สื่อสิ่งพิมพ์ที่นำเสนอข่าวภาพแอบถ่ายยังคงไม่ค่อยให้ความสำคัญต่อการให้ความเป็นธรรม หรือการให้พื้นที่แก่ผู้ที่ตกเป็นข่าวได้ออกมาชี้แจงเท่าใดนัก อาจด้วยคุณลักษณะเฉพาะของการเสนอข่าวภาพแอบถ่าย ที่ยึดอุดมการณ์ในชายข่าวจากภาพถ่ายมากกว่าจากคำสัมภาษณ์ ประกอบกับข้อจำกัดเรื่องเวลาการหาข่าวของสื่อแต่ละประเภท นโยบายของสื่อสิ่งพิมพ์ที่เน้นปริมาณการผลิตข่าวเพื่อป้อนตลาด และที่สำคัญผู้อ่านอาจต้องการบริโภคเพื่อทราบ แต่ไม่ใช่เพื่อตรวจสอบความเป็นจริงที่เกิดขึ้น ดังเช่นที่ มาลี บุญศิริพันธ์ (2531)กล่าวว่า ข่าวประกอบไปด้วยองค์ประกอบ เรื่องความน่าสนใจ (interest) ข้อเท็จจริง (fact) และผู้อ่าน (readers) ซึ่งข้อเท็จจริงในที่นี้ หมายถึงสิ่งที่ผู้อ่านสนใจที่จะอ่าน ซึ่งอาจจะไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นในเหตุการณ์ทั้งหมด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพแอบถ่ายของไทย : บุคคลสาธารณะในช่วงเวลาส่วนตัว ณ ที่สาธารณะ



รูปที่ 7.3 แสดงแนวคิดเรื่องสิทธิส่วนบุคคลในสถานที่สาธารณะ

การนำเสนอข่าวภาพแอบถ่าย เกี่ยวพันโดยตรงต่อสิทธิในการรับรู้ข้อมูล สิทธิส่วนบุคคล และสถานที่ที่ปรากฏ กฎหมายไทยให้สิทธิและเสรีภาพแก่สื่อในการเข้าถึงข้อมูลของบุคคล ซึ่งบุคคลในที่นี้ กฎหมายหมายรวมถึงคนทุกคน มิได้จำแนกลักษณะประเภทของบุคคลไว้แยกขาดออกจากกัน ซึ่งในความเป็นจริงสถานภาพของบุคคลที่ปรากฏ ระหว่างบุคคลทั่วไปกับบุคคลสาธารณะนั้นแตกต่างกัน ส่งผลให้สิทธิส่วนบุคคลจึงมีความแตกต่างกัน การที่ไม่ปรากฏคำจำกัดความของคำว่าบุคคลสาธารณะ ส่งผลโดยตรงต่อขอบเขตความรับผิดชอบทางจริยธรรมในการรายงานข่าว ถึงอย่างไรกฎหมายก็ยังคงวางเกณฑ์ที่ใช้เป็นตัวกรองในการเข้าถึงข้อมูลไว้อยู่ภายใต้เงื่อนไขที่ว่า เรื่องราวส่วนตัวนั้นมีผลอันเกี่ยวข้องกับสาธารณะประโยชน์ สื่อจึงจะใช้สิทธิในการรับรู้เพื่อเข้าถึงข้อมูลหรือเรื่องราวส่วนบุคคลได้ แต่เมื่อนำมาพิจารณากับผลการศึกษาที่ได้ กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่มีความเห็นว่า เมื่อใดที่บุคคลสาธารณะปรากฏตัวอยู่ในที่สาธารณะ ความเป็นส่วนตัวหรือสิทธิส่วนบุคคลอาจหมดไปหรือลดลง สื่อมีสิทธิในการรับรู้และเข้าถึงข้อมูลนั้นได้ ซึ่งให้เห็นว่า ปัจจัยที่เป็นเงื่อนไขในการเข้าถึงมิใช่เรื่องผลประโยชน์แห่งสาธารณะ หากแต่เป็นปัจจัยเรื่องความเด่นความมีชื่อเสียงของบุคคล และสถานที่ ที่เป็นตัวชี้วัดการเข้าถึงข้อมูล

ประเด็นในเรื่องความเข้าใจต่อนิยามของสถานที่ที่ไม่ตรงกัน นำไปสู่ความคลุมเครือ หรือความไม่ชัดเจนในขอบเขตด้านสถานที่ของการเข้าถึงข้อมูล ซึ่งเป็นช่องทางที่เอื้อต่อการเปิดโอกาสให้ช่างภาพ

แอบถ่ายภาพ จะเห็นว่าสถานที่ปรากฏบ่อยครั้งในภาพแอบถ่าย ล้วนอยู่ในห้างสรรพสินค้า ลานจอดรถ ลอบบี้โรงแรม และร้านอาหาร ซึ่งความเข้าใจต่อลักษณะของสถานที่ประเภทดังกล่าวในแต่ละกลุ่ม แตกต่างกัน โดยเฉพาะกลุ่มวิชาชีพสื่อที่มีความเห็นว่าห้างสรรพสินค้าเป็นที่สาธารณะ เพราะเปิดให้คนทั่วไปเข้ามาใช้ประโยชน์ได้ เมื่อเป็นเช่นนี้การปรากฏตัวของบุคคลมีชื่อเสียงในสถานที่ลักษณะนี้ จึงไม่อาจหลีกเลี่ยงจากการถูกจับตาเพื่อเก็บข้อมูลในทุกลักษณะ ความคลุมเครือดังกล่าวให้พื้นที่แก่สื่อในการนำไปอ้างถึงสิทธิอันชอบธรรมในการเข้าถึงและรับรู้ข่าวสารประเภทแอบถ่ายทั้งหลาย ในขณะที่เดียวกันก็ส่งผลกระทบต่อการขาดความเป็นส่วนตัวในการดำเนินชีวิตของบุคคลมีชื่อเสียงไป

กล่าวได้ว่าสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลของสื่อในนั้น ไม่ได้ตั้งอยู่บนฐานของประโยชน์สาธารณะ แต่ตั้งอยู่บนฐานของความต้องการรู้ ในเรื่องส่วนตัวบนที่สาธารณะ ส่งผลให้สิทธิส่วนบุคคลของบุคคลสาธารณะถูกลดทอนไปโดยปริยาย ทั้งๆที่แท้จริงแล้วบุคคลมีชื่อเสียงยังคงได้รับสิทธิส่วนตัวที่พึงได้รับการคุ้มครองอยู่ สอดคล้องกับความเห็นของบุญเลิศ ช่างใหญ่ที่กล่าวถึงสิทธิส่วนบุคคลของบุคคลสาธารณะไว้ว่า(มติชนสุดสัปดาห์:2545) สิทธิส่วนบุคคลมีการถกเถียงอย่างกว้างขวางในวงการศึกษาหนังสือพิมพ์ไทย เนื่องจากแนวคิดดังกล่าวเป็นปัญหาคลุมเครือทางกฎหมาย บทบัญญัติในมาตรา 34 เป็นการกล่าวถึง สิทธิส่วนบุคคล โดยมีได้จำเพาะจงว่าเป็นบุคคลประเภทไหน...ถึงแม้จะเป็นที่ยอมรับกันว่า บุคคลยังมีชื่อเสียงโด่งดังมากเท่าไร เป็นบุคคลสาธารณะ ความเป็นส่วนตัวก็ยังคงลดน้อยลงตาม แต่โดยหลักจริยธรรมของหนังสือพิมพ์ บุคคลเหล่านี้ยังคงได้รับความคุ้มครองในการใช้ชีวิตส่วนตัว เช่นบุคคลธรรมดาเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นการถูกนำชื่อหรือภาพไปใช้ในทางการค้าโดยไม่ได้รับอนุญาต หรือการถูกบุกรุกเข้าไปในสถานที่ส่วนตัว หรือถูกแอบถ่ายภาพ รวมทั้งการถูกนำเสนอเรื่องราวชีวิตส่วนตัวในอดีตซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตในปัจจุบันมาเปิดเผย โดยที่บุคคลนั้นไม่ต้องการให้เปิดเผย

Kert Lewin (ถรงค์ศักดิ์ ศรีทานันท์, 2533, อ้างถึงใน วิโรจน์ ศรีหิรัญ, 2541:24) นักจิตวิทยา สังคมอเมริกัน พิจารณาเห็นว่า การส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ นั้นจะต้องทำผ่านช่องทาง (channel) หรือสื่อ นั่นเอง ซึ่งสื่อแต่ละประเภทจะมีจุดหรือสถานที่หนึ่งที่เป็นเสมือนประตู (gate) คอยกั้นการของข่าวสารให้ และไม่ให้ผ่านออกไป นายประตูข่าวสารโดยมาก มักได้แก่ บรรณาธิการ บรรณาธิการข่าวสาร และนักข่าว อีกทั้งยังหมายความรวมไปถึงช่างภาพ ซึ่งถือเป็นผู้เปิดประตูข่าวสารประเภทภาพถ่ายข่าวด้วยเช่นกัน

ภาพแอบถ่ายถูกวิพากษ์วิจารณ์อย่างกว้างขวางจากบุคคลหลายวงการถึงมาตรฐานทางวิชาชีพ และจริยธรรมที่เหมาะสมในการปฏิบัติงาน กรอบในการตัดสินใจของช่างภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้อง

พิจารณา ช่างภาพส่วนใหญ่กล่าวว่ามีการรอบในการตัดสินใจในการถ่ายภาพแต่ละครั้ง โดยเฉพาะในที่สาธารณะ เช่น สวนพฤกษศาสตร์ สวนสาธารณะ หรือที่ๆ ไม่มีข้อห้ามในการถ่ายภาพ เช่น ห้างสรรพสินค้า ลานจอดรถ ลอบบี้โรงแรม โรงภาพยนตร์ และร้านอาหาร แต่จะไม่ก้าวล่วงที่ส่วนบุคคล เกณฑ์ดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Kenneth Kobre (1996:276) ที่กล่าวถึงลักษณะของสถานที่ที่ช่างภาพสามารถถ่ายได้ คือ ที่สาธารณะต่างๆ ได้แก่ ถนน ชายหาด สวนสาธารณะ และสถานที่ที่สามารถถ่ายได้ ถ้าไม่มีข้อห้าม ได้แก่ ลอบบี้โรงแรม โรงภาพยนตร์ ร้านอาหาร ส่วนที่ส่วนบุคคลซึ่งห้ามถ่าย ได้แก่ บ้าน สนามหญ้า คอนโด รถยนต์ และการให้เกียรติบุคคลในภาพ และจะไม่ถ่ายภาพที่แสดงถึงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ที่สร้างความเสียหายแก่บุคคลในภาพ เช่น ภาพการดื่มเหล้า สูบบุหรี่ และภาพเชิงอนาจาร จะเห็นได้ว่ากรอบในการตัดสินใจถ่ายภาพของช่างภาพ มีแนวทางบางประการ คล้ายคลึงกับแนวคิดเรื่องจรรยาบรรณและจริยธรรม ที่ Black and Barney (Black and Barney, 1995, อ้างถึงในวิโรจน์ ศรีหิรัญ, 2541) กล่าวว่า ช่างภาพควรถามตัวเองก่อนที่จะถ่ายภาพ ว่ากำลังจะละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของผู้อื่นหรือไม่ ถ้าจำเป็นต้องละเมิด มีเหตุผลที่เหมาะสมอย่างไร เป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมหรือเหมาะสมของคนอื่นหรือไม่ ช่างภาพควรเสนอให้ผู้อ่านได้เห็นภาพเหล่านั้นหรือไม่ ภาพนั้นบอกเรื่องราวที่ช่างภาพต้องการสื่อออกไปหรือไม่ มีภาพอื่นที่เหมาะสมมากกว่าหรือไม่

ข่าวภาพแอบถ่ายของไทย : ความอยากรู้อยากเห็นของสังคม ความจำเป็นของวิชาชีพ หรือผลกำไรขององค์กร

การปรากฏของข่าวภาพแอบถ่าย นำไปสู่ข้อถกเถียงว่าแท้จริงแล้วคนอ่านสนใจหรือเป็นเพียงคำกล่าวอ้างของสื่อ เพื่อต้องการหวังผลประโยชน์ทางธุรกิจในการเพิ่มยอดขาย กลุ่มนักวิชาการและนักกฎหมายเห็นว่าการนำเสนอภาพแอบถ่ายมุ่งประเด็นที่การเพิ่มยอดขายเป็นหลัก เพราะสื่อสิ่งพิมพ์เป็นธุรกิจโดยเอกชน การผลิตสื่อจึงอยู่บนพื้นฐานของความต้องการ 2 ลักษณะ คือ ความต้องการ “รู้” ที่มาจากผู้อ่าน และความต้องการ “ขาย” ข่าวของสื่อ ซึ่งพิจารณาได้จากยอดขายตีพิมพ์ หรือยอดขาย สอดคล้องกับแนวคิดชาวในฐานะสินค้า ซึ่ง ฟรานซิส นันตะสุนันท์ (2548) ให้ความเห็นว่าเป็นปรากฏการณ์การเกิดขึ้นของสื่อที่เสนอภาพแนวใหม่อย่าง “Paparazzi” ที่เกิดขึ้นในตอนนี้ ก็อยู่บนพื้นฐานของการใช้ “ความจริง” เป็นสินค้า และสิ่งเหล่านี้แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงของไลฟ์สไตล์ และกิจกรรมทางธุรกิจในหลายมิติ แต่ไม่อาจปฏิเสธได้ว่า ความสนใจของผู้อ่าน มีอิทธิพลต่อการผลิตข่าวภาพแอบถ่าย ด้วยมนุษย์มีแรงจูงใจทางสังคม ซึ่งเป็นแรงขับที่เกิดจากความต้องการทางด้านจิตใจและสังคม ในที่นี้คือ ความอยากรู้อยาก

เห็น (Curiosity Motives) อยู่เป็นพื้นฐาน โดยเฉพาะเรื่องส่วนตัว หรือเรื่องทางเพศ โดยการอธิบายความสนใจของผู้อ่าน มีสิ่งเร้าที่กระตุ้นความอยากรู้อยากเห็น คือ ภาพแอบถ่าย และสื่อสิ่งพิมพ์ที่เลือกนำเสนอภาพแอบถ่าย ออกมาตอบสนองความต้องการรู้นั้น สอดคล้องกับแนวคิดจิตวิทยาเกี่ยวกับลักษณะของสิ่งเร้าหรือที่กระตุ้นหรือสนับสนุนให้มนุษย์เกิดการรับรู้และเกิดพฤติกรรม (สงวน สุทธิเลิศอรุณ:87-88) ได้แก่ สิ่งเร้าภายใน เป็นสิ่งที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ เจตคติ และความตั้งใจที่จะรับรู้ของบุคคล ส่วนสิ่งเร้าภายนอก เป็นสิ่งที่มีลักษณะของความเด่น ความแปลก สะดุดตา และมีลักษณะของการปกปิด

ด้วยลักษณะของสื่อสิ่งพิมพ์เป็นธุรกิจ การนำเสนอภาพแอบถ่ายจึงเป็นเรื่องของความต้องการซื้อของผู้อ่านกับความต้องการขายข่าวของสื่อ เมื่อได้รับการตอบสนอง วัฒนธรรมของภาพแอบถ่ายก็ยังคงดำเนินต่อไป ดังเช่นที่ สุริวงค์ เข็้อปฏิภาณ (สุริวงค์ เข็้อปฏิภาณ,อ้างถึงใน อังธิดา ลิมปีบทมปาณี, 2540:162-163) กล่าวถึงวงจรธุรกิจของสื่อสิ่งพิมพ์ไว้ว่า กลไกของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ที่เน้นนำเสนอข่าวสารประเภทบันเทิงและสังคมมักทำให้ดารา นักร้อง เป็นธุรกิจสินค้า เมื่อถูกดึงมาเป็นสินค้า จุดขายไม่ต้องอาศัยความสามารถก็ได้ แต่อาจอยู่ที่ตัวดารา นักร้อง ที่ขายความเป็นตัวตนของบุคคล จึงต้องขายความเป็นส่วนตัว มีเจตนาขายความเป็นส่วนตัว เมื่อเป็นเช่นนี้ตลาดประชาชนที่บริโภคเรื่องบันเทิงก็สนใจความเป็นส่วนตัว กลไกนี้จึงดึงให้คนทุกฝ่ายเข้าไปอยู่ในเรื่องเดียวกัน

ตารางที่ 7.1 เปรียบเทียบโครงสร้างองค์กรสื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นหน่วยศึกษา						
ชื่อสิ่งพิมพ์	เจ้าของสื่อ	นโยบายองค์กร	กลุ่มเนื้อหาที่ผลิต	กลุ่มเป้าหมาย	ยอดตีพิมพ์/ครั้ง	หมายเหตุ
กลุ่มหนังสือพิมพ์รายวัน						
คม ชัดลึกลับ	บริษัท เนชั่นมัลติมีเดียกรุ๊ป จำกัด	สื่อกลางข้อมูล ข่าวสารระดับประเทศ	ข่าวเบามากกว่าข่าวหนัก	คนทุกวัยทุกอาชีพ	700,000	มีธุรกิจเครือข่ายสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ และวิทยุ
ไทยรัฐ	บริษัท วัชรพล จำกัด		ข่าวเบามากกว่าข่าวหนัก	คนทุกเพศทุกวัย	1,000,000	ไม่มีโดยตรง มีแต่ธุรกิจเครือข่ายครบครัน คือสิ่งพิมพ์และโทรทัศน์
กลุ่มหนังสือพิมพ์บันเทิง						
ดาราเดลี	เครือบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)	ข่าวสารบันเทิงทั่วไปในระดับประเทศและต่างประเทศ	ข่าวบันเทิง และธุรกิจสื่อสารมวลชน	วัยรุ่น และวัยทำงาน	300,000	มีธุรกิจเครือข่ายโทรทัศน์ และวิทยุ
สยามดารา	บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)			วัยรุ่น และวัยกลางคน	300,000	มีธุรกิจเครือข่ายสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ และวิทยุ
สยามบันเทิง	เครือบริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน)	- ข่าวบันเทิงประเภทหิว	ข่าวสารบันเทิงทั่วไป และข่าวที่อยู่ในความสนใจของสังคม	คนทุกเพศทุกวัย	245,000	มีธุรกิจเครือข่ายสิ่งพิมพ์ การตลาด และวิทยุ
มายาชาแนล	เครือบริษัท ทราฟฟิค คอร์เนอร์ จำกัด (มหาชน)					
กลุ่มนิตยสารบันเทิง						
สตาร์นิวส์	บริษัท ไนต์ พับลิชชิ่ง จำกัด	ข่าวสารบันเทิงในระดับประเทศและต่างประเทศ	ข่าวภาพแอบถ่าย เรื่องส่วนตัวของบุคคลมีชื่อเสียง	คนทุกเพศทุกวัย	200,000	มีธุรกิจเครือข่ายสิ่งพิมพ์และโทรทัศน์
ซูบซิป	เครือบริษัท สยามอินเตอร์มัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน)				วัยรุ่น และวัยกลางคน	ไม่เปิดเผยข้อมูล
กอสซิปสตาร์	เครือบริษัท โมโนกรุ๊ป จำกัด	ข่าวสารบันเทิงในประเทศ			350,000	มีธุรกิจเครือข่ายสิ่งพิมพ์ ภาพยนตร์

จากตารางที่ 7.1 ซึ่งให้เห็นว่า องค์กรสื่อที่ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ข่าวภาพแอบถ่าย เป็นองค์กรใหญ่ที่มีสื่อสิ่งพิมพ์ในเครืออีกหลายประเภท เช่น เครือ บริษัทสยามสปอร์ต นอกจากหนังสือพิมพ์สยามบันเทิง ยังผลิตหนังสือพิมพ์และนิตยสารอื่นๆ เช่น หนังสือพิมพ์สยามกีฬา นิตยสาร FHM นิตยสาร cawaii เป็นต้น หากพิจารณาให้ละเอียดลงไปอีกจะพบว่า โครงสร้างธุรกิจด้านสื่อสารมวลชนของไทย โดยมากเป็นแบบควบรวม-ผูกขาด กล่าวคือ สื่อสิ่งพิมพ์หนึ่ง อาจเป็นเจ้าของกิจการเชิงสื่อสารมวลชนมากกว่า 1 ประเภท เช่น บริษัท สยามสปอร์ตนอกจากจะผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แล้ว ยังผลิตรายการวิทยุ และรายการโทรทัศน์ที่น่าเสนอข่าวกีฬาและข่าวบันเทิงด้วย ได้แก่ คลื่น 99.0 Mhz สปอร์ต เรดิโอ เป็นต้น ด้านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มีบริษัทในเครือครบครันที่ผลิตสื่อบันเทิงทางโทรทัศน์ เช่น บริษัท โพลีพลัส จำกัด ส่วนหนังสือพิมพ์ดาราดेดี เป็นหนึ่งในเครือบริษัท อาร์เอส ผู้บุกตลาดสื่อเพลง โทรทัศน์และวิทยุรายใหญ่ของไทย เป็นต้น เมื่อเป็นเช่นนี้อิทธิพลและวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการจึงแผ่ขยาย ในรูปของการขึ้นำนโยบายในการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่ายขององค์กรสื่อสิ่งพิมพ์ ดังเช่นที่ Shoemaker และ Reese (1991) ได้อธิบายอิทธิพลของผู้ผลิตสารที่มีต่อกระบวนการผลิตสารใน 2 แนวทาง 1) นโยบายขององค์กร และกระบวนการหล่อหลอมในวิชาชีพตามวิถีขององค์กรนั้น และ 2) ทศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ และบทบาท อำนาจหน้าที่ของผู้ผลิตในฐานะปัจเจกบุคคลมีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจถ่ายและตีพิมพ์ภาพแอบถ่าย

นอกจากอิทธิพลของผู้ผลิตที่ออกมาในรูปของนโยบายของสื่อสิ่งพิมพ์จะเป็นปัจจัยหลักสำคัญควบคุมการให้พื้นที่ในการตีพิมพ์ภาพแอบถ่ายที่มากน้อยต่างกันแล้ว ยังควบคุมกรอบการตัดสินใจในการเลือกตีพิมพ์ลักษณะของภาพแอบถ่ายที่มีเนื้อหาแตกต่างกันด้วย เนื่องจากสื่อสิ่งพิมพ์แต่ละประเภทต่างก็มีนโยบายที่แตกต่างกัน ความต้องการตีพิมพ์ภาพจึงขึ้นอยู่กับว่าภาพนั้นใช่แนวทางที่สื่อที่สนใจนำเสนอหรือไม่

สอดคล้องกับ Chism (1985, อ้างถึงใน มาลี บุญศิริพันธ์, 2537) ที่กล่าวถึงกรอบการตัดสินใจในการคัดเลือกตีพิมพ์ภาพข่าวไว้ว่า ความสนใจส่วนตัวของช่างภาพและบรรณาธิการ นโยบายไม่เป็นการของหนังสือพิมพ์ การรับรู้ความสนใจ / ประโยชน์ส่วนตัวของเจ้าของความสนใจของกลุ่มผู้อ่านเป้าหมาย แนวการเสนอข่าวของสิ่งพิมพ์คู่แข่ง และความกดดันและบรรยากาศในกองบรรณาธิการ

ถึงอย่างไรการเลือกนำเสนอภาพและข่าวแอบถ่ายของบรรณาธิการยังคำนึงถึง คือ สิทธิส่วนบุคคล โดยเฉพาะเรื่องสถานที่ที่เป็นกรอบสำคัญในการคัดเลือกภาพ หากภาพใดเผยให้เห็นกิจกรรมในที่ส่วนบุคคล จะไม่นำเสนอโดยเด็ดขาด แต่เมื่อพิจารณาควบคู่ไปกับผลการศึกษานี้อีกภาพ ที่ยังคงมีภาพเชิงอนาจาร และผู้สาวนำเสนออยู่บ่อยครั้ง ได้ชี้ให้เห็นว่า ความรับผิดชอบต่อกฎหมาย และนโยบายองค์กรเป็นหลักที่บรรณาธิการคำนึง มากกว่าความรับผิดชอบต่อจริยธรรมและผลกระทบต่อสังคม

การเผยแพร่ภาพแอบถ่ายในสื่อสิ่งพิมพ์ กล่าวได้ว่าภาพส่วนใหญ่ที่ตีพิมพ์นั้น เน้นการนำเสนอภาพออกมาในเชิงชู้สาว และอนาจารเป็นหลัก ซึ่งพิจารณาจากฐานค่านิยมของสังคมไทย เป็นภาพเชิงลบมากกว่าภาพเชิงบวก สื่อจึงไม่อาจปฏิเสธได้ว่าการนำเสนอภาพแอบถ่ายนั้นได้ส่งผลกระทบต่อหลายระดับต่อสังคม การนำเสนอเรื่องราวชีวิตส่วนตัว ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบุคคลที่ถูกถ่าย รวมทั้งหน้าที่การงานและครอบครัวของบุคคลที่ถูกถ่าย โดยอ้อม คือ ประชาชนและผู้อ่านที่บริโภคข่าวสารประเภทบันเทิง การนำเสนอสามารถสร้างค่านิยมและการเลียนแบบพฤติกรรมทั้งในเรื่องการแต่งกาย ความรัก และการดำเนินชีวิต

เช่นเดียวกับแนวคิดเรื่องการใช้เสรีภาพของสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าว โดย จอห์น สจ๊วต มิลล์ (พิรงรอง รามสูต รัตนันท์, 2547 : 3-4) ให้ความเห็นเกี่ยวกับเสรีภาพของสื่อมวลชน ตามแนวทฤษฎีเชิงอิสรภาพนิยมว่า เสรีภาพ คือ ความเป็นอิสระจากรัฐบาล แต่คงอยู่ภายใต้กฎหมาย เสรีภาพทางความคิด การพูด และการแสดงความคิดเห็น ไม่ควรจะถูกจำกัด ดังนั้น สื่อมวลชนควรมีเสรีภาพในการรายงานข่าวสาร โดยไม่มีการตรวจข่าวสารโดยองค์กรใดๆ ซึ่งภายหลังจากที่หนังสือพิมพ์ยึดหลักการเป็น “ตลาดเสรีแห่งความคิดเห็น” จึงทำให้หนังสือพิมพ์มีสิทธิและเสรีภาพในการรายงานข่าวสารและแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ ซึ่งความมีเสรีภาพในแนวคิดดังกล่าว มักถูกหนังสือพิมพ์ที่ไม่ตระหนักถึงจริยธรรมบางส่วนนำมาใช้ปฏิบัติหน้าที่เพื่อสนองประโยชน์แก่ตนเอง โดยปราศจากความรับผิดชอบต่อผู้อ่านและสังคม เช่น การใส่สีตีลบลงในข่าว การดัดแปลงเหตุการณ์และการขาดมาตรฐานในการคัดเลือกข่าวที่จะตีพิมพ์ เป็นต้น ซึ่งให้เห็นว่าการนำเสนอภาพแอบถ่ายของไทยเป็นการใช้เสรีภาพของสื่อโดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อนโยบายองค์กรมากกว่าความรับผิดชอบต่อสังคม

ภาพแอบถ่ายของไทย : จรรยาบรรณวิชาชีพ และจริยธรรม กับบทบาทในการควบคุมดูแลกันเองของสื่อ

โครงสร้างการกำกับดูแลหนังสือพิมพ์ในเชิงจริยธรรมประกอบไปด้วยมาตรการ 4 กลุ่ม ได้แก่ มาตรการการควบคุมโดยสาธารณะ มาตรการการควบคุมทางการปกครอง มาตรการการควบคุมทางกฎหมาย และมาตรการการควบคุมกันเอง ซึ่งมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการเสนอข่าวภาพแอบถ่าย ได้แก่ มาตรการการกำกับดูแลโดยสาธารณะ เป็นมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการให้สาธารณชนหรือผู้อ่านเป็นผู้กำกับดูแล ทั้งนี้เมื่อมีการทำข่าวที่ไม่ถูกต้อง ไม่เหมาะสม หรือทำข่าวที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชนหรือละเมิดสิทธิส่วนบุคคล สาธารณชนอาจจะใช้การวิพากษ์ การแสดงความคิดเห็น ตลอดจนการหยุดซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับนั้นๆ ได้ มาตรการการกำกับดูแลโดยสาธารณะจะมีประสิทธิภาพมากที่สุด ถ้า

ประชาชนมีการรวมกลุ่มกันทางสังคม และมีจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมทางสังคมในระดับสูง นอกจากนี้ มาตรการนี้เป็น มาตรการที่มีต้นทุนในการปฏิบัติการต่ำ มาตรการการควบคุมทางการปกครอง การควบคุมสื่อโดยอาศัยมาตรการทางการปกครองของประเทศไทยนั้น รัฐยังเป็นผู้มีบทบาทสูงในการ กำหนดบทบาทถึงสิ่งที่ต้องกระทำ และไม่กระทำของสื่อมวลชน โดยหน่วยงานราชการที่มีหน้าที่ดูแล ควบคุมสื่อมวลชนมีเป็นจำนวนมาก สำหรับองค์กรทางการปกครองของหนังสือพิมพ์นั้น หน่วยงานของ รัฐที่เข้ามามีบทบาทในการควบคุมค่อนข้างมาก ได้แก่ กระทรวงมหาดไทย และสำนักงานตำรวจ แห่งชาติ มาตรการการกำกับดูแลทางกฎหมาย เป็นมาตรการที่เห็นผลเชิงรูปธรรมมากที่สุดเพราะเป็น การใช้กระบวนการทางกฎหมายผ่านกระบวนการยุติธรรม มาตรการนี้สามารถสร้างภาวะความ รับผิดชอบให้กับหนังสือพิมพ์ได้ เช่น การปรับ การเรียกค่าเสียหายทดแทน และการตัดสินจำคุก แต่ต้นทุน การดำเนินการก็สูงมากตามไปด้วย ทั้งต้นทุนที่เป็นตัวเงิน และไม่ใช้ตัวเงิน จึงทำให้ผู้ได้รับผลกระทบจาก หนังสือพิมพ์พึงพากระบวนการนี้ค่อนข้างจำกัด มาตรการการควบคุมกันเอง ค่อนข้างจะมีประสิทธิผลเช่น เดียวกับมาตรการการควบคุมโดยสาธารณะ เพราะมีกฎระเบียบที่ชัดเจน ผ่านการร่วมลงสัตยาบรรณ ของหนังสือพิมพ์หลายฉบับ มีต้นทุนที่ต่ำกว่าและใช้ระยะเวลาสั้นกว่ามาตรการทางกฎหมาย รวมทั้งมี โอกาสถูกแทรกแซงน้อยกว่ามาตรการทางปกครองด้วย แต่ก็ยังมีจุดอ่อนในเรื่องความล่าช้า ทำให้ไม่ สามารถหยุดการนำเสนอข่าวที่สร้างผลกระทบได้อย่างรวดเร็ว และไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอในการ ชดเชยความเสียหายที่เกิดขึ้น (นวนน้อย ศรีรัตน์ และธานี ชัยวัฒน์, 2547)

เรื่องของการละเมิดหรือผิดจรรยาบรรณ และจริยธรรมในการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่ายของสื่อ เป็นเรื่องที่อยู่นอกและเหนือหลักของกฎหมาย เนื่องจากการจริยธรรมนั้นไม่มีบทลงโทษในเชิงรูปธรรม ดังเช่นกฎหมาย มีเพียงแต่การลงโทษในเชิงนามธรรมจากสังคมเท่านั้น เพราะจริยธรรมขึ้นอยู่กับ วิจารณญาณของแต่ละบุคคล ดังนั้นเพื่อให้การได้มาและการนำเสนอข่าวของสื่อประกอบไปด้วยระดับ และมาตรฐานทางจริยธรรมที่อยู่บนฐานเดียวกัน การรวมตัวเพื่อควบคุมดูแลกันเองของสื่อจึงถือเป็นสิ่ง สำคัญในการวางรากและฐานทางจริยธรรมที่มีต่อสังคม ปัจจุบันมีองค์กรและสมาคมที่มีวัตถุประสงค์ใน การรักษาไว้ซึ่งจริยธรรมในวิชาชีพหลายสมาคมแต่กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่าย ได้แก่ สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สมาคมช่างภาพสื่อมวลชน สมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิงแห่งประเทศไทย เป็นต้น โดยแต่ละสมาคมมีโครงสร้างโดยสรุปดังตารางที่ 7.2

ตารางที่ 7.2 เปรียบเทียบตัวอย่างโครงสร้างองค์กรวิชาชีพสื่อสิ่งพิมพ์ และการควบคุมเชิงจริยธรรม						
ชื่อองค์กรวิชาชีพ	รูปแบบองค์กร	วัตถุประสงค์องค์กร	โครงสร้างองค์กร	กฎจริยธรรม/จรรยาบรรณวิชาชีพ	รูปแบบการควบคุม	สมาชิกที่สังกัด
สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ	องค์กรอิสระ	-ส่งเสริมความรับผิดชอบ และปฏิบัติตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ -ส่งเสริมเสรีภาพและสิทธิการรับรู้ข่าวสาร	คณะกรรมการ -ผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ คณะอนุกรรมการ -ผู้ทรงคุณวุฒิ สาขาต่างๆ	ข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพ หนังสือพิมพ์	<u>ทางบวก</u> - พิจารณาเรื่องจรรยาบรรณวิชาชีพ <u>ทางลบ</u> - ตักเตือน แสดงความรับผิดชอบ	-หนังสือพิมพ์รายวัน เช่น ไทยรัฐ คมชัดลึก -หนังสือพิมพ์บันเทิง เช่น สยามบันเทิง -นิตยสาร
สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์		-ส่งเสริมและสนับสนุนนักหนังสือพิมพ์ให้มีเสรีภาพ -ยึดจริยธรรมแห่งวิชาชีพและความรับผิดชอบต่อ	คณะกรรมการบริหาร และ คณะกรรมการควบคุมจริยธรรม -ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน	จริยธรรมวิชาชีพของสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย	-ระงับสิทธิและผลประโยชน์บางประการ -ขับออกจากการเป็นสมาชิก	-หนังสือพิมพ์รายวัน เช่น ไทยรัฐ คมชัดลึก -นิตยสาร -สื่อโทรทัศน์ -สื่อวิทยุ
สมาคมช่างภาพสื่อมวลชน	นิติบุคคล	-รักษาจริยธรรมวิชาชีพ -ส่งเสริมด้านสวัสดิการ -เผยแพร่วิทยาการและแลกเปลี่ยนความรู้	คณะกรรมการช่างภาพประจำหนังสือพิมพ์และสถานีโทรทัศน์ -ผู้ทรงคุณวุฒิ สาขาต่างๆ(ไม่มีสิทธิออกเสียง)		<u>ทางบวก</u> -จัดกิจกรรมร่วมกัน -การมอบรางวัล เช่น รางวัลพระสุรัสวดี รางวัลเมขลา รางวัลสตาร์เอ็นเตอร์เทนเมนท์ อวอร์ด เป็นต้น <u>ทางลบ</u> -การแบนดาราที่มีพฤติกรรมไม่เหมาะสม	-หนังสือพิมพ์รายวันเช่น ไทยรัฐ คมชัดลึก -ช่างภาพสถานีโทรทัศน์
สมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิง		-ส่งเสริมความสามัคคีและสวัสดิการ -ควบคุมจรรยาบรรณ และป้องกันการให้วิชาชีพไปในทางเสื่อมเสีย	คณะกรรมการ -ผู้ประกอบวิชาชีพ	ไม่ปรากฏ		-นักข่าวประจำสื่อสิ่งพิมพ์ บันเทิง เช่น มายาชาแนล สยามบันเทิง กอสซิปสตาร์ สตาร์นิวส์
สมาคมนักข่าวบันเทิง		-ส่งเสริมเสรีภาพในการแสวงหาข้อมูลประกอบวิชาชีพ -คุ้มครอง และช่วยเหลือสมาชิก	คณะกรรมการ -ผู้ประกอบวิชาชีพ			

แต่ละกลุ่มสมาคมวิชาชีพต่างก็มีแนวทางและหลักปฏิบัติระหว่างสมาชิกของตน แต่หนึ่งในวัตถุประสงค์ที่ต่างให้ความสำคัญ คือ การปฏิบัติ รักษา และควบคุมจริยธรรมจากการนำเสนอข่าวสารในฐานะสื่อ แต่ผลในทางปฏิบัตินั้น พบว่ามีเพียงสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ และสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์ ที่สามารถบรรลurposeสภควัตถุประสงค์ในการปฏิบัติ และผดุงไว้ซึ่งจริยธรรม เห็นได้จาก กรณีสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติการมีกฎข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมที่ร่างเพื่อปฏิบัติร่วมกัน ซึ่งในรายละเอียดยังคงครอบคลุมไปถึงผู้ประกอบการสื่ออื่นๆด้วย ประกอบกับมีคณะกรรมการที่พิจารณาวินิจฉัยเรื่องร้องเรียน มีการตักเตือนเพื่อห้ามนำเสนอภาพข่าวที่เป็นไม่เป็นประโยชน์ ซึ่งอาจเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล และมีการลงโทษในทางปฏิบัติที่ชัดเจน รวมทั้งมีการติดตามผลจากการ เช่น ในกรณีการนำเสนอภาพข่าววีซีดีไอโซ ปี2546 ของหนังสือพิมพ์ 5 ชื่อฉบับ กลุ่มที่เป็นสมาชิกได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ บ้านเมือง สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ และสยามบันเทิง หนังสือพิมพ์ที่ไม่ได้เป็นสมาชิก ได้แก่ บางกอกทูเดย์ ที่ตีพิมพ์ภาพเพศสัมพันธ์ของบุคคลมีชื่อเสียงในเชิงขู่สาว ถือเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ผิดหลักข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพ 3 ข้อ คือ ข้อ 15 17 และ27 โดยเจตนาในการนำเสนอเช่นนั้นไม่ได้ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณะแต่อย่างใด เป็นต้น

หากพิจารณาภาพรวมของกลุ่มสมาคมต่างๆ โดยเฉพาะสมาคมที่เกี่ยวข้องกับวงการบันเทิงเช่น นักข่าวบันเทิง และผู้สื่อข่าวบันเทิง พบว่าการควบคุมทางจรรยาบรรณและจริยธรรมในวิชาชีพของตนไม่ค่อยมีปรากฏให้เห็นเท่าใด เนื่องจากไม่มีคณะกรรมการพิจารณารับเรื่องร้องเรียนเชิงจริยธรรม โดยเฉพาะ จะมีก็แต่คณะกรรมการที่ทำหน้าที่ในเชิงบริหาร ซึ่งล้วนมาจากคนในสายวิชาชีพเดียวกันทั้งสิ้น หรือหากจะมีคนนอกสายวิชาชีพเข้าร่วม ก็จะไม่มีส่วนในการออกเสียงใดๆ ดังเช่น ในระเบียบของสมาคมช่างภาพสื่อมวลชน และกิจกรรมของกลุ่มสมาคมที่เกิดขึ้น โดยมากเป็นไปเพื่อเผยแพร่ หรือปกป้องผลประโยชน์ภายในกลุ่มสมาชิกเป็นหลัก มิได้มีจุดประสงค์ในการตรวจสอบดูแลกันเองในเรื่องจริยธรรมทางวิชาชีพดังที่ได้ระบุไว้ในวัตถุประสงค์ของสมาคมนักข่าวบันเทิง ผู้สื่อข่าวบันเทิง และสมาคมช่างภาพสื่อมวลชน เห็นได้จากกิจกรรมที่จัดขึ้นส่วนใหญ่ เน้นกิจกรรมเชิงเผยแพร่ชื่อเสียงของกลุ่มสมาคม เช่น การจัดงานมอบรางวัลพระสุรัสวดี รางวัลเมขลา และรางวัล Star Entertainment Awards เป็นต้น ต่างจากกลุ่มสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ และสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ที่มีการจัดอบรมและสัมมนาในระหว่างกลุ่มวิชาชีพเพื่อพัฒนาและยกระดับจรรยาบรรณและจริยธรรมของกลุ่มสมาชิก เช่น การจัดประกวดหนังสือพิมพ์ส่งเสริมจริยธรรมแห่งวิชาชีพดีเด่น โดยการคัดเลือกตัดสินจากข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพและแนวปฏิบัติต่างๆ ที่สภาการหนังสือพิมพ์ฯ ได้เคยประกาศไว้ เพื่อใช้ตรวจวัดหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยที่เป็นสมาชิกสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ รวม 12 ฉบับ ที่ตีพิมพ์ออกวางตลาดในช่วงวันที่ 21 พฤษภาคม- 20 มิถุนายน2550 ลักษณะการ

ตัดสินใจ ขณะเริ่มโครงการทั้งหมดทุกฉบับจะได้คะแนนเต็มเท่ากันหมด เมื่อสิ้นสุดโครงการหนังสือพิมพ์ฉบับใดถูกตัดแต่มนั้อยที่สุด จะได้รับการประกาศชื่อเป็นหนังสือพิมพ์ส่งเสริมจริยธรรมแห่งวิชาชีพดีเด่น เป็นต้น

ในส่วนมาตรการของบทลงโทษจากการละเมิดแนวทางปฏิบัติของสมาชิกของกลุ่มสมาคมโทษทางวินัยที่ร้ายแรง คือ การขับออกจากการเป็นสมาชิกเท่านั้น ซึ่งการขับออก ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อ การทำงานองค์กรสื่ออื่นแต่อย่างใด นอกจากนี้ในองค์กรสื่อแต่ละกลุ่มจะมีความเกรงอกเกรงใจกันอยู่แล้วนำไปสู่การไม่นิยมเข้าไปก้าวกายการทำงานซึ่งกันและกัน การควบคุมดูแลจริยธรรมระหว่างกันของกลุ่มสมาคมแนวนอนจึงไม่ปรากฏผลในทางปฏิบัติเทียบเท่ากับสภาการหนังสือพิมพ์

เพราะสื่อสิ่งพิมพ์ที่น่าเสนอข่าวภาพแอบถ่ายส่วนมากเป็นสื่อสิ่งพิมพ์บันเทิง และเกือบทั้งหมดจะสังกัดสมาชิกสมาคมวิชาชีพกลุ่มข่าวบันเทิงที่เน้นรวมตัวเพื่อเผยแพร่และปกป้องผลประโยชน์ของสมาชิกมากกว่าที่จะให้ความสำคัญกับการตรวจสอบจรรยาบรรณ และจริยธรรมทางวิชาชีพ ในขณะที่สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาตินั้น ถือได้ว่ามีประสิทธิภาพในควบคุมดูแลในทางวิชาชีพมากที่สุด แต่สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทบันเทิงมิได้สังกัดสมาชิกของสภาการฯ ดังนั้นสภาการฯ จึงไม่สามารถเข้ามาควบคุมดูแลได้โดยตรง เว้นแต่จะมีกรณีร้องเรียนเข้ามาจึงจะสามารถเข้าไปตรวจสอบได้ แสดงให้เห็นว่า การควบคุมดูแลจรรยาบรรณและจริยธรรมในการแอบถ่ายและการนำเสนอภาพแอบถ่ายภายในกลุ่มสมาคมวิชาชีพนั้นส่วนใหญ่ไม่มีประสิทธิภาพ และไม่สามารถกระทำให้เกิดขึ้นได้จริงตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

ภาพแอบถ่ายของไทย : การเติบโตกับทางออกของเส้นแบ่งในการนำเสนอข่าว

การที่สื่อสิ่งพิมพ์ให้ความสนใจในการนำเสนอภาพแอบถ่าย ทั้งในรูปแบบของการให้พื้นที่ การปรับเปลี่ยนแนวทางการถ่ายภาพข่าวหน้าตรงมาเป็นภาพที่เผลอ ตลอดจนการเปิดตัวหัวหนังสือที่นำเสนอเฉพาะภาพแอบถ่าย ได้ชี้ให้เห็นว่าแนวโน้มของการเติบโตในตลาดหนังสือที่เน้นนำเสนอภาพนั้นยังคงมีโอกาสเติบโตเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในสื่อนิตยสาร เนื่องจาก เป็นธุรกิจที่คนให้ความสนใจและยังคงทำเงินในวงการสื่อสิ่งพิมพ์ได้อีกนาน สอดคล้องกับ ทงง โชติสรยุทธ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีอีดี ยูเคชั่น จำกัด(มหาชน) (เว็บไซต์กรุงเทพธุรกิจ Biz Week วันจันทร์ที่ 20 มีนาคม 2549) กล่าวในบทความ ปฏิบัติการ 'แฉ' แปลง 'เรื่องฉาว' เป็นทุน ไว้ว่า ปกติเนื้อหาประเภทนี้เป็นเรื่องที่คนส่วนใหญ่ชอบอยู่แล้ว และเป็นหัวข้อปกติในการสนทนา โดยเฉพาะกับกลุ่มผู้หญิง เมื่อเพิ่มข่าวประเภทนี้จะลึก

และภาพแอบถ่าย หรือ ปาปาราซซี ยิ่งเป็นส่วนหนึ่งกระตุ้นให้เกิดความน่าสนใจมากขึ้น โดยเฉพาะกอสซิป สตาร์ สามารถขึ้นมาติด 1 ใน 5 อันดับนิตยสารชายดี ในเวลาเพียง 1 ปี ก็เป็นอีกบทพิสูจน์ถึงความแรงของคอนเทนต์ประเภทนี้ และคาดว่า จะมีทยอยออกมาอีกหลายหัว

การเติบโตเพิ่มขึ้น หมายถึง ผู้อ่านมีตัวเลือกมากขึ้น และการแข่งขันที่จะต้องมีเพิ่มขึ้น นำไปสู่ข้อกังวลต่อลักษณะเนื้อหาภาพแอบถ่าย ซึ่งทุกฝ่ายมีความเห็นว่า เนื้อหาในภาพถ่ายคงจะรุนแรงมากกว่านี้ ถ้าอนาคตอยู่แล้ว ก็จะอนาคตมากขึ้น เพราะสื่อสิ่งพิมพ์เป็นธุรกิจ หากมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น ก็ต้องแข่งขันกันที่เนื้อหา ต้องมาก ลึก ดึงดูด กว่าที่เคยนำเสนอ หรือมากกว่าที่สื่ออื่นได้มาเท่ากับว่าการละเมิด จริยธรรม และสิทธิส่วนบุคคลก็จะเพิ่มขึ้นอย่างแน่นอน สอดคล้องกับ เพชร แพรพพรายกุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท มีเดียเอดจ์:ซีไอเอ (ปฏิบัติการ 'แฉ' แปลง 'เรื่องฉาว' เป็นทุน เว็บไซต์ดีกรุงเทพรธุรกิจ Biz Week วันจันทร์ที่ 20 มีนาคม 2549) กล่าวถึงความรุนแรงของเนื้อหาที่เพิ่มขึ้นว่า การที่คอนเทนต์กอสซิปและปาปาราซซี จะอยู่รอดได้นั้น ก็ดูว่า โดนใจและจับกลุ่มผู้บริโภคได้มากน้อยเพียงใด ภายใต้การแข่งขันที่จะรุนแรงยิ่งขึ้น สิ่งที่ต้องระวัง เนื่องจากสังคมไทยยังไม่เปิดกว้างเหมือนตะวันตก จรรยาบรรณในการนำเสนอเป็นสิ่งที่ต้องตระหนักถึงให้มาก เพราะหากต้องการเนื้อหาที่แตกต่างจากคู่แข่งเพียงใด ก็ต้องเจาะลึกมากขึ้น ซึ่งบางครั้งอาจเป็นการล่วงละเมิดสิทธิส่วนบุคคลเกินเหตุ และอาจนำไปสู่ปัญหาฟ้องร้องทางกฎหมาย ดังตัวอย่างที่เห็นอยู่ในปัจจุบัน

ปัญหาจากการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่ายที่เน้นนำเสนอเชิงอนาจาร และชู้สาว ทำให้ช่างภาพและองค์กรสื่อ ถูกวิพากษ์วิจารณ์อย่างหนักต่อมาตรฐานทางวิชาชีพสื่อมวลชน หลายฝ่ายมองว่า การถ่ายและการเลือกนำเสนอภาพแอบถ่ายปัจจุบันขาดมาตรฐานทางวิชาชีพและจริยธรรม ภาพข่าวแอบถ่ายส่งผลกระทบต่อสังคม การหาความพอเหมาะพอสมในการนำเสนอภาพแอบถ่ายควรเกิดจากความร่วมมือกันของทุกฝ่าย

ส่วนแรกผู้ผลิต หรือสื่อ นโยบาย การปฏิบัติงานของช่างภาพและบรรณาธิการ ควรมีความรับผิดชอบในการคัดเลือกและนำเสนอข่าว โดยการตรวจสอบข้อมูลและภาษาที่ใช้อย่างละเอียดรอบคอบ ควรคำนึงถึงจริยธรรม และผลประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าผลประโยชน์ทางธุรกิจ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและมาตรฐานเดียวกัน ในกลุ่มสื่อที่เน้นนำเสนอภาพแอบถ่าย ควรจะร่วมกันกำหนดจริยธรรมระหว่างกันขึ้นมาใช้ เช่น การถ่ายลักษณะใดที่สามารถถ่ายได้ และลักษณะใดที่ไม่ควรถ่าย รวมถึงสถานที่ แคว้นที่เรียกว่าล่วงล้ำความเป็นส่วนตัวไม่ควรถ่ายเนื่องจาก เรื่องจริยธรรมของสื่อมวลชนเป็นเรื่องเฉพาะองค์กรเฉพาะกลุ่ม สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง จรรยาบรรณและจริยธรรม

ของ พิธิษฐุ์ ชาลาธาวัช (2547:347) ที่กล่าวว่าจริยธรรมของนักสื่อสารมวลชน หมายถึง ความประพฤติที่รักษาความถูกต้อง ที่มีกฎเกณฑ์ของสื่อมวลชนตามแต่ละประเภทงาน ซึ่งต่างฝ่ายต่างก็มีจริยธรรมของตนเอง จริยธรรมเป็นเรื่องของกฎเกณฑ์ทางศีลธรรมของผู้ประกอบอาชีพนี้ที่จะช่วยกันสร้างข้อบังคับให้สมาชิกประพฤติปฏิบัติด้วยความสมัครใจที่จะที่จะร่วมมือกันปฏิบัติให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่ได้วางไว้เป็นบรรทัดฐาน

สอง บุคคลมีชื่อเสียง ความประพฤติของพวกเขาถือเป็นเป้าหมายของการแอบถ่ายภาพ ซึ่งส่งผลเชิงลบและบวกต่อทั้งตัวเองและสังคม ความเป็นสาธารณะให้คุณและให้โทษแก่บุคคลนั้น การได้อภิสิทธิ์ แลกมาด้วยการถูกจับจ้อง ไม่อาจปฏิเสธหรือหลีกเลี่ยงการถูกล้วงลึกข้อมูลส่วนตัวได้ การนำเสนอภาพแอบถ่ายเชิงอนาจาร และชู้สาว อาจไม่เกิดขึ้น หากบุคคลระวางการใช้ชีวิตในที่สาธารณะให้เหมาะสมกับกาลและเทศะของสังคมไทย และ

สาม คือ ผู้รับสาร ปัญหาภาพแอบถ่ายพฤติกรรมไม่เหมาะสม จะไม่เกิดขึ้นตราบเท่าที่ผู้รับสารเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคข่าวสาร เลือกที่จะปฏิเสธการรับข่าวสารที่เป็นการละเมิดความเป็นส่วนตัวของผู้อื่น การอ่านหรือการซื้อก็เท่ากับเป็นการล่วงละเมิดและขณะเดียวกันการซื้อก็สนับสนุนให้สื่อล่วงละเมิดความเป็นส่วนตัวต่อผู้อื่นอย่างไม่มีที่สิ้นสุด

ปัญหาการละเมิดจริยธรรมจากการถ่ายภาพและการนำเสนอภาพจะไม่เกิดขึ้น หากช่างภาพไม่ถ่ายภาพในที่ส่วนบุคคล ในช่วงเวลาที่ส่วนตัว หรือขณะที่มีพฤติกรรมในเชิงอนาจาร ชู้สาว เกินกว่าค่านิยมของสังคมไทย และไม่เลือกถ่ายภาพโดยใช้มุมกล้องลามกอนาจาร

ที่สุดแล้วเมื่อภาพแอบถ่ายถูกถ่ายขึ้นมา บรรณาธิการคือผู้สุดท้ายที่จะตัดสินใจว่าควรลงหรือไม่ บรรณาธิการควรเลือกภาพที่ไม่มีนัยยะทางเพศ อนาจาร และชู้สาว หรือหากจะนำเสนอ ภาพนั้นควรให้แง่คิดหรือข้อเตือนใจแก่สังคมในการนำมาปรับใช้ในการดำเนินชีวิต ควรตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลให้ตรงกับความเป็นจริงที่เกิด มิใช่ตรงกับความต้องการให้เกิดของสื่อเพื่อที่จะได้ข่าว งดการใช้ถ้อยคำประกอบเนื้อหาภาพแอบถ่ายที่รุนแรง ส่อเสียด และเกินจริงจากเนื้อหาของภาพจนสร้างความเสียหายต่อบุคคลในภาพ การเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวทำได้เมื่อไม่ได้ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงหรือความเสียหายต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องในภาพและเพื่อผลประโยชน์สาธารณะ ควรอ้างอิงแหล่งที่มาของข่าวเสมอ มิใช่กระทำในลักษณะข่าวลือ เมื่อการนำเสนอข่าวที่มีการกล่าวพาดพิง ควรให้ความเป็นธรรมแก่ผู้เสียหาย นำเสนอข่าวด้วยหลักความเป็นกลาง สอดคล้องกับแนวคิดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของสื่อ

อำนาจของสื่อต้องมาพร้อมกับความรับผิดชอบ คำว่าความรับผิดชอบมิได้หมายถึงความรับผิดชอบเฉพาะผลประโยชน์กำไรขององค์กร แต่มากกว่านั้นอีก 3 ระดับคือ ความรับผิดชอบทาง

กฎหมาย สื่อจะต้องทำตามกฎหมายที่สังคมนั้นบัญญัติขึ้นมา สื่อไม่ได้มีอภิสิทธิ์พิเศษที่จะฝ่าฝืนกฎหมายของสังคมได้ได้ ความรับผิดชอบทางจริยธรรม สื่อเป็นวิชาชีพที่อาจกระทบสิทธิส่วนตัว สิทธิของรัฐได้ จึงต้องมีกฎจริยธรรมมากำกับควบคุมอีกระดับหนึ่ง และที่สุดคือความรับผิดชอบต่อสังคม เพราะสิ่งที่สื่อผลิตออกมานั้น สร้างและส่งผลกระทบต่อ อย่างยิ่งต่อ ค่านิยม วัฒนธรรม ความคิดความเชื่อของผู้คนในสังคม

สังคมจะดีได้ สื่อต้องมีหน้าที่ฉลาดและมีวิจรรณญาณมากกว่าผู้รับสาร มิใช่ทำตัวสนองตัณหา และมอมเมาประชาชนด้วยกิเลสมายา เพราะพันธกิจของสื่อไม่ว่าจะเป็นสื่อประเภทใดก็ตาม สื่อมีหน้าที่ นำเสนอข่าวและสารแก่สังคมหรือส่วนรวม มิใช่นำเสนอข่าวที่สร้างปัญหาแก่สังคม



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อเสนอแนะ

1. จากการวิเคราะห์เนื้อหาของภาพแอบถ่าย พฤติกรรมที่พบมีภาพที่หมิ่นเหม่ต่อการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของดารา เช่น ภาพเชิงลามกอนาจาร และภาพที่แสดงถึงการล่วงล้ำความเป็นส่วนตัว ช่างภาพถือเป็นนายประตูด่านแรกในการแสวงหาภาพข่าว การตัดสินใจถ่ายจึงควรใช้วิจารณญาณที่ประกอบไปด้วยจริยธรรม และจรรยาบรรณ รวมทั้งคำนึงถึงผลกระทบที่อาจสร้างความเสียหายและความเข้าใจผิดต่อบุคคลในภาพด้วย

2. การนำเสนอภาพและข่าวแอบถ่าย ส่วนใหญ่มีการเลือกใช้ภาพและเนื้อความที่น่าเสนอไปซึ่งที่เกินความจริง ซึ่งนอกจากไม่เป็นประโยชน์แก่สาธารณชนยังอาจเข้าข่ายหมิ่นเหม่ต่อการละเมิดจริยธรรมองค์กรสื่อจึงควรยึดประโยชน์หรือแง่คิดต่อสังคมในการเลือกตีพิมพ์ ควรใช้จริยธรรมในการพิจารณาถึงความเหมาะสมของลักษณะภาพถ่าย มีการตรวจสอบแหล่งข่าวหรือข้อมูลที่ใช้ประกอบ รวมทั้งควรให้ความเป็นธรรมแก่บุคคลที่ถูกกล่าวหาด้วย เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความเป็นกลางแก่องค์กรตน

3. เนื่องจากภาพแอบถ่ายที่ศึกษา ใช้วิธีการแสวงหาข้อมูลที่แตกต่างจากภาพข่าวทั่วไป คือ ติดตาม ฝ้า ดักรอ และตระเตรียม จึงถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่า การปฏิบัติงานในบางครั้งนั้นอาจละเมิดความเป็นส่วนตัวของบุคคลสาธารณะ เนื่องจากก่อให้เกิดความรู้สึกอึดอัด และไม่ปลอดภัยต่อบุคคลผู้นั้น กลุ่มสื่อสิ่งพิมพ์ที่เน้นการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่าย จึงควรจะมีการร่างหลักปฏิบัติที่ใช้ร่วมกันสำหรับการถ่ายและการนำเสนอภาพแอบถ่าย ในเรื่องขอบเขตของการถ่ายภาพ ภาพลักษณะใดที่ไม่ควรถ่ายและไม่ควรตีพิมพ์ เพื่อสร้างเกณฑ์ที่เหมาะสมในการนำเสนอภาพข่าวแอบถ่ายต่อไป

4. จากการสัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่า กลุ่มดาราและบุคคลมีชื่อเสียงในวงการต่างๆ ถือเป็นบุคคลสาธารณะ หรือบุคคลที่สังคมจับตามองและอยากรู้ชีวิตส่วนตัว บุคคลกลุ่มดังกล่าวจึงควรวางตัวให้เหมาะสมและเป็นแบบอย่างที่ดี โดยเฉพาะในที่สาธารณะที่สื่อมวลชนถือว่าเป็นสถานที่ที่สามารถถ่ายภาพได้

5. ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความกังวลว่า การเติบโตและการเพิ่มขึ้นของกระแสภาพแอบถ่ายในปัจจุบัน และการรับซื้อภาพแอบถ่ายขององค์กรสื่อ ประกอบกับเทคโนโลยีการถ่ายภาพที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว อาจส่งเสริมให้ในอนาคต การผลิตข่าวภาพแอบถ่ายจะแข่งขันกันสูงขึ้น และอาจมีปาปาราซซีที่เป็นช่างภาพอิสระเกิดขึ้น เหมือนต่างประเทศซึ่งส่งผลให้ลักษณะของการได้มาและภาพมีความรุนแรงขึ้น และอาจส่งผลกระทบต่อสวัสดิภาพของบุคคลมีชื่อเสียงได้ กฎหมายที่ปรับใช้อยู่จึงควรจะมีการปรับ หรือร่างหลักและบทลงโทษใหม่ให้เหมาะสม

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาที่เกี่ยวข้องในอนาคต

1. ควรทำการศึกษาแรงจูงใจและทัศนคติของผู้รับสาร โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น นิสิตนักศึกษาที่มักเปิดรับสื่อแนวทางนี้ค่อนข้างสูง เพื่อให้ทราบถึงความสนใจต่อการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่ายในปัจจุบัน เพราะผู้อ่านเป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการเลือกให้พื้นที่แก่ข่าวภาพแอบถ่าย
2. การวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาแบบสนทนากลุ่ม (Focus group) เพื่อให้บุคคลที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้แสดงความคิดเห็นร่วมกันเกี่ยวกับภาพแอบถ่ายเพื่อหาจุดร่วมของทุกฝ่ายที่ยอมรับได้
3. ควรมีการสำรวจเชิงประวัติศาสตร์ในการนำเสนอภาพลักษณะแอบถ่ายกับประเด็นการฟ้องร้องทางกฎหมาย เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปรับใช้กฎหมายที่มีอยู่ให้เหมาะสมกับปัจจุบัน



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กมล ฉายาวัดมณะ. การถ่ายภาพเพื่อการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2530.
- กาญจนา แก้วเทพ. จิตสำนึกของชาวนา: ทฤษฎีและแนวการวิเคราะห์แบบเศรษฐศาสตร์การเมือง. กรุงเทพมหานคร: เจ้าพระยาการพิมพ์, 2527.
- กฤษณ์ ทองเลิศ. การรายงานข่าวทางสื่อมวลชนกับการละเมิดสิทธิความเป็นอยู่ส่วนบุคคล. กรุงเทพมหานคร: นิเทศศาสตร์ปริทัศน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต, 4, 1 (มีนาคม 2543) หน้า 58-65
- เกษม ศิริสัมพันธ์. ทฤษฎีสื่อสารมวลชน. โครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย, 2513.
- จิตติ ดิงศภัทย์. คำอธิบายประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์. พระนคร: เนติบัณฑิตยสภา, 2503.
- ชญาณุช วีรสาร. เนื้อหาด้านบันเทิงในหนังสือพิมพ์รายวัน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- ชวรัตน์ เชิดชัย. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527.
- ชื่นอารี มาลีศรีประเสริฐ. การคุ้มครองสิทธิส่วนตัวกับการสื่อสารสนเทศ วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ชูลีพร เกษโกวิท. การถ่ายภาพวารสารศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- ดรณี หิรัญรักษ์. การหนังสือพิมพ์เบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.
- ณรงค์ศักดิ์ ศรีทานันท์. เนื้อหาและแนวทางการคัดเลือกข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์พิมพ์รายวันภาษาไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- นวนน้อย ตีรรัตน์ และธานี ชัยวัฒน์. โครงสร้างตลาดและการกำกับดูแลหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย : รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- นิภา สุขพิทักษ์. จิตสำนึกในความเป็นพลโลกของครูกลุ่มสร้างเสริมประสบการณ์ชีวิต ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ เขตการศึกษา 9 ตามการรับรู้ของตนเอง. วิทยานิพนธ์ปริญญา

- มหาบัณฑิต สาขาวิชาประถมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2536
- บุญเลิศ ช่างใหญ่. สิทธิส่วนบุคคลของบุคคลสาธารณะ. มติชนสุดสัปดาห์, 23, 1165 (16-22
ธันวาคม 2545) หน้า 19.
- โบ เหลืองทอง. กระบวนการทำข่าวบันเทิงของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ. วิทยานิพนธ์ สาขาวิชา
หนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547
- ประชัน วัลลิโก. เอกสารประกอบการสอนชุดวิชา การผลิตหนังสือพิมพ์-เทคนิคการ
บรรณาธิกรณหนังสือพิมพ์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2530.
- พิศิษฐ์ ชาวลาธวัช และคณะ. การรายงานข่าวชั้นสูง. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ดับเบิล
นายน์, พิมพ์ครั้งที่ 3, 2543.
- พิงรอง รามสุต รัตนันท์. การกำกับดูแลเนื้อหาหนังสือพิมพ์. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัย
เพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2547
- ไพจิตร ปุญญพันธ์. คำอธิบายประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ลักษณะละเมิด. พิมพ์ครั้งที่ 5.
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นิติบรรณาการ, 2525.
- ภูบดีนทร์ ภูสุวรรณ. การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของหนังสือพิมพ์บันเทิงที่มีต่อนักแสดงและ
นักร้อง. วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.
- มนูญ แสงหิรัญ และคณะ. สื่อการโฆษณา. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัย, 2522.
- มาลี บุญศิริพันธ์. หลักการทำหนังสือพิมพ์เบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ประกายพริก,
ธันวาคม 2537.
- วิลาวัลย์ ไหมมาลา. การคัดเลือกภาพข่าวบันเทิงของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์. วิทยานิพนธ์
สาขาวิชาหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- วิลาสินี พิพิธกุล. สื่อสารมวลชนเบื้องต้น: สื่อมวลชน วัฒนธรรมและสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 4.
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- วิโรจน์ ศรีหิรัญ. จิตสำนึกทางวารสารศาสตร์ และการตัดสินใจเชิงจริยธรรมของช่างภาพ.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- วัลลภ สวัสดิวัลลภ. หนังสือและการพิมพ์. ลพบุรี: ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์. วิทยาลัยครูเทพ
สตรี, 2527.
- ศศิธร ยูวโกศล. การให้ความหมายข่าวในมุมมองผู้รับสาร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต
สาขาวิชาวารสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539

- ศักดิ์ สุนทรเสณี. เจตคติ. กรุงเทพมหานคร : ดี.ดี. บู้คสโตร์,พิมพ์ครั้งที่ 1, 2531.
- ศักดิ์ ศิริพันธ์. เทคนิคการถ่ายภาพ กรุงเทพมหานคร: ด่านสุทธาคารพิมพ์, 2537.
- ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ. ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.
- ศิริโสภาคย์ บุรพาเดชะ. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพมหานคร: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2528.
- สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ. คู่มือผู้ประกอบการหนังสือพิมพ์. กรุงเทพมหานคร: 2550.
- สงวน สุทธิเลิศอรุณ.ทฤษฎีและปฏิบัติการทางจิตวิทยาสังคม. กรุงเทพมหานคร: กรุงเทพฯสง,2527.
- สอ เสถบุตร. ปทานุกรมอังกฤษ-ไทย (New Model English-Thai Dictionary). กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช,ไม่ระบุปีพิมพ์.
- สดศรี จันทรังสี. กระบวนการผลิตหนังสือพิมพ์. เชียงใหม่: ศูนย์หนังสือเชียงใหม่. ม.ป.ป.,2526.
- สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร.การสื่อสารกับสังคม . กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, การบรรณาธิการหนังสือพิมพ์และนิตยสาร, กรุงเทพมหานคร: สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา, 2544..
- สุกัญญา สุดบรรทัด และคณะ. จริยธรรมสื่อมวลชนไทย. กรุงเทพมหานคร: โครงการส่งเสริมคุณธรรม จุฬาฯ,พิมพ์ครั้งที่ 1, 2537.
- สุภา ศิริमानนท์. จริยธรรมของหนังสือพิมพ์. กรุงเทพมหานคร: ที พี พรินติ้ง.,2530.
- สุภาณี กอสุวรรณศิริ. การนำเสนอภาพข่าวในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534
- สุขุม ศุภนิติย์. คำอธิบายประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ลักษณะละเมิด. กรุงเทพมหานคร : นิติบรรณการ, 2536.
- เสถียร เขยประทับ. เนื้อหาของข่าวไทยในหนังสือพิมพ์รายวันคุณภาพ. กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท.,2542.
- หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ. ปฏิบัติการ 'แฉ' แปลง 'เรื่องฉาว' เป็นทุน. [ออนไลน์]. [อ้างถึง 23 มกราคม, 2549] เข้าถึงได้จากอินเทอร์เน็ต: <http://www.bangkokbizweek.com>
- หนังสือพิมพ์ข่าวสด. "ปาปาราซซี่"ระบอบไทย! ความพอดีอยู่ตรงไหน? [ออนไลน์]. [อ้างถึง 18 มิถุนายน,2548] เข้าถึงได้จากอินเทอร์เน็ต: <http://www.matichon.co.th/khaodsod>
- หนังสือพิมพ์เดลินิวส์. คอลัมน์สังคมโลก. [ออนไลน์]. [อ้างถึง 7 มิถุนายน,2548] เข้าถึงได้จากอินเทอร์เน็ต: <http://www.dailynews.co.th>

- หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์. นักข่าวกับดาราร.[ออนไลน์].[อ้างถึง26 ธันวาคม,2549] เข้าถึงได้จาก
อินเทอร์เน็ต: <http://www.thaipost.net>
- หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ. 10 ประเด็น "ข่าวชาย" ของวงการบินเท็ง.[ออนไลน์].[อ้างถึง 15
เมษายน ,2550] เข้าถึงได้จากอินเทอร์เน็ต: <http://www.manager.co.th>
- หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน.ปี-ไม่ปี" บกกฎนามธรรม.[ออนไลน์].[อ้างถึง 26 กันยายน,2550]
เข้าถึงได้จากอินเทอร์เน็ต: <http://www.manager.co.th>
- หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน.ภาพเปลือยของปาปาราสซีไทย.[ออนไลน์].[อ้างถึง 11 กุมภาพันธ์,
2548] เข้าถึงได้จากอินเทอร์เน็ต: <http://www.manager.co.th>
- หนังสือพิมพ์มติชน. "แฉ"สมการที่ลงตัวของเม็ดเงินกับความเสื่อม.[ออนไลน์].[อ้างถึง 23
มกราคม, 2549] เข้าถึงได้จากอินเทอร์เน็ต: [http:// www.matichon.co.th](http://www.matichon.co.th)
- หนังสือพิมพ์มติชน. เคี้ยวความคิดชั้นๆ ของอนุชิต สพันธุ์พงศ์.[ออนไลน์].[อ้างถึง 5
พฤศจิกายน, 2550] เข้าถึงได้จากอินเทอร์เน็ต: [http:// www.matichon.co.th](http://www.matichon.co.th)
- หนังสือพิมพ์มติชน.ปาปาราสซี...เมื่อภาพ(เรื่อง)ส่วนตัวจะเป็นของส่วนรวม.[ออนไลน์].[อ้างถึง
6 ตุลาคม,2547] เข้าถึงได้จากอินเทอร์เน็ต: [http:// www.matichon.co.th](http://www.matichon.co.th)
- หนังสือพิมพ์มติชน.เปิดกลยุทธ์ พรานล่าภาพเด็ด ปาปาราสซี.[ออนไลน์].[อ้างถึง 17
พฤศจิกายน, 2547] เข้าถึงได้จากอินเทอร์เน็ต: [http:// www.matichon.co.th](http://www.matichon.co.th)
- หนังสือพิมพ์มติชน.วัฒนธรรมปาปาราสซี...แลกเปลี่ยนหรือลิดรอนสิทธิในที่แจ้ง.[ออนไลน์].
[อ้างถึง 31 มกราคม, 2548] เข้าถึงได้จากอินเทอร์เน็ต: [http:// www.matichon.co.th](http://www.matichon.co.th)
- หนังสือพิมพ์มติชน.สิทธิในความเป็นอยู่ส่วนตัว กับการคุ้มครองตามกฎหมายไทย.[ออนไลน์].
[อ้างถึง 13 กันยายน, 2548] เข้าถึงได้จากอินเทอร์เน็ต: [http:// www.matichon.co.th](http://www.matichon.co.th)
- หนังสือพิมพ์เนชั่น.ช็อตเด็ด คนดัง นักล่า ค่าหัวเซเลบ.[ออนไลน์].[อ้างถึง21 พฤษภาคม, 2550]
เข้าถึงได้จากอินเทอร์เน็ต: <http://breakingnews.nationchannel.com>
- อารดา เทอดธรรมคุณ. ความตระหนักของผู้สื่อข่าวต่อจริยธรรมวิชาชีพหนังสือพิมพ์ไทย.
วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตร์ปริญญามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- อังฉิคา ลิมบีปัทมปาณี. การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของหนังสือพิมพ์ต่อ นักการเมือง ศิลปิน
นักแสดง นักธุรกิจ และประชาชนทั่วไป.วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชา
วารสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541
- เอแบคโพลล์.ประชาชนคิดอย่างไรเมื่อปาปาราสซีแอบถ่ายภาพดาราร.[ออนไลน์].[อ้างถึง 23
กุมภาพันธ์,2549] เข้าถึงได้จากอินเทอร์เน็ต: www.abacpoll.com

ภาษาอังกฤษ

Black J., Steele B. and Barney R. Doing Ethics in Journalism. 2nd ed. Massachusettes : A Division of Paramount Publishing, 1995.

Crowther, J. (Editor). Oxford Advanced Learner's Dictionary. England : Oxford University Press, 1995.

Graeme Turner. Understanding Celebrity University of San Francisco., 2004

Greg Lewis .Photojournalism: content and technique Dubuque, IA: Wm.C. Browne, 1965.

Jay Black, Bob Steele and Ralph Barney. Doing ethics in journalism: a handbook with cases studies. Boston: Allyn and Bacon, 1995.

Kenneth Kobre. Photojournalism : the professionals' approach . Boston : Focal Press, 1996.

McQuail, D. Mass Communication Theory : An Introduction. London : Sage Publications, 1983.

Robert Valdes. How Paparazzi Work. Available from: <http://people.howstuffworks.com/paparazzi.htm>

Schmuhl, Robert, ed. The responsibilities of journalism. Notre Dame, Ind. : Univ. of Notre Dame Press, 1984

White, D.M. The Gatekeeper : A Case Study in the Selection of News. In Journalism Quarterly , Fall 1950.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวกมลชนก รุจิวัฒนพงศ์ เกิดวันที่ 7 ธันวาคม พ.ศ.2523 ที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะศิลปศาสตร์ สาขาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อปีการศึกษา 2546 และในปี 2547 เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโท สาขาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย