

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

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

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

2. ภาพแอบถ่ายมักนำเสนอในลักษณะภาพชุด นำเสนอในหน้าบันเทิง เน้นถ่ายภาพดารานักแสดงที่มีสถานภาพโสด ขณะทำกิจกรรมทั่วไปในอิริยาบถส่วนตัวและในสถานที่สาธารณะ บุคคลในภาพมักไม่รู้ตัวว่าถูกถ่าย เพราะช่างภาพใช้วิธีการเฝ้าติดตามถ่าย โดยมากถ่ายในมุมปกติและมีจุดสนใจที่ตัวบุคคล เนื้อหาข่าวประกอบภาพแอบถ่าย มักเป็นเรื่องเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวและใช้ภาษาส่อเสียดเกินจริง องค์ประกอบคุณค่าข่าวภาพแอบถ่ายเน้นเรื่องความเด่นความมีชื่อเสียง เรื่องทางเพศ และความขัดแย้ง

3. กลุ่มช่างภาพและบรรณาธิการมีทัศนะว่าสิทธิส่วนบุคคลของบุคคลสาธารณะจะลดน้อยลงไปเมื่อพวกเขาปรากฏตัวในที่สาธารณะ สื่อจึงมีสิทธิรับรู้ และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของบุคคลสาธารณะนั้นได้ ไม่ว่าเรื่องนั้นจะเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะหรือไม่ ขณะที่กลุ่มนักวิชาการและนักกฎหมายเห็นว่า การแอบถ่ายทำได้ เมื่อบุคคลมีชื่อเสียงนั้นปรากฏตัวในที่สาธารณะ แต่จะต้องให้ประโยชน์แก่ส่วนรวมด้วย และเห็นว่าหลักกฎหมายที่ใช้อยู่ในปัจจุบันไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ มีความล้าหลังไม่ทันกับเทคโนโลยี มีความไม่ชัดเจนเรื่องนิยามคำว่า "ที่สาธารณะ" "บุคคลสาธารณะ" มีบทลงโทษที่ไม่รุนแรง และเห็นว่า องค์การทางวิชาชีพ โดยเฉพาะสมาคมต่างๆของกลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพ ยังไม่มีบทบาทในการควบคุมกันเอง เพราะเน้นบริหารงานสวัสดิการของบุคลากรสมาชิกมากกว่าการควบคุมมาตรฐานและคุณภาพของวิชาชีพ

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

5. โดยทั่วไป ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องเห็นว่า กระบวนการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่ายค่อนข้างมีจริยธรรมวิชาชีพต่ำ เพราะถูกควบคุมด้วยนโยบายที่เน้นผลประโยชน์ทางธุรกิจมากกว่า ทางแก้คือการปรับเปลี่ยนนโยบายองค์กรให้คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมให้มากขึ้น ในกลุ่มองค์กรสื่อควรเพิ่มความตระหนักในการกำกับดูแลและกำหนดจริยธรรมร่วมกันในการนำเสนอข่าวภาพแอบถ่าย ส่วนบุคคลมีชื่อเสียงควรเข้าใจบทบาทสถานภาพของตนและวางตัวให้เหมาะสมกับค่านิยมสังคมไทย สำหรับผู้อ่านก็ควรมีส่วนร่วมในการส่งข้อคิดเห็นเชิงจริยธรรมของภาพแอบถ่ายกลับมาอย่างต่อเนื่อง

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.