

การคุ้มครองผู้บริโภคสำหรับกิจการ
กระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์
ในยุคการหลอมรวมสื่อ:
กรณีศึกษาประเทศมาเลเซีย¹

Consumer Protection for Broadcasting
in the Era of Media Convergence:
Case Study of Malaysia

- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรอมล อาระพล²
- Assistant Professor Dr. Ornamol Arapol
- คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- E-mail: ornamol_ara@utcc.ac.th

¹ บทความนี้ปรับปรุงจากงานวิจัยของผู้เขียนที่เป็นส่วนหนึ่งของโครงการพัฒนาแนวคิดการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในยุคการหลอมรวมสื่อ กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ สำนักงาน กสทช. 2563

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรอมล อาระพล คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10400 e-mail: ornamol@gmail.com

บทคัดย่อ

การแพร่ภาพกระจายเสียงเนื้อหาในปัจจุบันประกอบด้วย การแพร่ภาพกระจายเสียงแบบดั้งเดิม และการแพร่ภาพกระจายเสียงในรูปแบบ OTT (Over-the-top) ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งประเทศมาเลเซียมีการกำกับดูแลการแพร่ภาพกระจายเสียงแบบดั้งเดิมตามกฎหมาย the Communications and Multimedia Act (CMA) 1998 และมีหลักการในการคุ้มครองผู้บริโภคที่รับชมเนื้อหาในเรื่องการกำกับดูแลเนื้อหารายการ การจัดผังรายการ การกำกับดูแลโฆษณา การคุ้มครองเด็กและเยาวชน การเข้าถึงเนื้อหารายการของผู้พิการหรือผู้ด้อยโอกาส ในขณะที่การกำกับดูแลการแพร่ภาพกระจายเสียงในรูปแบบ OTT ไม่ตกอยู่ภายใต้บังคับกฎหมายดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ผู้ให้บริการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT จะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขของกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเนื้อหาและโฆษณา ภายใต้ The Malaysian Communications and Multimedia Content Code โดยจะเป็นไปโดยรูปแบบสมัครใจ ซึ่งองค์กรวิชาชีพจะทำหน้าที่ส่งเสริมให้ผู้ให้บริการตระหนักในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคเนื้อหาที่ให้บริการผ่านการให้บริการ OTT

คำสำคัญ: การคุ้มครองผู้บริโภค การหลอมรวมสื่อ การแพร่ภาพกระจายเสียง

Abstract

Nowadays, broadcasting is divided into traditional broadcasting and Over-the-top service. In this regard, Malaysia enacted the Communications and Multimedia Act (CMA) 1998, which regulates content, advertisement, appropriate content for young people, accessible content for disabilities in traditional broadcasting. In the meantime, contents that are broadcasted via OTT are not under this requirement. However, there is the Malaysian Communications and Multimedia Content Code, which is the best practice to encourage voluntarily OTT service providers to provide consumer protection via their OTT services. In addition, professional organizations can assist to raise awareness for OTT service providers to concern about this issue.

Keywords: Consumer Protection, Convergence, Broadcasting



บทนำ

ปัจจุบันมีการแพร่ภาพกระจายเสียงเนื้อหาต่าง ๆ แก่ผู้บริโภคในหลายช่องทาง ทั้งแบบดั้งเดิม ซึ่งได้แก่ บริการโทรทัศน์แบบไม่เสียค่าใช้จ่าย (Free to air) โทรทัศน์ระบบเคเบิล (Cable TV) และโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก (Subscription TV) ในขณะที่ผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT (Over the top) ซึ่งได้แก่ การให้บริการบนเว็บในรูปแบบใหม่ เช่น การให้บริการเนื้อหาผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งในเรื่องนี้ ประเทศมาเลเซียภายใต้ Malaysian Communications and Multimedia Commission หรือ SURUHANJAYA KOMUNIKASI DAN MULTIMEDIA MALAYSIA (MCMC หรือ SKMM) เป็นหน่วยงานหลักในการกำกับดูแลกิจการแพร่ภาพกระจายเสียงและกิจการโทรคมนาคมของประเทศมาเลเซีย ได้จัดตั้งคณะกรรมการด้านการสื่อสารและมัลติมีเดียแห่งมาเลเซีย โดยมีภาระในการดำเนินการให้เป็นไปตามนโยบายแห่งชาติที่มีวัตถุประสงค์ในการกำกับดูแลกิจการแพร่ภาพกระจายเสียงและกิจการโทรคมนาคมโดยอยู่บนพื้นฐานของเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ เงื่อนไขทางเทคนิค การคุ้มครองผู้บริโภค และกฎระเบียบทางสังคม อย่างไรก็ตาม ภายใต้ the Communications and Multimedia Act (CMA) 1998 ได้มีการกำหนดหลักการเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม และได้กำหนดนิยามของผู้ให้บริการกิจการโทรทัศน์ที่จะต้องขอรับใบอนุญาตภายใต้กฎหมายฉบับนี้ ซึ่งได้แก่ บริการโทรทัศน์แบบไม่เสียค่าใช้จ่าย (Free to air) โทรทัศน์ระบบเคเบิล (Cable TV)

และโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก (Subscription TV) ในขณะที่ผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT (Over the top) ซึ่งได้แก่ การให้บริการบนเว็บในรูปแบบใหม่ เช่น การให้บริการเนื้อหาผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ไม่ตกอยู่ภายใต้บังคับกฎหมายดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ผู้ให้บริการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT จะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขของกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การควบคุมเนื้อหาและโฆษณาภายใต้ The Malaysian Communications and Multimedia Content Code

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาหลักการของการกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม และการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์แบบ OTT (กิจการโทรทัศน์บนโครงข่ายอินเทอร์เน็ต) ของประเทศมาเลเซีย
2. เพื่อศึกษามาตรการในการคุ้มครองผู้บริโภคสำหรับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในยุคหลอมรวมสื่อของประเทศมาเลเซีย
3. เพื่อเสนอแนะหลักการในการกำกับดูแลและมาตรการในการคุ้มครองผู้บริโภคสำหรับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในยุคหลอมรวมสื่อสำหรับประเทศไทย

ขอบเขตการวิจัย และ วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีการโดยการศึกษา รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลเอกสาร ซึ่งประกอบด้วย

the Communications and Multimedia Act (CMA) 1998 ที่ได้มีการกำหนดหลักการเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ในแบบดั้งเดิม ในขณะที่ผู้ให้บริการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT จะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขของกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเนื้อหาและโฆษณา ภายใต้ The Malaysian Communications and Multimedia Content Code หลังจากนั้นจะนำหลักการต่าง ๆ ที่ได้จากการศึกษามาวิเคราะห์เพื่อสรุปผลการศึกษา

บททวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม

การกำกับดูแลกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ของประเทศมาเลเซียใช้ระบบการขอรับใบอนุญาตเพื่อประกอบกิจการ โดย The Communications and Multimedia Act 1998 (พ.ศ. 2541) (CMA) ได้ระบุถึงการให้บริการโทรทัศน์แบบไม่เสียค่าใช้จ่าย (Free to air), โทรทัศน์ระบบเคเบิล (Cable TV) และโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก (Subscription TV) ในมาเลเซียว่าต้องได้รับอนุญาต โดยมุ่งไปยังผู้ที่ให้บริการมากกว่าชนิดของเทคโนโลยีที่ใช้ในการดำเนินกิจการโดยบริการที่ต้องขอรับใบอนุญาตภายใต้ the CMA มีดังต่อไปนี้ คือ

1. Network facilities
2. Network services
3. Application service
4. Content application service

ผู้ให้บริการแพร่ภาพกระจายเสียง (broadcasters) ได้ถูกนิยามในฐานะของผู้ให้บริการของการให้บริการทางด้านเนื้อหา (providers of content application services) และถูกกำกับดูแลโดย the CMA ซึ่งโดยทั่วไปแล้วจะให้แต่เฉพาะใบอนุญาตเฉพาะราย (individual license) โดยใบอนุญาตจะออกให้โดย Ministry of Information, Communications and Culture ตามคำแนะนำของ Malaysian Communications and Multimedia Commission (MCMC)³

The Communications and Multimedia Content Forum (CMCF) ก่อตั้งขึ้นเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2554 (ค.ศ. 2011) เป็นองค์กรอิสระที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนการกำกับดูแลตนเองและกำกับดูแลการเผยแพร่เนื้อหาในเรื่องที่อยู่ภายใต้การบังคับของ the Malaysian Communications and Multimedia Content Code⁴ ซึ่งสาระสำคัญของ the Malaysian Communications and Multimedia Content Code จะกำหนดมาตรฐานและแนวปฏิบัติที่ดี (best practice) สำหรับการเผยแพร่เนื้อหาจะมีความเกี่ยวข้องกับ the Communications and Multimedia Act (1998) กำกับดูแลการออกอากาศของเนื้อหาที่

³ Baker & McKenzie. (2012). Guide to Media and Content Regulation in Asia Pacific. Retrieved from <https://docplayer.net/3707622-Guide-to-media-and-content-regulation-in-asia-pacific.html> (accessed 20 October 2020).

⁴ M.M.F.M. Abdan, "The Content Code Media Self-Regulation", presented at Putrajaya. Oct 2013. Available: <http://www.skmm.gov.my/skmmgovmy/media/General/pdf/Mohd-Mustaffa-Fazil-Mohd-Abdan-The-Content-Code-Media-Self-Regulation.pdf> (accessed 20 October 2020).



มีความไม่เหมาะสม นอกจากนี้ ยังได้เน้นหนักในเรื่องภาระหน้าที่ของผู้ให้บริการเนื้อหาภายใต้บริบทของคุณค่าทางสังคมของประชาชนสหพันธรัฐมาเลเซีย⁵ โดยรูปแบบสำคัญของกฎหมายฉบับนี้กล่าวถึงการมีองค์การกำกับดูแลตนเอง (Self-regulatory) ของอุตสาหกรรมของการผลิตเนื้อหาเพื่อแพร่ภาพกระจายเสียงผ่าน the Malaysian Communications and Multimedia Content Code

1) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม

ภายใต้ the Communications and Multimedia Act (CMA) 1998 ได้มีการกำหนดหลักเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม และได้กำหนดนิยามของผู้ให้บริการกิจการโทรทัศน์ที่จะต้องขอรับใบอนุญาตภายใต้กฎหมายฉบับนี้ ซึ่งได้แก่ บริการโทรทัศน์แบบไม่เสียค่าใช้จ่าย (Free to air) โทรทัศน์ระบบเคเบิล (Cable TV) และโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก (Subscription TV) ในขณะที่ผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT ไม่ตกอยู่ภายใต้บังคับกฎหมายดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ผู้ให้บริการกิจการโทรทัศน์แบบ OTT จะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขของกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมเนื้อหาและโฆษณาภายใต้ The Malaysian Communications and

Multimedia Content Code⁶

2) มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม

(1) การกำกับดูแลเนื้อหารายการ

หลักการทั่วไปของ The Content Code ต้องการให้มีการนำเสนอเนื้อหาข่าวสาร รายงาน การบันเทิง และโฆษณา โดยจะต้องคำนึงถึงความได้สัดส่วนความต้องการระหว่างผู้รับชม ผู้รับฟัง และผู้นำเสนอเนื้อหาต่าง ๆ ในขณะเดียวกันก็ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย คำสั่งและคุณธรรมจริยธรรม หลีกเลี่ยงเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม หยาดคาย เนื้อหาที่ผิดจากข้อเท็จจริง เนื้อหาที่มีลักษณะเป็นการคุกคาม หรือก่อให้เกิดความเกลียดชัง ความรำคาญ ข่มขู่ หรือคุกคามบุคคลหนึ่งบุคคลใด ไม่มีลักษณะก่อให้เกิดความแตกแยกทางเชื้อชาติ ศาสนา อายุ เพศ สถานะทางสังคม ขอบกพร่องทางร่างกายของบุคคล ความเท่าเทียมกันระหว่างเพศ หรือเงื่อนไขทางเศรษฐกิจสังคม อีกทั้งยังต้องให้ความสำคัญต่อเด็กและเยาวชน ให้ความสำคัญต่อความหลากหลายต่าง ๆ ทางความสามารถทางด้านร่างกาย วัฒนธรรม เชื้อชาติ ศาสนา เงื่อนไขทางสังคม เพศ อายุ ถิ่นกำเนิด ความสนใจทางการเมือง พื้นฐานการศึกษา ในขณะเดียวกันต้องคำนึงว่าผู้รับชม ผู้รับฟังจะต้องมีอิสระในการเลือกรับชมรับฟัง เนื้อหาต่าง ๆ เหล่านั้น⁷

⁵ Ibid.

⁶ Pay television matrix for Malaysia. Retrieved from https://asiavia.org/wp-content/uploads/2018/10/FINAL_2017-18-pay-TV-matrix-Malaysia.pdf (accessed 20 October 2020).

⁷ The Communications and Multimedia Content Forum of Malaysia. The Malaysian Communications and Multimedia Content Code. P. 6-7. Retrieved from <https://www.mcmc.gov.my/skmmgovmy/files/attachments/ContentCode.pdf> (accessed 20 October 2020).

The Content Code ได้กำหนดขอบเขตของเนื้อหาเป็นประเภทต่าง ๆ ได้แก่

□ เนื้อหาหยาบคายคือประเภทของเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ได้แก่ เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมตามมาตรฐานของสังคมหรือพฤติกรรมปกติที่ยอมรับได้ในสังคม รวมถึงเนื้อหาโป๊ เปลือย และเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการร่วมประเวณี ที่จะต้องผ่านการเห็นชอบจาก the Film Censorship Board⁸

□ เนื้อหาลามกอนาจาร ได้แก่ เนื้อหาที่ก่อให้เกิดความรู้สึกในเชิงน่ารังเกียจต่อความคิด ความรู้สึกของบุคคล ก่อให้เกิดความรู้สึกในด้านลบ และไม่ถูกต้องตามทำนองคลองธรรม ได้แก่ เนื้อหาที่เป็นการกระทำในด้านการร่วมประเวณีอย่างชัดแจ้ง รูปโป๊ เปลือย รูปวาดหรือรูปถ่ายที่แสดงถึงอาชญากรรมที่เกี่ยวกับเพศ การข่มขืน หรือพยายามข่มขืน รูปภาพโป๊ของเด็กและเยาวชน รูปของผู้หญิง ผู้ชาย หรือเยาวชนที่ทำให้เสื่อมเสียในทางเพศ

□ เนื้อหาที่เกี่ยวกับความรุนแรง ได้แก่ เนื้อหาที่เกิดขึ้นจากความเสียหายทางภัยพิบัติตามธรรมชาติ การกระทำที่เป็นการฝ่าฝืนการก่อการร้าย สงคราม ความขัดแย้งของมนุษย์ ภาพความรุนแรงจากข่าว หรือบทวิเคราะห์ที่เกี่ยวกับงานกีฬา การแสดงออกหรือการลอกเลียนแบบความรุนแรง

ความรุนแรงทางเพศ เช่น รูปกราฟิกแสดงถึงการข่มขืน และเนื้อหาที่อาจก่อให้เกิดการกระทบกระเทือนจิตใจของเด็กและเยาวชน และบุคคลที่ด้อยโอกาส

□ เนื้อหาที่มีการคุกคาม ได้แก่ เนื้อหาที่ก่อให้เกิดความรำคาญ ข่มขู่ กระตุ้นให้เกิดอาชญากรรม หรือนำไปสู่การขัดขืนคำสั่งสาธารณะ การชวนเชื่อที่ก่อให้เกิดความเกลียดชังที่เกี่ยวกับการฆ่าล้างเผ่าพันธุ์ หรือความเกลียดชังต่อกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ข้อมูลที่มีลักษณะคุกคามความปลอดภัยหรือการสาธารณสุขของชาติ

□ เนื้อหาที่การสื่อภาษาไม่เหมาะสม เช่น คำสบถ คำหยาบคาย การดูหมิ่นศาสนา ที่ก่อให้เกิดความไม่พอใจแก่ประชาชน การดูถูก การวิพากษ์วิจารณ์ในทางลบต่อบุคคล คำที่ใช้ในทางที่ส่อในทางอนาจาร หรือการร่วมประเวณี หรืออวัยวะเพศ คำที่ก่อให้เกิดความเกลียดชัง การดูหมิ่น การเกลียดชังต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคลในเรื่องเชื้อชาติ ศาสนา เพศ หรือความพิการ คำหรือภาพที่อาจก่อให้เกิดความรุนแรงจากการนำเสนอข่าว

□ เนื้อหาที่ไม่ตรงกับข้อเท็จจริง ได้แก่ เนื้อหาที่ทำให้เกิดความเข้าใจผิด หรือไม่ตรงกับข้อเท็จจริง เนื้อหาที่มีลักษณะล้อเลียน หรือเหน็บแนมเสียดสี⁹

⁸ The Film Censorship Board of Malaysia อยู่ภายใต้สังกัด Ministry of Home Affair ที่จัดตั้งขึ้นตาม the Film Censorship Act 2002 (Act 620) ทำหน้าที่ในการดำเนินกระบวนการตรวจสอบสื่อให้เป็นไปตามกฎหมาย เพื่อทำการควบคุมเนื้อหาการแพร่ภาพกระจายเสียงให้มีความปลอดภัย เป็นไปตามหลักศาสนาและสังคม ให้มีความเหมาะสมและเป็นไปตามธรรมเนียมปฏิบัติ. ที่มา The Ministry of Home Affair Malaysia. FAQ. <https://www.moha.gov.my/index.php/en/component/content/article/122-maklumat-korporat/maklumat-bahagian/lembaga-penapis-filem/189-f-a-q> (accessed 13 June 2024).

⁹ The Communications and Multimedia Content Forum of Malaysia. The Malaysian Communications and Multimedia Content Code. P. 12-17. Retrieved from <https://www.mcmc.gov.my/skmmgovmy/files/attachments/Content Code.pdf> (accessed 20 October 2020).

(2) การจัดผังรายการ

รัฐบาลมาเลเซียได้ส่งงานการเผยแพร่กระจายเสียงทางโทรทัศน์ และวิทยุ โดยอย่างน้อยร้อยละ 80 ของรายการโทรทัศน์ต้องมีต้นกำเนิดจากบริษัทผู้ผลิตภายในประเทศที่ถือครองโดยคนเชื้อชาติมาเลเซีย (Bumiputras) โดยถือเป็นเงื่อนไขของผู้ที่ขอรับใบอนุญาตเพื่อประกอบกิจการโทรทัศน์ในประเทศมาเลเซีย¹⁰

(3) การกำกับดูแลโฆษณา

The Content Code มีวัตถุประสงค์ให้มีการกำกับดูแลตนเองในเรื่องการโฆษณาให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้บริโภคและเป็นไปตามแนวปฏิบัติที่ดีในทางระหว่างประเทศเกี่ยวกับการโฆษณาทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยสมาคมโฆษณาของประเทศมาเลเซียตระหนักถึงการมีอิสระในการโฆษณาและความรับผิดชอบในการปกป้องสิทธิของผู้รับชม รับฟัง ในขณะเดียวกันก็สนับสนุนการพัฒนาทางด้านอุตสาหกรรมการโฆษณา

หลักการสำคัญของ the Content Code มีดังต่อไปนี้ คือ

- เนื้อหาของการโฆษณาจะต้องเป็นเนื้อหาที่ถูกต้องตามกฎหมาย มีความเหมาะสม
- เนื้อหาของการโฆษณาต้องไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้งในวงกว้าง ในเรื่องเชื้อชาติ ศาสนา เพศ หรือความบกพร่องด้านร่างกายหรือจิตใจ

- เนื้อหาของการโฆษณาจะต้องมีความน่าเชื่อถือ มีความรู้สึกในทางรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและสังคม
- เนื้อหาของการโฆษณาต้องไม่เป็นสาเหตุของการก่อให้เกิดความหวาดกลัวหรือการกระทำที่อาจก่อให้เกิดความไม่ปลอดภัยหรือความรุนแรง ให้ความเคารพต่อความเป็นส่วนตัวของบุคคล และเคารพต่อหลักการในเรื่องการแข่งขันโดยชอบธรรมในทางธุรกิจ¹¹
- การอ้างถึงคุณสมบัติของสินค้าที่โฆษณาที่ไม่ได้รับการพิสูจน์ความถูกต้อง คุณค่า หรือการพิสูจน์ทางวิทยาศาสตร์จะต้องไม่เกินจริง
- การแจ้งราคาของสินค้าต้องมีความชัดเจน และเกี่ยวข้องกับสินค้าที่โฆษณา
- จะต้องไม่ทำการโฆษณาสินค้าที่ไม่มีสินค้านั้นในท้องตลาด หากพบว่าสินค้านั้นนั้น ๆ ไม่มีอยู่ในท้องตลาด ต้องทำการแก้ไขเนื้อหาโฆษณานั้นหรือยกเลิกการโฆษณาสินค้านั้น
- การใช้คำว่า รับประกัน (guarantee) จะต้องไม่ทำให้สิทธิของผู้บริโภคลดลง และผู้โฆษณาจะต้องแจ้งผู้บริโภคถึงสิทธิเพิ่มเติมที่ได้จากการรับประกัน และการได้รับค่าชดเชย

¹⁰ Privacy Shield Framework. Malaysia - Licensing Requirements. Retrieved from <https://www.privacyshield.gov/article?id=Malaysia-Licensing-Requirements> (accessed 20 October 2020).

¹¹ The Communications and Multimedia Content Forum of Malaysia. The Malaysian Communications and Multimedia Content Code. P. 20-21. Retrieved from <https://www.mcmc.gov.my/skmmgovmy/files/attachments/ContentCode.pdf> (accessed 20 October 2020).

- การเปรียบเทียบสินค้าที่ทำการโฆษณากับผู้โฆษณารายอื่นสามารถทำได้ในแง่ของการแข่งขัน แต่จะต้องอยู่บนหลักการของการแข่งขันที่เป็นธรรม และไม่เป็นการชักจูงให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดจากการเปรียบเทียบนั้น โดยที่วัตถุประสงค์ของการเปรียบเทียบจะต้องไม่ เป็นลักษณะของการเสนอข้อต่อราคาที่ดีกว่า หรือเป็นลักษณะของการเสนอข้อได้เปรียบที่ไม่เป็นความจริง การเปรียบเทียบต้องเป็น การเปรียบเทียบในประเด็นที่อยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริง
- ผู้โฆษณาจะต้องไม่โจมตีหรือทำให้ธุรกิจอื่นหรือสินค้าอื่นเสียชื่อเสียง
- ผู้โฆษณาจะต้องไม่นำชื่อเสียง (goodwill) ของสินค้าอื่นที่ติดอยู่ในเครื่องหมายการค้า ชื่อ แบนด์ หรือโลโก้ มาใช้ในทางที่ไม่เป็นธรรม¹²
- สินค้าและบริการที่ต้องห้ามมิให้โฆษณาตามกฎหมายฉบับนี้ได้แก่ บุหรี่ สินค้ายาสูบ และอุปกรณ์สินค้าต้องห้ามตาม the Postal Services Act 1991 สำหรับวัตถุประสงค์ในการฉ้อโกงหรือหลอกลวง การโฆษณาเกี่ยวกับการพยากรณ์หรือดูดวง สมาคม การสร้างความสัมพันธ์หรือการสมรส การพนัน เสื้อผ้าที่มีคำหรือข้อความที่ไม่เหมาะสมบนสินค้า ฉากที่เกี่ยวกับเรื่องทางเพศหรือไม่เหมาะสม ภาพโป๊เปลือย

หมูหรือสินค้าที่เกี่ยวกับหมู ประทัดไฟ การคาดคะเนเรื่องทางการเงิน เช่น หุ้น ประกาศเรื่องเกี่ยวกับความตาย งานศพ การให้บริการจัดงานฝังศพ ผลิตภัณฑ์ลดน้ำหนัก

- สินค้าบางประเภทต้องมีการได้รับอนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก่อนที่จะทำการโฆษณา เช่น ผลิตภัณฑ์ยา ยาฆ่าแมลง อาหารและเครื่องดื่มที่อ้างว่ามีคุณสมบัติในการรักษาโรค การขายตรง ผ่าอนามัย อย่างไรก็ตาม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ได้รับอนุญาตให้ทำการโฆษณาตาม the Content Code

(4) การคุ้มครองเด็กและเยาวชน

เนื้อหาสำหรับเยาวชนที่อายุน้อยกว่า 14 ปี จะต้องไม่เป็นเนื้อหาที่อาจถูกใจได้ง่ายและถูกครอบงำความคิดหรือทัศนคติ โดยกฎหมายฉบับนี้กำหนดให้มีการแนะนำ ตรวจสอบ ควบคุมเนื้อหา เนื้อหาจะต้องไม่มีลักษณะที่เกี่ยวกับความรุนแรง เนื้อหาของภาพยนตร์การ์ตูนจะต้องออกแบบท่าทางไม่ให้ความรุนแรงหรือก่อให้เกิดการลอกเลียนแบบที่อาจก่อให้เกิดอันตราย จะต้องไม่มีฉากที่บิดเบือนผลกระทบของความรุนแรง

ในด้านความปลอดภัย เนื้อหาสำหรับเยาวชนจะต้องระมัดระวังไม่ให้มีเรื่องที่น่าก่อให้เกิดการคุกคามต่อความรู้สึกหรือความปลอดภัย เช่น ความขัดแย้งภายในครอบครัว ความตายของผู้ปกครอง หรือญาติสนิท หรือความตาย หรือ

¹² The Communications and Multimedia Content Forum of Malaysia. The Malaysian Communications and Multimedia Content Code. P. 21-26. Retrieved from <https://www.mcmc.gov.my/skmmgovmy/files/attachments/Content Code.pdf> (accessed 20 October 2020).

การบาดเจ็บของสัตว์เลี้ยง อาชญากรรมบนท้องถนนหรือการใช้ยาเสพติด รวมถึงการเนื้อหาสำหรับเด็กและเยาวชนจะต้องพิจารณาไม่ให้มีเนื้อหาที่เชิญชวนให้เด็กและเยาวชนเลียนแบบการกระทำที่ฉาบฉวยโทรทัศน์ เช่น การใช้ถุงพลาสติกเป็นของเล่น การใช้ผลิตภัณฑ์ในบ้านก่อให้เกิดอันตรายเป็นของเล่น หรือพฤติกรรมต่าง ๆ ที่อาจก่อให้เกิดอันตราย เช่น การปีนบนตึกอพาร์ทเมนต์ ระเบียง หรือหลังคา ของที่อยู่อาศัย การเล่นเกมประตักไฟ เป็นต้น¹³

การใช้เด็กและเยาวชนเป็นสื่อในการโฆษณาเป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสม ยกเว้นเป็นการโฆษณาสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชน หรือเป็นการสนับสนุนการป้องกันภัยแก่เด็กและเยาวชน นอกจากนี้โฆษณาที่เผยแพร่ต่อเด็กและเยาวชนจะต้องไม่ส่งผลให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย จิตใจ ศีลธรรม จริยธรรม เนื่องด้วยการขาดประสบการณ์ของเด็กและเยาวชนหรือความรู้สึกรู้สึกของเด็กและเยาวชน

The Content Code กำหนดการจัดระดับเรตติ้ง โดยผู้แพร่ภาพกระจายเสียงจะต้องระบุประเภทของเนื้อหารายการและจัดระดับเรตติ้งสำหรับรายการ และแสดงการจัดระดับเรตติ้งดังกล่าวในระหว่างที่มีการแพร่ภาพรายการนั้น ๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

U คือ รายการที่แพร่ภาพสำหรับผู้รับชมรับฟัง เป็นการทั่วไป มีความเหมาะสมสำหรับบุคคลทุกช่วงอายุ อาจมีเนื้อหารายการที่เกี่ยวกับความรุนแรงเพียงเล็กน้อย ไม่มีภาษาที่แสดงถึง

ความรุนแรง หรือภาษาหรือสถานการณ์เกี่ยวกับเพศ

PG-14 คือ รายการที่ผู้ปกครองจะต้องให้คำแนะนำแก่เด็กที่อายุต่ำกว่า 14 ปี ที่รับชมรายการ เนื้อหารายการอาจเกี่ยวกับความรุนแรงทางร่างกายเพียงเล็กน้อย รายการตลกที่มีความรุนแรงเพียงเล็กน้อย การ์ตูนที่มีความน่ากลัว เทคนิคพิเศษ แฟนตาซี หรือสิ่งเหนือธรรมชาติ เนื้อหาหรือบทสนทนาที่เกี่ยวกับเพศหรือการประชดเหินบนเพียงเล็กน้อยและไม่ออกอากาศบ่อยครั้งและใช้ความระมัดระวังในการออกอากาศเนื้อหาดังกล่าว

PG-18 คือ รายการที่ผู้ปกครองจะต้องระมัดระวังในการใช้วิจารณญาณที่จะอนุญาตให้เด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า 18 ปี รับชมรายการเพียงลำพัง เนื้อหารายการอาจเกี่ยวกับเรื่องที่ซับซ้อนเนื้อหาที่เกี่ยวกับเพศ ภาษาที่ใช้อาจมีความรุนแรงหรือคำหยาบคาย ซึ่งเป็นเนื้อหาส่วนใหญ่ที่ใช้ในการดำเนินเรื่อง เนื้อเรื่องอาจเกี่ยวกับสังคมหรือพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริง

18&above คือ รายการที่เหมาะสมสำหรับบุคคลที่อายุ 18 ปี ขึ้นไป เนื้อหา เสียง ภาพ ภาษาที่ใช้ มีความรุนแรง หรือมีความน่ากลัว เนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเพศอย่างชัดเจน

นอกจากนี้ The Content Code ได้กำหนดช่วงเวลาของการออกอากาศรายการที่ถูกจัดระดับเรตติ้งสำหรับผู้ประกอบการแบบ Free-to-air โดย

¹³ The Communications and Multimedia Content Forum of Malaysia. The Malaysian Communications and Multimedia Content Code. P. 17-18. Retrieved from <https://www.mcmc.gov.my/skmmgovmy/files/attachments/ContentCode.pdf> (accessed 20 October 2020).

U และ PG-14 สามารถออกอากาศในช่วงระยะเวลาใดของวันก็ได้

PG-18 สามารถออกอากาศในช่วงหลังเวลา 19.30 น. เท่านั้น

18&above สามารถออกอากาศได้หลังเวลา 22.00 น.¹⁴

(5) การเข้าถึงเนื้อหารายการของผู้พิการหรือผู้ด้อยโอกาส

The Content Code มิได้กำหนดหลักการให้ผู้ประกอบกิจการโทรทัศน์ต้องจัดให้มีคำบรรยายในรายการต่าง ๆ เพื่อให้ผู้พิการหรือผู้ด้อยโอกาสสามารถเข้าถึงเนื้อหารายการได้ อย่างไรก็ตาม The Content Code คำนึงถึงสวัสดิภาพของผู้ด้อยโอกาส โดยกำหนดไม่ให้มีการออกอากาศเนื้อหาที่เกี่ยวกับความพิการของร่างกายหรือจิตใจของบุคคลในลักษณะที่เป็นเชิงตลกขบขัน หรือล้อเลียน¹⁵

(6) ประเด็นอื่น ๆ

The Content Code ได้กำหนดให้มีหน่วยรับข้อร้องเรียนในเรื่องที่เกี่ยวกับเนื้อหาที่แพร่ภาพกระจายเสียง การจัดการข้อเรียกร้องของผู้บริโภคโดยจัดตั้งเป็นสำนักงานเพื่อรับข้อร้องเรียน

(the Compliant Bureau) โดยเฉพาะ มีหน้าที่ในการ

- พิจารณาข้อร้องเรียนต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเนื้อหา และหลักการภายใต้ the Content Code
- การตรวจสอบเนื้อหาที่อาจจะผิดต่อหลักการตาม the Content Code ซึ่งสามารถดำเนินการได้โดยไม่ต้องมีข้อร้องเรียน
- ข้อพิพาทที่เกิดขึ้นระหว่างสมาชิกหรือระหว่างสมาชิกกับผู้ที่ไม่ใช่สมาชิก The Communications and Multimedia Content Forum (CMCF)¹⁶

โดย the Content Code ได้กำหนดขั้นตอนในการร้องเรียนต่อ the Compliant Bureau ในกรณีที่มีข้อสงสัย หน่วยงานจะดำเนินการสอบสวนการตามกฎหมายภายใน 2 เดือน นับแต่วันเกิดเหตุ และจะขอรายละเอียดเพิ่มเติมเป็นลายลักษณ์อักษรจากบุคคล และอาจขอเรียกหลักฐานเพิ่มเติมจากฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เอกสาร บันทึกต่าง ๆ และจะมีคำตัดสินโดยสมาชิกเสียงข้างมาก ซึ่งถ้าหากคำตัดสินพบว่ามี การละเมิดบทบัญญัติภายใต้ the Content Code อาจสั่งให้มีการชำระค่าปรับไม่เกิน RM

¹⁴ The Communications and Multimedia Content Forum of Malaysia. The Malaysian Communications and Multimedia Content Code. P. 34-35. Retrieved from <https://www.mcmc.gov.my/skmmgovmy/files/attachments/ContentCode.pdf> (accessed 20 October 2020).

¹⁵ The Communications and Multimedia Content Forum of Malaysia. The Malaysian Communications and Multimedia Content Code. P. 19. Retrieved from <https://www.mcmc.gov.my/skmmgovmy/files/attachments/ContentCode.pdf> (accessed 20 October 2020).

¹⁶ The Communications and Multimedia Content Forum of Malaysia. The Malaysian Communications and Multimedia Content Code. Retrieved from <https://www.mcmc.gov.my/skmmgovmy/files/attachments/ContentCode.pdf> (accessed 20 October 2020).

50,000 และจะมีคำสั่งให้นำเนื้อหาที่ละเมิด the Content Code ออก¹⁷

การกำกับดูแลกิจการโทรทัศน์แบบ OTT (กิจการโทรทัศน์บนโครงข่ายอินเทอร์เน็ต)

ปัจจุบันประเทศมาเลเซียยังไม่มี การกำกับดูแลการให้บริการสื่อแพร่ภาพกระจายเสียงแบบ OTT ผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT ไม่ตกอยู่ภายใต้ the Communications and Multimedia Act 1998 จึงไม่ต้องทำการขอรับใบอนุญาตเพื่อประกอบกิจการ และไม่ตกอยู่ภายใต้การกำกับดูแลในเรื่องสัดส่วนรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับท้องถิ่น หรือการจัดช่วงอายุความเหมาะสมของผู้รับชมรายการ อย่างไรก็ตาม การกำกับดูแลเนื้อหาของ ผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT อยู่บนพื้นฐานความสมัครใจในการที่จะต้องปฏิบัติตาม the Malaysian Communications and Multimedia Content Code โดยจะต้องไม่มีเนื้อหาที่เกี่ยวกับความรุนแรง การล่อลวงละเมิด หรือการคุกคามทางเพศ¹⁸

1) นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรทัศน์แบบ OTT

ในปัจจุบันยังไม่มี การกำกับดูแลการให้บริการ OTT ในประเทศมาเลเซียอย่างเป็นทางการ แต่

รัฐบาลของประเทศมาเลเซียมีความพยายามในการที่จะนำข้อกฎหมายบางประการที่ใช้ในการกำกับดูแลเนื้อหา เช่น การนำ the Communication Act และ the Content Code มาบังคับใช้ในการกำกับดูแลเนื้อหาที่อาจเกี่ยวกับความรุนแรง การล่อลวงละเมิดหรือการคุกคามทางเพศ หรือคุกคามต่อผู้อื่น นอกจากนี้ อาจจะต้องมีประเด็นเกี่ยวกับกฎหมายลิขสิทธิ์ (the Copyright Act 1987) เพื่อคุ้มครองงานที่ถูกแพร่ภาพกระจายเสียงผ่านการให้บริการ OTT¹⁹

2) มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรทัศน์แบบ OTT

(1) การกำกับดูแลเนื้อหารายการ

แม้ว่ากฎหมาย the Communication Act จะไม่มีผลใช้บังคับกับผู้ให้บริการ OTT อย่างไรก็ตาม รัฐบาลประเทศมาเลเซียมีความพยายามที่จะให้ผู้ให้บริการ OTT ปฏิบัติตามหลักการตามที่ได้กำหนดไว้ใน The Malaysian Communications and Multimedia Content Code กล่าวคือ เนื้อหาที่ออกอากาศผ่านการให้บริการ OTT ควรที่จะต้องปฏิบัติตามกฎหมาย คำสั่งและคุณธรรมจริยธรรม หลีกเลี่ยงเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม หยาดคาย เนื้อหาที่ผิดจากข้อเท็จจริง เนื้อหาที่มีลักษณะเป็นการคุกคาม หรือก่อให้เกิดความเกลียดชัง ความรำคาญ

¹⁷ The Communications and Multimedia Content Forum of Malaysia. The Malaysian Communications and Multimedia Content Code 2022. <https://www.mcmc.gov.my/skmmgovmy/media/General/registers/Content-Code-2022.pdf> (accessed 13 June 2024).

¹⁸ Pay television matrix for Malaysia. Retrieved from https://asiavia.org/wp-content/uploads/2018/10/FINAL_2017-18-pay-TV-matrix-Malaysia.pdf (accessed 20 October 2020).

¹⁹ Asia Video Industry Association. (2018). OTT TV Policies in Asia. Retrieved from <https://avia.org/wp-content/uploads/2018/08/PUB-OTT-TV-Policies-in-Asia-2018.pdf> (accessed 20 October 2020).

ชมชู้ หรือคุกคามบุคคลหนึ่งบุคคลใด ไม่มีลักษณะก่อให้เกิดความแตกแยกทางเชื้อชาติ ศาสนา อายุ เพศ สถานะทางสังคม ขอบกพร่องทางร่างกาย ของบุคคล ความเท่าเทียมกันระหว่างเพศ หรือเงื่อนไขทางเศรษฐกิจสังคม นอกจากนี้ ยังอาจจะต้องพิจารณาเนื้อหาที่แพร่ภาพกระจายเสียงจากผู้ให้บริการ OTT ว่าเป็นการขัดต่อกฎหมาย the Censorship Act ในประเด็นของเนื้อหาที่มีความไม่เหมาะสม เช่น ฉากในภาพยนตร์หรือละครที่เกี่ยวกับเพศทางเลือกที่อาจขัดต่อหลักการทางศาสนาอิสลามหรือไม่²⁰

(2) การจัดผังรายการ

ปัจจุบันยังไม่มีข้อกำหนดในการกำหนดสัดส่วนในการจัดผังรายการต่าง ๆ ของผู้ให้บริการ OTT

(3) การกำกับดูแลโฆษณา

ถึงแม้ว่า The Malaysian Communications and Multimedia Content Code จะอยู่บนพื้นฐานของความสมัครใจในการปฏิบัติตาม อย่างไรก็ตาม MCMC มีความพยายามที่จะใช้อำนาจในการทำให้ผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT ต้องทำการปฏิบัติตามแนวปฏิบัติในเรื่องการโฆษณาภายใต้ The Malaysian Communications and Multimedia Content Code²¹

(4) การคุ้มครองเด็กและเยาวชน

ถึงแม้ว่า The Malaysian Communications and Multimedia Content Code จะอยู่บนพื้นฐานของความสมัครใจในการปฏิบัติตาม อย่างไรก็ตาม MCMC มีความพยายามที่จะใช้อำนาจในการทำให้ผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบ OTT ต้องทำการปฏิบัติตามแนวปฏิบัติในเรื่องการคุ้มครองเด็กและเยาวชนภายใต้ The Malaysian Communications and Multimedia Content Code²²

(5) การเข้าถึงเนื้อหารายการของผู้พิการหรือผู้ด้อยโอกาส

ปัจจุบันยังไม่มีข้อกำหนดหรือกฎหมายโดยเฉพาะที่กำหนดให้ผู้ให้บริการ OTT ต้องจัดทำคำบรรยายใต้ภาพ เพื่อให้ผู้พิการหรือผู้ด้อยโอกาสเข้าถึงเนื้อหารายการ

(6) ประเด็นอื่น ๆ

แม้ว่าการให้บริการ OTT จะไม่ถูกกำกับดูแลภายใต้ the Communications and Multimedia Act 1998 อย่างไรก็ตาม การนำเนื้อหาต่าง ๆ มาแพร่ภาพกระจายเสียงผ่านการให้บริการแบบ OTT จะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของกฎหมายลิขสิทธิ์ (the Malaysian Copyright of 1987) เนื่องจากกฎหมายฉบับดังกล่าวกำหนดให้มีการบังคับใช้กับงานที่ถูกแพร่ภาพกระจายผ่านระบบออนไลน์

²⁰ Asma Md Isa. (2019). Netflix and Dilemma of Content Regulation in Malaysia. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/338823027_Netflix_and_Dilemma_of_Content_Regulation_in_Malaysia (accessed 20 October 2020).

²¹ Pay television matrix for Malaysia. Retrieved from https://asiavia.org/wp-content/uploads/2018/10/FINAL_2017-18-pay-TV-matrix-Malaysia.pdf (accessed 20 October 2020).

²² Pay television matrix for Malaysia. Retrieved from https://asiavia.org/wp-content/uploads/2018/10/FINAL_2017-18-pay-TV-matrix-Malaysia.pdf (accessed 20 October 2020).

ทั้งจะต้องปฏิบัติตามกระบวนการแจ้งเตือนการลบเนื้อหา (notice and takedown) ทั้งนี้ MCMC มีอำนาจในการบล็อกเว็บไซต์จากต่างประเทศที่มีอาจมีลักษณะที่เป็นภัย²³

ผลการวิจัย ประโยชน์ที่ได้รับ

การกำกับดูแลสื่อในยุคของการหลอมรวมสื่อในประเทศสหพันธรัฐมาเลเซียในยุคปัจจุบันได้แยกลักษณะของการกำกับดูแลในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคแยกออกจากกันระหว่างสื่อดั้งเดิมและ OTT โดยหน่วยงาน MCMC อาศัยอำนาจตาม the Communications and Multimedia Act (1998) และแนวปฏิบัติตาม the Malaysian Communications and Multimedia Content Code ในการกำกับดูแลสื่อดั้งเดิมซึ่งเป็นระบบใบอนุญาตการประกอบกิจการ ที่มีรายละเอียดในการกำกับดูแลโทรทัศน์ดั้งเดิมในแง่มุมมองของการคุ้มครองผู้บริโภคครอบคลุมในหลายแง่มุม ในขณะที่การให้บริการ OTT ในประเทศมาเลเซียยังไม่มีกฎหมายหรือมาตรการที่ใช้กำกับดูแลโดยเฉพาะ อย่างไรก็ตาม รัฐบาลประเทศมาเลเซียโดย MCMC มีความพยายามที่จะให้ผู้ประกอบการต้องปฏิบัติตามหลักการในการคุ้มครองผู้บริโภคตาม the Malaysian Communications and Multimedia Content Code

สรุปและอภิปรายผล ข้อเสนอแนะ

การกำกับดูแลสื่อในยุคของการหลอมรวมสื่อในประเทศมาเลเซียในยุคปัจจุบันได้แยกลักษณะของการกำกับดูแลในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

แยกออกจากกันระหว่างสื่อดั้งเดิมและ OTT โดยหน่วยงาน MCMC อาศัยอำนาจตาม the Communications and Multimedia Act (1998) และแนวปฏิบัติตาม the Malaysian Communications and Multimedia Content Code ในการกำกับดูแลสื่อดั้งเดิมซึ่งเป็นระบบใบอนุญาตการประกอบกิจการที่มีรายละเอียดในการกำกับดูแลโทรทัศน์ดั้งเดิมในแง่มุมมองของการคุ้มครองผู้บริโภคครอบคลุมในหลายแง่มุม ในขณะที่การให้บริการ OTT ในประเทศมาเลเซียยังไม่มีกฎหมายหรือมาตรการที่ใช้กำกับดูแลโดยเฉพาะ อย่างไรก็ตาม รัฐบาลประเทศมาเลเซียโดย MCMC มีความพยายามที่จะให้ผู้ประกอบการต้องปฏิบัติตามหลักการในการคุ้มครองผู้บริโภคตาม the Malaysian Communications and Multimedia Content Code ซึ่งประเทศไทยอาจนำหลักการในการคุ้มครองผู้บริโภคที่รับชมเนื้อหาผ่านการให้บริการ OTT เช่น เนื้อหาที่ออกอากาศผ่านการให้บริการ OTT ควรที่จะต้องปฏิบัติตามกฎหมาย คำสั่งและคุณธรรมจริยธรรมหลักเลี่ยงเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมหมยาบคาย เนื้อหาที่ผิดจากข้อเท็จจริง เนื้อหาที่มีลักษณะเป็นการคุกคาม หรือก่อให้เกิดความเกลียดชัง ความรำคาญ ช่มชู้ หรือคุกคามบุคคลหนึ่งบุคคลใด ไม่มีลักษณะก่อให้เกิดความแตกแยกทางเชื้อชาติ ศาสนา อายุ เพศ สถานะทางสังคม ขอบกพร่องทางร่างกายของบุคคล ความเท่าเทียมกันระหว่างเพศ หรือเงื่อนไขทางเศรษฐกิจสังคม แนวปฏิบัติในเรื่องการกำกับดูแลการโฆษณา การปฏิบัติตามแนวปฏิบัติในเรื่องการคุ้มครองเด็กและเยาวชน

²³ <https://avia.org/wp-content/uploads/2018/08/PUB-OTT-TV-Policies-in-Asia-2018.pdf>

โดยควรให้สมาคมวิชาชีพมีบทบาทในการกำหนดหลักเกณฑ์ในลักษณะของคู่มือหรือแนวปฏิบัติสำหรับนำมาปรับใช้กับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรทัศน์แบบ OTT

บรรณานุกรม

- Asia Video Industry Association. (2018). OTT TV Policies in Asia. Retrieved from <https://avia.org/wp-content/uploads/2018/08/PUB-OTT-TV-Policies-in-Asia-2018.pdf>
- Asma Md Isa. (2019). Netflix and Dilemma of Content Regulation in Malaysia. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/338823027_Netflix_and_Dilemma_of_Content_Regulation_in_Malaysia
- Baker & McKenzie. (2012). Guide to Media and Content Regulation in Asia Pacific. Retrieved from <https://docplayer.net/3707622-Guide-to-media-and-content-regulation-in-asia-pacific.html>
- M.M.F.M. Abdan, "The Content Code Media Self-Regulation", presented at Putrajaya. Oct 2013. Availabel: <http://www.skmm.gov.my/skmmgovmy/media/General/pdf/Mohd-Mustaffa-Fazil-Mohd-Abdan-The-Content-Code-Media-Self-Regulation.pdf>
- Pay television matrix for Malaysia. Retrieved from Privacy Shield Framework. Malaysia-Licensing Requirements. Retrieved from <https://www.privacyshield.gov/article?id=Malaysia-Licensing-Requirements> https://asiavia.org/wp-content/uploads/2018/10/FINAL_2017-18-pay-TV-matrix-Malaysia.pdf
- The Communications and Multimedia Content Forum of Malaysia. The Malaysian Communications and Multimedia Content Code. P. 6-7. Retrieved from <https://www.mcmc.gov.my/skmmgovmy/files/attachments/ContentCode.pdf>