

บทที่ 5

สรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง 'ความตรงเชิงโครงสร้าง และความสามารถในการทำนายของแบบทดสอบวัดระดับแรงจูงใจทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชน' สามารถสรุป อภิปรายผล และมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

1. จากการวิเคราะห์ปัจจัยด้วยวิธี R-Factor Analysis ผลจากน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) สามารถจัดตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจทางจริยธรรม ในวิชาชีพสื่อมวลชน ได้ 4 ปัจจัย คือ

ปัจจัยที่ 1 จริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนในลักษณะสัญญาสังคม

ประกอบด้วยแรงจูงใจ ต่อไปนี้

- 1.1 แรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานในวิชาชีพ
- 1.2 แรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อถือของประชาชนต่อสื่อมวลชน
- 1.3 แรงจูงใจเกี่ยวกับกฎหมาย

ปัจจัยที่ 2 จริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนในลักษณะการกระทำตาม ผู้มีอำนาจ
สาธารณชน และบรรทัดฐานสังคม

ประกอบด้วย แรงจูงใจ ต่อไปนี้

- 2.1 แรงจูงใจเกี่ยวกับความคิดที่ว่า ความพยายามในการทำงานนำมาซึ่งความสำเร็จ
- 2.2 แรงจูงใจเกี่ยวกับมาตรฐานของนายจ้าง
- 2.3 แรงจูงใจเกี่ยวกับความต้องการรู้ของสาธารณชน
- 2.4 แรงจูงใจเกี่ยวกับบรรทัดฐานของสังคม

ปัจจัยที่ 3 จริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนในลักษณะต้องการความสำเร็จก้าวหน้าเป็นสำคัญ

ประกอบด้วยแรงจูงใจ ต่อไปนี้

3.1 การไม่มีความรู้หรือความสนใจทางจริยธรรมในวิชาชีพ

3.2 แรงจูงใจเกี่ยวกับความก้าวหน้าส่วนตัว

ปัจจัยที่ 4 จริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชนในลักษณะ มีความเชื่อทางศาสนา

ประกอบด้วย แรงจูงใจ ต่อไปนี้

4.1 แรงจูงใจเกี่ยวกับความเชื่อทางศาสนา

จะเห็นได้ว่า จากตัวแปรแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรม ในวิชาชีพสื่อมวลชน จากจำนวน 52 ข้อใน 13 ตัวแปร เมื่อทำการวิเคราะห์ปัจจัยแล้ว มีเพียง 38 ข้อใน 10 ตัวแปร ที่สามารถจัดเป็น 4 ปัจจัย ที่เป็นโครงสร้างของแรงจูงใจทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนไทย

2. ผลการนำคะแนนปัจจัยของปัจจัยทั้ง 4 ปัจจัย ที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยแบบ R-factor Analysis มาทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย คะแนนปัจจัยที่แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ตามคะแนนที่ได้จากการตัดสินใจแก้ปัญหา จากโครงเรื่องสมมติที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรม ในวิชาชีพสื่อมวลชนไทย (Scenario) 6 เรื่อง เพื่อดูความสามารถในการทำนาย (predictive Validity) ของ แต่ละปัจจัยในแต่ละโครงเรื่องสมมติ(Scenario) มีดังต่อไปนี้

- ปัจจัยที่1 และ ปัจจัยที่4 ไม่มีความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ย คะแนนปัจจัย ระหว่างกลุ่มที่เลือกตอบข้อที่มีระดับชั้นทางจริยธรรมสูง กับกลุ่มที่เลือกตอบ ข้อที่มีระดับชั้น ทางจริยธรรมต่ำ ใน โครงสร้างสมมติทั้ง (Scenario) ทั้ง 6 เรื่อง

- ปัจจัยที่2 และ ปัจจัยที่3 มีความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ย คะแนนปัจจัย ระหว่างกลุ่มที่เลือกตอบข้อที่มีระดับชั้นทางจริยธรรมสูงกับกลุ่มที่เลือกตอบ ข้อที่มีระดับชั้นทางจริยธรรมต่ำ ใน

โครงสร้างสมมติเรื่องที่ 2 (เกี่ยวกับความเป็นไท) เรื่องที่ 3 (เกี่ยวกับเสรีภาพและความจริงใจ) และ เรื่องที่ 6 (ความมีมารยาท) กล่าวคือ

กลุ่มที่ไม่เห็นด้วยกับปัจจัยที่ 2 และปัจจัยที่ 3 มีการตัดสินใจในระดับขั้น ที่มีจริยธรรมสูง ในโครงเรื่องสมมติ เรื่องที่ 2 (เกี่ยวกับความเป็นไท) เรื่องที่ 3 (เกี่ยวกับเสรีภาพและความจริงใจ) และ เรื่องที่ 6 (ความมีมารยาท)

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนไทย มีแบบแผนของการจับกลุ่ม หรือมีความตรงเชิงโครงสร้าง ซึ่งแบบแผนที่ได้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Singletary และของ White ในบางแง่มุม และบางแง่มุมก็สอดคล้องกับทฤษฎีของ Kohlberg กล่าวคือ

ปัจจัยที่ 1 และปัจจัยที่ 2 ของงานวิจัยนี้ สอดคล้องกับปัจจัยที่ 1 ของ Singletary และปัจจัยที่ 2 ของ White โดยแรงจูงใจที่เหมือนกันคือ มีแรงจูงใจที่ขึ้นอยู่กับมาตรฐานของหัวหน้าหรือองค์กร ความสนใจของสาธารณชน มาตรฐานในวิชาชีพ ความเชื่อถือของประชาชน และหลักกฎหมาย

ปัจจัยที่ 3 ของงานวิจัยนี้สอดคล้องกับ ปัจจัยที่ 1 ของ White โดยมีแรงจูงใจที่เหมือนกัน คือการขาดความรู้หรือความสนใจในจริยธรรม และการต้องการความก้าวหน้า

ส่วนปัจจัยที่ 4 ของงานวิจัยนี้สอดคล้องกับปัจจัยที่ 3 ของ White คือมีแรงจูงใจในเรื่องความเชื่อทางศาสนา

แสดงให้เห็นว่า แบบแผนของแรงจูงใจที่อยู่เบื้องหลังการตัดสินใจทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนไทย ส่วนใหญ่มีความสอดคล้องกับแบบแผนที่ได้จากงานวิจัยของต่างชาติ

ผลจากการวิจัยนี้ค่อนข้างสอดคล้องกับขั้นพัฒนาการทางจริยธรรมของ Kohlberg ดังจะเห็นได้จากแบบแผนการจัดกลุ่มตัวแปรแรงจูงใจทางจริยธรรมในปัจจัยที่ได้มีการรวมกลุ่มของตัวแปรที่อยู่ในขั้นทางจริยธรรมของ Kohlberg ขั้นเดียวกันหรือติดกัน ดังนี้

ปัจจัยที่1 (R-Factor1) ประกอบด้วย

ตัวแปรที่ 9 มาตรฐานในวิชาชีพ

ตัวแปรที่10 ความเชื่อถือของประชาชน

ตัวแปรที่ 11 หลักกฎหมาย

ซึ่งทั้ง 3 ตัวแปรตรงกับระดับขั้นที่ 3 ของKohlberg คือระดับมีจริยธรรมอย่างมีวิจารณญาณ ในขั้นที่ 3.1 สัญญาสังคม

ปัจจัยที่2 (R-Factor2) ประกอบด้วย

ตัวแปรที่ 4 ทำทุกอย่างเพื่อให้งานสำเร็จ ซึ่งตรงกับระดับขั้นที่ 1 ของ Kohlberg คือ ระดับก่อนมีจริยธรรมอย่างเป็นเหตุเป็นผล ในขั้นที่ 1.2 ผลประโยชน์ของตัวเองเป็นใหญ่

ตัวแปรที่ 6 ขึ้นอยู่กับมาตรฐานของหัวหน้างานหรือองค์กร ซึ่งตรงกับระดับขั้นที่ 2 ของKohlberg คือระดับมีจริยธรรมอย่างมีกฎเกณฑ์ ในขั้นที่ 2.1 การยอมรับของกลุ่ม

ตัวแปรที่ 7 ความสนใจของสาธารณชน และ ตัวแปรที่ 8 บรรทัดฐานของสังคม ซึ่งตรงกับระดับขั้นที่ 2 ของKohlbergเช่นกัน ในขั้นที่ 2.2 กฎเกณฑ์ของสังคม

ปัจจัยที่ 3 (R-Faactor3) ประกอบด้วย

ตัวแปรที่ 1 การขาดความรู้หรือความสนใจในจริยธรรม ซึ่งตรงกับระดับขั้นที่ 1 ของKohlberg คือระดับก่อนมีจริยธรรมอย่างเป็นเหตุเป็นผล ในขั้นที่ 1.1 ระดับจริยธรรมของผู้อื่น

ตัวแปรที่ 2 การต้องการความก้าวหน้า ซึ่งตรงกับระดับขั้นที่ 1 ของKohlberg เช่นกัน ในขั้นที่ 1.2 ผลประโยชน์ของตนเองเป็นใหญ่

ปัจจัยที่ 4 (R-Factor4) ประกอบด้วยเพียงตัวแปรเดียวคือ

ตัวแปรที่ 13 ความเชื่อถือทางศาสนา ตรงกับระดับขั้นที่ 3 ของ Kohlberg คือ ระดับมีจริยธรรมอย่างมีวิจารณญาณ ในขั้นที่ 3.2 คุณธรรมสากล

ส่วนในเรื่องความสามารถในการทำนายของ ปัจจัยที่ได้จากการจัดกลุ่มข้อความที่เป็นตัวแทนของตัวแปรทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนนั้นพบว่า มีเพียงบางปัจจัย ที่สามารถทำนายการตัดสินใจทางจริยธรรมในบางเรื่องเท่านั้น อย่างไรก็ตาม ผลที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 2.1 ในงานวิจัยนี้ กล่าวคือ

กลุ่มที่เห็นด้วย หรือมีแรงจูงใจในเรื่องการขาดความรู้หรือความสนใจในจริยธรรม การต้องการความก้าวหน้า มีทัศนคติที่ว่าความรู้คืออำนาจ และยึดบรรทัดฐานของสังคม มีแนวโน้มที่จะมีการตัดสินใจในทางที่มีจริยธรรมต่ำ ในสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาทางหลักจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนไทยในเรื่อง ความเป็นไท ความมีเสรีภาพ ความจริงใจ และความมีมารยาท

อย่างไรก็ตามประโยชน์ที่ได้จากงานวิจัยนี้ พอจะเห็นได้ 2 ข้อคือ

1. แบบทดสอบที่ได้จากงานวิจัยนี้ สามารถนำไปใช้ได้เป็นอย่างดี โดยนำค่า สัมประสิทธิ์ปัจจัยของแต่ละข้อความ(คูภาคผนวก) เป็นตัวคุณคะแนนของผู้ตอบแบบสอบถาม (ที่ทำเป็นคะแนนมาตรฐานแล้ว) แล้วดูคะแนนที่ได้ในแต่ละปัจจัย ถ้าคะแนนสูงในปัจจัยใดก็แสดงว่าผู้นั้นมีแรงจูงใจตามแบบแผนนั้นซึ่งถ้านำมาเทียบกับผลจากความตรงเชิงทำนายก็จะทำให้ทราบแบบแผนแรงจูงใจของผู้นั้นได้
2. การที่เราทราบแบบแผนของแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนไทยนี้ ทำให้เราเห็นว่าแบบแผนในปัจจัยที่ 2 จริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนในลักษณะการกระทำตาม ผู้มีอำนาจ สาธารณะชน และบรรทัดฐานสังคม และปัจจัยที่ 3 จริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนในลักษณะต้องการความสำเร็จก้าวหน้าเป็นสำคัญ เป็นแบบแผนที่ไม่พึงให้เกิดขึ้นในสังคมไทย เพราะผู้ที่เห็นด้วยกับแบบแผนทั้งสองนี้มีการตัดสินใจในทางที่มีจริยธรรมต่ำนั่นเอง ดังนั้นทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องไม่ว่า สื่อมวลชน และสถาบันการศึกษาจึงควรช่วยกันลดแรงจูงใจที่เป็นแบบแผนเหล่านี้

ข้อเสนอแนะ

จากการดำเนินการวิจัยในเรื่องนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับผู้สนใจศึกษา หรือผู้อ่าน ได้ดังนี้

1. ในการวิจัยศึกษาเพิ่มเติมสามารถนำข้อความที่ได้จากการวิจัยนี้ ไปทดสอบใหม่ โดยควรเพิ่มเติมตัวแปรอื่นๆที่อาจเกี่ยวข้อง ที่อาศัยทฤษฎีอื่นๆมาเป็นเกณฑ์
2. สำหรับโครงเรื่องเหตุการณ์สมมติทางจริยธรรมนั้น ในการศึกษาต่อไปควรจะเป็นเนื้อหาให้เหมาะสมชัดเจน และทันเหตุการณ์ยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สำหรับเรื่องที่ไม่สามารถหาความแตกต่างของคะแนนปัจจัยในปัจจุบันใดๆได้เลย
3. ตัวแปรแรงจูงใจทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชน ที่ ไม่อยู่ในปัจจัยใดเลย คือ ตัวแปรที่ 3 ที่คนคิดที่ว่าความรู้คืออำนาจ ตัวแปรที่ 5 อิงกับความคิดของเพื่อนร่วมงาน และตัวแปรที่ 12 สามัญสำนึกทางจริยธรรม นั้นเป็นไปได้ที่อาจจะไม่มีตัวแปรเหล่านี้อยู่ในโครงสร้างของกลุ่มตัวอย่างเลยจริงๆ แต่ถ้ามีโอกาสควรมีการปรับปรุงข้อความของตัวแปรเหล่านี้อีก
4. แบบแผนของแรงจูงใจทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนไทยในปัจจุบันที่ 1 จริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนในลักษณะสัญญาสังคม และปัจจัยที่ 3 จริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนในลักษณะที่มีความเชื่อทางศาสนา นั้นไม่สามารถทำนายถึงการตัดสินใจเมื่อพบเหตุการณ์ที่ตัดสินใจได้ยาก นั้นอาจเพราะแรงจูงใจดังกล่าวเป็นแรงจูงใจที่ทุกคนทราบว่าเป็นสิ่งที่คาดหวัง หรือยอมรับของสังคม ผลที่วัดได้จึงไม่ใช่แรงจูงใจที่แท้จริง จึงไม่สามารถทำนายได้ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะให้แก้ไขในจุดนี้ อาจจะโดยมีแบบวัดที่สามารถ Cross Check ตัวแปรเหล่านี้ได้ต่อไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย