

บทที่ 1

บทนำ



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในสังคมของนักวิชาชีพหนังสือพิมพ์ไทย ให้ความสนใจกับปัญหาด้านจริยธรรมในการนำเสนอข่าวสารมาเป็นเวลานานเกือบ 3 ทศวรรษ (สมาคมหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทยได้กำหนดหลักจริยธรรมในวิชาชีพของนักหนังสือพิมพ์ไทยไว้เป็นลายลักษณ์อักษรตั้งแต่ 6 กรกฎาคม พ.ศ. 2510) แต่ข่าวสารที่เผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อหนังสือพิมพ์ ยังคงมีลักษณะที่ทำให้ประชาชนผู้รับสารรู้สึกว้าวุ่น สื่อมวลชนผู้เผยแพร่นั้นทำผิดกับหลักจริยธรรมที่พึงมีในวิชาชีพ อยู่เสมอ บ่อยครั้งที่มีการเรียกร้องจากผู้รับสารต่อสื่อมวลชนให้เสนอข่าวสารที่ถูกต้องตามจริยธรรมในวิชาชีพ หรือการเรียกร้องจากผู้รับสาร และตัวสื่อเองต่อสถาบันการศึกษาที่ผลิตสื่อมวลชนให้สอนหลักจริยธรรมในวิชาชีพอย่างจริงจังแก่นักศึกษา และท้ายที่สุดการเรียกร้องให้เสนอข่าวสารอย่างมีจริยธรรมในวิชาชีพในหมู่สื่อมวลชนเอง ดังจะเห็นได้จากการสัมภาษณ์หรือวิพากษ์วิจารณ์ในกลุ่มนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน และสื่อมวลชนที่มักจะมีการหยิบยกประเด็นที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนมาถกเถียงกันอยู่เสมอ ตัวอย่างเช่นในการจัดการประชุมสำหรับหัวหน้าข่าวและบรรณาธิการข่าวในหัวข้อ หนังสือพิมพ์ไทยในท่ามกลางกระแสวิพากษ์วิจารณ์ เมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2536 ณ ที่ทำการสมาพันธ์หนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ก็มีประเด็นการประชุมที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนอยู่ 3 ประเด็น ในการประชุมนั้นคือ

1. การเสนอข่าวที่มีข้อถกเถียงระหว่าง เสรีภาพกับความสัวังสรรค์
2. การพาดหัวข่าวที่มึนงง ทำให้เกิดการเข้าใจผิดพลาด มีการชี้นำโดยหวังผลประโยชน์ทางการค้าเป็นใหญ่
3. การเสนอข่าวที่ผิดพลาด ไม่เป็นความจริง จนถูกฟ้องร้องบ่อย ๆ

เหตุที่ปัญหาในเชิงจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชน ยังคงไม่สามารถหาข้อสรุป หรือทางแก้ ปัญหาที่ชัดเจนได้เนื่องจาก จริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนมีลักษณะที่แตกต่างจากจริยธรรมใน

วิชาชีพอื่น กล่าวคือ ปัญหาที่พบในเรื่องจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชน มักจะเกี่ยวข้องกับเรื่องที่ต้องตัดสินใจได้ยากอยู่เสมอ เช่น ในการเสนอข่าวเพื่อตอบสนองสิทธิในการรับรู้ข่าวสารของประชาชน (Right to Know) สื่อมวลชนก็ต้องเลือกเหตุผลของการเสนอหรือไม่เสนอข่าวนั้น หรือการเสนอข่าวนั้นอย่างไรโดยต้องพิจารณาหลักจริยธรรมในวิชาชีพระหว่าง สิทธิในการรับรู้ของประชาชน กับสิทธิส่วนบุคคลของผู้ตกเป็นข่าว (Right to Privacy) และบ่อยครั้งที่ต้องเลือกระหว่างการเป็นปากเสียงของประชาชนกับความรับผิดชอบต่อผลกระทบด้านภาพพจน์ของประเทศ หรืออาจต้องเลือกระหว่างการนำเสนอความจริง กับผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศ เป็นต้น ทำให้เมื่อเกิดปัญหาทางด้านจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชน แล้วไม่สามารถตัดสินใจความถูกต้องได้อย่างชัดเจนจากพฤติกรรมของสื่อมวลชนหรือสิ่งที่เสนอผ่านสื่อ เพราะในความผิดก็มักจะมี ความถูกต้องอยู่ด้วยเสมอ และที่สำคัญคือ ในกรณีที่สื่อมวลชนทำผิดจริยธรรมในวิชาชีพจริง ก็ไม่มีกระบวนการที่จะจัดการกับปัญหานั้นหรือตัวสื่อมวลชนนั้นได้อย่างเด็ดขาดอย่างผู้ที่อยู่ในวิชาชีพอื่น

Meyer (Black, Steele, and Barney, 1993) ผู้เขียนหนังสือ Ethical Journalism กล่าวว่า “นักหนังสือพิมพ์ยังคงมีความสับสนในเรื่องจริยธรรมในวิชาชีพ เพราะพยายามตัดสินใจความถูกต้องในการตัดสินใจเมื่อเกิดปัญหาทางจริยธรรมขึ้น ซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องตัดสินใจได้ยาก (Dilemmas) แทนที่จะเรียนรู้การแก้ปัญหาเหล่านี้อย่างระมัดระวังและเป็นระบบ เรากำลังเพิ่มความเจ็บปวด มากกว่าการเพิ่มทักษะในการตัดสินใจเมื่อเกิดปัญหาทางจริยธรรมขึ้น”

เห็นได้ว่า Meyer เชื่อว่าในการเรียนรู้ที่จะแก้ปัญหาทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชน ต้องมีการแก้ปัญหาที่รอบคอบและเป็นระบบ และสิ่งนั้นจะเกิดขึ้นได้จากการเข้าใจวิธีการตัดสินใจทางจริยธรรมของสื่อมวลชน มากกว่าการตัดสินใจที่ผลหรือพฤติกรรมที่แสดงออกมาแล้ว

Whitlow และ Van Tubergen (Singletary and others, 1990) เป็นผู้ที่เริ่มศึกษาการตัดสินใจทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนโดยใช้สถานการณ์สมมติที่เป็นเรื่องที่ต้องตัดสินใจได้ยาก (Dilemmas) ให้ตัดสินใจ และข้อความ 11 ข้อความที่เกี่ยวกับหลักจริยธรรมโดยทั่วไป ให้จัดลำดับความสำคัญ เพื่อศึกษาเหตุผลที่อยู่เบื้องหลังการตัดสินใจหรือหลักจริยธรรมที่ให้ความสำคัญในการตัดสินใจซึ่งก็คือแรงจูงใจ (Motives) ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชน ผลการศึกษาพบว่ามีแรงจูงใจทางหลักจริยธรรมทั่วไป เช่น ความเมตตา สงสาร ความเป็นเหตุเป็นผล เป็นต้น เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชน

การศึกษาถึงแรงจูงใจที่อยู่เบื้องหลังพฤติกรรมหรือการตัดสินใจทางจริยธรรมในวิชาชีพ สื่อมวลชน ได้รับการพัฒนาต่อมาโดย Black, Barney และ Van Tubergen (Singletary and others, 1990) ผลการศึกษาของ Black และคณะพบแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชน หลายประเภท โดยเทียบเคียงกับขั้นของจริยธรรมตามทฤษฎีพัฒนาการทางจริยธรรมของนักจิตวิทยา พัฒนาการทางจริยธรรมชื่อ Kohlberg (Singletary and others, 1990) ที่เชื่อว่ามนุษย์จะผ่านการพัฒนาทางจริยธรรมเป็นลำดับขั้นตามช่วงอายุโดยให้กลุ่มตัวอย่างจัดลำดับความสำคัญของแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชน ผลการศึกษาพบว่าแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนของกลุ่มตัวอย่าง ไม่เป็นลำดับขั้นตามทฤษฎีของ Kohlberg

อย่างไรก็ตามลำดับขั้นพัฒนาการทางจริยธรรมตามทฤษฎีของ Kohlberg ก็ยังคงได้รับความสนใจในกลุ่มนักวิชาการทางด้านสื่อสารมวลชนอยู่ เพราะสามารถเทียบเท่าแรงจูงใจที่อยู่เบื้องหลังการตัดสินใจทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนหลายประเภทที่พบในเวลาต่อมา เห็นได้จาก การที่ Singletary และคณะ (1990) ได้สร้างแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนหลายประเภท ซึ่งสามารถเทียบเคียงกับขั้นของพัฒนาการทางจริยธรรมของ Kohlberg

แรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนที่ Singletary สร้างขึ้นได้มีผู้พัฒนาให้มีความเชื่อถือในการนำไปใช้วัดมากขึ้น โดย White และ Pearce (1991) ซึ่ง White เป็นหนึ่งในคณะวิจัยของ Singletary ได้นำแรงจูงใจประเภทต่างๆที่ Singletary สร้างขึ้นมา ทดสอบหาแบบแผนของการจับกลุ่มของแรงจูงใจว่ามีโครงสร้างอย่างไร ถ้ามีการจับกลุ่มของแรงจูงใจอย่างมีแบบแผนเทียบเคียงกับทฤษฎีของ Kohlberg หรือเทียบเคียงได้กับแบบแผนการจับกลุ่มแรงจูงใจตามงานวิจัยของ Singletary จึงจะกล่าวได้ว่าแรงจูงใจต่าง ๆ นั้นมีความตรงเชิงโครงสร้าง หรือมี Construct Validity นอกจากนี้ White และ Pearce ยังได้นำตัวแบบแผนการจับกลุ่มแรงจูงใจของ Singletary มาทดสอบหาความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในสถานการณ์สมมติทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนที่ตัดสินใจได้ยาก (Dilemmas) ถ้าแบบแผนการจับกลุ่มแรงจูงใจของ Singletary แต่ละแบบแผน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในสถานการณ์สมมติ อย่างมีนัยทางสถิติ จึงถือได้ว่ากลุ่มของตัวแปรนั้นมีความตรงเชิงทำนาย หรือมี Predictive Validity

เป็นที่น่าสังเกตว่า จากงานวิจัยต่างๆที่กล่าวมาแล้ว นักวิจัยใช้ลำดับขั้นทางจริยธรรมของ Kohlberg มาเทียบกับแรงจูงใจที่อยู่เบื้องหลังการตัดสินใจทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชน ประเภทต่างๆ แสดงให้เห็นว่า แรงจูงใจที่อยู่เบื้องหลังการตัดสินใจทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชน

นี้มีความเป็นแรงจูงใจที่พึงปรารถนาของสังคม และไม่เป็นที่พึงปรารถนาของสังคม เทียบได้กับระดับ
 ขั้นสูง ขั้นต่ำของระดับขั้นทางจริยธรรมของ Kohlberg ยกตัวอย่างเช่น ผู้ที่มีแรงจูงใจที่เป็นที่ปรารถนา
 หรือความคาดหวังของสังคม แรงจูงใจนั้นก็อาจเทียบได้กับขั้นทางจริยธรรมในขั้นที่สูงกว่า แรงจูงใจที่
 สังคมไม่ปรารถนา เป็นต้น แม้ว่าแรงจูงใจนั้นจะไม่มี การเรียงลำดับขั้นเหมือนกับระดับขั้นพัฒนาการ
 ทางจริยธรรมทั้งหมดของ Kohlberg ก็ตาม

ในงานวิจัยเรื่อง “ ความตรงเชิงโครงสร้าง และความสามารถในการทำนาย
 ของแบบทดสอบวัดระดับแรงจูงใจทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชน “ นี้เห็นถึงความสำคัญในการ
 ศึกษาถึงแบบแผนของแรงจูงใจที่อยู่เบื้องหลังการตัดสินใจทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชน โดยการ
 พัฒนามาตรวัดตัวแปรแรงจูงใจของ Singletary ตามวิธีการของ White โดยนำมาทดสอบในประเทศไทย
 ไทยอีกครั้ง ภายใต้เหตุผลของการทำซ้ำในประเทศไทยว่า แรงจูงใจของแต่ละบุคคล และแต่ละสังคม
 ไม่เหมือนกัน(Hilgard อ้างถึงในสุภัททา ปิณฑะแพทย์, 2532) โดยมีความคาดหวังว่า ความรู้ในเรื่อง
 แบบแผนของแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนนี้ จะสามารถทำ
 ให้ทราบถึงสิ่งที่จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจหรือแรงจูงใจของสื่อมวลชน ซึ่งจะสามารถทำนาย
 การตัดสินใจหรือพฤติกรรมได้ อันจะทำให้สามารถป้องกัน หรือปรับทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ
 ทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนได้ หรืออาจนำผลจากการทดสอบแรงจูงใจทางจริยธรรมในวิชาชีพ
 สื่อมวลชนที่ได้รับการพัฒนาแล้วมาช่วยในการคัดเลือกผู้ที่จะเข้าศึกษา หรือผู้ที่จะเป็นสื่อมวลชนได้
 ต่อไป

วัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ในงานวิจัยนี้ ได้แก่

1. เพื่อหาประเภทของแรงจูงใจที่อยู่เบื้องหลัง การตัดสินใจทางจริยธรรมในวิชาชีพ
 สื่อมวลชน โดยการทดสอบหาแบบแผนการจับกลุ่มหรือโครงสร้างของข้อความที่สะท้อนถึงแรงจูงใจที่
 เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนตามประเภทแรงจูงใจทางจริยธรรมใน
 วิชาชีพสื่อมวลชนของ Singletary
2. เพื่อหาความสัมพันธ์ของแบบแผนการจับกลุ่มหรือโครงสร้างของตัวแปรแรงจูงใจที่
 เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชน กับ การตัดสินใจในสถานการณ์สมมติ
 (Scenario) ที่เป็นเรื่องที่ตัดสินใจได้ยากทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชน(Dilemmas)

คำถามนำวิจัย

คำถามนำวิจัยที่เกิดขึ้นในการวิจัยนี้คือ

1. แบบทดสอบวัดแรงจูงใจที่อยู่เบื้องหลังการตัดสินใจทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนที่ใช้ประเภทแรงจูงใจประเภทต่างๆของSingletaryนั้น เมื่อนำมาทดสอบในประเทศไทยแล้วจะมีแบบแผนของการจับกลุ่มหรือโครงสร้างของแรงจูงใจอย่างไร หรือมีความตรงตามโครงสร้าง (Construct Validity) หรือไม่

2. แบบทดสอบวัดแรงจูงใจที่อยู่เบื้องหลัง การตัดสินใจทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชนที่ใช้ตัวแปรของ Singletary สามารถทำนายถึงความสัมพันธ์ในการตัดสินใจในสถานการณ์ทางจริยธรรมที่ตัดสินใจได้ยาก (Dilemmas) ที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพสื่อมวลชน หรือมีความตรงตามวัตถุประสงค์เพื่อการทำนาย (Predictive Validity) ได้มากน้อยเพียงใด


ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง "ความตรงเชิงโครงสร้างและความสามารถในการทำนายของแบบทดสอบวัดระดับแรงจูงใจทางจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชน" นี้ เป็นการตรวจสอบความตรง (Validation) ของมาตรวัดหรือแบบทดสอบ ซึ่งถือเป็นการเริ่มต้นในการที่จะพัฒนาแบบทดสอบนี้ให้มีความตรงมากยิ่งขึ้น เพราะความตรงจะให้ค่าหรือหลักฐานที่แสดงว่าสิ่งที่วัดสอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการวัดหรือไม่ การตรวจสอบความตรง (Validation) จึงเป็นกระบวนการตรวจสอบมาตรวัดหรือเครื่องมือวัดนั้นว่าสามารถวัดสิ่งที่ต้องการวัดได้จริงหรือไม่ ซึ่งจะทำให้มาตรวัดหรือแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือในการนำไปใช้หรือพัฒนาต่อไป ขอบเขตการวิจัยในครั้งนี้จึงเลือกกลุ่มนิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ใน สาขาวิชานิเทศศาสตร์ โดยใช้กลุ่มนักศึกษาที่ผ่านการเรียนพื้นฐานวิชาทางสาขาวิชานิเทศศาสตร์มาแล้ว เพื่อให้ได้กลุ่มที่มีความใกล้เคียงกับสื่อมวลชนมากที่สุด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัยนี้คือ

1. ได้มีเครื่องมือวัดแรงจูงใจทางจริยธรรม ในวิชาชีพสื่อมวลชนในประเทศไทย ที่มีความตรงเชิงโครงสร้าง(Construct Validity) ที่ได้ผ่านกระบวนการตรวจสอบความตรง (Validation) แล้ว
2. ได้มีเครื่องมือวัดแรงจูงใจทางจริยธรรม ในวิชาชีพสื่อมวลชนในประเทศไทยที่มีความสามารถในการทำนาย หรือความตรงตามวัตถุประสงค์เพื่อการทำนาย (Predictive Validity)



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย