

ปัญหาสังคมที่ควรได้รับการกำหนดเป็นวาระของสาธารณชน



นางสาวเพ็ญพักตร์ เตียวสมบุญกิจ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาศิลปศาสตรพัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะศิลปศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2547

ISBN : 974-17-6475-8

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

KEY SOCIAL ISSUES TO BE SET AS PUBLIC AGENDAS

Miss Penpak Tiawsomboonkit

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Communication Arts in Development Communication

Department of Public Relations Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2004

ISBN : 974-17-6475-8

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ปัญหาสังคมที่ควรได้รับการกำหนดเป็นวาระของสาธารณชน
โดย นางสาวเพ็ญพัทธ์ เตียวสมบุญกิจ
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. พนา ทองมีอาคม

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

.....คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร. พีระ จิโรโสภณ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ อุบลวรรณ ปิติพัฒน์ไชยิต)

.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร. พนา ทองมีอาคม)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์)

เพ็ญพักตร์ เตียวสมบุญกิจ : ปัญหาสังคมที่ควรได้รับการกำหนดเป็นวาระของสาธารณชน (KEY SOCIAL ISSUES TO BE SET AS PUBLIC AGENDAS) อ.ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร. พนา ทองมีอาคม, 124 หน้า. ISBN 974-17-6475-8

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1. เพื่อศึกษาว่ามีปัญหาสังคมอะไรบ้างที่ปรากฏในสื่อสาธารณะ 2. เพื่อศึกษาลักษณะการนำเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะว่ามีความเหมาะสมหรือไม่และน่าจะก่อให้เกิดผลกระทบตามมาหรือไม่ 3. เพื่อศึกษาถึงเกณฑ์การนำเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะเพื่อให้มีการนำเสนอปัญหาสังคมอย่างเหมาะสม โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยการระดมสมอง และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัญหาสังคมที่มีความสำคัญ น่าสนใจ และมีคุณค่าต่อการศึกษา ที่ปรากฏในสื่อสาธารณะ 10 อันดับแรก โดยเรียงตามลำดับความสำคัญ จากมากไปน้อย ได้แก่ 1. การนำเสนอความผิดวินัยของพระสงฆ์บ่อยๆ 2. การนำเสนอข่าวด้วยความไม่รอบคอบ 3. การโฆษณาสินค้าที่ก่อให้เกิดการบริโภคนิยม 4. การนำเสนอภาพโป๊เปลือย 5. การโฆษณาที่ก่อให้เกิดอารมณ์ทางเพศ 6. การนำเสนอเรื่องที่เป็นกรรมพินิตประมาท ถูกดูหมิ่นจากคนรอบข้าง 7. การวิเคราะห์การแข่งขันฟุตบอล, ทำนายผลการแข่งขันล่วงหน้า, บอกราคาต่อรองที่สนับสนุนการเล่นการพนันฟุตบอล 8. การนำเสนอเรื่องสื่อวีซีดีลามกโดยบั้งซีน่าแหล่งชาย 9. การนำเสนอเรื่องคนรวย ฟุ้งเฟ้อ ทำให้คนจนแล้วเกิดการเหลื่อมล้ำทางสังคมระหว่างชนชั้น 10. การนำเสนอข่าวที่ทำให้ประชาชนเชื่อถือ งบประมาณกับการเล่นหวย

2. ลักษณะการนำเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะ พบว่ามีปัญหาสังคม 8 เรื่องที่สื่อสาธารณะมีการนำเสนอที่ไม่เหมาะสม ได้แก่ 1. การนำเสนอข่าวด้วยความไม่รอบคอบ 2. การโฆษณาสินค้าที่ก่อให้เกิดการบริโภคนิยม 3. การนำเสนอภาพโป๊เปลือย 4. การโฆษณาที่ก่อให้เกิดอารมณ์ทางเพศ 5. การนำเสนอเรื่องที่เป็นกรรมพินิตประมาททำให้อุบัติเหตุหมิ่นจากคนรอบข้าง 6. การวิเคราะห์การแข่งขันฟุตบอล, ทำนายผลการแข่งขันล่วงหน้า, บอกราคาต่อรองที่สนับสนุนการเล่นการพนันฟุตบอล 7. การนำเสนอเรื่องคนรวย ฟุ้งเฟ้อ ทำให้คนจนแล้วเกิดการเหลื่อมล้ำทางสังคมระหว่างชนชั้น 8. การนำเสนอข่าวที่ทำให้ประชาชนเชื่อถือ งบประมาณกับการเล่นหวย และพบว่ามีการนำเสนอเรื่องการนำเสนอความผิดวินัยของพระสงฆ์บ่อยๆนั้น สื่อสาธารณะมีการนำเสนอที่มีความเหมาะสม และพบว่าสื่อสาธารณะไม่มีมีการนำเสนอเรื่องสื่อวีซีดีลามกโดยบั้งซีน่าแหล่งชาย และจากการนำเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะจะก่อให้เกิดผลกระทบในเชิงลบตามมา ซึ่งสารที่สื่อสาธารณะนำเสนอไปจะมีผลต่อการรับรู้ที่เป็นกรสร้างประสบการณ์แบบสะสมให้กับผู้รับสารและจะแสดงออกมาเมื่อมีสถานการณ์หรือปัจจัยที่เหมาะสม

3. สื่อสาธารณะควรมีเกณฑ์การนำเสนอปัญหาสังคม เพื่อให้มีการนำเสนอปัญหาสังคมอย่างเหมาะสม ดังนี้

3.1 การนำเสนอความผิดวินัยของพระสงฆ์บ่อยๆ ควรบอกข้อเท็จจริง โดยใช้ภาษาที่สุภาพ โดยไม่สอดแทรกอารมณ์ความรู้สึกและควรบอกแหล่งอ้างอิงเป็นหลักฐานประกอบแต่หากยังมีข้อมูลยังไม่เพียงพอควรขยับขยายการกระทำผิดก็ยังไม่ควรนำเสนอ

3.2 การนำเสนอข่าวด้วยความไม่รอบคอบ ควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวโดยการสัมภาษณ์จากหลายแหล่งข่าวและใช้เวลาพิจารณาข่าวก่อนนำเสนอเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง

3.3 การโฆษณาสินค้าที่ก่อให้เกิดการบริโภคนิยม สื่อสาธารณะผลิตรายการเพื่อสร้างความตระหนักให้ผู้รับสารมีสติในการอุปโภคบริโภคสินค้า และชี้ให้เห็นโทษของการบริโภคนิยมหรือการรสอนให้มีเหตุผลในการเลือกซื้อและปฏิเสธสิ่งต่างๆ

3.4 การนำเสนอภาพโป๊เปลือย ควรควบคุมเรื่องการแต่งกาย การแสดงออก ของดารานักแสดง ให้มีความสุภาพ ระเบียบเหมาะสมกับกาลเทศะและรูปแบบการเสนอรายการแต่ละประเภทอาจทำได้ด้วยวิธีการส่งเทปบันทึกรายการให้คณะอนุกรรมการตรวจก่อนออกอากาศทุกครั้ง

3.5 การโฆษณาที่ก่อให้เกิดอารมณ์ทางเพศ ผู้ผลิตงานโฆษณาควรตระหนักถึงการนำเสนอเรื่องเพศมาใช้กับงานโฆษณาว่าจำเป็นหรือไม่ก่อให้เกิดผลด้านลบทางความคิดของผู้รับสาร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาช่วยกันควบคุม สอดส่องดูแลความเหมาะสมของงานโฆษณากันอย่างจริงจัง

3.6 การนำเสนอเรื่องที่เป็นกรรมพินิตประมาท ทำให้อุบัติเหตุหมิ่นจากคนรอบข้าง ควรคำนึงถึงว่าเรื่องที่นำเสนอจะมีประโยชน์ต่อสาธารณชนหรือไม่ หากไม่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ สื่อก็ไม่ควรนำเสนอเรื่องเหล่านี้และต้องไม่ใช้ภาษาเหมือนดัดสินผู้ตกเป็นข่าว ไม่ควรพิพากษาการกระทำของผู้ถูกกล่าวหาก่อนผลการพิจารณาคดีทางกฎหมายจะสิ้นสุดลง

3.7 การวิเคราะห์การแข่งขันฟุตบอล, ทำนายผลการแข่งขันล่วงหน้า, บอกราคาต่อรองที่สนับสนุนการเล่นการพนันฟุตบอล ในเรื่องการบอกราคาต่อรองของการแข่งขันฟุตบอล ถือได้ว่าการนำเสนอในเรื่องนี้เป็นกรสนับสนุนข้อมูลเพื่อนำเอาไปประกอบการเล่นการพนันฟุตบอลเท่านั้น ดังนั้นจึงไม่ควรนำเสนอราคาต่อรองของการแข่งขันฟุตบอล

3.8 การนำเสนอเรื่องสื่อ วีซีดีลามก โดยบั้งซีน่าแหล่งชาย จากการศึกษาพบว่าไม่มีมีการนำเสนอเรื่องสื่อวีซีดีลามก โดยบั้งซีน่าแหล่งชาย และแนวทางการนำเสนอที่ดีคือ ไม่ควรนำเสนอข่าวเรื่องวีซีดีลามกโดยใช้ภาพประกอบที่เป็นรูปผู้หญิงแก้ผ้า ภาพโป๊ เปลือย หรือแสดงกิจกรรมทางเพศ

3.9 การนำเสนอเรื่องคนรวย ฟุ้งเฟ้อ ทำให้คนจนแล้วเกิดการเหลื่อมล้ำทางสังคมระหว่างชน ควรนำเสนอแต่ข้อเท็จจริง โดยไม่สอดแทรกอารมณ์ความรู้สึกต่อเหตุการณ์นั้นๆ รวมทั้งต้องเสนอแนวคิด บทความ เพื่อชวยยกระดับชนชั้นของผู้รับสาร

3.10 การนำเสนอข่าวที่ทำให้ประชาชนเชื่อถือ งบประมาณกับการเล่นหวย สื่อสาธารณะไม่ควรนำเสนอข้อเท็จจริงที่จูงใจนำไปสู่การเล่นหวยได้ และต้องนำเสนอผลเสียที่จะเกิดจากการเล่นหวยด้วย พร้อมทั้งการนำเสนอแนวคิดหรือบทความที่ชวยยกระดับความรู้ ความคิด ทัศนคติของผู้รับสารให้สูงขึ้น

ภาควิชา..... การประชาสัมพันธ์.....ลายมือชื่อ..... เพ็ญพักตร์ เตียวสมบุญกิจ
สาขาวิชา..... นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ปีการศึกษา..... 2547.....ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

4685098228 : MAJOR COMMUNICATION ARTS

KEY WORD : KEY SOCIAL ISSUES TO BE SET AS PUBLIC AGENDAS.

THESIS ADVISOR : ASSO. PROF. PANA THONGMEEARKOM, ph.D. 124 pp. ISBN 974-17-6475-8

This research has the objectives to: 1. To study the social problems that appear in the public press 2. To study if the social problems in the public press are present in the appropriate way and if they will have any affect 3. To study the criteria of social problem pressing by using qualitative method of researching, collect the data with brain storming and In-depth Interview.

The research found that;

1. Top ten important/interesting/studied valuable social problems in the press : 1) pressing of breaking the religious regulations by priests 2) Pressing without consideration 3) Advertising the products that leads the consuming values 4) Pressing porno photos 5) Advertising that leads to sexual arousing 6) Pressing the slanderous stories 7) Football match result analysis, predicting, telling bet price that encourage gambling 8) Pressing stories about porno VCD or media with market recommendation 9) Pressing about rich and extravagant people that showing social class discrimination 10) Pressing stories that make people believing in lottery gambling

2. The way of pressing about social problem: found that there are 8 items pressing in inappropriate ways. 1) Pressing without consideration 2) Advertising the products that leads the consuming values 3) Pressing porno photos 4) Advertising that leads to sexual arousing 5) Pressing the slanderous stories 6) Football match result analysis and predicting that encourage gambling 7) Pressing about rich and extravagant people that showing social class discrimination 8) Pressing stories that make people believing in lottery gambling

It is found that the frequent pressing of breaking the religious regulations by priests is quite appropriate. And also found that pressing stories about porno VCD or media is done without market recommendation. Providing social problem information by public press will cause the same problems and other problems as a consequence. The information of the social problems provided will cause negative effect and it will affect the learning process of people. People will take the information and create a collecting experience. This experience is then showed later on when reaching the situation or the right factor.

3. Public pressing should have criteria of pressing social problems appropriately.

3.1 Frequently pressing of breaking the religious regulations by priests: should tell the whole fact with referred evidences in a polite language. An individual emotion should not be added.

3.2 Pressing without consideration: should have investigation process to confirm the reliability of the source by getting the information from many sources and consider the press release before giving out.

3.3 Advertising the products that leads the consuming values: public press produces the programme that motivate the consumers of making the right choice. Also indicate about bad effect or instruct people to be reasonable for doing so.

3.4 Pressing porno photos: should control the outfit and expressing of the celebrities to be polite and appropriate. The pattern of the programme could be sensed by the subcommittees before releasing

3.5 Advertising that leads to sexual arousing: The ad producers should realize of the bad effect on using the sexual presence in their work. The related departments should take control and seriously supervise.

3.6 Pressing the slanderous stories: should consider if the story will be useful for the public or not. If not, it shouldn't be pressed. And the press must not use the language that imply of judgment on the story person.

3.7 Football match result analysis, predicting, telling bet price that encourage gambling: Telling bet price of the football match gambling should not be done because it is considered that this type of information is used in the gambling only.

3.8 Pressing stories about porno VCD or media and market recommendation: it is found that there is no acting on giving porno market recommendation. The good way to press this story is to do it without showing the porno picture itself.

3.9 Pressing about rich and extravagant people that showing social class discrimination: should give the whole fact without emotion on the situation and also press the article to present the idea to lift up the values of people.

3.10 Pressing stories that make people believing in lottery gambling: the public press should not present the fact that intentionally leads to the lottery gambling, but should present the bad effect of lottery gambling and also giving ideas or articles to elevate the knowledge, thoughts and values of people.

Department.....Public Relations.....Student's signature.....
Major.....Development Communication.....Advisor's signature.....
Educational year.....2004.....Co-advisor's signature.....

พงษ์พกรณ์ เตียววณิชกุล
Pongporn T. Teiawonichakul

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้ คำแนะนำ ความเอาใจใส่และความกรุณา เป็นอย่างสูงที่ได้รับจากรองศาสตราจารย์ ดร. พนา ทองมีอาคม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโมษิต ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ กรรมการวิทยานิพนธ์ และคณาจารย์คณะนิเทศศาสตร์ทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะต่างๆที่มีค่ามาโดยตลอด

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ มาลี บุญศิริพันธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นววรรณ ตันติเวชกุล ดร. พนม คลีฉายา และอาจารย์รัตนา ทิมเมืองที่ให้ความดูแล คำแนะนำ และให้กำลังใจเสมอมา

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ห้องภาควิชาการประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ห้อง บัณฑิตศึกษา และบรรณารักษ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ ที่ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด ขอขอบคุณเพื่อนร่วมรุ่นนิเทศศาสตรมหาบัณฑิตทุกคน ขอขอบคุณ หลา, เอ ,แจจ ,จิ้ง และเพื่อนๆ อีกหลายคนที่ไม่สามารถเอ่ยนามได้หมด ณ ที่นี้ ที่ให้ความช่วยเหลือและคอยเป็นกำลังใจมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณบิดา และมารดา นายวิเชียร และนางเพ็ญศรี เตียวสมบุญณิกิจ ผู้ที่คอยห่วงใยและให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด ขอขอบคุณน้องสาวและน้องชาย นางสาวพัชรี และนายพีระพล เตียวสมบุญณิกิจ ที่คอยให้ความช่วยเหลืองานอย่างเต็มที่ และให้กำลังใจที่ดีตลอดมา

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	8
1.3 ปัญหำนำการวิจัย.....	8
1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	8
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	8
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9

บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับปัญหาสังคม (Social Problems).....	10
2.2 ทฤษฎีการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรม (Cultivation Theory).....	14
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณของสื่อมวลชน.....	19
2.4 ทฤษฎีความรับผิดชอบทางสังคมของสื่อมวลชน.....	29
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	38

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย.....	44
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	47
3.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	47
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	48
3.5 การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล.....	48

บทที่ 4 ผลการวิจัย

4.1 ตอบปัญหานำการวิจัยข้อที่ 1.....	49
4.2 ตอบปัญหานำการวิจัยข้อที่ 2.....	57
4.3 ตอบปัญหานำการวิจัยข้อที่ 3.....	86

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย.....	93
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	102
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้.....	118
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	118

รายการอ้างอิง.....	120
--------------------	-----

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	124
---------------------------------	-----

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การสื่อสารเป็นกระบวนการถ่ายทอดสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารโดยผ่านสื่อ เพื่อความต้องการให้ผู้รับสารเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม แต่ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงจะมากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ร่วมของผู้รับสารด้วย การสื่อสารจึงมีอิทธิพลต่อระดับบุคคล (individual) ระดับสังคมหรือประเทศ (social system) เพราะบทบาทของการสื่อสารถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ระบบต่างๆ ในสังคมดำเนินไปได้ ในการพัฒนาประชาชนและสังคม การสื่อสารจะเป็นสายใยของสังคมและเป็นส่วนประกอบที่มีความสำคัญต่อกระบวนการเปลี่ยนแปลงสังคม ที่คอยชี้แนะและควบคุมกระบวนการเปลี่ยนแปลง และช่วยยกระดับความกระตือรือร้นของประชาชน

ในสังคมปัจจุบันที่มีความทันสมัย สลับซับซ้อน มีกิจกรรมมากมาย และประกอบไปด้วยคนจำนวนมาก ชีวิตในปัจจุบันของเราจึงเป็นชีวิตที่อยู่กับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและการสื่อสารที่รวดเร็ว การสื่อสารผ่านสื่อสาธารณะจึงเข้ามาเกี่ยวมีบทบาทอย่างสำคัญแทนที่การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication) การสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตากัน (face-to-face communication) และการสื่อสารแบบปากต่อปาก (word-of-mouth communication) สื่อสาธารณะทำให้เราสามารถทำการสื่อสารกันได้โดยไม่ถูกจำกัดในเรื่องจำนวนคน เวลาและระยะทาง

เนื่องจากสื่อสาธารณะมีลักษณะในการเสนอข่าวสารได้อย่างกว้างขวาง และกระจายไปสู่ประชาชนได้ทุกเพศ ทุกวัย และทุกฐานะอาชีพ โดยมีอาจจำกัดจำนวนผู้รับสารและสถานที่ได้ ลักษณะเช่นนี้จึงทำให้สื่อสาธารณะอยู่ในฐานะที่เป็นผู้นำความคิดเห็น มีอิทธิพลในด้านต่างๆ ทางสังคม มีอิทธิพลต่อชีวิตความเป็นอยู่ ตลอดจนความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของประชาชนอย่างกว้างขวาง จึงสามารถชักจูงให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านทัศนคติ ความเชื่อ พฤติกรรม และแบบแผนแห่งการดำรงชีพในสังคม จนอาจกล่าวได้ว่าสื่อสาธารณะสามารถโน้มนำสังคมในด้านต่างๆ ได้แก่ อิทธิพลทางด้านพฤติกรรม, อิทธิพลทางด้านทัศนคติและค่านิยม, อิทธิพลทางด้านอารมณ์, อิทธิพลทางด้านศีลธรรม และอิทธิพลทางด้านส่งเสริมสติปัญญาความรู้ อิทธิพลของสื่อ

สาธารณชนทั้งในด้านดีและด้านร้ายจะอยู่ในฐานะเป็นผู้กล่อมเกลาคิดความรู้สึกของประชาชนมีความสำคัญอย่างใหญ่หลวงขนาดต้องมีความเหมาะสมควบคู่กันไป จึงจะยังผลแก่บุคคลและส่วนรวม

ในปัจจุบัน ข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อสาธารณะมีอยู่อย่างมากมาย มีทั้งด้านดีและด้านร้าย ทางด้านดีก็คือ ช่วยขยายวงความคิดเห็นจากการเสนอแบบอย่างที่ดีมีประโยชน์ ส่งเสริมการแสดงความความคิดเห็นอันเสรีอันจะเป็นเครื่องช่วยส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตย ช่วยวางรากฐานความประพฤติของคนโดยส่วนรวม ช่วยพัฒนาบุคคลและประเทศ ช่วยส่งเสริมความเป็นอยู่หรือความรู้อื่นๆ อันจะช่วยให้บุคคลมีรายได้และการดำรงชีพที่รุ่งเรืองก้าวหน้าขึ้นตามลำดับ เป็นต้น ในทางตรงกันข้าม หากสื่อสาธารณะทำหน้าที่ที่ไม่ก่อให้เกิดการพัฒนา สื่อสาธารณะจะละเลยต่อหน้าที่ซึ่งตนมีอยู่ต่อสังคม คำนึงแต่ในแง่ค้ากำไรอย่างเดียวแล้ว ก็จะเป็นอันตรายอย่างยิ่งต่อสังคม ปัญหาสังคมนับเป็นอีกปัญหาหนึ่งที่เกิดขึ้นจากการนำเสนอปัญหาสังคมผ่านทางสื่อสาธารณะ ซึ่งหากเกิดปัญหาสังคมเป็นจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ก็จะทำให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาประเทศ ดังนั้นหน้าที่ที่สำคัญโดยเฉพาะกับสื่อสาธารณะ ที่เป็นสื่อถ่ายทอดข่าวสารที่มีความจำเป็นต่อการเปลี่ยนแปลง โดยรับวิธีการใหม่และวิธีคิดใหม่ๆ เข้ามาแทนที่สิ่งเก่าหรือสิ่งที่ไม่เคยมีมาก่อน ควรมีหน้าที่ที่สำคัญของการสื่อสารในสังคม 3 ประการ ก็คือ 1. หน้าที่ในการให้ข่าวสาร 2. หน้าที่ในการชักจูงใจ 3. หน้าที่ในการให้ความรู้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริม, สนับสนุน และขยายงานพัฒนา หรือเรียกว่าการสื่อสารเพื่อการพัฒนา การสื่อสารจะทำหน้าที่เป็นกลไกสังคมที่จะผลักดันให้สังคมพัฒนาไปได้

ในด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนา การสื่อสารซึ่งเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานประการหนึ่งของกระบวนการทางสังคมมีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงสังคมได้ การสื่อสารและการพัฒนาเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กัน และการพัฒนาด้านการสื่อสารและการพัฒนาด้านสังคมต่างก็มีอิทธิพลซึ่งกันและกัน ดังที่ วิลเบอร์ แชรรมม์ (Wilbur Schramm ,1964) ได้ให้ความเห็นในเรื่องบทบาทของการสื่อสารในการพัฒนาว่า การสื่อสารมีบทบาทในการเฝ้ายามหรือบทบาทในการเสนอข่าวสาร บทบาทในการกำหนดนโยบาย และการตัดสินใจ และบทบาทในการสอน การสื่อสารจะทำหน้าที่เหมือนกระจกสะท้อนภาพให้เห็นความต้องการของประชาชน ประชาชนเองก็จะทราบข่าวสารการพัฒนาประเทศได้ทันต่อเหตุการณ์และเวลา และยังมีส่วนกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความต้องการพัฒนาต่อตนเองและสังคมด้วย

เบลทราน (Beltran, 1976:23) ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นและเป็นเครื่องมืออันทรงอำนาจอย่างหนึ่งในการพัฒนาประเทศ แต่อำนาจดังกล่าวไม่ใช่อำนาจวิเศษ และไม่ก่อให้เกิดการพัฒนาได้โดยตัวของมันเอง ดังนั้นสิ่งที่จำเป็นในการพัฒนาประเทศจะต้องประกอบด้วย การใช้การสื่อสารและตัวบุคคล โดยบุคคลจะทำหน้าที่ในการสร้างนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ และใช้การสื่อสารแบบสองทางที่เคลื่อนไหวได้และมีปฏิสัมพันธ์กันในระบบสังคม พร้อมกับเผยแพร่ความคิดที่เป็นที่ยอมรับเกี่ยวกับการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม โดยเน้นการมีส่วนร่วมของทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ให้มีการพัฒนาการมองปัญหาให้เป็น และสามารถแก้ไขปัญหาได้ เพื่อก่อให้เกิดความเคลื่อนไหวในการวิพากษ์วิจารณ์และความตื่นตัวของคนในประเทศที่ต้องการการพัฒนาด้วย

ปัจจุบัน มีปัญหาสังคมเป็นจำนวนมากที่ปรากฏในสื่อสาธารณะ ยกตัวอย่างเช่น

1. การส่งเสริมการเล่นการพนัน

เรื่องหวย เป็นสิ่งหนึ่งที่ทำให้เกิดปัญหาความยากจนของคนในประเทศ เพราะประชาชนมงายหวังรวยทางลัด เนื่องจากมีเงินเป็นแรงจูงใจสูง แต่โอกาสในการถูกรางวัลมีเพียงน้อยนิดในแต่ละมึงวดสลากกินแบ่งรัฐบาลพิมพ์ออกมาจำหน่ายจำนวนมากถึง 34 ล้านฉบับ จำหน่ายในราคาฉบับละ 80 บาท ดังนั้นจะเห็นได้ว่าชาวบ้านจะต้องเสียเงินในการซื้อลอตเตอรี่รวมเป็นจำนวนเงินมหาศาลเพื่อหวังถูกรางวัลที่มีเพียงไม่กี่รางวัลและโอกาสที่ถูกรางวัลก็มีเพียงน้อยนิด

สื่อสาธารณะมีบทบาทสนับสนุนให้กิจกรรมผลการออกสลากกินแบ่งรัฐบาลดำเนินไปได้ อย่างราบรื่น คล่องตัว โดยเฉพาะในขั้นตอนของการออกหมายเลขสลาก ทั้งทางโทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์, เรียงเบอร์ เพื่อสนองความต้องการของผู้รับสารอย่างทันทีทันใดนั้น ทำให้เกิดการเล่นหวยสืบต่อมาเรื่อยๆ

สื่อสาธารณะทำหน้าที่เข้าไปสืบทอดการเล่นหวย โดยการเผยแพร่ผ่านสื่อสาธารณะ เช่น การนำเสนอทางหนังสือพิมพ์ ทำให้ประชาชนเกิดความเชื่อ และนำไปสู่การกระทำคือการเล่นหวย โดยเฉพาะสื่อหนังสือพิมพ์ก็มักสร้างค่านิยมผิดๆในการประคิมข่าวเพื่อสร้างอภินิหารให้เกิดขึ้นกับวัตถุมงคลประเภทต่างๆ เช่น นำเสนอข่าวเกี่ยวกับสถานที่ให้เลขเด็ด, วั่วพิการมีหกษา เป็นการสร้างข่าวเพื่อความมงายและเพิ่มยอดขายของหนังสือพิมพ์เท่านั้น โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับผู้รับสารทั้งทางตรงและทางอ้อม หากประชาชนเกิดความมงายในความเชื่อเหล่านี้ จึงเป็นอุปสรรคในการพัฒนาตนเอง เพราะความมงายนำไปสู่การเกียจคร้าน หวังพึ่งโชคชะตา

ลมๆแล้งๆ แทนที่จะขยันทำมาหากิน ไม่ใช่ปัญญาในการลิขิตชีวิตตนเอง ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว สื่อมวลชนควรทำหน้าที่เป็นผู้ชี้ทางปัญญาให้กับสมาชิกในสังคม

ดังนั้น จึงนำไปสู่คำถามว่า สื่อสาธารณะทำตัวเหมาะสมกับบทบาท หน้าที่และ จรรยาบรรณแล้วหรือไม่ และผิดหรือไม่

2. การถ่ายทอดสดรายการกีฬาต่างๆอันชี้ให้เห็นการเล่นการพนัน

การถ่ายทอดสดรายการกีฬาทางโทรทัศน์ และวิทยุ เช่น มวย, ฟุตบอล, การแข่งม้า อันรวมไปถึงการถ่ายทอดการออกหมายเลขสลากกินแบ่งรัฐบาล ปัจจุบันนี้มีผู้ชมหันมานิยมรายการ UBC และรายการเคเบิลกันมากขึ้น เพื่อต้องการการถ่ายทอดสดกีฬาต่างๆในประเทศ การถ่ายทอดรายการกีฬาต่างๆเหล่านี้หากมองในแง่ดีก็เพื่อให้ผู้ชมสามารถรับรู้ความเคลื่อนไหวในการแข่งขันได้ทันเหตุการณ์ ได้ความรู้เพื่อพัฒนาการเล่นกีฬา ได้รับความบันเทิง แต่หากมองในทางกลับกัน ก็เป็นการสนับสนุนให้เกิดการเล่นการพนัน เนื่องจากการถ่ายทอดสดจะทำให้เห็นความเคลื่อนไหวของการแข่งขันตลอดเวลา เสมือนกับกำลังชมการแข่งขันอยู่ในสถานที่จริง การถ่ายทอดการแข่งขันกีฬาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมอย่างทันทีทันใดนี้ อาจนำไปสู่การเล่นการพนันได้

อีกทั้งสื่อหนังสือพิมพ์และวิทยุ ที่รายงานผลการแข่งขันฟุตบอลที่มีเนื้อหาไปในทางชี้แนะส่งเสริมให้เล่นการพนันบอล เช่น บอกราคาต่อรอง, บอกสถิติผลการแข่งขันของทีมต่างๆ นอกจากนั้น หนังสือพิมพ์กีฬายังมีภาพโป๊ วาบหวีว มีโฆษณาที่ชักจูงให้เที่ยวกลางคืนในสถานเริงรมย์ เทียวผู้หญิง สิ่งเหล่านี้นับว่าเป็นการมอมเมาผู้รับสาร ให้หลงอยู่ในอบายมุขทั้งการพนันสุรา ผู้หญิง

บทบาทของสื่อสาธารณะ สามารถเป็นได้ทั้งผู้นำการเปลี่ยนแปลงในสังคม (change agent) และเป็นผู้คุกคามหรือยับยั้งการเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งที่ดีกว่า ดังนั้น สื่อสาธารณะจึงไม่เพียงแต่มีหน้าที่ในการนำเสนอข่าวหรือเพื่อสนองความต้องการความอยากรู้อยากเห็นของประชาชนเท่านั้น แต่สิ่งหนึ่งที่สำคัญที่จะช่วยพัฒนาสังคมได้คือ การเสนอข่าวที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน มีเนื้อหาสาระที่สร้างสรรค์และเอื้อต่อการพัฒนา

3. ภาพโป๊เปลือย

การนำเสนอภาพโป๊เปลือยตามนิตยสารแพชั่น, หนังสือพิมพ์หน้าหนึ่งวันอาทิตย์,

ภาพยนตร์, ละครโทรทัศน์, การเดินแบบแฟชั่นเสื้อผ้า, วีซีดี หากมองในแง่ดีก็เพื่อให้ผ่อนคลาย ความเครียด แต่หากมองในทางกลับกัน การนำเสนอภาพเหล่านี้ อาจก่อให้เกิดปัญหาใหญ่ตามมา เพราะสื่อสาธารณะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารอย่างมาก อันเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการอยากลองอย่าง ที่สื่อนำเสนอ, อาจกระตุ้นให้เกิดความต้องการทางเพศ แล้วหาทางระบายกับบุคคลรอบข้าง อาจทำให้เกิดปัญหาการข่มขืน ปัญหาอาชญากรรม ปัญหาโสเภณี ปัญหาโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ ปัญหาการทำแท้งเถื่อน ปัญหาโรคเอดส์

4. ค่านิยมการบริโภคนิยม

ภายใต้กระแสทุนนิยมเสรีที่เน้นการแข่งขันทางการตลาดและพลังของการสื่อสารสมัยใหม่ อันก่อให้เกิดรูปของความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมและสังคมแบบใหม่ และกำหนดให้ความสัมพันธ์ของคนในสังคมมีสภาพเชิงผลประโยชน์และการบริโภคมากขึ้น การโฆษณา มีส่วนส่งผลกระทบต่อที่รุนแรงมากต่อการเบี่ยงเบนพฤติกรรมของคนในสังคมให้เกิดค่านิยมในการมีชีวิตอยู่อย่างเพื่อฝัน ความทะเยอทะยาน ความต้องการ ความอยากมีอยากได้เกินฐานะและความจำเป็นของตนเอง นอกเหนือจากปัจจัยครองชีพที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ขาดการประมาณตนเอง ซึ่งหากเกิดในสังคมเรื่อยๆ ก็จะเป็นตัวบ่มเพาะและปลูกฝังค่านิยมการบริโภคให้ซึมซับเข้าไปในจิตใจของคนในสังคม โดยเฉพาะเยาวชนโดยไม่รู้ตัว เช่น โฆษณาสินเชื่อเงินผ่อน, บัตรเครดิต, น้ำหอม ถึงแม้ว่า ในความเป็นจริงนั้นประชาชนสามารถเลือกรับซื้อได้ตามความคิดเห็นของตนเอง แต่หากประชาชนขาดความรู้ ความเข้าใจ ขาดการพิจารณาไตร่ตรองอย่างรอบคอบโดยใช้เหตุผล ก็อาจทำให้ตกเป็นเหยื่อของการบริโภคได้

อีกประการหนึ่งที่น่าสนใจคือ ประชาชนผู้รับสารอาจมีความรู้ไม่เท่าทันสารที่สื่อมาทางโฆษณา เพราะเห็นสื่อแล้วเชื่อทันที เช่น ลูกผู้ชายตัวจริงต้องคู่กับเครื่องดื่มบำรุงกำลัง แทนที่จะพักผ่อน, ดื่มเจลลี่แล้วไม่ตกยุค แทนที่จะดื่มนมหรือน้ำเปล่า ซึ่งมีผลให้ผู้รับสาร โดยเฉพาะเด็ก และเยาวชนที่ยังขาดมาตรฐานการพิจารณาถึงความถูกต้อง เรียนรู้จากสื่อไปในแต่ละวันโดยมิได้กลั่นกรอง ทำให้มองข้ามอิทธิพลที่แอบแฝงมากับสื่อโดยไม่รู้ตัว

5. ละครโทรทัศน์และรายการบันเทิงไร้สาระ

ผู้ชมหลายที่ชื่นชอบและติดตามดูละครทางโทรทัศน์ทุกวัน คนมักเอาตัวเองไปเปรียบเทียบกับชีวิตของตัวเองอยู่บ่อยๆ ดังนั้นการชี้แนะและการตั้งอารมณ์คนดูให้คล้อยตามบทละครไปนั้นเป็นเรื่องที่อันตรายมาก เพราะพื้นฐานความรู้และการแยกแยะความเป็นจริงของละคร

ของผู้ชมนั้นยังมีน้อยมาก ทั้งที่รู้ว่าเป็นการแสดง หลายคนสามารถจดจำพฤติกรรมและการแสดงออกของตัวละครในแต่ละคนได้อย่างแม่นยำ หากกลุ่มผู้ชมเหล่านั้นเป็นเด็กหรือเยาวชนก็ยังคงอยู่ในวัยที่ยังแยกแยะโลกแห่งละครกับโลกแห่งความเป็นจริงไม่ออก ก็จะนำไปสู่การเลียนแบบตัวละครตามที่ได้เห็น ได้ยิน และได้ฟังมา ซึ่งพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบก็มีให้เห็นอยู่ในสังคม เช่น การเลียนแบบการแต่งกาย การเลียนแบบการพูดจา พฤติกรรมความรุนแรงก้าวร้าว การล้างแค้น การพยายาม

รายการบันเทิงไร้สาระทางโทรทัศน์ มีส่วนในการสร้างปัญหาทางสภาพจิตใจและสังคมของเด็กไทยขึ้นมา เพราะเด็กจะได้รับวิธีคิด ค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมต่อสังคมจากการดูโทรทัศน์ สิ่งหนึ่งอาจมาจากผู้ส่งสารที่เป็นดาราที่เด็กชื่นชอบ จึงทำให้เกิดการเชื่อฟัง คล้อยตามในสิ่งที่ตนเองคิดว่าดี ทำแล้วมีคนชื่นชอบ เช่น การพูดจาสองแง่สองง่าม อีกประการหนึ่งที่เด็กสามารถรับสารจากสื่อโทรทัศน์ได้ง่ายที่สุด เพราะมีทั้งภาพและเสียง เด็กไทยจึงไม่ต้องการรับสารจากหนังสือหรือหนังสือพิมพ์ ที่ต้องใช้ความพยายามในการอ่าน จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เด็กไทยมีอัตราการอ่านออกเขียนได้ในระดับต่ำ อีกทั้งสาระและความรู้ที่ได้จากการดูรายการบันเทิงส่วนใหญ่ก็น้อยมาก เช่น รายการเกมโชว์

6. การใช้ภาษาบนหน้าหนังสือพิมพ์

การนำเสนอข่าวและภาพ ในกรณีที่ยังไม่ปรากฏข้อเท็จจริงที่แน่ชัดว่าเป็นอย่างไร ยกตัวอย่างเช่น กรณีมีผู้แจ้งความกล่าวหาครูหญิงช่มชื่นนักเรียน ที่เสนอข่าวและภาพของครูหญิงที่ถูกกล่าวหาว่าช่มชื่นเด็กนักเรียนชาย ในกรณีที่ยังไม่ปรากฏข้อเท็จจริงที่แน่ชัดว่าเป็นอย่างไร ข่าวดังกล่าวเป็นข่าวที่ละเอียดอ่อน ซึ่งส่งผลกระทบต่อสังคมและผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างรุนแรง ดังที่จะเห็นได้จากที่หนังสือพิมพ์บางฉบับ ยังได้เสนอภาพครูหญิงที่ตกเป็นข่าว ถึงแม้จะได้ทำเหมือนมีการพยายามอำพรางใบหน้าบางส่วนของครูดังกล่าว แต่ก็อาจทำให้ผู้พบเห็นและผู้รู้จัก สามารถจดจำผู้ที่อยู่ในรูปภาพได้ ซึ่งการเสนอภาพของครูก็มิได้มีผลทำให้คุณค่าของข่าวเพิ่มขึ้นแต่อย่างใด รังแต่จะทำให้เกิดความเสียหายกับทุกฝ่ายมากขึ้น

เจตนาในการลงข่าวนั้นว่าต้องการสื่อในแง่ลบหรือไม่ ยกตัวอย่างเช่น ข่าวเดินแบบแฟชั่นโชว์ที่นางแบบโชว์เต้า สื่อมวลชนมีหน้าที่ในการเสนอข่าวการเดินแบบ แต่ไม่ควรจับผิดนางแบบ ที่นำภาพนมมหก มายกประเด็นการเสนอข่าวที่มีรูปนมมหกเพียงไม่กี่รูปมาทำให้เป็นข่าวใหญ่เพื่อขายข่าว เพราะในความเป็นจริง คนที่ดูแฟชั่นโชว์ก็มีเจตนาหลักก็เพื่อดูเสื้อผ้าที่นางแบบใส่มากกว่า

การใช้คำย่อในการกล่าวหาตักเตือนผู้อื่นในหนังสือพิมพ์ เป็นการแสดงความไม่จริงจังในการเสนอข้อเท็จจริง การใช้คำย่อนั้นทำให้ผู้อ่านสามารถคาดเดาว่าผู้ถูกกล่าวหาเป็นใคร หนังสือพิมพ์มีเจตนากล่าวหาผู้อื่นในการกระทำสิ่งที่ไม่ถูกต้องในบางสิ่งบางอย่าง แต่เพื่อหลบเลี่ยงการถูกฟ้องหมิ่นประมาทจากคนที่ถูกกล่าวหาอย่างไม่มีหลักฐานข้อเท็จจริง การกระทำเหล่านี้เท่ากับเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลอย่างไม่สมควร

การกระทำดังกล่าว เป็นการหมิ่นเหม่ต่อการล่วงละเมิดสิทธิเสรีภาพส่วนบุคคลอย่างร้ายแรงและกระทบต่อจริยธรรมอันดีงามของสื่อมวลชน และอาจทำให้สังคมเสื่อมศรัทธาต่อวิชาชีพสื่อมวลชน หากยังปฏิบัติโดยปราศจากการยึดหลักจริยธรรมอันดี

7. เรื่องไซคกลางมงาย

เช่น เรื่องดวง, ฮวงจุ้ย, การทำนายโชคชะตา ที่ทำให้ประชาชนหลงอยู่ในสิ่งที่ยังไม่มีหลักฐานที่สามารถพิสูจน์ได้ทางวิทยาศาสตร์ ทำให้การพัฒนาประเทศ การพัฒนาคน และตลอดจนการพัฒนาสังคมทำได้ยาก

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับปัญหาสังคมที่ปรากฏในสื่อสาธารณะ และศึกษาลักษณะการนำเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ เพื่อนำเสนอเรื่องราวความเป็นจริงของปัญหาสังคมเรื่องต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคม ตลอดจนศึกษาถึงเกณฑ์ความเหมาะสมของการนำเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะ เพื่อให้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในสังคมเกิดความตระหนักถึงอิทธิพลและผลกระทบจากสื่อสาธารณะ สร้างการเรียนรู้ สร้างพลังความคิด ให้มีความรู้เท่าทันสื่อสาธารณะ อันนำไปสู่การตัดสินใจที่ถูกต้องในยุคข้อมูลข่าวสาร ภายใต้ตรรกวิทยาที่ปราศจากอคติและอารมณ์ความรู้สึก ซึ่งการคิดอย่างมีเหตุผลและการคิดอย่างสร้างสรรค์ ถือเป็นเรื่องที่สำคัญมากที่สุดขณะนี้ของสังคมไทย จึงเป็นที่มาของการเขียนวิทยานิพนธ์เรื่อง "ปัญหาสังคมที่ควรได้รับการกำหนดเป็นวาระของสาธารณชน"

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาว่ามีปัญหาสังคมอะไรบ้างที่ปรากฏในสื่อสาธารณะ
- 1.2.2 เพื่อศึกษาลักษณะการนำเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ และน่าจะก่อให้เกิดผลกระทบตามมาหรือไม่
- 1.2.3 เพื่อศึกษาถึงเกณฑ์การนำเสนอปัญหาสังคมที่เหมาะสมโดยสื่อสาธารณะ เพื่อให้มีการนำเสนอปัญหาสังคมอย่างเหมาะสม

1.3 ปัญหานำการวิจัย

- 1.3.1 ปัญหาสังคมที่ปรากฏในสื่อสาธารณะมีอะไรบ้าง
- 1.3.2 ลักษณะการนำเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะมีความเหมาะสมหรือไม่ และน่าจะก่อให้เกิดผลกระทบตามมาหรือไม่
- 1.3.3 สื่อสาธารณะควรมีเกณฑ์การนำเสนอปัญหาสังคมอย่างไร เพื่อให้มีการนำเสนอปัญหาสังคมอย่างเหมาะสม

1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

- 1.4.1 ปัญหาสังคม หมายถึง สภาวะการณ์ที่กระทบกระเทือนต่อการเป็นอยู่ของบุคคลจำนวนหนึ่ง เป็นสถานการณ์ที่ไม่สอดคล้องกับค่านิยมของคนจำนวนมาก และไม่พึงปรารถนา และทุกคนรับรู้ว่าจะต้องร่วมกันกระทำการแก้ไข
- 1.4.2 สื่อสาธารณะ หมายถึง หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์
- 1.4.3 การระดมสมอง หมายถึง วิธีการคิดวิธีหนึ่ง ที่ใช้ความคิดอย่างสร้างสรรค์ เน้นการคิดอย่างอิสระ เพื่อให้เกิดความคิดหลายทิศทาง และได้ความคิดในปริมาณมาก

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ มุ่งศึกษาปัญหาสังคมที่ปรากฏในสื่อสาธารณะ และลักษณะการนำเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์เท่านั้น โดยจะศึกษาปัญหาสังคมที่คัดเลือกมาจากวิธีการระดมสมอง (Brain Storming) ของกลุ่มตัวอย่าง และการคัดเลือก

ปัญหาสังคมจากผู้เชี่ยวชาญด้านสังคมวิทยาอีกครั้งหนึ่ง แล้วจึงนำมาปัญหาสังคมที่ได้รับการคัดเลือกมาศึกษาอย่างละเอียดด้วยวิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก (In - Depth Interview)

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.6.1 เพื่อเป็นการกระตุ้นให้หน่วยงานของรัฐ สถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษาและสื่อสาธารณะได้รับรู้และตระหนักถึงผลกระทบของสื่อสาธารณะที่จะเกิดขึ้นกับผู้รับสาร
- 1.6.2 เพื่อเป็นแนวทางในการออกมาตรการหรือกฎหมายที่เป็นรูปธรรมเพื่อใช้เป็นกลไกในการปรับปรุง ส่งเสริมและควบคุมกำกับดูแลเพื่อให้สถานี่ทุกแห่งปฏิบัติตามเพื่อควบคุมการสื่อสารของสื่อสาธารณะ
- 1.6.3 เพื่อให้สถาบันครอบครัวและสถาบันการศึกษาร่วมมือร่วมใจกันดูแลเยาวชนอบรมสั่งสอนให้เยาวชนมีความรู้เท่าทันสื่อ และรู้จักนำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม
- 1.6.4 เพื่อให้สื่อสาธารณะตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับผู้รับสารจากการรับสารจากสื่อสาธารณะ และเพื่อให้สื่อผลิตและสนับสนุนรายการที่มีเนื้อหาสาระที่แสดงถึงรสนิยมที่ดีงามให้คุณค่าในการดำรงชีวิต

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ซึ่งแบ่งออกเป็น หัวข้อใหญ่ๆ ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับปัญหาสังคม (Social Problems)
- 2.2 ทฤษฎีการอบรมป้อนนิสัยทางวัฒนธรรม (Cultivation Theory)
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณของสื่อมวลชน
- 2.4 ทฤษฎีความรับผิดชอบทางสังคมของสื่อมวลชน
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อนึ่ง ผู้วิจัยได้เรียบเรียงสาระสำคัญของแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไว้ดังที่ได้นำเสนอในส่วนต่อไปตามลำดับดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับปัญหาสังคม (Social Problems)

ปัญหาสังคม เป็นภาวะการณ์อย่างหนึ่งที่คุกคามหรืออาจก่ออันตราย ความเสียหายให้แก่ค่านิยมของคนกลุ่มหนึ่ง ในช่วงเวลาหนึ่ง แต่เมื่อเวลาเปลี่ยนแปลงไปภาวะการณ์นั้นอาจไม่ได้เป็นปัญหาสังคมแล้วก็ได้ หรือในทางกลับกันภาวะการณ์ในปัจจุบัน ก็อาจกลายเป็นปัญหาสังคมในอนาคตก็ได้ และเหตุการณ์บางอย่างแม้จะเป็นสิ่งยุ่งยากแต่ก็ไม่ถือว่าเป็นปัญหาสังคม ดังนั้นจึงมีผู้ให้คำนิยามความหมายของปัญหาสังคม ไว้มากมาย ซึ่งพอจะสรุปสาระสำคัญได้ประเด็นดังต่อไปนี้

รับบิงตัน และ เวินเบิร์ก (Rubington and Weinburg,1971:6) ให้คำจำกัดความต่อปัญหาสังคมว่าเป็นสถานการณ์ที่ไม่สอดคล้องกับค่านิยมของคนจำนวนมากในสังคมใดสังคมหนึ่ง ดังนั้นสมาชิกสังคมจึงได้ตกลงใจที่จะแก้ไขสถานการณ์นั้นให้กลับสู่สภาพปกติ

ประเด็นที่สำคัญในการนิยามปัญหาสังคมของ รับบิงตัน และ เวินเบิร์ก (Rubington and Weinburg) มีอยู่ 3 ประเด็น คือ

1. สถานการณ์ที่ไม่สอดคล้องกับค่านิยม คำว่าค่านิยมนั้นก็คือมาตรฐานในการประเมินคุณค่าของสิ่งต่างๆของคนกลุ่มหนึ่งหรือสังคมหนึ่ง โดยอาศัยมาตรฐานนี้สังคมจะสร้างหรือยึดถือร่วมกันว่าสิ่งใดเป็นสิ่งที่มีความสำคัญสำหรับพวกเขา ซึ่งเขาจะแสวงหา หวงแหนและปกป้อง ดังนั้นเมื่อมีสิ่งใดมาทำลายหรือขัดแย้งกับมาตรฐานหรือสิ่งที่เขาถือว่ามีค่าก็จะทำให้สิ่งนั้นมีลักษณะที่อาจเป็นปัญหาสังคมได้ ลักษณะนี้ก็คือ การละเมิดกฎของสังคมนั่นเอง ซึ่ง เจมส์ แม็กกี้ (James Mckee, 1969:645) จะมองลักษณะส่วนนี้ของคำจำกัดความปัญหาสังคมว่า เป็นสภาพวัตถุวิสัย (Objective Condition) ซึ่งหมายความว่า สภาพตาตาที่ปรากฏอยู่เป็นเรื่องจริง มองเห็นได้ รู้สึกได้ หรือวัดความรุนแรงได้

2. คนจำนวนมากของสังคม นั่นก็คือ ปัญหาสังคมนั้น จะเกี่ยวข้องกับคนในสังคมนั้นใดกลุ่มหนึ่งที่รู้สึกว่าเป็นปัญหานั้นเกิดขึ้น รู้สึกว่าเดือดร้อนต่อปัญหานั้น นั่นก็คือคนในสังคมจะต้องรู้สึกว่าสภาพการณ์ใดในสังคมที่เป็นปัญหา สภาพการณ์นั้นจึงจะเป็นปัญหา ปัจจัยข้อนี้ของปัญหาสังคมจึงเน้นความตรงความรู้สึก ซึ่งเรียกว่า อัตวิสัยนิยาม (subjective Definition) ของคนจำนวนมาก กล่าวคือ เป็นสภาพการณ์ละเมิดกฎของสังคมที่มีความถี่หรือปริมาณมาก จนกระตุ้นทำให้คนจำนวนมากรู้สึกเดือดร้อนขึ้น (สัญญา สัญญาวิวัฒน์ 2526:5)

3. การตกลงใจที่จะแก้ไขสภาพการณ์นั้นร่วมกัน การตกลงใจที่จะแก้ปัญหาก็สถานการณ์ที่คนจำนวนมากเห็นว่า ไม่สอดคล้องกับค่านิยมหรือละเมิดกฎของสังคมให้กลับเป็นปกติ แสดงว่าสถานการณ์นั้นมีความรุนแรงหรือมีความถี่มาก จนพวกเขาารู้สึกว่าเดือดร้อน จึงคิดที่จะแก้ไขสถานการณ์นั้นมีความรุนแรงหรือมีความถี่มาก จนพวกเขาารู้สึกว่าเดือดร้อน จึงคิดที่จะแก้ไขสถานการณ์ร่วมกัน และสถานการณ์นั้นอยู่ในวิสัยที่คนกลุ่มนั้นหรือสังคมนั้นจะจัดการสิ่งหนึ่งสิ่งใด มิเช่นนั้นก็ไม่ถือว่าเป็นปัญหาสังคม เช่น วาตะภัย อุทกภัย ฟ้าผ่า เป็นต้น

ส่วน ฮอร์ตัน และ เลสลีย์ (Horton and Leslie, 1970:6) ให้คำจำกัดความปัญหาสังคมว่าเป็นสภาพการณ์ที่กระทบกระเทือนต่อการเป็นอยู่ของบุคคลจำนวนหนึ่ง เป็นสภาพการณ์ที่ไม่พึงปรารถนาและทุกคนรับรู้ว่าจะต้องร่วมกันกระทำการแก้ไข

ปัญหาสังคมตามแนวคิดของ ฮอร์ตัน และ เลสลีย์ (Horton and Leslie, 1970:6) นั้นจะประกอบไปด้วยลักษณะ 4 ประการ คือ

1. สภาพการณ์นั้นจะต้องกระทบกระเทือนบุคคลจำนวนหนึ่ง ซึ่งมากพอสมควร หมายความว่าสภาพการณ์นั้นมีผลทำให้คนกลุ่มหนึ่งเริ่มต้นข้อสังเกต กล่าวขวัญถึง เขียนถึงหรือทักท้วงถึงก็ถือได้ว่าเป็นปัญหาสังคม วิธีหนึ่งที่พอจะวัดได้ว่าสภาพการณ์นั้นกระทบกระเทือนส่วนรวมแค่ไหน ก็อาจดูได้จากความถี่ของบทความในนิตยสารที่กล่าวถึงในแต่ละปี ถ้าออกมาจำนวนมาก ก็แสดงว่าสภาพการณ์นั้นเป็นที่น่าสนใจอย่างกว้างขวาง และกลายเป็นปัญหาสังคม

2. สภาพการณ์นั้นอยู่ในวิถีทางที่ไม่พึงปรารถนา อย่างเช่น การใช้แรงงานเด็กไม่เป็นปัญหาแต่อย่างใด トラบเท่าที่คนส่วนใหญ่ยังเห็นว่าเป็นประโยชน์ แต่ถ้าเมื่อไรคนส่วนใหญ่ลงความเห็นว่าการใช้แรงงานเด็กเป็นการทารุณ ไม่เหมาะสม การใช้แรงงานเด็กจะกลายเป็นปัญหาสังคม ปัญหาสังคมจึงเกี่ยวข้องกับค่านิยมของแต่ละคนที่ยึดถืออยู่ (Value Judgement) ซึ่งของแต่ละคนอาจจะดีหรือเลวก็ได้ ทั้งนี้ก็แล้วแต่ค่านิยมของแต่ละสังคม

3. บุคคลจำนวนหนึ่งที่มีมากพอ มีความรู้สึกว่าควรกระทำบางอย่าง ซึ่งสามารถที่จะแก้ไขปัญหานั้นได้ หมายความว่า สภาพการณ์จะเป็นปัญหาสังคมได้นั้น จะต้องมึหนทางที่จะแก้ไขปัญหานั้นได้ หรือหวังว่าคงจะแก้ไขได้

4. เป็นสภาพการณ์กระทำร่วมกัน เพื่อแก้ไขปัญหานั้นให้บรรเทาเบาบางลง เมื่อเกิดปัญหาขึ้นมา สมาชิกส่วนใหญ่ของสังคมที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับปัญหาจะแสดงความคิดเห็นและเสนอแนวทางแก้ไข เช่น กรณีการปลอมแปลงสินค้า เพื่อลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลง ถือว่าเป็นการเอาเปรียบผู้บริโภค ฉะนั้นคนส่วนที่เป็นผู้บริโภคอาจจะตั้งชมรมผู้บริโภคคอยสอดส่องดูแล ตรวจสอบตราคุณภาพของสินค้าเพื่อป้องกันการเอาเปรียบ

ราาบ และ เซลสัค (Raab and Selznuck, 1959:3-5) สรุปว่า ปัญหาสังคมจะต้องประกอบด้วย

1. ความสัมพันธ์ของบุคคลกลุ่มหนึ่ง ไปมีผลกระทบต่อคนบุคคลอีกกลุ่มหนึ่ง
2. สังคมไม่สามารถควบคุมบุคคลให้ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของสังคมนั้นได้

จากการให้คำนิยามคำว่า ปัญหาสังคม จากหลาย ๆ ความเห็น สามารถสรุปลักษณะพื้นฐานเกี่ยวกับปัญหาสังคมได้ดังนี้ (Cuber, 1963:656)

1. ปัญหาสังคม ขึ้นอยู่กับการพิจารณาคุณค่าของคนในสังคมนั้นๆว่าเป็นปัญหาหรือไม่
2. ปัญหาสังคมเกิดจากสาเหตุหลายปัจจัย ซึ่งสาเหตุเหล่านี้สามารถบ่งชี้ได้
3. การแก้ไขหรือปรับปรุงปัญหาสังคมนั้น มีผลกระทบหลายทางหรือหลายสาขาด้วยกัน
4. ปัญหาสังคม เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างใกล้ชิด ปัญหาอาจมาจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม บางปัญหานั้นมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมบางอย่างก็เป็นผลมาจากการขจัดปัญหาสังคมหรือทำให้ปัญหาลดลง

5. ปัญหาสังคม มีผลกระทบต่อคนถึงกลุ่มต่างๆและชั้นทางสังคมต่างๆในสังคมแตกต่างกันไป

6. ปัญหาสังคม แต่ละปัญหามีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน บางปัญหาที่เพิ่มความรุนแรงให้แก่ปัญหาอื่น และบางที่ก็ก่อให้เกิดอีกปัญหาหนึ่งได้

7. ปัญหาสังคม อาจเกิดขึ้นจากการควบคุมทางสังคม (กฎหมาย) ซึ่งประเมินกันแล้วว่าดีสำหรับส่วนรวม แต่มีผลทำให้เกิดปัญหาสังคมอื่นได้

8. บุคคลไม่ว่าจะเพียรพยายามอย่างไร ก็ไม่อาจป้องกันตนเองให้พ้นจากอิทธิพลของปัญหาสังคมได้ ในหลายกรณีบุคคลทั้งหลายได้รับผลกระทบมากบ้าง น้อยบ้างตามแต่กรณี

ประเภทของปัญหาสังคม

ปัญหาสังคมมีผู้แบ่งประเภทไว้หลายอย่างตามกฎหมายเกณฑ์และแนวคิดของแต่ละบุคคล กล่าวคือ

แม็กกี (Mckee, 1969:6) ได้แบ่งประเภทของปัญหาสังคมตามลักษณะความสัมพันธ์ในสังคมออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ปัญหาที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสังคม เช่น
 - 1.1 ปัญหาเด็กและเยาวชน
 - 1.2 ปัญหาอาชญากรรม
 - 1.3 ปัญหายาเสพติด
 - 1.4 ปัญหาครอบครัว
 - 1.5 ปัญหาการว่างงาน
 - 1.6 ปัญหาโสเภณี เป็นต้น
2. ปัญหาที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มต่อกลุ่ม เช่น
 - 2.1 ปัญหาความยากจน
 - 2.2 ปัญหาสิ่งแวดล้อม
 - 2.3 ปัญหาประชากร
 - 2.4 ปัญหาทางการเมือง
 - 2.5 ปัญหาชนกลุ่มน้อย เป็นต้น

สำหรับ Phelps (อ้างถึงใน ขบวนการ พลตรี 2530:110) แบ่งประเภทของปัญหาสังคมตามสาเหตุของการเกิดได้ 4 ประเภท คือ

1. ปัญหาทางเศรษฐกิจ เช่น
 - 1.1 ปัญหาความยากจน
 - 1.2 ปัญหาคนว่างงาน
 - 1.3 ปัญหาการคอร์รัปชัน
 - 1.4 ปัญหาค่าครองชีพสูง
 - 1.5 ปัญหาเงินเฟ้อ
2. ปัญหาทางชีวภาพ เช่น

- 2.1 ปัญหาด้านสุขภาพอนามัย
- 2.2 ปัญหาด้านพิการทางสมอง
3. ปัญหาทางจิตวิทยา เช่น
 - 3.1 ปัญหาโรคพิษสุราเรื้อรัง
 - 3.2 ปัญหาอัตวินิบาตกรรม
 - 3.3 ปัญหาความผิดปกติและรักร่วมเพศ
4. ปัญหาทางสังคมและวัฒนธรรม
 - 4.1 ปัญหาคนชรา
 - 4.2 ปัญหาการหย่าร้าง
 - 4.3 ปัญหาเด็กถูกทอดทิ้ง
 - 4.4 ปัญหาการกระทำผิดของเด็กและเยาวชน
 - 4.5 ปัญหาอาชญากรรม
 - 4.6 ปัญหาการจราจร
 - 4.7 ปัญหาสิ่งแวดล้อม

ในการวิจัยเรื่องปัญหาสังคมที่ควรได้รับความสนใจของการสื่อสารผ่านสื่อสาธารณะ สนใจศึกษาเกี่ยวกับปัญหาสังคมที่นำเสนอในสื่อสาธารณะ จึงนำแนวความคิดเกี่ยวกับปัญหาสังคมมาใช้เป็นแนวทางประกอบการศึกษาในครั้งนี้

2.2 ทฤษฎีการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรม (Cultivation Theory)

กาญจนา แก้วเทพ (2541:272-284) ได้อธิบายว่า จอร์จ เกร็บเนอร์ (George Gerbner) และคณะได้ทำการวิจัยตามแนวทฤษฎีการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมในปลายทศวรรษที่ 1960 ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา เนื่องจากในขณะนั้นประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีรายการโทรทัศน์ที่นำเสนอความรุนแรงเป็นจำนวนมาก จึงก่อให้เกิดความวิตกกังวลของประชาชนอเมริกันว่า อิทธิพลของความรุนแรงนั้นจะส่งผลกระทบต่อในทางที่เป็นอันตรายต่อสังคม ดังนั้นรัฐบาลของประธานาธิบดีจอห์นสัน จึงได้แต่งตั้งคณะกรรมการป้องกันความรุนแรง (Commission on Causes and Prevention of Violence) เพื่อตรวจสอบความรุนแรงต่างๆในสังคม ซึ่งรวมถึงความรุนแรงจากโทรทัศน์ และสร้างฐานสำหรับการศึกษาระยะยาวเพื่อจับตามองโลกแห่งโทรทัศน์อย่างใกล้ชิด ซึ่ง

งานวิจัยส่วนนี้ ภายหลังได้กลายเป็น "โครงการสิ่งบ่งชี้ทางวัฒนธรรม" หรือ The Cultural Indicators Project (Gerbner, 1969 อ้างถึงใน Signorielli, and Morgan, 1996:113)

ต่อมาในปี 1969 สภาของเกรสได้อนุมัติให้มีการวิจัยขนาดใหญ่ๆ เผยแพร่ผลงานในนามของ Surgeon General's Report Gerbner (เรื่อง ความรุนแรงในโทรทัศน์) เพื่อศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความรุนแรงทางโทรทัศน์ขึ้นอีก ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ปริมาณความรุนแรงในโทรทัศน์นั้นมีมากและความสนใจของสาธารณชนในเรื่องดังกล่าวก็ยังมีอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น เกิร์บเนอร์ (Gerbner) และคณะวิจัยจึงเก็บข้อมูลสำรวจเป็นรายปีต่อเนื่องทุกปี ระหว่างทศวรรษ 1970 ถึง 1980 ที่เรียกว่า โครงการ Violence Profile อันนำไปสู่การอภิปรายเพื่อใช้อธิบายผลกระทบที่เกิดจากความรุนแรงทางโทรทัศน์ที่มีต่อความเชื่อของประชาชน

เกิร์บเนอร์ (Gerbner) ได้ตั้งแนวคิดเพื่อตอบปัญหาเรื่องสื่อว่า ในขณะที่มีโลกแวดล้อมตัวบุคคลอยู่สองโลก คือโลกที่เป็นจริง (real world) กับโลกที่ผ่านสื่อ (mass-mediated world) คนทั่วไปยึดถือเอาโลกใดเป็น "ความเป็นจริง" (reality) ของเขา และเขาได้นำเสนอกรอบทฤษฎีการอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรม เพื่อใช้ในการอธิบายผลกระทบที่เกิดจากความรุนแรงทางโทรทัศน์ที่มีต่อความเชื่อของประชาชน และศึกษาพฤติกรรมรูปแบบอื่นๆ ที่ปรากฏในโทรทัศน์ ซึ่งนักคิดเชื่อว่าอิทธิพลของสื่อมวลชนนั้นมีอยู่ในระดับหนึ่ง หากแต่ไม่ใช่ผลในระยะสั้น เช่น Magic Bullet Theory ได้กล่าวเอาไว้ แต่เป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นในระยะยาวและเป็นผลมาจากการสั่งสม

แง่มุมที่ Cultivation Theory สนใจก็คือ อิทธิพลและบทบาทของโทรทัศน์ที่ได้ทำหน้าที่ "ปลูกฝัง" หรือ "สร้างโลก" ที่แม้ว่าจะไม่ตรงกับ "โลกแห่งความเป็นจริง" ให้กลายเป็น "ความเป็นจริง" ของบุคคล หลักการปลูกฝังความเป็นจริงนี้เป็นไปตามข้อเสนอที่ว่า "เพราะเราเชื่อว่า 'มัน'(โทรทัศน์) จริง มันก็ เป็นจริง" (อันเป็นตรรกะที่สวนทางกับหลักการที่ว่า "เพราะว่ามันเป็นจริง เราจึงเชื่อว่ามันจริง")

ผลการวิจัยที่ผ่านมาของ Gerbner สามารถสรุปข้อค้นพบได้ว่า โทรทัศน์ได้มีบทบาทในลักษณะของ 3B คือ

- Blurring หมายถึง โทรทัศน์ได้ค่อยๆ ลบภาพหรือทำให้โลกของความเป็นจริงที่คนเคยมี (ซึ่งอาจจะมาจากประสบการณ์ตรงหรือเรียนรู้จากแหล่งอื่นๆ ที่มีใช้สื่อ) ให้จางหายไป
- Blending หมายถึง โทรทัศน์ได้ค่อยๆ ผสมความเป็นจริงของคนเข้ากับกระแสหลักทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในโทรทัศน์
- Bending หมายถึง โทรทัศน์ได้ค่อยๆ โน้มให้โลกของคนเป็นไปตามกระแสหลักที่ตอบสนองต่อผลประโยชน์ของโทรทัศน์เอง

ผลการวิจัยที่มาจากการเก็บข้อมูลระยะยาวของ Cultivation Theory มักจะให้ข้อสรุปว่า สื่อมวลชนเช่นโทรทัศน์นั้นมีบทบาทในการปลูกฝังโลกที่เป็นจริงให้แก่บุคคล

โทรทัศน์ทำการปลูกฝังได้อย่างไร

1. เนื่องจากธรรมชาติของสื่อโทรทัศน์เองที่ แม็กลัน (McLuhan) เคยกล่าวว่าสื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อที่มาย่อย มาแรง และมาเร็ว และลักษณะที่ซ้ำกัน (re-petition) ของโทรทัศน์เอง
2. ในอีกด้านหนึ่ง คำตอบนั้นอาจมาจากฝ่ายผู้รับสาร คือ แบบแผนการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของผู้รับสารนั้น มักเป็นแบบไม่จำเพาะเจาะจง (Non-selective) กล่าวคือ จะเปิดดูทุกๆ ที่ไม่ได้มีความตั้งใจจะเลือกดูรายการอะไรเป็นพิเศษ ลักษณะดังกล่าวทำให้อัตราการเปิดรับมีสูง หรืออาจเรียกว่า เป็นการดูแบบพิธีกรรมเพราะความคุ้นเคย (Ritual viewing) ดังที่ปรากฏในชีวิตประจำวันว่า คนเราส่วนใหญ่เมื่อเข้ามาในบ้านก็จะเปิดโทรทัศน์เอาไว้ และดูไปเรื่อยๆ เพราะความเคยชิน
3. เหตุผลอีกประการหนึ่งมาจากธรรมชาติที่เป็นอันหนึ่งอันเดียว กับรายการโทรทัศน์ (Uniformity nature) เช่น รายการข่าว เกมโชว์ สารคดี ไม่ว่าจะเป็นอย่างใด ยุคสมัยใด โดยหลักใหญ่ๆ แล้วจะเป็นแบบแผนเดียวกันทั้งสิ้น ดังนั้น โลกที่โทรทัศน์สร้างมาห่อหุ้มตัวบุคคลจึงสั่งสมพอกพูนไปในทิศทางเดียวกัน
4. กลวิธีในการอบรมปณิธานทางวัฒนธรรมนั้นอาจจะมี 2 แบบ
 - แบบแรกเรียกว่า “แบบวิธีหลัก” (Mainstreaming) จะเป็นกรณีของพวกที่ใช้โทรทัศน์อย่างมาก (heavy users) ซึ่งแน่นอนว่า เมื่อคนกลุ่มนี้ใช้เวลาส่วนใหญ่ของชีวิตนั่งเฝ้าจอหน้าจอโทรทัศน์ พวกเขาก็ออมได้รับข้อมูล แนวคิดและสัญลักษณ์จากโทรทัศน์ ซึ่งสามารถผูกขาดแหล่งข่าวสำหรับชีวิตคนกลุ่มนี้ได้ เช่น ถ้าเราเฝ้าดูแต่หนังประเภทศาล (court film) จากโทรทัศน์ ซึ่งแสดงให้เห็นความไม่ยุติธรรม ความข้อผิดพลาด ชอว์โหว่ของกฎหมาย การขายตัวของผู้พิพากษา ฯลฯ ที่ปรากฏอย่างต่อเนื่องในหนังเรื่องแล้วเรื่องเล่า โดยที่ชีวิตจริงของเราอาจไม่เคยต้องไปข้องแวะกับกระบวนการศาลสถิตยุติธรรมเลย คงเป็นเรื่องหลีกเลี่ยงได้ยากที่โลกแห่งความเป็นจริงในส่วนที่เกี่ยวกับระบบศาลของเราจะผิดแผกแตกต่างไปจากแนวคิดที่ปรากฏในภาพยนตร์โทรทัศน์
 - แบบวิธีที่สองเรียกว่า “resonance” ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ชมเลือกเอาแต่เนื้อหาในโทรทัศน์ เฉพาะส่วนเดียวที่รองรับกับประสบการณ์ในชีวิตจริงของเขา เช่น คนที่เคยเห็นเพื่อนบ้านได้รับความอยุติธรรมจากระบบศาล ก็จะเลือกดูแต่เนื้อหาที่ว่าด้วยความไม่ยุติธรรมของศาลจากรายการในโทรทัศน์ ดังนั้นจึงเท่ากับเขาถูกอบรมปณิธานทางวัฒนธรรมถึง 2 ชั้น ทั้งจากประสบการณ์จริง (ที่จำกัด) และประสบการณ์ผ่านสื่อ (ที่เลือกรับมาเฉพาะส่วน)

5. คุณสมบัติของโลกแห่งความเป็นจริงกับโลกที่ผ่านสื่อซึ่งเอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ของคน ในขณะที่โลกแห่งความเป็นจริง (real world) นั้นเป็นสิ่งที่อยู่ห่างไกลที่จะเข้าถึง เป็นโลกที่เต็มไปด้วยความสลับซับซ้อน แต่ในโลกของโทรทัศน์นั้นกลับเป็นโลกที่อยู่ใกล้ประชิดตัวและเป็นโลกที่เรียบง่ายจึงสะดวกต่อการทำความเข้าใจ (simplified) ด้วยเหตุนี้ จึงน่าจะเป็นเหตุผลที่ทำให้คน (สมัครใจ) ถูกปลูกฝังและเรียนรู้จากโลกของโทรทัศน์มากกว่าจากโลกแห่งความเป็นจริง

โครงการสิ่งบ่งชี้ทางวัฒนธรรม

บาราน และ เดวิส (Baran and Davis, 1995:302-305) ได้กล่าวถึงข้อตกลงเบื้องต้นของแนวคิดสิ่งบ่งชี้ทางวัฒนธรรมตามแนวคิดของเกิร์บเนอร์ (Gerbner, 1973) ไว้ ดังนี้

- โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีความสำคัญมาก และเป็นสื่อที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความแตกต่างจากสื่อมวลชนประเภทอื่นอย่างเห็นได้ชัด
- โทรทัศน์เป็นสื่อที่ทำหน้าที่ดุจดั่งแขนขา เป็นศูนย์กลางในการสร้างวัฒนธรรมหลักของสังคม
- ผลที่เกิดจากการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมมีลักษณะเป็นภาพรวม ทักษะคิดที่กลายมาเป็นสำนึกร่วมโดยทั่วไปของคนที่ได้รับการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมจากโทรทัศน์ จึงไม่ใช่ความคิดเกี่ยวกับความเป็นจริงที่มีร่วมกัน (Conception of Shared Reality)
- หน้าที่หลักทางวัฒนธรรมของโทรทัศน์ คือ การรักษาแบบแผนทางสังคม ให้มีเสถียรภาพและอบรมบ่มเพาะความต้านทานต่อการเปลี่ยนแปลง ในฐานะที่โทรทัศน์เป็นสื่อแห่งการสังคมปรกรณ์และปลูกฝังทางวัฒนธรรม
- ถึงแม้ว่าผลกระทบอันเกิดจากการทำงานของโทรทัศน์จะสามารถวัดค่าออกมาได้ว่ามีผลเพียงเล็กน้อย แต่ทว่าผลกระทบเพียงเล็กน้อยนั้นเป็นผลที่เป็นจริงและมีความหมาย เป็นผลจากการสะสมระยะยาวที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

โครงการสิ่งบ่งชี้ทางวัฒนธรรมของเกิร์บเนอร์ (Gerbner, 1973) นี้ ใช้วิธีทางแนวประจักษ์ (Empirical) ในการหาคำตอบ และเพื่อความเข้าใจผลทางสังคมที่ตามมาจากการเติบโตและอาศัยอยู่กับโทรทัศน์ โดยโครงการสิ่งบ่งชี้ทางนี้เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ทางการวิจัย 3 รูปแบบ ที่เกี่ยวข้องกันและช่วยในการพัฒนาแนวคิดที่ต่อเนื่องของกระบวนการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรม (Gerbner, 1973) กลยุทธ์ทางการวิจัยทำ 3 รูปแบบดังกล่าว คือ

1. การวิเคราะห์กระบวนการเชิงสถาบัน (Institutional Process Analysis) ที่มุ่งค้นหา การสร้างการจัดการ และการกระจายของการไหลเวียนสารจากสื่อ หรืออีกนัยหนึ่ง การวิเคราะห์ แบบนี้ถือเป็นการสืบหาการก่อร่างทางนโยบายที่กำกับการไหลเวียนข่าวสารทางสื่อ

2. การวิเคราะห์ระบบสาร (Message System Analysis) เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาของ รายการโทรทัศน์ที่มีอยู่ เพื่อค้นหาว่ามีลักษณะอะไรปรากฏ พิจารณาประเด็นเรื่องและค่านิยมที่ได้รับ การนำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์ หรือโปรแกรมโทรทัศน์ที่บ่อยที่สุด นั่นคือ การค้นหาภาพลักษณ์ที่ คงที่ ปรากฏอย่างกว้างขวาง ในเนื้อหาจากสื่อ ซึ่งอาจปรากฏในแง่ของความเป็นตัวแทนความ รุนแรง ชนกลุ่มน้อย บทบาททางเพศ อาชีพ เป็นต้น

ในเรื่องการวิเคราะห์ระบบสาร ของหลักการวิเคราะห์ของสำนัก Cultivation Theory มี วิธีการเฉพาะตัว เนื่องจากแนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีที่ว่า ตัวสารของโทรทัศน์นั้นได้ถูกผลิตขึ้นมา จากสภาวะแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมแต่ละแห่ง ดังนั้นตัวสารนั่นเองก็ทำหน้าที่เป็น ประจักษ์ตัวบ่งชี้ทางวัฒนธรรมที่จะต้องวิเคราะห์ใน 4 มิติ คือ

- สิ่งที่ปรากฏ (Existence) คือ การหาคำตอบว่า สิ่งที่สื่อมวลชนได้นำเสนอปรากฏต่อ สายตาผู้รับคืออะไรบ้าง เป็นเนื้อหาอะไร และมีจำนวนมากน้อยบ่อยครั้งเพียงใดที่ถูกนำเสนอ คำถามนี้โดยส่วนใหญ่ การวิเคราะห์เนื้อหาตามประเพณี (Traditional Content Analysis) ที่ใช้ วิธีการเจนนับเนื้อหาที่ปรากฏมักกระทำอยู่แล้ว

- การจัดลำดับความสำคัญ (Priority) ได้แก่ การตอบคำถามว่าในบรรดาเนื้อหาที่ถูก นำเสนอนั้น เนื้อหาแบบใดที่สื่อมวลชนได้ให้ความสำคัญมากที่สุดหรือเป็นหลักของการนำเสนอ

- การวิเคราะห์คุณค่า (value) คือ การตัดสินใจเกี่ยวกับคุณค่าซึ่งแฝงเร้นอยู่ในเนื้อหาที่ เกี่ยวข้องกับระบบสารทางวัฒนธรรมนั้นมีอะไร ตัวอย่างเช่น งานวิเคราะห์การ์ตูนชุด ขบวนการ แก๊งน ที่เขียนโดยคุณประยูร จรรย์วรงค์ สุตรัก จรรย์วรงค์ (2532) พบว่าคุณค่าที่บรรจุใน การ์ตูนชุดนี้ คือ คุณค่าในการพึ่งตนเอง ประหยัด ขยันหมั่นเพียร ไทยนิยม เป็นต้น

- การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Relationships) คือ การหาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนต่างๆ ในตัวสารว่าอะไรสัมพันธ์กับอะไร และการวิเคราะห์ความหมายทางโครงสร้างของตัวสาร เช่น การวิเคราะห์ว่ากลวิธีต่อสู้ของผู้หญิงที่ดีที่สุด คือ การใช้ความอดทนและอดกลั้น ไม่ตอบโต้กับ ความชั่วร้ายจะเป็นกลวิธีที่พาไปสู่ความสำเร็จมากที่สุด

3. การวิเคราะห์การอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรม (Cultivation Analysis) เป็นการศึกษา ว่าการรับชมโลกจากโทรทัศน์ได้ก่อให้เกิดแนวความคิดเกี่ยวกับโลกแห่งความจริงของผู้ชมอย่างไร

การวิเคราะห์การอบรมปมนิสัยทางวัฒนธรรมเกี่ยวข้องกับผลที่เกิดขึ้นอย่างทั่วไปและ ต่อเนื่อง อันมาจากการเปิดรับสื่อวัฒนธรรมอย่างสะสม โดยทั่วไปการวิเคราะห์จะเริ่มด้วยการระบุ และเข้าถึงแบบแผนที่คงที่ และปัจจุบันของเนื้อหาทางโทรทัศน์ โดยเน้นที่ภาพลักษณ์ (Images)

ภาพความเป็นตัวแทน (Portrayals) และคุณค่าหรือค่านิยม (Values) ที่คงที่ ซึ่งปรากฏในรูปแบบรายการ (Program Genres) ส่วนใหญ่

ในการวิจัยครั้งนี้ จึงได้ให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์การอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นทฤษฎีที่นำมาใช้เป็นกรอบในการศึกษาว่าปัญหาสังคมที่นำเสนอในสื่อสาธารณะ จะมีผลต่อผู้รับสารและสังคมอย่างไร เพื่อเป็นแนวทางการศึกษาว่าลักษณะการนำเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะมีความเหมาะสมหรือไม่ ก่อให้เกิดปัญหาตามมาหรือไม่

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณของสื่อมวลชน

ความหมายของจรรยาบรรณสื่อมวลชน

มี 2 คำ ที่มีความเกี่ยวข้องกัน

คือคำว่า จริยธรรม ซึ่งภาษาอังกฤษใช้ว่า ethics

และคำว่า จรรยาบรรณ ซึ่งภาษาอังกฤษใช้ว่า codes of ethics

“จริยธรรม” มาจาก จริย + ธรรม แปลว่า ธรรมอันบุคคลควรประพฤติ

“จรรยาบรรณ” มาจาก จรรยา + บรรณ แปลว่า หนังสือว่าด้วยเรื่องความประพฤติ

(เสถียร พันธรั้ง 2529:955)

ดังนั้น จริยธรรมจึงน่าจะเป็นเรื่องของบุคคล เป็นคุณธรรมของผู้ประกอบอาชีพนักสื่อสารมวลชน ในขณะที่จรรยาบรรณ หมายถึง หลักจริยธรรมที่กลุ่มบุคคล, หมู่คณะที่ประกอบอาชีพนักสื่อสารมวลชนมารวมตัวกันเข้าเป็นสมาคมวิชาชีพสร้างขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติแก่ผู้ประกอบอาชีพนักสื่อสารมวลชนให้มีความรับผิดชอบ

จรรยาบรรณ หมายถึง มารยาทหรือสิ่งที่ควรปฏิบัติอันเป็นความรับผิดชอบ รวมความไปถึงการตระหนักรู้ถึงความผิดและถูกซึ่งมาตรฐานทางศีลธรรมและความรับผิดชอบชั่วดีเป็นครรลอง อันเป็นข้อควรยึดมั่นในการประกอบอาชีพ หรือการมีบทบาทในความรับผิดชอบเป็นพิเศษต่อประชาชนและสังคม (สุทธิจเมืองไทย 2519:16)

สุภา ศิริमानนท์ ให้คำนิยามคำว่า “จริยธรรม” ก็มีความหมายเหมือนกับคำว่า “จรรยาบรรณ” หลักแห่งประพฤติ หรือ พฤติกรรมอันตั้งไว้ชอบ หรือความประพฤติอันถูกต้องหรือความประพฤติที่เป็นธรรม (วัฒนา พัฒนพงศ์ 2529:151-152)

จรรยาบรรณ แปลว่า ข้อกำหนด หรือหนังสือเกี่ยวกับความประพฤติ ส่วนจริยธรรม แปลว่า ธรรมเนียมควรประพฤติ หรือหลักความประพฤติ ธรรมนี้กำหนดไว้ในกลุ่มบุคคลผู้มีอาชีพ ประเภทใด ก็เป็นหลักประพฤติของกลุ่มนั้น ประเภทนั้น เช่น จรรยาบรรณแพทย์ หรือ จรรยาแพทย์ คือข้อกำหนดหลักความประพฤติของแพทย์อันพึงมีต่อคนไข้ จรรยาทนายความคือ หลักความประพฤติของผู้หาเงินทางทนายความ อันพึงปฏิบัติต่อลูกค้า

เมื่อจรรยาบรรณ หรือจริยธรรม เป็นธรรมะ ธรรมะจึงไม่ใช่วินัย ไม่ใช่กฎหมาย ไม่มีผลบังคับ ไม่มีบทลงโทษ ไม่มีข้อผูกมัด ใครประพฤติตามก็ได้ ไม่ประพฤติก็ได้ตามเสรีภาพของตน (เสถียร พันธังสี 2522:114-115)

จอร์ช และ เดวิส (Goetsch & Davis) (อ้างถึงใน บุนหา ชัยสุวรรณ 2545:61) เสนอว่า จรรยาบรรณนั้น เป็นรูปแบบหนึ่งของแบบจำลองการตัดสินใจทางจริยธรรมของนักวิชาชีพ ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของกลุ่ม และการตัดสินใจจะมีจริยธรรม ถ้ากลุ่มทางวิชาชีพให้การยอมรับ และตัดสินใจของกลุ่มร่วมกันนี้จะเรียกว่า จรรยาบรรณ

จรรยาบรรณโดยทั่วไปหมายถึง ระเบียบข้อบังคับของคนในกลุ่มวิชาชีพใดวิชาชีพหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง จรรยาบรรณสื่อมวลชน เป็นระเบียบข้อบังคับที่ใช้กันในวงการสื่อมวลชน เป็นต้น เมื่อสังคมใหญ่โตซับซ้อนขึ้น วงการวิชาชีพต่างๆอาจต้องมีการกำหนดจรรยาบรรณเฉพาะกลุ่มต่างๆขึ้นมาอีกอย่างเช่น ในวงการสื่อมวลชน ก็จะมีจรรยาบรรณนักหนังสือพิมพ์ และ จรรยาบรรณของนักจัดรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ตลอดจนผู้ผลิตภาพยนตร์ เป็นต้น ตัวอย่างของจรรยาบรรณนักหนังสือพิมพ์ก็คือ เมื่อ 6 ก.ค. 2510 สมาคมนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ได้มีมติกำหนดจริยธรรมของนักหนังสือพิมพ์ขึ้น มีสาระโดยย่อว่าให้นักหนังสือพิมพ์มีความรับผิดชอบ มีเสรีภาพ มีความเป็นไท มีความจริงใจ มีความเที่ยงธรรม มีใจเป็นนักกีฬา และมีมารยาท กล่าวโดยสรุป ให้นักหนังสือพิมพ์รับผิดชอบต่อผลประโยชน์อันชอบธรรมของบุคคล สถาบัน ประเทศชาติ ศาสนา และราชบัลลังก์ ต้องไม่ตกเป็นทาสใครทั้งกายและใจ หรือ อามิสสินจ้างอื่นใด ต้องไม่บิดเบือน ต้องแก้ไขเมื่อผิดพลาด ไม่ลำเอียง ไม่ใช้ภาษาหรือภาพที่หยาบโลนหรือลามกอนาจาร หรือสื่อไปในทางดังกล่าว (สุกัญญา ตีระวนิช 2529:819-820)

อาจกล่าวได้ว่า นักสื่อสารมวลชนที่มีความรับผิดชอบต่อปฏิบัติหน้าที่อย่าง**จริยธรรม** ตาม**จรรยาบรรณ**ของวิชาชีพสื่อมวลชน

อย่างไรก็ตาม จรรยาบรรณไม่ใช่กฎหมาย จึงไม่มีการกำหนดโทษ จรรยาบรรณจะให้หลักเกณฑ์ซึ่งชี้แนะให้ผู้ประกอบอาชีพการสื่อสารมวลชนตัดสินใจในเรื่องเกี่ยวกับจริยธรรมได้ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการตัดสินใจว่ากระทำใดผิดหรือถูก, ดีหรือเลว, รับผิดชอบหรือไม่ รับผิดชอบต่อ จรรยาบรรณหรือจริยธรรมจึงเป็นเรื่องของความสมัครใจ การปฏิบัติหรือไม่ปฏิบัติตาม จรรยาบรรณ การมีหรือไม่มีจรรยาบรรณ จึงก่อให้เกิดผลแก่นักสื่อสารมวลชนเอง ใครปฏิบัติตาม

ก็ได้รับความเชื่อถือ เลื่อมใส ยกย่อง มีความรับผิดชอบ ใครไม่ปฏิบัติตามก็ได้รับความรังเกียจดูแคลน ไม่เป็นที่ศรัทธาของประชาชนจะไม่มี ความรับผิดชอบ

แต่กระนั้นก็ตาม เนื่องจากสื่อมวลชนเป็นอาชีพที่เกี่ยวข้องและมีผลกระทบต่อทั้งบุคคลและสังคม ดังนั้นวิชาชีพสื่อมวลชนจะเจริญก้าวหน้าเป็นที่ยอมรับและได้รับการยกย่องจากคนในสังคมว่าเป็นอาชีพที่มีเกียรติ มีความรับผิดชอบต่อสังคม สมควรได้รับการปกป้องและสนับสนุนในเรื่องเสรีภาพ ก็ต่อเมื่อนักสื่อมวลชนโดยส่วนรวมมีจริยธรรมและปฏิบัติตามจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพสื่อมวลชนอย่างเคร่งครัด

จรรยาบรรณวิชาชีพ

จรรยาบรรณวิชาชีพ แบ่งได้เป็น 2 คำ คือ จรรยา และวิชาชีพ คำว่า จรรยา หมายถึง ความประพฤติ กิริยาที่ควรประพฤติในหมู่คณะ เช่น จรรยาแพทย์ นิยมใช้ในทางที่ดี (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525, 2531 หน้า251) ส่วนคำว่า วิชาชีพนั้น หมายถึง การประกอบอาชีพที่ต้องอาศัยความรู้ ความชำนาญ

ลักษณะของจรรยาบรรณของวิชาชีพ มีดังนี้ (สุลักษณ์ ศิวรักษ์ 2533:192)

1. จะต้องให้บริการต่อสังคม ซึ่งไม่ขัดแย้งกับวิชาชีพอื่น
1. จะต้องมึระยะเวลาที่ให้การศึกษแก่สมาชิกของอาชีพ ซึ่งมีระยะเวลาให้การศึกษแก่สมาชิกของอาชีพ ซึ่งยาวพอควรอย่างน้อยควรถึงขั้นปริญญาตรีขึ้นไป
2. สมาชิกของวิชาชีพชั้นสูงนั้นๆที่เรียกว่า Professional Autonomy ซึ่งหมายถึงผู้ที่จบการอบรมแล้วไปประกอบอาชีพในฐานะสมาชิกวิชาชีพ ต้องมีเสรีภาพในการปฏิบัติงานตามลักษณะงานของตน
3. จรรยาบรรณ เพื่อเป็นเครื่องเหนี่ยวรั้งให้คนในอาชีพปฏิบัติตนให้เหมาะสมตามลักษณะของวิชาชีพนั้นๆ
4. มีสมาคมวิชาชีพ ซึ่งเป็นศูนย์กลางสำหรับยกระดับมาตรฐานและเผยแพร่วิชาชีพเป็นศูนย์กลางสำหรับความสัมพันธ์ของผู้ร่วมอาชีพเดียวกัน

ความสำคัญของจรรยาบรรณวิชาชีพ (สุลักษณ์ ศิวรักษ์ 2533:192)

1. ควบคุมมาตรฐานในการทำงาน คุณภาพและประเมิณงาน ตลอดจนการให้บริการ
2. ควบคุมจริยธรรม ให้มีความซื่อสัตย์ สุจริต ยุติธรรม มีความอดทน มีน้ำใจ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ รู้จักหาความรู้เพิ่มเติมตลอดเวลา

3. ส่งเสริมจริยธรรมระหว่างวิชาชีพด้วยกัน เช่น ความสามัคคีปรองดองกัน มีความเห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกัน
4. พัฒนาและเผยแพร่วิชาชีพให้เป็นที่รู้จักและเชื่อถือของบุคคลทั่วไป
5. เน้นภาพลักษณ์ที่ดีของผู้มีจริยธรรมให้เด่นชัดขึ้น เช่น การเป็นผู้เสียสละ เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม และรับผิดชอบในหน้าที่การงาน
6. การกำหนดหน้าที่ และคุ้มครองสิทธิตามกฎหมาย สำหรับผู้ที่ประกอบวิชาชีพโดยถูกต้องตามทำนองคลองธรรม

ความสำคัญของจรรยาบรรณสื่อมวลชน

การมีจรรยาบรรณกำกับความประพฤติของสื่อมวลชนมีความสำคัญต่อทั้งวงการสื่อสารมวลชน, ต่อทั้งนักสื่อสารมวลชน, ต่อทั้งประชาชนและสังคม ดังรายละเอียดต่อไปนี้ (ประมวลระเทศวิน 2541:205)

ก. เป็นแนวทางในการควบคุมความประพฤติของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม แม้จรรยาบรรณจะไม่มีบทลงโทษ แต่ผู้ฝ่าฝืนจะถูกลงโทษทางสังคมจากผู้ร่วมวิชาชีพในรูปของการไม่สมาคมด้วย, การต่อต้าน, การดูแคลน ฯลฯ ผู้ฝ่าฝืนจึงเปรียบเสมือนแกะดำของวงการสื่อสารมวลชน

ข. ทำให้นักสื่อสารมวลชนและวิชาชีพสื่อมวลชนได้รับการยกย่องให้เกียรติ และศรัทธาจากประชาชน รวมทั้งประชาชนจะช่วยส่งเสริมและปกป้องเสรีภาพของสื่อมวลชน

ค. ทำให้ผู้ประกอบการสื่อสารมวลชนเกิดความภูมิใจในอาชีพของตน อันเป็นแรงจูงใจให้นักสื่อสารมวลชนปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบเป็นนิสัย

ง. เป็นเกราะป้องกันเสรีภาพของสื่อมวลชน เพราะหากสื่อมวลชนไม่ว่าจะโดยตัวบุคคลคือนักสื่อสารมวลชน หรือโดยสถาบันคือสถาบันสื่อมวลชน ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความบริสุทธิ์ ยุติธรรม ถูกต้อง และมีจริยธรรม สร้างประโยชน์แก่ประชาชนและสังคมแล้ว จะไม่มีผู้ใดกล้ากดขี่บังคับและควบคุมสื่อมวลชนโดยการอ้างความไม่รับผิดชอบต่อสื่อมวลชนได้เลย

จ. เป็นหลักประกันให้ประชาชนเกิดความมั่นใจในความประพฤติของผู้ประกอบวิชาชีพนักสื่อสารมวลชน ความมั่นใจของประชาชนต่อวิชาชีพใดวิชาชีพหนึ่งนั้นขึ้นอยู่กับการมีจรรยาบรรณควบคุมความประพฤติของผู้ประกอบวิชาชีพนั้นๆ

ฉ. ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชนและสังคม ในสังคมประชาธิปไตยการมีสื่อมวลชนที่มีจริยธรรมและปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นเป็นประโยชน์ต่อประชาชนและสังคมเป็นอย่างยิ่ง ประชาชนอาศัยสื่อมวลชนเป็นที่พึ่งในเรื่องสิทธิที่จะรู้ และสิทธิที่จะได้รับ

ข่าวสารและความคิดเห็น เพราะข่าวสารและความคิดเห็นเป็นหัวใจสำคัญของการปกครองระบอบประชาธิปไตย

ซ. เป็นปัจจัยพื้นฐานสำหรับการพัฒนา และความเจริญก้าวหน้าของวิชาชีพสื่อมวลชน ความเจริญก้าวหน้าของวิชาชีพย่อมขึ้นอยู่กับคุณภาพของผู้ประกอบวิชาชีพ นักสื่อสารมวลชนที่มีจริยธรรม วิชาชีพสื่อมวลชนที่มีจรรยาบรรณกำกับความประพฤติของนักสื่อสารมวลชน ย่อมเป็นปัจจัยพื้นฐานในการสร้างนักสื่อสารมวลชนที่มีคุณภาพซึ่งจะเป็นกลไกที่นำไปสู่การพัฒนาอาชีพต่อไป

"จะเกิดอะไรขึ้น ถ้าพนักงานสื่อพิมพ์คนหนึ่งเป็นผู้ไม่รักษาจรรยาบรรณในวิชาชีพของตน เขาเคยได้รับข้อมูลบางอย่างจากแหล่งข่าว ซึ่งข้อมูลสำคัญนี้ถือได้ว่าเป็นความลับที่ต้องปกปิด หากเปิดเผยแหล่งข่าวนั้นเป็นใคร จะโดยความตั้งใจหรือรู้เท่าไม่ถึงการณ์ก็ตาม แหล่งข่าวนั้นอาจได้รับอันตรายถึงชีวิต ซึ่งเหตุการณ์เช่นนี้ เคยเกิดขึ้นแล้วในวงการหนังสือพิมพ์ ผลของการขาดความรับผิดชอบในการปกปิดที่มาของแหล่งข่าวนี้นำมาซึ่งความสูญเสียต่อวงการหนังสือพิมพ์ต่ออาชีพของตัวนักข่าวเองที่ไม่มีใครเชื่อถือให้ข่าวแก่เขาอีก แต่ที่สำคัญที่สุดนั้นชีวิตของแหล่งข่าวสารผู้นั้นก็ได้สูญเสียไปแล้วอย่างไม่มีวันกลับ ทั้งหมดนั้นเกิดจากการขาดความรับผิดชอบในจรรยาบรรณในวิชาชีพของตนเอง อันนำมาซึ่งผลเสียหายอย่างใหญ่หลวง" (ริชาร์ด ฮัมเป 2530:25)

กรอบการปฏิบัติงานของอาชีพต่างๆ จะมีข้อตกลงของผู้ประกอบอาชีพเดียวกันที่ยึดเป็นข้อปฏิบัติ เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานที่รู้จักว่าสิ่งใดถูก สิ่งใดผิด และมีคุณความดีเกิดขึ้น มันจะเป็นพื้นฐานของการกระทำที่ดีเพื่อความเจริญก้าวหน้าในวิชาชีพ

จรรยาบรรณจึงไม่ใช่แต่เพียงการยึดถือผลการกระทำที่ดีต่อบุคคลอื่นเท่านั้น แต่การคงไว้ซึ่งความถูกต้องนี้ มันจะส่งผลสะท้อนกลับสู่ตนเองและวิชาชีพของตนเองในที่สุด (ริชาร์ด ฮัมเป 2530:26) ความรับผิดชอบ Responsibility เทียบกับหลักธรรมทางพุทธศาสนา ได้แก่ ปริญญา คือ การกำหนดรู้หน้าที่พึงทำ และกำหนดสติรับผิดชอบต่อหน้าที่นั้น อีกอย่างหนึ่งเทียบได้กับสัญญา คือ ความรู้จริงในงานที่ทำ กิจญาณ รู้ว่าควรทำ หรือไม่ควรทำ กตญาณ รู้ว่าทำแล้วและกำหนดไว้ว่าสิ่งที่ทำไปนั้นถูกธรรม หรือ ผิดธรรม มีอธิบายง่าย ๆ ว่าผู้รู้จักหน้าที่ของตน คือ ผู้มีความรับผิดชอบ รู้จักรับผิดชอบ ถือว่ารู้หน้าที่ คนเช่นนี้ย่อมไม่ทำอะไรโดยเฉพา การใช้เสรีภาพตามอำเภอใจ กำหนดได้ว่าสิ่งที่ทำไป ถูกธรรมหรือผิดธรรม ถ้าผิดต้องยอมรับผิดและแก้ไขความผิดนั้นเสีย (เสถียร พันธรัชนี 2522:119)

จรรยาบรรณของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ

จรรยาบรรณหนังสือพิมพ์

เพื่อให้สถาบันหนังสือพิมพ์เป็นที่เชื่อถือของประชาชน จึงเห็นสมควรกำหนดจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ขึ้น เมื่อพ.ศ. 2519 เพื่อเป็นจรรยาบรรณของนักหนังสือพิมพ์โดยทั่วไป ดังต่อไปนี้

1. การส่งเสริมและรักษาไว้ซึ่งเสรีภาพของหนังสือพิมพ์เป็นภารกิจอันมีความสำคัญเหนืออื่นใดสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์
2. การเสนอข่าว ภาพ หรือการแสดงความคิดเห็นต้องเป็นไปด้วยความสุภาพ สุจริต ปราศจากความมุ่งหวังในประโยชน์ส่วนตนหรืออามิสสินจ้างใดๆ
3. การเสนอข่าว ต้องเสนอแต่ความจริง พึงละเว้นการต่อเติมเสริมแต่ง หากปรากฏว่าข่าวใดๆไม่ตรงต่อความจริง ต้องรีบแก้ไขโดยเร็ว
4. การที่จะให้ได้ข่าว - ภาพ หรือข้อมูลบางอย่างมาเป็นของตน ต้องใช้วิธีที่สุภาพหรือซื่อสัตย์
5. ต้องเคารพต่อความไว้วางใจที่ได้รับมอบหมายจากการปฏิบัติหน้าที่ในวิชาชีพของตน
6. ต้องปฏิบัติหน้าที่ของตน โดยถือเอาสาธารณประโยชน์เป็นสำคัญ ไม่ใช่ตำแหน่งหน้าที่แสวงหาประโยชน์ส่วนตัวหรือหมู่คณะโดยมิชอบ
7. ต้องไม่กระทำการใดๆอันเป็นการบั่นทอนเกียรติคุณของวิชาชีพหรือความสามัคคีของเพื่อนร่วมวิชาชีพ (ดูอ่าน วุฒิสภากฎหมาย 2536: 147-148)

ประกาศ ณ วันที่ 21 สิงหาคม พุทธศักราช 2519

จรรยาบรรณของนักวิทยุกระจายเสียงและนักวิทยุโทรทัศน์

มีสถาบันของผู้ประกอบอาชีพนักวิทยุกระจายเสียงและนักวิทยุโทรทัศน์ในประเทศไทยอยู่ 2 สถาบัน คือสมาคมนักวิทยุแห่งประเทศไทย และชมรมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ แต่ทั้ง 2 สถาบันก็ยังไม่เคยมีจรรยาบรรณออกมาใช้เพื่อควบคุมนักวิทยุกระจายเสียงและนักวิทยุโทรทัศน์

เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาเรื่องจรรยาบรรณวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ จึงขอ นำจรรยาบรรณที่ถือปฏิบัติกันในประเทศสหรัฐอเมริกา มาศึกษา

ในประเทศสหรัฐอเมริกา สมาคมวิชาชีพของนักวิทยุกระจายเสียงและนักวิทยุโทรทัศน์ คือ สมาคมนักกระจายเสียงแห่งชาติ (National Association of Broadcasters หรือ NAB) สมาคมได้

ออกจรรยาบรรณเป็น 2 จรรยาบรรณต่างจากกัน จรรยาบรรณหนึ่งสำหรับนักวิทยุกระจายเสียง เรียกว่า จรรยาบรรณวิทยุกระจายเสียง (The Radio Code) อีกจรรยาบรรณหนึ่งสำหรับนักวิทยุโทรทัศน์ เรียกว่า จรรยาบรรณวิทยุโทรทัศน์ (The Television Code)

จรรยาบรรณวิทยุกระจายเสียง

ในปีค.ศ.1937ส่วนใหญ่ของนักวิทยุกระจายเสียงได้รับรองประกาศมาตรฐานการปฏิบัติงานวิทยุกระจายเสียง (standards of practice) วัตถุประสงค์ของประกาศมาตรฐานการปฏิบัติงานวิทยุกระจายเสียงก็เพื่อสร้างแนวทาง และหลักวิชาสำหรับปฏิบัติในการจัดรายการและการโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียง

ประกาศมาตรฐานการปฏิบัติงานวิทยุกระจายเสียงได้กลายมาเป็นจรรยาบรรณในเวลาต่อมา ในปี ค.ศ. 1978 ได้มีการปรับปรุงแก้ไขจรรยาบรรณวิทยุกระจายเสียงเป็นฉบับที่ 21 ประกาศใช้เมื่อเดือนมิถุนายน ค.ศ. 1978 (The Radio Code, Twenty-First Edition, June 1978) ซึ่งมีสาระสำคัญบางส่วน ดังต่อไปนี้

“หลักความเชื่อของนักวิทยุกระจายเสียง” (The Radio Broadcaster’s Creed)

เราเชื่อว่า :

- การกระจายเสียงวิทยุในสหรัฐอเมริกา เป็นสัญลักษณ์ที่มีระบอบประชาธิปไตย : เป็นเครื่องมือที่สำคัญ และจำเป็นต่อการรักษาเสรีภาพในการแสดงออก (freedom of expression) ตามที่บัญญัติในการแก้ไขครั้งที่ 1 ของรัฐธรรมนูญสหรัฐ (The First Amendment to the Constitution of the United States)

- การมีส่วนร่วมของการกระจายเสียงวิทยุต่อศิลปะ, วิทยาศาสตร์, การศึกษา, การค้า รวมทั้งสวัสดิการสาธารณะ มีศักยภาพที่จะมีอิทธิพลต่อการบรรลุประโยชน์ร่วมกันของสังคมโดยส่วนรวม

- เป็นพันธะของเราในอันที่จะให้บริการแก่ประชาชนในลักษณะที่นำมาซึ่งความน่าเชื่อถือต่ออาชีพของเรา และเป็นพันธะของเราในอันที่จะส่งเสริมความทะเยอทะยานของมวลชนผู้รับสาร เพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ดีขึ้น พันธะนี้จะสำเร็จลงได้โดยการกระทำผ่านทุกขั้นตอนของศิลปะการกระจายเสียง เช่น การจัดรายการซึ่งอาจจะถ่ายทอดให้เห็นถึงความพยายามของสหรัฐที่มุ่งไปสู่เป้าหมายที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน

- เราควรจะใช้แหล่งความรู้, ความสามารถ และทักษะอย่างเต็มที่และฉลาด ตลอดจนควรจะใช้ดุลยพินิจพิจารณาและสุ่มในการปฏิบัติทางการกระจายเสียงไปสู่จุดมุ่งหมาย ซึ่งเราจะทำได้อย่างฉลาดเข้าอกเข้าใจด้วยการ :

สังเกตทั้งหลักที่มีอยู่ และพัฒนาแนวคิดที่ส่งผลต่อสังคมของเรา
 เคารพและส่งเสริมเกียรติภูมิของประชาชนทุกคน
 ส่งเสริมชีวิตประจำวันของประชาชนด้วยการรายงานความจริงและวิเคราะห์ข่าว รวมทั้ง
 การจัดรายการการศึกษา, บันเทิง และข่าวสาร

ให้มีการแสดงความคิดเห็นโต้แย้งต่อประเด็นของส่วนรวม, เข้าร่วมในกิจกรรมที่มุ่ง
 ประโยชน์ร่วมกัน และให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่ส่วนรวมในภาวะของความตึง
 เครียดและฉุกเฉิน

ช่วยสวัสดิการด้านเศรษฐกิจของทุกคนด้วยการขยายช่องทางการค้า, การส่งเสริมการ
 พัฒนาและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ, การนำผู้ซื้อและผู้ขายให้มาอยู่ด้วยกัน โดยการ
 เผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการ (William L. Rivers, Wilber Schramm and Clifford G.
 Christians 1980:307-308)

จรรยาบรรณวิทยุโทรทัศน์

ในปี ค.ศ.1978 สมาคมนักกระจายเสียงแห่งชาติของสหรัฐอเมริกา ได้ทำการปรับปรุง
 แก้ไขจรรยาบรรณ เป็นฉบับที่ 20 ประกาศใช้เมื่อเดือนมิถุนายน (The Television Code, twentieth
 Edition, June 1978) ค.ศ.1978 จรรยาบรรณฉบับนี้มีสาระสำคัญ ดังนี้

“คำปรารภ” (Preamble)

ความรับผิดชอบของนักกระจายเสียง (Broadcasters' Responsibilities)

เกือบทุกบ้านของชาวอเมริกันเปิดดูโทรทัศน์ บ้านเหล่านี้มีทั้งเด็กและผู้ใหญ่ ทุกวัย, ทุก
 เชื้อชาติ, ทุกอุดมการณ์และศาสนาและทุกระดับการศึกษา นักกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ต้อง
 นำเอาความหลากหลายของมวลชนผู้รับสารมาประกอบการพิจารณาในการจัดรายการสถานีวิทยุ
 โทรทัศน์ของตน นักกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ทุกคนมีพันธะต่อความรับผิดชอบต่อวิชาชีพและ
 การใช้ดุลพินิจอย่างมีเหตุผลในการพัฒนา, การผลิต และเลือกการ

.....

มาตรฐานของรายการ (Program Standards)

1. หลักควบคุมเนื้อหาของรายการ (Principles Governing Program Content)

เป้าหมายทั่วไป (General Goals)

ในฐานะเป็นสื่อมวลชนที่สำคัญ วิทยุโทรทัศน์จึงควรใส่ใจในการที่จะส่งเสริมรายการใหม่ๆ รายการที่แสดงให้เห็นถึงทักษะการสร้างสรรค์ระดับสูง, รายการเกี่ยวกับศีลธรรมและปัญหาสังคมสำคัญๆ และแนวคิดที่ทำทนาย ตลอดจนเรื่องอื่นที่เกี่ยวข้องกับโลกที่ผู้ชมอาศัยอยู่

รายการโทรทัศน์ไม่ควรเพียงแต่สะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลของสถาบันต่างๆที่กำหนดค่านิยมและวัฒนธรรมของประชาชนเท่านั้น แต่ควรจะเปิดเผยให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงสังคมซึ่งมีผลต่อชีวิตของประชาชนด้วย (William L. Rivers. Wilber Schramm and Clifford G. Christians 1980:321-340)

ในการรายงานข่าวของสื่อมวลชนจำเป็นต้องคำนึงถึงจรรยาบรรณหรือจริยธรรมของการเสนอข่าว ซึ่งสุภา ศิริมานนท์ อดีตนักหนังสือพิมพ์ ได้เสนอไว้ที่น่าสนใจและควรนำไปปฏิบัติอย่างยิ่ง สรุปได้ดังนี้ (ฉอาน วุฒิกกรรมรักษา 2536)

1. หลักว่าด้วยความจริงที่แท้จริง (Objectivity) นักหนังสือพิมพ์ย่อมได้รับความคาดหวังจากผู้อ่านทั่วไปว่า คำบอกเล่าข่าวสารที่หนังสือพิมพ์เป็นผู้รายงานเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคมจะหมดจด ครบถ้วน ไม่ลำเอียง ไม่ว่าจะป็นในแง่ใดของข่าว นั่นคือจะไม่สอดแทรกทัศนะส่วนตัวลงไปในการรายงานข่าวนั้นๆ

2. หลักว่าด้วยความซื่อสัตย์ (Honesty) หรือความสัตย์จริงๆ หลักการทางจริยธรรมที่กำหนดไว้เกี่ยวกับกรณีความสัตย์จริงเป็น 2 ประการด้วยกันคือ ประการแรก ต้องเสนอรายงานข่าวที่เป็นจริงมิใช่เสนอนิยาย และประการที่สอง ต้องรักษาวาจาที่ได้ให้คำมั่นหรือตักปากลงคำกับแหล่งข่าวหรือผู้ให้ข่าวสารว่าจะต้องไม่เปิดเผยแหล่งข่าวโดยเด็ดขาด

3. หลักว่าด้วยการลอก คัดเรื่องของคนอื่นแล้วที่กักเอาว่าเป็นของตนนั้น ได้แก่ การลอกคัดจริงๆ ไม่ว่าจะลอกคัดแต่เพียงเฉพาะส่วนสาระสำคัญ หรือไม่ว่าจะลอกคัดทั้งดุ้น ลอกคัดชนิดคำต่อคำ แล้วก็ใส่ชื่อของตนเองลงไป

อิสรา อมันตกุล อดีตนักข่าวและนักหนังสือพิมพ์ ได้กล่าวถึงหลักจริยธรรมในบัญญัติ 8 ประการ (2528) ว่า

1. นักข่าวพึงกระทำทุกสิ่งทุกอย่างในอำนาจหน้าที่ของตน เพื่อให้รายงานข่าวที่เสนอออกสู่ประชาชนคนอ่านมีความถูกต้องเที่ยงแท้แน่นอนที่สุด ก่อนที่จะรายงานข่าวหนึ่งข่าวใดออกไป นักข่าวพึงใช้ความรู้และความสามารถตรวจสอบจนกระทั่งมั่นใจว่าจะไม่ผิดพลาด การบิดเบือนข้อเท็จจริงก็ดีและหรือการระงับ ยับยั้งข้อเท็จจริงไว้โดยเจตนาที่ยอมดี ย่อมไม่ใช่วิสัยของนักข่าวที่ซื่อสัตย์ต่อวิชาชีพ

2. พึงระลึกว่าปัจเจกทุกคนมีสิทธิที่จะป้องกันชื่อเสียง เกียรติยศ และเอกภาพของเขาไว้

สิทธิดังกล่าวนี้พึงได้รับความเคารพจากนักข่าว โดยงดเว้นไม่เสนอข่าวอันเป็นการละเมิดเรื่องราวส่วนตัวของบุคคลผู้ใด เว้นไว้แต่ได้พิจารณาเห็นแล้วว่าจำเป็นจะต้องกระทำเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม

3. ในการนำเสนอรายงานข่าวอันผิดพลาดหรือเป็นเท็จออกไป หนังสือพิมพ์จะต้องแก้ไขข่าวนั้นให้ถูกต้องโดยรีบด่วนที่สุดในเนื้อที่ซึ่งประชาชน คนมีอำนาจจะแลเห็นได้ง่าย

4. ในการเสนอรายงานข่าวพึงถือเป็นข้อห้ามเด็ดขาดที่ไม่แทรกแซงความคิดเห็นปะปนลงไปด้วย ข่าวกับความคิดเห็นจะต้องแยกออกจากกันโดยเด็ดขาด

5. ควรใช้ดุลยพินิจให้ละเอียดรอบคอบเกี่ยวกับแหล่งที่มาของข่าว เพื่อป้องกันมิให้ข่าวที่เสนอออกสู่ประชาชน คนอ่าน กลายเป็นโฆษณาชวนเชื่อ เพื่อผลประโยชน์ของบุคคลบางคนหรือบางกลุ่ม หนึ่งในกรณีที่จำเป็นนักข่าวจะต้องปกปิดแหล่งที่มาของข่าวซึ่งควรได้รับรายงานให้เป็นความลับโดยเข้มงวดที่สุด

6. ในการเสนอข่าวอาชญากรรม นักข่าวพึงระลึกให้แม่นยำว่า ผู้ต้องหาในคดีต่างๆยังเป็นผู้บริสุทธิ์อยู่ เว้นไว้แต่เขาจะตกเป็นจำเลยตามการชี้ขาดของศาลที่มีอำนาจตามกฎหมาย นักข่าวที่ดีย่อมจักไม่ด่วนประณามผู้ต้องหาว่าเป็นผู้กระทำผิด เพื่อสร้างรสชาติตื่นเต้นให้แก่ผู้อ่านในการเสนอข่าวของตนเป็นอันขาด การเรียกผู้ต้องหาว่า “อ้ายเสือ” ก็ดี “มือปืน” ก็ดี “อาชญากรเหี้ยม” ก็ดี ฯลฯ เพื่อบรรยายข่าวให้ตื่นเต้นโลดโผน เป็นการกระทบกระเทือนจิตใจตลอดจนรูปคดีของผู้ต้องหาอย่างร้ายแรง อันเป็นเรื่องพึงระมัดระวังอย่างกวดขัน

7. นักข่าวที่ดี นักหนังสือพิมพ์ที่ดี จะรับสินบนไม่ว่าจะมาในรูปแบบไหนไม่ได้ทั้งสิ้น หรือจะปลอ่ยให้ผลประโยชน์ส่วนตัวมีอิทธิพลเหนือความสำนึกในความเป็นธรรมและความเป็นกลางย่อมไม่ได้ดั่งกัน

8. ข่าวและเรื่องราวที่ก่อความเสื่อมทรามทางศีลธรรมเช่นเดียวกับข่าวและเรื่องราวที่เป็นภัยต่อความมั่นคง เสถียรภาพและอธิปไตยของประเทศชาติ ไม่พึงเสนอโดยเด็ดขาด

สำหรับแนวความคิดพื้นฐานเกี่ยวกับหลักจริยธรรมของสื่อมวลชนในโลกตะวันตก (โลกเสรี) อาจแบ่งออกได้เป็น 2 ประการ (สุกัญญา ตีระวนิช 2532) คือ

1. แนวคิดมุ่งสู่บุคคล (People-oriented) หมายถึง แนวคิดที่คำนึงถึงผู้รับสารเป็นหลัก การตัดสินใจเกี่ยวกับความถูกต้อง-ผิดชอบของสื่อมวลชนจะออกมาในลักษณะอัตวิสัย (Subjective) กล่าวคือ จะเอาอารมณ์ความรู้สึกของเขามาเป็นเครื่องพิจารณาตัดสินการกระทำของเขา

2. แนวคิดมุ่งสู่เหตุการณ์ (Event-oriented) หมายถึง แนวคิดที่คำนึงข้อเท็จจริงเป็นหลัก

ใหญ่ เขาจะไม่สนใจว่าข่าวนี้จะมีผลต่อผู้อื่นมากน้อยเพียงใด เขาใส่ใจแต่การรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างเป็นกลาง (Objective) เขาพยายามจะไม่นำอารมณ์ ความรู้สึกของเขาเข้าไปผูกพันกับเหตุการณ์โดยถือว่าข้อเท็จจริงเป็นสิ่งที่ศักดิ์สิทธิ์ทีเดียว

สื่อสาธารณะในฐานะที่เป็นผู้นำความคิดเห็น และมีอิทธิพลในด้านต่างๆทางสังคมในทางความคิดเห็นและมีอิทธิพลสามารถจูงใจประชาชนที่เป็นผู้รับสาร ทั้งในด้านดีและไม่ดี ในด้านแนวคิด ความประพฤติ และการปฏิบัติ ดังนั้นการเสนอบทบาทและหน้าที่ของสื่อสาธารณะจึงจำเป็นจะต้องมีจริยธรรมและความรับผิดชอบควบคู่กันไปด้วย ซึ่งสื่อสาธารณะที่ดีจะมีความรู้สึกผิดชอบชั่วดีมาประกอบการนำเสนอข่าวสาร อีกทั้งจะต้องยกระดับบรรณนิยมของผู้อ่าน ผู้ฟัง ผู้ชมให้สูงขึ้นทีละน้อยด้วย ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาถึงความเหมาะสมของการเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะ โดยใช้แนวความคิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณมาเป็นกรอบเพื่อใช้ในการศึกษาความเหมาะสมในการนำเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะ

2.4 ทฤษฎีความรับผิดชอบทางสังคมของสื่อมวลชน

ความหมายของความรับผิดชอบ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2493 (เพิ่มเติม 2526) เขียนไว้ว่า รับผิดชอบ คือ "ยอมตามผลที่ดีหรือไม่ดีในกิจการที่ได้กระทำไป" เป็นคำไทยที่มีความหมายใกล้เคียงกับคำว่า responsible

สมควร กวียะ ได้ให้ความหมายของ ความรับผิดชอบ ไว้ว่าเป็น สภาพหรือลักษณะนิสัย ยอมรับในผลที่ดีหรือไม่ดี ในเหตุการณ์หรือกิจกรรมที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลได้กระทำ กำลังกระทำ หรือจะกระทำ (สมควร กวียะ 2532:99)

ทัศนะเกี่ยวกับสื่อมวลชนกับความรับผิดชอบ

สื่อมวลชน คือ องค์กรหรือสถาบันที่มีบทบาทหน้าที่หลักในการให้บริการข่าวสารแก่สาธารณะชนหรือประชาชนจำนวนมากที่อาศัยอยู่ในขอบเขตของสังคมหนึ่งหรือหลายสังคม โดยทั่วไปสื่อมวลชนจะมุ่งให้ข่าวสารแก่ประชาชนในขอบเขตของสังคมที่มีการจัดรูปองค์กรที่แน่นอนแล้ว เช่น จังหวัด ประเทศ เป็นต้น ทำให้เกิดมีสื่อมวลชนเมือง สื่อมวลชนภูมิภาค

สื่อมวลชนของชาติขึ้น แต่ในหลายกรณีสื่อมวลชนอาจจะสร้างสังคมขึ้นมาซ้อนสังคมหรือร่วมสังคมก็ได้ เพราะสื่อมวลชนอาจมีความสนใจหรือผลประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ และอาศัยเหลื่อมล้ำกันอยู่ในสังคมต่างๆ

เมื่อเป็นเช่นนี้ การดำเนินงานของสื่อมวลชนจึงมีผลหรือประสิทธิผลไปถึงสังคม ทั้งในแง่ดีและแง่ร้าย ปัญหาที่สำคัญที่สุดก็คือ บ่อยครั้งที่สื่อมวลชนมีเจตนาดีต่อสังคมเล็ก แต่จะส่งผลร้ายต่อสังคมใหญ่ เช่น สถานีวิทยุกระจายเสียงที่สนับสนุนรัฐบาลเผด็จการ หนังสือพิมพ์ที่ปกป้องผลประโยชน์ของกลุ่มธุรกิจที่เอาตัวเอาเปรียบประชาชน สถานีโทรทัศน์ที่ออกรายการสินค้าที่เป็นพิษเป็นภัย เป็นต้น ความรับผิดชอบต่อสังคมเล็กจึงกระทบกระเทือนต่อผลเสียของสังคมใหญ่ได้ ดังนั้นการศึกษาเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชน จึงต้องศึกษาจากมุมมองของกลุ่มสาขาวิชาการและวิชาชีพต่างๆ ซึ่งจะขอหยิบยกมาในบางสาขาที่สำคัญและเกี่ยวข้อง ได้แก่

- ทัศนะทางรัฐศาสตร์และสังคมวิทยา

ทัศนะทางรัฐศาสตร์มองเห็นว่า รัฐมีความสำคัญกว่าสังคมเพราะรัฐอยู่เหนือสังคมและมีความรับผิดชอบต่อสังคมอยู่แล้ว สื่อมวลชนจึงควรต้องมีความรับผิดชอบต่อรัฐ ซึ่งหมายความว่าต้องช่วยส่งเสริมความมั่นคงปลอดภัยของรัฐและความสงบเรียบร้อยของพลเมือง

ทัศนะสังคมวิทยาเพิ่งเกิดทีหลังที่ทัศนะรัฐศาสตร์ แต่พยายามที่จะมองสังคมในมุมที่ลึกและกว้างรัฐ นักสังคมวิทยาเชื่อว่า สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือสื่อสารของสังคมมวลชน จึงควรจะต้องมีความรับผิดชอบต่อผลดีและผลไม่ดีที่เกิดขึ้นจากบทบาทหน้าที่ของตน มิฉะนั้น สังคมมวลชนจะไม่สามารถรวมตัวกันเพื่อให้เกิดประโยชน์สุขต่อบรรดาสมาชิก

- ทัศนะทางศีลธรรมและจริยธรรม

ทัศนะทางศีลธรรมและจริยธรรมเห็นว่าสื่อมวลชนทั้งในฐานะปัจเจกชนและองค์กรควรจะต้องประกอบกรรมดีต่อเพื่อนมนุษย์และสังคม ตามหลักศีลธรรมของศาสนาและหลักจริยธรรมของวิชาชีพ

- ทัศนะทางนิเทศศาสตร์

มีแนวโน้มที่จะเชื่อว่าสื่อมวลชนเป็นสถาบันสังคมและสถาบันวิชาชีพที่จะต้องอาศัยความรู้ ทักษะ และมโนธรรมความรับผิดชอบต่อความสำเร็จในการรับสาร และส่งสารไปยังมวลชน

นักนิเทศศาสตร์ได้ค้นคว้าและสร้างทฤษฎีไว้มากหลายที่แสดงให้เห็นสัมพันธ์ภาพแน่นแฟ้นระหว่างสื่อมวลชนกับสังคม ซึ่งต่างก็มีอิทธิพลต่อกันและกัน สื่อมวลชนจึงต้องรับผิดชอบต่อสังคมอย่างไม่มีทางหลีกเลี่ยง ความเห็นของนักนิเทศศาสตร์ต่างกับทัศนะทางสังคมวิทยาที่ว่าสื่อมวลชนมิได้มีความรับผิดชอบต่อในฐานะสถาบันสังคมเท่านั้นแต่ในฐานะสถาบันวิชาชีพอีกด้วย

เพราะสื่อมวลชนมีลักษณะ ทักษะ และจรรยาบรรณเป็นการเฉพาะของตนเช่นเดียวกับสถาบันวิชาชีพอื่นๆ การปฏิบัติหน้าที่จึงมิได้เน้นที่อำนาจ แต่เน้นที่สมรรถภาพและความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานในสังคมเป็นสำคัญ (สมควร กวียะ 2532:871)

ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม

สังคมแบบโซเชี่ยลลิสต์ถูกมองว่าเป็นสังคมที่ถูกกำหนดหรือสังคมปิด ตรงกันข้ามกับสังคมแบบทุนนิยมก็ถูกมองว่าเป็นสังคมปล่อยหรือสังคมเปิด ซึ่งเป็นลักษณะของสังคมมนุษย์ที่ปล่อยให้เป็นไปตามธรรมชาติแก่งแย่งชิงดีกัน ลักษณะอย่างนี้ ถ้าไม่มีขอบเขตการควบคุมก็คองจะนำไปสู่ปัญหาเศรษฐกิจปริศนาสังคม และอาจกลายเป็นความขัดแย้งรุนแรงทางการเมืองได้

จากการต่อสู้ทางความคิดมาจนถึงคริสต์ศตวรรษที่19 หนังสือพิมพ์อเมริกันก็ได้รับเสรีภาพ ภายใต้การรับรองของปฏิญญาว่าด้วยอิสรภาพ (The Declaration of Independence 1776) รัฐธรรมนูญแห่งสหรัฐ ค.ศ. 1789 และ โดยเฉพาะอย่างยิ่งฉบับแก้ไข ค.ศ.1791 ที่ห้ามมิให้รัฐสภาออกกฎหมายอันเป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชนและเสรีภาพของหนังสือพิมพ์ แต่เสรีภาพนี้เป็นประหนึ่งดาบสองคม เพราะนอกจากจะช่วยเปิดสังคมให้เป็นตลาดเสรีของข่าวสารและความเห็นตามทฤษฎีปรัชญาเสรีนิยมแล้ว ยังก่อให้เกิดสภาวะการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ 3 ประการ คือ การใช้เสรีภาพในทางที่ผิด (abuse of freedom) การรวมกระจุกของสื่อมวลชน (media concentration) และความไม่รับผิดชอบต่อสังคม (social irresponsibility) ซึ่งสภาวะการณ์ทั้ง 3 ประการนี้มีผลผลักดันให้นักคิดนักปฏิบัติ เริ่มแสวงหาแนวทางใหม่

ทฤษฎีเสรีนิยมทางการสื่อสารมวลชนเกิดขึ้นพร้อมกับขบวนการปัญญาสว่าง (enlightenment) ของศตวรรษที่17-18 ที่เชื่อว่ามนุษย์มีความสามารถ มีเหตุผล มีความสนใจเฉพาะตน (self-interest) ที่นำไปสู่การสร้างสรรค์บำเพ็ญประโยชน์ต่อส่วนรวม แต่ในศตวรรษที่ 19 และ20 การค้นพบของนักวิทยาศาสตร์ชาร์ล ดาร์วิน และแอลเบิร์ต ไอน์สไตน์ นอกจากเป็นการค้นพบทางวิทยาศาสตร์แล้ว ยังเป็นการปฏิวัติแนวทางของความคิด และแนวทางการศึกษาวิชาสังคมศาสตร์อีกด้วย จึงทำให้เกิดข้อกังขาขึ้นมาว่า มนุษย์มิได้มีความสมบูรณ์อย่างที่เชื่อกัน แต่มนุษย์จำเป็นต้องมีการรวมกลุ่มเพื่อสร้าง เพื่อทำ มนุษย์ต้องมีความรู้และข้อมูลข่าวสารที่ครบครัน จึงจะสามารถให้เหตุผลได้อย่างถูกถ้วน

ห้าสิบปีต่อมา รัฐสภาอเมริกันมีส่วนช่วยสร้างสรรค์ทฤษฎีที่เชื่อว่า มนุษย์จะมีความสมบูรณ์ได้ก็ต่อเมื่อมีการรวมกลุ่มกันเป็นสังคม เสรีภาพของมนุษย์ ของสื่อมวลชนหรือของผู้ใดก็ตามจะมีความหมายก็ต่อเมื่อ มีความรับผิดชอบต่อควบคู่กันไปด้วย ซึ่งเป็นความรับผิดชอบต่อสังคม

ความรับผิดชอบต่อส่วนรวมของทุกสิ่งทุกอย่างส่วนรวมของทุกๆคน ทฤษฎีนั้นเรียกกันว่า ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม

ในปี ค.ศ. 1927 รัฐสภาอเมริกันตั้งคณะกรรมการวิทยุ (Federal Radio Commission) เพื่อจัดสรรความถี่และดูแลเนื้อหารายการ ในปี 1934 รัฐบัญญัติการสื่อสาร (Communication Act) ซึ่งสงวนวิทยุไว้เพื่อสาธารณประโยชน์ จัดตั้งกรรมการการสื่อสาร (Federal Communication Commission) หลักการของคณะกรรมการทั้งสอง ก็ยึดมั่นอยู่กับทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าทฤษฎีเสรีนิยม ยึดมั่นอยู่ในผลประโยชน์และส่วนได้ส่วนเสียของสาธารณชนมากกว่าส่วนบุคคล

คณะกรรมการว่าด้วยเสรีภาพของสื่อมวลชน ได้เสนอมาตรฐานของพฤติกรรมที่พึงประสงค์ ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้ คือ

1. สื่อมวลชนจะต้องรายงานเหตุการณ์ประจำวันเฉพาะในส่วนที่มีความหมายด้วยความจริง ความครบถ้วนและด้วยความฉลาดหลักแหลม
2. สื่อมวลชนจะต้องเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนข้อวิพากษ์วิจารณ์ต่างๆ
3. สื่อมวลชนจะต้องฉายให้เห็นภาพที่แท้จริงของกลุ่มต่างๆที่เป็นส่วนประกอบของสังคม
4. สื่อมวลชนจะต้องมีความรับผิดชอบต่อในการเสนอและให้ความกระจ่างเกี่ยวกับเป้าหมายและค่านิยมของสังคม
5. สื่อมวลชนจะต้องเปิดโอกาสอย่างเต็มที่ให้มีการรับรู้ข่าวสารประจำวันอย่างทันต่อเหตุการณ์

สำหรับมาตรการที่จะทำให้บรรลุถึงมาตรฐานทั้ง 5 ข้อ คณะกรรมการได้เสนอแนวทางและแหล่งรับผิดชอบต่อ 3 ประการ คือ 1) สื่อมวลชนจะต้องมีสภานิติวิชาชีพ ในทำนองเดียวกับวิชาชีพเก่าแก่ทั้งหลาย เช่น กฎหมาย แพทย์ เป็นต้น 2) สาธารณชนจะต้องตื่นตัวรับรู้ในอำนาจมหาศาลของสื่อมวลชนในอำนาจที่ถูกรวบไว้ในมือของคนไม่กี่คน และในความล้มเหลวของสื่อมวลชนที่จะตอบสนองความจำเป็นของสังคม สาธารณชนจึงต้องรวมตัวกันเป็นองค์กร หรือสถาบันที่เข้ามาช่วยปรับปรุงพัฒนาวิชาการ และวิชาชีพสื่อมวลชน 3) รัฐบาลจะต้องช่วยสื่อมวลชนเสรีให้เป็นระบบสื่อสารที่ประชาชนพลเมืองต้องการโดยการช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมสื่อมวลชนอย่างถูกวิธี (สมควร กวียะ 2532:903-907)

ลักษณะความรับผิดชอบต่อสื่อมวลชน

สื่อมวลชนในระบอบประชาธิปไตยควรจะปฏิบัติหน้าที่อย่างไร จึงจะถือว่ามีควมรับผิดชอบต่อสังคม? ความรับผิดชอบต่อสื่อมวลชนต่อสังคมประกอบด้วยความเป็นอิสระ

(freedom) ในการปฏิบัติหน้าที่ การเสนอข่าวด้วยความจริงใจและยุติธรรม (truthfulness and fairness) และความหลากหลายของรายการให้ความบันเทิง (pluralism in programming) ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้ (ปรมาะ สตะเวทิน 2541:191)

1) ความเป็นอิสระ (freedom)

ความเป็นอิสระถือว่าเป็นหัวใจของสังคมประชาธิปไตย ในการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีความรับผิดชอบในสังคมประชาธิปไตย สื่อมวลชนจึงจำเป็นต้องมีอิสระ ความเป็นอิสระของสื่อมวลชน ได้แก่

ความเป็นอิสระที่จะเรียนรู้ (Freedom to know)

เป็นสิทธิทางสังคมของคนทุกคนในการที่จะรับข่าวสารเพื่อดำเนินการกับชีวิตของตนเอง และเข้าร่วมในการปกครองได้อย่างเฉลียวฉลาด เป็นสิทธิที่จะเรียนรู้ผ่านทางสื่อมวลชน

ความเป็นอิสระที่จะบอก (Freedom to tell)

เป็นสิทธิในการถ่ายทอดข่าวสารโดยอิสระ และได้แย่งแสดงความคิดเห็นได้โดยเปิดเผย เป็นสิทธิของประชาชนซึ่งแสดงออกทางสถาบันสื่อมวลชน

ความเป็นอิสระในการค้นหาความจริง (Freedom to find out)

เป็นสิทธิในการเข้าถึงแหล่งข่าวสารสาธารณะ (sources of public information) เพราะไม่ใช่ทุกคนที่จะสามารถเข้าถึงแหล่งข่าวสารสาธารณะที่สำคัญๆ เช่น ผู้นำประเทศ, การประชุมรัฐสภา ฯลฯ ได้ สิทธินี้จึงถูกมอบหมายให้แก่สื่อมวลชน

ดังนั้นสื่อมวลชนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมจึงต้องปกป้องความเป็นอิสระของตนจากการแทรกแซงของพลังอำนาจต่างๆ ดังนี้

ก. ความเป็นอิสระจากการควบคุมของรัฐบาล (Government Controls)

รัฐบาลเป็นพลังอำนาจที่มักจะเข้ามาแทรกแซงการดำเนินงานของสื่อมวลชนโดยใช้มาตรการควบคุมต่างๆ เพื่อผลประโยชน์ของประชาชนและประเทศชาติ มาตรการอันหนึ่งก็คือกฎหมาย เช่น กฎหมายคุ้มครองบุคคลและกลุ่มบุคคลต่อการหมิ่นประมาท, กฎหมายลิขสิทธิ์คุ้มครองผู้ประพันธ์และผู้พิมพ์, กฎหมายรักษาความสุภาพและศีลธรรม, กฎหมายคุ้มครองรัฐต่อการกบฏและการปลุกปั่นให้เกิดความไม่สงบในบ้านเมือง ฯลฯ

มาตรการอื่นๆ ได้แก่ การเซ็นเซอร์, การออกใบอนุญาต, การไม่ให้ข่าวสาร ฯลฯ

อย่างไรก็ตาม การเข้ามาควบคุมของรัฐบาลนั้นจะต้องกระทำเฉพาะในกรณีที่เป็นและเมื่อเป็นอันตรายต่อส่วนรวมเท่านั้น

ข. ความเป็นอิสระจากธุรกิจขนาดใหญ่ (Big Business)

การสื่อสารมวลชนเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจขนาดใหญ่อื่นๆ เช่น ธนาคาร, บริษัทน้ำมัน, บริษัทรถยนต์ ฯลฯ ธุรกิจขนาดใหญ่เหล่านี้เข้ามาเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนในรูปของผู้ถือหุ้น, ผู้ให้เงินกู้ หรือผู้ให้โฆษณารายใหญ่

การที่ธุรกิจใหญ่ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องกับธุรกิจสื่อมวลชนจึงทำให้เกิดคำถามว่า สื่อมวลชนจะสามารถปฏิบัติหน้าที่เพื่อสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด

ค. ความเป็นอิสระจากเจ้าของหรือนายทุน (Owner)

เจ้าของหรือนายทุนของสื่อมวลชนอาจเข้ามาแทรกแซงการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชนในรูปของการกำหนดนโยบายของสื่อมวลชน, การกำหนดรูปแบบของสื่อมวลชน, การบิดเบือนข่าวสาร, การนำเสนอหรือไม่นำเสนอเรื่องบางเรื่องที่เป็นประโยชน์หรือเป็นอันตรายต่อนายทุนแล้วแต่กรณี

อย่างไรก็ตาม กิจกรรมการสื่อสารมวลชนมี 2 ลักษณะในตัวเอง คือเป็นทั้งองค์การธุรกิจที่แสวงหากำไรให้เจ้าของและเป็นทั้งองค์การบริการสาธารณะเพื่อประชาชน แต่เนื่องจากสื่อมวลชนได้รับการคุ้มครองในเรื่องเสรีภาพ ตลอดจนได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ แตกต่างไปจากธุรกิจอื่นในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อผลประโยชน์ของประชาชนและสังคม จึงเป็นความรับผิดชอบของสื่อมวลชนที่จะต้องปฏิบัติหน้าที่โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชนและสังคมมากกว่าที่จะคำนึงถึงผลประโยชน์ของนายทุน

ง. ความเป็นอิสระจากผู้โฆษณา (Advertisers)

รายได้สำคัญของสื่อมวลชนนั้นมาจากการโฆษณา หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร มีรายได้ 2 ใน 3 จากการโฆษณา และเพียง 1 ใน 3 จากการขาย ในขณะที่วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่ดำเนินการแบบการค้า (commercial) โดยเอกชนเพื่อแสวงหากำไรนั้น รายได้ทั้งหมดมาจากการโฆษณา เมื่อความอยู่รอดและสถานภาพทางเศรษฐกิจของสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับ การโฆษณาเป็นหลักแล้ว จึงเป็นไปได้ว่าผู้โฆษณาสินค้าจะเข้ามามีอิทธิพลไม่โดยตรงก็โดยอ้อมเหนือการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชนผ่านทางนายทุนของสื่อมวลชน เช่น การต่อต้านหรือสนับสนุนเรื่องบางเรื่อง, การโฆษณาแฝง (disguised advertising) ในรูปของข่าวหรือรายการบันเทิง ฯลฯ มาตรการของผู้โฆษณาก็คือการงดโฆษณาหรือขู่ว่าจะงดโฆษณา หากสื่อมวลชนไม่สนองความต้องการของผู้โฆษณา

มีหลัก 4 ประการ ในการที่สื่อมวลชนจะใช้เป็นเครื่องมือในการพิจารณาว่า ควรปฏิบัติตนอย่างไรจึงจะถือว่าเป็นอิสระจากผู้โฆษณา

- 1 ข่าวสารและความคิดเห็นของสื่อมวลชนจะต้องเป็นอิสระจากการควบคุมของผู้โฆษณา
- 2 สื่อมวลชนจะต้องไม่ปล่อยให้ผู้โฆษณาเข้ามาเกี่ยวข้องกับการจัดรายการจนกระทั่งเสียความสมดุลของการเสนอรายการแก่ประชาชน (well-balanced program services)

3. สื่อมวลชนจะต้องเป็นอิสระจากการแทรกแซงของผู้โฆษณาที่จะทำให้คุณภาพของสื่อมวลชนลดลงไป

4. ปริมาณของโฆษณาควรจะเป็นสัดส่วนที่เหมาะสมกับปริมาณของข่าวสาร และความเป็นกันเอง

จ. ความเป็นอิสระจากรางวัล (Favors)

นักสื่อสารมวลชนเป็นผู้จัดสื่อให้แก่บุคคลต่างๆหรือกลุ่มต่างๆ เพื่อเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข่าวสารและความคิดเห็นของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเหล่านั้น เช่น หน่วยงานเอกชน, บริษัทประชาสัมพันธ์, กลุ่มอิทธิพล, หน่วยงานราชการ ฯลฯ ความสัมพันธ์จึงเกิดขึ้นระหว่างบุคคลหรือหน่วยงานเหล่านี้กับนักสื่อสารมวลชน เป็นธรรมเนียมปฏิบัติที่หน่วยงานที่ต้องการพึ่งพาอาศัยสื่อมวลชนในการเสนอข่าวและความคิดเห็น จะมีของขวัญหรือของรางวัลให้แก่ นักสื่อสารมวลชนในวาระและโอกาสต่างๆ เช่น ครอบรอบปีของหน่วยงาน, ครอบรอบปีของสื่อมวลชน, วันขึ้นปีใหม่ ฯลฯ ของขวัญอาจเป็นในรูปบัตรดูการแสดง, ตัวเครื่องบินไปต่างประเทศฟรี, ของขวัญปีใหม่, การเชิญไปเที่ยวพักผ่อน, ของขวัญแสดงความยินดี, การเชิญรับประทานอาหาร ฯลฯ และเป็นไปได้ว่าของขวัญอาจมีค่ามากขึ้น เช่น ในรูปของเงินตรา, รถยนต์ ฯลฯ ปัญหาจึงอยู่ที่ว่ารางวัลขนาดไหนที่สื่อมวลชนควรรับ รางวัลไหนที่สื่อมวลชนไม่ควรรับ ซึ่งขึ้นอยู่กับวิจรรณญาณของสื่อมวลชนที่จะต้องพิจารณาว่าทำอย่างไรตนจึงจะปฏิบัติหน้าที่ของตนได้อย่างอิสระ, เที่ยงตรง และยุติธรรม

ฉ. ความเป็นอิสระจากการถูกใช้เป็นเครื่องมือ (Manipulation)

องค์การต่างๆทั้งราชการและเอกชนถือเป็นแหล่งข่าวที่สำคัญของสื่อมวลชน องค์การเหล่านี้จะมีนักประชาสัมพันธ์ของตนทำหน้าที่ในการให้ข่าวสารขององค์การแก่สื่อมวลชน นักประชาสัมพันธ์เหล่านี้เป็นนักสื่อสารที่เชี่ยวชาญ และซื่อตรง ซึ่งบางครั้งอาจจะหลอกล้อใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือเสนอข่าวให้ประโยชน์แก่องค์การของตนแต่อาจจะเป็นผลเสียต่อผู้อื่น, ต่อประชาชน และต่อสังคม ด้วยการให้ข่าวไม่จริง, ปกปิดความจริง, กุข่าว ฯลฯ

นักสื่อสารมวลชนจึงต้องมีความชำนาญในการปฏิบัติหน้าที่ของตนในอันที่จะรู้ทันถึงเทคนิคในการสร้างภาพพจน์และการใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือของนักประชาสัมพันธ์

2) ต้องไม่เสนอข่าวในลักษณะที่อาจทำให้เสียความยุติธรรมในการพิจารณาคดี (Fair Trial)

สื่อมวลชนจะต้องมีความรับผิดชอบต่อความยุติธรรมในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งความยุติธรรมที่บุคคลควรได้รับในกระบวนการยุติธรรม สื่อมวลชนจะต้องเสนอข่าวเกี่ยวกับผู้ต้องหาด้วยความรอบคอบ ไม่วิพากษ์วิจารณ์ ไม่สอดใส่อารมณ์ หรือเขียนจูงใจจนทำให้ผู้ต้องหาไม่ได้

รับความยุติธรรม ตราบใดที่ไม่มีคำพิพากษาศาลนั้นผู้ต้องหาจึงไม่เป็นผู้ผิด สื่อมวลชนจึงไม่ควรด่วนพิพากษาเสียเอง

3) ต้องไม่เสนอเรื่องราวที่เป็นความลับของทางราชการ (Government Secrecy)

แม้สื่อมวลชนควรจะเป็นอิสระจากการแทรกแซงของรัฐบาล แต่ส่วนหนึ่งของความรับผิดชอบของสื่อมวลชนก็คือการไม่เสนอเรื่องราวที่อาจเป็นอันตรายต่อผลประโยชน์ของประเทศชาติและส่วนรวม เป็นเรื่องราวที่เป็นความลับของทางราชการ ซึ่งได้แก่

ก. การประชุมลับ (Secret Meetings)

การกระทำสิ่งหนึ่งซึ่งถือว่าเป็นเรื่องลับก็คือ การประชุมลับของหน่วยงานราชการต่างๆ, การประชุมลับของสภา ฯลฯ

ข. ข้อมูลลับ (Secret Records)

เช่น ข้อมูลทางทหาร, การติดต่อทางการทูตระหว่างประเทศ, การปฏิบัติงานของหน่วยข่าวกรองของทหาร, พลเรือนและตำรวจ ฯลฯ

ค. การพิจารณาลับของศาล (Secret Judicial Proceedings)

ในกรณีที่ศาลพิจารณาเรื่องราวบางเรื่องที่มีความสำคัญต่อประเทศชาติหรือกระทบกระเทือนต่อสถาบันสำคัญของชาติ หรือบุคคลผู้เกี่ยวข้องเป็นบุคคลลักษณะพิเศษ เช่น เยาะชน ศาลกำหนดให้มีการพิจารณาลับและห้ามเผยแพร่ทางสื่อมวลชนได้

ง. ข่าวสารเกี่ยวกับความมั่นคงของประเทศ (Security Information)

เช่น ข่าวสารเกี่ยวกับยุทธศาสตร์, การปฏิบัติการทางทหาร ฯลฯ

4) ต้องเสนอข่าวด้วยความถูกต้อง (Accuracy)

การสื่อสารมวลชนเป็นการกระทำของมนุษย์ และความผิดพลาดของมนุษย์เป็นสิ่งที่อาจหลีกเลี่ยงได้ แต่กระนั้นก็ตามความถูกต้องก็ถือเป็นความรับผิดชอบอันแรกของสื่อมวลชน ความถูกต้องในที่นี้ หมายความว่า ความตรงกับความเป็นจริงของเหตุการณ์ ดังนั้นในการเสนอภาพ, พาดหัวข่าว ตลอดจนเนื้อข่าวและการอ้างคำพูด (quotations) จึงต้องเป็นจริงและมีความสอดคล้องกัน ปัญหาที่เรามักจะพบเสมอในหนังสือพิมพ์รายวันก็คือการคาดเดาเอาเอง เช่น ข่าวการแต่งตั้งข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ทั้งทหาร ตำรวจ และพลเรือน, การพาดหัวข่าวที่ไม่ตรงกับเนื้อข่าว, ข่าวที่ไม่ตรงกับการให้สัมภาษณ์ของบุคคลต่างๆ ฯลฯ

5) ต้องเสนอข่าวตรงไปตรงมา (Objectivity)

มาตรฐานอันหนึ่งของการปฏิบัติหน้าที่โดยความจริง (true) และ ยุติธรรม (fairness) ในวงการสื่อมวลชนก็คือการแยกระหว่างข่าว (news) กับความคิดเห็น (opinion) เพราะทั้ง 2 ส่วนนี้ทำหน้าที่ต่างกัน ข่าวทำหน้าที่ในการรายงานสิ่งที่เกิดขึ้นตามความเป็นจริงของเหตุการณ์ ในขณะที่

ที่ความคิดเห็นทำหน้าที่ในการแสดงความรู้สึกและวิพากษ์วิจารณ์เหตุการณ์ที่เป็นข่าวรวมทั้งให้ข้อเสนอแนะ

การเสนอข่าวของสื่อมวลชนจึงควรเป็นการเสนอไปตามข้อเท็จจริง ตรงไปตรงมา ไม่ตีความข่าว และไม่แสดงความคิดเห็นในข่าว รวมทั้งไม่สอดใส่อารมณ์ ไม่ระบายสี ไม่แต่งเติมจนทำให้ข่าวบิดเบือนไปจากความจริง

6) ต้องเสนอข่าวโดยเสมอภาค (Balance)

ความรับผิดชอบของสื่อมวลชนประการหนึ่งก็คือการเสนอข่าวจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับปัญหาที่ขัดแย้งกัน (controversy) ไม่ว่าจะเป็นปัญหาการเมือง, เศรษฐกิจ, สังคม, สิ่งแวดล้อม ฯลฯ ทุกกลุ่มทุกฝ่ายที่มีจุดยืนต่อการแก้ปัญหาเดียวกันต่างกันควรจะได้รับ การนำเสนอต่อประชาชนโดยเท่าเทียมกันโดยเสมอภาคกัน ไม่เอนเอียงเข้าข้างใดข้างหนึ่งหรือเสนอข่าวของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งแต่เพียงฝ่ายเดียว

7) ต้องไม่แทรกแซงสิทธิส่วนบุคคล (Privacy)

บุคคลที่ตกเป็นข่าวในสื่อมวลชนเหมือนถูกพิพากษาโดยสื่อมวลชนจากข่าวและภาพที่สื่อมวลชนเสนอจากการวิพากษ์วิจารณ์ของสื่อมวลชน การตกเป็นข่าวในสื่อมวลชนนั้น ทำให้สมาชิกคนอื่นในสังคมคิดว่าคนๆ นั้นเป็นอย่างนั้นอย่างนี้ เช่น เป็นคนดี, คนไม่ดี, คำปราศรัยของเขาดีหรือไม่, ควรชื่นชมหรือควรเยาะเย้ย

ดังนั้นหน้าที่ของสื่อมวลชนที่จะต้องรายงานข่าวเกี่ยวกับการกระทำของบุคคลในข่าวด้วยความรอบคอบ บุคคลที่มักจะถูกแทรกแซงสิทธิส่วนบุคคลอยู่เสมอก็คือ เจ้าหน้าที่ของรัฐ (public officials) ทั้งที่อยู่ในตำแหน่งและแข่งขันเพื่อดำรงตำแหน่งต่างๆ สื่อมวลชนจะต้องพิจารณาว่าเรื่องของคนๆ นั้นๆ ควรจะเป็นข่าวหรือไม่ เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่ของบุคคลนั้นๆ หรือไม่ เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ส่วนรวมหรือไม่

8) ต้องอ้างแหล่งที่มาของข่าวได้ (Using Sources Responsibly)

เป็นความรับผิดชอบของสื่อมวลชนที่จะต้องสามารถระบุอย่างตรงไปตรงมาและเต็มที่ถึงแหล่งข่าวของตนได้ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและสร้างความศรัทธาแก่ประชาชน อย่างไรก็ตามในการหาข่าวของสื่อมวลชนนั้นในบางกรณี ผู้ให้ข่าวอาจไม่ต้องการเปิดเผยตัวเพราะเกรงจะได้รับอันตรายก็เป็นความรับผิดชอบของสื่อมวลชนที่จะต้องรักษาความลับนี้ไว้ให้ได้เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่แหล่งข่าว

9) ต้องเสนอรายการบันเทิงที่หลากหลาย (Pluralism in Programming)

ความรับผิดชอบด้านความบันเทิงของสื่อมวลชนก็คือสื่อมวลชนควรจะมีหลากหลาย (pluralistic) ในการผลิตรายการต่างๆ ซึ่งสะท้อนความเป็นอยู่และวัฒนธรรมของกลุ่ม

คนต่างๆในมวลผู้รับสารเป็นลักษณะของความหลากหลายที่เป็นตัวแทน (representative diversity) วัฒนธรรมของกลุ่มชนใหญ่และชนกลุ่มน้อยในการพัฒนาสังคม

จากฐานคติที่ว่า สื่อมวลชนมีภารกิจที่สำคัญต่อสังคม สื่อมวลชนควรเป็นอิสระมากที่สุด แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องยอมรับพันธะกรณีที่มีต่อสังคมอย่างแน่ชัด ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาถึงความเหมาะสมของการเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะ โดยใช้ทฤษฎีความรับผิดชอบทางสังคมมาเป็นกรอบเพื่อใช้ในการศึกษาความเหมาะสมในการนำเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะ

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นภวรรณ ตันติเวชกุล (2542) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์อิทธิพลของภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ตามแนวทฤษฎีการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมต่อเยาวชนในสถานศึกษา

ผลการวิจัยพบว่าโฆษณาทางโทรทัศน์มีอิทธิพลในการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมด้วยการนำเสนอแนวคิดและค่านิยมเชิงการบริโภค และข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าแก่เยาวชนในสถานศึกษา ซึ่งอิทธิพลนี้เกี่ยวข้องกับลักษณะของการรับชมโฆษณาทางโทรทัศน์มากที่อธิบายได้ด้วยทฤษฎีการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรม และมีความแตกต่างกันไปตามบริบททางการศึกษาหรือตามหมวดสินค้า และพบลักษณะการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมแบบกรอบกำหนด ซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยเสริมแรงและประสบการณ์ตรงในชีวิตประจำวันของบุคคล ในผู้ชมโฆษณาโทรทัศน์มากและผู้ชมโฆษณาทางโทรทัศน์อย่างเบาบาง ที่ทำให้เกิดการมีข้อมูลสินค้าและการมีแนวคิดหรือค่านิยมเชิงการบริโภคบางประการที่คล้ายคลึงกับแนวคิดจากโฆษณาทางโทรทัศน์ นอกจากนี้ปัจจัยแวดล้อมที่เป็นประสบการณ์ตรง และมีอิทธิพลต่อแนวคิดของทั้งผู้ชมโฆษณาโทรทัศน์มากและผู้ชมโฆษณาทางโทรทัศน์อย่างเบาบาง

จากงานวิจัยชิ้นนี้สนับสนุนงานวิจัยเรื่อง “ปัญหาสังคมที่ควรได้รับการกำหนดเป็นวาระของสาธารณชน” ของผู้วิจัยเอง เนื่องจาก ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นอิทธิพลในการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมจากสื่อสาธารณะ ได้แก่สื่อ โทรทัศน์ ที่มีอิทธิพลต่อแนวคิดและค่านิยมของผู้รับสาร

จอร์จ เกิร์บเนอร์ (George Gerbner, 1980) ศึกษาพบว่าพวกที่ติดสื่อมวลชน โดยเฉพาะพวกที่ติดรายการโทรทัศน์ มักจะเกิดภาพลวงตาหรือไม่สามารถแยกโลกแห่งความเป็นจริง (World of Reality) ออกจากโลกแห่งโทรทัศน์ (World of Television) โดยเนื้อหาจากรายการ

โทรทัศน์จะส่งผลกระทบต่อผู้รับสารที่เปิดรับสื่ออย่างยาวนาน โดยมีส่วนตอกย้ำการรับรู้และทัศนคติ จึงทำให้เอาโลกของโทรทัศน์มาชี้้นำโลกแห่งความเป็นจริง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าเป็นการแปลความ (Interpretation) โลกแห่งความเป็นจริงโดยผ่านโลกแห่งโทรทัศน์ (โลกมายา) จึงทำให้ผู้รับสารประเภทนี้มักเข้าใจโลกผิดพลาดไปด้วยอคติที่เกิดจากโลกมายาเสมอ เช่น การที่รายการโทรทัศน์มักให้ผู้ร้ายมีรูปร่างสูงใหญ่ หน้าตาดู คล้ายกรรมกร เลยพลอยทำให้ผู้รับสารเหล่านั้นมีแนวโน้มเห็นคนบางคนในชีวิตจริงคล้ายคลึงกับบุคคลที่มีลักษณะอย่างในรายการโทรทัศน์แล้วสรุปว่าคนเหล่านั้นเป็นคนร้าย และพบว่าพวกที่ติดตามรายการโทรทัศน์จะได้รับอิทธิพลจากการถูกปลูกฝังโลกทัศน์จากโทรทัศน์สูงกว่าคนที่ไม่ติดตามรายการโทรทัศน์ ดังนั้นสรุปได้ว่าโทรทัศน์จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารหรือไม่ขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ เช่น ความถี่ในการเปิดรับสารของผู้รับสารหรือภูมิหลังของผู้รับสาร

จากงานวิจัยชิ้นนี้สนับสนุนงานวิจัยเรื่อง “ปัญหาสังคมที่ควรได้รับการกำหนดเป็นวาระของสาธารณชน” ของผู้วิจัยเอง เนื่องจากสะท้อนให้เห็นว่าข่าวสารจากสื่อสาธารณะ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร และมีส่วนตอกย้ำ การรับรู้ และทัศนคติ จึงทำให้คนเอาโลกของโทรทัศน์มาชี้้นำโลกแห่งความเป็นจริง

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และเมตตา วิวัฒนานุกูลและคณะ(2543) ศึกษาเรื่องการเสนอภาพของเด็กในข่าวหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์ ผลการวิจัยพบว่า ข่าวเด็กในหน้าหนึ่งมักเป็นข่าวที่เด็กตกเป็นเหยื่อของความรุนแรงในด้านการทำร้ายร่างกาย การทารุณกรรม การข่มขืน และการทำร้ายทางเพศ หรือข่าวที่เด็กหรือเยาวชนตกเป็นผู้กระทำผิด หนังสือพิมพ์และโทรทัศน์ใช้วิธีการนำเสนอในกรอบของการเสนอข่าวอาชญากรรม เน้นความรุนแรงและความสะเทือนอารมณ์ของผู้รับ การละเมิดสิทธิเด็กที่เกิดขึ้นกับข่าวในกลุ่มนี้ มีลักษณะการเปิดเผยชื่อและที่อยู่ของผู้ตกเป็นเหยื่อและผู้ต้องสงสัยว่ากระทำผิด หรือของพ่อแม่ ผู้ปกครอง หรือโรงเรียน มีการเสนอภาพเหตุการณ์และผู้กระทำผิดหรือผู้ตกเป็นเหยื่อ โดยอาจมีการปกปิดบางส่วนของใบหน้า โดยการคาดแถบดำหรือใช้หมวกล่องเข้าช่วย นอกจากนี้ ยังมีการเขียนข่าวด้วยภาษาที่ห้วนหวา บรรยายรายละเอียดของเหตุการณ์การข่มขืนหรือทำร้ายทางเพศ

ประเด็นที่ผู้วิจัยเห็นว่าสำคัญและเกี่ยวข้องกับงานวิจัยชิ้นนี้ คือ การพบว่า การเสนอภาพของเด็กในข่าวหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์ มีการนำเสนอที่หมิ่นเหม่ต่อการล่วงละเมิดสิทธิเสรีภาพ

ส่วนบุคคลอย่างร้ายแรงและกระทบต่อจริยธรรมอันดีงามของสื่อมวลชน และอาจทำให้สังคมเสื่อมศรัทธาต่อวิชาชีพสื่อมวลชน หากยังปฏิบัติโดยปราศจากการยึดหลักจริยธรรมอันดี

สุทธิวรรณ ตัญญาพงศ์ปรัชญ์ (2540) ศึกษาเรื่องการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับเด็กในหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวัน ผลการวิจัยพบว่า นโยบายการคัดเลือกข่าวหน้าหนึ่งส่งผลกระทบต่อปริมาณการนำเสนอข่าวเด็ก โดยหนังสือพิมพ์มีนโยบายเสนอข่าวการเมืองและข่าวเศรษฐกิจในหน้าหนึ่ง จะเสนอข่าวเด็กในปริมาณที่น้อยกว่า หนังสือพิมพ์ที่เน้นการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน

สำหรับประเด็นปัญหาที่เกี่ยวกับเด็ก พบว่า ทุกฉบับคัดเลือกข่าวโดยคำนึงถึงความรุนแรงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับเด็ก หรือสภาพทุกข์ทรมานของเด็ก ซึ่งเป็นภาพที่สร้างความสะเทือนใจให้กับผู้อ่านมากกว่าการนำเสนอความรุนแรงของปัญหาที่เป็นภัยคุกคามเด็ก ด้านการใช้ภาษาและภาพข่าวพบว่า หนังสือพิมพ์มักใช้คำหยาบคายในการเขียนหัวข้อข่าวและความนำ ส่วนเนื้อข่าวมักจะระบุชื่อ นามสกุลของเด็กที่ตกเป็นข่าว และรายละเอียดของเหตุการณ์หรือสภาพร่างกายของเด็ก ส่วนภาพข่าวนั้น หนังสือพิมพ์มักลงภาพศพหรือใบหน้าของเด็กค่อนข้างชัดเจน

ประเด็นที่ผู้วิจัยเห็นว่าสำคัญและเกี่ยวข้องกับงานวิจัยชิ้นนี้ คือ การพบว่า การนำเสนอข่าวเกี่ยวกับเด็กในหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวัน มีลักษณะการนำเสนอที่หมิ่นเหม่ต่อการล่วงละเมิดสิทธิเสรีภาพส่วนบุคคลอย่างร้ายแรงและกระทบต่อจริยธรรมอันดีงามของสื่อมวลชน และอาจทำให้สังคมเสื่อมศรัทธาต่อวิชาชีพสื่อมวลชน หากยังปฏิบัติโดยปราศจากการยึดหลักจริยธรรมอันดี

สุจิตรา เหลืองชูเกียรติ (2543) ศึกษาเรื่องการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับพระสงฆ์ในหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวันกับการเปิดรับข่าวสารและความเชื่อมั่นทางศาสนาของประชาชน ผลการวิจัยพบว่า เนื้อหาเกี่ยวกับพระสงฆ์ที่หนังสือพิมพ์นำเสนอไม่มีประเด็นหลักในการนำเสนอในด้านลบทั้งสิ้น ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์กับความเชื่อมั่นทางศาสนาของประชาชนที่เกิดขึ้นคือมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งเมื่อเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพระสงฆ์แล้วกับความเชื่อมั่นทางศาสนาของประชาชนจะอยู่ในเกณฑ์มาก และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยอื่นนอกเหนือจากหนังสือพิมพ์กับความเชื่อมั่นทางศาสนาของประชาชนที่เกิดขึ้นคือมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งเมื่อปัจจัยอื่นนอกเหนือจากหนังสือพิมพ์เข้ามาเกี่ยวข้องแล้ว ความเชื่อมั่นทางศาสนาของประชาชนก็จะอยู่ในเกณฑ์มากเช่นกัน ทั้งนี้จะตรงข้ามกับเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับพระสงฆ์ที่ออกมาในด้านลบซึ่งน่าจะทำให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นทางศาสนาอยู่ในเกณฑ์น้อย

ซึ่งแสดงว่าเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับพระสงฆ์ในด้านลบไม่ได้มีผลกระทบให้ความเชื่อมั่นทางศาสนาของประชาชนอยู่ในเกณฑ์น้อย

ประเด็นที่ผู้วิจัยเห็นว่าสำคัญและเกี่ยวข้องกับงานวิจัยชิ้นนี้ คือ การนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับพระสงฆ์ที่หนังสือพิมพ์นำเสนอ นั้น มีประเด็นหลักในการนำเสนอในด้านลบทั้งสิ้น ซึ่งการนำเสนอข่าวสารนี้จะมีผลต่อความเชื่อมั่นทางศาสนาของประชาชนได้ จากผลการวิจัยพบว่า เนื้อหาข่าวเกี่ยวกับพระสงฆ์ในด้านลบไม่ได้มีผลกระทบให้ความเชื่อมั่นทางศาสนาของประชาชนอยู่ในเกณฑ์น้อย ในทางตรงกันข้าม หากประชาชนได้รับข่าวสารในด้านลบเกี่ยวกับพระสงฆ์เป็นจำนวนมากขึ้นทุกวัน ก็อาจมีผลต่อความเชื่อมั่นทางศาสนาให้อยู่ในเกณฑ์น้อยได้จากการชินชาในการได้รับทราบข่าวสารเหล่านี้บ่อยๆ

รัตนวดี เทพช่วยสุข (2539) ศึกษาเรื่องการรับรู้ของชาวพุทธต่อภาพลักษณ์ของพระสงฆ์กับการนำเสนอผ่านสื่อมวลชน ผลการวิจัยพบว่าในเรื่องของความศรัทธาพุทธศาสนิกชนส่วนใหญ่ส่วนใหญ่จะศรัทธามากในหลักธรรมและศรัทธาในตัวพระสงฆ์ในระดับปานกลาง นอกจากนี้พุทธศาสนิกชนยังรับรู้ข่าวคราวเกี่ยวกับพระสงฆ์ที่สามารถระบุชื่อพระสงฆ์ที่ปฏิบัติดีปฏิบัติชั่วได้ และผลการวิเคราะห์เนื้อหาในหน้าหนังสือพิมพ์พบว่า ข่าวของพระสงฆ์มักจะเสนอในรูปของข่าวและสื่อบช่า และเป็นข่าวที่สื่อให้ความสำคัญ อย่างไรก็ตาม ภาพลักษณ์ของพระสงฆ์ที่เป็นข่าวล้วนเป็นภาพติดลบมากกว่าด้านบวก เช่นการทำผิดวินัยสงฆ์หรือการทำผิดกฎหมาย โดยภาษาที่สื่อใช้รายงานข่าวจะมีความรุนแรงอย่างมาก งานวิจัยได้สรุปว่าภาพลักษณ์ที่ชาวพุทธรับรู้ไม่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่ปรากฏในสื่อ หมายความว่าอิทธิพลของสื่อในประเด็นเรื่องพระสงฆ์ไม่ได้มีมากเท่าที่เกรงกัน ชาวพุทธจะประเมินบทบาทของพระสงฆ์ไปทางบวกมากกว่า

ประเด็นที่ผู้วิจัยเห็นว่าสำคัญและเกี่ยวข้องกับงานวิจัยชิ้นนี้ คือ การนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับพระสงฆ์ที่เป็นข่าวด้านติดลบมากกว่าด้านบวกที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชนนั้น งานวิจัยได้สรุปว่าภาพลักษณ์ที่ชาวพุทธรับรู้ไม่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่ปรากฏในสื่อ ชาวพุทธจะประเมินบทบาทของพระสงฆ์ไปทางบวกมากกว่า ในทางตรงกันข้ามหากประชาชนได้รับข่าวสารในด้านลบเกี่ยวกับพระสงฆ์เป็นจำนวนมากขึ้นทุกวัน ก็อาจมีผลต่อความเชื่อมั่นทางศาสนาให้อยู่ในเกณฑ์น้อยได้จากการชินชาในการได้รับทราบข่าวสารเหล่านี้บ่อยๆ

เด่นเดือน เหลืองแข็ง (2538) ศึกษาเรื่อง บทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์ในการสนับสนุนวัฒนธรรมการเลี้ยงชีพจากตัวเลข ผลการวิจัยพบว่า สื่อสิ่งพิมพ์รูปแบบต่างๆซึ่งนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องและชี้แนะการเลี้ยงชีพจากตัวเลขโดยตรงเหล่านั้น ได้ทำหน้าที่ในการให้สถานภาพการเลี้ยงชีพจากตัวเลข โดยเฉพาะในแง่ของการยกระดับวัฒนธรรม และการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพสังคม นอกจากนี้ยังทำหน้าที่ในการตอกย้ำค่านิยมบางประการในสังคมไทย โดยเป็นไปในลักษณะที่เจาะลึกลงสู่ค่านิยมดั้งเดิม และประการสุดท้ายคือ สิ่งพิมพ์เหล่านี้ได้ทำหน้าที่ในการโฆษณาชวนเชื่อ เพื่อให้คนในสังคมยึดติดกับการเลี้ยงชีพจากตัวเลขมากขึ้น

ประเด็นที่ผู้วิจัยเห็นว่าสำคัญและเกี่ยวข้องกับงานวิจัยชิ้นนี้ คือ สื่อสิ่งพิมพ์มีอิทธิพลในการสนับสนุนวัฒนธรรมการเลี้ยงชีพจากตัวเลข ข่าวสารที่นำเสนอมีส่วนสนับสนุนให้คนเล่นการพนันมากขึ้น

เสริน ปุณณะหิตานนท์ (2531) ศึกษาเรื่อง แนวความคิดและพฤติกรรมเกี่ยวกับการพนันของเด็กและเยาวชน พบว่าการคบเพื่อนและสื่อมวลชนจะเป็นพลังสำคัญที่สุดที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการเล่นพนันขึ้น การได้เรียนรู้หรือทราบเรื่องราวเกี่ยวกับการพนันขั้นต่อ การเลี้ยงชีพ หรือการพนันจากสื่อมวลชน เป็นที่มาของแรงจูงใจหรือแรงผลักดันให้เด็กและเยาวชนได้เล่นการพนัน

ประเด็นที่ผู้วิจัยเห็นว่าสำคัญและเกี่ยวข้องกับงานวิจัยชิ้นนี้ คือ สื่อมวลชนมีอิทธิพลที่สำคัญประการหนึ่งที่สนับสนุนให้เกิดพฤติกรรมการเล่นพนันขึ้น

ฐิตินันท์ วัฒนสิน (2544) ศึกษาเรื่องคอดัมน์ทายผลฟุตบอลในหนังสือพิมพ์กีฬารายวันและพฤติกรรมการเล่นของผู้อ่าน ผลการวิจัยพบว่าลักษณะทางประชากร(เพศ)ของผู้อ่านมีความสัมพันธ์กับจุดประสงค์ในการอ่านคอดัมน์ทายผลฟุตบอลในหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน การใช้ประโยชน์จากการอ่านและการเลือกอ่านคอดัมน์ทายผลฟุตบอลในหนังสือพิมพ์กีฬารายวันฉบับต่างๆกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และยังพบว่าผู้อ่านที่อ่านหนังสือพิมพ์สตาร์ช็อคเกอร์ หนังสือพิมพ์เจาะเกมส์ และหนังสือพิมพ์สปอร์ตพูลมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการใช้ประโยชน์จากการอ่านคอดัมน์ทายผลฟุตบอล ทั้งการนำข้อมูลไปพูดคุยกับเพื่อน การอ่านเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการเล่นการพนัน หรือการอ่านเพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับเพิ่มอรรถรสในการชมฟุตบอลแต่เพียงอย่างเดียว

ประเด็นที่ผู้วิจัยเห็นว่าสำคัญและเกี่ยวข้องกับงานวิจัยชิ้นนี้ คือ คอลัมน์ทายผลฟุตบอลในหนังสือพิมพ์กีฬารายวันมีเนื้อหาที่มีรูปแบบการใช้ประโยชน์อย่างหนึ่งคือเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการเล่นการพนันของผู้อ่าน นับว่าสื่อหนังสือพิมพ์มีอิทธิพลที่สำคัญประการหนึ่งที่สนับสนุนให้เกิดพฤติกรรมการเล่นพนันขึ้น

ฐิติมาน มุทริกเวช (2541) ศึกษาเรื่อง การศึกษาการรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศของวัยรุ่น ได้ศึกษาพฤติกรรมการเล่น แรงจูงใจ ทักษะคิด และการรับรู้ประโยชน์จากการรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยข้อหนึ่งพบว่า มีการนิยมเล่นพนันในกลุ่มตัวอย่างและกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าข้อดีของการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศคือ ทำให้ทันเหตุการณ์ ในขณะที่ข้อเสียคือทำให้เกิดการเล่นพนัน

ผลการวิจัยนี้ ทำให้ทราบว่า สื่อโทรทัศน์มีอิทธิพลในการกระตุ้นอารมณ์ระหว่างชมเกมการแข่งขัน ซึ่งความเร้าใจ และอารมณ์ลุ้นผลการแข่งขันนั่นเอง ที่ทำให้เกิดการเล่นพนันตามมาด้วย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “ปัญหาสังคมที่ควรได้รับความสนใจของการสื่อสารผ่านสื่อสาธารณะ” นี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยอาศัยวิธีการระดมสมอง (Brain Storming) และการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) เป็นเครื่องมือหลักในการวิจัย โดยกำหนดวิธีการศึกษาออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาเพื่อรวบรวมปัญหาสังคมที่ปรากฏในสื่อสาธารณะให้ได้จำนวน 40 เรื่องขึ้นไปจากวิธีการระดมสมอง (Brain Storming) จากนิสิตคณะนิเทศศาสตร์ ระดับปริญญาโท สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 10 คน เป็นจำนวน 2 ครั้ง

ขั้นตอนที่ 2 การรวบรวมจัดหมวดหมู่ปัญหาสังคมที่ปรากฏในสื่อสาธารณะ ที่ได้จากการระดมสมองได้เป็นปัญหาสังคม จำนวน 24 เรื่อง โดยจัดทำเป็นรูปแบบของแบบประเมินเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนความสำคัญของปัญหาสังคม และการคัดเลือกปัญหาสังคมที่ปรากฏในสื่อสาธารณะที่มีความสำคัญ ความน่าสนใจ และมีคุณค่าต่อการศึกษา โดยผู้เชี่ยวชาญด้านสังคมศาสตร์ จำนวน 6 คน เป็นผู้ประเมินความสำคัญของปัญหาสังคม

ขั้นตอนที่ 3 การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) กับนักสื่อสารมวลชน นักสมาคมวิชาชีพสื่อมวลชน และนักวิชาการ เพื่อศึกษาปัญหาสังคมในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับปัญหาสังคมที่ปรากฏในสื่อสาธารณะ

3.1 กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็นกลุ่มตามขั้นตอนของการศึกษาได้ ดังนี้คือ

กลุ่มที่ 1 นิสิตคณะนิเทศศาสตร์ ระดับปริญญาโท สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 10 คน

เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่มีความสนใจเกี่ยวกับปัญหาสังคม มีความรู้ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในเรื่องการสื่อสาร อีกทั้งมีความสามารถวิเคราะห์ปัญหาสังคมที่ปรากฏในสื่อสาธารณะ การระดมสมองในครั้งนี้คาดว่าจะรวบรวมปัญหาสังคมได้จำนวน 40 เรื่องขึ้นไป เพื่อนำไปศึกษาต่อไป

กลุ่มที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญด้านสังคมศาสตร์ จำนวน 6 คน ทำการคัดเลือกปัญหาที่น่าสนใจ และมีคุณค่าของการศึกษา โดยการคัดเลือกนี้จะให้ผู้เชี่ยวชาญด้านสังคมศาสตร์ จำนวน 6 คน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญด้านสังคมศาสตร์ ดังนี้

- เป็นนักวิชาการในระดับมหาวิทยาลัย ที่มีประสบการณ์การทำงาน 5 ปีขึ้นไป
- เป็นบุคคลที่ทำงานในด้านสังคมศาสตร์ ที่มีประสบการณ์การทำงาน 5 ปีขึ้นไป

โดยจะแจ้งผู้เชี่ยวชาญด้านสังคมศาสตร์ เพื่อทำการคัดเลือกปัญหาสังคม ดังต่อไปนี้

- อาจารย์ จำนวน 3 คน ได้แก่
 1. สุรัชย์ หวันแก้ว
อาจารย์ประจำภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะรัฐศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 2. กิตติ อมตชีวิน
อาจารย์ประจำภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะรัฐศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 3. ศิริรัตน์ แอดสกุล
อาจารย์ประจำภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะรัฐศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 2 คน ได้แก่
 1. จรัล ดิษฐาอภิชัย
คณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ
 2. เตือนใจ ดีเทศก์
รองประธานคณะกรรมการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ รัฐสภา
- นักกิจกรรม จำนวน 1 คน ได้แก่
 1. วิมลภ ตังคนานุรักษ์

ประธานคณะกรรมการกิจการสตรี เยาวชน และผู้สูงอายุ รัฐสภา

กลุ่มที่ 3 นักสื่อสารมวลชน นายกสภาคมิวิชาชีพสื่อมวลชน และนักวิชาการ ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับเรื่องปัญหาสังคมที่ได้รับคัดเลือก ทั้ง 10 เรื่อง ในประเด็นคำถามต่างๆที่เกี่ยวกับลักษณะการนำเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ และเกณฑ์การนำเสนอปัญหาสังคมที่เหมาะสมโดยสื่อสาธารณะ เพื่อให้มีการนำเสนอปัญหาสังคมอย่างเหมาะสม ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) กับบุคคลดังต่อไปนี้

- สื่อหนังสือพิมพ์ จำนวน 2 คน ได้แก่
 1. มานิจ โมพีชาติ หัวหน้าข่าวสายสังคม หนังสือพิมพ์เดลินิวส์
 2. สราธร บุญสิทธิ์ ผู้สื่อข่าวสำนักข่าวไอเอ็นเอ็น
- สื่อวิทยุ จำนวน 2 คน ได้แก่
 1. ศักดา จิวิธยากุล หัวหน้ากองบรรณาธิการข่าววิทยุและหนังสือพิมพ์สำนักข่าวไอเอ็นเอ็น
 2. ชชาติชาย จำพ็อง หัวหน้ากลุ่มบรรณาธิการข่าววิทยุและผู้สื่อข่าวสำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์
- สื่อโทรทัศน์ จำนวน 2 คน ได้แก่
 1. นิธินันท์ ยอดแสงรัตน์ ผู้ช่วยกลุ่มบรรณาธิการเครือเนชั่น
 2. นพดล ก่อนิธิ บรรณาธิการข่าวสายสังคม สำนักข่าวไทย
- นายกสภาคมิวิชาชีพสื่อมวลชน จำนวน 2 คน ได้แก่
 1. สมชาย แสงวงการ นายกสภาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย
 2. ผุสดี คีตวรรณานุก นายกสภาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย
- นักวิชาการ จำนวน 2 คน ได้แก่
 1. มาลี บุญศิริพันธ์ หัวหน้าสาขาวิชาหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 2. พนม คลีฉายา คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลมี 3 วิธีการด้วยกัน แบ่งตามวิธีการวิจัย คือ

1. การระดมสมอง (Brain Storming) ใช้เพื่อรวบรวมลักษณะปัญหาสังคม เพื่อให้ได้จำนวนปัญหาสังคมในจำนวนมากเรื่องและครอบคลุมมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ อันนำไปสู่การศึกษาเจาะลึกในรายละเอียดของปัญหาสังคมต่อไป

2. การใช้แบบประเมิน แบบRating Scale เป็นมาตรฐานในการประเมินค่า ด้วยวิธีการให้คะแนนกับปัญหาสังคมที่ได้จากการระดมสมองจากกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย เพื่อจัดลำดับความสำคัญ ความน่าสนใจ และมีคุณค่าต่อการศึกษาของปัญหาสังคม

เกณฑ์การให้คะแนนระดับความสำคัญของปัญหาสังคม

มากที่สุด = 5 คะแนน ปัญหาสังคมมีความสำคัญมากที่สุด

มาก = 4 คะแนน ปัญหาสังคมมีความสำคัญมาก

ปานกลาง = 3 คะแนน ปัญหาสังคมมีความสำคัญปานกลาง

น้อย = 2 คะแนน ปัญหาสังคมมีความสำคัญน้อย

น้อยมาก = 1 คะแนน ปัญหาสังคมมีความสำคัญน้อยมาก

3. การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) เพื่อรวบรวมข้อมูลมาตอบปัญหา นำการวิจัยในประเด็น 1. ลักษณะการนำเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะมีความเหมาะสมหรือไม่ และน่าจะก่อให้เกิดผลกระทบตามมาหรือไม่ 2. สื่อสาธารณะควรมีเกณฑ์การนำเสนอปัญหาสังคมอย่างไรเพื่อให้มีการนำเสนอปัญหาสังคมอย่างเหมาะสม

3.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ตรวจแนวทางการสัมภาษณ์ เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของคำถาม และนำแบบสัมภาษณ์ไปทดสอบก่อนนำไปใช้ เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงให้ประเด็นคำถามตรงตามความต้องการมากที่สุด แล้วจึงลงมือสัมภาษณ์ตามประเด็นคำถามที่ต้องการตลอดกระบวนการวิจัย

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วางแผนการดำเนินงาน เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาเพื่อรวบรวมปัญหาสังคมที่ปรากฏในสื่อสาธารณะให้ได้จำนวน 40 เรื่องขึ้นไปจากวิธีการระดมสมอง (Brain Storming) จากนิสิตคณะนิเทศศาสตร์ ระดับปริญญาโท สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 10 คน เป็นจำนวน 2 ครั้ง

ขั้นตอนที่ 2 การรวบรวมจัดหมวดหมู่ปัญหาสังคมที่ปรากฏในสื่อสาธารณะที่ได้จากการระดมสมองได้เป็นปัญหาสังคม จำนวน 24 เรื่อง โดยจัดทำเป็นรูปแบบของแบบประเมินเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนความสำคัญของปัญหาสังคม และการคัดเลือกปัญหาสังคมที่ปรากฏในสื่อมวลชนที่มีความสำคัญ ความน่าสนใจ และมีคุณค่าต่อการศึกษา โดยผู้เชี่ยวชาญด้านสังคมศาสตร์ จำนวน 6 คน เป็นผู้ประเมินความสำคัญของปัญหาสังคม

ขั้นตอนที่ 3 การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) กับนักสื่อสารมวลชน นักสมาคมวิชาชีพสื่อมวลชน และนักวิชาการ เพื่อศึกษาปัญหาสังคมในประเด็นต่างๆที่เกี่ยวกับปัญหาสังคมที่ปรากฏในสื่อสาธารณะ

3.5 การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษการวิจัยเรื่อง “ปัญหาสังคมที่ควรได้รับการกำหนดเป็นวาระของสาธารณชน” นั้น ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยอ้างอิงถึงข้อมูลที่เก็บได้จากเครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้เก็บข้อมูลจากวิธีการการระดมสมอง และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยจะวิเคราะห์เนื้อหาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ตั้งเป็นประเด็นคำถามตามคำถามนำการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการดังกล่าวข้างต้นนั้น ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้เหล่านั้นมาจัดรวบรวมและแบ่งหมวดหมู่แยกประเภทของข้อมูลตามขอบเขตของงานวิจัย จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 เป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเสนอข้อมูลในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) ประกอบกับการบรรยายขั้นตอนหรือวิธีการต่างๆโดยการนำเสนอข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ปัญหาสังคมที่ควรได้รับการกำหนดเป็นวาระของสาธารณชนในครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ข้อมูลทั้งหมดได้มาจากการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการหลัก ได้แก่ การระดมสมอง (Brain Storming) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview)

การนำเสนอผลการวิจัย ซึ่งตอบคำถามเกี่ยวกับปัญหานำการวิจัย ดังนี้

1. ปัญหาสังคมที่ปรากฏในสื่อสาธารณะมีอะไรบ้าง
2. ลักษณะการนำเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะมีความเหมาะสมหรือไม่ และน่าจะก่อให้เกิดผลกระทบตามมาหรือไม่
3. สื่อสาธารณะควรมีเกณฑ์การนำเสนอปัญหาสังคมอย่างไร เพื่อให้มีการนำเสนอปัญหาสังคมอย่างเหมาะสม

ผลการวิจัย

4.1 ตอบปัญหานำการวิจัยข้อที่ 1

การศึกษาเพื่อรวบรวมปัญหาสังคมที่ปรากฏในสื่อสาธารณะให้ได้จำนวน 40 เรื่อง ขึ้นไปจากวิธีการระดมสมอง (Brain Storming) จากนิสิตคณะนิเทศศาสตร์ ระดับปริญญาโท สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 10 คน เป็นจำนวน 2 ครั้ง

ผลการระดมสมองครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2547

สามารถรวบรวมปัญหาสังคมที่ปรากฏในสื่อสาธารณะ ได้ดังนี้

1. ปัญหาท้องก่อนแต่ง

2. ปัญหาที่มีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร
3. ปัญหาการป้องกันเมื่อมีเพศสัมพันธ์
4. ปัญหายาเสพติด
5. ปัญหาที่เกิดจากการดื่มเหล้า , แอลกอฮอล์ เพราะการเมาเหล้าจะทำให้กล้ามากขึ้น
6. ปัญหาครอบครัว – แม่ทิ้งลูก
7. ปัญหาหลักขโมย
8. ปัญหาข่มขืน
9. ปัญหาการเที่ยวกลางคืน
10. ปัญหาขายตัว
11. ปัญหาเด็กเร่ร่อน
12. ปัญหาชุมชน
13. ปัญหาทรัพยากรป่าไม้
14. ปัญหาใจก่อนการร้าย
15. ปัญหาความซื่อโกง, ทุจริต
16. ปัญหาแหล่งเสื่อมโทรม
17. ปัญหามลภาวะเป็นพิษ
18. ปัญหาหลงใหลค่านิยมต่างประเทศ – ความผอม, แฟชั่น
19. ปัญหาความไม่เท่าเทียม ความไม่มีสิทธิ์ ไม่มีเสียง เกี่ยวกับสิทธิสตรี
20. ปัญหาจรรยาจร
21. ปัญหาโสเภณี
22. ปัญหาความไม่รักษานวลสงวนตัวของวัยรุ่น
23. ปัญหาระบบการศึกษา เรื่องEntrance การสอบเข้าระดับอุดมศึกษา
24. ปัญหาช่องว่างระหว่างคนเมืองกับคนชนบท
25. ปัญหาลัทธิบริโภคนิยม
26. ปัญหานักศึกษาขายตัว
27. ปัญหาโรคเอดส์
28. ปัญหาคนในสังคมขาดศีล 5
29. ปัญหาเทพีซีดีเถื่อน ละเมิดลิขสิทธิ์
30. ปัญหาวีซีดีลามก
31. ปัญหาการใช้สารเคมีในผลิตภัณฑ์
32. ปัญหาพ่อแม่ไม่มีเวลาให้ลูก

33. ปัญหาอาชญากรรม
34. ปัญหาภาคใต้
35. ปัญหาบิดเบือน, ปิดบังข่าว ทั้งจากภาครัฐบาลและสื่อมวลชน เช่น กรณีใช้หัวดง
36. ปัญหาปรากฏการณ์เรือนกระจก
37. ปัญหาการเมือง รัฐบาลไม่มีเสถียรภาพ และความคิดไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน (unity) มุ่งแต่ผลประโยชน์ของตนเอง
38. ปัญหาอยู่ก่อนแต่ง
39. ปัญหาการคอร์รัปชัน
40. ปัญหาทอดทิ้งผู้สูงอายุ คนพิการ คนด้อยโอกาส
41. ปัญหาน้ำเสีย น้ำเน่าของแม่น้ำในกรุงเทพฯ
42. ปัญหาความเห็นแก่ตัวของผู้ชายที่มีผลกระทบต่อผู้หญิง เช่น กฎหมาย
43. ปัญหาสื่อมวลชนนำเสนอเรื่องโศกกลาง ขอลวย
44. ปัญหาเพศที่ 3 ไม่ได้รับการยอมรับจากสังคม ไม่มีสิทธิไม่มีเสียง ไม่ได้รับความเป็นธรรมในสังคม
45. ปัญหาชุมชนแออัด
46. ปัญหาความยากจน
47. ปัญหาคนไม่มีที่ดินทำกิน
48. ปัญหาบุกรุกป่าไม้
49. ปัญหาไม่มีจรรยาบรรณในวิชาชีพต่างๆ เช่น หมอ , สื่อมวลชน
50. ปัญหาการเสนอข่าวที่เสริมเติมแต่ง ผิดเพี้ยนไปจากความเป็นจริง
51. ปัญหาการนำเสนอเรื่องราวที่ไม่มีสาระของสื่อมวลชน ไม่มีการเสริมความรู้ วิชาการ
52. ปัญหามาตรฐานโรงเรียน เช่น GPA
53. ปัญหาระบบหน่วยงานราชการไม่มีประสิทธิภาพ
54. ปัญหาเรื่องการจัดตั้ง กทช. , กสท.
55. ปัญหาคนตกงาน, คนว่างงาน
56. ปัญหาค่านิยมไปเรียนเมืองนอก
57. ตัดไม้ทำลายป่า

ผลการระดมสมองครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2547

สามารถรวบรวมปัญหาสังคมที่ปรากฏในสื่อมวลชน ได้ดังนี้

22. รายการโทรทัศน์มีรายการเกมโชว์กับละครจำนวนมาก แต่รายการที่มีสาระให้ความรู้ มักจะอยู่ในช่วงเวลาที่คนไม่ค่อยดู
23. รายการโทรทัศน์ในช่วงเวลา prime time มีรายการละครไร้สาระมากเกินไป
24. การใช้ presenter ที่น่าเชื่อถือ, หน้าตาดี มาโฆษณาสินค้า ทำให้ผู้รับสารเกิดความเชื่อมั่นที่ อาจไม่ได้ยังคิดไตร่ตรองถึงข้อเท็จจริง หรือความจำเป็น
25. การนำเสนอนักเรียนตีกัน และอาจนำไปสู่การเลียนแบบ
26. การนำเสนอเรื่องการข่มขืน, รุมโทรมบ่อยๆ อาจทำให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบ
27. ละครนำเสนอฉากข่มขืนที่ชัดเจนเกินไป และมีจำนวนมากขึ้น
28. การนำเสนอค่านิยมฟุ้งเฟ้อในวัยรุ่น
29. การแนะนำ โน้มน้ำว่าให้กินอาหารเสริม แล้วจะสุขภาพดี แต่ไม่ได้บอกให้ออกกำลังกายควบคู่ไปด้วย อาจทำให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจผิดคิดว่าการกินอาหารเสริมอย่างเดียวก็สุขภาพดีได้
30. การนำเสนอเรื่องเพศที่สามมาก และอาจก่อให้เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบ
31. การนำเสนอเรื่องของดารา ไม่มีสาระความรู้อะไรเลย
32. การนำเสนอเกี่ยวกับการใช้ยาเสพติด
33. การนำเสนอบรรยากาศของสถานที่ท่องเที่ยวตอนกลางคืน เช่น RCA
34. การเซนเซอร์การดื่มสุรา, สูบบุหรี่ ไม่ได้ช่วยให้คนใช้สารเสพติดน้อยลง น่าจะเนื้อเรื่องตอนนั้นไปเลยน่าจะดีกว่า หรือควรจะมีคำเตือนประกอบอย่างชัดเจน
35. การนำเสนอเรื่องคนรวย ทำให้คนจนดูเกิดความเหลื่อมล้ำทางสังคมระหว่างชนชั้น
36. การนำเสนอเครื่องดื่มชูกำลัง ที่สร้างค่านิยมการบริโภคที่ผิดๆ ให้คนคิดว่าการดื่มเครื่องดื่มชูกำลังแล้วจะทำให้เป็นลูกผู้ชายตัวจริง
37. การนำเสนอว่ากรุงเทพมหานครเป็นศูนย์รวมความเจริญในทุกๆด้าน เช่น แฟชั่น, การคมนาคม, เศรษฐกิจ อาจทำให้คนหลงใหลเข้าเมืองมาหางานทำ
38. การนำเสนอค่านิยมการเรียนในมหาวิทยาลัยของรัฐ มากกว่ามหาวิทยาลัยของเอกชน
39. การนำเสนอเรื่องค่านิยมการไปทำงานในต่างประเทศ บอกถึงรายได้ที่ได้รับ แต่ไม่ได้บอกถึงผลเสียในด้านอื่นๆด้วย
40. การสร้างค่านิยมให้เป็นสังคมแห่งการแข่งขัน ให้แก่งแย่งชิงดีชิงเด่นกัน เช่น ความเก่งทางวิชาการ, รายการเกมโชว์ เช่นแฟนพันธุ์แท้
41. การนำเสนอภาพเด็กตีกัน, แข่งรถชิงกัน สื่อนำเสนอแต่เพียงแค่ว่าใคร ทำอะไร ที่ไหนอย่างไร โดยไม่ได้บอกถึงผลเสียจากการกระทำนั้น เช่น การได้รับบาดเจ็บ, ผลเสียต่ออนาคต

42. การแต่งกายของดารา เช่น ใส่เสื้อสายเดี่ยว, กระโปรงสั้น, ชุดวาทวิบ, ชุดที่ไม่เหมาะสมกาลเทศะ ที่นำเสนอผ่านทางสื่อ อาจทำให้ผู้รับสารเกิดการเลียนแบบ และอาจนำไปสู่ปัญหาการถูกข่มขืนได้
43. การนำเสนอเรื่องดาราที่ถ่ายแบบชุดวาทวิบ ที่ได้รับค่าตอบแทนสูง เช่น รายได้, ความมีชื่อเสียง อาจทำให้คนเกิดความอยากมี อยากได้จากการถ่ายภาพแบบตาม

การรวบรวมจัดหมวดหมู่ปัญหาสังคมที่ปรากฏในสื่อสาธารณะ ที่ได้จากการระดมสมองได้เป็นปัญหาสังคม จำนวน 24 เรื่อง โดยจัดทำเป็นรูปแบบของแบบสอบถามเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนความสำคัญของปัญหาสังคม

ผลการศึกษามีดังนี้

1. การนำเสนอความผิดวินัยของพระสงฆ์บ่อยๆ
2. การนำเสนอข่าวที่ทำให้ประชาชน เชื่อถือ งบประมาณ กับการเล่นหวย เช่น การลงข่าวว่าเจอของแปลก
3. การนำเสนอภาพโป๊เปลือย
4. การนำเสนอเรื่องดูดวง, โหราศาสตร์, ทำนายอนาคต, ฮวงจุ้ย
5. การนำเสนอเรื่อง sex phone สื่อนำเสนอช่องทางการติดต่อ, รายได้จากการทำอาชีพนี้
6. การวิเคราะห์การแข่งขันฟุตบอล, บอกราคาต่อรอง, พยากรณ์ผลการแข่งขันล่วงหน้า
7. การบอกมูลค่าของสิ่งผิดกฎหมาย เช่น ยาเสพติด โดยไม่ได้เน้นถึงบทลงโทษ กระตุ้นให้ละโมภ
8. การนำเสนอเรื่องดาราที่ถ่ายชุดวาทวิบ มีชื่อเสียง รายได้มาก ยั่วให้อยากถ่ายแบบตาม
9. การนำเสนอเรื่องสื่อหรือวีซีดีลามก โดยบ่งชี้แหล่งขาย
10. การนำเสนอข่าวคนที่มีรายได้จากเรื่องอบายมุข เช่น ถูกหวย, การพนัน, การขายบริการทางเพศ
11. ปัญหาสื่อมวลชนนำเสนอเรื่องโชคลาง งบประมาณ เช่น สะเดาะเคราะห์, เข้าทรง, ผีสาวนางไม้
12. การนำเสนอข่าวด้วยความไม่รอบคอบ ไม่ตรวจสอบให้รอบคอบก่อน
13. การนำเสนอเรื่องดาราท้องก่อนแต่งบ่อยๆ จนเป็นภาพที่รู้สึกธรรมดา เคยชิน
14. การนำเสนอเกี่ยวกับการใช้ยาเสพติด โดยใจแง่ในวิธีและบรรยากาศ เช่น ปาร์ตี้ยา

15. การนำเสนอบรรยากาศของแหล่งบันเทิงหรือสถานที่ท่องเที่ยวตอนกลางคืน เช่น RCA
16. การนำเสนอเรื่องค่านิยมการไปทำงานต่างประเทศ บอกรายได้ แต่ไม่บอกผลเสีย ความเสี่ยง
17. การนำเสนอเรื่องความไม่รักนวลสงวนตัวของวัยรุ่น เห็นเป็นเรื่องธรรมดา ไม่เสียหาย
18. ปัญหาเพศที่สาม ไม่ได้รับการยอมรับจากสังคม ไม่มีสิทธิมีเสียง ไม่ได้รับความเป็นธรรม
19. การโฆษณาสินค้าที่ก่อให้เกิดการบริโภคนิยม เช่น การโฆษณาโทรศัพท์มือถือแก่เด็ก
20. การนำเสนอเรื่องคนรวย ฟุ้งเฟ้อ ทำให้คนจนดูแล้วเกิดความเหลื่อมล้ำทางสังคม ระหว่างชนชั้น
21. ปัญหาหลงใหล เชิดชูค่านิยมต่างประเทศ - ความผอม, แฟชั่น
22. การโฆษณาที่ก่อให้เกิดอารมณ์ทางเพศ
23. การโฆษณาที่ให้แต่ข้อมูลสินค้า ไม่มีคำเตือน เหนอheim โฆษณาBrand name
24. การนำเสนอเรื่องที่เป็นการหมิ่นประมาท พุดพาดพิงถึงผู้อื่นให้ได้รับความเสียหาย

การคัดเลือกปัญหาสังคมที่ปรากฏในสื่อสาธารณะ ที่มีความสำคัญ ความน่าสนใจ และมีคุณค่าต่อการศึกษา โดยผู้เชี่ยวชาญด้านสังคมศาสตร์ จำนวน 6 คน เป็นผู้ประเมิน ความสำคัญของปัญหาสังคม

ตารางแสดงจำนวนคะแนนของปัญหาสังคม

ปัญหาสังคม	คะแนน
1.การนำเสนอความผิดวินัยของพระสงฆ์บ่อยๆ	24
2.การนำเสนอข่าวที่ทำให้ประชาชน เชื่อถือ ง่าย ๆ กับการเล่นหวย เช่น การลงข่าวว่าเจอของแปลก	19
3.การนำเสนอภาพโป๊เปลือย	20
4.การนำเสนอเรื่องดูดวง, โหราศาสตร์, ทำนายอนาคต, ฮวงจุ้ย	14
5.การนำเสนอเรื่อง sex phone สื่อนำเสนอช่องทางการติดต่อ, รายได้จากการทำอาชีพนี้	18
6.การวิเคราะห์การแข่งขันฟุตบอล, บอกราคาต่อตรง, พยากรณ์ผลการแข่งขันล่วงหน้า	19
7.การบอกมูลค่าของสิ่งผิดกฎหมาย เช่น ยาเสพติด โดยไม่ได้เน้นถึง	17

บทลงโทษ กระตุ้นให้ละโมภ	
8.การนำเสนอเรื่องดาราที่ถ่ายชุดวาบหวิว มีชื่อเสียง รายได้มาก ยั่วให้ อยากถ่ายแบบตาม	18
9.การนำเสนอเรื่องสื่อหรือวีซีดีลามก โดยบ่งชี้แหล่งขาย	19
10.การนำเสนอข่าวคนที่มีรายได้จากเรื่องอขายมุข เช่น ถูกหวย, การ พนัน, การขายบริการทางเพศ	18
11.ปัญหาสื่อมวลชนนำเสนอเรื่องโชคลาง งมงาย เช่น สะเดาะเคราะห์, เข้าทรง, ฝังนางไม้	17
12.การนำเสนอข่าวด้วยความไม่รอบคอบ ไม่ตรวจสอบให้รอบคอบก่อน	21
13.การนำเสนอเรื่องดาราท้องก่อนแต่งบ่อยๆ จนเป็นภาพที่รู้สึกธรรมดา เคยชิน	14
14.การนำเสนอเกี่ยวกับการใช้ยาเสพติดโดยโจ่งแจ้งในวิธีและ บรรยากาศ เช่น ปาร์ตี้ยาอึ	16
15.การนำเสนอบรรยากาศของแหล่งบันเทิงหรือสถานที่ท่องเที่ยวตอน กลางคืน เช่น RCA	14
16.การนำเสนอเรื่องค่านิยมการไปทำงานต่างประเทศ บอกรายได้ แต่ไม่ บอกผลเสีย ความเสี่ยง	18
17.การนำเสนอเรื่องความไม่รักษานวลสงวนตัวของวัยรุ่น เห็นเป็นเรื่อง ธรรมดา ไม่เสียหาย	18
18.ปัญหาเพศที่สาม ไม่ได้รับการยอมรับจากสังคม ไม่มีสิทธิมีเสียง ไม่ได้ รับความเป็นธรรม	18
19.การโฆษณาสินค้าที่ก่อให้เกิดการบริโภคนิยม เช่น การโฆษณา โทรศัพท์มือถือแก่เด็ก	21
20.การนำเสนอเรื่องคนรวย ฟุ้งเฟ้อ ทำให้คนจนดูแล้วเกิดความเหลื่อม ล้ำทางสังคมระหว่างชนชั้น	19
21.ปัญหาหลงไหล เชิดชูค่านิยมต่างประเทศ - ความผอม, แฟชั่น	17
22.การโฆษณาที่ก่อให้เกิดอารมณ์ทางเพศ	20
23.การโฆษณาที่ให้แต่ข้อมูลสินค้า ไม่มีคำเตือน เหนอheim โฆษณาBrand name	18
24.การนำเสนอเรื่องที่เป็นการหมิ่นประมาท พูดพาดพิงถึงผู้อื่นให้ได้รับ ความเสียหาย	20

จากตารางแสดงว่าผลการประเมินปัญหาสังคมที่มีความสำคัญ ความน่าสนใจ และและมีคุณค่าต่อการศึกษา จากผู้เชี่ยวชาญด้านสังคมศาสตร์ โดยเรียงตามลำดับความสำคัญของปัญหาสังคม 10 อันดับแรกที่มีความสำคัญจากมากไปน้อย ตามลำดับ ดังนี้

1. การนำเสนอความผิดวินัยของพระสงฆ์บ่อยๆ
2. การนำเสนอข่าวด้วยความไม่รอบคอบ
3. การโฆษณาสินค้าที่ก่อให้เกิดการบริโภคนิยม
4. การนำเสนอภาพโป๊เปลือย
5. การโฆษณาที่ก่อให้เกิดอารมณ์ทางเพศ
6. การนำเสนอเรื่องที่เป็นการหมิ่นประมาท ทำให้ถูกดูหมิ่นจากคนรอบข้าง
7. การวิเคราะห์การแข่งขันฟุตบอล, ทำนายผลการแข่งขันล่วงหน้า, บอกราคาต่อรองที่สนับสนุนการเล่นการพนันฟุตบอล
8. การนำเสนอเรื่องสื่อ วีซีดีลามก โดยบ่งชี้ นำแหล่งขาย
9. การนำเสนอเรื่องคนรวย ฟุ้งเฟ้อ ทำให้คนจนดูแล้วเกิดการเหลื่อมล้ำทางสังคมระหว่างชนชั้น
10. การนำเสนอข่าวที่ทำให้ประชาชนเชื่อถือ งบประมาณกับการเล่นหวย

4.2 ตอบปัญหานำการวิจัยข้อที่ 2

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 2 สามารถแยกย่อยออกเป็นคำถามหลักๆ 2 ข้อด้วยกัน คือ

คำถามข้อที่ 2.1 ลักษณะการนำเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะมีความเหมาะสมหรือไม่

คำถามข้อที่ 2.2 การนำเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะน่าจะก่อให้เกิดผลกระทบตามมาหรือไม่

4.2.1 ตอบคำถามข้อที่ 2.1

ผลจากการศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อลักษณะการนำเสนอปัญหาสังคมของสื่อสาธารณะในปัจจุบันมีความเหมาะสมหรือไม่ โดยจะกล่าวถึงเฉพาะปัญหาสังคมที่มีความสำคัญ ซึ่งได้รับ

การคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญด้านสังคมศาสตร์ โดยเรียงตามลำดับความสำคัญของปัญหาสังคม 10 อันดับแรกที่มีความสำคัญจากมากไปน้อย ตามลำดับ ซึ่งผลการวิจัยมีดังนี้

1. การนำเสนอความผิดวินัยของพระสงฆ์บ่อยๆ

โดยทั่วไป ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่า สื่อสาธารณะในปัจจุบันมีการนำเสนอเรื่องความผิดวินัยของพระสงฆ์ตามข้อเท็จจริง และมีการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เพิ่มเติมด้วยแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ อาทิเช่น การสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง, สำนักพระพุทธศาสนาแห่งชาติ ดังที่ว่า

“ในเมื่อพระพระทำผิด ไม่ถูกต้องจากการที่ชาวบ้านไปเห็นหรือตำรวจไปจับ เราก็ไปทำข่าว เสนอข้อเท็จจริง และสัมภาษณ์คนที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม ทุกครั้งที่มีเรื่องนี้เกิดขึ้น เราจะเข้าไปถึงสำนักพระพุทธศาสนาแห่งชาติ (เดิมคือกรมพระพุทธศาสนา) เราจะไปสัมภาษณ์ หาข่าวเพิ่มเติมจากคนเหล่านี้ทุกครั้ง ว่าเค้าจะมีข้อคิดเห็นหรือคำแนะนำอย่างไร เพราะคนที่เกี่ยวข้อง กับศาสนามี 2 กลุ่ม คือ 1.ฝ่ายพลเรือน 2.ฝ่ายเถระสมาคม” (มานิจ โมพีชาติ, สัมภาษณ์, 20 สิงหาคม 2547)

“เรื่องการทำผิดวินัยของพระสงฆ์ ก็แล้วแต่ว่าเกิดเหตุการณ์ขึ้นมาหรือเปล่า ถ้าเกิดมีข่าวขึ้นมา ทุกสื่อถึงกันหมดเลย คนที่เป็นสื่อก็ทำหน้าที่นำเสนอเรื่องที่เกิดขึ้นจริง” (ผลดี ศีตวรรณภู, สัมภาษณ์, 28 กันยายน 2547)

ในด้านของการทำงานของสื่อสาธารณะถือได้ว่าเป็นกระบวนการช่วยตรวจสอบข้อเท็จจริง ในสถาบันพระสงฆ์ หรือบางครั้งอาจช่วยสร้างความเป็นธรรมให้กับผู้ที่ตรวจสอบวินัยได้ ซึ่งนับเป็นอีกวิธีหนึ่งที่ช่วยนำเสนอปัญหาสังคมออกเผยแพร่สู่ประชาชน ทำให้ประชาชนรับรู้สิ่งที่เกิดขึ้นจริง ดังที่ให้ผู้สัมภาษณ์ไว้ว่า

“สื่อช่วยในการตรวจสอบกระบวนการกลั่นกรองในสังคมสงฆ์ เพราะบางครั้งอาจไม่มีกระบวนการตรวจสอบข้อเท็จจริง ทำให้ไม่ได้รับความเป็นธรรมกับผู้ที่ถูกตรวจสอบทางวินัยก็ได้ สื่อเป็นอีกตัวหนึ่งที่ช่วยเสนอข้อเท็จจริงเหล่านี้ออกมาให้ประชาชนได้เห็น” (ศักดิ์ดา จิรัญยาคุณ, สัมภาษณ์, 4 สิงหาคม 2547)

แต่ในอีกมุมมอง ผู้ให้สัมภาษณ์ได้กล่าวถึงลักษณะการนำเสนอว่าสื่อสาธารณะว่าควรมีแนวทางในการนำเสนออย่างสร้างสรรค์ใหม่ โดยต้องมีการนำเสนอเนื้อหาสาระให้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งการนำเสนอของสื่อสาธารณะควรจะมีองค์ประกอบ ข้อติติง มีเรื่องสั้น หรือบทความประกอบเพิ่มเติมเพื่อให้สังคมเห็นว่าเรื่องนี้เป็นปัญหาที่รุนแรงต่อสังคม ไม่ใช่เรื่องตลกต่อสังคม จึงจะทำให้สังคมเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ดังที่ว่า

“ถ้าสื่อมีแนวทางใหม่ของการทำสื่อ ถ้าหากสื่อเห็นปัญหาที่นำไปสู่อันตรายต่อสังคม สื่อต้องมีองค์ประกอบช่วยให้สังคมเห็นว่านี่เป็นเรื่องรุนแรงต่อสังคม ไม่ใช่เรื่องตลก โดยสื่อจะต้องมีcomment มีเรื่องประกอบ ต้องมีอะไรมากกว่าที่เป็นอยู่ สังคมจึงจะเปลี่ยนไปในทางที่ดี” (นิธินันท์ ยอแสงรัตน์, สัมภาษณ์, 18 กันยายน, 2547)

นอกจากนั้นผู้ให้สัมภาษณ์ยังได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ว่า สื่อสาธารณะควรจะเสนอเรื่องที่เกี่ยวข้องกับพระสงฆ์ทำกฏวินัยบ้าง เพราะปัจจุบันส่วนใหญ่จะมีแต่การนำเสนอแต่เรื่องไม่ดีของพระสงฆ์ เนื่องจากการนำเสนอแต่เรื่องที่ไม่ดีของพระสงฆ์นั้น จะทำให้ผู้รับสารเกิดการเลียนแบบพฤติกรรมที่ไม่ดีได้ ดังที่ยกตัวอย่างไว้ว่า

“แทนที่จะเสนอว่ามีพระสงฆ์ดี ๆ ที่เค้าทำดี ๆ ทำไม่ไม่นำเสนอ มันจะพูดกันแต่เรื่องที่ไม่ดี มันจะชี้หน้าให้คนดูเห็นว่าทำอย่างนี้ก็ได้นี่นา เค้าเป็นพระเค้ายังทำได้ แล้วทำไมเราเป็นคนธรรมดา เราจึงจะทำได้” (ชาติชาย รำพึง, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2547)

จากผลการสัมภาษณ์พอสรุปได้ว่า สื่อสาธารณะมีการนำเสนอในเรื่องความผิดวินัยของพระสงฆ์อยู่ในเกณฑ์ที่มีความเหมาะสม มีการนำเสนอตามข้อเท็จจริง และมีการให้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์เพิ่มเติมด้วยแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ แต่อย่างไรก็ตามสื่อสาธารณะควร จะเพิ่มการนำเสนอเนื้อหาสาระให้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เช่นข้อติติง, เรื่องสั้น หรือบทความ ประกอบเพิ่มเติมเพื่อให้สังคมเห็นว่าเรื่องนี้เป็นปัญหาที่รุนแรงต่อสังคม ไม่ใช่เรื่องตลกต่อสังคม จึงจะทำให้สังคมเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น

2. การนำเสนอข่าวด้วยความไม่รอบคอบ

สื่อสาธารณะมีการนำเสนอปัญหาสังคมเรื่องการนำเสนอข่าวด้วยความไม่รอบคอบนั้น

พบว่า สื่อสาธารณะมีการเสนอข่าวที่รอบคอบ เพราะหากมีการเสนอข่าวด้วยความไม่รอบคอบ จะมีผลกระทบให้ผู้ื่นเกิดความเสียหาย สื่อสาธารณะจะถูกสังคมตำหนิได้ และสื่อเองก็ขายไม่ได้ ถึงแม้สื่อสาธารณะจะทำงานแข่งกับเวลา แต่สื่อสาธารณะมีกระบวนการกลั่นกรองข่าวสารอยู่ โดยมี 4 ขั้นตอนคือ การรับข่าว, ผู้เขียนข่าว, มีหัวหน้าข่าว, มีบรรณาธิการข่าว ซึ่งจากกระบวนการของการทำงานคิดว่าน่าจะทำให้เกิดผลงานที่มีความรอบคอบ แต่บางครั้งก็อาจมีข้อผิดพลาดที่นึกไม่ถึงได้ แต่ไม่มีข่าวใดที่ไม่ผ่านขั้นตอนเหล่านี้ ดังที่ว่า

“ทุกคนต้องระวังตัวอยู่แล้ว เพราะเมื่อมีความไม่รอบคอบ ทำให้คนอื่นเสียหาย เราโดนฟ้อง ทำให้เราถูกสังคมตำหนิ หนังสือเราก็ขายไม่ได้ แม้เราจะทำงานแข่งกับเวลา แต่เรามีกระบวนการกลั่นกรองอยู่ มีการรับข่าว มีrewriter มีหัวหน้าข่าว มีบรรณาธิการข่าว ถ้าถามว่ารอบคอบไหม มันมี 4 ด้านแล้ว บางครั้งมันก็มีข้อผิดพลาดที่เรานึกไม่ถึง แต่ไม่มีข่าวใดที่ไม่ผ่านขั้นตอนเหล่านี้” (มานิจ โมพีชาติ, สัมภาษณ์, 20 สิงหาคม 2547)

ผู้ให้สัมภาษณ์อีกท่านหนึ่งได้ให้ความเห็นที่สอดคล้องกันว่า สื่อสาธารณะมักจะมีวัฒนธรรมระมัดระวังในการนำเสนอ โดยเฉพาะไม่ค่อยใช้คำพูดหยาบๆ แต่บางครั้งสื่อสาธารณะก็ตัดสินใจเรื่องเร็วเกินไป ดังที่กล่าวไว้ว่า

“เรื่องความไม่รอบคอบ มักจะระมัดระวัง ไม่ค่อยใช้คำพูดหยาบๆ แต่บางกรณีก็ฟังธงเร็วเหมือนกัน” (นิธินันท์ ยอดแสงรัตน์, สัมภาษณ์, 18 กันยายน 2547)

แต่ในอีกมุมมองมีความเห็นว่าสื่อสาธารณะไม่มีการตรวจสอบคุณค่าของข่าวก่อนนำเสนอ และอันเนื่องมาจากการทำงานของสื่อสาธารณะที่มีข้อจำกัดเรื่องเวลา และมีการแข่งขันกันเสนอข่าวกับสื่ออื่นๆ สื่อสาธารณะก็มักจะนำเสนอข่าวไปก่อนแล้วจึงมาตรวจสอบผลที่จะเกิดขึ้นตามมาทีหลัง ยกตัวอย่างเช่น เมื่อมีกระแสข่าวเกิดขึ้น สื่อสาธารณะก็ไม่ได้มีการตรวจสอบก่อนว่าเรื่องนี้ควรที่จะนำเสนอหรือไม่ จะเห็นว่าสื่อสาธารณะคำนึงถึงแต่เรื่องของธุรกิจ ไม่ได้มีความเป็นตัวของตัวเอง ไม่ได้คำนึงถึงว่าผู้รับสารควรที่จะทราบหรือยัง ดังที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“การนำเสนอข่าวด้วยความไม่รอบคอบในที่นี้ หมายความว่า สื่อมวลชนแข่งกันได้ประเด็นข่าวมา แล้วก็มานำเสนอเลย โดยไม่ได้มีการตรวจสอบอีกครั้งว่าข่าวนั้นมีคุณค่าหรือว่ามันเป็นข่าวลือหรือเป็นข่าวจริง หรือเป็นข่าวที่นำเสนอไปก่อนแล้วค่อยมาว่าผลกันทีหลังเพราะว่ามันแข่งกันเยอะ พอได้ยินว่ามีกระแสว่าเป็นอย่างนี้ก็ไม่ได้มีการตรวจสอบก่อนว่าควรที่จะนำเสนอไหม

เพราะกลัวจะตกข่าว ฉบับอื่นเค้าเสนอกัน แล้วกลัวว่าฉบับของตัวเองจะไม่ได้นำเสนอบ้าง โดยไม่ได้มีความเป็นตัวของตัวเอง ไม่ได้คำนึงว่าผู้อ่านควรจะรู้หรือยัง ส่วนหนึ่งอาจจะเป็นข้อจำกัดของการทำงานของสื่อในเรื่องเวลาอันจำกัด พอมีข่าวสื่อก็แข่งขันกับเวลา โดยมองแต่เรื่องของธุรกิจ ทำให้ไม่ได้ตรวจสอบเท่าที่ควร หรือมีข้อจำกัดของเรื่องข้อเท็จจริง” (มาลี บุญศิริพันธ์, สัมภาษณ์, 26 สิงหาคม 2547)

สอดคล้องกับผู้ให้สัมภาษณ์อีกท่านหนึ่งที่ทำให้เห็นว่า การนำเสนอข่าวด้วยความไม่รอบคอบนั้น เกิดจากข้อจำกัดในการทำงานเรื่องเวลา เพราะสื่อสาธารณะมีการทำข่าวที่แข่งขันกับเวลา และมองในเรื่องของธุรกิจมากเกินไป ทำให้ข่าวไม่ได้รับการตรวจสอบเท่าที่ควร หรือมีข้อจำกัดเรื่องข้อเท็จจริง ดังที่กล่าวว่า

“เป็นข้อจำกัดในการทำงาน เรื่องเวลา พอมีข่าวสื่อก็แข่งขันกับเวลา และมองในเรื่องของธุรกิจ ทำให้ไม่ได้รับการตรวจสอบเท่าที่ควร หรือมีข้อจำกัดเรื่องข้อเท็จจริง” (นพดล ก่อนิธิ, สัมภาษณ์, 23 กรกฎาคม 2547)

ในด้านของผลกระทบจากการที่สื่อสาธารณะได้นำเสนอข่าวด้วยความไม่รอบคอบ จะทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนและสร้างความเสียหายให้กับสังคมโดยรวม หรือทำให้ผู้อื่นได้รับความเดือดร้อน ผลกระทบโดยตรงอาจทำให้เกิดความเข้าใจผิด และกระแสสังคมอาจนำไปสู่ความกดดันกับตัวผู้ได้รับผลกระทบ ยกตัวอย่างกรณีเรื่องความไม่รอบคอบของสื่อสาธารณะ เช่น คดีที่อยู่ในชั้นศาล เรื่องราวของคดียังไม่ชัดเจน ผู้ถูกนำเสนอยังอยู่ในขั้นตอนของการถูกเป็นผู้ถูกกล่าวหา แต่สื่อสาธารณะกลับไปรายงานว่าผู้ถูกกล่าวหา นั้น ได้เป็น จำเลย หรือเป็นผู้ต้องหา ซึ่งสาเหตุอาจจะเกิดจากผู้สื่อข่าวไม่ได้ศึกษาศัพท์ที่เกี่ยวกับคำว่า จำเลย ,ผู้ต้องหา, ผู้ถูกกล่าวหา จึงทำให้ใช้คำผิดความหมาย ถือเป็นความไม่รอบคอบของสื่อสาธารณะ ดังที่ได้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

“การนำเสนอข่าวด้วยความไม่รอบคอบ ขาดการกลั่นกรอง ทำให้เนื้อหาคลาดเคลื่อน และสร้างความเสียหายให้กับสังคมโดยรวม หรือผู้ได้รับความเดือดร้อน ผลกระทบโดยตรงอาจทำให้เกิดความเข้าใจผิด กระแสสังคมนำไปสู่ความกดดันกับตัวผู้ได้รับผลกระทบ เช่น คดีที่อยู่ในชั้นศาล คดียังไม่ชัดเจน เค้ตกเป็นผู้ถูกกล่าวหา แต่สื่อมวลชนไปบอกว่าเค้เป็น จำเลย เป็นผู้ต้องหา นักข่าวอาจจะไม่ได้ศึกษาศัพท์ จำเลย ผู้ต้องหา ผู้ถูกกล่าวหา ทำให้ใช้คำผิดความหมาย เป็นความไม่รอบคอบของสื่อ” (ศักดิ์ จิวธยากุล, สัมภาษณ์, 4 สิงหาคม 2547)

ผลจากการสัมภาษณ์อาจสรุปได้ว่า สื่อสาธารณะมีกระบวนการทำงานหลายขั้นตอนเพื่อตรวจสอบความรอบคอบของข่าวที่จะนำเสนอออกไป เพื่อให้ข่าวสารที่นำเสนอออกไปมีความสมบูรณ์ถูกต้องมากที่สุด แต่เนื่องด้วยปัจจัยแวดล้อมหลายอย่าง เช่น เวลาอันจำกัด , ความไม่รู้ คำศัพท์ของนักสื่อสารมวลชน, ความคำนึงถึงแต่เรื่องของธุรกิจ, การแข่งขันกันเสนอข่าวกับสื่อคู่แข่ง จึงทำให้ข่าวสารที่นำเสนอส่วนใหญ่ไม่ได้รับการตรวจสอบมากเท่าที่ควร ซึ่งจะทำให้เนื้อหาที่นำเสนอในบางครั้งเกิดความคลาดเคลื่อนและสร้างความเดือดร้อนให้ผู้อื่น หรือสร้างความเสียหายให้กับสังคมโดยรวม

3. การโฆษณาสินค้าที่ก่อให้เกิดการบริโภคนิยม

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้ให้ความเห็นว่า ปัจจุบันการโฆษณาเข้ามามีบทบาทอย่างมากในสังคม อันเนื่องมาจากผู้ผลิตเองต้องการให้สินค้าของตนเองมีความน่าเชื่อถือ บ่อยครั้งที่การโฆษณาก้าวเข้ามาสู่การนำเสนอที่เข้ามาปะปนอยู่กับการเสนอข่าวสาร เช่น ในส่วนของพื้นที่โฆษณาบนหน้าหนังสือพิมพ์ ในส่วนของพื้นที่ข่าว หรือไม่ก็การแฝงเข้ามาในข่าว เช่น ข่าวสังคมหรือข่าวเศรษฐกิจ ยกตัวอย่างเช่น การนำเสนอข่าวเรื่องบริษัทโทรศัพท์มือถือเปิดตัวโฆษณาใหม่หรือสินค้าใหม่ หรือเจ้าของบริษัทไปบริจาคเงินการกุศล นับเป็นการโฆษณาแฝงที่เข้ามาใช้พื้นที่ของสื่อมวลชนอย่างแยบยล โดยที่ผู้รับสารอาจไม่รู้ตัว ในบางครั้งสื่อสาธารณะก็ไม่มีจรรยาบรรณ ไม่มีจุดยืนที่ดำรงไว้ซึ่งจารีตในสังคม โดยบริษัทต่างๆ มุ่งที่จะแสวงหากำไรมากกว่านำประโยชน์ไปสู่อุสาหการณะ ซึ่งสื่อสาธารณะเองก็เปรียบเสมือนกับเป็นตะแกรงร่อนตะกอนสิ่งเหล่านี้อยู่ ควรที่จะมีกระบวนการกลั่นกรองเรื่องราวก่อนที่จะนำเสนอออกสู่สาธารณะ

การโฆษณาสินค้าที่ก่อให้เกิดการบริโภคนิยมเป็นการปลุกเร้าค่านิยมทางสังคมให้เกิดสังคมลัทธิบริโภคนิยม ในลัทธิทุนนิยม ทั้งที่ควรให้ความรู้ ความเข้าใจ การศึกษา ให้กับผู้รับสาร ทุกวันนี้โฆษณาทำให้เกิดค่านิยมการเลียนแบบ พยายามที่จะหาปัจจัยที่หา สิ่งฟุ่มเฟือย เช่น วัตถุสิ่งของ โทรศัพท์มือถือ รถยนต์ เพราะสิ่งเหล่านี้มักจะจำเป็นเฉพาะอาชีพ ด้วยผู้ประกอบการต้องการแสวงหากำไร ก็ต้องเพิ่มการโฆษณา สื่อสารออกมาเพื่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการบริโภคประชาชนที่ดำเนินชีวิตอยู่ในสังคมกลายเป็นว่าจะต้องมีสิ่งเหล่านี้และคิดว่าควรเสนอสิ่งเหล่านี้ อย่างไรก็ตามก็ถือว่าเป็นไปตามระยะเวลาแห่งยุคการสื่อสาร ก็นับว่ามีความจำเป็น แต่ไม่ใช่ความจำเป็นที่ฟุ่มเฟือย แต่ปัจจุบันการโฆษณาก็ทำให้สิ่งของฟุ่มเฟือยกลายเป็นวัตถุที่เป็นปัจจัยแห่งความจำเป็นที่ไม่จำเป็น ดังที่ได้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

“ปัจจุบันการโฆษณาเข้ามามีบทบาทอย่างมากในสังคม อันเนื่องมาจากผู้ผลิตเองต้องการให้สินค้าของตัวเองน่าเชื่อถือ บางครั้งการโฆษณาก็ก้าวเข้ามาสู่ข้อเท็จจริง เข้ามาปะปนอยู่ในตัวข้อเท็จจริงบ่อยครั้ง เช่น ในพื้นที่โฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์ ในพื้นที่ข่าว หรือไม่ก็การแฝงเข้ามาในข่าว เช่น ข่าวสังคมหรือข่าวเศรษฐกิจ พบว่ามีข่าวบริษัทโทรศัพท์มือถือเปิดตัวโฆษณาสินค้าใหม่ หรือเจ้าของบริษัทไปบริจาคเงินการกุศล นี่คือการโฆษณาแฝงที่เข้ามาใช้พื้นที่ของสื่ออย่างแยบยล โดยที่เราอาจไม่รู้ตัว บางครั้งถ้าสื่อไม่มีจรรยาบรรณ ไม่มีจุดยืนที่ดำรงไว้ซึ่งจารีต สังคมคือปล่อยให้สังคมบ้าคลั่งแพชั่น บริษัทมุ่งที่จะแสวงหากำไรมากกว่านำประโยชน์ไปสู่สาธารณะ ทั้งนี้สื่อมวลชนก็เปรียบเสมือนกับเป็นตะแกรงร่อนตะกอนสิ่งเหล่านี้อยู่

การโฆษณาสินค้าที่ก่อให้เกิดการบริโภคนิยมเป็นการปลูกเร้าค่านิยมทางสังคมให้เกิดสังคมลัทธิบริโภคนิยม ในลัทธิทุนนิยม ทั้งๆที่ควรให้ความรู้ ความเข้าใจ การศึกษา ให้กับผู้บริหารทุกวันนี้องค์กรทำให้เกิดค่านิยมการเลียนแบบ พยายามที่จะหาปัจจัยที่ห้า สิ่งฟุ่มเฟือย เช่น วัตถุสิ่งของ โทรศัพท์มือถือ รถยนต์ เพราะสิ่งเหล่านี้อาจจะจำเป็นเฉพาะอาชีพ ด้วยผู้ประกอบการต้องการแสวงหากำไร ก็ต้องโฆษณาสื่อสารออกมาเพื่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการบริโภค คนที่ดำเนินชีวิตอยู่ในสังคมกลายเป็นว่าจะต้องมีสิ่งเหล่านี้และคิดว่าควรเสถียรสิ่งเหล่านี้ได้อย่างไร แต่เราปฏิเสธไม่ได้ว่ามันเป็นระยะเวลาแห่งยุคการสื่อสาร มันก็มีความจำเป็น แต่ไม่ใช่ความจำเป็นที่ฟุ่มเฟือย แต่ปัจจุบันเราเป็นไปที่นามธรรมแห่งความจำเป็น เราทำให้มันเป็นวัตถุเพื่อให้เป็นปัจจัยแห่งความจำเป็นที่ไม่จำเป็น” (ศักดิ์ จิวธยาภูถ, สัมภาษณ์, 4 สิงหาคม 2547)

นอกจากนั้นการโฆษณาในปัจจุบันมีการแข่งขันเรื่องเทคนิคการโฆษณา ทำให้เกิดการบริโภคเกินเหตุ (Over consumption) และทำให้เกิดค่านิยมการเลียนแบบ การโฆษณาสินค้าที่ก่อให้เกิดการบริโภคนิยมเป็นการปลูกเร้าค่านิยมทางสังคมให้เกิดการบริโภคนิยม โดยการพยายามที่จะหาปัจจัยที่ห้าให้กับผู้บริหาร ยกตัวอย่างเช่น วัตถุสิ่งของ โทรศัพท์มือถือ รถยนต์ สิ่งฟุ่มเฟือยต่างๆ เพราะสิ่งเหล่านี้อาจจะจำเป็นเฉพาะอาชีพ แต่ด้วยผู้ประกอบการธุรกิจต้องการแสวงหากำไร จึงสื่อสารออกมาเพื่อกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมกรรมการบริโภคนิยม ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์อีกท่านหนึ่งมีความเห็นในทางที่สอดคล้องกันว่า

“การแข่งขันเรื่องเทคนิคโฆษณา เวลาที่มีโฆษณาทำให้เกิด Over consumption การบริโภคเกินเหตุ นอกจากโทรทัศน์มีการขายพื้นที่โฆษณามาก บริษัทโฆษณาจะทำเช่นกัน เพื่อจับลูกค้าและการแข่งขันกันเองของเทคนิคโฆษณา ธุรกิจโฆษณาวงกับโทรทัศน์ ซึ่งมันเป็นสิ่งที่จะเข้าถึงพฤติกรรมผู้บริโภคมากที่สุด มันก็เลยทำให้เกิดความเข้มข้นในการใช้เงิน” (มาลี บุญศิริพันธ์ , สัมภาษณ์, 26 สิงหาคม 2547)

จากงานโฆษณาบางชิ้น ทำให้ผู้รับสารตกเป็นเหยื่อของการบริโภคนิยม ยกตัวอย่างเช่น โฆษณาโทรศัพท์ ว่า “วางหูก่อนดี” ถือว่าเป็นโฆษณาที่สร้างความน่าสนใจ มีความคิดที่สร้างสรรค์ แต่งานโฆษณานี้ทำขึ้นเพื่อตอบสนองต่อนิยมเพียงอย่างเดียว หากกล่าวถึงงานโฆษณาเรื่องความคิดสร้างสรรค์ในเชิงศิลปะถือว่าดี น่าชื่นชม แต่ในเรื่องของความคิดที่มีต่อผู้บริโภคถือว่าไม่สร้างสรรค์ แต่กลับกลายเป็นทำร้ายผู้บริโภคให้เกิดการบริโภคนิยม ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์ยกตัวอย่างไว้ว่า

“มันทำให้คนตกเป็นเหยื่อบริโภคนิยม เช่น วางหูก่อนดี? มันเก้เก๋ ความคิดสร้างสรรค์ แต่ว่ามันรับใช้ทุนนิยม บริโภคนิยมอย่างเดียว ซึ่งไม่เห็นด้วยเลย ถ้าถ้าถามความเห็นเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ในเชิงArtเกี่ยวกับโฆษณานี้ ขอตอบว่าชื่นชม แต่ไม่ชื่นชมกัน ไม่มีกินเหล้าแล้ว มีแต่ให้บริโภคนิยมกันตายไปข้างหนึ่ง” (นิธินันท์ ยอแสงรัตน์, สัมภาษณ์, 18 กันยายน 2547)

ผู้ให้สัมภาษณ์ยังให้ความเห็นที่สอดคล้องกันว่า เรื่องการโฆษณาที่มีอยู่ในปัจจุบัน ทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกคล้อยตามกับโฆษณา และเกิดความต้องการบริโภคสินค้า จนทำให้เกิดการบริโภคนิยม ซึ่งถ้ามีโฆษณาที่มีความถี่มากเกินไปก็จะเกิดผลเสียกับผู้บริโภคได้ และเป็นเรื่องยากในการหาหน่วยงานมาควบคุมดูแลเพิ่มเติมจากที่มีอยู่ ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

“การโฆษณาคือการขายสินค้าและพูดความจริงบางส่วน วัฒนธรรมตอนนี้ถูกกลืนด้วยกระแสทุนนิยม การที่ผู้ชมจะรู้สึกคล้อยตาม เกิดความรู้สึก ต้องการ อยากมี อยากได้ เป็นลัทธิบริโภคนิยม ถ้าความถี่มากก็ไม่ดี แต่มันก็ยากที่ใครจะไปกำหนด เพียงแต่ควบคุมอย่าให้มากเกินไป แต่ปัจจุบันนี้จะมีกระบวนการกลั่นกรองทางสังคม มีสปค. คุ้มครองผู้บริโภค มีการร้องเรียน มีกระบวนการตรวจสอบ แต่ในแง่ผู้รับสารมันมีผลกระทบแน่นอน” (ศราธร บุญสิทธิ์, สัมภาษณ์, 10 สิงหาคม 2547)

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ว่าหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค และกระทรวงวัฒนธรรม ควรจะมาช่วยกันดูแลการนำเสนองานโฆษณาให้มีความเหมาะสม เนื่องจากว่าปัจจุบันเป็นยุคแห่งข้อมูลข่าวสารที่เสรี จึงทำให้มีการนำเสนองานโฆษณาที่ก่อให้เกิดการบริโภคนิยม ซึ่งจะมีผลกระทบต่อผู้รับสาร ยกตัวอย่างเช่น งานโฆษณาของTrue ที่เขียนป้ายว่า “สาวพาดิซัยโทรหาหนุ่มๆฟรี” มีความเห็นว่าโฆษณาชิ้นนี้ไม่น่านำเสนอออกมาสู่สายตาประชาชน ดังตัวอย่างที่อธิบายปรากฏการณ์นี้ได้แก่

“มีการโฆษณาที่ก่อให้เกิดบริโภคนิยม เพราะยุคนี้เป็นยุคข้อมูลข่าวสารเสรี การโฆษณาก็เป็นการสร้างอะไรสักอย่างที่ทำให้คน... เคยเห็นป้ายใหม่ที่ว่า “สาวพาณิชย์โทรหาหนุ่มๆฟรี” ของ TRUE มันติดโฆษณาอย่างนี้มาได้ยังไง สามารถโทรหาหนุ่มคนนึงถูกๆได้ ก็ไม่รู้ว่าโฆษณาตัวนี้มันออกมาได้ยังไง หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคก็ควรจะดูแลด้วย กระทรวงวัฒนธรรมด้วย ปัจจุบันนี้ยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขเลย” (ชาติชาย จำปี, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2547)

แต่ในอีกมุมหนึ่ง ที่ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่า การโฆษณาสินค้าไม่ใช่การทำผิดจรรยาบรรณสื่อมวลชน เพราะเป็นสิทธิที่สื่อสาธารณะจะเสนองานโฆษณาได้ เนื่องจากสื่อสาธารณะไม่มีอำนาจในการสั่งการ ควบคุม ดูแล หรือการกำหนดกฎเกณฑ์ต่างๆ ได้ แม้ว่าจะมีผลกระทบจากการนำเสนองานโฆษณานั้น ดังที่กล่าวว่า

“การโฆษณาสินค้าก็ไม่ใช่เรื่องผิดจรรยาบรรณ มันก็เป็นสิทธิที่เค้าทำได้ มีผลสะท้อนอะไรตามมาไหม สื่อก็ไม่มีสิทธิไปจัดการ ชี้ขาด กำหนดกฎเกณฑ์ ควบคุม ดูแลอะไรทุกอย่าง ผมว่าสื่อก็ทำไม่ได้” (มานิจ โมพีชาติ, สัมภาษณ์, 20 สิงหาคม 2547)

ผลจากการศึกษา ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า การโฆษณาสินค้าในปัจจุบันมีจำนวนมากขึ้นและมีการหลากหลายรูปแบบ ด้วยผู้ประกอบการต้องการแสวงหากำไร ก็ต้องเพิ่มการโฆษณา และสื่อสารออกมาเพื่อปลุกเร้าค่านิยมทางสังคมให้เกิดพฤติกรรมบริโภคเกินความจำเป็น ในบางครั้งสื่อสาธารณะก็ไม่มีจรรยาบรรณ ไม่มีจุดยืนที่ดำรงไว้ซึ่งจารีตในสังคม โดยบริษัทต่างๆ มุ่งที่จะแสวงหากำไรมากกว่านำประโยชน์ไปสู่สาธารณะ และเห็นว่าควรมีหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเข้ามาควบคุมดูแลให้มากขึ้น

4. การนำเสนอภาพไปเปลือย

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งกล่าวว่า สื่อสาธารณะมีความเป็นพาณิชย์อยู่ เมื่อทราบว่าผู้รับสารชอบรูปอะไร สื่อสาธารณะก็จะตอบสนองไปให้กับผู้รับสาร ซึ่งมีกลุ่มหนึ่งที่มีความชอบในเรื่องเหล่านี้ ถ้าเรื่องนั้นไม่เป็นเรื่องที่เป็นหรือน่าเกลียดสื่อสาธารณะก็จะนำเสนอไป และเนื่องจากการตัดสินใจการนำเสนอข้อมูลต่างๆ ตั้งขึ้นอยู่กับแผนกอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จึงทำให้การตัดสินใจนำเสนอต้องเป็นไปตามเสียงส่วนมากขององค์กรว่าจะนำเสนอหรือไม่ ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

“หนังสือพิมพ์มันมีความเป็นพาณิชย์อยู่ พอเห็นคนดูชอบรูปอะไรก็ส่งออกไป มันมีกลุ่มอ่านอยู่กลุ่มหนึ่งเหมือนกัน แต่ถามว่าเราสนับสนุนพวกเค้า เอาใจตลอดเวลาหรือไม่ เราไม่อยากทำ และการทำหนังสือพิมพ์มีหลายแผนกที่เกี่ยวข้องกันอยู่ แผนกกองบรรณาธิการมีอำนาจสูงสุด และก็มีฝ่ายการตลาด เค้าก็จะพยายามบอกว่าข่าวนี้คนอ่านชอบนะ ซึ่งก็มีส่วนให้เราต้องตัดสินใจ ถ้าเรื่องนั้นไม่เป็นเรื่องโป๊หรือน่าเกลียด เรายังจะเสนอไป” (มานิจ โมพีชาติ, สัมภาษณ์, 20 สิงหาคม 2547)

ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่าเรื่องนี้เป็นเรื่องสำคัญ เนื่องจากสื่อสาธารณะมีการนำเสนอภาพโป๊บ่อยครั้ง ซึ่งถือเป็นการยั่วยู่ทางเพศในวงกว้างผ่านทางสื่อสาธารณะเพื่อให้ประชาชนติดตาม จนในปัจจุบันประชาชนยอมรับเรื่องเหล่านี้ได้ ทั้งที่แต่ก่อนจารีต วัฒนธรรม สังคม วิธีการดำเนินชีวิตค่อนข้างจะปิดกั้นกับสิ่งเหล่านี้ และเมื่อมีดารานักแสดงถ่ายคนใด ถ่ายรูปโป๊ สื่อสาธารณะก็จะนำเสนอว่าผู้นั้นเป็นคนเซ็กซี่ ใจกล้า ใจถึง ทำให้สิ่งเหล่านี้กลายเป็นวิถีวัฒนธรรมของวัยรุ่นในเรื่องแฟชั่นการแต่งตัว วัยรุ่นเกิดการเลียนแบบพฤติกรรมการแต่งกาย ผู้ปกครองที่เปิดรับสื่อสาธารณะบ่อยก็คิดว่าลูกแต่งกายทันสมัย ไม่มีการว่ากล่าวตักเตือนเพราะไม่คิดว่าการแต่งกายเช่นนั้นอาจจะป็นภัยกับตัวเอง ทำให้กลายเป็นปัญหาในเชิงลบอื่นๆตามมามากมาย เช่น ปัญหาข่มขืน ปัญหาทางเพศ ปัญหาล่อลวง ติดตามมามากมาย อีกทั้งในปัจจุบันมีการเปิดรับข่าวสารจากทางตะวันตกมากขึ้น เช่น CNN, UBC ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารซึมซับเอาความคิดแบบตะวันตกมาโดยไม่รู้ตัว จนมีคำถามขึ้นในใจคนจำนวนมากว่า ในเมื่อภาพยนตร์ต่างประเทศจึงนำเสนอฉากกร๊กร่วมเพศได้ แล้วเหตุใดภาพยนตร์ไทยจึงจะนำเสนอฉากกร๊กร่วมเพศไม่ได้ ซึ่งสาเหตุที่ไม่สามารถปิดกั้นเรื่องเหล่านี้เอาไว้ได้ เป็นเพราะทุนนิยม ซึ่งถ้าสื่อสาธารณะไม่ช่วยหยุดยั้งในมิติที่แก้หรือสกัดปัญหา ก็จะทำให้เกิดผลกระทบในทางลบ และเรื่องของสื่อสาธารณะนำเสนอไม่ตรงประเด็นก็เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่สำคัญ ยกตัวอย่างเช่น กรณีเน็ตถ่ายวีซีดีโป๊ สื่อก็ไม่ได้ดูมิติของปัญหาว่าเกิดเหตุการณ์อะไรขึ้น แต่สื่อกลับเสนอรูปโป๊เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจมากกว่าการรายงานเนื้อหาเรื่องราวที่มาที่ไป และผลกระทบของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ดังที่ได้อธิบายให้ฟังว่า

“ผลกระทบจากการนำเสนอภาพโป๊ แม้จะไม่ได้นำเสนอเนื้อหา รูปภาพก็สามารถสื่อความหมายแทนตัวอักษร ซึ่งเป็นการยั่วยู่ทางเพศในวงกว้างผ่านสื่อซึ่งมีประชาชนติดตาม ให้ความเชื่อถือ ศรัทธาในสื่อต่างๆ ด้วยปัจจุบันมีรูปโป๊ถูกนำเสนอบ่อย จนประชาชนเห็นว่าเป็นเรื่องปกติ ทั้งที่แต่ก่อนด้วยจารีต วัฒนธรรม สังคม วิถีบ้านเราจะค่อนข้างปิดกั้นกับสิ่งเหล่านี้ แต่สมัยนี้ใครถ่ายรูปโป๊ก็บอกว่าเซ็กซี่ ใจกล้า ใจถึง กลายเป็นสังคมยอมรับได้ ก็กลายมาเป็นวิถีวัฒนธรรมของวัยรุ่น แฟชั่นการแต่งตัว วัยรุ่นเกิดการเลียนแบบพฤติกรรม ผู้ปกครองเห็นตามสื่อ

ทุกวันนี้ก็คิดว่าลูกทันสมัย ไม่เป็นไร โดยไม่คิดว่าอาจจะเป็นภัยกับตัวเอง ทำให้กลายเป็นปัญหาในเชิงลบอื่นๆตามมามากมาย ปัญหาข่มขืน ปัญหาทางเพศ ปัญหาล่อลวง ติดตามมามากมาย ตรงนี้สื่อก็ทำให้เกิดขึ้น เช่น กรณีน้องเนตถ่ายวีซีดีโป๊ กรณีนี้สื่อไม่ได้ออกมาพูดว่าทำไมต้องเสนอภาพตรงนี้ ทำไมไม่คูมิตีของปัญหาว่ามันคืออะไรทำไมยังลายนวลได้ทั้งๆที่นั่นคือการกระทำผิดอย่างหนึ่งที่ทำให้สื่อวีซีดีลามกเกิดขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง แต่กลายเป็นเสนอน้องเนตใจกล้าออกมาต่อสู้หรือฉันท้าใจต้องเล่นนะ สื่อมวลชนต้องพยายามนำเสนอให้ตรงประเด็น อย่าไหลไปตามกระแสข่าว และการเปิดรับสื่อจากตะวันตกมากๆ เช่น CNN, UBC มันก็ซึมซับความคิดตะวันตกมาโดยไม่รู้ตัว มีคำถามว่าหนังฝรั่งทำไมมีฉากกร่วมเพศ แล้วทำไมหนังไทยทำไม่ได้ ซึ่งเราไม่สามารถปิดกั้นเรื่องเหล่านี้เอาไว้ได้ เพราะวัตถุนิยม ทุนนิยม ทำให้เราไม่สามารถปิดกั้นสิ่งเหล่านี้ได้ ซึ่งถ้าสื่อไม่ช่วยหยุดยั้งในมิติที่แก้หรือสกัดปัญหา ถ้าไม่ตัดทอนมันก็มากขึ้น ก่อให้เกิดผลกระทบในทางลบ” (ศักดา จิวิธยากุล, สัมภาษณ์, 4 สิงหาคม 2547)

สื่อสาธารณะไม่มีหน้าที่ที่จะนำเสนอภาพโป๊ ถึงแม้ว่าเรื่องจะมีเรื่องโป๊เป็นประเด็นก็ตามในบางครั้งสื่อสาธารณะเน้นเรื่องของธุรกิจมากเกินไป เช่น เรื่องการนำเสนอรูปภาพเปลือยของต๊กบงกชจากการถ่ายหนังเรื่องไอ้ฟัก นับว่าเป็นเรื่องละเมิดสิทธิส่วนบุคคลกับหมิ่นประมาท การนำเสนอที่เหมาะสมต้องไม่ใช่เอาภาพต๊กที่โป๊ภาพนั้นมาพิมพ์ขยายใหญ่ให้ผู้รับสารดูว่าเรื่องที่เกิดคือภาพนี้ กรณีนี้มีคุณค่าของข่าว แต่สื่อสาธารณะไปเอาคุณค่าของข่าวในเชิงที่ทำให้คนอ่านเห็นภาพแล้วอยากซื้อหนังสือพิมพ์ เพราะความตื่นเต่า เร้าใจ ไวต่อการกระตุ้น ซึ่งคนที่เสียหายก็คือต๊ก หนังสือพิมพ์ไปละเมิดซ้ำ และผู้รับสารอื่นๆที่เห็นบ่อยๆก็เห็นว่าเรื่องโป๊เป็นเรื่องปกติ สรุปว่ากรณีนี้คุณค่าของข่าวมี แต่สื่อสาธารณะใช้เรื่องคุณค่าของข่าวเพื่อผลประโยชน์ทางการค้า เพื่อเน้นจุดที่เป็นเรื่องที่ไวต่อการกระตุ้น ซึ่งอันนี้ทำให้เกิดปัญหาด้านจริยธรรม อีกทั้งเดี๋ยวนี้อัพชั่นเสื้อผ้า การแต่งกายของผู้หญิงต้องให้เห็นร่องอกจนกลายเป็นเรื่องธรรมดา ก็เพราะสื่อสาธารณะนำเสนอเรื่องเหล่านี้จนเป็นเรื่องธรรมดา ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“บางครั้งสื่อมวลชนเน้นไปเรื่องที่ขายได้ เช่น เรื่องการนำเสนอรูปภาพเปลือยของต๊กบงกชจากการถ่ายหนังเรื่องไอ้ฟัก จริงๆมันเป็นเรื่องร้ายแรงนะ มันเป็นเรื่องละเมิดสิทธิส่วนบุคคล กับหมิ่นประมาท การนำเสนอที่เหมาะสมต้องไม่ใช่เอาภาพต๊กที่โป๊อันนั้นมาพิมพ์ขยายใหญ่ให้คนอ่านดูว่านี่คือภาพนี้ไง เรื่องนี้คุณค่าของข่าวมันมี แต่สื่อไปเอาคุณค่าของข่าวในเชิงที่ทำให้คนอ่านเห็นภาพแล้วอยากซื้อหนังสือพิมพ์ เพราะความตื่นเต่า เร้าใจ ไวต่อการกระตุ้น ซึ่งคนที่เสียหายก็คือต๊ก หนังสือพิมพ์ไปละเมิดซ้ำ และคนอื่นๆที่เห็นบ่อยๆก็เห็นว่าเรื่องโป๊เป็นเรื่องปกติ นี่ไงเรื่องนี้คุณค่าของข่าวมี แต่ใช้เรื่องคุณค่าของข่าวเพื่อผลประโยชน์ทางการค้า เพื่อเน้นจุดที่

เป็นเรื่องที่ไวต่อการกระตุ้น ซึ่งอันนี้ทำให้เกิดปัญหาด้านจริยธรรม อีกทั้งเดี๋ยวนี้แฟชั่นเสื้อผ้า การแต่งกายของผู้หญิงต้องให้เห็นร่องอก จนกลายเป็นเรื่องธรรมดา ก็เพราะสื่อเสนอจนเป็นเรื่องธรรมดา” (มาลี บุญศิริพันธ์, สัมภาษณ์, 26 สิงหาคม 2547)

ปัจจุบันกลายเป็นค่านิยมที่ต้องมีการนำเสนอภาพโป๊ ในรายการโทรทัศน์มีพิธีกร แกร็บเชิญ และนักแสดงจำนวนมากที่ไม่ระมัดระวังในเรื่องของการแต่งกาย อีกทั้งยังมีการนำเสนอภาพแฟชั่นจนเกินกาลเทศะ ยกตัวอย่างเช่น ในละครโทรทัศน์ ดาราหญิงทำงานเป็นนักบริหารในบริษัทใหญ่แห่งหนึ่ง แต่นั่งใส่เสื้อสายเดี่ยว แต่งตัวให้เห็นเนินอก ซึ่งมีความโป๊เกินเหตุ จากการให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

“ในรายการโทรทัศน์ มีพิธีกร แกร็บเชิญ ดาราวัยรุ่นมากมายไม่ระมัดระวังในการแต่งตัว อีกทั้งเป็นการเสนอภาพแฟชั่นจนเกินกาลเทศะ เช่น ในละครโทรทัศน์ ดาราหญิงทำงานเป็นนักบริหารในบริษัทใหญ่แห่งหนึ่ง แต่นั่งใส่เสื้อสายเดี่ยว แต่งตัวให้เห็นเนินอก โป๊เกินเหตุ ซึ่งละครไม่ได้สอนกาลเทศะให้กับสังคม ตรงนี้ต้องเรียกร้องความรับผิดชอบจากสื่อ” (มาลี บุญศิริพันธ์, สัมภาษณ์, 26 สิงหาคม 2547)

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนน้อยมากคือหนึ่งท่านที่ให้ความเห็นในทางตรงกันข้ามว่า การนำเสนอภาพโป๊ทางสื่อสาธารณะ และจะทำให้สนองต่อความต้องการของผู้รับสารและทำให้ผู้รับสารส่วนหนึ่งไม่มีความต้องการไปแสวงหาดูเพิ่มเติมอีก และอีกส่วนหนึ่งต้องการแสวงหาดูเพิ่มเติมอีก สำหรับความคิดเห็นส่วนตัวคิดว่าเฉยๆกับภาพโป๊ ดังที่กล่าวไว้ว่า

“ถ้าเราไม่นำเสนอ เค้าจะยิ่งไปหาเอง กับการที่ลงให้เห็น เค้าก็คิดว่ามันก็แค่นี้แหละ เรื่องการนำเสนอก็มีปิดให้ดูเหมาะสม ส่วนตัวคิดว่าเฉยๆกับภาพเหล่านี้ มีคำกล่าวว่าภาพหนึ่งภาพมีความหมายมากกว่าคำพันคำ ทุกวันนี้มีคดีข่มขืน คดีอื่นๆเพราะคนในสังคมมากขึ้น สื่อออกมากขึ้น ส่วนหนึ่งบางคนเห็นภาพแล้วก็ไม่ทำอะไร มีแค่นี้ แต่บางคนต้องการแสวงหาดูเพิ่มเติม” (ศราธร บุญสิทธิ์, สัมภาษณ์, 10 สิงหาคม 2547)

แต่อย่างไรก็ตาม สื่อสาธารณะในปัจจุบันมีการพัฒนามากขึ้น เพราะภายในองค์กรของสื่อมวลชนมีการวิเคราะห์ วิจัย และพัฒนาการทำงานของตนเองอยู่ตลอดเวลา โดยหากมีสิ่งใดที่ไม่เหมาะสม ก็จะมีการปรับปรุงการทำงานตลอดเวลาและมีการระมัดระวังการทำงานมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น หนังสือพิมพ์จะมีภาพโป๊ลดน้อยลง ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์อีกท่านหนึ่งกล่าวว่า

“สื่อปัจจุบันมีการพัฒนาไปเยอะ เพราะว่าภายในสื่อเองมีการวิเคราะห์หรือวิจัยอยู่ตลอดว่า สิ่งที่ทำไปมีตรงไหนที่ไม่เหมาะสม ที่ต้องปรับปรุง ะมัดระวังมากขึ้น เช่นหนังสือพิมพ์ใหญ่ๆ ภาพโป๊ก็จะลดน้อยลง ”

แต่บางท่าน เมื่อถามถึงเรื่องนี้ ท่านก็แสดงความคิดเห็นว่า ไม่ควรกำหนดว่าห้ามนำเสนอ ภาพโป๊ทางสื่อสาธารณะ แต่ควรจะคิดว่าควรจะนำเสนออย่างไรให้เหมาะสม ในเมื่อปัจจุบันยังมี ข้อถกเถียงกันอยู่ว่าภาพอย่างใดที่ถือว่าโป๊อย่างใดถือว่าไม่โป๊ ดังนั้นถ้ามีข่าวเกิดขึ้นสื่อมวลชนไม่ เสนอภาพโป๊ก็ไม่ได้ทำให้เนื้อหาของข่าวสูญเสียความเป็นข่าวไป เพราะสื่อสาธารณะมีทางเลือก ในการนำเสนอ แต่สื่อสาธารณะเองไม่เลือกที่ตัวเอง ดังที่ได้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

“เราไม่ควรไปกำหนดว่าห้ามมีภาพโป๊ในสื่อ แต่เราจะนำเสนอภาพโป๊อย่างไร อย่างเรื่อง ภาพ การเซ็นเซอร์ก็ยังคงเถียงกันอยู่ว่าอันไหนโป๊ อันไหนอนาจาร เรื่องพวกนี้มันเป็นการให้ คุณค่าในเชิงค่านิยมของคนว่าอย่างไรถึงว่าโป๊ กับวิธีที่saveที่สุดคือสื่อมีทางเลือกไม่ใช่หรือใน เมื่อยังถกเถียงว่าจะอะไรแค่ไหนถือว่าเหมาะสมหรือไม่เหมาะสม หรือว่าโป๊หรือไม่โป๊ แต่สื่อมี ทางเลือกไม่ใช่หรือที่จะนำเสนอหรือไม่นำเสนอก็ได้เนี่ย ทำไมสื่อไม่เลือกที่จะนำเสนอวิธีอื่นที่จะ หลีกเลียงสิ่งที่ยังไม่กระจ่างชัดตรงนี้อยู่ เรื่องภาพโป๊ตรงนี้ ถ้าข่าวไม่ลงภาพนี้ประกอบมันก็ไม่ เห็นทำให้เนื้อหาของข่าวมันสูญเสียความเป็นข่าวไป เรามีทางเลือก แต่ไม่เลือกที่จะทำเอง” (พนม คลีฉายา, สัมภาษณ์, 16 กันยายน 2547)

กล่าวโดยสรุปจากการสัมภาษณ์ พบว่า ในปัจจุบันสื่อสาธารณะมีการนำเสนอภาพโป๊เป็น จำนวนบ่อยครั้ง เนื่องจากสื่อสาธารณะมีความเป็นพาณิชย์ เมื่อทราบว่าผู้รับสารชอบอะไร สื่อ สาธารณะก็จะตอบสนองไปให้กับผู้รับสาร จนกลายเป็นค่านิยมที่ต้องมีการนำเสนอภาพโป๊ อีกทั้ง ดาราวัยรุ่นมากมายไม่ระมัดระวังในเรื่องการแต่งกาย และมีการเสนอภาพแพชั่นจนเกินกาลเทศะ อีกประเด็นหนึ่งที่พบคือสื่อสาธารณะมีนำเสนอไม่ตรงประเด็น ยกตัวอย่างเช่น กรณีเนตถ่ายทอดวีซีดี โป๊ สื่อก็ไม่ได้ดูมิติของปัญหาว่าเกิดเหตุการณ์อะไรขึ้น แต่สื่อกลับเสนอรูปโป๊เพื่อผลประโยชน์ทาง ธุรกิจมากกว่าการรายงานเนื้อหาเรื่องราวที่มาที่ไป และผลกระทบของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งถือ เป็นการช่วยทางเพศในวงกว้างผ่านทางสื่อสาธารณะเพื่อให้ประชาชนติดตาม จนในปัจจุบัน ประชาชนยอมรับเรื่องเหล่านี้ได้

5. การโฆษณาที่ก่อให้เกิดอารมณ์ทางเพศ

ในเรื่องของการโฆษณาที่ก่อให้เกิดอารมณ์ทางเพศ จากการศึกษาผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความเห็นว่า มีน้ำเสนอ แต่ก็น้อยลง ส่วนมากที่พบคืองานโฆษณาสินค้าประเภท ครีมทาผิว ลิปสติค น้ำหอม ชุดชั้นใน ถุงน่อง รถยนต์ หรือแม้แต่โฆษณาก่อนน้ำหรือเครื่องดื่มบำรุงกำลังที่ไม่น่าจะใช้เรื่องเพศมาโฆษณาได้ก็กลับใช้นางแบบเปลือยในอ่างน้ำและพีซีเอ็นเตอร์นูน้อยห่มน้อยนอนท่าทางยั่วยวนอยู่ริมสระน้ำ ไม่เว้นแม้กระทั่งโฆษณาจักรยานยนต์ยี่ห้อหนึ่งที่ชายหนุ่มแสดงอาการอยากซื้อด้วยการปิดก๊อกน้ำจนกระจาย หรือหญิงสาวอยากจะมีجنบิตศิริระลูกค้า ซึ่งผู้ชมคงตั้งข้อสงสัยว่าอยากซื้ออะไรกันแน่ ในเมื่อมีหญิงสาวแต่งตัวล่อแหลม อยู่บนมอเตอร์ไซด์คันนั้น โดยใช้ปัจจัยการยั่วยวนทางเพศมาเป็นตัวดึงดูดผู้ชม ดังที่ได้ให้สัมภาษณ์ไว้คือ

“มีนะ แต่น้อยลงนะ แต่ว่ามันก็มีส่วนมาก พวกโฆษณาลิขิตภัณฑ์สำหรับผิว ครีมทาผิว yogurt , Nevia ลิปสติค น้ำหอม ชุดชั้นใน ถุงน่อง รถยนต์ หรือแม้แต่โฆษณาก่อนน้ำหรือเครื่องดื่มบำรุงกำลังที่ไม่น่าจะใช้เรื่องเพศมาโฆษณาได้ก็กลับใช้นางแบบเปลือยในอ่างน้ำและพีซีเอ็นเตอร์นูน้อยห่มน้อยนอนท่าทางยั่วยวนอยู่ริมสระน้ำ โดยการใช้อัจฉริยะยั่วยวนทางเพศมาเป็นตัวดึงดูด ไม่เว้นแม้กระทั่งโฆษณาจักรยานยนต์ยี่ห้อหนึ่งที่ชายหนุ่มแสดงอาการอยากซื้อด้วยการปิดก๊อกน้ำจนกระจาย หรือหญิงสาวอยากจะมีเจนบิตศิริระลูกค้า ซึ่งผู้ชมคงตั้งข้อสงสัยว่าอยากซื้ออะไรกันแน่ ในเมื่อมีหญิงสาวแต่งตัวล่อแหลม อยู่บนมอเตอร์ไซด์คันนั้น” (มาลี บุญศิริพันธ์, สัมภาษณ์, 26 สิงหาคม 2547)

ความเห็นนี้สอดคล้องกับผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งที่กล่าวว่าปัจจุบันสื่อสาธารณะมีการนำเสนอโฆษณาที่ขี้น่าหรือมีพฤติกรรมเรื่องเพศที่ไม่เหมาะสม หรือนำเรื่องเพศมาแทรกอยู่ในโฆษณาโดยไม่จำเป็น โดยที่ผู้ผลิตเหล่านั้นอาจไม่เคยคำนึงถึงหรือไม่เคยใส่ใจถึงผลกระทบที่จะเกิดตามขึ้นตามมา มักพบบนหน้าปกหนังสือพิมพ์จะมีเรื่องวุ่นๆ แวมๆ และเรื่องการสร้างภาพและอารมณ์ด้วยภาพและเสียง สื่อสาธารณะต้องช่วยกันตรวจสอบอีกเช่นกัน และบอกกับสังคมว่าถ้าโฆษณาประเภทนี้ยังเผยแพร่อยู่ สังคมจะเกิดปัญหาแน่นอน จะต้องทำให้ชาวบ้านเข้าใจว่าเกิดปัญหาอย่างไร มีผลกระทบอย่างไร ยกตัวอย่างเช่น งานโฆษณาภาพยนตร์เรื่องซังแปด แล้วสื่อมวลชนก็บอกว่าเป็นสิ่งไม่ดี เหมือนกับเอาภาพโป๊วิ่งไปทั่วทั้งเมือง สื่อสาธารณะก็วิจารณ์กันอย่างมาก ในที่สุดโฆษณานี้ก็ต้องถูกถอดถอนออกไป งานโฆษณาอีกชิ้นหนึ่งคือเรื่องไอ้ฟัก สื่อสาธารณะก็ตรวจสอบและบอกว่าผู้สร้างงานโฆษณาพยายามทำให้เกิดการยั่วยุทางเพศ ทำให้ผู้ควบคุมตัดเนื้อหาบางส่วนออกไปและเซ็นเซอร์ หรือแม้แต่เรื่องที่มีเนื้อหาความรุนแรงทางเพศ สื่อ

สาธารณะก็ต้องวิจารณ์ว่ามันทำให้เกิดผลกระทบกับสังคม สื่อสาธารณะควรจะต้องรับผิดชอบ โดยเฉพาะกับผู้คิด ผู้ผลิต นายทุน และสร้างกระแสในวงกว้างว่าเป็นการโฆษณาที่ก่อให้เกิดอารมณ์ทางเพศเป็นสิ่งไม่ดีและจะต้องรับผิดชอบต่อการทำ สื่อสาธารณะต้องช่วยกันบอกกล่าว เตือนสติ และมีบางงานโฆษณาที่ผู้คิดโฆษณาปล่อยมุขออกมาไม่เหมาะสม พอออกนำเสนอได้หนึ่งถึงสองตอนก็ถูกแบนแล้วสื่อสาธารณะก็ต้องช่วยกันตรวจสอบ ดังที่ได้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

“ปัจจุบันสื่อมวลชนมีการนำเสนอโฆษณาที่ชี้นำหรือมีพฤติกรรมเรื่องเพศที่ไม่เหมาะสม หรือนำเรื่องเพศมาแทรกอยู่ในโฆษณาโดยไม่จำเป็น โดยที่ผู้ผลิตเหล่านั้นอาจไม่เคยคำนึงถึงหรือไม่เคยใส่ใจถึงผลกระทบที่จะเกิดตามขึ้นตามมา มักพบบนหน้าปกของหนังสือพิมพ์ มีเรื่องวบๆแวมๆ และเรื่องการสร้างภาพและอารมณ์ด้วยภาพและเสียง สื่อก็ต้องช่วยกันตรวจสอบอีกเช่นกัน และบอกกับสังคมว่าถ้าโฆษณานี้ยังอยู่ สังคมเกิดปัญหาแน่ ต้องทำให้ชาวบ้านเข้าใจว่าเกิดปัญหาอย่างไร มีผลกระทบอย่างไร เช่น โฆษณาหนังเรื่องชังแปด แล้วสื่อก็บอกว่ามันไม่ดี มันเหมือนเอาภาพโป๊วิ่งไปทั่วทั้งเมือง สื่อก็วิจารณ์กระหน่ำ ในที่สุดโฆษณานี้ก็ต้องถูกแบนออกไป อีกอันหนึ่งคือเรื่องไอ้ฟัก สื่อก็ตรวจสอบและบอกว่าผู้สร้างพยายามทำให้เกิดการยั่วยุทางเพศ ทำให้ผู้ควบคุมตัดเนื้อหาบางส่วนออกไปและเซ็นเซอร์ หรือแม้แต่เรื่องที่มีเนื้อหาความรุนแรงทางเพศ สื่อก็ต้องวิจารณ์ว่ามันทำให้เกิดผลกระทบกับสังคม สื่อควรจะต้องรับผิดชอบต่อสื่อก็ต้องมุ่งไปที่ผู้คิด ผู้ผลิต นายทุน และสร้างกระแสในวงกว้างว่ามันเป็นสิ่งไม่ดีคุณต้องรับผิดชอบต่อสื่อต้องช่วยกันบอกกล่าว เตือนสติ มีบางโฆษณาที่ผู้คิดโฆษณาปล่อยมุขออกมาไม่เหมาะสม พอออกนำเสนอได้ 1-2 ตอนก็ถูกแบนแล้ว สื่อก็ต้องตรวจสอบ” (ศักดา จิวิธยาภูถ, สัมภาษณ์, 4 สิงหาคม 2547)

อีกความเห็นที่สอดคล้องกันคือ ก็มีการนำเสนอมากทางสื่อสาธารณะ เช่น เวลानำเสนอ งานโชว์รถยนต์ จะพบว่ามิเชอร์สัดส่วนรูปร่างของผู้หญิงที่ยืนอยู่ข้างรถยนต์อยู่ด้วย หรืองานโฆษณาบางอย่างที่ใช้ผู้หญิงมาดึงดูดความสนใจให้คนไปชมสินค้า ปัญหาเรื่องนี้ต้องได้รับความร่วมมือจากหลายฝ่าย และขึ้นอยู่กับความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อสาธารณะด้วย ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวไว้ว่า

“ก็มีเยอะตามหนังสือพิมพ์ เช่น เราดูรถ เราจะเห็นพริตตี้ หรือโฆษณาบางอย่างที่ใช้

ผู้หญิงมาตึงดูดีให้คนไปดูสินค้าด้วย พวกนี้ก็ต้องช่วยกันหลายฝ่าย หนังสือพิมพ์ก็ทำเพื่อเงิน ความรับผิดชอบต่อสังคมเค้าทำมาน้อยแค่นี้” (ชาติชาย จำเริญ, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2547)

กล่าวโดยสรุป ผู้ให้สัมภาษณ์ความเห็นเห็นว่า มุ่งงานโฆษณาบางชิ้นที่ก่อให้เกิดอารมณ์ทางเพศหรือนำเรื่องเพศมาแทรกอยู่ในโฆษณาโดยไม่จำเป็น ส่วนมากที่พบคืองานโฆษณาสินค้าประเภท ครีมทาผิว ลิปสติก น้ำหอม ชุดชั้นใน ถู่น่อง รถยนต์ รถจักรยานยนต์มีหญิงสาวแต่งตัวล่อแหลมอยู่บนมอเตอร์ไซด์คันนั้น โดยใช้ปัจจัยการย้ายบนทางเพศมาเป็นตัวดึงดูดผู้ชม และมีการนำเสนองานโฆษณามากทางสื่อมวลชน เช่น เวล่านำเสนองานโทรทัศน์ จะพบว่ามิโซวีส์สัดส่วนรูปร่างของผู้หญิงที่ยืนอยู่ข้างรถยนต์อยู่ด้วย หรืองานโฆษณาบางอย่างที่ใช้ผู้หญิงมาดึงดูดความสนใจให้คนไปชมสินค้า ปัญหาเรื่องนี้ต้องได้รับความร่วมมือจากหลายฝ่ายและขึ้นอยู่กับความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อสาธารณะด้วย

6. การนำเสนอเรื่องที่เป็นการหมิ่นประมาท ทำให้ถูกดูหมิ่นจากคนรอบข้าง

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้ให้ความเห็นว่า มีการนำเสนอด้วยความไม่รับผิดชอบต่อสื่อสาธารณะถือได้ว่าเป็นองค์การที่ประชาชนให้ความเห็นชอบในการตรวจสอบเรื่องราวและนำเสนอเรื่องราวต่างๆให้กับประชาชน จะเห็นได้ว่าสื่อสาธารณะต้องมีความรับผิดชอบต่อการนำเสนอเรื่องราวต่างๆ เพราะถ้ามีการนำเสนอที่ทำให้เกิดผลกระทบที่สร้างความเสียหายกับผู้อื่น สื่อสาธารณะก็อาจถูกฟ้องร้องได้ ยกตัวอย่างเช่น การนำเสนอชื่อและเรื่องราวของผู้หญิงที่ถูกข่มขืน ทำให้ผู้นั้นไม่สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้ ดังที่กล่าวว่า

“มันคือความไม่รับผิดชอบ มันคือความไม่รอบคอบ มันคือมาตรการหนึ่งที่ต้องพร้อมที่จะโดน คุณตรวจสอบเค้า นำเสนอเรื่องราว คุณได้รับฉันทานุมัติ ให้คุณเป็นสื่อมวลชน คุณอยู่ระหว่างมวลชน กับรัฐ กับเรื่องราวต่างๆ และสื่อไปให้ประชาชนเข้าใจ แต่เมื่อสื่อรับผิดชอบต่อเขาเรื่องราวและผู้ที่เกี่ยวข้องต่างๆ นำเสนอต่อสาธารณชนในวงกว้าง สื่อต้องรับผิดชอบต่อความต้องการนำเสนอเรื่องราวของคนๆนี้ ถ้าเนื้อหาของสื่อสัพเพรา คนนี้เป็นลบ เค้ามีสิทธิฟ้องร้องได้ หรือผู้หญิงที่ถูกข่มขืนแล้วคุณเสนอชื่อและนำเสนอตรงๆ ทำให้เค้าอยู่ไม่ได้ในสังคม ก็ต้องรับผิดชอบต่อ” (ศักดิ์ จิวรัชยากุล, สัมภาษณ์, 4 สิงหาคม 2547)

บ่อยครั้งที่สื่อสาธารณะนำเสนอเรื่องโดยแสดงถึงความหมิ่นประมาท ยกตัวอย่างเช่น กรณีรายการโทรทัศน์นำเสนอเรื่องราวชีวิตของนายเสริม สาครราชา ที่ได้รับโทษต้องขังอยู่ในคุก แล้วสื่อสาธารณะก็ถ่ายภาพของผู้ต้องขังคนอื่น ๆ ที่อยู่ในคุกด้วย และอีกกรณีคือเรื่องรายการโทรทัศน์นำเสนอเรื่องครูสอนศีลธรรมกระทำอนาจารกับนักเรียน จำนวน 12 คน รายการนี้รายงานว่าเด็กที่ถูกกระทำศึกษาอยู่ในโรงเรียนแห่งนี้ ซึ่งตั้งอยู่ที่อำเภอนี้ จังหวัดนี้ ถึงแม้ว่ากรณีนี้จะไม่ได้อายชื่อและนามสกุลของเด็กนักเรียนที่ถูกกระทำ แต่จากการที่บอกสภาพแวดล้อมของข้อมูลทั้งหมด ก็สามารถทำให้ผู้ชมสามารถคาดเดาได้ว่าเด็กเหล่านั้นเป็นใคร จะเห็นได้ว่าสื่อสาธารณะยังไม่เข้าใจคำว่าหมิ่นประมาทและขอบเขตของการนำเสนอที่ถูกต้องโดยเฉพาะเรื่องการหมิ่นประมาทในเชิงสิทธิมนุษยชน จากการให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

“มีเยอะมาก โดยเฉพาะการหมิ่นประมาทในเชิงสิทธิมนุษยชนเช่น เรื่องที่นายเสริม สาครราชา ตอนนี้อยู่ในคุก ที่วินนี่ถ่ายกวาดหมดเลย ซึ่งถ้าเผื่อว่าผู้ปกครองของผู้ที่อยู่ในคุก รู้เรื่องสิทธิก็สามารถฟ้องเรื่องหมิ่นประมาทได้ สื่อในปัจจุบันไม่ค่อยรู้ มีข่าวรายการทีวีรายการหนึ่งเสนอว่ามีครูสอนศีลธรรมกระทำอนาจารกับนักเรียน จำนวน 12 คน แล้วรายการนี้รายงานว่าเด็กที่ถูกกระทำศึกษาอยู่ในโรงเรียนชื่อนี้ ซึ่งตั้งอยู่ที่อำเภอนี้ จังหวัดนี้ ถึงแม้ว่ากรณีนี้จะไม่ได้อายชื่อและนามสกุลของเด็กนักเรียนที่ถูกกระทำ แต่จากการที่บอกสภาพแวดล้อมของข้อมูลทั้งหมด ก็สามารถทำให้สามารถคาดเดาได้ว่าเด็กเหล่านั้นเป็นใคร แล้วเด็กจะเหลืออนาคตอะไร จะเห็นได้ว่าสื่อมวลชนยังไม่เข้าใจคำว่าหมิ่นประมาทและขอบเขตของการนำเสนอที่ถูกต้องโดยเฉพาะเรื่องการหมิ่นประมาทในเชิงสิทธิมนุษยชน” (มาลี บุญศิริพันธ์, สัมภาษณ์, 26 สิงหาคม 2547)

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งให้ความเห็นในเรื่องหมิ่นประมาทไว้ว่า มีมากโดยเฉพาะเรื่องรูปภาพ เช่น เสนอรูปศพ นักท่องเที่ยวที่ถูกฆ่า ลงภาพชัดเจน ดังที่กล่าวว่า

“เรื่องหมิ่นประมาท มีมากโดยเฉพาะเรื่องรูปภาพ เช่น เสนอรูปศพ นักท่องเที่ยวที่ถูกฆ่า ลงภาพชัดๆ” (นิธินันท์ ยอแสงรัตน์, สัมภาษณ์, 18 กันยายน 2547)

อีกท่านหนึ่งได้ให้ความเห็นที่สอดคล้องกันว่า สื่อสาธารณะมีการนำเสนอที่เป็นการหมิ่นประมาท ยกตัวอย่างเช่น การเสนอข่าวว่าผู้หญิงคนนั้นฆ่าสามีตายเพื่อหวังเอาเงินประกัน ซึ่งข้อเท็จจริงนั้นเธออาจจะไม่ได้ทำ หรือการกล่าวหาไปแล้วว่าเป็นมาเฟียมีสี หรือกลุ่มโจรสลากลอบวางระเบิด ซึ่งอาจจะไม่ใช่คนกลุ่มนี้ทำก็ได้ ดังที่กล่าวไว้ว่า

“มีการนำเสนอที่เป็นการหมิ่นประมาท เช่นเสนอข่าวว่าคนนี้ฆ่าสามีตายเพื่อเอาเงินประกันก็มี ซึ่งเขาอาจจะไม่ได้ทำ หรือการกล่าวหาไปแล้วว่าเป็นมาเฟียมีสี หรือกลุ่มโจรสลัดมาวางระเบิด ซึ่งอาจจะไม่ใช่คนกลุ่มนี้ทำก็ได้” (สมชาย แสงการ, สัมภาษณ์, 15 สิงหาคม 2547)

โดยสรุปอาจกล่าวได้ว่า สื่อสาธารณะมีการนำเสนอที่เป็นการหมิ่นประมาท พบมาก โดยเฉพาะเรื่องการนำเสนอรูปภาพ ซึ่งจากการรายงานเรื่องราวต่างๆผ่านทางสื่อสาธารณะมักจะรายงานสภาพแวดล้อมของข้อมูลทั้งหมด จนสามารถทำให้ผู้รับสารสามารถคาดเดาได้ว่าผู้ได้รับความเสียหายเป็นใคร อาจจะทำให้ผู้นั้นไม่สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้ สาเหตุอาจเป็นเพราะสื่อสาธารณะยังไม่เข้าใจคำว่าหมิ่นประมาทและขอบเขตของการนำเสนอที่ถูกต้องโดยเฉพาะเรื่องการหมิ่นประมาทในเชิงสิทธิมนุษยชน

7. การวิเคราะห์การแข่งขันฟุตบอล, ทำนายผลการแข่งขันล่วงหน้าโดยบอกราคาต่อรอง ที่สนับสนุนการเล่นการพนันฟุตบอล

โดยทั่วไป ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์ว่า การวิเคราะห์การแข่งขันฟุตบอล , ทำนายผลการแข่งขันล่วงหน้า เป็นการนำเสนอที่ทำได้ แต่การบอกราคาต่อรองนั้นไม่เหมาะสม เพราะเป็นเรื่องที่สนับสนุนการเล่นการพนันและถือว่าการพนันเข้าข่ายไม่ถูกต้องตามจรรยาบรรณด้วย ยกตัวอย่างเช่น การนำเสนอว่า “ทีม ก.จะเป็นต่อ 2:1 ทีม ข.จะเป็นรองแพ้ลูกครึ่ง” นั่นคือการสื่อไปถึงการพนันอย่างชัดเจน นั่นคือสื่อให้เกิดการพนันและปัญหาในวงกว้าง

ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งให้ความเห็นว่า การบอกราคาต่อรอง ถือเป็นข้อมูลที่สื่อสาธารณะมีสิทธิที่จะรายงานได้ แต่อย่างไรก็ตาม ถ้าหากสื่อสาธารณะไม่เอาราคาต่อรองมาแนะนำเสนอโดยไปเอาข้อมูลอื่นมาแนะนำเสนอก็ได้เพราะข้อมูลตรงนี้นำไปใช้ประโยชน์ในการเล่นการพนันได้ แต่เนื่องจากการนำเสนอด้วยการบอกราคาต่อรองเป็นความง่ายของการนำเสนอ และเป็นข้อมูลที่หิวหา อีกทั้งยังเป็นข้อมูลที่ผู้อ่านคาดหวัง ดังนั้นถ้าสื่อสาธารณะตระหนักว่าสิ่งที่ตัวเองนำเสนอ นั้นมีผลต่อความคิด ความรู้สึก ความเข้าใจต่อผู้รับสาร และถ้าสื่อสาธารณะมีกรอบในการตรวจสอบตัวเองก็จะรู้ว่าข้อมูลลักษณะไหนที่ควรจะนำเสนอ ซึ่งสื่อสาธารณะควรมีกรอบการทำงานและจริยธรรมของสื่อมวลชนที่ต้องวางไว้ให้ชัดเจนด้วย ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

“ข้อมูลตรงนี้นั้นเป็นข้อมูลที่ผู้อ่านสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ มันมองได้ 2 แง่ คือ 1. นักข่าวอาจไม่มีเจตนาที่จะเอาตรงนี้ไป แต่ผลที่เกิดขึ้นที่เป็นการเล่นการพนันมันเป็นผลกระทบข้างเคียงที่เกิดจากผู้อ่าน คือการรายงานข่าว ราคาต่อรอง ถ้าพูดเป็นกลางๆมันคือข้อมูลประเภท

หนึ่งที่จะสามารถอธิบายถึงความได้เปรียบ ความเสียเปรียบ ของการแข่งขันคู่นี้ ซึ่งถือเป็นข้อมูลที่ค้ำมีสิทธิที่จะรายงาน แต่ตัวข้อมูลที่จะมาบอกถึงความได้เปรียบของคู่แข่งของการแข่งขันคู่นี้ ถ้าคุณไม่เอาราคาต่อรองมา คุณไปเอาข้อมูลอื่นมาก็ได้ เพราะถ้าบอกราคาต่อรองมันง่าย และมันเป็นข้อมูลหวงหวา และเป็นข้อมูลที่ผู้อ่านคาดหวัง โดยเฉพาะสำหรับคนที่เล่นการพนันฟุตบอล แต่สื่อมวลชนเอง ถ้าเกิดจะอ้างว่านำเสนอตรงนี้ เพื่อจะให้ข้อมูลแก่ผู้ชมกีฬาได้อย่างสนุกสนานสามารถอ้างได้ แต่ว่าไม่สมควรสมเหตุสมผลนัก เพราะว่ายังมีข้อมูลอีกเยอะแยะในการที่จะให้ไปเพื่อให้คนไปประกอบการตัดสินใจฟุตบอลครั้งนั้น เช่น ประวัติการแข่งขันทที่ผ่านมา รูปแบบการวางแผนทีม ซึ่งมันไม่ได้เป็นข้อมูลในเชิงของการขึ้นนำการพนันอย่างชัดเจน แต่มันเป็นข้อมูลประกอบ ถ้าสื่อตระหนักว่าสิ่งที่ตัวเองทำมันมีผลต่อความคิด ความรู้สึก ความเข้าใจ ผล และถ้าสื่อมีกรอบของตัวเองแน่ชัด เค้าจะตรวจสอบด้วยตัวเองเลยว่าข้อมูลลักษณะไหนที่เค้าควรจะเสนอ เพราะว่ากรรายงานมันมีข้อมูลอีกเยอะแยะที่ไม่จำเป็นต้องเอาตรงนี้ แต่ว่าการที่คุณหยิบเลือกตรงนี้ อาจจะเป็นเพราะง่าย 2. คือมันเป็นที่สนใจของคนอ่านหรืออาจมีเรื่องของการช่อนอะไบบางอย่าง อันนี้ก็อยู่ที่กรอบและจริยธรรมของสื่อด้วยที่ต้องวางไว้ให้ชัดเจน” (พนม คลีฉายา, สัมภาษณ์, 16 กันยายน 2547)

ความเห็นที่สอดคล้องกับข้อความข้างต้น คือเห็นว่าสังคมไทยถูกวิพากษ์วิจารณ์เรื่องนี้อย่างมาก เนื่องจากประเทศไทยเป็นสังคมที่ไม่เน้นเรื่องการพนัน มีความเห็นว่าการนำเสนอเรื่องเหล่านี้ยังไม่สมควรที่จะนำเสนอ เพราะทำให้สังคมแย่ลง นับเป็นการขึ้นนำให้เกิดการพนันในระดับหนึ่ง ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“สังคมไทยถูกโจมตีเรื่องนี้อย่างแรง เพราะเราเป็นสังคมที่ไม่ค่อยเน้นเรื่องการพนัน ในความเห็นคิดว่ามันเป็นตัวทำให้สังคมแย่ลง อันนี้เป็นการขึ้นนำในระดับหนึ่ง แต่เราก็ต้องมองในต่างประเทศด้วย แต่ในสายตาคิดว่ามันยังไม่สมควรที่จะให้เกิดขึ้น” (ศราธร บุญสิทธิ์, สัมภาษณ์, 10 สิงหาคม 2547)

ผู้ให้สัมภาษณ์ที่สนับสนุนข้อความข้างต้นว่า การนำเสนอการวิเคราะห์การแข่งขันฟุตบอลโดยบอกราคาต่อรองจะจูงใจให้เกิดการเล่นการพนัน ส่วนในเรื่องของการแข่งขันกีฬา ก็เป็นการนำเสนอให้เห็นว่าทีมใดมีความแข็งแกร่งมากกว่าในเรื่องใดบ้าง ยกตัวอย่างเช่น การนำเสนอเรื่องนักกีฬา หรือความพร้อมของนักกีฬา แต่หากมีการนำเสนอราคาต่อรองของการแข่งขันถือว่าการขึ้นนำให้เกิดการเล่นการพนันตามมา ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์ว่า

“เข้าใจว่ามันจูงใจให้เกิดการพนัน ในเชิงเทคนิคการแข่งขันกีฬามันก็เป็นการนำเสนอให้เห็นว่าทีมไหนมีความแข็งแกร่งกว่าในจุดไหน เช่น เรื่องตัวนักเตะ หรือว่าเทคนิคความพร้อมของนักกีฬา แต่ถ้าใส่แต่มีต่ออันนี้เป็นการชี้ให้เห็นให้เกิดการพนันตามมา” (นพดล กอนิธิ, สัมภาษณ์, 23 กรกฎาคม 2547)

ข้อเสนอแนะที่ผู้ให้สัมภาษณ์เสนอมาคือ สื่อสาธารณะควรจะนำเสนอเรื่องนี้โดยการให้ความรู้กับคนในสังคมมากกว่าการนำเสนอแบบในปัจจุบันนี้ เพราะสื่อสาธารณะมีการนำเสนอเรื่องราคาต่อรองของการแข่งขันฟุตบอลที่สนับสนุนการเล่นการพนันฟุตบอล

“การบอราคาต่อรองเพื่อนำไปสู่การเล่นการพนันฟุตบอล อันนี้สื่อทำ เรื่องการวิเคราะห์สื่อมีสิทธิ์ที่จะวิเคราะห์ แต่สื่อน่าจะให้ความรู้ให้กับคนในสังคมมากกว่านี้” (นิธินันท์ ยอดแสงรัตน์, สัมภาษณ์, 18 กันยายน 2547)

ผู้ให้สัมภาษณ์บางท่านเห็นว่าการนำเสนอการวิเคราะห์ผลแข่งขันฟุตบอลนั้นไม่เหมาะสม แต่เหตุผลที่สื่อสาธารณะในปัจจุบันยังมีการนำเสนออยู่ เป็นเพราะผลงานที่นำเสนอของสื่อสาธารณะต้องขึ้นอยู่กับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายด้วย จากที่มีการนำเสนอเรื่องนี้ คิดว่ามีผู้รับสารบางคนที่จะนำเอาข้อมูลจากการนำเสนอเพื่อไปเล่นการพนัน เพราะเป็นกลุ่มคนที่สนใจติดตามเพื่อนำเอาไปเล่นการพนันต่อ แต่ก็ยังมีกลุ่มคนบางส่วน ก็มักจะไม้อ่านหรือฟังเรื่องเหล่านี้เลย ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์ว่า

“การวิเคราะห์การแข่งขันฟุตบอลไม่เหมาะสม เดลินิวส์ก็มี เราเคยเลิกไปพักหนึ่ง แต่มีคนโทรศัพท์มาขอให้ลงต่อ เพราะมันไม่ตัดปัญหาให้หมดไป ดังนั้นเมื่อยังมีอยู่คนมันก็อยากได้อยู่ บางครั้งอ่านอาจจะไม่เล่นการพนันทุกคนหรอก แต่ก็คงมีส่วนในการเล่นการพนันของเค้า แต่ถ้าคนที่ไม่เล่นการพนันเค้าก็แทบจะไม่อ่านเรื่องเหล่านี้เลย คนที่เล่นคือคนที่สนใจ อ่านเพื่อเอาไปเล่น คนที่เล่นเค้าก็ติดตาม ส่งเสริมให้คนที่เล่นงมงายมากขึ้น ไม่ดีหรอก มันคงเป็นจุดต่างอันหนึ่ง สื่ออื่นมีน้อย แต่หนังสือพิมพ์มีเยอะเพราะอ่านได้ทุกเวลา วิทยุก็มีรายการกีฬา แต่คงพูดอย่างนี้ไม่ได้ เพราะมีคนควบคุมอยู่ หนังสือพิมพ์ไม่มีคนควบคุมโดยตรง เพราะตามหลักเค้าให้สภากาชาด หนังสือพิมพ์ควบคุมกันเอง และควบคุมไม่ได้ทั้งหมด” (มานิจ โมฬีชาติ, สัมภาษณ์, 20 สิงหาคม 2547)

กล่าวโดยสรุปได้ว่า สื่อสาธารณะมีการนำเสนอการวิเคราะห์ผลแข่งขันฟุตบอลที่บอกราคาต่อรอง ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่าสื่อสาธารณะมีสิทธิที่จะนำเสนอการวิเคราะห์ผลการแข่งขันฟุตบอลได้ แต่การบอกราคาต่อรองนั้นไม่เหมาะสม เพราะถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการนำไปเล่นการพนันฟุตบอลได้ และอาจถือว่าสื่อสาธารณะนั้นเข้าข่ายไม่ถูกต้องตามจรรยาบรรณด้วย เนื่องจากยังมีข้อมูลที่น่าสนใจในส่วนอื่นๆที่จะนำไปนำเสนอได้ ยกตัวอย่างเช่น ความพร้อมของทีมนักกีฬา, รูปแบบการวางแผนทีม, ประวัติการแข่งขันที่ผ่านมา

8. การนำเสนอเรื่องสื่อ วิธีดีลามาก โดยบ่งชี้แหล่งขาย

จากการศึกษาพบว่า สื่อสาธารณะไม่มีการนำเสนอเรื่องสื่อวิธีดีลามาก โดยบ่งชี้แหล่งขาย แต่คิดว่าสื่อสาธารณะนำเสนอเพื่อบอกแหล่งให้กับตำรวจมากกว่าเป็นการบ่งชี้แหล่งขาย และคิดว่าจากการนำเสนอเรื่องสื่อวิธีดีลามากจะเป็นการกระตุ้นให้เกิดความอยากดู, อยากรู้, อยากเห็น และอยากหาซื้อมากกว่า ดังที่ให้ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“คิดว่าการนำเสนอเป็นการกระตุ้นให้อยากหาซื้อมากกว่า แต่บ่งชี้แหล่งขาย สื่อทำไม่ได้หรอก คิดว่าสื่อบอกแหล่งให้ตำรวจมากกว่า แต่ผลที่เกิดขึ้นคือการกระตุ้นให้เกิดการอยากดู, อยากรู้, อยากเห็น อันนี้คือผลกระทบที่จะเกิดตามมา” (พนม คลีฉายา, สัมภาษณ์, 16 กันยายน 2547)

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งกล่าวว่า ไม่เคยพบการนำเสนอเรื่องสื่อวิธีดีลามากโดยบ่งชี้แหล่งขาย เพราะในการนำเสนอข่าวจะต้องมีความน่าเชื่อถือ โดยต้องบอกสถานที่ที่เกิดเหตุการณ์ขึ้น ยกตัวอย่างเช่น มีตำรวจไปบุกจับร้านขายวิธีดีลามากเถื่อนที่ห้างพันธุ์ทิพย์ กล่าวว่า

“เรื่องแบบนี้ไม่เคยเจอ ถ้าบอกว่ามีการลงข่าวว่าไปจับแผ่นวิธีดีเถื่อนที่พันธุ์ทิพย์ ก็ไม่เชิงว่าเป็นการบ่งชี้แหล่งขาย เพราะว่ามันเป็นข่าวที่ต้องมีเครดิต ความน่าเชื่อถือ เพราะถ้าไม่บอกสถานที่ คนอ่านก็คิดว่านักข่าวอาจนั่งเทียนเขียนก็ได้” (มาลี บุญศิริพันธ์, สัมภาษณ์, 26 สิงหาคม 2547)

ส่วนลักษณะการนำเสนอเรื่องนี้ สื่อสาธารณะมีการนำเสนอในเชิงของการตรวจสอบ ยกตัวอย่างเช่น การนำเสนอเพื่อบอกสังคมว่ามีวิธีดีลามากเรื่องหนึ่งกำลังแพร่ระบาดอย่างหนัก โดยเฉพาะที่พันธุ์ทิพย์ ซึ่งลักษณะการนำเสนอเพื่อบอกว่ามีการขายวิธีดีในสถานที่นั้น เพื่อต้องการ

บอกว่ามีตำรวจเข้าไปบุกทลายและจับกุมแล้ว การนำเสนอลักษณะนี้ไม่ได้เป็นการชี้นำไปซื้อวีซีดี แต่ต้องการบอกให้รู้ว่า มีตำรวจไปดำเนินการตามที่สื่อสาธารณะเสนอแล้ว

“เป็นการนำเสนอในเชิงการตรวจสอบ เช่น บอกกับสังคมว่ามีวีซีดีลามกเรื่องหนึ่งกำลังแพร่ระบาดอย่างหนัก โดยเฉพาะที่พันธุทิพย์ การนำเสนออย่างนี้เพื่ออะไร สื่อก็ต้องรู้ว่าต้องไปที่ตำรวจให้จัดการและบอกผลด้วยว่าล่าสุดตำรวจได้เข้าไปบุกทลายและจับกุมได้แล้ว แต่การที่นำเสนอว่ามีชายที่นั่นที่นี้ก็เพื่อบอกว่ามันจะอยู่ไม่ได้แล้ว ไม่ได้ชี้ให้คุณไปซื้อหรือ แต่นำเสนอเพื่อให้รู้ว่า มีตำรวจไปตามที่สื่อแนะนำเสนอแล้ว” (ศักดิ์ วิชาญกุล, สัมภาษณ์, 4 สิงหาคม 2547)

อีกทั้งผู้ให้สัมภาษณ์สนับสนุนความเห็นข้างต้นว่า ประชาชนรู้อยู่แล้วว่าวีซีดีลามกมีชายที่ไหน เพราะมีสถานที่ขายอยู่ไม่กี่แห่ง ยกตัวอย่างเช่น ห้างพันธุทิพย์ แต่ถ้าเป็นการรายงานข่าวก็ควรนำเสนอไปว่ามีจำหน่ายอยู่ที่ไหน ไม่อย่างนั้นข่าวก็ไม่น่าสนใจ แต่ผลจากการนำเสนอเรื่องนี้ อาจจะมีส่วนทำให้มีการหาซื้อวีซีดีลามกมากขึ้น

“ทุกคนรู้อยู่แล้วว่ามีชายที่ไหน เพราะมันมีอยู่ไม่กี่แห่ง อย่างพันธุทิพย์ มันก็มีขายตลอด และคนก็รู้อยู่ แต่ถ้าไปทำข่าวก็ต้องบอกว่าเป็นที่ไหน ไม่งั้นข่าวก็ไม่สมบูรณ์ อาจจะช่วยให้คนไปหาซื้อมากขึ้น ก็อาจมีส่วน” (มานิจ โมฬีชาติ, สัมภาษณ์, 20 สิงหาคม)

กล่าวโดยสรุปจากการสัมภาษณ์พบว่า สื่อสาธารณะไม่มีการนำเสนอเรื่องสื่อ วีซีดีลามก โดยบ่งชี้แหล่งขาย โดยเชื่อว่าการนำเสนอเรื่องสื่อวีซีดีลามกนั้นสื่อแนะนำเสนอเพื่อบอกแหล่งให้กับตำรวจมากกว่าบ่งชี้แหล่งขาย มีการเสนอว่ามีชายวีซีดีลามกอย่างแพร่หลายที่ได้เพื่อบอกแหล่งให้กับตำรวจ และสื่อสาธารณะมีการนำเสนอในเชิงของการตรวจสอบว่ามีตำรวจไปดำเนินการกับแหล่งขายอย่างไร การนำเสนอชื่อสถานที่ที่เป็นแหล่งขายก็เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ของแหล่งข่าว แต่ผลกระทบที่อาจจะเกิดตามมาคือ กระตุ้นให้เกิดความอยากรู้อยากเห็น อยากซื้อวีซีดีลามกนั้น

9. การนำเสนอเรื่องคนรวย ฟุ้งเฟ้อ ทำให้คนจนดูแล้วเกิดการเหลื่อมล้ำทางสังคมระหว่างชนชั้น

ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า สื่อสาธารณะมีการนำเสนอจากความเป็นจริง ที่มีเฉพาะกลุ่มของ

สังคม ยกตัวอย่างเช่น การเสนอเรื่องการใช้สินค้ามีเยื่อหุ้ม, ภาพไฮโซฮวดเครื่องประดับเพชร ภาพเหล่านี้ในทางกลับกัน ก็จะเป็นการประจานการกระทำอย่างหนึ่ง ผู้รับสารก็จะคิดว่าคนรวยก็รวยไป คนจนในสังคมบ้านเราไม่ได้ยึดติดกับภาพเหล่านั้น เพราะสังคมไทยไม่มีวรรณะจนทำให้คนเกิดความรู้สึกเหลื่อมล้ำ มีบ้างเป็นครั้งคราวที่สื่อสาธารณะเสนอแล้วคิดว่าเป็นลบกับคนที่ถูกนำเสนอ ยกตัวอย่างเช่น ในคอลัมน์สังคมจะเห็นว่าไม่ใช่เป็นการยกย่อง ไม่ใช่ความยินดี แต่เป็นความรู้สึกของความมากเกินไป และแน่นอนว่าคนจนก็ไม่สนใจหรอก สื่อมวลชนจะให้การศึกษา กับคนเหล่านี้เองว่าควรจะทำชีวิตอย่างไร ไม่ฟุ้งเฟ้อ ดังที่กล่าวว่า

“มันก็มีภาพความเป็นจริงอยู่ มันจะมีเฉพาะบางสื่อ เฉพาะกลุ่ม เฉพาะพวก เฉพาะสังคม อย่างเช่นการเสนอเรื่องราวการใช้สินค้าแบรนด์เนม ภาพไฮโซฮวดเครื่องประดับเพชร ภาพเหล่านี้ในทางกลับกัน มันก็เป็นการประจานอย่างหนึ่งนะ คนดูเค้าจะรู้เองว่าคนนี่เค้าเวอร์ เค้าก็จะคิดว่าคนรวยก็รวยไป คนจนในสังคมบ้านเรามันไม่ยึดติด เพราะสังคมบ้านเราไม่มีวรรณะจนทำให้คนเกิดความรู้สึกเหลื่อมล้ำ มีบ้างเป็นครั้งคราวที่เสนอแล้วคิดว่าเป็นลบกับคนที่ถูกนำเสนอ ลองอ่านคอลัมน์สังคมดูดีๆ มันไม่ใช่ยกย่อง มันไม่ใช่ยินดี แต่ความรู้สึกของเราเวอร์ และแน่นอนว่าคนจนเค้าก็ไม่สนใจหรอก สื่อจะให้การศึกษา กับคนเหล่านี้เองว่า คุณควรจะทำชีวิตอย่างไร ไม่ฟุ้งเฟ้อยังไง” (ศักดิ์ จิวิธยากุล, สัมภาษณ์, 4 สิงหาคม 2547)

ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความเห็นที่สอดคล้องกันคือเห็นว่าในขณะที่ประเทศกำลังประสบปัญหาเรื่องพลังงาน สื่อสาธารณะก็การนำเสนอเรื่องที่เป็นการกระตุ้นความอยากของคน ทำให้เกิดช่องว่างระหว่างชนชั้น เพราะจะมีคนกลุ่มหนึ่งประมาณ 80 เปอร์เซ็นต์ที่ไม่สามารถเข้ามาถึงตรงนี้ได้ ก็จะทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำ เกิดอาชญากรรมขึ้น ยกตัวอย่างเช่น เช่น เสนอข่าวว่าไฮโซกลุ่มหนึ่งเดินทางไปช้อปปิ้งที่ฝรั่งเศส ไปยื่นรอร้านเปิดเพื่อซื้อกระเป๋าใบละแสน, มิงานนิทรรศการนาฬิกาเรือนละ10ล้านบาท , วันประกวดโชว์เครื่องเพชร มีนักข่าวไปสัมภาษณ์ไฮโซคนหนึ่งว่า “วันนี้คุณใส่เครื่องเพชรมาก็กะรัต” ด้วยเหตุที่ไฮโซนั้นก็อยากเป็นสาธารณะอยู่แล้ว ดังนั้นนักสื่อสารมวลชนต้องไม่ลืมว่าต้องไปทำข่าวโดยไม่ไปแตะต้องเค้า ซึ่งจะต้องทำข่าวไปว่า สังคมของคนนี้เป็นอย่างไร ให้สังคมเห็นว่าเป็นเรื่องที่ทำโดยไม่ใช้ความคิด แต่ไม่ใช่เพื่อกระตุ้นให้ผู้ฟังหรือคนดูเห็นแล้วจะทำให้เกิดความผิดหวัง เศร้าใจ และคิดทำความผิด สื่อสาธารณะมักไม่ใช้คุณภาพให้เกิดประโยชน์ แต่กลายเป็นเพื่อผลประโยชน์ โดยการเสนอแต่เรื่องที่ไม่สร้างสรรค์ ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์ว่า

“ยกตัวอย่างเช่น เสนอข่าวว่าไฮโซกลุ่มหนึ่งเดินทางไปช้อปปิ้งที่ฝรั่งเศส ไปยื่นรอร้านเปิด

เพื่อซื้อกระเป๋าใบละแสน ข้าวหน้าสังคมมีเยอะ หรืออย่างเช่น ขณะที่ประเทศเรากำลังมีปัญหาเรื่องพลังงาน ก็จะมีนิทรรศการนาฬิกาเรือนละ10ล้าน มันเป็นการกระตุ้นความอยากของคน ก็ทำให้เกิดช่องว่างของชนชั้น จะมีคนกลุ่มหนึ่ง80เปอร์เซ็นต์ที่ไม่สามารถเข้ามาถึงตรงนี้ได้ มันก็เกิดความเหลื่อมล้ำ เกิดอาชญากรรม หรือตัวอย่างเช่น วันประกวดโชว์เครื่องเพชร นักข่าวไปสัมภาษณ์ไฮโซว่า วันนี้ใส่เครื่องเพชรมาที่กะรัต คือไฮโซก็อยากเป็นสาธารณะอยู่แล้ว คือนักสื่อสารมวลชนต้องอย่าลืม โดยคุณต้องไม่ไปแตะต้องเค้า คือคุณไปทำข่าว ก็ต้องทำข่าวไปว่า สังคมนี้อย่างนี้ ให้สังคมเห็นว่ามันไร้สมอง แต่ไม่ใช่ว่าทำอย่างนั้นเพื่อกระตุ้นให้ผู้ฟังหรือคนดูเห็น แล้วมันจะเกิดความผิดหวัง เศร้าใจไหม ก็ปลิ้นเลยดีกว่า คือตรงนี้โทรทัศน์เราขาดมาก แต่หนังสือพิมพ์มีอะไรที่มันดึงกันอยู่ข้างใน โดยเฉพาะโทรทัศน์มันเห็นภาพ กระตุ้นคนดู ซึ่งสื่อโทรทัศน์ควรจะระมัดระวังมากขึ้น เพราะคนติดโทรทัศน์ แต่อย่างไรก็ตามคนทำโทรทัศน์ก็มีคุณภาพ แต่ไม่ใช่คุณภาพให้เกิดประโยชน์ กลับใช้คุณภาพเพื่อผลประโยชน์ โดยเสนอแต่เรื่องไม่สร้างสรรค์” (มาลี บุญศิริพันธ์, สัมภาษณ์, 26 สิงหาคม 2547)

อีกเหตุผลที่สนับสนุนคือ พบมากที่มีการนำเสนอเรื่องการนำเสนอเรื่องคนรวย ฟุ้งเฟ้อ ทำให้คนจนดูแล้วเกิดการเหลื่อมล้ำทางสังคมระหว่างชนชั้นที่ไม่มีความเหมาะสม และคิดว่าสื่อสาธารณะเองก็ไม่ตระหนักกับเรื่องการนำเสนอด้วย เพราะลักษณะการนำเสนอก็เป็นการเชิดชูคนรวย ไม่พบการเขียนเชิดชูคนจน ดังที่กล่าวว่า

“มีมาก และคิดว่าสื่อเองก็ไม่ตระหนักด้วย และสื่อเองก็จะอ้างว่าทำให้เกิดอะไร แต่วิธีเขียน วิธีทำ ก็เขียนเชิดชูคนรวย ไม่เห็นเขียนเชิดชูคนจนบ้างเลย” (นิธินันท์ ยอดแสงรัตน์, สัมภาษณ์, 18 กันยายน 2547)

แต่อย่างไรก็ตาม มีความคิดเห็นในทางตรงกันข้ามว่า ต้องยอมรับความจริงว่าสังคมมีความเหลื่อมล้ำ ในสังคมจะมีทั้งกลุ่มคนในระดับสูง กลาง ต่ำ ซึ่งคนจนไม่รู้ว่าสื่อว่าเป็นปมด้อย และคงไม่อยากจะคิดใช้ของพวกนั้นอยู่แล้ว บางครั้งก็อาจจะคิดว่าคนรวยโง่มากกว่าที่ใช้ของแพง แต่พวกคนรวยก็มักเอาการกุศลเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งภาพที่ออกมาจะช่วยชดเชยความฟุ้งเฟ้อกันได้ ดังที่กล่าวว่า

“ก็ต้องยอมรับความจริงว่าสังคมมันเหลื่อมล้ำ จะมีกลุ่มระดับสูง กลาง ต่ำ คนจนไม่น่ารู้สึกว่าปมด้อย เค้าคงไม่อยากจะคิดใช้ของพวกนั้นอยู่แล้ว บางทีเค้าก็ว่าคนรวยโง่มากกว่า

ที่ใช้ของแพง พวกคนรวยมักเอาการกุศลเข้ามาเกี่ยว เข้ามาอิง ซึ่งมันก็พอที่จะชดเชยความฟุ้งเฟ้อกันไป” (มานิจ โมฬีชาติ, สัมภาษณ์, 20 สิงหาคม 2547)

จากการสัมภาษณ์สรุปได้ว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนหนึ่งเห็นว่าการนำเสนอเรื่อง คนรวย ฟุ้งเฟ้อ ทำให้คนจนดูแล้วเกิดการเหลื่อมล้ำทางสังคมระหว่างชนชั้น ถือว่าจากการนำเสนอก็ไม่ได้มีผลกระทบทำให้คนเกิดความรู้สึกเหลื่อมล้ำทางสังคมมากจนเกินไปนัก เพราะเห็นว่าคนจนไม่มีเหตุผลที่จะต้องไปเลียนแบบพฤติกรรมของคนรวยที่ฟุ้งเฟ้อ สำหรับผู้ให้สัมภาษณ์อีกกลุ่มหนึ่งมีความเห็นว่าก่อให้เกิดความรู้สึกเหลื่อมล้ำทางสังคม เพราะการกระตุ้นความอยากของบางคน ทำให้เกิดช่องว่างระหว่างชนชั้น

10. การนำเสนอข่าวที่ทำให้ประชาชนเชื่อถือ มุ่งมากับการเล่นหวย

ปัจจุบันมีสื่อสาธารณะบางส่วนที่นำเสนอเหตุการณ์รูปแบบหนึ่งที่ช่วยดึงดูดความสนใจของผู้รับสารและนำไปสู่การทำให้คนเล่นหวย ซึ่งนับเป็นวิธีการนำเสนอที่ไม่ถูกต้อง แต่ก็มีสื่อสาธารณะบางส่วนมีการนำเสนอเรื่องราวที่เป็นปรากฏการณ์, ความแปลกที่เกิดขึ้นจริง และมีการอธิบายเพื่อหาสาเหตุของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับผู้ที่มีความรู้ หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทราบที่มาที่ไปของเหตุการณ์ ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“นี่ก็เป็นวิธีการหนึ่งของสื่อ ในการดึงให้คนมาสนใจหนังสือพิมพ์ด้วยการนำเสนอเนื้อหาแล้วพอคุณถูกหวยขึ้นมาก็ขายดี นั่นคือวิธีการขายของสื่อที่ไม่ถูกต้อง แม้จะเป็นวิธีการนำเสนอเรื่องความแปลกของข่าว แต่มันแฝงและกระตุ้นไปด้วยความมั่งงาย ซึ่งมันฝังอยู่ในรากฐานของมนุษย์ทุกคนโดยมีรูปธรรมของเลขหวยเข้ามาเกี่ยวข้อง เพื่อกระตุ้นให้เกิดความเชื่อที่ได้รับความนิยม แต่ถ้าหากเป็นปรากฏการณ์ ความแปลก สื่อเป็นเหมือนตาที่มองว่าตอนนี้เกิดอะไรขึ้น แต่ก็เป็นเรื่องที่ต้องนำเสนอ แต่ไม่ใช่นำเสนอแบบชี้แนะให้เล่นหวย เช่นถ้าสมมุติว่ามีชาวบ้านแห่กันไปกราบไหว้ สื่อก็ต้องเสนอว่ามีชาวบ้านแห่กันไปกราบไหว้ ก็ต้องเชื่อว่าเป็นผู้มีบุญญาธิการ นั่นคือการนำเสนอภาวะสังคมออกมาสู่สาธารณะ การนำเสนอต้องไปคุยกับนักวิทยาศาสตร์ ผู้ที่มีความรู้ ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่ออธิบายหาสาเหตุการเกิดขึ้น คิดว่าสื่อนำเสนอความเชื่อมั่งงายได้ แต่การชี้แนะให้ไปเล่นหวยมันไม่ควร” (ศักดา จิวธยากุล, สัมภาษณ์, 4 สิงหาคม 2547)

มีผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความเห็นสนับสนุนข้อความข้างต้นว่า เมื่อเกิดเหตุการณ์ขึ้นมาสื่อสาธารณะก็จะไปสัมภาษณ์ผู้ที่มีความรู้ เชี่ยวชาญกับเรื่องที่เกิดขึ้น และนำเสนอตามเหตุการณ์ที่

เกิดขึ้นจริงทั้งหมดทุกเรื่อง เช่น มีชาวบ้านแห่พากันไปกราบไหว้, มีการโบ้ยหยกกันเลขอะไรบ้าง ดังที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“อันนี้เป็นเรื่องหนักหนากว่าการพนันฟุตบอลอีก เช่น เจอต้นไม้แปลกประหลาด เจอสัตว์พิการ เหตุการณ์แปลกนี้มันมีอยู่จริง จริงๆสื่อค่อนข้างอ่อนไหวต่อเรื่องเหล่านี้มาก มีนโยบายของโรงพิมพ์ทุกครั้งว่าเมื่อไหร่ที่มีข่าวนี้ ต้องไปสัมภาษณ์อีกฝ่ายหนึ่งที่เค้าไม่เห็นด้วย เช่นการพบว่ามีหม้อออกถูกเป็นข้าง ชาวบ้านแห่พากันไปกราบไหว้ สื่อก็ต้องไปถามแพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญเรื่องเหล่านี้ว่าเป็นปรากฏการณ์ประหลาดหรือเปล่า หรือเป็นเรื่องปกติ เพื่อให้คนเข้าใจทุกครั้ง ว่านี่ไม่ใช่เรื่องที่ต้องไปมวงาย แต่ส่วนหนึ่งที่เป็นเรื่องที่ชาวบ้านไปไหว้กันจริง โบ้ยหยกกันเลขนี้ สื่อจะลงข่าวตรงนั้นหมด แต่อย่างไรก็ตาม สื่อก็พยายามนำเสนอว่าอย่างมวงาย ความจริงเป็นอย่างนี้” (มานิจ โมพีชาติ, สัมภาษณ์, 20 สิงหาคม 2547)

ในอีกมุมมองหนึ่ง เชื่อว่าสื่อสาธารณะมีความตั้งใจที่จะเสนอเหตุการณ์ที่สามารถโยงไปสู่การเล่นหวยได้ เนื่องจากทราบว่ามีผู้รับสารส่วนหนึ่งที่มีความต้องการข้อมูลตรงนี้เพื่อนำไปเล่นหวย เช่น การจูงใจถ่ายเลขทะเบียนรถยนต์ที่อยู่ในเหตุการณ์ ดังที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“อันนี้หนังสือพิมพ์เป็นเยอะ ไม่ว่าจะ เป็นเดลินิวส์ ไทยรัฐ เวลาเกิดอุบัติเหตุ จะต้องถ่ายรูปให้เห็นทะเบียนรถ นั่นแหละคือการโบ้ยหยก คือคนที่เล่นมันเล็งอยู่แล้ว เพราะนั่นเมื่อรู้ว่าเค้าเล็งอยู่แล้วก็ไม่ควรไปส่งเสริม แล้วอย่างนี้จะมาโทษว่ารัฐบาลมอมเมา ก็ตัวเองยุยงเอง” (มาลี บุญศิริพันธ์, สัมภาษณ์, 26 สิงหาคม 2547)

อีกความเห็นที่สนับสนุนความเห็นข้างต้นคือ ไม่เห็นด้วยที่มีการนำเสนอแบบโบ้ยหยกทางสื่อสาธารณะ และการนำเสนอในลักษณะนี้มีความผิดจรรยาบรรณด้วย ดังที่ให้สัมภาษณ์ว่า

“อันนี้ผมไม่เห็นด้วยกับการโบ้ยหยกทางหนังสือพิมพ์ อันนี้ผิดจรรยาบรรณ” (สมชาย แสงวงการ, สัมภาษณ์, 15 สิงหาคม 2547)

จากการสัมภาษณ์พอสรุปได้ว่า สื่อสาธารณะมีการนำเสนอข่าวเป็นปรากฏการณ์ต่างๆ, ความแปลกประหลาดที่เกิดขึ้น รูปแบบการนำเสนอมักเป็นการรายงานตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง และสื่อสาธารณะมักจะมีการไปหาข้อมูลหรือหรือสอบถามกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อสอบถามที่มาที่ไปของเรื่องราวต่างๆ เพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจเกี่ยวกับเหตุการณ์นั้นๆอย่างถูกต้อง แต่หากมองอีกมุมมองจะพบว่า เมื่อมีเหตุการณ์เกิดขึ้น เช่น มีชาวบ้านแห่กันไปกราบไหว้สิ่งแปลกประหลาด แล้วขอหวยได้เลข79 สื่อสาธารณะก็จะมีการรายงานไปว่ามีชาวบ้าน

แห่งกันไปขอหวยได้เลข79 หรือกรณีการจูงใจถ่ายรูปให้เห็นทะเบียนรถยนต์ของบุคคลสำคัญที่อยู่ในเหตุการณ์ อาจมีผลที่ทำให้ประชาชนเชื่อถือ จากการที่สื่อสาธารณะนำเสนอข้อเท็จจริงไป อาจนำไปสู่การเล่นการพนันตามมา

4.2.2 ตอบคำถามข้อที่ 2.2

ผลจากการศึกษาพบว่า เมื่อสื่อสาธารณะมีการนำเสนอปัญหาสังคม จะก่อให้เกิดผลกระทบตามมา ซึ่งเรื่องนี้สื่อสาธารณะต้องยอมรับว่าข้อเขียนทุกตัวอักษรที่ปรากฏอยู่บนสื่อเป็นผลงานการเขียนของตัวเอง และมีผลกระทบต่อผู้อ่าน เพราะการนำเสนอของสื่อสาธารณะมีผลต่อการรับรู้ของผู้รับสาร สิ่งหนึ่งที่สื่อสาธารณะควรตระหนักดีว่าข้อเขียนที่นำเสนอคือผลต่อการรับรู้หรือส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมทั้งในแง่ของตัวบุคคลและระดับสังคมด้วย และจะส่งผลกระทบต่อคนอื่นอีกหลายคนที่เกี่ยวข้องในเหตุการณ์ โดยผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความเห็นว่า ผลจากการที่สื่อสาธารณะนำเสนอจะเป็นการสร้างประสบการณ์ให้กับผู้รับสาร โดยเชื่อว่าผลกระทบที่เกิดขึ้นจะไม่ได้เกิดในทันทีทันใด แต่จะเกิดขึ้นแบบสะสม แล้วจะแสดงออกมาเมื่อมีสถานการณ์หรือปัจจัยที่เหมาะสม ยกตัวอย่างเช่น วิถีชีวิตเรื่องน้องแนน ที่เด็กผู้หญิงและเด็กผู้ชายฟังข่าวจากการเสนอข่าวเรื่องมีวิถีชีวิตเรื่องน้องแนนระบาด แล้วเอามาดูกัน พอดูเสร็จก็ชวนกันมีเพศสัมพันธ์ ก็คือเป็นการเริ่มต้นจากการดูข่าว แล้วมีประสบการณ์ แล้วไปแสวงหา แล้วก็ไปประสบการณ์จากข่าวอันนั้น แล้วเมื่อสถานการณ์มันเอื้ออำนวย มันก็มีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

“ในส่วนหนึ่งในแง่ผลกระทบของสื่อ เรายอมรับว่าเหตุการณ์ที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อมันจะเป็นการสร้างประสบการณ์ให้กับผู้อ่าน การสร้างประสบการณ์มันก็มีหลายกรณี ก็คือตัวผลกระทบของสื่อที่เกิดขึ้น บางครั้งมันอาจจะไม่ได้เกิดขึ้น ณ ปัจจุบัน แต่มันเกิดแบบสะสม เช่นถ้าเรารับรู้เรื่องพระสงฆ์ทำผิดวินัยบ่อยๆ ความคิดเราจะเปลี่ยน เราจะเริ่มลดความศรัทธากับสถาบันสงฆ์ หรือกรณีที่สื่อเสนอเรื่องความรุนแรง มันก็จะค่อยๆ สะสมในตัวบุคคล ผมยังเชื่อในลักษณะของcultivative คือเป็นลักษณะของผลในเชิงของการที่สะสมแล้วมันจะแสดงออกมาต่อเมื่อมีสถานการณ์หรือปัจจัยที่เหมาะสม คือถ้าคนๆนั้นได้เคยได้อ่านข่าวความรุนแรงมาเลย กับอีกคนหนึ่งได้อ่านข่าวรุนแรงมาตลอด บ่อยๆ ถ้าสองคนนี้อยู่ในสถานการณ์เดียวกัน คือสถานการณ์ที่เอื้ออำนวยต่อการกระทำความผิด ผมเชื่อว่าคนที่ได้รับข่าวขมขื่นขึ้นมาจะมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมมากกว่า เพราะเค้ามีประสบการณ์ มีตัวแบบ ซึ่งเป็นตัวที่จะเก็บความคิดหรือผลึกตันให้เค้าไปกระทำพฤติกรรมตรงนั้นได้ เพราะฉะนั้นผมเชื่อว่าบางครั้งมันไม่ได้เกิดขึ้นทันทีหรอก แต่ว่ามันจะค่อยๆสะสม แล้วเมื่อวันหนึ่งที่สถานการณ์มันเหมาะสม ซึ่งสิ่งแวดล้อม จังหวะมันลงตัว

มันจะผลักดันให้เกิดขึ้น ยกตัวอย่างเช่น วิธีดีเรื่องน้องเน็ต ที่เด็กผู้หญิง เด็กผู้ชาย ฟังข่าวจากการเสนอข่าวเรื่องมีวิธีดีเรื่องน้องเน็ตระบาด แล้วเอามาดูกัน พอดูเสร็จก็ชวนกันมีเพศสัมพันธ์ ก็คือมันเริ่มต้นจากการดูข่าว แล้วมีประสบการณ์ แล้วไปแสวงหา แล้วก็มีประสบการณ์จากข่าวอันนั้น แล้วเมื่อสถานการณ์มันเอื้ออำนวย มันก็มีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น” (พนม คลีฉายา, สัมภาษณ์ , 16 กันยายน 2547)

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้ความเห็นที่สอดคล้องกันว่า จากการนำเสนอปัญหาสังคมทางสื่อสาธารณะ บางครั้งสื่อสาธารณะก็มีการนำเสนอแบบชี้นำ ผลจากการนำเสนอบางส่วนย่อมมีผลกับสังคม อันเป็นสภาวะของสังคมที่แตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับผู้รับสารด้วยที่มีความรู้และจริยธรรมของแต่ละบุคคลไม่เท่ากัน ยกตัวอย่างเช่น เด็กอาจจะยังไม่มีกระบวนการกลั่นกรองข้อมูลข่าวสารที่เหมาะสม อาจจะซึมซับเอาบางสิ่งที่ไม่สมควรหรือไม่สมควรไปปฏิบัติตาม ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า “การนำเสนอปัญหาสังคมบ่อยๆ ผลกระทบมันเกิดแน่นอน เช่น เด็กเค้าไม่รู้ตัวนะว่าการกระทำไม่เหมาะสม เพราะใครก็ทำ เวลาที่เด็กออกไปข้างนอก บางทีไม่รู้ตัวตัวเองใส่เสื้อผ้าแล้วไป เด็กก็คิดว่ามันจะไปได้ไงในเมื่อคนอื่นเค้าก็ใส่กัน ดาราเค้าก็ใส่กัน” อีกทั้งมีความเชื่อว่าการนำเสนอปัญหาสังคมยังมีส่วนก่อให้เกิดปัญหาตามมาได้ เพราะบางครั้งมนุษย์เกิดการเรียนรู้จากคนอื่น ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์อีกท่านหนึ่งยกตัวอย่างว่า “แก๊งค์ปล้นธนาคาร มีพฤติกรรมที่เปลี่ยนที่เลียนแบบมาจากการดูโทรทัศน์”

ผู้ให้สัมภาษณ์อีกท่านหนึ่งเห็นว่าการนำเสนอปัญหาสังคมอาจจะมีผลกระทบให้เกิดปัญหาตามมาได้ ดังนั้นจึงเสนอแนะวิธีการนำเสนอต้องมีความระมัดระวังเป็นพิเศษ ไม่สร้างเรื่องให้เป็นเรื่องใหญ่โต และเตือนคนในกลุ่มเสี่ยงว่าเป็นเรื่องที่ไม่ดี เพื่อไม่ก่อให้เกิดการเป็นแบบพฤติกรรมที่ไม่ดีกล่าวว่า ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์ว่า

“มันก็มีส่วน มันก็จะมีกระแสอยู่เหมือนกัน ดังนั้นวิธีการนำเสนอต้องระมัดระวังว่าอย่าให้เป็นเรื่องใหญ่โตและไปจูงเรื่องว่าเป็นวิธีแก้ปัญหาก็ดี คำว่า “วัยรุ่นกำลังนิยมกันอยู่” ไม่ควรพูด คำว่า “แฟชั่น” อย่าพูด อะไรที่ไม่ดี ไม่ควรพูด ควรเสนอข่าวด้วยการเตือนคนที่อยู่ในกลุ่มเสี่ยงว่าเป็นสิ่งที่ไม่ดี แต่ถ้าถามว่าควรเสนอปัญหาสังคมใหม่ไหม ตอบว่าควรเสนอ แต่ต้องระมัดระวังเป็นพิเศษ” (มานิจ โมพีชาติ, สัมภาษณ์, 20 สิงหาคม 2547)

หลายท่านที่ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ได้กล่าวถึงผลจากการนำเสนอปัญหาสังคมทางสื่อสาธารณะบ่อยๆ ว่าจะมีผลทำให้ผู้รับสารเกิดความชินชากับปัญหาสังคม จนทำให้ผู้รับสารเห็นว่า

พฤติกรรมหรือปัญหาสังคมต่างๆที่นำเสนอขึ้น กลายเป็นเรื่องที่มีความคุ้นเคย และเป็นปัญหาที่เป็นกลายเรื่องปกติไม่คิดว่าเป็นปัญหา ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งยกตัวอย่างว่า “ถ้าเด็กรุ่นใหม่ๆที่เติบโตขึ้นมาท่ามกลางข่าวที่เป็นปัญหาอยู่ เขาก็จะรู้สึกว่าเป็นเรื่องปกติ ในขณะที่คนรุ่นก่อนที่นำเสนอปัญหาสังคมน้อย เขาก็จะถือว่าเรื่องพวกนั้นมันผิดปกติ เพราะเด็กรุ่นใหม่มีโอกาสสร้างความชินชา ความคุ้นเคย แล้วก็มองว่าเป็นเรื่องปกติหรือเป็นเรื่องที่ยอมรับได้ในสังคม”

นอกจากนั้นผู้ให้สัมภาษณ์ได้กล่าวถึงสาเหตุของปัญหาสังคมที่เกิดขึ้นตามมาว่า เกิดจากการกระทำของสื่อสาธารณะในปัจจุบันที่ไม่ได้นำเสนอในรูปแบบที่ทำให้คนในสังคมเกิดความตระหนักกับปัญหาสังคมที่เกิดขึ้น เป็นเพราะสื่อสาธารณะมีนำเสนอข่าวสารแต่เพียงด้านเดียว จึงทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าเป็นปัญหาเหล่านั้นไม่ได้เป็นปัญหาแต่อย่างใด และไม่ได้เห็นว่าปัญหาสังคมนั้นสำคัญกับตัวเองอย่างไร ซึ่งจากหน้าที่ของการทำงานของสื่อสาธารณะที่เป็นเหมือนกระจกสะท้อนสังคมให้ชาวบ้านรู้ ดังนั้นเมื่อเกิดปัญหาขึ้นมาสื่อสาธารณะก็ต้องเสนอตามความเป็นจริง แต่ในขณะเดียวกันสื่อสาธารณะก็น่าจะมีหน้าที่ให้ผู้รับสารทราบว่ามีข้อดีและไม่ดีอย่างไรให้กับผู้รับสารได้เรียนรู้ และสอนไปในตัว โดยสรุปว่าสื่อสาธารณะควรมีการนำเสนอปัญหาสังคมตามเรื่องราวความจริง มีบทวิเคราะห์ บทสืบลึกไปถึงสาเหตุหรือการเขียนในลักษณะที่ทำให้ผู้รับสารคิดว่าเรื่องนี้เป็นเรื่องที่สำคัญ เป็นปัญหาสังคมที่ต้องมาช่วยกันแก้ไข

กล่าวโดยสรุปได้ว่า จากการนำเสนอปัญหาสังคมของสื่อสาธารณะ จะก่อให้เกิดปัญหาในลักษณะเดียวกัน หรือปัญหาอื่นๆตามมาได้ ซึ่งสื่อสาธารณะต้องยอมรับว่าข้อเขียนทุกตัวอักษรที่ปรากฏอยู่บนสื่อ เป็นผลงานการเขียนที่มีผลกระทบต่อผู้อ่าน เพราะจากการนำเสนอของสื่อสาธารณะมีผลต่อการรับรู้ของผู้รับสาร นับได้ว่าปัญหาสังคมที่สื่อสาธารณะนำเสนอออกไปจะเป็นการสร้างประสบการณ์ให้กับผู้รับสาร และผลกระทบที่เกิดขึ้นจะไม่ได้เกิดในทันทีทันใด แต่จะเกิดขึ้นแบบสะสม แล้วจะแสดงออกมาเมื่อมีสถานการณ์หรือปัจจัยที่เหมาะสม ในบางครั้งสื่อสาธารณะก็มีการนำเสนอแบบชี้แนะ ผลจากการนำเสนอบางส่วนย่อมมีผลกับสังคมอันเป็นสภาพของสังคมที่แตกต่างกัน ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับความรู้และจริยธรรมของผู้รับสารแต่ละบุคคลที่ไม่เท่ากันด้วย ยกตัวอย่างเช่น เด็กอาจจะยังไม่มีกระบวนการกลั่นกรองข้อมูลข่าวสารที่เหมาะสม อาจจะซึมซับเอาบางสิ่งที่เหมาะสมหรือไม่สมควรไปปฏิบัติตาม และผลจากการนำเสนอปัญหาสังคมทางสื่อสาธารณะบ่อยๆ ว่าจะมีผลทำให้ผู้รับสารเกิดความเคยชินกับปัญหาสังคม จนทำให้ผู้รับสารเห็นว่าพฤติกรรมหรือปัญหาสังคมต่างๆที่นำเสนอขึ้น กลายเป็นเรื่องที่มีความคุ้นเคย และเป็นปัญหาที่เป็นกลายเรื่องปกติไม่คิดว่าเป็นปัญหา

4.3 ตอบปัญหาทางการวิจัยข้อที่ 3

จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในประเด็นต่างๆที่เกี่ยวกับปัญหาสังคมที่ปรากฏในสื่อสาธารณะ ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่าปัญหาสังคม นับเป็นเรื่องที่อยู่ใกล้ตัว มีความเกี่ยวข้องกับคนส่วนใหญ่ในสังคม เป็นเรื่องที่มีผลกระทบต่อความอ่อนไหวทางจิตใจ เมื่อเกิดปัญหาสังคมขึ้น สื่อสาธารณะก็มักจะเสนอเรื่องราวที่เกิดขึ้นให้กับคนในสังคมรับรู้ อย่างไรก็ตาม การนำเสนอปัญหาสังคมของสื่อสาธารณะก็มีหลายรูปแบบและหลายวิธีการนำเสนอ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาเพื่อทราบว่าสื่อสาธารณะควรมีเกณฑ์การนำเสนอปัญหาสังคมอย่างไร เพื่อให้มีการนำเสนอปัญหาสังคมอย่างเหมาะสม ซึ่งผลจากการศึกษา มีดังนี้

1. การนำเสนอความผิดวินัยของพระสงฆ์บ่อยๆ

ในแต่ละครั้งที่มีการนำเสนอประเด็นนี้ สื่อสาธารณะควรบอกข้อเท็จจริงว่าเกิดอะไรขึ้นในสังคม โดยบอกที่มาที่ไปของเรื่อง ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นให้เห็นในมุมมองต่างๆ โดยต้องบอกถึงผลเสียที่จะเกิดขึ้นจากการกระทำความผิดวินัยสงฆ์ รวมถึงต้องบอกว่าหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับกรณีนี้ควรมีใครบ้างและควรจะต้องแสดงบทบาทในการร่วมมือกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างไรบ้าง

ลักษณะการนำเสนอจะต้องใช้ภาษาที่สุภาพ ไม่หยาบคาย ถูกต้องตามกาลเทศะ โดยไม่สอดแทรกอารมณ์ความรู้สึก ในแต่ละครั้งที่น่าเสนอจะต้องบอกแหล่งที่มาของข่าว และแหล่งอ้างอิงมาแสดงหลักฐานประกอบ เพื่อให้ข่าวนั้นเกิดความน่าเชื่อถือ ในประเด็นนี้ นิธินันท์ ยอแสงรัตน์ ได้แสดงความเห็นในการนำเสนอประเด็นนี้ว่า “สื่อต้องนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่ใช่ใส่ร้ายใส่ร้ายลำเอียง ข่าวสารคดีเชิงสังคมเป็นข้อเท็จจริงแสดงให้เห็นว่าเกิดอะไรขึ้นในสังคม สื่อต้องเสนอให้เห็นถึงที่มา ที่ไป ผลกระทบ ที่จะเกิดขึ้นให้เห็นรอบด้าน ชี้ให้เห็นประเด็นที่เป็นปัญหาสังคม และการนำเสนอจะต้องไม่ทำร้ายสังคม คือต้องเป็นเรื่องที่คนอ่านได้ประโยชน์จากการอ่านข่าว”

อย่างไรก็ตาม การนำเสนอในประเด็นนี้ หากยังมีข้อมูลประกอบที่ไม่ชัดเจน หรือยังไม่มีหลักฐานยืนยันได้ว่าการกระทำผิดจริง สื่อสาธารณะก็ยังไม่ควรนำเสนอ เนื่องจากว่าหากผู้ถูกกล่าวหาไม่ได้กระทำความผิดจริงแล้วไปกล่าวโทษให้กับผู้นั้น อาจส่งผลกระทบทำให้ผู้ถูกกล่าวหาได้รับความเสียหาย เสียชื่อเสียง ได้รับความดูถูก ดูหมิ่นจากผู้อื่น รวมไปถึงทำให้เกิดวิกฤตที่เป็นความเสื่อมศรัทธาต่อพุทธศาสนา

2. การนำเสนอข่าวด้วยความไม่รอบคอบ

สื่อสาธารณะควรมีกระบวนการตรวจสอบแหล่งข่าวว่ามีความน่าเชื่อถือหรือไม่ โดยจะต้องทำการสัมภาษณ์แหล่งข่าวหลายๆแหล่งข่าว และควรใช้เวลาพิจารณาข่าวก่อนนำเสนอเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง โดยจะต้องควบคุมการทำงานภายในหน่วยงานอย่างจริงจัง โดยเฉพาะในเรื่องการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล โดยเฉพาะการนำเสนอข่าวและภาพข่าวที่ไม่เหมาะสม และเรื่องที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงของชาติ ยกตัวอย่างเช่น แหล่งข่าวอ้างว่ามีการตุนอาวุธปืนถึง 5,000 กระบอกไว้ก่อความไม่สงบในภาคใต้ หรือการปล่อยให้นายกรัฐมนตรีขึ้นนำสังคมในกรณีจะซื้อทีมสโมสรลิเวอร์พูล ซึ่งการนำเสนอข่าวสารที่มีความสำคัญเช่นนี้ ควรจะมีการตรวจสอบอย่างเข้มงวด สำหรับในประเด็นนี้ พนม คลีฉายา ได้เสนอความเห็นไว้ว่า “สื่อสาธารณะควรจะต้องให้ความสำคัญกับการตรวจสอบตัวเองในเบื้องต้นก่อนเลยว่า เมื่อเสนอเรื่องราว เหตุการณ์อะไร ในกรณีที่ตรวจสอบตัวเองเบื้องต้นแล้วว่าเมื่อได้เหตุการณ์มาแล้วจะรายงานเรื่องราวอย่างไรที่จะไม่ก่อให้เกิดผลกระทบข้างเคียง โดยกลวิธีการนำเสนอ ควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอแง่มุมมองของการเตือนผู้รับสารว่าเหตุการณ์ลักษณะเช่นนี้ หากเกิดขึ้นแล้วจะก่อให้เกิดผลกระทบในเชิงบวกหรือเชิงลบมากกว่ากัน”

นอกจากนั้นสื่อสาธารณะจะต้องใช้ความรอบคอบและความระมัดระวังในการเสนอข่าวและภาพเกี่ยวกับเด็กและเยาวชนให้มากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันมีพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็กที่บัญญัติขึ้นมาเพื่อควบคุมการทำงานของสื่อให้อยู่ในกรอบ ขอบเขตที่เหมาะสม อีกทั้งสื่อสาธารณะควรให้ความสำคัญกับแนวปฏิบัติเรื่องการรายงานข่าวเด็กและสตรี ซึ่งจัดทำโดยสมาคมนักข่าวและนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทยร่วมกับมูลนิธิเพื่อนหญิง และนักวิชาการด้านสื่อมวลชน อันจะเป็นต้นแบบและแนวทางสำหรับการนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับเด็กและเยาวชนที่เหมาะสม

3. การโฆษณาสินค้าที่ก่อให้เกิดการบริโภคนิยม

ในปัจจุบันมีโฆษณาแฝงที่ซ่อนอยู่ในเนื้อหาของรายการ ยกตัวอย่างเช่น การบอกชื่อสินค้าก่อนให้รางวัลนั้นๆในรายการ หรือจากประกอบที่เต็มไปด้วยป้ายโฆษณา หรือเครื่องแต่งกายของดารานักแสดงโดยเฉพาะของนักกีฬาที่เต็มไปด้วยยี่ห้อสินค้า จึงถือว่าการโฆษณาเหล่านี้เป็นการกระตุ้นความต้องการของผู้รับสารอยู่ตลอดเวลา

งานโฆษณาบางชิ้นได้นำเอาเทคนิคการโฆษณาและการค้าขายในรูปแบบพิเศษเข้ามาประกอบกรโฆษณา จนทำให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าต้องการมากกว่าความต้องการจริงๆ ก็จะมี

ทำให้ผู้รับสารอาจถูกล่อลวง โน้มน้าวใจให้คล้อยตามเทคนิคที่นำมาใช้ในงานโฆษณานั้น อันจะทำให้ผู้รับสารเกิดการบริโภคนิยม อันเป็นค่านิยมที่ทำให้คนชื่นชอบการบริโภค เกิดความชอบและต้องการใช้เงินซื้อวัตถุและบริการ โดยไม่คำนึงถึงความจำเป็น และบ่อยครั้งที่การแข่งขันด้านโฆษณาเป็นการแข่งขันทางด้านภาพพจน์ ตลอดจนความรู้สึกที่มีต่อสินค้าและบริการของผู้บริโภค จึงทำให้ผู้บริโภคกลายเป็นผู้เลือกซื้อภาพพจน์ของสินค้าแทนความต้องการในตัวสินค้าจริงๆ

ดังนั้น สื่อสาธารณะจึงควรมีบทบาทในการสร้างความตระหนักในการทำให้ผู้รับสารมีสติในการจับจ่ายใช้สอย อุปโภคบริโภคสินค้า และสร้างการเรียนรู้ให้กับผู้รับสารโดยการบ่งชี้ให้เห็นโทษของการบริโภคนิยม โดยทำให้เกิดความเข้าใจว่าชีวิตที่มีศักยภาพที่ประสบความสำเร็จและความสุขนั้น ไม่ได้ขึ้นอยู่กับความมั่งคั่งทางวัตถุ อำนาจ ยศถาบรรดาศักดิ์ และการเสพประสบการณ์บันเทิงหรือสิ่งเร้าอารมณ์ความรู้สึก แต่มนุษย์สามารถที่จะมีความสุขได้จากการทำงานที่ตนรักและถนัดได้ หรือการสอนให้ผู้รับสารรู้จักใช้ชีวิตอย่างพอเพียง มีเหตุผลที่เหมาะสมในการเลือกรับและปฏิเสธสิ่งต่างๆที่จะสามารถใช้ชีวิตอยู่ในกระแสบริโภคนิยมอย่างรอบคอบ รอบคอบ และสร้างสรรค์ เช่น การผลิตรายการเกี่ยวกับการรู้จักเลือกบริโภคอย่างฉลาด เพื่อสร้างองค์ความรู้ในประเด็นต่างๆเหล่านี้ให้กับผู้รับสาร หรือการสอดแทรกสาระความรู้ในประเด็นนี้เพื่อเป็นเกร็ดเล็กเกร็ดน้อยประกอบในรายการต่างๆ สำหรับในประเด็นนี้ มาลี บุญศิริพันธ์ ได้เสนอความคิดเห็นไว้ว่า “สื่อควรจะต้องมีความรับผิดชอบต่อเรื่องที่น่าเสนอ โดยจะต้องไม่เจตนาเยียดเรื่องที่เป็นพิษเป็นภัยให้กับสังคม ดังนั้นวิธีการนำเสนอจะต้องมีความสร้างสรรค์และเอื้อประโยชน์ต่อสังคมมากที่สุด”

นอกจากนั้นสื่อสาธารณะและหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค ควรจะต้องร่วมกันกำหนดมาตรการ และกวดขัน ควบคุม ตรวจสอบในเรื่องเนื้อหาของงานโฆษณาอย่างจริงจังและต่อเนื่องว่ามีงานโฆษณาใดที่สร้างความเข้าใจผิด หรือมีการโฆษณาเกินความจริงบ้างหรือเป็นงานโฆษณาสินค้าและบริการที่เป็นพิษภัยต่อผู้รับสารบ้าง

4. การนำเสนอภาพโป๊เปลือย

วัยรุ่นในปัจจุบันเป็นวัยรุ่นยุคโลกาภิวัตน์ สื่อมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะเรื่องการแต่งกายตามวัยรุ่นต่างประเทศ เพื่อให้ออกมาในรูปแบบที่เรียกกันว่า เด็กแนว ซึ่งวัยรุ่นต้องการเป็นผู้นำด้านแฟชั่น โดยบางครั้งออกมาในลักษณะไม่เหมาะสม จนทำให้เกิดอันตรายตามมา

ดังนั้น สื่อสาธารณะควรมีการควบคุมเรื่องการแต่งกาย ทำทางการแสดงออก และ

กิจกรรมร่ายของดารา นักแสดง หรือพิธีกรรายการต่างๆให้มีความสุภาพ เรียบร้อยเหมาะสมกับกาลเทศะและรูปแบบการเสนอรายการแต่ละประเภท โดยต้องเป็นที่ยอมรับของสังคมไทย เพราะผู้รับสารอาจจดจำและเกิดการเลียนแบบพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมได้ง่าย อาจทำได้ด้วยการให้บันทึกการร่ายลงเทป และส่งเทปบันทึกการร่ายให้คณะกรรมการตรวจสอบก่อนออกอากาศทุกครั้ง สำหรับในประเด็นนี้ มาลี บุญศิริพันธ์ ได้เสนอความเห็นไว้ว่า “ปัจจุบันโทรทัศน์มักจะมีพิธีกรแขกรับเชิญรายการ ดารา วัยรุ่น จำนวนมากที่ไม่ระมัดระวังการแต่งกาย และมีการเสนอภาพการแต่งกายตามแฟชั่นจนเกินกาลเทศะ เช่น ในละคร มีดารานางเอกทำงานเป็นนักบริหารในบริษัทใหญ่แห่งหนึ่ง แต่นั่งใส่สายเดี่ยว แต่งตัวแบบเห็นเนินอก มีความโป๊เกินเหตุ ไม่ได้ดูกาลเทศะ”

อย่างไรก็ดี ควรมีการตรวจสอบและพิจารณาภาพยนตร์ทางโทรทัศน์ ละคร หรือการแสดงต่างๆโดยต้องจัดตั้งหน่วยงานเพื่อเข้ามาควบคุมเรื่องนี้อย่างจริงจัง โดยเฉพาะการเสนอเรื่องราวที่จะก่อให้เกิดพิษภัยต่อเยาวชนด้านศีลธรรม จรรยา ตลอดจนจารีตประเพณีอันดีงาม โดยจะต้องไม่เป็นการนำเสนอที่ยั่วยุกามารมณ์ หรือลามกอนาจาร ไม่ขัดต่อวัฒนธรรมของไทย เช่น ไม่เสนอภาพลามก ภาพเปลือยกาย ซึ่งจะเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดความเสื่อมทางจิตใจและศีลธรรมต่อเยาวชน และที่สำคัญควรกำหนดเส้นแบ่งระหว่างความโป๊กับไม่โป๊ให้ชัดเจน เพื่อสร้างมาตรฐานขอบเขตของงานที่จะนำเสนอ

5. การโฆษณาที่ก่อให้เกิดอารมณ์ทางเพศ

ผู้ผลิตงานโฆษณา ควรตระหนักถึงการนำเอาเรื่องเพศมาใช้กับงานโฆษณา ว่าจะต้องไม่ก่อให้เกิดผลด้านลบทางความคิดของผู้รับสาร ยกตัวอย่างเช่น งานโฆษณาที่เปรียบเทียบกับผู้หญิงเป็นสินค้าตามท้องตลาด โดยไม่คำนึงถึงเรื่องสิทธิมนุษยชนของเพศหญิง ดังที่ มาลี บุญศิริพันธ์ ได้เสนอความเห็นเกี่ยวกับประเด็นนี้ว่า “งานโฆษณามักจะเอาผู้หญิงมาเป็นตัวประกอบของงานโฆษณา โดยแต่งกายโป๊ๆ ยั่วชวนทางเพศมาเปรียบเทียบกับประสิทธิภาพของน้ำมันเครื่องยี่ห้อหนึ่ง” จะเห็นได้ว่ามีการใช้บริบทที่ไม่เกี่ยวข้องกันกับสินค้าและไม่มีความเหมาะสมกัน

ถึงเวลาแล้วที่สื่อสาธารณะและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ควรที่จะเข้ามาช่วยกันควบคุม สอดส่องดูแลความเหมาะสมของงานโฆษณากันอย่างจริงจังเพื่อไม่ให้มีการเผยแพร่งานโฆษณาที่มีการยั่วยุกก่อให้เกิดอารมณ์ทางเพศ หรือหากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพบว่าม้งานโฆษณาชิ้นใดที่ไม่เหมาะสมกับขัดต่อวัฒนธรรม สังคมของไทยก็ต้องตักเตือนและลงโทษตามกฎหมาย สำหรับในประเด็นนี้ ศักดา จิวธยากุล ได้เสนอความเห็นพร้อมทั้งยกตัวอย่างประกอบไว้ว่า “ปัจจุบันสื่อสาธารณะมีการนำเสนอโฆษณาที่ขี้หน้าหรือมีพฤติกรรมเรื่องเพศที่ไม่เหมาะสม หรือนำเอาเรื่องเพศมาแทรกอยู่ใน

โฆษณาโดยไม่จำเป็น โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบทางด้านลบที่จะตามมา ดังนั้นสื่อควรจะต้องช่วยกันตรวจสอบว่าถ้ายังมีโฆษณาประเภทนี้อยู่ สังคมจะเกิดปัญหาแน่ เช่น งานโฆษณาหนังเรื่องซังแปด ที่สื่อบอกว่างานโฆษณานี้ไม่ดี มันเหมือนเอาภาพโป๊วิ่งไปทั่วทั้งเมือง สื่อต่างๆก็ร่วมกันวิจารณ์และในที่สุดโฆษณานั้นก็ต้องถูกแบนออกไป”

6. การนำเสนอเรื่องที่เป็นการหมิ่นประมาท ทำให้ถูกดูหมิ่นจากคนรอบข้าง

สื่อสาธารณะควรจะต้องคำนึงถึงว่าเรื่องที่นำเสนอจะมีประโยชน์ต่อสาธารณชนหรือไม่ หากเรื่องนั้นไม่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ สื่อก็ไม่ควรจะนำเสนอเรื่องเหล่านี้ ได้แก่ เรื่องของชื่อนามสกุล รูปภาพ ที่อยู่ของผู้เสียหาย รวมไปถึงการบรรยายเหตุการณ์อย่างละเอียดของผู้ถูกกล่าวหาจนผู้อื่นสามารถคาดเดาได้ว่าผู้นั้นเป็นใคร เพื่อรักษาชื่อเสียงและไม่สร้างความเสียหายให้กับบุคคลนั้น รวมไปถึงเรื่องการนำเสนอภาพข่าว สื่อจะต้องไม่นำเสนอรูปภาพในลักษณะโป๊เปลือย หรือแสดงกิจกรรมทางเพศที่เป็นการผลิตซ้ำจากสื่อเฉพาะกิจอื่นๆ ซึ่งเท่ากับเป็นการสนับสนุนการตลาดของสื่อเฉพาะกิจเหล่านั้นมากขึ้นไปอีกสำหรับในประเด็นนี้ ศราธร บุญสิทธิ์ ได้เสนอความคิดเห็นไว้ว่า “การนำเสนอปัญหาสังคมที่เหมาะสม สื่อจะต้องพิจารณาด้วยความรู้สึกและความรับผิดชอบของตัวเองว่า มีประโยชน์อะไรไหมที่จะต้องเสนอชื่อ รูปภาพของผู้ที่เสียหาย ถ้าไม่มีประโยชน์ ก็ให้ใช้นามสมมติได้ไหม เพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายแก่ตัวเค้า”

การนำเสนอเรื่องใดๆก็ตาม สื่อสาธารณะจะต้องไม่ใช้ภาษาเหมือนตัดสินผู้ที่ตกเป็นข่าว ไม่ควรพิพากษาการกระทำของผู้ถูกกล่าวหา ก่อนที่ผลการพิจารณาคดีทางกฎหมายจะสิ้นสุดลง เนื่องจากหากผลการตัดสินคดีพิสูจน์ได้ว่าผู้ที่ถูกกล่าวหาไม่ได้เป็นผู้กระทำความผิด จะมีผลทำให้สาธารณชนเกิดความเข้าใจผิดกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ประเด็นนี้ สมชาย แสวงการ ได้เสนอความคิดเห็นไว้ดังนี้ “สื่อมีการนำเสนอที่เป็นการหมิ่นประมาท เช่น การเสนอว่าผู้หญิงคนนี้ฆ่าสามีตายเพื่อหวังเอาเงินประกัน ซึ่งความจริงเค้าอาจจะไม่ได้ทำ หรือการกล่าวหาว่ามาเฟียมีสี หรือกลุ่มโจรสลัดวางระเบิด ซึ่งความจริงอาจจะไม่ใช่คนกลุ่มนี้ทำก็ได้”

นอกจากนั้น สื่อสาธารณะควรทำความเข้าใจคำว่าหมิ่นประมาทและขอบเขตของการนำเสนอในเรื่องความสมดุลระหว่างเสรีภาพของการนำเสนอและกฎหมายหมิ่นประมาท ซึ่งการใช้เสรีภาพของสื่อสาธารณะในการนำเสนอข่าวหรือภาพข่าว ควรระมัดระวังต่อความล่อแหลมในการทำงาน ไม่ให้ก้าวล่วงไปในเรื่องการละเมิดสิทธิเสรีภาพส่วนบุคคล รวมถึงจริยธรรมในการทำหน้าที่ของสื่อมวลชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อควรจะต้องระมัดระวังถึงความรับผิดชอบต่อรัฐธรรมนูญ มาตรา 39 โดยเฉพาะในการก้าวล่วงถึงสิทธิส่วนตัวหรือความเป็นอยู่ส่วนตัวนั้น ถือว่าต้องระมัดระวังเป็นพิเศษ ไม่ว่าจะบุคคลนั้นจะเป็นบุคคลธรรมดาหรือเป็นบุคคลสาธารณะก็ตาม

7. การวิเคราะห์การแข่งขันฟุตบอล, ทำนายผลการแข่งขันล่วงหน้า, บอกราคาต่อรองที่สนับสนุนการเล่นการพนันฟุตบอล

ในยุคของการสื่อสารไร้พรมแดน มีส่วนสำคัญในการช่วยส่งเสริมให้การพนันฟุตบอลเป็นไปได้อย่างสะดวกสบาย มีการถ่ายทอดสดผ่านดาวเทียมเกือบทุกคู่การแข่งขัน พร้อมการรายงานผลการแข่งขันผ่านสื่อประเภทต่างๆอย่างทันท่วงที เพื่อให้ทันใจเซียนบอลทั้งหลาย

จากการศึกษาจะพบว่าสื่อสาธารณะสามารถนำเสนอในเรื่องของการวิเคราะห์การแข่งขันฟุตบอลได้ ทำนายผลการแข่งขันล่วงหน้าได้ แต่ในเรื่องของการบอกราคาต่อรองของการแข่งขันฟุตบอล แม้จะไม่ได้ผิดกฎหมาย แต่ก็ถือได้ว่าการนำเสนอในเรื่องนี้เป็นการส่งเสริม สนับสนุนโดยเป็นการให้ข้อมูลประกอบการเล่นการพนันฟุตบอลอย่างแท้จริง

ปัญหาการพนันฟุตบอลถือได้ว่าเป็นภัยมืดที่มอมเมา คุณค่าชีวิตและสวัสดิภาพของประชาชน เป็นบ่อเกิดของปัญหาอาชญากรรมที่มีผลสืบเนื่องมาจาก “วงจรของการพนันฟุตบอล” อาจเป็นบ่อเกิดของกระแสข่าวกังวาล จี้ ปล้น การอุ้มฆ่า หรือการฆ่าตัวตายเพื่อหนีหนี้ อันสืบเนื่องมาจากปัญหาหนี้พนันบอลและหนี้สินจากสถาบันการเงินก็เป็นได้

ดังนั้นแนวทางที่ดีของการนำเสนอเรื่องการแข่งขันฟุตบอลก็คือไม่ควรนำเสนอราคาต่อรองของการแข่งขันฟุตบอล เนื่องจากเรื่องนี้ไม่ได้มีผลต่อการชกการแข่งขันฟุตบอลเลย แต่จะมีประโยชน์สำหรับการนำเอาข้อมูลไปประกอบการเล่นการพนันฟุตบอลเท่านั้น จึงถือได้ว่าสื่อมีการนำเสนอที่จงใจส่งเสริมให้เล่นการพนันฟุตบอล ซึ่งในประเด็นนี้ นพดล กอนินิ ได้เสนอความเห็นไว้ว่า “การบอกราคาต่อรอง เข้าใจว่าเป็นการจูงใจ ชี้นำให้เล่นการพนัน ทั้งที่สื่อสามารถนำเสนอเรื่องนี้ในประเด็นอื่นได้ เช่น เรื่องความพร้อมของนักกีฬา”

8. การนำเสนอเรื่องสื่อ วิชิตีลามก โดยบ่งชี้นำแหล่งขาย

จากการศึกษาพบว่า ไม่มีการนำเสนอเรื่องสื่อวิชิตีลามก โดยบ่งชี้นำแหล่งขาย แต่มักจะเป็นการนำเสนอเพื่อแจ้งเบาะแสให้กับตำรวจ เพื่อไปดำเนินการตามกฎหมายกับผู้กระทำความผิด รวมถึงเป็นการนำเสนองานของตำรวจที่เข้าจับกุมแหล่งขายวิชิตีลามก เพื่อให้ประชาชนรู้ว่าเมื่อมีเหตุการณ์เช่นนี้ขึ้น จะต้องถูกดำเนินการอย่างไร

อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการนำเสนอเรื่องสื่อวิชิตีลามกที่เหมาะสม สื่อสาธารณะไม่ควรนำเสนอข่าวเรื่องวิชิตีลามกโดยใช้ภาพประกอบที่เป็นรูปผู้หญิงแก้ผ้า ภาพโป๊เปลือย หรือแสดงกิจกรรมทางเพศ เพราะอาจจะเป็นการนำเสนอเสนอแบบอย่างที่ไม่ดีให้กับเด็กและเยาวชน และเกิดความเข้าใจผิดคิดว่าเป็นค่านิยมที่ดี

9. การนำเสนอเรื่องคนรวย ฟุ้งเฟ้อ ทำให้คนจนดูแล้วเกิดการเหลื่อมล้ำทางสังคม ระหว่างชนชั้น

การนำเสนอที่เหมาะสมควรนำเสนอเรื่องที่เป็นประโยชน์ต่อคนส่วนใหญ่ของสังคม มากกว่า การนำเสนอความฟุ้งเฟ้อของกลุ่มคนบางกลุ่มในสังคม เช่น การนำเสนอเรื่องงานแสดงเครื่องเพชร สื่อสาธารณะควรจะนำเสนอแต่ข้อเท็จจริง โดยไม่สอดแทรกอารมณ์ ความรู้สึกต่อเหตุการณ์นั้นๆ รวมทั้งควรจะคำนึงถึงว่าผู้รับสารเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศที่ไม่ได้เป็นคนรวย ฟุ้งเฟ้อ จึงควรจะต้องเสนอแนวคิด บทความ เพื่อยกระดับรสนิยมของผู้รับสารไม่ให้หลงอยู่ในการบริโภคอุปโภคที่ฟุ้งเฟ้อ ฟุ้งเฟ้อตามการกระทำของกลุ่มคนเพียงบางกลุ่มในสังคม

อย่างไรก็ตาม สื่อสาธารณะไม่ควรนำเสนอภัยแวดล้อมที่เป็นค่านิยมผิดๆเหล่านี้ เพราะ อาจจะทำให้วัยรุ่นเข้าไปใช้บริการ และรับค่านิยมใช้สิ่งของที่มียี่ห้อจากต่างประเทศจนต้องหาเงินด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การขายบริการทางเพศ การขายยาเสพติด และก่ออาชญากรรม

10. การนำเสนอข่าวที่ทำให้ประชาชนเชื่อถือ งบประมาณกับการเล่นหวย

สื่อสาธารณะไม่ควรนำเสนอข้อเท็จจริงที่จูงใจนำไปสู่การเล่นหวยได้ ยกตัวอย่างเช่น การเสนอข่าวว่ามีชาวบ้านแห่ไปกราบไหว้ต้นกล้วยแปลงประหลาดออกลูกดกมากถึง 220 ผล ซึ่งชาวบ้านมีความเชื่อกันว่าหวยงวดนี้จะออกเลข 220ตามจำนวนของผลกล้วย จะเห็นได้ว่า สื่อสาธารณะไม่ควรชี้แนะให้ผู้รับสารเล่นการพนัน ลักษณะการนำเสนอข่าวในประเด็นนี้ สมชาย แสงวงการ ได้เสนอความเห็นที่ “ไม่เห็นด้วยกับการโฆษณาวางหน้าหวยจะออกเลขอะไรบ้างนั้น ถือว่าเป็นการกระทำที่ผิดจรรยาบรรณสื่อมวลชน”

ดังนั้น ในแต่ละครั้งที่มีการนำเสนอเรื่องเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับตัวเลขหรือหวย ไม่ว่าจะ เป็นเรื่องความแปลกประหลาด หรือเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่โบ้หวย หรือแม้แต่เรื่องราวของผู้ที่ได้รับรางวัลที่ 1 จากการเล่นหวย สื่อสาธารณะจะต้องนำเสนอโทษหรือผลเสียในทางด้านลบที่จะเกิดจากการเล่นหวยด้วย เช่น เสียทรัพย์สิน เงินทอง พร้อมทั้งการนำเสนอแนวคิด หรือบทความที่ช่วยยกระดับความรู้ ความคิด รสนิยมของผู้รับสารให้สูงขึ้น

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง “ปัญหาสังคมที่ควรได้รับการกำหนดเป็นวาระของสาธารณชน”
มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาว่ามีปัญหาสังคมอะไรบ้างที่ปรากฏในสื่อสาธารณะ
2. เพื่อศึกษาลักษณะการนำเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ และน่าจะก่อให้เกิดผลกระทบตามมาหรือไม่
3. เพื่อศึกษาถึงเกณฑ์การนำเสนอปัญหาสังคมที่เหมาะสมโดยสื่อสาธารณะ เพื่อให้มีการนำเสนอปัญหาสังคมอย่างเหมาะสม

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยที่มุ่งค้นคว้าให้ได้มาซึ่งข้อเท็จจริงเกี่ยวกับว่ามีปัญหาสังคมอะไรบ้างที่ปรากฏในสื่อสาธารณะ และมุ่งศึกษาเพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลักษณะการนำเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ และน่าจะก่อให้เกิดผลกระทบตามมาหรือไม่ รวมทั้งการศึกษาถึงเกณฑ์ความเหมาะสมของการนำเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยที่ใช้หลักการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การเก็บข้อมูล 2 วิธีการหลักคือ การระดมสมอง(Brain Storming) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview)

จากการเก็บข้อมูลด้วยวิธีดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัย จากการตอบปัญหามา
การวิจัยทั้ง 3 ข้อ คือ

1. ปัญหาสังคมที่ปรากฏในสื่อสาธารณะมีอะไรบ้าง
2. ลักษณะการนำเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะมีความเหมาะสมหรือไม่ และน่าจะก่อให้เกิดผลกระทบตามมาหรือไม่
3. สื่อสาธารณะควรมีเกณฑ์การนำเสนอปัญหาสังคมอย่างไร เพื่อให้มีการนำเสนอปัญหาสังคมอย่างเหมาะสม

ตอบปัญหานำการวิจัยข้อที่ 1

ผลจากการประเมินปัญหาสังคมที่มีความสำคัญ ความน่าสนใจ และมีคุณค่าต่อ การศึกษา จากผู้เชี่ยวชาญด้านสังคมศาสตร์ โดยเรียงตามลำดับความสำคัญของปัญหาสังคม 10 อันดับแรกที่มีความสำคัญจากมากไปน้อย ตามลำดับ ดังนี้

1. การนำเสนอความผิดวินัยของพระสงฆ์บ่อยๆ
2. การนำเสนอข่าวด้วยความไม่รอบคอบ
3. การโฆษณาสินค้าที่ก่อให้เกิดการบริโภคนิยม
4. การนำเสนอภาพโป๊เปลือย
5. การโฆษณาที่ก่อให้เกิดอาชกรรมทางเพศ
6. การนำเสนอเรื่องที่เป็นการหมิ่นประมาท ทำให้ถูกดูหมิ่นจากคนรอบข้าง
7. การวิเคราะห์การแข่งขันฟุตบอล, ทำนายผลการแข่งขันล่วงหน้า, บอกราคาต่อรอง ที่สนับสนุนการเล่นการพนันฟุตบอล
8. การนำเสนอเรื่องสื่อ วีซีดีลามก โดยบ่งชี้ว่าแหล่งขาย
9. การนำเสนอเรื่องคนรวย ฟุ้งเฟ้อ ทำให้คนจนดูแล้วเกิดการเหลื่อมล้ำทางสังคมระหว่างชนชั้น
10. การนำเสนอข่าวที่ทำให้ประชาชนเชื่อถือ งามายกับการเล่นหวย

ตอบปัญหานำการวิจัยข้อที่ 2

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 2 สามารถแยกย่อยออกเป็นคำถามหลักๆ 2 ข้อด้วยกัน คือ

คำถามข้อที่ 2.1 ลักษณะการนำเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะมีความเหมาะสมหรือไม่

คำถามข้อที่ 2.2 การนำเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะน่าจะก่อให้เกิดผลกระทบตามมาหรือไม่

ตอบคำถามข้อที่ 2.1

ผลจากการศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อลักษณะการนำเสนอปัญหาสังคมของสื่อสาธารณะ ในปัจจุบันมีความเหมาะสมหรือไม่ โดยจะกล่าวถึงเฉพาะปัญหาสังคมที่มีความสำคัญ ซึ่งได้รับ

การคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญด้านสังคมศาสตร์ โดยเรียงตามลำดับความสำคัญของปัญหาสังคม 10 อันดับแรกที่มีความสำคัญจากมากไปน้อย ตามลำดับ ซึ่งผลการวิจัยมีดังนี้

1. การนำเสนอความผิดวินัยของพระสงฆ์บ่อยๆ

สื่อสาธารณะมีการนำเสนอในเรื่องความผิดวินัยของพระสงฆ์อยู่ในเกณฑ์ที่มีความเหมาะสม มีการนำเสนอตามข้อเท็จจริง และมีการให้ข้อมูลที่เพิ่มประโชชน์เพิ่มเติมด้วยแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ แต่อย่างไรก็ตามสื่อสาธารณะควรที่จะเพิ่มการนำเสนอเนื้อหาสาระให้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เช่น ข้อติติง, เรื่องสั้น หรือบทความประกอบเพิ่มเติมเพื่อให้สังคมเห็นว่าเรื่องนี้เป็นปัญหาที่รุนแรงต่อสังคม ไม่ใช่เรื่องตลกตมตมสังคม จึงจะทำให้สังคมเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น

2. การนำเสนอข่าวด้วยความไม่รอบคอบ

สื่อสาธารณะมีกระบวนการทำงานหลายขั้นตอนเพื่อตรวจสอบความรอบคอบของข่าวที่จะนำเสนอออกไป เพื่อให้ข่าวสารที่นำเสนอออกไปมีความสมบูรณ์ถูกต้องมากที่สุด แต่เนื่องด้วยปัจจัยแวดล้อมหลายอย่าง เช่น เวลาอันจำกัด , ความไม่รู้คุณค่าศัพท์ของนักสื่อสารมวลชน, ความคำนึงถึงแต่เรื่องของธุรกิจ, การแข่งขันกันเสนอข่าวกับสื่อคู่แข่ง จึงทำให้ข่าวสารที่นำเสนอส่วนใหญ่ไม่ได้รับการตรวจสอบมากเท่าที่ควร ซึ่งจะก่อให้เกิดความคลาดเคลื่อนและสร้างความเดือดร้อนให้ผู้อื่น หรือสร้างความเสียหายให้กับสังคมโดยรวม

3. การโฆษณาสินค้าที่ก่อให้เกิดการบริโภคนิยม

การโฆษณาสินค้าในปัจจุบันมีจำนวนมากขึ้นและมีการหลากหลายรูปแบบ ด้วยผู้ประกอบการต้องการแสวงหากำไร ก็ต้องเพิ่มการโฆษณา และสื่อสารออกมาเพื่อปลุกเร้าค่านิยมทางสังคมให้เกิดพฤติกรรมบริโภคเกินความจำเป็น ในบางครั้งสื่อสาธารณะก็ไม่มีจรรยาบรรณ ไม่มีจุดยืนที่ดำรงไว้ซึ่งจารีตในสังคม โดยบริษัทต่างๆมุ่งที่จะแสวงหากำไรมากกว่านำเสนอประโยชน์ไปสู่สาธารณะ และเห็นว่าควรมีหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องเข้ามาควบคุมดูแลให้มากขึ้น

4. การนำเสนอภาพไปเปลือย

ในปัจจุบันสื่อสาธารณะมีการนำเสนอภาพไปเปลือยเป็นจำนวนบ่อยครั้ง เนื่องจากสื่อสาธารณะมีความเป็นพาณิชย์ เมื่อทราบว่าผู้รับสารชอบอะไร สื่อสาธารณะก็จะตอบสนองไปให้กับผู้รับสาร จนกลายเป็นค่านิยมที่ต้องมีการนำเสนอภาพไปเปลือย อีกทั้งดาราวัยรุ่นมากมายไม่ระมัดระวังในเรื่องการแต่งกาย และมีการเสนอภาพแฟชั่นจนเกินกาลเทศะ อีกประเด็นหนึ่งที่พบคือสื่อสาธารณะมีนำเสนอไม่ตรงประเด็น ยกตัวอย่างเช่น กรณีเน็ตถ่ายวีซีดีไปเปลือย สื่อก็ไม่ได้ดูมิติของปัญหาว่าเกิดเหตุการณ์อะไรขึ้น แต่สื่อกลับเสนอรูปไปเปลือยเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจมากกว่าการรายงานเนื้อหาเรื่องราวที่ไปที่ไป และผลกระทบของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งถือเป็นการยั่วยู่ทางเพศในวงกว้างผ่านทางสื่อสาธารณะเพื่อให้ประชาชนติดตาม จนในปัจจุบันประชาชนยอมรับเรื่องเหล่านี้ได้

5. การโฆษณาที่ก่อให้เกิดอารมณ์ทางเพศ

มีงานโฆษณาบางชิ้นที่ก่อให้เกิดอารมณ์ทางเพศหรือนำเรื่องเพศมาแทรกอยู่ในโฆษณา โดยไม่จำเป็น ส่วนมากที่พบคืองานโฆษณาสินค้าประเภท ครีมทาผิว ลิปสติก น้ำหอม ชุดชั้นใน ถุงน่อง รถยนต์ รถจักรยานยนต์มีหญิงสาวแต่งตัวล่อแหลมอยู่บนมอเตอร์ไซค์คันนั้น โดยใช้ปัจจัยการเย้ายวนทางเพศมาเป็นตัวดึงดูดผู้ชม และมีการนำเสนองานโฆษณามากทางสื่อมวลชน เช่น เวลานั้นานโฆษณาโชว์รถยนต์ จะพบว่าโชว์สัดส่วนรูปร่างของผู้หญิงที่ยืนอยู่ข้างรถยนต์อยู่ด้วย หรืองานโฆษณาบางอย่างที่ใช้ผู้หญิงมาดึงดูดความสนใจให้คนไปชมสินค้า ปัญหาเรื่องนี้ต้องได้รับความร่วมมือจากหลายฝ่ายและขึ้นอยู่กับความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อสาธารณะด้วย

6. การนำเสนอเรื่องที่เป็นการหมิ่นประมาท ทำให้ถูกดูหมิ่นจากคนรอบข้าง

สื่อสาธารณะมีการนำเสนอที่เป็นการหมิ่นประมาท พบมากโดยเฉพาะเรื่องการนำเสนอรูปภาพ ซึ่งจากการรายงานเรื่องราวต่างๆผ่านทางสื่อสาธารณะมักจะรายงานสภาพแวดล้อมของข้อมูลทั้งหมด จนสามารถทำให้ผู้รับสารสามารถคาดเดาได้ว่าผู้ได้รับความเสียหายเป็นใคร อาจจะทำให้ผู้นั้นไม่สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้ สาเหตุอาจเป็นเพราะสื่อสาธารณะยังไม่เข้าใจคำว่าหมิ่นประมาทและขอบเขตของการนำเสนอที่ถูกต้องโดยเฉพาะเรื่องการหมิ่นประมาทในเชิงสิทธิมนุษยชน

7. การวิเคราะห์การแข่งขันฟุตบอล, ทำนายผลการแข่งขันล่วงหน้าโดยบอกราคาต่อรองที่สนับสนุนการเล่นการพนันฟุตบอล

สื่อสาธารณะมีการนำเสนอการวิเคราะห์ผลแข่งขันฟุตบอลที่บอกราคาต่อรอง ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่าสื่อสาธารณะมีสิทธิที่จะนำเสนอการวิเคราะห์ผลการแข่งขันฟุตบอลได้ แต่การบอกราคาต่อรองนั้นไม่เหมาะสม เพราะถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการนำไปเล่นการพนันฟุตบอลได้ และอาจถือได้ว่าสื่อสาธารณะนั้นเข้าข่ายไม่ถูกต้องตามจรรยาบรรณด้วย เนื่องจากยังมีข้อมูลที่น่าสนใจในส่วนอื่นๆที่จะนำไปนำเสนอได้ ยกตัวอย่างเช่น ความพร้อมของทีมนักกีฬา, รูปแบบการวางแผนทีม, ประวัติการแข่งขันที่ผ่านมา

8. การนำเสนอเรื่องสื่อ วิธีดีลามก โดยบ่งชี้แหล่งขาย

สื่อสาธารณะไม่มีการนำเสนอเรื่องสื่อ วิธีดีลามก โดยบ่งชี้แหล่งขาย โดยเชื่อว่าการนำเสนอเรื่องสื่อวิธีดีลามกนั้นสื่อนำเสนอเพื่อบอกแหล่งให้กับตำรวจมากกว่าบ่งชี้แหล่งขาย มีการเสนอว่ามีขายวิธีดีลามกอย่างไรหลายที่ใดเพื่อบอกแหล่งให้กับตำรวจ และสื่อสาธารณะมีการนำเสนอในเชิงของการตรวจสอบว่ามีตำรวจไปดำเนินการกับแหล่งขายอย่างไร การนำเสนอชื่อสถานที่ที่เป็นแหล่งขายก็เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ของแหล่งข่าว แต่ผลกระทบที่อาจจะเกิดตามมาคือ กระตุ้นให้เกิดความอยากรู้ อยากเห็น อยากซื้อวิธีดีลามกนั้น

9. การนำเสนอเรื่องคนรวย ฟุ้งเฟ้อ ทำให้คนจนดูแล้วเกิดการเหลื่อมล้ำทางสังคมระหว่างชนชั้น

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนหนึ่งเห็นว่า การนำเสนอเรื่อง คนรวย ฟุ้งเฟ้อ ทำให้คนจนดูแล้วเกิดการเหลื่อมล้ำทางสังคมระหว่างชนชั้น ถือว่าจากการนำเสนอก็ไม่ได้มีผลกระทบทำให้คนเกิดความรู้สึกเหลื่อมล้ำทางสังคมมากจนเกินไปนัก เพราะเห็นว่าคนจนไม่มีเหตุผลที่จะต้องไปเลียนแบบพฤติกรรมของคนรวยที่ฟุ้งเฟ้อ สำหรับผู้ให้สัมภาษณ์อีกกลุ่มหนึ่งมีความเห็นวก่อนให้เกิดความรู้สึกเหลื่อมล้ำทางสังคม เพราะการกระตุ้นความอยากของบางคน ทำให้เกิดช่องว่างระหว่างชนชั้น

10. การนำเสนอข่าวที่ทำให้ประชาชนเชื่อถือ งามายกับการเล่นหวย

สื่อสาธารณะมีการนำเสนอข่าวเป็นปรากฏการณ์ต่างๆ, ความแปลกประหลาดที่เกิดขึ้น

รูปแบบการนำเสนอมักเป็นการรายงานตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง และสื่อสาธารณะมักจะมีการไปหาข้อมูลหรือหรือสอบถามกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อสอบถามที่มาที่ไปของเรื่องราวนั้นๆ เพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจเกี่ยวกับเหตุการณ์นั้นๆอย่างถูกต้อง แต่หากมองอีกมุมมองจะพบว่า เมื่อมีเหตุการณ์เกิดขึ้น เช่น มีชาวบ้านแห่กันไปกราบไหว้สิ่งแปลกประหลาดแล้วขอหวยได้เลข79 สื่อสาธารณะก็จะมีการรายงานไปว่ามีชาวบ้านแห่กันไปขอหวยได้เลข79 หรือกรณีการจูงใจถ่ายรูปให้เห็นทะเบียนรถยนต์ของบุคคลสำคัญที่อยู่ในเหตุการณ์ อาจมีผลที่ทำให้ประชาชนเชื่อถือ จากการที่สื่อสาธารณะนำเสนอข้อเท็จจริงไป อาจนำไปสู่การเล่นการพนันตามมา

ตอบคำถามข้อที่ 2.2

จากการนำเสนอปัญหาสังคมของสื่อสาธารณะพบว่าน่าจะก่อให้เกิดผลกระทบตามมาได้ ซึ่งสื่อสาธารณะต้องยอมรับว่าข้อเขียนทุกตัวอักษรที่ปรากฏอยู่บนสื่อ เป็นผลงานการเขียนที่มีผลกระทบต่อผู้อ่าน เพราะจากการนำเสนอของสื่อสาธารณะมีผลต่อการรับรู้ของผู้รับสาร นับได้ว่าปัญหาสังคมที่สื่อสาธารณะนำเสนอออกไปจะเป็นการสร้างประสบการณ์ให้กับผู้รับสาร และผลกระทบที่เกิดขึ้นจะไม่ได้เกิดในทันทีทันใด แต่จะเกิดขึ้นแบบสะสม แล้วจะแสดงออกมาเมื่อมีสถานการณ์หรือปัจจัยที่เหมาะสม ในบางครั้งสื่อสาธารณะก็มีการนำเสนอแบบชี้หน้า ผลจากการนำเสนอบางส่วนย่อมมีผลกับสังคมอันเป็นสภาวะของสังคมที่แตกต่างกัน ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับความรู้และจริยธรรมของผู้รับสารแต่ละบุคคลที่ไม่เท่ากันด้วย ยกตัวอย่างเช่น เด็กอาจจะยังไม่มีกระบวนการกลั่นกรองข้อมูลข่าวสารที่เหมาะสม อาจจะมีซึบเอาบางสิ่งที่ไม่สมควรหรือไม่สมควรไปปฏิบัติตาม และผลจากการนำเสนอปัญหาสังคมทางสื่อสาธารณะบ่อยๆจะมีผลทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกชินชากับปัญหาสังคม จนทำให้ผู้รับสารเห็นว่าพฤติกรรมหรือปัญหาสังคมต่างๆที่นำเสนอ นั้น กลายเป็นเรื่องที่มีความคุ้นเคย และเป็นปัญหาที่เป็นกลายเป็นเรื่องปกติไม่คิดว่าเป็นปัญหา

ตอบปัญหานำการวิจัยข้อที่ 3

จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในประเด็นต่างๆที่เกี่ยวกับปัญหาสังคมที่ปรากฏในสื่อสาธารณะ ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่าปัญหาสังคม นับเป็นเรื่องที่อยู่ใกล้ตัว มีความเกี่ยวข้องกับคนส่วนใหญ่ในสังคม เป็นเรื่องที่มีผลกระทบต่อความอ่อนไหวทางจิตใจ เมื่อเกิดปัญหาสังคมขึ้น

สื่อสาธารณะก็มักจะเสนอเรื่องราวที่เกิดขึ้นให้กับคนในสังคมรับรู้ อย่างไรก็ตาม การนำเสนอปัญหาสังคมของสื่อสาธารณะก็มีหลายรูปแบบและหลายวิธีการนำเสนอ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาเพื่อทราบว่าสื่อสาธารณะควรมีเกณฑ์การนำเสนอปัญหาสังคมอย่างไร เพื่อให้มีการนำเสนอปัญหาสังคมอย่างเหมาะสม ซึ่งผลจากการศึกษา มีดังนี้

ผลสรุปจากการศึกษาถึงเกณฑ์การนำเสนอปัญหาสังคมที่เหมาะสม สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. การนำเสนอความผิดวินัยของพระสงฆ์บ่อยๆ

สื่อสาธารณะควรบอกข้อเท็จจริง โดยใช้ภาษาที่สุภาพ ถูกต้องตามกาลเทศะ โดยไม่สอดแทรกอารมณ์ความรู้สึก และจะต้องบอกแหล่งที่มา แหล่งอ้างอิงของข่าวเป็นหลักฐานประกอบเพื่อให้ข่าวนั้นเกิดความน่าเชื่อถือ หากยังมีข้อมูลยังไม่เพียงพอที่ยืนยันได้ว่าการกระทำผิดจริงสื่อสาธารณะก็ยังไม่ควรนำเสนอ รวมทั้งต้องบอกว่าหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกรณีนี้ควรจะมีใครบ้างและควรจะต้องแสดงบทบาทในการร่วมมือกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างไรบ้าง

2. การนำเสนอข่าวด้วยความไม่รอบคอบ

สื่อสาธารณะควรมีกระบวนการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว โดยการสัมภาษณ์แหล่งข่าวหลายๆ แหล่งข่าว และควรใช้เวลาพิจารณาข่าวก่อนนำเสนอเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง โดยเฉพาะในเรื่องการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล เรื่องการนำเสนอข่าวและภาพข่าวที่ไม่เหมาะสม โดยเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับเด็กและเยาวชน และเรื่องที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงของชาติ เนื่องจากปัจจุบันมีพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก ที่บัญญัติขึ้นมาเพื่อควบคุมการทำงานของสื่อให้อยู่ในกรอบและขอบเขตที่เหมาะสม

3. การโฆษณาสินค้าที่ก่อให้เกิดการบริโภคนิยม

สื่อสาธารณะควรสร้างความตระหนักให้ผู้รับสารมีสติในการอุปโภคบริโภคสินค้าและสร้างการเรียนรู้ให้เห็นโทษของการบริโภคนิยม หรือการสอนให้รู้จักใช้ชีวิตอย่างพอเพียง มีเหตุผลที่เหมาะสมในการเลือกรับและปฏิเสธสิ่งต่างๆ เช่น การผลิตรายการเกี่ยวกับการรู้จักเลือกบริโภคอย่างฉลาด หรือการสอดแทรกสาระความรู้ประกอบในรายการต่างๆ นอกจากนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค ควรจะต้องร่วมกันกำหนดมาตรการและกวดขัน ควบคุมตรวจสอบในเรื่องเนื้อหาของงานโฆษณาอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

4. การนำเสนอภาพไปเปลือย

สื่อสาธารณะควรควบคุมเรื่องการแต่งกาย ท่าทางการแสดงออก และกิจกรรมยาทของ ดารา นักแสดง หรือพิธีกรรายการต่างๆ ให้มีความสุภาพ เรียบร้อยเหมาะสมกับกาลเทศะและ รูปแบบการเสนอรายการแต่ละประเภท และควรจัดตั้งหน่วยงานเพื่อเข้ามาควบคุม ตรวจสอบ และพิจารณาเรื่องนี้อย่างจริงจัง อาจทำได้ด้วยวิธีการการให้บันทึกรายการลงเทป และส่งเทป บันทึกรายการให้คณะอนุกรรมการตรวจสอบก่อนออกอากาศทุกครั้ง

5. การโฆษณาที่ก่อให้เกิดอารมณ์ทางเพศ

ผู้ผลิตงานโฆษณาควรตระหนักถึงการนำเอาเรื่องเพศมาใช้กับงานโฆษณาว่าจะต้องไม่ ก่อให้เกิดผลด้านลบทางความคิดของผู้รับสาร ดังนั้นสื่อสาธารณะและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ควรเข้ามาช่วยกัน ควบคุม สอดส่องดูแลความเหมาะสมของงานโฆษณากันอย่างจริงจัง เพื่อไม่ให้มีการเผยแพร่ งาน โฆษณาที่มีการยั่วยุ ก่อให้เกิดอารมณ์ทางเพศ หรือหากพบว่าม้งานโฆษณาชิ้นใดที่ไม่เหมาะสม กับขีดต่อวัฒนธรรม สังคมของไทยก็ต้องตักเตือนและลงโทษตามกฎหมาย

6. การนำเสนอเรื่องที่เป็นการหมิ่นประมาท ทำให้ถูกดูหมิ่นจากคนรอบข้าง

สื่อสาธารณะควรจะต้องคำนึงถึงว่าเรื่องที่นำเสนอจะมีประโยชน์ต่อสาธารณชนหรือไม่ หากเรื่องนั้นไม่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ สื่อก็ไม่ควรจะนำเสนอเรื่องเหล่านี้ ได้แก่ เรื่องของชื่อ นามสกุล รูปภาพ ที่อยู่ของผู้เสียหาย รวมไปถึงการบรรยายเหตุการณ์อย่างละเอียดของผู้ถูก กล่าวหาจนผู้อื่นสามารถคาดเดาได้ว่าผู้นั้นเป็นใคร และต้องไม่ใช่ภาษาเหมือนดัดสินผู้ที่ถูกเป็น ชาว ไม่ควรพิพากษาการกระทำของผู้ถูกกล่าวหาก่อนผลการพิจารณาคดีทางกฎหมายจะสิ้นสุด ลง

รวมถึงควรระมัดระวังต่อความล่อแหลมในการทำงานไม่ให้ก้าวล่วงไปในเรื่องการละเมิดสิทธิ เสรีภาพส่วนบุคคล รวมถึงจริยธรรมในการทำหน้าที่ของสื่อมวลชน

7. การวิเคราะห์การแข่งขันฟุตบอล, ทำนายผลการแข่งขันล่วงหน้า, บอกราคา ต่อรองที่สนับสนุนการเล่นการพนันฟุตบอล

สื่อสาธารณะสามารถนำเสนอในเรื่องของการวิเคราะห์การแข่งขันฟุตบอลได้ ทำนายผลการแข่งขันล่วงหน้าได้ แต่ในเรื่องของการบอกราคาต่อรองของการแข่งขันฟุตบอล แม้จะไม่ได้ผิดกฎหมาย แต่ก็ถือได้ว่าการนำเสนอในเรื่องนี้เป็นการส่งเสริม สนับสนุนโดยเป็นการให้ข้อมูลที่เอื้อประโยชน์สำหรับการนำเอาข้อมูลไปประกอบการเล่นการพนันฟุตบอลเท่านั้น ดังนั้นแนวทางการนำเสนอที่ดีคือไม่ควรนำเสนอราคาต่อรองของการแข่งขันฟุตบอล

8. การนำเสนอเรื่องสื่อ วิธีดีลามาก โดยบ่งชี้แหล่งขาย

จากการศึกษาพบว่าไม่มีการนำเสนอเรื่องสื่อวิธีดีลามาก โดยบ่งชี้แหล่งขาย แต่มักจะเป็นการนำเสนอเพื่อแจ้งเบาะแสให้กับตำรวจ เพื่อไปดำเนินการตามกฎหมายกับผู้กระทำความผิด รวมถึงเป็นการนำเสนอการทำงานของตำรวจที่เข้าจับกุมแหล่งขายวิธีดีลามาก

อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นแนวทางการนำเสนอที่ดีคือ ไม่ควรนำเสนอข่าวเรื่องวิธีดีลามากโดยใช้ภาพประกอบที่เป็นรูปผู้หญิงแก้ผ้า ภาพโป๊ เปลือย หรือแสดงกิจกรรมทางเพศ เพราะอาจจะเป็นการนำเสนอเสนอแบบอย่างที่ไม่ดีให้กับเด็กและเยาวชน และเกิดความเข้าใจผิดคิดว่าเป็นค่านิยมที่ดี

9. การนำเสนอเรื่องคนรวย ฟุ้งเฟ้อ ทำให้คนจนดูแล้วเกิดการเหลื่อมล้ำทางสังคมระหว่างชนชั้น

การนำเสนอที่เหมาะสมควรนำเสนอเรื่องที่เป็นประโยชน์ต่อคนส่วนใหญ่ของสังคม มากกว่าการนำเสนอความฟุ้งเฟ้อของกลุ่มคนบางกลุ่มในสังคม โดยสื่อสาธารณะควรจะนำเสนอแต่ข้อเท็จจริง โดยไม่สอดแทรกอารมณ์ ความรู้สึกต่อเหตุการณ์นั้นๆ รวมทั้งต้องเสนอแนวคิด บทความเพื่อยกระดับรสนิยมของผู้รับสารไม่ให้หลงอยู่ในการบริโภคอุปโภคที่ฟุ้งเฟ้อ ฟุ้งเฟ้อตามการกระทำของกลุ่มคนเพียงบางกลุ่มในสังคม

10. การนำเสนอข่าวที่ทำให้ประชาชนเชื่อถือ งบประมาณกับการเล่นหวย

สื่อสาธารณะไม่ควรนำเสนอข้อเท็จจริงที่จูงใจให้นำไปสู่การเล่นหวยได้ ดังนั้นการนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับตัวเลขหรือหวย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความแปลกประหลาด หรือเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่เบ้หวย หรือแม้แต่เรื่องราวของผู้ที่ได้รับรางวัลที่ 1 จากการเล่นหวย ก็จะต้องนำเสนอ

โทษหรือผลเสียในทางด้านลบที่จะเกิดจากการเล่นหวยด้วย เช่น เสียทรัพย์สิน เงินทอง พร้อมทั้ง การนำเสนอแนวคิด หรือบทความที่ช่วยยกระดับความรู้ ความคิด รสนิยมของผู้รับสารให้สูงขึ้น

การอภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยในครั้งนี้ จะขออภิปรายโดยนำเอาประเด็นจากปัญหานำการวิจัย เป็นหลัก โดยเราสามารถแบ่งออกได้เป็นประเด็นที่ศึกษา 4 เรื่องหลัก คือ

1. ประเด็นเรื่องปัญหาสังคมอะไรบ้างที่ปรากฏในสื่อสาธารณะ
2. ประเด็นเรื่องลักษณะการนำเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะมีความเหมาะสมหรือไม่
3. ประเด็นเรื่องการนำเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะน่าจะก่อให้เกิดผลกระทบตามมาหรือไม่
4. ประเด็นเรื่องสื่อสาธารณะควรมีเกณฑ์การนำเสนอปัญหาสังคมอย่างไร เพื่อให้มีการนำเสนอปัญหาสังคมอย่างเหมาะสม

ซึ่งเราสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ประเด็นเรื่องปัญหาสังคมอะไรบ้างที่ปรากฏในสื่อสาธารณะ

จากผลการประเมินปัญหาสังคมที่มีความสำคัญ ความน่าสนใจ และมีคุณค่าต่อ การศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญด้านสังคมศาสตร์ทั้ง 10 เรื่องนั้น นับว่าเป็นปัญหาที่คุกคามหรืออาจก่อ อันตราย ความเสียหายให้แก่ค่านิยมของกลุ่มคนในช่วงเวลาปัจจุบันนี้ ปัญหาสังคมทั้ง 10 เรื่องที่ ผู้วิจัยได้นำเสนอนี้ นับว่าเป็นปัญหาสังคมที่มีสภาวะการณ์ที่สอดคล้องกับค่านิยมที่รับบิงตันและ เวินเบิร์ก (Rubington and Weinburg, 1971:6) ได้กล่าวไว้ว่า ปัญหาสังคมว่าเป็นสถานการณ์ที่ไม่ สอดคล้องกับค่านิยมของคนจำนวนมากในสังคมใดสังคมหนึ่ง ดังนั้นสมาชิกสังคมจึงได้ตกลงใจที่จะ แก้ไขสถานการณ์นั้นให้กลับสู่สภาพปกติ และสอดคล้องกับการให้ค่านิยมความหมายปัญหา สังคมของ ฮอร์ตัน และ เลสลีย์ (Horton and Leslie, 1970:6) ให้คำจำกัดความปัญหาสังคมว่า เป็น สภาวะการณ์ที่กระทบกระเทือนต่อการเป็นอยู่ของบุคคลจำนวนหนึ่ง เป็นสภาวะการณ์ที่ไม่พึง ปรารถนาและทุกคนรับรู้ว่าจะต้องร่วมกันกระทำกรแก้ไข

หากมองในภาพรวมของลักษณะปัญหาสังคมดังกล่าวเหล่านี้ จะพบว่าปัญหาสังคมมีความไม่สอดคล้องกับค่านิยมอันเป็นมาตรฐานในการประเมินคุณค่าและสิ่งต่างๆที่กลุ่มคนในสังคมคิดว่าดีงามและมีค่าสำหรับพวกเขา ซึ่งปัญหาสังคมต่างๆที่เกิดขึ้นมักจะเป็นเรื่องที่มีปรากฏและสามารถสังเกตเห็นได้จริง ดังที่ เจมส์ แม็กกี้ (James Mckee, 1969:645) จะมองลักษณะส่วนนี้ของคำจำกัดความปัญหาสังคมว่า เป็นสภาพวัตถุวิสัย (Objective Condition) ซึ่งหมายความว่า สภาพดำตาทที่ปรากฏอยู่เป็นเรื่องจริง มองเห็นได้ รู้สึกได้ หรือวัดความรุนแรงได้ ซึ่งการสังเกตนี้เราอาจจะวัดได้จากความถี่ของการนำเสนอโดยสื่อสาธารณะว่าถ้ามีการนำเสนอเรื่องใดออกมามาก ก็แสดงว่าสภาพการณ์นั้นเป็นที่น่าสนใจอย่างกว้างขวางและกลายเป็นปัญหาสังคม

2. ประเด็นเรื่องลักษณะการนำเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะมีความเหมาะสมหรือไม่

2.1 ปัญหาสังคมที่มีการนำเสนอที่เหมาะสม

จากการศึกษาปัญหาสังคมทั้ง 10 เรื่องที่ได้นำเสนอไป สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า สื่อสาธารณะมีทั้งการนำเสนอปัญหาสังคมที่เหมาะสมจำนวนหนึ่ง และการนำเสนอปัญหาสังคมที่ไม่เหมาะสมอีกจำนวนมาก ปัญหาสังคมที่มีการนำเสนอที่เหมาะสมที่เห็นได้ชัดคือ การนำเสนอปัญหาสังคมเรื่องการนำเสนอความผิดวินัยของพระสงฆ์บ่อยๆ โดยสาเหตุที่มีความเหมาะสมเพราะว่าสื่อสาธารณะมีการนำเสนอเรื่องนี้อย่างตรงไปตรงมา เป็นข้อเท็จจริง และมีการนำเสนอข้อมูลจากแหล่งที่มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งการที่สื่อสาธารณะมีการนำเสนอข้อมูลในลักษณะเช่นนี้เป็นการนำเสนอข่าว ภาพ หรือการแสดงความคิดเห็นที่เป็นไปด้วยความสุภาพ สุจริต ปราศจากความมุ่งหวังในประโยชน์ส่วนตนหรืออามิสสินจ้างใดๆ รวมทั้งมีการนำเสนอข่าวตามข้อเท็จจริง ละเว้นการแต่งเติมเสริมแต่ง แต่อย่างไรก็ตาม ในการนำเสนอปัญหาสังคมในประเด็นนี้เรื่องนี้ สื่อสาธารณะในฐานะเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนอย่างทั่วถึง ควรจะมีการปรับเปลี่ยนใส่ใจในเรื่องรูปแบบการนำเสนอปัญหาสังคมในการส่งเสริมรายการต่างๆให้มีหลากหลายแง่มุมแนวคิด ในเรื่องของการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับพระสงฆ์ในด้านลบ พบว่ามีงานวิจัยของ สุจิตรา เหลืองชูเกียรติ (2543) ที่ศึกษาเรื่องการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับพระสงฆ์ในหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวันกับการเปิดรับข่าวสารและความเชื่อมั่นทางศาสนาของประชาชน พบว่าเนื้อหาเกี่ยวกับพระสงฆ์ที่

หนังสือพิมพ์นำเสนอ นั้นมีประเด็นหลักในการนำเสนอในด้านลบทั้งสิ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของรัตนวดี เทพช่วยสุข (2539) ที่ศึกษาเรื่องการรับรู้ของชาวพุทธต่อภาพลักษณ์ของพระสงฆ์กับการนำเสนอผ่านสื่อมวลชน ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของพระสงฆ์ที่เป็นข่าวล้วนเป็นภาพติดลบมากกว่าด้านบวก เช่นการทำผิดวินัยสงฆ์ หรือการทำผิดกฎหมาย โดยภาษาที่สื่อใช้รายงานข่าวจะมีความรุนแรงอย่างมาก ซึ่งหากมองอย่างวิเคราะห์ในด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่มีต่อลักษณะการนำเสนอของสื่อสาธารณะในประเด็นเรื่องการนำเสนอความผิดวินัยของพระสงฆ์บ่อยๆนี้ ทำให้เห็นว่าหน้าที่ที่สำคัญของสื่อสาธารณะอีกประการหนึ่งก็คือสื่อสาธารณะควรจะแสดงให้เห็นถึงทักษะการสร้างสรรค์ผลงาน เพื่อให้เกิดแนวคิดที่ทำให้ประชาชนเกิดความตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และนำไปสู่ความร่วมมือกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นร่วมกัน ดังที่ (William L. Rivers, Wilber Schramm and Clifford G. Christians 1980:321-340) ได้กล่าวไว้ว่า รายงานโทรทัศน์ไม่ควรเพียงแต่สะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลของสถาบันต่างๆที่กำหนดค่านิยมและวัฒนธรรมของประชาชนเท่านั้น แต่ควรจะเปิดเผยให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงสังคม ซึ่งมีผลต่อชีวิตของประชาชนด้วย

จากการนำเสนอปัญหาสังคมในเรื่องเหล่านี้ของสื่อสาธารณะ จะเห็นได้ว่าสื่อสาธารณะมีการนำเสนออย่างเหมาะสม โดยมีการนำเสนอภาพ ความคิดเห็นที่สุภาพ ตลอดจนคำนึงถึงผลกระทบจากการนำเสนอที่มีผลต่อคนส่วนรวมในสังคม จึงถือได้ว่าสื่อสาธารณะมีการปฏิบัติหน้าที่ที่มีความรับผิดชอบทางสังคม อันเป็นความรับผิดชอบต่อส่วนรวมของทุกสิ่งทุกอย่าง ส่วนรวมของทุกคน จึงกล่าวได้ว่าสื่อสาธารณะมีพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในการนำเสนอปัญหาสังคมเรื่องการนำเสนอความผิดวินัยของพระสงฆ์บ่อยๆตามทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมตามที่คณะกรรมการว่าด้วยเสรีภาพของสื่อมวลชนได้เสนอแนวทางไว้

2.2 ปัญหาสังคมที่มีการนำเสนอที่ไม่เหมาะสม

สำหรับการนำเสนอปัญหาสังคมของสื่อสาธารณะ ในปัญหาเรื่องการนำเสนอข่าวด้วยความไม่รอบคอบ, การโฆษณาสินค้าที่ก่อให้เกิดการบริโภคนิยม, การนำเสนอภาพโป๊เปลือย, การโฆษณาที่ก่อให้เกิดอารมณ์ทางเพศ, การนำเสนอเรื่องที่เป็นการหมิ่นประมาท ถูกดูหมิ่นจากคนรอบข้าง, การวิเคราะห์การแข่งขันฟุตบอล ทำนายผลการแข่งขันล่วงหน้าโดยบอกคะแนนต่อรอง ที่สนับสนุนการเล่นการพนันฟุตบอล, การนำเสนอเรื่องคนรวยฟุ้งเฟ้อ ทำให้คนจนดูแล้วเกิดการเหลื่อมล้ำทางสังคมระหว่างชนชั้น, การนำเสนอข่าวที่ทำให้ประชาชนเชื่อถือถึงมกมายกับการเล่นหวยพบว่าสื่อสาธารณะยังมีลักษณะการนำเสนอที่ไม่เหมาะสมเท่าที่ควร

ปัญหาเรื่องการนำเสนอข่าวด้วยความไม่รอบคอบโดยจะพบว่าข้อมูลที่สื่อสารจะนำเสนอออกสู่สาธารณชนมักไม่ได้รับการตรวจสอบความถูกต้องเท่าที่ควร จึงทำให้เนื้อหาบางส่วนเกิดความคลาดเคลื่อนหรือนำไปสู่การสร้างความเสี่ยงให้กับผู้อื่นได้ ซึ่งการกระทำดังกล่าวไม่สอดคล้องกับลักษณะความรับผิดชอบของสื่อมวลชน ของปรมะ สตะเวทิน (2541) ที่กล่าวไว้ว่า สื่อมวลชนจะต้องมีความรับผิดชอบต่อความยุติธรรมในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งความยุติธรรมที่บุคคลควรได้รับในกระบวนการยุติธรรม สื่อมวลชนจะต้องเสนอข่าวเกี่ยวกับผู้ต้องหาด้วยความรอบคอบ ไม่วิพากษ์วิจารณ์ ไม่สอดใส่อารมณ์ หรือเขียนจงใจจนทำให้ผู้ต้องหาไม่ได้รับความยุติธรรม ตราบใดที่ไม่มีคำพิพากษาศาสนาที่ผู้ต้องหายังไม่เป็นผู้ผิด สื่อมวลชนจึงไม่ควรด่วนพิพากษาเสียเอง อีกทั้งลักษณะดังกล่าวไม่สอดคล้องกับหลักจริยธรรมในบัญญัติ 8 ประการของ อิศรา อมันตกุล (2528) ที่ว่านักข่าวพึงกระทำทุกสิ่งทุกอย่างในอำนาจหน้าที่ของตน เพื่อให้รายงานข่าวที่เสนอออกสู่ประชาชนคนอ่านมีความถูกต้องเที่ยงแท้อย่างแน่นอนที่สุด ก่อนที่จะรายงานข่าวหนึ่งข่าวใดออกไป นักข่าวพึงใช้ความรอบรู้และความสามารถตรวจสอบจนกระทั่งมั่นใจว่าจะไม่ผิดพลาด การบิดเบือนข้อเท็จจริง

จะเห็นได้ว่าหากสื่อสาธารณะยังมีการนำเสนอข่าวสารโดยไม่ให้ความสำคัญกับจรรยาบรรณสื่อมวลชนก็จะเป็นการกระทำที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชนและสังคม โดยเฉพาะในสังคมประชาธิปไตยที่คาดหวังให้สื่อสาธารณะมีจริยธรรมและปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบต่อจรรยาบรรณสื่อมวลชน เนื่องจากประชาชนอาศัยสื่อสาธารณะเป็นที่พึ่งในเรื่องสิทธิที่จะรู้ และสิทธิที่จะได้รับข่าวสารและความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ

ปัญหาเรื่องการโฆษณาสินค้าที่ก่อให้เกิดการบริโภคนิยมในปัจจุบันมีจำนวนมากและหลากหลายรูปแบบมากขึ้น ลักษณะของงานโฆษณาที่นำเสนอผ่านทางสื่อสาธารณะพบว่า มีการปลุกเร้าให้เกิดค่านิยมทางสังคมให้ประชาชนเกิดพฤติกรรมการบริโภคมากเกินความจำเป็น ซึ่งผลจากการศึกษานี้สอดคล้องกับผลจากการสำรวจของโครงการส่งเสริมสื่อมวลชนเพื่อเด็ก (กสศ.) มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก(มพด.) ที่พบว่ามีงานโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ที่พบว่าไม่เหมาะสม ซึ่งจากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายต่อสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ไม่เหมาะสมกับเด็กพบว่าโฆษณาสินค้าเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์นั้นไม่เหมาะสม วิธีการนำเสนอของโฆษณาทางโทรทัศน์เน้นมอมเมา, ส่อนัยทางเพศ และโน้มน้าว ล่อลวงให้ใช้สินค้าบ่อยๆ เด็กเกิดความต้องการบริโภคสินค้าที่ได้ชมและคล้อยตามความเชื่อที่ปลุกฝังผ่านสื่อโฆษณา เป็นผลกระทบที่อาจเกิดกับเด็กหลังการรับสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของธัญมิ อดิเวทิน (2543) ที่ศึกษาเรื่องวัฒนธรรมบริโภคนิยมกับอาหารเพื่อสุขภาพในบริบทสังคมเมือง พบว่า

ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการดูแลสุขภาพและบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพภายใต้บริบทสังคมเมืองและภายใต้อิทธิพลจากกระแสวัฒนธรรมบริโภคนิยมสมัยใหม่ โดยมีปัจจัยที่มีบทบาทในการบริโภคคือ อิทธิพลจากบุคคลแวดล้อมรอบข้างและการสร้างภาพ และให้เกิดความคล้อยตามจากสื่อหรือการโฆษณา เป็นผลทำให้ผู้บริโภคยังมีความต้องการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพอย่างต่อเนื่องต่อไปในอนาคต ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของปองพรรณ พนมสารนรินทร์ (2541) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการสื่อสารการตลาดที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร สิ่งที่นำสังเกตจากการศึกษา พบว่า ผลจากการเปิดรับโฆษณาฟาสต์ฟู้ด กลับไม่ค่อยมีอิทธิพลต่อการบริโภคฟาสต์ฟู้ดกับวัยรุ่นเท่าใดนัก จะเห็นได้ว่าสื่อสาธารณะอันเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสารในเรื่องการเป็นผู้นำทางความคิดเห็นหรือมีอิทธิพลในการจูงใจผู้รับสารนั้น ไม่ได้แสดงบทบาทหน้าที่ในการนำเสนอข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมในแง่การยกระดับจริยธรรมของผู้รับสาร หรือการเสนอแนวความคิดในทางสร้างสรรค์ให้เกิดการพัฒนาในด้านต่างๆ ให้กับผู้รับสาร ดังนั้นสื่อสาธารณะจึงควรให้ความสำคัญกับจรรยาบรรณสื่อมวลชนในเรื่องของความตระหนักรู้ถึงสิ่งใดผิดสิ่งใดถูก เรื่องราวข่าวสารต่างๆ ที่ตนนำเสนอออกไปจะก่อให้เกิดผลดีหรือผลเสียกับผู้รับสารอย่างไรบ้าง

ปัญหาเรื่องการนำเสนอภาพโป๊เปลือย พบว่าสื่อสาธารณะมีการนำเสนอภาพโป๊เป็นจำนวนบ่อยครั้ง จนทำให้กลายเป็นค่านิยมของการนำเสนอที่จะต้องมีการนำเสนอภาพโป๊ และนำไปสู่กลุ่มผู้รับสารเกิดการเลียนแบบพฤติกรรมแต่งกายที่อย่างระมัดระวัง ถึงแม้ว่าในเรื่องของการเผยแพร่และการชมภาพโป๊เปลือยทางสื่อสาธารณะอาจเป็นเรื่องธรรมดาสำหรับสังคมไทยในยุคปัจจุบัน ซึ่งเป็นสังคมที่เปิดกว้างในการยอมรับค่านิยมและวัฒนธรรมจากชาติตะวันตก แต่การยอมรับค่านิยมและวัฒนธรรมจากต่างชาติจนถึงค่านิยมดั้งเดิมอันดีงามของสังคมไทยก็เป็นเรื่องที่ไม่สมควร เนื่องจากเป็นการทำลายวัฒนธรรมอันดีงามของไทยและวิกฤตการณ์ดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อ และโยนโย่ไปสู่การเกิดปัญหาสังคมในต่างๆ อีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง "ปัญหาการล่วงละเมิดทางเพศ" จึงกล่าวได้ว่ากรณีที่สื่อสาธารณะนำเสนอภาพโป๊เปลือยนั้น เป็นเรื่องที่ไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณสื่อมวลชนอันเป็นข้อกำหนดความประพฤติที่ควรปฏิบัติของสื่อสาธารณะ อีกทั้งยังเป็นการกระทำที่ขาดความตระหนักรู้ถึงความผิดความถูกทางศีลธรรมตามที่หมู่คณะที่ประกอบวิชาชีพนักสื่อสารมวลชนมารวมตัวกันเข้าเป็นสมาคมวิชาชีพสร้างแนวทางในการปฏิบัติขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อให้ผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อสารมวลชนมีความรับผิดชอบต่อการนำเสนอเรื่องราวข่าวสารออกสู่สาธารณะ

ปัญหาเรื่องการโฆษณาที่ก่อให้เกิดอารมณ์ทางเพศ มีงานโฆษณาบางชิ้นที่ก่อให้เกิด

อารมณ์ทางเพศหรือนำเรื่องเพศมาแทรกอยู่ในโฆษณาโดยไม่จำเป็น โดยใช้ปัจจัยการย้ายรทางเพศมาเป็นตัวดึงดูดผู้ชม และมีการนำเสนองานโฆษณาจำนวนหนึ่งที่กระตุ้นเร้าทางเพศได้ง่าย เมื่อผู้รับสารเปิดรับสื่อสาธารณะที่มีเรื่องราวของเพศ โดยเฉพาะเด็กวัยรุ่น จะถูกกระตุ้นเร้าความรู้สึกได้ง่าย จึงไม่น่าแปลกที่ทุกวันนี้เด็กวัยรุ่นจำนวนมากมีเพศสัมพันธ์ในวัยเรียน และเมื่อผู้รับสารได้เห็น ได้ยิน การกระทำเช่นนั้นบ่อย ๆ จะเกิดผลกระทบต่อผู้รับสารได้ทั้งด้านพฤติกรรมและทัศนคติ และจากการสำรวจงานโฆษณาทางโทรทัศน์ของโครงการส่งเสริมสื่อมวลชนเพื่อเด็ก (กสค.) มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก (มพด.) พบว่ารายการโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ความไม่เหมาะสม โดยการใช้วิธีการหลอกล่อเด็กของโฆษณาทางโทรทัศน์ เน้นมอมเมาสื่อนัยทางเพศ และโน้มน้าวล่อลวง ให้ใช้สินค้าบ่อยๆ จากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายต่อสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ไม่เหมาะสมกับเด็กพบว่าสื่อโฆษณาที่ไม่เหมาะสมมีวิธีการนำเสนอที่สื่อนัยทางเพศ, ลามกอนาจาร, แสดงออกทางกามารมณ์, เหยียดหยามเพศหญิง ฯลฯ เป็นจำนวนร้อยละ 28.1 ซึ่งสินค้า 3 อันดับแรกที่นิยมใช้วิธีการนี้ ได้แก่ สินค้าเครื่องอุปโภค(ในสินค้ากลุ่มนี้ระบุเฉพาะโฆษณา ก้อนน้ำชานว) , สินค้าเครื่องสำอางและแปรง และสินค้าถุงยางอนามัย จะเห็นว่าจากการนำเสนองานโฆษณาที่ก่อให้เกิดอารมณ์ทางเพศนั้นทำให้ผู้รับสารเกิดความต้องการบริโภคสินค้าที่ได้ชม และคล้อยตามความเชื่อที่ปลูกฝังผ่านสื่อโฆษณา เป็นผลกระทบที่อาจเกิดกับผู้รับสารหลังการรับสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ นับเป็นการกระทำที่ขาดความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวมของสื่อสาธารณะในเรื่องของมาตรฐานของความประพฤติที่พึงประสงค์ของสื่อมวลชนที่บัญญัติโดยคณะกรรมการว่าด้วยเสรีภาพของสื่อมวลชน ที่กล่าวไว้ว่า สื่อมวลชนจะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมและการเสนอและให้ความกระจ่างเกี่ยวกับเป้าหมายและค่านิยมของสังคม

ปัญหาเรื่องการนำเสนอเรื่องที่เป็นการหมิ่นประมาท ทำให้ถูกดูหมิ่นจากคนรอบข้าง จะพบมากโดยเฉพาะการนำเสนอรูปภาพให้บุคคลที่ถูกกล่าวถึงเกิดความเสียหาย ได้รับอันตรายและมีการรบกวนข้อมูลสภาพแวดล้อมของบุคคลที่นำเสนอ จนบางครั้งทำให้ไม่สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างเป็นสุข การกระทำของสื่อสาธารณะในลักษณะนี้ถือได้ว่าไม่สอดคล้องกับที่ อิศรา อมันตกุล (2528) ได้กล่าวถึงจริยธรรมในบัญญัติ 8 ประการไว้ตอนหนึ่งว่า ในการเสนอข่าวอาชญากรรม นักข่าวพึงระลึกให้แม่นยำว่า ผู้ต้องหาในคดีต่างๆยังเป็นผู้บริสุทธิ์อยู่ เว้นไว้แต่เขาจะตกเป็นจำเลยตามการชี้ขาดของศาลที่มีอำนาจตามกฎหมาย นักข่าวที่ตีพิมพ์จกไม่ด่วนประณามผู้ต้องหาว่าเป็นผู้กระทำผิด เพื่อสร้างรสนชาติตื่นเต็นให้เคล้าอยู่ในการเสนอข่าวของตนเป็นอันขาด การเรียกผู้ต้องหาว่า “ย้ายเสือ” กิติ “มือปืน” กิติ “อาชญากรเหี้ยม” กิติ ฯลฯ เพื่อบรรยายข่าวให้ตื่นเต็นโลดโผน เป็นการกระทบกระเทือนจิตใจตลอดจนรูปคดีของผู้ต้องหาอย่างร้ายแรง อันเป็นเรื่องพึงระมัดระวังอย่างกวดขันและสื่อสาธารณะพึงระลึกว่าปัจเจกทุกคนมีสิทธิที่

จะป้องกันชื่อเสียง เกียรติยศ และเอกภาพของเขาไว้ สิทธิดังกล่าวนี้พึงได้รับความเคารพจากนักข่าว โดยดเว้นไม่เสนอข่าวอันเป็นการละเมิดเรื่องราวส่วนตัวของบุคคลผู้ใด เว้นไว้แต่ได้พิจารณาเห็นแล้วว่าจำเป็นจะต้องกระทำเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม

นอกจากนั้นยังพบงานวิจัยที่สอดคล้องกับเรื่อง สื่อสาธารณะมีลักษณะการนำเสนอที่เป็นการหมิ่นประมาทผู้ถูกกล่าวหาได้แก่งานวิจัยของอุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และเมตตา วิวัฒน์านุกูล และคณะ (2543) ที่ศึกษาเรื่องการเสนอภาพของเด็กในข่าวหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์ ผลการวิจัยพบว่าหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์ใช้วิธีการนำเสนอในกรอบของการเสนอข่าวอาชญากรรม เน้นความรุนแรงและความสะเทือนอารมณ์ของผู้รับ มีการละเมิดสิทธิเด็กที่เกิดขึ้นกับข่าวในกลุ่มนี้ มีลักษณะการเปิดเผยชื่อและที่อยู่ของผู้ตกเป็นเหยื่อและผู้ต้องสงสัยว่ากระทำผิด หรือของพ่อแม่ผู้ปกครอง หรือโรงเรียน มีการเสนอภาพเหตุการณ์และผู้กระทำผิดหรือผู้ตกเป็นเหยื่อ โดยอาจมีการปกปิดบางส่วนของใบหน้าโดยการคาดแถบดำหรือใช้มุมกล้องเข้าช่วย นอกจากนี้ ยังมีการเขียนข่าวด้วยภาษาที่หือหาว บรรยายรายละเอียดของเหตุการณ์การข่มขืนหรือทำร้ายทางเพศ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธิวรรณ ตัญญาพงศ์ปรีชญ์ (2540) ศึกษาเรื่องการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับเด็กในหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวัน ผลการวิจัยพบว่า หนังสือพิมพ์ทุกฉบับคัดเลือกข่าวโดยคำนึงถึงความรุนแรงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับเด็ก หรือสภาพทุกข์ทรมานของเด็ก ซึ่งเป็นภาพที่สร้างความสะเทือนใจให้กับผู้อ่านมากกว่าการนำเสนอความรุนแรงของปัญหาที่เป็นภัยคุกคามเด็ก ด้านการใช้ภาษาและภาพข่าวพบว่า หนังสือพิมพ์มักใช้คำหยาบคายในการเขียนหัวข่าวและความนำ ส่วนเนื้อข่าวมักจะระบุชื่อ นามสกุลของเด็กที่ตกเป็นข่าว และรายละเอียดของเหตุการณ์หรือสภาพร่างกายของเด็ก ส่วนภาพข่าวนั้น หนังสือพิมพ์มักลงภาพศพหรือใบหน้าของเด็กก่อนข้างชัดเจน

จากลักษณะการนำเสนอของสื่อสาธารณะดังกล่าวที่ว่าสื่อสาธารณะมีการนำเสนอเรื่องราวของผู้ที่ถูกกล่าวหาที่เน้นความรุนแรงและความสะเทือนอารมณ์ของผู้รับ ใช้ภาษาและภาพข่าวที่หือหาว และเสนอรายละเอียดข้อมูลและแหล่งข่าวอย่างชัดเจน จนอาจทำให้ผู้ที่ถูกกล่าวหาได้รับความเสียหายโดยมุ่งหวังยอดขายของตนเอง ซึ่งถือได้ว่าเป็นการกระทำที่ไม่ถูกต้องตามหลักจริยธรรมอันดีงามของสื่อสาธารณะและผิดจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพ หนังสือพิมพ์ ปีพ.ศ.2519 ในเรื่องการเสนอข่าว ภาพ หรือการแสดงความคิดเห็นต้องเป็นไปด้วยความสุภาพ สุจริต ปราศจากความมุ่งหวังในประโยชน์ส่วนตนหรืออามิสสินจ้างใดๆ

ปัญหาเรื่องการวิเคราะห์การแข่งขันฟุตบอล ทำนายผลการแข่งขันล่วงหน้าโดยบอกราคาต่อรองที่สนับสนุนการเล่นการพนันฟุตบอล พบว่าการที่สื่อสาธารณะมีการบอกราคาต่อรองของฟุตบอลถือว่ามี การนำเสนอที่ไม่เหมาะสม เนื่องจากเป็นข้อมูลที่สนับสนุนการเล่นการพนันฟุตบอล

ได้ และเข้าข่ายไม่ถูกต้องตามจรรยาบรรณของสื่อมวลชนด้วย ลักษณะดังกล่าวคล้ายคลึงกับงานวิจัยของ จูตินันท์ วัฒนสิน (2544) ที่ศึกษาเรื่องคอลัมน์ทายผลฟุตบอลในหนังสือพิมพ์กีฬารายวันและพฤติกรรมการพนันของผู้อ่าน ผลการวิจัยพบว่าผู้อ่านมีการใช้ประโยชน์จากการอ่านคอลัมน์ทายผลฟุตบอลในหนังสือพิมพ์กีฬารายวันประการหนึ่งคือเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการเล่นการพนัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของพิภพ ชติฤกษ์ (2543) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นการพนันฟุตบอลของผู้เล่น ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการเล่นการพนันฟุตบอลคือได้รับข้อมูลการเล่นการพนันฟุตบอลจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร และงานวิจัยของพินิต วงษ์เกียรติ (2543) ที่ศึกษาเรื่องอุตสาหกรรมการพนันฟุตบอลในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าตลาดการพนันฟุตบอลในประเทศไทย มีการขยายตัวจากการพัฒนาและขยายตัวของระบบข้อมูลข่าวสาร เป็นการพนันทายผลการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศ พนันด้วยระบบอัตโนมัติรองรับเต็มต่อเป็นหลัก ผลกระทบสำคัญคือปัญหาการติดการพนัน โดยใช้หนังสือพิมพ์กีฬารายวันเป็นแหล่งข้อมูลหลักในการเล่นการพนันฟุตบอล

จะเห็นได้ว่าสื่อสาธารณะมีการนำเสนอเรื่องราวความเคลื่อนไหว เช่นรายการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอล และทำนายผลการแข่งขันฟุตบอลแต่หากอีกมุมหนึ่งจะพบว่าจากการนำเสนอของสื่อสาธารณะถือเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่สนับสนุนให้ผู้รับสารเกิดการเล่นการพนันฟุตบอล ซึ่งลักษณะการนำเสนอดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของฐิติมาน มุทริกเวช (2541) ศึกษาเรื่อง การศึกษาการรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศของวัยรุ่น ที่ผลการวิจัยข้อหนึ่งพบว่า มีการนิยมเล่นพนันในกลุ่มตัวอย่างและกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าข้อดีของการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศคือ ทำให้ทันเหตุการณ์ ในขณะที่ข้อเสียคือทำให้เกิดการเล่นพนัน

จากลักษณะการนำเสนอเนื้อหาดังกล่าวของสื่อสาธารณะ ไม่ได้ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชนและสังคม และไม่สอดคล้องกับหน้าที่ที่สำคัญของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแต่กลับกลายเป็นสื่อสาธารณะทำหน้าที่ที่ไม่ก่อให้เกิดการพัฒนา โดยการละเลยต่อหน้าที่ซึ่งตนมีอยู่ในสังคม คำนึงถึงแต่การค้ากำไรอย่างเดียว และจะทำให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาประเทศ

ปัญหาเรื่องการนำเสนอเรื่องคนรวยฟุ้งเฟ้อ ทำให้คนจนดูแล้วเกิดการเหลื่อมล้ำทางสังคมระหว่างชนชั้น ผลการศึกษาส่วนหนึ่งพบว่าผลจากการนำเสนอเรื่องคนรวยฟุ้งเฟ้อ จะทำให้คนเกิดความเหลื่อมล้ำทางสังคม จากลักษณะการนำเสนออาจเป็นการกระตุ้นความต้องการของกลุ่มคนบางกลุ่มและเกิดช่องว่างระหว่างชนชั้นได้ จะเห็นได้ว่าสื่อสาธารณะมีการนำเสนอเรื่องของคนในสังคมเล็ก แต่ก็ไม่ควรมีนำเสนอเรื่องราวจนอาจทำให้คนในสังคมส่วนใหญ่ได้รับผลเสียที่ตามมา เช่น การเกิดความเหลื่อมล้ำทางสังคมระหว่างชนชั้นในสังคม หรืออาจก่อให้เกิดปัญหาอาชญากรรมจากการเปิดรับสารการนำเสนอเรื่องของคนรวยฟุ้งเฟ้อ ร่ำรวยของกลุ่มคนบางกลุ่มใน

สังคม จึงกล่าวได้ว่าสื่อสาธารณะปฏิบัติหน้าที่โดยไม่ได้คำนึงถึงเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมในเรื่องของการนำเสนอและให้ความกระจ่างเกี่ยวกับเป้าหมายและการสร้างค่านิยมที่ถูกต้องให้กับคนในสังคม

ปัญหาเรื่องการนำเสนอข่าวที่ทำให้ประชาชนเชื่อถือถึงมลายกับการเล่นห่วย พบว่าสื่อสาธารณะมีการรายงานข่าวที่เป็นข้อเท็จจริง โดยการรายงานมุ่งหวังที่จะเพิ่มยอดขายของตน โดยการโยงเนื้อหาข่าวที่นำเสนอขึ้นให้ผู้รับสารไปการเล่นการพนันได้ ลักษณะดังกล่าวคล้ายคลึงกับงานวิจัยของเดวิด เอเลียส (2538) ที่ศึกษาเรื่องบทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์ในการสนับสนุนวัฒนธรรมการเสี่ยงโชคจากตัวเลข ผลการวิจัยพบว่าสื่อสิ่งพิมพ์รูปแบบต่างๆซึ่งนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องและชักนำการเสี่ยงโชคจากตัวเลขโดยตรงเหล่านั้น และ สิ่งพิมพ์เหล่านี้ได้ทำหน้าที่ในการโฆษณาชวนเชื่อ เพื่อให้คนในสังคมยึดติดกับการเสี่ยงโชคจากตัวเลขมากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของชวณวล คณานุกูล (2542) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเล่นและเครือข่ายการสื่อสารของผู้เล่นหวยใต้ดิน พบว่าข้อมูลของนักเล่นหวยจะใช้การสื่อสาร 4 ระดับคือ การสื่อสารภายในบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารเป็นกลุ่ม และการสื่อสารมวลชน โดยสิ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเล่นของนักเล่นหวย ได้แก่ กลุ่มนักเล่นหวยด้วยตนเองและสื่อมวลชน

จะเห็นได้ว่าสื่อสาธารณะมีบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่งในการชักนำและสนับสนุนให้ประชาชนเล่นการพนัน ดังที่พบจากงานวิจัยที่คล้ายคลึงกันคือการศึกษาเรื่องแนวความคิดและพฤติกรรมเกี่ยวกับการพนันของเด็กและเยาวชนของเสริน ปุณณะหิตานนท์ (2531) ที่ศึกษาพบว่าการคบเพื่อนและสื่อมวลชนจะเป็นพลังสำคัญที่สุดที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการเล่นขึ้น การได้เรียนรู้หรือทราบเรื่องราวเกี่ยวกับการพนันขั้นต่อ การเสี่ยงโชค หรือการพนันจากสื่อมวลชน อันเป็นที่มาของแรงจูงใจหรือแรงผลักดันให้เด็กและเยาวชนได้เล่นการพนัน

จากลักษณะการนำเสนอปัญหาสังคมในประเด็นดังกล่าวจะพบว่าสื่อสาธารณะยังไม่มีบทบาทในเรื่องการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเรื่องการสื่อสารกับเรื่องการพัฒนาให้เกิดความสัมพันธ์กัน จากความเห็นของวิลเบอร์ แชรรมม์ (Wilbur Schramm, 1964) ในเรื่องบทบาทของการสื่อสารในการพัฒนาที่ได้ให้ความเห็นในเรื่องบทบาทของการสื่อสารในการพัฒนาว่า การสื่อสารมีบทบาทในการเฝ้ายามหรือบทบาทในการเสนอข่าวสาร บทบาทในการกำหนดนโยบายและการตัดสินใจ และบทบาทในการสอน ซึ่งจากผลการศึกษาได้พบว่าสื่อสาธารณะควรจะมีบทบาทในเรื่องการกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความต้องการการพัฒนาตนเองและสังคมให้มากกว่านี้

กล่าวโดยสรุปได้ว่า จากการนำเสนอปัญหาสังคมในเรื่องต่างๆโดยสื่อสาธารณะดังที่กล่าวมาจะพบว่า สื่อสาธารณะมีการนำเสนอเนื้อหาบางส่วนที่ไม่ถูกต้องตามทฤษฎีความรับผิดชอบต่อ

ทางสังคมและจรรยาบรรณของหนังสือพิมพ์ของสมาคมนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ.2510 ที่มีสาระโดยย่อว่าให้นักหนังสือพิมพ์มีความรับผิดชอบ มีเสรีภาพ มีความเป็นไท มีความจริงใจ มีความเที่ยงธรรม มีน้ำใจเป็นนักกีฬาและมีมารยาท และมีการนำเสนอเนื้อหา บางส่วนที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชนและสังคมในสังคมระบอบประชาธิปไตย นอกจากนั้นในบางครั้งที่สื่อสาธารณะมีการนำเสนอปัญหาสังคมเหล่านี้ก็ไม่ได้ทำหน้าที่ในการ สื่อสารเพื่อการพัฒนา ที่จะกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความต้องการการพัฒนาตนเองและสังคม

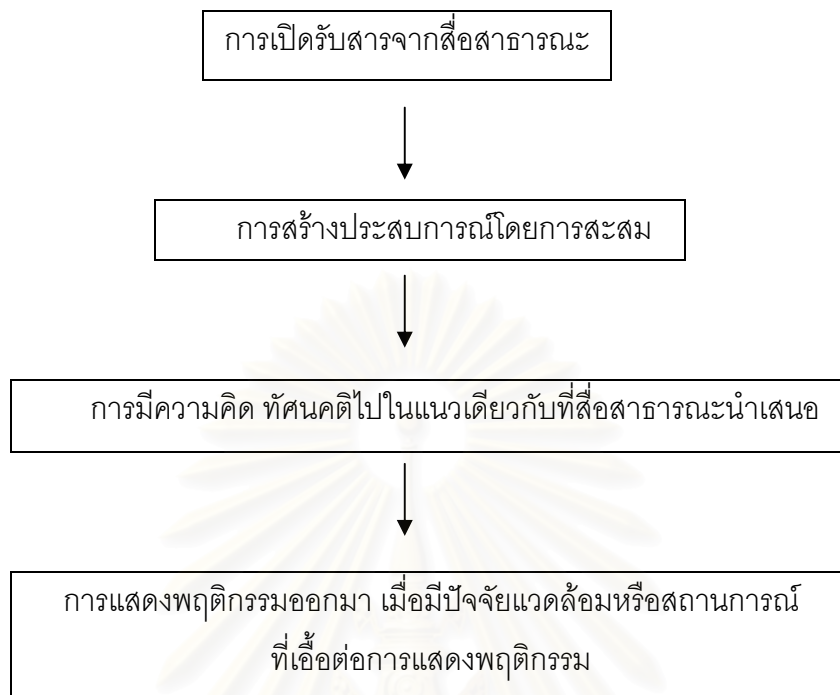
1.3 ปัญหาสังคมที่ไม่พบว่ามี การนำเสนอทางสื่อสาธารณะ

ปัญหาเรื่องการนำเสนอเรื่องสื่อ วิชิตีดีลามก โดยบ่งชี้ว่าแหล่งข่าว จากการศึกษาพบว่าสื่อ สาธารณะไม่มีการบ่งชี้แหล่งข่าวสื่อวิชิตีดีลามก แต่พบว่าลักษณะการนำเสนอในประเด็นนี้ สื่อ สาธารณะมีการรายงานสถานที่เกิดเหตุเพื่อเป็นการรายงานเรื่องราวตามข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น เพื่อให้ข่าวมีความสมบูรณ์ รู้ที่มาที่ไปของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และในอีกทางหนึ่งก็เพื่อเป็นการ นำเสนอในเชิงของการตรวจสอบ เพื่อแจ้งเบาะแสบให้กับตำรวจไปดำเนินการกับแหล่งข่าววิชิตีดีเถื่อน แต่อย่างไรก็ตามผลจากการนำเสนอปัญหาในประเด็นนี้ก็อาจทำให้ผู้รับสารเกิดความอยากรู้ อยากรู้อเห็นและอยากรู้อชื่อวิชิตีดีนั้น

3. ประเด็นเรื่องการนำเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะน่าจะก่อให้เกิด ผลกระทบตามมาหรือไม่

ผลจากการนำเสนอปัญหาสังคมผ่านทางสื่อสาธารณะ ทำให้เกิดองค์ประกอบสำคัญที่ เกิดขึ้นกับผู้รับสาร 4 ประการ คือ 1.การเปิดรับสารจากสื่อสาธารณะ 2.การสร้างประสบการณ์ โดยการสะสม 3.การมีความคิด ทศนคติไปในแนวเดียวกับที่สื่อสาธารณะนำเสนอ 4.แสดง พฤติกรรมออกมาเมื่อมีปัจจัยแวดล้อมหรือสถานการณ์ที่เอื้อต่อการแสดงพฤติกรรม โดยในที่นี้จะ เริ่มจากผู้รับสารได้รับสารจากการนำเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะ ผลที่เกิดขึ้นจากการ นำเสนอของสื่อสาธารณะนั้นมีผลต่อการรับรู้ของผู้รับสาร โดยผลกระทบที่เกิดขึ้นกับผู้รับสารนั้น จะไม่ได้เกิดในทันทีทันใด แต่จะเกิดขึ้นแบบสะสมและเป็นการสร้างประสบการณ์ให้กับผู้รับสาร และจากนั้นก็นำไปสู่การทำให้ผู้รับสารมีความคิด ทศนคติไปในแนวเดียวกับที่สื่อสาธารณะ นำเสนอ และจะแสดงพฤติกรรมออกมาเมื่อมีปัจจัยแวดล้อมหรือสถานการณ์ที่เอื้อต่อการแสดง พฤติกรรม

สามารถเขียนเป็นแผนภาพให้ชัดเจนได้ดังนี้



แผนภาพ แสดงผลที่เกิดขึ้นกับผู้รับสารจากการนำเสนอปัญหาสังคมโดยสื่อสาธารณะ

จากการศึกษาทำให้เห็นได้ว่า ผลกระทบที่เกิดจากการรับสารจากสื่อสาธารณะ มีอิทธิพลต่อการชี้แนะ และกำหนดแนวคิดรวมถึงพฤติกรรมของผู้รับสาร นอกจากนี้การนำเสนอของสื่อสาธารณะมีส่วนกระตุ้นผู้รับสารให้เกิดการเลียนแบบพฤติกรรม สามารถจดจำโฆษณาได้ดี และสามารถนำไปเลียนแบบได้ทันที ทั้งการพูดจา และแสดงท่าที อีกทั้งยังสามารถกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดความต้องการซื้อสินค้าอีกด้วย ซึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นกับผู้รับสารเหล่านี้มีความสอดคล้องกับเอกสารเผยแพร่เรื่อง “สื่อสำหรับเด็ก... เด็กทำสื่อ” จากงานรวมพลคนสร้างสุข เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2546 ณ อิมแพ็ค เมืองทองธานี ที่เสนอไว้ว่าข่าวสารที่ถูกนำเสนอผ่านทางสื่อสาธารณะได้แก่ หนังสือพิมพ์ ทีวี วิทยุ และเว็บไซต์ โดยเฉพาะสื่อที่มีอิทธิพลสูงสุดคือ ทีวี พบภาพสะท้อนปัญหาของเยาวชนไทย เนื่องด้วยปัจจัยเอื้อที่สภาพเศรษฐกิจบีบบังคับให้พ่อแม่ต้องออกไปทำงาน ทั้งลูกไว้ท่ามกลางสิ่งแวดล้อมและสื่อที่ล่อแหลมอันมีอิทธิพลต่อการชี้แนะและกำหนดแนวคิดรวมถึงพฤติกรรมของเด็กและเยาวชน และจากงานวิจัยไลฟ์สไตล์เด็กในเอเชีย “นิวจเนเนอเอเซียเนสต์ทีเอ็ม (New Gener Asians TM)” ของการ์ตูนเน็ตเวิร์คชี้ว่า เด็กไทยเป็นกลุ่มผู้ชมรายการโทรทัศน์กลุ่มใหญ่ที่สุดใน 14 ประเทศจากทั่วภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และ 89% ของเด็กไทยจะดูทีวีทุกวัน ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานสถิติแห่งชาติปี 2546 ที่พบว่ากิจกรรมที่เด็ก และเยาวชนไทยอายุ 6-24 ปี

ทำมากที่สุด ได้แก่ การดูโทรทัศน์ เช่นเดียวกับ เอแบคโพลล์ พบว่าเด็กไทยดูทีวีเฉลี่ยวันละ 3-5 ชม. และพบว่าสื่อสาธารณะมีส่วนกระตุ้นให้เกิดการเลียนแบบความรุนแรง เด็กมีความจดจำโฆษณาได้ดี และสามารถนำไปเลียนแบบได้ทันที ทั้งการพูดจา และแสดงท่าที อีกทั้งยังสามารถกระตุ้นให้เด็กเกิดความต้องการซื้อสินค้าอีกด้วย เรื่องที่น่าเป็นห่วงคือพบว่าโฆษณาที่คนจำได้มากที่สุด 5 อันดับแรกได้แก่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งสิ้น นอกจากนี้ นายแพทย์ยงยุทธ วงศ์ภิรมศานต์ จิตแพทย์เด็ก และรองประธานมูลนิธิเครือข่ายครอบครัว ได้ให้ความเห็นเรื่องผลกระทบต่อเด็กจากการดูโทรทัศน์มากพบว่า เด็กจะมีความรุนแรงเพิ่มขึ้น เกิดการเลียนแบบที่จะใช้ความรุนแรงเป็นแบบอย่างในการแก้ปัญหา เด็กก็จะยิ่งชินกับความรุนแรง และส่งผลให้เด็กลดความยับยั้งชั่งใจในการกระทำความรุนแรงในรูปแบบต่างๆ เมื่อโตขึ้น

สื่อสาธารณะถือเป็นสื่อกลางในการนำเสนอข่าวสารให้สาธารณชนได้รับรู้ ยิ่งปัจจุบันเป็นยุคโลกไร้พรมแดน ผู้คนทุกเพศทุกวัยล้วนต้องการบริโภคข่าวสาร สื่อจึงเพิ่มความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ พอกับที่สื่อเองก็ต้องเพิ่มความระวังในการทำหน้าที่หอกระจายข่าวมากขึ้นเช่นกัน เพราะปฏิเสธไม่ได้ว่าปัจจุบัน สื่อมีผลต่อการตัดสินใจของผู้คน โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนเป็นอย่างยิ่ง

จากปัญหาสื่อนำเสนอสิ่งไม่สร้างสรรค์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อเด็ก เยาวชนและประชาชนที่เป็นผู้บริโภคข่าวสาร จากการพบว่ามีหลายคดีที่ "โจซ่าส์" ออกมาสารภาพว่าลอกเลียนพฤติกรรมอาชญากรรมจากการชม ข่าวโทรทัศน์หรืออ่านหนังสือพิมพ์ ซึ่งบ่งชี้ให้เห็นว่าบางครั้งการทำหน้าที่ของนกน้อยในไร่ส้มเป็นเหมือนดาบสองคมคือ ทำหน้าที่ละลายพฤติกรรมของจิ้งจอกสังคมนำให้สังคมนำได้รู้จักระแวงระวังภัย พร้อมกับส่งผ่านพฤติกรรมเหล่านั้นให้ไปหลอมรวมอยู่ในตัวเยาวชน จนเกิดเป็นปัญหาสังคมตามมา ด้วยความห่วงใยในสถานการณ์ดังกล่าวทางกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จึงตั้งโครงการ"ชมรมผู้บริโภคสื่อสีขาว"ขึ้นมาเพื่อรณรงค์ให้เกิดการบริโภคสื่อที่เหมาะสม

ขณะที่ ผศ. ดร.วิลาสินี พิพิธกุล รองคณบดีฝ่ายวิจัยและวิรัชกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กล่าวว่า ขณะนี้สังคมไทยตกอยู่ในสภาพ "วัฒนธรรมแห่งความซาซิม" ส่วนหนึ่ง เพราะเด็กและเยาวชน รวมถึงประชาชนเห็นสิ่งที่ไม่สร้างสรรค์ โหดร้ายและลามกอนาจาร ผ่าน "สื่อ" อยู่ทุกวัน และจากการวิจัยพบว่าคนไทยมีเวลาว่างมากกว่าคนญี่ปุ่นวันหนึ่งประมาณ 3.8 ชั่วโมง และส่วนใหญ่ใช้เวลาว่างไปกับกิจกรรมโทรทัศน์ถึง 100% ทั้งนี้การที่สังคมไทยตกอยู่ในสภาพ "วัฒนธรรมแห่งความซาซิม" มีสาเหตุจาก

1. ขาชินกับความรุนแรง ไม่ว่าจะเป็นความรุนแรงทางครอบครัว หรือทางเพศ ซึ่งนำเสนอผ่าน "สื่อ" จนทำให้เกิดการจัดการกับความขัดแย้งทุกรูปแบบด้วยความรุนแรง เช่น การ "ฆ่าตัวตาย" คนไทยฆ่าตัวตายถึง 5,000 รายต่อปี

"เด็กอายุ 5 ขวบคนหนึ่ง "ฆ่าตัวตาย" เพราะน้อยใจที่แม่ชมน้องมากกว่าตน จึงกินยาแอสไพรินเกินขนาด นี่เป็นตัวอย่างหนึ่งที่เกิดจากการชมสื่อประเภทละครมากเกินไป หรือการยกพวกตีกันของวัยรุ่นยุคนี้เพื่อหนีปัญหาต่างๆ การดื่มเหล้าเมายา ซึ่งขณะนี้ผู้หญิงอายุ 15-19 ปี มีสถิติดื่มเหล้ามากที่สุดในประเทศไทย ส่วนหนึ่งเป็นการทำตามตัวอย่างจาก "โฆษณา" เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่นำเสนอผ่านสื่อ"

2. การหลีกเลี่ยงออกจากโลกของความเป็นจริง เพื่อไปบริโภคเชิงวัตถุผ่านสัญลักษณ์

3. สภาพของ "อำนาจนิยม" ระหว่างกลุ่ม ระหว่างสถาบันในปัจจุบัน เรามักจะยอมรับสิ่งที่มีอำนาจ และไม่กล้าพูด หรือแสดงความคิดเห็นในสิ่งที่ถูกต้องออกไป จึงมักจะถูกครอบงำ

ด้าน พ.ต.อ.สุวัศม์ อุดมรัตน์ ผู้กำกับการกองกำกับการสวัสดิภาพเด็กและเยาวชนตอกย้ำให้เห็นว่า "สื่อ" มีผลต่อการสร้างพฤติกรรมเลียนแบบแก่เยาวชนว่า สื่อมีส่วนสำคัญในการนำเสนอพฤติกรรมไม่ดีบางอย่างให้เด็กนำไปเป็นตัวอย่างเพราะธรรมชาติของคน จะเรียนรู้ประสบการณ์ได้โดยผ่านการรับรู้จากสื่อมวลชน ซึ่งส่วนหนึ่งสร้างสรรค์ แต่อีกส่วนหนึ่งจะปลุกฝังสิ่งที่ไม่ดีร้ายให้แก่เด็ก เช่น สื่อลามกอนาจารโดยสื่อเหล่านี้จะมีลักษณะเป็น ระบบทุนนิยมหรือการพาดหัวข่าวต่างๆ ที่หือหาวมากจนเกินไป ส่วนข่าวดีที่สร้างสรรค์มีน้อยมาก ทำให้เรื่องร้ายๆ กลายเป็นเรื่องที่เด็กเยาวชนหรือประชาชนจะได้เห็นก่อนเรื่องที่ดีๆ เสมอ

หน้าที่ที่ดีของสื่อแขนงต่างๆ คือ นำเสนอในสิ่งที่ประโยชน์ต่อสังคม คำนึงถึงประชาชน โดยเฉพาะเด็กและเยาวชนที่ยังขาดวุฒิภาวะทางด้านความคิดและอารมณ์ เพื่อให้เขาได้รับรู้ในสิ่งที่ดีงามและสร้างสรรค์มากกว่าเรื่องที่โหดร้าย หรือเรื่องลามกอนาจารต่างๆ โดยประชาชนทุกคนสามารถร่วมมือกันป้องกันภัยที่แฝงมากับสื่อต่างๆ ได้ ด้วยการไม่ไปสนับสนุนสื่อที่ไม่ดี เช่น สื่อลามก อนาจารทางVCDหรืออินเทอร์เน็ต รวมทั้งสนับสนุนให้สื่อนำเสนอเรื่องศีลธรรมและจริยธรรมให้มากขึ้น

ผลจากการเปิดรับสารจากสื่อสาธารณะพบว่า ผู้รับสารสามารถจดจำเรื่องราว แนวคิดที่สื่อสาธารณะนำเสนอได้ และยังมีผลทำให้เกิดค่านิยมตามที่สื่อสาธารณะนำเสนอได้ ซึ่งแนวคิดนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ นภวรรณ ต้นติเวชกุล (2542) ที่ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์อิทธิพลของ

ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ตามแนวทฤษฎีการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมต่อเยาวชนในสถานศึกษา ที่พบว่าโฆษณาทางโทรทัศน์มีอิทธิพลในการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมด้วยการนำเสนอแนวคิดและค่านิยมเชิงการบริโภค และข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าแก่เยาวชนในสถานศึกษา โดยทำให้ผู้รับสารเกิดการมีข้อมูลสินค้าและการมีแนวคิดหรือค่านิยมเชิงการบริโภคบางประการที่คล้ายคลึงกับแนวคิดจากโฆษณาทางโทรทัศน์

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรม (Cultivation Theory) ที่ จอร์จ เกร็บเนอร์ (George Gerbner) (1980) ศึกษาพบว่าผู้ที่ติดสื่อมวลชนโดยเฉพาะพวกที่ติดรายการโทรทัศน์ มักจะเกิดภาพลวงตาหรือไม่สามารถแยกโลกแห่งความเป็นจริงออกจากโลกแห่งโทรทัศน์ โดยเนื้อหาจากรายการโทรทัศน์จะส่งผลกระทบต่อผู้รับสารที่เปิดรับสื่ออย่างยาวนาน โดยมีส่วนต่อยอดการรับรู้และทัศนคติ จึงทำให้เอาโลกของโทรทัศน์มาชี้ว่าโลกแห่งความเป็นจริง จึงทำให้ผู้รับสารประเภทนี้มักเข้าใจโลกผิดพลาดไปด้วยอคติที่เกิดจากโลกมายาเสมอ จะเห็นได้ว่าทฤษฎีการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรม (Cultivation Theory) ของ จอร์จ เกร็บเนอร์ (George Gerbner) ก็พบว่าเมื่อผู้รับสารเปิดรับสารจากสื่อสาธารณะจะมีการสร้างประสบการณ์ให้กับผู้รับสารโดยการสะสม แล้วจึงมีความคิด ทัศนคติไปในแนวเดียวกับที่สื่อสาธารณะนำเสนอ และจะแสดงพฤติกรรมออกมาเมื่อมีปัจจัยแวดล้อมหรือสถานการณ์ที่เอื้อต่อการแสดงพฤติกรรมในที่สุด

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะเห็นได้ว่าสื่อสาธารณะมีอิทธิพลต่อความคิด ทัศนคติและค่านิยมของผู้รับสารในระดับหนึ่ง ซึ่งจากการนำเสนอของสื่อสาธารณะนั้นถือได้ว่าเป็นการสร้างประสบการณ์ให้กับผู้รับสาร และผู้รับสารก็สามารถจดจำเรื่องราวที่นำเสนอได้ อันจะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมที่ผู้รับสารจะแสดงออกตามที่ได้รับรู้และจดจำมาจากการเปิดรับสื่อสาธารณะ

อีกประเด็นหนึ่งที่น่าสนใจคือพบว่า หากสื่อสาธารณะมีการนำเสนอปัญหาสังคมบ่อยๆ จะมีผลทำให้ผู้รับสารเกิดความเคยชินกับปัญหาสังคมและทำให้ผู้รับสารเห็นว่าพฤติกรรมหรือปัญหาสังคมต่างๆที่นำเสนอ นั้น กลายเป็นเรื่องสำหรับผู้รับสารมีความคุ้นเคยและปัญหาสังคมก็กลายเป็นเรื่องปกติโดยไม่คิดว่าเป็นปัญหา และยังเมื่อผู้รับสาร ได้เห็น ได้ยิน การกระทำเช่นนั้นบ่อย ๆ จะเกิดผลกระทบต่อเด็กได้ทั้งด้านพฤติกรรมและทัศนคติ โดยอาจจะเกิดกระบวนการเรียนรู้และซึมซับภาพเหล่านั้นไปใช้ โดยไม่ทันรู้ตัว

สื่อสาธารณะถือเป็นสถาบันทางสังคมสถาบันหนึ่ง นอกเหนือไปจากสถาบันครอบครัว สถาบันศาสนา สถาบันการศึกษา ที่มีอิทธิพลในการช่วยพัฒนาสังคมในด้านต่างๆได้มาก เนื่องจากสื่อสาธารณะเป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญในการเชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งสารจากสถาบันต่างๆ เช่น รัฐบาลหรือสถาบันบวรชัชนาขนาดใหญ่ กับผู้รับสารที่เป็นประชาชนจำนวนมาก จึงทำให้

สื่อสาธารณะกลายเป็นสถาบันที่มีบทบาทและอิทธิพลสูงมากในสังคมปัจจุบัน โดยเมื่อสื่อสาธารณะให้ความสนใจต่อเรื่องหนึ่งเรื่องใดเป็นพิเศษ แล้วนำเสนอเรื่องราวนั้นๆ ออกสู่สาธารณชนให้รับรู้ รับทราบ สาธารณชนส่วนใหญ่ก็จะเกิดความคล้อยตามและอาจทำให้เรื่องราวที่นำเสนอเหล่านั้นกลายเป็นวาระทางสังคม ด้วยลักษณะดังกล่าวเมื่อผนวกเข้ากับการบริโภคสื่อของประชาชนโดยเฉพาะเยาวชน ทำให้เห็นว่าอิทธิพลของสื่อสาธารณะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การเปลี่ยนแปลง

การศึกษาบทบาทของสื่อสาธารณะในสังคมไทยจากอดีตถึงปัจจุบัน แสดงให้เห็นเป็นที่ประจักษ์ว่าสื่อสาธารณะและระบบสังคมต่างก็มีอิทธิพลซึ่งกันและกัน อิทธิพลของสื่อสาธารณะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและในระดับสังคม สื่อสาธารณะจึงเปรียบได้กับดาบที่มีสองคม เพราะถ้าสื่อสาธารณะนำเสนอข่าวสารในเรื่องที่เป็นประโยชน์ ส่งเสริมการพัฒนาคนให้เกิดความต้องการพัฒนาตนเอง สังคม และประเทศชาติก็จะให้ผลในด้านบวก ซึ่งสื่อจะต้องช่วยทำให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจและยอมรับการเปลี่ยนแปลงตามแผนงานพัฒนา ซึ่งเป็นการช่วยส่งเสริมงานพัฒนาในด้านต่างๆ ของประเทศชาติ แต่ในทางตรงกันข้าม หากสื่อสาธารณะนำเสนอแต่เรื่องที่บั่นทอนความรู้ ความคิด ค่านิยมอันดีงามของประชาชน ก็จะส่งผลในด้านลบทำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจผิด ลุ่มหลงอยู่ในอบายมุข ซึ่งถือว่าเป็นการทำร้ายสังคมทางอ้อม

ดังนั้นสื่อสาธารณะจำเป็นต้องหาความพอดีของการนำเสนอผลงานที่เผยแพร่สู่สาธารณชน การนำเสนอผลงานของสื่อสาธารณะควรเป็นไปในเชิงสร้างสรรค์ และเข้ามามีส่วนร่วมในการหาหนทางแก้ไขปัญหา ไม่ว่าจะเป็นปัญหาอาชญากรรม ปัญหาเศรษฐกิจ และปัญหาสังคมควบคู่ไปกับการเป็นหูเป็นตาสอดส่องดูแล คอยระแวดระวังและประกาศเตือนภัยให้แก่สังคมและประชาชน

4. ประเด็นเรื่องสื่อสาธารณะควรมีเกณฑ์การนำเสนอปัญหาสังคมอย่างไร เพื่อให้มีการนำเสนอปัญหาสังคมอย่างเหมาะสม

เนื่องจากสื่อสาธารณะเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้เป็นจำนวนมาก และเนื้อหาของข่าวสารที่สื่อสาธารณะนำเสนอจะเป็นในลักษณะแทรกซึมเข้าไปในจิตใจที่ละเล็กที่ละน้อยเป็นประจำทุกวัน โดยผู้รับสารปลูกฝังนั้นไม่รู้ตัว และเป็นการปลูกฝังในลักษณะแบบฝังรากลึก จึงนับได้ว่ามีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงและการปลูกฝังความรู้ ความคิด ทศนคติ ค่านิยมให้กับประชาชน ตลอดจนวัฒนธรรมทางสังคม

แต่อุปสรรคอย่างหนึ่งคือพบว่าในยุคปัจจุบันการทำงานของสื่อมักจะถูกครอบงำไปด้วย เรื่องผลประโยชน์ เรื่องธุรกิจ โดยเฉพาะประเด็นเรื่องธุรกิจด้านสื่อมวลชน เนื่องจากเป็นธุรกิจด้านหนึ่งที่มีการแข่งขันผลประโยชน์และการแข่งขันสูง จนทำให้สื่อมวลชนบางส่วนละเลยคำว่า จรรยาบรรณสื่อมวลชน และนำเสนอผลงานโดยคำนึงถึงเพียงการสร้างจุดขาย ยอดขาย และผลประโยชน์ทางธุรกิจ ทำให้ผลงานที่นำเสนอเป็นไปในลักษณะของการตอบสนองของความสะใจ ความอยากรู้อยากเห็นให้แก่คนในสังคม โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสังคม พิจารณาได้จากประเด็นข่าวที่นำเสนอสู่สาธารณะส่วนมากจะเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเรื่องความรุนแรง และพฤติกรรมทางเพศที่ไม่เหมาะสมในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพาดหัวข่าวด้วยถ้อยคำที่รุนแรง เน้นการสร้างอารมณ์ กระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นและเชิญชวนให้ผู้รับสารหรือประชาชนติดตามข่าวจากสื่อชนิดนั้นๆ รวมถึงการสร้างละคร ภาพยนตร์ หรือการถ่ายแบบเสื้อผ้า บางส่วน ซึ่งอาจจะสอดแทรกเรื่องราวเกี่ยวกับความรักที่ผิดปกติทางเพศ ฉากวาบหวาม หรือ ฉากเลิฟซีน รวมถึงฉากที่แสดงถึงความรุนแรงและพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมจนเกินความพอดี ฯลฯ แม้ว่าเป้าประสงค์ของการสร้างผลงานลักษณะนี้ มีเป้าประสงค์เพียงเพื่อต้องการสร้างจุดขาย และดึงดูดความสนใจจากประชาชนทั่วไปเพียงเท่านั้น แต่การนำเสนอเรื่องความรุนแรงและพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมทางเพศเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนมากสำหรับสังคมไทย ซึ่งการส่งสารในลักษณะนี้โดยขาดความระมัดระวัง อาจทำให้เกิดการยั่วยุ การกระตุ้นให้เกิดความคิดที่ผิดๆ และการลอกเลียนแบบพฤติกรรมที่ผิดๆในที่สุด

ดังนั้นแนวทางที่จะช่วยให้สื่อสาธารณะเกิดความเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นคือต้องเริ่มจากผู้รับสารไปยังผู้ส่งสาร โดยประชาชนจะต้องเฝ้าระวัง แสดงทัศนคติ สะท้อนความคิดเห็นและวิพากษ์วิจารณ์สื่อสาธารณะ เพื่อปกป้องตนเองให้พ้นจากผลกระทบด้านลบของสื่อสาธารณะ และการรวมพลังสะท้อนความคิดเห็นสู่ผู้ผลิต ผู้สนับสนุนรายการ เจ้าของสินค้า สถานีโทรทัศน์ หรือแม้กระทั่งหน่วยงานราชการหรือองค์กรอิสระที่มีหน้าที่กำกับดูแลสถานี อันจะนำไปสู่การปรับเปลี่ยนที่สร้างสรรค์และเหมาะสม แต่แน่นอนว่าสิ่งที่สำคัญที่สุดที่จะช่วยผลักดันคนในสังคมและประเทศชาติให้พัฒนาไปได้ คือต้องเริ่มที่สื่อสาธารณะเองภายใต้ความเป็นอิสระเสรีของสื่อสาธารณะในการนำเสนอจะต้องอยู่ภายใต้บริบทของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกที่ดีที่มีต่อประชาชนและสังคม และจะต้องเกิดความตระหนักในการนำเสนอปัญหาสังคมต่างๆ และการให้ความสำคัญกับเกณฑ์การนำเสนอปัญหาสังคมที่เหมาะสมในประเด็นดังกล่าวนี้เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดี มีประโยชน์ ส่งเสริมการให้ผู้รับสารได้รับประโยชน์ในแง่การมีความคิด ทัศนคติและแนวทางการปฏิบัติตนที่เอื้อต่อการพัฒนาตนเอง สังคมและประเทศชาติให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำเอาผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานของรัฐ ได้แก่ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ควรร่วมมือและควบคุมการเสนอรายการต่างๆ ให้เป็นประโยชน์ต่อผู้รับสารมากที่สุด โดยวิธีการออกมาตรการหรือกฎหมายที่เป็นรูปธรรมเพื่อใช้เป็นกลไกในการปรับปรุง ส่งเสริมและควบคุมกำกับดูแลเพื่อให้สถานีทุกแห่งปฏิบัติตามระเบียบที่วางไว้เพื่อควบคุมการสื่อสารของสื่อสาธารณะ หรือควรจัดตั้งองค์ของคณะกรรมการที่มีตัวตนจริงๆ ที่หน่วยงานนโยบายเจ้าของอำนาจกฎหมายต่างๆ เห็นชอบด้วย ไม่ใช่เป็นแค่เป็นเพียงหน่วยงานระดับหนึ่งในกระทรวงเท่านั้น

2. ข้อเสนอแนะต่อสถาบันครอบครัว จะต้องมีการร่วมมือร่วมใจกันดูแลเยาวชน โดยการปลูกฝังคุณธรรมและจริยธรรมทางความคิด ปลูกฝังค่านิยมให้เยาวชนไทยมีความรับผิดชอบต่อสิ่งที่ตนเองเป็นผู้กระทำ ปลูกฝังความรู้สึกชอบชั่วดี และการเคารพสิทธิส่วนบุคคลของผู้อื่น

3. ข้อเสนอแนะต่อสถาบันการศึกษา ได้แก่ มหาวิทยาลัย โรงเรียน จะต้องหล่อหลอมจิตใจและความประพฤติของนักเรียนเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันเพื่อให้นักเรียนมีความรู้เท่าทันสื่อ สามารถวิเคราะห์ได้ว่า จะเปิดรับสารจากสื่อสาธารณะอย่างไรให้ถูกวิธีและควรจะนำสารเหล่านั้นไปใช้อย่างไร เพื่อไม่ให้เกิดโทษกับตนเองและสังคม

4. ข้อเสนอแนะต่อสื่อสาธารณะ ต้องตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับผู้รับสารจากการรับสารจากสื่อสาธารณะ และควรผลิตและสนับสนุนการเสนอรายการให้มีเนื้อหาสาระที่แสดงถึงรสนิยมที่ดีงามให้คุณค่าในการดำรงชีวิต ต้องปลูกฝังความดี ความขยันหมั่นเพียร การเสียสละเพื่อประโยชน์ส่วนรวม และต้องปฏิบัติตามระเบียบและมาตรการที่วางไว้อย่างเคร่งครัด และควรคำนึงถึงผลประโยชน์และผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับผู้รับสารเป็นหลัก โดยต้องไม่คำนึงแต่ในเชิงของธุรกิจมากเกินไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เป็นประเภทของสื่อสาธารณะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป อาจจะเลือกใช้สื่อสาธารณะที่เฉพาะเจาะจงเพียงสื่อเดียวก็ได้ เช่น เลือกศึกษากับสื่อโทรทัศน์เพียงสื่อเดียว เพื่อศึกษาลักษณะการนำเสนอที่มีความเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น

2. เนื่องจากสถานการณ์ในแต่ละช่วงเวลาจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย

ดังนั้นในการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาสังคมที่ปรากฏในสื่อสาธารณะสามารถทำการวิจัยซ้ำได้เพื่อศึกษาหาปัญหาสังคมที่ปรากฏในสื่อสาธารณะในแต่ละยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. ทฤษฎีและแนวทางการศึกษาสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์, 2541.
- ชบวน พลตรี. มนุษย์กับสังคม. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ศาสนา, 2530.
- ฉอาน วุฒิกกรรมรักษา. หลักการรายงานข่าว. กรุงเทพฯ: ปรกาศพริก, 2536.
- ชวณวล คณานุกูล. พฤติกรรมการเล่นและเครือข่ายการสื่อสารของผู้เล่นหวัยใต้ดิน. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- จิตินันท์ วัฒนสิน. คอลัมน์ท้ายผลฟุตบอลในหนังสือพิมพ์กีฬารายวันและพฤติกรรมภพนั้นของผู้อ่าน. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- จิติมาน มุทริกเวช. การศึกษาการรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศของวัยรุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- เด่นเดือน เหลืองแข็ง. บทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์ในการสนับสนุนวัฒนธรรมการเลี้ยงโชคจากตัวเลข. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- ธณภูมิ อติเวทิน. วัฒนธรรมบริโภคนิยมกับอาหารเพื่อสุขภาพใยบริบทสังคมเมือง. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- ธุรกิจเมืองไทย. มารยาทในการโฆษณา : กรุงเทพฯ, 12 มกราคม 2519.
- นภวรรณ ตันติเวชกุล. การวิเคราะห์อิทธิพลของภพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ตามแนวทฤษฎีการอบรมป่มนิสัยทางวัฒนธรรมต่อเยาวชนในสถานศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาดุขฎีบัณฑิต ภาควิชาวิทยาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- นตยา ภัทรแสงไทย. การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์. ใน คุรุปริทัศน์. 3 (สิงหาคม 2523) : 37-43.
- บุหงา ชัยสุวรรณ. การกำหนดจรรยาบรรณวิชาชีพโฆษณาในประเทศไทย, วิทยานิพนธ์ปริญญาดุขฎีบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

- ประมะ สตะเวทิน. การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี. โรงพิมพ์ภาพพิมพ์ : กรุงเทพฯ, 2541.
- ปองพรรณ พนมสารนรินทร์. ปัจจัยทางการสื่อสารการตลาดที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการบริโภค
ฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการ
ประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- พินิต วงษ์กุล. อุตสาหกรรมการพนันฟุตบอลในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- พิภพ ชติฤกษ์. ปัจจัยที่มีผลต่อการเล่นการพนันฟุตบอลในเขตกรุงเทพมหานคร. ภาควิชาสังคม
วิทยาและมนุษยวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- รัตนาวดี เทพช่วยสุข. การรับรู้ของชาวพุทธต่อภาพลักษณ์ของพระสงฆ์กับการนำเสนอผ่าน
สื่อมวลชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิต
วิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- ริชาร์ด ฮัมเป. จรรยาบรรณในการโฆษณา : ครอบคลุมการศึกษาเฉพาะเรื่อง. สารนิพนธ์ คณะ
วารสารและสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2529.
- วัฒนา พัฒนพงศ์ และคณะ. สื่อมวลชนกับบทบาทด้านจริยธรรม. รายงานการวิจัย, คณะนิเทศ
ศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529.
- วิจิตร วรุตบางกูร. ความคิดสร้างสรรค์สำหรับครู. ใน รวมบทความการพัฒนาความคิด
สร้างสรรค์ของเด็ก. อาริรังสินันท์, บทบรรณาธิการ, กรุงเทพมหานคร : ธนะการพิมพ์,
2528.
- สมควร กวียะ. การสื่อสารมวลชน บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบต่อชีวิต ความรับผิดชอบต่อ
สังคม : กรุงเทพฯ, คณะวารสารและสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2532.
- สมประสงค์ ชัยโถม. ผลการใช้วิธีระดมสมองที่มีต่อการคิดแก้ไขปัญหาแบบเอนกนัยของ เด็ก
ปฐมวัย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2522.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. สังคมวิทยาปัญหาสังคม. กรุงเทพมหานคร, 2526.
- สำนักงานราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมภาษาไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525.
- สุกัญญา ตีระวนิช. เอกสารการสอนชุดวิชา15307 กฎหมายและจริยธรรมสื่อสารมวลชน. สำนัก
พิมพ์สุโขทัยธรรมมาธิราช, พิมพ์ครั้งที่ 4, 2532.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช (มหาวิทยาลัย). กฎหมายและจริยธรรมสื่อสารมวลชน หน่วยที่ 8-15. คณะ
นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สุจิตรา เหลืองชูเกียรติ. การนำเสนอข่าวเกี่ยวกับพระสงฆ์ในหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวันกับ

การเปิดรับข่าวสารและความเชื่อมั่นทางศาสนาของประชาชน. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2543.

สุทธิวรรณ ตัญญาพงศ์ปรีชญ์. การนำเสนอข่าวเกี่ยวกับเด็กในหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวัน.
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2540.

สุลักษณ์ ศิวรักษ์. ประสบการณ์วิชาชีพ สารนิเทศศาสตร์. นนทบุรี, คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2533.

สุลักษณ์ ศิวรักษ์. ประสบการณ์วิชาชีพ สารนิเทศศาสตร์. นนทบุรี, คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2533.

เสถียร พันธรังษี. วารสารที่ระลึกในงานฉลอง25ปี คณะวารสารและสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. : กรุงเทพฯ, 2522.

เสริน ปุณณะหิตานนท์. แนวความคิดและพฤติกรรมเกี่ยวกับการพนันของเด็กและเยาวชน.
สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานเยาวชนแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎีกา,
2531.

อารี รังสินันท์. ความคิดสร้างสรรค์. กรุงเทพมหานคร : ธนะการพิมพ์, 2528.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และเมตตา วิวัฒนานุกูลและคณะ. การเสนอภาพของเด็กในข่าว
หนังสือพิมพ์และโทรทัศน์. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2543.

ภาษาอังกฤษ

Baran, S., and Davis, D. Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and
Future. Belmont: wadsworth, 1995.

Cuber John F., Society : a Synopsis Principles. New York: Appleton-Century-Crofts,
1963.

George Gerbner, Larry Gross, Morgan M. & Signorielli N. 1980. "The Mainstreaming of
America: Violence Profile", Journal of Communication.

Horton, Paul B., and Leslie, GERAL R. The Sociology of Social Problem. New York:
Appleton-Century-Crofts Inc., 1970.

- Mckee, James B. Introduction Society. New York: Holt: Rinchart & Winston, 1969.
- Osborn, A.F. Applied imagination. New York : Charles Scribner's Sons, 1963.
- Osborn, A.F. Applied imagination. New York: Charles, 1957.
- Raab, and Selznuch, Gertrude J. Major Social Problems. New York: Row, Peterson , 1959.
- Rivers L. William. WilberSchramm and Clifford G. Christians, Responsibility in Mass Communication. New York : Harper & Row, Publishers, 1980.
- Rawlinson, J.G. Creative thinking and brainstorming. Great Britain: Biddle, 1988.
- Rubington, Earl, and Weinburg, Martin S., The Study of Social Problems. London: Oxford University Press, 1971.
- Signorielli, N., and Morgan, M. Cultivation Analysis: Research and Practice. In M. Salwen ; and D. Stacks (eds.) An Inregrated Approach to Communication Theory and Research, pp.111-126. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1996.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียน

นางสาวเพ็ญพักตร์ เตียวสมบุญณิกิจ เกิดวันที่ 9 เมษายน พ.ศ. 2525 สำเร็จการศึกษา ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จากโรงเรียนสาธิต สถาบันราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมปลาย จากโรงเรียนพิบูลวิทยาลัย และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ ภาควิชาวิทยาศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เมื่อปีการศึกษา 2545 หลังจากนั้นได้ศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตรพัฒนการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา 2546 และปัจจุบันกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี คณะรัฐศาสตร์ สาขาวิชาบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง และในระหว่างการศึกษาในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิตได้รับงานเป็นผู้ช่วยนักวิจัยในโครงการวิจัย เรื่อง “การประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรอิสระ : คณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ”



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย