

T167539 ง

พงษ์ศักดิ์ เหลี้ยวตระกูล : หลักธรรมพระพุทธศาสนา กับจริยธรรมนักโฆษณา

(BUDDHIST PRINCIPLES AND ETHICS OF ADVERTISING PROFESSIONALS)

อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.พนา ทองมีอาคม, 134 หน้า.

ISBN 974-17-5341-1

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สาเหตุที่ทำให้นักโฆษณาผลิตงานโฆษณาที่ไม่ถูกต้องตามหลักกฎหมายและหลักศีลธรรม 2) หลักธรรมพระพุทธศาสนาและจรรยาบรรณที่มีผลต่อจริยธรรมของนักโฆษณา 3) ความเชื่อมโยงระหว่างกฎหมายหลักธรรมพระพุทธศาสนาและการนำมาใช้ปฏิบัติจริงในการประกอบอาชีพของนักโฆษณา โดยการใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ คือ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 3 กลุ่มที่มีความสัมพันธ์กับหลักธรรมพระพุทธศาสนาและจริยธรรมของนักโฆษณาดังต่อไปนี้ 1) พระภิกษุสงฆ์ จำนวน 5 รูป 2) ผู้ประกอบอาชีพโฆษณาในสายงานด้านการสร้างสรรค์งานโฆษณา จำนวน 5 ท่าน 3) เจ้าหน้าที่ของรัฐบาลที่ทำหน้าที่ควบคุม กำกับ ดูแลงานโฆษณา จำนวน 4 ท่าน รวมทั้งสิ้น 14 ท่าน และมีการรวบรวมบทความที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับหัวข้อการวิจัย โดยมีผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. สาเหตุที่ทำให้งานโฆษณาถูกผลิตออกมาไม่ถูกต้องตามหลักกฎหมายและศีลธรรมนั้นเกิดจาก 1) การที่นักโฆษณาไม่นำจริยธรรมมาประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพ 2) การที่นักโฆษณามีเจตนาที่จะผลิตงานโฆษณาให้ไม่ถูกต้องตามหลักกฎหมายและหลักศีลธรรม 3) การที่กฎหมายที่ใช้ในการควบคุมงานโฆษณามีความล้าหลัง ไม่เหมาะกับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป และการปฏิบัติหน้าที่ที่ไม่เหมาะสมของเจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่ควบคุมงานโฆษณา

2. หลักธรรมพระพุทธศาสนาที่มีผลต่อจริยธรรมของนักโฆษณา ได้แก่ 1) เบญจศีลและเบญจธรรม 2) วชิรกรรม 4 คือข้อห้ามทางวาจา 4 ประการ ได้แก่ ห้ามพูดโกหก ห้ามพูดหยาบค้าย ห้ามพูดส่อเสียด และห้ามพูดเพื่อเจ้อ 3) ทศธรรม ประกอบด้วยธรรม 2 ข้อ ได้แก่ นิริ คือ ความระลึกได้ โอตปป คือ ความเกรงกลัวต่อบาป

3. ความเชื่อมโยงระหว่างกฎหมาย หลักธรรมพระพุทธศาสนาและการนำมาปฏิบัติใช้จริงในการประกอบอาชีพของนักโฆษณานั้นเป็นไปในทางที่เกื้อกูลกัน โดยหลักธรรมพระพุทธศาสนาเป็นพื้นฐานของกฎหมายต่างๆ โดยหลักธรรมพระพุทธศาสนาทำหน้าที่ควบคุมจิตใจของนักโฆษณาในขณะที่หลักกฎหมายทำหน้าที่ควบคุมความประพฤติของนักโฆษณา ดังนั้นหลักธรรมพระพุทธศาสนาจึงเป็นตัวเสริมให้จริยธรรมของนักโฆษณามีสูงมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้นักโฆษณาผลิตงานโฆษณาที่ถูกต้องทั้งในด้านกฎหมายและศีลธรรม

จากผลการวิจัยพบว่า หลักธรรมพระพุทธศาสนามีความสัมพันธ์กับจริยธรรมของนักโฆษณา คือ หลักธรรมพระพุทธศาสนาสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพโฆษณาได้ และส่งผลให้นักโฆษณามีจริยธรรมในใจสูงขึ้นด้วย ซึ่งเมื่อนักโฆษณามีจริยธรรมที่สูงแล้วก็จะผลิตงานโฆษณาที่ถูกต้องทั้งในด้านกฎหมายและในด้านศีลธรรม

4485091628 : MAJOR ADVERTISING

T 167539

KEY WORDS : BUDDHIST PRINCIPLES / MORAL / ETHICS /

PONGSAK LIEWTRAKUL : BUDDHIST PRINCIPLES AND ETHICS OF
ADVERTISING PROFESSIONALS. THESIS ADVISOR : ASSOCIATE
PROFESSOR PANA THONGMEEARKOM, Ph.D., 134 pp.

ISBN 974-17-5341-1

The purposes of this research are 1) to investigate the causes of advertising professionals produced illegal and immoral advertisement 2) to study Buddhist principles and code of conduct that effect on advertising professionals' ethics 3) to study the linking points of advertising laws, Buddhist principles and how advertising professionals apply these concepts in their job. The research methodology used in-depth interview with 3 groups 1) 5 monks 2) 5 creative directors 3) 4 Government Officers, moreover we also used content analysis. The findings are as follow.

1. The causes of advertising professionals produced illegal and immoral advertisement are as follow: 1) the advertising professionals don't apply ethics for their job 2) Advertising professionals intend to produced illegal and immoral advertisement 3) Advertising laws aren't up-to-date and the committee that supervise advertising professionals act not properly.

2. Buddhist principles and code of conduct that effect on advertising professionals' ethics are as follow: 1) five commandments of the Buddha and Five Dharma 2) the prohibitiveness of wording such as don't lie, don't speak rude word, don't speak envious word and don't rave 3) Two Dharma for protecting the word : to have sense and to fear of sins.

3. There are the linking points of advertising laws, Buddhist principles and how advertising professionals apply these concepts in their job. The advertising laws are based on the Buddhist principles. And Buddhist principles can increase the level of advertising professionals' ethics and it caused the right Advertising.

For the finding, there is the relationship between Buddhist principles and ethics of advertising professionals. Therefore, the advertising professionals can apply Buddhist principles for their jobs and it caused the higher level of ethics of advertising professionals. Finally, the advertisement will have good performance.