

บทที่ 2

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ความรับผิดชอบต่อสังคมในการนำเสนอข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวันในประเทศไทย” มีการศึกษาและทบทวนวรรณกรรม ดังนี้

1. แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม
2. แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชน
3. แนวคิดด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน
4. แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ในการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์
5. แนวคิดจริยธรรมทางธุรกิจ
6. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. ประเด็นในการศึกษา

1. แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)

ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) เป็นเงื่อนไขที่ธุรกิจแต่ละประเภทพึงปฏิบัติต่อสังคม เพื่อธำรงรักษาไว้ซึ่งสังคมและสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่สังคมนั้น ๆ เป็นการดำเนินงานซึ่งอาจอยู่นอกเหนือไปจากหน้าที่ขององค์กรหรืออาจเป็นหน้าที่ขององค์กรที่ต้องปฏิบัติ โดยปฏิบัติควบคู่ไปกับการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร และทั้งที่เกิดขึ้นจากจิตสำนึกของตัวองค์กรธุรกิจเองด้วยความสมัครใจหรือเกิดขึ้นจากกฎข้อบังคับทางกฎหมายที่องค์กรต้องปฏิบัติตาม ทั้งที่ดำเนินการเพื่อหวังผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นตามมาในภายหลังและดำเนินการโดยมิได้หวังผลประโยชน์ใด ๆ ตอบกลับคืนมาสู่องค์กร

ความหมายของคำว่าความรับผิดชอบต่อสังคม มีนักวิชาการ และผู้ศึกษาหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

สมยศ นาวิการ (2530, น. 35) ความรับผิดชอบต่อสังคมคือ การพิจารณาถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจของธุรกิจต่อกลุ่มต่าง ๆ ทั้งหมดภายในสังคมนั้น ผู้บริหารควรตัดสินใจในลักษณะที่เป็นประโยชน์ต่อบุคคลส่วนมาก หรือให้ความยุติธรรมกับกลุ่มต่าง ๆ ภายในสังคมมากที่สุด

สุภา เลี้ยวภาวะสุวรรณ (2547, น. 16) คือความรับผิดชอบในฐานะที่เป็นสถาบันทางสังคมสถาบันหนึ่งที่ต้องยอมรับในสิ่งที่ได้กระทำหรือส่งผลกระทบต่อกลุ่มต่าง ๆ ทั้งในแง่ดีและไม่ดี โดยใช้หลักจริยธรรมและคุณธรรม ซึ่งได้แก่ จรรยาบรรณ จิตสำนึกทางสังคม บทบาทและหน้าที่ เพื่อให้เกิดการแก้ไขอันจะทำให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมหมู่มาก รวมทั้งองค์กรหรือสถาบันนั้น ๆ ด้วย

บัณฑิตา ทรัพย์กมล (2545, น. 15) ได้ให้ความหมายความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ว่าเป็นเรื่องของหลักจริยธรรม คุณธรรม บทบาทและหน้าที่ รวมถึงนโยบาย กิจกรรม ที่องค์กรภาคธุรกิจได้จัดขึ้น เพื่อให้ความช่วยเหลือ ปรับปรุง และส่งเสริมให้สังคมและประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

จากความหมายทั้งหมดสรุปได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การดำเนินการที่องค์กรธุรกิจพึงที่จะปฏิบัติเพื่อสังคมส่วนรวม โดยยึดหลักคุณธรรม จริยธรรมในการดำเนินงาน ไม่สร้างความเสียหายให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อม ช่วยเหลือสังคมและประชาชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ทั้งที่เกิดด้วยจิตสำนึกอย่างเต็มใจและที่เกิดจากกฎข้อบังคับทางกฎหมาย โดยมีระดับความรับผิดชอบที่ครอบคลุม ทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านจริยธรรม ด้านกฎหมาย และด้านมนุษยธรรม

ระดับความรับผิดชอบต่อสังคม

หน้าที่และความรับผิดชอบขององค์กรธุรกิจที่จะต้องดำเนินการให้ครอบคลุมในเรื่องต่าง ๆ ที่จะกล่าวได้ว่าจะมีความรับผิดชอบต่อสังคม ครอบคลุมในเรื่องต่าง ๆ อย่างน้อย 4 ประการ (บรรยงค์ ไตจินดา, 2545, น. 64-65) ดังนี้

1. ความรับผิดชอบด้านเศรษฐกิจ (Economical Responsibility) ต้องถือเป็นพื้นฐานสำคัญ เพราะธุรกิจหากทำได้จากสังคม เศรษฐกิจของสังคมดีอย่าแย้ง สมาชิกของสังคมนั้นก็ไม่มีกำลังซื้อ เพราะฉะนั้นต้องมีลักษณะการให้และการรับที่ยุติธรรมต่อสังคม การแข่งขันก็เป็นไปอย่างเสรี มีกติกาของตลาดเสรี บริหารแรงงานอย่างยุติธรรม ไม่ให้เสียหายทั้งผู้บริโภค ผู้ผลิต ลูกจ้าง และระบบเศรษฐกิจโดยรวม รมัควะระวังการเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ไม่เกิดมลภาวะให้เสียค่าใช้จ่ายของสังคม นั่นคือการใช้เงินของรัฐมาบูรณะ ความเสียหายทางเศรษฐกิจเกิดจากการขาดจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ กลโกง การเอาตัวเอาเปรียบทั้งภายในและภายนอกองค์กร

2. ความรับผิดชอบด้านกฎหมาย (Legal Responsibility) ผู้ประกอบธุรกิจทุกคนควรต้องทราบและปฏิบัติตามกฎหมาย ปฏิเสธว่าไม่รู้ไม่ได้เพราะว่าเป็น “กรอบของสังคม” (Social Framework) เป็นกติกาประชาคม ใครละเลยไม่ปฏิบัติตามมีบทลงโทษตามระบบและการบังคับใช้

กฎหมาย (Low- Enforcement) หากอุตสาหกรรมต้องกำจัด น้ำเสียต้องบำบัด เพื่อไม่ให้สังคมเดือดร้อน

3. ความรับผิดชอบด้านจริยธรรม (Ethical Responsibility) เกิดจากความสำนึกของบริษัทที่จะปฏิบัติสิ่งที่ดี ถูกต้อง เหมาะสม ยุติธรรมต่อสังคม ถ้าองค์กรมีเจตคติที่ดีย่อมจะนำจริยธรรมเข้าไปรวมในโครงสร้างขององค์กร สร้างจริยธรรมนำมาปฏิบัติเป็นกิจประจำวันผู้บริหารทุกระดับแสดงนำทางด้านจริยธรรม เป็น Role model คือบทบาทที่เป็นแบบอย่างในวัฒนธรรมขององค์กร การดำเนินกิจกรรมให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรโดยอยู่ในแนวทางจริยธรรมตลอดไป ไม่ลัดเลาะ ผิดฉ้อฉล ละเลย คุดตายเหมือนองค์กรที่มีเจตคติไม่ดีต่อจริยธรรม ซึ่งถือเป็นเรื่องยากที่จะนำมาปฏิบัติ พวกนี้มักเฝ้าต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ความรับผิดชอบด้านจริยธรรมเป็นความรับผิดชอบต่อองค์กรธุรกิจหรือผู้ประกอบการ จะพิจารณาและปฏิบัติสิ่งที่ดีงาม มีคุณธรรม และยุติธรรมต่อสังคม สนับสนุน เชื้อเพลิง และปฏิบัติตามกฎหมาย แต่ก็มีองค์การธุรกิจเป็นจำนวนมากคิดว่าจริยธรรมเป็นเรื่องยากที่จะนำมาปฏิบัติธุรกิจได้ จึงปฏิเสธความรับผิดชอบต่อสังคม แท้จริงแล้วควรนำเอาจริยธรรมทางธุรกิจเข้าไปรวมกำหนดแผนกลยุทธ์ของบริษัท และสร้างจริยธรรมขึ้นภายในบริษัทจนเป็นภารกิจประจำวันอย่างหนึ่ง

4. ความรับผิดชอบในด้านมนุษยธรรม หรือความรักในมนุษยชาติ (Philanthropy) ระวังรักษาสีทิมมนุษยชน ให้ความเอื้ออาทร ห่วงใย และยกระดับความเป็นมนุษย์ ไม่ใช่เพื่อมุ่งผลกำไรเพียงอย่างเดียว จนเห็นคนอื่นเป็นเครื่องมือ เครื่องจักร ความรับผิดชอบต่อสังคมในลักษณะนี้ องค์กรควรแสดงให้เห็นประจักษ์แจ้งชัดเจน เป็นนโยบาย เป็นวัฒนธรรมขององค์กร หรือเป็นจรรยาบรรณและข้อกำหนดที่พนักงานทุกคนทุกระดับต้องถือปฏิบัติโดยไม่ต้องรอให้กฎระเบียบกฎหมายของบ้านเมืองมาบังคับให้ทำ โดยที่องค์กรควรมีส่วนร่วมส่งเสริม สนับสนุนด้านการเงิน คือกำไรให้แก่สังคม ในรูปการกุศล การศึกษา การสาธารณสุข และช่วยเหลือสังคมเมื่อเกิดอุบัติเหตุทางธรรมชาติ สนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้แก่ชุมชนเพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิต สวัสดิภาพและสวัสดิการของประชาชนในสังคม เพื่อเขาจะได้เป็นพลเมืองดี สามารถสร้างสรรค์มาตรฐานการครองชีพของสังคมให้สูงขึ้น และเพื่อส่วนรวม

จะเห็นได้ว่าระดับของความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมานั้น จากขั้นที่ 1 ที่องค์กรต้องปฏิบัติเพื่อความอยู่รอดขององค์กรเอง เป็นการทำหน้าที่ของตนเองให้ดีขึ้น ก็คือ การจัดหาสินค้าและบริการที่ดี รวมถึงการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรมต่อส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรธุรกิจ เช่น หุ้นส่วน ลูกค้า ลูกจ้าง เป็นต้น โดยมีกฎหมายมาเป็นตัวกำหนดกติกากันพื้นฐาน ในระดับที่ 2 เพื่อการดำเนินงาน ที่เป็นไปอย่างถูกต้องตามแบบแผนของ

บ้านเมือง ถึงแม้ธุรกิจมีจุดมุ่งหมายที่จะต้องทำกำไร แต่ก็ต้องไม่ลืมว่าต้องไม่กระทำการใดที่ผิดกฎหมายด้วยเช่นกัน และหากผู้บริหารมีระดับความรับผิดชอบต่อสังคมสูงขึ้นไปอีก ก็จะเป็นระดับขั้นที่ 3 ที่ระดับความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นเกิดขึ้นมาเองจากตัวผู้บริหาร เป็นจิตสำนึกที่ดีที่ควรปฏิบัติ และระดับขั้นที่ 4 ที่เกิดขึ้นจากจิตสำนึกภายในของผู้บริหารที่มีความห่วงใยในเพื่อนมนุษย์ เอื้ออาทรต่อสังคมส่วนรวม มิได้มองเห็นเพียงแต่ผลประโยชน์ของตนเองหรือองค์การแต่เพียงฝ่ายเดียว แต่เป็นการทำเพื่อประโยชน์ส่วนรวมโดยแท้จริง จากระดับความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับต่าง ๆ เมื่อนำมารวมกันก็จะส่งผลให้เกิดเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวมทั้งหมด

ขนาดของความรับผิดชอบต่อสังคม

การพิจารณาเกี่ยวกับระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของหน่วยงานธุรกิจว่าควรมีมากน้อยเพียงใดและอย่างไรนั้น จะใช้วิธีพิจารณา “ระดับของการตระหนักถึงปัญหาทางสังคม” (Social Responsiveness) หรือระดับความมากน้อยในการตระหนักถึงพันธะข้อผูกพันขององค์การที่มีต่อสังคม โดยการติดตามดูว่าธุรกิจได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าว เพื่อปลดปล่อยข้อปัญหาทางสังคมที่ธุรกิจมีภาระผูกพันอยู่และควรต้องเข้าช่วยเหลือแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพียงใด สามารถแบ่งออกเป็น 3 แบบ คือ (ธงชัย สันติวงษ์, 2546, น. 96-98)

1. การรับผิดชอบต่อสังคมตามข้อผูกพัน (Social Obligation Approach) หรือการรับผิดชอบต่อสังคมที่เป็นขั้นต่ำสุดตามบังคับของกฎหมายเท่านั้น กิจกรรมที่มีแนวคิดแบบนี้จะเสียสละทรัพยากรขององค์การเฉพาะเพียงเท่าที่กฎหมายบังคับให้ต้องทำเท่านั้น แต่ไม่ได้มีการเสียสละโดยสมัครใจ เพื่อเข้าช่วยแก้ไขปัญหาดังคมนั้น

2. การรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility Approach) คือการยอมรับว่าธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งสองทางคู่กัน คือ การทำกำไรทางเศรษฐกิจ และการรับผิดชอบต่อสังคม ในแง่ของความรับผิดชอบต่อสังคมในทางเศรษฐกิจนั้นคือ การมุ่งทำกำไรและเพิ่มส่วนทุนของผู้ถือหุ้นให้สูงขึ้น ส่วนอีกทางหนึ่งคือ ความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งหมายถึง การมุ่งสนใจต่อปัญหาทางสังคมที่กำลังเกิดขึ้นในขณะนั้น แต่ขอบเขตของการเข้าไปช่วยแก้ไขปัญหาดังคมนี้อาจถูกจำกัดโดยจะมีเฉพาะภายในกรอบที่จะไม่ทำให้องค์กรต้องสูญเสียประโยชน์ทางเศรษฐกิจจนเกิดความเสียหายขึ้น

ตามรูปแบบนี้ องค์กรจะยอมรับในบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่ทำกิจกรรมทางสังคมและ/หรือ อาจเข้าไปสนับสนุนโดยตรง พร้อมกับการส่งเสริมให้ทั้งผู้บริหารและพนักงานของตนออกไปร่วมมือกับบทบาทช่วยสังคมในทำนองเดียวกันด้วยการแก้ปัญหาสังคมตามรูปแบบนี้ กระทำโดยการเข้าไปปฏิบัติตอบ เพื่อให้เกิดการปรับแก้ปัญหาลงไปในตัวพร้อมกันตลอดเวลา

3. การระงับระงับต่อปัญหาทางสังคม (Social Responsiveness Approach) โดยเน้นว่าธุรกิจมิใช่จะมีความรับผิดชอบต่อในทางเศรษฐกิจและสังคมควบคู่กันเท่านั้น แต่จะต้องมองการณ์ไกลออกไป โดยคาดหมายถึงปัญหาในทางสังคมที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตไว้ล่วงหน้าและอุทิศทรัพยากรขององค์กรเพื่อช่วยแก้ไขปัญหานั้นๆ ที่เกิดขึ้นในอนาคตด้วย วิธีการลักษณะแบบนี้จะเป็นการกระทำแบบ “กันไว้ดีกว่าแก้” โดยคาดหมายปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคตแล้วรีบเข้าไปลงมือแก้ไขทันที

ประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคม

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี (สืบค้นเมื่อวันที่ 12 กันยายน 2551) ระบุถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ ซึ่งมีหลากหลายด้าน ดังต่อไปนี้

1. ด้านสิ่งแวดล้อม-ธุรกิจอาจก่อมลพิษต่อสิ่งแวดล้อมหลากหลายรูปแบบ อาจก่อมลภาวะต่ออากาศ มลภาวะทางเสียง ต่อแม่น้ำลำคลอง ต่อน้ำฝน ต่อน้ำผิวดิน เป็นต้น เช่นธุรกิจสารเคมีอาจก่อพิษภัยทั้งในลักษณะพิษที่เกิดขึ้นอย่างเฉียบพลัน หรือค่อย ๆ สะสมพิษร้ายทีละน้อย ๆ เกิดผลกระทบแบบเรื้อรัง หรือตายผ่อนส่ง ธุรกิจที่ก่อผลร้ายเช่นนี้ต้องมีวิธีป้องกัน ไม่ให้เกิดผลร้ายอย่างได้ผล จึงจะถือว่ารับผิดชอบต่อสังคม

2. ด้านการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ธุรกิจอาจแย่งใช้น้ำจากแหล่งน้ำเดียวกันกับชุมชน อาจใช้ทรัพยากรธรรมชาติชนิดที่ใช้แล้วหมด ธุรกิจจะต้องแสดงความรับผิดชอบต่อชุมชนโดยรอบ และต่อสังคมในภาพรวม ที่จะไม่ก่อปัญหาแบบไร้ความรับผิดชอบต่อ

3. ด้านความเป็นธรรมต่อเพื่อนมนุษย์-การจ่ายค่าแรง ค่าจ้าง ค่าชดเชย ค่าดูแลสุขภาพ อย่างเป็นธรรม การจัดสถานที่ทำงานให้เป็น Healthy Workplace และ Happy Workplace การจัดให้เป็น Learning Organization

4. ด้านจิตวิญญาณของผู้คน - ธุรกิจที่มุ่งผลกำไรสูง มองความสำเร็จที่ผลกำไร มองความสามารถคู่กับผลได้ทางวัตถุ และเงินเดือน มีแนวโน้มที่จะสร้างวัฒนธรรมวัตถุนิยมสุดขั้ว เพิ่มพูนความโลภ หย่อนด้านจิตวิญญาณ หย่อนด้านความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์

5. ด้านความรับผิดชอบต่อในการประกอบธุรกิจ-ทั้งในด้านความซื่อสัตย์สุจริต และรักษาผลประโยชน์ตามหลัก BSC-Balanced Score Card คือต่อผู้ถือหุ้น ต่อลูกค้าหรือคู่ค้า ต่อพนักงาน และต่อสังคมวงกว้าง

สมคิด บางโม (2538, น. 146) กล่าวว่า นักบริหารธุรกิจทั่วไปมีความเห็นตรงกันว่า องค์กรธุรกิจควรมีวัตถุประสงค์อย่างอื่นนอกเหนือไปจากกำไรเพียงอย่างเดียว ดังนี้

1. เพื่อสร้างสรรค์คุณค่าทางเศรษฐกิจในรูปแบบสินค้าและบริการ หมายถึงมีวัตถุประสงค์ในการผลิตสินค้าและบริการ ไปแลกเปลี่ยนเป็นตัวเงิน ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจแก่สังคม ทำให้คนมีงานทำ มีสินค้าอุปโภค บริโภค สอดคล้องความต้องการ คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น รัฐบาลมีโอกาสเก็บภาษีอากรได้มากขึ้น นำไปทำนุบำรุงประเทศได้มาก ประชาชนหรือสังคมจะเจริญก้าวหน้าต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง

2. เพื่อแสวงหากำไรตอบสนองความต้องการของสมาชิกและกลุ่มต่าง ๆ ในองค์การ กลุ่มผู้ถือหุ้นต้องการกำไร จากการลงทุนในรูปแบบของเงินปันผล กลุ่มผู้บริหารต้องการได้รับเงินเดือนสูง และโบนัส กลุ่มคนงานต้องการค่าจ้างและโบนัส กลุ่มผู้ซื้อพันธบัตรต้องการดอกเบี้ยจากการลงทุน ดังนั้นองค์การธุรกิจต้องดำเนินงานให้ได้กำไรสูงสุด

3. เพื่อดำรงอยู่และความเจริญขององค์การ ห้างหุ้นส่วนและบริษัทที่จัดตั้งขึ้นทุกหนทุกแห่งปรารถนาจะตั้งอยู่ได้นาน ๆ และเจริญรุ่งเรืองขยายกิจการออกไปโดยไม่มีกำหนด ดังนั้นการแสวงหากำไรสูงสุดเพียงอย่างเดียวจึงมิใช่วัตถุประสงค์ที่แท้จริง ทุกคนในองค์การธุรกิจจะต้องปฏิบัติตามกิจกรรมคือ ผลิตและจำหน่ายสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเป็นที่พอใจของลูกค้า มีกำไรพอสมควร จึงจะแข่งขันกับธุรกิจอื่น ๆ ได้ เพื่อสร้างสรรค์สิ่งที่มีคุณค่าในสังคม องค์การต้องทำตนเป็นพลเมืองดี ปฏิบัติตามกฎหมาย ไม่เอารัดเอาเปรียบลูกค้าและคนงาน เมื่อมีกำไรควรจัดสรรกำไรกลับคืนไปให้ประชาชน ในรูปของการสนับสนุนสาธารณกุศลต่าง ๆ และให้ทุนการศึกษาหรือการวิจัย

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า องค์การธุรกิจควรมีความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนี้

1. เมื่อสังคมเปลี่ยนแปลงไป องค์การธุรกิจต้องเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของสังคมด้วย ไม่เช่นนั้นองค์การธุรกิจจะอยู่ในสังคมไม่ได้

2. การทำกำไรขององค์การธุรกิจให้ได้กำไรสูงนั้น ควรทำในระยะยาว คือ ค่อยทำค่อยไปและในขณะเดียวกันก็ยอมจ่ายเงินเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาของสังคมด้วย อันจะช่วยให้องค์การธุรกิจดำเนินการอย่างมีเสถียรได้นาน

3. องค์การธุรกิจจะได้รับการยอมรับจากสังคมมากขึ้นจากการมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะในปัจจุบันที่ค่านิยมในสังคมเปลี่ยนไป และพร้อมที่จะยอมรับการมีองค์การธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าองค์การธุรกิจที่ไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เมื่อสังคมยอมรับก็หมายความว่า จะมีลูกค้ามากขึ้น ขายสินค้าได้มากขึ้น มีพนักงานที่ดีขึ้น ราคาหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ดีขึ้น และอาจขยายทุนในตลาดเงินทุนเพื่อขยายกิจการได้ง่ายขึ้น

4. ความเห็นสำคัญที่สุดที่องค์การธุรกิจควรรับผิดชอบต่อสังคม คือองค์การธุรกิจอาจหลีกเลี่ยงการที่รัฐบาลจะออกกฎหมายควบคุมได้ ทั้งนี้ เพราะเมื่อองค์การธุรกิจไม่รับผิดชอบต่อสังคมทำให้เกิดปัญหาขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อม ปัญหาอาชญากรรมและความยากจน รัฐบาลย่อมต้องยื่นมือเข้ามาช่วยเหลือตั้งเป็นกฎข้อบังคับต่าง ๆ ขึ้น และกำหนดให้องค์การธุรกิจต่าง ๆ ปฏิบัติตาม ไม่เช่นนั้นจะมีบทลงโทษ

สรุปได้ว่าแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นแนวคิดที่เน้นให้ธุรกิจแต่ละประเภทควรปฏิบัติต่อสังคม เนื่องจากการทำงานของธุรกิจหรือขององค์กรนั้นย่อมมีผลกระทบต่อสังคม ไม่ว่าจะเป็นงานหรือธุรกิจประเภทใด โดยการปฏิบัติที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นอาจอยู่นอกเหนือจากแนวการทำงานของแต่ละองค์กรและจากข้อบังคับของกฎหมาย อาจมองว่าเป็นการคืนกำไรให้กับสังคมโดยการสร้างสรรค์สิ่งที่ดีต่างๆ ซึ่งเป็นการทำให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมในภาพรวม โดยมีระดับความรับผิดชอบต่อสังคมที่ครอบคลุม ทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านจริยธรรม ด้านกฎหมาย และด้านมนุษยธรรม

แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสำคัญและเป็นสิ่งที่ธุรกิจและองค์กรต่าง ๆ ควรที่จะพึงปฏิบัติ เพราะแนวคิดดังกล่าวจะเป็นตัวนำพาองค์กรให้ดำเนินอยู่ได้ภายใต้สังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยที่องค์กรจะประสบความสำเร็จทางธุรกิจควบคู่ไปกับการสร้างสรรค์สังคม

2. แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชน

สื่อสารมวลชนถือเป็นสื่อกลางที่นำข่าวสาร และเนื้อหาสาระทุกประเภทไปสู่มวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ นักข่าว นักหนังสือพิมพ์ เป็นต้น ซึ่งบทบาทของสื่อสารมวลชนมีผลกระทบต่อสังคมในภาพรวมอย่างชัดเจน เพราะมีหน้าที่เผยแพร่และนำเสนอข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ให้สังคมได้รับรู้ โดยบทบาทของสื่อสารมวลชนจำเป็นต้องมีการกลั่นกรอง ต้องมีการดำเนินงานที่ยึดหลักคุณธรรมจริยธรรม ตลอดจนความรับผิดชอบต่อสังคมในหน้าที่และบทบาทการของสื่อสารมวลชน

บทบาทของสื่อมวลชนในสังคม

การสื่อสารมวลชนเป็นหัวใจของการพัฒนาสังคม ที่จำเป็นต้องมีองค์ประกอบครบสามประการคือ มีเสรีภาพในการสื่อสาร มีจิตสำนึกที่ดีในการเป็นผู้ถ่ายทอด และต้องมี

ความรับผิดชอบ สื่อมวลชนไม่ว่าจะเป็นนักข่าว นักจัดรายการวิทยุ โทรทัศน์ นักหนังสือพิมพ์ ผู้ประกาศข่าว หรือบุคคลอื่นใดที่ทำหน้าที่ในการประสานการถ่ายทอดหรือติดต่อสื่อสารเพื่อเผยแพร่ข่าวสารไปยังมวลชนกลุ่มกว้าง จึงต้องเป็นบุคคลที่มีจิตวิญญาณ มีความรู้ลึกซึ้งคิด และมีความรับผิดชอบต่อผลงานที่ได้สื่อสารออกไปไม่ว่าจะด้วยการสื่อสารแบบใดก็ตาม

จะเห็นว่าไม่เพียงแต่ผู้ทำหน้าที่สื่อสารจะต้องเข้าใจวิธีในการสื่อความหมายแล้ว ผู้ที่เป็นคนกลางในการทำหน้าที่ติดต่อยังต้องมีจิตสำนึกที่ดีด้วย จิตสำนึกที่ดีทำให้เกิดความรับผิดชอบขึ้น และความรับผิดชอบจะทำให้การสื่อสารสมบูรณ์และมีคุณค่า เป็นการสื่อสารที่สร้างให้เกิดพัฒนาการในสังคม

ตามแนวคิดที่มุ่งผลของการสื่อสาร (Effect Approach) เป็นแนวคิดที่ใช้วิธีกำหนดทิศทางสื่อในฐานะที่เป็นผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) ผู้เปิดปิดประตูข่าว (Gatekeeper) หรือผู้กำหนดวาระ (Agenda Setter) แนวคิดนี้เป็นอุปสรรคต่อการมีอิสรภาพของสื่อ โดยเห็นว่าสื่อเป็นเครื่องมือของการโฆษณาชวนเชื่อ และประชาชนเป็นเพียงผู้รับข้อมูลที่สื่อป้อนให้ เพื่อให้เกิดผลตอบสนองอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้นในทิศทางที่ต้องการ

ตามแนวคิดที่มุ่งอรรถประโยชน์ของผู้รับสาร (Uses and Gratification Approach) เป็นแนวคิดที่คำนึงถึงความต้องการของประชาชนผู้รับสาร ซึ่งส่งอิทธิพลถึงการนำเสนอข่าวสาร แนวคิดนี้ สื่อมวลชนจำต้องกำหนดบทบาทและภารกิจของตนเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนผู้รับสาร ซึ่งเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดเป็นหน้าที่พื้นฐานที่มีต่อสังคมของสื่อมวลชนใน 5 ด้านสำคัญ ได้แก่

1. ด้านสารสนเทศ (Information) ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ สภาพ เงื่อนไข สถานการณ์ของโลก และสังคม ความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงของอำนาจต่าง ๆ การเผยแพร่ข่าวสาร คุณภาพชีวิต

2. ด้านความสัมพันธ์เชื่อมโยงในสังคม (Correlation) โดยการอธิบาย ตีความ เสนอแนะ วิเคราะห์ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ สถานการณ์ ข่าวสารต่าง ๆ ให้การสนับสนุนต่อองค์การต่าง ๆ ภายใต้บรรทัดฐานและศีลธรรมของสังคม มีการอบรมศีลธรรมอันดี เป็นตัวเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ ในสังคม ชุมชน สร้างความสามัคคี สร้างประชาธิปไตย จัดลำดับความสำคัญทางชนชั้น และสถานการณ์ต่าง ๆ

3. ด้านความต่อเนื่อง (Continuity) ทางวัฒนธรรม ให้เกิดการยอมรับวัฒนธรรมย่อยที่แตกต่าง และพัฒนาวัฒนธรรมใหม่ที่ดี ส่งเสริมการรักษาคุณค่านิยมที่ดี

4. ด้านความบันเทิง (Entertainment) ความสนุกสนาน เป็นการผ่อนคลายความตึงเครียดต่าง ๆ

5. ด้านการเคลื่อนไหวผลักดันทางวัฒนธรรม (Mobilization) โดยการณรงค์ในรูปแบบต่าง ๆ

สื่อมวลชนย่อมต้องดำรงซึ่งเสรีภาพในการนำเสนอข่าวสารตามแนวคิดอิสรินิยม (Libertarianism) โดยปราศจากการครอบงำทางการเมืองหรือทางธุรกิจ แม้การทำหน้าที่ของสื่อมวลชนจะเป็นเครื่องแสวงหาสัจจะของสังคม เป็นตลาดเสรีของความคิดอ่าน แต่ก็มีใช้เครื่องมือการแสดงออกของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เสรีภาพในการทำหน้าที่จึงควรมีขอบเขตที่ไม่ล่วงไปเป็นความมีอภิสิทธิ์ (Privileged Function) จนกลายเป็นอำนาจที่เหนือกว่าบุคคลธรรมดาทั่วไป

บทบาทสื่อมวลชนต่อความรับผิดชอบต่อสังคม

นอกจากเสรีภาพตามแนวคิดอิสรินิยม ขณะเดียวกันสื่อมวลชนก็ต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ควบคู่กันไปด้วย ความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชนสามารถพัฒนาให้เกิดขึ้นได้จากภายในตัวเอง (Inside-Out) และเกิดจากการที่สาธารณชนหรือสังคมภายนอก (Outside-In) เข้าไปตรวจสอบการทำงานเพื่อให้เป็นไปตามบทบาทหน้าที่ที่มีต่อสังคม

การพิจารณาเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมจากมุมมองภายในตัวสื่อเองจะเกี่ยวข้องกับจริยธรรม จรรยาบรรณ เช่น หากสื่อเอาตัวเองไปผูกพันกับธุรกิจมากเกินไป การสุ่มเสี่ยงต่อการละเมิดจรรยาบรรณก็มีความเป็นไปได้สูง สื่อมวลชนจึงต้องมีความรับผิดชอบต่อจริยธรรมของตน และนำไปสู่การรักษาความเป็นกลางของสื่อ

การวางตัวเป็นกลางในที่นี้ มิใช่การเพิกเฉยไม่ดำเนินการใด ๆ เพราะเกรงจะไปกระทบกับผู้เกี่ยวข้อง หรือการที่สื่อนำเสนอข่าวทั้งสองด้านเพื่อให้ผู้ที่พาดพิง และผู้ที่ถูกพาดพิงได้มีโอกาสชี้แจง ก็มีใช้การรักษาความเป็นกลาง แต่เป็นเรื่องของความเสมอภาค หรือการนำเสนอข่าวโดยไม่เอนเอียงข้างใดเลย ไม่สนใจความเป็นอยู่ของประชาชน ไม่ห่วงใยความเป็นไปของสังคม เช่น เรื่องดารารายาว้างตบตีกัน เรื่องถูกหวนถูกลอตเตอรี่ เรื่องผีเรื่องไสยศาสตร์ ก็มีใช้การวางตัวเป็นกลาง แล้วออกตัวว่าให้ประชาชนเป็นผู้ตัดสิน

การรักษาความเป็นกลางของสื่อ คือ การดำรงอยู่ในข้างที่ถูกต้อง อยู่ในฝั่งของคนดี เป็นการให้โอกาสคนดีได้มีบทบาทในสังคม เพราะคนดีย่อมสร้างระบบที่ดี และระบบที่ดีจะส่งเสริมให้คนดีได้มีโอกาสทำดีมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็ต้องป้องกันปรามคนเลวให้ทำเลวยากขึ้น

หรือไม่มีโอกาสทำเลย ความเป็นกลางจะเกิดขึ้นได้ด้วยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมจากเลวไปสู่ดี จากการเอาเปรียบไปสู่การเสียสละ จากไร้สาระไปสู่สาระ สื่อมวลชนต้องกล้าที่จะชี้ถูกชี้ผิดและบอกทางเลือกให้แก่สังคม มีความชัดเจนโปร่งใส เป็นสื่อกลางที่ช่วยลดความขัดแย้งและความรุนแรงในสังคม (บริษัท คอนเนกชั่นส์ เวิลด์ไวด์ จำกัด, สืบค้นเมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2551)

แนวปฏิบัติในการเสนอข่าวสารเพื่อรับผิดชอบต่องานของสื่อมวลชน

บริษัท คอนเนกชั่นส์ เวิลด์ไวด์ จำกัด (สืบค้นเมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2551) ได้กำหนดแนวปฏิบัติในการเสนอข่าวสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชนที่ได้ประมวลไว้มืออยู่ด้วยกัน 7 ข้อ ดังนี้

1. เป็นผู้ประสานงานที่ดีให้กับภาคธุรกิจ การประสานงานในที่นี้คือ การเสนอตัวเข้าทำประโยชน์ให้แก่สังคม แม้ธุรกิจจะดำเนินการรับผิดชอบต่อสังคมตามบทบาทหน้าที่และความสมัครใจของตนเองแล้ว ก็อาจยังไม่เพียงพอต่อการรณรงค์ส่งเสริมเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมให้เป็นไปตามความมุ่งหมาย จึงจำเป็นที่สื่อมวลชนทุกประเภทจะยื่นมือเข้ามาทำหน้าที่ทั้งผู้ให้ความรู้ (Educator) และผู้ส่งเสริม (Promoter) เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้นการประสานงานหรือการให้ความร่วมมือกับภาคธุรกิจ จึงเป็นหัวใจสำคัญในการรณรงค์เพื่อส่งเสริมเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม

2. เป็นผู้ช่วยชี้แนะในทางที่ถูกต้อง ในหลายกรณีเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ มิได้เป็นกฎระเบียบหรือกฎหมาย รัฐบาลไม่สามารถออกกฎหมายบังคับให้ธุรกิจต้องแสดงบทบาทความรับผิดชอบต่อสังคมได้ในทุกเรื่อง สื่อมวลชนจึงต้องดำรงบทบาทของการชี้แนะให้เกิดการปฏิบัติ สร้างการตอบรับของสังคมต่อธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม หรือสร้างกระแสกดดันให้ธุรกิจจำต้องปฏิบัติเพื่อมิให้สร้างความเสียหายหรือความเดือดร้อนแก่สังคม

3. เป็นผู้นำเสนอตัวอย่างที่ดีแก่สังคม เนื่องจากสื่อมวลชนมีอิทธิพลในการโน้มน้าวคนกลุ่มใหญ่ให้คล้อยตามหรือเห็นดีงาม การหยิบยกธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งได้ดำเนินการอย่างจริงจังและต่อเนื่องมาเป็นตัวอย่างให้แก่สังคมในด้านบวก เพื่อให้สังคมได้ชมเชยและธุรกิจอื่น ๆ ที่เห็นดีด้วยสามารถที่จะนำไปปฏิบัติตาม ถือเป็นบทบาทที่สื่อมวลชนพึงกระทำ

4. เป็นผู้คัดค้านพฤติกรรมที่ไม่ถูกต้อง หากสื่อมวลชนไม่เป็นผู้ริเริ่มคัดค้านความไม่ถูกต้องหรือความไม่รับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจที่แทรกซึมเข้ามาในสังคมไทย หรือเพียงแต่วางเฉยก็เทียบได้กับการสนับสนุนโดยพฤตินัย ฉะนั้น การหยิบยกธุรกิจที่ขาดความรับผิดชอบต่อสังคม สร้างความเสียหายหรือความเดือดร้อนให้แก่สังคมมาเป็นตัวอย่างใน

ด้านลบ เพื่อธุรกิจอื่น ๆ จะได้ไม่ปฏิบัติตาม และให้ได้รับการตำหนิจากสังคมเพื่อการแก้ไขปรับปรุง ก็ถือเป็นอีกบทบาทหนึ่งที่พักกระทำเช่นกัน

5. เป็นผู้ที่ต้องไม่ให้อิทธิพลของธุรกิจอยู่เหนือสำนึกรับผิดชอบ การนำเสนอข่าว ความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชน ต้องไม่ถูกชี้นำโดยองค์กรธุรกิจแต่เพียงฝ่ายเดียว สื่อต้องทำหน้าที่ในการตรวจสอบข้อเท็จจริง มีการสำรวจเชิงวิเคราะห์ต่อกิจกรรมที่องค์กรธุรกิจ ดำเนินการเพื่อสังคมว่าส่งผลกระทบต่อสังคมมากน้อยเพียงใด ประโยชน์ที่สังคมได้รับเป็นไปตาม วัตถุประสงค์หรือไม่ ชุมชนที่เกี่ยวข้องมีความคิดเห็นอย่างไรต่อกิจกรรมที่องค์กรธุรกิจเข้ามา ดำเนินการ

6. เป็นผู้จำแนกรูปแบบการสื่อสารในการส่งเสริมธุรกิจเพื่อสังคม ด้วยการที่ สื่อมวลชนเป็นเสมือนหน้าต่างของการเชื่อมสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจและสังคม ประกอบกับมี ทรัพยากรและเครื่องมือต่าง ๆ ในการสร้างสรรค์และนำเสนอเรื่องราวที่เป็นประโยชน์ให้แก่สังคม การแยกแยะระหว่างกิจกรรมเพื่อสังคม กับกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นปัจจัยสำคัญต่อ การกำหนดรูปแบบการสื่อสารที่จะเผยแพร่สู่สาธารณชน บทบาทของสื่อมวลชนจึงต้องสามารถ จำแนกข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากองค์กรธุรกิจ และทำหน้าที่นำเสนอสู่ประชาชนเพื่อให้เกิด ประโยชน์แก่สังคมโดยรวม

7. เป็นผู้ผลักดันให้เกิดการเคลื่อนไหวทางสังคม ด้วยการกระตุ้นความสนใจในเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ส่งเสริมให้เกิดการเข้ามีส่วนร่วมของภาคประชาชน ทั้งการสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและคัดค้านการดำเนินงานของ องค์กรที่ขาดความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นผู้โน้มน้าวให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในทางที่ดีขึ้น สนับสนุนให้เกิดการยกระดับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ ยั่งยืน

สรุปได้ว่าสื่อมวลชนกับความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์กันในด้าน ผลกระทบต่อสังคม เนื่องจากในปัจจุบันสื่อมวลชนมีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อสังคมในวงกว้าง เป็นอย่างมาก เนื่องจากมีหน้าที่ในการเผยแพร่ข่าวสารและเรื่องราวต่าง ๆ ให้สังคมได้รับรู้ โดย การนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ นั้น สื่อมวลชนต้องมีจรรยาบรรณของสื่อ ต้องมีความคำนึงถึง ผลกระทบของการนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ที่ออกไปสู่สังคม และต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่ว่าจะเป็นตัวองค์กรหรือหน่วยงานของสื่อมวลชน หรือแนวทางปฏิบัติในการเสนอข่าวสาร ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชน ทั้งสองจุดนี้ต้องมีการดำเนินงานที่ควบคู่กันไป

ซึ่งแนวคิดในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมจะมุ่งเน้นไปที่การสร้างให้องค์กรมีความดี และก่อให้เกิดความยั่งยืนของการดำเนินงาน

3. แนวคิดด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน

จริยธรรมกับวิชาชีพสื่อมวลชน

สุกานดา วรพันธุ์พงศ์, และ สมหมาย ปาริจัตต์ (2547, น. 175-176) ได้กล่าวถึงจริยธรรมกับวิชาชีพสื่อสารมวลชนไว้ดังนี้

สื่อมวลชนในฐานะหน่วยหนึ่งของสังคมที่มีหน้าที่ให้ข่าวสารไปสู่บุคคลต่าง ๆ มากมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ เชื่อมโยงให้หน่วยต่าง ๆ สัมพันธ์กัน จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับรัฐบาล วงการธุรกิจ และองค์กรเอกชน มีความสามารถในการเข้าถึงมวลชนผู้รับสารได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง สามารถสร้างความรู้ ทัศนคติ ตลอดจนพฤติกรรมบางประการให้กับมวลชนได้ เช่น ทำให้เกิดประชามติหรือสาธารณมติ (Public Opinion)

การที่สื่อมวลชนเป็นส่วนหนึ่งของระบบสังคม มีหน้าที่ (Function) บทบาท (Role) และอำนาจ (Power) ในการชักจูงหรือโน้มน้าวใจ ทำให้ผู้นำไปใช้เป็นเครื่องมือแสวงหาอำนาจและผลประโยชน์ เช่น ฮิตเลอร์ใช้สื่อมวลชนโฆษณาชวนเชื่อเผยแพร่ลัทธินโยบายต่าง ๆ หรือนายทุนใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ ฯลฯ จริยธรรมจึงมีความสำคัญต่อวิชาชีพของสื่อมวลชนดังนี้

1. เป็นหลักแห่งการปฏิบัติหน้าที่ให้ถูกต้องตามหลักการของวิชาชีพ

สื่อมวลชนต้องมีความรับผิดชอบต่อวิชาชีพเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามหลักการของวิชาชีพ อันส่งผลทั้งต่อตนเองและสาธารณชน เช่นเดียวกับที่แพทย์มีเป้าหมายเพื่อรักษาผู้ป่วยให้มีสุขภาพดีขึ้น นักกฎหมายมีจุดมุ่งหมายเพื่อผดุงความยุติธรรม ฉะนั้นสื่อมวลชนซึ่งมีบทบาทหน้าในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร จึงต้องปฏิบัติหน้าที่โดยคำนึงถึงความถูกต้อง เป็นธรรม เป็นกลาง ไม่กล่าวให้ร้ายใครด้วยความเท็จ

2. เป็นหลักในการสะท้อนสภาพความเป็นจริงของสังคม

สื่อมวลชนต้องปฏิบัติหน้าที่ของตนโดยคำนึงถึงหลักจริยธรรม ไม่บิดเบือนข่าวสารและนำเสนออย่างเป็นธรรม ให้โอกาสต่อบุคคลและองค์กรทุกหน่วยในสังคมได้บอกเล่าความต้องการของตนอย่างเท่าเทียมกัน ข่าวสารที่ปรากฏจะเป็นกระจกสะท้อนให้เห็นถึงสภาพของประชาชน สิ่งแวดล้อม และความเป็นไปในสังคมได้อย่างชัดเจนและเป็นจริง

3. เป็นหลักในการสร้างสำนึกสาธารณะ

สื่อมวลชนเป็นแหล่งให้ข่าวสาร ความรู้ ข้อคิดเห็นอันหลากหลายแก่สื่อมวลชน ทำหน้าที่ติดตามและตรวจสอบการบริหารบ้านเมืองของคณะผู้บริหาร เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของคนในสังคม ฯลฯ การปฏิบัติหน้าที่โดยคำนึงถึงหลักจริยธรรมจะช่วยกระตุ้นให้สังคมตระหนักรับรู้สภาพปัญหาและหาแนวทางในการแก้ไขได้อย่างเหมาะสม ก่อให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์ ความรู้สึกต้องการมีส่วนร่วมในประเด็นปัญหาของสังคม ฯลฯ ถือเป็นการสร้างสำนึกสาธารณะให้เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งสอดคล้องกับหลักการทางวิชาชีพสื่อมวลชนที่ว่า สื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นตลาดเสรีของความคิดเห็น (Free Market Place of Ideas)

4. เป็นหลักในการจรรโลงเสรีภาพของสื่อมวลชน

เสรีภาพ หมายถึง สิ่งที่บุคคลกระทำได้โดยไม่ไปกระทบกระเทือนสิทธิของบุคคลอื่น มนุษย์มีสิทธิโดยธรรมชาติที่จะแสดงออกซึ่งความคิดเห็นโดยเสรี ทั้งโดยการพูด การเขียน หรือการแสดงออกใด ๆ แต่หากบุคคลใช้เสรีภาพอย่างไร้ขอบเขตและไร้จริยธรรม ย่อมอาจนำพาสังคมไปสู่ความวุ่นวายเสียหายได้

เสรีภาพสื่อมวลชนเป็นเช่นเดียวกับเสรีภาพของบุคคลทั่วไป ดังนั้นจริยธรรมจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่กำกับให้สื่อมวลชนปฏิบัติหน้าที่ให้ถูกต้อง มีความรับผิดชอบทั้งต่อตนเอง ผู้อื่น และสังคม กล่าวได้ว่าจริยธรรม และเสรีภาพเป็นสิ่งเกื้อหนุนกันและกัน กล่าวคือหากสื่อมวลชนมีจริยธรรมก็จะช่วยให้เสรีภาพเกิดความหมายสมบูรณ์ และเสรีภาพจะดำรงอยู่ได้อย่างเข้มแข็งและถูกพิทักษ์ทางก็ยิ่งจำเป็นต้องมีจริยธรรมเป็นค้ำประกัน

หลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์

จรรยา คุปบุญญ์ (สืบค้นเมื่อวันที่ 12 กันยายน 2551) ได้มีความพยายามจากบุคคลหลายฝ่ายในวิชาชีพหนังสือพิมพ์ที่จะจัดให้มีองค์กรวิชาชีพ เพื่อควบคุมจริยธรรมของผู้ประกอบการวิชาชีพโดยใจสมัครและไม่ใช่องค์การของรัฐ บัดนี้หนังสือพิมพ์ได้มีการก่อตั้งสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติสำเร็จ ประกอบด้วยบุคคลและผู้แทนสถาบันประกาศเจตนารมณ์ และประกาศยกย่องธรรมนูญสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ว่าทำหน้าที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. ส่งเสริมผู้ประกอบการวิชาชีพหนังสือพิมพ์ให้มีความรับผิดชอบและปฏิบัติตามหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ
2. ส่งเสริมเสรีภาพและสนับสนุนสิทธิการรับรู้ข่าวสาร การแสดงความคิดเห็นของพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

3. ส่งเสริมและพัฒนากิจการประกอบวิชาชีพและกิจการหนังสือพิมพ์

หลังจากนั้นสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติได้มีการตราข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์ พ.ศ. 2541 ขึ้น มีผลบังคับใช้กับสมาชิกตั้งแต่วันที่ 30 มีนาคม 2541 เป็นต้นไป มีทั้งหมด 30 ข้อ เป็นบรรทัดฐานทางจริยธรรมของผู้ประกอบการวิชาชีพหนังสือพิมพ์ไม่ว่าจะเป็นส่วนกลางหรือส่วนท้องถิ่น ต้องเคารพปฏิบัติ หากผู้ใดฝ่าฝืนจะต้องได้รับผลลงโทษตามหลักของสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ข้อกำหนดทางจริยธรรมมีลักษณะ 2 ประการ คือ

1. เป็นหลักเกณฑ์ที่ว่าด้วยการปฏิบัติหน้าที่ในวิชาชีพของนักหนังสือพิมพ์ที่ดี

2. เป็นหลักในการดำรงตนอยู่ในสังคมอย่างนักหนังสือพิมพ์ที่ดี ซึ่งวงการหนังสือพิมพ์ทั่วโลกยุคทุกสมัยถือกันว่า จริยธรรมของวิชาชีพหนังสือพิมพ์เป็นเรื่องสำคัญที่สุดเรื่องหนึ่งที่นักหนังสือพิมพ์จะพึงเรียนรู้และถือปฏิบัติไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าความรู้ความสามารถในการหาข่าว เป็นต้น

จรรยา อุบุญญ์ (สืบค้นเมื่อวันที่ 12 กันยายน 2551) จริยธรรมของนักสื่อสารมวลชนหรือของสื่อมวลชน หมายถึง ความประพฤติที่ควร ความถูกต้องที่มีกฎเกณฑ์ของสื่อมวลชนตามแต่ประเภทของงานซึ่งต่างฝ่ายต่างมีจริยธรรมของตนเอง เช่น หนังสือพิมพ์ก็มีสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติทำหน้าที่ดูแลสมาชิกให้ปฏิบัติตามข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพ ซึ่งได้มีการประกาศใช้เมื่อวันที่ 30 มีนาคม พ.ศ. 2541

จริยธรรมเป็นเรื่องของความสมัครใจที่จะร่วมมือร่วมใจกันปฏิบัติให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่ได้วางไว้เป็นบรรทัดฐาน หรืออีกนัยหนึ่งคือ การชี้แนะให้สื่อมวลชนกระทำในสิ่งที่สมควรกระทำอย่างยิ่งตามหลักจริยธรรมเป็นข้อบังคับ แต่ไม่ใช่กฎหมายแต่อย่างใด ไม่มีบทลงโทษเหมือนกฎหมาย แต่สูงกว่ากฎหมาย กล่าวคือหากมีการฝ่าฝืนข้อบังคับจะถูกลงโทษด้วยความเสื่อมศรัทธาจากสังคม

ข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์ สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ พ.ศ. 2541

เจ้าของ ผู้ประกอบการ บรรณาธิการ และผู้ประกอบการวิชาชีพหนังสือพิมพ์ทั้งหลายได้พร้อมใจกันสถาปนาสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ให้เป็นองค์กรอิสระ ทำหน้าที่ควบคุมตนเองเพื่อส่งเสริมเสรีภาพ ความรับผิดชอบ สถานภาพผู้ประกอบการวิชาชีพและกิจการหนังสือพิมพ์ ตลอดจนส่งเสริมสนับสนุนสิทธิการใช้สื่อหนังสือพิมพ์ เพื่อการรับรู้ข่าวสาร และการแสดงความคิดเห็นของพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข โดย

ส่งเสริมให้หนังสือพิมพ์ทำหน้าที่ให้การศึกษาแก่ประชาชน รวมทั้งยึดถือความยุติธรรมและความเที่ยงธรรม เป็นหลักในการประกอบวิชาชีพ

อาศัยความตามข้อ 5(1) และข้อ 14(4) แห่งรัฐธรรมนูญสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ พ.ศ. 2540 คณะกรรมการสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติมีมติเห็นชอบให้ตราข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์ไว้ดังต่อไปนี้

หมวด 1

หมวดทั่วไป

ข้อ 1 ข้อบังคับนี้เรียกว่า “ข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์ พ.ศ. 2541”

ข้อ 2 ข้อบังคับนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันประกาศเป็นต้นไป

ข้อ 3 ในข้อบังคับนี้

“ข่าว” หมายถึง เนื้อข่าว ความนำหรือตัวโปรย พาดหัวข่าว ภาพข่าว และคำบรรยายภาพข่าว

“หนังสือพิมพ์” หมายถึง หนังสือพิมพ์ตามธรรมนูญสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ พ.ศ. 2540 ข้อ 3

“ผู้ประกอบการวิชาชีพหนังสือพิมพ์” หมายถึง ผู้ประกอบการวิชาชีพหนังสือพิมพ์ตามธรรมนูญสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ พ.ศ. 2540 ข้อ 3

หมวด 2

จริยธรรมของหนังสือพิมพ์

ข้อ 4 หนังสือพิมพ์ต้องยึดถือข้อเท็จจริง ความถูกต้องแม่นยำและความครบถ้วน

ข้อ 5 หนังสือพิมพ์ต้องนำเสนอข่าวเพื่อประโยชน์สาธารณะ โดยไม่แสวงหาผลประโยชน์ส่วนตนหรือหมู่คณะ

ข้อ 6 หนังสือพิมพ์ต้องแสดงความพยายาม ในการให้ความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย

ข้อ 7 หนังสือพิมพ์ต้องไม่แต่งเติมเนื้อหาสาระของข่าว จนคลาดเคลื่อนหรือเกินจากความเป็นจริง

ข้อ 8 หนังสือพิมพ์ต้องละเว้นการเสนอข่าวเพราะความลำเอียง หรือมีอคติ จนเป็นเหตุให้ข่าวนั้นคลาดเคลื่อนหรือเกินจากความเป็นจริง

ข้อ 9 หนังสือพิมพ์ต้องไม่สอดแทรกความคิดเห็นลงในข่าว

ข้อ 10 เมื่อคัดลอกข้อความใดจากหนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ หรือแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ต้องบอกที่มาของข้อความนั้น

ข้อ 11 การเสนอข่าวที่มีการพาดพิง อันเกิดความเสียหายแก่บุคคลหรือองค์กรใด ๆ ต้องแสดงถึงความพยายามในการเปิดโอกาสให้ฝ่ายที่ถูกกล่าวหาแสดงข้อเท็จจริงด้วย

ข้อ 12 ในกรณีที่มีการเสนอข่าวผิดพลาด หนังสือพิมพ์ต้องลงพิมพ์แก้ไขข้อผิดพลาดดังกล่าวโดยไม่ชักช้า

ข้อ 13 หนังสือพิมพ์ต้องไม่เสนอข่าวโดยเลื่อนลอยปราศจากแหล่งที่มา พึงระบุนามบุคคลที่ให้สัมภาษณ์หรือให้ข่าวอย่างเปิดเผย เว้นแต่จะมีเหตุผลอันควรปกปิดเพื่อสวัสดิภาพและความปลอดภัยของแหล่งข่าวและต้องเป็นประโยชน์ต่อสิทธิการรับรู้ข่าวสารของสาธารณชน

ข้อ 14 หนังสือพิมพ์ต้องปกปิดชื่อและฐานะของบุคคลที่ให้ข่าวไว้เป็นความลับ หากได้ให้คำมั่นแก่แหล่งข่าวนั้นไว้

ข้อ 15 ในการเสนอข่าวหรือภาพใด ๆ หนังสือพิมพ์ต้องคำนึงมิให้ล่วงละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของบุคคลที่ตกเป็นข่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องให้ความคุ้มครองอย่างเคร่งครัดต่อสิทธิมนุษยชนของเด็ก สตรีและผู้ด้อยโอกาสในการเสนอข่าวตามวรรคแรก ต้องไม่เป็นการซ้ำเติมความทุกข์ หรือโศกนาฏกรรมอันเกิดแก่เด็ก สตรีและผู้ด้อยโอกาสนั้น ไม่ว่าทางใดทางหนึ่ง

ข้อ 16 การพาดหัวข่าวและความนำของหนังสือพิมพ์ ต้องไม่เกินไปจากข้อเท็จจริงในข่าว และต้องสะท้อนใจความสำคัญหรือเนื้อหาหลักของข่าว

ข้อ 17 หนังสือพิมพ์จะต้องไม่เสนอภาพข่าวที่อุจาด ลามกอนาจาร หรือน่าหวาดเสียว โดยไม่คำนึงถึงความรู้สึกของสาธารณชนอย่างถี่ถ้วน

ข้อ 18 ในการแสดงความคิดเห็นหรือการวิพากษ์วิจารณ์ หนังสือพิมพ์ต้องให้ความเที่ยงธรรมแก่ฝ่ายที่ถูกพาดพิงเสมอ

ข้อ 19 ข้อความที่เป็นประกาศโฆษณาที่ปรากฏอยู่ในหนังสือพิมพ์ ต้องแสดงให้เห็นชัดว่าเป็นประกาศโฆษณา จะแอบแฝงเป็นการเสนอข่าวหรือความคิดเห็นมิได้

หมวด 3

จริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์

ข้อ 20 ผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ ต้องไม่ประพฤติปฏิบัติการใด ๆ อันจะนำมาซึ่งความเสื่อมเสียเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพ

ข้อ 21 ผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ ต้องไม่อวดอ้างหรืออาศัยตำแหน่งหน้าที่ เพื่อเรียกร้องสิทธิหรือผลประโยชน์ใด ๆ ที่ไม่ชอบธรรม

ข้อ 22 ผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ ต้องละเว้นการรับอามิสสินจ้างอันมีค่า หรือผลประโยชน์ใด ๆ เพื่อให้กระทำการหรือไม่กระทำการใดอันขัดต่อการปฏิบัติหน้าที่เพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องครบถ้วน

หมวด 4

แนวปฏิบัติของหนังสือพิมพ์และผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์

ข้อ 23 ผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ พึงละเว้นการรับอภิสถิหรือตำแหน่ง เพื่อให้กระทำการหรือไม่กระทำการใดอันจะขัดต่อการปฏิบัติหน้าที่เพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องครบถ้วน

ข้อ 24 การเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ พึงตระหนักถึงความสำคัญของข่าวต่อสาธารณชนและไม่เสนอข่าวในทำนองชวนเชื่อในเรื่องที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ

ข้อ 25 การได้มาซึ่งข่าวสาร หนังสือพิมพ์ พึงใช้วิธีที่สุภาพและซื่อสัตย์

ข้อ 26 ในการแสดงความคิดเห็น หนังสือพิมพ์พึงกระทำโดยบริสุทธิ์ใจ และไม่มีพันธกรณีอื่นใด นอกจากมุ่งปฏิบัติหน้าที่เพื่อสาธารณชน โดยไม่ยอมให้อิทธิพลอื่นใดครอบงำความคิดเห็น

ข้อ 27 หนังสือพิมพ์พึงละเว้นการล່วงละเมิดสิทธิส่วนบุคคล เว้นแต่กรณีเพื่อประโยชน์สาธารณะ

ข้อ 28 หนังสือพิมพ์พึงใช้ความระมัดระวังอย่างรอบคอบ ให้ประกาศโฆษณาทั้งหลายอยู่ภายในขอบเขตของศีลธรรมและวัฒนธรรม หนังสือพิมพ์พึงระมัดระวังที่จะไม่เป็เครื่องมือในการเผยแพร่ประกาศโฆษณาที่น่าสงสัยว่าจะเป็นภัยแก่สังคมหรือสาธารณชน

ข้อ 29 หนังสือพิมพ์พึงหลีกเลี่ยงการเผยแพร่ประกาศโฆษณาที่มีเหตุใดน่าเชื่อว่าเจ้าของประกาศโฆษณานั้น เจตนาจะทำให้ผู้อ่านหลงเชื่อในสิ่งที่ยังมลาย

ข้อ 30 ภาษาที่ใช้ในหนังสือพิมพ์พึงหลีกเลี่ยงคำที่ไม่สุภาพ หรือมีความเหยียดหยาม

จรรยาบรรณของวิชาชีพสื่อมวลชน

ศศิพัฒน์ ยอดเพชร (2549) ได้ให้ความหมายของจรรยาบรรณไว้ว่า หมายถึงหลักความประพฤติอันเหมาะสม แสดงถึงคุณธรรมจริยธรรมในการประกอบอาชีพ ที่กลุ่มบุคคลแต่ละสาขาวิชาประมวลขึ้นไว้เป็นหลัก เพื่อให้สมาชิกในสาขานั้น ๆ ยึดถือปฏิบัติ เพื่อรักษาชื่อเสียงและส่งเสริมเกียรติของสาขาวิชาชีพของตน

ในแต่ละวิชาชีพการทำงาน ล้วนต้องมีหลักยึดในการทำงาน เพื่อเป็นหลักปฏิบัติหรือเป็นอุดมการณ์ในการยึดถือไว้เป็นแนวทางในการทำงาน เพื่อที่จะให้การดำเนินงานของแต่ละองค์กรเองได้ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ โดยสื่อมวลชนนั้นก็เป็อีกวิชาชีพหนึ่งที่มีหลักจรรยาบรรณในการทำงานที่มีความชัดเจน

โดยจรรยาบรรณของสื่อมวลชนที่นำมาประมวลไว้เป็นหัวข้อสำคัญ ๆ ได้แก่

1. พึงตระหนักในความรับผิดชอบต่องานที่ออกทางสื่อมวลชน
2. พึงเสนอข่าวตามที่มีหลักฐาน ถ้าหากภายหลังพบว่าผิดพลาด พึงแก้ไขด้วยความรับผิดชอบ
3. พึงเสนอความรู้รอบตัวที่มีคุณประโยชน์ต่อคนจำนวนมาก ทั้งนี้ โดยพิจารณาจากเหตุผล มิใช่อนุโลมตามความต้องการของมวลชนแต่เพียงอย่างเดียว
4. พึงเสนอความบันเทิงที่ไม่เป็นพิษเป็นภัย ถ้าจำเป็น พึงแยกประเภทของผู้ชม และประกาศให้ทราบ
5. พึงสนองเป้าหมายของสังคม โดยสนับสนุนการธำรงชาติ ศาสนา สถาบันกษัตริย์ และระบอบประชาธิปไตย
6. พึงสุจริตต่อหน้าที่ โดยไม่ยอมรับอำลสินจ้างที่บิดเบือนเจตนารมณ์ของตนเอง
7. พึงดเว้นอบายมุขต่าง ๆ อันจะนำไปสู่การเสียอิสรภาพในการประกอบอาชีพ
8. พึงดเว้นการใช้สื่อมวลชนเพื่อการกลั่นแกล้งหรือแก้แค้น
9. ไม่พึงให้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือของผู้ใดผู้หนึ่งที่มีเป้าหมายมิชอบ
10. พึงส่งเสริมให้อำนาจทุกฝ่ายตามรัฐธรรมนูญ มีเสถียรภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของตนตามกฎหมาย บริษัท คอนเน็คชั่นส์ เวิลด์ไวด์ จำกัด (สืบก้นเมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2551)

4. แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ในการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์

หน้าที่หลักของหนังสือพิมพ์คือการรายงานข่าว เป็นธุรกิจที่ผูกพันกับความเคลื่อนไหวของสังคมอย่างแยกไม่ออก ผู้ดำเนินกิจการหนังสือพิมพ์จะต้องรับใช้สังคม ต้องมีความรับผิดชอบต่อประชาชน ซึ่งต้องนำเสนอข่าวให้แก่ประชาชนไม่ว่าประเภทใดก็ตาม หนังสือพิมพ์บางฉบับอาจให้ความสำคัญกับข่าวอาชญากรรม ข่าวบุคคล ในขณะที่อีกหลายฉบับกลับให้ความสำคัญกับประเภทที่แตกต่างกันออกไป ทำให้มีการจัดแบ่งหนังสือพิมพ์ออกเป็น 2 ประเภทตามลักษณะของข่าว คือ

หนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งปริมาณ (Popular Newspaper) คือ หนังสือพิมพ์ที่ให้ความสำคัญต่อข่าวประเภทเร้าอารมณ์ ตื่นเต้น เช่น ข่าวอุบัติเหตุ ข่าวอาชญากรรม ข่าวบันเทิง ฯลฯ มักเป็นที่นิยมสำหรับผู้อ่านข่าวระดับกลางลงไป เนื้อหาเข้าใจได้ในทันที ไม่จำเป็นต้องนำไปคิดต่อให้นักสมอง ลักษณะการจัดหน้าค่อนข้างฉูดฉาด พาดหัวตัวใหญ่ เน้นภาพประกอบเป็นส่วนสำคัญของข่าวในการจูงใจคนอ่าน หนังสือพิมพ์ประเภทนี้จะมุ่งปริมาณการจำหน่ายให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

หนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพ (Quality Newspaper) คือ หนังสือพิมพ์ที่ให้ความสำคัญต่อข่าวประเภทมีผลกระทบต่อสังคม ลักษณะเนื้อหาค่อนข้างหนัก เช่น ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ และข่าวต่างประเทศ หนังสือพิมพ์ประเภทนี้จะเน้นการรายงานวิเคราะห์สถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นประกอบในคอลัมน์หน้าด้วย ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งคุณภาพค่อนข้างอยู่ในวงจำกัดที่มีความสนใจในความเคลื่อนไหวของข่าวสารการเมืองมากกว่าผู้อ่านประเภทปริมาณ ฉะนั้นยอดจำหน่ายจึงต่ำกว่า ลักษณะการจัดหน้ามักเรียบง่ายเป็นระเบียบไม่หวือหวาเท่ากับหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งปริมาณ (สมควร กวียะ, และ มาลี บุญศิริพันธ์, 2531, น. 2-3)

บทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์

สมควร กวียะ, และ มาลี บุญศิริพันธ์ (2531, น. 4-5) หนังสือพิมพ์มีหน้าที่ตอบสนองความต้องการของสังคม มีบทบาทสำคัญที่จะให้คุณหรือโทษแก่ผู้อ่าน และยังต้องมีความรับผิดชอบต่อพัฒนาการทางความคิดและจิตใจของผู้อ่านอีกด้วย นอกจากนี้ ภาระหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ที่ต้องกระทำ คือการเป็นผู้ชี้แนะยกระดับความคิดและความรู้ของประชาชนให้มีรสนิยมดี และเป็นเสมือนกับกระจกสะท้อนสังคม บทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ในระบอบประชาธิปไตย มีดังต่อไปนี้

1. หน้าที่ในการให้ข่าวสาร (To Inform)
2. หน้าที่ในการให้ข้อเสนอแนะ (To give Opinion)
3. หน้าที่ในการให้ความบันเทิง (To Entertain)
4. หน้าที่ในการเป็นสื่อโฆษณา (To Advertise)

1. หน้าที่ในการให้ข่าวสาร

เป็นหน้าที่หลักในการแสวงหาข้อเท็จจริง เพื่อนำมารายงานให้ประชาชนทราบ ข้อเท็จจริงที่น่าเสนอต้องมีความชัดเจน ถูกต้อง แม่นยำ และมีความครบถ้วนด้วย

2. หน้าที่ในการให้ข้อเสนอแนะ

การให้ข้อเสนอแนะ ต้องกระทำด้วยความระมัดระวัง ต้องมีความถูกต้องเที่ยงตรง และมีความเป็นกลาง

3. หน้าที่ในการให้ความบันเทิง

ความบันเทิงที่ผู้อ่านได้รับจากการหนังสือพิมพ์ ช่วยให้ผ่อนคลายความตึงเครียด เป็นการพักผ่อนสมองไปด้วย

4. หน้าที่ในการเป็นสื่อโฆษณา

หนังสือพิมพ์มีหน้าที่ในการเป็นสื่อกลางในการนำเสนอบริการสินค้าธุรกิจ เพื่อให้ประชาชนรับรู้ข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ

หน้าที่ในการเป็นผู้แจ้งข่าวสารของหนังสือพิมพ์นั้น หนังสือพิมพ์มีหน้าที่ต้องเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ตรงไปตรงมา และแม่นยำ เพื่อที่ประชาชนผู้รับสารจะได้นำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปปรับปรุงคุณภาพชีวิตให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ดังที่ได้กล่าวมาแล้วถึงบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ รวมทั้งจรรยาบรรณของนักหนังสือพิมพ์ จะเห็นได้ว่าหนังสือพิมพ์เป็นธุรกิจที่ต้องคำนึงถึงการทำกำไรขาดทุนแล้ว ยังต้องปฏิบัติหน้าที่ของตนเองอย่างบริสุทธิ์ใจ จำเป็นต้องมีเสรีภาพ เพื่อปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเป็นกลางและเป็นธรรม หากหนังสือพิมพ์ปราศจากความเป็นกลางแล้ว ก็ยากที่จะทำให้สังคมดีขึ้นได้

5. แนวคิดจริยธรรมทางธุรกิจ

ความหมายของจริยธรรมทางธุรกิจ

พิภพ ชวงเงิน (2546, น. 9) ได้ให้ความหมายไว้ว่า จริยธรรมทางธุรกิจ คือ การทำธุรกิจอย่างเป็นผู้มีจริยธรรม หมายถึงผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตจำหน่าย (ค้า) หรือบริการ ด้วยจรรยาวัตรที่ดีงาม มีคุณธรรม มีมารยาท ซื่อตรง ยุติธรรม

จริยธรรมทางธุรกิจเป็นมาตรฐานของการประกอบธุรกิจ การผลิตสินค้า การให้บริการ การจัดจำหน่าย เพื่อได้รับผลตอบแทนตามสมควรกับการที่ลงทุนไปอย่างเป็นธรรม ต่อทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตหรือผู้บริโภค เจ้าของกิจการ ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร ผู้ร่วมงาน ผู้รับบริการ รัฐบาล สังคม ซึ่งต่างมีความสัมพันธ์เชิงธุรกิจร่วมกัน จริยธรรมทางธุรกิจหมายถึงกลไกทุกส่วนที่ให้ความชอบธรรมเพื่อประสิทธิภาพสูงสุดทางธุรกิจ

พรนพ พุกกะพันธุ์ (2546, น. 130) อธิบายความจริยธรรมทางธุรกิจไว้ว่า จริยธรรมธุรกิจ หมายถึง มาตรฐานการผลิตสินค้า และ/หรือ บริการเพื่อผลตอบแทนตามคุณค่าของการลงทุน โดยเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย กล่าวคือ ทั้งเจ้าของกิจการ ผู้บริหาร ผู้ร่วมงาน ผู้บริโภค ผู้รับบริการ รัฐบาล และสังคม ซึ่งมีความสัมพันธ์ในเชิงเศรษฐกิจร่วมกัน จริยธรรมธุรกิจไม่ได้หมายความว่าเฉพาะความชอบธรรมของตัวธุรกิจเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงกลไกในการจัดการกับองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น คน ทรัพยากร เทคโนโลยี สังคม ฯลฯ ทั้งนี้ เพื่อประสิทธิผลสูงสุดของธุรกิจนั่นเอง

สุภาพร พิศาลบุตร (2548, น. 83-84) อธิบายว่า มาตรฐานการผลิตสินค้า หรือ การให้บริการที่เพื่อผลตอบแทนตามคุณค่าของการลงทุนโดยเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย ทั้งเจ้าของกิจการ ผู้บริหาร ผู้ร่วมงาน ผู้บริโภค ผู้รับบริการ รัฐบาล และสังคม ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงเศรษฐกิจร่วมกัน (Stakeholders) จริยธรรมทางธุรกิจมิได้หมายถึงเฉพาะความชอบธรรมของตัวธุรกิจเท่านั้น แต่หมายรวมถึงกลไกในการจัดการกับองค์ประกอบอื่น ๆ ด้วย เช่น คน เทคโนโลยี สังคม ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อประสิทธิภาพของธุรกิจเอง

ความสำคัญของจริยธรรมทางธุรกิจ

พิภพ ชวังเงิน (2546, น. 11-12) เราจะเห็นว่าองค์การธุรกิจที่มีความเจริญก้าวหน้า มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืนยาวมาจนทุกวันนี้ มีลักษณะร่วมกันที่สำคัญที่สุดคือ การมีจรรยาบรรณในการประกอบอาชีพ จรรยาบรรณทำให้ได้รับความศรัทธาเชื่อถือ ภาพพจน์ที่ดี มีเครดิตดี ความยอมรับนับถือ ความสนิทสนมเป็นกันเอง ความไว้วางใจอันนำมาซึ่งลูกค้า สมาชิก ชื่อเสียง เงินทอง เกียรติยศ ความเจริญก้าวหน้า ความมั่นคงยั่งยืน ส่วนองค์การทางธุรกิจที่ล้มเหลวมักมีความบกพร่องทางจริยธรรม คุณธรรม และจรรยาบรรณ

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีความเป็นวิชาชีพมากขึ้น เพราะมีผู้ประกอบการธุรกิจกันมากขึ้น ๆ มีผู้สนใจมากขึ้น การศึกษาด้านนี้ก้าวหน้าไปไกลมาก และเป็นอาชีพที่มีความซับซ้อน (Complex) ละเอียดอ่อนมาก แต่เมื่อเทียบกับบางอาชีพที่ยอมรับกันแล้วว่าเป็นวิชาชีพ เช่น สถาปนิก วิศวกร แพทย์ ครู ทนายความ พยาบาล พบว่าอาชีพทางธุรกิจยังไม่ได้ได้รับการยอมรับ และไว้วางใจว่ามีความเป็นวิชาชีพจากสังคมไทยอย่างแท้จริง เพราะยังฝังใจว่า ขึ้นชื่อว่าธุรกิจก็คือการใช้เพทุบายหากำไรสูงสุด เพราะถึงแม้ว่านักบริหารส่วนใหญ่จะเป็นมืออาชีพในแง่ที่มีความรู้ทางวิชาการการบริหารสูง แต่ส่วนใหญ่ของส่วนใหญ่มักยังไม่ตระหนักและยอมรับปฏิบัติตามจรรยาบรรณของวิชาชีพ ยังมีการแข่งขันต่อสู้ด้วยวิชาชีพที่ไม่สุจริต การที่จะยกฐานะ

การบริหารธุรกิจให้เป็นวิชาชีพนั้น จะต้องมีการพัฒนา ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง อย่างน้อย 4 ประการต่อไปนี้

1. ต้องยอมรับด้วยใจ ยอมเปลี่ยนอุดมการณ์สู่วิชาชีพ จากการมุ่งแต่หารายได้ มาเป็นการบริการสังคมประกอบการหารายได้อย่างมีจรรยาบรรณ
2. วงการบริหารธุรกิจต้องมีแก่นและหลักการแห่งวิชาชีพ เพื่อนำไปสร้างจรรยาบรรณ
3. ต้องมีหนึ่งหน่วยงานที่สำคัญที่สุด คือ สมาคมวิชาชีพ ที่สามารถควบคุมกันเองให้คนส่วนใหญ่ในวงการธุรกิจปฏิบัติตามจรรยาบรรณ

4. ผู้ปฏิบัติวิชาชีพบริหารธุรกิจต้องเป็นมากกว่าเพียง “ผู้จัดการ”

การเป็นวิชาชีพต้องมีจรรยาบรรณ การมีวิชาความรู้สูงซึ่งได้จากประสบการณ์จากการศึกษาอบรมมาถือว่าเป็นเพียงมืออาชีพ (Professionals) แต่ถ้าขาดจรรยาบรรณถือว่ายังไม่เป็นวิชาชีพ ดังนั้น จริยธรรม คุณธรรม จรรยาบรรณ เป็นตัวแปรสำคัญ ถือว่ามีความสำคัญต่อการยกระดับของธุรกิจให้กลายมาเป็นวิชาชีพได้อย่างแท้จริง

พรนพ พุกกะพันธุ์ (2546, น. 135-136) กล่าวถึงคุณค่าของจริยธรรมทางธุรกิจว่า คุณค่าของจริยธรรมทางธุรกิจนั้นเป็นสิ่งที่ประเมินค่าไม่ได้ ในขณะที่ความพร้อมทางด้านบุคลากร ทรัพยากร เทคโนโลยี และอื่น ๆ เป็นองค์ประกอบแห่งความสำเร็จ จริยธรรมก็คือหนทางแห่งความสำเร็จนั่นเอง หากธุรกิจใดขาดจริยธรรมแล้ว ผู้ประกอบการจะพบว่ากิจการของตนเต็มไปด้วยปัญหา และมีแนวโน้มที่จะประสบหายนะในที่สุด ตัวอย่างเช่น พ่อค้าที่ชอปปโกหกมดเท็จ หลอกหลวง กะล่อน โกง ใครที่ทราบความจริงข้อนี้ย่อมปฏิเสธที่จะคบค้าสมาคมด้วยกับเขา

หากธุรกิจใดก่อปรด้วยจริยธรรมย่อมเป็นที่ยอมรับเชื่อถือ ได้รับโอกาส มีความได้เปรียบในเชิงธุรกิจ และมีแนวโน้มที่จะรุ่งโรจน์ ตัวอย่างเช่น พ่อค้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความซื่อตรงและเป็นธรรม ใคร ๆ ก็อยากที่จะคบค้าสมาคมด้วย เขาย่อมได้รับโอกาสทางการค้ามากมาย ดังนั้น จริยธรรมคือหนทางแห่งความสำเร็จที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจ หากประเมินประโยชน์ของจริยธรรมต่อองค์กรธุรกิจแล้ว สามารถที่จะจำแนกออกได้ดังต่อไปนี้

1. จริยธรรมก่อให้เกิดความเชื่อถือ (Credit) โดยธรรมชาติความเชื่อนั้นเกิดจากความซื่อสัตย์ ดังนั้นคนที่มีจริยธรรมดี ก่อปรด้วยความซื่อสัตย์เสมอ ย่อมได้รับความเชื่อถือ และความเชื่อถือคือที่มาของเครดิตทางการค้า ซึ่งเป็นปัจจัยที่ได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน ทั้งในด้านการลงทุนและแข่งขัน

2. จริยธรรมก่อให้เกิดการทุ่มเท (Devotion) ของคนทำงาน อันจะนำมาซึ่งประสิทธิภาพอันทรงคุณภาพ (Qualitative Efficiency) ต่อการผลิตที่เต็มกำลัง (Full Capacity) หากบริษัททอปรไปด้วยความมีจริยธรรม ปฏิบัติงานต่อพนักงานทุกคนอย่างมีมนุษยธรรม และมีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง ย่อมเป็นที่รัก ที่ผูกพันของพนักงาน พนักงานย่อมทุ่มเทความสามารถต่อการผลิตหรือการบริการอย่างเต็มกำลังความสามารถ อันนำมาซึ่งผลผลิตหรือการบริการที่ดี

3. จริยธรรมก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี (Good Image) ซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีมีผลต่อตำแหน่งทางการค้าของบริษัท (Positioning) และมีผลต่อความภักดีที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าและบริการของบริษัท (Brand royalty) และภาพลักษณ์ทางการค้าที่ดีมีผลโดยตรงต่อการกำหนดราคา (Pricing) และความภักดีต่อสินค้าและบริการมีผลโดยตรงต่อยอดขาย (Sales Volume) ซึ่งราคาขายและยอดขายมีผลโดยตรงต่อกำไร ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า จริยธรรมทางธุรกิจคือที่มาแห่งความร่ำรวย

4. จริยธรรมก่อให้เกิดการลดหย่อนทางกฎหมาย บริษัทที่มีประวัติจริยธรรมที่ดีงาม เมื่อพลัดพลังไปมีคดีความกับบุคคลอื่นก็ดี หรือกับรัฐก็ดี ย่อมได้รับข้อลดหย่อนในบทลงโทษตามกฎหมายที่บัญญัติไว้ตามกฎหมายของแต่ละสังคม

5. จริยธรรมก่อให้เกิดการทำงานอย่างมีความสุข เมื่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ไม่ว่าจะเป็นผู้ถือหุ้น ผู้ร่วมงานในบริษัท คู่ค้า ลูกค้า ผู้บริโภค รัฐบาล และสังคม ต่างก็มีจริยธรรมที่ดีต่อกัน ย่อมเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีและอบอุ่นขึ้น ทุกฝ่ายจะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความสบายใจ และไม่มีปัญหาบาดหมางใจกันเกิดขึ้น หรือหากมีบ้างโดยอุบัติเหตุก็จะแก้ไขได้โดยง่าย การทำงานอย่างมีจริยธรรมต่อตนเอง และต่อกันและกัน จึงเป็นชีวิตการทำงานที่มีความสุข ปราศจากความเครียดใด ๆ นอกจากความเครียดอันเกิดจากภาระความเสี่ยงบ้าง จริยธรรมในการปฏิบัติงานก็จะช่วยผ่อนคลายเป็นลดความเครียดไปได้มากทีเดียว

จินตนา บุญบงการ (2549, น. 46-48) กล่าวถึงความจำเป็นที่ต้องมีคุณธรรมในการดำเนินธุรกิจไว้ 7 ประการ คือ

1. เพื่อความสามารถในการแข่งขัน ถ้าผู้บริหารไม่มีจริยธรรม กิจการนั้น ๆ จะไม่สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ ทั้งในตลาดระดับชาติและนานาชาติ จริยธรรมและความสามารถในการแข่งขันแยกกันไม่ออก

2. การเพิ่มผลผลิต การใช้จริยธรรมในธุรกิจช่วยสร้างความสามารถในการผลิตให้สูงขึ้น หากการจัดการนั้นมีจริยธรรม ผลกระทบต่อพนักงานจะเป็นบวก ทำให้พนักงานมีขวัญและกำลังใจในการทำงาน มีความกระตือรือร้นในการทำงานและมีความจงรักภักดีมากขึ้น

3. ความสัมพันธ์กับผู้ได้-เสียและสาธารณชน การบริหารที่มีจริยธรรมทำให้บริษัทมีความเข้มแข็งขึ้น เนื่องจากช่วยส่งผลกระทบทางบวกต่อผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่อยู่นอกบริษัท เช่น ลูกค้า เป็นต้น ทำให้ลูกค้ามีความศรัทธาเชื่อถือต่อบริษัท นอกจากนี้ยังทำให้สาธารณชนยอมรับในบริษัท ซึ่งนำมาซึ่งความมั่นคงและความสามารถในการดำเนินงาน

4. การออกกฎข้อบังคับของรัฐบาล การทำธุรกิจที่มีจริยธรรมและการบริหารที่มีจริยธรรม ช่วยลดความจำเป็นที่รัฐบาลต้องออกกฎข้อบังคับ ทำให้การทำธุรกิจและการบริหารจัดการมีความคล่องตัวมากขึ้น ดังนั้น หากไม่ต้องการให้มีกฎเกณฑ์จากภาครัฐมากเกินไป การบริหารจัดการธุรกิจจะต้องมีจริยธรรม

5. มีความห่วงใยในด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันความห่วงใยด้านนี้มีมากขึ้น เพราะหากดำเนินธุรกิจโดยปราศจากจริยธรรม จะทำให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น โดยการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมนอกจากจะเป็นการลดปัญหาสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังสอดคล้องกับเจตนารมณ์ของกลุ่มประชาสังคมที่ดำเนินงานในด้านรักษาสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

6. ความปลอดภัยของชุมชน ธุรกิจที่มีจริยธรรมจะสามารถช่วยป้องกันไม่ให้อันตรายเกิดแก่ชุมชน เช่น การที่โรงงานอุตสาหกรรมไม่ทิ้งของเสียหรือเป็นพิษ ย่อมทำให้เกิดความปลอดภัยต่อชุมชน เป็นต้น

7. เป็นเกราะป้องกันภัยให้กับผู้ทำงาน ธุรกิจที่มีจริยธรรมจะปกป้องผู้ที่ทำงานให้กับธุรกิจนั้น ๆ เช่น การที่ไม่ต้องกลัวว่าจะต้องถูกสอบสวนหรือค้นประวัติ ย่อมทำให้เกิดความสบายใจในการทำงาน และที่สำคัญคือ บริษัทที่มีจริยธรรม ย่อมเป็นที่สนใจ และสามารถดึงดูดให้คนสนใจเข้ามาร่วมทำงาน

สุภาพร พิศาลบุตร (2548, น. 86) อธิบายความสำคัญของจริยธรรมทางธุรกิจไว้ 5 ประการ ดังนี้

1. ธุรกิจที่ปฏิบัติตามจริยธรรมทางธุรกิจจะได้รับความเจริญอย่างมั่นคงและยั่งยืน ส่วนธุรกิจที่มุ่งแต่แสวงหากำไรและประโยชน์โดยไม่ปฏิบัติตามจริยธรรมทางธุรกิจอาจเจริญชั่วคราว แต่ในที่สุดก็ต้องประสบปัญหาและหายนะ

2. ธุรกิจที่ปฏิบัติตามจริยธรรมทางธุรกิจจะได้รับความไว้วางใจจากประชาชน เป็นธุรกิจที่ทำประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ ตรงกันข้ามกับธุรกิจที่ไม่ปฏิบัติตามจริยธรรมทางธุรกิจ มุ่งแต่แสวงหาประโยชน์และกำไรอย่างเดียว ไม่มีความซื่อสัตย์สุจริตต่อลูกค้าและประชาชน และขาดความเลื่อมใสศรัทธาจากลูกค้าและประชาชน จะสร้างความเสียหายทางเศรษฐกิจแก่สังคมและประเทศชาติ

3. หากธุรกิจส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจโดยปฏิบัติตามจริยธรรมทางธุรกิจ จะช่วยให้ธุรกิจและเศรษฐกิจมีความเจริญก้าวหน้า การที่ประเทศไทยต้องประสบภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจและการเงินในกลางปี 2540 สาเหตุหนึ่งที่สำคัญเป็นเพราะผู้ประกอบการธุรกิจทางธนาคารและการเงิน เช่น บริษัทหลักทรัพย์ ไม่ได้ธุรกิจที่ปฏิบัติตามจริยธรรมทางธุรกิจ มีความโลภ เห็นแก่ตัว มีการทุจริตคดโกง

4. การปฏิบัติตามจริยธรรมทางธุรกิจจะช่วยทำให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม ไม่เกิดการเอารัดเอาเปรียบอย่างไม่เป็นธรรม ไม่เกิดการรวมตัวกันสร้างอำนาจผูกขาดที่เอารัดเอาเปรียบต่อคู่แข่งและผู้บริโภค

5. โลกในปัจจุบันเป็นยุคโลกาภิวัตน์ ต้องมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง การธุรกิจที่ปฏิบัติตามจริยธรรมทางธุรกิจจะช่วยส่งเสริมสมรรถนะในการแข่งขันทั้งในประเทศและนอกประเทศ

ขอบข่ายจริยธรรมทางธุรกิจ

พรนพ พุกกะพันธุ์ (2546, น. 146-147) จริยธรรมทางธุรกิจไม่ได้หมายความว่าเฉพาะเพียงรายการข้อห้ามที่ไม่ควรทำขององค์การธุรกิจและผู้อยู่ในวงการธุรกิจเท่านั้น แต่ยังหมายความว่ารวมถึงบทบาทที่ดีของสิ่งที่ควรทำ เพื่อความเป็นธรรมและความเจริญรุ่งเรืองของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพราะความไม่ชอบธรรมนั้นอาจเกิดขึ้นจากกรณีต่อไปนี้

1. ทำในสิ่งที่ไม่ควรทำ
2. ไม่ทำในสิ่งที่ควรทำ

ดังนั้น จริยธรรมทางธุรกิจจึงมีขอบข่ายที่ได้บัญญัติทั้งสิ่งที่ควรทำและสิ่งที่ไม่ควรทำ ซึ่งเมื่อได้จำแนกเป็นรายละเอียดที่ควรศึกษาแล้ว สรุปสาระสำคัญของจริยธรรมทางธุรกิจมีขอบข่ายที่ควรรู้อย่างต่อไปนี้

1. ศึกษาและกำหนดมาตรฐานของระบบที่เป็นธรรม
2. ศึกษาและกำหนดมาตรฐานของกิจกรรมที่เป็นธรรม
3. ศึกษาและกำหนดมาตรฐานของสิทธิและหน้าที่ที่เป็นธรรม
4. ศึกษาและกำหนดมาตรฐานของโอกาสและการกระจายทรัพยากรที่เป็นธรรม

สุภาพร พิศาลบุตร (2548, น. 86-87) ให้ขอบเขตจริยธรรมทางธุรกิจไว้ว่า จริยธรรมธุรกิจเป็นพฤติกรรมทางสังคมของบุคคล ซึ่งมีบริบททางสังคมที่นักธุรกิจจะต้องเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์อยู่อย่างมากมายและสลับซับซ้อน จริยธรรมธุรกิจมีอยู่ในธุรกิจทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจทาง

การเกษตร อุตสาหกรรม การสื่อสารคมนาคม การเงินการคลัง เหมืองแร่ ฯลฯ หากจะสรุปขอบเขตของจริยธรรมให้ครอบคลุมในเรื่องใดบ้างก็อาจพิจารณาจากกิจกรรมในการดำเนินธุรกิจ (Functionality) และกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง (Stakeholders) เมื่อดูที่กระบวนการของกิจกรรมทางธุรกิจ เช่น กิจกรรมการผลิตที่ทำให้เกิดสินค้าหรือการบริการ กิจกรรมด้านการตลาดเพื่อจำหน่ายสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค การกำหนดราคาและการจัดจำหน่าย กิจกรรมด้านการเงิน การบัญชี การคิดงบรายรับรายจ่าย งบการลงทุน ผลกำไรขาดทุน หรือกิจกรรมด้านการจัดการ การสรรหาบรรจุ พัฒนาบุคคล การวิจัย การสารสนเทศ เป็นต้น

เมื่อมองธุรกิจในลักษณะของกลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง จริยธรรมทางธุรกิจก็จะมีอยู่ในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ทั้งที่เป็นสังคมภายในและสังคมภายนอกของธุรกิจ ในส่วนของสังคมภายในที่นักธุรกิจจะต้องเกี่ยวข้องมีความสัมพันธ์ด้วยอย่างดีโดยมีจริยธรรมและความรับผิดชอบ ประกอบด้วย ผู้ถือหุ้น เจ้าของ ผู้บริหาร พนักงาน ลูกจ้าง และเพื่อนร่วมงาน ในส่วนของสังคมภายนอกได้แก่ ลูกค้า ลูกจ้าง เจ้าหนี้ คู่แข่ง ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ รัฐบาล สาธารณชน สมาคม องค์กร ธุรกิจต่าง ๆ ทั้งภายในประเทศและองค์กรระหว่างประเทศ

6. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นาตยา ศรีดี (2544, น. 1) ศึกษาเรื่อง การพิทักษ์สิทธิทางเพศสตรี กับปัญหาการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ โดยผลการศึกษา พบว่า หนังสือพิมพ์ประเภทปริมาณมีการเสนอข่าวและภาพข่าวการละเมิดสิทธิทางเพศสตรีมากที่สุด และพบว่ามี การนำเสนอข่าวอย่างไม่เหมาะสม ขาดการคำนึงถึงประเด็นสิทธิสตรี สิทธิมนุษยชน ความเสมอภาคทางเพศ การเคารพในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และความรับผิดชอบต่อผลกระทบทางสังคม จำนวน 66 ข่าว จาก 152 ข่าว และเสนอภาพไม่เหมาะสม จำนวน 7 ภาพ จาก 24 ภาพ และจากการสัมภาษณ์ผู้ควบคุมการปฏิบัติงานหนังสือพิมพ์และผู้ที่เกี่ยวข้องตอบทบทวนการพิทักษ์สิทธิสตรีของหนังสือพิมพ์มีความเห็นว่า การเสนอข่าวละเมิดสิทธิทางเพศสตรีไม่มีการพิทักษ์สิทธิผู้เสียหาย โดยการนำเสนอข่าวมักเน้นในการนำผู้เสียหายมาเป็นจุดขาย, บรรณาธิการและหัวหน้าข่าวยังขาดความรู้ความเข้าใจในประเด็นปัญหา ดังนั้น ควรมีการปรับแก้ข้อกำหนด กฎหมายที่ควบคุมการเสนอข่าวของสื่อมวลชน การปรับบทบาทขององค์กรหนังสือพิมพ์ องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา องค์กรตรวจสอบสื่อมวลชน และการปรับบทบาทประชาชนจะช่วยแก้ปัญหาได้ และจากการ

สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องยังพบว่า ทิศทางการเสนอข่าวละเมิดสิทธิทางเพศสตรีในอนาคตจะมีทิศทางที่ดีขึ้น หากให้ความสำคัญต่อบทบาทของประชาชนและสังคมมากขึ้น ส่วนบรรณาธิการข่าวและผู้มีอำนาจในการควบคุมการเสนอข่าวจะให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนประเด็นสิทธิสตรี สิทธิมนุษยชน ความเสมอภาคทางเพศ และการเคารพในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ตามกระแสโลก

สุภา เลี้ยวกายะสุวรรณ (2547, น. 101-105) ศึกษาเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าววิทยุกรรมประจำสัมพันธ์ พบว่า ในด้านขอบเขตความรู้ต่อแนวความคิด ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าว ในส่วนของการรณรงค์เรื่องสิทธิมนุษยชน ผู้สื่อข่าวมีความรู้สูงสุด โดยในการเขียนข่าวแต่ละครั้งต้องคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน และมีความรู้ต่ำสุดในเรื่องของการนำเสนอข่าวด้านวัฒนธรรม ส่วนในเรื่องความคิดเห็นต่อประโยชน์ของแนวความคิด ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าว พบว่า ผู้สื่อข่าวเห็นด้วยกับองค์การที่มีการดำเนินการโดยมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยในเรื่องของการช่วยให้มนุษยรู้จักตนเอง มีความสำนึกในหน้าที่ ความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้สื่อข่าวส่วนใหญ่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยว่าจะทำให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมอันดับสูงสุด ซึ่งความเห็นระดับมากที่สุด ผู้สื่อข่าวจะให้การยอมรับความผิดพลาดในการทำงาน เป็นผู้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ส่วนความเห็นในกรณีที่ต้องมีการสื่อสารมวลชนต้องมีส่วนช่วยแก้ไขปัญหาที่รัฐบาลแก้ไขไม่ได้ เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่จะทำให้เกิดประโยชน์นั้น ผู้สื่อข่าวมีความเห็นระดับต่ำสุด และในเรื่องการดำเนินการที่สอดคล้องกับแนวความคิด ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าว จากการศึกษาพบว่า ผู้สื่อข่าวให้ความสำคัญกับการดำเนินการที่ไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลอยู่ในระดับสูงสุด ซึ่งผู้สื่อข่าวจะปฏิบัติในระดับมากที่สุด ส่วนการดำเนินการที่สอดคล้องกับแนวความคิดความรับผิดชอบต่อสังคมในกรณีการทำข่าวด้วยความรอบคอบอยู่ในอันดับที่ต่ำสุด

บัณฑิตา ทรัพย์กมล (2544, น. 76-79) ศึกษาเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรภาคธุรกิจ : ศึกษาเฉพาะกรณีโรงงานอุตสาหกรรมเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริหารหันมาให้ความสนใจต่อสังคมมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านสิ่งแวดล้อม หรือการให้ความช่วยเหลือชุมชน โดยในด้านลักษณะกิจกรรมขององค์กร พบว่าส่วนใหญ่มีการดำเนินการในด้านการผลิตสินค้าที่ดี และมีคุณภาพมากที่สุด รองลงมาคือ การรักษาสุขภาพแวดล้อม การบริจาคเงิน หรือสิ่งของในงานสาธารณกุศลต่าง ๆ ส่วนปัจจัยจูงใจในการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมพบว่าส่วนใหญ่ผู้บริหารใช้คุณธรรมจริยธรรมในการบริหารงานในระดับมาก รองลงมาคือความตระหนักถึงจรรยาบรรณขององค์กรและการสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อองค์กร ส่วนด้านทัศนคติต่อ

แนวโน้มของการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า ส่วนมีแนวโน้มที่ผู้บริหารจะจัดกิจกรรมในด้านการผลิตสินค้าที่ดีและมีคุณภาพมากที่สุด รองลงมาคือ การรักษาสภาพแวดล้อม และการบริจาคเงินหรือสิ่งของในงานสาธารณกุศลต่าง ๆ

รัญมณีสรรณัญญ์ พาณิกภัค (2549, น. 1) ศึกษาเรื่อง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเชิงธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยจำเป็นต้องหาแนวทางแก้ไขที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ภายใต้แนวความคิดวิสาหกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งเป็นการกระทำของส่วนลึกของจิตใจที่ไม่เป็นไปตามกระแสนิยมจากภายในสู่ภายนอก เป็นเรื่องคุณธรรมและที่จะช่วยเหลือผู้ที่เกี่ยวข้อง พันธมิตรและเครือข่าย ทุกระดับ ภายใต้การทำงานด้วยความสมัครใจ ด้วยกลไกกำกับดูแลที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้เกิด ความสมดุลในกระบวนการดำเนินงานที่ต่อเนื่องและพัฒนา มีกระบวนการเรียนรู้ ภายใต้กระบวนการปันส่วน และการมีส่วนร่วม ด้วยแนวคิดดังกล่าวส่งผลให้รูปแบบวิสาหกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคมที่เหมาะสมที่ก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตลอดจนปรับปรุงเพื่อพัฒนา ภายใต้ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารระดับสูง เป็นผู้ริเริ่มและผลักดันที่สำคัญที่จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ต้องมีความเข้าใจวิสาหกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแท้จริงจากประสบการณ์ ภายใต้การพัฒนาอย่างยั่งยืน ผู้นำจะต้องมีลักษณะกล้าตัดสินใจสู่การเปลี่ยนแปลงที่ดี ตลอดจนสามารถสร้างผู้นำในองค์กรทุกระดับให้มีพฤติกรรมเป็นต้นแบบในการสร้างวัฒนธรรมองค์กร ที่ก่อให้เกิดการพัฒนา ยกย่องจิตใจของพนักงาน พันธมิตรเครือข่าย และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

พัชรี นิวัฒน์เจริญชัยกุล (2546, น. 104) ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน บริษัท เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ พบว่า รูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคมที่พนักงานบริษัทฯ เข้าร่วม ส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมหรือโครงการในระยะสั้น โดยเน้นที่การบริจาคเงินหรือสิ่งของ ทั้งนี้ เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ทำงานง่าย ไม่ต้องอาศัยระยะเวลามาก อาศัยเพียงแต่กำลังเงินหรือสิ่งของเท่านั้นในการเข้ามามีส่วนร่วม และมักจะเป็นกิจกรรมที่มุ่งเสริมหรือสนับสนุนสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน และมุ่งพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคมให้ดีขึ้น เพื่อลดปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม จึงทำให้รูปแบบของกิจกรรมด้านชุมชนมีพนักงานบริษัทฯ สนใจเข้าร่วมมากที่สุด สำหรับปัจจัยที่ส่งเสริมและเป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม พบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมให้พนักงานบริษัทฯ เข้ามามีส่วนในกิจกรรมเพื่อสังคม คือ เป็นเรื่องของความต้องการซึ่งเป็นสิ่งเร้าภายในที่จูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ซึ่งในที่นี้พนักงานเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมเพราะต้องการให้สังคม

ดีขึ้น ต้องการช่วยเหลือสังคม และต้องการช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ ประกอบกับลักษณะนิสัยคนไทยเองที่เป็นคนที่มีน้ำใจ สำหรับปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม จะพบว่า พนักงานบริษัท ไม่เห็นประโยชน์ของการทำกิจกรรม ไม่เห็นความสำคัญของการทำกิจกรรม และไม่สนใจในกิจกรรม เนื่องจากองค์กรธุรกิจเป็นองค์กรที่แสวงหากำไร วัตถุประสงค์ของการดำเนินงานจึงมุ่งเน้นไปที่การทำกำไรให้ได้สูงสุดแก่องค์กร ทำให้พนักงานต่างมุ่งไปที่การทำงานหลัก โดยไม่สนใจในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมหรือทำกิจกรรมเพื่อสังคม ส่วนแนวทางการส่งเสริม การเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม พบว่า พนักงานบริษัท มีทัศนคติต่อแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในด้านนโยบายขององค์กร ด้านกลวิธี และด้านการเปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการประชาสัมพันธ์และด้านรางวัลจูงใจ พบว่า พนักงานบริษัท มีทัศนคติต่อแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในระดับมาก

อาร์ดา เทิดคุณธรรม (2547, น. 1) ศึกษาเรื่อง ความตระหนักของผู้สื่อข่าวต่อจริยธรรมวิชาชีพหนังสือพิมพ์ไทย พบว่า ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ไทยส่วนใหญ่มีความตระหนักโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีความตระหนักสูงจากคำถามที่วัดความตระหนักอย่างตรงไปตรงมา จะพบว่าปัจจัยแทรก ได้แก่ ข้อจำกัดเวลา การแข่งขันผลประโยชน์ขององค์กร และผลประโยชน์ส่วนตัว มีอิทธิพลต่อความตระหนักของผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ไทยอย่างเห็นได้ชัด โดยเมื่อเพิ่มปัจจัยแทรกในข้อคำถามจะส่งผลให้ความตระหนักของกลุ่มตัวอย่างลดลงมาอยู่ในระดับปานกลาง โดยค่าคะแนนระดับความตระหนักเฉลี่ยลดลงอย่างชัดเจนเมื่อวัดหลักจริยธรรมวิชาชีพหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับ “ความถูกต้องตามความเป็นจริง” และ “ความเชื่อถือได้” นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความตระหนักต่ำสุดในคำถามสถานการณ์สมมติเกี่ยวกับ “การนำเสนอภาพสื่อในทางกามารมณ์หรืออนาจาร”

จากการทบทวนวรรณกรรมและศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่า ในการประกอบธุรกิจนั้น ต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมควบคู่ไปกับการดำเนินงานด้วย โดยความรับผิดชอบต่อสังคมคือ บทบาท หน้าที่ และข้อผูกพันที่องค์กรมีต่อสังคม โดยผลของการกระทำจะสามารถสร้างประโยชน์ต่อผู้คนและสังคมในภาพรวม และเป็นส่วนในการพัฒนาสังคมต่อไปในอนาคต โดยความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นประกอบด้วยหลักการของคุณธรรม จริยธรรม และการมีจิตสำนึก เป็นการประกอบธุรกิจที่ไม่มุ่งเน้นแสวงหาผลกำไรแต่เพียงอย่างเดียว หากแต่ดำเนินงานโดยไม่ละเลยและให้ความสำคัญกับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสังคม ไม่ว่าจะเป็นกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม ผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม ผลกระทบต่อชุมชน ตลอดจนผลกระทบในเรื่องสิทธิ

ส่วนบุคคลและสิทธิมนุษยชน ควบคู่ไปกับการบริหารงานให้ประสบผลสำเร็จ โดยการดำเนินงานนั้น หากดำเนินงานโดยไม่สนใจผลกระทบที่จะเกิดต่อสังคม หรือไม่นำหลักของความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้ในการบริหารงาน ในระยะยาวจะไม่สามารถประสบความสำเร็จได้ ดังนั้น ในการประกอบธุรกิจโดยยึดหลักความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากจะเป็นการดำเนินงานที่ไม่ละเลยต่อผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อสังคมและมุ่งเน้นพัฒนาสังคม ยังเป็นการสร้างเสริมให้การบริหารงานธุรกิจให้เป็นการทำงานที่มีคุณภาพ มีความมั่นคง ตลอดจนเป็นการดำเนินงานที่ประสบผลสำเร็จในระยะยาวอย่างยั่งยืนอีกด้วย

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า หากองค์กร ผู้บริหารองค์กร รวมทั้งบุคลากร มีความเข้าใจ และตระหนักถึงผลกระทบจากการดำเนินงานที่มีต่อสังคม และให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคม สังคมจะพัฒนา ปัญหาสังคมจะลดน้อยลงและหมดไปในที่สุด ผู้คนในสังคมมีคุณภาพชีวิตที่ดี และทำให้สังคมพัฒนากลายเป็นสังคมที่ดี ควบคู่ไปกับการดำเนินงานของธุรกิจและองค์กรที่ประสบผลสำเร็จ โดยนำไปสู่ประเด็นการศึกษาดังนี้

7. ประเด็นในการศึกษา

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาการเสนอข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวัน วิเคราะห์โดยยึดหลักความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งเป็นการศึกษาการนำเสนอข่าวและภาพข่าว ทั้งลักษณะข่าวเชิงบวกที่มีความสอดคล้องกับหลักความรับผิดชอบต่อสังคม และลักษณะข่าวเชิงลบที่ไม่สอดคล้องและละเลยถึงประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีประเด็นในการศึกษา ดังนี้

1. ศึกษาข่าวและภาพข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์ ที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมโดยศึกษาตามลักษณะเนื้อหาของข่าว และภาพข่าว

- ข่าวการเมือง
- ข่าวอาชญากรรม
- ข่าวเศรษฐกิจ
- ข่าวทั่วไป

2. ศึกษาและวิเคราะห์ความสอดคล้องในการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์กับหลักความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งทางลบและบวก

ลักษณะข่าวเชิงบวก

คือ การนำเสนอข่าวที่สอดคล้องกับหลักความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้นำเสนอข่าวโดยยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม และคำนึงถึงผลกระทบต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นกับสังคม ไม่บิดเบือนข้อมูลในการนำเสนอ มีความเป็นกลาง โดยเป็นการเสนอข่าวที่สร้างสรรค์ มีประโยชน์ สร้างค่านิยมและทัศนคติที่ดีให้เกิดขึ้นในสังคม การข่าวที่สร้างสรรค์ต่อสังคม, ข่าวที่เป็นแบบอย่างที่ดีในสังคม, นำเสนอข่าวที่เป็นความจริง, ข่าวที่นำเสนอด้วยความเป็นกลาง และข่าวที่ไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชน

ลักษณะข่าวเชิงลบ

การเสนอข่าวเชิงลบ คือ การนำเสนอข่าวที่ไม่สอดคล้องกับหลักความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการนำเสนอข่าวโดยไม่ได้คำนึงถึงหลักคุณธรรม จริยธรรม ละเลยถึงผลกระทบต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นกับสังคม อาจมีการบิดเบือนข้อมูลในการนำเสนอข่าว ขาดความเป็นกลาง เป็นการเสนอข่าวที่ไม่สร้างสรรค์ หรือไม่ให้เกิดประโยชน์และไม่เคารพต่อศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้ที่ถูกนำเสนอ ข่าวการนำเสนอภาพข่าวที่ไม่เหมาะสม, นำเสนอข่าวที่บิดเบือนเป็นความจริง, นำเสนอข่าวที่ไม่เคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และข่าวที่ไม่เคารพสิทธิส่วนบุคคล