

บทที่ 2

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน” ศึกษาได้ศึกษาและทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ

1. แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม
2. แนวคิดจริยธรรมและจรรยาบรรณในทางธุรกิจ
3. บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบต่อสังคมของหนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน
4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. กรอบแนวคิดในการศึกษา

1. แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม

ความหมายของ “ความรับผิดชอบต่อสังคม”

นักวิชาการ และนักการศึกษาแขนงต่างๆ ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ดังนี้

สมยศ นาวิการ (2530, น. 35) ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ว่า เป็นการพิจารณาถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจของธุรกิจต่อกลุ่มต่างๆ ทั้งหมดภายในสังคมนั้น ภายหลังจากพิจารณาถึงผลกระทบดังกล่าวนี้แล้ว ผู้บริหารควรจะมีการตัดสินใจในลักษณะที่เป็นประโยชน์ต่อบุคคลส่วนมาก คือ ให้ความยุติธรรมกับกลุ่มต่างๆ ภายในสังคมมาก

สมควร กวียะ (2539, น. 99) ให้ความหมาย ความรับผิดชอบต่อสังคม ไว้คือ สภาพหรือลักษณะนิสัยของการยอมรับ หรือยอมตามในผลที่ดีหรือไม่ดีในเหตุการณ์ หรือกิจการที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลได้กระทำ กำลังกระทำ หรือ จะกระทำต่อสังคม

วอเรน อาร์ พลังเกตต์ (Plunkett, 1994 อ้างถึงใน บรรยงค์ ไตจินดา, 2545, น. 62) ให้ความหมาย ความรับผิดชอบต่อสังคม ว่า เจตนาที่ไม่เพียงจะสร้างผลประโยชน์ทางธุรกิจของบุคคลและองค์การของตนฝ่ายเดียว แต่ยังป้องกันและสร้างสรรค์ผลประโยชน์นั้นๆ ให้เกิดแก่

บุคคลอื่น และให้แก่สังคม รวมถึงความพยายามหลีกเลี่ยงไม่กระทำการใดๆ ให้บุคคลอื่นและสังคมต้องเสียหายอีกด้วย

ริคกี ดับเบิลยู กริฟฟิน (Griffin, 1996, p. 11) ให้ความหมายของความรับผิดชอบว่าเป็นหน้าที่และข้อผูกพันขององค์กรในการมีหน้าที่ปกป้อง และให้ผลประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมรอบข้าง

Keith Davis (ธงชัย สันติวงษ์, 2540, น. 46) ให้ความหมาย ความรับผิดชอบต่อสังคมว่า ธุรกิจเป็นหน่วยงานที่มีอำนาจและสามารถก่ออิทธิพล หรือกระทบให้กับสังคมได้ตลอดเวลา โดยเฉพาะผลเสียทางสภาพแวดล้อมจากการพัฒนา ดังนั้น ธุรกิจจึงควรใช้ทรัพยากร หรือ อำนาจที่มีอยู่ช่วยยกระดับความเป็นอยู่ของสังคมให้ดีขึ้นด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ ธุรกิจจึงควรต้องสนใจติดตาม เป็นธุระและเป็นหน้าที่ที่จะต้องเข้าไปช่วยเหลือสังคมเสมอ

อาร์ เวน มอนดี้ (Mondy, 1998, p. 22) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง ข้อผูกมัดของผู้บริหารในการหาวิธีที่จะรักษาหรือปกป้องผลประโยชน์ของส่วนรวมมากกว่าผลประโยชน์ขององค์กรเพียงอย่างเดียว

บัณฑิตา ทรัพย์กมล (2544, น. 15) ได้ให้ความหมาย ความรับผิดชอบต่อสังคม ไว้ว่าเป็นเรื่องของหลักจริยธรรม คุณธรรม บทบาท และหน้าที่ รวมถึงนโยบาย กิจกรรม ที่องค์กรภาคธุรกิจได้จัดขึ้น เพื่อให้ความช่วยเหลือ ปรับปรุงและส่งเสริมให้สังคมและประชาชนมีคุณภาพที่ดีขึ้น

พัชรี นิวัฒน์เจริญกุล (2546, น. 21) ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมว่า เป็นเรื่องของบทบาท ภาระหน้าที่ ตลอดจนคุณธรรมและจริยธรรมของบุคคล กลุ่มบุคคล สมาชิกของสังคม หรือของประเทศ รวมถึงนโยบาย กิจกรรม ที่องค์กรภาคธุรกิจได้จัดขึ้นเพื่อให้ความช่วยเหลือปรับปรุง และส่งเสริมให้สภาพสังคมโดยรวมดีขึ้น ขณะเดียวกันประชาชนเองก็มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

ดังนั้น ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถกล่าวโดยสรุป คือ ความรับผิดชอบที่ในฐานะเป็นสถาบันทางสังคมสถาบันหนึ่งที่ต้องยอมรับในสิ่งที่ได้กระทำหรือส่งผลกระทบต่อกลุ่มต่าง ๆ ทั้งในแง่ดี และไม่ดี โดยใช้หลักจริยธรรม และคุณธรรม ซึ่งได้แก่ จรรยาบรรณ จิตสำนึกทางสังคม บทบาทและหน้าที่ เพื่อให้เกิดการแก้ไขอันจะทำให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมหมู่่มาก รวมทั้งองค์กร หรือสถาบันนั้นๆ ด้วย

องค์ประกอบความรับผิดชอบต่อสังคม

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2539, น. 57-61) ได้กล่าวถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ ประกอบด้วย องค์ประกอบ 4 ด้านดังนี้.-

1. ความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ (Economic Responsibility) เป็นการพิจารณาว่าองค์การจะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม นอกเหนือจากการแสวงหากำไร
2. ความรับผิดชอบต่อด้านกฎหมาย (Legal Responsibility) เป็นกิจกรรมที่จะต้องปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อกำหนดทั้งหมด
3. ความรับผิดชอบต่อด้านจรรยาบรรณ (Ethical Responsibility) เป็นภาระความรับผิดชอบต่อองค์การเกี่ยวกับหลักศีลธรรมและค่านิยม ซึ่งควบคุมการทำงานและการตัดสินใจขององค์การ
4. ความรับผิดชอบต่อการใช้ดุลยพินิจ ความรับผิดชอบต่อด้านนี้ขึ้นอยู่กับวิจารณ์ญาณและทางเลือกส่วนตัว โดยคิดว่าบริษัทควรมีซึ่งไม่ได้เกี่ยวข้องกับกฎหมาย

ขนาดของความรับผิดชอบต่อสังคม

การพิจารณาเกี่ยวกับระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของหน่วยงานธุรกิจ ควรมีมากน้อยเพียงใด และจะใช้วิธีพิจารณา “ระดับของการตระหนักถึงปัญหาทางสังคม” หรือ ระดับความมากน้อยในการตระหนักถึงพันธะข้อผูกพันขององค์การที่พึงมีต่อสังคม ด้วยการติดตามดูว่า ธุรกิจได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ เพื่อปลดปล่อยข้อปัญหาทางสังคมที่ธุรกิจมีภาระผูกพันอยู่ และควรต้องเข้าช่วยเหลือแก้ไขได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพียงใด โดยสามารถจำแนกได้ 3 แบบ คือ (ธงชัย สันติวงษ์, 2540, น. 46-48)

1. การรับผิดชอบต่อสังคมตามข้อผูกพัน (Social Obligation Approach) หรือการรับผิดชอบต่อเฉพาะเท่าที่เป็นขั้นต่ำสุดตามบังคับของกฎหมายเท่านั้น กิจกรรมที่มีแนวคิดแบบนี้จะเสียสละทรัพยากรขององค์การเฉพาะเพียงเท่าที่กฎหมายบังคับให้ต้องทำเท่านั้น แต่ไม่ได้มีการเสียสละโดยสมัครใจเพื่อเข้าช่วยแก้ไขปัญหาสังคมนั้น
2. การรับผิดชอบต่อสังคมตามหน้าที่ (Social Responsibility Approach) คือ การยอมรับว่า ธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อทั้งสองทางคู่กัน คือ การทำกำไรทางเศรษฐกิจและการรับผิดชอบต่อสังคม ในแง่ของความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจนั้นคือการมุ่งทำกำไรและเพิ่มส่วน

ทุนของผู้ถือหุ้นให้สูงขึ้น ส่วนอีกทางหนึ่งคือความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งหมายถึง การมุ่งสนใจต่อปัญหาสังคมที่กำลังเกิดขึ้นในขณะนั้น แต่ขอบเขตการเข้าไปมีส่วนช่วยแก้ปัญหาทางสังคมนี้จะถูกจำกัด โดยจะมีเฉพาะภายในกรอบที่จะไม่ทำให้องค์การต้องสูญเสียประโยชน์ทางเศรษฐกิจจนเกิดความเสียหายขึ้น

ตามรูปแบบนี้ องค์กรจะยอมรับในบทบาทของกลุ่มต่างๆ ที่ทำกิจกรรมในทางสังคม และ/ หรือ อาจเข้าไปสนับสนุนโดยตรง พร้อมกับการส่งเสริมให้ทั้งผู้บริหาร และพนักงานของตนออกไปร่วมมือกับบทบาทช่วยเหลือสังคมในทำนองเดียวกันด้วย การแก้ปัญหาสังคมตามรูปแบบนี้กระทำโดยการเข้าไปปฏิบัติชอบ เพื่อให้เกิดการปรับแก้ปัญหาไปในตัวพร้อมกันตลอดเวลา

3. การระมัดระวังต่อปัญหาในทางสังคม โดยเน้นว่าธุรกิจมิใช่ จะมีความรับผิดชอบต่อในทางเศรษฐกิจและทางสังคมคู่กันเท่านั้น แต่จะต้องมองการณ์ไกลออกไป โดยคาดหมายถึงปัญหาในทางสังคมที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตด้วย วิธีการลักษณะแบบนี้จะเป็นการกระทำแบบ “กันไว้ดีกว่าแก้” โดยคาดหมายปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต แล้วรีบเข้าไปลงมือแก้ไขในทันทีทันใด

ขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคม (Areas of Social Responsibility)

ขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคม (Areas of Social Responsibility) สามารถแบ่งออกได้เป็น 7 ประการ ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2539, น. 62-63)

1. ด้านชุมชน (The Community) องค์กรที่รับผิดชอบต่อสังคมต้องสร้างจุดเด่นขึ้นในชุมชน โดยเป็นผู้นำในการช่วยเหลือและแก้ปัญหาให้กับสังคม

2. ด้านสุขภาพและสวัสดิการ (Health and Welfare) องค์กรเชื่อว่า การลงทุนในสุขภาพและจัดสวัสดิการให้กับชุมชน เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีคุณค่าและจำเป็นสำคัญกับพนักงานบริษัท และชุมชนขนาดใหญ่ ตัวอย่างโครงการด้านสุขภาพและสังคมจะสร้างค่านิยมในชุมชน ซึ่งจะทำให้บริษัทมีอิทธิพลต่อผู้ลงทุนและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับบริษัทด้วย

3. ด้านการศึกษา (Education) องค์กรจำนวนมากที่มีความสนใจในความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการศึกษา ผู้บริหารจะรู้สึกว่าต้องปรับปรุงการศึกษาทั้งระดับประถม มัธยม วิทยาลัย มหาวิทยาลัย ทั้งในด้านการบริจาคเงิน ด้านการศึกษา การประชาสัมพันธ์ด้านอื่นๆ

4. สิทธิมนุษยชน (Human Rights) บางองค์การมุ่งหวังความรับผิดชอบด้านสังคมในการรณรงค์สิทธิมนุษยชน

5. สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ (The Natural Environment) องค์การจำนวนมากได้ตัดสินใจเลือกการแก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ การสร้างจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ

6. สิทธิของผู้บริโภค (Consumer Rights) บางองค์การได้เน้นในเรื่องของสิทธิผู้บริโภคโดยคำนึงถึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัย และการโฆษณาที่เป็นความจริง (Truthful Advertising)

7. วัฒนธรรม (Culture) ธุรกิจซึ่งให้การสนับสนุนด้านศิลปวัฒนธรรม เชื่อว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสามารถส่งเสริมการรู้จักบริษัทและสร้างความรู้สึกทัศนคติที่ดีให้เกิดขึ้นกับบริษัทได้ ทัศนคติให้การสนับสนุนเหตุการณ์ด้านวัฒนธรรมถือว่าการลงทุนที่มีคุณภาพ เป็นการลงทุนด้านคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นสำหรับชุมชน ลูกค้า ชุมชนในท้องถิ่น บุคลากร และผู้ที่มีส่วนในผลประโยชน์ขององค์การ ถือว่าสามารถสร้างวัฒนธรรมที่ดีให้กับกลุ่มเหล่านี้ได้

กลุ่มต่างๆ ที่องค์การจะต้องรับผิดชอบต่อ

ในการกำหนดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การธุรกิจ ผู้บริหารองค์การจะต้องทราบว่าบุคคลกลุ่มใดบ้างที่ควรอยู่ในข่ายที่องค์การธุรกิจต้องรับผิดชอบต่อ การกำหนดกลุ่มบุคคลเป็นเรื่องสำคัญต่อการตัดสินใจขององค์การธุรกิจในปัญหาความรับผิดชอบต่อสังคม ถึงแม้ว่ากลุ่มบุคคลที่อยู่ในข่ายควรได้รับความรับผิดชอบจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละองค์การธุรกิจ แต่อย่างไรก็ตาม องค์การจะต้องมุ่งความสนใจสภาพแวดล้อมการดำเนินงานอย่างใกล้ชิด เพราะสภาพแวดล้อมการดำเนินงานจะประกอบด้วยกลุ่มต่างๆ ที่มีผลประโยชน์จากการดำเนินงานของบริษัทกลุ่มเหล่านี้จะถูกระบุเรียกว่า ผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) เพราะว่าพวกเขาจะกระทบหรือถูกกระทบจากการบรรลุเป้าหมายของบริษัท บริษัทอาจจะรับผิดชอบต่อกลุ่มเหล่านี้เพียงบางกลุ่มเท่านั้น หรือบริษัทควรจะรับผิดชอบต่อกลุ่มเหล่านี้ทุกกลุ่ม (สมยศ นาวิกาน, 2535, น. 72-73)

ภาพที่ 2.1
สภาพแวดล้อมภายนอกในการปฏิบัติงาน



ที่มา: สุภา เลียวกายะสุวรรณ, 2547, น. 20

จากรูปภาพดังกล่าวข้างต้น หากแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน ซึ่งถือเป็นองค์กรธุรกิจภาคเอกชน สภาพแวดล้อมการดำเนินงานที่อยู่ในกลุ่มซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้เสีย หนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน จะต้องรับผิดชอบต่อกลุ่มเหล่านี้ ประกอบด้วย รัฐบาล ชุมชน นักการเมือง พนักงาน ประชาชน กลุ่มผลประโยชน์ แรงงาน กลุ่มอาชีพต่างๆ เป็นต้น

บทบาทและความรับผิดชอบของธุรกิจที่มีต่อผู้บริโภคและสังคม

องค์กรทุกธุรกิจจะสามารถดำรงอยู่ได้ด้วยการจำหน่ายสินค้าและบริการออกสู่ตลาด ผู้บริโภค เช่นเดียวกับ หนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน จะเป็นองค์กรที่เข้มแข็งหรือได้รับความเชื่อถือและยอมรับจากประชาชนผู้รับข้อมูลข่าวสารจำเป็นต้องผลิตข่าวในการนำเสนอตามข้อเท็จจริง ถูกต้อง มีคุณภาพและเป็นประโยชน์ต่อสังคม ดังนั้นผู้บริโภคจึงเป็นกลุ่มสัมพันธ์กลุ่มแรกที่มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดและผลกำไรของธุรกิจ และธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้ต้องรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ซึ่งพรนพ พุกกะพันธ์ (2546, น. 154) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคต่อผู้บริโภคจะเกิดขึ้นได้ องค์กรธุรกิจต้องมีหน้าที่รับผิดชอบต่อผู้บริโภคดังนี้-

1. ผลิตสินค้าและบริการ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง ในขณะที่ผู้บริโภคซื้อเครื่องสำอาง เครื่องสำอางไม่ใช่สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการอย่างแท้จริง สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ คือ ความงาม หรือในกรณีที่ผู้ซื้อหูน หุ่นไม่ใช่สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการที่แท้จริงสิ่งที่ผู้ซื้อต้องการนั้นคือ ผลกำไรอันเกิดจากหุ่นนั้น
2. จำหน่ายสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ
3. จำหน่ายสินค้า และบริการที่มีมาตรฐานความปลอดภัยเพียงพอ และพร้อมที่จะรับผิดชอบต่อความเสียหายอันเกิดจากความบกพร่องของสินค้าหรือบริการนั้น
4. ให้ข้อมูลทั้งในจุดเด่นและข้อจำกัดของสินค้าและบริการนั้นอย่างครบถ้วนชัดเจน และตรงไปตรงมา มิฉะนั้นแล้วลูกค้าได้รับความเสียหายจากการใช้สินค้า โดยไม่รู้ถึงอันตรายอันพึงระวังแล้วอาจทำให้ธุรกิจนั้นล้มเหลว
5. จำหน่ายสินค้าและบริการในราคาที่เหมาะสม สมเหตุสมผลกับคุณภาพและโอกาส หากลูกค้าทราบว่าราคาไม่สมเหตุสมผลกับคุณภาพและโอกาส มักไม่กลับมาซื้ออีกเป็นครั้งที่สอง
6. ใช้ตัวแทนจำหน่ายที่มีจริยธรรม ไม่หลอกล่อ อ้าพวง ฉ้อโกงผู้บริโภค เพราะหากตัวแทนจำหน่ายสินค้า บริการในนามของบริษัททำเสียหาย ภาพแห่งความเสียหายนั้น คือ ภาพความเสียหายขององค์กรทั้งองค์กร
7. ให้ผู้บริโภคมีอิสระในการตัดสินใจซื้อ ไม่รุกเร้า หรือรวบรัดให้ตนได้ประโยชน์เพียงผู้เดียว แต่ควรดำเนินการเพื่อให้ผู้บริโภคได้ประโยชน์ เพราะเมื่อพยายามทำให้ผู้บริโภคได้ประโยชน์สูงสุดแล้ว แม้เขาจะไปซื้อสินค้าของผู้จำหน่ายรายอื่น แต่ด้วยความซาบซึ้งในความหวังดีโดยจริงใจ เขาย่อมเป็นลูกค้าของผู้ที่แนะนำ หรือทำประโยชน์สูงสุดให้ตลอดไป

8. รับผิดชอบต่อสินค้าที่บกพร่องโดยทันที เพราะการกระทำเช่นนี้ คือ การรักษามาตรฐานคุณภาพ และประสิทธิภาพในการบริการอันจะนำมาซึ่งความเชื่อถือในตราการค้าและองค์กรต่อไป

9. ในขณะที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการ ไม่ละลابل้างหรือยุ่งเกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวของผู้บริโภค

ดังนั้น สรุปได้ว่า สื่อมวลชนเปรียบเป็นองค์กรธุรกิจประเภทหนึ่ง ที่มีเป้าหมายผลิตสินค้าซึ่งก็คือเนื้อหาของข่าวและนำเสนอต่อผู้บริโภคข้อมูล จึงน่าจะนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมมาปรับใช้กับการพัฒนาองค์กรเพราะแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นเป็นแนวคิดที่เน้นการรับผิดชอบต่อสิ่งที่ได้กระทำหรือส่งผลกระทบต่อกลุ่มต่างๆ เพื่อนำมาพิจารณาใช้กับหนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน เพื่อให้สินค้า ซึ่งก็คือการให้บริการข่าว ได้รับการยอมรับและความน่าเชื่อถือจากผู้บริโภคข่าวสาร และเป็นองค์กรที่เข้มแข็งสามารถอยู่ได้อย่างมั่นคงบนพื้นฐานขององค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

2. แนวคิดจริยธรรมและจริยธรรมในทางธุรกิจ

ความหมายของจริยธรรม

พิศิษฐ์ ขวาลาวัช (2543, น. 241) ได้ให้ความหมาย จริยธรรมของนักสื่อสารมวลชนหรือของสื่อมวลชนว่า หมายถึง ความประพฤติที่ถูกที่ควรความถูกต้องความมีกฎเกณฑ์ที่สื่อมวลชนจะต้องยึดถือปฏิบัติด้วยความสมัครใจ ตามข้อบังคับทางจริยธรรม และยังคงกล่าวถึงจริยธรรมด้วยว่า เป็นเรื่องของความเข้าใจและเคารพในบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบต่อสื่อมวลชนมีต่อตนเองและสังคม ไม่ใช่เป็นเรื่องการท่องจำ แต่เป็นเรื่องการเข้าใจยอมรับและเคารพอย่างจริงใจและปฏิบัติได้

ธีระพร อุวรรณโณ (เกียรติคุณ สิทธิชัย, 2541, น. 7) ได้นิยามจริยธรรมไว้ 3 แนว คือ แนวแรกเน้นว่าจริยธรรมเป็นเรื่องที่ว่าด้วยหลักการ กฎเกณฑ์ มาตรฐานและแนวทางในการประพฤติปฏิบัติ แนวที่สองเน้นว่า จริยธรรมเป็นเรื่องของการประพฤติ การปฏิบัติและการกระทำเองมากกว่าจะเป็นเรื่องของกฎเกณฑ์ และแนวทางที่สามเป็นการเน้นโดยผนวกสองแนวทางแรกเข้าด้วยกัน เป็นทั้งเรื่องกฎเกณฑ์และการประพฤติปฏิบัติในเวลาเดียวกัน

ลำดับอน ศรีมณี (2538, น. 1) ได้ให้ความหมายของจริยธรรมไว้ว่า จริยธรรมหมายถึง กฎระเบียบที่เป็นหลักในการประพฤติปฏิบัติของมนุษย์ในโลก โดยกฎระเบียบนั้นๆ จะต้องเป็นไป เพื่อประโยชน์ เพื่อความสุข เพื่อความสงบของคนหมู่มาก

ดวงเดือน พันธุนาวิน (2538) ได้ให้ความหมายว่า จริยธรรม หมายถึง ระบบการทำความดี ละเว้นความชั่ว

วสิน อินทสระ (2525) ให้ความหมาย จริยธรรม หมายถึงความประพฤติ การกระทำ และความคิดที่ถูกต้องเหมาะสม การทำหน้าที่ของตนอย่างสมบูรณ์ เว้นในสิ่งที่ควรเว้น กระทำในสิ่งที่ควรกระทำด้วยความฉลาด และรอบคอบ รู้เหตุผล ถูกต้องตามกาลเทศะ และบุคคล

พระราชวรมนี (2523) ได้ให้ความหมาย จริยธรรมในทางพระพุทธศาสนาไว้ว่า มรรค เป็นวิถีทาง จริยธรรมเป็นการปฏิบัติ เพื่อเข้าถึงจุดหมาย จุดหมาย คือ การทำให้หมดปัญหา

สาโรช บัวศรี (2522) ให้ความหมาย จริยธรรม ว่า แนวทางในการประพฤติ เพื่ออยู่ร่วมกันได้อย่างร่มเย็นในสังคม

จริยธรรมในฐานะระบบของกฎเกณฑ์จึงเปรียบได้กับศีลธรรม กฎหมายและจารีตประเพณี ซึ่งต่างเป็นระบบของกฎเกณฑ์ด้วยกัน และมีความคาบเกี่ยวซึ่งกันและกัน ทั้งนี้เพราะมีกฎเกณฑ์บางอย่างจากศีลธรรม กฎหมายหรือจารีตประเพณีที่บุคคลหรือสังคมอาจยึดถือมาเป็นกฎเกณฑ์ หรือจารีตประเพณี กฎเกณฑ์ส่วนนี้เรียกว่ามโนธรรม ซึ่งหมายถึงกฎเกณฑ์ที่บุคคลมีอยู่ในใจเป็นของตนเอง

เมื่อพิจารณาว่าจริยธรรมเป็นระบบของกฎเกณฑ์ การสร้างเสริมจริยธรรมจึงหมายถึงการสร้างเสริมให้คนได้รู้กฎเกณฑ์ในการจำแนกการกระทำ และปฏิบัติตามกฎเกณฑ์นั้นๆ ทำนองเดียวกับการเผยแพร่ให้คนรู้กฎหมายและการคาดหวังให้คนทำตามกฎหมายด้วย เพราะการรู้เพียงกฎเกณฑ์อย่างเดียวยังไม่เพียงพอที่จะทำให้สังคมมีความสุขได้ หากผู้ที่รู้กฎเกณฑ์นั้นๆ ไม่ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ด้วย การเสริมสร้างจริยธรรมจึงต้องมีเป้าหมายหลักให้คนได้มีพฤติกรรมที่ถูกต้องดีงามตามเกณฑ์ทางจริยธรรม (ธีระพร อุวรรณโณ, 2530, น. 2-3)

ฉะนั้น คำว่า จริยธรรม จึงมีความหมายที่กว้างขวาง เป็นทั้งหลักการ มาตรฐานของการประพฤติปฏิบัติ การกระทำ การแสดงพฤติกรรม หรือการประพฤติปฏิบัติ ตลอดจนผลที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัตินั้น

ถ้าหากวิเคราะห์ความหมายของจริยธรรมในแนวกว้างจะได้รับความหมายที่แตกต่างออกไป เพราะคำว่า “ธรรม” มีความหมายครอบคลุมทั้งตัวธรรมชาติ กฎธรรมชาติ หน้าที่ที่จะต้อง

ปฏิบัติตามกฎธรรมชาติ และผลจากการปฏิบัติตามธรรมชาติ (พุทธทาส อินทปัญโญ, ม.ป.ป. อ้างถึงใน ธีระพร อุวรรณโณ, 2530, น. 2-3) จริยธรรมในลักษณะเช่นนี้ หมายถึง

1. ตัวธรรมชาติที่ต้องประพฤติปฏิบัติ
2. วิธีการประพฤติปฏิบัติตามกฎธรรมชาติ
3. การประพฤติปฏิบัติตามกฎธรรมชาติ
4. ผลการประพฤติปฏิบัติตามกฎธรรมชาติ

ในกรณีเช่นนี้ จริยธรรม มีความหมายครอบคลุมกิจกรรมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับชีวิตของมนุษย์อันเป็นกฎเกณฑ์ ข้อบังคับ คุณธรรม ประเพณี ค่านิยมในการดำรงชีวิต วิธีการดำรงชีวิต การประพฤติปฏิบัติ หรือการนำวิธีการไปใช้ และผลจากการประพฤติปฏิบัตินั้น การปลูกฝังพื้นฐานทางจริยธรรมจึงจำเป็นต้องรู้ธรรมชาติของชีวิต ความเป็นไปของชีวิต แนวทางการดำเนินชีวิต ตลอดจนการรู้เหตุรู้ผลของการกระทำนั้นๆ อย่างถูกต้อง

ระดับของจริยธรรม

จริยธรรมมีหลายระดับ ตั้งแต่จริยธรรมที่เป็นไปตามกฎธรรมชาติ จริยธรรมที่พัฒนาโดยสังคมกลุ่มย่อยตามความต้องการ และจริยธรรมในขั้นสูงสุด อันเป็นจริยธรรมของอริยบุคคล ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ (ชินโอสถ หัศบำเรอ, ม.ป.ป. อ้างถึงใน ธีระพร อุวรรณโณ, 2530, น. 2-3)

1. จริยธรรมขั้นปฐม หมายถึง ความประพฤติหรือการปฏิบัติหรือการปฏิบัติตนที่ถูกต้อง หรือสอดคล้องกับความจริงอันเป็นไปตามธรรมชาติ ได้แก่ กุศลกรรมบถ 10 ประการ
 2. จริยธรรมขั้นทุติยะ หมายถึง จริยธรรมที่เกิดจากการนำเอาหลักการของจริยธรรมขั้นปฐมมาประยุกต์ใช้ หรือจริยธรรมของสังคมกลุ่มย่อยที่พัฒนาขึ้น
 3. จริยธรรมขั้นตติยะ หมายถึง จริยธรรมในขั้นอริยบุคคลในพระพุทธศาสนา
- จริยธรรมทั้ง 3 ขั้นดังกล่าว มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนให้แตกต่างกันออกไป การที่บุคคลจะมีลักษณะและสภาพอย่างไร ย่อมขึ้นอยู่กับ การปลูกฝังจริยธรรมเป็นสำคัญ เช่น ถ้าต้องการจะเป็นอริยบุคคล จะต้องปลูกฝังจริยธรรมขั้นสูงเข้าไปในตัวบุคคลนั้น ซึ่งการปลูกฝังจริยธรรมแต่ละระดับต้องอาศัยเทคนิควิธีการที่แตกต่างกันออกไป

ความสำคัญของจริยธรรม

จริยธรรม เป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นสำหรับชีวิตมนุษย์ เพราะเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการแสดงพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งอาจจะกระทำไปในทางที่ดีงาม หรือไม่ถูกต้องก็ได้ พฤติกรรมที่มีจริยธรรมเป็นลักษณะของการกระทำที่เกิดประโยชน์แก่ตนเองและผู้อื่น เพราะเป็นการกระทำที่ไม่ขัดต่อสภาพความเป็นอยู่ ความต้องการและความรู้สึกนึกคิดของบุคคลโดยทั่วไป ส่วนการกระทำที่ไม่ดี ไม่ถูกต้อง ย่อมทำให้เกิดความเดือดร้อนทั้งแก่ตนเองและผู้อื่น เพราะเป็นสิ่งที่สังคมไม่ต้องการ ไม่ยอมรับ และเนื่องจากสังคมประกอบด้วยบุคคลหลายกลุ่ม แต่ละกลุ่มย่อมมีกิจกรรมในอาชีพของตนเอง การประกอบกิจกรรมในงานอาชีพ จำเป็นต้องถูกต้องตามกฎหมาย และหลักจริยธรรม หากเป็นงานอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่คนอื่นหรืองานอาชีพที่เกี่ยวข้องกับคนส่วนมาก หรืองานอาชีพที่ต้องใช้วิชาชีพชั้นสูง (Professional) จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการควบคุมงานอาชีพนั้น ทั้งนี้เพื่อรักษาผลประโยชน์ของสังคม ซึ่งการควบคุมจะออกมาในรูปของจรรยาบรรณในอาชีพ เช่น จรรยาแพทย์ จรรยาหนังสือพิมพ์ และจรรยาครู เป็นต้น ซึ่งจรรยาบรรณเหล่านี้เป็นเรื่องของคุณธรรมและจริยธรรมนั่นเอง (เกียรติคุณ สิทธิชัย, 2541, น. 104)

จริยธรรม จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะควบคุมพฤติกรรมของบุคคลให้กระทำในสิ่งที่ดีงาม เป็นไปอย่างถูกต้อง ไม่เบียดเบียนทั้งต่อตัวเองและบุคคลอื่น จะเห็นได้ว่าปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบัน เช่น การเอารัดเอาเปรียบ การทุจริตฉ้อฉล การใช้เล่ห์กล คดโกง การฆ่าฟัน ข่มขืน ฆ่าเรา ฯลฯ ปัญหาเหล่านี้ล้วนเกิดจากพฤติกรรมของบุคคลที่ไม่มีพื้นฐานทางจริยธรรมทั้งสิ้น จริยธรรมจึงเป็นตัวสร้างสวรรค์ จรรโลงสิ่งที่ดีงาม หากบุคคลหรือสังคมใดมีคุณธรรมเป็นพื้นฐาน หรือมีความสำนึกทางจริยธรรม และกระทำในสิ่งที่ดีงามที่สังคมยอมรับ บุคคลและสังคมนั้นจะมีแต่ความปกติสุข

ดังนั้น สิ่งที่สำคัญที่สุดในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรภาคธุรกิจจึงมักจะขึ้นอยู่กับความมีจริยธรรมของผู้บริหารว่าจะมีความรับผิดชอบต่อส่วนรวมมากน้อยเพียงใด

ได้มีผู้ให้ความคิดเห็นในเรื่องจริยธรรมทางธุรกิจและการบริหารไว้ว่า จริยธรรมหมายถึง ความประพฤติที่สังคมยอมรับว่าเป็นสิ่งที่ควรกระทำ ในทำนองเดียวกัน อะไรคือการกระทำที่ผิดจริยธรรม โดยหลักแล้วเมื่อเราเห็นการกระทำที่เบียดเบียนคนอื่นจะรู้สึกว่าบุคคลนั้นกระทำผิดจริยธรรม โดยเราสามารถจำแนกจริยธรรมในทางธุรกิจออกเป็น 3 ประการ คือ (จินตนา บุญบงการ, 2541, น. 29-30)

1. จริยธรรมของบุคลากรในองค์กรเดียวกัน มองได้จากความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชาระหว่างพนักงานของบริษัท การไม่ซื่อสัตย์ต่อกิจการจากพนักงาน การทุจริตในด้านการจัดซื้อ การซื้อของของพนักงาน โดยทั่วไปแล้วพนักงานจะไม่มีนิสัยฉ้อโกง แต่จุดเริ่มต้นจะเกิดขึ้นจากการเอาัดเอาเปรียบนายจ้างในสิ่งเล็กน้อยก่อน เช่น การเรียกค่าน่าเดินทางในขณะที่ตนไม่ได้เดินทางเลย การพาครอบครัวหรือเพื่อนฝูงไปรับประทานอาหารแล้วนำใบเสร็จมาเบิกค่านำรับรองจากนายจ้าง เมื่อพนักงานเหล่านั้นเริ่มทำเรื่องเล็กน้อย เหล่านี้โดยไม่มีการทำงานตั้งใจ พนักงานจะเริ่มมีความกำเริบว่าสามารถเอาัดเอาเปรียบนายจ้างได้แล้ว ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความมั่นใจตนเองในการเอาัดเอาเปรียบบริษัทต่อไปเป็นจำนวนที่สูงยิ่งขึ้น จริยธรรมของบุคคลที่ทำงานในธุรกิจนั้นจึงขึ้นอยู่กับองค์กรแต่ละแห่งว่าจะใช้วิธีการอย่างไร และผู้บังคับบัญชาต้องทำเป็นตัวอย่างให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเห็นถึงความซื่อสัตย์ของตนด้วย

2. จริยธรรมของบริษัทหรือของกิจการนั้นซึ่งมีต่อลูกค้าของตนกับผู้ถือหุ้นกับเจ้าหน้าที่การค้า กับผู้ถือตัวสัญญาใช้เงิน กับผู้ฝากเงินกับธนาคารหรือต่อรัฐบาล ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ใหญ่ขององค์กรทุกๆ แห่ง ในด้านการเก็บภาษีอากร และทำยสุดคือกับสังคมส่วนรวม การทำธุรกิจของกิจการต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องเป็นการกระทำแบบเสมอภาคหรือไม่ พิจารณาได้จากการไม่เอาัดเอาเปรียบทางการค้าอย่างไม่ยุติธรรม ถึงแม้กฎหมายจะกล่าวไว้ว่า เป็นสิ่งที่ถูกต้อง แต่อาจจะไม่ถูกต้องทางด้านจริยธรรม เช่น การทำสัญญากับผู้ซื้อซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัท โดยลูกค้าไม่เข้าใจเงื่อนไข และการผูกมัดในสัญญาเลย ถึงแม้จะถูกต้องตามหลักกฎหมาย เพราะผู้ซื้อได้ลงนามของตนไว้แล้ว แต่ผิดในด้านจริยธรรมเพราะเป็นการเอาัดเอาเปรียบผู้บริโภค

3. จริยธรรมขององค์กรต่อสังคม องค์กรที่ชำระภาษีให้รัฐไม่ครบถ้วนถือเป็นการเอาัดเอาเปรียบผู้ชำระครบถ้วน แต่ในปัจจุบันนี้มีคำกล่าวกันว่าผู้เสียภาษีครบถ้วนนั้นเป็นผู้ที่ฉลาดน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่หลีกเลี่ยงภาษี ความเสมอภาคและความสมดุลจึงขาดไป องค์กรทั้งหลายจึงพยายามหาทางเลี่ยงภาษี ความเสมอภาคและความสมดุลจึงขาดไป องค์กรทั้งหลายจึงพยายามหาทางเลี่ยงภาษี โดยใช้ช่องโหว่ของกฎหมาย อีกทั้งคณะกรรมการและผู้ถือหุ้นบางคนใช้วิธีการทางการบัญชีฉ้อโกงองค์กรอื่น หรือมหาชนโดยส่วนรวม

ขอบข่ายจริยธรรมทางธุรกิจ

จริยธรรมทางธุรกิจไม่ได้หมายความว่าเฉพาะเพียงรายการ ข้อห้ามที่ไม่ควรทำขององค์กรธุรกิจและผู้อยู่ในวงการธุรกิจเท่านั้น แต่ยังหมายความว่าถึงบทบัญญัติของสิ่งที่ควรทำ เพื่อความเป็นธรรม และความเจริญรุ่งเรืองของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพราะความไม่ชอบธรรมนั้น อาจะเกิดขึ้นจากกรณีต่อไปนี้.- (พรนพ พุกกะพันธุ์, 2546, น. 146-147)

1. ทำในสิ่งที่ไม่ควรทำ
2. ไม่ทำในสิ่งที่ควรทำ

ดังนั้นจริยธรรมทางธุรกิจ จึงมีขอบข่ายที่ได้บัญญัติทั้งสิ่งที่ควรทำ และสิ่งที่ไม่ควรทำ ซึ่งเมื่อได้จำแนกเป็นรายละเอียดที่ควรศึกษาแล้ว สรุปสาระสำคัญของจริยธรรมทางธุรกิจมีขอบข่ายที่ควรรู้อย่างต่อไปนี้

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

จริยธรรมของผู้สื่อข่าว

ในแต่ละวิชาชีพต่างมีหลักและกฎเกณฑ์ในการดำรงไว้ซึ่งสิ่งที่ถูกต้องและความดีงาม เป็นบรรทัดฐานทางปฏิบัติให้ผู้อยู่ในวิชาชีพนั้นปฏิบัติตาม องค์กรสื่อมวลชน ที่ทำหน้าที่ประหนึ่งสถาบันสาธารณะ เป็นอาชีพหนึ่งที่ต้องมีจรรยาบรรณเช่นเดียวกับวิชาชีพอื่น เพื่อเป็นเครื่องกำกับให้มีความรับผิดชอบต่อน้ำที่มีต่อสังคม ผู้สื่อข่าวจึงเป็นบุคคลแรกที่จะต้องมียุทธธรรมไว้เป็นเข็มทิศเพื่อกำหนดทิศทางการปฏิบัติภารกิจ จริยธรรมของผู้สื่อข่าวจึงเป็นหลักประพจน์ที่ดั่งงามที่เกิดขึ้นจากจิตสำนึกของผู้สื่อข่าวที่มีหน้าที่ปฏิบัติภารกิจด้วยการปลูกให้สังคมตื่นด้วยข่าวสารอยู่เสมอ และรับผิดชอบต่อความซื่อตรงต่อภารกิจนั้นด้วย

จริยธรรมของผู้สื่อข่าวเป็นสิ่งสูงส่งมีคุณค่า แม้จะมองด้วยตาเปล่าไม่เห็นแต่จะเห็นรู้ได้ โดยผลของการกระทำ หากผู้สื่อข่าวยึดหลักจริยธรรมเป็นตัวกำกับจะส่งผลให้เสรีภาพในการรายงานข่าวมีความสำคัญในบทของนักต่อสู้เพื่อรักษา “เสรีภาพ” ที่ไม่เสื่อมถอยไปสู่ยุคมืดได้

สภาพปัจจุบันการแข่งขันทางข่าวสารสูงมาก ทั้งภาคเอกชนและภาครัฐบาลต่างหันมาใช้สื่อเพื่อเป็นเครื่องมือในการให้ข่าวสารอันจะนำไปสู่ทิศทางที่ถูกกำหนดโดยกลไกต่างๆ จนทำให้สังคมผู้บริโภคข่าวสารแยกไม่ออกว่าจะอะไรคือ “ข่าว” หรือ “ไม่ใช่ข่าว” บ่อยครั้งถึงกับสื่อก้าวสื่อมวลชนจะกลายเป็นสนามยุทธ์ของการทำโฆษณาทางข่าวสาร จนกระทั่งกลายเป็นเครื่องมือในการปั่นเรื่องเท็จและรองรับเจตนาอันสกปรกที่ไม่อาจปฏิเสธได้ว่ามั่นคงคือข้อความโฆษณาชวนเชื่อที่เราเต็มใจหรือไม่ก็ตามให้ปรากฏในเนื้อหาของสื่อโดยมีการกล่าวอ้างถึงผลงานของผู้สื่อข่าวในผลงานดังกล่าวซึ่งบทบาทของสื่อมวลชนโดยเฉพาะหนังสือพิมพ์กับรัฐบาลนั้น “จะต้องไม่หลงเชื่อต่อคำร่ำปากของโฆษกรัฐบาลที่ปล่อยข่าวสารออกมาโดยพลัน บุคคลประเภทโฆษกรัฐบาลทำงานอยู่ในระบบ ผู้สื่อข่าวทำงานนอกระบบ จะต้องไม่เชื่อว่าข่าวจากรัฐเป็นข่าวที่ถูกต้องเสมอไป พวกเขาจะต้องเข้าใจว่าเหตุการณ์ทางการเมืองซึ่งสลับซับซ้อนอยู่นี้ไม่ใช่เรื่องที่จะมาทำการสรุปรวบยอดได้ทุกครั้ง แต่ในทางตรงข้ามข่าวทุกข่าวมักมีเบื้องหลังหรือมีลบลมคมในแฝงเร้นอยู่ นั้นเป็นเพียงการมองความสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐบาลที่มีต่อหนังสือพิมพ์ แม้ว่าภาคเอกชนก็เช่นเดียวกัน สื่อมวลชนไม่ควรจะฮือฮาต่อการปล่อยข่าวโฆษณาเพื่อใช้ผู้สื่อข่าวเป็นเครื่องมือ จนกว่าจะได้มีการตรวจสอบให้แน่ชัด

ผู้สื่อข่าวถือเป็น กลไกสำคัญของสื่อมวลชนที่มีหน้าที่รับใช้ผลประโยชน์ของสังคมเป็นหลัก ผู้สื่อข่าวจึงต้องระมัดระวัง ความเพียรพยายามที่จะเข้ามาสืบบทบาทและกำหนดเนื้อหาเพื่อเหตุผลในการถูกใช้เป็นเครื่องมือแก่ผู้มีอำนาจรัฐ ผู้นำทางการเมือง ผู้นำทางเศรษฐกิจ ผู้มีอิทธิพลหรือองค์กรใดที่มีบทบาทในการสร้างกระแสข่าว ไม่ว่าจะโดยตรงหรือโดยอ้อม หากผู้สื่อข่าวหลงทางหรือขาดความรู้หรือไม่ชัดเจนในภาระหน้าที่ที่จะต้องรับผิดชอบต่อสังคม จะกลายเป็นจุดอ่อนให้ฝ่ายแสวงหาประโยชน์จากข่าวสารตกเป็นเครื่องมือเพราะการไม่รู้เท่าทันเกมที่ถูกกำหนดขึ้น และผลประโยชน์ตกเป็นของผู้กำหนดทิศทางข่าวไปในที่สุด

ประเด็นสำคัญของผู้สื่อข่าวที่ถูกวิจารณ์ค่อนข้างจะรุนแรงคือ สื่อการรายงานข่าวรุกเข้าไปถึงสิทธิและความสุขส่วนตัวของบุคคลอื่นเพื่อสนองตอบความสุขส่วนตัว มีลักษณะเป็นการซ้ำเติมย่ำยีแทนที่จะสนองตอบผลประโยชน์ของสังคมส่วนรวม เป็นวิธีการที่ถูกกล่าวถึงค่อนข้างบ่อยครั้ง กระทำผิดทั้งบทบาทหน้าที่และกฎหมาย เขียนให้การคุ้มครองถึงสิทธิไว้ว่า สิทธิของบุคคลในครอบครัว เกียรติยศ ชื่อเสียง หรือความเป็นอยู่ส่วนตัว ย่อมได้รับความคุ้มครอง การกล่าวหรือไขข่าวแพร่หลายซึ่งข้อความ หรือภาพไม่ว่าด้วยวิธีใดไปยังสาธารณชน อันเป็นการละเมิดกระทบถึงสิทธิของบุคคลในครอบครัว เกียรติยศ หรือชื่อเสียง หรือความเป็นอยู่ส่วนตัวจะกระทำมิได้ เว้นแต่กรณีที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย

พ.ศ. 2540 มาตรา 34) มีบ่อยครั้งที่สังคมเกิดวิกฤติการณ์ทางความคิดสังคมแตกแยกและเกิดการแย่งการนำกันทางความคิด ก่อให้เกิดความสับสนวุ่นวายใจให้กับประชาชนทั้งประเทศ เช่น เหตุการณ์ 14 ตุลาคม 2516 พฤษภาคม 2535 ผู้สื่อข่าวจึงต้องมีบทบาทอย่างสูงในการศึกษาปรากฏการณ์ ทำความเข้าใจและถ่ายทอดหรืออธิบายปรากฏการณ์เหล่านั้นอย่างละเอียดในทางสร้างสรรค์ให้เกิดความเข้าใจกันของคนในชาติเดียวกัน หรือแม้กระทั่งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอาจจะนำไปสู่ความไม่เข้าใจระหว่างชนชาติต่างกัน เหตุการณ์เช่นนี้เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ผู้สื่อข่าวจึงไม่อาจประมาทได้ว่าจะไม่มีความสับสนวุ่นวายใจเกิดขึ้นอีกหรือไม่ก็ตาม ผู้สื่อข่าวจะมีส่วนช่วยอธิบายให้สังคมได้กระจ่างเข้าใจในความสลับซับซ้อนของปัญหาบ้านเมืองและเหตุการณ์ด้วยการรายงานข่าว หรืออธิบาย ปรากฏการณ์ของเหตุการณ์อย่างรอบด้านและสมบูรณ์ด้วยข้อมูลให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

ผู้สื่อข่าวไม่มีสิทธิ์บิดเบือนข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นให้กลายเป็นเรื่องที่น่าตื่นเต้นหรือเร้าใจจนไม่อาจแยกแยะได้ว่าอะไรจริงอะไรเท็จ จนกระทั่งก่อให้เกิดความเข้าใจผิด ข่าวที่ถูกรายงานผ่านสื่อมวลชนจะต้องนำมาซึ่งความศรัทธาและก่อให้เกิดความเชื่อถือปราศจากความลำเอียงใดๆ ด้วยประการทั้งปวง ผู้สื่อข่าวจึงควรหาวิธีการชักนำให้ผู้อ่านสนใจแก่นทางความคิดและประเด็นสำคัญของปัญหาในชีวิตประจำวัน ให้ข้อเท็จจริงและอธิบายข้อเท็จจริงที่กระจ่างอย่างลึกซึ้งเพียงพอให้สังคมคิด และตัดสินใจด้วยตัวเขาเอง จนกระทั่งก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันของสังคมในระดับหนึ่ง เพื่อรับรางวัล “ความเชื่อถือ” จากสังคม (พิศิษฐ์ ชาวลาวัณย์, 2543, น. 241-244)

จรรยาบรรณ สมาคมนักข่าวแห่งประเทศไทย

ปัจจุบันมีสมาคมทางวิชาชีพได้วางหลักปฏิบัติให้แก่ผู้สื่อข่าวไว้เป็นแม่แบบ เหมาะสมแก่วิชาชีพ เพื่อเป็นเครื่องมือให้นักข่าวตระหนักถึงภาระหน้าที่ของตนที่จะต้องรับผิดชอบต่อประชาชน นอกเหนือจากการมีจริยธรรมโดยความคิดของตนเองในการปฏิบัติอีกทางหนึ่ง ดังนี้.- (พิศิษฐ์ ชาวลาวัณย์, 2543, น. 251)

1. จักต้องส่งเสริมและรักษาไว้ซึ่งเสรีภาพของการเสนอข่าวและความคิดเห็น
2. จักต้องให้ประชาชนได้ทราบข่าวเฉพาะที่เป็นจริง การเสนอข่าวสารใดๆ ออกพิมพ์โฆษณาเผยแพร่ ถ้าปรากฏว่าไม่ตรงต่อความเป็นจริง ต้องรีบจัดการแก้ไขให้ถูกต้องโดยไว

3. ในการจะให้ได้ภาพ หรือเอกสารอย่างใดๆ มาเป็นของตน เพื่อประโยชน์ต่อการเสนอข่าวจักต้องใช้วิธีการที่สุภาพและสัตย์ซื่อเท่านั้น

4. จักต้องเคารพในความไว้วางใจของผู้ให้ข่าว และรักษาไว้ซึ่งความลับของแหล่งข่าว

5. จักต้องปฏิบัติหน้าที่ของตน โดยมุ่งหวังต่อสาธารณประโยชน์ ไม่ใช่ตำแหน่งหน้าที่ แสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัวหรือหมู่คณะใดๆ โดยไม่ชอบธรรม

6. จักต้องไม่กระทำการอันเป็นการบั่นทอนเกียรติ หรือความสามัคคีของเพื่อนร่วมวิชาชีพ

ดังนั้น จริยธรรม จึงเป็นสิ่งที่คนทุกคนจะใช้เป็นหลักปฏิบัติในการแสดงออกทางพฤติกรรมกับผู้อื่น หรือทั้งกับตนเอง ซึ่งหากจะพูดไปแล้วการเป็นผู้ที่มีจริยธรรมอยู่ในตัวเองจะทำให้ผู้นั้นกระทำดี มีความเป็นธรรม เห็นอกเห็นใจ ไม่ทำให้ใครได้รับความเดือดร้อน แต่จะทำให้สังคมมีแต่ความสุข ในทางตรงกันข้าม หากผู้ใดไม่มีจริยธรรมในตนเองแล้ว สิ่งที่เกิดขึ้นในหมู่คณะ ชุมชน บุคคล หรือแม้แต่นตนเองก็จะมีแต่ความเดือดร้อน และเป็นทุกข์กับสิ่งที่ได้กระทำ หรือได้รับจากผลกระทำ โดยเฉพาะผู้สื่อข่าว ซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติหน้าที่ในการนำเสนอข่าวสารจากเหตุการณ์ทุกด้านที่เกิดขึ้นต่อประชาชน ยิ่งจำเป็นต้องมีจริยธรรมในตนเอง หรือในที่นี้ คือ จรรยาบรรณของผู้สื่อข่าวเพื่อเป็นการกำหนดบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบต่อสังคม ในการนำเสนอข่าวที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน และสังคมให้มีการพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น แต่ถ้าผู้สื่อข่าวไม่มีจริยธรรมหรือไม่ปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณของผู้สื่อข่าวอย่างเคร่งครัด ก็เชื่อว่าจะทำให้สังคมมีแต่ความวุ่นวาย และปัญหาต่อไปไม่มีที่สิ้นสุด ไม่ว่าจะตนเอง ชุมชน สังคม หรือประเทศชาติ

สรุป จริยธรรม ในความเห็นของผู้ศึกษาจะหมายถึง หลักในการนำไปใช้ปฏิบัติเพื่อให้ชีวิตความเป็นอยู่ของทั้งตนเอง และผู้อื่นมีความสุข ไม่สร้างปัญหาและความเดือดร้อนให้ผู้อื่น

3. บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบต่อสังคม

หนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน

ผู้สื่อข่าวหรือนักข่าว ที่สังกัดอยู่กับสื่อมวลชนใดก็ตามต้องปฏิบัติหน้าที่หลักอย่างเดียวนั้นคือ เสาะแสวงหาข่าว เจาะข่าว และทำข่าวด้วยวิธีการสัมภาษณ์ สอบถาม เข้าร่วมฟังในที่ประชุม แถลงข่าว การสัมมนา ติดตามเหตุการณ์ คดีต่าง ๆ หรือปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายให้ทำข่าว หรือสารคดีเฉพาะเรื่อง จดบันทึกข้อเท็จจริงจากการสังเกต การสัมภาษณ์ การสอบถาม การถ่ายภาพ การบันทึกเทปเสียง เทปโทรทัศน์ วีดีโอเทป เขียนข่าวตามรูปแบบของการเสนอข่าวที่

ถูกต้องชัดเจน โปร่งใส และมีรายละเอียดตามความเหมาะสมสำหรับเรื่องหรือเหตุการณ์ที่เป็นข่าวส่งข่าวให้กับกองบรรณาธิการ เพื่อพิจารณาก่อนเผยแพร่โดยการออกอากาศหรือลงพิมพ์ ในสิ่งพิมพ์ตามวัตถุประสงค์ ของการเสนอข่าวแก่สาธารณชน ซึ่งผู้สื่อข่าวแต่ละสังกัดนั้นก็ทำหน้าที่หลักๆ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวันมีหน้าที่ดังนี้

นโยบายประจำปี บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) ได้กำหนดนโยบายประจำปี 2549 ไว้ดังนี้

1. เชื่อมโยงระหว่างคนกับสังคม สร้างจิตสำนึก ปลุกกระแส ผ่านเนื้อหาของสื่อ สร้างค่านิยม ความเชื่อและทัศนคติต่อสังคม
 2. ต้องทำหน้าที่ เปิดพื้นที่สาธารณะ ใช้พื้นที่สาธารณะให้ประชาชนรับรู้ข้อมูล เหตุการณ์ความเป็นไปทุกอย่างเป็นอย่างดี
 3. เป็นตลาดเสรี ทางความคิด
 4. สะท้อนภาพของสังคมอย่างเที่ยงตรง ปราศจากอคติ สื่อต้องนำเสนอภาพของสังคมร่วมสมัย ตามความจริงอย่างเที่ยงตรง ให้ผู้ชมได้เห็นวิถีชีวิตที่แตกต่าง รู้จักวัฒนธรรมอื่นๆ ในโลกอย่างถูกต้อง และปราศจากอคติ
 5. เป็นผู้ระงับภัยแก่สังคม
 6. จะต้องมีตลาดช่องว่างทางความรู้ โดย ใช้ศักยภาพของสื่อให้บริการข้อมูลความรู้ฟรีแก่สาธารณชนได้อย่างเต็มที่
 7. ต้องเอื้อให้พลเมืองสามารถเข้าถึงความรู้ร่วมกันและสามารถใช้พลังวิพากษ์วิจารณ์ได้อย่างอิสระเป็นแหล่งข่าวสารความเป็นไปเกี่ยวกับโลก
 8. มีอิทธิพลให้เราในด้านความคิด ทัศนคติ รวมทั้งโลกทัศน์ เข้าใจสังคมที่ไกลออกไป
 9. ต้องการเข้าถึงคนทุกคนในทางภูมิศาสตร์
 10. นำเสนอเนื้อหาที่เป็นรสนิยมและความสนใจของคน
 11. ให้ความสนใจของคนกลุ่มน้อยเป็นพิเศษ
 12. ช่วยสร้างความรู้สึกร่วมกันแห่งชุมชนและเอกลักษณ์ของชาติ
 13. ปลอดภัยจากผลประโยชน์
 14. แข่งขันเพื่อข่าวสารที่มีคุณภาพไม่ใช่แข่งขันเพื่อแย่งจำนวนผู้บริโภค
 15. มีแนวทางการทำงานที่ให้อิสระภาพ แก่ผู้ผลิตมากกว่าควบคุมผู้ผลิต
- จากนโยบายประจำปีดังกล่าวนี้หนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวันได้จัดโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ มากมายที่เป็นการส่งเสริมและแสดงออกต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าว

ในหลายๆ กิจกรรม เช่น กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างชนเมืองและชนเผ่า ซึ่งกิจกรรมนี้นั้น เป็นกิจกรรมที่หนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวันได้จัดขึ้นเพื่อให้กลุ่มชนที่ด้อยโอกาสหรืออยู่ห่างไกล โอกาสได้รับโอกาสจากกลุ่มผู้มีโอกาสโดยการจัดกีฬาสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีจิตศรัทธาที่ ร่วมบริจาค สิ่งของ กับชุมชนในเขตพื้นที่ห่างไกลโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ชุมชนในถิ่นที่ห่างไกล ความเจริญขาดโอกาส เช่น กลุ่มชาวเขาชนเผ่าต่าง ๆ โดยใช้กีฬาพื้นบ้านเป็นตัวเชื่อม ความสัมพันธ์เช่น ชักเย่อ วิ่งกระสอบ เดินกะลา เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้เข้าร่วม กิจกรรม โดยมีหนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวันเป็นสื่อกลาง สิ่งนี้ถือเป็นตัวอย่างที่ทำให้ถึงความ รับผิดชอบต่อสังคมที่ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวันที่ได้ปฏิบัติตามนโยบายและมองเห็น ถึงความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคม

สรุป หนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวันนั้นถือเป็นผู้ที่มองเห็นความสำคัญของความ รับผิดชอบต่อสังคมจึงได้กำหนดเป็นนโยบายเพื่อให้ผู้สื่อข่าวได้มองเห็นและตระหนักถึง ความสำคัญต่อปัญหาที่พบเพื่อให้ผู้สื่อข่าวปฏิบัติงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม

4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุภา เลี้ยวกายะสุวรรณ (2547, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ความรับผิดชอบต่อสังคม ของผู้สื่อข่าววิทยุ กระจายเสียง” ผู้สื่อข่าวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อายุงานระหว่าง 6-10 ปี และได้รับเงินเดือนประมาณ 5,001-10,000 บาท ผลการศึกษาความรู้ในเรื่องแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า ผู้สื่อข่าวร้อยละ 42.2 มีความรู้ในระดับมาก และร้อยละ 57.7 มีความรู้ระดับน้อย โดยส่วนใหญ่มีความรู้เรื่องการรักษา ความลับของแหล่งข่าวเป็นอันดับสูงสุด ในขณะที่ความหมายของการมีจิตสำนึกทางสังคมของ ผู้สื่อข่าวมีระดับต่ำสุด ส่วนความรู้ด้านขอบเขตของแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม ส่วนใหญ่จะ มีความรู้ระดับสูงสุดในเรื่องขอบเขตของการนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน ส่วนการนำเสนอ ข่าวด้านวัฒนธรรมนั้น ผู้สื่อข่าวมีความรู้อยู่ในระดับต่ำสุด สำหรับความคิดเห็นในเรื่องประโยชน์ ของความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น ผู้สื่อข่าวมีความเห็นว่าองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมจะทำให้ เกิดประโยชน์ โดยมีความเห็นในระดับมากที่สุดว่า การยอมรับความผิดพลาดในการทำงานถือ ว่าเป็นผู้มีความรับผิดชอบต่อสังคมและไม่เห็นด้วยในระดับมากกว่า ผู้สื่อข่าวที่มีความซื่อสัตย์จะ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรเท่านั้น การศึกษาถึงการดำเนินการที่สอดคล้องกับแนวคิด

ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้สื่อข่าว พบว่า มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุดในเรื่องของการเขียนข่าวและนำเสนอข่าวที่ให้ความเป็นธรรมกับบุคคลในข่าวตามความเป็นจริง

พัชรี นิวัฒน์เจริญชัยกุล (2546, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัท เทเลคอมเอเชียคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ โดยศึกษารูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคมที่พนักงานบริษัทฯ เข้าร่วม พบว่า ระดับการศึกษาและอายุงานมีความสัมพันธ์กับรูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคมที่พนักงานบริษัทฯ เข้าร่วม ในขณะที่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ตำแหน่งงาน และรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคมที่พนักงานบริษัทฯ เข้าร่วม ส่วนด้านปัจจัยที่ส่งเสริมและเป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม จากการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษา ตำแหน่ง งานอายุ และรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ส่งเสริมต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม รองลงมา คือ ต้องการช่วยเหลือสังคม และต้องการช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ และในด้านแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ตำแหน่งงาน อายุงาน และรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม ซึ่งพนักงานส่วนใหญ่เห็นด้วยกับแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคมด้านนโยบายขององค์กรด้านกลวิธี และด้านการเปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

บัณฑิตา ททรัพย์กมล (2544, น. 78-79) ได้ศึกษาเรื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรภาคธุรกิจ : ศึกษาเฉพาะกรณีโรงงานอุตสาหกรรมเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า ในด้านลักษณะกิจกรรมขององค์กร พบว่า ส่วนใหญ่มีการดำเนินการในด้านการผลิตสินค้าที่ดี และมีคุณภาพมากที่สุด รองลงมา คือ การรักษาสภาพแวดล้อม การบริจาคเงินหรือสิ่งของในงานสาธารณกุศลต่าง ๆ ส่วนปัจจัยจูงใจในการจัดกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า ส่วนใหญ่ ผู้บริหารใช้จริยธรรมในการบริหารงานอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ การตระหนักถึงจรรยาบรรณขององค์กร และการสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อองค์กร ส่วนทัศนคติต่อแนวโน้มของการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า ส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่ผู้บริหารจะจัดกิจกรรมในด้านการผลิตสินค้าที่ดี และมีคุณภาพมากที่สุด รองลงมา คือ การรักษาสภาพแวดล้อม การบริจาคเงินหรือสิ่งของในงานสาธารณกุศลต่าง ๆ

จากการทบทวนวรรณกรรมและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง บทบาท หน้าที่ และข้อผูกพันของบุคคลและองค์กรที่มีต่อสังคม โดยการเข้าไปมีส่วนร่วมทำกิจกรรมให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม และสภาพแวดล้อมในชุมชนเพื่อให้มีการพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น ซึ่งการมีความรับผิดชอบต่อสังคมของบุคคลและองค์กรจะเกิดขึ้นจากการใช้

จริยธรรม และการมีจิตสำนึก รวมถึงจรรยาบรรณ ที่มีความคิดเข้าไปยอมรับและรับผิดชอบในผลของการกระทำที่ทำไปไม่ว่าจะในแง่บวก หรือ ลบ โดยความรับผิดชอบต่อสังคมที่เกิดขึ้นขององค์กรส่วนใหญ่ผู้บริหารจะพิจารณาจากระดับของการตระหนักถึงปัญหาสังคมที่เกิดขึ้นว่าอยู่ในระดับใด สำหรับกิจกรรมเพื่อสังคมที่องค์กรเข้าไปมีส่วนร่วมจัดขึ้นมักจะครอบคลุมในด้านความเป็นอยู่ของคนในชุมชน การศึกษา สิ่งแวดล้อม สุขภาพอนามัย วัฒนธรรม และสิทธิของผู้บริโภค ซึ่งมักจะได้รับการสนับสนุนจากพนักงานและคนในพื้นที่เป็นอย่างดี

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า หากบุคคลในองค์กร และผู้บริหาร ตระหนักด้วยการมีจิตสำนึก และจริยธรรม ในการปฏิบัติหรือเข้าไปมีส่วนร่วมแก้ไขปัญหาสังคม และพัฒนาสังคมให้ดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่มาโดยตลอดแล้ว ก็จะส่งผลให้ปัญหาต่างๆ ไม่เกิดขึ้น หรือเกิดน้อยที่สุด อันจะทำให้เกิดประโยชน์แก่สังคมโดยรวมและองค์กรไปพร้อมๆ กัน ซึ่งจะนำไปสู่กรอบแนวคิดดังนี้

ค่านักหอสมุด

5. กรอบแนวคิดในการศึกษา

(Conceptual framework)

