



แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง "หลักธรรมพระพุทธศาสนา กับจริยธรรมของนักโฆษณา" เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างหลักธรรมพระพุทธศาสนากับจริยธรรมของนักโฆษณา โดยมีการศึกษาถึงแนวคิดทั่วไปที่เกี่ยวกับจริยธรรม ศีลธรรม คำสั่งสอนของพระพุทธศาสนา จรรยาบรรณของนักโฆษณาและกฎหมายหรือข้อบังคับที่มีผลต่องานโฆษณา เพื่อนำไปใช้ศึกษาหาแนวทางที่มาของจริยธรรมของนักโฆษณา ซึ่งอาจสรุปได้ว่าในงานวิจัยชิ้นนี้มีแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้คือ

1. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับหลักจริยธรรม
 - 1.1 แนวคิดหลักจริยธรรมของซีกโลกตะวันตก
 - หลักจริยธรรมแบบหน้าที่ของค่านัด
 - หลักว่าด้วยผลประโยชน์ส่วนตน
 - หลักว่าด้วยผลประโยชน์ส่วนรวม
 - ทฤษฎีจิตวิเคราะห์
 - 1.2 แนวคิดหลักจริยธรรมของซีกโลกตะวันออก
 - จริยธรรมตามแนวความคิดของศาสนาพุทธ
 - จริยธรรมตามแนวความคิดของศาสนาอิสลาม
 - จริยธรรมตามแนวความคิดของศาสนาพราหมณ์ – ฮินดู
 - จริยธรรมตามแนวความคิดของลัทธิเต๋า
 - จริยธรรมตามแนวความคิดของเซ็น
 - จริยธรรมตามแนวความคิดของขงจื้อ
 - 1.3 แนวคิดจริยธรรมในด้านการโฆษณา
2. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับศีลธรรม คำสั่งสอนของพระพุทธศาสนา
 - ศีลธรรมเบื้องต้น (เบญจศีล เบญจธรรม)
 - ศีลธรรมระดับกลาง (กุศลกรรมบถ 10)
 - ศีลธรรมระดับสูง (มรรค 8)
 - ศีลธรรมสำหรับนักปกครอง (ทศพิธราชธรรม 10)

3. แนวคิดที่เกี่ยวกับจรรยาบรรณ

- จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพโฆษณา

4. แนวคิดที่เกี่ยวกับกฎหมาย

- กฎและข้อบังคับของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
- กฎและข้อบังคับของคณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ
- กฎและข้อบังคับของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

1. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับหลักจริยธรรม

ถ้าหากจะกล่าวถึงแนวคิดเรื่องจริยธรรมนั้นสิ่งแรกที่เราควรจะทราบนั้นก็คือจริยธรรมคืออะไร เนื่องจากมีนักปราชญ์และนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำจำกัดความ หรือนิยามเกี่ยวกับจริยธรรมไว้มากมาย ซึ่งพอจะสรุปได้ดังต่อไปนี้

อัลเบิร์ต ชไวเซอร์ นายแพทย์และนักมนุษยธรรมที่มีชื่อเสียงได้ให้นิยามของคำว่า จริยธรรมไว้ว่า เป็นเรื่องที่คำนึงถึง (concern) ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมที่ดี คือ มีความผูกพันที่คำนึงถึงการกินดีอยู่ดีไม่แต่ของตนเองเท่านั้น แต่ของผู้อื่นด้วย (อัลเบิร์ต ชไวเซอร์ อ้างถึงใน จินตนา บุญบงการ, 2544)

ในขณะที่แซมมวล เซอร์โต (Samuel Certo) ได้ให้ความหมายในเชิงธุรกิจไว้ว่า จริยธรรมอาจหมายถึง ความสามารถที่จะสะท้อนถึงค่านิยม (values) ในกระบวนการตัดสินใจของบริษัท เพื่อกำหนดว่าค่านิยมดังกล่าวและการตัดสินใจมีผลกระทบอย่างไรต่อกลุ่มต่างๆ ที่มีประโยชน์ได้เสียกับบริษัท และเพื่อกำหนดว่าผู้บริหารจะนำเอาผลกระทบดังกล่าวไปใช้ในการบริหารประจำวันอย่างไร ในอดีตผู้บริหารมีความเห็นว่าการนำเอาจริยธรรมมาใช้ในการบริหารจะทำให้การบริหารจัดการไม่มีความมั่นคง แต่ปัจจุบันฝ่ายบริหารยอมรับว่าจริยธรรมเป็นส่วนที่แยกไม่ออกจากการจัดการ (แซมมวล เซอร์โต อ้างถึงใน จินตนา บุญบงการ, 2544)

ในส่วนของพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานได้ให้ความหมายของคำว่า จริยธรรม ไว้ว่า ธรรมที่เป็นข้อประพฤติ ปฏิบัติ หรือกิจการที่ควรประพฤติ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2525)

โดยสรุปแล้ว จริยธรรม หมายถึง แนวทางในการประพฤติ ปฏิบัติตนที่พึงเหมาะสมเพื่อให้คนอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างมีความสุข

ในปัจจุบัน ธุรกิจทุกประเภทหันมาให้ความสนใจในเรื่อง จริยธรรม เป็นอย่างมากเนื่องจากตัวผู้บริโภคเริ่มหันมาให้ความสำคัญในเรื่องจริยธรรมขององค์กรธุรกิจมากขึ้น (Lantos, 1999) ดังนั้น ตัวสินค้า การบริการและการบริหารองค์กรจะต้องคำนึงถึงเรื่องจริยธรรมให้มากขึ้นด้วย (Wilson and West, 1995) ซึ่งรวมไปถึงธุรกิจประเภทการโฆษณาด้วย เนื่องจากงานโฆษณามีพลังที่จะทำให้ผู้บริโภคเชื่อในสิ่งที่โฆษณาได้เสนอมา และจะก่อให้เกิดประสบการณ์กับตัวผู้บริโภค (Borgerson and Schroeder, 2002)

ซึ่งสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการศึกษาเรื่องจริยธรรมในงานโฆษณาก็คือ ความแตกต่างระหว่าง “ธุรกิจการโฆษณา” กับ “ผู้ประกอบการอาชีพโฆษณา” โดยในที่นี้จะให้ความหมายของ “ธุรกิจการโฆษณา” ไว้ว่า องค์กรที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อจัดทำโฆษณาแก่บริษัทที่ว่าจ้างโดยมีผลตอบแทนเป็นเงินหรือรายได้ที่ได้รับ ส่วน “ผู้ประกอบการอาชีพโฆษณา” นั้นหมายถึงบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่ในการวิเคราะห์สินค้า สภาพตลาด ระบบจัดจำหน่ายความรอบรู้เกี่ยวกับสื่อโฆษณาทุกชนิด คอยวางแผนงานแก่บริษัทที่ว่าจ้าง นำแผนงานที่เห็นชอบจากบริษัทไปนำเสนอให้แก่บริษัทที่ว่าจ้างเพื่อนำไปปฏิบัติและติดต่อประสานงานกับบริษัทที่ว่าจ้างอย่างใกล้ชิด ซึ่งทั้งสองสิ่งนี้ไม่สามารถแยกออกจากกันได้โดยเด็ดขาด ซึ่งหมายความว่า ธุรกิจการโฆษณาไม่สามารถที่จะมีจริยธรรมสูงไปกว่าผู้ประกอบการอาชีพโฆษณาได้ ดังนั้นผู้ประกอบการอาชีพโฆษณาก็ย่อมจะต้องมีความอ่อนไหวต่อความรับผิดชอบทางศีลธรรมในการตัดสินใจของตน ไม่ว่าจะผลิตหนึ่งโฆษณาออกมาหนึ่งเรื่องก็ต้องคิด พิจารณาอย่างถี่ถ้วนถึงผลดีผลร้ายของหนึ่งที่จะผลิตออกมา ซึ่งผู้ประกอบการอาชีพโฆษณาเหล่านี้จะต้องมีมาตรฐานทางจริยธรรมในใจ เพราะมาตรฐานทางจริยธรรมจะเป็นรากฐานของการประพฤติปฏิบัติ ที่ผู้ประกอบการอาชีพโฆษณาใช้ยึดถือปฏิบัติมา ซึ่งมีแหล่งที่มาต่างๆ กัน

แหล่งที่มาของจริยธรรม

ในทางสังคมวิทยา ค่าทางจริยธรรมถูกกำหนดโดยจารีตประเพณีวัฒนธรรม และบรรทัดฐานของสังคม (norm) อันเกิดขึ้นได้โดยการอบรมขัดเกลาทางสังคม (socialization)

วัฒนธรรม คือแบบแผนในการดำเนินชีวิตของคนในสังคมหนึ่งๆ ซึ่งมีการยึดถือปฏิบัติสืบทอดกันมา แต่ละสังคมจะมีวัฒนธรรมแตกต่างกันออกไป ส่วนขนบธรรมเนียมประเพณีหรือจารีตประเพณีถือเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม ซึ่งหมายถึง ความเชื่อหรือการกระทำที่ปฏิบัติสืบทอดกันมาจากชนรุ่นหนึ่งมาสู่ชนอีกรุ่นหนึ่งในสังคมหนึ่งๆ โดยเห็นว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องดีงาม เหมาะสม ส่วนเรื่องของบรรทัดฐาน คือมาตรฐานการปฏิบัติตามบทบาท และสถานภาพที่บุคคลมีในขณะใดขณะหนึ่ง บรรทัดฐานของบทบาทเป็นเรื่องคงที่ ใครก็ตามที่เข้ามามีบทบาทจะต้องปฏิบัติตามบรรทัด

ฐานเช่นนั้น ส่วนกระบวนการขัดเกลาทางสังคมหรือบางที่ใช้คำว่า กระบวนการหล่อหลอมทางสังคมนั้น เป็นกระบวนการอบรมบ่มนิสัยให้กับคนในสังคม ตั้งแต่เกิดและรู้ความได้และดำเนินไปตลอดชีวิต การอบรมกล่อมเกลาเช่นนี้มีหลายวิธีการ และมีหน่วยที่อบรม (agent) หลายหน่วย (จินตนา บุญบังการ, 2544)

มนุษย์ทุกคนเกิดมามีจริยธรรมที่ใช้เป็นแนวทางในการประพฤติปฏิบัติในชีวิตประจำวัน ตลอดจนยังนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาเล่าเรียนและในชีวิตการทำงานด้วย ซึ่งจริยธรรมส่วนใหญ่ที่นำมาใช้นั้นก็จะเป็นที่ยอมรับกันดีในสังคม ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นว่า ในแต่ละสังคมนั้นมักจะมีมาตรฐานทางจริยธรรมที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งนักวิชาการได้สรุปไว้ว่ามีปัจจัยหลัก 11 อย่างด้วยกันที่มีอิทธิพลต่อจริยธรรมของมนุษย์ ปัจจัยต่างๆ มีดังต่อไปนี้

1. ที่อยู่ทางภูมิศาสตร์

ไม่มีผลทางจริยธรรมโดยตรง แต่มีผลทางอ้อมมากมาย เพราะที่อยู่ทางภูมิศาสตร์ย่อมกำหนดความยากง่ายในการหาความรู้แต่ละประเภท กำหนดความยากง่ายในการได้รับอาหารแต่ละประเภท ความสะดวกในการได้รับการรักษาพยาบาล ตลอดจนความยากง่ายในการมีโอกาสได้ตัดสินใจทำดีหรือทำชั่วในแต่ละเรื่อง เป็นต้น ตามความเป็นจริงแล้ว อัจฉริยะบุคคลเกิดมามาก แต่ที่มีโอกาสแสดงอัจฉริยภาพได้อย่างเต็มที่นั้นมีน้อย ในทำนองเดียวกันมีคนจำนวนมากที่ไม่เป็นอาชญากร เพราะไม่มีโอกาสเป็น ประเทศคู่สงครามย่อมเปิดประตูกว้างทั้งสำหรับวีรกรรมและอาชญากรรม การเลือกสถานที่อยู่อาศัย สถานที่เล่าเรียน สถานที่ทำงาน และสถานที่หย่อนใจ จึงมีอิทธิพลต่อความประพฤติมิใช่น้อย ทั้งในเวลาเฉพาะหน้าและในอนาคตระยะยาว

2. ขนบธรรมเนียมประเพณี

มีระยะหนึ่งที่ขนบธรรมเนียมประเพณีเป็นทั้งประมวลศีลธรรม และประมวลกฎหมายของมนุษย์ มาตราการความประพฤติก็คือปฏิบัติตามขนบธรรมเนียมอย่างเคร่งครัด ผู้ที่ปฏิบัติได้เช่นนั้นย่อมจะเป็นทั้งคนดีทั้งในด้านส่วนตัว ด้านศาสนา ด้านสังคม และด้านการเมือง แม้ในระยะต่อมาเมื่อขนบธรรมเนียมประเพณีคลายความศักดิ์สิทธิ์ลงแล้ว และมีสิ่งอื่นเข้าแทนที่ในการเป็นมาตรฐานสังคม แต่ขนบธรรมเนียมก็ไม่วายที่จะมีส่วนสำคัญอยู่อีกมากในการกำหนดว่า กลุ่มประเพณีใดจะขอการปกครองระบอบใด ขอกฎหมายแบบไหน และขอปรัชญาลัทธิใด ซึ่งจะเป็ลัทธิที่กำหนดปรัชญาจริยธรรมอีกต่อหนึ่ง

3. วรรณกรรมและศิลปกรรม

วรรณกรรม เช่น นวนิยายและศิลปกรรมด้านอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพยนตร์และโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อความประพฤติของเด็กที่จะเป็นผู้ใหญ่ในวันข้างหน้าเพียงใด ผู้มีส่วนเกี่ยว

ข้องกับการอบรมเด็กและวัยรุ่นคงรู้กันดีอยู่แล้ว อิทธิพลที่เห็นได้ชัดมากที่สุดก็คือ ตัวอย่างการตัดสินใจและการปฏิบัติตัวอย่างที่ดีจะชักจูงให้อยากเป็นวีรบุรุษแห่งความดี ตัวอย่างเลวก็จูงใจให้มักง่าย อยากได้สิ่งที่ต้องการโดยวิธีการที่ไม่ยุติธรรม และตัวอย่างเพื่อฝันก็มีอิทธิพลจูงใจให้เพื่อฝันสิ่งที่เป็นไปไม่ได้ แทนที่จะมีมานะบากบั่นตามสภาพความเป็นจริง

4. สถาบันครอบครัว

เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่าครอบครัวเป็นสถานที่ปั้นบุคลิกภาพแห่งแรกของลูก นอกจากจะได้ชีวิตจากพ่อแม่แล้ว ลูกยังต้องการความอบอุ่นจากพ่อแม่เพื่อให้จิตใจเติบโตขึ้นอย่างเหมาะสม อาหารบำรุงเลี้ยงร่างกายเด็กอาจจะได้จากทางไหนก็ได้ แต่ความอบอุ่นสำหรับประคับประนอมจิตใจเด็กให้เจริญเติบโตเป็นผู้ใหญ่ขึ้นอย่างเหมาะสมนั้น ไม่มีใครจะให้แทนพ่อแม่ได้ ลูกที่จะเติบโตขึ้นเป็นผู้ใหญ่ที่สมบูรณ์ทางจริยธรรม จึงต้องการบรรยากาศทางครอบครัวที่อบอุ่น มีพ่อแม่พี่น้องพร้อม และมีพ่อแม่ที่มีความรู้และความเข้าใจในการอบรมเด็กพอสมควร พ่อแม่จะต้องไม่ปล่อยปละละเลยจนลูกไม่สามารถเรียนรู้เป็นขั้นๆ ว่าอะไรควรปฏิบัติ อะไรควรหลีกเลี่ยง และไม่ควรเคร่งครัดจนลูกไม่มีโอกาสพัฒนาความรับผิดชอบตามลำดับอายุ

บ้านแตกสาแหรกขาดเป็นสาเหตุอันดับแรกของอาชญากรรมวัยรุ่น พ่อแม่ที่แยกกันอยู่ ทำให้เกิดปมต่างๆ อันไม่พึงปรารถนาในตัวเด็กมากมาย จนเป็นปัญหาหนักแก่สังคมส่วนรวม ลูกต้องแยกจากพ่อแม่เพราะต้องจากไปเล่าเรียนหรือเพราะเหตุใดก็ตาม ถ้าเด็กสำนึกได้ว่าพ่อแม่รอวันกลับอยู่ที่บ้าน เด็กย่อมมีกำลังใจที่จะประพฤติดีและมีกำลังใจที่จะหาความรู้เพื่อรักษาตัวเป็นคนดี ลูกต้องแยกจากพ่อแม่จึงยังดีกว่าพ่อแม่อยู่แยกกันคนละบ้าน และพ่อแม่ต้องพراกกันเพราะความตายยังดีกว่าแยกกันเพราะเหตุอื่น จึงไม่แปลกอะไรที่พ่อแม่จำนวนมากอดทนอยู่ด้วยกัน เพราะเห็นแก่ลูก พ่อแม่ที่อยู่ด้วยกันโดยไม่สร้างบรรยากาศอันอบอุ่นในครอบครัว จะไม่ช่วยให้จริยธรรมแก่ลูกได้มากนัก พ่อแม่จึงควรศึกษาให้รู้หน้าที่และเทคนิคในการสร้างบรรยากาศครอบครัวอันอบอุ่นไว้ หนุ่มสาวทุกคนควรถือว่าเป็นหน้าที่สำคัญประการหนึ่งในการเตรียมชีวิตสมรสและเลือกคู่สมรส

5. เพื่อนบ้าน

เพื่อนบ้านมีความสำคัญรองลงมาจากครอบครัว เพราะได้เห็นความประพฤติของกันและกันอยู่เสมอ ความประพฤติของเพื่อนบ้านจะเป็นตัวอย่างให้เด็กๆ เกิดความเคยชินโดยไม่รู้ตัว เด็กที่เติบโตท่ามกลางเพื่อนบ้านที่ต่ำแก่ง จะรู้สึกว่าการต่ำเป็นเรื่องสามัญ และตนเองก็จะลองต่ำบ้างเพื่อไม่ให้ผิดแปลกจากคนอื่น เด็กที่เติบโตท่ามกลางเพื่อนบ้านที่พูดจาไพเราะกันอยู่เสมอ จะติดนิสัยพูดจาไพเราะไปเอง จะต่ำสักที่รู้สึกว่าเป็นเรื่องที่ฝืนใจอย่างมาก

6. โรงเรียน

มีอิทธิพลต่อความประพฤติของนักเรียนแบบเดียวกับเพื่อนบ้าน เพราะในโรงเรียนมีเพื่อนนักเรียนและครู ซึ่งต้องติดต่อสัมพันธ์และได้เห็นตัวอย่างความประพฤติของกันและกันแบบเดียวกับเพื่อนบ้าน แต่ในโรงเรียนยังมีอิทธิพลมากกว่าเพื่อนบ้าน เพราะในโรงเรียนให้การศึกษาแก่นักเรียนโดยตรง โรงเรียนบังคับให้นักเรียนต้องรู้วิชาการที่สอน ไม่ว่านักเรียนจะชอบหรือไม่ ไม่ว่านักเรียนจะเห็นด้วยหรือไม่ แนวโน้มทางลัทธิของโรงเรียนจึงมีอิทธิพลต่อจิตใจในด้านจริยธรรมของนักเรียนอย่างมาก

7. กลุ่มกิจกรรม

กลุ่มกิจกรรมแต่ละกลุ่มมีอุดมคติเฉพาะประจำกลุ่ม ผู้ที่จะเข้าเป็นสมาชิกของกลุ่มจะต้องมีอุดมคติของกลุ่มอยู่ก่อน หรือมิฉะนั้นก็ต้องปรับตัวให้มีอุดมคติเหมือนกลุ่ม ทั้งเด็กและผู้ใหญ่ต้องการกลุ่มกิจกรรมเพื่อได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคนในวัยเดียวกัน และได้มีโอกาสระบายอุดมคติของตน ผู้ใหญ่ส่วนมากจะมุ่งรวมกลุ่มกับผู้ที่ผลประโยชน์ทางอาชีพพร้อมกัน แต่เด็กๆ มักจะรวมกลุ่มกันเพื่อระบายความต้องการซึ่งไม่สามารถระบายกับผู้ใหญ่ได้ เช่น เล่นสิ่งที่ตนชอบ แสดงความเป็นมิตรและเสียสละเพื่อมิตรภาพ ปรากฏว่าถ้าปล่อยให้เด็กรวมกลุ่มกันโดยอัตโนมัติ พวกเขาก็มักจะชักชวนกันไปประพฤติผิด จึงมีผู้คิดตั้งกลุ่มกิจกรรมสำหรับเด็กเพื่อให้เด็กได้ระบายความต้องการของตนอย่างถูกต้อง จะได้เตรียมตัวเป็นผู้ใหญ่ที่สมบูรณ์แบบต่อไปในอนาคต ทั้งนี้สามารถแก้ปัญหาอาชญากรรมวัยรุ่นได้มาก อย่างเช่น องค์การลูกเสือแห่งโลก เป็นต้น แต่ผู้ใหญ่ที่มีหน้าที่รับผิดชอบต้องระวังไม่แทรกแซงก้าวร้าวหรือควบคุมเกินไป จนทำให้เด็กผิดหวัง เด็กจะไปรวมกลุ่มกันตั้งแก๊งนอกแบบขึ้นเสริมเพื่อตอบสนองความต้องการอันแท้จริงของตน กิจกรรมในแบบจะกลายเป็นเพียงฉากบังหน้าตาผู้ใหญ่เท่านั้น กลุ่มกิจกรรมที่ถูกต้องจะต้องให้สมาชิกในกลุ่มร่วมกันรับผิดชอบอย่างมากที่สุด จะเกิดความผิดพลาดบ้างก็ต้องยอมและช่วยกันแก้ไข ผู้ใหญ่มีหน้าที่ให้คำแนะนำและช่วยเหลือ แก้ไขข้อผิดพลาด ไม่ใช่ควบคุมเพื่อป้องกันข้อผิดพลาดจนผิดจุดหมายของกิจกรรมสำหรับเด็ก

8. สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ

การพักผ่อนหย่อนใจมิได้หมายความว่าอยู่เฉยๆ โดยไม่ทำอะไรเลย การอยู่เช่นนั้นจะทำให้เหนื่อยใจมากขึ้น การพักผ่อนหย่อนใจที่ถูกต้อง ได้แก่ การได้ทำอะไรที่ตนเองชอบโดยไม่ซ้ำกับงานที่ต้องทำประจำ ทั้งผู้ใหญ่และเด็กต้องการพักผ่อนเช่นว่านี้เพื่อผ่อนคลายความเครียดทางประสาทที่ต้องถูกควบคุมให้ทำงานตามกำหนดการในชีวิตประจำวัน นานๆ ครั้งจึงควรผ่อนคลายโดยทำอะไรสักอย่างที่ไม่ต้องบังคับระบบประสาท แต่ปล่อยให้ระบบประสาทนำไปในทางที่มันอยากจะไป ทั้งนี้จะต้องไม่ผิดจริยธรรมและกฎหมาย เพื่อบรรลุเป้าหมายนี้ การเปลี่ยนสถานที่นับ

ว่ามีส่วนสำคัญอยู่มากเพราะเหตุนี้เองเราจึงมีสถานที่สำหรับพักผ่อนหย่อนใจที่ถูกตั้งตาม กฎหมายหลายประเภท ประเภทละหลายแห่ง เลือกได้ตามฐานะทางการเงินและความต้องการ ของระบบประสาท ส่วนเรื่องความถูกต้องทางจริยธรรมและส่งเสริมจริยธรรมนั้น เป็นเรื่องแต่ละ คนจะต้องใช้วิจารณญาณตัดสินใจตามความเหมาะสมของวัยและสภาพชีวิต ถ้าให้เด็กตัดสินใจ เลือกสถานที่พักผ่อนหย่อนใจเอง เด็กมักจะพุ่งเป้าไปในทางตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นมากกว่า มาตราการอื่น เป็นหน้าที่ของผู้มีส่วนรับผิดชอบต้องช่วยกันชี้แจงแนะนำว่า สถานที่พักผ่อน หย่อนใจเช่นไรมีคุณหรือโทษอย่างไรสำหรับวัยนั้นๆ ของเด็ก ตามปกติเจ้าของสถานที่พักผ่อน หย่อนใจมักจะคิดถึงผลกำไรของตนเป็นที่ตั้ง การโฆษณาชวนเชื่อและการอนุญาตให้เข้าไปในสถานที่ จึงมักจะไม่นึกคำนึงถึงผลทางจริยธรรมของผู้เข้ารับบริการ เรื่องผิดศีลธรรมและจริยธรรมเป็นเรื่อง ที่ฝ่ายบริการคำนึงถึงน้อยที่สุด แม้เรื่องผิดกฎหมายซึ่งเป็นเรื่องต้องเสียดัง แต่สถานที่พักผ่อน ใจหลายแห่งก็ยอมเสี่ยงในบางโอกาส จึงเป็นเรื่องที่ผู้มีส่วนรับผิดชอบทางจริยธรรมทุกฝ่ายจะต้อง ร่วมมือกันสอดส่องและให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ เพื่อธำรงศีลธรรมและจริยธรรมไว้ การพักผ่อน หย่อนใจที่ดีที่สุดจะต้องมีการสร้างความรู้สึกประหลาดใจ (sense of wonder) นอกเหนือไปจาก การคลายอารมณ์และประสาท ความประหลาดใจ คือ ความรู้สึกที่งัดและชื่นชมในความยิ่งใหญ่ และความลึกซึ้งของธรรมชาติ ปลดปล่อยให้สัมผัสและรวมตัวกับธรรมชาติ สงบนิ่งในความหรรษา เช่นนั้นสักชั่วครู่หนึ่ง

9. การสื่อสาร

ในปัจจุบันระบบสื่อสารประสบความสำเร็จอย่างมากในด้านเทคนิค ระบบสื่อสารสามารถ แพร่ทั้งความดีและความเลวในด้านจริยธรรม แต่เท่าที่เป็นอยู่ทุกวันนี้ ระบบสื่อสารถูกใช้ในทางเอา เบียดและเผยแพร่ความประพฤติเลวมากกว่าส่งเสริมสันติภาพและเผยแพร่ความประพฤติดี คนดี ครึ่งค่อนเมืองไม่เป็นข่าว แต่คนประพฤติผิดมักจะได้เป็นเหยื่อข่าวเสียเป็นส่วนมาก ทั้งนี้เพราะคน ทำข่าวต้องการขายข่าว และผู้ซื้อข่าวต้องการรู้ข่าวที่ผิดปกติและที่น่าตื่นเต้น การสื่อสารมีส่วน กำหนดความประพฤติของคนในปัจจุบันนี้อย่างมาก เพราะคนในปัจจุบันส่วนมากต้องตั้งหน้าทำ มาหากิน มีเวลานิดหน่อยก็มอบหน้าที่ให้บริการสื่อสารป้อนข่าวให้ จิตใจอาจจะถูกโน้มนำไปตาม กระแสข่าวและบทวิจารณ์ของบริการสื่อสารโดยไม่รู้ตัว

10. ภาวะเศรษฐกิจ

ไม่มีใครยอมเป็นโสเภณีโดยไม่จำเป็น ข้อความนี้แม้จะไม่จริงเสมอไป แต่ก็ไม่มีใครปฏิเสธ ได้ว่า ความยากจนขัดสนมีส่วนทำให้สตรีจำนวนหนึ่งตัดสินใจยัดอาชีพนี ภาวะเศรษฐกิจจึงมีส่วน ไม่น้อยที่จะจูงใจให้เราตัดสินใจทำดีหรือทำชั่ว นอกจากนั้นก่อนจะถึงขั้นตัดสินใจ ภาวะ เศรษฐกิจก็มีส่วนเตรียมความสำนึกไว้ก่อนแล้ว เพราะผู้ที่มีฐานะดีทางเศรษฐกิจย่อมจะมีโอกาส

ศึกษาได้สูงกว่าผู้ที่มีฐานะขัดสนทางเศรษฐกิจ แต่ในขณะเดียวกัน ผู้มีฐานะดีทางเศรษฐกิจก็มีโอกาสที่จะฝ่าฝืนความสำนึกทางจริยธรรมโดยไม่จำเป็นมากกว่าด้วย ทั้งสองฝ่ายจึงมีทั้งส่วนได้เปรียบและเสียเปรียบกันคนละแ่ง

11. ศาสนา

ศาสนาที่นับถือด้วยศรัทธาจริงๆ ย่อมมีส่วนช่วยอย่างมาก ให้ผู้นับถือศาสนาตัดสินใจประพฤติดีตามมาตรการของศาสนานั้นๆ โดยทั่วไปแล้วแก่นศีลธรรมของศาสนาต่างๆ ก็อยู่ในข่ายมาตรการความประพฤติดีสากลอยู่แล้ว อาจจะมีรายละเอียดปลีกย่อยซึ่งแม้ไม่ถือว่าอยู่ในข่ายมาตรการความประพฤติดีสากล แต่ส่วนมากก็ไม่ขัดต่อมาตรการความประพฤติดีสากล จึงถือได้ว่าเป็นความประพฤติดีเพิ่มเติมตามศรัทธาทางศาสนาของผู้ปฏิบัติ และการปฏิบัติเช่นนั้นมักจะสนับสนุนให้การปฏิบัติตามมาตรการสากลมีคุณค่าสูงขึ้นด้วย กล่าวได้ว่าผู้มีศีลธรรมสูงมักจะมีจริยธรรมสูงตามไปด้วย แต่ทว่าผู้ที่มีจริยธรรมสูงไม่แน่ว่าจะเป็นผู้มีศีลธรรมอันดีงาม เพราะมาตรการศีลธรรมจะต้องตัดสินใจตามมาตรการของแต่ละศาสนา

อิทธิพลที่ศาสนามีอย่างมากต่อความประพฤติก็คือ คำสอนของศาสนาย่อมจะกำหนดเป้าหมายสูงสุดหรือเป้าหมายสุดท้ายของชีวิตให้ผู้มีศรัทธายึดถือ ซึ่งผู้มีศรัทธาย่อมจะใช้สำหรับกำหนดวิถีอันพึงเลือกสำหรับมโนธรรมของตน ยิ่งกว่านั้นศาสนาต่างๆ ย่อมจะกำหนดวิถีสำเร็จรูป (ready-made means) ขึ้น เพื่อให้มโนธรรมมีความคล่องตัวในการตัดสินใจ-ชั่วได้ทันที ศาสนาต่างๆ กำหนดวิถีสำเร็จรูปละเอียดมากน้อยต่างกัน ซึ่งผู้ศรัทธาบางคนก็ยึดถือเป็นหลักตายตัวไม่ยอมให้มีการยืดหยุ่นได้เลย แต่บางคนก็ถือว่าความยืดหยุ่นได้ตามเป้าหมายเฉพาะกิจที่ถูกต้อง และบางคนก็แนะนำให้ใช้วิจารณญาณซึ่งดูเหมาะสมในแต่ละกรณี

อย่างไรก็ตาม แม้ว่า ปัจจัยทั้ง 11 ข้ออันได้แก่ ที่อยู่ทางภูมิศาสตร์ ขนบธรรมเนียม ประเพณี วรรณกรรมและศิลปกรรม สถาบันครอบครัว เพื่อนบ้าน โรงเรียน กลุ่มกิจกรรม สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ การสื่อสาร ภาวะเศรษฐกิจ และศาสนา จะเป็นที่มาของจริยธรรมของแต่ละบุคคล แต่ก็ไม่สามารถอธิบายได้ว่ามนุษย์ได้จริยธรรมมาอย่างไร มนุษย์ไม่ได้เกิดมาพร้อมกับจริยธรรมหรือมาตรฐานความประพฤติ แต่มนุษย์ค่อยๆ พัฒนาความรู้ ความนึกคิดด้านต่างๆ ขึ้นมา และสั่งสมคุณค่าของสิ่งต่างๆ เหล่านั้นที่ได้เรียนรู้มาจากแหล่งที่มาตามบริบทของตน (จินตนา บุญบัง การ, 2544)

เนื่องจากหลักจริยธรรมนั้นถือได้ว่าเป็นหลักแนวคิดหลักสากล ดังนั้นจึงมีนักปราชญ์และผู้รู้ต่างๆ ให้คำนิยามและตั้งทฤษฎีที่เกี่ยวกับจริยธรรมไว้อย่างมากมาย แต่ถ้าหากจะมองลึกลงไป

แล้วก็จะพบว่า แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับจริยธรรมเหล่านั้นสามารถที่จะแบ่งได้เป็น 3 ฝ่ายใหญ่ๆ ซึ่งได้แก่

- 1.1 แนวคิดหลักจริยธรรมของโลกฝ่ายตะวันตก
- 1.2 แนวคิดหลักจริยธรรมของโลกฝ่ายตะวันออก
- 1.3 แนวคิดจริยธรรมในด้านการโฆษณา

1.1 แนวคิดหลักจริยธรรมของโลกฝ่ายตะวันตก

ในการที่จะตัดสินใจว่างานโฆษณาสินค้าหรือการกระทำใดๆ ก็ตามของผู้ประกอบอาชีพโฆษณาคือเป็นการกระทำที่ถูกต้องหรือไม่นั้น มีแนวคิดทางจริยศาสตร์ของโลกฝ่ายตะวันตกที่สามารถนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจอยู่ 4 แนวคิดหลักด้วยกัน ซึ่งได้แก่

- 1) หลักจริยธรรมแบบหน้าที่ของค่านต์
- 2) หลักว่าด้วยผลประโยชน์ส่วนตัว
- 3) หลักว่าด้วยผลประโยชน์ส่วนรวม
- 4) ทฤษฎีจิตพิเคราะห์

1.1.1 หลักจริยธรรมแบบหน้าที่นิยมของค่านต์

หลักจริยธรรมแบบหน้าที่นิยมนี้ให้ความสำคัญในหน้าที่ จากประสบการณ์มนุษย์มีความสำคัญในหน้าที่ด้วยกันทุกคน ถ้าหาวิธีส่งเสริมให้ปฏิบัติกันอย่างจริงจังเป็นลำเป็นสัน สังคมจะสงบสุข ค่านต์ เป็นผู้ริเริ่มจริยธรรมแบบหน้าที่นิยม (Deontology)

Immanuel Kant (1724-1804) ถือว่าการกระทำที่เรียกได้ว่า ดีจริงๆ นั้นจะต้องไม่ทำเพราะเหตุผลใดเลย โดยคุณค่าที่แท้จริงของความประพฤติจะต้องเป็นผลจากความสำคัญในหน้าที่ คือ กระทำเพราะสำนึกว่าเป็นหน้าที่ การกระทำเช่นนี้เรียกว่ากระทำโดยมีเจตนาดี (good will) เพราะไม่คำนึงว่าผลที่ได้รับจะเป็นอย่างไร การคำนวณถึงผลได้ผลเสียย่อมเกิดจากความคิด จึงไม่ให้คุณค่าทางศีลธรรมแต่ประการใด (Kant, cited in Singer, 1994)

โดยสรุปแล้วมาตรฐานการจริยธรรม คือ กระทำโดยมีเจตนากระทำตามความสำคัญในหน้าที่ หากจะมีเหตุผลอื่นประกอบด้วยก็เป็นเพียงเหตุผลติดตามโดยบังเอิญ ไม่ใช่เหตุผลที่บังคับหรือกำหนดการตัดสินใจเลือกกระทำนั้นๆ (ค่านต์ อ้างถึงใน เนื่องน้อย บุญยเนตร, 2539)

ซึ่งคล้ายกับ Beauchamp ที่กล่าวไว้ว่า ศีลธรรมและจริยธรรมของแต่ละบุคคลจะขึ้นอยู่กับความตั้งใจทำจริงๆ โดยไม่สนใจถึงผลลัพธ์ที่จะตามมา (Beauchamp, cited in Nantel, 1996)

ในปัจจุบัน บริษัทธุรกิจหลาย ๆ แห่ง เช่น น้ำมันปิโตรเลียมไทย บริษัทโตโยต้า และ บริษัทปูนซีเมนต์ไทย ได้ประกาศตัวว่าเป็นสินค้าที่ช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งจากตัวอย่างดังกล่าว เห็นได้ว่า บริษัทธุรกิจเหล่านี้มีนโยบายในการช่วยกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมนั้นเป็นเจตนาที่ดีหรือไม่ คำตอบก็คือ ไม่แน่ เพราะถ้าหากบริษัทเหล่านั้นทำไปเพราะเหตุผลทางธุรกิจหรือทางกฎหมายนั้นก็แสดงให้เห็นว่า ทำความดีเพราะความจำยอม ไม่ได้ทำไปเพราะตามหน้าที่จึงถือว่าไม่ได้ทำด้วยเจตนาที่ดี แต่ถ้าทำความดีด้วยความบริสุทธิ์ใจไม่ได้มุ่งหวังผลประโยชน์ทางธุรกิจแต่อย่างใด ก็แสดงให้เห็นว่า บริษัทเหล่านี้ทำความดีด้วยความบริสุทธิ์ใจ ซึ่งบริษัทเหล่านี้ได้ตระหนักถึงคุณค่าอันแท้จริงของจริยธรรม ซึ่งกรณีนี้มีแต่ตัวเองเท่านั้นที่จะเป็นคนทราบ

นอกจากนี้แล้วความสำนึกในหน้าที่นั้นจะสั่งด้วยคำสั่งเด็ดขาด (Categorical Imperative) ไม่เสนอเงื่อนไขหรือเหตุผลใดๆ ทั้งสิ้น จึงไม่ใช่คำสั่งโดยมีเงื่อนไข (Conditional Imperative) ซึ่งไม่ผูกมัดผู้ใดนอกจากผู้ต้องการเงื่อนไขนั้น ผู้มีเจตนาดีจะตัดสินใจกระทำตามความสำนึกในหน้าที่ทันที (Kant, cited in Nantel, 1994)

คำสั่งเด็ดขาดจะกำชับและให้กระทำภายใต้หลักการต่อไปนี้ ซึ่งก็เป็นคำสั่งเด็ดขาดด้วยในตัว

1. จงกระทำโดยความสำนึกว่าเป็นกฎสากล
2. จงกระทำโดยความสำนึกว่า บุคคลเป็นจุดหมาย ไม่ใช่วิถีไปสู่จุดหมายอื่น
3. จงกระทำโดยความสำนึกว่า ตนมีเสรีภาพ และมนุษย์ทุกคนต่างก็มีเสรีภาพ

(คานต์ อ้างถึงใน กิริติ บุญเจือ, 2538)

คานต์ได้กล่าวถึงหลักเกณฑ์ที่จะใช้พิจารณาว่าคนใดเป็นคนดีนั้น จะต้องพิจารณาถึงการปฏิบัติหน้าที่ที่ตนรับผิดชอบด้วย โดยปกติแล้วมนุษย์ต้องมีภาระหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบ ดังนั้นการปฏิบัติหน้าที่ของแต่ละคนก็จะแตกต่างกันไป บางคนอาจปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์ ในขณะที่บางคนปฏิบัติหน้าที่ไม่ถูกต้องสมบูรณ์ ซึ่งเรื่องนี้คานต์ได้อธิบายความหมายของการทำหน้าที่โดยสมบูรณ์และไม่ถูกต้องสมบูรณ์ไว้ว่า “หน้าที่โดยสมบูรณ์” คือ ภาระหน้าที่ที่คนต้องรักษามันไว้ตลอดเวลา ส่วน “หน้าที่ไม่ถูกต้องสมบูรณ์” คือภาระหน้าที่ที่คนอาจจะต้องรักษาไว้ในบางโอกาส ดังนั้นการที่จะตัดสินว่าบุคคลใดเป็นคนดีจะต้องพิจารณาจากการปฏิบัติหน้าที่ของคนๆ นั้น ซึ่งหมายความว่า คนที่ดีจะต้องปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างถูกต้องครบถ้วนที่สุด

ยกตัวอย่างเช่น บริษัทโฆษณาบริษัทหนึ่งที่มีหน้าที่รับผิดชอบผลิตโฆษณาสินค้าให้กับผู้ว่าจ้างทั่วไป แต่จะปฏิเสธการผลิตโฆษณาสินค้าที่มีผลกระทบต่อสุขภาพเช่น เหล้าและเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมแอลกอฮอล์ ในขณะที่บริษัทโฆษณาอีกบริษัทหนึ่งไม่มีนโยบายที่จะปฏิเสธการผลิตโฆษณาสินค้าทุกชนิด ซึ่งจะเห็นได้ว่า บริษัทโฆษณาบริษัทหลังนี้ที่มีนโยบายที่จะรับผิดชอบผลิตโฆษณาสินค้าทุก

ชนิดซึ่งในที่นี้รวมถึงสินค้าที่มีผลกระทบต่อสุขภาพ เช่น เหล้าและเครื่องดื่มที่มีส่วนผสม แอลกอฮอล์นั้น เป็นบริษัทโฆษณาที่มีความจงรักภักดีต่อหน้าที่โดยสมบูรณ์ เพราะถือว่าการผลิต โฆษณาเป็นภาระหน้าที่ของบริษัทซึ่งไม่สามารถที่จะปฏิเสธการทำหน้าที่นี้ได้ และทางบริษัทก็ได้ ผลตอบแทนจากผู้ว่าจ้างเช่นกัน ส่วนบริษัทโฆษณาบริษัทแรกนั้นถือว่าทำหน้าที่โดยไม่ถูกต้อง สมบูรณ์ เนื่องจากทางบริษัทจะเลือกรับผลิตโฆษณาที่ไม่มีผลกระทบต่อสุขภาพเท่านั้น แม้ว่าการ โฆษณาสินค้าเหล่านั้น (เหล้าและเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมแอลกอฮอล์) จะไม่ได้ผิดกฎหมายใดๆ ก็ตาม และทางบริษัทก็ไม่ได้คำนึงถึงผลตอบแทนจากผู้ว่าจ้างเพียงอย่างเดียว ซึ่งจากตัวอย่างนี้จะเห็นได้ ว่า บริษัทโฆษณาที่มีหน้าที่โดยสมบูรณ์นั้นมักจะไม่ใช่ใจต่อตัวผู้บริโภคสินค้าหรือตัวสินค้าที่จะ ต้องนำมาโฆษณาเลย

1.1.2 หลักว่าด้วยผลประโยชน์ส่วนตัว

ฝ่ายนี้เห็นว่าการใช้ความสำนึกในหน้าที่นั้นใช้ได้เฉพาะตัวเท่านั้นใช้ในสังคมไม่ได้ผล เพราะใครๆ ก็อาจจะอ้างได้ว่าทำเพราะสำนึกในหน้าที่ แต่ปากกับใจอาจจะไม่ตรงกันก็ได้ จึงควร ใช้หลักการที่ตรงกับความต้องการของมนุษย์และควบคุมได้ นั่นคือประโยชน์ส่วนตัว มนุษย์ทุกคน ต้องการประโยชน์ส่วนตัวด้วยกันทั้งนั้น ผู้รับผิดชอบในสังคมควรอบรมส่งเสริมให้ทุกคนมุ่งกอบ โภกยาประโยชน์ส่วนตัวตามธรรมชาติของตนให้เต็มที่ เช่น นักบวชและผู้มีศรัทธาก็ให้มุ่งกอบ โภกยา บัญกุศล พ่อค้ามุ่งหาผลกำไร ทหารมุ่งได้ยศและตำแหน่ง ฯลฯ แต่ในเวลาเดียวกันก็ออกกฎหมาย ควบคุมมิให้ก้าวก่ายผลประโยชน์ของกันและกันอย่างเคร่งครัด ใครฝ่าฝืนก็จะลงโทษให้หนักๆ ไว้ เพื่อชूंขวัญผู้คิดจะฝ่าฝืนรายต่อไป ถ้าทำได้อย่างนี้ทุกคนจะอยู่อย่างร่มเย็นเป็นสุข หลักการนี้ใช้ได้ กับทุกศาสนาและทุกลัทธิ ผู้ริเริ่มความคิดนี้ได้แก่ เบ็นทัม (Bentham, 1748-1832) ได้ชื่อลัทธิว่า ประโยชน์นิยม (Utilitarianism) ซึ่งตั้งเป้าหมายไว้ว่า สังคมต้องแสวงความสุขมากที่สุดให้กับ ประชาชนจำนวนมากที่สุด (Greatest happiness of the greatest number) (เนืองน้อย บุญย เนตร, 2539)

Jeremy Bentham (1748-1832) ได้เสนอแนวคิดของตนไว้ว่า วัตถุประสงค์ของมนุษย์ คือ การ แสวงหาความพึงพอใจและพยายามหลีกเลี่ยงความทุกข์ ความพึงพอใจและความทุกข์ที่เป็นจริงมี ในชีวิตเท่านั้น (Bentham, cited in Singer, 1994)

คำสอนเรื่องชีวิตหน้าทำให้คนจำนวนมากไขว่ไขว่ ยอมรับทุกข์และสละความพึงพอใจใน ชีวิตนี้เพื่อแลกกับความพึงพอใจที่หวังว่าจะได้มากกว่าในชีวิตหน้า จึงควรจงใจให้ทุกคนเห็นแจ้ง ว่าชีวิตของคนเรามีแต่ชีวิตนี้เท่านั้น มาตรการจริยธรรมที่ถูกต้องและเหมาะสมสำหรับมนุษย์ทุกคน ก็คือ แสวงหาความพึงพอใจให้เข้มที่สุดและนานที่สุด การปกครองที่ดีจะต้องมุ่งให้มีความพึงพอใจ

เข้มที่สุดแก่คนจำนวนมากที่สุด กฎหมายที่ดีจะต้องค้ำประกันเป้าหมายในสังคม (เบ็นทัม อ้างถึงใน กิริติ บุญเจือ, 2538)

เช่นเดียวกันกับในธุรกิจโฆษณา ทุกๆ องค์การไม่ว่ามีขนาดใหญ่หรือเล็ก จะต้องมีการรักษาเสถียรภาพของตน ซึ่งการรักษาเสถียรภาพที่วางนี้อยู่ในรูปของข้อกำหนด ข้อชี้แนะ บทบัญญัติที่ชัดเจน และแนวทางในการปฏิบัติ เป้าหมายในสิ่งเหล่านี้จะช่วยคลี่คลายปัญหาต่างๆ ให้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น โดยเกี่ยวข้องกับการสร้างแรงจูงใจให้แก่คนในองค์กรนั้นด้วย และการกระทำนี้ก็เป็สิ่งที่มีค่า เพราะสามารถรักษาผลประโยชน์ได้ในระยะยาว หากจะมีคำถามว่า “บริษัทจะมีนโยบายรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้ดีหรือไม่” คำตอบที่ได้รับอาจแบ่งได้เป็น 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายที่ตอบว่า ควรจะมีก็คือ คนที่ต้องการผลประโยชน์ที่อาจจะเกิดขึ้น ส่วนที่เหลือตอบว่า ไม่ ก็คือคนที่ไม่สนใจต่อสิ่งที่เกิดขึ้นตามมา ขอเพียงให้ตนได้ก็พอ ดังนั้นสิ่งหนึ่งที่เป็นสิ่งจำเป็นของหลักว่าด้วยผลประโยชน์ส่วนตนก็คือ ความยืดหยุ่นนั่นเอง ซึ่งปรากฏเด่นชัดในกระบวนการตัดสินใจ หรือก็คือให้อิสระทางความคิด เพื่อแสวงหาผลประโยชน์ใส่ตนนั่นเอง

1.1.3 หลักว่าด้วยผลประโยชน์ส่วนรวม

เป็นลัทธิที่ยอมรับ “ประโยชน์” หรือ “หลักมนุษย” เป็นรากฐานของศีลธรรม ถือว่าการกระทำที่มีแนวโน้มจะก่อให้เกิดความสุข การกระทำที่ผิดได้แก่ การกระทำที่มีแนวโน้มจะก่อให้เกิดสิ่งที่สวนทางกับความสุข จะถูกผิดมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับแนวโน้มดังกล่าวนี้มากน้อยเพียงใด สุขในที่นี้หมายถึง ความรื่นรมย์ และการปราศจากความเจ็บปวด อสุข หมายถึง ความเจ็บปวด และภาวะที่ไร้ความรื่นรมย์ การที่จะให้เข้าใจหลักศีลธรรมของลัทธินี้ ก็คือการทำความเข้าใจว่าคติชีวิตของลัทธินี้คือความรื่นรมย์ และการหลุดพ้นจากความเจ็บปวดเป็นจุดหมายเดียวที่น่าพึงปรารถนา และสิ่งอื่นที่น่าพึงปรารถนานั้นก็เพราะตัวมันเองให้ความรื่นรมย์ หรือมิฉะนั้นก็เป็นวิถีที่พาไปสู่ความรื่นรมย์ และการหลุดพ้นจากความเจ็บปวด (เนืองน้อย บุญเนตร, 2539)

ลัทธิว่าด้วยหลักผลประโยชน์ส่วนรวมนี้เห็นว่าการสนับสนุนให้ทำการเพราะเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตัวนั้น ไม่สมศักดิ์ศรีของมนุษย์เลย ยิ่งกว่านั้นจะออกกฎหมายให้รัดกุมสักปานใด กฎหมายก็ยังมีช่องโหว่ให้คนฉลาดเอาเปรียบคนโง่อยู่จนได้ จึงขอเปลี่ยนหลักการให้ผู้รับผิดชอบในสังคมส่งเสริมให้ทุกคนมุ่งหาผลประโยชน์ส่วนรวม เมื่อทำเช่นนี้กันอย่างจริงจัง ผลประโยชน์ส่วนตัวจะตามมาเองและทุกคนจะอยู่ร่วมกันในสังคมด้วยความร่วมมือ ผู้ริเริ่มความคิดนี้ได้แก่ สจ๊วต มิลล์ (Stuart Mill, 1806-1873) ลัทธินี้ได้ชื่อว่าประโยชน์นิยมเช่นกัน

มิลล์ (1806-1873) เห็นด้วยกับเบ็นทัมว่า มาตรการจริยะคือ การแสวงหาความพึงพอใจมากที่สุดแก่คนจำนวนมากที่สุด แต่ไม่เห็นด้วยที่ว่ามากที่สุด ได้แก่เข้มขันที่สุดและนานที่สุด มิลล์

เห็นว่า ความมากทางปริมาณผู้ความมากทางคุณภาพไม่ได้ รัฐจึงมีหน้าที่จัดการให้พลเมืองได้ รับความพึงพอใจที่มีคุณภาพสูงขึ้นอย่างกว้างขวางที่สุด ลัทธิของเบ็นทัมและมิลล์ได้ชื่อรวมกันว่า ลัทธิประโยชน์นิยม (Utilitarianism) (สจ๊วต มิลล์ อ้างถึงใน เนื่องน้อย บุญยเนตร, 2539)

อีกแง่หนึ่งที่สจ๊วต มิลล์ไม่เห็นด้วยกับเบ็นทัมก็คือว่า มิลล์ไม่ต้องการให้แต่ละคนกอบโกย ประโยชน์ใส่ตน เพราะจะทำให้เกิดการแข่งขันชิงดีกัน โดยเหตุที่คนเรามีพลังต่อรองไม่เท่ากัน คนมี พลังต่อรองสูงย่อมจะได้เปรียบคนมีพลังต่อรองต่ำกว่าตามลำดับ ประโยชน์ที่หวังจะได้รับจากการ แข่งขันนี้จะกลายเป็นทุกข์เสียมากกว่า เพราะความเสียสละเห็นใจต่อกันที่มนุษย์เรามีความโน้ม เียงที่จะปฏิบัติต่อกันอยู่แล้ว คงจะไม่เกิดขึ้น จะกลายเป็นว่าทุกคนจ้องเอาเปรียบทุกคน และทุก คนกลัวการเอาเปรียบกันและกัน การที่ต้องระวังการเอาเปรียบกันเช่นนี้ต่างฝ่ายจะเสียผล ประโยชน์ ความสุขที่เข้มข้นและนานที่สุดซึ่งเบ็นทัมหวังว่าจะเกิดขึ้นก็คงจะไม่เกิดขึ้น เพื่อให้บรรลุ เป้าหมายดังกล่าวนี้ได้อย่างแท้จริง ควรอบรมให้ประชาชนยึดหลักการเสียสละผลประโยชน์ส่วนตัว และมุ่งหาประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง ประโยชน์ส่วนตัวก็เกิดโดยอัตโนมัติ นั่นคือเมื่อทุกคนมุ่ง แสวงหาแต่ประโยชน์ส่วนรวม ก็จะไม่มีการเอาเปรียบกัน ไม่ต้องกลัวและไม่ต้องระวังว่าจะ เสียเปรียบใคร ทุกคนจะนอนตาหลับ ต่างคนต่างก็จะบันดาลความพึงพอใจให้แก่กันและกัน อย่าง ไรก็ตามจุดอ่อนในนโยบายของสจ๊วต มิลล์ อยู่ที่ว่าทำอย่างไรจึงจะอบรมให้ทุกคนในสังคมเดียวก ันมุ่งแสวงหาผลประโยชน์ส่วนรวมได้สำเร็จ หากมีคนฉลาดเห็นอเมฆแสวงทำเป็นว่าเสียสละเพื่อ ประโยชน์ส่วนรวม แต่ใจจริงจ้องหาประโยชน์ใส่ตัวมากที่สุดอยู่เสมอ ในไม่ช้าคนอื่นจะอดทนหา ระบายใจและจะไม่ไว้ว่างใจกัน ในที่สุดก็จะกลับไปสู่มาตรการของเบ็นทัมต่อไปโดยอัตโนมัติ

ยกตัวอย่างเช่น กรณีเรื่องโฆษณาเครื่องดื่มประเภทเหล้า สำนักงานคณะกรรมการอาหาร และยา ได้มีนโยบายให้มีคำเตือนในตัวโฆษณาและตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้ดื่มสุราก็อาจได้รับการยับยั้ง ชั่งใจก่อนดื่มลงไปบ้าง สถิติอุบัติเหตุและความสูญเสียทั้งชีวิตและทรัพย์สินจากการดื่มสุราก็อาจ ลดน้อยลงไปในระดับหนึ่ง แต่อุปสรรคในเรื่องนี้ก็คือ ขณะที่คนบางกลุ่มได้รับผลประโยชน์จากการ กระทำนี้ ก็มีอีกส่วนหนึ่งที่ได้รับผลกระทบเดือดร้อนนี้เช่นกันซึ่งได้แก่ เจ้าของสินค้าและบริษัท โฆษณา เพราะจะต้องเพิ่มต้นทุนการผลิตขึ้นไป อีกทั้งรายได้จากยอดขายก็ลดน้อยลง ซึ่งการ กระทำดังกล่าวเป็นการแก้ไขปัญหาที่ปลายเหตุ สิ่งที่ควรทำก็คือ การออกโครงการเพื่อการไม่ดื่ม สุราในระยะยาวออกมา แล้วจัดการลดความอยากและความต้องการลง โดยสรุปแล้วการยึดถือ ประโยชน์ส่วนรวมในทางปฏิบัติ คือควรจะได้เดินสายกลางระหว่างผลประโยชน์กับความถูกต้องตาม ทำนองคลองธรรมนั่นเอง

1.1.4 ทฤษฎีจิตวิเคราะห์

แนวคิดของฟรอยด์ (Sigmund Freud, 1856-1939) ที่เกี่ยวกับมนุษย์นั้นจะไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับศาสนาเลย นั่นคือ ถือว่าคนเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติและอยู่ภายใต้กฎของธรรมชาติ จิตและกายเป็นอิสระต่อกัน เจตจำนงเสรีมิได้มีจริงแต่เป็นความเพ้อฝันและความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของมนุษย์บางคน จิตของเรามีกิจกรรมบางอย่างที่สำนึกได้และบางอย่างทำอย่างไรสำนึกและกึ่งสำนึก การศึกษาช่วยให้เข้าใจตัวเองและยกฐานะของตัวเองให้ดีขึ้นตามสภาพที่เป็นจริง ทำให้เรามีเสรีภาพอย่างแท้จริง กล่าวคือ เสรีภาพจากความมกมายและความผิดพลาดต่างๆ

องค์ประกอบของจิตมนุษย์

ส่วนที่ถือได้ว่าเป็นจิตใจตัวมนุษย์นั้นฟรอยด์สอนว่าประกอบขึ้นด้วยองค์ประกอบ 3 ส่วน ซึ่งต่างก็ทำการโดยอิสระตามกฎเกณฑ์ของตน มิได้มีจุดมุ่งหมายที่จะประสานงานกันเพื่อส่วนรวมในตัวมนุษย์แต่อย่างใด องค์ประกอบ 3 ส่วนได้แก่ Id, Ego และ Super-Ego

1. Id องค์ประกอบนี้มีลีบิโด (Libido) เป็นพลังแสดงออกมาภายนอก เป็นสัญชาตญาณป้องกันภัยและสัญชาตญาณสืบพันธุ์ Id เป็นคำศัพท์ภาษาลาติน แปลว่า มัน ที่ฟรอยด์เรียกเช่นนั้นเพราะรู้สึกว่าเป็นพลังงานแปลกปลอมในตัวเรา มันไม่ทำการตามความปรารถนาของเรา และมักจะทำให้เราเสียหน้าอยู่บ่อยๆ เราอยากจะทำมันแต่ก็ทำมันไม่สำเร็จจึงต้องคล้อยตามมันในบางโอกาสด้วยความจำใจและบางครั้งก็ต้องหาวิธีกลบเกลื่อน มันแสดงฤทธิ์โดยไม่เลือกกาลเทศะ ทำการอย่างไรก็ดี สัมผัสขุ่นๆ ทำความหนักใจแก่เรามาก พลังนี้แหละที่ทางศาสนาเรียกว่า ตัณหา

2. Ego เป็นคำลาตินอ่านว่า เอโก แปลว่า ตัวฉัน ตรงกับคำว่า ตัวตน (the self) ในภาษาปรัชญา มีเหตุผล (reason) เป็นพลัง เปรียบได้กับเจ้าหน้าที่เซ็นเซอร์ (censor) คอยควบคุม Id แต่ Id ก็หาไม่สนใจให้ควบคุมไม่ Ego จึงต้องใช้เล่ห์เหลี่ยมต่างๆ เท่าที่ความรู้และความชำนาญจะเสนอแนะ Ego ควบคุม Id เหมือนคนขี่ม้าพยศซึ่งไม่มีวันจะละพยศเลย ต้องใช้ความสามารถส่วนตัวล่อใจหันเหความพยศไปในทางที่เป็นประโยชน์ แม้ Ego จะควบคุม Id อย่างแนบเนียนและระมัดระวังสักปานใดก็ตาม ก็ยังมีเวลาเผลอเผลอให้ Id หลบหลีกการควบคุมแสดงฤทธิ์อย่างเสรีได้บ้างเช่น ฝัน อันเป็นสัญลักษณ์แสดงออกอย่างไร้สำนึกต่างๆ เป็นต้น

3. Super – Ego คำๆ นี้ไม่มีใช้ในภาษาลาตินจริงๆ ฟรอยด์ประดิษฐ์ขึ้นตามรากศัพท์ว่า Super (ภาษาลาตินอ่านว่า ซูเปอร์ แปลว่า พิเศษ) รวมกับ Ego (ซึ่งแปลว่า ตัวฉัน) จึงหมายถึงตัวฉันพิเศษ มีอุดมการณ์เป็นพลังซึ่งแสดงออกเป็นสัญชาตญาณรักความดีงาม เนื่องจากอยู่เหนือระดับเหตุผล จึงไม่แสดงออกอย่างมีเหตุผล แต่ทว่าแสดงออกเป็นความสำนึกทางศีลธรรมอย่างมี

อุดมการณ์ อุดมการณ์นี้มักจะค่อยๆ ผั่งเข้าในความทรงจำ โดยการอบรมที่ได้รับมาตั้งแต่เด็ก จนถึงปัจจุบัน ใครได้รับการอบรมมาแบบไหนก็มักจะฝังใจอยู่ในอุดมการณ์แบบนั้นยากที่จะเปลี่ยนได้ เพราะมั่นใจว่าถูกต้องและดีงาม แม้จะไม่ทราบเหตุผลก็ตาม นี่คือที่มาของแนวโน้มของแต่ละบุคคล

ดังนั้นทฤษฎีจิตวิเคราะห์นี้จะเป็นการศึกษาธรรมชาติของมนุษย์แต่ละคน ซึ่งมีผลมาจากในวัยเด็กของแต่ละบุคคลนั้นๆ โดย Id จะเป็นความต้องการภายในจิตใต้สำนึกของแต่ละบุคคล เช่น ความต้องการต่างๆ ความหิว ความประสบผลสำเร็จในอนาคต ในขณะที่ Ego นั้น จะเป็นการควบคุม Id อีกทีหนึ่ง เช่นการสนองความต้องการพื้นฐานโดยที่สังคมยังต้องยอมรับอีกด้วย และสุดท้ายก็คือ Super - Ego เป็นเครื่องมือที่ใช้ควบคุมความคิดของมนุษย์ ซึ่งจะทำให้มนุษย์ประพฤติปฏิบัติตามความดี ซึ่งก็ได้แก่ศีลธรรมนั่นเอง (Freud, cited in Assael, 2001)

โดยสรุปแล้ว แนวความคิดของโลกฝ่ายตะวันตกที่เกี่ยวกับหลักจริยธรรมนั้น จะเน้นที่หน้าที่ของบุคคลที่ต้องกระทำกับผลลัพธ์ที่ได้รับกลับคืนมาจากการกระทำ ซึ่งแต่ละแนวคิดนั้นก็จะมีผลดีผลร้ายที่ต่างกัน ขึ้นอยู่กับบุคคลต่างๆ ไปว่า จะยึดถือหลักแนวคิดของใครในการดำเนินชีวิต ซึ่งแต่ละแนวความคิดก็มีข้อเด่นในตัวของมันเองอยู่แล้ว

1.2 แนวคิดหลักจริยธรรมของโลกฝ่ายตะวันออก

หลักหรือแนวคิดที่เกี่ยวกับจริยธรรมของโลกฝ่ายตะวันออกนั้น ส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลมาจากศาสนาแทบทั้งสิ้น เนื่องจากพื้นฐานของคนในประเทศซีกโลกตะวันออกนั้นจะมีความผูกพันกับศาสนาเป็นอย่างมาก กิจกรรมต่างๆ ตลอดจนการดำรงชีวิตก็ไม่สามารถหลีกเลี่ยงเรื่องที่เกี่ยวข้องกับศาสนาได้ ดังนั้นหลักจริยธรรมของโลกฝ่ายตะวันออกจึงได้รับอิทธิพลมาจากศาสนาโดยตรง ซึ่งมีแนวคิดหลักๆ ดังต่อไปนี้

- 1) จริยธรรมตามแนวความคิดของศาสนาพุทธ
- 2) จริยธรรมตามแนวความคิดของศาสนาอิสลาม
- 3) จริยธรรมตามแนวความคิดของศาสนาพราหมณ์ – ฮินดู
- 4) จริยธรรมตามแนวความคิดของลัทธิเต๋า
- 5) จริยธรรมตามแนวความคิดของเซ็น
- 6) จริยธรรมตามแนวความคิดของขงจื้อ

1.2.1 จริยธรรมตามแนวคิดของศาสนาพุทธ

ตามแนวคิดของศาสนาพุทธนั้น จริยธรรม มาจากคำว่า พรหมจรรย์ ซึ่งในพุทธศาสนา หมายถึง มรรค คือ วิธีปฏิบัติสายกลาง ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ คือ ศีล สมาธิ ปัญญา ดังนั้น จริยธรรม หรือ พรหมจรรย์ มรรค และไตรสิกขา เป็นทางปฏิบัติเพื่อนำมนุษย์ไปสู่จุดหมายในชีวิต (พระธรรมปิฎก, 2543) จริยธรรมที่ควรประพฤติของศาสนาพุทธก็คือ การหลีกเลี่ยงจากทุกข์ ความเศร้าโศก ความเจ็บปวด ความป่วยไข้ ความพลัดพรากจากสิ่งที่ตนรัก ความแก่ และความตาย ซึ่งการจะหลีกเลี่ยงจากสิ่งเหล่านี้ก็คือการปฏิบัติตัวให้ตรงกับทางสายกลางหรือมรรค นั่นเอง

มรรค 8 ซึ่งเป็นองค์ประกอบให้เกิด ไตรสิกขาประกอบด้วย

- | | | |
|---|---|------------|
| - ความเห็นถูกต้อง (สัมมาทิฐิ) | } | ปัญญาสิกขา |
| - ความดำริถูกต้อง (สัมมาสังกัปปะ) | | |
| - เจรจาถูกต้อง (สัมมาวาจา) | } | ศีลสิกขา |
| - การทำงานถูกต้อง (สัมมากัมมันตะ) | | |
| - การเลี้ยงชีพถูกต้อง (สัมมาอาชีวะ) | | |
| - การพยายามถูกต้อง (สัมมาวายามะ) | } | สมาธิสิกขา |
| - การมีสติตั้งมั่นว่าถูกต้อง (สัมมาสติ) | | |
| - การมีสมาธิตั้งมั่น (สัมมาสมาธิ) | | |

เมื่อบุคคลปฏิบัติตามอริยมรรค 8 ประการ ได้ครบถ้วนถูกต้อง กิเลสต่างๆ ที่ผูกพันอยู่ก็จะหมดสิ้นไป เพราะกิเลสเหล่านี้จึงเป็นเหตุให้ไม่รู้จริงในตัวตน เกิดความหลงยึดมั่นถือมั่นในการกระทำของตนว่าถูกต้อง เกิดความลุ่มหลงรักในตัวของตนว่าเที่ยงแท้ มีเจตคติไม่มั่นคงหวั่นไหวง่าย ส่วนการปักใจรักในปัจจุบันชาติ ปรารถนาความผาสุกในอนาคตกาล (บุญมี แทนแก้ว, 2539)

1.2.2 จริยธรรมตามแนวคิดของศาสนาอิสลาม

ตามหลักแนวคิดของศาสนาอิสลามนั้น จริยธรรม ก็คือ การพัฒนาแห่งความเข้าใจและความสามารถของมนุษย์ ที่จะแยกแยะได้ระหว่างความดีและความชั่วและสามารถที่จะแยกแยะการกระทำโดยการตัดสินระหว่างคนชั่วสองคนและคนดีสองคน มีจิตวิญญาณที่ดีเยี่ยมตนเอง ซึ่งก็คือการมีเหตุผล การรู้ความจริง และการมีสติสัมปชัญญะที่ดีหลังจากที่รู้ตัวเองว่าได้กระทำผิดไป ก็

จะมีความรู้สึกต่อว่าตัวเอง และมีความกระตือรือร้นที่จะกระทำความดี (ฮัซรัท มิวซา กุลาม อะห์มัด แห่งคาเตียน อ้างถึงใน เฟลคทเนอร์, 2539)

จริยธรรมจะมีพื้นฐานจากศาสนา ปัญหาจริยธรรมมักจะเกี่ยวข้องอยู่กับการเผยแพร่วรรณกรรม การกระทำผิดเป็นการฝ่าฝืนกฎของพระอัลเลาะห์ จะต้องมีการบริจาคทาน ความมีใจเชื่อ อารี ความซื่อสัตย์ ความมีมนุษยธรรมต่อทาส ให้ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อคนกำพร้า และเว้นจากการดื่มน้ำเมา (บุญมี แท่นแก้ว, 2539)

1.2.3 จริยธรรมตามแนวคิดของศาสนาพราหมณ์ – ฮินดู

ตามหลักแนวความคิดของศาสนาพราหมณ์ – ฮินดูนั้น จริยธรรม ก็คือ ระเบียบแบบแผน หรือข้อปฏิบัติต่างๆ ที่ได้บัญญัติขึ้นหรือกำหนดขึ้นเพื่อให้ศาสนิกชนได้ปฏิบัติ เพื่อสันติสุขในการอยู่ร่วมกันของบุคคลในสังคมนั้น โดยมนุษย์จะเป็นผู้กำหนดบัญญัติขึ้นมาเพื่อให้มนุษย์ในสังคมนั้นๆ ปฏิบัติร่วมกัน (อารี วิชาชัย, 2543)

ส่วนกรมการศาสนา กระทรวงศึกษาธิการ (2519) ได้ให้ความหมายของจริยธรรมไว้ว่า สิ่งที่ดีควร หรือการทำความดี และการละเว้นความชั่ว ซึ่งมีอยู่ 10 ประการด้วยกันก็คือ

1. ธฤติ แปลว่า ความพอใจ คล้ายๆ กับคำว่า สันโดษ การถือธรรมตามลักษณะนี้คือ มีความพยายามอยู่ด้วยความมั่นคงเสมอ แม้ว่าจะยังไม่ได้สำเร็จประโยชน์ตามความประสงค์จากสิ่งใด ก็ไม่มีความหวนวิตกประการใด ยังคงมีความพยายามอยู่ต่อไปเสมอ และก็มีความรู้สึกยินดีและพอใจในสิ่งที่ตนมีอยู่ โดยปราศจากความโลภนั่นเอง
2. กษมา แปลว่า ความอดกลั้นหรือความอดโทษ พุดโดยสรุปก็คือ มีความพากเพียรพยายามและอดทน โดยถือเอาเมตตากรุณาเป็นที่ตั้งตนนั่นเอง
3. ทม แปลว่า การระงับจิตใจ คือรู้จักข่มจิตใจของตนด้วยความสำนึกในเมตตาและมีสติอยู่เสมอ จะพุดให้ถูกก็คือรู้จักอดจิตอดใจนั่นเอง ไม่ปล่อยให้หวนไหวไปตามอารมณ์ได้ง่าย
4. อส เตย แปลว่า ไม่ลักขโมย ไม่กระทำโจรกรรมนั่นเอง
5. เสาจ แปลว่า ความบริสุทธิ์ หมายถึงการทำตนเองให้มีความบริสุทธิ์ทั้งจิตใจและร่างกายนั่นเอง
6. อินทริยนิครห นิครห แปลว่า การปราบปราม เพราะฉะนั้น อินทริยนิครห จึงหมายถึง การปราบปรามอินทริย์ทั้ง 10 หรือการอดกลั้นอินทริย์ทั้ง 10 หรือการระงับอินทริย์ทั้ง 10 ได้แก่

- 6.1 พวกขณานนทริย 5 ได้แก่อินทริย์ หรือประสาทความรู้สึกทางความรู้ คือ ตา หู จมูก ลิ้น และผิวหนัง
- 6.2 พวกกรรมนทริย 5 ได้แก่ อินทริย์ หรือประสาทความรู้สึกทางการกระทำมี มือ เท้า ทวารหนัก ทวารเบา และลำคอ
- 6.3 พวกอนตเรนทริย ได้แก่ อินทริย์หรือประสาทความรู้สึกภายใน ซึ่งนับแยก ออกไปต่างหาก คือ มีจิตใจ ใจ สมองและอหังการ

ที่ว่าปราบปรามหรือระงับอินทริย์นั้น หมายถึงให้มันสำรวจตรวจดูเสมอด้วยตนเองว่า อินทริย์ทั้ง 10 นั้น ได้รับการบริหารไปในทางที่ถูกต้องดีหรือไม่

7. ธี แปลเหมือนกันกับ ธิติ หรือ ธีร หรือ พุทธิ ซึ่งหมายถึงปัญญา สติ มติ ความคิด ความมั่นคงยืนนาน เป็นลักษณะหนึ่งใน สิบประการของ ธรรมามา กล่าวคือควรจะมีความรู้ทั่วไป มีปัญญา และรู้จักกระเปียบ วิธีการต่างๆ ทั้งทางขนบธรรมเนียม ประเพณี ธรรมะ สังคมและวัฒนธรรม
8. วิทยา แปลเหมือนกันกับ ญาณ ในภาษาบาลี หรือชญาณ ในภาษาสันสกฤตนั่นเอง หมายถึงความรู้ทางปรัชญาศาสตร์ คือรู้ลึกซึ้ง และมีความรู้เกี่ยวข้องกับชีวิตกับมายา และกับพระพรหมอย่างไรบ้าง
9. สตย แปลว่า จริง หรือความจริง หรือศุทธมติ (ความเห็นอันบริสุทธิ์) ความเห็นอัน สุจริต กล่าวคือควรแสดงความซื่อสัตย์ต่อกันและกัน จนถึงทำให้เป็นที่ไว้วางใจกัน และเชื่อใจกันได้ โดยไม่คิดคดทรยศต่อกันอีกต่อไป
10. อโกธ แปลว่า ไม่โกรธ คนที่จะมีความไม่โกรธนั้นก็คือ ต้องมีขันติและใสรัจจนัยหนึ่งมีความอดทน มีความเสถียร และรู้จักทำจิตใจให้สงบ ที่สำคัญที่สุดก็คือ ให้เอาชนะ ความโกรธให้ได้ด้วยความไม่โกรธนั่นเอง

กฎศีลธรรมของศาสนาพราหมณ์ – ฮินดู ที่มีอยู่แก่คนทั่วไปคล้ายๆ กัน เช่น เว้นจากการฆ่าสัตว์ พุดเท็จ การลักขโมย การประทุษร้าย การล่วงละเมิดทางกามารมณ์ การกล่าวร้าย เล่นการพนัน และการดื่มน้ำเมา สำคัญคือ การรู้จักควบคุมตนเองและการรู้จักประมาณ ปรัชญาเมธีฮินดู ส่วนมากเห็นด้วยกับการเอาชนะตนเองคือไม่เห็นแก่ตัว เพราะเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้รู้แจ้งในตัวตนที่แท้จริงอีกประการหนึ่ง จริยธรรมของพราหมณ์ – ฮินดูพยายามสร้างผลประโยชน์ระหว่างกฎเกณฑ์ของมนุษย์ทั่วไปกับชนชั้นสูงที่มีสิทธิพิเศษให้เข้ากันได้ เพราะการแบ่งแยกวรรณะเป็นอุปสรรคที่จะสร้างความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นโดยเฉพาะพัฒนาประชาธิปไตยและการศึกษา (บุญมี แทนแก้ว, 2539)

1.2.4 จริยธรรมตามแนวคิดของลัทธิเต๋า

เต๋า ในภาษาจีนแปลว่า หนทาง หรือ วิธี ดังนั้นเต๋าจึงเป็นหนทาง หากเป็นทางที่ไร้หนทาง เป็นวิถีที่ปราศจากวิถี ดังนั้นเต๋าจึงเป็นการศึกษาจากชีวิตจริง มุ่งเข้าสู่สาระโดยตรง ปราศจากพิธีกรรม ความเชื่อให้ยึดมั่นถือมั่น ดังนั้นจริยธรรมตามแนวคิดของลัทธิเต๋าก็คือ ตัวเรานั้นเองที่จะกำหนดหนทางการดำเนินชีวิตให้ถูกต้อง เมื่อคนได้ “แลเห็น” จิตใจของเค้าก็จะสว่าง ปรีชาญาณก็จะเกิดเมื่อเราสามารถรวมเข้าได้กับธรรมชาติ ตัวเราเป็นส่วนหนึ่งของกลไกธรรมชาติ ธรรมชาติก็จะเปิดเผยตัวเราเองอย่างไม่ปิดบัง ความมืดก็จะไม่คงอยู่ต่อไป เราจะเต็มเปี่ยมไปด้วยปรีชาญาณ ตัวเราเองจะกลับกลายเป็นธรรมชาติที่คุณบำรุงเลี้ยงสรรพสิ่งต่างๆ บนพื้นโลก ซึ่งเป็นวิถีทางที่ทำให้มนุษย์มีความสุขอย่างแท้จริง (เหล่าจื้อ อ้างถึงใน พจนานุกรม จันทรสันติ, 2521)

1.2.5 จริยธรรมตามแนวคิดของเซ็น

เนื่องจากแนวคิดของเซ็นนั้นเป็นแนวคิดที่ศึกษาค้นคว้าชีวิตด้วยทรรศนะที่เป็นสังขารธรรม เป็นการประสานกลมกลืนทางหลักปรัชญาและความเชื่อ มีการประยุกต์นำเอาทฤษฎีและหลักธรรมไปใช้อย่างได้ผลในชีวิตจริง ดังนั้นหลักจริยธรรมของเซ็นก็คือ การใช้ชีวิต จิต และโลกทางจิตใจของคนซึ่งยอมรับกันว่าเป็นผู้มีจิตวิญญาณ ดำเนินชีวิตท่ามกลางพุทธภาวะที่เจ้าตัวมีอยู่ โดยไม่เจือปนเอาความเห็นแก่ตัว อคติ และการคาดเดาเข้าไปด้วย ถึงจะเรียกได้ว่าเป็นวิถีชีวิตที่ชื่อตรงต่อชีวิตจริง ใช้ชีวิตที่เรียบง่าย อยู่กับความง่าย ๆ ที่ลึกซึ้งถึงแก่นของชีวิต (ชิวันเจีย อ้างถึงใน อดุลย์ รัตนมันเกษม, 2536)

1.2.6 จริยธรรมตามแนวคิดของขงจื้อ

โมทยากร (2519) ได้กล่าวไว้ว่า ขงจื้อได้ให้ความหมายของจริยธรรมไว้ว่า การที่คนเรา รวมเอาธรรมชาติกับศิลปะเข้าด้วยกัน คือ คนๆ นั้นมีศิลปะ รู้จักคิดและรู้จักดัดแปลงมีธรรมชาติอยู่ในตัว และต้องมีมนุษยธรรมซึ่งได้แก่

1. เป็นคนมีศีล คือไม่รบกวนคนอื่นให้เดือดร้อน ไม่มุ่งทำลายชีวิตของคนอื่น ไม่เป็นคนนักเลง ไม่ประพฤติชั่วทั้งปวง
2. มีความคิดเห็นที่ถูกต้อง ไม่เห็นผิดเป็นชอบ
3. เป็นคนที่ตั้งอยู่ในทำนองคลองธรรม
4. รักคำพูด พูดอย่างไรต้องทำอย่างนั้น ไม่เจรจาเหลวไหล เชื่อถือไม่ได้
5. ทำธุระหน้าที่ของตนได้จริง มิใช่ดีแต่พูด ทำได้ดีจริงๆ

จริยธรรมของขงจื้อนั้นจะเน้นในเรื่องชุมชนและความเป็นปึกแผ่นของสังคม โดยขึ้นอยู่กับ การปฏิบัติของสมาชิกแต่ละคน และแต่ละกลุ่มในสังคมที่จะปฏิบัติตามธรรมชาติด้วยความ สำนึกในหน้าที่และสิทธิของตน ถ้าไม่มีอุปสรรคใดๆ แล้ว คุณลักษณะทางศีลธรรมอาจฝึกฝนให้ พัฒนาขึ้นได้ (บุญมี แทนแก้ว, 2539)

อุดมคติทางจริยธรรมของซีกโลกตะวันออกที่มีความเกี่ยวข้องกับศาสนาต่างๆ นั้นยังมีจุด เหมือนกันและต่างกันอยู่ เพราะแต่ละศาสนามีกฎและศีลธรรมซึ่งบุคคลจะต้องปฏิบัติตาม เช่น ในศาสนาพราหมณ์และฮินดู และพุทธ อาจจะมีกฎแห่งกรรม กฎจักรวาลเกี่ยวกับการหว่านพืช และการเก็บผล ซึ่งส่งผลให้บุคคลผู้ประกอบ จุดประสงค์ในชีวิตคือต้องกำจัดกิเลส หรือบ่วงตันหา ที่ทำให้ลุ่มหลง ในลัทธิขงจื้อกฎศีลธรรมเป็นกฎธรรมชาติ สรวงสวรรค์ หรือเต๋า หรือทาง โดยเน้นที่ ชุมชนและความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นสำคัญ ในศาสนาอิสลามบุคคลจะต้องดำเนินเจตจำนงค์ของ พระเป็นเจ้า หรือตามพระบัญชาของพระอัลเลาะห์ เจตจำนงค์ของพระองค์เป็นกฎศีลธรรมของ จักรวาลศาสนาอิสลามจึงศักดิ์สิทธิ์และเฉียบขาด โดยย้ำให้เกิดความเกรงกลัวและรางวัลที่จะได้ รับ

โดยสรุปแล้วแนวคิดที่เกี่ยวกับหลักจริยธรรมของทั้งโลกฝ่ายตะวันตกและฝ่ายตะวันออก นั้นเน้นให้คนทุกคนทำความดี ไม่เบียดเบียนผู้อื่น ซึ่งถ้าหากบริษัทโฆษณาต่างๆ คำนึงถึงความ สำคัญของการมีจริยธรรมแล้ว ก็จะทำให้ปัญหาที่เกิดจากงานโฆษณาลดน้อยลง เนื่องจากบริษัท โฆษณาต่างๆ ไม่ต้องการที่จะนำเสนอข้อมูลที่ผิดๆ ให้กับผู้บริโภค ซึ่งถ้าหากวิเคราะห์ตามแนวคิด หลักจริยธรรมจากซีกโลกตะวันตกแล้ว ก็จะได้เห็นว่าบริษัทโฆษณาแห่งนี้ยึดถือหลักแนวความคิด แบบหลักว่าด้วยผลประโยชน์รวม คือ เห็นประโยชน์ของส่วนรวมเป็นใหญ่จึงนำเสนอข้อมูลที่ ถูก ต้อง ไม่ทำให้ผู้บริโภคซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่เดือดร้อน ในขณะที่เดียวกันถ้าวิเคราะห์ตามแนวคิด หลักจริยธรรมจากซีกโลกตะวันออกแล้วนั้น ก็จะได้เห็นว่าบริษัทโฆษณาแห่งนี้สามารถยึดถือตาม แนวคิดของทุกศาสนาคือ ไม่กระทำความผิดและไม่สร้างความเดือดร้อนแก่คนในสังคม จึงเห็นได้ ว่าแนวคิดจากทั้งสองซีกโลกนั้นมุ่งให้คนเป็นคนดีด้วยกันทั้งนั้น

1.3 จริยธรรมในด้านการโฆษณา

Foley (1999) กล่าวไว้ว่า งานโฆษณาทำให้คนรู้จักตนเองและสังคมรอบข้างมากขึ้น ดัง นั้นการแสดงงานโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ นั้น จะต้องเป็นไปตามหลักจริยธรรมและตรงตามมาตรฐาน ที่สังคมกำหนด เนื่องจากการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ นั้นถือว่าเป็นเครื่องมือของพระเจ้าในการช่วย ให้ประชาชนพันทุกข์ ดังนั้นในการตั้งเกณฑ์จริยธรรมให้กับงานโฆษณานั้นจะต้องเป็นการร่วมมือ

กันระหว่างผู้ประกอบการอาชีพโฆษณาที่มีประสบการณ์สูงๆ นักจริยธรรม นักบวช ประชาชน และรัฐบาล ในการหาข้อยุติร่วมกันในการตั้งกฎเกณฑ์จริยธรรมให้กับงานโฆษณา

โดยจริยธรรมที่ควรมีในตัวนักโฆษณานั้นประกอบด้วยจริยธรรม 6 ประการซึ่งได้แก่ ความซื่อสัตย์ ความกตัญญู ความยุติธรรม ความเอื้ออาทร การรู้จักพัฒนาตนเอง และการไม่ทำความเดือดร้อนให้กับบุคคลอื่น (Ross, cited in Nantel, 1996)

ในขณะที่ทางมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมวิราช (2531) ได้กล่าวไว้ว่า นักโฆษณาคือผู้รับผิดชอบในคุณธรรมและจริยธรรมด้านการโฆษณา และจะต้องมีความรับผิดชอบต่อการโฆษณาเป็นอย่างมาก เพราะงานโฆษณาแต่ละชิ้นจะต้องผ่านการพิจารณาสร้างสรรค์จากนักโฆษณาและผลกระทบจากการโฆษณาเหล่านั้นจึงอยู่ในความรับผิดชอบของนักโฆษณาด้วยเช่นกัน ดังนั้นนักโฆษณาจึงควรมีความรับผิดชอบต่อด้านคุณธรรมและจริยธรรมในงานโฆษณาหลายประการคือ

1. การรักษาความลับของลูกค้า นักโฆษณาควรรักษาความลับของลูกค้าที่จ้างทำโฆษณา โดยไม่นำข้อมูลต่างๆ รวมทั้งจุดเด่นจุดด้อย ข้อได้เปรียบเสียเปรียบของบริษัทลูกค้าไปหาผลประโยชน์อย่างอื่น ไม่ว่าจะลูกค้าจะเลิกจ้างแล้วก็ตามและไม่ว่าจะเป็นการนำความลับบางอย่างไปเปิดเผยแก่บริษัทลูกค้ารายใหม่ที่จ้างทำโฆษณาประเภทเดียวกันก็ตาม

2. การไม่รับทำโฆษณาธุรกิจประเภทเดียวกันพร้อมๆ กัน เช่นการรับจ้างทำโฆษณาให้บริษัทท่องเที่ยวพร้อมกัน 2 บริษัท เป็นต้น

3. ไม่โจมตีหรือโฆษณาเปรียบเทียบกับสินค้าหรือบริการที่เป็นคู่แข่งอย่างไม่ยุติธรรม ทั้งนี้รวมทั้งการทำโฆษณาเลียนแบบ แอบอ้าง ตลอดจนการสร้างสื่อโฆษณาลักษณะใกล้เคียงกับสินค้าที่มีชื่ออยู่ โดยหวังว่ากลุ่มเป้าหมายที่กำลังฟังหรือกำลังดูอยู่เมื่อได้พิจารณาอย่างละเอียดก็จะเข้าใจว่าเป็นการโฆษณาสินค้าชนิดที่เป็นของตน

4. ไม่แอบอ้างผู้มีชื่อเสียง เป็นลักษณะของการมีจริยธรรมอย่างหนึ่งของนักโฆษณาด้วยการไม่สร้างความเชื่อมั่นในสินค้าหรือบริการโดยอ้างผู้มีชื่อเสียงหรือแม้แต่สถาบันที่ยอมรับกันทั่วไปว่าใช้หรือไม่ใช้สินค้าและบริการของตน ลักษณะเช่นนี้ เป็นการสร้างความเชื่อความศรัทธาโดยคำนึงถึงจริยธรรมเป็นที่ตั้ง

5. ไม่ใช่ข้อมูลสถิติและผลงานวิจัยมาอ้างอย่างพร่ำเพรื่อ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายคล้อยตามต่างๆ ที่ไม่มีความจำเป็นต่อการเสนอการโฆษณานั้นๆ แต่อย่างใด

นอกจากนี้แล้ว นักโฆษณาควรคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะแตกต่างกันในด้านต่างๆ ด้วยที่สำคัญ ได้แก่

1. วัย วัยหรืออายุของผู้รับสื่อโฆษณาย่อมมีความสำคัญต่อการโฆษณา เพราะวัยเด็กย่อมมีการตอบสนองสิ่งที่ได้เห็นจากการโฆษณาได้เร็วกว่าผู้ที่มีอายุมาก ดังนั้นนักโฆษณาจึงควร

ระมัดระวังผลกระทบจากการโฆษณาที่มีต่อเด็กและเยาวชน และไม่ควรถูกโฆษณาโดยไม่คำนึงถึงผลเสียที่จะตามมาภายหลัง

2. เพศ เพศของกลุ่มเป้าหมายก็เป็นปัจจัยสำคัญต่อผลกระทบของการโฆษณา เพศหญิงย่อมมีความละเอียดอ่อนและไวต่อความรู้สึกเมื่อได้เห็นโฆษณา การโฆษณาที่มีลักษณะเปรียบเทียบและย่ำยี้ศักดิ์ศรีและคุณค่าของสตรีก็ดี หรือเพราะสตรีเป็นเพศที่ชอบเรื่องไสยศาสตร์ซึ่งนักโฆษณาไม่ควรนำเอาความรู้สึกค่านิยมดังกล่าวเกี่ยวกับสตรีมาเป็นเครื่องจูงใจและใช้เป็นสื่อโฆษณา เป็นต้น

3. ลัทธิการเมือง นักโฆษณาไม่ควรจะทำการใดๆ ที่จะทำให้ประชาชนในประเทศเกิดความสับสนในลัทธิทางการเมืองการปกครอง เช่น ไม่ควรนำเอาลัทธิการเมืองที่ตรงข้ามหรือขัดแย้งกับลัทธิการเมืองประเทศมาโฆษณา ทั้งนี้ รวมทั้งการไม่มีอคติต่อพรรคการเมืองหรืออุดมการณ์ทางการเมืองต่างๆ ที่สำคัญ นักโฆษณาจะต้องไม่ฉกฉวยเอาความดีของการศึกษาของประชาชนมาเป็นเครื่องมือทางการโฆษณา

4. วัฒนธรรม นักโฆษณาไม่ควรทำโฆษณาโดยยกย่องวัฒนธรรมของตนและแสดงออกซึ่งการเหยียดหยามและรังเกียจวัฒนธรรมของผู้อื่น

5. ศาสนา เนื่องจากศาสนาเป็นสถาบันสำคัญของทุกชาติทุกภาษา เพื่อให้ประชาชนของประเทศนั้นๆ ได้นับถือและยึดถือเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต การโฆษณาที่เกี่ยวกับศาสนา อาจทำให้ประชาชนที่นับถือศาสนาต่างกันเกิดความสับสนและมีความขัดแย้งกัน นักโฆษณาจึงไม่ควรนำเอาศาสนามาเป็นเครื่องจูงใจหรืออคติในการประกอบอาชีพ นอกจากนั้นการโฆษณาด้วยการเหยียดหยามศาสนาอื่น หรือการนำเอาสิ่งเคารพบูชาของศาสนาอื่นมาเป็นองค์ประกอบของสื่อโฆษณาก็เป็นสิ่งที่ไม่สมควรเช่นเดียวกัน

6. การโฆษณาในลักษณะการเหยียดหยามพฤติกรรมของคนต่างชาติ เช่น คนบางชาติบางประเทศกินสัตว์เลื้อยคลานบางชนิดเป็นอาหาร ในสายตาของคนบางชาติอาจเห็นว่าน่าขยะแขยง แต่เนื่องจากเป็นวัฒนธรรมทางการกินอาหารของคนบางชาติจึงไม่ควรถือเป็นการโฆษณาที่น่าดีเตียน น่ารังเกียจแต่อย่างใด

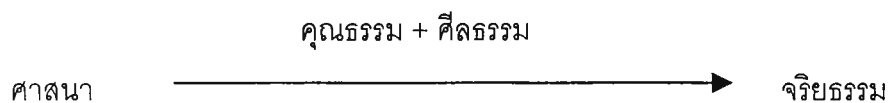
สรุปได้ว่า จริยธรรมในด้านการโฆษณานั้นจะมุ่งเน้นดูที่ผลของการกระทำที่จะเกิดขึ้นหลังจากการนำเสนองานโฆษณา ซึ่งถ้าหากผลที่เกิดขึ้นหลังจากมีการนำเสนองานโฆษณาออกมาในทางที่ไม่ดี นักโฆษณาก็จะต้องรับผิดชอบกับงานโฆษณาที่ได้เผยแพร่ออกไปและหาทางแก้ไข จึงเป็นการดีถ้าหากนักโฆษณามีจริยธรรมในการประกอบอาชีพของตน (Thorson, 1989)

2. แนวคิดเรื่องศีลธรรมและคำสั่งสอนของพระพุทธศาสนา

จากแนวคิดที่ว่าด้วยเรื่องจริยธรรมนั้นจะเห็นได้ว่า การที่มนุษย์เราจะมีจริยธรรมเกิดขึ้นในจิตใจได้นั้น ส่วนหนึ่งมีปัจจัยมาจากเรื่องของศาสนา ซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญในการฝึกฝนจิตใจของมนุษย์ให้เกิดคุณธรรม โดยศาสนานั้นจะใช้ศีลธรรมเป็นเครื่องมือในการพัฒนาจิตใจมนุษย์ให้เกิดจริยธรรมขึ้นนั่นเอง

เนื่องจากจริยธรรมเป็นคุณธรรมที่แสดงออกทางร่างกายในลักษณะที่ดั่งามถูกต้อง อันเป็นสิ่งประสงค์ของสังคม และจริยธรรมจะมีได้ต้องปลูกฝัง ฝึกหัด โดยเริ่มจากการปลูกฝังคุณธรรม (virtue) ลงในใจก่อน การปลูกฝังคุณธรรมจำต้องอาศัยหลักคำสอนทางศาสนาอันได้แก่ ศีล (Precept) อันหมายถึง หลักหรือกฎเกณฑ์การประพฤติปฏิบัติเพื่อตัด หรือฝึกหัดกายวาจาใจให้เรียบร้อยปกติ กล่าวคือ จะพูดหรือทำสิ่งใด ให้เป็นไปตามปกติ อย่าให้ผิดปกติ (ผิดศีล) เช่น พูดให้ถูกต้อง ให้เป็นธรรม กระทำให้ถูกต้อง ให้เป็นธรรม เมื่อพูดหรือกระทำถูกต้องเป็นธรรม ย่อมมีความสุข ความสบาย เยือกเย็น ไม่เดือดร้อนอันเป็นผล การมีความสุขความสบาย เยือกเย็น ไม่เดือดร้อน ดังกล่าวจึงเป็นผลของการมีศีลหรือเป็นผลแห่งการมีคุณธรรมในจิตใจ เมื่อมีคุณธรรมในจิตใจแล้ว ก็เป็นเหตุให้ประพฤติกิริยธรรมได้ถูกต้อง

ซึ่งเหมือนกันกับ Grassian (1992) ที่กล่าวว่า ศีล คือ การปฏิบัติตนดี มีคุณธรรม รู้จักการรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง มีความยุติธรรมและรู้จักวิถีในการดำเนินชีวิตให้ถูกต้อง ดังนั้นคุณธรรมและศีลจึงเป็นโครงสร้างของจริยธรรมโดยมีศาสนาเป็นสื่อ



ศาสนา

มูลเหตุให้เกิดศาสนานั้น นักศาสนาทั้งหลายมีคำตอบที่ยุติกันว่า ทุกศาสนานับตั้งแต่ขั้นต่ำที่สุดจนถึงระดับขั้นที่สูงที่สุดก็ตาม ถือกันว่ามีมูลดั้งเดิมร่วมกันมาจากความกลัว ซึ่งตัวศาสนาแท้ๆ ก็คือตัวการดิ้นรนเพื่อให้รอดจากอันตรายในทางจิต (พุทธทาส, 2535)

สมเด็จพระญาณสังวร กล่าวว่า ศาสนา ก็คือคำสั่งสอน ทุกคนจะต้องมีการสั่งสอนใจของตนเองอยู่เสมอหรือบางครั้ง เพื่อใช้ในการปกครองใจตนเอง ปกครองตัวเองอยู่เสมอ (สมเด็จพระญาณสังวร อ่างถึงใน สำนักกราชเลขา, 2539) ตัวเราเองมิใช่มีความรู้ ความสามารถตามที่เรียน

มาแล้วจะดีเสมอไป คนเรามีส่วนไม่ได้อยู่ในตัวหลายประการ ทางพระเรียกว่า กิเลสตัณหา ซึ่งได้แก่ โภคะ โทสะ โมหะ (Keown, 1987) นั่นก็คือความโลภ โกรธและหลงนั่นเอง

ทางฟากตะวันตกจะให้ความหมายของคำว่า ศาสนา หรือ religion นั้นได้จะต้องมีพระเจ้า คำว่า religion ก็บัญญัติไว้สำหรับระบบที่มีพระเจ้า ซึ่งต่างจากทางฟากตะวันออก ซึ่งกล่าวไว้ว่า religion นั้นไม่มีพระเจ้านั้นก็เป็นศาสนาได้ เพราะศาสนาหมายถึงการอยู่รอด หรือหนทางรอด หรือหนทางปกติสุข ถ้ามันมีความปกติสุขได้แล้ว เป็น religion ได้ทั้งนั้น (พุทธทาส, 2518)

ซึ่งถ้าเราไม่มีศาสนาเป็นเครื่องมืออบรมสั่งสอน แนะนำปกครองตัวเอง ให้รู้จักวันในทางที่ควรเว้น ประพฤติในทางที่ควรประพฤติ ก็จะทำให้เรากล้าจะทำในทางที่ผิดมากยิ่งขึ้น แต่ถ้าเรามีศาสนา จะไม่ประพฤติผิด ถึงแม้จะไปอยู่แห่งไหนก็จะประพฤติดีไม่กล้าทำผิด เพราะศาสนาเป็นหลักใหญ่คอยดูแลว่ากล่าวอบรมสั่งสอน เป็นหลักปกครองใจ ทุกคนจึงต้องมีศาสนาประจำตัว มิใช่เพียงแค่เรียนรู้นับแต่หนังสือ หรือเพียงฟังเทศน์ฟังธรรมตามวัดวาอารามเท่านั้น เพราะนั่นเป็นเพียงเสมือนกับฟังสินค้าทางโฆษณา การที่จะมีศาสนาประจำตัวจริงๆ ต้องรับเอาเข้ามาเป็นหลักยึดเหนี่ยวในทางประพฤติ ปฏิบัติ เป็นสิ่งเตือนสติปัญญาให้เจริญยิ่งขึ้น (สำนักกราชเลขา, 2539)

โดยเฉพาะในประเทศไทยซึ่งมีประชากรถึง 90 เปอร์เซ็นต์ที่นับถือศาสนาพุทธและกล่าวได้ว่าศาสนาพุทธถือเป็นศาสนาประจำชาติไทยได้ โดยในหลักคำสอนของศาสนาพุทธนั้นก็มุ่งสอนให้ทุกคนมีคุณธรรมในจิตใจ เป็นคนดี ไม่เบียดเบียนผู้อื่น ซึ่งส่วนหนึ่งของคำสั่งสอนในศาสนาพุทธนั้นได้รับอิทธิพลจากศาสนาพราหมณ์ – ฮินดู เนื่องจากศาสนาพราหมณ์ – ฮินดูเป็นต้นกำเนิดของศาสนาพุทธ ดังนั้นทั้งสองศาสนาจึงมีแนวทางการสั่งสอนที่คล้ายกันกล่าวคือ มุ่งให้ทุกคนทำความดีทั้งกาย วาจาและใจ ไม่เบียดเบียนหรือทำร้ายผู้อื่น

พระพุทธทาส (2535) ได้ให้ความหมายพุทธศาสนาไว้ว่า ศาสนาของผู้รู้ เพราะพุทธะ แปลว่า ผู้รู้ หรือผู้ตื่น คือไม่หลับ เป็นผู้เบิกบานคือไม่หุบหรือไม่มีดี แต่รู้ความจริงของสิ่งทั้งปวงว่าจะอะไรเป็นอะไร จึงสามารถปฏิบัติถูกต้องสิ่งทั้งปวง ไม่เปิดโอกาสให้สิ่งทั้งปวงเกิดเป็นปัญหา หรือเป็นที่ตั้งแห่งความหลงใหลยึดถือ จนกระทั่งทำให้เกิดทุกข์แก่ผู้ที่เข้าไปยึดถืออีกต่อไป เพราะฉะนั้นพุทธศาสนาจึงเป็นศาสนาที่อาศัยสติปัญญา หรืออาศัยวิชาความรู้โดยเฉพาะ เพื่อเป็นเครื่องทำลายความทุกข์ หรือต้นเหตุของความทุกข์นั่นเอง ซึ่งการที่จะทำให้เกิดคุณธรรมในจิตใจได้นั้นศาสนาจะต้องใช้ศีลธรรมเป็นเครื่องมือในการสร้างคุณธรรมให้เกิดในแต่ละบุคคล

ในมุมมองของศาสนาพุทธเราเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติและพยายามเข้าถึงธรรมชาติ ซึ่งต่างจากมุมมองของชาวยุโรปที่ไม่ยอมมองโลกในทางที่ควร แต่กลับมองโลกตามจินตนาการที่คิดไว้ ("Mindfulness", 1987) ซึ่งสอดคล้องกับหลักความคิดของเซ็นและขงจื้อที่ว่ามนุษย์เป็นส่วนหนึ่งกับธรรมชาติ

คุณธรรม

คุณธรรมในความหมายทั่วไป คือ คุณสมบัติที่ดี หรือคุณสมบัตินี้เป็นธรรมชาติของบุคคลอื่น เกิดจากการสั่งสอนของบิดามารดา ครูอาจารย์ หรือเกิดจากขนบธรรมเนียมประเพณีที่ถ่ายทอดกันมา (ชินวุธ สุนทรสීමะ อ้างถึงใน จินตนา บุญบังการ, 2544) ซึ่งคล้ายกันกับที่พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานที่ได้ให้ความหมายของคำว่า คุณธรรม ไว้ว่า สภาพคุณงามความดี (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2525)

ในส่วนของ Aristotle ได้ให้ความหมายของคุณธรรมไว้ว่า คุณธรรม หมายถึง คุณงามความดี เป็นสภาวะจิตใจที่มั่นคง ซึ่งแสดงตัวออกมาในรูปการกระทำที่จงใจ และอยู่ในทางสายกลาง ความรู้กับคุณธรรมแยกกันไม่ออก แต่ไม่ใช่เป็นสิ่งเดียวกัน (Aristotle, cited in Singer, 1994)

แต่ Socrates ได้ให้ทรรศนะว่า คุณธรรม คือ ความรู้ (virtue is knowledge) เพราะถ้าบุคคลมีความรู้และเข้าใจธรรมชาติความดีแล้ว จะไม่พลาดในการประกอบกรรมดีละเว้นความชั่ว (Socrates, cited in Singer, 1994) และการที่บุคคลทำชั่วได้ เพราะไม่รู้ หรือเขามีความเขลาครอบงำ ไม่ได้ตั้งใจทำความผิด แต่คนส่วนมากเป็นผู้ไม่รู้จริง หรือผู้รู้จริงหาได้ยากยิ่ง แม้แต่ไซเครตีสเองก็พูดอยู่ตลอดเวลาว่า สิ่งเดียวที่ข้าพเจ้ารู้ คือ รู้ว่าข้าพเจ้าไม่รู้อะไรเลย (ไซเครตีส อ้างถึงใน บุญมี แทนแก้ว, 2539)

ดังนั้นคุณธรรม คือสิ่งที่บุคคลควรประพฤติ เพื่อให้เกิดประโยชน์ หรือหลักธรรมชาติที่ควรประพฤติ เพื่อเอื้ออำนวยประโยชน์แก่ตนและผู้อื่น และคุณธรรมเป็นวิธีการที่ดีที่สุดในการดำเนินกิจกรรมทุกอย่าง จึงควรสร้างสมคุณธรรมให้เกิดขึ้นทั้งนี้เพื่อนำมาซึ่งความเป็นอยู่ที่ดี และความเต็มสมบูรณในชีวิต คุณธรรมจึงเป็นบ่อเกิด หรือเป็นปัจจัยให้เกิดคุณธรรมอื่นๆ คือ เมื่อฝึกคุณธรรมใด คุณธรรมหนึ่งแล้วก็พลอยได้คุณธรรมอื่นๆ ไปด้วย แต่ถ้าปล่อยให้กิเลสอย่างใดอย่างหนึ่งเกาะกุม กิเลสอย่างอื่นก็จะตามมาด้วยเช่นกัน ซึ่งการที่จะฝึกฝนให้เกิดคุณธรรมนั้นจะต้องศึกษาถึงรายละเอียดในคำสอนของศาสนา เนื่องจากทุกๆ ศาสนามุ่งสอนให้คนมีคุณธรรมทั้งในกาย วาจา และใจ

ศีลธรรม

Foley (1999) ได้กล่าวไว้ว่า ศีลธรรมในงานโฆษณานั้นก็คือการเสนอความจริงต่อตัวผู้บริโภคและพร้อมที่จะรับผิดชอบต่อปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นจากงานโฆษณา ซึ่งถ้าหากการโฆษณาไร้ศีลธรรมแล้ว ก็จะก่อให้เกิดปัญหาต่อเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และศาสนา

พุทธทาส (2518) ได้กล่าวไว้ว่า ศีลธรรม ในภาษาบาลี สามารถแบ่งออกได้เป็นสองคำ คือ สีละ ซึ่งแปลว่า ปกติ และ ธัมมะ ซึ่งแปลว่า สิ่งหรือเหตุ หรือการกระทำด้วยเจตนาของมนุษย์ เมื่อรวมกันแล้วสามารถแปลได้ 3 ความหมายดังต่อไปนี้

1. ศีลธรรม หมายถึงสิ่งที่เป็นเหตุของความปกติ ธรรมที่เป็นเหตุของความปกติซึ่งรวมถึง การประพฤติ หรือการกระทำ หรือแม้แต่วัตถุที่ใช้ในการกระทำก็รวมอยู่ในความหมายนี้ ในฐานะที่ มันเป็นเหตุ ฉะนั้น สรุปความไว้ว่า ศีลธรรม เมื่อถึงในฐานะที่เป็นเหตุ ก็ได้ความว่า สิ่งหรือการ ประพฤติ การกระทำที่เป็นเหตุให้เกิดความปกติ

2. ศีลธรรม หมายถึงความว่า ภาวะแห่งความปกติ นี้จะเห็นได้ทันทีว่ามันเป็นผล เมื่อเรา กล่าวในฐานะที่มันเป็นผล คำว่าศีลธรรม ก็แปลว่า ภาวะแห่งความปกติ

3. ศีลธรรม หมายถึงความว่า สภาพอยู่ตามปกติ ย่อมได้แก่ปรากฏการณ์ของธรรมชาติที่ ปรากฏ ถ้ากล่าวอย่างนี้ มันก็เป็นเหตุ และเป็นผลพร้อมกันไปในตัว เพราะปรากฏการณ์ที่ปรากฏอยู่ ตามธรรมชาตินั้นในตัวสิ่งนั้น แม้ในขณะที่เดียวกันนั้น มันก็เป็นทั้งเหตุและเป็นทั้งผลกันไปไม่มีที่สิ้นสุด

ซึ่งคล้ายกันกับความหมายของสำนักราชเลขา (2539) ที่ได้ให้ความหมายของคำว่าศีล ธรรมไว้ว่า เป็นข้อกำหนดเกี่ยวกับความประพฤติของคนเพื่อความอยู่ด้วยกันเป็นปกติสุข และเป็น ระเบียบเรียบร้อย

พระธรรมปิฎก (2543) กล่าวไว้ว่า ศีลธรรม คือระบบการควบคุมชีวิตด้านนอกที่เกี่ยวกับการ แสดงออกทางกายและวาจา เป็นระเบียบว่าด้วยความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ด้วยกัน โดยการ ไม่เบียดเบียนผู้อื่นไม่ว่าด้วยกายหรือวาจา และการไม่ทำลายสติสัมปชัญญะที่เป็นตัวคุมศีลของ ตน

ความรับผิดชอบทางศีลธรรม คือความยอมรับรู้แล้วตอบสนอง ไม่ใช่เพียงแต่คิดอยู่ในใจ ต้องเป็นความยอมรับรู้แล้วตอบสนอง คือ กระทำตอบสนอง ตอบสนองต่อสิ่งที่ต้องกระทำ ตัว อย่างเช่น สิ่งที่ต้องกระทำตามกฎหมายหรือตามระเบียบ แล้วตอบสนองต่อสิ่งที่ควรกระทำก็มี คือ ตามความรู้สึกในใจของบุคคล ผู้มีความรู้สึกดีชั่วในทางจริยธรรม หรือว่าตอบสนองต่อสิ่งที่เห็นว่า ควรทำ เกินกว่าที่เขากระทำกันในโลกนี้ก็มี แต่ปัจจุบัน คนส่วนมากไม่ยอมรับรู้ในปัญหาทาง ศีลธรรม ไม่ยอมรับรู้ความสำคัญของศีลธรรม ก็เลยไม่ตอบสนอง เพราะไม่รับรู้ว่าอะไรเป็นอะไร ก็ ไม่ต้องตอบสนอง

ความรับผิดชอบเป็นเครื่องหมายที่แสดงว่า นี่เป็นมนุษย์ที่แท้จริง หรือความรับผิดชอบนี้ มันเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับความหมายของคำว่ามนุษย์อย่างแท้จริง ยิ่งกว่าคุณธรรมอื่นใด หมายถึง ความว่า มันมีคุณธรรมมากมายหลายอย่าง ที่เราจะเรียกว่า ทำให้คนแตกต่างจากสัตว์ ซึ่งความ

รับผิดชอบนั้น เป็นเครื่องหมายของความเป็นมนุษย์ เพราะอย่างน้อยมันต้องรับผิดชอบต่อความเป็นมนุษย์ ต้องรับรู้และตอบสนอง ในความเป็นมนุษย์ให้ถูกต้อง

จากการศึกษาของ Curran (1999) พบว่านักโฆษณาในประเทศแถบยุโรปมักจะขาดความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมักจะซื้อพื้นที่เพื่อลงโฆษณาขนมข้างรถโดยสารนักเรียน เนื่องจากค่าใช้จ่ายต่ำและยังตรงกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรงด้วย โดยไม่คำนึงถึงความรู้เพียงสาของเด็กซึ่งง่ายต่อการถูกชักชวน โดย Cumberland กล่าวไว้ว่าการทำโฆษณาให้ถูกต้องตามกฎหมายและศีลธรรมนั้นเป็นสิ่งที่นักโฆษณาควรกระทำและไม่ควรหลีกเลี่ยง (Cumberland, cited in Brinkmann, 1995)

ศีลธรรมได้เสื่อมเสียไปในการปฏิบัติของคนยุคนี้ ก็เพราะว่าเป็นยุคที่มีสิ่งยั่วยวนมาก มีความเจริญทางวัตถุ ประกอบกับจำนวนคนมีมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้การเป็นอยู่ลำบาก คนจึงเห็นแก่การอยู่รอด หรือความสุขสบายของตัวเอง ยิ่งกว่าที่จะเห็นแก่ผู้อื่น เมื่อเป็นดังนี้มากขึ้น ก็เป็นเหตุให้การปฏิบัติศีลธรรมนั้นเสื่อมไป หรือการเสื่อมศีลธรรมนั่นเอง ทำให้เกิดความขาดแคลนอย่างอื่นรุนแรงไปอีก ไปทำในสิ่งที่ไม่ต้องทำ ก็ทำให้เกิดความขาดแคลนสิ่งที่เป็นวัตถุ ปัจจัยจำเป็นสำหรับมนุษย์ยิ่งขึ้น แม้ข้อนี้ก็เป็นการช่วยให้เกิดความเสื่อมในทางศีลธรรมมากลงไปอีก

โรคไร้ศีลธรรม คือ โรคระบาดแห่งความมีจิตทราม มีความสูงในทางวัตถุ แต่ก็ทรามในด้านจิตใจ แล้วก็ไร้ศีลธรรม ซึ่งคนทั่วไปก็ไม่กลัว เมื่อไร้ศีลธรรม คนก็เป็นโรคจิตทราม แล้วนิยมกันมากขึ้น มันก็เป็นกันทั้งโลก และสื่อที่จะนำโรคระบาดให้แพร่หลายไป มันก็มากมายเหลือเกิน มันก็ง่ายเหลือเกิน มันก็เร็วเหลือเกิน การโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ หนังสือหนังหาอย่างนี้ก็มากมาย ล้วนแต่เป็นเรื่องที่ทำให้หลงใหลในวัตถุ หรือเป็นวัตถุนิยมทางกามารมณ์ การกินดีอยู่ดีตามแบบของเนื้อหนัง ยังดีแต่ว่า คนบางคน หรือบางพวก มีภูมิด้านทานในเนื้อในตัวของเขาสูง คือมีรากฐานแห่งจิตแห่งศีลธรรม อยู่ในเนื้อในตัวของเขาสูง พอจะต้านทานได้ แม้ว่าโรคระบาดจิตทรามจะแพร่มาทั่วโลก มันก็มีเชื้อต้านทานอยู่ภายใน สำหรับคนบางคน ฉะนั้นบางคนจึงไม่เป็น ซึ่งวิธีแก้ก็มีเพียงแต่สิ่งที่เรียกว่า ศีลธรรม เท่านั้น

จากการศึกษาแนวคิดด้วยศีลธรรม คำสั่งสอนของพระพุทธศาสนา เราสามารถแบ่งระดับของศีลธรรมได้เป็น 4 ระดับดังต่อไปนี้

1. ศีลธรรมระดับเบื้องต้น (เบญจศีล เบญจธรรม)
2. ศีลธรรมระดับกลาง (กุศลกรรมบถ 10)
3. ศีลธรรมระดับสูง (มรรค 8)
4. ศีลธรรมสำหรับนักปกครอง (ทศพิธราชธรรม 10)

2.1 ศีลธรรมเบื้องต้น

ในพระพุทธศาสนาคุณุศลหรือชาวบ้านจะมีความสุขได้ต้องพยายามปฏิบัติตามหลักเบญจศีล เบญจธรรม อันเป็นธรรมที่ทำให้บุคคลเป็นมนุษย์สมบูรณ์ เพราะผู้ปฏิบัติตามเบญจศีลเบญจธรรมได้เรียกว่า ผู้มีมนุษยธรรม คือ ธรรมที่ทำให้บุคคลให้เป็นมนุษย์สมบูรณ์ได้

เบญจศีล หรือเรียกว่า ลิกขาบท 5 คือ ข้อปฏิบัติในการฝึกตนหรือ ธรรมะ 5 ข้อ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2523) เมื่อปฏิบัติได้ตามนี้ก็ชื่อว่าเป็นผู้มีศีล หรือมีคุณธรรม (virtuous) บางทีเรียกว่า นิจศีล คือ ศีลที่คฤหัสถ์ควรรักษาเป็นประจำ บางทีเรียกว่า มนุษยธรรม คือ ธรรมของมนุษย์หรือธรรมที่ทำให้เป็นมนุษย์ 5 ประการ คือ

1. ปาณาติปาตา เวระมะณี ลิกขาบท สมာทิยามิ
เว้นจากการปลงชีวิตหรือการฆ่า การเบียดเบียน พยาบาทปองร้าย ริษยากัน ทั้งทางกาย วาจา และทางจิต ทุกวิถีทาง
2. อทินนาทานา เวระมะณี ลิกขาบท สมาทิยามิ
เว้นจากการถือเอาของที่เขาไม่ได้ให้ ด้วยการลัก โกง หลอกหลวง ทำลายทรัพย์สิน ไม่เอาเปรียบบุคคลทั้งข้างหน้าและด้านหลัง
3. กาเมสุมิจ ณาจจารา เวระมะณี ลิกขาบท สมาทิยามิ
เว้นจากการประพฤตินอกใจ คือ การลวงล่เมิดสิ่งที่คุณอื่นรักใคร่หวงแหน ไม่ปล่อยตัวตามกระแสตัณหา
4. มุสาวาทา เวระมะณี ลิกขาบท สมาทิยามิ
เว้นจากการพูดเท็จ โกหก หลอกหลวง แต่ก็มีข้อยกเว้นให้ในบางกรณีเช่น ผู้ที่พูดไม่จริงเพื่อรักษาตนให้พ้นภัย หมอที่พูดไม่จริงเรื่องโรคแก่คนไข้ เพื่อรักษากำลังใจของคนไข้ไม่ให้เสีย ซึ่งการพูดไม่จริงในคราวนี้ ถึงจะผิดตามคำบัญญัติของศีล ก็ไม่เป็นการผิดวัตถุประสงค์ของศีลไปทีเดียว เพราะว่าศีลข้อนี้ประสงค์ให้รักษาสัมพันธไมตรีกันและกันด้วยความจริง คือมุ่งหมายไม่ให้เบียดเบียนกันด้วยวาจา (พระศาสนโศภณ อ่างถึงใน สำนักราชเลขาธิการ, 2539)
5. สุราเมรยมชชพมาทานุฐานา เวระมะณี ลิกขาบท สมาทิยามิ
เว้นจากน้ำเมา หรือสุราและเมรัยอันเป็นที่ตั้งแห่งความประมาท ไม่ตกเป็นทาสของอบายมุขทุกชนิด ทั้งทางรูปธรรมและนามธรรม เสียความปกติแห่งสติสมปฤติทุกประการ

ศีลทั้ง 5 ข้อนี้มีลักษณะ นิเสธ หรือ ฝ่ายลบ (negative) คือ มิให้ประพฤติหรือละเมิด เพราะเป็นการก่อกวนทุกข์ ความเดือดร้อนแก่ตนเองและผู้อื่น ถ้าเว้นได้ทั้งห้าข้อ ถือว่าเป็นปกติ หรือเรียบร้อยทางกายและวาจา เพราะศีล หมายความว่า ปกติ เย็น เป็นสุข ไม่เดือดร้อน ผู้มีศีลจึงเป็นผู้มีกาย วาจา เป็นปกติเยือกเย็นทางกายและวาจา มีความสุขไม่เดือดร้อน เพราะเว้นจากการประพฤติผิดทั้งห้าข้อดังกล่าวได้

เบญจธรรม หมายถึง ธรรม 5 บางทีเรียกว่า เบญจกัลยาณธรรม หมายถึง ธรรมอันดีงาม 5 อย่างที่เอื้ออำนวยหรือส่งเสริมให้บุคคลงดงาม เป็นมนุษย์สมบูรณ์ คือ คุณธรรม 5 ประการ อันคู่กันกับเบญจศีล เป็นธรรมเกื้อกูลแก่การรักษาเบญจศีล ผู้รักษาเบญจศีลควรมีไว้ประจำเป็นนิมิต มี 5 ประการคือ

1. เมตตากรุณา (ความรักใคร่ปรารถนาให้มีความสุข ความเจริญและความสงสาร คิดช่วยให้พ้นทุกข์ คู่กับศีลข้อที่ 1)
2. สัมมาอาชีวะ (การหาเลี้ยงชีพในทางสุจริต คู่กับศีลข้อที่ 2)
3. กามสังวร (ความสำรวมระวัง รู้จักยับยั้ง ควบคุมตนในทางกามารมณ์ ไม่ให้หลงไหลในรูป เสียง กลิ่น รส และสัมผัส คู่กับศีลข้อที่ 3)
4. สัจจะ (ความสัตย์หรือความซื่อตรง คู่กับศีลข้อที่ 4)
5. สติสัมปชัญญะ (รู้สึกได้และรู้ตัวอยู่เสมอ คือ ฝึกฝนให้เป็นคนรู้จักยั้งคิด รู้สึกตัวเสมอว่า สิ่งใดควรทำ และไม่ควรรทำ ระวังมิให้เป็นคนมัวเมาประมาท คู่กับศีลข้อที่ 5)

ธรรมะทั้งห้าประการนี้มีลักษณะในทางปฏิบัติ หรือ ทางบวก (Positive) คือ ให้ประพฤติ หรือปฏิบัติ เพราะเป็นการก่อให้เกิดความสุข ความเยือกเย็น ความไม่เดือดร้อนแก่ตนเองและผู้อื่น ถ้าประพฤติได้ทั้งห้าข้อนี้จัดว่าเป็นคนดี คนงาม (ภายใน) เพราะ ธรรม หมายถึง ความถูกต้อง ความดี ผู้มีธรรมจึงเป็นผู้มีกาย วาจา แสดงออกด้วยความถูกต้อง

เบญจศีล เบญจธรรมดังกล่าวแล้ว เป็นจริยธรรมหรือจริยศาสตร์ขั้นต้นอันเป็นพื้นฐานความเป็นมนุษย์นั่นเอง (บุญมี แท่นแก้ว, 2539)

จากการวิจัยของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2545) พบว่า คนไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร นับถือศีล 5 มากที่สุดถึง 60 เปอร์เซ็นต์ แต่ไม่สามารถปฏิบัติตามศีล 5 ได้ครบทุกข้อถึง 86.2 เปอร์เซ็นต์ โดยมีเพียง 13.8 เปอร์เซ็นต์เท่านั้นที่ปฏิบัติตามได้ครบทั้ง 5 ข้อ และศีลข้อที่คนกรุงเทพมหานครชอบละเมิดมากที่สุดก็คือ ศีลข้อที่ 4 ที่เกี่ยวกับการโกหก หลอกลวง ซึ่งมีถึง 43.1 เปอร์เซ็นต์

ซึ่งศิลปะข้อที่ 4 นั้นจะมีความสำคัญมากที่สุดสำหรับงานโฆษณา เนื่องจากงานโฆษณานั้นเป็นการสื่อสารข้อมูลจากเจ้าของสินค้าไปยังผู้บริโภคสินค้า ดังนั้นถ้าจะมีการกระทำโฆษณาที่ผิดศีลนั้น ก็คงจะหลีกเลี่ยงไม่พ้นการทำผิดศิลปะข้อที่ 4 ที่ว่าด้วยการละเว้นจากการพูดเท็จ โกหก หลอกลวง ให้ข้อมูลที่ผิดๆ แก่ผู้บริโภคหรือให้ข้อมูลที่ถูกต้องเพียงส่วนเดียวทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญได้ เช่น โฆษณาของทีวีมีเดีย ชูดปากกาที่มีความทนทานสูง สามารถนำมาเจาะกระป๋องอะลูมิเนียมแล้วนำไปเขียนต่อได้ (ไพโรจน์ อารักษ์ษา, 2544) ซึ่งในความเป็นจริงแล้วสามารถทำจริงได้เพียงไม่กี่ด้ามเท่านั้น ซึ่งแสดงว่าเป็นโฆษณาที่เข้าข่ายการโกหกหลอกลวง ซึ่งถือว่าเป็นการผิดศิลปะข้อ 4 อันได้แก่ การห้ามพูดโกหก โดยถ้าหากเจ้าของทีวีมีเดียมีสัจจะในจิตใจแล้วการโกหกก็จะเป็นการเกิดขึ้น

2.2 ศิลธรรมระดับกลาง

กุศลกรรมบถ 10 วิธีทางที่ก่อให้เกิดความดีหรือวิธีทางที่ผู้ฉลาดประพฤติ อันเป็นจริยธรรมชั้นกลางที่สูงขึ้นไปอีก มี 10 ประการ คือ

1. ประพฤติดีทางกายหรือความสุจริตทางกาย ทำสิ่งดีงามถูกต้อง ประพฤติชอบด้วยกายเรียกว่า กายสุจริต ได้แก่
 - 1.1 เว้นจากการฆ่าสัตว์ การสังหารผลาญชีวิตสัตว์ การบีบคั้นเบียดเบียน มีเมตตา กรุณา ช่วยเหลือเกื้อกูลสงเคราะห์กัน
 - 1.2 เว้นจากการแย่งชิง ลักทรัพย์และการเอาัดเอาเปรียบ เคารพสิทธิในทรัพย์สินของกันและกัน
 - 1.3 เว้นจากการประพฤติผิดทางกาม ส่วงละเมิดในของรักของหวงแหนของผู้อื่น ไม่ข่มเหงจิตใจ ทำลาย ลบหลู่เกียรติและวงศ์ตระกูลของกันและกัน
2. ประพฤติดีทางวาจา พูดสิ่งที่ดีงามถูกต้อง ประพฤติชอบด้วยวาจาเรียกว่า วาจาสุจริต ได้แก่
 - 2.1 เว้นจากการพูดเท็จ โกหกหลอกลวง กล่าวแต่คำสัตย์ ไม่จงใจพูดให้ผิดจากความจริง เพราะเห็นแก่ประโยชน์ใดๆ
 - 2.2 เว้นจากการพูดส่อเสียด ยุยง สร้างความแตกแยก พูดแต่คำที่สมานไมตรีและเสริมสร้างสามัคคี
 - 2.3 เว้นจากการพูดคำหยาบ สกปรกเสียหาย พูดแต่คำสุภาพ นุ่มนวลชวนฟัง
 - 2.4 เว้นจากการพูดเพ้อเจ้อ เหลวไหล พูดแต่ความจริง มีเหตุผล มีสารประโยชน์ ถูกกาลเทศะ

3. ประพจน์ดีทางใจ คิดสิ่งที่ตั้งตามถูกต้อง ประพจน์ชอบด้วยใจ เรียกว่า มโนสุจริต ได้แก่
 - 3.1 เว้นจากการเพ่งโทษ หรือมุ่งร้ายผู้อื่น ไม่ละโมภ คิดหาทางเอาแต่จะได้ ควรให้ คิดเสียสละ ทำใจให้เผื่อแผ่กว้างขวาง
 - 3.2 เว้นจากการพยาบาทผู้อื่น ไม่คิดร้ายมุ่งเบียดเบียน หรือเพ่งมองในแง่ที่จะทำลาย ตั้งใจปรารถนาดี แม้มิตร มุ่งให้เกิดประโยชน์สุขแก่กัน
 - 3.3 เว้นจากการประพจน์ผิดในธรรม (ประพจน์ถูกต้องตามหลักธรรม) เข้าใจในหลักธรรม ทำดีมีผลดี ทำชั่วมีผลชั่วตอบแทน

กุศลกรรมบถทั้ง 10 ประการจัดเป็นจริยธรรมระดับกลาง คือ สูงกว่าระดับแรกเพราะระดับแรกหรือระดับต้นผู้ประพจน์ดีมีจริยธรรมจะแสดงออก หรือประพจน์เฉพาะทางกายกับวาจาเท่านั้น อันเป็นส่วนภายนอกหรือพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกภายนอก คือ กาย (วาจาจัดอยู่ในกายด้วย) เท่านั้น ส่วนจริยธรรมระดับกลางผู้ประพจน์จะต้องอาศัยใจหรือประพจน์ทางใจด้วย อันเป็นข้อปฏิบัติที่ละเอียดอ่อนสูงขึ้นไปอีก

โดยจะเน้นศึกษาในส่วนของการประพจน์ดีทางวาจาเป็นหลักเนื่องจากเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานโฆษณาโดยตรง เช่น โฆษณากีฬารีน ชุดคนตัวเตี้ยขึ้นรถไฟฟ้า ซึ่งถ้าหากดูแลความบันเทิงก็คงไม่เป็นไร แต่ถ้าดูในแง่ศีลธรรมแล้วนั่นถือว่าโฆษณาชิ้นนี้เป็นการพูดส่อเสียดล้อเลียนคนที่เกิดมาตัวเตี้ยที่ไม่สามารถทำอะไรเหมือนคนทั่วไปได้ ซึ่งในความเป็นจริงแล้วคนตัวเตี้ยก็ถือว่าเป็นเหมือนคนธรรมดาทั่วไป มีความคิด จิตใจเหมือนคนปกติ ดังนั้นจึงสมควรทำโฆษณาที่ออกมาในรูปแบบนี้ ซึ่งจะทำให้คนตัวเตี้ยกลายเป็นตัวตลกในสายตาของคนทั่วไป

ซึ่งการใช้กลุ่มคนมาเป็นตัวแสดงในงานโฆษณานั้น ถ้าผลิตรายงานโฆษณาออกมาในแง่ที่ไม่ดีก็จะทำให้กลุ่มคนกลุ่มนั้นกลายเป็นคนไม่ดีในสายตาของผู้บริโภคทันที (Hughes, cited in Borgerson and Schroeder, 2002)

2.3 ศีลธรรมระดับสูง

อริยมรรคมีองค์ 8 วิถีทางปฏิบัติอันประเสริฐ 8 ประการ อันเป็นแนวทางปฏิบัติของบุคคล เพื่อให้เกิดความดีสูงสุด หรือวิถีทางปฏิบัติของพระอริยบุคคล คือ ผู้ไกลจากกิเลส อันเป็นข้าศึกภายในอันเป็นจริยธรรมขั้นสูงสุด ผู้ปฏิบัติตามหลักจริยธรรมขั้นนี้ บัณฑิตทั้งหลายมีพระพุทธเจ้าเป็นต้น ย่อมยกย่องสรรเสริญ คือ

1. สัมมาทิฐิ คือ มีความเห็นถูกต้อง อันได้แก่การเห็นอริยสัจ 4 คือเห็นว่าความเกิดเป็นความทุกข์ ความแก่และความตายเป็นทุกข์ การพลัดพรากจากสิ่งที่รัก การประสบสิ่งที่ไม่รัก ปราภณาสังขโตไม่สมหวัง สิ่งเหล่านี้เป็นทุกข์ ถึงแม้จะมีเงิน มีชื่อเสียง มีความเป็นอยู่อย่างสะดวกสบาย ร่างกายแข็งแรงสมบูรณ์ ยังอยู่ในวัยหนุ่มสาวก็ตาม ตราบใดที่ยังเอาชนะความติดดีหรือชั่วไม่ได้ ควบคุมบังคับไม่ได้ ปิดให้ออกจากตัวไปทันทีไม่ได้ย่อมจะต้องมีทุกข์อยู่เสมอ
2. สัมมาสังกัปปะ คือ มีความดำริถูกต้อง ซึ่งได้แก่ ดำริจะออกจากกาม ดำริในอันไม่พยายาบท ดำริในอันไม่เบียดเบียน คือคิดที่จะกำจัดความโกรธ และความเกลียดให้หมดไปจากสันดาน และคิดที่จะไม่เบียดเบียนใคร
3. สัมมาวาจา คือ มีการเจรจาถูกต้อง ซึ่งได้แก่ เว้นจากวจีทุจริต 4 คือ ไม่พูดเท็จ ไม่พูดส่อเสียด ไม่พูดคำหยาบ และไม่พูดเพื่อเจ้า
4. สัมมากัมมันตะ คือ มีการงานถูกต้อง ซึ่งได้แก่ เว้นจากกายทุจริต 3 คือ เว้นจากการฆ่าสัตว์ เว้นจากการสักทรมณ์ เว้นจากการประพฤตินิन्दในกาม
5. สัมมาอาชีวะ คือ มีการเลี้ยงชีพโดยถูกต้อง หมายถึงการเลี้ยงชีพในทางสุจริต ไม่ผิดกฎหมาย ไม่ผิดศีลธรรม ไม่ทำให้ใครเดือดร้อน และจะประกอบแต่อาชีพเฉพาะที่เหมาะสมแก่ภาวะหรือฐานะของตน สมมติว่าเป็นข้าราชการก็จะไม่ทำอะไรให้ผิดไปจากหน้าที่ของตน และไม่ทำอะไรชนิดที่จะก่อให้เกิดความเดือดร้อนแก่ตนเองและคนส่วนใหญ่อย่างนี้เป็นต้น
6. สัมมาวายามะ คือ มีความพยายามถูกต้อง ซึ่งได้แก่ เพียรในที่ 4 สถานคือความชั่วอันใดหรืออกุศลธรรมอันใดที่ยังไม่ได้ละ ก็พยายามละ อันไหนที่ละได้แล้วก็พยายามไม่ให้เกิดขึ้นอีก ส่วนกุศลธรรมอันใดที่ยังไม่ได้ทำให้มีให้เพิ่มขึ้น ก็พยายามทำให้มีให้เพิ่มขึ้น อันไหนที่มีอยู่แล้ว ก็ทำให้เจริญขึ้น
7. สัมมาสติ คือ มีการตั้งสติให้ถูกต้อง ซึ่งได้แก่ ระลึกในสติปัฏฐานทั้ง 4 พยายามให้มีสติอยู่กับตัวเสมอ พยายามที่จะฝึกแต่ในแง่ที่จะทำให้กิเลสน้อยหรือเบาบางไปโดยลำดับ
8. สัมมาสมาธิ คือ มีสมาธิจิตตั้งมั่นถูกต้อง ซึ่งได้แก่ เจริญฌานทั้ง 4 หรือการเข้าสมาธิที่เป็นไปเพื่อการละนิวรณ์โดยตรง

อริยมรรคอันเป็นทางประเสริฐ 8 ประการนี้ ผู้ปฏิบัติตามได้ครบถ้วน จึงเป็นผู้ประเสริฐไกลจากกิเลสเป็นพระอริยะ และอริยมรรคทั้ง 8 นี้จะต้องประพฤติไปพร้อมๆ กัน มิใช่จะประพฤติ

แต่เพียงข้อใดข้อหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อไปสู่จุดมุ่งหมายอันสูงสุด คือ นิพพาน (ยอดพระกัณฑ์ไตรปิฎก, 2545)

อริยมรรคมีองค์ 8 จัดเป็นจริยธรรมระดับสูงสุดในพระพุทธศาสนา เพราะผู้ประพฤติปฏิบัติได้เป็นผู้ประเสริฐจริงๆ กล่าวคือ นอกจากจะมีกาย วาจา เรียบร้อยหรือดีแล้ว จิตใจยังดี บริสุทธิ์ สะอาด ผ่องใส ตั้งมั่นด้วยความดี ที่เรียกว่า สมภาณี อีกด้วย จนเป็นเหตุให้เกิดปัญญา และสามารถใช้อนุปัญญาในทางที่ถูกต้อง ซึ่งเป็นจุดประสงค์อย่างแท้จริงในพระพุทธศาสนา เพราะตามธรรมดาบุคคลถ้ามีกาย วาจา และใจบริสุทธิ์สะอาดตั้งมั่นด้วยดีแล้วปัญญาอันแท้จริงย่อมเกิดขึ้นได้ และปัญญาดังกล่าวเป็นปัญญาที่ถูกต้องสิ้นความสงสัยใดๆ จัดเป็นโลกุตระปัญญา คือ ปัญญาของผู้ประเสริฐหรือพระอรหันต์บุคคล ผู้ประพฤติได้เช่นนี้ท่านผู้รู้ตีเตียนมิได้ เพราะไม่มีข้อบกพร่องใดให้ตีเตียน จึงมีแต่การยกย่องสรรเสริญฝ่ายเดียว เพราะผู้นั้นได้ศึกษาและปฏิบัติดี ถูกต้องครบถ้วน ทั้ง 3 อย่างแล้วที่เรียกว่า ไตรสิกขา อันได้แก่ ศีล สมภาณี และปัญญานั้นเอง อันเป็นการศึกษาที่ถูกต้องที่สุดในพระพุทธศาสนา

ศีลสิกขา (ศีล) คือ การศึกษาวิธีการที่จะปฏิบัติกายกับวาจาให้เรียบร้อย การที่จะรักษาศีลให้ได้นั้นบางคนพอได้ยินเข้าก็ท้อใจ เพราะนึกว่าเป็นภาระหนักเพิ่มขึ้นอีก เช่น จะต้องรักษาศีลถึง 5 ข้อ หรือ 8 ข้อ เมื่อก่อนไม่ต้องรักษาศีลก็เหนื่อยพอแล้ว เวลาที่ยังไม่มี ที่นี้จะต้องเอาศีลจากพระมารักษาอีก คงต้องลำบากขึ้นแน่ๆ การเข้าใจเช่นนี้จึงเกิดการท้อแท้ใจ อันที่จริงการรักษาศีลก็คือรักษาตัวเองไว้เท่านั้น รักษามือ รักษาปากของเรา และการรักษาก็คือรักษาไว้ให้มันดีตามเดิมเท่านั้น กล่าวคือ กาย วาจา หรือจะพูดให้ละเอียดหน่อย คือ หู ตา ปาก มือ เท้า และส่วนอื่นๆ จะทำอะไร สิ่งใด ให้ทำตามปกติ ให้พอดี ให้พองาม อย่าทำให้ตนและผู้อื่นเดือดร้อน คนที่ทำอะไรให้ตนและผู้อื่นเดือดร้อน เพราะทำหรือพูดไม่พอดี ไม่พองาม คือ คนไม่มีศีลนั่นเอง

สมาธิสิกขา (สมาธิ) หรือเรียกว่า จิตตสิกขา หมายถึง การรวมกระแสจิตให้แน่วแน่ และให้จิตหยุดนิ่งอยู่ในจุด (อารมณ์) อันเดียว แต่การทำสมาธิของพระพุทธเจ้าเป็นการใช้วิทยาศาสตร์ทางจิต ซึ่งหมายถึงการรวมกระแสจิตคล้ายๆ กับการรวมกระแสไฟฟ้านั่นเอง เนื่องจากจิตของคนเรามีกระแสเรียกว่า กระแสจิต บางทีเรียกว่า ความคิด โดยปกติความคิดของคนเราจะกระจายออกรอบๆ ตัวเรา คิดโน่นคิดนี่เรื่อยไปตามลักษณะของมัน อากาของจิตอย่างนี้เรียกว่า จิตฟุ้งซ่าน เมื่อบุคคลมีลักษณะฟุ้งซ่านแล้วความคิดอ่านมักจะพร่ามัวไม่แจ่มแจ้ง

ปัญญาสิกขา (ปัญญา) คือ ศึกษาเรื่องปัญญาให้เข้าใจแจ่มแจ้ง แล้วนำไปใช้ให้ถูกต้อง เพราะปัญญาเป็นแสงสว่างของใจและเป็นศัตรูโดยตรงกับความโง่ (อวิชชา) ปัญญา คือ ความรู้ รู้เหตุแห่งเสื่อม เหตุแห่งความเจริญ และรู้เหตุผลทุกอย่าง หรือจะพูดง่ายๆ ก็คือวิชาความรู้นั่นเอง ต้องฉลาดรอบรู้ (บุญมี แทนแก้ว, 2539)

ปัญญาทำให้เราเห็นแจ้งเห็นจริง ด้วยใจจริงๆ ด้วยการผ่านสิ่งนั้นๆ ไปแล้ว โดยวิธีใดวิธีหนึ่ง ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษที่ว่า experience ซึ่งคำนี้หมายถึงความรู้สึกด้วยใจจริง ในสิ่งที่ได้ผ่านไปแล้ว จนฝังใจแน่นแนบ ไม่อาจลืมเลือนได้ เพราะฉะนั้นในการพิจารณาทางปัญญา จึงจำเป็นต้องใช้สิ่งต่างๆ ที่ได้ผ่านมาแล้วแต่หนหลังในชีวิตของเราเอง เป็นเครื่องพินิจพิจารณา (พุทธทาส, 2535)

พระพุทธเจ้าตรัสไว้ว่า เมื่อจิตเป็นสมาธิแล้ว ย่อมเห็นสิ่งทั้งหลายทั้งปวงตามที่เป็นจริง หมายถึง อารมณ์ที่จิตประกอบด้วยสมาธิ ในลักษณะที่พร้อมจะปฏิบัติหน้าที่ ถ้าจิตเป็นเช่นนี้แล้ว ก็ จะเห็นสิ่งทั้งหลายตามที่เป็นจริง (ธรรมสภา, 2537)

โดยสรุปแล้วไตรสิกขาอันประกอบด้วย สีลสิกขา ซึ่งได้แก่การฝึกฝนอบรมให้มีการประพฤติปฏิบัติถูกต้อง ทั้งที่เกี่ยวกับสังคมทั้งหมด ทั้งที่เกี่ยวกับครอบครัว ทั้งที่เกี่ยวกับสิ่งของไม่มีชีวิตวิญญูณ สมาธิสิกขาหรือจิตตสิกขา คือการฝึกฝนให้มีความสามารถบังคับจิต ให้อยู่ในอำนาจ ให้สงบเสงี่ยมเป็นสุขก็ได้ ให้บริสุทธิ์สะอาดดีก็ได้ ให้สามารถ คือว่ามีสมรรถภาพพร้อมที่จะปฏิบัติงานใดๆ ต่อไปได้ และปัญญาสิกขา นั้นหมายถึงการอบรมจนเกิดความรู้แจ้งเห็นจริง ในสิ่งทั้งหลายทั้งปวงตามที่เป็นจริงถึงที่สุด จนถึงกับถอนความยึดถือด้วยอุปทาน คือถอนความงมงายต่างๆ ออกไปได้จากใจ ซึ่งเป็นการถอนจิตใจให้หลุดพ้นออกมาจากสิ่งที่มีมันเคยเข้าไปผูกพันไว้ตั้งแต่ต้นมา (พุทธทาส, 2535)

2.4 ศิลธรรมสำหรับนักปกครอง (ทศพิธราชธรรม 10)

ข้าราชการหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐที่ดี หากมีศีลธรรมหรือมี ทศพิธราชธรรม เป็นหลักในการปกครองแล้ว ประชาชนก็จะอยู่เย็นเป็นสุข เนื่องจาก ทศพิธราชธรรมเป็นธรรมสำหรับ พระราชา หรือนักปกครองที่ใช้ในการดูแลปกครองประชาชนให้อยู่อย่างมีความสุข (สมเด็จพระญาณสังวร อัครมุนีใน สำนักราชเลขาธิการ, 2539)

ทศพิธราชธรรม เป็นธรรมสำหรับพระราชา หรือนักปกครอง 10 ประการซึ่งนำมาแจกแจงเป็นข้อๆ ได้ดังนี้

1. ทาน หมายถึงการให้ เป็นการช่วยผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือเพราะมีความขัดข้องแร้นแค้นนั้นๆ เช่น ผู้ที่ขาดอาหารก็ให้อาหารช่วย ขาดเสื้อผ้าก็ให้เสื้อผ้าช่วย รวมความว่า เกิดความแร้นแค้นด้วยสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือที่ใดที่หนึ่ง ก็ให้สิ่งที่ต้องการนั้นๆ ดังนี้เรียกว่า ทาน
2. ศิล คือความประพฤติ ต้องเว้นจากความชั่วร้ายทั้งหลาย ความประพฤติอันใดที่เป็นความชั่วร้ายก่อให้เกิดเวร ใ้หงัดความประพฤตินั้น ไม่ทำสิ่งที่เป็นความชั่วร้ายนั้น ไม่พูดในสิ่งที่เป็นความชั่วร้ายนั้น รวมความว่า เว้นการที่ควรเว้นต่างๆ ทั้งทางกายวาจา

3. บริจาค การสละ อันหมายถึง สละสิ่งที่มีประโยชน์น้อยแก่สิ่งที่มีประโยชน์มาก เช่นบริจาคอวัยวะร่างกายเพื่อให้รักษาชีวิต ในเมื่อประพัตติธรรมคือความถูกต้อง หรือหน้าที่อันต้องปฏิบัติ เช่นทหารยอมสละทุกอย่าง เพื่อปฏิบัติหน้าที่รักษาประเทศ ดังนี้ เรียกว่า บริจาคหรือสละ
4. อาชวะ ความตรง คือความประพฤติที่ตรง ไม่คิดทรยศต่อเพื่อน มิตรสหาย ต่อหน้าที่ การงานตลอดจนถึงประชาชน
5. มัทวะ ความอ่อนโยน คือความมีอาการทางกาย วาจา อ่อนโยน สุภาพ เรียบร้อย มีความสุภาพทางกายถึงวาจา พูดจาอะไรก็อ่อนโยน สุภาพ
6. ตปะ ความเพียร เป็นผู้กล้าหาญในการทำสิ่งที่ควรทำ ไม่กลัวเกรงในการทำดังกล่าว ไม่มีความเกียจคร้าน ปฏิบัติหน้าที่ของตนอย่างสม่ำเสมอไม่บกพร่อง มีความเป็นผู้กล้า มีความเพียร ไม่อ่อนแอย่อท้อ เข้มแข็ง ถ้าทำดังนี้จะเป็นที่ยำเกรงของบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งหลายไม่กล้าที่จะละเมิด
7. อโภระ ความไม่โกรธ คือ ความมีจิตที่ประกอบด้วยเมตตา มุ่งที่จะปรารถนาดีเป็นที่ตั้ง ไม่เป็นคนใจน้อย หงุดหงิดง่าย แต่มีใจหนักแน่น ไม่คิดจะเอาแต่โทษใคร รู้จักให้อภัย และมีเมตตา
8. อวิหิงสา ความไม่เบียดเบียน คือการไม่ทำอะไรที่เป็นการเบียดเบียนผู้อื่นให้เดือดร้อน ทั้งทางตรงและทางอ้อม มีจิตประกอบด้วยกรุณา คิดช่วยเหลือและทำการช่วยเหลือ อยู่เสมอ
9. ชันติ ความอดทน คือ รู้จักอดทนต่อความตรากตรำต่างๆ เช่น รู้จักอดทนต่อหนาว ร้อน หิว กระหาย
10. อวิโรธนะ ความไม่ผิด เมื่อรู้ว่าอะไรผิดก็ไม่ทำ เพราะทุกคนย่อมต้องมีความรับผิดชอบ ไม่มากก็น้อย ด้วยสิ่งที่ไม่รู้ซึ่งมีอยู่มากหรืออาจจะพลั้งเผลอทำให้ผิดอยู่บ้าง แต่ทำอะไรที่รู้ว่าผิดก็ไม่ควรทำ รักษาความเที่ยงธรรม ความมยุติธรรม

ธรรมทั้ง 10 ประการนี้ กล่าวได้ว่า เป็นหลักศาสนาซึ่งเป็นหลักใหญ่ที่ผู้ปฏิบัติหน้าที่ราชการทุกคนจะต้องพึงยึดปฏิบัติ อันเป็นความสุขความเจริญแก่ตนเอง และแก่ประชาชนโดยรวม

โดยหลักทศพิธราชธรรมนั้นถือว่าเป็นหลักธรรมที่ข้าราชการควรมีในจิตใจ โดยเฉพาะข้าราชการที่ทำหน้าที่ควบคุม กำกับ ดูแลงานโฆษณา เนื่องจากงานโฆษณานั้นสามารถก่อให้เกิดปัญหาในสังคมอย่างมากได้หากเป็นโฆษณาที่ให้ข้อมูลที่ผิด ดังนั้นข้าราชการที่มีหน้าที่ควบคุม กำกับ ดูแลงานโฆษณาควรมีทศพิธราชธรรมในใจเพื่อใช้เป็นสิ่งยึดเหนี่ยวและถือเป็นหลักใน

การปฏิบัติหน้าที่ของตน ซึ่งจะทำให้สามารถทำงานอย่างตรงไปตรงมา ไม่มีการคอร์รัปชัน เนื่องจากหลักทศพิธราชธรรมจะช่วยควบคุมจิตใจของข้าราชการให้คิดดี กระทำดี ไม่กล้าทรยศต่อความไว้วางใจของประชาชน ซึ่งจะช่วยลดปัญหาเกี่ยวกับงานโฆษณาได้

จากแนวคิดเรื่องศีลธรรมและคำสั่งสอนของพระพุทธศาสนาจะเห็นได้ว่า มีศีลธรรมที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับข้อห้ามในงานโฆษณาก็คือ ศีลที่เกี่ยวข้องกับการละเว้นจากการพูดโกหก การมีสังขจะ พูดแต่ความจริง (จากหลักศีลธรรมเบื้องต้น เบญจศีล เบญจธรรม) การมีความประพฤติดีทางวาจา ซึ่งได้แก่ การไม่พูดโกหก พูดส่อเสียดผู้อื่น พูดจาหยาบคาย และพูดจาเพื่อเจ้าเล่ห์ไหล (จากศีลธรรมระดับกลาง กุศลกรรมบถ 10) การมีสัมมาวาจา คือ การเจรจาถูกต้อง (จากศีลธรรมระดับสูง) และศีลในการปฏิบัติกายวาจาให้ถูกต้อง (จากศีลธรรมสำหรับนักปกครอง) เนื่องจากงานโฆษณาเป็นงานสื่อสารข้อมูลให้กับผู้บริโภค จึงต้องมีการพูดหรือบอกกล่าวข้อมูลไปยังผู้บริโภค ดังนั้นข้อมูลในงานโฆษณาจึงควรเป็นแต่ข้อมูลที่ถูกต้องมีแต่ความจริง ไม่หลอกลวง หากมีการให้ข้อมูลที่ผิดๆ หรือจริงเพียงบางส่วนก็ถือว่าเป็นการทำผิดศีลธรรมซึ่งจะตรงกับหลักศีลธรรมที่เกี่ยวกับเรื่องวาจา ซึ่งศีลธรรมข้อนี้มีประกอบในศีลธรรมทั้ง 4 ระดับด้วย

แต่ถ้าหากจะมองลึกลงไปจริงๆ แล้วนั้น ศีลธรรมทุกข้อมีความจำเป็นสำหรับนักโฆษณาทั้งนั้น เนื่องจากศีลธรรมทุกข้อนั้นเป็นการช่วยพัฒนาจิตใจของนักโฆษณาให้เห็นแต่ในสิ่งที่ถูกต้อง ควร สามารถละเว้นจากกิเลสได้ทั้งสิ้น ยกตัวอย่างเช่น โฆษณาซิคเคิร์ท ชุดใจปล้นธนาคาร ซึ่งโฆษณาดังกล่าวไม่ได้ผิดกฎหมายหรือผิดศีลข้อที่ 4 ที่เกี่ยวกับการโกหกแต่อย่างใด แต่หากมองพิจารณากันลึกๆ แล้วนั้นโฆษณาชุดนี้มีความไม่เหมาะสมและยังมีผลกระทบต่อศีลข้อที่ 2 ที่ว่าด้วยการลักทรัพย์ด้วย เพราะตัวหนังโฆษณาอาจส่งเสริมให้คนทำผิดในศีลข้อที่ 2 หรือเห็นว่าการขโมยเป็นของธรรมดามากขึ้นก็ได้ หรืออีกตัวอย่างหนึ่งก็คือ โฆษณาของกีฟฟารีน ชุดแม่ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเพื่อนลูกที่มาจับแม่นั้น ซึ่งงานโฆษณาชิ้นนี้ก็ไม่ได้ผิดกฎหมายหรือเข้าข่ายที่จะผิดศีลข้อที่ 4 แต่อย่างใด แต่ถ้าหากพิจารณาให้ละเอียดถี่ถ้วนแล้ว จะเห็นได้ว่าโฆษณากีฟฟารีนชุดนี้น่าจะกระทบต่อศีลข้อที่ 3 ว่าด้วยการประพฤติดมในกาม โดยตัวเนื้อหาโฆษณาค่อนข้างล่อแหลมและส่อไปในทางที่ผิดศีลข้อที่ 3 ซึ่งทั้งสองตัวอย่างนี้ก็เพียงตัวอย่างเล็กๆ เท่านั้น ถ้าหากพิจารณากันให้ดีแล้ว ก็จะพบว่าโฆษณามากมายที่อาศัยช่องโหว่ของกฎหมาย ในการหาประโยชน์ ซึ่งถ้าหากพิจารณาในแง่ของศีลธรรมแล้วนั้น โฆษณาเหล่านั้นมีความผิดในแง่ศีลธรรมแทบทั้งนั้น

ดังนั้นนักโฆษณาจึงควรให้ความสำคัญต่อหลักศีลธรรม คำสั่งสอนของพระพุทธศาสนา เนื่องจากหลักศีลธรรมต่างๆ นั้นจะช่วยให้นักโฆษณาสามารถผลิตงานโฆษณาออกมาอย่างมี

คุณภาพ ไม่ผิดทั้งกฎหมายและศีลธรรม ไม่เอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้ไม่เกิดปัญหาสังคมตามมาอีกด้วย จึงเป็นเรื่องที่ดีหากนักโฆษณาทั้งหลายหันมาให้ความสนใจในเรื่องศีลธรรม และนำหลักธรรมต่างๆ มาประยุกต์ใช้ในอาชีพหรืองานโฆษณาของตนก็ได้ เช่น โครงการหลักธรรมกับจรรยาของสำนักงานการจรรยาและขนส่งกรุงเทพมหานคร โดยเป็นการประยุกต์ใช้ศีลธรรมต่างๆ มานำเสนอให้ผู้บริโภคได้นำมาใช้ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สุขแก่ผู้ใช้รถใช้ถนนทุกคน เช่น เมตตากับการขับรถ คือ โฆษณาได้สื่อถึงเรื่องเกี่ยวกับศีลธรรมให้กับคนขับ โดยให้คนขับรถมีความเมตตากับผู้ใช้รถใช้ถนนร่วมกัน โดยการหยุดรถให้คนข้ามถนนเป็นต้น ซึ่งขนาดศีลธรรมยังสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับคนขับรถได้แล้วนั้น ในทางเดียวกันศีลธรรมก็น่าที่จะประยุกต์ใช้กับนักโฆษณาได้เช่นเดียวกัน

3. แนวคิดที่เกี่ยวกับจรรยาบรรณ

มีผู้ให้ความหมายของคำว่า จรรยาบรรณไว้หลายท่านโดยเฉพาะในประเทศไทย ดร. สุเมธ ตันติเวชกุล ให้ความเห็นโดยสรุปว่า จรรยาบรรณ คือ การทำอะไรที่ถูกต้องบนพื้นฐานของเหตุและผล โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะรักษาเกียรติยศ ฐานะ เกียรติคุณของวิชาชีพ (ดร. สุเมธ ตันติเวชกุล อ้างถึงใน ปารเมศร์ รัชไชยบุญ, 2545)

ในทำนองเดียวกัน บุญมี แทนแก้ว (2539) ได้กล่าวไว้ว่า จรรยาบรรณ คือ สิ่งที่เป็นข้อคิดหรือหลักปฏิบัติที่ผู้ประกอบอาชีพพึงมีในอาชีพนั้นๆ

แต่จรรยาบรรณตามรากศัพท์จริงๆ นั้น หมายถึง หนังสือที่วาดด้วยความประพฤติ หรืออาจแปลได้ว่า ประมวลหลักของความประพฤติ (จินตนา บุญบงการ, 2544) ซึ่งจรรยาบรรณจึงถือว่าเป็นคุณธรรมชนิดหนึ่งซึ่งพึงมีในบุคคลที่มีจริยธรรมในจิตใจ ซึ่งการที่จะมีจรรยาบรรณในจิตใจได้นั้น จะต้องมีการฝึกฝนขัดเกลาจิตใจเป็นอย่างดี เพื่อใช้ในการควบคุมความประพฤติตนเอง

จะเห็นได้ว่า จรรยาบรรณมีความสำคัญต่ออาชีพต่างๆ มากมายในการที่ผู้ประกอบอาชีพพึงยึดถือปฏิบัติตามหลักการ ซึ่งจะทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าในอาชีพนั้นๆ โดยเฉพาะสื่อมวลชนซึ่งมีบทบาทอย่างกว้างขวางที่สุดในการให้ข่าว ข้อมูล ความรู้ ความเข้าใจต่อตัวผู้บริโภค ในที่นี้สื่อมวลชนหมายถึงหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ และโทรทัศน์ ซึ่งมีหน้าที่เป็นสื่อกลางในการนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร สารและงานโฆษณาให้กับผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคโดยทั่วไปต้องใช้เวลาส่วนมากในการประกอบอาชีพของตนเอง ไม่มีเวลาจะเดินทางไปสืบข่าวและค้นหาข้อมูลด้วยตนเอง จึงจำเป็นต้องพึ่งสื่อมวลชนในการเลือกเฟ้นและนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง ซึ่งถ้าหากจรรยาบรรณไม่

มีความสำคัญต่อตัวผู้ประกอบอาชีพแล้วนั้น ผู้บริโภคก็คงจะหนีไม่พ้นจากการตกเป็นเหยื่อหรือการตกเป็นผู้รับเคราะห์จากการไร้จรรยาบรรณทางวิชาชีพได้

กาลครั้งหนึ่ง พระพุทธเจ้าทรงต้องการให้พุทธสาวกของพระองค์ได้ทราบถึงสิ่งใดที่ควรสอน สิ่งใดไม่ควรสอนให้พุทธบริษัท พระพุทธองค์ทรงหยิบใบไม้ขึ้นมาหนึ่งกำมือ แล้วถามพุทธสาวกว่า ดูกรภิกษุทั้งหลาย ใบไม้ในมือเรากับใบไม้ในป่าทั้งหมด อย่างไหนจะมีมากกว่ากัน พระภิกษุกราบทูลว่า พระพุทธเจ้าข้า ใบไม้ในพระหัตถ์มีจำนวนน้อย ใบไม้ในป่ามีจำนวนมาก ดังนั้นใบไม้ในป่าย่อมมีมากกว่าใบไม้ในพระหัตถ์ของพระองค์ พระพุทธเจ้าข้า

พระพุทธเจ้าตรัสว่า ดูกรภิกษุทั้งหลาย ฉันทกัฉันทันั้น ความเป็นจริงที่เรารู้นั้น มีมากเสมือนใบไม้ในป่า ส่วนความเป็นจริงที่เราตรัสบอกแก่โลกนั้นมีน้อยนิด เสมือนใบไม้ในกำมือ ทั้งนี้เพราะอะไรเล่า เพราะเราย่อมกล่าวความเป็นจริงที่มีประโยชน์เกื้อกูล เป็นไปเพื่อประโยชน์สุขแก่มวลชนหมู่มาก ส่วนความเป็นจริงอื่นที่ไม่มีประโยชน์ ไม่เกื้อกูล ไม่เป็นไปเพื่อประโยชน์สุขแก่มวลชนหมู่มาก ตถาคตย่อมไม่กล่าวคำนั้น

นี่คือหลักการที่ถูกต้องของการสื่อสารสู่มวลชน สิ่งที่เราควรนำเสนอต่อสังคมควรเป็นไปเพื่อประโยชน์สุข เพื่อเสริมสร้างความดีงามแก่โลกอย่างแท้จริง มิใช่สิ่งที่เป็นโทษหรือบั่นทอนความดีงามของโลก ดังนั้นสื่อมวลชนไม่จำเป็นต้องพูดทั้งหมดของความเป็นจริง แต่สิ่งที่พูดต้องถือเป็นการจริงทั้งหมด (พรนพ พุกกะพันธ์, 2544)

ปัญหาส่วนหนึ่งในสังคมก็เกิดจากการที่สื่อมวลชนเล็งเห็นความสำคัญทางธุรกิจมากกว่าความรับผิดชอบต่อสังคม ยอมนำเสนอข้อมูล ข่าวสารตลอดจนงานโฆษณาที่ให้ข้อมูลที่ผิดๆ จนเป็นเหตุให้เกิดปัญหาตามมาในภายหลัง เพียงเพื่อผลตอบแทนทางธุรกิจที่ได้คืนมาซึ่งก็หนีไม่พ้นเรื่องเม็ดเงินนั่นเอง “พระพุทธเจ้าสอนว่า ความอยากของมนุษย์นั้น ไม่มีที่สิ้นสุด เปรียบเหมือนสุนัขแทะท่อนกระดูกเปื้อนเลือด สมอยากก็ไม่สมอยาก อิ่มก็ไม่เคยอิ่ม” (กิเลน ประลองเชิง, 2545:3) ซึ่งก็เปรียบได้กับสื่อมวลชนต่างๆ ที่เล็งเห็นผลประโยชน์ส่วนตนมากกว่าส่วนรวม จนยอมละทิ้งจรรยาบรรณทางวิชาชีพของตนเองเพียงเพื่อให้ได้ผลตอบแทนดังที่ตนหวัง จากสิ่งเหล่านี้เองจึงเห็นได้ว่า จรรยาบรรณในวิชาชีพเป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญต่อสังคมเป็นอย่างมาก

สมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทยพบว่า โฆษณามักถูกมองว่าเป็นต้นตอของปัญหาต่างๆ และสร้างอิทธิพลในแง่ลบแก่สังคม งานโฆษณาบางส่วนถูกมองว่าขาดความรับผิดชอบต่อสังคม สมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น แต่การเข้าไปควบคุม ดูแลยังมีข้อจำกัดเนื่องจากสมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย ยังไม่มีอำนาจและบทลงโทษที่ให้คุณให้โทษอย่างชัดเจน ในขณะที่มุมมองของฝ่ายผู้บริโภคมองว่า นักโฆษณาควรทำความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาอย่างถ่องแท้เพื่อเป็นประโยชน์ในการควบคุมตนเอง นอกจาก

นี้ยังมีมุมมองจากตัวแทนภาครัฐ ที่ให้ข้อเสนอแนะว่าเกี่ยวกับประเด็นการควบคุมตนเองนั้น สมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย มีอุปสรรคหลายประการ ได้แก่ สาเหตุที่นักโฆษณายังคงเป็นแค่ลูกจ้างของบริษัทที่ต้องยึดความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก และปัญหาเกี่ยวกับบุคลากรของสมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทยที่จะมาดูแลเรื่องจรรยาบรรณ ส่วนใหญ่ยังคงมีงานประจำที่บริษัทโฆษณาต่างๆ ซึ่งภาวะดังกล่าวอาจทำให้เกิดความขัดแย้งในหน้าที่ เปรียบเสมือนการสวมหมวกสองใบในการทำงาน

นอกจากนี้แล้วทางสมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย ได้พยายามปรับเปลี่ยนสถานะของสมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทยขึ้นเป็น สมาชิวิชาชีพโฆษณาแห่งประเทศไทย ซึ่งในการนี้เพื่อเป็นการกำกับดูแลตนเอง (self regulation) เพื่อให้ธุรกิจโฆษณามีความคล่องตัวมากขึ้น มีอิสระมากขึ้น และมีกฎระเบียบผูกพันที่น้อยลง แต่การดังกล่าวกลับเป็นว่า ในสิ่งที่สมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทยได้ทำไปแล้ว และกำลังดำเนินการอยู่กลับทำให้ชิ้นงานโฆษณาที่ปรากฏขึ้นหลายสินค้าด้วยกัน โดยเฉพาะภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ ได้มีการทำภาพยนตร์โฆษณาที่หมิ่นเหม่ต่อศีลธรรม บิดเบือน ดูถูกเพศตรงข้าม ฯลฯ มากขึ้น จริงอยู่ที่ว่าทุกชิ้นงานโฆษณาที่ได้ทำไปนั้นไม่ผิดกฎหมาย และเราอาจพูดได้ว่าเรามีเสรีภาพในการพูด ในการนำเสนอตามรัฐธรรมนูญฉบับใหม่ แต่ต้องไม่ลืมว่า เราต้องมีจรรยาบรรณของนักโฆษณาเป็นหลักปฏิบัติอยู่ด้วย (ปารเมศร์ รัชไชยบุญ, 2545)

จากสาเหตุเหล่านี้เองทำให้สมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย เล็งเห็นถึงความสำคัญในเรื่องจรรยาบรรณในวิชาชีพ และต้องการให้ผู้ประกอบอาชีพโฆษณา (agencies) ได้มีหลักเกณฑ์ ยึดถือ ปฏิบัติเดียวกันเพื่อไม่ให้วิชาชีพโฆษณาสร้างปัญหาให้กับสังคม จึงได้ทำการกำหนด "จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพโฆษณา" (สมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย, 2545) ขึ้นซึ่งข้อกำหนดต่างๆ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ประกอบวิชาชีพด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ตามหลักปฏิบัติและวิชาการและอยู่ภายใต้บทบัญญัติแห่งกฎหมาย
2. ไม่กระทำการใดๆ อันอาจนำมาซึ่งความเสื่อมเสียเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพ
3. มีความรับผิดชอบต่อสังคม ยึดถือในจริยธรรม และวัฒนธรรมอันดีงาม
4. ไม่ควรกระทำการโฆษณา อันเป็นการดูหมิ่นศาสนา หรือความเชื่อหรือสิ่งอันเป็นที่เคารพสักการะของบุคคลทั่วไป
5. ไม่ควรกระทำการโฆษณา อันทำให้เกิดความผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้า บริการ การแสดง หรืออื่นๆ หรือใช้อวดสรรพคุณจนเกินความจริง จนทำให้ผู้เห็นหรือผู้ฟังเกิดความสำคัญผิด

6. ไม่ควรกระทำการโฆษณา โดยการโจมตีหรือเปรียบเทียบสินค้า บริการ การแสดง หรืออื่นๆ ของผู้อื่นอย่างไม่ยุติธรรม โดยใช้วิธีเปรียบเทียบใดๆ อันทำให้ผู้เห็นหรือผู้ฟัง เกิดความลำค้ำผิด
7. ไม่ควรกระทำการโฆษณา โดยใช้เสียงที่เป็นการก่อกวนความรู้สึกให้กับผู้ฟัง
8. ไม่ควรกระทำการโฆษณา โดยทำให้เกิดความกลัวโดยไม่มีเหตุอันควร
9. ไม่ควรกระทำการโฆษณา โดยใช้ความเชื่อเกี่ยวกับไสยศาสตร์ หรือเรื่องโชคลางมา เป็นข้อจูงใจ
10. ไม่ควรกระทำการโฆษณา โดยการเลียนแบบเครื่องหมายการค้า คำขวัญ หรือข้อความสำคัญจากการโฆษณาของผู้อื่น อันทำให้ผู้เห็นหรือผู้ได้ยินเกิดความเข้าใจผิด หรือไขว้เขวเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ หรือการแสดงของผู้อื่น
11. ไม่ควรกระทำการโฆษณา อันเป็นการสนับสนุนหรือก่อให้เกิดการกระทำอันผิดกฎหมายหรือศีลธรรม
12. ไม่ควรกระทำการโฆษณา โดยใช้คำศัพท์ สถิติ ผลการวิจัย หรืออ้างอิงผลรายงานทาง วิทยาศาสตร์ในทางที่ไม่สมควร หรือทำให้เกิดความเข้าใจผิด โดยที่สินค้านั้นไม่มีคุณสมบัติตามที่อ้าง
13. ไม่ควรกระทำการโฆษณา อันก่อให้เกิดการเหยียดหยามกันเกี่ยวกับเชื้อชาติหรือ ศาสนา
14. ไม่ควรกระทำการโฆษณา โดยอ้างอิงตัวบุคคลหรือสถาบัน โดยที่ตัวบุคคลหรือ สถาบันนั้นไม่มีตัวตนอยู่จริง และไม่ได้ใช้สินค้าหรือบริการหรือชมการแสดงนั้นจริง
15. ไม่ควรกระทำการโฆษณา อันอาจมีผลเป็นอันตรายต่อเด็กหรือผู้เยาว์ทั้งทางร่างกาย จิตใจ หรือทำให้ขาดความรู้สึกผิดชอบ หรือโดยอาศัยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของ บุคคลดังกล่าวมาใช้เป็นเครื่องมือในการชักจูงใจโดยไม่สมควร
16. การโฆษณาโดยอ้างอิงบุคคลในวิชาชีพอื่นๆ ที่มีการควบคุมตามพระราชบัญญัติต่างๆ ต้องเป็นไปตามมรรยาทแห่งวิชาชีพนั้นๆ

จากหลักจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพโฆษณาทั้ง 16 ข้อนี้ สมาคมโฆษณารัฐกิจแห่งประเทศไทยได้ตั้งขึ้นเพื่อใช้กำกับดูแลผู้ประกอบการอาชีพโฆษณาด้วยกัน เพื่อประโยชน์ในการประกอบธุรกิจ ร่วมกันอย่างเป็นธรรม หากบริษัทใดกระทำการโฆษณาอันเป็นผลเสียต่อสังคมส่วนรวมแล้ว ก็จะใช้หลักจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพโฆษณาเป็นเกณฑ์ในการตรวจสอบดูแล และในขณะเดียวกันก็ใช้เป็นกรอบหลักเกณฑ์ให้ผู้ประกอบการอาชีพโฆษณายึดถือปฏิบัติ ซึ่งก็จะทำให้ผู้ประกอบการ

โฆษณารู้สึกลำบากใจ หากจะทำงานเพียงเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพียงอย่างเดียวเพื่อที่จะได้มาซึ่งยอดขายมากๆ นั่นเอง เพราะการละเมิดหลักจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพโฆษณานั้นจะทำให้เป็นที่รังเกียจจากผู้ประกอบอาชีพโฆษณารายอื่นๆ ดังนั้นเพื่อป้องกันและกำจัดความไม่ถูกต้อง ไม่เป็นธรรม ข้อครหาจากสังคม และใช้ในการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีการปฏิบัติไม่ถูกต้องระหว่างผู้ประกอบอาชีพโฆษณาด้วยกัน

แต่การตีความตามจรรยาบรรณนั้น เป็นไปตามความเห็นของแต่ละบุคคล จรรยาบรรณไม่ใช่กฎหมาย แต่เป็นข้อพึงปฏิบัติที่เหมาะสมกับทั้งลูกค้า บริษัทโฆษณา และสำคัญที่สุดคือ สำหรับผู้บริโภค (ปารเมศร์ รัชไชยบุญ, 2545) ดังนั้นการที่บริษัทโฆษณาจะรับงานโฆษณาจากผู้ว่าจ้างต่างๆ นั้น ทางบริษัทโฆษณาควรทำความเข้าใจกับผู้ว่าจ้างอย่างถ่องแท้ว่า งานโฆษณาที่จะผลิตออกมานั้นจะเป็นงานโฆษณาที่น่าเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่มีการหลอกลวง โทกหรือแม้กระทั่งการให้ข้อมูลที่ถูกต้องเพียงส่วนเดียว เพื่อกันไม่ให้เกิดปัญหาตามมาในภายหลัง ซึ่งจะเป็นการยุติธรรมสำหรับผู้บริโภคด้วย

จึงเห็นได้ว่า หลักจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพโฆษณา มีความสำคัญต่อผู้ประกอบอาชีพโฆษณาเป็นอย่างมาก ซึ่งจะทำงานโฆษณาต่างๆ ออกมาอย่างมีคุณภาพ ไม่ได้เป็นสาเหตุให้เกิดปัญหาต่อสังคมในภายหลัง และในขณะเดียวกัน สังคมก็มีความมั่นใจได้ว่า ผู้ประกอบอาชีพโฆษณานั้นมีมาตรฐานในการดำเนินธุรกิจ และให้ความเชื่อถือศรัทธาต่อวิชาชีพโฆษณาของตนเองด้วย ซึ่งการที่ผู้ประกอบโฆษณาจะดำเนินธุรกิจหรือประกอบอาชีพโดยยึดมั่นในหลักจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพโฆษณาได้นั้น ผู้ประกอบโฆษณานั้นจะต้องมีศีลธรรมในจิตใจ ไม่เล็งเห็นผลประโยชน์ส่วนตนมากกว่าผลประโยชน์ส่วนรวม เมื่อผู้ประกอบโฆษณามีศีลธรรมในจิตใจแล้วก็จะก่อให้เกิดจริยธรรมประจำใจด้วย ซึ่งทำให้ผู้ประกอบอาชีพไม่หลงผิดงายๆ และจะดำเนินชีวิตประกอบอาชีพไปในทางที่สุจริตเท่านั้น

4. แนวคิดที่เกี่ยวกับหลักกฎหมาย

ถึงแม้ว่า ทางสมาคมโฆษณารัฐกิจแห่งประเทศไทยจะได้วางกรอบให้กับบริษัทโฆษณาโดยการกำหนด "จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพโฆษณา" ขึ้นมา เพื่อให้ผู้ประกอบอาชีพโฆษณาได้นำมาใช้เป็นหลักในการปฏิบัติหน้าที่ในสายงานโฆษณาแล้วก็ตาม แต่ก็มีความสามารถที่จะช่วยแก้ไขปัญหางานโฆษณาที่เกิดขึ้นได้มากนัก ทำได้เพียงแค่ลดปริมาณงานโฆษณาที่ผิดลงได้บ้าง เนื่องจากจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพโฆษณานั้น มิได้ให้อำนาจแก่สมาคมโฆษณารัฐกิจแห่งประเทศไทยในการ

ลงโทษบริษัทโฆษณาที่ได้กระทำผิด จึงทำให้บริษัทโฆษณาที่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนไม่มีความกลัวเกรงและยังคงผลิตงานโฆษณาที่ก่อให้เกิดปัญหาออกมาอยู่เป็นประจำ

และจากการที่ปัญหาที่เกิดจากงานโฆษณายังคงมีเกิดขึ้นอยู่เรื่อยๆ เป็นประจำและได้สร้างความเดือดร้อนให้แก่ประชาชนและผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก ดังนั้นทางรัฐบาลซึ่งตระหนักถึงความสำคัญของปัญหานี้ และคำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภคเป็นหลัก จึงได้ทำการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมาเพื่อช่วยในการควบคุม กำกับ ดูแล และตรวจสอบข้อมูลของโฆษณาว่า โฆษณาต่างๆ มีการให้ข้อมูลที่ถูกต้องหรือไม่ และเพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้มีการให้ข้อมูลที่ผิดๆ แก่ผู้บริโภค อันเป็นต้นเหตุให้เกิดปัญหาตามมาอีกมากมาย ซึ่งหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่ควบคุม กำกับ ดูแลงานโฆษณาได้แก่

1. สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)
2. คณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ (กทช.)
3. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)

ซึ่งทั้ง 3 หน่วยงานที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้ สามารถที่จะให้คุณให้โทษกับทางบริษัทโฆษณาที่กระทำผิดได้ โดยใช้อำนาจกฎหมายและกฎกระทรวงในการควบคุม กำกับ ดูแลและตัดสินงานโฆษณาที่มีปัญหา ซึ่งแต่ละหน่วยงานมีหน้าที่และกฎหมายที่ใช้ในการควบคุมงานโฆษณาดังต่อไปนี้

4.1 สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นหน่วยงานที่อยู่ในความดูแลของสำนักงานนายกรัฐมนตรี ตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 โดยมีหน่วยงานภายในสำนักงานดังต่อไปนี้

1. ส่วนคุ้มครองผู้บริโภคด้านโฆษณา
2. ส่วนคุ้มครองผู้บริโภคด้านฉลาก
3. ส่วนคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญา
4. ส่วนนิติกร
5. ส่วนเผยแพร่และประชาสัมพันธ์
6. ฝ่ายบริหารทั่วไป

เนื่องจากการวิจัยเรื่องนี้เป็นงานวิจัยที่เกี่ยวกับงานโฆษณา ดังนั้นจึงจะเน้นถึงแต่สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในด้านโฆษณาเท่านั้น

การคุ้มครองผู้บริโภคในด้านการโฆษณา

ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มีคณะกรรมการเฉพาะเรื่องคือ คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา ดำเนินการโดยมีอำนาจหน้าที่ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, 2543)

1. หน้าที่โดยทั่วไปในการควบคุมดูแลการโฆษณาสินค้า หรือบริการที่ยังมิได้ถูกควบคุมการโฆษณาโดยกฎหมายอื่น ซึ่งกฎหมายได้กำหนดลักษณะของข้อความที่จะใช้ในการโฆษณาไว้ดังนี้

การโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียหายต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะต้องเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ ลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา การใช้สินค้าหรือบริการ

ข้อความดังต่อไปนี้ถือว่าเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียหายต่อสังคมเป็นส่วนรวม

- ก. ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง ข้อความที่เป็นเท็จก็คือไม่จริง ข้อความเกินจริงก็คือจริงบางส่วนเท็จบางส่วน (สุชม ศุภนิത്യ อ่างถึงใน วิทยุสาร จีระประวัติ, 2539)
- ข. ข้อความที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะการกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม
- ค. ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรืออ้อม ให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ
- ง. ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน
- จ. ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นความจริงได้โดยแน่แท้ ไม่เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณาและได้กำหนดลักษณะเกี่ยวกับ วิธีการที่ใช้ในการโฆษณาไว้ว่า การโฆษณาจะต้องไม่กระทำด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพร่างกายหรือจิตใจหรืออันอาจก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้บริโภค ทั้งนี้ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

2. หน้าที่ในการป้องกันหรือระงับยับยั้งความเสียหายหรืออันตรายอันจะเกิดขึ้นแก่ผู้บริโภค เนื่องจากการโฆษณาสินค้าหรือบริการบางประการเป็นการลวงหน้า โดยกำหนดเงื่อนไขเกี่ยวกับการโฆษณาสินค้าหรือบริการนั้น

3. หน้าที่ในการตรวจข้อความโฆษณาที่ผู้ประกอบการกิจขอให้พิจารณาให้ความเห็นก่อนการทำโฆษณา

ในการดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาดังกล่าว เมื่อคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาได้พิจารณาข้อความโฆษณาใดแล้วต้องสงสัยว่าข้อความโฆษณาดังกล่าวจะฝ่าฝืนต่อพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาต้องให้โอกาสแก่ผู้กระทำการโฆษณาได้ชี้แจงข้อเท็จจริงหรือนำพิสูจน์แสดงความจริงว่าข้อความโฆษณาของตนมิได้มีลักษณะอันเป็นการฝ่าฝืนกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค แต่เมื่อคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาพิจารณาแล้วเห็นว่าข้อความโฆษณานั้น มีลักษณะอันเป็นการฝ่าฝืนต่อกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคแล้ว คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจที่จะออกคำสั่งอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างดังนี้

- ก. ให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา
- ข. ห้ามการใช้ข้อความบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา
- ค. ห้ามการโฆษณาหรือห้ามใช้วิธีการนั้นในการโฆษณา
- ง. ให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นแล้วตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนด

ในการออกคำสั่งตามข้อ ง. ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการ โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภค ประกอบกับความสุจริตใจในการกระทำของผู้กระทำการโฆษณา ผู้ใดไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

มาตรา 22

การโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ

ข้อความดังต่อไปนี้ ถือว่าเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค หรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม

- 1) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริง

2) ข้อความที่จะก่อให้เกิดการเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิงรายงานทางวิชาการ สถิติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม

3) ข้อความที่เป็นการสนับสนุนโดยตรงหรือโดยอ้อม ให้มีการกระทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรม หรือนำไปสู่ความเสื่อมเสียในวัฒนธรรมของชาติ

4) ข้อความที่จะทำให้เกิดความแตกแยกหรือเสื่อมเสียความสามัคคีในหมู่ประชาชน

5) ข้อความอย่างอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาที่บุคคลทั่วไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความที่ไม่อาจเป็นความจริงได้โดยแน่แท้ ไม่เป็นข้อความที่ต้องห้ามในการโฆษณาตามข้อ 1)

มาตรา 23

การโฆษณาจะต้องไม่กระทำด้วยวิธีการอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพร่างกายหรือจิตใจ หรืออาจก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้บริโภค ทั้งนี้ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

มาตรา 24

ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าสินค้าใดอาจเป็นอันตรายแก่ผู้บริโภค และคณะกรรมการว่าด้วยฉลากได้กำหนดให้สินค้านั้นเป็นสินค้าที่ควบคุมฉลากตามมาตรา 30 ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจออกคำสั่งดังต่อไปนี้

1) กำหนดให้การโฆษณานั้นต้องกระทำไปพร้อมกับคำแนะนำหรือคำเตือนเกี่ยวกับการวิธีใช้หรืออันตราย ตามเงื่อนไขที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนด ทั้งนี้โดยคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะกำหนดเงื่อนไขให้แตกต่างกันสำหรับการโฆษณาที่ใช้สื่อโฆษณาต่างกันได้

2) จำกัดการใช้สื่อโฆษณาสำหรับสินค้านั้น

3) ห้ามการโฆษณาสินค้านั้น

ความในข้อ 2) และ 3)ให้นำมาใช้บังคับแก่การโฆษณาที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าการใช้หรือประโยชน์ของสินค้านั้นขัดต่อนโยบายทางสังคม ศีลธรรม หรือวัฒนธรรมของชาติด้วย

มาตรา 25

ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นว่าสินค้าหรือบริการใดผู้บริโภคจำเป็นต้องทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสภาพ ฐานะ และรายละเอียดอย่างอื่นเกี่ยวกับผู้ประกอบการด้วย คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจกำหนดให้การโฆษณาสินค้าหรือบริการนั้นต้องให้ข้อเท็จจริงดังกล่าวตามที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนดได้

มาตรา 26

ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาเห็นข้อความในการโฆษณาโดยทางสื่อโฆษณาใดสมควรแจ้งให้ผู้บริโภคทราบว่าข้อความนั้นเป็นข้อความที่มีความมุ่งหมายเพื่อการโฆษณา คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจกำหนดในการโฆษณาโดยทางสื่อโฆษณานั้นต้องมีถ้อยคำชี้แจงกำกับให้ประชาชนทราบว่า ข้อความดังกล่าวเป็นการโฆษณาได้ ทั้งนี้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะกำหนดเงื่อนไขอย่างใดให้ต้องปฏิบัติด้วยก็ได้

มาตรา 27

ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา เห็นว่าการโฆษณาใดฝ่าฝืน มาตรา 22 มาตรา 23 มาตรา 24 (1) หรือมาตรา 25 ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจออกคำสั่งอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างดังต่อไปนี้

- 1) ให้แก้ไขข้อความหรือวิธีการในการโฆษณา
- 2) ห้ามการใช้ข้อความบางอย่างที่ปรากฏในการโฆษณา
- 3) ห้ามการโฆษณาหรือห้ามใช้วิธีการนั้นในการโฆษณา
- 4) ให้โฆษณาเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดของผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นแล้วตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา กำหนด

ในการออกคำสั่งตามข้อ 4) ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการโดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภคประกอบกับความสุจริตในการกระทำของผู้กระทำการโฆษณา

มาตรา 28

ในกรณีที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีเหตุอันสมควรสงสัยว่าข้อความใดที่ใช้ในการโฆษณาเป็นเท็จหรือเกินความจริงตามมาตรา 22 วรรค 1) ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้กระทำการโฆษณาพิสูจน์เพื่อแสดงความจริงได้

ในกรณีที่ผู้กระทำการโฆษณาอ้างรายงานทางวิชาการ ผลการวิจัย สถิติ การรับรองของสถาบันหรือบุคคลอื่นใด หรือยืนยันข้อเท็จจริงอันใดอันหนึ่งในการโฆษณา ถ้าผู้กระทำการโฆษณาไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าข้อความที่ใช้ในการโฆษณาเป็นความจริงตามที่กล่าวอ้าง ให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณามีอำนาจออกคำสั่งตามมาตรา 27 ได้ และให้ถือว่าผู้กระทำการโฆษณาหรือควรได้รู้ว่าข้อความนั้นเป็นความจริง

มาตรา 29

ผู้ประกอบธุรกิจผู้ใดสงสัยว่าการโฆษณาของตนจะเป็นการฝ่าฝืนหรือไม่เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้ ผู้ประกอบธุรกิจนั้นอาจขอให้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาพิจารณาให้ความ

เห็นในเรื่องนั้นก่อนทำการโฆษณาได้ ในกรณีนี้คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาจะต้องให้ความเห็นและแจ้งให้ผู้ขอทราบภายในสามสิบวัน นับตั้งแต่วันที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาได้รับคำขอ ถ้าไม่แจ้งภายในกำหนดระยะเวลาดังกล่าว ให้ถือว่าคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาให้ความเห็นชอบแล้ว

การขอความเห็นและค่าปวยการในการให้ความเห็น ให้เป็นไปตามระเบียบที่คณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณากำหนด ค่าปวยการที่ได้รับให้นำส่งคลังเป็นรายได้แผ่นดิน

การให้ความเห็นของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาตามวรรคหนึ่ง ไม่ถือว่าเป็นการตัดอำนาจของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา ที่จะพิจารณาวินิจฉัยใหม่เป็นอย่างอื่นเมื่อมีเหตุผลอันสมควร

การใดที่จะได้กระทำไปตามความเห็นของคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณาที่ให้ตามวรรคหนึ่ง มิถือว่าการกระทำนั้นเป็นความผิดทางอาญา

จะเห็นได้ว่า ระบบการทำงานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคนั้นเป็นระบบตรวจสอบงานโฆษณา (monitoring system) ซึ่งถ้าหากทางสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคมีพนักงานไม่เพียงพอ หรือทำงานล่าช้าแล้วนั้น ก็จะเป็นการเปิดโอกาสให้กับงานโฆษณาที่มีการให้ข้อมูลที่เป็นเท็จในการกอบโกยผลประโยชน์จากผู้บริโภคจนกว่าโฆษณาชิ้นนั้นจะถูกตรวจสอบพบ ซึ่งถือว่าเป็นจุดอ่อนที่สำคัญของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และจุดอ่อนอีกอย่างหนึ่งก็คือเรื่องกฎกระทรวงและข้อบังคับ ซึ่งต้องใช้เวลาค่อนข้างนานในการที่จะออกกฎหมายใหม่ๆ ขึ้นมาเพื่อให้ทันกับเล่ห์เหลี่ยมของบริษัทเจ้าของสินค้าที่คอยหาช่องทางในการกอบโกยผลประโยชน์จากผู้บริโภค ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า จะต้องให้เกิดปัญหากับผู้บริโภคก่อนจึงค่อยออกกฎหมายขึ้นมาเพื่อใช้รองรับกับปัญหาที่เกิดขึ้น

4.2 คณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ (กกช.)

คณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ (National Broadcasting Commission) ประกอบด้วยนายกรัฐมนตรี หรือรองนายกรัฐมนตรีที่นายกรัฐมนตรีมอบหมายเป็นประธานกรรมการ รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีที่นายกรัฐมนตรีมอบหมายให้เป็นรองประธานกรรมการ ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีหรือผู้แทน ปลัดกระทรวงกลาโหมหรือผู้แทน ปลัดกระทรวงศึกษาธิการหรือผู้แทน ปลัดทบวงมหาวิทยาลัยหรือผู้แทน เลขาธิการคณะกรรมการกฤษฎีกาหรือผู้แทน อธิบดีกรมไปรษณีย์โทรเลขหรือผู้แทน อธิบดีกรมการปกครองหรือผู้แทน เลขาธิการคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติหรือผู้แทน เป็นกรรมการ และกรรมการผู้ทรงคุณ

วุฒิ ซึ่งนายกรัฐมนตรีแต่งตั้งโดยความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรี จากผู้ดำรงตำแหน่งคนปกติ หรือเทียบเท่าของคณะสาขาวิชาในศาสตร์ วารสารศาสตร์สื่อสารมวลชน หรือการประชาสัมพันธ์ในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐหรือเอกชนจำนวนสามคน ผู้แทนองค์การเอกชน ซึ่งเป็นนิติบุคคลและมีวัตถุประสงค์เพื่อบำเพ็ญสาธารณประโยชน์เพื่อการพัฒนาจำนวนสามคน เพื่อสตรีและเด็กจำนวนหนึ่งคน และเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคจำนวนหนึ่งคน มีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

1. เสนอนโยบายการสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ต่อคณะรัฐมนตรี
2. กำหนดเงื่อนไขและวิธีการในการจัดตั้งหรือย้ายสถานี
3. พิจารณาและอนุญาตให้จัดตั้งหรือย้ายสถานี
4. กำหนดหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแลการดำเนินการด้านรายการ การดำเนินการโฆษณาและบริการธุรกิจของสถานี
5. เสนอแนะการจัดสรรคลื่นวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่ได้รับอนุญาตให้เป็นไปตามนโยบายการสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์และวัตถุประสงค์แห่งระเบียบนี้
6. กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับลักษณะพึงประสงค์ทางเทคนิค
7. กำหนดมาตรการเพื่อคุ้มครองการปฏิบัติหน้าที่โดยชอบของบุคลากรของสถานี
8. รับฟังและพิจารณาคำร้องเรียนจากประชาชนและบุคลากรของสถานีและของสาธารณชน เสนอให้ผู้ที่เกี่ยวข้องรับไปพิจารณาแก้ไข เพื่อให้การคุ้มครองสิทธิในการรับรู้ข่าวสาร
9. ตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อดำเนินการตามที่กำหนดไว้ในระเบียบนี้ หรือตามที่ กกช. มอบหมาย
10. ให้คำแนะนำ กำกับดูแล และตรวจสอบความเรียบร้อยเพื่อให้สถานีปฏิบัติตามระเบียบนี้ หรือเงื่อนไขและข้อบังคับที่ กกช. กำหนด
11. จัดทำรายงานผลการดำเนินงานเสนอต่อคณะรัฐมนตรีทุกหกเดือน
12. ปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่กำหนดไว้ในระเบียบนี้และตามที่คณะรัฐมนตรีหรือนายกรัฐมนตรีมอบหมาย

กฎกระทรวงฉบับที่ 14 (พ.ศ. 2537)

หมวด 4 การควบคุมการโฆษณาและบริการธุรกิจ

ข้อ 20 ภายใต้บังคับข้อ 25 การโฆษณาและบริการธุรกิจต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และระยะเวลาสำหรับการโฆษณาและบริการธุรกิจตามที่กรมประชาสัมพันธ์กำหนด

ข้อ 21 ในการโฆษณาและบริการธุรกิจ ผู้รับใบอนุญาตจะต้องกระทำในลักษณะดังต่อไปนี้

1. ไม่อ้างชื่อบุคคลหรือสิ่งซึ่งเป็นที่เคารพสักการะของประชาชนเพื่อประโยชน์ในการโฆษณา
2. ไม่ขัดต่อศีลธรรมและวัฒนธรรมอันดีงามของไทย หรือไม่ก่อให้เกิดภาพพจน์ไปในทางลามกอนาจาร
3. ไม่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดี หรือไม่ก่อให้เกิดการแตกแยกความสามัคคีระหว่างคนในชาติ หรือไม่กระทบกระเทือนต่อสัมพันธไมตรีระหว่างประเทศไทยกับต่างประเทศ
4. ไม่เป็นการโฆษณาสินค้าประเภทอาวุธที่ใช้ในการสงคราม
5. ไม่เป็นการโฆษณาอวดอ้างสรรพคุณของสินค้าและบริการธุรกิจอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง
6. ถ้อยคำในการพูดและเสียงที่ใช้ประกอบต้องสุภาพและไม่ผิดหลักภาษาไทย
7. ไม่หยาบคาย หรือเป็นการดูหมิ่นเหยียดหยาม หรือทับถมบุคคลอื่นหรือสินค้า และบริการธุรกิจอื่น ไม่ว่าจะเป็นสินค้าและบริการธุรกิจชนิดหรือประเภทเดียวกันหรือไม่
8. ไม่ใช่ข้อความสองแง่สองง่ามที่มีความหมายหยาบโลน
9. ไม่ก่อให้เกิดความรู้สึกหวาดเสียวหรือตื่นเต้นตกใจแก่ผู้ฟังและผู้ชมโดยทั่วไป

ข้อ 22 ในการโฆษณาสินค้าใด หากมีกฎหมายว่าด้วยการใช้บังคับอยู่แล้ว นอกจากผู้รับใบอนุญาตจะต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดเกี่ยวกับการโฆษณาและบริการธุรกิจแล้ว ยังต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการนั้นและกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย

ข้อ 23 การนำเด็กมาใช้ในการโฆษณาและบริการธุรกิจ จะต้องคำนึงถึงสวัสดิภาพของเด็ก ทั้งร่างกายและจิตใจ รวมทั้งไม่ขัดต่อศีลธรรม วัฒนธรรม และประเพณีอันดีงามของชาติ โดยเน้นในทางสร้างสรรค์และมีความรับผิดชอบต่อประเทศชาติ

ข้อ 24 การนำสัตว์มาใช้ในการโฆษณาและบริการธุรกิจ จะต้องกระทำในลักษณะที่ไม่เป็นการทรมานหรือทารุณสัตว์ รวมทั้งไม่ขัดต่อศีลธรรม วัฒนธรรม และประเพณีอันดีงามของชาติ โดยเน้นในทางสร้างสรรค์และมีความรับผิดชอบต่อประเทศชาติ

ข้อ 25 ผู้รับใบอนุญาตที่กระทำโดยการทำให้คลื่นแฮตเซียนผ่านไปทางสายหรือสื่อตัวนำไฟฟ้าตามมาตรา 5 วรรคสาม จะทำการโฆษณาหรือบริการธุรกิจมิได้

เห็นได้ว่า ระบบการทำงานของคณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ เป็นระบบตรวจสอบโฆษณา (post censor) ซึ่งก็มีจุดอ่อนในเรื่องเงื่อนไขระยะเวลาในการตรวจสอบ จำนวนเจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่ตรวจสอบ และเรื่องกฎหมายที่มีความล้าหลัง

4.3 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เป็นหน่วยงานราชการ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข มีหน้าที่ในการติดตาม กำกับ และดูแลการโฆษณาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในความรับผิดชอบ มีกฎหมายเกี่ยวกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในความรับผิดชอบทั้งหมด 8 ฉบับคือ พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ. 2531 พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติวัตถุอันตราย พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติวัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท พ.ศ. 2518 พระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ พ.ศ. 2522 และพระราชกำหนดป้องกันการใช้สารระเหย พ.ศ. 2535 ซึ่งทาง อย. ได้จัดแบ่งผลิตภัณฑ์ เป็น 3 กลุ่มคือ

กลุ่มที่ 1 ผลิตภัณฑ์ที่กฎหมายกำหนดให้ต้องยื่นขออนุญาตก่อนทำการโฆษณา ได้แก่ ยา อาหาร และเครื่องมือแพทย์

กลุ่มที่ 2 ผลิตภัณฑ์ที่กฎหมายมิได้กำหนดให้ต้องยื่นขออนุญาต แต่จะต้องโฆษณาอยู่ในขอบเขตของกฎหมาย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง และวัตถุอันตราย

กลุ่มที่ 3 ผลิตภัณฑ์ที่กฎหมายห้ามทำการโฆษณาเพื่อการค้าต่อประชาชนทั่วไป เว้นแต่เป็นการโฆษณาซึ่งกระทำโดยตรงต่อผู้ประกอบการวิชาชีพเวชกรรม วิชาชีพทันตกรรม หรือวิชาชีพเภสัชกรรม หรือผู้ประกอบการบำบัดโรคสัตว์ชั้นหนึ่ง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาเสพติดให้โทษ และวัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท

ซึ่งเราจะเน้นศึกษาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับพระราชบัญญัติอาหารและพระราชบัญญัติยาเนื่องจากเป็นสินค้าหลักที่มีผลกระทบต่อตัวผู้บริโภคค่อนข้างสูง ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมโฆษณา

มาตรา 4 ในพระราชบัญญัตินี้

อาหาร หมายความว่า ของกินหรือเครื่องดื่มที่บริโภคได้แก่

3. วัตถุทุกชนิดที่คนกิน ดื่ม อม หรือนำเข้าสู่ร่างกายไม่ว่าวิธีใดๆ หรือในรูปแบบลักษณะใดๆ แต่ไม่รวมถึงยา วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท หรือยาเสพติดให้โทษตามกฎหมายว่าด้วยการนั้นแล้วแต่กรณี

4. วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ หรือใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตอาหาร รวมถึงวัตถุ
เจือปนอาหาร สี และเครื่องปรุงแต่งกลิ่นรส

อาหารควบคุมเฉพาะ	หมายความว่า อาหารที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษา ให้เป็นอาหารที่อยู่ในความควบคุมคุณภาพหรือมาตรฐาน
ตำรับอาหาร	หมายความว่า รายการของวัตถุที่ใช้เป็นส่วนประกอบอาหาร ซึ่งระบุน้ำหนักหรือปริมาตรของแต่ละรายการ
ภาชนะบรรจุ	หมายความว่า วัตถุที่ใช้บรรจุอาหาร ไม่ว่าจะด้วยการใส่หรือห่อด้วยวิธีใดๆ
ฉลาก	หมายความว่า รวมถึงรูป รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือข้อความใดๆ ที่แสดงไว้ที่อาหาร ภาชนะบรรจุอาหาร หรือหีบห่อของภาชนะที่บรรจุอาหาร
ผลิต	หมายความว่า ทำ ผสม ปรุงแต่ง และหมายความรวมถึงแบ่งบรรจุด้วย
จำหน่าย	หมายความว่า รวมถึง ขาย จำหน่าย แจก หรือแลกเปลี่ยน ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในทางการค้า หรือการมีไว้เพื่อจำหน่ายด้วย

มาตรา 40 ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาคุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหารอันเป็นเท็จ หรือเป็นการหลอกลวงให้เกิดความหลงเชื่อโดยไม่สมควร

มาตรา 41 ผู้ใดประสงค์จะโฆษณาคุณภาพ หรือสรรพคุณของอาหาร ทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ทางฉายภาพ ภาพยนตร์ หรือทางหนังสือพิมพ์ หรือสิ่งพิมพ์อื่น หรือด้วยวิธีอื่นใดเพื่อประโยชน์ในทางการค้า ต้องนำเสียงภาพ ภาพยนตร์ หรือข้อความที่จะโฆษณาดังกล่าวนั้นให้ผู้อนุญาตตรวจพิจารณาก่อน เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจึงจะโฆษณาได้

มาตรา 42 เพื่อพิทักษ์ประโยชน์และความปลอดภัยของผู้บริโภค ให้ผู้อนุญาตมีอำนาจสั่งเป็นหนังสืออย่างใดอย่างหนึ่งดังนี้

- ให้ผู้ผลิต นำเข้า หรือผู้จัดจำหน่ายอาหาร หรือผู้ทำการโฆษณา ระงับการโฆษณาอาหารที่เห็นว่าเป็นการโฆษณาโดยฝ่าฝืนมาตรา 41
- ให้ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จัดจำหน่ายอาหาร หรือผู้ทำการโฆษณาอาหาร ระงับการผลิต การนำเข้า การจำหน่าย หรือการโฆษณาอาหาร ที่คณะกรรมการเห็นว่าอาหารดังกล่าวไม่มีคุณภาพ ประโยชน์ คุณภาพ หรือสรรพคุณตามที่โฆษณา

มาตรา 70 ผู้ใดโฆษณาอาหารโดยฝ่าฝืนมาตรา 40 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินห้าพันบาท

มาตรา 71 ผู้ใดฝ่าฝืนตามมาตรา 41 ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท

มาตรา 72 ผู้ใดฝ่าฝืนคำสั่งของผู้อนุญาต ซึ่งสั่งตามมาตรา 42 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำและทั้งปรับ และให้ปรับเป็นรายวันอีกวันละไม่น้อยกว่าห้าร้อยบาท ตลอดเวลาที่ไม่ปฏิบัติตามคำสั่งดังกล่าว

พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการโฆษณา

มาตรา 4 ในพระราชบัญญัตินี้

ยา หมายความว่า

1. วัตถุที่รับรองไว้ในตำรายาที่รัฐมนตรีประกาศ
2. วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในการวินิจฉัย บำบัด บรรเทา รักษา หรือป้องกันโรคหรือความเจ็บป่วยของมนุษย์หรือสัตว์
3. วัตถุที่เป็นเภสัชเคมีภัณฑ์ หรือเภสัชเคมีภัณฑ์กึ่งสำเร็จรูปหรือ
4. วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับให้เกิดผลแก่สุขภาพ โครงสร้าง หรือการกระทำหน้าที่ใดๆ ของร่างกายมนุษย์หรือสัตว์

วัตถุตามข้อที่ 1, 2 และ 4 ไม่หมายความว่าถึง

- วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในการเกษตรหรือการอุตสาหกรรมตามที่รัฐมนตรีประกาศ
- วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้เป็นอาหารสำหรับมนุษย์ เครื่องกีฬา เครื่องมือ เครื่องใช้ในการส่งเสริมสุขภาพ เครื่องสำอางหรือเครื่องมือ และส่วนประกอบของเครื่องมือที่ใช้ในการประกอบโรคศิลปะ หรือวิชาชีพเวชกรรม
- วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในห้องวิทยาศาสตร์ สำหรับการวิจัย การวิเคราะห์หรือการชันสูตรโรค ซึ่งมีได้กระทำโดยตรงต่อร่างกายมนุษย์

ยาแผนปัจจุบัน หมายความว่า ยาที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในการประกอบวิชาชีพเวชกรรม การประกอบโรคศิลปะแผนปัจจุบัน หรือการบำบัดโรคสัตว์

ยาแผนโบราณ หมายความว่า ยาที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในการประกอบโรคศิลปะแผนโบราณ หรือการบำบัดโรคสัตว์ ซึ่งอยู่ในตำรายาแผนโบราณที่รัฐมนตรีประกาศ หรือยาที่รัฐมนตรีประกาศเป็นยาแผนโบราณหรือยาที่ได้รับอนุญาตให้ขึ้นทะเบียนตำรับยาเป็นยาแผนโบราณ

ยาอันตราย หมายความว่า ยาแผนปัจจุบันหรือยาแผนโบราณที่รัฐมนตรีประกาศเป็นยาอันตราย

ยาควบคุมพิเศษ	หมายความว่า ยาแผนปัจจุบันหรือยาแผนโบราณที่รัฐมนตรีประกาศเป็นยาควบคุมพิเศษ
ยาใช้ภายนอก	หมายความว่า ยาแผนปัจจุบันหรือยาแผนโบราณที่มุ่งหมายสำหรับใช้ภายนอก ทั้งนี้ไม่รวมถึงยาใช้เฉพาะที่
ยาใช้เฉพาะที่	หมายความว่า ยาแผนปัจจุบันหรือยาแผนโบราณที่มุ่งหมายใช้เฉพาะที่ หู ตา จมูก ปาก ทวารหนัก ช่องคลอด หรือท่อน้ำนม
ยาสามัญประจำบ้าน	หมายความว่า ยาแผนปัจจุบันหรือยาแผนโบราณที่รัฐมนตรีประกาศเป็นยาสามัญประจำบ้าน
ยาบรรจुเสร็จ	หมายความว่า ยาที่ได้จากพฤกษชาติ สัตว์ หรือแร่ ซึ่งมีได้ผสม ปรง หรือแปรสภาพ
ผลิต	หมายความว่า ทำ ผสม ปรง หรือแปรสภาพ และหมายความรวมถึงเปลี่ยนรูปยาแบ่งยาโดยมีเจตนาให้เป็นยาบรรจुเสร็จ
ขาย	หมายความว่า ขายปลีก ขายส่ง จำหน่าย จ่าย แจกหรือแลกเปลี่ยนเพื่อประโยชน์ทางการค้า และให้หมายความรวมถึงการมีไว้เพื่อขายด้วย
ฉลาก	หมายความรวมถึง รูป รอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือข้อความใดๆ ซึ่งแสดงไว้ที่ภาชนะหรือหีบห่อบรรจุยา
เอกสารกำกับยา	หมายความรวมถึง กระดาษ หรือวัตถุอื่นใดที่ทำให้ปรากฏความหมายรอยประดิษฐ์ เครื่องหมายหรือข้อความใดๆ เกี่ยวกับยาที่สอดแทรกหรือรวมไว้กับภาชนะ หรือหีบห่อบรรจุยา

มาตรา 88 การโฆษณาขายยาจะต้อง

1. ไม่เป็นการโอ้อวดสรรพคุณยา หรือวัตถุอันเป็นส่วนประกอบของยา ว่าสามารถบำบัด บรรเทา รักษา หรือป้องกันโรคหรือความเจ็บป่วยได้อย่างศักดิ์สิทธิ์หรือหายขาด หรือใช้ถ้อยคำอื่นใดที่มีความหมายทำนองเดียวกัน
2. ไม่แสดงสรรพคุณยาอันเป็นเท็จหรือเกินความจริง
3. ไม่ทำให้เข้าใจว่ามีวัตถุใดเป็นตัวยา หรือเป็นส่วนประกอบของยา ซึ่งความจริงไม่มีวัตถุหรือส่วนประกอบนั้นในยาหรือมีแต่ไม่เท่าที่ทำให้เข้าใจ
4. ไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นยาทำให้แท้งลูก หรือยาขับระดูอย่างแรง
5. ไม่ทำให้เข้าใจว่าเป็นยารักษาโรค หรือยาคุมกำเนิด
6. ไม่แสดงสรรพคุณยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ
7. ไม่มีการรับรองหรือยกย่องสรรพคุณโดยบุคคลอื่น

8. ไม่แสดงสรรพคุณยาว่าสามารถบำบัด บรรเทารักษาหรือป้องกันโรค หรืออาการของโรคที่รัฐมนตรีประกาศตามมาตรา 77 (โรคเบาหวาน มะเร็ง อัมพาต วัณโรค โรคเรื้อน โรคหรืออาการโรคของสมอง หัวใจ ปอด ตับ ม้าม ไต)

มาตรา 88 ทวิ การโฆษณาขายยาทางวิทยุกระจายเสียง เครื่องขยายเสียง วิทยุ โทรทัศน์ ทางฉายภาพหรือภาพยนตร์ หรือทางสิ่งพิมพ์ จะต้อง

9. ได้รับอนุมัติข้อความ เสียง หรือภาพที่ใช้ในการโฆษณาจากผู้อนุญาต
10. ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ผู้อนุญาตกำหนด

มาตรา 89 ห้ามมิให้โฆษณาขายยาโดยไม่สุภาพ หรือโดยการร้องรำ ทำเพลง หรือแสดงความทุกข์ทรมานของผู้ป่วย

มาตรา 90 ห้ามมิให้โฆษณาขายยาโดยวิธีแถมพอก หรือออกสลากรางวัล

มาตรา 90 ทวิ เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยามีอำนาจสั่งเป็นหนังสือให้ระงับการโฆษณาที่เห็นว่าเป็นการโฆษณาโดยฝ่าฝืนพระราชบัญญัตินี้ได้

มาตรา 124 ผู้ใดโฆษณาขายยาโดยฝ่าฝืนมาตรา 88, มาตรา 88 ทวิ, มาตรา 89 และ มาตรา 90 ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามเดือนหรือปรับไม่เกินห้าพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และให้ปรับเป็นรายวันอีกวันละห้าร้อยบาทจนกว่าจะปฏิบัติตามคำสั่งดังกล่าว

ระบบการทำงานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยานั้นจะเป็นระบบที่ทำการตรวจสอบงานโฆษณาก่อนออกอากาศจริง (pre censor) เนื่องจากอาหารและยานั้นเป็นเครื่องบริโภคที่มีความสำคัญกับผู้บริโภคมาก ดังนั้นจึงต้องมีการควบคุมงานโฆษณาก่อนเพราะสิ่งที่นำมาโฆษณานั้นเป็นสิ่งของประเภทที่ใช้บริโภค ซึ่งถ้าหากไม่มีการควบคุมที่ดีแล้วจะทำให้เกิดอันตรายกับผู้บริโภคจนถึงขั้นเสียชีวิตได้

โดยสรุปแล้ว หน่วยงานของรัฐบาลทั้ง 3 แห่งมีหน้าที่ในการควบคุม กำกับ ดูแลงานโฆษณาในส่วนต่างๆ โดยมีกฎหมายและระเบียบข้อบังคับเป็นเครื่องมือในการควบคุมบริษัทโฆษณาต่างๆ โดยข้อบังคับหลักที่ถือว่าเป็นหัวใจของหน่วยงานทั้ง 3 แห่ง นั่นก็คือข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการห้ามใช้ข้อความเท็จหรือข้อความเกินจริงในงานโฆษณา เนื่องจากการโฆษณาเป็นการสื่อสารข้อมูลจากคนกลุ่มหนึ่งไปยังคนอีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งถ้าหากมีการใช้ข้อความที่เป็นเท็จแล้ว ก็จะทำให้เกิดปัญหาระหว่างกลุ่มได้

ความแตกต่างระหว่างจริยธรรมกับกฎหมาย

จริยธรรมและกฎหมายเป็นเครื่องมือที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเพื่อควบคุมพฤติกรรมของบุคคลในสังคม ทั้งสองอย่างมีความแตกต่างกันแต่มีบทบาทเสริมซึ่งกันและกัน

ทั้งกฎหมายและจริยธรรม จะบอกว่า ประชาชนมีความรับผิดชอบที่จะทำในสิ่งที่ถูกและหลีกเลี่ยงการกระทำในสิ่งที่ผิด ในด้านจริยธรรมอะไรผิดอะไรถูกเป็นเรื่องของวัฒนธรรมดังที่ได้กล่าวมาแล้ว แต่ในส่วนของกฎหมายมักมีการระบุชัดเจนว่าอะไรผิดอะไรถูก อย่างไรก็ตามเป็นที่ยอมรับกันว่า ถ้าพึ่งกฎหมายอย่างเดียวไม่เพียงพอในการควบคุมพฤติกรรมของบุคคลในสังคม และต้องอาศัยจริยธรรม มีเหตุผลหลายประการที่เห็นว่ากฎหมายอย่างเดียวไม่เพียงพอ คือ

1. ในวงการธุรกิจ กฎหมายไม่ได้ใช้บังคับกับทุกกิจกรรมในทางธุรกิจเพราะไม่ได้หมายความว่าอะไรก็ตามที่ผิดจริยธรรมต้องผิดกฎหมาย ความสัมพันธ์ในทางส่วนตัวหลายอย่างอาจไม่ถูกต้องตามจริยธรรม แต่ไม่ผิดกฎหมาย
2. การออกกฎหมายมีกระบวนการที่ยาวและซับซ้อน และเมื่อใช้บังคับใช้เป็นกฎหมายแล้วยังอาจได้รับการทดสอบในศาล ว่ากฎหมายนั้นจะใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด กฎหมายไม่สามารถแก้ไขข้อขัดแย้งทางจริยธรรมได้ และจะใช้ได้ในกรณีที่กฎหมายระบุไว้เท่านั้นหรือเป็นกรณีที่มีความชัดเจน ประเทศที่ใช้ระบบกฎหมาย จะแก้ไขข้อขัดแย้งทางจริยธรรมโดยกฎหมายได้ เฉพาะประเด็นที่ระบุไว้ในกฎหมายเท่านั้น และเป็นไปไม่ได้ที่จะมีกฎหมายครอบคลุมหมดทุกๆ เรื่อง โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวกับจริยธรรมหรือศีลธรรม

เมื่อเปรียบเทียบกัน จริยธรรมมีความแตกต่างกับกฎหมาย คือ จริยธรรมเป็นเครื่องมือควบคุมพฤติกรรมในระดับสูงของมนุษย์ แต่เป็นการควบคุมที่ไม่มีการลงโทษอย่างชัดเจนดังเช่นระบุไว้ในกฎหมาย แต่เป็นการลงโทษทางสังคม (social sanction) ส่วนกฎหมายนั้นเป็นเครื่องมือที่ควบคุมพฤติกรรมในระดับต่ำของมนุษย์ และมีบทลงโทษสำหรับผู้ฝ่าฝืนอย่างชัดเจน

การควบคุมพฤติกรรมในระดับต่ำของมนุษย์ข้างต้น เป็นการควบคุมพฤติกรรมขั้นต่ำสุดที่สังคมยอมรับได้ ถ้าต่ำกว่านั้นสังคมจะไม่ยอมรับและถือว่าผิดกฎหมาย แต่จริยธรรมหรือศีลธรรมมุ่งเน้นพฤติกรรมที่ดงามสูงสุด ยิ่งสูงเท่าไรยิ่งดี เช่น การฆ่าคนตาย กฎหมายถือว่าเป็นความผิด การฆ่าคนเป็นพฤติกรรมขั้นต่ำที่ต้องมีการควบคุม แต่จริยธรรมไม่ต้องการเพียงไม่ให้มีการฆ่ากันเท่านั้น แต่ต้องการให้มนุษย์มีความเมตตา กรุณาและช่วยเหลือกัน

ความแตกต่างอีกประการหนึ่ง คือ จริยธรรม จะเน้นการควบคุมพฤติกรรมจากภายใน คือ การสร้างจิตสำนึกว่าเป็นการกระทำที่ถูกที่ควร ส่วนกฎหมายเป็นการควบคุมจากภายนอก คือ เน้น

การลงโทษ อย่างไรก็ตามในกรณีของจรรยาบรรณแม้จะเน้นการสร้างจิตสำนึกแต่มีบทลงโทษสำหรับผู้ไม่ปฏิบัติตาม (จินตนา บุญบงการ, 2544)

จริยธรรม	กฎหมาย
1. เป็นเครื่องมือควบคุมพฤติกรรมระดับสูงของมนุษย์	1. เป็นเครื่องมือควบคุมพฤติกรรมระดับต่ำของมนุษย์
2. ไม่มีการลงโทษตามกฎหมายแต่ลงโทษโดยสังคม	2. มีบทลงโทษที่ชัดเจน
3. เป็นการควบคุมพฤติกรรมจากภายใน	3. เป็นการควบคุมพฤติกรรมจากภายนอก
4. เป็นข้อบังคับจากสังคมที่ไม่มีเป็นลายลักษณ์อักษร	4. เป็นข้อบังคับจากรัฐที่เป็นลายลักษณ์อักษร
5. เป็นเรื่องของจิตสำนึกที่ทำเพราะเห็นว่าถูกต้องและภูมิใจที่ได้ทำ	5. เป็นบทบัญญัติว่าด้วยต้องทำหรือต้องละเว้น ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้

ที่มา: จินตนา บุญบงการ. (2544). *จริยธรรมทางธุรกิจ*, หน้า 18

ซึ่งสรุปได้ว่าการที่จะได้งานโฆษณาที่ดีมีคุณภาพ ถูกต้องทั้งในแง่กฎหมายและศีลธรรมนั้น ผู้ประกอบอาชีพโฆษณาจะต้องมีทั้งจริยธรรม จรรยาบรรณในวิชาชีพในการประกอบอาชีพ และจะต้องปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับของกระทรวงต่างๆ ที่มีหน้าที่ควบคุมงานโฆษณา เพื่อให้งานโฆษณาออกมาอย่างมีคุณภาพ ไม่ก่อให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับสังคมด้วย