

คู่มือการปลูกฝังเจตคติ และวัฒนธรรมสุจริต

ในการป้องกันและปราบปรามการทุจริต
สำหรับผู้ปฏิบัติงานและประชาชน



องค์การสื่อมวลชน

สำนักงาน ป.ป.ช.

คู่มือการปลูกฝังเจตคติ และวัฒนธรรมสุจริต ในการป้องกันและปราบปรามการทุจริต

สำหรับผู้ปฏิบัติงานและประชาชน

(Layman Guide)

องค์การสื่อมวลชน

คำนำ

ยุทธศาสตร์ชาติว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริต ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560-2564) มีเป้าหมายบูรณาการความร่วมมือให้สังคมไทยทุกภาคส่วน ได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรการศึกษา องค์กรศาสนา และองค์กรสื่อมวลชน ร่วมต่อต้านการทุจริตทุกรูปแบบ เพื่อให้องค์กรต่าง ๆ ทางสังคมได้มีความตื่นตัวในการที่จะร่วมมือในการป้องกัน และปราบปรามการทุจริต การร่วมมือกันในการเฝ้าระวังเหตุการณ์ทุจริตได้ และสร้างวัฒนธรรมต่อต้านการทุจริตที่มีฐานมาจากการที่ประชาชนในทุกภาคส่วนมีวิถีคิด จิตสำนึกของความซื่อสัตย์สุจริต

สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ ในฐานะหน่วยงานที่มีภารกิจโดยตรงในการป้องกันและปราบปรามการทุจริตได้กำหนดแนวทางการสร้างวัฒนธรรมต่อต้านการทุจริต ยกระดับธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการทุกภาคส่วนแบบบูรณาการ และปฏิรูปกระบวนการป้องกันและปราบปรามการทุจริตทั้งระบบให้มีมาตรฐานสากล และในแผนงานบูรณาการต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ พ.ศ. 2562 โดยกำหนดแนวทางการปลูกฝังวิถีคิด การสร้างจิตสำนึกให้มีความซื่อสัตย์สุจริต ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติฯ ระยะที่ 3 การสร้างวัฒนธรรมต่อต้านการทุจริตที่ให้ภาคประชาสังคมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องประชาชนมีจิตสำนึกสุจริต

ดังนั้น ทுகองการสังคมมีส่วนสำคัญในการปลูกฝังเจตคติ และวัฒนธรรมสุจริตให้บุคคลในองค์กร ยึดมั่นในคุณค่าของความซื่อสัตย์ และจะส่งผลต่อการไม่ยอมรับพฤติกรรมที่เป็น

การคดโกง องค์การจัดว่าเป็นสังคมย่อยที่มีวัฒนธรรมองค์การเป็น
หลักในการดำรงชีวิต ดังนั้น การปลูกฝังเจตคติและวัฒนธรรมสุจริต
ในคู่มือฉบับนี้จึงเชื่อมโยงกับการสร้างวัฒนธรรมองค์การในองค์การ
ทางสังคมทั้ง 7 องค์การ ได้แก่ ครอบครัว องค์การทางการศึกษา
องค์การทางศาสนา องค์การชุมชน องค์การธุรกิจ องค์การ
ทางการเมืองการปกครอง และองค์การสื่อมวลชน

คู่มือฉบับนี้จัดทำขึ้นจากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งจาก
การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและ
ต่างประเทศ การสนทนากลุ่มจากตัวแทนองค์การทางสังคม
ทั้งหมด 7 องค์การ และการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 7 องค์การ
เพื่อระดมความคิดเห็นเพื่อค้นหารูปแบบ กลไก และแนวทาง
การปลูกฝังเจตคติและวัฒนธรรมสุจริต โดยเชื่อมโยงกับลักษณะ
ของวัฒนธรรมองค์การ และนำข้อมูลทั้งหมดมาสังเคราะห์
การปลูกฝังเจตคติและวัฒนธรรมสุจริต ทั้งรูปแบบ กลไก และ
แนวทางตามลักษณะของวัฒนธรรมของทั้ง 7 องค์การ และ
จัดทำเป็นคู่มือการปลูกฝังเจตคติ และวัฒนธรรมสุจริตในการ
ป้องกันและปราบปรามการทุจริต สำหรับผู้ปฏิบัติงานและ
ประชาชน

คณะผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคู่มือการปลูกฝังเจตคติ
และวัฒนธรรมสุจริตในการป้องกันและปราบปรามการทุจริต
สำหรับผู้ปฏิบัติงานและประชาชนฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ใน
การส่งเสริมความสุจริตให้เกิดขึ้นทุกองค์การทางสังคม

คณะผู้จัดทำ

สารบัญ

	หน้า
ความหมายของคำศัพท์ในคู่มือฉบับนี้	1
บทที่ 1 ความเป็นมา	4
บทที่ 2 หลักการ แนวคิดในการปลูกฝังเจตคติและ วัฒนธรรมสุจริตกับวัฒนธรรมองค์การ	8
บทที่ 3 รูปแบบ กลไก และแนวทางการปลูกฝังเจตคติ และวัฒนธรรมสุจริตขององค์การสื่อมวลชน บรรณานุกรม	12 20

ความหมายของคำศัพท์ในคู่มือฉบับนี้

1. วัฒนธรรมสุจริต หมายถึง คุณธรรม(Integrity) กับ ความโปร่งใส (Transparency)

2. องค์การทางสังคม หมายถึง ครอบคลุม องค์การทางการศึกษา องค์การทางศาสนา องค์การชุมชน องค์การธุรกิจ องค์การทางการเมืองการปกครอง และองค์การสื่อมวลชน โดยการวิจัยได้กำหนดนิยามขององค์การทางสังคม ดังนี้

3. องค์การชุมชน ได้แก่ ชุมชนที่มาจากการจัดตั้งโดยประชาชน หรือการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ เอกชน หรือองค์กรพัฒนาเอกชน

4. การปลูกฝังวัฒนธรรมสุจริต หมายถึง รูปแบบ กลไก แนวทาง วิธีการ กลไกสร้างเจตคติ ค่านิยมความสุจริตสอดคล้องกับแบบแผนทางวัฒนธรรมขององค์การทางสังคม

5. รูปแบบการปลูกฝัง หมายถึง ลักษณะหรือตัวแบบที่ใช้ในการปลูกฝังเจตคติ และวัฒนธรรมความสุจริตในองค์การ

6. กลไกการปลูกฝังความสุจริต หมายถึง ระบบองค์ประกอบของการดำเนินงานปลูกฝัง ประกอบด้วย

6.1 กลไกบุคคล ได้แก่ ผู้นำ ผู้บริหาร ผู้บังคับบัญชา คณะกรรมการ คณะทำงาน

6.2 กลไกหน่วยงาน/เครือข่าย ได้แก่ หน่วยงานตรวจสอบ องค์การวิชาชีพ เครือข่ายทางสังคม

6.3 กลไกการบริหาร ได้แก่ โครงสร้างการบริหาร
องค์การ ระบบการบริหาร ระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์
นโยบาย และแผนปฏิบัติงานองค์การ

6.4 กลไกการควบคุม ได้แก่ กฎระเบียบ ข้อบังคับ
ประมวลจริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ ข้อตกลง มาตรการลงโทษ
หลักธรรมทางศาสนา

6.5 กลไกการผลักดัน ได้แก่ บันทึกความร่วมมือ
แผนงานโครงการส่งเสริมความสุจริต

6.6 กลไกการตรวจสอบ ได้แก่ ระบบการประเมิน
ผลงาน ระบบการตรวจสอบ ระบบการร้องเรียนและขอคำปรึกษา

7. แนวทางการปลูกฝังความสุจริต หมายถึง วิธีการปฏิบัติ
ในการปลูกฝังเจตคติ ประกอบด้วย

7.1 แนวทางการส่งเสริมความสุจริต ได้แก่ การเข้าร่วม
กิจกรรมอบรมพัฒนาศักยภาพบุคลากรในองค์การเรื่องความสุจริต
การใช้กิจกรรมทางศาสนา การเข้าร่วมกิจกรรมสร้างแรงจูงใจ
การจัดทำคู่มือ การปฏิบัติงาน การจัดทำสื่อเพื่อให้ความรู้
การใช้แหล่งข้อมูลอ้างอิง การสร้างต้นแบบผู้นำในองค์การสร้างฐาน
สมาชิกเพื่อป้องกันการทุจริต การจัดทำบันทึกข้อตกลง
ความร่วมมือในการป้องกันและปราบปรามการทุจริต และการ
การปฏิญาณสาบานตน

7.2 แนวทางการสนับสนุนการดำเนินงาน ได้แก่ การสร้างการมีส่วนร่วมในการบริหารงานโปร่งใส การสร้างเครือข่ายสนับสนุน การสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีในองค์กร

7.3 แนวทางการควบคุม ได้แก่ การนำหลักศาสนา จรรยาบรรณวิชาชีพ มาตรฐานจริยธรรม มาตรฐานวิชาชีพ ธรรมนูญ การใช้หลักธรรมาภิบาล การกำหนดแผนพัฒนา และแผนปฏิบัติงาน การจัดทำข้อตกลงในการลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์

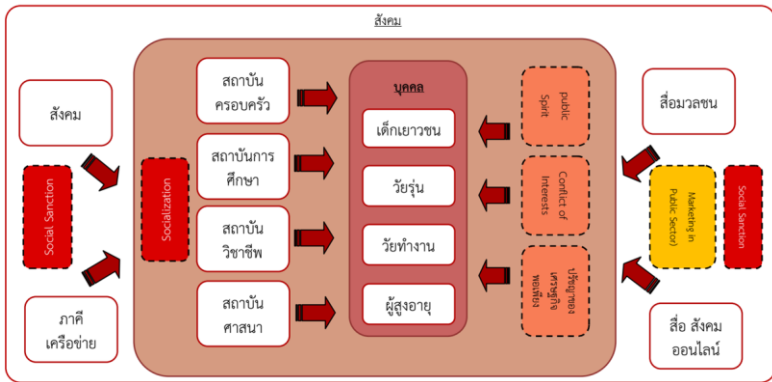
7.4 แนวทางการตรวจสอบ ได้แก่ การติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน

7.5 แนวทางการสร้างความเข้าใจ ได้แก่ การประกาศเจตนารมณ์ต่อต้านการทุจริต การเผยแพร่ในสื่อต่าง ๆ สื่อสารประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์กร การเปิดเผยข้อมูลสู่สาธารณะ การเสวนาหรือเปิดรับฟังความคิดเห็น การกำหนดแนวทางปฏิบัติ การสร้างความตระหนักและความเข้าใจไม่ยอมรับการทุจริต

บทที่ 1 ความเป็นมา

องค์การเพื่อความโปร่งใสนานาชาติ (Transparency International-TI) รายงานว่าประเทศไทยถูกจัดอันดับด้วยดัชนีชี้วัดภาพลักษณ์การทุจริต (Corruption Perceptions Index: CPI) อันดับที่ 99 ของโลกด้วยคะแนน 36 คะแนนจากสาเหตุการรับสินบน ความอ่อนแอขององค์กรตรวจสอบการทุจริต การทุจริตมีรูปแบบซับซ้อน เช่น การทุจริตเชิงนโยบาย การหลีกเลี่ยงระบบการตรวจสอบของรัฐ การกระทำที่เป็น การขัดกันแห่งผลประโยชน์ และผลประโยชน์ทับซ้อนจากกลุ่มนักการเมือง และเครือข่าย กลุ่มธุรกิจ (สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ, 2560)

รัฐบาลจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ชาติว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริต ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2560-2564) กำหนดเป้าหมายการบูรณาการความร่วมมือสังคมไทยทุกภาคส่วนร่วมต่อต้านการทุจริตทุกรูปแบบ เพื่อเพิ่มคะแนนความโปร่งใสตามดัชนีชี้วัดภาพลักษณ์การทุจริตให้กับประเทศไทย สอดคล้องกับแนวทางของสภาปฏิรูปแห่งชาติกำหนดให้องค์การทางสังคม ได้แก่ ครอบครัว องค์กรทางศึกษา องค์กรทางศาสนา องค์กรชุมชน องค์กรธุรกิจ องค์กรทางการเมืองการปกครอง และองค์กรสื่อมวลชนร่วมมือสร้างค่านิยมความสุจริต ให้บุคคลสามารถแยกผลประโยชน์ส่วนตนออกจากผลประโยชน์สาธารณะ (สภาปฏิรูปแห่งชาติ, 2558) ดังปรากฏในภาพต่อไปนี้



กระบวนการสร้างวัฒนธรรมต่อต้านการทุจริต

ที่มา: คู่มือการนำยุทธศาสตร์ชาติว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริต ระยะที่ 3 (พ.ศ.2560-2564) ไปสู่การปฏิบัติ (2560: 18)

จากภาพจะเห็นได้ว่ายุทธศาสตร์ชาติฯ ระยะที่ 3 กำหนดการสร้างวัฒนธรรมต่อต้านการทุจริตที่จะต้องมีฐานมาจากประชาชนในทุกองค์การทางสังคมมีวิถีคิด สร้างจิตสำนึกความซื่อสัตย์สุจริต โดยเชื่อมโยงให้ทุกองค์การทางสังคมต่าง ๆ สร้างวัฒนธรรมสุจริตให้เกิดขึ้น ส่งผลให้บุคคลไม่ยอมรับพฤติกรรมที่เป็นการทุจริตคดโกง ทั้งการทุจริตในเรื่องเล็กจนถึงการทุจริตขนาดใหญ่ และเป็นการสร้างความตื่นตัวของสังคมในการป้องกันการทุจริต

จากหลักการดังกล่าว องค์การทางสังคมจึงมีหน้าที่หล่อหลอมขัดเกลาบุคคลในองค์การให้มีเจตคติสุจริต และสร้างรากฐานจากการปฏิบัติจากคนสู่คน จากกลุ่มสู่กลุ่ม จากสังคมสู่

สังคม และแสดงออกถึงพฤติกรรมสุจริต ทำให้บุคคล สังคมและวัฒนธรรม มีความสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยใช้วัฒนธรรมองค์การกำหนดค่านิยมและถ่ายทอดสู่บุคคลผ่านกระบวนการทางสังคม (Socialization)

ตัวอย่างการปลูกฝังเจตคติและวัฒนธรรมสุจริต

วัฒนธรรมองค์การธุรกิจของประเทศญี่ปุ่นให้ความสำคัญเรื่องการตรงต่อเวลาซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความซื่อสัตย์สุจริต กล่าวคือเป็นคนที่มีความประพฤติตรงต่อเวลาและต่อหน้าที่ ไม่ว่าจะเป็นเวลาเข้างาน หรือไปพบลูกค้า คนญี่ปุ่นจะต้องไปก่อนเวลานัดถือเป็นบรรทัดฐานทางสังคม ซึ่งวัฒนธรรมองค์การหล่อหลอมให้พนักงานมีเจตคติยึดถือวินัยเรื่องที่สำคัญเพราะทุกคนปฏิบัติจนเป็นธรรมเนียมปฏิบัติของสังคม อีกทั้งคนญี่ปุ่นจะถูกปลูกฝังมาตั้งแต่ครอบครัว โรงเรียนอบรมสั่งสอนในเรื่องระเบียบวินัย และเมื่อเข้าทำงาน จะตั้งใจทำงาน ไม่มาสายรักษาเวลาอยู่เสมอ

จากตัวอย่างจะให้เห็นว่า การปลูกฝังเจตคติและวัฒนธรรมสุจริตต้องอาศัยวัฒนธรรมในองค์การต่าง ๆ ทั้งตั้งแต่ครอบครัว องค์การทางการศึกษา และองค์การที่บุคคลทำงานหล่อหลอมเรื่องความสุจริต ทำให้เกิดเป็นแบบแผนทางสังคมหรือเรียกว่าเป็นการควบคุมทางสังคมให้บุคคลปฏิบัติหน้าที่ด้วยความสุจริต

ดังนั้น การปลูกฝังเจตคติและวัฒนธรรมความสุจริตในคู่มือฉบับนี้จึงเชื่อมโยงกับการสร้างวัฒนธรรมองค์การในองค์การทางสังคม เพราะองค์การเป็นสังคมย่อย ๆ ที่มีวัฒนธรรมของตนเป็นหลักในการดำรงชีวิต ดังนั้น บุคคลสามารถได้รับการปลูกฝังเจตคติและวัฒนธรรมสุจริตตั้งแต่เด็ก โดยการอบรมสั่งสอนจากพ่อแม่ เมื่อเข้าสังคมบุคคลถูกบังคับจากองค์การโดยปริยายให้ทำตามวัฒนธรรมองค์การที่สังคมยึดถือ แล้วปฏิบัติในแนวเดียวกัน

บทที่ 2 หลักการ แนวคิดในการปลูกฝังเจตคติและ วัฒนธรรมสุจริตกับวัฒนธรรมองค์การ

2.1 เจตคติคืออะไร

เจตคติเกิดจากการเรียนรู้ถึงสภาพแวดล้อมวัฒนธรรมและ
ขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ ของสังคม เจตคติไม่ได้มีติดตัวมา
แต่กำเนิด และบุคคลนำเอาสิ่งที่เรียนรู้เหล่านั้นมาเป็นรากฐานของ
เจตคติ ความคิด ความรู้สึกที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด (Allport, 1967;
Shaw & Wright, 1967) และเจตคติเกิดจากประสบการณ์ อิทธิพล
ต่าง ๆ ของกลุ่มสังคมมีความสอดคล้องกับการขัดเกลาทางสังคม
เพื่อช่วยให้สมาชิกในสังคมได้เรียนรู้ และปฏิบัติตามบรรทัดฐานของ
สังคม เช่น การอบรมสั่งสอนของพ่อแม่ ครูอาจารย์ เพื่อนฝูง
เพื่อนร่วมอาชีพ หรือสื่อต่าง ๆ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะทำให้การ
กระทำของบุคคลต่อผู้อื่นเป็นไปอย่างเหมาะสม รู้จักปฏิบัติตนใน
ฐานะสมาชิกที่ดีของสังคม

แนวคิดต่าง ๆ ที่ช่วยอธิบายการปลูกฝังเจตคติ คือ
แนวคิดสังคมกระจกเงา (Social Mirror Theory) ที่อธิบายว่า
มนุษย์สามารถเรียนรู้จากการเลียนแบบพฤติกรรมของสังคม
เช่นเดียวกับแนวคิดการกล่อมเกลาทางสังคม (Socialization)
อธิบายว่า การสร้างค่านิยม และทัศนคติของบุคคลมาจากการ
เรียนรู้ผ่านหน่วยทางสังคม เช่น ครอบครัว โรงเรียน ศาสนา ชุมชน
กลุ่มเพื่อน และสื่อมวลชน และ **แนวคิดกระบวนการเรียนรู้บน
พื้นฐานการทำงานของสมอง (Brain Based Learning
Theory: BBL)** อธิบายอย่างชัดเจนว่า การปลูกฝังการเรียนรู้

เจตคติสู่ความคิดของบุคคลต้องถ่ายทอดด้วยวัฒนธรรมองค์การ เพราะบุคคลคิด รู้สึก เรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติ และจากการใช้ชีวิตอยู่ในองค์การทางสังคม

เจตคติเป็นความคิดความรู้สึกรู้สึกของบุคคลที่เกิดจาก ประสบการณ์ การเรียนรู้สภาพแวดล้อม และอิทธิพล กลุ่มในสังคม

2.2 วัฒนธรรมองค์การคืออะไร

วัฒนธรรมองค์การ คือ แนวคิดอธิบายความเชื่อและ ค่านิยมภายในองค์การ และช่วยในการปรับพฤติกรรมของคน ในองค์การได้ เพราะวัฒนธรรมองค์การเป็นรากฐานที่กำหนด ทิศนคติ และพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคม และเป็นแบบแผนที่ ให้บุคลากรในองค์การยึดถือ

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.) ได้ อธิบายว่า วัฒนธรรมองค์การเป็นเอกลักษณ์ขององค์การและ เป็นเครื่องมือส่งเสริมให้สมาชิกในองค์การมีพฤติกรรมที่ดี สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์การ สมาชิกต้องปรับตัวให้เข้ากับ วัฒนธรรมองค์การและมีพฤติกรรมที่แสดงออกสอดคล้องกับ วัฒนธรรมขององค์การ (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการ พลเรือน, 2556)

ดังนั้น องค์การสามารถสร้างคุณธรรมของคนในองค์กรได้
ผ่านวัฒนธรรมองค์การ วัฒนธรรมองค์การเป็นแบบแผนที่องค์กร
ยอมรับ และยึดถือปฏิบัติร่วมกัน

วัฒนธรรมองค์การ คือ แบบแผนที่ใช้ร่วมกันในองค์กร
สามารถเรียนรู้ได้ และสร้างความเป็นหนึ่งเดียวกันให้เกิดขึ้น
ภายในองค์กร

2.3 การปลูกฝังเจตคติและวัฒนธรรมสุจริตอย่างไร

การปลูกฝังเจตคติและวัฒนธรรมสุจริตมีเจตนารมณ์
ที่สำคัญคือ การปรับความเชื่อและค่านิยมที่ถูกต้องเหมาะสม
กล่าวคือการไม่ยอมรับการทุจริตและยึดมั่นในความสุจริต อีกทั้ง
เจตคติเกิดขึ้นจากการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมทั้งกลุ่มทางสังคม
วัฒนธรรม ค่านิยมในกลุ่มนั้น ๆ บุคคลมีแนวโน้มที่จะรับเอาเจตคติ
ของสังคมที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์อยู่ ตัวอย่างเช่น ครอบครัวสอนลูก
ว่าสิ่งนั้นไม่ดี สิ่งนี้ดี การเล่นเกมพนันเป็นเรื่องไม่เหมาะสม
การปฏิบัติงานตามกฎระเบียบของโรงเรียนเป็นสิ่งที่ดี เป็นต้น

จากการศึกษาของต่างประเทศหลายเรื่อง พบความ
เชื่อมโยงกันระหว่างวัฒนธรรมองค์การและการสร้างเจตคติ และ
เจตคติจะสอดคล้องกับค่านิยมหรือความเชื่อขององค์กรนั้น ๆ
ซึ่งคนส่วนใหญ่นิยมชมชอบหรือให้การสนับสนุน ดังนั้น วัฒนธรรม
องค์การจึงช่วยในการปรับพฤติกรรมของคนในองค์กรได้

(Deal and Kennedy, 1982; Kotter and Heskett, 1992; Klein, 1996)

ดังนั้น การปลูกฝังเจตคติและวัฒนธรรมสุจริตจึงใช้การเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมองค์การองค์การต่าง ๆ เพราะบุคลากรในองค์การต้องมีพฤติกรรมที่ยึดถือร่วมกันเป็นค่านิยมร่วมกันที่สร้างรากฐานจากการปฏิบัติจากคนสู่คน จากกลุ่มสู่กลุ่ม จากสังคมสู่สังคม และแสดงออกถึงพฤติกรรม ดังปรากฏในภาพ

การปลูกฝังผ่านวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อความคิด และพฤติกรรม



ดังนั้น องค์การสามารถใช้วัฒนธรรมองค์การส่งเสริมความสุจริต ถ่ายทอดข้อมูลให้ไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้และหล่อหลอมความซื่อสัตย์สุจริต ทำให้คนในองค์การประพฤติตามบรรทัดฐานเหล่านั้น เพื่อให้ความสุจริตซึมซับและมีผลต่อการรับรู้ของสมองพัฒนาเป็นวิธีคิด ก่อให้เกิดบุคลิกลักษณะของคนที่มีความสุจริตและแสดงออกมาในรูปแบบของพฤติกรรม

บทที่ 3 รูปแบบ กลไก และแนวทางการปลูกฝังเจตคติ และวัฒนธรรมสุจริตขององค์การสื่อมวลชน

องค์การสื่อมวลชน

องค์การสื่อมวลชนมีบทบาทอย่างมากต่อสังคมไทยเพราะมีบทบาทในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารแก่สาธารณะ และส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม แนวคิด ความรู้ ความเข้าใจ รวมถึงเจตคติของคนในสังคมได้ ดังนั้นองค์การสื่อมวลชนควรมีวัฒนธรรมสุจริตในองค์การ เช่นเดียวกับองค์การอื่น ๆ และยังควรที่จะสามารถเป็นต้นแบบในการสร้างวัฒนธรรมสุจริตอีกด้วย



1. กลุ่มเป้าหมาย

องค์การสื่อมวลชนทุกแขนง สภาวิชาชีพสื่อ สมาคมสื่อสารมวลชนต่าง ๆ หรือองค์การที่เกี่ยวข้องกับการประกอบวิชาชีพสื่อ

2. รูปแบบการปลูกฝังเจตคติและวัฒนธรรมสุจริต



2.1 การใช้หลักการบริหารในองค์กรโปร่งใส

2.1.1 การกำหนดนโยบายการรับค่าตอบแทน การรับเงิน สิ่งของ หรือผลประโยชน์อื่นใดการได้ข้อเสนอให้ไปทำ ข้าราชการจังหวัดหรือต่างประเทศ การได้ข้อเสนอในการทำข่าว การแทรกแซงจากรัฐบาลและนายทุน ในรูปแบบการแทรกแซงสื่อ ผ่านงบประมาณเพื่อใช้ในการโฆษณา และการแทรกแซงสื่อผ่าน ความสัมพันธ์ส่วนตัว และนโยบายเกี่ยวกับการต่อต้าน การติดสินบน

2.1.2 การประกาศเจตจำนงหรือเจตนารมณ์ในหน้าเว็บไซต์ของหน่วยงานให้สาธารณชนเห็นได้ชัดเจน รวมถึงรณรงค์และเผยแพร่ให้บุคลากรได้รับทราบอย่างทั่วถึง

2.1.3 องค์การสื่อมวลชนกำหนดกฎระเบียบเพื่อให้พนักงานในสังกัดใช้เป็นหลักในการทำงานทุกขั้นตอนของกระบวนการทำงาน เช่น การจัดทำระบบการเบิกจ่ายงบประมาณอย่างโปร่งใส การรับคำสั่งเป็นลำดับของตำแหน่งปฏิบัติงานช่วยกันตรวจสอบกลั่นกรองข่าวสารก่อนออกสู่สาธารณชน การกำหนดเกณฑ์การรับบุคลากรตามมาตรฐานจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพของนักวิชาชีพสื่อ เป็นต้น



2.1.4 องค์การสื่อมวลชนต่าง ๆ กำหนดกรอบแนวทางการปฏิบัติงานในสัญญาจ้างและบทลงโทษที่ชัดเจน เช่น ตัวอย่างการเบี่ยงเบนรณต์ของหน่วยงานในการทำข่าวควรมีกฎระเบียบว่าต้องจดเลขไมล์รถก่อนและหลังการเบิกใช้รถยนต์เพื่อป้องกันการทุจริตและนำไปใช้ส่วนตัว เป็นต้น

2.1.5 องค์การสื่อมวลชนกำหนดทิศทางเนื้อหาและบทบาทต่าง ๆ ของสื่อมวลชน และการส่งเสริมสื่อที่คำนึงถึงความถูกต้อง ความรับผิดชอบต่อสังคม ความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรม

2.1.6 องค์การสื่อมวลชนยึดถือทั้งกฎระเบียบตามข้อบังคับและใช้การตรวจสอบ ซึ่งกันและกันในหมู่นักวิชาชีพสื่อมวลชนตามมาตรฐานจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพของนักวิชาชีพสื่อ เน้นการตรวจสอบและแสดงออกถึงการไม่ยอมรับในหมู่นักวิชาชีพ และการแสดงการต่อต้านและไม่ยอมรับจากสังคม (Social Sanction)

2.1.7 การจัดทำช่องทางการร้องเรียน ร้องทุกข์ ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์หรือพบเห็นการนำเสนอข่าวสารในลักษณะที่มีความโน้มเอียงจากการถูกแทรกแซง การกำหนดบทลงโทษอย่างชัดเจน เช่น ในกรณีที่มีการกระทำการรับสินบนหรือผลประโยชน์อื่นใดของบุคลากร

2.1 การใช้หลักจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชน

2.2.1 องค์การสื่อมวลชนมีการควบคุมสื่อ ผ่านการใช้ประมวลจริยธรรมวิชาชีพสื่อ (Code of Ethics) ส่งเสริมความรับผิดชอบให้กับสื่อแต่ละสาขา และตรวจสอบการทำงานตามจรรยาบรรณวิชาชีพของสมาชิกผู้ร่วมวิชาชีพ

2.2.2 องค์การสื่อมวลชนต้องส่งเสริมให้ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมีความซื่อสัตย์สุจริตในการหาข่าว ภาพและเอกสารต่าง ๆ ไม่รับสินบนในการพิมพ์เผยแพร่หรือปกปิดข้อมูลข่าวสาร หรือ ปล่อยให้ผลประโยชน์ส่วนตนมีอิทธิพลเหนือความยุติธรรม และสื่อต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม

2.2.3 องค์กรสื่อมวลชนต้องกำหนดแนวทางปฏิบัติในการทำงานและให้สอดคล้องกับหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณมากที่สุด เพื่อรับผิดชอบต่อสังคมไม่นำเสนอข้อมูลข่าวสารมุ่งเน้นเรื่องผลกำไรทางธุรกิจเพียงอย่างเดียว

2.3 การประพัตินเป็นแบบอย่างที่ดี

2.3.1 ผู้นำองค์กรสื่อมวลชนจะต้องประพัตินเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับสมาชิกในองค์กรด้วยการปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบขององค์กรอย่างเคร่งครัด เช่น การประกาศเจตนารมณ์ต่อต้านการทุจริต การประกาศงดรับของขวัญ เป็นต้น และต้องคำนึงจริยธรรมและจรรยาบรรณ รวมถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสาธารณชนและองค์กร หากนำเสนอข่าวแต่ละข่าวออกไป

2.3.2 หัวหน้าหรือบรรณาธิการเป็นตำแหน่งสำคัญในการจะวางทิศทางการนำเสนอข่าว ในแต่ละครั้ง โดยต้องตรวจสอบข้อมูลข่าวทุกข่าว ก่อนนำเสนอสู่สาธารณชน ไม่ว่าจะเป็นชื่อตำแหน่ง หรือข้อผิดพลาดต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในการเขียนข่าวหรือการได้มาของข่าวของผู้สื่อข่าวและช่างภาพ

3. กลไกในการปลูกฝังเจตคติและวัฒนธรรมสุจริต

3.1 กลไกหน่วยงานและเครือข่าย

3.1.1 องค์การวิชาชีพและเครือข่ายสื่อมวลชน สมาคมและสภาสื่อมวลชนเป็นองค์การที่กำกับดูแลการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชนแต่ละประเภทและกำหนดไว้เป็นลายลักษณ์อักษร

3.1.2 องค์การวิชาชีพและเครือข่ายสื่อมวลชน สมาคมและสภาสื่อมวลชนส่งเสริมการปฏิบัติตามบทบัญญัติจริยธรรมของนักสื่อมวลชน

3.1.3 องค์การวิชาชีพและเครือข่ายสื่อมวลชน สมาคมและสภาสื่อมวลชนแต่งตั้งคณะทำงานรับเรื่องร้องเรียน การทุจริต มีบทลงโทษที่ชัดเจน เพราะในการปฏิบัติงานข่าวทุกแขนงย่อมมีโอกาสเกิดความผิดพลาดได้ทุกขั้นตอนของกระบวนการทำงานอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม



4. แนวทางในการปลูกฝังเจตคติและวัฒนธรรมสุจริต

4.1 การเข้าร่วมกิจกรรมเรื่องความสุจริต จรรยาบรรณวิชาชีพต่อเนื่อง (แนวทางการส่งเสริมความสุจริต)

4.1.1 การจัดกิจกรรมสำหรับสื่อใหม่ เช่น กิจกรรมปฐมนิเทศน์นักข่าวรุ่นใหม่นำเน้นการให้ความรู้เชิงปฏิบัติการมากกว่าเชิงทฤษฎี เพื่อให้เกิดความรู้และความเข้าใจพร้อมกับตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบต่อสังคม การปฏิบัติวิเคราะห์ปัญหาผ่านกระบวนการลงมือทำข่าวและสะท้อนกลับจากประสบการณ์ของตนเอง

4.1.2 การจัดกิจกรรมพัฒนาสื่อ เช่น กิจกรรมเรียนรู้จากการคิดวิเคราะห์ข่าว การฝึกอบรมวิชาชีพสื่อมวลชนแก่ผู้ปฏิบัติงาน การใช้กรณีศึกษาต่าง ๆ หรือประเด็นที่เกิดขึ้นในสังคมที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน ทั้งนี้เป็นการหารือ แนวทางแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นร่วมกัน และเพื่อไม่ให้ปัญหาที่เกิดขึ้นเกิดซ้ำอีก

4.1.3 การให้ความรู้อบรมจริยธรรมสื่อ คุณธรรมและจริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพสื่อ กฎหมายสื่อและกระบวนการยุติธรรม เพื่อเป็นการสร้างความตระหนักได้ โดยอาจแบ่งหัวข้อในการให้ความรู้ ได้แก่ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง การสร้างความสัมพันธ์กับแหล่งข่าว การอ้างแหล่งข่าวที่ไม่เปิดเผยชื่อ สิทธิพิเศษและผลประโยชน์ทับซ้อน การรับเชิญไปทำข่าวต่างจังหวัดหรือต่างประเทศ ข้อเสนอให้คำตอบแทนหรือสิทธิพิเศษอื่น ๆ เพื่อการทำข่าว หลีกเลี่ยงการอ้างอิงบริษัทเพื่อประโยชน์ส่วนตัวหรือเพื่อให้ได้สิทธิพิเศษ เป็นต้น

4.1.4 การลงพื้นที่เพื่อเรียนรู้การทำสื่อสุจริตเพื่อสร้างเจตคติที่ดีต่อการทำข่าวหรือนำเสนอข้อมูลอย่างมีความรับผิดชอบฝึกฝนปรับจิตใจ ภาย วาจา กระตุ้นเตือนให้เกิดมโนธรรมในจิตใจของสื่อมวลชน กิจกรรมการเรียนรู้จากการปฏิบัติ วิเคราะห์ปัญหาผ่านกระบวนการลงมือทำข่าวและสะท้อนกลับจากประสบการณ์ของตนเอง เพื่อส่งเสริมความรับผิดชอบต่อควบคู่ไปกับสิทธิเสรีภาพในการเสนอข้อมูลข่าวสาร



บรรณานุกรม

- Allport, Gordon W. (1967). *Reading in Attitude Theory and Measurement*. New York: John Welley and Sons.
- Deal,Terry., Kennedy, Allan. (1982). *Author Corporate Cultures: The Rites and Rituals of Corporate Life*. Boston: Addison Wesley Publishing Company.
- Klein, Stuart M. (1996). A management communication strategy for change. *Journal of Organizational Change Management.*, 9(2), 32-46.
- Kotter, J.P. and Heskett, J.L. (1992). *Corporate Culture and Performance*. New York: The Free Press.
- Shaw, M.E. and Wright, J.N. (1967). *Scale for the Measurement of Attitudes*. New York: McGraw-Hill.
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2556). *Corporate Culture: Creating and Cultivate Organization Sustainability เสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กร เพื่อสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน*. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2562, จาก <https://bit.ly/2wSfyg4>.