

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อสร้างวาทกรรม การให้ความรู้ และสร้างภาพลักษณ์เกี่ยวกับบรรษัทภิบาล ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)” มีแนวคิดและทฤษฎีที่สามารถนำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

1. แนวคิดเรื่องการสร้างวาทกรรม (Discourse)
2. แนวคิดธรรมาภิบาล (Good Governance) และบรรษัทภิบาล (Good Corporate Governance)

1. แนวคิดเรื่องวาทกรรม (Discourse)

แนวคิดเรื่องวาทกรรมนี้ เป็นของ มิเชล ฟูโก (Michel Foucault 1926-1984) นักคิดชาวฝรั่งเศสในสำนักหลังโครงสร้างนิยม (Post Structurism) ซึ่งเป็นผู้วิเคราะห์อำนาจกับความจริง ให้ความหมายว่า วาทกรรม หมายถึง ระบบและกระบวนการในการสร้างการผลิต (Constitute) อัตลักษณ์ (Identity) และความหมาย (Significance) ให้กับสรรพสิ่งต่าง ๆ ในสังคมที่ห่อหุ้มเราอยู่ ไม่ว่าจะเป็นความรู้ ความจริง อำนาจ หรือตัวตนของเราเอง นอกจากนี้ วาทกรรมยังทำหน้าที่ตรึงสิ่งที่สร้างขึ้นให้ดำรงอยู่และเป็นที่ยอมรับของสังคมในวงกว้าง (Valorize) ขณะเดียวกัน วาทกรรมก็ทำหน้าที่ปิดกั้นมิให้อัตลักษณ์และความหมายของบางสิ่งที่ดำรงอยู่แล้วในสังคมเกิดขึ้นด้วย

มีนักวิชาการหลายท่านที่ให้ความสนใจกับงานเขียนของฟูโก เช่น ธเนศ วงศ์ยานนาวา (2532) ได้อธิบายความหมายของวาทกรรมไว้ว่า

“ภายใต้ระเบียบวิธีการจัดการที่เกี่ยวกับความจริงนี้ มีกลไกที่จะทำให้สามารถแยกแยะได้ว่า ประโยคความรู้ใดถูก ประโยคความรู้ใดผิด ลักษณะของกฎเกณฑ์ทางภาษาที่ผลิตประโยคความรู้ชุดหนึ่งที่จัดกลุ่มผิดกลุ่มถูกไว้นั้น เรียกว่า “ดีสคอร์ตส์” (Discourse) คุณลักษณะที่มีเอกภาพของดีสคอร์ตส์นี้ มิได้ขึ้นอยู่กับความหมายหรือความตั้งใจของผู้ใช้ภาษาแต่ประการใด แต่ขึ้นอยู่กับระบบตรรกภายในดีสคอร์ตส์นั่นเอง อย่างไรก็ตาม การยอมรับว่าประโยคความรู้ใดถูกหรือผิด ใช้ได้หรือไม่ได้ ประการใดนั้น มิได้ขึ้นกับกฎเกณฑ์ของดีสคอร์ตส์เพียงอย่างเดียว “การปฏิบัติดีสคอร์ตส์” (Discursive

apparatus) นั้น ยังต้องสัมพันธ์กับสถานการณ์และบทบาทของผู้นำเสนอความจริงด้วยว่า ผู้นำเสนอมีสถานการณ์ในสังคมเป็นอย่างไร”

ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร (2542) ได้อธิบายว่า วาทกรรมในทัศนะของฟูโกเป็นมากกว่าเรื่องของภาษา คำพูด หรือการตีความภาคปฏิบัติการจริงของวาทกรรม (Discursive Practice) จะรวมเอาจารีตปฏิบัติ ความคิด ความเชื่อ และสถาบันต่าง ๆ ในสังคมเกี่ยวกับเรื่องไว้ด้วย

ในทัศนะของฟูโก วาทกรรมแยกไม่ออกจากเรื่องของอำนาจและความรุนแรง กล่าวคือ กระบวนการสร้างอัตลักษณ์และความหมายนั้น เป็นเรื่องของการใช้อำนาจและความรุนแรงเข้าไปบังคับยึดเหนี่ยวให้เป็นของวาทกรรมชุดหนึ่ง ขณะเดียวกันวาทกรรมชุดดังกล่าวก็จะเก็บกด บดบัง ปิดกั้น ขจัด หรือทำลายมิให้สิ่งที่แตกต่างไปจากอัตลักษณ์และความหมายของสิ่งที่วาทกรรมนั้น ๆ สร้างขึ้นมา มากกว่าที่จะเป็นเรื่องของการผูกติดกันอย่างเหนียวแน่นของคุณสมบัติเฉพาะ (Attributes) บางอย่างในตัวของสิ่งเหล่านั้นเองที่ทำให้เป็นอยู่อย่างที่ยึดเหนี่ยวเข้าใจกัน เช่น สรีระทางเพศกับความ เป็นชายหรือหญิง ผิดสื่อกับการเป็นคนขาวคนดำ นั่นคือ จารีตปฏิบัติและกฎเกณฑ์ของสังคมในรูปของ วาทกรรม และภาคปฏิบัติการจริงของวาทกรรมในเรื่องนั้น ๆ ต่างหาก ที่เป็นตัวกำหนดอัตลักษณ์และความหมายให้เกิดขึ้น ดังนั้น อัตลักษณ์และความหมายจึงมีลักษณะที่ลื่นไหล (Elusive) เปลี่ยนแปลงไปตามวาทกรรมที่สร้างขึ้นมา ไม่แน่นอนตายตัว หยุดนิ่ง

นอกจากนี้ มีนักวิชาการหลาย ๆ ท่านที่ได้ให้คำอธิบายความหมายของวาทกรรมว่า หมายถึง ภาษาที่ถูกนำมาใช้ ซึ่งหมายความว่า ผู้คนในสังคมต้องทำตามที่วาทกรรมกำหนดในชีวิตประจำวันที่หลีกเลี่ยงได้ยาก ภาษาที่ใช้กันในชีวิตประจำวันไม่ได้หมายถึงเฉพาะการพูดหรือการเขียนเท่านั้น แต่พฤติกรรมของคนก็น่าที่จะถือว่าเป็น “ภาษา” ชนิดหนึ่งได้เช่นกัน (อวยชัย สังสนา, 2544)

แนวคิดเรื่องการวิเคราะห์วาทกรรม

Teun A. van Dijk (1997:1) กล่าวว่า การวิเคราะห์วาทกรรม คือ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษา การสื่อสาร ปฏิบัติการโต้ตอบ สังคมและวัฒนธรรม หมายความว่า การวิเคราะห์วาทกรรมจำเป็นต้องศึกษาการใช้ภาษาในการสื่อสาร (text) ซึ่งภาษานั้น ๆ ล้วนแล้วแต่มีบริบทต่าง ๆ (context) เข้ามาเกี่ยวข้องอยู่เสมอ (อ้างใน สมภพ กิ่งเงิน, 2541)

Guy Cook (1992) (อ้างใน อวยชัย สังสนา, 2544) กล่าวถึงการวิเคราะห์วาทกรรม (Discourse Analysis) ว่าไม่ได้เกี่ยวข้องกับภาษาเพียงอย่างเดียว แต่ยังวิเคราะห์ไปถึงบริบทของการติดต่อสื่อสาร (The Context of Communication) ว่าใครกำลังติดต่อกับใคร ทำไม อยู่ในสถานการณ์

สังคมรูปแบบใด ผ่านสื่อประเภทใด และการพัฒนาการติดต่อสื่อสารนั้นแตกต่างกันในรูปแบบและ การกระทำอย่างไร รวมถึงความสัมพันธ์ที่มีต่อกันและกัน

Margaret Wetherell and Jonathan Potter (1992) (อ้างใน ไพโรจน์ วิไลนุช, 2542) ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์วาทกรรม (Discourse analysis) ว่า ภาษาพูดที่ใช้ในการสนทนาจะต้องมี องค์ประกอบดังต่อไปนี้ คือ

1. Interpretative Repertoire คือ ประเด็นเรื่องที่ใช้ในการตีความเป็นหน่วยสรุปของรูปแบบ ที่ปรากฏอยู่ในเนื้อหาที่ถูกนำมาใช้ในวาทกรรม เพราะฉะนั้น จึงเป็นตัวรากฐานของผู้พูด ที่ใช้ในการ สร้างมุมมองของกิจกรรมทางวาทกรรม เป็นกระบวนการทางความรู้ที่นำไปสู่การโต้แย้ง นอกจากนี้ ประเด็นของเรื่องหรือปัญหาที่นำมาสนทนานั้นก็คือกลุ่มของคำ เพื่อนำมาใช้ในการทำวาทกรรม เปรียบเสมือนทรัพยากรให้ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์รูปแบบในเนื้อหาอีกด้วย อนึ่ง ประเด็นเรื่องสำหรับการ ตีความการปฏิบัติทางวาทกรรมระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารจะต้องมีความรู้สะสมดั้งเดิม (Stock knowledge) ของเรื่องที่ใช้ในการตีความด้วย จึงจะก่อให้เกิดผลดีต่อวาทกรรมนั้น ๆ ในด้านองค์ ความรู้ที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น

2. Construction คือ การสร้างสรรค์ภาษา เพื่อจุดมุ่งหมายและบรรลุผลความต้องการเป็น ตัวที่บอกให้ผู้ศึกษาทราบว่าวาทกรรมนั้น ถูกสร้างขึ้นมาจากลักษณะของภาษาที่มีมาก่อนอย่างไร ทำ ให้ทราบว่าผู้ศึกษามีวิธีการเลือกใช้ภาษา คำ อย่างไร ทำไมคำบางคำถูกนำมาใช้ คำบางคำไม่ถูก นำมาใช้ และแนวคิดนี้แสดงให้เห็นถึงวาทกรรมว่า เป็นเรื่องของการกระทำบางอย่างเพื่อหวังผล ในทางปฏิบัติ นั่นก็คือ วาทกรรมเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นจากความเป็นจริงที่มีชีวิต (Real life)

3. Variation คือ วิธีการใช้ภาษาที่จะนำไประบุว่าวาทกรรมทำหน้าที่อะไร (Function) เป็น ตัวแปรที่แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างการพูดกับการกระทำโดยศึกษาจากเหตุการณ์ กลุ่ม สังคม นโยบายหรือบุคลิกภาพ อาจจะถูกอธิบายได้หลายลักษณะเมื่อหน้าที่ของวาทกรรมนั้น เปลี่ยนไป

4. Function คือ วาทกรรมนั้น ๆ ทำหน้าที่ในการอธิบายเหตุการณ์ให้ผู้ฟังได้รับรู้ว่าเกิดอะไร ขึ้น แต่อาจจะเป็นเรื่องยากที่จะเข้าใจได้โดยตรง เพราะว่าหน้าที่ของวาทกรรมนี้จะไม่มีกรบอก โดยตรง เช่น การอ้างถึงหรือความพยายามหาเหตุผลให้เกิดความน่าเชื่อถือหรือการเสนอแนะผล ต่อเนื่องที่อาจเกิดขึ้นต่อไป มากกว่าการหาข้อยุติ

ศิริชัย ศิริกายะ (2535) กล่าวว่า วาทกรรม (Discourse) คือ การพิจารณาความสัมพันธ์ ระหว่าง Text (เนื้อหาหรือบท) กับ Context (บริบท) ในลักษณะของการสร้างความหมายให้เกิดขึ้น และกิจกรรมที่เกิดขึ้นเฉพาะในแต่ละวาทกรรมนั้น ๆ คือ ดูที่ Act of Communication และการ

วิเคราะห์ Text ภายใต้ Context ที่มีความสัมพันธ์กันในการสร้างความหมายในวาทกรรมนั้น ๆ ต้องอยู่ภายใต้บริบททางการสื่อสาร ซึ่งการสื่อสารในลักษณะนี้จะเกิดขึ้นในท่าเลหรือที่ตั้งและสถานการณ์ทางสังคมบางอย่าง บริบทเหล่านี้ย่อมมีอิทธิพลต่อความหมายเกี่ยวกับพฤติกรรมทางการสื่อสาร ความหมายของคำที่ใช้ สถานที่ และภาษาที่ใช้ดังต่อไปนี้ คือ

1. Substance ได้แก่ รูปวัตถุทางกายภาพ หรือตัวถ่ายทอด (Text) มีผลกระทบต่อความหมายของวาทกรรม เช่น หนังสือแบบสามมิติ หรือตัวหนังสือเป็นประกายจากแสงไฟขนาดใหญ่ เป็นต้น ซึ่งขึ้นอยู่กับว่าจะทำการสื่อสารที่ไหน ระยะห่างระหว่างสารกับผู้รับอาจแตกต่างกันไป ดังนั้นมิติหรือขนาดของตัวหนังสืออาจทำให้การสื่อสารล้มเหลวได้ เพราะสถานที่ที่ใช้ในการสื่อสารก็เป็นส่วนหนึ่งของเหตุการณ์ทางการสื่อสาร ผู้ส่งคือบุคคลซึ่งออกแบบควบคุมและเลือกสถานที่แวดล้อมเอง ส่วนผู้ใช้สภาพแวดล้อมนี้คือผู้รับสาร ปัจจัยกายภาพทางสิ่งแวดล้อมระดับจุลภาคนี้อาจแบ่งกล่าวได้ 3 ประเภท คือ

1.1 สถานที่ ผู้สื่อสารอาจสื่อสารในสถานที่แวดล้อมต่าง ๆ ลักษณะของสถานที่เหล่านี้มีส่วนกำหนดพฤติกรรมสื่อสารได้แตกต่างกันไป สถานที่บางแห่งไม่เอื้อให้สื่อสารได้สะดวก แต่บางแห่งเอื้อเฉพาะการสื่อสารบางลักษณะ

1.2 บรรยากาศ ลักษณะบรรยากาศที่สำคัญ ได้แก่ ลักษณะที่กระทบต่อตา (แสง) สภาพแวดล้อมที่มีระดับแสงแตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมสื่อสาร เช่น แสงจ้า หรือแสงสลัวเกินไปย่อมไม่เหมาะสมต่อการสื่อสารด้วยป้ายโฆษณา รวมถึงสื่อพิมพ์ที่เสนอขายบริการทางเพศ เพราะหากมีบรรยากาศเช่นนี้ จะทำให้พฤติกรรมผู้สื่อสารรู้สึกรำคาญ และไม่สนใจ และผู้ส่งสารก็จะไม่ประสบความสำเร็จในการสื่อสาร

1.3 ผู้คนแวดล้อม ส่วนประกอบสำคัญอีกประการหนึ่งของปัจจัยกายภาพทางสิ่งแวดล้อม หากผู้คนแวดล้อมมีจำนวนมาก และร่วมอยู่ในสถานที่เดียวกัน การมีป้ายโฆษณาในบริเวณนี้จะเป็นลักษณะบรรยากาศที่อาจสร้างความรู้สึกร่วมของคนส่วนใหญ่ได้ง่าย

2. Picture ภาพประกอบที่ดีจะต้องช่วยในการสื่อสารและสร้างความหมายที่ต้องการให้เกิดขึ้น

3. Para Language (ปริภาษา) สิ่งที่เกิดขึ้นพร้อมกับภาษาพูดหรือภาษาเขียน ในขณะที่เราพูดปริภาษาก็คือ สิ่งที่เกิดขึ้นพร้อม ๆ กับคำพูดของเรา ในขณะที่เราเขียน ปริภาษาก็คือ สิ่งที่เกิดขึ้นควบคู่กับตัวหนังสือที่เราพิมพ์ ปริภาษาสามารถแสดง หรือบ่งบอกถึงลักษณะของการพูดและการเขียนได้ว่าเป็นอย่างไร ตัวอย่างของปริภาษาในการพูด ได้แก่ การเปล่งเสียง ความค่อนความดังของ

เสียง การตะโกน การจาม การกระแอม เป็นต้น ส่วนตัวอย่างปริภาษาในการเขียน ได้แก่ การกำหนดขนาดของตัวหนังสือต่าง ๆ กัน ย่อหน้า วรรคตอน การเว้นช่องไฟ เป็นต้น

4. Situation คือ เหตุการณ์ที่ครอบคลุมตัวบท (Text) ขึ้นอยู่กับการรับรู้ของผู้ร่วมอ่านวาทกรรม

5. Co-text คือ บริบทที่กล่าวถึงหรืออ้างถึงสิ่งที่มาก่อนหรือตามมาภายหลังตัว Text ที่นำมาวิเคราะห์ เช่น การอ้างถึงคนหรือสถานที่

6. Intertext คือ วาทกรรมนั้นเกิดจากการมีประสบการณ์ร่วม ตัวบท (Text) ที่ผู้ร่วมการสื่อสารรับรู้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของวาทกรรมอื่นอื่น หรือวาทกรรมที่เคยผ่านมาก่อน แต่มีความสัมพันธ์กับตัวบท (Text) ที่ต้องการศึกษาตัวบท (Text) อันนี้ มีผลต่อการตีความ

7. Participants คือ ความต้องการของผู้ร่วมทำการสื่อสารที่ต้องการมีส่วนร่วมในวาทกรรมรวมทั้งความเชื่อ ความรู้ และทัศนคติ ที่มีต่อวาทกรรมนั้น ๆ

8. Function คือ หน้าที่ของวาทกรรมนั้นทำหน้าที่อะไร เช่น การได้ความรู้หรือข้อมูลใหม่ ๆ การเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ เป็นต้น

ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร (2542) ได้อธิบายการวิเคราะห์วาทกรรมเพิ่มเติมว่า มนุษย์หรือผู้พูดเป็นเพียง “ร่างทรง” หรือผู้ที่กระทำตาม ตอกย้ำ ผลิตซ้ำ (Enact) กฎเกณฑ์ของสิ่งที่พูดมากกว่าคิดค้นหรือสรรสร้างระบบและกฎเกณฑ์ใหม่ขึ้นมา เพราะถ้าเป็นแบบหลัง ก็สื่อสารกับคนในวงการไม่รู้เรื่อง กล่าวอีกนัยหนึ่ง ผู้พูดสามารถพูดได้ภายใต้กรอบของวาทกรรมว่าด้วยเรื่องนั้น ๆ เท่านั้น ฉะนั้นวาทกรรมจึงเป็นตัวกำหนดกฎเกณฑ์ว่าใครจะเป็นผู้พูด พูดอะไร พูดเมื่อไหร่ และพูดอย่างไร ประโยคเดียวกันถ้าหากพูดโดยบุคคลที่มีฐานะทางสังคมแตกต่างกัน ต่างโอกาส ต่างสถานที่จะไม่เหมือนกัน

ในการวิเคราะห์วาทกรรม มิได้ให้ความสำคัญแค่การพิจารณาว่า วาทกรรมนั้นจริงหรือเท็จ แต่ความสนใจกลับอยู่ที่กฎเกณฑ์ชุดหนึ่งที่เป็นตัวกำกับให้การพูดนั้น ๆ เป็นไปได้ มากกว่าเรื่องเท็จหรือจริง กฎเกณฑ์เหล่านี้อยู่ในตัววาทกรรม อยู่ในภาคปฏิบัติการจริงของวาทกรรม ไม่ใช่อยู่นอกวาทกรรม กระบวนการหรือขั้นตอนในการวิเคราะห์วาทกรรมนั้น ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร (2542) อธิบายว่าจะเริ่มต้นด้วยคำถามที่ดูเหมือนง่ายและมีความเป็นรูปธรรมสูงกว่า อะไรคือสิ่งที่กำลังพูดถึง และศึกษา หรือ วาทกรรมของสิ่งนั้นคืออะไร เป็นต้น การตั้งคำถามนี้จะดูเรียบง่ายว่าสิ่งนั้น ๆ คืออะไร เพื่อค้นหาวาทกรรมและภาคปฏิบัติการของวาทกรรมว่าด้วยเรื่องนั้น ๆ เพราะนอกจากจะทำให้เรามองเห็นความสัมพันธ์เชิงอำนาจในสังคมนั้นดำรงอยู่แล้ว ก็ยังทำให้เราเห็นถึงความลึกลับเปลี่ยนแปลงมากกว่าความเป็นเอกภาพแน่นอนตายตัวของสรรพสิ่งต่าง ๆ ในสังคม ด้วยว่าเป็นเพียงผลผลิตของวาทกรรมชุดหนึ่งเท่านั้น ในขั้นตอนต่อไปก็จะศึกษาว่าสิ่งที่ว่านั้นมีหน้าที่และบทบาท

อย่างไรในสังคม กล่าวคือ เป็นการศึกษากฎปฏิบัติจริงของวาทกรรมในเรื่องดังกล่าว เพราะจะช่วยให้ทราบถึงหรือโยงใยเครือข่ายของสภาพสังคมที่วาทกรรมชุดนั้นดำรงอยู่ว่ามีรายละเอียดอย่างไร

Norman Fairclough (1995) (อ้างใน อวยชัย สังสนา, 2544) ได้เสนอความเห็นเกี่ยวกับการวิเคราะห์วาทกรรมสื่อ (Analysis of Media Discourse) ไว้ว่า สิ่งที่จะต้องคำนึงถึงหรือเป็นประเด็นในการวิเคราะห์ ประกอบด้วยหลักใหญ่ ๆ ดังนี้

1. การวิเคราะห์วาทกรรมสื่อจะต้องศึกษาถึงขอบเขตของการเปลี่ยนทางด้านสังคมและวัฒนธรรมว่ามีมากน้อยขนาดไหน กล่าวคือ เมื่อวาทกรรมเปลี่ยนไป บริบททางด้านวัฒนธรรมและสังคมเปลี่ยนไปมากน้อยขนาดไหน ในประเด็นนี้มองว่าวาทกรรมมีผลต่อสังคม
2. ในการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อ จะต้องรวบรวมรายละเอียดทางด้านภาษาของเนื้อหา และแก่นของเนื้อหา ตลอดจนการวิเคราะห์ภาพที่ปรากฏและเสียงประกอบ
3. การวิเคราะห์เนื้อหาควรจะต้องดำเนินการวิเคราะห์กระบวนการผลิตของเนื้อหา และการใช้ประโยชน์หรือการบริโภค ซึ่งหมายถึงจุดประสงค์ของวาทกรรมของสื่อ นั้น ๆ
4. การวิเคราะห์เนื้อหา ควรจะต้องทำการวิเคราะห์บริบททางด้านสังคมและวัฒนธรรม ตลอดจนสถาบันหรือองค์กรต่าง ๆ ทั้งนี้ โดยรวมถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจและอำนาจโดยตรง
5. การวิเคราะห์เนื้อหา ต้องรวมไปถึงการวิเคราะห์เชิงภาษาศาสตร์และการวิเคราะห์ระหว่างบทหรือเนื้อหาอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นก่อนหน้า หรือบทที่อยู่ในอาณาบริเวณใกล้เคียง ที่มีส่วนส่งเสริมเนื้อหาหลักด้วย ตลอดจนวิเคราะห์ในเรื่องของชนิดและตัววาทกรรม โดยจะต้องเข้าใจบทว่าประกอบไปด้วยชนิดและตัววาทกรรมอื่น และการปะปนผสมกันดังกล่าว เกิดจากความหลากหลายทางภาษาศาสตร์
6. การวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงภาษาศาสตร์ จะต้องทราบว่าเกี่ยวข้องกับหน้าที่หลายอย่าง และจะประกอบไปด้วยความสัมพันธ์และความเป็นเอกเทศที่ต้องเกิดแนบเนื่องกับเนื้อหา และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจะเป็นไปอย่างมีความสำคัญต่อกัน
7. การวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงภาษาศาสตร์ จะต้องวิเคราะห์ในหลายระดับ อาทิ ในระดับคำ คำศัพท์ หลักไวยากรณ์ หรือโครงสร้างหลัก

8. การวิเคราะห์เนื้อหาต้องเข้าใจว่า เนื้อหากับสังคมและวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่แยกกันไม่ออก กล่าวคือ เนื้อหาถูกผลิตขึ้นตามวัฒนธรรมและสังคม แต่ในขณะเดียวกัน เนื้อหาก็ประกอบเป็น หรือสะท้อนถึงสังคมและวัฒนธรรม

Norman Fairclough (1995) กล่าวว่าวาทกรรมเป็นแนวคิดที่มาจากแนวคิดสังคมศาสตร์และภาษาศาสตร์ โดยวิเคราะห์ตัวภาษาที่ทำให้เกิดการสื่อสารภายในบริบทของสังคม ในด้านการวิเคราะห์ภาษาต้องพิจารณาการใช้ภาษาทั้งวัจนภาษา (ภาษาพูดและภาษาเขียน) อวัจนภาษารวมทั้งการสร้างควมหมายผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ทัศนศิลป์ ภาพยนตร์ ภาพถ่าย (อ้างใน สมภพ กิ่งเงิน, 2541)

สำหรับการวิเคราะห์วาทกรรมสื่อในทัศนะของ Norman นั้น ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการ คือ

1. วิเคราะห์สภาพการณ์ในการสื่อสาร (Analysis of communication events) โดยพิจารณาปัจจัย 3 ประการ คือ

1.1 ตัวบท (Text) ตามความหมายที่ Fairclough เสนอไว้ หมายความว่า ตัวบทที่เป็นภาษาเขียนและภาษาพูด รวมทั้งจะอยู่ในรูปของภาษาพูดทางสื่อวิทยุ หรือที่มีภาพประกอบ อาทิ พุดทางโทรทัศน์

1.2 การปฏิบัติทางวาทกรรม (Discourse practices) ตามที่ Fairclough บรรยายเป็นภาษาอังกฤษว่า Discursive Practices: I mean the process of text production and text consumption หมายความว่า กระบวนการผลิตตัวบทและการนำเอาตัวบทไปใช้ประโยชน์หรือบริโภค ไม่ว่าจะเป็นการวาง กระจาย ส่ง และแสดงตัวบทเหล่านี้ในสถานที่ต่าง ๆ เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

ทั้งนี้ เนื่องจากสภาพสังคมเปลี่ยนแปลงไป กระบวนการสร้างวาทกรรมย่อมเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ดังนั้น เมื่อบริบทเปลี่ยนแปลงไป ตัวบทย่อมเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย การเข้าใจในบริบทจะทำให้เข้าใจตัวบทได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

1.3 บริบทที่เป็นปัจจัยทำให้เกิดวาทกรรม (Sociocultural practice) วิเคราะห์ถึงบริบทที่ส่งผลให้เกิดวาทกรรมบรรษัทภิบาล เช่น ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมือง โนแ่งที่ว่า ตัวบทที่เกิดขึ้นนั้นอยู่ในบริบทใด

2. วิเคราะห์แบบแผนการใช้ภาษา (Analysis the order of discourse)

เป็นการวิเคราะห์วาทกรรมในภาคตามยาวเพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของวาทกรรมบรรษัทภิบาล ในขณะที่การวิเคราะห์สถานการณ์ในการสื่อสาร (Analysis of communication events) เป็น

การวิเคราะห์ในภาคตัดขวางเพื่อศึกษาถึงคุณสมบัติของวาทกรรมว่าอยู่ในลักษณะใด รูปแบบใด โดยแยกออกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

2.1 ความสัมพันธ์แบบตัวเลือก (Choice relation) วิเคราะห์ว่าเหตุใดผู้ทำการสื่อสารถึงเลือกนำเสนอรูปแบบการใช้ภาษาในลักษณะดังกล่าว เพราะสื่อแต่ละประเภทต่างก็มีลักษณะต่างกัน เช่น การเสนอข่าว สารคดี ละคร เกมโชว์ ต่างก็มีลักษณะการใช้ภาษาที่ต่างกัน นำเสนอไม่เหมือนกัน จึงต้องพิจารณาประเด็นนี้ เพราะจะทำให้เข้าใจวาทกรรมมากยิ่งขึ้น

2.2 ความสัมพันธ์แบบโยงใย (Chain relation) วิเคราะห์ว่า สภาพการณ์ในการสื่อสารว่า มีความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ในสื่ออย่างไร เกิดผลกระทบอย่างไร หรือวาทกรรมบริษัทที่สร้างขึ้นมามีความต่อเนื่อง โยงใยซึ่งกันและกันในลักษณะใด หรืออีกนัยหนึ่ง คือ เป็นการหาความสัมพันธ์ที่เกิดในวาทกรรม อาทิ สภาพเศรษฐกิจมีผลก่อให้เกิดเหตุการณ์ในการสื่อสาร

กาญจนา แก้วเทพ (2541) กล่าวว่า คู่ความสัมพันธ์ที่ช่วยให้เห็นความหมายได้ชัดเจนที่สุดคือ ความสัมพันธ์กับคู่ที่ตรงกันข้าม (Binary opposition) หากนำ “ขาว” มาเข้าคู่กับ “ดำ” จึงจะอ่านความหมาย “ขาว” ได้ชัดเจนที่สุด

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์วาทกรรม โดยแจกแจงให้เห็นอุดมการณ์คู่ตรงข้ามที่มีความสัมพันธ์กับอุดมการณ์บริษัท ซึ่งอุดมการณ์ใหม่ที่ถูกนำเสนอสู่สังคม เพื่อให้เห็นถึงความหมายของบริษัทได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งการวิเคราะห์วาทกรรมนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ ระหว่างตัวบท บริบท และกระบวนการสร้างตัวบท ซึ่งผู้ที่เข้าใจบริบทดังกล่าวจำเป็นต้องมีภูมิหลัง หรือมีประสบการณ์ร่วม หรือมีความรู้ในบริบทนั้น ๆ เป็นอย่างดี ซึ่งพบว่าบริบทดังกล่าวนำมาจากสภาพสังคม วัฒนธรรม ในช่วงเวลานั้น ๆ

2. แนวคิด ธรรมาภิบาล และ บริษัทภิบาล

แนวคิด ธรรมาภิบาล (Good Governance)

จากวิกฤตเศรษฐกิจปี 2540 เมื่อประเทศไทยได้กู้ยืมเงินจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) โดยมีเงื่อนไขข้อหนึ่งว่าประเทศไทยจะต้องสร้าง ธรรมาภิบาล ในภาครัฐ และ บริษัทภิบาล ในภาคเอกชน

นวพร เรื่องสกุล สรุปไว้ว่า ภาครัฐใช้คำว่า “ธรรมรัฐ” หรือ “ธรรมาภิบาล” ส่วนภาคเอกชนใช้ “บริษัทภิบาล” หรือ “การกำกับดูแลกิจการ” (นวพร เรื่องสกุล, 2545)

Good Governance มีคำแปลที่หลากหลาย เช่น ธรรมรัฐ ธรรมาภิบาล หลักการบริหารอันเป็นสากล และสุประสาทการ เป็นต้น โดยมีผู้ให้ความหมายคำนี้ ดังนี้

- นายธีรยุทธ บุญมี อาจารย์ประจำคณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา ผู้จุดประกายคำว่า ธรรมรัฐ ได้ให้นิยามความหมายว่า คือ การบริหารการจัดการที่ดีในทุก ๆ ด้าน และทุกระดับ โดยประชาชน ชำระราชการ ผู้บริหารประเทศเป็นหุ้นส่วนกันในการกำหนดชะตากรรมของประเทศ และหมายถึงการมีกติกาที่จะทำให้เกิดความโปร่งใส มีประสิทธิภาพ ความเป็นธรรม ตรวจสอบได้
- ดร.สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์ นิยามธรรมรัฐว่า หมายถึงระบบการบริหารและการเมืองที่ดี นอกจากครอบคลุมตัวระบบแล้ว ยังต้องกำหนดคุณลักษณะของตัวบุคคลหรือผู้นำในทางการเมือง โดยผู้นำทางการเมืองจะต้องสามารถตอบสนองต่อการเรียกร้องของสังคมและมีจริยธรรมในการบริหาร
- ศ.นพ.ประเวศ วะสี ให้ความหมายของคำว่า ธรรมรัฐ ว่า หมายถึง รัฐที่มีความถูกต้องเป็นธรรมใน 3 เรื่องใหญ่ คือ 1.มีการเมืองและระบบราชการที่โปร่งใส 2. มีภาคธุรกิจที่โปร่งใสรับผิดชอบต่อสังคม ถูกตรวจสอบได้ 3. มีสังคมที่เข้มแข็ง (Civil Society) สามารถตรวจสอบภาครัฐและภาคธุรกิจให้ตั้งอยู่ในความถูกต้อง (หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ฉบับวันที่ 26 มีนาคม 2541)
- ธนาคารพัฒนาแห่งเอเชีย อธิบายคำว่า Governance ว่า เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมขององค์กร หรือสถาบันที่เปิดโอกาสให้พลเมืองมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยให้ความสำคัญกับการจัดกระบวนการพัฒนาซึ่งเกี่ยวข้องกับทั้งภาครัฐและเอกชน ธรรมาภิบาล จะมุ่งความสนใจไปที่องค์ประกอบให้เกิดการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ
- หนังสือชื่อ Governance without Government : Order and Change in world politics นั้น ศาสตราจารย์ Ernst-Otto Czempiel อธิบายคำว่า Governance คือ ความสามารถที่จะทำให้งานลุล่วงไปได้โดยไม่ต้องใช้อำนาจทางกฎหมายมาบังคับ (หนังสือพิมพ์มติชน ฉบับวันที่ 29 พฤษภาคม 2541)
- ดร.ฉวีวรรณ สายบัว อาจารย์คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กล่าวว่า ธรรมรัฐ คือ ระบบการควบคุมเชิงการบริหารและปฏิบัติการให้เป็นไปตามความปรารถนาร่วมกันของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) (ประชาชาติธุรกิจ คอลัมน์ทางออก...ทำทุกอย่างต่างไปจากเดิม หัวข้อ หลักการปกครองด้วยสำนึกในความถูกต้องยิ่งร่วมกัน (หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ฉบับวันที่ 16 สิงหาคม 2542)

องค์ประกอบของ ธรรมภิบาล

1. การเพิ่มขีดความสามารถของภาครัฐและรัฐวิสาหกิจให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้ดำรงอยู่ได้ด้วยตัวเองโดยไม่ถึงการอุดหนุนจากภาครัฐ
2. ขจัดการผูกขาดตัดตอนเพื่อให้เกิดการส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันเสรี
3. สร้างมาตรการการป้องปรามการฉ้อราษฎร์บังหลวงอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม
4. การปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ของรัฐบาลทุกระดับต้องมีความโปร่งใสและมีความรับผิดชอบที่อธิบายได้

(กรุงเทพฯ 1 มิถุนายน 2541 คอลัมน์หลักบริหารอันเป็นสากล เรื่อง บรรษัทภิบาล โดย เกียรติศักดิ์ จีระเกียรติ นายกษมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย)

ผลของการมี ธรรมภิบาล

1. ประชาชนจะมีอำนาจมากขึ้น มีส่วนร่วมในความเป็นไปของสังคม สามารถกำหนดชะตากรรมของประเทศไทยได้มากขึ้น จะมีเยื่อใยแห่งความเอื้ออาทรต่อกันและกัน มีจิตวิญญาณแห่งความเสียสละมากยิ่งขึ้น เพราะผู้คนจะมองอะไรที่ไกลไปกว่าผลประโยชน์ของตัวเอง เขาจะมองเห็นปัญหาของส่วนรวม ซึ่งจะคลี่คลายให้เกิดความรู้สึกอยากมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สังคม
2. รัฐบาลจะเล็กลง ระบบการเมืองและราชการไทยแบบอุปถัมภ์จะลดความสำคัญลง เพราะประชาชนมีความเข้มแข็งมากขึ้น ช่วยตัวเองได้ ยืนอยู่บนขาของตัวเองได้ ไม่ต้องพึ่งราชการก็อยู่ได้

(หนังสือพิมพ์มติชน ฉบับวันที่ 29 พฤษภาคม 2541)

แนวคิด บรรษัทภิบาล (Good Corporate Governance)

ราชบัณฑิตยสถาน ได้บัญญัติความหมายของคำว่า บรรษัทภิบาล หมายถึง หลักการบริหารที่ดี ที่มีจริยธรรม คุณธรรม คุณภาพ และความรับผิดชอบต่อสังคม

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ให้ความหมายคำว่า “การกำกับดูแลกิจการที่ดี” คือ ระบบที่จัดให้มีกระบวนการและโครงสร้างของภาวะผู้นำและการควบคุมของกิจการให้มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ด้วยความโปร่งใส และสร้างความสามารถในการแข่งขันเพื่อรักษาเงินทุนและเพิ่มคุณค่าให้กับผู้ถือหุ้นในระยะยาวภายในกรอบการมีจริยธรรมที่ดี โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นและสังคมโดยรวมประกอบ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2543)

“บรรษัทภิบาล, ตามความหมายของสมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย คือ หลักในการบริหารการจัดการธุรกิจทุกประเภททุกขนาดให้เติบโตอย่างมั่นคง ด้วยการสร้างกลไกควบคุมการดำเนินงานขององค์กร ให้เป็นไปอย่างโปร่งใส เกิดความเป็นธรรมต่อผู้ถือหุ้น คณะกรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน คู่ค้า ลูกค้า ตลอดจนรับผิดชอบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม (บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน). “ต้นแบบของบรรษัทภิบาล”. (บทวิทยุรายการตอนที่ 3 : เผยแพร่ระหว่างวันที่ 1-17 เมษายน 2543).

ตามแนวทางของบรรษัทภิบาล คณะกรรมการบริษัท มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการบริหารงาน โดยเป็นผู้กำหนดนโยบาย กลไกการบริหาร และระบบการกำกับดูแล เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามวัตถุประสงค์ที่คณะกรรมการกำหนด อยู่ในแนวทางที่ผู้ถือหุ้นเห็นชอบ ถูกต้องตามกฎหมาย และเป็นไปตามข้อบังคับของบริษัท ทั้งนี้ กรรมการทุกท่านมีอิสระในการแสดงความคิดเห็น โดยมีเจตนาธรมณ์ที่จะกำกับดูแลให้การดำเนินงานของฝ่ายบริหาร เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้องและเที่ยงธรรม (บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน), 2543)

ในต่างประเทศมีการให้ความหมายหลากหลาย ขึ้นอยู่กับกรอบความคิด หรือประเด็นสำคัญที่ต้องการเน้นให้มีการปฏิบัติ เช่น

การกำกับดูแลกิจการ เป็นความสัมพันธ์ต่าง ๆ ระหว่างฝ่ายจัดการ คณะกรรมการ ผู้ถือหุ้นของบริษัท และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น เป็นโครงสร้างซึ่งเป็นกรอบในการสร้างวัตถุประสงค์ของบริษัท และกำหนดวิธีการต่าง ๆ ที่จะให้บรรลุวัตถุประสงค์เหล่านั้น และสอดส่องดูแลผลการปฏิบัติงานของบริษัท (OECD)

การกำกับดูแลที่ดีต้องให้ความมั่นใจว่าฝ่ายจัดการเป็นผู้รับผิดชอบตามหน้าที่ในผลปฏิบัติงานของบริษัท และสินทรัพย์ของบริษัทจะได้รับการดูแลและจัดการเพื่อผลประโยชน์สูงสุดของเจ้าของและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น โดยเปิดโอกาสให้ผู้ซึ่งต้องรับภาระความเสี่ยงมีสิทธิในการควบคุมบริษัทบ้าง (Corporate Governance in APEC December 1998)

ในประเทศญี่ปุ่น การกำกับดูแลกิจการมีความหมายเน้นที่การทำงานของคณะกรรมการซึ่งถูกเลือกตั้งให้ทำการแทนผู้ถือหุ้น กรรมการมีสิทธิที่จะกำกับดูแลบริษัท ตรวจสอบและสอดส่องดูแลการจัดการ เพื่อส่งเสริมให้มีการจัดการที่มีประสิทธิผล และให้มั่นใจว่ามีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ต่อผู้ถือหุ้น ดังนั้น คณะกรรมการจึงเป็นผู้กำกับดูแลขั้นต้นในบริษัทโดยสอดส่องดูแลฝ่ายจัดการ เพื่อให้มั่นใจว่า 1.พยายามสร้างมูลค่าสูงสุดในระยะยาวให้ผู้ถือหุ้น และ 2.พร้อมที่จะมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่สำหรับการกระทำของตนต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหลาย โดยเฉพาะผู้ถือหุ้น



(Corporate Governance Principles – A Japanese View (October 1997) (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2543)

หลักเกณฑ์บรรษัทภิบาล

การดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาลนั้น มีหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินว่า องค์กรนั้น ๆ ได้ดำเนินการตามแนวทางที่กำหนดไว้หรือไม่ ซึ่งการประเมินระดับบรรษัทภิบาลก็มีหลักเกณฑ์ที่แตกต่างกันไป ที่พูดถึงอยู่เสมอ คือ (นวพร เรื่องสกุล. เรื่องเดิม. หน้า 10.)

- การเปิดเผยสารสนเทศให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง
- การกำหนดสิทธิที่เท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้น
- การกำหนดความรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติงานตามหน้าที่อย่างชัดเจน
- โครงสร้างของคณะกรรมการ วิธีการคัดเลือก และองค์ประกอบ

สำหรับสมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย ระบุว่าองค์กรที่มีระบบบริหารที่ถูกหลักบรรษัทภิบาลสากล ต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

1. ยึดหลักความถูกต้องในการปฏิบัติหน้าที่ (Responsibility) การกำหนดภารกิจของแต่ละฝ่ายในองค์กรอย่างชัดเจนว่า ต้องทำอะไร และทำอย่างไร เพื่อช่วยให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่น ไม่เกิดความซ้ำซ้อน ทั้งยังช่วยให้เกิดความโปร่งใสในการปฏิบัติงานยิ่งขึ้น
2. มีความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจและการกระทำของตน (Accountability) การปฏิบัติหน้าที่ด้วยสำนึกรับผิดชอบต่ออย่างแท้จริง แม้บางครั้งอาจไม่ได้บัญญัติไว้เป็นลายลักษณ์อักษร แต่เป็นสิ่งที่ผู้ปฏิบัติงานต้องตระหนักรู้ และพยายามทำให้ดีที่สุดเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์
3. ปฏิบัติต่อทุกฝ่ายอย่างเสมอภาคและยุติธรรม (Equitable Treatment) การวางกฎเกณฑ์หรือระเบียบวิธีต่าง ๆ เพื่อให้บุคลากรแต่ละฝ่ายปฏิบัติต่อผู้เกี่ยวข้องอย่างเท่าเทียมกัน
4. มีความโปร่งใส เปิดเผย และตรวจสอบได้ (Transparent Disclosure) การเปิดเผยข้อมูลต่อผู้มีส่วนได้เสีย อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา
5. มุ่งสร้างคุณค่าของธุรกิจในระยะยาวแก่ผู้มีส่วนได้เสีย (Long-term Value-Added Creation to Stakeholders) การทำธุรกิจแบบมองการณ์ไกล หลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่ไม่จำเป็น เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนและมั่นคง

6. มุ่งส่งเสริมหลักการบริหารอันเป็นเลิศ (Promotion of Best Practice) การส่งเสริมให้การปฏิบัติงานทุกด้านมุ่งไปสู่ความสมบูรณ์แบบ ผลักดันให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องพยายามพัฒนาตนเอง เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศอยู่ตลอดเวลา

การประเมินผลการดำเนินงานด้านบรรษัทภิบาลของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการไทย และ McKinsey & Company ใช้หลักเกณฑ์ 5 ประการ คือ

1. สิทธิของผู้ถือหุ้น (Rights for Shareholders) การมีการบริหารจัดการที่ดีนั้น ควรรักษาสิทธิเบื้องต้นต่าง ๆ ที่ผู้ถือหุ้นควรได้รับ เช่น การมีส่วนร่วม การออกเสียง และการซักถามในที่ประชุม รวมถึงการอนุญาตให้ออกหุ้นเพิ่ม หรือการมีสิทธิออกการมองฉันทะ (Proxy Voting)
2. การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกรายโดยเท่าเทียมกัน (Equitable treatment of Shareholders) บริษัทควรมีการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมต่อผู้ถือหุ้นทุกราย ซึ่งรวมถึงผู้ถือหุ้นรายย่อย และผู้ถือหุ้นต่างชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บริษัทควรแน่ใจว่าผู้ถือหุ้นประเภทเดียวกันจะได้รับสิทธิการออกเสียงที่เท่ากัน
3. การคำนึงถึงบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ (Role of Stakeholders) บริษัทควรให้ความสำคัญร่วมมืออย่างดีต่อผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย อาทิ พนักงาน ลูกค้า และชุมชนท้องถิ่น เพื่อสร้างการจ้างงาน และลดผลกระทบทางลบใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นต่อชุมชน เช่น การทำลายสิ่งแวดล้อม
4. การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส (Disclosure and Transparency) บริษัทจำเป็นต้องเปิดเผยข้อมูลอย่างถูกต้อง และในเวลาที่เหมาะสม ให้ผู้ถือหุ้นได้รับทราบเกี่ยวกับประเด็นสำคัญๆ ต่าง ๆ ของบริษัท
5. ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ (Board Responsibilities) บริษัทควรมีกลไกที่สนับสนุนการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพของคณะกรรมการ และดำรงไว้ซึ่งความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการที่มีต่อบริษัทและผู้ถือหุ้น

หลักการกำกับดูแลกิจการ 15 ข้อ ของตลาดหลักทรัพย์

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้จัดทำและเผยแพร่รายงานการกำกับดูแลกิจการฉบับปรับปรุง สิงหาคม 2544 ซึ่งนำเสนอหลักการที่คาดหวังให้บริษัทปฏิบัติตาม 40 ข้อ แต่เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นให้บริษัทมีการนำแนวทางดังกล่าวไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ตลาดหลักทรัพย์จึงได้เลือกหลักการของการกำกับดูแลกิจการที่ดี จำนวน 15 ข้อ เพื่อให้บริษัทสามารถนำไปปฏิบัติในขั้นเริ่มแรก

ดังนี้ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. “หลักการการกำกับดูแลกิจการที่ดี”. เอกสารประกอบการรายงานของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2545. หน้า 1-10.)

1. ให้คณะกรรมการกำหนดนโยบาย และหลักการการกำกับดูแลกิจการของบริษัทไว้เป็นลายลักษณ์อักษร
2. ให้ดำเนินการโดยคำนึงถึงสิทธิและความเท่าเทียมกันของผู้ถือหุ้น
3. ให้รับรู้ถึงสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ นอกเหนือจากผู้ถือหุ้น และคว่ำสิทธิดังกล่าวได้รับการคุ้มครองและปฏิบัติด้วยดี
4. ให้จัดการประชุมผู้ถือหุ้น โดยจัดสรรเวลาให้ผู้ถือหุ้นได้มีโอกาสแสดงความเห็นและตั้งคำถาม โดยกรรมการทุกคน โดยเฉพาะประธานคณะกรรมการชุดต่าง ๆ ควรเข้าประชุมเพื่อตอบคำถาม
5. คณะกรรมการควรมีภาวะผู้นำ วิสัยทัศน์ และมีความเป็นอิสระในการตัดสินใจ เพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัท และผู้ถือหุ้นโดยรวม
6. ผู้ถือหุ้น คณะกรรมการและฝ่ายจัดการ ควรจัดปัญหาความขัดแย้งทางผลประโยชน์อย่างรอบคอบ
7. ส่งเสริมให้จัดทำแนวทางเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจ เพื่อให้กรรมการและลูกจ้างทุกคนได้รับทราบ
8. ควรมีการถ่วงดุลของจำนวนกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร โดยเสนอว่า การมีกรรมการอิสระไม่น้อยกว่า 1 ใน 3 ของจำนวนกรรมการทั้งหมดเป็นเรื่องที่เป็นประโยชน์
9. ควรมีการแยกหรือกำหนดหน้าที่ของประธาน ของกรรมการ หรือของผู้จัดการให้มีความชัดเจน โดยระวังมิให้คนใดคนหนึ่งมีอำนาจโดยไม่จำกัด
10. กำหนดค่าตอบแทนของกรรมการ และผู้บริหารให้เหมาะสมต่อหน้าที่และความรับผิดชอบ โดยกำหนดวิธีการอนุมัติค่าตอบแทนที่เหมาะสมรัดกุมด้วย
11. กำหนดการประชุมคณะกรรมการไว้ล่วงหน้า จัดเวลาการประชุมให้เพียงพอ และเปิดเผยการเข้าหรือขาดประชุมของกรรมการแต่ละท่านไว้ในรายงานประจำปีด้วย
12. กำหนดให้มีคณะกรรมการชุดต่าง ๆ เพื่อกลั่นกรองงานให้คณะกรรมการ โดยเฉพาะควรมีคณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการค่าตอบแทน
13. จัดให้มีระบบควบคุม และการตรวจสอบภายใน เพื่อเสริมสร้างการกำกับดูแลกิจการ ป้องกันความเสี่ยง และให้ความสำคัญกับรายการผิดปกติ และสัญญาณเตือนภัยที่อาจเกิดขึ้น

14. จัดให้มีการรายงานของคณะกรรมการ ระบุถึงความรับผิดชอบของคณะกรรมการ ในการจัดทำรายงานทางการเงิน โดยแสดงไว้ในรายงานประจำปี
15. ดูแลให้มั่นใจว่า บริษัทเปิดเผยสารสนเทศที่สำคัญของบริษัทอย่างถูกต้อง ตรง เวลา และโปร่งใส โดยควรจัดให้มีผู้รับผิดชอบงานเกี่ยวกับ “ผู้ลงทุนสัมพันธ์” (Investor Relation)

สรุปแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์การสื่อสารเพื่อสร้างวาทกรรมบรรษัทภิบาล ซึ่งเป็นการวิเคราะห์วาทกรรมในสื่อหลากหลายประเภทที่มีลักษณะต่างกันมาใช้ในการสื่อสาร จำเป็นต้องนำแนวคิดเรื่องวาทกรรม และแนวคิดเรื่องบรรษัทภิบาลมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา โดยวิเคราะห์ตัวบทในสื่อแต่ละประเภทในด้านการสร้างความหมายหลักบรรษัทภิบาลที่สื่อออกมา และเนื่องจากเป็นอุดมการณ์ที่ให้นำเสนอผู้สังคมจึงจำเป็นต้องเปรียบเทียบให้เห็นอุดมการณ์เดิมคู่ตรงข้ามที่มีอยู่ในสังคม หลังจากนั้นจึงนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ตัวบทในส่วนนี้มาวิเคราะห์ถึงกระบวนการสร้างตัวบท และความสัมพันธ์ระหว่างตัวบท และบริบท ว่ามีลักษณะใด รูปแบบใด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยด้านการวิเคราะห์วาทกรรม

วิทยานิพนธ์ เรื่อง “กระบวนการสร้างและประสิทธิผลของวาทกรรมภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคม” โดยนายสมภพ กิ่งเงิน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปี 2541 ซึ่งพบว่า วาทกรรมภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคมขององค์กรทั้ง 9 กลุ่มที่ศึกษา มีลักษณะ รูปแบบ กระบวนการสร้างในทิศทางเดียวกัน และเนื้อหาของวาทกรรมภาพยนตร์โฆษณาดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับบริบทซึ่งเป็นเรื่องสาธารณะที่อยู่ในกระแสสังคม ณ ช่วงเวลานั้น

งานวิจัยทางด้านบรรษัทภิบาล

เอกสารวิจัยส่วนบุคคล เรื่อง “ความรู้ความเข้าใจในการบริหารองค์กรตามหลักบรรษัทภิบาลของนักธุรกิจไทย” โดยนางมัทนา เหลืองนาคทองดี วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ ปี 2545 พบว่า ผู้บริหารระดับสูงมีความรู้ความเข้าใจเรื่องบรรษัทภิบาลมากกว่าผู้บริหารระดับกลาง ผู้บริหารส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบรรษัทภิบาลจากสื่อต่าง ๆ ค่อนข้างน้อย ผู้บริหารมีทัศนคติที่ดีต่อการนำหลักบรรษัทภิบาลมาใช้ในองค์กร โดยเชื่อมั่นว่าจะทำให้ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กรดีขึ้น