

บทที่ 6

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง “การใช้สื่อรณรงค์ต่อต้านการทุจริตของสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ ปีพุทธศักราช 2542-2553” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัยใน 2 ประเด็น ได้แก่ ศึกษาสถานภาพการใช้สื่อรณรงค์ต่อต้านการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช. และศึกษาความสอดคล้องของสื่อรณรงค์ต่อต้านการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช. กับนโยบายด้านการป้องกันการทุจริตของคณะกรรมการ ป.ป.ช.

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ลักษณะการวิจัยเชิงประวัติศาสตร์ ใช้เทคนิควิธีวิจัยด้วยวิธีการวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) จากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารรณรงค์ต่อต้านการทุจริต ของสำนักงาน ป.ป.ช. และจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-dept Interview) บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการ อาทิ ผู้ปฏิบัติและผู้กำหนดนโยบาย (Policy Maker) ประกอบกับการสัมภาษณ์เจาะลึกในลักษณะการประเมินคุณค่าจากผู้เชี่ยวชาญ (Professional Judgement) ของกลุ่มนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญชำนาญการในวิชาชีพการผลิตสื่อ เพื่อศึกษาสถานภาพการใช้สื่อรณรงค์ต่อต้านการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช. ระหว่างปี พ.ศ. 2542-2553 รวมถึงศึกษาความสอดคล้องระหว่างสื่อรณรงค์ดังกล่าวกับนโยบายด้านการป้องกันการทุจริตของคณะกรรมการ ป.ป.ช.

ในส่วนของผลการวิจัยนั้น ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลเป็น 3 ส่วน คือ การบริหารการสื่อสารรณรงค์ต่อต้านการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช. สถานภาพสื่อรณรงค์ต่อต้านการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช. และบทวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างนโยบายด้านการป้องกันการทุจริตของคณะกรรมการ ป.ป.ช. กับสื่อรณรงค์ต่อต้านการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช. โดยใช้แหล่งข้อมูลประเภทเอกสารเป็นหลัก และใช้แหล่งข้อมูลประเภทบุคคลในการเสริมและหรือยืนยันความถูกต้องของข้อมูล รวมทั้งใช้ในการวิเคราะห์ประเมินความสอดคล้อง นำเสนอโดยวิธีวิเคราะห์เชิงพรรณนา

จากการเก็บข้อมูลและการนำเสนอผลการวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยได้สรุปและอภิปรายผลตามปัญหำการวิจัย รวมทั้งให้ข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งช่วงการศึกษาเป็น 4 ช่วง เพื่อความชัดเจนและง่ายต่อการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ช่วงการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ชุดที่ 1 มีระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 25 เมษายน 2542-31 มีนาคม 2547
2. ช่วงการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ชุดที่ 2 มีระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2547-30 พฤษภาคม 2548
3. ช่วงไม่มีคณะกรรมการ ป.ป.ช. ในตำแหน่ง มีระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 31 พฤษภาคม 2548-21 กันยายน 2549
4. ช่วงการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ชุดที่ 3 มีระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 22 กันยายน 2549-ปัจจุบัน (ปี พ.ศ. 2553 ตามขอบเขตการวิจัย)

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ตามประเด็นการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. การบริหารการสื่อสารรณรงค์ต่อต้านการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช.

ผลการศึกษาวิเคราะห์รูปแบบการบริหารการสื่อสารรณรงค์พบว่า มีลักษณะการบริหารการสื่อสารเป็นการเสนอจากฝ่ายปฏิบัติการ อันมีบุคลากรเจ้าหน้าที่สังกัดสำนักงาน ป.ป.ช. ในภารกิจด้านการป้องกัน นำเสนอประเด็น แนวทาง และกรอบนโยบายผ่านตามสายบังคับบัญชาในสำนักงาน ป.ป.ช. เข้าสู่คณะอนุกรรมการด้านการป้องกันการทุจริตเพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบ ให้คำปรึกษาและกรั่นกรอง ก่อนนำเสนอต่อคณะกรรมการ ป.ป.ช. เพื่อกำหนดเป็นนโยบายและบังคับใช้ต่อไป เป็นลักษณะของการบริหารที่เป็นการนำเสนอจากกระตือรือร้นสู่การพิจารณาในระดับนโยบาย (Bottom Up) ปรากฏโดยรวมในช่วงการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ชุดที่ 1 และชุดที่ 3 สำหรับช่วงการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ชุดที่ 2 พบว่า ขณะนั้นผู้กำหนดนโยบาย อันได้แก่คณะกรรมการ ป.ป.ช. ชุดที่ 2 ต้องการเร่งดำเนินการด้านการปราบปรามการทุจริต และสั่งการให้ส่วนสำนักงานในภารกิจด้านการป้องกันการทุจริตดำเนินการศึกษาทบทวนการดำเนินงานที่ผ่านมา ประกอบกับระยะเวลาในการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ชุดที่ 2 สั้น ทำให้เกิดกรอบแนวทางการสื่อสารรณรงค์ต่อต้านการทุจริตที่ปรากฏเป็นในรูปแบบการใช้กรอบแนวทางเดิมที่เป็นบทบัญญัติทางกฎหมาย และกรอบแนวทางเดิมที่ใช้ในช่วงของการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ชุดที่ 1 แต่ทั้งนี้พบว่าในช่วงดังกล่าวคณะกรรมการ ป.ป.ช. ชุดที่ 2 ปรากฏการสั่งการให้ดำเนินการเกี่ยวกับการรณรงค์ต่อต้านการทุจริตในรูปแบบของการสั่งการโดยตรงสู่ฝ่ายปฏิบัติ ไม่มีการผ่านคณะอนุกรรมการ เนื่องจากคณะกรรมการ ป.ป.ช. ชุดที่ 2 ได้มีการแต่งตั้งคณะอนุกรรมการด้านการป้องกันการทุจริตเพียง 2 คณะ ซึ่งเป็นคณะอนุกรรมการด้านเสริมสร้าง การมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐ สำหรับคณะอนุกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์และคณะอนุกรรมการเสริมสร้างทัศนคติค่านิยมในความซื่อสัตย์สุจริตนั้น ไม่ปรากฏ ลักษณะของการสั่งการโดยตรงดังกล่าวทำให้เกิดรูปแบบของการบริหารนโยบายจากผู้กำหนดนโยบายสู่ผู้ปฏิบัติโดยตรง (Top Down)

อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาพบว่าในช่วงตั้งแต่วันที่ 31 พฤษภาคม 2548-21 กันยายน 2549 ซึ่งเป็นช่วงไม่มีคณะกรรมการ ป.ป.ช. ในตำแหน่ง ไม่ปรากฏการแต่งตั้งคณะกรรมการ เพราะคณะกรรมการต้องมาจากการแต่งตั้งของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย รูปแบบการสั่งการหรือการบริหารนโยบายก็ไม่ปรากฏเนื่องจากไม่มีผู้กำหนดนโยบาย การดำเนินงานส่วนใหญ่ของสำนักงาน ป.ป.ช. ต้องหยุดชะงักตามการตีความของบทบัญญัติแห่งกฎหมาย

อนึ่ง ในประเด็นแนวทางการสื่อสารหลักตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2553 พบว่า มีการใช้กรอบแนวทางตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายที่เป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ ป.ป.ช. มาโดยตลอด สำหรับกรอบแนวทางที่เป็นลักษณะของแผนยุทธศาสตร์ก็ปรากฏการนำไปปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะแผนยุทธศาสตร์สำนักงาน ป.ป.ช. ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2546-2550) ที่มีการบังคับใช้ตั้งแต่ช่วงการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ชุดที่ 1 ชุดที่ 2 ช่วงไม่มีคณะกรรมการ ป.ป.ช. ในตำแหน่ง และช่วงต้นของการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ชุดที่ 3 อีกทั้ง ผลการวิจัยพบว่าในช่วงต้นของการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ชุดที่ 3 มีการขยายระยะเวลาของการบังคับใช้แผนยุทธศาสตร์สำนักงาน ป.ป.ช. ฉบับที่ 1 ถึงปี พ.ศ. 2551 ต่อจากนั้นก็มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์สำนักงาน ป.ป.ช. ฉบับที่ 2 และยุทธศาสตร์ชาติว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริต และแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ป้องกันและปราบปรามการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช. ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2553-2555)

ผลการวิจัยวิเคราะห์ข้อมูลได้ว่าแนวทางการสื่อสารณรงค์ของสำนักงาน ป.ป.ช. มีวิวัฒนาการและมีจุดเปลี่ยน โดยที่ผ่านมามีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2546 เป็นการใช้นโยบายการสื่อสารณรงค์ในกรอบแนวทางตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย หลังจากนั้นก็มีพัฒนาการเป็นระดับการกำหนดแนวทางเชิงยุทธศาสตร์สำนักงาน แต่เนื้อหาปรากฏโดยรวมทั้งภารกิจด้านการป้องกันการทุจริต, การปราบปรามการทุจริต, การตรวจสอบทรัพย์สิน และการบริหารจัดการองค์กร โดยแนวทางนี้มีปรากฏตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2551 หลังจากนั้นก็พัฒนาสู่การกำหนดแผนยุทธศาสตร์ชาติที่เป็นภาพความร่วมมือของทุกภาคส่วนในสังคมเพื่อป้องกันและปราบปรามการทุจริต ในขณะที่ยุทธศาสตร์สำนักงาน ฉบับที่ 2 ก็ดำเนินการต่อเนื่องจากฉบับที่ 1 โดยฉบับที่ 2 จะเป็นการเสริมและขยายเนื้อหาของยุทธศาสตร์ชาติในรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับสำนักงาน ป.ป.ช. เป็นการเฉพาะ ท้ายที่สุดในปี พ.ศ. 2553 สำนักงาน ป.ป.ช. ได้จัดทำแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ อันเป็นแผนแม่บทที่มีลักษณะการเจาะจงในเนื้อหาเฉพาะด้าน มีการกำหนดรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ต่อต้านการทุจริตที่เป็นรูปธรรมขึ้นครั้งแรก ในรอบกว่า 10 ปีที่ผ่านมาของสำนักงาน ป.ป.ช.

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยข้างต้นจึงสรุปถึงการให้ความสำคัญกับแนวทางการสื่อสารณรงค์ต่อต้านการทุจริตของคณะกรรมการ ป.ป.ช. และสำนักงาน ป.ป.ช. ปรากฏตั้งแต่ระยะเริ่มต้นที่มีการเกิดขึ้นของคณะกรรมการ ป.ป.ช. และระยะเริ่มต้นของการก่อตั้งสำนักงาน ป.ป.ช. โดยปรากฏการให้ความสำคัญในลักษณะที่แตกต่างกันตามยุคตามสมัยและบริบททางกฎหมาย สังคม วัฒนธรรม และการเมือง

2. สถานภาพการใช้สื่อรณรงค์ต่อต้านการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช.

สถานภาพการใช้สื่อรณรงค์ต่อต้านการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช. ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2553 พบว่า ตลอดระยะเวลา 11 ปี ปรากฏเนื้อหาการสื่อสารหลัก (Key Message) จำนวน 9 แนวทาง จำแนกตามการแบ่งช่วงเวลาของการศึกษาครั้งนี้ ดังนี้

1. ช่วงการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ชุดที่ 1 ปรากฏเนื้อหาการสื่อสารหลัก จำนวน 2 แนวทาง ได้แก่ "มือสะอาด ชาติไม่ล่ม" และ "ตรงเวลา รักษาวินัย ด้านภัยคอร์รัปชัน"
2. ช่วงการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ชุดที่ 2 ปรากฏเนื้อหาการสื่อสารหลัก จำนวน 2 แนวทาง ได้แก่ "มือสะอาด ชาติไม่ล่ม" และ "รวมพลังไทยทั้งชาติ ประกาศล้างคอร์รัปชัน"
3. ช่วงไม่มีคณะกรรมการ ป.ป.ช. ในตำแหน่ง ปรากฏเนื้อหาการสื่อสารหลัก จำนวน 3 แนวทาง ได้แก่ "มือสะอาด ชาติไม่ล่ม", "ตรงเวลา รักษาวินัย ด้านภัยคอร์รัปชัน" และ "คอร์รัปชันกัดกินอนาคต เราไม่ยอมมีส่วนร่วม"
4. ช่วงการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ชุดที่ 3 ปรากฏเนื้อหาการสื่อสารหลัก จำนวน 9 แนวทาง ได้แก่ "มือสะอาด ชาติไม่ล่ม", "ตรงเวลา รักษาวินัย ด้านภัยคอร์รัปชัน", "รวมพลังไทยทั้งชาติ ประกาศล้างคอร์รัปชัน", "ล้างทุจริตให้สิ้นแผ่นดินไทย เพื่อเทิดไท้องค์ราชัน", "คอร์รัปชันกัดกินอนาคต เราไม่ยอมมีส่วนร่วม", "ยอมไหม ถ้าใครจะโกง", "ช่อสะอาด", "เป็นหู เป็นตา" และ "คุณธรรม นำธุรกิจ"

ทั้งนี้ ในการวิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสารรณรงค์ต่อต้านการทุจริตทั้ง 9 เนื้อหาการสื่อสารหลักของสำนักงาน ป.ป.ช. ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2553 ผลการศึกษาปรากฏ ดังนี้

1. การวิเคราะห์เป้าหมาย : เนื้อหาการสื่อสารหลักส่วนใหญ่จะกำหนดเป้าหมายที่เป็นเป้าหมายระดับโครงสร้าง เป็นการผลักดันให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคลให้มีความซื่อสัตย์ สุจริต ต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน อีกทั้งพบว่าเป็นแนวทางการรณรงค์สร้างกระแสความตื่นตัวของชุมชน เป็นการผลักดันในภาพรวมเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างของระบบสังคม นอกจากนี้ ผลการวิจัยพบเพียงเนื้อหาการสื่อสารหลักในช่วงการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ชุดที่ 3 ในชุด "ยอมไหม ถ้าใครจะโกง" และ "เป็นหู เป็นตา" ที่มีการกำหนดเป้าหมายระดับบุคคล โดยกระตุ้นให้เกิดความตื่นกลัวต่อปัญหา สร้างความรู้สึกหวงแหนต่อการกระทำที่เบียดผลประโยชน์ส่วนรวม มีการกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมต่อต้านการทุจริต และดูแลรักษาผลประโยชน์ของประเทศชาติ

2. การวิเคราะห์วัตถุประสงค์ : เนื้อหาการสื่อสารหลักส่วนใหญ่กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อนำมาให้กระทำตามและเพื่อระดมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเป็นหลัก สำหรับวัตถุประสงค์ที่เป็นการแจ้งข่าวสารนั้นปรากฏในสื่อรณรงค์ต่อต้านการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช. น้อยมาก นอกจากนี้ยังพบว่า การกำหนดวัตถุประสงค์ดังกล่าวเป็นการกำหนดระดับสถานะของการเปลี่ยนแปลงในเชิงพฤติกรรมที่มุ่งวัตถุประสงค์ในระดับการเรียนรู้ของปัจเจกบุคคลไปจนถึงการเปลี่ยนแปลงในแง่โครงสร้างของระบบสังคม โดยมีผู้รับประโยชน์จากการสื่อสารรณรงค์ คือ สังคมและประเทศชาติ อีกทั้งยังประโยชน์ต่อสมาชิกทั้งหมดในสังคม

3. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย : เนื้อหาการสื่อสารหลักส่วนใหญ่กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะกว้าง เป็นประชากรหรือสมาชิกทั้งหมดในสังคม มีการจำเพาะบ้างในส่วนของผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมืองและเจ้าหน้าที่ของรัฐ, เยาวชนและบุคลากรทางการศึกษา และสื่อมวลชน อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์สื่อภายใต้เนื้อหาการสื่อสารหลักทั้ง 9 แนวทาง พบว่า มีสื่อกิจกรรมและสื่อผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเยาวชนและบุคลากรทางการศึกษาจำนวนมาก สำหรับการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลักษณะการเจาะจงเฉพาะกลุ่ม พบเพียง 1 เนื้อหาการสื่อสารหลัก คือ "คุณธรรมนำธุรกิจ" ซึ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะในภาครัฐวิสาหกิจและธุรกิจเอกชน นอกจากนี้การวิจัยพบเพิ่มเติมว่ากลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์ต่อต้านการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช. ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากกว่ากลุ่มเป้าหมายที่ต้องการให้เป็นแนวร่วม

4. การวิเคราะห์ข้อมูลหรือประเด็นในการรณรงค์ : เนื้อหาการสื่อสารหลักส่วนใหญ่จะเป็นการให้ข้อมูลหรือประเด็นที่เป็นข้อมูลระดับพื้นฐาน เน้นการนำเสนอเชิงแนวปฏิบัติตนของกลุ่มเป้าหมาย สะท้อนสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น สำหรับข้อมูลเชิงลึกอย่างผลการศึกษาวิจัยนั้นได้นำมาใช้เป็นประเด็นข้อมูลน้อยมาก

5. การวิเคราะห์ช่องทางการสื่อสาร : ผลการศึกษาพบว่า 9 เนื้อหาการสื่อสารหลักในช่วง ปี พ.ศ. 2542-2553 มีการใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งช่องทางการสื่อสารที่เป็นสื่อของสำนักงาน ป.ป.ช. และช่องทางการสื่อสารมวลชน พบการนำเนื้อหาการสื่อสารไปประยุกต์ใช้ในทุกลูกสื่อที่มีอยู่ในรูปแบบที่เหมาะสมกับช่องทางการสื่อสาร ทั้งนี้ การวิเคราะห์โดยรวมพบว่า ช่องทางการสื่อสารที่ใช้ส่วนใหญ่จะเป็นสื่อประเภทกิจกรรมมากกว่าสื่อมวลชน นอกจากนี้ผลการวิจัยพบเพิ่มเติมว่ามีการใช้สื่อตามบริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่พัฒนาพร้อมกับเทคโนโลยีการสื่อสาร โดยปรากฏการใช้สื่อประเภทสังคมออนไลน์ (Social Network) กับเนื้อหาการสื่อสารหลัก ชุด "ข้อสะอาด" ที่พบครั้งแรกในช่วงการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ชุดที่ 3 ในมุมมองทิศทางเดียวกันพบว่า สื่อในช่วงการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ชุดที่ 1 บางสื่อเผยแพร่ในช่องทางการสื่อสารที่เป็นที่นิยมขณะนั้นแต่ปัจจุบันไม่พบการใช้สื่อดังกล่าว ตัวอย่างเช่น การผลิตเทปคาสเซ็ทจะพบในช่วงของการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ชุดที่ 1 หลังจากนั้นในระยะหลังโดยเฉพาะช่วงการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ชุดที่ 3 จะไม่ปรากฏสื่อประเภทดังกล่าวเลย เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและบริบททางสังคมวัฒนธรรมปัจจุบันไม่ใช้ช่องทางการสื่อสารดังกล่าวแล้ว ประกอบกับมีสื่อประเภทใหม่มาแทนที่ เช่น ซีดี และดีวีดี เป็นต้น

6. การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสาร : ผลการศึกษาจำแนกการวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารเป็น 2 ประเด็นหลัก ได้แก่ กลยุทธ์ด้านเนื้อหาสารและกลยุทธ์ด้านการใช้สื่อ ทั้งนี้ จากการศึกษาวิเคราะห์ภาพรวมของเนื้อหาการสื่อสารหลัก 9 แนวทาง ปรากฏผลการศึกษา ดังนี้

6.1 กลยุทธ์ด้านเนื้อหาสาร : เนื้อหาการสื่อสารหลักส่วนใหญ่พบว่ามีกำหนดแก่นหลัก (Theme) ที่หลากหลาย ในมุมมองที่เป็นภาพรวมของสื่อรณรงค์ต่อต้านการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช. ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2553 ผลการวิจัยพบว่าในบางปีมีการนำเนื้อหาการสื่อสารหลักหลายแนวทางรณรงค์ในช่วงเวลาเดียวกัน ตัวอย่างเช่น ในปี พ.ศ. 2551 พบการผลิตและเผยแพร่สื่อภายใต้เนื้อหาการสื่อสารหลักถึง 6 แนวทาง ได้แก่ "มือสะอาด ชาติไม่ล่ม", "รวมพลังไทยทั้งชาติ ประกาศล้างคอร์รัปชัน", "ล้างทุจริตให้สิ้นแผ่นดินไทย เพื่อเกิดไท่ทองคำรัช", "คอร์รัปชันกัดกินอนาคต เราไม่ยอมมีส่วนร่วม" "ยอมไหม ถ้าใครจะโกง" และ"ซ่อสะอาด" ในขณะเดียวกันผลการวิจัยพบเพิ่มเติมว่า บางเนื้อหาการสื่อสารหลักก็มีการผลิตและเผยแพร่สื่อที่เป็นแนวทางและมีเอกภาพในองค์ประกอบด้านภาพและการใช้สี เช่น เนื้อหาการสื่อสารหลัก "ยอมไหม ถ้าใครจะโกง", "ซ่อสะอาด", "เป็นหู เป็นตา" และ"คุณธรรม นำธุรกิจ" ซึ่งทั้งหมดล้วนเป็นแนวทางการสื่อสารหลักในช่วงหลังของขอบเขตการวิจัยที่อยู่ในช่วงการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ชุดที่ 3 สำหรับเนื้อหาการสื่อสารหลักในช่วงต้นของขอบเขตการวิจัยที่อยู่ในช่วงการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ชุดที่ 1, ชุดที่ 2 และช่วงไม่มีคณะกรรมการ ป.ป.ช. ในตำแหน่ง พบความมีเอกลักษณ์และเอกภาพในแก่นหลักน้อยมาก โดยเฉพาะเนื้อหาการสื่อสารหลัก "มือสะอาด ชาติไม่ล่ม" ที่มีการผลิตและเผยแพร่สื่อประเภทสติ๊กเกอร์ที่มีพื้นหลังเป็นสีดำ สีม่วง และเป็นสติ๊กเกอร์ใส รวมถึงการใช้แบบตัวอักษรและองค์ประกอบด้านภาพ แต่ทั้งนี้ก็เป็นวิวัฒนาการตามบริบททางสังคมและทัศนคติมุมมองในแต่ละยุคแต่ละสมัย

สำหรับประเด็นของมิติข้อมูลที่ปรากฏในสารพบว่าส่วนใหญ่จะเป็นการนำเสนอข้อมูลด้านเดียว เนื่องจากเป็นข้อสรุปที่ตายตัว สมาชิกในสังคมส่วนใหญ่มีการรับรู้และเข้าใจเป็นอย่างดีว่าผลจากการทุจริตคอร์รัปชันจะนำมาซึ่งความเสียหายของบ้านเมือง การนำเสนอข้อมูลในมิติดังกล่าวจึงได้ผลดีไม่จำเป็นต้องเปรียบเทียบข้อมูลในแง่ดีและแง่เสียให้กับกลุ่มเป้าหมาย ด้านจุดจับใจที่เป็นกลยุทธ์ด้านเนื้อหาสารที่สำคัญประการหนึ่ง พบว่าเนื้อหาการสื่อสารหลักส่วนใหญ่จะเน้นจุดจับใจที่เป็นจุดจับใจเชิงอารมณ์มากกว่าจุดจับใจเชิงเหตุผล นอกจากนี้ส่วนของการใช้ความถี่กับการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายพบว่า มีการใช้ความถี่ในการนำเสนอสารผ่านช่องทางการใช้สื่อประเภทกิจกรรมมากกว่าสื่อประเภทสื่อมวลชน ในขณะที่การกำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมายในวงกว้างที่เป็นลักษณะมวลชน

6.2 กลยุทธ์ด้านการใช้สื่อ : ผลการศึกษาพบว่าเนื้อหาการสื่อสารหลักส่วนใหญ่ มุ่งเน้นการใช้สื่อแบบผสมผสาน มีความหลากหลายในแต่ละเนื้อหาการสื่อสารหลักที่ปรากฏในช่วง ปี พ.ศ. 2542-2553 มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เร้าความกลัว ทั้งในรูปแบบของการให้ข้อมูล เกี่ยวกับขนาดของปัญหาที่กล่าวถึงความสำคัญและผลเสียหายของการทุจริตคอร์รัปชันที่มากมาย มหาศาล กระตุ้นต่อการตื่นตัวของการช่วยกันป้องกันและแก้ไขปัญหาการทุจริตคอร์รัปชัน มีการใช้ภาพ การกระทำที่จะนำไปสู่การแก้ไขปัญหามา เช่น การช่วยกันเป็นหูเป็นตาสอดส่องดูแลสมบัติแผ่นดิน อีกทั้งให้ความมั่นใจว่ากลุ่มเป้าหมายผู้รับสารสามารถประพฤติปฏิบัติตนในแนวทางที่พึงประสงค์ได้ เช่น การตรงต่อเวลา, การรักษาวินัย และความซื่อสัตย์สุจริต ในขณะเดียวกันก็พบการอ้างอิงในหลัก ของเหตุและผลในบางเนื้อหาการสื่อสารหลัก เช่น "มือสะอาด ชาติไม่ล่ม" นอกจากนี้ในประเด็น การอ้างอิงบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคมก็ปรากฏในหลายเนื้อหาการสื่อสารหลัก เช่น การใช้คำพูดของ ประธานองคมนตรีและรัฐบุรุษ (พลเอก เปรม ติณสูลานนท์) ในสื่อประเภทสารคดีสั้นทางวิทยุ ภายใต้นโยบายการสื่อสารหลัก "มือสะอาด ชาติไม่ล่ม", การกำหนดให้รองนายกรัฐมนตรี (ดร.วิษณุ เครืองาม) เป็นประธานและกล่าวนำการอภิปรายสำหรับกิจกรรมภายใต้นโยบายการสื่อสารหลัก "ตรงเวลา รักษาวินัย ด้านภัยคอร์รัปชัน", การกำหนดให้นายกรัฐมนตรี (นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ) และประธาน กรรมการ ป.ป.ช. (นายปานเทพ กล้านรงค์) เป็นประธานในกิจกรรมเปิดตัวสัญลักษณ์ส่งเสริม คุณธรรมความดี "ซ่อสะอาด" และการใช้ศิลปิน ดารา นักแสดงนำจากละครโทรทัศน์ เรื่อง ผู้ใหญ่ลี กับนางมา เป็นตัวแทนที่นำเสนอข้อมูลข่าวสาร (Presenter) ในเนื้อหาการสื่อสารหลัก "เป็นหู เป็นตา" และที่สำคัญคือการใช้สื่อของเนื้อหาการสื่อสารหลักส่วนใหญ่ของสำนักงาน ป.ป.ช. จะใช้คำที่สะดุดหู สะดุดตา มีความสวยงามทางภาษา มีสัมผัสนอกสัมผัสใน คล้องจองสวยงาม อีกประเด็นคือการสร้าง สัญลักษณ์ร่วม ซึ่งปรากฏชัดเจนในเนื้อหาการสื่อสารหลัก "ซ่อสะอาด" ที่มีการใช้สัญลักษณ์ "ซ่อสะอาด" เป็นตัวแทนสัญลักษณ์ส่งเสริมคุณธรรมความดี และนำมาใช้เป็นเนื้อหาการสื่อสารหลัก ในสื่อรณรงค์ต่อต้านการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช.

7. การวิเคราะห์ด้านการวิจัย : ผลการศึกษาพบว่า เนื้อหาการสื่อสารหลักส่วนใหญ่ของ สำนักงาน ป.ป.ช. ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2553 ปรากฏการวิจัยน้อยมาก โดยการวิจัยที่พบส่วนใหญ่จะเป็นการวิจัยในรูปแบบการสำรวจความคิดเห็นก่อนการสร้างสรรคเนื้อหาการสื่อสารหลัก และการสำรวจ ลักษณะดังกล่าวจะพบในเนื้อหาการสื่อสารที่มีการนำเสนอผลงานจากบริษัทเอกชนที่เข้ามาเสนอราคา ต่อสำนักงาน ป.ป.ช. ปรากฏในเนื้อหาการสื่อสารหลัก ชุด "มือสะอาด ชาติไม่ล่ม" และ "เป็นหู เป็นตา" สำหรับเนื้อหาการสื่อสารหลักที่ไม่ได้มาจากการเสนองานของบริษัทเอกชนแต่มาจากการสำรวจ ความเห็น และการทดสอบสื่อ (Pre-Test) ของสำนักงาน ป.ป.ช. ปรากฏในเนื้อหาการสื่อสารหลัก "ยอมไหม ถ้าใครจะโกง" สำหรับการวิจัยประเมินสื่อระหว่างการดำเนินการและหลังการดำเนินการนั้น ไม่ปรากฏในเนื้อหาการสื่อสารหลักใดของสำนักงาน ป.ป.ช. ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2553

3. ความสอดคล้องของสื่อรณรงค์ต่อต้านการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช. กับนโยบายป้องกันการทุจริตของคณะกรรมการ ป.ป.ช.

ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างนโยบายด้านการป้องกันการทุจริตกับสื่อรณรงค์ต่อต้านการทุจริต พบว่า ในภาพรวมสื่อรณรงค์ต่อต้านการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช. สอดคล้องกับนโยบายป้องกันการทุจริตของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ในลักษณะความสอดคล้องของวัตถุประสงค์กับผลลัพธ์ อย่างไรก็ตาม ความสอดคล้องดังกล่าวปรากฏใน 2 ลักษณะ ปรากฏตามรายละเอียด ดังนี้

ช่วงการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ชุดที่ 1 และชุดที่ 3 สื่อรณรงค์ต่อต้านการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช. มีความสอดคล้องกับนโยบายด้านการป้องกันการทุจริตของคณะกรรมการ ป.ป.ช. โดยปรากฏเหตุผลและรูปแบบของความสอดคล้อง ในองค์ประกอบของการบริหารการสื่อสารที่เป็นรูปแบบราชการ มีระบบการบังคับบัญชาที่ชัดเจน อีกทั้งรูปแบบการกำหนดกรอบนโยบาย หรือแนวทางการสื่อสารรณรงค์ที่มีลักษณะกว้างเช่นเดียวกับเนื้อหาสารที่มีการสื่อความหมายที่กว้างเป็นภาพรวม นอกจากนี้ยังปรากฏผลผลิตที่เป็นสื่อรณรงค์ต่อต้านการทุจริตกับกรอบนโยบายที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

สำหรับช่วงการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ชุดที่ 2 และช่วงไม่มีคณะกรรมการ ป.ป.ช. ในตำแหน่งนั้น ปรากฏรูปแบบความสอดคล้องของสื่อรณรงค์ต่อต้านการทุจริตกับนโยบายด้านการป้องกันการทุจริตที่แตกต่างจากความสอดคล้องที่เกิดในช่วงการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ชุดที่ 1 และชุดที่ 3 โดยเป็นความสอดคล้องภายใต้กรอบนโยบายเดิมที่ถูกกำหนดโดยคณะกรรมการ ป.ป.ช. ชุดที่ 1 ซึ่งไม่ได้เป็นนโยบายที่กำหนดโดยผู้กำหนดนโยบายขณะนั้น แต่ความสอดคล้องที่พบมองในภาพรวมที่ปรากฏกับความสัมพันธ์กับกรอบนโยบายเดิมที่ใช้ ณ ขณะนั้น

อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยขอเสนอประเด็นการอภิปรายพร้อมข้อเสนอแนะในแต่ละประเด็นอภิปรายดังต่อไปนี้

1. การสื่อสารแนวคิดต่อต้านการทุจริตยังคงใช้กระบวนการสื่อสารตามกระบวนทัศน์ความทันสมัย (Modernization Paradigm) และมีเนื้อหาต่อต้านการทุจริตที่กว้าง

นับตั้งแต่มีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 พบว่าสังคมไทยเกิดปรากฏการณ์ใหม่ทางการเมือง โดยปรากฏองค์กระอิสรระตามรัฐธรรมนูญอันเป็นกลไกในการถ่วงดุลและตรวจสอบการใช้อำนาจของฝ่ายบริหาร, ฝ่ายนิติบัญญัติ และฝ่ายตุลาการ ซึ่งหนึ่งในองค์กระอิสรระที่ทำหน้าที่ตามบทบัญญัติสูงสุดทางกฎหมาย ได้แก่ คณะกรรมการ ป.ป.ช. มีอำนาจหน้าที่ในการป้องกันและปราบปรามการทุจริต ทั้งนี้ การเปิดรับของสังคมเกี่ยวกับการเมืองสะท้อนถึงความต้องการของสังคมไทยว่าต้องการพัฒนาสู่ความทันสมัย สอดคล้องตามแนวคิดของปรมะ สตะเวทิน (2538) ที่กล่าวถึงวิวัฒนาการของสังคมโลกว่าหลายประเทศมุ่งสู่การพัฒนาผ่านกระบวนการเปลี่ยนแปลงและทำให้ประเทศชาติของตนก้าวสู่ความทันสมัย ซึ่งการพัฒนาสู่ความทันสมัยดังกล่าวประกอบไปด้วยเกณฑ์ชีวิตหลายเกณฑ์ โดยหนึ่งในเกณฑ์ที่ชีวิตความทันสมัยคือ ความรู้ทางการเมือง (Political Knowledge)

การปฏิวัติทางการเมืองในสังคมไทยผ่านรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 พบว่าเป็นการสร้างการรับรู้ทางการเมืองของสังคม โดยเนื้อหาของรัฐธรรมนูญฉบับนี้เน้นถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนในการตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐ ซึ่งความพยายามผ่านบทบัญญัติทางกฎหมายดังกล่าวสะท้อนมากกว่าความมุ่งมั่นของการก้าวสู่ความทันสมัย ประเด็นที่พบยังแสดงให้เห็นถึงนวัตกรรมทางการเมือง การมีองค์กระอิสรระตามรัฐธรรมนูญครั้งแรกในสังคมไทย นับเป็นเรื่องใหม่ที่ไม่เคยปรากฏมาก่อนในประวัติศาสตร์ชาติไทย ส่วนหนึ่งต้องยอมรับว่าเป็นการเลียนแบบสังคมตะวันตก

คณะกรรมการ ป.ป.ช. หรือองค์กระอิสรระที่ทำหน้าที่หลักในการป้องกันและปราบปรามการทุจริตเป็นสิ่งที่สังคมไทยขณะนั้นต้องเรียนรู้และทำความเข้าใจสูง ซึ่งการสร้างการรับรู้ของคนในสังคมต่อองค์กรดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ให้ความรู้ และสร้างความเข้าใจ ตลอดจนสร้างเชื่อมั่นต่อองค์กร บทบาทดังกล่าวของการสื่อสารเป็นไปในทิศทางเดียวกับแนวคิดเรื่อง การสื่อสารเพื่อการพัฒนา ของปรมะ สตะเวทิน (2538)

การวิเคราะห์บริบททางการเมืองการสื่อสารของการป้องกันและปราบปรามการทุจริตของคณะกรรมการ ป.ป.ช. มีสำนักงาน ป.ป.ช. เป็นฝ่ายรุกรการ ทำหน้าที่รับนโยบายจากคณะกรรมการ ป.ป.ช. สู่การปฏิบัติ โดยมีการกันกรอง ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม และให้คำปรึกษาจากคณะอนุกรรมการที่มาจากการแต่งตั้งของคณะกรรมการ ป.ป.ช. โดยในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยได้เน้นศึกษาเฉพาะส่วนของการป้องกันการทุจริต ซึ่งเป็นการกิจหลักด้านหนึ่งของคณะกรรมการ ป.ป.ช. และสำนักงาน ป.ป.ช.

อนึ่ง ในกรอบภารกิจด้านการป้องกันการทุจริต ประกอบไปด้วย การประชาสัมพันธ์, การเสริมสร้างทัศนคติค่านิยมในความซื่อสัตย์สุจริต และการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐ ซึ่งทั้งหมดนี้ก็คือรูปแบบของการรณรงค์ต่อต้านการทุจริต ผลการศึกษาพบว่าการบริหารการสื่อสารรณรงค์ต่อต้านการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช. ภายใต้กรอบนโยบายของคณะกรรมการ ป.ป.ช. มีรูปแบบการบริหารที่เป็นระบบราชการทั่วไป กล่าวคือ มีระบบสายการบังคับบัญชาที่มุ่งเน้นความอาวุโส มีขั้นตอนปฏิบัติที่มุ่งเน้นเอกสารเป็นสำคัญ ฝ่ายปฏิบัติหรือข้าราชการเจ้าหน้าที่สามารถนำเสนอความเห็นในการทำงานได้แต่ต้องผ่านความเห็นชอบและการอนุมัติจากผู้บังคับบัญชา ตั้งแต่ระดับผู้บริหารระดับต้น ผู้บริหารระดับกลาง ผู้บริหารระดับสูง และท้ายที่สุดคือผู้กำหนดนโยบายที่มีอำนาจสูงสุดในองค์กร

ผลการศึกษาพบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสำนักงาน ป.ป.ช. ว่า หน่วยงานนี้มีที่ตั้งแห่งเดียวในเขตเมืองหลวง ไม่ปรากฏสำนักงานสาขาในภูมิภาคท้องถิ่นอันจะบ่งบอกได้ถึงการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น นโยบายและรูปแบบการสื่อสารรณรงค์ของสำนักงาน ป.ป.ช. จึงเป็นลักษณะของการกำหนดจากส่วนกลาง ทำหน้าที่ในการผลิตและเผยแพร่สารผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ ให้แก่สมาชิกในสังคมโดยรวมทั้งประเทศรับรู้ในเนื้อหาของการรณรงค์ต่อต้านการทุจริต ซึ่งรูปแบบดังกล่าวสะท้อนถึงความสอดคล้องกับแนวคิด เรื่อง กระบวนทัศน์ด้านนิเทศศาสตร์พัฒนาการ ของพิรงรอง วัฒนนันทน์ และคณะ (2548) ว่ากระบวนทัศน์ด้านนิเทศศาสตร์พัฒนาการหรือการสื่อสารเพื่อพัฒนานั้น ปรากฏ 3 กระบวนทัศน์ด้วยกัน ประกอบด้วย กระบวนทัศน์แบบความทันสมัย (Modernization Paradigm) กระบวนทัศน์การพัฒนาแบบพึ่งพา (Dependency Paradigm) และกระบวนทัศน์การพัฒนาแบบทางเลือก (Alternative Paradigm) ทั้งนี้ผลการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารการสื่อสารรณรงค์ต่อต้านการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช. กล่าวได้ว่าเป็นรูปแบบของกระบวนทัศน์แบบความทันสมัย ที่เป็นแนวทางการพัฒนาในยุคแรก สังคมกำลังก้าวสู่การเปิดรับความทันสมัย ให้ความสำคัญกับจุดเริ่มต้นที่เป็นหน่วยงานภาครัฐเป็นลักษณะการพัฒนาที่มีศูนย์กลางการพัฒนาจากส่วนกลาง (Centralized Planning) บริบทสนับสนุนดังกล่าวประกอบผลการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารการสื่อสารรณรงค์ต่อต้านการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช. ยังพบเพิ่มเติมอีกว่าในลักษณะของกระบวนทัศน์การพัฒนาแบบทางเลือกซึ่งเป็นแนวคิดการพัฒนาในกระแสโลกปัจจุบัน มุ่งเน้นจุดหมายของการพัฒนากับความสอดคล้องของบริบททางสังคมนั้น ไม่ปรากฏในรูปแบบการสื่อสารรณรงค์ต่อต้านการทุจริตในสังคมไทย นำไปสู่ข้อเสนอแนะในการสื่อสารรณรงค์ต่อต้านการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช. ด้วย

ข้อเสนอแนะ : ใช้การสื่อสารแบบกระบวนทัศน์ทางเลือกให้มากขึ้น ในขณะเดียวกัน ยังคงต้องการสื่อสารในลักษณะการสื่อสารมวลชนประกอบไปด้วย

จากการบริหารการสื่อสารรณรงค์ต่อต้านการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช. มีลักษณะของการกำหนดนโยบายจากส่วนกลางเป็นหลัก ควรมีการปรับเปลี่ยนไปสู่การบริหารการสื่อสารตามกระบวนทัศน์แบบทางเลือก กล่าวคือ ควรใช้การสื่อสารเพื่อรณรงค์ต่อต้านการทุจริตโดยให้ความสำคัญกับบริบทของแต่ละชุมชน คำนึงถึงความต้องการและความเหมาะสมของสื่อในแต่ละพื้นที่ที่มีความแตกต่างกัน ใช้สื่อที่มีลักษณะเฉพาะกลุ่มให้มากขึ้น เช่น สื่อประเพณี สื่อเฉพาะกิจ และสื่อพื้นบ้าน แต่ทั้งนี้ การใช้สื่อประเภทสื่อมวลชนยังคงมีความจำเป็นต้องใช้ เพื่อเป้าหมายในวงกว้างและสร้างการรับรู้ในสังคม

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาในประเด็นนโยบายด้านการป้องกันการทุจริตของคณะกรรมการ ป.ป.ช. พบว่า ตลอดระยะเวลา 10 ปี (ปี พ.ศ. 2542-2552) นโยบายและกรอบการสื่อสารรณรงค์ต่อต้านการทุจริตที่ปรากฏล้วนเป็นนโยบายที่เป็นภาพรวมของทั้งหมดของสำนักงาน ป.ป.ช. ครอบคลุมทั้งภารกิจด้านการป้องกันการทุจริต ด้านปราบปรามการทุจริต ด้านตรวจสอบทรัพย์สิน และด้านบริหารจัดการองค์กร นโยบายหรือกรอบแนวทางที่ปรากฏ เช่น บทบัญญัติทางกฎหมายในอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ ป.ป.ช. แผนยุทธศาสตร์สำนักงาน ป.ป.ช. ฉบับที่ 1 แผนยุทธศาสตร์สำนักงาน ป.ป.ช. ฉบับที่ 2 และแผนยุทธศาสตร์ชาติว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ

ซึ่งหากพิจารณาตามหลักของการรณรงค์ที่ประสบความสำเร็จของ Backer, Rogers and Sopory (2535) และทัศนะของ Backer and Rogers (2536) ที่กล่าวว่าการสื่อสารรณรงค์ที่ประสบความสำเร็จมักจะเกิดจากการวางกรอบรณรงค์ที่ชัดเจน ให้ความสำคัญกับแนวคิดด้านการจัดการองค์กรรณรงค์และองค์ประกอบแวดล้อมที่เหมาะสม มีแบบแผนการกำหนดนโยบายแนวทางตั้งแต่ระดับนโยบายโดยกว้าง เจาะลึกในประเด็นแต่ละองค์ประกอบ และมีความชัดเจนในแผนการปฏิบัติงาน (Action Plan) เพื่อให้รณรงค์สามารถทำงานได้ง่ายและแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจน จึงนำไปสู่ข้อเสนอแนะในการกำหนดนโยบายของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ดังนี้

ข้อเสนอแนะ : ควรมีการกำหนดแนวทางการสื่อสารรณรงค์ต่อต้านการทุจริตที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจง

การจัดทำกรอบนโยบายด้านการป้องกันการทุจริต ควรมีลักษณะเฉพาะด้านการสื่อสารรณรงค์ต่อต้านการทุจริตที่ชัดเจน กำหนดประเด็นการสื่อสารทั้งในภาพรวม และแตกย่อยในรายละเอียดในรูปแบบแผนปฏิบัติการ รวมทั้งกำหนดให้แต่ละหน่วยงานที่รับผิดชอบในภารกิจด้านป้องกันการทุจริตสังกัดสำนักงาน ป.ป.ช. มีแผนปฏิบัติการสำหรับหน่วยงานของตน ทั้งนี้ แผนปฏิบัติการดังกล่าวควรมีความสอดคล้องและเป็นเนื้อหาที่แตกรายละเอียดจากกรอบหลักดังกล่าว การนี้จะนำมาซึ่งผลประโยชน์ทั้งต่อผู้กำหนดนโยบายและผู้ปฏิบัติในลักษณะที่เป็นแบบแผนสมบูรณ์



2. สถานภาพการใช้สื่อรณรงค์ต่อต้านการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช.

สถานภาพการใช้สื่อรณรงค์ต่อต้านการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช. พิจารณาจากองค์ประกอบเชิงกระบวนการตามแนวคิด เรื่อง องค์ประกอบการใช้สื่อสารรณรงค์ ของปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2546) ผลการศึกษาแบ่งวิเคราะห์เป็น 7 องค์ประกอบ ได้แก่ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลหรือประเด็นในการรณรงค์ ช่องทางการสื่อสาร, กลยุทธ์การสื่อสาร และการวิจัย

ทั้งนี้ แนวคิดดังกล่าวได้กล่าวถึงการสร้างความสอดคล้องระหว่างองค์ประกอบทั้ง 7 ว่าต้องมีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกัน แต่ผลการศึกษาที่ปรากฏพบว่า สื่อที่ผลิตและเผยแพร่ภายใต้เนื้อหาการสื่อสารหลักของสำนักงาน ป.ป.ช. ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2553 มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นภาพรวมทั้งหมดของสมาชิกในสังคม มีการกล่าวอ้างอิงตามแหล่งข้อมูลประเภทเอกสารจำนวนมากถึง การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นประชาชนทั่วไป ซึ่งการกำหนดกลุ่มเป้าหมายลักษณะนี้เป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่กว้างและมีจำนวนประชากรจำนวนมาก แต่ผลการศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสาร กลับพบว่ามีการใช้สื่อประเภทสื่อกิจกรรมในสัดส่วนที่มากกว่าสื่อประเภทสื่อมวลชน ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับประเภทของสื่อ ธรรมชาติของสื่อ และการเลือกใช้สื่อ ของพนม คลีฉายา (2550) กล่าวถึงการใช้สื่อประเภทสื่อกิจกรรมว่าเป็นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสูงแต่การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมีจำกัด ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนจำนวนมากได้ ในขณะที่สื่อมวลชนนั้นถึงแม้จะมีประสิทธิภาพการสื่อสารที่ไม่สมบูรณ์ไม่สามารถทำการสื่อสารสองทางอันจะเป็นการสร้างความเข้าใจระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ แต่ข้อดีของสื่อประเภทนี้คือมีการเข้าถึงกลุ่มคนได้จำนวนมากในการเผยแพร่แต่ละครั้ง เมื่อวิเคราะห์ผลการศึกษาประกอบแนวคิดดังกล่าว แนวทางที่เหมาะสมสำหรับการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นประชาชนทั่วไป จึงควรใช้สื่อประเภทสื่อมวลชนเป็นหลัก ในขณะเดียวกันก็ควรใช้สื่อในช่องทางที่หลากหลายประกอบกันเพื่อเสริมความถี่ การเปิดรับ และการรับรู้ จนนำมาซึ่งพฤติกรรมที่การรณรงค์ต่อต้านการทุจริตต้องการ เช่น การมีวินัย และการมีความซื่อสัตย์สุจริต เป็นต้น โดยข้อเสนอแนะดังกล่าวสอดคล้องกับทัศนะ เรื่อง องค์ประกอบความสำเร็จของการสื่อสารรณรงค์ ของ Atkin (2544) ที่กล่าวว่า การเลือกใช้สื่อต้องคำนึงถึงธรรมชาติของสื่อและการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ในขณะเดียวกันทัศนะของ Backer, Rogers and Sopory (2535) ก็กล่าวถึงการสื่อสารรณรงค์ที่ดีว่าควรใช้การสื่อสารผ่านช่องทางสื่อมวลชนที่หลากหลาย เช่น วิทยุ, โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ ในขณะเดียวกันก็ต้องมีการผสมผสานสื่อมวลชนกับชุมชน ภายใต้ความสอดคล้องกับบริบทและโครงสร้างของสังคม

ในขณะเดียวกันผลการวิจัยของอภิณัฐ นาเลาะห์ (2546) กชพร ลิขิตมาศกุล (2548) และวรรณ อิศระเสนีย์ (2549) ล้วนปรากฏผลการศึกษาว่า สื่อประเภทสื่อมวลชน เช่น สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ มีอิทธิพลต่อการรับรู้ การสร้างความเชื่อมั่นศรัทธา และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของคนในสังคมไทยให้เอื้อต่อการป้องกันและปราบปรามการทุจริตในระดับที่สูง

นอกจากนี้ประเด็นข้อเสนอแนะในการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสาร ผู้ทำการวิจัยได้วิเคราะห์ ผลการศึกษาประกอบบริบททางสังคมปัจจุบันว่า สำนักงาน ป.ป.ช. ได้ปรับตัวตามบริบททางการสื่อสาร ได้เป็นอย่างดี แต่อาจมีความล่าช้าหรือพัฒนาการที่ไม่ทันกับกระแสการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การสื่อสารที่ก้าวไปอย่างรวดเร็ว จากผลการศึกษาพบว่าในช่วงการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ชุดที่ 1 ซึ่งเป็นระยะแรกของการก่อตั้งสำนักงาน ป.ป.ช. เทคโนโลยีการใช้สื่อขณะนั้นจะมี ลักษณะรูปแบบหนึ่งตามบริบททางสังคมและเทคโนโลยีช่วงดังกล่าว โดยสื่อที่ผลิตและเผยแพร่ช่วงนั้น จะปรากฏสื่อประเภทเทปคาสเซ็ท ซึ่ง ณ ปัจจุบันไม่มีปรากฏแล้ว แม้แต่เครื่องเล่นเทปคาสเซ็ท ในขณะที่ปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารก้าวสู่ยุคสังคมออนไลน์ มีกระแสการตื่นตัวของสังคมออนไลน์ มากขึ้น ในกระแสดังกล่าวสำนักงาน ป.ป.ช. ก็ปรากฏการปรับตัวน้อยมากเมื่อเทียบกับหน่วยงานอื่นที่ ใช้ช่องทางการสื่อสารประเภทนี้มากขึ้น ทั้งนี้ การใช้ช่องทางการสื่อสารประเภทนี้พบเพียงในเนื้อหา การสื่อสารหลัก "ข้อสะอิด" ชุดการ์ตูนรณรงค์ป้องกันการทุจริตหมู่บ้านข้อสะอิด ที่มีการใช้ช่องทาง ของสังคมออนไลน์ <http://www.facebook.com/anticorruptioncartoon> ดังนั้น ข้อเสนอแนะเชิง วิธีการที่ผู้ทำการวิจัยใคร่เสนอคือการใช้ช่องทางการสื่อสารที่เป็นเทคโนโลยีใหม่ดังกล่าวในการสื่อสาร รณรงค์ต่อต้านการทุจริตให้มากขึ้น เนื่องจากองค์ประกอบของการสื่อสารในช่องทางดังกล่าวพบข้อดี หลายประการ เช่น ค่าใช้จ่ายต่ำ, เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่และเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มี ความสนใจเฉพาะด้าน ซึ่งการติดตามข้อมูลข่าวสารสามารถทำได้อย่างรวดเร็วและให้ผล ทางการสื่อสารสูง รวมทั้งเป็นรูปแบบการสื่อสารที่สามารถสร้างการสื่อสารได้สองทาง

สำหรับสถานภาพการใช้สื่อหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสาร ผลการศึกษาในภาพรวม พบว่า สื่อที่ผลิตและเผยแพร่ของสำนักงาน ป.ป.ช. มักใช้คำที่สละสลวย สะดุดหูสะดุดตา สัมผัส คล้องจอง และมีความเป็นทางการสูง ซึ่งการวิเคราะห์ประกอบแนวคิดทางการสื่อสารพบว่า การใช้ ภาษาที่สวยงามมากเกินไปอาจก่อให้เกิดความเข้าใจที่ยาก Atkin (2544) กล่าวถึงการออกแบบสาร ว่า สารที่ใช้ในการรณรงค์ต้องมีความชัดเจน มีความน่าเชื่อถือ มีเสน่ห์ และที่สำคัญคือเข้าใจง่าย ไม่ต้องอาศัยการตีความที่ซับซ้อน ซึ่งทัศนะดังกล่าวเป็นปัจจัยสนับสนุนให้การสื่อสารรณรงค์ต่อต้าน การทุจริตของสำนักงานต้องคำนึงถึงระดับภาษา ความง่ายในการตีความ และสื่อประเด็นที่ชัดเจน

ประเด็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านเนื้อหาสารของการสื่อสารรณรงค์ต่อต้านการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช. พบว่า มีการกำหนดแก่นหลัก (Theme) ที่หลากหลาย ในบางช่วงปรากฏเนื้อหาการสื่อสาร หลักและแก่นหลักหลายแก่นในช่วงระยะเวลาเดียวกัน ทำให้ความเป็นเอกภาพในเนื้อหาด้อยลง ส่งผลต่อการสร้างเอกลักษณ์ (Identity) ของสำนักงาน ป.ป.ช. ในการสื่อสารรณรงค์ต่อต้าน การทุจริตไม่ปรากฏความชัดเจน ซึ่งเมื่อศึกษาประเด็นดังกล่าวประกอบแนวคิดของ อรรถพร ปิณฑิโนวาท (2540) และกิตติ กันภัย (2543) พบว่า สำนักงาน ป.ป.ช. ควรมีการกำหนดแก่นหลักและ เอกลักษณ์ของการสื่อสารรณรงค์ที่ชัดเจน ทำความเข้าใจกับประเด็นดังกล่าวแก่ผู้ปฏิบัติงาน และ กำหนดเป็นกรอบนโยบายของการสื่อสารรณรงค์ต่อต้านการทุจริตด้วย เพราะความชัดเจนใน แก่นหลักและเอกลักษณ์จะส่งผลต่อการจดจำและการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลกระทบต่อเนื่อง ถึงการสร้างเชื่อมั่น และเป็นแรงจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมการเป้าหมายการสื่อสาร รณรงค์ต่อต้านการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช.

ทั้งนี้ อีกหนึ่งองค์ประกอบที่มีความสำคัญกับการสื่อสารณรงค์เป็นอย่างมาก คือ การวิจัย ซึ่ง Roger and Storey (2530), Backer, Rogers and Sopory (2535), ศิริชัย กาญจนวสี (2537) และพนม คลีณา (2549) ต่างให้ความเห็นในแนวคิดเกี่ยวกับการวิจัยว่าเป็นกระบวนการที่สำคัญ ทั้งการวิจัยที่เป็นลักษณะของการสำรวจความเห็น, ประเมินผล และการศึกษาเปรียบเทียบ ควรมีการดำเนินการก่อนการรณรงค์, ระหว่างการรณรงค์ และหลังการรณรงค์ แต่ผลการศึกษาที่พบเกี่ยวกับการวิจัยของสถานภาพการใช้สื่อรณรงค์ต่อต้านการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช. ปรากฏเพียงการวิจัยก่อนการรณรงค์ สำหรับช่วงระหว่างและหลังการรณรงค์นั้นไม่ปรากฏ ในขณะที่การวิจัยก่อนการรณรงค์ที่ปรากฏส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของการสำรวจ พบในเนื้อหาการสื่อสารหลักที่มีการเสนอโดยบริษัทเอกชนในช่วงการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการ ป.ป.ช. ชุดที่ 3

อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารรณรงค์ต่อต้านการทุจริตให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเยาวชนและบุคลากรทางการศึกษา เนื่องจากเป็นกลุ่มที่เป็นอนาคตของประเทศชาติ อีกทั้งเป็นแนวทางการป้องกันที่ยั่งยืนและส่งผลต่อการแก้ปัญหาในอนาคตอย่างแท้จริง โดยแนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชัตติยา กรรณสูตและคณะ (2545) ว่ากลุ่มเป้าหมายดังกล่าว หากมีการปลูกฝัง, ให้ความรู้ และมีกระบวนการขัดเกลาทางสังคมที่ดี จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมที่พึงประสงค์และวินัยที่สามารถป้องกันไม่ให้เกิดการทุจริตคอร์รัปชันในสังคม

อีกประเด็นสุดท้ายของสถานภาพการใช้สื่อรณรงค์ต่อต้านการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช. คือ การกำหนดจุดจับใจเชิงอารมณ์ในสื่อและเนื้อหาการสื่อสารหลักหลายแนวทาง เช่น "รวมพลังไทยทั้งชาติ ประกาศล้างคอร์รัปชัน", "ยอมไหม ถ้าใครจะโกง" และ "คอร์รัปชันกัดกินอนาคตเราไม่ยอมมีส่วนร่วม" เป็นต้น ซึ่งแนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิด เรื่อง องค์ประกอบความสำเร็จของการสื่อสารรณรงค์ ของ Roger and Storey (2530), Backer, Rogers and Sopory (2535), Atkin (2544) และMcQuire (2544) โดยแนวคิดดังกล่าวได้สรุปความเห็นป้องกันว่า การสื่อสารรณรงค์ที่ดีควรกำหนดจุดจับใจเชิงอารมณ์และเป็นเนื้อหาที่ไม่ไกลตัวผู้รับสาร

จากที่กล่าวมาข้างต้น นำมาสู่ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสถานภาพการใช้สื่อรณรงค์ต่อต้านการทุจริต ดังนี้

ข้อเสนอแนะ : แนวทางการใช้สื่อรณรงค์ต่อต้านการทุจริต

ผู้วิจัยเสนอกรอบแนวทางสำหรับการพัฒนาการใช้สื่อรณรงค์ต่อต้านการทุจริต ดังนี้

(1) การผลิตและเผยแพร่สื่อในช่องทางการสื่อสารที่มีลักษณะเป็นสื่อมวลชน มีความสำคัญและจำเป็นสำหรับการสื่อสารในวงกว้าง สร้างการรับรู้และปรับเปลี่ยนทัศนคติค่านิยมของคนในสังคมให้เอื้อต่อการสื่อสารรณรงค์ต่อต้านการทุจริต

(2) ควรมีการนำช่องทางการสื่อสารใหม่มาประยุกต์ใช้กับการสื่อสารรณรงค์ต่อต้านการทุจริต เช่น สื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) หรือสื่อใหม่อื่น ๆ ทั้งนี้ เพื่อให้เข้ากับบริบททางสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งเป็นการพัฒนาการสื่อสารให้ทันกับเทคโนโลยีทางการสื่อสาร

(3) การออกแบบสารควรใช้ระดับภาษาและสำนวนภาษาที่ง่ายต่อความเข้าใจของกลุ่มเป้าหมายโดยรวม ซึ่งควรเป็นสารที่ไม่เป็นระดับทางการจนเกินไป ง่ายต่อการตีความและสามารถเข้าถึงระดับความเข้าใจของคนโดยทั่วไป โดยการออกแบบสารลักษณะดังกล่าวจะส่งผลต่อการรับรู้และการจดจำของกลุ่มเป้าหมาย ท้ายที่สุดจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารที่สมบูรณ์

(4) การสื่อสารณรงคในภาพรวมควรมีการกำหนดแก่นหลักที่ชัดเจน มีเอกภาพ มีลักษณะของแก่นหลักที่ไม่มากความหมาย (Single Message) ซึ่งจะช่วยให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้และจดจำเอกลักษณ์ของสำนักงาน ป.ป.ช. และภาพรวมของการสื่อสารณรงคต่อการทูลจริตได้ดียิ่งขึ้น

(5) การสื่อสารณรงคต่อการทูลจริตควรให้ความสำคัญกับการวิจัยทั้งก่อนดำเนินการระหว่างการดำเนินการ และหลังการดำเนินการ เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาพัฒนาปรับปรุงการสื่อสารณรงคให้มีประสิทธิภาพ อีกทั้งเป็นการยืนยันการสื่อสารณรงคตามหลักของเหตุผลและวิธีการทางวิทยาศาสตร์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการศึกษาสถานภาพการใช้สื่อรณรงค์ต่อต้านการทุจริตของสำนักงาน ป.ป.ช. อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ อีกทั้งเป็นการสร้างองค์ความรู้ในการพัฒนาการสื่อสารรณรงค์ต่อต้านการทุจริต
2. ควรมีการศึกษหาแนวโน้มการพัฒนาการสื่อสารรณรงค์ต่อต้านการทุจริตที่เหมาะสมกับสภาพสังคมในอนาคต ทั้งนี้ จะได้เป็นแนวทางสำหรับหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องจะนำผลการศึกษาดังกล่าวไปเป็นแนวทางในการสื่อสารรณรงค์ต่อต้านการทุจริต
3. ควรมีการศึกษาประเมินผลเนื้อหาการสื่อสารหลักที่เคยดำเนินการในอดีต เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาและปรับปรุงการสื่อสารรณรงค์ต่อต้านการทุจริตในอนาคตให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
4. ควรมีการศึกษาวเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิผลของสื่อเพื่อการรณรงค์ต่อต้านการทุจริต เพื่อทราบถึงอิทธิพลของสื่อแต่ละประเภทว่าสื่อใดก่อให้เกิดผลสูงสุดในการสื่อสารรณรงค์ต่อต้านการทุจริต