



การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย The Development Digital Media for Anti-corruption in Thailand

จริยา เกิดไกรแก้ว*

จุฬารัตน์ ดวงจันทร์

อาลาตี แมเลาะ

โนร์ฟาติฮะห์ เจ๊ะอูมา

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

*e-mail: jariyar.ker@outlook.com

Jariyar Kerdkraikaw

Jularad Donggan

Alatee Maeloh

Nofatihah Che-Ouma

Faculty of Management Science, Suan Dusit University

Received: October 18, 2019 Revised: December 21, 2019 Accepted: January 3, 2020

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันการคอร์รัปชันเป็นปัญหาใหญ่ที่เกิดขึ้นในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ
1) พัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย 2) ประเมินคุณภาพของสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านคอร์รัปชันในประเทศไทย และ 3) ประเมินความพึงพอใจจากการรับชมสื่อดิจิทัลเพื่อการต่อต้านคอร์รัปชันในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาสื่อ และด้านเนื้อหา จำนวน 5 ท่าน และ ผู้รับชมสื่อ จำนวน 70 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก เครื่องมือในการพัฒนา ประกอบด้วย Adobe Flash Professional CS6 และ Sony Vegas Pro 16 เครื่องมือรวบรวมข้อมูลใช้แบบประเมินคุณภาพสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย และ แบบประเมินความพึงพอใจจากการรับชมสื่อดิจิทัลเพื่อการต่อต้านคอร์รัปชันในประเทศไทย สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าร้อยละ ผลการพัฒนา พบว่า สื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย ประกอบด้วย 3 ตอน คือ 1) ปัญหาการทุจริตคอร์รัปชันในประเทศไทย 2) ผลกระทบที่เกิดจากการคอร์รัปชันในประเทศไทย และ 3) การต่อต้านคอร์รัปชันในประเทศไทย ผลการวิจัย พบว่า 1) ผลการประเมินคุณภาพสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย มีค่าเฉลี่ย 4.23 อยู่ในระดับมากที่สุด และ 2) ผลการประเมินความพึงพอใจจากการรับชมสื่อดิจิทัลเพื่อการต่อต้านคอร์รัปชันในประเทศไทยมีค่าเฉลี่ย 4.01 อยู่ในระดับมาก ผลของการศึกษาสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อดิจิทัลสำหรับหัวข้ออื่น ๆ ที่สร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อสังคมได้ต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ: การพัฒนาสื่อ ดิจิทัล การต่อต้านคอร์รัปชัน



Abstract

Corruption is a major problem today in many countries around the world. This research aimed to develop digital media against anti-corruption in Thailand, evaluate its quality and viewers' satisfaction of the media. The samples of this study were 5 experts in media contents development and 70 media viewers who were selected through convenience sampling. Adobe Flash Professional CS6 and Sony Vegas Pro 16 were used as tools to develop the media. Two questionnaires were used in the study: one was to elicit information on quality of the digital media; the other was on the viewers' satisfaction of viewing them. The statistics in data analysis included mean, standard deviation and percentage. New digital media against anti-corruption in Thailand developed as a result of this study consists of 3 parts. These include problems of corruption, impacts of corruption and anti-corruption in the country. This study also found that the quality of the digital was rated at highest level with an average of 4.23. However, the viewers rated their satisfaction at a high level with an average of 4.01. Findings of this study can provide insights for future development of digital media which can be more creative and beneficial to the society.

Keywords: Media Development, Digital Media, Anti-corruption in Thailand

บทนำ

ในปัจจุบันการคอร์รัปชันเป็นปัญหาใหญ่ที่เกิดขึ้นในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นประเทศพัฒนาแล้วหรือประเทศด้อยพัฒนา การคอร์รัปชันเป็นปัญหาที่มีความสำคัญที่สุดปัญหาหนึ่ง และทวีความรุนแรงมากขึ้นเรื่อย ๆ แม้ว่าในหลายประเทศได้ก้าวเข้าสู่ความทันสมัย มีระบบการบริหารราชการสมัยใหม่ และมีกรรมกรจากองค์กรของรัฐหรือองค์กรอิสระต่าง ๆ ในการนี้้องการสหประชาชาติ ธนาครโลก และภาคประชาชน ต่างเห็นพ้องกันว่า การคอร์รัปชันก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมานำไปสู่ความยากจน และเป็นอุปสรรคที่ขัดขวางการพัฒนาประเทศอย่างแท้จริง (Sukumalpong, 2013)

องค์กรเพื่อความโปร่งใสนานาชาติ (Transparency International: TI) เปิดเผยคะแนนดัชนีการรับรู้การทุจริต (CPI) ประจำปี 2561 ปรากฏว่า ประเทศไทย ได้ 36 คะแนน จากคะแนนเต็ม 100 คะแนน จัดอยู่ในอันดับ 99 จากทั้งหมด 180 ประเทศ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า สังคมประเทศนั้นเต็มไปด้วยเหล่านักการเมืองและข้าราชการที่ฉ้อโกง ส่งผลให้ประเทศไทยพัฒนาได้ช้า อันเนื่องมาจากการคอร์รัปชันของหน่วยงานภาครัฐจำนวนมาก (Transparency International, 2018) ในประเทศไทยปัญหาการคอร์รัปชันเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นมาช้านานและส่งผลกระทบต่อการพัฒนาประเทศเป็นอย่างยิ่ง แม้ในหลายรัฐบาลที่ผ่านมาจะได้พยายามแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยได้กำหนดปัญหาการคอร์รัปชันอยู่ในนโยบายแห่งรัฐในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย หรือมีการกำหนดแนวทางแก้ไขปัญหาคอร์รัปชันในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับ

ต่าง ๆ แต่ทั้งนี้การแก้ไขปัญหาคอร์รัปชันยังไม่เกิดเป็นรูปธรรมอย่างแท้จริง อีกทั้งยังทวีความรุนแรงและมีความซับซ้อนยากต่อการตรวจสอบมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งจะเห็นได้ว่าในแต่ละประเทศพยายามหาแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวรวมถึงประเทศไทยด้วย (Sukumalpong, 2013)

จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในปัจจุบันที่ทำให้การติดต่อสื่อสารมีความรวดเร็วและทันสมัยผ่านทางระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำให้มีการนำเสนอข้อมูลดิจิทัลในรูปแบบต่าง ๆ ที่มีความทันสมัยสามารถเข้าถึงผู้คนได้อย่างมากมาย เช่น สื่อโมชันอินโฟกราฟิก เป็นการนำข้อมูลหรือความรู้ มาสรุปเป็นสารสนเทศในลักษณะของภาพกราฟิกที่มีการเคลื่อนไหว คล้ายกับการทำการ์ตูนแอนิเมชัน ทำให้ผู้ใช้งานเข้าใจได้ง่ายมากขึ้น (Tesana, 2017) คณะผู้วิจัยจึงมีแนวความคิดในการพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย ในรูปแบบของสื่อโมชันอินโฟกราฟิกที่มีความทันสมัย และทำให้ผู้รับชมสามารถเข้าใจข้อมูลสารสนเทศได้ง่ายมากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย
2. เพื่อประเมินคุณภาพของสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจจากการรับชมสื่อดิจิทัลเพื่อการต่อต้านคอร์รัปชันในประเทศไทย



ทบทวนวรรณกรรม

สื่อดั้งเดิม (Traditional Media)

McLuhan (1964) กล่าวถึง กระบวนการการส่งสารของสื่อเก่า หากจำแนกตามทิศทางการไหลของข่าวสารนั้นจะเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว (One-way Communication) โดยที่ลักษณะของการส่งข่าวสารนั้นผู้ส่งเป็นองค์ประกอบที่ทำให้เกิดกระบวนการสื่อสารขึ้นส่งข่าวสารผ่านสื่อไปยังผู้รับสาร โดยที่ผู้รับสารไม่มีโอกาสโต้ตอบกลับไปยังผู้ส่งสารเลยในทันทีทันใด ผู้รับสารจะทำหน้าที่เพียงรับสารหรือข่าวสารอย่างเดียว ลักษณะการสื่อสารแบบนี้ ได้แก่ การเขียนจดหมาย แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ ป้ายประกาศ วิทยุ โทรทัศน์ คำสั่งที่เป็นลายลักษณ์อักษร เป็นต้น

สื่อดั้งเดิม มีหลากหลายรูปแบบ โดยแต่ละสื่อต่างมีจุดอ่อนจุดแข็งที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับการใช้งานในแต่ละกรณี โดยสามารถจำแนกสื่อดั้งเดิมออกเป็น 2 รูปแบบหลัก คือ สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร และสื่อกระจายเสียง (Broadcast Media) ได้แก่ โทรทัศน์ และวิทยุ ซึ่งสามารถอธิบายคุณลักษณะของสื่อดั้งเดิมแต่ละประเภท ดังนี้

1) หนังสือพิมพ์ (Newspaper) คือ สิ่งพิมพ์ที่มุ่งเน้นการนำเสนอข้อเท็จจริง (Facts) ที่เกิดขึ้นที่มีความน่าสนใจ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ และนำเสนอเหตุการณ์ (Events) ที่มีผลกระทบต่องังคมโดยรวม

2) นิตยสาร (Magazine) มีลักษณะเฉพาะ คือ ขนาด รูปแบบ และรูปทรงที่หลากหลาย เป็นรูปเล่มที่สวยงาม เป็นการสื่อสารที่เผยแพร่ออกเป็นรายประจำ เป็นการนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลาย

3) โทรทัศน์ (Television) เป็นเครื่องมือสื่อสารมวลชนที่นำภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียงมาเผยแพร่สู่ประชาชน เป็นการรวมสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ มารวมเข้าไว้ด้วยกัน

4) วิทยุ (Radio) การใช้คำพูด (Spoken Words) เสียงเพลง (Song) และเสียงประกอบ (Sound Effect) นำเสนอในรูปแบบรายการต่าง ๆ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยมีกลุ่มผู้ฟังเป็นเป้าหมายที่แน่ชัด เนื้อหาที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุมีหลากหลายประเภท

สื่อรูปแบบใหม่ (New Media)

Dewdney & Ride (2006) กล่าวว่า สื่อรูปแบบใหม่ หมายถึง สื่อที่เกิดจากแนวคิดของวัฒนธรรมร่วมสมัย (Contemporary Culture Concept) และบริบทแวดล้อม (Context) ของการนำสื่อมาใช้ ดังนั้น สื่อรูปแบบใหม่จึงมีโอกาสที่จะเปลี่ยนเป็นสื่อเก่าได้เมื่อมีสื่อสำคัญที่ใหม่กว่า

เข้ามาแทนที่ ทั้งนี้หากเป็นสื่อที่พัฒนาการขึ้นอยู่กับเทคโนโลยีสมัยใหม่ เรียกว่า สื่อดิจิทัล (Digital Media) สื่อรูปแบบใหม่และสื่อดิจิทัลมีคุณสมบัติหลักร่วมกัน คือ ความใหม่ (Newness)

Panyaporn (2012) ได้นิยาม สื่อใหม่ ว่าเป็นสื่อที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีจากระบบอนาล็อกหรือสื่อดั้งเดิมมาเป็นระบบดิจิทัล ทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน

Wertime, & Fenwick (2008) ได้จำแนกสื่อรูปแบบใหม่หรือสื่อดิจิทัลที่มีอยู่อย่างมากมายในปัจจุบันไว้เป็นหมวดหมู่ ได้แก่ เว็บไซต์ (Website) อินเทอร์เน็ต (Internet) อีเมล (E-mail) อุปกรณ์สื่อเคลื่อนที่ (Mobile Device) เกม (Games) และ โทรทัศน์รูปแบบใหม่ (Television Reinvented) มีรายละเอียด ดังนี้

1) เว็บไซต์ เป็นสื่อที่ผู้บริโภคให้การยอมรับ (Adoption) อย่างรวดเร็วกว่าสื่อชนิดอื่น ๆ โดยวิวัฒนาการของเว็บไซต์ แบ่งออกเป็น 3 ยุค ได้แก่

1.1) ยุค Web 1.0 เป็นเว็บไซต์ในยุคแรกเริ่มมีลักษณะคล้ายกับห้องสมุดขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยง เอกสารต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ผู้ดูแลเว็บไซต์เป็นผู้ออกแบบและสร้างเนื้อหาทั้งหมด ผู้บริโภคสามารถอ่านหรือดูข้อมูลต่าง ๆ ได้เท่านั้น

1.2) ยุค Web 2.0 เป็นพัฒนาการของเว็บไซต์ ผู้บริโภคสามารถสร้างชุมชน และสร้างเนื้อหาของตนบนเว็บไซต์ได้

1.3) ยุค Web 3.0 เป็นการเพิ่มแนว ความคิดในการจัดการข้อมูลซึ่งเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างมาก ทำให้เว็บไซต์ต้องมีระบบบริหารจัดการเว็บไซต์ที่ดีขึ้น และง่ายขึ้นด้วยรูปแบบ Metadata คือ การนำข้อมูลมาบอกรายละเอียดของข้อมูล โดยเว็บไซต์จะจัดการค้นหาข้อมูลให้เอง

2) อินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางสังคมและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้เกิดแนวโน้มการพัฒนาสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น สื่อวิดีโอที่กำลังเข้ามามีบทบาทมากขึ้นบนอินเทอร์เน็ต (Video Predominate) โปรแกรมสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ ที่สามารถทำงานได้อย่างหลากหลายมากยิ่งขึ้น (Search Diversifies Further) เน้นการปรับเปลี่ยนให้ตรงกับลักษณะเฉพาะตัวของผู้ใช้ (Personalization Become the Norm) เป็นต้น

3) ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) คือ ระบบการส่งข้อมูลต่าง ๆ ระหว่างกัน ช่วยลดต้นทุนการใช้จดหมายทางตรงแบบดั้งเดิม (Traditional Direct Mail) และช่วยเรื่องการจัดการความสัมพันธ์กับผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น ซึ่ง



รูปแบบการส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบัน นอกจากการส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ข่าวสาร ยังมีการส่งนิตยสารไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือที่เรียกว่า อีซิ่น (E-mail magazine: E-zines) ซึ่งเป็นการแจกนิตยสารออนไลน์ไปยังผู้บริโภครุ่นใหม่เพื่อให้สามารถอ่านเนื้อหาได้ฟรี

4) อุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ (Mobile Device) มีจุดเด่น คือ สะดวกในการพกพา ทำให้สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว ดังเช่น การศึกษาของ Tsang, Ho, & Liang (2004) อธิบายว่า โทรศัพท์มือถือเป็นสื่อที่มีความเป็นส่วนบุคคลสูงมาก เป็นสื่อที่อนุญาตให้บุคคลเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา เนื่องจากอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่หรือโทรศัพท์มือถือในปัจจุบันมีความสามารถในการทำงาน (Function) ที่หลากหลาย

5) สื่อสังคม (Social Media) เป็นสื่อรูปแบบใหม่ เกิดจากรูปแบบการติดต่อสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้คนในสังคมจนเกิดเป็นรูปแบบยุคดิจิทัล (Digital Platforms) ได้แก่ การค้นหาข้อมูล (Knowledge) การเปิดรับและการแชร์ความบันเทิง (Entertainment) และการแชร์รูปให้แก่ผู้อื่น (Photo) สื่อสังคม (Social Media) หรือเครือข่ายสังคม (Social Network) บางครั้งถูกเรียกว่า สื่อสังคมออนไลน์ (Online Social Media) หรือสื่อดิจิทัล เป็นเครื่องมือทางสังคมที่ช่วยในการติดต่อสื่อสาร การมีปฏิสัมพันธ์ การแบ่งปัน แลกเปลี่ยนข้อมูล ภาพ หรือเสียง ระหว่างกัน โดยสื่อสังคมที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในประเทศไทย ได้แก่ Facebook, YouTube, LINE และ Twitter

แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาสื่อ

Manu (2016) กล่าวถึงการออกแบบและพัฒนาสื่อว่า เป็นนวัตกรรมที่สร้างขึ้นมาทดแทนสิ่งที่มีอยู่เดิม เพื่อให้เราควบคุมและรักษาไว้ซึ่งคุณภาพ เนื้อหา ประสิทธิภาพการใช้สอย สื่อดิจิทัล หมายถึง การแยกแยะระหว่าง "0" กับ "1" ในการแสดงข้อมูล คอมพิวเตอร์เป็นเครื่องจักรที่แปลงข้อมูลดิจิทัลฐานสอง และประมวลผลออกมาเป็นข้อมูล สื่อดิจิทัลมีลักษณะเป็น สื่อเสียง วิดีโอ หรือเนื้อหาดิจิทัลอื่น ๆ สามารถถูกสร้างขึ้น อ้างอิงถึงและได้รับการเผยแพร่ผ่านทางเครื่องประมวลผลข้อมูลดิจิทัล สื่อดิจิทัลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากเมื่อเทียบกับสื่ออนาล็อก องค์ประกอบของสื่อดิจิทัลเบื้องต้นประกอบด้วยพื้นฐาน 5 ชนิด ได้แก่

1) ข้อความ เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา ใช้แสดงรายละเอียด หรือเนื้อหาของเรื่องที่น่าสนใจ ถือว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของสื่อ มีรูปแบบและสีสันของตัวอักษรให้เลือกมากมายตามความต้องการ

2) เสียง ถูกจัดเก็บอยู่ในรูปของสัญญาณดิจิทัล สามารถเล่นซ้ำกลับไปกลับมาได้ โดยใช้โปรแกรมที่ออกแบบมาโดยเฉพาะสำหรับทำงานด้านเสียง อาจมีการใช้เสียงที่เร้าใจและสอดคล้องกับเนื้อหาในการนำเสนอ ซึ่งช่วยให้สื่อนั้นเกิดความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยสร้างความน่าสนใจและน่าติดตามในเรื่องราวต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

3) ภาพนิ่ง คือ ภาพที่ไม่มีการเคลื่อนไหว เช่น ภาพถ่าย ภาพวาด และภาพลายเส้น เป็นต้น ภาพนิ่งนับว่ามีบทบาทมากกว่าข้อความหรือตัวอักษร เนื่องจากภาพจะแสดงผลในเชิงการเรียนรู้หรือรับรู้ด้วยการมองเห็นได้ดีกว่า นอกจากนี้ยังสามารถถ่ายทอดความหมายได้ลึกซึ้งกว่าข้อความหรือตัวอักษร ซึ่งข้อความหรือตัวอักษรจะมีข้อจำกัดทางด้านความแตกต่างของแต่ละภาษา แต่ภาพนั้นสามารถสื่อความหมายได้กับทุกชนชาติ

4) ภาพเคลื่อนไหว หรือ ภาพกราฟิกที่มีการเคลื่อนไหวเพื่อแสดงขั้นตอนหรือปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างสรรค์จินตนาการให้เกิดแรงจูงใจจากผู้ชม การผลิตภาพเคลื่อนไหวจะต้องใช้โปรแกรมที่มีคุณสมบัติเฉพาะทางซึ่งอาจมีปัญหาค้างขึ้นอยู่บ้างเกี่ยวกับขนาดของสื่อที่ต้องใช้พื้นที่ในการจัดเก็บมากกว่าภาพนิ่งหลายเท่า

5) วิดีโอ เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากวิดีโอในระบบดิจิทัล สามารถนำเสนอข้อความ ภาพนิ่ง หรือภาพเคลื่อนไหว ประกอบกับเสียงได้สมบูรณ์แบบกว่าองค์ประกอบชนิดอื่น ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับโมชันอินโฟกราฟิก

Tesana (2017) กล่าวว่า โมชันอินโฟกราฟิกเกิดมาจากการผสมคำ 2 คำ คือ โมชัน (Motion) ที่หมายถึงการเคลื่อนไหว และคำว่า อินโฟกราฟิก (Infographic) หมายถึงภาพ ไม่ว่าจะเป็นภาพการ์ตูนรูปสี่เหลี่ยม สามเหลี่ยม เส้น เมื่อสองคำนี้รวมกัน กลายเป็นคำว่า โมชันอินโฟกราฟิก หมายถึงภาพกราฟิกแบบเคลื่อนไหว โดยโมชันอินโฟกราฟิกจะเป็นการนำกราฟิกต่าง ๆ มาทำให้เคลื่อนไหวเกิดความน่าสนใจ ช่วยสร้างความสนุกสนานให้กับงานกราฟิกที่เป็นภาพนิ่งและบอกเล่าเรื่องราวข้อมูลต่าง ๆ โมชันอินโฟกราฟิก หมายถึงงานกราฟิกเคลื่อนไหว ที่เกิดจากการนำภาพมาจัดเรียงต่อกันหรือเรียกอีกอย่างหนึ่ง คือ การผสมผสานกันระหว่างงานดีไซน์กับภาพเคลื่อนไหว ก่อให้เกิดเป็นชิ้นงานที่น่าสนใจ เป็นชิ้นงานอยู่ในภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ หรือฉากหลังประกอบงานแสดงรายการ สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น



กระบวนการในการออกแบบโมชันอินโฟกราฟิก

Saitong (2014) กล่าวถึงกระบวนการในการออกแบบโมชันอินโฟกราฟิกตามกรอบและแนวทางในการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกแอนิเมชันเพื่อการเรียนรู้ โดยมีกระบวนการ ดังต่อไปนี้

1) การวิเคราะห์ (Analysis) เป็นขั้นตอนที่ส่งผลไปยังขั้นตอนอื่น ๆ ทั้งระบบ หากการวิเคราะห์ไม่ละเอียดเพียงพอ จะทำให้ขั้นตอนต่อไปขาดความสมบูรณ์ จึงใช้เวลาดำเนินการในขั้นตอนนี้ค่อนข้างมาก เมื่อเปรียบเทียบกับขั้นตอนอื่น ๆ โดยกำหนดเนื้อหาทั้งหมดและเป้าหมายของการจัดทำสื่อ เป็นการกำหนดเรื่อง เนื้อหาสาระ ตลอดจนวัตถุประสงค์สำคัญที่จะนำไปสู่การรับรู้ข้อมูล และกำหนดเป้าหมายของการจัดทำโมชันอินโฟกราฟิกเพื่อการเรียนรู้ ซึ่งเป็นตัวกำหนดการนำเสนอข้อมูล

2) การออกแบบ (Design) ภาพกราฟิกฉากหลังและอุปกรณ์ประกอบ เพื่อค้นหารูปแบบการนำเสนอเนื่องจากข้อมูลหนึ่งมีหลายรูปแบบที่จะนำเสนอข้อมูลนั้นให้ออกมาเป็นรูปธรรมได้ จะต้องออกแบบให้มีความชัดเจน ไม่สร้างความสับสน ต้องเลือกรูปแบบที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด 2.1) สร้างเป็นเรื่องราวให้เหมือนอยู่ในเหตุการณ์นั้นจริง ๆ 2.2) จำลองสถานการณ์ที่ไม่สามารถมองเห็นได้ในโลกความเป็นจริงให้เป็นรูปธรรมที่อธิบายได้ 2.3) การออกแบบให้มีความเรียบง่ายมีการคุมโทนสีโดยรวมของงาน 2.4) การเพิ่มข้อมูลเสริมหรือส่วนประกอบเสริมจะมีส่วนช่วยให้เข้าใจได้ยิ่งขึ้น และ 2.5) การออกแบบในลักษณะสาเหตุและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น

3) การพัฒนา (Development) เป็นขั้นตอนที่นำผลลัพธ์ที่ได้จากขั้นตอนการออกแบบมาดำเนินการต่อการลงมือปฏิบัติจริง เพื่อพัฒนาโมชันอินโฟกราฟิกตามแผนการที่วิเคราะห์ไว้ตั้งแต่ขั้นตอนแรก โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพื่อให้ได้สื่อต้นแบบพร้อมจะนำไปทดลองใช้ในขั้นตอนต่อไป ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนการต่าง ๆ ดังนี้ 3.1) จัดวางองค์ประกอบงาน (Layout) โดยนำเอาแนวคิดหลักการในการนำเสนอข้อมูล โครงร่างของเนื้อหา และงานออกแบบต่าง ๆ มาพิจารณาลักษณะของการออกแบบจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ในแต่ละฉากให้มีภาพรวมของงานไปในทิศทางเดียวกัน 3.2) วาดภาพลายเส้นและตัดเส้นนำภาพกราฟิก ฉากหลังและอุปกรณ์ประกอบที่ได้จากขั้นตอนการออกแบบ มาวาดลายเส้นและวาดแยกส่วนที่เคลื่อนไหวออกเป็นชิ้น (Cut Out) เพื่อนำมาประกอบเชื่อมต่อกันตามจุดต่าง ๆ สำหรับทำเป็นดิจิทัลโมชัน 2 มิติ อาจวาดในกระดาษแล้วนำมาสแกนหรือวาดแบบดิจิทัล โดยใช้โปรแกรมสำหรับงานกราฟิก

หรืองานลงสีแบบอื่น ๆ 3.3) การเลือกใช้สีพื้นผิวและสีภาพกราฟิกและฉากหลังในงานออกแบบโมชันอินโฟกราฟิกประกอบด้วยข้อมูลที่ซับซ้อนหลายรูปแบบ การเลือกใช้สีเพื่อแยกข้อมูล และการแบ่งเนื้อหาเป็นส่วน ๆ ทำให้สามารถรับรู้ได้ง่ายและรวดเร็ว เป็นการลงสีแบบดิจิทัล (Digital Painting) โดยใช้โปรแกรมสำหรับงานกราฟิกหรืองานลงสีแบบอื่น ๆ 3.4) การเลือกรูปแบบ ขนาด สีและการจัดเรียงตัวอักษร การเลือกใช้ตัวอักษรและการจัดเรียงตัวอักษรที่มีประสิทธิภาพสามารถทำงานออกแบบเพื่อนำเสนอข้อมูลบรรลุวัตถุประสงค์ที่สำคัญของโมชันอินโฟกราฟิกได้ช่วยสร้างความ น่าสนใจดึงดูดใจและมีเอกลักษณ์ จะต้องมีความสอดคล้องกับภาพกราฟิกและฉากหลัง 3.5) จัดองค์ประกอบภาพ (Composite) เป็นการรวบรวมองค์ประกอบของงานแต่ละส่วนที่เตรียมไว้ เช่น ภาพกราฟิก ตัวอักษร และฉากหลัง มาจัดรวมไว้ด้วยกันตามโครงร่างของเนื้อหา 3.6) ตัดต่อภาพ หลังจากจัดองค์ประกอบภาพแล้วจะถูกนำมาตัดต่อเรียงร้อยเข้าด้วยกันเป็นฉาก (Scene) โดยใช้โปรแกรมตัดต่อวิดีโอ 3.7) บันทึกเสียงประกอบด้วย เสียงดนตรีและเสียงประกอบต่าง ๆ มาบันทึกแยกเสียง ผสมเสียง (Mixing) ในขั้นตอนนี้อาจมีการบันทึกเสียงบรรยายเพิ่มเติมให้มีความสมบูรณ์ 3.8) ประเมินคุณภาพของสื่อโมชันอินโฟกราฟิกที่พัฒนาขึ้นโดยผู้เชี่ยวชาญและปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องตามคำแนะนำ และ 3.9) บันทึกสื่อโมชันอินโฟกราฟิกก่อนนำไปทดลองใช้

4) การนำไปใช้ (Implementation) เป็นการนำโมชันอินโฟกราฟิกที่พัฒนาขึ้นไปทดลองใช้กับกลุ่มผู้เรียนตามวิธีการที่วางแผนไว้ตั้งแต่ต้น ซึ่งเป็นการเรียนรู้ด้วยตัวเองผ่านคอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์อื่น ๆ ที่สามารถแสดงผลได้

5) การประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของรูปแบบการเรียนรู้เพื่อประเมินผลโมชันอินโฟกราฟิก เนื้อหาข้อมูลจากโมชันอินโฟกราฟิกเก็บรวบรวมข้อมูลทำแบบประเมินการรับรู้และแบบสอบถามความพึงพอใจ จะทำให้ผู้ชมได้เรียนรู้และเป็นไปตามที่คาดหวังไว้อย่างไร มีจุดอ่อนข้อบกพร่อง หรือประเด็นที่ควรแก้ไขอย่างไร เพื่อนำไปปรับปรุงระบบสื่อให้มีคุณภาพ

แนวคิดเกี่ยวกับการคอร์รัปชัน

Piumsomboon (2001) กล่าวว่า การคอร์รัปชันหมายถึง การกระทำที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายเป็นการกระทำที่ผิดต่อกฎหมาย ยกย่องทรัพย์สินของรัฐและของสาธารณะเพื่อประโยชน์ส่วนตนทั้งยังเป็นการกระทำที่ขัดกับตำแหน่งหน้าที่และสิทธิของผู้อื่น การทุจริตโดยใช้หรืออาศัยตำแหน่งหน้าที่อำนาจและอิทธิพลที่ตนมีอยู่เพื่อประโยชน์แก่ตนเอง

Jeeratiannat (1996) กล่าวไว้ว่า การทุจริตหมายถึง การกระทำโดยตนเอง หรือร่วมมือกับบุคคลอื่น



เพื่อให้ได้รับทรัพย์สิน ผลประโยชน์ หรือบริการอื่นใด โดยวิธีการฉ้อโกง ปิดบังข้อเท็จจริงหรือโดยวิธีการอันมิชอบด้วยกฎ ระเบียบ ข้อบังคับขององค์กร การจําแนกประเภทของทุจริตคอร์รัปชัน Usaner (2013) จําแนกการทุจริตคอร์รัปชัน ออกเป็น 3 แบบ ได้แก่ การทุจริตคอร์รัปชันขนาดเล็ก (Petty Corruption) การทุจริตคอร์รัปชันเป็นประจำ (Routine Corruption) และการทุจริตคอร์รัปชันร้ายแรง (Aggravated Corruption)

Chiengkul (2008) กล่าวไว้ว่า การป้องกันการคอร์รัปชันในภาครัฐ ทำได้ด้วยมาตรการที่มุ่งกำจัดจุดอ่อนของระบบ และเสริมสร้างความเข้มแข็งและคุณธรรมของเจ้าหน้าที่รัฐ เช่น วิธีการคัดเลือกและการพัฒนาเจ้าหน้าที่รัฐ ต้องประกาศให้ทราบทั่วกัน ดำเนินการอย่างโปร่งใส คัดคนตามความสามารถ การปรับเงินเดือนเจ้าหน้าที่รัฐให้สูงขึ้น เป็นวิธีเพิ่มแรงจูงใจให้คนเก่งเข้ามาสมัครและอยู่ในอาชีพนี้ได้อย่างพอเพียงโดยไม่ต้องคอร์รัปชัน การเลื่อนตำแหน่งเจ้าหน้าที่รัฐระดับสูง ต้องมีวิธีประเมินผล และตรวจสอบอย่างเป็นกลาง และมีประสิทธิภาพ

คำว่า “คอร์รัปชัน” เป็นคำที่มีนักวิชาการ และองค์กรระหว่างประเทศได้ให้ความหมายไว้หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น “การละเมิดผลประโยชน์ส่วนรวมเพื่อประโยชน์เฉพาะบุคคล” Rogow, & Lasswell (1978 as cited in Battistini, 2013) “การที่ข้าราชการใช้อำนาจในทางมิชอบเพื่อให้ได้มาเพื่อเงินที่นอกเหนือจากรายได้ประจำ” “การใช้อำนาจที่ได้รับมาในทางที่ผิดเพื่อผลประโยชน์ส่วนตน” “การใช้ตำแหน่งหน้าที่เพื่อผลประโยชน์ส่วนตน” เป็นต้น แม้ว่าจะมีความแตกต่างในนิยามของคอร์รัปชัน แต่ในภาพรวมแล้วอาจกล่าวได้ว่าจุดร่วมของนิยามคอร์รัปชัน คือ “การกระทำของเจ้าหน้าที่รัฐ ข้าราชการ นักการเมือง รวมไปถึงนักธุรกิจเอกชน และประชาชนทั่วไปที่เกี่ยวข้อง ที่ใช้อำนาจหน้าที่ทั้งของภาครัฐและของภาคเอกชนเพื่อผลประโยชน์ส่วนตัว”

Qua (2003 as cited in Mapreeda, & Kesapradit, 2019) นิยามว่า การคอร์รัปชันสามารถแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะด้วยกัน ได้แก่

1) การมองการคอร์รัปชัน โดยเน้นที่ปัญหาพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่รัฐ (Public-office Centred)

2) การมองปัญหาคอร์รัปชันในทางระบบตลาด (Market-centred) คือ การมีอุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) ผู้ที่ใช้อำนาจรัฐเพื่อผลประโยชน์ตนนั้นทำได้ก็ต่อเมื่อมีผู้ที่ยอมที่จะซื้อ

3) การมองคอร์รัปชันเป็นการเอาเปรียบหรือการทำลายผลประโยชน์สาธารณะ (Public-interest Centred)

นอกจากนี้อาจจําแนกนิยามคอร์รัปชัน ได้แก่

1) ตามวัตถุประสงค์ของผู้ให้ (By Nature) คือ การจ่ายเพื่อผลประโยชน์ (Paying for Benefits) เช่น เพื่อชนะการประมูลกับการจ่ายเพื่อหลีกเลี่ยงผลเสีย (Paying to Avoid Costs) เช่น การจ่ายให้ยกเว้นการถูกตรวจสอบหรือเพื่อให้ได้รับการเร็วขึ้น เป็นต้น

2) ตามระดับ (Level) คือ การทุจริตระดับเล็ก (Petty Corruption) และการทุจริตระดับใหญ่ (Grand Corruption) ซึ่งมักดำเนินการโดยผู้ที่ดำรงตำแหน่งระดับสูงในรัฐบาลที่อาศัยอำนาจในการกำหนดนโยบายเอื้อผลประโยชน์เฉพาะตน รูปแบบของการคอร์รัปชันจากมุมมองของฝ่ายเอกชนนั้น เช่น การขูดรีด (Extortion) เป็นต้น

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ทำให้คณะผู้วิจัยทราบถึงแนวทางการออกแบบและพัฒนาเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทยให้เกิดประโยชน์ ทำให้ผู้รับชมตระหนักถึงการต่อต้านการคอร์รัปชันมากยิ่งขึ้น

วิธีการวิจัย

การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ดำเนินงานวิจัยโดยประยุกต์จากกรอบและแนวทางในการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกแอนิเมชันเพื่อการเรียนรู้ ตามที่ Saitong (2014) ได้เสนอไว้ โดยมีกระบวนการดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ (Analysis)

1.1 การกำหนดเนื้อหาของสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย ประกอบด้วย 3 ตอน ได้แก่ (1) ปัญหาทุจริตคอร์รัปชันในประเทศไทย (2) ผลกระทบที่เกิดจากการคอร์รัปชันในประเทศไทย และ (3) การต่อต้านคอร์รัปชันในประเทศไทย

1.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ 1) ประชากร ได้แก่ ประชาชนที่รับชมสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย และ 2) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ดังนี้ ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาสื่อ 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา 2 ท่าน สำหรับประเมินคุณภาพของสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย และ ประชาชนที่รับชมสื่อ 70 คน สำหรับประเมินความพึงพอใจจากการรับชมสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านคอร์รัปชันในประเทศไทย โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง แบบไม่ทราบจำนวนประชากร ใช้สูตรคำนวณ $n = z^2 / 4e^2$ ที่ระดับ



ความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.10 (Vanichbuncha, 2003) จากผลการคำนวณ จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 68.06 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ จำนวน 70 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

2. การออกแบบ (Design)

การกำหนดเนื้อหาทั้งหมด การวางโครงร่างของเนื้อหา และเป้าหมายของการจัดทำ ประกอบด้วย 19 ฉาก (NACC, 2015) ได้แก่ 1) ปัญหาทุจริตคอร์รัปชัน ไม่ใช่เรื่องไกลตัวอีกต่อไป 2) ปัญหาทุจริตคอร์รัปชันในประเทศไทย 3) การใช้อำนาจหน้าที่ในทางมิชอบเพื่อหาประโยชน์ส่วนตนของคนบางกลุ่ม 4) ปัญหาใหญ่ในประเทศ 5) ปัญหาการทุจริตคอร์รัปชัน มีรูปแบบหลากหลายซับซ้อน 6) ปัญหาคอร์รัปชันขนาดใหญ่ 7) การกระทำของเจ้าหน้าที่รัฐ 8) ผู้นำระดับประเทศที่ได้รับผลประโยชน์ในการใช้ทรัพยากรของชาติ 9) ปัญหาคอร์รัปชันขนาดเล็ก 10) ปัญหาการติดสินบน 11) ปัญหาการยกยอกเงิน Qua (2003 as cited in Mapreeda, & Kesapradit, 2019) 12) กราฟแสดงสถานการณ์แนวโน้มการคอร์รัปชันในประเทศไทย 13) ผลกระทบที่เกิดจากการคอร์รัปชันในประเทศไทย 14) ผลกระทบที่เกิดจากการคอร์รัปชันด้านเศรษฐกิจ 15) ผลกระทบที่เกิดจากการคอร์รัปชันด้านสังคม 16) การต่อต้านคอร์รัปชันในประเทศไทย 17) การต่อต้านอย่างจริงจัง 18) การร่วมมือของทุกภาคส่วนทำให้ปัญหาการทุจริตลดลง และ 19) คณะผู้จัดทำ

3. การพัฒนา (Development)

การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย ใช้เครื่องมือ คือ โปรแกรม Adobe Flash Professional CS6 สำหรับการออกแบบและพัฒนาสื่อ และ โปรแกรม Sony Vegas Pro 16 สำหรับการตัดต่อวิดีโอ โดยมีกระบวนการ ดังต่อไปนี้ 3.1) การจัดวางองค์ประกอบงาน (Layout) การกำหนดเนื้อหาทั้งหมด การวางโครงร่างของเนื้อหา และเป้าหมายของการจัดทำ 3.2) การวาดภาพลายเส้น ฉากหลัง และวาดแยกส่วนที่เคลื่อนไหวออกเป็นชิ้น (Cut Out) เพื่อนำมาประกอบเชื่อมต่อกันตามจุดต่าง ๆ 3.3) การเลือกใช้สี พื้นผิว ลงสี ภาพกราฟิก และฉากหลังประกอบสื่อ 3.4) การเลือกรูปแบบ ขนาด สี และการจัดเรียงตัวอักษรที่ใช้ในสื่อ 3.5) การจัดองค์ประกอบภาพ (Composite) เป็นการรวบรวมองค์ประกอบของงานแต่ละส่วน ภาพกราฟิก ตัวอักษร และฉากหลัง มาจัดรวมไว้ด้วยกัน 3.6) การตัดต่อภาพจากการจัดองค์ประกอบภาพแล้วจะถูกนำมาตัดต่อเรียงร้อยเข้าด้วยกันเป็นฉาก (Scene) โดยใช้โปรแกรมตัดต่อ

วิดีโอ 3.7) การบันทึกเสียง ได้แก่ เสียงดนตรี และเสียงประกอบต่าง ๆ มาบันทึก แยกเสียง ผสมเสียง (Mixing) อาจมีการบันทึกเสียงบรรยายเพิ่มเติมให้มีความสมบูรณ์ 3.8) การประเมินคุณภาพของสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญและปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องตามคำแนะนำ และ 3.9) การบันทึกสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทยก่อนนำไปทดลองใช้จริง

4. การนำไปใช้ (Implement)

นำสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทยทดลองใช้งานกับกลุ่มเป้าหมาย ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาสื่อ 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา 2 ท่าน และ ประชาชนที่รับชมสื่อ 70 คน และเผยแพร่ผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์

5. การประเมินผล (Evaluation)

5.1 การประเมินคุณภาพของสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย จากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญ ด้านการพัฒนาสื่อ 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา 2 ท่าน ใช้เครื่องมือ คือ แบบประเมินคุณภาพสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย ประกอบด้วย คำถามปลายเปิด และปลายปิด ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป ข้อมูลคุณภาพของสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย และข้อเสนอแนะ การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (IOC) จากการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (IOC) ของแบบประเมินคุณภาพของสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย เท่ากับ 0.84 สรุปได้ว่าข้อคำถามมีความเที่ยงตรงตามเกณฑ์ 0.50-1.00 สามารถนำไปใช้งานได้

5.2 การประเมินความพึงพอใจจากการรับชมสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย จากประชาชนที่รับชมสื่อ 70 คน ใช้เครื่องมือ คือ แบบประเมินความพึงพอใจจากการรับชมสื่อดิจิทัลเพื่อการต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย ประกอบด้วย คำถามปลายเปิด และปลายปิด ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป ข้อมูลความพึงพอใจจากการรับชมสื่อดิจิทัลเพื่อการต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย และ ข้อเสนอแนะ การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (IOC) จากการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (IOC) ของแบบประเมินความพึงพอใจจากการรับชมสื่อดิจิทัลเพื่อการต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย เท่ากับ 0.80 สรุปได้ว่า ข้อคำถามมีความเที่ยงตรงตามเกณฑ์ 0.50-1.00 สามารถนำไปใช้งานได้

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าร้อยละ

ผลการวิจัย

การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย ในรูปแบบสื่อโมชันอินโฟกราฟิก ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ใช้ในการแสดงภาพเคลื่อนไหว 2 มิติ มีเสียงบรรยาย และดนตรีประกอบ เพื่อให้ได้สื่อการเรียนรู้ในรูปแบบที่มีความทันสมัย น่าสนใจ และทำให้ผู้รับชมสื่อสามารถเข้าใจข้อมูลสารสนเทศได้ง่ายมากขึ้น

สื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย ประกอบด้วย 3 ตอน ได้แก่ 1) ปัญหาการทุจริตคอร์รัปชันในประเทศไทย 2) ผลกระทบที่เกิดจากการคอร์รัปชันในประเทศไทย และ 3) การต่อต้านคอร์รัปชันในประเทศไทย

ตอนที่ 1 ปัญหาการทุจริตคอร์รัปชันในประเทศไทย



ตอนที่ 2 ผลกระทบที่เกิดจากการคอร์รัปชันในประเทศไทย



ตอนที่ 3 การต่อต้านคอร์รัปชันในประเทศไทย





การประเมินคุณภาพสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย

การประเมินคุณภาพสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทยโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ได้แก่ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาสื่อ 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา 2 ท่าน สำหรับประเมินคุณภาพของสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย ผลการประเมินคุณภาพสื่อดิจิทัลเพื่อการต่อต้านคอร์รัปชันในประเทศไทย ภาพรวม พบว่า มีคุณภาพในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.23$, S.D.=0.54) ร้อยละ 84.60 โดยเมื่อพิจารณารายด้านตามลำดับ พบว่า ด้านการนำไปใช้ประโยชน์ มีคุณภาพในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.76$, S.D.=0.47) ร้อยละ 95.20 รองลงมา ด้านเนื้อหา มีคุณภาพในระดับมาก ($\bar{X}=4.12$, S.D.=0.53) ร้อยละ 82.40 และ ด้านการออกแบบ มีคุณภาพในระดับมาก ($\bar{X}=3.80$, S.D.=0.63) ร้อยละ 76.00 ข้อเสนอแนะ สื่อควรมีสื่อสัมพันธ์ถึงเสียงที่ดึงดูดความสนใจให้มากยิ่งขึ้น

การประเมินความพึงพอใจจากการรับชมสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านคอร์รัปชันในประเทศไทย

การประเมินความพึงพอใจจากการรับชมสื่อดิจิทัลเพื่อการต่อต้านคอร์รัปชันในประเทศไทย โดยประชาชนที่รับชมสื่อ จำนวน 70 คน ข้อมูลทั่วไปจำแนกตามเพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 45.71 มีช่วงอายุระหว่าง 18-35 ปี ร้อยละ 62.86 ส่วนใหญ่สถานภาพโสด ร้อยละ 75.71 การศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 57.14 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 58.57 ผลการประเมินความพึงพอใจจากการรับชมสื่อดิจิทัลเพื่อการต่อต้านคอร์รัปชันในประเทศไทย ภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.01$, S.D. = 0.73) โดยเมื่อพิจารณารายด้านตามลำดับ พบว่า ด้านเนื้อหาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.80$, S.D. = 0.69) รองลงมา ด้านการนำไปใช้ประโยชน์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.16$, S.D. = 0.73) และ ด้านการออกแบบภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.70$, S.D. = 0.76) ในส่วนของข้อเสนอแนะ เป็นสื่อที่ดีมาก เพิ่มความคมชัดของวิดีโอพื้นหลังควรมีสื่อสัมพันธ์กันบ้าง ไม่เข้ากับพื้นหลังภาพไม่ชัดในบางฉาก ควรใช้รูปนำเสนอที่น่าสนใจ เสียงเอฟเฟกต์บางฉากตรงกับรูปภาพ แต่บางฉากควรใช้เอฟเฟกต์อื่น และภาพไม่ชัด ภาพแตก

อภิปรายผลการวิจัย

สื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย ถูกพัฒนาขึ้นในรูปแบบของสื่ออินโฟกราฟิก แสดง

ภาพเคลื่อนไหว 2 มิติ มีเสียงบรรยาย และดนตรีประกอบ เพื่อให้ได้สื่อการเรียนรู้ในรูปแบบที่มีความทันสมัย น่าสนใจ และทำให้ผู้รับชมสื่อสามารถเข้าใจข้อมูลสารสนเทศได้ง่ายมากขึ้น สอดคล้องกับที่ Panyaporn (2012) ได้นิยามสื่อใหม่ว่า เป็นสื่อที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีจากระบบอนาล็อก หรือสื่อดั้งเดิมมาเป็นระบบดิจิทัล ทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน

จากการวิจัย พบว่า ผลการประเมินคุณภาพสื่อดิจิทัลเพื่อการต่อต้านคอร์รัปชันในประเทศไทย ภาพรวมมีคุณภาพในระดับมากที่สุด โดยเมื่อพิจารณารายด้านตามลำดับ พบว่า ด้านการนำไปใช้ประโยชน์ มีคุณภาพในระดับมากที่สุด แสดงว่า สื่อสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการรณรงค์เพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันได้จริง สอดคล้องกับ Chokworakul, Chairat, & Chokworakul (2018) ในการศึกษาแนวทางการสร้างค่านิยมต่อต้านการคอร์รัปชันทุกรูปแบบให้กับกลุ่มเยาวชนในจังหวัดนครราชสีมา การสร้างภาคีเครือข่ายต่อต้านการคอร์รัปชันทุกรูปแบบ คือ (1) มีความตั้งใจร่วมกันในการเป็นภาคีต่อต้านการคอร์รัปชัน (2) เผยแพร่ให้ความรู้ด้านการต่อต้านการคอร์รัปชันให้กับคนที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ (3) มหาวิทยาลัยสนับสนุนส่งเสริมโครงการต่อต้านการคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่อง (4) ร่วมเป็นเครือข่ายต่อต้านการคอร์รัปชันกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และ (5) การตั้ง Facebook Fan Page Nrru ด้านโกง เพื่อขยายเครือข่ายต่อต้านการคอร์รัปชัน

ในส่วนของผลการประเมินความพึงพอใจจากการรับชมสื่อดิจิทัลเพื่อการต่อต้านคอร์รัปชันในประเทศไทย ภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณารายด้านตามลำดับ พบว่า ด้านเนื้อหา ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันเนื่องมาจากคณะผู้วิจัยดำเนินการพัฒนาสื่อตามกรอบและแนวทางในการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกแอนิเมชันเพื่อการเรียนรู้ของ Saitong (2014) ที่ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การวิเคราะห์ การออกแบบ การพัฒนา การนำไปใช้ และการประเมินผลจึงทำให้การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทยเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่คณะผู้วิจัยวางไว้มีความสอดคล้องกับ Booncharoensuk, Kesaporn, & Naigowit (2017) ในส่วนของข้อเสนอแนะ งานวิจัยที่กล่าวว่า องค์การต่อต้านคอร์รัปชันควรมีการพัฒนาเนื้อหาเกี่ยวกับการต่อต้านคอร์รัปชัน การเสริมสร้างคุณธรรมจริยธรรมอย่างต่อเนื่องในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสร้างความตระหนัก และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติในการร่วมกันต่อต้านคอร์รัปชันกับกลุ่มเป้าหมายรวมถึงประชาชนในวงกว้าง เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการต่อต้านคอร์รัปชัน



สรุป

การพัฒนาสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย ในรูปแบบสื่อโมชันอินโฟกราฟิก ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ใช้ในการแสดงภาพเคลื่อนไหว 2 มิติ มีเสียงบรรยาย และดนตรีประกอบ เพื่อให้ได้สื่อการเรียนรู้ในรูปแบบที่มีความทันสมัย น่าสนใจ และทำให้ผู้รับชมสื่อสามารถเข้าใจข้อมูลสารสนเทศได้ง่ายมากขึ้นประกอบด้วย 3 ตอน ได้แก่ 1) ปัญหาการทุจริตคอร์รัปชันในประเทศไทย 2) ผลกระทบที่เกิดจากการคอร์รัปชันในประเทศไทย และ 3) การต่อต้านคอร์รัปชันในประเทศไทย

การประเมินคุณภาพสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทยโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญ ด้านการพัฒนาสื่อ 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญ ด้านเนื้อหา 2 ท่าน สำหรับประเมินคุณภาพของสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย พบว่า ผลการประเมินคุณภาพสื่อดิจิทัลเพื่อการต่อต้านคอร์รัปชันในประเทศไทย ภาพรวมมีคุณภาพในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.23$, S.D.= 0.54) และข้อเสนอแนะ สื่อควรมีสื่อสั้นรวมถึงเสียงที่ดึงดูดความสนใจให้มากยิ่งขึ้น

การประเมินความพึงพอใจจากการรับชมสื่อดิจิทัลเพื่อการต่อต้านคอร์รัปชันในประเทศไทย โดยประชาชนที่รับชมสื่อ 70 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีช่วงอายุระหว่าง 18-35 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา ผลการประเมินความพึงพอใจจากการรับชมสื่อดิจิทัลเพื่อการต่อต้านคอร์รัปชันในประเทศไทยภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.01$, S.D.= 0.73) และข้อเสนอแนะ เป็นสื่อที่ดีมาก เพิ่มความคมชัดของวิดีโอ พื้นหลังควรมีสีสันมากกว่านี้ บางฉากไม่เข้ากับพื้นหลัง ภาพไม่ชัดในบางฉาก ควรใช้รูปนำเสนอที่น่าสนใจกว่านี้ เสียงเอฟเฟกต์บางฉากตรงกับรูปภาพ แต่บางฉากควรใช้เอฟเฟกต์อื่น และภาพไม่ชัด ภาพแตก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย สื่อควรมีสื่อสั้นรวมถึงเสียงที่ดึงดูดความสนใจให้มากยิ่งขึ้น ควรแก้ไขความคมชัดของวิดีโอให้ชัดกว่านี้ และเพิ่มพื้นหลังให้สีสันมากขึ้น ควรมีเสียงเอฟเฟกต์ที่มีความตื่นเต้นให้มากกว่านี้
2. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้สามารถนำสื่อดิจิทัลเพื่อต่อต้านการคอร์รัปชันในประเทศไทย เผยแพร่ในเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อเป็นประโยชน์กับกลุ่มตัวอย่างที่กว้างกว่านี้ได้
3. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป สามารถนำแนวทางการพัฒนาสื่อที่ประยุกต์จากกรอบและ

แนวทางในการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกแอนิเมชันเพื่อการเรียนรู้ ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อดิจิทัลสำหรับหัวข้ออื่น ๆ ที่สร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อสังคมได้ต่อไปในอนาคต

References

- Battistini, M. (2013). *Harold Lass well, the "Problem of World Order," and the Historic Mission of the American Middle Class*. Italy: University of Bologna.
- Booncharoensuk, P., Kesaporn, P., & Naigowit, T. (2017). The roles of media exposure, awareness, and attitude on anticorruption network participation in Bangkok Metropolitan. *University of the Thai Chamber of Commerce Journal, Humanities and Social Sciences*, 37(4), 110-128. [in Thai]
- Chiengkul, W. (2008). *Guidelines for Solving Corruption Problems in the View and Recommendations of the World Bank*. Retrieved January 26, 2019, from <https://witayakornclub.wordpress.com/2008/04/15/แนวทางการแก้ไขปัญหาการ/>. [in Thai]
- Chokworakul, S., Chairat, W., & Chokworakul, K. (2018). Guideline values against all forms of corruption to the youth in Nakhon Ratchasima Province. *Journal of Local Governance and Innovation*, 2(3), 15-24. [in Thai]
- Dewdney, A., & Ride, P. (2006). *The New Media Handbook*. London: Routledge.
- Jeeratiannat, K. (1996). *Corporate Corruption and Business Crime*. Bangkok. [in Thai]
- Manu, P. (2016). *Digital Media*. Retrieved January 26, 2019, from <http://paitoon.esdc.go.th/sux-dicithal>. [in Thai]
- Mapreeda, A., & Kesapradit, B. (2019). Policy corruption: a case study of the national energy management in solar farm project. *Journal of Rangsit Graduate Studies in Business and Social Sciences*, 5(1), 197-213. [in Thai]
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.



- NACC. (2015). *Anti-Corruption*. Bangkok: National Anti-Corruption Commission. [in Thai]
- Panyaporn, P. (2012). *New Media*. Retrieved January 26, 2019, from <http://photosanan.blogspot.com/2012/03/new-media.html>. [in Thai]
- Piumsomboon, P. (2001). *Corruption*. Retrieved January 26, 2019, from <http://www2.fpo.go.th/S-I/Source/Article/Article42.htm>. [in Thai]
- Saitong, P. (2014). Infographic animation design for instruction. *AJNU Art and Architecture Journal Naresuan University*, 5(2), 119-135. [in Thai]
- Sukumalpong, J. (2013). *The Trend of Corruption in Thailand*. Bangkok: The Secretariat of the House of Representatives. [in Thai]
- Tesana, J. (2017). *Infographics*. Retrieved January 26, 2019, from http://www.thinkttt.Comwpcontent/uploads/2014/04/how_to_info-graphics-2.pdf. [in Thai]
- Transparency International. (2018). *Corruption Perceptions Index: CPI*. Retrieved January 25, 2019, from <http://www.anticorruption.in.th/2016/th>. [in Thai]
- Tsang, M., Ho, S., & Liang, T. (2014). Consumer attitudes toward mobile advertising: an empirical study. *International Journal of Electronic Commerce*, 8(3), 65-78.
- Uslaner, E. (2013). Trust and corruption revisited: how and why trust and corruption shape each other. *Quality & Quantity International Journal of Methodology. Springer*, 47(6), 3603-3608.
- Vanichbuncha, K. (2003). Statistical analysis: statistics for management and research. *The Accounting Review*, 66, 643-655. [in Thai]
- Wertime, K., & Fenwick, I. (2008). *DigiMarketing: The Essential Guide to New Media & Digital Marketing*. Singapore: John Wiley & Sons (Asia).